



அழகப்பா பல்கலைக்கழகம்

தேசியத் தர நிர்ணயக் குழுவின் மூன்றாம் சுற்றுத் தர மதிப்பீட்டில் A+(CGPA: 3.64) தகுதியும்
மனிதவள மேம்பாட்டு அமைகச்சகம் - பல்கலைக்கழக மானியக்குழுவின் முதல் தரப்
பல்கலைக்கழகம் மற்றும் தன்னாட்சித் தகுதியும் பெற்றது



காரைக்குடி - 630 003

தொலைநிலைக்கல்வி இயக்ககம்

பி.பி.ஏ.
முதற் பருவம்
104 13

பொருளாதாரக் கொள்கைகள்

Author

DN Dwivedi, *Professor of Economics, Maharaja Agrasen Institute of Management Studies, Delhi*
Units (1-14)

"The copyright shall be vested with Alagappa University"

All rights reserved. No part of this publication which is material protected by this copyright notice may be reproduced or transmitted or utilized or stored in any form or by any means now known or hereinafter invented, electronic, digital or mechanical, including photocopying, scanning, recording or by any information storage or retrieval system, without prior written permission from the Alagappa University, Karaikudi, Tamil Nadu.

Information contained in this book has been published by VIKAS® Publishing House Pvt. Ltd. and has been obtained by its Authors from sources believed to be reliable and are correct to the best of their knowledge. However, the Alagappa University, Publisher and its Authors shall in no event be liable for any errors, omissions or damages arising out of use of this information and specifically disclaim any implied warranties or merchantability or fitness for any particular use.



VIKAS®

VIKAS® is the registered trademark of Vikas® Publishing House Pvt. Ltd.

VIKAS® PUBLISHING HOUSE PVT. LTD.

E-28, Sector-8, Noida - 201301 (UP)

Phone: 0120-4078900 • Fax: 0120-4078999

Regd. Office: 7361, Ravindra Mansion, Ram Nagar, New Delhi 110 055

• Website: www.vikaspublishing.com • Email: helpline@vikaspublishing.com

Work Order No. AU/DDE/DE1-238/Preparation and Printing of Course Materials/2018 Dated 30.08.2018 Copies - 500

பாடத்திட்டங்கள்-புத்தக வரைபட அட்டவணை

பொருளாதாரம் பற்றிய கொள்கைகள்

பாடத்திட்டங்கள்	புத்தகத்தில் வரைபடம்
<u>தொகுதி 1: மேலாண்மையில் பொருளியலின் அடிப்படைகள்</u>	<u>அலகு 1: பொருளியல் அடிப்படை</u> கருத்துகள் (பக்கங்கள் 1-21)
<u>அலகு 1: பொருளாதாரம் பற்றிய ஆய்வு-ஆய்வு பொருளாதாரம் ஏன்?</u> பொருளாதாரத்தின் நோக்க முறை மற்றும் பொருளாதார சிக்கல்:	<u>அலகு 2: மேலாண்மையில்</u> அறிவியலுக்கான அறிமுகம் (பக்கங்கள் 22-51)
<u>அலகு 2: முகாமைத்துவ பொருளியல் அறிமுகம்- இயற்கை,</u> நோக்கம், மேலாண்மையில் பொருளாதாரம் வரையறை, நிர்வாகவியல் வணிக,பொருளாதாரம் பயன்பாடு நுண் மற்றும் நுண்ணிய பொருளாதாரம், வாய்ப்பு செலவுகள், பணத்தின் நேர மதிப்பு, மார்ஜினலிசம், அதிகரிப்பு, சந்தைப் படைகள் மற்றும் சமநிலை	<u>அலகு 3: நுகர்வோர் நடத்தை</u> நடத்தை (பக்கங்கள் 52-89)
<u>அலகு 3: நுகர்வோர் நடத்தை-முதன்மை பயன்முறை அணுகுமுறை:</u> முதன்மை பயன்பாட்டினைக் குறைத்தல், சமநிலை-பயன்பாட்டு விகிதளின் சட்டம், சாதாரண பயன்பாட்டு அணுகுமுறை: அறியாமை வளைவுகள், மாற்று விகிதம் மாற்று, பட்ஜெட் வரி மற்றும் நுகர்வோர் சமநிலை.	<u>அலகு 4: தேவை பகுப்பாய்வு</u> (பக்கங்கள் 90-115)
<u>அலகு 4: கோரிக்கை ஆய்வுகள்- கோட்பாடு கோரிக்கை, தேவைப்படும்</u> சட்டம், தேவைக்கு மாறான இயக்கம், தேவை வளைவரங்களுக்கான மாற்றங்கள், தேவைப்படும் நெகிழ்தன்மையின் அளவீட்டு கருத்து, கோளாறுகள் பாதிப்புக்குள்ளான காரணிகள், கோரிக்கைகளின் வருமானத்திறன், கோரிக்கைகளின் குறுக்கீடு.	
<u>தொகுதி 2: பொருளியல் அம்சங்கள்</u>	<u>அலகு 5: உற்பத்தி கோட்பாடு</u> (பக்கங்கள் 116-150)
<u>அலகு 5: உற்பத்தி கோட்பாடு, பொருள் உற்பத்தி மற்றும் உற்பத்தி</u> செயல்பாடு, காரணிகள் உற்பத்தி மற்றும் உற்பத்தி செயல்பாடு, நி- லயான மற்றும் மாறுபடும் காரணிகள், மாறி விகிதங்களின் சட்டம் (குறுகிய இயக்க உற்பத்தி பகுப்பாய்வு), சட்டம் ஒரு அளவிலான மீள்திருத்தங்கள் (நீண்ட பகுப்பாய்வு),	<u>அலகு 6: செலவு கருத்துகள் - I</u> (பக்கங்கள் 151-166)
<u>அலகு 6: செலவு செயல்பாடு, குறுகிய ஓட்ட செலவு, நீண்ட ஓட்ட</u> செலவு, பொருளாதாரம் மற்றும் துல்லியத்தன்மை, வெளிப்படையான செலவினம் மற்றும் மறைமுக செலவு, தனியார் மற்றும் சமூகச் செலவு.	<u>அலகு 7: செலவு கருத்துகள் - II</u> (பக்கங்கள் 167-176)
<u>அலகு 7: இடைநிலை வருவாய் மற்றும் இடைநிலை செலவினம்</u> பொருள் - சிறந்த நிறுவனம் மற்றும் பிரதிநிதி நிறுவனம். பொருளாதார கொள்கைகளின் வாய்ப்பு செலவு மற்றும் உண்மையான செலவு	<u>அலகு 8: செலவு கருத்துக்கள் - III</u> (பக்கங்கள் 177-183)
<u>அலகு 8: நிலையான செலவுகள் Vs. மாறி செலவுகள் - விளிம்பு விலைக்</u> கருவி - தொழில் நுட்பம் - போட்டி சமநிலைக்கான நிபந்தனைகள்.	
<u>தொகுதி 3: வட்டி கோட்பாடு மற்றும் சந்தை நடத்தை</u>	<u>அலகு 9: வட்டி கோட்பாடுகள்</u> (பக்கங்கள் 184-197)
<u>அலகு 9: வட்டி - காத்திருக்கும் வெகுமதி என வட்டி - பணப்புழக்க</u> விருப்பம் கோட்பாடு. இலாப - ஆபத்து மற்றும் நிச்சயமற்ற - இயல்பான இலாபங்கள் - குறைந்த உற்பத்தி மற்றும் லாபம்.	<u>அலகு 10: சந்தை கட்டமைப்புகளின்</u> வகைகள் (பக்கங்கள் 198-203)
<u>அலகு 10: சந்தைகள் - போட்டி - பொருளின் பொருள் முக்கியத்துவம் -</u> உட்குறிப்பு - போட்டியின் வகைகள்: ஏகபோகபோட்டிகள்	<u>அலகு 11: விலை நிர்ணயத்தின் கீழ்</u> போட்டி (பக்கங்கள் 204-246)
<u>அலகு 11: ஏகபோக உரிமை, ஒரு நிறுவன ஏகபோகம், இரு நிறுவன</u> ஏகபோகம், இருதரப்பு ஏகபோகம், ஏகபோக உரிமை. விலைக் கோட்பாடு மற்றும் நடைமுறைகள்: சரியான போட்டியில் விலை வேறுபாடு.	

தொகுதி 4: ஊதியங்கள் மற்றும் பொருளாதார பகுப்பாய்வு கோட்பாடு

அலகு 12: விநியோகித்தல்: ஊதியங்கள் – குறைந்த உற்பத்தித்திறன் – ஊதியங்களின் தத்துவம் – கூட்டு பேரம்-ஊதிய வேறுபாடுகள் – ஊதியங்கள் ஊதியக் கட்டுப்பாடு

அலகு 13: வாடகை – பற்றாக்குறை மற்றும் மாறுபட்ட வாடகை – காலாவதி வாடகை – பரிமாற்ற வருவாய் மீது உபரி என வாடகைக்கு – பொருளாதார உபரி போன்ற வாடகை கோட்பாடுகள்

அலகு 14: நுண்ணிய பொருளாதார பகுப்பாய்வு-வருமானம் மற்றும் வேலைவாய்ப்பு கோட்பாடு, கிளாசிக்கல், நவீன (கெயினியன்), அணுகுமுறை. நுண்ணிய பொருளாதார மாறிகள், வட்ட வருவாய், தேசிய வருமான கருத்துகள், வரையறை மற்றும் அதன் அளவீடு.

அலகு 12: ஊதிய நிர்ணயம்
கோட்பாடு

(பக்கங்கள் 247–268)

அலகு 13: வாடகை மற்றும் காவி-
வாடகைக்கு தத்துவங்கள்

(பக்கங்கள் 269–278)

அலகு 14: நுண்ணிய பொருளாதார
ஆய்வு

(பக்கங்கள் 279–303)

பொருளடக்கம்

தொகுதி I: நிர்வாகவியல் பொருளாதரத்தின் அடிப்படைகள்

அலகு 1 பொருளாதரத்தின் அடிப்படைக் கருத்துக்கள்

1-21

- 1.0 அறிமுகம்
- 1.1 குறிக்கோள்கள்
- 1.2 பொருளாதரத்தின் விடயங்கள்
- 1.3 பொருளாதரத்தின் நோக்கம், முறை
 - 1.3.1 பொருளியல் என்பது நேர்மறையான, இயல்பான அறிவியல் ஆகுமா?
 - 1.3.2 பொருளியல் கண்டறியும் முறைமை: பொருளியல் நிபுணர்கள் என்ன, எப்படிச் செய்கின்றார்கள்
- 1.4 பொருளாதாரப் பிரச்சினை: பற்றாக்குறை, தேர்வு
- 1.5 வாசிப்பு, வரைபடங்களுடன் வேலை செய்தல்
- 1.6 உங்கள் முன்னேற்ற வினாக்களை சரிபார்க்கும் விடைகள்
- 1.7 திரட்டு
- 1.8 முக்கிய வார்த்தைகள்
- 1.9 சுய மதிப்பீட்டு வினாக்கள் மற்றும் பயிற்சிகள்
- 1.10 மேலும் படிக்க

அலகு 2 மேலாண்மைப் பொருளியல் பற்றிய அறிமுகம் குறிப்புகள்

22-51

- 2.0 அறிமுகம்
- 2.1 நோக்கங்கள்
- 2.2 இயற்கை, நோக்கம், நிர்வாகவியல் பொருளியலின் வரையறை
- 2.3 வணிகத்திற்கு நிர்வாகவியல் பொருளியலின் பயன்பாடு
 - 2.3.1 நுண்ணளவு Vs. பெருநிலைப் பொருளியல்
- 2.4 உங்கள் முன்னேற்ற வினாக்களை சரிபார்க்கும் விடைகள்
- 2.5 திரட்டு
- 2.6 முக்கிய வார்த்தைகள்
- 2.7 சுய மதிப்பீட்டு வினாக்கள் மற்றும் பயிற்சிகள்
- 2.8 மேலும் படிக்க

அலகு 3 நுகர்வோர் நடத்தை ஒழுக்கம்

52-89

- 3.0 அறிமுகம்
- 3.1 நோக்கங்கள்
- 3.2 நுகர்வோர் நடத்தை: ஒரு கண்ணோட்டம்
 - 3.2.1 விளிம்பு நிலைப் பயன்பாடு குறைகிறது
 - 3.2.2 முதன்மையான மற்றும் சாதாரணப் பயன்பாட்டுக் கோட்பாடுகள்
 - 3.2.3 தேவை கோரிக்கை வளைவில் மாற்றங்கட்குப் பின்னால் உள்ள காரணிகள்
 - 3.2.4 நடுநிலை வளைவின் பொருள் மற்றும் இயல்பு
 - 3.2.5 விளிம்பு நிலை குறுக்கு விகிதத்திற்கான மாற்று வழிமுறை (MRS)
 - 3.2.6 நுகர்வோர் தெரிவு மீதான வரவு-செலவுத் திட்டக் கட்டுப்பாடு: வரம்பற்ற வருமானம் மற்றும் விலைகள்
 - 3.2.7 நுகர்வோர் சமநிலை: சாதாரணப் பயன்பாட்டின் அணுகுமுறை.
- 3.3 உங்கள் முன்னேற்ற வினாக்களை சரிபார்க்கும் விடைகள்

- 3.4 திரட்டு
- 3.5 முக்கிய வார்த்தைகள்
- 3.6 சுய மதிப்பீட்டு வினாக்கள் மற்றும் பயிற்சிகள்
- 3.7 மேலும் படிக்க

அலகு 4 தேவை கோரிக்கைப் பகுப்பாய்வு

90–115

- 4.0 அறிமுகம்
- 4.1 நோக்கங்கள்
- 4.2 தேவையின் தத்துவம்
 - 4.2.1 தேவை கோரிக்கை விதி
 - 4.2.2 நகர்வு நெடுகிலும் ஏள தேவை கோரிக்கை வளைவில் மாற்றம்
- 4.3 தேவையின் நெகிழ்திறனின் அளவியல் கோட்பாடு
 - 4.3.1 தேவை கோரிக்கையின் குறுக்கு நெகிழ்திறன்
 - 4.3.2 வருமானம்-நெகிழ்திறன் தேவை கோரிக்கையின்
- 4.4 உங்கள் முன்னேற்ற வினாக்களை சரிபார்க்கும் விடைகள்
- 4.5 திரட்டு
- 4.6 முக்கிய வார்த்தைகள்
- 4.7 சுய மதிப்பீட்டு வினாக்கள் மற்றும் பயிற்சிகள்
- 4.8 மேலும் படிக்க

தொகுதி II: பொருளியல் அம்சங்கள்

அலகு 5 உற்பத்தி கோட்பாடு

116–150

- 5.0 அறிமுகம்
- 5.1 நோக்கங்கள்
- 5.2 உற்பத்தி கோட்பாடு: ஒரு கண்ணோட்டம்
 - 5.2.1 உற்பத்தியின் பொருள் மற்றும் அடிப்படை கருத்துகள்
 - 5.2.2 உற்பத்தி காரணிகள்
- 5.3 உற்பத்தி செயல்பாடு
 - 5.3.1 உற்பத்தியின் சுருக்கமான சட்டங்கள்: ஒரு மாறி உள்ளீட்டுடன் உற்பத்தி செய்தல்
- 5.4 ஒரு மாறி உள்ளீடு செய்ய குறைப்பு சட்டம்
 - 5.4.1 திருப்பியழைத்தல் சட்டங்கள்- பின்னால் உள்ள காரணிகள்
 - 5.4.2 குறைத்தல் சட்டத்தின் பயன்பாடு
 - 5.4.3 தொழிற் கட்சியின் சிறந்த வேலை வாய்ப்புகளை நிர்ணயித்தல்
- 5.5 உற்பத்தியின் நீண்டகால சட்டங்கள்: இரண்டு மாறி உள்ளீடுகளுடன் உற்பத்தி
 - 5.5.1 குறிப்பிட்ட வளைவுகள்
 - 5.5.2 தனித்த வளைவுகளின் பண்புகள்
 - 5.5.3 உற்பத்தி மற்றும் உற்பத்தி பொருளாதார மண்டலம்
 - 5.5.4 வேதியியல் மற்ற படிமங்கள்
- 5.6 காரணி மாற்றத்தின் நெகிழ்ச்சி
- 5.7 அளவிலான வருவாய்க்கான சட்டங்கள்
 - 5.7.1 அளவை அதிகரிப்பதற்கு அதிகரிக்கும் காரணிகள்
- 5.8 உங்கள் முன்னேற்ற வினாக்களை சரிபார்க்கும் விடைகள்
- 5.9 திரட்டு
- 5.10 முக்கிய வார்த்தைகள்
- 5.11 சுய மதிப்பீட்டு வினாக்கள் மற்றும் பயிற்சிகள்
- 5.12 மேலும் படிக்க

அலகு 6 விலைவாசி உயர்வு – I

151-166

- 6.0 அறிமுகம்
- 6.1 நோக்கங்கள்
- 6.2 செலவுக்கான கருத்து
 - 6.2.1 நிதி செலவு கருத்துக்கள்
- 6.3 செலவு செயல்பாடு
- 6.4 பொருளாதாரம் மற்றும் அளவிலான பொருளாதாரங்கள்
 - 6.4.1 உள்நாட்டு பொருளாதாரங்கள்
 - 6.4.2 அளவிலான வெளிநாட்டு அல்லது நிதிச்சிக்கல்கள்
- 6.5 உங்கள் முன்னேற்ற வினாக்களை சரிபார்க்கும் விடைகள்
- 6.6 திரட்டு
- 6.7 முக்கிய வார்த்தைகள்
- 6.8 சுய மதிப்பீட்டு வினாக்கள் மற்றும் பயிற்சிகள்
- 6.9 மேலும் படிக்க

அலகு 7 விலைவாசி உயர்வு – II

167-176

- 7.0 அறிமுகம்
- 7.1 நோக்கங்கள்
- 7.2 விளிம்பு வருவாய் மற்றும் சராசரி விலை
 - 7.2.1 சிறந்த நிறுவனம் மற்றும் பிரதிநிதி நிறுவனம்
 - 7.2.2 பொருளாதாரம் செலவுகள் இயற்கை — வாய்ப்பு செலவு ஏள மெய்யான செலவு
- 7.3 உங்கள் முன்னேற்ற வினாக்களை சரிபார்க்கும் விடைகள்
- 7.4 திரட்டு
- 7.5 முக்கிய வார்த்தைகள்
- 7.6 சுய மதிப்பீட்டு வினாக்கள் மற்றும் பயிற்சிகள்
- 7.7 மேலும் படிக்க

அலகு 8 விலைவாசி உயர்வு – III

177-183

- 8.0 அறிமுகம்
- 8.1 நோக்கங்கள்
- 8.2 நிலையான கிரயங்கள் மாறக்கூடிய கிரயங்கள்.
 - 8.2.1 எல்லைக் கிரய குறிப்புக்கள்
 - 8.2.2 தொழிற்சாலையின் சமநிலை
- 8.3 தேர்வுநிலை சமநிலையின் விதிகள்
- 8.4 உங்கள் முன்னேற்ற வினாக்களை சரிபார்க்கும் விடைகள்
- 8.5 திரட்டு
- 8.6 முக்கிய வார்த்தைகள்
- 8.7 சுய மதிப்பீட்டு வினாக்கள் மற்றும் பயிற்சிகள்
- 8.8 மேலும் படிக்க

தொகுதி III: வட்டி பற்றிய விளக்கமும், சந்தை நடப்பும்

அலகு 9 வட்டியின் விளக்கங்கள்

184-197

- 9.0 அறிமுகம்
- 9.1 நோக்கங்கள்
- 9.2 வட்டி: காத்திருத்தலுக்காக அன்பளிப்பாக வட்டி
- 9.3 வணிகக் கடன்களை தீர்க்க முன்னுரிமை பற்றிய விளக்கம்

- 9.4 ஆதாயம், பொறுப்பு, மற்றும் நிச்சயமின்மை
 - 9.4.1 சாதாரண இலாபங்கள்
 - 9.4.2 அதிகமான எல்லை உற்பத்திகள் மற்றும் இலாபங்கள்
- 9.5 உங்கள் முன்னேற்ற வினாக்களை சரிபார்க்கும் விடைகள்
- 9.6 திரட்டு
- 9.7 முக்கிய வார்த்தைகள்
- 9.8 சுய மதிப்பீட்டு வினாக்கள் மற்றும் பயிற்சிகள்
- 9.9 மேலும் படிக்க

அலகு 10 சந்தை அமைப்புகளின் வகைகள்

198–203

- 10.0 அறிமுகம்
- 10.1 நோக்கங்கள்
- 10.2 சந்தை அமைப்புகள்: போட்டி வகைகள்
 - 10.2.1 சந்தை அமைப்பு பொருள் முக்கியத்துவம்
- 10.3 உங்கள் முன்னேற்ற வினாக்களை சரிபார்க்கும் விடைகள்
- 10.4 திரட்டு
- 10.5 முக்கிய வார்த்தைகள்
- 10.6 சுய மதிப்பீட்டு வினாக்கள் மற்றும் பயிற்சிகள்
- 10.7 மேலும் படிக்க

அலகு 11 மார்க்கெட் அமைப்புகளின் வகைகள்

204–246

- 11.0 அறிமுகம்
- 11.1 நோக்கங்கள்
- 11.2 சரியான போட்டியில் விலை நிர்ணயத்தல்
 - 11.2.1 சரியான போட்டி மற்றும் தூய போட்டி
- 11.3 தூய்மையான ஏக போக்கின் கீழ் விலை உறுதிபாடு
 - 11.3.1 காரணங்கள் மற்றும் ஏக போகங்களின் வகைகள்
 - 11.3.2 விலை மற்றும் வெளியீடு முடிவு: குறுகிய-இயக்க பகுப்பாய்வு
 - 11.3.4 நீண்ட இயக்கத்தில் ஏகபோக விலை. மற்றும் வெளியீடு முடிவு
- 11.4 ஏகபோகத்தின் கீழ் விலை பாரப்பட்சம்
 - 11.4.1 அளவுகளின் விலை பாரப்பட்சம்
- 11.5 ஏகபோக போட்டியின் கீழ் விலை மற்றும் வெளியீடு முடிவுகள்
 - 11.5.1 ஏக போகம் எதிராக சரியான போட்டி
 - 11.5.2 குறுகிய இயக்கத்தில் விலை மற்றும் வெளியீடு முடிவுகள்
 - 11.5.3 நீண்ட ஓட்டத்தில் விலை மற்றும் உறுதியளிப்பு
- 11.6 விலை போட்டி அல்லாத விற்பனை மற்றும் சமநிலை விற்பனை
 - 11.6.1 செலவு மற்றும் குழு சமநிலை விற்பனை
 - 11.6.2 சம்பர்லின் கோட்பாட்டின் விமர்சன மதிப்பீடு
- 11.7 விலை உயரிவு கீழ் விலை மற்றும் வெளியீடு முடிவுகள்
 - 11.7.1 முற்றூரிமை: வரையரை, ஆதாரங்கள்
 - 11.7.2 முற்றூரிமையின் ஆதாரங்கள்
 - 11.7.3 முற்றூரிமையின் அம்சங்கள்
 - 11.7.4 முற்றூரிமையின் மாதிரிகள்: ஒருகண்ணோட்டம்
 - 11.7.5 இரு நிறுவன ஏக போகம் மாதிரி: கோர்ணாட்டின் மாதிரி
 - 11.7.6 இரு தரப்பு ஏக போகம்
- 11.8 உங்கள் முன்னேற்ற வினாக்களை சரிபார்க்கும் விடைகள்
- 11.9 திரட்டு
- 11.10 முக்கிய வார்த்தைகள்

- 11.11 சுய மதிப்பீட்டு வினாக்கள் மற்றும் பயிற்சிகள்
- 11.12 மேலும் படிக்க

தொகுதி IV: வேர்கள் மற்றும் பொருளாதார பகுப்பாய்வு கோட்பாடு

அலகு 12 ஊதிய நிர்ணயம் கோட்பாடு

247–268

- 12.0 அறிமுகம்
- 12.1 நோக்கங்கள்
- 12.2 ஊதியக் கோட்பாடு: ஒரு கண்ணோட்டம்
 - 12.2.1 நிலையான மற்றும் சமச்சீரற்ற ஊதிய வேறுபாடுகள்
 - 12.2.2 உழைப்புத் தேவைக் கோர்வை அதிகரித்தல் தரமுயர்த்தல்
 - 12.2.3 கூட்டுப் பேரம்
- 12.3 உங்கள் முன்னேற்ற வினாக்களை சரிபார்க்கும் விடைகள்
- 12.4 திரட்டு
- 12.5 முக்கிய வார்த்தைகள்
- 12.6 சுய மதிப்பீட்டு வினாக்கள் மற்றும் பயிற்சிகள்
- 12.7 மேலும் படிக்க

அலகு 13 ஊதிய நிர்ணயம் கோட்பாடு

269–278

- 13.0 அறிமுகம்
- 13.1 நோக்கங்கள்
- 13.2 பற்றாக்குறை ஏள வேறுபாடு வாடகை
 - 13.2.1 பகுதி-வாடகை
- 13.3 பரிமாற்ற வருவாய் மீது உபரி போன்ற வாடகை
 - 13.3.1 பொருளாதார உபரி போன்ற வாடகை
- 13.4 உங்கள் முன்னேற்ற வினாக்களை சரிபார்க்கும் விடைகள்
- 13.5 திரட்டு
- 13.6 முக்கிய வார்த்தைகள்
- 13.7 சுய மதிப்பீட்டு வினாக்கள் மற்றும் பயிற்சிகள்
- 13.8 மேலும் படிக்க

அலகு 14 அளவுப் பொருளாதாரப் பகுப்பாய்வு

279–303

- 14.0 அறிமுகம்
- 14.1 நோக்கங்கள்
- 14.2 வருவாய் மற்றும் வேலை வாய்ப்பு கோட்பாடு
 - 14.2.1 பாரம்பரிய அணுகு முறை
 - 14.2.2 நவீன (கெயினியன்), அணுகு முறை
- 14.3 வருமானத்தின் சுற்றறிக்கை
- 14.4 தேசிய வருமானம்: கருத்துக்கள், வரையறை மற்றும் அதன் அளவீடு
- 14.5 உங்கள் முன்னேற்ற வினாக்களை சரிபார்க்கும் விடைகள்
- 14.6 திரட்டு
- 14.7 முக்கிய வார்த்தைகள்
- 14.8 சுய மதிப்பீட்டு வினாக்கள் மற்றும் பயிற்சிகள்
- 14.9 மேலும் படிக்க

முன்னுரை

ஒரு பொருள் அல்லது விஞ்ஞானத்தைப் படிக்கத் தொடங்கும் ஒரு மாணவரின் இயற்கை ஆர்வத்தை அதன் தன்மை மற்றும் நோக்கம் அறிந்து கொள்ள வேண்டும். இது போன்ற பொருளியல் மாணவர் 'பொருளாதாரம் என்றால் என்ன' மற்றும் 'அதன் பொருள் என்ன' என்று அறிய விரும்புகிறேன். வியக்கத்தக்க வகையில், இந்த கேள்விகளுக்கு துல்லியமான பதில் இல்லை. பொருளாதாரம் வரையறுக்க கடந்த 300 ஆண்டுகளில் பொருளாதார வல்லுனர்களால் செய்யப்பட்ட முயற்சிகள் பொருளாதாரத்தின் துல்லியமான மற்றும் உலகளாவிய ஏற்றுக்கொள்ளக்கூடிய வரையறையை வழங்கவில்லை. ஆடம் ஸ்மித் இருந்து பொருளாதார வல்லுனர்கள்—பொருளாதாரத்தின் தந்தை—நவீன பொருளாதார வல்லுனர்களுக்கு, தங்கள் சகாப்தத்தின் பொருளாதாரம் குறித்த தங்கள் கருத்துக்களைப் பொறுத்து, பொருளாதாரத்தை வேறுபட்டதாக வரையறுத்துள்ளனர். இவ்வாறு, பொருளாதாரம் அடிப்படையிலேயே மக்கள் தெரிவு செய்யும் நடத்தை பற்றிய ஆய்வு ஆகும். மக்களைத் தேர்ந்தெடுப்பது நடத்தை முறையானது அல்லது விஞ்ஞான ரீதியாக நடத்தப்படுகிறது. பொருளாதாரம் ஒரு சமூக விஞ்ஞானத்தின் நிலையை அளிக்கிறது.

வணிக மேலாளர்களின் அடிப்படை செயல்பாடு வணிக விஷயங்களில் சரியான முடிவுகளை எடுக்கவும், வளங்களை நிர்வகிக்கவும் ஒழுங்கமைக்கவும், மற்றும் முன்னரே தீர்மானிக்கப்பட்ட வணிக இலக்குகளை அடைவதற்கான நோக்கத்துடன் கிடைக்கக்கூடிய ஆதாரங்களை உகந்த முறையில் பயன்படுத்துவதாகும். இன்றைய உலகில், வியாபார உலகின் வணிக சிக்கல் மற்றும் வணிகச் சூழல் ஆகியவற்றின் காரணமாக வணிக முடிவெடுக்கும் செயல் மிகவும் சிக்கலான பணியாக மாறியுள்ளது. நவீன வியாபார சூழலின் மேலாதிக்க அம்சம் உள்நாட்டு மற்றும் சர்வதேச நிறுவனங்களின் மத்தியில் அதிகரித்துவரும் இடை-உறுதியான மற்றும் உள்-தொழில் போட்டி ஆகும். மிகவும் போட்டிமிக்க வணிக உலகில், வணிக இலக்குகளை அடைவது மட்டுமல்லாமல், வணிக நிறுவனங்களின் உயிர்வாழ்வும், வளர்ச்சியும் கூட வணிக முடிவுகளின் சரியான தன்மை மற்றும் அவர்களின் பயனுள்ள செயல்பாட்டை பொறுத்தது. எனவே, வணிக முடிவெடுக்கும் நுட்பங்கள் தாமதமாக தாமதமாக மாறிவிட்டன.

இந்த புத்தகம், பொருளாதார கொள்கைகள் பதினான்கு அலகுகளாக பிரிக்கப்பட்டுள்ளன. புத்தகம் சுய-வழிகாட்டல் முறைமை அல்லது சிம் வடிவமைப்பைக் கொண்டு எழுதப்பட்டிருக்கிறது, இதில் ஒவ்வொரு அலகு ஆரம்பிக்கப்பட்டதிலிருந்து தொடங்குகிறது, அதன்பிறகு குறிக்கோள்களின் வெளிப்பாடு உள்ளது. விரிவான உள்ளடக்கம் பின்னர் ஒரு எளிய மற்றும் ஒழுங்கமைக்கப்பட்ட முறையில் வழங்கப்படுகிறது, மூடப்பட்ட தலைப்புகள் பற்றிய மாணவர் புரிதல் சோதிக்க உங்கள் முன்னேற்றம் கேள்விகளை சரிபார்க்கவும். முக்கிய சொற்களின் பட்டியல், சுய மதிப்பீட்டு கேள்விகள் மற்றும் உடற்பயிற்சிகள் மற்றும் கூடுதல் வாசிப்புகளின் பட்டியல் ஆகியவை ஒவ்வொரு பகுதியினதும் முடிவான மறுபரிசீலனைக்காக வழங்கப்படுகிறது.

தொகுதி 1
நிர்வாகவியல் பொருளாதாரத்தின் அடிப்படைகள்

அலகு 1 பொருளாதாரத்தின் அடிப்படைக்
கருத்துக்கள்

குறிப்புகள்

அமைப்பு

- 1.0 அறிமுகம்
- 1.1 நோக்கங்கள்
- 1.2 பொருளாதாரத்தின் விடயங்கள்
- 1.3 பொருளாதாரத்தின் நோக்கம், முறை
 - 1.3.1 பொருளியல் என்பது நேர்மறையான, இயல்பான அறிவியல் ஆகுமா?
 - 1.3.2 பொருளியல் கண்டறியும் முறைமை: பொருளியல் நிபுணர்கள் என்ன, எப்படிச் செய்கின்றார்கள்
- 1.4 பொருளாதாரப் பிரச்சினை: பற்றாக்குறை, தேர்வு
- 1.5 வாசிப்பு, வரைபடங்களுடன் வேலை செய்தல்
- 1.6 உங்கள் முன்னேற்ற வினாக்களைச் சரிபார்க்கும் விடைகள்
- 1.7 திரட்டு
- 1.8 முக்கிய வார்த்தைகள்
- 1.9 சுய மதிப்பீட்டு வினாக்கள் மற்றும் பயிற்சிகள்
- 1.10 மேலும் படிக்க

1.0 அறிமுகம்

ஏற்கனவே திட்டமிடப்பட்ட வணிக இலக்குகளை அடையவேண்டுமென்ற நோக்கத்துடன் கிடைக்கக்கூடிய வளங்களை உகந்த அளவுக்குப்பயன்படுத்தி, வளங்களை நிர்வகிக்கவும் ஒழுங்கமைக்கவும் வணிகவிடயங்களில் பொருத்தமான முடிவுகளை எடுத்தலே, ஒரு வணிக மேலாளர்க்கான அடிப்படைச்செயல்பாடு ஆகும். வணிக உலகில் எப்பொழுதும் வளர்ந்து வரும் வணிகச்சிக்கலினாலும், வணிகச்சூழலினாலும் வணிகமுடிவெடுத்தல் என்பது மிகவும் சிக்கலானதொரு பணியாக இன்றையப்பொழுதினில் ஆகிவிட்டது. உள்நாட்டு, பன்னாட்டு வணிக நிறுவனங்களுக்கிடையிலான, தொழிற்சாலைகளுக்கிடையிலான போட்டி எப்பொழுதும் வளர்ந்து வருதலே நவீன வணிகச்சூழலின் முக்கியம்சம் ஆகும். உயர்தரமான வணிகப்போட்டி உலகில், வணிக இலக்குகளை அடைவது மட்டுமின்றி, அந்த வணிகம் தொடர்ந்து நிலைத்திருத்தல் மற்றும் அதன் வளர்ச்சி என்பது பொருத்தமான வணிகமுடிவுளும், அதன் செயலாக்கங்களின் மீதே அதிகமாகச் சார்ந்திருக்கின்றன. ஆகையால், வணிக முடிவெடுக்கும் நுட்பம் மற்றும் செயல் முறைகள் பின்னர் வியக்கத்தக்க அளவில் மாறிவிட்டன. பொருளாதாரத்தர்க்கம், முறைமை, கருத்துக்கள், கோட்பாடுகள், பொருத்தமாகவும் செய்யத்தக்கனவாகவும் அடையக்கூடிய வணிக முடிவுகளே வணிகமுடிவெடுத்தலின் நவீனநுட்பங்களின் முக்கியமான அம்சங்களின் ஒன்றாக ஆகிவிட்டன. ஆகையால், பொருளாதார அறிவியலின் வேலை

அறிவுடைமை என்பது மேலாளர்கட்கு ஓர் இன்றியமையாத முக்கியமான அடிப்படைக் கூறாகிவிட்டது. பொருளாதாரத்தின் நோக்கம், முறைமைகளும் பாடம் பற்றிய விடயம் ஆகியனவற்றின் மீதான ஆய்வுகளுடனே இந்த அலகுத் தொடங்கும். பற்றாக்குறை மற்றும் தெரிவு நிலைப்பற்றிய கோட்பாடுகளும் ஆய்வு செய்யப்படும்.

1.1 நோக்கங்கள்

இந்த அலகை நீங்கள் படித்து முடித்த பின்பு உங்களால்,

- பொருளியல் வரையறுக்க முடியும்
- பொருளியல் படிப்பதற்கான தேவையை விளக்க முடியும்
- பொருளியலின் நோக்கம் மற்றும் முறைமை பற்றி விவாதிக்க முடியும்
- வரைபடங்களுடன் எப்படிப் படிப்பது மற்றும் வேலை செய்வது என்பதை விளக்க முடியும்.

1.2 பொருளாதாரத்தின் விடயங்கள்

ஒரு பாடத்தை அல்லது அறிவியலைப் படிக்கத் தொடங்கும் ஒரு மாணவரின் இயற்கை ஆர்வம் என்பது அவரின் படிப்பின் பொருள் அதன் இயல்பு மற்றும் நோக்கம் பற்றி அறிவதாக இருக்க வேண்டும். இது போன்றதில், ஒரு பொருளியல் பாடம் படிக்கும் மாணவர், பொருளியல் என்றால் என்ன மற்றும் பொருளியல் பாடத்தின் கரு என்ன என்று அறிய விரும்ப வேண்டும். வியக்கத்தக்க வகையில், இந்தக் கேள்விகளுக்குத் துல்லியமான பதில் இல்லை. துல்லியமானதும் உலகளாவிய ஏற்றுக் கொள்ளத்தக்கதுமான வரையறையைப் பொருளியலைப் பற்றிக் கடந்த 300 ஆண்டுகளாகப் பொருளியல் நிபுணர்களால் பொருளியற் பற்றிய வரையறைக்குச் செய்யப்பட்ட முயற்சிகள் எந்த விளைவுகளையும் எட்டவில்லை. பொருளியலின் தந்தை என்று அழைக்கப் பெற்ற ஆதம் ஸ்மித் முதல் இன்றைய நவீனப் பொருளியல் நிபுணர்கள் வரை அவரவர் காலங்களுக்கான பொருளியற் பாடத்தில் அவரவர்களின் சொந்தக் கருத்துக்களைச் சார்ந்தே பொருளியலை வரையறுத்து உள்ளனர். எடுத்துக்காட்டு: ஆதம் ஸ்மித் (1776) பொருளாதாரத்தை வரையறுத்தார் இவ்வாறு தேசங்களின் செல்வங்களின் காரணங்கள் இயல்புக்கான ஓர் ஆய்வு என்றார். சற்றே ஒன்றரை நூற்றாண்டுகட்குப் பின்னர், எக்காலத்திற்குமானப் பெரும் பொருளியல் நிபுணரான ஆல்ப்ரட் மார்ஷல் பொருளியலைச் சற்று வேறுபாடாக வரையறுத்தார். ஆல்ப்ரட் மார்ஷல் (1922)யைப் பொருத்த வரையில், வாழ்க்கையின் சாதாரண வணிகத்தில் மனிதகுலத்தை ஆய்வு செய்தல் அது தனிப்பட்ட நபரின் மற்றும் சமூகத்தின் நடவடிக்கையின் பகுதியை ஆய்வு செய்கிறது. நலமுடன் வாழ்வதற்கான பொருட் தேவைகளின் பயன்பாட்டுடனும் அதனை அடைவதற்கான முயற்சியுடனும் தொடர்புடையதுமானத் தனிப்பட்ட நபரின் மற்றும் சமூகத்தின் நடவடிக்கையின் பகுதியை ஆய்வு செய்கிறது. லயோனல் ராபின்ஸ் (1932) மிகவும் துல்லியமாக அதனை வரையறுத்திருக்கின்றார். பொருளியல் என்பது ஓர் அறிவியல் வேறொரு பகரமான பயன்பாடு இருக்கும் வண்ண முடிவுக்கும் அச்சுறுத்தலுக்கும் இடையிலான உறவு பற்றிய மனித நடத்தை ஒழுக்கங்களைப் படிக்கின்றது. இன்னும்

வேறு எண்ணிக்கையில் பொருளியல் கல்வியில் பொருளியல் பற்றிய வரையறைகளை ஒருவர் காணலாம். எப்படியாயினும், எந்தவொரு பொருளியல் வரை முறைகளும் பொருளியல் என்றால் என்ன என்பது பற்றிய வெளிச்சத்தைத் தன் வரையறைகளில் பாய்ச்சிருந்தாலும் நவீனப் பொருளியற் பாடத்தின் விடயங்கள் முழுமையாகக் கைப்பற்றவில்லை.

பொருளியல் அறிவியல் படிப்போ அல்லது வேறெந்த அறிவியல் பாட விடயங்களின் படிப்போ அதன் மீதான வேலை வரையறைகளைப் பற்றித் தொடங்க வேண்டும். இது சம்பந்தமாக, எதுவெல்லாம் பொருளியல் பாடத்திட்டமாக இருக்க வேண்டுமென்று ராபின்ஸ் சிந்தனைச் சொல்லுதோ அவற்றை எல்லாம் விட மிக அதிகத் தொலைவுக்கு அப்பால் நவீனப் பொருளியற் சென்றாலும் கூட, அதிகமான பொருளியல் பாடங்கள் ராபின்ஸ் உடையப் பொருளியல் வரையறைகளையே பின்பற்றுகின்றன. பொருளியற் பாடத்தில் ராபின்ஸ் உடையக் கருத்தைப் பார்ப்போமாக: மேலும் அது எவ்வளவு தூரம் அவரின் கருத்தினுக்கு அப்பாற் செல்கிறது என்றும் பார்ப்போமாக.

பொருளியல் ஒரு சமூக அறிவியல் ஆகும்

பொருளியல் ஒரு சமூக அறிவியலாகி மக்களின் பொருளாதாரநடத்தை ஒழுக்கத்தையும் அதன் பின் விளைவுகளைப்பற்றியும் படிக்கிறது.

பொருளியல் நடத்தை ஒழுக்கம் என்றால் என்ன? தனிநபர் அல்லது சமூகத்தின் பொருளியல் வாய்ப்புகளின் பரிணாம வளர்ச்சியைச் செயலாக்கப்படுத்துதலே பொருளியல் நடத்தை ஒழுக்கம் ஆகும். மற்றும், வளங்களை வழங்கியதன் மூலம், சிறந்த வாய்ப்புகளைத் தேர்ந்தெடுப்பது இந்தப் பொருளியல் நடத்தை ஒழுக்கத்திற்குப் பின்னால் இருக்கும் புறநிலை, கிடைக்கக்கூடிய வளங்கள் மற்றும் வாய்ப்புகளைக் கொண்டு இலாபங்களை அதிகரிக்க வேண்டும். அவர்களின் வளங்களைக் கொண்டு இலாபங்களை அதிகரிக்கும் முயற்சிகளில், மக்கள் தங்களின் வளங்களைப் பயன்படுத்துவதிலும், மேலும் அவர்களின் உழைப்பின் வருவாய்களைச் செலவு செய்வதிலும் மக்கள் அதிகமான தெரிவுகளைச் செய்ய வேண்டும். மக்கள் (தனிநபர், குடும்பங்கள், நிறுவனங்கள், அரசு) எப்படி முடிவெடுப்பவர்களாகித் தங்களின் வளங்களைப் (நிலம், உழைப்பு, முதலீடு, அறிவாற்றல் மற்றும் திறன்கள் தொழிற்றுட்பம், காலம், இடம், மற்றுமுண்டானவைகள்) பயன்படுத்துதல் பற்றிய தெரிவுகளைச் செய்து தங்களின் வருவாயை அதிகப்படுத்துதல், மேலும் அவர்களே நுகர்வோர்களாகி அவர்களின் மொத்தப் பயன்பாட்டை அதிகரிக்க எப்படி முடிவெடுக்கின்றார்கள் என்பதைக் கவனிக்கவும், விளக்கவும், கணிக்கவும் செய்தலே பொருளியலின் அடிப்படைச் செயற்பாடாகும். இவ்வண்ணமே, பொருளியல் என்பது அடிப்படையாக மக்களின் தெரிவு செய்தல் நடத்தை ஒழுக்கத்தைப் பற்றிப் படித்தலாகும். மக்களின் தெரிவு செய்தல் நடத்தை ஒழுக்கத்தைப் பற்றி முறைப்படுத்தப்பட்ட அல்லது அறிவியல் முறையில் படிக்கப்படுகின்றது. இதுவே பொருளியலுக்குச் சமூக அறிவியல் தரத்தை அளிக்கிறது. பொருளியல் பகுப்பாய்வின் நோக்கத்திற்காக முடிவெடுக்கும் திறனைப் பொருத்து மக்கள் தனிநபர்கள், குடும்பங்கள், நிறுவனங்கள், சமூகம் என்றும், மேலும் அவர்களின் பொருளியல் செயற்பாடுகளின்

குறிப்புகள்

குறிப்புகள்

இயல்பைப் பொருத்து நுகர்வோர்கள், உற்பத்தியாளர்கள், உரிமையாளர்கள், பொருளியல் மேலாளர்கள் .அதாவது, அரசு என்றும் வகைப்படுத்தப்படுகின்றனர். நுகர்வோர்களாக, தனிநபர்களும், குடும்பங்களும் தன் சொந்த வருவாயைக் கொண்டு என்ன பயன்படுத்த வேண்டும் எப்படிப் பயன்படுத்த வேண்டும் என்பதை முடிவெடுக்க வேண்டும். அவர்கள் தான் இந்த முடிவை எடுக்க வேண்டும். ஏனென்றால், நுகர்வோர் என்போர் இயல்பாகவே பயன்பாட்டை அதிகப்படுத்துபவர்களாக இருக்கின்றனர். மேலும் எந்தப் பொருளையும் எந்த அளவிலும் பயன்படுத்தலானது அவர்களின் இலாபத்தை, திருப்தியை அதிகப்படுத்தாது. உற்பத்தியாளர்களாக, நிறுவனங்களாக, பண்ணைகளாக, தொழிற்சாலைகளாக, கடை உரிமையாளராக, வங்கிகளாக, போக்குவரத்து உரிமையாளராக, உள்ளவர்கள், என்ன உற்பத்திச் செய்வது எவ்வளவு உற்பத்திச் செய்வது எப்படி உற்பத்திச் செய்வது என்பதைத் தெரிவு செய்ய வேண்டும். ஏனென்றால், அவர்களும் கூட இலாபத்தை அதிகப்படுத்துபவர்கள், மேலும், எந்தவொரு தொழிற்றுட்பத்தைப் பயன்படுத்தி எந்தப் பொருளையும் எந்த அளவுக்கும் உற்பத்திச் செய்தாலும் இலாபங்களை அதிகப்படுத்த இயலாதவர்கள். தொழிலாளிகள், மாற்றுத்தொழில்கள், பணியிடங்கள் ஆகியவற்றிற்கிடையில் தெரிவு செய்தாக வேண்டும். ஏனென்றால், எந்தவொரு தொழிலும், எந்தவொரு பணியிடத்திலும் அவர்களின் வருவாயை அதிகப்படுத்தாது. இதே போன்று, அரசு என்பது யாருக்கு வரி விதிக்க வேண்டும் எப்படி வரி விதிக்க வேண்டும் எவ்வளவு செலவு செய்ய வேண்டும் எப்படிச் செலவு செய்ய வேண்டும் என்று தெரிவு செய்ய வேண்டும். அதன் காரணியமாக, கொடுக்கப்பட்ட சமூகச் செலவிற்குத் தகுந்தவாறுச் சமூக நலன் அதிகப்படுத்தப்படுகிறது.

இப்படியாக, இலாபங்களை அதிகப்படுத்தும் நோக்கத்துடன் உற்பத்திச் செய்வதற்கும், பண்டம் பொருட்கள் சேவைகளை நுகர்வதற்கும் அவர்களின் முடிவில்லாத தேவைகளில் திருப்தி அடைவதற்கும் மக்கள் தங்களின் வரையறுக்கப்பட்ட வளங்களை எப்படி ஒதுக்கீடு செய்கின்றார்கள். என்ற ஆய்வே பொருளியல் ஆகும்.

உங்கள் முன்னேற்றத்தைச் சோதிக்க:

1. ஆடம் ஸ்மித் பொருளாதாரத்தை எவ்வாறு வரையறுத்தார்?
2. ஒரு சமூக அறிவியல் ஆய்வாகப் பொருளியல் என்ன செய்கிறது?

1.3 பொருளாதாரத்தின் நோக்கம், முறை

மேலே குறிப்பிடப்பட்டுள்ளபடி, பொருளாதாரத்தின் நோக்கம் துல்லியமாகக் குறிக்கப்படவில்லை, அது அவ்வண்ணமே என்றும் புலனாகிறது. எனினும், இன்றையப் பொழுதில் அறிந்த வண்ணம், பொருளியலின் நோக்கம் என்பது பொருளியலின் அடிப்படைக் கோட்பாட்டை விரிவுபடுத்தியிருக்கின்றது. போருக்குப் பிந்தைய காலகட்டத்தில், நவீனப் பொருளியல் இரண்டு பிரதானமான கிளைகளாகப் பிரிக்கப்பட்டுள்ளன. அவைகள் நுண்ணளவுப்பொருளியல், பெருநிலைப் பொருளியல் ஆகும். நுண்ணளவுப் பொருளியல், பெருநிலைப்

பொருளியல் ஆகியவற்றின் பொருள் மற்றும் அணுகு முறைகளின் ஒரு சுருக்கமான விளக்கம் பின்வருமாறு:

பொருளாதாரத்தின் அடிப்படைக் கருத்துக்கள்

நுண்ணளவுப் பொருளியல்:

நுண்ணளவுப் பொருளியல் என்பது பொருளியல் ஒழுங்கு முறையின் பல வேறு அம்சங்களை நுண்ணளவு ஆய்வு செய்தலாகும். மேலும் அது ஒட்டு மொத்த ஒழுங்கு முறைக்கானதன்று. லெர்னரின் கூற்றுப்படி, நுண்ணளவுப் பொருளியல் என்பது, நுண்ணோக்கி வழியாகப் பொருளியலைப் பார்ப்பதில் அடங்கும் பொருளியல் எனும் உடம்பில் அதன் இரத்த அணுக்களான தனி நபர்கள் அல்லது குடும்பங்கள், நுகர்வோர்களாக மேலும் தனிநபர்கள் அல்லது நிறுவனங்கள் உற்பத்தியாளர்களாகப் பொருளியல் எனும் ஓர் உயிரினத்தின் செயல்பாட்டில் அவரவர்கள் தங்களின் பங்களிப்புப் பணியாற்றுகின்றார்கள். இப்படியாகத் தனிப்பட்ட நுகர்வோர், உற்பத்தியாளர், தனிப்பட்ட பொருளாதார மாறுபாடுகள் அதாவது தனிப்பட்ட பொருள், சேவைகளின் உற்பத்தி மற்றும் விலை நிர்ணயம் ஆகியவற்றின் பொருளியல் நடத்தை ஒழுக்கத்தைப் பற்றிய ஆய்வாகும். நுகர்வோர்களும், உற்பத்தியாளர்களும் எப்படித் தங்களின் தெரிவுகளைச் செய்கின்றார்கள் என்பதையும் சந்தையின் தேவை மற்றும் வழங்கலில் அவர்களின் முடிவெடுத்தல் மற்றும் தெரிவுகளின் தாக்கம் எவ்வாறு உள்ளது என்பதையும் சந்தையில் பொருள் மற்றும் சேவைகளின் விலை நிர்ணயித்தலில் நுகர்வோர்களும் உற்பத்தியாளர்களும் எப்படித் தொடர்பு கொண்டுச் செயலாற்றுகின்றார்கள் என்பதையும், வேறுபட்ட சந்தை அமைப்புகளுடன் விலைகள் எப்படி உறுதிப்படுத்தப்படுகின்றன என்பதையும் மேலும் உற்பத்திக்கு வழங்கும் காரணிகளான நிலக்கிழார்கள், தொழிலாளிகள், முதலீடு செய்பவர்கள் மற்றும் தொழில் அதிபர்கள் ஆகியோர்களுக்கிடையில் ஒட்டு மொத்த வெளிப்பாடுகளும் எவ்வாறு பங்கிடப்படுகின்றன என்பதையும், நுண்ணளவுப் பொருளியல் ஆய்வு செய்கிறது. சுருங்கக்கூறின், நுகர்வோர் நடத்தை ஒழுக்கக்கோட்பாடு, உற்பத்தி மற்றும் உற்பத்திச் செலவுக்கோட்பாடுகள், பொருள்பண்டம் கோட்பாடு, மற்றும் காரணி விலையிடல் வெளிப்பாட்டிற்கான திறமையான ஒதுக்கீடு, மேலும் உற்பத்திக் காரணிகள் (நலன் புரி பொருளியல்) என்று அழைக்கப்பெறும். ஆகியன நுண்ணளவுப் பொருளியலை உண்டாக்குகின்றன.

குறிப்புகள்

பெருநிலைப் பொருளியல்:

பெருநிலைப் பொருளியல் என்பது ஒப்பீட்டளவில் பொருளியலின் புதிய கிளையாகும். கெயன்ஸ் தி ஜெனரல் தியரி ஆஃப் எம்ப்ளாய்மெண்ட், இண்ட்ரஸ்ட் அண்ட் மணி (வேலை வாய்ப்பு, வட்டி, பணம் பொதுக்கோட்பாடு (1936) என்ற நூலின் வெளியீட்டிற்குப் பின்னரே அந்தப் பெருநிலைப் பொருளியல் என்பது பொருளியலின் தனிக் கிளையாகத் திடப்படுத்தப்பட்டது. பொருளியலின் வேலை மற்றும் செயல்திறனை ஒட்டு மொத்தமாக ஆய்வு செய்வது பெருநிலைப் பொருளியல் ஆகும். தேசியவருவாய், மொத்தநுகர்வுகள், சேமிப்புகள், முதலீடு, மொத்தவேலைவாய்ப்பு, பொதுவான விலை நிலவரம் மற்றும் நாட்டின் தொகை செலுத்தல் நிலுவை ஆகியனவற்றை உள்ளடக்கிய தேசியமொத்தம் என்பவற்றின் நடத்தை ஒழுக்கத்தை ஆய்வு செய்வதே பெருநிலைப் பொருளியல் ஆகும். பௌல்டின் கூற்றுப்படி, இயற்கை (இயல்பு), தேசிய மொத்தத்தின் உறவுகள் மற்றும் நடத்தைகள், மற்றும்

சுயகற்பித்தல் பொருள்

குறிப்புகள்

பொருளியல்திறனின் சராசரிகள் ஆகியனவற்றை ஆய்வு செய்வதே பெருநிலைப் பொருளியல் ஆகும். கீழ்க்காணும் வார்த்தைகளில் அவர் நுண்ணளவுப் பொருளியலையும் பெருநிலைப் பொருளியலையும் வேறுபடுத்திகின்றார். நுண்ணளவுப் பொருளியல் என்பது தனிப்பட்ட அளவீடுகள் கொண்டதன்று ஆனால் இந்த அளவீடுகளின் மொத்தமாகும். தனி நபர்களின் இந்த அளவுகளின் கூட்டு தனிப்பட்ட வருவாயோடு அல்ல. மாறாக, தேசிய வருவாயுடன் தனிப்பட்ட விலைகளோடு பெருநிலை பொருளாதாரம் இல்லை. ஆனால் விலை நிலவரங்களால், தனிப்பட்ட வெளிப்பாட்டினால் ஆனால் தேசிய வெளிப்பாட்டினால், இன்னும் முக்கியமாக, தேசிய ஒட்டு மொத்த நிலையற்ற மாறிகளுக்கும், எவ்வாறு ஒட்டு மொத்த மாறிகள் தனக்குள்ளே ஒன்றுக்கொன்றுத் தொடர்பு கொண்டு தீர்மானிக்கின்றன என்பதற்கும் இடையில் உள்ள உறவு பற்றிப்பகுப்பாய்வு செய்கிறது. பொது வருவாய்க்கும், பொதுச் செலவினங்கள், அரசின் பொருளியல் நடவடிக்கைகள் மற்றும் பொருளியல் கொள்கைகள் ஆகியனவற்றிற்கும் இடையில் உள்ள தாக்கத்தையும் ஆய்வு செய்கிறது. பன்னாட்டு வியாபாரத்தின் செல்வாக்கு விளைவுகள், மற்றும் பிற பொருளியல் உறவுகள் அடிப்படைப் பொருளியல் கோட்பாடுகளுக்கிடையில் உள்ளனவற்றை ஆய்வு செய்தல் என்பதே பெருநிலைப் பொருளியலின் முக்கியமானத் தோற்றமாகும்.

நாடுகள்: பொருளியல் நிகழ்வுகளின் இந்த அம்சங்களை ஆய்வு செய்தலே பெருநிலைப் பொருளியலின் முக்கியமான கருக்களாக இருக்கின்றன.

பொருளாதார ஆய்வுகளின் சிறப்புக் கிளைகள்

நுண்ணளவுப் பொருளியல் மற்றும் பெருநிலைப் பொருளியலுக்கும் கூடுதலாக, நுண்ணளவுப் பொருளியல் மற்றும் பெருநிலைப் பொருளியலின் உறுதியான நம்பகமான அம்சங்களைப் பற்றிய தீவிர, விரிவான ஆய்வுகளுக்கான வளர்ந்து வரும் தேவைகளின் விளைவாக அதிகமான பொருளியலின் சிறப்புக் கிளைகள் காலப்போக்கில் வந்திருந்திருக்கின்றன. பொருளியல் ஆய்வின் பெருஞ் சிறப்புத்துறைகளின் சிலவற்றை அவற்றின் பொருள் பற்றிய விளக்கத்துடன் கீழே பட்டியலிடப்படுகின்றன:

1. பொருளியல் வளர்ச்சி மற்றும் ஒரு நாட்டின் வளர்ச்சி, வளர்ச்சியின்மையின் காரணங்கள், குறைவாக வளர்ந்த நாடுகளிலுள்ள வேலையின்மை மற்றும் வறுமை வளர்ச்சி வேகத்தை விரைவுபடுத்துவதில் உண்டாகும் பிரச்சினைகள் மேலும் வேலைவாய்ப்பு மற்றும் பொருளியலில் உயர்வானதும் நிலையானதுமான வளர்ச்சி விகிதத்தை எட்டுவதற்கான கொள்கை நடவடிக்கைகளை அறிவுறுத்தல் ஆகியவற்றைத் தீர்மானிக்கின்ற காரணிகளைக் கொண்டே பொருளியல் வளர்ச்சியைக் கையாள்கிறது.
2. அரசின் பொருளியல் பங்களிப்பு, அரசின் வருவாயாதாரங்கள், அரசின் நிதிக்கொள்கை, வரிவிதிப்பு மற்றும் பொதுத்துறைச் செலவினங்களின் விளைவுகள், நிதிநிலையறிக்கையின் நிதிக்கொள்கையின் பற்றாக்குறைகட்கான காரணங்களும் விளைவுகளும் (ஏதேனுமிருந்தால்) பொதுத்துறைப் பொருளியல் நடவடிக்கைகளின் விளைவுகளுக்கான நியாயம் ஆகியனவற்றைச் சோதிப்பதே பொதுத்துறைப் பொருளியலாகும்.

3. பணத்தேவை மற்றும் வழங்கல் உள்ளடக்கிய நாட்டின் பணவிவகாரங்கள், பணச்சந்தையின் செயற்பாடு, கடன் மற்றும் நிதி அமைப்பு, மேலும் பணத்துறையின் மேலாண்மை ஆகியனவற்றை ஆய்வு செய்வதே பணவியல் பொருளியல் ஆகும்.
4. பொருட்கள் பண்டங்கள், சேவைகளின் பன்னாட்டு வியாபாரங்களுக்கான காரணங்களும் விளைவுகளும், பன்னாட்டு முதலீட்டோட்டம், பன்னாட்டு நிதி நிறுவனங்கள், தொகைச் செலுத்த நிலுவைகள் கட்டணச் சமநிலை, மேலும் பன்னாட்டுக் கட்டண அமைப்பு ஆகியனவற்றை ஆய்வு செய்வதே பன்னாட்டுப் பொருளியல் ஆகும்.
5. நாட்டின் தொழிற்துறையின் (நிறுவனங்கள் மற்றும் தொழிற்சாலைகள்) பணிகள், வளர்ச்சி ,கட்டமைப்புகள், தொழிற்சாலைகளின் மேலாண்மை மற்றும் அமைப்புகள், தொழில் வளர்ச்சியின் பிரச்சினைகளும், வாய்ப்புகளும் ஆகியனவற்றை ஆய்வு செய்வதே தொழிற்துறைப் பொருளியல் ஆகும்.
6. பொருளியலின் ஒரு பகுதியாகத் தொழிலாளர்கள் சந்திக்கும் பிரச்சினைகள் மற்றும் தொழிற்சங்கங்களுடன் தொடர்புடைய பிரச்சினைகள், தொழிலாளர் உற்பத்தித் திறன் மற்றும் கூலிகள், உழைப்புச் சுரண்டல், தொழிலாளர் நலத்திட்டங்கள், மேலும் தொழிலாளர் சட்டங்களும் அதன் விளைவுகளும் ஆகியனவற்றைச் சோதிப்பதே உழைப்புப் பொருளியல் ஆகும்.
7. ஒரு கருதுகோளை அனுமானங்களைப் பரிசோதிப்பதற்கான ஒரு பார்வையுடன், சார்பு மாறிகள் ,சார்பற்ற மாறிகளுக்கிடையிலான உறவு மற்றும் சுதந்திரம் ஆகியவற்றின் மீது பொருளாதாரத் தரவுகளைப் பயன்படுத்தும் புள்ளியல், கணக்கியல் நுட்பங்களைப் பற்றி ஆய்வு செய்வதும் மேலும் பொருளியல் கொள்கைகளின் விளைவுகளை அளவிடுதலும் பொருளியல் அளவீடு ஆகும்.
8. ஒரு நாட்டின் அல்லது நாடுகளின் ஒரு குழுமத்தின் கடந்த காலப் பொருளியல் வரலாற்றையும், மேலும் பெரிய வரலாற்று ரீதியான பொருளியல் நிகழ்வுகளையும் (காட்டு: தொழிற்புரட்சி) ஆய்வு செய்வதே பொருளியல் வரலாறு ஆகும்.
9. பொருளியல் சிந்தனைகள், கருத்துக்களின் பரிணாம வளர்ச்சி மற்றும் வளர்ச்சி, அவைகளின் பிண்ணனி, அவைகளின் தர்க்கம், குறைபாடுகள் ஆகியனவற்றை ஆய்வு செய்வதே பொருளியல் சிந்தனை வரலாறு ஆகும்.
10. பொருளியல் அமைப்புகள், (முதலாளித்துவ அல்லது சந்தைப் பொருளியல் சமூகவியல் பொருளியல் அல்லது உறுதியானத் திட்டமிடப்பட்ட கலப்புப் பொருளியல் அமைப்புகள்) அவைகளின் நன்மைகள் தீமைகளை, மேலும், அவைகளின் பலமான , பலகீனமான கருத்துக்களை மற்றும் அவைகளின் சமூக விருப்பத்தைப் புரிந்து கொள்ளுதல் ஆகியனவற்றை ஒப்பீட்டாய்வு செய்தலே ஒப்பீட்டுப் பொருளியல் ஆகும்.
11. ஒரு நாட்டின் பல பிராந்தியங்களின் வளர்ச்சியைப் பற்றி ஆய்வு செய்தல், பிராந்தியங்களின் வளர்ச்சியில் உண்டாகும் ஏற்றத் தாழ்வுகளை உற்று

குறிப்புகள்

குறிப்புகள்

நோக்குதல், கிராமப் பொருளாதாரத்தை விடவும் நகரப் பொருளாதாரம் ஏன் வளர்ச்சியில் வேகமாக உள்ளது என்பதைச் சோதித்தல், ஆகியனவற்றை ஆய்வு செய்வதே பிராந்தியப் பொருளியலாகும்.

12. நிதித்துறை பின் வளர்ச்சி மற்றும் பணிகள் குறிப்பாகத் தொழில் மற்றும் முதலீட்டுச் சந்தைகளின் நிதித் தேவைகட்கு நிதியளிக்கும் நிதி நிறுவனங்கள் பற்றிய சம்பந்தமானதும், தொழிற்துறையின் பணி மற்றும் வளர்ச்சிகளைப் பாதிக்கும் வண்ணம் நிதி நிறுவனங்களிலுண்டாகும் ஏற்ற இறக்கங்களை ஆய்வு செய்வதும் ஆகியனவே தொழிற்துறைப் பொருளியல் ஆகும்.
13. நாட்டின் இயற்கைச் சூழலை அழிவின்றி வளர்ச்சியின் பால் தாக்கம் உண்டாக்கும் தொழில் வளர்ச்சியையும், உலகச் சுற்றுச்சூழல் மற்றும் உலக வெப்ப மயமாகுதலின் காரணங்கள் ,தட்ப வெப்பநிலைகள் ஆகியவற்றை எப்படி உலகத் தொழில் வளர்ச்சியின் தாக்கம் இருக்கும் என்பதைப் பற்றியும் சோதிப்பதும் சுற்றுச்சூழல் பொருளியலாகும்.
14. பொருளியல்கோட்பாடுகள், கருத்துக்கள், தத்துவங்கள், பகுப்பாய்வின் கருவிகள், எப்படி வணிக முடிவெடுத்தலில் பயன்படுத்த முடிகின்றன என்பதை ஆய்வு செய்வதல், மேலும் நாட்டின் வணிகச்சூழலைப் புரிந்து கொள்ளுதல் ஆகியனவே மேலாண்மைப் பொருளியல் ஆகும்.

வெளிப்படையாகப் பொருளியலின் நோக்கமென்பது மிகவும் விரிவானதாகும். மேற் கூறியனவற்றிற்கும் மேலாக மேலும் சிலவற்றை இங்குக் குறிப்பிடலாம். தர்க்கம், பகுத்தறிவு, கருவிகள், நுட்பங்கள், பகுப்பாய்வுக் கட்டமைப்பிலிருந்து பொருளியல் வியத்தகுப் பகுப்பாய்வு வரைக்கும் உருவாக்குவதும், மேலும் பொருளாதார நிலைமையில் ஏற்படும் மாற்றங்களின் பின் விளைவுகளை முன்கூட்டியே கணிப்பதும் ,கூடுதலானவைகளாகும். இதன் மூலம் இவ்வண்ணம் முடிவாகக் கூறலாம் அதாவது, மக்களின் பொருளியல் நடத்தை ஒழுக்கத்தை, நுண்ணளவு மற்றும் பெருநிலைப்பொருளியலில் அதன் பின் விளைவுகளை ஆய்வு செய்யும் ஓர் அறிவியலே பொருளியலாகும். பொருளியல் நிகழ்வுகளுக்கிடையில் காரணங்களுக்கும் விளைவுகளுக்கும் உறவின் தாக்கத்தை வெளிக்கொணர்வதும் இந்தப் பொருளியலே ஆகும். பொருளியல் வியத்தகுப் பகுப்பாய்வுக்கான கருவிகளையும் நுட்பங்களையும், மேலும் பொருளியல் நிகழ்வுகள் அல்லது பொருளியல் பின் விளைவுகளை முற்கூட்டியே தீர்மானிப்பதற்கான அடிப்படைகளையும் பொருளியல் வழங்குகிறது. வியத்தகுப் பொருளியல் நிகழ்வுகளைத் திட்டமிட்டபடியும் முறைப்படுத்தப்பட்டபடியும் ஆய்வு செய்வது பொருளியலே ஆகும். ஒரு சமூக அறிவியலின் தரத்தைப் பங்களிக்கும் வண்ணம் அறிவியல் சார்ந்த விசாரணையைப் பொருளியல் மேற்கொள்கிறது.

1.3.1 பொருளியல் என்பது நேர்மறையான, இயல்பான அறிவியல் ஆகுமா?

உண்மையில் நடந்தது அல்லது உண்மையில் இருப்பது ஆன நிகழ்வுகளை ஆய்வது ஒரு நேர்மறையான அறிவியலாகும் நடந்த நிகழ்வுகள் நன்மையோ தீமையோ விரும்பப்படுபவைகளோ விரும்பத்தகாதவைகளோ அவற்றின் மீது எந்தவொரு மதிப்புத் தீர்ப்பும் இருக்காது மற்றொருவகையில், இது நெறிமுறை அறிவியல் ஆகும்.

சமூகரீதியாக விரும்பத்தக்கதா அல்லது இல்லையா, விரும்பத்தகாதவையாகவும் இருந்தால் அதனை எவ்வாறு விரும்பத்தக்கவையாக மாற்ற முடியும் என்பதையும் மதிப்பீட்டுத் தீர்ப்பை உள்ளடக்கியது ஆகும். ஜே.என் கெய்ன்ஸ் கூற்றுப்படி, “ஒரு நேர்மறையான அறிவியல் என்பது திட்டமிட்ட அறிவின் ஓர் அங்கமாகும் என்ன ஐ மற்றும் ஸ நெறிமுறை அல்லது ஒழுங்குமுறை அறிவியல் திட்டமிடப்பட்ட ஓர் அமைப்பு ஆகும்”.

குறிப்புகள்

எனவே, என்ன இருக்க வேண்டும் என்பதற்கும் அதற்கான காரணத்திற்கும் அடிப்படை அறிவு உண்மையானதாக இருந்து வேறுபடுத்திக்காட்டுகின்றது. ப்ரீட்மேன் தன் சுயகருத்துக்களில் நேர்மறை அறிவியல் பற்றி விரிவாகவும் தெளிவாகவும் வரையறுக்கின்றார் இன்னும் கவனித்திருக்காதவியத்தகு நிகழ்வுகளின் சரியான மற்றும் அர்த்தமுள்ள முன்னறிவிப்புகளை விளைவிக்கக் கூடிய கோட்பாடு அல்லது கருதுகோளின் வளர்ச்சிதான் நேர்மறை அறிவியலின் இறுதி இலக்கு ஆகும். நேர்மறை மற்றும் நெறிமுறை அறிவியலின் இந்த வரையறைகளின்படி மதிப்பிட்டால், பொருளியல் என்பது ஒரு சமூக அறிவியலாகி, நேர்மறை மற்றும் நெறிமுறைப் பொருளியலின் என்ன எப்படி இருக்க வேண்டும் என்ற வினாக்களைக் கையாள்கிறது. இப்படியாக, பொருளியல் என்பது நேர்மறை மற்றும் நெறிமுறை அறிவியலைச் சார்ந்ததாகும். பொருளியல் அறிவியலின் நேர்மறை மற்றும் நெறிமுறைத் தன்மையை விரிவாகப் பார்ப்போமாக.

நேர்மறை அறிவியலாகப் பொருளியல்:

பொருளியல் வியத்தகு நிகழ்வுகள் உண்மையில் நடந்தனவா என்பதை விளக்கவும் முறைப்படி பகுப்பாய்வு செய்யவும் நேர்மறை அறிவியலாகப் பொருளியல் நாடுகிறது. பொருளியல் மாறிகள் ஏதேனும் இருக்குமானால் அவற்றிற்கான காரணங்கள் மற்றும் தாக்கங்கட்கிடையிலான உறவுகளை நேர்மறை அறிவியலாகப் பொருளியல் கொணர்கிறது. மேலும், ஒரு கோட்பாட்டு வாதத்தின் வடிவமாக இந்த உறவை பொதுமைப்படுத்துகிறது. தொடர்புடைய நிகழ்வுகளின் எதிர்காலப் போக்கைப் பற்றிய கணிப்புகளை உருவாக்குவதற்குப் பயன்படுத்த முடிகின்ற பொருளியல் கருத்துக்கள் கோட்பாடுகள் வடிவத்தில் ஒரு தலைமுறை அமைப்பை வழங்குதலே, பொருளியல் ஆய்வின் முக்கிய நோக்கங்களில் ஒன்றாகும். அதாவது, பொருளியல் என்பது நேர்மறைத்தன்மை உடையதாகும். கொடுக்கப்பட்ட நிபந்தனைகளின்படி தனிநபர்ப் பொருளியல் நடத்தை ஒழுக்கத்தைப் பொருளியல் நிலைமைகளில் மாற்றம் செய்வதற்கான அவர்களின் மறுமொழிகள் பொருளியல் நிலைமைகளின் மாற்றத்திற்கும் மக்களின் பொருளியல் முடிவெடுத்தலுக்கும் இடையிலான உறவை வெளிக்கொணர்தல் ஆகியனவற்றைப் பொருளியல் விளக்குகிறது. உண்மையில், இரண்டு அல்லது அதற்கு மேலான பொருளியல் நிகழ்வுகளின் காரணங்கள் மற்றும் தாக்கங்களுக்கிடையிலான உறவுகள் ஏதேனுமிருந்தால் அவற்றை நிறுவுதல் மேலும், கணிப்புக்கான அடிப்படையை வழங்குதல் ஆகியன பொருளியலின் செயற்பாடாகும். பொருளியலின் நேர்மறைத் தன்மையை வலியுறுத்தி ப்ரைட் மேன் கூறுகிறார்: சூழ்நிலைகளில் மாற்றம் ஏற்படும் விளைவுகளைக் கணிக்கப் பயன்படுத்த முடிகின்ற பொருளியலின் வியத்தகு நிகழ்வுகள் பற்றித் தற்காலிகமாக ஏற்றுக் கொள்ளப்பட்டப் பொதுமைப்படுத்தலின் ஓர் அங்கமாகவே பொருளியலின் நேர்மறையானது அமைகிறது. பொதுமைப்படுத்தல்கள் பொருளாதாரம் முக்கியப் பணிகளில்

குறிப்புகள்

ஒன்று ஒரு பொதுமைப்படுத்தலை வழங்குவதாகும் அல்லது, இன்னும் துல்லியமாக, பொருளியல் கோட்பாடுகள், பயன்படுத்தக்கூடியதிறன், பொருளாதார நிகழ்வுகளை முன்னறிவித்தல். இதுவே பொருளியலை ஒரு நேர்மறை அறிவியலாக உருவாக்குகிறது. இங்கே, நேர்மறை என்பது கோட்பாட்டு அறிக்கைகள் சாதகமான உண்மை என்று அர்த்தமல்ல. அதாவது நிலைமைகள் நிறைவேறினால் ஒரு பெரிய வாய்ப்பு ஏற்படலாம்.

நெறிமுறை அறிவியலாகப் பொருளியல்

நெறிமுறை அறிவியலாகப் பொருளியல் சிறந்த பொருளாதார நிலைமை குறித்துக் கவலை கொண்டுள்ளது உண்மையில் என்ன நடக்கிறது என்பதைத் தார்மீக மற்றும் நெறிமுறைக்- கண்ணோட்டத்திலிருந்து சோதிப்பதும், என்னநடக்கின்றதோ அது சமூக நலனுக்குரியதுதானா என்பதை மதிப்பீடு செய்வதும் அதன் நோக்கமாகும். உற்பத்தி, நுகர்வு, விநியோகம், விலைகள் போன்ற பொருளாதார வியத்தகு நிகழ்வுகள் சமூக ரீதியாக விரும்பத்தக்க அல்லது விரும்பத் தகாதவைகளாக உள்ளனவா என்பதை அது ஆராயும். பொருளியல் நிகழ்வுகளின் விருப்பம் மற்றும் விரும்பத்தகாத தன்மை சமூக நிர்ணயிக்கப்பட்ட மதிப்புகள் அடிப்படையில் தீர்மானிக்கப்படுகின்றன. எனவே, நெறிமுறைப் பொருளியல் மதிப்புத் தீர்ப்புக்குள் அடங்கும் மேலும் அத்தகைய மதிப்புகளாவன தார்மீக மற்றும் நெறிமுறை மதிப்புகள் சமுதாயத்தின் அரசியல் அபிலாசைகள் ஆகியவற்றிலிருந்து வரையப்பட்டுள்ளன. எளிமையான சொற்களில், என்னவாக இருக்க வேண்டும்?, என்ன நடக்கிறதோ அது சமூகக் கண்ணோட்டத்திலிருந்து நன்மையா தீமையா என்பதாகவும் ஆகிய இப்படிப்பட்ட நெறிமுறை வினாக்களை வினை மேற்கொள்வது பொருளியலின் நெறிமுறைத் தரப்பைச் சார்ந்ததாகும். அல்லாமற் போனால், அதைச் சரி செய்வது எப்படி?

இத்தகைய ஆய்வுகளின் தேவை எழுகின்றது ஏனென்றால், என்ன அல்லது என்ன உற்பத்திச் செய்யப்பட்டுக் கொண்டிருக்கிறதோ மற்றும் நுகரப்படுகிறதோ அவைகள் சமூகத்தின் விருப்பமானதாக இருக்கலாம் அல்லது சமூகத்தின் நலனுக்கில்லாதவைகளாகவும் இருக்கலாம். எடுத்துக்காட்டாக, ஆல்கஹால், சிகரெட்டு, போதைமருந்துகள், குட்கா, பான்மசாலா போன்ற அபாயகரமான பொருட்களின் உற்பத்தியும் விற்பனையும் மிகவும் இலாபகரமான வணிகமாக இருக்கலாம். ஆனால், அத்தகைய பொருட்களின் உற்பத்தியும் விற்பனையும் சமூகத்தின் விருப்பத்திற்குரியனவா? என்பது ஒரு நெறிமுறை சார்ந்த வினாவாகும்—சமூக நலன் சார்ந்த வினாவாகும். இப்படிப்பட்ட பொருட்களின் உற்பத்தி மற்றும் விற்பனை, சமூக விருப்பமெனும் கோணத்திலிருந்து, சமூக அறிவியலாகப் பொருளியல் இந்த வினாவை ஆராயும். பல வேறு பொருளியல் நடவடிக்கைகள், நிகழ்வுகளின் சமூகச் செலவுகள் மற்றும் நன்மைகளையும், அது ஆராய்வதுடன் கட்டுப்பாடு மற்றும் ஒழுங்குமுறை நடவடிக்கைகளைப் பரிந்துரைக்கிறது.

மற்றொரு பொருளியல் பிரச்சனையை—வாடகை கட்டுப்பாட்டுப் பிரச்சினையைக் கவனியுங்கள். கொடுக்கப்பட்ட மக்கள் தொகை வளர்ச்சி மற்றும் இந்தியாவில் வீடுகள் வழங்கல், வீடு வாடகை, கட்டுப்பாட்டில் இல்லை என்றால், அதிகரிக்கும், மேலும், உண்மையில், அளவற்று அதிகரித்திருந்திருக்கின்றன. தேவை மற்றும் வழங்கல் நிலைமைகளைப் பொருத்து அதிகரிக்க வாடகை

அனுமதிக்கப்படல் வேண்டுமா அல்லது குடியிருப்பாளர்களின் நலன்களைப் பாதுகாக்கக்கூட்டுப்படுத்தப்பட்ட மற்றும் ஒழுங்குபடுத்தப்பட்டதாக இருக்கவேண்டுமா? —என்பது ஒரு நியாயமான வினாவாகும்.—பொது நலன் கருதிய ஒரு வினாவாகும். நெறிமுறை அறிவியலாகப் பொருளியல், நில உரிமையாளர்கள் மற்றும் குடியிருப்பாளர்களின் நலன்களை உள்ளடக்கிய சமூகக் கோணத்திலிருந்து இந்தப் பிரச்சினைகளை ஆய்வு செய்கிறது மேலும், வீட்டு வாடகை மற்றும் நடைமுறைகளை நியாயமாக மதிப்பிட்டு அவற்றை அமல்படுத்துகிறது. தேவையற்றப் பொருளியல் நிகழ்வுகளைச் சரிசெய்யும் முறைகளைப் பரிந்துரைப்பதிலிருந்து, பொருளியல் ஒரு சீர்திருத்த அறிவியல் என்றழைக்கப்பெறும்.

குறிப்புகள்

பொருளியலின் நேர்மறை மற்றும் நெறிமுறை தன்மையின் ஓர் ஒப்பீட்டு பார்வைக்கு, இந்தியாவில் உணவுதானியங்களின் விலையைப் பரிசீலிக்கவும். 2001 ஆம் ஆண்டை நினைவு கூர்க. இந்தியாவில் உபரி உணவு தானிய உற்பத்தி இருந்தது, மறுபுறம், நாட்டின் பல வேறு பகுதிகளிலிருந்து பெரிய அளவில் பட்டினி இறப்புகளும் இருந்தன. இது ஒரு முரண்பாடான சூழ்நிலை ஆயினும் கூட, உணவு தானியங்களின் விலைகளை நிர்ணயிக்கும் பொறுப்பிலுள்ள இந்திய உணவுக்கழகம் (எப்.சி.ஐ) உணவு தானியங்களின் விலைகளைக் குறைக்க அனுமதிக்கவில்லை, இந்தப் பிரச்சனை நேர்மறை மற்றும் நெறிமுறை கோணங்களிலிருந்து ஆய்வு செய்யப்படலாம். இவ்வண்ணம் ஆய்வு செய்தல் உணவு தானியங்கள் எப்படி விலை நிர்ணயிக்கப்படுகின்றன? என்பது நேர்முறை பொருளியலின் ஒரு வினா மற்றும் எப்படி உணவு தானியங்களின் விலை நிர்ணயிக்கப்பட வேண்டும்?” என்பது நெறிமுறைப் பொருளியலின் ஒரு வினா. இவ்வாறாக, பொருளியல் என்பது நேர்மறை மற்றும் நெறிமுறை அறிவியலாகும் என்கின்ற முடிவுக்கு வரகூடும். இருப்பினும், நேர்மறை அறிவியலை அடிப்படையாகக் கொண்டது.

இருப்பினும் பொருளாதாரம் அடிப்படையில் ஒரு நேர்மறையான விஞ்ஞானம் என்பதை கவனத்தில் கொள்ள வேண்டும். வியத்தகு நிகழ்வுகளை அவற்றின் சமூக விருப்பத்திற்குரியதென்ற கண்ணோட்டத்திலிருந்து ஆய்வு மற்றும் மதிப்பீடு செய்வதற்குப் பொருளியல் கோட்பாடுகளைப் பயன்படுத்துவதிலிருந்து அது நியாயமான நெறிமுறைத் தன்மையைப் பெறுகிறது.

1.3.2 பொருளியல் கண்டறியும் முறைமை: பொருளியல் நிபுணர்கள் என்ன, எப்படிச் செய்கின்றார்கள்

பொருளியல் நிகழ்வுகளைக் கண்காணிப்பதும் பகுப்பாய்வு செய்வதும் மற்றும் பொருளியல் கோட்பாடுகளை உருவாக்குவதும் பொருளியல் நிபுணர்களின் அடிப்படைச் செயல்பாடு ஆகும். ஒரு பொருளியல் கோட்பாடு என்பது ஒரு பொதுவான போக்குப் பற்றியதோர் அறிக்கை ஆகும். குறிப்பாக, உண்மைப் பொருளியலின் இரண்டு அல்லது அதற்கு மேற்பட்டுக் கண்காணிக்கப்பட்ட காரணிகளின் காரணங்கள்- தாக்கங்களுக்கிடையிலான உறவுகளைப் பற்றிய அந்த அறிக்கையே பொருளியல் கோட்பாடு ஆகும். ஒரு பொருளியல் கோட்பாட்டை உருவாக்க, பொருளாதார நிபுணர்கள் ஓர் அறிவியல் முறை ஆய்வைப் பயன்படுத்துகின்றனர். பொருளியலின் வியத்தகு

குறிப்புகள்

நடவடிக்கைகள், நிகழ்வுகளைக் கண்காணித்தல் தொடர்புடைய தரவுகளைச் சேகரிப்பு மற்றும் பகுப்பாய்வு செய்தல் மேலும் பொருளியலின் வியத்தகு நிகழ்வுகளைக் கணித்தல் ஆகியனவற்றை உள்ளடக்கியதே அறிவியல் முறையிலான விசாரணையாகும். இரண்டு அல்லது அதற்கு மேற்பட்ட பொருளியல் மாறிகளின் காரணங்கள் மற்றும் தாக்கங்களுக்கிடையிலான உறவுகளைப் பற்றி முன்னறிவிப்பு அறிக்கைகள் கொடுக்கின்றன. தெரிவு செய்யப்பட்ட மாறிகளுக்கிடையிலான உறவுகளை நம்பிக்கையின் உச்சக்கட்டத்தில் நிலை நாட்டப்படும் பொழுது, அது ஒரு கோட்பாட்டின் அல்லது கருதுகோள் வடிவத்தில் வழங்கப்படுகிறது. இதுவே செயல்முறை கோட்பாடு அல்லது கோட்பாட்டின் உருவாக்கம் என்று அழைக்கப்பெறுகிறது. மாதிரிக்கட்டமைப்பை உள்ளடக்கிய அறிவியல்பூர்வமான விசாரணையை உள்ளடக்கியதே செயல்முறை கோட்பாட்டின் செயற்பாங்கு ஆகும். பொருளியலின் மாதிரிக் கட்டமைப்புபற்றி இப்போது நாம் சுருக்கமான முறையில் பார்ப்போம்:

பொருளாதாரக் கோட்பாட்டின் மாதிரிக் கட்டமைப்பு மற்றும் உருவாக்கம்

அறிவியல் முறையிலான விசாரணையின் ஒரு முக்கியமான கூறு தான் மாதிரிக் கட்டமைப்பாகும். கருத்து ரீதியாக, உண்மையின் ஒரு சாராம்சமே ஒரு மாதிரி எனப்படும். குறிப்பாக, அது எளிமைப்படுத்தப்பட்ட வடிவத்தில் உண்மையைப் பிரதிபலிக்கும். வாழ்க்கையின் உண்மைகளைச் சுருக்கப்பட்ட வடிவத்தில் பகுப்பாய்வு செய்வதற்காக உருவாக்கப்பட்ட நிலையான பகுப்பாய்வுக் கட்டமைப்பு என்பதே ஒரு மாதிரி எனப்படும். ஒரு தர்க்க அறிக்கை, வரைபடம், அல்லது பொருளியல் மாறிகளுக்கிடையிலான உறவுகளைக் குறிப்பிடுகின்ற கணிதச் சமன்பாடுகள் வடிவத்தில் பொருளியல் மாதிரிகள் எடுக்கலாம். தெரிவு செய்யப்பட்ட மாறிகளுக்கிடையிலான உறவுகளைக் குறிப்பிடுவதற்கும், மாறிகளுக்கிடையிலான மாற்றங்களின் பின் விளைவுகளைக் கண்டறிவதற்கும் மேலும் முற்கூட்டியகணிப்புகளை உருவாக்குவதற்கும் மாதிரிகள் பயன்படுகின்றன. பொருளியல் மாறிகள் எனப்படுபவைகளாவன: எ.கா. அளவிடக் கூடிய அளவு, நுகர்வோர் பொருட்கள், வெளியீடு, உள்ளீடுகள், பணம், வருவாய்ப் போன்றவைகளாகும். மாறா நிலையில் இருக்கும் பொருளாதார மாறிகள் அளவுருக்கள் என்று அழைக்கப் பெறுகின்றன. அந்தப் பொருளியல் மாதிரிக் கட்டமைப்பின் பொதுச் செயல் முறை மற்றும் பொருளியலின் கருத்தியல் ஆகியனக் கீழே விவரிக்கப்பட்டுள்ளன.

மாதிரிக் கட்டமைப்பு மற்றும் பொருளியலின் கருத்தியல் பின்வருமாறு:

- (i) ஆய்வுச் சிக்கலைக் குறிப்பிடுதல்,
- (ii) சோதனையான கருதுகோளை உருவாக்குதல்,
- (iii) அனுமானங்களை உருவாக்குதல் மற்றும் அனுமானத்தைச் சரிகாணுதல்,
- (iv) தொடர்புடைய தரவு மற்றும் பிற தொடர்புடைய உண்மைகளைச் சேகரித்தல்,
- (v) சோதனையான கணிப்புக்களைக் கண்டுபிடித்தல்,
- (vi) கணிப்புக்களின் செல்லுபடியைப் பரிசோதித்தல்.

உங்கள் முன்னேற்றத்தைச் சரிபார்க்கவும்

3. நுண்ணளவுப் பொருளியலில் என்ன நடக்கிறது?
4. நெறிமுறை அறிவியலாகப் பொருளியலின் நோக்கம் என்ன?

குறிப்புகள்

1.4 பொருளாதாரப் பிரச்சினை: பற்றாக்குறை, தேர்வு

மக்களின் பொருளியல் நடத்தைகள் ஒழுக்கங்கள் என்பது நடத்தை ஒழுக்கத்தின் அடிப்படையில் தெரிவு செய்வதாகும். இது தனிநபர்கள், குடும்பங்கள், நிறுவனங்கள், அரசாங்கம் மற்றும் ஒட்டு மொத்தச் சமூகத்தின் இந்தப் பொருளாதார நடத்தை ஆகும். இது பொருளியல் ஒரு சமூக அறிவியல் என மையக்கருத்தை உருவாக்குகிறது.

இங்கே ஒரு வினா எழுகிறது தேர்வு செய்யும் பிரச்சனை ஏன் எழுகிறது?

தேர்வு செய்வதற்கான தேவை, மனிதனின் பொருளியல் வாழ்க்கையின் சில அடிப்படை உண்மைகளால் எழுகின்றன. மனித வாழ்க்கையின் அடிப்படை உண்மைகளைச் சில விவரங்களில் பார்ப்போம். தேர்வு செய்வது என்ற பிரச்சனையை அவர்கள் எப்படி உருவாக்கினார்கள் என்பதையும் பார்ப்போம்.

1. மனிதர் விருப்பம், ஆசைகள் மற்றும் அபிலாஷைகளும் வரம்பற்றவைகளாக இருக்கின்றன. மனித நாகரீக வரலாறு மேன்மேலும் சிறந்ததிலும் சிறந்த பொருட்கள் பண்டங்கள் மற்றும் சேவைகள் என்று முதல் அதிகரித்து வந்து கொண்டிருக்கின்றனவோ அவைகளை நுகர்தலே மனித ஆசை என்ற பேருண்மைக்கு ஆதாரமாக இருக்கிறது. உதாரணமாக, வீட்டு வசதி தேவை குடிசையிலிருந்து ஆடம்பர அரண்மனைக்கு உயர்ந்துள்ளது, மற்றும் முடிந்தால், விண்வெளியில் ஒரு வீடு (என்கின்ற அளவுக்கு) போக்குவரத்து வழிவகைத் தேவை, கோவேறு கழுதை, ஒட்டகத்திலிருந்து சூப்பர் சோனிக் ஜெட் விமானம் வரைக்கும் தகவல் தொடர்புக்கான தேவை, தூதர்கள் மற்றும் அஞ்சல் சேவைகளிலிருந்து கேமராவுடன் கூடிய செல்போன்கள் வரை அதிகரித்திருக்கின்றது கணக்கீட்டு வசதிகட்கானத் தேவை, கைமுறை கணக்கீடுதலிலிருந்து அதிவிரைவுக்கணினிகட்கு: மற்றும் பல. ஒரு தனிநபருக்கு, வாழ்க்கையின் முடிவு மட்டுமே அவனுடைய அவளுடைய தேவைகளுக்கு முடிவைக் கொண்டு வருகிறது. ஆனால் ஹோமோசாப்பியர்களுக்கு, தேவைகள் மற்றும் ஆசைகள் முடிவில்லாமல் தொடர்ந்து வளர்கின்றன. மனித விருப்பங்கள், ஆசைகள் மற்றும் தேவைகள் அவர்களைத் திருப்திப்படுத்தும் மக்களின் திறன் அதிகரிக்கும் அளவுக்கு உள்ள உணர்வுடன் அதிகரித்துக் கொண்டு முடிவற்றவைகளாக உள்ளன

முடிவில்லாத மனிதனின் விருப்பங்கட்கு இவைகள் காரணமாக இருக்கலாம். (i) வாழ்க்கைத் தரத்தை உயர்த்துதல், வசதிகளும், திறமையும் ஆகியவற்றிற்கான தணியாத மக்களின் ஆசை (ii) அவர்களின் தற்போதைய தேவைக்கும் அப்பால் பொருட்களைக் குவிக்கும் மனிதப்போக்கு (iii) அறிவு, அதிகவசதி, அறிவுத்திறன் மற்றும் சேவைத்திறன் (iv) கண்டுபிடிப்புகள் மற்றும் புதிய பண்டங்கள் பொருட்கள் மற்றும் சேவைகளைப் புதுமுறை காணுதல் பற்றி அறிவுடைமையை அதிகரித்துக் கொண்டே செல்லுதல் (v) சில விருப்பங்களின் பெருக்க இயல்பு (எ.கா ஒரு வாகனம் வாங்குவது மற்ற அதிகமான விருப்பங்களை உருவாக்குகின்றன: எரிபொருள், ஓட்டுநர், தூய்மை,

குறிப்புகள்

வாகன நிறுத்தல் இடம், பாதுகாப்புப் பூட்டுகள், உதிரிபாகங்கள், காப்பீடு, முதலியன) (vi) மீண்டும் மீண்டும் (vii) போலியான மற்றும் போட்டித்தன்மை உள்ள செயல்விளக்கம் மற்றும் இசைக் குழுவுடன் விளம்பரங்கள் மனிதர்களின் தேவைகளை உருவாக்கும் (viii) விளம்பரங்களின் செல்வாக்கு நவீன முறைப் புதிய வகையான விருப்பங்களை உருவாக்குகின்றன இந்தக் காரணங்களுக்காக, மனிதனின் விருப்பங்கள் முடிவில்லாமல் அதிகரிக்கத் தொடர்கின்றன.

எல்லையற்றதற்கும் அப்பால், மனித விருப்பங்களின் மற்றுமொரு சமமான முக்கிய அம்சமாக இருப்பதும் மனித விருப்பங்கள் தரப்படுத்தப்படுபவைகள் என்பதால் எளிய வார்த்தைகளில், ஒரு கட்டத்தில் அல்லது ஒரு காலத்திற்கு மேல் அனைத்து மனித தேவைகளும் அவசரமானதுமன்று அல்லது முக்கியமானதுமன்று. எப்பொழுதெல்லாம் விருப்பங்கள் எழுகின்றனவோ அவைகளை நிறைவேற்றித் திருப்திப்படுத்தப்படும் பொழுது (எ.கா., உணவு, உடைகள் மற்றும் தங்குமிடம்)

மேலும் சிலவற்றை ஒத்தி வைக்கப்படலாம் எ.கா. ஒரு வாகனம், ஒரு கணினி, ஒரு நல்ல வீடு, ஆகியன வாங்குதல், வெளிநாட்டுப் பயணம், முதலியன. மேலும், சில விருப்பங்களை நிறைவேற்றித் திருப்தி அடையும் வேளையில், அதே மற்றவற்றை விடப் பெரிதிலும் பெரிதானத் திருப்தியைக் கொடுக்கும். எனவே, எந்த விருப்பம் முதலில் எந்த விருப்பம் இறுதியில் நிறைவேற்றப்பட்டுத் திருப்தியளிக்கப்படல் வேண்டும் என்ற வினா எழுகிறது. தவிர, ஒரு தேவைகளைத் திருப்தி செய்யக்கூடிய பொருட்கள் அவற்றின் தரத்தில் திறனில் மற்றும் செலவுகளில் வேறுபடுகின்றன, உதாரணமாக, ஒருவர் நீண்டதூரப் பயணம் செய்யலாம் ஓர் இருசக்கரவாகனம், ஒரு மகிழ்வுந்து, ஒருவானூர்தி முதலியன வழியாக ஆனால் அவைகளின் செலவு மற்றும் திறன் வேறுபடுகின்றன. எனவே, நுகர்வோர் என்னநுகர்வு மற்றும் எவ்வளவு நுகர்வு என்பதைத் தேர்வு செய்ய வேண்டும். நுகர்வோர் (தனிநபர்களும், குடும்பங்களும்) எப்படி முதலில் திருப்தி அடையக் கூடியதற்குரிய தங்களின் விருப்பங்களைத் தேர்வு செய்கிறார்கள் என்பதையும் மேலும் அவர்கள் தெரிவு செய்த நுகர்வுக்கான பண்டங்கள் பொருட்கள் மற்றும் சேவைகளுக்கிடையிலான செலவினங்களை எப்படி ஒதுக்கீடு செய்கின்றார்கள் என்பதையும் பொருளியல் ஆய்வு செய்கிறது.

2. வளங்கள் பற்றாக்குறை: மக்கள் உற்பத்தி செய்யவும் நுகர்வதற்கும் ஆகிய பல வேறு பண்டங்கள் பொருட்களின் தெரிவு அவசியமாகின்றது முக்கியமாக ஏனென்றால் அவர்களின் விருப்பங்களை நிறைவேற்றித் திருப்தியளிக்கத் தேவையான வளங்கள் எந்தக் கால நிலையிலும் கிடைப்பதென்பது அரிதானதாகவும் மட்டுப்படுத்தப்பட்டுக் குறைவானதாகவும் இருக்கின்றன. வளங்கள் என்றால் என்ன? கருத்தாக, மனித விருப்பங்கள் மற்றும் ஆசைகளை நிறைவேற்றித் திருப்திப்படுத்தப் பயன்படுத்த முடிகின்ற அளவுக்குக் கிடைக்கும் எந்தப் பொருளும் ஒரு வளம் ஆகும். பொருளியலில், எனினும், தனி நபர்கள், குடும்பங்கள், நிறுவனங்கள், சமூகங்கள் ஆகியனவற்றிற்கு எந்தக் கால நிலையிலும் கிடைக்கக்கூடிய வளங்களைப் பாரம்பரியமாகப் பின்வருமாறு வகைப்படுத்தப்படுகின்றன.

- (i) இயற்கை வளங்கள் (பயிரிடக் கூடிய நில மேற்பரப்பு, இடம், ஏரிகள், ஆறுகள், கடலோர வரம்பு, தாதுக்கள், வன உயிரினம்,

வனம், கால நிலை, மழை, முதலியன)

- (ii) மனித வளங்கள் (மனிதவளம், மனித ஆற்றல், திறமை, தொழில் முறை திறமை, புதுமையான திறன் மற்றும் நிறுவனத் திறமை, கூட்டாக அழைக்கப்படும் தொழிலாளர்)
- (iii) மனிதனால் உருவாக்கப்படும் வளங்கள் (இயந்திரச் சாதனங்கள், உபகரணங்கள், கருவிகள், தொழில் நுட்பம் மற்றும் கட்டிடம், ஒன்றான மூலதனம் என்று அழைக்கப் பெறுபவைகள் உட்பட) மற்றும்
- (iv) தொழில் முனைவுத் திறன், அதாவது, உற்பத்திச் செயல் முறைகளில் நிலம், உழைப்பு, மூலதனம் ஆகியவற்றை இடும் திறமையும் அறிவுடைமையும், மேலும் வணிகத்தில் உண்டாகும் அபாயங்களை அனுமானிக்கும் திறனும் இசைவும்

குறிப்புகள்

இந்த அடிப்படை வளங்களுக்குப் பொருளாதார நிபுணர்கள் சில வகையான வளங்களைச் சேர்க்கின்றனர், அதாவது, நேரம், தொழில்நுட்பம் மற்றும் தகவல். இந்த வளங்கள் அனைத்தும் அரிதானவைகளாகும். வளங்களின் பற்றாக்குறை என்பது தொடர்பு சொல்லாகும் இது வளங்களின் தேவைக்குரிய தொடர்பில் வளங்களின் பற்றாக்குறை இருப்பதைக் குறிக்கிறது எல்லாப் பொருளியற் சிக்கல் கட்டும் தாயாக வளங்களின் பற்றாக்குறையே இருக்கிறது வளங்கள் வரம் பற்றிருந்தால், மனித விருப்பங்களைப் போலவே, அங்கேயும் பொருளியற் சிக்கல் இல்லாமலிருக்கும் மேலும், ஒரு வேளை, பொருளியற் பற்றிய ஆய்வே இருக்காது. மக்களைத் தெரிவுகளின் பால் கட்டாயப்படுத்துவதாலே இந்த வளங்களின் பற்றாக்குறை அதனுடன் தொடர்புடையனவாக இருக்கின்றன.

3. வளங்களின் மாற்றுப்பயன்கள்: தேர்வு செய்யும் பிரச்சனை எழுகிறது ஏனெனில் வளங்கள் மாற்றுப் பயன்பாட்டுடன் உள்ளன மற்றும் மாற்றுப் பயன்பாடு பல வேறு வருமானம் அல்லது வருவாய்களைப் பெற்றிருக்கிறது உதாரணமாக, ஒரு பேரங்காடிமையம், வணிக அலுவலகம், ஒரு பொதுப் பள்ளிக்கூடம், ஒரு மருத்துவமனை அல்லது குடியிருப்புகள் நோக்கங்கட்காக ஒரு கட்டிடம் பயன்படுத்த முடியும். ஆனால், அந்தக் கட்டிடத்தின் பல வேறு பயன்பாட்டிலிருந்து அதன் வருவாய் வேறுபடுகிறது. எனவே ஒரு வருவாய் அதிகரிக்கும் உரிமையாளர், அந்தக் கட்டிடத்தின் மாற்றுப் பயன்பாடுக்கிடையில் தெரிவு செய்ய வேண்டும் அந்தக் கட்டிடம் ஒரு குறிப்பிட்டப் பயன்பாட்டிற்கு வைக்கப்பட்டால், அதன் வேறு மாற்றுப் பயன்பாட்டிலிருந்து எதிர்பார்க்கப்படும் வருவாயை அந்த நிலக்கிழார் பின் வாங்க வேண்டும். எவ்வாறு மக்கள் (தனி நபர்கள் மற்றும் சமூகம்) அவர்கள் சாதிக்க விரும்பும் பொருளியல் இலக்குக்கிடையில் அவர்கள் உற்பத்தி செய்ய விரும்பும் பொருட்கள் பண்டங்கள் மற்றும் சேவைக்கிடையில்: அவர்களுடைய இலாபங்களை அதிகரிக்கும் நோக்கத்துடனான அவர்களின் வளங்களின் மாற்றுப் பயன்பாட்டிற்கிடையில்:

பொருளியல் ஒரு சமூக அறிவியலாகப் பகுப்பாய்வு செய்கிறது. வளங்களின் இறுதிப் பயன்பாட்டின் முடிவுகளைத் தீர்மானிக்கும் பொழுது, இலாபம் அதிகரிக்க நாடுவோர்கள் மாற்றுப் பயன்பாடுகளின் செலவுகள் மற்றும் நலன்களை மதிப்பீடு செய்கின்றனர். மாற்றுப் பயன்பாடுக்கிடையில் தேர்வுகள் செய்யும் செயல் முறையைப் பொருளியல் ஆய்வு செய்கிறது.

4. மக்கள் இலாபம் அதிகரிப்பாளர்கள் அவர்களுடைய குறைவான வளங்களின் பயன்பாட்டிலிருந்து அதிகமான இலாபங்களைப் பெறுதலே பெரும் பாலான மக்களின் குறிக்கோளாக இருக்கிறதென்பதே, தெரிவு செய்யும் நடத்தை ஒழுக்கத்திற்கு இட்டுச் செல்லும் மற்றொரு மற்றும் சமமான முக்கியத்துவம் வாய்ந்த மனித இயல்பு ஆகும். ஏன் மக்கள் அவர்களுடைய இலாபங்களை அதிகரிக்க விரும்புகின்றார்கள் என்பது பொருளியல் சார்புடையது அல்ல. அவர்களின் அறிவார்ந்த பொருளாதார நடத்தையின் ஒழுக்கத்தின் ஒரு பகுதியாகவே, மக்களுடைய இலாபங்களை அதிகரிக்கும் நடத்தையாக ஒழுக்கமாகப் பாரம்பரிய பொருளியல் கருதுகிறது. நுகர்வோர்களாக, மக்கள் அவர்களுடைய பயன்பாடு அல்லது திருப்தியை அதிகரிக்க விரும்புகின்றனர் உற்பத்தியாளர்களாக, மக்கள் அவர்களுடைய வெளியீடு அல்லது இலாபத்தை அதிகரிக்க விரும்புகின்றனர் மற்றும் காரணி உரிமையாளர்களாக, அவர்களுடைய வருவாய்களை அதிகரிக்க அவர்கள் விரும்புகின்றார்கள் அவர்களுடைய இலாபங்களை அதிகரிப்பதற்கு மக்களின் பொருளியலை எழுப்புகின்ற மக்களின் பொருளியல் நடத்தை ஒழுக்கம் மிக முக்கியமானதொரு அம்சமாக உள்ளது. மக்கள் அவர்களுடைய இலாபங்களை அதிகரிக்கவில்லை என்றால், தெரிவு செய்தலின் சிக்கல் எழாது. எதை நுகர்வது மேலும் எவ்வளவு நுகர்வது பற்றி நுகர்வோர்கள் கவலைப்பட வேண்டியதில்லை உற்பத்தியாளர்கள், என்ன உற்பத்தி செய்ய வேண்டும் , எவ்வளவு உற்பத்தி செய்ய வேண்டும் என்பது பற்றிக் கவலைப்பட வேண்டியதில்லை மற்றும் காரணி உரிமையாளர்கள் எங்கே, எப்படி வளங்களைப் பயன்படுத்துவது பற்றிக் கவலைப்பட மாட்டார்கள். ஆனால், உண்மையில், அவர்கள் தங்கள் இலாபங்களை அதிகரிக்கின்றார்கள் எப்படி மக்கள் அவர்களுடைய இலாபங்களை அதிகரிக்கின்றனர் என்று பொருளியல் ஆய்வு செய்கிறது.

தெரிவு செய்யும் நடத்தை ஒழுக்கத்திற்கு அப்பாற்பட்டது, பொருளியல் .

மக்களின் தெரிவு செய்யும் நடத்தை ஒழுக்கத்தை ஆய்வதில் பொருளியல் முடிவடைகிறது என்ற தோற்றத்தைப் பொருளியல் பற்றிய முன்னறிவிப்பு விளக்கம் கொடுக்கலாம் மிகவும் அப்படி அல்ல. தேர்வு செய்யும் நடத்தை ஒழுக்கத்தைப் பற்றிய ஆய்வுக்கு அப்பாற்பட்டது பொருளியல் ஆகும், மக்களுடைய தெரிவு செய்யும் நடத்தை ஒழுக்கத்தைப் பற்றிய ஆய்வுக்குப் பொருளியல் வரையறுக்கப் பட்டிருந்திருந்தால், நவீனப் பொருளியலின் முக்கியப்பகுதியாக இருக்கும் பொருளியல் அறிவியலின் அதிகமான மற்றும் அதி முக்கியமான பொருளியற் சிக்கல்கள் பொருளியலின் எல்லைக்குள் வீழ்ந்து பட்டிருக்கும். தேசிய மற்றும் பன்னாட்டுப் பொருளியல் பிரச்சினைகள் சிலவற்றை நோக்குக.

- ஒரு நாட்டில் தீர்மானிக்கப்படும் உற்பத்தி மற்றும் வேலைவாய்ப்பு நிலை எப்படி இருக்கும்?
- ஏன் சில நாடுகள் மிகவும் பணக்காரர்களாகவும் மேலும் சில நாடுகள் மிகவும் ஏழ்மை நிலையிலும் உள்ளன?
- எந்தக் காரணிகள் இந்தியாவின் பொருளியல் வளர்ச்சி விகிதத்தை 1990ல் 3.5% லிருந்து 2008ல் 9% ஆக உயர்த்தின?

- தேசிய வெளியீடு (உற்பத்தி), வேலைவாய்ப்பு, பொதுவான விலை நிலவரம் ஆகியவற்றில் உண்டாகும் ஏற்றத் தாழ்வுகளுக்குக் காரணங்கள் யாவை?
- எப்படி அமெரிக்கடாலருக்கு எதிரான ரூபாயின் மதிப்பு இந்தியாவின் பன்னாட்டு வியாபாரத்தைப் பாதித்திருந்திருக்கிறது? மேலும் எப்படிப் பன்னாட்டு மூலதனப் பாய்ச்சல் (எப்டிஐ மற்றும் எப்ஐஐ) நாட்டின் உள்நாட்டுப் பொருளியலைப் பாதித்திருந்திருக்கிறது?
- எவைகள் 2008ல் இந்தியாவில் பணவீக்கத்தை எட்டியமைக்குக் காரணங்களாகியிருந்திருந்தன மேலும் பொருளியல் மற்றும் வேலைவாய்ப்பின் மீது அதன் தாக்கங்கள் யாவை?
- ஏன் இந்தியாவை பெருமளவிலான வேலையின்மை இருக்கிறது மற்றும் வேலையின்மைச் சிக்கலைத் தீர்க்க எடுக்கப்பட்ட முயற்சிகள் தோல்வியடைந்திருந்திருக்கின்றன?
- ஏன் இந்த அரசும் நிதி அமைச்சரும் மத்திய வங்கியும் உட்படச் சந்தை முறையுடன் தலையிட வேண்டும் மற்றும் உற்பத்தி, நுகர்வு, சேமிப்பு மற்றும் முதலீடு, ஏற்றுமதி மற்றும் இறக்குமதி, ஊதியங்கள் மற்றும் விலைகள் மற்றும் பலவற்றை ஒழுங்குபடுத்தல் மற்றும் கட்டுப்படுத்தலுக்கான நடவடிக்கைகளைப் பின்பற்ற வேண்டும்?

குறிப்புகள்

1.5 வாசிப்பு, வரைபடங்களுடன் வேலை செய்தல்

வரைகலை வழங்கல்

நாம் சேகரிக்கும் தரவுகள் வரைபட அல்லது உருவகமாக வழங்கப்படுமானால், அவைகள் அவ்வப்பொழுது எளிதாகப் புரிந்து கொள்ள முடியும். பரிமாண அளவு, குழுக்கள், போக்குகள் மற்றும் வடிவங்கள் ஆகியவற்றைக் காட்சி அடையாளம் கொடுப்பவைகள் விளக்க வரைபடங்களும் வரைபடங்களும் இந்த முக்கியமான அம்சங்கள் வரைபடங்கள் வடிவத்தில் இன்னும் எளிமையாக வழங்கப்படுகின்றன. மேலும், இரண்டு அல்லது அதற்கு மேற்பட்ட தரவுத் தொகுப்புகட்கிடையிலான ஒப்பீடுகளை விளக்கப்படங்கள் எளிதாக்குகின்றன.

வரைபடங்கள் தெளிவாகவும் மற்றும் வாசிக்கவும் புரிந்து கொள்ளவும் எளிதாகவும் இருக்க வேண்டும். அதிகமான தகவல் அதே வரைபடத்தில் காட்டப்படக் கூடாது இல்லையெனில் சிக்கலாகவும் மற்றும் குழப்பமானதாகவும் மாறும். ஒவ்வொரு வரைபடமும் சுருக்கமான மற்றும் சுயவிளக்கமளிக்கப் பாடத்தலைப் புகையாண்டு சேர்ந்திருக்க வேண்டும். வழங்கல் அளவு விளைவான வரைபடம் சரியான அளவைக் கொண்டிருக்கும் விதத்தில் தேர்ந்தெடுக்கப்பட வேண்டும். செங்குத்து மற்றும் கிடைமட்ட அச்சில் இடைவெளிகள் சம அளவு இருக்க வேண்டும், இல்லையெனில் விலகல்கள் ஏற்படும்.

வரைபடங்கள் வாயிலாகத் தொடர்ச்சியான தரவுச் சிறந்த முறையில் குறித்துக் காட்டும் பொழுது வரைபடங்கள் மிகவும் பொருத்தமானதாக இருக்கின்றன தனித்தனியாகப் பிரித்துக் காட்டுவதற்கு. பின் வருபவைகள்: விளக்கப்படங்கள் மற்றும் பொதுவாகப் பயன்படுத்தப்படும் கிராபிக் பிரதி நிதித்துவங்கள்:

குறிப்புகள்

(A) வரைபடப் பிரதி நிதித்துவம்

- (a) பார் வரைபடம்
- (b) பை விளக்கப்படம்
- (c) பிகோகிராம்

(B) கிராபிக் பிரதி நிதித்துவம்

- (a) வரைபடம்
- (b) அதிர் வெண்பல கோணம்
- (c) குவிந்த அதிர் வெண் வளைவு (ஒஜிவ்)

உங்கள் முன்னேற்றத்தை சரிபார்க்கவும்

5. எப்படி மனித விருப்பங்கள் தரப்படுத்தப்படுகின்றன?
6. பொருளியலில் பொதுவாகப் பயன்படுத்தப்படும் வரைகலைப் பிரதி நிதித்துவம் என்ன?

1.6 உங்கள் முன்னேற்ற வினாக்களை சரிபார்க்கும் விடைகள்

1. நாடுகளின் பொருள் வளத்திற்கான இயற்கை (இயல்பு) மற்றும் காரணங்களுக்களை ஆராயும் ஒரு விசாரிப்பே பொருளியல் என்பதாக ஆடம் ஸ்மித் வரையறுத்தார்.
2. மக்களின் பொருளியல் நடத்தை ஒழுக்கத்தை மற்றும் அதன் பின் விளைவுகளைப் பற்றிப் பொருளியல் ஒரு சமூக அறிவியலாக ஆய்வு செய்கிறது
3. பொருளியல் அமைப்பின் பல வேறு அம்சங்களைப் பற்றி மிகத் துல்லியமாக நுட்பமாக ஆராய்தல் சம்பந்தமானதே நுண்ணளவுப் பொருளியல் ஆகும். மேலும் அது ஒட்டு மொத்தப் பொருளியல் அமைப்பைச் சம்பந்தப் பட்டதன்று.
4. தார் மீக மற்றும் நெறிமுறைக் கருத்துக்களிலிருந்து என்ன உண்மையில் நடந்தது என்பது பற்றி ஆய்வு செய்வதும் மேலும் என்னநடக்கிறதோ அது சமூகத்தின் விருப்பத்திற்குரியனவைகளா என்று தீர்ப்புச் செய்வதும் ஒரு நெறிமுறை அறிவியலாகப் பொருளியலின் நோக்கம் இருக்கிறது.
5. ஒரு காலக் கட்டத்தில் அல்லது ஒரு காலப் பொழுதில், எல்லா மனித விருப்பங்களும் சமமான அவசரத்திற்கோ அழுத்தத்திற்கோ உரியவனாக இல்லாதிருப்பதிலிருந்து மனித விருப்பங்கள் தரப்படுத்தப் படுபவைகளாக உள.
6. பொருளியலில் பொதுவாகப் பயன்படுத்தப் பெறும் வரைகலைப் பிரதி நிதித்துவங்கள்: (a) ஹிஸ்டோக்ரம் (b) அதிர்வெண்பலகோணம் (c) குவிந்த அதிர் வெண் வளைவு

- முடிவுகட்கும் மாற்றுப் பயன்பாடுகளுக்கு வழி முறைகளாகும் பற்றாக்குறைக்கும் இடையிலான உறவு முறையான மனித நடத்தை ஒழுக்கத்தைப் பற்றி ஆய்வு செய்வதில் பொருளியல் ஓர் அறிவியல் ஆகும்.
- சாலச் சிறந்த வாய்ப்புகளைத் தெரிவு செய்யும் வளங்களைக் கொடுக்கப்பட்டதுமான வாய்ப்புகளையும், தனிநபர் அல்லது சமூகத்திற்குத்திறந்த பொருளியல் வாய்ப்புகளையும் மதிப்பீடு செய்யும் செயல்முறையே பொருளியல் நடத்தை ஒழுக்கத்தின் அதி முக்கியமானதாக இருக்கிறது
- நவீனப் பொருளியல் எவ்வாறு இரு முக்கியக்கிளைகளாகப் பிரிக்கப்பட்டிருக்கின்றன என்றால்:
- நுண்ணளவுப் பொருளியல் மற்றும் பெருநிலைப் பொருளியல்
- நுண்ணளவுப் பொருளியல் என்பது பொருளியல் அமைப்பு முறையின் பல வேறு கூறுகளைப் பற்றி ஆய்வு செய்வதாக இருக்கிறது மேலும் ஒட்டு மொத்த அமைப்பு முறையைப் பற்றியதன்று. ஒட்டு மொத்தப் பொருளியலின் பணி மற்றும் செயல் நிறைவற்றம் பற்றி ஆய்வு செய்வதே பெருநிலைப் பொருளியலாகும் தேசிய வருமானம், மொத்த நுகர்வு, சேமிப்புகள், முதலீடு, மொத்த வேலை வாய்ப்பு, பொதுவிலை நிலவரம் மற்றும் செலுத்துதலின் சமநிலை தொகைச் செலுத்த நிலுவை ஆகியனவற்றை உள்ளிட்ட தேசியகூட்டுகளின் நடத்தை ஒழுக்கத்தைப் பற்றி அது பகுப்பாய்வு செய்கிறது.
- பொருளியலின் வியத்தகு நிகழ்வுகளை அவைகள் உண்மையில் நடந்த வண்ணமே முறையாகப் பகுப்பாய்வு செய்வதற்கும் விளக்குவதற்கும் நாடிச் செல்வதிலிருந்து பொருளியல் ஒரு நேர்மறை அறிவியலாக இருக்கிறது. பொருளியல் நிகழ்வுகளின் பொதுவான பண்புகளைக் கண்டுபிடிக்கிறது பொருளியல் மாறிகளுட்கிடையிலான (ஏதேனும் இருந்தால்) காரணங்கள் மற்றும் தாக்கங்கள் உடைய உறவுகள் பற்றி வெளிக் கொணர்கிறது.
- தத்து வார்த்தக் கருத்தாக்கமான வடிவத்தில் இந்த உறவு முறையைப் பொதுமைப் படுத்துகிறது:
- சிறந்த பொருளியல் நிலைமையுடன் சம்பந்தப்பட்டதால் பொருளியல் ஒரு நெறிமுறை அறிவியலாக இருக்கிறது எது உண்மையில் நடக்கிறதோ அதனுடன்று. ஒழுக்க மற்றும் நன்னெறிக் கண்ணோட்டத்தில் இருந்து உண்மையில் என்ன நடக்கிறது என்பதை ஆராய்வது மற்றும் என்ன நடக்கிறதோ அது சமூக ரீதியாக விரும்பத்தக்கதாக இருக்கிறதா என்று தீர்ப்புச் செய்வதும் அதன் நோக்கமாகும்.
- மனித விருப்பங்கள், ஆசைகள், தேவைகள் முடிவற்றவைகளாக இருக்கின்றன இதன் அர்த்தத்தில் அதாவது: அவைகளை நிறைவேற்றித் திருப்திப்படுத்தும் மக்களின் திறனும் அதிகரிப்பதுடன் தொடர்புபடுத்தி, அவைகள் அதிகரித்துக் கொண்டே இருக்கின்றன

குறிப்புகள்

குறிப்புகள்

- மக்களின் விருப்பங்களை நிறைவேற்றித் திருப்திப்படுத்துவதற்கான வளங்கள் மக்கட்குக் கிடைப்பவைகள் மிகவும் அரிதானவைகளாகவும் வரையறுக்கப்பட்ட குறைவானவைகளாகவும், இருக்கின்ற முக்கியக் காரணமாகவே, மக்கள் உற்பத்தி செய்யவும் நுகரவும் விரும்புகின்ற பல வேறு பண்டங்கள் பொருட்களிலிருந்து தெரிவு செய்யும் தேவையும் உருவாகுகிறது
- நாங்கள் சேகரிக்கும் தரவுகள் பெரும்பாலும் விளக்கத்திற்கு எளிதில் புரிந்து கொள்ள முடியும் 'அது படத்தோற்றமாக அல்லது வரைபடமாக வழங்கப்பட்டால். தரவிலுள்ள பரிணாம அளவு, குழுக்கள், போக்குகள் மற்றும் வடிவங்களின் அறிகுறிகள் ஆகியவற்றை விளக்கப்படங்களும் வரைகட்டப் படங்களும் காட்சி கொடுக்கின்றன

1.8 முக்கிய வார்த்தைகள்

- நுண்ணளவுப் பொருளியல்: இது ஒற்றைக் காரணிகளுடனும் தனி நபர் முடிவெடுத்தலின் விளைவுகளுடன் தொடர்புடைய பொருளியலின் ஒரு பகுதியாக இருக்கிறது.
- பெருநிலைப் பொருளியல்: இது பேரளவிலும் நாட்டின் உற்பத்தித் திறன் மற்றும் வட்டி விகிதங்கள் போன்ற பொதுவான பொருளியற் காரணிகளுடனும் சம்பந்தப்படுத்தப்பட்ட பொருளியலின் கிளையாகவும்.
- தொழிலாளர்ப் பொருளியல் கூலித் தொழிலாளிகட்கானச் சந்தை உடையப்பணிகளையும் இயங்குவியலையும் புரிந்து கொள்ளமுற்படுவதே இந்தப் பொருளியற் கிளையாகும்.
- ஹிஸ்டோகிராம்: பட்டை வரைபடம் இந்த வரைபடம் அதன் பகுதிமாறி அதிர் வெண்ணுக்கு விகிதாசாரவிகிதத்திலும் மற்றும் அதன் அகலம் வர்க்க இடைவெளிக்குச் சமமாகவும் ஒரு பரப்பளவு கொண்ட செவ்வக வடிவமாகும்

1.9 சுய மதிப்பீட்டு வினாக்கள் மற்றும் பயிற்சிகள்

குறுகிய விடைக்கான வினாக்கள்

1. பொருளியல் வரையறு.
2. பொருளியல் படிப்பது அவசியம் என்ன?
3. பொருளியல் நோக்கில் ஒரு குறுகிய குறிப்பு எழுதுக.
4. பொருளியல் வரைபடங்களின் பயன்பாட்டைக் குறிப்பிடுக.

நீண்ட வினாக்களுக்கான விடைகள்

1. முடிவற்ற மனித விருப்பங்களும் வளங்களின் பற்றாக்குறையும் பொருளியலின் தோற்றமாக உள்ளது: விரிவாக எழுதுக
2. பொருளியலின் முறைமையைப் பற்றி விவாதிக்க
3. வளங்களின் பற்றாக்குறைதான் பொருளியலின் எல்லாப் பிரச்சினைக்கும் தாய் உதாரணங்களுடன் விவாதிக்க

1.10 மேலும் படிக்க

பொருளாதாரத்தின் அடிப்படைக்
கருத்துக்கள்

திவேதி, டி. என். 2008. பொருளியல் கொள்கை, ஏழாவது பதிப்பு. புது
தில்லி: விகாஸ் பப்ளிஷிங் ஹவுஸ்.

வெய்ல், டேவிட் என் 2004. பொருளாதார வளர்ச்சி. லண்டன்: அடிசன்
வெஸ்லி.

தாமஸ், கிறிஸ்டோபர் ஆர். மற்றும் மாரிஸ் எஸ் சார்லஸ். 2005.
மேலாண்மையியல் பொருளாதாரம்: கருத்துக்கள் மற்றும் பயன்பாடுகள்,
எட்டாவது பதிப்பு. புது தில்லி: டாடா மெக்ரா-ஹில் பப்ளிஷிங் கம்பனி
லிமிடெட்.

மேன்கிவ், கிரிகோரி என். 2002. பொருளியல் கொள்கை, இரண்டாம் பதிப்பு.
இந்தியா: தாம்சன் பிரஸ்.

குறிப்புகள்

அலகு 2 மேலாண்மைப் பொருளியல் பற்றிய அறிமுகம் குறிப்புகள்

குறிப்புகள்

அமைப்பு

- 2.0 அறிமுகம்
- 2.1 நோக்கங்கள்
- 2.2 இயற்கை, நோக்கம், நிர்வாகவியல் பொருளியலின் வரையறை
- 2.3 வணிகத்திற்கு நிர்வாகவியல் பொருளியலின் பயன்பாடு
 - 2.3.1 நுண்ணளவு Vs. பெருநிலைப் பொருளியல்
- 2.4 உங்கள் முன்னேற்ற வினாக்களை சரிபார்க்கும் விடைகள்
- 2.5 சுருக்கம்
- 2.6 முக்கிய வார்த்தைகள்
- 2.7 சுய மதிப்பீட்டு வினாக்கள் மற்றும் பயிற்சிகள்
- 2.8 மேலும் படிக்க

2.0 அறிமுகம்

இந்த அலகு உங்களுக்கு மேலாண்மைப் பொருளியலை அறிமுகப்படுத்தும். எட்வின் மாஸ்ஸ் பீல்டு வரையறுத்தபடி மேலாண்மைப் பொருளியல் என்பது, 'பொருளியல் கோட்பாடுகளையும் அறிவார்ந்த மேலாண்மை முடிவுகளை முறைப்படுத்தலுடைய பிரச்சினைகளின் பொருளியல் பகுப்பாய்வுகளும் குறித்துக் கவலைப்படுதல்'. சில நேரங்களில் வணிகப் பொருளியல் என்றும் குறிப்பிடப்படுவது, வணிக முடிவெடுக்கும் நோக்கத்திற்காக நுண்ணளவுப் பொருளியலின் பகுப்பாய்வுகளைப் பொருத்துகின்ற பொருளியலின் ஒரு கிளை ஆகும். இந்த அலகு மேலாண்மைப் பொருளியலின் தன்மை மற்றும் நோக்கம் பற்றி விவாதிக்கும். அதே போல் மேலாண்மைப் பொருளியலை வணிகத்திற்குப் பயன்படுத்தல் ஆகும்.

2.1 நோக்கங்கள்

இந்த அலகை நீங்கள் படித்து முடித்த பின்பு உங்களால்,

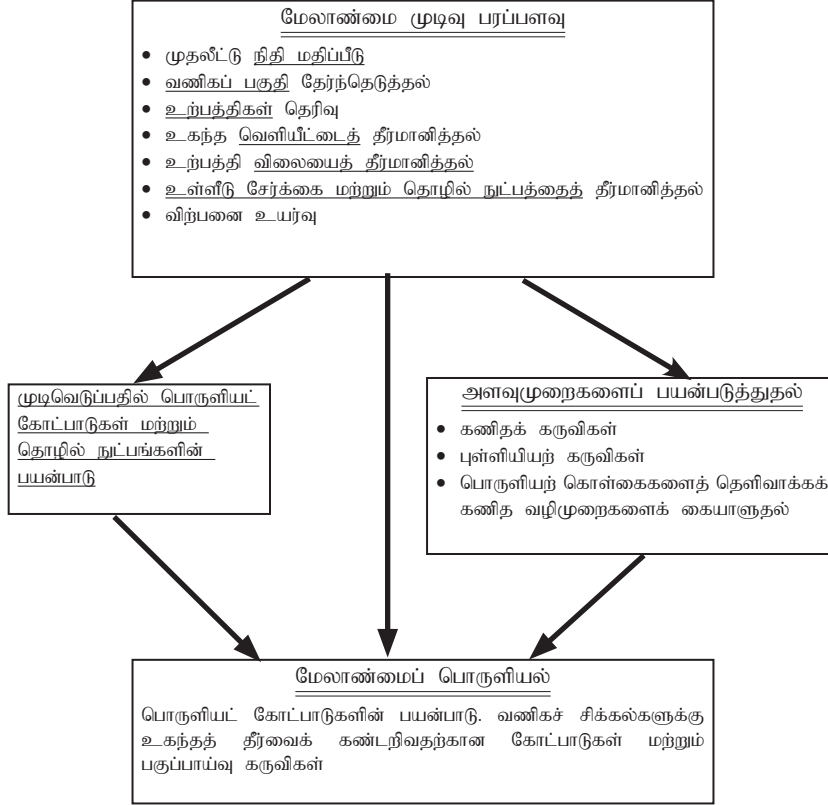
- மேலாண்மைப் பொருளியலின் தன்மை மற்றும் நோக்கம் குறித்து விவாதிக்க முடியும்
- வாய்ப்பு செலவு வரையறுக்க முடியும்
- விளிம்பு வாதம் மற்றும் அதிகரித்திருத்தல் ஆகியவற்றுக்கிடையே வேறுபடுத்த முடியும்
- பணம், சந்தை சக்திகள் மற்றும் சமநிலை ஆகியவற்றின் நேர மதிப்பைப் பற்றி விளக்க முடியும்

2.2 பொருளாதார மேலாண்மையின் தன்மை மற்றும் எல்லை வரையறை

தர்க்கம், கருவிகள் மற்றும் பொருளியலின் வியத்தகு நிகழ்வுகளின் பகுப்பாய்வு அதே போல், பொருளியல் விருப்பங்கள், உகப்பாக்க உத்திகள் மற்றும்

பொருளியல் தத்துவங்கள் ஆகியன பொருளியல் அறிவியலின் விடயத்தில் கொண்டுள்ளவைகள் ஆகும். வணிக முடிவெடுப்பதில் பொருளியல் அறிவியலைப் பயன்படுத்துவது அனைத்துமே ஊடு பரவும் தன்மையாகும். மேலும் குறிப்பாக, பொருளாதார ஆய்வுகள் மற்றும் பொருளியல் பகுப்பாய்வுக் கருவிகள் இப்போது வணிக முடிவெடுக்கும் செயற்பாட்டில் ஒரு பெரிய ஒப்பந்தத்தைப் பயன்படுத்துகின்றன. முன்னர்க் குறிப்பிட்டபடி, இது மேலாண்மைப் பொருளியல் என்ற தனித்துவமான ஆய்வுக் கிளையின் வெளிப்பாட்டிற்கு வழிவகுத்தது. பொருளியல் கோட்பாடுகள் மற்றும் அளவுகோல் முறைகளுடன் இணைக்கப்பட்ட தத்துவங்கள் ஆகியவற்றின் பயன்பாடு, படம் எண் 2.1ல் விளக்கப்பட்டுள்ளது.

குறிப்புகள்



படம் 2.1 மேலாண்மை முடிவெடுப்பதற்குப் பொருளியலின் பயன்பாடு பொருளியல் கோட்பாடுகளின் பயன்பாடு. வணிகச் சிக்கல்களுக்கு உகந்தத் தீர்வைக் கண்டறிவதற்கான கோட்பாடுகள் மற்றும் பகுப்பாய்வு கருவிகள் பொருளியல் கோட்பாடுகள், தர்க்கம் மற்றும் பொருளியல் வணிகமுடிவெடுத்தலின் செயற்பாட்டில் பயன்படுத்தப்படுகின்ற பகுப்பாய்வின் கருவிகள் ஆகியவற்றை ஆய்வு செய்தல் என்பதாக மேலாண்மைப் பொருளியல் வரையறுக்க முடியும். வணிக ரீதியான பிரச்சினைகளை ஆராய்ந்து, வணிகத் தெரிவுகள் மற்றும் வாய்ப்புகளை மதிப்பிடுவது பொருத்தமான வியாபார முடிவுகளை எடுப்பதற்குப் பொருளியல் பகுப்பாய்வு மற்றும் பொருளியல் பகுப்பாய்வு நடப்பங்கள் பயன்படுத்தப்படுகின்றன. மேலாண்மைப் பொருளியல் என்பது பொருளாதார அறிவு, தர்க்கம், தத்துவங்கள் மற்றும் அறிவார்ந்த வணிக முடிவெடுத்தலுக்குப் பயன்படுத்தப்படுகின்ற பகுப்பாய்வுக் கருவிகள் ஆகியவற்றின் பகுதியாகும்.

குறிப்புகள்

ஒரு சில சிறந்த பொருளியல் நிபுணர்களால் வழங்கப்படும் மேலாண்மைப் பொருளியலின் சில வரையறைகளைப் பார்க்கலாம்.

“மேலாண்மைப் பொருளியல் பகுத்தறிவு முடிவுகளை உருவாக்கும் சிக்கல்களுக்குப் பொருளியற் கருத்துகள் மற்றும் பொருளியல் ஆகியவற்றின் பயன்பாடு குறித்துக் கவலை கொண்டுள்ளது”.

—மேன்ஸ் பீல்டு

“மேலாண்மைப் பொருளியல் ... மேலாண்மை நடைமுறையை நிர்வகிப்பதற்கும், மேலாண்மையை முன்னெடுப்பதற்கும் திட்டமிடுவதற்கும் வணிக நடைமுறையில் பொருளியல் தத்துவத்தை ஒருங்கிணைத்தல் ஆகும்”.

—ஸ்பென்சர் மற்றும் சீகல்மன்

“மேலாண்மைப் பொருளியல் நிறுவனம் அல்லது அமைப்புக்குள் முடிவெடுக்கும் செயல்முறைக்குப் பொருளியற் கொள்கைகளையும் முறைகள் பற்றியும் அக்கறை கொண்டுள்ளது. நிர்வாகத்தின் தேவையான பொருளியல் இலக்குகளை அடைவதற்கு விதிகள் மற்றும் கோட்பாடுகளை நிறுவ முற்படுகிறது”.வ

—டக்லஸ்

“மேலாண்மைப் பொருளியல் ஒரு வணிகத்தை நிர்வகித்தலில், அல்லது வேறு வகையான அமைப்புகளை எதிர்கொள்ளுதலில் உண்டாகும் பிரச்சினைகள் மற்றும் அத்தகைய நிறுவனங்களின் சிறந்த நலன்களை முன்னெடுப்பதற்கான தீர்வுகளைக் கண்டறிய உதவுவதல் ஆகியவற்றிற்குப் பொருளியல் கொள்கைகள் மற்றும் வழிமுறைகளைப் பயன்படுத்துகிறது”.

—டேவிஸ் மற்றும் சாங்

மேலாண்மைப் பொருளியலின் இந்த வரையறைகள் ஒன்றாக, சரியான வரையறைகளை வழங்கவில்லை என்றாலும், ஒழுக்கத்தின் தன்மையை வெளிப்படுத்துகின்றன. மேலாண்மையியல் பொருளாதாரம் இந்த வரையறைகள் ஒன்றாக, சரியான வரையறைகளை வழங்கவில்லை என்றாலும், ஒழுக்கத்தின் தன்மையை வெளிப்படுத்துகின்றன.

ஏன் மேலாளர்கள் பொருளியல் அறிவை அறிய வேண்டும்?

மேலாண்மையான கடமைகளை மற்றும் பொறுப்புகளைச் செயல் திறன் நோக்கிப் பொருளியல் பெருமளவில் பங்களிப்புச் செய்கிறது. உயிரியல், மருத்துவத் தொழிலுக்கும் மற்றும் இயற்பியல், பொறியியலுக்கும் பங்களிப்பு வழங்குவது போலவே, பொருளியல், மேலாண்மைத் தொழிலுக்கும் பங்களிப்புச் செய்கிறது. அனைத்து மற்ற தொழில் முறை தகுதிகள் இருப்பது போலவே, பொருளியலில் வேலையறிவு வாய்க்கப் பெற்ற மேலாளர்கள் அப்படிப்பட்ட வேலையறிவு வாய்க்கப் பெறாதவர்களைவிடவும் மிகவும் திறமையாகத் தங்கள் செயற்பாடுகளைச் செய்ய முடியும். ஒரு வணிக நிறுவனத்தின் மேலாளர்களின் அடிப்படைச் செயல்பாடு, தங்கள் வசம் வைத்திருக்கும் வரையறுக்கப்பட்ட வளங்களைக் கொண்டு நிறுவனத்தின் நோக்கத்தை அடைவதாகும். நோக்கங்களின் அதிகப்படுத்தலும் வளங்களின் மட்டுப்படுத்தலெனும் வரையறுத்தலும் இங்கே முக்கியத்துவாக இருக்கின்றன.

வளங்கள் வரம்பற்றதாக இருந்திருந்தால், வளங்கள் அல்லது வளங்கள் மேலாண்மையில் சிக்கனமாக்கப்படும் பிரச்சினைகள் ஒருபோதும் எழாது ஆனால் ஒரு நிறுவனத்தை அகற்றுவதில் வளங்கள் அதன் பல வழிகளி-லும் எல்லையற்ற நிதியாகவும்இ ஆண்கள் அல்லது பொருள் ஆகவும் இருக்கலாம். எனவே, மேலாண்மையின் அடிப்படைப்பணி, அவைகளின் பயன்பாட்டை மேம்படுத்துவதாகும்.

குறிப்புகள்

மேலாண்மையியற் செயற்பாடுகட்கு எவ்வாறு பொருளியல் பங்களிக்கிறது?

மேலாளர்கள் பொருளியலை அறிந்து கொள்ள வேண்டியது ஏன் என்பதை நாம் மேலே குறிப்பிட்டுள்ளோம். முடிவெடுக்கும் மேலாண்மையியற் பணிக்கு எவ்வாறு பொருளியல் பங்களிக்கிறது என்பதை இப்போது பார்க்கலாம். மேலே குறிப்பிட்டுள்ளபடி, பொருளியிலானது, பல்வேறு வரையறைகள் வரையறுக்கப்பட்டிருந்தாலும், முக்கியமாக, கொடுக்கப்பட்ட முடிவுகளை அடைவதற்குக் கிடைக்கும் வளங்களின் உகந்தப் பயன்பாடுகளை உருவாக்கும் தர்க்கம், கருவிகள் மற்றும் நுட்பங்களைப் பற்றிய ஆய்வு ஆகும். நிர்வகிக்கும் நிறுவனங்களின் குறிக்கோள்களை மேலாளர்கள் அடைய வேண்டும் என்று பகுப்பாய்வுக் கருவிகள் மற்றும் நுட்பங்களை இதனால் பொருளியல் வழங்குகிறது. ஆகையால், முறையானதொரு பட்டம் அவசியமில்லை என்றாலும் கூட, மேலாளர்களுக்குப் பொருளியல் பற்றிய அறிவுடைமை இன்றியமையா அத்தியாயவசியமானதாக இருக்கிறது. வேறுவார்த்தைகளில் கூறுவதானால், மேலாளர்கள் அடிப்படையில் பொருளியல் நிபுணத்துவப் பயிற்சியில் உள்ளனர்.

அவர்களின் செயல்பாடுகளைச் செய்வதில், மேலாளர்கள் நிறுவனத்தின் இலக்குகளுடன் இணங்கப் பல முடிவுகளை எடுக்கவேண்டும். நிச்சயமற்ற மற்றும் ஆபத்து நிலைமைகளின் கீழ் பல வணிக முடிவுகள் எடுக்கப்படுகின்றன. சந்தை சக்திகளின் நிச்சயமற்ற நடத்தை, வணிகச் சூழலின் மாற்றம், முக்கியமாக, மிகவும் போட்டித் தன்மையுள்ள உற்பத்திப் பொருட்களுடன் போட்டியாளர்களின் தோற்றம், அரசாங்கக் கொள்கைகள், சர்வதேக் காரணிகளான பெருமளவி-லான உலக மயமாக்கல் காரணமாக உள்நாட்டுச் சந்தையின் பாதிப்பு, அதே போல் நாட்டில் சமூக மற்றும் அரசியல் மாற்றங்கள் காரணமாக அவை முக்கியத்துவம் பெறுகின்றன. நவீன வணிக உலகின் சிக்கலானது வணிக முடிவெடுக்கும் செயற்றிறனுக்குச் சிக்கலான தன்மையைச் சேர் இருப்பினும், சந்தை நிலைமைகள் உயர்ந்த நம்பகத் தன்மையுடன் கணிக்கப்பட்டால் நிச்சயமற்ற மற்றும் அபாய அளவு குறைக்கப்படலாம். எதிர்காலச் சந்தை நிலைமைகள் மற்றும் வணிக வாய்ப்புகளை முன்கணிப்பதற்கான மாதிரிகள், கருவிகள் மற்றும் நுட்பங்களைப் பொருளியல் வழங்குகிறது.

வணிகச்சூழலின் எதிர்காலப் பாதையை முற்கூட்டிக்கணித்தல் போதுமானதாக இல்லை. அதற்கான முக்கியத்துவம் என்னவென்றால், பொருத்தமான வணிக முடிவுகளை எடுப்பதும், நிறுவனத்தின் இலக்குகளுடன் இணங்கும் ஒரு வணிக மூலோபாயத்தை உருவாக்குவதும் ஆகும். முடிவுகள் எடுப்பதில் உண்டாகும் வணிகச்சிக்கல்கள் தொடர்பான தொழில் நுட்ப மற்றும் சுற்றுச்சூழல் நிலைமைகள் பற்றிய தெளிவானப் புரிதல் ஓர் அறிவார்ந்த வணிக முடிவை எடுக்கத் தேவைப்படுகிறது. தொழில் நுட்ப நிலைமைகள் மற்றும் வணிகச்சூழலை விளக்கவும் ஆய்வு செய்யவும்,

குறிப்புகள்

அறிவார்ந்த முடிவுகளை எடுக்கும் ஒரு நல்ல ஒப்பந்தத்தை வழங்குவது பொருளியல் கோட்பாடுகளின் பயன்பாடு ஆகும். எனவே பொருளியல் கோட்பாடுகள் வர்த்தகத்தின் நடைமுறை சிக்கல்களின் பகுப்பாய்வில் பரவலான பயன்பாட்டைப் பெற்றிருந்திருக்கின்றன. வணிகச்சூழலின் வளர்ந்து வரும் சிக்கலான நிலையில், பொருளியல் தத்துவத்தின் பயன், பகுப்பாய்வுக் கருவியாகவும் முடிவெடுக்கும் செயல்முறைக்கு அதன் பங்களிப்பாகவும் பரவலாக அங்கீகரிக்கப்பட்டிருந்திருக்கின்றது.

வணிகப் பொருளியலுக்குப் பொருளியலின் மூன்று முக்கியமான பங்களிப்புகளை பௌமோல் என்பார் சுட்டிக் காட்டியிருந்திருக்கிறார்.

முதலாவதாக, பொருளியல் [கோட்பாடுகள்] மேலாண்மை, மேலாண்மை அறிவியலுக்குப் பங்களிக்கக்கூடிய மிக முக்கியமான விஷயங்களில் ஒன்று பகுப்பாய்வு மாதிரிகளை உருவாக்குகிறது, இது நிர்வாகச் சிக்கல்களின் கட்டமைப்பை அங்கீகரிக்க உதவுகிறது, முடிவெடுப்பதைத் தடுக்கும் சிறிய முடிவுகளை அகற்றவும், மேலும், முக்கியமான சிக்கலில் கவனத்தைச் செலுத்தவும் உதவுகிறது.

இரண்டாவதாக, பொருளாதாரக் கொள்கையானது வியாபார பகுப்பாய்வுக்கு 'பகுப்பாய்வு முறைகளின் தொகுப்பை' வழங்குகிறது, இது குறிப்பிட்ட வணிக சிக்கல்களுக்கு நேரடியாகப் பயன்படுத்தப்படாமல் இருக்கலாம், ஆனால் அவை வணிக ஆய்வாரின் பகுப்பாய்வு திறன்களை மேம்படுத்துகின்றன.

மூன்றாவதாக, பொருளியல் கோட்பாடுகள் வணிகப் பகுப்பாய்வில் பயன்படுத்தப்படும் பல்வேறு கருத்துக்களுக்குத் தெளிவை வழங்குகின்றன, இவைகள் கருத்துருவக் குறைபாடுகளைத் தவிர்க்க மேலாளர்களைச் செயல்படுத்துகின்றன.

வணிக முடிவுகளுக்கு பொருளாதாரம் பயன்பாடு

நாம் மேலே விவாதித்தோம் - பொதுவில், நிச்சயமாக - பொருளாதார முடிவு எடுக்கும் வணிகத்திற்கு எவ்வாறு பங்களிக்க முடியும். இந்த பிரிவில், இந்த பயன்பாட்டை சில அனுமான வியாபார விஷயங்களில் நாங்கள் காட்டுகிறோம்.

வணிக முடிவெடுக்கும் என்பது முக்கியமாக நிறுவனத்திற்குத் திறந்த மாற்று வாய்ப்புகளைத் தேர்ந்தெடுப்பதற்கான ஒரு வழிமுறையாகும். முடிவெடுக்கும் செயல்முறை நான்கு முக்கிய கட்டங்களை உள்ளடக்கியது

- (i) அடையக்கூடிய இலக்கை நிர்ணயித்தல் மற்றும் வரையறுத்தல்;
- (ii) வணிக தொடர்பான தகவல்கள் மற்றும் பொருளாதார, சமூக, அரசியல் மற்றும் தொழில்நுட்ப சூழலைப் பற்றிய பிற தகவல்கள் மற்றும் முடிவெடுக்கும் தேவை மற்றும் நிகழ்வுகளை முன்கணித்தல் ஆகியவற்றை சேகரித்தல் மற்றும் பகுப்பாய்வு செய்தல்;
- (iii) நடவடிக்கைகளை சாத்தியமான படிப்புகளை உருவாக்குதல், அபிவிருத்தி செய்தல் மற்றும் பகுப்பாய்வு செய்தல்; மற்றும்
- (iv) கிடைக்கக்கூடிய மாற்றுகளிலிருந்து ஒரு குறிப்பிட்ட செயல் நடவடிக்கையைத் தேர்ந்தெடுப்பது.

முடிவெடுக்கும் இந்த செயல்முறை இருப்பினும், அது தோன்றுவது போல் எளிமையாக இல்லை. படிகள் (1) மற்றும் (2) வணிக முடிவெடுப்பதில் முக்கியமானவை. இந்த நடவடிக்கைகள் நவீன வியாபார உலகில் முடிவெடுக்கும் தகுதி மற்றும் செல்லுபடியாக்கத்தை சோதிக்க மற்றும் தீர்மானிக்க நிர்வாகிகளின் பகுப்பாய்வு திறனை வழங்குகின்றன. நவீன வியாபார நிலைமைகள் மிக வேகமாக மாறி வருகின்றன, போட்டித்தன்மையும் சிக்கலானதுமான தனிப்பட்ட வணிக உணர்வு, உள்ளூணர்வு மற்றும் அனுபவம் ஆகியவை பொருத்தமான வணிக முடிவுகளை எடுக்க போதுமானதாக நிரூபிக்காமல் போகலாம். வணிக நுண்ணறிவு, அனுபவம், உள்ளூணர்வு மற்றும் வியாபார சக்கரம் ஆகியவை சந்தை நிலைமைகள் மற்றும் வியாபார சூழலில் வணிகத் தரங்களின் அளவு பகுப்பாய்வுடன் கூடுதலாக சேர்க்கப்பட வேண்டும். பொருளாதார ஆய்வின் பொருளாதார கருத்தியல்களும் கருவிகளும் மிகப்பெரிய அளவில் பங்களிப்பு செய்கின்றன.

குறிப்புகள்

பொருளியல் கோட்பாடுகள் இரண்டு அல்லது அதற்கு மேற்பட்ட பொருளாதார மாறுபாடுகளுக்கு இடையேயான செயல்பாட்டு உறவைக் குறிப்பிடுகின்றன, சில குறிப்பிட்ட நிபந்தனைகளின் கீழ். வர்த்தக சிக்கல்களுக்கு பொருத்தமான பொருளாதாரக் கோட்பாடுகளின் பயன்பாடு குறைந்தபட்சம் மூன்று வழிகளில் முடிவெடுக்கும் வசதிகளை வழங்குகிறது.

முதலாவதாக, வியாபார ஆய்வில் பயன்படுத்தப்படும் பல்வேறு பொருளாதார கருத்துகளை (எ.கா. செலவு, விலை கோரிக்கை, முதலியன) பற்றிய தெளிவான புரிதலை இது வழங்குகிறது. உதாரணமாக, செலவு“ என்ற கருத்து மொத்த சராசரி, குறுநிலையான, மாற“, உண்மையானது, மற்றும் வாய்ப்பு ஆகியவற்றை உள்ளடக்கியது. பொருளாதாரம் எந்தக் கருத்தாக்கங்கள் சம்பந்தப்பட்டதென்பதையும் எந்த சூழ்நிலையிலும் தெளிவுபடுத்துகிறது.

இரண்டாவதாக, தொடர்புடைய மாறிகள் மற்றும் உரிய தரவுகளை குறிப்பிடுவதில் இது உதவுகிறது. உதாரணமாக, இரண்டு வெவ்வேறு ஆற்றல் ஆற்றல்-பெட்ரோல் மற்றும் மின்சாரம் ஆகியவற்றிற்கான தேவைகளை மதிப்பிடுவதில் மாறிகள் எவ்வாறு கருதப்பட வேண்டும் என்பதை தீர்மானிக்க உதவுகிறது.

மூன்றாவதாக, பொருளாதார கோட்பாடுகள் இரண்டு அல்லது அதற்கு மேற்பட்ட பொருளாதார மாறிகள் மற்றும் நிகழ்வுகள் ஆகியவற்றிற்கு இடையே உள்ள பொது உறவைக் குறிப்பிடுகின்றன. பொருத்தமான பொருளாதார கோட்பாட்டின் பயன்பாடு வணிக பகுப்பாய்வுக்குச் சீரானது மற்றும் சரியான முடிவுகளில் வந்து உதவுகிறது. இதனால், வர்த்தக சிக்கல்களுக்கு பொருளாதார கோட்பாடுகளின் பயன்பாடு வழிகாட்டிகள் மட்டுமல்ல, முடிவெடுக்கும் செயல்முறையை நடைமுறைப்படுத்துவது மட்டுமின்றி, முடிவுகளின் செல்லுபடியாக்கத்திற்கும் நல்ல பங்களிப்பை அளிக்கிறது.

மேலாண்மைப் பொருளியலின் நோக்கம்:

பொருளியல் தத்துவங்களை நேரடியாகப் பயன்படுத்தக் கூடிய வணிகச் சிக்கல்களின் பகுதிகள் பரவலாக இரண்டு பிரிவுகளாகப் பிரிக்கப்படலாம்: (a) செயற்பாடு அல்லது உள் விவகாரங்களில் நுண்ணளவுப் பொருளியல் பயன்படுத்தப்படும், மற்றும் (b) சுற்றுச்சூழல் அல்லது வெளிப்புற விவகாரங்களில் பெருநிலைப் பொருளியல் பயன்படுத்தப்படுகிறது.

குறிப்புகள்

வணிக முடிவுகளுக்கு பொருளாதாரம் பயன்பாடு

செயல்பாட்டுச் சிக்கல்கள் உள்ளியல் பக்கானவைகள். உள்ளகப் பிரச்சினைகள் வணிக நிறுவனத்திற்குள் எழும் எல்லாப் பிரச்சனைகளையும் உள்ளடக்கி, நிர்வாகத்தின் கட்டுப்பாட்டின் கீழ் மற்றும் கட்டுப்பாட்டிற்குள் விழும். அடிப்படை உட்சிக்கல்களில் சில: (i) வணிகத் தெரிவு மற்றும் உற்பத்திகளின் தன்மை, அதாவது, என்ன உற்பத்தி செய்ய வேண்டும் (ii) நிறுவனத்தின் அளவுத் தெரிவு, அதாவது எவ்வளவு உற்பத்தி செய்ய வேண்டும் (iii) தொழில்நுட்பத்தின் தெரிவு, அதாவது, காரணி-கலவையைத் தேர்ந்தெடுப்பது (iv) விலையைத் தேர்ந்தெடுத்தல், அதாவது, பொருட்களுக்கு எவ்வாறு விலையிடுவது (v) விற்பனையை எவ்வாறு மேம்படுத்துவது (vi) விலைப் போட்டியை எவ்வாறு எதிர்கொள்வது (vii) புதிய முதலீடுகளை எவ்வாறு தீர்மானிப்பது? (என்கை) இலாபத்தையும் மூலதனத்தையும் எப்படி நிர்வகிக்க வேண்டும் (ix) சரக்குகளை நிர்வகிக்க எப்படி, அதாவது, முடிக்கப்பட்ட பொருட்கள் மற்றும் மூலப்பொருட்களின் பங்கு. இந்தப் பிரச்சினைகள் முன்னோக்கித் திட்டமிடலில் காணலாம். வணிக நிறுவனங்களின் மேலாளர்களால் எதிர்கொள்ளப்படும் கேள்விகளை நுண்ணளவுப் பொருளியல் சமாளிக்கிறது. பின் வரும் நுண்ணளவுப் பொருளியல் தத்துவங்கள் பெரும்பாலான இத்தகைய கேள்விகளைச் சமாளிக்கின்றன.

தேவைத் தத்துவம்

தேவைத் தத்துவம் நுகர்வோர் நடத்தை ஒழுக்கத்துடன் தொடர்பு உடையது. இது போன்ற கேள்விகளுக்கு இது பதிலளிக்கிறது: ஒரு பண்டத்தை பொருளை வாங்கலாமா இல்லையா என்பதை வாடிக்கையாளர்கள் எவ்வாறு முடிவு செய்கிறார்கள்? வாங்குவதற்கு ஒரு பண்டத்தின் பொருளின் அளவு எப்படி அவர்கள் தீர்மானிக்கிறார்கள்? எப்போது அவர்கள் ஒரு பண்டத்தை பொருளை நுகர்வதை நிறுத்த வேண்டும்? பண்டங்களின் பொருட்களின் விலை, அவர்களின் வருமானம், சுவை மற்றும் நடப்பவழக்குப் போன்றவற்றின் போது, நுகர்வோர்கள் எவ்வாறு நடந்து கொள்கிறார்கள்? அல்லது மாற்றம்? எந்த அளவுத் தேவையில், மொத்த வருவாயைப் பொறுத்து விலை முக்கியத்துவமற்றிருக்கும் என்பனவற்றில் எனவே பொருட்களின் தேர்வு செய்வதில், உற்பத்தியின் உகந்த அளவைக் கண்டறிதல் மற்றும் உற்பத்தி விலை நிர்ணயித்தல் ஆகியவற்றிற்குத் தேவைத் தத்துவ அறிவுடைமை, உதவியாக இருக்கும்

தேவைத் தத்துவம் அலகு 4 இல் விவரிக்கப்பட்டிருந்திருக்கிறது.

உற்பத்தி மற்றும் உற்பத்தி முடிவுகளின் தத்துவம்

உற்பத்தித் தத்துவம் உள்ளீடுகள் மற்றும் வெளியீடு ஆகியவற்றிற்கான உறவுமுறையை விளக்குகிறது. என்ன நிலைமைகளின் காரணியமாக விலைகள் அதிகரிக்கின்றன அல்லது குறைகின்றன என்பதை விளக்குகிறது ஒரு காரணி (உள்ளீடு) அலகுகள் மற்ற காரணிகளை மாறாமல் அதிகரிக்கும் போது, அல்லது காரணிகள் ஒரே நேரத்தில் அதிகரிக்கும் போது மொத்த வெளியீடு எவ்வாறு செயல்படுகிறது ஒரு குறிப்பிட்ட அளவிலான ஆதாரங்களில் இருந்து எப்படி வெளியீடு அதிகரிக்க முடியும்? மற்றும் வெளியீட்டின் உகந்த அளவு எவ்வாறு தீர்மானிக்கப்படுகிறது? என்பதை எல்லாம் இது விளக்குகிறது. நிறுவனத்தின் மொத்த அளவு, மொத்த வெளியீட்டின் அளவு, மூலதனத்தின்

தொகை மற்றும் நிறுவனத்தின் குறிக்கோளில் கொடுக்கப்பட்டபடி வேலைக்கு அமர்த்தப்பெறும் தொழிலாளர்களின் அளவீடு ஆகியவற்றை உற்பத்தித் தத்துவம், இவ்வாறு, நிர்ணயிக்கும்.

சந்தை-அமைப்பு மற்றும் விலைத் தத்துவத்தின் பகுப்பாய்வு:

பல்வேறு வகையான சந்தை நிலைமைகளின் கீழ் எப்படி விலை நிர்ணயிக்கப்படுகிறது என்பதை விளக்குகிறது விலை பாரபட்சம் விரும்பத்தக்கதாக இருக்கும், சாத்தியமான மற்றும் லாபம் போட்டியிடும் சந்தையில் விற்பனையை விரிவுபடுத்துவதில் விளம்பரம் எந்த அளவிற்குப் பயனுள்ளதாக இருக்கும் என்பதைப் பற்றி விலைத்தத்துவம் விளக்குகிறது. இதனால், நிறுவனத்தின் விலைக் கொள்கை நிர்ணயத்தில் விலைத்தத்துவம் உதவியாக இருக்கும். விலை மற்றும் உற்பத்தித் தத்துவம், உண்மையில், நிறுவனத்தின் சிறந்த அளவைத் தீர்மானிக்க உதவும்.

இலாபப் பகுப்பாய்வு மற்றும் இலாப மேலாண்மை:

அனைத்து வணிக நிறுவனங்களின் பொதுவான குறிக்கோள் இலாப நோக்கமாகும். ஆனால், திருப்திகரமான இலாபம் எப்போதும் உத்தரவாதமளிக்காது என்பதால், ஒரு நிறுவனம் தனது செயல்திறனை நிறைவேற்றுவதில் உறுதியற்றத் தன்மையின் கீழ் செயல்படுகிறது, (i) உற்பத்திக்கான தேவை, (ii) காரணிச் சந்தையில் உள்ளீடு விலைகள் (iii) உற்பத்திச் சந்தையின் இயல்பு மற்றும் போட்டியின் தரம், மற்றும் (iv) உற்பத்திச் சந்தைகளில் மாறிக் கொண்டிருக்கும் நிலைமைகளின் கீழ்விலை நடத்தைகள் போன்றவை. ஆகையால் எதிர்காலத்தை முன்னறிவிப்பதற்காக மிகவும் திறமையான நுட்பங்கள் பயன்படுத்தப்பட்டு வந்தாலும் கூட, வணிக நடவடிக்கைகள் மெதுவாகத் திட்டமிடப்பட்டாலும் கூட ஆபத்திற்கான ஒரு கூறு எப்போதும் இருக்கும். எனவே, நிறுவனங்கள் தங்கள் நலன்களைப் பாதுகாக்க வேண்டும், ஆபத்தை ஏற்படுத்தும் வாய்ப்புகளைத் தவிர்க்க அல்லது குறைக்க வேண்டும். இலாப அளவீடு மற்றும் இலாப மேலாண்மையில், அபாயக் கட்டணத் தொகைக்கான ஒதுக்கீட்டில், மூலதனத்தின் தூய்மையான வருமானம் மற்றும் இலாபத்தைக் கணக்கிடுவதில் மற்றும் எதிர்கால லாபத்திற்கான திட்டமிடுதலில் இலாபத்தத்துவம் நிறுவனங்கட்கு வழிகாட்டும்.

மூலதன மற்றும் முதலீட்டு முடிவுகளின் தத்துவம்:

மற்ற அனைத்து உள்ளீடுகளையும் போலவே மூலதனமும் ஓர் அரிதான மற்றும் விலையுயர்ந்தக் காரணியாகும். மூலதனம் வணிகத்தின் அடித்தளமாகும். அதன் திறமையான ஒதுக்கீடு மற்றும் மேலாண்மை ,மற்றும் நிறுவனத்தின் வெற்றி நிலை தீர்மானிக்கப்படுதலும் மேலாளர்களின் மிக முக்கியமான பணிகளில் ஒன்றாகும். மூலதனத் தொடர்பான முக்கிய விடயங்கள் (i) முதலீட்டுத் திட்டத்தின் தெரிவு, (ii) மூலதனத்தின் திறனை மதிப்பிடுதல், மற்றும் (iii) மூலதனத்தின் மிகவும் திறமையான ஒதுக்கீடு. முதலீட்டு-முடிவெடுத்தல், திட்டங்களின் தெரிவு, மூலதனத்தைப் பராமரித்தல், மூலதன வரவு செலவுதிட்டம் போன்றவைகளில் மூலதனத் தத்துவத்தின் அறிவுடை-மை பெரும் பங்களிப்பை வழங்கமுடியும்.

குறிப்புகள்

குறிப்புகள்

பெருநிலைப் பொருளியல் வணிகச்சூழலுக்குப் பயன்படுத்தப் பெறுகிறது:

சுற்றுச்சூழல் பிரச்சினைகள் ஒரு வியாபாரத்தை நடத்தும் பொது வணிகச்சூழலுக்குப் பொருந்தும். அவர்கள் நாட்டின் ஒட்டு மொத்தப் பொருளாதார, சமூகமற்றும் அரசியல் சூழ்நிலையுடன்தொடர்புகொண்டுள்ளன.

ஒரு நாட்டின் பொருளாதாரச் சூழலைக் கொண்டிருக்கும் காரணிகள் கீழ்க்காணுபவைகளை உள்ளடக்கியவைகள்:

- (i) நாட்டின் பொருளாதார அமைப்பின் வகை,
- (ii) தேசிய வருமானம், வேலைவாய்ப்பு, விலை, சேமிப்பு மற்றும் முதலீடு போன்ற பொதுப் போக்குகள்,
- (iii) நிதி நிறுவனங்கள், எ.கா. வங்கிகள், நிதி நிறுவனங்கள், காப்பீட்டு நிறுவனங்கள், போன்றவற்றின் கட்டமைப்பில் கட்டமைப்பு மற்றும் போக்குகள்,
- (iv) வெளிநாட்டு வர்த்தகத்தின் போக்குகளின் பரிணாம அளவு மற்றும் போக்குகள்,
- (v) தொழிலாளர் வழங்குதலின் போக்கு மற்றும் மூலதனச் சந்தையின் வலிமை,
- (vi) அரசாங்கத்தின் பொருளாதாரக் கொள்கைகள், எ.கா., தொழிற்துறைக் கொள்கை, பணம், நிதி, விலை மற்றும் வெளிநாட்டு வர்த்தகம்,
- (vii) சொத்துரிமை, பழக்கம் மற்றும் வழக்கைப் போன்ற சமூகக் காரணிகள்,
- (viii) தொழிற்சங்கங்கள், நுகர்வோர் சங்கங்கள், நுகர்வோர் கூட்டுறவு மற்றும் தயாரிப்பாளர்கள் சங்கங்கள் போன்ற சமூக-பொருளாதார அமைப்புகள்.
- (ix) அரசியல் சூழல், மக்களாட்சி, சர்வாதிகார ஆட்சி, பொதுவுடைமை அல்லது வேறுவகையில், தனியார் வணிகம், அளவு மற்றும் பொதுத்துறை மற்றும் அரசியல் ஸ்திரத்தன்மை ஆகியவற்றிற்கான அரசின் அணுகுமுறை போன்ற காரணிகளான அரசியல் சூழல் மற்றும்
- (x) பொருளாதார உலக மயமாக்கல் மற்றும் உள்நாட்டுச் சந்தைகளில் MNC களின் செல்வாக்கின் அளவு

இஃது ஒரு வணிக நிறுவனத்தின் அதிகாரங்களுக்கு அப்பாற்பட்டது, அது எவ்வளவு பெரிதாக இருந்த போதினும், அது நாட்டின் பொருளாதார, சமூக மற்றும் அரசியல் காரணிகளின் வழியைத் தீர்மானிப்பதற்கும் வழிகாட்டுதலுக்கும் வழிவகுக்கும். இருப்பினும், அனைத்து நிறுவனங்களும் அல்லது பெரிய வர்த்தக நிறுவனங்களும் நாட்டின் பொருளாதார மற்றும் அரசியல் சூழலை ஒன்றுபட்டு வசப்படுத்தியிருக்க முடியும். பொதுவாக வணிகச் சமூகத்திற்காக, பொருளாதார, சமூக மற்றும் அரசியல் காரணிகள் வணிக அளவுருக்கள் எனக்கருதப்பட வேண்டும்.

நிறுவனங்களின் செயல்பாடு மற்றும் செயல்திறனைப் பொறுத்தவரையில், சுற்றுச்சூழல் காரணிகள் மிக அதிகமான தாக்கத்தை ஏற்படுத்துகின்றன. எனவே, வணிக முடிவெடுப்பவர்கள் நாட்டின் தற்போதைய மற்றும் எதிர்காலப் பொருளாதார, அரசியல் மற்றும் சமூகநிலைமைகளைக் கணக்கில் எடுத்து, முடிவெடுக்கும் செயல்முறையில் சுற்றுச்சூழல் காரணிகளைக் கவனத்தில்

எடுத்துக் கொள்ள வேண்டும். இ.தோர் இன்றியமையாத அடிப்படையாகும் ஏனென்றால் சுற்றுச்சூழற் காரணிகளைத் தனிமைப்படுத்துவதில் எடுக்கப்பெறும் வணிக முடிவுகள் ஊக்கமின்றி நிரூபிக்கம் முடியாது மட்டுமல்லாமல், ஆனாலும் கூட, மேற்குவங்கத்தில் சிங்கூர் மாவட்டத்தில் நந்தி கிராமில் மற்றும் டாடாவின் சிறு பராமரிப்புத் திட்டத்தில் SEZ நிறுவப்பட்டபோது ஏற்பட்ட பெரும் இழப்புகளுக்கு வழிவகுக்கும். உதாரணமாக, பின்வரும் வகையான வணிக முடிவுகளை எடுத்துக் கொள்ளுங்கள்

குறிப்புகள்

- புதிய ஆல் கஹால் உற்பத்தி அலகு ஒன்றை அமைக்க அல்லது இருக்குமொன்றை விரிவாக்கம் செய்வதற்கு, வரவிருக்கும் தடைக்குப் புறம்பானவர்களை - ஓர் அரசியல் காரணி - புறக்கணிப்பதென்ற ஒரு முடிவும் நிறுவனம் தற்கொலை செய்வது போன்றதாகும்
- மோனோபோலிஸ் மற்றும் கட்டுப்பாடான வர்த்தக நடைமுறைகள் சட்டம் (MRTP சட்டம்) கீழ் அனுமதிக்கப்படும் ஊதிய மூலதனத்திற்கு அப்பால் வணிகத்தை விரிவுபடுத்தும் ஒரு முடிவானது சட்டப்பூட்டுகளை நாடே வரவழைத்துக்கொள்ளுதல் ஆகும்.
- ஒரு பொருளியற் காரணியாக இருக்கக்கூடிய வெகு ஜனதிறந்த வேலையின்மையைப் புறக்கணித்து, மிகவும் அதிநவீன, உழைப்பாளர்களைக் குறைத்துச் சேமிக்கும், தொழில் நுட்பத்தைப் பயன்படுத்துவதற்கான ஒரு முடிவானது தன்னைத்தானே தோற்கடிக்கக் கூடியதாக இருக்கலாம்
- குறைந்த தனிநபர் வருமானம் மற்றும் ஒரு நீண்டகால வாங்குதலுக்கான ஒரு குறைந்த கொள்முதல் சக்தி கொண்டிருக்கும் சமுதாயத்தில், வணிகத்தைப் பெருமளவில் விரிவுபடுத்துவதற்கான ஒரு முடிவானது, தேக்கமின்மைக்கு வழிவகுக்கும்.

வணிக நிறுவனங்களின் மேலாளர்கள், எனவே, வணிகப் பிரச்சினைகளுடைய பரந்தத் தாக்கங்கள் பற்றிய முடிவுகளை எடுக்கும்போது நாட்டின் நிலவும் பொருளாதார, சமூக மற்றும் அரசியல் நிலைமைகள் பற்றி முழுமையாக அறிந்திருக்க வேண்டும்.

மேலாண்மைப் பொருளியல், பொருளாதாரச் சூழலைக் கொண்டது, குறிப்பாக வணிகக்கால நிலையை உருவாக்கும் பொருளாதாரக் காரணிகளோடு தொடர்புடையது. அரசியல் மற்றும் சமூகக் காரணிகளின் ஆய்வு மேலாண்மைப் பொருளியலின் ஆதிக்க வரம்பின் எல்லைக்குள் இருந்து வருகிறது. இருப்பினும், மக்களுடைய பொருளாதார, சமூக மற்றும் அரசியல் நடத்தை ஒன்றோடொன்றுப் பிணைந்து ஒத்துழைப்பு மற்றும் ஊடாடும் என்பதை மனத்தினில் கொள்ள வேண்டும். உதாரணமாக, இந்தியாவின் தொழில் துறைத்துறையின் ஏகபோகப் போக்குகளின் வளர்ச்சியானது, பெருவணிக நிறுவனங்களின் பெருக்கம் கட்டுப்படுத்துவதைக் கட்டுப்படுத்தும் ஏகபோக மற்றும் கட்டுப்பாடான வர்த்தக நடைமுறைகள் சட்டம் (1961) கொண்டு வர வழிவகுத்தது, அதனால் பெரிய வணிக நிறுவனங்களின் பெருக்கம் கட்டுப்படுத்துகிறது. இதே போல், பல்வேறு தொழில்துறைக் கொள்கைத் தீர்மானங்கள் 1990 வரை அரசாங்கத்தின் சமூக-அரசியல் சித்தாந்தத்தின் வெளிச்சத்தில் அமைக்கப்பட்டன. தனியார் வணிகத்தின் எல்லை மற்றும் பகுதியைக் கட்டுப்படுத்தி, இந்தியாவில் தனியார் வணிக விரிவாக்கத்தைக் கட்டுப்படுத்தியது. ஏகபோகத்தின் வளர்ச்சி, தொழில்நுட்பம், வெகுஜன

குறிப்புகள்

வறுமை மற்றும் வேலையின்மை, வெளிநாட்டு வர்த்தகம், வரிக் கொள்கைகள், தொழிலாளர் உறவுகள், அத்தியாவசியப் பொருட்களின் விநியோக முறை, முதலியன அரசின் பொருளாதார விவகாரங்களில் அரசியலில் செல்வாக்கு செலுத்துகின்ற சில முக்கியப் பகுதிகள் ஆகும்.

பெருநிலைப் பொருளியலின் சிக்கல்கள்

பெருநிலைப் பொருளியலின் அல்லது சுற்றுச்சூழலின் சிக்கல்களான எதிர்கால மூலோபாயத்தின் முன்னோடித் திட்டமிடல் மற்றும் உருவாக்கம் தொடர்பாக வணிக முடிவெடுத்தல் ஆகியனப் பின்வரும் மூன்று பிரிவுகளின் கீழ் விவரிக்கப்படலாம்.

1. பொருளியலில் பெருநிலைப் பொருளியல் தொடர்பான சிக்கல்கள். பெருநிலை மாறிகளின் போக்குகளால் பெருநிலைப் பொருளியல் போக்குகள் குறிக்கப் பெறுகின்றன. எ.கா., நாட்டின் பொருளாதார நடவடிக்கைகளின் பொதுவான போக்கு, மொத்த உள்நாட்டு உற்பத்தியின் நிலை, முதலீட்டுக்கால நிலை, தேசிய உற்பத்தியில் போக்குகள் (GNP அல்லது மொத்த உள்நாட்டு உற்பத்தியில் அளவிடப்பட்டவை) மற்றும் வேலைவாய்ப்பு மற்றும் விலைப் போக்குகள். இந்தக் காரணிகள் தனியார் வணிகத்தின் வாய்ப்பை மட்டும் தீர்மானிக்கின்றன மட்டுமல்லாமல், ஆனால் தனிப்பட்ட நிறுவனங்களின் செயல்பாட்டைக் கூட பெரிதும் பாதிக்கின்றன. எனவே, ஒரு புதிய அலகு அமைக்க அல்லது அதன் தற்போதைய அளவு விரிவாக்க ஒரு நிறுவனம் திட்டமிட்டுத் தன்னைக் கேட்டுக் கொள்ள விரும்பும். பொருளாதாரத்தில் பொதுவான போக்கு என்ன? சமுதாயத்தின் நுகர்வு நிலை மற்றும் முறை என்னவாக இருக்கும்? வியாபாரத்தை விரிவு படுத்துவதற்கு இலாபமாக இருக்குமா? இந்தக் கேள்விகளுக்கான பதில்கள் மற்றும் போன்றவை பெருநிலைப் பொருளியல் ஆய்வுகளால் பெறப்படுகின்றன.
2. வெளிநாட்டு வர்த்தகம் தொடர்பான சிக்கல்கள். பெரும்பாலான நாடுகளில் பிறநாடுகளுடன் வர்த்தகம் மற்றும் நிதி உறவுகள் உள்ளன. ஏற்றுமதிகள் மற்றும் இறக்குமதிகளில் ஈடுபடும் துறைகள் மற்றும் நிறுவனங்கள் பொருளாதாரத்தின் மற்ற பகுதிகளைவிட நேரடியாகவும் பாதிக்கப்படுகின்றன. சர்வதேசச் சந்தையில் உள்ள ஏற்ற இறக்கங்கள், வெளிநாட்டு நாணய மாற்று விகிதம் மற்றும் முதலீட்டாளர்கள் திறந்த பொருளாதாரத்தில் மூலதனத்தின் வெளியேறுதல் ஆகியவை அதன் பொருளாதாரச் சூழலில், அதனாற்றான், அதன் வணிக நடவடிக்கைகளைச் செயல்படுத்துவதிலும் கடுமையான தாக்கத்தை ஏற்படுத்தியுள்ளன. சர்வதே சவர்த்தகத்தில், சர்வதேசவிலை, விலை, மாற்று விகிதங்கள் மற்றும் வாய்ப்புகள் ஆகியவற்றின் போக்குகளை அறிந்துகொள்வதில் ஒரு நிறுவன மேலாளர்கள் ஆர்வமாக இருப்பார்கள். அத்தகைய பிரச்சினைகளுக்குப் பதில் சர்வதேச வர்த்தக மற்றும் நாணய இயக்கத்தின் ஆய்வு மூலம் பெறப்படுகிறது. இந்த அம்சங்கள் பெருநிலைப் பொருளியல் ஆய்வுகளில் ஒரு பகுதியாகும்.
3. அரசாங்கக் கொள்கைகள் தொடர்பான சிக்கல்கள். தனியார் வணிகங்களின் பொருளாதார நடவடிக்கைகளைக் கட்டுப்படுத்தவும்

ஒழுங்கு படுத்தவும் வடிவமைக்கப்பட்ட அரசாங்கக் கொள்கைகள் தனியார் வணிக நிறுவனங்களின் செயல்பாட்டைப் பாதிக்கின்றன. மேலும், உற்பத்தியாளர்களாகவும், தனியார் லாபங்கள் அல்லது லாபங்களை அதிகரிக்கும் முயற்சிகளிலும் நிறுவனங்கள் நடவடிக்கைகள், சுற்றுச்சூழல் மாசுபாடு, நகரங்களில் போக்குவரத்து நெரிசல், சேரிகளை உருவாக்குதல், போன்றவை கணிசமான சமூகச் செலவினங்களுக்கு வழிவகுக்கிறது இத்தகைய சமூகச்செலவுகள் சமுதாயத்தின் குழப்பங்களில் ஒரு நிறுவனத்தின் அக்கறைகளைக் கொண்டு வருவது மட்டுமல்லாமல், நிறுவனங்களின் மீது ஒரு சமூகப் பொறுப்புணர்வையும் கூடக் கொண்டு வரும் அரசாங்கத்தின் கொள்கைகள் மற்றும் அதன் ஒழுங்கு முறை நடவடிக்கைகள் அத்தகைய சமூகச் செலவுகள் மற்றும் குழப்பங்களைக் குறைக்க, பெருமளவில், வடிவமைக்கப்பட்டுள்ளன. எனவே, மேலாளர்கள் மக்களுடைய அபிலாஷைகளை நன்கு அறிந்திருக்க வேண்டும்., அத்தகைய காரணிகளை அவர்களது முடிவுகளில் கருத்தில் கொள்ள வேண்டும். தில்லிக் குடியிருப்பு பகுதி-ளில் அமைக்கப்பட்ட, மாசுபடுத்துதல் உண்டாக்கியதன் காரணியம-ாகத் தொழிற்சாலைக் கூடங்கள் கட்டாயப்படுத்தி மூடப்பட்டன அதனால் 2000 ஆம் ஆண்டில் பில்லியன் ரூபாய் மதிப்புள்ள வணிக இழப்பு ஏற்பட்டது என்பது பொதுச் சட்டங்கள் மற்றும் சமூகப் பொறுப்புகளை வணிகர்கள் புறக்கணித்தலின் விளைவுக்கான ஓர் எடுத்துக்காட்டு ஆகும். இத்தகைய செலவுகள் மற்றும் நலன்களை நிர்ணயிப்பதில் பொருளியல் கோட்பாடுகள் மற்றும் பகுப்பாய்வுக் கருவிகள் உதவுகின்றன

குறிப்புகள்

இறுதியான குறிப்புகள்:

நுண்ணளவு மற்றும் பெருநிலைப் பொருளியல் தத்துவங்கள் வணிக முடிவெடுக்கும் செயல் முறையின் செயல்பாட்டில் பரவலான பயன்பாடுகளைக் கொண்டுள்ளன. வணிகப் பகுப்பாய்வில் பரவலாகப் பயன்படுத்தப்படும் சில முக்கியத்தத்துவங்கள் மேலே குறிப்பிட்டிருந்திருக்கின்றன. ஆயினும், பொருளாதாரக் கோட்பாடுகள், மாதிரிகள் மற்றும் பகுப்பாய்வுக் கருவிகள் தனிப்பட்ட நிறுவனங்களின் நடைமுறை சிக்கல்களுக்கு ஆயத்தப்பதில்களை அளிக்கவில்லை என்பதை மனத்தினில் கொள்ள வேண்டும். அவைகள் பதில்களைக் கண்டுபிடிக்கத் தர்க்கம் மற்றும் வழி முறைகளை மட்டுமே வழங்குகின்றன. அந்த மாதிரி பதில்களை அல்ல. இது வணிக நடைமுறை சிக்கல்களுக்கு நியாயமான பொருத்தமான பதில்களைக் கண்டறிய, பொருளா-தாரப் பகுப்பாய்வுக் கருவிகளைப் பயன்படுத்து வதற்கு மேலாளர்களின் சொந்தப் புரிந்துணர்வு, அனுபவம், அறிவுக்கூர்மை, பயிற்சி மற்றும் அவற்றின் திறமை ஆகிய வற்றைப் பொருத்தது.

சுருங்கக் கூறின், தேவை, உற்பத்தி, விலை நிர்ணயம், இலாப மற்றும் மூலதன வரவு செலவுத் திட்டம் உள்ளிட்ட நுண்ணளவுப் பொருளியல் தத்துவங்கள் மற்றும் தேசிய வருமானம், பொருளாதார வளர்ச்சி மற்றும் ஏற்ற இறக்கங்கள், பன்னாட்டு வர்த்தகம் மற்றும் பணவியல் முறைமை உள்ளிட்டப் பெருநிலைப் பொருளியல் தத்துவங்கள் மற்றும் மாநிலக் கொள்கைகளின் ஆய்வு மற்றும் தனியார் வணிக நடவடிக்கைகளில் அவற்றின் விளைவுகள், ஆகியவைகள் பெருமளவில், மேலாண்மைப் பொருளியலின் நோக்கத்தை உண்டாக்குகின்றன. எவ்வாறாயினும், இந்தப் பொருளியல் தத்துவங்கள்

குறிப்புகள்

மட்டுமே மேலாண்மைப் பொருளியல் என்றவிடயத்திலிருந்து உருவாகின்றன என்பதாக இது அர்த்தப்படக் கூடாது. முடிவெடுத்தல் எனும் பொருளியல் தர்க்கத்தினுடைய வேண்டப்படும் பொருளை இந்தத் தத்துவங்களின் அறிவுடைமை நிறைவேற்றவில்லை. பொருளியல் பற்றிய ஒட்டுமொத்த ஆய்வு மற்றும் சமூக, தனிநபர், நிறுவனங்கள் மற்றும் அரசின் பொருளியல் நடத்தை ஒழுக்கத்தைப் பற்றிய பரந்தப் புரிந்துணர்வு ஆகியவை எப்போதுமே விரும்பத்தக்கவையாகவும் மிகவும் பயனுள்ளதாகவும் இருக்கும்.

உங்கள் முன்னேற்றத்தைச் சரிபார்க்கவும்

1. மேலாண்மையின் செயல்பாட்டிற்குப் பொருளியல் எவ்வாறு உதவுகிறது?
2. பொருளியல் தத்துவங்களை நேரடியாகப் பயன்படுத்தக்கூடிய வணிகச் சிக்கல்களின் இடங்கள் யாவை?
3. அனைத்து வணிக நிறுவனங்களின் பொதுவான நோக்கம் என்ன?

2.3 வணிகத்திற்கு நிர்வாகவியல் பொருளியலின் பயன்பாடு

வணிகப் பொருளியலின்மையப் பகுதிக்குச் செல்வதற்கு முன்னர், வணிகப் பகுப்பாய்வு மற்றும் வணிக முடிவெடுப்பதில் பெரும்பாலும் பயன்படுத்தப்படும் சில அடிப்படைக் கருத்துகளைப்பரிந்து கொள்வது பயனுள்ளதாக இருக்கும். இந்தப் பிரிவில், வணிக முடிவுகளை எடுப்பதில் பயன்படுத்தப்படும் சில பொருளியல் கோட்பாடுகளை நாம் விளக்குகிறோம். இங்கு விளக்கப்பட்டுள்ள பொருளியல் கோட்பாடுகள் பின்வருமாறு:

- (i)வாய்ப்புச்செலவு,
- (ii)பணம்,
- (iii) விளிம்புவாதம் மற்றும் அதிகரித்திருத்தல்
- (iv)பங்களிப்புப் பகுப்பாய்வு (மற்றும்)
- (v)உகப்பாக்கம் விதி, மற்றும்
- (vi)ஆபத்து, வருமானம் மற்றும் லாபம்

இந்தப் பொருளியல் கோட்பாடுகளைப் பற்றி ஒரு சுருக்கமான விளக்கம் பின்வருமாறு:

1. வாய்ப்புச் செலவுக் கோட்பாடு:

பொருளியல் மற்றும் வணிக ஆய்வில் பயன்படுத்தப் பெறும் மிக முக்கியமான கோட்பாடுகளில் ஒன்று வாய்ப்புச் செலவுக் கோட்பாடு ஆகும். ஒரு வணிக நிறுவனத்திற்கு அல்லது ஒரு தனி நபர்க்குக் கிடைக்கும் மாற்று வாய்ப்புகளிலிருந்து தெரிவு செய்தலுக்கு இந்த வாய்ப்புச் செலவுக் கோட்பாடு பயன்படுத்தப் பெறுகிறது. வாய்ப்புச் செலவுக் கோட்பாட்டை இங்கே நாம் ஒரு சுருக்கமாக விளக்கிக் கூறுகிறோம்.

வாய்ப்புச் செலவுக் கோட்பாடு என்பது வளங்களின் பற்றாக்குறை மற்றும் அவற்றின் மாற்றுப் பயன்பாடு ஆகியவற்றுடன் தொடர்புடையது. முன்புச் சுட்டிக்காட்டப்பட்ட படி, எந்த நபர், நிறுவனம் அல்லது சமுதாயத்திற்குக்

கிடைக்கக் கூடிய வளங்கள் குறைவாகவே உள்ளன. ஆனால் வளங்கள் வெவ்வேறு உற்பத்தித்திறன் கொண்ட மாற்றுப் பயன்பாடுகளைக் கொண்டிருக்கின்றன, அதாவது, வளங்களின் மாற்றுப் பயன்பாடுகளிலிருந்து வரும் வருவாய் அல்லது வருமானம் வேறுபட்டவைகளாக இருக்கின்றன. ஒரு வகையான பயன்பாடு அதிக வருமானம் அல்லது வருவாயைக் கொடுக்கும் போது, மற்ற பயன்கள் குறைந்த வருமானம் அல்லது வருவாயை அளிக்கின்றன. வருவாய் அதிகரிக்கும் நடத்தை காரணமாக, மக்கள் (தனிநபர்கள், குடும்பங்கள் மற்றும் நிறுவனங்கள்) தங்கள் அரியவளங்களை அதிக வருமானம், வருவாய் அல்லது நன்மைக்கு வழங்கும் வகையில் பயன்படுத்துகின்றனர். அவர்கள் தங்கள் வளங்களை அதிக வருமானம் ஈட்டுவதற்குப் பயன்படுத்தும் போது, அடுத்த, இரண்டாவது சிறந்த, வளங்களைப் பயன்படுத்துவதை எதிர்பார்க்கும் வருவாயை அவர்கள் தியாகம் செய்கிறார்கள். பொருளியல் சொல்லியலில், இந்தத்தியாகம், வளங்களைச் சிறந்த பயன்பாட்டிலிருந்து சம்பாதிப்பதற்கான வாய்ப்புச் செலவு என்று அழைக்கப் பெறுகிறது. இது போன்ற, வள ஆதாரங்களின் சிறந்த பயன்பாட்டிற்காகத் தியாகம் செய்யப்படும் வளங்களின் இரண்டாவது சிறந்த பயன்பாட்டிலிருந்து வருமானம் எதிர்பார்க்கப்படுவதன் வாயிலாக வாய்ப்புச் செலவு இது என்று வரையறுக்கப்படலாம். இவ்வாறாக, வாய்ப்புச் செலவு என்பது வாய்ப்பு இழப்பாகும். ஒரு நிறுவனத்தின் கண்ணோட்டத்தில், ஒரு வளத்தைப் பயன்படுத்துவதற்கான வாய்ப்புச் செலவு என்பது, அந்நிறுவனத்தால் பயன்படுத்தப் பெற்றவளத்தை விட்டுக் கொடுத்துக் (கைவிட்டு) விடுதல் ஆகும்.

வாய்ப்புச் செலவு மாற்றுச் செலவு என்று மேலும் அழைக்கப் பெறுகிறது. இது மாற்றுச் செலவினங்கள் ஆகும், ஏனென்றால் வளங்களின் மாற்றுப் பயன்பாடுகளின் சாத்தியம் காரணமாக அது எழுகிறது. ஒரு வளம் ஒரே ஒரு பயன்பாட்டினைக் கொண்டிருந்தால் வேறு மாற்று வழி இல்லை வேறு எந்த மாற்று அல்லது வாய்ப்புச் செலவும் இருக்காது. சில எடுத்துக்காட்டுகளினால் இந்த வாய்ப்புச் செலவுக் கோட்பாடு இன்னும் விளக்கமளிக்கப்பட முடியும்.

அபிஷேக் தன்னிடம் 10 மில்லியன் தொகை வைத்துக் கொண்டிருப்பதாகக் கருதினால், அதற்கான இரண்டு பயன்பாடுகளே உள்: (i) வங்கியில் 8% வட்டி விகிதத்தில் காலவைப்பு, மற்றும் (ii) 10% வீதத்தில் வருடாந்தச் சராசரி வருமானத்துடன் பரஸ்பர நிதிகளை வாங்கலாம். வருமானம் அதிகரிக்கும் வகையில், அபிஷேக் தனது பணத்தைப் பரஸ்பர நிதிகளில் முதலீடு செய்வார். அதாவது நேரம்வைப்புத் தொகையிலிருந்து எதிர்பார்க்கப்படும் வருவாயை அவர் மறுக்கிறார், அதாவது, தனது பணத்தின் இரண்டாவது சிறந்த மாற்றீடு. வங்கி வட்டி இழப்பு, பரஸ்பர நிதியில் இருந்து சம்பாதிப்பதற்கான வாய்ப்பு. மற்றொரு உதாரணத்தைக் கவனியுங்கள்.

சஞ்சீவ் என்ற தொழிலதிபர், 100 மில்லியன் ரூபா முதலீடு செய்யக் கூடிய முதலீட்டைக் கொண்டிருப்பதாக வைத்துக் கொள்வோம். பின்வருமாறு பட்டியலிடப்பட்டுள்ள மூன்று மாற்றுப் பயன்களை அந்தத் தொகைப் பெற்றிருந்திருக்கின்றன:

- (i) 12 மில்லியன் ஆண்டுதோறும் ஆண்டு வருமானம் ஈட்டும் தனது சொந்த வியாபாரத்தில் தனது பணத்தை முதலீடு செய்தல்,
- (ii) ஆண்டுச் சராசரி வருமானம் 10 மில்லியன், எதிர்பார்த்துப் பங்குச் சந்தையில் பணத்தை முதலீடு செய்தல் மற்றும்

குறிப்புகள்

குறிப்புகள்

(iii) ரியல் எஸ்டேட் முதலீடு செய்து 9 மில்லியன் வருவாய் எதிர் பார்த்தல இலாபத்தை அதிகபட்ச மயமாக்குபவரான ஒரு தொழிலதிபர் அவருடைய பணத்தைத் தனது சொந்த வியாபாரத்தில் போடுவார், அதாவது, முதற்சிறந்த விருப்பம். அதாவது பணத்தின் அடுத்தச் சிறந்த பயனானப்பங்கு வர்த்தகத்தில் இருந்து 10 மில்லியன்கள் ஆண்டு வருமானம் தரும் என்று எதிர்பார்க்கப்படுதல் என்று அர்த்தப்படுகிறது. வாய்ப்பு செலவினம் என்ற கோட்பாட்டின் படி, வணிகரின் சொந்த வணிகத்திலிருந்துப் பணத்தைப் பயன்படுத்துவதில் இருந்து விட்டுக் கொடுக்கப்பட்ட 10 மில்லியன் ஆண்டு வருமானம் சம்பாதிப்பதற்கான வாய்ப்புச் செலவினம் ஆகும். வாய்ப்புச் செலவில் அல்லது மாற்றுச் செலவில் வேலை செய்வதில் வெளிப்படையான மற்றும் மறைமுகச் செலவுகள் கணக்கில் எடுத்துக் கொள்ளப்பட வேண்டும் என்பதை நினைவிற் கொள்ள வேண்டும்.

பொருளாதார இலாபம். வாய்ப்புச் செலவுக் கோட்பாட்டுடன் தொடர்புடைய மற்றொரு முக்கியக் கோட்பாடு, பொருளாதார இலாப அல்லது பொருளாதார வாடகைக்கான கோட்பாடு ஆகும். பொருளாதார இலாபம் உண்மையான சம்பாதிக்கும் குறைவான வாய்ப்புச் செலவு என வரையறுக்கப்படுகிறது. 10 மில்லியன் உருபா முதலீடு செய்யப்படக் கூடிய தொகையை வைத்திருக்கும் ஒரு வணிகரைப் பற்றிய நமது எடுத்துக்காட்டில், அவருடைய பொருளாதார இலாபம் கீழ்க்கண்டபடி பணியாற்ற முடியும்:

$$\text{பொருளாதார இலாபம்} = \text{உண்மையான வருமானம்} - \text{வாய்ப்புச்செலவு} \\ = `12 \text{ மில்லியன்} - `10 \text{ மில்லியன்} = `2 \text{ மில்லியன்}$$

2. பணத்தின் நேரமதிப்பு

பணம் நேரமதிப்பைக் கொண்டுள்ளது. பணத்தின் நேரமதிப்பின் கோட்பாடு ஒரு பழமொழியால் நன்கு குறிப்பிடப்படுகிறது, 'கையில் ஒரு பறவை மேம்பட்டதாக இருப்பின் இரு பங்குகள் மதிப்புடையதாகும்', இன்று பெற்ற ஒரு பைசா நாளக்குப் பெறக்கூடிய ஒரு பைசாவை விட மேம்பட்டதாக இருக்கும் என்ற உண்மையினால் அந்த நேரமதிப்பைப் புரிந்து கொள்ள முடியும். பொதுவாக, கீழ்க்காணும் காரணியங்களுக்காக இன்றைய பணம் நாளைய பணத்தைவிட மேம்பட்டதாக இருக்கும்.

(i) தேவை எழும் அளவுக்குச் செலவளிக்கும் வசதியை அது கொடுக்கிறது.

(ii) இது பணப் புழக்கம் மற்றும் நம்பிக்கையை அளிக்கிறது

(iii) நேரம் கொடுக்கப்பட்டால், பணம் இன்னும் அதிகமாகப் பணத்தை ஈட்ட முடியும். வருவாயை அல்லது வட்டியை ஈட்டுவதற்கு அது முதலீடு செய்யப்பட முடியும்.

உண்மையில், பொருளாதார ஆய்வில், குறிப்பாக முதலீடு முடிவெடுக்கும் நேரத்தில், பணத்தின் நேரமதிப்பின் வட்டி அம்சம் மிக முக்கியமானது.

பணத்தின் நேரமதிப்பின் கோட்பாடு பெரும்பாலும் முதலீட்டு முடிவுகளுக்குப் பயன்படுத்தப்பெறும். பொதுவாக, முதலீட்டிற்கும் வருவாய்க்கும் இடையில் நேரப்பின்னடைவு உள்ளது. இன்று முதலீடு செய்யப்படும் போது,

அது எதிர்காலத்தில் வருமானத்தை ஈட்டத் தொடங்குகிறது. முதலீட்டிற்கும் வருவாய்க்கும் இடையில் உள்ள நேர இடைவெளி நேரப்பின்னடைவு என அழைக்கப் பெறுகிறது. நேரப்பின்னடைவுக் காலத்தில், அந்த முதலீட்டாளர் எதிர்காலத்தில் கிடைக்கப் பெறவுள்ள வருவாயின் மீதான வட்டியை இழக்கிறார். எதிர்காலத்தில், ஓர் ஆண்டு எனச் சொல்க, எதிர்பார்க்கப்பட்ட ஓர் உருபா இன்றைய ஓர் உருபாவை விட மதிப்பில் குறைவாக இருக்கிறது என்று அர்த்தப்படுகி முதலீடு செய்யப்பட்டால், இன்றைய பணம் எதிர்கால மதிப்பைப் பெறுகிறது மேலும் எதிர்காலப் பணம் இன்றைய மதிப்பைப் பெறுகிறது என்று உணர்த்துகிறது. எதிர்கால மதிப்பு மற்றும் தற்போதைய மதிப்பு ஆகியவற்றின் கோட்பாடுகள் இன்றைய பணத்தின் எதிர்கால மதிப்பு மற்றும் எதிர்காலப் பணத்தின் இன்றைய மதிப்பு பற்றிய செயல்முறை திட்டம் பயன்பாட்டினைப் பொருத்துத் தெளிவுபடுத்திக்காட்ட முடியும்.

இன்றைய பணத்தின் நாளைய மதிப்பு. இன்றைய ஒரு தொகை பணத்தின் எதிர்கால மதிப்பு (கையில்பணம்) என்பது சாதாரணமாகப் பண முதலீடு மற்றும் வட்டி. எளிமையான சொற்களில், எதிர்கால மதிப்பு, தொகை என்று அழைக்கப்பெறுகிறது. முதன்மை மற்றும் வட்டிக்குச் சமமாக இருக்கிறது, அதாவது, = மூலத்தொகை + வட்டி. இந்த வரையறையைப் பொறுத்தவரை, தொகையைக் கணக்கீடும் செயல் முறையினால் எதிர்கால மதிப்புக் கணக்கிடப்பட முடியும். உதாரணமாக, ஆண்டு தோறும் 10 சதவிகிதம் வட்டி விகிதத்தில் ஓராண்டிற்கு ஒரு வங்கியுடன் 100 வைப்புக் கணக்கு வைக்கப்பட்டது என்றால், இந்தப் பணத்தின் எதிர்கால மதிப்பைக் கண்டறிவதற்கான சூத்திரம், அதாவது, தொகை பின்வருமாறு கொடுக்கப்பட்டுள்ளது.

$$\text{தொகை} = X + X(r)$$

X முதன்மை மூலதனம் (100) மற்றும் r வட்டிவீதம் (10%) ஆகும். இந்தச் சூத்திரத்தைப் பயன்படுத்தி, 'தொகை' (எதிர்காலமதிப்பு ₹100), பின்வருமாறு காணலாம்.

$$\begin{aligned} \text{எதிர்கால மதிப்பு} &= 100 + 100(0.10) \\ &= 100 + 10 \\ &= 110 \end{aligned}$$

இவ்வாறு, கொடுக்கப்பட்ட வட்டி விகிதத்தில், பணத்தின் எதிர்கால மதிப்பை எளிதில் காணலாம்.

எதிர்கால வருமானத்தின் மதிப்பு. இன்றைய மதிப்பு. எதிர்கால வருமானத்தின் இன்றைய மதிப்பு (பி.வி.), எதிர்காலத் தேதியில் எதிர்பார்க்கப்படும் வருமானம் பின்வரும் சூத்திரத்தைப் பயன்படுத்திப் பெறப்படும்.

$$PV = \frac{X}{(1+r)}$$

X என்பது எதிர்கால வருமானம், r என்பது வட்டிவிகிதம்

கொடுக்கப்பட்ட சூத்திரத்தின்படி, 110 க்கு 10% வட்டி என்ற விகிதத்தில் PV கீழ்க்காணும் முறையில் பெறப்பட முடியும்

குறிப்புகள்

$$PV = \frac{X}{(1+r)} = \frac{110}{(1+0.10)} = \text{ரூபா } 100$$

குறிப்புகள்

இப்படியாக, `110 உடைய இன்றைய மத்திப்பு ` ஓராண்டு கழித்து எதிர்பார்க்கப்படுவது `100, வட்டி விகிதம் 10%. PV -னுக்கான எதிரகால ஆண்டு வருமானம் (n) கண்டுபிடிக்கும் சூத்திரம் கீழே கொடுக்கப்பட்டுள்ளது

$$PV = \frac{X}{(1+r)^n} \text{ (n என்பது n உடைய ஆண்டு).}$$

3. விளிம்புவாதம் மற்றும் அதிகரித்தல்

விளிம்புவாதம் மற்றும் அதிகரித்தல் என்ற சொற்கள் பொருளியற்பகுப்பாய்வு மற்றும் வணிகப் பகுப்பாய்வுகளில் பரவலாகப் பயன்படுத்தப்படும் இரண்டு கொள்கைகளைக் குறிக்கின்றன. விதிகள் எனவும் அழைக்கப்பெறும் இரண்டு கோட்பாடுகள் முறையே விளிம்புவாத கொள்கை மற்றும் அதிகரித்தல் கொள்கைகளாக அறியப்படுகின்றன. விளிம்புவாதம் மற்றும் அதிகரித்தல் விதிகள் ஒரு வணிக நடவடிக்கையிலிருந்து கிடைக்கும், முறையே, விளிம்புவாதம் மற்றும் அதிகரித்தலின் வருவாய்க்கான செயற்பாட்டிற்காகவும் கூடப்பயன்படுத்தப்படுகின்றன. இந்தக் கோட்பாடுகளையும் அவற்றின் பயன்பாட்டையும் சில விவரங்களில் காண்போமாக:

விளிம்புவாதம் குறுக்குப் பகுப்பாய்வு: வணிகப்பகுப்பாய்வு மற்றும் மேலாண்மையியல் முடிவுகளுக்குப் பொருளியல் செய்த மிக முக்கியமான பங்களிப்புகளில் ஒன்று, குறுக்குப்பகுப்பாய்வுப் பயன்பாடு ஆகும். குறுக்குப்பகுப்பாய்வு அதன்சார்பற்ற, சுயாதீனமான மாறுபாட்டின் அலகு மாற்றத்தின் விளைவாகச் சார்ந்த மாறியில் ஓரளவு மாற்றத்தைப் பயன்படுத்துகிறது. உதாரணமாக, பின்வரும் செலவுச் செயல்பாட்டைப் பாருங்கள்.

$$TC = f(Q)$$

கொடுக்கப் பெற்ற செலவுச் செயற்பாட்டில், TC என்பது சார்பு மாறி மற்றும் Q என்பது சார்பற்ற மாறி. அந்தப் பொருத்தமான விளிம்புவாதக் கோட்பாட்டை என்பது இங்கே விளிம்பு நிலைச் செலவு (MC) ஆகும். Q இல் மாற்றுவதன் காரணமாக TC இல் ஏற்படும் மாற்றமே விளிம்பு நிலைச் செலவாக வரையறுக்கப்பட முடிகிறது. விளிம்பு நிலைச்செலவு (MC) ஐ வெளிப்படுத்த இரண்டு வழிகள் உள்ளன. (i) வெளியீட்டின் விளிம்பு அலகுக்கு MC , மற்றும் (ii) வெளியீடுகளில் மிகச்சிறிய மாற்றம் கொண்ட MC .

Q மற்றும் TC தரவுகளின் வரிசை கொடுக்கப்பட்டால், ஓர் அலகுக்கான MC எனக்கணக்கிடலாம்.

$$MC = TC_n - TC_{n-1}$$

எடுத்துக்காட்டாக, ஒரு பொருளின் 100 அலகுகள் வெளியீடானது (Q) என்றால், 2500 மற்றும் வெளியீட்டின் 101 அலகுகளின் TC ₹2550 என்பதாகச் செலவு-வெளியீட்டு அட்டவணைக்காட்டும். அப்படிப்பட்ட நிகழ்வில்,

$$\begin{aligned} MC &= TC_{101} - TC_{101-1} \\ &= ₹2550 - ₹2500 \\ &= ₹50 \end{aligned}$$

குறிப்புகள்

இதன் விளைவாக, ஓர் உற்பத்தியின் விளிம்புச்செலவு (MC) ₹50 செலவின வெளியீட்டின் உறவு முறை செலவுச் செயல்பாட்டால் கொடுக்கப்பட்டால், கீழ்க்கண்டவாறு, MC வரையறுக்கப்படும் கீழ்க்காட்டப்பட்டுள்ளபடி, பகுதியளவு வகைப்படுத்தலின் அடிப்படையில் அளவிடப்படும் காண்பிக்கப்படுகிறது:

$$MC = \delta TC/dQ$$

குறுக்கீட்டு மதிப்பும், குறுக்குப் பகுப்பாய்வுகளும் பல நடத்தை சார்ந்த சிக்கல்களைப் பகுப்பாய்வு செய்வதில் பரவலாகப் பயன்படுத்தப்படுகின்றன, எ.கா., நுகர்வோர் செயற்பாட்டில் குறைந்த பயன்பாடு (MU) செலவினப் பகுப்பாய்வில் விளிம்புச்செலவு (MC) வருவாய் அதிகரிக்கும் சிக்கலில் விளிம்புவருவாய் (MR) மற்றும் ஓர் உள்ளீடு ஒரு கூடுதல் அலகு பயன்படுத்த ஒரு வணிக முடிவை வெளியீடு விளைவு மதிப்பிடுவதில் இறுதிநிலை உற்பத்தித்திறன் (MP). நுகர்வோர் மற்றும் உறுதியான மற்றும் விலை நிர்ணயத்தின் சமநிலையுடன் நாம் சமாளிக்கும் போது விளிம்பு நிலைக் கொள்கையை முன் வைக்க வேண்டும்.

அதிகரிப்பு – அதிகரிப்புப் பகுப்பாய்வு: விளிம்பு நிலைமதிப்பு என்ற கோட்பாட்டையே அதிகரிக்கும் மதிப்புக்கோட்பாடும் குறிக்கிறது. மேலே குறிப்பிடப்பட்டுள்ளபடி, சுதந்திரமான மாறி அல்லது வரையறுக்கப்பட்ட ஒரே ஓர் அலகு மட்டுமே மாற்றப்படுகிறதென்றால் அங்கு விளிம்பு நிலைக்கொள்கையைப் பயன்படுத்துகிறது. இருப்பினும், பொதுவாக, பெரும்பாலான வணிக நிறுவனங்கள் தங்கள் உற்பத்திகளை மொத்தமாக உற்பத்தி செய்து விற்பனை செய்கின்றன, அலகு அலகு ஆகவன்று. நிச்சயமாக, விமானங்கள், கப்பல்கள், கட்டிடங்கள், விசையாழிகள், அதுபோன்றபேரலகு கனரகப் பொருட்களை உற்பத்தி செய்வது தவிர, உற்பத்தி நடவடிக்கைகள் மொத்தமான அடிப்படையிலும், நிலையான மற்றும் மாறுபட்டச் செலவுகள் மாறக்கூடிய இடத்திலும், வணிக மேலாளர்கள் தங்கள் வணிக முடிவுகளில் கூடுதல் கொள்கை அல்லது கூடுதல் பகுப்பாய்வுகளைப் பயன்படுத்துகின்றனர்.

மொத்தச் செலவு மற்றும் மொத்த வருவாய் ஆகியவற்றில் பெரிய அதிகரிப்பு ஏற்பட்டுள்ள வணிக முடிவுகளுக்கு அதிகரித்தக்கொள்கை பயன்படுத்தப்படும். மொத்தச் செலவு மற்றும் மொத்த வருவாயில் இத்தகைய அதிகரிப்பு 'அதிகரித்து வரும் செலவு' மற்றும் 'கூடுதல் வருவாய்' என்று அழைக்கப்பெறுகிறது. முதலாவதாக, அதிகரித்தல் செலவு என்ற கோட்பாட்டை முதலில் விளக்குவோம். ஒரு வணிக முடிவினால் எழும் செலவினங்களை அதிகரித்தல் செலவுகள் என வரையறுக்கலாம். உதாரணமாக, ஒரு நிறுவனம் பேரளவிலான மூலப்பொருட்களை உற்பத்தி செய்வதன் மூலம்

குறிப்புகள்

அதன் செயலற்றத் தன்மையைப் பயன்படுத்தி அல்லது தற்போது இருக்கும் திறனுக்கான புதிய ஆலை ஒன்றைச் சேர்ப்பதன் மூலம் அல்லது புதிய உற்பத்தி அலகு ஒன்றை அமைப்பதன் மூலம் உற்பத்தியை அதிகரிக்கத் தீர்மானிக்க முடியும். இந்த முடிவு நிறுவனத்தின் 100 மில்லியன் முதல் 115 மில்லியன் வரையிலான மொத்த உற்பத்திச் செலவை அதிகரிக்கிறது. பின்னர் ₹115 மில்லியன்-₹100 மில்லியன் =₹15 மில்லியன் அதிகரித்தல் செலவு. எனவே, வணிக முடிவின் காரணியமாக மொத்த உற்பத்திச் செலவில் அதிகரிப்புக் கூடுதல் செலவு ஆகும். நிலையான மற்றும் மாறி செலவுகளாகிய இரண்டும் அதிரிகரித்தல் செலவில் அடங்கும். அது அதிகப்படியான கொள்ளளவில் ஏற்கனவே செலவழித்த செலவுகள் அல்லது மூழ்கியிருக்கும் செலவு அல்லது பயன் படுத்தப்படாதப் பொருட்களின் செலவு ஆகியவற்றை இதில் சேர்க்கப்படவில்லை. மறு புறம் அதிகரித்த வருமானம், வணிக முடிவின் காரணமாக

வருவாய் அதிகரிப்பு ஆகும். ஒரு வணிக முடிவை வெற்றிகரமாகச் செயல்படுத்தும்போது, அதன் மொத்த வருவாயில் கணிசமான அதிகரிப்பு ஏற்படுகிறது. வணிக முடிவின் விளைவாக மொத்த வருவாயில் அதிகரிப்பு அதிகரித்த வருவாய் என்று அழைக்கப் பெறுகிறது. உதாரணமாக, புதிய ஆலை நிறுவப் பட்டபின், மொத்த உற்பத்தி அதிகரிக்கிறது, மேலும் நிறுவனம் அதிகரித்த உற்பத்திகளை விற்க முடியும். இதன் விளைவாக, நிறுவனத்தின் மொத்த விற்பனை வருவாய் அதிகரிக்கும். உதாரணமாக, மொத்த வருவாய் ₹130 மில்லியனில் இருந்து ₹148 மில்லியனாக உயரும் என்று நினைக்க முடியும். இதனால், முடிவுக்குப் பிந்தைய பொழுதில் மொத்த வருவாய் ₹148 மில்லியனிலிருந்து, முடிவுக்கு முந்தைய பொழுதின் மொத்த வருவாய் ₹130 மில்லியன் கழிக்கப்பட்டதும் =₹18 மில்லியன் அதிகமானவருவாய்.

வணிக முடிவில் அதிகரிக்கும் நியாயமான பகுத்தறிவு: வணிக முடிவுகளில் அதிகரித்தல் கோட்பாட்டைப் பயன்படுத்துவது அதிகரிக்கும் நியாயமான பகுத்தறிவு என்று அழைக்கப்பெறும். ஒரு வணிக விவகாரத்தின் முன் மொழிவை அல்லது விருப்பத்தை ஏற்றுக் கொள்வதிலோ நிராகரிப்பதிலோ அதிகரிக்கும் நியாயமான பகுத்தறிவு பயன்படுத்தப்படுகிறது. உதாரணமாக, நமது முன்னுதாரணத்தில், ஒரு புதிய ஆலை நிறுவலாமா இல்லையா என்பதை நிறுவனம் கருதுகிறது. மேலே குறிப்பிட்டுள்ளபடி, நிறுவனம் ஒரு புதிய தொழிற்சாலை ஒன்றை ₹15 மில்லியன் உருபாய்க்கு அதிகரித்தல் செலவாகவும் ₹18 மில்லியன் அதிகரித்தல் வரு வாயாகவும் திட்டமிடுகிறது. கூடுதல் வருமானம் கூடுதலான செலவினத்தை விட ₹3 மில்லியனாக அதிகரிக்கிறது, இது புதிய ஆலை முதலீட்டில் 20 சதவிகிதம் வருமானம் (மேல்வருமானம்) ஆகும். நிறுவனம் ஒரு புதிய ஆலை நிறுவும் முன்மொழிதற் கருத்தை நிறுவனம் ஏற்றுக்கொள்ளும், அந்த நிறுவனத்திற்குக் இதைவிடக் கிடைக்கக்கூடிய சிறந்த வணிக முன்மொழிவு இல்லை.

இது இறுதியில் சேர்க்கப்படலாம், ஒப்பீடு மூலம், (குறிப்பாககால் குலஸ் மூலம் வரையறுக்கப்பட்ட மற்றும் அளவிடப்படுகிறது போது) ஓர் உயர் அளவிலான துல்லியம் சம்பந்தப்பட்ட பொருளியற் பகுப்பாய்வில் பயன்படுத்தப்படுகிறது, அதே சமயம் கூடுதல் செலவு மற்றும் வருவாயை ஈடு செய்கின்ற அதிகரித்தல் கோட்பாடு பயன்படுத்தப்படுகிறது. கூடுதலாக, அதிகரித்தல் கோட்பாடு மற்றும் பகுத்தறிவு நியாயவாதம் ஆகியவை வர்த்தக முடிவுகளில் அடிக்கடிப் பயன்படுத்தப்படுகின்றன. இதற்குக் குறைந்தது இரண்டு காரணங்கள் உள்:

முதலாவதாக, வணிகப் பகுப்பாய்வில் பயன்படுத்தப்படும் விளிம்பு நிலைக் கோட்பாடுப் பொதுவாக உற்பத்தி மற்றும் விற்பனையின் வெளியீட்டின் (விளிம்பு நிலை) அலகுடன் தொடர்புபடுத்தப்படுகிறது, பெரும்பாலான வணிக முடிவுகள் பேரளவு மற்றும் பெரும் மதிப்புகளைக் கொண்டிருக்கும். இரண்டாவதாக, நிதானமான மாற்றத்தின் துல்லியமான கணக்கீடு (ஒரு செயல்பாட்டின் முதல் வகைப்பாட்டின் அடிப்படையில் வரையறுக்கப்பட்டுள்ளது) உண்மையான வணிகவாழ்க்கை நோக்கங்களில் நடை முறைப்படுத்த முடியாததும் அவசியமற்றதுமாகும்.

குறிப்புகள்

4. பங்களிப்புப் பகுப்பாய்வு

அதிகரித்தல் செலவு மற்றும் அதிகரித்தல் வருவாய் என்ற கோட்பாட்டுடன் தொடர்புடையது, பங்களிப்புக் கோட்பாடும் உள்ளது. வணிக முடிவின் பங்களிப்பு அதிகரித்த வருவாய் மற்றும் அந்தக் குறிப்பிட்ட முடிவைச் சார்ந்த அதிகரித்தல் செலவினத்திற்கான வித்தியாசம் என வரையறுக்கப்பட்டிருக்க முடியும். குறிப்பிட்ட வணிக முடிவின் நிகர விளைவைத் தோற்றுவிப்பதற்கு மேற் செலவுகள் மற்றும் மேல் வருவாய் ஆகியவற்றிற்கு வணிக முடிவால் செய்யப்பட்ட பங்களிப்பைப் பங்களிப்புப் பகுப்பாய்வுப் பொதுவாகப் பயன்படுத்தப்படுகிறது. ஒரு முடிவை எடுக்க இது ஒரு பயனுள்ள தொழில் நுட்பம்:

- (i) ஒரு திட்டத்தை ஏற்கலாமா அல்லது இல்லையா,
- (ii) புதிய உற்பத்தியை அறிமுகப்படுத்துவதா இல்லையா என்பது,
- (iii) புதிய கோரிக்கையை ஏற்றுக் கொள்வதா இல்லையா என்பதையும்
- (iv) கூடுதல் ஆலை ஒன்றைச் சேர்க்கலாமா அல்லது இல்லையா,
- (v) சாதன உள்ளீடுகள் அல்லது பாகங்களை உற்பத்திச் செய்வதா அல்லது வாங்குவதா, மற்றும் பல

வணிக முடிவுக்கான பங்களிப்புப் பகுப்பாய்வுப் பயன்பாட்டிற்கு, அதனுடன் சம்பந்தப்பட்ட அதிகரித்தல் செலவு என்ன என்பதைப் புரிந்து கொள்வது முக்கியமானது, அதனுடன் தொடர்புடைய வருமானம் என்னவென்பதையும். அதாவது, அதிகரித்தல் செலவு மற்றும் அதிகரித்தல் வருவாய் ஆகியவற்றில் இருந்து என்ன விலக்கப்படுகிறது என்பதையும், என்ன சேர்க்கப்படுகிறது என்பதையும் தெரிந்து கொள்வது முக்கியம். பங்களிப்புப் பகுப்பாய்வில் கணக்கில் எடுத்துக் கொள்ளப்பட்ட தொடர்புடைய அதிகரித்தல் செலவுகள் பின்வருமாறு:

(i) தற்போதைய கால வெளிப்படையான செலவுகள்:

(a) வெளிப்படையான மாறிச் செலவுகள்:

நேரடித் தொழிலாளர்ச் செலவு

நேரடிப்பொருட் செலவுகள்

நேரடி மாறி மேற்செலவுகள்.

(b) நிலையான செலவுகள்:

புதிய உபகரணங்கள்

புதிய பணியாளர்கள்.

குறிப்புகள்

(ii) வாய்ப்புச் செலவுகள்: நிறுவனவளங்களின் இரண்டாவது சிறந்த மாற்றுப் பயன்பாட்டிலிருந்து எதிர்பார்க்கப்படும் முற்கூட்டியப் பங்களிப்பு.

(iii) எதிர்காலத்தில் அதிகரிக்கும் செலவுகள்: தற்போதைய வணிக முடிவுகளிலிருந்து எழும் சாத்தியமான எதிர்காலச் செலவுகளின் தற்போதைய மதிப்பு.

ஒரு வணிக முடிவைப் பங்களிப்புப் பகுப்பாய்வு நோக்கத்திற்காகப் பின் வரும் செலவுகள் பொருத்த மற்ற செலவுகளாகக் கருதப்படுகின்றன.

(i) உறுதியளிக்கப்பட்ட செலவுகள், அதாவது ஏற்கனவே நிறுவனம் உறுதியளித்திருக்கும் செலவுகள் மற்றும் முடிவுகளை அமல்படுத்த முடியாவிட்டாலும் கடனீட்டிற்கு வர வேண்டிய கட்டணங்கள், பழைய கடன்களைச் செலுத்துதல், பழைய கடன்களின் மீதான வட்டி, உயர்வு உறுதியளிக்கப்பட்ட மேலாளர்களின் சம்பளங்கள் மற்றும் தொழிலாளர்களின் ஊதியங்கள் மற்றும் பல.

(ii) முழுகியச் செலவுகள், அதாவது ஏற்கனவே உற்பத்திச் சொத்துக்களை (கட்டிடம், ஆலை மற்றும் உபகரணங்கள்) வாங்குவதற்குச் செலவழிக்கப்பட்ட செலவுகள் மற்றும் மீள முடியாத முன்பணம்.

தொடர்புடைய அதிகரித்தல வருவாய் (i) வெளிப்படையான இற்றைப் பொழுதின் வருவாய், (ii) எதிர் பார்க்கப்படும் வாய்ப்பு வருவாய், மற்றும் (iii) எதிர்பார்க்கப்பட்ட எதிர்காலவருவாய். வெளிப்படையான இற்றைப் பொழுதின் வருவாய் இற்றையப் பொழுதின் ஒரு முடிவில் இருந்து நேரடியாக எழுகிற வருவாய் ஆகும். ஒரு வாய்ப்பு வருவாய், உண்மையில், செலவு சேமிப்பு, அதாவது, ஒரு குறிப்பிட்ட முடிவை எடுத்துப் பின்னர் தவிர்க்கக் கூடிய செலவு. உதாரணமாக, ஒரு நிறுவனம் ஓர் ஒப்பந்தத்தை வெல்வதற்குக் குறைந்த விலையில் ஏலம் செய்தால், அதன் உழைப்பை முடக்கும் செலவைத் தவிர்த்தல் என்பதாகும். சாத்தியமான எதிர்கால வருவாய் இற்றையப் பொழுதின் முடிவின் காரணமாக ஏற்படும் வருவாய் ஆகும். உதாரணமாக, ஒரு நிறுவனம் தனது குறைந்த ஏலத்தின் காரணியமாக ஓர் ஒப்பந்தத்தை வெற்றி கொண்டால், அது ஒரு நற்பெயரை உருவாக்குகிறது மற்றும் இது இல்லையெனில் இந்த வருவாயை ஈட்ட இயலாதென்கின்ற அளவுக்கு எதிர்காலத் திட்டங்களுக்குச் சாதகமான வாங்குபவரையும் உருவாக்குகிறது.

5. உகப்பாக்கம் விதி

உகப்பாக்கம் என்பது சிறந்த சாத்தியமான அளவிற்கு ஓர் இலக்கை அடைய வேண்டும் என்பதாகும். இலக்கை அடைவது சிறந்த அளவுக்கு எட்டப்பட்டால், இதன் விளைவாக உகப்பு நிலை என்று அழைக்கப் பெறுகிறது. சிறந்த முடிவுகளை எடுப்பதற்கான உத்திகள் மற்றும் வழிமுறைகள் உகப்பாக்கம் எனப்படும். ஒரு முறை இலக்குக் கொடுக்கப்பட்டால், உகப்பாக்கம் சுட்டிக்காட்டும் தேர்வு முறை 'அதிகபட்சம்' அல்லது 'குறைத்தல்'. வணிக உலகிலிருந்து சில எடுத்துக்காட்டுகளால் வணிக முடிவுகளுக்கு உகப்பாக்கக் கோட்பாட்டைத் தெளிவுபடுத்தப்பட முடியும். எல்லா வணிக நிறுவனங்களுக்கும் சில இலக்குகள் கிடைப்பதை நாம் அறிவோம். இது பின்வரும் ஒன்று அல்லது பலவாக இருக்கலாம்.

- நியாயமான அல்லது ஓர் இலக்கு இலாபத்தை உருவாக்குதல்,

- இலாபத்தை அதிகரிப்பது,
- வருவாய் அதிகரிப்பது,
- செலவு குறைத்தல்,
- நிறுவனத்தின் செல்வம் அதிகரிப்பு (அதன் பங்குகளின் சந்தை மதிப்பு),
- நிறுவனத்தின் வளர்ச்சி அதிகரிப்பது,
- சந்தையில் பங்கு அதிகரிப்பது,
- வலிமையான அல்லது சாத்தியமான போட்டியாளர்களை அகற்றுவது, அல்லது
- நுகர்வோர், ஊழியர்கள், பங்குதாரர்கள், நிதியளிப்பாளர்கள் மற்றும் அதிகாரிகளின் திருப்தி.

குறிப்புகள்

இலாபப் பெருக்கம் என்பது வணிக நிறுவனங்களின் ஒரே குறிக்கோள், மேலும் உகப்பாக்கக் கோட்பாட்டை விளக்குவது.

வணிக நோக்கமாக லாபத்தை அதிகப் படுத்துதல் என்பது குறிப்பிட்ட சந்தை நிலைமைகளுக்கு உட்பட்டது, அதாவது, பல்வேறு விலைகளின் தேவைகள், கோரிக்கைகள், விலை நெகிழ்ச்சி, நிலை மற்றும் உற்பத்திச் செலவுகளின் நடத்தை ஒழுக்கம். இந்த நிபந்தனைகளுக்கு ஏற்றவாறு, அதிகபட்ச இலாபத்தின் அளவு நிலைமைக்கு மாறுபடும் மற்றும் வெவ்வேறு வரிசை மாற்றங்கள் மற்றும் நிபந்தனைகளின் கலவையின் கீழ் வேறுபடலாம். உதாரணமாக, செலவு வளைவுகள் கொடுக்கப்பட்டால், தேவைவளைவு கீழ் நோக்கிய சாய்வு ஒன்று அல்லது கிடைமட்ட வரியில் கொடுக்கப்பட்டால், அதிகபட்ச இலாபமானது வேறுபட்டிருக்கும். இதே போல், வருவாய் வளைவுகள் கொடுக்கப்பட்டால், செலவு வளைவுகள் U- வடிவ அல்லது ஒரு கிடைமட்டவரியில் கொடுக்கப்பட்ட மாறாத மாறிலி என்றால் அதிகபட்ச இலாபம் மாறுபடும்.

பொருளியல் ஆய்வில் பயன்படுத்தப்படும் உகப்பாக்க நுட்பங்கள் பிரச்சனைக்கு உகந்தத் தீர்வை வழங்குகின்றன. உதாரணமாக, சராசரி மற்றும் விளிம்பு நிலை வருவாய் வளைவுகள் மற்றும் சராசரியான மற்றும் ஓரளவுச் செலவு வளைவுகளுக்கு இலாபமயமாக்கல் குறிக்கோளானால், இலாபம் அதிகரிக்கும் போது $MR = MC$, அதிகரிக்கும் MC இன் நிலையில். தேவை கோரிக்கைச் செயல்பாடு மற்றும் செலவினச் செயல்பாடு ஆகியவற்றின் மூலம், கணிதரீதியாக வெளியீட்டின் அளவு மற்றும் இலாபத்தை அதிகரிக்கும் விலையின் அளவைக் காணலாம் இலாபத்தை அதிகரிக்கும் வெளியீடு மற்றும் விலை முறையே உகந்த வெளியீடு மற்றும் உகந்த விலையாகும். உகந்த வெளியீடு மற்றும் விலையைக் கண்டு பிடிக்கும் நுட்பம் கீழே காட்டப்பட்டுள்ளது.

நிறுவனத்தின் மொத்த வருவாய் (TR) மற்றும் மொத்த செலவு (TC) செயல்பாடுகள் பின்வருமாறு கொடுக்கப்பட்டிருக்கின்றன என்று நினைத்துக் கொண்டால்:

$$TR = 600Q - 3Q^2$$

$$TC = 1000 + 100Q + 2Q^2$$

TR மற்றும் TC செயல்பாடுகளைக் கொண்டு, MR மற்றும் MC செயல்பாடுகளை இந்தச் செயல்பாடுகளை வேறுபடுத்துவதன் மூலம் பெறலாம், கீழே காட்டப்பட்டுள்ளபடி.

குறிப்புகள்

$$MR = \frac{\delta TR}{\delta Q} = 600 - 6Q$$

$$MC = \frac{\delta TC}{\delta Q} = 100 + 4Q$$

ஆக மற்றும் MC செயல்பாடுகள் சமன் செய்வதன் மூலம், பின்வருமாறு இலாபத்தை அதிகரிப்பதைப் பெறுவோம்:

$$MR = MC$$

$$600 - 6Q = 100 + 4Q$$

$$10Q = 500$$

$$Q = 50$$

இலாபத்தை அதிகரிப்பதற்கான வெளியீடு 50 ஆகும். இலாபத்தை அதிகப்படுத்துவதன் குறிக்கோளான 50, உகந்த வெளியீடு ஆகும்.

உகந்த வெளியீடுக் கொடுக்கப்பட்டால், உகந்த விலை பின்வருமாறு பெறலாம். எமக்குத் தெரியும்

$$\text{Price } (P) = TR / Q$$

இப்படியாக,

$$P = \frac{TR}{Q} = \frac{600Q - 3Q^2}{Q} = 600 - 3Q = 600 - 3(50)$$

$$P = 450$$

இதனால், இலாபப் பெருமளவிலான விலை 450 ஆகும். ஆகையால், உகந்தவிலை 450 ஆகும்.

இந்தக் கணக்கீடுகள் வணிக முடிவெடுப்பதில் உகப்பாக்க நுட்பத்தைப் பயன்படுத்துகின்றன மற்றும் ஒரு நிறுவனம் அதன் விலை மற்றும் வெளியீட்டை மேம்படுத்த முடியும்

2.3.1 நுண்ணளவு Vs. பெருநிலைப் பொருளியல்

நாம் குறிப்பிட்டுள்ளபடி, பொருளியலில் இரண்டு முக்கியக்கிளைகள் உள்ளன. (i) நுண்ணளவுப் பொருளியல், மற்றும் (ii) பெருநிலைப் பொருளியல். நுண்ணளவு மற்றும் பெருநிலைப் பொருளியல் வணிகப் பகுப்பாய்வு மற்றும் முடிவெடுத்தலை நேரடியாகவோ மறைமுகமாகவோ பயன்படுத்தப்படுகின்றன. ஆகையால், நுண்ணளவு மற்றும் பெருநிலைப் பொருளாதாரக் கோட்பாடுகள் ஆகியன வணிகப் பொருளியலில் உள்ளடக்கியிருக்கின்றன. வணிகப் பொருளியலில் உள்ளடக்கியுள்ள நுண்ணளவு மற்றும் பெருநிலைப் பொருளியலின் கூறுகள் பகுப்பாய்வு நோக்கத்தைச் சார்ந்திருக்கின்றன. இருப்பினும்,

பொதுவாக, வணிகப் பொருளியல், உள்வணிகச் சிக்கல்களைப் பகுப்பாய்வுச் செய்யக் கூடிய நுண்ணளவுப் பொருளியலின் தலைப்புகள் அல்லது பகுதி-களை உள்ளடக்கியிருக்கின்றது.

இந்தப் புத்தகத்தில், நாம் வணிகப் பொருளியலின் நோக்கத்தைப் பற்றி விவாதிக்கும் போது நுண்ணளவுப் பொருளியலையும் கட்டுப்படுத்தும். பொதுவாக, வணிகப் பொருளியலின் நோக்கம் நடைமுறை வணிகச் சிக்கல்களுக்குத் தீர்வைக் கண்டறிவதற்கான நோக்கத்துடன் கோரிக்கை வாய்ப்புகள், உற்பத்தி மற்றும் விலை நிலைமைகள் மற்றும் விலையிடல் விருப்பங்களைப் பகுப்பாய்வு செய்யப் பயன்படுத்தப்படும் நுண்ணளவுப் பொருளியலின் கோட்பாடுகள், தத்துவங்கள் மற்றும் பகுப்பாய்வுக் கருவிகளின் அனைத்து அம்சங்களையும் கொண்டுள்ளது. வேறு வார்த்தைகளில் கூறுவதானால், வணிகப் பொருளியல் என்பது வணிகச் சிக்கல்கள் மற்றும் முடிவெடுக்கும் பகுப்பாய்வு பற்றிய நுண்ணளவுப் பொருளியல் ஆகும். பரவலாகப் பேசுவதென்றால், வணிகப் பொருளியல் என்பதே பயன்படுத்தப்பட்ட நுண்ணளவுப் பொருளியல் எனலாம்

குறிப்புகள்

சந்தை சக்திகள் மற்றும் சமநிலை

ஒரு தடையிலாச் சந்தையானது, இதில் தேவை மற்றும் விநியோகச் சந்தை சக்திகள் தங்களின் சொந்தப் போக்கை எடுக்கத் தடையேதுமில்லை, விலையில் வெளிப்புறக்கட்டுப்பாடு இல்லை.

சந்தைச் சமநிலைக் கோட்பாடு

இயல்பான அர்த்தத்தில், சமநிலை என்பது “ஓய்வு நிலையை” குறிக்கிறது. பொதுவாக, இது எதிர் சக்திகளில் சமநிலை என்று பொருள். சந்தைப் பகுப்பாய்வுச் சூழலில், சமநிலை என்பது சந்தையின் ஒரு நிலையைக் குறிக்கிறது, அதில் ஒரு பொருளின் தேவைகோரிக்கையின் அளவு, அந்தப் பொருளின் விநியோகத்தின் அளவைச் சமப்படுத்துவதாக இருக்கும். தேவைகோரிக்கை மற்றும் விநியோகச் சமநிலை விலைச் சமநிலையை உண்டாக்குகிறது. சமநிலைவிலை என்பது, ஒரு பொருளின் தேவைகோரிக்கையின் அலகீட்டு அளவுக்கு உண்டான விலையானது அந்தத் தேவைகோரிக்கை விநியோகிக்கப்பட்ட அலகீட்டு அளவுக்குச் சமன்பாடாக அமைவதாகும். அதாவது, சமநிலை விலை, தேவை (கோரிக்கை) மற்றும் விநியோகச் சமநிலையில் உள்ளது. சமநிலை விலை, சந்தைத் தீர்வு விலை என்று அழைக்கப்பெறுகிறது.

சந்தைச் சமநிலை தீர்மானித்தல்

தடையில்லாச் சந்தையில் ஒரு பொருளின் சமநிலை விலை, தேவை மற்றும் விநியோகத்தின் சந்தை வலிமைகளால் தீர்மானிக்கப்படுகிறது.

சமநிலை விலை நிர்ணயிக்கப்படுவது எப்படி என்பதை ஆய்வு செய்வதற்காக, தேவை மற்றும் விநியோக வளைவுகளை ஒருங்கிணைக்க வேண்டும். இதற்காக, செல்லிடப் பேசிவணிகத்தைப் பயன்படுத்தலாம்.

செல்லிடப் பேசியின் சந்தைத் தேவை மற்றும் வழங்கல் அட்டவணைப் படுத்தப்பட்டுக் காட்டப்பட்டுள்ளபடி அட்டவணை 2.1ல் கொடுக்கப்பட்டிருக்கின்றன என நினைத்துக் கொள்வோமாக.

குறிப்புகள்

அட்டவணையில் காட்டியுள்ள படி, செல்லிடப் பேச்சியின் ஒரு விலை (₹3000) மட்டுமே உள்ளது, அதில் 40,000 செல்லிடப் பேசிகளில் வழங்கப்பட்ட அளவைச் சமமாக்கும் தேவைகோரிக்கையின் அளவுகளும். இதன் பொருள், டெல்லியில் உள்ள செல்லிடப் பேச்சியின் சந்தைவிலை ₹3000 உருபாயில் சமநிலையில் உள்ளது. மற்ற எல்லாப் பொருட்களிலும், செல்லிடப் பேசிகளின் சந்தைச் சமநிலையின்மை உள்ளது. விநியோகத்திற்கும் தேவைக்கும் இடையில் சமநிலையின்மை. சந்தைச் சமநிலையற்ற நிலையில் இருக்கும் போது, ஒன்று தேவையானது வழங்கலை விடவும் அதிகரிக்கும் அல்லது வழங்கல் தேவையை விடவும் அதிகரிக்கும். அட்டவணையில் கண்டுள்ளபடி, எல்லா ₹3000 க்கும் கீழானவிலைகளில், சந்தையில் செல்லிடப் பேசிகளின் வழங்கல் பற்றாக்குறை என்பதைக்காட்டிக் கொண்டு. தேவையானது வழங்கலை விடவும் அதிகரித்து உள்ளது. இதே போல், ₹3000 உருபாய்க்கு மேல் உள்ள எல்லாப் பொருட்களின் விலையும், வழங்கல் அதிகரிப்பைக் காட்டிக் கொண்டு, தேவையை விடவும் வழங்கல் அதிகரிக்கிறது.

அட்டவணை 2.1 செல்லிடப் பேசிகளுக்கான மாதாந்திரத் தேவைகள் மற்றும் வழங்கல் அட்டவணைகள்

செல்லிடப்பேசி விலை(₹)	தேவை ('000 செல்லிடப்பேசிகள்)	வழங்கல் ('000 செல்லிடப்பேசிகள்)	சந்தைநிலைவரம்	விலைமீதானவிளைவு
1000	80	10	பற்றாக்குறை	உயர்வு
2000	55	28	பற்றாக்குறை	உயர்வு
3000	40	40	சமநிலை	நிலையான உறுதி
4000	28	50	மேலதிகம்	வீழ்ச்சி
5000	20	55	மேலதிகம்	வீழ்ச்சி
6000	15	60	மேலதிகம்	வீழ்ச்சி

ஒரு தடையற்றச் சந்தையில், சமச்சீரற்றத் தன்மைச் சமநிலையை உருவாக்குகிறது. அதிகப்படியான வழங்கல் இருக்கும் போது, வழங்கலின் விலை மற்றும் அளவீடு, கீழ் நோக்கிச் சரி செய்யப் படுவதை அது நிர்ப்பந்திக்கும். அதிகமானத் தேவை கோரிக்கை இருக்கும் போது, விலை மற்றும் அளவீடுகளில் மேல் நோக்கிச் சரி செய்தல் தேவைப்படுகிறது. விலை மற்றும் அளவீடுகளில் கீழ் நோக்கி மற்றும் மேல் நோக்கிச் சரிசெய்தல் செயல் முறை 3000 வரை அடையும் வரை தொடர்கிறது. மற்றும் அளவுகள் 40,000 செல்லிடப் பேசிகளில் சமநிலை வழங்கப்பட்டதிலும் மற்றும் தேவையிலும். கோரியதிலும். இந்தச் செயல்முறைத் தானியங்கியாக உள்ளது. இப்போது 'சந்தை நுட்பம்' என்று அழைக்கப்பெறும் விலை மற்றும் அளவீடு மாற்றங்களைப் பார்ப்போம்.

சமநிலை விலை அறுதியிடு முறையைச் சந்தை எவ்வாறு அடைகிறது: விலை நுட்பம் என்பது, சமநிலை விலை நிர்ணயிக்கத் தேவை கோரிக்கை மற்றும் வழங்கலின் சந்தை வலிமை கட்கிடையிலான ஒருங்கிணைப்புச் செயல்பாடு ஆகும். இது எவ்வாறு இயங்குகிறது என்பதைப் புரிந்து கொள்ள, செல்லிடப் பேசிகளின் விலையை ஆரம்பத்தில் ₹1000 உருபாய்க்கு அனுமதிக்க வேண்டும். இந்த விலையில், 70,000 செல்லிடப் பேசிகள் வழங்கிய அளவை விட அதிகமான அளவுத் தேவையைக்

கோருகிறது. இது விற்பனையாளர்களுக்கு விலை உயர்த்த ஒரு வாய்ப்பை வழங்குகிறது. விலை அதிகரிப்பு இலாப வரம்பை மேம்படுத்துகிறது. இது அவர்களின் இலாபங்களை அதிகரிக்கும் பொருட்டு உற்பத்தியையும் மற்றும் விற்பனையையும் நிறுவனங்கள் தூண்டுகின்றன. உற்பத்தி அதிகரிப்பின் காரணியமாக உற்பத்திச் செலவும் உயர்கிறது. இதன் விளைவாகச் செல்லிடப் பேசியின் விலையும் தொடர்ந்து உயரும். விலை ₹3000 உருபாய்க்கு உயரும் வரை இந்தப் போக்குத் தொடர்கிறது. அட்டவணை 3.4 ல் காட்டியபடி, விலை ₹3000 க்கு, வாங்கு வோர் மாதத்திற்கு 40,000 செல்லிடப் பேசிகளை வாங்க ஆயத்தமாக உள். விற்பனையாளர்கள் இந்த விலையில் விற்க விரும்பும் செல்லிடப் பேசிகளின் எண்ணிக்கை இதே ஆகும்.

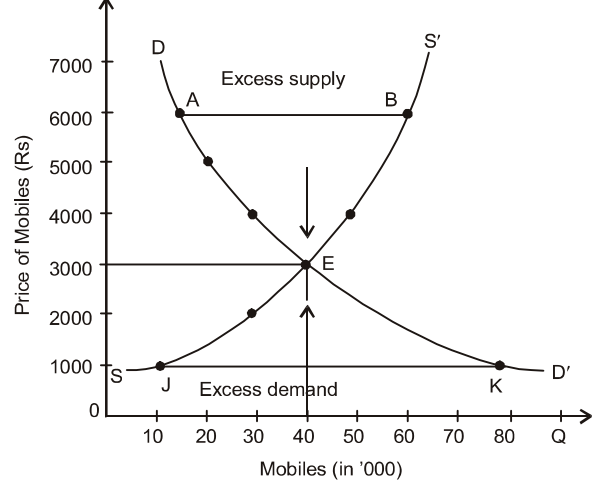
குறிப்புகள்

இந்த விலையில், சந்தையில் செல்லிடப் பேசிகளின் பற்றாக்குறை எனும் குறைபாடு இல்லை. எனவே, ₹3000 என்பது சம நிலை விலை. எனவே, சந்தை, சம நிலையில் உள்ளது. இதே போல், 3000 க்கும் மேலான விலையில், சந்தையில் அதிகப்படியான விற்பனையை வழங்குவதைக் காட்டிலும் தேவை அதிகரிக்கிறது. விற்பனையாளர்கள் விலை குறைக்க அதிகப்படியான வழங்கல் முயல்கிறது. சில நிறுவனங்கள் குறைந்த விலைக்கு இலாபம் ஈட்டாமல், சந்தையிலிருந்து வெளியேறுகின்றன, சில உற்பத்திக் குறைப்புக்களை உற்பத்தி செய்கிறது. எனவே, செல்லிடப் பேசிகளின் வழங்கல் குறைகிறது. மறுபுறம், விலை குறைந்து அதிக வாடிக்கையாளர்களை அழைக்கிறது. செல்லிடப் பேசிகளின் விலை 3000 ஆகக் குறைக்கப்படும் வரை இந்தச் செயல் முறை தொடர்கிறது. இந்த விலையில், தேவைகோரிக்கை மற்றும் வழங்கல் சமநிலையில் உள்ளது மற்றும் சந்தை நிலவரமும் சமநிலையில் உள்ளது. எனவே, செல்லிடப் பேசி ஒன்றுக்கு 3000 என்ற விலையில் சம நிலைவிலை.

விலை உறுதிப்பாட்டின் வரை பட விளக்கப்படம்: சமநிலை விலை நிர்ணயம் வரைபடம் 2. 2 ல் விளக்கப்பட்டுள்ளது. தேவை மற்றும் அளவீடு அச்சுகள் மீது முறையே, (அட்டவணையில் 2.1 இல் கொடுக்கப்பட்டுள்ளது) தேவை மற்றும் வழங்கல் அட்டவணையைத் திட்ட மிடுவதன் மூலம் தேவைவளைவு DD' மற்றும் வழங்கல் வளைவு SS' ஆகியவை பெறப்பட்டுள்ளன.

2.2 காட்சிகளின்படி, தேவை மற்றும் வழங்கல் வளைவுகள் புள்ளி நுல் சந்திக்கும் பொழுதுச் சமநிலை விலையை ₹3000. ஆக நிர்ணயிக்கும். இந்த விலையில், தேவை: கோரிக்கை அளவீடு (40,000 செல்லிடப் பேசிகள்) வழங்கப்பட்ட அளவைச் சமமாக்குகிறது. இதனால், சமநிலை விலை ₹3000 மற்றும் சம நிலை அளவீடு 40 ஆயிரம் செல்லிடப் பேசிகள் ஆகும். தேவை மற்றும் வழங்கல் வளைவுகளின் மீது வேறு எந்தப் புள்ளியிலும் சமநிலையற்ற நிலை பூர்த்திச் செய்யப்படவில்லை. எனவே, 3000 உருபையை விட விலை எந்த விலையில் விலை நிர்ணயிக்கப்பட்டால், சந்தையில் செல்லிடப் பேசிகளின் அதிகப்படியான வழங்கல் அல்லது பற்றாக்குறை இருக்கும்.

குறிப்புகள்



படக்காட்சி 2.2 சம நிலை விலை நிர்ணயித்தல்

செல்லிடப் பேசியின் தேவை மற்றும் வழங்கலுக்கான சமநிலை பற்றிச் சந்தை எவ்வாறு செயல்படுகிறது என்பதை இப்போது பார்ப்போம். விலை ஆரம்பத்தில் ₹6000 இல் அமைக்கப்பட வேண்டும். இந்த விலையில், சப்ளையர்கள் 60 ஆயிரம் செல்லிடப் பேசிகளின் வழங்கு வோர் உள்ளனர், அதேசமயம் வாங்குவோர் 15 ஆயிரம் செல்லிடப் பேசிகளை மட்டுமே வாங்க ஆயத்தமாக உள்ளனர். வழங்கல், வெளிப்படையாக, தேவையை விட அதிகமாக உள்ளது. 2.2 படக்காட்சிப்படி, அதிகப் படியான வழங்கல் சமம், $AB=60 - 15 = 45$ ஆயிரம் செல்லிடப் பேசிகள். ஆகையால், வழங்கு வோர் விலையைப் படி படியாகக் குறைப்பர், விற்கப்படாதச் சரக்குகளை வெளியேற்றுவதற்காகவும் வழங்கு தலை ஒரே நேரத்தில் குறைப் பதற்காகவும். தவிர, விலை வீழ்ச்சியடையும் போது, மொபைல்களுக்கான தேவைகோரிக்ை அதிகரிக்கிறது. இந்தச் செயல்பாட்டில், வழங்குதல் இடைவெளிகுறையும். இந்தச்செயல் முறைதொடரும்வரை, 3000 புள்ளிகள் E, மற்றும் 40,000 செல்லிடப் பேசிகளில் சமமாக இருக்கும் சமநிலை புள்ளிகள் அடையும் வரை தொடர்கிறது. இந்தவிலையில், சந்தைச் சமநிலையில் உள்ளது மற்றும் சந்தையில் சமநிலையைத்திணிக்கும் எந்த இயல்பான சக்தியும் இல்லை.

இதே போல், விலை ஆரம்பத்தில் ₹1000 உருபாயாக இருந்தால், வாங்குவோர் 80 ஆயிரம் செல்லிடப் பேசிகளை வாங்க ஆயத்தமாக அதே நேரத்தில் வழங்குவோர் 10 ஆயிரம் செல்லிடப் பேசிகளை வழங்க விருப்பமுடையோராக இருப்பார்கள். இவ்வாறாக, 70 ஆயிரம் செல்லிடப் பேசிகள் பற்றாக்குறை இருக்கும், காட்சிப் படம் 2.2 ல் காட்டியபடி அதிகவிலை கோருவதை வாங்குவோர்க்குப் பற்றாக்குறை உருவாக்கும். இது விலை அதிகரிக்க வழி வகுக்கும். இதனால் வழங்குவோர் தங்கள் வழங்குதலை அதிகரிக்க ஊக்குவிக்கும். தேவை அதிகரிக்கும் வரை இந்தச் சரி செய்தல் செயல்முறையும் தொடரும். விலை ₹3000 ரூபாயாக உயரும் போது, சந்தை அதன் சமநிலையை அடையும்.

உங்கள் முன்னேற்றத்தைச் சரிபார்க்கவும்

4. வாய்ப்புச் செலவாக மாற்றுச் செலவு என அறியப்படுவது ஏன்?
5. நேரப் பின்னடைவு பற்றி வரையறை.
6. அதிகரித்தல் வருவாய் என்றால் என்ன?

குறிப்புகள்

2.4 உங்கள் முன்னேற்ற வினாக்களை சரிபார்க்கும் விடைகள்

1. நிர்வகிக்கும் அமைப்பின் இலக்குகளை அடையப் பகுப்பாய்வுக் கருவிகள் மற்றும் உத்திகளைப் பொருளியல் வழங்குகிறது.
2. பொருளியல் தத்துவங்களை நேரடியாகப் பயன்படுத்தக் கூடிய வணிகச் சிக்கல்கள் இரண்டு பிரிவுகளாகப் பிரிக்கப்படலாம்: (a) செயல் பாட்டு அல்லது உள் விவகாரங்களுக்காகப் பயன்படுத்தப்படுகின்ற நுண்ணளவுப் பொருளியல் (b) சுற்றுச் சூழல் அல்லது வெளிப்புற விவகாரங்கட்காகப் பயன்படுத்தப்படுகின்ற பெருநிலைப்பொருளியல்.
3. அனைத்து வணிக நிறுவனங்களின் பொதுவான குறிக்கோள் இலாபம் உருவாக்குதல்.
4. வாய்ப்புச் செலவு என்பது மாற்றுச் செலவு என்று அறியப்படுகிறது, ஏனென்றால் இது மாற்று வளங்களின் பயன்பாட்டின் சாத்தியக் கூறுகள் காரணமாக ஏற்படுகிறது.
5. முதலீட்டிற்கும் வருவாய்க்கும் இடையில் உள்ள நேர இடைவெளி நேரப்பின்னடைவு என அழைக்கப்பெறுகிறது.
6. அதிகரித்தல்

2.5 திரட்டு

- வணிக முடிவெடுப்பதில் பொருளியல் அறிவியலைப் பயன்படுத்துவது அனைத்துமே பரவலாக உள்ளது. மேலும் குறிப்பாக, பொருளியல் ஆய்வுகள் மற்றும் பொருளியல் ஆய்வின் கருவிகள் இப்போது வணிக முடிவெடுக்கும் செயல் முறைகளில் ஒரு பேரொப்பந்தத்தைப் பயன்படுத்துகின்றன. முன்னர்க் குறிப்பிட்டபடி, இது மேலாண்மைப் பொருளியல் என்ற தனித்துவமான பிரிவின் வெளிப்பாட்டிற்கு வழிவகுத்திருந்திருக்கிறது.
- மேலாண்மைப் பொருளியல் ஒரு வணிகத்தின் மேலாண்மை, அல்லது வேறு வகையான அமைப்புகளை எதிர்கொள்ளும் பிரச்சினைகளைப் பகுப்பாய்ந்து, அத்தகைய நிறுவனங்களின் நலன்களை முன்னெடுப்பதற்கான தீர்வுகளைக் கண்டறிய உதவுவதற்குப் பொருளியல் கொள்கைகள் மற்றும் வழிமுறைகளைப் பயன்படுத்துகிறது.
- பொருளியல் தத்துவங்களை நேரடியாகப் பயன்படுத்தக் கூடிய வணிகச் சிக்கல்களின் பகுதிகள் பரவலாக இரண்டு பிரிவுகளாகப் பிரிக்கப்படலாம்: (a) செயல் பாட்டு அல்லது உள் விவகாரங்களுக்கான

குறிப்புகள்

நுண்ணளவுப் பொருளியல், மற்றும் (b) சுற்றுச்சூழல் அல்லது வெளிப்புற விவகாரங்களில் பெருநிலைப் பொருளியல் பயன்படுத்தப்படுகின்றன.

- அனைத்து வணிக நிறுவனங்களின் பொதுவான குறிக்கோள் இலாபத்தை உருவாக்குவது. ஆனால், திருப்திகரமான இலாபத்தை எப்போதும் உறுதி செய்யமுடியாது, ஏனென்றால் ஒரு நிறுவனமானது அதன் நடவடிக்கைகள் குறித்து நிச்சயமற்ற நிலைமைகளின் கீழ் செயல்பட வேண்டும் (i) உற்பத்திக்கான தேவை கோரிக்கை, (ii) காரணிச் சந்தையில் உள்ளீடு விலைகள், மற்றும் (iii) உற்பத்திச் சந்தையில் இயல்பான மற்றும் போட்டித்திறன் மிக்கப் போட்டி, (iv) உற்பத்திச் சந்தையில் மாறி வரும் நிலைமைகளின் கீழ்விலை நடத்தைகள் போன்றவை.
- வளங்களின் சிறந்த பயன்பாட்டிற்காகத் தியாகம் செய்யப்படும் வளங்களின் இரண்டாவது சிறந்த பயன்பாட்டிலிருந்து வருமானம் எதிர்பார்க்கப்படுவதற்கான சாத்தியக் கூறுச் செலவை வரையறுக்கலாம். இதனால், வாய்ப்பு இழப்பு வாய்ப்புச் செலவு ஆகிறது. ஒரு நிறுவனத்தின் கண்ணோட்டத்தில், பயன்படுத்தப்படுகின்ற எந்த வளங்களை அந்த வணிக நிறுவனம் பயன்பாட்டை விட்டுக் கொடுத்தல் (தியாகம்) என்பதே வளங்களைப் பயன்படுத்தலின் வாய்ப்புச் செலவு ஆகும்.
- பணத்தின் நேர மதிப்பின் கோட்பாடு பெரும்பாலும் முதலீட்டு முடிவுகளுக்குப் பயன்படுத்தப்படும். பொதுவாக, முதலீட்டிற்கும் வருமானத்திற்கும் இடையில் நேரப் பின்னடைவு உள்ளது. இன்று முதலீடு செய்யப்படும் போது, அது எதிர்காலத் தேதியில் வருமானத்தை ஈட்ட ஆரம்பிக்கிறது. முதலீட்டிற்கும் வருமானத்திற்கும் இடையில் உள்ள நேர இடைவெளி நேரம் நேரப்பின்னடைவு என அழைக்கப் பெறுகிறது.
- விளிம்புவாதம் மற்றும் அதிகரித்தல் என்ற சொற்கள் பொருளியற் பகுப்பாய்வு மற்றும் வணிகப் பகுப்பாய்வுகளில் பரவலாகப் பயன்படுத்தப்படும் இரண்டு கொள்கைகளைக் குறிக்கின்றன. விதிகள் எனவும் அழைக்கப்பெறும். அவ்விரண்டு கோட்பாடுகள் முறையே விளிம்புநிலைக் கொள்கை மற்றும் அதிகரித்தல் கொள்கைகளாக அறியப் பெறுகின்றன. ஒரு வணிக நடவடிக்கையிலிருந்து விளிம்புநிலை மற்றும் அதிகரித்த வருமானத்தை முறையாகப் பயன்படுத்தவும் விளிம்புவாதம் மற்றும் அதிகரித்தல் கொள்கைகள் உள்ளன.
- குறிப்பிட்ட வணிக முடிவின் நிகர விளைவை அமுல்படுத்துவதற்கு மேற்செலவுகள் மற்றும் மேல் வருவாய் ஆகியவற்றிற்கு வணிக முடிவெடுத்த தன் பங்களிப்பிடம் பகுப்பாய்வுப் பொதுவாகப் பயன்படுத்தப்படுகிறது.
- பொருளியல் ஆய்வில் பயன்படுத்தப்படும் உகப்பாக்கம் நுட்பங்கள் பிரச்சனைக்கு உகந்தத் தீர்வை வழங்குகின்றன.

2.6 முக்கிய வார்த்தைகள்

- சந்தை வலிமைகள்: அவைகள் சந்தைப் பொருளியலின், பண்டங்கள் பொருட்கள் மற்றும் சேவைகளின் விலை மற்றும் கிடைக்கக் கூடிய தன்மை ஆகியவற்றைக் கட்டுப்படுத்தும் செல்வாக்குள்ள காரணிகளாக இருக்கின்றன, அதாவது குறைந்தபட்சம் அரசாங்க ஈடுபாடு கொண்ட பொருளியல்.

- பயன்பாட்டுப் பொருளியல்: இது சாத்தியமான விளைவுகளைக் கணிக்கவிரும்பும் நோக்கத்துடன் உண்மையான உலகச் சூழல்களுக்குப் பொருளியல் தத்துவங்களையும் கொள்கைகளையும் பயன்படுத்துகிறது,
- பணத்தின் நேரமதிப்பு: இற்றைப் பொழுதில் கிடைக்கக் கூடிய பணம் சாத்தியமான வருவாய் ஈட்டும் திறன் காரணிய் மாக எதிர்காலத்தில் ஒரே மாதிரியான தொகையை விட அதிக மதிப்புள்ளதாக இருக்கிறது.
- வாய்ப்புச்செலவுகள்: இது ஒரு மாற்றுத் தேர்வு செய்யப்படும் போது மற்ற மாற்றிழப்பு என்று அர்த்தப்படுகிறது.

குறிப்புகள்

2.7 சுய மதிப்பீட்டு வினாக்கள் மற்றும் பயிற்சிகள்

குறுகிய விடைக்கான வினாக்கள்

1. மேலாண்மைப் பொருளியலைப் பற்றி வரையறை தருக
2. மேலாண்மைப் பொருளியலின் இயல்பு மற்றும் நோக்கம் குறித்து ஒரு சிறு குறிப்பு எழுதுக.,
3. உகப்பாக்கம் பற்றிய குறிப்பை எழுதுக.

நீண்ட வினாக்களுக்கான விடைகள்

1. உதாரணங்கள் உதவியுடன் வாய்ப்புச் செலவுக் கோட்பாட்டை விளக்குக.
2. பணத்தின் நேர மதிப்பு என்ன? எதிர்காலத் தேதியில் கிடைக்கக் கூடிய அதே தொகையை விடக் கூடுதலான மதிப்பைக் காட்டிலும் கையிருப்புப் பணத்தின் மதிப்பு ஏன் அதிக மதிப்புள்ளதாக இருக்கிறது?
3. விளிம்பு வாதம் மற்றும் அதிகரித்தல் ஆகியவற்றிற்கு இடையே வேறுபாடு. வணிகரீதியாக முடிவெடுப்பதில் என்னென்ன நிபந்தனைகள் உள்ளன?

2.8 மேலும் படிக்க

திவேதி, டி. என். 2008. பொருளியல் கொள்கை, ஏழாவது பதிப்பு. புது தில்லி: விகாஸ் பப்ளிஷிங் ஹவுஸ்.

வெய்ல். டேவிட் என் 2004. பொருளாதார வளர்ச்சி. லண்டன்: அடிசன் வெஸ்லி.

தாமஸ், கிறிஸ்டோபர் ஆர். மற்றும் மாரிஸ் எஸ் சார்லஸ். 2005. மேலாண்மையியல் பொருளாதாரம்: கருத்துக்கள் மற்றும் பயன்பாடுகள், எட்டாவது பதிப்பு. புது தில்லி: டாடா மெக்ரா-ஹில் பப்ளிஷிங் கம்பனி லிமிடெட்.

மேன்கிவ், கிரிகோரி என். 2002. பொருளியல் கொள்கை, இரண்டாம் பதிப்பு. இந்தியா: தாம்சன் பிரஸ்.

அலகு 3 நுகர்வோர் நடத்தை ஒழுக்கம்

குறிப்புகள்

அமைப்பு

- 3.0 அறிமுகம்
- 3.1 நோக்கங்கள்
- 3.2 நுகர்வோர் நடத்தை: ஒரு கண்ணோட்டம்
 - 3.2.1 விளிம்புநிலைப் பயன்பாடு குறைகிறது
 - 3.2.2 முதன்மையான மற்றும் சாதாரணப் பயன்பாட்டுக் கோட்பாடுகள்
 - 3.2.3 தேவை கோரிக்கை வளைவில் மாற்றங்கட்குப் பின்னால் உள்ள காரணிகள்
 - 3.2.4 நடுநிலை வளைவின் பொருள் மற்றும் இயல்பு
 - 3.2.5 விளிம்பு நிலை குறுக்கு விகிதத்திற்கான மாற்று வழிமுறை (MRS)
 - 3.2.6 நுகர்வோர் தெரிவு மீதான வரவு-செலவுத் திட்டக் கட்டுப்பாடு: வரம்பற்ற வருமானம் மற்றும் விலைகள்
 - 3.2.7 நுகர்வோர் சமநிலை: சாதாரணப் பயன்பாட்டின் அணுகுமுறை.
- 3.3 உங்கள் முன்னேற்ற வினாக்களைச் சரிபார்க்கும் விடைகள்
- 3.4 திரட்டு
- 3.5 முக்கிய வார்த்தைகள்
- 3.6 சுய மதிப்பீட்டு வினாக்கள் மற்றும் பயிற்சிகள்
- 3.7 மேலும் படிக்க

3.0 அறிமுகம்

நுகர்வோர் தேவை அனைத்து உற்பத்தி நடவடிக்கைகளுக்கும் அடிப்படையாக உள்ளது. 'இன்றியமையாமை எனும் அவசியம் கண்டுபிடிப்புகளின் தாய்' என்பது போலவே, தேவை கோரிக்கை உற்பத்தியின் தாய் ஆகும். ஓர் உற்பத்திக்கான அதிகரித்து வரும் தேவை எதிர்காலத்தில் அதிக வணிக வாய்ப்புகளை வழங்குகிறது மற்றும் ஓர் உற்பத்திக்கான தேவைக் குறைந்து வருவதால் அதன் வணிக வாய்ப்புகளைக் குறைக்கிறது. உதாரணமாக, இந்தியாவில் கணினிகள், வாகனங்கள், செல்லிடப் பேசிகள் போன்றவற்றின் தேவை அதிகரித்து வருகின்றன. உள்நாட்டு மற்றும் வெளிநாட்டு நிறுவனங்களுக்கு இந்தப் பொருட்களை விற்பனை செய்வதற்கு வணிக வாய்ப்புகள் விரிவடைந்துள்ளன. மறுபுறம், கறுப்பு மற்றும் வெள்ளைத் தொலைக்காட்சிப் பெட்டி மற்றும் கைத்தட்டச்சுப் பொறிகட்கானத் தேவை குறைந்து வருவது, தங்களது நிறுவனங்களை நவீன மாற்றீடுகளுக்கு மாற்றுவதற்கு அல்லது அத்தகைய வணிகத்திலிருந்து வெளியேறுவதைக் கட்டாயப்படுத்துகிறது. எனவே, வணிகமேலாளர்களுக்கு அவற்றின் உற்பத்திக்கான தேவை கோரிக்கைகளின் பின்வரும் அம்சங்களைப் பற்றிய தெளிவானப் புரிதலைப் பெற வேண்டியது:

- (i) ஒரு பொருளின் தேவை என்ன?
- (ii) தேவை கோரிக்கையின் தீர்மானிப்பாளர்கள் யாவை?

- (iii) வாங்குபவர்கள் வாங்குவதற்கு ஒரு பொருளின் அளவை எவ்வாறு தீர்மானிப்பார்கள்?
- (iv) உற்பத்தி விலைகள், அவற்றின் வருமானம் மற்றும் தொடர்புடைய பொருட்களின் விலை ஆகியவற்றில் மாற்றுவதற்கு வாங்குவோர் எவ்வாறு பதிலளிப்பார்கள்?
- (v) உற்பத்திக்கான மொத்த அல்லது சந்தையின் தேவை எவ்வாறு மதிப்பீடு செய்யப்பட மற்றும் கணிக்கப்பட முடியும்?

குறிப்புகள்

3.1 நோக்கங்கள்

இந்த அலகை நீங்கள் படித்து முடித்த பின்பு உங்களால்,

- முதன்மையான பயன்பாட்டு அணுகுதலை விளக்குக முடியும்.
- விளிம்புநிலைப் பயன்பாட்டுக் குறைத்தல் பற்றி வரையறுக்க முடியும்.
- சமமான – உகந்தப் பயன்பாட்டின் விதியை வகுத்துரைக்க முடியும்.
- சாதாரணப் பயன்பாட்டு அணுகு முறையை விவரிக்க முடியும்.
- நடுநிலை வளைவின் அம்சங்களைப் பட்டியலிட முடியும்.

3.2 நுகர்வோர் நடத்தை: ஒரு கண்ணோட்டம்

தேவை: கோரிக்கையின் அர்த்தத்துடன் தொடங்குவோமாக.

தேவை: கோரிக்கை என்பதன் பொருள்

கோட்பாடாக, 'தேவை கோரிக்கை' என்ற வார்த்தையின் அர்த்தம், 'அதனுடன் செலுத்தும் திறன் மற்றும் விருப்பத்தினால் திருப்பிச் செலுத்தப்படும் ஒரு பொருளின் விருப்பம்.' ஒரு நபருக்குப் போதுமானக் கொள்முதற் சக்தி அல்லது வளங்கள் மற்றும் அவரது வளங்களைச் செலவழிக்க விருப்பம் இல்லாதபட்சத்தில், ஒரு பொருளுக்குத் தனியாகத் தனது ஆசை அவருடைய தேவை கோரிக்கையாகக் கருதப்படாது. உதாரணமாக, ஒரு மனிதன் ஒரு வாகனத்தை வாங்க விரும்பினாலும், அதற்குப் பணம் கொடுக்கத் தேவையானப் பணம் இல்லையென்றால், அவனுடைய விருப்பம் வாகனத்திற்கானத் தேவைகோரிக்கை அல்ல. மேலும், ஒரு கஞ்சத்தனமான பணக்கார மனிதர் ஒரு வாகனத்தை வாங்க விரும்புகிறார், ஆனால் அந்த வாகனத்திற்கான தொகையைச் செலுத்த விரும்பவில்லை என்றால், அவருடைய ஆசை கூட ஒரு வாகனத்தைக் குறித்த அவருடைய தேவை கோரிக்கை அல்ல. ஆனால் ஒரு மனிதன் போது மானப் பணத்தை வைத்திருந்தால், அந்த வாகனத்திற்கான தொகையைச் செலுத்த விரும்பமாக இருக்கிறார் என்றால், ஒரு வாகனத்தை வாங்குவதற்கான அவரது ஆசை ஒரு பயனுள்ள தேவை கோரிக்கை ஆகும்.

போதுமான வாங்கும் திறன் மற்றும் தொகையைச் செலுத்த விருப்பம் ஆகியன இல்லாமை, சந்தையைப் பாதிக்காது, அல்லது அவை உற்பத்தி நடவடிக்கைகளையும் கூட உருவாக்குவதில்லை. மூன்று பண்புகளான — வாங்குவதற்கான விருப்பம், தொகை செலுத்தும் விருப்பம் மற்றும் தொகை செலுத்துவதற்கான திறன் ஆகியவை பயனுள்ள தேவை கோரிக்கை ஆகும்.

குறிப்புகள்

பொருளியல் பகுப்பாய்வு மற்றும் வணிக முடிவுகளில் மட்டுமே பயனுள்ள தேவை கோரிக்கைப் புள்ளி விவரங்கள் கிடைக்கின்றன. ஒரு பொருளுக்கான 'தேவை கோரிக்கை' என்ற சொல் (அதாவது, அளவு, தேவைப்பட்டது கோரியது) எப்பொழுதும் 'விலை', 'காலம்' மற்றும் 'இடம்' குறிக்கப்பட்டனவாகவே இருந்திருக்கின்றது. அதன் விலை, நேர அலகு மற்றும் தேவை கோரிக்கை இடம் ஆகியவற்றைக் குறிப்பிடாமல் ஒரு பொருளின் தேவை கோரிக்கைக் குறித்த எந்தவோர் அறிக்கையும் அர்த்தமற்றது மற்றும் நடைமுறை பயன்பாடு இல்லை. உதாரணமாக, தொலைக்காட்சிப் பெட்டிகளின் தேவை கோரிக்கை 50,000' என்று சொல்லுவதால் வணிக முடிவுக்கு எந்த அர்த்தமும் இல்லை, அல்லது எந்த விதமான பொருளியல் பகுப்பாய்விலும் எந்தவொரு பயன்பாடும் இல்லை. ஒரு பொருளுக்கான தேவை கோரிக்கைத் தொடர்பான ஓர் அர்த்தமுள்ள அறிக்கை, பின்வரும் தகவலைக் கொண்டிருக்க வேண்டும்:

- (a) ஒரு பொருளைக்கோரிய அளவு,
- (b) ஒரு பொருளைக்கோரும் விலை,
- (c) ஒரு பொருளைக்கோருகின்ற காலம் மற்றும்
- (d) ஒரு பொருளைக்கோரும் சந்தைப் பகுதி.

உதாரணமாக, 'டெல்லியில் ஓர் ஆண்டுத் தொலைக்காட்சிப் பெட்டிகளின் தேவை கோரிக்கை 15,000 ரூபாயின் சராசரி விலையில் 50,000' என்று அர்த்தம்.

நுகர்வோர் தேவைக்கான அடிப்படை: பயன்பாடு

நுகர்வோர் ஒரு பொருளைத் தேவைப்படுவதாகக் கோருகின்றனர், ஏனெனில் அவர்கள் அந்தப் பொருளின் நுகர்விலிருந்து பயன்பாட்டைத் தருவிக்கின்றனர் அல்லது தருவிப்பதற்கு எதிர்பார்க்கின்றனர். ஒரு பொருளின் அடிப்படையில் எதிர்பார்க்கப்படும் பயன்பாடு அது தேவை கோரிக்கைக்கு அடிப்படையாகும். 'பயன்பாடு' என்பது பொதுவான பயன்பாட்டின் ஒரு காலமாக இருந்தாலும், நுகர்வோர் தேவையின் கோரிக்கையின் பகுப்பாய்வில் இது ஒரு குறிப்பிட்ட அர்த்தம் மற்றும் பயன்பாடு பெற்றிருக்கிறது. எனவே, இந்தப்பகுதியிலுள்ள பயன்பாட்டின் பொருள், தொடர்புடைய கருத்துகள் மற்றும் பயன்பாட்டுடன் தொடர்புடைய சட்டம் ஆகியவற்றை நாம் விவரிப்போம்.

பயன் பாட்டின் அர்த்தம்

பயன்பாட்டுக் கோட்பாடு இரண்டு கோணங்களிலிருந்து—உற்பத்திக் கோணத்திலிருந்து நுகர்வோர் கோணத்திலிருந்துப் பார்க்க முடியும். உற்பத்திக் கோணத்திலிருந்து, பயன்பாடு என்பது ஒரு பொருளின் விருப்பத்துக்குத் திருப்திகரமான உடைமை ஆகும். நுகர்வோர் கோணத்தில் இருந்து, பயன்பாடு என்பது நுகர்வோர்நுகர்வு, உடைமை அல்லது ஒரு பொருளின் பயன்பாட்டில் இருந்து பெறப்பட்ட திருப்தி, இன்பம், மகிழ்ச்சி அல்லது நல்வாழ்வைப்பற்றிய உளவியல் உணர்வு.

இரண்டு கோட்பாடுகளுக்கு இடையே ஒரு நுட்பமான வேறுபாடு உண்டு இந்தக் கருத்து மனதின் இருக்க வேண்டும். ஒரு பொருளின் விருப்பத்துக்குத் திருப்திகரமான உடைமை என்ற கோட்பாட்டானது 'முழுமையானது' என்ற

பொருளில், அதாவது, இந்த உடைமை தேவைப்படுமா இல்லையா என்பதைப் பொருட்படுத்தாமல் இந்த உடைமை அந்தப் பயனுடைய பொருளிற்றான் உள்ளடங்கி இருக்கிறது. உதாரணமாக, ஒரு நபர் கல்வியறிவு உள்ளவர் அல்லது கல்வியறிவு அற்றவரா என்பதைப் பொருட்படுத்தாமல் ஒரு பேனா அதன் சொந்தப் பயன்பாட்டில் உள்ளது.

‘முழுமையானது’ என்ற பயன்பாட்டின் மற்றொரு முக்கியப்பண்பு, நெறி-முறை நடுநிலை என்பதாகும். ஏனென்றால் ஒரு பயன்பாட்டுப் பொருள் ஓர் அற்பத்தனமான அல்லது சமூக ஒழுக்கக் கெட்டத் தேவையை கோரிக்கையைத் (அதாவது மது, போதை மருந்துகள், ஆபாசக் குறுந்தட்டுகள் போன்றவற்றை) திருப்தி செய்யும் என்பதால்.

மறுபுறம், ஒரு நுகர்வோர் பார்வையில் இருந்து, ஒருவர் பயன்படுத்தலின் அல்லது நுகர்தலின் பொழுது மட்டுமே திருப்தியை வரவழைக்கிறார் என்பதால், நுகர்வுக்குப் பிந்தைய வியத்தகு நிகழ்வே பயன்பாடு ஆகும். திருப்தி என்ற பொருளில், பயன்பாடு என்பது ‘அகநிலை அல்லது உறவு நிலை’ கோட்பாடாகும். ஏனெனில் (i) ஒரு பயன்பாட்டுப் பொருள் அனைவர்க்கும் பயன்பாடுடையவை என்ற அவசியமில்லை — புகைப்பழக்கம் இல்லாதோர்க்கு வெண்குருட்டுப் பயன்பாட்டைப் பெற்றிருக்கவில்லை, மற்றும் கடுமையான சைவ உணவு உண்போர்க்கு இறைச்சி உணவுப் பயன்பாட்டைப் பெற்றிருக்கவில்லை. (ii) ஒரு பொருளின் பயன்பாடு நபருக்கு நபர் மற்றும் அவ்வப் போது வேறுபடுகிறது மற்றும் (iii) பல வேறு காலநிலைகள், பல வேறு நுகர்வுத் தன்மையின் நிலைமைகள் மற்றும் ஒரு நுகர்வோரின் பலவேறு மனோநிலைகள் காரணியமாக ஒரு பயன்பாட்டுப் பொருளுக்கு அதே நுகர்வோர்க்கு அதே பயன்பாடு இருக்க வேண்டிய அவசியமில்லை. நுகர்வோர் பகுப்பாய்வில், பயன்பாட்டின் ‘அகநிலை’ மட்டுமே பயன்படுத்தப்படுகிறது. பயன்பாட்டுக் கருத்தை விளக்கியப்பின்னர், நாம் இப்பொழுதுப் பயன்பாட்டுப் பகுப்பாய்வில் பயன்படுத்தக் கூடிய பயன்பாட்டுத் தொடர்பான அளவைக்குரிய சில கோட்பாடுகளை எடுப்போமாக (அதாவது , மொத்தப் பயன்பாடு மற்றும் விலிம்பு நிலைப்பயன்பாடு)

மொத்தப்பயன்பாடு

பயன்பாடு அளவிடக்கூடியது மற்றும் சேர்த்தல் என்று கருதினால், ஒரு நுகர்வோரால் பெறப்பட்ட ஒரு நபர் அல்லது ஒரு குறிப்பிட்ட நேரத்தில் அல்லது ஒரு காலத்திற்குள் நுகர்வோர் மூலம் பெறப்படும் பயன்பாட்டின் தொகை , மொத்த நுகர்வு என வரையறுக்கப்படலாம். ஒரு நுகர்வோர் நுகர்வோர் ஒரு நேரத்தில் ஒரு பொருளின், X நான்கு யூனிட்களை நுகரும் மற்றும் u_1, u_2, u_3 மற்றும் u_4 என நுகர்வோர் அடுத்தடுத்த அலகுகளிலிருந்து பயன்பாட்டைப் பெறலாம் என்று வைத்துக்கொள்வோம். அவரின் மொத்தப்பயன்பாடு (U_x) பயன்பாட்டுப் பொருள் X லிருந்து, பின்வருமாறு அளவிடப்பட முடியும்:

$$U_x = u_1 + u_2 + u_3 + u_4$$

நுகர்வோர் அதிக எண்ணிக்கையிலான பயன்பாட்டுப் பொருளை உபயோகித்தால், அவரது மொத்தப்பயன்பாடு, TU_n என்பது, ஒவ்வொரு பொருட்களிலிருந்தும் பெறப்படும் பயன்பாட்டின் தொகை ஆகும். உதாரணமாக, நுகர்வுப்பொருட்கள் X, Y மற்றும் Z மற்றும் அவற்றின் மொத்தப்பயன்பாடு U_x, U_y மற்றும் U_z ,

$$TU_n = U_x + U_y + U_z$$

குறிப்புகள்

விளிம்பு நிலைப்பயன்பாடு

குறிப்புகள்

பொருளியற் பகுப்பாய்வில் பயன்படுத்தப்படும் மற்றொரு மிக முக்கியமானக் கோட்பாடாகும். பல வழிகளில் விளிம்பு நிலைப் பயன்பாடு வரையறுக்கப்படலாம். இது விளிம்புநிலை அல்லது ஓரளவு ஒரு கூடுதல் அலகிலிருந்தும் பயன்பாடாக வரையறுக்கப்படுகிறது. இஃது ஒரு கூடுதல் அலகு நுகர்வு (அல்லது குவிப்பு) விளைவாக மொத்தப் பயன்பாடு கூடுதலாக வரையறுக்கப்படுகிறது. இஃது இவ்வாறு அறிவிக்கப்படலாம்

$$MU_x = \frac{\Delta TU_x}{\Delta Q_x}$$

அங்கு $TU_x =$ மொத்தப் பயன்பாடு, மற்றும் $\Delta Q_x =$ ஓர் அலகால் நுகரப்படும் அளவு மாற்றங்கள்.

விளிம்புநிலைப் பயன்பாடு (MU) வெளிப்படுத்தும் மற்றொரு வழி, நுகர்வோர் நுகர்ந்த போது n , பின்வருமாறு இருக்க முடியும்.

$$MU = TU_n - TU_{n-1}$$

3.2.1 விளிம்புநிலைப் பயன்பாடு குறைகிறது

விளிம்புநிலைப் பயன்பாடு குறைதல் விதி, பொருளியல் அடிப்படை விதிகளில் ஒன்றாகும். இந்தச் சட்டம் ஒரு பொருளின் அளவு அதிகரித்து வருவதால், ஒவ்வொரு தொடர்ச்சியான அலகுகளிலிருந்தும் பெறப்படும் பயன்பாடு குறைந்து செல்கிறது, அதே போல எஞ்சியுள்ள மற்ற பொருட்களின் நுகர்வு. எளிமையான சொற்களில், ஒரு நபர் ஓர் அலகுக்கு ஒரு பொருளின் அதிக அலகுகள் பயன்படுத்துகையில், எ.கா., அனைத்துப் பிற பொருட்களின் நுகர்வுகளுமே தொடர்ந்து உறிஞ்சும் பணிகூழ் ஒவ்வொரு தொடர்ச்சியான கோப்பையிலிருந்து பெறும் பயன்பாடுக் குறைந்து கொண்டே செல்கிறது.

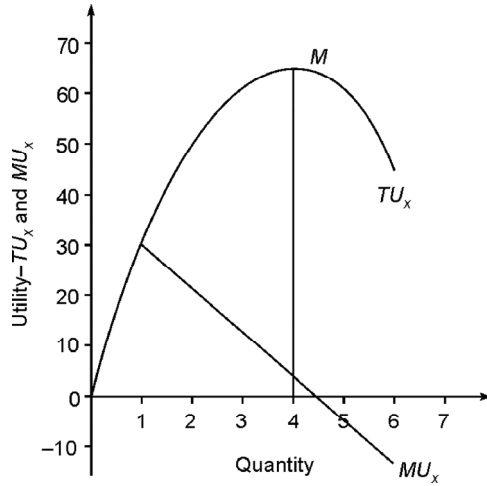
இந்தச் சட்டம் அனைத்து வகையான நுகர்வோர் பொருட்களுக்கும் பொருந்தும் — நீடித்த மற்றும் நீடித்து நிலைக்க முடியாத, விரைவில் அல்லது அதற்கு அடுத்ததாக. ஓரளவிற்கும் குறைவானப் பயன்பாட்டு விதிகளை விளக்கும் வகையில், ஒரு நுகர்வோர் பயன்பாட்டுப் பொருளை X மட்டுமே பயன்படுத்துகிறார்கள் என்று எண்ணுவோம், மேலும் அந்த அளவு, கணிசமான அளவு. X இன் மொத்த மற்றும் ஓரளவுப் பயன்பாட்டு அட்டவணைகள் அட்டவணை 3.1 இல் கொடுக்கப்பட்டுள்ளன நாம் நினைக்கலாம். விளிம்புநிலைப் பயன்பாடுக் குறைந்து விடும் விதி அட்டவணையில் 3.1 மற்றும் வரைபடத்தில் வரைபடம் 3.1 இல் எண்ணிடப்படுகிறது.

அட்டவணையில் 3.1 ல் காட்டப்பட்டுள்ளபடி, ஒரு யூனிட் காலத்திற்கு ஒரு யூனிட் நுகர்வுப் பொருட்களின் எண்ணிக்கையின் அதிகரிப்புடன், TU_x , அதிகரிக்கும் ஆனால் குறைந்து கொண்டே இருக்கும். குறைக்கப்பட்ட MU_x அட்டவணை கடைசி பத்தியில் காட்டப்பட்டுள்ளது 3.1. குபைரசந 3.1 MU_x குறைந்துவிடும் விதிவரை படமாக விளக்குகிறது. நுகர்வோர் எண்ணிக்கையில் அதிகரிப்பு விளைவாக TU_x இன் அதிகரிப்பு விகிதம் படம் 3.1 இல் MU_x வளைவு காண்பிக்கப்படுகிறது. கீழ் நோக்கிய சாய்வான MU_x வளைவு, நுகர்வு அதிகரிப்பால் குறைந்து வருவதைக் குறிக்கிறது.

அட்டவணை 3.1 மொத்தம் மற்றும் சரக்கு X க்கு மொத்தம் விளிம்பு நிலைப்பயன்பாடு.

பயன்பாட்டுப் பொருளின் அளவு X	மொத்தப் பயன்பாடு (TU_x)	விளிம்பு நிலைப் பயன்பாடு (MU_x) குறைப்புகள்
1	30	30
2	50	20
3	60	10
4	65	5
5	60	- 5
6	45	- 15

4 அலகுகள் நுகர்வின் போது, TU_x அதன் அதிகபட்ச அளவை எட்டியது, இந்தப் புள்ளிக்கு அப்பால் புள்ளியைக் குறிக்கும் பூஜ்யத்தின் புள்ளி, MU_x எதிர்மறையாக மாறுகிறது மற்றும் TU_x குறையத் தொடங்குகிறது கீழ்நோக்கிய சாய்வான MU_x வளைவு குறுகலான பயன்பாட்டை குறைக்கும் சட்டத்தை விளக்குகிறது..



படக்காட்சி 3.1 மொத்த மற்றும் விளிம்பு நிலை குறைதல், பயன்பாட்டுப் பொருள் X

MU குறைதல் ஏன்? ஒரு பொருளின் ஒரு பிரிவில் இருந்து பெறப்பட்ட பயன்பாடு அதன் விருப்பத்தின் தீவிரத்தைச் சார்ந்துள்ளது. ஒரு நபர் ஒரு பொருளின் தொடர்ச்சியான அலகுகளை நுகரும்போது, அவற்றின் தேவையின் அளவு நுகர்வுப்பணியில் தரம் திருப்தி அடைந்து, அவசியத்தின் தீவிரம் குறையும். எனவே, ஒவ்வொரு தொடர்ச்சியான அலகுகளிலிருந்தும் பெறப்பட்ட பயன்பாடுக் குறைந்து கொண்டே செல்கிறது

ஊகங்கள்: சில சமயங்களில் விளிம்பு நிலைப் பயன்பாடு குறைந்துவிடுகிறது. இந்த நிலைமைகள் சட்டத்தின் ஊகங்களாகக் குறிப்பிடப்படுகின்றன. விளிம்பு நிலைப்பயன்பாடுக் குறைவதற்கான விதியின் அனுமானங்கள் கீழே பட்டியலிடப்பட்டுள்ளன.

குறிப்புகள்

முதல், நுகர்பொருளின் அலகு ஒருநர் நிர்ணயமானதாக இருக்க வேண்டும், எ.கா., ஒரு குவளைத் தேநீர், ஒரு புட்டியில் குளிர்பானம், ஓர் இணைக்காலணிகள் அல்லது காற்சட்டைப் போன்றவற்றைக் கொண்டிருக்க வேண்டும். அலகுகள் மிகச் சிறியதாகவோ பெரியதாகவோ இருந்தால், .

இரண்டு, நுகர்வோரின் சுவை அல்லது விருப்பத் தெரிவு நுகர்வுகாலத்தில் அப்படியே இருக்கவேண்டும்.

மூன்று, நுகர்வுத் தொடர்ந்து இருக்க வேண்டும். தொடர்ச்சியான இடைவெளியைத் தேவைப்பட்டால், இரண்டு அலகுகளின் நுகர்வுக்கு நேர இடைவெளிச் சரியானதாக இருக்க வேண்டும்.

நான்கு, நுகர்வோரின் மனநிலை நுகர்வு காலத்தில் சாதாரணமாக இருக்க வேண்டும். விஸ்கி குடிப்பதால் மயக்க வெறிக் காரணமாக அவரது மனநிலை மாற்றம் காரணமாக , அடுத்தடுத்து வரும் மதுவின் அளவினால் அதிக மகிழ்ச்சியை உணரலாம்.

இந்த நிபந்தனைகள் கொடுக்கப்பட்டதைக் கொண்டு, விளிம்பு நிலைப் பயன்பாடு குறைந்துவிடக் கூடிய விதி உலகளாவிய அளவில் உள்ளது. சில சந்தர்ப்பங்களில், எ.கா., பணம் திரட்டல், அஞ்சந்தலைகள், பழைய நாணயங்கள், அரிய ஓவியங்கள் மற்றும் புத்தகங்கள், இனிமையான பாடல்கள் போன்ற பல பொழுதுபோக்குப் பொருட்களின் தொகுப்பு, விளிம்பு நிலைப் பயன்பாடு ஆரம்பத்தில் குறைக்கப்படுவதை விட அதிகரிக்கும். ஆனால் இறுதியில் இது குறைந்துவிடும். உண்மையான ஒரு விடயம், வழக்கமாக விளிம்பு நிலைப்பயன்பாட்டு விதி பொதுவாக உலகளவில் இயங்குகிறது.

3.2.2 முதன்மையான மற்றும் சாதாரணப் பயன்பாட்டுக் கோட்பாடுகள்

பயன்பாடு ஓர் உளவியல் நிகழ்வு ஆகும். இது திருப்தி, இன்பம் அல்லது மகிழ்ச்சியின் உணர்வு. எவ்வாறாயினும், பயன்பாட்டின் அளவீடு ஒரு சர்ச்சைக்குரிய விடயமாகும். பாரம்பரியப்பொருளியல் நிபுணர்கள், ஜேர்மிபெந்தம், லியோன்வால்ரஸ், கார்ல்மென்ஜேர் மற்றும் பலர், நவீன-பாரம்பரியப் பொருளியல் நிபுணர்கள், குறிப்பாக ஆல்பிரட்மார்ஷல், பயன்பாடு என்பது முதன்மையான அல்லது அளவு ரீதியனதாகவும், எடை, நீளம், வெப்பநிலை மற்றும் காற்று அழுத்தம் போன்ற அளவிடக் கூடிய அளவு என்று நம்பப்படுகிறது .இந்த நம்பிக்கையானது முதன்மைப் பயன்பாட்டுக் கோட்பாட்டுக்குக் காரணமாக விளைந்தது. இருப்பினும், நவீனப் பொருளியல் நிபுணர்கள், குறிப்பாக ஜே. ஆர். ஹிக்ஸ் மற்றும் ஆர். ஜி. டி. ஆலன், பயன்பாடு அளவிடக் கூடிய அளவுகோலாக இல்லை என்ற கருத்தை வைத்திருப்பது — இது முழுமையான வகையில் அளவிட முடியாதது அல்ல. பயன்பாடானது சாதாரணமாக அல்லது 'குறைவாக' அல்லது 'அதிகமான' விடயங்களை மட்டுமே வெளிப்படுத்த முடியும். ஆகையால், அவர்களின் விருப்பத் தெரிவு அல்லது விருப்பம் ஆகியவற்றின் பொருட்டுப்பண்டங்கள் பொருட்கள் மற்றும் சேவைகளைப் பட்டியலிட முடியும். எடுத்துக்காட்டாக, ஒரு நபர் ஐஸ்கிரீம் மற்றும் ஐஸ்கிரீம் சாக்லேட் விரும்புகிறார் என்று நினைத்துக் கொண்டால், குளிர்பானம். சாக்லேட், ஐஸ்கிரீம்,குளிர்பானம் என்று அவன் அவள் விருப்பம் தெரிவிக்கலாம். ஆனால் அவர் தனது விருப்பங்களை அளவீடுகளில் வெளிப்படுத்த முடியாது. இது முதன்மைப் பயன்பாட்டின் கோட்பாடு என்றறியப்படுகிறது. இந்த இரண்டு கோட்பாடுகளின்

தோற்றத்தையும், தேவைகளை கோரிக்கைகளைப் பகுப்பாய்வில் பயன்படுத்துவதன் மூலத்தையும் இப்போது பார்ப்போம்.

நுகர்வோர் நடத்தை ஒழுக்கம்

முதன்மைப்பயன்பாடு

பல்வேறு தூண்டுதல்களுக்கு ஒரு தனி நபரின் பதில்களில் சில ஆரம்ப உளவியல் சோதனைகள் நவ-பாரம்பரிய பொருளியல் நிபுணர்களை வழிநடத்தும் அளவிடக்கூடிய மற்றும் முதன்மை அளவிடக் கூடிய நம்பிக்கைகளை நம்புவதற்கு வழிவகுத்தன. இந்த நம்பிக்கை முதன்மைப் பயன்பாட்டின் கோட்பாட்டுக்கு வழிவகுத்தது. பயன்பாடு, 1, 2, 3 போன்ற ஒரு முதன்மை எண்ணை உபயோகிக்க முடியும் என்பதை இது குறிக்கிறது. பயன்பாடு என்பது முதன்மையில் அளவிடக் கூடியது என்ற அனுமானத்தில் நவீன-பாரம்பரியபொருளியல் நிபுணர்கள் நுகர்வோர்த்துவத்தைக் கட்டியெழுப்பினர். அவர்கள் பயன்பாட்டிற்குப் 'பயன்பாட்டு அலகுகள்' என்ற சொல்லைப் பயன்படுத்தினர். அவற்றின் அளவீட்டுப் பயன்பாட்டில், (i) 'ஒரு பயன்' ஓர் அலகு பணம், மற்றும் (ii) பணம் பயன்பாட்டின் மாறா நிலையில் இருப்பதாக அவர்கள் கருதினர்.

ஆயினும், காலப்போக்கில், முழுமையான அல்லது முதன்மையான அளவீட்டுப் பயன்பாடு சாத்தியமற்றது என்பதை உணரப்பட்டிருந்திருக்கின்றது. பயன்பாட்டு அளவைக் குறைப்பதில் உள்ளச் சிக்கல்கள் தீர்க்க முடியாதவை என்று நிரூபிக்கப்பட்டுள்ளன. திருப்திகரமாக இருப்பதை உணர்த்த ஒரு நுட்பத்தை அல்லது கருவிகளைக் கண்டுபிடிப்பதில் பொருளியல் நிபுணர்கள் அல்லது அறிவியலறிஞர்கள் வெற்றி பெறவில்லை, அதாவது, பயன்பாடு. அலகு ஒரு பொருத்தமான அளவு திட்டமிடப்பட்டிருக்க முடியாது. பல காரணிகள் நுகர்வோரின் மனநிலையைப் பாதிக்கின்றன, அவை தீர்மானிக்கவும் அளவிட முடியாதவையாகவும் இருக்கின்றன. எனவே முதன்மைப் பயன்பாட்டு விதிகளில் பயன்பாடானது கணிசமானதாக இல்லை. இன்னும் நுகர்வோர் நடத்தைப் பகுப்பாய்வு ஒரு முக்கியத் தொடக்கப்புள்ளியாகத் தொடர்வதாக முதன்மைப் பயன்பாட்டுக் கோட்பாடு கருதுகிறது.

சாதாரண ஒழுங்கு முறைப்பயன்பாடு

நவீனப் பொருளியல் நிபுணர்கள் முதன்மைப் பயன்பாட்டின் கோட்பாட்டை நிராகரித்து விட்டனர், அதற்குப்பதிலாக நுகர்வோர் நடத்தைப் பகுப்பாய்வு செய்வதற்கான சாதாரணப் பயன்பாட்டுக் கோட்பாட்டைப் பயன்படுத்துகின்றனர். சாதாரண ஒழுங்கு முறைப்பயன்பாட்டுக் கோட்பாட்டின் கருத்து, நுகர்வோர் ஒரு பொருளின் பயன்பாட்டை வெளிப்படையாகவோ அல்லது அளவு ரீதியாகவோ வெளிப்படுத்த முடியாமல் இருக்கலாம், ஆனால் ஒரு நுகர்வோர் மற்றொரு பொருளை ஒப்பிடும் போது ஒரு பொருள் அதிகமாகவோ குறைவாகவோ அல்லது சமமாகவோ பயன்படுகிறதா என்பதைத் தெரிந்து கொள்வது எப்போதும் சாத்தியமாகும் என்று உற்சாகமாகச் சொல்ல முடியும். உதாரணமாக, ஒரு நுகர்வோர், ஐஸ் கிரீம் 5 அலகுகள் மற்றும் சாக்லேட் 10 அலகுகள் கொடுக்கிறது என்று சொல்ல முடியாது. ஆனால் சாக்லேட் ஐஸ் கிரீமை விட அதிகமாகவோ குறைவாகவோ பயன்படுகிறதா என்பதை அவரால் குறிப்பிட முடியும். இந்த அனுமானம் நுகர்வோர் நடத்தை ஒழுக்கத்தின் சாதாரண ஒழுங்கு முறைத் தத்துவத்தின் அடிப்படையை உருவாக்குகிறது. பயன்பாட்டு முதன்மை அளவீடு நடைமுறையில் சாத்தியமானதாகவும், நுகர்வோர்ப்

குறிப்புகள்

குறிப்புகள்

பகுப்பாய்வில் அர்த்தமுள்ளதாகவும் இருப்பதாக நவீன-பாரம்பரியப் பொருளியல் நிபுணர்கள் கருதுகின்ற அதே வேளையில், பயன்பாடு ஓர் உளவியல் வியத்தகுநிகழ்வாக இருப்பதால், தத்துவ ரீதியாக, கருத்தியல் ரீதியாகவும், அளவு ரீதியாகவும் இயற்கையாகவே அளவிட முடியாதது என்று நவீனப் பொருளியல் நிபுணர்கள் தொடர்ந்து செயலாக்குகின்றனர். சாதாரண ஒழுங்கு முறைப்பயன்பாட்டுக்கோட்பாடு ஒரு சாத்தியமானக் கோட்பாடு என்பதையும் . பயன்பாட்டின் முதன்மை அளவுகோல்கள் இல்லாமலே நுகர்வோர் நடத்தைப் பகுப்பாய்வு செய்வதற்கான கோட்பாட்டியல் தேவைகளை இது சந்திக்கிறது என்பதையும் அவர்கள் தொடர்ந்து செயல்படுத்துகின்றனர்.

நுகர்வோர் தேவை கோரிக்கைப் பகுப்பாய்வுக்கு இரண்டு அணுகுமுறைகள்:

முதன்மை மற்றும் சாதாரண ஒழுங்குமுறை பயன்பாட்டுக் கோட்பாட்டின் அடிப்படையில், நுகர்வோர் நடத்தைப் பகுப்பாய்வு செய்ய இரண்டு அணுகு முறைகள் உள்ளன.

- (i) அல்பிரட் மார்ஷல் மற்றும் அவரது ஆதரவாளர்கள் குறிப்பிட்ட படி முதன்மைப் பயன்பாட்டு அணுகு முறை, நவீன-பாரம்பரிய அணுகு முறை என்றும் அழைக்கப்பெறுகிறது.
- (ii) ஆர்.டி.ஹிக்ஸ், ஒரு நோபல் பரிசிலைப் பெற்றவர், மேலும் ஆர். ஜி.டி. ஆலன், ஆகியோரால் முன்னோடியாக மாற்றப்பட்ட சாதாரண. ஒழுங்கு முறைப்பயன்பாட்டு அணுகு முறையானது, நடுநிலை வளைவுப்பகுப்பாய்வு என்றும் அழைக்கப்பெறுகிறது.

இரண்டு அணுகு முறைகளும் ஒன்றுக் கொன்று மோதல் இல்லை. உண்மையில், அவர்கள் நுகர்வோர் நடத்தைப் பகுப்பாய்வில் இருதரநிலை நுட்பங்களைப் பிரதிநிதித்துவப் படுத்துகின்றனர். ஓர் அணுகு முறைக்கு நுகர்வோர்த் தேவை கோரிக்கைகளை மதிப்பிடுவதற்கும் பகுப்பாய்வு செய்வதற்கும் ஈரணுகுமுறைகளும் முக்கியமானவைகளாகும். இது தேவைப்படும் நுட்பமான நிலையைப் பொருத்து, துல்லியமான நோக்கத்திற்காக அல்லது வணிக முடிவெடுப்பிற்காக. கோட்பாட்டின் அடிப்படையில் முதன்மைப் பயன்பாட்டில் செயல்படுகிறது.

நுகர்வோர் நடத்தைப் பகுப்பாய்வு செய்வதற்கான வேண்டுகோள் மற்றும் பொருந்தக்கூடிய தன்மை ஆகியவற்றைத் தக்க வைத்துக் கொண்டது. தவிர, தேவை கோரிக்கைகளுடைய பாரம்பரியத்தத்துவம் பற்றிய ஆய்வு, நுகர்வோர் நடத்தை பற்றிய மேம்பட்டக் கோட்பாடுகளைப் புரிந்து கொள்ளும் அடித்தளமாக அமைகிறது. தேவை கோரிக்கையின் பாரம்பரியத் தத்துவத்தின் ஆய்வு குறிப்பாக முக்கியத்துவம் வாய்ந்தது மற்றும் மேலாண்மை முடிவுகளில் பெரும் பங்களிப்பை அளிக்கிறது.

பின்வரும் பிரிவில், நாம் முதலில் முதன்மைப் பயன்பாட்டு அணுகு முறையின் அடிப்படையில் நுகர்வோர் நடத்தைக் கோட்பாட்டைப் பற்றி விவாதிப்போமாக.

நுகர்வோர் நடத்தைப் பகுப்பாய்வு: முதன்மைப் பயன்பாட்டு அணுகுமுறை:

நுகர்வோர் கோட்பாட்டின் முக்கியக் கருப்பொருள் -சாதாரண ஒழுங்கு முறை பயன்பாடு அல்லது முதன்மைப் பயன்பாட்டு அணுகு முறையை

அடிப்படையாகக் கொண்டது — நுகர்வோர் பயன்பாட்டு அதிகபட்சம் நடத்தை ஒழுக்கம் ஆகும். நுகர்வோர் கோட்பாட்டின் அடிப்படையான அடிச்சுவடு, அனைத்து நுகர்வோர்-தனிநபர்கள் மற்றும் குடும்பங்கள்- நுகர்வோர் பயன்பாட்டின் அதிகபட்சம் மேலும் நுகர்வோர்களாக அவர்களின் அனைத்து முடிவுகளும் நடவடிக்கைகளும் பயன்பாட்டு அதிகரித்தலை நோக்கியே இயக்கப்படுகின்றன. நுகர்வுத் தத்துவம் விடையளிக்க விரும்பும் குறிப்பிட்ட வினாக்கள்:

குறிப்புகள்

- (i) ஒரு நுகர்வோர் எடுக்கும் பொருட்களின் உகந்த அளவை அவர் அவள் எப்படி எடுத்துக் கொள்கிறார், அதாவது ஒவ்வொரு பொருளுக்கும் ஒரு நுகர்வோர் எவ்வாறு அவரது அவளது சமநிலைக்கு அமையும்?
- (ii) அவர் அவள் மொத்தப் பயன்பாட்டு அதிகபட்சம் செய்யப்படுவதன் காரணமாக நுகர்வோரின் பல்வேறு பொருட்களின் இடையே அவரது அவளது செலவழிப்பு வருமானத்தை அவர்/அவள் எவ்வாறு தருவார்?

நுகர்வோர் நடத்தை ஒழுக்கத்தத்துவம் நுகர்வோர் தங்கள் மொத்தப் பயன்பாட்டு அல்லது திருப்தி அதிகரிக்க முனைகின்றனர் என்ற அடிச்சுவட்டை அடிப்படையில் இந்த வினாக்களுக்கு விடையளிக்க முற்படுகிறது.

ஊகங்கள்

முதன்மைப் பயன்பாட்டு அணுகு முறையின் அடிப்படையில் நுகர்வோர் நடத்தை ஒழுக்கத் தத்துவம் கீழ்க்கண்ட வினாக்கட்குப் பின்வரும் அனுமானங்களின் அடிப்படையில் விடையளிக்கிறது:

- (i) அறிவார்ந்த செயல் பகுத்தறிவு. நுகர்வோர் தனது விருப்பப்படி வரிசையில் அவரது/அவளது விருப்பங்களைத் திருப்திப்படுத்தும் வகையில் ஓர் அறிவார்ந்த பகுத்தறிவு இருப்பது என்பதாகக் கருதப்படுகிறது. அதாவது, எது மிக உயர்ந்தப் பயன்பாடும், கடைசியாகக் குறைந்த பயன்பாடும் கொடுக்கிறதோ அந்தப் பயன்பாட்டுப் பொருளை அவர்/அவள் முதலில் வாங்குகிறார்,
- (ii) குறைந்த பண வருமானம். அவர்/அவள் நுகர்வதற்குத் தெரிவு செய்தப்பண்டம் பொருட்கள் அல்லது சேவைகளைச் செலவழிக்க ஒரு வரையறுக்கப்பட்ட பணம் வருமானம் மட்டுமே அந்த நுகர்வோர் பெற்றிருக்கிறார். வருவாய் வரம்பு, பயன்பாட்டு அதிகபட்சம் நோக்கத்துடன் இணைந்துப் பொருட்கள் இடையே தவிர்க்கும் தெரிவைச் செய்கிறது.
- (iii) திருப்தியை அதிகப்படுத்துதல். ஒவ்வொரு அறிவார்ந்த பகுத்தறிவு நுகர்வோர் அவரது/அவளது கொடுக்கப்பட்ட பணவருவாயிலிருந்து அவரது/அவளது திருப்தியை அதிகரிக்க விரும்புகின்றார்.
- (iv) பயன்பாட்டு முதன்மையாக அளவிடக் கூடியது. முதன்மைக் கோட்பாட்டு வல்லுனர்கள் பயன்பாட்டு என்பது முதன்மைக் கோட்பாட்டின் படி அளவிடக் கூடியது என்றும் ஒரு பொருளின் ஓர் அலகுப் பயன்பாட்டினை ஒரு நுகர்வோர் அதற்குப் பணம் செலுத்த ஆயத்தமாக உள்ள பணத்தின் அலகுகட்குச் சமமானதாகும், மேலும் 1 பயன்பாட்டு பணம் = 1 யூனிட். என்றும் கருதினார்கள்.
- (v) விளிம்பு நிலைப் பயன்பாட்டினைக் குறைத்தல். விளிம்பு நிலைப் பயன்பாட்டுக் குறைந்துவிடும் விதியைத் தொடர்ந்து, ஒரு நபர் அவற்றை

குறிப்புகள்

நுகர்வதன் மூலம் நுகர்வோரின் அடுத்தடுத்த அலகுகளிலிருந்து பெறப்பட்ட பயன்பாடுக் குறைந்து வருவதாகக் கருதப்படுகிறது. இது நுகர்வோர் நடத்தை ஒழுக்கக் கோட்பாட்டின் வெளிப்பாடாகும்.

(vi) பணத்தின் மாறா விளிம்பு நிலைப் பயன்பாடு. விளிம்பு நிலைப் பயன்பாடுத் தொடர்ந்து மாற்றமின்றி நிலை நிறுத்தி இருக்கின்றது நுகர்வோரின் வருவாய் நிலைமை எவ்வளவாக இருந்தாலும் கூட முதன்மைப் பயன்பாட்டு அணுகு முறை கருதுகிறது. இந்த அனுமானம், பயன்பாட்டின் அளவைக் கணக்கிடுவதற்கான அளவை அளவிடுவதற்கு அவசியமாக இருக்கிறது. முதன்மைப் பயன்பாட்டு வல்லுநர்கள் 'பணம்' பயன்பாட்டின் அளவு கோலாகப் பயன்படுத்தினார்கள் என்பதை நினைவிற்கொள்வது முக்கியம் ஆகும்

(vii) பயன்பாடானது அதிகரிக்கத்தக்கது ஆகும். பயன்பாடு என்பது அளவிடக்கூடியது மட்டுமல்ல, நுகர்வோரால் நுகரப்படும் பல வேறுபண்டங்கள் பொருட்களிலும் சேவைகளிலும் பெறப்பட்ட பயன்பாடு ஒட்டு மொத்தப் பயன்பாட்டைப் பெற ஒன்றாக இணைக்கப்பட்டுள்ளது என்று முதன்மைப் பயன்பாட்டு வல்லுநர்கள் கருதுகின்றார்கள். ஒரு நுகர்வோர் X_1, X_2, X_3, \dots ஒரே அலகுகள் பயன்படுத்துவதாகக் கருதிக் கொள்வோமாக மற்றும் அவர் $U_1, U_2, U_3 \dots U_n$ பயன்பாடுகளைப் பெறுகின்றனர் என்றும் கருதிக் கொள்வோமாக. முறையே, பல்வேறு பயன்பாட்டுப் பொருட்களிலிருந்து X நுகரப்படும். நுண்திறகு, நுகர்வோர் பொருள் X அலகு, பயன்பாட்டுப் பொருட்களின் n அலகுகளைப் பெறும் மொத்தப்பயன்பாடானது வெளிப்படுத்தப்படலாம்

$$U_n = U_1(X_1) + U_2(X_2) + U_3(X_3) + \dots + U_n(X_n)$$

நுகர்வோர் சமநிலை: முதன்மைப் பயன்பாட்டு அணுகு முறை.

கருத்தாக, ஒருநுகர்வோர் தனது சம நிலையை அடைந்து விட்டால், கொடுக்கப்பட்ட அவருடைய வளங்களையும் நிபந்தனைகளையும் கொண்டு அவர் தனது திருப்தி அளவை அதிகரித்து விடுவார். தொழில் நுட்ப ரீதியாக, ஒரு பயன்பாடு- அதிகப்பட்சமாக நுகர்வோர் தனது சம நிலையை அடையும் போது அவரது செலவின ஒதுக்கீடு ஒவ்வொரு பொருட்களிலும் செலவழிக்கப்பட்ட இறுதிப்பை சாதான் அதனால் ஈட்டப்பட்ட பயன்பாடு ஆகும். ஒரு நுகர்வோர் எவ்வாறு தனது சமநிலையை எட்டுகிறார் என்பதை விளக்கும் பொருட்டு, ஒரு நுகர்வோர் ஒரே ஒரு பொருளை நுகர்வோர் உபயோகிப்பதன் மூலம் நாம் ஒரு சிறிய நிகழ்வைக் கொண்டு தொடங்கலாம். நுகர்வோர் பல பண்டங்கள் பொருட்களின் நுகர்வோர் சமநிலையை விளக்குவதற்கு இந்தப் பகுப்பாய்வு விரிவாக்கப்படும்.

(i) நுகர்வோர் சமநிலை: ஒரு பொருள் மாதிரி. கொடுக்கப்பட்ட பணவருமானத்துடன் ஒரு நுகர்வோர் ஒரே ஒரு பொருளை X மட்டுமே பயன்படுத்துகிறாரென வைத்துக் கொள்வோம், அவரது பணம் வருமானம் மற்றும் பண்டம் X இரண்டும் அவருக்குப் பயன்பாடாக இருக்கும் என்பதால், அவர் தனது X - யை தனது பணத்தைப் பண்டம்/பொருள் X மீது செலவழித்து அல்லது உடைமை வடிவத்தில் தக்கவைத்துக் கொள்ளலாம். பயன்பாட்டுப் பொருள் $X(MU_x)$ உடைய விளிம்பு நிலைப்பயன்பாடு, பணத்தின் விளிம்பு நிலைப் பயன்பாடு (MU_m) ஐ விடப் பெரிதாக இருக்குமானால், ஒரு பயன்பாடு-அதிகரிக்கும் நுகர்வோர், பயன்பாட்டுப்

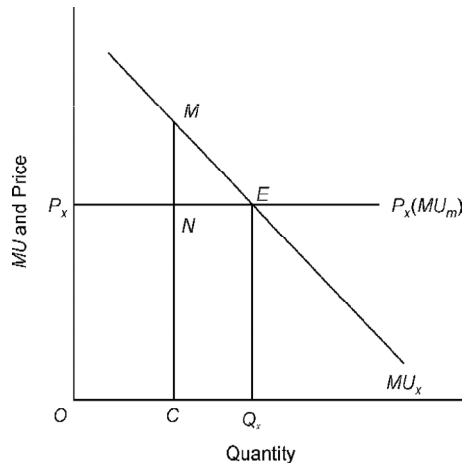
பொருட்களுக்குத் தனது வருமானத்தைப் பகரமாகப் பரிமாறிக் கொள்வர். அனுமானம் மூலம், MU_x குறைந்து வருவதால் (ஊகம் 5), அதே சமயம் பணத்தின் விளிம்பு நிலைப் பயன்பாடு (MU_m) நிலையானதாக உள்ளது (ஊகம் 6). ஆகையால், நுகர்வோர் X மற்றும் $MU_m = 1$ (மாறாத் தன்மையில்) விலையில் $MU_x > P_x(MU_m)$, P_x ஆகியவற்றின் விலையை விட நீண்ட காலமாகப் பயன்பாட்டுப் பொருள் X மீதானத் தனது வருமானத்தைச் செலவிடுவார். அந்தப் பயன்பாடு-அதிகரிக்கும் நுகர்வோர் சமநிலை அடைவார், அதாவது, அதிகப்பட்ச அளவினாத் திருப்தி எங்கே,

$$MU_x = P_x (MU_m)$$

மாற்றாக எங்கே நுகர்வோர் சமநிலை அடையுமோ கீழ்க்கண்டவாறு அங்கே

$$\frac{MU_x}{P_x (MU_m)} = 1$$

நுகர்வோர் சமநிலை மாதிரியாக இருக்கும் சமன்பாடு, படம் 3.2 இல்வரைபட விளக்கப்படம் ஆகும். $P_x (MU_m)$ எனப்படும் கிடைமட்ட வரி, X (எ.கா., P_x) மற்றும் MU_x வளைவு ஆகியவற்றின் விலையால் கணக்கிடப் பட்டபணத்தின் தொடர்ச்சியான பயன்பாட்டைக் காட்டுகிறது. $P_x (MU_m)$ கோடு மற்றும் MU_x வளைவு புள்ளி E . மீது நாட்டம் அளவு OQ_x நுகரப்படும், $MU_x = P_x (MU_m)$ என்று குறிப்பிடுகிறது. எனவே, நுகர்வோர் புள்ளியில் E சமநிலை உள்ளது. புள்ளி E க்கு மேலே MU_x வளைவின் எந்த புள்ளியில், எ.கா., M , $MU_x > P_x (MU_m)$ இல். எனவே, நுகர்வோர் பொருள் X க்கு தனது பணத்தைப் பரிமாற்றினால், அவர் தனது மொத்தத் தொகையை அதிகரிப்பார் திருப்திகரமாக இருப்பதால், MU_x களின் அடிப்படையில் அவரது ஆதாயம் MU_m இன் அடிப்படையில் தனது செலவைவிட அதிகமாகும். உதாரணமாக, புள்ளி M , நுகர்வோர் ஆதாயங்கள் $MU_x = MC$ அதே சமயம் அவர் NC சமமாக செலுத்தும்விலை. அவரது விளிம்பு நிலை ஆதாயம் $MC - NC = MN$. அவர் நிலைப்பாடு எட்டும் வரை இந்த நிலைமைகள் உள்ளன.



படக்காட்சி 3.2 நுகர்வோர் சமநிலை

குறிப்புகள்

குறிப்புகள்

இதே போல், $E, MU_x < P_x (MU_m)$ கீழே உள்ள எந்தப் புள்ளியிலும். ஆகையால், அவர் OQ_x க்கும் அதிகமானவற்றை நுகர்ந்தால், அவர் பெறுகின்றதை விட அதிகப் பயன்பாட்டு இழப்பை அவர் இழக்கிறார். அவர் ஒரு நிகர இழப்பாளராக இருப்பார். எனவே நுகர்வோர் அவரது நுகர்வு குறைப்பதன் மூலம் தனது திருப்தியை அதிகரிக்க முடியும். இஃது E ஐ விட வேறு எந்த நேரத்திலும், நுகர்வோரின் மொத்த திருப்தி அதிகபட்ச அளவைவிடக் குறைவாக உள்ளது. எனவே, புள்ளி E என்பது சமநிலைக்கானப் புள்ளியாகும்.

(ii) நுகர்வோர் சமநிலை: பல பயன்பாட்டுப் பொருட்கள் மாதிரி. முந்தைய பிரிவில், நுகர்வோர் ஒரு பயன்பாட்டுப் பொருளை நுகர்வோர் பயன்படுத்துகின்ற ஒரு நம்பத்தகுந்த அனுமானத்தை நுகர்வோர் சமநிலைப் படுத்துவதை நாம் அறிந்திருக்கிறோம் அதாவது நுகர்வோர் ஓர் ஒற்றைப் பயன்பாட்டுப் பொருளையே நுகர்வார்வதாக. உண்மையான வாழ்க்கையில், நுகர்வோர் ஒரு பெரிய எண்ணிக்கையிலான பயன்பாட்டுப் பொருட்கள் மற்றும் சேவைகளைப் பயன்படுத்துகின்றனர். எனவே வினா எழுகிறது: நுகர்வோர் பல பொருட்களின் நுகர்வதைக் கொண்டு சமநிலைக்கு எவ்வாறு செல்வது? நிற்க. பலப் பயன்பாட்டுப் பொருட்களின் நுகர்வோரின் சமநிலை எவ்வாறு என்பதை நாம் விளக்குகிறோம்.

அனுமானம் 2, 5 லிருந்து நாம் அறிகின்றோம், வருமானக் குறைபாட்டிற்குட்பட்டப் பல வேறு பயன்பாட்டுப் பொருட்களிலிருந்துப் பயன்பாட்டைத் தருவிக்கின்றாரோ அந்தப் பயன்பாட்டிலிருந்து நுகர்வோர் குறைவான வருமானம் பெற்றிருக்கிறார். பலவேறு பயன்பாட்டுப் பண்டங்களின் MU கால அட்டவணைகள் ஒரே மாதிரியாக இருக்காது என்பது எங்களுக்குத் தெரியும். சில பயன்பாட்டுப் பொருட்களானது அதிக ஓரளவுப் பயன்பாட்டுக்குப் பயன்படுகின்றன, மேலும் அதே எண்ணிக்கையிலான அலகுகளை நுகர்கின்ற சிலவற்றைக் குறைக்கின்றன. சில சந்தர்ப்பங்களில், MU அதிவேகமாகக் குறைகிறது மற்றவர்களின் விடயத்தில் அதே எண்ணிக்கையிலான அலகுகளை நுகர்தலைவிடவும். ஓர் அறிவார்ந்த பகுத்தறிவு மற்றும் பயன்பாடு – அதிகரிக்கும் நுகர்வோர், பயன்பாட்டுப் பொருட்களை நுகர்கின்றனர், அவர்களின் பயன்பாடுகள் வரிசையில். பயன்பாட்டுப் பொருட்களில் எவை அதிகமான பயன்பாட்டை ஈட்டுகின்றதோ அதனை அவர் முதலாவதாகவும், இரண்டாவது அதிகப் பயன்பாட்டை ஈட்டுவதை அதனைத் தொடர்ந்தும் அவர் தெரிவு செய்வார் இப்படியாக மற்றும் பல, அவர் அவருடைய செலவினங்களைத் திடீர்த்திருப்பமாக மாற்றி அமைப்பார், அவைகளின் விளிம்பு நிலைப் பயன்பாடுக்கேற்ப ஒரு பயன்பாட்டுப் பொருளிலிலிருந்து மற்ற பயன்பாட்டுப் பொருளுக்கு. இது சம-விளிம்பு நிலைப் பயன்பாட்டின் விதி என்று அழைக்கப் பெறுகிறது. சம-விளிம்பு நிலைப் பயன்பாட்டின் விதி நுகர்வோரின் சமநிலையைப் பல வகைப் பயன்பாட்டுப் பொருட்களிலிருந்து விளக்குகிறது. நுகர்வோர் ஒவ்வொரு பொருட்களிலிருந்தும் செலவினங்களுக்கு ஓர் அலகு பெறப்பட்ட அளவிலான பல பொருட்களை நுகர்வோர் பயன்படுத்துகின்றார் என்று இந்த விதிக் கூறுகிறது. வேறு வார்த்தைகளில் கூறுவதானால், ஓர் அறிவார்ந்த நுகர்வோர், ஒவ்வொரு உருபாயும் ஒவ்வொரு நல்ல விளைபொருட்களுடனும் அதே MU யில் செலவழிக்கின்ற விதத்தில் பயன்படுத்தும் பலவேறு பொருட்களின் மீது தனது வருமானத்தைச் செலவழிடுகிறார். இப்போது பல பயன்பாட்டுப் பொருட்களின் மாதிரியில் நுகர்வோர்

சமநிலையை விளக்குவோம். எவ்வாறாயினும், எளிமைக்காக, நாம் ஓர் இரண்டு—பயன்பாட்டுப் பொருட்கள் பற்றிய நிகழ்வை மட்டுமே இப்போது கருதுவோம்.

ஒரு நுகர்வோர் இரண்டு பொருட்களான X, Y ஆகிய இரண்டு பொருட்களையும் மட்டுமே பயன்படுத்துகிறாரென்று கருத்தில் கொண்டு, அவற்றின் விலையானது P_x, P_y முறையே. ஒற்றைச் சரக்கு நிகழ்வுகளின் சமநிலை விதிகளைத் தொடர்ந்து, நுகர்வோர் X, Y பொருட்களின் மீதானத் தனது வருமானத்தை அத்தகைய விகிதாச்சாரத்தில் செலவழிப்பார்.

$$MU_x = P_x (MU_m)$$

மேலும்

$$MU_y = P_y (MU_m)$$

இந்த நிபந்தனைகளுக்கிணங்க, நுகர்வோர் சமநிலையை வெளிப்படுத்தலாம்

$$\frac{MU_x}{P_x (MU_m)} = 1 = \frac{MU_y}{P_y (MU_m)} \quad (3.1)$$

ஒவ்வொரு அலகுப் பணத்தின் MU (அல்லது ஒவ்வொரு ரூபாயும்) 1, EQ இல்தொடர்ந்து இருக்கும். (3.1) என மீளெழுதப்படலாம்.

$$\frac{MU_x}{P_x} = \frac{MU_y}{P_y} \quad (3.2)$$

$$\frac{MU_x}{MU_y} = \frac{P_x}{P_y} \quad (3.3)$$

அல்லது

சமன்பாடு (3.2) நுகர்வோர் இரு சமச்சீர் X, Y ஒன்றில் செலவழிக்கப்பட்ட ஒவ்வொரு உருபாயிலிருந்தும் பெறப்பட்ட ஓரளவிற்குப் பயன்படும் போது நுகர்வோர் தனது சமநிலையை அடையும் முடிவுக்கு வழி வகுக்கிறது. சரியீடு. (3.3) எந்த இரண்டு பொருள்களின் MU விகிதம் அவற்றின் விலை விகிதத்தைச் சமன் செய்யும் போது ஒரு நுகர்வோர் சமநிலையில் இருப்பதை வெளிப்படுத்துகிறது.

அதிகமான பயன்பாட்டுப் பொருட்கள் மற்றும் சேவைகளை நுகர்வோர் பயன்படுத்துவதன் மூலம் நுகர்வோரின் சமநிலைக்கு விதி முறைகளைப் பொதுமையாக்குவதற்கு இரண்டு பொருட்களின் நிகழ்வு பயன்படுத்தப்படலாம். கொடுக்கப்பட்ட வருமானம் மற்றும் வேறுபட்ட விலையில். ஒரு நுகர்வோர் A-லிருந்து Z-வரையிலான பயன்பாட்டுப் பொருட்கள் மற்றும் சேவைகளைப் பயன்படுத்துகிறார் என்று கருதுவோமானால் அவரது சமநிலை நிலையை வெளிப்படுத்தப்படலாம், இவ்வாறாக:

$$\frac{MU_A}{P_A} = \frac{MU_B}{P_B} = \dots = \frac{MU_Z}{P_Z} = MU_m \quad (3.4)$$

சமன்பாடு (3.4) சம விளிம்பு நிலைப்பயன்பாட்டின் விதியை வழங்குகிறது.

தனது சமநிலையை அடைவதற்கு, நுகர்வோர் அதிகபட்சமாக நுகர்வோர் சமன் செய்ய விரும்புவதைப் பொருட்படுத்தாமல், அவர் பயன்படுத்தும்

குறிப்புகள்

ஒவ்வொரு பொருட்களின் விளிம்பு நிலைப் பயன்பாடும் அல்ல, மாறாகப் பல வேறு பயன்பாட்டுப் பொருட்களின் மற்றும் சேவைகளின் மீதான தனது பணச் செலவினத்திற்கான ஒரு நடுத்தரப் பயன்பாடு.

குறிப்புகள்

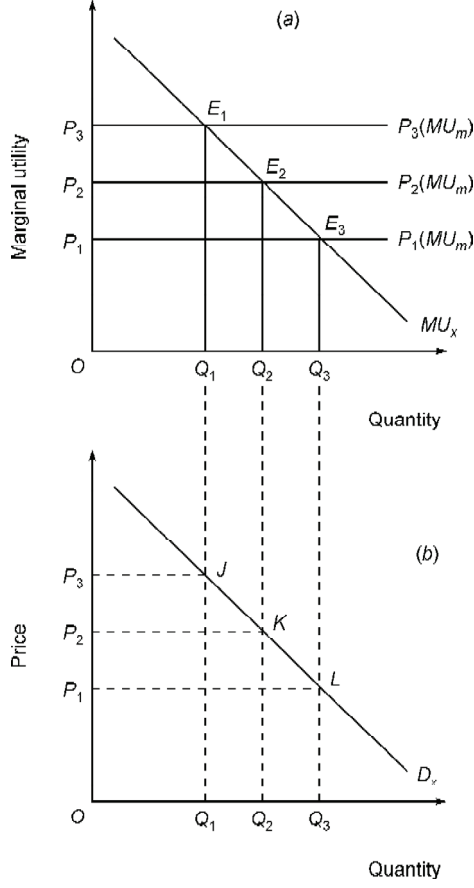
ஒரு பயன்பாட்டுப் பொருளுக்கான தனித்தனித் தேவை கோரிக்கையைப் பெறுதல்

தேவை: கோரிக்கையின் விதி மற்றும் தேவை கோரிக்கையின் வளைவு நுகர்வோர் பயன்பாட்டின் அதிகரிக்கும் நடத்தை அடிப்படையில் அமைந்துள்ளது.

இந்தப் பிரிவில், நுகர்வோர் நடத்தை தேவை கோரிக்கை விதி மற்று தேவை: கோரிக்கையின் வளைவு அடிப்படையை எவ்வாறு வழங்குகிறது என்பதை நாங்கள் விளக்குகிறோம். நுகர்வோரின் சமநிலை மற்றும் நுகர்வோர் சமநிலைக்கான சூழல் மற்றும் நிலைமைகள் ஆகியவற்றைப் பற்றி முந்தைய பிரிவுகளில் நாம் விளக்கியுள்ளோம். நுகர்வோர் சமநிலையின் மதிப்பீடு ஒரு பொருளுக்குத் தனிப்பட்ட தேவை கோரிக்கை வளைவு பெறுவதற்கு ஒரு வசதியான அடிப்படையை வழங்குகிறது. நுகர்வோர் பயன்பாட்டுச் செயல்பாடுகளில் இருந்து தேவை: கோரிக்கை வளைவு வெளிப்படையாக முதல் பொருளாதாரத்தை மார்ஷல் அறிமுகப்படுத்தினார். மேலே காட்டியுள்ளபடி, நுகர்வோர் ஒரே ஒரு பொருளை நுகர்கிறார், அதாவது X சமநிலை நிலையில் உள்ளது, இதில் $MU_x = P_x (MU_m)$. இந்தச் சமநிலை நிலையைப் பயன்படுத்தி, நுகர்வோர் சமநிலை உள்ளது படம் 3.2இல் விளக்கப்பட்டுள்ளது. நுகர்வோர் பெறும் அதே தரக்கம் பயன்படுத்தப்படுகிறது பொருட்கள் X க்கு தேவை: கோரிக்கை வளைவு.

பொருட்களின் தனித்தனித் தேவை கோரிக்கையைப் படத்தில் காட்டப்பட்டுள்ளது. 3.3 (a) மற்றும் (b). நுகர்வோர் E_1 புள்ளியில் சமநிலையில் இருப்பதை நினைவில் கொள்ளுங்கள். அதாவது P_3 இல் X இன் விலை கொடுக்கப்பட்டால், சமநிலை அளவு OQ_1 ஆகும். இப்போது, பொருட்களின் விலையை P_2 க்கு விற்றால், சமநிலை நிலை $MU_x > P_3 (MU_m)$ OQ_1 இல் தொந்தரவு செய்யப்படும். MU_m மாறாதிருப்பதால், சமச்சீரற்ற நிலையை மீண்டும் பெற ஒரே வழி MU_x ஐ அதிகம் சேதப்படுத்துவதன் மூலம், X களின் கூடுதல் நுகர்வுப் பொருளைக் குறைப்பதாகும். இதனால், Q_1Q_2 கூடுதல் அலகுகள் X நுகர்வு மூலம் நுகர்வோர் தனது MU_x ஐ E_2Q_2 க்குக் குறைத்து, ஒரு புதிய சமநிலை நிலையை E_2 என்கே $MU_x = P_2 (MU_m)$. இதே போல், X விலை மேலும் விடும் போது, நுகர்வோர் X திருப்தியை அதிகப்படுத்திக் கொள்வார். பயன்பாட்டுப் பொருள் X ன் தேவை கோரிக்கை வளைவைப் பெறுவதற்காக நுகர்வோரின் இந்த நடத்தை கோரிக்கை பயன்படுத்தப்பட முடியும்.

3.3 (a) விலை P_3 ஆக இருக்கும் போது, சமநிலை அளவு OQ_1 ஆகும். விலை P_2 க்கு குறைவாக இருக்கும் போது, சமநிலைப் புள்ளி E_2 ஐ சுட்டிக் காட்டுவதற்குக் கீழ் நோக்கி மாறுகிறது, இதில் சமநிலை அளவு OQ_2 ஆகும். இதே போல், P_1 மற்றும் $P (MU_m)$ விலை குறைக்கப்படும் போது சமநிலை நிலை E_3 க்கு சமநிலை மாறுகிறது மற்றும் சமநிலை அளவு OQ_3 ஆகும். $P_3 > P_2 > P_1$ மற்றும் தொடர்புடைய அளவு $OQ_1 < OQ_2 < OQ_3$. இதன்பொருள், விலை குறையும் போது, சமநிலை அளவு அதிகரிக்கிறது.



குறிப்புகள்

படக்காட்சி 3.3 கோரிக்கை வளைவைப் பெறுதல்

கோடு வளைவு னுஓ இன் படி 3.3 இன் பகுதி (b) இல் தலை கீழ் விலை-அளவு உறவு காட்டப்பட்டுள்ளது. 3.3 கோணத்தில் (a) குழுவில் உள்ள தகவலின் அடிப்படையில் தேவை: கோரிக்கை வளைவு D_x வரையப்பட்டுள்ளது. சமநிலைப் புள்ளியைப் பொறுத்து விலை-அளவுக் கலவையை L 3 புள்ளியில் காட்டப்பட்டுள்ளது. இதே போல், சமநிலைப் புள்ளிகள், E_2 மற்றும் E_1 ஆகியவற்றுடன் ஒப்பிடும் விலை-அளவீட்டுக் கூட்டுக்கள் முறையே புள்ளிகள் K மற்றும் J இல் காட்டப்படுகின்றன. புள்ளிகள் J , K மற்றும் L உடன் சேருவதன் மூலம் நாம் X களின் தனிப்பட்ட தேவை கோரிக்கை வளைவைப் பெறுகிறோம். தேவை கோரிக்கை வளைவு D_x என்பது வழக்கமான கீழ் நோக்கிய சாய்வு மார்ஷியல் கோரிக்கை வளைவு.

மாறுபடும் MU_m கீழ் தேவை கோரிக்கை: நுகர்வோரின் சமநிலை, MU_m தொடர்ந்து மாறிக்கொண்டிருக்கும் என்ற ஊகத்தின் கீழ் அவரது தேவை கோரிக்கை வளைவைப் பெறப்பட்டது பற்றி மேலே விளக்கியிருந்திருக்கிறோம். இது பின் வருமாறு விளக்கப்பட முடியும்.

MU_m மாறி இருப்பதாகக் கொள்வோம் – இது பணத்தின் பங்கு அதிகரிப்பு மற்றும் அதற்கு நேர் மாறாகக் குறைகிறது. இந்த நிலையில், ஒரு பணத்தின் விலை வீழ்ச்சியடைந்தாலும், நுகர்வோர் விலை வீழ்ச்சியின் போது செய்ததைப் போலப் பல அலகுகளை மட்டுமே வாங்கியிருந்தால், இந்தப் பயன்பாட்டுப் பொருட்களின் மீது சில பணத்தைச் சேமிக்கிறார்.

குறிப்புகள்

இதன் விளைவாக, அவரது பணம் அதிகரிக்கிறது மற்றும் அவரது MU_m குறைகிறது, அதேசமயம், MU_m மாற்றமில்லாமல் உள்ளது, ஏனெனில் அவரது பங்குச் சேமிப்பும், மாறாமல் உள்ளது. இதன் விளைவாக, அவரது MU_x தனது MU_m ஐ மீறுகிறது. ஒரு நுகர்வோர் பொருட்களின் பணத்தைப் பரிமாற்றும் போது, அவரது பங்கு பணவீக்கம் குறையும் மற்றும் பயன்பாட்டுப் பொருட்களின் விலை அதிகரிக்கும். இதன் விளைவாக, MU_m அதிகரிக்கிறது மற்றும் MU_x குறைகிறது. எனவே நுகர்வோர், $MU_x = MU_m$ வரை பயன்பாட்டுப் பொருட்களுக்குப் பணம் பரிமாறிகிறது. இதன் விளைவாக, ஒரு தேவை அதன் விலை வீழ்ச்சியடையும் போது பொருட்களின் விலை அதிகரிக்கும்.

தேவை சட்ட கோரிக்கை விதி: சில கூடுதல் அம்சங்கள்:

இங்கே விவாதிக்கப்படும் இரண்டு அம்சங்கள்: (i) தேவை கோரிக்கை விதியின் பின்னால் உள்ள காரணிகள், மற்றும் (ii) தேவை கோரிக்கை விதியின் விதி விலக்குகள்.

(i) தேவை கோரிக்கை விதியின் பின்னால் உள்ள காரணிகள். படக்காட்சி 3.3யில் ,தேவை கோரிக்கையின் வளைவுச் சரிவுகள் வலதுபுறம் கீழ் நோக்கிக் காட்டுகிறது. தேவை கோரிக்கை வளைவின் கீழ் நோக்கிய சாய்வு, தேவை கோரிக்கை விதியை விவரிக்கிறது. தேவை கோரிக்கை விதியை இயக்கும் காரணிகள் பின்வருமாறு உள்ளன. தற்செயலாக, இந்தக்காரணிகள், 'ஏன் கோரிக்கையின் வளைவு சரிவு வலப்புறத்திற்குக் கீழிறங்குகிறது?' என்ற வினாவிற்கு விடையளிக்கின்றன.

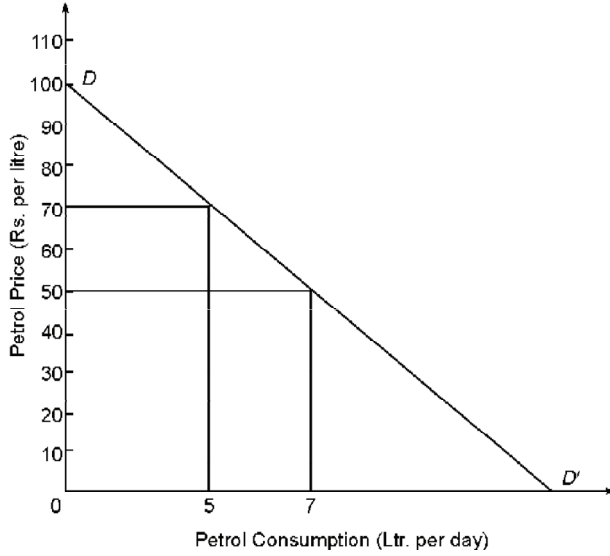
(a) மாற்று விளைவு: ஒரு பயன்பாட்டுப் பொருளின் விலை வீழ்ச்சியடைந்தால், அதன் மாற்றீடுகளின் விலை மாறா நிலையில் இருக்கும் போது, அதற்குப் பதிலாக மாற்றீடுகள் அதிகரிக்கும். அல்லது வேறு வார்த்தைகளில் சொல்வதானால், விலை வீழ்ச்சியடைந்த விலை ஒப்பீட்டளவில் மலிவாக மாறும்.அதிக விலையுள்ளதை விட மலிவானப் பயன்பாட்டுப் பொருளின் மீதான மாற்றீட்டு நுகர்வின் பயன்பாடு அதிகரிப்பதன் மூலம், மலிவு விலையிலுள்ள பயன்பாட்டுப் பொருளின் தேவை கோரிக்கை அதிகரிக்கிறது.

(b) வருமான விளைவு. ஒரு பயன்பாட்டுப் பண்டத்தின் விலை வீழ்ச்சியடைந்தால், மற்ற காரியங்கள் அப்படியே தரித்திருக்கும் போது, அந்தப் பொருட்களின் அடிப்படையில் நுகர்வோரின் உண்மையான வருமானம் அதிகரிக்கும். இதன் விளைவாக, ஒரு குறிப்பிட்ட அளவுக்குக் குறைவாகச் செலுத்த வேண்டும் என்பதால், அவரது வாங்கும் திறன் அதிகரிக்கிறது. உண்மையான வருவாயின் அதிகரிப்பு நுகர்வோர் மேலும் பொருள்களையும் சேவைகளையும் கோருவதற்கு ஊக்குவிக்கிறது. உண்மையான வருவாயை அதிகரிப்பது பற்றிய தேவை கோரிக்கை அதிகரிப்பு வருமான விளைவு என்று அறியப்பெறுகிறது. வருமான விளைவு படம் 3.4 இல் விளக்கப்பட்டுள்ளது.

எரி பொருள் தேவை கோரிக்கை வளைகோடு D.D. படம் 3.4 ல் கொடுக்கப்பட்டுள்ளது மற்றும் எரி பொருள் விலை லிட்டருக்கு 70 ரூபாய்க்கு வழங்கப்படுகிறது. தேவை கோரிக்கை வளைவு மற்றும் எரிபொருள் விலையைப் பொறுத்த வரையில், ஒரு நாளைக்கு 5 லிட்டர் எரிபொருள் பயன்படுத்துகிறது. எரிபொருள் மீதான அவரது தினசரிச் செலவு $70 \times 5 = 350$. இப்போது எரிபொருள் விலை லிட்டருக்கு 50ரூபாயாகக் குறைக்கப்பட்டும். எரிபொருள்

விலையில் இந்த வீழ்ச்சித் தனி நபர்க் கொள் முதல் சக்தியை அதிகரிக்கிறது என்பதால், அவர் ஒரு நாளைக்கு எரிபொருள் விலைக்கு 350 ரூபாய்ச் செலவழித்தால் தொடர்ந்து 7 லிட்டர் எரிபொருள் வாங்க முடியும். தேவை கோரிக்கை அதிகரிப்பால், விலை குறைவதால் வாங்கும் திறன் அதிகரிப்பதன் விளைவாகும். இதனால், எரிபொருள் விலை அதிகரித்து வருவதால், வருமானம் அதிகரித்துக் கொண்டே வருகிறது. அதனாற்றான் விலை மாற்றத்தின் வருவாய் விளைவு என்று அழைக்கப்பெறுகிறது. எரிபொருள் தேவை கோரிக்கைக்கோரும் வருவாயின் விளைவு 2 லிட்டருக்குச் சமமாக இருக்கக்கூடாது என்பதை நினைவிற் கொள்ளவேண்டும் – இது தேவை வளைவின் தன்மை மற்றும் அதன் சரிவு ஆகியவற்றின் அடிப்படையில் குறைவாகவோ அதிகமாகவோ இருக்கலாம்

குறிப்புகள்



படக்காட்சி 3.4 விலைமாற்றத்தின் வருமானவிளைவு

இது தாழ்ந்தத் தன்மையுள்ள பொருட்களின் வருமானத்தில் வருமான விளைவு எதிர்மறையாக இருப்பதையும் கவனத்திற் கொள்ள வேண்டும். ஒரு தாழ்ந்தத் தன்மையுள்ள பொருட்களின் விலை (மொத்த நுகர்வு செலவில் கணிசமான) கணிசமாக வீழும் பட்சத்தில், நுகர்வோர் வருமானம் அதிகரிக்கிறது. இதன் விளைவாக, தாழ்ந்தத் தன்மையுள்ள பொருட்களுக்கு மாற்றீடாக உயர்ந்த பொருட்களை அவர்கள் ஏற்றுக் கொள்வதால், அவர்கள் தாழ்ந்தத் தன்மையுள்ள பொருட்களைக் குறைவாகவும், உயர் தரமான பொருட்களை அதிகமாகவும் நுகர்கின்றனர். இதன் விளைவாக, தாழ்ந்தத் தன்மையுள்ள பொருட்களின் நுகர்வு வீழ்ச்சியடைகிறது. இதனால், தாழ்ந்தத் தன்மையுள்ள பொருட்களுக்கான தேவை கோரிக்கை மீதான வருமான விளைவுஎதிர் மறையாக மாறுகிறது – சாதாரணப் பொருட்களின் விஷயத்தில் அ.து எதிர்மறையாக இல்லை.

(c) பயன்பாடு- அதிகமாக்குதல் நடத்தை ஒழுக்கம். நுகர்வோர் பயன்பாட்டின் அதிகப்பட்ச அளவுகுறைந்து கொண்டிருக்கும் நிலையில், அதன் விலை சாதாரண நன்மைக்கான தேவை. கோரிக்கை அதிகரிப்பதற்குப் பொறுப்பாகும். மேலே குறிப்பிட்டுள்ள படி, ஒருவர் ஒருபயன்பாட்டுப் பொருளை வாங்கும் போது, X, அந்தப் பயன்பாட்டுப் பொருளுக்காக அவர் தனது

வருமானத்தைப் பரிமாற்றி தனது திருப்தி அதிகரிக்கச் செய்கிறார் . அவரது பணம் (MU_m), குறுகிய காலப் பயன்பாட்டிற்கு (MU_x) க் குறைவாகவே இருக்கும் வரை, அவர் தொடர்ந்து வாங்குவதை வாங்குவார். பொருட்களின் விலை கொடுக்கப்பட்டால், நுகர்வோர் தனது நுகர்வுகளைச் சரி செய்கிறார்.

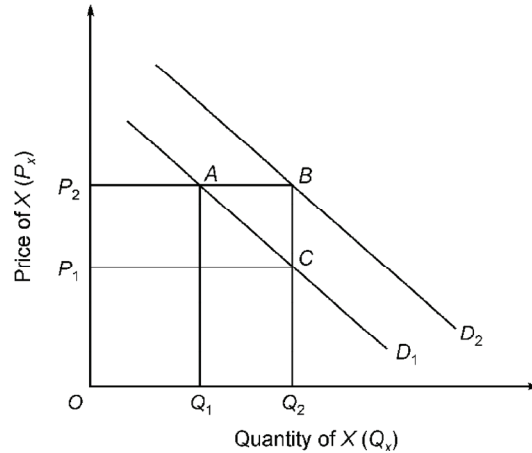
குறிப்புகள்

$$MU_m = P_c = MU_x$$

பயன்பாடுப் பொருட்களின் விலை வீழ்ச்சியுறும் போது, ($MU_m = P_c$) $< MU_x$, மற்றும் நுகர்வோர் சமநிலைப் பாதிக்கப்படும். தனது சமநிலையை மீண்டும் பெறுவதற்காக, நுகர்வோர் MU களின் அளவைக் குறைக்க வேண்டும். இந்தப் பொருட்கள் இன்னும் வாங்குவதன் மூலம் மட்டுமே செய்ய முடியும். எனவே நுகர்வோர் $MU_m = P_c = MU_x$ வரை கொள் முதல் செய்கிறார். அதன் விலைக் குறையும்போது ஒரு பயன்பாட்டுப்பொருட்களுக்கான தேவை கோரிக்கை அதிகரிக்கப்படுவதற்கான மற்றொரு காரணம் இதுதான். தேவை கோரிக்கை விதிவிரிவாக விவாதிக்கப்பட்டிருந்திருக்கிறது அலகு 4ல் என்று குறிப்பிடத்தக்கது ஆகும்.

தேவை கோரிக்கை வளைவில் மாற்றம்

தேவை: கோரிக்கை வளைவு அதன் நிலையை மாற்றும்போது (அதன் சரிவைத்தக் கவைத்துக் கொள்ளாமல்), மாற்றமானது தேவை கோரிக்கை வளைவின் மாற்றமாக அறியப்பெறுகிறது. உதாரணத்திற்கு, பயன்பாட்டுப்பொருள் X இன்மூலமானதேவை கோரிக்கைவளைவு காட்சிப்படம் 3.5 ல் D_1 எனக் கொடுக்கப்பட்டுள்ளது. இந்த விலையில் OP_2 விலையில் காட்டியுள்ளபடி, நுகர்வோர் OQ_1 X அலகுகள் வாங்குவார், மற்றகாரணிகள் மாறாமல் இருக்கும். ஆனால், பிறகாரணிகளில் ஏதாவது இருந்தால் (எ.கா., நுகர்வோரின் வருமானம் அல்லது மாற்றீடுகளின் விலை) மாற்றங்கள், நுகர்வோர்தின் மற்றும் பொருட்களை வாங்க விருப்பம் ஆகியவற்றை அது மாற்றும். உதாரணமாக, வருமானவரி குறைக்கக் காரணமாக நுகர்வோர் செலவழிப்பு வருவாய் அதிகரிக்கும் என்றால், அவர் OQ_1 பதிலாக OQ_2 அலகுகள் வாங்க முடியும். X இன் முழுஅளவிற்கும் இது பொருந்தும். நுகர்வோர் மற்ற எல்லா விலையிலும் ஒரு மேல் நோக்கியமாற்றத்தை ஏற்படுத்தும். இதேபோல், நுகர்வோரின் வரை செலவழிக்கத் தக்கவருமானத்தில் குறைந்து, வரிகள் உயர்ந்து, D_2 முதல் D_1 தேவை: கோரிக்கை வளைவில் கீழ் நோக்கியமாற்றத்தை ஏற்படுத்தும்



3.2.3 தேவை கோரிக்கை வளைவில் மாற்றங்கட்குப் பின்னால் உள்ள
காரணிகள்

ஒரு பயன்பாட்டுப்பொருளின் தேவை கோரிக்கையின் ஒன்று அல்லது அதற்கு அதிகமான விலையில்லா நிர்ணயித்தலில் ஏற்படும் மாற்றத்தினால் ஒரு விலை-தேவை வளைவில் மாற்றுதல் உண்டாகும். எடுத்துக்காட்டாக Q_1Q_2 ஆல் X இன் தேவை அதிகரிப்பு. விலை OP_2 கொடுக்கப்பட்டால், X க்கான தேவை பின்வரும் காரணங்களுக்காக Q_1Q_2 மூலம் அதிகரித்திருக்கலாம்.

- (i) நுகர்வோர் வருமானத்தில் அதிகரிக்க வேண்டும், இதனால் அவர் விலை OP_2 இல் X இன் OQ_2 ஐவாங்கலாம்: இது வருமான விளைவு
- (ii) X இன் மாற்றீட்டின் விலை உயர்கிறது, இதனால் நுகர்வோர் அதன் மாற்றீட்டிற்கான Q_1Q_2 ஐ விரும்புவதைக் காண்கிறார்கள்: இது மாற்றீட்டு விளைவு ஆகும்
- (iii) பயன்பாட்டுப்பொருட்கள் X தயாரிப்பாளரின் விளம்பரம் நுகர்வோரின் சுவை அல்லது விருப்பம் எக்ஸ் X க்கு ஆதரவாகமாறுகிறது. நுகர்வோர் X ஐவாங்குகிறார் அல்லது Q_1Q_2 ஐ அதன் மாற்றீடாக விரும்புகிறார், மீண்டும் ஒரு மாற்றீடாக விளைவிக்கிறார்
- (iv) X இன் நிரப்புத் திறன் விலை OQ_2 நுகர்வோருக்கு மிகவும் அதிகமானதாகும் X மற்றும்
- (v) அதே மீதமுள்ள விலையும், X க்கான தேவை கோரிக்கை X யையும், அதன் தரத்தில் முன்னேற்றம், உற்பத்தித்தொழில்நுட்பம் மற்றும் பருவகால மாற்றம் போன்ற காரணங்களுக்காகவும் அதிகரிக்கும்.
- (I) விலை-தேவை கோரிக்கை வளைவு மாற்றுவதன் காரணமாக, தேவை கோரிக்கைகளின் மாற்றங்களிடையே வேறுபாடு என்பதை வணிக முடிவெடுப்போர்கருத்தில் கொள்வது முக்கியம். மற்றும் (ii) கோரிக்கை வளைவுடன் நகர்தல்

உதாரணமாக, படம் 3.5 இல், OQ_1 இலிருந்து OQ_2 இலிருந்து தேவைப்படும் அளவு அதிகரிப்பு இரண்டு வழிகளில் விளக்கப்படுகின்றன. ஒன்று, P_2 லிருந்து P_1 விலையில் விலை வீழ்ச்சியிலிருந்துவரும் தேவை கோரிக்கை D_1 வால் A க்கு C க்கு நகர்த்துவதன் மூலம் மற்றும் இரண்டு, D_1 முதல் D_2 வரை தேவை. கோரிக்கை வளைவுமேல் நோக்கி மாற்றம் மூலம். முன்னாள் நிகழ்வில், கூடுதல் வருமானம் சில வருவாய்ச் செலவில் பெறப்படுகிறது. நுகர்வோர் வருவாயில் அதிகரிப்பு, மாற்றீட்டு விலைகளின் அதிகரிப்பு, மக்கட்தொகையில் அதிகரிப்பு போன்ற பல்வேறு காரணிகளின் காரணமாகத் தேவைப்படும் வளைவரையிலான மாற்றத்தின் காரணமாக, தேவை கோரிக்கை அதிகரிக்கிறது. இந்தத் தேவை கோரிக்கை அதிகரிப்பால். வருவாய் அதிகரிக்கும். எனினும், தேவைப்பட்ட வளைவு விளம்பரம் அல்லது பிற விற்பனை மேம்பாட்டுச் சாதனங்கள் மூலம் மாற்றப்படும்போது, கூடுதல் தேவை கோரிக்கை விலையில்லா இலவயமாக இல்லை. மேலும், இது வணிக நிறுவனங்களின் நம்பிக்கையையும் முயற்சிகளையும் எதிர்நோக்கியுள்ள தேவை கோரிக்கையின் இரண்டாவது வகை ஆகும்.

குறிப்புகள்

குறிப்புகள்

அதிகரிக்கும் மற்றும் குறைப்பு ஏள தேவை கோரிக்கை விரிவாக்கம் மற்றும் சுருக்கம். பொருளியல் நிபுணர்கள் சில நேரங்களில் (a) அதிகரிக்கும் மற்றும் தேவை கோரிக்கைக் குறைந்து, மற்றும் (b) தேவை கோரிக்கை நீட்டிப்பு மற்றும் சுருங்குதல் ஆகியவற்றிற்கு இடையே வேறுபாட்டை உருவாக்குகின்றனர். தேவை கோரிக்கை அதிகரிப்பது மற்றும் தேவை கோரிக்கைக் குறைவதால் தேவை கோரிக்கை அல்லாத விலை அளவு உறவுகளுடன் தொடர்புடையது, ஆனால் தேவை கோரிக்கைகளின் நீட்டிப்பு மற்றும் சுருக்கம் ஆகியவை தேவைப்படும் விலை-அளவு உறவுடன் தொடர்புபடுத்தப்படுகின்றன. எடுத்துக்காட்டாக, படம் 3.5 ல், A முதல் B வரை நகர்வானது தேவை கோரிக்கை அதிகரிப்பு மற்றும் B க்கு ஒரு நகர்விலிருந்து தேவை கோரிக்கைக் குறைதல் ஆகும். மறுபுறம், A லிருந்து C வரை நகர்வானது C மற்றும் A இல் இருந்து நகர்வின் தேவை கோரிக்கை மற்றும் நகர்வின் நீட்டிப்பு ஆகும். வேறு வார்த்தைகளில் சொன்னால், தேவை கோரிக்கை வளைவில் உள்ள நகர்வு, தேவை கோரிக்கை நீட்டிப்பு அல்லது சுருங்குவதைக் குறிக்கிறது.

வேறுபட்டக் காரணிகளால் ஏற்படுகின்றது தேவை கோரிக்கைகளின் மாற்றத்திற்கு இந்த வகைவேறுபாடு, இருப்பினும், வசதியின் விஷயமாக. இது கோட்பாட்டு அடிப்படையில் இல்லை.

நுகர்வோர்நடத்தை ஒழுக்கம்பகுப்பாய்வு: சாதாரண ஒழுங்குமுறை பயன்பாட்டு அணுகுமுறை

மார்ஷல் போலல்லாமல், நவீனப் பொருளியல் நிபுணர்கள் குறிப்பாக ஹிக்ஸ், நுகர்வோர்நடத்தைப் பகுப்பாய்வு செய்வதற்குச் சாதாரண ஒழுங்கு முறைபயன்பாட்டுக் கருவியைப் பயன்படுத்துகின்றனர். இது 'ஒழுங்கு முறைசாதாரண அணுகுமுறை' என்று அழைக்கப்பெறுகிறது. நுகர்வோர்நடத்தைப் பகுப்பாய்வுசெய்யத் 'தனித்துவமான வளைவு' என்ற பகுப்பாய்வைப் பயன்படுத்துகிறது. இந்தப் பிரிவில், நாம் முதலில் 'அலட்சியத்தன்மை வளைவை' விளக்குவோம், பின்னர் நுண்ணறிவு வளைவு நுட்பத்தின் மூலம் நுகர்வோரின் நடத்தையை விளக்குவோம். சாதாரண ஒழுங்கு முறை அணுகு முறையின் அனுமானங்களை நாம் முதலில் பார்ப்போம்.

1. அறிவார்ந்த பகுத்தறிவு. நுகர்வோர் ஓர் அறிவார்ந்த பகுத்தறிவுள்ளவராக இருப்பதாகக் கருதப்படுகிறது. அறிவார்ந்த பகுத்தறிவு என்பது தனது வருமானம் மற்றும் பயன்பாட்டுப் பொருட்கள் மற்றும் சேவைகளின் விலைகள் மூலமாக. மற்றும் சேவைகளைக் கொடுக்கும் நோக்கம் மற்றும் அவரது முடிவுகளை இந்த நோக்கத்துடன் ஒரு நுகர்வோர் தனது மொத்தத் திருப்தியை அதிகரிப்பதில் அடங்கும்.
2. சாதாரண ஒழுங்குமுறை பயன்பாடு. உறுதியான வளைவு, பகுப்பாய்வுப் பயன்பாடுச் சாதாரணமாக ஒழுங்குமுறையாக வெளிப்படையாக உள்ளது என்று கருதுகிறது. அதாவது, நுகர்வோர் பயன்பாட்டுப் பொருட்களின் வெவ்வேறு கூடைகளுக்குத் தனது விருப்பத்தை வெளிப்படுத்த முடியும்.
3. தேர்ச்சி மற்றும் தெரிவின் நிலைத்தன்மையும். நுகர்வோர் தெரிவுகள் மாறக் கூடியவை என்று கருதப்படுகின்றன. விருப்பத்தின் பரிமாற்றமானது,

ஒரு நுகர்வோர் A , B மற்றும் B க்கு C க்கு விருப்பமாக இருந்தால், அவர் A , B ஆகியவற்றைக் கருத்தில் கொள்ள வேண்டும், $A = B$ மற்றும் $B = C$ ஐ கருதுபவராக இருந்தால், அவர் $A = C$ என்று கருத வேண்டும். அவர் ஒரு காலகட்டத்தில் B க்குப் பகரமாக A ஐ விரும்புகிறார், மற்றொரு காலகட்டத்தில் B ஐ விரும்பமாட்டார், அல்லது அவற்றைச் சமமாகக்கருதுகிறார்.

குறிப்புகள்

4. திருப்தியின்மை. நுகர்வோர் சந்தேகத்திற்கிடமின்றிப் பொருட்களை வழங்குவதில்லை என்பதையும் இதுகருதப்படுகிறது. அதாவது, எந்தவொரு பொருளின்மீதும் அவர்நிறைச்செறிவை அடைந்துவிடவில்லை. எனவே, ஒரு நுகர்வோர் எப்போதும் அனைத்துப்பொருட்களின் மீது ஒரு பேரளவுத் தெரிவைச் செய்கிறார்.
5. மாற்றீடாகக் குறுக்கு வெட்டு விகிதம் குறைகிறது. ஒரு மாற்றீடு நுகர்வோர் ஒரு பொருளை (X) மற்றொரு (Y) க்கு மாற்றுவதற்கு ஆயத்தமாக இருப்பதால், அதன் மொத்தத்திருப்தி அதேநிலையில் உள்ளது. DY/DX என மாற்றீடு வழங்கப்படுகிறது. ஒழுங்குமுறை சாதாரண அணுகுமுறை DY/DX என்பது ஒரு நுகர்வோர் Y க்கு X ஐ பயன்படுத்துவதைத் தொடர்ந்து குறைந்து வருவதைக் கருதுகிறது (அடுத்தடுத்த பிரிவில் குறிப்பிடத்தக்க மாற்றீட்டு விகிதத்தை நாம் விவாதிப்போம்).

3.2.4 நடுநிலை வளைவின் பொருள் மற்றும் இயல்பு

ஒரு நடுநிலைவளைவுப் புள்ளிகளைப் பட்டியலிடலாம், ஒவ்வொன்றும் இரண்டு மாற்றுப்பொருட்களின் வெவ்வேறு கலவைகளைப் பிரதிநிதித்துவப்படுத்துகின்றன, அவை ஒரே பயன்பாட்டினை அல்லது நுகர்வோர்க்குத் திருப்தி அளிக்கும். எனவே, இரண்டு பொருட்களின் இரண்டு கலவையானது அவற்றுக்கிடையில் ஒரு தெரிவு செய்யும்போது நடுநிலையாகின்றார். அத்தகைய சூழ்நிலை எழுகிறது, ஏனென்றால் ஏராளமான பயன்பாட்டுப்பொருட்கள் மற்றும் சேவைகளை அவர் பயன்படுத்துகிறார், மேலும் ஒரு பயன்பாட்டுப்பொருளை மற்றொரு இடத்திற்கு மாற்றிக்கொள்ளலாம் என்று அடிக்கடி கண்டுபிடிக்கிறார். எனவே, நுகர்வோர் மற்றொரு பொருளுக்கு ஒரு பொருளை மாற்றிக்கொள்ள முடியும், மேலும் இரண்டு மாற்றுப்பொருட்களின் பல்வேறு கலவைகளை அவர் திருப்தி செய்ய அதே அளவுத் திருப்தியளிப்பார். ஒவ்வொரு கலவையும் ஒரே திருப்தி அளிக்கும் நிலையில், அவர் ஒரு தெரிவு செய்ய வேண்டும் போது அவர் சேர்க்கைகள் இடையே நடுநிலைமையாக இருப்பார். இத்தகைய கலவையானது வரைபடமாகத் திட்டமிடப்பட்டால், அந்த விளைவின் வளைவு நடுநிலை வளைவு என்று அழைக்கப்பெறுகிறது. ஒரு நடுநிலைவளைவு Iso-பயன்பாட்டு வளைவு அல்லது சமநிலைப்பயன்பாட்டுவளைவு என்றும் அழைக்கப்பெறுகிறது.

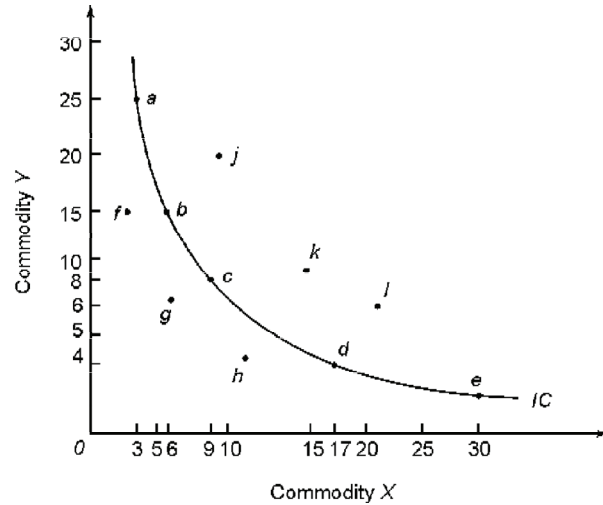
உதாரணமாக, ஒரு நுகர்வோர் இரண்டு பொருள்களை X மற்றும் Y பயன்படுத்துகின்றார் என்று நாம் நினைத்துக்கொண்டால். மேலும், அட்டவணை 3.2 இல் வழங்கப்பட்டுள்ளபடி, இரண்டு மாற்று, $X > Y$ ஆகிய இரண்டு மாற்றீடுப்பயன்பாட்டுப் பொருள்களின் $a > b > c > d > e$ ஆகிய ஐந்து கலவைகளை உருவாக்குகின்றன. இந்தக்கலவைகள் அனைத்தும் ஒரே அளவுத்திருப்தி அளிக்கின்றன

குறிப்புகள்

அட்டவணை 3.2 என்பது ஒரு நடுநிலை அட்டவணை ஆகும் – இரண்டு பொருட்களின் பல்வேறு சேர்க்கைகளின் அட்டவணை, ஒரு நுகர்வோர் அலட்சியமாக இருக்கும். அட்டவணையின் கடைசிப் பத்தியில் X மற்றும் Y இன் ஒவ்வொரு கலவையிலிருந்து பெறப்பட்ட ஒரு வரையறுக்கப்படாத பயன்பாடு (U) ஐ காட்டுகிறது. அட்டவணையில் 3.2, a, b, c, d மற்றும் e ஆகியவை இணைக்கப்பட்டன (அட்டவணை. 3.6 காட்டியுள்ளபடி). இந்த விளைவின் வளைவு நடுநிலைவளைவு என அழைக்கப்பெறுகிறது. இந்த வளைவில், X மற்றும் Y ஆகிய பல்வேறு கலவைகளைக்காட்டும் எந்த இரண்டு புள்ளிகளுக்கும் இடையேயான பல புள்ளிகளை ஒருவர் கண்டுபிடித்து, அதே அளவுத்திருப்தி அளிக்கும். எனவே, நுகர்வோர் நடுநிலைவளைவில் அமைந்துள்ள கூட்டிணைப்புகளுக்கு இடையில் நடுநிலையாக உள்ளார்.

அட்டவணை 3.2 பொருட்களின் X மற்றும் Y இன் நடுநிலை

கலவைகள்	பயன்பாட்டுப் பொருள்லுன் அலகுகள் Y	+	பயன்பாட்டுப் பொருள் அலகுகள் X	=	மொத்த அலகு
a	= 25	+	3	=	U
b	= 15	+	5	=	U
c	= 8	+	9	=	U
d	= 4	+	17	=	U
e	= 2	+	30	=	U



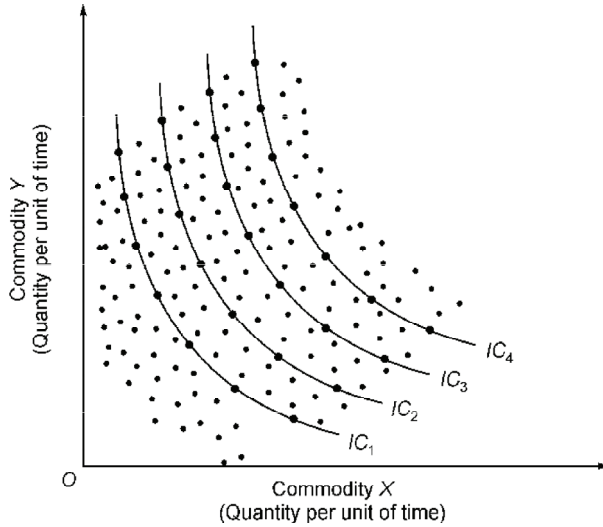
படம் 3.6 நடுநிலைமை வளைவு

நடுநிலைமை வரைபடம்: அட்டவணை 3.2 இல் கொடுக்கப்பட்ட நடுநிலைத்தன்மையின் அட்டவணையின் அடிப்படையிலேயே படம் 3.6 ல் ஒரு நடுநிலையான வளைவு வரைபடம் வரையப்பட்டிருக்கிறது. இரண்டு பொருட்களின் சேர்க்கை, X மற்றும் Y , நடுநிலைக்கால அட்டவணையில் கொடுக்கப்பட்ட அல்லது நடுநிலைவளைவு மூலம் கூட்டிக்காட்டப்பட்டவை இரண்டு பொருட்களின் ஒரே கலவையாகும். ஒன்று அல்லது இரண்டு

பொருட்கள்-ஒவ்வொரு கலவையும் திருப்தி அளிக்கும் அதே அளவு திருப்திதரும் அளவுக்குக் குறைவாக இருப்பதைக் குறிக்கும். உதாரணமாக, அட்டவணை 3.6 இல் கொடுக்கப்பட்ட ஒரு நடுநிலைவளைவுப்புள்ளிகள் f , g மற்றும் h மூலம் வரையறுக்கலாம். இதேபோல், நுகர்வோர் ஒன்று அல்லது இரண்டிற்கும் அதிகமானபொருள்களைச் சேர்க்கலாம்—ஒவ்வொரு திருப்தியும் ஒரே திருப்திக்கு வழிவகுக்கும், ஆனால் ஐஊக் குறிக்கும் திருப்தியைவிட அதிகமாகும். இவ்வாறு, IC க்கு மேலே உள்ள மற்றொரு நடுநிலைவளைவுப்புள்ளிகள் j , k மற்றும் l மூலம் பெறலாம். இந்தப்பயிற்சியைப் பலமுறை மீண்டும் ஒரு முறை விரும்பலாம், ஒவ்வொரு முறையும் புதிய நடுநிலைவளைவு உருவாக்கும்

குறிப்புகள்

உண்மையில், X , Y அச்சுகள் இடையே உள்ள இடைவெளி நடுநிலை விமானம் அல்லது பயன்பாட்டுப் பொருட்களின் பரந்தவெளி என அறியப் பெறுகிறது. இந்த விமானம் வரையறுக்கப்பட்ட புள்ளிகளால் நிறைந்துள்ளது மற்றும் விமானத்தின் ஒவ்வொரு புள்ளியும் X , Y ஆகிய பொருட்களின் வெவ்வேறு கலவையைக் குறிக்கிறது. படக்காட்சி 3.7 ல் காட்டப்பட்டுள்ளபடி, பல விதமான நடுநிலை வளைவுகளை ஒன்றோடொன்று குறுக்கிடவோ அல்லது ஒன்றுக்கொன்று தொடுவதையோ இதில் சாத்தியம் ஆகும். நடுநிலை வளைவுகளின் IC_1 , IC_2 , IC_3 மற்றும் IC_4 ஆகியவற்றின் தொகுப்பு இந்த முறையில் நடுநிலை வரைபடத்தை உருவாக்கும். உண்மையாக, ஒரு நடுநிலை வரைபடத்தில் நுகர்வோர் முன்னுரிமைகளின் வரிசையில் இடமளிக்கப்பட்ட ஏதேனும் நடுநிலை வளைவுகளைக் கொண்டிருக்கும்.



படம் 3.7 நடுநிலை வரைபடம்

3.2.5 விளிம்புநிலை குறுக்கு விகிதத்திற்கான மாற்று வழிமுறை (MRS)

ஒரு நடுநிலை வளைவு உருவாக்கப்படுகிறது ஒரு நலனுக்குப் பகரமாக மற்றொன்றை மாற்றீடாக்குவதன் மூலமாக. MRS என்பது ஒரு பொருளை மற்றொரு இடத்திற்கு மாற்றக்கூடிய விகிதமாகும், திருப்தி நிலை அதே மீதமுள்ளதாக உள்ளது. இரண்டு பயன்பாட்டுப் பொருட்கள் X Y இடையேயான MRS , இரண்டு பயன்பாட்டுப் பொருட்களின் கலவையில் Y யின் ஓர் அலகு

குறிப்புகள்

(அல்லது X இன் ஒரு பாகத்தை மாற்றுவதற்குத் தேவைப்படும் Y) அளவை மாற்ற வேண்டிய X அளவு என வரையறுக்கப்படலாம். பயன்பாடு அதே உள்ளது. இது X (அல்லது Y) யின் பயன்பாடு , கொடுக்கப்பட்ட Y (அல்லது X) கூடுதல் அலகுகளின் பயன்பாட்டிற்குச் சமமாக இருக்கும் என்பதை இது குறிக்கிறது. MRS என்பது $\Delta Y / \Delta X$ என வெளிப்படுத்தப்படுகிறது, வளைவை கீழே நகர்த்தும்.

MRS குறைந்து செல்கிறது. சாதாரண ஒழுங்குமுறை பயன்பாட்டுக் கோட்பாட்டின் அடிப்படை முன்மாதிரி $MRS_{y,x}$ (அல்லது $MRS_{x,y}$) குறைகிறது என்பதாகும். மற்றொரு பயன்பாட்டுப் பொருள் ஒரு பயன்பாட்டுப் பொருளுக்குப் பகரமாக ஒரு நுகர்வோர் ஒரு மற்றொரு கூடுதல் அலகு தியாகம் செய்யத் தயாராக ஒரு பயன்பாட்டுப் பொருள் அலகு குறைந்து செல்கிறது என்று அர்த்தம் ஆகும். அட்டவணை 3.2 இல் கொடுக்கப்பட்டுள்ள X மற்றும் Y இன் சேர்க்கைகளிலிருந்து பெறப்படும் குறைக்கப்பட்ட MRS_x , அட்டவணை 3.3.ல் வழங்கப்படுகிறது.

நடுநிலைப் புள்ளிகள்	கலவைகள் $Y + X$	மாற்றம் Y ல் $(-\Delta Y)$	மாற்றம் X ல் (ΔX)	$MRS_{y,x}$ $(\Delta Y/\Delta X)$
a	$25 + 3$	–	–	–
b	$15 + 5$	– 10	2	– 5.00
c	$8 + 9$	– 7	4	– 1.75
d	$4 + 17$	– 4	8	– 0.50
e	$2 + 30$	– 2	13	– 0.15

குறிப்புகள்

நுகர்வோர் தனது நடுநிலை வளைவு (படம் 3.6) இல் இருந்து ஒரு புள்ளியில் இருந்து பாயும் போது அட்டவணை 3.3 காட்டுவது போல், அவர் 10 அலகுகளின் Y யையும், 3 அலகுகளின் X வகைகளையும் பெறுகிறார்.

$$MRS_{y,x} = \frac{-\Delta Y}{\Delta X} = \frac{-10}{2} = -5.00$$

அவர் புள்ளி B யிலிருந்து C க்குக் கீழே நகரும் என்றால், Y ன் 7 அலகுகள் இழந்து X 4 அலகுகள் இலாபம் பெறுகின்றார்.

$$MRS_{y,x} = \frac{-\Delta Y}{\Delta X} = \frac{-7}{4} = -1.75$$

நுகர்வோர் ஒரு புள்ளியில் இருந்து A , B புள்ளியில் இருந்து C வரை நகரும்போது, MRS –5.00 முதல் –1.75 வரை குறையும். $MRS_{y,x}$ நுகர்வோர் மேலும் நடுநிலை வளைவு வழியாக நகரும் போது குறைந்துச் செல்கிறது., புள்ளி C லிருந்து D , E வழியாக. மாற்றீட்டின் நடுநிலை வீதக் குறைபாடு காரணமாக நடுநிலை வளைவுத் தொடக்கத்தை நோக்கிக் குவிய வேண்டும்.

MRS ஏன் குறைகிறது?: MRS வளைவு IC வளைவைச் சுற்றிக் குறைகிறது, ஏனெனில் பெரும்பாலான சந்தர்ப்பங்களில், இரண்டு பயன்பாட்டுப் பொருட்களும் ஒன்றுக்கொன்றுச் சரியான மாற்றீட்டில்லை. எந்த இரண்டு பயன்பாட்டுப் பொருட்களும் சரியான மாற்றீடாக இருந்தால், வெளிப்படையான MRS ஐ காட்டும் எதிர்மறையான வளைவு கொண்டிருக்கும் நேர்மையற்ற வளைவு நேராக இருக்கும். பொருட்களின் சரியான மாற்றீட்டில்லை என்பதால், கூடுதல் பொருட்களின் (எ.கா., அகநிலை MU) பொருளின் பொருளின் அளவுக் குறைந்து, அதன் மொத்த அளவுக் குறைந்து கொண்டிருக்கும் மற்ற பொருள்களுடன் ஒப்பிடும் போது குறைகிறது. ஆகையால், ஒரு பொருளின் அளவு (X) அதிகரிக்கும் போது (Y) குறைகிறது, Y இன் அகநிலை MU அதிகரிக்கிறது மற்றும் X குறைகிறது.

மேலும், இரண்டு பயன்பாட்டுப் பொருட்களின் கலவையை நடுநிலை வளைவுகளில் இருக்கும்போது அது ஒரு பேரளவு (Y) மற்றும் பிற பொருட்களின் (X) ஒரு சிறிய அளவை உள்ளடக்கியது, பின்னர் Y யைத் தியாகம் செய்த நுகர்வோர் திறன் X யைத் தியாகம் செய்வார். ஆகையால், அவர் ஒரு சிறிய அளவு X க்கு ஆதரவாக Y இன் பெரிய அளவுத் தியாகம் செய்யலாம் உதாரணமாக, கூட்டாக ஒரு (நடுநிலை அட்டவணை, அட்டவணை 3.2 ஐ பார்க்கவும்), Y இன் மொத்தப் பங்கு 25 அலகுகள்

குறிப்புகள்

மற்றும் X இன் 5 அலகுகள் ஆகும். அதனாற்றான் நுகர்வோர் Y 10 அலகுகளை X 3 அலகுகளுக்கு (அட்டவணை 3.3) தியாகம் செய்ய ஆயத்தமாக உள்ளார். நுகர்வோர் விருப்பம் மற்றும் திறன் ஆகியவை அதன் பங்கு மிக அதிகமாக இருக்கும் போது, அது ஒரு பயன்பாட்டுப் பொருளின் பங்குகள் சிறியதாக இருக்கும் போது, இது ஒரு பொருளைத் தியாகம் செய்வதற்கான ஒரு விருப்பமான நடத்தை விதி. இவை இரண்டு மாற்றீட்டுப் பொருட்களுக்கிடையிலான MRS அனைத்தையும் அலட்சியம் நடுநிலை வளைவுடன் சேர்த்துக் குறைப்பதற்கான காரணங்கள்.

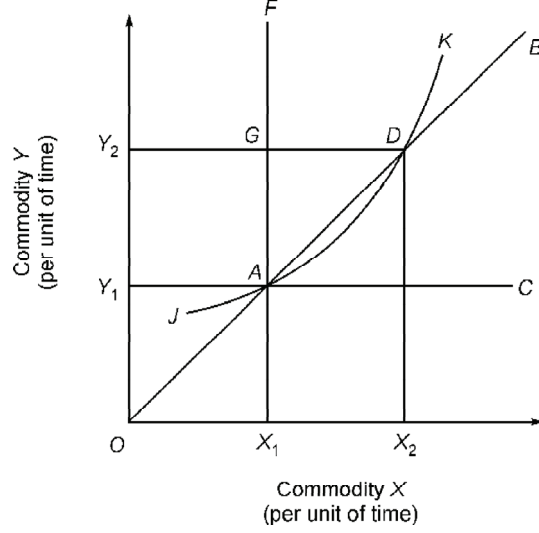
நடுநிலை வளைவின் பண்புகள்:

நடுநிலை வளைவுகள் பின்வரும் நான்கு அடிப்படைப் பண்புகள் பெற்றிருக்கின்றன.

1. நடுநிலைமை வளைவுகள் எதிர்மறையான சரிவைக் கொண்டிருக்கின்றன
2. பூரணமற்ற மாற்றீடுகளின் அறிகுறி வளைவுகள் தோற்றுவாய்க் குவிந்தவை
3. நடுநிலை வளைவுகள் ஒன்றையொன்றுக் குறுக்கிடாது, அவைகள் ஒன்றோடொன்றுத் தொடுகின்றன. மேல் நடுநிலை வளைவுகள் திருப்தி அதிக அளவைக் குறிக்கின்றன.

நடுநிலை வளைவுகளின் இந்தப் பண்புகள், உண்மையில், நுகர்வோர் நடத்தை. ஒழுக்கம், அவரது தெரிவுகள் மற்றும் விருப்பங்களை வெளிப்படுத்த. எனவே, நுகர்வோர் நடத்தை நவீன தத்துவத்தில் மிகவும் முக்கியமானவை. இப்போது அவைகளின் தாக்கங்களை ஆராய்வோம்.

1. நடுநிலை வளைவுகள் ஓர் எதிர்மறைச் சாய்வைப் பெற்றிருக்கின்றன ஹிக்-ஸின் வார்த்தைகளில், "ஒவ்வொருப் பயன்பாட்டுப் பொருட்களும் நேர்மறையான ஓரளவிற்குப் பயன்படும் திறன்களைக் கொண்டுள்ளன, நடுநிலை வளைவு வலப்பக்கத்தில் கீழ்நோக்கிச் செல்ல வேண்டும்", படம் 3 ல் காட்டப்பட்டுள்ளது போல். ஒரு நடுநிலை வளைவின் எதிர்மறையான சரிவு (a) இரண்டு பயன்பாட்டுப் பொருட்களும் ஒன்றுக்கொன்று மாற்றீடாகின்றன என்பதையும் மற்றும் (b) ஒரு பயன்பாட்டுப் பொருளின் அளவுக் குறைந்துவிட்டால் நுகர்வோர் திருப்தி அளிக்கும் அதே நிலைமையில் இருக்க வேண்டும் என்கின்ற அளவுக்கு மற்ற பொருட்களின் அளவு அதிகரிக்க வேண்டும். மற்ற பயன்பாட்டுப் பொருட்களின் அளவு ஒரே நேரத்தில் அதிகரிக்கவில்லை என்றால், ஒரு பயன்பாட்டுப் பொருளின் அளவு குறைந்ததன் விளைவாகப் பொருட்களின் பொதிக் குறையும். மேலும், பயன்பாட்டுப் பொருட்களின் ஒரு சிறிய பொதிக் குறைந்த அளவிலான திருப்திக்கு வழிவகுக்கும். நடுநிலை வளைவுகள் நேர்மறைச் சரிவு (அதாவது, $\Delta Y/\Delta X = 0$) அல்லது சாய்வு வரம்பின்றிச் சமமாக இருந்தால், (அதாவது, $Y/\Delta X = \infty$) நுகர்வோரின் திருப்தி அதே நிலையில் இருக்க முடியாது. இந்தச் சூழ்நிலைகள் படம் 3.8 இல் சீரற்ற நடுநிலை வளைவுகளால் காட்டப்பட்டுள்ளன. நுகர்வோர் ஆரம்பத்தில் புள்ளி A ல் OY_1 அலகுகளின் OX_1 இலிருந்து சில கருவிகளைப் பெறுகிறார் என்று நாம் நினைத்துக் கொள்வோமாக.



குறிப்புகள்

படம் 3.8 இணக்கமற்ற நடுநிலை வளைவுகள்

கோடு OB மற்றும் வளைவு JK ஆல் காட்டியுள்ளபடி, ஒரு நடுநிலை வளைவு நேர்மறைச் சரிவு (அதாவது, $\Delta Y/\Delta X > 0$) இருந்தால், கோடு அல்லது வளைவின் மேலேயுள்ள நகர்தலானது இரண்டு பயன்பாட்டுப் பொருட்களின் கலவையை அதிகரிக்கிறது. நுகர்வோர் X, Y இன் பெரிய, சிறிய கூடைகளுடன் சமமாகத் திருப்தி அடைந்து விடுவார்.இதொரு பகுத்தறிவற்ற முரண்பாடான நுகர்வோர் நடத்தை ஒழுக்கம் என்று பொருள் படும். உதாரணமாக, நுகர்வோர் ஒரு புள்ளியிலிருந்து D க்கு நகர்த்தினால், இரண்டு பயன்பாட்டுப் பொருட்களின் கலவை Y இன் Y_1Y_2 மற்றும் ஒன் X_1X_2 அதிகரிக்கின்றன.. Y_1Y_2, X_1X_2 ஆகியவற்றின் MU ஆனது பூஜ்ஜியத்திற்குச் சமமானதாக இல்லாவிட்டால், திருப்தியின் அளவு அதிகமானதாக இருக்க வேண்டும், அதேசமயத்தில் ஒரு நடுநிலை வளைவின் மீது, மொத்தப் பயன்பாடு ஒரே மாதிரியாக இருக்க வேண்டும். எனவே, வரி OB மற்றும் வளைவு JK நடுநிலை வளைவுகள் இருக்க முடியாது. இதேபோல், ஒரு செங்குத்து நடுநிலை வரி, FX_1 நிகழ்வில், A முதல் G வரை நகர்தலின் Y_1Y_2 மூலம் Y இன் அளவு அதிகரிப்பு என்றால், X ன் அளவு அதே உள்ளது, $OX_1, Y_1Y_2 > 0 MU$ என்றால், மொத்தப் பயன்பாடு அதிகரிக்கும்.

எனவே ஒரு நடுநிலை வளைவு நிகழ்வு Y_1C போன்ற, ஒரு கிடைமட்ட வரி வடிவத்தை எடுக்கிறது.

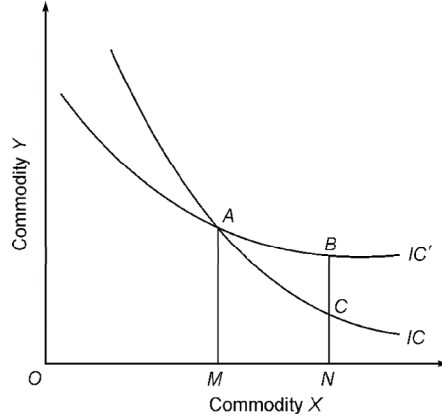
2. நடுநிலை வளைவுகள் தோற்றுவாயில் குவின்றன. நடுநிலை வளைவுகள் எதிர்மறையாகக் குறைந்துபோனவை அல்ல, ஆனால் படம் 3.6 இல் காட்டப்பட்டுள்ளபடித் தோற்றுவாயில் குவிக்கப்படுகின்றன. நடுநிலை வளைவுகளின் குவிமையம் இரண்டு பண்புகளைக் குறிக்கின்றன:

- (i) இரண்டு பயன்பாட்டுப் பொருட்களும் ஒன்றுக்கொன்று அபரிமிதமான மாற்றீடுகளாகும், மற்றும்
- (ii) நுகர்வோர் ஒரு நடுநிலை வளைவு வழியாக இரண்டு பயன்பாட்டுப் பொருட்களின் இடையிலான மாற்று விகிதம் (MRS) குறைகிறது. நடுநிலை வளைவின் இந்தச் சிறப்பியல்பு, பிரதிபலிப்பு ஓரளவு வீதத்தைக் குறைப்பதன் அடிப்படையில் முன்வைக்கப் படுகிறது.

குறிப்புகள்

மேலே குறிப்பிட்டுள்ளபடி, MRS ஐ குறைப்பதற்கான ஒரு முன்மொழிவு, ஒரு நுகர்வோர் மற்றொரு பயன்பாட்டுப் பொருளுக்கு (X) ஒரு பயன்பாட்டுப் பொருளை (Y) மாற்றினால், Y இன் கூடுதல் அலகுக்கு Y யின் அதிக அலகுகள் தியாகம் செய்வதற்கான அவரது விருப்பம், குறைகிறது. இதற்கான இரண்டு காரணங்கள் (i) இரண்டு பயன்பாட்டுப் பொருட்களும் ஒன்றோடொன்றுச் சரியான மாற்றீடாக இருக்கின்றன, மற்றும் (ii) பொருட்களின் ஆரு அதன் அளவு

3. நடுநிலை வளைவுகள் ஒன்றையொன்று சந்திக்கவோ, தொட்டுப் பின்னர் விலகிச் செல்லவோ முடியாது இரண்டு நடுநிலை வளைவுகள் ஒன்றுக்கொன்று குறுக்கிடுகின்றன அல்லது ஒன்றுக்கொன்றுத் தொடுகின்றனவென்றால், அது இரண்டு சாத்தியமற்ற முடிவுகளை அளிக்கும்: (i) இரண்டு பயன்பாட்டுப் பொருட்களின் இரண்டு சமநிலைகள் இரண்டு வெவ்வேறு அளவு திருப்திகளைத் தருகின்றன, மற்றும் (ii) இரண்டு வேறுபட்டக் கலவைகளை- ஒன்று மற்றதை விடப் பேரளவானதாக இருந்து கொண்டு அதே நிலைத் திருப்தியை அளிக்கும். ஒரு பயன்பாட்டுப் பொருளின் நுகர்வோர் உள்ளார்ந்த மதிப்பீடுப் பூஜ்ஜியத்தைவிட அதிகமாக இருந்தால் இத்தகைய நிலைமைகள் சாத்தியமற்றதாக இருக்கும். தவிர, இரண்டு நடுநிலை வளைவுகள் சந்தித்து வெட்டிப் பிரித்திருந்தால் நுகர்வோர் முன்னுரிமைகளில் சீரான அல்லது மாறாத அனுமானத்தை மறுப்பது என்று பொருள் ஆகிவிடும்.



படம் 3.9 நடுநிலை வளைகளுடனான சந்திப்பு

இரண்டு நடுநிலை வளைவுகள், IC மற்றும் IC' , ஆகியவற்றின் போது என்ன நடக்கிறது என்பதை இப்போது பார்க்கலாம். இரண்டுக்கும் இடையிலான இடைவெளி வளைவுகள், IC மற்றும் IC' , அதாவது, அதே கூடைப் பொருட்களின் (OM of $X + AM$ of Y) புள்ளி A க்குக் கீழானதும் மேலானதும் மேலும் அதே நடுநிலையின் மீதும் ஆகிய பலவேறு நிலைகளின் பயன்பாட்டை ஈட்டுகின்றன. இது நுகர்வோர் விருப்பத்தில் பொருத்தமற்றது என்பதைக் குறிக்கிறது.

X, Y இன் இரண்டு வெவ்வேறு கூடைகளை ஒரே மாதிரியான நிலையின் பயன்பாட்டினை பின்வருமாறு முரண்பாட்டை நிரூபிக்க முடியும். இரு வேறு புள்ளிகள்- வளைவு IC ல் புள்ளி B , நடுநிலை வளைவு IC ல் புள்ளி C ஆகிய இரண்டு புள்ளிகள் ஒரு செங்குத்துக் கோட்டில் இருக்கின்றன. புள்ளிகள் A, B, C ஆகியவை X, Y ஆகிய மூன்று பொருட்களின்

பிரதிநிதித்துவத்தைப் பிரதிநிதித்துவப் படுத்துகின்றன. இவைகள் முறையே A , B , C என அழைக்கப்பெறுகின்றன. அந்தக் கலப்பு A நடுநிலை வளைவுகளுக்குப் பொதுவானது என்பதைக் கவனியுங்கள். எனவே, இரு IC களின் சந்திப்புப் பயன்பாட்டின் அடிப்படையில் என்று சுட்டிக்காட்டுகின்றன.

$A = B$ (IC என்ற இரு கலவையும்) மற்றும்

மேலும் $A = C$ (IC இரண்டும் இணைந்தன)

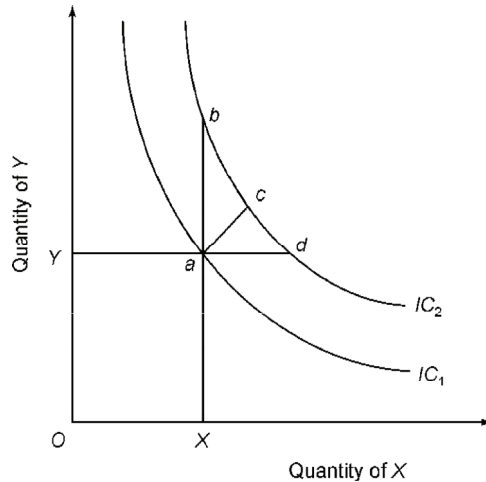
$B = C$ (இரண்டும் வெவ்வேறு IC இல் விழுகின்றன.

ஆனால் $B = C$ என்றால், அது பயன்பாட்டின் அடிப்படையில்,

ON இன் $X + BN$ இல் $Y = ON$ இன் $X + CN$ இன் Y

எனவே, இது BN இல் $Y = CN$ இன் Y என்று குறிக்கிறது. ஆனால் படம் 3.9 காட்டுவது போல், BN , CN ஆகையால், கலவைகள் B மற்றும் C ஆகியவற்றைச் சேர்க்கும்போது திருப்திப் பொருந்தியதாக இருக்க முடியாது. குறுக்குவெட்டுச் சந்திப்பு, எனவே, கடப்பு விதியை மீறுகிறது அதனால் நடுநிலை வளைவுப் பகுப்பாய்வில் தர்க்கரீதியான அவசியம் இருக்கிறது. இரண்டு நடுநிலை வளைவுகள் ஒன்றுக்கொன்று தொடுகோடுகளாகும் போது இதே காரணம் அவசியமாகிறது.

4. மேல் நடுநிலை வளைவுகள் கீழ் நடுநிலை வளைவுகளை விடத் திருப்தி அதிக அளவில் பிரதிநிதித்துவம். மேலேயுள்ள நடுநிலை வளைவு மற்றும் வலதுபுறமுள்ள மற்றொன்றும் ஆகியவை குறைந்த தரத்தை விட உயர்ந்தத் திருப்தியைப் பிரதிபலிக்கின்றன. படம் 3.10 இல், நடுநிலை வளைவு IC , வளைவு IC க்கு மேல் வைக்கப்படுகிறது. ஆகையால், IC ஆனது உயர்ந்தத் திருப்தியைப் பிரதிபலிக்கிறது. அதற்குக் காரணம் என்னவென்றால், கீழுள்ள நடுநிலை வளைவிட ஒரு பேரளவு உடைய அல்லது இரண்டு பொருட்கள் அனைத்தும் சேர்ந்து ஒரு நடுநிலை வளைவு உள்ளடக்கியுள்ளது. $MU > 0$ வழங்கப்பட்ட சிறிய அளவைக் காட்டிலும் அதிக அளவிலான ஒரு பொருளின் அளவு அதிகத் திருப்தியை அளிக்கிறது.



படம் 3.10 கீழ் மற்றும் மேல் நடுநிலை வளைவுகளுக்கிடையில் ஒப்பீடு

குறிப்புகள்

குறிப்புகள்

உதாரணமாக, படம் 3.10.ல் நடுநிலை வளைவுகள் IC_1, IC_2 . குறைந்த நடுநிலைவளைவு IC_1 இல் a புள்ளியில் இருந்து செங்குத்து நகர்வுப் புள்ளி b மேல் நடுநிலை வளைவு IC_2 மீது என்பதன் மூலம் Y இன் அளவு அதிகரிப்பு, X அளவு அதே (OX) மீதமிருக்கும். இதேபோல், புள்ளி a லிருந்து d ஒரு கிடைமட்ட நகர்வு என்பது, பயன்பாட்டுப் பொருள் X இன் அதிக அளவு (விளம்பரம்), Y இன் அளவு அதே அளவு (OY) மீதமிருக்கும். மூலைவிட்ட நகர்வு, அ.தாவது எ.கா. a முதல் c வரை, அதாவது X, Y ஆகியவற்றின் பேரளவைக் குறிக்கிறது. X, Y கூடுதல் அளவுகளின் பயன்பாடுப் பூஜ்ஜியத்திற்குச் சமமாக இருந்தால், இந்தக் கூடுதல் அளவுக் கூடுதல் பயன்பாட்டை ஈட்டுத் தரும்.. ஆகையால், மேல் நடுநிலை வளைவு (IC_2) சுட்டிக்காட்டிய திருப்தி நிலை எப்போதும் கீழ் நடுநிலை வளைவு (IC_1) மூலம் காட்டப்படுவதை விட அதிகமாக இருக்கும்.

3.2.6 நுகர்வோர் தெரிவு மீதான வரவு-செலவுத் திட்டக் கட்டுப்பாடு:

வரம்பற்ற வருமானம் மற்றும் விலைகள்.

நடுநிலைப் படத்தில் கொடுக்கப் பட்டதன்படி, ஒரு பயன்பாட்டை அதிகரிக்கும் நுகர்வோர் அவரது நடுநிலைப் படத்தில், முடிந்த அளவுக்கு உயர்வான நடுநிலை வளைவை அடைவதற்கு முயல்வார். ஆனால் நுகர்வோர் இரண்டு வலுவான தடைகளைப் பெற்றிருக்கின்றார். (i) அவர் ஒரு குறைந்த வருமானம் பெற்றிருக்கிறார், மற்றும் (ii) அந்தப் பொருட்களுக்கான விலையை அவர் செலுத்த வேண்டும், விலைகள் கொடுக்கப் பட்டதைக் கொண்டு, வருவாய்க் குறைவென்பது, எந்த அளவுக்கு உயரமாக ஒரு நுகர்வோர் அவரது நடுநிலைப் படத்தின் மீது பயணப்பட முடியும் என்கின்ற அளவுக்கு அந்த மட்டுப்படுத்தப் பட்டத் தன்மை வழிநடத்தும். இது வரவு செலவுக் கட்டுப்பாட்டு என்று அறியப்பெறுகிறது. இரண்டு பொருட்களின் மாதிரியில், வரவு செலவுத் திட்டக் கட்டுப்பாட்டு ஒரு வரவு செலவுச் சமன்பாடு மூலம் வெளிப்படுத்தப்படலாம்.

$$P_x \cdot Q_x + P_y \cdot Q_y = M$$

P_x, P_y ஆகியவை முறையே X, Y பொருட்களின் விலையாக இருக்கின்றன, மேலும் Q_x, Q_y ஆகியவை அவற்றின் அளவுக்குரியவை M நுகர்வோரின் பண வருமானம் ஆகும். வரவு செலவுத் திட்டச் சமன்பாடு X, Y பொருட்களின் நுகர்வோரின் மொத்தச் செலவினம், அவரது மொத்த வருமானத்தை (M) தாண்டிவிட முடியாது., X, Y இன் அளவீடுகள் ஒரு நுகர்வோர் தனது வருமானம் (M) மற்றும் விலை, P_x, P_y , ஆகியவற்றைக் கொடுக்கலாம், கீழே காட்டப்பட்டுள்ளபடி, வரவு செலவுத் திட்டச் சமன்பாட்டிலிருந்து எளிதில் பெறலாம்.

$$Q_x = \frac{M}{P_x} - \frac{P_y}{P_x} Q_y$$

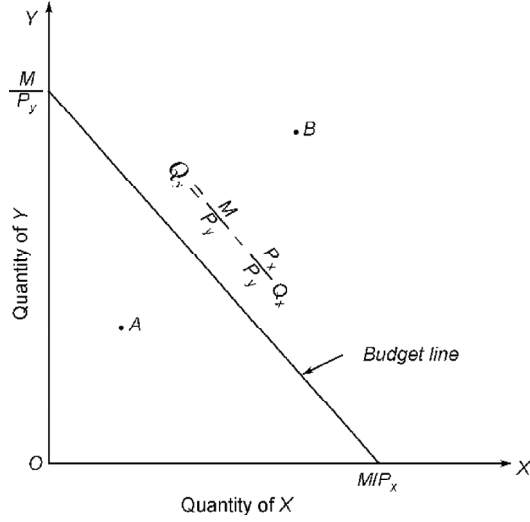
$$Q_y = \frac{M}{P_y} - \frac{P_x}{P_y} Q_x$$

மேலும்

இப்போது, Q_x அல்லது Q_y மாற்றாக எந்தவொரு நேர்மறை எண் மதிப்பு ஒதுக்கப்படும் மற்றும் Q_y, Q_x தொடர்புடைய மதிப்புகள் பெறலாம். Q_x, Q_y இன் மதிப்புகள் X, Y அச்சில் திட்டமிடப்பட்டால், எதிர்மறையான சரிவுடன்

ஒரு கோடு கிடைக்கும், இது வரவு செலவுத் திட்டக் கோடு அல்லது விலைக் கோடு என்று அழைக்கப்பெறுகிறது., படம் 3.11 ல் காட்டியுள்ளபடி

நுகர்வோர் நடத்தை ஒழுக்கம்



குறிப்புகள்

படம் 3.11 வரவு செலவுத் திட்டக் கோடு மற்றும் வரவு செலவுத் திட்ட இடைவெளி

X அச்சில் ($Q_x = 0$), X -யொனை ($Q_y = 0$) ஐ எடுத்துக் கொள்ளுதல்) மற்றும் ஒரு புள்ளியில் இந்தப் புள்ளிகளைச் சேர்ப்பதற்கு M/P_x புள்ளியை Y அச்ச மீது புள்ளி M/P_y ஐ குறிக்க வரவு செலவுத் திட்டக் கோடு வரையறுப்பது எளிதாகும். படம் 3.11ல் கொடுக்கப்பட்டுள்ளபடி இஃது அதே வரவு செலவுத் திட்டக் கோட்டைத் தருகிறது. வரவு செலவுத் திட்டக் கோடு, வருவாய் மற்றும் X, Y விலை கொடுக்கப்பட்ட நுகர்வோருக்குக் கிடைக்கும் பயன்பாட்டுப் பொருட்களின் கலவைகளின் மாற்று விருப்பங்களைக் காட்டுகிறது. படம் 3.11 ல் காண, முடியும், வரவு செலவுத் திட்டத்தின் பயன்பாட்டு இடைவெளியை இரு பகுதிகளாகப் பிரிக்கின்றன:

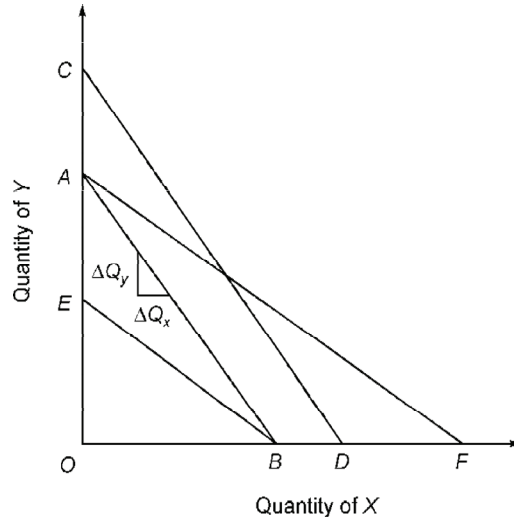
(i) செயலாக்கப் பகுதி, (ii) அல்லாத சாத்தியமான பகுதி. வரவு செலவுத் திட்டத்தின் கீழ் உள்ளப் பகுதி (வரவு செலவுத் திட்டக் கோடு உட்பட) சாத்தியமான பகுதி ஆகும். X, Y ஆகியவற்றின் எந்தவொரு கலவையுமே இந்தப் பகுதிக்குள் உள்ள ஒரு புள்ளியில் (எ.கா., புள்ளி A) அல்லது எல்லைக் கோட்டில் புள்ளி பி (எ.கா., வரவு செலவுத் திட்டக் கோட்டில்) என்பது ஒரு சாத்தியமானக் கலவையாகும், கொடுக்கப்பட்ட M, P_x, P_y . வரவு செலவுத் திட்டக் கோட்டிற்கு அப்பாற்பட்ட பகுதியானது சாத்தியமற்ற பகுதியில் உள்ளது ஏனென்றால் இந்தப் பகுதியில் எந்தப் புள்ளியும் (எ.கா., புள்ளி B), சாத்தியமற்றது ஆகும். (கொடுக்கப்பட்ட M, P_x, P_y)

வரவு செலவுத் திட்டக் கோட்டில் மாற்றங்கள்.

வரவு செலவுத் திட்டச் சமன்பாட்டின் அடிப்படையில் வரவு செலவுத் திட்டக் கோடு வரையப்பட்டுள்ளது. வரவு செலவுத் திட்டச் சமன்பாடு, அதாவது, M, P_x, P_y , ஆகியவற்றின் அளவுருக்கள் எந்த மாற்றமும் வரவு செலவுத் திட்டத்தை மேல்நோக்கி அல்லது கீழ்நோக்கி அல்லது சுழற்சியை இடது அல்லது வலதுபுறம் அல்லது மேலே அல்லது கீழே நகர்த்தச் செய்யும். நுகர்வோர்

குறிப்புகள்

வருமானம் M) அதிகரிக்கிறது, விலைகள் அப்படியே இருக்கின்றன, வரவு செலவுத் திட்டக் கோடு மூல வரவு செலவுத் திட்டக் கோட்டிற்கிணையாக மீதமுள்ள நிலைக்கு நகர்கிறது. மூல வரவு செலவுத் திட்டமானது கோடு AB ஆல் (படம் 3.12 ல்) கொடுக்கப்பட்டிருக்கிறது. M அதிகரித்தால் (விலைகள் அப்படியே இருந்தால்), வரவு செலவுத் திட்டக் கோடு AB ஆனது CD மாற்றமடையும். மேலும், M அதே அளவுக் குறைத்தால், வரவு செலவுத் திட்டக் கோடு அதன் மூல நிலை AB க்குப் பின்னோக்கி நகர்கிறது. வருமானம் அப்படியே நிலைத்திருந்து விலைகள் மாறினால், வரவு செலவுத் திட்டக் கோடு அதன் நிலை மற்றும் சரிவு ஆகியவற்றை மாற்றுகிறது. உதாரணமாக, M , P_y மாறாமல் நிலைத்திருந்தாலும், P_x அரையாகப் பின்னர் இறுதியில் குறைந்து இருந்தால் வரவு செலவுத் திட்டக் கோடு AF ஆக இருக்கும். இ.தேபோல், M , P_x நிலையானதாக இருக்கும், P_y அதிகரிக்கும் போது, வரவு செலவுத் திட்டக் கோடு EB க்கு மாற்றப்படும்.



படம் 3.12 வரவு செலவுத் திட்ட இடைவெளியில் மாற்றம்

வரவு செலவுத் திட்டக் கோட்டின் சரிவு

நுகர்வோர் சமநிலையை நிர்ணயிக்கும் வரவு செலவுத் திட்டக் கோட்டின் மற்றொரு முக்கிய அம்சம் அதன் சாய்வு. படம் 3.12 இல் பட்ஜெட் வரி (AB) சாய்வு கொடுக்கப்பட்டுள்ளது.

$$\frac{\Delta Q_y}{\Delta Q_x} = \frac{OA}{OB}$$

$OA = M/P_y$ ($X=0$ எனும் போது) மற்றும் $OB = M/P_x$ ($Y=0$), வரவு செலவுத் திட்டக் கோடு AB இன் சரிவு 3.12 என மறுபடியும் இவ்வாறு எழுதலாம்:

$$\frac{OA}{OB} = \frac{M/P_y}{M/P_x} = \frac{P_x}{P_y}$$

எனவே, வரவு செலவுத் திட்டக் கோட்டின் சரிவு இரண்டு பொருட்களின் விலை விகிதத்தைப் போலாகும்

நுகர்வோர் நடத்தை ஒழுக்கம்

3.2.7 நுகர்வோர் சமநிலை: சாதாரணப் பயன்பாட்டின் அணுகுமுறை.

இப்போது நாம் நடுநிலை வரைபடத்தையும் வரவு செலவுத் திட்டக் கோட்டையும் பற்றி விவாதித்தோம், நுகர்வோர் சமநிலையை ஆராய்வோம் முன்னதாகக் குறிப்பிட்டபடி, நுகர்வோர் தன்னுடைய மொத்தப் பயன்பாடுகளை அதிகரிக்கும்போது, தனது வருமானம் மற்றும் சந்தை விலைகளை அவர் பயன்படுத்துகின்ற பொருட்களின் மற்றும் சேவைகளுக்குக் கொடுக்கும் போது அடைகிறார். ஒழுங்குமுறை சாதாரணப் பயன்பாட்டு அணுகுமுறை நுகர்வோர் சமநிலைக்கு இரண்டு நிபந்தனைகளைக் குறிப்பிடுகின்றன:

- (i) தேவையான அல்லது முதல் ஒழுங்கு நிலை, மற்றும்
- (ii) துணை அல்லது இரண்டாம் ஒழுங்கு நிலை.

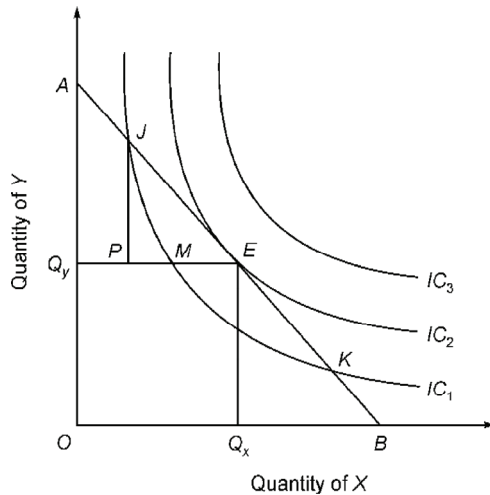
இரண்டு பொருட்களின் மாதிரியில், சாதாரண ஒழுங்குமுறை பயன்பாட்டு அணுகுமுறையின் கீழ் அவசியமான அல்லது முதல் ஒழுங்கு நிலை முதன்மையான பயன்பாட்டு அணுகுமுறையின் கீழ் சமநிலை நிலைமைக்குக் சமமானதாகும். அது கொடுக்கப்பட்டது இவ்வாறு:

$$\frac{MU_x}{MU_y} = \frac{P_x}{P_y}$$

இதன் விளைவாக, $MU_x/MU_y = MRS_{x,y}$, ஒழுங்குமுறை சாதாரண அணுகுமுறையின் கீழ் சமநிலையின் தேவையான நிலை என எழுதலாம்

$$MRS_{x,y} = \frac{MU_x}{MU_y} = \frac{P_x}{P_y}$$

இது நுகர்வோர் சமநிலையின் ஓர் அவசியமானது ஆனால் தேவையான நிலை அல்ல. இரண்டாவது ஒழுங்கு அல்லது கூடுதல் நிபந்தனை வேண்டுவது யாதெனில் அதிகப்படியான முடியுமான நடுநிலை வளைவுகளில் அவசியமான நிபந்தனை நிறைவேற்றப்படக்கூடியதாக இருக்க வேண்டும்.



குறிப்புகள்

குறிப்புகள்

நுகர்வோரின் சமநிலை படம் 3.13 இல் விளக்கப்பட்டுள்ளது. நடுநிலை வளைவுகள் IC_1, IC_2, IC_3 ஆகியவை நுகர்வோரின் அனுசூலமான நடுநிலை வரைபடத்தை வழங்குகின்றன. கோடு AB என்பது அனுமான வரவு செலவுத் திட்டக் கோடாகும். வரவு செலவுத் திட்டமான AB மற்றும் நடுநிலை வளைவு IC_2 புள்ளி E . வழியாகக் கடக்கிறது. எனவே, நடுநிலை வளைவு IC_2 மற்றும் வரவு செலவுத் திட்டக் கோடு (AB) சரிவு சமமாக இருக்கும். எனவே, அவசியமான மற்றும் துணை நிபந்தனைகள் இரண்டும் E புள்ளியில் நிறைவேற்றப்படுகின்றன. எனவே, நுகர்வோர் E புள்ளியில் சமநிலையில் இருக்கின்றார். இந்தக் கருத்துக் கீழ்க்கண்டபடி நிரூபிக்கப்பட முடியும்:

ஏதேனும் இரு புள்ளிகட்கிடையில் மீதான நடுநிலை வளைவு என்பது நாம் அறிவோம்.

$$\Delta Y \cdot \Delta MU = \Delta X \cdot \Delta MU$$

எனவே, ஒரு நடுநிலை வளைவின் சரிவு வழங்கப்படுகிறது

$$\frac{\Delta Y}{\Delta X} = \frac{MU_x}{MU_y} = MRS_{y,x}$$

வரவு செலவுத் திட்டத்தின் சரிவு வழங்கப் படுவதையும் நாம் அறிவோம்

$$\frac{OA}{OB} = \frac{P_y}{P_x}$$

படம் 3.13 இல் காட்டியுள்ளபடி, E புள்ளியில், $MRS_{y,x} (=) P_x/P_y$. எனவே, நுகர்வோர் நடுநிலை என்பது புள்ளி E ல். வரவு செலவுத் திட்டக் கோடு AB உடன் IC_2 இன் தொடுவரை நிலை (வட்டத்தின் ஒரு புள்ளித் தொட்டுப் பின் தொடாது விலகிச் செல்லுங் கோட்டின் நிலை), IC_2 என்பது நுகர்வோர் அடையக்கூடிய, அவரது முடியுமான உயர்ந்த வருமானம் மற்றும் விலையை வழங்குவதற்கு சாத்தியமான அதிகப்படியான நடுநிலை வளைவு என்பதைக் குறிக்கிறது. சமநிலைப் புள்ளி E ல், நுகர்வோர் X இன் OQ_x, Y ஐ பயன்படுத்துகிறார், இது அவருக்கு அதிகபட்சத் திருப்தியை அளிக்கின்றது.

அவசியமான நிபந்தனையானது இரண்டு மற்ற புள்ளிகளில் J, K மற்றும் (அதாவது வரவு செலவுத் திட்டக் கோடு AB மற்றும் நடுநிலை வளைவு IC_1 ஆகியவற்றிற்கு இடையே உள்ள இடைவெளிகளின் புள்ளிகள்) திருப்திகரமாக இருந்தாலும், இந்தப் புள்ளிகள் இரண்டாம் ஒழுங்கு நிலைமையைத் திருப்திப்படுத்தாது. அவசியமான நிபந்தனை நிறைவேற்றப்படக்கூடிய மிக உயர்ந்த வளைவு IC_1 அல்ல. நடுநிலை வளைவு IC_1 கீழே வளைவு IC_2 கீழே உள்ளது, IC_2 எந்தப் புள்ளியில் திருப்தி அளவை IC_2 மூலம் திருப்தி அளவு விடக் குறைவாக உள்ளது. நுகர்வோர் நுகர்வோர் வளைவு IC_2 ஐ அடைய ஒரு வாய்ப்பைக் கொண்டிருக்கும் வரை, பகுத்தறிவு நிலை ஒரு குறைந்த நடுநிலை வளைவைத் தக்கவைக்க விரும்புவதில்லை என்று கோருகிறது.

படம் 3.13. கொண்டுள்ள தகவலின்படி, புள்ளி IC_1 இல் திருப்தி அளவை விட அதிகமாக இருப்பதை நிரூபிக்க முடியும். நுகர்வோர் புள்ளி J ல் இருக்கிறாரென்றால் புள்ளி M க்கு நுகர்ந்தால், அவர் சமமாகவும் நன்றாகவும்

இருப்பார், ஏனெனில் புள்ளிகள் J, K ஆகியவை அதே நடுநிலை வளைவில் உள்ளன. அவர் J லிருந்து M க்கு நகர்ந்தால், அவர் Y யின் JP யை தியாகம் செய்து X ன் PM ஐ தேர்ந்தெடுக்க வேண்டும். ஆனால் சந்தையில், அவர் எக்ஸ் PE க்கு Y யின் JP ஐ பரிமாறிக்கொள்ளலாம். அதாவது, அவர் கூடுதல் X ன் $ME (= PE - PM)$. ME அவர்க்குக் கூடுதல் பயன்பாடு கொடுக்கிறது. ஆகையால் புள்ளி M ஐ விடப் புள்ளி E தேர்ந்தெடுக்க மேம்பட்டது ஆகும். ஆகையால், நுகர்வோர் மிக உயர்ந்த நடுநிலை வளைவு, எல்லாவற்றையும் (சுவை, முன்னுரிமை மற்றும் பொருட்களின் விலைகள்) மீதமுள்ளவற்றை அடைவதற்கு வளைவு IC_1 இல் வேறு எந்தப் புள்ளியிலிருந்தும் E புள்ளிக்கு நகர்த்துவதற்கான ஒரு போக்கு உள்ளது.

வரவு செலவுத் திட்டக் கட்டுப்பாட்டுக்குக் காரணியமாக, நுகர்வோர் IC_2 க்கு மேலேயும் வலப்புறமாகவுமுள்ள நடுநிலை வளைவுக்கு மற்றும் IC_2 க்கு நகர்ந்து செல்ல முடியாது என்பதால் படம் 3.13 இலிருந்து வெளிப்படக்கூடிய மற்றொரு உண்மை. உதாரணமாக, அவரது வருமானம் இரண்டு எந்தக் கலவையையும் வாங்குவதற்குப் போதுமானதாக இருக்காது. வளைவு IC_3 இல் பொருட்கள். நடுநிலை வளைவு IC_3 ன் சாத்தியமற்றப் பகுதியில் விழுகிறது என்பதை நினைவிற கொள்க.

குறிப்புகள்

உங்கள் முன்னேற்றத்தைச் சரிபார்க்கவும்

1. உற்பத்திக் கோணத்திலிருந்து பயன்பாடு என்றால் என்ன?
2. ஒழுங்குமுறை சாதாரணப் பயன்பாட்டுக் கோட்பாட்டின் அடிப்படை என்ன?
3. நடுநிலை வளைவை வரையறுக்க.
4. வரவு செலவுத் திட்டக் கோடு எப்படி வரையப்படுகிறது?

3.3 உங்கள் முன்னேற்ற வினாக்களை சரிபார்க்கும் விடைகள்

1. உற்பத்திக் கோணத்திலிருந்து, பயன்பாடு என்பது ஒரு பயன்பாட்டுப் பொருளின் தேவைக்குத் திருப்திகரமான உடைமை ஆகும்.
2. முழுமையான அல்லது அளவு அடிப்படையிலான ஒரு பயன்பாட்டுப் பொருளின் பயன்பாட்டை வெளிப்படுத்த இயலாமற் போகலாம் என்ற காரணியின் மீதான அடிப்படையில் உள்ளதே ஒழுங்குமுறை சாதாரணப் பயன்பாட்டுக் கோட்பாடாகும். ஒரு பயன்பாட்டுப் பொருள் அதிகமாகவோ குறைவாகவோ சமமாகவோ பயனுள்ளதாக இருக்கும் வேறொன்றோடு ஒப்பிடும் போதினில் என்பதாக உற்சாகமாகச் சொல்வதற்கு நுகர்வோர்க்கு இது எப்பொழுதும் சாத்தியமானதாக இருக்கும்.
3. ஒரு நடுநிலை வளைவானது, ஒவ்வொரு மாற்றுப் பொருட்களின் வேறுபட்டக் கலவைகளைப் பிரதிநிதித்துவப்படுத்தும் ஒவ்வொரு புள்ளிகளினதும் இடமாக வரையறுக்கப்படலாம், இது நுகர்வோருக்கு அதே பயன்பாடு அல்லது திருப்தி அளவை வழங்கும். எனவே, இரண்டு

பொருட்களின் இரண்டு கலவையானது அவற்றுக்கு இடையில் ஒரு தெரிவு செய்யும் போது அவர் நடுநிலையாகின்றார்.

4. வரவு செலவுத் திட்டக்கோடு சமன்பாட்டின் அடிப்படையில் வரையப்பட்டுள்ளது

3.4 திரட்டு

- தேவை“கோரிக்கை” என்ற சொல், திறமையும் செலுத்த வேண்டிய விருப்பமும் கொண்ட ஒரு பயன்பாட்டுப் பொருளுக்கான ஒரு விருப்பத்தை“ குறிக்கிறது.
- நுகர்வோர் ஒரு பொருளைக் கோருகின்றனர், ஏனென்றால் அவர்கள் அந்தப் பொருளின் நுகர்வின் பயன்பாட்டைப் பெறுகிறார்கள் அல்லது எதிர்பார்க்கிறார்கள் . ஒரு பயன்பாட்டுப் பொருளிலிருந்து எதிர்பார்க்கும் பயன்பாடுத் தேவைக்கு கோரிக்கைக்கு அடிப்படையாகும்.
- விளிம்புநிலைப் பயன்பாடுக் குறைந்து விடுதல் எனும் விதி இவ்வாறு கருதுகிறது. ஒரு பயன்பாட்டுப் பொருளின் நுகர்வின் அளவு அதிகரித்துக் கொண்டே இருக்கும், ஒவ்வொரு தொடர்ச்சியான அலகுகளிலிருந்து பெறப்படும் பயன்பாடுக் குறைந்து மற்ற பயன்பாட்டுப் பொருட்களின் நுகர்வு அதே நிலையில் தரிபட்டிருக்கும்.
- ஒழுங்குமுறை சாதாரணப் பயன்பாட்டுக் கோட்பாடா னது நுகர்வோர் ஒரு பொருளின் பயன்பாட்டை முழுமையாகவோ அல்லது அளவு அடிப்படையிலோ வெளிப்படுத்த இயலாது என்ற அடிப்படையில்தான் உள்ளது, ஆனால், மற்றவற்றுடன் ஒப்பிடும் போதிலில் ஒரு பயன்பாட்டுப் பொருள் அதிகமாகவோ குறைவாகவோ சமமாகவோ பயனுடையது என்று ஒரு நுகர்வோர் உளமரச்ச் சொல்வதற்கு எப்பொழுதுமே அது சாத்தியமாகும்.
- நடுநிலை வளைவானது ஒவ்வொரு புள்ளியினதும் வித்தியாசமான கலவைகளைப் பிரதிநிதித்துவப்படுத்துகின்ற ஒவ்வொரு புள்ளிகளினதும் ஒரு புள்ளியாக வரையறுக்கப்படலாம், இது நுகர்வோருக்கு அதே பயன்பாடு அல்லது திருப்தி அளவை வழங்கும். எனவே, இரண்டு பொருட்களின் இரண்டு கலவையானது அவற்றுக்கிடையில் ஒரு தெரிவு செய்யும் போது அவர் நடுநிலையாகின்றார்.
- MRS என்பது ஒரு பயன்பாட்டுப் பொருள் மற்றொரு இடத்திற்கு மாற்றக்கூடிய விகிதமாகும், திருப்தியின் அளவு அப்படியே தரிபட்டிருக்கும்.
- நடுநிலை வரைபடத்தை வழங்கியதன் மூலம், ஒரு பயனீட்டாளர் அதிகபட்சம் நுகர்வோர் அவரது நடுநிலை வரைபடத்தில் மிக அதிகமான நடுநிலை வளைவை அடைய விரும்புகிறார். ஆனால் நுகர்வோர் இரண்டு வலுவான தடைகள் உள்ளன (i) அவருக்கு மட்டுப்படுத்தப்பட்ட வருமானம் உள்ளது (ii) பொருட்களுக்கு விலை கொடுக்க வேண்டும். விலைகள் கொடுக்கப்பட்டால், நுகர்வோர் தனது நடுநிலைப் போக்கில் எவ்வளவு உயர்ந்தவராவார் என்பதைப் பொறுத்து, வருவாய்ச் செயல்களின் வரம்பு குறையும். இது வரவு செலவுத் திட்டக் கட்டுப்பாடு என்று அறியப்பெறுகிறது

3.5 முக்கிய வார்த்தைகள்

- மாற்றீட்டின் மாற்று விகிதம்: இது ஒரு நுகர்வோர், அதே அளவிலான பயன்பாட்டில் ஒரு நல்ல Y க்கு இன்னும் அதிக எண்ணிக்கையிலான X நல்ல முறையில் பரிமாறிக்கொள்ளும் விகிதமாகும்.
- நடுநிலை வளைவு: இது நுகர்வோர் சமமான மதிப்பைக் கருத்தில் கொண்டிருக்கும் அளவுகளின் கலவைகளை இணைக்கும் ஒரு வரைபடத்தில் (இரண்டு பொருட்களின் அளவைப் பிரதிநிதித்துவப்படுத்துவது அச்சுகள்) ஒரு வளைவு ஆகும்
- தேவை கோரிக்கை வளைவு: ஒரு பயன்பாட்டுப் பொருளின் அல்லது சேவையின் தேவைக்கோரிக்கை அதன் விலையில் மாற்றங்களுடன் மாறுபடும் என்பதைக் காட்டும் வரைபடம் இதுவாகும்.

குறிப்புகள்

3.6 சுய மதிப்பீட்டு வினாக்கள் மற்றும் பயிற்சிகள்

குறுகிய விடைக்கான வினாக்கள்

1. தேவை கோரிக்கையின் அர்த்தம் என்ன?
2. தேவை கோரிக்கைச் சட்டத்தின் பின்னால் உள்ளக் காரணிகள் யாவை?
3. வரவுசெலவுத்திட்டத்தில் மாற்றத்தைப்படத்தோற்றப்பிரதிநிதித்துவப்படுத்துக.

நீண்ட விடைக்கான வினாக்கள்

1. விளிம்புநிலைப் பயன்பாடுக் குறைவதற்கான விதியை விளக்குக.
2. நுகர்வோர் தேவை கோரிக்கைப் பகுப்பாய்வுக்கு இரண்டு அணுகுமுறைகளை விளக்குக.
3. நடுநிலை வளைவு என்பது என்ன? அதன் பண்புகள் பற்றி விவாதிக்கவும்.

3.7 மேலும் படிக்க

திவேதி, டி. என். 2008. பொருளியல் கொள்கை, ஏழாவது பதிப்பு. புது தில்லி: விகாஸ் பப்ளிஷிங் ஹவுஸ்.

வெய்ல், டேவிட் என் 2004. பொருளாதார வளர்ச்சி. லண்டன்: அடிசன் வெஸ்லி.

தாமஸ், கிறிஸ்டோபர் ஆர். மற்றும் மாரிஸ் எஸ் சார்லஸ். 2005. மேலாண்மையியல் பொருளாதாரம்: கருத்துக்கள் மற்றும் பயன்பாடுகள், எட்டாவது பதிப்பு. புது தில்லி: டாடா மெக்ரா-ஹில் பப்ளிஷிங் கம்பனி லிமிடெட்.

மேன்கிவ், கிரிகோரி என். 2002. பொருளியல் கொள்கை, இரண்டாம் பதிப்பு. இந்தியா: தாம்சன் பிரஸ்.

அலகு 4 தேவை கோரிக்கைப் பகுப்பாய்வு

குறிப்புகள்

அமைப்பு

- 4.0 அறிமுகம்
- 4.1 நோக்கங்கள்
- 4.2 தேவையின் தத்துவம்
 - 4.2.1 தேவை கோரிக்கை விதி
 - 4.2.2 நகர்வு நெடுகிலும் ஏள தேவை கோரிக்கை வளைவில் மாற்றம்
- 4.3 தேவையின் நெகிழ்திறனின் அளவியல் கோட்பாடு
 - 4.3.1 தேவையின் குறுக்கு நெகிழ்திறன்
 - 4.3.2 வருமான தேவை நெகிழ்திறன்
- 4.4 உங்கள் முன்னேற்ற வினாக்களைச் சரிபார்க்கும் விடைகள்
- 4.5 சுருக்கம்
- 4.6 முக்கிய வார்த்தைகள்
- 4.7 சுய மதிப்பீட்டு வினாக்கள் மற்றும் பயிற்சிகள்
- 4.8 மேலும் படிக்க

4.0 அறிமுகம்

சில சந்தைக் கொள்கைகளின் தயாரிப்புக்கான சந்தை ஓர் உற்பத்தியின் சந்தையாக செயல்படுகிறது, அதாவது, சந்தை முறையின் பணியை நிர்வகிக்கும் விதிகள் ஆகும். தேவை கோரிக்கை, வழங்கல் விதிகள் என்று அழைக்கப்பெறுகின்ற குறிப்பிட்டச் சில அடிப்படை விதிகளால் சந்தை முறையின் பணி நிர்வகிக்கப் படுகின்றது, தேவை கோரிக்கை, வழங்கல் விதிகள், ஒரு பயன்பாட்டுப் பொருளின் சந்தைத் தீர்வு விலை மற்றும் சந்தையின் அளவைத் தீர்மானிப்பதில் ஒரு முக்கியப் பங்கு வகிக்கிறது. வணிக முடிவெடுப்பதில் சந்தைகள் எவ்வாறு வேலை செய்வது என்பதைப் பற்றிய தெளிவானப் புரிதல் மற்றும் ஒரு பொருத்தமான சந்தைப்படுத்தல் யுகத்தை ஒரு தோராயமான செய்தல்.

சந்தை முறை இரண்டு விதமான சந்தை வலிமை—தேவை கோரிக்கை, வழங்கல்களால் பணியாற்றுகிறது. தேவை கோரிக்கை, வழங்கல் வலிமைகள் சந்தையின் இரு பக்கங்களைப் பிரதிநிதித்துவம் செய்கின்றன, அதாவது, (i) தேவை கோரிக்கை, (ii) வழங்கல் பகுதி.

தேவை கோரிக்கைத் தத்துவம், தேவை கோரிக்கை நெகிழ்ச்சித் திறனின் அளவீட்டுக் கோட்பாடு ஆகியவற்றைப் பற்றி இந்த அலகில் படிப்பீர்கள்.

4.1 நோக்கங்கள்

இந்த அலகை நீங்கள் படித்து முடித்த பின்பு உங்களால்,

- தேவை கோரிக்கைத் தத்துவம் பற்றி விவாதிக்க முடியும்.
- தேவை கோரிக்கை விதிகள் பற்றி வகுத்துரைக்க முடியும்.

- தேவை கோரிக்கையின் நெகிழ்ச்சித் திறனை அளவிடுவதற்கான கோட்பாட்டை விளக்க முடியும்
- தேவை கோரிக்கை நெகிழ்ச்சித் திறனைப் பாதிக்கும் காரணிகளைப் பட்டியலிடுக
- தேவை கோரிக்கையின் வருவாய் நெகிழ்ச்சி, தேவை கோரிக்கையின் நெகிழ்ச்சித் திறனை வரையறுக்க

குறிப்புகள்

4.2 தேவையின் தத்துவம்

ஒரு நிறுவனத்தின் உற்பத்திக்கான மொத்தத் தேவை கோரிக்கைகளின் பகுப்பாய்வு, வணிக முடிவெடுப்பதில் முக்கியப் பங்கு வகிக்கிறது. சந்தையின் தேவை கோரிக்கை அல்லது சந்தையின் அளவு வெவ்வேறு நேரங்களில் ஒரு புள்ளியில் வியாபாரத்தின் ஒட்டுமொத்த நோக்கத்தை வழங்குகிறது. இது வணிகத்தை விரிவுபடுத்துவதற்கான வாய்ப்பை வழங்குகிறது. எதிர்கால உற்பத்தி, மூலப்பொருட்களின் சரக்கிருப்பு, விளம்பரம், விற்பனை நிலையங்கள் அமைக்கத் திட்டமிடுவதில் இது ஒரு முக்கியப் பங்கு வகிக்கிறது. ஆகையால், இன்றைப் பொழுதின், வருங்காலத்தின் உற்பத்திப் பொருளுக்கான தேவை கோரிக்கையின் பருமானம் பற்றிய தகவல்கள் இன்றியமையாதவைகளாகும். தேவை கோரிக்கைத் தத்துவம் இந்தச் சிக்கல்களுக்கு ஒரு நுண்ணறிவு வழங்குகிறது சந்தைத் தேவை கோரிக்கைகளின் பகுப்பாய்விலிருந்துக் கொள்கைகளை நிறைவேற்றக் கூடிய வணிக நிருவாகிகள் அறிந்து கொள்ளலாம்:

- (i) தேவை கோரிக்கைகளின் அளவைத் தீர்மானிக்கும் காரணிகள்,
- (ii) தேவை கோரிக்கைகளின் நெகிழ்ச்சித்திறன், அதாவது, அதன் தீர்மானங்களில் ஏற்படும் மாற்றங்களுக்கு எப்படி பதிலளிக்கிறதோ, உணர்வுத்திறனை உருவாக்குகிறதோ அதே தேவை கோரிக்கையாக இருக்கிறது.
- (iii) விலைகளை மிகத் திறமையாகக் கையாள்வதன் மூலம் விற்பனை ஊக்குவிப்புச் சாத்தியம்.
- (iv) விளம்பரச் செலவினங்களால் தேவை கோரிக்கையின் பிரதிபலிப்பு.
- (v) விற்பனை, சரக்கிருப்புகள், விளம்பரச் செலவுகள் ஆகியவற்றின் உகந்த நிலை.

4.2.1 தேவை கோரிக்கை விதி

தேவை கோரிக்கை விதி ஒரு பயன்பாட்டுப் பொருளின் அளவு, விலை இவ்வகைகளுக்கிடையிலான உறவுமுறையைக் குறிப்பிடுகிறது. பொருட்களின் அளவு தேவைப்பட்டது கோரியது பல பிற காரணிகளைப் பொருத்து இருந்தாலும் அதாவது, நுகர்வோரின் வருமானம், தொடர்புடைய பொருட்களின் விலை, நுகர்வோரின் சுவை, விருப்பத்தெரிவுகள், விளம்பரம் போன்றவை. விலை மிகவும் முக்கியமானதும் குறுகியக் காலத்தில் தேவை கோரிக்கையின் ஒரே உறுதிப்பாடான தீர்மானித்தலும் ஆகும். தேவை கோரிக்கை விதியானது விலை - அளவு உறவுமுறையுடன் இணைக்கப்பட்டுள்ளது.

குறிப்புகள்

தேவை கோரிக்கை விதி இவ்வாறாகக் கூறப்படுகிறது மற்ற எல்லா விடயங்களும் நிலையானதாகத் தரிப்பட்டிருப்பதால், பயன்பாட்டுப் பொருட்களின் தேவை கோரிக்கைகளின் அளவீடு உயரும் அதன் விலை குறையும் போது, பயன்பாட்டுப் பொருட்களின் தேவை கோரிக்கைகளின் அளவீடு குறையும் அதன் விலை உயரும்போது. இந்த விதி, தேவை கோரிக்கை, விலை இவற்றுடன் எதிர்மறையாகத் தொடர்புடையதைக் குறிக்கிறது. மார்ஷல் தேவை கோரிக்கை விதியைப் பற்றி கூறுவதாவது. தேவை கோரிக்கையின் அளவீடு உயரும்: விலை வீழ்ச்சியுடன், குறையும் விலையேற்றத்துடன்” இந்த விதித் தற்காலிகமான ஓர் அனுமானத்தின் கீழ் வைத்திருக்கிறது. அதாவது மற்ற எல்லா விடயங்களும் மாறாமல் உள்ளன மற்றெல்லாத் தேவை கோரிக்கைகளின் தீர்மானங்கள், மற்றவிடயங்கள் உள்ளடக்கியதான நுகர்வோரின் வருமானம், மாற்றீட்டினதும் முழுமையானதுமானதின் விலை, சுவையும் விருப்பத் தெரிவும், விளம்பரம் போன்றவைகள் உள்ளடக்கியதாகும். தேவை கோரிக்கை விதியானது தேவை கோரிக்கை அட்டவணை, தேவை கோரிக்கை வளைவு வழியாக விளக்கமளிக்க முடியும்.

4.2.2 நுகர்வு நெடுகிலும் ஏள தேவை கோரிக்கை வளைவில் மாற்றம்

தேவை விதியின் காரணியமாகத் தேவை கோரிக்கை வளைவு வலப்புறம் கீழ்நோக்கித் தள்ளப்படுகிறது. தேவை கோரிக்கை விதியை இயங்கச் செய்யும் காரணிகள் வலதுபுறம் கீழ்நோக்கியக் கோரிக்கையின் வளைவை உருவாக்குகின்றன என்பதை இது குறிக்கிறது. தேவை கோரிக்கை விதியின் பின்னால் உள்ள காரணிகள் பின்வருமாறு:

1. வருமான விளைவு. ஒரு பயன்பாட்டுப் பொருளின் விலை வீழ்ச்சியடையும் போதினில், அதன் நுகர்வோர் வாங்கும் திறன் அதிகரிக்கும் போதினில் அதே அளவிற்குக் குறைவாகச் செலுத்த வேண்டியிருக்கும். அதாவது, விலை வீழ்ச்சியுடன், நுகர்வோர் வருவாயை அதிகரிக்கிறது. மற்றொரு பொருளியல் விதியின் படி, உண்மையான வருமானம் (அல்லது வாங்கும் திறன்) அதிகரித்தல் என்பது பொருட்களின், சேவைகளுக்கான தேவை கோரிக்கைப் பொதுவானதாக அதிகரித்தல், குறைக்கப்பட்ட விலையில் பொருட்களின் தேவைக்குக் குறிப்பாக அதிகரிக்கிறத்தல். உண்மையான வருவாயில் அதிகரிப்புக் காரணியமாகத் தேவை கோரிக்கை அதிகரிப்பு, வருவாய் விளைவு என்று அழைக்கப்பெறுகிறது.

இருப்பினும் இது தரம்தாழ்ந்தப் பொருட்களின் வருமானமெனும் நிகழ்வின் வருமான விளைவு எதிர்மறையாக இருப்பதைக் குறிக்கப் பெறுகிறது. தரம்தாழ்ந்தப் பொருட்களின் விலை (மொத்த நுகர்வுச் செலவினத்தில் கணிசமான அளவு இருப்பதாகக் கூறி) கணிசமாகக் குறைந்துவிட்டால், நுகர்வோர் உண்மையான வருமானம் அதிகரிக்கும். இதன் விளைவாக, அவர்கள் தரம்தாழ்ந்தப் பொருட்களுக்காக உயர்ந்தப் பொருள்களை மாற்றீடுச் செய்கின்றனர். எனவே, தரம் தாழ்ந்தப் பொருட்களுக்கான தேவை கோரிக்கை மீதான வருமான விளைவு எதிர்மறையாக மாறுகிறது.

2. மாற்றீட்டின் விளைவு. ஒரு பயன்பாட்டுப் பொருளின் விலை வீழ்ச்சியடைந்தால், அதன் மாற்றீட்டோடு ஒப்பிடும்போது ஒப்பீட்டளவில் மலிவானது, அவற்றின் விலைகள் நிலையானதாகத் தரிப்பட்டிருக்கும். நுகர்வோர் விலைமிகுந்த பொருட்களுக்குப் பகரமாக மலிவானப் பொருட்களை மாற்றி, மற்ற எல்லாக் காரணிகளையும் ஒரே மாதிரியாக மாற்றுகின்ற ஓர் இயற்கைப்

போக்கு உள்ளது. இதன் விளைவாக, அறிவார்ந்த பகுத்தறிவு நுகர்வோர், சாதாரணப் பொருட்களின் வரம்பிற்குள் விலையுயர்ந்தப் பொருட்களுக்குப் பகரமாக மலிவானப் பொருட்களை மாற்றி விடுகின்றனர்-- நுகர்வோர் வருவாயில் அதிகரித்து வரும் பொருட்களின் தேவை அதிகரிக்கும் பொருட்களே-அதேபோல் எஞ்சியுள்ள இதரப் பொருட்களும். எனவே, ஒப்பீட்டளவில் மலிவானப் பொருட்களின் தேவை அதிகரிக்கிறது. இந்தக் காரணியின் அடிப்படையின் கணக்கில் தேவை கோரிக்கை அதிகரிப்பு மாற்றீட்டு விளைவென்று அறியப்பெறுகிறது.

குறிப்புகள்

3. விளிம்புநிலைப் பயன்பாடு குன்றுதல். ஒரு பயன்பாட்டுப் பொருளின் நுகர்வின் விளிம்புநிலை அலகிலிருந்து பெறப்பட்ட அலகுதான் விளிம்புநிலை அலகு எனப்படும். விளிம்புநிலைப் பயன்பாட்டின் குறைதல் விதியின்படி, நுகர்ந்தக் கூடுதல் அலகுகளிலிருந்து பெறப்படும் பயன்பாடுக் குறைந்துப் போகும். எனவே, அதன் விலை குறையும் போது மட்டுமே நுகர்வோர் ஒரு பயன்பாட்டுப் பொருளை அதிகமாப் பயன்படுத்துகின்றனர். விலை வீழ்ச்சியடையும் போதினில் பொருட்களின் தேவையை அதிகரிக்க வேண்டியது விளிம்புநிலைப் பயன்பாடுக் குறைதலின் கடமையாகும்.

இதனால், அந்த வருமானமும் விலை வீழ்ச்சியின் மீதான மாற்றீட்டின் தாக்கங்களும் விளிம்புநிலைப் பயன்பாட்டின் குறைதல் விதியும் தேவை கோரிக்கை வளைவை வலப்பக்கமாகக் கீழ்நோக்கித் தள்ளுகின்றன.

தேவை கோரிக்கை விதிகளுக்கான விதிவிலக்குகள்

தேவை கோரிக்கைக்கான விதிப் பொருளியலின் அடிப்படை விதிகளில் ஒன்றாகும். இருப்பினும், இது பின்வரும் நிகழ்வுகளுக்குப் பொருந்தாது.

1. எதிர்கால விலைகள் பற்றிய எதிர்பார்ப்புகள். நுகர்வோர் ஒரு நீடித்துழைக்கக் கூடிய பொருட்களின் விலையில் தொடர்ந்து ஒரு தொடர்ச்சியான அதிகரிப்பை எதிர்பார்க்கும் போதினில், அவர்கள் எதிர்காலத்தில் இன்னும் அதிக விலையில் ஒரு சிட்டிகை அளவைத் தவிர்க்க, அதன் விலை அதிகரித்து இருந்தாலும் அதை இன்னும் வாங்க. இதேபோல், நுகர்வோர் எதிர்காலத்தில் விலையில் கணிசமான அளவு குறைக்க எதிர்பார்க்கும்போது, அவர்கள் அதன் கொள்முதல்களை ஒத்திவைக்கின்றன, அதன் விலை ஆரம்பத்தில் வீழ்ந்த பின்னர் பொருட்களை வாங்குவதற்குப் பகரமாக, விலை வீழ்ச்சியுடன் காத்திருக்கின்றன. நுகர்வோரின் இத்தகைய முடிவுகள் தேவை கோரிக்கைக்கான விதிக்கு முரணாக உள்ளன.

2. மதிப்புமிக்கப் பொருட்கள். நிலைச் சின்னமாகச் செயல்படுவதாக உள்ள, சமூகக் கௌரவத்தை மேம்படுத்துதல் அல்லது பொருள் வளம், செல்வச் செழுமை, (எ.கா. தங்கம், விலையுயர்ந்தக் கற்கள்), அரிய ஓவியங்கள், பழம்பொருட்கள் ஆகியவற்றை வெளிக்காட்டுதல் போன்றவை தேவை கோரிக்கை விதிக்குப் பொருந்தாது.

3. கிபன் பொருட்கள். பிரிட்டிஷ் பொருளியல் நிபுணர், சர் ராபர்ட் கிபன், (1837-1910) பெயரிடப்பட்ட கிபன் பொருட்களின் பழமையான வழக்கு இந்த விதிக்கு மற்றொரு விதிவிலக்கு ஆகும். கிபன் பொருட்கள் என்பது எந்தவொரு குறிப்பிட்ட அர்த்தத்தையும் குறிப்பிடாது. இது ஏதேனும் அத்தியாவசியப் பண்டமாக அதன் மாற்றீட்டுக்களைவிடவும் மிக மலிவானதாக இருக்கலாம், பெரும்பாலும் ஏழைக் குடும்பங்களே நுகரக்கூடியதும், அவர்களது வருமானத்தின் பெரும் பகுதியை ஆக்ரமிப்பதாகவும் இருக்கலாம். இத்தகைய

குறிப்புகள்

பொருட்களின் விலையும் அதிகரிக்கப்படுமாயின் (அதன் மாற்றீட்டின் விலை நிரந்தரமாகத் தரிப்பட்டிருக்கும்), அதன் தேவை கோரிக்கை அதிகரிக்கும். உதாரணமாக, ஓர் ஏழை வீட்டுக்காரரின் குறைந்தபட்ச உணவுத் தானிய நுகர்வு 30 கிலோ என்று வைத்துக் கொண்டால் அதில் 20 கிலோ கம்பு (தரம் தாழ்ந்தது) எனும் உணவுத் தானியமும் 10 கிலோ கோதுமை (ஓர் உயர்தரமானது) அடங்கும். கம்பு 5 கிலோ மற்றும் கோதுமை 10 கிலோ என்ற அளவில் விற்கிறது என்று வைத்துக் கொண்டால். இந்த விலையில், அந்தக் குடும்பம் மாதத்திற்கே 200 ரூபாய் உணவுத் தானியங்களுக்குச் செலவழிக்கிறது. இதே அதிகபட்சமாக வாங்க முடியுமானதாகும். இப்போது, கம்பு உணவுத் தானிய விலை கிலோவிற்கு ரூ. 6 ஆக உயர்த்தப்பட்டால், கோதுமை நுகர்வை 5 கிலோவிலிருந்து 2 கிலோவாகக் குறைக்க வேண்டிய கட்டாயம் அந்தக் குடும்பத்திற்கு உண்டாகும். மேலும் குறைந்தபட்சம் நுகர்வோர் தேவைக்கேற்ப மாதத்திற்கு 200 ரூபாய் வரைக்கும், அதே அளவுக் கம்பு உணவுத் தானியத்தின் நுகர்வை அதிகரிக்கும். அதன் (கம்பு)விலை அதிகரித்தல், கோதுமை 5 கிலோவிற்கு வீழ்ச்சி என்ற நிலையிலிருந்து போது மாதத்திற்கு 20 முதல் 25 கிலோ வரை குடும்பத்திற்கான கம்பு உணவுத் தானியத்தின் தேவை கோரிக்கை அதிகரிக்கும்.

உங்கள் முன்னேற்றத்தைச் சரிபார்க்க

1. தேவை கோரிக்கை விதி என்பது எதனைக் குறிக்கிறது?
2. வருமான விளைவு என்றால் என்ன?

4.3 தேவையின் நெகிழ்திறனின் அளவியல் கோட்பாடு

தேவை கோரிக்கை அதன் உறுதிப்பாடானத் தீர்மானங்களுக்கான உறவுமுறை பற்றி நாம் முன்பு விவாதித்திருந்திருக்கிறோம். இருப்பினும், மேலாண்மையின் கண்ணோட்டத்திலிருந்து, அந்த உறவுமுறை பற்றிய அறிவு மட்டுமே போதாது. அந்த உறவுமுறையின் நீட்சி அல்லது தேவை கோரிக்கைக்கான உறுதிப்பாடான தீர்மானங்களிலுண்டாகும் மாற்றங்கட்குத் தேவை. கோரிக்கையின் அக்கறையி அளவு என்ன என்பது மிகவும் முக்கியமானது. தேவை கோரிக்கைக்கான உறுதிப்பாடானத் தீர்மானங்களிலுண்டாகும் மாற்றங்களுக்குத் தேவை. கோரிக்கையின் அளவு தான் தேவை கோரிக்கையின் நெகிழ்வுத் தன்மை என்று அழைக்கப்பெறுகிறது.

அதிக இலாபம் ஈட்டும் நோக்கில் விலை நிர்ணயம் செய்வதில் வணிக முடிவுகளில் தேவை கோரிக்கையின் நெகிழ்ச்சித் தன்மையின் கோட்பாடு முக்கியப் பங்கு வகிக்கிறது. உதாரணமாக, உற்பத்திச் செலவு அதிகரிக்கும் போது, விலையை உயர்த்துவதனால் நுகர்வோர் மீது அந்த நிறுவனம் விலை உயர்வைக் கடக்க வேண்டிய நிலைமையை விரும்புகிறது. உற்பத்திச் செலவில் எந்தவொரு மாற்றமும் இல்லாமல் நிறுவனங்கள் விலை மாற்ற முடிவு செய்யலாம். ஆனால் விலை உயர்வானது செலவின உயர்வைத் தொடர்ந்ததா அல்லது அதன் மீதான நலனைச் சார்ந்ததா என்று முடிவு செய்யலாம்.

(a) விலை - உற்பத்திக்கான தேவை கோரிக்கையின் நெகிழ்ச்சித் தன்மை, அதாவது, அதன் விலையில் ஒரு குறிப்பிட்ட சதவீத மாற்றம்

காரணமாக, அதன் தேவை கோரிக்கையின் விகிதாசார மாற்றம் எவ்வளவு தேவை கோரிக்கைப் பகுப்பாய்வு உயர்வானது அல்லது குறைவானது

(b) விலை தேவை கோரிக்கையின் மாற்றீட்டுக்கான விலை-நெகிழ்ச்சித் தன்மை, ஏனெனில் ஓர் உற்பத்தியின் விலை அதிகரிக்கும் போது, மாற்றிடுகளுக்கானத் தேவை கோரிக்கைத் தானாகவே அதிகரிக்கும் அதன் விலைகள் மாறாமல் அப்படியே தரப்பட்டிருக்கும்.

குறிப்புகள்

விலை அதிகரிப்பது நன்மை பயக்கும் என்றால் (i) ஓர் உற்பத்திக்கான தேவை கோரிக்கையின் குறைவான நெகிழ்ச்சித் தன்மை (ii) அதன் மாற்றீட்டுக்கான தேவை கோரிக்கையின் குறைவான நெகிழ்ச்சித் தன்மை ஆகும். பெரும்பாலான வணிகர்கள் அவர்கள் செய்யும் பொருள்களின் தேவை நெகிழ்திறன் பற்றி அறிந்திருந்தாலும், தேவை கோரிக்கையின் நெகிழ்ச்சித் தன்மை குறித்த துல்லியமான மதிப்பீடுகளின் பயன்பாடு, அவர்களின் வணிக முடிவுகளுக்குத் துல்லியமாகச் சேர்க்கப்படும்.

இந்தப் பிரிவில், தேவை கோரிக்கையின் நெகிழ்திறன்களை அளவிடுகின்ற செயல்பாட்டு முறைகளை நாம் விவாதிப்போம். வணிக முடிவுகளில் பயன்படுத்தப்படும் தேவை கோரிக்கையின் நெகிழ்திறன் கோட்பாடுகள்: (i) விலை நெகிழ்ச்சி, (ii) குறுக்கு நெகிழ்ச்சி (iii) வருமான நெகிழ்ச்சி மற்றும் (iv) விளம்பர நெகிழ்ச்சி, (v) விலை எதிர்பார்ப்பின் நெகிழ்ச்சி.

தேவை கோரிக்கையின் விலை நெகிழ்ச்சி

தேவை கோரிக்கைகளின் நெகிழ்ச்சித் தன்மைப் பொதுவாக ஒரு பொருளின் தேவை கோரிக்கைக்கான மறுமொழி பகரும் தன்மை அல்லது உணர்திறன் என வரையறுக்கப்படுகிறது. மேலும் துல்லியமாக, தேவை கோரிக்கைகளின் நெகிழ்வுத் தன்மையானது, பயன்பாட்டுப் பொருளின் விலையில் ஒரு சதவீத மாற்றத்தின் விளைவாக, தேவையின் சதவீத மாற்றம் ஆகும். தேவை கோரிக்கையின் விலை நெகிழ்திறன் (e_p) ஒரு முறையான விளக்கம் கொடுக்கப்படுகிறது பின்வருமாறு:

$$e_p = \frac{\text{விழுக்காடு மாற்றம் அளவு கோரியது}}{\text{சதவீத விலையில் மாற்றம்}}$$

விலையுயர்வு நெகிழ்வுத் தன்மையை கணக்கிடுவதற்கான ஒரு பொது சூத்திரம், இதிலிருந்து பெறப்பட்டது நெகிழ்ச்சி வரையறை, பின்வருமாறு வழங்கப்படுகிறது:

$$\begin{aligned} e_p &= \frac{\Delta Q}{Q} \div \frac{\Delta P}{P} = \frac{\Delta Q}{Q} \times \frac{P}{\Delta P} \\ &= \frac{\Delta Q}{\Delta P} \times \frac{P}{Q} \end{aligned}$$

தேவை கோரிக்கையின் மூலமுதலான அளவு, Q = மூலமுதலான விலை, ΔQ = தேவை கோரிக்கையின் அளவீட்டில் மாற்றம் ΔP = விலை மாற்றம் .

கழித்தல் குறியீடு (-) பொதுவாகப் பின்னம் முன் சூத்திரத்தில் சேர்க்கப்பட்டது நெகிழ்ச்சிக் குணகம் (ஓர் அட்சர கணிதத்தில் அட்சரத்திற்கு

முன் அதைப் பெருக்கக் கூடிய நிலையில் போடப்படும் எண் ஓர் எதிர்மறை அல்லாத மதிப்பைச் செய்ய மிகவும் முக்கியமானதாகும்.

குறிப்புகள்

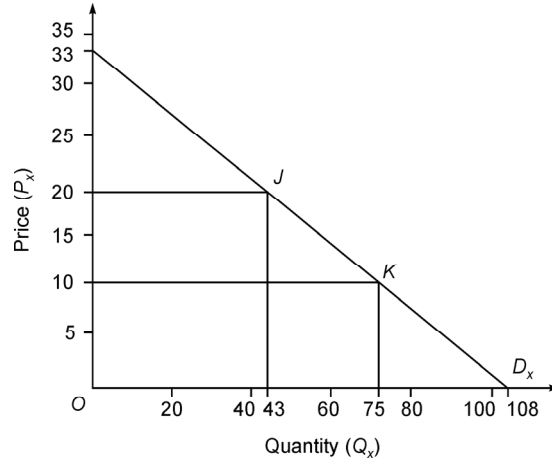
தேவை கோரிக்கை வளைவு (வளைவு நெகிழ்ச்சி எனப்படும்) அல்லது புள்ளியில் (புள்ளி நெகிழ்ச்சி எனப்படும்) இந்த இரண்டு புள்ளிகளுக்கும் இடையிலான நெகிழ்ச்சி அளவிடப்படலாம்.

வளைவு நெகிழ்ச்சி

தேவை கோரிக்கை வளைவின் மீது எந்த இரண்டு வரையறுக்கப்பட்ட புள்ளிகளுக்கு இடையில் தேவை கோரிக்கை நெகிழ்திறன் அளவீடு என்பது வளைவு நெகிழ்ச்சி என அறியப்பெறுகிறது. உதாரணமாக, புள்ளிகள் J , K (படம் 4.1) இடையிலான நெகிழ்திறன் அளவீடு என்பதே வளைவு நெகிழ்திறனின் அளவீடு என்பதாகும். தேவை கோரிக்கை வளைவு (D_x) இடத்திலிருந்து J லிருந்து K என்ற புள்ளியைக் குறிக்கும் நகர்வு, '20 முதல் '10 வரை இதனால், $\Delta P = 20 - 10 = 10$. விலை வீழ்ச்சி 43 அலகுகளிலிருந்து தேவை அதிகரிக்கும் $\Delta Q = 43 - 75 = -32$. J , K (J லிருந்து K க்கு நகரும்) புள்ளிகளுக்கிடையே உள்ள நெகிழ்ச்சி, இந்த மதிப்புகள் பின்வருமாறு நெகிழ்வுச் சூத்திரத்தில் மாற்றுவதன் மூலம் கணக்கிடப்படுகிறது:

$$e_p = -\frac{\Delta Q}{\Delta P} \cdot \frac{P}{Q} \text{ (கழித்தல் குறி)}$$

$$= \frac{-32}{10} \cdot \frac{20}{43} = 1.49$$



படம் 4.1 நேர்கோட்டுத் தன்மையான தேவை கோரிக்கை வளைவு

இதன் பொருள் பயன்பாட்டுப் பொருள் X விலையில் ஒரு சதவிகிதம் குறைந்து வருவதால் 1.49 சதவிகிதம் அதிகரித்துள்ளது.

வளைவு நெகிழ்திறனைப் பயன்படுத்துவதில் சிக்கல்: வளைவு நெகிழ்ச்சி அளவிடப்பட வேண்டும் மற்றும் கவனமாகப் பயன்படுத்த வேண்டும், இல்லையெனில் அது தவறான முடிவுகளுக்கு வழிவகுக்கும். உதாரணமாக, Eq மதிப்பிடப்பட்டுள்ளது போல். (4.2), J , K - க்கு இடையில் உள்ள புள்ளிகள் இடையில் உள்ள நெகிழ்வுத் தொகை J - லிருந்து 1.49 சமம்.

புள்ளிகள் J க்கும் K க்கும் இடையில் X க்கான தேவை கோரிக்கைக்கான நெகிழ்ச்சித் தன்மையை 1,5 சமமாகக் கொண்டது என்று தவறான முறையில் விளக்கலாம். ஆனால் அஃது உண்மையன்று. விலையில் பரந்த நகர்வு, அதாவது, புள்ளி K -ல் இருந்து J வரை நகர்வு மாறுபட்ட நெகிழ்ச்சித் தன்மையைக் கூட்டுகிறது (0.43). புள்ளி K முதல் J இருந்து $P = 10$, $\Delta P = 10 - 20 = -10$, $Q = 75$ மற்றும் $\Delta Q = 75 - 43 = 32$ கொடுக்கிறது. இந்த மதிப்புகள் நெகிழ்வுச் சூத்திரத்தில் மாற்றுவதன் மூலம், நாம் பெறுகிறோம்:

$$e_p = \frac{32}{-10} \cdot \frac{10}{75} = 0.43$$

விலையின் தலைகீழ் நகர்வுக்கான Eq. (4.3) ல் உள்ள இணை திறன் நெகிழ்ச்சித் தன்மையின் அளவுகோல், வெளிப்படையாக Eq. (4.2) ல் கொடுக்கப்பட்ட ஒன்றை விட வேறுபட்டதாக இருக்கும். இதன் பொருள், நெகிழ்வுத்தன்மையும் விலை மாற்றத்தின் திசையையும் சார்ந்துள்ளது என்பதாகும். எனவே, விலை நெகிழ்ச்சி அளவின்போது விலை மாற்றத்திற்கான திசையைக் கவனமாகக் கவனிக்க வேண்டும். சில மாற்றங்கள் வளைவு நெகிழ்ச்சித் தொடர்புடைய சிக்கல்களைத் தீர்க்கச் சில மாற்றங்கள் பொருளியல் இலக்கியத்தில் பரிந்துரைக்கப்பட்டுள்ளன.

முதலாவதாக, விலை மாற்றத்தின் திசையில் ஏற்படும் மாற்றத்தால் ஏற்படுகின்ற சிக்கல் நெகிழ்வுச் சூத்திரத்தில் P , Q இன் குறைந்த மதிப்பைப் பயன்படுத்துவதன் மூலம் தவிர்க்கப்படலாம்.

$$e_p = \frac{\Delta Q}{\Delta P} \cdot \frac{P_1}{Q_1}$$

அதனால் $P_1 = 10$ (இரண்டு விலைகளின் குறைவு) மற்றும் $Q_1 = 43$ (இரண்டு அளவுகளில் குறைந்தது). இதனால்,

$$e_p = -\frac{32}{10} \cdot \frac{10}{43} = 0.74$$

இந்த முறையானது, சதவீத மாற்றத்தைக் கணக்கிடுவதற்கான தர்க்கத்திற்குப் புறம்பானதாக இருக்கிறது, ஏனெனில், குறைந்த மதிப்புகளின் தேர்வுத் தன்னிச்சையாக உள்ளது இது சதவீத மாற்றத்தைக் கணக்கிடுவதற்கான விதிக்கு தகுந்தது அல்ல.

இரண்டாவதாக, இந்தப் பிழையைத் தீர்க்க மற்றொரு முறை பரிந்துரைக்கப்படுகிறது P மற்றும் Q இன் P Q க்கு மேல் மற்றும் கீழ் மதிப்புகளின் சராசரியைப் பயன்படுத்துவது. அந்த நிகழ்வில் சூத்திரம் உள்ளது.

$$e_p = -\frac{\Delta Q}{\Delta P} \cdot \frac{(P_1 + P_2)/2}{(Q_1 + Q_2)/2}$$

குறிப்புகள்

அல்லது

$$e_p = -\frac{Q_1 - Q_2}{P_1 - P_2} \cdot \frac{(P_1 + P_2)/2}{(Q_1 + Q_2)/2}$$

குறிப்புகள்

கீழ்க்குறியீடு எண் 1 மற்றும் 2 ஆகியவை விலைகள் மற்றும் அளவுகளின்

குறைந்த மற்றும் மேல் மதிப்புகளைக் குறிக்கின்றன. இந்த எடுத்துக்காட்டிலிருந்து மதிப்புகள் மாற்றிடப்படுகின்றன,

$$e_p = -\frac{43 - 75}{20 - 10} \cdot \frac{(20 + 10)/2}{(43 + 75)/2} = 0.81$$

இந்த முறை மூலம் நெறிமுறை இணை-செயல்திறன் கணக்கிடப்படுவதால் P_1 P_2 மற்றும் Q_1 Q_2 இடையிலான மிதப்பு நடுப்பகுதியைக் குறிக்கும் வகையில் இந்த முறையும் அதன் சொந்தக் குறைபாடுகள் உள்ளன. தேவை கோரிக்கை வளைவு (படம் 4.1) மீது J , K க்கு இடையில் வெவ்வேறு புள்ளிகளில் விலை-அளவுக் கலவையின் கீழ் முழு அளவிற்கான இணை-செயல் திறன் நெகிழ்ச்சி (0.81) பொருந்தாது இது இரண்டு புள்ளிகளுக்கிடையில் உள்ள நெகிழ்திறன்களை மட்டுமே குறிக்கிறது. ஒரு நேர்கோட்டுத் தேவை கோரிக்கை வளைவில் புள்ளி நெகிழ்ச்சி. புள்ளி நெகிழ்திறன் என்பது நெகிழ்ச்சி அளவைக் குறைப்பதில் உள்ள சிக்கலைத் தீர்கின்றன. விலையில் மாற்றம் முடிவில்லாமல் சிறியதாக இருக்கும்

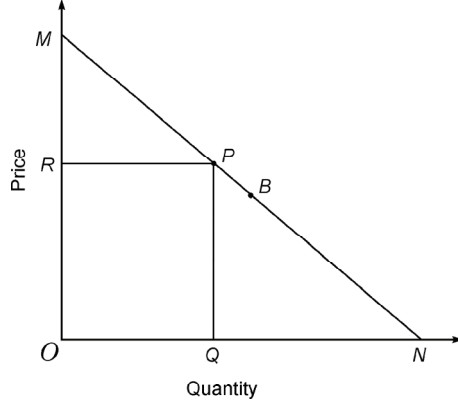
விலை நெகிழ்வுத்தன்மையின் அளவீட்டிற்குப் புள்ளி நெகிழ்திறன் கோட்பாடு பயன்படுத்தப்படுகிறது. கோடு நெகிழ்ச்சி என்பது ஒரு தேவை கோரிக்கை வளைவின் மீது ஒரு வரையறுக்கப்பட்ட புள்ளியில் கோணத்தின் நெகிழ்ச்சி ஆகும், எ.கா. புள்ளியில் P அல்லது B இன் நேர்கோட்டுத் தேவை கோரிக்கை வளைவு MN படத்தில் 4.2. இது P , B மற்றும் B புள்ளிகளுக்கு இடையேயான வளைவுக்கு மாறாக மாறுபாடு P புள்ளி B லிருந்து ஒரு மாறுபாடு விலை மாற்றத்தைக் குறிக்கிறது (ΔP) சிறிதாகவும், P புள்ளிக் கிட்டத்தட்ட அடைந்துவிட்டது. இங்கே விலை மாற்றம் எல்லையற்றச் சிறி-தினும் சிறிதாகும். அளவிடும் ஒரு புள்ளியில் நெகிழ்திறன் அளவிடும் அளவிலேயே சிறிய அளவிலான சிறிய மாற்றத்திற்கான நெகிழ்ச்சிப்புள்ளி நெகிழ்ச்சி அளவீட்டுக்கான சூத்திரம் கீழே கொடுக்கப்பட்டுள்ளது.

புள்ளி நெகிழ்ச்சி என்பது ஒரு தேவை கோரிக்கை வளைவின் மீது ஒரு வரையறுக்கப்பட்ட புள்ளியில் கோணத்தின் நெகிழ்ச்சி ஆகும். எ.கா. புள்ளியில் P அல்லது B இன் நேர்கோட்டுத் தேவை கோரிக்கை வளைவு MN படத்தில் 4.2. புள்ளிகள் P மற்றும் B க்குகள் இடையே வளைவு நெகிழ்திறன் இதற்கு மாறாக உள்ளது. P புள்ளியைக் காட்டிலும் புள்ளி B லிருந்து ஒரு நகர்வு விலை மாற்றத்தைக் குறிக்கிறது (ΔP) சிறிதாகவும் இருக்கும் புள்ளி, P புள்ளிக் கிட்டத்தட்ட அடைந்தது. இங்கே விலை மாற்றம் எல்லையற்றச் சிறியது. அளவிடும் ஒரு முடிவில் நெகிழ்திறன் அளவை அளவிடுவது போலவே முடிவில்லா எண்ணற்றச் சிறிய மாற்றத்திற்கான நெகிழ்ச்சிப். புள்ளி நெகிழ்ச்சி அளவீட்டுக்கான சூத்திரம் கீழே கொடுக்கப்பட்டுள்ளது.

புள்ளி நெகிழ்வு

$$(e_p) = \frac{P}{Q} \cdot \frac{\partial Q}{\partial P}$$

தேவை கோரிக்கைப் பகுப்பாய்வு



குறிப்புகள்

படம் 4.2 புள்ளி நெகிழ்ச்சி

$\frac{\partial Q}{\partial P}$ ஆல் நெகிழ்ச்சிக்கு சூத்திரத்தில் $\frac{\Delta Q}{\Delta P}$ க்கு பதிலாக மாற்றப்பட்டுள்ளது. மூலத்திலிருந்து பெற்றது

$$\frac{\partial Q}{\partial P}$$

தேவை கோரிக்கை வளைவு MN உடைய சரிவு ஒத்திசைவு ஆகும். இதனால் நெகிழ்வுத் தன்மை என்பது, தேவை கோரிக்கை வளைவின் ஒரு குறிப்பிட்ட புள்ளியில் விலை-அளவு விகிதத்தின் உற்பத்தியும், கோரிக்கைகளின் சரிவுகளின் பரஸ்பரத் தன்மையும் ஆகும். புள்ளி P இல் நேர்க்கோட்டின் MN இன் சாய்வின் நேர்மாறானது QN/PQ மூலமாக வடிவியல் ரீதியாக வழங்கப்படுகிறது. எனவே,

$$\frac{\Delta Q}{\Delta P} = \frac{QN}{PQ}$$

புள்ளி P இல், விலை $P=PQ$, $Q=OQ$ ஆகியவற்றில் கவனிக்க வேண்டும் Eq இல் இந்த மதிப்புகளை மாற்றுவதன் மூலம். (4.14), கிடைப்பதாகும்

$$e_p = \frac{PQ}{OQ} \cdot \frac{QN}{PQ} = \frac{QN}{OQ}$$

QN மற்றும் OQ ஆகியவற்றிற்கான மதிப்புகள் கொடுக்கப்பட்டால், நெகிழ்திறன் புள்ளி P இல் எளிதில் பெற முடியும். புள்ளிகள் J, K புள்ளிகளுக்கிடையில் வளைவு நெகிழ்வுத்தன்மையை இங்கே ஒப்பிடலாம். புள்ளி J இல்,

$$e_p = \frac{QN}{OQ} = \frac{108-43}{43} = 1.51$$

குறிப்புகள்

$e_p = 1.51$ பல்வேறு வகையான வளைவு நெகிழ்திறன் (அதாவது, $e_p = 1.49$, $e_p = 0.43$, $e_p = 0.7$, மற்றும் $e_p = 0.81$) ஆகியவற்றிலிருந்து வேறுபடுகின்றன என்பதைக் கவனத்தில் கொள்ளவும். கீழே உள்ளபடி, வடிவியல்படி $QN/OQ = PN/PM$. எனவே, புள்ளி P யின் (படம் 4.2 இல்) தேவைப்படும் நெகிழ்ச்சித் தன்மையை வெளிப்படுத்தலாம்.

கீழே பார்க்கும்போது, வடிவியல் ரீதியாக $QN/OQ = PN/PM$. எனவே, புள்ளி P யின் (படம் 4.2 இல்) தேவை கோரிக்கை நெகிழ்ச்சித் தன்மையை வெளிப்படுத்தலாம்:

$$e_p = \frac{PN}{PM}$$

சான்று. $e_p = PN/PM$ பின்வருமாறு நிரூபிக்கப்பட்ட உண்மை. குறிப்பு 4.2 இல், மூன்று முக்கோணங்கள்— ΔMON , ΔMRP மற்றும் ΔPQN — மற்றும் $\angle MON$, $\angle MRP$ மற்றும் $\angle PQN$ ஆகியவைச் சரியான கோணங்களாக இருக்கின்றன. எனவே, மற்ற தொடர்புடைய கோணங்களில்மூன்று முக்கோணங்கள் எப்போதும் சமமாக இருக்கும். எனவே, ΔMON , ΔMRP மற்றும் ΔPQN ஆகியவை ஒத்திருக்கின்றன..

இதே போன்ற முக்கோணங்களின் வடிவியல் பண்புகளின் படி, முக்கோணத்தின் எந்த இரு பக்கங்களின் விகிதமும் எப்போதும் மற்ற முக்கோணங்களின் தொடர்புடைய பக்கங்களின் விகிதத்திற்குச் சமமாக இருக்கும். இந்த விதி மூலம், ΔPQN மற்றும் ΔMRP க்கு இடையில்,

$$\frac{QN}{PN} = \frac{RP}{PM}$$

$RP = OQ$ என்பதிலிருந்து, RP க்கு OQ மேலே உள்ளச் சமன்பாட்டில், நாம் பெறுவோம்

$$\frac{QN}{PN} = \frac{OQ}{PM}$$

அது பின்வருமாறு

$$\frac{QN}{OQ} = \frac{PN}{PM}$$

இதன் அர்த்தம் P (படம். 4.2) என்ற தேவை கோரிக்கையின் விலை நெகிழ்ச்சித் தன்மையால் வழங்கப்படுகிறது.

$$e_p = \frac{PN}{PM}$$

அது ஒரு நேர்கோட்டுத் தேவை கோரிக்கை வளைவின் மீது எந்த நேரத்திலும் தேவை கோரிக்கையின் விலை நெகிழ்ச்சித் தன்மையானது கோடுகளின் மேல் பகுதிகளுக்குக் குறைந்த பிரிவின் விகிதத்திற்குச் சமமாக இருக்கும் என முடிவு செய்யலாம், அதாவது,

$$e_p = \frac{\text{கீழ் பகுதி}}{\text{மேல் பகுதி}}$$

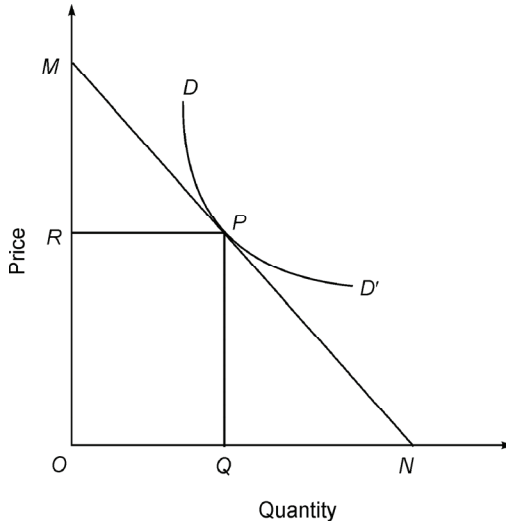
ஒரு நேர்க்கோட்டுத் தேவை கோரிக்கை வளைவில் புள்ளி நெகிழ்ச்சி ஆகும். ஒரு நேர்க்கோடு தேவை கோரிக்கை வளைவின் பொருளில் $\Delta Q / \Delta P$ விகிதம் ஒவ்வொரு புள்ளியிலும் வேறுபட்டது. எனவே, ஒரு நேர்க்கோடு, கோரிக்கை வளைவில் புள்ளி நெகிழ்ச்சி அளவிடப் பயன்படும் முறையை நேரடியாகப் பயன்படுத்த முடியாது. தொழில் நுட்பத்தில் அசாதாரண மாற்றம் தேவைப்படுகிறது. ஒரு நேர்க்கோடு கோரிக்கை வளைவில் புள்ளி நெகிழ்ச்சி அளவிட, தேர்ந்தெடுக்கப்பட்ட புள்ளி முதலில் ஒரு நேரியல் கோரிக்கையின் மீது கொண்டு வரப்படுகிறது. இது தேர்ந்தெடுக்கப்பட்ட புள்ளியின் மூலம் ஒரு தொடுகோடு வரைவதன் மூலம் செய்யப்படுகிறது. உதாரணமாக, ஒரு நேர்க்கோடு தேவை கோரிக்கை வளைவு, DD' (படம். 4.3) புள்ளியில் P நெடுவரிசையில் நெகிழ்ச்சி அளவைக் கணக்கிட வேண்டும் என்று நினைத்துக் கொண்டால். இந்த நோக்கத்திற்காக, ஒரு தொடு MN புள்ளியிலிருந்து P ஆனது தேவை கோரிக்கை வளைவு DD' மற்றும் தொடுகோடு MN அதே புள்ளியில் (P), கோரிக்கையின் வளைவின் சாய்வு மற்றும் இந்தக் கட்டத்தின் வரியும் ஒரே மாதிரியானவை.

எனவே, புள்ளி P யின் தேவை கோரிக்கை வளைவின் நெகிழ்ச்சித் தன்மைக்குச் சமமானதாக இருக்கும். புள்ளி P இக்கோட்டின் நெகிழ்ச்சி அளவிடப்படுகிறது.

$$e_p = \frac{P}{Q} \cdot \frac{\partial P}{\partial P} = \frac{PQ}{OQ} \cdot \frac{QN}{PQ} = \frac{QN}{OQ}$$

மேலே கூறப்பட்டதுபோல்,

$$\frac{QN}{OQ} = \frac{PN}{PM}$$

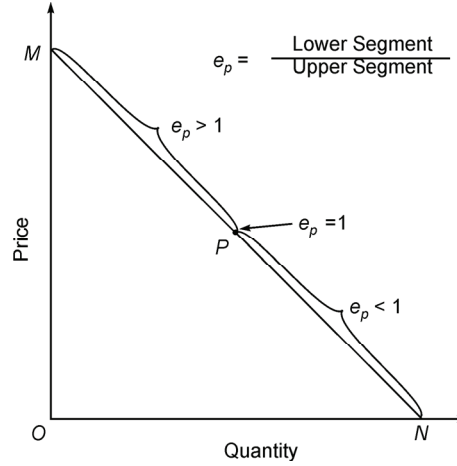


படம் 4.3 நேர்க்கோடு அல்லாத தேவை கோரிக்கை வளைவு

குறிப்புகள்

குறிப்புகள்

ஒரு நேர்க்கோட்டுத் தேவை கோரிக்கை வளைவின் மையப்பகுதியில் முடிக்க, $e_p = 1$. படம் 4.4இல், புள்ளி P தேவை கோரிக்கை வளைவு MN இன் நடுப்பகுதியில் இருக்கும். புள்ளியில், P எனவே, $e = 1$. இது புள்ளி P , $e_p > 1$ மேலே புள்ளி P யில், $e_p < 1$. இந்த சூத்திரத்தின் படி, தீவிர புள்ளி N , $e_p = 0$, மற்றும் தீவிர புள்ளியில் M , e_p வரையறுக்கப்படவில்லை, ஏனென்றால் பூஜ்ஜியத்தின் பிரிவு வரையறுக்கப்படவில்லை. இந்த முடிவு புள்ளிகள் M க்கும் N க்கும் இடையில் தொடர்புடையதாக இருப்பதை இங்குக் குறிப்பிட வேண்டும்.



படம் 4.4 வேண்டுகோளின் கோளாறுகள்

ஒரு தேவை செயல்பாடு இருந்து விலையுயர்வை அளவிடும்

ஒரு தயாரிப்புக்கான தேவையின் விலை நெகிழ்ச்சித் தன்மை கோரிக்கை செயல்பாட்டிலிருந்து நேரடியாக அளவிடப்படலாம். இந்த பிரிவில், கோரிக்கையின் விலையில் இருந்து ஒரு தயாரிப்புக்கான கோரிக்கையின் விலை நெகிழ்ச்சி அளவை அளவிடுவதற்கான முறையை நாம் விவரிக்க வேண்டும். ஒரு கோரிக்கை செயல்பாடு கொடுக்கப்பட்டால், இரண்டு விலைகளை எடுத்துக் கொண்டு, மற்றும் ஆகியவற்றின் மூலம் நெகிழ்வுத் தன்மையை அளவிட முடியும் என்று இங்கே குறிப்பிடலாம். ஆகையால், விலையை பொறுத்து கோரிக்கைகளின் நெகிழ்ச்சியை சுட்டிக் காட்டுவதற்கு

ஒரு நேரியல் கோரிக்கை செயல்பாட்டின் விலை மலிவானது

ஒரு நேர்கோட்டு கோரிக்கை செயல்பாட்டைக் கொடுக்கும் என்று கூறுகின்றன.

$$Q = 100 - 5P$$

கோரிக்கை செயல்பாடு கொடுக்கப்பட்டால், புள்ளி நெகிழ்ச்சி தன்மை எந்த அளவிற்கு அளவிடப்படும். உதாரணமாக, நாம் $P = 10$ இல் நெகிழ்ச்சி அளவைக் கணக்கிட வேண்டும் என்று நினைக்கிறோம்

$$e_p = \frac{\delta Q}{\delta P} \cdot \frac{P}{Q}$$

நெகிழ்ச்சி சூத்திரத்தில் என்ற சொல்லானது தேவை வளைவின் சரிவு ஆகும். தேவை வளைவின் சரிவு கோரிக்கை செயல்பாட்டை வேறுபடுத்துவதன் மூலம் காணலாம். அது,

$$\frac{\delta Q}{\delta P} = \frac{\delta(100 - 5P)}{\delta P} = -5$$

$\delta Q/\delta P = -5$, $e_p P = 10$ மணிக்கு ந என்ற கோணத்தை பின்வருமாறு கணக்கிட முடியும். பின்னர், $P = 10$, $Q = 100 - 5(10) = 50$. இந்த மதிப்புகள் நெகிழ்ச்சி சூத்திரத்தில் மாற்றுவதன் மூலம்,

$$e_p = (-5) \frac{10}{50} = -1$$

இதேபோல்,

$$P = 8, Q = 100 - 5(8) = 60 \text{ and}$$

$$e_p = -5 (8/60) = -40/60 = -0.67$$

மற்றும்

$$P = 15, Q = 100 - 5(15) = 25, \text{ மற்றும்}$$

$$e_p = -5 (15/25) = -75/25 = -3$$

ஒரு நேர் கோடல்லாத தேவை செயல்பாடு இருந்து விலை நெகிழ்ச்சி ஒரு நேர்காணல் தேவை எனக் கருதுங்கள், பெருக்கல் வடிவத்தின் செயல்பாடு பின்வருமாறு கொடுக்கப்பட்டுள்ளது.

$$Q = aP^{-b}$$

மற்றும் தேவைக்கூலையின் விலை நெகிழ்ச்சி கணக்கிட வேண்டும். விலை நெகிழ்ச்சி விகிதத்தை கணக்கிடுவதற்கான சூத்திரம் ஒன்று, அதாவது,

$$e_p = \frac{\delta Q}{\delta P} \cdot \frac{P}{Q}$$

விலை-நெகிழ்ச்சிக் குணகத்தை கணக்கிடுவதற்கு நாம் என்ன செய்ய வேண்டும் முதலில் முதல் காலத்தின் மதிப்பு, அதாவது தேவை வளைவின் சரிவு. கோரிக்கையை செயல்படுத்துவதன் மூலம் இந்த சாய்வு பெற முடியும்,

$$\frac{\delta Q}{\delta P} = -baP^{-b-1} \quad (4.8)$$

இதை மாற்றுவதன் மூலம். (4.8) TR இல். (4.7), e_p என கூறலாம்

$$\begin{aligned} e_p &= -baP^{-b-1} \left(\frac{P}{Q} \right) \\ &= \frac{-baP^{-b-1}}{Q} \end{aligned} \quad (4.9)$$

$Q = aP^{-b}$ என்பதிலிருந்து, பதிலீடாக, நாம் பெறுகிறோம்

$$e_p = \frac{-baP^{-b}}{aP^{-b}} = -b \quad (4.10)$$

குறிப்புகள்

குறிப்புகள்

சமன்பாடு (4.10) என்பது கோரிக்கை செயல்பாடு பெருக்கல் அல்லது சக்திவடிவத்தில் இருக்கும் போது, விலை நெகிழ்ச்சி குணகம் மாற P இன் ஆற்றலை சமப்படுத்துகிறது என்பதைக் காட்டுகிறது. இதன் பொருள், பெருக்கல் கோரிக்கை செயல்பாட்டின் விஷயத்தில் விலை நெகிழ்ச்சி தன்மையுடையதாலும், விலை மாற்றத்திலும் இருக்கும்.

விலை நெகிழ்ச்சி மற்றும் மொத்த வருவாய்

அதன் மொத்த வருவாயை அதிகரிக்கும் நோக்கில் ஒரு நிறுவனம் அதன் இலக்கை அடைய வேண்டுமென்றோ அல்லது விலை குறைவதா என்பதை அறிந்து கொள்ள விரும்புகிறது. அதன் விலையின் பல்வேறு மட்டங்களில் அதன் உற்பத்திக்கானவிலை-நெகிழ்ச்சி குணகம் இந்தக் கேள்விக்கு விடையளிக்கிறது. எளிய பதில் என்ன வென்றால், $e_p > 1$ என்றால், விலை குறைவது மொத்த வருவாய் அதிகரிக்கும் மற்றும் $e_p < 1$ என்றால், விலை அதிகரிக்கும் மொத்த வருவாய் அதிகரிக்கும். இந்த புள்ளியில், மொத்த வருவாய் (TR) மற்றும் ஓரளவு வருவாய் (MR) செயல்பாடுகள் மற்றும் விலை நெகிழ்ச்சித் தன்மை ஆகியவற்றைத் தெரிந்து கொள்ள வேண்டும். $TR = Q \cdot P$, என்பதால், நாம் P மற்றும் Q ஐ அறிந்திருக்க வேண்டும். கோரிக்கை செயல்பாடு மூலம் இந்தத் தகவல் பெறப்படலாம். எங்கள் கோரிக்கை செயல்பாட்டை நினைவூட்டிக் கொள்வோம்.

$$Q = 100 - 5P$$

விலை செயல்பாடு (P) கோரிக்கை செயல்பாடு இருந்து பெறப்பட்ட முடியும்

$$P = 20 - 0.2Q \quad (4.11)$$

விலை செயல்பாடு கொடுக்கப் பட்டால் TR பெறலாம்

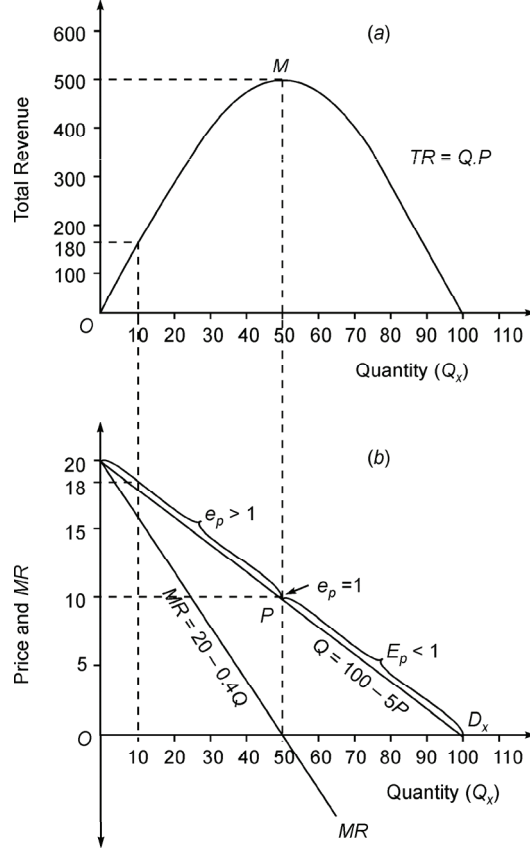
$$TR = P \cdot Q = (20 - 0.2Q)Q = 20Q - 0.2Q^2$$

இந்த TR சார்பில் இருந்து, MR -செயல்பாட்டைப் பெறலாம்

$$MR = \frac{\partial TR}{\partial Q} = 20 = 0.4Q$$

TR சார்பில்குழு (a) குழுவில் உள்ளது மற்றும் தேவைமற்றும் MR செயல்பாடுகளை படம் (b) படத்தில் 4.5. புள்ளி காட்டப்படுகையில், புள்ளி வளைவின்மீது P இல், $e = 1$ வெளியீடு, $Q = 50$. புள்ளி P , $e < 1$ மற்றும் மேலே புள்ளி P , $e < 1$ இல். 1. இதுபடத்தில் (a) 4.5 TR வரை நீண்ட காலமாக அதிகரிக்கிறது. $e = 1$ மற்றும் $e < 1$.

விலை நெகிழ்ச்சி மற்றும் TR இடையே உள்ள உறவு அட்டவணை 4.1 இல் சுருக்கப்பட்டுள்ளது. அட்டவணை காட்டுகிறது போது, தேவை முற்றிலும் நெகிழ்வற்ற போது (அதாவது, ஒரு செங்குத்து கோடு வழக்கு போன்ற $e_p = 0$) விலை எழுப்பப்பட்ட போது விலை குறைவு மற்றும் தேவைப்படும் போது எந்த அளவு குறைவு இல்லை. ஆகையால், விலை உயர்வு மொத்த வருவாய் மற்றும் நேர்மாறாக அதிகரிக்கிறது.



குறிப்புகள்

படம் 4.5 விலை நெகிழ்ச்சி மற்றும் மொத்த வருவாய்

ஒரு உள்ளார்ந்த கோரிக்கை (i.e., $e_p < 1$) விஷயத்தில், விலை விகிதத்தில் குறைவான அளவு குறைவதால், விலை வீழ்ச்சிக்கும் போது மொத்தவருவாய் வீழ்ச்சியடைகிறது. விலை அதிகரிக்கும்போது மொத்த வருவாய் அதிகரிக்கிறது, ஏனெனில் விலை விகிதத்தில் விகிதாசார அதிகரிப்புக்கு குறைவாக குறைவு ஏற்படுகிறது.

ஒரு உற்பத்தியின் தேவையை அலகு மீளருவாக்கம் ($e_p = 1$) அளவு குறைக்க (அல்லது அதிகரிப்பு) விகிதத்தில் அதிகரிக்கும் (அல்லது குறைகிறது) அளவு கோருகிறது. எனவே, மொத்த வருவாய் பாதிக்கப்படவில்லை.

கிடைமட்ட நேர்கோட்டு கோணத்தில் குறிப்பிடப்படும் எண்ணற்ற மீள் தேவை என்பது அரிதானது. அத்தகைய கோரிக்கை வரியை ஒரு நுகர்வோருக்கு எந்தவொரு பொருட்களையும் வாங்குவதற்கான வாய்ப்பைக் கொடுக்கிறது மற்றும் விற்பனையாளர் ஒரு குறிப்பிட்ட விலையில் எந்த அளவு பொருட்களையும் விற்க முடியும் என்பதைக் குறிக்கிறது. இது ஒரு பொருந்தக் கூடிய போட்டிச் சந்தையில் வாங்குதல் மற்றும் விற்கப்படுவது போன்றது. ஒரு விற்பனையாளர் அதிகமான அல்லது குறைந்த விலையை வசூலிக்க முடியாது.

அட்டவணை 4.1 இழுவை விலை மாற்றம் மற்றும் TR இல் மாற்றம்

குறிப்புகள்	தேவையான கூட்டுறவு திறமை	விலை மாற்றம்	விலை TR
	$e = 1$	அதிகரிக்கிறது குறைகிறது	அதிகரிக்கிறது குறைகிறது
	$e < 1$	அதிகரிக்கிறது குறைகிறது	அதிகரிக்கிறது குறைகிறது
	$e = 1$	அதிகரிக்கிறது குறைகிறது	அதிகரிக்கிறது குறைகிறது
	$e > 1$	அதிகரிக்கிறது குறைகிறது	அதிகரிக்கிறது குறைகிறது
	$e = \infty$	அதிகரிக்கிறது குறைகிறது	அதிகரிக்கிறது குறைகிறது

*சந்தையின் அளவுக்கு உட்பட்டது.

விலை நெகிழ்ச்சி மற்றும் விளிம்பு வருவாய்

விலை நெகிழ்ச்சி மற்றும் மொத்த வருவாய் (TR) ஆகியவற்றுக்கு இடையேயான உறவு விலை நெகிழ்ச்சி மற்றும் விளிம்பு வருவாய் (MR) ஆகியவற்றுக்கு இடையேயான உறவைக் கண்டறிவதன் மூலம் மேலும் துல்லியமாக அறியப்படுகிறது. MR என்பது வு சார்பின் முதல் வகைக்கெழு மற்றும் $TR = P \cdot Q$ ($P =$ விலை மற்றும் $Q =$ அளவு விற்பனை செய்யப்பட்டது). விலை நெகிழ்ச்சி, MR மற்றும் TR இடையே உள்ள உறவு கீழே காட்டப்பட்டுள்ளது

$$TR = P \cdot Q$$

$$\begin{aligned} MR &= \frac{\partial(P \cdot Q)}{\partial Q} = P + Q \frac{\partial P}{\partial Q} \\ &= P \left(1 + \frac{Q}{P} \cdot \frac{\partial P}{\partial Q} \right) \end{aligned} \quad (4.12)$$

$\frac{Q}{P} \cdot \frac{\partial P}{\partial Q}$ இல் கவனிக்கவும். (4.12) நெகிழ்திறன் உள்ளது.,

$$\frac{Q}{P} \cdot \frac{\partial P}{\partial Q} = -\frac{1}{e_p}$$

இல் $-\frac{1}{e_p}$ for $\frac{Q}{P} \cdot \frac{\partial P}{\partial Q}$ மின் மாற்று. (4.12), கிடைக்கும்

$$MR = P \left(1 - \frac{1}{e_p} \right) \quad (4.13)$$

MR மற்றும் விலை-நெகிழ்ச்சித் தேவை ஆகியவற்றிற்கு இடையிலான உறவைப் பொறுத்தவரையில், விலையை மாற்றுவது பயனளிக்கும் என்பதை முடிவு செய்யும் தயாரிப்பாளர்கள் எளிதாக அறிந்து கொள்ளலாம். $e < 1$, $MR = 0$. என்றால், விலையில் மாற்றம் TR இல் எந்த மாற்றத்தையும் ஏற்படுத்தாது. விலை < 1 , $MR < 0$, TR குறைந்து, விலை அதிகரிக்கும் போது TR அதிகரிக்கும் போது குறைகிறது. மேலும், $e > 1$, $MR > 0$, TR விலை அதிகரித்தால் மற்றும் விலைவாசி குறையும். விலை நெகிழ்ச்சி, TR மற்றும் MR சமன்பாட்டில் கொடுக்கப்பட்ட. (4.13), விலை நெகிழ்ச்சிக்கான சூத்திரம் (e_p) TR மற்றும் MR ஆகியவற்றின் அடிப்படையில் வெளிப்படுத்தப்படலாம். $P = AR$ என்று நமக்குத் தெரியும். எனவே சமன்பாடு. (4.13) என எழுதலாம்

குறிப்புகள்

$$MR = AR \left(1 - \frac{1}{e_p} \right)$$

$$MR = AR - \frac{AR}{e_p}$$

விதிகளை மீண்டும் வரிசைப்படுத்துவதன் மூலம், நாம் பெறுகிறோம்

$$MR - AR = \frac{AR}{e_p}$$

அல்லது

$$\frac{MR - AR}{AR} = -\frac{1}{e_p}$$

இந்த சமன்பாட்டின் நேர்மாறானது, வெளிப்படுத்தக் கூடிய கோரிக்கைகளின் விலை நெகிழ்ச்சித் தன்மையின் (e_p) அளவை அளிக்கும்.

$$\frac{AR}{MR - AR} = -e_p \quad \text{அல்லது} \quad -e_p = \frac{AR}{AR - MR}$$

தேவைப்படும் விலையுயர்வைக் கொண்டிருக்கும் காரணிகள்

ஒரு உற்பத்தியின் விலை-நெகிழ்ச்சித் தன்மைக்கும் பூஜ்ஜியத்திற்கும் இடையே மாறுபடும் என்பதை நாம் மேலே குறிப்பிட்டிருக்கிறோம். ஆனால் குறிப்பிட்ட விலையில் தேவைப்படும் விலையுயர்வு, பின்வரும் காரணிகளைப் பொறுத்து, தயாரிப்புகளிலிருந்து உற்பத்திக்கு மாறுபடும்.

1. மாற்றீடுகளின் கிடைக்கக்கூடிய தன்மை. ஒரு பொருளுக்கு தேவைப்படும் நெகிழ்ச்சி மிகமுக்கியமான தீர்மானங்களில் ஒன்று அதன் நெருங்கிய பதிலீடாகும். அதிகப்படியான மாற்றுத்திறனாளியின் அளவு, அதிகப்படியான பொருட்களுக்கான தேவை அதிகரிப்பு. உதாரணமாக, காபி மற்றும் தேயிலை ஒருவரையொருவர் நெருங்கிய மாற்றாகக் கருதலாம். இந்த பொருட்களில் ஒன்றின் விலை அதிகரிக்கும் போது, மற்ற பொருட்கள் ஒப்பீட்டளவில் மலிவானதாக மாறும். எனவே, நுகர்வோர் ஒப்பீட்டளவில் மலிவான நன்மையைக் குறைவாகவும், விலை உயர்ந்தவர்களாகவும் குறைவாகவும், மற்ற எல்லாவற்றையும் ஒரேமாதிரியாகவும் வாங்குவர். இந்த

குறிப்புகள்

இரு பொருட்களுக்கான தேவை நெகிழ்திறன் அதிகமாக இருக்கும். தவிர, மாற்று பரவலான பரவலானது, நெகிழ்ச்சி அதிகமாகும். உதாரணமாக, சோப்புகள், பற்பசை, சிகரெட்டுகள், முதலியன வெவ்வேறு பிராண்ட்களில் கிடைக்கின்றன, ஒவ்வொரு பிராண்டும் மற்றொன்றுக்கு நெருக்கமான மாற்றாக இருக்கிறது. எனவே, ஒவ்வொரு பிராண்டிற்கும் தேவைப்படும் விலையுயர்வு, பொதுவான பொருட்களுக்கானதை விட அதிகமாகும். மறு புறத்தில், சர்க்கரை மற்றும் உப்புக்கு நெருக்கமான மாற்றீடு இல்லை, எனவே அவற்றின் விலை-நெகிழ்ச்சி குறைவாக உள்ளது.

2. இயற்கை பொருள். ஒரு பொருளின் தன்மை அதன் கோரிக்கையின் விலையுயர்ந்த தன்மையை பாதிக்கிறது. பொருட்களான ஆடம்பரங்கள், வசதிகளும், அவசியங்களும். ஆடம்பர பொருட்களுக்கான தேவை (எ.கா., உயர்-விலை குளிர்ந்த பெட்டிகள், டிவிசெட், காஸ், அலங்காரம் பொருட்கள் போன்றவை) அவசியமான தேவைகளுக்கும் வசதிகளுக்கும் தேவை அதிகமானதாக உள்ளது. ஏனெனில் ஆடம்பர பொருட்களின் நுகர்வு விலைகள் உயரும் போது தள்ளிவைக்கப்படலாம் அல்லது தள்ளிவைக்கலாம். மறுபுறம், தேவையான பொருட்களின் நுகர்வு, (எ.கா., சர்க்கரை, துணி, காய்கறிகள்) தள்ளிவைக்க முடியாது, எனவே அவற்றின் தேவை தூண்டப்படாது. ஆறுதல் தேவைகளை விட அதிகமான மீள்தேவை மற்றும் ஆடம்பரங்களை விட குறைவான மீள்தன்மை. பொருட்களும் நீடித்த பொருட்கள் மற்றும் அழிந்து போகக்கூடிய அல்லது நீடிக்காத பொருட்களாக வகைப்படுத்தப்படுகின்றன. நீடித்த விலையுயர்ந்த பொருட்களுக்கான தேவை, நீடித்த விலையுயர்ந்த பொருட்களுக்கு விட மிகஅதிகமாக உள்ளது. ஏனென்றால் முன்னாள் விலை அதிகரிக்கையில், மக்கள் அதை மாற்றுவதற்குப் பதிலாக அல்லது 'இரண்டாவதாக' வாங்குவதற்குப் பதிலாக பழையது வாங்கப்படுகிறது.

3. மொத்த நுகர்வு எடை. தேவை நெகிழ்ச்சியை பாதிக்கும் மற்றொரு காரணி நுகர்வோர் ஒரு குறிப்பிட்ட பண்டத்தில் செலவிடும் வருவாயின் விகிதமாகும். ஒரு பொருளுக்கு செலவழித்த வருமான விகிதம் அதிகமாக இருந்தால், அதன் கோரிக்கை இன்னும் மீள்இருக்கும். மாறாக, ஒரு பொருளுக்கு செலவழித்த வருமான விகிதம் சிறியதாக இருந்தால், அதன் கோரிக்கை விலை குறைந்தது. அத்தகைய பொருட்களின் கிளாசிக் உதாரணங்கள் உப்பு, போட்டிகள், புத்தகங்கள், பேனாக்கள், பற்பசை, முதலியன ஆகும். இந்த பொருட்கள் வருவாயை மிகக் குறைவாகக் கூறுகின்றன. இத்தகைய பொருட்களுக்கான தேவை பொதுவாக தேவை இல்லாததால், இத்தகைய பொருட்களின் விலையில் அதிகரிப்பு நுகர்வோர் வரவு செலவுத் திட்டத்தை கணிசமாக பாதிக்காது. ஆகையால், விலைகள் அதிகரிக்கும் போது, அதே அளவை மக்கள் தொடர்ந்து வாங்குவர்.

4. நுகர்வுமுறை சரிசெய்யும் நேரக்காரணி. விலை-நெகிழ்ச்சிதன்மைக்கு ஏற்றவாறு வாடிக்கையாளர்களுக்கு ஒரு புதிய விலைக்கு தங்கள் நுகர்வு முறைகளை சரிசெய்ய வேண்டிய நேரத்தையும் சார்ந்துள்ளது: நீண்ட நேரம்கிடைக்கும், அதிக விலை-நெகிழ்ச்சி. காரணம், காலப் போக்கில், நுகர்வோர் விலைமாற்றங்களுக்கு தங்கள் செலவுகளை சரிசெய்ய முடிகிறது. எடுத்துக்காட்டாக, டி வி செட் விலை குறைந்து விட்டால், அதிகமான வாங்கும் சக்தியைக் கொண்டிராவிட்டால், கோரிக்கை உடனடியாக அதிகரிக்காது. ஆனால், காலப்போக்கில், மக்கள் தங்கள் செலவின முறைகளை சரிசெய்ய முடியும், இதனால் அவர்கள் குறைந்த (புதிய) விலையில் ஒரு

தொலைக்காட்சி தொகுப்பை வாங்க முடியும். மற்றொரு உதாரணத்தைக் கவனியுங்கள். பெட்ரோல் விலை குறைக்கப்பட்டால், பெட்ரோல் தேவை உடனடியாகவும், கணிசமாகவும் அதிகரிக்காது. ஆயினும், காலப்போக்கில், பெட்ரோல் விலைக்கு கணிசமான அதிகரிப்பை ஏற்படுத்துவதன் காரணமாக வாகனங்களை வாங்குவதற்கு குறைந்த பெட்ரோல் விலையிலிருந்து மக்கள் ஊக்கமளிக்கின்றனர்.

குறிப்புகள்

5. பண்டங்களின் பயன்பாட்டின் வரம்பு. ஒரு பொருளின் பயன்பாட்டு அளவுகள் அதன் கோரிக்கையின் விலை-நெகிழ்ச்சித் தன்மையை பாதிக்கிறது. ஒரு பொருளின் பயன்பாட்டின் பரவலான விலையில் குறைவதற்கான தேவையை அதிகப்படுத்துகிறது. பல்லுயிர் பொருட்களின் விலை குறையும்போது, மக்கள் தங்கள் நுகர்வுகளை அதன் பிறப்பைப்பாடுகளுக்கு நீட்டிக்கிறார்கள். எனவே, அத்தகைய ஒரு பொருட்களுக்கான தேவை பொதுவாக அதன் விலையின் விகிதாசார அதிகரிப்புக்கு அதிகமானதை அதிகரிக்கிறது. உதாரணமாக, பால் மற்றும் தயிர், சீஸ், நெய் மற்றும் வெண்ணெய்பால் ஆகியவற்றின் பால் எடுத்துக்கொள்ளலாம். எனவே, பால் தேவைக்கு விலை அதிகரிப்பதற்கு பால் தேவைப்படுவது மிகவும் மிதமாக இருக்கும். இதே போல், விளக்குகள், சமையல், வெப்ப மூட்டும் மற்றும் தொழில் துறை நோக்கங்களுக்காக மின்சாரம் பயன்படுத்தப்படலாம். எனவே, மின்சாரத்திற்கான தேவை அதிகமான நெகிழ்ச்சி கொண்டது. எவ்வாறாயினும், விலை அதிகரிப்புக்கு, அத்தகைய பொருட்கள் குறைந்த விலை-நெகிழ்ச்சித் தன்மையைக் கொண்டுள்ளன, ஏனெனில் ஒரு சாதாரண நன்மை நுகர்வு என்பது பொருட்களின் விலை அதிகரிக்கும் போது கணிசமான அளவுக்கு வெட்டப்படக் கூடாது.

6. சந்தையின் விகிதம் வழங்கப்பட்டது. சந்தை தேவைகளின் நெகிழ்ச்சி மேலும் விலையில் வழங்கப்பட்ட சந்தையின் விகிதத்தை சார்ந்துள்ளது. சந்தைகளில் பாதிக்கும் குறைவாக இருந்தால் ஆளும்விலைக்கு வழங்கப்பட்டால், விலை-நெகிழ்ச்சி தேவை 1 ஐ விட அதிகமாக இருக்கும், மேலும் சந்தையில் பாதிக்கும் மேலானது வழங்கப்பட்டால், $e < 1$.

4.3.1 தேவை கோரிக்கையின் குறுக்கு நெகிழ்திறன்:

குறுக்கு நெகிழ்ச்சி என்பது அதன் மாற்று மற்றும் நிரப்பு பொருட்கள் விலையில் ஏற்படும் மாற்றங்களுக்கான ஒரு பொருளின் தேவையைப் பிரதிபலிப்பதாகும். உதாரணமாக, தேயிலைக்கு தேவைப்படும் குறுக்கு நெகிழ்ச்சி, காபியின் விலையில் மாற்றத்திற்கான கோரிக்கைக்கு அதன் அளவிலான சதவீத மாற்றம் ஆகும். $e_{c,t}$ தேநீர் மற்றும் காபி $e_{t,c}$ ஆகியவற்றிற்கான தேவைக்கு குறுக்கு நெகிழ்ச்சி அளவைக் கணக்கிடுவதற்கான சூத்திரம் கீழே கொடுக்கப்பட்டுள்ளது.

$$e_{t,c} = \frac{\text{Percentage change in demand for tea } (Q_t)}{\text{Percentage change in demand for tea } (P_c)}$$

$$= \frac{P_c}{Q_t} \cdot \frac{\Delta Q_t}{\Delta P_c} \quad (4.14)$$

மற்றும்

$$e_{c,t} = \frac{P_t}{Q_c} \cdot \frac{\Delta Q_c}{\Delta P_t} \quad (4.15)$$

குறிப்புகள்

அதே சூத்திரம் நிரப்பு பொருட்களின் விலையில் மாற்றத்திற்கான ஒரு நன்மைக்காக தேவைப்படும் குறுக்கு நெகிழ்ச்சி அளவை அளவிட பயன்படுகிறது. மின்கேஜெட்டுகளுக்கு மின்சாரம், வாகனங்களுக்கு பெட்ரோல், ரொட்டிக்கு வெண்ணெய், சர்க்கரை மற்றும் தேநீர் மற்றும் காபிக்கு பால் ஆகியவை நிரப்பு பொருட்கள்.

இரண்டு பொருட்கள் ஒருவருக்கொருவர் மாற்றாக இருக்கும் போது, அவற்றின் கோரிக்கை நேர்மறையான குறுக்கு நெகிழ்தன்மை கொண்டதாக இருப்பதால், ஒரு விலையின் அதிகரிப்பு மற்றவர்களுக்கான தேவை அதிகரிக்கிறது என்பதைக் கவனத்தில் கொள்ள வேண்டும். மேலும், நிரப்பு பொருட்களுக்கான கோரிக்கை எதிர் மறையான குறுக்கு நெகிழ்ச்சித் தன்மையைக் கொண்டுள்ளது, ஏனெனில் ஒரு நல்ல விலையில் அதிகரிப்பு அதன் நிரப்பு பொருட்களுக்கான தேவை குறைகிறது.

குறுக்கு நெகிழ்ச்சி பயன்பாடு

குறுக்கு நெகிழ்ச்சி ஒரு முக்கியமான பயன்பாடு மாற்று பொருட்கள் வரையறுக்க உள்ளது. இரண்டு பொருட்களுக்கிடையில் குறுக்கு நெகிழ்ச்சி நேர்மறையானதாக இருந்தால், இரண்டு பொருள்களும் ஒன்றுக்கொன்று மாற்றாகக் கருதப்படலாம். மேலும், அதிகமான குறுக்கு நெகிழ்ச்சி, நெருக்கமான மாற்று இதேபோல், இரண்டு தொடர்புடைய பொருட்களுக்கான கோர்-நெகிழ்ச்சித் தன்மை எதிர்மறையாக இருந்தால், அவை இரண்டும் ஒன்றோடொன்று நிரப்புவதாக கருதப்படலாம்: அதிகபட்ச எதிர்மறையான செயல்திறன், அதிகப்படியான இணைப்பானது.

மாற்றங்கள் மற்றும் நிரப்பு பொருட்கள் கொண்ட பொருட்களின் விலையை மாற்றுவதில் குறுக்கு நெகிழ்ச்சி என்பது முக்கிய முக்கியத்துவம் வாய்ந்தது. பதிலீடான விலங்கிற்கு விடையிறுக்கும் குறுக்கு நெகிழ்ச்சி இருந்தால் ஒன்றுக்கு அதிகமாக இருந்தால், அது விலையை அதிகரிக்க அனுமதிக்கப்படாது மாறாக, விலையை குறைப்பது நன்மை பயக்கும். பூர்த்தி செய்யப்பட்ட பொருட்களின் விலை மேலும், விலையை குறைப்பது பூர்த்தி செய்யும் நன்மைகளின் விலை உயர்த்தப்பட்டால், தேவையை பராமரிப்பதில் உதவியாக இருக்கும். தவிர, குறுக்கு நெகிழ்திறன் துல்லியமான நடவடிக்கைகள் கிடைக்கும் என்றால், நிறுவனம் அதன் தயாரிப்பு கோரிக்கை முன்னறிவிக்கும் பதிலீடாக மற்றும் முழுமையடையும் ஏற்ற இறக்க விலை எதிராக தேவையான பாதுகாப்புகளை பின்பற்ற முடியும்.

4.3.2 வருமானம்-நெகிழ்திறன் தேவை கோரிக்கை

ஒரு உற்பத்தியின் விலையையும் அதன் மாற்றீட்டையும் தவிர, நுகர்வோர் வருமானம் என்பது தயாரிப்புக்கான கோரிக்கைக்கான மற்றொரு அடிப்படைத் தீர்மானமாகும். முன்பு குறிப்பிட்டது போல், அளவு மற்றும் வருவாய்க்கு இடையேயான உறவு நேர்மறை தன்மையைக் கொண்டது, எதிர்மறை விலை-தேவை உறவு போலல்லாமல். நுகர்வோர் வருமானம் மற்றும் நேர்மாறாக அதிகரிப்புடன் பெரும்பாலான பொருட்கள் மற்றும் சேவைகளின் தேவை அதிகரிக்கிறது. வருவாயில் ஏற்படும் மாற்றங்களுக்கான தேவை வருவாய்-நெகிழ்ச்சித் தன்மையைக் குறிக்கிறது.

ஒரு தயாரிப்புக்கான வருமானம்-நெகிழ்ச்சித் தன்மை, X , (அதாவது, தேவை கோரிக்கைப் பகுப்பாய்வு e_y) எனக்கூறலாம்:

$$e_y = \frac{\frac{\Delta X_q}{X_q}}{\frac{\Delta Y}{Y}} = \frac{Y}{X_q} \cdot \frac{\Delta X_q}{\Delta Y} \quad (4.16)$$

(X_q = அளவு X கோரியது Y = செலவழிக்கத்தக்க வருமானம் $\Delta X_q = X$ இன் அளவு கோரிக்கை மாற்றம் மற்றும் $\Delta Y =$ மாற்றம்)

வெளிப்படையாக, வருமானம்-நெகிழ்ச்சித் தன்மையை அளவிடுவதற்கான சூத்திரம் விலை நெகிழ்ச்சி அளவைக் கணக்கிடுவது போலவே ஆகும். சூத்திரத்தின் ஒரே மாற்றம்மாறி 'வருமானம்' (Y) மாறி 'விலை' (P) க்கு மாற்றாக உள்ளது. இங்கே, வருமானம் செலவழிக்கத்தக்க வருவாயைக் குறிக்கிறது, அதாவது வரிகளின் வருவாய் நிகரவிலை-நெருக்குதல்களை அளவிடுவதற்கான அனைத்து சூத்திரங்கள், வருவாய்-நெகிழ்ச்சிகளை அளவிடுவதற்காக, மற்றும் வருமானம் அளிக்கும் நோக்கத்திற்கும் இடையே உள்ள வேறுபாட்டை குறிக்கிறது,

உதாரணமாக, வருமானம் ஈட்டத்தை மதிப்பிடுவதற்காக, அதன் ஊழியர்களுக்கு 10 சதவீத வீழ்ச்சியடைந்த கொடுப்பவை என அரசு அறிவிக்கிறது. இதன் விளைவாக அரசாங்க ஊழியர்களின் சராசரி மாதசம்பளம் 20,000 முதல் 22,000 வரை அதிகரிக்கிறது. சம்பள உயர்வு தொடர்ந்து, அரசாங்க ஊழியர்களின் மாதாந்திர பெட்ரோல் நுகர்வு மாதத்திற்கு 150 லிட்டர் இருந்து 165 லிட்டர் வரை அதிகரிக்கிறது. பெட்ரோல் நுகர்வு வருவாய் நெகிழ்ச்சி இப்போது பின்வருமாறு வேலை செய்ய முடியும். இந்த வழக்கில், $e_{ct} = 22,000 - 20,000 = 2,000$, மற்றும் e_{ct} (எண்ணெய் தேவை) = 165 லிட்டர் - 150 லிட்டர் = 15 லிட்டர். இல் உள்ள மதிப்புகளை மாற்றுவதன் மூலம். (4.16), நாங்கள் கிடைக்கும்

$$e_y = \frac{20,000}{150} \times \frac{15}{2,000} = 1$$

அதாவது, அரசாங்க ஊழியர்களின் பெட்ரோல் நுகர்வு வருவாய் நெகிழ்ச்சித் தன்மை 1 ஆகும். இதன் அர்த்தம் பெட்ரோல் நுகர்வு ஒரு சதவிகிதம் அதிகரிக்கும் வருவாயில் ஒரு சதவீதம் அதிகரிப்பு.

தேவையற்ற விலை-நெகிழ்ச்சித் தன்மையைப் போலன்றி, எப்போதும் எதிர்மறையானது, வருவாய் மற்றும் நெகிழ்ச்சித் தன்மையின் தேவை எப்போதும் நேர்மறையானது என்பதால், வருவாய் மற்றும் அளவு ஆகியவற்றிற்கு இடையே ஒரு நேர் மறையான உறவு தேவைப்படுகிறது. ஆனால் இந்த விதி விலக்கு உள்ளது. தலை கீழ் நன்மைக்கான கோரிக்கையின் வருமானம் எதிர்மறையான பதிலீட்டு விளைவின் காரணமாக உள்ளது. நுகர்வோர் வருவாயில் அதிகரித்து வரும் குறைவான பொருட்களின் தேவை குறைகிறது. வருமானம் அதிகரிக்கும் போது, நுகர்வோர் உயர்ந்த மாற்றீடுகளின் நுகர்வுக்கு மாறுகிறார்கள், அதாவது, அவர்கள் தாழ்ந்தவர்களுக்கான உயர்ந்த பொருட்களை மாற்று கின்றனர். எடுத்துக்காட்டாக, வருமானம்

குறிப்புகள்

அதிகரிக்கும்போது, அரிசி மற்றும் கோதுமை மற்றும் குறைவான உணவு தானியங்கள் குறைவாக வாங்குவதற்கு மக்கள் விரும்புகிறார்கள் அல்லாத மாத்திரைகள் இறைச்சி மற்றும் உருளைக்கிழங்கு குறைவாக வாங்க, மற்றும் பயணிகள் விமானம் மூலம் மேலும் பயணம் மற்றும் ரயில் மூலம் குறைவாக.

குறிப்புகள்

பொருட்கள் மற்றும் வருமானம்-நறுமணத்தின் தன்மை

அனைத்து சாதாரண பொருட்களிலும், வருவாய்-நெகிழ்ச்சி என்பது சாதகமானதாக இருந்தாலும் நெகிழ்வுத் தன்மை பொருட்களின் இயல்புடன் மாறுபடும். மூன்றுவகையிலான நுகர்வோர் பொருட்கள், அதாவது, அவசியங்கள், வசதிகளும், ஆடம்பரங்களும் வெவ்வேறு நெகிழ்ச்சிகளை கொண்டுள்ளன. வருமானத்தில் அதிகரிப்பு மற்றும் விற்பனையின் மீதான அவர்களின் விளை பொருட்களின் வருவாய்-நெகிழ்வுத் தன்மையின் பொதுவான வகை அட்டவணை 4.2 இல் கொடுக்கப்பட்டுள்ளது.

அட்டவணை 4.2 வருமானம்-நெகிழ்ச்சி

<u>நுகர்வோர் பொருட்கள்</u>	<u>கூட்டுறவு திறன் வருமானம்-நெகிழ்ச்சி</u>	<u>மாற்றம் விற்பனையில் விளைவு</u>
1. அவசியமான பொருட்கள்	ஒன்றுக்கு குறைவாக ($e_y < 1$)	விகிதாச்சாரத்தைவிட குறைவாக விற்பனை மாற்றம்
2. வசதிகள்.ஆகியவற்றை	ஒற்றுமைக்கு கிட்டத்தட்ட சமம் ($e_y \cong 1$)	கிட்டத்தட்ட விகிதாச்சார விற்பனை மாற்றம்
3 ஆடம்பரங்களையும்	ஒற்றுமையை விட பெரியது ($e_y > 1$)	விகிதாச்சாரத்தைவிட விற்பனை அதிகரிப்பு

நுகர்வோர் விருப்பம், நுகர்வோர் மற்றும் வருமான அளவு மற்றும் ஆர்ப்பாட்டம் விளைவு என்பதற்கான வாய்ப்புகள் ஆகியவற்றைப் பொறுத்து, பல்வேறு வகை பொருட்களுக்கான தேவைக்கான வருமானம்-நெகிழ்ச்சித் தன்மை, வீட்டுக்கு வீடு மற்றும் அவ்வப்போது வேறுபடலாம். வருவாய் நெகிழ்ச்சித் தன்மையின் பொதுவான வடிவத்திலிருந்து விலகல் ஏற்படக்கூடும் வேறுகாரணி வருவாய் அதிகரிப்பு அதிர்வெண் ஆகும். வருமானத்தில் அதிகரிப்பு அதிகமாக இருந்தால், வருவாய்-நெகிழ்வுத் தன்மைகள் பொதுவான வகைக்கு இணங்க வேண்டும்.

வணிக முடிவுகளில் வருவாய்-நெகிழ்ச்சித் திறன் பயன்கள்

குறுகிய காலத்தில் மொத்த வருவாய் அதிகரிக்கும் நோக்கில் விலை மற்றும் குறுக்கு நெகிழ்திறன் ஆகியவை அதிகமான முக்கியத்துவம் வாய்ந்தவை என்றாலும், ஒரு தயாரிப்புக்கான வருமானம் சார்ந்த தன்மை, தயாரிப்புத் திட்டமிடல் மற்றும் மேலாண்மை ஆகியவற்றில் நீண்டகாலமாக முக்கியத்துவம் வாய்ந்ததாகும், குறிப்பாக வணிகச் சுழற்சியின் காலம். எதிர்கால தேவைகளை மதிப்பிடுவதில் வருவாய்-நெகிழ்ச்சித் தன்மையைக் கருத்தில் கொள்ளலாம், இதன் மூலம் வருமானத்தில் அதிகரிப்பு விகிதம் மற்றும் வருவாய்-நெகிழ்ச்சித் தன்மையின் தயாரிப்புகள் அறியப்படுகின்றன. வருமான நெகிழ்வுத்திறன் பற்றிய அறிதல், கணிக்கப்பட்ட கணிப்புகளில்,

5. தேவைப்படும் குறுக்கு நெகிழ்திறன் ஒரு முக்கியமான பயன்பாடு மாற்று பொருட்களை வரையறுக்க வேண்டும். இரண்டு பொருட்களுக்கிடையில் குறுக்கு நெகிழ்ச்சி நேர்மறையானதாக இருந்தால், இரண்டு பொருள்களும் ஒன்றுக்கொன்று மாற்றாகக் கருதப்படலாம்.

4.5 திரட்டு

- ஒரு நிறுவனத்தின் உற்பத்திக்கான மொத்த தேவை பற்றிய பகுப்பாய்வு வணிக முடிவெடுப்பதில் முக்கிய பங்கு வகிக்கிறது.
- சந்தை விலை அல்லது வெவ்வேறு அளவுகளில் ஒரு கட்டத்தில் சந்தையின் அளவை வியாபாரத்தின் ஒட்டு மொத்த நோக்கத்தை வழங்குகிறது இது வியாபாரத்தை விரிவுபடுத்துவதற்கான வாய்ப்பை வழங்குகிறது எதிர்கால உற்பத்தி, மூலப் பொருட்களின் சரக்குகள், விளம்பரம் மற்றும் விற்பனை நிலையங்கள் அமைக்க திட்டமிடுவதில் இது ஒரு முக்கியப்பங்கு வகிக்கிறது.
- தேவைக்கேற்ப சட்டம் தேவைப்படுகிறது, எல்லாவற்றையும் தொடர்ந்து நிலைத்திருக்க வேண்டும், அதன் விலையும் அதிகரிக்கும் போது அதன் விலை குறைந்து, குறைக்கப்படும் போது பொருட்களின் தேவை அதிகரிக்கும். இந்தசட்டம், விலை மற்றும் விலையுயர்வை எதிர்மறையாக சம்பந்தப்பட்டிருப்பதாகக் குறிக்கிறது
- கோரிக்கையின் சட்டத்தின் காரணமாக கோரிக்கை வளைவு வலப் புறமாக கீழ்நோக்கி தள்ளப்படுகிறது. கோரிக்கையின் சட்டத்தை இயங்கச் செய்யும் காரணிகள் வலதுபுறம் கீழ்நோக்கிய கோரிக்கையின் வளைவை உருவாக்குகின்றன என்பதை இது குறிக்கிறது.
- பிரதிபலிப்பதன் மூலம், கோரிக்கைக்கான நெகிழ்ச்சித்தன்மையில் ஏற்படும் மாற்றத்தை தேவை எனவும் அழைக்கப்படுகிறது
- தேவைகளின் நெகிழ்ச்சித் தன்மை பொதுவாக அதன் விலையில் ஏற்படும் மாற்றங்களுக்கான தேவைக்கான அல்லது உணர்திறன் என வரையறுக்கப்படுகிறது. மேலும் துல்லியமாக, பொருட்களின் விலையில் ஒரு சதவீத மாற்றத்தின் விளைவாக கோரிக்கைகளின் நெகிழ்ச்சித் தன்மை என்பது கோரிக்கைகளின் சதவீத மாற்றமாகும்.
- விலை-நெகிழ்ச்சி மற்றும் மொத்த வருவாய் இடையேயான உறவு விலை-நெகிழ்ச்சி மற்றும் குறுவிவசாய வருவாய் (MR) ஆகியவற்றிற்கும் இடையேயான உறவைக் கண்டறிவதன் மூலம் மேலும் துல்லியமாக அறியப்படுகிறது.
- நுகர்வோர் வருமானம் மற்றும் நேர்மாறாக அதிகரிப்புடன் அதிகமான பொருட்கள் மற்றும் சேவைகளின் தேவை அதிகரிக்கிறது. வருவாயில் ஏற்படும் மாற்றங்களுக்கான தேவைக்கான அக்கறை, வருவாய்-நெகிழ்ச்சித் தன்மையைக் குறிக்கிறது.

4.6 முக்கிய வார்த்தைகள்

- கோரிக்கைகளின் விலையுயர்வு: இது பொதுவாக அதன் விலையில் மாற்றங்களுக்கு ஒரு பொருளின் தேவைக்கான அல்லது உணர்திறன் என வரையறுக்கப்படுகிறது.
- புள்ளிவிபரம்: இது கோரிக்கை வளைவின் மீது ஒரு வரையறுக்கப்பட்ட புள்ளியில் கோரிக்கைகளின் நெகிழ்ச்சி ஆகும்.
- கோரிக்கைகளின் வருமான நன்மைகள்: நன்மைக்காக கோருகின்ற மக்களின் வருமானத்தில் மாற்றத்திற்கான நன்மை அல்லது சேவையை கோருவதின் அளவின் அக்கறை இது அளவிடப்படுகிறது.
- வருமான வருவாய்: இது ஒரு தயாரிப்பு அல்லது சேவையின் ஒரு கூடுதல் அலகு உற்பத்தி செய்வதன் மூலம் பெற்ற வருவாய் ஆகும்.

குறிப்புகள்

4.7 சுய மதிப்பீட்டு வினாக்கள் மற்றும் பயிற்சிகள்

குறுகிய விடைக்கான வினாக்கள்

1. உங்கள் சொந்த வார்த்தைகளில் அரசின் கோரிக்கை சட்டம்.
2. பொருளாதாரம் நெகிழ்ச்சி கொள்கையின் முக்கியத்துவத்தை ஒரு குறுகிய குறிப்பு எழுதுக .
3. தேவைப்படும் விலையுயர்வுத்தன்மை பற்றிய நிர்ணயங்களைக் குறிப்பிடுங்கள்.

நீண்ட விடைக்கான வினாக்கள்

1. சந்தை தேவைக்கான தேவைகளை ஆராய்ந்து பாருங்கள்.
2. கோரிக்கை வளைவில் இயக்கம் மாற்றம் தொடர்பான காரணிகள் யாவை?
3. கோரிக்கையின் குறுக்கு நெருக்குதலின் கருத்து விளக்குங்கள்.

4.8 மேலும் படிக்க

திவேதி, டி. என். 2008. பொருளியல் கொள்கை, ஏழாவது பதிப்பு. புது தில்லி: விகாஸ் பப்ளிஷிங் ஹவுஸ்.

வெய்ல். டேவிட் என் 2004. பொருளாதார வளர்ச்சி. லண்டன்: அடிசன் வெஸ்லி.

தாமஸ், கிறிஸ்டோபர் ஆர். மற்றும் மாரிஸ் எஸ் சார்லஸ். 2005. மேலாண்மையியல் பொருளாதாரம்: கருத்துக்கள் மற்றும் பயன்பாடுகள், எட்டாவது பதிப்பு. புது தில்லி: டாடா மெக்ரா-ஹில் பப்ளிஷிங் கம்பனி லிமிடெட்.

மேன்கிவ், கிரிகோரி என். 2002. பொருளியல் கொள்கை, இரண்டாம் பதிப்பு. இந்தியா: தாம்சன் பிரஸ்.

குறிப்புகள்

அலகு 5 உற்பத்தி கோட்பாடு

அமைப்பு

- 5.0 அறிமுகம்
- 5.1 நோக்கங்கள்
- 5.2 உற்பத்தி கோட்பாடு: ஒரு கண்ணோட்டம்
 - 5.2.1 உற்பத்தியின் பொருள் மற்றும் அடிப்படை கருத்துகள்
 - 5.2.2 உற்பத்தி காரணிகள்
- 5.3 உற்பத்தி செயல்பாடு
 - 5.3.1 உற்பத்தியின் சுருக்கமான சட்டங்கள்: ஒரு மாறி உள்ளீட்டுடன் உற்பத்தி செய்தல்
- 5.4 ஒரு மாறி உள்ளீடு செய்ய குறைப்பு சட்டம்
 - 5.4.1 திருப்பியழைத்தல் சட்டங்கள்- பின்னால் உள்ள காரணிகள்
 - 5.4.2 குறைத்தல் சட்டத்தின் பயன்பாடு
 - 5.4.3 தொழிற்கட்சியின் சிறந்த வேலை வாய்ப்புகளை நிர்ணயித்தல்
- 5.5 உற்பத்தியின் நீண்டகால சட்டங்கள்: இரண்டு மாறி உள்ளீடுகளுடன் உற்பத்தி
 - 5.5.1 குறிப்பிட்ட வளைவுகள்
 - 5.5.2 தனித்த வளைவுகளின் பண்புகள்
 - 5.5.3 உற்பத்தி மற்றும் உற்பத்தி பொருளாதார மண்டலம்
 - 5.5.4 வேதியியல் மற்ற படிமங்கள்
- 5.6 காரணி மாற்றத்தின் நெகிழ்ச்சி
- 5.7 அளவிலான வருவாய்க்கான சட்டங்கள்
 - 5.7.1 அளவை அதிகரிப்பதற்கு அதிகரிக்கும் காரணிகள்
- 5.8 உங்கள் முன்னேற்ற வினாக்களை சரிபார்ப்பதற்கான விடைகள்
- 5.9 திரட்டு
- 5.10 முக்கிய வார்த்தைகள்
- 5.11 சுய மதிப்பீட்டு வினாக்கள் மற்றும் பயிற்சிகள்
- 5.12 மேலும் படிக்க

5.0 அறிமுகம்

வணிக நிறுவனங்களின் நோக்கம் என்னவென்றால், உற்பத்தியில் உகந்த செயல்திறனை அடைவது அல்லது கொடுக்கப்பட்ட உற்பத்தியின் குறைந்த செலவினம் என்பது வணிக மேலாளர்களின் பிரதான கவலைகளில் ஒன்றாகும். உண்மையில், போட்டியிடும் சந்தையில் ஒரு நிறுவனத்தின் உயிர் வாழும் போட்டித்திறன் விலையில் உற்பத்தி செய்யும் திறன் சார்ந்துள்ளது. எனவே, வணிக நிறுவனங்களின் மேலாளர்கள் கொடுக்கப்பட்ட உற்பத்தியின் உற்பத்தி செலவைக் குறைக்க முயற்சிக்கின்றனர் அல்லது வேறு வார்த்தைகளில் சொல்வதானால், குறிப்பிட்ட அளவு உள்ளீடுகளிலிருந்து வெளியீட்டை

அதிகரிக்கவும். உற்பத்தியைக் குறைப்பதற்கான முயற்சியில், மேலாளர்கள் எதிர்கொள்ளும் அடிப்படை கேள்விகள்:

- (i) தயாரிப்பு எவ்வாறு உகந்ததாக இருக்கலாம் அல்லது செலவு குறைக்கப்படலாம்?
- (ii) வெளியீடுகளின் அளவுகளில் வெளியீடு எவ்வாறு மாறுகிறது?
- (iii) உற்பத்திக்கான செலவினத்தை குறைப்பதில் தொழில் நுட்பம் எவ்வாறு உள்ளது?
- (iv) உள்ளீடுகளின் குறைந்த செலவினங்களை எப்படி அடையலாம்?
- (v) தொழில்நுட்பம் கொடுக்கப்பட்டால், அதிகமான ஆலைகள் நிறுவனத்திற்குச் சேர்க்கப்படும் போது திரும்பும் விகிதத்திற்கு என்ன நடக்கிறது?

குறிப்புகள்

உற்பத்தி கோட்பாடு இந்த கேள்விகளுக்கு ஒரு கோட்பாட்டு ரீதியான பதில் தருகிறது. எனவே, உற்பத்தி கோட்பாடு நிஜ வாழ்க்கை பிரச்சினைகளைத் தீர்க்க முடியாது. ஆனால் அது நிஜ வாழ்க்கை உற்பத்தி நிலைமைகளைப் பகுப்பாய்வு செய்வதற்கும் நடைமுறை வணிக சிக்கல்களுக்கு தீர்வைக் கண்டுபிடிப்பதற்கும் கருவிகள் மற்றும் நுட்பங்களை வழங்குகிறது.

உற்பத்தித் தத்துவத்தின் மீதான விவாதத்தை இந்த அலகு விவாதிக்கிறது. உற்பத்தி கோட்பாடு, அளவுகோல் உறவுகளுடன்—தொழில் நுட்ப மற்றும் தொழில்நுட்ப உறவுகள்—உள்ளீடுகள் (குறிப்பாக உழைப்பு மற்றும் மூலதனம்) மற்றும் வெளியீடு ஆகியவற்றுடன் தொடர்பு கொண்டுள்ளது. முதலில் உற்பத்தி பகுப்பாய்வில் பயன்படுத்தப்படும் சில அடிப்படை கருத்தாக்கங்களை முதலில் பார்க்கலாம்.

5.1 நோக்கங்கள்

இந்த அலகை நீங்கள் படித்து முடித்த பின்பு உங்களால்,

- பொருள் மற்றும் உற்பத்தியின் கருத்து வரையறுத்துக் கூற முடியும்.
- உற்பத்தி மற்றும் உற்பத்தி செயல்பாடுகளின் காரணிகளை அடையாளம் காண முடியும்
- மாறி விகிதம் சட்டத்தை வரையறுக்க முடியும்
- ஒரு அளவிற்கு வருமானத்தின் சட்டத்தைப் பற்றி விவாதிக்க முடியும்

5.2 உற்பத்தி கோட்பாடு: ஒரு கண்ணோட்டம்

உற்பத்தியின் பொருள் மற்றும் அடிப்படை கருத்துருக்கள் மூலம் தொடங்கி உற்பத்தியின் கோட்பாட்டைப் பற்றி எமது கலந்துரையாடலை ஆரம்பிப்போம்.

5.2.1 பொருள் மற்றும் உற்பத்தி அடிப்படைகள்

இந்த பிரிவு உற்பத்தி கோட்பாட்டின் பகுப்பாய்வில் பயன்படுத்தப்படும் அடிப்படை கருத்துகள் மற்றும் சொல் பற்றிய ஒரு சுருக்கமான விவாதத்தை அளிக்கிறது.

குறிப்புகள்

‘உற்பத்தி’ என்ற சொல்லின் பொது அர்த்தத்தில் ஒரு வெளியீட்டில் உள்ளீடுகளை (தொழிலாளர், மூலதனம், மூலப்பொருள், நேரம், முதலியன) மாற்றுகிறது. உற்பத்தி உற்பத்தியின் கருத்து மட்டுமே ‘உற்பத்தி’ மட்டுமே .பொருளாதார அர்த்தத்தில், ‘உற்பத்தி’ என்ற சொல் என்பது வளங்களை (ஆண்கள், பொருள், நேரம், முதலியவை) வேறுபட்ட மற்றும் மிகவும் பயனுள்ள பொருட்கள் அல்லது சேவையாக மாற்றியமைக்கும் செயல் முறையாகும். வேறு வார்த்தைகளில் கூறுவதானால், ஆண்கள், பொருள், மூலதனம் மற்றும் நேரம் ஆகியவை மதிப்புச் சேர்க்கப்பட்ட தயாரிப்புகளாக மாற்றியமைக்கப்படுகின்றன.

பொருளாதார ரீதியாக, உற்பத்தி செயல்முறை உற்பத்தியைத் தவிர வேறுபட்ட வடிவங்களை எடுக்கக்கூடும் .உதாரணமாக, அதன் மூல வடிவத்தில் ஒரு பொருளை ஒரு இடத்திலிருந்து இன்னொரு இடத்திற்கு எடுத்துச் செல்வதால், அது உற்பத்தி செய்யப்படும் அல்லது உற்பத்திக்காக பயன்படுத்தப்படலாம். உதாரணமாக, ஒரு மணல் வியாபாரி, ஆற்றுக் கரையிலிருந்து கட்டுமானப் பகுதிக்கு மணல் சேகரித்து மாற்றியமைக்கிறார், நிலக்கரி தோண்டி மற்றும் தொழிற்சாலைகளுக்கு செல்லும் வரை நிலக்கரி சுரங்கத் தொழிலாளர்கள் கிட்டத்தட்ட ஒன்றும் செய்யவில்லை. இதேபோல், மீனவர்கள் கடல், ஆற்று வகை மீன்களை மீன் சந்தைக்கு மட்டுமே பிடிக்கிறார்கள். அவர்களது நடவடிக்கைகள் கூட ‘உற்பத்தி’ ஆகும். ஒரு இடத்திலிருந்து இன்னொரு இடத்திற்கு ஆண்கள் மற்றும் பொருட்களை எடுத்துச் செல்வது ஒரு செயல்திறன்மிக்க செயலாகும்: இது சேவையை உருவாக்குகிறது. எதிர்கால விற்பனை அல்லது நுகர்வுக்கு ஒரு பொருளை சேமித்து வைப்பது என்பது ‘உற்பத்தி’ ஆகும். உற்பத்தி, சில்லறை விற்பனை, பொதிகள், ஒருங்கிணைத்தல் ஆகியவை அனைத்து உற்பத்தி செயல்களாகும். இந்த நடவடிக்கைகள் உற்பத்திக்காக உற்பத்திக்கு நல்ல உதாரணம். பயிர்ச்செய்கை என்பது பழமையான நடவடிக்கைகளின் ஆரம்ப வடிவம் ஆகும்.

உற்பத்தி செயல்முறையை தவிர உடல் ரீதியான மாற்றத்தில் உறுதியான பொருட்களின் மூலப்பொருட்கள் .அவசியம் இல்லை சில வகையான உற்பத்தி ஒரு அருகாமையில் உள்ள வெளியீட்டை உருவாக்குவதற்கு ஒரு உள்ளார்ந்த உள்ளீட்டை உள்ளடக்கியது. உதாரணமாக, சட்டத்தின் உற்பத்தி, மருத்துவ, சமூக மற்றும் ஆலோசனை சேவைகள், உள்ளீடுகள் மற்றும் வெளியீடுகள் இரண்டும் காண முடியாதவை வழக்கறிஞர்கள், மருத்துவர்கள், சமூக தொழிலாளர்கள், ஆலோசகர்கள், இசைக்கலைஞர்கள், இசைக்குழு வீரர்கள் போன்றோர் அனைவரையும் காண-முடியாத பொருட்களை உற்பத்தி செய்வதில் ஈடுபட்டுள்ளனர்.

5.2.2 உற்பத்தி காரணிகள்

உற்பத்தி காரணிகள் பொருளியல் லாபத்தை சம்பாதிக்க பொருட்களின் அல்லது சேவைகளின் உற்பத்தியில் பயன்படுத்தப்படும் உள்ளீடுகளை விவரிக்கும் ஒரு பொருளாதார காலமாகும்.

‘ஒரு உள்ளீடு என்பது உற்பத்தி செயல்முறைக்கு செல்லும் நல்ல சேவையாகும். பொவ்மொல் வார்த்தைகளில், ஒரு நிறுவனம் அதன் உற்பத்தி அல்லது பிற செயல் முறைகளில் பயன்படுத்திக் கொள்ளும் எந்த ஒரு உள்ளீடு வெறுமனே ஒன்றாகும்.’ வெளியீடு என்பது உற்பத்தி செயல்முறைக்கு வெளியே வரும் எந்தவொரு நல்ல அல்லது சேவையாகும்.

கால ‘உள்ளீடுகள்’ இன்னும் சில விளக்கங்கள் தேவை. உற்பத்தியின் உற்பத்தி தன்மையைப் பொறுத்து பல்வேறு வகையான உள்ளீடுகள் தேவைப்படுகிறது. ஆனால், பொருளாதார வல்லுநர்கள் (i) உழைப்பு, (ii) மூலதனம், (iii) நிலம், (iv) மூலப்பொருட்கள் மற்றும் (v) தொழில் முனைவோர் ஆகியவற்றைப் பிரித்தனர். தொழில்நுட்பம் மற்றும் நேரம் ஆகியவை நவீன உற்பத்தியில் உள்ளீடுகளாக கருதப்படுகின்றன.

நிலையான மற்றும் மாறி உள்ளீடுகள்

உள்ளீடுகள் வகைப்படுத்தப்பட்டுள்ளன (i) நிலையான உள்ளீடுகள் மற்றும் (ii) மாறி உள்ளீடுகள். நிலையான மற்றும் மாறி உள்ளீடுகள் பொருளாதார அர்த்தத்தில் மற்றும் தொழில் நுட்ப அர்த்தத்தில் வரையறுக்கப்பட்டுள்ளன. பொருளாதார பொருளில், ஒரு நிலையான உள்ளீடு என்பது, குறுகிய காலத்திற்குள் வழங்கல் அல்ல. ஆகையால், அதன் பயனாளர்கள் அனைவருமே குறுகிய காலத்தில் அதை வாங்க முடியாது. தொழில்நுட்ப அர்த்தத்தில், ஒரு நிலையான காரணி வெளியீடு ஒரு குறிப்பிட்ட அளவு நிலையான (அல்லது நிலையான) உள்ளது.

ஒரு மாறி உள்ளீடு குறுகிய காலத்தில் இயங்கக் கூடியதாக வரையறுக்கப்படுகிறது எ.கா., தொழிலாளர் மற்றும் மூலப்பொருள் போன்றவை. இத்தகைய காரணிகளின் அனைத்து பயனர்களும் குறுகிய காலத்திலும், நீண்ட காலத்திலும் அதிக அளவில் பயன்படுத்தலாம். தொழில்நுட்ப ரீதியாக மாறி உள்ளீடு என்பது வெளியீட்டில் மாற்றம் கொண்ட மாற்றமாகும். நீண்ட காலமாக அனைத்து உள்ளீடுகள் மாறி உள்ளன. குறுகிய ஓட்டம் மற்றும் நீண்ட ஓட்டம்

உற்பத்திக் கருவிகளில் ஈடுபட்டுள்ள காலம் குறித்த குறிப்பு, உற்பத்தி பகுப்பாய்வில் பயன்படுத்தப்படும் மற்றொரு முக்கியமான கருத்தாகும். இரண்டு குறிப்பு காலங்கள் குறுகிய மற்றும் நீண்டகாலங்கள். குறுகிய காலமானது, குறிப்பிட்ட உள்ளீடுகளின் (எ.கா., ஆலை, கட்டிடம், இயந்திரம், முதலியன) வழங்கப்படுவது குறிப்பிட்ட காலத்திற்கு அல்லது நிலையானது அல்ல என்பதைக் குறிக்கிறது. குறுகிய காலத்தில், உற்பத்தி மற்றும் மூலப்பொருட்களைப் போன்ற மாறி உள்ளீடுகளை மட்டுமே பயன்படுத்துவதன் மூலம் ஒரு பொருளின் உற்பத்தியை அதிகரிக்க முடியும்.

‘குறுகிய காலம்’ மற்றும் ‘நீண்ட காலம்’ பொருளாதார வல்லுனர்களின் வாசகங்கள் என்று குறிப்பிடுவது முக்கியம். அவர்கள் எந்த குறிப்பிட்ட நேரத்தையும் குறிப்பிடவில்லை. சில தொழில்கள் சில வாரங்கள் அல்லது சில மாதங்கள் இருக்கலாம், சிலர் (எ.கா. வீட்டுவசதி, கப்பல், பறக்கும், மின்சாரம் மற்றும் மின் உற்பத்தித் துறைகளில்) மூன்று அல்லது அதற்கு மேற்பட்ட ஆண்டுகள் இருக்கலாம்.

குறிப்புகள்

மறுபுறம், நீண்ட காலமானது, அனைத்து உள்ளீடுகளின் வழங்கல் மீள்தரும் கால அளவைக் குறிக்கிறது, ஆனால் தொழில் நுட்பத்தில் ஒரு மாற்றத்தை அனுமதிக்க போதாது. அதாவது, நீண்டகாலமாக, அனைத்து உள்ளீடுகள் மாறி உள்ளன. ஆகையால், நீண்ட காலமாக, ஒரு சந்தையின் உற்பத்தியானது இரு மாறி மற்றும் நிலையான உள்ளீடுகளை பயன்படுத்துவதன் மூலம் அதிகரிக்க முடியும்.

பொருளாதார வல்லுநர்கள் மற்றொரு காலத்தை பயன்படுத்துகின்றனர், அதாவது, மிக நீண்ட காலமாக, உற்பத்தியின் தொழில் நுட்பம் மாற்றத்தக்கதாகவோ அல்லது மேம்பட்டதாகவோ இருக்கும் காலத்தைக் குறிக்கிறது. மிகநீண்டகாலமாக, உற்பத்தி செயல்பாடு மேலும்

மாறுகிறது தொழில் நுட்ப முன்னேற்றங்கள் நேரத்திற்கு ஒரு குறிப்பிட்ட அளவு உள்ளீடுகளின் ஒரு பெரிய வெளியீட்டில் விளைகின்றன.

5.3 உற்பத்தி செயல்பாடு

உற்பத்தி செயல்பாடு உள்ளீடு-வெளியீடு உறவு பற்றிய ஒரு கணித விளக்கமாகும். மேலும் குறிப்பாக, உற்பத்தி செயல்பாடு ஒரு சமன்பாடு, அட்டவணை அல்லது வரைபடத்தின் வடிவத்தில் உள்ளீடுகள் மற்றும் வெளியீடு ஆகியவற்றுக்கு இடையேயான தொழில்நுட்ப உறவைக் குறிப்பிடுகிறது. அதன் பொதுவடிவத்தில், அது பொருட்கள் அல்லது சேவையின் உற்பத்தியைப் பொறுத்து உள்ளீடுகளை குறிப்பிடுகிறது. அதன் குறிப்பிட்ட வடிவத்தில், அது உள்ளீடு மற்றும் வெளியீடு இடையே அளவு உறவுகளை குறிப்பிடுகிறது. தவிர, உற்பத்தி செயல்பாடு ஒரு நிறுவனம், ஒரு தொழில் அல்லது ஒட்டு மொத்த பொருளாதாரத்தின் தொழில் நுட்பத்தை பிரதிபலிக்கிறது. ஒரு உற்பத்தி செயல்பாடு ஒரு அட்டவணையை, ஒரு வளைந்த வரி அல்லது வளைவு ஆகும், ஒரு இயற்கணித சமன்பாடு அல்லது ஒரு கணித மாதிரியை உருவாக்கலாம். ஆனால் இந்த உற்பத்தி செயல்பாடுகளின் ஒவ்வொன்றும் அதன் பிற வடிவங்களாக மாற்றப்படலாம்.

ஒரு உண்மையான வாழ்க்கை உற்பத்தி செயல்பாடு பொதுவாக மிகவும் சிக்கலானது. இதில் பரந்த அளவிலான உள்ளீடுகள், அதாவது, (i) நிலம் மற்றும் கட்டிடம் (ii) கைத் தொழில், பொறியியல் ஊழியர்கள் மற்றும் உற்பத்தி முகாமையாளர், (iii) மூலதனம், (iv) மூலப்பொருள், (v) நேரம், மற்றும் (vi) தொழில் நுட்பம் உள்ளிட்ட உழைப்பு. இந்த மாறிகள் அனைத்தும் ஒரு நிறுவனத்தின் உண்மையான உற்பத்தி செயல்பாட்டை உள்ளிடும். நீண்டகால உற்பத்தி செயல்பாடு பொதுவாக வெளிப்படுத்தப்படுகிறது

$$Q = f(LB, L, K, M, T, t)$$

எங்கே LB = நிலம் மற்றும் கட்டிடம் L = தொழிலாளர், K = மூலதனம், M = மூலப்பொருட்கள், T = தொழில் நுட்பம் மற்றும் t = நேரம்.

இருப்பினும், பொருளாதார வல்லுநர்கள் உள்ளீடு மாறி வரும் உறவுகளின் பகுப்பாய்வில் வசதிக்காகவும் எளிமைக்காகவும், உற்பத்தி செயல்முறையைப் பயன்படுத்தி, இரண்டு, அதாவது, மூலதனம் (K) மற்றும் தொழிலாளர் (L) ஆகியவற்றிற்கு பயன்படுத்தப்படும் உள்ளீடு மாறிகள் எண்ணிக்கை குறைக்கப்பட்டது. இரண்டு மாறி உள்ளீடுகள், K மற்றும் L ஒரு உற்பத்தி செயல்பாடு, என வெளிப்படுத்தப்படுகிறது

$$Q = f(L, K)$$

மற்ற உள்ளீடுகளை தவிர்ப்பதற்கான காரணங்கள் பின்வருமாறு.

நிலம் மற்றும் கட்டிடம் (LB), உள்ளீடுகள் என, ஒட்டு மொத்தமாக பொருளாதாரம் மாறாமல் இருக்கும், எனவே அவர்கள் மொத்த உற்பத்தி செயல்பாட்டில் நுழைய மாட்டார்கள். இருப்பினும், நிலம் மற்றும் கட்டிடம் ஒரு தனிப்பட்ட நிறுவனம் அல்லது தொழிற்துறைக்கான ஒரு மாறிலி மாறி அல்ல. தனிப்பட்ட நிறுவனங்களின் விஷயத்தில், நிலமும் கட்டிடமும் 'மூலதனத்துடன்' பிணைக்கப்பட்டுள்ளன.

'மூலப்பொருட்களின்' விஷயத்தில், இந்த உள்ளீடு 'உற்பத்தியின் அனைத்து மட்டங்களிலும் உற்பத்தியில் ஒரு நிலையான உறவைக் கொண்டுள்ளது' என்பதைக் கண்டறிந்துள்ளது. உதாரணமாக, ஆடைகளின் எண்ணிக்கையில் துணி ஒரு நிலையான உறவைக் கொண்டுள்ளது. இதே போல், ஒரு வீட்டின் கொடுக்கப்பட்ட அளவுக்கு, செங்கற்கள், சிமென்ட், எஃகு முதலியவற்றின் அளவை நிர்மாணிக்கப்பட்டிருக்கும் எண்ணிக்கையிலான வீடுகளைத் தவிர்த்து, நிலையானதாக உள்ளது. மற்றொரு உதாரணத்தை கருத்தில் கொள்ள, ஒரு குறிப்பிட்ட தரவகை அல்லது அளவிலான கார் உற்பத்தியில், எஃகு அளவு, எஞ்சின் எண், மற்றும் டயர்கள் மற்றும் குழாய்களின் எண்ணிக்கைகார் ஒன்றுக்கு சரி செய்யப்படுகின்றன. ஆகையால், மூலப் பொருள் உற்பத்தி செயல்பாடுகளில் இருந்து வெளியேறுகிறது. எனவே, வழக்கமாக, நேரம் மற்றும் இடம். மேலும், தொழில்நுட்பம் (T) உற்பத்திகாலம் காலமாக உள்ளது. அதனால் தான், பெரும்பாலான உற்பத்தி செயல்களில், தொழிலாளர் மற்றும் மூலதனத்தை மட்டுமே உள்ளடக்கியுள்ளது.

உற்பத்தியின் சட்டங்களை விளக்கிச் செல்லும்போது, உற்பத்தியின் செயல்பாடுகளின் அட்டவணையும் பட வடிவங்களையும் நாம் விளக்குவோம். இங்கே, ஒரு உற்பத்தி செயல்பாட்டின் இயற்கணித அல்லது கணித வடிவத்தை விளக்குவோம். இது உற்பத்திப் பகுப்பாய்வில் மிகவும் பொதுவாகப் பயன்படுத்தப்படும் உற்பத்தி செயல்பாடு ஆகும்.

உற்பத்தி செயல்பாடு இயற் கணித வடிநிலையை விளக்குவதற்கு, ஒரு நிலக்கரி சுரங்க நிறுவனம், அதன் நிலக்கரி உற்பத்தி நடவடிக்கைகளில் மூலதன (K) மற்றும் உழைப்பு (L) இரண்டு உள்ளீடுகள் மட்டுமே பயன்படுத்துவதாக நாம் நினைக்கலாம். எனவே, அதன் உற்பத்தி செயல்பாட்டின் பொதுவான வடிவம் வெளிப்படுத்தப்படலாம்

$$QC = f(K, L) \quad (5.1)$$

QC = ஒரு யூனிட் அலகு உற்பத்தி செய்யப்படும் நிலக்கரியின் அளவு,

K = மூலதனம், மற்றும் L = தொழிலாளர்.

உற்பத்தி செயல்பாடு (5.1) நிலக்கரி உற்பத்தி செய்யப்படும் மூலதனம் (K) மற்றும் தொழிலாளர் (L) அளவைப் பொறுத்து உற்பத்தி செய்யப்படுகிறது. அதிகரித்து வரும் நிலக்கரி உற்பத்திக்கு அதிகமான K மற்றும் L தேவைப்படுகிறது. நிறுவனம் K மற்றும் L ஆகியவற்றை அதிகரிக்க முடியுமா அல்லது L உற்பத்தி அதிகரிப்பதற்கு கணக்கில் எடுத்துக் கொள்ளும் கால அளவை பொறுத்து எடுக்கும், அதாவது நிறுவனம் குறுகிய காலம் அல்லது நீண்ட காலம்.

குறிப்புகள்

குறிப்புகள்

மேலே குறிப்பிட்டுள்ளபடி, குறுகிய கால இயக்கம் மூலதன அளிப்பு மீள் திறனற்ற காலத்தில் உள்ளது. குறுகிய காலத்தில், நிறுவனம், குறுகிய காலத்தில் இயங்கும் மூலதன வழங்கல் இருப்பதால் நிறுவனம் மட்டுமே உழைப்பை அதிகரிப்பதன் மூலம் நிலக்கரி உற்பத்தியை அதிகரிக்க முடியும் நீண்ட ஓட்டம் என்பது ஒரு காலம் ஆகும், அதில் உழைப்பு மற்றும் மூலதனத்தின் இருப்புக்கள் மீளருவாக்கம் ஆகும். எனவே நீண்ட காலத்திற்குள், இந்த நிறுவனம் மூலதன மற்றும் உழைப்பு ஆகிய இரண்டையும் அதிகமாகப் பயன்படுத்த முடியும். அதன்படி, இரண்டு வகையான உற்பத்தி செயல்பாடுகள் உள்ளன:

- (i) குறுகிய இயக்க உற்பத்தி செயல்பாடு' மற்றும்
- (ii) நீண்ட செயல்பாட்டு செயல்பாடு. குறுகிய இயக்க உற்பத்தி செயல்பாடு அல்லது 'ஒற்றை மாறி உள்ளீட்டு உற்பத்தி செயல்பாடு' எனவும் அழைக்கப்படலாம், இது வெளிப்படுத்தப்படலாம்

$$Q = f(\bar{K}, L), \quad K \text{ என்பது ஒரு மாறிலி (5.2a)}$$

உதாரணமாக, ஒரு உற்பத்தி செயல்பாடு வெளிப்படுத்தப்படுகிறது என்று நினைக்கிறேன்

$$Q = bL$$

$b = \Delta Q / \Delta L$ தொழிலாளர் நிலையான நிலைக்கு திரும்பும்.

நீண்டகால உற்பத்தி செயல்பாடு, K மற்றும் L இரண்டும் சேர்க்கப்பட்டு, செயல்பாடு பின்வரும் படிவத்தை எடுக்கிறது.

$$Q = f(K, L) \quad (5.2b)$$

மேலே குறிப்பிட்டுள்ளபடி, ஒரு உற்பத்திச் சார்பானது ஒரு சமன்பாடு, ஒரு வரைபடம் அல்லது ஒரு அட்டவணை வடிவத்தில் வெளிப்படுத்தப்படலாம், ஆனால் ஒவ்வொரு வடிவமும் அதன் பிற வடிவங்களாக மாற்றப்படலாம். ஒரு சமன்பாட்டின் வடிவத்தில் ஒரு உற்பத்தி செயல்பாடு எப்படி அதன் அட்டவணை வடிவமாக மாற்றப்படலாம் என்பதை இங்கே நாம் விளக்குவோம். உதாரணமாக, கோப்-டக்ளஸ் உற்பத்தி செயல்பாடு—மிக பிரபலமான மற்றும் பரவலாகப் பயன்படுத்தப்படும் உற்பத்தி செயல்பாடு—ஒரு சமன்பாட்டின்படி

$$Q = AK^a L^b \quad (5.3)$$

(எங்கே K = மூலதனம், L = தொழிற்பாடு, மற்றும் A , a மற்றும் b ஆகியவை அளவுருக்கள் மற்றும் $b = 1 - a$)

உற்பத்தி செயல்பாடு (5.3) கோப்-டக்ளஸ் உற்பத்தி செயல்பாடு பொது வடிவம் கொடுக்கிறது. உற்பத்திகள், மூலதனம் மற்றும் உழைப்பு ஆகியவற்றின் மீது அசல் தொழிற்சாலை தரவைப் பயன்படுத்துவதன் மூலம், A , a மற்றும் B இன் அளவுருக்கள் மதிப்பிடப்படுகின்றன. அளவுருக்கள் எண்ணியல் மதிப்புகள் $A=50$, $a=0.5$ மற்றும் $b=0.5$ என மதிப்பிடப்படுகின்றன. எண் மதிப்புகள் அறியப்பட்டவுடன், கோப்-டக்ளஸ் உற்பத்தி செயல்பாடு பின் வருமாறு அதன் குறிப்பிட்ட வடிவத்தில் வெளிப்படுத்தப்படுகிறது

$$Q = 50 K^{0.5} L^{0.5}$$

இந்த உற்பத்தி செயல்பாடு மூலதன (K) மற்றும் உழைப்பு (L) பல்வேறு சேர்க்கைகளை உற்பத்தி செய்யக்கூடிய அதிகபட்ச அளவு (Q)

பெற பயன்படுத்தப்படலாம். K மற்றும் L இன் பல்வேறு சேர்க்கைகளிலிருந்து உற்பத்தி செய்யக்கூடிய அதிகபட்ச அளவு வெளியீடு பின்வரும் சூத்திரத்தைப் பயன்படுத்தி வேலை செய்ய முடியும்.

$$Q = 50\sqrt{KL} \quad \text{or} \quad Q = 50\sqrt{K}\sqrt{L}$$

உதாரணமாக, $K = 2$ மற்றும் $L = 5$. என்று எண்ணுங்கள்

$$Q = 50\sqrt{2}\sqrt{5} = 158$$

மற்றும் $K = 5$ மற்றும் $L = 5$, என்றால்

$$Q = 50\sqrt{5}\sqrt{5} = 250$$

இதே போல், K மற்றும் L க்கு வெவ்வேறு எண் மதிப்புகளை ஒதுக்குவதன் மூலம், விளைவான வெளியீடு K மற்றும் L இன் வெவ்வேறு சேர்க்கைகளுக்குத் தயாரிக்கப்படலாம், மேலும் ஒரு தயாரிப்பு செயல்பாட்டுத் தொகுப்பை தயாரிக்க முடியும். 1 மற்றும் 10 அலகுகளுக்கு இடையே மாறுபட்ட K மற்றும் L இன் பல்வேறு சேர்க்கைகளைப் பயன்படுத்தி உற்பத்திசெய்யக்கூடிய ஒரு பொருட்களின் அதிகபட்ச அளவு அட்டவணையை 5.1 காட்டுகிறது.

அட்டவணை 5.1 தயாரிப்பு படிவம்

10	158	223	274	316	354	387	418	447	474	500
9	150	212	260	300	335	367	397	424	450	474
8	141	200	245	283	316	346	374	400	424	447
7	132	187	229	264	296	324	350	374	397	418
6	122	173	212	245	274	300	324	346	367	387
5	112	158	194	224	250	274	296	316	335	354
4	100	141	173	200	224	245	264	283	300	316
3	87	122	150	173	194	212	229	245	260	274
2	70	100	122	141	158	172	187	200	212	224
1	50	70	87	100	112	122	132	141	150	158
K- L →	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

மூலதன மற்றும் உழைப்பு பல்வேறு சேர்க்கைகள் உற்பத்தி செய்ய முடியும் வெளியீடு அலகுகள் அட்டவணை 5.1 காட்டுகிறது. அட்டவணையில் 5.1 இல் கொடுக்கப்பட்டுள்ள புள்ளி விவரங்கள் முப்பரிமாண வரைபடத்தில் விளக்கப்படும்.

நாம் இப்போது உற்பத்திக்கான விதிகளை விளக்குவதற்கு முன்னோக்கி செல்கிறோம், முதலில் ஒரு மாறி உள்ளீட்டுடன், பின்னர் இரண்டு மாறி உள்ளீடுகளுடன். உற்பத்திச் செயல்பாட்டின் உதவியுடன் உற்பத்தியின் சட்டங்களை விளக்கும்.

நாம் தொடருவதற்கு முன்னால், K மற்றும் $L=10K + 1L, 5K + 2L, 2K + 5L$ மற்றும் $1K + 10L$ —ஆகிய நான்கு கலன்கள் அதே வெளியீட்டை

குறிப்புகள்

உற்பத்தி செய்கின்றன, அதாவது, 158 அலகுகளை உருவாக்குகின்றன. அதே வெளியீட்டை உற்பத்தி செய்யும் K மற்றும் L இன் கலவையானது ஒரு கோடுடன் இணைந்தால், அது அட்டவணையில் காட்டப்பட்ட ஒரு வளைவை உருவாக்குகிறது. இந்த வளைவு 'ஐசோகொன்ட்' என்று அழைக்கப்படுகிறது. உள்ளீடு வெளியீடு உறவைப் பகுப்பாய்வு செய்ய ஒரு மிக முக்கியமான கருவியாகும்.

5.3.1 குறுகிய காலத்தில் இயங்கும் சட்டங்கள்: ஒரு மாறி உள்ளீட்டுடன் உற்பத்தி

உற்பத்தியின் விதி வெளியீடு மற்றும் உள்ளீடு ஆகியவற்றுக்கு இடையேயான தொடர்பைக் குறிப்பிடுகிறது. குறுகியகாலத்தில், உள்ளீடு-வெளியீடு உறவுகள் ஒரு மாறி உள்ளீடு (உழைப்பு), மற்ற உள்ளீடுகள் (குறிப்பாக, மூலதனம்) மாறாமல் நடைபெறுகிறது. இந்த நிபந்தனைகளின் கீழ் உற்பத்திச் சட்டங்கள் 'மாறக் கூடிய விகிதாச்சாரச் சட்டங்கள்' அல்லது 'மாறுபடும் உள்ளீடுகளுக்கான சட்டங்கள்' என்று அழைக்கப்படுகின்றன.

5.4 தீங்கு விளைவிக்கும் சட்டம் ஒரு பரந்த உள்ளீட்டுக்கு மீண்டும் கொடுக்கிறது

குறைவான வருவாயைக் குறைக்கும் சட்டம், ஒரு குறிப்பிட்ட மாறி உள்ளீடுகளின் அதிக எண்ணிக்கையிலான நிலையான உள்ளீடுகளை பயன்படுத்தும் போது, மொத்த வெளியீடு ஆரம்பத்தில் அதிகரிக்கும் விகிதத்தில் அதிகரிக்கும், பின்னர் ஒரு நிலையான விகிதத்தில் அதிகரிக்கலாம், ஆனால் அது இறுதியில் குறைந்து வரும் விகிதங்களில் அதிகரிக்கும். அதாவது, மாறுபடும் காரணிகளின் கூடுதல் அலகுகள், நிலையான காரணிகளின் அளவைப் பயன்படுத்தி மொத்த வெளியீட்டில் குறைவான அதிகரிப்பு குறைகிறது.

ஊகங்கள் குறைவான வருவாய்க்கான சட்டமானது பின்வரும் அனுமானங்களின் அடிப்படையில் அமைந்துள்ளது:

- (i) தொழிலாளர் மட்டுமே மாறி உள்ளீடு, மூலதன மீதமுள்ள நிலையான்
- (ii) தொழிலாளர் ஒற்றுமை
- (iii) தொழில் நுட்பத்தின் நிலை வழங்கப்பட்டுள்ளது மற்றும்
- (iv) உள்ளீடு விலை வழங்கப்படுகிறது.

குறைந்து வருகின்ற சட்டங்களை விளக்கும் வகையில், (i) ஒரு நிறுவனம் (எமது முந்தைய உதாரணத்தில் நிலக்கரி சுரங்க நிறுவனம் கூறுவது) அதன் மூலதனமாக (K) குறுகிய காலத்தில் நிர்ணயிக்கப்பட்ட ஒரு சுரங்கத் தொகுதி ஆகும், (ii) அதன் சுரங்கத் தொழில்களை அதிகரிக்க சுரங்க தொழிலாளர்கள் மட்டுமே பயன்படுத்த முடியும். இதனால், நிறுவனத்திற்கு குறுகிய இயக்க உற்பத்தி செயல்பாடு பின்வரும் வடிவத்தை எடுக்கும்.

$$Q_c = f(L), K \text{ மாறிலி}$$

நிலக்கரி உற்பத்தியில் உழைப்பு உற்பத்தி உறவு பின்வரும் வடிவத்தின் ஒரு அனுமான உற்பத்தி செயல்பாட்டினால் வழங்கப்படுகிறது என்பதையும் நாம் கருத்தில் கொள்ளலாம்.

$$Q_c = -L^3 + 15L^2 + 10L \quad (5.4)$$

உற்பத்தி செயல்பாடு (5.4) கொடுக்கப்பட்டால், நாம் செயல் பாட்டில் L க்கு பல்வேறு எண் மதிப்புகளை மாற்றலாம் மற்றும் QC வரிசை முறையைத் தொடரலாம், அதாவது, பல்வேறு எண்ணிக்கையிலான தொழிலாளர்களுடன் உற்பத்தி செய்யக்கூடிய நிலக்கரியின் அளவு. உதாரணமாக, $L = 5$ என்றால், அதற்குப் பதிலாக, நாம் பெறுவோம்

$$Q_c = -5^3 + 15 \times 5^2 + 10 \times 5 = -125 + 375 + 50 = 300$$

1 முதல் 12 வரையான தொழிலாளர்களின் பல்வேறு எண்ணிக்கையிலான தொழில்துறையுடன் தொடர்புடைய உற்பத்தித் தொகுதிகளின் ஒரு அட்டவணை வரிசை, எங்கள் அனுமான நிலக்கரி உற்பத்தி எடுத்துக்காட்டாக, அட்டவணை 5.2 (Cols 1 மற்றும் 2) இல் கொடுக்கப்பட்டுள்ளது.

உழைப்பின் சராசரியான பங்களிப்பைக் கண்டறிவதற்கு சிறு தொழிலாளர்கள் மற்றும் சிறு தொழில் உற்பத்தியின் (AP_L) பங்களிப்பு ஆகியவற்றின் பங்களிப்பைக் கண்டறிவதற்கான தொழிலாளர் உற்பத்தியின் (MP_L) ஓரளவு உற்பத்தித் திறனை இப்போது நாம் எடுத்தெடுக்க வேண்டும்.

தொழிற்பாட்டு செயல்பாடு (5.4) வகைப்படுத்தியதன் மூலம் தொழிற்பாட்டின் மூல உற்பத்தித்திறன் (MP_L) பெறமுடியும். இதனால்,

$$MP_L = \frac{\partial Q}{\partial L} = -3L^2 + 30L + 10 \quad (5.5)$$

இதில் (5.5), தொழிலாளர் (L) எண்ணிக்கான மதிப்பை மாற்றுவதன் மூலம், MP_L பல்வேறு தொழில்துறை வேலை வாய்ப்புகளில் பெறலாம். இருப்பினும், இந்த முறையானது உழைப்பு முழுமையாக பிரித்தெடுக்கக்கூடிய மற்றும் $\partial L \rightarrow 0$ மட்டுமே பயன்படுத்தப் படலாம். எ.கா., $L = 1$ என்ற ஒவ்வொரு அலகுக்கும், கால்குலஸ் முறையைப் பயன்படுத்த முடியாது.

மாற்றாக, குறைந்தபட்சம் ஒரு யூனிட் மூலம் தொழிலாளர் அதிகரிக்க முடியும், MP_L பெற முடியும்

$$MP_L = TP_L - TP_{L-1}$$

இந்த முறையால் தயாரிக்கப்பட்ட MP_L அட்டவணையில் Col. 3 இல் அட்டவணை 5.2 இல் வழங்கப்படுகிறது.

தொழில்துறை உற்பத்தித்திறன் (APL) L உற்பத்தி செயல்பாட்டை வகுப்பதன் மூலம் பெறலாம்.

$$AP_L = \frac{-L^3 + 15L^2 + 10L}{L} = -L^2 + 15L + 10 \quad (5.6)$$

AP_L இன் எண்களின் மதிப்பை மாற்றுவதன் மூலம் இப்போது AP_L ல் பெற முடியும். (5.6). இந்த முறையால் எடுக்கப்பட்ட AP_L அட்டவணை 5.2 இல் 4 இல் Col. 4 இல் கொடுக்கப்பட்டுள்ளது.

அட்டவணைகள் 5.2 உற்பத்தி மூன்று கட்டங்கள்

குறிப்புகள்

குறிப்புகள்

தொழிலாளர் எண்ணிக்கை (N)	மொத்த தயாரிப்பு (TP_L) (டன்கள்)	மூல தயாரிப்பு* (MP_L)	சராசரி தயாரிப்பு (AP_L)	உற்பத்தி நிலைகள் (MPL அடிப்படையில்)
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
1	24	24	24	I
2	72	48	36	அதிகரித்த வருமானம்
3	138	66	46	
4	216	78	54	
5	300	84	60	
6	384	84	64	
7	462	78	66	II
8	528	66	66	சரிந்துவரும் வருமானம்
9	576	48	64	
10	600	24	60	
11	594	-6	54	III
12	552	-42	46	எதிர்மறை வருமானம்

* $MP_L = TP_n - TP_{n-1}$. பல்வேறு முறைகளால் கணக்கிடப்பட்ட MP_L Col 3 இல் கொடுக்கப்பட்டுள்ளதைவிட வேறுபட்டது.

அட்டவணையில் 5.2 இல் உள்ள தகவல்கள் (a) மற்றும் (b) படம் 5.1 இல் விளக்கப்படத்தில் அளிக்கப்படுகிறது. மொத்த உற்பத்தியின் வளைவு (TP_L) மற்றும் குழு (b) குறிக்கப்பட்ட தயாரிப்பு (MP_L) மற்றும் சராசரி தயாரிப்பு (AP_L) வளைவுகளை அளிக்கிறது. TP_L அட்டவணை குறைந்து வருகின்ற சட்டங்களை நிரூபிக்கிறது. வளைவு TP_L காட்டுகிறது என, மொத்த உற்பத்தியானது TP_L வளைவின் அதிகரித்து வரும் சாய்வு சுட்டிக் காட்டியபடி, 5வது தொழிலாளி வேலைவாய்ப்பு வரை அதிகரிக்கும் விகிதத்தில் அதிகரிக்கிறது. (அட்டவணையில் Col. 3ஐ பார்க்கவும்). 6வது தொழிலாளி வேலைவாய்ப்பு 5வது தொழிலாளி போலவே பங்களிப்பு செய்கிறது. 6வது தொழிலாளி வேலைவாய்ப்புக்கு அப்பால், TP_L தொடர்ந்து (10வது தொழிலாளி வரை) அதிகரிக்கிறது என்றாலும், TP_L (அதாவது MP_L) ல் அதிகரிக்கும் வீதம் வீழ்ச்சியடையும். இது குறைந்து வரும் வருவாயின் சட்டத்தின் செயல்பாட்டை காட்டுகிறது.

உற்பத்திக்கு மூன்று நிலைகள். அட்டவணை 5.2 மற்றும் படம் 5.1 குறைந்து வருகின்ற சட்டங்களின் பயன்பாடுகளில் மூன்று வழக்கமான நிலைகளை முன் வைக்கின்றன.

நிலை I, TP_L அதிகரிக்கும் விகிதத்தில் அதிகரிக்கிறது. இது 5 மற்றும் 6வது தொழிலாளர்கள் வேலைவாய்ப்பு வரை உயரும் MP_L இல் குறிக்கப்படுகிறது. உற்பத்தி செயல்பாடு (5.4) கொடுக்கப் பட்டால், 6வது தொழிலாளி 5வது தொழிலாளி போல் தயாரிக்கிறார். 5வது மற்றும் 6வது தொழிலாளர்கள் இருந்து வெளியீடு மாறி காரணி, தொழிலாளர் நிலையான வருமானம் ஒரு இடைநிலை நிலை பிரதிபலிக்கிறது.

நிலை II, TP_L தொடர்ந்து அதிகரிக்கிறது ஆனால் குறைந்து வரும் விகிதங்களில், அதாவது, MP_L குறையத் தொடங்குகிறது. உற்பத்திக்கான இந்த கட்டம் மாறுபடும் காரணிகளை குறைக்கும் தன்மையைக் காட்டுகிறது. மொத்த வெளியீடு 10வது தொழிலாளி வேலை வாய்ப்பில் அதிகபட்ச அளவை அடைகிறது. இந்த வேலை உழைப்பு வேலைக்கு அப்பால், TP_L சரிவதைத் தொடங்குகிறது. இது உற்பத்தி நிலையத்தின் நிலை ஆரம்பத்தை குறிக்கிறது.

குறிப்புகள்

முடிவுக்கு வர, குறைந்து வரும் வருமானச் சட்டம் பின் வருமாறு கூறப்படுகிறது. நிலையான காரணி (மூலதனம்) வேலை வாய்ப்பைப் பொறுத்த வரையில், மேலும் தொழிலாளர்கள் வேலைக்குச் செல்லும் போது கூடுதல் ஊழியர்களிடமிருந்து திரும்புவதற்கு ஆரம்பத்தில் அதிகரிக்கலாம் ஆனால் இறுதியில் குறைந்துவிடும்.

5.4.1 திருப்பியழைத்தல் சட்டங்களின் பின்னால் காரணிகள்

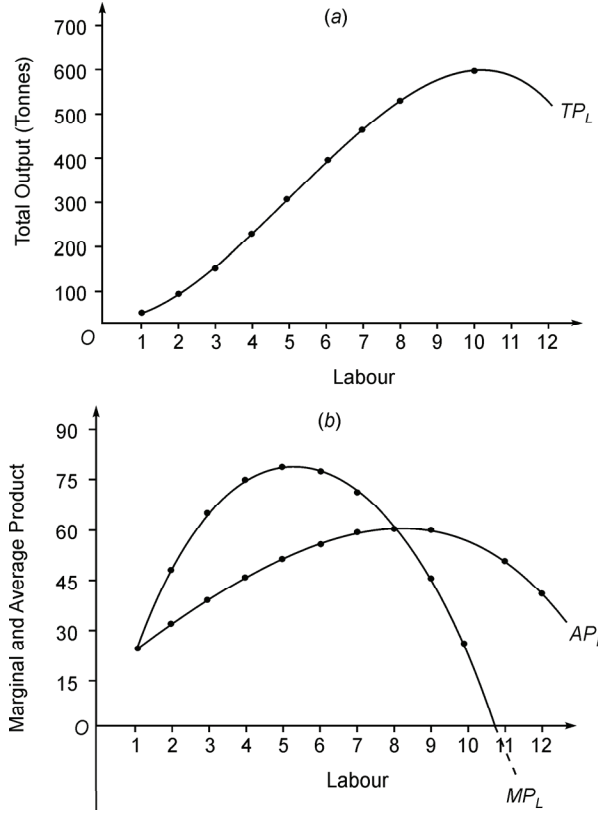
படம் 5.1ல் காட்டியபடி, தொழிலாளர் தொழில் நுட்பம் (MP_L) அதிகரிக்கிறது நிலை I, நிலை IIல் இது குறையும். வேறு வார்த்தைகளில் கூறுவதானால், மேடையில் நான், அதிகரித்து வரும் வருவாயின் சட்டம் இயங்குகிறது மற்றும் இரண்டாம் நிலை இரண்டாம் நிலையில், குறைப்புச் சட்டத்தின் பயன்பாடு பயன்பாட்டில் உள்ளது. I மற்றும் II கட்டங்களில் உள்ள வருமானச் சட்டங்களின் பயன்பாட்டின்படி பின்வரும் காரணங்கள் பின் வருமாறு விவரிக்கப்படலாம்.

இயலாத நிலையான காரணி (மூலதனம்) என்பது ஒரு மாறுபடும் காரணிக்கு அதிகமான வருவாயைக் கொடுக்கும் முக்கியமான காரணிகளில் ஒன்றாகும். மூலதனத்தின் குறைந்தபட்ச அளவு, தொழிலாளர்களின் எண்ணிக்கையைப் பொருத்துவதற்கு பிரிக்க முடியாததால் கொடுக்கப்பட்டுள்ளது. ஆகையால், உழைப்பு அதன் உகந்த எண்ணிக்கையைக் காட்டிலும் குறைவாக இருந்தால், மூலதனம் ஊக்கமளிக்கும். உகந்த மூலதன தொழிலாளர் கூட்டு 1: 6 ஆகும் என்று நினைக்கிறேன். மூலதனம் இயலாமை மற்றும் 6 க்கும் குறைவான தொழிலாளர்கள் பணியாற்றப்பட்டிருந்தால், மூலதனம் ஊக்கமளிக்கும். அதிகமான தொழிலாளர்கள் சேர்க்கப்படும் போது, மூலதன அதிகரிப்பு மற்றும் கூடுதலான தொழிலாளி உற்பத்தியைப் பயன்படுத்துதல். உழைப்பு உற்பத்தித்திறன் அதிகரிப்பதற்கான இரண்டாவது மற்றும் மிக முக்கியமான காரணம் உகந்த மூலதன தொழிலாளர் கூட்டுத்தொகை அடைவதற்குள், கூடுதல் உழைப்பு வேலை வாய்ப்புடன் சாத்தியமானால், அது உழைப்பின் பிரிவாகும்.

உகந்த மூலதன உழைப்பு விகிதம் எட்டப்பட்டவுடன், கூடுதல் தொழிலாளர்களின் வேலை வாய்ப்பு உழைப்புடன் மூலதனத்தை மாற்றுகிறது. ஆனால், தொழில் நுட்ப ரீதியாக, ஒரு உள்ளீடு வேறொரு இடத்தில் மாற்றுவதற்கு ஒரு வரம்பு உள்ளது. அதாவது, வரம்புக்கு அப்பாற்பட்ட மூலதனத்திற்கு பதிலாக தொழிலாளர் முடியாது. எனவே, அதே அளவிலான மூலதனத்தை மாற்றுவதற்கு, அதிகமான தொழிலாளர்கள் பணி புரிய வேண்டும், ஏனென்றால் தொழிலாளர்கள் ஓரளவு உற்பத்தி குறைகிறது. மேலும், அதிக எண்ணிக்கையிலான தொழிலாளர்கள், மூலதனத்தை மீதமுள்ள நிலையில், மூலதன-தொழிலாளர் விகிதம் குறைந்து வருகிறது.

இதன் விளைவாக, உழைப்பின் உற்பத்தித்திறன் குறையும் .இது இரண்டாவது கட்டத்தின் தொடக்கத்தை குறிக்கிறது.

குறிப்புகள்



படம் 5.1 மொத்த, சராசரி மற்றும் துணை பொருட்கள்

5.4.2 சீர் குலைக்கும் மீறல் சட்டத்தின் பயன்பாடு

குறைந்து வருகின்ற சட்டம் என்பது ஒரு அனுபவமிக்க சட்டம், அடிக்கடி பல்வேறு உற்பத்தி நடவடிக்கைகளில் காணப்படுகிறது .இருப்பினும், இந்த சட்டம், அனைத்து வகையான உற்பத்தி செயல்களுக்கும் உலக-ளாவிய ரீதியில் பொருந்தாது, ஏனென்றால் அது ஈர்ப்பு விசையின் உண்மை அல்ல. சில செயல்திறன் நடவடிக்கைகளில், விரைவாக செயல்படலாம், அதன் சில நடவடிக்கைகளில் சிறிது காலம் எடுக்கும், சில சமயங்களில் அது தோன்றாமல் போகலாம். தொழிற்சாலை உற்பத்தியை விட விவசாய உற்பத்தியில் தொடர்ந்து செயல்பட இந்த சட்டம் காணப்பட்டுள்ளது. காரணம், விவசாயத்தில், இயற்கை காரணிகள் ஒரு முக்கிய பாத்திரத்தை வகிக்கின்றன, அதே சமயம் மனித உற்பத்தியாளர்கள் தொழில்துறை உற்பத்தியில் முக்கிய பங்கு வகிக்கிறார்கள் .சட்டத்தின் வரம்புகள் இருந்த போதிலும், நிலையான உட்கூறுகளுக்கு ஒரு உள்ளீடு அதிகரிக்கும் அலகுகள் இருந்தால், இறுதியில் மாறி உள்ளீட்டு குறைப்புக்கு குறுக்கே வரும்.

சரிந்து வரும் வருவாய் சட்டம் மற்றும் வணிக முடிவுகள். வரவு செலவுத் தொகை திரும்பச் செலுத்துதல் சட்டம் சட்டபூர்வமாக வழங்கப்பட்டபடி வணிக முடிவுகளுக்கு ஒரு ஒற்றுமை உள்ளது .வரைபடங்கள் செயல்பாட்டு பகுத்தறிவு

மற்றும் பகுத்தறிவு நிலைகளை அடையாளம் காண உதவும். ஒரு குறிப்பிட்ட நிலையான உள்ளீட்டிற்கு விண்ணப்பிக்க தொழிலாளர்கள் எண்ணிக்கை (அல்லது வேறுமாறி உள்ளீடுகளை) வணிக மேலாளர்களிடம் சொல்ல முடியும், இதனால் அனைத்து மற்ற காரணிகளும் கொடுக்கப்பட்டால், வெளியீடு அதிகபட்சம். 5.1 காட்சிகள், மூலதனம் முதன்மையாக நிலை I இல் பற்றாக்குறையாக உள்ளது. எனவே நிலையில் செயல்படும் ஒரு நிறுவனம் நான் உழைப்பை அதிகரிக்க வேண்டும், மற்றும் நிலை III இல் செயல்படும் ஒரு நிறுவனம் அதன் மொத்த உற்பத்தியை அதிகரிப்பதற்கு ஒரு பார்வை குறைக்கப்பட வேண்டும். நிறுவனத்தின் பார்வையில் இருந்து, I மற்றும் III கட்டங்களில் ஒரு வெளியீடு இலக்கை பகுத்தறிதல் பகுத்தறிதல் ஆகும். நிறுவனத்தின் கண்ணோட்டத்தில் இருந்து மட்டுமே அர்த்தமுள்ள மற்றும் பகுத்தறிவு நிலை II நிறுவனம் 'எத்தனை தொழிலாளர்கள் பணியமர்த்தல்' என்ற கேள்வியின் பதிலை நிறுவனம் கண்டுபிடிக்க முடியும். உழைப்பு இலவசமாக கிடைக்கும் பட்சத்தில், குறைந்த பட்சம் 7 தொழிலாளர்கள் மற்றும் அதிகபட்சம் 10 பணியாளர்களை நிறுவனம் நியமிக்க வேண்டும் என்பதைக் காட்டுகிறது. இதன் அர்த்தம், நிறுவனம் ஒரு குறைந்தபட்ச தேர்வானது—7 முதல் 10 தொழிலாளர்கள்வரை ஆகும். நிலையான மூலதனத்திற்கு எதிராக எத்தனை தொழிலாளர்கள் பணியாற்ற வேண்டும் மற்றும் எவ்வளவு உற்பத்தி செய்ய முடியும், அதாவது உழைப்பின் விலை, அதாவது ஊதிய விகிதம், மற்றும் உற்பத்தியைப் பற்றி மட்டுமே அறியப்படும். இந்த கேள்வி கீழே கொடுக்கப்பட்டுள்ளது.

குறிப்புகள்

5.4.3 தொழிற்கட்சியின் சிறந்த வேலை வாய்ப்பு தீர்மானித்தல்

நிலக்கரி சுரங்கத் தொழிலின் அதிகபட்ச அளவு 10 தொழிலாளர்கள் பணி புரியும் போது இந்த வேலை வாய்ப்பில் அதிக பட்சமாக 5.1 பணியாளர்களை வேலைக்கு அமர்த்த விரும்புகிறேன். இருப்பினும், தொழிலாளர்கள் இலவசமாக இலவசமாக கிடைக்கும் பட்சத்தில் 10 தொழிலாளர்களை வேலைக்கு அமர்த்த முடியும். ஆனால் உழைப்பு இலவசமாக கிடைக்கவில்லை நிறுவனம் தொழிலாளர்களுக்கு ஊதியம் கொடுக்க வேண்டும். எனவே, எத்தனை தொழிலாளர்கள் நிறுவனம் 10 அல்லது அதற்கும் குறைவாகவோ அல்லது 10க்கும்—அதிகமான தொழிலாளர்கள் தங்கள் இலாபத்தை அதிகரிக்க வேண்டும் என கேள்வி எழுகிறது. இந்த கேள்விக்கு ஒரு எளிய பதில் என்னவென்றால், தொழிலாளர்கள் வேலை செய்யும் எண்ணிக்கை, உற்பத்தி விலை மற்றும் ஊதிய விகிதத்தில் கொடுக்கப்பட்ட நிறுவனத்தின் இலாபம் அதிகரிக்கும் வெளியீட்டை சார்ந்துள்ளது. இந்த புள்ளி பின்வருமாறு நிரூபிக்கப்பட்டுள்ளது.

இலாபம் அதிக பட்சம் எங்கே என்று எங்களுக்குத் தெரியும்

$$MC = MR$$

இங்கு எங்களின் உதாரணத்தில், தொழிலாளர்கள் மட்டுமே மாறி உள்ளீடு இருப்பதால், குறுநில செலவில் (MC) குறுந்தக ஊதியம் (MW), அதாவது $MC = MW$ சமம்.

MR குறித்து, கூட்டு நிறுவன வேலைவாய்ப்பு விஷயத்தில், விளிம்பு வருவாய் உற்பத்தித் திறன் (MRP) கருத்து பயன்படுத்தப்படுகிறது. மாறும் வருவாய் உற்பத்தி என்பது மாறி உள்ளீடு (உழைப்பு)யின் குறுகிய அலகு விளைவாக விளைபொருளின் மதிப்பாகும். குறிப்பிட்ட வகையில்,

உற்பத்தியின் விலை (P) பெருமளவில் ஓரளவிற்கு உழைக்கும் உற்பத்தித் திறன் (MP_L), ஓரளவு வருவாய் உற்பத்தி (MRP)

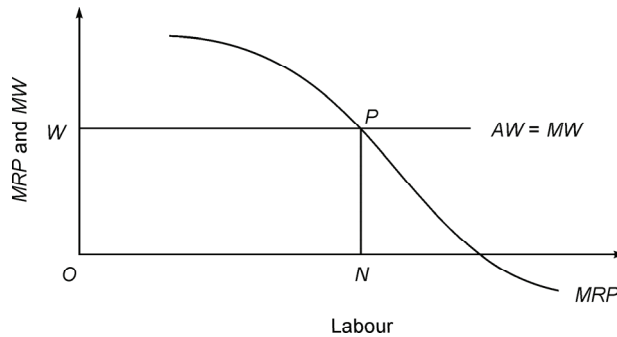
$$MRP = MPL \times P$$

குறிப்புகள்

எடுத்துக்காட்டாக, நிலக்கரி ஒரு குவிண்டால் விலை ₹10க்கு வழங்கப்படும் என்று நினைக்கிறேன். இப்பொழுது, ஒரு தொழிலாளியின் MRP , அதன் MP_L ஐ பெருக்குவதன் மூலம் அறியப்படுகிறது (அட்டவணை 5.2 இல் கொடுக்கப்பட்டுள்ளபடி) 10. உதாரணமாக, 3 வது தொழிலதிபரின் MRP (அட்டவணை 5.2ஐப் பார்க்கவும்), $66 \times 10 = ₹660$ மற்றும் 4வது தொழிலாளி, $78 \times 10 = ₹780$ ஆகும். அதேபோல், முழுநிரல் (MP_L) 10 ஆல் பெருக்கினால், தொழிலாளர்களின் ஓரளவு வருவாய் உற்பத்தித்திறனைக் காட்டும் அட்டவணையை எங்களுக்குக் காட்டியது. ஊதிய விகிதம் (6.5 என்ற விகிதத்தில்) கொடுக்கப்பட்ட சம்பள விகிதம் (₹660 என்ற விகிதத்தில்) கொடுக்கப்படும் என்று நினைக்கிறேன். இந்த ஊதியத்தில், $MRP =$ ஊதிய விகிதம் $=$ 8வது தொழிலாளி MRP , ஊதிய விகிதத்தில், இலாபம் அதிகரிப்பது நிறுவனம் 8 தொழிலாளர்களை மட்டுமே பயன்படுத்தும். $66 \times 10 = ₹660$. நிறுவனம் 9வது பணியாளரைப் பணியில் அமர்த்தியிருந்தால், அவரது $MRP = 48 \times 10 = ₹480 < ₹660$. நிறுவனம் 9 ஆவது தொழிலாளி மீது ₹180 ஐ இழக்கிறது என்பது தெளிவாகிறது. 8 ஊழியர்களுக்குக் குறைவான நிறுவன ஊழியர்கள் இருந்தால், அது இலாபத்தை அதிகரிக்காது.

விவரமான விளக்கம்

மாறி உள்ளீடு (உழைப்பு) இன் உன்னத வேலை வாய்ப்பு செயல்முறை வரைபடத்தில் விளக்கப்படும் 5.2. MRP இன் தொடர்ச்சியான தொடரானது மந்தமாக இருந்தால், அது ஒரு MRP வளைவை உருவாக்குகிறது. இதே போல், எந்த உள்ளீட்டிற்கும் MRP வளைவு MC (அல்லது MW) வளைவுடன் ஒப்பிடலாம். தொழிற்கட்சி மட்டுமே மாறி உள்ளீடு, எங்கள் உதாரணத்தில், தொழிலாளர் சந்தையில் ஊதியவிகிதம் OW (படம் 5.2) இல் கொடுக்கப்பட்டுள்ளது என்று நாம் நினைக்கலாம். ஊதிய விகிதம் நிலையானதாக இருந்தால், சராசரியாக ஊதியம் (AW) குறுகிய ஊதியத்தில் முழு அளவிலான வேலை வாய்ப்பிற்காக, குறைந்தபட்ச ஊதியம் (MW), $AW = MW$ க்கு சமமானதாகும். போது $AW = MW$, வரி $AW = MW$ காட்டியபடி, உழைப்பு வழங்கல் நேராக கிடைமட்ட கோடு காண்பிக்கப்படுகிறது.



படம் 5.2 குறுகிய-இயக்கத்தில் தொழிற்கல்வி வேலை வாய்ப்புகளைத் தீர்மானித்தல்

MRP வளைவு மற்றும் $AW = MW$ வரி (படம் 5.2) அறிமுகம் மூலம், லாபம் அதிகரிக்கும் நிறுவனம், ஒரு நிலையான அளவு மூலதனத்திற்கு எதிராக உகந்ததாக வேலை செய்யக்கூடிய அதிகபட்ச எண்ணிக்கையிலான தொழிலாளர்களை எளிதில் கண்டுபிடிக்க முடியும். அதிகபட்ச எண்ணிக்கையிலான தொழிலாளர்கள் தீர்மானிக்கப்பட்டவுடன், உற்பத்தியின் உகந்த அளவு தானாகவே தீர்மானிக்கப்படுகிறது.

குறிப்புகள்

$MR = MC$ போது லாபம் அதிகபட்சம் அதிகபட்சம் அதிகபட்சம் அதிகபட்சம் என்று கூறுகிறது. இது இலாப அதிகரிப்பின் அவசியமான நிபந்தனையாகும். MRP மற்றும் $AW = MW$ க்கும் இடையே உள்ள இடைவெளியின் புள்ளியில் புள்ளியின் பிடியில் $MRP = MW (= MC)$ சமம் என்று 5.2 காண்பிக்கிறது. இந்த புள்ளிக்கு ஒத்திருக்கும் தொழிலாளர்களின் எண்ணிக்கை ON . இலாபம் அதிகரிக்கும் நிறுவனம், ON தொழிலாளர்கள் மட்டுமே பணியாற்ற வேண்டும். தொழிலாளர்களின் எண்ணிக்கையைப் பொறுத்தவரையில் மொத்த உற்பத்தியை பெருக்கினால் (ON) சராசரி தொழிலாளர் உற்பத்தித்திறன் (AP).

5.5 நீண்டகாலமாக உற்பத்தித் திட்டங்கள்: இரண்டு பரவலான இணைப்புகளுடன் உற்பத்திசெய்தல்

முந்தைய பிரிவில் நாம் உள்ளீடுகள் மற்றும் வெளியீடு ஆகியவற்றிற்கு இடையேயான தொழில்நுட்ப உறவு மட்டுமே மாறி உள்ளீடு என்று கருதப்படுகிறது, மூலதன நிலையானதாக கருதப்படுகிறது. இந்த பிரிவில், உள்ளீடுகள், மூலதனம் மற்றும் உழைப்பு ஆகிய இரண்டும் மாறுபட்ட காரணிகளாக இருக்கும் நிலையில், உள்ளீடுகள் மற்றும் வெளியீடு ஆகியவற்றுக்கு இடையேயான உறவை நாங்கள் விவாதிப்போம். நீண்டகாலமாக, இரண்டு உள்ளீடுகளும் வழங்கப்படுவது மீள் இருக்கும் மற்றும் நிறுவனங்கள் உழைப்பு மற்றும் மூலதனத்தின் பெரிய அளவிலான எண்ணிக்கையை வாடகைக்கு எடுக்க முடியும். மூலதனம் மற்றும் உழைப்பு அதிக வேலை வாய்ப்புடன், உற்பத்தி அளவு அதிகரிக்கும். உள்ளீடுகள் மற்றும் வெளியீடுகளின் மாறுதலின் அளவிற்கும் இடையேயான தொழில் நுட்ப உறவு அளவிலான வருவாய்க்கான விதிகளின் கீழ் விளக்கப்பட்டுள்ளது. உற்பத்தி அளவீடு மற்றும் தனி மனித வளைவு நுட்பம் ஆகியவற்றின் மூலம் விளக்கங்கள் அளிக்கும் விதிகள் விளக்கப்படலாம். பகுப்பாய்வு மிகவும் பொதுவான மற்றும் எளிமையான கருவி தனி மனித வளைவு நுட்பமாகும். எனவே, இந்த பகுப்பாய்வு கருவியில் முதலில் அறிமுகப்படுத்தி விரிவுபடுத்துவோம். திரும்பத் திரும்பச் செலுத்த வேண்டிய சட்டங்கள் பின்னர் நேரடியான வளைவு நுட்பத்தின் மூலம் விளக்கப்படும். உற்பத்தி செயல்பாடு மூலம் அளவிலான வருவாய் சட்டங்கள் அடுத்த பிரிவில் விவரிக்கப்படும்.

5.5.1 சம வளைவுகள்

‘ஐசோகொன்ட்’ என்ற வார்த்தை கிரேக்க வார்த்தையான ‘ஐசோ’ பொருள் ‘சம’ மற்றும் லத்தீன் வார்த்தையின் கொன்ட்ச்ஷ் பொருள் ‘கொன்ட்டிடி’ என்பதிலிருந்து பெறப்பட்டது. ‘சமமான வளைவு’ என்பது, ‘சமமான தயாரிப்பு கர்வ்’ அல்லது ‘தயாரிப்பு இழைப்பான் கர்வ்’ என்றும் அழைக்கப்படுகிறது. ஒரு உள்ளீடு வளைவு, இரண்டு உள்ளீடுகள், மூலதனம் மற்றும் உழைப்பு

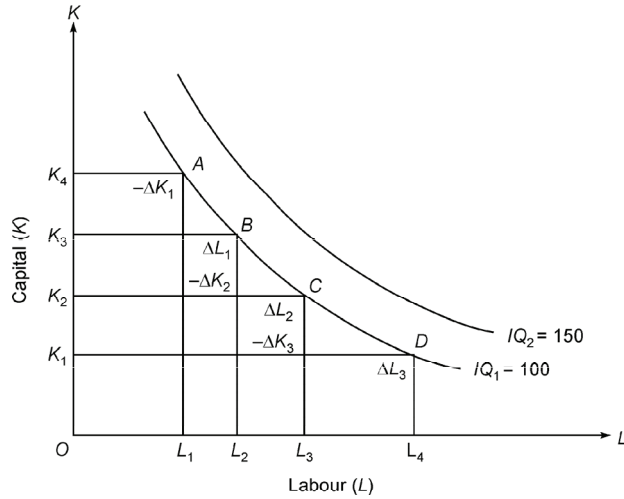
குறிப்புகள்

ஆகியவற்றின் பல்வேறு கலவைகளை குறிக்கும் புள்ளிகளின் இருப்பிடமாக வரையறுக்கப்படுகிறது, அதே வெளியீட்டை விளைவிக்கும். ஒரு 'தனித்தவளைவு' என்பது இரண்டு தனித்துவமான புள்ளிகளைக் கொண்ட ஒரு 'அலட்சியம் வளைவுக்கு ஒத்ததாக உள்ளது: (a) ஒரு அலட்சிய வளைவு இரண்டு நுகர்வோர் பொருட்களால் செய்யப்படுகிறது, அதே நேரத்தில் இரண்டு தயாரிப்பாளர் பொருட்கள் (தொழிலாளர் மற்றும் மூலதனம்) (b) ஒரு அலட்சியம் வளைவு திருப்தி அளவை எடுத்துக் கொள்கிறது, அதே சமயம் ஒரு பொருளின் ஒரு வெளியீட்டை அளவிடும்.

அட்டவணை 5.1ல் கொடுக்கப்பட்ட மூலதன மற்றும் உழைப்பு 4 வெவ்வேறு சேர்க்கைகளில் இருந்து 158 அலகுகளை இணைக்கும் வளைவிலிருந்து ஒரு தனித்துவமான யோசனை இருக்க முடியும்.

பின்வரும் கருதுகோள்களின் அடிப்படையிலேயே குறிப்பிட்ட வளைவுகள் வரையப்படுகின்றன:

- (i) சரக்கு X தயாரிக்க இரண்டு உள்ளீடுகள், அதாவது, தொழிலாளர் (L) மற்றும் மூலதனம் (K) மட்டுமே உள்ளன.
- (ii) L மற்றும் K தயாரிப்பு X ஆகிய இரண்டும் பிரித்தெடுக்கப்படுகின்றன
- (iii) இரண்டு உள்ளீடுகள்— L மற்றும் K —ஆகியவை ஒருவருக்கொருவர் மாற்றியமைக்கலாம், ஆனால் அவை குறைவுபடுத்தும் விகிதத்தில் அவை குறைபாடுள்ள மாற்றுகளாகும் மற்றும்
- (iv) உற்பத்தி தொழில் நுட்பம் வழங்கப்படுகிறது.



படம் 5.3 சம வளைவுகள்

இந்த அனுமானங்களைக் கொண்டு, மூலதன மற்றும் உழைப்பு பல்வேறு சேர்க்கைகள் மூலம் X ன் குறிப்பிட்ட அளவை உற்பத்தி செய்ய தொழில் நுட்ப ரீதியாக சாத்தியம். காரணி சேர்க்கைகள் மிகவும் பிற்பகுதியில் ஒரு காரணி மாற்றீடு வெளியீடு பாதிக்கப்படாது என்று உருவாக்கப்பட்டது. இந்த தொழில் நுட்ப உண்மை படம் 5.3ல் ஒரு தனித்துவமான வளைவு ($IQ_1 = 100$) மூலமாக வழங்கப்படுகிறது. அதன் நீளம் முழுவதும் வளைவு IQ_1 ஒரு நிலையான அளவு, 100 யூனிட் தயாரிப்பு X ஐ பிரதிபலிக்கிறது. இந்த

அளவு வெளியீடு பல தொழிலாளர் மூலதன கலவைகளுடன் உற்பத்தி செய்யப்படலாம். எடுத்துக்காட்டுக்கு, ஐசொகொன்ட் IQ_1 இல் A , B , C , மற்றும் D புள்ளிகள் அட்டவணையில் 5.3 இல் உள்ளதைப் போன்ற நான்கு வெவ்வேறு சேர்க்கை உள்ளீடுகள், K மற்றும் L ஐக்காட்டுகின்றன. A லிருந்து D இன் இயக்கமானது K இன் குறைந்த அளவு மற்றும் L இன் அதிகரிப்பு ஆகியவற்றை குறிக்கிறது. இது மூலதனத்திற்கான பணிக்கான பதிலீடாக இருப்பதால், அனைத்து உள்ளீடு சேர்க்கைகள் அதே அளவு X , அதே $IQ_1 = 100$ ஐ அளிக்கின்றன.

குறிப்புகள்

அட்டவணை 5.3 மூலதன தொழிலாளர் சேர்க்கை மற்றும் வெளியீடு

புள்ளிகள்	உள்ளீடு சேர்க்கைகள் $K + L$	வெளியீடு
A	$OK_4 + OL_1$	= 100
B	$OK_3 + OL_2$	= 100
C	$OK_2 + OL_3$	= 100
D	$OK_1 + OL_4$	= 100

5.5.2 தனித்த வளைவுகளின் பண்புகள்

அதாவது, உற்பத்தி அலட்சிய வளைவுகள், நுகர்வோர் அலட்சியம் வளைவுகள் போன்ற பண்புகள் உள்ளன. உள்ளீடுகள் மற்றும் வெளியீடு ஆகியவற்றின் அடிப்படையில் ஐசொகொன்ட் பண்புகள் கீழே விளக்கப்பட்டுள்ளன.

(a) ஒரு எதிர்மறையான சாய்வு உள்ளது. பொருளாதார மண்டலத்தில் மற்றும் எதிர்மறையான பொருளாதார வரம்பில் ஒரு எதிர்மறையான ஒரு எதிர்மறை சாய்வு உள்ளது. பொருளாதார மண்டலம் உற்பத்தி விமானம் மற்றும் பிராந்தியத்தின் பொருளாதார வரம்பில் உள்ள பகுதி என்பது உள்ளீடுகளுக்கு இடையில் உள்ள மாற்றீடு தொழில் நுட்ப ரீதியாக சாத்தியமானதாகும். பொருளாதார மண்டலம் மேலும் தயாரிப்பு அதிகரிக்கும் பகுதி என்று அழைக்கப்படுகிறது. உள்ளகத்தின் எதிர்மறையான சாய்வு உள்ளீடுகளுக்கு இடையில் உள்ள மாற்றுத் தன்மையை குறிக்கிறது. அதாவது, உள்ளீடுகளில் ஒன்று குறைந்து விட்டால், மற்ற உள்ளீடு மிகவும் அதிகரிக்க வேண்டும், மொத்த வெளியீடு பாதிக்கப்படாமல் இருக்கும். உதாரணமாக, IQ_1 இல் A லிருந்து B ஐ இயக்க (படம் 5.3) அதாவது, K_4 K_3 அலகுகள் உற்பத்தியில் இருந்து அகற்றப்பட்டால், L_1 L_2 அலகுகள் உற்பத்தி அதே அளவு வெளியீட்டை பராமரிக்க வேண்டும்.

(b) தோற்றுவாய்களால் தோற்றுவிக்கப்படுகின்றன. இரண்டு விஷயங்களைக் குறிக்கிறது: (i) இரண்டு உள்ளீடுகளுக்கு இடையில் மாற்றுதல், மற்றும் (ii) பொருளாதார பிராந்தியத்தில் உள்ளீடுகளுக்கு இடையில் தொழில் நுட்ப பதிலீட்டின் (MRTS) ஓரளவிற்கு குறைவு. MRTS என வரையறுக்கப்படுகிறது

$$MRTS = \frac{-\Delta K}{\Delta L} = \text{தனித்துவத்தின் சாய்வு}$$

குறிப்புகள்

எளிய சொற்களில், $MRTS$ என்பது, மொத்த உற்பத்தியில் பாதிப்பு இல்லாமல், மூலதனத்தின் ஒரு சிறிய அலகு (சாதாரணமாக கீழ் நோக்கி நகரும்) ஒரு சிறிய அளவிலான தொழிலாளர் பிரிவை மாற்றக் கூடிய விகிதமாகும். இந்த விகிதம் ஐக்கோவின் சாய்வு சுட்டிக் காட்டப்படுகிறது. இரண்டு காரணங்களுக்காக குறையும்: (i) மற்றொரு காரணத்திற்காக ஒரு காரணி சரியான காரணி அல்ல, மற்றும் (ii) உள்ளீடுகள் குறுகலான வருவாயைக் குறைக்கும். எனவே, மற்ற உள்ளீடு ஒவ்வொரு தொடர் அலகு பதிலாக ஒரு உள்ளீடு மேலும் அலகுகள் தேவை. எடுத்துக்காட்டுக்கு, படத்தில் மு. (மினுஸ் அடையாளம் புறக்கணிக்கப்பட்டது) பல்வேறு அலகுகள் யூகிக்கின்றன. 5.3 சமம், அதாவது,

$$\Delta K_1 = \Delta K_2 = \Delta K_3$$

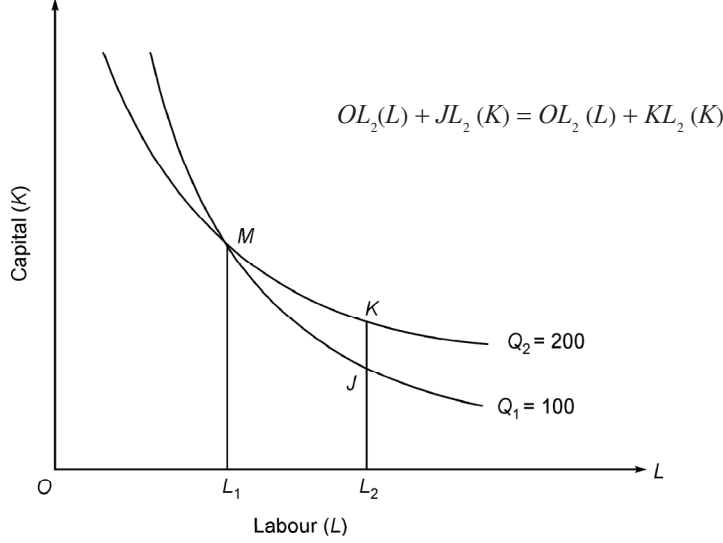
L மாற்றுவதற்கு K இன் (அதையொட்டி 5.3 ல்) உடன் தொடர்புடைய அலகுகள் அதிகரித்து வருகின்றன

$$\Delta L_1 < \Delta L_2 < \Delta L_3$$

இதன் விளைவாக, $MRTS = \Delta K / \Delta L$ குறைந்து செல்கிறது, அதாவது,

$$\frac{\Delta K_1}{\Delta L_1} > \frac{\Delta K_2}{\Delta L_2} > \frac{\Delta K_3}{\Delta L_3}$$

(c) உட்புகுதல் அல்லாதவை மற்றும் அல்லாத தொடு வானங்கள். எந்த இரண்டு ஐக்கோவின் "ளுக்கும் இடையில் குறுக்கீடு அல்லது தற்செயலானது ஒரு குறிப்பிட்ட அளவை ஒரு சிறிய அளவிலான உற்பத்தி மற்றும் ஒரு பெரிய உள்ளீட்டு கலவையுடன் தயாரிக்க முடியும் என்பதைக் குறிக்கிறது. உள்ளீடுகளின் ஓரளவு உற்பத்தித்திறன் 0 விட மிக அதிகமாக இருப்பதால் இது ஏற்றுக் கொள்ள முடியாதது. இந்த புள்ளிவரை படமாக நிரூபிக்கப்பட்டுள்ளது. படம் 5.4 இல், இரு சமன்பாடுகளும் ஒன்றுடன் ஒன்று இணைகின்றன என்பதைக் கவனியுங்கள். இரண்டு மற்ற புள்ளிகள் து புள்ளியைக் குறிக்கவும், $Q_1 = 100$ மற்றும் புள்ளிகள் K ஐ குறிப்பிடவும் $Q_2 = 200$ புள்ளிகள் K மற்றும் J புள்ளிகள் K_2 , அதே அளவு தொழிலாளர் (OL_2) ஐக் குறிக்கிறது, ஆனால் மூலதன- KL_2 மூலதனத்தின் யூனிட் மூலக் கூறுகள் K மற்றும் JL_2 மூலதனத்தின் யூனிட் அலகுகள் J புள்ளியில் குறிப்பிடுகின்றன. ஐக்கோவின் வரையறையின் அளவாக, K மற்றும் L ஆகியவற்றின் கூட்டுத் தொகையுடன் உற்பத்தி செய்யக்கூடிய அளவானது, M மற்றும் K புள்ளிகளில் காரணி கலவையுடன் தயாரிக்கப்படக் கூடிய அளவையும், அத்துடன் $Q_1 = 100$ இன் காரணி புள்ளிகள் ஆ மற்றும் து உற்பத்தி வெளியீடு 100 அலகுகள். மேலும், $Q_2 = 200$ இல், M மற்றும் K விளைபொருளின் 200 யூனிட் வெளியீட்டில் காரணி சேர்க்கைகள். புள்ளிகள் M ஐக்கோவான்களுக்கு பொதுவானது என்பதால், J மற்றும் K ஆகியவற்றில் உள்ளீடு சேர்க்கைகள் வெளியீட்டின் அடிப்படையில் சமமாக உள்ளன. இது வெளியீட்டின் அடிப்படையில்,



குறிப்புகள்

படம் 5.4 சம-இருபக்கங்களிலும்பொதுவானது

இரு பக்கங்களிலும் OL_2 பொதுவானதாக இருப்பதால்,

$$JL_2(K) = KL_2(K)$$

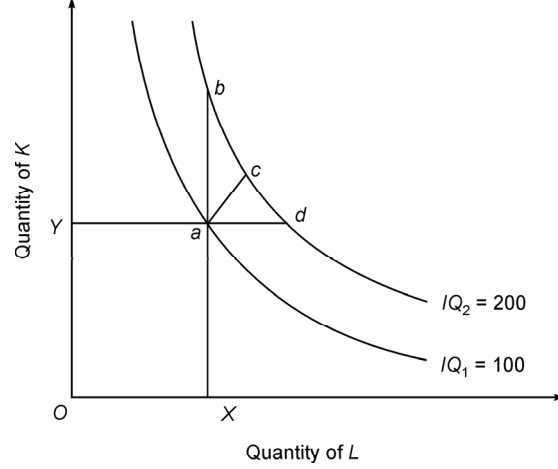
ஆனால் அது 5.4 படத்தில் காணலாம்

$$JL_2(K) < KL_2(K)$$

ஆனால் இரண்டு ஐங்கோணங்களின் வெட்டும் என்பது, வெளியீடுகளின் அடிப்படையில் JL_2 மற்றும் KL_2 ஆகியவை சமமாக இருக்கின்றன. இது தவறு. அதனால்தான் ஒருவருக்கொருவர் குறுக்கிடமாட்டார்கள். அவர்கள் செய்தால், அது உற்பத்தி சட்டங்களை மீறுகிறது.

(d) உயர் ஐசோகொன்ட்ஸ் வெளியீட்டின் அதிக அளவைக் குறிக்கிறது. எந்த இரு சமச்சீர்களுக்கிடையில், மேல் ஒன்று குறைவானதை விட உயர்ந்த வெளியீட்டை பிரதிபலிக்கிறது. காரணம், ஒரு மேல் உள்ளீடு ஒரு பெரிய உள்ளீட்டு கலவை கொண்டிருக்கிறது, இது பொதுவாக ஒரு பெரிய வெளியீட்டை உருவாக்குகிறது. ஆகையால், மேல்புறத்தில் அதிகமான வெளியீடு உள்ளது. எடுத்துக்காட்டுக்கு, IQ_1 இல் IQ_2 என்பது IQ_1 ஐ விட அதிகபட்ச வெளியீட்டை எப்போதும் குறிக்கும். ஏனெனில், ஐசோ2 இல் எந்த புள்ளியும் மூலதன அல்லது உழைப்பு அல்லது இரண்டையும் கொண்டிருக்கும். எடுத்துக்காட்டுக்கு, IQ_1 இல் புள்ளி விவரங்களைக் கருத்தில் கொண்டு ஐசோ2 இல் எந்தப் புள்ளியையும் ஒப்பிடவும். IQ_2 இல் உள்ள புள்ளி டி மூலதனத்தின் பெரும் பகுதியை குறிக்கிறது (யூ), தொழிலாளர் அதிகமான புள்ளி (புள்ளி) மற்றும் புள்ளிகள், மூலதனம் மற்றும் உழைப்பு ஆகியவற்றைக் குறிப்பிடுகிறது. ஆகையால், IQ_1 IQ_1 100 அலகுகளைக் காட்டிலும் IQ_2 அதிகபட்ச வெளியீட்டை (200 அலகுகள்) குறிக்கிறது.

குறிப்புகள்



படம் 5.5 இரண்டு ஐசொகொன்ட்களில் வெளியீடு ஒப்பீடு

5.5.3 உற்பத்தி மற்றும் உற்பத்தி பொருளாதார மண்டலம்

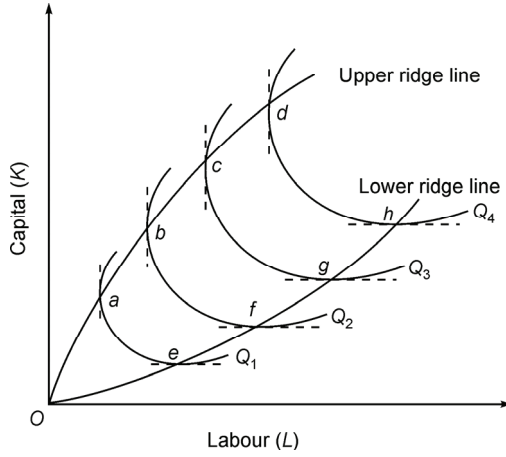
வேறொரு வரைபடம். ஒரு இரட்டை வரைபடம் என்பது ஒரு இரண்டு பரிமாண விமானத்தில் வழங்கப்பட்ட ஐசொகொன்ட்களின் தொகுப்பு ஆகும். இது Q_1 , Q_2 , Q_3 மற்றும் Q_4 படம் 5.6ல் காட்டப்பட்டுள்ளது. குறிப்பிட்ட ஒவ்வொரு வெளியீட்டை தயாரிப்பதற்கு பயன்படுத்தக் கூடிய இரண்டு உள்ளீடுகளின் பல்வேறு சேர்க்கைகளை ஒவ்வொன்றும் தனித்தனியாகக் காட்டுகிறது. மேல் ஐசொகொன்ட் ஒன்று அதிக அளவிலான ஒன்று அல்லது இரண்டு உள்ளீடுகளை விட குறைவான ஐசொகொன்ட்கள் சுட்டிக்காட்டியுள்ளதை விட அதிகமானதாகும். எடுத்துக்காட்டாக, ஐசொகொன்ட் Q_2 ஐ உள்ளீடு Q_1 மற்றும் பலவற்றால் காட்டப்பட்டதை விட அதிகமாக உள்ளீடு-கலவையை குறிக்கிறது.

ஒரே மாதிரியான வரைபடத்தில், ஒவ்வொன்றும் ஒன்றுக்கொன்று குறைவானதை விட பெரிய உள்ளீடு-கலவையைக் குறிக்கிறது, மேலும் ஒவ்வொன்றும் மேலோட்டமான மேலோட்டமானது, குறைவானவற்றை விட உயர்ந்த வெளியீடு வெளியீட்டை குறிக்கிறது. இது ஐசொகொன்ட்ஸ் பண்புகள் ஒன்றாகும். உதாரணமாக, Q_1 என்பது 100 அலகுகளுக்கு சமமான ஒரு வெளியீட்டைக் குறிக்கிறது என்றால், ஐசொகொன்ட் Q_2 100 வெளியீட்டிற்கும் அதிகமான வெளியீட்டை குறிக்கிறது. ஐசொகொன்ட்களின் பண்புகளில் ஒன்றைப் போலவே, இரண்டு ஐயோவாங்க்கள் ஒன்றோடொன்று ஒன்றையொன்று குறுக்கிடலாம் அல்லது தொடுகின்றன.

பொருளாதார மண்டலம். பொருளாதாரம் என்பது உற்பத்திப் பொருளின் பரப்பளவு, இதில் இரண்டு உள்ளீடுகளுக்கு இடையில் மாற்றீடு வெளியீடுகளை பாதிக்காத வகையில் தொழில் நுட்ப ரீதியாக சாத்தியமானது. $MRTS = 0$. எந்த இடங்களில் உள்ள புள்ளிகளைக் கண்டுபிடிப்பதன் மூலம் இந்த பகுதி குறிப்பிடப்படுகிறது. பூஜ்யம் $MRTS$ ஆனது உள்ளீடுகளுக்கு இடையில் மேலும் மாற்றீடு தொழில் நுட்ப ரீதியாக இயலாது என்பதைக் குறிக்கிறது. கொடுக்கப்பட்ட வெளியீட்டை தயாரிக்க பயன்படுத்த வேண்டிய ஒரு உள்ளீட்டின் குறைந்த பட்ச அளவை இது தீர்மானிக்கிறது. இந்த கட்டத்திற்கு அப்பால், ஒரு உள்ளீடு கூடுதல் வேலை வாய்ப்பு மற்ற

உள்ளீடுகளின் கூடுதல் அலகுகளை பயன்படுத்த வேண்டும். படம் 5.6. திசையன் கோடுகளால் காட்டப்பட்டபடி, ஒரு தனித்திறன் மீது இது போன்ற ஒரு புள்ளி, தனி மனிதனுக்கு ஒரு தொடு கோடு மற்றும் செங்குத்து மற்றும் கிடைமட்ட அச்சுகள் ஆகியவற்றோடு இணையாக பெறலாம். இதன் விளைவாக புள்ளிகள், a, b, c மற்றும் d இல் சேருவதன் மூலம், மேல்கோடு கோடு, Od என்று அழைக்கப்படும் ஒரு வரியைப் பெறுவோம். இதே போல், புள்ளிகள், e, f, g, h ஆகியவற்றில் சேருவதன் மூலம், நாம் கீழ்க்கோடு கோடு, Oh . உச்சி கோடுகள் ஐசொகொன்ட்ஸில் உள்ள புள்ளிகளின் இருப்பிடம் உள்ளீடுகளின் சிறிய பக்கங்கள் (MP) பூஜ்ஜியத்திற்கு சமமாக இருக்கும். மேல்கோடு வரி மூலதன MP வரி சேர்த்து பூஜ்யம் என்று குறிக்கிறது, Od . குறைந்த உச்சி கோடு என்பது Oh என்ற வரிக்கு அருகே உழைக்கும் MP .

குறிப்புகள்



படம் 5.6 ஐசொகொன்ட் வரைபடம்

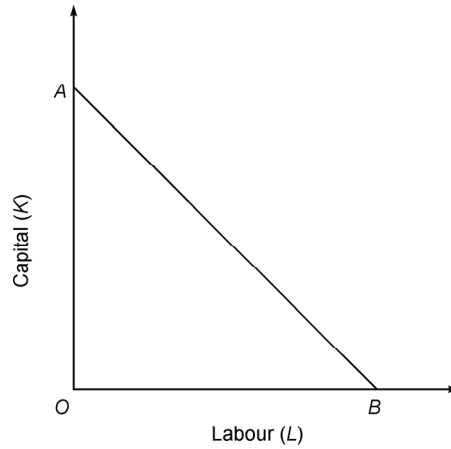
இரண்டு உச்சி கோடுகள், Od மற்றும் Oh ஆகிய இடங்களுக்கிடையிலான பகுதி 'பொருளாதார மண்டலம்' அல்லது 'தொழில் நுட்ப ரீதியாக திறமையான பகுதி' என்று அழைக்கப்படுகிறது. எந்தவொரு உற்பத்தி நுட்பமும், அதாவது, பொருளாதார மண்டலத்திற்குள் முதலாளி-தொழிலாளி என்ற கலவையானது கொடுக்கப்பட்ட வெளியீட்டை தயாரிக்க தொழில் நுட்ப ரீதியாக திறமையாகும். மேலும், இந்த பிராந்தியத்திற்கு வெளியே எந்த உற்பத்தி நுட்பமும் தொழில் நுட்ப ரீதியாக திறனற்றவை அல்ல, ஏனெனில் இரண்டு வெளியீடுகளும் அதே அளவு வெளியீட்டை உற்பத்தி செய்ய வேண்டும்.

5.5.4 ஐசொகொன்ட்ஸ் -மற்ற படிவங்கள்

பாரம்பரிய குரோமோசோம்களில் மிகவும் பரவலாக பயன்படுத்தப்படும் ஒரு குவிவுச் சந்தையை விட அறிமுகப்படுத்தியுள்ளோம். இருப்பினும், ஒரு சார்பின் வடிவம், உற்பத்தி செயல்பாட்டில் உள்ள காரணிகளுக்கு இடையில் மாற்றத்தக்க தன்மையின் அளவைப் பொறுத்தது. மூலதன மற்றும் தொழிலாளர் இடையே ஒரு தொடர்ச்சியான மாற்றாக உருவாகிறது ஆனால் குறைந்து வரும் விகிதத்தில் படம் 5.3 ஆனது குறிப்பிடப்பட்டுள்ளது. இருப்பினும், பொருளாதார வல்லுநர்கள் மு மற்றும் டு க்கு இடையில்

உள்ள வேறு மாற்றுத் தன்மையைக் கவனித்தனர், மேலும் மூன்று வகையான ஐசொகொன்ட்ஸ் இருப்பை நிரூபித்தனர்.

1. நேரியல் ஐசொகொன்ட்ஸ். ஒரு நேர்காணல் நேர்காணல் விளக்கப்படம் AB இல் விளக்கப்பட்டுள்ளது. படம் 5.7. ஒரு நேர்காணல் என்பது இரண்டு உள்ளீடுகள், K மற்றும் L ஆகியவற்றிற்கு இடையே உள்ள சரியான பதிலடாக இருப்பதைக் குறிக்கிறது. ஒரே ஒரு மூல அளவு மட்டுமே உற்பத்தி மூலதனம் அல்லது உழைப்பு அல்லது இரண்டையுமே பயன்படுத்தி உற்பத்தி செய்வதன் மூலம் உற்பத்தி செய்யக்கூடியது என்று குறிப்பிடுகின்றது. இரண்டு காரணிகள், K மற்றும் L , ஒருவருக்கொருவர் சரியான மாற்றாக இருக்கும்போது மட்டுமே இது சாத்தியமாகும். ஒரு நேர்கோட்டு நேரமும் K மற்றும் L க்கு இடையில் உள்ள $MRTS$ முழுவதும் மாறாமல் இருப்பதைக் குறிக்கிறது.



படம் 5.7 நேரியல் ஐசொகொன்ட்ஸ்

காரணிகளின் சரியான மாற்றுத் திறனை வெளிப்படுத்தும் உற்பத்தி செயல்பாடுகளின் கணித வடிவம் கீழே கொடுக்கப்பட்டுள்ளது.

$$\text{என்றால் } Q = f(K, L) \text{ பின், } = aK + bL \quad (5.7)$$

உற்பத்தி செயல்பாடு (5.7) என்பது மொத்த வெளியீடு, Q என்பது K மற்றும் L இன் மொத்த எடையைக் குறிக்கிறது என்பதாகும். இந்த உற்பத்தி செயல்பாட்டிலிருந்து விளைவிக்கும் இடையின் சரிவு $-b/a$. கீழே காட்டப்பட்டுள்ளபடி இதை நிரூபிக்க முடியும்.

உற்பத்தி செயல்பாடு (5.7),

$$MP_K = \frac{\partial Q}{\partial K} = a \text{ மற்றும் } MP_L = \frac{\partial Q}{\partial L} = b$$

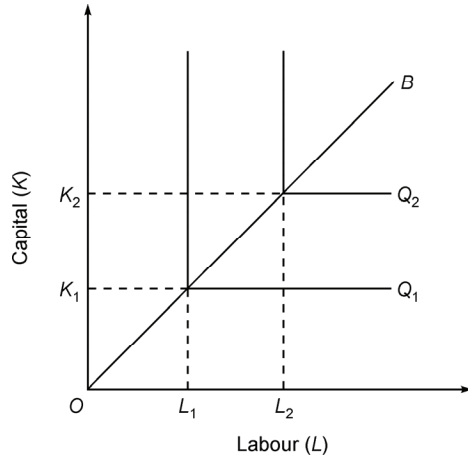
பின்பு
$$MRTS = \frac{MP_L}{MP_K} \text{ மற்றும் } \frac{MP_L}{MP_K} = \frac{-b}{a}$$

ஆகையால்,
$$MRTS = \frac{-b}{a} = \text{தனித்துவத்தின் சாய்வு}$$

காரணிகளின் சரியான மாற்றுத் தன்மையை வெளிப்படுத்தும் உற்பத்தி செயல்பாடு, உண்மையான உலக உற்பத்தி செயல்முறையில் இருக்கும் சாத்தியம் இல்லை.

2. நிலையான காரணி-விகிதத்தில் அல்லது எல்-வடிவ ஐசுவான்களுடனான சந்தைகள். ஒரு உற்பத்தி செயல்பாடு K மற்றும் L க்கு இடையில் ஒரு நிலையான விகிதத்தை எடுக்கும் போது, ஐகான் Q 'மற்றும் Q_2 ஐ காட்டியபடி' L 'வடிவத்தைஎடுத்துக் கொள்கிறது. K மற்றும் L க்கு இடையில் பூஜ்ஜிய மாற்றுத் தன்மையை இது குறிக்கிறது. இது K மற்றும் L க்கு இடையில் சரியான பூரணத்தை ஏற்படுத்துகிறது. சரியான பூரண ஒற்றுமை என்பது ஒரு குறிப்பிட்ட அளவிலான ஒரு பொருளை உற்பத்தி செய்யலாம் மற்றும் ஒரே ஒரு கலவையும் L மற்றும் உள்ளீடுகளின் விகிதம் சரி செய்யப்பட்டது. இது ஒரு உள்ளீடு அளவு அதிகரித்தால் மற்றும் மற்ற உள்ளீடுகளின் அளவு மாறாமல் இருந்தால் வெளியீட்டில் எந்த மாற்றமும் இல்லை. வெளியீடு இரண்டு முறை உள்ளீடுகளை அதிகரிப்பதன் மூலம் மட்டுமே அதிகரிக்க முடியும்.

குறிப்புகள்



படம் 5.8 L -வடிவ ஐசுகொண்ட

படத்தில் காட்டப்பட்டபடி 5.8, ஒரு தயாரிப்பு Q_1 அளவை உற்பத்தி செய்ய, OK_1 K மற்றும் OL_1 அலகு அலகுகள் தேவைப்படுகிறது. அதாவது, OK_1 அலகுகள் K ஐ பயன்படுத்தினால், OL_1 அலகுகள் ஒரு பொருளின் Q_1 அலகுகளை உற்பத்தி செய்ய பயன்படுத்தப்பட வேண்டும். இதே போல், OL_1 அலகுகள் வேலை செய்யப்பட்டு இருந்தால், Q_1 ஐ உற்பத்தி செய்ய மூலதனத்தின் OK_1 அலகுகள் பயன்படுத்தப்பட வேண்டும். ஒரே K அல்லது L மட்டுமே அலகுகள் அலகு இருந்தால், வெளியீடு அதிகரிக்காது. வெளியீடு Q_2 க்கு அதிகரிக்கப்பட வேண்டும் என்றால், K_1K_2 மற்றும் L_1L_2 மூலம் தொழிலாளர் அதிகரிக்க வேண்டும். K மற்றும் L க்கும் இடையிலான தொழில் நுட்ப உறவுகளின் ஒருவகையான நிலையான விகிதம் உற்பத்தி செயல்பாடு கொடுக்கிறது.

லியோனி:ப் செயல்பாடு என அழைக்கப்படும் ஒரு நிலையான-விகித உற்பத்தி செயல்பாடு என வழங்கப்படுகிறது

$$Q = f(K, L) = \min(aK, bL) \quad (5.8)$$

குறிப்புகள்

எங்கே 'min' என்றால் Q என்பது இரண்டு சொற்களின், aK மற்றும் bL ஆகியவற்றைக் குறிக்கிறது. அதாவது, $aK > bL$, $Q = bL$ மற்றும் bL, aK என்றால் $Q = aK$. $aK = bL$ என்றால், அது K மற்றும் L ஆகிய இரண்டையும் முழுமையாகப் பயன்படுத்த வேண்டும் என்று அர்த்தம். பின்னர் நிலையான மூலதன உழைப்பு விகிதம் $K/L = b/a$ ஆக இருக்கும்.

ஒரு நேரியல் உற்பத்தி செயல்பாட்டிற்கு மாறாக, நிலையான-காரணி விகித உற்பத்தி செயல்பாடு உண்மையான உலகில் பரவலான பயன்பாட்டைக் கொண்டுள்ளது. உழைப்பு மற்றும் மூலதனத்தின் ஒரு நிலையான விகிதம் நிர்ணயிக்கப்பட்ட பல உற்பத்தி நுட்பங்களை ஒருவர் காணலாம். உதாரணமாக, ஒரு டாக்ஸி அல்லது ஒரு ஃபோட்டோகாப்பியர் இயக்க, ஒரே ஒரு தொழிலாளர் தேவை. இந்த சந்தர்ப்பங்களில், இயந்திர உழைப்பு விகிதம் சரி செய்யப்பட்டது. எந்த கூடுதல் உழைப்பும் பணி நீக்கம் செய்யப்படும். அதே போல், உற்பத்தித் தொழில்களில் மூலதன-தொழிலாளர் விகிதங்கள் சரி செய்யப்படும் இடங்களில் ஒரு வழக்குகள் காணப்படுகின்றன.

3. நெறிவு ஐசோகொன்ட்ஸ் அல்லது நேரியல் திட்ட ஐசோகொன்ட்ஸ் நிலையான விகிதம் உற்பத்தி செயல்பாடு (படம் 5.8) உற்பத்தி ஒரு நுட்பம் மட்டுமே உள்ளது என்று கூறுகிறது, மூலதன மற்றும் உழைப்பு ஒரு குறிப்பிட்ட விகிதத்தில் மட்டுமே இணைக்க முடியும். உற்பத்தியினை இரட்டிப்பாக்குவதன் மூலம், K மற்றும் L ஆகிய இரண்டு உள்ளீடுகளையும் இரட்டிப்பாக இருக்குமாறு கோருகிறது. வரி OB (படம் 5.8) வெளியீடு குறிப்பிட்ட அளவுக்கு ஒரே ஒரு காரணி கூட்டு இருப்பதாக காட்டுகிறது. இருப்பினும், நிஜ வாழ்க்கையில், தொழிலதிபர்கள் மற்றும் உற்பத்தி பொறியாளர்கள் பலர் இருப்பதை கண்டுபிடித்துள்ளனர், ஆனால் எல்லையற்றது, ஒரு குறிப்பிட்ட அளவிலான பொருட்கள் உற்பத்தி செய்யும் நுட்பங்கள், ஒவ்வொன்றும் பல்வேறு மாறுபடும் உள்ளீடுகளின் விகிதத்தில் உள்ளது. உண்மையில், ஒரு பொருளை உற்பத்தி செய்வதற்கு ஏராளமான இயந்திரங்கள் கிடைக்கின்றன. ஒவ்வொரு இயந்திரத்திற்கும் ஒரு குறிப்பிட்ட எண்ணிக்கையிலான தொழிலாளர்கள் வேலை செய்ய வேண்டும். இந்த எண் இயந்திரத்திலிருந்து எந்திரத்திற்கு மாறுகிறது. எடுத்துக்காட்டாக, 40 நபர்களை ஒரு இடத்திலிருந்து இன்னொரு இடத்திற்கு இன்னொரு இடத்திற்கு கொண்டு செல்லலாம்: (i) 10 டாக்சிகள் மற்றும் 10 ஓட்டுனர்களை பணியமர்த்துவதன் மூலம் அல்லது (ii) ஒரு பஸ் மற்றும் 1 டிரைவர் பணியமர்த்தல் மூலம். இந்த முறைகளில் ஒவ்வொன்றும் வேறுபட்ட உற்பத்தி முறையாகும், மூலதன மற்றும் உழைப்பின் வேறுபட்ட நிலையான விகிதமும் உள்ளது. கைத்தறி மற்றும் சக்திதறிகள் இரண்டு வெவ்வேறு காரணி விகிதங்கள் மற்ற உதாரணங்கள். இதே போல் உற்பத்தித் தொழில்களில் உற்பத்தி செய்யப்படும் பல செயல்முறை செயல்முறையை ஒருவர் காணலாம், ஒவ்வொன்றும் வேறுபட்ட நிலையான-காரணி விகிதத்தில் இருக்கும்.

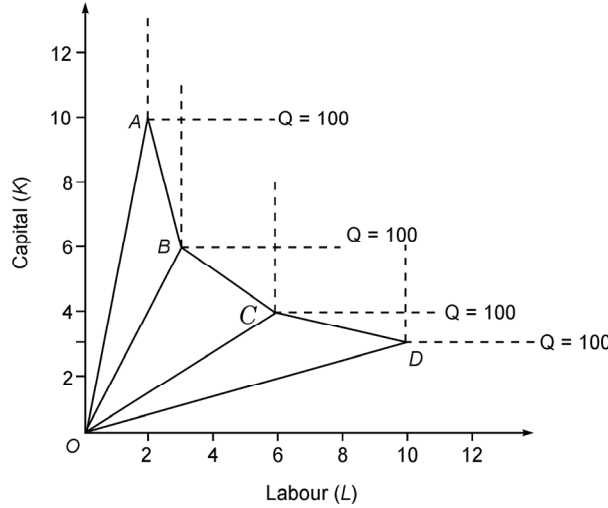
அட்டவணை 5.4 100 அலகுகள் தயாரிக்கும் மாற்று நுட்பங்கள்

வரிசை எண்	உத்தி	மூலதனம்	+	தொழிலாளர்	மூலதனம் / தொழிலாளர் விகிதம்
1	OA	10	+	2	10:2

2	OB	6	+	3	6:3
3	OC	4	+	6	4:6
4	OD	3	+	10	3:10

ஒரு பொருளின் 10 எண்களை உற்பத்தி செய்வதற்கு, X , உற்பத்திக்கு நான்கு வெவ்வேறு நுட்பங்கள் உள்ளன. ஒவ்வொரு உத்திகளும் வெவ்வேறு நிலையான காரணி-விகிதத்தில் உள்ளன.

அட்டவணை 5.4 இல் வழங்கப்பட்ட நான்கு கருதுகோள் உற்பத்தி நுட்பங்கள், வரைபடத்தில் விளக்கப்படத்தில் விளக்கப்பட்டுள்ளது. 5.9. ரேகதிர் OA ஆனது $10K:2L$ என்ற ஒரு நிலையான காரணி-விகிதத்தில் ஒரு உற்பத்தி செயல்முறையை பிரதிபலிக்கிறது. இதே போல், நிலையான மூன்று மூலதன உழைப்பு விகிதங்கள் 6: 3, 4: 6, மற்றும் 3:10 போன்ற கதிர்கள் OB , OC மற்றும் OD ஆகியவற்றைக் காட்டியுள்ளன. புள்ளிகள் A , B , C மற்றும் D நான்கு வெவ்வேறு உற்பத்தி நுட்பங்களை பிரதிபலிக்கிறது. புள்ளிகள், A , B , C மற்றும் D இல் சேருவதன் மூலம், நாம் A , B , C மற்றும் D ஆனது ஒரு நெறிவு ஐசோகொன்ட்ஸ்.



படம் 5.9 உற்பத்தியின் நிலையான விகிதம் நுட்பங்கள்

நெறிவு ஐசோகொன்ட்ஸ் இன்புள்ளிகள் ஒவ்வொன்றும் 100 மூலப் பொருட்களை எக்ஸ் தயாரிக்கக் கூடிய மூலதன மற்றும் உழைப்பின் கூட்டுத் தன்மையை பிரதிநிதித்துவப்படுத்துகிறது. உற்பத்தி மற்ற செயல்முறைகள் இருந்தால், பல கதிர்கள் A மற்றும் B , B மற்றும் C க்கு இடையில் வேறுபட்ட புள்ளிகளைக் கடந்து செல்லும் மற்றும் C மற்றும் D , ஐசோகொன்ட்ஸ் யுடனான இல் நெறிவின் எண்ணிக்கை அதிகரிக்கும். இதன் விளைவாக நிகழ்ந்தவை, தனித்துவமான தனித்துவமானதாக இருக்கும். ஆனால் ஒரு வேறுபாடு உள்ளது—ஒரு தனித்தன்மை வாய்ந்த தனித்தன்மைக்கு ஒவ்வொரு புள்ளியும் தொழில் நுட்ப ரீதியாக சாத்தியமானதாக இருக்கிறது, ஆனால் ஒரு நெறிவு ஐசோகொன்ட்ஸ் மட்டுமே நெறிவுகள் தொழில் நுட்ப ரீதியாக சாத்தியமான புள்ளிகள்.

குறிப்புகள்

நெறிவு ஐசொகொன்ட் அடிப்படையில் நேரியல் நிரலாக்கத்தில் பயன்படுத்தப்படுகிறது. எனவே, நேர்கோட்டு நிரலாக்கமானது அல்லது செயல்பாட்டு பகுப்பாய்வு என்று அழைக்கப்படுவது இது தான்.

குறிப்புகள்

5.6 திட்ட கழகத்தின் மதிப்பீடு

MRTS என்பது ஒரு தனி மனிதனின் சரிவை மட்டுமே குறிக்கிறது, அதாவது உள்ளீடுகளின் குறுகலான மாற்றங்களின் விகிதம். மூலதனத்திற்கான மற்றொரு உழைப்புக்கு ஒரு உள்ளீடுகளின் மாற்றுத் தன்மையை வெளிப்படுத்துவது, உள்ளீடுகளின் கலவையை மாற்றியமைக்காது.

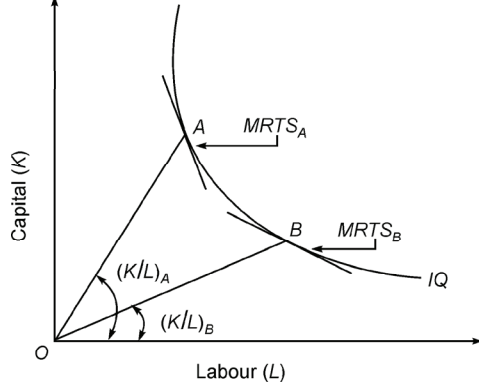
பொருளாதார வல்லுநர்கள் காரணிகளின் மாற்றத்தக்க தன்மை அளவை அளவிடுவதற்கான முறை ஒன்றை கண்டுபிடித்தனர், இது காரணி மாற்றுத் தன்மையின் நெகிழ்ச்சித் தன்மையைக் குறிக்கிறது. பதிலீடான (σ) மாற்று நெகிழ்வு மூலதன-தொழிலாளர் விகிதத்தில் (K/L), தொழில் நுட்ப மாற்றீடு (*MRTS*) யின் இடைநிலை விகிதத்தில் சதவீத மாற்றம் மூலம் பிரிக்கப்பட்டுள்ளது, அதாவது,

$$\sigma = \frac{K/L \text{ இல் சதவீத மாற்றம்}}{MRTS \text{ இல் சதவீதம் மாற்றம்}}$$

$$\sigma = \frac{\partial(K/L)(K/L)}{\partial(MRTS)(MRTS)}$$

ஒரு தனி மனிதனோடு சேர்ந்து, K/L மற்றும் *MRTS* ஆகியவை ஒரே திசையில் நகர்கின்றன என்பதால், σ மதிப்பு எப்போதும் சாதகமானது. இதற்கு பதிலாக, பதிலீட்டு நெகிழ்திறன் (σ) என்பது ‘ K மற்றும் L அளவீடுகளின் அலகுகளில் இருந்து சுயாதீனமான ஒரு எண் ஆகும், ஏனென்றால் இருவரும் தொகுதிகளும் வகுக்கும் அதே அலகுகளில் அளவிடப்படுகிறது.’

காரணி இடமாற்றத்தின் நெகிழ்ச்சி பற்றிய கருத்து வரைபடத்தில் விளக்கப்படத்தில் விளக்கப்பட்டுள்ளது 5.10. ஐசொகொன்ட் IQ லிருந்து A முதல் B வரையிலான இயக்கமானது, *MRTS* இல் மாற்றத்தின் விகிதத்தை வழங்குகிறது. கதிர்கள் OA மற்றும் OB ஆகியவை வெவ்வேறு காரண காரணிகளுடன் இரண்டு தொழில் நுட்ப நுணுக்கங்களைக் குறிக்கின்றன. வரி OA மூலதன தீவிர நுட்பத்தை குறிக்கும் போது, வரி OB உழைப்பு தீவிர நுட்பத்தை குறிக்கிறது. OA இலிருந்து OB க்கு மாற்றம் காரணி தீவிரத்தில் மாற்றம் ஏற்படுகிறது. இரு காரணி தீவிரம் இடையே விகிதம் மாற்று நெகிழ்வு அளவிடும்.



குறிப்புகள்

படம் 5.10. மாற்றல் நெகிழ்ச்சித் தன்மையின் வரை பட சிதைவு

மாற்று நெகிழ் தன்மையின் மதிப்பு ஐஓஓ வான்களின் வளைவின் மீது சார்ந்துள்ளது .இது உற்பத்தி செயல்பாடு இயல்பு பொறுத்து 0 மற்றும் ∞ , இடையே வேறுபடுகிறது. இது உண்மையில், பல்வேறு வகையான ஐவோ வாங்கின் வளைவரையை நிர்ணயிக்கும் உற்பத்தி செயல்பாடு ஆகும் .உதாரணமாக, நிலையான-விகிதாச்சார உற்பத்தி செயல்பாட்டின் போது (5.8) ஒரு L - வடிவ ஐசொகொன்ட், $\sigma = 0$ விளைவிக்கும். உற்பத்தி செயல் முறையானது இதன் விளைவாக இயல்பானது நேர்கோட்டு (படம் 5.7 ஐபார்க்கவும்), $\sigma = \infty$ மற்றும் ஒரு பட்டப்படிப்பு 1 கோப்-டக்ளஸ் வகை, $\sigma = 1$.

5.7 அளவில் திரும்பப் பெறுதல் சட்டங்கள்

பகுப்பாய்வு அடிப்படை கருவி அறிமுகப்படுத்தப்பட்டது—நாம் இப்போது அளவிலான வருவாய்க்கான சட்டங்களுக்குத் திரும்புவோம். உள்ளீடுகளின் விகிதத்தில் ஒரு விகிதாசார மற்றும் ஒரே மாதிரியான மாற்றத்திற்கு பதிலளிப்பதன் விளைவாக வெளியீட்டின் நடத்தையை விளக்குவதற்கான அளவிலான வருவாயின் சட்டங்கள். அதிகரித்து வரும் உள்ளீடுகள் விகிதாச்சார மற்றும் ஒரே நேரத்தில் உற்பத்தி அளவின் விரிவாக்கம் ஆகும்

ஒரு நிறுவனம் அதன் அளவை விரிவாக்கும் போது, அதாவது, அது இரண்டு உள்ளீடுகளையும் சரிசமமாக அதிகரிக்கிறது, பின்னர் மூன்று தொழில் நுட்ப சாத்தியக் கூறுகள் உள்ளன:

- (i) மொத்த வெளியீடு விகிதாச்சாரத்தை விட அதிகமாக அதிகரிக்கக்கூடும்
- (ii) மொத்த உற்பத்தியானது விகிதாசார ரீதியாக அதிகரிக்கலாம் மற்றும்
- (iii) மொத்த வெளியீடு விகிதாசாரத்திற்கு குறைவாக அதிகரிக்கும்.

இதற்கிடையே, மூன்று அளவிலான வருவாய் அளவுகள் உள்ளன:

- (i) அளவிலான வருவாய் அதிகரிப்பு
- (ii) நிலையான திரும்ப அளவீடு, மற்றும்
- (iii) அளவிலான வருவாய் குறைகிறது.

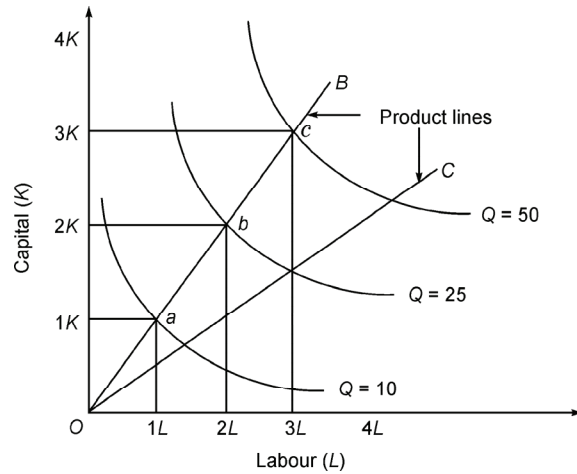
குறிப்புகள்

வரம்பு மீறுவதற்கான சட்டங்களின் வரிசையைப் பொறுத்த வரையில், அதிகரித்து வரும் வருவாய்க்கான சட்டத்தின் தொடர்ச்சியான சட்டத்தின் பின் தொடர்ந்து, சட்டத்தின் படி குறைந்து வருகின்ற சட்டத்தின் படி. சட்டங்களின் மிகவும் பொதுவான தொடர் இது.

ஒரு இரண்டு உள்ளீடு மற்றும் ஒற்றை வெளியீடு உற்பத்தி முறையின் ஐசொகொண்ட்களின் உதவியுடன் அளவிலான வருவாய் சட்டங்களை இப்போது விளக்குவோம்.

1. அளவு அதிகரிக்கும் வருவாய்

உள்ளீடுகள், K மற்றும் L , ஒரு குறிப்பிட்ட விகிதத்தில் அதிகரிக்கப்படும்போது மற்றும் வெளியீடு விகிதாச்சாரத்தை விட அதிகமாக அதிகரிக்கிறது, இது அதிகரித்த வருவாய் அளவைக் காட்டுகிறது. எடுத்துக்காட்டுக்கு, இரண்டு உள்ளீடுகளின் அளவு, K மற்றும் L ஆகியவை இரட்டிப்பாக இருக்குமானால், இதன் விளைவாக வெளியீடு இரு மடங்காக இருக்குமானால், அளவிலான வருவாய் அதிகரிக்கும் என்று கூறப்படுகிறது. அளவு அதிகரிக்கும் வருமானம் படம் 5.11 இல் விளக்கப்பட்டுள்ளது. வரி OB இலிருந்து இயக்கத்தில் இருந்து இயக்கமானது, உள்ளீடுகளை இரட்டிப்பாக்குவதாகும். $1K + 1L$ முதல் $2K + 2L$ வரை உள்ளீட்டை அதிகரிப்பது படம் 5.11 இல் காணலாம். உள்ளீடுகளை இரட்டிப்பாக்குவதன் விளைவாக வெளியீடு இரு மடங்காக உள்ளது: இது 10 முதல் 25 அலகுகளாக அதிகரிக்கிறது, அதாவது, 150% அதிகரிப்பு. இதேபோல், b புள்ளியைக் குறிக்கும் புள்ளி c புள்ளியில் இருந்து இயக்கமானது 50 முதல் 100 அலகுகளாக அதிகரிப்பானது, இதன் விளைவாக 25 அலகுகளில் இருந்து 50 அலகுகள் வரை அதிகரிக்கிறது, அதாவது 100%. தெளிவாக, வெளியீடுகளின் விகிதாசார அதிகரிப்புக்கு அதிகமான வெளியீடு அதிகரிக்கிறது. உள்ளீடுகள் மற்றும் வெளியீடு ஆகியவற்றிற்கு இடையிலான உறவு இந்த அளவு அதிகரிக்கும் அளவைக் காட்டுகிறது.



படம் 5.11 அதிகரித்து வரும் வருவாய் அளவு

5.7.1 அளவை அதிகரிப்பதற்கு அதிகரிக்கும் காரணிகள்

அளவுக்கு அதிகமான வருவாயை அதிகரிப்பதற்கு மூன்று காரணங்கள் உள்ளன.

(i) தொழில் நுட்ப மற்றும் நிர்வாக இயல்பாக்குதல்கள். சில உள்ளீடுகள், குறிப்பாக இயந்திர சாதனங்கள் மற்றும் மேலாளர்கள், உற்பத்தியின் செயல்பாட்டில் பயன்படுத்தப்படுகின்றன. சிறிய அளவிலான உற்பத்தியைப் பொருத்துவதற்கு இத்தகைய உள்ளீடுகள் பகுதிகளாக பிரிக்கப்பட முடியாது. உதாரணமாக, அரை விசையாழி பயன்படுத்தப்படாது மற்றும் ஒரு மூன்றாவது அல்லது ஒரு கலப்பு அறுவடை மற்றும் ஒரு பகுதியாக ஒரு பகுதியாக பயன்படுத்த முடியாது. இதே போல், மேலாளருக்கு பகுதி நேர வேலைவாய்ப்பு ஏற்கப்படாவிட்டால் உற்பத்தி மேலாளரில் அரைப்பணியிட முடியாது. இயந்திரம் மற்றும் மேலாளர்களின் இயல்பற்ற தன்மை, தொழில் நுட்பத்தின் தரத்தினை வழங்கியதால், உற்பத்தி அளவை விட உற்பத்தி அளவு குறைவாக இருந்தாலும், அவை குறைந்த பட்ச அளவிலேயே பயன்படுத்தப்பட வேண்டும். ஆகையால், அனைத்து உள்ளீடுகளையும் அதிகரிப்பதன் மூலம் உற்பத்தியின் அளவை விரிவுபடுத்தும்போது, தொழில் நுட்ப காரணங்களின் விளைவாக, பிரிக்க முடியாத காரணிகளின் உற்பத்தி அதிகரிக்கிறது. இந்த அளவு அதிகரிக்கும் வருவாயில் விளைகிறது.

(ii) சிறப்புப் பட்டம். அதிகரித்து வரும் வருவாயை அளிக்கும் மற்றொரு காரணி உழைப்பு மற்றும் இயந்திரங்கள் ஆகியவற்றின் சிறப்புப் பிரிவில் உயர்ந்த அளவிலானதாகும், இது உற்பத்திக்கான அளவு அதிகரிப்பால் சாத்தியமாகும். ஒரு குறிப்பிட்ட வேலை மற்றும் ஒரு கலப்பு இயந்திரங்கள் பொருத்தமான சிறப்பு உழைப்பு பயன்பாடு உள்ளீடுகள் ஒரு அலகு தொழிலாளர் மற்றும் மூலதன இரண்டு உற்பத்தி அதிகரிக்கிறது. அவர்களின் மொத்த விளைவுகள் அதிகரிக்கும் அளவிற்கு அதிகரிக்கும். கூடுதலாக, சிறப்பு நிர்வாக அதிகாரிகளின் வேலை வாய்ப்பு, எ.கா நிர்வாக நிர்வாகி, உற்பத்தி மேலாளர்கள் விற்பனை மேலாளர் மற்றும் பணியாளர் மேலாளர், உற்பத்தி அதிகரிப்பதில் பெரும்பங்கு வகிக்கின்றன.

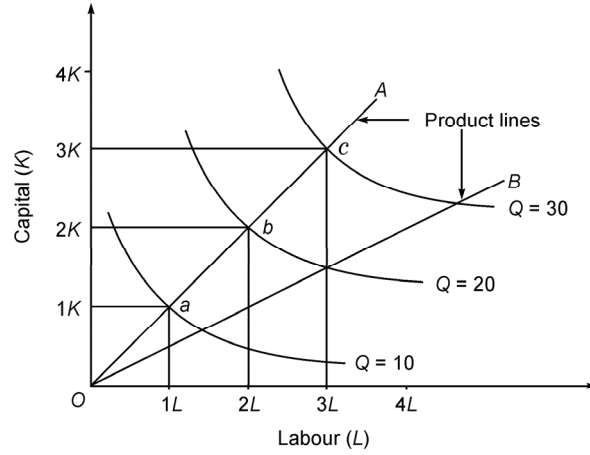
(iii) பரிமாண உறவுகள். அளவிலான வருவாயை அதிகரிப்பது பரிமாண உறவுகளின் ஒரு விஷயம். உதாரணமாக, ஒரு அறையின் நீளம் மற்றும் அகலம் ($15' \times 10' = 150$ சதுர அடியில்) இரு மடங்காக இருக்கும் போது, அறைகளின் அளவு இரு மடங்காக அதிகரிக்கிறது: இது $30' \times 20' = 600$ சதுரமாக அதிகரிக்கிறது. குழாயின் விட்டம் இரு மடங்காக இருக்கும் போது, நீரின் ஓட்டம் இரட்டிப்பாகும். இந்த பரிமாண உறவுக்கு ஏற்ப, உழைப்பு மற்றும் மூலதனம் இரு மடங்காக இருக்கும் போது, வெளியீடு இரு மடங்காகவும் அதிகமாகவும் இருக்கும்.

2. அளவிலான நிலையான வருமானம்.

வெளியீட்டின் அதிகரிப்பு உள்ளீடுகளின் அதிகரிப்புக்கு விகிதாச்சாரமாக இருக்கும்போது, இது நிலையான அளவிலான வருவாயை வெளிப்படுத்துகிறது. உதாரணமாக, இரண்டு உள்ளீடுகள், K மற்றும் L அளவுகளின் இரு மடங்காக இருந்தால், வெளியீடு இரட்டிப்பாகி விடும்,

குறிப்புகள்

பின்னர் அளவுக்கு திரும்பும் அளவு மாறாததாக இருக்கும். அளவுக்கு நிலையான வருமானம் படம் 5.12 இல் விளக்கப்பட்டுள்ளது. OA மற்றும் OB ஆகியவரிகள் கோடு-உழைப்பு விகிதத்தில் உகந்த இரண்டு உற்பத்தி நுட்பங்களைக் குறிக்கும் 'தயாரிப்புக் கோடுகள்'. $Q = 10$, $Q = 20$ மற்றும் $Q = 30$ ஆகியவற்றைக் குறிக்கும் ஐயோவாவாதிகள் மூன்று வெவ்வேறு வெளியீட்டு வெளியீடுகளைக் குறிப்பிடுகின்றன. உருவத்தில், இரு புள்ளிகளிலிருந்து இயக்கங்கள் இரண்டையும் இரட்டிப்பாக்குகிறது. வெளியீடு இரு மடங்காக இருக்கும்போது, வெளியீடு இரட்டிப்பாகிறது, அதாவது வெளியீடு 10 முதல் 20 ஆக அதிகரிக்கிறது. அதேபோல், டி-சி என்ற இயக்கமானது, மும்மடங்காக உயர்ந்து உள்ளீடுகளை $K-3K$ மற்றும் L க்கு $3L$ ஆக அதிகரிக்கிறது. இது வெளியீட்டைக் கவர வழி வகுக்கிறது -10 முதல் 30 வரை.



படம் 5.12 அளவிலான நிலையான வருமானம்

மாற்றாக, புள்ளி b லிருந்து c இயக்கமானது தொழிலாளர் மற்றும் மூலதனத்தின் 50 சதவிகிதம் அதிகரிக்கிறது. உள்ளீடுகளின் இந்த அதிகரிப்பு, 20 முதல் 30 யூனிட்களிலிருந்து உற்பத்தி அதிகரிப்பதில் விளைகிறது, அதாவது 50 சதவிகிதம் வெளியீடு அதிகரிக்கிறது. எளிமையான சொற்களில், உள்ளீடுகளின் 50 சதவிகிதம் அதிகரிப்பு வெளியீட்டில் 50 சதவிகிதம் அதிகரிக்கும். உள்ளீடுகளின் விகிதாசார மாற்றத்திற்கும் வெளியீட்டில் உள்ள அதே விகிதாசார மாற்றத்திற்கும் இடையிலான இந்த உறவு பின் வருமாறு சுருக்கமாக இருக்கலாம்.

$$1K + 1L \Rightarrow 10$$

$$2K + 2L \Rightarrow 20$$

$$3K + 3L \Rightarrow 30$$

உள்ளீடுகள் மற்றும் வெளியீடு ஆகியவற்றுக்கு இடையிலான இந்த வகையான உறவு நிலையான அளவிலான அளவைக் கொடுக்கிறது.

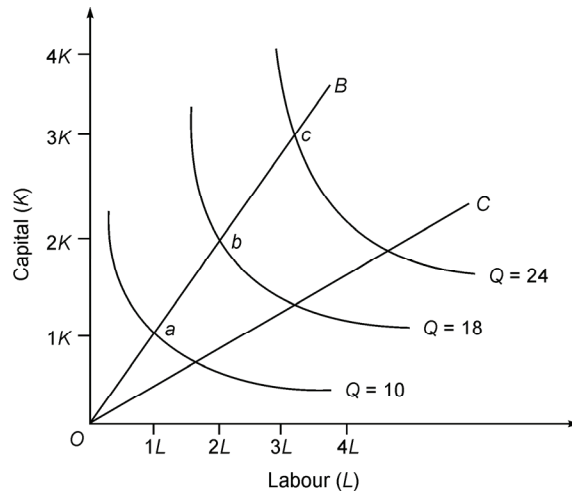
நிலையான அளவிலான வருவாய், பொருளாதாரத்தின் வரம்புகள் வரையறுக்கப்படுகின்றன. உற்பத்தியின் அளவில் விரிவடைவதால், நிலையான காரணிகளின் இயல்பற்ற தன்மை, மூலதன மற்றும் உழைப்பு

சிறப்புத் தன்மை ஆகியவற்றின் அதிக சாத்தியக் கூறுகள், உற்பத்திகளின் திறமையான நுட்பங்களைப் பயன்படுத்துதல் போன்ற பல காரணிகளிலிருந்து பொருளாதாரங்கள் எழுகின்றன. ஆனால் பொருளாதாரத்தின் அளவிற்கு அளவிலான பொருளாதாரங்கள் தங்கள் வரம்புகள் மற்றும் ஒழுக்க நெறிகளை எட்ட ஆரம்பிக்கும் போது இன்னும் மாறாமல் நிலைக்குத் திரும்புகின்றன. சார்புத் தேக்கத்தின் காரணிகள் சரியாக பிரித்தெடுக்கப்படும் மற்றும் தொழில் நுட்பம் போன்ற மூலதன-தொழிலாளர் விகிதங்கள் சரி செய்யப்படுவதால், நிலைக்குத் தீங்கு விளைவிக்கும் தன்மையும் நடைபெறும். உற்பத்திக் காரணிகள் சரியாகப் பிரித்தெடுக்கப்படும் போது உற்பத்தி செயன்முறை அளவிலான அளவிலான அளவைக் காட்டுகிறது.

குறிப்புகள்

3. அளவிலான வருவாயைக் குறைத்தல்.

நிறுவனங்கள் K - மற்றும் L ஆகியவற்றில் குறிப்பிட்ட விகித அதிகரிப்பு, வெளியீட்டில் விகிதாசார அதிகரிப்புக்கு குறைவாக வழிவகுக்கும் போது நிறுவனங்கள் அளவிலான வருவாயைக் குறைத்து எதிர் கொள்கின்றன. எடுத்துக்காட்டாக, உள்ளீடுகள் இருமடங்காக இருக்கும் போது வெளியீடு இருமடங்கில் குறைவாக இருக்கும் போது, அளவுக்கு வருவாய் குறைகிறது. அளவிலான வருவாய் குறைப்பு படம் 5.13 இல் விளக்கப்பட்டுள்ளது. இந்த எண்ணிக்கை, K மற்றும் L இன் உள்ளீடுகள் இரட்டிப்பாகும் போது, அதாவது $1K + 1L$ முதல் $2K + 2L$ வரை மூலதன-தொழிலாளர் சேர்க்கை அதிகரிக்கும் போது, வெளியீடு 10 முதல் 18 அலகுகளில் அதிகரிக்கிறது. இதன் பொருள், மூலதனம் மற்றும் உழைப்பு 100 சதவிகிதம் அதிகரித்தால், வெளியீடு 80 சதவிகிதம் அதிகரிக்கும். அதாவது, அதிகரித்த வெளியீடு குறைவாக உள்ளீடுகளின் விகிதாசார அதிகரிப்பு ஆகும். இதேபோல், b மற்றும் c புள்ளிகளிலிருந்து இயக்கமானது, உள்ளீடுகளில் 50 சதவீத அதிகரிப்பைக் குறிக்கிறது. ஆனால், வெளியீடு அதிகரிக்கிறது மட்டுமே 33.3 சதவீதம். இந்த வெளிப்படுத்துதல்கள் குறைக்கும் வருவாய் குறைகிறது.



படம் 5.13 அளவிலான வருவாயைக் குறைத்தல்.

அளவு குறைவதைக் குறைக்கும் காரணங்கள்

அளவிலான அளவிலான வருவாய் அளவு அளவிலான ஒழுங்குமுறைகளுக்கு காரணம். மிக முக்கியமான காரணி அளவுக்கு குறைந்து வருவதால், 'நிர்வாகத்திற்கு குறைந்து வருதல்' என்பது, அதாவது நிர்வாக ஒழுங்குமுறைகளாகும். நிறுவனங்களின் அளவு அதிகரிக்கையில், நிர்வாக திறன் குறைகிறது. இயற்கை வளங்களை குறைக்கும் அல்லது சேர்வு என்பது அளவிடப்படும் வருவாயைக் குறைப்பதற்கான பொறுப்பான மற்றொரு காரணி. உதாரணமாக, நிலக்கரிச் சுரங்கத் தொழிற்சாலை இரு மடங்காக நிலக்கரித் தொகையை குறைப்பது அல்லது நிலக்கரி வைப்புகளுக்கு கடினமான அணுகல் காரணமாக நிலக்கரி உற்பத்தியை இரட்டிப்பாக்க முடியாது. இதேபோல், மீன் வளத்துறையை இரட்டிப்பாக்குவது மீன் வெளியீட்டை இரட்டிப்பாக்கக் கூடாது, ஏனென்றால் மீன் பிடிக்கை அதிகரித்த அளவில் மீன்களைக் கடலில் மீன் பிடிப்பதன் காரணமாக மீன் கிடைக்கும்.

உங்கள் முன்னேற்றத்தைச் சரிபார்க்கவும்

1. மாறி உள்ளீடு என்றால் என்ன?
2. தயாரிப்புகளின் செயல்பாடுகளை வகைப்படுத்தவும்.
3. ஒரு தனித்தவளைவு என்றால் என்ன?

5.8 உங்கள் நிரல் கேள்விகளைக் கேட்கும் பதில்கள்

1. ஒரு மாறி உள்ளீடு வரையறுக்கப்படுகிறது, குறுகிய காலத்தில் இயங்கக் கூடியது, உதாரணமாக, உழைப்பு மற்றும் மூலப்பொருள் போன்றவை.
2. உற்பத்தி செயல்களின் இரண்டு வகைகள் உள்ளன:
 - (i) குறுகிய இயக்க உற்பத்தி செயல்பாடு
 - (ii) நீண்டகால உற்பத்தி செயல்பாடு
3. ஒரு உள்ளீட்டு வளைவு, இரண்டு உள்ளீடுகளின் பல்வேறு கூட்டுக்களை குறிக்கும் புள்ளிகளின் இருப்பிடமாக வரையறுக்கப்படுகிறது- மூலதனம் மற்றும் உழைப்பு, அதே வெளியீட்டை விளைவிக்கும்.

5.9 திரட்டு

- 'உற்பத்தி' என்ற வார்த்தையின் பொது அர்த்தத்தில் ஒரு வெளியீட்டில் உள்ளீடுகளை (உழைப்பு, மூலதனம், மூலப்பொருள், நேரம், முதலியன) மாற்றுகிறது. உற்பத்தி உற்பத்தியின் கருத்து மட்டுமே 'உற்பத்தி' மட்டுமே.
- உற்பத்தி செயல்முறை மூலப்பொருட்களை மூலப்பொருட்களின் உட்புற மாற்றத்திற்கு உட்படுத்த வேண்டிய அவசியமில்லை. சில வகையான உற்பத்தி ஒரு அருகாமையில் உள்ள வெளியீட்டை உருவாக்குவதற்கு ஒரு உள்ளார்ந்த உள்ளீட்டை உள்ளடக்கியது.

- உள்ளீடுகள் வகைப்படுத்தப்படுகின்றன (i) நிலையான உள்ளீடுகள் மற்றும் (ii) மாறி உள்ளீடுகள். நிலையான மற்றும் மாறி உள்ளீடுகள் பொருளாதார அர்த்தத்தில் மற்றும் தொழில் நுட்ப அர்த்தத்தில் வரையறுக்கப்பட்டுள்ளன.
- உற்பத்தி செயல்பாடு உள்ளீடு-வெளியீடு உறவு பற்றிய ஒரு கணித விளக்கமாகும். மேலும் குறிப்பாக, ஒரு உற்பத்தி செயல்பாடு தொழில் நுட்ப உறவைக் குறிப்பிடுகிறது.
- வெளியீடு மற்றும் உள்ளீடு ஆகியவற்றுக்கு இடையேயான உறவை உற்பத்தி சட்டங்கள் குறிப்பிடுகின்றன. குறுகிய காலத்தில், உள்ளீடு-வெளியீடு உறவுகள் ஒரு மாறி உள்ளீடு (உழைப்பு), மற்ற உள்ளீடுகள் (குறிப்பாக, மூலதனம்) தொடர்ந்து நடைபெறுகிறது. இந்த நிகழ்வுகளின் கீழ் உற்பத்திச் சட்டங்கள் 'மாறுபட்ட விகிதங்களின் சட்டங்கள்' அல்லது 'திரும்பச் செலுத்தும் சட்டங்கள்' என்று அழைக்கப்படுகின்றன.
- குறைந்து வரும் வருமானச் சட்டம் ஒரு அனுபவமிக்க சட்டம், அடிக்கடி பல்வேறு உற்பத்தி நடவடிக்கைகளில் கவனிக்கப்படுகிறது. இருப்பினும், இந்த சட்டம், அனைத்து வகையான உற்பத்தி செயல்களுக்கும் உலகளாவிய ரீதியில் பொருந்தாது, ஏனென்றால் அது ஈர்ப்பு விசையின் உண்மை அல்ல.
- கிரேக்க வார்த்தை ஐசோ 'சமம்' மற்றும் லத்தீன் வார்த்தை குவாண்டஸ் பொருள் 'அளவு' என்பதன் அர்த்தம் 'ஐசோகொன்ட்' என்ற சொல். 'சமமான வளைவு' என்பது, 'சமமான தயாரிப்புக்ரவ்' அல்லது 'தயாரிப்பு இழைப்பான் கர்வ்' என்றும் அழைக்கப்படுகிறது.
- ஒரே மாதிரியான வரைபடத்தில், ஒவ்வொன்றும் ஒன்றுக்கொன்று குறைவானதை விட பெரிய உள்ளீடு கலவையைக் குறிக்கிறது, மேலும் ஒவ்வொன்றும் மேலோட்டமான ஐசோகொன்ட் குறைவானவற்றை விட உயர்ந்த வெளியீட்டை வெளிப்படுத்துகிறது.
- பகுப்பாய்வு-அடிப்படை கருவி பகுப்பாய்வு அறிமுகப்படுத்திய பின்-நாம் இப்போது அளவிலான வருவாய்க்கான சட்டங்களுக்குத் திரும்புவோம். உள்ளீடுகளின் விகிதத்தில் ஒரு விகிதாசார மற்றும் ஒரே மாதிரியான மாற்றத்திற்கு பதிலளிப்பதன் விளைவாக வெளியீட்டின் நடத்தையை விளக்குவதற்கான அளவிலான வருவாயின் சட்டங்கள். அதிகரித்து வரும் உள்ளீடுகள் விகிதாசார மற்றும் ஒரே நேரத்தில் உற்பத்தி அளவின் விரிவாக்கம் ஆகும்.

குறிப்புகள்

5.10 முக்கிய வார்த்தைகள்

- உள்ளீடு: ஒரு உள்ளீடு வெறுமனே நிறுவனம் தனது உற்பத்தி அல்லது பிற செயல்முறைகளில் பயன்படுத்திக் கொள்ளும் எதையும் கொடுக்கிறது.
- பொருளாதார மண்டலம்: பொருளாதாரம், அது வெளியீடு பாதிக்கும் இல்லாமல் இரண்டு உள்ளீடுகளுக்கு இடையில் மாற்றீடு தொழில் நுட்ப சாத்தியம் என்று உற்பத்தி விமானம் பகுதியில் உள்ளது.

5.11 சுய மதிப்பீட்டு வினாக்கள் மற்றும் பயிற்சிகள்

குறிப்புகள்

குறுகிய விடைக்கான வினாக்கள்

1. உற்பத்தி செயல்பாடு வரையறுக்க.
2. உற்பத்தி காரணிகளைக் கண்டறியவும்.
3. காரணி மாற்றுப் பொருளின் நெகிழ்ச்சி குறித்து ஒரு குறுகிய குறிப்பை எழுதுங்கள்.

நீண்ட விடைக்கான வினாக்கள்

1. உற்பத்தி செயல்பாட்டின் அடிப்படை ஊகங்கள் விவரிக்கவும்.
2. மாறி விகிதத்தின் சட்டத்தை பற்றி விவாதிக்கவும்.
3. விளக்கவரையுடன் அளவிலான வருவாய்க்கான சட்டத்தை விளக்குங்கள்.

5.12 கூடுதல் வாசிப்பு

திவேதி, டி. என். 2008. பொருளியல் கொள்கை, ஏழாவது பதிப்பு. புது தில்லி: விகாஸ் பப்ளிஷிங் ஹவுஸ்.

வெய்ல். டேவிட் என் 2004. பொருளாதார வளர்ச்சி. லண்டன்: அடிசன் வெஸ்லி.

தாமஸ், கிறிஸ்டோபர் ஆர். மற்றும் மாரிஸ் எஸ் சார்லஸ். 2005. மேலாண்மையியல் பொருளாதாரம்: கருத்துக்கள் மற்றும் பயன்பாடுகள், எட்டாவது பதிப்பு. புது தில்லி: டாடா மெக்ரா-ஹில் பப்ளிஷிங் கம்பனி லிமிடெட்.

மேன்கிவ், கிரிகோரி என். 2002. பொருளியல் கொள்கை, இரண்டாம் பதிப்பு. இந்தியா: தாம்சன் பிரஸ்.

அலகு 6 விலைவாசி உயர்வு - I

அமைப்பு

- 6.0 அறிமுகம்
- 6.1 நோக்கங்கள்
- 6.2 செலவுக்கான கருத்து
 - 6.2.1 நிதி செலவு கருத்துக்கள்
- 6.3 செலவு செயல்பாடு
- 6.4 பொருளாதாரம் மற்றும் அளவிலான வியாபாரங்கள்
 - 6.4.1 உள்நாட்டு பொருளாதாரங்கள்
 - 6.4.2 வெளிப்புற அல்லது வெளிநாட்டு நாணயங்களின் பொருளாதாரம்
- 6.5 உங்கள் முன்னேற்ற வினாக்களை சரிபார்க்கும் விடைகள்
- 6.6 திரட்டு
- 6.7 முக்கிய வார்த்தைகள்
- 6.8 சுய மதிப்பீட்டு வினாக்கள் மற்றும் பயிற்சிகள்
- 6.9 மேலும் படிக்க

குறிப்புகள்

6.0 அறிமுகம்

வணிக முடிவுகள் பொதுவாக உள்ளீடுகள் மற்றும் வெளியீடுகளின் பணமதிப்பின் அடிப்படையில் எடுக்கப்படுகின்றன. உழைப்பு, மூலதனம், பொருட்கள் மற்றும் தொழில்நுட்பம் ஆகியவற்றை வாங்குவதற்கு செலவழித்த மொத்த பணமானது உற்பத்தி மொத்த செலவு அளவை அளிக்கும். வெளியீட்டின் விற்பனையிலிருந்து பெறப்பட்ட பணம் மொத்த வருவாயைக் கொடுக்கும். இந்த அலகுக்கு, நாம் செலவினக் கோட்பாடு குறித்து கவலை கொள்கிறோம். அதாவது செலவு-உறவு தொடர்பான சட்டங்கள். உற்பத்தி செலவுகள் கிட்டத்தட்ட அனைத்து வியாபார பகுப்பாய்வு மற்றும் முடிவுகளிலும் முக்கியமான அம்சமாகும். குறிப்பாக பின்வரும் அம்சங்களைக் கொண்டவை.

- (a) உற்பத்தி நிர்வாகத்தில் பலவீனமான புள்ளிகளைக் கண்டறிதல்
- (b) கொடுக்கப்பட்ட வெளியீட்டிற்கான செலவினங்களைக் குறைத்தல்
- (c) வெளியீட்டின் உகந்த அளவைக் கண்டறிதல்
- (d) விலை மற்றும் விநியோகஸ்தர் விளிம்பு தீர்மானித்தல் மற்றும்
- (e) வியாபார நடவடிக்கையின் செலவுகளை மதிப்பீடு செய்தல் அல்லது திட்டமிடுதல்.

செலவின பகுப்பாய்வு தவிர அனைத்து முக்கிய வர்த்தக முடிவுகளிலும் பெரும் முக்கியத்துவத்தை எடுத்துக்கொள்கிறது, ஏனெனில் காலஅதிக செலவு வெவ்வேறு அமைப்புகளின் கீழ் வேறு அர்த்தம் கொண்டிருக்கிறது மற்றும் வேறுபட்ட விளக்கங்களுக்கு உட்பட்டது. எனவே, வணிக முடிவுகளில் செலவுகள் சம்பந்தப்பட்ட கருத்து மட்டுமே பயன்படுத்தப்படுகிறது. இந்த அலகு செலவின பகுப்பாய்வின் இந்த அம்சங்களைக் கொண்டுள்ளது.

குறிப்புகள்

6.1 நோக்கங்கள்

இந்த அலகை நீங்கள் படித்து முடித்த பின்பு உங்களால்,

- செலவின செயல்பாட்டை வரையறுக்கவும்
- பொருளாதாரத்தின் பொருளாதாரத்தையும் ஒழுங்கு முறைகளையும் விவரிக்கவும்
- வெளிப்படையான செலவினம் மற்றும் உள்ளார்ந்த செலவுகளுக்கு இடையே வேறுபாடு ஆகியவற்றை கண்டறியவும் முடியும்.

6.2 செலவுக்கான கருத்து

வணிக பகுப்பாய்வு மற்றும் முடிவெடுக்கும் திறன் ஆகியவற்றைக் கொண்டிருக்கும் செலவுக் கருத்துக்கள் அவற்றின் இயல்பு மற்றும் நோக்கத்தின் அடிப்படையில், இரண்டு மேல்படிவு வகைகளின் கீழ்: (i) கணக்கியல் நோக்கங்களுக்காகப் பயன்படுத்தப்படும் கருத்துகள் மற்றும் (ii) பொருளாதாரத்தில் பயன்படுத்தப்படும் பகுப்பாய்வு செலவுக் கருத்துகள் வணிக நடவடிக்கைகள் பகுப்பாய்வு. இரண்டு பிரிவுகளின் சில முக்கிய கருத்துகளை நாம் இங்கே விவாதிப்போம். செலவின கருத்துக்களின் வகைப்பாடு பகுப்பாய்வு வசதியுடைய ஒரு விசயம் மட்டுமே இங்கே குறிப்பிடத்தக்கது.

6.2.1 நிதி செலவு கருத்துக்கள்

1. வாய்ப்பு செலவு மற்றும் அசல் செலவு: வாய்ப்பு செலவு கருத்து சிறிய வளங்கள் மாற்று பயன்கள் தொடர்பான. முன்னர் குறிப்பிட்ட படி, இயற்கையான மற்றும் மனிதனால் உருவாக்கப்பட்ட வளங்கள் அபரிமிதமாக உள்ளன. அவர்கள் வளர்ந்து வரும் மனித தேவைகளை பூர்த்தி செய்ய அவர்கள் கோரிக்கை தொடர்பாக அரிதாகவே இருக்கிறார்கள். வளங்கள், சில வேளைகளில், மாற்றுப் பயன்கள் உள்ளன. வளங்களின் பற்றாக்குறை மற்றும் மாற்றுப் பயன்கள் வாய்ப்பாட்டு செலவினகருத்துக்கு வழிவகுக்கும். வியாபார அலகுக்கு கிடைக்கக் கூடிய ஆதாரங்கள். இது தனிநிறுவனம், கூட்டுப் பங்குநிறுவனம் அல்லது பன்னாட்டு நிறுவனம் ஆகும். ஆனால் ஒரு நிறுவனத்திற்கு கிடைக்கக் கூடிய குறைந்த வள ஆதாரங்கள் மாற்றுப் பயன்பாட்டுக்கு வைக்கப்படலாம்.

உதாரணமாக, ஒரு நிறுவனம் 100 மில்லியன் பெறுமதியைக் கொண்டிருப்பதாகக் கருதுகிறேன் மற்றும் அதன் மூலம் கிடைக்கும் நிதிக்கு மூன்று ஆபத்து-அல்லாத மாற்றீடுகளைப் பயன்படுத்துகிறது: (1) நிறுவனத்தின் அளவுகளை விரிவாக்க, (2) புதிய உற்பத்தி மற்றொரு நகரத்தில் அலகு மற்றும் (3) மற்றொரு நிறுவனத்தில் பங்குகள் வாங்க. பின்வருவன வற்றில் மூன்று மாற்று மாற்றுப் பயன்பாடுகளிலிருந்து எதிர்பார்க்கப்படும் வருடாந்திர வருமானம் பின்வருமாறு கொடுக்கப்பட்டிருக்க வேண்டும்.

மாற்று 1: நிறுவனத்தின் 20 மில்லியன் அளவு விரிவாக்கம்

மாற்று 2: ஒரு புதிய உற்பத்தி அலகு அமைக்க 18 மில்லியன்

மாற்று 3: மற்றொரு நிறுவனத்தில் 16 மில்லியனுக்கும் பங்குகளை வாங்குதல்

மற்ற எல்லாவற்றையும் ஒரே மாதிரியாகக் கொண்டு, நிறுவனத்திற்கு ஒரு பகுத்தறிவு முடிவை மாற்றுவோம். மாற்று மாதிரியான பணத்தை 1 முதலீட்டாளர் முதலீடு செய்ய வேண்டும். இது மேலாளர் இரண்டாவது சிறந்த மாற்றீட்டின் வருடாந்திர வருமானத்தை தியாகம் செய்ய வேண்டும் எனக் குறிக்கிறது. மாற்றுப் பொருளில் இருந்து 2. பொருளாதாரப் பொருளில், 18 மில்லியன் வருடாந்திர வருமானம் 20 மில்லியனாகும். இதனால், பெறுவதற்கான வாய்ப்பினை, வளங்களைப் பயன்படுத்தும் இரண்டாவது சிறந்த வாய்ப்பினை எதிர்பார்க்கும் முன்கூட்டிய வருமானம் ஆகும். எமது உதாரணத்தில், வருடாந்தம் 20 மில்லியன் செலவு வருடத்திற்கு 18 மில்லியன் ஆகும்.

உண்மையான வருவாய் மற்றும் அதன் வாய்ப்புக் கட்டணத்திற்கான வித்தியாசம் பொருளாதார ஆதாயம் அல்லது பொருளாதார லாபம் என்று அழைக்கப்படுகிறது. வாய்ப்பளித்தல் செலவின்கருத்து பொருளாதார ஆதாயம் மிகச் சிறியதாகவோ அல்லது மிகப் பெரியதாகவோ இருக்காது, ஏனெனில் இரண்டு விருப்பங்களை கவனமாக மதிப்பீடு செய்ய வேண்டும்

வாய்ப்பு செலவுக் கருத்தின் பயன்பாட்டினை நிதி சம்பந்தமான முடிவுகளுக்கு மட்டுமே வரையறுக்கப்படவில்லை. வணிக முடிவுகளில் உள்ள அனைத்து வகையான வளங்களைப் பற்றியும், குறிப்பாக செலவுகள் மற்றும் நலன்களை உள்ளடக்கிய குறைந்தபட்சம் இரண்டு மாற்று விருப்பங்கள் உள்ளன. உதாரணமாக, ஒரு நிறுவனம் ஒரு உழைக்கும் தொழிற்சங்கத்துடன் ஒரு சர்ச்சைக்கு தீர்வு காண்பதில் அல்லது தொழிலாளர் நீதிமன்றத்திற்கு எடுக்கும்படி ஒரு திறமையான உழைப்பு அதிகாரிக்கு தீங்கு விளைவிப்பதென்பது பற்றி முடிவு எடுக்கவேண்டும் என நினைக்கிறேன். நிறுவனம் தொழிலாளர் அதிகாரியைத் தீர்த்துக்கொள்ள முடிவு செய்தால், ஒரு திறமையான, நம்பகமான தொழிலாளர் அதிகாரியின் இழப்பு தொழிலாளர் சங்கத்துடன் சமாதானத்தை வாங்குவதற்கான வாய்ப்பு ஆகும். நிறுவனம் உழைப்பு அதிகாரிகளை தக்கவைத்துக் கொள்ள முடிவு செய்தால், நீண்டகாலமாக வழக்கு தொடரப்படும் செலவு, சாத்தியமான உழைப்பு வேலை நிறுத்தத்தில் இருந்து எழுந்த செலவினம் மற்றும் வெளியீட்டின் விளைவாகக் குறைப்பு ஆகியவை உழைப்பு அதிகாரிகளை தக்கவைத்துக் கொள்வதற்கான வாய்ப்பு ஆகும். இரு விருப்பங்களுக்கிடையில், நிறுவனம் ஒவ்வொரு விருப்பத்தின் மதிப்பையும் நன்மைகளையும் மதிப்பீடு செய்து அதன்படி முடிவெடுக்கும்.

2. வணிகசெலவுகள் மற்றும் முழுசெலவுகள்: வியாபார செலவுகள் ஒரு வணிகத்தைச் செய்யக் கூடிய அனைத்து செலவினங்களும் அடங்கும். வணிக செலவினங்களின் கருத்து உண்மையான அல்லது உண்மையான செலவினங்களைப் போலவே உள்ளது. வணிக செலவுகள் 'நிறுவனம் மற்றும் தொழிற்சாலைகளின் விலை குறைப்பு ஆகியவற்றின் மூலம் நிறுவனத்தால் செய்யப்பட்ட அனைத்து கொடுப்பனவுகள் மற்றும் ஒப்பந்த கடமைகளையும் உள்ளடக்கியது'. இந்த செலவுக் கருத்துக்கள் வணிக இலாபங்கள் மற்றும் இழப்புக்களை கணக்கிடுவதற்கு மற்றும் வருமானவரிக்கு வருவாய் மற்றும் பிறவற்றிற்கான வருவாய் சட்ட நோக்கங்கள் ஆகும்.

முழுசெலவில் கருத்து, வணிக செலவுகள், வாய்ப்புக் கட்டணம் மற்றும் சாதாரண லாபம் ஆகியவை அடங்கும். வாய்ப்பு செலவுகள், இரண்டாவது நிதி ஆதாரங்களில் இருந்து பெறப்பட்ட வருமானம் அல்லது மொத்த

குறிப்புகள்

குறிப்புகள்

நிதி மூலதனத்தின் மீதான வட்டி சந்தை விகிதம் மற்றும் தற்போதைய வணிகத்தில் விதிக்கப்படாத ஒரு தொழில் முனைவரின் சொந்த சேவைகளின் மதிப்பு ஆகியவை அடங்கும். இயல்பான இலாபம் என்பது ஒரு குறைந்தபட்ச வருவாய் ஈட்டும் செலவினத்திற்கும் கூடுதலாக சம்பாதிக்கும், இது ஒரு நிறுவனம் அதன் தற்போதைய ஆக்கிரமிப்பில் தங்கியிருக்க வேண்டும்.

3. வெளிப்படையான மற்றும் உள்ளார்ந்த அல்லது நிரூபிக்கப்பட்ட செலவுகள்: வெளிப்படையான செலவுகள் கணக்குகளின் புத்தகங்களில் உள்ள உண்மையான அல்லது வணிக செலவினங்களின் கீழ் வருகின்றன. ஊதியங்கள், சம்பளங்கள், பொருட்கள், உரிம கட்டணம், காப்பீட்டுக் கட்டணம், தேய்மானம் கட்டணங்கள் ஆகியவற்றின் கணக்கில் பணம் செலுத்துவது வெளிப்படையான செலவினங்களுக்கான உதாரணமாகும். இந்த செலவுகள் ரொக்கமாகவும், சாதாரண கணக்கு நடைமுறைகளிலும் பதிவு செய்யப்படுகின்றன.

வெளிப்படையான செலவினங்களுக்கு மாறாக, வேறு சில செலவுகள் ரொக்க செலவினங்களைப் பெறுவதில்லை, அவை கணக்கியல் முறையில் தோன்றவில்லை. இத்தகைய செலவுகள் உட்குறிப்பு அல்லது கணிக்கப்பட்ட செலவுகளாக அறியப்படுகின்றன. சாத்தியமான செலவினங்களுக்கான வாய்ப்புக்கான ஒரு முக்கிய உதாரணம் வாய்ப்பு செலவாகும். உதாரணமாக, ஒரு தொழிலதிபர் தனது சொந்த வியாபாரத்தில் தனது சேவைகளைப் பயன்படுத்துவதில்லை மற்றும் வேறு நிறுவனத்தில் ஒரு சம்பள அடிப்படையில் ஒரு மேலாளராக பணியாற்றுகிறார் என நினைக்கிறேன். அவர் தனது சொந்த வியாபாரத்தை அமைத்தால், அவர் மேலாளராக தனது சம்பளத்தை முன்கூட்டியே விடுவார். சம்பள இழப்பு என்பது தனது சொந்த வியாபாரத்திலிருந்து வரும் வருவாய்க்கான செலவு ஆகும். இது அவரது சொந்த வியாபாரத்தின் ஒரு வெளிப்படையான செலவாகும். எனவே, மறைமுக ஊதியங்கள், வாடகைகள், மற்றும் வெளிப்படையான ஆர்வம் ஆகியவை ஒரு உரிமையாளரின் தொழிலாளர், கட்டிடம் மற்றும் மூலதனம், முறையே, இரண்டாவது சிறந்த பயன்பாட்டிலிருந்து சம்பாதிக்கக் கூடிய ஊதியங்கள், வாடகைகள் மற்றும் வட்டி ஆகும்.

இழப்பு அல்லது லாபத்தை கணக்கிடும் போது வணிக, ஆனால் தற்போதைய பயன்பாடு ஒரு காரணி தக்கவைத்து இல்லையா என்பதை ஒரு முக்கியமான கருத்தில் தோன்றும். வெளிப்படையான மற்றும் மறைமுகமான செலவுகள் ஒன்றாகச் சேர்ந்து பொருளாதார செலவுகளைச் செய்கின்றன.

4. செலவழிந்த மற்றும் புத்தக செலவுகள்: தொடர்ச்சியான மற்றும் தொடர்ச்சியான செலவுகள் உட்பட, பணம் செலுத்தும் செலவினங்களை உள்ளடக்கிய செலவினங்களின் பொருட்கள், வெளியே செல்லக் கூடிய இழந்த செலவுகள் என்று அழைக்கப்படுகின்றன. வெளிப்படையான செலவுகள் (எ.கா., ஊதியங்கள், வாடகை, வட்டி, பொருட்கள் மற்றும் பராமரிப்பு, போக்குவரத்து செலவுகள் போன்றவை) இந்த பிரிவில் விடும். மாறாக, சில உண்மையான வணிகச் செலவுகள் ரொக்கப் பணம் சம்பந்தப்பட்டவை அல்ல, ஆனால் கணக்கின் புத்தகங்களில் ஒரு ஏற்பாடு செய்யப்பட்டு, இலாப மற்றும் இழப்பு கணக்குகளை முடிக்கும் போது அவை கணக்கில் எடுத்துக் கொள்ளப் படுகின்றன. உதாரணமாக, ஒரு நிறுவனத்தால் செய்யப்பட்ட தொகையை, தேய்மானம் கொடுப்பனவுகள் மற்றும் உரிமையாளரின் சொந்த நிதி மீதான செலுத்தாத வட்டி புத்தகம் செலவுகளுக்கான உதாரணமாகும்.

6.2.2 பகுப்பாய்வு செலவு கருத்துக்கள்

இது பின்வரும் செலவை உள்ளடக்கியது:

1. நிலையான மற்றும் மாறி செலவுகள்: இந்த செலவு பகுப்பாய்வு செலவு கருத்து வகை கீழ். இந்த புத்தகத்தின் பிரிவு 8 இல் நிலையான மற்றும் மாறி செலவுகள் பற்றி விவாதிக்கப்பட்டுள்ளன.

2. மொத்த, சராசரி மற்றும் விளிம்பு செலவுகள்: மொத்த விலை (TC) என்பது பொருட்களின் மற்றும் சேவைகளின் உற்பத்தியில் ஏற்படும் மொத்தச் செலவு ஆகும். வெளிப்படையான மற்றும் மறைமுகமான பண செலவின் மொத்த செலவினங்களை குறிக்கிறது, குறிப்பிட்ட வெளியீட்டை உற்பத்தி செய்ய பயன்படும் உள்ளீடுகளை இது குறிக்கிறது. இது நிலையான மற்றும் மாறி செலவுகள் ஆகியவற்றை உள்ளடக்கியது.

$$TC = TFC + TVC$$

சராசரி செலவு (AC) புள்ளியியல் இயல்பு உண்மையான விலை அல்ல. மொத்த வெளியீடு (Q) மொத்தசெலவு (TC) ஐ பிரிப்பதன் மூலம் பெறப்படுகிறது, அதாவது,

$$AC = \frac{TC}{Q} \quad (6.1)$$

இந்த புத்தகத்தின் அலகு 7 மற்றும் அலகு 8 இல் விளிம்புச் செலவினக் கருத்து பற்றி விவாதிக்கப்பட்டது.

3. குறுகிய கால இயக்கம் மற்றும் நீண்ட கால செலவுகள்: குறுகிய கால மற்றும் நீண்ட கால செலவின கருத்துக்கள் முறையே மாறி மற்றும் நிலையான செலவினங்களுடனும் தொடர்புபடுகின்றன. மேலும் பெரும்பாலும் பொருளாதார பகுப்பாய்வில் மாறி வருகின்றன.

குறுகிய கால செலவினங்கள், உற்பத்தி செயல்முறையில் குறுகிய-விளைவுகளைக் கொண்டுள்ளன, வெளியீட்டில் மாறுபடும், நிறுவனம் மீதமுள்ள அதே அளவுக்கு மாறுபடும். குறுகிய செலவுகள் மாறி செலவுகள் அதே தான். மறுபுறம், நீண்டகால செலவுகள் ஆலை, கட்டிடம், இயந்திரம் போன்ற நிலையான சொத்துக்களில் ஏற்படும் செலவுகள் ஆகும். மூலதனச் சொத்துக்களின் ஓடும் செலவும் மற்றும் தேய்மானமும் குறுகியகாலத்தில் அல்லது மாறி செலவுகள்.

நீண்ட செலவுகள் நிலையான செலவினங்களைக் குறிக்கும். ஆயினும், நீண்ட காலமாக, நிலையான செலவுகள் கூட மாறி செலவினங்களாக மாறும் போது உற்பத்தி அல்லது அளவு உற்பத்தி அளவு அதிகரிக்கும். பரவலாக பேசப்படும், 'குறுகிய கால செலவுகள் நிலையான தாவர அல்லது மற்ற வசதிகளை பயன்படுத்துவதில் மாறிகள் தொடர்புடையதாக இருக்கும், அதே சமயத்தில் நீண்டகால செலவுகள் ஆலை அளவு மற்றும் வகையான மாற்றங்களுடன் தொடர்புடையதாக இருக்கும்.'

4. அதிகரித்துவரும் செலவுகள் மற்றும் குறைந்த செலவுகள்: கருத்துரீதியாக, அதிகரித்த செலவுகள் ஓரளவு செலவின கருத்துடன் நெருக்கமாக தொடர்பு படுத்தப்படுகின்றன, ஆனால் ஒப்பீட்டளவில் பரந்த வெளிப்பாடு கொண்டது. ஓரளவு செலவினமானது, வெளியீட்டின் ஓரப்பகுதி செலவினத்தை குறிக்கும்

குறிப்புகள்

குறிப்புகள்

போது அதிகபட்ச செலவு, வெளியீட்டை விரிவாக்க அல்லது புதிய வகை தயாரிப்புகளை சேர்க்கும் முடிவுகளுடன் தொடர்புடைய கூடுதல் செலவைக் குறிக்கிறது. அதிகரித்த செலவின் கருத்து உண்மையான உலகில், ஒவ்வொரு அலகு வெளியீட்டிற்கும் காரணிகளை தனித்தனியாக நடைமுறைப்படுத்த முடியாது (உள்ளீடுகளின் சரியான வகுபடக்கூடிய இல்லாமை). மேலும், நீண்டகாலமாக, நிறுவனங்கள் தங்கள் உற்பத்தி விரிவாக்க போது, அவர்கள் ஆண்கள், பொருட்கள், இயந்திரங்கள் மற்றும் உபகரணங்கள் இன்னும் வேலைக்கு. இந்த இயற்கையின் செலவினங்கள் கூடுதல் செலவினங்களாகவும், குறுகிய செலவாகவும் இல்லை (முன்பு குறிப்பிட்டபடி). உற்பத்தி வரிகளில் மாற்றம், கூடுதலாக அல்லது ஒரு புதிய தயாரிப்பு அறிமுகப் படுத்தப்படுதல், துண்டிக்கப்பட்ட ஆலை மற்றும் இயந்திரங்களை மாற்றுவதல், புதிய தொழில் நுட்பத்துடன் புதிய தொழில் நுட்பத்தை மாற்றுவது ஆகியவற்றின் காரணமாக அதிகரிப்பு செலவுகள் ஏற்படுகின்றன.

குறைந்த செலவுகள் அனைவருக்கும் ஒரு முறை ஏற்படும். வெளியீடு விகிதம் மாறுபடும் வகையில், இத்தகைய செலவுகள் மாற்றமடையக் கூடாது, அதிகரித்து அல்லது குறைக்கப்படலாம். உதாரணமாக, அதிகமான முதலீட்டுச் செலவினங்களையும் நிதிகளையும் ஒதுக்குவதற்கும் செலவழிக்கப்படுவதற்கும் முடிவு செய்யப்பட்டு விட்டால், எல்லா முந்தைய செலவினங்களும் முன் கூட்டியே ஒப்புக்கொள்ளுதல் மற்றும் திருத்தப்பட்ட அல்லது திருப்பிவிடப்படவோ அல்லது மீட்கப்படவோ முடியாது, சந்தை நிலைமைகளில் மாற்றம் அல்லது வணிக முடிவுகளில் மாற்றம் ஆகும்.

5. வரலாற்று மற்றும் இடமாற்ற செலவுகள்: வரலாற்று விலை கடந்தகாலத்தில் வாங்கிய சொத்துக்கான செலவைக் குறிக்கிறது, அதே சமயம் பழைய செலவுகளை மாற்றுவதற்கான செலவினத்தை மாற்றுச் செலவு குறிக்கிறது. இந்த கருத்துக்கள் விலை மதிப்பற்ற தன்மைக்கு அவற்றின் முக்கியத்துவத்தை கொடுக்கின்றன. காலப்போக்கில் நிலையான விலைகள், கொடுக்கப்பட்ட மற்ற விஷயங்கள், ஒருவருக்கொருவர் சமநிலையில் வரலாற்று மற்றும் மாற்று செலவுகளை வைத்திருக்கின்றன. சொத்து விலைகளில் உள்ள உறுதிப்பாடு இரண்டு செலவுகள் ஒருவருக்கொருவர் வேறுபடுகின்றன.

சொத்துக்களின் வரலாற்று செலவினம் கணக்கின் நோக்கங்களுக்காக பயன்படுத்தப்படுகிறது, நிறுவனத்தின் நிகரமதிப்பு மதிப்பீட்டில். ஆலை சீரமைப்பு புதுப்பிப்பதற்கான வணிக முடிவுகளில் பதிலாக செலவு புள்ளிவிவரங்கள்.

6. தனியார் மற்றும் சமூக செலவினங்கள்: நிறுவனத்தின் பணிதொடர்பான செலவுகளையும், வணிகமுடிவுகளின் செலவு-பயன் பகுப்பாய்வில் பயன் படுத்தப்பட்டு வருகின்ற செலவின கருத்துகளையும் நாங்கள் இதுவரை விவாதித்தோம். இருப்பினும், நிறுவனத்தின் செயல்பாட்டினால் ஏற்படக் கூடிய வேறுசில செலவுகள் உள்ளன, ஆனால் பொதுவாக வர்த்தக முடிவுகளை எடுப்பதில்லை அல்லது நிறுவனங்களால் வெளிப்படையாக செலவிடப்படும் செலவினங்களும் இல்லை. இந்த வகை செலவுகள் சமுதாயத்தால் தோற்றுவிக்கப்படுகின்றன. எனவே, ஒரு நிறுவனத்தின் பணியால் உருவாக்கப்படும் மொத்த செலவானது இரண்டு வகைகளாக பிரிக்கலாம்:

(i) நிறுவனங்களால் வழங்கப்பட்ட அல்லது வழங்கப்படும் செலவுகள் மற்றும் (ii) இலவசமாக கிடைக்கக்கூடிய வளங்களைப் பயன்படுத்துவது

உட்பட நிறுவனங்களால் பணம் செலுத்தவோ அல்லது சம்பாதிக்கவோ செலவாகும். உற்பத்தியின் செயல்பாட்டில் உருவாக்கப்பட்ட செயலிழப்பு. முன்னாள் வகை செலவுகள் தனியார் செலவுகள் மற்றும் பிந்தைய பிரிவின் செலவுகள் வெளிப்புற அல்லது சமூக செலவுகள் என்று அறியப்படுகிறது. சமூக செலவினத்தின் சில எடுத்துக்காட்டுகள்: மத்துரா எண்ணெய் சுத்திகரிப்பு யமுனா நதியில் அதன் கழிவுகளை அகற்றும் நீர் மாசுபாடு ஏற்படுகிறது. ஆலை மற்றும் தொழிற்சாலைகளில் ஒரு நகரத்தில் காற்று மாசு ஏற்படுகிறது, மற்றும் பல. சில விவரங்களில் இந்த கருத்தாக்கங்களை இப்பொழுது பார்க்கலாம்.

குறிப்புகள்

இந்த வகை செலவுகள் சமுதாயத்தால் தோற்றுவிக்கப்படுகின்றன. எனவே, ஒரு நிறுவனத்தின் பணியால் உருவாக்கப்படும் மொத்த செலவானது இரண்டு வகைகளாக பிரிக்கலாம்: (i) நிறுவனங்களால் வழங்கப்பட்ட அல்லது வழங்கப்படும் செலவுகள் மற்றும் (ii) இலவசமாக கிடைக்கக்கூடிய வளங்களைப் பயன்படுத்துவது உட்பட நிறுவனங்களால் பணம் செலுத்தவோ அல்லது சம்பாதிக்கவோ செலவாகும். உற்பத்தியின் செயல்பாட்டில் உருவாக்கப்பட்ட செயலிழப்பு. முன்னாள் வகை செலவுகள் தனியார் செலவுகள் மற்றும் பிந்தைய பிரிவின் செலவுகள் வெளிப்புற அல்லது சமூக செலவுகள் என்று அறியப்படுகிறது. சமூக செலவினத்தின் சில எடுத்துக்காட்டுகள்: மத்துரா எண்ணெய் சுத்திகரிப்பு யமுனா நதியில் அதன் கழிவுகளை அகற்றும் நீர் மாசுபாடு ஏற்படுகிறது. ஆலை மற்றும் தொழிற்சாலைகளில் ஒரு நகரத்தில் காற்று மாசு ஏற்படுகிறது, மற்றும் பல. சில விவரங்களில் இந்த கருத்தாக்கங்களை இப்பொழுது பார்க்கலாம்.

தனிப்பட்ட செலவுகள், சந்தையில் இருந்து பொருட்கள் மற்றும் சேவைகளை கொள்முதல் செய்வதில் ஒரு தனிநபர் அல்லது நிறுவனத்தால் உண்மையில் வழங்கப்படும் அல்லது வழங்கப்படுகின்றன. ஒரு நிறுவனம், வெளிப்படையான மற்றும் மறைமுகமான அனைத்து உண்மையான செலவுகள் தனியார் செலவுகள் ஆகும். தனியார் செலவுகள், நிறுவனத்தின் மொத்த உற்பத்தி செலவில் இணைக்கப்படும் செலவினங்களை உள்ளடக்கப்படுத்தியுள்ளது.

மறுபுறம் சமூக செலவினங்கள், பண்டங்களின் உற்பத்தி காரணமாக சமுதாயத்தால் மேற்கொள்ளப்படும் மொத்த செலவைக் குறிக்கின்றன. சமூக விலையில் தனியார் செலவும் வெளி செலவுகளும் அடங்கும். சமூக செலவில் அடங்கும்: (a) விலை, அதாவது, வளிமண்டலம், ஆறுகள், ஏரிகள், மற்றும் சாலைகள், வடிகால் அமைப்பு போன்ற பொது பயன்பாட்டு சேவைகளைப் பயன்படுத்துவதற்கு நிறுவனம் தேவைப்படாத ஆதாரங்களின் செலவை உள்ளடக்கியது (மற்றும்) (b) காற்று, நீர் மற்றும் சத்தம் மாசுபாடு ஆகியவற்றால் உருவாக்கப்பட்ட 'மாயத்தன்மையின்' வடிவத்தில் செலவாகும். வகை (c) செலவுகள் பொதுவாக தனிப்பட்ட மற்றும் பொதுச் செலவினங்களை சமன் செய்வதாக கருதப்படுகிறது. பல்வேறு வகையான சுகாதார அபாயங்கள் உற்பத்தி முறையால் உருவாக்கப்பட்டவை. தனியார் மற்றும் பொதுச் செலவினங்கள், 'பொது மாயையின்' ஒரு அடையாளமாக மட்டுமே சேவை செய்கின்றன. அவை பொது மாயையின் அல்லது சமூக செலவினங்களின் சரியான அளவைக் கொடுக்கவில்லை.

6.3 செலவு செயல்பாடு

குறிப்புகள்

செலவு செயல்பாடு என்பது செலவு மற்றும் வெளியீட்டிற்கும் இடையே உள்ள தொழில்நுட்ப உறவுகளின் குறியீட்டு அறிக்கையாகும். அதன் பொது வடிவத்தில், அது சமன்பாடு மூலம் வெளிப்படுகிறது. செலவு செயல்பாடு ஒரு அட்டவணை மற்றும் ஒரு வரைபடம் வடிவில் வெளிப்படுத்த முடியும். உண்மையில், செலவின செயல்பாட்டின் அட்டவணை, வரைகலை மற்றும் இயற்கணித சமன்பாடு வடிவங்கள் ஒருவருக்கொருவர் வடிவத்தில் மாற்றப்படலாம். அதன் பொது வடிவம் மூலம், மொத்த செலவு (TC) செயல்பாடு பின்வருமாறு வெளிப்படுத்தப்படுகிறது.

$$TC = f(Q)$$

TC மற்றும் வெளியீடு (Q) இடையே ஒரு உறவு இருப்பதாக மட்டுமே இந்த விலைச் செலவுச் செயல்பாடு கூறுகிறது. ஆனால், TC மற்றும் Q க்கும் இடையிலான உறவின் இயல்புக்கு இது தெரியாது. TC மற்றும் Q க்கும் இடையே ஒரு நேர்மறையான உறவு இருப்பதால், செலவுச் செயல்பாடு எழுதப்பட வேண்டும்

$$TC = f(Q), \Delta TC/\Delta Q > 0$$

இந்த விலை செயல்பாடு என்பது TC இல் Q சார்ந்துள்ளது மற்றும் வெளியீட்டில் (Q) அதிகரிப்பு TC இல் அதிகரிப்பு ஏற்படுகிறது என்பதாகும். TC மற்றும் Q க்கு இடையிலான உறவின் தன்மை மற்றும் அளவு ஆகியவை தயாரிப்பு மற்றும் தொழில்நுட்பத்தை சார்ந்துள்ளது. உதாரணமாக, துணி, தளபாடங்கள் மற்றும் கட்டிடத்தின் மூலம் உற்பத்தி செலவு, நிலையான விகிதத்தில் அதிகரிக்கும். உற்பத்தி அதிகரிக்கும் போது மூலப்பொருட்களும் உழைப்புகளும் குறைவாக இருப்பின் உற்பத்தி அதிகரிப்பு விகிதம் அதிகரிக்கும். விவசாய உற்பத்திகளில், உற்பத்திக்கான விலை முதலில் குறைந்து வீதத்தில் அதிகரித்து, பின்னர் அதிகரிக்கும் விகிதத்தில் அதிகரிக்கிறது. TC மற்றும் Q உறவுகளின் இந்த மூன்று வகையான உண்மையான உற்பத்தி மற்றும் செலவுத் தரவுகளின் அடிப்படையில் மதிப்பிடப்பட்டால், மூன்று வெவ்வேறு வகையான செலவு செயல்பாடுகள் கீழே கொடுக்கப்பட்டுள்ளன.

TC இல் செலவினங்களுக்கான வகைகள் மற்றும் மாற்று வகைகள்

செலவு செயல்பாட்டின் இயல்பு	செலவு செயல்பாடு	TC இல் மாற்றவும்
நேரியல்	$TC = a + bQ$	TC நிலையான விகிதத்தில் அதிகரிக்கிறது
இருபடி	$TC = a + bQ + Q^2$	TC அதிகரிக்கும் விகிதத்தில் அதிகரிக்கிறது
கன	$TC = a + bQ - Q^2 + Q^3$	TC அதிகரிக்கும் விகிதத்தை விட குறைவு விகிதத்தில் முதலில் அதிகரிக்கிறது

LAC ஆனது OQ_2 வரை உற்பத்தி அளவின் விரிவாக்கத்துடன் குறைந்து, பின்னர் அது உயரும். *LAC* இந்த நடத்தை பொருளாதாரத்தின் பொருளாதார மற்றும் ஒழுங்குமுறைகளால் ஏற்படுகிறது. செலவின சேமிப்பு மற்றும் ஒழுக்கநெறிகள் ஆகியவற்றின் அளவான பொருளாதார விளைவுகளின் விலை உயர்வு ஏற்படுகிறது. அளவிலான பொருளாதாரங்களும் ஒழுக்கநெறிகளும் அளவிலான வருவாயைத் தீர்மானிக்கின்றன. அளவிலான பொருளாதாரங்கள் அளவிடப்படும் வரம்புகளை அதிகரிப்பது அதிக அளவிலான ஒழுங்குமுறைக் கொள்கைகளை விட அதிகமானதாகும், மற்றும் பொருளாதாரத்தின் அளவைக் காட்டிலும் ஒழுங்குபடுத்தப்பட்ட நாடுகளில் அதிக அளவு குறைவான அளவிற்கு குறைந்து வருவதாகும். பொருளாதாரங்கள் மற்றும் ஒழுக்கநெறிகள் சமநிலையில் இருக்கும்போது, அளவிலான வருமானம் நிலை-யானது. இந்த பிரிவில், நாம் பல்வேறு வகையான பொருளாதார மற்றும் ஒழுங்குமுறை அளவை பற்றி சுருக்கமாக விவாதிப்போம்.

குறிப்புகள்

பொருளாதாரங்களின் அளவு

அளவிலான பொருளாதாரங்கள் என வகைப்படுத்தப்பட்டுள்ளன

- (a) உள் அல்லது உண்மையான பொருளாதாரம், மற்றும்
- (b) வெளி அல்லது பணவியல் பொருளாதாரங்கள்.

6.4.1 உள் பொருளாதாரங்கள்

“உண்மையான பொருளாதாரங்கள்” என்று அழைக்கப்படும் உள்நாட்டுப் பொருளாதாரங்கள், நிறுவனத்தின் தாவர அளவுகளை விரிவுபடுத்துவதோடு, உட்புறமாக்கப்படுகின்றன. இதன் பொருள் உள்நாட்டுப் பொருளாதாரங்கள் விரிவடைந்த நிறுவனத்திற்கு மட்டுமே கிடைக்கும். உள்நாட்டுப் பொருளாதாரம் கீழ்க்கண்ட பிரிவுகளின் கீழ் வகைப்படுத்தப்படலாம்.

- (i) உற்பத்தி பொருளாதாரத்தில்
- (ii) விற்றல் பொருளாதாரம்
- (iii) மேலாண்மையான பொருளாதாரங்கள் மற்றும்
- (iv) போக்குவரத்து மற்றும் சேமிப்பு பொருளாதாரங்கள்

(i) உற்பத்தி பொருளாதாரத்தில்: உற்பத்தியில் பொருளாதாரங்கள் இரண்டு ஆதாரங்களில் இருந்து எழுகின்றன: (a) தொழில்நுட்ப நன்மைகள், மற்றும் (b) உழைப்பு மற்றும் சிறப்புப் பிரிவுகளின் நன்மைகள்.

தொழில்நுட்ப நன்மைகள்: பெரிய அளவிலான உற்பத்தி தொழில்நுட்ப முன்னேற்றங்களின் நன்மைகள் பெற ஒரு வாய்ப்பை வழங்குகிறது. நவீன தொழில்நுட்பம் மிகவும் சிறப்பு வாய்ந்தது. மேம்பட்ட தொழில்நுட்பமானது ஒரு கலப்பு அலகு உற்பத்தியில் ஒரு பொருட்களின் உற்பத்தியின் முழு செயல்முறையையும் கருத்தரிக்கச் செய்கிறது. உதாரணமாக, ஒரு துணி ஆலை துணி உற்பத்தி போன்ற (i) சுழல் போன்ற ஆலைகள் இருக்கலாம் (ii) நெசவு (iii) அச்சிடுதல் மற்றும் அழுத்தம் மற்றும் (iv) கட்டுமானம், முதலியன. ஒரு கலப்பு பால் திட்டம் போன்ற ஆலைகள் கொண்டிருக்கும் (i)

குறிப்புகள்

குளிர்வித்தல் (ii) பால் பதனிடுதல் மற்றும் (iii) பாட்டில். சிறிய அளவிலான உற்பத்தியில், ஒரு கூரையின் கீழிருக்கும் அனைத்து ஆலைகளையும் கொண்டிருப்பதை நிறுவனம் கண்டுபிடித்திருக்காது. எனவே, ஒரு கூட்டு தொழில்நுட்பத்தை முழுமையாகப் பயன்படுத்திக்கொள்ளும் நிலையில் இருக்காது. ஆனால், உற்பத்தி அளவு அதிகரிக்கும் போது, அதிக மூலதனம் மற்றும் உழைப்புக்கு வேலைக்கு அமர்த்தப்படும் போது, நிறுவனத்தின் மொத்த அளவு அதிகரிக்கும் வரை, மொத்த உற்பத்தியும் விகிதத்தில் அதிகரிக்கும். உற்பத்தி குறைந்த செலவில் விளைகிறது.

உழைப்பு மற்றும் சிறப்புப் பிரிவின் நன்மைகள்: நிறுவனத்தின் உற்பத்தி அளவு விரிவடைந்தால், அதிகமான திறன்களும் தகுதியும் கொண்ட தொழிலாளர்கள் பணிபுரிகின்றனர். பெருமளவிலான தொழிலாளர்களின் வேலைவாய்ப்புடன், அவர்களின் தகுதிகள் மற்றும் திறமைகளுக்கு ஏற்ப தொழிலாளர்களை பிளவுபடுத்துவதற்கும், உற்பத்திக்கு ஏற்றவாறு உற்பத்தி செய்வதற்கும் அவற்றை அதிகரிக்க முடியும். இது உழைப்பின் பிரிவாக அறியப்படுகிறது. உழைப்புப் பிரிவினருக்கு சிறப்பு பயிற்சி அளிக்கப்படுகிறது. அது உழைப்பின் உற்பத்தித்திறனை அதிகரிக்கிறது. இதனால் உற்பத்தி செலவு குறைகிறது. தவிர, சிறப்பு தொழிலாளர்கள் திறமையான கருவிகள் மற்றும் உத்திகள் அபிவிருத்தி வேலை வேகம் பெற. உழைப்புப் பிரிவின் இந்த நன்மைகள் உழைப்பு உற்பத்தித் திறனை மேம்படுத்தவும் செலவு மற்றும் நேரத்தின் அலகு ஆகும்.

(ii) விற்றல் பொருளாதாரம்: மூலப்பொருட்களின் மூலதன பொருட்கள் மற்றும் மூலப்பொருட்களின் இதர பொருட்களின் பெருமளவில் கொள்முதல் மற்றும் நிறுவனத்தின் சொந்த தயாரிப்புகளின் பெரிய அளவிலான விற்பனையிலிருந்து சந்தைப்படுத்துதல் ஆகியவை எழுகின்றன. உள்ளீடுகளை வாங்குவதில் பொருளாதாரங்கள் இருப்பதால், பெரும்பகுதி நிறுவனங்கள் தங்கள் உள்ளீடுகளின் மொத்த கொள்முதலை பொதுவாக செய்கின்றன. சிறிய அளவிலான கொள்முதல் விலையில் கிடைக்காத சில தள்ளுபடிகள் நிறுவனத்திற்கு பெரிய அளவிலான கொள்முதல் உள்ளது. எனவே, வளர்ந்துவரும் நிறுவனங்கள் தங்கள் பொருள் உள்ளீடுகளின் செலவில் பொருளாதாரத்தை ஈட்டுகின்றன.

நிறுவனத்தின் சொந்த தயாரிப்புகளை விற்பனை செய்வதில் உள்ள பொருளாதாரங்கள் தொடர்புடையவை (a) விளம்பர செலவில் பொருளாதாரம் (a) மொத்த அளவிலான விநியோகம், மொத்த விற்பனையாளர்கள் மூலம் மற்றும் (b) பிற பெரிய விற்பனைப் பொருளாதாரங்கள். நிறுவனத்தின் விரிவாக்கம், மொத்த உற்பத்தி அதிகரிக்கிறது. ஆனால் தயாரிப்பு விளம்பர செலவு விகிதம் அதிகரிக்க முடியாது. இதேபோல், மொத்த விற்பனையாளர்களிடமிருந்தும் விற்பனையானது நிறுவனத்தின் உற்பத்தியை விநியோகிக்கும் செலவைக் குறைக்கிறது. இந்த விற்பனை நிறுவனம், விற்பனை மாதிரி, மாதிரியை விநியோகிப்பது போன்றவற்றின் மூலம் மிகப்பெரிய அளவிலான பரவலைப் பெறுகிறது. எனினும் இந்த வகையான பொருளாதாரம் உற்பத்தி நிலைமைகளை நேரடியாக பாதிக்காது. எவ்வாறாயினும், உயரும் செலவினங்களின்போது இது ஒரு விளம்பரக் காரணி என்பதை நிரூபிக்கிறது.

(iii) மேலாண்மையியல் பொருளாதாரங்கள்: மேலாண்மையான பொருளாதாரங்கள் எழும் (a) முகாமைத்துவத்தில் நிபுணத்துவம், மற்றும் (b) நிர்வாக செயல்பாடுகளின் இயந்திரமயமாக்கல். ஒரு பெரிய அளவிலான நிறுவனத்திற்கு, உற்பத்தி மேலாளர், விற்பனை மேலாளர், பணியாளர் அல்லது மனித மேலாளர், தொழிலாளர் அலுவலர்கள் போன்ற சிறப்பு அதிகாரிகளின் கீழ் சிறப்புத் துறைகளில் அதன் நிர்வாகத்தை பிரிக்க முடிகிறது. இது நிர்வாகத்தின் திறனை அதிகரிக்கிறது நிர்வாகத்தின் முடிவு நிர்வாகத்தின் முடிவை மறுசீரமைத்தல். பெரிய அளவிலான நிறுவனங்களுக்கு தகவல் தொடர்பு, தொலைபேசி மற்றும் அச்சு இயந்திரங்கள்,

குறிப்புகள்

உள்தொடர்பு, கம்ப்யூட்டர்கள், மற்றும் அவற்றின் சொந்த போக்குவரத்து ஆகியவற்றுக்கான நவீன நுட்பங்களைப் பயன்படுத்துவதற்கான வாய்ப்பு உள்ளது. விரைவான முடிவெடுக்கும் வரை இந்த வழிவகை, நிர்வாகத்தின் மதிப்புமிக்க காலத்தை காப்பாற்ற உதவுகிறது. இதனால், நிர்வாக திறனை மேம்படுத்துகிறது. இந்த காரணங்களுக்காக, நிர்வாக அளவை ஒரு குறிப்பிட்ட அளவிற்கு உற்பத்தி அளவை அதிகரிப்பதன் மூலம் விகிதாச்சாரத்தை விட குறைவாக இருக்கும்.

(iv) போக்குவரத்து மற்றும் சேமிப்பிலுள்ள பொருளாதாரம்: போக்குவரத்து மற்றும் சேமிப்பக செலவினங்கள் ஆகியவற்றில் பொருளாதாரங்கள் போக்குவரத்து மற்றும் சேமிப்பு வசதிகளை முழுமையாக பயன்படுத்துவதால் ஏற்படும். போக்குவரத்து செலவுகள் உற்பத்தி மற்றும் விற்பனையின் பக்கங்களிலும் இருக்கும். அதேபோல், மூலப்பொருட்களின் மற்றும் முடிக்கப்பட்ட தயாரிப்புகளிலும் சேமிப்பு செலவுகள் வழங்கப்படுகின்றன. பெருமளவிலான நிறுவனங்கள் தங்கள் சொந்த போக்குவரத்து முறையை வாங்கிக் கொள்ளலாம். இதனால், சந்தை விகிதத்துடன் ஒப்பிடும் போது, போக்குவரத்து நிறுவனங்களின் இலாப வரம்பின் அளவைக் காட்டிலும் போக்குவரத்து அலகு செலவுகளை குறைக்க முடியும். தவிர, சொந்த போக்குவரத்து வசதி சரக்குகளை தாமதமாக தடுக்கிறது. சில பெரிய அளவிலான நிறுவனங்கள் தங்கள் இரயில் பாதையை அருகிலுள்ள இரயில் நிலையத்திலிருந்து தொழிற்சாலைக்கு கொண்டுவருகின்றன. இதனால் அவை பொருட்களை வெளியேற்றும் செலவுகளையும் குறைக்கின்றன. உதாரணமாக, பாம்பே துறைமுக அதன் சொந்த இரயில் பாதைகள் உள்ளன, எண்ணெய் நிறுவனங்கள் தங்கள் சொந்த கடற்படைக் கப்பல்களைக் கொண்டிருக்கின்றன. இதேபோல், பெரிய அளவிலான நிறுவனங்கள் தங்கள் சொந்த கிடங்குகளில் உற்பத்தி விநியோகத்தின் பல்வேறு மையங்களில் சேமிப்பக செலவு .

6.4.2 வெளிப்புற அல்லது வெளிநாட்டு நாணயங்களின் பொருளாதாரம்

வெளிப்புற அல்லது பணமோசடி பொருளாதாரங்கள் நிறுவனத்திற்கு வெளியே எழும் நன்மைகள், எ.கா., உள்ளீட்டு சந்தைகளில் விரிவடைந்து வரும் நிறுவனங்களுக்கு ஏற்படுகின்றன. (i) மூலப்பொருட்களின் பெரிய அளவி-லான கொள்முதல், (ii) வெளிப்படையான நிதியியல், குறிப்பாக வணிக வங்கிகளிலிருந்து பெருமளவிலான கொள்முதல் ஆகியவற்றின் மீதான மிகப்பெரிய அளவிலான நிறுவனங்கள், (iii) பாரிய விளம்பரம் பிரச்சாரங்கள் (iv) பெரிய அளவிலான போக்குவரத்து மற்றும் கிடங்குகள்

குறிப்புகள்

வழிமுறைகளை வழங்குதல். இந்த நன்மைகள் ஒரு தொழிற்சாலை நிறுவனத்திற்கும் பொருந்தாது.

தவிர, ஒரு தொழில் நுட்பத்தை விரிவுபடுத்துதல், ஊக்குவிப்பு நிறுவனங்களின் வளர்ச்சியை ஊக்குவிக்கிறது. ஆரம்ப கட்டங்களில், இத்தகைய தொழிற்சாலைகள் பெருகிவரும் வருவாயை அளவிடுகின்றன.

போட்டித்திறன் மிக்க சந்தையில், உள்ளீடு விலைகள் குறைகின்றன. இந்த நன்மை தள்ளுபடிகள் மற்றும் சலுகைகளுக்கு கூடுதலாக விரிவடைந்துவரும் நிறுவனங்களுக்குக் கிடைக்கும். உதாரணமாக, வாகனத் துறையின் வளர்ச்சியானது டயர் தொழிற்சாலை மற்றும் பிற மோட்டார் வாகனங்களின் வளர்ச்சிக்கு உதவுகிறது. மாருதி உத்யோக் லிமிடெட் அதன் சொந்த கார்களையும் துணை நிறுவனங்களுக்கான டயர்களையும் தயாரிக்க ஆரம்பித்தால், அதன் உற்பத்தி செலவு சிறிய உற்பத்தித் திறன் காரணமாக இருக்கலாம். மற்றொரு உதாரணத்தை கவனியுங்கள், மீன்பிடித் தொழில் வளர்ச்சி மீன்பிடி வலைகள் மற்றும் படகுகள் தயாரிக்கும் மற்றும் விநியோகிக்கும் நிறுவனங்களின் வளர்ச்சியை ஊக்குவிக்கிறது. இத்தகைய நிறுவனங்களுக்கு இடையே போட்டி மற்றும் தொடக்க நிலைகளில் குறைந்தபட்சம் அதிகரித்த வருமானங்களின் சட்டம், உள்ளீடுகளின் செலவு குறைகிறது. உள்ளீடு செலவினங்களின் குறைப்பு வெளிப்புற பொருளாதாரங்களின் ஒரு முக்கிய அம்சமாகும்.

செதில்களின் பொருளாதாரம்

உற்பத்தி அளவின் விரிவாக்கத்தின் காரணமாக ஏற்படக்கூடிய தீமைகள், உற்பத்தி செலவில் அதிகரிப்பை ஏற்படுத்துகின்றன. பொருளாதாரங்கள் போன்ற, ஒழுக்கநெறிகள் உள் மற்றும் வெளிப்புறமாக இருக்கலாம். உட்புற ஒழுக்கநெறிகள் என்பது ஒரு நிறுவனத்திற்குள்ளாகவும், உட்புறமாகவும் இருக்கும். அவை நிறுவனத்திற்குள் எழுகின்றன. வெளிப்புற வியாபாரங்கள் முக்கியமாக உள்ளீட்டு சந்தைகளில், நிறுவனங்களுக்கு வெளியில் எழுகின்றன. சில விவரங்களில் உள்ளார்ந்த மற்றும் வெளிப்புற வியாதிகளின் தன்மையை விவரிப்போம்..

1. உள் வியாபாரங்கள்

உழைப்பு மற்றும் நிர்வாக ஊழியர்களின் பிரிவினரின் பயன்கள் முழுமையாக சுரண்டப்பட்டு, ஆலை, கிடங்குகள், போக்குவரத்து மற்றும் தகவல்தொடர்பு அமைப்புகள் போன்றவற்றின் அதிக திறன் கொண்டதாக இருக்கும் போது, உட்புற ஒழுக்கநெறிகள் எழுகின்றன. சில பொருளாதாரங்கள் இன்னமும் இருந்தாலும்கூட, ஒழுங்குபடுத்தும் பொருளாதாரங்கள் பொருளாதாரம் கடந்து செல்கின்றன, செலவுகள் உயரும். கீழ்க்கண்ட காரணங்களால் உள்ளீட்டு நோய் பாதிப்பு ஏற்படுகிறது.

(a) நிர்வாக திறமையின்மை::மேலாண்மை பொருளாதாரம் முதல் பொருளாதாரங்கள் தோன்ற ஆரம்பிக்கின்றன. மேலாண்மையற்ற செயல்திறன் மற்றவற்றுடன், அளவின் விரிவாக்கத்திலிருந்து எழுகிறது. உற்பத்தி அளவின் வேகமாக விரிவாக்கம், (i) உரிமையாளர்கள் மற்றும் மேலாளர்கள், (ii) மேலாளர்கள் மற்றும் தொழிலாளர், மற்றும் (iii) உள் துறை இணைப்பிகள்

ஆகியவற்றுக்கு இடையேயான தனிப்பட்ட தொடர்புகள் மற்றும் தொடர்புகள். விரைவாக குறைந்து கொள்ளுங்கள்.

தொலையியக்கி மேலாண்மை மூலம் மூடு கட்டுப்பாடு மற்றும் மேற்பார்வை மாற்றப்படும். நிர்வாக அதிகாரிகளின் அதிகரிப்பால், முடிவெடுக்கும் செயல்முறை தாமதத்திற்கு வழிவகுக்கிறது. தவிர, உற்பத்தி அளவின் விரிவாக்கத்துடன் மேலாண்மை ஒரு புள்ளிக்கு அப்பால் நிபுணத்துவம் பெற்றது. இதன் விளைவாக, லாப பெருமளவிலான உரிமையாளரின் இலக்கு செயல்பாடு படிப்படியாக வேலை பாதுகாப்பு மற்றும் உயர் சம்பளம், நிலையான அல்லது நியாயமான இலாப இலக்கு, திருப்திகரமான செயல்பாடுகளை போன்ற மேலாளர்களின் பயன்பாட்டு செயல்பாட்டால் மாற்றப்படுகிறது. இந்த வழிவகை நிர்வாகத்திலேயே மோசமாகி, உற்பத்திக்கான செலவு அதிகரித்தது.

குறிப்புகள்

(b) தொழிலாளர் திறமையின்மை: உழைப்பு உற்பத்தித்திறன் மீதான கட்டுப்பாட்டு இழப்புக்கு இட்டுச்செல்லும் உழைப்பின் அதிகரிப்பாகும் உள்நோக்கத்தின் மற்றொரு ஆதாரம். மறுபுறத்தில், தொழிலாளர்கள் எண்ணிக்கை அதிகரிக்கிறது தொழிலாளர் சங்கங்களின் உருவாக்கம் ஊக்குவிக்கிறது மற்றும் நாட்டின் தொழிலாளர் சட்டங்களால் ஆதரிக்கப்படுகிறது. தொழிலாளர் சங்கங்களின் உருவாக்கம் தொழிலாளர் சங்கங்களின் நடவடிக்கைகளை ஊக்குவிக்கிறது, அவை தொழிற்சாலை வேலைநிறுத்தங்கள் மற்றும் நிறுவனங்களால் பூட்டப்படும்.

தொழிற்கட்சி வேலைநிறுத்தங்கள் மற்றும் பூட்டுகள் ஆகியவை ஒரு அலகுக்கு வெளியீட்டின் இழப்பு என்பதால், உற்பத்தி செலவில் அதிகரிக்கும்.

2. வெளிப்புற பொருளாதாரங்கள்

வெளிப்புற வியாபாரங்கள், குறிப்பாக வெளிநாட்டு சந்தைகளில் நிறுவனத்திற்கு வெளியில் வரும் பின் தங்கியவை ஆகும். வெளிப்புற நோய்களின் காரணமாக இயற்கை கட்டுப்பாடுகள், குறிப்பாக விவசாயம் மற்றும் பிரித்தெடுத்தல் தொழிற்சாலைகள் ஆகியவற்றால் ஏற்படுகிறது. உற்பத்தித் தொழில்துறையின் விஷயத்தில், நிறுவனத்தின் விரிவாக்கம், குறிப்பாக தொழில் நிறுவனங்களின் அனைத்து நிறுவனங்கள் விரிவடைந்து கொண்டிருக்கும் போது, உட்கட்டமைப்புகள் மற்றும் உள்ளீட்டு நிதிகளின் மொத்த கொள்ளவுகளில் கிடைக்கும் தள்ளுபடிகள் மற்றும் சலுகைகள் முடிவடையும். அதற்கும் மேலாக, உள்ளீடுகளுக்கான அதிகரித்து வரும் தேவை உள்ளீட்டு சந்தைகளில் அழுத்தம் கொடுக்கிறது மற்றும் உள்ளீடு விலைகள் உற்பத்திக்கான விலை உயர்வை ஏற்படுத்துகின்றன. இத்தகைய ஒழுக்கநெறிகளுக்கு பணக்காரர் வியாதி என்று அழைக்கப்படுகிறது.

உற்பத்திப் பக்கத்தில், நிலையான அளவு காரணிகளின் அதிகப்படியான பயன்பாட்டின்படி, விவசாயம் மற்றும் பிரித்தெடுக்கப்பட்ட தொழில்களில் அதிக அளவு குறைந்து வருவதால், இலாப விகிதங்கள் குறைக்கப்படுகின்றன. உதாரணமாக, பயிரிடத்தக்க நிலத்தின் அதிகப்படியான பயன்பாடு அதை மண் நிலமாக மாற்றிவிடும் நீர்ப்பாசனத்திற்கான நீரை வெளியேற்றுவதால் நீர்ப்பாசன செலவினத்தை அதிகரிப்பதன் விளைவாக நீரின் அட்டவணையை குறைக்க ஏற்படுகிறது ஒரு பெரிய அளவிலான தாதுக்களிலிருந்து பிரித்தெடுக்கப்படுவது விரைவில் மேல்மட்டத்தில் கனிம வைப்புத் தொகையைத் தீர்த்துவிடும், மேலும் ஆழமான காரணங்கள் உற்பத்தி செலவில்

குறிப்புகள்

அதிகரிக்கும் மீன்பிடி படகுகள் மற்றும் வலைகள் அதிகரித்தபோதும் கூட, விரிவான மீன்பிடி மீன் கிடைப்பது குறைகிறது. இந்த வகையான வியாதிகளை LAC வளைவு மேல்நோக்கி நகர்த்தச் செய்கிறது..

உங்கள் முன்னேற்றத்தைச் சரிபார்க்கவும்

1. குறுகிய கால செலவு என்றால் என்ன ?
2. உள் பொருளாதாரங்கள் என்றால் என்ன?
3. உள்ளார்ந்த செலவு ஒரு உதாரணம் கூறுக..

6.5 உங்கள் முன்னேற்ற வினாக்களை சரிபார்ப்பதற்கான விடைகள்

1. குறுகிய கால செலவு என்பது, உற்பத்தி செயல்முறையில் குறுகிய கால தாக்கங்களைக் கொண்டிருக்கும் செலவு ஆகும். அதாவது இவை ஒரு சிறிய அளவிலான வெளியீட்டில் பயன்படுத்தப்படுகின்றன. இவை ஒரு முறை செலவழிக்கப்பட்டு வருகின்றன, மீண்டும் சம்பாதிக்க முடியாதவை, ஊதியங்கள், மூலப்பொருட்களின் செலவு மற்றும் பலவற்றை போன்றவை.
2. உண்மையான பொருளாதாரங்கள், 'உண்மையான பொருளாதாரங்கள்' என்றும் அழைக்கப்படுகின்றன, அவை நிறுவனத்தின் ஆலை-அளவு விரிவாக்கத்தில் இருந்து எழுகின்றன, அவை உட்புறமாக்கப்படுகின்றன. இதன் பொருள் உள்நாட்டுப் பொருளாதாரங்கள் விரிவடைந்த நிறுவனத்திற்கு மட்டுமே கிடைக்கும்.
3. வாய்ப்பு செலவு மறைமுக செலவு ஒரு உதாரணம் ஆகும்.

6.6 திரட்டு

- வணிக பகுப்பாய்வு மற்றும் முடிவெடுக்கும் திறன் ஆகியவற்றுக்கான செலவுக் கருத்துக்கள் அவற்றின் தன்மை மற்றும் நோக்கத்தின் அடிப்படையில், இரண்டு மேல்படிவு வகைகளின் கீழ்: (i) கணக்கியல் நோக்கங்களுக்காகப் பயன்படுத்தப்படும் கருத்துகள் மற்றும் (ii) பொருளாதார பகுப்பாய்வில் பயன்படுத்தப்படும் பகுப்பாய்வு செலவுக் கருத்துகள் வணிக நடவடிக்கைகள்.
- வணிகச் செலவுகள் அனைத்தும் ஒரு வணிகத்தைச் செய்யக்கூடிய அனைத்து செலவினங்களும் அடங்கும். வணிக செலவினங்களின் கருத்து உண்மையான அல்லது உண்மையான செலவினங்களைப் போலவே உள்ளது.
- வெளிப்படையான செலவுகள் கணக்குகளின் புத்தகங்களில் உள்ள உண்மையான அல்லது வணிக செலவினங்களின் கீழ் வருகின்றன. ஊதியங்கள், சம்பளங்கள், பொருட்கள், உரிம கட்டணம், காப்பீட்டு கட்டணத் தொகை, தேய்மானம் கட்டணங்கள் ஆகியவற்றின் கணக்கில் பணம் செலுத்துவது வெளிப்படையான செலவினங்களுக்கான உதாரணமாகும்.

- கருத்துருவாக, அதிகரித்த செலவுகள் ஓரளவு செலவின கருத்துடன் நெருக்கமாக தொடர்புபடுத்தப்படுகிறது, ஆனால் ஒப்பீட்டளவில் பரந்த ஒத்திசைவு கொண்டது.
- சமூக செலவில் அடங்கும்: (a) விலை, அதாவது, வளிமண்டலம், ஆறுகள், ஏரிகள், மற்றும் சாலைகள், வடிகால் அமைப்பு போன்ற பொது பயன்பாட்டு சேவைகளைப் பயன்படுத்துவதற்கு நிறுவனம் தேவைப்படாத ஆதாரங்களின் செலவை உள்ளடக்கியது (மற்றும்) (a) காற்று, நீர் மற்றும் சத்தம் மாசுபாடு ஆகியவற்றின் மூலம் உருவாக்கப்பட்ட “மிருதுவான” வடிவத்தில் உள்ள செலவு.
- செலவு செயல்பாடு என்பது செலவு மற்றும் வெளியீட்டிற்கும் இடையே உள்ள தொழில்நுட்ப உறவுகளின் குறியீட்டு அறிக்கையாகும். அதன் பொது வடிவத்தில், அது சமன்பாடு மூலம் வெளிப்படுகிறது.
- செலவின சேமிப்பு மற்றும் ஒழுக்கநெறிகள் ஆகியவற்றின் அளவான பொருளாதார விளைவுகளின் விலை உயர்வு ஏற்படுகிறது. அளவிலான பொருளாதாரங்களும் ஒழுக்கநெறிகளும் அளவிலான வருவாயைத் தீர்மானிக்கின்றன. அளவிலான பொருளாதாரங்கள் அளவிடப்படும் வரம்புகளை அதிகரிப்பது அதிக அளவிலான ஒழுங்குமுறைக் கொள்கைகளை விட அதிகமானதாகும், மற்றும் பொருளாதாரத்தின் அளவைக் காட்டிலும் ஒழுங்குபடுத்தப்பட்ட நாடுகளில் அதிக அளவு குறைவான அளவிற்கு குறைந்து வருவதாகும்.
- 'உண்மையான பொருளாதாரங்கள்' என்று அழைக்கப்படும் உள்நாட்டுப் பொருளாதாரங்கள், நிறுவனத்தின் தாவர அளவுகளை விரிவுபடுத்துவதோடு, உட்புறமாக்கப்படுகின்றன.
- முகாமைத்துவப் பொருளாதாரங்கள் மேலாண்மை (a) முகாமைத்துவத்தில் நிபுணத்துவம், மற்றும் (b) நிர்வாக செயல்பாடுகளின் இயந்திரமயமாக்கல் ஆகியவற்றிலிருந்து எழுகின்றன.
- உற்பத்தி அளவின் விரிவாக்கத்தின் காரணமாக ஏற்படக்கூடிய தீமைகள், உற்பத்தி செலவில் அதிகரிப்பை ஏற்படுத்துகின்றன.

6.7 முக்கிய வார்த்தைகள்

- தனியார் செலவு: இந்த சந்தையில் இருந்து பொருட்கள் மற்றும் சேவைகளை வாங்குவதில் ஒரு தனிநபர் அல்லது ஒரு நிறுவனத்தால் உண்மையில் வழங்கப்படும் அல்லது வழங்கப்படும்.
- வெளிப்படையான செலவு: இவை கணக்குகளின் புத்தகங்களில் உள்ள உண்மையான அல்லது வணிக செலவினங்களின் கீழ் வருகின்றன.

6.8 சுய மதிப்பீட்டு வினாக்கள் மற்றும் பயிற்சிகள்

குறுகிய விடைக்கான வினாக்கள்

1. செலவு செயல்பாடு வரையறுக்க
2. சமூக செலவு என்றால் என்ன?
3. செலவு பகுப்பாய்வு முக்கியத்துவத்தை பற்றி குறுகிய குறிப்பு

நீண்ட விடைக்கான வினாக்கள்

குறிப்புகள்

1. உள்நாட்டுப் பொருளாதாரங்களின் பல்வேறு பிரிவுகளைப் பற்றி விவாதிக்கவும்.
2. வெளிப்படையான செலவு மற்றும் மறைமுக செலவினங்களுக்கு இடையில் வேறுபாடு.
3. 'வெளிப்புறச் செலவுகளை குறைப்பு என்பது வெளியுறவு பொருளாதாரங்களின் முக்கிய அம்சமாகும்'.

6.9 மேலும் படிக்க

திவேதி, டி. என். 2008. பொருளியல் கொள்கை, ஏழாவது பதிப்பு. புது தில்லி: விகாஸ் பதிப்பகம்.

வெய்ல், டேவிட் என் 2004. பொருளாதார வளர்ச்சி. லண்டன்: அடிசன் வெஸ்லி.

தாமஸ், கிறிஸ்டோபர் ஆர். மற்றும் மாரிஸ் எஸ் சார்லஸ். 2005. மேலாண்மையியல் பொருளாதாரம்: கருத்துக்கள் மற்றும் பயன்பாடுகள், எட்டாவது பதிப்பு. புது தில்லி: டாடா மெக்ரா-ஹில் பதிப்பக கம்பனி லிமிடெட்.

மேன்கிவ், கிரிகோரி என். 2002. பொருளியல் கொள்கை, இரண்டாம் பதிப்பு. இந்தியா: தாம்சன் பதிப்பகம் .

அலகு 7 விலைவாசி உயர்வு – II

அமைப்பு

- 7.0 அறிமுகம்
- 7.1 நோக்கங்கள்
- 7.2 விளிம்பு வருவாய் மற்றும் சராசரி விலை
 - 7.2.1 சிறந்த நிறுவனம் மற்றும் பிரதிநிதி நிறுவனம்
 - 7.2.2 பொருளாதார செலவினங்களுக்கான செலவு Vs மெய்யான செலவு
- 7.3 உங்கள் முன்னேற்ற வினாக்களை சரிபார்ப்பதற்கான விடைகள்
- 7.4 திரட்டு
- 7.5 முக்கிய வார்த்தைகள்
- 7.6 சுய மதிப்பீட்டு வினாக்கள் மற்றும் பயிற்சிகள்
- 7.7 மேலும் படிக்க

குறிப்புகள்

7.0 அறிமுகம்

முந்தைய அலகு பல்வேறு செலவு கருத்துக்களை அறிமுகப்படுத்தியது. இந்த அலகு குறுந்திட்ட வருமானம் மற்றும் ஓரளவு செலவு, உகந்த நிறுவனம், வாய்ப்புக்கான செலவு மற்றும் உண்மையான செலவு ஆகியவற்றை உங்களுக்கு அறிமுகப்படுத்தும். பகுப்பாய்வு மற்றும் அவர்களின் இலாபங்களை அதிகரிக்க நிறுவனங்கள் உதவுவதற்கு முக்கிய வருவாய் நிகர வருமானம். ஒரு நிறுவனத்தின் உற்பத்தி அலகு ஒன்றுக்கு விலை எவ்வளவு உற்பத்தி செய்ய வேண்டும் என்பதை ஒரு குறிப்பிட்ட தயாரிப்பு அல்லது சேவையின் எத்தனை அலகுகளை நிர்ணயிக்க வேண்டும் என்பதையோ குறுக்கு வருவாய் மற்றும் ஓரளவு செலவினையும் ஒன்றாகப் பயன்படுத்துகின்றன.,

7.1 நோக்கங்கள்

இந்த அலகை நீங்கள் படித்து முடித்த பின்பு உங்களால்

- குறுக்கு வருவாய் மற்றும் ஓரளவு செலவு ஆகியவற்றிற்கு இடையிலான உறவைப் பற்றி விவாதிக்க முடியும்.
- உகந்த நிறுவனம் வரையறுக்க முடியும்.
- வாய்ப்புக் கட்டணத்திற்கும் உண்மையான செலவுக்கும் இடையில் வேறுபாடுகளை அறிய முடியும்

7.2 குறுக்கு வருவாய் மற்றும் குறுக்கு செலவு

லாபத்தை அதிகப்படுத்துதல் நிபந்தனைகள்

மொத்த லாபம் (Π) என வரையறுக்கப்படுகிறது

$$\Pi = TR - TC \quad (7.1)$$

TR = மொத்த வருவாய், மற்றும் TC = மொத்த செலவு

குறிப்புகள்

$TR - TC$ க்காக அதிகபட்சமாக இருக்க வேண்டிய இரண்டு நிபந்தனைகள் உள்ளன. இந்த நிலைமைகள் (i) அவசியமானவை அல்லது முதல் ஒழுங்கு நிலை, மற்றும் (ii) இரண்டாம் அல்லது கூடுதல் நிபந்தனை.

அவசியமான அல்லது முதல் ஆணை நிபந்தனை: இது குறுந்தகவல் (MR) என்பது குறுநில செலவாக (MC) சமமாக இருக்க வேண்டும். வரையறுக்கப்பட்ட விதமாக, ஒரு கூடுதல் அலகு உற்பத்தி மற்றும் விற்பனையிலிருந்து பெறப்படும் வருவாய் என்பது ஒரு கூடுதல் அலகு உற்பத்தியின் காரணமாக ஏற்படக்கூடிய செலவு ஆகும்.

இரண்டாம் அல்லது இரண்டாம் நிலை நிபந்தனை: இது தேவையான அல்லது முதல்-வரிசை நிபந்தனை MR குறைதல் மற்றும் MC ஐ உயர்த்தும் நிபந்தனைகளின் கீழ் திருப்தி கொள்ள வேண்டும். இரண்டு நிபந்தனைகளின் பூர்த்தி செய்யப்படுவது போதுமான நிலைமைகளை உருவாக்குகிறது.

லாபம் அதிகரிக்கும் நிலைகள் பின்வருமாறு இயற்கணிதமாக வழங்கப்படலாம்.

ஒரு லாபம் அதிகரிக்கும் நிறுவனம் அதிகரிக்க வேண்டும் என்று நமக்குத் தெரியும்

$$\Pi = TR - TC$$

மொத்த வருவாய் (TR) மற்றும் மொத்த செலவு (TC) செயல்பாடுகள் முறையே, கொடுக்கப்பட்டவை என நாம் நினைக்கலாம்

$$TR = f(Q) \quad \text{மற்றும்} \quad TC = g(Q)$$

Q = அளவு உற்பத்தி மற்றும் விற்பனை.

சமன்பாட்டில் மொத்த வருவாய் மற்றும் மொத்த விலை செயல்பாடுகளை மாற்றுதல் (7.1), இலாப சார்பு என எழுதப்படலாம்

$$\Pi = f(Q)_{TR} - f(Q)_{TC} \quad (7.2)$$

சமன்பாடு (7.2) பின்வருமாறு லாபம் அதிகபட்சம் முதல் மற்றும் இரண்டாவது ஒழுங்கு நிலைமைகள் விளக்குவதற்கு இப்போது கையாளப்படுகிறது.

முதல்-வரிசை நிபந்தனை: ஒரு செயல்பாட்டை அதிகப்படுத்தும் முதல் வரிசை நிபந்தனை, அதன் முதல் வகைக்கெழு பூஜ்ஜியத்திற்கு சமமாக இருக்க வேண்டும். இலாபத்தின் முதல் வரிசை ஒழுங்குமுறை இலாப சார்பு சமன்பாடு (7.2) முதல் வகைக்கெழு பூஜ்ஜியத்திற்கு சமமாக இருக்க வேண்டும் என்பதுதான். மொத்த லாபச் சார்பை வேறுபடுத்தி பூஜ்ஜியத்திற்கு சமமாக அமைப்பது, நாம் பெறுகிறோம்

$$\frac{\partial \Pi}{\partial Q} = \frac{\partial TR}{\partial Q} - \frac{\partial TC}{\partial Q} = 0 \quad (7.3)$$

இந்த நிலை எப்போது இருக்கும் என்றால்

$$\frac{\partial TR}{\partial Q} = \frac{\partial TC}{\partial Q}$$

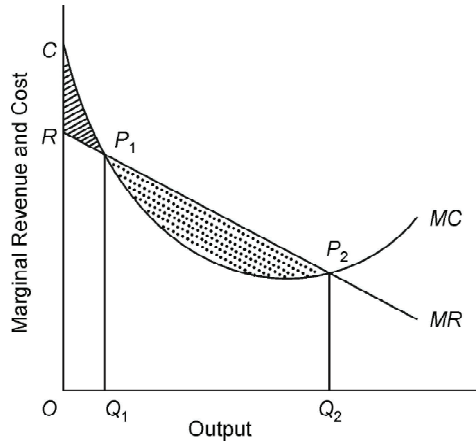
சமன்பாடு (7.3) இல், $\partial TR/\partial Q$ ஆனது TR வளைவின் சரிவை அளிக்கிறது, இதனால் இது ஓரளவு வருவாய் (MR) அளிக்கிறது. இதேபோல், $\partial TC/\partial Q$ என்ற சொல் மொத்த செலவு வளைவின் சரிவைக் கொடுக்கிறது, இது குறுந்தக செலவு (MC). இதனால், இலாப அதிகரிப்பிற்கான முதல்-ஒழுங்கு நிலை எனக் கூறலாம்

$$MR = MC$$

முதல்-ஆணைக்கான விதி பொதுவாக 'தேவையான விதி' என அறியப்படுகிறது நடைபெற இருக்கும் ஒரு சம்பவத்திற்காக திருப்தி படுத்த வேண்டிய ஒன்று தான் ஒரு தேவையான விதி என்பது, மற்ற விதத்தில் சொல்ல வேண்டுமானால், உயர்ந்த பட்ச வீதம் = உயர்ந்தபட்ச கிரயம் (வருவாய்) $MR = MC$ விலை உயர்ந்தபட்ச ஆதாயத்திற்காக திருப்திப்படுத்தப்பட வேண்டும் என்பது தான்.

இரண்டாவது ஆணைக்கான விதி: தொழில்-முறையல்லாத நிபந்தனைகளில் சொல்லப்பட்ட படி, இரண்டாவது ஆணைக்கான விதியின் அதிகரிக்கப்படும் இலாபம், உயர்த்தப்படும் அதிகபட்ச விலை = இறக்கப்படும் அதிகபட்ச வீதம் இவைகளால் முதல் ஆணைக்கான விதி திருப்திப்படுத்தப்பட வேண்டிய தேவையாக உள்ளது. இந்த நிபந்தனை படம் 7.1-ல் விளக்கப்பட்டுள்ளது. MC மற்றும் MR வளைவுகள் இவை வழக்கமான எல்லைக்கிரயமும், எல்லை வருவாயுமாகும். நிகழும் விதியாக, எல்லை(விலை) கிரயமும், எல்லை வருவாயும் ஆன வளைவுகள் முறையே TC மற்றும் TR (மொத்தவிலை மற்றும் மொத்த வருவாய்) இவற்றிலிருந்து கிடைத்திருக்கின்றன. MC & MR (அதாவது எல்லை விலையும்இ எல்லை வருவாயும் P_1 மற்றும் P_2 என்ற இரண்டு முனைகளில் வெட்டுகின்றன. இவ்விதமாக, முதல் ஆணைக்கான விதி இரு முனைகளிலும் சேர்ந்து திருப்தியைத் தருகின்றன. ஆனால், இரண்டாவது ஆணைக்கான விதியின் ஆதாய உச்ச வரம்பு P_2 என்ற முனையில் முடிகிறது. தொழில் ரீதியாக, இரண்டாவது பலன் விதியில் வரும் ஆதாய செயலி, எதிர் மறையாக இருப்பதாக, இரண்டாவது ஆணை விதியில் தேவையாகிறது. இரண்டாவது பலன் விதியில் ஆதாய செயலி கீழ்க்கண்டவாறு விளக்கப்பட்டுள்ளது.

$$\frac{\partial^2 \Pi}{\partial Q^2} = \frac{\partial^2 TR}{\partial Q^2} - \frac{\partial^2 TC}{\partial Q^2} \quad (7.4)$$



படம் 7.1 இலாபமயமாக்கல் மந்தநிலை நிபந்தனைகள்

குறிப்புகள்

ஆதாய உச்ச வரம் பாக்கலின் எல்லை விதி

$$\frac{\partial^2 TR}{\partial Q^2} - \frac{\partial^2 TC}{\partial Q^2} < 0$$

குறிப்புகள்

அல்லது

$$\frac{\partial^2 TR}{\partial Q^2} < \frac{\partial^2 TC}{\partial Q^2} \quad (7.5)$$

இவ்விதமாக, $\partial^2 TR/\partial Q^2$ சரிவைக் கொடுக்கிறது. MR $\partial^2 TC/\partial Q^2$ MC என்ற சரிவைக் கொடுக்கிறது. 2-வது ஆணை விதி கீழ்க்கண்டவாறும் எழுதப்படலாம்.

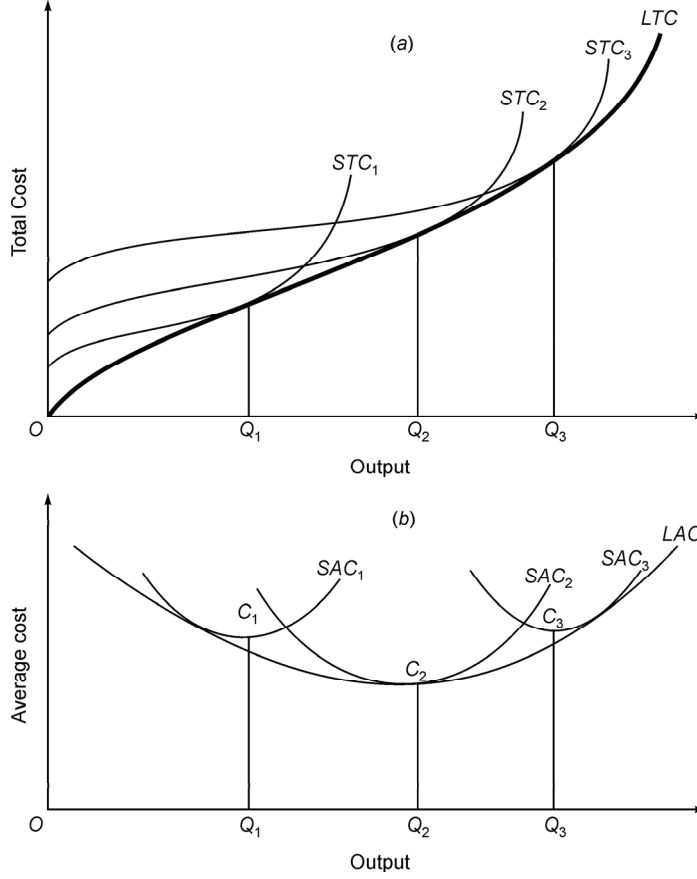
$$MR \text{ ன் சரிவு} < MC \text{ ன் சரிவு.}$$

(MC) எல்லை கிரயம் MR (அ) MC விட மிகவும் கூர்மையான சரிவாக இருக்கவேண்டும் என்றும், எல்லை வருவாய் அல்லது (MR)இ எல்லை கிரயம் (MC) கீழிருந்து MR -ஐ உள்ளே வெட்ட வேண்டும் என்றும் அது நமக்கு உணர்த்துகிறது.

கடைசியில் முடிக்க முதலாவது, மற்றும் இரண்டாவது ஆணை விதிகள் திருப்திப்படுத்தப் பட வேண்டிய இடத்தில் ஆதாயம் உச்ச வரம்புப் படுத்தப்படுகிறது.

7.2.1 சிறந்த நிறுவனம் மற்றும் பிரதிநிதி நிறுவனம்

நீண்டதாக ஓடிய எல்லைக்கிரய வளைவு (LMC) சொற்பமாக ஓடிய எல்லைக் கிரய வளைவுகளில் இருந்து ($SMCs$) தான் கிடைத்தது. LMC ஆக ஓடிய கிடைப்பு பலன், (படம் எண் 7.3 ல் விளக்கியுள்ள படி) யானதும், மற்றும் 7.2ல் கிடைத்த வளைவுகளான $SACs$, $SMCs$ மற்றும் LAC ஆகியனவும் ஒரேமாதிரியானவை. LMC கிடைக்க, SAC மற்றும் LAC இவற்றிக்கிடையே உள்ள தொடுமுனைகள் எண்ணிப் பார்த்துக் கொள்க. அதாவது A, B மற்றும் C இந்த முனைகள் என்பன. நீண்டு ஓடிய உற்பத்தி திட்ட வளைவில் உள்ள இந்த முனைகள் பல்வேறு விதமான உற்பத்தி நிலைகளைத் தீர்மானிக்கின்றன. இந்த உற்பத்திகள் SMC என்ற வளைவுக் கோடுகளைப் பெற்றுள்ளன. உதாரணமாக, A என்ற முனையிலிருந்து நாம் செங்குத்துக் கோடு வரைகிறோம். அது M , என்ற முனையில் SMC -யை வெட்டி, SMC மற்றும் MQ_1 ஐத் தீர்மானிக்கின்றன. உற்பத்தி கோடில் Q_2 மற்றும் Q_3 -ல் SMC யைக் கண்டுபிடிக்க, B மற்றும் C இவற்றுக்காக அதே முறையைத் திரும்பச் செய்ய முடியும் BQ_2 மற்றும் CQ_3 இவற்றில் முறையே B மற்றும் C முனைகள் SMC யைத் தீர்மானிக்கின்றன என்பதை குறிப்பாக கொள்க. LMC யால் காட்டப் பட்ட படி M, B மற்றும் N வழியாக வரையப் பட்ட கோடு நெடிய முறையில் ஓடிய எல்லைக் கோட்டின் எல்லைக் கிரயத்தின் பண்பைக் குறிக்கிறது. இந்த வளைவு நெடிதாக ஓடும் எல்லைக் கிரய வளைவு என அறியப்படுகிறது. (LMC) அது எல்லைக் கிரயத்தின் போக்கு உற்பத்தி அளவுகளில் ஏற்படும் மாற்றங்களுக்கு விடையாக வருவதைக் காட்டுகிறது.



குறிப்புகள்

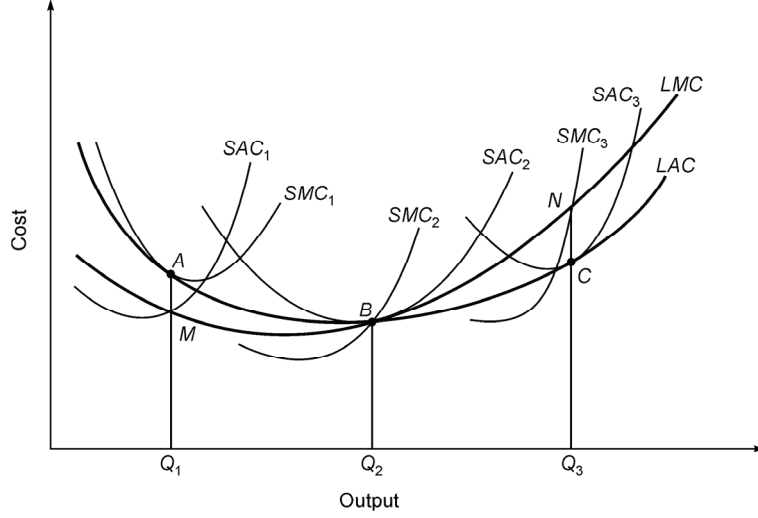
படம் 7.2 நெடிய-ஒடுகை மொத்த, மற்றும் சராசரி கிரய வளைவுகள்

படம் 7.2லிருந்து சில முக்கிய காரணங்களால் முடிவு செய்யப்பட்ட படங்கள் வரையப்படலாம். உற்பத்தி தொடர்பிலான SAC வளைவு LACயின் தொடுமுனையாகும் என்ற உற்பத்தி கூற்றுக்காக, LMC SMC வளைவுக்கு சமமாக இருக்க வேண்டும் என்று கொள்க. தொடுமுனையில் LAC வளைவு SAC வளைவுக்கு சமம். LMC LACயை (அது மினிமம் ஆக இருப்பதால்) அதைக் குறுக்கே வெட்டுகின்றது. அதாவது தொடுமுனை B. SAC வளைவுக்கோடு சிறியதாக இருப்பதால் அதன் மினிய மமுங்கல் SAC LACயுடன் பொருந்துகிறது. அதுபோல LAC LMC யுடன் பொருந்துவதால், இந்த புள்ளி B எனக் கொள்க.

$$SAC_2 = SMC_2 = LAC = LMC$$

இதன் மிதமான பயன்பாட்டை ஒரு நிறுவனம் எப்படி தீர்மானிக்கமுடியும் என்பதை சிறுகிரய ஒடுகை வளைவு காட்டுவதில் உதவிக்ரமாக இருக்கின்றன. கிரய விலையைக் குறைத்தது ஆகும். உற்பத்தி அளவை எப்படி அது தீர்மானிக்க முடியும் என்பதற்கான நிலையான காரணியையும் காட்டுவதில் சிறிய ஒடுகை கிரய வளைவுகள் உதவிக்ரமாக இருக்கின்றன. நீண்ட ஒடுகை கிரய வளைவுகள், மறுபுறம் மிதமான அளவுள்ள நிறுவனத்தை ஒரு நிறுவனம் எப்படி தீர்மானிக்க முடியும் என்பதைக் காண்பிக்க இந்த வகை வளைவுகளைப் பயன்படுத்தலாம்.

குறிப்புகள்



படம் 7.3 LMC யின் வினைப்பலன்

ஒரு நிறுவனத்தின் உகந்த அளவு என்பது வளங்களை மிகவும் திறமையாகப் பயன்படுத்துவதை உறுதி செய்யும் ஒன்றாகும். நடைமுறையில் நிறுவனத்தின் உகந்த அளவு எல்ஏசி ஐ குறைக்கும் ஒன்றாகும். காலப்போக்கில் தொழில்நுட்பத்தின் நிலை, தொழில்நுட்ப ரீதியாக குறைந்த அளவு செலவு கருத்தோடு தொடர்புடைய உற்பத்தி மற்றும் உற்பத்தி வெளியீடுகளின் தனித்துவமான அளவாக உள்ளது. படம். 7.2 ல் மிதமான பரிமாணங்கொண்ட நிறுவனம் SAC1 மற்றும் SAC2 ஆகிய அடையாளங்களைக் கொண்ட 2 தொழிற்விலைகளை தன்னகத்தே அடக்கியுள்ளது. அந்த 2 மின்கலன்களும் சேர்ந்து OQ2 பொருள் உற்பத்தி அலகுகளை குறைந்தது நீண்ட ஓடுகை சராசரி விலை (LAC) யில் BQ2 ஆக உற்பத்தி செய்கிறது. LAC யின் கீழ் நோக்கிய போக்கு, OQ2 உற்பத்தி இன்னும் அடையவில்லை என்பதைக் காட்டுகிறது. அதிலும் நிறுவனம் மிதமான பரிமாணத்தை விட இன்னும் குறைவான அளவிலேயே உள்ளதைக் காட்டுகிறது அதேவிதமாக OQ2 யூனிட்டில் நிறுவன விரிவாக்கம் உற்பத்தி தகுதியையும் தாண்டி (SMC) சிறிய ஓடுகை எல்லை கிரய வளைவையும் தாண்டி அதில் உயர்வை ஏற்படுத்துகிறது. ஆகையால் LAC யில் அது கொடுக்கப்பட்ட தொழில் முனைவில், அதன் சராசரி கிரயத்தை குறைக்கும் நோக்கிற்கு LAC தெரிந்தெடுக்க வேண்டும். அது SAC = SMC = LAC = LMC ஆகும். இந்த பரிமாணமுள்ள பிளாண்ட் திறமையான வள பயன்பாட்டை நிச்சயிக்கிறது. உற்பத்தி மட்டத்தில் ஏதேனும் மாறுதல், அதிகரிப்பு - குறைப்பு இவை நிறுவனத்தை அமித சூழ் நிலையில் கொண்டு தள்ளிவிடும். ஒரு மிதமான நிறுவனம் என்பது, அதன் அளவையும், இயக்கத்தின் அளவையும் கொண்டு, மிதமான உற்பத்தியை ஒரு யூனிட் உற்பத்திக்கு குறைவான கிரயத்தில் உற்பத்தி செய்கிறதோ அதுதான்.

7.2.2 பொருளாதார செலவினங்களுக்கான செலவு Vs மெய்யான செலவு

செலவினம் என்பது ஒரு குறிப்பிட்ட நோக்கத்தை நிறைவேற்ற செலவிடப் படும் பொருள்களுக்காகும் தவணை காலம், மற்றும் அது சம்பந்தமான

ஒப்பந்தத்திற்காகும் நிபந்தனை விதிகள், மற்றும் அதற்கான தொகைகள் இவற்றை விளக்கும் ஒரு சொல், செலவினம் என்பது பல பிரிவாகும், அது அடிப்படைத் தேவையில் செலவிடப்படும் ஊதியங்கள், ஒளி, வெப்பம், விளம்பகம், மற்றும் இதர செலவினங்கள் வகையில் இயற்கையாகவே (cost) கிரயம் எனக் கூறப்படும். அது நிதி நிலை அறிக்கை, மற்றும் கிரயக் கணக்கு இவற்றை தயார் செய்ய பரவலாகப் பயன்படுத்தப்படுகிறது.

குறிப்புகள்

சில கணக்குப் பதிவுகளில் இயல்பாகவே, அடிப்படையாக ஊதியங்கள், சம்பளங்கள், சமூக செலவுகள், உலோகப் பொருட்கள், இருப்பு நிலை குறிப்புகள், பழுது மற்றும் பராமரிப்பு செலவினங்கள், நிலையான சொத்துக்களின் மூலம் வரும் தேய்மானச் செலவுகள், இதர சிறு சிறு சொத்துக்களின் மூலம் வரும் செலவுகள் நிர்வாகச் செலவுகள், சந்தைப்படுத்தும் செலவுகள் இவற்றில் அன்றாடம் வருவதுதான் கூடி அடிப்படைச் செலவுகள்.

இப்பகுதியில் வாய்ப்பு சந்தர்ப்பக் கிரயம் மற்றும் உண்மைக் கிரயம் பற்றிப் படிப்போம்.

வாய்ப்புக் கிரயம் உண்மைக் கிரயம்: எந்த நபருக்கோ, நிறுவனத்திற்கோ, அமைப்புக்கோ கிடைக்கும் செல்வ வளங்கள், மிகவும் அரிதாகும். ஆனால் பல்வேறு பட்ட திருப்பங்களில் ஒன்று விட்டு ஒன்றாக பயன்படுத்தப் படுகின்றன. வருவாயை உச்சவரம்பில் கொண்டு வரும் அளவுள்ள செல்வ வளங்கள் கொண்ட உரிமையாளர்கள் அவர்களின் அரிதான செல்வ வளங்கள் பொருள் உற்பத்தி செய்யும் படியான பயன்பாட்டிற்குள் கொண்டு செல்கின்றனர். இவ்விதமாக, தங்கள் செல்வ வளங்கள் மற்ற எல்லாப் பயன்பாட்டிலும் இருந்து வரும் நிலையில் அதன் மூலம் கிடைக்கும் தங்கள் எதிர்பார்ப்பிற்குள்ள வருவாயை முன்னரே அறிந்து கொள்கின்றனர். இவ்விதம் அவர்கள் முன்னரே அறிந்து கொண்ட வருவாய் தான் வாய்ப்பு சந்தர்ப்ப கிரயம் எனப்படும். இவ்வித சந்தர்ப்ப வருவாயை அளவிடும் பொழுது இரண்டாவதாக உள்ள பயனீடு தான் கணக்கில் எடுத்துக் கொள்ளப்படுகின்றது. சந்தர்ப்ப கிரயம் என்னவெனில், இரண்டாவது சிறந்த பயன்பாட்டின் மூலம் எதிர்பார்ப்பு மூலமாக வளங்களிலிருந்து கிடைத்த ஆதாயமே. வளங்கள் அரிதான தன் காரணமாக அவைகள் முன்னதாகவே சிறந்த ஆதாயமாக அறியப்பட்டன. சந்தர்ப்பக் கிரயமாவது என்னவெனில், அது மறு சுழற்சிக் கிரயம் என அழைக்கப்படுகிறது. ஒரு நபருக்கோ, நிறுவனத்திற்கோ, அல்லது ஒரு சங்கத்திற்கோ வளங்கள் கிடைத்தது அது அபரிமிதமாகப் பெருகிவிட்டால், அங்கே சந்தர்ப்பக் கிரயம் என்பதே இருக்காது.

உதாரணமாக, ஒரு நிறுவனத்தை எடுத்துக்கொள்வோம், அதற்கு இரண்டு மாறுபட்ட பயன்பாடுகளுக்காக ரூ. 1,00,000-இருக்கிறது. அது இரண்டிலொன்று அந்த இயந்திரம், அல்லது கடைசல் இயந்திரம் வாங்கலாம், அவை இரண்டிற்கும் 10 ஆண்டுகள் இயக்க ஆயுள் உள்ளது அச்சு இயந்திரத்திலிருந்து நிறுவனம் ரூ. 20,000- மற்றும் கடைசல் இயந்திரத்திலிருந்து ரூ. 15,000- ஆண்டு வருமானமாக எதிர்பார்க்கிறது இலாபம் பெரிதாகிக் கொண்டிருக்கும் ஒரு நிறுவனம் அச்சு இயந்திரத்தில் தன் பணத்தை முதலீடு செய்யும், மற்றும் லேத்திலிருந்து எதிர் பார்த்த வருமானம் முந்திச் செல்லும், அச்சு இயந்திரத்திலிருந்து வரும் சந்தர்ப்பக்கிரயம் லேத்திலிருந்து வரும் எதிர்பார்த்த வருவாய் ஆகும். அதாவது ரூபாய் 15,000 ஆகும்.

குறிப்புகள்

சந்தர்ப்பக் கிரயத்துடன் ஒட்டிவருவது பொருளாதாரத்தின் பிரதி செலுத்துகை அல்லது வாடகைக் கொள்கை அல்லது பொருளாதார ஆதாயம் என்று சொல்லப்படும். நம்மிடமுள்ள உதாரணத்தில் அச்ச இயந்திரத்திலிருந்து எதிர் பார்த்த சம்பாதனை, மற்றும் அச்ச இயந்திரத்தின் பொருளாதார வாடகை இவை லேத்திலிருந்து எதிர்பார்த்த வருமானத்தினும் அதிகப்படியானது என்று கொள்க. அதாவது, பொருளாதார வாடகை சமமாகிறது $20,000-15,000 = 5,000$. இக்கருத்தின் தொடர்பாக சொல்லிக்கொள்வது ஒரு வியாபார வணிகருக்கு அச்ச இயந்திரத்தில் முதலீடு செய்வது விரும்பத்தக்கது. காரணம், இந்த வாணிகத்தில் எவ்வளவு நீண்ட காலம் இத்தொழிலைச் செய்தானும், பொருளாதார வாடகை ஜீகோவை விடாப் பொய்யது என்பது தான்.

மேலும், அவற்றின் பொருள் வளங்களையும், அவற்றின் பொருளாதார வாடகைகளையும் பல்வேறு மாறுபட்ட பயன்களையும் நிறுவனங்கள் அறிந்தால், சிறந்த முதலீட்டு வழிக்கான விருப்பத்தில் உதவிகரமாக இருக்கும். சந்தர்ப்பக் கிரயக் கருத்திற்கு ஒப்பிடுகையில், உண்மைக் கிரயங்கள் தான் நிறுவனத்தால் பணம் செலுத்தப்பட்டு தொழிலாளி, உலோகம், பேக்டரி, கட்டிடம், இயந்திரம், சாதனங்கள், பிரயாணம் மற்றும் போக்குவரத்து, விளம்பரம் முதலியவற்றுக்களைச் சார்ந்ததாக உள்ளன. மொத்த பணச் செலவுகள் கணக்குப் புத்தகத்தில் பதியப்பட்டுள்ளவை மற்றும் இவை அன்றாட செயல்முறைக் காரியங்களுக்கானவை நமது உதாரணத்தில் அச்ச இயந்திரத்தின் கிரயம் அதாவது 1,00,000- என்பது உண்மையான கிரயம் உண்மைக்கிரயம் கிரயக் கணக்கு செய்கையின் கீழ் வருகிறது.

உங்கள் முன்னேற்றத்தைச் சரிபார்க்கவும்

1. உச்ச வரம்பு வருவாய்- விவரிக்கவும்.
2. ஒரு மிதமான நிறுவனம் - விவரிக்கவும்.

7.3 உங்கள் முன்னேற்ற வினாக்களை சரிபார்ப்பதற்கான விடைகள்

1. ஒரு கூடுதல் உற்பத்தி அலகிலிருந்து கிடைத்த உற்பத்தி, மற்றும் விற்பனைமூலம் கிடைத்த வருவாய் தான் உச்ச வரம்பு வருவாய் எனப்படும்.
2. எந்த நிறுவனம் தனது இயக்கத்தின் முழு அளவைப் பிரயோகித்து, ஒரு அலகின் குறைந்த செலவு கொண்டு, மிதமான உற்பத்தியை தயாரிக்கிறதோ, அதுவே மிதமான நிறுவனம் எனப்படுகிறது.

7.4 திரட்டு

- வளக்க உச்ச வருவாய் என்பது ஒரு கூடுதல் அலகின் உற்பத்தி அலகிலிருந்து கிடைத்த உற்பத்தி, மற்றும் விற்பனை மூலம் கிடைத்த வருவாய் ஆகும்.
- ஒரு கூடுதல் உற்பத்தி அலகிலிருந்து கிடைத்த உற்பத்தி மூலமாக உயர்ந்த கிரயமே எல்லைக்கிரயம் எனப்படும்.

- ஒரு தேவையான விதி என்பது, நடக்கவிருக்கும் நிகழ்ச்சிக்காக திருப்திப்படுத்தப்படும் விதியே ஒரு தேவையான விதி எனப்படும். மறுவார்த்தைகளில் $MR = MC$ என்ற விதி உச்சவரம்பாக வரும் ஆதாயத்திற்காக திருப்திப்படுத்தப்பட வேண்டும்.
- நெடிய ஓடுகை எல்லைக்கிரய வளைவு(LMC) குறுகிய ஓடுகை எல்லைக்கிரய வளைவிலிருந்து கிடைத்திருக்கிறதாகும்.
- ஒரு நிறுவனம் தொழிற்சாலையின் மிதமான பயன்பாட்டை எப்படி தீர்மானிக்க முடியும் எனக் காண்பிப்பதில் குறுகிய ஓடுகை கிரய வளைவு உதவுகிறது.
- நிலையான பலன், அல்லது உற்பத்தி மட்டம் கிரயத்தை எப்படி குறைக்கிறது என்பதை எப்படி தீர்மானிக்க முடியும். நெடிய ஓடுகை கிரய வளைவு, மறுபுறம் நிறுவனத்தின் மிதமான பரிமாணத்தை எப்படி தீர்மானிக்க முடியும் என்பதைக் காட்ட நெடிய ஓடுகை கிரய வளைவை இவ்விஷயத்தில் பயன்படுத்தலாம்.
- கருத்துருவாக பார்க்கின் மிதமான பரிமாணமுள்ள ஒரு நிறுவனம் என்பது வளங்களை மிகவும் திறமையாக பயன்படுத்துவதை எது நிச்சயிக்கிறதோ அது தான்.
- எந்த ஒரு நபருக்கோ, நிறுவனத்திற்கோ, அல்லது அமைப்பிற்கோ கிடைக்கும் வளங்கள் மிகவும் அரிதாக இருக்கின்றன. ஆனால் வேறுபட்ட திருப்பங்களுடன் பலமுனைப் பயன்பாடுகள் கிடைக்கின்றன.

குறிப்புகள்

7.5 முக்கிய வார்த்தைகள்

- உண்மையான செலவு: உண்மைக்கிரயம் 1 தொழிலாளர் பொருட்கள், கட்டிடம், இயந்திரம், சாதனம், பிரயாணம் மற்றும் போக்குவரத்து இவைகளுக்கு ஆகும் அசலான செலவுகள் தான் உண்மைக் கிரயம் எனப்படுகிறது.
- இலாபம்: ஒரு வியாபாரத்திலிருந்து கிடைத்த வருமானத்தில் செலவுகள், வரிகள், பிற செலவுகள் போக எஞ்சியிருக்கும் பொருளாதாரமே இலாபம் ஆகும்.

7.6 சுயமதிப்பீட்டு கேள்விகள் மற்றும் பயிற்சிகள்

குறுகிய விடைக்கான வினாக்கள்

1. எல்லைக் செலவு வரையறு.
2. சந்தர்ப்பக் செலவு ஏன் மாற்று செலவு என அழைக்கப்படுகிறது?
3. பொருளாதார இலாபம் என்பது பற்றி நீ என்ன புரிந்து கொள்கிறாய்?

நீண்ட விடைகளுக்கான வினாக்கள்

1. எல்லை வருவாயும், எல்லைசெலவும் ஒரு நிறுவனத்தின் இலாபப் பெருக்கத்திற்கு எப்படி சம்பந்தப்பட்டுள்ளன?

2. வாய்ப்பு செலவிற்கும் உண்மை செலவிற்கும் இடையிலுள்ளவற்றை வேறுபடுத்திக் காண்பிக்கவும்.
3. பொருளாதாரத்தில் உள்ள செலவுகளின் தன்மைகளை சோதித்தல்

குறிப்புகள்

7.7 மேலும் படிக்க

திவேதி, டி. என். 2008. பொருளியல் கொள்கை, ஏழாவது பதிப்பு. புது தில்லி: விகாஸ் பப்ளிஷிங் ஹவுஸ்.

வெய்ல், டேவிட் என் 2004. பொருளாதார வளர்ச்சி. லண்டன்: அடிசன் வெஸ்லி.

தாமஸ், கிறிஸ்டோபர் ஆர். மற்றும் மாரிஸ் எஸ் சார்லஸ். 2005. மேலாண்மையியல் பொருளாதாரம்: கருத்துக்கள் மற்றும் பயன்பாடுகள், எட்டாவது பதிப்பு. புது தில்லி: டாடா மெக்ரா-ஹில் பப்ளிஷிங் கம்பனி லிமிடெட்.

மேன்கிவ், கிரிகோரி என். 2002. பொருளியல் கொள்கை, இரண்டாம் பதிப்பு. இந்தியா: தாம்சன் பிரஸ்.

அலகு 8 செலவு கருத்துகள் – III

அமைப்பு

- 8.0 அறிமுகம்
- 8.1 நோக்கங்கள்
- 8.2 நிலையான செலவுகள் மற்றும் மாறா செலவுகள்
 - 8.2.1 விளிம்புச் செலவின் நோக்கம்
 - 8.2.2 தொழிற்சாலையின் சமநிலை
- 8.3 தேர்வுநிலை சமநிலையின் விதிகள்
- 8.4 உங்கள் முன்னேற்ற வினாக்களை சரிபார்க்கும் விடைகள்
- 8.5 திரட்டு
- 8.6 முக்கிய வார்த்தைகள்
- 8.7 சுயமதிப்பீடு கேள்விகள் மற்றும் பயிற்சிகள்
- 8.8 மேலும் படிக்க

குறிப்புகள்

8.0 அறிமுகம்

ஒரு வணிகத்தின் மொத்த செலவு நிலையான செலவுகள் மற்றும் மாறி செலவுகளை கொண்டதாகும். நிலையான செலவுகள் மற்றும் மாறி செலவுகளில் மாறி செலவுகள் இருப்பின் மட்டுமே உற்பத்தியின் குறுக்கீட்டை பாதிக்கின்றன. மாற்றத்தை பிரிக்கப்படுவதன் மூலம் உற்பத்திச் செலவின செலவு கணக்கிடப்படுகிறது உற்பத்தி வெளியீட்டு மட்டத்தில் ஒரு அலகு மாற்றத்தின் மொத்த செலவு மற்றும் உற்பத்தி செலவுவை தீர்மானிக்கிறது. ஒரு வணிக பொருளாதாரத்தில் புள்ளியை கணக்கிடுவதில் பயனுள்ளதாக இருக்கும்.

8.1 நோக்கங்கள்

இந்த அலகை நீங்கள் படித்து முடித்த பின்பு உங்களால்,

- நிலையான மற்றும் மாறி செலவினங்களுக்கு இடையில் வேறுபாடுகளை அறிய முடியும்
- ஓரளவு செலவு என்ற எண்ணத்தை ஆராய்ந்து பார்க்க முடியும்
- தொழிலில் சமநிலை செயல்முறையை விவரிக்க முடியும்
- போட்டி சமநிலை நிலைமைகளை விளக்க முடியும்

8.2 நிலையான செலவுகள் மற்றும் மாறுபட்ட செலவுகள்.

நிலையான மற்றும் மாறக் கூடிய செலவுகள்: ஒரு அளவான உற்பத்தியின் மீது கொள்ளளவில் மாறாமல் இருக்கக் கூடிய நிலையான செலவுகளே நிலைத்த செலவு எனப்படும். ஊற்பத்தியில் ஜீரோவுக்கும், மற்றும் சில அளவுகளிலும் இருக்கக்கூடிய இ ஆளவில் வேறுபடாமல் நிலைத்த தன்மையில் இருக்கும் செலவுகளே நிலையான செலவு எனப்படும் மறுவார்த்தையில் சொன்னால் உற்பத்தியில் சில அளவுகளில் வேறுபடாத கிரயங்களுக்கு நிலையான கிரயங்கள் என சொல்லப்படும் (1) நிர்வாகம் மற்றும் நிர்வாக ஊழியர்களின்

குறிப்புகள்

செலவுகள் (செலவு), (2) இயந்திரங்கள் தேய்மானம்,கட்டிடம் மற்றும் பிற நிலையான சொத்துக்கள், (3) நிலம் பராமரிப்பு, முதலியனநிலையான செலவின் கருத்து குறுகிய காலத்துடன் தொடர்புடையது. நீண்ட கால செலவில் சரி செய்யப்படவில்லை.

மொத்த உற்பத்தியில் சேர்ந்த வேறுபாட்டினல் வேறுபடக் கூடிய கிரயம் வேறுபடும் கிரயம் எனக் கூறப்படும், கச்சாப் பொருள்கள், நிலையான முதலீட்டில் வரும் அன்றாடச் செலவுகள், அதாவது எரிபொருள், பழுது நீக்கல், தினமும் உண்டாகும் பராமரிப்புச் செலவு நேரடியான தொழிலாளர் கட்டணங்கள், (உற்பத்தி மூலம் வருபவை), மற்றும் கொள்முதல் செலவுகள், உற்பத்தியிலிருந்து மாறுபட்டவை.

8.2.1 எல்லைக்கிரயத்தின் கருத்துக்கள்

எல்லைக் கிரயம் (MC) ஒரு கூடுதல் யூனிட் மூலமாக உற்பத்தி செய்யும் பொருளுக்கு மொத்தக் கிரயம் கூடுதலாக இருப்பதுதான் எல்லைக் கிரயம் (MC) என்று விளக்கப்படுகிறது. அல்லது எல்லைக் கிரயம் என்பது எல்லை யூனிட் ஆக (MC) உற்பத்தி செய்ததன் காரணம் பெயர் தான் எல்லைக் கிரயம் $TC_n - TC_{n-1}$ இந்த முறையில் கணக்கிடப் படுகிறது செய்தது என்பதன் பொருளாகும். கிரயச் செயலைப் பயன்படுத்தி,

$$MC = \frac{\partial^2 TC}{\partial Q}$$

என்று விளக்கலாம் மொத்த சராசரி இது மற்றும் எல்லைக் கிரயக் கருத்துக்கள் பொருளாதாரப் பகுப்பு ஈய்வில் அதாவது நிறுவனத்தின் உற்பத்திச் செயல்பாடுகளில் பயன் படுத்தப் படுகின்றன

8.2.2 தொழிற்காலையின் சமன்பாடு

இயற்கை சார்ந்த அறிவில், சமன்பாடு என்பது ஓய்வு நிலை எனப்படுகிறது பொது அறிவில், சமநிலையிலுள்ள விசைகள் எதிர்த் திசைகளில் இயங்குகின்றன சந்தை பகுப்பாய்வில், சமநிலை என்பது ஒரு பொருளின் மீது கோரிய அளவும், அப் பொருளின் மீது விநியோகம் செய்த அளவும் சமம் ஆகும். பொருளின் விநியோகமும், தேவையும் விலையில் சமநிலை விலையாகும். ஒரு பொருள் கோரிய அளவும், அதே பொருள் விநியோகம் செய்த அளவும் ஒன்றுக் கொன்று சமம் ஆகும். அதாவது, சமநிலை விலையில் தேவையானளும், விநியோகமும் சமநிலையிலுள்ளன,. சமநிலை விலை என்பது சந்தை-தீர்வு விலை என்றும் அழைக்கப்படுகிறது. சந்தை விலையில் விற்கப்படாத பங்கு இல்லை மற்றும் ஆதாரமற்ற கோரிக்கை இல்லை.

சந்தை விலை தீர்மானித்தல்

இலவச சந்தையில் ஒரு பொருளின் சமநிலை விலை தேவை மற்றும் விநியோக சந்தை சந்தைகளால் தீர்மானிக்கப்படுகிறது. சமநிலை விலை நிர்ணயிக்கப்படுவதை ஆராய்வதற்கு நாம் தேவை மற்றும் விநியோக வளைவுகளை ஒருங்கிணைக்க வேண்டும். இந்த நோக்கத்திற்காக, சட்டையின் முன்மாதிரிகளைப் பயன்படுத்துவோம். அட்டவணை 8.1 ல் டெல்லியின்

வாராந்திர சந்தை கோரிக்கையும் சப்ளையும் அடங்கிய பட்டியல் அட்டவணை 8.1 ல் கொடுக்கப்பட்டுள்ளது.

விலைவாசி உயர்வு – III

அட்டவணை 8.1 சட்டவிரோத தேவை மற்றும் சட்டங்களுக்கான சப்ளைஸ் விற்பனை

விலை சட்டை ()	தேவை ('000 சட்டைகள்)	வழங்கல் ('000 சட்டைகள்)	சந்தை நிலை	விளைவு விலை
100	80	10	பற்றாக்குறை	ரைஸ்
200	55	28	பற்றாக்குறை	ரைஸ்
300	40	40	சமநிலை	நிலையான
400	28	50	உபரி	வீழ்ச்சி
500	20	55	உபரி	வீழ்ச்சி
600	15	60	உபரி	வீழ்ச்சி

குறிப்புகள்

அட்டவணையில் கட்டப்பட்டுள்ள படி 'சட்டைகளில் ஒரு விலை மட்டுமே உள்ளது (300) எந்த அளவு ஒவ்வொரு வாரமும் 40 ஆயிரம் சட்டைகளில் வழங்கப்படும் அளவுக்கு சமமானதாகும்.. ஒருவார கோரிக்கையும், சப்ளை செய்த அளவும் சமன் செய்யப்படுகிறது இதன் அர்த்தம், டெல்லியில் உள்ள சட்டை சந்தை விலையில் 300 ரூபாயில் சமநிலையில் உள்ளது. மற்ற எல்லா விலையிலும், சட்டை சந்தை என்பது விநியோகத்திற்கும் கோரிக்கைக்கும் இடையில் ஏற்றத்தாழ்வு நிலையில் சமநிலையில் உள்ளது. சந்தையில் சமநிலையற்ற நிலையில் இருக்கும்போது, தேவை அதிகரிக்கிறது அல்லது அதிகரிக்கப்படுகிறது. கீழே உள்ள அனைத்து விலை 300 தேவை சந்தையில் சட்டைகள் பற்றாக்குறை காட்டும் விநியோக மீறுகிறது. அதேபோல் 300 க்கும் அதிகமான விலைகள் அதிகமாக வழங்கப்படும் தேவை அதிகரித்துள்ளன என்பதை அட்டவணை காட்டுகிறது.

ஒரு தடையற்ற சந்தை சமநிலையில் சமநிலையுடன் நிலைமை உருவாக்குகிறது. அதிகப்படியான வழங்கல் இருக்கும்போது, விலை மற்றும் அளவிற்கு கீழ்நோக்கி சரிசெய்யப்படும். அதிகமான கோரிக்கை இருக்கும்போது, விலை மற்றும் அளவீடுகளில் மேல்நோக்கி சரிசெய்தல் தேவைப்படுகிறது. கீழ்நோக்கி செயல்முறை விலை மற்றும் அளவு மேல்நோக்கி சரிசெய்தல் விலை 300 வரை அடையும் வரை தொடர்கிறது மற்றும் வழங்கப்பட்ட தேவை 40 ஆயிரம் சட்டைகள் சமநிலையில் உள்ளன.இந்த செயல்முறை தானாகவே உள்ளது. இப்போது “சந்தை நுட்பம்” என்று அழைக்கப்படும் விலை மற்றும் அளவு மாற்றங்களைப் பார்ப்போம்.

சந்தை நுட்பம்: சந்தை எவ்வாறு இருப்பு பற்றி கூறுகிறது
சந்தை நுட்பம் என்பது சமநிலை விலை நிர்ணயிக்க கோரிக்கை மற்றும் வழங்கலின் சந்தை சக்திகளுக்கு இடையிலான ஒரு செயல்முறையாகும். இது எவ்வாறு செயல்படுகிறது என்பதை புரிந்து கொள்ள, சட்டைகளின் விலை ஆரம்பத்தில் `100 இல் அமைக்கப்பட வேண்டும். இந்த விலையில், 70,000 சட்டைகள் மூலம் வழங்கப்பட்ட அளவு (10,000) அளவுக்கு அதிகமான 80,000 சட்டைகளை அதிகரித்துள்ளது. பற்றாக்குறை விற்பனையாளர்கள் விலை உயர்த்த ஒரு வாய்ப்பு கொடுக்கிறது மற்றும் வாங்குவோர் அதிக விலை ஏற்க மற்றும் செலுத்த தயாராகிறது. இதன் விளைவாக, விலை அதிகரிக்கிறது.

குறிப்புகள்

வில்லை அதிகரிப்பு இலாப வரம்பை மேம்படுத்துகிறது. இது அவர்களின் இலாபங்களை அதிகரிக்க பொருட்டு உற்பத்தி மற்றும் விற்க நிறுவனங்கள் தூண்டுகிறது. வில்லை 300 ரூபாய்க்கு உயரும் வரை இந்த போக்கு தொடர்கிறது. வில்லை அட்டவணையில் 8.1 நிகழ்ச்சிகள், 300 ரூபாயில், வாங்குவோர் 40 ஆயிரம் சட்டைகளை வாங்க தயாராக உள்ளனர். விற்பனையாளர்கள் இந்த விலையில் விற்க விரும்பும் சட்டைகளின் எண்ணிக்கை இதுதான். இந்த விலையில், அங்கே உள்ளது சந்தையில் பற்றாக்குறையோ அல்லது அதிகப்படியான விநியோகத்தையோ வழங்குவதில்லை. எனவே, 300 சமநிலை வில்லை. எனவே சந்தை, சமநிலையில் உள்ளது.

இதேபோல், 300 ரூபாய்க்கு மேல் உள்ள விலையில், சந்தையில் அதிகமாக சட்டைகளை விநியோகிப்பதைக் காட்டும் தேவை அதிகமாக உள்ளது. அதிக விற்பனையானது விற்பனையாளர்களின் விலையை நிர்வகிப்பதற்காக விலையை குறைப்பதற்காக அதிக வில்லை வழங்குவதாகும். சில நிறுவனங்கள் குறைந்த விலைக்கு லாபம் ஈட்டாமல் சந்தையில் இருந்து வெளியேறுகின்றன, சிலர் தங்கள் உற்பத்தியை குறைக்கின்றன. ஆகையால், சட்டைகளின் விநியோகம் கீழே போகிறது. மறுபுறம், வில்லை குறைந்து அதிக வாடிக்கையாளர்களை அழைக்கிறது. சட்டை வில்லை 300 ரூபாய்க்கு வரும் வரை இந்த செயல்முறை தொடர்கிறது. இந்த விலையில் தேவை மற்றும் விநியோகம் சமநிலையில் இருக்கும் மற்றும் சந்தையில் சமநிலை உள்ளது. எனவே சட்டத்திற்கு 300 ரூபாய் சமநிலை வில்லை.

8.3 தகுதிவாய்ந்த சமநிலை நிபந்தனைகள்

ஒரு போட்டி சமநிலை என்பது இலாபங்களை அதிகரித்து வரும், நுகர்வோர், இவர்களிடையே நடைபெற்று வரும் பிறர் கட்டுப்பாட்டில்லாத சுயமாக தீர்மானிக்கப்பட்ட விலையினுதவியால், உண்மையான ஒரு சமநிலை வில்லை நிலவுகிறது தான் போட்டி சமநிலை என்று விளக்க முடியும். இவ்விதமாக இந்த சமநிலை விலையில். சப்ளை செய்யப்பட்ட அளவு, தேவையான அளவுகளை சமமானது.

தனிப்பட்ட நுகர்வோர், மற்றும் நிறுவன நடப்பு அடிப்படை வழங்கலை பாதிக்கும். போட்டி சமநிலை மாதிரி போட்டி மார்கெட்டுகளில் உள்ள அமைப்புகள் மீதும், கூட்டான நுகர்வோர் நடத்தையின் மீதும் அமைக்கப்படுகிறது. சமநிலை வில்லை, மற்றும் சந்தைப்படுத்தலில் உள்ள மொத்த எண்ணிக்கைகள் இவையும், சந்தைக்கு சமநிலை வில்லை மற்றும் மொத்த அளவை முன்வைப்பதைப் பயன்படுத்துவதன் மூலம், ஒவ்வொரு தனிநபர் மற்றும் வெளியீட்டிற்கான வெளியீட்டின் அளவையும் சேர்த்து கணக்கிடலாம்.

போட்டி சமநிலை கோட்பாடு பெரிய சந்தைகளில் முடிவுகளை எடுப்பது சம்பந்தமாக விளையாட்டின் கோட்பாட்டின் சிறப்பு கிளையாக அங்கீகரிக்கப்பட்டுள்ளது. பங்குச் சந்தைகள் மற்றும் பண்டக சந்தைகளின் பகுப்பாய்வு நிதி, வட்டி ஆய்வு மற்றும் பரிமாற்ற விகிதங்கள் மற்றும் பிற விலைகள் ஆகியவற்றில் நிதி அல்லது வரிக் கொள்கையுடன் தொடர்புடைய பொருளாதார நடவடிக்கைகளை ஆய்வு செய்ய பெரும்பாலும் பயன்படுத்தப்படுகிறது. இது பொருளாதார பகுப்பாய்வு செயல்திறன் ஒரு அளவுகோலாக உதவுகிறது. அது போட்டியிடும் சந்தைகளின் அனுசூலத்தைப் பொறுத்து, ஒவ்வொரு வர்த்தகர் சந்தையில் வர்த்தகம் செய்யப்படும் மொத்த

அளவை ஒப்பிடுகையில் மிகவும் குறைவான அளவுக்கு நிர்ணயிக்கும் இடங்களில் தங்களுடைய தனிப்பட்ட பரிவர்த்தனைகள் விலைகளில் எந்த செல்வாக்கையும் கொண்டிருக்காது. போட்டியிடும் சந்தைகள் ஒரு மாதிரியாக இருக்கும், மேலும் மற்ற சந்தை கட்டமைப்பு மதிப்பீடு செய்யப்படும் ஒரு தரநிலையாகும்.

ஒரு முதலாளித்துவ சந்தையில், உறுதிப்பாட்டு திறன் மற்றும் பாரபட்சமற்ற தன்மையை பராமரிப்பது போன்ற அத்தியாவசிய ஒழுங்குமுறை செயல்பாடுகளை விலைக் கருவிகளுக்கு விட்டு வைக்கப்படுகின்றன. இதனால் சமநிலை விலைகளின் போட்டி சமநிலை கோட்பாடு கணித பொருளாதாரத்தில் குறிப்பிடத்தக்க நிலையை அடைந்தது.

உங்கள் முன்னேற்றத்தைச் சரிபார்க்கவும்

1. நிலையான செலவுகள் என்ன?
2. மொத்த, சராசரி மற்றும் ஓரளவு செலவுகளின் பயன்பாடு.
3. சந்தை நுட்பத்தை வரையறுக்க.

8.4 உங்கள் முன்னேற்ற வினாக்களை சரிபார்க்கும் விடைகள்

1. நிலையான செலவுகள் வெளியீட்டின் சில மட்டங்களில் தொகுதிகளில் நிலையானதாக இருக்கும்.
2. நிறுவனத்தின் உற்பத்தி செயல்பாடுகளை பகுப்பாய்வு செய்ய மொத்த, சராசரி, மற்றும் எல்லைக் கிரயக் கருத்துகளை அதன் மீது பயன்படுத்தப்படுகிறது.
3. சந்தை நுட்பம் என்பது சமநிலை விலை நிர்ணயிக்க கோரிக்கை மற்றும் வழங்கலின் சந்தை சக்திகளுக்கு இடையிலான ஒருங்கிணைப்பு ஆகும்.

8.5 திரட்டு

- நிலையான செலவுகள் வெளியீட்டின் சில மட்டங்களில் தொகுதிகளில் நிலையானதாக இருக்கும். நிலையான செலவு பூஜ்ஜியத்திற்கும் வெளியீட்டின் ஒரு குறிப்பிட்ட அளவிற்கும் இடையேயான மாறுபாடுகளுடன் மாறுபடாது.
- ஒரு கூடுதல் அலகில் உற்பத்தி செய்யப்படும் பொருளின் கூடுதல் மொத்த கிரயம் எல்லைக் கிரயம் என்று விளக்கப் படுகிறது அல்லது கூடுதல் அளவு உற்பத்தி செய்த எல்லை அளவு கிரயத்திற்கு எல்லைக் கிரயம் எனப் பெயர்.
- மனித அறிவில் சமநிலை என்பது ஓய்வுநிலை எனப் பொருள்படும். பொது அறிவில், நடுநிலையிலுள்ள விசைகள் எதிர்த் திகையில் வேலை செய்கின்றன என்று பொருள்படும், மார்க்கட் பகுப்பாய்வில், மார்க்கெட் நிலைமையில் பொருள் கோரிய அளவு, பொருள் சப்ளை செய்த எண்ணிக்கையில் அளவைக் சமன்படுகிறது என்று பொருள்.

குறிப்புகள்

- சுமநிலை விலை என்பது மார்கெட்டில் பொருள் இருப்பைக் காலி செய்து வந்த சொத்தும். இதுவே சம நிலை விலை யாகும் மார்க்கெட்களியால் என்பது அங்கு விற்காத இருப்புக் சரக்குமில்லை சபலையாவாத கோரிக்கையுமில்லை
- இலவச சந்தையில் ஒரு பண்டத்தின் சமநிலை விலை நிர்ணயிக்கப்படுகிறது தேவை மற்றும் விநியோக சந்தை எப்படி சமநிலை ஆய்வு செய்யப்படுகிற விலை நிர்ணயிக்கப்படுகிறது, தேவை மற்றும் விநியோக வளைவுகளை நாம் ஒருங்கிணைக்க வேண்டும்
- ஒரு சந்தை சமன்பாடில்லா நிலைமையில் இருக்கும் போது, ஒன்று கோரிக்கை சப்ளைக்கு அதிகமாகிறது அல்லது சப்ளை கோரிக்கைக்கு அதிகமாகிறது.
- ஒரு இலவச சந்தை, சமநிலையல்லா நிலைமை அதவாகவே சமநிலை உருவாவதற்கான நிலைமையை உண்டாக்குகிறது அங்கே அளவுக்கதிகமான சப்ளை இருக்கும் போது, அது விலையினும், அளவினும் கீழ் நோக்கிய சரிப்பாடுகளைக் கொண்டு அழுத்துகிறது.
- சந்தைப் பொறிமுறை என்பது சந்தை சக்திகளுக்கு இடையிலான சமநிலை விலை தீர்மானிக்க கோரிக்கை மற்றும் வழங்கல் ஒரு செயல்முறையாகும்
- போட்டி சமநிலை கோட்பாடு ஒரு சிறப்பு கிளையாக அங்கீகரிக்கப்பட்டுள்ளது பெரிய சந்தைகளில் முடிவுகளை எடுப்பது சம்பந்தமாக விளையாட்டுக் கோட்பாடு. வட்டி மற்றும் மாற்று விகிதங்கள் மற்றும் பிற விலைகளை ஆய்வு செய்வதற்கு பங்குச் சந்தைகள் மற்றும் பண்ட சந்தைகளின் பகுப்பாய்வு நிதி அல்லது வரிக் கொள்கையைப் பற்றி பொருளாதார நடவடிக்கைகளை ஆய்வு செய்வதற்கு பெரும்பாலும் இது பயன்படுகிறது.

8.6 அடிப்படை வார்த்தைகள்.

- நிலையான கிரயம்: குறிப்பிட்ட லெவல் உற்பத்தியின் மீது தொள்ளைவில் நிலையாக கிரயம் ஆகும்.
- எல்லைக்கிரயம்: ஒரு கூடுதல் யூனிட் உற்பத்திப் பொருளின் மொத்தக் கிரயத்தின் கூடுதலே எல்லைக் கிரயம் என அழைக்கப்படும்.

8.7 சுயமதிப்பீட்டு கேள்விகள் மற்றும் பயிற்சிகள்

குறுகிய விடைக்கான வினாக்கள்

1. எல்லைக் கிரயத்தின் குறிப்பினைக் சொல்.
2. மார்க்கெட், பொருளாதாரத்தில் எப்படி சமநிலையைக் கொண்டு வருகிறது?

நீண்ட விடைக்கான வினாக்கள்

1. போட்டிக் சமநிலையின் விதிகளைப் பகுப்பாய்வு செய்
2. சந்தை விலையினைத் தீர்மானிப்பவை எவை என்பதை விளக்கு.

திவேதி, டி. என். 2008. பொருளியல் கொள்கை, ஏழாவது பதிப்பு. புது தில்லி: விகாஸ் பப்ளிஷிங் ஹவுஸ்.

வெய்ல். டேவிட் என் 2004. பொருளாதார வளர்ச்சி. லண்டன்: அடிசன் வெஸ்லி.

தாமஸ், கிறிஸ்டோபர் ஆர். மற்றும் மாரிஸ் எஸ் சார்லஸ். 2005. மேலாண்மையியல் பொருளாதாரம்: கருத்துக்கள் மற்றும் பயன்பாடுகள், எட்டாவது பதிப்பு. புது தில்லி: டாடா மெக்ரா-ஹில் பப்ளிஷிங் கம்பனி லிமிடெட்.

மேன்கிவ், கிரிகோரி என். 2002. பொருளியல் கொள்கை, இரண்டாம் பதிப்பு. இந்தியா: தாம்சன் பிரஸ்.

குறிப்புகள்

தொகுதி III வட்டி பற்றிய விளக்கமும், சந்தை நடப்பும்

குறிப்புகள்

அலகு 9 வட்டியின் விளக்கங்கள்

அமைப்பு

- 9.0 அறிமுகம்
- 9.1 நோக்கங்கள்
- 9.2 வட்டி — காத்திருத்தளுக்காக வெகுமதி வட்டி
- 9.3 வணிகக் கடன்களை தீர்க்க முன்னுரிமை பற்றிய விளக்கம்
- 9.4 ஆதாயம், பொறுப்பு, மற்றும் நிச்சயமின்மை
 - 9.4.1 சாதாரண இலாபங்கள்
 - 9.4.2 அதிகமான எல்லை உற்பத்திகள் மற்றும் இலாபங்கள்
- 9.5 உங்கள் முன்னேற்ற வினாக்களை சரிபார்க்கும் விடைகள்
- 9.6 திரட்டு
- 9.7 முக்கிய வார்த்தைகள்
- 9.8 சுய மதிப்பீட்டு வினாக்கள் மற்றும் பயிற்சிகள்
- 9.9 மேலும் படிக்க

9.0 அறிமுகம்

இந்தப் பகுதியில் முதலாளித்துவ (முதலீட்டு சந்தை) சந்தையில் வட்டி விகிதம் எப்படி கணக்கிடப்படுகிறது என்று பார்ப்போம் விவாதிப்போம். ஊதியங்கள் என்பது தொழிலாளரின் விலை வாடகைக் கட்டிடத்தைப் பயன்படுத்துவதற்கான கட்டிட வாடகை என்பது வாடகைக் கட்டிடத்திற்கு கொடுக்கும் விலை. ஊதிய விகிதத்தை நிர்ணயிப்பதன் மூலம் கோரிக்கை மற்றும் உழைப்பு வழங்குவதன் மூலம் நிர்ணயிக்கப்படுகிறது. வட்டி விகிதம் நிர்ணயிக்கப்பட்ட நிதிகளின் தேவை மற்றும் கடனளிக்கத்தக்க நிதி அளிப்பதன் மூலம் நிர்ணயிக்கப்படுகிறது. எனினும் வட்டி விகிதம் உறுதிப்பாடு மிகவும் சிக்கலான பிரச்சினை. கடன் வாங்கிய பணம் முதன்முதலில் நிலம் மற்றும் கட்டிடம் போன்ற உற்பத்தி சொத்துக்களை (மூலதனம்) மாற்றப்பட்டதால் சிக்கல்கள் எழுகின்றன. மூலதனச் சொத்துக்களின் வருமானம் மூலதனச் சந்தையில் எவ்வாறு வட்டி விகிதம் நிர்ணயிக்கப்படும் என்பதை பகுப்பாய்வு செய்ய வேண்டும்.

9.1 நோக்கம்

இந்த அலகை நீங்கள் படித்து முடித்த பின்பு உங்களால், வட்டி மற்றும் வட்டி விகிதம்

- சம்பந்தமான கருத்துகளை விவாதிக்க முடியும்.
- வணிகக் கடன் கணக்கு தீர்ப்பதற்கு முன்னுரிமை சம்பந்தமான விளக்க முடியும்.
- இலாபம், பொறுப்பு மற்றும் நிச்சயமின்மை இவற்றின் பொருளை விளக்க முடியும்..

9.2 வட்டி — காத்திருப்புக்காக அன்பளிப்பு வட்டி

“வட்டி” என்ற வார்த்தையின் பொது அர்த்தத்தில், ஒரு கடனாளி கடனளிப்பவருக்கு ஒரு குறிப்பிட்ட காலத்திற்குப் பிறகு செலுத்துகின்ற தொகையை குறிக்கிறது உதாரணமாக ஒரு நபருக்கு இன்று 100 ரூபாயும் ஒரு வருடத்திற்கு 110 ரூபாயும் செலுத்தினால், வட்டிக்கு 10 ரூபாய் கூடுதலாக செலுத்த வேண்டும்.

வட்டி விகிதம் கூடுதல் ஊதியத்தின் சதவீதத்தில் வெளிப்படுத்தப்படுகிறது ஒரு வருட காலத்திற்கு கணக்கிடப்பட்ட கடன் தொகை. உதாரணத்திற்கு, 10 ரூபாய் கூடுதல் கட்டணம் 10 சதவீதமாக மாறும். அதாவது வட்டி விகிதம் ஆண்டுக்கு 10 சதவீதமாக ஆகும்

எதற்காக வட்டி வசூலிக்கப்படுகிறது? எதற்காக கொடுக்கப்படுகிறது? இந்த வினாவுக்கு விடையாக, நாம் கடன் கொடுப்பவர் வாங்கியவரிடம் வசூலிக்கும் வட்டியையும், கடன் வாங்கியவர் முன்னவரிடம் கொடுக்கும் வட்டியையும் (இவர் விருப்பத்துடன்) பற்றிப் பார்ப்போம்.

ஒரு நபர் தன்னுடைய பணத்தை கடனாக கொடுக்கும் பொழுது, அவர் கீழ்க்கண்ட விதிகளையும் பிறப்பிக்கிறார்:

- (i) கடன் கொடுத்தவரிடம் மிகையான ரொக்கயிருப்பு இல்லையானால், அவர் தன்னுடைய செலவுகளை நிறுத்தி, அல்லது குறைத்துக் கொண்டு கடன் கொடுக்க வேண்டும். இது மாதிரி விஷயங்களில் அவர் தன்னுடைய செலவினங்களையும், பயன்களையும் முன் கூட்டியே அறிவார். அதற்காக அவர் ஒரு நஷ்ட ஈட்டையும் விரும்புகிறார்.
- (ii) அவரிடம் அபரிமிதமான தொகையிருப்பு இருந்தால் கூட, அவர் கடன் கொடுப்பதை இழக்கிறார். அதனுடன் அவர் அசௌகரிய மடைகிறார், மேலும் அவர் தேவைக்காக பொருள்கள் வாங்குவதை உயர்த்துகிறார். ஆகவே, கடன் கொடுத்த பிறகு கணக்கு முதலியவற்றை சரிசெய்ததும், அவருக்கு உள்ள அசௌகரியத்தால். அவர் நஷ்ட ஈடு எதிர் பார்க்கிறார்.
- (iii) பணம் கடன் கொடுத்த பிறகு, அவர் இந்த பணம் பாதுகாப்பின்மை பற்றி யோசிக்கிறார். சில தவிர்க்க முடியாத காரணங்களுக்காக கேட்கும் பொழுது பணம் மீட்க முடியாமல் போகலாம். இந்த பாதுகாப்பின்மைக்காக ஒரு நஷ்ட ஈடை பரிசாக எதிர்பார்க்கிறார்.
- (iv) கொடுத்த கடன் பணம் எப்பொழுதுமே சில கீழ்க்கண்ட காரணங்களுக்காக, திருப்பி வாங்க முடியாமல் போகலாம். (a) திவாலாகி விட்டால். (b) கடன் வாங்கியவர் உண்மைக்குப் புறம்பானவராக இருந்தால். (c) கடன் வாங்கியவர் இறந்துவிட்டால். எனவே ஆபத்து உள்ளது. கடனளிப்பவர் ஆபத்து தாங்குவதற்கு திரும்ப வேண்டும்.
- (v) அவர் சிலவகை வருவாய் கொடுக்கும் முதலீட்டு ஸ்தாபனங்களில் அவருடைய பணத்தை போடலாம். ஆகவே, அவர் நஷ்ட ஈட்டுத் தொகை எதிர் பார்க்கிறார்.

குறிப்புகள்

குறிப்புகள்

இவ்விதமாக, கடன் வாங்கியவர், வாங்கப் பட்ட பணத்திலிருந்து பலவழிகளில் ஆதாயம் பெறுகிறார்.

(i) கடன் வாங்கியவர் வாங்கிய பணத்திலிருந்து அவருடைய தேவைகளைப் பூர்த்தி செய்ய முடியும் மற்றும், இயன்ற அளவு நஷ்டங்களைத் தவிர்க்க முடியும். ஆகவே, அவருடைய வட்டி கடன் வாங்குவதிலிருக்கிறது. ஆகவே, அவர் வட்டியைச் செலுத்த விரும்புகிறார்.

(ii) அவர் கடன் வாங்கியதை, சில இலாபகரமான வியாபாரங்களில் முதலீடு செய்து, உயர்ந்த வட்டிவீதம் சம்பாதிக்க செய்வது முடியும்.

(iii) கடன் வாங்கியவர் தன்னுடைய வாழ்வில் நிகழ விரும்பும் சில நம்பகமில்லாத தருணங்களைத் தவிர்க்க முடியும், மற்றும் கிடைக்கக் கூடிய நிதியை மிகுந்த பாதுகாப்புடன் வைத்துக் கொள்ள முடியும். ஆகவே, அவர் அதற்காக செலுத்த விரும்புகிறார். இவ்விதமாக, கடன் கொடுத்தவர், மற்றும் கடன் வாங்கியவர் இருவரும், கடன் கொடுப்பதிலும், வாங்குவதிலும் மிகவும் முனைப்பாக உள்ளனர்.

கடன் கொடுத்தவர், மற்றும் வாங்கியவர் இருவரின் வட்டியிலிருந்தும் வட்டி பெருகிக் கொண்டே போகிறது. வட்டி விகிதம் எப்படி தீர்மானிக்கப் படுகிறது என்பது வட்டியின் விளக்கம் விஷயத்தில் சம்பந்தப் பட்டுள்ளது.

9.3 வணிகக் கடன்களை தீர்க்க முன்னுரிமை பற்றிய விளக்கம்

வட்டியின் மிகவும் உண்மையான விளக்கங்களை அதில் குற்றங்கண்டுபிடித்தது. கீநெஸ் என்பவர் அவராக அவருடைய சொந்த திட்டத்தில் கடன் கணக்கு தீர்த்தல் விஷயத்திற்கு முன்னுரிமை சம்பந்தமான விளக்கங்களைக் கண்டுபிடித்தார்/திட்டமிட்டார். கீனேஸியன் வட்டி விளக்கம் ஒரு தூய்மையான வட்டியின் பணக் கொள்கையாகும். அது மொத்தக் கோரிக்கைக்காக, மொத்த சப்ளையை, தீர்மானிக்கும் வட்டி வீதத்துடன் பணம் சப்ளை செய்வதாகும். ஆசையால், அதை ஒரு நுணுக்கமான கட்டமைப்பாக பணக்கொள்கையாக கீனேஸியன் தேற்றத்திற்குள் வைத்து விவாதம் செய்வது மிகப் பொருத்தமாகும்.

பணத்திற்கான மொத்த திரட்டல் மற்றும் பணத்திற்கான மொத்த தேவை ஆகியவற்றின் மூலம் சமநிலை வட்டி விகிதம் நிர்ணயிக்கப்படும என்று கெயின்சேரியன் கோட்பாடு கூறுகிறது. பணம் தேவை, கெயின்ஸ் மூலம் பணப்பழக்க விருப்பம் அல்லது செயலற்ற பண இருப்பு வடிவத்தில் பணம் வைத்திருப்பதைக் குறிக்கிறது. பணம் வழங்குவதற்கான மொத்த தேவை மற்றும் மொத்தக் கோரிக்கைகளின் கீன்சியியன் தொடக்கத்தை பார்ப்போம்

1. மொத்த பண வழங்குதல்: மொத்தபண வழங்கல் என்பது நாட்டில் நிலவும் பணத்தேவையின் அடிப்படையில் நாட்டில் உள்ள மத்திய வங்கியினால் பண வழங்கல் உருவாகிறது. புண வழங்கல் நாட்டின் பணக் கொள்கையைப் பொறுத்து, தீர்மானிக்கப்படுகிறது. அது ஒரு கால கட்டத்தில் நிலையானதாக இருக்குமாறு கருதியுள்ளது.

2. கீனேஸியன் விளக்கத்தில் பணத்திற்கான வேட்பு. கீனேஸியன் படி, மக்கள் பணத்திற்காக வேட்பு மனுச் செய்கிறார்கள் (அ) வெறும் ரொக்கயிருப்பை மூன்று காரணங்களுக்காக கையில் வைத்திருக்கிறார்கள்.

(i) செலாவணி பணத்திற்காக வேட்பு மனு.

(ii) பணத்திற்காக எச்சரிக்கை வேட்பு மனு.

(iii) பணத்திற்காக பொறுப்பு ஆன வாய்ப்பினைப் பெற்று வேட்புமனு.

(i) பணத்திற்காக செலாவணி வேட்பு: இது மக்கள் கையில் பணம் வைத்துக் கொண்டு அன்றாடச் செலவுகள் செய்யவும், மற்றும் திட்டமிட்ட செலாவணிகளை (2-ம்) குழுவில் ஏற்படும் தேவையான செலவுகள், மற்றும் திட்டமிட்ட வணிக செலாவணி கூரியன: பணத்திற்காக செலாவணி வேட்பு: (M_1) நடப்பு வருவாய் செயல்பாடு.

$$M_t = f(y), \quad (y) \text{ நடப்பு தினசரி வருவாய்}$$

குறித்துக் கொள்க. கீனெஸ் படி பணத்திற்காக செலாவணி வட்டி தொய்வின்மை. இதில் குறிப்பிட்ட பணத் தொகை வட்டி வீதம் எவ்வளவாயினும் செலவு செய்தே ஆக வேண்டும்.

(ii) பணத்திற்காக முன்னெச்சரிக்கை வேட்பு: இது குடும்பப் பெண்கள், மற்றும் வணிக நிறுவனங்கள் முன்னெச்சரிக்கை காரியத்திற்காக வைத்திருப்பர். அதாவது குழுவில் எதிர்பாரா செலவு, அவ்வப் பொழுது ஏற்படும் சம்பவங்கள், திருட்டு, வேலையின்மை, மருத்துவச் செலவுகள், ஆகியன குடும்பப் பெண்களின் கையில் அவர்களின் அன்றாடச் செலவு போக, மேலதிகமான ரொக்கயிருப்பு, அவசரச் செலவுக்காக மற்றும் வணிக நிறுவனங்கள் மார்கெட் நிலைமைகளை மாற்றுவதற்கு முன்னெச்சரிக்கை வேட்பு பணத்திற்காக (M_p) நடப்பு வருவாய் அலுவலுமாகயிருக்கிறது.

$$M_p = f(y)$$

பணத்திற்காக செலாவணி வேட்பு போல, முன்னெச்சரிக்கை வேட்பும் வட்டி தொய்வில்லாதது. இவ்விதமாக பணத்திற்காக செலாவணி, மற்றும் முன்னெச்சரிக்கை வேட்பு இலை விசேஷ காரியத்தில் நடப்பு வருவாய் ஆகும். ஆவைகள் M_1 ஆக கூட்டுத் தொகைப்படி, மற்றும் கீழ்க் கண்டபடி எழுதப்படும்.

$$M_t = f(Y) \text{ மற்றும் } M_p = f(Y),$$

$$M_t + M_p = M_r = f(Y)$$

(iii) தொழிலில் பொறுப்பான வாய்ப்பு எடுத்து பணத்திற்காக வேட்பு மக்கள் பொறுப்பான சமயங்களில் முன்கூட்டியே வெளியில் சொல்ல வாய்ப்பில்லாமல் பங்குசந்தை போன்ற நிதிச் சந்தையில் மாற்றம் செய்து கொள்ள தவிக்கின்றனர். வணிகத்தில் அபாயகரமான வாய்ப்பை எடுத்து பணத்திற்காக வேட்பு மனுச் செய்தல், என்று அழைக்கப்படுகிறது. என்னவெனில், நிதிச் சந்தையில் நிச்சயம் என்றும், முன்கூட்டியே அறிவிக்கும் வழக்கம் என்றும் கிடையாது. ஆகையால், கையில் வெறும் ரொக்கத்தை வைத்திருப்பது வட்டி இழப்புக்குள்ளாக்கும். ஏனென்றால் அது வணிகத்தில் அபாயகரமான வாய்ப்பை எடுத்தல் என்ற முறையில் பணத்திற்காக கோறும் கோரிக்கை என்றும் அழைக்கப் படுகிறது. ஆகவே, அதுக்கான பணத்துக்குரிய வட்டி தொய்வானது. அதாவது, வணிகத்தில் அபாயகரமான வாய்ப்பை எடுத்தல் என்ற நிலை வந்தால், பணக் கையிருப்பு அதிகமாகும், அவ்வாறு பணக்கையிருப்பு அதிகமானால் வட்டி விகிதம் குறைவாகிறது. ஆனால் பணக்கையிருப்பு குறைவாக போகையில்

குறிப்புகள்

வட்டி விகிதம் உயர்கிறது. ஸ்பெகுலேடிஸ் பணக்கோரிக்கை முறை இவ்வாறு எழுதப் படுகிறது.

$$M_s = f(i)$$

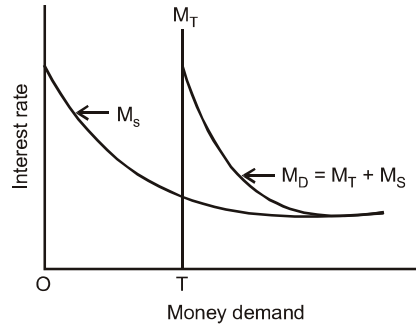
குறிப்புகள்

M_s ஸ்பெகுலேடிஸ் பணக்கோரிக்கையாக இருக்கையில், i வட்டி விகிதமாயுள்ளது.

பணத்திற்காக மொத்த தேவை கீனேஸியன் தோற்றம் பண தேவை ஆக இருக்கையில் மொத்த பண கோரிக்கை (M_D) கீழ்க் கண்டவாறு விளக்க முடியும்.

$$M_D = M_T + M_S$$

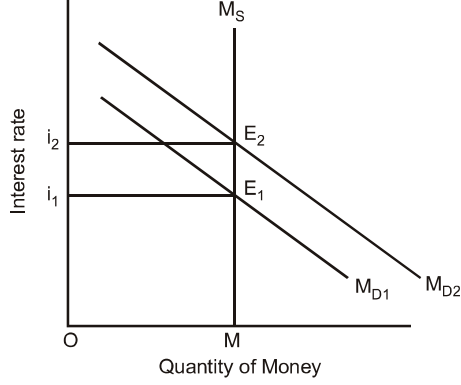
தேற்றத்தில் வட்டி விகித தீர்மானம், கீனேஸ் வட்டி வீதத்துடன் கூடிய பணக் கோரிக்கையுடன் இணைகிறது. பணத்திற்கான மொத்த கேட்பு மற்றும் வட்டிவீதம் இவற்றுக்கிடையே உள்ள தொடர்பு படம் 9.1ல் காட்டப் பட்டுள்ளது. இப்படம் 9.1ல் காணமுடிந்தது, பணத்திற்கான மொத்த கேட்பு (M_D) M_T மற்றும் M_S வளைவின் கிடை மட்டமான கணக்கு ஆகும். இவ்வதமான, M_T வட்டி தொய்வானது. M_S என்பர் வட்டி தொய்வில்லாதது. M_D வளைவு வட்டி தொய்வானதை நோக்கித்திரும்புகிறது.



படம் 9.1 பணத்திற்கான தேவை: கெயினியன் அணுகுமுறை

3. வட்டி விகிதம் தீர்மானிப்பு: மேற்கூறப்பட்டபடி, கெயின்ஸ் கூற்றுப்படி வட்டி சமநிலையுடைய விகிதம் நிர்ணயிக்கப்பட்டால், பணத்திற்கான மொத்தத் தேவை, மொத்தமாக பணம் வழங்கல், அதாவது $MD = MS$ என்கே பணம் தேவை மற்றும் விநியோக அளவுக்கு சமமானதாகும். வட்டி வீதத் தீர்மானத்தின் கீனியன் கோட்பாடு படம் 9.2 இல் விளக்கப்பட்டுள்ளது. இந்த எண்ணிக்கை MD_1 அட்டவணை வட்டி விகிதம் மற்றும் செங்குத்து வரி தொடர்பாக பணத்தை மொத்த தேவை மொத்த மதிப்பீடு MS பிரதிபலிக்கிறது குறிக்கிறது. கீனேஸியன் தியரியின் வட்டி விகிதம் படம் 9.2-ல் விளக்கப்பட்டுள்ளது. இந்தப் படத்தில் M_{D1} ஷெட்யூல் மொத்தப் பணக்கேட்பு, M_s என்ற செங்குற்றுக்கோடு வட்டி விகிதத்தில் சம்பந்தப் பட்டிருப்பதைக் காட்டுகிறது. படம் 9.2ல் காட்டியுள்ள படி, M_{D1} ஷெட்யூல் M_s லை பாயின்ட் E_1 ல் குறுக்கு வெட்டாக வெட்டுகிறது. ஆகையால், பணத்திற்கான மொத்த கேட்பு, மொத்த பண சப்ளையுடன் சமமாகிறது. ஆகையால், சமநிலைப் புள்ளி பண மார்க்கெட்டில் இருப்பதை புள்ளி E_1 காட்டுகிறது. புள்ளி E_1 ல் பண மார்க்கெட் சமநிலையில் இருந்து கொண்டிருக்க, சமநிலையிலுள்ள வட்டி விகிதம் சமன்பாடுல் தீர்மானிக்கப் படுகிறது. சில காரணங்களுக்காக

பணத்திற்கான கேட்பு அதிகரித்தால், மற்றும் பணங்கேட்பு வலைவு மேல் நோக்கி நகர்ந்தால், M_{D2} அட்டவணை காட்டியபடி பண வழங்கல் நிலையாக இருக்கும். பிறகு முன் E_2 வரை மாறுகிறது. மற்றும் சமநிலை வட்டி விதம் சமன்பாடு வரை உயர்கிறது. இதேவிதமாக, பணம் கேட்பு அட்டவணையில் M_{D1} கீழே மாறிவந்தால் வட்டி வீதம் சமன்பாடு கீழே இறங்கும்.



குறிப்புகள்

படம் 9.2 வட்டி விகிதத்தை தீர்மானித்தல்: கெயின்சியன் அணுகுமுறை

வட்டி விஷயமான கீனேஸியன் தியரியில் குறை காணல்: சுருங்கச் சொல்லின், கீனேஸ் நல்ல இனம் வாரியான வட்டி விளக்கத்தையே குற்றங்கண்டுபிடித்தார், மற்றும் அவர் செய்த முடிவு இனவாரியான முறையின் கீழ் வட்டி விகிதம் தீர்மானமாயில்லை என்றும் குறை சொன்னார். ஆல்வின் ஷென்சன் கூற்றுப்படி, அதே குறை காணல் கீனேஸியன் தியரிக்கும் பொருந்தும். அவருடைய சொந்த வார்த்தையில் சரியாக அதே குறைகாணல் கீனேஸியன் தேற்றத்தில் அதனுடைய எளிய நடையில் பொருந்தும். அதாவது, கீனேஸின் தேற்றம் கூட தீர்மானமில்லாதது. அவருடைய விவாதம் கீழ்க் கண்டவாறு செல்கிறது, பணம் சப்ளையானதும் வருவாய் அளவைப் பொருத்து, பணத்திற்காக, செலாவணி கேட்பு விஷயத்தை சார்ந்தது, வருவாய் அளவு முதலீட்டைச் சார்ந்தது. முதலீடு வட்டி வீதத்தை சார்ந்தது. ஆகவே, வட்டி வீதம் தீர்மானிக்கப் படாவிட்டாலொழிய, முதலீடு தீர்மானிக்க முடியாததாகி விடும் வருவாய் தீர்மானிக்கப் படாவிட்டாலொழிய பணக்கேட்பு தீர்மானிக்கப்படாததாகி விடும். பணக்கேட்பு தீர்மானிக்கப் படாவிட்டால் வட்டி வீதம் தீர்மானிக்கப் படாததாகி விடும்.

மேலும், பணச் சந்தை சமநிலையிலிருப்பதாகவும் வட்டி வீதம் தீர்மானிக்கப் பட்டதாகவும் கொள்வோம். இப்பொழுது, பணக் கேட்பு வளைவை மேலே சில காரணங்களுக்காக தூக்குவோம். ஆதன் விடையாக, வட்டி முதலீட்டை சரியச் செய்து, மேலே செல்லும் முதலீடு கீழே செல்ல, வருவாய் அளவு சரியும் போது, பணக்கேட்பும் சரியும். இவைகட்கு விடையாக, வட்டி வீதம் வீழ்ச்சியடையும். அதேசமயம், முதலீட்டை மேலே தூக்கச் செய்யும். முதலீட்டின் உயர்வு வருமானத்தை உயர்த்தும், மற்றும் பணக்கேட்பின் வளைவு ஒரு மேல் நோக்கிய மாற்றத்தை உருவாக்கும். அதன் அடுத்த விளைவாக வட்டி வீதம் மேலே போகிறது. இவ்வுதமாக, வட்டி வீதம் ஏற்ற - இறக்கமான நிலையில் ஒரு மேலையும் - கீழேயும் ஏறவும், இறங்குவதுமான முறையிலுள்ளது. இவ்விதமான வட்டி வீதம் தீர்மானிக்காத நிலையிலேயே உள்ளது. அது கீனேஸியன் முறையிலும் கூட அப்படியே.

உங்கள் முன்னேற்றத்தைச் சரிபார்க்கவும்

1. வட்டி வீதம் எப்படி விளக்கப்படுகிறது?
2. கீனேஸியன் விளக்கம் வட்டி பற்றி என்ன கூறுகிறது?

9.4 இலாபம், அபாயம், நிச்சயமின்மை, மற்றும் குறைந்த அளவு சாத்தியம்

பொதுப்பாரிவையில் அபாயம் என்பது ஒரு எதிர்பார்த்த நோக்கத்தில் குறைந்த அளவே சாத்தியம் ஆகும். வணிக வியமாக தீர்மானம்-செய்து ஒரு முடிவைக் கொண்டு வருவதிலிருந்து, கடினம் என்பது ஒரு சூழ்நிலை, எப்படியெனில், வணிக முடிவு ஒன்றை விட பல முடிவுகளை தரவேண்டும் என எதிர் பார்க்கப்படுகிறது மற்றும், ஒவ்வொரு முடிவுக்கும் தேவையான சாத்தியக் கூறுகள் பற்றி முடிவு செய்பவர்களுக்கத் தெரிந்திருக்கிறது. அது நம்பகமான முறையில் கருத்தாய்வு செய்யப்படும். உதாரணமாக ஒரு நிறுவனம் அதனுடைய விளம்பரக் செலவுகளை (சாத்தியமான), இரண்டு பங்குகளாக்கினால் அங்கே 4 சாதகமான முடிவுகள் கிடைக்கும். (i) அதன் விற்பனையானது இருமடங்கு அதிகமாகும் (ii) அவர்கள் இரட்டிப்பாக இருக்கலாம் (iii) விற்பனையினுள்ள அதிகரிப்பு, இரண்டு பங்குகளை விட கொஞ்சம், (iv) விற்பனைகள் என்றைக்கும் அதிகமாவதில்லை. (ii) கம்பெனிக்கு இந்த சாத்தியங்களைத் தெரியும். (அ) சாத்தியக் கூறுகளை வைத்து கருத்தாய்வு செய்ததில் கடந்த கால அனுபவங்களைவைத்து 4 முடிவுகள் பெறப்பட்டுள்ளது. (i) இரண்டை விட அதிகம். 20சதவீதம் (அல்லது) (0.2) (ii) பெரும்பாளும் (2) - 40சதவீதம் (அல்லது 0.4) (iii) இரண்டை விட குறைவு: 50சதவீதம் (அல்லது) (0.5) (iv) அதிகமில்லை 10சதவீதம்; (அல்லது 0.1) விற்பனையை 2 மடங்குக்கு அதிகமாக எதிர்பார்ப்பதில் 80மு குறைந்த அளவே சாத்தியம் என்பது பொருள்.

விற்பனையை 2 மடங்குக்கு அதிகமாக எதிர்பார்ப்பது 60% சாத்தியக் குறைவு வணிகத் தீர்மான முடிவுகளை எட்டப்படுவதற்குத் தேவையான சாத்தியக் கூறுகளைக் கருத்தாய்வு செய்ய இரண்டு வழிகள் உள்ளன: எணை.(i) முன்னுரிமை அணுகுமுறை, அதாவது துல்லியமான அடிப்படையில் அணுகுமுறை தர்க்கம் அல்லது உள்ளுணர்வு மற்றும் (ii) கடந்த அனுபவத்தை வைத்து புள்ளிவிவரக் கணக்கு படி முடிவை செய்தல். முந்திய சாத்தியப்படி நாம் அறிந்த முறையில் ஒரு நாணயத்தைக் சுண்டி விட்டு, தலையா அல்லது வாலா எனப் பார்க்கும் போது, 50:50 என்ற வீதத்தில் வருகிறது. தாயக்கட்டையை வீசிப்பார்க்கும் போது, ஒவ்வொரு பக்கமும் 1/6 என்றிருக்கிறது இது கட்டையின் தலைப்பக்கம் இருக்க வேண்டும். கடந்த காலத்தில் உள்ள ஒரு சம்பவத்தின் சாத்தியக் கூறு எதிர் காலத்தினும் கூட நடக்கும் என்பது காலம் கடந்த பின்னும் கருதுவர். தீர்மானத்தின் முடிவுகளின் சாத்தியக் கூறு சரியான நகர்வின் படி, மற்றும் நேர்மையான மாற்றத்தின் மூலம் புள்ளி விவரத் கணக்கின் மூலமாக கருத்தாய்வு செய்ய முடியும்.

நெருக்கடியான சந்தர்ப்பம் என்பது: எதில் ஒரு வணிகத்தின் தீர்மானம் பல விடைகளைக் கொண்டதோ, மற்றும் விடையில்லாத் சாத்தியக் கூறு கொண்டதோ, அல்லது பொருள் விளங்கும்படியாக கருத்தாய்வு செய்ய முடியாதாக உள்ளதோ அதுதான், சந்தை தகவலை குறைந்த நம்பகத்தன்மை உடையதாயிருக்கலாம், அது போதுமான கடந்தகால அனுபவமில்லாததாகவுமிருக்கலாம். அது அதிக அளவு சந்தை நிலைமைகளில் உயர்ந்த மாற்றங்கள் செய்யக் கூடியதாக இருக்கலாம். உதாரணமாக, (இந்திய) நாட்டில் மிகமிக மக்கள் எண்ணிக்கை அதிகமுள்ள நாட்டில், மாற்றமுடியாத மலட்டுத்தன்மைகள் மருந்து கண்டுபிடிக்கிறார். அதனுடைய வெற்றி சம்பந்தமாக ஏற்படும் விடை முன் கூட்டியே சொல்ல முடியாதது காப்புரிமை சம்பந்தமாக உள்ள காப்பீட்டுத் திட்ட நிறுவனங்களை எடுத்துக் கொள்வோம். ஆயுள் காப்பீடு செய்யப் பட்ட மக்களின் இறப்பு விகிதத்தின் சாத்தியக் கூறுகளை முன்னோக்கி அறிந்து, நியாயமாக, மிகத் துல்லியமாகக் கூற முடியும். ஆனால் கார்களின் விபத்து விகிதங்களையும், மற்ற வாகனங்களின் விபத்து விகிதங்களையும், தீப்பற்றிக் கொள்ளும் விட்டின் விகிதங்களையும், குறிப்பிட்ட ஆயுள் காப்பீட்டுத்திட்டத்தில், உள்ளான தனிப்பட்ட நபரின் ஆயுளையும் பற்றி ஒருக்காறும் முன்னறிந்து சொல்லமுடியாது.

குறிப்புகள்

நீண்ட தவணை கொண்ட முதலீடு தீர்மானங்கள் நிச்சயமின்மை, மற்றும் முன்னோ அறிந்து முடிவுகளைக் கூறமுடியலாம் இவற்றுள் பெரிய வியாபாரம் உள்ளடக்கியதாகும், ஆனால், உண்மையில் முதலீடு தீர்மானங்கள் நிச்சயமின்மை, தகவலை சேகரிக்கும் அடிப்படை இவற்றில் எடுத்துக் கொள்ளப்பட வேண்டும், மேலும் ஆவண தயாரிப்பு, மற்றும் ஊக அடிப்படை இவற்றையும் அடிப்படையாகக் கொண்டு, இந்த நீண்ட தவணை முதலீடு தீர்மானத்தை எடுத்துக் கொள்ளலாம். தீர்மானம் செய்தல் காரியத்திற்காக, நிச்சயமின்மை கீழ்க் கண்டவாறு பிரிக்கப்பட்டுள்ளது:

(a) பூரண அறியாமை

(b) பகுதி அறியாமை

பூரண அறியாமை என்ற வகையில் முதலீடு தீர்மானங்கள் அவர்களின் சொந்த நடை முறையினும், (அல்லது) எதிலும் நியாயமான முடையிகளும் முதலீட்டாளர்களால் எடுக்கப்படுகின்றன. அவர் எந்த வகை மாதிரி தெரிந்தெடுத்தாலும் அது அவருடைய எண்ண ஓட்டம் அபாயத்தை நோக்குவதைச் சார்ந்தது முதலீடு செய்பவரின் எண்ண ஓட்டம் கீழ்க் கண்ட துன்பந்தரும் வாய்ப்பாக இருக்கலாம்.

(i) துன்ப நீக்கி,

(ii) நடுநிலை துன்பம்,

(iii) துன்பந்தேடுபவர், துன்பத்தை நேசிப்பவர்.

ஏளிமையாகக் சொல்லப் போனால், துன்பத்தைத் தடுப்பவர் மிகப் பெரிய நட்டம் ஏற்படுத்தும் முதலீட்டிலிருந்து என்னைத் தடுத்துக் கொள்வார். நடுநிலைத் துன்பங் கொண்ட முதலீட்டாளர் அவர் தனது தீர்ப்பினடிப்படையில் சிறந்த, தன்னுல் முடிந்த தீர்மானத்தை எடுப்பார், அது தனது நிலை புரிந்த ஒன்றாகவும், அவருடைய கடந்த கால அனுபவமுள்ளதாயிருக்கும்.

குறிப்புகள்

அவர் தனக்குச் சிறந்த ஒன்றைக் செய்கிறார், மற்றும் மீதமுள்ளதை சந்தைக்கு விட்டுவிடுகிறார் ஒரு துன்பத்தை நேசிப்பவர் எப்படியெனில் அவர் தன்னறிவுக்கேற்ப, “அதிகத் துன்பம், அதிக இலாபம்” என்று செல்பவர், அவர் மற்றவகை முதலீட்டாளர்களைப் போலல்லாது, கடனமான பங்கினை அதிகமுள்ள முதலீட்டை ஒரு வாணிகத்தில் செய்து, அதிக அளவு இலாபத்தைத் தான் விரும்பியது போல, பெறுகிறார்.

பகுதி அறியாணை என்ற வகையில், இந்த வகையைச் சேர்ந்தவர்களைக்கு, எதிர்கால மார்கெட் நிலைமைகள் பற்றி,கொஞ்சம் அறிவிருக்கிறது. வணிகத்தில் திறமையானவர்களிடமிருந்து, சில தகவல்களைப் பெற முடியும். சில சாத்தியமுள்ள கருத்தாய்வுகளைப் பெற முடியும். கிடைக்கக்கூடிய தகவல்களில் சில பூர்த்தியாகமலும், நம்பிக்கைத் தன்மைகள் இல்லாததாயுமிருக்கும். இந்த நிலைமையில் தீர்மானம் செய்வோர்கள் பொருள் செறிவுள்ள தீர்ப்பை முன்னதான சாத்தியத்தைக் கொண்டு, முடிவு செய்யப்பயன்படுத்துகிறார்கள். இது எதற்கெனில், முடிவுக்கோ ஒவ்வொரு முடியக்கூடிய செயல்களுக்கும் பண்பட்டுவாடா செய்தல், இவ்விதமான சாத்தியமான வினியோகம் என்பது எப்பொழுதும் ஒன்றுதான், இதற்குப் பெயர் தான், உணர்வு பூர்வமான சாத்தியமுள்ள வினியோகம். முதலீடு தீர்மானங்கள் இந்த உணர்வு பூர்வமான சாத்தியமுள்ள வினியோக அடிப்படையில் தான் எடுக்கப்படுகின்றன. தீர்மானம் செய்யும் முறை, இந்த பகுதி அறியாமையின் கீழ், கீழ்க்கண்ட பிரிவில் துவங்கும் பண்பட்டுவாடா, பிரிவில் விளக்கப்பட்டுள்ளது.

9.4.1. சாதாரண இலாபங்கள்

பொதுவாக, இரண்டு வேறுபட்ட இலாபம் சம்பந்தமான கருதுகளை. பொருளாதார இலக்கியத்தில் பயன்படுத்தப்படுகின்றன. அதாவது சாதாரண இலாபம், மற்றும் சுத்த லாபம். நாம் விடையறிக்குமுன் இந்த லாபக் கருத்துகளைப் பார்ப்போம்.

இயல்பான இலாபம் என்பது நிறுவனம் ஒரு தொழிலில் தங்குவதற்கு சம்பாதிக்க வேண்டிய குறைந்தபட்ச வருவாய்.வேறு வார்த்தைகளில் சொல்வதானால், சாதாரண இலாபம், பரிமாற்றத்தை ஈட்டுகிறது. இயல்பான இலாபம் கூட நிர்வாகத்தின் ஊதியங்கள் எனவும் குறிப்பிடப்படுகிறது. மார்ஷல் அது விநியோகத்தை அறிவிக்கிறது சராசரியாக வணிக திறனை விலை. சாதாரண இலாபம் என்பது நீண்டகால கருத்துடன் தொடர்புடையது. இது போட்டி நிலைமைகளின் கீழ் தொழில்முனைவோர் நீண்டகால வருவாயைக் குறிக்கிறது.

போட்டி நிலைமைகளின் கீழ், நீண்ட காலமாக ஒரு தொழிற்சாலை அனைத்து தொழில்முனைவோர் வருமானம் சமன்செய்யும் அதாவது, ஒரு நிலையான சமநிலையில் அனைத்து நிறுவனங்களும் சாதாரண இலாபத்தை மட்டுமே சம்பாதிக்கின்றன அல்லது நிர்வாகத்தின் ஊதியங்களை நைட் அழைக்கின்றன (அ) தொழிலில் நுழையும் போக்கினவை இவற்றுடன் சமநிலையுடன் இருக்கும் மேற்கண்ட நிறுவனங்களுடன் தொடர்புடையதே, அதாவது நிலையான சமநிலையில் நிற்கும் எல்லா நிறுவனங்களும், சாதாரண இலாபமே ஈட்டுகின்றன, (அ) மத்திய கற்கால வீரர்கள் சொல்வார்களே அது போன்றது நிர்வாக ஊதியங்கள்.

நாம் இப்போது கேள்விக்கு திரும்புவோம், இலாபங்கள் உற்பத்திக் கிரயங்களுக்குள் நுழைகின்றனவா? சாதாரண இலாபத்திற்கு எப்பொழுது உறவுக் சொல் கொடுக்கப்பட்டது, சந்தேகமில்லாமல் இலாபங்கள் உற்பத்திக் கிரயங்களுக்குள் நுழைகின்றன? அதே வழியில் வாடகை, வட்டி, இலாபம் ஊதியங்களும் நுழைகின்றன, சாதாரண நிர்வாக ஊதியமாகப் பாவிக்கப்படுகிறது. சுத்த இலாபத்திற்கு அழைப்பு அடையாளம் செய்யும் பொழுது அது உற்பத்திக் கிரயங்கள் நுழையாது, சுத்த இலாபமென்பது கொஞ்சம் மிதமிஞ்சியது மற்றும் உற்பத்திக்கிரயத்திற்கு அதிகமானது.

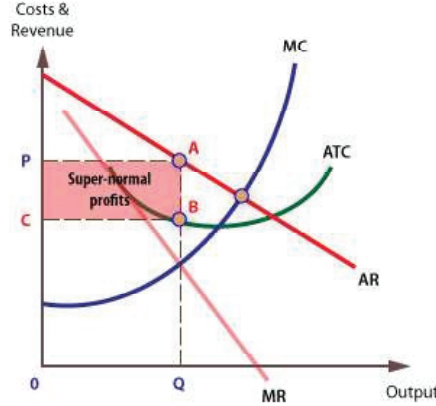
குறிப்புகள்

9.4.2 எல்லா உற்பத்தியும். இலாபங்களும்

ஒரு அதிகப்படியான அலகுகளிலிருந்து உற்பத்தி செய்யப்பட்டுவீர்கள் செய்யதிலிருந்து வந்த கூடுதல் லாபம் மார்க்ஸ் இலாபம். 1 யூனிடின் இலாபம்: மார்க்ஸ் வருவாய், மார்க்ஸ் கிரயத்தை விட அதிகமாக இருக்கும் பொழுது அது ஒரு யூனிடின் இலாபம் எனப்படும். இலாபம் அதிகப்படுத்தப்படகையில் மார்க்ஸ் இலாபம் ஜுரோ ஆகியிருக்கும். ஏனெனில் $MC = MR$.

இலாபம் அதிகமாதல்

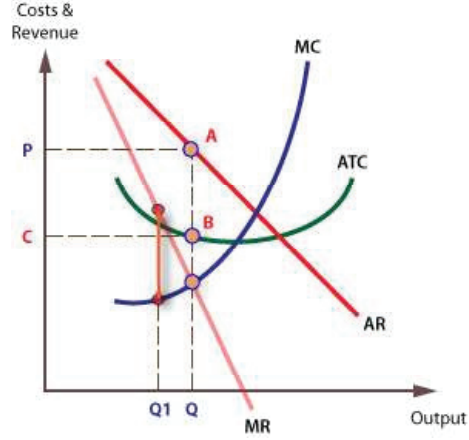
மார்க்ஸ் ரெவின்யூ மார்க்ஸ் காஸ்டிற்கு சமமாக இருந்தால் நிறுவனங்கள் அதிக இலாபங்களை ஈட்ட முடியும். அதாவது, உற்பத்திக்கிரயம், 1. ஏக்ஸ்ட்ரா யூனிட் உற்பத்தியின் விற்பனை வருவாய்களை சமமாக இருந்தால் நிறுவனங்கள் அதிக லாபங்களை ஈட்டலாம்.



பூஜ்ஜியத்தை விட குறைவான லாபம் அதிகமாக இருந்தால்

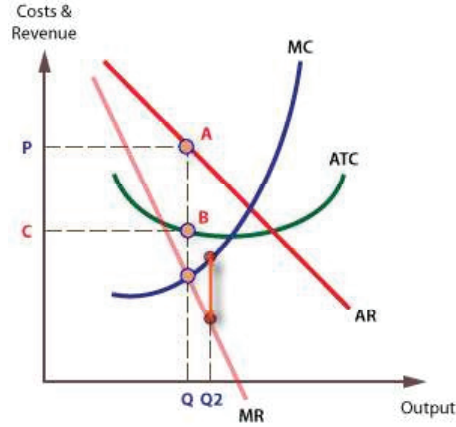
நிறுவனம் Q ஐ தயாரிப்பது குறுகியதாக இருந்தால், (கீழே உள்ள $Q1$ இல்), MR . மற்றும் குறைவான இலாபம் பூஜ்ஜியத்தை விட அதிகமாக உள்ளது. எனவே, நிறுவனம் வெளியீட்டை அதிகரிக்க வேண்டும்.

குறிப்புகள்



எல்லா இலாபம் ஜீரோவைவிட சொடுகமாக இருக்கிறதானால்

நிறுவனம் Q (கீழே $Q2$ இல்)வை விட அதிகமாக உற்பத்தி செய்தால், MC MR வை விடப் பெரிது மற்றும் எல்லா இலாபம் எதிர்மறையாக உள்ளது. இவ்விதம், நிறுவனம் அதனுடைய உற்பத்தியை குறைக்க வேண்டும். $MC = MR$ ஈரு இருக்கும் போது Q -வை மொத்த இலாபங்கள் அதிகப்படுத்தப்படும்.



உங்கள் முன்னேற்றத்தைச் சரிபார்க்கவும்

3. தீர்மானம் செய்வதற்காக நிச்சயமின்மை என்பது எவ்வாறு வகைப்படுத்தப்படுகிறது?
4. சாதாரண இலாபம் எப்படி மற்ற பெயரில் அழைக்கப்படுகின்றது?

9.5 உங்கள் முன்னேற்றத்தை சரிபார்க்கும் வினாக்கள்

1. வாங்கிய கடனுக்கு சதவீதம் என்ற பெயரில் ஆண்டு 1 க்கு தனிக்கட்டணம் கணக்கிடப்படுகிறது. அதுவை பெயரில் வட்டி வீதம் என விளக்கப்படுகிறது.

2. சமநிலை வட்டி விகிதம் மொத்த பண சப்பலை மற்றும் மொத்த பணக் கேட்பு இவற்றுள் கீனேஸியன் வட்டி தேற்றம் தீர்மானிக்கப் படுகிறது. (முச) அவர் என்ன வென்று அழைத்தார்? (லிக்விடிடி ப்ரிபெரென்ஸ்)
3. தீர்மானம் செய்யும் காரியத்திற்காக நிச்சயமின்மை இவ்வாறு வகுக்கப்படுகிறது.
 - முழுவதும் அறியாமை
 - பகுதி அறியாமை
4. சாதாரண இலாபம் மேலாண்மை ஊதியங்கள் என அழைக்கப்படுகிறது.

குறிப்புகள்

9.6 சுருக்கமான விளக்கம்

- காலத்தின் பொதுவான அர்த்தத்தில், “வட்டி” என்பது கடனாளரின் தொகையை குறிக்கிறது
- வட்டி விகிதம் கூடுதல் ஊதியத்தின் சதவீதத்தில் ஒரு வருட காலத்திற்கு கணக்கிடப்பட்ட கடன் தொகை வெளிப்படுத்தப்படுகிறது
- கடனளிப்பவர்களும் கடனாளிகளும் கடன் மற்றும் கடன் வாங்குதல் ஆகியவற்றிற்கு ஆர்வம் உள்ளனர்.
- கடனளிப்பவர்களையும் கடனாளிகளையும் இந்த ஆர்வத்தில் இருந்து வட்டி எழுகிறது. வட்டி கோட்பாட்டின் விஷயம் என்னவென்றால் வட்டி விகிதம் தீர்மானிக்கப்படுகிறதுகெய்னெஸ் என்ற விஞ்ஞானி கடன் வழங்கும் ஒழுங்குமுறையை தாமாகக் கண்டுபிடித்து நிறுவானார். அத்துடன் வட்டியின் தேற்றத்தையும் கண்டார்.
- கெய்னெஸியன் வட்டி தேற்றம் ஒரு சுத்தமான வட்டியின் பணக் கொள்கை ஆகும்.
- வட்டி விகிதத்தைத் தீர்மானிப்பதில் மொத்த பணக்கேட்பு மற்றும் மொத்த பண வழங்கல் முக்கிய இடத்தை வகிக்கிறது.
- சமநிலை வட்டி வீதம் மொத்த பண வழங்கலனதும், மொத்த பணக்கேட்பு இவற்றுள்ளும் தீர்மானிக்கப்படுகிறது என கீனேஸியன் வட்டி தேற்றம் கூறுகிறது.
- பொதுவான வணிகக் கூடங்களில் கிஸ்க் என்பது ஒரு எதிர்பார்த்த முடிவின் மீது உள்ள குறைந்த அளவேயான சாத்தியக் கூறுகளாகும். வணிகத்திலிருந்து தீர்மானம் செய்யும் முறை ‘ரிஸ்க்’ என்பது ஒரு வணிகத்தின் தீர்மானத்தில் எதிர்பார்க்கப்படும் ஒன்றுக்கும் மேலான முடிவுகள் மற்றும் ஒவ்வொரு முடிவின் மேல் வரும் சாத்தியக் கூறுகள் தீர்மானங்கள் செய்பவர்களுக்குத் தெரியும். (அல்லது) அது நம்பிக்கைக்கும் பாத்திரமாக கருத்தாய்வு செய்யப்படும்,
- ஒரு வணிகத் தீர்மானத்தின் முடிவுகளின் சாத்தியக் கூறுகளைக் கருத்தாய்வு செய்ய 2 வழக்கங்கள் உள்ளது 2. அதாவது ஒன்று. சென்ற டேட்டாவை அடிப்படையாகக் கொண்டு புள்ளி விவரப்படி சாத்தியக் கூற்றை கருத்தாய்வு செய்தல். இரண்டு கழித்தல் முறையைக் கொண்டு சாத்தியக் கூற்றை கருத்தாய்வு செய்தல்-.

குறிப்புகள்

- நிச்சயமின்மை: ஒரு வணிக தீர்மானத்தின் ஒன்றுக்கு மேற்பட்ட முடிவுகள் கிடைத்தல். கிடைத்தாலும் ஒரு முடிவைப் பரிசீலிக்க கூட தகுந்த சாத்தியக்கூறு கிடைப்பதில்லை. சாத்தியக் கூறு கிடைத்தாலும் அதைப் பொருள்பட கருத்தாய்வு செய்ய முடிவதில்லை.
- நீண்ட காலத்தவனை முதலீடு தீர்மானங்கள் ஒரு பெரிய வணிக வாய்ப்பாக, அதாவது தீர்மானங்களின் முடிவுகளுக்கு சாத்தியக் கூறுகளை முன்கூட்டியே சொல்ல முடியாத இக்கட்டான சூழ்நிலைக் உள்ளாவது இந்த முதலீடு தீர்மானங்களுக்கு கிடைக்கும் வாய்ப்பு. ஆனால் உன்மையில், நிச்சயமின்மை என்ற வணிக வாய்ப்பிற்குள்ளாகும் இவ்விடம் என்னென்ன தகவல்கள் சேகரிக்க முடியுமோ, அதன்படி அதன் அடிப்படையில் தீர்மானங்களை உருவாக்கவும், மற்றும் கணிக்கவும் முடியும்.
- சாதாரண இலாபக் கொள்கை நீண்ட ஒருகை கொள்கையுடன் சம்பந்தப்பட்டது. அதுவே போட்டியான நிலையின் கீழ், நீண்ட கால சம்பாதனை செய்யும் வியாபாரிகளுக்கு பொருந்தும் போட்டியான சூழ்நிலைகளின் கீழ், நீண்ட ஒருகையில் ஒரு தொழிற் சாலையில் பணிபுரியும் வியாபாரிகளின் சம்பாதனைகள் அனைத்தும் கவனத்தில் கொள்ளப் படுவதாகும்.

9.7 முக்கிய வார்த்தைகள்

- கடன் கொடுப்பு-விருப்ப சம்பந்தமான தேற்றம்: மேக்கோ பொருளாதாரத் தேற்றத்தில், கடன் கொடுப்பு விருப்பம் பணத்திற்காக கேட்பு மனுச் செய்தல் ஆகவே. விக்விடிட்டி (கடன் கொடுப்பு) எனக்கருதப்படுகிறது
- முன்னதான அணுகுமுறை: இப்பெயர் பொதுவானது முதல் குறிப்பிட்டது வரை அணுகு முறையிலிருந்து காரணங்களிடுதல் அல்லது விவாதங்கள் வரை வருவ (முச) காரணங்கள் முதல் பலன்கள் வரை.

9.8 சுய மதிப்பீட்டு வினாக்கள் மற்றும் பயிற்சிகள்

குறுகிய விடைக்கான வினாக்கள்

1. பணக்கேட்பு முறையை அபாயமான முறையில் எடுத்துக் கொள்ளுதல். முன்னெச்சரிக்கையான பணக்கேட்பு இவற்றைப் பற்றி ஒரு சிறு குறிப்பெழுது?
2. கீனேஸியன் வட்டி தியரி பற்றிய குற்றங் காணல் எழுதுக?
3. மார் ஜூனல் உற்பத்தி, மற்றும் இலாபங்கள் குறித்து எழுதுக.

நீண்ட விடைக்கான வினாக்கள்

1. வட்டி ஏன் கொடுக்கவும், வாங்கவும் படுகிறதென்பதில் ஏழும் விவாதங்கள் பற்றி பகுப்பாய்வு செய்க.
2. கீனேஸியன் தியரி ஆப் கின்ட்கெஸ்ட்- ஒரு சுத்தமான வட்டி விளக்கம்- விவாதி

9.9 மேலும் படிக்க

திவேதி, டி. என். 2008. பொருளியல் கொள்கை, ஏழாவது பதிப்பு. புது தில்லி: விகாஸ் பப்ளிஷிங் ஹவுஸ்.

வெய்ல், டேவிட் என் 2004. பொருளாதார வளர்ச்சி. லண்டன்: அடிசன் வெஸ்லி.

தாமஸ், கிறிஸ்டோபர் ஆர். மற்றும் மாரிஸ் எஸ் சார்லஸ். 2005. மேலாண்மையியல் பொருளாதாரம்: கருத்துக்கள் மற்றும் பயன்பாடுகள், எட்டாவது பதிப்பு. புது தில்லி: டாடா மெக்ரா-ஹில் பப்ளிஷிங் கம்பனி லிமிடெட்.

மேன்கிவ், கிரிகோரி என். 2002. பொருளியல் கொள்கை, இரண்டாம் பதிப்பு. இந்தியா: தாம்சன் பிரஸ்.

குறிப்புகள்

அலகு 10 சந்தை அமைப்புகளின் வகைகள்

குறிப்புகள்

அமைப்பு

- 10.0 அறிமுகம்
- 10.1 நோக்கங்கள்
- 10.2 சந்தை அமைப்புகள்: போட்டி வகைகள்
 - 10.2.1 சந்தை அமைப்பு பொருள் முக்கியத்துவம்
- 10.3 உங்கள் முன்னேற்ற வினாக்களை சரிபார்க்கும் விடைகள்
- 10.4 திரட்டு
- 10.5 முக்கிய வார்த்தைகள்
- 10.6 சுய மதிப்பீட்டு வினாக்கள் மற்றும் பயிற்சிகள்
- 10.7 மேலும் படிக்க

10.0 அறிமுகம்

ஊற்பத்தியைப் பெருக்குதல், செலவைக் குறைத்தல், அல்லது வள ஒதுக்கீட்டை மிதப்படுத்தல், இவை நிறுவனத்தின் இலாபத்தைப் பெருக்கும் செயல் பார்வை ஒன்றே ஒன்றுதான் மற்றும் சமமான இலாபம் பெருக்கும் முக்கியமான பார்வையில் இந்த செயல் செட் விலையிலிருந்து டிமான்ட் ஷெட்யூல் மூலம் செட் விலைகள் வெளியிடப் பட்ட ஷெட்யூல் மூலமாக நிறுவனத்தில் இலாபம் பெருக்க நோக்க செயல் மூலம் விலை கண்டுபிடிக்க வேண்டியுள்ளது கொடுக்கப் பட்ட விதிகளின் கீழ் இலாபம் பெருக்க செயல்மூலம் ஆரம்பமாகும் விலை ஒவ்வொரு ப்ராண்டுக்கும் ஒன்றே ஒன்றுகுத்தான் இருக்கிறது என்பதை குறித்துவைத்துக் கொள்ளவேண்டும் இலாபம் பெருக்கி வரும் விலை உற்பத்தி பொருளின் குறைந்த விலையோடு ஒத்துப் போக வேண்டிய தேவையே இல்லை மேலும் இலாபம் (8.4.51) உயர்த்தும் விலைமட்டம் பொதுவாக விற்பனையாளர் போட்டியில் அளவைப் பொருத்தும் சந்தை வகைகளில் வெவ்வேறு விதமாக இருக்கும். ஆகையால் அதன் பெருளின் விலையை நிர்ணயிக்கும் பொழுது ஒரு நிறுவனம் மார்க்கெட்டின் துன்மையை கணக்கில் கொள்ள வேண்டும். இந்த யூனிட்டில் நாம் விலை நிர்ணயத்தைப் பற்றி விவாதிக்கலாம். மற்றும் பல்வேறு விதமான சந்தை அமைப்புகளிலும் நிறுவனங்களின் சமநிலைத் தன்மைகளையும் பற்றிக்கூட விவாதிக்கலாம்.

10.1 நோக்கங்கள்

இந்த அலகுகளை படித்த பிறகு நீங்கள் கீழ்க்கண்டவற்றைச் செய்யமுடியும்.

- சந்தை போட்டிகளைப் பகுத்தாய்வு செய்யவும்.
- பல்வேறு விதமான சந்தை அமைப்புகளை வேறுபடுத்திக் காட்டவும்.
- பல்வேறு சந்தை அமைப்புகளை அவற்றின் பொருள். முக்கியத்துவம் மற்றும் தொடர்புகளைப் பற்றி விவரிக்கவும்.

10.2 சந்தை அமைப்புகள்: போட்டி வகைகள்

மார்க்கெட் அமைப்புகளின் வகைகள்

பொருளாதார அறிவில் வாங்குபவர்களாலும் விற்பவர்களாலும் ஒரு பொருளின் விலைக்காக பேரம் பேசப்பட்டு விலை நிர்ணயம் செய்து அவர்களின் வணிகத் செலாவணி செய்து கொள்ளும் ஒரு சந்தை முறை என்பது அதாவது வாங்குதல் விற்பு முறை விற்பவர்கள் மற்றும் வாங்குபவர்களிடையே நேரடித் தொடர்பு அவசியமில்லை சில முறைகளில் (எ.கா) விற்பனை மற்றும் கொள்முதல் இன்னும் பொருள்களின் உரிமைகள் உடனடி மாற்றம் இவை தேவையில்லை சந்தை என்பது ஒரு இடமென்று பொருளல்ல மார்கெட் ஏன்பது ஸ்தல மாநில தேசிய அல்லது சர்வதேசிய பொருள்களுக்கான ஒரு மார்கெட் இடம். ஒரு ஜோடி வாங்குபவர்கள் ஒரு ஜோடி விற்பவர்கள் மற்றும் ஒரு பொருள் இவை சேர்ந்து தான் ஒரு சந்தையை உருவாக்குகிறது வாங்குபவர்கள் வாங்க விரும்புகிறவர்கள் விற்பவர்கள் விற்க விரும்புகிறார்கள் மற்றும் பொருளுக்காக ஒரு விலையுமுள்ளது

குறிப்புகள்

நாம் இந்தப் பிரிவு ஒரு வினாவுடன் சம்பந்தப்பட்டிருக்கிறேன் பல்வேறு வகையான சந்தைகளில் ஒரு பொருளின் விலை எப்படி நிர்ணயம் செய்யப்படுகிறது? ஒரு பொருளின் விலை நிர்ணயம் விற்பர்களின் எண்ணிக்கையைச் சார்ந்திருக்கிறது சில சந்தர்ப்பங்களைத் தவிர்த்து (எ.கா) பங்கு சந்தைகளில் வெகு சில மாறுதல்கள் தவிர விற்பவர்களில் உள்ளதைக்காட்டும் வாங்குபவர்களே அதிகமாக இருக்கிறார்கள். ஒரு மார்கெட்டிலுள்ள விற்பவர்கள் ஒன்று சேர்ந்து போட்டியின்தன்மை மற்றும் அளவு இவற்றை நிர்ணயிக்கிறார்கள். போட்டியின் துன்மை மற்றும் அளவு இவை சேர்ந்து சந்தையின் அமைப்பை உருவாக்குகின்றன விற்பவர்களின் எண்ணிக்கை மற்றும் போட்டியின் அளவு சந்தையின் பரந்த அளவாக வகைப்படுத்தப்படக் காரணகிமான்றன (அட்டவணை 10.1ல் காட்டியபடி)

அட்டவணை 10.1 சந்தை கட்டமைப்புகளின் வகைகள்

மார்கெட் அமைப்பு சந்தைப்படுத்தல்	நிறுவனங்கள் எண்ணிக்கை உற்பத்திவேறுபாடு	துன்மை அளவு பொதுவானது	குட்டுப்பாட்டு தோழில்	அதிக விலை முறை
1 சரியான போட்டி	ஏராளமான நிறுவனங்கள் ஒரேமாதிரி பொருட்கள்	நிதிச்சந்தை சில விவசாயப் பொருட்கள்	ஒருவருமில்லை	சந்தை 'பண்ட மாற்று (அது) ஏலம்
2. அசாதாரண போட்டி:				
(a) சரியில்லாத போட்டி	ஏகதேச போட்டி	துயாரிப்பு டீ ரூத்பேஸ்ட் டிவி சைட்ஸ் சூஸ் ப்ரிட்ஸ்	சில	போட்டி விளம்பரம் தரம்போட்டி
(b) ஒருசில தன்மைகள்	கொஞ்சம் பொருள் வித்தியாசம் இல்லை	அலுமினியம் எம்எல் சிகரெட்ஸ் கார்ஸ் பாசெஞ்சர்கார்	சில	போட்டி விளம்பரம் தரம்போட்டி
(c) ஏகதேச தன்மை	ஒரு ஒற்றை கயாரிப்பாளர் நெருக்கமான மாற்று நபர் இல்லாமல்	பொதுப்பயன்கள் டெலிபோன் மின்சவம்	குறிப்பிடத்தக்கன ஆனால் வழக்கமான ஒழுங்குபடுத்தி	ஊயர்த்திக்கான விளம்பரம் சப்லை அதிகமாக இருத்தல்

ஆதாரம்: சாமுவேல்சன், P.A. மற்றும் W.D. நோர்தான், பொருளாதாரம், மெக்ரா-ஹில், 15 வது எட்., 1995, p. 152.

10.2.1 சந்தை அமைப்பு: பொருள், முக்கியத்துவம், மற்றும் தொடர்புகள்,

சந்தைப் பொருள் அதன் உற்பத்தியின் விலையை நிர்ணயிக்க ஒரு நிறுவனத்தின் அதிகாரம் தீர்மானிக்கிறது. போட்டியின் அளவு அதன் உற்பத்தியின் விலை நிர்ணயிக்கையில் ஒரு நிறுவனத்தின் அளவிலான சுதந்திரத்தை தீர்மானிக்கிறது. சுயாதீனமான அளவு, ஒரு நிறுவனத்தின் நிறுவனம், அதன் சொந்த விலை நிர்ணய முடிவுகளை எடுத்துக்கொள்வதில் போட்டி நிறுவனங்கள் சுதந்திரமாக அல்லது சுயாதீனமாக இருக்கும் அளவிற்குக் குறிக்கிறது. சந்தையின் கட்டமைப்பைப் பொறுத்து, போட்டியின் அளவு பூஜ்ஜியத்திற்கும் ஒன்றுக்கும் வேறுபடுகிறது. மேலும், அதன் தயாரிப்புக்கான விலையை நிர்ணயிக்கும் நிறுவனத்தின் உறுதியான அல்லது சுதந்திரமான அளவு போட்டியிடும் பொருளின் தலைகீழ் வரிசையில் ஒன்றும் ஒன்றுமில்லை. ஆட்சியின் விஷயத்தில், போட்டியின் அளவு அதிகமானது, அதன் விலை நிர்ணயத்தில் விலையை நிர்ணயிக்கும் நிறுவனத்தின் கட்டுப்பாட்டின் கீழ் இருக்கும் சுதந்திரம் மற்றும் அதன் சொந்த தயாரிப்பின் விலையில் கட்டுப்பாட்டைக் குறைத்தல். பல்வேறு வகையான சந்தை கட்டமைப்புகளில் விலை நிர்ணயங்களை எவ்வாறு முடிவு செய்வது என்பதை இப்போது பார்க்கலாம்.

சரியான போட்டியின்போது, ஒரு பெரிய எண்ணிக்கையிலான நிறுவனங்கள் தங்கள் தயாரிப்புகளை விற்பனை செய்வதற்காக ஒருவருக்கொருவர் போட்டியிடுகின்றன. ஆகையால், சரியான போட்டியின் போது போட்டியின் அளவு மிக நெருக்கமாக இருக்கிறது, அதாவது சந்தை மிகவும் போட்டித் தன்மையுடையது. இதன் விளைவாக, அதன் தயாரிப்பு விலை நிர்ணயிக்கும் நிறுவனத்தின் விருப்பம் எதுவுமே நெருக்கமாக இல்லை. உண்மையில், போட்டியிடும் சந்தையில், விலை மற்றும் விநியோக சந்தை சந்தைகளால் விலை நிர்ணயிக்கப்படுகிறது மற்றும் ஒரு நிறுவனம் சந்தை சக்திகளால் தீர்மானிக்கப்பட்ட விலையை ஏற்க வேண்டும். ஒரு நிறுவனம் அதன் சந்தை மதிப்பை அதன் சந்தை விலைக்கு மேலே அல்லது அதன் விலையை நிர்ணயிப்பதில் தனது விருப்பத்தை உபயோகித்தால் அதன் வருவாய் மற்றும் இலாபத்தை இழக்கும். ஆளும் விலைக்குமேல் அதன் உற்பத்தியை விலை நிர்ணயித்தால், அது அதன் தயாரிப்புகளை விற்க முடியாது, அது அதன் சந்தை மட்டத்திற்கு கீழே உள்ள விலையை குறைத்துவிட்டால், அதன் சராசரி செலவுகளைக் குறைக்க முடியாது. ஒரு முழுமையான போட்டியிடும் சந்தையில், எனவே, நிறுவனங்கள் விலை நிர்ணயத்தை பொறுத்து சிறிய அல்லது விருப்பத்தேர்வில்லை.

போட்டியின் அளவு குறைவதால், விலையில் நிறுவனத்தின் கட்டுப்பாட்டையும், விலை நிர்ணயத்தில் அதன் விருப்பத்தையும் அதிகரிக்கிறது. உதாரணமாக ஏகபோக போட்டியில், போட்டியின் அளவு அதிகமானது, ஆனால் ஒன்றுக்கு குறைவாக, நிறுவனங்கள் தங்கள் தயாரிப்புகளின் விலையை நிர்ணயிப்பதில் சில விருப்பங்களைக் கொண்டுள்ளன. ஏகபோக போட்டியில், சுதந்திரத்தின் அளவு பெரும்பாலும் நிறுவனங்களின் எண்ணிக்கையிலும், தயாரிப்பு வேறுபாட்டின் அளவிலும் தங்கியுள்ளது. தயாரிப்பு வேறுபாடு உண்மையானதாக இருப்பதால், நிறுவனத்தின் விலை நிர்ணயம் மற்றும் விலை கட்டுப்பாடுகள் மிக அதிகமாக இருக்கும் மற்றும் தயாரிப்பு வேறுபாடு பெயரளவில் அல்லது நியமனம் எங்கே, நிறுவனத்தின் விலை நிர்ணயம் போட்டி விலைகளால் மிகவும் கட்டுப்படுத்தப்படுகிறது.

விலையுயர்ந்த போட்டியின்கீழ் போட்டியிடக்கூடிய விருப்பத்தின் மீதான கட்டுப்பாடு கட்டுப்பாட்டின் கீழ் மிகக் குறைவாக உள்ள நிலையில், சில-ருரிமை போட்டியின் கீழ் அதிகரிக்கிறது. எனவே, நிறுவனங்கள் தங்கள் பொருட்களின் விலையில் ஒரு நல்ல கட்டுப்பாட்டைக் கொண்டுள்ளன மேலும் விலை வேறுபாடுகளில் தங்கள் விருப்பத்தை நிறைவேற்றலாம். குறிப்பாக தயாரிப்பு வேறுபாடு முக்கியம். இருப்பினும் நிறுவனங்களின் குறைபாடு, விலை-லவாசி மற்றும் விலையற்ற போட்டியை நிலைநிறுத்துவதற்காக தங்களுக்குள் ஒரு தடையை ஏற்படுத்திக் கொள்வதற்கான ஒரு வாய்ப்பை வழங்குகிறது.

ஏகபோகத்தில், போட்டியின் அளவு ஒன்றும் இன்மைக்கு அருகில் உள்ளது. ஒரு கட்டுப்பாடற்ற ஏகபோக நிறுவனம் அதன் உற்பத்தியின் விலையை முழுக்கட்டுப்பாட்டில் கொண்டுள்ளது. இந்த பொருளின் உண்மையான அர்த்தத்தில் ஒரு ஏகபோகம், அதன் தயாரிப்புக்கான எந்தவொரு விலை-யையும், சில குறிப்பிட்ட கட்டுப்பாட்டின் கீழ் (i) நிறுவனத்தின் குறிக்கோள், மற்றும் (ii) தேவைப்படும் நிபந்தனைகளின் கீழ் எந்தவொரு விலையையும் நிர்ணயிக்க முடியும்.

விலை நிர்ணயம் கோட்பாடு பல்வேறு வகையான சந்தை கட்டமைப்புகளில் உள்ள நிறுவனங்களின் விலையிடல் முடிவுகளையும் விலை நிர்ணயங்களையும் விளக்குகிறது.

உங்கள் முன்னேற்றத்தைச் சரிபார்க்கவும்

1. ஒரு பண்டத்தின் சந்தை என்ன?
2. சந்தை கட்டமைப்பு என்றால் என்ன?
3. சரியான போட்டியில் என்ன நடக்கிறது?

10.3 உங்கள் முன்னேற்ற வினாக்களை சரிபார்க்கும் விடைகள்

1. சந்தை அவசியம் ஒரு இடம் அல்ல. ஒரு பொருளின் சந்தை உள்ளூர், பிராந்திய, தேசிய அல்லது சர்வதேச இருக்கலாம். ஒரு சந்தையை வாங்குபவர்கள், மற்றும் விற்பனையாளர்களின் ஒரு தொகுப்பாகவும் பண்டமாகவும் வைத்திருக்கிறது. வாங்குபவர்கள் வாங்குவதற்கு தயாராக உள்ளனர், விற்பனையாளர்கள் விற்க தயாராக உள்ளனர், மேலும் பொருட்களுக்கு விலை உள்ளது.
2. சந்தைப்பொருள் அதன் உற்பத்தியின் விலையை நிர்ணயிக்க ஒரு நிறுவனத்தின் அதிகாரம் தீர்மானிக்கிறது. போட்டியின் அளவு அதன் உற்பத்தியின் விலை நிர்ணயிக்கையில் ஒரு நிறுவனத்தின் அளவி-லான சுதந்திரத்தை தீர்மானிக்கிறது.
3. சரியான போட்டியின் போது, ஒரு பெரிய எண்ணிக்கையிலான நிறுவனங்கள் தங்கள் தயாரிப்புகளை விற்பனை செய்வதற்காக ஒருவருக்கொருவர் போட்டியிடுகின்றன. ஆகையால், சரியான போட்டியின் போது போட்டியின் அளவு மிக நெருக்கமாக இருக்கிறது அதாவது சந்தை மிகவும் போட்டித் தன்மையுடையது.

குறிப்புகள்

10.4 திரட்டு

- பொருளாதார ரீதியாக, ஒரு சந்தை என்பது ஒரு உற்பத்தியின் விலைக்கு வாங்குவோர் மற்றும் விற்பனையாளர்களின் பேரம் ஆகியவற்றைக் கொண்ட ஒரு முறை ஆகும். விலையை நிர்ணயித்தல் மற்றும் வியாபாரத்தை வாங்குவதோடு, ஒரு தயாரிப்பு விற்கவும் செய்கிறது.
- வாங்குவோர் மற்றும் விற்பவர்களிடையே தனிப்பட்ட தொடர்பு அவசியம் இல்லை. சில சந்தர்ப்பங்களில், எ.கா. முன்னோக்கி விற்பனை மற்றும் கொள்முதல், பொருட்களின் உரிமை உடனடியாக இடமாற்றம் செய்ய வேண்டிய அவசியமில்லை.
- விற்பனையாளர்களின் எண்ணிக்கை மற்றும் வாங்குபவர்களின் எண்ணிக்கை ஆகியவற்றின் விலையை ஒரு பொருளின் விலை நிர்ணயிக்கும். சில வழக்குகள் தவிர, எ.கா., பங்கு மற்றும் சொத்து சந்தைகளில் கட்டடங்கள், விற்பனையாளர்களின் எண்ணிக்கையைவிட வாங்குபவர்களின் எண்ணிக்கை பெரியதாகும்.
- சந்தைப்பொருள் அதன் உற்பத்தியின் விலையை நிர்ணயிக்க ஒரு நிறுவனத்தின் அதிகாரம் தீர்மானிக்கிறது. போட்டியின் அளவு அதன் உற்பத்தியின் விலை நிர்ணயிக்கையில் ஒரு நிறுவனத்தின் அளவிடலான சுதந்திரத்தை தீர்மானிக்கிறது.
- சுயாதீனமான அளவு, ஒரு நிறுவனத்தின் நிறுவனம், அதன் சொந்தவிலை நிர்ணய முடிவுகளை எடுத்துக்கொள்வதில் போட்டி நிறுவனங்கள் சுதந்திரமாக அல்லது சுயாதீனமாக இருக்கும் அளவிற்குக் குறிக்கிறது. சந்தையின் கட்டமைப்பைப் பொறுத்து, போட்டியின் அளவு பூஜ்ஜியத்திற்கும் ஒன்றுக்கும் வேறுபடுகிறது.
- ஏகபோகத்தில், போட்டியின் அளவு ஒன்றும் இன்மைக்கு அருகில் உள்ளது. ஒரு கட்டுப்பாடற்ற ஏகபோக நிறுவனம் அதன் உற்பத்தியின் விலையை முழுக்கட்டுப்பாட்டில் கொண்டுள்ளது.
- ஒரு ஏகபோகம், காலத்தின் உண்மையான அர்த்தத்தில், அதன் தயாரிப்புக்கான எந்தவொரு விலையையும், சில குறிப்பிட்ட கட்டுப்பாட்டின்கீழ், (i) நிறுவனத்தின் நோக்கமும், (ii) தேவைப்படும் நிபந்தனைகளின் கீழ், எந்தவொரு விலையையும் நிர்ணயிக்க முடியும்.

10.5 முக்கிய வார்த்தைகள்

- ஏகபோக போட்டி: பல உற்பத்தியாளர்கள் ஒருவரிடமிருந்து வேறுபடுத்திக் கொள்ளும் பொருட்கள் (எ.கா. பிராண்டிங் அல்லது தரத்தினால்) விற்கப்படுவதால், இது சரியான மாற்று அல்ல.
- சிலருரிமை போட்டி: வரையறுக்கப்பட்ட போட்டியின் ஒரு நிலை, இதில் ஒரு சிறிய எண்ணிக்கையிலான தயாரிப்பாளர்களோ அல்லது விற்பவர்களிடமோ சந்தை பகிர்ந்து கொள்ளப்படுகிறது.

10.6 சுய மதிப்பீட்டு வினாக்கள் மற்றும் பயிற்சிகள்

மார்க்கெட் அமைப்புகளின்
வகைகள்

குறுகிய விடைக்கான வினாக்கள்

1. ஒரு சந்தை அவசியம் ஒரு இடம் என்று அர்த்தம் இல்லையா? நீங்கள் ஒப்புக்கொள்கிறீர்களா? உங்கள் பதிலுக்கான காரணங்களை தெரிவிக்கவும்.
2. சந்தையில் விற்பனையாளர்களின் எண்ணிக்கை எதைத் தீர்மானிக்கிறது?

குறிப்புகள்

நீண்ட விடைக்கான வினாக்கள்

1. சரியான மற்றும் அபூரண சந்தை அமைப்புகளுக்கு இடையில் வேறுபாடு.
2. சந்தை கட்டமைப்புகளின் பொருள், முக்கியத்துவம் மற்றும் தாக்கத்தை ஆராய்ந்து பாருங்கள்.

10.7 மேலும் படிக்க

திவேதி, டி. என். 2008. பொருளியல் கொள்கை, ஏழாவது பதிப்பு. புது தில்லி: விகாஸ் பப்ளிஷிங் ஹவுஸ்.

வெய்ல், டேவிட் என் 2004. பொருளாதார வளர்ச்சி. லண்டன்: அடிசன் வெஸ்லி.

தாமஸ், கிறிஸ்டோபர் ஆர். மற்றும் மாரிஸ் எஸ் சார்லஸ். 2005. மேலாண்மையியல் பொருளாதாரம்: கருத்துக்கள் மற்றும் பயன்பாடுகள், எட்டாவது பதிப்பு. புது தில்லி: டாடா மெக்ரா-ஹில் பப்ளிஷிங் கம்பனி லிமிடெட்.

மேன்கிவ், கிரிகோரி என். 2002. பொருளியல் கொள்கை, இரண்டாம் பதிப்பு. இந்தியா: தாம்சன் பிரஸ்.

அலகு 11 சரியான போட்டியின் கீழ் விலை நிர்ணயம்

குறிப்புகள்

அமைப்பு

- 11.0 அறிமுகம்
- 11.1 நோக்கங்கள்
- 11.2 சரியான போட்டியில் விலை நிர்ணயித்தல்.
 - 11.2.1 சரியான போட்டி மற்றும் தூய போட்டி
- 11.3. தூய்மையான ஏக போக்கின் கீழ் விலை உறுதிபாடு
 - 11.3.1 காரணங்கள் மற்றும் ஏக போகங்களின் வகைகள்
 - 11.3.2 விலை மற்றும் வெளியீடு முடிவு: குறுகிய-இயக்க பகுப்பாய்வு.
 - 11.3.4 நீண்ட இயக்கத்தில் ஏகபோக விலை. மற்றும் வெளியீடு முடிவு.
- 11.4 ஏகபோகத்தின் கீழ் விலை பாரப்படும்
 - 11.4.1 அளவுகளின் விலை பாரப்படும்.
- 11.5. ஏகபோக போட்டியின் கீழ் விலை மற்றும் வெளியீடு முடிவுகள்.
 - 11.5.1 ஏக போகம் எதிராக சரியான போட்டி
 - 11.5.2 குறுகிய இயக்கத்தில் விலை மற்றும் வெளியீடு முடிவுகள்.
 - 11.5.3 நீண்ட ஓட்டத்தில் விலை மற்றும் உறுதியளிப்பு.
- 11.6. விலை போட்டி அல்லாத விற்பனை மற்றும் சமநிலை விற்பனை
 - 11.6.1 செலவு மற்றும் குழு சமநிலை விற்பனை.
 - 11.6.2 சம்பர்லின் கோட்பாட்டின் விமர்சன மதிப்பீடு.
- 11.7. விலை உயரிவு கீழ் விலை மற்றும் வெளியீடு முடிவுகள்.
 - 11.7.1 முற்றுரிமை: வரையரை, ஆதாரங்கள்.
 - 11.7.2 முற்றுரிமையின் ஆதாரங்கள்.
 - 11.7.3 முற்றுரிமையின் அங்கங்கள்
 - 11.7.4 முற்றுரிமையின் மாதிரிகள்: ஒருகண்ணோட்டம்
 - 11.7.5 இரு நிறுவன ஏக போகம் மாதிரி: கோர்ணாட்டின் மாதிரி
 - 11.7.6 இரு தரப்பு ஏக போகம்
- 11.8 உங்கள் முன்னேற்ற வினாக்களை சரிபார்க்கும் விடைகள்
- 11.9 திரட்டு
- 11.10 முக்கிய வார்த்தைகள்
- 11.11. சுய மதிப்பீட்டு வினாக்கள் மற்றும் பயிற்சிகள்
- 11.12. மேலும் படிக்க

11.1 அறிமுகம்

நீங்கள் சந்தை கட்டமைப்புகளின் வகைகள் பற்றிய ஆய்வை முந்தைய அலகில் படித்திருப்பீர்கள். இந்த அலகில் நீங்கள் விலை மற்றும் வெளியீட்டுத்தீர்மானத்தின் கோட்பாட்டைப் பற்றி விரிவாக மற்றும் பல்வேறு சந்தை நிலமைகள் பற்றியும் படிப்பீர்கள். இதில் இரண்டு அடிப்படை புள்ளிகளை புரிந்து கொள்ள வேண்டும். ஒன்று நிறுவன நோக்கங்களை அடைய விலை, மற்றும் வெளியீட்டின் உறுதிபாட்டிற்கு முக்கிய காரணமாக உள்ளன. இரண்டு

பல்வேறு வகை வகையாக இருக்கலாம் என்றாலும் இலக்குகள், விலை, மற்றும் வெளியீடு உறுதிப்பாட்டின் பாரம்பரியக் கோட்பாட்டை அடிப்படையாக கொண்டவை. இலாப பெருக்கத்தை அடைய வேண்டும் என்பதே ஒரே ஒரு குறிக்கோளாக எல்லா நிறுவனங்களின் எண்ணமாக உள்ளது.

11.1 நோக்கங்கள்

இந்த அலகை நீங்கள் படித்து முடித்த பின்பு உங்களால்,

- சரியான போட்டியின் கீழ்விலை நிர்ணயத்தைப் பற்றி விவாதிக்க வேண்டும்.
- தூய ஏக போகத்தின் கீழ் விலை நிர்ணயத்தை விளக்க வேண்டும்.
- ஏக போகங்களின் காரணங்கள் மற்றும் வகைகளை அடையாளம் காண வேண்டும்.
- ஏக போகத்தின் கீழ் வலைப் பாகுப்பாட்டை விவரிக்க வேண்டும்.
- ஏக போக போட்டியின் கீழ் விலை மற்றும் வெளியீடு முடிவுகளை ஆய்வு செய்ய வேண்டும்.
- விலை உயர்வின் கீழ் விலை மற்றும் வெளியீடு முடிவுகளை மதிப்பிடவேண்டும்.
- விசித்திரமான மாதிரிகளை பற்றி ஒரு கண்ணோட்டத்தை உருவாக்க வேண்டும்.

11.2 சரியான போட்டியின் கீழ் விலை நிர்ணயம்

சரியான போட்டி என்பது சந்தையில் நிலவும் சூழ் நிலைகளின் தொகுப்பை குறிக்கிறது. பரிபூரணமான போட்டித்திறன் வாய்ந்த சந்தை ஒன்று பின் வரும் அம்சங்களைக் கொண்டுள்ளது.

1. ஏராளமான விற்பனையாளர்கள் மற்றும் வாங்குபவர்கள் சரியான போட்டியின் கீழ் விற்பனையாளர்கள் மற்றும் வாங்குபவர்களின் எண்ணிக்கை மிகப் பெரியது. விற்பனையாளர்களின் எண்ணிக்கையின் அளவு பெரியதாக இருக்கும் பொழுது, சந்தை விலையை மாற்றுவதன் மூலம் ஒரு விற்பனையாளர் மொத்த உற்பத்தியில் ஒவ்வொரு விற்பனையாளரிடமும் ஒரு விற்பனையாளரின் பாதிப்பு மிகவும் சிறியதாக உள்ளது. இதே போல, வாங்குவோரின் எண்ணிக்கை மிகவும் பெரியதாக இருக்கும் போது, வாங்குபவரின் கோரிக்கையை மாற்றுவதன் மூலம் சந்தை விலைப் பாதிக்கப்படும், அதாவது மொத்தமாக வாங்குபவரின் எண்ணிக்கை ஒவ்வொன்றாக வாங்குபவரின் எண்ணிக்கையை விட குறைவாக உள்ளது.

2. ஒரே மாதிரியான பொருட்கள். அனைத்து நிறுவனங்களாலும் வழங்கப்படும் தயாரிப்புகள் ஏறக்குறைய ஒரேவிதமானவையே ஆகும். பல்வேறு நிறுவனங்களால் வழங்கப்பட்ட பொருட்களின் ஒத்திசைவு தயாரிப்புகள் தோற்றத்தில் மிகவும் ஒத்ததாக இருக்கின்றன வாங்குவோர் அவர்களுக்கு இடையே வேறுபாடு இல்லை மேலும் அவர்கள் விருப்பமான ஒரு நிறுவனத்தின் தயாரிப்புகளையே பயன்படுத்த விரும்புகிறார்கள். ஒவ்வொரு நிறுவனத்தின் தயாரிப்பு மற்ற நிறுவனங்களின் தயாரிப்புக்கான சரியான மாற்றாகக் கருதப்படுகிறது. எனவே, மற்ற நிறுவனங்கள் மீது உள்ள போட்டித்திறனால்

குறிப்புகள்

குறிப்புகள்

எந்த நன்மையும் பெற முடியாது. வாங்குவோருக்கு இடையில் நிறுவனங்கள் வேறுபடுகின்றன. எடுத்துக்காட்டாக, அனைத்து விவசாயிகளாலும் தயாரிக்கப்படும் கோதுமை மற்றும் காய்கறிகளும் மற்றவற்றுடன் ஒரே மாதிரியாகக் கருதப்படுகின்றன.

3. உற்பத்தி காரணிகளின் சரியான இயக்கம் ஒரு சந்தையில் போட்டிதிறன், மற்றும் வளங்களின் சரியான இயக்கமாக இருக்க வேண்டும். ஒரு நிறுவனத்திலிருந்து உற்பத்தி காரணிகள் ஒரு தொழிற்சாலை யினுள் அல்லது வெளியேற்றுவதற்கு ஒரு நிலையில் இருக்க வேண்டும் என்று பொருள். இது முற்றிலும் முக்கியமான அனுமானமாகும்.

4. நிறுவனங்களின் இலவச நுழைவு மற்றும் இலவச வெளியேற்றம். ஒரு புதிய நிறுவனங்களின் நுழைவாயிலிலும் தொழில் துறையில் இருந்து வெளியேறுதல் அல்லது சட்டம் சந்தை தொடர்பான வெளியேறுதலுக்கு எந்த தடையுமில்லை நிறுவனங்கள் தொழில் நுட்பத்தில் நுழைந்து விடுவதோடு, அவர்களது சுயாதீனமான விருப்பத்தின்படியும் அதைவிட்டு விலகலாம்.

5. சரியான அறிவுசந்தை நிலமைகள் பற்றிய முழு தகவலும் பரவலாக உள்ளது தயாரிப்பு, அதன் மூலம் கிடைக்கும் பொருளின் விற்பனை மற்றும் சந்தையில் நிலவும் விலையைப் பற்றி வாங்குவோர் மற்றும் விற்பனையாளர்கள் ஆகிய இருவரும் இயற்கை அறிவை முழுமையாக அறிந்திருக்கிறார்கள்.

6. கூட்டு அல்லது இயல்பான கட்டுப்பாட்டு இல்லாதது. விற்பனையாளர்கள் சங்கம் அல்லது விற்பனையாளர்கள் குழுக்கள் போன்ற விற்பனையாளர்களுக்கிடையிலான குறுக்கீடுகள் இல்லை. வாங்குவோர் இடையே எந்த விதமான கூட்டுதலும் இல்லை எ.கா., நுகர்வோர் சங்கங்கள் அல்லது நுகர்வோர் மன்றம். ஒவ்வொரு விற்பனையாளரும் வாங்குவதற்கும் சுதந்திரமாக செயல்படுகின்றனர். நிறுவனங்கள் சுதந்திரமாக முடிவுகள் எடுக்கின்றனர்.

7. அரசாங்க தலையீடு இல்லை. ஒரு முழுமையான போட்டி சந்தையில் சந்தை அமைப்பின் பணியுடன் அரசாங்க தலையீடு இல்லை. நிறுவனத்திற்கு தொழில் நிறுவனங்கள் நுழைவதை ஒழுங்குபடுத்தும் முறை உரிமம் இல்லை சந்தை விலைகளின் கட்டுப்பாடு இல்லை. விலை குறைந்த அல்லது மேல் வரம்புகளை சரி செய்ய வேண்டும், உள்ளீடுகளை வழங்குவதில் கட்டுப்பாடு இல்லை, உற்பத்தியில் ஒதுக்கீடு இல்லை, மற்றும் நுகர்வோர் தேவை கணக்கிடுதல் இல்லை, தயாரிப்பாளர்களுக்கு அல்லது நுகர்வோருக்கு மானியம் இல்லை.

சரியான போட்டி மேலே குறிப்பிட்டது போல ஒரு உண்மையான வணிக உலகின் நிகழ்வு. எனினும், உண்மையான சந்தைகள் பரிபூரணமான சந்தைகளில் போட்டியிடும் மாதிரியின் நிலைமைகளுக்கு பத்திரங்கள் மற்றும் பத்திர சந்தைகளில், மற்றும் விவசாய தயாரிப்பு சந்தைகளில், எ.கா., உள்ளூர் காய்கறி சந்தைகளில் இது தோற்றமளிக்கிறது. போட்டியிடும் சந்தைகள் அசாதாரணமான நிகழ்வுகள் என்றாலும் சரியான போட்டி மாதிரி பயன்படுத்தப்படும், மிகவும் பிரபலமான மாதிரி உள்ளது, அதன் பகுப்பாய்வு மதிப்பு காரணமாக பொருளாதார கோட்பாடுகள் ஒரு தொடக்க புள்ளியாக மற்றும் பகுப்பாய்வு விலைக் கோட்பாட்டிற்கான கட்டமைப்பு வழங்குகிறது.

11.2.1 சரியான போட்டி மற்றும் தூய போட்டி

சில நேரங்களில் சரியான போட்டி மற்றும் தூய போட்டியின் போது ஒரு வித்தியாசம் செய்யப்படுகிறது. பட்டம் மட்டுமே இரண்டுக்கும் இடையேயான

வித்தியாசமாகும். சரியான போட்டி காரணிகள் மற்றும் சரியான அறிவு குறைவான சரியான இயக்கம் தாய் போட்டியாக கருதப்படுகிறது. இருப்பினும், இந்த புத்தகத்தில், நாம் இரண்டு விதமாக ஒன்றுக்கொன்றை மாற்றுவோம்.

சரியான போட்டியின் கீழ்
வழலை நிர்ணயம்

விலை மற்றும் வெளியீடு

மேலே குறிப்பிட்டுள்ளபடி சரியான போட்டி என்பது ஒரு சந்தை அமைப்பாகும். விற்பனையாளர்களின் அதிக எண்ணிக்கையிலான ஒரே மாதிரியான தயாரிப்பு, ஒவ்வொரு விற்பனையாளர் ஒரு மிக மொத்த சப்ளையின் சிறிய பகுதி. எந்தவொரு விற்பனையாளரும் சந்தை விலையில் செல்வாக்கு செலுத்தத் தேவையில்லை. வாங்குபவர் சந்தை விலையை பாதிக்க முடியாது. பரிபூரணமான போட்டிச் சந்தைகளில் சந்தை விலை, சந்தை சக்திகளால் தீர்மானிக்கப்படுகிறது அது சந்தை தேவை மற்றும் சந்தை அளிப்பு. ஒட்டு மொத்தமாக தொழில் கோருதலை சந்தை தேவை குறிக்கிறது இது ஒவ்வொரு நபரின் நுகர்வோர் அல்லது பயனர் வேறு விலைகளில் கோரிக்கையின் அளவு ஆகும். இதே போல், தொழில் துறையில் தனிப்பட்ட நிறுவனங்கள் வழங்கிய அளவை சந்தை வழங்கல் தொகை ஆகும். ஒவ்வொரு தொழில் நிறுவனத்திற்கும் வாங்குபவர்களுக்கும் சந்தை விலை தீர்மானிக்கப்படுகிறது. எனவே, ஒரு போட்டியிடும் சந்தையில் ஒரு விற்பனையாளர் “விலையுயர் வீச்சாளர்” அல்ல, விலைவாசி என்று சொல்லப்படுகிறது.

ஒரு சரியான போட்டி சந்தையில் ஒரு முக்கிய பிரச்சனை லாபம் அதிகரிக்கும் நிறுவனம் அதன் தயாரிப்பு விலையை நிர்ணயிக்க அல்ல இலாபத்தை அதிகபட்சமாக சந்தை உற்பத்திக்கான அதன் வெளியீட்டை சரிசெய்யப்படவேண்டும்.

விலை நிர்ணய முறை - விலை மற்றும் அதன் மாறுபாடு நிலை எடுக்கப்பட்ட நேரத்தில் வழங்கல் நிலையை பொறுத்தது. மாறும் கோரிக்கைக்கு தன்னை மாற்றிக் நிலைமை வேண்டும். எனவே, மூன்று வெவ்வேறு கால கட்டங்களில் சரியான போட்டியின் கீழ் விலை நிர்ணயம் பகுப்பாய்வு செய்யப்படுகிறது.

- (i) சந்தை காலம் அல்லது மிக சிறு ஓட்டம்.
- (ii) சிறு ஓட்டம் மற்றும்
- (iii) நீண்ட ஓட்டம்

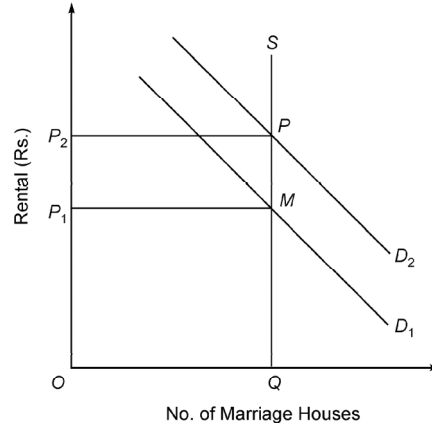
குறுகிய ஓட்டம் மற்றும் நீண்ட ஓட்டம் ஏற்கனவே வரையறுக்கப்பட்டுள்ளது. சந்தையின் காலம் அல்லது மிக குறுகிய காலத்தில், குறிப்பிட்ட அளவு வழங்கப்பட்ட கால அளவைக் குறிப்பிடுவது அல்லது முற்றிலும் வேறுவிதமாகக் கூறினால், விலைக்கு விடையை வழங்குவதற்கு அல்ல, அதாவது, உற்பத்தியை வழங்குவதில் உள்ளமைவு அல்ல. மூன்று வகை காலங்களில் விலை நிர்ணயம் கீழே விவரிக்கப்பட்டுள்ளது.

(i) சந்தை காலத்தில் விலை உறுதிப்பாடு. சந்தை காலத்தில், ஒரு தயாரிப்பு மொத்த வெளியீடு சரி செய்யப்பட்டது. ஒவ்வொரு நிறுவனமும் விற்கப்படும் பொருட்களின் பங்கு உள்ளது. அனைத்து நிறுவனங்களுடனும் இருக்கும் பொருட்களின் பங்கு மொத்த விநியோகத்தை அளிக்கிறது. பங்கு நிலையானது என்பதால், சிக் வளைவு 11.0 (a) படத்தில் SQ இன் படி காட்டப்பட்டுள்ளது. இந்த சூழ்நிலையில், விலை தேவைப்பட்டால் மட்டுமே

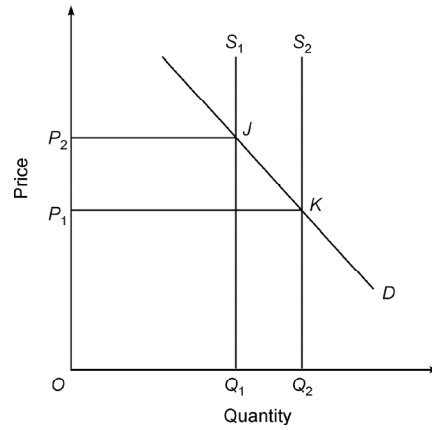
குறிப்புகள்

குறிப்புகள்

விலை நிர்ணயிக்கப்படுகிறது. வழங்கல் செயலற்ற காரணி. உதாரணமாக, திருமணத்தின் ஒரு நகரத்தில் திருமண வீடுகளின் எண்ணிக்கை (அல்லது கூடாரங்கள்) OQ இல் கொடுக்கப்பட்டுள்ளது [(படம் 11.1 (a))] மற்றும் விநியோக வளைவு நேராக செங்குத்து கோடு வடிவத்தை எடுக்கிறது, வரி SQ . திருமண வீடுகளில் (அல்லது கூடாரங்கள்) சராசரியான திருமண பருவத்தில் தேவைப்படும் வளைவு D_1 ஆல் வழங்கப்படுகிறது, $MQ = OP_1$ இல் ஒவ்வொரு திருமண இல்லத்திற்கும் வாடகைக்கு நிர்ணயிக்கும் கோடு முனையத்தில் கோரிக்கை வளைவு மற்றும் சப்ளை வரிசை கூடுகிறது. திருமணம் பருவத்தின் போது திருமணம் செய்து கொள்வது, திருமண வீடுகளுக்கு (அல்லது கூடாரங்கள்) திடீரென்று அதிகரிக்கிறது, ஏனென்றால் பெருமளவிலான பெற்றோர்கள் தங்களுடைய மகன்களையும் மகன்களையும் திருமணம் செய்து கொள்ள முடிவு செய்ததால், அடுத்த சில வருடங்களில் திருமணத்திற்கான நல்ல தேதிகள் கிடைக்கவில்லை. கோரிக்கை, வளைவு D_1 மேலே D_2 மாறுகிறது. சமநிலைப் புள்ளி - தேவை மற்றும் வழங்கல் வளைவுகளுக்கு இடையில் இடைவெளியைக் குறிக்கும் புள்ளியில் இருந்து M க்கு P , மற்றும் திருமண வீட்டின் வாடகைகள் $PQ = OP_2$ க்கு உயரும். அனைத்து வாங்குபவர்களுக்கும் ஒரு அளவுகோல் விலை.



படம் 11.1 (a) தேவை தீர்மானிக்கப்பட்டது சந்தை காலத்தில் விலை



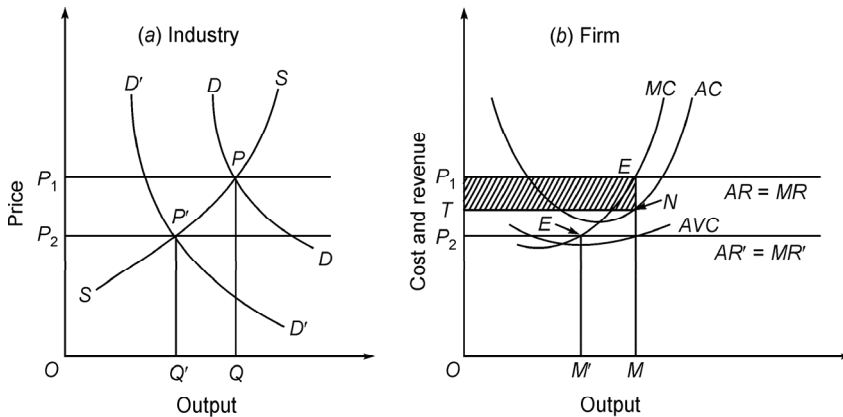
படம் 11.2 (b) வழங்கல் தீர்மானிக்கப்பட்டது சந்தை காலத்தில் விலை

அதேபோல், வறட்சி, வெள்ளம் (விவசாய பொருட்களின் விஷயத்தில்) மற்றும் உற்பத்தியின் ஏற்றுமதி திடீரென்று அதிகரிப்பது போன்ற காரணங்களுக்காக திடீரென அதன் விநியோகத்தை திடீரென குறைத்து விட்டால், அத்தகைய பொருட்களின் விலைகள் உயரும். எடுத்துக்காட்டாக, வெங்காயம் விலை கிலோ ரூபாய் 12 க்கு 36 கிலோ வரை டில்லியில் விலை உயர்ந்துள்ளது. 1998 இல் வெங்காயம் ஏற்றுமதி காரணமாக, விநியோக விலை நிர்ணயிக்கப்பட்ட விலையில், சப்ளை வளைவு, குறைந்த விலையில் பொருட்களின் விலையில் அதிகரித்து வருவதாகும். இந்த நிகழ்வு படம் 11.1 (b) இல் விளக்கப்பட்டுள்ளது. தேவை வளைவு (D) மற்றும் விநியோக வளைவு (S_2) கொடுக்கப்பட்டால், விலை OP_1 இல் நிர்ணயிக்கப்படுகிறது. கோரிக்கை வளைவு அதே மீதமுள்ள, விநியோக வீழ்ச்சி S_1 க்கு இடப்புறமாக வழங்கல் வளைவு மாற்றம் செய்கிறது. இதன் விளைவாக OP_1 லிருந்து OP_2 வரை விலை அதிகரிக்கிறது.

மிக குறுகிய கால சந்தைகளின் பிற உதாரணங்கள் தினசரி மீன் சந்தைகள், பங்கு சந்தைகள், தினசரி பால் சந்தை, இயற்கை சீற்றம் ஒரு காலத்தில் சவப்பெட்டி சந்தைகள், தொற்றுநோய் போது சில அத்தியாவசிய மருந்துகள், முதலியவை.

(ii) குறுகிய-இயக்கத்தில் விலை. குறுகிய கால இயக்கம் வரையறைக்குட்பட்டது, நிறுவனங்கள் தங்கள் உற்பத்தி அளவை மாற்றவோ அல்லது விலக்கவோ முடியாது, புதிய நிறுவனங்கள் தொழில் நுட்பத்தில் நுழைய முடியாது. சந்தை காலத்தில் (அல்லது மிக குறுகிய ஓட்டம்) முற்றிலும் சரி செய்யப்படும் போது குறுகிய காலத்தில், அதிகரிக்கும் உள்ளீடுகளை வழங்குவதன் மூலம் (உற்பத்தி) வழங்குவதை அதிகரிக்க முடியும். எனவே குறுகிய காலத்தில், விநியோக வளைவு மீள் உள்ளது.

11.2 (a) சந்தை விலை மற்றும் நிறுவனத்தின் சமநிலைக்கு நிறுவனங்களின் வெளியீட்டின் சரிசெய்தல் படம் 11.2 (b) இல் காட்டப்பட்டுள்ளது. 11.2 (a) தேவைப்பாடு வளைவு DD மற்றும் விநியோக வளைவு SS , விலை OP_1 அல்லது PQ . மூலம் தொழில் துறைக்கான விலை நிர்ணயத்தைக் காட்டுகிறது. இந்த தொழில் துறையில் உள்ள அனைத்து நிறுவனங்களுக்கும் விலை நிர்ணயிக்கப்படுகிறது.



படம் 11.2 குறுகிய காலத்தில் சரியான போட்டி கீழ் விலை

குறிப்புகள்

குறிப்புகள்

விலை $PQ (= OP_1)$ கொடுக்கப்பட்டால், ஒரு தனி நிறுவனம் இந்த விலையில் எந்த அளவையும் உற்பத்தி செய்து விற்க முடியும். ஆனால் எந்த அளவும் அதிகபட்ச இலாபத்தை அளிக்காது. அவற்றின் விலை வளைவுகள் கொடுக்கப்பட்டால், நிறுவனங்கள் அவற்றின் வெளியீட்டை PQ க்கு மாற்றுவதற்கு அவசியமாகின்றன, இதனால் அவர்கள் இலாபத்தை அதிகரிக்கின்றனர்.

நிறுவனத்தின் வெளியீடு உறுதிப்பாடு மற்றும் அதன் சமநிலை செயல்முறை படம் 11.2 (b) இல் காட்டப்பட்டுள்ளது. $MR = MC$ எனப்படும் வெளியீட்டின் மட்டத்தில் லாபம் அதிகபட்சம். என்பதால் விலை PQ , நிறுவனத்தின் $AR = PQ$ இல் சரி செய்யப்பட்டது. AR நிலையானதாக இருந்தால், $MR = AR$. நிறுவனத்தின் $MR = AR$ வரிசை மூலம் காட்டப்பட்டுள்ளது. நிறுவனத்தின் மேல் நோக்கிய சாய்வு MC வளைவு $AR = MR$ புள்ளியை E . புள்ளியில் $E, MR = MC$ இல் பிரிக்கிறது. புள்ளி E , எனவே, நிறுவனத்தின் சமநிலை புள்ளி ஆகும். வரி E இருந்து வெளிப்பாடு அச்சுக்கு வரையப்பட்ட ஒரு ஒழுங்குமுறை, வரி EM ஐக் காட்டியுள்ள படி, OM இல் லாப-அதிகபட்ச மயமாக்கல் வெளியீட்டை நிர்ணயிக்கிறது. இந்த வெளியீட்டில் நிறுவனத்தின் $MR = MC$. இது அதிகபட்ச இலாபத்தின் தேவையான நிலைமையை பூர்த்தி செய்கிறது. மொத்த அதிகபட்ச இலாபமானது P_1TNE பகுதியால் காட்டப்பட்டுள்ளது.

இலாபம் = $(AR - AC) Q$. 11.2(b), $AR = EM; AC = NM$ மற்றும் $Q = OM$. இந்த மதிப்புகளை இலாப சமன்பாட்டில் மாற்றுதல், நாம் லாபம் = $(EM - NM) OM$ பெறுகிறோம். $EM - NM = EN$, லாபம் = $EN \times OM = P_1TNE$ என்பதிலிருந்து. குறுகிய காலத்தில், விலை மற்றும் செலவு வளைவுகள் கொடுக்கப்பட்ட அதிகபட்ச சூப்பர் நேச்சரல் இலாபமாகும்.

நிறுவனங்கள் குறுகிய காலத்தில் இழப்புக்களை ஏற்படுத்தக்கூடும்:
நிறுவனங்கள் மிக அதிக லாபம் சம்பாதிக்கும் போது, குறுகிய காலத்திற்குள் நிறுவனங்கள் இழப்புகளை ஏற்படுத்தும் சூழ்நிலைகள் இருக்கலாம். உதாரணமாக, DD .இலிருந்து கோரிக்கை வளைவில் கீழ் நோக்கிய மாற்றத்தின் காரணமாக சந்தை விலை $P'Q'$ க்கு குறைவாக இருந்தால், இது நிகழலாம். [படம் 11.2 (a)]. நிறுவனங்கள் E' ல் ஒரு புதிய சமநிலையை எட்டும் வரை இது வெளியீட்டு மாற்றங்களை ஒரு செயல் முறைக்கு கட்டாயப்படுத்தும். இங்கே மீண்டும் நிறுவனத்தின் $AR' = MR' = MC$. ஆனால், 11.2 (பி) நிகழ்ச்சிகள், $AR < AC$. எனவே, நிறுவனங்களுக்கு ஒரு இழப்பு ஏற்படும். ஆனால் குறுகிய காலத்தில், உற்பத்தியை மூடுவதற்கு விரும்பத்தக்கதாக இருக்க முடியாது, நிறுவனங்கள் இழப்புகளை குறைக்க முயற்சிக்கின்றன, அவற்றின் வெளியீடு கீழ்நோக்கி OM' வழக்கு மாற்றுவதால், அதன் MC ஐ உள்ளடக்கியிருக்கும், அதாவது $E'M'$. அவர்கள் MC . வை மறைப்பதற்கு நீண்ட காலம் வரை நிறுவனங்கள் தப்பிப்பிழைக்கின்றன.

குறுகிய காலத்தில், போட்டியிடும் சந்தையில் ஒரு நிறுவனம் பொருளாதார இலாபத்தை சம்பாதிக்க ஒரு நிலையில் இருக்கலாம் என்பதை இங்கே குறிப்பிடத்தக்கது. இது நஷ்டங்களை ஈடு செய்ய வேண்டிய கட்டாயம். ஏற்படுகிறது உற்பத்திக்கான சந்தை விலை தீர்மானிக்கப்பட்டவுடன், அது அனைத்து நிறுவனங்களுக்கும் வழங்கப்படுகிறது. விலைகளை பாதிக்கும் அளவுக்கு அதிகமான நிறுவனம் இல்லை. ஒரு நிறுவனம் அதன் விலையின்

சந்தை விலையை விடக் குறைவாக இருந்தால், அதன் மொத்த லாபத்தின் ஒரு பகுதியை இழக்க நேரிடலாம், அல்லது இழப்புகளுக்கு ஆளாகும். சந்தை விலையை விட அதன் உற்பத்தியின் விலை உயர்த்தப்பட்டால், போட்டித்திறன் மிக்க சந்தையில் அதன் உற்பத்தியை விற்க ஒரு நிறுவனத்தின் ஒரே விருப்பம் கொடுக்கப்பட்ட விலையில் விற்க முடிந்த அளவுக்கு உற்பத்தி செய்ய வேண்டும்.

குறிப்புகள்

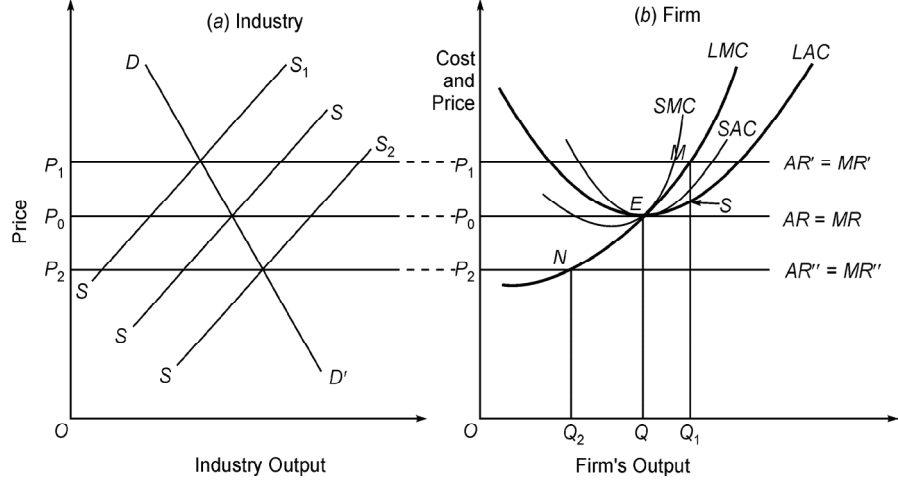
(iii) நீண்ட-இயக்கத்தில் விலையிடல். குறுகிய கால நிலைமைகளுக்கு மாறாக, நீண்ட காலமாக, நிறுவனங்கள் தங்கள் அளவை சரி செய்யலாம் அல்லது தொழில் துறையிலிருந்து வெளியேறலாம் மற்றும் புதிய நிறுவனங்கள் தொழில் நுட்பத்தில் நுழைய முடியும். நீண்ட காலத்தில் சந்தை விலை $AR > AC$. என்று இருந்தால், நிறுவனங்கள் நிறுவனங்கள் பொருளாதார அல்லது சூப்பர் சாதாரண இலாபம் சம்பாதிக்கின்றன. இதன் விளைவாக, புதிய நிறுவனங்கள் தொழில் நுட்பத்தில் ஈர்க்கப்பட்டு, கொடுக்கப்பட்ட விலையில் சந்தை விநியோகத்தில் அதிகரிக்கும். சந்தை விநியோகத்தில் அதிகரிப்பு விநியோக வளைவில் வலது புறமாக மாற்றத்தை ஏற்படுத்துகிறது. இதே போல், $AR < AC$ பின் நிறுவனங்கள் இழப்புக்களை ஏற்படுத்தும். எனவே, சந்தை விநியோகத்தில் ஏற்படும் குறைவு காரணமாக தொழில் நிறுவனங்கள் விலகி நிற்கின்றன. இது விநியோக வளைவில் இடது புறமுள்ள மாற்றத்தை ஏற்படுத்துகிறது. விநியோக வளைவில் உள்ள வலதுபுறம் மாற்றமானது விலை கீழே இழுக்கிறது மற்றும் அதன் இடது புறம் மாற்றத்தை அது தள்ளுகிறது. $AR = AC$ மற்றும் நிறுவனங்கள் சாதாரண இலாபத்தை மட்டுமே சம்பாதிப்பதாக விலை நிர்ணயிக்கப்படும் வரை இந்த செயல் முறை தொடர்கிறது.

தனிப்பட்ட நிறுவனங்களின் நீண்டகால மற்றும் வெளியீடு சரிசெய்யலில் விலை உறுதிப்பாடு படம் 11.3 (a) மற்றும் (b)

நீண்ட கால கோரிக்கை வளைவு வளைவு DD' . குறுக்கு வழி வழங்கல் வளைவு வளைவு SS_1 மூலமாக வழங்கப்படுகிறது மற்றும் விலை நிர்ணயிக்கப்படுகிறது OP_1 . தொழிற்சாலை அனைத்து நிறுவனங்களும் ஒரே மாதிரியான LAC ஐ எதிர் கொள்வதாகவும், 11.3 (b) படத்தில் காட்டப்பட்டுள்ளபடி LMC வளைவுகள். சந்தை விலை OP_1 இல், அனைத்து நிறுவனங்களும் காணப்படுகின்றன. புள்ளி (b) புள்ளியில் M புள்ளியில் அவர்களின் சமநிலை. சமநிலை புள்ளியில் M , $OP_1 = AR' = MR' = LMC$. விலை மற்றும் செலவுகளை வைத்து, நிறுவனங்கள் ஒரு பொருளாதாரத்தை உருவாக்குகின்றன. யூனிட் ஒன்றுக்கு இலாபம். மிக அதிக இலாபமானது மற்ற நிறுவனங்களை தொழில் நிறுவனத்திற்கு ஈர்க்கிறது. இதன் விளைவாக, தொழில் வழங்கல் வளைவு SS_2 க்கு வலதுபுறமாக மாற்றப்படுகிறது. ஒரு வீழ்ச்சி ஏற்படுகிறது, OP_2 க்கு விலை. இந்த விலையில், நிறுவனங்கள் மட்டுமே $LMC (= NQ_2)$ மணிக்கு வெளியீடு OQ_2 $AR = LAC$. இழப்புகள் ஏற்படும் நிறுவனங்கள் நீண்ட காலமாக வாழ முடியாது. எனவே அத்தகைய நிறுவனங்கள் தொழில் துறையை விட்டு வெளியேறுகின்றன. எனவே இதன் விளைவாக, தொழிற் துறையில் மொத்த உற்பத்தி ஒரு இடதுபுறம் மாற்றத்தை ஏற்படுத்துகிறது SS வளைவின் நிலைக்கு, விநியோக வளைவு கூறுகிறது. விலை OP_0 இல் தீர்மானிக்கப்படுகிறது. தற்போதுள்ள நிறுவனங்கள் தங்கள் வெளியீட்டை புதிய சந்தை விலை OP_0 க்கு மாற்றுகின்றன சமநிலை வெளியீடு OQ எங்கே புள்ளியில் $\#$ புதிய சமநிலை. வெளியீடு OQ இல், இந்த வெளியீட்டில், OP_0 என்பதால் நிறுவனங்கள் சாதாரண இலாபம்

குறிப்புகள்

மட்டுமே பெறும் நிலையில் உள்ளன $= AR = MR = LMC = LAC (= EQ)$. பொருளாதார லாபம் சம்பாதிக்க ஒரு நிறுவனம் இல்லை, எந்தவொரு நிறுவனமும் இழப்பை ஏற்படுத்துவதில்லை. எனவே, புதிய நிறுவனங்களின் போக்கு தொழில் நுட்பத்திற்குள் நுழைந்து, தற்போதுள்ளவர்கள் வெளியே வருகிறார்கள். இந்த விலை வெளியீட்டில், தனிப்பட்ட நிறுவனங்கள் மற்றும் தொழில் ஆகியவை நீண்டகால சமநிலையில் உள்ளன.



படம் 11.3 நீண்டகாலத்தில் சரியான போட்டியில் கீழ் விலை

11.3 தூய ஏகபோக விலை நிர்ணயம்

தூய ஏகபோகம் என்ற சொல் ஒரு பொருளின் ஒரு முழுமையான சக்தியாக இருக்க வேண்டும் என்பதே பொருள். வேறு வார்த்தைகளில் கூறுவதனால், ஒரு ஏகபோக மாதிரியானது, அதில் ஒரு விற்பனையாளரை மட்டுமே நெருக்கமான மாற்றீட்டில்லை. ஒரு ஏகபோக தயாரிப்புக்கு தேவைப்படும் குறுக்கு நெகிழ்ச்சி தன்மை பூஜ்யம் அல்லது எதிர்மறையாகும். ஒரு ஏகபோக தொழிலாளது ஒரு தனி நிறுவனமாகும். நிறுவனம் மற்றும் தொழில் ஒரு ஏகபோக அமைப்பில் ஒரே மாதிரியானவை. ஏகபோக தொழிலில், ஏகபோக நிறுவனத்தின் சமநிலை, தொழில்சார் சமநிலையை குறிக்கிறது.

இருப்பினும், ஏகபோகத்தின் துல்லியமான வரையறை கருத்து மற்றும் நோக்கம் கொண்டதாகும். உதாரணமாக, மேலாண்மையில் பொருளாதாரம் குறித்த குறிப்பிடத்தக்க அதிகாரம் உடைய ஜோயல் டீல் கருத்துப்படி, ஒரு ஏகபோக சந்தை என்பது “நீடித்த தனித்துவத்தின் ஒரு தயாரிப்பு, விற்பனை செய்யப்படுகிறது. ஏகபோகப்பட்ட உற்பத்தியானது அதன் வாங்குபவர்களிடமிருந்து அங்கீகரிக்கப்பட்ட தனித்துவமான இயற்பியல் பண்புகள் மற்றும் தனித்துவமானது பல ஆண்டுகளாக நீடிக்கும். இத்தகைய ஒரு வரையறை நடைமுறை முக்கியத்துவம் வாய்ந்ததாக இருந்தால், பெரும்பாலான பொருட்களின் பற்றாக்குறை மாறுபடும் என்பதையும், பயனர்கள் அவர்களுக்கு இடையில் வேறுபடுத்தி, ஒரு பொருளுக்கு ஒரு பொருளை ஏற்க அல்லது மறுக்க வேண்டும். தூய ஏகபோகத்தின் மற்றொரு கருத்து நூர். ஏகபோகத்தைச் சேர்ந்த அனைத்து பொருட்களையும் சேவைகளையும் ஏகபோக உரிமை என்று சேம்பர்ரின் அறிவார். ஆனால் அத்தகைய ஏகபோகம்

எப்போதும் இருந்ததில்லை, எனவே அவருடைய வரையறை கேள்விக்குரியது. சில ஆசிரியர்களின் கருத்துப்படி, ஒரு சறுக்கல் கோரிக்கை வளைவை எதிர்கொள்ளும் எந்த நிறுவனமும் ஒரு ஏகபோகியாகும். இந்த வரையறை, எனினும், சரியான போட்டி கீழ் அனைத்து வகையான நிறுவனங்களும் அடங்கும். எமது நோக்கத்திற்காக, தூய ஏகபோகத்தின் பொதுவான வரையறையை நாங்கள் பயன்படுத்துகிறோம் அதாவது, ஒரு நிறுவனம்,

குறிப்புகள்

11.3.1 ஏகபோகங்களின் வகை மற்றும் காரணங்கள்

ஒரு ஏகபோக நிறுவனத்தின் எழுச்சி மற்றும் உயிர்வாழ்வானது, தொழிற்சாலைகளில் மற்ற நிறுவனங்களின் நுழைவுகளை தடுக்கிறது ஏற்கனவே உள்ளவர்களை அகற்றும் காரணிகளைக் குறிக்கிறது. நுழைவுக்கான தடைகள், எனவே, ஏகபோக அதிகாரத்தின் முக்கிய ஆதாரங்கள். நுழைவுக்கான முக்கிய தடைகள்:

- (i) புதிய நிறுவனங்களின் நுழைவுக்கான சட்ட வரம்புகள் அல்லது தடைகள்
- (ii) பற்றாக்குறை மற்றும் முக்கிய மூலப்பொருட்களின் வழங்கல் மீதான ஒரே கட்டுப்பாடு
- (iii) உற்பத்தி மற்றும் உற்பத்தி திறன்
- (iv) அளவிலான பொருளாதாரங்கள்.

(i) சட்ட கட்டுப்பாடுகள். சில ஏகபோகங்கள் பொது ஆர்வத்தில் சட்டத்தால் உருவாக்கப்படுகின்றன. இந்தியாவில் பொது பயன்பாட்டு துறையில் முந்தைய ஏகபோகங்கள், எ.கா., அஞ்சல், தந்தி மற்றும் தொலைபேசி சேவைகள், தொலைத்தொடர்பு சேவைகள், மின்சாரம் உற்பத்தி, இந்திய இரயில்வேக்கள், இந்திய ஏர்லைன்ஸ் மற்றும் மாநிலத் திணைக்களங்கள் ஆகியவை பொது ஏகபோகங்களாகும். இந்த தொழில்களுக்கு நுழைவது சட்டத்தால் தடுக்கப்பட்டது. இப்போது இந்த தொழில்களில் பெரும்பாலானவை படிப்படியாக தனியார் துறையிலும் திறக்கப்படுகின்றன. மேலும், தனியார் துறையிலுள்ள ஏகபோகங்களை அரசும், உரிமம் அல்லது காப்புரிமை மூலம் உருவாக்கலாம், அவை உற்பத்தி செலவுகளை குறைந்தபட்ச அளவிற்கு குறைப்பதன் மூலம் மற்றும் தொழில்நுட்ப கண்டுபிடிப்புகளில் முதலீடு செய்வதற்கான வாய்ப்பையும் சாத்தியத்தையும் காட்டுகின்றன. இத்தகைய ஏகபோக உரிமைகள் தனியுரிமை ஏகபோகங்கள் என அழைக்கப்படுகின்றன.

(ii) முக்கிய மூலப்பொருட்களை கட்டுப்படுத்துதல். சில பொருட்களின் உற்பத்திக்காக சில எ.கா., பாக்கைட், கிராஃபைட், டயமண்ட் முதலியன சில அரிசி மற்றும் முக்கிய மூலப்பொருட்களின் மீதான பாரம்பரிய கட்டுப்பாட்டின் காரணமாக சில நிறுவனங்கள் ஏகபோக அதிகாரத்தை பெறுகின்றன. உதாரணமாக, அமெரிக்காவின் அலுமினியம் கம்பெனி அலுமினிய தொழிற்சாலை ஏகபோகத்தை இரண்டாம் உலகப்போரின் காரணமாக, கிட்டத்தட்ட அனைத்து பாகோசைட் சப்ளைகளிலும் இது கட்டுப்பாட்டை பெற்றது. இத்தகைய ஏகபோகங்கள் பெரும்பாலும் “மூலப்பொருள் ஏகபோகங்கள்” என்று அழைக்கப்படுகின்றன. இந்த வகையான ஏகபோகங்கள் உற்பத்திக்கான உத்தியை பற்றிய சில குறிப்பிட்ட அறிவாற்றல் மீது ஏகபோகம் காரணமாக வெளிப்படுகின்றன.

குறிப்புகள்

(iii) உற்பத்தி திறன். உற்பத்தியில் திறன், குறிப்பாக அபூரண சந்தையின் கீழ், நீண்ட அனுபவம், புதுமையான திறன், நிதி வலிமை, குறைந்த செலவில் சந்தை நிதி கிடைப்பது, குறைந்த மார்க்கெட்டிங் செலவுகள், நிர்வாக திறமை ஆகியவற்றின் விளைவாக இருக்கலாம். உற்பத்தியில் உற்பத்தி திறன் குறைகிறது. இதன் விளைவாக, ஒரு நிறுவனத்தின் போட்டித்திறன் வலிமையை அதிகரிக்கிறது, போட்டி நிறுவனங்களை அகற்றவும் ஏகபோக உரிமையைப் பெறவும் முடியும். அத்தகைய நிறுவனங்கள் அரசாங்கத்தின் ஆதரவையும் பாதுகாப்பையும் பெற முடியும்.

(iv) அளவின் பொருளியல். கட்டுப்பாடற்ற சந்தைகளில் ஏகபோகங்களின் வெளிப்பாடு மற்றும் இருப்புக்கான ஒரு முதன்மை மற்றும் தொழில்நுட்ப காரணியாகும் பொருளாதாரத்தின் அளவுகள். ஒரு நிறுவனத்தின் நீண்டகால குறைந்தபட்ச உற்பத்தி அல்லது அதன் மிக அதிக அளவிலான உற்பத்திகள் சந்தையின் அளவை ஒத்துக்கொண்டால், பெரிய அளவிலான நிறுவனம் நீண்ட காலத்திற்கு லாபத்தை லாபகரமாக அதன் ஒட்டம் ஏகபோகம் நிறுவப்பட்டவுடன், புதிய நிறுவனங்கள் தொழில் நுட்பத்திற்குள் நுழைந்து தப்பித்துக்கொள்வது கிட்டத்தட்ட சாத்தியமற்றது. இந்த காரணிகாரணமாக உருவாக்கப்பட்ட ஏகபோகங்கள் இயற்கை ஏகபோகங்கள் என அழைக்கப்படுகின்றன. ஒரு இயற்கையான ஏகபோகம் திறனுடைய தொழில் நுட்ப நிலைமைகளில் இருந்து வெளிப்படலாம் அல்லது திறமையின் அடிப்படையில் சட்டத்தால் உருவாக்கப்படும்.

11.3.2 விலை மற்றும் வெளியீடு முடிவு: குறுகிய பகுப்பாய்வு

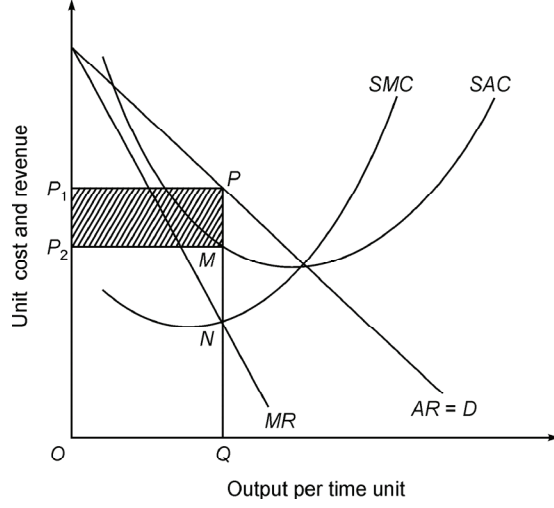
சரியான போட்டியின் போது, ஏகபோகத்தின் கீழ் விலை மற்றும் வெளியீடு முடிவுகள், வருவாய் மற்றும் விலை நிலைமைகள் ஆகியவற்றின் மூலம் லாபம் அதிகரிக்கும் கருதுகோளை அடிப்படையாகக் கொண்டவை. செலவு நிலைமைகள் என்றாலும், AC மற்றும் MC . வளைவுகள், போட்டியிடும் மற்றும் ஏகபோக சந்தைகளில் பொதுவாக ஒரே மாதிரியானவை, வருவாய் நிலைகள் வேறுபடுகின்றன. வருவாய் நிலைமைகள், அதாவது AR மற்றும் MR வளைவுகள், ஏகபோகத்தின் கீழ் வேறுபட்டவை. ஒரு போட்டி நிறுவனமாக இல்லாமல், ஒரு ஏகபோக நிறுவனம் கீழ் நோக்கிய சறுக்கல் கோரிக்கை வளைவை எதிர் கொள்கிறது. காரணம், ஒரு ஏகபோக உரிமையாளர், விலையை குறைக்கவும், விற்கவும் அல்லது விலையை உயர்த்தவும் சில வாடிக்கையாளர்களை தக்கவைத்துக் கொள்வதற்கான விருப்பத்தையும் சக்தியையும் கொண்டிருக்கிறார். எனவே, விலை-தேவை உறவு கொடுக்கப்பட்டால், ஏகபோகத்தின் கீழ் கோரிக்கை வளைவு ஒரு பொதுவான கீழ் நோக்கிய சாய்வு தேவை வளைவு ஆகும்.

கோரிக்கை வளைவு கீழ்நோக்கி ஓடும் போது, குறு வட்டு (MR) வளைவு AR வளைவுக்கு கீழே உள்ளது, மேலும் தொழில்நுட்ப ரீதியாக, MR வளைவின் சரிவு AR வளைவின் இரு மடங்கு ஆகும்.

ஒரு ஏகபோக நிறுவனத்தால் எதிர் கொள்ளப்பட்ட குறுகியகால வருவாய் மற்றும் செலவு நிலைமைகள் படம் 11.4 இல் காட்டப்பட்டுள்ளன. நிறுவனத்தின் சராசரியும், குறுகலான வருவாய் வளைவுகளும் முறையே AR மற்றும் MR வளைவுகளால் காண்பிக்கப்படுகின்றன, மற்றும் அதன் குறுகிய-சராசரி மற்றும் குறுக்காக வளைவுகள் முறையே SAC மற்றும்

SMC வளைவுகளால் காண்பிக்கப்படுகின்றன. இலாபத்தை அதிகரிக்கும் ஏகபோகத்திற்கான விலை மற்றும் வெளியீடு முடிவெடுக்கும் ஆட்சி, போட்டியிடும் தொழிலில் ஒரு நிறுவனத்திற்கேற்ப உள்ளது

சரியான போட்டியின் கீழ்
வழலை நிர்ணயம்



குறிப்புகள்

படம் 11.4 ஏகபோகியின் கீழ் விலை நிர்ணயித்தல்: குறுகிய ரன்

முன்னர் குறிப்பிட்டபடி, $MC = MR$ என்ற வெளியீட்டின் மட்டத்தில் லாபம் அதிகரிக்கப்படுகிறது. இலாப அதிகரிப்பின் நிலையில், ஒரு லாபத்தை அதிகரிக்கும் ஏகபோக நிறுவனம், $MR = SMC$ என்ற விலை-வெளியீடு கலவை ஒன்றைத் தேர்ந்தெடுக்கிறது. படம் 11.4, அதன் MR மற்றும் SMC . இல் உள்ள நிறுவனத்தின் செலவு மற்றும் வருவாய் வளைவுகள் புள்ளி N இல் X - அச்சில் இருந்து வரையப்பட்ட ஒரு ஒழுங்கு முறை, OQ இல் நிறுவனத்தின் லாபத்தை அதிகப்படுத்தும் வெளியீடு தீர்மானிக்கிறது. இந்த வெளியீட்டில், நிறுவனத்தின் $MR = SMC$. தேவை வளைவு ($AR = D$) க்கு NQ ஐ ஒழுங்குபடுத்துவது PQ இல் லாபத்தை அதிகரிக்கும் விலைக்கு அளிக்கிறது. அதாவது கோரிக்கை வளைவு கொடுக்கப்பட்டால், வெளியீடு OQ ஒரு நேர அலகுக்கு ஒரே ஒரு விலையில் விற்கலாம், அதாவது $PQ (= OP_1)$. இதனால், வெளியீட்டின் உறுதிப்பாடு ஏகபோக நிறுவனத்திற்கான விலையை ஒரே நேரத்தில் தீர்மானிக்கிறது. ஒருமுறை விலை நிர்ணயிக்கப்பட்டவுடன், அலகு மற்றும் மொத்த இலாபங்கள் ஒரே நேரத்தில் தீர்மானிக்கப்படுகின்றன. எனவே, ஏகபோக நிறுவனமானது சமநிலை நிலையில் உள்ளது.

வெளியீடு OQ மற்றும் விலை PQ இல், ஏகபோக நிறுவனம் அதன் அலகு மற்றும் மொத்த லாபத்தை அதிகரிக்கிறது. அதன் ஒரு அலகு ஏகபோகம் அல்லது பொருளாதார லாபம் (அதாவது, $AR - SAC$) $PQ - MQ = PM$ க்கு சமம். அதன் மொத்த லாபம், $\pi = OQ \cdot PM$. $OQ = P_2M > \pi = P_2M \cdot PM =$ பகுதி P_1PMP_2 ஷேடட் செவ்வக மூலம் காட்டப்பட்டுள்ளது. குறுகிய காலத்தில், செலவு மற்றும் வருவாய் நிலைமைகள் மாற்ற மடையாததால், ஏகபோக நிறுவனத்தின் சமநிலை நிலையானதாக இருக்கும்.

11.3.3 ஏகபோகத்தின் விலை மற்றும் வெளியீடு தீர்மானித்தல்: இயற்கணித தீர்வு

குறுகிய காலத்தில் ஒரு ஏகபோக நிறுவனத்தால் விலை மற்றும் வெளியீடு ஆகியவற்றின் உறுதிப்பாடு வரைபடத்திற்கு மேலே விளக்கப்பட்டுள்ளது (படம்

குறிப்புகள்

பார்க்க 11.4). இங்கே, நாம் ஏகபோகத்தின் கீழ் சமநிலை விலை உற்பத்தியைத் தீர்மானிக்கும் பிரச்சினைக்கு ஒரு இயற்கணித தீர்வை வழங்குகிறோம்.

ஒரு ஏகபோக நிறுவனத்திற்கான தேவை மற்றும் மொத்த விலைச் செயல்பாடுகள் பின்வருமாறு கொடுக்கப்பட்டிருக்க வேண்டும்.

$$\text{தேவை செயல்பாடு: } Q = 100 - 0.2P \quad (11.1.1)$$

$$\text{விலை செயல்பாடு: } P = 500 - 5Q \quad (11.1.2)$$

$$\text{செலவு செயல்பாடு: } TC = 50 + 20Q + Q^2 \quad (11.2)$$

ஏகபோக நிறுவனத்திற்கு முன்னால் உள்ள பிரச்சனை, லாபத்தை அதிகபட்சமாக வெளியீடு மற்றும் விலையைக் கண்டறிவதாகும். பிரச்சனை பின்வருமாறு தீர்க்கப்பட முடியும்.

MR மற்றும் MC ஐ சமப்படுத்துகின்ற வெளியீட்டில் அதிகபட்சம் லாபம் என்று நமக்குத் தெரியும். எனவே, முதல் கட்டமாக MR மற்றும் MC . MR மற்றும் MC ஆகியவை முறையே TR மற்றும் TC . செயல்பாடுகளின் முதல் வகைப்பாடு ஆகும் என்பதை நாம் முன்னர் குறிப்பிட்டிருக்கிறோம். TC செயல்பாடு கொடுக்கப்பட்டுள்ளது, ஆனால் TR செயல்பாடு இல்லை. எனவே, முதலில் TR செயல்பாடு கண்டுபிடிக்கலாம். எங்களுக்கு தெரியும்.

$$TR = P \cdot Q$$

$$P = 500 - 5Q \text{ என்பதால், பதிலீடாக, நாம் பெறுகிறோம்}$$

$$TR = (500 - 5Q) Q$$

$$TR = 500Q - 5Q^2 \quad (11.3)$$

TR செயல்பாடு (11.3) கொடுக்கப்பட்டால், செயல்பாட்டை வகைப்படுத்துவதன் மூலம் MR பெறலாம்.

அதேபோல் TC செயல்பாடு (11.2) வேறுபடுத்துவதன் மூலம் MC ஐ பெறலாம்.

இப்போது MR மற்றும் MC தெரிந்திருக்கின்றன, லாப பெருமளவிலான வெளியீடு எளிதில் பெற முடியும். $MR = MC$ மேலே கொடுக்கப்பட்ட,

$$MR = 500 - 10Q$$

மற்றும்

$$MC = 20 + 2Q$$

பதிலீடாக, லாபத்தை அதிகபட்சமாக வெளியீடு செய்வோம்,

$$MR = MC$$

$$500 - 10Q = 20 + 2Q$$

$$480 = 12Q$$

$$Q = 40$$

வெளியீடு $Q = 40$ என்பது லாபத்தை அதிகரிக்கும் வெளியீடு ஆகும்.

இப்போது விலை அதிகபட்சம் (11.1.2) Q க்கு $Q = 40$ க்கு பதிலாக இலாப அதிகரிப்பு விலை பெறலாம்.

$$\text{இதனால், } P = 500 - 5(40) = 300$$

லாபம் அதிகரிக்கும் விலை 300 ஆகும்.

மொத்த லாபம் (π) பின்வருமாறு பெறலாம்.

$$\pi = TR - TC$$

பதிலீடு மூலம், நாம் பெறுகிறோம்

$$\begin{aligned}\pi &= 500Q - 5Q^2 - (50 + 20Q + Q^2) \\ &= 500Q - 5Q^2 - 50 - 20Q - Q^2\end{aligned}$$

இலாபத்தை அதிகரிக்கும் வெளியீட்டை மாற்றுவதன் மூலம் (40) கழ்ச Q , நாம் பெறுகிறோம்

$$\begin{aligned}\pi &= 500(40) - 5(40)(40) - 50 - 20(40) - (40^2) \\ &= 20,000 - 8,000 - 50 - 800 - 1600 = 9,550\end{aligned}$$

மொத்த அதிகபட்ச லாபம் ₹9,550 ஆகும்.

ஒரு ஏகபோக நிறுவனம் எப்போதும் பொருளாதார லாபம் சம்பாதிக்க வேண்டுமா?

ஒரு ஏகபோக நிறுவனம் எப்பொழுதும் ஒரு பொருளாதார அல்லது மிகப்பெரிய லாபம் சம்பாதிப்பது நிச்சயம் இல்லை. ஒரு ஏகபோக நிறுவனம் பொருளாதார இலாபம் அல்லது சாதாரண இலாபம் அல்லது ஊதிய இழப்பு ஆகியவற்றைப் பொருத்துகிறதா என்பதைப் பொறுத்து அமைகிறது.

- அதன் செலவு மற்றும் வருவாய் நிலைமைகள்
- போட்டியாளர்களிடமிருந்து வரும் அச்சுறுத்தல்கள் மற்றும்
- ஏகபோகம் சம்பந்தமாக அரசாங்க கொள்கை.

ஒரு ஏகபோக நிறுவனம் $MR = MC$ என்ற வெளியீட்டின் மட்டத்தில் செயல்பட்டுக் கொண்டால், அதன் இலாபம் AR மற்றும் AC இன் சார்பு நிலைகளை சார்ந்துள்ளது. வெளியீட்டின் அளவு கொடுக்கப்பட்டால், அதில் மூன்று சாத்தியக் கூறுகள் உள்ளன.

- $AR > AC$ என்றால், நிறுவனத்திற்கு பொருளாதார லாபம் உள்ளது,
- $AR = AC$ இருந்தால், நிறுவனம் சாதாரண இலாபத்தை மட்டுமே சம்பாதிக்கின்றது
- $AR < AC$, ஒரு தத்துவார்த்த வாய்ப்பாக இருந்தாலும், நிறுவனம் இழப்புக்களை ஏற்படுத்தும்.

11.3.4 நீண்ட இயக்கத்தில் ஏகபோக விலை மற்றும் வெளியீடு முடிவு

நீண்டகாலத்தில் உகந்த வெளியீடு மற்றும் விலையிடல் பற்றிய முடிவு விதிகள் குறுகிய காலத்தில் ஒரே மாதிரியாகவே இருக்கும். ஆயினும் நீண்ட காலமாக, ஒரு ஏகபோக உரிமையாளர் தனது நீண்டகால லாபத்தை அதிகரிக்க வேண்டி ஒரு நோக்கத்துடன் தனது நிறுவனத்தின் அளவுகளை விரிவுபடுத்துவதற்கான வாய்ப்பை பெறுகிறார். ஆலை அளவின் விரிவாக்கம், (a) சந்தையின் அளவு, (b) எதிர்பார்த்த பொருளாதார லாபம் மற்றும் (c) சட்டப்பூர்வ கட்டுப்பாடுகள் பெறுவதற்கான ஆபத்து போன்ற நிபந்தனைகளுக்கு உட்பட்டிருக்கலாம். இந்த நிபந்தனைகளில் ஏதேனும்

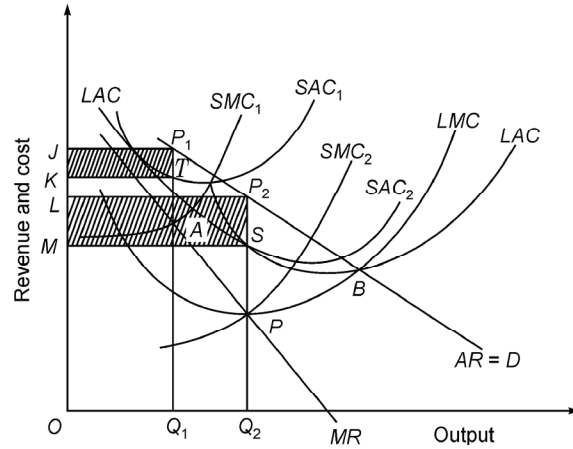
குறிப்புகள்

குறிப்புகள்

ஒரு ஏகபோக நிறுவனத்தை விரிவுபடுத்துவதோடு, நீண்ட காலத்தில் விலை மற்றும் வெளியீடு தீர்மானத்தை விவாதிக்கவும் இல்லை என்று நாம் கருதிக்கொள்வோம்.

ஏகபோக நிறுவனத்தின் சமநிலை மற்றும் நீண்ட காலத்தில் அதன் விலை மற்றும் வெளியீடு உறுதிப்பாடு படம் 11.5 இல் காட்டப்பட்டுள்ளது. AR மற்றும் MR வளைவுகள் சந்தை கோரிக்கை மற்றும் ஏகபோக நிறுவனத்தால் எதிர் கொள்ளும் சிறிய வருமான நிலைமைகள் ஆகியவற்றைக் காட்டுகின்றன. LAC மற்றும் LMC நீண்டகால செலவு நிலைமைகளை காட்டுகின்றன. 11.5 ல், இது ஏகபோகத்தின் LMC மற்றும் MR ஆகிய இடத்தில் லாப பெருமளவிலான வெளியீட்டை தீர்மானிக்கும் புள்ளியில் பிரிக்கப்படும். AR வளைவு கொடுக்கப்பட்டால், மொத்த வெளியீடு OQ_2 விற்கப்படும் விலை P_2Q_2 ஆகும். எனவே, நீண்ட கால, சமநிலை வெளியீடு OQ_2 மற்றும் விலை P_2Q_2 இருக்கும். இந்த வெளியீடு-விலை கூட்டு ஏகபோகத்தின் நீண்டகால இலாபத்தை அதிகரிக்கிறது மொத்த நீண்ட இலாபம் $LMSP_2$ செவ்வக மூலம் காட்டப்பட்டுள்ளது.

இது குறுகிய கால சமநிலை படம் 11.5 காணலாம், ஒரு பெரிய வெளியீட்டை உருவாக்குகிறது மற்றும் குறைந்த விலையை வசூலிக்கிறது. குறுகிய காலத்தில், ஏகபோக சமநிலை புள்ளி A தீர்மானிக்கப்பட்டது, SMC_1 எந்த புள்ளியில் MR வளைவைப் பிரிக்கிறது. இதனால், ஏகபோகத்தின் குறுகிய ஓட்டம் சமநிலை வெளியீடு OQ_1 ஆகும். நீண்ட கால வெளியீட்டை விட OQ_2 குறைவாக உள்ளது. ஆனால் குறுகிய சமநிலை விலை P_1Q_1 நீண்ட கால சமநிலைக்கு P_2Q_2 விலை அதிகமாக உள்ளது. மொத்த குறுகிய கால ஏகபோக லாபமானது செவ்வக JP_1 ஆல் காட்டப்பட்டுள்ளது. TK இது மொத்த நீண்டகால இலாபத்தை LP_2SM விட மிகக் குறைவாக உள்ளது. எனினும் இது அவசியம் இல்லை. இது அனைத்து குறுகிய மற்றும் நீண்ட செலவு மற்றும் வருவாய் நிலைமைகள் பொறுத்தது.



படம் 11.5 நீண்டகாலத்தில் ஏகபோகியின் ஏகபோகம்

இறுதியில் நுழைவு தடைகல் உள்ளன என்றால், அது சுட்டி காட்டுதலாக இருக்கலாம். ஏகபோகம் நிறுவனம் உகந்த அளவில் உற்பத்தியை அடையக்கூடாது (OQ_2) நீண்ட காலமாக, அது ஏற்கனவே இருக்கும் திறனை முழுமையாக பயன்படுத்துகிறது. ஆலை பற்றிய நிறுவனத்தின் முடிவு அதன் திறன் விரிவாக்கம் மற்றும் முழுமையான பயன்பாட்டினை சந்தை

நிலைமைகளில் மட்டுமே சார்ந்துள்ளது. நீண்ட கால சந்தை நிலைமைகள் என்றால், (வருவாய் மற்றும் செலவு நிலைமைகள் மற்றும் இல்லாத போட்டியில்) அனுமதி, நிறுவனம் அதன் உகந்த அளவில் வெளியீட்டை அடையக்கூடும்.

11.4 விலை பாகுபாடு

விலை பாகுபாடு என்பது ஒரே அல்லது சற்று வேறுபடுத்தப்பட்ட தயாரிப்புகளை விற்பனை செய்வதாகும் வெவ்வேறு விலைகளில் வாடிக்கையாளர்களின் பல்வேறு பிரிவுகள், பொருத்தமாக இல்லை . நுகர்வோர் தங்கள் வருமானத்தின் அடிப்படையில் பாகுபாடு காட்டுகின்றனர் அல்லது வாங்கும் சக்தி வேறுபாடு செலவு, புவியியல் இடம், வயது, செக்ஸ், நிறம், திருமண நிலை, அளவு, வாங்கிய, வாங்குவதற்கான நேரம், போன்றவை. நுகர்வோர் அடிப்படையில் பாகுபாடு காண்பிக்கப்படுகையில் இந்த காரணிகளில் இருந்து விலக்கு அளிக்கப்பட்ட விலையில், அது விலை என்று அழைக்கப்படுகிறது. மற்றொரு வகையில் விலை பாகுபாடு உள்ளது. பல்வேறு பகுதிகளில் நுகர்வோரிடமிருந்து வசூலிக்கப்படுகிறது, அதே நேரத்தில் உற்பத்தி செலவு இரண்டு பல்வேறு பகுதிகளில் அமைந்துள்ள விலைவாசி பாகுபாட்டின் சில பொதுவான எடுத்துக்காட்டுகள், ஒரு ஏகபோகியால் அவசியம் இல்லை, கீழே கொடுக்கப்பட்டுள்ளன.

- (i) மருத்துவர்கள் மற்றும் மருத்துவமனைகள்
- (ii) விற்பனையாளர்கள் விற்பனையாளர்கள் உறவினர்கள், நண்பர்கள், பழைய வாடிக்கையாளர்களுக்கு பொருட்களை விற்கிறார்கள்
- (iii) குழந்தைகள் மற்றும் மாணவர்களிடமிருந்து குறைந்த கட்டணங்களையும் வசூலிக்கின்றன
- (iv) சினிமா தியேட்டர் மற்றும் சினிமா நிகழ்ச்சிகளுக்கான தணிக்கையாளர் கட்டண விகிதம், இசை நிகழ்ச்சிகள், முதலியன,
- (v) சில பன்னாட்டு நிறுவனங்கள் உள்நாட்டு விலையில் அதிக விலைகளை வசூலிக்கின்றன
- (vi) முதல் சில தொலைபேசிகளுக்கான குறைந்த விகிதங்களை விட மாலை மற்றும் இரவு தண்டு-அழைப்புகளுக்கு குறைவான கட்டணத்தை வழங்குகின்றன வீட்டு உபயோகத்திற்கான அதிக மின்சார விகிதங்கள் உள்நாட்டு நுகர்வுக்கு குறைவாக இருக்கும். இவையே விலை பாகுபாடுகளுக்கான சில எடுத்துக்காட்டுகள் ஆகும்.

தேவையான நிபந்தனைகள்

முதலாவதாக, ஒரு விற்பனையாளருக்கு பாகுபாடு விலை பயிற்சி பெற முடிந்தால் வெவ்வேறு சந்தைகள் தனித்தனியாக இருக்க வேண்டும். பல்வேறு வகுப்பு வாடிக்கையாளர்களுக்கான சந்தைகள் அவ்வாறு இருக்க வேண்டும் ஒரு சந்தையின் வாங்குவோர் பொருட்கள் மறுவிற்பனை செய்வதில் ஒரு

குறிப்புகள்

குறிப்புகள்

நிலைப்பாட்டில் இல்லை என்று பிரிக்கப்பட்டிருந்தது. (i) அதிக ஈடுபாடு கொண்ட புவியியல் தூரம் போக்குவரத்து செலவு (ii) பொருட்களின் பிரத்தியேக பயன்பாடு (iii) விநியோக சேனல்கள் இல்லாதது

இரண்டாவதாக, உற்பத்திக்கான தேவை பற்றிய நெகிழ்ச்சி தன்மை, வேறுபட்ட சந்தைகளில் வித்தியாசமாக இருக்க வேண்டும். விலையுயர்வு பாகுபாடுகளின் நோக்கம், சந்தை விலைகளை வெவ்வேறு விலையுயர்வுகளுடன் சுரண்டுவதன் மூலம் லாபத்தை அதிகப்படுத்த வேண்டும். இது விலை மதிப்பற்ற ஒரு வாய்ப்பாக ஏகபோக நிறுவனத்தை வழங்கும் நெகிழ்ச்சித் தன்மையின் வித்தியாசம். பல்வேறு சந்தைகளில் தேவை அதிகரிப்பது விலைவாசி உயர்வு என்றால், விலையுயர்ந்த சந்தை விலைகளில் தேவைகளை குறைப்பதன் மூலம் இலாபம் குறைக்கப்படும்.

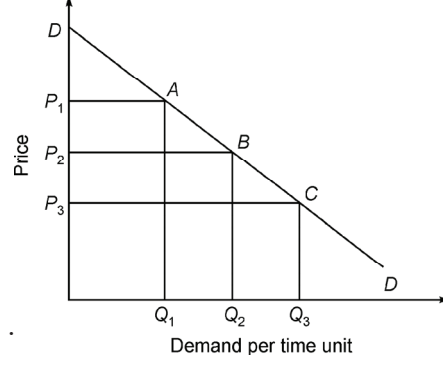
மூன்றாவது, சந்தையில் போட்டி இருக்க வேண்டும். பல்வேறு உற்பத்தி நுகர்வோர்களிடையே உள்ள வேறுபாடுகள் மற்றும் பல்வேறு விலைகளை வசூலிக்க, உற்பத்திக்கு வழங்கப்பட்ட உற்பத்தியில் நிறுவனம் ஏகபோக உரிமையைக் கொண்டிருக்க வேண்டும்

நான்காவது, லாபம் அதிகரிக்கும் வெளியீடு ஒற்றை சந்தையில் அல்லது நுகர்வோர் ஒரு பிரிவினால் கோரப்பட்ட அளவை விட அதிகமாக இருக்க வேண்டும்.

11.4.1 விலை பாரபட்சம்

விற்பனையாளர் சந்தை அல்லது நுகர்வோரை பிரிப்பதன் மூலம் நுகர்வோரின் உபரிகளைப் பிரித்தெடுப்பதன் மூலம் அதைப் பயன்படுத்திக் கொள்ளலாம். பொருளாதார இலக்கியம் மூன்று விலை பாகுபாடுகளால் காண்பிக்கிறது.

முதல் பட்டம்: முதல் பட்டம் விலை பாகுபாடு என்பது பாகுபாடற்ற விலை வரம்பாகும். உற்பத்தியின் சந்தை அளவு சிறியதாகவும், ஒவ்வொரு நுகர்வோரிடமோ அல்லது நுகர்வோர் ஒவ்வொரு குழுவோடும் பணம் செலுத்த தயாராக இருப்பதை தெரிந்து கொள்ளும் நிலையில், முதலாவது பட்டம் அல்லது சரியான விலை பாகுபாடு சாத்தியமானது. (அதாவது, அவர் தனது வாங்குபவரின் தேவை வளைவு அவரது தயாரிப்பு), பின்னர் அவர் அதன்படி விலை அமைத்து முழு நுகர்வோர் உபரி பிரித்தெடுக்க முயற்சி, மேற்கொள்ள வேண்டும். விற்பனையாளர் விலை உயர்ந்த மட்டத்தில் விலையை நிர்ணயிக்கிறார் - குறைந்த பட்சம் ஒரு யூனிட் வாங்க விரும்பும் அனைவரும், முதலாவது பொருட்களின் நுகர்வோர், உபரி நுகர்வுப் பிரித்தெடுக்கப்பட்ட பிறகு, ஏகபோகம் படிப்படியாக விலையை குறைக்கிறது, இதனால் இரண்டாம் அலகு பயனர்களின் நுகர்வோர் உபரி எடுக்கப்பட்டிருக்கிறது. $MC = MR$, பிரித்தெடுக்கப்பட்ட விலையில், சமநிலை விலையில் முழு நுகர்வோர் உபரி கிடைக்கும் வரை இந்த செயல் முறை தொடர்கிறது. உதாரணமாக, பிரத்தியேக பயன்பாட்டின் மருத்துவ சேவைகளின் விஷயத்தை கவனியுங்கள். நோயாளி பணம் செலுத்தும் திறனை அறிந்த அல்லது யூகிக்கக்கூடிய ஒரு மருத்துவர், மிகவும் வறிய நோயாளி மற்றும் மிகவும் வறிய நோயாளியிடமிருந்து மிகக் குறைந்த கட்டணத்தை மிக அதிக கட்டணமாக வசூலிக்க முடியும்.



குறிப்புகள்

படம் 11.6 இரண்டாம் தர விலை பாரபட்சம்

இரண்டாவது பட்டம்: சந்தை அளவு மிகப்பெரியது, சரியான பாகுபாடு என்பது சாத்தியமற்றது அல்லது விரும்பத்தக்கது அல்ல. அந்த வழக்கில், ஒரு ஏகபோகியிடம் இரண்டாவது பட்டம் பாகுபாடு அல்லது “தொகுதி விலையிடல் முறை” பயன்படுத்துகிறது. இரண்டாவது பட்டம் விலை பாகுபாட்டை ஏற்றுக்கொள்ளும் ஒரு ஏகபோகவாளர் நுகர்வோர் உபரிப் பகுதியின் முக்கிய பகுதியைத் தவிர்த்து, அதை விடமு முமையாக்கிக் கொள்ள விரும்புவார். ஏகபோகவாதியானது, வாங்குபவர்களைத் தொகுதிகள், எ.கா., செல்வந்தர்கள், நடுத்தர வர்க்கம் மற்றும் ஏழைகளாக பிரிக்கிறது, மற்றும் தொகுதிகள் உள்ள பொருட்கள் விற்கப்படுகின்றன. ஏகபோகவாதியானது தனது தயாரிப்புகளை முதலில் பணக்கார வாடிக்கையாளர்களுக்கு அதிக விலையில் விற்கிறது. சந்தையின் இந்த பகுதி வழங்கப்பட்டவுடன், நிறுவனம் நடுத்தர வர்க்க வாங்குபவர்களுக்கு விலையை குறைக்கிறது. இறுதியில், கீழே விலை வாங்குவோர் ஏழை வர்க்கம் பயன்படுத்தப்படுகிறது.

இரண்டாவது பட்டம் விலை பாகுபாடு சாத்தியமானது (i) தொலை தொடர்புகள், நீர் வழங்கல் போன்றவை போன்ற சேவைகளின் பயன்பாட்டின் காரணமாக, நுகர்வோர் எண்ணிக்கை பெரியது மற்றும் விலை நிர்ணயம் செய்யப்படுகிறது. (ii) அனைத்து வாடிக்கையாளர்களுக்கும் தேவை வளைவு ஒரே மாதிரியாக உள்ளது (iii) ஒரு ஒற்றை விகிதம் பெரிய எண்ணிக்கையிலான வாங்குவோர் பொருந்தும்

படம் 11.6, இரண்டாம் நிலை விலை பாகுபாட்டுடன் செயல்படும் ஒரு ஏகபோகியான OQ_1 அலகுகளுக்கு மிக அதிக விலை OP_1 மற்றும் அடுத்த Q_1Q_2 யூனிட்களுக்கான குறைந்த விலை OP_2 , அடுத்த Q_2Q_3 அலகுகளுக்கான குறைந்த விலை OP_3 . இதனால், தொகுதி விலைக்கு முறையை பின்பற்றுவதன் மூலம், ஏகபோகம் தனது மொத்த வருவாயை (TR) அதிகரிக்கிறது.

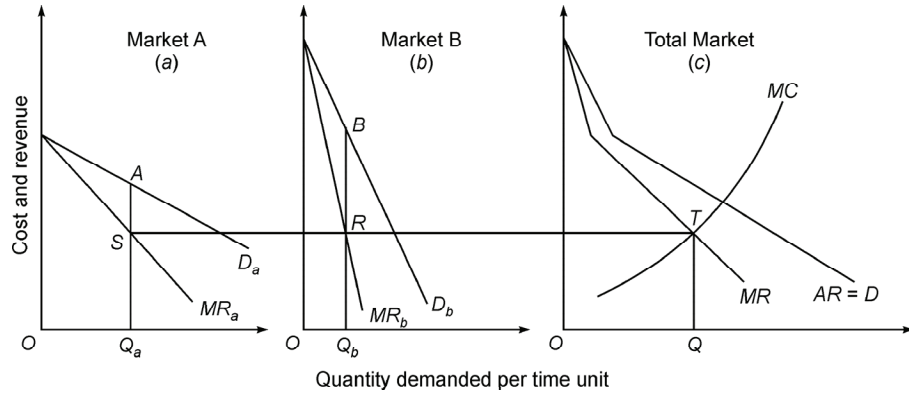
$$TR = (OQ_1 \cdot AQ_1) + (Q_1Q_2 \cdot BQ_2) + (Q_2Q_3 \cdot CQ_3)$$

மூன்றாம் நிலை: ஏராளமான சந்தைகளில் ஏராளமான விலையுயர்வை வழங்குகின்றன. இவற்றில் மூன்றாவது பட்டம் விலை பாகுபாட்டுடன் செயல்படுகிறது. இரண்டு அல்லது அதற்கு மேற்பட்ட சந்தைகளில் ஒரு ஏகபோக உரிமையாளர் தனது பொருட்களை விற்க வேண்டும், ஒருவரிடமிருந்து முற்றிலும் பிரிக்கப்பட்ட, ஒவ்வொன்றும் பல்வேறு நெகிழ்வுத் தன்மையுடன் கோரிக்கை வளைவு கொண்டது. இலாபங்களை இழக்காமல் அனைத்து சந்தைகளுக்கும் ஒரு சீரான விலை அமைக்கப்பட முடியாது. எனவே,

குறிப்புகள்

ஒவ்வொரு சந்தையிலும் தனது இலாபத்தை அதிகரிக்கக் கூடிய பல்வேறு விலை-அளவு சேர்க்கைகள் கண்டுபிடிக்க ஏகபோகம் தேவைப்படுகிறது. இந்த நோக்கத்திற்காக, அவர் சந்தையின் பிரிவுகளுக்கு இடையே தனது மொத்த வெளியீட்டைப் பிரிக்கிறார், இதனால் ஒவ்வொரு சந்தையிலும் அவரது $MC = MR$, அதன்படி விலை நிர்ணயிக்கிறார்.

உதாரணமாக, ஒரு ஏகபோகத்தில் இரண்டு ஏதேனும் சந்தைகள் உள்ளன, A மற்றும் B . 11.7(a) இல் கொடுக்கப்பட்ட கோரிக்கை வளைவு (b) மற்றும் குறு வட்டு வளைவு (MR_a) ஆகியவை சந்தை A, D_b . 11.7 (b) சந்தையில் AR மற்றும் MR வளைவுகளை பிரதிநிதித்துவப்படுத்துகிறது. D_a மற்றும் D_b ஆகியவற்றின் கிடைமட்ட கூட்டுத்தொகை இரண்டு சந்தைகளுக்கு மொத்த கோரிக்கை வளைவு அளிக்கிறது, $AR = D$ இன் படம் 11.7 (c) மற்றும் MR_a ஏ மற்றும் MR_b ஆகியவற்றின் கிடைமட்ட கூட்டுத் தொகை திரட்டப்பட்ட MR [(படம்.11.7 (c)] ஐ அளிக்கிறது. நிறுவனத்தின் OQ குறுந்தக செலவு $MR=MC$.



படம் 11.7 மூன்றாவது விலை பாரபட்சம்

ஒரு ஏகபோகத்தை எதிர்கொள்ளும் பிரச்சனை என்னவென்றால், அவரது வெளியீடு OQ முழுவதையும் சந்தைகளில் ஏதேனும் ஒரு லாபத்தில் அதிகபட்ச விலையில் விற்க முடியாது. எனவே, ஏகபோகம் இரண்டு சந்தைகளில் இரு சந்தைகளுக்கு இடையே வெளியீடு OQ ஐ இரு சந்தர்ப்பங்களிலும் திருப்தி செய்ய வேண்டிய அவசியமான நிபந்தனை, அதாவது, MC இரு சந்தைகளில் MR க்கு சமமாக இருக்க வேண்டும். MR_b , மற்றும் MR_a . மூலம் எக்ஸ்-அச்சுக்கு இணையான ஒரு புள்ளியில் இருந்து ஒரு கோடு வரைவதன் மூலம் இது நிறைவேற்றப்படுகிறது. சந்திப்புகள், S மற்றும் R வளைவுகள் மீது MR_a மற்றும் MR_b , முறையே, சந்தையில் A மற்றும் B சந்தைகளுக்கு உகந்த பங்கை தீர்மானிக்கின்றன. 11.7, ஏகபோக விலை BQ_b இல் OQ_b அலகுகளை விற்பதன் மூலம், விலை AQ_a மற்றும் B இல் OQ அலகுகளை விற்பதன் மூலம் சந்தை A ல் தனது இலாபத்தை அதிகரிக்கிறது. $OQ_a + OQ_b = OQ$ என்பதை கவனியுங்கள்.

மூன்றாம் பட்டம் விலை பாகுபாடு தனி நபர்களால் பொருட்களின் இடையேயான பிராந்திய அல்லது உள் மாநில போக்குவரத்து மீது புவியியல் தூரம், போக்குவரத்து தடை, போக்குவரத்து செலவு மற்றும் சட்ட

கட்டுப்பாடுகள் மூலம் ஒருவருக்கொருவர் பிரிக்கப்பட்ட எந்த இரண்டு அல்லது அதற்கு மேற்பட்ட சந்தைகள் இடையே பொருத்தமாக நடைமுறையில்.

சரியான போட்டியின் கீழ்
வழலை நிர்ணயம்

இயற்கணித தீர்வு மூன்றாம் பட்டம்

விலை பாகுபாடுகளின் விலை மற்றும் வெளியீடு உறுதிப்பாடு படம் 11.7 இல் வரைபடமாக காட்டப்பட்டுள்ளது. இங்கே, நாம் விலையுயர்ந்த ஏகபோகத்தால் விலை மற்றும் வெளியீட்டுத் தீர்மானத்தை ஒரு இயற்கணித பகுப்பாய்வு முன் வைக்கிறோம்.

$Q_a = 16 - 0.5 P_a$ மற்றும் $Q_b = 22 - P_b$ என வழங்கப்படும் இரண்டு வேறுபட்ட கோரிக்கைகளுடன் ஒரு ஏகபோக நிறுவனமானது, இரண்டு சந்தைகளான A மற்றும் B ஆகியோருடன் எதிர்கொள்கிறது.

தேவைக்குரிய செயல்பாடுகள் கீழே கொடுக்கப்பட்ட இரண்டு வெவ்வேறு விலை செயல்பாடுகளை வழங்குகிறது.

$$P_a = 32 - 2Q_a \quad (11.4)$$

மற்றும்

$$P_b = 22 - Q_b \quad (11.5)$$

நிறுவனத்தின் மொத்த செலவு செயல்பாடு (TC) என வழங்கப்பட வேண்டும்.

$$TC = 10 + 2Q_a + Q_b^2 \quad (11.6)$$

பிரச்சனை மிகவும் இலாபகரமான உற்பத்தியைத் தீர்மானிப்பதோடு ஒவ்வொரு சந்தையிலும் இலாபத்தை அதிகபட்சமாக இரு சந்தைகளுக்கு இடையிலான இந்த வெளியீட்டை எவ்வாறு ஒதுக்க வேண்டும் என்பதாகும். இலாப (π) அதிகபட்ச இடமாக உள்ளது

$$\pi = TR - TC \text{ is maximum} \quad (11.7)$$

எங்கள் உதாரணத்தில், TC செயல்பாடு அறியப்படுகிறது, ஆனால் வசு இல்லை. எனவே முதலில் TR ஐ கண்டுபிடிக்க வேண்டும். விலை வேறுபாடு ஏகபோகத்திற்கு, மொத்த வருவாய் (TR) இரண்டு சந்தையிலிருந்தும் வருவாய் தொகைக்கு சமம். அது,

$$TR = P_a \cdot Q_a + P_b \cdot Q_b \quad (11.8)$$

Eq களை மாற்றுவதன் மூலம். (11.4) மற்றும் (11.5) P_a மற்றும் P_b க்கு, முறையே Eq இல். (11.8), நாம் கிடைக்கும்

$$\begin{aligned} TR &= (32 - 2Q_a)Q_a + (22 - Q_b)Q_b \\ &= 32Q_a - 2Q_a^2 + 22Q_b - Q_b^2 \end{aligned} \quad (11.9)$$

Eqs ஐ பதிலாக மொத்த லாபம் (π) இப்போது பெறலாம். (11.6) மற்றும் (11.9) TC மற்றும் TR , முறையே, Eq. (11.7). இவ்வாறாக, இலாப லாபத்தை நாம் பெறுகிறோம்

$$\begin{aligned} \pi &= 32Q_a - 2Q_a^2 + 22Q_b - Q_b^2 - (10 + 2Q_a + Q_b^2) \\ &= 32Q_a - 2Q_a^2 + 22Q_b - Q_b^2 - 10 - 2Q_a - Q_b^2 \dots \end{aligned} \quad (11.10)$$

குறிப்புகள்

இலாபத்திற்காக அதிகபட்சமாக, Eq இல் Q . (11.10) சந்தைகளில் A மற்றும் B இல் விற்பனை அதிகபட்ச விற்பனைக்கு சமமாக இருக்க வேண்டும்

$$Q = Q_a + Q_b$$

குறிப்புகள்

புதிலீடு செய்வதன் மூலம், $Q_a + Q_b$ கடிச Q Eq. (11.10), நாம் அதை திருத்தி எழுதலாம்.

$$\begin{aligned} \pi &= 32 Q_a - 2Q_a^2 + 22Q_b - Q_b^2 - 10 - 2(Q_a + Q_b) - (Q_a + Q_b)^2 \\ &= 32 Q_a - 2Q_a^2 + 22Q_b - Q_b^2 - 10 - 2Q_a - 2Q_b - Q_a^2 - 2Q_aQ_b - Q_b^2 \\ &= 30 Q_a + 20Q_b - 3Q_a^2 - 2Q_b^2 - 2Q_aQ_b - 10 \end{aligned} \quad (11.11)$$

சமன்பாடு (11.11) மொத்த இலாபத்தை குறிக்கிறது. π அதிக பட்சமாக இருக்க வேண்டிய அவசியமான நிபந்தனை, இலாபத்தில் ஓரளவு மாற்றம் பூஜ்ஜியத்திற்கு சமமாக இருக்க வேண்டும். மொத்த இலாபம் சந்தைகளில் A மற்றும் B ஆகியவற்றில் இலாபங்களை உருவாக்குகிறது. ஆகையால், மொத்த இலாபத்திற்காக அதிகபட்சமாக, இரு சந்தைகளில் இலாப விகிதங்கள் பூஜ்ஜியத்திற்கு சமமாக இருக்க வேண்டும் என்பதாகும். Q_a மற்றும் Q_b ஆகியவற்றுடன் மொத்த இலாப-சார்பின் முதல் வகைப்பாட்டின் அடிப்படையில் சந்தை A மற்றும் B ஆகியவற்றின் இலாபங்களைக் குறிக்கும். இதனால், சந்தையில் ஏகபோக இலாபத்தை வெளிப்படுத்த முடியும்.

$$\frac{\partial \pi}{\partial Q_a} = 30 - 6Q_a - 2Q_b \quad (11.12)$$

மற்றும் சந்தை B க்கு, போன்ற

$$\frac{\partial \pi}{\partial Q_b} = 20 - 4Q_b - 2Q_a \quad (11.13)$$

லாப பெருமளவிலான நிலைமை ஓரளவிற்கு இலாப செயல்பாடுகளை (11.12) மற்றும் (11.13) பூஜ்ஜியத்திற்கு சமமாக அமைத்து மீட்டமைக்கப்படலாம். இவ்வாறாக, இலாபத்திற்கு சந்தை A இல் அதிகபட்சமாக இருக்கும்,

$$30 - 6Q_a - 2Q_b = 0 \quad (11.14)$$

மற்றும் சந்தை B ல்,

$$20 - 4Q_b - 2Q_a = 0 \quad (11.15)$$

இப்போது நாம் ஒரே நேரத்தில் இரண்டு ஈக்யூக்கள். (11.14) மற்றும் (11.15) - இரண்டு அறியப்படாத (Q_a மற்றும் Q_b) உடன், இது Q_a மற்றும் Q_b க்கு தீர்க்கப்பட முடியும்.

$$30 - 6Q_a - 2Q_b = 0 \quad (1)$$

$$20 - 2Q_a - 4Q_b = 0 \quad (2)$$

Q_b ஐ சரிசெய்ய, Eq ஐ பெருக்கவும். (2) 3 மற்றும் Eq இலிருந்து கழித்தல். (1).

$$30 - 6Q_a - 2Q_b = 0$$

$$60 - 6Q_a$$

$$- 12Q_b = 0$$

$$- + +$$

$$\begin{aligned} -30 + 10Q_b &= 0 \\ 10Q_b &= 30 \\ Q_b &= 3 \end{aligned}$$

Q_a இன் மதிப்பை Eq இல் 3 Q_b க்கு மாற்றுவதன் மூலம் இப்போது பெறலாம். (1) அல்லது (2)

இதனால்,

$$\begin{aligned} 30 - 6Q_a - 2(3) &= 0 \\ -6Q_a &= -24, Q_a = 4 \end{aligned}$$

முடிவுக்கு வர, ஏகபோக நிறுவனமானது சந்தையில் A 4 பிரிவுகளை யும், சந்தை B.

விலை உறுதிப்பாடு

இலாபம் அதிகரிக்கும் விலை இப்போது Q_a மற்றும் Q_b ஐ முறையே விலை மதிப்புகளில் (11.4) மற்றும் (11.5), மதிப்பீட்டு மதிப்புகள் (முறையே 4 மற்றும் 3) மாற்றுவதன் மூலம் பெறலாம். சந்தைக்கு ஒரு விலை பெறலாம்

$$P_a = 32 - 2Q_a = 32 - 2(4) = 24$$

மற்றும் சந்தை B க்கான விலை

$$P_b = 22 - Q_b = 22 - 3 = 19$$

இதனால், சந்தை A க்கான விலை = ₹24 மற்றும் சந்தை B க்கான விலை = ₹19.

இலாப உறுதியளிப்பு

இப்போது இரண்டு சந்தைகளுக்கான விலைகளும் விற்பனையும் அறியப்படுகின்றன, இலாப சார்பில் Q_a மற்றும் Q_b க்கான எண் மதிப்புகளை மாற்றுவதன் மூலம் மொத்த இலாபம் பெறலாம் (11.11). இலாப செயல்பாடு (11.11) கீழே மறுபடியும் உள்ளது.

$$\pi = 30Q_a + 20Q_b - 3Q_a^2 - 2Q_b^2 - 2Q_aQ_b - 10$$

Q_a க்காக 4 Q_a க்கும் 3 Q_b க்கும் 3 ஆல் மாற்றுவதன் மூலம், நாம் பெறுகிறோம்

$$\begin{aligned} \pi &= 30(4) + 20(3) - 3(4)(4) - 2(3)(3) - 2(4)(3) - 10 \\ &= 120 + 60 - 48 - 18 - 24 - 10 = 80 \end{aligned}$$

மொத்த இலாபமானது ₹80. இலாபமானது அதிகபட்ச இலாபத்தின் நிலைமையை திருப்திப்படுத்துகிறது.

11.5 ஏகபோக தனியுரிமை போட்டியில் கீழ் விலை மற்றும் வெளியீடு தீர்மானங்கள்

1930 களின் முற்பகுதியில் எட்வர்ட் எச். சேம்பர்லின் உருவாக்கிய ஏகபோக போட்டியில் விலை மற்றும் வெளியீடு உறுதிப்பாட்டின் மாடல் சமீபத்தில் வரை விலைக் கோட்பாட்டை ஆதிக்கம் செலுத்தியது. சமீப

குறிப்புகள்

குறிப்புகள்

ஆண்டுகளில் அவருடைய மாதிரியின் தரம் குறைந்து விட்டது என்றாலும், அதன் தத்துவார்த்த சுவையை இன்னும் தக்க வைத்துக் கொண்டுள்ளது. சேம்பர்லின் மாதிரி கீழே விவாதிக்கப்படுகிறது.

ஏராளமான விற்பனையாளர்கள் வேறுபடுத்தப்பட்ட பொருட்கள் விற்பனை செய்யும் சந்தை அமைப்பாக ஏகபோகம் போட்டி வரையறுக்கப்படுகிறது. ஏகபோக போட்டி பின்வரும் அம்சங்களைக் கொண்டுள்ளது:

- (i) அதிக விற்பனையாளர்கள்
- (ii) இலவச நுழைவு மற்றும் இலவச வெளியேற்றவும்
- (iii) சரியான காரணி இயக்கம்
- (iv) சந்தை தகவல் முழுமையான பரவலை
- (v) வேறுபடுத்தப்பட்ட தயாரிப்பு

11.5.1 ஏக போகம் எதிராக சரியான போட்டி

ஏகபோக போட்டி என்பது பல விதங்களில் சரியான போட்டிக்கு ஒத்திருக்கிறது. இருவருக்கும் இடையே மூன்று பெரிய வித்தியாசங்கள் உள்ளன.

- (i) சரியான போட்டியின் போது, பொருட்கள் ஒரே விதமானவை ஆனால் ஏகபோகம் சார்ந்த போட்டியில், தயாரிப்புகள் வேறுபடுகின்றன. தயாரிப்புகள் பொதுவாக வேறுபட்ட பிராண்ட் பெயர், வர்த்தக முத்திரை, வடிவமைப்பு, வண்ணம் மற்றும் வடிவம், பேக்கேஜிங், கடன் விதிமுறைகள், பிறகு விற்பனையாகும் சேவையின் தரம் ஆகியவற்றுடன் வேறுபடுகின்றன. பல நிறுவனங்கள் வழங்கிய தயாரிப்புகளுக்கு இடையில் வாங்குவோர் எளிதாக வேறுபடுத்தி கொள்ளலாம். தயாரிப்பு வேறுபாடு இருந்த போதிலும், ஒவ்வொரு தயாரிப்பு போட்டியிடும் பொருட்கள் ஒரு நெருக்கமான மாற்றாக உள்ளது. பல நிறுவனங்கள் உள்ளன என்றாலும், ஒவ்வொன்றும் அதன் உற்பத்தியில் ஒரு அரை-ஏகபோகத்தை கொண்டுள்ளது.
- (ii) சரியான போட்டி மற்றும் ஏகபோக உரிமைக்கு இடையேயான மற்றொரு வேறுபாடு உள்ளது. முழுமையான போட்டியின் போது முடிவெடுப்பது பிற நிறுவனங்களின் சுயாதீனமானதாக இருந்தாலும், ஏகபோக போட்டியில், நிறுவனங்களின் முடிவுகள் மற்றும் வணிக நடத்தைகள் ஒருவருக்கொருவர் முற்றிலும் சுயாதீனமானவை அல்ல.
- (iii) விற்பனையாளர்களின் எண்ணிக்கையில் உள்ள வேறுபாடு, சரியான போட்டியிலிருந்து ஏகபோக போட்டியை வேறுபடுத்துகின்ற மற்றொரு முக்கியமான காரணி. விவசாயப் பொருட்கள், சில்லறை வர்த்தகம் மற்றும் பங்குச் சந்தைகள் ஆகியவற்றில், விற்பனையாளர்களின் எண்ணிக்கை மிக அதிகமாக உள்ளது, ஆனால் விற்பனையாளர்களின் எண்ணிக்கை பெரியது ஆனால் குறைந்தபட்சம் 50 முதல் 100 அல்லது அதற்கும் அதிகமாகும். மிக முக்கியமானது என்னவெனில், விற்பனையாளர்களின் எண்ணிக்கை மிக அதிகமாக உள்ளது, ஒவ்வொரு விற்பனையாளரும் அவரது வணிக முடிவுகள்,

தந்திரோபாயங்கள் மற்றும் செயல்கள் கவனிக்கப்படாமல் போகும் என்று எதிர்பார்க்கின்றன போட்டி நிறுவனங்களால் பதிலடி கொடுக்கப்படாது.

சரியான போட்டியின் கீழ் வழலை நிர்ணயம்

ஏகாதிபத்திய போட்டி, மேலே குறிப்பிடப்பட்ட மற்றும் விளக்கப்பட்டுள்ளபடி, இப்போது சில்லறை வர்த்தகத்தில் பொதுவானது ஏஜென்சிகளை வாங்குதல் மற்றும் சேவை பிரிவுகளில் உள்ளது. மேலும் தொழில்கள் இப்போது முற்றுரிமை சந்தை அமைப்பு நோக்கி செல்கின்றன. எனினும், இந்தியாவில் உள்ள சில தொழில்கள், அதாவது ஆடை, துணிகள், காலணி, காகிதம், சர்க்கரை, காய்கறி எண்ணெய்கள், காபி, மசாலா, கணி-னிகள், கார்கள் மற்றும் கையடக்க தொலைபேசிகள் ஆகியவை ஏகபோக போட்டிகளின் சிறப்பியல்புகளைக் கொண்டுள்ளன.

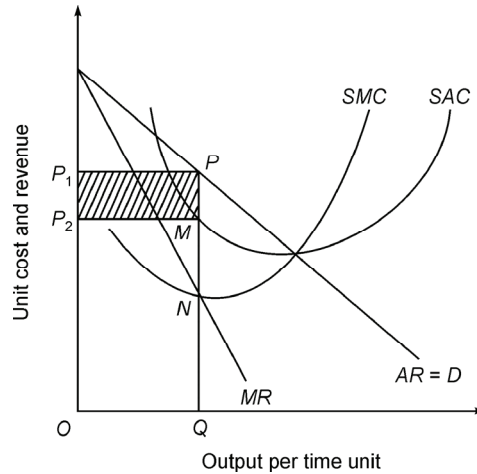
குறிப்புகள்

இப்போது சேம்பர்லினால் உருவாக்கப்பட்ட ஏகபோக போட்டியின் விலை மற்றும் வெளியீடு உறுதிப்பாட்டு மாதிரியை நாம் இப்போது விளக்குவோம்.

11.5.2 குறுகிய-இயக்கத்தில் விலை மற்றும் வெளியீடு முடிவுகள்

ஏகபோகமான போட்டி சரியான போட்டிக்கு நெருக்கமாக இருப்பினும், இந்த வகையான சந்தையின் கீழ்விலை மற்றும் வெளியீடு முடிவுகள் ஏகபோகத்தின் கீழ் உள்ளவையாகும். காரணம், ஒரு ஏகபோக உரிமையாளர் போன்ற ஏகபோக போட்டிக்கு கீழ் உள்ள நிறுவனம், கீழ் நோக்கிய சறுக்கல் கோரிக்கை வளைவை எதிர்கொள்கிறது. இந்த வகையான தேவை (i) வளைவு உற்பத்திக்கான நுகர்வோரின் ஒரு பிரிவின் வலுவான விருப்பம் மற்றும் (ii) விற்பனையாளரின் அரை-ஏகபோகம் ஆகியவற்றின் விளைவு ஆகும். நுகர்வோரின் பிராண்ட் விசுவாசம், விற்பனையாளருக்கு விலை உயர்த்துவதற்கு வாய்ப்பளிக்கிறது, இன்னும் சில வாடிக்கையாளர்களை தக்கவைத்துக் கொள்கிறது. தவிர, ஒவ்வொரு தயாரிப்பு நிறுவனங்கள் தங்கள் விலைகளை குறைத்து மற்ற பொருட்களின் நுகர்வோர்களை ஈர்க்க முடியும்.

ஏகபோக போட்டியில் கீழ் குறுகிய கால விலை மற்றும் வெளியீடு உறுதிப்பாடு படம் 11.8 ல் விளக்கப்பட்டுள்ளது. இது ஏகபோக நிறுவனத்தால் எதிர்கொள்ளப்படும் குறுகிய ஓட்டத்தின் வருவாய் மற்றும் செலவு வளைவுகளை வழங்குகிறது



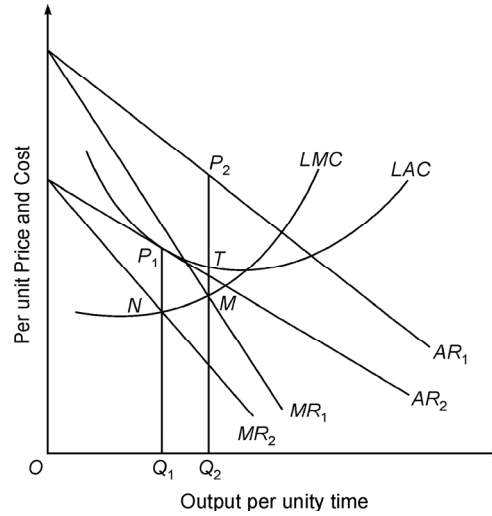
படம் 11.8 ஏகபோக போட்டியின் கீழ் விலை-வெளியீடு தீர்மானித்தல்

குறிப்புகள்

உருவத்தில் காட்டப்பட்டுள்ளபடி, நிறுவனத்தின் MC அதன் புள்ளியை MC இல் பிரிக்கிறது. இந்த புள்ளி வெளியீடு OQ இல் லாப-அதிகபட்சம் தேவையான நிலைமையை நிறைவேற்றும். தேவை வளைவு கொடுக்கப்பட்டால், இந்த வெளியீடு விலை PQ இல் விற்கப்படலாம். எனவே விலை PQ இல் தீர்மானிக்கப்படுகிறது. இந்த வெளியீடு மற்றும் விலையில், நிறுவனம் அதிகபட்ச ஏகபோகம் அல்லது பொருளாதார இலாபம் ஈட்டுத் தொகைக்கு ஒரு பிரதமத்திற்கு நிகரானது மற்றும் செவ்வக P_1PMP_2 ஆல் காட்டப்படும் மொத்த ஏகபோக லாபம். பொருளாதார இலாபம், பிரதம (அலகு ஒன்றுக்கு) குறுகிய காலத்தில் உள்ளது, ஏனெனில் தொழில் நுட்பத்தில் புதிய நிறுவனங்களுக்கு எந்த விதமான வாய்ப்புகளும் இல்லை. ஆனால் அவற்றின் உற்பத்திக்கான தேவையை பூர்த்தி செய்வதன் மூலம் வேறுபாடு காரணமாக, ஏகபோக உரிமையின் கீழ் உள்ள அனைத்து நிறுவனங்களுக்கும் இலாப விகிதம் ஒரே மாதிரியாக இருக்காது. சில நிறுவனங்கள் தங்கள் செலவினங்கள் மற்றவர்களின் விட அதிகமாக இருந்தால், சாதாரண இலாபம் மட்டுமே சம்பாதிக்கலாம். அதே காரணத்திற்காக, சில நிறுவனங்களும் குறுகிய காலத்தில் இழப்புக்களை ஏற்படுத்தக் கூடும்.

11.5.3 நீண்ட ஓட்டத்தில் விலை மற்றும் வெளியீடு உறுதியளிப்பு

தனியுரிமையாளர் போட்டியின் கீழ் நீண்டகாலத்தில் விலை மற்றும் வெளியீட்டு உறுதிப்பாட்டின் நுட்பம் வரைபடத்தில் 11.9. பகுப்பாய்வை தொடங்குவதற்கு, நீண்ட காலமாக, நிறுவனத்தின் வருவாய் வளைவுகளில் AR_1 மற்றும் MR_1 மற்றும் நீண்ட கால செலவு வளைவுகள் LAC மற்றும் LMC போன்றவை கொடுக்கப்பட்டன என நாம் நினைக்கலாம். புள்ளி விவரிக்கையில், MR_1 மற்றும் LMC P_2Q_2 இல் OQ_2 மற்றும் விலையில் சமநிலை வெளியீட்டை நிர்ணயிக்கும் புள்ளி M இல் இணைக்கின்றன. P_2Q_2 விலையில், நிறுவனங்கள் வெளியீட்டு அலகுக்கு P_2T இன் மிகச் சிறந்த அல்லது பொருளாதார லாபம் சம்பாதிக்கின்றன. இந்த நிலை குறுகிய கால சமநிலைக்கு ஒத்ததாகும்.



படம். 11.9 சர்வாதீனப் போட்டியின் கீழ் நீண்டகால ரன் விலை மற்றும் வெளியீடு தீர்மானித்தல்

நீண்ட காலத்தில் என்ன நடக்கிறது என்பதை இப்போது பார்க்கலாம். நீண்ட காலத்தில் ஏகபோகம் நிறைந்த போட்டியிடும் சந்தையில் இரண்டு முக்கிய மாற்றங்களை உண்மையான லாபம் கொண்டு வருகிறது.

முதலாவதாக, தொழில் முயற்சியில் புதிய நிறுவனங்கள் லாபத்தை ஈர்க்கின்றன. இதன் விளைவாக, தற்போது இருக்கும் நிறுவனங்கள் புதிய சந்தைகளுக்கு தங்கள் சந்தை பங்கின் பகுதியை இழக்கின்றன. இதன் விளைவாக, AR தேவை என்பது LAC க்கு தொடுக்கும் வரை அவர்களின் கோரிக்கை வளைவு இடது புறத்திற்கு கீழ் நோக்கி செல்கிறது. AR_1 முதல் AR_2 வரை AR வளைவில் மாற்றம் மற்றும் MR_1 இலிருந்து MR_2 வரை MR வளைவு ஆகியவற்றின் மாற்றத்தின் மூலம் கோப்பின் வளைவில் இந்த வகையான மாற்றம் காட்டப்பட்டுள்ளது.

இரண்டாவதாக, அதிகரித்து வரும் நிறுவனங்கள், அவர்களுக்கு இடையே விலை போட்டியை தீவிரப்படுத்துகின்றன. விலை போட்டி அதிகரிக்கிறது, ஏனெனில் நிறுவனங்களை இழந்தால், அவர்களின் சந்தை விலை மீண்டும் தங்கள் உற்பத்திக்கான விலையை குறைக்க முயற்சிக்கிறது. மேலும், புதிய தயாரிப்புகளை சந்தையில் விற்பனை செய்வதற்கு ஒப்பீட்டளவில் குறைந்த விலையிலான சந்தைகளை ஊடுருவுகின்றன. விலை போட்டி நிறுவனங்களின் தேவை வளைவின் சரிவு அதிகரிக்கிறது அல்லது வேறு வார்த்தைகளில் சொல்வதென்றால், தேவை வளைவு இன்னும் மீள்மயமாக்குகிறது. AR_1 , AR_1 ஐ விட அதிக சரிவு உள்ளது மற்றும் MR_1 ஐ விட MR_1 ஐ விட அதிகமாக உள்ளது.

ஏகபோக தனியுரிமை போட்டியின் கீழ் விலை மற்றும் வெளியீடு உறுதிப்பாட்டின் இறுதி படம் P_1 இல்காட்டப்பட்டுள்ளது. 11.9. புள்ளி விவரிக்கையில், LMC நிறுவனம் MR_2 ஐ புள்ளி N இல் சந்திக்கும். நிறுவனத்தின் நீண்டகால சமநிலை வெளியீடு OQ_1 மற்றும் P_1Q_1 இல் விலை நிர்ணயிக்கப்படும். P_1Q_1 இல் உள்ள விலை LAC ஐ சமன்பாட்டின் புள்ளியில் சமன் என்று குறிப்பிடுக. அதாவது, ஏகபோக போட்டியில், நிறுவனங்கள் நீண்ட காலமாக இயல்பான லாபத்தை மட்டுமே செய்கின்றன. புதிய நிறுவனங்களுக்கு தொழில் நுட்பத்திற்கு எவ்வித ஈர்ப்பும் இல்லை (அதாவது சூப்பர் சாதாரண லாபம்), அல்லது தொழில் நிறுவனத்தை விட்டு வெளியேறும் நிறுவனங்களுக்கு எந்த ஒரு காரணமும் இல்லை. இந்த தொழில் நீண்ட கால சமநிலையை குறிக்கிறது.

எண்ணியல் விளக்கம்

ஒரு எண்ணியல் உதாரணம் மூலம் ஏகபோக போட்டியில் விலை மற்றும் வெளியீடு உறுதிப்பாட்டை விளக்குவதற்கு, நிறுவனங்களின் ஆரம்ப கோரிக்கை செயல்பாடு

$$Q_1 = 100 - 0.5P_1$$

அல்லது

$$P_1 = 200 - 2Q_1 \quad (11.16)$$

விலை செயல்பாட்டினால் (11.16), நிறுவனங்களின் TR_1 செயல்பாடாக செயல்பட முடியும்

$$\begin{aligned} TR_1 &= P_1 \cdot Q_1 = (200 - 2Q_1)Q_1 \\ &= 200Q_1 - 2Q_1^2 \end{aligned} \quad (11.17)$$

குறிப்புகள்

TR_1 செயல்பாடு (11.17) ஐ வேறுபடுத்துவதன் மூலம் சிறிய வருவாய் செயல்பாடு (MR_1) பெறலாம். இதனால்,

$$MR_1 = 200 - 4Q_1 \quad (11.18)$$

குறிப்புகள்

நிறுவனங்களின் TC செயல்பாடு கொடுக்கப்பட்டிருப்பதை நினைவில் கொள்ளுங்கள்

$$TC = 1562.50 + 5Q - Q^2 + 0.05Q^3 \quad (11.19)$$

நிறுவனங்களின் TC செயல்பாட்டுக்கு, ரூபுள பெறலாம்

$$\begin{aligned} LAC &= \frac{TC}{Q} = \frac{1562.50 + 5Q - Q^2 + 0.05Q^3}{Q} \\ &= \frac{1562.50}{Q} + 5 - Q + 0.05Q^2 \end{aligned} \quad (11.20)$$

அதன் TC செயல்பாட்டை (11.19) வேறுபடுத்துவதன் மூலம் நிறுவனங்களின் LMC செயல்பாடு கிடைக்கும்.

$$LMC = 5 - 2Q + 0.15Q^2 \quad (11.21)$$

நிறுவனங்களின் இலாபத்தை அதிகரிக்கும் வெளியீடு மற்றும் விலையின் குறுகிய-சமநிலை அளவுகளை நாம் இப்போது செய்வோம். Eq களில் கொடுக்கப்பட்ட MR_1 மற்றும் LMC செயல்பாடுகளை சமன் செய்வதன் மூலம் லாப பெருமளவிலான வெளியீடு பெற முடியும். (11.18) மற்றும் (11.21), மற்றும் Q_1 க்கு தீர்வு.

$$MR_1 = LMC$$

$$200 - 4Q_1 = 5 - 2Q + 0.15Q^2 \quad (11.22)$$

ஒரே சீரான காரணத்திற்காக, Q ஐ MC மாற்றியமைக்க Q_1 ஐ செயல்படுத்துவோம் மற்றும் Eq ஐ சரி செய்யலாம். (11.22) Q_1 க்கு.

$$200 - 4Q_1 = 5 - 2Q_1 + 0.15Q_1^2$$

$$195 = 2Q_1 + 0.15Q_1^2$$

$$Q_1 = 30$$

இதனால், குறைந்தபட்சம் 30-க்கு சமமான லாபத்தை அதிகரிப்பது.

நிறுவனங்களின் சமநிலை விலை (P_1), LAC மற்றும் மிக அதிக லாபம் ஆகியவற்றைக் காணலாம். விலை செயல்பாடு (11.16) இல் Q_1 க்கு 30 ஐப் பதிலாக விலை P_1 பெறலாம்.

$$P_1 = 200 - 2Q_1$$

$$= 200 - 2(30) = 140$$

நிறுவனங்கள் “சமநிலை விலை 140 இல் தீர்மானிக்கப்படுகிறது. நிறுவனங்களின் LAC ., சமநிலைப்படுத்துதலின் வெளியீட்டை 30 ஆக மாற்றுவதன் மூலம் பெறலாம் (11.20). இதனால்,

$$LAC = \frac{1562.50}{30} + 5 - 30 + 0.05(30 \times 30) = 72.08$$

குறுகிய கால சமநிலை பின்வரும் தரவை அளிக்கிறது

$$\text{சமநிலை வெளியீடு} = 30$$

$$P_1 = 140$$

$$LAC = 72.08$$

$$\text{கூப்பர் லாபம்} = AR_1 - LAC = 140 - 72.08 = 67.92 \text{ (வெளியீட்டின் அலகுக்கு)}$$

நீண்ட காலத்தில் என்ன நடக்கிறது என்பதை இப்போது பார்க்கலாம். ஏற்கனவே குறிப்பிட்டுள்ளபடி, நீண்ட கால லாபத்திலன் தொழில் முயற்சிக்கான புதிய நிறுவனங்களை கவர்ந்திழுக்கும் நோக்கம் இருப்பதைக் காணலாம். இதன் விளைவாக, பழைய நிறுவனங்கள் புதிய நிறுவனங்களுக்கு தங்கள் சந்தை பங்கின் ஒரு பகுதியை இழக்கின்றன. இது அவர்களின் கோரிக்கையின் வளைவில் ஒரு இடதுபுறம் மாற்றத்தை ஏற்படுத்துகிறது. நீண்டகால TC TC செயல்பாடு, நீண்ட காலத்தில் நிறுவனங்களின் கோரிக்கை செயல்பாடு பின்வரும் படிவத்தை எடுக்கும் என்று நாம் நினைக்கலாம்.

$$Q_2 = 98.75 - P_2$$

மற்றும்

$$P_2 = 98.75 - Q_2 \quad (11.23)$$

நீண்ட கால சமநிலையை உண்டாக்குவதற்கு, புதிய விலை செயல்பாடு (TR_1) மற்றும் புதிய MR செயல்பாடு (MR_2) ஆகியவை புதிய விலை செயல்பாட்டிற்கு (11.23) பொருந்தும். இதற்கு, முதலில் புதிய TR செயல்பாடு (TR_2) அவுட் செய்ய வேண்டும்.

$$\begin{aligned} TR_2 &= P_2 \times Q_2 = (98 \times 75 - Q_2) Q_2 \\ &= 98 \times 75 Q_2 - Q_2^2 \end{aligned} \quad (11.24)$$

TR சார்பை (11.24) வேறுபடுத்துவதன் மூலம் MR_2 கிடைக்கும்.

$$MR_2 = 98 \times 75 - 2Q_2 \quad (11.25)$$

LMC செயல்பாடு (11.21) உடன் MR_2 ஐ சமப்படுத்துவதன் மூலம் நீண்ட கால சமநிலை வெளியீடு இப்போது பெறப்படலாம். ஒரே சீரான காரணத்திற்காக, Q_2 என LMC செயல்பாட்டில் Q ஐ குறிப்பிடுகிறோம். நீண்ட கால சமநிலை வெளியீடு பின்னர் தீர்மானிக்கப்படுகிறது

$$MR_2 = LMC$$

அல்லது

$$98 \times 75 - 2Q_2 = 5 - 2Q_2 + 0 \times 15Q_2^2$$

$$93 \times 75 = 0 \times 15Q_2^2$$

$$625 = Q_2^2$$

$$Q_2 = 25$$

நீண்ட கால சமநிலையின் நிலைகளில் ஒன்று AR_2 அல்லது P_2 LAC க்கு சமமாக இருக்க வேண்டும். இந்த நிபந்தனை வைத்திருந்தால் பின்வருமாறு சரிபார்க்கப்படலாம்.

$$P_2 = AR_2 = LAC$$

$$98 \cdot 75 - Q_2 = \frac{1562.5}{Q_2} + 5 - Q + 0.05Q^2$$

குறிப்புகள்

பதிலீடு மூலம், நாம் பெறுகிறோம்

$$98 \cdot 75 - 25 = \frac{1562.5}{25} + 5 - 25 + 0.05(25)^2$$

குறிப்புகள்

$$73 \times 75 = 62.50 - 20 + 31 \times 25 = 73 \times 75$$

இது கணிசமாக நீண்ட காலமாக, நிறுவனத்தின் $P = AR = LAC$ மற்றும் ஒரு சாதாரண லாபத்தை மட்டுமே சம்பாதிப்பதாக நிரூபித்துள்ளது.

11.6 விலை இல்லை போட்டி: செலவினம் மற்றும் ஊதியம் விற்பனை

முந்தைய பிரிவில், போட்டியின் கீழ் நிறுவனத்தின் சமநிலை வெளியீடு மற்றும் இலாபங்கள் மீதான விலைப் போட்டியைச் சாம்பெர்லின் பகுப்பாய்வு மற்றும் அதன் விளைவு ஆகியவற்றை நாங்கள் அளித்திருக்கிறோம். சாம்பர்லின் பகுப்பாய்வு விலை போட்டியில் ஏகபோக லாபத்தை இழப்பதை காட்டுகிறது. எல்லா நிறுவனங்களும் தோல்வியுற்றுள்ளன: எந்த ஆதாயமும் இல்லை. எனவே, நிறுவனங்கள் தங்கள் சந்தை பங்கு மற்றும் இலாபங்களை அதிகரிக்க விலை அல்லாத போட்டிகளுக்கு மற்ற வழிகளைக் கண்டறிகின்றன. இரகசியப் போட்டியின் இரு பொதுவான வடிவங்கள் தயாரிப்பு கண்டுபிடிப்பு மற்றும் விளம்பரம் ஆகும். தயாரிப்பு கண்டுபிடிப்பு மற்றும் விளம்பரம் ஒரே நேரத்தில் தொடரும். உண்மையில், ஒரு புதிய தயாரிப்பு வெற்றிகரமான அறிமுகம் ஆகும் அதன் அடிப்படையின் பயனுள்ள விளம்பரம் சார்ந்துள்ளது. விளம்பரம் செலவினங்கள் தவிர, ஏகபோக போட்டிக்கு உட்பட்ட நிறுவனங்களின் விற்பனையின் போட்டி ஊக்குவிப்பதில் மற்ற செலவுகள், எ.கா. விற்பனையாளர்களுக்கான செலவுகள், விற்பனையாளர்களுக்கான கொடுப்பனவுகள், வாடிக்கையாளர்களுக்கு தள்ளுபடி, காட்சிகள், பரிசுகள் மற்றும் இலவச மாதிரிகளை வாடிக்கையாளர்களுக்கு செலவுகள், கவர்ச்சிகரமான பேக்கேஜிங் பொருட்கள், முதலியன போன்ற அனைத்து செலவுகள் மற்றும் விளம்பர செலவினத்தை ஏற்று நிறுவனம் கொள்ளும் நிலையில் உள்ளது.

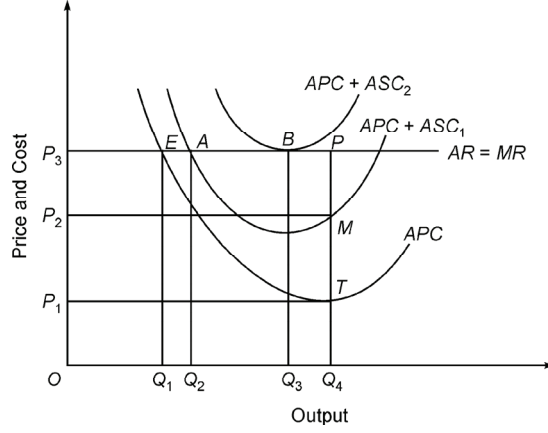
விற்பனை விலை அதிகரிக்கிறது, ஆனால் மாறுபடும் டிகிரிகளால். பொதுவாக, விற்பனை அதிகரிக்கும் விகிதங்களில் விற்பனையை அதிகரிக்கிறது, ஆனால் இறுதியில் விகிதங்களைக் குறைக்கும். இதன் விளைவாக, விற்பனைக்கான சராசரி செலவு (ASC) ஆரம்பத்தில் குறைகிறது ஆனால் இறுதியில் அது அதிகரிக்கிறது. ASC வளைவு, எனவே, U-வடிவ வழக்கமான AC வளைவுக்கு ஒத்திருக்கிறது. மொத்த விற்பனைகள் அதிகரித்து விற்பனையான செலவினங்களும் குறைந்து வருகின்றன என்பதை இது குறிக்கிறது. விற்பனை விலை மூலம் அல்லாத விலை போட்டி கிட்டத்தட்ட ஒரே சமநிலைக்கு அனைத்து நிறுவனங்கள் வழிவகுக்கிறது. சாம்பர்லன் அதை "குழு சமநிலை" என்று குறிப்பிடுகிறார். நிறுவனத்தின் குழுவின் சமநிலை பற்றிய சாம்பெலின் பகுப்பாய்வு இங்கே நாம் விவாதிக்கிறோம்.

11.6.1 செலவு மற்றும் குழு சமநிலை விற்பனை

விற்பனை மூலம் நிறுவனங்களின் குழு சமநிலையை ஆய்வு செய்வதற்கு, அனைத்து நிறுவனங்களின் முக்கிய குறிக்கோளும் அவர்களின் மொத்த லாபத்தை அதிகரிக்க வேண்டும் என்பதை நினைவுபடுத்துகின்றன. செலவுகள்,

மனதில் அதே நோக்கம் கொண்டவை. செலவு மற்றும் வருவாய் வளைவுகளைப் பற்றிய எல்லா முந்தைய அனுமானங்களும் ஒரே மாதிரியானவை. குழு சமநிலை பகுப்பாய்வு படம் 11.10 இல் காட்டப்பட்டுள்ளது. APC நிறுவனங்கள் நிறுவனங்களின் சராசரியான உற்பத்தி செலவைப் பிரதிநிதித்துவம் செய்கின்றன மற்றும் போட்டி விலை OP_3 இல் கொடுக்கப்பட்டுள்ளது. எந்தவொரு நிறுவனமும் எந்தவொரு விற்பனை செலவையும் அளிக்கவில்லை. மேலும், எல்லா நிறுவனங்களும் சமநிலையில் இருக்க வேண்டும், அவை இலாபத்தை மட்டுமே செய்யும்.

குறிப்புகள்



படம் 11.10 செலவுகள் மற்றும் குழு சமநிலை விற்பனை

அலுவலகம் சராசரி விற்பனை செலவுகள் (ASC), $APC + ASC_1$ வளைவின் நிலைக்கு உயர்ந்து, அதன் மொத்த விற்பனையை OQ_4 க்கு உயர்த்தும் வகையில், APC இன் விலையை விற்பனை செய்வதில் ஒரு நிறுவனம் வெளியீடு OQ_4 இல், நிறுவனம் P_3 PMP_2 இன் மிக அதிக ஈட்டும். இருப்பினும், இந்த இலாபமானது மற்ற நிறுவனங்கள் தங்கள் உற்பத்திக்கான விலையை விற்காத வரை மட்டுமே சாத்தியமாகும். மற்ற நிறுவனங்கள் தங்களது தயாரிப்புகளை போட்டியிடும் வகையில் விளம்பரப்படுத்தினால், அதே அளவு விற்பனை செலவினத்தை ஊக்கப்படுத்தினால், நிறுவன விளம்பரத்திற்கு ஆரம்ப ஆதாயம் முதலில் மறைந்துவிடும் மற்றும் அதன் வெளியீடு OQ_2 க்கு விடும். உண்மையில், அனைத்து நிறுவனங்களும் A புள்ளியில் ஒரு சமநிலையை அடைந்து OQ_2 அலகுகளை உற்பத்தி செய்கின்றன. ஆனால் அவர்களது குறுகிய பார்வை அவர்கள் விற்பனை செலவை அதிகரிக்கச் செய்கிறது, ஏனெனில் அவற்றின் வெளியீட்டை விரிவாக்குவதன் மூலம் அவர்கள் APC ஐ குறைக்க எதிர்பார்க்கிறார்கள். அதிகரித்த விற்பனையான செலவில், அவற்றின் $APC + ASC$ வளைவு மேலும் அதிகரிக்கிறது. $APC + ASC_2$ க்கு $APC + ASC$ உயரும் வரை, $AR = MR$ வரிக்கு தொடுக்கும் வரை இந்த செயல்முறை தொடர்கிறது. இந்த நிலைப்பாடு புள்ளி B . ஆல் B க்கு அப்பால் காட்டப்படுகிறது, விளம்பர நிறுவனத்தினால் எந்தவொரு நிறுவனத்திற்கும் பயனில்லை. ஒவ்வொரு நிறுவனமும் OQ_3 ஐ உருவாக்கி, சாதாரண இலாபத்தை மட்டுமே தருகிறது.

11.6.2 சேம்பர்லின் கோட்பாட்டின் விமர்சன மதிப்பீடு

1930 களின் முற்பகுதியில் நிலவுகின்ற ஏகபோகமான போட்டியின் சாம்பெர்லின் கோட்பாடு இன்னும் விலை நிர்ணயக் கோட்பாட்டிற்கு முக்கிய

குறிப்புகள்

பங்களிப்பாகக் கருதப்படுகிறது. உண்மையில், ஏகபோக போட்டியின் கீழ் விலை நிர்ணயத்தின் சிறந்த கோட்பாட்டு விளக்கம் இல்லை. இருப்பினும், அவரது கோட்பாட்டு ரீதியான மற்றும் அனுபவபூர்வமான அடிப்படையிலும் விமர்சிக்கப்பட்டது. இப்போது அதன் கோட்பாட்டு பலவீனங்கள் மற்றும் அனுபவபூர்வமான உறவுகளைப் பார்ப்போம்.

முதலாவதாக, ஏகபோக உரிமையாளர்கள் சுதந்திரமாக செயல்படுகிறார்கள் என்று சேம்பர்லின் கருதுகிறார் மற்றும் விலை நிர்ணயம் போட்டி நிறுவனங்களால் கவனிக்கப்படாமல் போய்விடுகிறது. இந்த அனுமானம் மூலம் நிறுவனங்கள் தங்கள் தயாரிப்புகளை ஒருவருக்கொருவர் நெருக்கமாக மாற்றுகின்றன என்பதால், போட்டி நிறுவனங்களின் முடிவுகளால் பாதிக்கப்படக்கூடியதாக இருக்கும் என்பதில் கேள்வி எழுந்துள்ளது.

இரண்டாவதாக, சேம்பர்லின் மாதிரியானது, ஏகபோகமாக போட்டியிடும் நிறுவனங்கள் தங்கள் கடந்த கால அனுபவத்திலிருந்து கற்றுக்கொள்ளவில்லை என்பதை மறைமுகமாகக் கருதுகின்றன. தொடர்ச்சியான விலை குறைப்புகள் அவர்களுடைய இலாபத்தில் குறைந்துபோகும் போதும் அவர்கள் விலைகளை குறைப்பதற்கான தவறை தொடர்ந்து செய்கின்றனர். இத்தகைய அனுமானத்தை ஏற்றுக் கொள்ளமுடியாது.

மூன்றாவதாக, சேம்பர்லினின் தொழில்நுட்பம் ஒரு “தயாரிப்புக் குழுவாக” தெளிவற்றது. இந்த தயாரிப்பு வேறுபாடு ஒத்துப்போகவில்லை. உண்மையில், ஒவ்வொரு நிறுவனம் அதன் சிறப்பு மற்றும் தனிப்பட்ட தயாரிப்புகளின் அடிப்படையில்தான் தொழில் ஆகும்.

நான்காவது, ஒரே மாதிரியான செலவு மற்றும் வருவாய் வளைவுகளின் “வீரியமான அனுமானங்கள்” கேள்விக்குரியவையாகும். ஒவ்வொரு நிறுவனமும் ஒரு தொழிலாக இருப்பதால், பல்வேறு நிறுவனங்களின் செலவுகள் மற்றும் வருவாய் நிலைமைகள் ஆகியவற்றில் மாறுபட்ட வாய்ப்புகள் உள்ளன.

ஐந்தாம், சேம்பர்லின் இலவச நுழைவு அனுமதிப்பீடு தயாரிப்பு வேறுபாட்டிற்கும் பொருந்தாததாகக் கருதப்படுகிறது. சட்ட தடைகள் இல்லாவிட்டாலும், தயாரிப்பு வேறுபாடு மற்றும் பிராண்ட் விசுவாசம் ஆகியவை நுழைவுக்கான தடையாக இருக்கும்.

இறுதியாக, சாம்பர்லினின் ஏகபோகமான போட்டியின் கருத்தாக்கத்தின் அனுபவத்தை பொறுத்தவரை, உண்மையான உலகில் ஏதாவதொரு உதாரணத்தைக் கண்டுபிடிப்பது கடினம், அவர்களுக்கு ஏகபோக உரிமை ஏதுவானது பொருத்தமானது. உண்மையான உலகில் இருக்கும் பெரும்பாலான சந்தைகள் சரியான அல்லது தூயப் போட்டி, அதேபோல் முற்றூரிமை அல்லது ஏகபோகத்தின் கீழ்வகைப்படுத்தப்படலாம். எனவே, சாம்பர்லினின் ஏகபோக உரிமை மாதிரி மாதிரி ஒரு நம்பத்தகாத சந்தையை ஆராய்கிறது. எ.கா., சில பொருளாதார வல்லுனர்கள், எ.கா., கோஹென் மற்றும் சைர்ட் ஆகியோர், ஏகபோக போட்டியின் மாதிரியானது, பொருளாதார கோட்பாட்டிற்கு ஒரு பயனுள்ள கூடுதலாக இல்லை என்ற நிலைப்பாட்டைக் கொண்டிருப்பதால், அது உண்மையான உலகில் எந்த சந்தையையும் விவரிக்கவில்லை.

மேலே கூறப்பட்ட விமர்சனங்கள் இருந்தபோதிலும் கூட, விலைவாசி கொள்கைக்கு சேம்பர்லின் பங்களிப்பு மறுக்கப்பட முடியாது. சேம்பர்லின் முதன்மையானது, வேறுபடுத்தப்பட்ட உற்பத்தியின் கருத்தை

அறிமுகப்படுத்தியது மற்றும் செலவினங்களை மாற்றியமைக்கும் மாதிரியாகவும் இந்த காரணிகளுக்கான முறையான பகுப்பாய்வை வழங்கவும் முதன்முதலாக அறிமுகப்படுத்தியது. சேம்பர்லினின் மற்றொரு முக்கிய பங்களிப்பானது சந்தையின் பங்கு அடிப்படையிலான கோரிக்கைகளின் அறிமுகத்தை அறிமுகப்படுத்துவதாகும், இது நிறுவனங்களின் நடத்தைப் பகுப்பாய்வு செய்யும் ஒரு கருவியாகும், இது பின்னர் கின்க்ட்-கோரிக்கை வளைவு பகுப்பாய்வின் அடிப்படையாக மாறியது.

குறிப்புகள்

11.7 முற்றூரிமைப் போட்டியில் கீழ் விலை மற்றும் வெளியீடு தீர்மானங்கள்

இந்த பிரிவில், நாம் விலையுயர்வு கீழ் விலை மற்றும் வெளியீடு உறுதியை விவாதிப்போம். முதலாவதாக, மலிவானது சந்தை அமைப்பைக் காண்போம்.

11.7.1 முற்றூரிமைப் போட்டி: வரையறை, ஆதாரங்கள் மற்றும் சிறப்பியல்புகள்

முற்றூரிமைப் போட்டி என்பது ஒரு சந்தை அமைப்பாக வரையறுக்கப்படுகிறது, இதில் சில விற்பனையாளர்கள் ஒரே மாதிரியான அல்லது வேறுபட்ட தயாரிப்புகள் விற்பனை செய்கின்றனர். முற்றூரிமைப் போட்டி நிறுவனங்கள் ஒரு தனித்துவமான உற்பத்தியை விற்கும் போது, இது தூய அல்லது ஒரே விதமான முற்றூரிமைப் போட்டி என்று அழைக்கப்படுகிறது. உதாரணமாக, ரொட்டி, சிமெண்ட், எஃகு, பெட்ரோல், சமையல் எரிவாயு, இரசாயனங்கள், அலுமினியம் மற்றும் சர்க்கரை உற்பத்தி செய்யும் தொழிற்சாலைகள் ஒரே மாதிரியான முற்றூரிமைப் போட்டி வகைகளாகும். மேலும், ஒரு கைத் தொழிலின் நிறுவனங்கள் வேறுபடுத்தப்பட்ட பொருட்களை விற்பனை செய்யும் இடங்களில், இது வேறுபட்ட அல்லது பன்மடங்குமிக்க முற்றூரிமைப் போட்டி என்று அழைக்கப்படுகிறது. மோட்டார் வாகனங்கள், தொலைக்காட்சி நிலையங்கள், சோப்புகள் மற்றும் சுவர்க்கடிகாரம், குளிர்பதன பெட்டிகள், மென்மையான பானங்கள், கணினிகள், சிகரெட்டுகள் போன்றவை வேறுபடுகின்றன.

இது தூயதாக அல்லது வேறுபட்டதாக இருக்குமா என்பது, "முற்றூரிமை என்பது தொழில் துறை நாடுகளின் உற்பத்தித் துறையில் மிகவும் பிரபலமான சந்தை அமைப்பு ஆகும். இந்தியா போன்ற தொழிற்சாலை அல்லாத நாடுகளில், பெரிய மற்றும் சிறிய தொழிற்சாலைகள் பெரும்பான்மையானது அதேபோல் முற்றூரிமை சந்தை அம்சங்களை வாங்கியுள்ளன. இந்தியாவின் 84 பெரிய மற்றும் சிறிய தொழில்களில் 4 முதல் 10 நிறுவனங்களின் சந்தை பங்கு கீழே கொடுக்கப்பட்டுள்ளது.

சந்தைபங்கு (%)	தொழிற்சாலைகளின் எண்ணிக்கை
1 – 24.9	8
25 – 49.9	11
50 – 74.9	15
75 – 100	50
மொத்தம்	84

குறிப்புகள்

மேலே காட்டப்பட்டுள்ள தரவு, இந்தியாவில் 84 தேர்ந்தெடுக்கப்பட்ட தொழில்களில் 50ல், அதாவது சுமார் 60 சதவீத தொழில்களில், 4 முதல் 10 நிறுவனங்களுக்கு 75% அல்லது அதற்கு மேற்பட்ட சந்தை பங்கு உள்ளது, இது 0.500 அல்லது அதற்கும் மேற்பட்ட செறிவு விகிதத்தை அளிக்கிறது. இத்தகைய அனைத்து தொழிற்சாலைகள் முற்றூரிமைப் போட்டி கீழ்வகைப் படுத்தப்படுகின்றன

11.7.2 முற்றூரிமைப் போட்டி ஆதாரங்கள்

முற்றூரிமைக்கு வழிவகுக்கும் காரணிகள் பரந்த அளவில் ஏகபோக உரிமையைக் கொண்டுள்ளன. முற்றூரிமையின் முக்கிய ஆதாரங்கள் இங்கே சுருக்கமாக விவரிக்கப்பட்டுள்ளன.

1. பெரிய மூலதன முதலீடு. சில தொழில்கள் இயல்பு முதலீடு-தீவிரமானவை, எ.கா., உற்பத்தி வாகனங்கள், விமானம், கப்பல்கள், தொலைக்காட்சிப் பெட்டிகள், கணினிகள், மொபைல் போன்கள், குளிர்வதனப் பெட்டிகள், எ.கு மற்றும் அலுமினிய பொருட்கள் போன்றவை. எனவே, பெரிய நிறுவனங்கள் முதலீடு செய்யக் கூடிய நிறுவனங்கள் மட்டுமே இந்த வகை தொழில்களில் நுழைய முடியும். உண்மையில், ஒரு பெரிய முதலீட்டு தேவை முற்றூரிமைப் போட்டி தொழில்களுக்கு நுழைவதற்கு இயற்கையான தடையாக செயல்படுகிறது.

2. பொருளாதாரத்தின் அளவு. பெரிய முதலீடு மற்றும் பெருமளவிலான உற்பத்தியைப் பொறுத்த வரையில், பெரிய அளவிலான நிறுவனங்கள் உற்பத்தித் துறையில் பொருளாதாரத்தில், தொழில்துறை உள்ளீடுகளை, சந்தை நிதிபுதவி, மற்றும் விற்பனை அமைப்பின் காரணமாக, முழுமையான விலையில் நன்மைகளை அனுபவிக்கின்றன. இது தற்போதைய நிறுவனங்களுக்கு விலை போட்டியில் புதிய நிறுவனங்கள் மீது ஒப்பீட்டு நன்மைகளை வழங்குகிறது. இது புதிய நிறுவனங்களின் நுழைவுக்கான ஒரு தடையாகவும் செயல்படுகிறது.

3. காப்புரிமை உரிமைகள். வேறுபாட்டிற்குரிய முற்றூரிமைப் போட்டிபொறுத்த வரையில், நிறுவனங்கள் தங்கள் வேறுபாட்டைப் பெற காப்புரிமையை பெற்றுக் கொள்கின்றன, அவை காப்புரிமைப் பொருட்களை உற்பத்தி செய்ய மற்றும் சந்தைப் படுத்துவதற்கான ஒரு பிரத்யேக உரிமையை அளிக்கின்றன. இது மற்ற நிறுவனங்கள் காப்புரிமைப் பொருட்களை உற்பத்தி செய்வதைத் தடுக்கிறது. எனவே, புதிய நிறுவனங்கள், புதிய தயாரிப்புகளை வைத்திருக்காவிட்டால், தற்போதுள்ள தயாரிப்புகளின் தரம் மற்றும் செலவு ஆகியவற்றில் பொருந்தக் கூடியவை, அவை தொழில் நுட்பத்தில் நுழைய முடியாது. இது நிறுவனங்களின் எண்ணிக்கையைக் கட்டுப்படுத்துகிறது.

4. சில மூலப் பொருட்களைக் கட்டுப்படுத்துவதற்காக, சில நிறுவனங்கள் ஒரு குறிப்பிட்டப் பொருளை உற்பத்தி செய்வதற்கு தேவையான முக்கியமான உள்ளீடுகளின் மொத்த அளவைக் கட்டுப்படுத்துவதால், புதிய நிறுவனங்கள் தொழில் நுட்பத்தில் நுழைவதற்கு மிகவும் கடினமானவை. உதாரணமாக, சில நிறுவனங்கள் சில மூலப்பொருட்களை இறக்குமதி

செய்வதற்கு உரிமைப் பெற்றால், அவர்கள் முழுமையான உள்ளீட்டு அளிப்பை கட்டுப்படுத்துகின்றனர்.

சரியான போட்டியின் கீழ் வழலை நிர்ணயம்

5. இணைப்பு மற்றும் கையகப்படுத்துதல். போட்டியிடும் நிறுவனங்களை இணைத்தல் அல்லது போட்டியிடும் நிறுவனங்களை கையகப்படுத்துதல் ஆகியவை பெரிய பங்குகளால் தங்கள் கூட்டுச் சந்தை பங்குகளை பாதுகாக்க அல்லது போட்டியை வீணடிக்க முடிவு செய்வது நவீன காலங்களில், ஒரு முக்கியக் காரணியாகும், இது ஒரு முக்கியக் காரணி எனவும், நவீன தொழிற்சாலைகளில் ஒற்றுமை போக்கு. இந்திய தொழில்களில் சமீபத்திய போக்குகளின் முக்கிய அம்சங்களில் ஒன்று சேர்க்கை மற்றும் கையகப்படுத்துதல்.

குறிப்புகள்

11.7.3 முற்றுரிமைப் போட்டி அம்சங்கள்

இப்போது தன்னலமற்ற தொழில்களின் முக்கிய சிறப்பியல்புகளைப் பார்ப்போம்.

1. விற்பனையாளர்களின் சிறிய எண்ணிக்கை. ஏற்கனவே குறிப்பிட்டுள்ளபடி, ஒரு சிறிய எண்ணிக்கையிலான விற்பனையாளர்கள் அதேபோல் முற்றுரிமை கீழ். மலிவான சந்தைகளில் விற்பனையாளர்களின் எண்ணிக்கை எவ்வளவு குறைவாக உள்ளது என்பது குறிப்பிடத்தக்கது, இது பெரும்பாலும் சந்தையின் அளவைப் பொறுத்தது. எவ்வாறாயினும், விற்பனையாளர்களின் எண்ணிக்கை மிகவும் குறைவாக உள்ளது, ஒவ்வொரு நிறுவனத்தின் சந்தை பங்குச் சந்தை விலை மற்றும் அதன் போட்டி நிறுவனங்களின் வணிக மூலோபாயத்தை பாதிக்கும் ஒரு நிறுவனத்திற்கு போதுமானது. இந்தத் தொழிற்சாலையில் இருந்து தொழிலுக்கு மாறுபடும். இந்தியாவில் முற்றுரிமை தொழில்களின் சில எடுத்துக்காட்டுகள் மற்றும் 1997-98இல் ஆதிக்கம் செலுத்தும் நிறுவனங்களின் சந்தை பங்கு கீழேக் கொடுக்கப்பட்டுள்ளது.

தொழில்	நிறுவனங்கள் எண்ணிக்கை	மொத்த சந்தை பங்கு (%)
பனி கூழ்	4	100.00
ரொட்டி	2	100.00
குழந்தை பால் உணவு	6	99.95
மோட்டார் சைக்கிள்கள்	5	99.95
பயணிகள் கார்கள்	5	94.34
சிகரெட்	4	99.90
பழ சாறு, கூழ் மற்றும் கச்சேரி	10	98.21
ஒளிரும் விளக்குகள்	3	91.84
ஆட்டோமொபைல் டயர்கள்	8	91.37

ஆதாரம்: CMIE, தொழிற்சாலைகள் மற்றும் சந்தை பங்கு, ஆகஸ்ட் 1999.

2. முடிவெடுக்கும் விருப்பம். முற்றுரிமைப் போட்டி சந்தை கட்டமைப்பின் மிகச் சிறப்பான அம்சம், அவர்களின் முடிவெடுப்பதில் சிலநூலிமை போட்டி

குறிப்புகள்

நிறுவனங்களின் ஒன்றிணைவு ஆகும். அதேபோல் முற்றூரிமை கீழ் நிறுவனங்கள் சிறப்பியல்பு குறைபாடு ஒருவருக்கொருவர் ஆர்வத்துடன் போட்டியில் நிறுவனங்களை கொண்டு. நிறுவனங்களுக்கிடையேயான போட்டி, நிறுவனங்களுக்கு இடையேயான தொடர்பு இல்லாத நிலையில் எதிர்வினை மற்றும் எதிர் நடவடிக்கை ஆகியவற்றின் வடிவத்தை எடுக்கும். உதாரணமாக, கார் நிறுவனங்கள் தங்கள் விலைகளை மாற்றிவிட்டன. நிறுவனங்களில் ஒன்றின் விலையில் மாற்றம். அவர்கள் ஒருவருக்கொருவர் போட்டியில் புதிய மாதிரியை அறிமுகப்படுத்தியுள்ளனர். தொழிற்சூழலில் உள்ள நிறுவனங்கள் எண்ணிக்கை சிறியதாக இருப்பதால், விலை, விளம்பர மற்றும் தயாரிப்பு மாற்றம் தொடர்பான ஒவ்வொரு நிறுவனத்தின் வர்த்தக மூலோபாயமும் போட்டி நிறுவனங்கள் நெருக்கமாக கண்காணித்து, பிரதிபலிப்பு மற்றும் பதிலடி கொடுக்கின்றன. ஒரு புதிய வணிக மூலோபாயத்தைத் தொடங்குவதற்கு நிறுவனங்கள் எதிர்பார்க்கிற மற்றும் போட்டி நிறுவனங்களின் சாத்தியமான எதிர் நடவடிக்கைகளை கணக்கில் எடுத்துக்கொள்வதே சமமாக முக்கியம். இது முற்றூரிமைப் போட்டி நிறுவனங்களின் ஒத்துழைப்பு என்று அழைக்கப்படுகிறது.

மூலோபாய மேலாண்மையின் வெளிப்படையான உதாரணம் ராபர்ட் ஏ. மேயர் மேற்கோளிட்வுள்ளது. எடுத்துக்காட்டாக, அமெரிக்க கார் உற்பத்தி நிறுவனங்களில் ஒன்றான செப்டம்பர் மாதத்தில், ஒரு கார் விற்பனையின் விலைபட்டியலில் 180 டாலர்கள் அதிகரித்துள்ளது. ஒரு சில நாட்களுக்குப் பிறகு, ஒரு சில நாட்களுக்குப் பிறகு, இரண்டாவது நிறுவனம் 80 டாலர்கள் மட்டுமே அதிகரித்தது, மூன்றாவது ஒரு டாலர் 91 டாலர் அதிகரிப்பை அறிவித்தது. முதல் நிறுவனம் ஒரு எதிர்ப்பு நடவடிக்கை எடுத்தது: \$180 முதல் பட்டியல் விலையில் விரிவாக்கத்தில் குறைப்பு அறிவித்தது \$71. இது முற்றூரிமை சந்தை கட்டமைப்பு கீழ் வணிக முடிவுகளை நிறுவனங்களின் ஒன்றிணைந்த ஒரு பொருத்தமான உதாரணம் ஆகும். இந்தியாவில், மாருதி உத்யோக் லிமிடெட் (MUL), அதன் பயணிகள் கார்களில் 2005 ஆம் ஆண்டின் தொடக்கத்தில், ₹24,000 முதல் ₹36,000 வரை விலை குறைப்பு அறிவித்தபோது, மற்ற நிறுவனங்கள் தொடர்ந்து வழக்கு தொடர்ந்தன. இருப்பினும், விலையுயர்வால் லாபம் அழிக்கப்படுவதால் விலையில்லா போட்டி நிறுவனங்கள் ஒலிம்பிக் நிறுவனங்களின் முக்கிய போட்டியாக இல்லை. போட்டியின் வேறுபாடு, கடுமையான விளம்பர மற்றும் உயிர் பிழைப்பு ஆகியவற்றின் அடிப்படையிலான ஒரு பொதுவான போட்டி என்பது விலை அல்லாத போட்டியாகும்.

3. நுழைவுக்கான தடைகள். முற்றூரிமைப் போட்டி தொழிற்சூழலின் நுழைவுக்கான தடைகள் ஏற்படுகின்றன, அதாவது (i) ஏற்கனவே உள்ளவர்களின் உற்பத்தி திறனுடன் பொருந்தக்கூடிய பெரிய முதலீட்டு தேவை, (ii) தற்போதுள்ள நிறுவனங்களால் அனுபவித்துள்ள அளவிலான பொருளாதாரங்கள் மற்றும் முழுமையான செலவின ஆதாயங்கள் (iii) தரம் மற்றும் சேவையின் அடிப்படையில் நிறுவப்பட்ட நிறுவனங்களின் தயாரிப்புகளுக்கு நுகர்வோர் விசுவாசம் மற்றும் (iv) புதிய நிறுவனங்கள் நிறுவனங்களை விலை குறைப்பு மூலம் நுழைவதை தடுக்கும். இருப்பினும், இந்த தடைகளை கடக்கக்கூடிய புதிய நுழைவுத் தேர்வுகள் மற்றும் தொழிற்சூழலில் நுழைகின்றன, ஒரு சில மட்டுமே இருந்தாலும், பெரும்பாலும் MNC களின் கிளைகள் உள்ளன.

4. நிச்சயமற்ற விலை மற்றும் வெளியீடு. மற்றொரு முக்கிய அம்சம், ஒரு சர்ச்சைக்குரிய ஒன்றாகும், முற்றுரிமை சந்தை கட்டமைப்பு விலை மற்றும் வெளியீடு தனிச்சிறப்பு வாய்ந்த நிறுவனங்களின் தனித்தன்மை மற்றும் ஒத்துழையாமை தேவை கோரிக்கை வளைவு ஒரு கடினமான கருத்தை உருவாக்குகிறது. எனவே, விலை மற்றும் வெளியீடு தனித்தன்மை வாய்ந்தது என்று கூறப்படுகிறது. இருப்பினும், விலை மற்றும் வெளியீடு மிருகத்தனமான ஒலிக்கல்லின் கீழ் தீர்மானிக்கப்படுகிறது. ஆனால், அங்கேயும், கூட்டாக நீடிக்கலாம் அல்லது அது உடைந்து போகலாம். எதிர்மறையான கருத்து என்னவென்றால் முற்றுரிமை கீழ் விலை ஒட்டும் என்பது, விலை நிர்ணயிக்கப்பட்டால் அது உறுதிப்படுத்துகிறது.

குறிப்புகள்

11.7.4 முற்றுரிமைப் போட்டி மாதிரிகள்: கண்ணோட்டம்

முற்றுரிமைப் போட்டி நிலைமைகளின் கீழ், ஏற்கனவே குறிப்பிட்டுள்ளபடி, போட்டியாளர்கள் நிறுவனங்கள் ஒரு சிக்கலான முறை நடவடிக்கைகள், எதிர்வினைகள் மற்றும் எதிர் நடவடிக்கைகளை பல்வேறு நடத்தை வடிவங்களைக் காட்டுகின்றன. பாமோல் அதை வைத்து, இந்த சூழ்நிலையில், ஒரு பரந்த பல்வேறு நடத்தை முறை சாத்தியம் ஆகிறது. போட்டியாளர்கள் ஒன்றுகூடி அவர்களது குறிக்கோள்களைப் பின்தொடர்வதில் ஒத்துழைக்கத் தீர்மானிக்கலாம், ஒருவருக்கொருவர் சண்டையிடுவதற்கு முயற்சி செய்யலாம். அவர்கள் ஒரு உடன்படிக்கைக்குள் நுழைந்தாலும், அது நீடிக்கலாம் அல்லது அது உடைந்து போகலாம். "எனவே, பொருளாதார வல்லுநர்கள், விலையுயர்ந்தவரின் கீழ் விலை மற்றும் வெளியீட்டுத் தீர்மானத்தை ஒரு திட்டமிட்ட பகுப்பாய்வு செய்ய மிகவும் கடினமானதாகக் கண்டறிந்துள்ளனர். எனினும், இது சிக்கலை தீர்க்கத்தக்க தீர்வை கண்டுபிடிப்பதற்கான முயற்சிகளிலிருந்து பொருளாதார நிபுணர்களைத் தடுக்கவில்லை.

பல்வேறு வகையான நடத்தை வடிவங்களின்படி, பொருளாதார வல்லுநர்கள் வெவ்வேறு நடத்தை ஊகங்கள் அடிப்படையில் பல்வேறு பகுப்பாய்வு மாதிரிகளை உருவாக்கியுள்ளனர். பெர்ரண்ட் தலைமையிலான மாடல் (1880), எட்ஜெர்த்ஸ் டூப்ளி மாதிரி (1897), ஸ்டேக்கெல்பெர்க் மாடல் (1933), ஸ்வீசியின் சுழற்றப்பட்ட கோரிக்கை வளைவு மாதிரி (1939), நியூமன் மற்றும் மார்க்ஜென்ஸ்டன் விளையாட்டு கோட்பாடு மாதிரி (1944) மற்றும் பாமோல் விற்பனை அதிகபட்ச மாதிரி (1959). இருப்பினும், இந்த மாதிரிகள் எதுவும் தன்னலக்குழுவின் உலகளாவிய ஏற்றுக்கொள்ளக்கூடிய பகுப்பாய்வை வழங்குகிறது, ஆனால் இந்த மாதிரிகள் சிலருரிமை போட்டி நடத்தைக்கு ஒரு உட்பார்வை அளிக்கின்றன.

இந்த பிரிவில், சில தேர்ந்தெடுக்கப்பட்ட சிலருரிமை போட்டி மாதிரிகள் அதேபோல் முற்றுரிமை நிறுவனங்கள் நடத்தை மற்றும் முற்றுரிமை சந்தைகளில் செயல்பாட்டை காட்ட நோக்கம். விலையுயர்வு மற்றும் வெளியீடு விலை, கார்ட்டல் முறை மற்றும் தங்களின் விலை மற்றும் வெளியீடு முடிவுகள் ஆகியவற்றில் சிலருரிமை போட்டி நிறுவனங்களை எதிர்கொள்ளும் சந்தர்ப்பத்தில் எவ்வாறு தீர்மானிக்கப்படுகின்றன என்பதன் அடிப்படையில் இந்த பகுப்பாய்வு மாதிரிகள் தேர்ந்தெடுக்கப்பட்டன. புகழ்பெற்ற சிலருரிமை போட்டி மாதிரிகள் பின்வருமாறு:

குறிப்புகள்

- (i) கோர்னாட்டின் இருசமயமாக்கல் மாதிரி,
- (ii) ஸ்வைசியின் சுருண்ட கோரிக்கை வளைவு மாதிரி,
- (iii) விலை தலைமை மாதிரிகள்:
 - (a) ஒரு குறைந்த விலை நிறுவனம் மூலம் விலை தலைமை,
 - (b) ஆதிக்கம் செலுத்தும் நிறுவனம் மற்றும் விலை நிர்ணயம்
 - (c) பாரோமெட்ரிக் நிறுவனத்தின் விலை தலைமை,
- (iv) மழுங்கிய மாதிரி: கார்டெல் ஏற்பாடு,
- (v) முற்றுரிமை விளையாட்டின் கோட்பாடு மாதிரி, மற்றும்
- (vi) கைதிகளின் குழப்பம்

11.7.5 இரட்டை முற்றுரிமை ஒரு பாரம்பரியம்: கோர்னாட்டின் மாதிரி

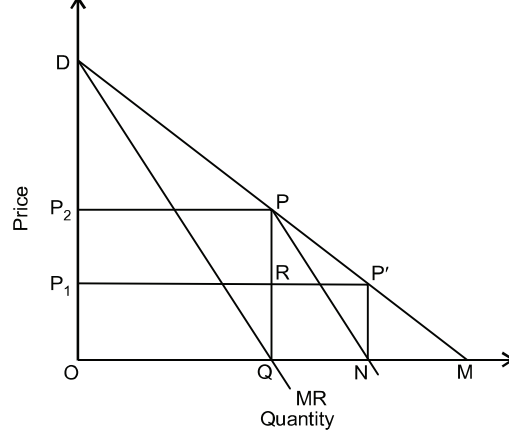
அகஸ்டின் கோர்னாட்டின், ஒரு பிரெஞ்சு பொருளாதார வல்லுனர், 1838 ஆம் ஆண்டில் ஒரு முறைசாரா ஒலிகோபலி மாதிரியை உருவாக்கியவர் ஆவார். அவர் தனது தன்னலமற்ற கோட்பாட்டை ஒரு இருமண்டல மாதிரியாக வடிவமைத்து, இது அதேபோல் முற்றுரிமை மாதிரிக்கு நீட்டிக்கப்படலாம். அவரது மாதிரியை விளக்கும் வகையில், கர்னாட் பின்வரும் ஊகங்களைச் செய்தார்

- (a) இரண்டு நிறுவனங்களும் உள்ளன, ஒவ்வொன்றும் ஒரு ஆரேசிய கனிம நீர் கிணறு வைத்திருக்கிறது
- (b) இரு நிறுவனங்களும் தங்கள் கிணறுகள் மூலம் ஓரளவு செலவில் இயங்குகின்றன
- (c) இருவரும் தொடர்ந்து எதிர்மறையான சாய்வுடன் கோரிக்கை வளைவை எதிர்கொள்கிறார்கள்
- (d) ஒவ்வொரு விற்பனையாளரும் தன் போட்டியாளரை தனது வெளியீட்டை மாற்றுவதற்கான தனது முடிவை எதிர் கொள்ள மாட்டார் என்ற கருத்தை செயல்படுத்துகிறார் - கர்னாட்டின் நடத்தை ஊகம்.

இந்த மாதிரியின் அடிப்படையில், ஒவ்வொரு விற்பனையாளரும் இறுதியில் சந்தைகளில் மூன்றில் ஒரு பங்கை வழங்குவதாகவும், இரு நிறுவனங்களும் அதே விலையை வசூலிக்கின்றன என்றும் மேலும், சந்தையில் மூன்றில் ஒரு பங்கு ஆதாரமற்றது.

சர்னாட்டின் இரு துருவ மாதிரியின் மாதிரி படம் 11.11. கனிம நீருக்காக கோரிக்கை வளைவு AR வளைவு மற்றும் நிறுவனத்தின் MR . ஆனால் MR வளைவு மூலம் வழங்கப்படுகிறது. முதலாவதாக, இரண்டு விற்பனையாளர்களான A மற்றும் B மட்டும் இருப்பதாக நாம் நினைக்கலாம், ஆனால் ஆரம்பத்தில், சந்தையில் ஒரு கனிம நீர் மட்டுமே விற்பனையாளர் ஆவார். யுகத்தின் மூலம், அவரது $MC = 0$. இலாபத்தை அதிகரிக்கும் வகையில், அவர் OQ ஐ விற்கிறார், அங்கு $MC = 0 = MR$, விலை OP_2 இல். அவரது மொத்த இலாபம் $OP_2 PQ$ ஆகும்.

குறிப்புகள்



படம் 11.11 இரட்டை முற்றுரிமை கீழ் விலை மற்றும் வெளியீடு தீர்மானம்:
கோர்னாட்டின் மாதிரி

இப்போது B சந்தையில் நுழையலாம். அவர் சந்தையில் திறந்த சந்தை மொத்த சந்தையில் பாதி இது QM என்று காண்கிறார். அதாவது, சந்தையில் எஞ்சியிருக்கும் பாதிப் பொருட்களில் தனது தயாரிப்புகளை விற்க முடியும். B அதிகபட்ச இலாபத்தைச் சம்பாதிப்பதால், அவரது வெளியீட்டை மாற்ற முடியாது என்று கருதுகிறது. குறிப்பாக, B விலை OP_2 விலையில் OQ ஐ விற்கத் தொடரும் என்று B கூறுகிறது, எனவே B க்கு கிடைக்கக்கூடிய சந்தை QM மற்றும் தேவை வளைவின் பொருத்தமான பகுதி ஆகும். அவரது கோரிக்கையின் வளைவு அவரது MR வளைவு PN மூலம் வழங்கப்படுகிறது, இது $QN = NM$ இல் QN ஐ குவிக்கிறது. அவரது வருவாயை அதிகரிக்க, B OP விலை OP_1 இல் QN ஐ விற்கிறது. அவரது மொத்த வருவாய் $QRP'N$ இல் அதிகபட்சம், இது அவரது மொத்த இலாபத்தை சமன் செய்கிறது. B சந்தையில் $QN = 1/4 = (1/2) / 2$ மட்டுமே வழங்கப்படுகிறது என்பதைக் கவனத்தில் கொள்ளவும்.

B இன் நுழைவு மூலம் ஒரு இலாபத்தை எவ்வாறு பாதிக்கிறீர்கள் என்பதை இப்போது பார்க்கலாம், B இன் நுழைவுடன் விலை OP_1 க்கு விழும். ஆகையால், எதிர்பார்க்கப்படும் லாபம் $OP_1 RQ$ க்கு விழும். இந்த சூழ்நிலையை எதிர்கொண்டு, ஒரு வருமானம் ஈட்டினால் B அதிகபட்ச இலாபத்தைச் செலுத்துவதன் மூலம் தனது வெளியீடு QN மற்றும் விலை OP_1 ஐ மாற்றாது. சந்தையில் $QN = 1/4$ என்பதால் அவருக்கு கிடைக்கும் சந்தையில் $3/4 (= 1 - 1/4)$ உள்ளது என்று கருதுகிறது. அவரது இலாபத்தை அதிகரிக்க, சந்தையில் இல்லாத $1/3$ சந்தையில் $(3/4)$ ஒரு பொருள், அதாவது $3/8$. ஒரு சந்தை பங்கு $1/2$ முதல் $3/8$ வரை வீழ்ச்சியுற்றது குறிப்பிடத்தக்கது.

இப்போது அது எதிர்வினையாற்றுகிறது. கோர்னாட்டின் அனுமானத்தை தொடர்ந்து, B சந்தையில் $3/8$ மட்டுமே விநியோகிக்கப்படும் என்றும், அவரை சந்தையில் திறந்த சந்தை $1 - 3/8 = 5/8$ க்கு சமமாக இருக்கும் என்றும் கருதுகிறது. புதிய நிலைமைகளின் கீழ் தனது இலாபத்தை அதிகரிக்க, B $1/2 \times 5/8 = 5/16$ சந்தையில் வழங்குகிறது. இது ஒரு சூழ்நிலையை

குறிப்புகள்

மறுபரிசீலனை செய்து அதன்படி அதனுடைய விலை மற்றும் வெளியீட்டை சரிசெய்ய இப்போது உள்ளது.

நடவடிக்கை மற்றும் எதிர்வினை இந்த செயல்முறை தொடர்ந்து காலங்களில் தொடர்கிறது. செயல்பாட்டில், ஏ தனது சந்தை பங்கை இழந்து தொடர்ந்து B பெற தொடர்கிறது. இறுதியில், சந்தை சந்தை $1/3$ ஒவ்வொன்றும் சமமாக இருக்கும்போது நிலைமை அடைகிறது. வெளியீடு சரிசெய்ய எந்த முயற்சியும் அதே விளைவை உருவாக்குகிறது. எனவே நிறுவனங்கள், தங்கள் சமநிலையை அடைகின்றன, ஒவ்வொருவரும் சந்தைகளில் மூன்றில் ஒரு பங்கை வழங்குகின்றனர், அதே விலைக்கு இருவருக்கும் கட்டணம் விதிக்கிறார்கள்.

செர்னாட்டின் மாதிரியின் படி, A மற்றும் B விற்பனையாளர்களின் செயல்கள் மற்றும் எதிர்வினைவுகள் மற்றும் சமநிலைகள் அட்டவணை 11.1 இல் காட்டப்பட்டுள்ளன.

அட்டவணை 11.1 சந்தை பங்கு தீர்மானித்தல்

காலம்	விற்பனையாளர் A	விற்பனையாளர் B
I	$\frac{1}{2}(1) = \frac{1}{2}$	$\frac{1}{2}\left(\frac{1}{2}\right) = \frac{1}{4}$
II	$\frac{1}{2}\left(1 - \frac{1}{4}\right) = \frac{3}{8}$	$\frac{1}{2}\left(1 - \frac{3}{8}\right) = \frac{5}{16}$
III	$\frac{1}{2}\left(1 - \frac{5}{16}\right) = \frac{11}{32}$	$\frac{1}{2}\left(1 - \frac{11}{32}\right) = \frac{21}{64}$
IV	$\frac{1}{2}\left(1 - \frac{21}{64}\right) = \frac{43}{128}$	$\frac{1}{2}\left(1 - \frac{43}{128}\right) = \frac{85}{256}$
...
...
N	$\frac{1}{2}\left(1 - \frac{1}{3}\right) = \frac{1}{3}$	$\frac{1}{2}\left(1 - \frac{1}{3}\right) = \frac{1}{3}$

குறிப்பு: அம்புகள் A மற்றும் B ஆகியவற்றின் செயல்கள் மற்றும் எதிர்வினைகளை திசை காட்டும்.

கோர்னாட்டின் சமநிலை தீர்வு நிலையானது. இதற்கு, நடவடிக்கை மற்றும் எதிர்வினை கொடுக்கப்பட்டால், இரண்டு விற்பனையாளர்களுக்கும் சந்தையின் கடைசி வரிசையில் காட்டப்பட்டபடி தங்கள் சந்தை பங்கை அதிகரிக்க முடியாது.

கோர்னாட்டின் இருசமயமாக்கல் மாதிரியானது ஒரு பொது முற்றூரிமை மாதிரியாக நீட்டிக்கப்படலாம். உதாரணமாக, தொழிலில் மூன்று விற்பனையாளர்கள் இருந்தால், ஒவ்வொன்றும் சந்தையில் $1/4$ ஒவ்வொரு நிறுவனமும் சமநிலையில் இருக்கும்போது அவை ஒவ்வொன்றும் சமநிலையில் இருக்கும். மூன்று விற்பனையாளர்கள் ஒன்றாக மொத்த சந்தையில் $3/4$ வழங்க, சந்தையில் $1/4$ வழங்கப்படாத மீதமுள்ள. இதேபோல், நான்கு நிறுவனங்கள் உள்ளபோது ஒவ்வொரு ஒரு சந்தையில் $1/5$ வது வழங்க மற்றும் சந்தை 1

5வது வழங்கப்படாத உள்ளது. ஒரு விற்பனையாளர் சந்தையில் ஒவ்வொரு விற்பனையாளரினதும் பங்கை நிர்ணயிக்கும் சூத்திரம்: $Q \div (n + 1) Q =$ சந்தை அளவு, மற்றும் $n =$ விற்பனையாளர்களின் எண்ணிக்கை.

11.7.6 இருதரப்பு ஏகபோகம்

இருதரப்பு ஏகபோக காரணி சந்தையில் ஒரு ஒற்றை வாங்குபவர் மற்றும் ஒரு ஒற்றை விற்பனையாளரும் இருக்கும்போது கூறப்படுகிறது. இந்த பிரிவு காரணி விலை மற்றும் வேலைவாய்ப்பு பகுப்பாய்வு செய்கிறது தொழிற்கட்சி ஏகபோகியால் (ஒரு தொழிலாளர் சங்கம்) வழங்கப்பட்ட நிலைமைகளின் கீழ், மற்றும் ஒரு சந்தைப் பணியாளர், உற்பத்திச் சந்தையில் ஒரு ஏகபோகியால் கோரியது. ஒரு காரணி (உழைப்பு) அனைத்து வாங்குபவர்களும் தொழிலாளர் சந்தையில் ஒரு பணவாட்டியாக செயல்படும் ஒரு முதலாளிகள் சங்கம் என்று நாங்கள் கருதினோம். ஒரு ஏகபோகவாதியாக செயல்படும் ஒரு தொழிலாளர் சங்கத்தில் சப்ளையர் பக்க தொழிலாளர் ஏற்பாடு செய்யப்படுகிறது. இந்த வகையான சந்தை நிலைமையில் ஊதிய நிர்ணயம் பொதுவாக கூட்டு பேரம் பேசுவதன் கீழ் பகுப்பாய்வு செய்யப்படுகிறது. இருதரப்பு ஏகபோகம் அலகு 12 இல் விரிவாக விவாதிக்கப்பட்டுள்ளது என்பதை கவனத்தில் கொள்ள வேண்டும்

உங்கள் முன்னேற்றத்தைச் சரிபார்க்கவும்

1. ஒரு சரியான போட்டி சந்தையின் இரண்டு பண்புகளை பட்டியலிடுக.
2. முற்றூரிமை சந்தையின் முக்கிய அம்சங்களைக் குறிப்பிடுங்கள்.
3. விலை பாரபட்சத்தை வரையறுக்க.
4. விலை அல்லாத போட்டிகளின் இரண்டு பொதுவான வடிவங்களைக் குறிப்பிடுங்கள்.

11.8 உங்கள் முன்னேற்றத்தைச் சோதித்தறியும் வினாக்களுக்கான விடைகள்

1. ஒரு சரியான போட்டி சந்தை இரண்டு பண்புகள் பின்வருமாறு:
 - ஒத்த பொருட்கள்
 - கூட்டு அல்லது இயல்பான கட்டுப்பாட்டு இல்லாதது
2. ஒரு செல்வந்த சந்தையின் முக்கிய அம்சங்கள் பின்வருமாறு:
 - விற்பனையாளர்களின் சிறிய எண்ணிக்கை
 - முடிவெடுக்கும் விருப்பமின்மை
 - நுழைவுக்கான தடைகள்
 - நிச்சயமற்ற விலை மற்றும் வெளியீடு
3. விலை வேறுபாடு என்பது வெவ்வேறு விலையில் நுகர்வோரின் வெவ்வேறு பிரிவுகளுக்கு அதே அல்லது சற்று வித்தியாசப்பட்ட தயாரிப்புகளை விற்பனை என்பதாகும், வேறுபாட்டிற்கான செலவில் பொருத்தமற்றது.

4. விலை அல்லாத போட்டிகளின் இரண்டு பொதுவான வடிவங்கள் தயாரிப்பு புதுமை மற்றும் விளம்பரம் ஆகும்.

11.9 திரட்டு

குறிப்புகள்

- சரியான போட்டியின்போது, விற்பனையாளர்கள் மற்றும் வாங்குபவர்களின் எண்ணிக்கை மிகவும் பெரியது. விற்பனையாளர்களின் எண்ணிக்கை மிகவும் பெரியது, ஒரு விற்பனையாளரின் மொத்த விநியோகத்தில் ஒவ்வொரு விற்பனையாளரிடமும் ஒரு விற்பனையாளருக்கு விநியோகத்தை மாற்றுவதன் மூலம் சந்தை விலையை பாதிக்கும் அளவுக்கு மிகக் குறைவாக உள்ளது.
- சில நேரங்களில் ஒரு வித்தியாசம் சரியான போட்டி மற்றும் தூய போட்டியின்போது செய்யப்படுகிறது. இரண்டுக்கும் இடையேயான வித்தியாசம் பட்டம் மட்டுமே.
- காரணிகள் மற்றும் சரியான அறிவைப் பொருத்தவரை சரியான போட்டியில் குறைவான சரியான இயக்கம் தூய்மையான போட்டியாக கருதப்படுகிறது.
- தூய ஏகபோகம் என்ற சொல் ஒரு பொருளின் ஒரு முழுமையான சக்தியாக இருக்காது, அதற்கு ஒரு நெருக்கமான மாற்றீடு இல்லாத தயாரிப்பு ஒன்றை உற்பத்தி செய்து விற்க வேண்டும். வேறு வார்த்தைகளில் கூறுவதானால், ஒரு ஏகபோக மாதிரியானது, ஒரு நெருக்கமான மாற்றீடில்லாத ஒரு தயாரிப்பு விற்பனையாளரை மட்டுமே கொண்டிருக்கும்.
- ஒரு ஏகபோக நிறுவனத்தின் எழுச்சி மற்றும் உயிர்வாழ்வானது, தொழிற்சாலைகளில் மற்ற நிறுவனங்களின் நுழைவுகளை தடுக்கிறது மற்றும் ஏற்கனவே உள்ளவர்களை அகற்றும் காரணிகளைக் குறிக்கிறது.
- 1930 களின் முற்பகுதியில் எட்வர்ட் எச். சேம்பர்லின் உருவாக்கிய ஏகபோக போட்டியில் விலை மற்றும் வெளியீட்டுத் தீர்மானத்தின் மாதிரி சமீபத்தில் வரை விலைக் கோட்பாட்டை ஆதிக்கம் செலுத்தியது. சமீப ஆண்டுகளில் அவருடைய மாதிரியின் தரம் குறைந்துவிட்டது என்றாலும், அதன் தத்துவார்த்த சுவையை இன்னும் தக்க வைத்துக் கொண்டுள்ளது.
- 1930 களின் முற்பகுதியில் நிலவுகின்ற ஏகபோகமான போட்டியின் சாம்பெர்லின் கோட்பாடு இன்னும் விலை நிர்ணயக் கோட்பாட்டிற்கு முக்கிய பங்களிப்பாகக் கருதப்படுகிறது. உண்மையில், ஏகபோக போட்டியின் கீழ் விலை நிர்ணயத்தின் சிறந்த கோட்பாட்டு விளக்கம் இல்லை. இருப்பினும், அவரது கோட்பாட்டு ரீதியான மற்றும் அனுபவபூர்வமான அடிப்படையிலும் விமர்சிக்கப்பட்டது.
- முற்றரிமைப் போட்டி என்பது ஒரு சந்தை அமைப்பாக வரையறுக்கப்படுகிறது, இதில் சில விற்பனையாளர்கள் ஒரே மாதிரியான அல்லது வேறுபட்ட தயாரிப்புகள் விற்பனை செய்கின்றனர். முற்றரிமைப் போட்டி நிறுவனங்கள்

ஒரு தனித்துவமான உற்பத்தியை விற்கும்போது, இது தூய அல்லது ஒரே விதமான முற்றுரிமைப் போட்டி என்று அழைக்கப்படுகிறது.

- பல்வேறு வகையான நடத்தையியல் முறைகளுக்கேற்ப, வெவ்வேறு நடத்தை ஊகங்கள் அடிப்படையில் பல்வேறு பகுப்பாய்வு மாதிரிகள் பொருளாதார வல்லுநர்கள் உருவாக்கியுள்ளனர். பெர்ரண்ட் தலைமையிலான மாடல் (1880), எட்ஜெர்த்ஸ் டூப்ளி மாடல் (1897), ஸ்டேக்கெல்பெர்க் மாடல் (1933), ஸ்வீசியின் சுழற்றப்பட்ட கோரிக்கை வளைவு மாதிரி (1939), நியூமன் மற்றும் மார்ஜென்ஸ்டன் கேம் தியரி மாதிரி (1944) மற்றும் பாமோல் விற்பனை அதிகப்பட்ச மாதிரி (1959).

குறிப்புகள்

11.10 முக்கிய வார்த்தைகள்

- தூய ஏகபோகம்: இது ஒரு நெருக்கமான மாற்றீட்டைக் கொண்ட ஒரு தயாரிப்புகளை தயாரிக்கவும் விற்கவும் ஒரு நிறுவனத்தின் முழுமையான சக்தியைக் குறிக்கிறது.
- ஏகபோக உரிமை: விற்பனையாளர்கள் அதிக எண்ணிக்கையில் விற்பனையாகும் பொருட்கள் விற்பனை செய்யும் சந்தை அமைப்பாக இது வரையறுக்கப்படுகிறது.
- முற்றுரிமைப் போட்டி: இது ஒரு சந்தை அமைப்பாக வரையறுக்கப்படுகிறது, இதில் சில விற்பனையாளர்கள் ஒரே மாதிரியான அல்லது வேறுபட்ட தயாரிப்புகள் விற்பனை செய்கின்றனர்.

11.11 சுய மதிப்பீட்டு வினாக்கள் மற்றும் பயிற்சிகள்

குறுகிய விடைக்கான வினாக்கள்

1. சரியான போட்டி மற்றும் தூய போட்டிக்கும் இடையே உள்ள வேறுபாடு என்ன?
2. விலை பாகுபாட்டின் உதாரணங்களை கொடுங்கள்.
3. விலை மற்றும் குழு சமநிலை விற்பனை செய்வதில் ஒரு சிறிய குறிப்பை எழுதுங்கள்.
4. ஏகபோகத்தின் முக்கிய ஆதாரங்கள் யாவை?
5. மலிவான மாதிரிகள் ஒரு கண்ணோட்டத்தை உருவாக்குங்கள்.
6. கர்னோட்டின் டூபோலி மாதிரியை சுருக்கமாக குறிப்பிட வேண்டும்.

நீண்ட விடைக்கான வினாக்கள்

1. கட்டுப்பாடற்ற சந்தைகளில் ஏகபோகங்களின் வெளிப்பாடு மற்றும் இருப்புக்கான ஒரு பிரதான மற்றும் தொழில்நுட்ப காரணியாகும் பொருளாதாரங்கள்.
2. சுருக்கமான ஒரு ஏகபோக நிறுவனத்தால் விலை மற்றும் வெளியீட்டின் உறுதிப்பாட்டை வரைபடமாக பிரதிநிதித்துவம் செய்கிறது.
3. டிகிரி மூலம் விலை பாகுபாடு பற்றி விவாதிக்கவும்.
4. ஏகபோக போட்டி மற்றும் சரியான போட்டிக்கு இடையே வேறுபாடு.

குறிப்புகள்

11.12 மேலும் படிக்க

திவிவேடி, டி. என். 2008. பொருளியல் கொள்கை, ஏழாவது பதிப்பு. புது
தில்லி: விகாஸ் பப்ளிஷிங் ஹவுஸ்.

வெய்ல். டேவிட் என் 2004. பொருளாதார வளர்ச்சி. லண்டன்: அடிசன்
வெஸ்லி.

தாமஸ், கிறிஸ்டோபர் ஆர். மற்றும் மாரிஸ் எஸ் சார்லஸ். 2005.
மேலாண்மையியல் பொருளாதாரம்: கருத்துக்கள் மற்றும் பயன்பாடுகள்,
எட்டாவது பதிப்பு. புது தில்லி: டாடா மெக்ரா-ஹில் பப்ளிஷிங் கம்பனி
லிமிடெட்.

மேன்கிவ், கிரிகோரி என். 2002. பொருளியல் கொள்கை, இரண்டாம் பதிப்பு.
இந்தியா: தாம்சன் பதிப்பகம்.

தொகுதி IV

ஊதியங்கள் மற்றும் பொருளாதார பகுப்பாய்வு கோட்பாடு

அலகு 12 ஊதிய நிர்ணயம் கோட்பாடு

குறிப்புகள்

அமைப்பு

- 12.0 அறிமுகம்
- 12.1 நோக்கங்கள்
- 12.2 ஊதியக் கோட்பாடு: ஒரு கண்ணோட்டம்
 - 12.2.1 நிலையான மற்றும் சமச்சீரற்ற ஊதிய வேறுபாடுகள்
 - 12.2.2 உழைப்புத் தேவை வளைவு அதிகரித்தல் தரமுயர்த்தல்
 - 12.2.3 கூட்டுப் பேரம்
- 12.3 உங்கள் முன்னேற்ற வினாக்களை சரிபார்க்கும் விடைகள்
- 12.4 திரட்டு
- 12.5 முக்கிய வார்த்தைகள்
- 12.6 சுய மதிப்பீட்டு வினாக்கள் மற்றும் பயிற்சிகள்
- 12.7 மேலும் படிக்க

12.0 அறிமுகம்

இந்த பிரிவில், பல்வேறு வகையான உழைப்பு மற்றும் தயாரிப்புச் சந்தைகளில் ஊதிய நிர்ணய கோட்பாட்டை நாம் விவாதிப்போம். உழைப்பு மற்றும் தயாரிப்பு சந்தைகளில் பின்வருமாறு ஊதிய நிர்ணயம் புள்ளிகள் இருந்து வகைப்படுத்தப்படுகின்றன:

- (i) தயாரிப்புசந்தை மற்றும் தொழிலாளர் சந்தை ஆகியவற்றில் சரியான போட்டி,
- (ii) உற்பத்தி சந்தையில் ஏகபோகம் மற்றும் தொழிலாளர் சந்தையில் சரியான போட்டி,
- (iii) உற்பத்தி சந்தையில் ஏகபோகம் மற்றும் முழுமையான போட்டித் தொழிலாளர் சந்தையில் ஏகபோகம்,
- (iv) உற்பத்தி சந்தை மற்றும் ஏகபோகம் (தொழிலாளர் சங்கத்தில்) தொழிலாளர் சந்தையில் சரியான போட்டி, மற்றும்
- (v) தயாரிப்பு சந்தை மற்றும் தொழிலாளர் சந்தையில் இருதரப்பு ஏகபோக உரிமை ஏகபோகம்.

இந்த வகையான சந்தை அமைப்பில் ஊதிய நிர்ணயம் பற்றிய கோட்பாடு இந்த அலகுக்குரிய பிரிவில் விவாதிக்கப்பட்டுள்ளது.

12.1 நோக்கங்கள்

இந்த அலகை நீங்கள் படித்து முடித்த பின்பு உங்களால்,

- கூலிகளின் கோட்பாட்டை பற்றி விவாதிக்கவும்

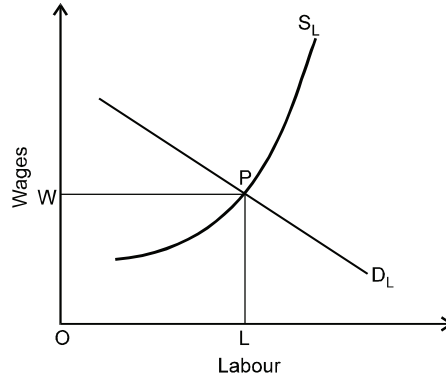
- ஊதிய நிர்ணயத்திற்கான குறிப்புடன் விளிம்பு உற்பத்தித் திறனைப் பகுப்பாய்வு செய்தல்
- கூட்டு பேரம் பேசுதல்
- ஊதிய வேறுபாடுகளை விளக்குங்கள்

12.2 ஊதியங்களின் கோட்பாடு: ஒரு கண்ணோட்டம்

இப்போது பல்வேறு சந்தை நிலைமைகளின் கீழ் ஊதியங்கள் கோட்பாட்டை படிப்போம்.

தயாரிப்பு மற்றும் தொழிலாளர் சந்தையில் சரியான போட்டியில் ஊதிய நிர்ணயம்

ஒரு முழுமையான தொழிலாளர் சந்தையின் மற்றும் ஒரு முழுமையான தயாரிப்பு சந்தை நிலையில், ஊதியங்கள் தேவை மற்றும் உழைப்பு வழங்குவதன் மூலம் ஊதியம் நிர்ணயிக்கப்படுகிறது. உழைப்பு தேவை மற்றும் விநியோக வளைவுகள் உற்பத்தி சந்தை மற்றும் தொழிலாளர் சந்தையில் இருவரும் சரியான போட்டிக்கு கீழ் ஊதிய நிர்ணயத்தை விளக்கவும் பயன்படுத்தலாம். இத்தகைய சந்தை கட்டமைப்பில் ஊதிய நிர்ணயம் படம் 12.1 இல் விளக்கப்பட்டுள்ளது.



படம் 12.1 பெரிதும் போட்டியிடும் சந்தையில் ஊதியங்களைத் தீர்மானித்தல்

இந்த எண்ணிக்கையில் காட்டப்பட்டுள்ளபடி, உழைப்புக் கோரிக்கை வளைவு D_L மற்றும் தொழிலாளர் சப்ளை வளைவு S_L புள்ளியை P . P புள்ளிக்கு இடையில் சந்திக்கின்றன. உழைப்பு தேவை மற்றும் உழைப்பு வழங்குவது OL இல் சமமாக இருக்கிறது, மற்றும் ஊதியவிகிதம் OW இல் நிர்ணயிக்கப்படுகிறது. தேவை மற்றும் விநியோக நிலைகள் மாறாத வரை இந்த ஊதிய விகிதம் போட்டியிடும் சந்தையில் நிலையானதாக இருக்கும். தொழிலாளர் விலை நிர்ணயத்தின் இந்த பகுப்பாய்வு, ஒரு பொருந்தக்கூடிய போட்டி தயாரிப்பு சந்தையில் பண்ட விலை விலை நிர்ணயத்திற்கு ஒத்ததாகும். பொருட்களின் விலை நிர்ணயத்திலிருந்தான காரணி விலை நிர்ணயத்தின் பகுப்பாய்வு வேறுபாடு என்னவென்றால், உற்பத்தியின் மாறுபடும் காரணிக்கான தேவை மற்றும் வழங்கல் அட்டவணைகளை வழங்கும் முறை.

மேலே விவாதிக்கப்பட்ட ஊதியத் தீர்மானத்தின் கோட்பாடு காரணி (உழைப்பு) அலகுகள் ஒரேவிதமானதாக இருப்பதாக கருதுகிறது. அனைத்து உழைப்பு அலகுகள் ஒரே மாதிரியானவையாகவும் மற்றும் அனைத்து பயன்பாடுகளிலும் அல்லாத பணம் நன்மைகள் ஒரே மாதிரியாக இருந்தால், பின்னர் ஒவ்வொரு தொழிலாளர் ஊதிய விகிதம் செய்தபின் போட்டி சந்தையில் வேறுபடுகிறது ஆயினும், உண்மையான உலகில், உழைப்புகளும் ஒரேமாதிரியானவை அல்ல. வேறு தொழிலாளர்கள் அதே ஊதிய விகிதத்தை கொடுக்கவில்லை. இந்த பிரிவில், ஊதிய வேறுபாடுகளுக்கான காரணங்களை நாம் விவாதிப்போம் . ஊதிய வேறுபாடுகளுக்கான காரணங்கள் இரண்டு குழுக்களுக்கு கீழ் வகைப்படுத்தப்படலாம்:

குறிப்புகள்

- (i) சமச்சீரற்ற காரணங்கள் மற்றும்
- (ii) நிலையான (அல்லது சமநிலை) காரணங்கள்

(a) சமச்சீரற்ற ஊதிய வேறுபாடுகள்

சமச்சீரற்ற ஊதிய வேறுபாடுகள் பண்டங்களின் மற்றும் உழைப்பு சந்தைகளில் உள்ள சமச்சீரற்ற தன்மை காரணமாக ஏற்படுகின்றன. சமநிலை மீளமைப்பதற்காக தொழிலாளர் தேவை மற்றும் வழங்கல் நிலைமைகளின் மீது மாறும் ஊதிய வேறுபாடுகள் செயல்படுவதால், இதன் மூலம், ஊதிய வேறுபாடுகளை அகற்றும். இத்தகைய வேறுபாடுகள் தற்காலிகமானவை மற்றும் சமநிலையற்ற நிலை தொடர்ந்தால் மட்டுமே இருக்கும். உதாரணமாக, ஒரு நாட்டில் இரண்டு தொழிற்சாலைகள், A மற்றும் B , ஒரே ஒரு காரணி, அதாவது உழைப்பு (L). இரண்டு தொழில்களும் சமநிலை மற்றும் அதே ஊதிய விகிதம் (W) தொழிலாளர்களுக்கு கொடுக்கின்றன. சில காரணங்களால், தொழில் B உற்பத்திக்கான தேவை குறைந்துவிடும். இதன் விளைவாக, B இன் உற்பத்தி விலை வீழ்ச்சியடைந்து விட்டது, VMP_L வளைவு இடதுபுறம் மாறியது, தொழில் B செலுத்திய ஊதியங்களில் வீழ்ச்சி ஏற்பட்டுள்ளது, அதே நேரத்தில் தொழில்துறை A அதே ஊதிய விகிதத்தை (W) செலுத்துகிறது. தொழில்துறையில் B சம்பள விகிதம் தொழில்துறையில் ஏறத்தாழ குறைவாக இருக்கும். இது சமச்சீரற்ற ஊதிய வேறுபாடு என்று அழைக்கப்படுகிறது.

சமச்சீரற்ற ஊதிய வேறுபாடுகள் சுய-சரிசெய்தல் ஆகும், குறிப்பாக ஒரே மாதிரியான உழைப்பு. தொழில்துறை B யில் குறைந்த ஊதிய விகிதம் இருப்பதால், தொழிலாளர் வர்க்கத்திற்கு ஒப்பீட்டளவில் அதிகமாக இருக்கும் தொழிலில் A க்குத் தள்ளப்படுகின்றது. தொழில்துறைக்கு தொழிலாளர் மாறுதல் A தொழில்துறையில் ஊதியம் வரை தொடர்வது தொடர்கிறது தொழில் துறையில் பி.எச்.இ. வீழ்ச்சியின் வீழ்ச்சி. காலப்போக்கில், ஒரு புதிய சமநிலை அடைந்துள்ளது மற்றும் காரணி விலை (ஊதிய) வேறுபாடு மறைகிறது.

ஒரு புதிய சமநிலை வந்துவிட்டாலும், சம்பள வேறுபாடுகள் மறைந்துவிட்டால், காரணி இயக்கம் சார்ந்தது. காரணிகள் அசைவற்றதாக இருந்தால், காரணி-விலை வேறுபாடுகள் தொடர்ந்து நீடிக்கும். காரணிகள் மொபைல் என்றால், காரணி விலை வேறுபாடுகள் காலப்போக்கில்

குறிப்புகள்

மறைந்துவிடும். ஊதிய வேறுபாடு மறைந்து போகும் காலம் எவ்வளவு காலம் எடுக்கும்? இது காரணி இயக்கம் பட்டம் சார்ந்துள்ளது. அதிக காரணி இயக்கம், பல்வேறு துறைகளில் விரைவான காரணி விலை சமநிலை, மற்றும் இதற்கு நேர்மாறாக.

(b) நிலையான ஊதிய வேறுபாடுகள்

நிலையான தொழிலாளர் ஊதிய வேறுபாடுகள், தொழிலாளர் சந்தை சமநிலையில் நிலைத்திருக்கின்றன. இத்தகைய வேறுபாடுகள் சந்தையின் போட்டி சக்திகளால் அகற்றப்படவில்லை. இந்த வகை ஊதிய வேறுபாடுகள் பின்வரும் காரணங்கள் காரணமாக முக்கியமாக எழுகின்றன:

- (i) உழைப்பின் தரம் வேறுபாடுகள், அதாவது, உழைப்பு சார்பற்ற தன்மை
- (ii) உழைப்பு வேலை செய்யும் ஆக்கிரமிப்புகளின் இயல்பில் வேறுபாடு
- (iii) உழைப்பால் உற்பத்தி செய்யப்படும் பொருட்களின் விலைகளில் வேறுபாடுகள் மற்றும்
- (iv) சந்தை குறைபாடுகள்.

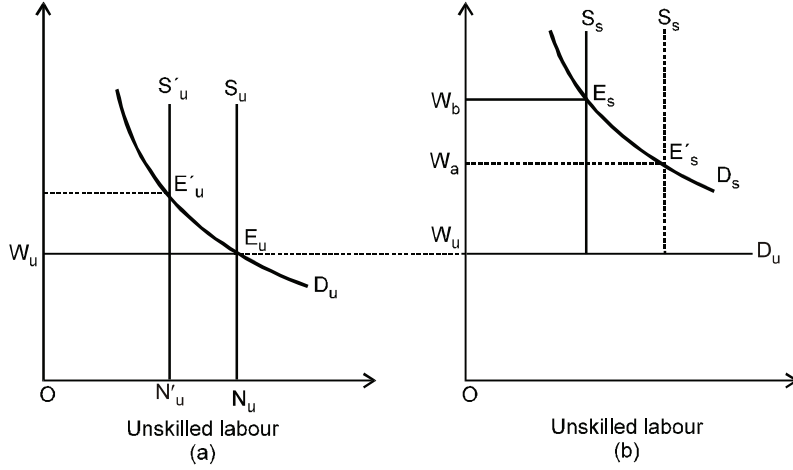
முதலாவதாக, பணியில் உள்ள பல வேறுபாடுகளால் ஏற்படும் நிலையான ஊதிய வேறுபாடுகளை முதலில் விவரிப்போம், பின்னர் பிற காரணிகளால் ஏற்படும் ஊதிய வேறுபாடுகளை சுருக்கமாக விவாதிப்போம்.

தொழிலாளர் ஒற்றுமை இல்லாத காரணத்தால் ஊதிய வேறுபாடுகள்

தொழிற்சாலை மிகவும் ஒற்றை தனித்துவமான காரணி ஆகும். எனவே, சம்பள வேறுபாடுகள் பிற காரணி விலை வேறுபாடுகளைக் காட்டிலும் மிகவும் பொதுவானவை. இரண்டு திறமையான தொழிலாளர் குழுக்களுக்கும், திறமையுள்ளவர்களுக்கும் திறமையற்றவர்களுக்கும் இடையில் ஊதிய வேறுபாடுகள் குழுக்களுக்குள்ளேயே வெளிப்படையானவை. 12.2 (a) மற்றும் (b) இல் திறமையான மற்றும் திறமையற்ற உழைப்புக்கு இடையே ஊதிய வேறுபாடுகளின் தன்மை விளக்கப்பட்டுள்ளது. திறமையற்ற மற்றும் திறமையான உழைப்பு இரண்டிற்கும் மொத்த அளிப்பு முற்றிலும் பூரணமானதாக கருதப்படுகிறது. 12.2 (a) மற்றும் 12.2 (b) படத்தில் எஸ்.எஸ்.சின் மூலம் திறமையான தொழிலாளர் தொகுப்புகள் ஆகியவற்றில் திறமையற்ற உழைப்பின் ஆரம்ப விநியோக வளைவு S_s . திறமையற்ற மற்றும் திறமையான தொழிலுக்கு சந்தை தேவை வளைவு முறையே, D_u மற்றும் D_s வளைவுகளால் காண்பிக்கப்படுகின்றன. முதல் படம் 12.2 (a) கருதுக. D_u மற்றும் D_s வளைவுகள் கொடுக்கப்பட்டால், திறமையற்ற தொழிலாளர் சந்தையில் சமநிலையில் உள்ளது. E_u மற்றும் திறமையற்ற உழைப்புக்கான ஊதிய விகிதம் OW_u இல் தீர்மானிக்கப்படுகிறது. இந்த ஊதிய விகிதத்தில் (OW_u), திறமையற்ற உழைப்பின் மொத்த வேலை வாய்ப்பு ON_u ஆகும்.

ஊதிய விகிதத்தில் OW_u [படம் 12.2(b)], இந்த ஊதிய விகிதத்தில் பணியாற்றும் திறன் வாய்ந்த உழைப்பு இல்லை என்பதால் திறமையான உழைப்பு வழங்குவதற்கு பூஜ்யம். திறமையான உழைப்புக்கான ஊதிய விகிதம் மிக அதிக அளவில் நிர்ணயிக்கப்படும். தேவை வளைவு D_s மற்றும் விநியோக வளைவு S_s , திறமையான உழைப்புக்கான சந்தை ஊதிய விகிதம்

OW களில் தீர்மானிக்கப்படுகிறது, இது திறமையற்ற உழைப்புக்கான ஊதிய விகிதத்தை விட அதிகமாக உள்ளது. திறமையான மற்றும் திறமையற்ற தொழிலாளர்களுக்கு இடையிலான ஊதிய வேறுபாடுகள் நிலையான இயல்புடையவை.



குறிப்புகள்

படம் 12.2 ஊதிய வேறுபாடு: (a) திறக்கப்படாத மற்றும் (b) திறமையான தொழிற்கட்சி

ஊதிய வேறுபாடுகள் காலப்போக்கில் குறைக்கவோ அல்லது விரிவுபடுத்தவோ கூடும். திறமையான உழைப்பிற்கான அதிக ஊதிய விகிதங்கள் பயிற்சி மற்றும் கல்வி மூலம் திறமைகளை பெறுவதற்கு ஊக்குவிப்பதற்கும் திறமையான உழைப்பு அதிகரிப்பதற்கும் ஊக்கமளிக்கின்றன. இதன் விளைவாக, திறமையான தொழிலாளர் விநியோக வளைவு S_s க்கு வலதுபுறமாக மாற்றப்படும். 12.2(b), மற்றும் ஊதிய விகிதம் புள்ளியில் E_s குடியேற முனைகின்றன, திறமையான தொழிலாளர் சந்தையில் நுழைவதற்கு தடை எதுவும் இல்லை. இது ஊதிய வேறுபாட்டை குறைக்கும். திறமையற்ற உழைப்பு வழங்கப்படுவதால், திறமையற்ற குழுவில் உள்ள தொழிலாளர்கள் பயிற்சியும் திறன் திறமையும், திறமையற்ற உழைப்பின் உழைப்பு வளைவரையும் படம். 12.2(a) S_u க்கு இடதுபுறமாக மாற்றப்படும், இது திறமையற்ற உழைப்பு ஊதிய விகித ஊதிய E_u இல் அதிகரிக்கும். இது ஊதிய வேறுபாடுகளை மேலும் குறைக்கும். திறமையற்ற தொழிலாளர்-ஊதிய விகிதம் OW_u மற்றும் திறமையான தொழிலாளர்-ஊதிய விகிதம் முறுள ஆகியவற்றிற்கு இடையே உள்ள வித்தியாசம், படம்.2.2(b) இல் காட்டப்பட்டுள்ளபடி குறைக்கப்படுவதை கவனியுங்கள். $W_s W_u$ இலிருந்து $W'_s W_u$ இலிருந்து சம்பள வேறுபாடு குறைகிறது என்பதை கவனத்தில் கொள்க.

பண்ட சந்தையில் ஏகபோகம் மற்றும் தொழிலாளர் சந்தையில் சரியான போட்டி

இந்த பிரிவில், சந்தையில் ஒரு ஏகபோகியிடம் ஒரு முழுமையான போட்டித் தொழிலாளர் சந்தையில் இருந்து பணியமர்த்தியிருக்கும் ஒரு சூழ்நிலையில் நாம் ஊதிய விகித நிர்ணயத்தைப் பற்றி விவாதிப்போம்.

குறிப்புகள்

ஒரு ஏகபோக காரணி, உழைப்பு, ஒரு பொருளை உற்பத்தி செய்வதற்கு, ஏகபோக உரிமையாளர் X பயன்படுத்துகிறார் என்று நாம் கருதிக்கொள்வோம். அவர் உழைக்கும் தொழிலாளர்களுக்கு முழுமையான போட்டித் தொழிலாளர் சந்தையில் இருந்து பணியமர்த்தப்படுகிறார், இதில் தொழிலாளர் பங்களிப்பு மிகச் சிறந்தது மற்றும் ஊதிய விகிதம் வழங்கப்படுகிறது. இருப்பினும், சந்தையில் சந்தையில் ஒரு ஏகபோகியாக இருப்பதால், நிறுவனம் ஒரு கீழ்நோக்கி சரிவு AR மற்றும் MR வளைவுகளைக் கொண்டுள்ளது. ஒரு ஏகபோக உரிமையாளர் கூடுதல் விலையை விற்க முடியும் என்பதால், விலைக்கு ஏற்ற போட்டியிடும் சூழ்நிலைகளில் பெறப்பட்ட VMP_L வளைவு, சந்தையில் ஒரு ஏகபோக விற்பனையாளரின் தொழிலாளர் தேவை வளைவை பிரதிநிதித்துவம் செய்யாது. ஒரு ஏகபோகவாதிக்கு, உழைப்புக்கான தேவை அடிப்படையானது, குறு விவசாய உற்பத்தி வளைவு (VMP_L) மதிப்பு அல்ல, ஆனால் சிறு வருவாய் உற்பத்தி வளைவு (MRP_L). $MRP_L = MP_L$ என வரையறுக்கப்படுகிறது. MR_x படம் 12.3 ல் காட்டப்பட்டுள்ளபடி, மோனோபலிஸ்ட் MP_L என்பது VMP_L போல அல்ல. MRP_L மற்றும் VMP_L இடையே உள்ள வேறுபாடு அட்டவணையில் 12.1 இல் விவரிக்கப்பட்டுள்ளது.

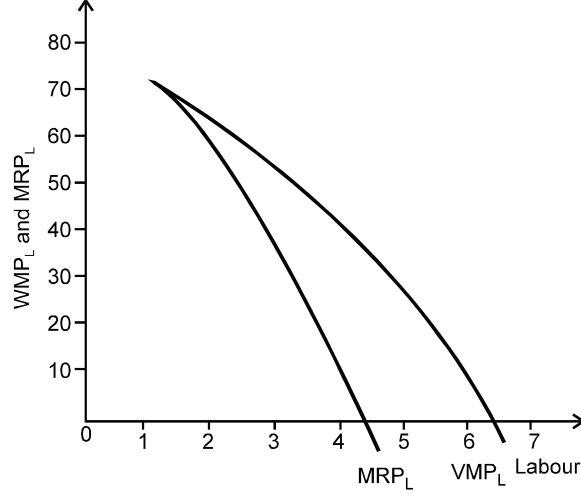
அட்டவணை 12.1 MRP_L மற்றும் VMP_L அட்டவணை

மாறி உள்ளீடு (உழைப்பு)	மொத்த வெளியீடு (Q_x)	மூல தயாரிப்பு (MP_L)	விற்பனை விலை (P_x)	மொத்த வருவாய் ($TR = Q_x \cdot P_x$)	விளிம்பு வருவாய் ($MR = \Delta TR \div MP_L$)	$MRP_L = (MP_L \times MR)$	$VMP_L = (MP_L \cdot P_x)$
1	7.00	10	70	70	10	70	70
2	13.50	6.50	9	122	8	52	58
3	19.00	5.50	8	152	6	33	44
4	23.00	4.00	7	161	2	8	28
5	24.00	1.00	6	144	-17	-17	-06
6	24.00	0.00	5	120	∞	-	0.00

குறிப்பு: ஐந்தாம் நெடுவரிசையில் உள்ள புள்ளிவிவரங்கள் வட்டமானது.

அட்டவணையின் கடைசி இரண்டு நெடுவரிசையிலிருந்தே இது காணப்படுகிறது, ஆரம்ப கட்டத்தில் தவிர்த்து, MRP_L என்பது VMP_L போல அல்ல. MRP_L மற்றும் VMP_L இரண்டும் குறைந்து போயிருக்கும்போது, MRP_L ஆனது VMP_L ஐ விட மிக வேகமான விகிதத்தில் வீழ்ச்சி அடைகிறது. MRP_L மற்றும் VMP_L இடையே உள்ள வேறுபாடு படம் 12.3 ல் தெளிவாக வெளிப்பட்டுள்ளது. MRP_L வளைவு மேலே உள்ள அனைத்து மட்டங்களிலும் MRP_L வளைவுக்கு மேல் இருப்பதை காணலாம். காரணம், P_x , MR_x அனைத்து மட்டங்களிலும் வேலைவாய்ப்பு மற்றும் வெளியீடு. VMP_L மற்றும் MRP_L இன்பொதுவான அம்சம் இரண்டும் எதிர்மறையான சரிவைக் கொண்டுள்ளன, ஆனால் VRP_L ன் சாய்வு MRP_L விட குறைவாக உள்ளது, அதாவது,

$$\frac{\Delta VMP_L}{\Delta L} < \frac{\Delta MRP_L}{\Delta L}$$

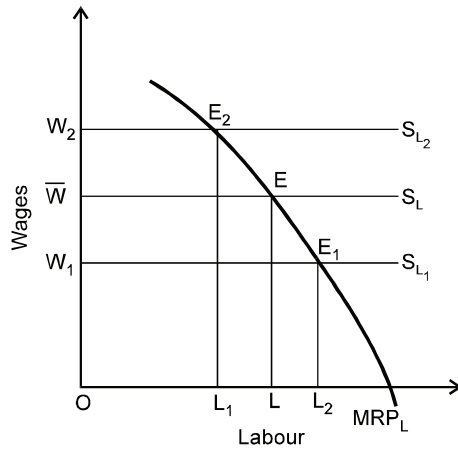


குறிப்புகள்

படம் 12.3 MRP_L மற்றும் VMP_L மாறுபட்ட காரணி (தொழிலாளர்)

தொழிற்கட்சிக்கான ஏகபோக தேவை- ஒரு மாறக்கூடிய காரணி

ஏகபோக நிறுவனம் முழுமையான போட்டியிடும் உழைப்பு சந்தையில் இருந்து தொழிலாளர்களை வேலைக்கு அமர்த்தும் என்ற கருத்தை நாம் நினைவுபடுத்திக் கொள்வோம். உழைப்பு சந்தை முழுமையான போட்டித்தன்மையுடன் இருப்பதால், ஒரு ஏகபோக நிறுவனம் ஒரு நெகிழ்வான தொழிலாளர் விநியோக வளைவை எதிர்கொள்கிறது. கொடுக்கப்பட்ட ஊதிய விகிதம் (W), $MC_L = \bar{w}$. உழைப்புக்கான ஏகபோக நிறுவனத்தின் தேவையை பொறுத்தவரை, MRP_L வளைவு உழைப்புக்கான அதன் கோரிக்கையின் வளைவரைக்கு பிரதிபலிக்கிறது. ஒரு லாபத்தை அதிகரிக்கும் ஏகபோக நிறுவனமானது அதன் MRP_L தொழிலாளர் பிரமாண்டமான செலவை (MC_L) சமமான இடத்திற்கு உழைக்கும். ஊதிய விகிதம் (\bar{w}) ஒரு முழுமையான போட்டித் தொழிலாளர் சந்தையில் நிலையானதாக இருப்பதால், ஏகபோகம் $MRP_L = MC_L = \bar{w}$ ந்கு இடையில் உழைப்பைப் பயன்படுத்துகிறது.



படம் 12.4 உழைப்பிற்கு ஏகபோக தேவை

குறிப்புகள்

படம் 12.4, காட்டுகிறது, MRP_L மற்றும் S_L வளைவுகள் புள்ளியில் E . இம்முறையில், $MRP_L = \bar{W} = MC_L$. எனவே புள்ளி E , உழைப்புக்கான சமநிலை கோரிக்கையை தீர்மானிக்கிறது, அதாவது, OL . வேறு வார்த்தைகளில் கூறுவதானால், லாபம் அதிகரிக்கும் ஏகபோக உரிமைகள் OL அலகுகளைப் பயன்படுத்துகின்றன, ஏனெனில் இந்த வேலைவாய்ப்பு அளவில், அதன் $MRP_L = MC_L = \bar{W}$. OL அலகுகளைப் பயன்படுத்துவதன் மூலம், ஏகபோகம் சமநிலை அடைகிறது. OW_1 க்கு ஊதிய விகிதம் குறையும் போது, ஏகபோகம் OL_2 அலகு உழைப்பைப் பயன்படுத்துகிறது. இதேபோல், ஊதிய விகிதம் OW_2 க்கு உயரும் போது, நிறுவனம் OL_1 அலகு தொழிலாளர் பிரிவுகளை பயன்படுத்தும். இந்த உற்பத்தியில் இருந்து பெறப்படும் முடிவானது, ஊதிய விகிதம் குறைகிறது (அதிகரிக்கும்) MRP_L உடன் தொழிலாளர் அதிகரிப்பு (குறைகிறது) தேவை. எனவே, MRP_L வளைவு ஏகபோக நிறுவனத்தின் கோரிக்கையின் வளைவு, தொழிலாளர் ஏகபோக நிறுவனத்தால் பயன்படுத்தப்படும் மாறிச் செல்லும் காரணி மட்டுமே.

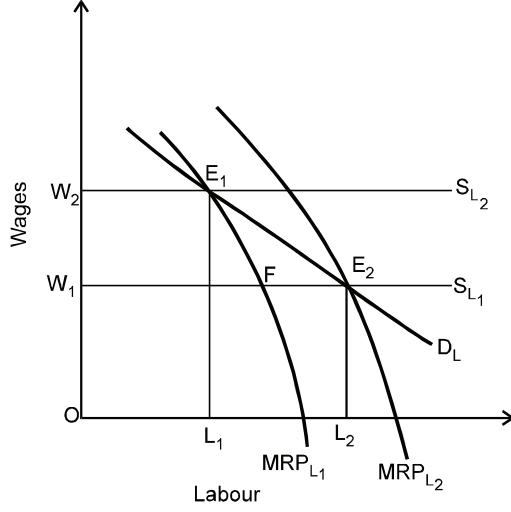
உழைப்பிற்கு ஏகபோக உரிமையின் தேவை

உற்பத்தியின் செயல்பாட்டில் ஒன்றுக்கு மேற்பட்ட மாறி உள்ளீடு அல்லது காரணி பயன்படுத்தப்படும்போது, VMP_L வளைவு உழைப்புக்கான தேவை வளைவு அல்ல. அதே தர்க்கம் ஏகபோக நிறுவனத்திற்கான உழைப்புக்கான தேவைக்கு பொருந்தும். அதாவது, ஒரு மார்க்கோலிஸ்ட்டில் ஒன்றுக்கு மேற்பட்ட மாறி உள்ளீடு பயன்படுத்தப்படுகையில், ஓரளவு வருவாய் உற்பத்தி வளைவு (MRP_L) என்பது உழைப்புக்கான ஏகபோகத்தின் தேவை வளைவு அல்ல. ஏகபோகம் ஒன்றுக்கு மேற்பட்ட மாறி உள்ளீடு பயன்படுத்தும் போது பணிக்கான ஏகபோக கோரிக்கை வளைவைப் பெறுவதற்கான செயல்முறையும் விவாதிக்கப்படுவது போலவே உள்ளது. கீழே உள்ள செயல்முறையை சுருக்கமாக மீண்டும் சொல்கிறேன்

ஏகபோக உரிமையாளரின் MRP_L வளைவு மற்றும் தொழிலாளர் விநியோக வளைவு (SL_2) படம் 12.5 இல் கொடுக்கப்பட்டுள்ளது என்று நாம் நினைக்கலாம். ஊதிய விகிதம் OW_2 கொடுக்கப்பட்டால், ஏகபோகம் E_1 இடையில் சமநிலை-நிலையில் உள்ளது, அவர் OL_1 அலகு உழைப்பைப் பயன்படுத்துகிறார். இப்போது ஊதிய விகிதம் OW_1 க்கு விழும். அதேபோல் எஞ்சியுள்ள அனைத்து பொருட்களும் MRP_L சுட்டிக்காட்டியிருக்க வேண்டும். ஆனால் மற்ற காரணிகள் காரணி கோரிக்கைகளின் ஒன்றோடொன்று காரணமாக இருப்பதில்லை. முன்னர் குறிப்பிட்டபடி, OW_2 முதல் OW_1 வரையிலான ஊதிய விகிதத்தில் வீழ்ச்சி மூன்று வகையான விளைவுகளை ஏற்படுத்துகிறது: மாற்று விளைவு, வெளியீடு விளைவு மற்றும் லாபத்தை அதிகப்படுத்துதல் விளைவு.

MRP_{L_2} -ல் இருந்து MRP_{L_1} இன் நிலையை (உதாரணமாக, 12.5), வெளியீடு மற்றும் இலாப அதிகரிப்பு விளைவுகள் பொதுவாக MRP_L இல் வலதுபுறமாக மாற்றத்தை ஏற்படுத்துகின்றன. MRP_{L_2} என்பது E_1 புள்ளியில் SL_1 ஐ சந்திக்கிறது. ஆகையால், இலாபத்தை உயர்த்தும் ஏகபோகம் ஒரு புதிய சமநிலைப் பாயிண்ட் E_2 க்கு நகர்கிறது. சமநிலைப் புள்ளிகள் E_1 மற்றும் E_2 ஆகியவற்றில் சேருவதன் மூலம், பல உள்ளீடுகளைப் பயன்படுத்தும் போது, உழைப்புக்கான ஏகபோகியின் கோரிக்கை வளைவைப்

பெறுகிறோம். ஒரு மாறி உள்ளீடு பயன்படுத்தப்படுகிறது போது வளைவு D_L தொழிலாள தொழிலாளர் ஏகபோக கோரிக்கை வளைவு பிரதிபலிக்கிறது.



குறிப்புகள்

படம் 12.5 வேறொரு மாறி உள்ளீடுகளைப் பயன்படுத்தும்போது தொழிற்கட்சியின் ஏகபோக உரிமையை வழங்குதல்

ஏகபோக மற்றும் ஏகபோக உரிமை போட்டியின் போது தொழிலாளர் தேவைக்காக சந்தை தேவை ஒப்பீடு

மாறிவரும் காரணி (உழைப்பு) க்கு சந்தை தேவை வளைவு என்பது பல்வேறு போட்டி நிறுவனங்களின் தனிநபர் தேவை வளைவுகளின் கிடைமட்ட தொகை ஆகும். ஏகபோகத்தின் காரணமாக ஒரு நிறுவனம் உள்ளது என்பதால், உழைப்பின் விலையில் குறைவதினால் ஏற்படும் வெளிப்புற அல்லது தொழில்துறை விளைவு இருக்காது. எனவே, போட்டித் தொழிலாளர் சந்தையில் ஒரு ஏகபோக நிறுவனத்தை பணியமர்த்துபவர்களில், தொழிலாளர்களுக்கான சந்தை தேவை வளைவு, தனிப்பட்ட தொழிலாளர் தேவை வளைவுகளின் கிடைமட்ட கூட்டுத்தொகை அல்ல.

ஆனால் ஒற்றுமை போட்டி மற்றும் ஏகபோக உரிமையாளர்கள் சந்தையில், ஒரு மாறி உள்ளீடு (உழைப்பு) க்கு சந்தை தேவை வளைவு தனிப்பட்ட கோரிக்கை வளைவுகளின் சுருக்கமாகும். காரணம் என்னவென்றால், அனைத்து தன்னலமற்ற அல்லது ஏகபோக நிறுவனங்களும் அவற்றின் வெளியீட்டை விரிவாக்குகையில், வெளியீட்டின் சந்தை விலை குறையும். இதன் விளைவாக, தனிநபர் இடப்பெயர்ச்சிக்கு வளைவு மற்றும் குறுகலான வருவாய் வளைவு தேவைப்படுகிறது. தேவை (AR) மற்றும் குறுவட்டு வருவாய் வளைவுகளில் இடதுபுறம் மாற்றம் காரணமாக, மாறி உள்ளீட்டுக்கான தனிப்பட்ட கோரிக்கை வளைவுகள் இடதுபுறமாக மாறுகிறது. எனவே, மாறிவரும் காரணிக்கு சந்தை தேவை வளைவைப் பெறுவதற்கான செயல்முறையானது, செய்தியின் போட்டியிடும் தொழில் நுட்பத்தின் போன்றுதான் இருக்கும்.

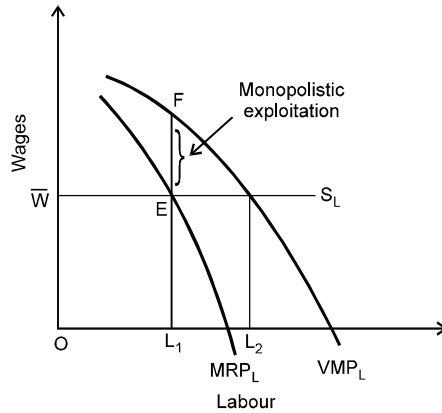
காரணி விலை (ஊதியங்கள்) மற்றும் வேலைவாய்ப்பு ஆகியவற்றின் தீர்மானித்தல்

குறிப்புகள்

உற்பத்திச் சந்தை, ஏகபோக அல்லது ஏகபோகம் போட்டியால் வகைப்படுத்தப்படும் போது, மாறிவரும் காரணி (உழைப்பு) சந்தையானது, போட்டித்தன்மையுடையது, காரணி விலை (ஊதிய விகிதம்) மற்றும் வேலைவாய்ப்பு ஆகியவை சரியான முறையில் போட்டியிடும் சந்தையின் கீழ் நிர்ணயிக்கப்படும் அதே விதத்தில் தீர்மானிக்கப்படுகின்றன. அதாவது, சந்தை சமநிலை விலை மற்றும் மாறி காரணி உழைப்பின் வேலைவாய்ப்பு தீர்மானிக்கப்படுகிறது சந்தையின் தேவை வளைவு வெட்டும் மற்றும் காரணி சந்தை விநியோக வளைவு. ஆகையால், தயாரிப்பு சந்தை ஏகபோக அல்லது பூரணமான போட்டித்தன்மையுள்ளதா இல்லையா என்பது, ஒரு மாறுபட்ட காரணி மற்றும் அதன் வேலைக்கான சமநிலை விலை பகுப்பாய்வு. இருப்பினும், இருவருக்கும் இடையே ஒரு முக்கியமான வேறுபாடு உள்ளது. போட்டித்திறன் வாய்ந்த தயாரிப்பு-சந்தை சந்தையில், சந்தை கோரிக்கை வளைவு விலக்கு அதன் VMP_L அடிப்படையிலானது, ஆனால் ஏகபோக மற்றும் ஏகபோக உரிமை போட்டியில், தொழிலாளர் சந்தையின் தேவை வளைவு அதன் ஆசீடு அடிப்படையிலானது.

மாறுபட்ட காரணி (தொழிலாளர்) மீதான ஏகபோக ரீதியான சுரண்டல்

மேலே குறிப்பிட்டபடி, தயாரிப்பு சந்தையில் ஏகபோகமாக மாறி காரணி, உழைப்புக்கான சந்தை தேவை வளைவு, அதன் VMP_L க்கும் பதிலாக அதன் MRP_L அடிப்படையிலானது. இது தொழிலாளர் ஏகபோக சுரண்டலுக்கு வழிவகுக்கிறது. ஏனெனில் அதன் MRP_L க்கு சமமான விலையை அதன் VMP_L க்கும் குறைவாகக் கொடுக்கப்படுகிறது. ஜோன் ராபின்ஸனின் கூற்றுப்படி, அதன் ஓரளவு தயாரிப்பு (VMP) மதிப்பைவிட விலை குறைவாக இருந்தால், ஒரு உற்பத்தி காரணி (உழைப்பு) சுரண்டப்படுகிறது. தொழிலாளர் ஏகபோக சுரண்டலைப் பற்றி ராபின்ஸனின் பகுப்பாய்வு கீழே கொடுக்கப்பட்டுள்ளது.



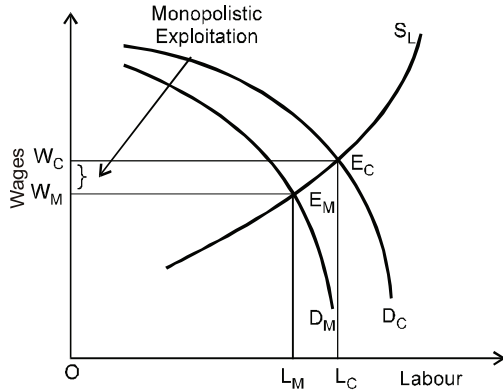
படம் 12.6 ஒரு ஏகபோக நிறுவனம் மூலம் தொழிலாளர் சுரண்டல்

ஒரு தனி ஏகபோக நிறுவனத்தால் உழைப்புச் சுரண்டல் (ஒரு மாறுபட்டும் காரணி) படம் 12.6 மற்றும் ஒரு ஏகபோக நிறுவனத்தில் ஒரு குழு என 12.7. MRP_L மற்றும் S_L வளைவுகளுக்கு கொடுக்கப்பட்ட படத்தில் காட்டப்பட்டுள்ளபடி, 12.6, இலாப அதிகபட்சம் ஏகபோகியிடம் E மின்சாரம்

இருக்கும், OL_1 அலகுகளை அலகு மற்றும் ஊதிய ஊதியம் $\overline{OW} (= EL_1)$ செலுத்த வேண்டும். ஆனால், தயாரிப்பு சந்தையில் போட்டியிடும் போட்டியில், OL_1 அலகுகள் தொழிற்சாலைகள் FL_1 , VMP_L ஆகியவற்றிற்கு உரிய உழைப்பு கோரிக்கை வளைவு என்று கோரியுள்ளன. இல்லையெனில், ஊதிய விகிதத்தில் $\overline{OW} = EL_1$ வேலைவாய்ப்பு OL_2 ஆக இருக்கும். இதனால், ஏகபோக ஊதிய விகிதத்திற்கும் (EL_1) மற்றும் போட்டி ஊதியத்திற்கும் உள்ள வித்தியாசம் விகிதம் (FL_1), அதாவது, $FL_1 - EL_1 = EF$) என்பது தொழிலாளர் ஏகபோக சுரண்டலின் அளவாகும். தவிர, ஏகபோக உரிமையாளர் OL_1 அலகுகளுக்கு வேலைவாய்ப்புகளை கட்டுப்படுத்துகிறார், அதேபோல் போட்டியிடும் நிறுவனம் OL_2 தொழிற்சாலை அலகுகளில் வேலை செய்யும். ஒரு ஏகபோகியால் குறைந்த அளவிலான வேலைவாய்ப்பு கூட வெளியீட்டின் இழப்புக்கு வழிவகுக்கிறது.

குறிப்புகள்

சந்தையில் 12.7 ஒரு மாறி காரணி (தொழிலாளர்) ஏகபோக சுரண்டல் வழக்கு விவரிக்கிறது. எங்களுக்கு அனுமதியளிக்கலாம்: (i) ஏகபோக நிறுவனங்களின் உழைப்புக்கான சந்தை தேவை வளைவரைக்கு வளைவு D_m . (ii) சரியான போட்டி நிறுவனங்களினால் உழைப்புக்கான சந்தை தேவை வளைவரை வளைவு D_c . மற்றும் (iii) அந்த வளைவு S_L தொழிலாளர்களின் சந்தை விநியோக வளைவை பிரதிநிதித்துவம் செய்கிறது. ஏகபோக மற்றும் ஏகபோக உரிமை போட்டியில், தொழிலாளர் சந்தைகள் சமநிலை E_M மணிக்கு சமநிலையில் இருக்கும், ஊதிய விகிதம் OW_M ஆக இருக்கும், மேலும் வேலைவாய்ப்பு OL_M அலகுகள் ஆகும். ஆனால், சந்தையில் தயாரிப்பு சந்தைகள் முற்றிலும் போட்டியிடும் போது, தொழிலாளர் சந்தை OW_C இல் ஊதிய விகிதத்தையும், OL_C அலகுகளில் வேலைவாய்ப்பையும் நிர்ணயிக்கும் புள்ளியில் E_C சமநிலையில் இருக்கும். உற்பத்தி சந்தையில் ஏகபோக போட்டியின் கீழ் ஊதிய விகிதம் (OW_M) என்பது, போட்டித் தயாரிப்பு சந்தையில், OW_C ஊதிய விகிதத்தை விட குறைவானதாகும். ஜோன் ராபின்சன் படி, $OM_C - OW_M = W_C W_M$ என்பது ஏகபோக சுரண்டலின் அளவு.



படம் 12.7 ஏகபோக உரிமையின் கீழ் தொழிலாளர் சுரண்டல்

ஏகபோக சுரண்டல் மீதான ஜோன் ராபின்சன் பற்றிய இந்த பார்வை இருப்பினும், MRP_L மற்றும் VMP_L க்கும் இடையிலான வேறுபாடு காரணமாக குறைந்த ஊதியக் கட்டணம் தவிர்க்க முடியாதது என்று கேள்வி எழுப்பப்பட்டுள்ளது. பரஸ்பர விற்பனையாளர்களின் ஏகபோக அதிகாரங்களின்

குறிப்புகள்

காரணமாக, தயாரிப்பு வேறுபாடு காரணமாக, MRP_L VMP_L (அனைத்து வேலை நிலைகளிலும்) விட குறைவாக இருக்கிறது. தயாரிப்பு வேறுபாடு பிராண்டு விசுவாசத்தை உருவாக்குகிறது, இது கோரிக்கை வளைவு சரிவு வலதுபுறம் கீழ்நோக்கியாகிறது. கீழ்நோக்கிய சாய்வு தேவை வளைவு வழக்கில், விலை (AR) மற்றும் குறு விவசாய வருவாய் (MR) ஆகியவற்றிற்கு இடையே ஒரு திசைமாற்றமாக இருக்கவேண்டும். அனைத்து நிறுவனங்களிலிருந்தும், பரிபூரணமான அல்லது அபூரண சந்தையிலிருந்தும், லாபம் அதிகரிப்பதற்கான முயற்சியில், ஏகபோக நிறுவனங்களுக்கு தொழிலாளர் ஊதியம் MRP_L க்கு சமமான ஊதிய விகிதத்தை செலுத்துகிறது. எனவே, OW_C மற்றும் OW_M இடையிலான வேறுபாடு சுரண்டல் என கருத முடியாது. சந்தை நிலைமைகள் காரணமாக வேறுபாடு எழுகிறது. இருப்பினும், தயாரிப்பு வேறுபாடு மிக அதிகமாக இருந்தால் மற்றும் ஏகபோக விற்பவர்களிடமிருந்து நுகர்வோர் மீது பொருட்கள் சுமத்தப்பட்டால், ஏகபோக சுரண்டலின் வாதம் ஏற்கத்தக்கதாக இருக்கலாம்.

தொழிற்சாலை சந்தையில் உற்பத்தி மற்றும் மோனோபோலிஸில் தனியுரிமை கீழ் ஊதிய நிர்ணயம்

இந்த பிரிவில், சந்தை சந்தையில் ஏகபோகம் மற்றும் உழைப்பு சந்தையில் ஏகபோகம் உள்ள சந்தைச் சந்தையில் ஊதிய நிர்ணயத்தை விவாதிக்கிறோம். உழைப்பு ஒரு வாங்குபவர் இருந்தால், தொழிலாளர் சந்தையில் ஏகபோகம் உள்ளது. எனவே, தற்போதைய மாதிரியில், ஏகபோகியவாதியும் காரணி சந்தையில் வாங்குவோர் முற்றுரிமை ஆவார். காரணி-சந்தையில் ஏகபோக நிலைமைகளின் கீழ் காரணி-விலை நிர்ணயம் மற்றும் கார்ப்பொரேஷன் தீர்மானத்தின் பகுப்பாய்வு மற்றும் காரணிச் சந்தையில் ஏகபோகம் ஆகியவற்றின் மீதான ஆய்வின் பகுப்பாய்வு என்பது சந்தை-சந்தைகளில் ஏகபோகம் சார்ந்த போட்டி மற்றும் ஒற்றுமை, ஏகபோக காரணி சந்தையில் இருக்கும்.

மேலே விவரிக்கப்பட்ட சந்தை அமைப்பில் காரணி விலை மற்றும் வேலைவாய்ப்பு உறுதிப்பாடு இரண்டு வெவ்வேறு அனுமானங்களின் கீழ் விவாதிக்கப்படுகிறது: (i) ஒரே மாறி காரணி (உழைப்பு) மட்டுமே பயன்படுத்தப்படுகிறது மற்றும் (ii) ஒன்றுக்கு மேற்பட்ட மாறி காரணி பயன்படுத்தப்படுகிறது. காரணி விலை மற்றும் வேலைவாய்ப்புத் தீர்மானத்தை ஆய்வு செய்வதற்கு முன், காரணி விலை நிர்ணயத்தின் பகுப்பாய்வில் பயன்படுத்தப்படும் காரணி உள்ளீடுகளின் குறுக்கீட்டின் கருத்தை விளக்குவோம்.

ஒரு மாறுபட்ட காரணி அளவுகோல் செலவு

உற்பத்தி ஏகபோக மற்றும் காரணி ஏகபோகத்தின் கீழ் காரணி விலை மற்றும் வேலைவாய்ப்பு உழைப்பு தேவை வளைவு மற்றும் குறுவட்டு-செலவு அல்லது MW . வளைவு ஆகியவற்றால் தீர்மானிக்கப்படுகிறது. தொழிலாளர்களுக்கு வாங்குவோர் முற்றுரிமை கோரிக்கை வளைவு MRP_L வளைவு மூலம் வழங்கப்படுகிறது. மாறிவரும் காரணி மார்க்சின் செலவினத்தை இப்போது விளக்குவோம்.

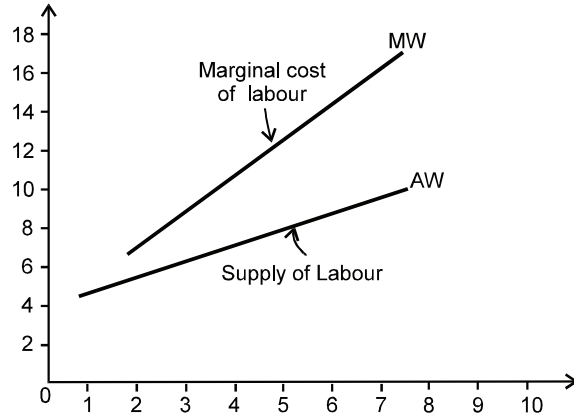
தொழிலாளர் சந்தையில் ஒற்றை நுகர்வோருக்கு சாதகமான சறுப்பு உழைப்பு வளைவை எதிர்கொள்கிறது, அதாவது, அதிக ஊதிய விகிதத்தில் அதிக உழைப்பு வழங்கப்படுகிறது. தொழிலாளர் விநியோக வளைவின் நேர்மறை சரிவு காரணமாக, உழைப்பின் சராசரியும், குறுகலான செலவினங்களுக்கிடையே வேறுபாடு உள்ளது. எனவே, ஒற்றை நுகர்வோர் அவரது உழைப்பு செலவின செலவுகளை கருத்தில் கொள்ள வேண்டும், வேலை செய்ய வேண்டிய தொழில்களின் அலகுகளை நிர்ணயிக்க குறுக்கு ஊதியம் (MW). அட்டவணை 12.2 இல் காட்டப்பட்டுள்ளபடி, உழைப்புச் செலவின செலவு கணக்கிடப்படலாம்.

குறிப்புகள்

அட்டவணை 12.2 தொழிலாளர் மொத்த மற்றும் சராசரி செலவு

தொழிலாளர் பிரிவுகள்	தொழிலாளர் சராசரி செலவு (AW) (‘)	உழைப்பு மீதான மொத்த செலவினம் (TW) (‘)	உழைப்புகளின் சராசரி செலவு (MW) = ΔTW (‘)
1	5	5	-
2	6	12	7
3	7	21	9
4	8	32	11
5	9	45	13
6	10	60	15
7	11	77	17

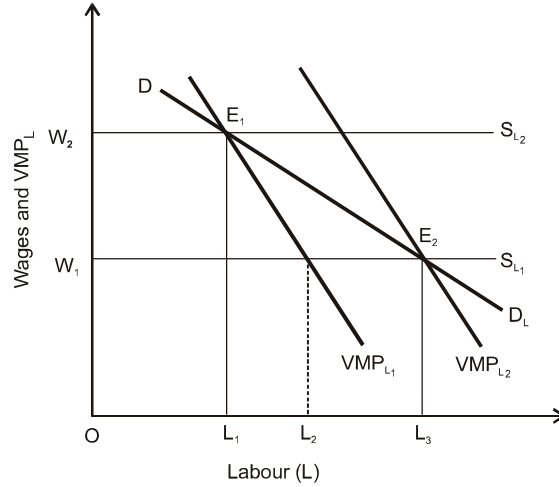
அனைத்து மட்டங்களிலும் சராசரி ஊதிய விகிதத்தை விட உழைப்பு செலவு அதிகமாக இருக்கும் என்று அட்டவணையில் இருந்து கவனிக்க முடியும். படம் 2.8 யில் 4 வது நெடுவரிசையில் வழக்கமான தொழிலாளர் விநியோக வளைவு (AW) மற்றும் உழைப்புக்கான சராசரி செலவு (MW) வளைவு. AW வளைவு ஒற்றை நுகர்வோர் மற்றும் MW வளைவுக்கான உழைப்பு வழங்கல் பல்வேறு வேலைவாய்ப்பு வேலைவாய்ப்புகளில் அதன் ஓரளவு செலவுகளைக் காட்டுகிறது.



படம் 12.8 தொழிலாளர் மாதிரியான செலவு

குறிப்புகள்

மூலதனமும் மாறிவரும் காரணி மாறும் போது மாறுபடும் காரணி (உழைப்பு) க்கு தேவைப்படும் வளைவு பெறுதல் படம் 12.9ல் காட்டப்பட்டுள்ளது. இலாபம் அதிகரிக்கும் நிறுவனம் ஆரம்பத்தில் E_1 புள்ளியில் VMP_{L_1} , SL_2 வரிசையால் கையாளப்பட்டதில் சமநிலையில் இருப்பதாக நினைக்கலாம். ஊதிய விகிதம் OW_2 கொடுக்கப்பட்டால், நிறுவனம் OL_1 அலகுகளை பயன்படுத்துகிறது. ஊதிய விகிதம் இப்பொழுது OW_1 க்கு வீழ்ச்சியடையுமெனில், இதன்மூலம் தனிப்பட்ட நிறுவனத்திற்கான புதிய உழைப்பு-வழங்கல் பாதை SL_1 ஆகும். உழைப்பு மட்டுமே மாறிவரும் காரணியாக இருந்திருந்தால், நிறுவனம் OL_2 தொழிற்சாலை அலகுகளில் வேலை செய்திருக்கும். ஆனால், காரணிகள், உழைப்பு மற்றும் மூலதனம் ஆகிய இரண்டும் மாறுபட்டுள்ள நிலையில், ஊதிய விகிதத்தில் வீழ்ச்சி VMP_{L_1} வளைவு மாற்றத்தை அதன் வெளியீடு, பதிலீடு மற்றும் இலாப பெருக்க விளைவுகளின் விளைவாக, VMP_{L_2} க்கு வலதுபுறமாக மாற்றும். VMP_{L_2} வளைவு SL_1 ஐ E_2 இல் வழங்குவதற்கு புதிய உழைப்பைக் கையாள்கிறது. எனவே, சம்பள விகிதத்தில் வீழ்ச்சி அடைந்த பின்னர், புதிய சமநிலை புள்ளியாக E_2 உள்ளது. இதேபோன்ற பகுப்பாய்வு கூலி ஊதிய விகிதத்தில் மேலும் வீழ்ச்சியிடக்கூடும், புதிய சமநிலை புள்ளிகளை உருவாக்குகிறது. சமநிலைப் புள்ளிகள் E_1 மற்றும் E_2 இல் இணைவதன் மூலம், மாறும் காரணி (உழைப்பு) க்கான கோரிக்கை வளைவு DD_L ஐப்பெறுகிறோம்.



படம் 12.9 L மற்றும் K ஆகிய இரண்டும் மாறுபடும் போது தொழிலாளர் தேவை வளைவு

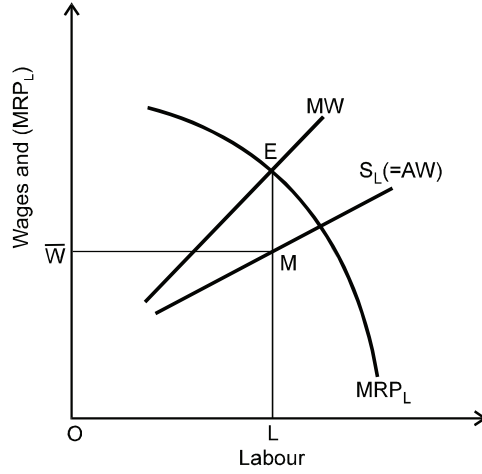
ஒற்றை நுகர்வோர் கீழ் ஊதியங்கள் மற்றும் வேலைவாய்ப்பு

AW , மற்றும் MW வளைவுகளைப் பெற்ற பின்னர், நாம் இப்போது ஏழை மற்றும் பணியாளர்களின் உறுதிப்பாட்டை விளக்கலாம். ஏற்கனவே குறிப்பிட்டுள்ளபடி, ஊதிய விகிதமும், வேலைவாய்ப்பின் கீழ் வேலைவாய்ப்பும் தொழிலாளர்களின் உழைப்பு மற்றும் ஓரளவு செலவு வளைவுக்கான ஒற்றை நுகர்வோருக்கான கோரிக்கைகளின் வளைவு மூலம் தீர்மானிக்கப்படுகிறது. ஒரு ஒற்றை நுகர்வோர் ஒரே ஒரு காரணியை (உழைப்பு) பயன்படுத்தும்

போது, MRP_L வளைவு-உழைப்பு, அதன் தேவை வளைவு மற்றும் ஆறு வளைவு, அதன் வேலை வழங்கல் வளைவுகளினால் உள்ளது, இது படம் 12.8 யில் விளக்கப்பட்டுள்ளது. நிகர செலவு வளைவு அதில் உள்ளது.

ஒற்றை மாறிவரும் காரணி (உழைப்பு) மூலம் ஏராளமான சம்பள விகிதம் மற்றும் வேலைவாய்ப்பின் உறுதிப்பாடு படம் 12.10 இல் விளக்கப்பட்டுள்ளது. MRP_L வளைவு தொழிலாளர்களுக்கு ஒற்றை நுகர்வோர் கோரிக்கை வளைவு மற்றும் MW வளைவு ஆகியவற்றை பிரதிபலிக்கிறது. ஒரு பணவாட்டக்காரர் உழைப்புக்கு சமமான வருவாய் உற்பத்தி (MRP_L) அதன் உழைப்புச் செலவினத்தை (MW) சமமானதாகக் கொள்ளும் புள்ளியில் உழைக்கும் பணியை அமல்படுத்துகிறது, அதாவது, $MRP_L = MW$. படம் 12.10 இல், MRP_L மற்றும் MW வளைவுகள் $MRP_L = MW$. எனவே, ஒற்றை நுகர்வோர்களின் நிறுவனம், EL அலகுகளில் வேலை செய்யும் இடத்தில் மின் சமநிலையில் உள்ளது. எனவே, OL தொழிலாளர் வேலை சமநிலை அளவு ஆகும். தொழிலாளர் விநியோக வளைவு (AW) கொடுக்கப்பட்ட, சமநிலை ஊதிய விகிதம் (வேலை சமநிலை அளவு (OL) தொடர்புடையது $OW (= ML)$).

குறிப்புகள்



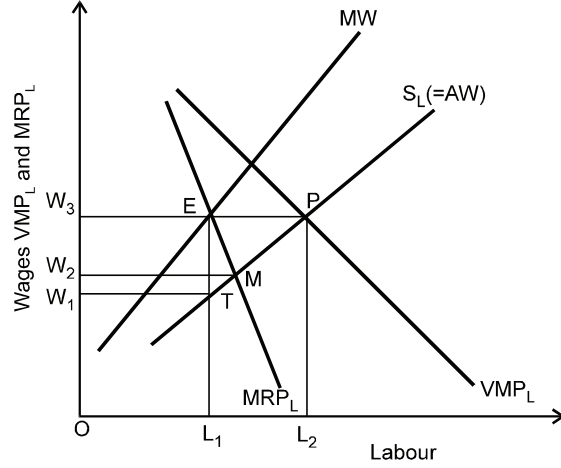
படம் 12.10 ஒற்றை நுகர்வோர் கீழ் ஊதியங்கள் மற்றும் வேலைவாய்ப்பு உறுதிப்படுத்தல்

ஒற்றை நுகர்வோர் தொழிலாளர் சுரண்டல்

ஊதிய விகிதத்தை உறுதிப்படுத்துதல் மற்றும் பணியிடத்தின் ஏகபோக உரிமைகள் ஆகியவை இந்த பிரிவில் ஒரே நேரத்தில் பகுப்பாய்வு செய்யப்படுகின்றன. ஒரு ஏகபோக நிறுவனத்திற்கான பண்டங்களின் தேவை வளைவு எதிர்மறையான சரிவைக் கொண்டிருப்பதால், அதன் $MR < P$. இலாப மில்லியோலிஸ்ட் நிறுவனம் தனது $MRP (= MPP MR)$ படி ஒரு காரணி சேவைக்கு செலுத்த வேண்டும் என்பதில் இருந்து ஏகபோக சுரண்டல் முடிவுகளை நினைவுபடுத்துங்கள். இது அவர்களின் $VMP (= MP.P)$ விட குறைவாக உள்ளது. ஏகபோக சுரண்டலின் நிலை VMP மற்றும் MRP க்கும் இடையே உள்ள வித்தியாசத்தை சமப்படுத்துகிறது. ஒற்றை நுகர்வோர் சுரண்டல் ஏகபோக போட்டி போன்ற காரணங்களுக்காக எழுகிறது. ஆனால் ஒற்றை நுகர்வோர் சுரண்டல் அதிகமாக உள்ளது. ஒரு ஒற்றை நுகர்வோர் அதன் VMP மட்டுமல்ல, ஆனால் அதன் MRP விட குறைவாக இது

குறிப்புகள்

ஒரு காரணி விலை கொடுக்கிறது. இது ஒற்றை நுகர்வோர் சுரண்டலுக்கு வழிவகுக்கிறது, இது நிறுவனத்தின் ஒற்றைநுகர்வோர் சக்தியால் விளைகிறது. பணியாளர்களின் ஒற்றை நுகர்வோர் சுரண்டலின் அளவுகோல், பூரணமான போட்டியிடும் மற்றும் தொழிலாளர் சந்தையில் ஊதிய விகிதத்தை ஏகபோக தயாரிப்பு உற்பத்தி சந்தை மற்றும் ஒற்றை நுகர்வோர் தயாரிப்பு தொழிலாளர் சந்தை நிலைமைகள் உடன் ஒப்பிடுவதன் மூலம் அளவிடப்படலாம்.



படம் 12.11 ஒற்றை நுகர்வோர் மற்றும் தொழிலாளர் மீதான ஏகபோக உரிமை

தயாரிப்பு மற்றும் தொழிலாளர் சந்தைகள் இரண்டுமே முழுமையான போட்டித்தன்மையுடன் இருக்கும்போது, வளைவு VMP_L தொழில் அல்லது சந்தையில் தேவைப்படும் தொழிலாளர் வளைவைக் குறிக்கிறது, மற்றும் வளைவு $SL (= AW)$ உழைப்பின் சந்தை வழங்கலை பிரதிபலிக்கிறது. தொழிலாளர் தேவை மற்றும் விநியோக வளைவுகள் புள்ளியில் பிரிக்கின்றன OW_3 இல் ஊதிய விகிதத்தை நிர்ணயிக்கும்-இது VMP_L , அதாவது, $w = VMP_L$ க்கு சமம்.

இப்போது, தொழிலாளர் சந்தைகள் ஏகபோகமாக இருக்கட்டும், தொழிலாளர் சந்தை முழுமையான போட்டியாகும். இப்போது தொழிலாளர் சந்தையின் தேவை வளைவு, ஏகபோக உரிமையாளர்களின் தனிநபர் தேவை வளைவுகளின் தொகை ஆகும், இது MRP_L வளைவு ஆகும். MRP_L வளைவு தொழிலாளர் வழங்கல் வளைவுகள் S_L , OW_2 இல் ஊதிய விகிதத்தை நிர்ணயிக்கிறது. எனவே, தொழிலாளர் சந்தை OW_2 இல் ஊதிய விகிதம் நிர்ணயிக்கப்படும் ஒரு புதிய சமநிலைப் புள்ளி (M) ஐ அடைகிறது. ஏகபோக ஊதிய விகிதம், OW_2 , போட்டியிடும் ஊதிய விகிதத்தை விட குறைவாக இருப்பதை கவனிக்கவும், OW_3 . OW_3 மற்றும் OW_2 , (அதாவது, $OW_3 - OW_2 = W_2W_3$) இடையே உள்ள வேறுபாடு உழைப்பின் ஏகபோக சுரண்டல் ஆகும். தவிர, பொருட்கள் சந்தையில் ஏகபோகம் இருக்கும்போது, OL_2 இலிருந்து OL_1 க்கு தொழிலாளர் குறைப்பு குறைகிறது. இதனால், ஏகபோக சுரண்டலின் விளைவு குறைந்த ஊதிய விகிதத்தில் குறைந்த அளவிலான வேலைவாய்ப்பு ஆகும்.

பொருட்கள் சந்தை சந்தை ஏகபோகமாக இருக்கும் போது, இப்போது சந்தைச் சந்தையில் ஏகபோகத்தை அறிமுகப்படுத்தலாம். இந்த பிரிவில் நாம் முக்கியமாக அக்கறை கொண்டுள்ள சந்தை அமைப்பு வகையாகும்.

ஒற்றை நுகர்வோர் $MRP_L = MW$, உழைப்பின் குறுகிய செலவு வரை உழைப்பைப் பயன்படுத்த வேண்டும். 12.11 நிகழ்ச்சிகள், MRP_L மற்றும் MW வளைவுகள் OL_1 இல் சமநிலை வேலைவாய்ப்பை நிர்ணயிக்கும் புள்ளி E இல் பிரிக்கின்றன. OL_1 இல் ஒற்றை நுகர்வோர் சமநிலையுதிர் ஊதிய விகிதத்தை நிர்ணயிக்கும் புள்ளி T யில் தொழிலாளர் வழங்கல் வளைவு S_L ஐ ஒழுங்குபடுத்துகிறது. எனவே, தொழிலாளர் சந்தையில் ஏழைகளின் கீழ் ஊதிய விகிதம் போட்டி ஊதிய விகிதத்திற்கு மேலும் கீழே செல்கிறது. போட்டி ஊதிய விகிதம், OW_3 , மற்றும் ஏகபோக ஊதிய விகிதங்களுக்கிடையிலான வேறுபாடு, OW_1 தொழிலாளர் பணத்தை ஏராளமாக சுரண்டுவதை நோக்கமாகக் கொண்டுள்ளது. அதாவது, $OW_3 - OW_1 = W_1W_3$ என்பது ஒற்றை நுகர்வோர் சுரண்டல் ஆகும்.

ஒற்றை நுகர்வோர் சுரண்டல் W_1W_3 இரண்டு பாகங்கள் W_2W_3 மற்றும் W_1W_2 பிரிக்கலாம். சுரண்டல் W_2W_3 என்பது சந்தையில் சந்தையில் ஏகபோக அதிகாரத்திற்கு காரணம். காரணி சுரண்டலின் இந்த பகுதி ஒற்றை நுகர்வோர்க்கு தனிப்பட்டதாக இல்லை. ஆனால் மீதமுள்ள பகுதி, W_1W_2 , ஒற்றை நுகர்வோர் தனித்துவமானது. இதனால், ஒற்றை நுகர்வோர் சுரண்டலின் முக்கிய அம்சம் ஒவ்வொரு காரணி அதன் MRP ஐ விட ஒரு விலை குறைவாக வழங்கப்படுகிறது.

தொழிலாளர் சந்தையில் பொருட்கள் சந்தை மற்றும் ஏகபோகத்தில் சரியான போட்டி (தொழிலாளர் ஒன்றியம்)

ஊதிய நிர்ணயம் இதுவரை தொழிலாளர் சந்தையில் சரியான போட்டியை எடுத்துக் கொண்டிருக்கிறது. உழைப்புச் சந்தைகள் பொதுவாக பொதுவாக தொழிலாளர் சங்கங்களின் வளர்ச்சிக்கு காரணமாகும். இந்த பிரிவில், நாம் தொழிலாளர் சந்தைக்கு தொழிலாளர் சங்கத்தை அறிமுகப்படுத்தி, ஒரு தொழிற்சாலையோ அல்லது ஒரு தொழிற்சாலை யோ மொத்த உழைப்பு வழங்குவதில் தொழிற்சங்கம் உள்ளது என்பதைக் கருதுகிறோம். இங்கு, மார்க்கெட்டிங் சந்தையில் ஏகபோகத்தை ஊக்குவிக்கும் ஒரு மாதிரியிலான ஊதிய நிர்ணயத்தை விளக்கவும், சந்தை சந்தையில் சரியான போட்டியை விளக்கவும்.

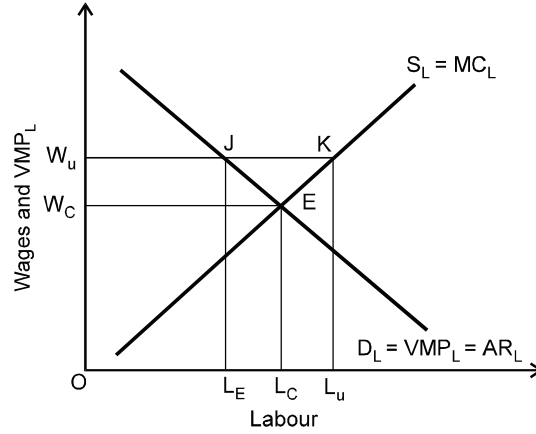
தொழிலாளர் சந்தையில் ஏகபோகத்தின் விளைவு மற்றும் காரணி விலை (ஊதியம்) உறுதிப்பாடு படம் 12.12 இல் விளக்கப்பட்டுள்ளது. ஏகபோக உழைப்பு வளைவு வளைவு $S_L = MC_L$ மூலம் காண்பிக்கப்படுகிறது. இந்த மாதிரியில் காண்பிக்கப்படும் வளைவு $S_L = MC_L$ உழைப்பின் சராசரி செலவைக் குறிக்கிறது, இது சராசரி உழைப்பு செலவு அல்ல. வளைவு $D_L = VMP_L = AR_L$ போட்டித்தன்மையால் உழைப்புக்கான தேவை வளைவரைக்கு பிரதிபலிக்கிறது. நிறுவனங்கள். தனிப்பட்ட தொழிலாளர் தேவை வளைவு கிடைமட்டமாக கருதப்படுகிறது. இந்த வளைவு தொழிலாளர் சங்கத்திற்கான சராசரி வருவாய் வளைவுகளையும் குறிக்கிறது. போட்டியிடும் நிலைமைகளின் கீழ், தொழிலாளர் சந்தையின் சமநிலை, EW மற்றும் சமநிலை வேலைவாய்ப்பு OL_C ஆகியவற்றில் நிர்ணயிக்கப்பட்ட சமநிலை ஊதிய விகிதத்தில் E தீர்மானிக்கப்படுகிறது.

இப்போது தொழிற்சங்கம் தொழிற்சங்கத்தால் ஒன்றிணைக்கப்பட்டு, தொழிற்சங்கத்தால் ஏகபோகமாக மாறிவிட்டது என்று நினைக்கிறேன். உயர்

குறிப்புகள்

குறிப்புகள்

ஊதிய விகிதத்திற்கான தொழிற்சங்க பேரம் மற்றும் OW_u க்கு உயர்த்தப்பட்ட ஊதிய விகிதத்தை அடைவதில் வெற்றி பெற வேண்டும் எனக் கருதுங்கள். இந்த ஊதிய விகிதத்தில் உழைப்பு வழங்குவது OL_u ஆகும். இவ்வாறு, ஊதிய விகிதத்தின் உயர்வு ஓரளவுக்கு ஒரு முழுமையான மீள் உழைப்பு வளைவு உருவாக்குகிறது. எனவே, புதிய தொழிலாளர் விநியோக வளைவு W_uKS_L ஆகும். புதிய விநியோக வளைவின் தோற்றத்துடன், புதிய சமநிலைப்பகுதி J புள்ளியில் நடைபெறுகிறது, மற்றும் சமநிலை வேலைவாய்ப்பு OL_E ஆகும். படம் 12.12 ல் இருந்து தெளிவானது, OW_C அதன் போட்டி நிலைக்கு மேலே ஊதிய விகிதத்தை உயர்த்துவதில் தொழிற்சங்கம் வெற்றியடைந்துள்ளது, ஆனால் அதே நேரத்தில் OL_C இலிருந்து OL_E க்கு வேலைவாய்ப்பின்மை ஏற்படும். தொழிற்சங்கம் $JK = L_E L_u$ இன் அளவுக்கு அதிகமான உழைப்பு விநியோகத்தை உருவாக்கும் என்பதால், வேலையற்ற தொழிலாளர்கள் தொழிற்சங்க ஊதிய விகிதத்தை (W_u) விட குறைவாக ஊதிய விகிதத்தில் பணியாற்ற தயாராக உள்ளார்களானால், ஊதியக் குறைப்பு சாத்தியம் உள்ளது, தொழிற்சங்க ஊதிய விகிதம் கண்டிப்பாக செயல்படுத்தப்படுகிறது.



படம் 12.12 தொழிற்சந்தையில் ஏகபோகத்தின் கீழ் ஊதிய விகிதம்

12.2.3 கூட்டு பேரம்

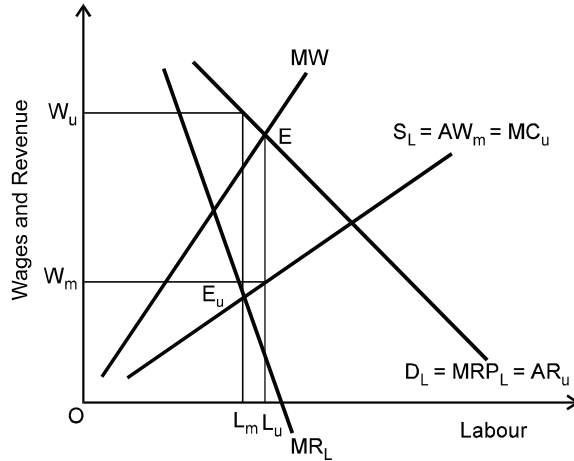
பொருளாதாரக் கோட்பாடு கூட்டு பேரணியின் ஒரு துல்லியமான முடிவை முன்னறிவிப்பதில்லை என்பது ஆரம்பத்தில் குறிப்பிட்டிருக்கலாம். கூட்டு பேரம் பேசுவது நிச்சயம் இல்லை. அதாவது, இருதரப்பு ஏகபோக நிலைமைக்கு தீர்வு காணமுடியாதது. இருப்பினும், இருதரப்பு ஏகபோகத்தின் (அல்லது கூட்டு பேரம்) பொருளாதார பகுப்பாய்வு, மேல் மற்றும் கீழ் வரம்புகளை வெளிப்படுத்துகிறது, இதில் காரணி விலை (எ.கா., ஊதிய விகிதம்) கூட்டு பேரம் பெறும் செயல் முறையின் மூலம் நிர்ணயிக்க முடியும். ஊதிய விகிதத்தின் உறுதிப்பாடு இறுதியில் பல காரணிகளைச் சார்ந்துள்ளது, எ.கா., பேரம் பேசும் சக்திகள் மற்றும் திறமைகள், தொழிலாளர் சங்கங்களின் பொருளாதார மற்றும் அரசியல் சக்தி மற்றும் முதலாளிகளின் சங்கம், அரசாங்க தலையீட்டின் விளைவு, முதலியன. நாம் முதலில் இருதரப்பு ஏகபோகத்தின் கீழ் சமநிலையின் அடையாளத்தன்மையை வெளிப்படுத்தி, பின்னர் தொழிலாளர் சங்கங்களின் விளைவுகளை ஒற்றை நுகர்வோர் உருவாக்கம் சரண்டல் சம்பந்தமாக ஆய்வு செய்வோம்.

இருதரப்பு ஏகபோகத்தின் கீழ் சமச்சீரற்ற இன்டிர்மின்தினம் படம் விளக்கப்பட்டுள்ளது 12.13. தொழிலாளர்களுக்கு ஏகபோக தேவை வளைவு $D_L = MRP_L$ வழங்கப்படுகிறது. ஏகபோகம் (அதாவது, தொழிலாளர் சங்கம்) $MRP_L = AR_u$ வளைவு அதன் சராசரி வருவாய் (AR_u) என்று கருதுகிறது. AR_u வளைவு கொடுக்கப்பட்டால், தொழிலாளர் தொழிற்சங்கத்தின் குறுகலான வருவாய் வளைவு MR_L ஆக பெறப்படலாம்-அது தொழிலாளர் சந்தையின் மிட்வேயை இரண்டாகப் பிரிக்க வேண்டும். ஒற்றை நுகர்வோர் இன் பார்வையில் இருந்து உழைப்பு வழங்கல் வளைவு $S_L = AW_m = MC_u$ மற்றும் MW மூலம் தொழிலாளர் வளைவின் சராசரி செலவு.

குறிப்புகள்

இப்போது நிலவரம், முதலாளிகளின் சங்கத்தின் பார்வையில் இருந்து நிலைமையை இப்போது கவனிக்கலாம். ஒற்றை நுகர்வோர், தொழிலாளர் வருவாயை அதிகரிக்க வேண்டும், அங்கு $MRP_L = MW$ இலாபத்தை அதிகரிக்க வேண்டும். இதனால், செலவு மற்றும் வருவாய் வளைவுகள் கொடுக்கப்பட்டால், ஒற்றை நுகர்வோர் தனது சமநிலைப்பகுதியை மின்முனையில் கண்டுபிடிப்பார், அங்கு அவர் OL_u அலகுகளைப் பயன்படுத்துவார் மற்றும் OW_m ஊதியங்களை செலுத்த வேண்டும்.

மறுபுறத்தில், ஏகபோக, தொழிலாளர் சங்கம், அதன் நஷ்ட ஈட்டு அதன் குறுகிய வருவாய் (MR_L) சமமான அதன் லாபங்களை (நேரத்திற்கு ஒரு முறை சம்பாதிக்கும்) அதிகரிக்கிறது. தொழிலாளர் தொழிற்சங்கத்தின் பார்வையில் இருந்து உழைப்புக்கான குறுகிய செலவு S_L வளைவு போலவே உள்ளது. ஏக போகவாதியிடம், உழைப்பு ஓரளவு செலவினம் ஓலத்தில் வேலைவாய்ப்பு அடிப்படையில் OL_m வருவாய் (OW_u) சமமாக இருக்கிறது. உழைப்பு தேவை வளைவு D_L , தொழிலாளர் சங்கம் ஊதிய விகிதம் முறூரக்கு அழுத்தம் கொடுக்கும்.



படம் 12.13 இருண்ட இருதரப்பு ஏகபோகம்

எனவே, இரண்டு சாத்தியமான ஊதிய விகிதங்கள் உள்ளன - தொழிலாளர் சங்கம் கோரிய ஒற்றை நுகர்வோர் மற்றும் OW_u வழங்கப்படுகிறது. ஏகபோக உரிமையாளர் ஒரு போட்டி விற்பனையாளரைப் போல் செயல்படுவதற்கு ஏதுவாக இருந்தால், ஊதிய விகிதம் OW_m இல் சரி செய்யப்படும். மேலும்,

குறிப்புகள்

ஏகபோக (தொழிலாளர் சங்கம்) ஒரு போட்டிமிக்க வாங்குபவர் போல் செயல்படுவதற்கு ஒற்றை நுகர்வோர் கட்டாயப்படுத்தினால், ஊதிய விகிதம் OW_u ஆக இருக்கும். அவர்கள் வெற்றி பெற முடியுமா என்பது நிச்சயமற்றது. எனவே ஊதிய விகிதம் பற்றாக்குறையாகவே உள்ளது. ஒரு சமரச ஊதிய விகிதம் தீர்க்கப்படுகிறதா இல்லையா என்பது இரு தரப்பினரின் பேரம் பேசும் சக்தியாகும்.

உங்கள் முன்னேற்றத்தைச் சரிபார்க்கவும்

1. மாறும் ஊதிய வேறுபாடு என்ன?
2. நிலையான ஊதிய வேறுபாடுகளின் எழுச்சிக்கு காரணம் என்ன?

12.3 உங்கள் முன்னேற்ற வினாக்களை சரிபார்க்க பதில்கள்

1. சமச்சீரற்ற ஊதிய வேறுபாடுகள் பண்டங்களின் மற்றும் தொழிலாளர் சந்தையில் சமச்சீரற்ற தன்மை காரணமாக ஏற்படுகின்றன. சமநிலை மீளமைப்பதற்காக தொழிலாளர் தேவை மற்றும் வழங்கல் நிலைமைகளின் மீது மாறும் ஊதிய வேறுபாடுகள் செயல்படுவதால், இதன் மூலம், ஊதிய வேறுபாடுகளை அகற்றும்.
2. நிலையான ஊதிய வேறுபாடுகள் பின்வரும் காரணங்கள் காரணமாக முக்கியமாக எழுகின்றன:
 - (i) உழைப்பின் தரம் வேறுபாடுகள், அதாவது, உழைப்பு அல்லாத ஒற்றுமை
 - (ii) உழைப்பு வேலை செய்யும் ஆக்கிரமிப்புகளின் இயல்பில் வேறுபாடு
 - (iii) உழைப்பால் உற்பத்தி செய்யப்படும் பொருட்களின் விலைகளில் வேறுபாடுகள் மற்றும்
 - (iv) சந்தை குறைபாடுகள்

12.4 சுருக்கம்

- ஒரு முழுமையான தொழிலாளர் சந்தை மற்றும் ஒரு முழுமையான தயாரிப்பு சந்தை நிலையில், ஊதிய தேவை மற்றும் உழைப்பு வழங்குவதன் மூலம் நிர்ணயிக்கப்படுகிறது. உழைப்பு தேவை மற்றும் விநியோக வளைவுகள் உற்பத்தி சந்தை மற்றும் தொழிலாளர் சந்தையில் இருவரும் சரியான போட்டிக்கு கீழ் ஊதிய நிர்ணயத்தை விளக்கவும் விளக்கவும் பயன்படுத்தலாம்.
- மேலே கூறப்பட்ட ஊதியத் தீர்மானத்தின் கோட்பாடு காரணி (உழைப்பு) அலகுகள் ஒரேவிதமானதாக இருப்பதாக கருதுகிறது. அனைத்து உழைப்பு அலகுகள் ஒரே மாதிரியாக இருந்தால் மற்றும் அனைத்து பயன்பாடுகளிலும் அல்லாத பண நன்மைகள் ஒரே மாதிரியானவை என்றால், ஒவ்வொரு உழைப்புக்கான ஊதிய விகிதம் ஒரு முழுமையான போட்டியிடும் சந்தையில் ஒரே மாதிரியாக இருக்கும்.

- தொழிலாளர் சந்தைச் சமநிலையில் நிலைத்திருக்கும் நிலையான ஊதிய வேறுபாடுகள் ஆகும். இத்தகைய வேறுபாடுகள் சந்தையின் போட்டி சக்திகளால் அகற்றப்படவில்லை.
- தொழிற்துறை மிகவும் ஒத்த தனித்துவமான காரணி ஆகும். எனவே, சம்பள வேறுபாடுகள் பிற காரணி விலை வேறுபாடுகளைக் காட்டிலும் மிகவும் பொதுவானவை.
- ஒரு ஏகபோக உரிமையாளரால் ஒன்றுக்கு மேற்பட்ட மாறி உள்ளீடு பயன்படுத்தப்படுகையில், ஓரளவு வருவாய் உற்பத்தி வளைவு (MRPL) என்பது உழைப்புக்கான ஏகபோகத்தின் தேவை வளைவு அல்ல.
- தயாரிப்பு சந்தை ஏகபோக அல்லது ஏகபோகம் போட்டியால் வகைப்படுத்தப்படும் போது, மாறிவரும் காரணி (தொழிலாளர்) சந்தைகள் முற்றிலும் போட்டித்தன்மையுள்ளவை, காரணி விலை (ஊதிய விகிதம்) மற்றும் வேலைவாய்ப்பு ஆகியவை சரியான முறையில் போட்டியிடும் சந்தையின் கீழ் நிர்ணயிக்கப்படும் அதே விதத்தில் தீர்மானிக்கப்படுகின்றன.
- மேலே விவரிக்கப்பட்ட சந்தை அமைப்பில் காரணி விலை மற்றும் வேலைவாய்ப்பு உறுதிப்பாடு இரண்டு வேறுபட்ட கருதுகோள்களின் கீழ் விவாதிக்கப்படுகிறது: (i) ஒரே மாறி காரணி (உழைப்பு) மட்டுமே பயன்படுத்தப்படுகிறது மற்றும் (ii) ஒன்றுக்கு மேற்பட்ட மாறி காரணி பயன்படுத்தப்படுகிறது.

12.5 முக்கிய வார்த்தைகள்

- ஒற்றை நுகர்வோர்: இது ஒரு வாங்குபவர், பல விற்பனையாளர்களால் வழங்கப்படும் பொருட்கள் மற்றும் சேவைகளின் பிரதான வாங்குபவர் என சந்தைப்படுத்துவதை கணிசமாக கட்டுப்படுத்துகிறது.
- இருதரப்பு ஏகபோகம்: இது ஏகபோகம் (ஒரு விற்பனையாளர்) மற்றும் ஒரு ஏகபோகம் (ஒரு வாங்குபவர்) இருவரும் கொண்ட சந்தை கட்டமைப்பு ஆகும்.

12.6 சுய மதிப்பீட்டு வினாக்கள் மற்றும் பயிற்சிகள்

குறுகிய விடைக்கான வினாக்கள்

1. உற்பத்தியின் காரணிக்கு வேறுபட்ட பொருட்களுக்கான தேவை வளைவின் பெறுமதி என்ன?
2. உற்பத்தியைக் கோருவதற்கு தேவை வளைவரையிலிருந்து MRP என்ன பங்கு வகிக்கிறது?
3. காரணி தேவையின் பொருள் என்ன? காரணி தேவை வளைவைப் பெறுவதில் என்ன சிக்கல்கள் ஏற்படுகின்றன?
4. கூட்டு பேரம் பேசுதல் குறித்த ஒரு குறுகிய குறிப்பை எழுதுங்கள்.

நீண்ட விடைக்கான வினாக்கள்

குறிப்புகள்

1. உற்பத்தி காரணிக்கு ஒரு தேவை வளைவு தேவை என்பதை விளக்கும் ஒரு காரணி மட்டுமே தேவை என்று விளக்குங்கள்.
2. ஊதிய சலுகை வரியை செலுத்தி, தொழிலாளர் விநியோக வளைவைப் பெறுவதில் அதன் பங்கை விளக்குங்கள். மேலும், உழைப்பு-வழங்கல் வளைவிலிருந்து உழைப்பு வழங்கல் வளைவைப் பெறலாம் என்பதை விளக்குங்கள்.
3. ஊதியத் தீர்மானத்தின் கருத்தியலுடன் ஓரளவு உற்பத்தித்திறன் எவ்வாறு தொடர்புடையது?

12.7 மேலும் படிக்க

திவிவேடி, டி. என். 2008. பொருளியல் கொள்கை, ஏழாவது பதிப்பு. புது தில்லி: விகாஸ் பப்ளிஷிங் ஹவுஸ்.

வெய்ல். டேவிட் என் 2004. பொருளாதார வளர்ச்சி. லண்டன்: அடிசன் வெஸ்லி.

தாமஸ், கிறிஸ்டோபர் ஆர். மற்றும் மாரிஸ் எஸ் சார்லஸ். 2005. மேலாண்மையியல் பொருளாதாரம்: கருத்துக்கள் மற்றும் பயன்பாடுகள், எட்டாவது பதிப்பு. புது தில்லி: டாடா மெக்ரா-ஹில் பப்ளிஷிங் கம்பனி லிமிடெட்.

மேன்கிவ், கிரிகோரி என். 2002. பொருளியல் கொள்கை, இரண்டாம் பதிப்பு. இந்தியா: தாம்சன் பதிப்பகம்.

அலகு 13 வாடகை மற்றும் பகுதி-வாடகை

அமைப்பு

- 13.0 அறிமுகம்
- 13.1 நோக்கங்கள்
- 13.2 பற்றாக்குறை மற்றும் மாறுபட்ட விலைகள்
 - 13.2.1 பகுதி-வாடகை
- 13.3 பரிமாற்ற வருவாய் மீது உபரி போன்ற வாடகை
 - 13.3.1 பொருளாதார உபரி போன்ற வாடகை
- 13.4 உங்கள் முன்னேற்ற வினாக்களை சரிபார்க்கும் விடைகள்
- 13.5 திரட்டு
- 13.6 முக்கிய வார்த்தைகள்
- 13.7 சுய மதிப்பீட்டு வினாக்கள் மற்றும் பயிற்சிகள்
- 13.8 மேலும் படிக்க

குறிப்புகள்

13.0 அறிமுகம்

குறுகிய வாடகைக் கோட்பாடு மார்ஷல் அறிமுகப்படுத்தப்பட்டது மற்றும் ரிகார்டோவின் குறுகிய காலத்தின் போது வழங்கப்பட்ட மற்ற காரணிகளுக்கான நில வாடகைக்கு நீட்டிக்கப்பட்டது. இது மார்ஷலின் வார்த்தைகளில் இயந்திரங்களாலும், பிற சாதனங்களாலும் பெறப்பட்ட வருமானம் என்பதையே குறிக்கிறது.

குறுகிய காலப் பகுதியில் அதிகரிக்கும் அல்லது குறைக்க முடியாத சில நீடித்த காரணிகள் உள்ளன. இயந்திரங்கள், கப்பல்கள், வீடுகள் மற்றும் நிலம் போன்ற மனித திறன் கூட விநியோகத்தில் சரி செய்யப்பட்டது ஆனால் குறுகிய காலத்தில் மட்டுமே. அவற்றின் தேவை அதிகரிக்கும் போது, அவற்றின் விநியோகம் நிலையானது. வாடகைக்கு இல்லாத ஒரு உபரியத்தை சம்பாதிக்கின்றன. ஆனால் நீண்ட காலத்திற்குள் விநியோகத்தை அதிகரிக்க முடிந்தவுடன் வாடகையாக இருக்கும். மார்ஷல் அதை வாடகைக்கு எடுத்துக் கொள்ள விரும்பினார்.

13.1 நோக்கங்கள்

இந்த அலகை நீங்கள் படித்து முடித்த பின்பு உங்களால்,

- பற்றாக்குறை மற்றும் வேறுபட்ட வாடகைக்கு இடையே வேறுபாட்டினை விவரிக்கவும்
- வாடகைக் கோட்பாட்டின் முன்னோடிகளை விவரிக்கவும்
- அதிகப்பட்ச வாடகைக்கு கருத்தினைக் கலந்துரையாடுங்கள்
- பொருளாதார உபரி என வாடகைக்கு விளக்குங்கள்

குறிப்புகள்

பற்றாக்குறை வாடகை

சகிப்புத்தன்மை வாடகை என்பது, தேவைப்பாடு தொடர்பாக அதன் அளிப்பு குறைவாக இருக்கும் போது ஒரே மாதிரியான நிலத்தின் பயன்பாட்டிற்கு செலுத்தப்படும் விலையைக் குறிக்கிறது. நிலம் அனைத்து அலகுகள் ஒரே மாதிரியானவை ஆனால் தேவை அதிகமானால், அனைத்து நிலங்களும் அதன் பற்றாக்குறையின் காரணமாக பொருளாதார வாடகையாக சம்பாதிக்கப்படும்.

மாறுபட்ட வாடகை

மாறுபட்ட வாடகை நிலத்தின் வளத்தை வேறுபாடுகள் காரணமாக எழுகின்ற வாடகைக்கு குறிக்கிறது. சிறு மற்றும் குறுந்தொழில் நிலங்களுக்கு இடையில் வேறுபாடு காரணமாக ஏற்படும் உபரி வேறுபாடு வாடகைக்கு ஆகும். இது பரவலான நிலம் பயிர்ச்செய்கைகளின் கீழ் பொதுவாக வளர்க்கப்படுகிறது. டேவிட் ரிக்காரோ முதலில் இந்த வார்த்தையை முன்மொழிந்தார்.

வாடகைக் கோட்பாட்டின் எதிர்ப்பாளர்கள்: ரிகார்டியன் கோட்பாடு வாடகைக்கு ஒரு சுவாரசியமான முன்னோடி உள்ளது. 19 ஆம் நூற்றாண்டின் முற்பகுதியில், பிரிட்டனில் உணவுப் பொருட்களின் விலை கணிசமாக அதிகரித்தது நெப்போலியன் யுத்தத்தின் காரணமாகவும், மக்கள் தொகை அதிகரிப்பதன் காரணமாகவும் உணவுக்கான தேவை அதிகரித்ததன் காரணமாகவும் காரணமாக இருந்தது. இது பிரிட்டிஷ் அரசாங்கத்திற்கு பெரும் கவலையை ஏற்படுத்தியது. ஆகவே, உணவு விலை உயர்வுக்கான காரணம் கண்டுபிடிக்க லார்ட்ஸ் ஹவுஸ் மற்றும் காமன்ஸ் கவுன்சில் குழுக்கள் நியமிக்கப்பட்டன. உயர்ந்த விலை உயர்ந்ததால் உணவு விலைகள் அதிகமாக இருந்தன என்று கமிட்டிகள் தெரிவித்தன. சமகால பொருளாதாரவாதிகள், அதாவது மேற்கு, டொரன்ஸ், மால்தஸ் மற்றும் ரிக்கார்டோ ஆகியோர் இந்த ஆலோசனையை பிரதிபலித்தனர் மற்றும் தனித்தனியாக பிரச்சனைக்கு ஒரு மாற்று விளக்கம் அளித்தனர். உணவுப் பொருட்களின் விலை உயர்ந்ததால், வாடகைக் கட்டண உயர்வு இல்லை, ஏனெனில் வாடகை விலை உயர்ந்ததால், வாடகைகள் உயர்ந்தன. நெப்போலியன் யுத்தத்தின் காரணமாக உணவுப் பொருட்களின் விலை அதிகரித்தது, மேலும் மக்கள் தொகை அதிகரித்தது உணவுக்காக தேவை அதிகரித்தது. உணவுப் பற்றாக்குறை உணவு விலையில் அதிகரிக்க வழிவகுத்தது, இதனால், சாகுபடிக்கு லாபம் அதிகரித்தது. இது நிலத்திற்கான தேவை அதிகரித்தது, இது வாடகைக்கு அதிகரித்தது. ரிக்கார்டோ, ஒரு புதிய முதலாளித்துவவாதியாக கூறப்பட்டவர், நிலப்பிரபுத்துவம் (நில உரிமையாளர்கள்) சமுதாயத்தின் மற்றவர்களுடைய துன்பத்தினால் செழித்தோங்குவதோடு, குத்தகைதாரர் விவசாயிகளுக்கு துயரத்தை ஏற்படுத்துவதாகவும் கூறினார். இந்த பார்வையைப் பொறுத்தவரை, ரிகார்டோ நிலத்திற்கு எதிரான பிரபுத்துவம் என்று விமர்சித்தார். இருப்பினும், ரிக்கார்டோவின் தத்துவத்தை அவருடைய வாதத்தை நிறுவுவதற்கு அவரது முயற்சியிலிருந்து வெளிப்பட்டது.

13.2.1 பகுதி-வாடகை

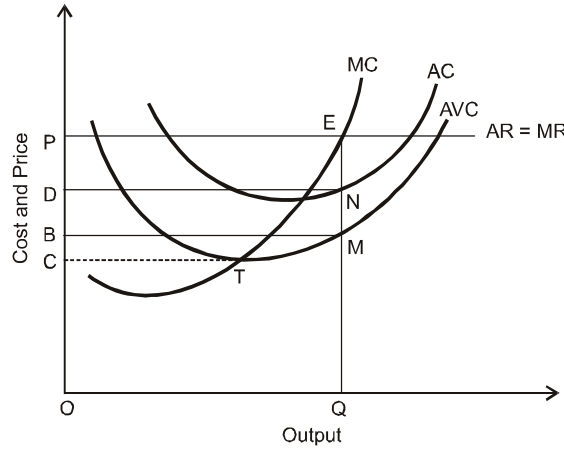
மார்ஷல் பயன்படுத்தும் ஒரு கருத்தின் படி, குறுகிய காலத்திற்கு நிலையான விநியோகத்தில் இருக்கும் காரணிகளின் குறுகிய கால வருமானத்தை

குறிக்கிறது. பகுதி-வாடகை என்ற கருத்தை விளக்குவதற்கு, குறுகிய காலத்திற்கும் மற்றும் நீண்ட காலத்திற்கும் இடையில் வேறுபாட்டை உருவாக்கலாம். நீண்டகாலத்தில், அனைத்து உள்ளீடுகளும் அவற்றின் வழங்கல் மீள்வது போல் பெரிய அளவிலான மாறுபடும். சுருக்கமாக, என்னும், சில உள்ளீடுகள் சரி செய்யப்பட்டது. உதாரணமாக, குறுகிய காலத்தில் இயங்கும் ஆலை மற்றும் இயந்திரங்கள் வழங்குவதற்கு வசதியாக உள்ளது.

குறிப்புகள்

சுருக்கமாக, மாறுபடும் காரணிகளை மாற்றுவதற்கு பதிலாக அவர்களின் தற்போதைய பயன்பாட்டில் பணம் செலுத்துவதன் மூலம் மாற்றமுடியும். (அல்லது வாய்ப்பு செலவு). ஆகையால், மாறும் காரணிகள் குறுகிய காலத்தில் இயங்குவதில் தக்க வைத்துக் கொள்ளப்பட்டால், அவற்றின் பரிமாற்றத்தை சம்பாதிப்பதற்கு அவை சமம். இல்லையெனில், மாறி காரணிகள் மாற்றீடு செய்யப்படும். மாறாக, நிலையான காரணிகள் குறுகிய மாற்றத்தில் மாற்றீடுகளுக்கு மாற்றீடு செய்ய முடியாது. ஆகையால், சுருக்கமான காரணிகளில் மாறி காரணிகள் தங்கள் வாய்ப்புக் கட்டணத்தைச் செலுத்திய பின்னரே எஞ்சியுள்ளவை நிலையான காரணிகளாகும். அதாவது, நிலையான காரணிகள் மொத்த வருவாயில் குறுகிய காலத்தில், எஞ்சியிருக்கும். குறுகிய காலத்தில் நிர்ணயிக்கப்பட்ட காரணிக்கு இந்த எஞ்சிய பணம் செலுத்துதல் என்பது பாறை வாடகைக்கு என அழைக்கப்படுகிறது. $TR - TVC$ என ஒதுக்கீடு செய்யலாம்.

அலைவரிசை நிர்ணயம் என்பது படம் 13.1 இல் விளக்கப்பட்டுள்ளது. AVC , AC மற்றும் MC . வளைவுகளுக்கு கொடுக்கப்பட்ட விலை, OP என்பது விலை, சமநிலையில் உள்ளது E .



படம் 13.1 பகுதி வாடகைக்குத் தீர்மானித்தல்

சமநிலையில் நிறுவனங்கள் மொத்த வருவாய் உள்ளது

$$OP \times OQ = OPEQ$$

மற்றும்

$$TVC = OB \times OQ = OBMQ$$

மாறி காரணிகளை தக்க வைத்துக்கொள்ள நிறுவனம் $OBMQ$ மொத்த தொகையை செலுத்த வேண்டும். செய்தபின் போட்டி நிலைமைகளின்கீழ், இந்த தொகை அவர்களின் பரிமாற்ற வருவாய்களை சமப்படுத்துகிறது, அதாவது, ஒரு காரணி அதன் இரண்டாவது சிறந்த பயன்பாட்டிலிருந்து எதிர்பார்க்கிறது. பகுதி வாடகைக்கு பெறலாம்

$$\text{பகுதி-வாடகை} = OPEQ - OBMQ = PBME$$

குறிப்புகள்

எப்போதாவது வாடகை எப்போதும் அல்லாத எதிர்மறை அளவு இருக்கும். எடுத்துக்காட்டாக, விலை OC ஐ விட அதிகமாக இருக்கும் வரை, அரை-வாடகைக்கு பூஜ்ஜியத்தை விட அதிகமாக இருக்கும். விலை OC போது, மொத்த வருவாய் (TR) மொத்த மாறி விலை (TVC) சமம், அதாவது,

$$TR = OC \times CT \text{ மற்றும் } TVC = OC \times CT$$

$TR - TVC = 0$ என்பதன் பின்னர், அரைக்கால் வாடகை = 0. விலை OC க்கு கீழே விழுந்தால் உற்பத்தி இல்லை. எனவே கேள்விக்குரிய கேள்வி எந்த கேள்வி உள்ளது.

பகுதி-வாடகை இரண்டு கூறுகளாக பிரிக்கலாம்: (i) வாய்ப்பு செலவு மற்றும் (ii) பொருளாதார இலாபம். விலை OP எப்போது, $PBME$ பகுதியில் குறிப்பிடப்பட்டிருப்பதைக் கண்டோம். இதில், $DPEN$ பகுதி வித்தியாசத்தை பிரதிபலிக்கிறது TR மற்றும் $TC (= OQ \times OD)$ இடையில். எனவே, பகுதி $DPEN$ மொத்த தூய்மையான அல்லது பொருளாதார இலாபங்களை பிரதிபலிக்கிறது. பகுதி $BDNM$ மொத்த நிலையான செலவு, $TFC = (AC - AVC) OQ = (OD - OB) OQ$ குறிக்கிறது. நிலையான காரணிகள், போட்டித் தன்மையின் கீழ், ஒரே தொழிற்சாலை மற்றொரு நிறுவனத்தில் அதே அளவைப் பெற்றிருக்கும். எனவே, $BDNM$ பகுதி நிலையான காரணிகளின் வாய்ப்பு செலவாகும். இதனால்

$$\text{பகுதி வாடகைக்கு} = TFC + \text{பொருளாதார லாபம்}$$

13.3 பரிமாற்ற வருவாய் மீது உபரி போன்ற வாடகை

பரிமாற்ற வருவாய் அதன் தற்போதைய பயன்பாட்டின் உற்பத்தியை ஒரு காரணியாக வைத்திருப்பதற்கான குறைந்தபட்ச கட்டணம் ஆகும்.

ரிகார்டோ, நிலத்தின் அசல் மற்றும் அழிக்க முடியாத சக்திகளின் பயன்பாட்டிற்காக நில உரிமையாளருக்கு வழங்கப்படும் பூமியின் உற்பத்தியின் பகுதியாக வரையறுக்கப்பட்டுள்ளது. ரிக்கார்டோ இயற்கையின் ஒரு அறிஞ-நியாக வாடகைக்கு பணம் கருதப்படுகிறது. இயற்கையின் மூலம், ரிகார்டோ நிலம் மற்றும் அதன் வரையறுக்கப்பட்ட உற்பத்தி திறன் நிலையான வழங்கல் பொருளாகும். உற்பத்தி விளை பொருளான நிலம் மக்களுடைய வளர்ச்சியைக் குறைவாக நிரூபிக்கிறது. தாழ்ந்த நிலங்களுக்கு சாகுபடி செய்யப்பட வேண்டும். ரிக்கார்டோவின் கூற்றுப்படி, பல்வேறு வகை நிலங்களின் மண் வளத்தின் வேறுபாடுகளால் விளைந்த விவசாயிகளுக்கு உபரி வருவாயைப் பொறுத்து மாறுபடும். எளிமையான சொற்களில், பல உற்பத்தித்திறன் நிலத்தின் உபரி உற்பத்தியில் வேறுபாடு காரணமாக வாடகைக்கு எழும்.

ரிகார்டியன் கோரிய வாடகை தேவை மற்றும் விநியோக கொள்கை அடிப்படையில் அமைந்துள்ளது. ஒரு நாட்டில் நிலத்தை வழங்குவது, நிலத்திற்கான மொத்த தேவைகளை மீறுவதால், காற்றின் பயன்பாட்டிற்காக ஒன்றும் கொடுக்கப்படாதிருந்தால் வாடகைக்கு செலுத்தப்படமாட்டாது. ரிக்கார்டோவின் வார்த்தைகளில், அனைத்து நிலங்களும் ஒரே பண்புகளைக் கொண்டிருந்தன என்றால், அது அளவுக்கு வரம்பற்றதாக இருந்தாலும்,

தரத்தில் சீரானதாக இருந்தால், அதன் பயன்பாட்டிற்காக எந்தவொரு குற்றச்சாட்டும் செய்ய முடியாது. விதி விலக்காக ஏனெனில் நிலத்தில் அளவு மற்றும் சீருடையில் தரமற்றது இல்லை, ஏனெனில் (மக்கள் தொகையை அதிகரிப்பதன் காரணமாக), குறைந்ததர முடைய நிலம், அல்லது குறைவாக நன்மை பயக்கும் இடம், சாகுபடிக்கு அழைக்கப்படுகிறது.

குறிப்புகள்

ரிக்கார்டோ விரிவான மற்றும் தீவிரமான நிலத்தில் வளர்ந்து வருவதாகக் காட்டுகிறது. முதலாவதாக விரிவான சாகுபடிக்கு வாடகைக்கு விடுவோம். நிலம் பரவலாகப் பயிரிடப்பட்ட போது, உயர்ந்த நிலத்தில் வாடகைக்கு உற்பத்தி குறைந்த அளவிலான உற்பத்திக்கான உற்பத்தித் திறனைக் காட்டிலும் அதன் உற்பத்தியின் அதிகமானதைக் குறிக்கிறது. நிலம், A , B மற்றும் C ஆகிய மூன்று வகை நிலங்கள் உள்ளனவா, ஒவ்வொரு தரநிலையிலும் அதே நிலப்பரப்பை பயிரிடுவதற்கு மூலதனமும் உழைப்பும் சமமாக இருக்கும். இருப்பினும், மூன்று தர நிலங்களில் இருந்து 100 முதல் 80 மற்றும் 70 குவிண்டால் கோதுமையின் விளைபொருளாகும். ஒரு நாட்டில், ஒரு தர நிலத்தை வழங்குவதன் மூலம், தற்போதுள்ள மக்களுக்கான உணவு தேவைகளை பூர்த்தி செய்வதற்கு சாகுபடி செய்யப்பட வேண்டும் என்றால், ஒரு தர நிலத்தை வழங்குவதற்கு நிலம் தேவைப்படும் வரை வாடகைக்கு செலுத்தப்படமாட்டாது. மக்கள் தொகை அதிகரிக்கும் போது, நிலத்திற்கு அப்பால் நிலத்தை அதிகரிக்க வேண்டும், கிரேடு B இன் நிலம் கொண்டு வரப்படும். சாகுபடி. ஆனால், நிலம் A , (அதாவது, 100 குவிண்டால்) விளைச்சல், ஒப்பிடும் போது, B மூலதனம் மற்றும் உழைப்பு பயன்படுத்தப்படுகிற அதே அளவு கூட, 80 குவிண்டால் கோதுமை மட்டுமே தரப்படுகிறது. கிரேடு A மற்றும் B ன் நிலங்களின் விளைபொருளின் மகசூலில் இந்த வேறுபாடு கிரேடு A நாளில் வாடகைக்கு எழும். நிலத்தில் வாடகைக்கு 100,80 = 20 குவிண்டால் கோதுமை. இதே போல், மக்கள் தொகை அதிகரிக்கும் போது, தரம் C நிலமும் சாகுபடிக்கு கொண்டு வரப்படுகிறது. ஆனால் C தர நிலம் 70 குவிண்டால் கோதுமை மட்டுமே அளிக்கிறது. இது B தர நிலப்பரப்பில் வாடகைக்கு எழும், அது $A.B.$ A மீது வாடகைக்கு எழுப்புகிறது. ரிகார்டியன் கோட்பாட்டின்படி, வெவ்வேறு வகுப்பின் நிலம் வாடகைக்கு பின்வரும் சூத்திரத்தால் உருவாக்கப்படுகிறது.

வாடகை = குறைந்த தர நிலத்திலிருந்து குறைவான நிலத்தை விளைவிக்கும்.

உதாரணமாக, கிரேடு A மற்றும் B இன் நிலப்பகுதிக்கான வாடகைக்கு பணியாற்றலாம் பின்வருமாறு.

நிலம் வாடகைக்கு $A = 100 - 70 = 30$ குவிண்டால் கோதுமை

நிலம் வாடகைக்கு $B = 90 - 70 = 20$ குவிண்டால் கோதுமை

மூலதனத்தில் பயன்படுத்தப்படும் மூலதன மற்றும் உழைப்பின் மதிப்பு 70 குவிண்டால் கோதுமை மதிப்பு சமமாக இருந்தால், கிரேட் C நிலம் எந்த வாடகையையும் தாங்காது. நிலம் C என்பது குறுகலான நிலம் அல்லது வாடகைக்கு இல்லாத நிலம் என்று அழைக்கப்படுகிறது

நிலம் விவசாயிகள் பயிர்ச்செய்கைக்கு முன்னர், மூலதன மற்றும் உழைப்புக்கு அதிகமான நிலம் AB உற்பத்தித் திறனை அதிகரிக்க பயன்படுத்தப்படுவதற்கு முன்னர், அது நிலத்தில் மூலதனம் மற்றும் உழைப்பு இரட்டிப்பாகும் ஒரு, உற்பத்தி இரட்டிப்பாக இல்லை. நிலத்தின் விளைவை விட 100 குவிண்டால்களைக் காட்டிலும் 95 குவிண்டால்களை மட்டுமே

குறிப்புகள்

அளிக்க முடியும். விவசாயிகள் நிலம் A , அல்லது ஏதாவதொரு தாழ்ந்த நிலத்தில் தங்கள் மூலதனத்தை பயன்படுத்துவதற்குப் பதிலாக, நிலம் A ஐ பயிரிடுவதை தீவிரப்படுத்துவார்கள். இந்த நிலையில், நிலம் A இல் வாடகைக்கு 5 குவிண்டால் = $100 - 95$ குவிண்டால் ஆக இருக்கும். இவ்வாறு, நிலத்தில் B க்கும் அதிகமான காரணிகளான $B I$ விட அதிகமான காரணிகளின் விளைபொருட்களின் விளைபொருட்களின் விளைபொருட்களின் நிலப்பரப்பில், அதிகமான பயிர்ச்செய்கை, மூலதனம் மற்றும் உழைப்பு ஆகியவற்றைப் பயன்படுத்த முடியாது. நிலம் A , மூலதன மற்றும் தொழிலாளர் தொடர்ச்சியான யூனிட்களில் இருந்து விளைச்சல் குறைகிறது. இது இரண்டு விளைவுகளை கொண்டது: ஒன்று, நிலத்தில் வாடகைக்கு அதிகரிக்கிறது, இரண்டு, குறைந்த அளவு நிலம், அதாவது, நிலம் B , பயிரிடப்படுகிறது. ரிக்கார்ட்டின் வாடகைக் கொள்கையானது குறைந்து வருவதற்கான சட்டத்தை அடிப்படையாகக் கொண்டது என்பதை இது காட்டுகிறது.

விமர்சன மதிப்பீடு: ரிகார்ட்டின் கோட்பாடு பின்வரும் அடிப்படையில் விமர்சிக்கப்பட்டுள்ளது.

முதலாவதாக, ரிக்கார்ட்டோவின் வாடகைக் கருத்து, மண்ணின் சக்திகள் அசல் மற்றும் அழிக்க முடியாதவை என்ற கருத்தை அடிப்படையாகக் கொண்டது. மண் பாதுகாப்பு மற்றும் நில மீட்பு ஆகியவற்றின் மூலம் நுண்ணுயிர் உருவாக்க முடியும், மேலும் மண்ணின் தொடர்ச்சியான பயன்பாட்டின் மூலம் அழிக்கப்படலாம். அணுசக்தியின் வளர்ச்சி காரணமாக மண்ணின் சக்தியை அழித்து விட்டது.

இரண்டாவதாக, ரிகார்ட்டோவின் யோசனை, உற்பத்தியை ஒரு காரணியாகக் கொண்டு நிலத்திற்கு விசேஷமானதாக இருப்பது நவீன பொருளாதார வல்லுனர்களால் கேள்விக்குட்படுத்தப்பட்டுள்ளது. வாடகைக்கு வித்தியாசமான உபரி, காரணிகள், மூலதனம் மற்றும் தொழில் முனைவோர் ஆகியவற்றிற்கும், அதே போல் நிலத்திற்கும் மற்ற காரணிகளுக்கும் ஊக்கமளிக்கிறது.

மூன்றாவதாக, ரிக்கார்ட்டோ நிலம் ஒன்றை மட்டுமே பயன்படுத்திக் கொண்டார், அதாவது, சாகுபடி, எனவே, பரிமாற்றம் எதுவும் இல்லை. எனவே வாடகைக்கு பெயரில் செலுத்தப்படும் அனைத்தும் பொருளாதார வாடகையாகிவிட்டும். இருப்பினும், நிலத்தின் மாற்றுப் பயன்பாடுகளும் உள்ளன. எனவே, வருவாயை மாற்றிக் கொள்ளுங்கள், மொத்த வாடகையானது பொருளாதார வாடகைக்கு இருக்க முடியாது.

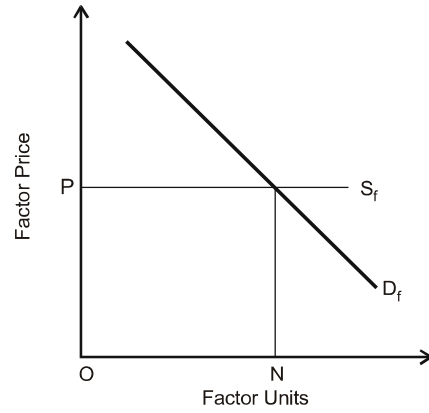
இறுதியாக, ரிகார்ட்டோ நிலத்தை வழங்குவதை நிறுத்தி வைப்பதாகக் கருதினார், ஏனெனில் அவர் நாட்டை முழுமையாகக் கருதினார். இருப்பினும் ஒரு தனிப்பட்ட விவசாயிக்கு, நிலம் வழங்கல் பூஜ்ஜியத்தைக் காட்டிலும் அதிகமான நெகிழ்ச்சித்தன்மையைக் கொண்டுள்ளது. இது ரிக்கார்ட்டோவால் நிர்ணயிக்கப்பட்ட வாடகைக்கான கருத்தை மாற்றியமைக்கிறது.

13.3.1 பொருளாதார உபரி போன்ற வாடகை

பொருளாதார வாடகை இருப்பு என்பது காரணி வழங்கல் நெகிழ்ச்சியை சார்ந்துள்ளது. பொருளாதாரம் வாடகைக்கு பூஜ்ஜியமாகவோ அல்லது சமமாகவோ இருக்கலாம், காரணி அளிப்பு என்பது முற்றிலும் மீள் அல்லது பூரணமாக உள்ளிழுக்கிறது என்பதைப் பொறுத்து. இவை பொருளாதார வாடகையின் இரண்டு கட்டுப்பாட்டு வழக்குகளாகும்.

காரணி அளிப்பு முற்றிலும் மீள்தரும் போது, பொருளாதார வாடகை பூஜ்யம். ஒரு தனி காரணி-உரிமையாளர் அவர் விரும்பும் அளவுக்கு தனது காரணிகளை அளிப்பார், மேலும் தனிப்பட்ட நிறுவனம் அல்லது தொழிற்சாலை பல காரணிகளாக அது விரும்பும் காரணியாகக் கொள்ளலாம். விலை. அத்தகைய ஒரு விஷயத்தில், காரணிக்கு செலுத்தப்படும் முழு விலை, அதாவது அதன் உண்மையான சம்பளம், அதன் பரிமாற்றத்தை சம்பாதிப்பதற்கு சமமாக இருக்கிறது. இடமாற்றம் செய்வதில் கூடுதல் கட்டணம் எதுவும் இல்லை. எனவே பொருளாதார வாடகை பூஜ்யம். இந்த வழக்கு படம் 13.2 இல் விளக்கப்பட்டுள்ளது. சந்தை காரணி விலை OP , அதாவது காரணி உண்மையான சம்பாதித்தலில் தீர்மானிக்கப்படுகிறது. எந்த காரணி உரிமையாளர் OP க்கும் அதிகமான கட்டணத்தை வசூலிக்க முடியாது. எனவே பொருளாதார வாடகை பூஜ்யம்.

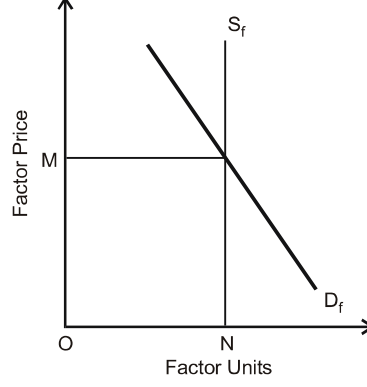
குறிப்புகள்



படம் 13.2 பூஜ்யம் பொருளாதார வாடகை

காரணி அளிப்பு சரியாக உள்ளிழுக்காது, பொருளாதார வாடகை உண்மையான சம்பாதிக்க சமம். காரணி அளிப்புகள் சரிசெய்யப்பட்டால், காரணி ஒரே ஒரு பயன்பாட்டைக் கொண்டிருந்தால், காரணி உரிமையாளர்கள் சந்தையில் தங்கள் காரணிகளைச் சம்பாதிக்க முடியுமென்பது அவசியம். சந்தையின் உரிமையாளர்களுக்கு சந்தையில் என்ன திருப்திகரமாக இருந்தாலும் கூட, அவர்களது காரணிகளை மற்ற பயன்பாட்டிற்கு மாற்ற முடியாது, ஏனெனில் எதுவும் இல்லை. எனவே, அத்தகைய சந்தர்ப்பங்களில் பணம் சம்பாதிப்பது பூரணமாகும். எனவே, முழு காரணி விலை பொருளாதார வாடகை ஆகும். இந்த வழக்கு 13.3 படத்தில் விளக்கப்பட்டுள்ளது. சந்தை விலை OM இல் சரி செய்யப்பட்டது. இவை அனைத்தும் பொருளாதார வாடகை ஆகும். காரணி அளிப்பு வளைவு நேர்மறை சரிவைக் கொண்டிருக்கும் போது பொருளாதார வாடகை காரணி விலைக்கு சமமாக இருக்கின்றன.

குறிப்புகள்



படம். 13.3 பூஜ்யம் பரிமாற்ற வருவாய்

உங்கள் முன்னேற்றத்தைச் சரிபார்க்கவும்

1. ரிக்கார்டோ நிலத்திற்கு எதிரான பிரபுத்துவம் என்று விமர்சிக்கப்படுவது ஏன்?
2. நேர்த்தியான காரணி அளிப்பு என்ன?

13.4 உங்கள் முன்னேற்ற வினாக்களை சரிபார்க்கும் விடைகள்

1. ரிக்கார்டோ, ஒரு புதிய முதலாளித்துவவாதியாக கூறப்பட்டவர், நிலப்பிரபுத்துவம் (நில உரிமையாளர்கள்) சமுதாயத்தின் மற்றவர்களுடைய துன்பத்தினால் செழித்தோங்குவதோடு, குத்தகைதாரர் விவசாயிகளுக்கு துயரத்தை ஏற்படுத்துவதாகவும் கூறினார். இந்த பார்வையைப் பொறுத்தவரை, ரிக்கார்டோ நிலத்திற்கு எதிரான பிரபுத்துவம் என்று விமர்சித்தார்.
2. மிகச் சிறந்த மீள்பொருளைக் கொண்டது (அதாவது, $es = \infty$) என்பது ஒரு தனிப்பட்ட காரணிதாரர் தனது விருப்பத்திற்கு ஏற்றவாறு தனது காரணிகளை வழங்குவார் என்பதையே குறிக்கிறது மற்றும் ஒரு தனிப்பட்ட நிறுவனம் அல்லது தொழிற்துறை, விலை.

13.5 திரட்டு

- ரிக்கார்டன் தியரியின் வாடகைக்கு ஒரு சுவாரஸ்யமான முன்னோடி உள்ளது. 19 ஆம் நூற்றாண்டின் முற்பகுதியில், பிரிட்டனில் உணவுப் பொருட்களின் விலை கணிசமாக அதிகரித்தது நெப்போலியன் யுத்தத்தின் காரணமாகவும், மக்கள் தொகை அதிகரிப்பதன் காரணமாகவும் உணவுக்கான தேவை அதிகரித்ததன் காரணமாகவும் இருந்தது.
- ரிக்கார்டோ, ஒரு புதிய முதலாளித்துவவாதியாக கூறப்பட்டவர், நிலப்பிரபுத்துவம் (நில உரிமையாளர்கள்) சமூகத்தின் பிற பகுதிகளின் துயரத்தின் மீது செழித்து, குத்தகைதாரர் விவசாயிகளுக்கு துயரத்தை

ஏற்படுத்துவதாகவும் கூறினார். இந்த பார்வையைப் பொறுத்தவரை, ரிகார்டோ நிலத்திற்கு எதிரான பிரபுத்துவம் என்று விமர்சித்தார்.

- மார்ஷல் பயன்படுத்தும் ஒரு கருவி, பகுதி-வாடகைக்கு, குறுகிய காலத்தில் நிலையான விநியோகத்தில் இருக்கும் காரணிகளின் குறுகிய கால வருமானத்தை குறிக்கும்.
- குறுகிய காலத்தில், மாறுபடும் காரணிகளின் மாற்றீடு (அல்லது வாய்ப்புக் கட்டணத்தை) விட அவர்களின் தற்போதைய பயன்பாட்டில் ஒரு தொகை குறைவாக இருந்தால் அவை மாற்றியமைக்கப்படுகின்றன. ஆகையால், மாறும் காரணிகள் குறுகிய காலத்தில் இயங்குவதில் தக்க வைத்துக் கொள்ளப்பட்டால், அவற்றின் பரிமாற்றத்தை சம்பாதிப்பதற்கு சமம்.
- ரிக்கார்டோ வாடகைக்கு வரையறுக்கப்பட்டுள்ளது பூமியின் விளைபொருட்களின் நிலப்பகுதி, நிலத்தின் அசல் மற்றும் அழிக்க முடியாத சக்திகளைப் பயன்படுத்துவதற்கான நிலப்பகுதிக்கு வழங்கப்படுகிறது. ரிக்கார்டோ இயற்கையின் கஞ்சத்தனம் ஒரு அறி-குறியாக வாடகைக்கு பணம் கருதப்படுகிறது. இயற்கையின் மூலம், ரிகார்டோ நிலம் மற்றும் அதன் வரையறுக்கப்பட்ட உற்பத்தி திறன் நிலையான வழங்கல் பொருள்.
- ரிக்கார்டன் கோரிய வாடகை தேவை கோரிக்கை மற்றும் வழங்கல் கொள்கை அடிப்படையிலானது. ஒரு நாட்டில் நிலத்தை வழங்குவது, நிலத்திற்கான மொத்தக் கோரிக்கைகளை மீறுவதால், காற்றின் பயன்பாட்டிற்காக ஒன்றும் கொடுக்கப்படாதிருந்தால் வாடகைக்கு செலுத்தப்படமாட்டாது.
- தீவிரமான சாகுபடியின் போது, நிலம் B -ஐ சாகுபடிக்கு எடுத்துக்கொள்வதற்கு முன், மூலதன மற்றும் உழைப்புக்கு அதி-கமான நிலம் A .
- பொருளாதார வாடகை இருப்பு காரணி சப்ளை நெகிழ்ச்சியை சார்ந்துள்ளது. பொருளாதாரம் வாடகைக்கு பூஜ்ஜியமாகவோ அல்லது சமமாகவோ இருக்கலாம், காரணி அளிப்பு என்பது முற்றிலும் மீள் அல்லது பூரணமாக உள்ளிழுக்கிறதா என்பதைப் பொறுத்து.
- காரணி அளிப்பு சரி செய்யப்படும் மற்றும் காரணி ஒரே ஒரு பயன்பாட்டைக் கொண்டிருந்தால், காரணி உரிமையாளர்கள் சந்தையில் தங்கள் காரணிகளைச் சம்பாதிக்க முடியுமானால் அவற்றைக் கட்டுப்படுத்த வேண்டியிருக்கும். சந்தையின் உரிமையாளர்களுக்கு சந்தையில் என்ன திருப்திகரமாக இருந்தாலும் கூட, அவர்களது காரணிகளை மற்ற பயன்பாட்டிற்கு மாற்ற முடியாது, ஏனெனில் எதுவும் இல்லை.

குறிப்புகள்

13.6 முக்கிய வார்த்தைகள்

- பற்றாக்குறை வாடகை: சகிப்புத் தன்மை வாடகை என்பது, தேவைப்பாடு தொடர்பாக அதன் அளிப்பு குறைவாக இருக்கும் போது ஒரே மாதிரியான நிலத்தின் பயன்பாட்டிற்கு செலுத்தப்படும் விலையைக் குறிக்கிறது.

- மாறுபட்ட வாடகை: மாறுபட்ட வாடகை நிலம் வளத்தை வேறுபாடுகள் காரணமாக எழுகின்ற வாடகையை குறிக்கிறது. சிறு மற்றும் குறுந்தொழில் நிலங்களுக்கு இடையில் வேறுபாடு காரணமாக ஏற்படும் உபரி வேறுபாடு வாடகை ஆகும்.

குறிப்புகள்

13.7 சுய மதிப்பீட்டு வினாக்கள் மற்றும் பயிற்சிகள்

குறுகிய விடைக்கான வினாக்கள்

1. பற்றாக்குறை மற்றும் வேறுபட்ட வாடகைக்கு இடையே உள்ள வேறுபாட்டினை விவரிக்கவும்.
2. சூத்திரத்தின் உதவியுடன் வாடகைக்கு எடுக்கப்பட்ட வாடகைக்கு வரையறுக்கவும்.

நீண்ட விடைக்கான வினாக்கள்

1. வாடகைக் கோட்பாட்டின் முன்னோடிகளை விவரிக்கவும்.
2. சுருக்கமான மற்றும் குறுகிய காலத்தில் வாடகைக்கு வாங்கும் முறையை ஆராய்ந்து பாருங்கள்.
3. வருமானத்தை மாற்றுவதற்கு உபரிபணமாகப் பற்றி விவாதிக்கவும்.

13.8 மேலும் படிக்க

திவேதி, டி. என். 2008. பொருளியல் கொள்கை, ஏழாவது பதிப்பு. புது தில்லி: விகாஸ் பப்ளிஷிங் ஹவுஸ்.

வெய்ல், டேவிட் என் 2004. பொருளாதார வளர்ச்சி. லண்டன்: அடிசன் வெஸ்லி.

தாமஸ், கிறிஸ்டோபர் ஆர். மற்றும் மாரிஸ் எஸ் சார்லஸ். 2005. மேலாண்மையியல் பொருளாதாரம்: கருத்துக்கள் மற்றும் பயன்பாடுகள், எட்டாவது பதிப்பு. புது தில்லி: டாடா மெக்ரா-ஹில் பப்ளிஷிங் கம்பனி லிமிடெட்.

மேன்கிவ், கிரிகோரி என். 2002. பொருளியல் கொள்கை, இரண்டாம் பதிப்பு. இந்தியா: தாம்சன் பிரஸ்.

அலகு 14 அளவுப் பொருளாதாரப் பகுப்பாய்வு

குறிப்புகள்

அமைப்பு

- 14.0 அறிமுகம்
- 14.1 நோக்கங்கள்
- 14.2 வருவாய் மற்றும் வேலை வாய்ப்பு கோட்பாடு
 - 14.2.1 பாரம்பரிய அணுகு முறை
 - 14.2.2 நவீன (கெயினியன்), அணுகு முறை
- 14.3 வருமானத்தின் சுற்றறிக்கை
- 14.4 தேசிய வருமானம்: கருத்துக்கள், வரையறை மற்றும் அதன் அளவீட்டு
- 14.5 உங்கள் முன்னேற்ற வினாக்களை சரிபார்ப்பதற்கான விடைகள்
- 14.6 திரட்டு
- 14.7 முக்கிய வார்த்தைகள்
- 14.8 சுய மதிப்பீட்டு வினாக்கள் மற்றும் பயிற்சிகள்
- 14.9 மேலும் படிக்க

14.0 அறிமுகம்

பொருளாதாரம் முழுவதும் பொருளாதாரம் பற்றிய ஆய்வு ஆகும். தேசிய உற்பத்தியும் (GDP மற்றும் GNP), மொத்த வேலைவாய்ப்பு, பொது விலை அளவு, மொத்த நுகர்வு, சேமிப்பு மற்றும் முதலீடு, விலைநிலை மற்றும் பொருளாதார பரிவர்த்தனைகள் உள்ளிட்ட பரவலான பொருளாதார மாறுபாடுகளுக்கு இடையேயான நடத்தை மற்றும் பகுப்பாய்வு ஒட்டு மொத்தமாக பொருளாதாரம் பற்றிய ஆய்வு மேற்கொள்ளப்படுகிறது. உலகம் முழுவதும். துல்லியமாக, பேரளவு பொருளாதாரங்கள் தேசிய பொருளாதார மற்றும் வேலை வாய்ப்பு, பொது விலைநிலை மற்றும் ஒரு பொருளாதாரம் செலுத்தும் நிலைகளின் இருப்பு ஆகியவற்றின் நிலை மற்றும் வளர்ச்சி ஆகியவற்றை தீர்மானிக்கும் பரவலான பொருளாதார மாறிகள் மற்றும் பிற உள் மற்றும் வெளிப்புற காரணிகள் அல்லது சக்திகளுக்கு இடையேயான உறவு மற்றும் தொடர்புகளை ஆய்வு செய்கிறது.

14.1 நோக்கங்கள்

இந்த அலகை நீங்கள் படித்து முடித்த பின்பு உங்களால்,

- வருமானம் மற்றும் வேலைவாய்ப்பு கோட்பாட்டிற்கு பாரம்பரிய மற்றும் நவீன அணுகு முறையை ஆராய்ந்து பாருங்கள்
- வரைபட வழங்கல் மூலம் தேசிய வருமானத்தின் உறுதிப்பாட்டை விளக்குங்கள்
- வருமானத்தின் சுற்றறிக்கை பற்றிய கருத்துரைப் பற்றி விவாதிக்கவும்
- தேசிய வருமானத்தின் பல்வேறு நடவடிக்கைகளை ஆராய்ந்து பாருங்கள்

14.2 வருமானம் மற்றும் வேலைவாய்ப்பு கோட்பாடு

இப்போது வருமானம் மற்றும் வேலை வாய்ப்பு கோட்பாட்டை படிப்போம்.

குறிப்புகள்

14.2.1 பாரம்பரிய அணுகு முறை

1776 ஆம் ஆண்டில் ஆடம் ஸ்மித்தின் பாரம்பரிய தன்மை மற்றும் நாடுகளின் செல்வம் காரணங்கள் என்ற தலைப்பில் வெளியிடப்பட்டதை தொடர்ந்து, பொருளியல் படிப்படியாக படிப்படியாக அடுத்த நூற்றாண்டிலும் அரை நூற்றாண்டிலும் உருவாக்கப்பட்டது. இந்த கோட்பாட்டின் பிரதான வடிவமைப்பாளர்கள், பாரம்பரிய பொருளாதார தத்துவமாக அறியப்பட்டவர்கள், டேவிட் ரிகார்டோ, ஜான் ஸ்டூவர்ட்மில், ஜீன் பாப்டிஸ்ட்டே மற்றும் ஆல்பிரட் மார்ஷல் ஆகியோர். வேலையின்மை பிரச்சினை இந்த கோட்பாட்டின் பிரதான கவலை அல்ல. நீண்ட காலத்தில் பொருளாதாரத்தில் முழு வேலைவாய்ப்பும் உள்ளது எனக்கருதி, பாரம்பரிய பொருளாதாரக் கோட்பாடு முக்கியமாகக் கருதும் காரணிகளைப் பற்றி விவாதிக்க வேண்டியது:

- வழங்கப்பட்ட வளங்களுடனான பொருளாதாரத்தில் என்னென்ன பொருட்கள் மற்றும் சேவைகள் உற்பத்தி செய்யப்படும்
- தங்கள் போட்டியாளர்களின் பல்வேறு போட்டிகளுக்கு இடையேயான பொருளாதாரம் கொடுக்கப்பட்ட வளங்களை ஒதுக்கீடு
- பல்வேறு பொருட்கள் மற்றும் சேவைகள் மற்றும் உற்பத்தி காரணிகளின் ஒப்பீட்டு விலைகள் மற்றும்
- உற்பத்தி செய்யும் பல்வேறு கூட்டு இயக்க காரணிகளுக்கு இடையேயான வருவாயைப் பெற்றது.

பொருளாதாரத்தில் முழு வேலை வாய்ப்பும் ஒரு சாதாரண அம்சமாக இருப்பதாக பாரம்பரிய பொருளாதார வல்லுனர்கள் கருதினர். அவர்களது கருத்துப்படி, முழுமையான வேலை வாய்ப்பை பராமரிக்கும் முறைமையில் இயங்கும் ஒரு தொழிற்சாலை பொருளாதார சந்தைப் படைகளில், முழு வேலை வாய்ப்புகளின் கீழ் உற்பத்தி செய்யக்கூடிய அளவில் மொத்த வெளியீட்டை வைத்துள்ளன. பாரம்பரிய பொருளாதார தத்துவத்தில், முழு வேலை வாய்ப்பு நீண்ட காலமாக ஒரு ஆட்சியாக இருந்தது. அதில் உள்ள குறைபாடுகள் தற்காலிக விதி விலக்குகளாக மட்டுமே கருதப்பட்டன. இருப்பினும் முழு வேலை வாய்ப்பும் பொருளாதாரத்தில் சில வேலையின்மை இருப்பதை நிரூபிக்கவில்லை. முழு வேலை வாய்ப்பு மட்டத்திலும் கூட, பொருளாதாரத்தில் சிலர் உற்சாகமாக அல்லது தன்னார்வரீதியாக வேலையற்றவர்களாக இருக்க முடியும். வேலை நிறுத்த வேலை வாய்ப்பின்மை தற்காலிக வேலை வாய்ப்பின்மை வேலைகளில் மாற்றங்கள் அல்லது தொழிலாளர்கள் பகுதிகளிலும் பொருளாதாரத்தில் கிடைக்கின்ற வேலை வாய்ப்புகள் பற்றி போதுமான அறிவு தேவை என்ற காரணத்தால் வேலைகள் தேடுகையில் தொழிலாளர் பிரிவில் நுழைவது ஆகும். தன்னார்வ வேலை வாய்ப்பின்மை தொழிலாளர்கள் பகுதியளவில் நடைபெறும் ஊதியத்தில் பணிபுரியும் மறுப்பு அல்லது நிராகரிப்பு காரணமாக இருந்தது. உயர் ஊதியங்களுக்கு போராடும் தொழிலாளர்கள் தானாகவே வேலையில்லாத தொழிலாளர்கள் ஒரு உதாரணம். தற்காலிக வேலையில்லாமல் வேலை வாய்ப்புகளை அனுபவித்து வரும் தொழிலாளர்களுடன் உழைக்கும் வேலை வாய்ப்பின்மை மறைந்து

போயிருக்கும் நிலையில், தற்பொழுதைய ஊதியத்தில் தொழிலாளர்கள் மறுத்து, பாரம்பரிய பொருளாதார வல்லுனர்களை கவலை கொள்ளத் தேவையில்லை. சுருக்கமாக, முழு வேலை வாய்ப்பும், வேலையில்லா வேலையில்லாத் திண்டாட்டத்தை-அதாவது, ஊதிய விகிதத்தில் பணியாற்றும் தொழிலாளர்கள் விருப்பம் இருந்தாலும் கூட, வேலையில்லாமல் இருப்பது-பொருளாதாரம் இல்லை.

குறிப்புகள்

ஆனால் பொருளாதாரத்தில் வேலை இல்லாத நிலையில் வேலையில்லாதவர்கள் இருந்திருந்தால் என்ன நடக்கும்? பொருளாதார கோட்பாட்டின் படி, பொருளாதாரம் வேலையின்மை இருந்தால், சீர் திருத்த சக்திகள் உடனடியாக அதை அகற்றிவிடும், பொருளாதாரத்தில் முழு வேலை வாய்ப்புகளை மீட்டெடுப்போம். அடிப்படை மரபார்ந்த பண்பானது, ஒரு சுதந்திர சந்தைப் பொருளாதாரம், சரக்குகள் மற்றும் சேவைகளுக்கான மொத்த தேவைதற்காலிகமாக தவிர்ந்து, பொருட்கள் மற்றும் சேவைகளின் மொத்த விநியோகத்தை குறைக்க முடியவில்லை. மொத்தமாக, மொத்த தேவை, தேவைக்கு ஏற்றவாறு, பொருள்களின் மற்றும் சேவைகளின் உற்பத்திக்கு தடையாக இருந்தது. பாரம்பரிய காலகட்டத்தில், முழு வேலைவாய்ப்பின் குறைபாடுகள் குறைவானதாகவும் குறுகிய காலமாகவும் இருந்தன. எனவே, மன அழுத்தம் குறைவான மற்றும் குறுகிய கால நிகழ்வுகளாக கருதப்பட்டது. எவ்வாறாயினும், 1870,1930-களின் பிறகாலங்களிலும் கடுமையான மற்றும் நீண்ட கால மந்த நிலையைப் பற்றி அறிந்த பொருளாதார வரலாறு பற்றிய எந்த தீவிரமான மாணவருக்கும் இந்த முடிவை எடுத்துக் கொள்வது அவசியம்.

19^{ஆம்} நூற்றாண்டில் தாமஸ் ராபர்ட் மால்தஸ், ஜீன்சார்லஸ் லியோ-னார்ட் டி சிஸ்மோண்டி, கார்ல்மார்க்ஸ், ஜே.ஏ. ஹோப்ஸன், சில்வியோ காசெல மற்றும் பலர் வேலைவாய்ப்பு, வெளியீடு மற்றும் விலையுயர்ந்த பாரம்பரிய கோட்பாடுகளைக் கட்டி இருந்தாலும் தாக்குதல் தோல்வியடைந்தது. கோட்பாட்டுக்கு மாற்றாகக் கட்டப்பட்டது. மால் தஸ் தெளிவுபடுத்தியதால் (பொதுவான கவனிப்பு பற்றிய உண்மைகளுக்கு ஒரு முறையீடு இல்லாமல்) எவ்வாறு, ஏன் திறம்பட்ட தேவை குறைவானதாகவோ அல்லது அதிகமானதாகவோ இருக்கலாம், அவர் ஒரு மாற்றீட்டுத் திட்டத்தை உருவாக்க தவறிவிட்டார், மேலும் ரிச்சர்டோ இங்கிலாந்தை முழுவதுமாக கைப்பற்றினார். ஸ்பெயின். அவருடைய கோட்பாடு நகராலும், அரசியலமைப்பினாலும் மற்றும் கல்வி உலகத்தினாலும் ஏற்றுக் கொள்ளப்பட்டது. ஆனால் சர்ச்சை நிறுத்தப்பட்டது மற்ற கண்ணோட்டமும் முற்றிலும் மறைந்து விட்டது அது விவாதிக்கப்படாமல் நிறுத்தப்பட்டது. மால்தஸ் பொருளாதார இலக்கியத்தில் இருந்து மறைந்து போயிருந்த திறமையான கோரிக்கைகளின் பெரும்புதிராகும்.

ஜான் மேனார்ட் கெய்ன்ஸ் மொத்தவேலைவாய்ப்பு, வெளியீடு மற்றும் பொது விலை நிலை ஆகியவற்றின் உறுதியான விளக்கத்தை வெற்றிகரமாக தாக்கியது. கியென்ஸ் கடுமையாக தாக்கப்பட்டதால் உற்பத்தி மற்றும் உத்தியைக்காட்டிலும் மொத்த உற்பத்தியின் கொடுக்கப்பட்ட அளவானது இதுதான். 30 களின் பெரும்மனச் சோர்வு, தந்திரோபாய பாரம்பரிய பொருளாதாரத்துவத்திற்கு கடுமையான அடிப்படை அமைந்தது.

நீண்டகாலமாக பொருளாதாரத்தில் முழு வேலைவாய்ப்பின் ஒரு முன்மாதிரியை இது வழங்குகிறது என்று பாரம்பரிய பேரளவு-பொருளாதார பகுப்பாய்வின் அத்தியாவசிய அம்சமாகும். பகுப்பாய்வின் அடிப்படையில், காரணி மற்றும் உற்பத்தி சந்தைகள் மற்றும் நிறுவனங்களின் அதிகப்பட்ச

குறிப்புகள்

லாபம் ஆகியவற்றில் சரியான போட்டியின் அனுமானங்கள் உள்ளன. படிக்க மூன்று சந்தைகளில் உள்ளன. முதலாவதாக, உழைப்புக்கான தேவை மற்றும் உத்திரவாதத்துடன் தொடர்புடைய உழைப்புசந்தை உள்ளது. தொழிலாளர்சந்தையில் முழு வேலை வாய்ப்பிற்கான சமநிலை, ஊதியம், சந்தையில் உள்ள உழைப்புக்கான தேவை மற்றும் உழைப்பு வழங்கல் ஆகியவை சமநிலையில் இருக்கும், அதாவது ஒரு அதிகப்படியான வழங்கல் அல்லது உழைப்புக்கு கூடுதல் தேவை சந்தையில். தொழிலாளர் சந்தையில் நாம் மொத்த தேவை மற்றும் உழைப்பின் மொத்த அளிப்பு செயல்பாட்டின் வடிவம் குறித்த பகுப்பாய்வு குறித்து கவலை கொண்டுள்ளோம்.

இரண்டாவதாக, சேமிப்பு மற்றும் முதலீட்டிற்கும் இடையில் ஒரு சமத்துவத்திற்கான பரஸ்பர பொருளாதார சமநிலைக்கு சமமான அதன் சமநிலை ஓட்ட நிலை கொண்ட உற்பத்தி சந்தை உள்ளது. மூலதன பத்திரங்கள் சந்தையில் சமநிலை நிலைமை முன்னாள் முதலீட்டிற்கும் மற்றும் முன்னாள் சேமிப்புக்கும் இடையில் சமநிலை தேவைப்படுகிறது. மூன்றாவதாக, பணம் தேவை மற்றும் பணம் வழங்குவதைப் பொறுத்து பணம் சந்தை உள்ளது. முதலாவது இரண்டு சந்தைகளும் பொருளாதாரத்தின் உண்மையான துறையின் சமநிலையுடன் செயல்படுகின்றன, அதே நேரத்தில் பணச்சந்தை பொருளாதாரத்தின் நாணயத் துறையின் சமநிலையுடன் சம்பந்தப்பட்டுள்ளது. பணவியல் துறையின் சமநிலை, முழுமையான விலை நிலைகளை நிர்ணயிக்கிறது, உறவினர்களின் விலைகள், மொத்த வேலை வாய்ப்புமற்றும் வெளியீட்டை பாதிக்காது, இது பொருளாதாரத்தின் உண்மையானதுறையில் தீர்மானிக்கப்படுகிறது. சுருக்கமாக, பாரம்பரிய பொருளாதார அமைப்பில் பொருளாதாரம் உண்மையான மற்றும் நாணயத் துறைகளுக்கு இடையே ஒரு இரட்டை அல்லது இருபிரிவு உள்ளது. இந்த இருபுறமும் பணம் ஒரு முக்காடு (நடுநிலை) என்று பாரம்பரிய வாதங்களில் இருந்து எழுகிறது.

பாரம்பரிய பொருளாதாரத்துவத்தில், பணமுமில்லை, பொருளாதாரம் அதன் செயல்பாடும் ஒரு பரிவர்த்தனை ஊடகமாக பணியாற்றுவதன் மூலம் உண்மையான பரிவர்த்தனைகளை எளிதாக்குகிறது. இது நடுநிலை மற்றும் பொருளாதாரம் உற்பத்தி மற்றும் விநியோகம் உண்மையான செயல் முறைகள் தலையிட இல்லை அது உற்பத்திக்கு மட்டுமே உதவுகிறது, அதாவது, பொருளாதார அமைப்பின் சக்கரங்களை உயர்த்துகிறது. பாரம்பரியர்களின் கூற்றுப்படி, பணம் வழங்கல் மாற்றங்கள் உண்மையான மாறிகள் (வெளியீடு, வேலைகள், உண்மையான ஊதியம், வட்டிவிகிதம், முதலியன, மாறாமல்) மாறாமல் மாறக்கூடிய மாறிலி மதிப்புகளின் விகிதத்தில் மட்டுமே விகிதாச்சார மாற்றங்களை ஏற்படுத்தும். இந்த உண்மையான மாறுபாடுகளின் சமநிலை மதிப்புகள், உண்மையான துறையில் மட்டுமே உழைக்கும், மூலதன மற்றும் பொருட்கள் சந்தைகளில் மட்டுமே நிர்ணயிக்கப்படுகின்றன. பாரம்பரிய பெரும் பொருளாதாரத்தில், பொருளாதாரத்தின் உண்மையான துறை அதன் பணவியல் துறையில் இருந்து திசைதிருப்பப்படுகிறது.

ஆயினும், பொருளாதாரம் பரிவர்த்தனைக்கான ஒரு ஊடகமாகவே செயல்படுவதைவிட அதிக பணம் சம்பாதிக்கின்றது. நிச்சயமற்ற எதிர்காலம் கொண்ட ஒரு சுறுசுறுப்பான உலகில், சொத்து நோக்கங்களுக்காகவும் பணம் கோரப்படுகிறது. இதன் விளைவாக, இது பொருளாதார அமைப்பில் உற்பத்தி மற்றும் விநியோகம் இரண்டையும் பாதிக்கிறது. வேறு வார்த்தைகளில்

கூறுவதானால், பணவியல் துறையில் நடக்கும் மாற்றங்களும் பொருளாதாரம் உண்மையான துறைக்கு செல்வாக்கு செலுத்துகின்றன.

அளவுப் பொருளாதாரப் பகுப்பாள்வு

14.2.2 நவீன (கெயின்சின்), அணுகு முறை

இங்கு நாம் கவனிக்க வேண்டிய முக்கியமான இரண்டு கேள்விகள்: (i) தேசிய வருவாயின் அளவு என்ன காரணிகளை தீர்மானிக்கிறது மற்றும் (ii) தேசிய வருவாயின் சமநிலை எவ்வாறு தீர்மானிக்கப்படுகிறது? இந்த கேள்விகளுக்கு ஜே.எம்.கீன்ஸ் 1936 இல், வேலைவாய்ப்பு பொது கோட்பாடு வட்டி மற்றும் பணம் என்ற புத்தகத்தில் எழுதியிருந்தார். வருவாய் தீர்மானத்தின் கெயின்சின் கோட்பாடு இங்கே நாம் கோடிட்டுக் காட்டுவோம்.

குறிப்புகள்

தேசிய வருமானம் தீர்மானிப்பதற்கான கெயின்சின் கோட்பாடு

வருமானம் குறித்த உறுதிப்பாட்டைக் கொண்ட கெயின்சின் தத்துவத்தை விளக்க, முழு பொருளாதாரம் நான்கு துறைகளாகப் பிரிக்கப்பட்டுள்ளது, அதாவது,

1. வீட்டுத் துறை,
2. நிறுவனங்கள் அல்லது வணிகத்துறை,
3. அரசுத்துறை மற்றும்
4. வெளிநாட்டுத் துறை.

பின்வரும் மூன்று மாடல்களில் உள்ள கீன்சியன் கோட்பாடு உள்ளது: (i) வீட்டு மற்றும் வணிகத்துறைகளை உள்ளடக்கிய இரண்டு துறை மாதிரி (ii) வீட்டு, வணிக மற்றும் அரசுத்துறை உள்ளிட்ட மூன்று பிரிவுமாதிரி மற்றும் (iii) மூன்று துறைமாதிரி கொண்ட வெளிநாட்டுத் துறை உட்பட நான்கு துறைமாதிரி.

கெயின்சின் கோட்பாட்டின் வருவாய் உறுதிப்பாட்டின் எளிமை மற்றும் முறையான வெளிப்பாட்டின் பொருட்டு, இந்த பிரிவில், குடும்பத்தின் மற்றும் நிறுவனத் துறைகளில் மட்டு மேம்படும் இரண்டு பிரிவு மாதிரியில் வருமானத்தைத் தீர்மானிக்கும். மூன்று பிரிவுகளிலும் நான்கு பிரிவு மாதில்களிலும் வருமான நிர்ணயம் அடுத்த அத்தியாயத்தில் விவாதிக்கப்படும்.

தேசியவருவாயைத் தீர்மானித்தல்: இரண்டு பிரிவு மாதிரி

ஊகங்கள்

ஒரு எளிமையான எளிய பொருளாதாரம் என்ற இரண்டு பிரிவு மாதிரிகளை குறிப்பிடுவதற்கு பின்வருவனவற்றை எளிமையாக்குவதற்கான அனுசூலங்கள் செய்யப்படுகின்றன.

முதலாவதாக, கற்பனையான எளிமையான பொருளாதாரம் இரண்டு துறைகளாகும்: குடும்பங்கள் மற்றும் நிறுவனங்கள். குடும்பங்கள் உற்பத்திகாரணிகளை சொந்தமாகவைத் திருக்கிறார்கள் மற்றும் காரணி பணம், வாடகை, வட்டி மற்றும் இலாபங்கள் ஆகியவற்றின் வடிவத்தில் தங்கள் வாழ்வை சம்பாதிக்கும் நிறுவனங்களுக்கு காரணி சேவைகளை விற்கின்றனர். மேலும், குடும்பங்கள் அனைத்து இறுதி பொருட்கள் மற்றும் சேவைகளின் நுகர்வோர். மறுபுறம், நிறுவனங்கள், வீடுகளில் இருந்து

காரணிக் காரணிகளை வாடகைக்கு எடுத்து, அவைவீட்டுக்கு விற்கப்படும் பொருட்களையும் சேவைகளையும் வழங்குகின்றன.

இரண்டாவதாக, எந்த அரசாங்கமும் இல்லை. அல்லது, அரசாங்கம் அங்கு இருந்தால், அது எந்த பொருளாதார செயல்பாட்டையும் செய்யாது வரி கிடையாது, செலவழிக்காது, அதை உட்கொள்வதில்லை.

மூன்றாவதாக, பொருளாதாரம் மூடிய ஒன்று: வெளிநாட்டு வர்த்தகம் இல்லை. வெளிநாட்டு நாடுகளிடமிருந்தும் வெளி நாடுகளிலிருந்தும் சரக்குகள் மற்றும் சேவைகளின் வெளிப்பாடு அல்லது செலவழிகள் இல்லை என்பதை குறிக்கிறது.

நான்காவது, எந்த பெரு நிறுவன சேமிப்பு அல்லது விநியோகிக்கப்படாதது (அல்லது தக்கவைத்து) பெருநிறுவன இலாபங்கள் உள்ளன, அதாவது, மொத்த பெருநிறுவன இலாப ஈவுத்தொகை என விநியோகிக்கப்படுகிறது.

இறுதியாக, அனைத்து பொருட்களின் மற்றும் சேவைகளின் விலைகள், உழைப்பு மற்றும் மூலதன வழங்கல் மற்றும் உற்பத்தி தொழில் நுட்பம் ஆகியவற்றின் விலை தொடர்ந்து இருக்கும்.

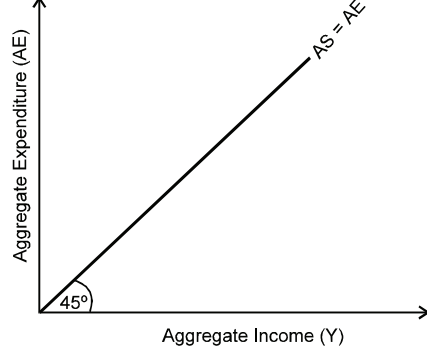
மொத்த வழங்கல் மற்றும் மொத்த தேவை

கீயன்ஸ் கூற்றுப்படி, ஒரு நாட்டின் தேசிய வருமானம் இரண்டு காரணிகளால் தீர்மானிக்கப்படுகிறது: (i) மொத்த தேவை (AD) மற்றும் (ii) பொருட்கள் மற்றும் சேவைகளின் மொத்த அளிப்பு (AS). மேலும், தேசிய வருமானத்தின் சமநிலை AD ஆனது எங்கு சமமாக இருக்கும் என்பதை தீர்மானிக்கிறது. தேசிய வருவாயை உறுதியாக்கு வதற்கு வரைபடமாக முன்வைக்கும் முன், மொத்த தேவை மற்றும் மொத்த அளிப்புகளின் கருத்துகளை விளக்குவோம்.

மொத்த வழங்கல். (AS) என்பது ஒரு அலகுக்கு பொருளாதாரம் உற்பத்தி மற்றும் அளித்த பொருட்கள் மற்றும் சேவைகள் மொத்த மதிப்பை குறிக்கிறது. மொத்த விநியோகத்தில் நுகர்வோர் பொருட்கள் மற்றும் தயாரிப்பாளர் பொருட்கள் ஆகியவை அடங்கும். ஒரு முறை அலகு உற்பத்தி செய்யப்படும் பொருட்களும் சேவைகளும் அவற்றின் குறிப்பிட்ட (நிலையான) விலையால் பெருக்கப்படும் தேசிய உற்பத்தியின் மொத்த மதிப்பு கொடுக்கின்றன. இது பணம் மதிப்பு அடிப்படையில் மொத்த வழங்கல் ஆகும்.

மொத்த வழங்கல் அட்டவணை. மொத்த வருமானம் எப்பொழுதும் செலவழிக்கப்படும் என்ற கருத்தின் மீது கெயினியன் மொத்த வழங்கல் அட்டவணை அல்லது மொத்த விநியோக வளைவு வரையப்பட்டது அதில் எந்த பகுதியும் தக்க வைக்கப்படவில்லை அல்லது நிறுத்தி வைக்கப்படவில்லை. அதாவது, மொத்த வருவாய் எப்போதும் மொத்த செலவினங்களை சமம். வருமானம் மற்றும் செலவினங்களுடனான இந்த உறவு படம் 45 இல் 45° வரி மூலம் காட்டப்பட்டுள்ளது. இந்த வரி ஒட்டு மொத்த விநியோக அட்டவணையும் என்றும் அழைக்கப்படுகிறது. கெயின் சியன் வருமானத் தீர்மானத்தின்தத்துவத்தில், ஒட்டுமொத்த வருமானம் நுகர்வு (C) மற்றும் சேமிப்பு (S) சமமாக உள்ளது. எனவே, AS அட்டவணை பொதுவாக $C + S$ அட்டவணை என பெயரிடப்பட்டுள்ளது. மொத்த வழங்கல் (AS) வளைவு சில நேரங்களில் 'மொத்த செலவு' (AE) வளைவு.

குறிப்புகள்



படம் 14.1 மொத்த வழங்கல் வளைகோடு

(ii) மொத்த தேவை. மொத்த கோரிக்கை என்பது ஒரு முன்னாள் இடுகை கருத்து. இது உண்மையான செலவினங்களை சமமானதாகக் கொண்டது. சராசரியாக ஒரு முழுமையான கோரிக்கை என்பது பொதுவாக ஒரு வருடத்திற்கு ஒரு முறை, ஒருவருடத்தில் சமுதாயத்தால் செய்யப்படும் மொத்த செலவு. மொத்த கோரிக்கை (AD) இரண்டு கூறுகளைக் கொண்டுள்ளது:

(i). நுகர்வோர் பொருட்களுக்கான மொத்த தேவை (C) மற்றும்

(ii). மூலதன பொருட்களுக்கான மொத்த தேவை (I).

இதனால், $AD = C + I$ (14.1)

மொத்த தேவை அட்டவணை

மொத்தக் கோரிக்கை அட்டவணை $C+I$ அட்டவணை என்று அழைக்கப்படுகிறது. கெயினியன் கட்டமைப்பில், முதலீடு (I) குறுகியகாலத்தில் நிலையானதாக இருக்க வேண்டும் என்று கருதப்படுகிறது. ஆனால், நுகர்வு (C) வருமானம் (Y) ஒரு செயல்பாடு என்று கருதப்படுகிறது. அடுத்த பகுதி வரைநுகர்வோர் சார்பில் விரிவான கலந்துரையாடல் நிலுவையில் உள்ளது, நுகர்வோர் செயல்பாட்டை வழங்குவதாக நாங்கள் கருதுவோம்

$$C = a + bY \quad (14.2)$$

$Y = 0$ மற்றும் b என்பது வருமானத்தின் விகிதம் நுகரப்படும் போது, $b = \Delta C / \Delta Y$.

மாற்றுவதன் மூலம். (14.2) Eq இல். (14.1), யுனு செயல்பாட்டை வெளிப்படுத்தலாம்

$$AD = a + bY + I \quad (14.3)$$

இப்பொழுது $C + I$ திட்டத்தை நிர்ணயிப்பதன் மூலம்,

(i) $C = 50 + 0.5Y$, மற்றும்

(ii) $I = 50$ பில்லியன்

எ.கா. (14.3) இல் கொடுக்கப்பட்ட AD செயல்பாடு. இப்போது எழுதப்படலாம்

$$AD = 50 + 0.5Y + 50 = 100 + 0.5Y$$

மேற்கூறிய கருத்திட்டங்களின் அடிப்படையில் மொத்தக் கோரிக்கை அட்டவணை 14.1 இல் கொடுக்கப்பட்டுள்ளது. $C + I$ அட்டவணையில் படம் 14.2 இல் திட்டமிடப்பட்டுள்ளது.

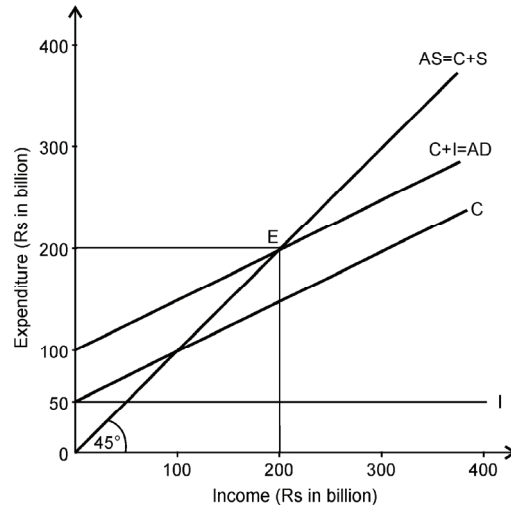
அட்டவணை 14.1 மொத்த தேவை அட்டவணை

குறிப்புகள்

(₹ உள்ள பில்லியன்)			
<u>வருமான (Y)</u>	$C = 50 + 0.5Y$	$I = 50$	$C + I$ <u>அட்டவணை</u>
0	$50 + 0 = 50$	50	100
50	$50 + 25 = 75$	50	125
100	$50 + 50 = 100$	50	150
150	$50 + 75 = 125$	50	175
200	$50 + 100 = 150$	50	200
250	$50 + 125 = 175$	50	225
300	$50 + 150 = 200$	50	250
350	$50 + 175 = 225$	50	275
400	$50 + 200 = 250$	50	300

தேசிய வருமானம் தீர்மானித்தல்: வரைகலை வழங்கல்

மொத்த வழங்கல் மற்றும் மொத்த தேவை வளைவுகளின் கருத்து மற்றும் வகைப்பாட்டையும் விளக்கியுள்ளோம், இப்போது வருமானத் தீர்மானத்தின் கேள்விக்குத் திரும்புகிறோம். மேலே உள்ள அட்டவணையில் கடைசி நெடுவரிசை மொத்த கோரிக்கையை பிரதிபலிக்கிறது, முதல் நெடுவரிசை மொத்த வழங்கலைக் குறிக்கிறது. AS மற்றும் AD ஆனது ஒரு வருமானம் மற்றும் செலவினத்தில் ஒரே அளவு, அதாவது ₹ 200 பில்லியனில் மட்டும் இருக்கும் என்று அட்டவணையில் காணலாம். தேசிய வருவாயின் சமநிலை அளவு ₹ 200 பில்லியன் ரூபாய்களாக உள்ளது. ஏதேனும் காரணத்தால், AD ஐ விட அதிகமாக அல்லது AS அதிகமாக இருந்தால், சரிசெய்தல் செயல் முறையை அவர்கள் ₹ 200 பில்லியன் டாலர்களுக்கு சமநிலைக்கு கொண்டு வருவார்கள். அட்டவணை 14.1 இல் உள்ள தகவல்கள், வருவாய் உறுதிப்பாட்டை வரைபடமாக விளக்குவதற்கு பயன்படுத்தப்படலாம்.



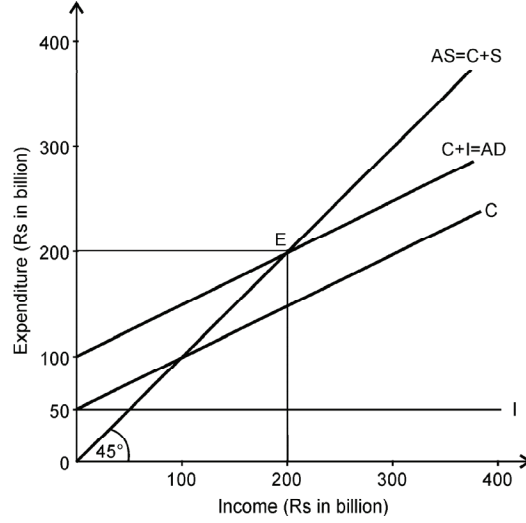
அட்டவணை 14.1 இல் உள்ளதரவு வரைபடத்தில் காட்டப்பட்டுள்ளது 14.2. மொத்த வருவாய் (Y) மொத்த செலவினத்திற்கும் (E) மொத்தமாக வருமானம் (E) என்ற எண்ணில் AS அட்டவணை வரையப்பட்டுள்ளது. AS அட்டவணை, எனவே, ஒரு நிலையான சாய்வு 1. $C + I$ அட்டவணை C மற்றும் I அட்டவணை செங்குத்து கூடும் உள்ளது.

14.3 நிகழ்ச்சிகள், $C + I$ மற்றும் $C + S$ அட்டவணைகள், ₹ 200 பில்லியனில் சமநிலை அளவு வருவாயை நிர்ணயிக்கும் புள்ளியில் சந்தித்துக்கொள்ளும். குறிப்பு E ,

$$AD = AS$$

$$C + I = C + S$$

$$150 + 50 = 200$$



படம் 14.3 தேசிய வருமானம் தீர்மானித்தல்

இதனால், தேசிய வருமானத்தின் சமநிலை 200 பில்லியன் டாலர்களாக நிர்ணயிக்கப்படுகிறது.

வேறு எந்த புள்ளியில் ஏன் சமநிலை இல்லை?

சமநிலைக்கு அப்பால், E , $AD < AS$ அல்லது $(C + I) < (C + S)$ க்கு அப்பால். இது AS புள்ளியைத் தாண்டிய ஏதேனும் ஒரு கட்டத்தில், வீடுகளை கோருவதை விட நிறுவனங்கள் உற்பத்தி செய்யும். நிறுவனங்கள் ₹ 200 பில்லியன் ரூபாய்க்கு அதிகமான பொருட்கள் மற்றும் சேவைகளை உற்பத்தி செய்தால், அவர்கள் மொத்தமாக தேவைக்கு அதிகமாக உற்பத்தி செய்துள்ளனர் மற்றும் அவற்றிலிருந்து விற்கப்படாத பங்குகள் அதிகரித்துள்ளன. உதாரணமாக, நிறுவனங்கள் ₹ 250 பில்லியன் மதிப்புள்ள பொருட்கள் மற்றும் சேவைகளை உற்பத்தி செய்வதாக கருதுகின்றனர். அட்டவணையில் 14.1 காட்சிகள், இந்த வெளியீடு (AS) மொத்த கோரிக்கை (AD) I 25 பில்லியன் என்று மீறுகிறது. வெளியீட்டில் அல்லது $Y = ₹ 250$ பில்லியன், கி.மு. ₹ 225 பில்லியன் = சமம் (அட்டவணை 14.1 ஐப்பார்க்கவும்). எனவே, நிறுவனங்கள் விற்கப்படாத பங்கு ₹ 25 பில்லியன் மதிப்புள்ள பொருட்களையும் சேவைகளையும் சமமாக கொண்டுள்ளது. எனவே, அவர்கள்

குறிப்புகள்

குறிப்புகள்

உற்பத்தி குறைக்க மற்றும் உள்ளீடுகளை தங்கள் செலவுகுறைக்க. இதன் விளைவாக, உற்பத்திகாரணிகளுக்கான தேவை குறைகிறது. இது வீட்டு வருவாயைக் குறைக்கிறது மற்றும், அதனால்தான், பொருட்களுக்கும் சேவைகளுக்கும் செலவழிக்கப்படுகிறது. வருமான சமநிலை அளவு ₹ 200 பில்லியன் வரையும் வரையில் இந்த செயல்முறை தொடர்கிறது.

இதே போல், ₹ 200 பில்லியன் தேசிய அளவிலான தேசிய வருவாய்க்கு கீழே, மொத்த தேவை அளவை விட அதிகமாக உள்ளது. எனவே, நிறுவனங்கள், தங்கள் வெளியீடு சமுதாயம் நுகர்வு தயாராக என்ன விட குறைவாக உள்ளது என்று கண்டறிய. பெரிய வெளியீட்டை உற்பத்தி செய்வதிலும் விற்பனை செய்வதிலும் அதிக வருமானம் ஈட்ட முடியும் என்று அவர்கள் உணருகிறார்கள். உதாரணமாக, நிறுவனங்கள் ₹ 150 பில்லியன் மதிப்புள்ள பொருட்களை மட்டுமே உற்பத்திசெய்தால், ₹ 25 பில்லியன் ரூபாவைக்காட்டிலும் AD விட அதிகமானவர்கள் கண்டறியப்படுகின்றனர். அதாவது, ₹ 25 பில்லியன் மதிப்பு கோருகிறது. எனவே, அவர்கள் அதிகமான உற்பத்தி மற்றும் சமுதாயத்திற்கு அதிக வருவாயை உண்டாக்க ஊக்குவிக்கப்படுகிறார்கள். சமூகமானது, அதன் வருமானத்தில், அதன் வருமான அதிகரிப்புக்கு அதிகமாக செலவழிக்கிறது. தேசிய வருமானத்தின் சமநிலை நிலைவரை எட்டப்படும் வரை இந்த செயல் முறை தொடர்கிறது. தேசிய வருவாயின் சமநிலை தீர்மானிக்கப்பட்டவுடன், அது நிலையானதாக இருக்க வேண்டும்.

உங்கள் முன்னேற்றத்தைச் சரிபார்க்கவும்

1. பாரம்பரிய பொருளாதாரத்துவத்தின் முக்கிய கட்டடர்கள் யார்?
2. நான்கு துறைகளில் உள்ள பொருளாதாரங்கள் யாவை?

14.3 வருமானம் சுழற்றும்

ஒரு பொருளாதாரம் எப்படி வேலை செய்கிறது என்பதைப் பார்ப்பதன் மூலம் மிகப்பெரிய பொருளாதாரம் பற்றிய நமது ஆய்வு தொடங்குகிறது. ஒரு பொருளாதாரம் ஒன்றோடொன்று தொடர்புடைய பொருளாதார நடவடிக்கைகள் மற்றும் பொருளாதார பரிமாற்ற நடவடிக்கைகள் ஆகும். அடிப்படை பொருளாதார நடவடிக்கைகள் உற்பத்தி, பரிமாற்றம் மற்றும் நுகர்வு ஆகியவை அடங்கும். பொருளாதார நடவடிக்கைகள் ஒரு ஒருங்கிணைந்த முறையில் செயல்படுத்தப்பட்டு வருகின்றன, இது தொடர்ச்சியான பொருளாதார பரிமாற்றங்களை உருவாக்குகிறது - கொள்முதல் மற்றும் விற்பனை செய்தல். பொருளாதார பரிவர்த்தனைகள் இரண்டு வகையான பாய்வுகளை உருவாக்குகின்றன:

- (i) தயாரிப்பு அல்லது பொருட்கள் ஓட்டம்
- (ii) பணப்பாய்வு.

தயாரிப்பு ஓட்டம் காரணி மற்றும் தயாரிப்புபாய்வுகளை கொண்டுள்ளது, அதாவது உற்பத்தி மற்றும் பொருட்கள் மற்றும் சேவை காரணிகளின் ஓட்டம். ஒரு நாணய மயமாக்கப்பட்ட பொருளாதாரம், காரணி மற்றும் தயாரிப்பு பாய்ச்சல்கள் ஆகியவை காரணி செலுத்துதல் மற்றும் பொருட்கள்

மற்றும் சேவைகளுக்கான பணம் ஆகியவற்றில் பணப்பாய்வுகளை உருவாக்குகின்றன. இரண்டு வகையான பாய்வுகளும் சுற்று வட்டத்தில் எதிர்திசையில் சென்று இரண்டு வகையான சுற்று ஓட்டங்களை உருவாக்குகின்றன. இரு பாய்வுகளும் தடையில்லாமல் போகும் வரை ஒரு பொருளாதாரம் உழைக்கும். ஆகையால் பொருளாதாரம் செயல்படும் பொருள்களின் ஓரளவு உற்பத்திமற்றும் பணம் மற்றும் பொருளாதாரம் ஆகியவற்றின் வட்டப் பாய்வுகளாகவும் பார்க்க முடியும்.

குறிப்புகள்

சரக்குகள் மற்றும் காரணி ஓட்டம் எவ்வாறு உருவாக்கப்படுகின்றன என்பதையும் ஒரு பொருளாதாரம் முறையில் எப்படி செயல்படுகிறது என்பதையும் இந்த பகுதி விவரிக்கிறது. ஆரம்பத்தில், முதலில் நாம் இரண்டு வட்டங்கள் கொண்ட ஒரு எளிய பொருளாதாரத்தில் வட்டப் பாய்களின் விளக்கம் ஒன்றை வழங்குவோம்: (i) குடும்பங்கள் மற்றும் (ii) நிறுவனங்கள். குடும்பங்களுக்கு இரண்டு குணாதிசயங்கள் உள்ளன: (a) அவை உற்பத்திகளின் அனைத்து காரணிகளும் உரிமையாளர்களாகும் மற்றும் (b) அவை இறுதிப் பொருட்களையும் சேவைகளையும் நுகர்வோர்களே. மறுபுறம், நிறுவனங்களும் இரண்டு குணாதிசயங்களும் உள்ளன: (a) வீடுகளிலிருந்து உற்பத்திக்காரணிகளை அவர்கள் வாடகைக்கு அமர்த்தியுள்ளனர் மற்றும் (b) அவர்கள் தங்கள் இறுதிப் பொருட்களை வீட்டுக்கு விற்பது மற்றும் விற்கிறார்கள். இந்த மாதிரியானது, அரசுத்துறையை 3 பிரிவு மாதிரி மாற்றியமைக்க நீட்டிக்கப்பட்டுள்ளது. இறுதியாக, இந்த மாதிரி, வெளிநாட்டுத்துறை (ஏற்றுமதி மற்றும் இறக்குமதி பொருட்கள் மற்றும் சேவைகளை மட்டுமே உள்ளடக்கியது), குடும்பங்கள், நிறுவனங்கள், அரசு மற்றும் வெளிநாட்டுத்துறையை உள்ளடக்கிய ஒரு முழுமையான சுற்றோட்ட மாதிரியை உருவாக்குவதற்காக மேலும் நீட்டிக்கப்பட்டுள்ளது.

ஒரு எளிய பொருளாதாரம் மாதிரி வட்டங்கள்

இரண்டு துறைகளில், அதாவது குடும்பங்கள் மற்றும் நிறுவனங்கள் கொண்ட ஒரு எளிய பொருளாதாரம் வட்டப்பாய்வுகளின் விளக்கத்துடன் தொடங்குகிறது. அரசாங்கமும் வெளிநாட்டுவர்த்தகமும் இல்லை. எங்கள் எளிமையான பொருளாதார மாதிரி, குடும்பங்கள் அனைத்து உற்பத்திகளின் காரணிகளையும் சொந்தமாகக் கொண்டிருப்பதாகக் கருதுகின்றன.

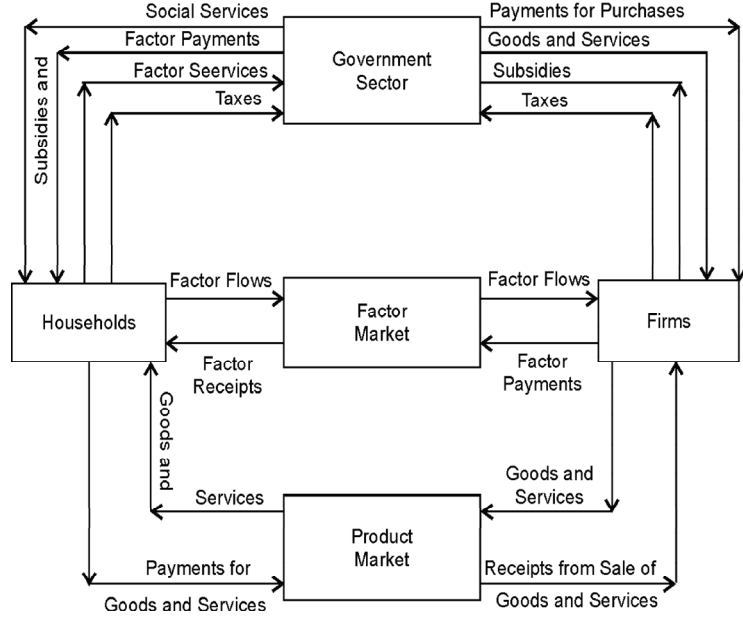
(i) அனைத்து இறுதிபொருட்களையும், (ii) சேவைகளைப் பயன்படுத்துவதையும் (iii) அவற்றின் வருமானம் கூலிகள், வாடகை, வட்டி மற்றும் இலாபங்கள் ஆகியவற்றை உள்ளடக்கியது. மறுபுறம், வணிக நிறுவனங்கள்,

- (i) வீடுகளில் இருந்து உற்பத்திக்காரணிகளை ஏற்படுத்துதல்
- (ii) அவர்கள் வீட்டுக்கு பொருட்களை மற்றும் சேவைகளை உற்பத்தி செய்கிறார்கள் மற்றும் விற்கிறார்கள் மற்றும்
- (iii) அவர்கள் சேமிக்க முடியாது, அதாவது, பெருநிறுவன சேமிப்பு இல்லை.

பதினம் வயதினரின் வருமானம் மற்றும் செலவினங்களின் சுழற்சி மற்றும் செலவினங்களின் வரைபடம் படம் 14.4 இல் விளக்கப்பட்டுள்ளது. குடும்பம் இருந்து காரணி சந்தை மற்றும் காரணி சந்தையில் இருந்து நிறுவனங்கள் வரை உற்பத்தி ஓட்டம் காரணிகள் காட்டுகிறது என.

குறிப்புகள்

நிறுவனங்களின் குறைந்த பட்சத்தில் காட்டியுள்ளபடி, நிறுவனங்களிலிருந்து நிறுவனங்கள் மற்றும் நிறுவனங்களுக்கு வழங்கப்படும் பொருட்களும் சேவைகளும் குடும்பங்களுக்கு வழங்கப்படுகின்றன. காரணி மற்றும் தயாரிப்பு பாய்வுகளைக்காட்டும் அம்புகள் தயாரிப்புபாய்கிறது அல்லது உண்மையான பாய்கிறது. உண்மையானபாய்கிறது ஒரு வட்ட பாதையை எடுத்துக்கொள்ளுங்கள்.



படம். 14.4 ஒரு எளிய பொருளாதாரம் உள்ள பொருட்கள் மற்றும் பணத்தின் சுற்றறிக்கைகளின் பாய்வு

தயாரிப்பு ஓட்டம் பணம் ஓட்டத்தை உருவாக்குகிறது. கணக்கின்படி, பணம் சம்பாதிக்கும் படிவங்கள், ஊதியங்கள், வட்டி, வாடகை மற்றும் டிவி ஆகியவற்றின் அடிப்படையில் வீடுகளில் இருந்து வீடுகளுக்கு பணம் திரட்டுகிறது. காரணி வருமானம் குடும்பவருமானம் பெறுகிறது. குடும்பங்கள் தங்கள் வருமானத்தை செலவழிக்கின்றன பொருட்கள் மற்றும் சேவைகளில் செலவழிக்கின்றன. இதன் விளைவாக, பொருட்களின் மற்றும் சேவைகளுக்கான பணம் செலுத்தும் வகையிலான குடும்பத்தினரிடமிருந்து பணம் வருமானம். இதனால், நிறுவனங்களின் பணம் செலுத்தும் பொருட்கள் மற்றும் சேவைகளுக்கான குடும்பங்கள் செலுத்தும் தொகையை நிறுவனங்கள் மீண்டும் செலுத்துகின்றன. இது பணம் வட்டார ஓட்டத்தை உருவாக்குகிறது.

பொருளாதாரம் மற்றும் உற்பத்தி திசைகளில் உற்பத்தி மற்றும் பணப்பாய்வு ஆகியவற்றில் உற்பத்தி மற்றும் பணப்பாய்கிறது. இந்த பாய்ச்சல்கள் எளிமையான பொருளாதாரத்தின் செயல்பாட்டைக் குறிக்கின்றன. தயாரிப்பு மற்றும் பணப்பாயும் ஒரு முக்கியமான அம்சம், உண்மையான ஓட்டத்தின் மதிப்பானது, பணப்பாய்வுக்கு சமம். இந்த சமன்பாடு காரணி செலுத்துதல்கள் வீட்டு வருவாய்க்கு சமமானவை என்பதால், குடும்பங்கள் தங்கள் மொத்த வருமானத்தை நுகர்வோர் பொருட்கள் மற்றும் சேவைகளில் செலவழிப்பதால், வீட்டுச் செலவுகள், மொத்த வெளியீடுகளின் பெறுமதிகளை சமமானதாகும். இந்த சமத்துவம் பின்வருமாறு அடையாளங்கள் வடிவத்தில்

சுருக்கமாக இருக்கலாம். இறுதி ஆய்வில், வீட்டு வருமானம் காரணிசெலுத்துதல் வெளியீட்டின் பணமதிப்பு, குடும்பங்கள் ≡ தங்கள் வருமானத்தை ≡ செலவழிக்கும் வரை இந்த அடையாளத்தை வைத்திருக்கிறார்கள், அதாவது, குடும்பங்கள் தங்கள் வருமானத்தின் எந்தப் பகுதியையும் சேமித்து வைக்கவில்லை, மேலும் குடும்பங்கள் உற்பத்திக்காரணிகளை வாடகைக்கு எடுப்பதில் தங்கள் மொத்த ரசீதுகளை நிறுவனம் செலவழிக்கிறது.

குறிப்புகள்

பின்வாங்கல்கள் மற்றும் உட்செலுத்துதல் விளைவு

பொருளடக்கம் மற்றும் ஊடுருவல்கள் எந்த பொருளாதாரத்திற்கும் இல்லை என்று படம் 14.4 இல் காட்டப்பட்டுள்ளது. திரும்பப் பெறுதல் என்பது பண வருவாயை செயலற்ற பண இருப்புடன் நிறுத்துவதாகும். மூலதன பொருட்கள் (முதலீடு) கொள்முதல் வடிவத்தில் வட்டப் பாய்களுக்குச் சேமித்து வைப்பதைத் தடுக்காமல் இந்த சேமிப்பகம் சேமிக்கப்படவில்லை. இவை பின்வாங்கல்கள் மற்றும் கசிவுகள் என்றும் அழைக்கப்படுகின்றன. மறுபுறம் வருமானத்திற்கு மேல் செலவாகுவதை குறிக்கிறது உண்மையில், இருப்பினும், வட்டப்பாய்களில் இருந்து விலக்குகள் மற்றும் சேர்த்தல்கள் உள்ளன.

திரும்பப் பெறுதல், உட்செலுத்துதலின் வடிவங்கள் மற்றும் இயல்புகளைப் பார்ப்போம். இரண்டு பிரிவு மாதிரியில் திரும்பப் பெறுதல் என்பது ஒரு குறிப்பிட்ட காலப்பகுதியின்போது பொருட்களிலும் சேவைகளிலும் செலவிடப்படாத வீடுகளாலும், நிறுவனங்களாலும் ஒதுக்கப்பட்ட ஒரு தொகை ஆகும். எடுத்துக்காட்டாக, குடும்பங்கள் தங்கள் தற்போதைய வருவாயின் ஒரு பகுதியை பழைய வயதிற்கு அல்லது ஒரு வேலை இழப்புக்கு எதிராக பாதுகாப்பு என்று ஒதுக்கி வைத்திருந்தால், அதை திரும்பப் பெறுவதாகும். திரும்பப் பெறுதல் என்பது சேமிப்பு அல்ல என்பதை நினைவில் கொள்ள வேண்டும். முதலீட்டுச் செலவின வடிவில் சுழற்சிகள் இறுதியில் சுழற்சிகளுக்கு திரும்பும். அதேபோல, நிறுவனங்கள் தங்கள் வருவாயின் ஒரு பகுதியை நிறுத்திவைக்கலாம் மற்றும் மனச்சோர்வை எதிர்நோக்கினால் வட்டப் பாய்களுக்கு அது திரும்பாது. மேலும் இவை பின்வாங்கல்கள் வடிவங்களின் அளவைக் குறைக்கின்றன.

மறுபுறம் உட்செலுத்துதலால் உருவாக்கப்படும் பொருளாதாரம் தற்போதைய வருமானத்திற்கு கூடுதலாக உள்ள குடும்பங்கள் மற்றும் நிறுவனங்களில் செலவழிக்கப்படும் அளவாகும். கடந்த சேமிப்பு, செலவு ஆகியவை குடும்பங்கள் மூலம் உட்செலுத்தப்படலாம். நிறுவனங்கள் மூலம் உட்செலுத்துதலால் திரட்டப்பட்ட சேமிப்பு, செலவு வடிவம் எடுக்கப்படுகிறது. வீடுகளிலிருந்து கடன் வாங்குவதன் மூலம் நிறுவனங்கள் பொருளாதாரத்தில் பணம் செலுத்தலாம். இவற்றின் மூலம் உட்செலுத்துதலின் அளவு அதிகரிக்கின்றன.

14.4 தேசிய வருவாய்த் துறைகருத்துக்கள், வரையறை மற்றும் அதன் அளவுகள்

தேசிய வருமானம் என்பது பணம் அடிப்படையில் மதிப்புள்ள ஒரு நாட்டின் அனைத்து பொருளாதார நடவடிக்கைகளின் இறுதிவிளைவு ஆகும். தேசிய வருமானம் என்பது மிகமுக்கியமான பொருளாதார ஏற்றத்தாழ்வு மற்றும்

குறிப்புகள்

வணிகநிலை மற்றும் ஒரு நாட்டின் பொருளாதாரநிலை ஆகியவற்றை நிர்ணயிக்கும். தேசிய வருவாயின் அளவு பொருட்கள் மற்றும் சேவைகளுக்கான மொத்த கோரிக்கையின் அளவை தீர்மானிக்கிறது. பொருட்கள் மற்றும் சேவைகளுக்கான கோரிக்கை வகைகளை அதன் விநியோக முறை தீர்மானிக்கிறது, அதாவது, எந்த வகையான பொருட்கள் மற்றும் சேவைகள் கோருகின்றன மற்றும் தயாரிக்கப்படுகின்றன. தேசிய வருவாயில் உள்ள போக்கு, மொத்த தேவை மற்றும் பொருளாதார வாய்ப்புகளின் போக்குகளைத் தீர்மானிக்கிறது. எனவே, வணிக முடிவெடுப்பவர்கள் மற்றும் பொருளாதார ஆய்வாளர்கள் தேசிய வருவாய், குறிப்பாக நீண்டகாலதாக்கங்கள் கொண்ட இந்த விஷயங்களை மனதில் வைத்து கொள்ள வேண்டும். தேசிய வருமானம் அல்லது அதற்குரிய பாகம் பொருளாதார முன்கணிப்பில் கருதப்படும் ஒரு தவிர்க்க முடியாத மாறுபாடு ஆகும்.

இந்த பிரிவில், வணிக பகுப்பாய்வு மற்றும் வணிக முடிவுகள், தேசிய வருவாயை அளவிடும்முறை, தேசிய வருமானத்தில் வளர்ச்சி விகிதம் மற்றும் வளர்ச்சி விகிதங்கள் ஆகியவற்றில் பயன்படுத்தப்படும் தேசியவருமானத்தின் அடிப்படையான கருத்தை நாங்கள் விவாதிப்போம்.

வரையறை

ஒரு வருடத்தில் ஒரு நாட்டில் உற்பத்தி செய்யப்படும் அனைத்து இறுதி பொருட்களின் மற்றும் சேவைகளின் பண மதிப்பு என்பது தேசிய வருமானம் ஆகும். பொருளாதார நடவடிக்கைகள் பெருமளவிலான பொருட்களையும் சேவைகளையும் உருவாக்குகின்றன, மூலதனத்தின் தேசிய பங்குக்கு கூடுதலாகச் செய்யப்படுகின்றன. இவை ஒன்றாக மூடிய பொருளாதாரம்”என்ற தேசிய வருவாயைக் கொண்டிருக்கின்றன-இது உலகின் மற்ற பகுதிகளுடன் பொருளாதார பரிமாற்றங்கள் இல்லாத பொருளாதாரம் ஆகும். ஒரு திறந்த பொருளாதாரம், தேசிய வருமானம் உலகின் எஞ்சியுள்ள அதன் பரிவர்த்தனைகளின் நிகர விளைவுகளையும் உள்ளடக்கியது (அதாவது, ஏற்றுமதிகள் குறைவான இறக்குமதிகள்).

பொருளாதார நடவடிக்கைகள் அல்லாத தேசிய நடவடிக்கைகளிலிருந்து அல்லாத பொருளாதார நடவடிக்கைகளில் இருந்து வேறுபடுத்தப்பட வேண்டும். பரவலாகப் பேசுகையில், பொருளாதார நடவடிக்கைகளில் சந்தை விலைக்கு மதிப்புடைய பொருட்கள் மற்றும் சேவைகளை உருவாக்கும் அனைத்து மனித நடவடிக்கைகளும் அடங்கும். விவசாயிகளால் (வீட்டு நுகர்வு அல்லது சந்தையில்), தொழில் துறையின் நிறுவனங்களின் உற்பத்தி, அரசாங்க நிறுவனங்களின் உற்பத்தி மற்றும் சேவைகளின் உற்பத்தி மற்றும் வணிக இடைத்தரகர்கள் (மொத்த விற்பனையாளர்கள் மற்றும் சில்லறை விற்பனையாளர்கள்), வங்கிகள் மற்றும் பிறநிதிநிறுவனங்கள், பல்கலைக்கழகங்கள், கல்லூரிகள் மற்றும் மருத்துவமனைகள், மற்றும் மருத்துவ பயிற்சியாளர்கள், வழக்கறிஞர்கள், ஆலோசகர்கள் முதலியன போன்ற வல்லுநர்கள். மறுபுறம், அல்லாத பொருளாதார நடவடிக்கைகள் எந்த சந்தை மதிப்பு இல்லை என்று பொருட்கள் மற்றும் சேவைகளை உற்பத்தி அந்த உள்ளன. அல்லாத-பொருளாதார நடவடிக்கைகள் ஆன்மீக, உளவியல், சமூக மற்றும் அரசியல் சேவைகள் அடங்கும். சுயாதீனமான நடவடிக்கைகளில் ஈடுபாடு உள்ளவர்கள், தன்னார்வத்திற்கு

சேவை, இல்லத்தரசிகளின் சேவை, மற்ற உறுப்பினர்களுக்கான குடும்ப உறுப்பினர்களின் சேவைகள் மற்றும் அண்டை நாடுகளுக்கு இடையேயான பரஸ்பர சேவைகள் பரிமாற்றம் ஆகியவற்றை உள்ளடக்கியது.

பணவீக்க தேசிய வருவாய்

உற்பத்திப் பாய்களின் கோணத்திலிருந்து தேசிய வருமானத்தை வரையறுத்துள்ளோம். பணம் பாயும் வகையில் இது வரையறுக்கப்படுகிறது. பொருளாதார நடவடிக்கைகள் சரக்குகள் மற்றும் சேவைகளின் ஓட்டத்தை உருவாக்குவதால், ஒரு புறம், காரணி செலுத்தும் வடிவங்கள், ஊதியங்கள், வட்டி, வாடகை, இலாபங்கள் மற்றும் சுய உதவியில் வருவாய் ஆகியவற்றின் வடிவத்தில், அவை பணப்பாய்ச்சல்களை உருவாக்குகின்றன. எனவே, தேசிய வருமானம் காரணி வருவாய்களை சேர்ப்பதோடு, மறை முகவரிகள் மற்றும் மானியங்களின் தொகையை சரிசெய்து கணக்கிடலாம். இதனால் கிடைத்த தேசிய வருவாய், தேசிய வருமானம் காரணி செலவில் அறியப்படுகிறது. இது பணம் வருமான பாய்ச்சலுடன் தொடர்புடையது.

தேசிய வருவாயைப் பற்றிய கருத்து ஒட்டு மொத்தமாக சமூகத்துடன் இணைக்கப்பட்டுள்ளது. தனியார் வருவாயைப் பற்றிய கருத்து முதல் அடிப்படையில் இது வேறுபடுகிறது. தேசியவருமானம், நாட்டின் அனைத்து பொருளாதார நடவடிக்கைகளால் விளைந்த இறுதி பொருட்களின் மற்றும் முழு சேவைகளின் மொத்த மதிப்புகளின் மதிப்பைக் குறிக்கிறது. இது தனியார் வருவாயில் உண்மை இல்லை. கணக்கீட்டு கணக்கில் இருந்து, சில வருமானம் பணம் அல்லது சேவைகள் மற்றும் பொருட்கள் ஆகியவை பொதுவாக தனியார் வருவாய்களில் சேர்க்கப்படவில்லை, ஆனால் அவை தேசிய வருவாயில் சேர்க்கப்படுகின்றன, மற்றும் இதற்கு நேர்மாறாக உள்ளன. தேசிய வருமானம், உதாரணமாக, ஊழியர்களின் நலனுக்காக, பொது நிறுவனங்கள் மற்றும் உரிமையாளர் ஆக்கிரமிக்கப்பட்ட வீடுகளின் நலன்களுக்காக சமூக பாதுகாப்பு மற்றும் நலன் நிதிகளுக்கு முதலாளியின் பங்களிப்பு உள்ளடக்கியது. ஆனால் அது போர்க் குணம், சமூகபாதுகாப்பு நலன்கள் மற்றும் ஒய்வூதியங்கள் மீதான வட்டிக்கு உட்பட்டது. இருப்பினும் இந்த பொருட்கள் தனியார் வருவாயில் சேர்க்கப்பட்டுள்ளன. எனவே, தேசிய வருவாய், தனியார் வருவாய்களின் ஒரு கூட்டு மட்டும் அல்ல.

தேசிய வருவாயின் நடவடிக்கைகள்

மொத்த தேசிய உற்பத்தி (GNP)

தேசிய வருவாய் பகுப்பாய்வில் பயன்படுத்தப்படும் தேசியவருமானத்தின் பல்வேறு நடவடிக்கைகளில், *GNP* என்பது தேசிய வருவாயின் மிகமுக்கியமான மற்றும் பரவலாக பயன்படுத்தப்படுகிறது. திறந்த பொருளாதாரத்தில் தேசிய உற்பத்தி நடவடிக்கைகளின் மிக விரிவான நடவடிக்கை இது. *GNP* என்பது ஒரு குறிப்பிட்ட காலப்பகுதியில் உற்பத்தி செய்யப்படும் அனைத்து இறுதி பொருட்களின் மற்றும் சேவைகளின் மதிப்பாக, பொதுவாக ஒரு வருடம், வெளிநாட்டினரால் உள்நாட்டில் சம்பாதித்துள்ள நாடுகளின் வருவாயில் வருவாய் ஈட்டுகின்ற வருமானம். வரையறுக்கப்பட்ட *GNP* மொத்த தேசியவருவாய் (*GNI*) என்ற கருத்துக்கு ஒத்ததாக இருக்கிறது. இதனால், $GNP = GNI$. இரண்டுக்கும் இடையே உள்ள வேறுபாடு நடை முறை தன்மை

குறிப்புகள்

குறிப்புகள்

மட்டுமே. உற்பத்திப்பாய்ச்சலின் அடிப்படையில் *GNP* மதிப்பிடப்பட்டாலும், *GNI* என்பது பணம் வருமான பாய்ச்சலின் அடிப்படையில் (அதாவது ஊதியங்கள், இலாபங்கள், வாடகை, வட்டி, முதலியன) அடிப்படையில் மதிப்பிடப்படுகிறது.

மொத்த உள்நாட்டு உற்பத்தி (*GNP*)

மொத்த உள்நாட்டு உற்பத்தியானது (*GDP*) ஒரு வருடகாலப் பகுதியில் உள்நாட்டு பொருளாதாரத்தில் உற்பத்தி செய்யப்படும் அனைத்து இறுதிபொருட்களின் மற்றும் சேவைகளின் சந்தை மதிப்பாக வரையறுக்கப்படுகிறது, வெளிநாட்டினர் சம்பாதித்துள்ள வருமானம் மற்றும் உள்நாட்டில் சம்பாதித்த வருமானம் போன்றவை மொத்த உள்நாட்டு உற்பத்தியின் கருத்து *GNP* யைப் போலவே ஒரு குறிப்பிடத்தக்க நடைமுறை வேறுபாடு கொண்டது. *GNP* விஷயத்தில், அந்நிய நாடுகளில் உள்ள நாடுகளால் பெறப்பட்ட வருமானங்கள் சேர்க்கப்படுகின்றன மற்றும் வெளிநாட்டினரால் உள்நாட்டில் சம்பாதித்த வருமானம் உள்நாட்டில் தயாரிக்கப்பட்ட பொருட்களின் மற்றும் சேவைகளின் சந்தை மதிப்பிலிருந்து கழிக்கப்படுகின்றன. ஆனால், மொத்த உள்நாட்டு உற்பத்தியில், இந்த செயல் முறை தலை கீழாக மாறியது வெளிநாட்டினரால் உள்நாட்டில் சம்பாதித்த வருமானங்கள் சேர்க்கப்படுகின்றன, மேலும் வெளிநாட்டில் சம்பாதித்த வருவாய்கள் நாட்டிற்கு உற்பத்தி செய்யப்பட்ட பொருட்கள் மற்றும் சேவைகளின் மொத்த மதிப்பிலிருந்து கழிக்கப்படுகின்றன.

நிகர தேசிய உற்பத்தி (*NNP*)

NNP ஆனது *GNP* குறைவு தேய்மானம் என வரையறுக்கப்படுகிறது, அதாவது, $NNP = GNP - \text{தேய்மானம்}$

GNP உருவாக்கும் பணியில் மூலதனத்தை மாற்றுவதற்குப் பயன்படுத்தப்படும் மொத்த உற்பத்தி சொத்துகளின் பகுதியாக தேய்மானம் உள்ளது. சுருக்கமாக பேசுகையில், பொருட்கள் மற்றும் சேவைகளை (மூலதன பொருட்கள் உட்பட) உற்பத்தி செய்வதில், மூலதன மொத்த பங்குகளின் ஒரு பகுதிபயன்படுத்தப்படுகிறது. தேய்மானம் என்பது, உற்பத்திக்கான மூலதனத்தைப் பயன்படுத்தி அல்லது மூலதனத்தைப் பயன்படுத்துவதைக் குறிக்கும் சொல். *GNP* இலிருந்து *NNP* க்கு வந்து சேரும் மதிப்பீட்டின் மதிப்பீடு மதிப்பிடப்படுகிறது.

மேலே குறிப்பிடப்பட்டுள்ளபடி *NNP*, சமூகத்தின் நுகர்வோர் (நுகர்வோர், தயாரிப்பாளர்கள் மற்றும் அரசு உட்பட) நுகர்வுக்கு கிடைக்கும் நிகர வெளியீடு அளவை அளிக்கும். தேசிய வருவாயின் உண்மையான அளவு *NNP* ஆகும். $NNP = NNI$ (நிகர தேசியவருமானம்). வேறுவிதமாக கூறினால், *NNP* காரணி செலவில் தேசிய வருவாயைப் போலாகும். நேரடி வரி உட்பட சந்தைவிலைகளில் *NNP* அளவிடப்படுகிறது. இருப்பினும், மறை முகவரிகள் உற்பத்தி உண்மையான செலவில் இல்லை. எனவே, உண்மையான தேசிய வருவாயைப் பெறுவதற்கு, மறை முகவரிகள் *NNP* இலிருந்து கழிக்கப்படுகின்றன. இதனால், NNP குறைவான மறைமுகவரிகள் = தேசிய வருவாய்.

(a) சந்தை விலையில் கணக்கியல் அடையாளங்கள்

$GNP \equiv GNI$ (மொத்த தேசிய வருவாய்)

$GDP \equiv GNP$ வெளிநாட்டில் இருந்து நிகரநிகர வருமானம்

$NNP \equiv GNP$ குறைவாக தேய்மானம்

NDP (நிகர உள்நாட்டு தயாரிப்பு) வெளிநாடுகளில் இருந்து $\equiv NNP$ நிகரவருமானம் குறைவாக உள்ளது

(b) காரணி செலவில் சில கணக்கியல் அடையாளங்கள்

GNP காரணி செலவில் $\equiv GNP$ சந்தை விலையில் குறைந்த நிகரமறைமுக வரிகள்

NNP காரணி விலையில் $\equiv NNP$ சந்தை விலையில் குறைந்த நிகர மறைமுக வரிகள்

மூலதன செலவில் NDP சந்தை விலையில் வெளிநாடுகளில் இருந்து குறைந்த நிகர வருமானம்

NDP மூலதன செலவில் $\equiv NDP$ சந்தை விலையில் குறைந்த நிகர மறைமுக வரிகள்

காரணி விலையில் NDP மொத்த உள்நாட்டு உற்பத்தியில் சந்தைவிலை குறைவாக தேய்மானம்

குறிப்புகள்

தேசிய வருவாயை அளவிடுவதற்கான முறைகள்

ஒரு நாட்டின் தேசிய வருமானம் அதன் மக்கள் பல்வேறு வகையான பொருளாதார நடவடிக்கைகளில் ஈடுபட்டு, பொருட்கள் மற்றும் சேவைகளை உற்பத்தி செய்யும். தேசிய வருவாயை அளப்பதற்காக, பொருளாதாரம் மூன்று வெவ்வேறு கோணங்களில் இருந்து பார்க்கப்படுகிறது.

1. தேசியபொருளாதாரம் விவசாயம், சுரங்க, உற்பத்தி, வர்த்தகம் மற்றும் வர்த்தகம், சேவைகள் போன்ற பல்வேறு உற்பத்தி பிரிவுகளின் மொத்தமாக கருதப்படுகிறது.
2. ஒட்டுமொத்த தேசிய பொருளாதாரம் தனி நபர்கள் மற்றும் குடும்பங்கள் பல்வேறு வகையான காரணிகளை சொந்தமாகக் கொண்டுள்ளன, அவை தங்களை உபயோகிக்க அல்லது காரணி-சேவைகளை தங்கள் விற்பனையைப் பெறுவதற்காக விற்பனை செய்கின்றன.
3. தேசிய பொருளாதாரம் நுகர்வோர், சேமிப்பு மற்றும் முதலீட்டு அலகுகள் (தனிநபர்கள், குடும்பங்கள், நிறுவனங்கள் மற்றும் அரசு) ஆகியவற்றின் சேகரிப்பதாக கருதலாம்.

ஒரு தேசிய பொருளாதாரத்தின் இந்த கருத்துக்களை தொடர்ந்து, தேசிய வருமானம் மூன்று வெவ்வேறு தொடர்புடைய முறைகளால் அளவிடப்படுகிறது:

1. நிகர உற்பத்தி முறை — முழு தேசிய பொருளாதாரமும் அலகுகளை உற்பத்தி செய்யும் மொத்தமாக கருதப்படும் போது

குறிப்புகள்

2. காரணி வருவாய் முறை — தேசிய பொருளாதாரம் காரணி உரிமையாளர்கள் மற்றும் பயனர்களின் கலவையாக கருதப்படும்போது
3. செலவின முறை — தேசியப் பொருளாதாரம் செலவின அலகுகளின் தொகுப்பாக கருதப்படும் போது.

ஒரு மூடிய பொருளாதாரத்தில் தேசிய வருவாயை அளவிடுவதில் பின்பற்றப்பட்ட நடை முறைகள்- உலகின் மற்ற பகுதிகளுடன் பொருளாதார பரிவர்த்தனைகள் இல்லாத பொருளாதாரம் சுருக்கமாக இங்கு விவரிக்கப்பட்டுள்ளது.

நிகர வெளியீடு அல்லது மதிப்பு சேர்க்கப்பட்ட முறை

நிகர வெளியீடு முறையும் மதிப்பு சேர்க்கப்பட்ட முறையாகவும் அழைக்கப்படுகிறது. அதன் நிலையான வடிவத்தில், இந்தமுறை மூன்று நிலைகளைக் கொண்டது: (i) பல்வேறு உற்பத்தித் துறைகளில் உள்ள உள்நாட்டு உற்பத்தியின் மொத்த மதிப்பை மதிப்பிடுவது (ii) பயன்படுத்தப்பட்ட பொருள் மற்றும் சேவைகளின் விலையை நிர்ணயித்தல் மற்றும் சொத்துக்களின் தேய்மானம் மற்றும் (iii) உள்நாட்டு செலவினத்தின் நிகர மதிப்பைப் பெறுவதற்காக மொத்த செலவில் இருந்து இந்த செலவினங்களையும் தேய்மானத்தையும் கழிக்க வேண்டும். ஊதியம், ஊதியம், கூடுதல் தொழிலாளர் வருமானம், வட்டி, இலாபங்கள் மற்றும் நிகர வாடகைக்கு பணம் செலுத்துதல் அல்லது சம்பாதித்த தொகை ஆகியவற்றுக்கு சமமாக இருக்கும் மதிப்பு சேர்க்கப்பட்ட அல்லது வருமானம் என்று அழைக்கப்படுகிறது. இப்போது சில நிலைகளில் (i) மற்றும்

(ii) நிலைகளை விவரிப்போம்.

(a) மொத்த மதிப்பு அளவிடுகிறது. உள்நாட்டு உற்பத்தியின் மொத்த மதிப்பைக் கணக்கிடுவதற்கு, வெளியீடு அவை தொடங்குகின்ற செயல்பாடுகளின் தன்மையின் அடிப்படையில் பல்வேறு பிரிவுகளின் கீழ்வகைப்படுத்தப்படுகின்றன. உள்நாட்டு செயல்பாடுகளின் தன்மையைப் பொறுத்து, வெளியீடு வகைப்பாடு மாறுபடும் என்பதால் நாடு வேறுபடும். (ii) மொத்த பொருளாதார நடவடிக்கைகளில் அவர்களின் முக்கியத்துவம் மற்றும் (iii) தேவையான தரவு கிடைக்கும். உதாரணமாக, அமெரிக்காவில், தேசிய உற்பத்தியை வகைப்படுத்த எழுபது பிரிவு மற்றும் துணைப்பிரிவுகள் பயன்படுத்தப்படுகின்றன கனடாவிலும் நெதர்லாந்திலும், ஒரு டஜன் இருந்து மதிப்பெண்வரை பயன்படுத்தப்படுகின்றன மற்றும் ரஷ்யாவில், அரைடஜன் பிரிவுகள் மட்டுமே பயன்படுத்தப்படுகின்றன. CSO வெளியீட்டின்படி, பதினைந்து உபபிரிவுகள் தற்போது இந்தியாவில் பயன்படுத்தப்படுகின்றன.

வெளியீடு பல்வேறு பிரிவுகளின் கீழ்வகைப்படுத்தியபின், மொத்த வெளியீட்டின் மதிப்பு இரண்டு மாற்றுவழிகளில் கணக்கிடப்படுகிறது: (i) ஒவ்வொரு வகைப்பிரிவின் வெளியீட்டை அதன் அதனுடைய சந்தை விலையுடனான பெருக்குவதன் மூலம், அவற்றை ஒன்று சேர்த்து அல்லது (ii) கூட்டு தரவு மூலம் உற்பத்தி நிறுவனங்களின் கணக்கிலிருந்து மொத்த விற்பனை மற்றும் சரக்குகளின் மாற்றங்கள் மற்றும் மொத்த உள்நாட்டு உற்பத்தியின் மதிப்பை அடிப்படையாகக் கொண்டு கணக்கிடப்படுகிறது.

தரவு உள்ள இடைவெளிகளை இருந்தால், சில மதிப்பீடுகளால் அவை செய்யப்படுகின்றன மற்றும் இடைவெளிகளை நிரப்புகின்றன.

(b) உற்பத்தி செலவு மதிப்பீடு. நிகர தேசிய உற்பத்தியை கணக்கிடுவதில் அடுத்தபடியாக, தேய்மானம் உட்பட உற்பத்தி செலவை மதிப்பிட வேண்டும். இருப்பினும், உற்பத்தி மற்றும் உற்பத்தித் தேவைகள் ஆகியவை போதுமான மற்றும் தேவையான தரவு கிடைக்காததால், ஒப்பீட்டளவில் மிகவும் சிக்கலான மற்றும் கடினமான பணியாகும். இது கருத்தியல் மற்றும் புள்ளியியல் சிக்கல்களை உள்ளடக்கியது என்பதால், தேய்மானத்தை மதிப்பிடும் பணி மிகவும் கடினமாக உள்ளது. இந்த காரணத்திற்காக, பல நாடுகள் தங்கள் தேசிய வருவாயை மதிப்பிடுவதற்கு காரணி-வருமான வழிமுறையை பின்பற்றுகின்றன.

குறிப்புகள்

இருப்பினும், நிகர-தயாரிப்பு முறையைப் பின்பற்றும் நாடுகள் சில வழிகளைக் கண்டுபிடித்து, விலக்குச் செலவுகளைக் கணக்கிட வழிவகை செய்கின்றன. செலவுகள் முழுமையான விதிமுறைகளில் (உள்ளீடு தரவு போதுமானதாக இருக்கும் நிலையில்) அல்லது மொத்த வெளியீட்டில் மொத்த விகிதமாக கணக்கிடப்படுகிறது.

தேய்மானத்தை மதிப்பிடுவதில் பொது நடை முறை, வழக்கமான மதிப்பீட்டு மதிப்பீட்டின் வழக்கமான நடைமுறைப்பின்பற்றுவதாகும். பாரம்பரியமாக, தேய்மானம் மூல தனத்தின் சில சதவீதத்தில் கணக்கிடப்படுகிறது, வரிச்சட்டத்தின் கீழ் அனுமதிக்கப்படுகிறது. தேசியவருவாயின் சிலமதிப்பீடுகளில், மதிப்பீட்டாளர்கள் பாரம்பரிய நடைமுறைகளிலிருந்து விலகி, இறுதி பொருட்களின் தற்போதைய வெளியீட்டின் சில விகிதங்களாக மதிப்பிடப்படுவதை மதிப்பீடு செய்கின்றனர்.

தகுந்த முறையைத் தொடர்ந்து, ஒவ்வொரு துறையிலும் தேய்மானம் உள்ளிட்ட செலவுகள் குறைக்கப்படும். செலவின மதிப்பீடுகள் பின்னர் துறை மொத்த மொத்த உற்பத்தியில் இருந்து நிகரதுறை உற்பத்திப் பொருட்களை பெறக் கழிக்கப்படுகின்றன. நிகர பிரிவு தயாரிப்புகள் ஒன்றாக சேர்க்கப்படுகின்றன. நிகர உற்பத்தி முறை மூலம் நிகர தேசிய உற்பத்தி அல்லது தேசிய வருவாயின் அளவைப் பொறுத்து மொத்தம் பெறப்படுகிறது.

காரணி-வருமான முறை

இந்த முறை வருமான முறை மற்றும் காரணி-பங்கு முறை என்றும் அறியப்படுகிறது. இந்த வழி முறையின்கீழ், தேசிய வருவாய் கணக்கிடுவதன் மூலம் தேசிய உற்பத்தியை உற்பத்தி செய்யும் உற்பத்திப் பொருட்களின் அடிப்படை காரணிகளை அடைந்து வருகின்ற வருவாய்களால் கணக்கிடப்படுகிறது. உற்பத்தி காரணிகள் வழக்கமாக நிலம், தொழிலாளர், மூலதனம் மற்றும் அமைப்பாக வகைப்படுத்தப்படுகின்றன. அதன்படி, தேசியவருவாய் அதனுடன் தொடர்புடைய காரணி வருவாய் தொகைக்கு சமமாக இருக்கிறது. இதனால்,

தேசிய வருமானம் வாடகை + ஊதியம் + வட்டி + லாபம்

இருப்பினும், ஒரு நவீன பொருளாதாரத்தில், நிலம் மற்றும் மூலதனத்திலிருந்து வருவாய், மற்றும் சாதாரண உழைப்பு மற்றும் தொழில் முனைவோர் செயல்பாடுகள் ஆகியவற்றிலிருந்து வருவாய்க்கு

குறிப்புகள்

இடையிலான வித்தியாசத்தை வேறுபடுத்திக் கொள்வது மிகவும் கடினம். தேசிய வருவாயை மதிப்பிடுவதன் நோக்கத்திற்காக, உற்பத்திக் காரணிகள் பரந்தளவில் தொழிலாளர் மற்றும் மூலதனமாகப் பிரிக்கப்படுகின்றன. அதன்படி தேசிய வருமானம் இரண்டு முக்கிய காரணிகளான உழைப்பு மற்றும் மூலதனத்திலிருந்து ஆரம்பிக்கப்பட வேண்டும். எவ்வாறாயினும், சில நடவடிக்கைகளில், தொழிலாளர் மற்றும் மூலதனம் ஒன்றிணைந்து வழங்கப்படுகின்றன மற்றும் அளிப்பவரின் மொத்த வருவாயில் இருந்து உழைப்பு மற்றும் மூலதன உள்ளடக்கங்களை பிரிக்ககடினமாக உள்ளது. இத்தகைய வருமானங்கள் கலப்பு வருமானம் எனக் கூறப்படுகின்றன. இதனால், மொத்தக் காரணிகளால் வருமானம் மூன்று பிரிவுகளாகப்பிரிக்கப்படுகிறது (i) தொழிலாளர் வருமானம், (ii) மூலதன வருமானம் மற்றும் (iii) கலப்பு வருமானம்.

(a) தொழிலாளர் வருமானம். தேசியவருவாயில் சேர்க்கப்பட்ட தொழிலாளர் வருமானங்கள் மூன்று கூறுகளைக் கொண்டுள்ளன: (a) அன்பளிப்பு மற்றும் கமிஷன் சமூக பாதுகாப்புச் செலுத்துதல் உள்ளிட்ட நாட்டினருக்கு வழங்கப்படும் ஊதியங்கள் மற்றும் சம்பளங்கள் (b) சமூக பாதுகாப்பு மற்றும் பணியாளரின் நலன் புரிநிதிகளுக்கு முதலாளியின் பங்களிப்பு, ஓய்வுபெற்ற ஊழியர்களுக்கான நேரடி ஓய்வூதிய செலுத்துதல் உட்பட கூடுதல் தொழிலாளர் வருமானம் (c) ஊழியர்களுக்கு வழங்கப்படும் உழைப்பு வருமானம், எ.கா. இலவச உடல் நலம் மற்றும் கல்வி, உணவு மற்றும் உடை, மற்றும் விடுதி போன்றவை. உள்நாட்டு பணியாளர்களுக்கான வகையான உணவு (உணவு மற்றும் உடைகள்) மற்றும் ஊழியர்களுக்கு வழங்கப்படும் மற்ற இலவச செலவுகள் தொழிலாளர் வருவாயில் சேர்க்கப்பட்டுள்ளது. போர் போனஸ்கள், ஓய்வூதியங்கள், சேவை மானியங்கள் ஆகியவை தொழிலாளர் வருமானத்தில் சேர்க்கப்படவில்லை, ஏனெனில் அவை பரிமாற்ற செலுத்துதல்கள் என்று கருதப்படுகின்றன. சில குறிப்பிட்ட வருமானம், எ.கா. தற்செயலான வேலைகள், கொடுப்பனவுகள், குறிப்புகள், முதலியவற்றின் வருமானம் ஆகியவை தரவு இல்லாமைக்காக புறக்கணிக்கப்படுகின்றன.

(b) மூலதன வருமானம். ஸ்டீ பென்ஸ்ஸ்கின் படி, மூலதன வருமானங்கள் வருவாய் பின்வரும் வகையானவை:

- (a) இடையேயான நிறுவன ஈவுத்தொகை தவிர்த்து ஈவுத்தொகை
- (b) பெருநிறுவனங்கள் வரிக்கு முந்தைய இலாபத்தை முன்வைக்கவில்லை
- (c) பத்திரங்கள், அடமானங்கள் மற்றும் சேமிப்பு வைப்புக்கள் (போர்க் பத்திரங்கள் மீதான நலன்களை தவிர்த்து, நுகர்வோர் கடன் மீதான வட்டி
- (d) காப்பீட்டு நிறுவனங்களால் சம்பாதிக்கப்பட்ட வட்டி மற்றும் காப்பீட்டு கொள்கை ஒதுக்கீட்டில் வரவு வைக்கப்படும்
- (e) வணிக வங்கிகள் வழங்கிய நிகரவட்டி
- (f) நிலம், கட்டிடங்கள், முதலியவற்றிலிருந்து நிகர வாடகைகள் உரிமையாளர்களுக்கான குடியிருப்புகள் மீது விதிக்கப்பட்ட நிகர வாடகைகள்
- (g) உரிமைகள்
- (h) அரசாங்க நிறுவனங்களின் இலாபங்கள்.

முதல் இரண்டு பொருட்களுக்கான தரவு பெரும்பாலும் வரி விதிப்புகளுக்கு சமர்ப்பிக்கப்பட்ட நிறுவனங்களின் புத்தகங்களில் இருந்து பெறப்படுகிறது. ஆனால் தேசியகணக்கியல் நோக்கங்களுக்கான இலாப-வரையறை வேறுபடுவது வரிவிதிப்பு அதிகாரிகளால் பயன்படுத்தப்படுகிறது. ஆகையால், வருமான வரித்தரங்களில் சில மாற்றங்கள் தேவைப்படுகின்றன, அவசியம். தரவுமாற்றங்கள் பொதுவாக (i) நிறுவனங்களால் தயாரிக்கப்படும் தேய்மானத்தின் அதிகப்படியான கொடுப்பனவுடன் தொடர்புடையவை (ii) தற்போதைய பொருட்கள் வருவாயில் உள்ள மாற்றங்களை பிரதிபலிப்பதில்லை என்பதால், மூலதன ஆதாயங்கள் மற்றும் இழப்புகளை நீக்குதல் மற்றும் (iii) புத்தக மதிப்பின் மீது சரக்குகள் அல்லது கீழ்மதிப்பீடுகளை நீக்குதல் (c) கலப்பு வருமானம். கலப்பு வருவாய் (a) விவசாய நிறுவனங்களின் வருவாய்கள் அடங்கும், (b) சட்டப்பூர்வ மற்றும் மருத்துவ நடைமுறைகள், ஆலோசனை சேவைகள், வர்த்தகம் மற்றும் போக்குவரத்து போன்றவையும் அடங்கும். இந்த பிரிவில் பல்வேறு ஆதாரங்களின் மூலம் தங்கள் வாழ்வை சம்பாதிக்கும் வருமானம் இதில் அடங்கும். ஊதியங்கள், சொந்த சொத்துக்களை வாடகைக்கு, சொந்த மூலதனத்தில் வட்டி

குறிப்புகள்

மூன்று வகையான வருமானங்கள், அதாவது உழைப்பு வருமானம், மூலதன வருமானம் மற்றும் கலப்பு வருமானம் ஆகியவை ஒன்றாக சேர்ந்து, தேசிய வருமானம் காரணி மயமான முறையால் வழங்கப்படுகிறது.

செலவு முறை

இறுதி தயாரிப்பு முறையாக அறியப்படும் செலவின முறை, இறுதி செலவினங்களில் தேசிய வருமானத்தை அளிக்கும். மொத்த தேசிய செலவினத்தை மதிப்பிடுவதில், பின்வரும் இரண்டு வழிமுறைகளில் எதனையும் பயன்படுத்தலாம்: முதலாவதாக, சந்தை விலையில் உள்ள அனைத்து பணச் செலவுகள் கணக்கிடப்பட்டு, ஒன்றிணைக்கப்பட்டு, இரண்டாவதாக, இறுதியாக வெளியேற்றப்பட்ட அனைத்து பொருட்களின் மதிப்பும் கணிக்கப்பட்டு, மொத்த தேசிய செலவினத்தில் வருவதற்கு. முதல் முறையின் கீழ்க்கணக்கில் எடுத்துக் கொள்ளப்படும் செலவினங்கள்: (a) தனியார் நுகர்வு செலவினம் (b) நேரடி வரி செலுத்துதல் (c) இலாப நோக்க மற்ற நிறுவனங்கள் மற்றும் பள்ளிகள், மருத்துவமனைகள், அனாதை இல்லங்கள் போன்றவை மற்றும் (d) தனியார் சேமிப்பு போன்ற தொண்டு நிறுவனங்கள். இரண்டாவது முறையின் கீழ், பின்வரும் பொருட்கள் கருதப்படுகின்றன: (a) தனியார் நுகர்வோர் பொருட்கள் மற்றும் சேவைகள், (b) தனியார் முதலீட்டு பொருட்கள், (c) பொதுபொருட்கள் மற்றும் சேவைகள் மற்றும் (d) வெளிநாடுகளில் நிகர முதலீடு. இரண்டாவது முறையானது மிகவும் பரவலாக பயன்படுத்தப்படுகிறது, ஏனெனில் இந்த முறையில் தேவையான தரவு மிகவும் எளிதாகவும் துல்லியமாகவும் சேகரிக்கப்படலாம். வெளி நாட்டில் இருந்து நிகரவருமானம் சிகிச்சை . ஒரு மூடிய பொருளாதாரம் என்ற தேசிய வருவாயை அளவிடுவதற்கான முறைகளை நாங்கள் இதுவரை விவாதித்திருக்கிறோம். ஆனால் பெரும்பாலான பொருளாதாரங்கள் வெளிநாடுகளில் வணிகம் மற்றும் சேவைகள் மற்றும் உலகின் பிற-பகுதிகளுடன் நிதி பரிமாற்றங்களை நடத்துகின்றன. சில நாடுகளில் வெளிநாட்டு வர்த்தகத்தின் மூலம் நிகரவருவாயைச் சம்பாதிப்பதுடன், சிலர் வெளிநாட்டிற்கு வருமானம் இழக்கின்றனர். வெளிநாட்டு வர்த்தகத்திலிருந்து நிகரவருவாய்கள் அல்லது இழப்புகள் தேசிய வருவாயை மாற்றும். தேசிய

குறிப்புகள்

வருவாயை அளவிடுவதில், வெளிப்புற பரிவர்த்தனைகளின் நிகரவிளைவு மொத்தமாக சரி செய்யப்படுகிறது. வெளிநாட்டிலிருந்து நிகர வருமானங்கள் சேர்க்கப்படுகின்றன, மற்றும் வெளிநாட்டு பரிவர்த்தனைகளிலிருந்து நிகர இழப்புகள் மேலே உள்ள மூன்று முறைகளிலிருந்து எடுக்கப்பட்ட மொத்த தேசிய வருமானத்திலிருந்து கழிக்கப்படுகின்றன.

சுருக்கமாக சொல்வதானால், கப்பல், காப்பீடு, வங்கி, சுற்றுலா மற்றும் பரிசு போன்ற அனைத்து பொருட்களின் ஏற்று மதிகளும் தேசிய வருவாய்க்கு சேர்க்கப்படுகின்றன. தேசிய உற்பத்தியின் மதிப்பிலிருந்து தேசிய வருவாயின் தோராயமான அளவைக் கொண்டு வருவதற்கு தொடர்புடைய பொருட்களின் அனைத்து இறக்கு மதிகளும் கழிக்கப்படுகின்றன. வெளிநாட்டு முதலீட்டின் நிகர வருவாயை இது சேர்க்கிறது. சர்வ தேசபரிவர்த்தனைகளுக்கான இந்த மாற்றங்கள் நாடுகளின் சர்வதேச சமநிலை அடிப்படையில் அமைந்தவை.

உங்கள் முன்னேற்றத்தைச் சரிபார்க்கவும்

3. பொருளாதார பரிமாற்றங்களால் உருவாக்கப்பட்ட இரண்டு வகையான பாய்ச்சல்கள் யாவை?
4. பொருளாதாரத்தில் ஊசி மூலம் நீங்கள் என்ன சொல்கிறீர்கள்?
5. மொத்த உள்நாட்டு உற்பத்தி (GDP) என்றால் என்ன?

14.5 உங்கள் முன்னேற்ற வினாக்களை சரிபார்ப்பதற்கான விடைகள்

1. இந்த கோட்பாட்டின் பிரதான வடிவமைப்பாளர்கள், பாரம்பரிய பொருளாதாரத்துவமாக அறியப்பட்டவர்கள், டேவிட்ரி கார்டோ, ஜான்ஸ்டு வர்ட்மில், ஜீன் பாப்டிஸ்ட் சேமற்றும் ஆல்பிரட் மார்ஷல் ஆகியோர்.
2. முழு பொருளாதாரம் நான்கு துறைகளாக பிரிக்கப்பட்டுள்ளது:
 - வீட்டுத் துறை
 - நிறுவனங்கள் அல்லது வணிகத்துறை
 - அரசுத் துறை
 - வெளிநாட்டுத் துறை
3. பொருளாதார பரிவர்த்தனைகள் இரண்டு வகையானபாய்வுகளை உருவாக்குகின்றன:
 - தயாரிப்பு அல்லது பொருட்கள் ஓட்டம்
 - பணம் ஓட்டம்
4. உள்நாட்டில் உற்பத்தி செய்யப்படும் தற்போதைய வருவாய்களுக்கு கூடுதலாக குடும்பங்கள் மற்றும் அல்லது நிறுவனங்களால் செலவழிக்கப்படும் தொகை ஊசிகள். கடந்த சேமிப்பு அல்லது பலகைகளுக்கு செலவு வடிவங்களில் குடும்பங்கள் மூலம் ஊசிகள் செய்யப்படலாம்.
5. மொத்த உள்நாட்டு உற்பத்தியானது (GDP) ஒரு வருடகாலப்பகுதியில் உள்நாட்டு பொருளாதாரத்தில் உற்பத்தியெய்யப்படும் அனைத்து

இறுதி பொருட்களின் மற்றும் சேவைகளின் சந்தை மதிப்பாக வரையறுக்கப்படுகிறது, வெளிநாட்டினர் வெளிநாட்டினரால் வெளிநாடுகளில் சம்பாதித்துள்ள வருவாயில் உள்நாட்டில் சம்பாதித்த வருமானம்.

அளவு பொருளாதாரப் பகுப்பாய்வு

14.6 திரட்டு

குறிப்புகள்

- பொருளாதாரம் முழுவதும் பொருளாதாரம் பற்றிய ஆய்வு ஆகும். தேசிய உற்பத்தியும் (*GDP* மற்றும் *GNP*), மொத்த வேலை வாய்ப்பு, பொது விலை அளவு, மொத்த நுகர்வு, சேமிப்பு மற்றும் முதலீடு, விலை நிலை மற்றும் பொருளாதார பரிவர்த்தனைகள் உள்ளிட்ட பரவலான பொருளாதார மாறுபாடுகளுக்கு இடையேயான நடத்தை மற்றும் பகுப்பாய்வு ஒட்டு மொத்தமாக பொருளாதாரம் பற்றிய ஆய்வு மேற்கொள்ளப்படுகிறது. உலகம் முழுவதும்
- 1776 ஆம் ஆண்டில் ஆடம் ஸ்மித்தின் பாரம்பரிய தேசங்களின் செல்வத்தின் தன்மை மற்றும் காரணங்கள் பற்றிய ஒரு விசாரணை என்ற தலைப்பில் வெளியிடப்பட்டதை தொடர்ந்து, பொருளியல் பொருளியல் படிப்படியாக அடுத்த நூற்றாண்டிலும் வருகிறது
- இந்த கோட்பாட்டின் பிரதான வடிவமைப்பாளர்கள், பாரம்பரிய பொருளாதாரத்துவமாக அறியப்பட்டவர்கள், டேவிட்ரி கார்டோ, ஜான்ஸ் டூவர்ட்மில், ஜீன் பாப்டி ஸ்டீசே மற்றும் ஆல்பிரட்மார்ஷல் ஆகியோர்.
- பொருளாதாரத்தில் முழு வேலை வாய்ப்பும் ஒரு சாதாரண அம்சமாக இருப்பதாக பாரம்பரிய பொருளாதார வல்லுனர்கள் கருதினர். அவர்களது கருத்துப்படி, முழுமையான வேலை வாய்ப்பை பராமரிக்கும் முறைமையில் இயங்கும் ஒரு தொழிற்துறை பொருளாதார சந்தைப்படைகளில், முழு வேலை வாய்ப்புகளின் கீழ் உற்பத்தி செய்யக்கூடிய அளவில் மொத்த வெளியீட்டை வைத்துள்ளன.
- 19 ஆம் நூற்றாண்டில் தாமஸ் ராபர்ட் மால் தஸ், ஜீன் சார்லஸ் லியோனார்ட்டி சிஸ் மோண்டி, கார்ல் மார்க்ஸ், ஜே. ஏ. ஹோப்ஸ் ன், சில் வியோகா செல் மற்றும் பலர் - வேலை வாய்ப்பு, வெளியீடு மற்றும் விலையுயர் விற்பாரம்பரிய கோட்பாடுதாக்கப்பட்டிருந்தாலும் தாக்குதல் தோல்வியடைந்தது. கோட்பாடு கோட்பாட்டுக்கு மாற்றாக கட்டப்பட்டது
- ஜான் மேனார்ட் கெய்ன்ஸ் மொத்த வேலை வாய்ப்பு, வெளியீடு மற்றும் பொது விலை நிலை ஆகியவற்றின் உறுதியான விளக்கத்தை வெற்றிகரமாக தாக்கியது. கியென்ஸ் கடுமையாக தாக்கப்பட்டதால் உற்பத்தி மற்றும் உத்தியைக் காட்டிலும் மொத்த உற்பத்தியின் கொடுக்கப்பட்ட அளவானது இதுதான்.
- பாரம்பரிய பொருளாதாரத்துவத்தில், பணம் தேவையில்லை, பொருளாதாரம் அதன் செயல்பாடு வெறுமனே உண்மையான பரிவர்த்தனைகளை எளிதாக்க ஊடகமாக பரிமாற்றம்.
- பின்வரும் மூன்று மாடல்களில் உள்ள கீன்சியன் கோட்பாடு உள்ளது: (i) வீட்டு மற்றும் வணிகத் துறைகளை உள்ளடக்கிய இரண்டு துறை மாதிரி (ii) வீட்டு, வணிக மற்றும் அரசுத்துறை உள்ளிட்ட மூன்று

பிரிவு மாதிரி மற்றும் (iii) மூன்று துறை மாதிரி கொண்ட வெளிநாட்டுத் துறை உட்பட நான்கு துறைமாதிரி.

- எங்கள் எளிமையான பொருளாதார மாதிரி, குடும்பங்கள் அனைத்து உற்பத்திகளின் காரணிகளையும் சொந்தமாகக் கொண்டிருப்பதாகக் கருதுகின்றன. (i) அனைத்து இறுதி பொருட்களையும், சேவைகளைப் பயன்படுத்துவதையும் (iii) அவற்றின் வருமானம் கூலிகள், வாடகை, வட்டி மற்றும் இலாபங்கள் ஆகியவற்றை உள்ளடக்கியது.
- தேசிய வருமானம் என்பது பணம் அடிப்படையில் மதிப்புள்ள ஒரு நாட்டின் அனைத்து பொருளாதார நடவடிக்கைகளின் இறுதி விளைவு ஆகும். தேசிய வருமானம் என்பது மிகமுக்கியமான பொருளாதார ஏற்றத்தாழ்வு மற்றும் வணிக நிலை மற்றும் ஒரு நாட்டின் பொருளாதார நிலை ஆகியவற்றை நிர்ணயிக்கும்.

14.7 முக்கிய வார்த்தைகள்

- மொத்த தேசிய உற்பத்தி: GNP என்பது ஒரு குறிப்பிட்ட காலப்பகுதியில் உற்பத்தி செய்யப்படும் அனைத்து இறுதி பொருட்களின் மற்றும் சேவைகளின் மதிப்பாக, பொதுவாக ஒரு வருடம், வெளிநாட்டினரால் உள்நாட்டில் சம்பாதித்துள்ள நாடுகளின் வருமானம் வருவாயில் வெளிநாடுகளில் பெற்ற வருமானம்.
- மொத்த உள்நாட்டு உற்பத்தி (GDP): இது ஒரு வருட காலத்தில் உள்நாட்டு பொருளாதாரத்தில் உற்பத்தி செய்யப்படும் அனைத்து இறுதி பொருட்களின் மற்றும் சந்தைகளின் சந்தை மதிப்பாக வரையறுக்கப்படுகிறது, வெளிநாட்டினர் வெளிநாட்டினரால் வெளிநாடுகளில் சம்பாதித்துள்ள வருவாயில் உள்நாட்டில் சம்பாதித்த வருமானம்

14.8 சுய மதிப்பீட்டு வினாக்கள் மற்றும் பயிற்சிகள்

குறுகிய விடைக்கான வினாக்கள்

1. பாரம்பரிய பொருளாதாரத்துவத்தின் பெரும்பாலான விவாதங்களைத் தீர்மானித்த காரணிகள் யாவை?
2. இரண்டு துறையின் மாதிரியில் தேசியவருவாயை நிர்ணயிப்பதில் ஒரு சிறிய குறிப்பை எழுதுங்கள்.
3. நிகர வெளியீடு அல்லது மதிப்பு சேர்க்கப்பட்ட முறை பற்றிய கருத்து.

நீண்ட விடைக்கான வினாக்கள்

1. வருமானம் மற்றும் வேலைக்கான பாரம்பரிய மற்றும் நவீன அணுகு முறையை ஆராய்ந்து பாருங்கள்.
2. தேசிய வருவாயை வரையறுத்தல் வரைகலை வழங்கல் மூலம் விளக்கவும்.
3. வட்ட வருவாய் பற்றிய கருத்து பற்றி விவாதிக்கவும்.
4. தேசிய வருவாயின் பல்வேறு நடவடிக்கைகளை ஆராய்ந்து பாருங்கள்.

14.8 கூடுதல் வாசிப்பு

அளவுப் பொருளாதாரப்
பகுப்பாய்வு

திவேதி, டி. என். 2008. பொருளியல் கொள்கை, ஏழாவது பதிப்பு. புது
தில்லி: விகாஸ் பப்ளிஷிங் ஹவுஸ்.

வெய்ல். டேவிட் என் 2004. பொருளாதார வளர்ச்சி. லண்டன்: அடிசன்
வெஸ்லி.

தாமஸ், கிறிஸ்டோபர் ஆர். மற்றும் மாரிஸ் எஸ் சார்லஸ். 2005.
மேலாண்மையியல் பொருளாதாரம்: கருத்துக்கள் மற்றும் பயன்பாடுகள்,
எட்டாவது பதிப்பு. புது தில்லி: டாடா மெக்ரா-ஹில் பப்ளிஷிங் கம்பனி
லிமிடெட்.

மேன்கிவ், கிரிகோரி என். 2002. பொருளியல் கொள்கை, இரண்டாம் பதிப்பு.
இந்தியா: தாம்சன் பிரஸ்.

குறிப்புகள்