G.PREMCHANDRAN, KAMAK HR., SEC., SCHOOL.
KRISHNAPERI. VNRDt.,

LESSON--5
SECTION-II

1. அங்காடி வரையறு?

அங்காடி பொருளியலில் அங்காடி என்பது பண்டங்களையும் பணிகளையும் பரிமாற்றம் செய்திட வாங்குவோரும் விற்போரும் இணையும் இடத்தைக் குறிக்கும்.

2. நிருவனசமநிலை காண இரு அணுகு முறைகள் யாவை?

மொத்தச் செலவு வளைகோடு அணுகுமுறை
இறுதிநிலைச் செலவு வளைகோடு அணுகுமுறை

3. TC –TR அணுகுமுறையை வளக்குக.

TC -TR அணுகுமுறையில் TC மற்றும் TR க்கு இடையே உள்ள வேறுபாட்டை கண்டறிந்து ஒரு நிறுவனம் ஈட்டும் இலாபமானது கணக்கிடப்படுகிறது.

4. இறுதிநிலைச் செலவு வளைகோடு அணுகுமுறையில் நிருவனசமநிலை காண நிபந்தனைகள் யாவை?

இறுதிநிலைச் செலவு வளைகோடு அணுகுமுறையில் நிருவனசமநிலை காண நிபந்தனைகள் பின்வருமாறு

1. MC = MR
2. MC கோடு MR கோட்டை கீழிருந்து மேலாக வெட்ட வேண்டும்

5. அங்காடியின் அடிப்படை போட்டிகளை வகைப்படுத்துக?

போட்டியின் அடிப்படையில்:- நிறைவுப்போட்டி அங்காடி., மற்றும் நிறைகுறைப் போட்டி அங்காடி.

6. நிறைவுப்போட்டியின் மூன்று நன்மைகளை எழுதுக?

1. நிறைவுப்போட்டியில் நுகர்வோரே அரசராவார்.
2. விலை = சராசரி செலவு எனவே நுகர்வோர் பயனடைகிறார்.
3. வளங்கள் வீணாவது தடுக்கப்படுகிறது.

www.Padasalai.Net PREM

7. விலையை ஏற்பவர் யார்?

நிறைவுப் போட்டியில் நிறுவனங்கள் அங்காடி விலையை ஏற்பவர்களாக உள்ளனர்.

8. விற்பனைச் செலவு என்றால் என்ன?

முற்றுறிமைப் போட்டியில் நிறுவனங்கள் தங்கள் உற்பத்தி பண்டத்தின் விற்பனையை அதிகரிக்க அதிக விளம்பரங்களை செய்வற்காக மேற்கொள்ளும் விளம்பரச் செலவுகள் அனைத்தும் விற்பனைச் செலவுகள் எனப்படுகின்றன.

9. விலைபேதம் காட்டும் இரண்டு தன்மைகளை கூறுக.

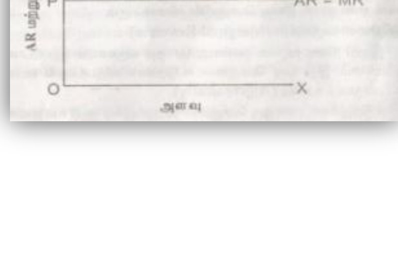
1. முதல் நிலை விலைபேதம் காட்டுதல்-- முற்றிலும் நுகர்வோர் சுரண்டப்படும் நிலை.
2. இரண்டாம் நிலை விலைபேதம் காட்டுதல்--இடபேதம்..உள்நாட்டில் ஒரு விலையும் ,வெளிநாடுகளில் வேறு விலையும் பெறுவது..

10. உபரி சக்தி விளக்குக.

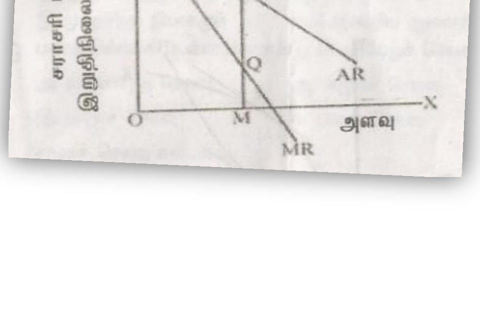
நீண்டகாலத்தில் முற்றுறிமைப் போட்டியில் நிறுவனங்கள் உச்ச உற்பத்தி அளவைவிட குறைவாகவே உற்பத்தி செய்கின்றனர்.எனவே உபரிசக்தி வீணாக்கப்படுவதாகக் கருதப்படுகிறது.

11. கீழ்கண்ட நிறுவனத்தின் தேவைக்கோடு வரைக அ. நிறைவுப்போட்டி ஆ.முற்றுறிமை

அ. நிறைவுப்போட்டி



ஆ.முற்றுறிமை



http://www.trbtnpsc.com/2018/07/latest-plus-one-11th-standard-tamil-medium-study-materials-download.html

G.PREMCHANDRAN, KAMAK HR., SEC., SCHOOL.
KRISHNAPERI. VNRDt.,

SECTION-III

1. அங்காடியின் பண்புகள் யாவை?

அங்காடி பொருளியலில் அங்காடி என்பது பண்டங்களையும் பணிகளையும் பரிமாற்றம் செய்திட வாங்குவோரும் விற்போரும் இணையும் இடத்தைக் குறிக்கும்.

பண்புகள்.

1.வாங்குவோரும், விற்போரும் இருப்பர்.
2.வாங்குவோரும் விற்போரும் நேரடியாக சந்தித்துக் கொள்ள வேண்டியதில்லை.
3. தொலைதொடர்பு சாதனங்கள் மூலம் பரிமாற்றம் நடைபெறலாம்.
4.அங்காடியில் பண்டங்களுக்கு விலை இருக்க வேண்டும்.

2.அங்காடியின் வகைகளை சுருக்கமாக விளக்கவும்?

அங்காடி பொருளியலில் அங்காடி என்பது பண்டங்களையும் பணிகளையும் பரிமாற்றம் செய்திட வாங்குவோரும் விற்போரும் இணையும் இடத்தைக் குறிக்கும்.

வகைகள்

1.இடத்தைப் பொருத்த அங்காடி..:- உள்ளூர், வட்டார, தேசிய, மற்றும் பன்னாட்டு அங்காடி.
2.நேரம் சார் அங்காடி..:- மிக குறுகிய கால, குறுகிய கால, மற்றும் நீண்ட கால அங்காடி.
3. பண்டத்தின் அளவின் அடிப்படையில்:-.மொத்த விற்பனை அங்காடி.சில்லறை விற்பனை அங்காடி
4.போட்டியின் அடிப்படையில்:- நிறைவுப்போட்டி அங்காடி., மற்றும் நிறைகுறைப் போட்டி அங்காடி.

3. நிறுவனம் மற்றும் தொழிற்சாலைக்கும் இடையே உள்ள வேறுபாடுகள்யாவை?

நிறுவனம்

பொருள் அல்லது பணியை உற்பத்தி செய்து.அதற்கு விலையை தீர்மானித்து விற்பனை செய்யும் ஒரு அமைப்பு நிறுவனம் என அழைக்கப்படுகிறது. எ.கா. சங்கர் சிமெண்ட்

தொழில்

ஒரே மாதிரியான பொருள் அல்லது பணியை உற்பத்தி செய்யக்கூடிய பல நிறுவனங்களின் தொகுப்பே தொழில் ஆகும். எ.கா. சிமெண்ட் தொழில்

www.Padasalai.Net PREM

4.நிறைகுறைப் போட்டி என்றால் என்ன?

இப்போட்டியை அறிமுகப்படுத்தியவர் ஜோன்ராபின்சன் மற்றும் E.H.சேம்பர்லின் ஆவர். எண்ணற்ற விற்பனையாளர்கள் வேறுபடுத்தப்பட்ட பண்டங்களை விற்பனை செய்வர்.இப்போட்டியே உலகில் காணக்கூடியதாகும்.இப்போட்டியில் விற்பனையாளர்கள் தங்கள் விருப்பப்படி விலையை நிர்ணயித்து அதிக இலாபம் ஈட்டுகின்றனர்.

5. விலைபேதம் காட்டுதலின் வகைகள் யாவை?

விலைபேதம் காட்டும் முற்றுறிமை என்பது ஒரு பொருளுக்கு பல்வேறு வாடிக்கையாளர்களிடம் பல்வேறு விலையைப் பெறுவதாகும்.

வகைகள்

1. தனிநபர் பேதம்....இரயில் பயணத்தில் மூத்த குடிமக்களுக்கு கட்டணச் சலுகை.
2. இடபேதம்..உள்நாட்டில் ஒரு விலையும் ,வெளிநாடுகளில் வேறு விலையும் பெறுவது..
3. பயன் அடிப்படையில் பேதம்...மின் நுகர்வு வீடுகளுக்கு குறைந்த விலை, கடைகளுக்கு அதிகவிலை

6. விலை பேதத்தின் நிலைகளை கூறுக.

விலைபேதம் காட்டும் முற்றுறிமை என்பது ஒரு பொருளுக்கு பல்வேறு வாடிக்கையாளர்களிடம் பல்வேறு விலையைப் பெறுவதாகும்.

விலை பேதத்தின் நிலைகள்

1. முதல் நிலை விலைபேதம் காட்டுதல்-- முற்றிலும் நுகர்வோர் சுரண்டப்படும் நிலை.
2. இரண்டாம் நிலை விலைபேதம் காட்டுதல்-- இடபேதம்..உள்நாட்டில் ஒரு விலையும் ,வெளிநாடுகளில் வேறு விலையும் பெறுவது..
3. மூன்றாம் நிலை விலைபேதம் காட்டுதல்---தனிநபர் பேதம்....இரயில் பயணத்தில் மூத்த குடிமக்களுக்கு கட்டணச் சலுகை.

http://www.trbtnpsc.com/2018/07/latest-plus-one-11th-standard-tamil-medium-study-materials-download.html

7. குவித்தல் பற்றி குறிப்பு வரைக.

ஒரு முற்றுரிமையாளர் தன்னுடைய உற்பத்திப் பண்டத்திற்கு உள்ளுர் அங்காடியில் அதிக விலையும் வெளியூர் அங்காடியில் குறைந்த விலையும் நிர்ணயிப்பதாகும்.
எ.கா. சீனா பன்னாட்டு விலை பேதம் காட்டுவதால் இந்திய கைவினைத் தொழில்கள் முடங்கின.

8. முற்றுரிமையின் பண்புகள் யாவை?

1.ஒரே ஒரு விற்பனையாளர். :-இங்கு ஒரே ஒரு விற்பனையாளர் இருப்பதால் அவர் பண்டத்தின் அளிப்பை அல்லது விலையை கட்டுப்படுத்துகிறார்.தேவையை அவரால் கட்டுப்படுத்த முடியாது.
2. நெருங்கிய பதிலீட்டுப் பண்டங்கள் இல்லை இதனால் நுகர்வோருக்கு தெரிவு செய்யும் வாய்ப்பு இல்லை.
3. விலை.:-முற்றுரிமையாளர் அளிப்பை கட்டுப்படுத்தி விலையை உயர்த்துகிறார்.
4.புகுதலின்மை.:- புதிய உற்பத்தியாளர்கள் அங்காடியில் நுழைய வாய்ப்பு இல்லை சட்டங்கள் மற்றும் இயற்க்கைத் தடைகள் இருக்கும்.
5. நிறுவனமும் தொழிற்சாலையும் ஒன்றே. :- முற்றுரிமையில் நிறுவனத்திற்கும் தொழிற்சாலைக்கும் வேறுபாடு இல்லை..

9. முற்றுரிமைப் போட்டியின் இயல்புகள் யாவை?

இயல்புகள்.

1. எண்ணற்ற வாங்குவோர் மற்றும் விற்போர்.
2. உற்பத்தியாளர்களே விலையை தீர்மானித்தல்.
3. தொழிலில் நுழையவோ வெளியேறவோ தடையில்லை.
4. பண்ட வேறுபாடு இதன் மையக் கருத்தாகும்.
5. விற்பனைச் செலவு முக்கிய பங்காற்றுகிறது.

10. விற்பனைச் செலவு என்றால் என்ன? உதாரணத்துடன் விளக்குக.

முற்றுறிமைப் போட்டியில் நிறுவனங்கள் தங்கள் உற்பத்தி பண்டத்தின் விற்பனையை அதிகரிக்க அதிக விளம்பரங்களை செய்வற்காக மேற்கொள்ளும் விளம்பரச் செலவுகள் அனைத்தும் விற்பனைச் செலவுகள் எனப்படுகின்றன.
எ.கா. தொலைக்காட்சி, வானொலி, செய்தித்தாள்கள் போன்றவற்றில் விளம்பரம் செய்தல்

www.Padasalai.Net PREM

11. இருவர் முற்றுரிமையின் இயல்புகள் யாவை?

இருவர் முற்றுரிமை.

தனிப்பட்ட இரண்டு விற்பனையாளர்களைக் கொண்ட அமைப்பு இது.விலை மற்றும் உற்பத்தி அளவை தீர்மானிக்க சுதந்திரம்பொற்றுள்ளது.

இயல்புகள்.

1. ஒவ்வொரு விற்பனையாளரும் போட்டியாளரின் செயல்பாடுகளை முழுமையாக அறிந்திருப்பர்
2. இரண்டு விற்பனையாளர்களும் விற்பனை தொடர்பான உடன்பாடு செய்திருப்பர்.
3. விற்பனையாளர்கள் முறையற்ற போட்டியிலும் ஈடுபடலாம்.
4. உற்பத்தி பண்டங்களின் வேறுபாடு இல்லை.
5. அதிக விலை அதிக இலாபம் ஈட்டுவதற்காகவே இருக்கும்.

12. விலைபேதத்தினை எடுத்துக்காட்டின் மூலம் விளக்குக.

ஒரு முற்றுரிமையாளர் ஒரே பண்டத்தை பல்வேறு நுகர்வோருக்கு பல்வேறு விலைகளில் விற்கிறார்.எ.கா. ஒரே திரைப்படத்திற்கு பல்வேறு கட்டணங்களை வசூலிப்பதாகும்.

13. சில்லோர் முற்றுறிமையின் பண்புகளை விளக்குக.

சில்லோர் முற்றுறிமை.

இங்கு சில நிறுவனங்களே ஒரே மாதிரியான அல்லது வித்தியாசமான பண்டங்களை உற்பத்தி செய்யும். எ.கா எண்ணெய் மற்றும் வாயு.

இயல்புகள்.

1. பெரிய நிறுவனங்கள் உற்பத்தி மற்றும்தேவையைக் கட்டுப்படுத்தும்.

http://www.trbtnpsc.com/2018/07/latest-plus-one-11th-standard-tamil-medium-study-materials-download.html

2. சார்புத்தன்மை. ஒரு நிறுவனத்தின் விலை மற்றும் உற்பத்தி தீர்மானம் அதன்போட்டி நிறுவனத்தின் செயல்பாடுகளைச் சார்ந்திருக்கும்.
3. குழுவாகச் செயல்படவேண்டி
4. விள்ம்பரச் செலவின் அவசியத்தை அறிந்திருப்பர்.
5. பண்டத்தின் தன்மை ஒரே மாதிரியான பொருள் உற்பத்தி ஆகும்
6. விலையில் மாற்றமில்லை

SECTION-IV

1. நிறைவுப்போட்டியின் இயல்புகளை விளக்கவும்?

நிறைவுப்போட்டி

இது எண்ணற்ற விற்பனையாளர்களைக் கொண்ட ஓர் அமைப்பாகும் நிறைவுப் போட்டியில் ஒரே விலை நிலவும் . பண்டங்கள் ஒன்றுக்கொன்று பதிலீடாகவும் இருக்கும்

இயல்புகள்

1. எண்ணற்ற வாங்குவோரும், விற்போரும்.- இது எண்ணற்ற விற்பனையாளர்களைக் கொண்ட ஓர் அமைப்பாகும்.

2.ஒரே தன்மையுடைய பண்டங்கள்--அதாவது ஒரு பண்டம் ஒன்றுக் கொன்று பதிலீட்டுப் பண்டங்களாக உள்ளன.

3.அங்காடி நிலைபற்றி முழுமையாக அறிந்திருத்தல்.-- வாங்குவோர் கூடுதல் விலை கொடுக்கவோ, விற்போர் குறைந்த விலையை பெற்றுக்கொள்ளவோ மாட்டார்கள்.

4. உட்புகுதலும் வெளியேறுதலும் தடையில்லை.--இது நீண்டகாலத்தில் மட்டும் ஏற்படக் கூடியதாகும்.

5. உற்பத்திக் காரணிகள் இடம்பெயரும்.--உற்பத்திக் காரணிகள் அதிக வருமானம் கிடைக்கும் போது ஒரு தொழிற்சாலையில் இருந்து மற்றொரு தொழிற்சாலைக்கு இடம்பெயரும்.

6.போக்குவரத்துச் செலவு இல்லை.---ஒரே விலை நிலவுவதால் போக்குவரத்துச் செலவு இடம் பெறுவது இல்லை.

7.அரசின்தலையீடு இல்லை/ மந்தனகூட்டுஇன்மை.--அங்காடி சக்திகள் விலையை தீர்மானிக்கும். வாங்குவோர்க்கும், விற்போருக்கும் இடையே ரகசிய ஒப்பந்தம் இல்லை.

www.Padasalai.Net PREM

2. குறுகிய காலத்தில் நிறைவுப்போட்டியில் விலை, பண்டத்தின் அளவு எவ்வாறு நிர்ணயிக்கப்படுகின்றன?

நிறைவுப்போட்டி

இது எண்ணற்ற விற்பனையாளர்களைக் கொண்ட ஓர் அமைப்பாகும் நிறைவுப் போட்டியில் ஒரே விலை நிலவும் . பண்டங்கள் ஒன்றுக்கொன்று பதிலீடாகவும் இருக்கும் நிறைவுப்போட்டியில் தொழில் விலையை நிர்ணயிக்கிறது. நிறுவனங்கள் அவ்விலையை ஏற்றுக்கொள்கிறது.
எ.கா விலை ரூ. 10 மொத்த் உற்பத்தி 50 அலகுகள் என்க.

குறுகிய காலம்

இக்காலத்தில் ஒரே .ஒரு காரணிமட்டும் மாறாது. குறுகிய காலத்தில் இலாபம் அல்லது ந்ட்டம் ஏற்படும்.

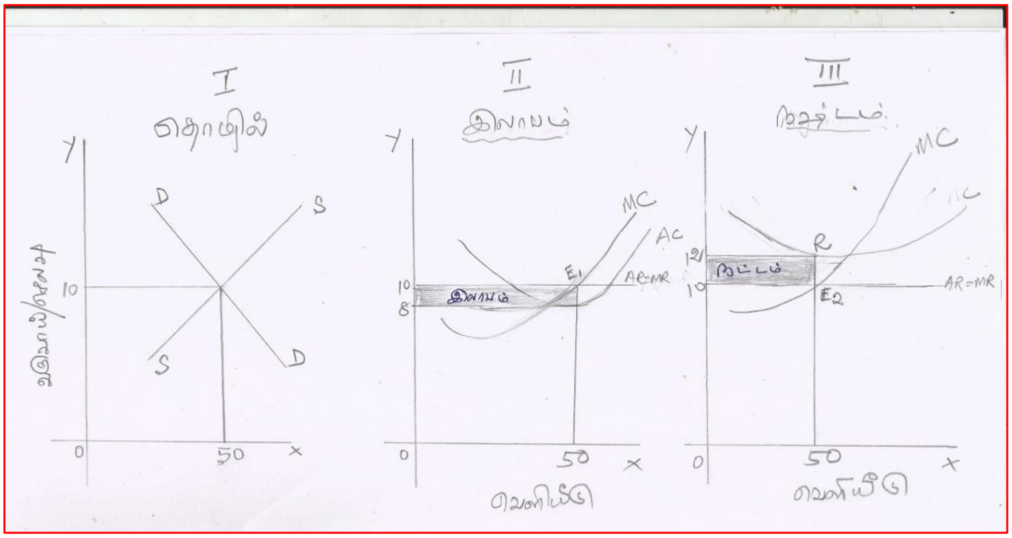
வருவாய் கோடுகளும், செலவுக்கோடுகளும்:-

AR மற்றும் MR கோடுகள் ஒன்றிணைந்து ஒரே கோடாக இருக்கும். இது Xஅச்சுக்கு இணையாக இருக்கும். P=AR=MR.

செலவுக்கோடுகள் U வடிவத்தில் இருக்கும்.AC கோட்டின் மிகத்தாழ்வான புள்ளியை MC கோடு வெட்டிச்செல்லும்.

G.PREMCHANDRAN, KAMAK HR., SEC., SCHOOL.
KRISHNAPERI. VNRDt.,

நிறுவனச்சமநிலை :நிறைவுப்போட்டியில் சமநிலையானது SMC=SMR என்ற நிலையில் இருக்கும். அப்பொழுது சமநிலைவிலை தீர்மானிக்கப்படும்.இதை கீழ்க்காணும் வரைபடம் விளக்குகிறது.



வரைபட விளக்கம்:-

1. வரைபடத்தின் **முதல் பகுதி-I** தொழிலின் சமநிலையை காட்டுகிறது .மாறாத விலை ரூ 10 தேவையும் அளிப்பும் 50 அலகுகளாக உள்ளன.
2. வரைபடத்தின் **இரண்டாம் பகுதி-II** நிறுவனம் ***இலாபம்*** ஈட்டுவதைக் காட்டுகிறது.

மொத்த செலவு

ரூ 8 செலவில் 50 அலகுகள் உற்பத்தி செய்யப்படுகிறது எனில் மொத்த செலவு 400.

மொத்தவருவாய்

ரூ 10 விலையில் 50 அலகுகள் விற்பனை செய்யப்படுகிறது மொத்தவருவாய் ரூ 500

மொத்த இலாபம்

ஒரு பண்டத்திற்கு இலாபம் ரூ 2 எனில் 50 அலகுகள் விற்பனை செய்யப்படுகிறது மொத்த இலாபம் ரூ 100

மொத்த இலாபம் = TR – TC = 500-400 = 100

3. வரைபடத்தின் **மூன்றாம் பகுதி-III** நிறுவனம் ***நட்டம்*** ஈட்டுவதைக் காட்டுகிறது.

மொத்த செலவு

ரூ 12 செலவில் 50 அலகுகள் உற்பத்தி செய்யப்படுகிறது எனில் மொத்த செலவு 600.

மொத்தவருவாய்

ரூ 10 விலையில் 50 அலகுகள் விற்பனை செய்யப்படுகிறது மொத்தவருவாய் ரூ 500

மொத்த *நட்டம்*

ஒரு பண்டத்திற்கு ***நட்டம்*** ரூ 2 எனில் 50 அலகுகள் விற்பனை செய்யப்படுகிறது மொத்த ***நட்டம்*** 100

மொத்த ***நட்டம்*** = TR – TC = 500-600 = --100

PREM www.Padasalai.Net

G.PREMCHANDRAN, KAMAK HR., SEC., SCHOOL.
KRISHNAPERI. VNRDt.,

3.நீண்டகாலத்தில் நிறைவுப்போட்டியில் நிறுவனச் சமநிலையை படத்துடன் விளக்குக.

நீண்டகாலம்.

இக்காலத்தில் எல்லா உற்பத்திக்காரணிகளும் மாறும் .தேவை அதிகரிப்பை அளிப்பு அதிகரிப்பின் மூலம் சரிக்கட்டப்படும்.

வருவாய் கோடுகளும், செலவுக்கோடுகளும்:-

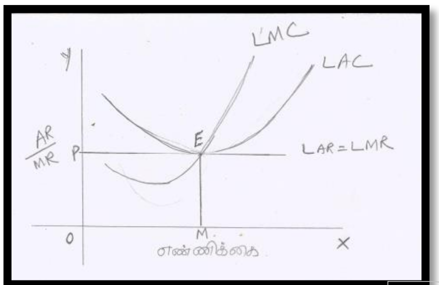
LAR மற்றும் LMR கோடுகள் ஒன்றிணைந்து ஒரே கோடாக இருக்கும். இது Xஅச்சுக்கு இணையாக இருக்கும். P=LAR=LMR.

நீண்டகால செலவுக் கோடுகள் தட்டையான U வடிவத்தில் இருக்கும். LAC என்பது நீண்டகால சராசரி செலவுக்கோடு. இது திட்டவளைகோடு என்றும் அழைக்கப்படும். LAC கோட்டின் மிகத்தாழ்வான புள்ளியை LMC கோடு வெட்டிச்செல்லும்.

நிறுவனச்சமநிலை :-

நிறைவுப்போட்டியில் நீண்டகால சமநிலையானது LMC=LMR மற்றும் LAC=LAR என்ற நிலையில் இருக்கும். அப்பொழுது சமநிலைவிலை தீர்மானிக்கப்படும்.இதை கீழ்க்காணும் வரைபடம் விளக்குகிறது

வரைபடம்



4.முற்றுரிமையில் விலை, பண்டத்தின் அளவு எவ்வாறு நிர்ணயிக்கப்படுகின்றன?

முற்றுரிமை:-

1. ஒரே ஒருவிற்பனையாளர் மட்டும் இருப்பார்
2.விலையில் மாற்றம் இருக்கும்.
3.பதிலி பண்டங்கள் இருக்காது.
4. நிறுவனமும் தொழிலும் ஒன்றே ஆகும்.
5.புதிய நிறுவனங்கள் தொழிலுக்குள் நுழைய வாய்ப்பு இல்லை.

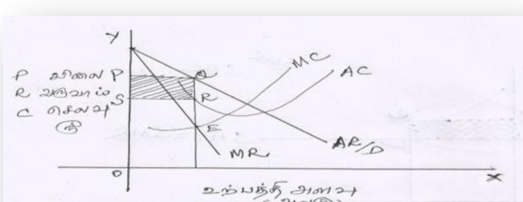
வருவாய் கோடுகளும் செலவுக் கோடுகளும் :-

1. முற்றுரிமையில் வருவாய் கோடுகள் மேல் இருந்து கீழ்நோக்கி சரிந்து செல்லும்.AR கோட்டிற்கு கீழ் MR கோடு அமைந்திருக்கும்.

2.செலவுக்கோடுகள் U வடிவத்தில் இருக்கும். AC கோட்டின் மிகத்தாழ்வான புள்ளியை MC கோடு வெட்டிச்செல்லும்.

நிறுவனச்சமநிலை:-

முற்றுரிமையில் நிறுவனச் சமநிலையானது MC=MR என்ற நிலையில் இருக்கும். MC கோடு MRகோட்டை கீழிருந்து மேல்நோக்கி வெட்டிச் செல்லும். அப்பொழுது சமநிலை விலை தீர்மானிக்கப்படுகிறது.இதை கீழ்க்காணும் வரைபடம் மூலம் விளக்கலாம்.



http://www.trbtnpsc.com/2018/07/latest-plus-one-11th-standard-tamil-medium-study-materials-download.html

www.Padasalai.Net www.TrbTnps.com

வரைபட விளக்கம்:-

1. X அச்சில் உற்பத்தி அளவும் Y அச்சில் விலை,வருவாய். செலவும் குறிக்கப்பட்டுள்ளது.
2. E என்ற புள்ளியில் நிறுவனம் சமநிலையில் உள்ளது.
3. OP என்பது சமநிலை விலை OM என்பது சமநிலை உற்பத்தி.
4. PQRS என்பது நிறுவனம் ஈட்டும் அதிகப்படியான லாபம்.
5. விலையானது MC மற்றும் MR ஐ விட அதிகமாக இருக்கும்.

<u>5. முற்றுரிமை போட்டியில் விலை, பண்டத்தின் அளவு எவ்வாறு நிர்ணயிக்கப்படுகின்றன?</u>

முற்றுரிமைப் போட்டி

பேராசிரியர் E.H.சேம்பர்லின் என்பவர் முற்றுரிமைப் போட்டியினை அறிமுகப் படுத்தினார் இப் போட்டியில் ஒரு குறிப்பிட்ட எண்ணிக்கையில் உற்பத்தியாளர்கள் இருப்பர்

உற்பத்திப் பண்டங்கள் ஒன்றுக்கு ஒன்று பதிலீட்டு பண்டமாக இருக்கும். எ.கா.பற்பசைகள்--க்ளோசப் பெப்சோடண்ட்,கோல்கேட் ஆகும்.

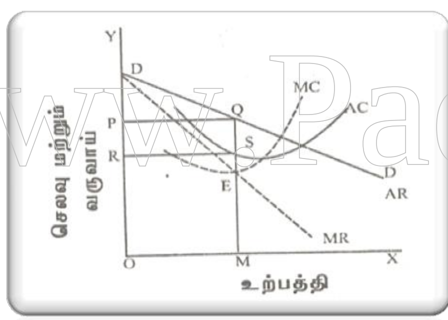
விலை உற்பத்தி தீர்மானம்

வருவாய் கோடுகளும், செலவுக்கோடுகளும்:-

1. முற்றுரிமை போட்டியில் வருவாய் கோடுகள் மேல் இருந்து கீழ்நோக்கி சரிந்து செல்லும்.AR கோட்டிற்கு கீழ் MR கோடு அமைந்திருக்கும். வருவாய் வளைகோட்டின் சரிவானது நிறுவனங்களின் எண்ணிக்கையைப் பொருத்து அமைந்திருக்கும்.

2.செலவுக்கோடுகள் U வடிவத்தில் இருக்கும். AC கோட்டின் மிகத்தாழ்வான புள்ளியை MC கோடு வெட்டிச்செல்லும்.

நிறுவனச்சமநிலை முற்றுரிமைப் போட்டியில் நிறுவனச்சமநிலையானது MC=MR என்ற நிலையில் இருக்கும்.



வரைபட விளக்கம்

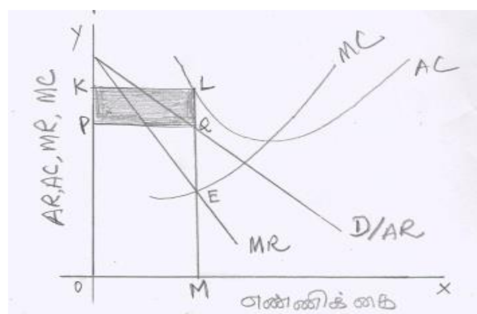
1..E என்ற புள்ளியில் நிறுவனம் சமநிலையில் உள்ளது.

2.OP என்பது சமநிலை விலை ON என்பது சமநிலை உற்பத்தி.

3 .PQRS என்பது நிறுவனம் ஈட்டும் அதிகப்படியான லாபம்.

4. முற்றுரிமைப் போட்டியில் அதிகப்படியான லாபம் அல்லது நஷ்டம் ஏற்பட வாய்ப்பு இருக்கிறது.

www.Padasalai.Net



முற்றுரிமைப் போட்டியில் நஷ்டம்

இதை வரைபடம் மூலம் விளக்கலாம்.

1..E என்ற புள்ளியில் நிறுவனம் சமநிலையில் உள்ளது.

2.OP என்பது சமநிலை விலை OM என்பது சமநிலை உற்பத்தி.

3. PQLK என்பது நிறுவனம் ஈட்டும் அதிகப்படியான நஷ்டம்

<u>6.முற்றுரிமையாளர் போட்டியில் வீண் செலவுகள் பற்றி விளக்குக?</u>

1.வேலையின்மை. :-.நிறுவனங்கள் குறைவாக உற்பத்தி செய்வதால் வேலையில்லாப் பிரச்சனைகள் ஏற்படுகிறது.

2.உபரிசக்தி. :- நீண்டகாலத்தில் இந்நிறுவனங்கள் உச்ச உற்பத்தி அளவைவிட குறைவாகவே உற்பத்தி செய்கின்றனர்.எனவே உபரிசக்தி வீணாக்கப்படுவதாகக் கருதப்படுகிறது.

3.விளம்பரம். :- முற்றுரிமைப் போட்டியில் விளம்பரச்செலவு வீண்செலவாகக் கருதப்படுகிறது. ஏனெனில் இது விலையை உயர்த்துகிறது.

4. பல்வேறு விதமான பண்டங்கள்.:-ஒரே விருப்பத்தை நிறைவேற்ற பல்வேறு விதமான பண்டங்களின் உற்பத்திச் செலவு வீண்செலவாகக் கருதப்படுகிறது.

http://www.trbtnpsc.com/2018/07/latest-plus-one-11th-standard-tamil-medium-study-materials-download.html

5. செயல்திறன் குறைந்த நிறுவனங்கள். :- முற்றுரிமைப் போட்டியில் செயல்திறன் குறைந்த நிறுவனங்கள் அத்தொழிலில் இருந்து அகற்றப்படவேண்டும்.அது அகற்றப்படாமல் இருந்தால் அது வீண்செலவாகக் கருதப்படுகிறது.

7. முற்றுரிமை தோன்றக் காரணங்கள் பற்றி விளக்குக? அல்லது முற்றுரிமைக்கு ஏதுவான சூழ்நிலைகள் யாவை?

1.இயற்கை. :-சில இயற்கை காரணங்களால் முற்றுரிமை தோன்றுகிறது.எ.கா. வைர உற்பத்தியில் தென்னாப்ரிக்கா முற்றுரிமை பெறுகிறது.

2. தொழில் நுட்பம் .:- தொழில் நுட்பக் காரணங்களால் முற்றுரிமை தோன்றுகிறது. எ.கா.கோகோ கோலா.

3.சட்டம். :-பொருளை வடிவமைக்கும் வணிக உரிமை அடையாளங்கள் சட்ட முற்றுரிமை எனப்படும்.

4.பேரளவு முதலீடு. :-அதிக முதலீடு முற்றுரிமை தோன்றக் காரணமாகிறது.எ.கா. இரும்பு எஃகுத் தொழில்.

5.அரசு. :- சில பண்டங்களை உற்பத்தி செய்து விற்கும் தனிப்பட்ட உரிமை அரசு மட்டும் பெற்றுள்ளது.இந்த உரிமை அரசின் முற்றுரிமை எனப்படுகிறது.எ.கா இரயில் போக்குவரத்து.

8. நிறைவுப்போட்டி மற்றும் முற்றுரிமையை வேறுபடுத்துக?

ஒற்றுமை :-இரண்டு அங்காடிகளுமே அதிகபட்ச இலாபம் ஈட்டுவதையே நோக்கமாக கொண்டுள்ளன.

வேற்றுமைகள்.

நிறைவுப்போட்டி

1. P=AR=MR.எனவே வருவாய் கோடுகள் Xஅச்சுக்கு இணையாக ஒரு படுக்கைக் கோடாக இருக்கிறது.
2. சமநிலை விலையானது MC க்கு சமமாக இருக்கும்.
3. நிறுவனம் குறுகிய காலத்தில் அதிகப்படியான லாபம் ஈட்டும், நீண்டகாலத்தில் இயல்பு இலாபத்தையும் ஈட்டமுடியும்.
4. புதிய நிறுவனங்கள் தொழிலுக்குள் நுழையவோ, வெளியேறவோ, தடைகள் இல்லை
5. உற்பத்தி அளவு அதிகமாகவும்,விலை குறைவாகவும் இருக்கும்.

முற்றுரிமை

1. AR கோட்டிற்க்கு கீழே MR கோடு அமைந்திருக்கும். அதாவது AR ஐ விட MR வேகமாக குறையும்.
2. விலையானது MC மற்றும் MR ஐ விட அதிகமாக இருக்கும்.
3. உச்ச இலாபமானது, குறுகிய காலத்திலும் நீண்டகாலத்திலும் ஈட்டமுடியும்.
4. புதிய நிறுவனங்கள் தொழிலுக்குள் நுழைய வாய்ப்பு இல்லை.
5. உற்பத்தி அளவு குறைவாகவும்,விலை அதிகமாகவும் இருக்கும்.

9. பொருளாதார சிக்கனங்களின் வகைகளை விளக்கு.

பொருளாதார சிக்கனங்கள்

பொருளாதார சிக்கனங்கள் என்பது பேரளவு உற்பத்தியில் ஏற்படும் செலவு சார்ந்த நன்மைகள் ஆகும். பொருளாதார சிக்கனங்கள் இரு வகைப்படும் அவை

1. அகச் சிக்கனங்கள்
2. புறச் சிக்கனங்கள்.

1. அகச் சிக்கனங்கள்.

a) தொழில்நுட்பச் சிக்கனங்கள்.
b) நிதிச் சிக்கனங்கள்.
c) உழைப்புச் சிக்கனங்கள்.
d) சந்தை சார்ந்த சிக்கனங்கள்.

2. புறச் சிக்கனங்கள்.

a) மேம்பட்ட போக்குவரத்து வசதிகள்.
b) வங்கி செயல்பாடு சார்ந்த வசதிகள்.
c) தகவல் மற்றும் தொலைத்தொடர்பு வளர்ச்சி.

http://www.trbtnpsc.com/2018/07/latest-plus-one-11th-standard-tamil-medium-study-materials-download.html

G.PREMCHANDRAN, KAMAK HR., SEC., SCHOOL.
KRISHNAPERI. VNRDt.,

10. பொருளாதார சிக்கனமின்மைகளின் வகைகளை விளக்கு.

பொருளாதார சிக்கனமின்மைகள்

பொருளாதார சிக்கனமின்மைகள் என்பது பேரளவு உற்பத்தியில் ஏற்படும் செலவு சார்ந்த தீமைகள் ஆகும். பொருளாதார சிக்கனமின்மைகள் இரு வகைப்படும் அவை 1. அகச் சிக்கனமின்மைகள் 2. புறச் சிக்கனமின்மைகள்

அகச் சிக்கனமின்மைகள்.

ஒரு நிறுவனம் தொடர்ந்து விரிவடைந்து செல்லும் போது பொருளாதார சிக்கனங்கள் மறைந்து சிக்கனமின்மைகள் தொடங்ககிறது. எ.கா. மேலாண்மை இடர்பாடுகள்.

புறச் சிக்கனமின்மைகள்.

ஒரு குறிப்பிட்ட நிலைக்குப் பிறகு அளவுக்கதிகமான நிறுவனங்கள் ஓரிடத்தில் குவிந்து காணப்படுவதால் உற்பத்தியில் சிக்கனமின்மை ஏற்படுகிறது. எ.கா. வாரம் அதிகமாகிறது.

<u>11. நீண்டகாலத்தில் முற்றுரிமை போட்டியில் விலை, பண்டத்தின் அளவு எவ்வாறு நிர்ணயிக்கப்படுகின்றன?</u>

நீண்டகாலம்.

இக்காலத்தில் எல்லா உற்பத்திக்காரணிகளும் மாறும் .தேவை அதிகரிப்பை அளிப்பு அதிகரிப்பின் மூலம் சரிக்கட்டப்படும்.

முற்றுரிமைப் போட்டி

பேராசிரியர் E.H.சேம்பர்லின் என்பவர் முற்றுரிமைப் போட்டியினை அறிமுகப் படுத்தினார் இப் போட்டியில் ஒரு குறிப்பிட்ட எண்ணிக்கையில் உற்பத்தியாளர்கள் இருப்பர்

உற்பத்திப் பண்டங்கள் ஒன்றுக்கு ஒன்று பதிலீட்டு பண்டமாக இருக்கும். எ.கா.பற்பசைகள்--க்ளோசப் பெப்சோடண்ட்,கோல்கேட் ஆகும்.

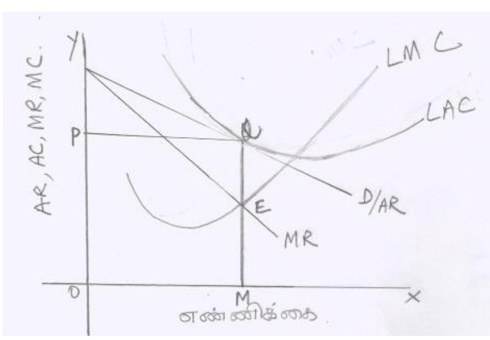
விலை உற்பத்தி தீர்மானம்

வருவாய் கோடுகளும், செலவுக்கோடுகளும்:-

1. முற்றுரிமை போட்டியில் வருவாய் கோடுகள் மேல் இருந்து கீழ்நோக்கி சரிந்து செல்லும்.LAR கோட்டிற்கு கீழ் LMR கோடு அமைந்திருக்கும். வருவாய் வளைகோட்டின் சரிவானது நிறுவனங்களின் எண்ணிக்கையைப் பொருத்து அமைந்திருக்கும்.

2.செலவுக்கோடுகள் U வடிவத்தில் இருக்கும். L AC கோட்டின் மிகத்தாழ்வான புள்ளியை LMC கோடு வெட்டிச்செல்லும்.

நிறுவனச்சமநிலை முற்றுரிமைப் போட்டியில் நிறுவனச்சமநிலையானது LMC=LMR என்ற நிலையில் இருக்கும்.



வரைபட விளக்கம்

1..E என்ற புள்ளியில் நிறுவனம் சமநிலையில் உள்ளது.

2.OP என்பது சமநிலை விலை OM என்பது சமநிலை உற்பத்தி.

3. நிறுவனம் இயல்பு இலாபம் அடைவதைக் குறிக்கும் AR கோடு LAC கோட்டிற்கு தொடுகோடாக Q புள்ளியில் அமையும்.

4. நீண்டகால நிறுவனச்சமநிலை MC = MR மற்றும் AC = AR

www.Padasalai.Net PREM

http://www.trbtnpsc.com/2018/07/latest-plus-one-11th-standard-tamil-medium-study-materials-download.html

www.Padasalai.Net
PREM

http://www.trbtnpsc.com/2018/07/latest-plus-one-11th-standard-tamil-medium-study-materials-download.html