பாடம் - 1

பொருளியலின் தன்மையும் எல்லையும்

முன்னுரை

பொருளியல் என்பது ஒரு சமூக அறிவியல். இது மனித விருப்பங்களை பற்றியும், அவை நிறைவு செய்யப்படுவது பற்றியும் ஆராய்கிறது.

பல்வேறு பயன்பாடுகளை உடைய பற்றாக் குறையான வளங்களைப் பயன்படுத்தி, ஒரு சமுதாயம் நிகழ்கால மற்றும் எதிர்கால நுகர்விற்காகப் பொருட்களை எவ்வாறு உற்பத்தி செய்கிறது என்பதைப் பற்றி பொருளாதாரம் ஆய்வு செய்கிறது.

பொருளியல், 'அரசியல் பொருளாதாரம்' என்றும் அழைக்கப் படுகிறது. பாலிஸ் (Polis) என்ற கிரேக்கச் சொல்லுக்கு 'அரசு' (State) என்று பொருள். அரசு நிர்வாகத்திற்குத் தொன்மை எழுத்தாளர்கள் 'அரசியல் பொருளாதாரம்' என்ற பதத்தைப் பயன்படுத்தினார்கள். தனி ஒரு மனிதன் தனது குடும்ப வருமானத்தைச் சிறந்த முறையில் பயன்படுத்த வேண்டும் என்று எதிர்பார்க்கப்படுகிறது. அதே போன்று அரசும் ஒரு சமுதாயத்திற்கு அதிக நலம் கிடைக்கச் செய்யவேண்டும். ஆகவே இது "அரசியல் பொருளாதாரம்" எனப்படுகிறது.

எல்லா பொருளாதார நடவடிக்கைகளுக்கும் மனித விருப்பங்களே துவக்க நிலையாகும். முயற்சி எடுக்காவிடில் மனித விருப்பங்களை நிறைவு செய்ய முடியாது. எனவே, விருப்பம், முயற்சி மற்றும் மனநிறைவு ஆகியவற்றை மையமாகக் கொண்டது பொருளாதாரமாகும். மனித விருப்பங்களோடு தொடர்புடைய அறிவியலே பொருளியலாகும். ஆனால் நடைமுறையில் மனித விருப்பங்களை நிறைவுச் செய்யும் வளங்கள் வரையறைக்குட்பட்டன.

மனித விருப்பங்களை நிறைவு செய்யும் பொருள்கள் பற்றாக்குறையாக (Scarcity) உள்ளன. தனி மனிதனுக்கும், அரசுக்கும் கிடைப்பருமை பொதுவானதே. பற்றாக்குறை என்பது மனிதனுடைய அன்றாட வாழ்க்கையில் நிலவுகின்ற அடிப்படை உண்மை. ஆகவே பொருளியல் 'பற்றாக்குறை குறித்த அறிவியலாகும்'.

நம்முடைய விருப்பங்கள் எண்ணிடலங்காதவை. ஆனால் அவற்றை நிறைவு செய்யும் வளங்கள், பற்றாக்குறையானவை. இது 'தெரிவுசெய்தலுக்கு' வழிவகுக்கின்றது. நமது விருப்பங்களை நிறைவு செய்யும் பொருட்களின் அளிப்பு

அளவில்லாமலிருந்தால் ‘தெரிவு–செய்தல்’ என்ற பிரச்சினை எழாது. மனித விருப்பங்கள் எண்ணற்றவை என்பது உண்மை. ஆனால் அனைத்து விருப்பங்களும் சமமான முக்கியத்துவம் உடையவை அல்ல. ஆகையால் நாம் மிக முக்கியமான, மிக அவசியமான விருப்பங்களைத் தெரிவு செய்ய வேண்டியுள்ளது. எனவே ‘தெரிவு செய்தல்’ என்பது பொருளாதார நடவடிக்கையின் சாராம்சமாகும். பொருளியல் என்பது ‘தெரிவு செய்யும் அறிவியல்’ என்றும் கருதப்படுகிறது.

நடைமுறையில் நாம் விரும்பும் பண்டங்களனைத்தும் ‘கிடைப்பருமை’ உடையன அல்ல. இயற்கையில் கிடைக்கும் சில பண்டங்களான காற்று, சூரிய ஒளி போன்றவை ஏராளமாக கிடைக்கின்றன. இவை நமது வாழ்விற்கு இன்றியமையாதனவாக இருப்பினும், அவற்றை நாம் விலை கொடுத்து வாங்குவது இல்லை. அவை இலவசப் பண்டங்கள் (free goods) எனப்படும். ஆனால் நாம் விரும்பும் பண்டங்களில் பெரும்பான்மையானவை கிடைப்பருமை மிக்கவை. அவைகளை விலை கொடுத்தே வாங்க வேண்டும். பொருளியலில் பண்டங்களின் விலை எவ்வாறு தீர்மானிக்கப்படுகிறது என்றும் பயிலுகிறோம். எனவே பொருளியல், ஒரு ‘விலைத் தீர்மானம்’ பற்றிய அறிவியல்.

நவீன பொருளாதாரம் ஒரு ‘பணவியல் பொருளாதாரம்’. விலைகள், பணமாகச் செலுத்தப்படுகின்றன. இன்றைய சமுதாயத்தின் பொருளியல் வாழ்க்கையில் ‘பணம்’ ஒரு முக்கியப் பங்கு வகிக்கின்றது. பண்டங்களை வாங்கவும் விற்கவும், வாரம், கூலி வட்டிவீதங்களைச் செலுத்தவும் பணம் பயன்படுத்தப்படுகின்றது. அன்றாட வாழ்க்கையில் பணத்தின் முக்கியப் பங்கினைப்பற்றி பொருளியலில் பயிலுகிறோம்.

நமது விருப்பங்களை நிறைவு செய்யும் பற்றாக்குறையான பண்டங்களை நாம் ‘செல்வமாக’ கருதுகிறோம். எனவே தொன்மைக் காலங்களில் பொருளியல் செல்வத்தைப் பற்றிய ஒரு அறிவியலே. மனித நலத்தை மேம்படுத்த செல்வம் அவசியம். ஆகையால் பொருளியல், செல்வத்தைப் பற்றியும் அதனோடு நலத்தைப் பற்றியும் கூறுகிறது.

மேலும் பொருளியலின் இயல்புகளைச் சுருக்கமாக காண்போம்.

பொருளியலின் இலக்கணங்கள்

‘பொருளியலின் தந்தை’ ஆதம் ஸ்மித், ஆல்ஃபிரட் மார்ஷல், இலயனல்–ராபின்ஸ், பால் ஏ. சாமுவேல்சன் ஆகிய பொருளியல் அறிஞர்கள் அளித்த முக்கிய இலக்கணங்கள் பின்வருமாறு :

செல்வ இலக்கணம் : (ஆதம் ஸ்மித்) (Adam Smith)

ஆதம் ஸ்மித் (1723-90) பொருளியலின் இலக்கணத்தைக் வரையறுத்துள்ளார். *“பொருளியல் என்பது செல்வத்தைப் பற்றிய ஓர் அறிவியல்”*. 1776 ஆம் ஆண்டில் *“நாடுகளின் செல்வம்”*. என்ற புத்தகத்தை அவர் எழுதியுள்ளார். அவர் அரசியல் பொருளியலின் தந்தை எனப்படுகிறார். ஏனெனில், இவரே முதன்முதலில் அனைத்துப் பொருளியல் கருத்துக்களையும் முறையாக ஒருங்கிணைத்தவர் ஆவார். ஆதம் ஸ்மித்துக்குப் பிறகே பொருளியலை நாம் முறைபடுத்தப்பட்ட அறிவியலாகப் பயில்கிறோம்.

பொருளியலில் ‘செல்வம்’ சிறப்பிடத்தைப் பெறுகிறது. பொதுவாக செல்வம் என்பது பணத்தைக் குறிக்கும். பொருளியலில் மனித விருப்பங்களை நிறைவு செய்யும் அனைத்துப் பண்டங்களும் ‘செல்வம்’ எனப்படும். ஆனால், மனித விருப்பங்களை நிறைவு செய்யும் அனைத்துப் பண்டங்களும் செல்வமாகக் கருதப்பட மாட்டா என்பதை மனதில் கொள்ள வேண்டும். (எ.கா.) காற்றும் சூரியஒளியும் நமக்கு அத்தியாவசியமானவை. அவையின்றி நாம் வாழ இயலாது. ஆனாலும் அவை செல்வமாகக் கருதப்படுவதில்லை. ஏனெனில் அவை அளவற்ற அளிப்பு கொண்டவை. ஓரளவு பற்றாக்குறையும் பணமதிப்பு உள்ள பண்டங்கள் அனைத்தும் செல்வமாகக் கருதப்படுகின்றன.

நாம் செல்வத்தின் நுகர்வு, உற்பத்தி, பரிமாற்றம், பகிர்வு என்பனவற்றைப் பயில்கிறோம். “செல்வ உற்பத்தி மற்றும் செல்வப் பகிர்வு சார்ந்த செயல்முறை அறிவியல்’ என்று ஜே.எஸ்.மில் பொருளியலை வரையறை செய்கிறார். செல்வத்தை அடைவதிலும், அதனைப் பயன்படுத்துவதிலும் ஏற்படும் பிரச்சினைகள் பற்றி அறிவதே ‘பொருளியல்’ என்னும் கருத்தை ஆதம் ஸ்மித் கொண்டிருந்தார். அனைத்து நாடுகளும் செல்வத்தை எவ்வெவ்வழியில் பெருக்கிக் கொள்வது என்பதைப் பற்றி அறிவதில் அவர் நாட்டம் கொண்டிருந்தார்.

குறைபாடுகள்

ஆதம் ஸ்மித்தின் செல்வ இலக்கணத்தில் பல குறைபாடுகள் உள்ளன. பொருளியலுக்கு இவர் இலக்கணம் தரவில்லை. கார்லைல், ரஸ்கின் போன்ற சமூக அறிவியலாளர்கள் பொருளியலை “மகிழ்வற்ற அறிவியல்” என்றும் “இருண்ட அறிவியல்” என்றும் அழைத்தனர். ஆனால் அது நியாயமற்றது. ஏனெனில் பொருளியலின் தன்மையும், எல்லையும் தவறாக உணரப்பட்டது. இவ்விலக்கணம் செல்வத்திற்கு முக்கியத்துவம் அளித்ததை அவர்கள் பணத்தைப் பற்றிய கருத்தாக எண்ணிக் கொண்டார்கள். மக்கள் பணம்

திரட்டுதல் மட்டுமே தலையாய நோக்கமென பொருளியல் விளக்கியதாக ரஸ்கின் மற்றும் கார்லைல் முடிவுக்கு வந்தனர். செல்வந்தர்களாவதையே குறியாகக் கொண்டிருந்த தால் – பொருளியலை இவர்கள் ஒரு `சுயநல அறிவியல்' என்று அழைத்தனர்.

மேற்கூறிய குற்றச்சாட்டுகள் தவறானவை. பொருளியலில் செல்வம் என்பது பணத்தை மட்டும் குறிப்பது அன்று. இது மனித விருப்பங்களை நிறைவு செய்யும் பற்றாக்குறையான பண்டங்களை குறிக்கும். அது மட்டுமின்றி தொன்மைப் பொருளியல் அறிஞர்கள் 'செல்வம்' என்ற பதத்தை 'நலம்' என்றே பொருள் கொண்டனர்.

செல்வத்திற்கு அதிக முக்கியத்துவத்தை ஆதம் ஸ்மித் அளித்தார் என்பதே மிகப்பெரிய பொருளியலில் செல்வத்தைப் பற்றி அறிந்துகொள்ளுதல் அவசியம் என்பதில் சந்தேகம் ஏதுமில்லை. ஆயினும் அதைவிடவும் முக்கியமானது மனிதனைப் பற்றி அறிந்து கொள்ளுதலே! செல்வத்தைவிட, மனித இனத்தின் நடவடிக்கையைப் பற்றிப் பயிலுகின்ற அறிவியலே பொருளியல்.

ஆதம் ஸ்மித்தின் பொருளியல் இலக்கணத்தைப் பற்றி விவாதிக்கும்போது அவர் வாழ்ந்த காலத்தை நாம் கருத்தில் கொள்ள வேண்டும். இவர், இங்கிலாந்தில் தொழிற்புரட்சி ஏற்பட்ட காலத்தில் இந்நூலை எழுதியுள்ளார். இங்கிலாந்தில் தொழிற்புரட்சி பெருமளவு முதலீட்டினாலும், பேரளவு இயந்திரங்களின் பயன்பாட்டினாலும், பேரளவில் செல்வத்தை உற்பத்தி செய்ய வழிவகுத்தது. எனவேதான் ஆதம் ஸ்மித் செல்வத்தை முக்கியத்துவப்படுத்தி "நாடுகளின் செல்வமும் அதன் இயல்பும் காரணங்களும் (Causes) பற்றிய ஓர் ஆய்வு" என்ற நூலை வெளியிட்டார்.

ஆல்ஃபிரடு மார்ஷலின் (1842-1924) நல இலக்கணம் (Welfare Economics)

1890 ஆம் ஆண்டு ஆல்ஃபிரடு மார்ஷல் *'பொருளாதார கோட்பாடுகள்'* என்ற நூலை வெளியிட்டார். அதில் அவர் அன்றாட வாழ்க்கையில் மனித இனத்தைப் பற்றிப் பொருளியல் ஆராய்கிறது என்று வரையறுத்துள்ளார். *"சாதாரண மனிதனுடைய வாழ்க்கையின் அன்றாட நடவடிக்கைகளைப் பற்றி பொருளியல் ஆராய்கிறது".*

பொருளியல் செல்வத்தைப் பற்றி ஆராய்கிறது என்பதை மார்ஷல் ஏற்றுக் கொள்கின்றார். ஆனால் பொருளியல் செல்வத்தைப் பற்றி மட்டுமே ஆராய்கிறது என்பதை ஏற்றுக் கொள்ளவில்லை.

பொருளியல் ஒரு பக்கம் செல்வத்தைப் பற்றியும், அதைவிட முக்கியமாக மற்றொரு பக்கம் மனிதனைப் பற்றியும் ஆய்வு செய்கின்ற இயல். அவருடைய மையக் கருத்து மனிதனைப் பற்றியதே. செல்வத்தைப் பற்றி ஆராய்வதைவிட மனிதனைப் பற்றி ஆராய்வதே இன்றியமையாததாக கருதுகின்றார்.

பொருளியல் மனித இனத்தின் அனைத்து நடவடிக்கைகளையும் ஆராயவில்லை. மனிதனை வாங்குபவர்–விற்பவராகவும், உற்பத்தியாளர்–நுகர்வோராகவும், சேமிப்பாளர்– முதலீட்டாளராகவும், முதலாளி–தொழிலாளியாகவும் "பொருளியல் ஆராய்வதாக கெயின்கிராஸ் (Caincross) கூறுகின்றார்.

மக்கள் வருமானத்தை எவ்வாறு பெறுகிறார்கள். அவற்றை எவ்வாறு பயன் படுத்துகிறார்கள், வளங்களை எவ்வாறு மிகச் சிறந்த முறையில் உபயோகப் படுத்துகிறார்கள் என்பதைப் பற்றி பொருளியல் ஆராய்கிறது.

"பொருள்சார் நலனை எவ்வாறு உயர்த்துவது" என்பதைப் பற்றி ஆராய்கிறது. பொருள்சார் நலனுக்கு முக்கியத்துவம் கொடுத்துள்ளதால், பொருள்சார் நல இயலாக பொருளியல் ஆயிற்று.

திறனாய்வு

ஆடம் ஸ்மித்தின் செல்வ இலக்கணத்தைவிட மார்ஷலின் நல இலக்கணம் சிறந்தது என்றால் மிகையாகாது. சமூகப் பிரச்சனைகளுக்கு இது முக்கியத்துவம் கொடுத்துள்ளது. பொருளியல் என்பது ஒரு சமூக அறிவியல் ஆகும். அது மட்டுமன்றி, செல்வத்துக்கும் பொருள்சார் நலனுக்கும் உள்ள தொடர்பை விளக்குகிறது. பொருளியல் ஓர் அறிவியல். அது பொருள்சார் நலனைப் பற்றியது என்ற மார்ஷலின் மையக் கருத்தை இலயனல் இராபின்ஸ் கடுமையாக குறை கூறினார். அரசியல் பொருளாதாரத்தை தவறாக கையாண்டுள்ளதாக மார்ஷலை இராபின்ஸ் குறை கூறுகின்றார்.

1. முதலாவதாக பொருள்சார் நலனை உயர்த்தும் நடவடிக்கைகளை மட்டும் பொருளியல் ஆராய்கிறது. ஆனால் பல நடவடிக்கைகள் பொருள்சார் நலனை உயர்த்துவது இல்லை. ஆனால் அவை பொருளியல் நடவடிக்கைகளாக கருதப்படுகின்றன. உதாரணமாக, மது, சிகரெட்டு உடல் நலனுக்குத் தீங்கானது என்பதை நாம் அறிவோம். ஆனால் அப்பொருட்கள் உற்பத்தி செய்யப்பட்டு விற்பனை செய்யப்படுகின்றன. அப்பொருளுட்களுக்கும் சந்தை உண்டு, வாங்குபவரும், விற்பவரும் உண்டு. எனவே உற்பத்தி செய்வதும், பகிர்வு செய்வதும் பொருளியல் நடவடிக்கைகளாகக் கருதப்படுகின்றன.

மற்றொரு எடுத்துக்காட்டாக, 'போர்', பொருள் சார் நலனை உயர்த்துவது இல்லை. ஆனால் போரைப்பற்றிய பொருளாதாரம் நமது இயலில் உண்டு . பொருளியலில் இது ஒரு முக்கிய பிரிவாகும். போருக்கு பல பொருளாதார பிரச்சனைகள் காரணமாகும். அரசியல், சமூக காரணங்களைவிட பொருளியல் காரணமே மிகவும் முக்கியமானதாகும். ஆகவே பொருளியல் பொருள்சார் நலனை உயர்த்துவது என்பது பொருந்தாது.

இரண்டாவதாக சில பொருளியல் நடவடிக்கைகள் நலனை உயர்த்துகின்றன. ஆனால் பொருள்சார் நலனை உயர்த்துவது இல்லை. எடுத்துக்காட்டாக மருத்துவர்கள், வழக்கறிஞர்கள், நடிகர்கள், இசைக் கலைஞர்கள் போன்றோரின் பணிகள் நமது நலனை உயர்த்துகின்றன. ஆனால் அவர்களுடைய பணிகள் பருப்பொருள்களை உற்பத்தி செய்வது இல்லை. பொருள்சார் நல இலக்கணத்தின்படி இவர்களுடைய நடவடிக்கைகள் பொருளியல் நடவடிக்கைகளாக கருதப்படுவது இல்லை. ஏனெனில் இவர்களுடைய பணிகள் பொருள்சார் நலனை உயர்த்துவது இல்லை. இவர்களுடைய பணிகளைப் நாம் பயன்படுத்துகிறோம். சில சமயங்களில் அதிக விலை கொடுத்து இவர்களது பணிகளைப் பெறுகிறோம். இவர்களது பணிகளுக்கு பொருளியலில் மதிப்பு உண்டு. பொருள்சார் நலனுக்கான காரணங்களைப்பற்றி பொருளியல் ஆராய்கிறது என்று கூறுவது தவறான வழிகாட்டுதலாகும். பொருளாதாரம் எதைச் சார்ந்து இருப்பினும் உறுதியாக, பருப்பொருள் நலன்பற்றிய செயல்களைச் சார்ந்தது அன்று என்பது ராபின்ஸின் அசைக்க முடியாத கருத்தாகும்.

மூன்றாவதாக மார்ஷலின் இலக்கணம் பகுப்புக்களின் (classificatory) அடிப்படையில் அமைந்துள்ளது. இது பகுத்தாய்வின் (analytical) அடிப்படையில் அமையவில்லை. பருப்பொருள்களின் உற்பத்தி எடுத்துக்காட்டாக நாற்காலி, மேசை, மிதிவண்டி, ஊர்தி, இரு சக்கர வாகனம், நான்கு சக்கர வாகனம், ரொட்டி போன்றவை மட்டுமே பொருளியல் நடவடிக்கைகளாக கருதப்படுகிறது. ஆசிரியர் அல்லது நீதிபதி பணிகள் பருப்பொருள்களை உற்பத்தி செய்யாததால் இவர்களின் பணிகள் பொருளியல் நடவடிக்கையாக கருதப்படுவது இல்லை. இது தவறான கருத்தாகும். 'உருளைக்கிழங்கு உற்பத்தி பொருளியல் நடவடிக்கை என்றும், தத்துவப்படைப்பு பொருளியல் நடவடிக்கை அல்ல என்றும் நாம் கூறுவதில்லை' என்று இலயனல் ராபின்சன் கூறுகின்றார்.

இறுதியாக 'நலம்' என்ற நீதிக்கருத்தினை அறிமுகப் படுத்தும்போது, பொருளியல் ஒரு துல்லியத்தன்மையற்ற அறிவியலாகும். பொருள்சார் நலனை

அளவிடுதல் கடினமான ஒன்று. சில மக்களின் நலனை உயர்த்தும் பொருளாதார கொள்கைகள் பல மக்களின் நலனை பாதிக்கும்.

மேற்கண்ட குறைபாடுகள் இருந்தபோதும், செல்வம், மனிதன், மனிதநலம் ஆகியவற்றின் தொடர்புகளை மார்ஷல் விளக்கியதன்மூலம் பொருளியலின் எல்லையை விரிவுபடுத்தியுள்ளார் என்பதை மறக்கவோ மறுக்கவோ முடியாது.

நவீன பொருளியல் இலக்கணம்

கிடைப்பருமை அல்லது பற்றாக்குறை இலக்கணம் (இலயனல் ராபின்ஸ்) (Lionel Robbins Scarcity Definition):

இலயனல் ராபின்ஸ் அவர்கள் பொருளியலுக்கு கீழ்கண்டவாறு இலக்கணம் வரையறுத்துள்ளார்.

"விருப்பங்களோடும், கிடைப்பருமையுள்ள, மாற்று வழிகளில் பயன்படத்தக்க சாதனங்களோடும் தொடர்புள்ள மனித நடவடிக்கை களைப்பற்றி பயிலுகின்ற அறிவியலே பொருளியலாகும்".

பேராசிரியர் இலயனல் ராபின்சன் "பொருளாதார அறிவியலின் இயல்பும் அதன் சிறப்பும் பற்றிய ஒரு கட்டுரை" என்ற தமது நூலில் (1932) மேற்கண்டவாறு இலக்கணம் தந்துள்ளார்.

இராபின்ஸ் இலக்கணத்தின் அடிப்படை இயல்புகள் கீழ்க்கண்டவாறு

1. இலக்குகள் பல வகைப்படும். இலக்குகள் என்றால் மனித விருப்பங்கள் என்று பொருள்படும் மனித விருப்பங்கள் எண்ணற்றவை.
2. வளங்கள் வரையறைக்குட்பட்டவை. காலம், பணம், வளங்கள் ஆகியவை வரையறைக்குட்பட்டவை.
3. காலம், பணம் ஆகியவற்றை நாம் மாற்று வழிகளில் பயன்படுத்தலாம். (உ.ம்.) நேரம் வரையறைக்குட்பட்டதாக இருப்பினும் அதை நாம் பல காரணங்களுக்குப் பயன்படுத்து கிறோம். பணம் ஈட்டுவதற்காகவோ அல்லது ஓய்வெடுக்கவோ நேரத்தை நாம் பயன்படுத்தலாம்.
4. எல்லா விருப்பங்களும் சம முக்கியத்துவம் வாய்ந்தவை அல்ல.

இங்கு சில கருத்துக்கள் கவனிக்கப்பட வேண்டும். நிறைய விருப்பங்களில் பொருளியல் அறிஞர்களே ஆர்வம் காட்டுவதில்லை.

உதாரணமாக இருவகையான விருப்பங்களை நிறைவேற்ற தேவையான நேரமும், வளங்களும் இருக்கும்பொழுது அவற்றை நாம் அரிதாக பயன்படுத்த வேண்டியதில்லை. வளங்கள் வரையறைக்குட்டதாக இருப்பினும், அவை மாற்றுப் பயன்பாடு இல்லாதவையாக இருப்பின் நாம் அதையும் அரிதாக பயன்படுத்த வேண்டியது இல்லை. மேலும் எல்லா விருப்பங்களும் சமமுக்கியத்துவம் உடையவையாக இருப்பின் எதையும் நாம் அரிதாக பயன்படுத்த வேண்டியது இல்லை. காலம் வரையறைக்குட்பட்டது. ஒரு நாளைக்கு 24 மணிநேரமே உள்ளது. தொழிலாளி பணத்தைப் பெற மட்டுமே விரும்பினால், அதிக நேரம் வேலை செய்யவேண்டும். ஓய்வெடுப்பதைத் துறக்க வேண்டும். ஓய்வெடுக்க விரும்பினால் வருமானத்தை துறக்கவேண்டும் இரண்டையும் ஒரே நேரத்தில் பெறமுடியாது.

மனித விருப்பத்தை நிறைவு செய்யும் அனைத்து வளங்களும் பற்றாக்குறையானவை அல்ல. (உ.ம்) காற்று, சூரிய ஒளி ஆகியவை மிக அதிக அளவில் கிடைக்கின்றன. அவைகள் இலவசப் பண்டங்கள் ஆகும். ஆனால் நாம் விரும்பும் பண்டங்கள் நமது விருப்பங்களோடு தொடர்புபடுத்திப் பார்க்கும்பொழுது பற்றாக்குறையாக உள்ளன. எண்ணற்ற விருப்பங் களோடும், பற்றாக் குறையான வளங்களோடும் தொடர்புடைய மனித நடவடிக்கைகளைப் பற்றி பொருளியல் ஆராய்கிறது என்பது தெளிவாகிறது. வளங்கள் வரையறைக்குட்பட்டு இருப்பதால் நாம் அவற்றிற்கு ஒரு விலை கொடுக்க வேண்டியுள்ளது. பற்றாக்குறையான பண்டங்களின் விலைகள் எவ்வாறு தீர்மானிக்கப்படுகின்றன என்பதைப் பொருளியலில் நாம் பயிலுகிறோம். பல வகையான விருப்பங்களில் ஒன்றைத் தெரிவு செய்தல் வேண்டும். ஆகவே பற்றாக்குறையும், தெரிவு செய்தலும் பொருளியலின் மைய கருத்தாகும். எனவே பொருளியல் தெரிவுசெய்யும் அறிவியல் ஆகும்.

மாற்றுப்பண்டங்களிடையே தெரிவு செய்தல் பொருளியலின் அடிப்படைக் கருத்தாகும். இது முதலாளித்துவம், சமதர்மம், கலப்புப் பொருளாதாரம் ஆகிய எல்லா பொருளாதார அமைப்புக்களுக்கும் பொருந்தக்கூடியதாகும்.

முதலாளித்துவ பொருளாதாரம் அங்காடிப் பொருளாதாரம் என்றும் அழைக்கப்படுகிறது. இங்கு நுகர்வோருக்கு சமதர்ம பொருளாதாரம் அல்லது கட்டளைப் பொருளாதாரத்தைவிட தெரிவு செய்யும் வாய்ப்புகள் அதிகம். சமதர்ம பொருளாதாரம் திட்டமிட்ட பொருளாதாரமாகும். அனைத்து அடிப்படை தீர்வுகளும் அரசால் தீர்மானிக்கப்படுவதால் நுகர்வோருக்கு இங்கு தெரிவு செய்யும் வாய்ப்பு குறைவாக இருக்கும். அடுத்து கலப்புப் பொருளாதாரம்.

இந்தியா கலப்புப் பொருளாதாரத்திற்கு ஒரு சிறந்த எடுத்துக்காட்டு. கலப்புப் பொருளாதாரத்தில் அரசு/பொதுத் துறையும், தனியார் துறையும் முக்கியப் பங்காற்றுகின்றன. சில துறைகளில் நுகர்வோருக்கு தெரிவு செய்வதில் வாய்ப்புகள் அதிகமாகவும், அரசு அதிக கட்டுப்பாடுகளைக் கொண்டுள்ள பல துறைகளில் நுகர்வோர் தெரிவு செய்யும் வாய்ப்புகள் குறைவாகவும் உள்ளது. ஆனால் எல்லா வகையான அமைப்புகளிலும் திட்டமிடுதல் உண்டு. ஆனால் திட்டமிடுதலின் தன்மையில் மாறுபாடு உள்ளது. திட்டமிடுதல் என்பது குறிகோளுடன் தேர்ந்தெடுத்தலும், தெரிவு செய்தலும் பொருளியல் நடவடிக்கைகளின் சாராம்சமுமாகும்.

குறைபாடுகள்

மனித நடவடிக்கைகளைப் பொருளியல்சார்ந்த நடவடிக்கைகள், பொருளியல் சாரா நடவடிக்கைகள் என்று இருவகையாக மார்ஷலின் இலக்கணம் வகைப்படுத்துகிறது. பொருள்சார் நலனை உயர்த்தும் நடவடிக்கைகள் பொருளியல் நடவடிக்கைகளாக மார்ஷல் கருதுகிறார். ஆனால் இராபின்சனின் இலக்கணம் அனைத்து நடவடிக்கைகளையும் முழுமையாக ஆராய்கிறது. தேவையோடு ஒப்பிடும்போது ஒரு பொருள் பற்றாக்குறையாக இருப்பின் அதுவே பொருளியலின் பாடப் பொருளாகும். அந்த வகையில், வழக்குரைஞர், மருத்துவர், நடிகர்கள் ஆகியோர்களின் உழைப்பும் பொருளியலின் பாடப்பொருளாக எடுத்துக் கொள்ளப்படுகிறது.

இராபின்சனின் இலக்கணப்படி பொருளியல் ஒரு அறிவியலாகும். பொருளியலின் பிரச்சனைகளில் அறநெறிக் கருத்துக்களைக் கருத்தில் எடுத்துக்கொள்ளவில்லை. வேறு வகையில் கூறுவோமானால் இது ஒழுக்கநெறிக் கருத்துக்களைப் புறக்கணித்துவிட்டது. பொருளியலுக்கும், சமுதாய நலத்திற்கும் உள்ள தொடர்பை உறுதிப்படுத்த இது முயற்சிக்கவில்லை. ஆனால் சில பொருளியல் அறிஞர்கள் இக்கருத்தை குறை கூறியுள்ளனர். அவர்களின் கருத்துப்படி, இது சமூக அறிவியலாக கருதப்படுவதால், மனித நலத்தை உயர்த்துவதே இதன் நோக்கமாகும். இராபின்சின் இலக்கணத்தில் மனிதத்துவம் காணப்படவில்லை என்று குறை கூறுகின்றனர். விலைத் தீர்மானம் பற்றிய அறிவியலாகவே இது பொருளியலை காண்கிறது. ஆனால் பொருளியலானது மதிப்புக் கோட்பாடு அல்லது வளங்களின் பங்கீட்டை விட கூடுதலானது.

பொருளியல் பிரச்சனைகள் பற்றாக்குறையினாலேயே எழுகிறது என்பது இராபின்சனின் கருத்தாகும். ஆனால் இப்பிரச்சனைகள் பண்டங்களின்

ஏராளமான அளிப்பினாலும் தோன்றும். எடுத்துக்காட்டாக 1930ல் ஏற்பட்ட பொருளியல் மந்தம் ஏராளமான அளிப்பினால் தோன்றியதே அன்றி பற்றாக்குறையினால் அல்ல. எனவேதான் உலகப் பொருளாதார மந்தம் 'செழுமையில் வறுமை' என்று வருணிக்கப்படுகிறது. மேற்கண்ட குறைபாடுகள் இருப்பினும், இராபின்சனின் இலக்கணத்தைப் பல பொருளியல் அறிஞர்கள் ஏற்றுக் கொண்டுள்ளனர். ஏனெனில் இது பற்றாக்குறை, தெரிவு ஆகிய வாழ்க்கையின் இரு முக்கிய கருத்துக்களையும் வற்புறுத்துகிறது.

தொழில்நுட்ப மேம்பாடு காரணமாக உற்பத்தி முறைகளில் முன்னேற்றம் ஏற்பட்டுள்ளது. ஆனால் எப்பொழுதும் பற்றாகுறை நம்மிடயே உள்ளது. எனவே தான் பொருளியல் பற்றாக்குறை அறிவியலாக கருதப்படுகிறது.

சாமுவெல்சனின் இலக்கணம் (நவீன பொருளாதார இலக்கணம்)

சாமுவெல்சனின் இலக்கணம் நவீன பொருளாதார இலக்கணமாக கருதப்படுகிறது. மாற்றுப் பயன்பாடுடைய பற்றாக்குறையான வளங்களைப் பயன்படுத்தி சமுதாயம் எவ்வாறு தேர்ந்தெடுக்கிறது என்பதைப் பற்றியும், பண்டங்களையும், பணிகளையும் தற்கால, எதிர்கால நுகர்வுக்காக உற்பத்தி செய்கின்றனது என்பது பற்றியும் பயிலும் ஒரு சமூக அறிவியலே பொருளியலாகும்.

இது ஒரு பொதுவான இலக்கணமாகும். இராபின்சன், சாமுவேல்சனின் இலக்கணங்களில் பல பொதுவான கருத்துக்கள் காணப்படுகின்றன. பல்வேறு பயன்பாடுகளையுடைய பற்றாக்குறையான வளங்களை சமுதாயம் எவ்வாறு பயன்படுத்துகிறது என்பதைப்பற்றிக் கூறும் சமூக அறிவியலே பொருளியல் ஆகும் என்று சாமுவெல்சன் இலக்கணம் வகுத்துள்ளார். இவை அனைத்தும் இராபின்சனின் இலக்கணத்திலும் காணப்படுகிறது. மனிதர்களும், சமுதாயமும் பற்றாக்குறையான வளங்களைப் பயன்படுத்தி எவ்வாறு தற்கால, எதிர்கால நுகர்வுக்காகப் பண்டங்களையும், பணிகளையும் உற்பத்தி செய்கின்றனர் என்பதைப் பற்றி சாமுவேல்சன் (கூடுதலாக) கூறுகின்றார். எவ்வாறு சமுதாயம் பணத்தைப் பயன்படுத்தியோ பயன்படுத்தாமலோ இத்தெரிவுகளை செய்கிறது என்று இவர் கூறுகின்றார்.

நிகர பொருளாதார நலம்

சாமுவேல்சன் நிகர பொருளாதார நலம் (Net Economic Welfare) என்ற புதிய கருத்தை உருவாக்கியுள்ளார். நாட்டு பொருளாதார நலத்தை

உருவாக்கும் நுகர்வு, முதலீட்டுப் பண்டங்கள், நாட்டின் மொத்த உற்பத்தியில் (Gross National Product) ஒரு பகுதியாகும்.

நாம் செல்வந்தராக மாறும்போது வருமானத்தைவிட ஓய்வை அதிகம் விரும்புகிறோம். ஓய்விற்காக அதிக நேரத்தை ஒதுக்கும்போது மொத்த நாட்டு உற்பத்தி குறையும். ஆனால் நலம் உயரும். ஆகவே மொத்த நாட்டு உற்பத்தியை கணக்கிடும்போது ஓய்வில் கிடைக்கும் மன நிறைவையும் சேர்த்துக் கணக்கிட நிகர பொருளாதார நலம் (NEW) கிடைக்கும்.

பெண்கள் வீட்டில் செய்யும் அனைத்து வேலைகளின் மதிப்பும் மொத்த நாட்டு உற்பத்தியை கணக்கிடும்பொழுது சேர்த்துக் கொள்ளப்படவில்லை. ஆனால் அதை சேர்த்துக் கொள்ள வேண்டும். அப்பொழுதுதான் நமக்கு சரியான நிகர–பொருளாதார நலம் கிடைக்கும்.

எல்லா சமுதாயத்திலும் சில சட்டத்திற்குப் புறம்பான நிகழ்வுகள் உண்டு. (உ.ம். போதைப்பொருள் விற்பனை) இவை சமூக கேடாதலால் இவற்றை நிகர பொருளாதார நலத்தில் சேர்த்துக் கொள்ளக்கூடாது.

சில நிழல் (underground) நடவடிக்கைகள் உண்டு. அதிக வருமானம் ஈட்டுபவர்கள் (உ.ம்.) (வழக்கறிஞர்கள், கணக்கர்கள், நடிகர்கள், மருத்துவர்கள்) வருமான வரி செலுத்தும்போது உண்மையான வருமானத்தைக் காட்டுவதில்லை. இந்த கணக்கில் வராத (கறுப்புப்பணம்) பணம் மொத்த நாட்டு உற்பத்தியில் சேர்க்கப்படவேண்டும். இல்லையெனில் மொத்த நாட்டு உற்பத்தி குறைவானதாகவே இருக்கும்.

பொருளாதார வளர்ச்சி நிகழும் காலங்களில் சுற்றுச்சூழல் மாசு ஏற்படும். இதற்கு ஆகும் செலவை மொத்த நாட்டு உற்பத்தியிலிருந்து கழிக்க நமக்கு நிகர பொருளாதார நலம் கிடைக்கும்.

நாட்டு வருமானத்தில், நிகர பொருளாதார நலம் பற்றி பயிலுவது மிகவும் இன்றியமையாததாகும்.

பொருளியல் பிரிவுகள் (Main Divisions of Economics)

பொருளியலில் நான்கு உட்பிரிவுகள் உண்டு. அவை நுகர்வு, உற்பத்தி, பரிமாற்றம், பகிர்வு. நவீன காலத்தில், பொருளியல் அறிஞர்கள் பொது நிதி என்ற புதிய பிரிவையும் கூடுதலாக சேர்த்துள்ளனர். இவைகள் ஒன்றோடு ஒன்று தொடர்புடையன. மேலும் அவைகள் ஒன்றை ஒன்று சார்ந்துள்ளன.

நுகர்வு (Consumption): மனித விருப்பங்களை நிறைவு செய்வது நுகர்வு எனப்படும். விருப்பங்கள் இருப்பதாலேயே பொருளியல் நடவடிக்கைகள்

நடைபெறுகின்றன. விருப்பம் நிறைவேற்றப்படும் செயலே நுகர்வு என்று அழைக்கப்படுகிறது. பொதுவாக, நுகர்வு என்பது பயன்படுத்துதலைக் குறிக்கும். வழக்குரைஞர்களின் பணியைப் பயன்படுத்துவது என்பது, பண்டங்களின் நுகர்வு போன்றதே ஆகும்.

நுகர்வு பற்றிய உட்பிரிவில் நாம், விருப்பங்களின் தன்மை (Nature of wants), விருப்பங்களின் வகைகள், (Classification of wants) நுகர்வு விதிகளான, குறைந்து செல் இறுதி பயன்பாட்டு விதி (Law of Diminishing Marginal Utility), ஏஞ்சலின் குடும்ப செலவு விதி (Engels' Law of Family Expenditure), தேவை விதி (Law of Demand) ஆகியவற்றையும் பயலுகின்றோம்.

உற்பத்தி (Production) : உற்பத்தி என்பது செல்வத்தை உருவாக்குதல் என்று பொருள்படும். இது பயன்பாட்டின் ஆக்கம் என்றும் பொருள்படும். பயன்பாடு என்பது விருப்பத்தை நிறைவு செய்யும் பண்டத்தின் ஆற்றல் ஆகும். பயன்பாடு மூன்று வகைப்படும். அவை வடிவ பயன்பாடு (Form Utility), இடப்பயன்பாடு (Place Utility), காலப் பயன்பாடு (Time Utility) எனப்படும். மனித விருப்பங்களை நிறைவு செய்யும் பண்டங்களை உற்பத்தி செய்யும் பொருளியல் நடவடிக்கைகள் அனைத்தும் உற்பத்தி எனப்படும். நிலம், உழைப்பு, மூலதனம், தொழில் அமைப்பு ஆகிய நான்கும் உற்பத்திக் காரணிகள் ஆகும். உற்பத்தியின் உட்பிரிவில் நாம், மால்தஸின் மக்கள் தொகைக்கோட்பாடு, விகித விளைவு விதி (Returns to Scale), மாறும் விகித விளைவு விதி (Law of variable proportions) ஆகியவை தோன்றுகின்றன. மேலும் தொழில் மயமாதல், தொழில் அமைப்புகள் பற்றியும் பயிலுகின்றோம்.

பரிமாற்றம் (Exchange)

இன்றைய உலகில் தனி மனிதனோ, நாடோ ஒன்றை ஒன்று சாரமல் வாழ முடியாது. இது பரிமாற்றத்திற்கு வழிகோலுகிறது; பரிமாற்றத்தால் ஒன்றை கொடுத்து மற்றொன்றை பெற்றுக் கொள்கிறார்கள். பண்டங்கள் மற்ற பண்டங்களுக்காகவோ அல்லது பணத்திற்காகவோ மாற்றிக் கொள்ளப் படுகின்றன. பண்டமாற்று முறையில் பண்டங்கள் பண்டங்களுக்காக பரிமாற்றிக் கொள்ளப்படுகின்றன. இன்றைய பொருளாதாரம் ஒரு பணப் பொருளாதாரமாகும். பண்டங்கள் பணத்திற்காக பரிமாற்றப்பட்டால், நாம் பணத்தின் பணிகளைப் பற்றியும், வங்கிகளின் பங்கு பற்றியும் மேலும், விலைத் தீர்மானம் பற்றியும் பயிலுகிறோம். அயல் நாட்டு வாணிகத்தின் பல நோக்கு குறித்தும் விவாதிக்கப்படுகிறது.

பகிர்வு (Distribution)

நிலம், உழைப்பு, மூலதனம், தொழில் முனைவு ஆகிய உற்பத்தி காரணிகளைப் பயன்படுத்தி செல்வம் உற்பத்தி செய்யப்படுகிறது. இச்செல்வமானது காரணிகளுக்குரிய ஊதியமான வாரம், கூலி, வட்டி, இலாபம் ஆகியவற்றிற்குப் பகிர்ந்தளிக்கப்படுகிறது. பொருளியலில் தனி மனிதப் பகிர்வு பற்றியோ சமுதாயத்தில் செல்வம் வெவ்வேறு மனிதர்களிடையே எவ்வாறு பகிர்ந்தளிக்கப்படுகிறது என்பது பற்றியோ ஆராய்வது இல்லை. செயல்முறை பகிர்வுக்கு நாம் முக்கியத்துவம் அளிக்கிறோம். நான்கு உற்பத்தி காரணிகளும், வெவ்வேறு பணிகளை மேற்கொள்வதால் அவற்றிற்கு, காரணி ஊதியம் வழங்கப்படுகிறது.

பொது நிதி

பொதுநிதியானது அரசின் பொருளாதாரப் பணிகளைப் பற்றி ஆராய்கிறது. இதில் நாம் அரசின் வரவு – செலவு பற்றிப் பயிலுகிறோம். எனவே, இதில் நாம், வரிவிதிப்பு, பொது செலவு, பொது கடன் ஆகியன பற்றி படிக்கின்றோம்.

முடிவுரை

நாம் குறுகிய எல்லைக்குள்ளோ, வரையரைக்குட்படுத்தியோ இதைப் பார்க்கக் கூடாது. அவைகள் ஒன்றை ஒன்று சார்ந்ததும், தொடர்புடையதும் ஆகும் (உ.ம்) உற்பத்தியில்லாமல் நுகர்வு இல்லை. உற்பத்தியின் நோக்கம் செல்வத்தை உற்பத்தி செய்வதே ஆகும். செல்வத்தைச் செல்வத்திற்காக உற்பத்தி செய்யாமல் மனித விருப்பங்களை நிறைவு செய்யவே உற்பத்தி செய்கிறோம். வேறு வகையாக கூறினால், நுகர்வுக்காகப் பண்டங்களை உற்பத்தி செய்கின்றோம். மனித நலத்தை மேம்படச் செய்வதே உற்பத்தியின் இறுதியான நோக்கமாகும். உற்பத்தி என்பது தொடக்கம், நுகர்வு என்பது முடிவாகும். பொதுவாக மக்கள் பண்டங்களை விற்பனைக்காக உற்பத்தி செய்கின்றனர். எனவே பரிமாற்றம் நடைபெறுகிறது. உற்பத்தியையும் நுகர்வையும் இணைப்பது பரிமாற்றமாகும். செல்வம் எவ்வாறு உற்பத்தி செய்யப்படுகிறது, எவ்வாறு பகிர்ந்து அளிக்கப்படுகிறது என்பதைப் பொறுத்தே நாட்டின் பொருளாதார நலம் அமைகிறது. சரியாகப் பகிர்ந்து அளிக்கப்படாவிட்டால் வருமானம், செல்வம் ஆகியவற்றில் ஏற்றத்தாழ்வுகள் ஏற்படும். இவை உற்பத்தியையும், நுகர்வையும் பாதிக்கும். எனவே பொருளியலின் அனைத்துப் பிரிவுகளும் ஒன்றுக்கொன்று தொடர்புடையவை, சார்ந்தவை ஆகும்.

பொருளியல் இயல்புரை அறிவியலா? நெறியுரை அறிவியலா? (Economics Positive Science or Normative Sciene)

பொருளியல் இயற்புரை அறிவியலா அல்லது நெறியுரை அறிவியலா என்ற கேள்வியே எழவேண்டிய அவசியமில்லை. அதற்குமாறாக, ஒரு பாடத்தின் இருபகுதிகளாக கருதவேண்டும். இயல்புரை அறிவியல் என்பது உள்ளதை உள்ளவாறு காணும் ஒழுங்குபடுத்தப்பட்ட அறிவுத் தொகுதியாகும். மாறாக "நெறியுரை பொருளியல் எதுவாக இருக்கவேண்டும் என்ற கோட்பாட்டை வகுக்கும் இயல்" என்று ஆசிமாகாபுளஸ் (Asimakopulos) கூறுகின்றார்.

இயல்புரைப் பொருளியல் என்பது பொருளாதார நிகழ்வுகளை விவரிக்கும் ஒரு இயல், பொருளியல் கோட்பாடுகளை விளக்க இது முயலுகின்றது. ஆனால் நெறியுரைப் பொருளியல் நீதிநெறி, ஒழுக்கநெறி கருத்துக்களுக்கு முக்கியத்துவம் கொடுக்கிறது. நெறியுரைப் பொருளியல் நிகழ்வுகளை உள்ளவாறு ஆராயாமல் அவை எவ்வாறு இருக்கவேண்டும் என அறிவுறுத்துகின்றது.

பொருளாதார கூற்றுகள் இயல்புரைக் கூற்று என்றும் நெறியுரைக் கூற்று என்றும் இருவகைப்படும். இதில் கருத்து வேறுபாடு ஏற்படின், விபரங்களைச் சரிபார்த்து, இக்கூற்று சரியா? தவறா? என்பதை அறிந்து கொள்ளலாம். ஆனால் நெறியுரைக் கூற்றில் கருத்து வேறுபாடு ஏற்படின் விவரங்களைச் சரிபார்த்து பிரச்சனைகளுக்குத் தீர்வு காணமுடியாது. வேலையின்மையைக் குறைக்க அரசு என்ன கொள்கைகளை மேற்கொண்டது? பணவீக்கத்தைக் குறைக்க அரசு மேற்கொண்ட நடவடிக்கைகள் யாவை? போன்ற வினாக்கள் இயல்புரை பொருளியலில் தோன்றும். பணவீக்கத்தைவிட வேலையின்மைப் பிரச்சனையைத் தீர்க்க அரசு அதிக கவனம் செலுத்த வேண்டுமா? என்று கேட்டால் அது நெறியுரையிலாகும். அரசியல், நீதிநெறி தத்துவங்கள் போன்ற நெறியுரை வினாக்களைத் தவிர்க்கவேண்டும் என்று இராபின்சன் கூறுகின்றார். இயல்புரைக் கூற்றுகளை மட்டுமே நாம் ஆராயவேண்டும் என்று கூறுகின்றார். பொருளாதார நிகழ்வுகளைப்பற்றி நீதிநெறி அல்லது அறிவழியின் அடிப்படையில் அது மதிப்பீடு செய்வதில்லை. நெறியுரை அறிவியலின் அடிப்படையில் பொருளியல் ஒரு தூய அறிவியல் அல்ல. ஆனால் பல பொருளியல் அறிஞர்கள் இக்கருத்திலிருந்து மாறுபடுகின்றார்கள். அறநெறிக்கருத்துக்களைக் கருத்தில் கொண்டு. பொருளியல் சமூக அறிவியலாக இருப்பதால் மனித நலத்தை மேம்படுத்த வெண்டும் என்று அறிஞர்கள் கூறுகின்றார்கள். இதிலிருந்து நாம் "ஆக்க நல பொருளாதாரம்" (Welfare Economics) என்று புதிய பிரிவைப் பெறுகிறோம்.

பொருளாதாரமும் பிற சமூக அறிவியல்களுடன் அதன் தொடர்பு (Relation of Economics to other Social Sciences)

பொருளியல், மனித விருப்பங்களை நிறைவு செய்வதைப் பற்றி ஆராயும் ஒரு சமூக அறிவியலாகும். இது மற்ற சமூக அறிவியல்களான சமூகவியல், அரசியல் , வரலாறு, அறநெறிஇயல், நீதிநெறியியல், உளவியல் ஆகியவற்றோடு தொடர்புடையது. (உம்) ஒரு நாட்டின் பொருளாதார முன்னேற்றம் பொருளாதார காரணங்களால் மட்டுமன்றி, அரசியல், வரலாறு, சமூகவியல் காரணங்களாலும் ஏற்படும். ஆங்கிலேயர் ஆட்சிக் காலத்தில் நமது நாடு வரலாற்றுக் காரணங்களால் அதிக பொருளாதார வளர்ச்சி அடையவில்லை. அரசியலில் நிலையானதன்மை இருந்த காரணத்தால், மெதுவான அதே நேரத்தில் நிலையான பொருளாதார வளர்ச்சியை நமது நாடு அடைந்துள்ளது. அரசியல் நிலையின்மை காரணமாக மற்ற நாடுகள் நிலையான பொருளாதார வளர்ச்சியை அடையவில்லை. ஒரு நாட்டில் தினமும் அரசு மாறினால் அந்த நாடு பொருளாதார முன்னேற்றத்தை அடையமுடியாது.

பொருளியலும் சமுதாய இயலும் (Economics and Sociology)

சமுதாய இயல் ஒரு சமுதாய அறிவியல். அரசியலும், பொருளியலும் சமூக இயலின் பிரிவுகளென கருதப்படலாம். சமூகவியல் என்பது பொதுவான சமூக அறிவியலாகும். சமூக முழுமைக்கும் சமுதாய விதிகளையும் விபரங்களையும் உருவாக்க முயற்சிக்கிறது. சமுதாயத்தின் அனைத்து பகுதிகளையும் விளக்குகிறது. ஆனால் பொருளியல் சமுதாயத்தின் பொருளியல் பகுதிகளை மட்டுமே விளக்குகிறது. எனவே பொருளியல் சமுதாய இயலின் ஒரு பகுதியாகும். எண்ணற்ற விருப்பங்களுக்கும் பற்றாக்குறையான வளங்களுக்கும் இடையேயான தொடர்பை இது விளக்குகிறது.

சமூக இயல் மாணவனுக்கு சமுதாய அமைப்புகளான திருமணம், மதம், அரசியல் நிருவாகம், பொருளியல் சூழல் முதலியன முக்கியமான பாடப்பகுதிகளாகும். மேலே கூறப்பட்ட இயல்புகள் பொருளியல் வாழ்க்கையை எந்த அளவுக்கு பாதிக்கும் என்பதைபற்றி மட்டுமே நாம் கருத்தில் கொள்கின்றோம். சமூகவியலின் பண்புக்கூறுகளைக் கருத்தல் கொள்ளாமல் ஒரு சமுதாயத்தின் பொருளியல் நிலைபாடுகளை நாம் சரிவர புரிந்துகொள்ள இயலாது. (எ.கா.) பசுக்கள் இந்துக்களால் புனிதமானவையாக கருதப்படுகின்றன. கடுமையான எதிர்ப்பு காரணமாக, பசுக்கள் புரதச்சத்து மிகுந்தவையாக இருப்பினும் அவற்றை உணவுக்காகக் கொல்லமுடியாது.

பொருளியல் சமூகவியலின் பிரிவு என்றாலும் அதை நாம் தனியான, வேறுபட்ட பிரிவாக கருதவேண்டும்.

பொருளியலும் அரசியலும் (Economics and Politics)

பொருளியலும் அரசியலும் சமூக அறிவியல்களாகும். அவைகளுக் கிடையே நெருங்கிய தொடர்பு உண்டு. அரசியல் என்பது நாடு அல்லது சமுதாயம் பற்றிய அறிவியலாகும். இது அரசியலில் மனிதனுக்குள்ள உறவைப் பற்றிப் பயிலுகிறது.

செல்வ உற்பத்தியிலும் பகிர்விலும் அரசின் செல்வாக்கு அல்லது பங்கு அதிகம். பொருளாதார திட்டமிடலை நம்நாடு பின்பற்றுகிறது. உற்பத்தியை அதிகரித்தல் மூலமும் சிறந்த முறையில் பகிர்வு செய்தல் மூலமும் நாட்டு வருமானத்தை அதிகரிக்கச் செய்வதே திட்டமிடுதலின் முக்கிய நோக்கமாகும்.

அரசின் முகவராக (Agency) செயல்படும் திட்டக்குழு இதில் முக்கியப் பங்காற்றுகிறது. தேசிய மய மாக்குதல் (Nationalisation), தனியார் மயமாக்குதல் (Privatization), மதுவிலக்கு (Prohibition) ஆகியவை பொருளியலிலும் அரசியலிலும் மிக முக்கியமான பகுதிகளாகும். வேலையின்மையும், தொழிலாளர் பிரச்சினைகளும் பொருளியலின் பிரச்சினைகளாகும். (Issues) இவற்றுக்கு அரசு சரியான முறையில் தீர்வு காணவேண்டும். பொருளியலுக்கும் அரசியலுக்கும் அதிக தொடர்பு இருப்பதால் தொன்மைப் பொருளியல் அறிஞர்கள் இதை அரசியல் பொருளாதாரம் என்றே அழைத்தனர். அனேக நாடுகள், பொருளாதர பிரச்சினைகளை மையாக வைத்து தேர்தலை சந்தித்துள்ளன.

சில சமயங்களில் அரசியல் கருத்துக்களும் அரசியல் அமைப்புகளும் உருவாக முக்கிய காரணம் பொருளியல் சூழ்நிலையே ஆகும். இங்கிலாந்தில் தொழிற்புரட்சி காலத்தில் பொருளியல் ஏற்றத்தாழ்வுகளும், பொருளாதார சுரண்டல்களும்தான் சமதர்ம பொருளாதார அமைப்பு தோன்ற காரணமாக அமைந்தன. காரல் மார்க்ஸ் (Karl Marx) சமதர்ம பொருளாதாரத்தின் தந்தை என்று அழைக்கப்படுகின்றார்.

பொருளியலும் வரலாறும் (Economics and History)

பொருளியல் வரலாற்றோடு நெருங்கிய தொடர்புடையது. வரலாறு கடந்தகால நிகழ்வுகளின் பதிவேடாகும். கடந்தகால மக்களின் சமூக, பொருளாதார, அரசியல் நிலைப் பற்றிகூறுவது வரலாறு ஒரு வரலாற்று மாணவனுக்கு மொகலாய மன்னர்களின் மதக் கொள்கைகள், அரசின்

நிகழ்வுகள் எல்லாம் முக்கியத்துவம் வாய்ந்தவை. ஆனால் கடந்தகால பொருளாதார பிரச்சனைகளைப் புரிந்து கொள்ளும் அளவிற்கு மட்டுமே நாம் வரலாற்றில் ஆர்வம் காட்டுகிறோம்.

கடந்தகாலங்களில் மக்களின் வாழ்க்கைத்தரம், வரி விதித்தல், வருவாயைத் திரட்டுதல் ஆகியனவே பொருளியல் மாணவனுக்கு முக்கியத்துவம் வாய்ந்ததாகும்.

வரலாற்று விபரங்களைப் பயன்படுத்தி பொருளியல் விதிகளை உருவாக்குகின்றோம். கடந்த கால மக்களின் பொருளாதார நிலையை அறிந்து கொள்ள வரலாறு பயன்படுகிறது. இதற்கு "வரலாற்றுப் பொருளியல்" (Economic History) என்ற தனிப்பிரிவு உள்ளது. வரலாற்றுக்கும் பொருளியலுக்கும் உள்ள தொடர்பை பின்வருமாறு கூறலாம். வரலாறு இல்லாத பொருளியல் வேரற்ற மரம் போன்றது, பொருளியல் இல்லாத வரலாறு கனியற்ற மரம் போன்றது ("Economics without history has no root History without Economics has no fruit".)

பொருளியலும் அறஇயலும் (Economics and Ethics)

அறஇயல் ஒரு சமூக அறிவியல். இது ஒழுக்க நெறிகளைப் பற்றி கூறுகிறது. எது சரி, எது தவறு என்று சுட்டிக்காட்டுகிறது. இது மனிதனது நல்வாழ்வைக் குறிக்கோளாக கொண்டுள்ளது. பொருளியலுக்கும் அறஇயலுக்கும் நெருங்கிய தொடர்பு உண்டு. மக்களின் பருப்பொருள் நலத்தை மேம்படுத்துவதே பொருளியல் என்று மார்ஷல் கூறுகிறார். ஆனால் மக்களின் ஒழுக்க நெறிகளை மேம்படுத்துவது அறவியலாகும். பொருளியல் பிரச்சனைகளை ஆராயும்பொழுது அறநெறிக் கருத்துக்களைக் கருத்தில் கொள்கின்றோம். அரசுக்கு அதிக வருவாய் இழப்பை ஏற்படுத்திடினும், அற ஒழுக்கத்திற்காக அரசு மதுவிலக்கை (Prohibition) அமுல்படுத்துகிறது.

பொருளியல் பிரச்சனைகளை ஆராயும்பொழுது ஒழுக்கநெறி (அல்லது) அறநெறிகளைப் பற்றி கருத்தில் கொள்ளவேண்டியது இல்லை என்று இராபின்சன் கூறுகின்றார். ஆனால் இவருடைய கருத்தை பிற பொருளியல் அறிஞர்கள் ஏற்றுக் கொள்ளவில்லை. பொருளியலை அறவியலிலிருந்து பிரிக்க முடியாது என்று கருதுகின்றனர். பொருளியல், அறஇயலின் கைப்பாவை (Handmaid) என்று மார்ஷல் கருதுகின்றார். மனித வாழ்க்கையை மேம்படுத்துவதே பொருளியல் என்று கருதுகின்றார்.

பொருளியலும் சட்ட இயலும் (Economics and Jurisprudence)

சட்ட இயல் என்பது ஒரு சட்ட அறிவியலாகும். பொருளாதார வளர்ச்சி நாட்டின் சட்டதிட்டங்களைப் பொறுத்து அமையும். நல்ல சட்டங்கள் பொருளாதார வளர்ச்சிக்கு வழி வகுக்கும். தவறான சட்டங்கள் பொருளாதார வளர்ச்சிக்கு ஊறு விளைவிக்கும். (உம்.) கடந்த காலங்களில் அயல்நாட்டு முதலீட்டாளர்களை நாம் வரவேற்றபோது, நமது நாட்டின் வரி விதிப்பு கடினமானது என்றும் சரியானது அல்ல என்றும் கருதினார்கள். ஆனால் இன்று நிறைய மாற்றங்கள் ஏற்பட்டுள்ளன. பொருளாதார வளர்ச்சி மேம்பாடு அடைய எளிதான, தெளிவான வரிவிதிப்பு முறைகளும் தொழிலாளர் நலச் சட்டங்களும் தேவை.

பொருளியலும் உளவியலும் (Economics and Psychology)

உளவியல் என்பது மனிதனது மன நிலையை ஆராயும் அறிவியலாகும். குழந்தைகள் உளவியல் (Child Psychology), மக்கள் திரன் (Mob Psychology) உளவியல், தொழில் சார்ந்த உளவியல் (Industrial Psychology) குற்றவியல் உளவியல் (Criminal Psychology), என உளவியல் பல பிரிவுகளைப் பெற்றுள்ளது. பொருளியல் பற்றாக்குறையான வளங்களுக்கும் எண்ணற்ற விருப்பங்களுக்கும் இடையேயான மனித நடவடிக்கைகளைப் பற்றிக் கூறுகிறது.

பொருளியல் பிரச்சனைகளை ஆராய உளவியல் பற்றிய அறிவு அவசியமானது. தொழிலாளர் பிரச்சனைகளை ஆராய, தொழில் சார்ந்த உளவியல் அறிவு அவசியமானது. ஒரு நல்ல விற்பனையாளன், தன்னுடைய பண்டங்களின் விலையை மாற்ற விரும்பும்போது வாங்குபவரின் மனநிலையை நன்கு அறிந்திருத்தல் அவசியமாகும். பல முக்கியமான பொருளியல் விதிகள் உளவியலை அடிப்படையாக கொண்டே அமைந்துள்ளன. (உம்) குறைந்து செல் இறுதி நிலைப் பயன்பாட்டு விதி, ஒரு பண்டத்தின் இருப்பு அதிகரிக்க அதிகரிக்க, அதை வாங்கும் விருப்பம் குறைந்து கொண்டே செல்லும் என்று கூறுகின்றது.

பொருளியலும், கணிதவியலும், புள்ளியியலும் (Economics, Mathematics and Statistics)

மற்ற அறிவியல்களைப் போலவே, பொருளியல் கணிதவியலோடும், புள்ளியியலோடும் தொடர்புடையது. புள்ளியியல் என்பது 'சராசரி' பற்றிய, 'எண்ணிக்கை' பற்றிய அறிவியலாகும். பொருளியலில் நாம் பயன்படுத்தும் அட்டவணைகளும், வரைபடங்களும் புள்ளியியலை அடிப்படையாகக் கொண்டவை. கணிதவியல் முறைகள் நவீன பொருளாதாரத்தில் அதிக அளவில் பயன்படுத்தப்படுகின்றன.

அளவியில் பொருளாதாரம் (Econometrics) என்ற புதிய அறிவியல் பாடப்பகுதி பொருளியலில் பிரிவில் உள்ளது. புள்ளியியலையும், கணித இயலையும் பயன்படுத்துகிறோம். 1930–ல் அளவியல் உருவாக்கப்பட்டது. அளவியல் முதல் நோபல் பரிசு ஜான் டின்பெரின் (Jan Tinbergen) மற்றும் இராக்னர் ஃபிரிஷ் (Ragnar Frisch) ஆகியோருக்கு, அவர்கள் ஆற்றிய பங்களிப்பிற்காக வழங்கப்பட்டது.

இயங்குநிலையும் இயங்காநிலையும்

(Dynamic and Static Concepts)

பொருளாதாரச் செயல்பாட்டை அறிந்து கொள்வதற்கு காலத்தின் பங்கு இன்றியமையாதது. இரண்டு வகையான அணுகுமுறைகள் உள்ளன. 1. இயங்கா நிலை (Static) 2. இயங்கு நிலை (Dynamic) இயங்கா நிலை, ஒரு குறிப்பிட்ட காலகட்டத்தில் பொருளியல் பிரச்சனைகளைப் பற்றி ஆராய்கிறது. குறுகிய காலத்தில் சில மாற்றங்கள் ஏற்படும் என்று நாம் அனுமானிக்கிறோம். மாற்றங்கள் ஏற்படாத குறுகிய காலத்தைப்பற்றி ஆராயும் அணுகுமுறை ஒப்பீட்டு மாறாச் சமநிலை (Compartive Static) ஆகும். (உம்) ஒப்பீட்டு மாறா சமநிலையில், ஒரு காலக்கட்டத்தில் உள்ள பொருளாதார நிலையையும் வேறு ஒரு காலக்கட்டத்தில் உள்ள பொருளாதார நிலையையும் ஒப்பிட்டு பார்க்கிறோம். மார்ஷலின் 'தேவை அளிப்புக் கோட்பாடு' இதற்கு ஒரு நல்ல எடுத்துக்காட்டாகும்.

இயங்குநிலையில், சமுதாயம் ஒரு சமநிலையிலிருந்து மற்றொரு சமநிலைக்கு மாறும் வழிமுறையைப் பற்றி ஆராய்கிறோம். இயங்கு நிலையில் காலத்தின் பங்கு இன்றியமையாதது. இயங்கு நிலையில் மாற்றம் என்பது மையக்கருத்தாகும். (உம்) முந்தைய காலத்தின் வட்டி வீதத்தைப் பொறுத்து இன்றைய முதலீடு அமையும் வணிகச் சுழல் (Trade Cycle) இதற்கு ஒரு நல்ல எடுத்துக் காட்டாகும்.

இருப்பும் செலவும் ரொக்கமும் (Stocks and Flows)

இருப்பும், பொருளியலின் அடிப்படைக் கருத்தமைவாகும். இருப்பை ஒரு காலக்கட்டத்தில் அளவிட முடியும். Flow என்பது குறிப்பிடப்பட்ட இடைவெளியில் (Period of Time) அளவிட முடியும். வேறு வகையில் கூறினால், இதில் காலப் பரிமாணம் முக்கியமானது. (உம்) செல்வம் இருப்பாகும். வருமானம், செலவாகும்.

நுண்ணியல் பொருளியல் (Micro Economics) பேரியல் பொருளியல் (Macro Economics)

பொருளியல் கோட்பாடுகள் நுண்ணுயில் பொருளியல் என்றும், பேரியல் பொருளியல் என்றும் இருவகையாகப் பிரிக்கப்படுகின்றன.

தனி ஒரு பண்டத்தின் விலை, தனிப்பட்ட நிறுவனங்கள் அல்லது தொழில், தனிக்குடும்பங்கள், ஆகியவற்றைப் பற்றி ஆராய்வது நுண்ணியல் பொருளாதாரம் ஆகும்.

பேரியல் பொருளியல், நாட்டின் பொருளாதாரத்தை முழுமையாக ஆராய்கிறது. நாட்டின் ஒட்டுமொத்த பொருளாதாரச் செயல்பாடுகள் பற்றிய ஒரு முழுமையான கருத்தை (பரிமாணத்தைப்) அளிக்கிறது முழுவேலைவாய்ப்பு, சேமிப்பு, முதலீடு ஆகிய ஒட்டுமொத்த பொருளியல் தொகுதிகளுக்கிடையே உள்ள தொடர்பை விளக்குகிறது. வருமானக் கோட்பாடு, வேலைவாய்ப்புக் கோட்பாடு, விலைக்கோட்பாடு, பணக்கோட்பாடுகளையும் பேரியல் பொருளியல் என்று கூறலாம்.

பொருளியல் ஒரு அறிவியல்

பொருளியல் ஒரு கலையியலா? அல்லது அறிவியலா? என்ற கேள்விக்கு இடமில்லை. அறிவியல் என்பது ஒழுங்குபடுத்தப்பட்ட ஒரு அறிவுத் தொகுதியாகும். இயற்பியல், வேதியியலைப் போன்றே பொருளியலும் ஒரு அறிவியலாகும். இயற்பியல், வேதியியல் போன்ற அறிவியல்களில், உற்று நோக்குதல், ஆய்வு செய்தல், சோதித்தல் ஆகிய நடைமுறைகளுக்குப் பின்னரே கோட்பாடுகள் வரையறுக்கப்படுகின்றன. இதே அறிவியல் முறைகள்தான் பொருளியலிலும் பின்பற்றப்படுகின்றன. மற்ற அறிவியல்களைப் போன்றே காரணம் மற்றும் விளைவு ஆகியவற்றுக்கிடையேயான தொடர்பை விளக்குகிறது.

அறிவியலானது, இயற்கை அறிவியல் (Physical Science) என்றும் சமூக அறிவியல் (Social Science). என்றும் இருவகைப்படும். இயற்பியலும் வேதியியலும் அறிவியலுக்கு உதாரணமாகும். பொருளியல் சமூக அறிவியலுக்கு உதாரணமாகும். மனித நடவடிக்கைகளின் ஒரு குறிப்பிட்ட பகுதியை மட்டுமே இது கூறுகிறது. மனித நடவடிக்கைகள் மிகவும் சிக்கலானவை. எளிதாக இவற்றைக் கற்க இயலாது. எனவே பொருளியல் மற்ற அறிவியலைப் (Physical Science) போன்று தெளிவானது, சரியானது, துல்லியமானது அன்று.

சமூக அறிவியல்களான அரசியல், வரலாற்றை விட பொருளியல் ஒரு அறிவியல் என்று கூறுவதற்கு முழுத் தகுதி படைத்தது. ஏனெனில் பொருளியலில் நாம் பயன்பாட்டை அளப்பதற்குப் பணத்தை ஒரு கருவியாகப் பயன்படுத்துகிறோம். இது ஒரு தோராயமான மதிப்பீடுதான் என்றாலும் பொருளியல் விதிகள் முழுவடிவம் பெற இது உதவுகிறது. சில நேரங்களில் பொருளியல் கூறும் கருத்து நடைமுறை வாழ்க்கையில் உண்மையில்லாமல் போகலாம். மற்ற அறிவியல்களிலும் இதே போன்று ஏற்படும். சில பொருளியல் விதிகள் உண்மையில் நடைபெறாமல் போனாலும், பொருளியல் ஒரு அறிவியல் இல்லை என்று கூறமுடியாது.

பொருளியல் ஆய்வு முறைகள் (Methods of Economic Analysis)

பொருளியலில் இருவகையான ஆய்வு முறைகள் உள்ளன. 1. பகுத்தாய்வு முறை (Deductive) 2. தொகுத்தாய்வு முறை (Inductive Method)பகுத்தாய்வு முறையை, பகுத்தறியும் முறை என்றும், (Analytical) கருத்தியலான முறை (Abstract) என்றும் கூறுவதுண்டு. இது முன்நிலைச் சார்பு முறையைச் சார்ந்தது. சில அடிப்படை எடுகோள்களிலிருந்து முடிவுகள் பெறப்படுகின்றன. கிரேக்கர்களிடையே இம்முறை மிகவும் பிரபலமானது.

பகுத்தாய்வு முறையானது. பொதுக்கருத்திலிருந்து தனிக் கருத்தைப் பெறுவது ஆகும். தொன்மைப் பொருளியல் அறிஞரான ரிகார்டோ பகுத்தாய்வு முறையைப் பின்பற்றினார்.

தொகுத்தாய்வு முறையானது (Inductive Method) தனிக் கருத்திலிருந்து பொதுக் கருத்தைப் பெறுவதாகும். அறிவியல் தேடுதலில் தொகுத்தாய்வு முறையே சிறந்தது என்று பிரான்சு பேகான் (France Bacon) கூறுகின்றார். பொருளியல் பிரச்சனைகளுக்கு மேற்கண்ட எந்த முறைகளும் நிறைவு அளிக்கக் கூடியவையாக இல்லை. பரிணாமக் கோட்பாட்டினை அளித்த, புகழ்பெற்ற அறிவியல் அறிஞரான டார்வின் (Darwin) தொகுத்தாய்வு முறையையும், பகுத்தாய்வு முறையையும் இணைத்து புதிய பொது விளக்கக்கோட்பாட்டை (Hypothesis) புகுத்தியுள்ளார் (உருவாக்கியுள்ளார்).

டார்வினின் தொகுத்தாய்வு, பகுத்தாய்வு முறைகளின் முக்கிய கருத்துக்களாவன

1. பிரச்சனைகளை அறிதல் (Identification)
2. அனுமானங்களை உருவாக்குதல்
3. புள்ளி விவரங்களைச் சேகரித்தல், தொகுத்தல், ஆராய்தல்

4. முடிவுகளைப் பெறுதல்.

5. சரிபார்த்தல், நீக்குதல், அல்லது திருத்தி அமைத்தல்

பகுத்தாய்வு முறை சிறந்ததா? அல்லது தொகுத்தாய்வு முறை சிறந்ததா? என்ற மிகப்பெரிய சர்ச்சை கடந்த காலத்தில் எழுந்தது. தற்பொழுது அந்த வேறுபாடு காணப்படவில்லை. வலது காலும் இடது காலும் நடப்பதற்கு எவ்வாறு அவசியமோ அதே போன்று தொகுத்தாய்வு முறையும், பகுத்தாய்வு முறையும் அறிவியல் ஆய்வுக்குத் அவசியம் என்று இன்றைய அறிஞர்கள் கருதுகின்றனர்.

பொருளியல் விதிகளின் இயல்பு

மற்ற சமூக அறிவியல்களைப் போன்று பொருளியலும் அதற்குரிய விதிகளைக் கொண்டுள்ளது. ஒரு குறிப்பிட்ட சூழ்நிலையில், கொடுக்கப்பட்ட நிபந்தனைக்குட்பட்டு, என்ன நடக்கவேண்டும் என்று கூறும் கூற்றே விதியாகும். நடவடிக்கைகள் ஒவ்வொன்றும் ஒரு விளைவை ஏற்படுத்தும். புவியீர்ப்பு விசையின் காரணமாகவே ஒரு பொருள் தரையில் விழுகின்றது என்பது இயற்பியல் விதியாகும். புவியீர்ப்பு விசை என்ற விதி ஒரு போக்குரைக் கூற்று Statement of Tendencies ஆகும். அதேபோன்று பொருளியல் விதிகளும் போக்குரைக் கூற்றுக்கள் ஆகும். (உ.ம்.) தேவை விதியின்படி பண்டங்களின் விலை குறையும் பொழுது தேவை விரிவடையும். பண்டங்களின் விலை குறையும் பொழுது மக்கள் அதை அதிகமாக வாங்குவார்கள் என்பதே இதன் பொருளாகும். அதே போன்று பண்டங்களின் விலை உயரும் பொழுது குறைவாகவே வாங்குவார்கள். இவ்விதிகள் சில நிபந்தனைக்குட்பட்டே நிகழும் சூழ்நிலைகள் அல்லது நிபந்தனைகள் மாறுபட்டால் இவ்விதி செயல்படாது. இது எல்லா அறிவியலுக்கும் பொருந்தக்கூடிய ஒன்று.

இயற்பியல் விதிகள் துல்லியத்தன்மை வாய்ந்தவையாகும். ஆனால் பொருளியல் விதிகள் இயற்பியல் விதிகளைப் போன்று துல்லியத்தன்மை வாய்ந்தனவல்ல (உம்.) புவியீர்ப்பு விசை. இது சாதாரண துல்லியத்தன்மை உடைய போக்குரைக் கூற்றாகும். ஆனால் பொருளியலில், மனிதனைப் பற்றியும், பொருளியலோடு தொடர்புடைய நடவடிக்கைகளைப்பற்றியும் ஆராய்கிறோம். பரிசோதனைக் கூடத்திற்குள்ளோ அலலது வெளியிலோ மனிதனது நடவடிக்கைகளைப் பரிசோதித்து அறிய முடியாது. ஆகவே பொருளியல் விதிகள் இயல்பியல் விதிகளைப் போன்று துல்லியத்தன்மை உடையன அல்ல. சராசரி மனித நடவடிக்கைகளைப் பற்றி நாம் ஆராய்கிறோம் என்பதைக் கருத்தில் கொள்ள வேண்டும்.

பொருளியல் மனிதனைப்பற்றியும் மனித இனத்தின் நடவடிக்கைகள் பற்றியும் ஆராய்வதால், பொருளியல் விதிகள் சிக்கலானவை துல்லியத்தன்மை அற்றவை ஆகும். எனவேதான் மார்ஷல் "பொருளியல் விதிகளை எளிய துல்லியமான புவிஈர்ப்பு விசை விதிகளோடு ஒப்பிடுவதைவிட கடல் அலைகளின் விதிகளோடு ஒப்பிடலாம்" என்று குறிப்பிட்டுள்ளார். சூரிய சந்திர ஈர்ப்பினால் அலைகள் தோன்றுகின்றன என்று அறிவியல் கூறுகிறது. பௌர்ணமியன்று அலைகள் அதிகம் தோன்ற வாய்ப்பு உள்ளது. அலைகள் அதிகம் தோன்றாமல் இருப்பதற்கும் வாய்ப்பு உள்ளது. பொருளியல் விதிகளிலும் இத்தகைய போக்குகள் காணப்படும். (உம்) பணத்தின் அளவு அதிகரிக்கும் பொழுது பொருளின் விலை மட்டம் (Price level) உயரும். ஆனால் எந்த அளவிற்கு விலை மட்டம் உயரும் என்பதைத் துல்லியமாக கூற இயலாது. ஆனால் பொருளியல் விதிகள் அரசியல், வரலாற்று விதிகளை விட துல்லியத்தன்மை வாய்ந்தவையாகும். ஏனெனில் நாம் பணத்தைப் பயன்பாட்டை அளவிடும் அளவுகோளாகப் பயன்படுத்துகிறோம். பணம் ஒரு தோராயமான மதிப்பீடுதான் என்றாலும் அது பொருளியல் விதிகளுக்கு முழுவடிவம் கொடுக்கிறது.

பொருளியல் விதிகள் அனைத்தும் சில எடுகோள்களைச் சார்ந்துள்ளன. தேவை விதியை எடுத்துக்கொண்டால் "மற்றவை மாறாதிருக்கும் பொழுது" *(ceteris paribus)* ஒரு பண்டத்தின் விலை குறையும் போது மக்கள் அப்பொருளை அதிக அளவில் வாங்குவார்கள் என்று கூறுகிறது.

'மற்றவை மாறாதிருக்கும்போது' என்றால் 1. மக்களின் வருமானம் நிலையாக இருக்கவேண்டும். 2. சுவை உணர்வு மாறக்கூடாது. 3. மற்ற பண்டங்களின் விலை நிலையாக இருக்கவேண்டும். 4. புதிய பதிலீட்டுப் பண்டங்கள் இருத்தல்கூடாது. மேற்கண்ட எடுகோள்கள் அனைத்தும் மாறாமல் இருந்தால்தான் இவ்விதி உண்மையாகும்.

பொருளியல் விதிகள் பலவகையான நிபந்தனைக்குட்பட்டவை யாகும். ஆகவேதான் சில நிபந்தனைகளை நாம் மேற்கொள்கின்றோம். பொருளியல் விவரங்கள் சரிபார்க்கப்பட்டு, பரிசோதிக்கப்பட்டு, அது உண்மை என்று அறிந்த பிறகே இது விதியாக உருவாகின்றது. ஆனால் பல பொருளியல் விதிகளைப் பரிசோதனைக்கு உட்படுத்தமுடியாது. ஆகவே பொருளியல் விதிகளில் சில நிபந்தனைக்குட்பட்டவை.

இயற்பியல் விதிகள் அனைவராலும் ஏற்றுக் கொள்ளப்பட்டவை. ஆனால் பொருளியல் விதிகள் அனைவருக்கும் ஏற்புடையன அல்ல. இருப்பினும் சில

விதிவிலக்குகள் உண்டு. குறைந்த செல் விளைவு விதி அனைவராலும் ஏற்றுக்கொள்ளப்பட்ட ஒன்றாகும்.

பொருளியல் விதிகளின் முக்கியத்துவம்

பொருளியில் விதிகள் நடைமுறை வாழ்க்கைக்கு மிக முக்கியமாகும். சில பொருளியல் விதிகள் அனைத்து பொருளாதார அமைப்புகளுக்கும் பொருந்தக் கூடியன. (உ.ம்.) குறைந்து செல் விளைவு விதி, குறைந்து செல் இறுதி நிலைப் பயன்பாட்டு விதி, தேவை விதி போன்றவை முக்கியமான விதிகளாகும்.

பண அளவுக்கோட்பாடு எல்லா பொருளாதார அமைப்புகளுக்கும் பொருந்தக்கூடியது என்று சில பொருளியல் அறிஞர்கள் கருதுகின்றார்கள்.

'குறைந்து செல் இறுதி நிலைப் பயன்பாட்டு விதி' உண்மை அனுபவங்களைச் சார்ந்தது. இருப்பு அதிகரிக்க, அதிகரிக்க அதை வாங்கவேண்டும் என்ற விருப்பம் குறைந்து கொண்டே செல்லும். பண்டங்களின் விலைக்கும், அப்பண்டங்களிலிருந்து கிடைக்கும் மனநிறைவிற்கும் உள்ள தொடர்பை அது விளக்குகிறது. கோடைக் காலங்களில் மாம்பழங்களின் அளிப்பு அதிகமாக உள்ளதால் அதன் விலை குறைந்து செல்லும். அதிலிருந்து கிடைக்கும் பயன்பாடு குறைந்து செல்லும் என்பது தெளிவாகிறது. விலையானது இறுதி நிலைப் பயன்பாட்டோடு தொடர்புடையதால் அதன் விலையும் குறைகிறது. வளர்விகித வரி (Progressive Taxation) குறைந்து செல் பயன்பாட்டு விதியின் அடிப்படையில் அமைந்துள்ளது. ஒருவருடைய வருமானம் கூடும்பொழுது வரி விகிதத்தை உயர்த்தி செல்வந்தர்கள் அதிக வரி செலுத்தும்படி செய்கின்றது. ஒருவரிடம் பணத்தின் அளவு அதிகரிக்க அதிகரிக்க, அவனுக்கு கிடைக்கும் பயன்பாடு குறைந்து செல்லும் என்று நம்பப்படுகிறது. அந்நிலையில் அவர் அதிகப்பணத்தை செலவு செய்தாலும், அவருடைய தியாகம் அதிகமாக இருக்காது.

தேவை விதி உண்மை அனுபவத்தை அடிப்படையாக கொண்டது. விலை குறையும் பொழுது தேவை அதிகரிப்பதை நாம் நடைமுறையில் காணலாம். அளிப்பு அதிகமாக இருந்தால் விலை குறையும். பண்டங்களின் அளிப்பு அதிகரித்தால் இறுதிநிலைப் பயன்பாடு குறையும். விற்பனையாளன் சிறிதளவு விலையைக் குறைத்துத்தான் விற்பனையை அதிகரிக்க முயல்வான்.

குறைந்து செல் இறுதிநிலை விளைவு விதி அனைவரும் பயன்படுத்தும் ஒரு பொது விதியாகும். வேளாண்மையில் உழைப்பு, மூலதனங்களை இருமடங்கு அதிகரிப்பதன் மூலம் உற்பத்தியை இருமடங்கு உயர்த்த முடியாது. இவ்விதி தொழிற்சாலைகளுக்கும் பொருந்தும் ஒரு விதியாகும்.

உணவு உற்பத்தி அதிகரிப்பதை விட மக்கள் தொகை வேகமாக அதிகரிக்கிறது என்று மால்தஸ்ஸின் மக்கள் தொகைக் கோட்பாடு கூறுகிறது. இது ஒரு துல்லியமான கூற்று அல்ல. ஏழை நாடுகளில் பசுமைப்புரட்சி ஏற்படும் வரை இக்கூற்று உண்மையாகும். பசுமைப்புரட்சி வேளாண்மை உற்பத்தியை அதிகரிக்கச் செய்தது. ஏழை நாடுகளில் அதிக மக்கள் தொகை உள்ளது. மக்கள் தொகைப் பெருக்கத்தைக் கட்டுப்படுத்த ஏழைநாடுகள் அதிக அளவு பணத்தைக் குடும்ப கட்டுப்பாட்டிற்காகச் செலவு செய்கின்றன. ஆகவே பொருளியல் விதிகள் நடைமுறையில் அதிக முக்கியத்துவம் வாய்ந்ததாக கருதப்படுகின்றன.

அடிப்படைக் கருத்துகள் (Basic Concepts)

ஒவ்வொரு அறிவியலுக்கும் ஒரு சிறப்புத் தன்மை உண்டு. பொருளியலுக்கும் ஒரு தனித் தன்மை உண்டு. சில பொருளியல் பதங்கள் சிறப்புக் கண்ணோட்டத்தில் பயன்படுத்தப்படுகின்றன. செல்வம், பண்டங்கள், வருமானம், மதிப்பு, விலை மற்றும் சந்தை போன்ற அடிப்படைப் பொருளியல் பதங்களின் பொருளை உணர்ந்துகொள்ள வேண்டும். இல்லையென்றால் குழப்பத்திற்கு வழிவகுக்கும்.

செல்வம் (Wealth)

பொதுவாக செல்வம் என்பது பணத்தைக் குறிக்கும். ஆனால் பொருளியலில் விருப்பத்தை நிறைவு செய்யும் பணமதிப்புள்ள பற்றாக்குறையாயுள்ள பண்டங்கள் அனைத்தும் செல்வமாகும். பண மதிப்புள்ள அனைத்தும் பொருளியலில் செல்வமாகும். அனைத்துப் பொருளியல் பண்டங்களும் மாற்று மதிப்பு (Value in exchange) (பரிவர்த்தனை) உடையதாகும். ஒரு குறிப்பிட்ட காலத்தில் இருப்பில் உள்ள பண மதிப்புள்ள பண்டங்கள் அனைத்தும் செல்வங்கள் எனப்படும். ஆகவே பொருளாதார பண்டங்கள் அனைத்தும் செல்வமாகும்.

செல்வத்தின் பண்புகள்

1. பண்டங்கள் பயன்பாடு உடையதாக இருத்தல்வேண்டும். விருப்பத்தை நிறைவு செய்யும் சக்தியை உடையதாக இருக்கவேண்டும். அப்பண்டங்கள் விரும்பக்கூடியவையாக இருக்க வேண்டும் என்று மார்ஷல் கூறுகின்றார்.
2. பண்டங்களின் அளிப்பு – வரையறைக்குட்பட்டதாக இருக்க வேண்டும். சூரிய ஒளியும், காற்றும் வாழ்க்கைக்கு இன்றியமையாதது. அவை

இல்லாமல் வாழமுடியாது. ஆனால் அவை அளிப்பில் ஏராளமாக உள்ளதால் செல்வமாகக் கருதப்படுவதில்லை. இவை இலவசப் பண்டங்களாகும்.

3. செல்வம் ஒருவரிடமிருந்து மற்றவர்களுக்கு மாற்றப்படக் கூடியதாக இருக்கவேண்டும்.

4. பணமதிப்பு உடையதாக இருக்கவேண்டும்.

5. புறச் செல்வமாக இருக்கலாம். (உ.ம்). ஒரு நிறுவனத்தின் நற்பெயர் (Good Will) அந்நிறுவனத்தின் புறச்செல்வமாகும்.

பயன்பாடு, பற்றாக்குறை, மற்றும் மாற்றத்தக்க தன்மை செல்வத்தின் முக்கியப் பண்புகளாகும்.

செல்வத்தின் வகைகள் (Classification of Wealth) :

1. தனியார் செல்வம் என்பது பருப்பொருள் மற்றும் அருவப் பொருளை உள்ளடக்கியது. வீடு, நிலம், மரச்சாமான்கள், எந்திரங்கள் போன்றவை பருப்பொருள்களாகும். பங்குபத்திரங்கள் வைத்திருப்பதும் தனியார் செல்வத்தில் அடங்கும்.

2. சமுதாயச் செல்வம் (Social Wealth) : சமுதாயச் செல்வம் அல்லது பொதுச் செல்வம் என்பது சமுதாயத்தில் உள்ள அனைவரும் பயன்படுத்தும் பொருட்களாகும். பொதுசாலைகள், பூங்காக்கள், பொதுக் கல்வி நிறுவனங்கள், பொது நூலகங்கள், அருங்காட்சியகங்கள் போன்றவை சமுதாயச் செல்வமாகும்.

செல்வமும் நலமும் (Wealth and Welfare) :

செல்வத்திற்கும் நலத்திற்கும் நெருங்கிய தொடர்பு உண்டு. ஒரு நாட்டு மக்களின் நலமானது அந்நாட்டின் செல்வத்தின் அளவைப் பொறுத்து மட்டுமல்லாது, செல்வம் எப்படி உற்பத்தி செய்யப்படுகிறது, அது எவ்வாறு பகிர்ந்தளிக்கப்படுகிறது என்பதைப் பொறுத்தும் அமையும்.

பண்டங்கள் (Goods)

மனித விருப்பத்தை நிறைவு செய்யும் எதுவும் பெருளியலில் பண்டங்மா கருதப்படுகிறது. பொருளியலில் பண்டங்கள் என்பது பருப்பொருள், அருவப் பொருள்களைக் குறிக்கும். நாற்காலி அல்லது ஆப்பிள் எப்படி ஒரு பண்டமோ, அதேபோல நடிகர்கள், ஆசிரியர்கள், இசைக்கலைஞர்கள் இவர்களின் பணிகளும் பண்டங்களாகக் கருதப்படுகின்றன.

பண்டங்கள் இலவசப் பண்டங்கள் என்றும் பொருளியல் பண்டங்கள் என இருவகைப்படும் இயற்கையின் கொடைகளான காற்றும், சூரிய ஒளியும் இலவசப் பண்டங்களாகும். அவை பற்றாக்குறையானவை அல்ல. அவை சந்தையில் விலை பெறுவது இல்லை. ஆகவே அது இலவசப் பண்டங்களாகக் கருதப்படுகின்றன. பொருளியல் பண்டங்களுக்குச் சந்தையில் விலை கொடுக்க வேண்டும். வேறு வழியில் கூறுவோமேயானால் இதற்கு மாற்று மதிப்பு (Value in Exchange) உண்டு. ஏனென்றால் தேவையோடு ஒப்பிடும்போது அவை பற்றாக்குறையான வையேயாகும். ஒரு இடத்தில் இலவசப் பண்டமாக கருதப்படுவது, வேறு ஒரு இடத்தில் பொருளியல் பண்டமாகக் கருதப்படும். பண்டங்களின் தேவை அளிப்பைப் பொறுத்தே அமையும். (உம்) கிராமங்களில் விறகு ஒரு இலவசப் பண்டமாகும். நகரப் பகுதிகளில் இவற்றிற்கு நாம் விலை கொடுத்து பெற வேண்டியிருப்பதால் இது பொருளியல் பண்டமாகிறது. அதேபோன்று இலவசப் பண்டமாகிய தண்ணீர், பற்றாக்குறை ஏற்படும்போது பொருளியல் பண்டமாகிறது.

பண்டங்களை நுகர்வுப் பண்டங்கள் (Consumer Goods), உற்பத்திப் பண்டங்கள் (Producers Goods) என்று இரு வகையாகப் பிரிக்கலாம். நுகர்வுப் பண்டங்கள் நமது விருப்பத்தை நேரடியாக நிறைவு செய்பவை. அவை (1) அழுகும் பண்டங்கள் (உ.ம்) காய்கறி, மீன், இறைச்சி (2) அழியாப் பொருள்கள் (வீடு, கார், வானொலி) இரண்டு வகைப்படும். மூலதனப் பொருட்கள் நமது விருப்பத்தை மறைமுகமாக நிறைவு செய்பவை இயந்திரங்களை உற்பத்தி செய்யப் பயன்படும் இயந்திரங்கள் மூலதனப் பண்டங்கள் எனப்படும் (உ.ம்) கார் ஒரு இயந்திரமாகும். இது நுகர்வுப் பொருள். ஆனால் காரை உற்பத்தி செய்ய பயன்படும் இயந்திரங்கள் மூலதனப் பண்டங்கள் அல்லது உற்பத்திப் பண்டங்கள் என்று அழைக்கப்படுகின்றன. ஒரு பண்டம் ஒரு இடத்தில் நுகர்வுப் பண்டமாகவும் வேறு ஒரு இடத்தில் உற்பத்திப் பண்டமாகவும் கருதப்படுகிறது. (உம்.) மின்சாரம் வீடுகளில் பயன்படுத்தும்போது நுகர்வுப் பண்டமாகவும், நிறுவனங்களில் பயன்படுத்தும்போது உற்பத்திப் பண்டமாகவும் கருதப்படுகிறது.

வருமானம்

பொதுவாக வருமானம் என்பது பொருளியலில் பண வருமானத்தைக் குறிக்கும். 'பொருளியலில் வருமானம் என்பது பொருளியல் பண்டங்களிலிருந்து கிடைக்கக்கூடிய மனநிறைவினைக் குறிக்கும் என்று செலிக்மென் கூறுகிறார். அனைத்து பொருளியல் பண்டங்களும் செல்வமாகும் என்பது நமக்குத் தெரியும். செல்வத்திலிருந்துதான் வருமானம் கிடைக்கிறது. (உம்) சொந்த வீடு ஒரு செல்வமாகும். அதிலிருந்து பெறும் வாடகை வருமானமாகும்.

வருமானம் இரு வகைப்படும். 1. பண வருமானம் (Money Income) 2. உண்மை வருமானம் (Real Income) மக்கள் வருமானத்தைப் பொதுவாக பணமாகவே ஈட்டுகிறார்கள்.

பண வருமானம் என்பது பெயரளவு வருமானம் ஆகும். ஒரு நாட்டு மக்களின் வாழ்க்கைத்தரம் அவர்களது உண்மை வருமானத்தைப் பொறுத்தே அமையும். உண்மை வருமானம் பணத்தின் வாங்கும் சக்தியைப் பொறுத்தே அமையும். ஆனால் பணத்தின் வாங்கும் சக்தியானது பண்டங்களின் விலை மட்டத்தைப் பொறுத்து அமையும் . பண்டங்கள், பணிகள் மீது கொண்டுள்ள ஆதிக்கத்தைப் (Command) (திறன்) பொறுத்து உண்மை வருமானம் அமையும். பண வ ருமானம் அதிகரிப்பதால் மட்டுமே மக்கள் நன்றாக வாழ்வதாக கூறுமுடியாது. எவ்வளவு பண்டங்களை வாங்குகிறார்கள் என்பதைப் பொறுத்தே அவர்களது வாழ்க்கைத் தரம் அமையும்.

எனது பண வருமானம் ரூ.10/– எனக்கொள்வோம்; ஒரு கிலோ அரிசியின் விலை ரூ.10/, இப்போது எனது வருமானத்தில் நான் ஒரு கிலோ அரிசி வாங்க முடியும் அல்லது என்னுடைய பண வருமானத்தின் மதிப்பு ஒரு கிலோ அரியாகும். அடுத்த மாதம் என்னுடைய பண வருமானம் ரூ.15/– ஆக உயருகிறது; அரிசியின் விலையோ ரூ.20/– ஆக உயர்கிறது எனக்கொள்வோம். இப்போது என்னுடைய பண வருமானத்தின் மதிப்பு 3/4 கிலோ அரிசி மட்டுமே ஆகும். எனவே, என்னுடைய பண வருமானம் உயர்ந்த போதிலும் விலை ஏற்றத்தின் காரணமாக உண்மை வருமானம் குறைந்து விட்டது. ஆக, **“உண்மை வருமானம் என்பது விலையால் சரிசெய்யப்படும் பண வருமானம்”** ஆகும்.

நாட்டு வருமானம்

ஒரு வருடத்தில் உற்பத்தி செய்யப்படும் பண்டங்கள் மற்றும் பணிகளின் மதிப்பே நாட்டு வருமானம் ஆகும். “ஒரு நாட்டின் உழைப்பும், முதலும் அந்நாட்டின் இயற்கை வளங்களுடன் கூடி ஓராண்டு காலத்தில் உற்பத்தி செய்யப்படும் பண்டங்கள் மற்றும் அனைத்து வகையான பணிகள் ஆகியவற்றின் மொத்த நிகர மதிப்பு... அந்நாட்டின் உண்மையான நிகர ஆண்டு வருமானம் (அல்லது) நாட்டு வருமானம் அல்லது நாட்டு வருமான ஈவு (Dividend)” என்று மார்ஷல் நாட்டு வருமானத்தைப் பற்றி இலக்கணம் வகுத்துள்ளார்.

ஒரு நாட்டின் வருமானத்திலிருந்து அந்நாடு செல்வந்த நாடா? அல்லது ஏழை நாடா? என்று அறிய முடியும். வேளாண்மை துறை (Agriculture), தொழில்துறை (Industry) பணித்துறை (Service Sector) ஆகியவற்றின்

முக்கியத்துவத்தை நாட்டு வருமானத்தில் இவை அளிக்கும் பங்கு தீர்மானிக்கிறது.

நாட்டு வருமானத்தை அந்நாட்டின் மக்கள் தொகையால் வகுக்க ‘தலா வருமானம்’ (Per Capita Income) கிடைக்கும் (தனிநபரின் ஆண்டு வருமானம்).

$$\text{தலா வருமானம்} = \frac{\text{நாட்டு வருமானம்}}{\text{மக்கள் தொகை}}$$

மதிப்பு (Value)

ஒரு பண்டத்தின் பரிவர்த்தனையின் தரம் மதிப்பு எனப்படும். மதிப்பு என்பது சார்புத் (Relative) தன்மையுடையது. இது ஒரு குறிப்பிட்ட நேரத்தில், குறித்த இடத்தில், இரண்டு பொருள்களுக்கிடையேயான தொடர்புகளை வெளிப்படுத்துகிறது.

மதிப்பு, பயன்பாட்டு மதிப்பு (Value-in-use) பரிவர்த்தனை அல்லது மாற்று மதிப்பு (Value-in-exchange) என இருவகைப்படும். காற்று, தண்ணீர், சூரிய ஒளி ஆகியவற்றிற்குப் பயன்பாட்டு மதிப்பு உண்டு. பரிவர்த்தனை மதிப்புள்ள பண்டங்களுக்கு மட்டுமே பொருளியல் முக்கியத்துவம் கொடுக்கிறது. ஒரு பண்டம் பரிவர்ததனை மதிப்பைப்பெற அது பயன்பாடு உடையதாகவும், பற்றாக்குறையானதாகவும், பரிமாற்றம் செய்யக்கூடியதாகவும் இருக்கவேண்டும். வேறு வகையில் கூறினால் அனைத்து பொருளியல் பண்டங்களுக்கும் பரிவர்த்தனை மதிப்பு உண்டு.

பணத்தின்மூலம் மதிப்பை அளவிடுகிறோம். மதிப்பு சார்புத்தன்மை உடையது. காலத்தைப் பொறுத்தும், சூழ்நிலையைப் பொருத்தும் பண்டத்தின் மதிப்பு–மாறுபடும் (உம்) ice cubes குளிர்காலத்தைவிட கோடையில் அதிக மதிப்புடையது.

விலை

பண்டங்களின் மதிப்பைப் பணத்தால் குறிப்பிட்டால் அது விலை எனப்படும். பொதுவாக பொருளியல் அறிஞர்கள் மதிப்பிற்கும் விலைக்கும் இடையே எந்த வேறுபாடும் காட்டவில்லை. எல்லா விலைகளும் ஒன்றுக்கொன்று தொடர்புடையன. இதுவே விலை அமைப்பாகும் (Price System). அங்காடியில் பொருளுக்கு நாம் கொடுக்கும் விலை சில்லரை விலை (Retail) எனப்படும். நிலம், உழைப்பு, மூலதனம் ஆகியவற்றிற்கு நாம்

கொடுக்கும் விலை வாரம், கூலி, வட்டியாகும். முதலாளித்துவப் பொருளாதாரத்தில் 'விலை அமைப்பு முக்கியப் பங்காற்றுகிறது. வாங்குபவர்கள் தங்கள் விருப்பத்தை விலையின் மூலமாகத் தெரிவிப்பர். ஒரு பொருளுக்கு நாம் கொடுக்கும் விலை, விலை அமைப்பிற்கு நாம் அளிக்கும் ஆதரவாகும். சமுதாயத்தின் பொருளியல் செயல்பாடுகளை விலை அமைப்பு ஒழுங்குபடுத்துகின்றது.

சந்தை (அ) அங்காடி (Market)

பொருட்கள் வாங்குவதும் விற்பதும் நடைபெறும் ஒரு இடமே அங்காடியாகும். சென்னையிலுள்ள கோயம்பேடு அங்காடி, காய்கறி–விற்கும் ஒரு இடமாகும். பொருளியலின் அங்காடி என்பது பண்டங்களை வாங்கும்–விற்கும் ஒரு குறிப்பிட்ட இடம் அல்ல. "நேரடியாகவோ அல்லது முகவர்கள் மூலமாகவோ, வாங்குபவரும், விற்பவரும் சந்திக்கும் ஓர் இடமே அங்காடியாகும். எடுத்துக்காட்டாக *மீன் சந்தை* மீன்களை வாங்கும், விற்கும் இடமாகும். இங்கு வாங்குவோரும் விற்போரும் நெருங்கிய தொடர்பு கொண்டுள்ளனர். அங்காடியில் ஒரு பகுதியில் கொடுக்கப்படும் விலையானது அதன் மறுபகுதியில் கொடுக்கப்படும் விலையைப் பாதிக்கும்" என்று பென்ஹாம் கூறுகின்றார்.

பொதுவாக, பண்டங்களின் அங்காடியை மட்டுமே அங்காடி என்று கூறுகிறோம். ஆனால் பண்டங்கள் தவிர மற்ற பொருட்களுக்கும் அங்காடி உண்டு. அவையாவன 1. தொழிலாளர் அங்காடி (Labour Market), அயல்நாட்டு செலாவணி அங்காடி (Foreign Exchange Market) மூலதன அங்காடி (Capital Market).

அங்காடியின் வகைகள்

இடம், காலம், போட்டியின் தன்மையைப் பொறுத்து அங்காடிகள் பலவகைப்படும். அங்காடியை அது அமைந்திருக்கும் இடத்தைப் பொருத்து 1. உள்ளூர் அங்காடி (Local Market) (உம்) காய்கறி, மலர்கள் 2. தேசிய அங்காடி (National Market) (உம்) புடவைகள் 3. உலக அங்காடி (World Market) (உம்) இரும்பு, பருத்தி சர்க்கரை என்று பல வகைப்படும்.

போட்டியின் அடிப்படையில் அங்காடியை இருவகைகளாகப் பிரிக்கலாம். 1. நிறைவுப் போட்டி (Perfect Competition) 2. நிறைகுறைப் போட்டி (Imperfect) என்பனவாகும்.

காலத்தைப் பொருத்து அங்காடியை, அங்காடி காலம் (Market Period), குறுகிய கால அங்காடி (Short Period) நீண்டகால அங்காடி (Long Period)

என்றும் பிரிக்கப்படுகிறது. காலம் குறுகியதாக இருப்பின் 'தேவை' முக்கிய பங்காற்றுகிறது. காலம் நீண்டதாக இருப்பின் 'அளிப்பு' முக்கிய பங்காற்றுகிறது.

பொருளியலின் முக்கியத்துவம்

சமூக அறிவியலில் பொருளியியல் ஒரு முக்கியப் பிரிவாகும். நமது அன்றாட வாழ்க்கையிலும் இது முக்கியப் பங்கு வகிக்கிறது. அறிவியலில் உண்மைக்கருத்தை அறிந்த கொள்ளவே முனைகிறோம். ஆனால் பொருளியல், உண்மை நிலை அறிந்து கொள்ள மட்டுமில்லாமல், சமூகப் பொருளாதாரப் பிரச்சனைகளுக்கு தீர்வு காணவும் முயல்கிறதுர்.

அறிவை அறிவிற்காக மட்டுமே பயில்வது பொருளியல் அறிஞர் களின் நோக்கமல்ல. பிரச்சனைகளுக்குத் தீர்வு காண்பதே பொருளியலின் முக்கியக் குறிக்கோளாகும். பொருளியல் பிரச்சனைகளுக்கு உடனடித் தீர்வு பொருளியல் அறிஞர்களிடம் கிடையாது. ஆனால் பொருளாதாரக் கொள்கைகள் மூலம் அரசுக்கு அவர்கள் உதவி செய்ய முடியும்.

"பொருளாதாரக் கோட்பாடுகள், கொள்கை முடிவிற்கு உடனடியாக ஏற்கக்கூடிய, தீர்மானிக்கப்பட்ட முடிவுகளைக் கூறுவது இல்லை. இது ஒரு வழிமுறையே, இது மனதிற்கு ஒரு சாதனம். சிந்தனைக்கு ஒரு நுட்பம். இதனைப் பெற்றிருப்பவர்கள் இதன்மூலம் ஒரு சில சரியான முடிவுகளைப் பெற உதவுகிறது" என்று கீன்சு கூறுகின்றார்.

நவீன அரசின் பல பிரச்சனைகள் பொருளியல் தன்மையுடையன. அரசின் பிரச்சனைகளில் பொருளியல் அறிஞர்கள் முக்கியப் பங்காற்றியிருக்கின்றனர். இரண்டாம் உலகப் போரின்முடிவில் ஜெர்மனியின் பொருளாதாரம் பெரும்பாலும் சீர்குலைக்கப்பட்டது. இங்கு பணவீக்கம், பண்டங்களின் பற்றாக்குறை, மிகை வேலையின்மை (Mass unemployment) நிலவியது. 'லுட்விக் எராட்' (Ludwig Erhard) என்ற பொருளியல் அறிஞரின் அறிவுரையைப் பின்பற்றியதால் ஜெர்மானியப் பொருளாதாரம் வேகமாக மீட்சி அடைந்தது. ஜெர்மனியின் பொருளாதார மீட்சி ஒரு பொருளியல் அதிசயமாகும். (Miracle)

அதே போன்று 1930இல் ஏற்பட்ட உலகப் பொருளாதார மந்தத்திலிருந்து அமெரிக்க அரசு மீட்சி பெற J.M. கீன்சின் பொருளாதாரக் கொள்கைகள் முக்கிய பங்காற்றின.

விலை, வாரம், கூலி, வட்டி, லாபம், வரிகள் முதலியவை பற்றி பொருளியல் கூறுகிறது. ஒவ்வொருவரையும் இது ஏதாவது ஒரு வழியில் பாதிக்கிறது. எனவே "பொருளியல் அறிவு சிறிதளவேனும் இல்லாத ஒருவன் உண்மையான குடிமகனாக இருக்கமுடியாது" என்று கூறப்படுகிறது.

பயிற்சி

பகுதி – அ

I. சரியான விடையைத் தேர்ந்தெடுக்கவும்

1. செல்வ இலக்கணத்தின் ஆசிரியர் :

அ. ஆல்ஃபிரடு மார்ஷல் ஆ. இலயனல் ராபின்ஸ்
இ. ஆடம் ஸ்மித் ஈ. சாமுவேல்சன்

2. கிடைப்பருமை இலக்கணத்தின் ஆசிரியர் :

அ. ஆடம் ஸ்மித் ஆ. சாமுவேல்சன்
இ. ஆல்ஃபிரடு மார்ஷல் ஈ. இலயனல் ராபின்ஸ்

3. நிகர பொருளாதார நலம் பற்றிய கருத்தை எடுத்துரைத்தவர்

அ. சாமுவேல்சன் ஆ. ஆல்ஃபிரடு மார்ஷல்
இ. ஆடம் ஸ்மித் ஈ. இலயனல் ராபின்ஸ்

4. பொருளாதாரம் என்பது

அ. இயல்புரை அறிவியல் ஆ. நெறியுரை அறிவியல்
இ. இரண்டுமே ஈ. எதுவுமில்லை

5. பொருளாதாரத்தில் நாம் பயன்படுத்துவது

அ. பகுத்தாய்வு முறை ஆ. தொகுத்தாய்வு முறை
இ. இரண்டுமே ஈ. எதுவுமில்லை

II. கோடிட்ட இடங்களை நிரப்புக

6. நுண்ணியல் என்பது .... ஆகும்.
7. உற்பத்தி எனப்படுவது ...... உருவாக்குவதாகும்.
8. பண்டங்களுக்கு, பண்டங்களை மாற்றிக் கொள்வது .... ஆகும்.
9. பொருளாதாரம் என்பது .... அறிவியலாகும்.
10. பலதரப்பட்ட செல்வத்திற்கு எடுத்துக்காட்டு ....

III. பொருத்துக

11. பொருளாதாரக் கோட்பாடுகள் – அ. இருப்பு
12. முதல் நோபல் பரிசு – ஆ. ஓட்டம்
13. இயங்கு நிலை அணுகுமுறை – இ. மார்ஷல்
14. செல்வம் – ஈ. காலகட்டம்
15. வருமானம் – உ. டிம்பர்கன் மற்றும் ஃப்ரிஷ்

IV. ஓரிரு வார்த்தைகளில் விடையளிக்கவும்

16. பொருளாதாரத்தின் வேறு பெயர் என்ன?
17. எக்னாமெட்ரிக்ஸ் எனப்படுவது எந்தந்த பாடங்களை உள்ளடக்கியது?
18. ரிக்கார்டோ எந்த முறையை பயன்படுத்தினார்?
19. இலவச பண்டங்களுக்கு ஒரிரண்டு எடுத்துக்காட்டுகள் தருக.
20. பண வருமானத்திற்கு வேறு பெயர் என்ன?

பகுதி–ஆ

பின்வரும் வினாக்களுக்கு நான்கு அல்லது ஐந்து வரிகளில் விடையளிக்கவும்

21. பொருளாதாரம் பற்றி ஆல்பிரட் மார்ஷலின் இலக்கணம் யாது?
22. பொருளாதாரத்தின் முக்கிய பிரிவுகள் என்ன?
23. பொருளாதாரம், கணிதம், புள்ளியியல் இவற்றிற்கு இடையேயான தொடர்பினை விவரி.
24. இலவசப் பண்டங்கள் மற்றும் பொருளாதாரப் பண்டங்களை வேறுபடுத்துக?
25. பயனின் மதிப்பு மற்றும் பரிமாற்றத்தின் மதிப்பு இவற்றின் வேறுபாடுகளை விளக்குக.

பகுதி–இ

பின்வரும் வினாக்களுக்கு ஒரு பக்க அளவில் விடையளிக்கவும்

26. ஆடம் ஸ்மித்தின் செல்வ இலக்கணத்தைப் பற்றிய குறைப்பாடுகளை ஆராய்க?
27. நுண்ணியல் மற்றும் பேரியல் பொருளாதாரத்தின் வேறுபாடுகளைக் கூறுக
28. பொருளாதாரம் ஓர் இயல்புரை அறிவியலா (அல்லது) நெறியுரை அறிவியலா?

29. நிலையான மற்றும் இயங்குநிலை கருத்துக்களை பற்றிய சிறுகுறிப்பு வரைக

30. பொருளாதார ஆய்வு முறைகளைப் பற்றி விவதிக்கவும்.

பகுதி – ஈ

பின்வரும் வினாக்களுக்கு மூன்று பக்க அளவில் விடையளிக்கவும்

31. பொருளாதாரத்தைப் பற்றி மார்ஷலின் இலக்கணத்தை ஆராய்க.

32. பொருளாதாரத்தைப் பற்றி இலயயோனல் ராபின்சின் இலக்கணத்தை ஆராய்க.

33. பொருளாதாரமும் பிற சமூக இயல்களுடன் உள்ள தொடர்பினை விவாதிக்கவும்.

34. பொருளாதார விதிகளின் தன்மை மற்றும் முக்கியத்துவத்தை விவாதிக்கவும்.

35. பொருளாதாரத்தின் தன்மை மற்றும் எல்லைகளை விவாதிக்கவும்.

பாடம் - 2

அடிப்படைப் பொருளியல் பிரச்சினைகள்

அடிப்படைப் பொருளாதாரப் பிரச்சினைகள்

பொருளியல் பற்றாக்குறையால் (Scarcity) ஏற்படும் தெரிவு (Choice) செய்தலைச் சார்ந்த ஓர் அறிவியல் ஆகும். தெரிவுகளைச் செய்திடுவதால் எழும் அடிப்படைப் பிரச்சினைகள் யாவை? எந்த ஒரு சமுதாயமும் மூன்று முக்கிய பிரச்சினைகளை முன்வைத்தே தெரிவுகளை மேற்கொள்ளல் வேண்டும். அவைகளாவன

1. எந்தப் பொருளை உற்பத்தி செய்வது, எவ்வளவு உற்பத்தி செய்வது?

உணவா அல்லது படைக்கலன்களா (weapons), அவ்வாறெனில், எவ்வளவுக்கு?

அதாவது அதிக உணவு மற்றும் குறைவான படைக்கலன்களா? அல்லது அதிக படைக்கலன்கள் மற்றும் குறைவான உணவுப்பொருளா?

2. பண்டங்கள் எவ்வாறு தயாரிக்கப்பட வேண்டும்?

'மின்சாரத்தை' வெப்ப ஆற்றல் கொண்டு (from Thermal Power) தயாரிப்பதா அல்லது நீர்மின்சக்தியால் (Hydro Power) தயாரிப்பதா?

3. பண்டங்கள் யாருக்காக தயாரிக்கப்படவேண்டும்?

ஒரு சில செல்வந்தர்கள் மற்றும் பல ஏழைகளுக்காகவா? (அல்லது) பெருவாரியான மக்கள் வாழ்க்கையைச் செம்மையாக வாழ்வதற்காகவா?

இம்மூன்று அடிப்படைப் பிரச்சினைகளும் ஒன்றை ஒன்று சார்ந்தவை ஆகும். வளர்ச்சிப் பெற, சமுதாயம் சரியான தெரிவுகளை மேற்கொண்டு மனநிறைவைப் பெறவேண்டும். மேற்காண் மூன்று வினாக்களும் அனைத்து வகை பொருளாதாரத்திற்கும் (economies) பொருந்தும். ஆனால் பல்வகைப் பொருளாதார முறைகள் தமது சொந்த தெரிவுகளை மேற்கொள்ள முயற்சிக்கின்றன. ஒரு குறிப்பிட்ட சமுதாயத்தில் தெரிவின் இயல்பு பொருளாதாரத்தின் முறைகளைப் பொருத்தே அமையும்.

பொருளாதார முறைகள் (Economic Systems)

ஒரு பொருளாதார முறை என்பது கீழ்க்காணும் அடிப்படை வினாக்களுக்கு விடை பகர்தல் ஆகும். பல்வேறு பொருளாதாரமுறைகள்,

வேறுபட்ட முறைகளில் மேற்காணும் வினாக்களுக்கு விடையளிக்கின்றன. என்ன உற்பத்தி செய்ய வேண்டும்; எவ்வாறு உற்பத்தி செய்ய வேண்டும், யாருக்கு உற்பத்தி செய்ய வேண்டும் என்ற மைய பிரச்சனைகளை பல்வேறு பொருளியல் கூறுகள் எவ்வாறு தீர்த்து வைக்கின்றன என்பதே பொருளாதார முறை எனப்படும். பொருளியலின் செயல்பாடு களுக்கிடையே, பண்டங்கள், பணிகளின் உற்பத்தி மற்றும் பகிர்வினையே இது (பொருளாதார முறை) குறிப்பிடுகிறது.

பொருளாதாரமுறைகள் என்பது பல்வேறு தனிநபர்கள் மற்றும் அவர்களின் நிறுவனங்களான வங்கி நிறுவனங்கள், கல்வி நிறுவனங்கள் மற்றும் பொருளாதார நிறுவனங்கள் ஆகியவற்றைக் கொண்டதாக இருக்கும். பொதுவான பொருளாதார முறைகளாவன

1. பழைமைப் பொருளாதாரம் (Traditional Economy)
2. முதலாளித்துவ / அங்காடிப் பொருளாதாரம் (Capitalist Economy)
3. பொதுவுடைமை/கட்டளைப் பொருளாதாரம் (Socialist Economy)
4. கலப்புப் பொருளாதாரம் (Mixed Economy)

1. பழைமைப் பொருளாதாரம்

பழைமைப் பொருளாதாரத்தில், பழைமைகள், பழக்க வழக்கங்களின் விதிகள், மற்றும் நடத்தைக் கூறுகள் ஆகியன அடிப்படைப் பிரச்சினைகளைத் தீர்த்து வைக்கப்படுகின்றன. அதன் சரியான நுகர்வுத் தேவையை, அது உற்பத்தி செய்து கொள்கிறது. இது ஒரு வாழ்வு/பிழைப்பாதாரப் பொருளாதாரம் ஆகும். அங்கே சிற்றளவு உற்பத்தியே இருக்குமாதலால் பேரளவு விற்பனைக்கு வாய்ப்பில்லை. தலைமுறைத் தலைமுறையாக ஒரே பொருளே உற்பத்தி செய்யப்படுகிறது. உற்பத்தி முறைகள் மிகவும் பழமையானவை.

II. முதலாளித்துவம் / அங்காடிப் பொருளாதாரம்

முதலாளித்துவ/அங்காடிப் பொருளாதாரத்தில் ‘தடையில்லா சந்தை’களின் (Free Market) மூலமே பண்டங்களின் உற்பத்தி மற்றும் பகிர்வு தீர்மானிக்கப்படுகிறது. எனவே, இது அங்காடிப் பொருளாதாரம் (அல்லது) தடையில்லா வாணிப பொருளாதாரம் என்றும் அழைக்கப்படுகிறது. உற்பத்தியாளர், நுகர்வோர் அல்லது வளம் பெற்றிருப்பவர் (resource owner) தங்களுக்கென தனிப்பட்ட சுதந்திரத்தைப் பெற்றுள்ளனர். தனிநபர்கள் தேவையான பண்டங்கள் மற்றும் பணிகளை வாங்குதற்கும் விற்பதற்கும் தனது தொழிலை (Occupation) தேர்ந்தெடுத்துக் கொள்வதற்கும் தடையேதும்

இல்லை. தனது செயல்பாடுகளுக்கு வழிகாட்டக்கூடிய ஒரு மைய ஒருங்கிணைப்பாளரை அங்காடிப் பொருளாதாரம் பெற்றிருக்கவில்லை. ஆனால் அங்காடிச் சக்திகளான அளிப்பு, தேவை மற்றும் விலைகள் ஆகியவைகளின் செயல்பாடுகளின் காரணமாக சுய அமைப்பு (Self-Organisation) தோன்றுகிறது.

அங்காடிப் பொருளாதாரத்தின் சிறப்பம்சங்கள் (Sailent features of Capitalim)

1. தனியார் சொத்துரிமை

தனி நபர்கள் சொத்து வாங்கவும், சொந்தமாக்கிக் கொள்ளவும் உரிமை உண்டு. வரையறையின்றி எவ்வளவு சொத்துக்களை வேண்டுமானாலும் வைத்துக் கொள்ளலாம். மேலும் சொத்தை சட்டப்பூர்வமாக அவர்கள் விரும்புகின்ற வழிகளில் பயன்படுத்திக் கொள்ளலாம்.

2. இலாபநோக்கம்

இலாபநோக்கு மட்டுமே அங்காடிப் பொருளாதாரத்தின் முக்கியச் செயல்பாடாகும். பெருமளவு இலாபங்களைத் திரட்டவேண்டுமென்பதால் தனி மனிதன் அதிக இடர்ப்பாடுகளை மேற்கொண்டு உற்பத்தி முடிவுகளை மேற்கொள்வான். எனவே ‘இலாபநோக்கமே’ அங்காடிப் பொருளாதாரத்தின் முக்கியச் சக்தியாக செயல்படுகிறது.

3. தெரிவு மேற்கொள்ளும் சுதந்திரம்

என்ன பொருளை உற்பத்தி செய்வது என்பதை உற்பத்தியாளரே மேற்கொள்கிறார். தீர்மானிப்பதில் சுதந்திரம் பெற்றுள்ளார். தனது பணிகளுக்கான தகுந்த விலையை தீர்மானித்துக்கொள்ள உற்பத்திக் காரணிகளை சுதந்திரமாக எங்கு வேண்டுமானாலும் பணியமர்த்திக் கொள்ளலாம். அது போலவே நுகர்வோரும் தனது தேவைகளை வாங்கிக்கொள்ள முழு சுதந்திரம் பெற்றுள்ளார்.

4. அங்காடிச் சக்திகள்

அங்காடிச் சக்திகளான தேவை, அளிப்பு மற்றும் விலை ஆகியவை, இம்முறையை நெறிப்படுத்தும் குறியீடுகள் ஆகும். பெருவாரியான பொருளாதார செயல்பாடுகள் விலையியக்கத்தால் (Price Mechanism) அமைந்ததாகும். உற்பத்தி, நுகர்வு மற்றும் பகிர்வு ஆகியவற்றுக்கான வினாக்கள் அங்காடிச் சக்திகளைப் பொருத்தே தீர்மானிக்கப்படுகிறது.

5. அரசின் குறைந்தபட்ச செயல்பாடு

பெருவாரியான பொருளாதாரப் பிரச்சினைகள் அங்காடிச் சக்திகளால் (Market Forces) தீர்மானிக்கப்படுகின்றன. குறைந்தபட்ச அளவாக அரசின் பங்கானது சில முக்கியமான பணிகளைச் செய்யவே வரையறுக்கப்பட்டுள்ளது. அதாவது, அங்காடியை ஒழுங்குபடுத்துதல், பாதுகாப்பு, அயல்நாட்டுக் கொள்கை, பணம் (Currency) போன்றவைகளே அப்பணிகளாகும்.

அங்காடிப் பொருளாதாரத்தின் நன்மைகள்

1. உற்பத்தி பெருகுகிறது

அங்காடிப் பொருளாதாரத்தில் ஒரு விவசாயியோ, வணிகரோ, தொழிலதிபரோ தனக்கென சொத்தினைப் பெற்று, தான் விரும்பும் வழியில் பயன்படுத்திக்கொள்ளலாம். அவர் தன்னலத்திற்காக உற்பத்தியைப் பெருக்குகிறார். இதன் விளைவாக வருமானம், சேமிப்பு மற்றும் முதலீடு உயருகிறது.

2. நலத்தைப் பெருக்குதல்

திட்டமிடுதலின்றி, உற்பத்தி மற்றும் வளத்தைப் பயன்படுத்துதலில் திறன் (efficiency) மேம்படுகிறது. என்று கூறப்படுகிறது ஒருவனது தன்னலம் சமுதாயத்தின் நலத்தையும் உயர்த்துகிறது.

3. நெகிழ்ச்சியுடைய அமைப்பு முறை

பொதுவாக பொருளாதாரத்தில் 'பற்றாக்குறையும்', 'உபரியும்' 'தேவை' மற்றும் 'அளிப்பின்' மூலம் சரிசெய்யப்படுகிறது. இவ்வாறு 'விலையின் இயக்கத்தால்' தானாகவே அது செயல்படுகிறது.

4. அரசின் தலையீடின்மை

அரசு பொருளாதாரச் செயல்பாடுகளில் குறைவான பங்கினையே பெற்றுள்ளது. தனி நபர் விருப்பத்திற்கும் சமுதாய விருப்பத்திற்கும் முரண்பாடு ஏதும் இல்லை. பொருளாதார நிறுவனங்கள், தானாகவே அரசின் தலையீடின்றி தன்னிச்சையாகச் செயல்படுகின்றன.

5. குறைந்த விலை மற்றும் தரமான பொருட்கள்

நுகர்வோர் மற்றும் உற்பத்தியாளர்களுக்கு முழு சுதந்திரம் இருப்பதால் தரமான பொருட்களைக் குறைவான செலவில் மற்றும் விலையில் உற்பத்தி செய்யமுடிகிறது.

6. தொழில்நுட்பத்தில் வளர்ச்சி

அங்காடிப் பொருளாதாரத்தின் முக்கியக் கூறு – போட்டி. இப்போட்டியானது (competition) உற்பத்தியாளரைப் புத்தாக்க முறைகள் மூலம் உற்பத்தியை பெருக்கி, விற்பனையை அதிகமாக்கச் செய்து, வளர்ச்சியை துரிதப்படுத்துகிறது.

அங்காடிப் பொருளாதாரத்தின் தீமைகள்

1. ஏற்றத்தாழ்வுகள் (Inequalities)

வருவாயில் ஏற்றத்தாழ்வுகளும் சொத்துக்கள் ஒரு சிலரிடம் குவிதலையும் முதலாளித்துவத்தின் பெரிய குறைபாடாகும். உற்பத்தியாளர்கள், நிலக்கிழார், வணிகர்கள், அதிகலாபம் ஈட்டி பெரும் செல்வம் சேர்க்கின்றனர். இதனால், செல்வந்தர் பெருஞ் செல்வதராகவும், ஏழைகள் மிகவும் ஏழைகளாகவும் ஆகின்றனர். வரையறுக்கப்பட்ட வழிகளே உள்ளதால் ஏழைகள் செல்வந்தரோடு போட்டியிட இயலவில்லை. இதனால், முதலாளித்துவம் செல்வந்தர்களுக்கும் ஏழைகளுக்கும் இடையே உள்ள ஏற்றத்தாழ்வுகளை மேலும் அதிகரிக்கச் செய்கிறது.

2. முற்றுரிமை வளர்ச்சி

ஏற்றத்தாழ்வுகள் முற்றுரிமையை வளர்ச்சியுறச் செய்கின்றன. பெரிய கூட்டாண்மை அலகுகள் (Mega Corporate Units), சிறிய உற்பத்தியாளர்களை வெளியேற்றிவிடுகின்றன. நிறுவனங்கள் ஒன்று சேர்ந்து கூட்டணி அமைத்தல் (Cartels), மற்றும் முற்றுரிமை கூட்டு நிறுவனம் (Trust) அமைப்பதன்மூலம், உற்பத்தியில் ஈடுபட்டுள்ள நிறுவனங்களின் எண்ணிக்கை குறைந்து விடுகிறது.

இறுதியாக அவை பன்னாட்டு நிறுவனங்களாக (MNC) உருப்பெற்று உயர்வடைகின்றன. அவை அடிக்கடி நாட்டின் நலனுக்கெதிராக விலையை உயர்த்துகின்றன.

3. வீழ்ச்சி/மந்தம் (Depression)

அதிகப் போட்டியின் காரணமாகப் பொருட்கள் அளவுக்கதிகமாக உற்பத்தி செய்யப்படுகின்றன. செல்வந்தர்கள் ஏழைகளைச் சுரண்டுகிறார்கள். ஏழைகள் உற்பத்தியின் நன்மைகளைப் பெற இயலாததன் காரணமாக சுரண்டப்படுகிறார்கள். வேறொரு நிலையில் அளவுக்கதிகமான உற்பத்தி,

சந்தையில் தேக்கத்தை ஏற்படுத்துவதால் 'மந்தம்' ஏற்படுகிறது. இது பொருளாதார நிலையின்மையை (Economic Instability) ஏற்படுத்துகிறது.

4. இயந்திரமயமாதல் (Mechanisation and Automation)

அங்காடிப் பொருளாதாரம் இயந்திரமயமாதலையும் (Mechanisation) தானியங்கி தன்மையையும் (Automation) ஊக்குவிக்கிறது. இதனால் உழைப்பை அதிகமாகப்பெற்றுள்ள பொருளாதார நாடுகளில் 'வேலையின்மை' ஏற்படுகிறது.

5. நலம் புறக்கணிக்கப்படுதல்

அங்காடிப் பொருளாதாரத்தில் தனியார் நிறுவனங்கள் சொகுசு / ஆடம்பரப் பொருட்களை உற்பத்திசெய்து அதிக லாபம் ஈட்டுவதுடன் குறைவான லாபம்தரும் அடிப்படைப் பண்டங்கள் உற்பத்தி செய்வதைப் புறக்கணிக்கின்றன. இதனால், பொதுமக்களின் நலம் புறக்கணிக்கப் படுகிறது.

6. உழைப்பு சுரண்டப்படுதல் (Exploitation of Labour)

இலாபம் ஈட்டுவதையே குறியாகக் கொண்டிருக்கும் முதலாளிகளுக்கெதிராக கடுமையான சட்டம் கொண்டுவரப்பட்டுள்ளது. தொழிலாளர்களைத் தேவையென்றால் வைத்துக்கொள்வதும் இல்லையெனில் நீக்கிவிடுதலும் (Fire&Hire Policy) சாதாரணமான செயல்பாடாகும். இவ்வகைச் சட்டங்கள் தொழிலாளர்களின் ஊதியத்தை மிகக்குறைவாகவே வைத்திருப்பதால் உழைப்பு சுரண்டப்படுகிறது.

7. அடிப்படைச் சமூகத்தேவைகள் புறக்கணிக்கப்படுதல்

பல்வேறுவகையான அடிப்படைச் சமூகத் தேவைகள் உள்ளன. முழுஎழுத்தறிவு, பொதுச் சுகாதாரம், ஏழ்மை, அகற்றல்: குடிநீர், சமூகநலம், சமுதாயப் பாதுகாப்பு போன்றவை ஆகும். இப்பிரிவுகளில் லாபப்பங்கு குறைவாக இருப்பதால் முதலாளிகள் (Capitast) முதலீடு செய்வதில்லை. எனவே, பெருமளவிலான மனிதப் பிரச்சினைகள் முதலாளத்துவ முறையில் புறக்கணிக்கப்படுகின்றன.

III. பொதுவுடைமை / கட்டளைப் பொருளாதாரம்

பொதுவுடைமைப் பொருளாதாரத்தில், உற்பத்தி காரணிகளை (Means of Production) அரசே ஏற்றும், செயல்படுத்தியும் வருகிறது. உற்பத்தி மற்றும் பகிர்வு சார்ந்த அனைத்து முடிவுகளையும் 'மத்திய திட்டக்குழுவே'

தீர்மானிக்கிறது. எனவே பொதுவுடைமைப் பொருளாதாரம் 'திட்டமிடப்பட்ட பொருளாதார அமைப்பு' அல்லது 'கட்டளைப் பொருளாதாரம்' (Command economy) என்றும் அழைக்கப்படுகிறது. அரசு முக்கிய பங்கு வகிக்கிறது. சமூக நலனுக்கு முக்கியத்துவம் அளிக்கப்படுவதால் அனைவருக்கும் சமமான வாய்ப்பு அளிக்கப்படுகிறது. இவ்வகை நன்மைகளால் மனிதவள வளர்ச்சி மேம்பாடு அடைகிறது. பொதுவுடைமை பொருளாதாரத்தில் வெற்றிபெற்ற நாடுகள் சிலவற்றுள் சீனா, கியூபா, வியட்நாம், போன்றவை அடங்கும். கீழ்க்காண்பவை பொதுவுடைமையின் சில அடிப்படை சிறப்பம்சங்கள் ஆகும்.

1. சமூக நலன் :

பொதுவுடைமையில் அடிப்படைக் குறிக்கோள் சமுதாய நலம் ஆகும். பொதுவுடைமையில் கொள்கை முடிவுகள் 'இலாப நோக்கத்தை' கொண்டிராது. மக்களின் அதிகபட்ச நலன்களை மனதில் கொண்டே கொள்கை முடிவுகள் மேற்கொள்ளப்படும். இது அங்காடிப் பொருளாதார அமைப்புக்கு நேர் எதிரானதாகும். இவ்வாறு மக்களின் சமுதாய நலனே (Social wellbeing) அடிப்படையாக அமைகிறது.

2. தனியார் சொத்துரிமையின்மை

தனியார் சொத்துரிமை வரையறுக்கப்பட்டது. நாட்டின் அனைத்து சொத்துக்களும் அரசுக்கே சொந்தமானது. அதாவது சொந்தம் என்பது ஒரு கூட்டானது (collective). எனவே முதலாளித்துவ பொருளாதாரத்தில் உள்ளதுபோல் எந்த ஒரு தனிநபரும் அதிக அளவு சொத்து சேர்க்க இயலாது.

3. மையத்திட்டம் (Central Planning)

பொருளியல் கொள்கைமுடிவுகள் நாட்டின் மத்திய (மைய) திட்டக்குழுவால் மேற்கொள்ளப்படுகிறது. ஒவ்வொரு பொருளாதாரப் பிரிவும் திட்டமிடப்பட்ட அமைப்பு முறையால் நெறிப்படுத்தப்படுகிறது.

4. அங்காடிச் சக்திகள் இல்லை

மையப்படுத்தப்பட்ட திட்டமிடும் பொருளாதார மேம்பாட்டுமுறையில் அங்காடியின் பங்கானது மிகவும் குறைந்த அளவிலேயே காணப்படுகிறது. உற்பத்தி, பண்டம் மற்றும் காரணி விலைகள் (factor prices) நுகர்வு மற்றும் பகிர்வு ஆகியவை சமூக நலனையே குறிக்கோளாகக் கொண்டு திட்ட அமைப்பு செயல்படுகிறது.

பொதுவுடைமைப் பொருளாதாரத்தின் நன்மைகள்

1. வளங்களைத் திறம்பட பயன்படுத்துதல்

இலாப அளவைக் கணக்கில் கொள்ளாமல் வளங்களைத் திறம்படப் பயன்படுத்திச் சமுதாயத்திற்குப் பயனுள்ள பண்டங்களைத் தயாரிப்பதால் போட்டியினால் எதையும் வீணாக்காமல் உற்பத்தி கூட்டப்படுகின்றது.

2. பொருளாதார நிலைத்தன்மை

வணிகத்தில் ஏற்படும் ஏற்றத்தாழ்விலிருந்து பொருளாதாரம் விடுபடுகின்றது. அரசு நன்கு திட்டமிடுவதாலும், அனைத்தும் நன்றாக ஒருங்கிணைக்கப்பட்டதாலும், அளவுக்கதிகமான உற்பத்தியும், வேலையின்மையும் தவிர்க்கப்படுகிறது. பண்டங்கள் மற்றும் பணிகளின் உற்பத்தி மற்றும் பகிர்வு நன்கு முறைப்படுத்தப்பட்டுள்ளதால் பொருளாதார நிலைத்தன்மை ஏற்படுகிறது.

3. சமுதாய நலன்

அனைத்து குடிமக்களும் நாட்டின் நலனுக்காக உழைக்கிறார்கள். ஒவ்வொருவரும் அவரவர் ஊதியத்தைப் பெறுகிறார்கள். அரசு ஆடம்பரப் பண்டங்களுக்குப் பதிலாக அடிப்படை ஆதாரப் பண்டங்களையே உற்பத்தி செய்வதில் கருத்தாக உள்ளது. அரசு இலவசக் கல்வியையும், மலிவான ஆனால் சூழலுக்கு ஏற்ற வீட்டு வசதியையும், பொது சுகாதாரம் மற்றும் சமூகப் பாதுகாப்பையும் மக்களுக்காகச் செய்து தருகிறது.

4. முற்றுரிமையின்மை (Absence of Monopoly)

தனியார் சொத்துரிமை மறுக்கப்படுவதால் கூட்டாண்மை மற்றும் முன்னுரிமையின் கூறுகள் அகற்றப்படுகின்றன. அரசு ஒரு முற்றுரிமையாக இங்கு செயல்பட்டபோதிலும் தரமான பொருட்களை நேரிய விலையில் (reasonable price) உற்பத்தி செய்கிறது.

5. அடிப்படைத் தேவைகள் நிறைவேற்றப்படுகின்றன

பொதுவுடைமைப் பொருளாதாரத்தில் அடிப்படை மனிதத் தேவைகளான தண்ணீர், கல்வி, உடல் நலம், சமுதாயப் பாதுகாப்பு ஆகியவை அளிக்கப் படுகின்றன. மனிதவள மேம்பாடு பொதுவுடைமைப் பொருளாதாரத்தில் அதிகமாகக் காணப்படுகிறது.

6. ஏற்றத்தாழ்வின்மை (No Extreme Inequality)

சமுதாய நலனே இறுதி நோக்கமென்பதால் செல்வம் சேர்க்கும் வாய்ப்பில்லை. பொதுவுடைமை முறையில் பெருமளவு ஏற்றத்தாழ்வு தடுக்கப்படுகிறது.

பொதுவுடைமையின் தீமைகள்

1. ஆட்சியாளர்களின் ஆதிக்கம் (Bureaucratic Expansion)

பொதுவுடைமை பொருளாதாரம் ஒரு 'மைய ஆதிக்கம்' மற்றும் கட்டுப்பாட்டு முறையினால் இயக்கப்படுகிறது. இங்கு மக்கள் உயர் அதிகாரவர்க்கப் பயமின்றி உழைக்கிறார்கள். மக்கள் கடினமாக உழைக்கவேண்டும் என்பதற்காக எவ்விதமானச் சிறப்புப் பயிற்சியும் இங்கு கொடுக்கப்படுவதில்லை.

2. சுதந்திரமின்மை (No freedom)

தொழிலில் சுதந்திரம் கிடையாது. உற்பத்திக் காரணிகளின் ஒதுக்கீடு விவேகமான முறையில் நடைபெறுவதில்லை. அரசே வேலைகளை அளிக்கிறது. பணியிடமும் (Place of work) அரசாலேயே அளிக்கப்படுகிறது. நுகர்வோரின் தெரிவு மிகவும் வரையறுக்கப்பட்டது.

3. போட்டியின்மை இம்முறையை செயல் திறனற்றதாக்கிவிடுகிறது

பணி ஒரே மாதிரியானது (monotonous) என்பதால் சுதந்திரம் இருப்பதற்கு வாய்ப்பில்லை.

உற்பத்தி முறையில் எந்த மாற்றம் இருந்தாலும் அது அனைத்து திட்டங்களையும் மாற்றக்கூடும். எனவே எந்த புத்தாக்கமுறையும் (Innovation) ஏற்பட இங்கு வாய்ப்பில்லை. நெகிழ்வற்ற (rigid). எனவே, தொழில்நுட்ப மாற்றம் வரையறைக்குட்பட்டது.

4. கலப்புப் பொருளாதாரம் (Mixed Economy)

கலப்புப் பொருளாதாரத்தில் அரசு (பொது) மற்றும் தனியார் நிறுவனங்கள் பொருளாதார கட்டுப்பாட்டிற்காக வைக்கப்பட்டுள்ளன. பொதுத்துறை, பொதுவுடைமைக் கொள்கையைக் கடைபிடிக்கிறது. மேலும் தனியார் துறை தடையில்லா தொழில் முனைவுக் கொள்கையை பின்பற்றுகிறது. என்ன உற்பத்தி செய்வது எப்படி? யாருக்காக? என்ற அனைத்து முடிவுகளும் அரசே மேற்கொள்கிறது. பண்டங்களையும் பணிகளையும் தனியார்துறை (Private sector) உற்பத்தி செய்து விநியோகம் (Distribution) செய்கிறது. பொதுத்துறை, மக்கள் நலனுக்காக நுகர்வு மற்றும் மூலதனப் பொருட்களை உற்பத்தி செய்கிறது. கலப்புப் பொருளாதாரம், தனியார் சொத்துக்களை வைத்துக்கொள்ளவும், இலாபம் ஈட்டவும், நுகர்வு, உற்பத்தி, விநியோகம் செய்யவும் முழு சுதந்திரம் அளிக்கிறது. ஆனால் இத்தகைய சுதந்திரங்கள்

மக்கள் நலனுக்கு எதிராகவும் அமையக்கூடும். இவையனைத்தும் அரசால் ஒழுங்குப் படுத்தப்பட்டுக் கட்டுப்படுத்தப்படுகின்றன.

கலப்புப் பொருளாதாரத்தின் சிறப்பம்சங்கள்

1. தனியார்துறையும் பொதுத்துறையும் உடனுறைதல்

கலப்புப் பொருளாதாரத்தில் அரசுத்துறையும் தனியார்த்துறையும் முயன்று (Initiatives) செயல்படுகின்றன. அதிக யுக்தி நிறைந்த (Most Strategic) மற்றும் தேசிய முக்கியத்துவம் பெறும் துறைகள் அரசுத்துறைக்கு ஒதுக்கப்படுகின்றன. மீதமுள்ள துறைகள் தனியாரிடம் ஒப்படைக்கப் படுகின்றன. பொதுத்துறை மக்கள் நலனையே முதன்மைக் குறிக்கோளாகவும், தனியார்த் துறை இலாபத்தையே குறிக்கோளாகவும் கொண்டு செயல்படுகின்றன.

2. முதலாளித்துவம் மற்றும் பொதுவுடைமையின் நன்மைகள் ஒருங்கிணைப்பு

கலப்புப் பொருளாதாரம் 'முதலாளித்துவம்' மற்றும் 'பொதுவுடைமை' அமைப்புகளின் நன்மைகளை மட்டுமே ஏற்றுச் செயல்படுகிறது. எடுத்துக்காட்டாக அரசுத்துறை தனியார் முதலீட்டை அனுமதிக்கும் அதே நேரத்தில் அரசு முற்றுரிமைகளைக் (monopolies) கட்டுப்படுத்துகிறது.

3. திட்டமிடுதல்

பொருளாதாரத் திட்டமிடுதல் கலப்புப் பொருளாதாரத்தின் மற்றொரு சிறப்பியல்பு ஆகும். பொருளாதாரத் திட்டமிடல் அரசு மற்றும் தனியார்த் துறையின் சட்டப்பூர்வ அதிகார வரம்புகளை (Jurisdictions) அதன் தொடர்புடைய வகையில் நெறிப்படுத்துகிறது.

கலப்புப் பொருளாதாரத்தின் நன்மைகள்

1. திறமையான வளப் பயன்பாடு

பொதுவுடைமை மற்றும் முதலாளித்துவ முறைகளின் சிறப்பியல் புகள் இணைந்து செயல்படுவதால் வளங்கள் முழுவதும் திறமையான வகையில் பயன்படுத்தப் படுகின்றன. வளங்கள் சரியான வகையில் ஒதுக்கீடு செய்யப் படவில்லையெனில் அரசு அதனைக் கட்டுப்படுத்தி ஒழுங்குபடுத்துகிறது.

2. நிர்வகிக்கப்பட்ட-விலை :

தேவை மற்றும் அளிப்பு சக்திகள் மட்டுமே எப்போதும் விலையை நிர்ணயிப்பது இல்லை. கிடைப்பருமை (scarce) பண்டங்களுக்கு அரசே விலையை நிர்ணயம் செய்வதோடு அல்லாமல் நியாய விலை கடைகள் மூலம் அவற்றை வழங்குகிறது.

3. சமூக நலன்

கலப்புப் பொருளாதாரத்தில் திட்டமிடல் மையப்படுத்தப்படுவதால் ஒட்டுமொத்த சமூக நலன் நிலவுகிறது. புத்தாக்கத்திற்காகப் பணியாளர்களுக்கு வெகுமதியும், ஊக்க ஊதியமும் வழங்கப்படுகிறது. பணியாட்களுக்கு சமுதாயப் பாதுகாப்பு அளிக்கப்படுகிறது. வருமானம் ஈட்டுவதில் செல்வம் சேர்ப்பதில் ஏற்றத்தாழ்வுகள் (inequalities) குறைப்படுகின்றன.

கலப்புப் பொருளாதாரத்தின் தீமைகள்

1. ஒருங்கிணைப்பின்மை

கலப்புப் பொருளாதாரத்தில் தனியார் துறையும் அரசுத்துறையும் ஒருங்கிணைந்து செயல்படுதல் அரிது. உள்கட்டமைப்புக்கு (Infrastructure) அரசுத்துறை அதிக அளவு பொது வளங்களைச் செலவிட–நேரிடுகிறது. தனியார்துறையோ அரசுத்துறையால் ஏற்படுத்தப்பட்ட உள்கட்டமைப்பைப் பயன்படுத்தி அதிக லாபம் பெற முயற்சிக்கின்றது. அதற்குச் சமுதாயப் பொறுப்பில்லாததன் காரணமாக, பொதுமக்கள் கல்வி, சுகாதாரம் ஆகியவற்றுக்குச் செலவழிக்கவிரும்புவதில்லை. அரசால் விதிக்கப்படும் எந்தவொரு கட்டுப்பாட்டையும் தனியார்துறை விரும்புவதில்லை.

2. மெதுவான வேலையில் மந்தத்தன்மையும் காலதாமதமும்

அரசுத்துறை, திறமையற்ற முறையில் செயல்பட வாய்ப்புள்ளது. வேலையில் ஊக்கமின்மையும், கையூட்டும் (corruption), நிகழ்வதோடு, உற்பத்தியைப்பற்றி முடிவெடுப்பதற்கும், நடைமுறைப்படுத்துவதற்கும் காலதாமதத்திற்கு வழிவகுக்கிறது. இதனால் திறமையின்மை வெளிப்படுத்தப் படுவதால் உற்பத்தி பாதிக்கப்படுகிறது.

3. பொருளாதார ஏற்றத்தாழ்வுகள்

கலப்புப் பொருளாதாரம் பொருளாதார ஏற்றத்தாழ்வுகளைச் சந்திக்கிறது. ஒருபுறம், தனியார்த் துறை அரசு விதிக்கும் எவ்வித கட்டுப்பாடுகளையும் செயல்படுத்துவதில்லை. மறுபுறம் பொதுத்துறை நிறுவனங்கள் கூட திட்டமிட்ட பொருளாதாரம் விதிக்கும் எவ்வித கட்டுப்பாடுகளையும் ஏற்று செயல்படுவதில்லை. கொள்கை முடிவுகளை தனியார்த்துறையும், பொதுத்துறையும் ஒருங்கிணைந்து ஏற்றுக் கொள்ளாததின் காரணமாக பொருளாதார ஏற்றத்தாழ்வுகள் ஏற்படுகிறது.

உற்பத்தி வாய்ப்புக்கள் (Production Possibilities)

அடிப்படைப் பொருளாதார பிரச்சினையில் முக்கியமாக எழும் வினா பொருளாதாரத்தில் நாம் தெரிவுகளை (choice) எவ்வாறு மேற்கொள்வது என்பதாகும். தனி நபர்களாக மாறுபட்ட விருப்பங்களில் (Alternatives) நாம் தெரிவுகளை மேற்கொள்ளலாம். தொலைக்காட்சியில் கிரிக்கெட் ஆட்டத்தின் முக்கிய நிகழ்வுகளைப் (Highlights) பார்ப்பதா? அல்லது கூடுதலான நேரம் படிப்பதா? 50 ரூபாயைக் கொண்டு பாடப்புத்தகம் வாங்குவதா? அல்லது திரைப்படம் பார்ப்பதற்கு பணத்தைச் செலவழிப்பதா? தாயுடன் கடைக்குச் சென்று உதவுவதா? அல்லது அந்நேரத்தில் வளைபந்து (Hockey) விளையாடுவதா?

கிடைப்பருமை (scarcity) காரணமாகவே தெரிவுகளை (choice) மேற்கொள்ள நேரிடுகிறது என்பதை மறந்துவிடமுடியாது. அதுபோலவே தெரிவு என்பது மாறுபட்ட பண்டங்களிடையே (Alternatives) நேரிடுவ தாகும்; இதில் செலவும் (cost) ஆதாயமும் (benefit) ஒப்பிடப்படுகிறது.

வாய்ப்புப் செலவு (Opportunity Cost)

நாம் ஒரு குறிப்பிட்ட மாறுபட்ட பண்டத்தை (Alternatives) விரும்பும்போது அடுத்த சிறந்த மாறுபட்ட பண்டம் விடுபடுதல் வேண்டும். எடுத்துக்காட்டாக தொலைக்காட்சியில் கிரிக்கெட் ஆட்டத்தின் முக்கிய நிகழ்வுகளைப் பார்க்கவேண்டுமெனில் கூடுதலாக படிக்கும் நேரத்தை இழக்க நேரிடும். தொலைக்காட்சியில் கிரிக்கெட் பார்ப்பதால் அடுத்த சிறந்த மாறுபட்ட தெரிவான (கூடுதலாக படிக்கும் நேரத்தை) இழக்க நேரிடுகிறது. இவ்வாறு, தொலைக்காட்சி பார்ப்பதால் தேர்வுகளில் கூடுதலாக ஐந்து அல்லது பத்து மதிப்பெண்கள் பெறும் வாய்ப்பை இழக்க நேரிடுகிறது.

இவ்வாறு "வாய்ப்புச் செலவு" என்பது சில வாய்ப்புகளை இழப்பதால் ஏற்படும் செலவாகும். அதாவது அந்த வாய்ப்புகளின் மூலம் பெற்றிருக்கக்கூடிய நன்மைகள் ஆகும். வேறு விதமாகச் சொல்வதானால் "வாய்ப்புச் செலவு" என்பது அடுத்த, தகுந்த மதிப்புடைய மாற்றுப்பண்டங்களின் மதிப்பையே குறிப்பிடுவதாகும்.

கணக்குச் செலவிறகும் (Accounting Cost) பொருளாதாரச் செலவிற்கும் (Economic Cost) உள்ள முக்கியமான வேறுபாடே வாய்ப்புச் செலவாகும். தெரிவுகள் பெரும்பாலும் வாய்ப்புச் செலவின் அடிப்படையில் மேற்கொள்ளப்படுகின்றன.

உற்பத்தி வாய்ப்பு வளைகோடு

தனிநபர்களைப் போலவே ஒரு சமுதாயமும் வரையறுக்கப்பட்ட வளங்களைப் பெற்றுள்ளது. வரையறுக்கப்பட்ட வளங்களின் வழியே என்ன பொருளை உற்பத்தி செய்வது என்பதை சமுதாயம் தீர்மானித்தல் வேண்டும். பல்வேறு பண்டங்களின் உற்பத்தி அளவையும் சமுதாயம் தெரிவு செய்தல் வேண்டும். பற்றாக்குறையினால் / கிடைப்பருமையினால் (scarcity) தெரிவு செய்தல் எழுகிறது. இவ்வாறு நமது 'தெரிவு' எப்போதும் வரையறுக்கப்பட வளங்களினால் நேரிடுகிறது. நமக்குப் போதுமான அளவு வளங்கள் இருப்பின் நாம் தேவையான பண்டங்கள் அனைத்தையும் உற்பத்தி செய்து கொள்ளலாம்.

இவ்வாறான அனைத்துச் தெரிவுகளையும் உற்பத்தி வாய்ப்பு வளைகோட்டின் வாயிலாக மேற்கொள்ள இயலும். வளங்களின் இருப்பைப் பொருத்து உற்பத்தி வாய்ப்பு வளைகோடு சமுதாயத்திற்கு உகந்தனவற்றை, அல்லாதவற்றிலிருந்து எவ்வாறு உற்பத்தி செய்வது என்பதை பிரித்தெடுக்கிறது.

அநேக மக்கள், பல தொழிற்சாலைகள், அதிக மின்சாரம் மற்றும் இயற்கை வளங்கள் அடங்கிய ஒரு பொருளாதாரத்தை எடுத்துக் கொள்வோம். என்ன உற்பத்தி செய்தல் வேண்டும்' எவ்வாறு செய்தல் வேண்டும் என்பதை முடிவு செய்யும்போது ஆயிரக்கணக்கான பல்வேறுபட்ட பொருட்களுக்கிடையே வளங்களைப் பகிர்ந்தளிக்க (allocation) நேரிடுகிறது. எத்தனைத் தொழிற்சாலைகள் எஃகு உற்பத்தியை செய்யவேண்டும்? வேளாண்மைக்கு எவ்வளவு மின்சாரம் அளிக்கப்படுகிறது? தொழிற்துறைக்கு எவ்வளவு மின்சாரம் தேவை? உழவர்க்கு இலவச மின்சாரம் அளிப்பதா? வேண்டாமா? போன்ற இப்பிரச்சினைகள் சற்று சிக்கலானவை. எனவே எளிமையான எடுத்துக் காட்டின் மூலம் இதனைப் புரிந்து கொள்வோம். இரண்டு பண்டங்கள் மட்டுமே உற்பத்தி செய்யப்படல் வேண்டும். அவை ஆப்பிள் மற்றும் ஆரஞ்சுகள்.

அட்டவணை 2.1 உற்பத்தி வாய்ப்பு அட்டவணை

உற்பத்தி வாய்ப்பு	ஆப்பிள் அளவு (எண்ணிக்கை)	ஆரஞ்சு அளவு (எண்ணிக்கை)
A	4	0
B	3	2
C	2	4
D	1	6
E	0	8

மேற்காணும் அட்டவணையில் 'A' முதல் 'E' வரை எல்லாம் வாய்ப்புகள் ஆகும். அங்கே பொருளாதாரத்தில் 100 விழுக்காடு ஆப்பிள் மட்டுமோ அல்லது 100 விழுக்காடு ஆரஞ்சு மட்டுமே உற்பத்தி செய்யலாம். ஆனால் உற்பத்தி வாய்ப்பு வளைகோடு பல இணைகளில் (combination) இரு பண்டங்களின் உற்பத்தியை மேற்கொள்வதாகும் (assumes) A, B, C, D, E ஆகிய உற்பத்தி வாய்ப்புகளில் இணைகள் பின்வருமாறு உள்ளன.

'4' அலகு ஆப்பிளும் ஆரஞ்சையும் 'A' வாய்ப்பிலும்,

'3' அலகு ஆப்பிளும் '2' அலகு ஆரஞ்சும் 'B' வாய்ப்பிலும்,

'2' அலகு ஆப்பிளும் '4' அலகு ஆரஞ்சும் 'C' வாய்ப்பிலும்,

'1' அலகு ஆப்பிளும் '6' அலகு ஆரஞ்சும் 'D' வாய்ப்பிலும்

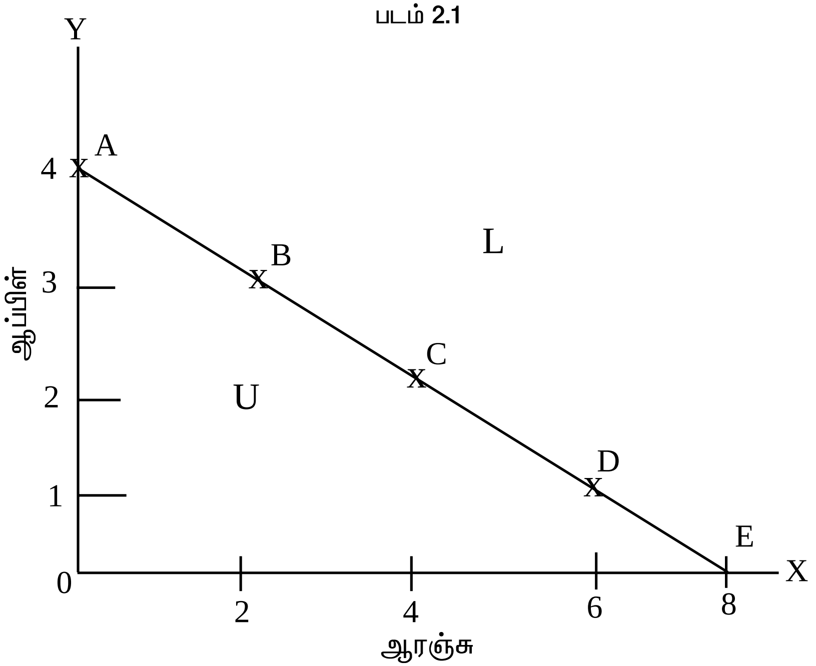
'0' அலகு ஆப்பிளும் '8' அலகு ஆரஞ்சும் 'E' வாய்ப்பிலும்

சமுதாயம் உற்பத்தி செய்கிறது.

உற்பத்தி வாய்ப்பு வளைகோடு

(Production Possibility Curve)

படம் 2.1



இவ்வாறு அதிக அளவு ஆரஞ்சை நாம் பெற விரும்பினால் நாம் அதிக அளவு ஆப்பிளை இழக்க வேண்டியுள்ளது. எடுத்துக்காட்டாக, வாய்ப்பு 'B'லிருந்து 'C' க்கு செல்லும் போது பொருளாதாரம் '2' அலகு கூடுதலாக ஆரஞ்சு உற்பத்தி செய்வதற்கு '1' அலகு ஆப்பிளைத் துறக்க நேரிடுகிறது. ஒரு முழு வேலை வாய்ப்புப் பொருளாதாரத்தில் (A full employment economy) எப்போதும் ஒரு பொருளை உற்பத்தி செய்ய வேறொரு பொருளை இழக்க வேண்டியிருக்கும். சிலபல வளங்கள் ஒரு பண்டத்திலிருந்து வேறொரு பண்டத்திற்கு மாற்றுவதற்கு வழி வகுப்பதாக எடுத்துக் கொள்ள நேரிடும்.

இவ்வாறாக ஒரு மாற்றுப் பண்டத்தின் தெரிவு மற்றொன்றை இழப்பதால் ஏற்படும் 'வாய்ப்புச் செலவு'க்குட்பட்டதாகும். எனவே, சமுதாயத்தின் முடிவுகள் ஒவ்வொரு மாற்றுப் பொருளின் செலவை ஒப்புநோக்கி அமைந்திருக்கும். இவ்வாறு செய்வதால் பணம் மற்றும் சமுதாயச் செலவு ஆகிய இரண்டும் மற்றும் பயனும் தெரிவின் அடிப்படையாக அமையும். எனவே சமுதாயத்திற்கு அதிக நன்மைகளைக் குறைந்த செலவில் அளிக்கும் உற்பத்தியே சிறந்த தெரிவாக அமையும் என்பதை உற்பத்தி வாய்ப்பு வளைகோட்டின் மூலம் அறியலாம். (படம் 2.1)

ஆரஞ்சின் அலகுகள் படுகிடைக்கோடாகவும், ஆப்பிளின் அலகுகள், செங்குத்தான கோடாகவும் அமைந்துள்ளது. 'A' முதல் 'E' வரை பல இணைகளில் இரு பண்டங்களின் உற்பத்தியை வளைகோடு குறிக்கிறது. உற்பத்தி வாய்ப்பு வளைகோடு (Production Possibility Curve) பண்டமாற்று வளைகோடு (Transformation Curve) அல்லது உற்பத்தி வாய்ப்பு எல்லைக்கோடு (Production Possibility Frontier) எனவும் அழைக்கப்படுகிறது. பொருளாதாரமானது ஒரு வாய்ப்பு முனையிலிருந்து வேறு வாய்ப்புக்கு செல்லும்போது இவ்வளைகோடானது ஒரு உற்பத்திப் பொருளிலிருந்து மற்றொன்றுக்கு மாறும் விகிதத்தைக் குறிக்கிறது.

கிடைக்கும் வளத்திலிருந்து இருபண்டங்களின் உற்பத்தி வாய்ப்புகளை உற்பத்தி வாய்ப்பு வளைகோட்டின் மூலம் கண்டறியலாம். உற்பத்தி வாய்ப்பு வளைகோட்டின் உள்ளே எந்த இணைப்புள்ளியும் (அதாவது 'U'வைபோல்) நாட்டின் வளங்களை முழுமையாகப் பயன்படுத்துவதில்லை உற்பத்தி வாய்ப்பு வளைகோட்டின் வெளியே எந்த இணைப்புள்ளியும் (அதாவது 'L') அவ்வளவு உற்பத்தி செய்வதற்குப் போதிய வளங்களைப் பெற்றிருக்கவில்லை என்பதைக் குறிக்கிறது. ஆனால் உற்பத்தி வாய்ப்பு எல்லைக்கு வெளியே மாற்றம் ஏற்படின் அது பொருளாதார வளர்ச்சியைக் குறிக்கும். தொழில்நுட்ப வளர்ச்சியாலும் உற்பத்திக்காரணிகளின் அளிப்பு அதிகரிப்பதாலும் இது சாத்தியமாகிறது.

பயிற்சி

பகுதி – அ

I. சரியான விடையைத் தேர்ந்தெடுக்கவும்

1. அடிப்படைப் பொருளியல் பிரச்சனைகள் பொதுவாகக் காணப்படும் சமூக அமைப்பு

அ. முதலாளித்துவம் ஆ. சமதர்மம்
இ. கலப்புப் பொருளாதாரம் ஈ. அனைத்தும்

2. பழமைப் பொருளாதாரம் என்பது

அ. தன்னிறைவுப் பொருளாதாரம் ஆ. சந்தைப் பொருளாதாரம்
இ. கட்டளைப் பொருளாதாரம் ஈ. பணவியல் பொருளாதாரம்

3. முதலாளித்துவத்தை இயக்கும் அடிப்படைச் சக்தியாக விளங்குவது

அ. திட்டமிடல் ஆ. தொழில்நுட்பம்
இ. அரசு ஈ. இலாபம்

4. சமதர்மப் பொருளாதாரத்தில், உற்பத்தி, பகிர்வு மற்றும் தீர்வுகளை முடிவு செய்வது

அ. சந்தை ஆ. மத்திய திட்டக்குழு
இ. பழக்கவழக்கமும், மரபுகளும் ஈ. தனியார் துறை

5. மெதுவான வேலையும், கையூட்டும் கீழ்க்கண்டவற்றுள் எதற்கு காரணமாக விளங்குகிறது.

அ. உற்பத்தியின் திறமைக் குறைவு

ஆ. வருமானம் மற்றும் செல்வத்தில் ஏற்றத் தாழ்வு

இ. தொழில் நுட்பமின்மை

ஈ. வளங்களைத் திறமையாகப் பயன்படுத்துதல்

II. கோடிட்ட இடங்களை நிரப்புக

6. பழமைப் பொருளாதாரத்தில் அடிப்படைப் பொருளியல் பிரச்சனைகளை .... மற்றும் .... தீர்த்து வைக்கிறது.

7. முதலாளித்துவத்தில் அனைத்து வகை பொருளாதார நடவடிக்கைகளும் .... மையமாகக் கொண்டே செயல்படுகிறது.

8. உற்பத்தி வாய்ப்பு வளைகோடு .... எனவும் அழைக்கப்படுகிறது.

9. சமதர்மப் பொருளாதாரத்தின் முக்கிய நோக்கம் ....

10. கலப்புப் பொருளாதாரத்தில் பொருளாதார நடவடிக்கைகளைக் கட்டுப்படுத்துவது ...., ... ஆகும்.

III. பொருத்துக

11.	குறைந்தபட்ச உற்பத்திச் செலவு	– அ. அடுத்த சிறந்த மாறுபட்ட பண்டத்தை கொடுத்தல்
12.	வாய்ப்புச் செலவு	– ஆ. சமதர்மம்
13.	தனியார் சொத்துரிமை	– இ. அளிப்பு, தேவை மற்றும் விலை
14.	ஆட்சியாளரின் ஆதிக்கம்	– ஈ. அதிகபட்ச நன்மை
15.	சந்தை சக்திகள்	– உ. தலையிடாக் கொள்கைப் பொருளாதாரம்

IV. ஒரிரு வார்த்தைகளில் விடையளிக்கவும்

16. பொருளாதார முறை என்றால் என்ன?

17. முதலாளித்துவத்தில் உற்பத்தி ஏன் அதிகரிக்கப்படுகிறது?

18. அளவுக்கதிகமான உற்பத்தியின் விளைவு யாது?

19. பொதுவுடைமைப் பொருளாதாரத்தில் வெற்றிபெற்ற இருநாடுகளைக் கூறுக.

20. கலப்புப் பொருளாதாரத்தில் எவ்வகையான பண்டங்கள் உற்பத்தி செய்யப்படுகின்றன?

பகுதி–ஆ

பின்வரும் வினாக்களுக்கு நான்கு அல்லது ஐந்து வரிகளில் விடையளிக்கவும்

21. எந்த ஒரு சமுதாயத்திலும் காணப்படும் அடிப்படைப் பிரச்சனைகள் யாவை?

22. பொதுவான பொருளாதார முறைகளின் பெயர்களைக் கூறுக.

23. பொதுவுடைமையின் அடிப்படைச் சிறப்பம்சங்களை கூறுக.

24. இந்தியப் பொருளாதாரம் கலப்புப் பொருளாதாரமா? விவரி

25. வாய்ப்புச் செலவு என்றால் என்ன?

பகுதி – இ

பின்வரும் வினாக்களுக்கு ஒரு பக்க அளவில் விடையளிக்கவும்

26. பழமைப் பொருளாதாரம் பற்றி சிறுகுறிப்பு வரைக.
27. முதலாளித்துவத்தின் சிறப்பு பண்புகளை விளக்குக.
28. சமதர்ம பொருளாதாரத்தின் நன்மைகளை விளக்குக.
29. கலப்புப் பொருளாதாரத்தின் நன்மை தீமைகளை விவரி.
30. பிற வாய்ப்புச் செலவை உதாரணத்துடன் விளக்குக.

பகுதி – ஈ

பின்வரும் வினாக்களுக்கு மூன்று பக்க அளவில் விடையளிக்கவும்

31. முதலாளித்துவம் என்றால் என்ன? அதன் நன்மைகளையும் தீமைகளையும் விளக்கவும்.
32. சமதர்மத்தின் பண்புகளையும், சிறப்புகளையும், குறைகளையும் விளக்குக.
33. கலப்புப் பொருளாதாரத்தை விளக்கமாக கூறவும்.
34. உற்பத்தி வாய்ப்பு வளைகோட்டை படத்துடன் விளக்கவும்.

பாடம் - 3

நுகர்வோர் செயல்பாட்டின் கோட்பாடு

முன்னுரை

மனித விருப்பங்களின் தோற்றமே சமுதாயத்தின் அனைத்து பொருளாதார நடவடிக்கைகளுக்கும் அடிப்படையாகும். மனிதனுடைய அனைத்து ஆசைகள், சுவைகள், நோக்கங்கள் பொருளியலில் 'விருப்பங்கள்' (wants) எனப்படுகின்றன.

1. விருப்பங்கள் எளிய உளவியல் காரணங்களால் தோன்றுகின்றன. உணவு, உடை, இருப்பிடம் ஆகியவற்றுக்கான விருப்பங்கள் உளவியல் தன்மையுடையவை.
2. விருப்பங்கள் சமூகக் காரணங்களால் தோன்றும். சமுதாயத்தின் உறுப்பினர்களுக்குக் குறிப்பிட்ட உணவும், உடையும் தேவைப்படுகிறது.
3. பழகக்கவழக்கங்களால் விருப்பங்கள் தோன்றும் (உம்) தேனீர் அருந்துதல்.
4. விளம்பரங்களால் விருப்பங்கள் தோன்றும்.

நாகரீகத் தொடக்கக் காலத்தில் மனித விருப்பங்கள் மிகச்சிலவாகவும் எளியனவாகவும் இருந்தன. நாகரீக வளர்ச்சி காலத்தில் விருப்பங்கள் எண்ணிலடங்காததாகவும் சிக்கலானதாகவும் மாறிவிட்டன. பொருளியல் நடவடிக்கைகளால் மனிதன் தன்னுடைய விருப்பங்களை நிறைவு செய்ய விழைகின்றான். வளங்கள் எல்லைக்கு உட்பட்டதாக இருப்பதால் முக்கியமான விருப்பங்கள், மிக முக்கியமான விருப்பங்களுக் கிடையே தெரிவு செய்ய வேண்டியுள்ளது. வரையறுக்கப்பட்ட தொடச்சியான இந்நிகழ்வுக்கு நுகர்வு என்று பெயர். மனிதவிருப்பங்களை நிறைவு செய்ய பண்டங்களையும் பணிகளையும் பயன்படுத்துதல் 'நுகர்வு' (Consumption) என்று அழைக்கப்படுகிறது. (விருப்பங்களின் தன்மைக்கும் தேவையின் பண்புக்கும் இடையே உள்ள தொடர்புகளை நுகர்வு விளக்குகிறது)

விருப்பங்களின் இயல்புகள்

1. விருப்பங்கள் எண்ணற்றவை

ஒவ்வொரு மனிதரும் விருப்பங்களின் தொகுப்பாக உள்ளார். மனித விருப்பங்கள் எல்லையற்றவையாகும். (Wants are unlimited) ஒரு விருப்பம்

நிறைவடைந்தவுடன் மற்றொரு–விருப்பம் புதிதாக தோன்றும். மிகுந்த செல்வம் படைத்தவர்களுக்குக்கூட நிறைவு செய்யவேண்டிய விருப்பங்களின் பட்டியல் பெரிதாக இருக்கும்.

2. விருப்பங்கள் நிறைவேறக்கூடியவை: (Wants are Satiable)

பொதுவாக விருப்பங்கள் எண்ணற்றவை. அனைத்து விருப்பங்களும் நிறைவேறக் கூடியவை. அல்ல ஆனால் ஒரு தனிப்பட்ட அல்லது குறிப்பிட்ட விருப்பம் நிறைவு பெறக்கூடியதாகும். ஒரு தனிப்பட்ட விருப்பத்தை முழுவதுமாக நிறைவுசெய்ய முடியும். பசி எடுக்கும்போது, அவனுக்கு உணவு தேவைப்படுகிறது. சிறிதளவு பணத்தைச் செலவு செய்வதன் மூலம் உணவைப் பெறுகிறான். பசி என்னும் விருப்பம்நிறைவடைகிறது.

3. விருப்பங்கள் போட்டியிடுபவை

விருப்பங்கள் எண்ணற்றவை. வளங்களும், நம்மிடையே உள்ள நேரமும் குறுகியவை. எனவே நாம் அனைத்து விருப்பங்களையும் நிறைவு செய்ய முடியாது. எனவே விருப்பங்களை நிறைவு செய்ய முயலும் போது. அவை ஒன்றோடொன்று போட்டியிடுகின்றன. முதலில் தெரிவு செய்ய வேண்டி, ஒரு இணை விருப்பங்கள் மற்றொரு இணை விருப்பங்களோடு போட்டியிடுகின்றன. (உ.ம்) ராஜு ரூ. 20 வைத்திருப்பதாக கொள்வோம். இந்த ரூ.20ஐ பயன்படுத்தி, சினிமாவிற்குச் செல்வதா, பத்திரிக்கை வாங்குவதா, அல்லது காய்கறிகள் வாங்குவதா என்பதை அவன் தெரிவு செய்யவேண்டியுள்ளது. எனவே, நுகர்வோர் மிகவும் இன்றியமையாத விருப்பங்களையே தெரிவு (தேர்வு) செய்வார்கள். மேலும் உச்ச மனநிறைவைப் பெறும் வகையில் அவர்கள் தம் வருமானத்தைப் பல பண்டங்களில் மீதும் பகிர்ந்தளிப்பர்.

4. விருப்பங்கள் ஒன்றை ஒன்று சார்ந்துள்ளன

சில விருப்பங்கள் சார்புத் தன்மை கொண்டவை. அதாவது அவற்றை ஒன்றாகவே நிறைவு செய்ய வேண்டும். விருப்பம் தனிப்பட்ட ஒன்றாக இருந்தாலும், அதை நிறைவு செய்ய பல பண்டங்களும், பணிகளும் தேவைப்படுகின்றன. 'எழுத வேண்டும்' என்ற விருப்பம், எழுதும் காகிதம், பேனா மற்றும் மை இவற்றை உள்ளடக்கியதாகும் சில விஷயங்களில், விருப்பமானது போட்டியிடுபவையாகவும், கூடவே சார்புடையவையாகவும் இருக்கும். (உ.ம்) உழைப்பு மற்றும் இயந்திரங்கள். உழைப்பிற்குப் பதிலாக இயந்திரங்களைப் பயன்படுத்த முடியும். ஆனால் உழைப்பின் உதவியின்றி இயந்திரத்தைப் பயன்படுத்த முடியாது.

5. விருப்பங்கள் மாற்றுப் பொருளால் நிறைவு பெறுபவை

இரண்டு அல்லது அதற்கு மேற்பட்ட பண்டங்களாலும், இரண்டு அல்லது மேற்பட்ட முறைகளாலும் ஒரு விருப்பத்தை நிறைவு செய்யலாம். சூடான பானம் அருந்த விரும்பினால் காபி அல்லது தேனீர் அருந்தலாம் நாம் விரும்பும் இடங்களுக்குச் செல்ல, பேருந்து அல்லது தொடர்வண்டி அல்லது வாடகை வண்டியில் செல்லலாம். இவ்வாறு நமது விருப்பத்தைப் பல வழிகளில் நிறைவு செய்யலாம். இந்த மாற்றுப்பண்டங்கள் அல்லது மாற்றுமுறைகள் 'பதிலிகள்' (Substitutes) என்று அழைக்கப்படுகின்றன.

6. விருப்பங்கள் நேரத்தால், இடத்தால், மனிதனுக்கு தகுந்தாற்போல் மாற்றக்கூடியவை

விருப்பங்கள் நிலையான தன்மை உடையன அல்ல. அவை இடம், காலம், மனிதர்களுக்குத் தகுந்தாற்போல் மாறக்கூடியவை. குளிர்காலத்தில் நாம் சூடான பானமும், கோடைகாலத்தில் குளிச்சியான பானமும் அருந்த விரும்புகின்றோம். இங்கிலாந்தில் உள்ள மக்கள் கம்பளி ஆடைகள், மற்றும் மழைநீர் புகாத மேற்சட்டைகளை விரும்புகிறார்கள். இந்திய மக்கள் பருத்தி ஆடையை அணிய விரும்புகின்றனர். ஆந்திர பிரதேசத்தில் உள்ள கிராமவாசிகளின் விருப்பம் மும்பையில் உள்ள தொழில் அதிபரின் விருப்பத்திலிருந்து மாறுபட்டது. பழைய தலைமுறையினரின் விருப்பம் புதிய தலைமுறையினரின் விருப்பத் திலிருந்து வேறுபட்டது. எனவே விருப்பங்கள், தலைமுறை, பண்பாடு, சமுதாயம், புவியியல் அமைப்பு, பொருளாதார முன்னேற்றம் இவற்றைப் பொருத்து வேறுபடும்.

7. விருப்பங்கள் மீளத்தோன்றும் இயல்புடையவை

(Wants are Recurring in Nature)

சில விருப்பங்கள் மீண்டும் மீண்டும் தோன்றக் கூடியவை. உணவு வேண்டும் என்ற விருப்பம் உணவு உண்டவுடன் நிறைவு பெறுகிறது. சில மணி நேரங்களில் மீண்டும் இவ்விருப்பம் தோன்றும். எனவே, விருப்பங்கள் மீளத்தோன்றும் இயல்புடையயவை என்று கூறுகிறோம்.

8. விருப்பங்கள் விளம்பரங்களின் மூலம் தோன்றக்கூடியவை

தாக்கத்தை ஏற்படுத்தும், சினிமா, பத்திரிக்கைகள், வானொலி, தொலைக்காட்சிகளில் தோன்றும் விளம்பரங்கள் மூலம் புதிய விருப்பங்கள் தோன்றுகின்றன. ஏற்கனவே உள்ள விருப்பங்கள் மாற்றமடைகின்றன.

விளம்பரங்கள் மூலம், சிறந்த விற்பனை பிரதிநிதிகளும் வியாபாரிகளும், தங்களுடைய பண்டங்களுக்குப் புதிய விருப்பத்தை உண்டாக்கு கிறார்கள்.

9. விருப்பங்கள் பழக்கங்களாகவும், வழங்கங்களாகவும் மாறக்கூடியவை

ஒரு குறிப்பிட்ட விருப்பம் தொடர்ந்து ஒரு பண்டத்தால் நிறைவேற்றப்படுமானால் அது பழக்கமாக மாறிவிடுகிறது., (உ.ம்) காபி, தேனீர் அருந்துதல் போன்ற விருப்பங்கள் பழக்கங்களாக மாறுகின்றன. பழக்கங்களும் விருப்பம் ஏற்படக்காரணமாகின்றன.

விருப்பங்களின் வகைகள்

பொருளியலில் விருப்பங்கள் மூன்று வகையாகப் பிரிக்கப்படுகின்றன. அவையாவன

1. இன்றியமையாத பண்டங்கள் (Necessaries)
2. வசதிப்பண்டங்கள் (Comforts)
3. ஆடம்பரப்பண்டங்கள் (Luxuries)

1. இன்றியமையாத பண்டங்கள்

மனித வாழ்க்கைக்குத் தேவையான அடிப்படைப் பண்டங்கள் இன்றியமையாத பண்டங்களாகும். மனித வாழ்க்கைக்குச் சில அடிப்படைப் பண்டங்கள் தேவைப்படுகின்றன. உணவு, உடை, இருப்பிடம் முதலியன மனிதன் விரும்பும் அடிப்படைப் பண்டங்களாகும். இவையின்றி மனிதன் வாழமுடியாது.

2. வசதிப்பண்டங்கள் (Comforts)

வசதிப்பண்டங்கள் என்பது மகிழ்ச்சியான வாழ்க்கைக்குத் தேவைப்படும் பண்டங்களும் பணிகளுமாகும். ஆனால் இவை வாழ்க்கைக்கு இன்றியமையாதவை அல்ல. தொலைக்காட்சி, படுக்கையுடன் அமைந்த இருக்கை (Sofa), சுழலும் நாற்காலி முதலியன வசதிப்பண்டங்களாகும்.

உயர்ந்த உணவு வகைகள் நுகர்வோரை மிகவும் மகிழ்ச்சிப்படுத்தும் (உ.ம்) பழங்களை உண்ணுதல், பால் குடித்தல், போன்றவை வசதிகள் திறமையையும் ஊக்குவிக்கின்றன.

3. ஆடம்பரப்பண்டங்கள்

உயர்ந்த வாழ்க்கைத் தரத்தை காட்ட உதவும் பண்டங்கள். (உ.ம்) வைர நகைகள்.

இன்றியமையாத, வசதி, ஆடம்பரப் பண்டங்களின் முக்கியத்துவம்

பண்டங்களையும் பணிகளையும் மேற்கண்டவாறு வகைப்படுத் தினாலும் அவை ஒன்றுக்கொன்று தொடர்புடையவையே அன்றி தனித்தன்மை உடையன அல்ல. ஒருவருக்கு வசதிப்பண்டமாக இருப்பது மற்றவருக்கு இன்றியமையாப் பண்டமாகவும், இன்னொருவருக்கு ஆடம்பரப் பண்டமாகவும் அமையும். வணிகர்களுக்கும் மருத்துவர் களுக்கும், சிற்றுந்து என்பது அவசியமான ஒன்று. அதுவே மாணவர்களுக்கு ஆடம்பரப்பண்டமாகும். நகரத்தில் வாழ்பவருக்கு அவசியமான பண்டம் கிராமத்தில் வாழ்பவருக்கு ஆடம்பரப் பண்டமாகும். விருப்பங்களை வகைப்படுத்துதல் என்பது மனிதர்களுடைய வருமானம், சமுதாய நிலை, சுவைகளின் பாங்குகள் ஆகியவற்றைப் பொறுத்தது.

மார்ஷலின் நுகர்வோர் தேவைக்கோட்பாடு

இக்கோட்பாடு இரண்டு அணுகு முறைகளைக் கொண்டது.

இது நுகர்வோர் நடவடிக்கையை ஆராய பயன்பாட்டை அளக்க முடியும் என்ற கருத்தைக் கொண்டது. இதற்கு இயல்பெண் பயன்பாட்டு ஆய்வு (Cardinal Approach)என்று பெயர். தேவைக் கோட்பாட்டில் பயன்பாட்டு அணுகுமுறையை முதலில் புகுத்தியவர் மார்ஷல் ஆவார். இதற்கு இயல்பெண் பயன்பாட்டு ஆய்வு அல்லது இறுதிநிலை பயன்பாட்டு ஆய்வு அல்லது மார்ஷல் பயன்பாட்டு ஆய்வு என்று பெயர். இரண்டாவது அணுகுமுறை சமநோக்கு வளைகோட்டு ஆய்வு ஆகும். இது பயன்பாடுகளை ஒப்பிடும் கருத்தைப் பயன்படுத்துகிறது. இதற்கு தரவாரி வரிசை அளவை என்று பெயர். இதை அறிமுகப்படுத்தியவர்கள் ஜே.ஆர்.ஹிக்ஸ் ஆர்.ஜி.டி. ஆலன் ஆவர்.

பயன்பாடு

பொதுவாகப் பயன்பாடு என்பது பயன்படுத்துதலைக் குறிக்கும். பொருளியலில் மனித விருப்பத்தை நிறைவு செய்யும் பண்டங்கள், பணிகளின் சக்தியே பயன்பாடு எனப்படும். பயன்பாடு என்பது உளவியல் கருத்தை அடிப்படையாகக் கொண்டது. ஒரே பண்டம் அல்லது பணி பல்வேறுபட்ட மக்களுக்கு பல்வேறு விதமான பயன்பாட்டைக் குறிக்கும். சைவ உணவு உட்கொள்பவருக்கு ஆட்டு இறைச்சி பயன்பாட்டைக் கொடுக்காது. வெப்பமான நாடுகளில் வாழும் மக்களுக்கு கம்பளி ஆடைகள் குறைந்த பயன்பாட்டையே கொடுக்கும். ஆகவே பயன்பாடு என்பது நுகர்வோரையும் அவரது தேவையையும் பொறுத்தாகும்.

மொத்தப் பயன்பாடு (Total Utility)

ஒரு பண்டத்தின் எல்லா அலகுகளையும் நுகர்வதால் கிடைக்கும் பயன்பாட்டின் கூடுதலே மொத்தப்பயன்பாடு ஆகும். ஒரு நுகர்வோர் பத்து ரொட்டித்துண்டுகளை நுகரும்பொழுது கிடைக்கும் மொத்த மனநிறைவை மொத்தப்பயன்பாடு என்று கூறுகிறோம். அதாவது ஒரு பண்டத்தின் பல அலகுகளைத் தொடர்ந்து, இடைவிடாமல் நுகரும்பொழுது, நுகர்வோருக்குக் கிடைக்கக்கூடிய பயன்பாடுகளின் கூட்டுத் தொகையே மொத்தப் பயன்பாடாகும்.

இறுதிநிலைப் பயன்பாடு

கூடுதலாக ஓர் அலகு பண்டத்தை நுகர்வதால், மொத்தப்பயன்பாட்டில் ஏற்படும் கூடுதல் அல்லது மாற்றமே இறுதி நிலைப் பயன்பாடு ஆகும். ஒரு நுகர்வோர், பத்து ரொட்டித் துண்டுகளை நுகர்ந்தால், பத்தாவது ரொட்டித் துண்டிலிருந்து கிடைக்கும் பயன்பாடு இறுதிநிலைப் பயன்பாடு ஆகும். 10 அலகு ரொட்டித்துண்டுகளிலிருந்து கிடைக்கும் பயன்பாட்டிலிருந்து 9 அலகு ரொட்டித்துண்டுகளிலிருந்து கிடைக்கும் பயன்பாட்டினைக் கழித்தால் கிடைப்பது இறுதிநிலைப் பயன்பாடாகும்.

$$MU_n = TU_n - TU_{(n-1)}$$

$MU_n = n^{th}$ பண்டத்திலிருந்து கிடைக்கும் இறுதிநிலைப் பயன்பாடு.

$TU_n = n$ அலகுகளின் மொத்தப்பயன்பாடு.

$TU_{n-1} = n-1$ அலகுகளின் மொத்தப்பயன்பாடு.

மொத்தப் பயன்பாட்டிற்கும் இறுதிநிலைப் பயன்பாட்டிற்கும் உள்ள தொடர்பு

வ.எண்.	இறுதிநிலைப் பயன்பாடு	மொத்தப் பயன்பாடு
1.	குறையும்	அதிகரிக்கும்
2.	பூஜ்ஜியம்	உச்ச நிலையை அடையும்
3.	எதிர்மறை	குறையும்

குறைந்துசெல் இறுதிநிலைப் பயன்பாட்டு விதி (Law of Diminishing Marginal Utility)

குறைந்துசெல் இறுதிநிலைப் பயன்பாட்டு விதி நுகர்வோரின் சாதாரண அனுபவத்தை விளக்குகிறது. நுகர்வோர் மேலும் மேலும் ஒரு பண்டத்தை நுகர்வதால், அதிலிருந்து கிடைக்கும் கூடுதல் பயன்பாடு குறைந்து கொண்டே செல்லும். ஒரு பண்டத்தின் நுகர்வு அதிகரிக்கும் பொழுது இறுதிநிலைப்பயன்பாடு குறைந்து செல்லும் என்று இவ்விதி கூறுகின்றது. இறுதிநிலைப் பயன்பாடு குறையும் பொழுது மொத்தப்பயன்பாடானது குறைவான வேகத்தில் அதிகரிக்கும்.

காசன் (Gossen), பெந்தம் (Bentham) ஜிவான்ஸ் (Jevons), கார்ல்மங்கர் (Karl Menger) முதலானோர் இக்கருத்து தோன்றுவதற்கு முதல் காரணகர்த்தர் ஆவர். ஆனால் ஆல்பிரட் மார்ஷல் தான் இக்கருத்தை ஒரு விதியாக மாற்றினார். இவ்விதிக்கு காசன்விதி என்ற பெயரும் உண்டு. *"ஒருவரிடம் உள்ள ஒரு பண்டத்தின் இருப்பு கூடுகின்ற பொழுது ஒவ்வொரு கூடுதல் அலகிலிருந்தும் கிடைக்கும் பயன்பாடு குறைகிறது"* என்று மார்ஷல் இவ்விதியை விளக்குகிறார்.

இவ்விதியின் எடுகோள்களாவன

1. நுகரப்படும் பண்டத்தின் அளவு ஏற்றுக்கொள்ளத்தக்க தரமான அலகுகளால் அளவிடப்பட்டிருக்கவேண்டும். ஒரு குவளை தேனீர், ஒரு அலகு குளிர்பானம்.
2. நுகரப்படும் பண்டத்தின் எல்லா அலகுகளும் ஒத்த தன்மை கொண்டவை, ஒரே மாதிரியானவை. அனைத்தும் ஒரே தரமானவையாக இருக்க வேண்டும்.
3. பண்டங்களை நுகரும் பொழுது கால இடைவெளியின்றி தொடர்ந்து நுகரவேண்டும் என்பது இவ்விதி செயல்பட அடிப்படையாகும்.
4. நுகரும் காலத்தில் நுகர்வோரது சுவைக்கும் பாங்கு, பழக்கவழக்கங்கள் மாறாது நிலைத்து இருக்க வேண்டும்.
5. நுகர்வோரது வருமானம் மாறாமல் நிலையாக இருக்கவேண்டும்.
6. நுகரும் பண்டங்கள் மற்றும் அதன் பதலீட்டுப்பண்டங்களின் விலைகள் மாறாது நிலையாக இருக்க வேண்டும்.

7. நுகர்வோர் ஒரு இயல்பான பகுத்தறிவாளராக கருதப்படுகிறார். இங்குப் பகுத்தறிவாளர் என்பதன் பொருள் மொத்தப் பயன்பாட்டை உச்சமாக்க விரும்புவர், என்பதாகும்.

8. பயன்பாட்டை அளவிட முடியும்.

விளக்கம்:

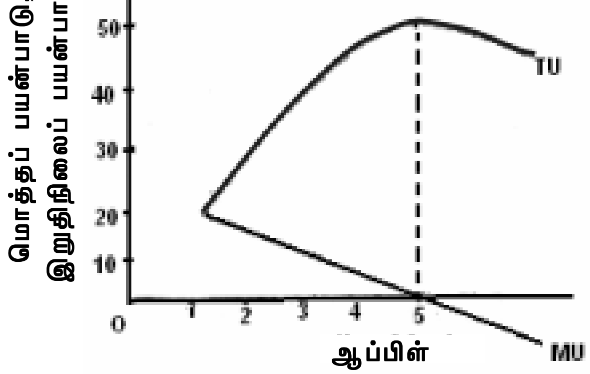
Mr.x என்பவர் பசியோடு இருப்பதால் ஒன்றன் பின் ஒன்றாக ஆப்பிள் பழங்களைச் சாப்பிடுகிறார். அவர் அதிக பசியோடு இருப்பதால் முதல் ஆப்பிள் அதிகப் பயன்பாட்டை கொடுக்கிறது. இரண்டாவது ஆப்பிள் அவர் எடுத்துக்கொள்ளும் பொழுது அவரது பசியின் தன்மையை குறைகிறது. ஆகவே இரண்டாவது ஆப்பிளிலிருந்து குறைவான பயன்பாட்டையே பெறுவார். அவர் தொடர்ந்து மூன்றாவது பழத்தை எடுத்துக் கொண்டால், அதிலிருந்து கிடைக்கும் பயன்பாடானது இரண்டாவது பழத்திலிருந்து கிடைக்கும் பயன்பாட்டைவிட குறைவாக இருக்கும். இதே போல் கூடுதல் அலகுகளிலிருந்து கிடைக்கும் இறுதிநிலை பயன்பாடானது குறைந்து செல்லும். நுகர்வோர் தொடர்ந்து அதிக பழங்களை நுகர்ந்து கொண்டே சென்றால் இறுதிநிலைப் பயன்பாடானது பூஜ்யத்திற்கு செல்லும் நுகர்வோர் மேலும் நுகர்வைத் தொடர்ந்தால் இறுதிநிலைப்பயன்பாடு எதிர்மறையாகி மொத்தப் பயன்பாடு குறையவும் தொடங்கும்.

பட்டியல் 3.1

மொத்த, இறுதிநிலைப்பயன்பாட்டு பட்டியல்

அளவு	மொத்த பயன்பாடு	இறுதிநிலை பயன்பாடு
1	20	20
2	35	15
3	45	10
4	50	5
5	50	0
6	45	-5
7	35	-10

வரைப்படம் 3.1



மொத்த, இறுதிநிலைப் பயன்பாட்டுக் கோடு:

3.1 பட்டியல் மொத்தப்பயன்பாட்டிற்கும் இறுதிநிலைப் பயன்பாட்டிற்கும் உள்ள தொடர்பினை விளக்குகிறது. பட்டியலிலிருந்து, இறுதிநிலைப் பயன்பாடானது குறைந்து கொண்டே செல்கிறது என்பது தெளிவாகிறது. முதல் பழத்தை நுகர்வதிலிருந்து 20 அலகுகள் பயன்பாட்டை நுகர்வோர் பெறுகிறார். தொடர்ச்சியாக அவர் நுகரும்பொழுது நான்காவது பழத்திலிருந்து கிடைக்கும் இறுதிநிலைப் பயன்பாடானது 5 அலகுகளாக குறைகிறது. பிறகு ஐந்தாவது பழத்திலிருந்து கிடைக்கும் இறுதிநிலைப் பயன்பாடு பூஜ்யத்திற்கு செல்கிறது. ஆறு, ஏழு பழங்களை தொடர்ந்து நுகர்ந்தால், இறுதிநிலைப்பயன்பாடு எதிர்கணியத்திற்கு செல்கிறது (Negative). இவ்வாறு நுகர்வோர் தொடர்ச்சியாகப் பண்டங்களை நுகரும்பொழுது இறுதிநிலைப் பயன்பாடு முதலில் குறைந்து, பின் பூஜ்யத்திற்குச் சென்று, அதன் பிறகு எதிர்கணியமாகிறது.

மொத்தப் பயன்பாடானது அதிகரித்துக் கொண்டே செல்லும். ஒரு குறிப்பிட்ட நிலைக்குப் பிறகு குறையத் தொடங்கும். இறுதிநிலைப் பயன்பாடு குறையும் பொழுது பூஜ்யத்தைவிட அதிகமாக இருக்கும் போது மொத்தப்பயன்பாடு அதிகரிக்கும். ஆகவே முதல் நான்கு அலகு பழங்களில், மொத்தப்பயன்பாடு 20 அலகிலிருந்து 50 அலகுகளாக அதிகரிக்கிறது. இறுதிநிலைப் பயன்பாடு பூஜ்யமாக இருக்கும் பொழுது மொத்தப்பயன்பாடு உச்சத்தை அடைகிறது (50 அலகு). இறுதிநிலைப் பயன்பாடு எதிர்கணியத்திற்கு செல்லும் பொழுது (6, 7 அலகுகள்) மொத்தப்பயன் பாடானது 50 அலகுகளிலிருந்து 45 அலகுகளாகவும், 35 அலகுகளாகவும் குறைந்து கொண்டே செல்கிறது.

முக்கியத்துவம்

1. பொருளியலின் பல விதிகளுக்கு இறுதிநிலைப் பயன்பாட்டு விதி அடிப்படையானதாகும். தேவை விதி, இறுதிநிலைப்பயன்பாட்டு விதியின் செயல்பாட்டினால் தோன்றியதாகும். ஒரு பண்டத்தை மேலும் மேலும் தொடர்ச்சியாக நுகரும் பொழுது அதன் ஒவ்வொரு அலகிலிருந்து கிடைக்கும் இறுதிநிலைப் பயன்பாடானது குறைந்து கொண்டே செல்லும். இது இறுதிநிலைப்பயன் பாட்டுவிதியின் செயல்பாட்டினால் தோன்றுவதாகும். பயன்பாடு குறைவதால் நுகர்வோர் குறைவான விலையையே கொடுக்க விரும்புகிறார்.
2. குறைந்து செல் இறுதி நிலைப்பயன்பாட்டு விதி பணத்திற்கும் பொருந்தும். ஏற்கனவே ஏராளமான பணத்தைப் பெற்றுள்ள செல்வந்தர் ஒருவர் மேலும் மேலும் வருமானமாகப் பணத்தை கூட்டிக் கொண்டே சென்றால், பணத்தின் இறுதிநிலைப் பயன்பாடு குறையும் ஆனால் பணத்தின் இறுதிநிலைப்பயன்பாடு மாறாது நிலையாக இருக்கும் என்று மார்ஷல் கருதுகிறார்.
3. இவ்விதி பணக்காரர்களுக்கு அதிக வரிவிதிக்க ஒரு ஆயுதமாக நிதி அமைச்சருக்கு உதவுகிறது.
4. இவ்விதி உற்பத்தியாளர்களுக்கு அவர்கள் அறியாமலேயே வழிகாட்டியாக செயல்படுகிறது. அவ்வப்போது தாங்கள் உற்பத்தி செய்திடும் பண்டங்களின் வடிவம், போன்றவற்றில் மாற்றங்களைச் செய்கின்றனர். இதனால் அவை புதுப்பண்டங்கள் போல காட்சி அளித்து நுகர்வோரைக் கவருகின்றன. இல்லையெனில் நுகர்வோர் பழைய பண்டத்தையே தாங்கள் நுகருவதாக கருதுவர். இதனால் இச்சூழ்நிலையில் இறுதிநிலைப்பயன்பாட்டு விதி நுகர்வோரின் மனதில் செயல்படுகிறது. ஆகவே அத்தகைய பண்டங்களின் தேவை குறையும்.

திறனாய்வு

இறுதிநிலைப் பயன்பாட்டு விதியின் குறைபாடுகளாவன

1. ஒரு பொருளை நுகர்வதால் கிடைக்கும் பயன்பாடு அவரது உள்ளத்தைச் சார்ந்த அனுபவமாகும். X-என்ற பண்டத்தின் ஒரு அலகு 10 அலகு பயன்பாட்டினைத் தருகிறது என்றால், பயன்பாட்டைத்துல்லியமாக அளவிட முடியும் என்பது பொருளாகும். ஆனால் நடைமுறையில் பயன்பாட்டை அளவிடமுடியாது. (உ.ம்) ஒரு திரைப்படத்தை பார்த்து விட்டு அது மிகவும் நன்றாக உள்ளது என்று ஒருவர் கூறினால் அதிலிருந்து அவர் பெறும் பயன்பாட்டை அளவிடமுடியாது. இருந்தாலும் அத்திரைப்படத்தைப் பார்ப்பதற்கு அவர் கொடுத்த நுழைவுக் கட்டணத்தை வைத்து மறைமுகமாக பயன்பாட்டை அளவிடலாம்.
2. இவ்விதி 'ஒரு பொருள் நுகர்வு' என்ற அடிப்படையில் எழுந்ததாகும். ஒரு நுகர்வோர் ஒரு நேரத்தில் ஒரே ஒரு பண்டத்தை மட்டுமே நுகர்வதாகக் கருதுவதால் நடைமுறையில் இவ்வெடுகோள் பொருந்தாது. நடைமுறை வாழ்க்கையில் ஒரே நேரத்தில் ஒன்றுக்கு மேற்பட்ட பண்டங்களை நுகர்வோர் நுகருகின்றனர்.
3. இவ்விதியின்படி, நுகர்வோர் கால இடைவெளியின்றி தொடர்ச்சியாகப் பண்டங்களை நுகர வேண்டும். ஆனால் நடைமுறை வாழ்க்கையில் இது சாத்தியமாகாது.
4. பணத்தின் இறுதிநிலைப்பயன்பாடு மாறாமல் நிலையாக இருக்கும் என்பது இவ்விதியின் எடுகோளாகும். நடைமுறை வாழ்க்கையில் பணத்தின் இறுதிநிலைப் பயன்பாடு நிலையாக இருக்காது.
5. பயன்பாடு என்பது மனிதனுக்கு மனிதன் மாறுபடும். அதனால் பண்டங்களை நுகருவதால் பெறும் இறுதிநிலைப் பயன்பாட்டை துல்லியமாக அளவிட முடியாது.

சம இறுதிநிலைப் பயன்பாட்டு விதி

(LAW OF EQUI-MARGINAL UTILITY)

இறுதி நிலைப் பயன்பாட்டைப் பற்றிய கருத்தினை H.H. காசன் என்ற ஜெர்மனி நாட்டுப் பொருளியல் வல்லுநர் வெளியிட்டார். எனவே அது "காசன் அவர்களின் இரண்டாம் விதி" எனப்படும். இவ்விதியில் பொருளியல் அறிஞர் ஆல்ஃரட் மார்ஷல் அவர்கள் குறிப்பிடத்தக்க மாற்றங்களைத் தமது *"பொருளியல் கோட்பாடுகள்"* என்ற நூலில் வரைந்துள்ளார்.

ஒரு நுகர்வோர், ஒரு பொருளுக்கு மேலாக பண்டங்களை நுகரும்போது, அந்நுகர்வோரின் நடத்தைப் பற்றி 'சம இறுதிநிலை பயன்பாட்டு விதி' விளக்குகிறது. மனிதனின் விருப்பங்கள் எண்ணற்றன. ஆனால் அவற்றை நிறைவேற்றப்பயன்படும் வருமானம் மிகக்குறைந்ததாக இருக்கிறது. இவ்விதி நுகர்வோர் எவ்வாறாக தனது குறைந்த வருமானத்தைப் பல பண்டங்களின் நுகர்விற்காக செலவு செய்து உச்சப் பயன்பாட்டைப் பெறுகிறார். என்று விளக்குகிறது.

இவ்விதி 'பதிலீட்டு விதி'என்றும் (Law of Substitution), உச்ச மன நிறைவு தரும் விதி என்றும் (Law of Maximum Satisfaction) என்னும் இறுதிநிலை பயன்பாட்டிற்கும் விலைக்கும் இடையே உள்ள சரிவிகிதாச்சாரக் கொள்கை என்றும் அழைக்கப்படுகிறது.

வரையறை

மார்ஷல் அவர்களின் வரையறைப்படி "ஒரு மனிதன் பலவகையிலும் பயன்படுத்தக்கூடிய ஒரு பொருளைப் பெற்றிருந்தால், அதன் பலவகைப் பயன்களிடையே பரவலாகப் பகிர்ந்தளிக்கும்போது அதன் பயன்களின் இறுதிநிலைப் பயன்பாடு ஒரே அளவில் சமமாய் இருக்கும் வண்ணம் பகிர்ந்தளிப்பார்." என்று இவ்விதியை விளக்குகிறார்.

எடுகோள்கள்

1. நுகர்பவர் பகுத்தறிவு உள்ளவராக இருப்பதனால் உச்ச மனநிறைவை அடைய விழைகின்றார்.
2. ஒவ்வொரு பொருளின் பயன்பாடும் அளவிடக்கூடியது.
3. பணத்தின் இறுதிநிலைப் பயன்பாடு மாறாமல் இருக்கிறது.
4. நுகர்வோரின் வருமானம் மாறாது.
5. பண்டங்களின் விலைகள் மாறாது.
6. இவ்விதி குறைந்துசெல் இறுதிநிலைப் பயன்பாட்டு விதியின் அடிப்படையில் வரையப்பட்டது.

விதியின் விளக்கம்:

தனது குறிப்பிட்ட வருமானத்தை ஒரு நுகர்வோர் X மற்றும் Y என்ற பண்டங்களின் மீது செலவிடவேண்டும். நுகர்வோர் பகுத்தறிவு திறன் வாய்ந்தவர். அவரது வருமானம் குறிப்பிட்ட அளவாக இருப்பதனால் X மற்றும் Y பண்டங்களை வாங்கி ஒவ்வொரு பண்டத்திலிருந்தும் உச்ச அளவு பயன்பாடு கிடைக்கும்படியாக செலவு செய்கிறார். அவ்வாறு அவர் நுகர்ந்திடும் மற்ற பண்டங்களின் தனித்தனியான இறுதிநிலை பயன்பாடுகள் சமமாக இருக்கும்போது மட்டுமே நுகர்வோர் சமநிலையை அடைவார்.

இச் சம இறுதிநிலை பயன்பாட்டு விதியின்படி இந்நுகர்வோர், இறுதியாகச் செலவிட்ட தனது கடைசி ரூபாயிலிருந்து அவருக்குக் கிடைக்கும் பயன்பாட்டின் அளவு இரண்டு பொருட்களிலிருந்தும் சமமாக இருக்கும் போது அவர் சமநிலையை அடைகிறார்.

குறியீட்டின்படி நுகர்வோரின் சமநிலையானது

$$\frac{MUx}{Px} = \frac{MUy}{Py} = MUm$$ என்ற நிலையில் ஏற்படும்.

இதில் MU_x = X பண்டத்தின் இறுதிநிலைப் பயன்பாடு

MU_y = Y பண்டத்தின் இறுதிநிலைப் பயன்பாடு.

P_x = X பண்டத்தின் விலை

P_y = Y பண்டத்தின் விலை

MU_m = பணத்தின் இறுதிநிலைப் பயன்பாடு.

MU_x மற்றும் MUy என்பது பணச்செலவின் இறுநிதிலைப்பயன்பாடு

P_x P_y எனப்படும். இந்நிலை

X பண்டத்தின் மீது செலவிடப்பட்ட ஒரு ரூபாய் பணத்தின் இறுதிநிலைப் பயன்பாட்டையும் Y பண்டத்தின் மீது செலவிடப்பட்ட ஒரு ரூபாய் பணத்தின் இறுதிநிலைப் பயன்பாட்டையும் குறிக்கிறது.

இவ்விதியினைக் கீழ்காணும் அட்டவணையில் எடுத்துக்கூறலாம்.

அட்டவணை 3:2

X மற்றும் Y பண்டங்களின் இறுதிநிலைப் பயன்பாடு.

அலகுகள்	Xன் இறுதிநிலை பயன்பாடு (அலகுகள்)	Yன் இறுதிநிலை பயன்பாடு (அலகுகள்)
1	50	36
2	45	32
3	40	28
4	35	24
5	30	20
6	25	16
7	20	12
8	15	8

X மற்றும் Y பண்டத்தின் விலை முறையே ரூ. 5 என்றும் ரூ. 4 எனவும் வைத்துக்கொள்வோம். X மற்றும் Y பண்டங்களின் மீதான பணச் செலவின் இறுதிநிலைப்பயன்பாட்டை கணக்கிட அப்பொருட்களின் இறுதிநிலைப் பயன்பாட்டினை அப்பொருட்களின் விலையால் வகுத்தால் கிடைக்கும்.

இதனை அட்டவணை வாயிலாக விளக்கலாம்

அட்டவணை 3.3

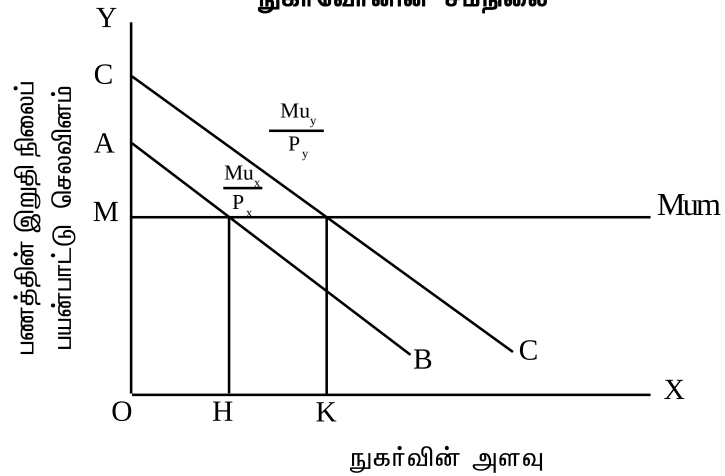
பணச் செலவின் இறுதிநிலைப் பயன்பாடு

அலகுகள்	$\frac{MUx}{Px}$ **(அலகுகள்)**	$\frac{MUy}{Py}$ **(அலகுகள்)**
1	10	9
2	9	8
3	8	7
4	7	6
5	6	5
6	5	4
7	4	3
8	3	2

பணத்தின் இறுதிநிலைப் பயன்பாடானது நிலையானதாக மாறாமல் Rs.1 = 5 அலகுகள் என எடுத்துக்கொண்டால் அந்நுகர்வோன் X பண்டத்தின் 6 அலகுகளையும் Y பண்டத்தின் 5 அலகுகளையும் வாங்குவான். அவனுடைய மொத்த செலவு (Rs. 5 x6) + (Rs. 4 X 5) = ரூ. 50.00 (இரண்டு X, Y பொருட்களையும் வாங்குவதால்) இந்த ரூ. 50/– செலவில் அவனுடைய மனநிறைவு உச்சக்கட்டத்தை அடைகிறது. எனவே அவன் சமநிலையை அடைகிறான். இந்த நுகர்வோனின் சமநிலையை வரைபடத்தைக் கொண்டு விளக்கலாம்.

வரைப்படம் 3.2

நுகர்வோனின் சமநிலை



நுகர்வோனின் சமநிலை மேற்கண்ட வரைபடத்தில் விளக்கப் பட்டுள்ளது. இறுதி நிலைப் பயன்பாட்டு வளைகோடுகள் கீழ்நோக்கிச் செல்லும் இயல்பினால் Mux / Px மற்றும் Muy / Py ஆகிய இரண்டு வளைகோடுகளும் கூட கீழ்நோக்கிச் சரிந்து செல்கின்றன. நுகர்வோனின் வருமானம் மாறாததாகக் கொண்ட எடுகோளினால் அவனது பணத்தின் இறுதிநிலைப் பயன்பாடானது OM அலகுகள் என வைத்துக்கொண்டால் படம் 3.2ல் Mux / Px = OMC (பணத்தின் இறுதி நிலைப்பயன்பாடு) அப்பொழுது அவன் OH அளவான X பண்டத்தை வாங்கிக்கொள்கிறான். Muy / Py = Om அப்பொழுது அவன் OK அளவிலான Y பொருட்களை வாங்குகிறான். இவ்வாறு அந்த நுகர்வோன் OH அளவான் X பொருளையும் OK அளவான Y பொருட்களையும் நுகர்ந்து சமநிலை அடைகிறான்.

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

எனவே, OH அளவான X பண்டத்தையும் OK அளவான Y பண்டத்தையும் நுகர்ந்து சமநிலையை அடையும் இந்நுகர்வோருக்கு வேறெந்த பணச் செலவு ஒதுக்கீடும் உச்சகட்ட மனநிறைவை, பயன்பாட்டை அளிக்காது. ஒருவேளை நுகர்வோரின் பணவருமானம் வீழ்ச்சியடைந்தால் பணத்தின் புதிய இறுதிநிலைப் பயன்பாடு OM அளவுக்கு சமமாக இருக்கும் எனவே, நுகர்வோர்

பண்டம் X பண்டம் Y ஆகியவைகளின் நுகாவினை முறையே OH, OK அளவுகளுக்கு உயர்த்துவார்.

குறைபாடுகள்

இச்சம இறுதிநிலைப் பயன்பாட்டு விதி கீழ்க்கண்ட குறைபாடுகளைக் கொண்டுள்ளது.

1. பொருட்களின் பகுப்பட இயலாமை:

இவ்விதி வலுவிழக்கக் காரணம் சில பொருட்கள் – கார், வீடு போன்றவற்றை சிறு பிரிவுகளாகப் பிரிக்க, பகுக்க இயலாது. இவ்வகை பொருட்களில் இவ்விதியை நடைமுறைப்படுத்த இயலாது.

2. பணத்தின் இறுதிநிலைப் பயன்பாடு நிலையானது அல்ல:

இக்கோட்பாடு, பணத்தின் இறுதிநிலைப் பயன்பாடு மாறாது என்ற எடுகோளின் அடிப்படையில் அமைந்துள்ளது. ஆனால், உண்மையில் அது அவ்வாறு மாறாமல் இருப்பதில்லை.

3. பயன்பாட்டை அளவிட முடியாது:

நுகர்வோர் ஒரு பண்டத்திற்கு அளிக்க விரும்பும் விலையானது அப்பண்டத்தின் இறுநிதிலை பயன்பாட்டிற்குச் சமமாக இருக்கும் என மார்ஷல் கூறுகிறார். ஆனால் நவீன பொருளியலறிஞர்கள் இதை மறுக்கிறார்கள். இருவேறு நபர்கள் ஒரு குறிப்பிட்ட பொருளுக்கு ஒரே விலையை அளிக்க விரும்பினால் அவர்களிருவரும் ஒரே அளவு பயன்பாட்டைத்தான் பெறுகிறார்கள் என்று பொருளல்ல. எனவே, பயன் பாடு என்பது அகம்சார்ந்ததாக இருப்பதால் அதனை அளவிட முடியாது.

4. பயன்பாடுகள் ஒன்றை ஒன்று சார்ந்தவை:

இவ்விதியில் பொருட்களும்/ அவற்றின் பயன்பாடுகளும் தன்னிச்சை யானது என கணிக்கப்படுகிறது. ஆனால் அன்றாட வாழ்வில் பொருட்கள் பதிலீட்டு பண்டங்களாகவோ உடனுறு பண்டங்களாகவோ ஒன்றோடொன்று உறவு கொண்ட பொருட்களாக இருக்கக்கூடும். எனவே அவற்றின் பயன்பாடுகளும்தொடர்புடையனவாகும்.

5. வரம்பற்ற திட்டக் காலம் (Indefinite Budget Period)

பேராசிரியர் K.E. போல்டிங் அவர்களின் விளக்கப்படி, வரம்பற்ற திட்ட காலம் இவ்விதியின் கடைசி குறைபாடாகும். சாதாரணமாக ஒரு வருடமே

திட்டக்காலமாக கருத்தில் கொள்ளப்படும். ஆனால்சில குறிப்பிட்ட பொருட்கள் பல தொடர்ச்சியான கணக்கு வைப்பு காலகட்டங்கள் வரை கிடைக்கக் கூடியனவாக உள்ளன. இத்தகைய பொருட்களுக்கு இறுதிநிலைப் பயன்பாட்டைக் கணக்கிடுதல் சிரமமாக உள்ளது.

முடிவாக, பகுத்தறிவு, விவேகம் கொண்ட நுகர்வோர்கள் இவ்விதியின்படி உணர்வுடனோ உணர்வில்லாமலோ செயல்படக்கூடும் சேப்மேன் அவர்கள் குறிப்பிடுகிறபடி.

"மனிதர்கள் தங்களது வருமானத்தை 'பதிலீட்டு விதியின்படியோ' அல்லது உச்ச மனநிறைவு தரும் விதிப்படியோ பகிர்வு செய்யப்படவேண்டும் என்பது கட்டாயம் அல்ல. இது காற்றில் உயர எறியப்படுகிற கல் எவ்வாறு பூமியை நோக்கித் திரும்ப விழுகிறதோ அவ்வண்ணமே நாமும்கூட பகுத்தறிவு நிறைந்தவர்கள் என்ற அடிப்படை உண்மையினால் சில செயல்பாடுகளை சாதாரண வகையில் செய்து விடுகிறோம்."

சம இறுதிநிலை பயன்பாட்டு விதியின் முக்கியத்துவம்

ஆல்ஃபிரட் மார்ஷல், இவ்விதியின் நடைமுறைப்பாடுகள் ஏறக்குறைய எல்லா பொருளியல் நடவடிக்கைகளுக்கும் பொருந்தும் என்று கூறுகிறார். பொருளாதார நடவடிக்கைகளில் மனித நடத்தைப் பற்றி விளக்குகின்ற இவ்விதி தலையாயதானதாகும்.

1. நுகர்வில் இவ்விதியின் பொருத்தம்

எல்லா மனிதர்களும் பகுத்தறிவு மிக்கவர்கள். குறைந்த வளங்களைக் கொண்டு நிறைவான மன நிறைவை பெற விரும்புகிறார்கள். அவர்கள் தங்களது செலவினங்களை

$$\frac{Mux}{Px} = \frac{Muy}{Py} = \frac{Mu_2}{P_2}$$ என்ற வழியில் வரிசைப்

படுத்தி உச்ச அளவு மனநிறைவைப் பெறுகிறார்கள்.

2. உற்பத்தியில் பொருத்தம்

உற்பத்தியாளர்கள் குறைந்தபட்ச உற்பத்தி காரணிகளின் தொகுப்பைக் கொண்டு அதிக அளவு உற்பத்தியை பெறும் நோக்கத்துடன் செயலாற்றி அவர்களது இலாபத்தை உச்சமாக்கச் செயல்படுவர். இதற்காக ஒரு காரணிக்கு மற்ற காரணியைப் பதிலீடு செய்வார்கள் உற்பத்திக் காரணிகளின் இறுதிநிலை உற்பத்தித்திறன் சமமாகும் வரை.

$$\frac{MP1}{P1} = \frac{MPc}{Pc} = \frac{MPn}{Pn}$$ என்ற நிலையில்

உற்பத்தியாளர் உச்சலாபம் அடைகிறார்.

3. செலவு மற்றும் சேமிப்பில் பொருத்தம்:

மார்ஷல் அவர்களின் விளக்கத்தின்படி, விவேகியான ஒரு நபர் தனது வளங்களைத் தற்கால தேவைகளுக்கும் எதிர்கால தேவைகளுக்குமிடையே பகிர்வு செய்யும் பொழுது சேமிப்பில் அவரது கடைசி ரூபாயின் இறுதிநிலைப் பயன்பாட்டை நுகர்வில் அவரது கடைசி ரூபாயின் இறுதிநிலைப் பயன்பாட்டோடு சமப்படுத்த முற்படுவார்.

4. பகிர்வில் பொருத்தம்

வருமான பகிர்வு கொள்கையில், இப்பதிலீட்டு விதி அதிக ஈடுபாடு கொண்டுள்ளது. பகிர்வில் காரணிகளின் ஊதியமான வாரம், கூலி, வட்டி, இலாபம் போன்றவற்றை தீர்மானிக்கும்போது ஒவ்வொரு காரணியின் இறுதிநிலைக்கு ஏற்ப அவற்றின் சம இறுதிநிலை பயன்பாட்டு கொள்கையின் பங்கிற்கு ஏற்றவாறு தீர்மானிக்கப்படுகிறது.

5. பொதுநிதியில் பொருத்தம்

பேராசிரியர் ஹிக்ஸ் மற்றும் டால்டன் பிரபலப்படுத்திய அதிகபட்ச சமுதாய நன்மைகள் (Maximum Social Advantage) கொள்கையின்படி, பல திட்டங்களுக்குச் செலவிடும் கடைசி அலகு செலவானது சமமான நலத்தைக் கொண்டு வரும் வகையில் அரசின் வருவாய் பகிர்ந்தளிக்க வேண்டும். அப்போது தான் சமூக நலம் உச்ச நிலையை அடையும்.

6. காலப் பயன்பாட்டில் பொருத்தம்

பேராசிரியர் போல்டிங் அவர்கள் மார்ஷல் அவர்களின் சம இறுதி நிலைப்பயன்பாட்டு விதியினை 24 மணிநேரத்தை செலவிடும் வகையோடு சம்பந்தப்படுத்துகிறார். பல்வேறு பயன்பாடுகளையுடைய, ஆனால் பற்றாக்குறையான காலத்தை, வாசித்தல், படித்தல், தோட்டவேலை போன்றவற்றின் இறுதிநிலைபயன்பாடு சமநிலை அடையும் வகையில் செலவிடப்படவேண்டும்.

நுகர்வோர் எச்சம் (CONSUMER'S SURPLUS)

நுகர்வோர் எச்சம் என்ற கருத்தை முதன்முதலாக உபயோகப் படுத்தினவர் J.A.டுபூட் (Dupuit). இவர் பிரான்சு நாட்டை சேர்ந்த பொறியாளர்

மற்றும் பொருளியல் அறிஞர் ஆவார். இவரின் காலம் 1844 ஆகும். இக் கொள்கையின் கருத்தினை பிற்காலத்தில் A.மார்ஷல் என்பவர் எழுதிய (பொருளாதார அடிப்படைக் கொள்கைகள் 1890) என்ற புத்தகத்தில் விரிவாகத் தந்துள்ளார்கள்.

நுகர்வோர் எச்சம் என்பது, பண்டங்களின், பயன்பாட்டின் அனுபவத்தைச் சார்ந்ததாகும். உப்பு, நெருப்பு பெட்டி, தபால் பத்திரங்கள் – இப்பொருள்கள் யாவும் கொடுக்க நினைக்கும் விலைக்கும், உண்மையில் கொடுத்து வாங்கும் விலைக்கும் உள்ள வேறுபாட்டை சார்ந்த பொருள்களாகும். இப்பண்டங்களில் பதிலீடுகள் இல்லை. இப்பண்டங் களின் மூலம் அதிகபட்சமான திருப்தியையே 'நுகர்வோர் எச்சம்' என அழைப்பர்.

(உ.ம்) ஒரு நுகர்வோர் ரூ.250க்கு ஒரு சட்டையை வாங்க நினைக்கின்றார். ஆனால் அவர் ரூ. 200ஐ கொடுத்து வாங்குகின்றார். இதன் மூலம் அவருக்கு ரூ. 50 மிச்சமாக உள்ளது.இதையே நாம் நுகர்வோர் எச்சம் என்று குறிப்பிடுகின்றோம்.

அதாவது ரூ. 250 – ரூ.200 = ரூ. 50

இங்கே ரூ. 50ஐ நாம் நுகர்வோர் எச்சம் என குறிப்பிடுகின்றோம்.

இலக்கணம்

மார்ஷலின் இலக்கணம் பின்வருமாறு "*ஒரு பொருளை வாங்காமல் இருப்பதைவிட, வாங்குவதே நல்லது என்று முடிவு செய்து, கொடுக்க நினைக்கும் விலைக்கும், நுகர்பவர் உண்மையில் கொடுத்த விலைக்கும் உள்ள வேறுபாடு நுகர்வோர் எச்சம் எனப்படும்*" என இலக்கணம் தந்துள்ளார்.

எடுகோள்கள்

1. பண்டங்களின் பயன்பாட்டின் அளவினைப் பணத்தின் மூலம் அளவிடமுடியும்.
2. எதிர்பார்க்கும் திருப்திக்கும், நிறைவேற்றப்படும் திருப்திக்கும் உள்ள வேறுபாட்டை காட்டியுள்ளார்.
3. பணத்தின் இறுதிநிலைப் பயன்பாடு மாறாத நிலையுடையது.
4. வருமானம், சுவை, மாதிரிகளில் வித்தியாசம் (மாற்றம்) இல்லை.
5. பொருட்களும், பயன்பாடுகளும் ஒன்றை ஒன்று சார்ந்துள்ளன.
6. பண்டங்களின் தேவையானது, அவற்றின் விலையை பொறுத்தே அமையும்.

அளவிடுதல்

நுகர்வோர் எச்சத்தை கீழ்காணும் முறையில் அளவிடலாம், அதாவது, நுகர்வோர் எச்சம் – தகுவிலை – உண்மைவிலை. தகுவிலை என்பது, நுகர்வோர் வாங்கும் பொருளுக்கு கொடுக்க விரும்பும் விலையாகும். உண்மைவிலை என்பது, அவர் பொருளை வாங்க கொடுத்த விலையை குறிப்பிடுவதாகும்.

தகுவிலை, ஒரு பொருளை வாங்கும்போது கிடைக்கும் இறுதி நிலையை பயன்பாட்டின் மூலம் தீர்மாணிக்கப்படுகிறது. ஆனால் உண்மைவிலை என்பது, அங்காடி விலையையே குறிக்கும். ஆகவே நுகர்வோர் எச்சமானது, பண்டத்தின் மொத்த இறுதிநிலை பயன்பாட்டிற்கும் மொத்த பண செலவினத்திற்கும் உள்ள வித்தியாசமே ஆகும்.

ஒரு அட்டவணை மூலம் இதனை விளக்கலாம்.

அட்டவணை 3.4

நுகர்வோர் எச்சம் அளவிடுதல்

அளவீடுகள் (i)	இறுதிநிலை பயன்பாடு (ii)	அலகுகளின் விலை (iii)	நுகர்வோர் எச்சம் (iv) (ii-iii)
1	50	10	40
2	40	10	30
3	30	10	20
4	20	10	10
5	10	10	0
	150	50	100

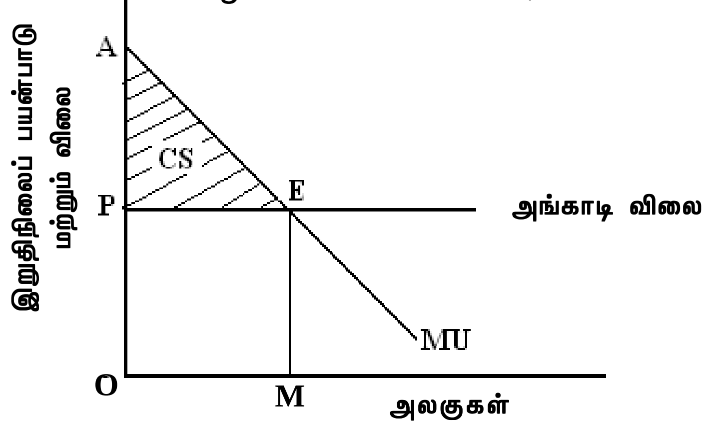
அட்டவணை விளக்கம்

மேற்குறிப்பிட்ட அட்டவணையில் பண்டத்திற்கான அங்காடி விலை ரூ. 10 ஆகும். இறுதிநிலைபயன்பாடும் குறிப்பிடப்பட்டுள்ளது. இந்த இறுதிநிலைப் பயன்பாடானது பண்டத்திற்கான கொடுக்க நினைக்கும் விலையை குறிப்பிடுகிறது. நிறைய பொருள்களை வாங்கும்போது, இறுதிநிலைப்

பயன்பாடானது குறையும். இதனால் கொடுக்க நினைக்கும் விலையானது குறைகின்றது. இறுதிநிலை பயன்பாட்டிற்கும் (தகுவிலை) அங்காடிவிலைக்கும் (உண்மைவிலை) உள்ள வேறுபாடே நுகர்வோர் எச்சம் என குறிப்பிடப் பட்டுள்ளது. மேற்குறிப்பிட்ட அட்டவணையில், ஒவ்வொரு அலகின் எச்சமானது இறுதிநிலைப் பயன்பாடு கழித்தல் அங்காடிவிலை என்பனவாகும். நுகர்வோர் எச்சமானது, எல்லா அலகுகளின் மூலம் கிடைக்கும் மொத்த பயன்பாட்டினை நுகர்வு பண்டங்களுக்கான செலவினத்தினால் கழித்தால் நமக்கு நுகர்வோர் எச்சம் கிடைக்கும்; அதாவது, நுகர்வோர் எச்சம் = ரூ. 150 – ரூ.50 = ரூ.100. இந்த நுகர்வோர் எச்சத்தை ஒரு வரைபடம் மூலம் விளக்கலாம் இவ்வரைபடத்தில் X அச்சில் பண்டங்களின் அலகுகளும், Y அச்சில் பயன்பாடு மற்றும் விலையும் குறிப்பிடப்பட்டுள்ளது.

வரைப்படம் 3.3

நுகர்வோர் எச்சம் – வரைபடம்



வரைபடம் விளக்கம்

மேலே உள்ள வரைப்படத்தில் MU என்பது இறுதிநிலை பயன்பாட்டின் வரிக்கோடாகும். OP என்பது விலையாகும். OM என்பது வாங்கும் பொருளின் அளவினை குறிக்கும். நுகர்வோர் OM அளவு பண்டத்தை வாங்கும்போது OAEM அளவு விலையை கொடுக்க விருப்பப்படுகின்றார். ஆனால் நுகர்வோர் OPEM அளவு பணத்தை கொடுத்தே அப்பொருளை வாங்குகின்றார். எனவே நுகர்வோர் எச்சம் என்பது OAEM - OPEM = PAE (கோடிடப்பட்ட பகுதி) ஆகும்.

அங்காடியின் விலை ஏற்றமானது, நுகர்வோரது எச்சத்தை குறைக்கும். அங்காடியின் விலை இறக்கமானது, நுகர்வோரது எச்சத்தை அதிகரிக்கும்.

குறைபாடுகள்

மார்ஷல் நுகர்வோர் எச்சத்திற்கு எதிரான 2 முக்கிய குறைபாடுகளை சுட்டிக் காட்டி உள்ளார். அவையாவன.

1. பயன்பாடு அளவிடக்கூடியது என்பது மார்ஷலின் கருத்து. ஆனால் உளவியல் அடிப்படையில் பயன்பாடு இருப்பதால், பயன்பாட்டை அளவிட முடியாது.

2. "பணத்தின் இறுதிநிலைப்பயன்படு" நிலையானது என்ற மார்ஷலின் கருத்து உண்மைற்றதாகும்.

நுகர்வோர் எச்சத்தின் முக்கியத்துவம்

நுகர்வோர் எச்சமானது, நிதியமைச்சரின் வரிவிதிப்பு விதிகளுக்கு மிகவும் உதவியாக உள்ளது. மேலும் இது நுகர்வோரின், நுகர்வு எச்ச அடிப்படையில் முற்றுரிமைப் போட்டியில் அங்காடியில் விலை ஏற்றத்திற்கு உதவியாக உள்ளது. நுகர்வோர் எச்சமானது, பல்வேறு பகுதிகள் (அ) நாடுகளில் வாழும் மக்களின் வாழ்க்கை தரத்தை ஒப்பீடுச் செய்வதற்கு காரணமாக உள்ளது. இவ் ஒப்பீடானது ஏழை, மற்றும் பணக்கார நாடுகளின் இருக்கும் மக்களின் நுகர்ச்சி நிலையில் உள்ள வேற்றுமைகளை காணவும் உதவுகிறது. உதாரணமாக நியூயார்க் நகரில் வாழும் நடுத்தரக் குடும்பத்தை சார்ந்த ஒருவர் சென்னையில் வாழும் நடுத்தர குடும்பத்தை சார்ந்த ஒருவரைக் காட்டிலும் அதிகமான அளவு நுகர்வு எச்சத்தை பெற்று அனுபவிக்கின்றார். ஆனால் மார்ஷல் அவர்கள், நாகரிக நகரில் வாழும் ஒரு நடுத்தர குடும்பத்தை சேர்ந்தவர், இடைக்காலத்தில் (Medieval Period) வாழ்ந்த ஒரு அரசனை காட்டிலும் அதிக அளவு நுகர்வு எச்சத்தை பெற்று அனுபவிக்கிறார் என குறிப்பிடுகின்றார்.

ஹிக்சின் நுகர்வோர் எச்சகோட்பாடு

மார்ஷலின் பொருளியல் கோட்பாட்டினை பல்வேறு பொருளியல் அறிஞர்கள் குறைகூறினர்.

1. பயன்பாடு அளவிடக்கூடியது என மார்ஷல் கருதினார். ஆனால் உளவில் அடிப்படையில் பயன்பாடு இருப்பதால் நம்மால் பயன்பாட்டை அளவிட இயலாது என்கிறார் J.R.ஹிக்ஸ்.

2. நுகர்வோர்களுக்குகிடையே பயன்பாட்டில் பேதமில்லை என்று மார்ஷல் கருதினார். ஆனால் அவை, முன்னுரிமை, நிலை போன்றவற்றை பொருத்து மாறுபடக்கூடியது.

3. பணத்தின் இறுதிநிலைபயன்பாடு நிலையானது என்று மார்ஷல் கொண்டிருந்த எடுகோள் உண்மையற்றதாகும். பணத்தின் இருப்பு குறையத் தொடங்கினால், பணத்தின் இறுதிநிலைப் பயன்பாடு உயர்கிறது.

சமநோக்கு வளைகோடுகள்

INDIFFERENCE CURVE APPROACH

மார்ஷலின் தேவைபற்றியதான பகுப்பாய்வு முறையானது, தரவரிசை பயன்பாட்டின் முறையில் அளவிடப்படுகிறது. இதில் 2 வகையான குறைபாடுகள் உள்ளன.

1. பயன்பாடானது மனவியலின் அடிப்படையில் அமைந்துள்ளது.

2. பயன்பாடானது அளவிடமுடியாத ஒன்றாகும்.

எனவே, சமநோக்கு வரிகோடுகள் எண்ணிக்கைகளின் வரிசை அடிப்படையிலானதாகும். வில்பிரட் பரிட்டோ, விக்ஸ்டீட், மற்றும் ஸ்லட்ஸ்கி, போன்ற பொருளியலாளர்கள் இக்கோட்பாடுகளை வளர்த்தனர். குறிப்பிடத் தக்க இரண்டு ஆங்கில பொருளாதார ஆசிரியர்களான பேராசிரியர் J.R.ஹிக்ஸ், மற்றும் பேராசிரியர் ஆலன் போன்றோர் இக்கோட்பாட்டை மறு ஆய்வு செய்தார்கள். இவ்விருவரின் கருத்துப்படி, பயன்பாட்டை அளவிட முடியாது. ஆனால் பயன்பாட்டினை வரிசைபடுத்தவே முடியும். ஒரு நுகர்வோன் தன் விருப்பத்தை, முன்னுரிமையின் அடிப்படையில் சுலபமாக வரிசைபடுத்தலாம்.

இந்த விருப்ப முன்னுரிமை அளவுகோலின் கருத்தினை சமநோக்கு வளைகோட்டின் உதவியோடு விளக்கலாம். "சமநோக்கு வளைகோடு என்பது இரண்டு பண்டங்களின் பல்வேறு இணைப்புகளின் மூலம் கிடைக்கும் மன நிறைவானது சம அளவாக உள்ளது."

இலக்கணம்

"இரு பண்டங்களின் வெவ்வேறு அளவுகளின் ஒருமித்த நுகர்வில் சம அளவு நிறைவைத்தரும் புள்ளிகளின் குவியிடமே" சமநோக்கு வளைக்கோடு எனப்படும்.

எடுகோள்கள்

1. நுகர்வோர் பகுத்தறிவு உள்ளவர்; ஆகவே குறைவான பொருள்களைக் காட்டிலும், மிகுதியான பொருள்களுக்கே முன்னுரிமை அளிக்கிறார்.
2. அவர் X, Y என்ற இரு பண்டங்களை மட்டுமே வாங்குகிறார்.
3. ஒரு பண்டத்திற்கு நுகர்வோர் அளிக்கும் விலையானது, அதிலிருந்து அவர் பெறும் பயன்பாட்டைக் குறிக்கிறது.
4. அவருடைய வருமானம் மாறாததாய் இருக்கிறது.
5. அவருடைய சுவைகள், முன்னுரிமைகள், பழக்கவழக்கங்களில் மாற்றமில்லை.

சமநிலை வளைக்கோட்டின் பட்டியல்

சமநிலை வளைகோட்டின் பட்டியல் என்பது இரு பண்டங்களின் பல்வேறுவகையான இணைப்புக்களின் சமநிலையை நுகர்வோர் ஏற்றுக்கொள்ளக் கூடியதாக இருக்கும். இந்த பல்வேறு வகையான இணைப்புகளின் மூலம் பெறக்கூடிய திருப்தியானது நுகர்வோருக்கு சமமாக இருக்கிறது. ஆகவே பல்வேறு இணைப்புகளில் அவர் சமநோக்கில் உள்ளார்.

ஒரு நுகர்வோர் இரண்டுவிதமான பண்டங்களாகிய வாழைப்பழம், மற்றும் பிஸ்கட் வாங்குவதாக வைத்துக்கொள்வோம். இவைகளின் மூலம் சமநிலை வளைவு கோட்டின் பட்டியலை காண்போம்.

அட்டவணை 3.5

சமநிலை வளைவுக்கோடு அட்டவணை

இணைப்புகள்	(பண்டங்கள் X) பிஸ்கட்	பண்டங்கள் (Y) வாழைப்பழம்
A	1	12
B	2	8
C	3	5
D	4	3
E	5	2

அட்டவணை விளக்கம்

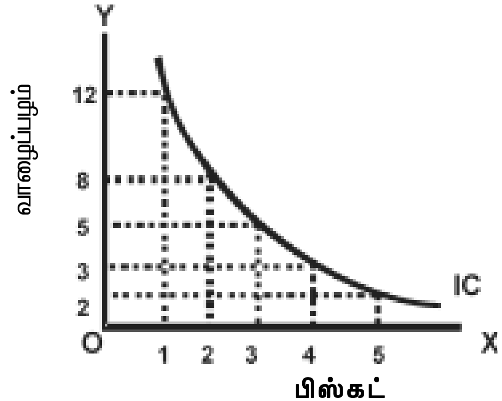
மேற்கண்ட அட்டவணையில் பிஸ்கேட்டுகளின் எண்ணிக்கை அதிகரித்து, நுகரும் வாழைப்பழங்களின் எண்ணிக்கை குறைகிறது. அந்த இரு பண்டங்களின் மூலம் கிடைக்கப் பெறுகின்ற திருப்தியானது ஒரே மாதிரியாக உள்ளது. எனவே ஒரு நுகர்வோன் A,B,C,D மற்றும் E என்ற இணைப்புகளின் மூலம் சமநிலை பெறுகின்றான்.

சமநோக்கு வளைக்கோட்டின் படம் (Indiffence Curve)

சமநோக்கு அட்டவணையில் உள்ள புள்ளிவிவரங்கள் X அச்சில் ஒரு பண்டத்தையும், Y அச்சில் இன்னொரு பண்டத்தின் அளவும் அளவிடப்பட்டுள்ளது.

வரைப்படம் 3.4

சமநோக்கு வளைகோடு



வரைபட விளக்கம்

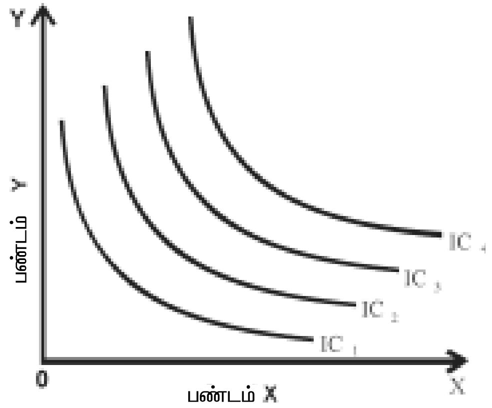
பல்வேறு இணைப்புகளோடும் கூடிய இருவிதமான பண்டங்களின் கோடிடப்பட்டுள்ள கோடுகளை ஒன்றாக இணைக்கும் போது, சமநிலை விலை வளைகோட்டை உருவாக்கமுடியும். வரைபடத்தில் IC என்பது சமநோக்கு வளைகோடாகும். இது பட்டியலில் குறிப்பிட்ட இரண்டு பண்டங்களின் இணைவுகளை தெளிவாக காட்டுகின்றது. இந்த வளைவுக் கோட்டில் காணும் அனைத்து புள்ளிகளின் மூலம் கிடைக்கப்பெறும் திருப்தியின் அளவானது சம நிலையில் உள்ளதாகும். சமநோக்கு வளைக்கோட்டிற்கு "ISO பயன்பாட்டின் வளைவுக் கோடு என்ற பெயரும் உண்டு.

சமநோக்கு வளைகோட்டுத் தொகுதி

சம நோக்கு வளைகோட்டின் தொகுதி என்பது இரண்டு பண்டங்களுக்கான வெவ்வேறு நிலையான பயன்பாட்டை விளக்கும் பல சமநோக்கு வளைகோடுகளைக் கொண்டதாகும். இங்கு, மேல்நிலையில் அமைந்துள்ள சமநோக்கு வளைகோடு அதிக அளவு மனநிறைவையும், கீழ்நிலையில் உள்ள சமநோக்கு வளைகோடு குறைந்த அளவு மனநிறைவையும் குறிக்கும். நுகர்வோர் பகுத்தறிவுள்ளவராய் எப்போதும் இருப்பதனால் மற்றவை சமமான நிலையில் இருக்கும் போது குறைந்த அளவு பயன்பாட்டில் இருந்து உயரளவு பயன்பாட்டை பெற்றிடவே விரும்புவார்.

வரைப்படம் 3.5

சமநோக்கு வளைக்கோடு தொகுதி படம்



சமநோக்கு வளைக்கோட்டின் பண்புகள்

1. எல்லா சமநோக்கு வளைக்கோடுகளும் வலப்புறமாக, கீழ்நோக்கிச் செல்லும்.
2. சமநோக்கு வளைகோடுகள் குவிந்த நிலையில் அமையும்
3. இரண்டு சமநோக்கு வளைக்கோடுகள் ஒன்றை ஒன்று வெட்டிக் கொள்ளாது.

I. எல்லா சமநோக்கு வளைகோடுகளும் வலப்புறமாக கீழ்நோக்கி செல்லும்.

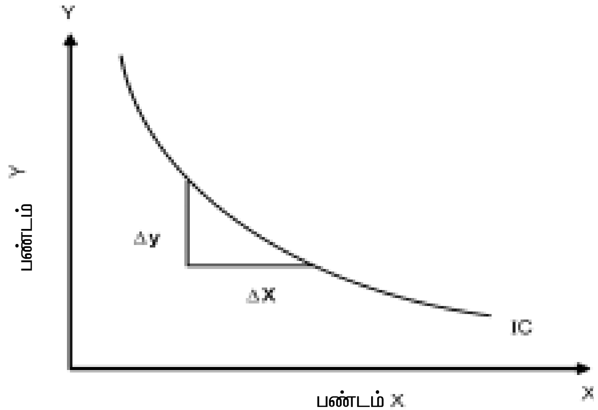
கீழ்நோக்கிச் சரிந்து செல்லும் சமநோக்கு வளைகோடு, நுகர்வோர் X பண்டத்திற்கு பதிலாக Y பண்டத்தினைப் பதிலீட்டு பண்டமாக தெரிவுச் செய்கின்றார். Y பண்டத்தை அதிகரித்து X பண்டத்தை குறைக்கிறார் எனவும் பொருள்படும்.

2. அனைத்து சமநோக்கு வளைகோடுகளும் தோற்றுவாய் நோக்கி குவிந்து காணப்படும்.

இது ஏனெனில், 'இறுதிநிலை பதிலீட்டு வீதம் (DMRS) கோட்பாடு செயல்பாட்டின் காரணமாக ஆகும். சமநோக்கு நோக்கு வளைகோடு இக்கோட்பாட்டினை அடிப்படையாகக் கொண்டது. இறுதிநிலை பதிலீட்டு வீதம் (DMRS) அதிகரிக்கும் போது சமநோக்கு வளைகோடுகள் தோற்றுவாய் நோக்கி குழியாக (Concave) காணப்படும். பண்டங்கள் நிறைவுப் பதிலீட்டுப் பண்டங்களாக இருந்தாலன்றி சமநோக்கு வளைகோடுகள் நேர்கோடு ஆகாது.

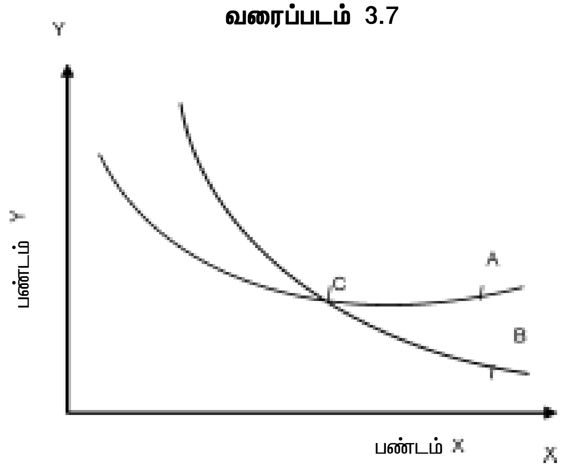
இறுதிநிலை பதிலீட்டு வீதம் என்பது (Marginal Rate of Substitution) X மற்றும் Y பண்டங்களுக்கு இடையே குறிப்பிடுவது X பண்டங்களுக்கு பதிலாக Y பண்டங்கள் எவ்வளவு அளிக்கப்படுகிறது என்பதாகும். நுகர்வோர் Y பண்டங்களுக்கு பதிலாக X பண்டங்கள் பதிலீடு செய்து கொண்டே செல்லும் போது இறுதிநிலை பதிலீட்டு வீதம் MRS குறைந்து கொண்டே செல்கிறது.

வரைப்படம் 3.6



3. எந்த இரு சமநோக்கு வளைகோடுகளும் ஒன்றை ஒன்று வெட்டிக்கொள்ளாது.

வரைப்படம் 3.7



மூன்றாவது எடுகோள் இரண்டு சம நோக்கு வளைகோடுகள் எப்போதும் ஒன்றை ஒன்று வெட்டிக் கொள்ளாது என்பதாகும். ஆனால், வரைபடம் 3.8ல் இரண்டு சமநோக்கு வளைகோடுகள் ஒன்றை ஒன்று வெட்டியிருப்பதைக் காண்கிறோம்.

இரண்டாவது சமநோக்கு வளைகோட்டில் (IC_2) உள்ள புள்ளி A முதலாவது வளைகோட்டில், (IC_1) உள்ள புள்ளி B யைவிட அதிக மனநிறைவை நுகர்வோருக்குத் தருகிறது. ஆனால் C இரண்டு வளைகோடுகளுக்கும் பொதுவாக உள்ளது. இதன் பொருள், சமமற்ற இருவேறு மனநிறைவுப் புள்ளிகள் சமமாகிவிட்டது என்பதாகும். இது ஏற்றுக் கொள்ள முடியாதது. எனவே, சமநோக்கு வளைகோடுகள் எப்போதும் ஒன்றை ஒன்று வெட்டிக்கொள்ளாது.

இம்மூன்று எடுகோள்களும் சமநோக்கு வளைகோடுகளின் வடிவத்தினைக் குறிப்பிடுவதாகும்.

சமநோக்கு வளைகோடு வழியாக நுகர்வோர் சமநிலை

நுகர்வோர் வரையறுக்கப்பட்ட வருமானத்தையே பெற்றிருப்பதால் அதிக மனநிறைவைப் பெறத்தக்க வகையில் அவர் செலவிட முயற்சிப்பார். நுகர்வோர் பலபண்டங்களில் செலவினம் மேற்கொள்வதன் மூலம் அதிக மனநிறைவைப் பெறும்போது அவர் சமநிலையைப் பெறுகிறார். மேற்கூறிய பயன்பாட்டு பகுப்பாய்வில் ஒரு நுகர்வோர் பல பண்டங்களை வாங்குவதன் மூலம் பெறும் இறுதிநிலைப் பயன்பாடு சமமாக இருக்கும்போது அவர் உச்ச அளவு மன நிறைவைப் பெறுகிறார். ஒரு நுகர்வோரின் சமநிலையை சமநோக்கு

வளைகோட்டு நுட்பத்தின் மூலமும் நாம் விளக்கியுரைக்கலாம். நமது பகுப்பாய்விற்கு நாம் கீழ்காணும் எடுகோள்களைக் கையாளுதல் வேண்டும்.

அ. சமநோக்கு வளைகோட்டுப் படம் ஒன்றை நுகர்வோர் ஆராய்கிறார் – (எ.கா.) தேனீர் மற்றும் பிஸ்கட் இணைபொருள். இப்படம் நுகர்வேரின் இருபண்டங்களின் மீதான விருப்பத்தைக் குறிப்பதாகும். ஒரு குறிப்பிட்ட காலத்திற்கு அவர் முன்னுரிமைகளின் அளவுகோல் மாறாமல் இருப்பதாகக் கொள்ளவேண்டும்.

ஆ. நுகர்வோர் இரு பண்டங்களுக்ளுக்கிடையே செலவு செய்ய ஒரு குறிப்பிட்ட தொகை மட்டுமே பெற்றுள்ளார். அவர் இத்தொகையை செலவு செய்வாரேயன்றி சேமிக்கமாட்டார் எனக் கொள்ள வேண்டும்.

இ. இரு பண்டங்களின் விலைகள் அங்காடியில் மாறாமல் ஒரே நிலையில் இருப்பதாகக் கொள்ள வேண்டும்.

ஈ. நுகர்வோர் தனது மனநிறைவை உச்சநிலையில் பெறுவதற்கேற்ற வகையில் பகுத்தறிவுடன் செயல்படுவதாகக் கொள்ளவேண்டும்.

ஒரு நுகர்வோரின் சமநோக்கு நிலை பண்டம் X மற்றும் பண்டம் Y படம் 3.6 கொடுக்கப்பட்டுள்ளது. இது நுகர்வோரின் இருபண்டங்களுக் கிடையே நான்கு முன்னுரிமைகளின் அளவுகளை (Scales of Preferences) குறிப்பிடுகிறது. வலது பக்கம் உள்ள சமநோக்கு வளைகோடுகள் அதிக மன நிறைவைக் குறிக்கிறது. எனவே நுகர்வோர் X மற்றும் Y பண்டங்களுக் கிடையேயான மேல்நோக்கிச் செல்லும் சமநோக்கு வளைகோடு மீது காணப்படும் இணைப்பொருளைத் தேர்ந்தெடுப்பார். ஆனால் அவரது தெரிவு வருமானம் மற்றும் இரு பண்டங்களின் விலையைப் பொருத்து அமையும்.

நுகர்வோர் வருமானத்தைப் பொருத்து, கொடுக்கப்பட்டுள்ள விலையில் பண்டங்களை எவ்வளவு வாங்கு முடியும் என்பதை அறிய வரவு செலவுக் கோடு (Budget Line) பயன்படுகிறது.

நுகர்வோரின் வரவு செலவுக் கோடு

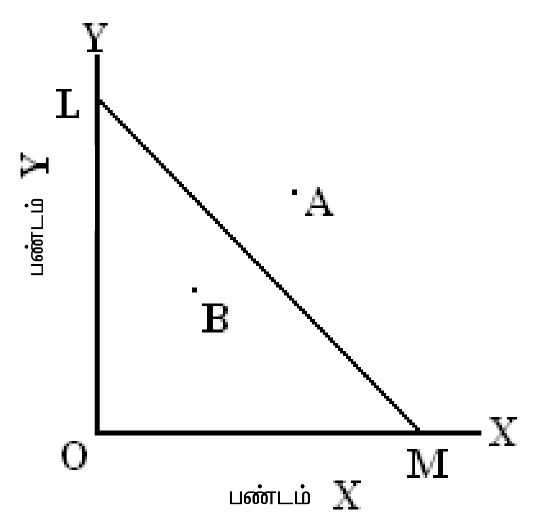
நுகர்வோர் ரூ. 20/– வைத்திருப்பதாகக் கொள்வோம். தேநீர் மற்றும் பிஸ்கட் (Biscuit) விலை முறையே 50 பைசா மற்றும் 40 பைசா ஆகும். நுகர்வோர் மூன்று மாறுபட்ட தெரிவுகளை மேற்கொள்ளலாம்.

அ. அவர் டீ (Tea) மட்டும் வாங்க முடிவு செய்யலாம். அப்படியெனில் அவர் 40 கப் டீயை வாங்க முடியும்.

ஆ. அவர் பிஸ்கட் மட்டும் வாங்க முடிவு செய்யலாம். அப்படியெனில் அவர் 50 பிஸ்கட்டுகளை வாங்கமுடியும்.

இ. அவர் இருபண்டங்களையும் குறிப்பிட்ட அளவு வாங்க விரும்பலாம். எகா. 20 கப் டீ (ரூ.10/–) மற்றும் 25 பிஸ்கட் (ரூ.10/–) அல்லது 12 கப் டீ (ரூ. 6/–) மற்றும் 35 பிஸ்கட் (ரூ.14/–) (மொத்தத் தொகை ரூ. 20/–)

வரைப்படம் 3.8 வரவு செலவுக் கோடு
(Budget Line)

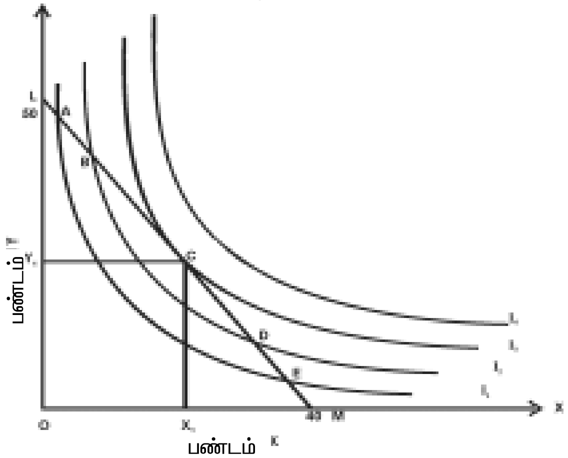


படம் 3.9 மூன்று தெரிவுகளைக் குறிப்பிடுகிறது. நுகர்வோர் தனது வருமானத்தில் (ரூ. 20/–) அதிக அளவு பிஸ்கட் (50) மற்றும் அதிக அளவு டீ (40) வாங்க இயலும் என்பதை கோடு LM காண்பிக்கிறது. கோடு LM உணர்த்துவது என்னவெனில் நுகர்வோர் இக்கோட்டிற்கு அப்பால் (பார்க்க A புள்ளி) எந்த இணைப் பண்டங்களையும் தெரிவு செய்ய இயலாது. காரணம் அவரது வருமானம் அவரை அனுமதிக்காது. மாறாக இக்கோட்டிற்கு கீழேயும் தெரிவு செய்ய இயலாது. (B புள்ளி) அவருக்கு அதிக மன நிறைவு கிடைக்காது.

LM கோடு வரவு செலவுக்கோடு எனப்படுகிறது. நுகர்வோர் தனது வருமானத்தில் வாங்கும் பல்வேறு பொருட்களை குறிப்பதாகும். இதனை விலை விகிதக்கோடு (Price Ratio Line) என்றழைக்கலாம். அல்லது விலைகோடு

நுகர்வோரின் சமநிலை

வரைப்படம் 3.9



என்றும் கூறலாம், ஏனெனில் இரு பண்டங்களின் விலை விகிதத்தைக் குறிப்பதால் இவ்வாறு அழைக்கப்படுகிறது. அதாவது OM அளவு X பண்டங்கள் = OL அளவு Y பண்டங்கள். நுகர்வோர். குறிப்பிட்ட வருமான அளவில் அதிக அளவு மனநிறைவை சமநோக்கு வளைகோடு I3யில் உள்ள C புள்ளியில் பெறுகிறார். இப்புள்ளியில் பண்டம் X ஐ OX1 அளவிற்கும் வாங்குகிறார். குறிப்பிட்ட வருமானத்தில் நுகர்வோர் இரு பண்டங்களிடையேயான இணைத் தெரிவுகள் குறைவான மன நிறைவையோ அல்லது பெறமுடியாத தற்போதைய விலையிலேயோ இருக்கும்.

சமநிலைப்புள்ளில் (புள்ளி C) விலைக்கோடு LM சமநோக்கு வளைகோட்டை (I3) தொட்டுச் செல்கிறது. C புள்ளியில் சமநோக்கு வளைகோடு மற்றும் வளைகோடு இறுதிநிலை பதிலீட்டு வீதத்தைக்குறிக்கிறது. மேலும் வரவு செலவுக்கோடு இருபண்டங்களுக்கு இடையேயான விலை வீதத்தைக் குறிக்கிறது. C புள்ளியில் இருபண்டங்களுக்கிடையேயான இறுதிநிலை பதிலீட்டு வீதம் சமநோக்கு வளைகோடு I3 குறிப்பிட்டுள்ளது போல் மற்றும் இருபண்டங்களின் விலை விதமான விலைக்கோடு LM இரண்டு சமமாகும். இப்புள்ளி, எனவே நுகர்வோர் தனது வரையறுக்கப்பட்ட வருமானத்தில் அதிகமனநிறைவை பெறக்கூடிய இரு பண்டங்களின் மிகச் சிறந்த இணைத் தெரிவு எனலாம். இப்புள்ளி (புள்ளி C) எனவே, நுகர்வோர் ''சமநிலையில்'' உள்ளார்.

சமநிலைக்கான அடிப்படை நியதிகள் என்னவெனில் பண்டம் Yக்கு பதிலாக பண்டம் Xன் இறுதிநிலைப்பபதிலீட்டு வீதமும் மற்றும் இருபண்டங்களின் விலைகளின் இடையே உள்ள வீதமும் சமமாக இருக்க வேண்டும். எனவே சமநிலைக்கான நியதிகள் ஆவன.

$$MRS_{xy} = P_x / P_y$$

பயிற்சி

பகுதி–அ

I. சரியான விடையைத் தேர்ந்தெடுக்கவும்.

1. இன்றியமையாத, வசதி, ஆடம்பர பண்டங்கள் என்பது

அ. பண்டங்களை, பணிகளை வகைப்படுத்துவது

ஆ. விருப்பங்களை வகைப்படுத்துவது

இ. பயன்பாட்டினை பிரிப்பது.

ஈ. எதுவும் இல்லை.

2. சமநோக்கு வளைக்கோட்டின் அணுகுமுறையை அறிமுகப் படுத்தியவர்

அ. மார்ஷல் ஆ. இலயனல் ராபின்ஸ்

இ. J.R. ஹிக்ஸ் மற்றும் R.G.D. ஆலன் ஈ. ஆடம் ஸ்மித்

3. பயன்பாடு என்பது

அ. சமூக கருத்து ஆ. பொருள் மற்றும் உளவியல் கருத்து

இ. அரசின் கருத்து ஈ. அறிவியல் கருத்து

4. ஒற்றைப் பண்ட நுகர்வு எதை உணர்த்தும்

அ. உற்பத்தி வாய்ப்பு வளைக்கோடு

ஆ. சம–இறுதி நிலை பயன்பாட்டு விதி

இ. அளிப்பு விதி

ஈ. குறைந்துச் செல் இறுதிநிலை பயன்பாட்டு விதி

5. நுகர்வோர் எச்சம் என்பது

அ. உண்மை விலை – தகுவிலை ஆ. $MVn = TVn - TVn\text{-}1$

இ. தேவை = அளிப்பு ஈ. இல்லை

II. கோடிட்ட இடங்களை நிரப்புக.

6. .... என்பது பண்டங்களை, பணிகளை பயன்படுத்துவதாகும்.

7. தேவை என்பது .... மற்றும் .... ஆகும்.

8. மார்ஷலின் பயன்பாட்டு அணுகுமுறை என்பது .... பகுப்பாய்வாகும்.

9. இறுதிநிலைப் பயன்பாடு பூஜியமாகும்போது, மொத்த பயன்பாடு .... ஆகும்.

10. சமநோக்கு வளைக்கோடு மையத்தை நோக்கி .... காணப்படும்.

III. பொருத்துக.

11. விருப்பங்கள் - அ. மார்ஷல்

12. பொருளாதாரக் கோட்பாடுகள்- ஆ. ஹிக்ஸ் மற்றும் டால்டன்

13. அதிகபட்ச சமூக நன்மைகள் - இ. வைர ஆபரணங்கள்

14. சமநோக்கு வளைக்கோடு - ஈ. விளம்பரங்கள்

15. ஆடம்பர பண்டங்கள் - உ. சாதாரண தரம்

IV. ஓரிரு வார்த்தையில் விடையளிக்கவும்

16. பயன்பாட்டை வரையறு.

17. சம–இறுதிநிலைப் பயன்பாட்டிற்கு, வேறு பெயர் என்ன?

18. சமநோக்கு வளைக்கோடு என்றால் என்ன?

19. சமநோக்கு தொகுதி என்றால் என்ன?

20. நிதி நிலைக் கோட்டிற்கு மற்றொரு பெயர் என்ன?

பகுதி–ஆ

பின்வரும் வினாக்களுக்கு நான்கு அல்லது ஐந்து வரிகளில் விடையளிக்கவும்.

21. விருப்பங்களுக்கான காரணங்கள் யாவை?

22. பண்டங்களின் வகைகள் யாவை?

23. இறுதிநிலை பயன்பாட்டு விதியின் இலக்கணத்தை வரையறுக்கவும்.

24. சமநோக்கு வளைக்கோட்டின் பண்புகள் யாவை?

25. மார்ஷலின் கூற்றுப்படி 'நுகர்வோர் உபரி'–யைக் கூறுக.

பகுதி–இ

பின்வரும் வினாக்களுக்கு ஒரு பக்க அளவில் விடையளிக்கவும்.

26. மொத்தப் பயன்பாடு, இறுதிநிலைப் பயன்பாடு வேறுபடுத்துக.

27. குறைந்து செல் பயன்பாட்டு விதியின் எடுக்கோள்கள் யாவை?

28. குறைந்து செல் பயன்பாட்டு விதியின் முக்கியத்துவத்தை எழுதுக.

29. சம–இறுதி நிலைப் பயன்பாட்டின் வரையறைகளை குறிப்பிடுக.

30. சமநோக்கு தொகுப்பு வரைபடம் உதவியுடன் நுகர்வோர் சமநிலையை விளக்குக.

பகுதி–ஈ

பின்வரும் வினாக்களுக்கு மூன்று பக்க அளவில் விடையளிக்கவும்

31. மனித விருப்பங்களின் பண்புகள் யாவை?

32. குறைந்து செல் பயன்பாட்டு விதியினை படம் வரைந்து விளக்கம் தருக.

33. நுகர்வோர் உபரியை படம் வரைந்து, அதனுடைய முக்கியத்துவம் மற்றும் திறனாய்வுகளை விளக்குக.

34. சமநோக்கு வளைக்கோட்டின் அணுகுமுறைகளை விவரிக்கவும்.

35. சமநோக்கு குவளைக்கோட்டின் தொகுப்புபினை வரைந்து அதனுடைய பண்புகளை விளக்குக.

பாடம் 4

தேவையும் அளிப்பும்

ஒரு பொருளுக்கான 'தேவை' (Demand) என்பது – அப்பொருளை வாங்குவதற்கான விருப்பத்தையும், போதிய வாங்கும் சக்தியையும், வாங்கிவிட வேண்டும் என்ற முடிவையும் குறிக்கும். ஆனால் வறுமைக் கோட்டிற்கு கீழ் இருக்கும் ஒரு எளிய நபர் 'கார்' ஒன்றை வாங்க வேண்டும் என்று விரும்பும் போது – அது வெறும் விருப்பமே அன்றி அது தேவையெனக் கருதப்பட மாட்டாது. ஏனெனில் அவரது விருப்பத்தை நிறைவு செய்துக்கொள்ள அவரிடம் போதிய வாங்கும் சக்தி இல்லை. அதே நேரத்தில் ஒரு பணக்காரர் கார் தனக்கு வாங்கவேண்டும் என்று விரும்பும்போது அது தேவை என பொருளியலில் கருதப்படும். ஏனெனில் அவரால் அந்த பொருளின் விலையை கொடுக்க முடியும். இவ்வாறு பொருளுக்கான விருப்பத்தோடு வாங்கும் சக்தியும் பின்புலமாக இருக்கும்போது பொருளியலில் அது 'தேவை' என்று அழைக்கப்படுகிறது.

எந்த ஒரு பொருளுக்கும் தேவை என்பது அப்பொருளின் விலையைப் பொறுத்திருக்கும். பிற தீர்மானிகள் என்பன சம்பந்தப்பட்ட பிற பொருட்களின் விலை, நுகர்வோரது வருமானம், அவரது சுவைகள், தேர்ந்தெடுத்தல், நுகர்வோரின் செல்வம், போன்றவைகளாகும். எனவே தேவையைக் கீழ்கண்டவாறு எழுதலாம்.

$$Dx = F(Px, Ps, Y, T, W)$$

Dx என்பது X பொருளுக்கான தேவை

Px - X பொருளின் விலை

Ps - பதிலிகளின் விலை

Y - வருமானம்

T - சுவை மற்றும் தேர்ந்தெடுத்தல்

W - நுகர்வோனின் செல்வ நிலை ஆகும்.

தேவை விதி

விலையும் தேவையும் எதிர்மறைத் தொடர்புடையன என்பதை தேவை விதி கூறுகிறது. இது ஒரு பொருளுக்கான விலையையும், ஒரு குறிப்பிட்ட கால அளவில் அந்த பொருளுக்கான தேவையையும் குறிக்கும்.

வரையறை

ஆல்ஃபிரடு மார்ஷலின் கூற்றுப்படி, ''நிறைய பண்டங்களை விற்க வேண்டுமாயின், விலை குறைவாக இருக்க வேண்டும். அவ்வாறு விலை குறைவாக இருந்தால்தான் அப்பண்டத்தைப் பலரும் வாங்குவர். வேறு விதமாகக் கூறினால் விலை குறைவதால் தேவைப்படும் பண்டத்தின் அளவு கூடுகிறது. விலை கூடுவதால் தேவை குறைகிறது'' ஃபெர்கூசன் என்பவரின் கூற்றுப்படி, ''விலையும் தேவையின் அளவும் எதிர்கணியத் தொடர்பு கொண்டுள்ளன''.

"ஒரு பொருளுக்கான விலை குறையும் போது மக்கள் அதிகம் அப்பொருளை வாங்குவர். விலை ஏறும் போது குறைவாக வாங்குவர் – மற்றவை மாறாமலிருக்கும் போது'' – என்பது தேவை விதி.

மற்றவை மாறாமல் இருக்கும்போது என்று குறிப்பிடப்படுவது, தேவை விதியின் எடுகோள்களைக் குறிக்கும்.

எடுகோள்கள்

அ) நுகர்வோரின் வருமானத்தில் மாற்றம் இல்லை.

ஆ) நுகர்வோரது சுவையிலும் தேர்ந்தெடுத்தலிலும் மாற்றம் இல்லை.

இ) பிற பொருட்களின் விலையில் மாற்றம் இல்லை.

ஈ) பிற பதிலிகளை கண்டுபிடிக்கவில்லை.

உ) தற்போதைய விலை இறக்கம் பின்விரையும் கூடுதல் விலை வீழ்ச்சிக்கு முகவுரை என்று மக்கள் உணராமை ஆகும்.

தேவைப்பட்டியல்

ஒரு பண்டத்தின் பல்வேறு விலைகளையும் அவ்விலைகளில் ஒவ்வொன்றிற்கும் தேவையின் அளவையும் காட்டுகின்ற அட்டவணையே தேவைப்பட்டியல் என்பதாகும்.

அட்டவணை 4.1

விலை (ரூ)	தேவை அளவு கி.கி.
6	10
5	20
4	30
3	40
2	50
1	60

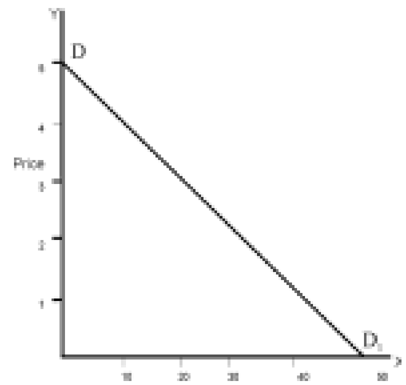
அட்டவணை 4 .1 தேவைப்பட்டியல் ஆகும். தனியொரு நுகர்வோர் பல்வேறு விலைகளில் வாங்க விரும்பும் ஒரு பண்டத்தின் பல்வேறு அளவுகளை இது சுட்டிக்காட்டுகிறது. விலையும் தேவையும் எதிர்மறையாக மாறக்கூடியது. இது தனியொரு நுகர்வோர் தேவைப்பட்டியலாகும்.

தேவை வளைகோடு

இந்த அட்டவணையை வரைபடம் 4.1ல் தேவை வளைகோடாக வரையலாம். தேவை வளைகோடு என்பது தேவை அட்டவணையின் வரைபடமாகும்.

வரைப்படம் 4.1

விலை



தேவையின் அளவு

மேற்கண்ட வரைபடம் 4:1ல் DD என்பது தேவைக்கோடு ஆகும். இத்தேவைக் கோடு இடமிருந்து வலமாகக் கீழ்நோக்கிச் சரிந்து செல்கிறது. இதில் விலை மாற்றங்களும் அதற்கேற்ப தேவையின் அளவில் ஏற்படும் மாற்றங்களும் சுட்டிக் காட்டப்பட்டுள்ளன. விலை இறங்கிவரும்போது தேவையின் அளவு அதிகரிப்பதை இக்கோடு காட்டுகிறது. இவ்வாறு விலையும் தேவையும் எதிர்மறைத் அல்லது எதிர்கணியத் தொடர்பு கொண்டுள்ளன மற்றவை மாறாமலிருக்கும்போது (ceteris paribus).

தேவை வளை கோடு கீழ் நோக்கி சரிந்து செல்வது ஏன்?

தேவைக் கோடு சரிவதற்கான காரணம், குறைந்துச் செல் இறுதி நிலை பயன்பாட்டு விதி. இவ்விதியானது, பண்டங்கள் கூடுதலாக நுகர்வதனால், பயன்பாடானது குறைந்துச் செல்கிறது. ஆகவே நுகர்வோர் ஒருப் பொருளை குறைந்த விலைக் கொடுத்தே வாங்கவேண்டியுள்ளது. தேவைக் கோடாது சரிவதற்கு காரணம், இறுதிநிலை பயன்பாடுக்கோடு குறைந்து செல்வதேயாகும்.

தனியொரு நுகர்வோரது தேவைப்பட்டியல், மற்றும் அங்காடித் தேவைப்பட்டியல்

தனி நபர் தேவைப்பட்டியலானது, ஒரு பண்டத்தின் பல்வேறு விலைகளில் வாங்க விரும்பும் பல்வேறு அளவை சுட்டிக் காட்டும் அட்டவணை.

அட்டவணை 4.2

தனி நபர் தேவைப்பட்டியல்

விலை ஆரஞ்சு (ரூபாய்)	தேவை அளவு (ஆரஞ்சு)
5	1
4	2
3	3
2	4
1	5

அட்டவணை விளக்கம் :

அட்டவணையில் ஆரஞ்சு பழத்தின் விலை ரூ.5தாக இருக்கும்போது ஒரு பழத்தையே வாங்குகிறார். அப்பழத்தின் விலை ரூ.4–காக குறையும் போது, இரு

பழங்கள் வாங்குகின்றார். மேலும் விலையானது ரூ.3 ஆக குறையும்போது, மூன்று பழங்களை வாங்குகின்றார். இவ்வாறு விலையானது குறையக், குறைய தேவையின் அளவானது அதிகரித்துச் செல்கிறது எதிரெதிர் மாறாக.

அங்காடித் தேவை அட்டவணை

அங்காடித் தேவைப்பட்டியல் என்பது, அங்காடியில் உள்ள நுகர்வோர் அனைவரின் தேவை அளவுகளை ஒன்றுக் கூட்டினால் கிடைப்பதாகும். ஆரஞ்சு பழ அங்காடியில் இரு நுகர்வோர் இருப்பதாக வைத்துக் கொண்டால், அங்காடித் தேவையானது கீழ்காணும் வகையில் கணக்கிடப்படுகிறது.

அட்டவணை 4.3

இரண்டு நுகர்வோரது தேவைப்பட்டியல் மற்றும் அங்காடித் தேவைப்பட்டியல்

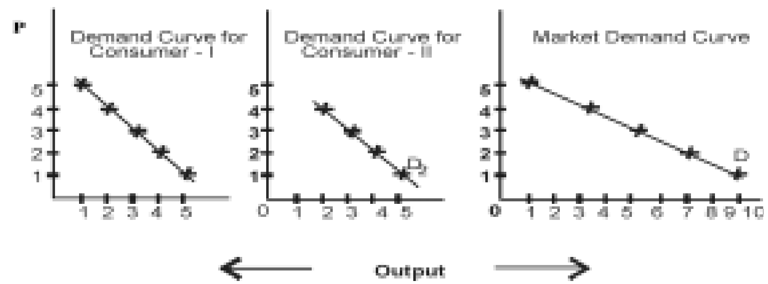
தேவை அளவு

விலை (ஆரஞ்சு)	நுகர்வோன் 1	நுகர்வோன் 2	அங்காடித் தேவை
5	1	-	1
4	2	1	3
3	3	2	5
2	4	3	7
1	5	4	9

அங்காடியில் தேவை வளைகோடு

அங்காடியில் விலை குறையும்போது தேவை கூடுகிறது.

வரைப்படம் 4.2



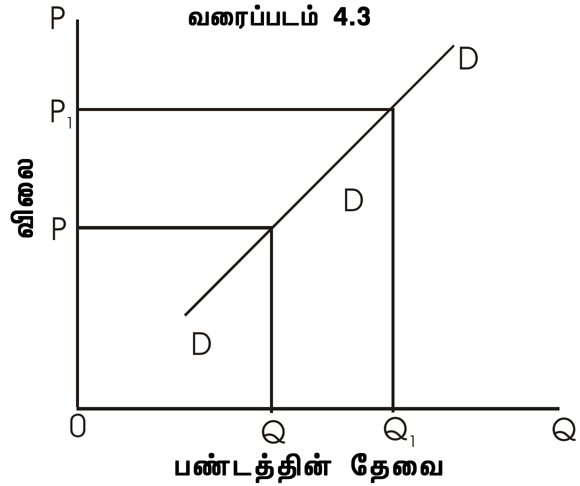
அங்காடித் தேவைக் கோட்டின் விளக்கம்

மேற்கண்ட வரைபடத்தில் நுகர்வோர் 1, நுகர்வோர் 2 ஆகிய இரு நுகர்வோரின் தேவையளவுகள் 'X' அச்சிலும், அங்காடியில் நிலவும் விலை 'Y' அச்சிலும் குறிப்பிடப்பட்டுள்ளது. இவ்விரு நுகர்வோரின் மொத்த தேவை, அதாவது D1 + D2 = DD என்ற அங்காடித் தேவைக்கோடும், தனி நுகர்வு தேவைக் கோட்டைப் போன்றே கீழ்நோக்கி சரிந்து செல்கின்றன. 'DD' என்ற தேவைக்கோடு தோற்றுவாய் நோக்கி குவிந்துள்ளது. இது விலைக்கும், தேவையின் அளவுக்கும் உள்ள தொடர்பை விளக்குகிறது.

தேவை விதியின் விதிவிலக்குகள்

பொதுவாக தேவை விதியானது விலை மற்றும் பண்டத்தின் அளவுக்கு உள்ள தலை கீழான உறவை எடுத்து கூறுகிறது. சில விதிவிலக்கான சூழ்நிலையில் இவ்விதி இயல்பாக செயல்படுவதில்லை. இந்நிலைகளில் விலை ஏறும்போது, பண்டத்திற்கான தேவையும் அதிகரிக்கும், விலை குறையும்போது, பண்டத்தின் தேவையின் அளவும் குறையும். இவ்வாறாக தேவைக்கோடுகள் மேல் நோக்கி சரிந்து சென்று தேவையும், அளிப்பும் நேரடி தொடர்பு கொண்டனவாக கீழ்காணும் வரை படத்தில் தோன்றுவதுப் போன்று அமையும்.

வரைப்படம் 4.3



வரைப்பட விளக்கம்

பண்டத்தின் விலையானது OP-யிலிருந்து OP_1, ஆக உயரும்போது, தேவையின் அளவானது 0Q–விலிருந்து $0Q_1$ ஆக உயருகிறது. (எதிர் எதிர்

மாறாக) DD என்பது விதிவிலக்குத் தேவைக்கோடு அல்லது அசாதாரண தேவைக்கோடு எனப்படும்.

தேவைவிதியின் விதிவிலக்குகள் சில கீழே கொடுக்கப்பட்டுள்ளன.

(i) வெப்ளன் விளைவு

தார்ஸ்டின் வெப்ளன் என்னும் பொருளியலறிஞர், ஒரு சில பொருட்களை, பணக்காரர்கள் சமுதாயத்தில் தங்களது அந்தஸ்து மற்றும் வெறும் மதிப்புக்காகவே விலையுயர்ந்தாலும் வாங்குகிறார்கள் என்று விளக்குகிறார். இவ்வகையான பொருள்களின் விலை அதிகரிக்கும் போது, கவர்ச்சிக்காக பெறுமளவில் இப்பொருள்கள் வாங்கப்படுகின்றன. பணக்காரர்கள் வைரங்களின் விலை உயரும்போது, அதிகமாக வைரங்களை வாங்குகின்றனர். அதே சமயம் இவ்வித பொருள்களின் விலை குறையும்போது, அந்த பொருள்களை பணக்காரர்கள் வாங்கமாட்டார்கள்.

கி∴பன் (Giffen) முரண்பாடு

சர் இராபர்ட் கிஃபன் என்பவர் ஏழை, எளிய மக்கள் கீழ்நிலைப் பண்டங்களின் விலை, அதிகரித்தால், அதனுடைய தேவை அளவு அதிகரிக்கும் என்றும், விலை குறைந்தால் தேவை அளவும் குறையும் என்று விளக்குகிறார். மக்கள் வறுமையிலிருக்கும்போது அதிக அளவில் வாங்கப்படுவதும், செழுமையிலிருக்கும்போது குறைந்த அளவில் வாங்கப்படுவதுமாகிய பண்டங்கள் கீழ்நிலைப் பண்டங்கள் என்றழைக்கப்படுகின்றன.

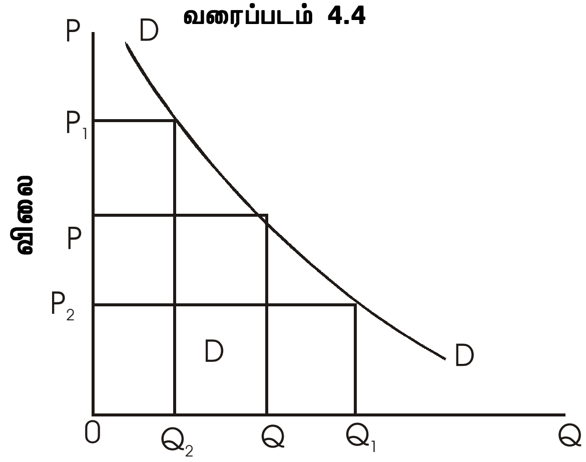
ஏழை மக்கள் வருமானத்தில் பெரும்பங்கினை உயர்வகையற்ற (கம்பு, கேழ்வரகு, சோளம் போன்றவை) தானியங்களை வாங்கவும், குறைந்த அளவே அரிசி வாங்கவும் செலவிடுகிறார்கள். உயர்வகையற்ற தானியங்களின் விலை உயரும் போது ஏழை மக்கள் குறைந்த அளவு அரிசியை வாங்குவார்கள். இதனால் எழும் இடைவெளியை நிரப்ப உயர்வகையற்ற தானியங்களை அதிக அளவு வாங்க வேண்டும். எனவே, உயர்வகையற்ற தானியங்களின் விலை உயரும்போது அவற்றை அதிக அளவு வாங்குகிறார்கள். இதுவே கிஃப்பன் முரண்பாடு என்றழைக்கப் படுகிறது. இவ்வகை முரண்பாடுகள் தேவைவிதிக்கு விதிவிலக்காக உள்ளன.

தேவையில் மாற்றம் (தேவைப் பெருக்கம், தேவைச் சுருக்கம்)

தேவை வளைக்கோட்டின் நிலையில் எந்தவிதமான மாற்றமும் நிகழவில்லை. ஒரு பொருளின் விலையின் அளவு குறையும் போது,

அப்பொருளுக்கான தேவையின் அளவு கூடுகிறது. இதை தேவை பெருக்கம் என்று அழைக்கப்படும். அதே சமயம் பொருளின் விலை அதிகரிக்கும் போது, அதனுடைய தேவை குறைகிறது. இது தேவை சுருக்கம் எனவும் அழைக்கப்படும். இவை இரண்டுமே அதே தேவை வரிக்கோட்டின் மேலும் கீழுமாக நகர்வதையே தேவை பெருக்கம், மற்றும் தேவை சுருக்கம் என கூறுகின்றோம். இதனை வரைபடம் மூலம் விளக்கலாம்.

வரைப்படம் 4.4



பண்டத்தின் தேவை

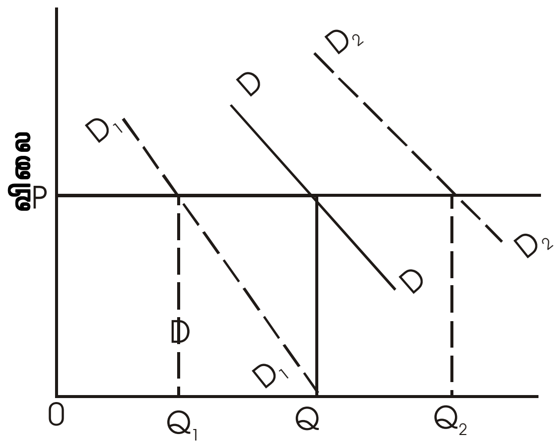
வரைபட விளக்கம்

மேலே உள்ள வரைபடத்தில் OP என்பது பொருளின் விலை OQ என்பது தேவை அளவு. விலையானது OP2 அளவு குறையும்போது, தேவையின் அளவு OQ1 அளவாக அதிகரிக்கிறது. இது தேவையின் பெருக்கம் எனப்படும். மாறாக விலையாது OP1 அளவுக்கு அதிகரிக்கும்போது, தேவை அளவாது OQ அளவுக்கு குறைகிறது இது தேவை சுருக்கம் எனப்படும்.

தேவையில் மாற்றம் (தேவை உயர்வு, தேவைக் குறைவு)

“மற்றவை மாறாதிருக்கின்றன’, என்ற பொருளாதார எடுகோளின் அடிப்படையில் அமைந்துள்ளது. இந்த மற்றவை என்ற சொல்லானது வருமானம், சுவை, மக்கள் தொகை, அரசின் கொள்கைகள், தொழில்நுட்பம், விலையோடு தொடர்புடைய மற்ற காரணிகளை குறிக்கும். இவ்விதமான காரணிகளின் மூலம் ஏற்படும் மாற்றம் தேவையில் உயர்வு, தேவையில் குறைவை ஏற்படுத்துகிறது இதனை படம் 4.5–ல் காணலாம்.

வரைப்படம் 4.5



தேவை அளவு

வரைபட விளக்கம்

மேலே வரையப்பட்ட வரைப்படத்தில் தேவையானது DD-யில் இருந்து D2, D2க்கு அதிகரித்து செல்கிறது. இதை தேவை உயர்வு என்பர். அதே சமயம் தேவையானது DDயிலிருந்து DD1 ஆக நகர்ந்து செல்கிறது. இதை தேவை குறைவு என்பர்.

தேவையைத் தீர்மானிக்கும் காரணிகள்

தேவையை தீர்மானிக்கும் காரணிகள் கீழ்வருமாறு

1. நுகர்வோரின் சுவைகளும் மற்றும் தேர்வுச் செய்தலும்
2. நுகர்வோரின் வருமானம்
3. பதிலீட்டு பண்டத்தின் விலை
4. நுகர்வோரின் எண்ணிக்கை
5. வருங்கால விலைப்பற்று எதிர்பார்ப்பு
6. வருமான பகிர்வு
7. பருவக்கால மாற்றங்கள்
8. வணிக நிலை
9. நுகர்வோரின் புத்தாக்கம் புனைதல்

1. நுகர்வோரின் சுவைகளும் / தேர்வு செய்தலும்

சுவைகள், தேர்வுச் செய்தல், நவநாகரிகங்கள் ஆகிய காரணிகள் தேவையின் அளவை மாற்றம் அடையச் செய்யும் (எ.கா) வேட்டிகளுடைய தேவையானது குறைந்து புதுவகை ஆடைகளை ஜீன்ஸ் ஆகியவற்றின் தேவை அதிகரிக்கிறது. காரணம் நவநாகரிக மாற்றமே.

2. நுகர்வோரின் வருமானம்

நுகர்வோரின் வருமானம் அதிகரிக்கும்போது, தேவையானது அதிகரிக்கும். எனவே வருமானம் அதிகரிக்கும்போது பொருள்களின் தேவையும் அதிகரிக்கும். வசதி மற்றும் ஆடம்பர பொருள்கள் இவ்வகையை சார்ந்ததாகும்.

3. பதிலீட்டு பண்டங்களின் விலை

ஒரு விருப்பத்தை நிறைவு செய்ய உதவும் ஒரு மாற்றுப் பண்டமே பதிலீட்டுப் பண்டம் எனப்படும். (எ.கா.) தேனீரும், காபியும், சிறந்த பதிலிகள். காபியின் விலை உயரும்போது, தேனீரின் விலை மாறாமல் இருப்பதால் மக்கள் தேனீரை அதிகமாக விரும்பி வாங்குவதால், காப்பியின் தேவை குறைகிறது. பதிலீட்டுப் பண்டதிற்கான தேவைகள் எதிர்மாறாக செயல்படுகிறது.

4. நுகர்வோரின் எண்ணிக்கை

ஒரு நாட்டின் மக்கள் தொகையானது தேவையை தீர்மானிக்கும் ஒரு முக்கிய காரணி (எ.கா.) பெருமளவு மக்கள் தொகை, உணவு வகைகள், தானிய வகைகள் போன்ற குறிப்பிட பொருளுக்கான தேவையை அதிகரிக்கும். நுகர்வோராது எண்ணிக்கை அதிகரிக்கும்போது பொருள்களுக்கான தேவையும் அதிகரிக்கும்.

5. வருங்கால விலைபற்றிய எதிர்பார்ப்பு

எதிர்காலத்தில் ஒரு பொருளின் விலை அதிகரிக்கும் என்ற எதிர்பார்ப்பினால், ஒரு நுகர்வோர் தற்காலத்தில் அதிகம் பொருள்களை வாங்க முற்படுவார். ஒரு வேளை விலை குறைப்பை எதிர்பார்த்தால், தற்போதைய அவரது தேவையை குறைத்துக் கொள்வார்.

6. வருமான பகிர்வு

வருமான பகிர்வு நுகர்வுத் தன்மையை மாற்றி அமைக்கிறது எனவே பல்வேறு பண்டங்களின் தேவையானது வருமானப் பகிர்வைப் பொருத்து அமைகிறது. சமசீராக்கும் நோக்கத்துடன், அந்நாட்டு அரசு வருமான

மறுபகிர்வு செய்ய முயன்றால் ஆடம்பரப் பொருள்களின் தேவை குறைந்து, அத்தியாவசிய பொருள்களின் தேவை அதிகரிக்கும்.

7. பருவகால மாற்றங்கள்

ஒரு பொருளுக்கான தேவை கால சீதோஷன நிலைகளுக்கேற்ப மாற்றம் பெறும் (எ.க.) கோடைக் காலத்தில் குளிர் பானங்கள், பருத்தி ஆடைகள் மற்றும் குளிர் சாதனப் பெட்டிகளின் தேவை உயரும். ஆனால் குளிர் காலத்தில் கம்பளி ஆடைகளுக்கான தேவை உயரும்.

8. வாணிப நிலை

வாணிப செயல்பாடுகள் மிக செழிப்பாக இருக்கும்போது, பண்டங்கள், பணிகளுக்கான தேவை மிகுதியாக இருக்கும். மாறாக வாட்டம் (அ) மந்தம் ஏற்படும்போது பண்டங்கள், பணிகளுக்கான தேவையும் குறைக்கிறது.

9. நுகர்வோரின் புத்தாக்கம் புனைதல்

கோதுமை மாவின் விலையோ, மின்சாரத்தின் விலையோ குறைந்தால் நுகர்வோர் அப்பொருள்களுக்கு புதிய பயன்பாடுகளை கண்டுபிடித்து விடுகிறார்கள். எனவே இப் பொருட்களுக்கான புதிய தேவை உருவாகின்றது.

தேவை நெகிழ்ச்சி (Elasticity of Demand)

தேவை விதியானது, விலை மாற்றத்தினால் தேவை மாறுகிறது என்று விளக்கியது. ஆனால் விலை மாற்றத்தின் விளைவாக, தேவையில் ஏற்படுகின்ற மாற்றத்தின் அளவினை அளவிடவில்லை. தேவை நெகிழ்ச்சி, தேவையில் ஏற்படும் மாற்றத்தை அளவிடுகிறது.

தேவை நெகிழ்ச்சியின் கருத்தை ஆல்ப்பிரட் மார்ஷல் அறிமுகப் படுத்தினார். இவரது கருத்துப்படி, தேவை நெகிழ்ச்சியானது. ‟ஒரு குறிப்பிட்ட விலை உயர்வு காரணமாக அங்காடியில் ஒரு பண்டத்திற்கான தேவை அதிகமாக, அல்லது குறைவாக மாறுவதை தேவை நெகிழ்ச்சி மிகையானது, அல்லது குறைவானது எனலாம்" என கூறுகிறார்.

தேவை நெகிழ்ச்சியின் வகைகள்

தேவை நெகிழ்ச்சியை 3 வகையாக பிரிக்கலாம்

அ. விலைத் தேவை நெகிழ்ச்சி

ஆ. வருமான தேவை நெகிழ்ச்சி

இ. குறுக்கு தேவை நெகிழ்ச்சி (அ) பின்னிய தேவை நெகிழ்ச்சி.

அ. விலைத் தேவை நெகிழ்ச்சி

நிலை மாற்றத்தினால், தேவையில் ஏற்படுவதான மாற்ற அளவே விலைத் தேவை நெகிழ்ச்சி ஆகும்.

விலைத்தேவை நெகிழ்ச்சி என்பது, ஒரு பண்டத்தின் தேவையில் தோன்றும் மாற்றத்தின் விழுக்கட்டினை, அப்பண்டத்தின் விலைமாற்ற விழுக்காட்டால் வகுக்க கிடைக்கும் ஈவு விலைத் தேவை நெகிழ்ச்சி என்கிறோம்.

இதனை கீழ்காணும் சமன் பாட்டால் விளக்கலாம்.

$$\text{விலைத்தேவை நெகிழ்ச்சி} = \frac{\text{தேவை மாற்றத்தின் விழுக்காடு}}{\text{பண்டத்தின் விலை மாற்றம் விழுக்காடு}}$$

$$\text{கணிதக் குறியீடு} = \frac{\Delta q/q}{\Delta p/p} = \frac{\Delta q}{q} \times \frac{p}{\Delta p}$$

விலைத் தேவை நெகிழ்ச்சியை அளவிடுதல்

இது நான்கு முறைகளில் அளவிடப்படுகிறது

1. விழுக்காட்டு முறை
2. புள்ளிமுறை (or) சரிவு முறை
3. மொத்த செலவு முறை
4. வில்முறை என்பவையாகும்.

I. விழுக்காட்டு முறை

ஒப்பீட்டளவு தேவைமாற்றத்தை ஒப்பீட்டளவு விலை மாற்றத்தால் வகுப்பதன் வாயிலாகவும் அல்லது விழுக்காட்டளவில் தேவை மாற்றத்தை விழுக்காட்டளவில் விலை மாற்றத்தால் வகுப்பதன் வாயிலாகவும் தேவை நெகிழ்ச்சியை அளவிடலாம்.

இதன் வாய்ப்பாடு யாதெனில்

$$e_P = \frac{\% \nabla q}{\% \nabla p}$$

(எ.கா.) அரிசியின் விலை 10 சதவீதம் உயரும்போது அரிசியின் தேவை 15 சதவீதமாக குறைந்தால் விலைத் தேவை நெகிழ்ச்சி (e_P) என்பது

$$e_P = \frac{15}{10} = 1.5 =$$

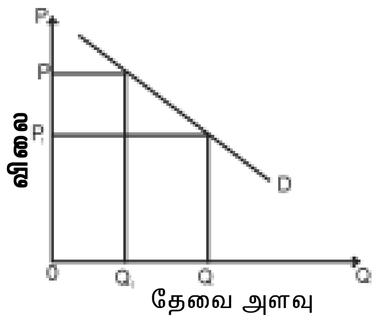
இதன் பொருள், அரிசியின் விலைத் தேவை, நெகிழ்ச்சியுடையதாக இருக்கிறது. அதுபோல், 10% அளவிற்கு அரிசியின் விலை உயரும்போது அதன் தேவை 5% அளவு மட்டுமே குறைந்தால் அரிசியின் தேவை நெகிழ்ச்சியற்றதாக உள்ளது என்று பொருளாகும்.

விலைத் தேவை நெகிழ்ச்சியின் வகைகள்

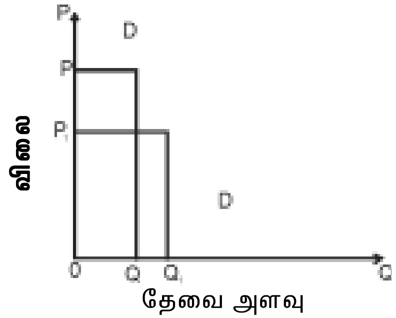
விலைத் தேவையின் நெகிழ்ச்சியை 5 வகைப்படுத்தலாம்.

1. மிகைத் தேவை நெகிழ்ச்சி ($ed > 1$)
2. குறைவான தேவை உள்ள நெகிழ்ச்சி ($ed < 1$)
3. அலகுத் தேவை நெகிழ்ச்சி ($ed = 1$)
4. முழு நிறைவான நெகிழ்ச்சியற்றத் தேவை ($ed = 0$)
5. முழுநிறைவான நெகிழ்ச்சியுள்ள தேவை ($ed = x$)

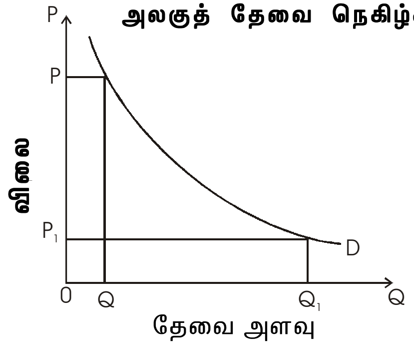
வரைப்படம் 4.6
மிகைத்தேவை நெகிழ்ச்சி



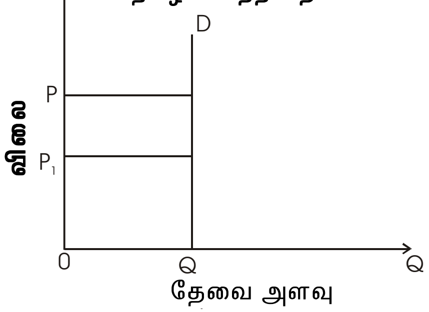
வரைப்படம் 4.7
குறைவான தேவையுள்ள நெகிழ்ச்சி



வரைப்படம் 4.8
அலகுத் தேவை நெகிழ்ச்சி

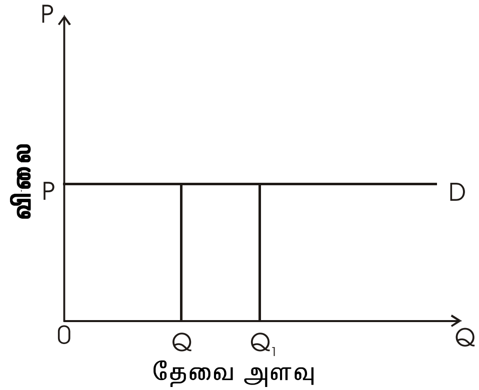


வரைப்படம் 4.9
முழு நிறைவான
நெகிழ்ச்சியற்ற தேவை



வரைப்படம் 4.10

முழு நிறைவான நெகிழ்ச்சியுள்ள தேவை



2. புள்ளி முறை (Point Method)

நேராக அமைந்துள்ள தேவைக்கோட்டின் மீது உள்ள ஒரு குறிப்பிட்ட புள்ளியில், விலைத் தேவை நெகிழ்ச்சியைக் கணக்கிடலாம்.

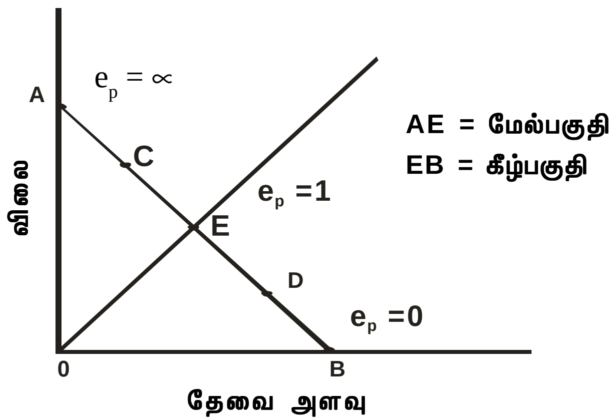
புள்ளி முறையில்

விலைத்தேவை நெகிழ்ச்சியின் சூத்திரமாவது :

$$\text{விலைத் தேவை நெகிழ்ச்சி} = \frac{\text{தேவைக்கோட்டின் கீழ்பகுதி}}{\text{தேவைக்கோட்டின் மேல்பகுதி}}$$

எடுத்துக்காட்டாக : வரைப்படம் 4:11ல் தேவைக்கோட்டின் நீளம் AB = 4cm.

வரைப்படம் 4.11



சரியாக AB என்கிற தேவைக்கோட்டின் (மைய) நடு புள்ளியில்

1. அதாவது 'E' என்ற புள்ளியில் விலைத்தேவை நெகிழ்ச்சியானது

At E, e_p = EB/EA = 2/2 = 1 ஃ ep = 1

2. விலைத்தேவை நெகிழ்ச்சி 'D' என்ற புள்ளியில் = DB/DA
= 1/3 = 0.3 ep<1

(தேவைக் கோட்டின் EB என்ற பகுதியின் மைய புள்ளியாகிய D யில்)

3. விலைத் தேவை நெகிழ்ச்சி 'C' என்ற புள்ளியில் = e_p = CB/CA
= 3/1 = 3 ep>1

(தேவைக் கோட்டின் EA பகுதியின் மைய புள்ளியாகிய C யில்)

4. விலைத் தேவை நெகிழ்ச்சி 'B'

என்ற புள்ளியில் : 0/AB = 0/4 = 0

(பூஜ்ஜியத்தை எந்த எண்ணால் வகுத்தாலும் பூஜ்ஜியமே ஈவாகும்)
$E_p = 0$

5. விலைத் தேவை நெகிழ்ச்சி 'A'

என்ற புள்ளியில் : AB/0 = 4/0 = ∝

(எந்த எண்ணையும் பூஜ்ஜியத்தால் வகுக்கும் போது அது எல்லையற்று பெருகிச் செல்கிறது)

3. மொத்த செலவு முறை :-

(Total Expenditure/Total Outlay Method)

ஒரு பண்டத்தின் விலை மாற்றத்தினால், ஏற்படும் மாற்றத்தினைக் கொண்டு விலைத்தேவை நெகிழ்ச்சியைக் கணக்கிடலாம்.

1. ஒரு பண்டத்தின் விலை குறையும்போது, அதை நுகரும் நுகர்வோரின் அப்பண்டத்திற்கான மொத்த ஒதுக்கீடு அல்லது அதன் மொத்த செலவு அகிரித்தால் அது மிகை நெகிழ்ச்சியுள்ள தேவை எனப்படும். Ep > 1.

2. ஒரு பண்டத்தின் விலை குறையும்போது அதனை நுகர்வோரின் அப்பண்டத்திற்கான மொத்த ஒதுக்கீடு அல்லது அதன் மொத்த செலவு குறைந்தால் அது குறை நெகிழ்ச்சியுள்ள தேவை எனப்படும். Ep < 1.

3. ஒரு பண்டத்தின் விலை குறையும்போது அந்நுகர்வோன் அப்பண்டத்திற்கான மொத்த ஒதுக்கீடு அல்லது அதன் மொத்த செலவில் மாற்றம் ஏற்படாதிருந்தால் அது ஒருமைத் தேவை நெகிழ்ச்சி எனப்படும். Ep = 1

இவ்வெவ்வேறான விளைவுகளைக் கீழ்காணுமாறு அட்டவணைப் படுத்தலாம்.

அட்டவணை 4.6

விலைமாற்றம்	விலைத் தேவை நெகிழ்ச்சியின் வகைகள்		
	$e_p = 1$	$e_p < 1$	$e_p > 1$
விலை இறக்கம்	மொத்த ஒதுக்கீடு மாறாமலிருத்தல்	மொத்த ஒதுக்கீடு குறைகிறது	மொத்த ஒதுக்கீடு அதிகரிக்கிறது
விலை ஏற்றம்	மொத்த ஒதுக்கீடு மாறாமலிருத்தல்	மொத்த ஒதுக்கீடு அதிகரிக்கிறது	மொத்த ஒதுக்கீடு குறைகிறது

4. வில் முறை (Arc Method)

ஒரு தேவை வளைகோட்டின் இரண்டு புள்ளிகளுக்கிடையே உள்ள பகுதியே வில் எனப்படும்.

வில் முறையில் விலைத் தேவை நெகிழ்ச்சியை கீழ்காணும் முறையில் கணக்கிடலாம்.

இதில் ΔQ = தேவை அளவின் மாற்றம்

ΔP = பண்டத்தின் விலை மாற்றம்

P1 = பண்டத்தின் முந்தயைய விலை

P2 = புதிய விலை

Q1 = பண்டத்தின் முந்தைய தேவை அளவு

Q2 = புதிய தேவை அளவு

$$e_p = \frac{Q_1-Q_2}{Q_1+Q} \div \frac{P_1-P_2}{P_1+P_2}$$

$$= \frac{\Delta Q}{Q_1+Q_2} \div \frac{\Delta P}{P_1+P_2}$$

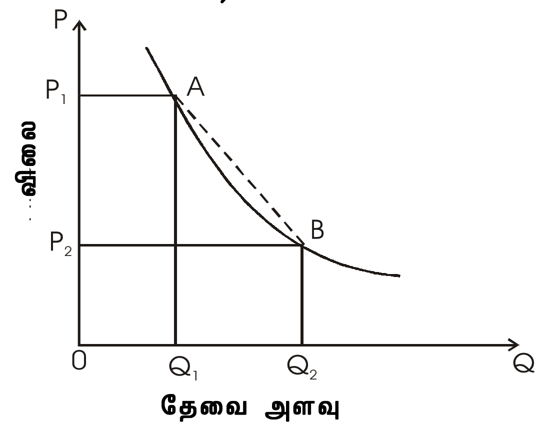
$$= \frac{\Delta Q}{Q_1+Q_2} \times \frac{P_1+P_2}{\Delta P}$$

$$= \frac{\Delta Q}{\Delta P} \times \frac{P_1+P_2}{Q_1+Q_2}$$

ஒரு பண்டத்தின், விலை மாற்றம் பெருமளவில் இருந்தால் விலைத்தேவை நெகிழ்ச்சியை கணக்கிட இவ்வில் முறையைக் கையாளலாம்.

இவ்வில் முறையை வரைப்படம் 4:12 மூலம் விளக்கலாம்.

வரைப்படம் 4.12



மேற்கண்ட வரைபடத்தில், வில் நெகிழ்ச்சியை A & B என்ற தேவைக் கோட்டின் இரண்டு புள்ளிகளுக்கிடையே கணக்கிடலாம். இதற்கு OP1 மற்றும் OP2-இந்த இரண்டு விலைகளுக்கிடையேயான சராசரியை கணக்கிட்டு மற்றும் இரண்டு தேவை அளவுகளின் சராசரியையும் கணக்கிடல் வேண்டும். இதுவே வில் நெகிழ்ச்சியாகும்.

ஆ. வருமானத் தேவை நெகிழ்ச்சி :

வருமானத்தில் ஏற்படும் மாற்றம் தேவையின் அளவில் எத்தகைய மாற்றத்தை ஏற்படுத்துகிறது என்பதே வருமானத் தேவை நெகிழ்ச்சி எனப்படும்.

$$Ey = \frac{\text{பண்டத்தின் தேவையின் அளவு மாற்ற விழுக்காடு}}{\text{நுகர்வோரின் வருமான மாற்ற விழுக்காடு}}$$

குறியீட்டில்

$$e_y = \frac{\Delta q}{q} \div \frac{\Delta y}{y}$$

$$= \frac{\Delta q}{q} \times \frac{\Delta y}{\Delta y}$$

q = தேவை அளவு

y = வருமானம்

Δ = மாற்றம்

இ. குறுக்குத் தேவை நெகிழ்ச்சி அல்லது பின்னியத் தேவை நெகிழ்ச்சி

உறவுடையப் பண்டங்களாகிய, பதிலீட்டுப் பண்டங்களின் (Substitutes)- விலையிலோ அல்லது உடனுறு பண்டங்களின் (complementary goods) விலைகளிலோ ஏற்படும் விலை மாற்றம் பண்டத்தின் தேவையில் எவ்வளவு மாற்றத்தை ஏற்படுத்துகிறது என்பதே குறுக்குத்தேவை அல்லது பின்னியத் தேவை நெகிழ்ச்சி எனப்படும். இது Y பண்டத்தின் விலைமாற்றத்தினால் X பண்டத்தின் தேவை அளவில் ஏற்படும் மாற்றத்தைக் குறிக்கும்.

$$ec = \frac{\text{X எனும் பண்டத்தின் தேவையின் அளவு மாற்ற விழுக்காடு}}{\text{y எனும் பண்டத்தின் விலைமாற்ற விழுக்காடு}}$$

$$ec = \frac{\Delta qx}{\Delta P_y} \quad x \quad \frac{P_y}{P_x}$$

x மற்றும் y பண்டங்களுக்குடையேயான உறவு பதிலீட்டுப் பண்டங்களான தேனீர் மற்றும் காப்பி போன்றதாகவோ உடனுறு பண்டங்களாகிய பேனா மற்றும் மை போன்றோ இருக்கக்கூடும்.

இக்குறுக்கு அல்லது பின்னிய தேவை நெகிழ்வை கீழ்கண்டவாறு கணக்கிடலாம்.

எல்லையற்ற நெகிழ்வு = x பண்டம் y பண்டத்திற்கு ஒரு நிறைவான பதிலியாகும். (perfect substitute)

பூஜ்ஜிய நெகிழ்வு = x பண்டமும் y பண்டமும் உறவற்றவை.

எதிர்மறையான

நெகிழ்ச்சி = x பண்டமும் y பண்டமும் உடனுறுப் பண்டங்களாகும்.

தேவை நெகிழ்ச்சியை தீர்மானிக்கும் காரணிகள்

ஒரு பண்டத்தின் தேவை நெகிழ்ச்சியை கீழ்காணும் காரணிகள் தீர்மானிக்கின்றன.

1. பண்டத்தின் தன்மை 2. பண்டங்களின் பயன்படும்அளவு 3. பதிலீட்டுப் பண்டங்கள் இருத்தல் 4. தேவையை தள்ளிப்போடுதல் 5. செலவிடப்படும் பணத்தின் அளவு 6. பழக்கங்கள் 7. பொருளின் விலை மட்டம்

தேவை நெகிழ்ச்சியின் முக்கியத்துவம்

1. விலை பாகுபாடு

ஒரு பண்டத்தின் தேவையானது பல்வேறு சந்தைகளில் பல்வேறு நெகிழ்ச்சிகளை உடையதாக இருப்பின், முற்றுரிமையாளர் பல்வேறு விலைகளை பல்வேறு சந்தைகளில் நிர்ணயிப்பார். இந்த விலைப் பாகுப்பாடு விலைத்தேவை நெகிழ்ச்சியால் உண்டாவதாகும்.

2. வரி விதிப்பு

தேவை நெகிழ்வற்ற பண்டங்கள்மீது வரி விதித்தால் அது அரசுக்கு அதிக வருவாய் பெற்றுத் தரும். அதற்கு மாறாக அதிக நெகிழ்ச்சியுள்ள பண்டங்கள்மீது வரி விதித்தால் அரசுக்கு குறைவான வருவாய் கிடைக்கும்.

3. அயல்நாட்டு வாணிபம்

நாடுகளுக்கிடையேயான வாணிப நிலைகள் உள்நாட்டு பொருட் களுக்கும் அயல்நாட்டு பொருட்களுக்கும் இடையே நிலவுகின்ற தேவை நெகிழ்ச்சியை அடிப்படையாகக் கொண்டிருக்கும். உலக அங்காடியில், இரு நாட்டிற்கு சாதகமான வாணிப நிலை நிலவ வேண்டுமானால், அந்நாட்டின் ஏற்றுமதிகளுக்கு நெகிழ்ச்சி அற்ற தேவை இருக்க வேண்டும்.

4. உற்பத்தி அளவினைத் தீர்மானித்தல்

பொருட்களின் தேவைக்கு ஏற்ப பண்டங்கள் மற்றும் பணிகளை உற்பத்தி செய்ய வேண்டும். தேவை நெகிழ்ச்சியற்றாக இருக்கும்போது உற்பத்தியாளன் அதிக விலை பெற்றுக்கொள்ளுதலைப் பயன்படுத்தி தன் உற்பத்தியை அதிகப்படுத்திக் கொள்ளுவான். எனவே தேவையின் நெகிழ்ச்சி மற்றும் நெகிழ்வற்ற தன்மைகள் உற்பத்தியின் அளவை தீர்மானிக்கப் பயன்படுகின்றது.

5. உழைப்பாளருக்கான கூலியைத் தீர்மானித்தல்

உழைப்பாளிகளுக்கான தேவை நெகிழ்ச்சியற்றதாக இருந்தால், தொழிற் சங்கங்கள் கூலி விகிதத்தை உயர்த்தும் அவர்களது முயற்சியில் வெற்றி அடைவர். அதற்கு மாறாக உழைப்பாளர்களுக்கான தேவை நெகிழ்ச்சி யுடையதாக இருந்தால் கூலி விகிதத்தை உயர்த்தக் கோரும் தொழிற்சங்க நடவடிக்கைகளில் வெற்றிகான இயலாது.

6. செழிப்பில் ஏழ்மை

தேவை நெகிழ்ச்சியானது செழிப்பில் ‘ஏழ்மை’ என்ற புதிரை, முரண்பாட்டை விளக்கப் பெரிதும் உதவுகிறது. எடுத்துக்காட்டாக சாகுபடி

மிகுந்த உணவு வகைகளின் உற்பத்தி வேளாண்மை துறையில் செழிப்பை ஏற்படுத்த வேண்டும். ஆனால் பயிர் வகைகளுக்கு தேவை நெகிழ்ச்சி அற்றதாக இருப்பின் விவசாயிகள் தங்கள் பயிர் வகைகளுக்கு நல்ல விலை கிடைக்காத காரணத்தால் (விலை குறைப்பினால்) பெரும் இழப்பிற்கு ஆளாவார்கள்.

அளிப்பு விதி
(LAW OF SUPPLY)

விளக்கம்

ஒரு குறிப்பிட்ட காலத்தில், குறிப்பிட்ட விலையில் விற்பனை செய்யப்படும் பண்டங்களின் அளவே அளிப்பு எனப் பொருள்படும். ஒரு உற்பத்தியாளன் தான் உற்பத்தி செய்த பண்டங்கள் / மற்றும் பணிகளை ஒரு குறிப்பிட்ட விலையில் விற்பனை செய்வதனையே அளிப்பு என்பர்.

இலக்கணம்

‘‘ஒரு பொருளுக்கான அளிப்பு என்பது ஒரு குறிப்பிட்ட விலையில் ஒரு விற்பனையாளன் எவ்வளவு விற்க முன்வருகிறான் என்பதை குறிக்கும்.

அளிப்பு விதியானது, விலைக்கும், அளிப்புக்கும் உள்ள நேரடியானத் தொடர்பினை விளக்குகின்றது. ஒரு நிறுவனமானது விலை குறையும்போது குறைவாக உற்பத்தி செய்கிறது. அதே சமயம் விலை உயரும்போது, அதிகமான அளவில் உற்பத்தியை மேற்கொள்கிறது. ‘‘மற்றவை மாறாத நிலையில், ஒரு பண்டத்தின் விலை உயர்வால் அளிப்பானது அதிகரிக்கும். அதே சமயம் விலை குறைந்தால் அளிப்பும் குறையும்.

அளிப்பு அட்டவணை, மற்றும் அளிப்புக் கோடு

ஒரு குறிப்பிட்ட கால அளவில் பல்வேறு விலைகளில் பல்வேறு அளவில் பண்டங்கள் விற்பனைக்கு அளிக்கப்படுவதை காட்டும் அட்டவணையே அளிப்பு பட்டியலாகும். அளிப்பு அட்டவணைமூலம், அளிப்புக் கோட்டை வரையலாம்.

தனிநபர் அளிப்பு அட்டவணை மற்றும் அளிப்புக்கோடு

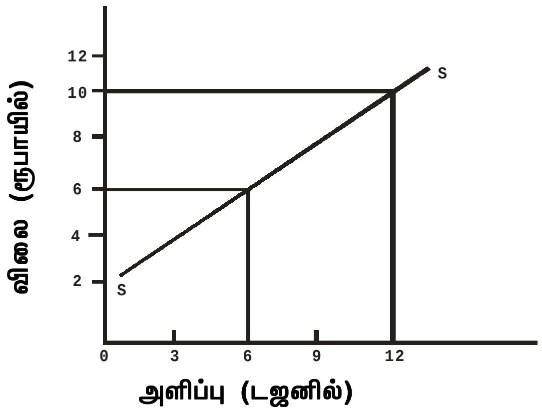
தனிநபர் அளிப்பு பட்டியல் என்பது விலைகள் மற்றும் விற்கப்படும் பண்டங்களின் அளவினை காட்டுகின்றது.

அளிப்பு அட்டவணை 4.7

கீழ்காணும் பட்டியலின் மூலம் அளிப்பின் விதியை விளக்கலாம்

விலை (ரூபாய்)	உற்பத்தி அளவு (டஜனில்)
4	3
6	6
8	9
10	12

வரைப்படம் 4.13



வரைபட விளக்கம்

விலை ரூபாய் 4 ஆக இருக்கும்போது, 3 டஜன் விற்பனைச் செய்யப்படுகிறது. விலை ஏற்றத்தின் போது, அளிப்பின் அளவில் ஏற்றம் ஏற்படுகின்றது.

அளிப்பு பட்டியலின் உதவியோடு, அளிப்பு வளைகோட்டை வரையலாம். அளிப்பு அட்டவணையின் மூலம் SS என்ற அளிப்பு வளைகோடு வரையப்பட்டுள்ளது. இது வலமாக இடம் பெயர்ந்துச் மேல் நோக்கிச் செல்லும் வளைக்கோடாகும். பொருளின் விலையும், அளிப்பின் அளவும் ஒன்றொன்று நேரடி தொடர்புடையதாகும்.

அங்காடி அளிப்பு பட்டியல் மற்றும் வளைக்கோடு

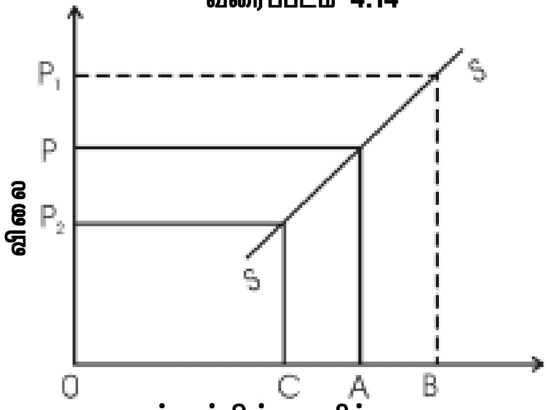
அளிப்பின் அளவினை பல்வேறு விலைகளில் அங்காடியில் விற்பனை செய்வதின் கூட்டு மொத்தமே அங்காடியின் அளிப்பு பட்டியலாகும்.

அங்காடி அளிப்புக் கோடானது. சந்தையில்/அங்காடியில் உள்ள மொத்த உற்பத்தியாளர்களின் அளிப்புக் வளைக்கோட்டின் ஒட்டு மொத்தமேயாகும்.

அளிப்பின் அளவில் மாற்றம் - அளிப்பு பெருக்கம் மற்றும் அளிப்பு சுருக்கம்

அதிகமான விலையில், அதிகமான பண்டங்களை விற்பனைச் செய்வது ''அளிப்பின் பெருக்கம்'' என்று கூறப்படும். குறைவான விலையில், குறைவான பண்டங்கள் விற்பனை செய்யும் போது, இதற்கு 'அளிப்பின் சுருக்கம்' என்று பெயர். இதனை கீழ்காணும் வரைபடம் மூலம் எடுத்து கூறலாம்.

வரைப்படம் 4.14



வரைபட விளக்கம்

விலையானது OP அளவாக இருக்கும்போது, பண்டத்தின் அளிப்பின் அளவானது OA அளவாக உள்ளது. விலையானது OPயிலிருந்து OP1 ஆக அதிகரிக்கும்போது, உற்பத்தியின் அளவானது OB ஆக அதிகரிக்கின்றது. இங்கு பண்டத்தின் அளிப்பானது OA-வில் இருந்து OBக்கு அதிகரிப்பதை காண்பிக்கின்றது. இதையே அளிப்பின் பெருக்கம் என காணலாம்.

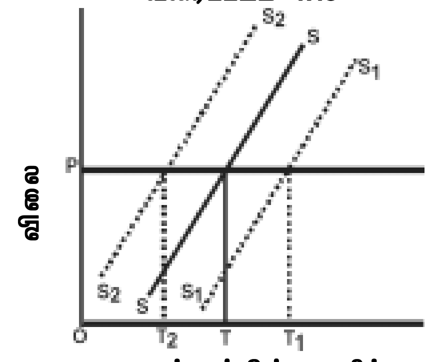
விலையானது OP அளவில், OA அளவு உற்பத்தி செய்யப்படுகிறது. விலையானது OP2 அளவுக்கு குறையும்போது, உற்பத்தியின் அளவை OC

அளவுக்கு குறைத்துக் கொள்கின்றார். இந் நிகழ்வுக்கு அளிப்பு சுருக்கம் என்பர். அதாவது அளிப்பின் அளவானது (OA to OC) அளவாக குறைகின்றது.

அளிப்பு வளைகோட்டின் இடப்பெயர்ச்சி - அளிப்பின் உயர்வு (அதிகரிப்பு) அளிப்பின் குறைவு

அளிப்பு வளைகோட்டின் இடப்பெயர்ச்சியினால், அளிப்பில் அதிகரிப்பும், குறைவும் ஏற்படுகின்றது. மற்றக் காரணிகளின் மாற்றத்தினால் இந்த இடப் பெயர்ச்சி நடைபெறுகின்றது. இதனை கீழ்காணும் வரைபடம் மூலம் விளக்கலாம்.

வரைப்படம் 4.15



வரைபட விளக்கம்

மற்ற காரணிகளில் மாற்றம் நிகழா முன்னர், OP விலையில், SS என்பது அளிப்புக்கோடு. அதே PO அளவு விலை நிலவும்போது, விற்பனையின் அளவான OT_1 என்று அதிகரிக்கிறது. அந்த அளிப்பு வளைகோடு S_1S_1 எனப்படும். இது அளிப்பின் உயர்வைக் குறிக்கும். அதே OP விலையில், விற்பனையின் அளவான OT_2 என குறைக்கப்படும்போது. விற்பனையின் அளிப்பு குறைகிறது. அந்த அளிப்பு வளைகோடு S_2S_2 எனப்படும். இது அளிப்பின் குறைவை குறிக்கும்.

S2S2 என்பது குறைவான அளிப்புக் கோடாக உள்ளது. இங்கு விலையானது அதே OP அளவாக இருக்கும்போது, OT2 அளவு விற்பனையின் அளவு குறைவாகவே அமையும்.

அளிப்பை நிர்ணயிக்கும் காரணிகள்

1. உற்பத்தித் தொழில்நுட்பம்

உற்பத்தி முறைகளின் தொழில்நுட்பங்கள், அளிப்பை தீர்மானிக்கும் காரணியாகும். ஒரு நாட்டில் அதிக முன்னேற்றமான தொழில்நுட்ப முறைகளை

பயன்படுத்தும்போது, பேரளவு உற்பத்தி ஏற்பட வாய்ப்புள்ளது. இதனால் உற்பத்தி அதிகரிக்கும். பழமையான தொழில் நுட்பமுறைகள் மூலம் உற்பத்தியின் அளவானது அதிகரிக்காது.

2. காரணிகளின் விலைகள்

உற்பத்தி காரணிகளின் விலையானது அதிகரிக்கும்போது, உற்பத்தி செலவானது பெருகக்கூடும். இதனால் உற்பத்தியின் அளவானது குறையும்.

3. பிற பண்டங்களின் விலைகள்

ஏதாவது ஒரு பண்டத்தின் விலையில் மாற்றம் நிகழும்போது, அது அளிப்பில் மாற்றத்தை ஏற்படுத்தும். ஒரு பொருளின் விலையின் அதிகரிப்பினால், உற்பத்தியாளர் தனக்கு தேவையான பொருள் உற்பத்தி செய்ய முற்படுவார். இதன் விளைவாக முதன்மை பொருளின் அளிப்பு குறையும்.

4. உற்பத்தியாளர் (அ) நிறுவனங்களின் எண்ணிக்கை

நிறைய உற்பத்தியாளர்கள் தங்களுடைய உற்பத்தியின் அளவினை அதிகரிக்கும்போது, அங்காடியில் பொருள்களின் உற்பத்தி அளவில் அதிகரிப்பு ஏற்படும்.

5. வருங்கால விலை பற்றிய எதிர்பார்ப்புகள்

உற்பத்தியாளர்கள் வருங்காலத்தில் விலைகள் மாற்றம் (அதிகரிப்பு) ஏற்படும் என எதிர்பார்த்தால் நிகழ்காலத்தில் அவர்களின் உற்பத்தி அளவு நிகழாது (ஏற்படாது)

6. வரிகள் மற்றும் சலுகைகள்

அரசின் வரிகள் உற்பத்தி பண்டங்களின் மீது சுமத்தப்படும்போது, உற்பத்தி செலவு அதிகரிக்கும். இதன் மூலம் அளிப்பின் அளவு குறையும். அதே சமயம் அரசின் சலுகைகள் உற்பத்தியாளருக்கு கொடுக்கப்படும் போது, அவர்களது உற்பத்தியின் அளவானது அதிகரிக்கும். சலுகைகள் என்பது பண்டங்களின் செலவில் ஒரு பகுதியை அரசே ஏற்றுக் கொள்வதாகும்.

7. பொருளாதாரம் சாராத காரணிகள்

பொருளாதாரம் சாராத பிற காரணிகளான போர்கள், அரசின் மாற்றங்கள், இயற்கை சக்திகளின் மாற்றங்கள் இவைகள் உற்பத்தியில் கிடைப்பருமையை ஏற்படுத்தும்.

அளிப்பு நெகிழ்ச்சி (Elasticity of Supply)

அளிப்பு விதியானது, அளிப்பின் அளவு, விலையின் மாற்றத்தை பொறுத்துள்ளது என கூறுகிறது. அளிப்பு நெகிழ்ச்சி என்பது விலையில் ஏற்படும் மாற்றத்தின் விளைவாக அளிப்பின் அளவில் ஏற்படும் மாற்றம் என்று கூறலாம். கீழ்காணும் வாய்ப்பாட்டின் மூலம் அளிப்பு நெகிழ்ச்சியை அளவிடலாம்.

$$\text{அளிப்பு நெகிழ்ச்சி} = \frac{\text{அளிப்பின் அளவில் ஏற்படும் விகிதாச்சார மாற்றம்}}{\text{விலையில் ஏற்படும் விகிதாச்சார மாற்றம்}}$$

$$e_p = \frac{\Delta q_s / q_s}{\Delta p / p}$$

இங்கு q என்பது, உற்பத்தியின் அளவு, p என்பது விலை, என்பது மாற்றத்தை குறிக்கும்.

அளிப்பு நெகிழ்ச்சி என்பது விலை மாற்றத்திற்கு ஏற்ப அளிப்பில் ஏற்படும் மாற்றத்தின் பாங்கு என்று விளக்கலாம்.

அளிப்பு நெகிழ்ச்சியின் வகைகள்

ஐந்து வகையான அளிப்பு நெகிழ்ச்சிகள் உள்ளன. அவை பின்வருமாறு:

1. முழுமை நெகிழ்ச்சியுறு அளிப்பு

அளிப்பின நெகிழ்ச்சியின் கெழுநிலை முடிவில்லாத நிலையில் இருக்கும். விலையில் சிறிதளவோ (or) மாற்றமோ இல்லாத போதும், அளிப்பில் பெரியதான மாற்றம் நிகழும் (S S1 என்பது வரைபடத்தில் வரையப்பட்டுள்ளது)

2. மிகை நெகிழ்ச்சி அளிப்பு

அளிப்பின் நெகிழ்வானது, ஒன்றைக் காட்டிலும் பெரிதானதாக உள்ளது. (ES >1). அளிப்பின் அளவானது, விலையைக் காட்டிலும் பெரிதானதாக உள்ளது (SS1 என்ற அளிப்புக்கோடு வரைப்படத்தில் காட்டப்பட்டுள்ளது).

3. ஒருமை நெகிழ்ச்சி அளிப்பு

அளிப்பின் நெகிழ்வானது ஒன்றுக்கு சமமானதாக அமையும் அதாவது ($e_s=1$) விலையில் ஏற்பட்ட மாற்றமும், அளிப்பில் ஏற்படட மாற்றமும் ஒன்றுக்கொன்று சமமாக இருக்கும். (SS3 என்ற வரைபடம் காட்டும்).

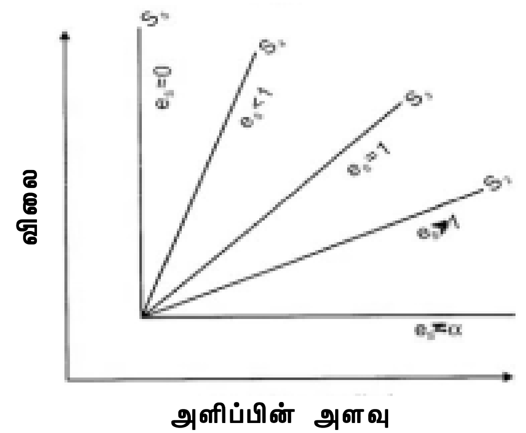
4. குறைவான நெகிழ்ச்சி அளிப்பு (Es=1)

அளிப்பின் நெகிழ்வானது ஒன்றுக்கு குறைவாகவே அமையும். அதாவது (es<1) விலையின் அளவைக் காட்டிலும் அளிப்பின் அளவானது குறைவானதாகவே உள்ளது (SS4 - வரைப்படம் மூலம் அறிந்துக் கொள்ளலாம்).

5. முற்றிலும் நெகிழ்ச்சியற்ற அளிப்பு (Es=0)

அளிப்பின் நெகிழ்ச்சி நிலையானது பூஜ்ஜியத்திற்கு சமமாக உள்ளது. (ES=0) விலையின் மாற்றத்தினால் அளிப்பின் அளவில் எந்தவிதமான மாற்றத்தையும் ஏற்படுத்தாது. (SS5 என்ற வரைபடம் மூலம் அறிந்துக் கொள்ளலாம்)

வரைப்படம் 4.16



அளிப்பு நெகிழ்ச்சியை தீர்மானிக்கும் காரணிகள்

கீழ்காணும் காரணிகள் அளிப்பின் நெகிழ்ச்சியை தீர்மானிக் கின்றன. அவை

1. உற்பத்தி செலவின் மாற்றம்
2. உற்பத்தியாளர்களின் பழக்க, வழக்கங்கள்
3. உற்பத்தியை பெருக்க, கிடைக்கக்கூடிய வசதிகள், வாய்ப்புக்கள்
4. குறுகிய மற்றும் நீண்டகால அளிப்பு

பயிற்சி

பகுதி–அ

I. சரியான விடையைத் தேர்ந்தெடுக்கவும்

1. பண்டத்திற்கான தேவை இதனைச் சார்ந்தது
   அ. பண்டத்தின் விலை ஆ. சார்ந்த பண்டங்களின் விலை
   இ. வருமானம் ஈ. மேற்குரிய அனைத்தும்
2. தேவை விதி உணர்த்துவது
   அ. விலை, பண்டங்களுக்கு உள்ள தலைகீழ் உறவு
   ஆ. விலை, பண்டங்களுக்கு உள்ள நேரடி உறவு
   இ. இரண்டும்
   ஈ. எதுவுமில்லை
3. தேவையின் அதிகரிப்பை இதன்மூலம் காணலாம்
   அ. தேவை வளைக்கோடு இடம் பெயர்வது
   ஆ. ஒரே தேவை வளைக்கோட்டில் நகர்ந்து செல்லுதல்
   இ. தேவை வளைக்கோட்டின் உச்சபுள்ளி
   ஈ. தேவை வளைக்கோட்டின் கீழ் புள்ளி
4. விலையில் ஏற்படும் மாற்றத்திற்கு ஏற்ப தேவையின் மாற்றத்தை தோற்றுவிக்கும் அளவு
   அ. வருமான தேவை நெகிழ்ச்சி ஆ. குறுக்கு தேவை நெகிழ்ச்சி
   இ. விலைத் தேவை நெகிழ்ச்சி ஈ. மேற்குறிய அனைத்தும்
5. அளிப்பை தீர்மானிக்கும் காரணிகள்
   அ. உற்பத்தி தொழில்நுட்பம் ஆ. உற்பத்தி காரணிகளின் விலைகள்
   இ. வரிகளும் சலுகைகளும் ஈ. மேற்குரிய அனைத்தும்

II. கோடிட்ட இடங்களை நிரப்புக.

6. தேவைக்கோடு கீழ்நோக்கி வருவதற்கு காரணம் ....
7. தனிநபர் நுகர்வு அட்டவணைகளை ஒன்று சேர்க்கும்போது .... ஆகும்.
8. சமுதாய அந்தஸ்துக்காக தேவைப்படும் பண்டங்கள் .... விளைவாகும்.
9. தேவை நெகிழ்ச்சி என்ற கருத்தை அறிமுகப்படுத்தியவர் ....
10. விலை மாற்றத்தால் ஏற்படும், அளிப்பு மாற்ற வீதம் .... எனப்படும்.

III. பொருத்துக

11. விலை, தேவை நேரடியான உறவு - அ. பதிலீட்டுப் பண்டங்கள்
12. தேனீர் மற்றும் காபி - ஆ. நெகிழ்வற்ற தேவை

13. இருபுள்ளிகளுக்கிடையே உள்ள

பிரிவு - இ. x மற்றும் y தொடர்வுடையன அல்ல

14. Ed>1 - ஈ. வெப்ளன் விளைவு

15. குறுக்குத்தேவை நெகிழ்ச்சி பூஜியம் - உ. வளைவு

IV. ஓரிரு வார்த்தைகளில் விடையளிக்கவும்

16. பொருளாதார கோட்பாட்டின் அடிப்படை எடுக்கோள்கள் யாவை?

17. செழுமையின் போதும், மந்தத்தின் போதும் தேவை எவ்வாறு மாறுபடுகிறது?

18. புள்ளி முறையின் வாய்பாடுகள் என்ன?

19. வருமான தேவை நெகிழ்ச்சி என்றால் என்ன?

20. உழைப்பின் தேவை நெகிழ்வற்றதாக இருக்கும்போது, ஒரு தொழிற்சங்கம் ஊதியத்தை உயர்த்த முடியுமா?

பகுதி–ஆ

பின்வரும் வினாக்களுக்கு நான்கு அல்லது ஐந்து வரிகளில் விடையளிக்கவும்

21. தேவை என்பது என்ன?

22. தேவையை தீர்மானிக்கும் காரணிகளை வகைப்படுத்துக.

23. தேவைக்கோடானது ஏன் கீழ்நோக்கி வருகிறது?

24. கிஃபன் புதிரைப்பற்றி – சிறு குறிப்பு எழுதுக?

25. தேவை நெகிழ்ச்சியின் வகைகள் யாவை?

பகுதி–இ

பின்வரும் வினாக்களுக்கு ஒரு பக்க அளவில் விடையளிக்கவும்

26. தேவை மாற்றம், மற்றும் தேவை இடம் பெயர்ச்சியை விளக்குக.

27. தேவை நெகிழ்ச்சியின் வகைகளை – விபரி.

28. தேவை நெகிழ்ச்சியின் முக்கியத்துவத்தை கூறுக.

29. அளிப்பு விதியை படம் வரைந்து விளக்கம் தருக.

30. அளிப்பு நெகிழ்ச்சி என்றால் என்ன? அதனுடைய வகைகளை படத்துடன் விவரிக்கவும்.

பகுதி–ஈ

பின்வரும் வினாக்களுக்கு மூன்று பக்க அளவில் விடையளிக்கவும்

31. தேவை விதியினை – விவரமாக எழுதுக.

32. விலைத் தேவை நெகிழ்ச்சியின் முறைகளை விவரமாக எழுதும்.

பாடம் - 5

சமநிலை விலை
(EQUILIBRIUM PRICE)

தேவை, அளிப்பு ஆகியவற்றைப் பற்றி கடந்த பாடத்தில் பார்த்தோம். பண்டங்களின் விலைக்கும் தேவைக்கும் உள்ள தொடர்பை தேவைக்கோடு பிரதிபலிக்கின்றது. பல விலைகளில் நுகர்வோர் விரும்பும் தேவை அளவையும் இது விளக்குகிறது. அதேபோல பல விலைகளில் விற்பனையாளர்கள் அளிக்க விரும்பும் அளிப்பின் அளவை அளிப்புக்கோடு வெளிப் படுத்துகிறது. நுகர்வோரும், நிறுவனமும் அல்லது வாங்குபவரும் விற்பவரும் ஒருவருக்கொருவர் எதிர் எதிராக விருப்பங்களைக் கொண்டவர்கள். தேவை, அளிப்பு வளைகோடுகள் இதை தெளிவுபடுத்துகின்றன. இக்கோடு ஒரு குறிப்பிட்ட அங்காடியில் உண்மை விலையில் எவ்வளவு பண்டங்கள் வாங்கப்படுகின்றன அல்லது விற்கப்படுகின்றன என்பதைத் தெளிவு படுத்துகிறது.

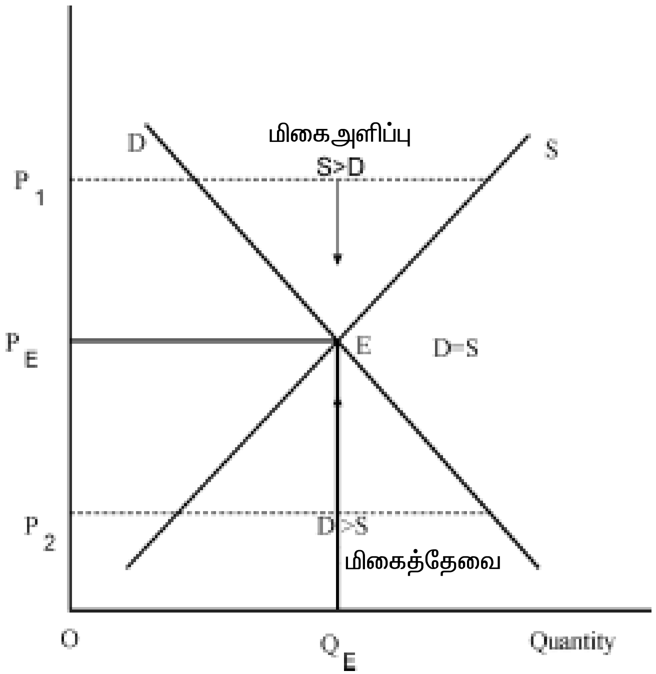
ஒரு குறிப்பிட்ட விலையில் வாங்குபவர்களின் விருப்பமும் (அளவும்) விற்பவர்களின் விருப்பமும் (அளவும்) சமமாகும். இந்நிலையில் வாங்குபவர்கள் வாங்க விரும்பும் அளவும், விற்பவர் விற்க விரும்பும் அளவும் சமமாகும். இவ்விலையே *"சமநிலை விலை"* என்று அழைக்கப்படுகிறது. இவ்விலை தேவை வளைகோடும் அளிப்பு வளைகோடும் ஒன்றை ஒன்று வெட்டும் (சந்திக்கும்) புள்ளியிலிருந்து தோன்றுகிறது. வேறு வகையில் கூறுவோமேயானால், 'சமநிலை' என்பது ஒரு குறிப்பிட்ட இணையில் உள்ள விலை மற்றும் அளவைக் குறிப்பதாகும். சமநிலையில் தேவையும் அளிப்பும் சமமாக இருக்கும். பல அங்காடிகளில் தேவை, அளிப்பு சமநிலையே பொருளாதாரச் சமநிலையாகும்.

மாற்றத்திற்கான சூழல் காணப்படாத நிலையைப் பொதுவாகச் 'சமநிலை' என்கிறோம். பொருளியலில் சமநிலை என்பது சாதாரணமாக அங்காடியில் நிலவும் சமநிலை எனலாம்.

ஏதாவது மாற்றம் நிகழ்ந்தாலும் பிற உபமுறைகளான வேளாண்மை, தொழில் வளர்ச்சி, மற்றும் பகிர்வு ஆகியவற்றிற்கு இச்சமநிலை பொருந்தக் கூடியதாகும்.

வரைபடம் 5.1

சமநிலை விலை



P - விலை

Q - பண்டங்களின் அளவு

S - அளிப்பு

D - தேவை

PE - சமநிலை விலை

D>S - மிகைத்தேவை

S>D - மிகைஅளிப்பு

மேற்கண்ட படம் **(5.1)** சமநிவிலையை விளக்குகிறது. PE என்பது சமநிலைவிலை PE என்னும் விலையில் தேவையின் அளவும் அளிப்பின் அளவும் சமமாகும். D=S மற்ற விலைகளில், தேவையின் அளவும் அளிப்பின் அளவும் சமமாக இல்லை. இருநிலைகளிலும் நுகர்வோரோ அல்லது நிறுவனமோ மனநிறைவு அடையாததால் விலையில் மாற்றத்தை ஏற்படுத்துவர்.

சமநிலை விலைக்கும் மேல் உள்ள எந்த விலையிலும் (P_E) அளிப்பானது தேவையை விட அதிகம் (S>D). ஆகவே, மிகை அளிப்பு காணப்படுகிறது. விலை உயர்வாக இருக்கும்பொழுது வாங்குபவர்கள் குறைவாக வாங்க விரும்புவர். ஆனால் விற்பவர்கள் அதிகம் விற்க விரும்புவர். இது சந்தையில் மிகை அளிப்பை தோற்றுவிக்கும். இது அளிப்புக்கும் தேவைக்கும் இடையே உள்ள வேறுபாடாகும். விற்பவர்கள் அனைவரும் அதிக விலையில் அனைத்துப் பண்டங்களையும் விற்க முடியாததால் சிலர் விலையைக் குறைத்து 'மிகை அளிப்பை' விற்க முயற்சி செய்வர்.

எடுத்துக்காட்டாக வருட இறுதியில் பண்டங்களின் தேக்கத்தை விற்றுத்தீர்க்க தள்ளுபடியை விற்பனையாளர்கள் அறிவிப்பார்கள். தள்ளுபடியை ஒரு விற்பனையாளர் அறிவித்தவுடன் மற்றவர்களும் அதைப்பின்பற்றி விலையைக் குறைப்பர். மிகை அளிப்பு விற்றுத் தீர்த்து சந்தைச் சமநிலையை (D = S) அடையும் வரை விலை குறைந்து கொண்டே வரும்.

அதேபோல், விலையானது சமநிலை விலையை (PE) விட குறைவாக இருக்கும் பொழுது மிகைத் தேவை (D>S) காணப்படும். அளிப்பு குறைவாக இருக்கும்பொழுது வாங்குபவர்களிடையே ஏற்படும் போட்டியானது, விலையை உயர்த்தும். இது விற்பனையாளர்கள் அளிப்பை அதிகரிக்க ஊக்கப்படுத்தும். உதாரணமாக திரை அரங்கிற்கு வெளியே காட்சிக்கான சீட்டுகளை அதிக விலை கொடுத்து வாங்க முற்படுகிறோம்.

இந்த இரு நிலைகளிலும், வாங்குபவர் விற்பவர்களிடையே ஏற்படும் போட்டி நடவடிக்கைகள் விலையை கூட்டவோ அல்லது குறைக்கவோ செய்து மிகை அளிப்பையும், மிகைத் தேவையையும் மறையச் செய்கிறது. இந்த நடவடிக்கைகள், தேவையையும் அளிப்பையும் சமன்படுத்தி சந்தைச் சமநிலை அடையச் செய்கிறது. சந்தை சமநிலையில், விலையையோ, அளவையே மாற்றவேண்டிய போக்கு (தேவை) ஏற்படாது.

படம் **5.1**ல் தேவை அளிப்பு இடையேயான சமநிலையில் ஏற்படும் சந்தைச் சமநிலையை விளக்குகிறது. சந்தைச் சமநிலை விலையில் ஏதாவது மாற்றம் ஏற்படின், விலை மாற்றத்தின் போக்கை அம்புக்குறி மூலம் காட்டப்பட்டுள்ளது. மிகை அளிப்பு காணப்படும்பொழுது விலை கீழ்நோக்கு செல்லும் போக்கு காணப்படுகிறது. மிகைத்தேவை காணப்படும்பொழுது விலைமேல் நோக்கிச் செல்லும் போக்கு காணப்படுகிறது. சமநிலை புள்ளியில் விலை நிலையானது. ஆகவே அங்கு மாற்றம் ஏற்படுவதற்கான வாய்ப்பு இல்லை. (D = S)

தேவை மற்றும் அளிப்பில் மாற்றம்

மேற்கூறிய சந்தைச் சமநிலை தற்காலிகமானதே. நீண்டகாலத்திற்கு நிலைத்திருக்கச் செய்ய முடியாது. ஏனெனில் தேவையைத் தீர்மானிக்கும் காரணிகளும் அளிப்பைத் தீர்மானிக்கும் காரணிகளும் அடிக்கடி தொடர்ந்து மாறும் தன்மை கொண்டவை. விலை தவிர பிற காரணிகள் இம்மாற்றத்தை ஏற்படுத்துகின்றன.

இம்மாற்றங்கள் விலை தவிர பிற காரணிகளின் தன்னிச்சையான போக்கினால் ஏற்படுபவை. தேவை அளிப்பை மாற்றும் காரணிகளைப் பற்றியும் அதன் தன்மைகளைப் பற்றியும் இங்கு காண்போம்.

மற்றவைகள் மாறாதிருக்கும் என்ற நிபந்தனையில் தேவையையும் அளிப்பையும் தீர்மானிக்கும் முக்கியக் காரணி விலை என்பதை ஏற்கனவே பார்த்துள்ளோம்.

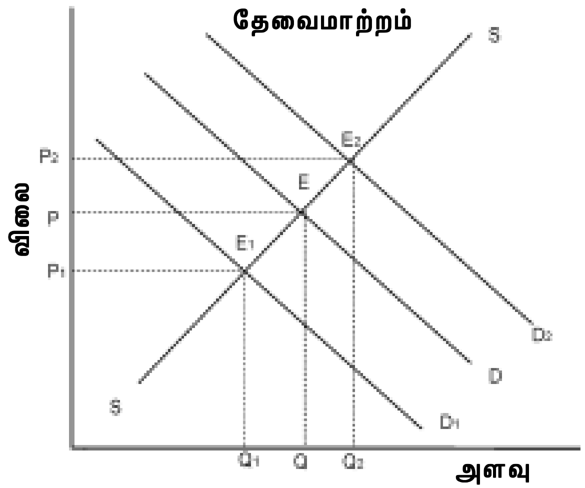
மற்ற காரணிகள் என்பவை யாவை? மற்ற காரணிகள் நிலையாக இல்லாமல் மாறினால் தேவையின் அளவிலும், அளிப்பின் அளவிலும் என்ன மாற்றம் ஏற்படும்? தேவையையும் அளிப்பையும் தீர்மானிக்கும் காரணிகளில் ஏற்படும் எந்த மாற்றமும் தேவைக்கோட்டையும் அளிப்புக் கோட்டையும் இடம் பெயரச் செய்யும். இந்த இடப்பெயர்ச்சி புதிய சமநிலையை உருவாக்கும்.

தேவையில் மாற்றம்

தேவையை பாதிக்கும் மற்ற காரணிகளை தேவையைத் தீர்மானிக்கும் காரணிகள் என்றும் கூறலாம். அவையாவன நுகர்வோரின் வருமானம், சுவை,

வரைப்படம் 5.2

தேவைமாற்றம்



விருப்பம், பதிலிப் பண்டங்களின் விலைகள் போன்றவை ஆகும். இக்காரணிகளின் மாற்றம் விலையில் எவ்வித மாற்றம் இல்லாவிட்டாலும் தேவையை மாற்றும் தன்மையுடையது. நுகர்வோரின் வருமானம் அதிகரித்தால், விலையைப் பற்றி அதிக அளவு பண்டங்களை வாங்குவார்கள். அதே போல விலைமாற்றம் இல்லாவிட்டாலும், வருமானம் குறையும்போது தேவையும் குறையும்.

படம் **5.2**ல் DD என்பது தேவைக்கோடு. OP என்ற விலையில் சமநிலை அடைகிறது. விற்பவரும் வாங்குவோரும். OQ அளவில் சமநிலை அடைகின்றனர். தேவையைத் தீர்மானிக்கும் காரணிகளான வருமானம், சுவையில் ஏற்படும் மாற்றம் தேவைக்கோட்டை இடம் பெயரச் செய்யும். (உம்) நுகர்வோனின் வருமானம் குறையும்பொழுது தேவைக் கோடு DDயிலிருந்து D1D1க்கு இடம் பெறுகிறது. புதிய சமநிலை E1 ஆகும். அதேபோல நுகர்வோனின் வருமானம் அதிகரிக்கும்பொழுது தேவைக்கோடு D1D1யிலிருந்து D2D2க்கு இடம் பெயருகிறது. தற்பொழுது புதிய சமநிலை E1லிருந்து E2க்கு இம் பெயருகின்றது.

தேவையின் மாற்றத்திற்கும் தேவையின் அளவில் ஏற்படும் மாற்றத்திற்கும் உள்ள வேறுபாட்டை இங்கு உணருதல் முக்கியம். விலை மாறுபடும்பொழுது தான் தேவையின் அளவு மாறும். விலை மாற்றமும் அதற்கு ஏற்ப மாறும் தேவையின் அளவையும் கொண்ட தேவைப்பட்டியலின் தேவைக்கோட்டின்மேல் உள்ள இடப்பெயர்ச்சியைக் குறிக்கும். ஆனால் வருமானம், சுவை, பதிலிப் பண்டங்களின் விலை போன்ற தேவையைத் தீர்மானிக்கும் காரணி களில் ஏற்படும் மாற்றம் தேவைக்கோட்டை இடம் பெயரச் செய்யும்.

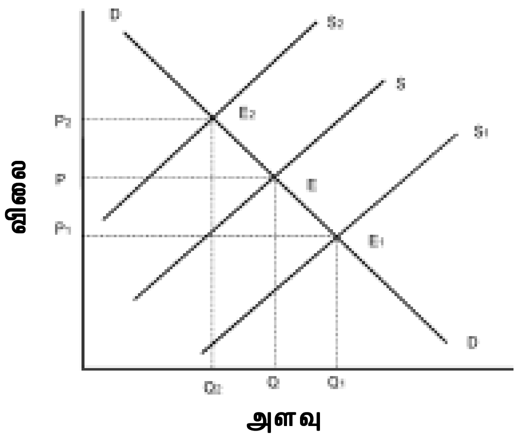
அளிப்பில் மாற்றம் (Shift in Supply)

மற்றவை மாறாதிருக்கும்பொழுது விலைக்கும், அளிப்பின் அளவிற்கும் உள்ள தொடர்பை அளிப்புக்கோடு விளக்குகிறது என்று பார்த்தோம்.

சந்தையில் அளிப்பவர் அல்லது விற்போரின் எண்ணிக்கை உற்பத்திக் காரணிகளின் விலை போன்றவை அளிப்பை பாதிக்கும் காரணிகளில் அடங்கும். இக்காரணிகள் விலையில் மாற்றம் ஏற்படாவிட்டாலும் அளிப்பில் மாற்றத்தை ஏற்படுத்தும்.

விலைதான் அளிப்பைத் தீர்மானிக்கும் முக்கிய காரணியாகும். ஆனாலும், உற்பத்திக் காரணிகளான நிலம், உழைப்பு ஆகியவற்றின் விலை குறையும்பொழுது உற்பத்திச் செலவும் குறையும் இது நிறுவனங்கள் அளிப்பை அதிகரிக்க ஊக்கமளிக்கும். இது அளிப்புக் கோட்டை SSலிருந்து S_1S_1க்கு

வரைப்படம் 5.3



இடம் பெயரச் செய்யும். அதற்கு மாறாக உற்பத்திக் காரணிகளின் விலை ஏற்றம் உற்பத்திச் செலவை அதிகரித்து அளிப்புக்கோட்டை SSலிருந்து S_2S_2க்கு இடம் பெயரச் செய்யும் இரண்டு நிலைகளிலும் சமநிலை Eலிருந்து, முறையே E_1 அல்லது E_2க்கு இடம் பெயருகிறது.

தேவையைப் போலவே, அளிப்பின் மாற்றத்திற்கும், அளிப்பின் அளவு மாற்றத்திற்கும் உள்ள வேறுபாட்டை உணருதல் அவசியம். விலை மாற்றத்தினால்தான் அளிப்பின் அளவில் மாற்றம் ஏற்படுகின்றது. ஆனால் அளிப்பைத் தீர்மானிக்கும் காரணிகள் ஏற்படும் மாற்றம் அளிப்புக் கோட்டை இடம் பெயரச் செய்து புதிய சமநிலையை அடைகிறது. இந்த இடப்பெயர்ச்சி விலை தவிர பிற காரணி மாற்றத்தால் ஏற்படுகிறது.

காலகட்டம் மற்றும் விலை நிர்ணயம்

காலகட்டம்

பொருளியலில் காலம் ஒரு முக்கிய பங்கினை வகிக்கிறது. நவீன பொருளியல் அறிஞர்கள் கால கட்டத்தை குறுகிய காலம் நீண்டகாலம் என வகைபடுத்துகின்றனர். மேற்கண்ட சமநிலை விலையானது ஒரு குறிப்பிட்ட காலகட்டத்திற்கு மட்டும் பொருந்தும். ஒரு கால கட்டத்திற்கு மேல் தேவை மற்றும் அளிப்பில் ஏற்படுகின்ற மாற்றம், தேவை அளிப்புக் கோட்டுகளை மாற்றி அமைத்து வேறொரு சமநிலையை அடையும்.

(எ.கா.) ஒரு நிறுவனத்தின் நெகிழ்வு தன்மையானது (தேவைக்கேற்ப தனது உற்பத்தியை சரி செய்துக்கொள்ள) அந்நிறுவனத்தின் உள்ளீடு

பொருள்கள் தன்மை சார்ந்தது. உள்ளீடுப் பொருள்கள் இருவகைப்படும் (1) மாறா உள்ளீடுப் பொருள்கள் 2. மாறும் உள்ளீடுப் பொருள்கள்

மாறா உள்ளீடு என்பது ஒரு குறிப்பிட்ட கால கட்டத்திற்குள் அதனளவை மாற்ற இயலாது. கனரக இயந்திரங்கள், கட்டடங்கள், முதலீட்டுக் கருவிகள் போன்ற இத்தகைய மாறா உள்ளீடு அமைப்பதற்கு நீண்டகாலம் தேவைப்படும்.

எனினும் மாறும் உள்ளீடுப் பொருள்களாகிய உழைப்பு, கச்சாப் பொருள்கள், மின்சாரம் போன்றவை முழு தொழில் திறன் பெறும்வரை மாற்றியமைக்கலாம்.

இப்பொழுது குறுகிய மற்றும் நீண்டகாலங்களை வெவ்வெறாக வகைப்படுத்த முடியும். ஒரு நிறுவனத்தின் குறுகிய காலம் என்பது உள்ளீடுப் பொருள்களில் ஏதேனும் ஒன்றை மாறாத உள்ளீடாக வைத்துக் கொள்ளும் கால அளவை குறிக்கும்.

நீண்டகாலம் எனப்படுவது அனைத்து உள்ளீட்டுப் பொருள்களையும் மாற்றிக் கொள்ளக்கூடிய காலக் கட்டத்தை குறிக்கும்.

குறுகிய மற்றும் நீண்ட காலத்தின் குறிப்பிட்ட அளவானது நிறுவனத்திற்கு நிறுவனம் வேறுபடும். சாலையோரங்களில் ஒரு சிறிய போண்டா கடையில் ஒரே நாளில் உள்ளீடுப் பொருள்களில் வேண்டிய மாற்றத்தை ஏற்படுத்திக் கொள்ளலாம். ஏனெனில் உள்ளீடுப் பொருள்கள் அனைத்தும் எளிதில் மாறக்கூடியவை. இவ்விற்பனையாளன் வேறொரு கடையை துவங்கி, அதிக எண்ணெய் மற்றும் தேவையான பொருள்களை பயன்படுத்தி திடீரென அதிகரிக்கும் தேவையை இவ்வாறு செய்வதன் மூலம் சந்திக்கலாம். எனவே அவனுக்கு நீண்டகால அளவு என்பது ஒரே ஒரு நாளைக் குறிக்கும். இதற்கு மாறாக பிரத்தியேகமான கருவிகளை சென்னை அண்ணா சாலையிலுள்ள மௌண்ட் ரோட்டில் சரவண பவன் ஓட்டல் நிறுவுவதற்கு பல வருடங்கள் ஆகும். ஏனெனில் உற்பத்தி துவங்குவதற்கு நீண்டகாலம் தேவைப்படும்.

குறுகிய காலத்தில் - விலை நிர்ணயம்

ஆல்பிரட் மார்ஷல் சமநிலையை தீர்மானித்தலில் காலத்தின் பங்கினை எடுத்துரைத்தார். அவர் காலத்தை மூன்று பிரிவுகளாக வகைப்படுத்தினார். அவை

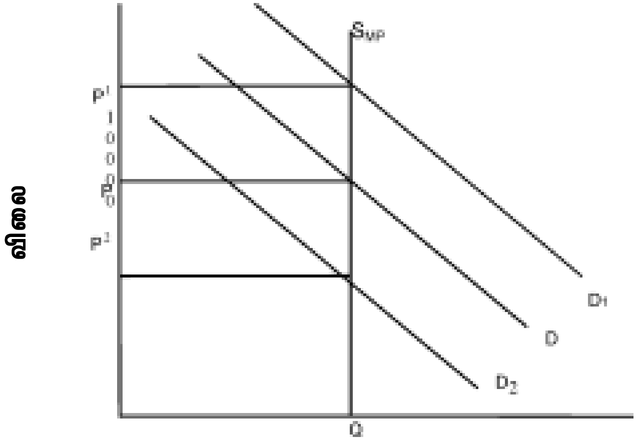
1. அங்காடிக் காலம்
2. குறுகிய காலம்
3. நீண்டகாலம் எனப்படும்.

அங்காடிக் காலம் :

அங்காடி காலம் என்பது, தேவையில் ஏற்படுகின்ற மாற்றங்களுக்கேற்ப, அளிப்பில் எவ்வித மாற்றமும் செய்ய இயலாத நிலையைக் குறிக்கும். அங்காடிக் காலத்தில் அளிப்பின் அளவில் மாற்றம் நிகழாது. இக்காலத்தில் தேவையில் மாற்றம் ஏற்படக்கூடும். இவ்வங்காடிக் காலத்தில் சமநிலை விலையானது தேவை மாற்றத்தினாலும், நிலையான அளிப்பினாலும் நிர்ணயிக்கப்படுகிறது.

கீழ்காணும் வரைப்படம் 5.4 அங்காடிக்கால சமநிலை விலையினை விளக்குகிறது.

வரைப்படம் 5.4



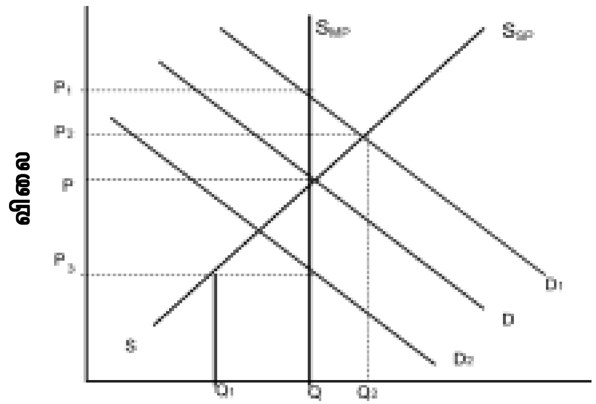
அளவு

அங்காடிக் காலத்தில் அளிப்பு நிலையானதாக இருப்பதால் அது SMP என்ற செங்குத்துக் கோடாக அமைந்துள்ளது. இதனை நெகழ்ச்சியற்ற அளிப்பு வளைக் கோடு எனலாம். தேவை அதிகரிக்கும்போது (DD to D’D’) விலையானது Pயிலிருந்து P1 ஆக அதிகரிக்கிறது. அதே போன்று தேவையானது DD-யிலிருந்து D2D2 ஆக குறையும்போது, விலையானது Pயிலிருந்து P2 ஆக குறைகிறது. காய்கறிகள், பழங்கள், மலர்கள், போன்ற அழுகும் பொருள்கள் அங்காடிக் காலத்திற்கு சிறந்த எடுத்துக் காட்டுகளாகும். பண்டிகை காலங்களில் வாழைப்பழத்திற்கான தேவை அதிகரிக்கும்போது, அதன் விலையும் அதிகரிக்கும். ஏனெனில் அளிப்பினை உடனடியாக அதிகரிக்க முடியாது. எனவே அங்காடிக் காலத்தில் தேவையே, சமநிலை விலையை தீர்மானிக்கிறது.

குறுகியகாலம்

குறுகியகாலம் என்பது ஏற்கெனவே குறிப்பிட்டுள்ளப்படி, ஒரு உற்பத்தி காரணியின் உள்ளீடு மட்டும் மாறாமல் இருக்கும். மாறக்கூடிய உள்ளீடுகளின் மாற்றத்திற்கு ஏற்ப அளிப்பானது சரி செய்துக் கொள்கிறது. இங்கு சமநிலை விலையை தீர்மானம் செய்வது அளிப்பின் மாற்றமேயாகும். (இம்மாற்றம் தொழிற்சாலையின் திறமை சார்ந்துஉள்ளது) இது தேவையின் மாற்றத்தை பொறுத்தும் உள்ளது. இதனை வரைபடம் 5.5ல் காணல்.

வரைப்படம் 5.5



அளவு

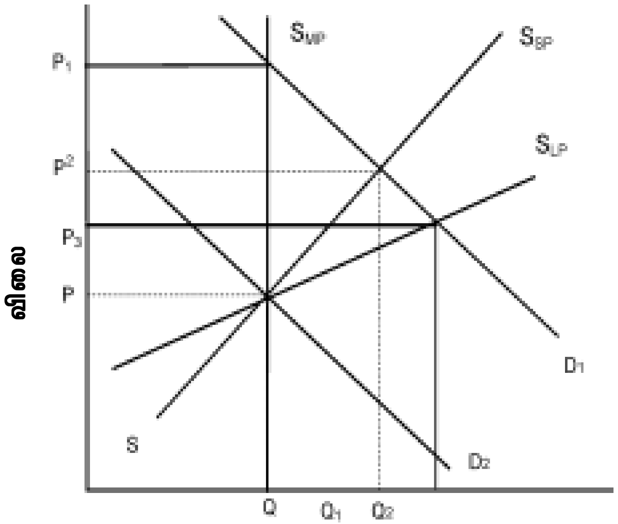
SSP என்ற கோடானது முற்றிலும் நெகிழ்வுள்ளது என்பதை காண்பிக்கிறது. அளிப்பானது, மாறும் காரணிகளின் உள்ளீட்டின் மாற்றத்தினால் அதிகரிக்கின்றது. விலையின் அதிகரிப்பானது Pயிலிருந்து P1 அளவுக்கு அதிகரிக்கும்போது கொடுக்கப்பட்டுள்ள தேவையின் அளவானது Dயிலிருந்து D1னாக அதிகரிக்கிறது. இது அங்காடிக் காலத்தைவிட சற்று குறைந்த அளவேயாகும். காரணம், அதிகரிக்கும் அளிப்பின் அளவை அதாவது (qவிலிருந்து q1 ஆக அதிகரிப்பு) தேவையானது ஒரு பகுதியை மட்டுமே சந்திக்கின்றது. எனவே இந்த குறுகிய காலத்தில் தேவையும் அளிப்பும் விலையின்மீது தங்களு டைய ஆதிக்கத்தை செலுத்தி, சமநிலை விலையை தீர்மானிக்கின்றது.

நீண்ட காலம்

இக்காலத்தில், எல்லா உள்ளீடுகளின் (மாறும் மற்றும் மாறா உள்ளீடு) மாற்றத்திற்கு ஏற்ப அளிப்பின் அளவும் மாறும். இக்காலத்தில் அளிப்பின்

மாற்றமானது, தேவையின் எந்த ஒரு மாற்றத்தையும் சந்திக்கும். இம்மாற்றங்கள் தொழில்சாலையையே மாற்றும், இயந்திரங்கள் மற்றும் தொழில்நுட்பங்களில் மாற்றங்களை ஏற்படுத்தும். நீண்ட காலத்தை கீழ்காணும் வரைபடம் **5.6** மூலம் விளக்கலாம்.

வரைப்படம் 5.6



அளவு

S_{MP} - அங்காடிகால அளிப்புக்கோடு

S_{SP} - குறுகியகால அளிப்புக்கோடு

S_{LP} - நீண்டகால அளிப்புக்கோடு

மேற்கண்ட வரைபடம் **5.6**ல் நீண்டக்கால அளிப்பு கோடு (SLP) முற்றிலும் நெகிழ்வு தன்மை உடையது. இது SSP-யைவிட சற்று தட்டையாக சரிகிறது. இது, அந்நிறுவனம் தனது அளிப்பினை எளிதாக மாற்றிக் கொள்ளக் கூடிய பெரிதளவான நெகிழ்வுத் தன்மையை காட்டுகிறது. அதிகரிப்பதனால் (D1 to D3), விலையானது Pயிலிருந்து P3-ஆக உயருகிறது. அந்த விலை அங்காடிக் கால விலையாகிய P1னை விடவும், குறுகிய கால விலையாகிய P2-யைவிட குறைவாகவே உள்ளது. ஏனெனில் தேவை அதிகரிப்பை முற்றிலும் சந்திப்பதற்காக தேவையான அதிகரிப்பு அளிப்பால் ஏற்படுகின்றது. எனவே நீண்டகால சமநிலை விலையை தீர்மானிப்பதில் அளிப்பு குறிப்பிடத்தக்க பங்கை வகிக்கிறது.

பயிற்சி

பகுதி–அ

I. சரியான விடையைத் தேர்ந்தெடுக்கவும்

1. சமநிலை புள்ளியில்
   அ. ஒரே விலை நிலவும் / விலை நிலையானது
   ஆ. தேவையும் அளிப்பும் சமம்
   இ. அப்புள்ளியில் தேவைக்கோடு அளிப்புக் கோட்டை வெட்டும்
   ஈ. மேற்கூறிய அனைத்தும்
2. சமநிலை விலைக்கும் மேல்
   அ. S < D   ஆ. S > D
   இ. S = D   ஈ. ஏதுமில்லை
3. தேவையின் அளவில் மாற்றம் ஏற்படும்
   அ. விலை மட்டும் மாறும் பொழுது
   ஆ. சுவையில் மாற்றம் ஏற்படும் பொழுது
   இ. மேற்கூறிய இரண்டும்
   ஈ. எதுமில்லை
4. சமநிலை விலையில் காலத்தின் பங்கை அறிமுகப்படுத்தியவர்
   அ. J.R. ஹிக்ஸ்   ஆ. J.M. கீன்ஸ்
   இ. ஆல்பிரட் மார்ஷல்   ஈ. J.S. மில்
5. நீண்ட காலத்தில்
   அ. எல்லா காரணிகளும் மாறும்
   ஆ. மாறும் காரணி மட்டும் மாறும்
   இ. மாறா காரணி மட்டும் மாறும்
   ஈ. மாறும் மற்றும் மாறா காரணிகள் நிலையாக இருக்கும்

II. கோடிட்ட இடத்தை நிரப்புக

6. ………….. அளிப்பைத் தீர்மானிக்கும் முக்கிய காரணியாகும்.
7. வேளாண்மை, தொழில், வளர்ச்சி மற்றும் பகிர்வு போன்றவை பிற ………. ஆகும்.
8. ………… விலையில், எந்த சக்தியும் விலையையோ அளவையோ மாற்ற முடியாது.
9. நவீன பொருளியல் வல்லுநர் காலத்தை ……….. மற்றும் ………. பிரித்தனர்.
10. அங்காடிக் காலத்தில் அளிப்புக்கோடு ……….

III. பொருத்துக

11. சமநிலை - a. ஆண்டு இருப்பை விற்றுத் தீர்க்க
12. மிகைத்தேவை - b. அதிக நெகிழ்ச்சியுடையது
13. தள்ளுபடி விலை (அல்லது) கழிவு விலை - c. விலை மற்றும் அளவின் இணை
14. நீண்டகால அளிப்புக்கோடு - d. D>S
15. குறுகிய கால விலை - e. தேவையும் அளிப்பும்

IV. ஓரிரு வார்த்தைகளில் விடையளிக்கவும்

16. பொது சமநிலை என்றால் என்ன?
17. தேவைக்கோட்டினை இடம் பெயரச் செய்யும் காரணிகள் யாவை?
18. காலத்தின் பங்கினை அறிமுகப்படுத்தியவர் யார்?
19. நிலையான முதலீட்டிற்கு ஒரு உதாரணம் கொடு.
20. அங்காடிக் காலத்தில் அளிப்பு நிலையானதா?

பகுதி–ஆ

பின்வரும் வினாக்களுக்கு நான்கு அல்லது ஐந்து வரிகளில் விடையளிக்கவும்

21. சமநிலை விலை என்றால் என்ன?
22. தேவையில் மாற்றம், தேவைக்கோடு இடம் பெயர்தல் வேற்றுமைப்படுத்துக.
23. அளிப்புக்கோடு இடம்பெயர்தலுக்கான காரணிகள் யாவை?
24. நீண்டகாலம், குறுகிய காலம் வேறுபடுத்துக.
25. அங்காடிக் காலம் சிறுகுறிப்பு வரைக.

பகுதி–இ

பின்வரும் வினாக்களுக்கு ஒரு பக்க அளவில் விடையளிக்கவும்

26. தேவைக்கோடு இடம் பெயர்தலை வரைபடத்துடன் விளக்குக.
27. அளிப்புக்கோடு இடம் பெயர்தலை வரைபடத்துடன் விளக்குக.
28. அங்காடிக் காலத்தில் சமநிலை விலை எவ்வாறு தீர்மானிக்கப்படுகிறது?
29. குறுகிய காலத்தில் தேவைக்கோடும் அளிப்புக்கோடும் எவ்வாறு விலையைத் தீர்மானிக்கிறது என்பதை வரைபடத்துடன் விளக்குக.
30. நீண்டகால தட்டை அளிப்புக் கோட்டை விளக்குக.

பகுதி–ஈ

பின்வரும் வினாக்களுக்கு மூன்று பக்க அளவில் விடையளிக்கவும்

31. சமநிலை விலை எவ்வாறு தீர்மானிக்கப்படுகிறது என்பதை வரைபடத்துடன் விளக்குக.
32. வரைபடத்துடன் விளக்குக.
    a. சந்தைக்கால விலை b. குறுகியகால விலை
    c. நீண்டகால விலை

பாடம் - 6

உற்பத்தி
(Production)

‘உற்பத்தி’ என்பதன் பொருள்

பொருளியலில் உற்பத்தி என்பது மாற்று மதிப்புடைய பண்டங்கள் மற்றும் பணிகள் ஆகியவற்றின் உற்பத்தியை பெருக்குவது ஆகும். உற்பத்தி என்பது பயன்பாட்டை உருவாக்குவதாகும். இவைகளாவன; வடிவப் பயன்பாடு, காலப் பயன்பாடு மற்றும் இடப் பயன்பாடு என மூவகைப்படும். இத்தகைய மூவகைப் பயன்பாடுகளை உருவாக்குவதால் உற்பத்தி அதிகரித்து பண்டங்களும் பணிகளும் மறு பகிர்வு செய்யப்படுகின்றன. ஒரு பொருளின் பயன்பாடு பல காரணங்களால் அதிகரிக்கக் கூடும்.

வடிவப் பயன்பாடு

ஒரு பொருளின் அமைப்பை மாற்றும் போது அதன் பயன்பாடு அதிகரிக்கக்கூடும். எடுத்துக்காட்டாக பருத்தியின் பயன்பாடு அதனைத் துணியாக மாற்றும்போது அதிகரிக்கக்கூடும். வேறுசில எடுத்துக் காட்டுக்களாவன: நெல்லானது அரிசியாகவும், கோதுமை மாவாகவும், வெண்ணெய் நெய்யாகவும் மாற்றப்படுதல்.

இடப் பயன்பாடு

ஒரு பண்டமானது ஒரு இடத்திலிருந்து வேறொரு இடத்திற்கு கொண்டு செல்வதால் அதன் பயன்பாடு அதிகரிக்கும். எடுத்துக்காட்டாக அரிசி தமிழ்நாட்டிலிருந்து கேரளாவிற்கு எடுத்துச் செல்லப்பட்டால் அதன் பயன்பாடு அதிகரிக்கும்.

காலப் பயன்பாடு

பண்டமானது எதிர்காலப் பயன்பாட்டிற்காக சேர்த்து வைக்கப் படும்போது அதன் பயன்பாடு உயர்கிறது. மழைக்காலத்தில் தண்ணீரை நீர்த்தேக்கத்தில் சேமித்து வைத்து அதனைப் பின்வரும் காலத்திற்குப் பயன்படுத்துகிறோம். தேக்கிவைத்த தண்ணீரின் பயன்பாடு இதனால் கூடுகிறது. வேளாண் பண்டங்களான அரிசி, நெல், கோதுமை, எண்ணெய் வித்துக்கள், பருப்பு வகைகள் போன்றவை நுகர்வோரின் அன்றாடப் பயன்பாட்டிற்காக ஆண்டு முழுவதும் பாதுகாக்கப்படுகிறது.

உடைமைப் பயன்பாடு

பண்டங்கள் வாணிக நடவடிக்கையின் பொருட்டு ஒருவரிடமிருந்து வேறொருவருக்கு மாறுகிறது. பண்டங்கள் உற்பத்தியாளர்களிடமிருக்கும் போது அதற்கென கொஞ்சம் பயன்பாடு உண்டு. மேலும் அதுவே நுகர்வோருக்கு வணிகர்கள் மூலமாக சென்றடைபோது அவற்றின் பயன்பாடு உயர்கின்றது.

உடைமை அல்லது பண்டங்களின் உடைமை ஒருவரிடமிருந்து மற்றொருவருக்கு மாறுவது 'உடைமைப் பயன்பாடு' ஆகும். எடுத்துக்காட்டாக உற்பத்தியாளர்களான உழவர்களிடம் நெல் இருக்கும்போது உள்ள பயன்பாடானது நுகர்வோரிடம் அரிசி இருக்கும்போது உள்ள பயன்பாட்டை விட குறைவாக இருக்கும்.

உற்பத்திக் காரணிகள்

மனிதச் செயல்பாடுகளை, உற்பத்தி செய்தல் மற்றும் நுகர்தல் என இருவகையாகப் பிரிக்கலாம். உற்பத்தி செய்யும் போது பண்டங்களில் உருமாற்றம் ஏற்படுகிறது. உள்ளீடுப்பண்டங்கள் வெளியீடுப் பண்டங்களாக மாற்றப்படுகின்றன. உள்ளீடு (Input) பண்டங்கள் நிலம், உழைப்பு மற்றும் மூலதனம் என்று வகைப்படுத்தி உணர்த்தப்படுகிறது. மொத்தத்தில் உள்ளீடுகள் உற்பத்திக் காரணிகள் என அழைக்கப் படுகிறது. ஏதேனும் ஒன்றை உற்பத்தி செய்வதற்கு உற்பத்திக் காரணிகளை ஒன்றிணைக்கும்போது நான்காவது ஒரு காரணி தேவைப்படுகிறது. பண்டங்களும் பணிகளும் அவற்றுக்குள் தானாகவே உற்பத்தி செய்யாது. ஆனால் உணர்வுப்பூர்வமான சிந்தனைத் வழியே உற்பத்தி திட்டமிட்டு நடைமுறைப்படுத்தப்படுகிறது. இதுவே தொழில் முனைவு அல்லது தொழிலமைப்பு (entrepreneurship) என்றழைக்கப் படுகிறது.

உற்பத்தி வழிமுறைக்கு உதவிபுரியக்கூடிய பண்டங்கள் மற்றும் பணிகள் உற்பத்திக் காரணிகள் என்றழைக்கப்படுகிறது.

உற்பத்திக் காரணிகளின் வகைகள்

பொதுவாக உற்பத்திக் காரணிகள் முதன்மைக் காரணிகள் (Primary) மற்றும் தருவிக்கப்பட்ட (Derived) காரணிகள் என இருவகைப்படும் பண்டங்கள், பணிகள் மற்றும் செல்வம் ஆகியவற்றை உற்பத்தி செய்வதற்காக மனிதன் இயற்கை வளங்களைப் பயன்படுத்துகிறான். நிலம், உழைப்பு ஆகிய இருகாரணிகளும் (Land and Labour) இயற்கையாகப் படைக்கப்பட்டவை. இவையின்றி பண்டங்களை உற்பத்தி செய்ய இயலாது. இவற்றை **முதன்மைக்**

காரணிகள் என்றழைக்கிறோம் மூலதனம் மற்றும் தொழில் அமைப்பு முதன்மைக் காரணிகளிடமிருந்து தருவிக்கப்பட்டதால் அவற்றை தருவிக்கப்பட்ட உற்பத்திக் காரணிகள் என்றழைக்கக்கிறோம். இத்தகைய தருவிக்கப்பட்ட உற்பத்திக் காரணிகளோடு முதன்மைக் காரணிகள் இணைந்து செயல்படும் போது மொத்த உற்பத்தி அதிகரிக்கிறது.

பழைய பிரிவின்படி உற்பத்திக் காரணிகள் நான்கு வகைப்படும். அவையாவன **நிலம், உழைப்பு, மூலதனம்** மற்றும் **தொழிலமைப்பு** எனப்படும்.

நிலம்

உற்பத்திக் காரணியான 'நிலம்' இயற்கை வளங்கள் அனைத்தையும் அல்லது இயற்கை மனிதனுக்கு இலவசமாக கொடுத்திருக்கும் கொடை அனைத்தையும் குறிப்பதாகும். நிலப்பரப்பு, நீர், காற்று, கனிமவளங்கள், காடுகள், ஆறுகள், ஏரிகள், கடல்கள், மலைகள், சீதோஷ்ணம் மற்றும் காலநிலை ஆகிய அனைத்தும் 'நிலம்' என்பதன் பொருள் ஆகும். எனவே, மனிதனால் உருவாக்கப்படாத அனைத்துப் பொருட்களும் நிலத்தில் அடங்கும்.

நிலத்தின் சிறப்பியல்புகள்

i) நிலம் இயற்கையின் கொடை ஆகும்

ii) நிலத்தின் அளிப்பு நிலையானது

iii) நிலம் அழிவில்லாதது

iv) நிலம் அசைவற்றது

v) நிலம் செழிப்புத்தன்மை மற்றும் இடவமைப்புகளில் மாறுபடும் தன்மையுடையது

vi) நிலம் செயப்பாட்டு (Passive) உற்பத்திக் காரணியாகும்

இயற்கையின் கொடையாக நிலம் இருப்பதால் நிலத்தின் அளிப்புவிலை 'பூஜ்யம்' ஆகும். எனினும், உற்பத்திக்குப் பயன்படும்போது அதில் பற்றாக்குறை ஏற்படுகிறது. எனவே, ஏற்ற ஒரு விலையை அது பெறுகிறது.

உழைப்பு (Labour)

உற்பத்திப் பாதையில் உழைப்பு என்பது மனித இடுபொருள் ஆகும். "ஒரு பணியை ஒருவர் செய்திடுவதால், அவருக்குக் கிடைக்கும் மனநிறைவோடு மட்டுமின்றி அதனை செய்வதற்காக கைமாறு எதிர்பார்த்து மனிதன் தன் உடல்

அல்லது அறிவை முழுமையாகவோ பகுதியாகவோ பயன்படுத்தி, மேற்கொள்ளும் கடும் முயற்சியே உழைப்பாகும்'' என ஆல்பிரட் மார்ஷல் கூறுகிறார்.

உழைப்பின் சிறப்பியல்புகள்

i) உழைப்பு அழியக்கூடியது

ii) உழைப்பு உற்பத்தியின் முக்கிய காரணியாகும். நிலமோ அல்லது மூலதனமோ உழைப்பின்றி அதிக உற்பத்தியை விளைவிக்க இயலாது.

iii) உழைப்பு ஒரே சீரானதல்ல (not homogeneous) திறமையும் தேர்ச்சியும் நபருக்கு நபர் மாறுபடுகின்றது.

iv) உழைப்பை 'உழைப்பாளரிடமிருந்து' பிரிக்க இயலாது.

v) உழைப்பு இடம் பெயரக்கூடியது . குறைவான ஊதியம் பெறும் தொழிலிருந்து அதிகமான ஊதியம் பெறும் தொழிலுக்கு மனிதர்கள் ஒரு இடத்திலிருந்து மற்றொரு இடத்திற்கு இடம் பெயர்கிறார்கள்.

vi) தனி உழைப்பாளரின் பேரம் பேசும் ஆற்றல் குறைவு. தொழிலதிபரிடம் (employer) அதிக ஊதியத்திற்காகவோ அல்லது நல்ல மேம்பட்ட பணிநிலைக்காகவோ அவர் போராட இயலாது. எனினும் பணியாளர்கள் தங்களுக்குள் ஒருங்கிணைந்து தொழிற் சங்கம் அமைத்து போராடுவதன் மூலம் அவர்களின் பேரம் பேசும் ஆற்றல் அதிகரிக்கிறது.

உழைப்பு பலதரப்பட்டது. சாதாரண உழைப்பு என்பது பூமியை தோண்டுதல், கல் உடைத்தல், சுமைதூக்குதல் போன்றவை. ஆனால் உழைப்பு, **அதிக திறன்பெற்ற,** மேலாளர்கள், பொறியாளர்கள், தொழில் நுட்ப வல்லுநர்கள் போன்றவர்களையும் உள்ளடக்கியதாகும்.

வேலைப் பகுப்பு முறை

ஆதம் ஸ்மித் *'வேலைப் பகுப்பு முறையை'* தனது ''நாடுகளின் செல்வம்'' என்ற நூலின் மூலம் அறிமுகப்படுத்தியுள்ளார்.

வேலைப் பகுப்பு முறையின் பொருள்

ஒரு உற்பத்திமுறையை நன்கு வரையறுக்கப்பட்ட வெவ்வேறு உட்பிரிவுகளாகப் பிரித்து அந்த உட்பிரிவுகள் ஒவ்வொன்றையும் ஒவ்வொரு தனிப்பட்ட உழைப்பாளி அல்லது உழைப்பாளர் குழுவினரிடம் ஒப்படைத்தலே வேலைப் பகுப்பு முறை எனப்படும்.

எடுத்துக்காட்டாக ஒரு தையல்காரர் ஒரு சட்டையினையே முழுமையாகத் தைக்கிறார். **'ஆயத்த ஆடைகள்'** செய்யும் ஏற்றுமதியாளர் துணிகளை வெட்டுதல், உடல் பகுதிகளுக்கான துணிகளைத் தைத்தல், கைப்பகுதிகளைத் தைத்தல், கழுத்துப் பகுதிகளைத் தைத்தல் என்று ஒவ்வொரு பணியும் தனித்தனி உழைப்பாளர்களால் மேற்கொள்ளப்படுகிறது. இறுதியாக அனைத்தையும் இணைத்து ஒரு சிலர் தைக்கின்றனர். இந்நிலைகள் முடிவடையும்போது அத்துணியானது, ஒரு ஆடையாக உருவாகிறது.

ஒரு சட்டையை ஒரே ஒரு தையல்காரர் தைக்க முற்பட்டால் ஒரு நாளைக்கு நான்கு சட்டைகள் மட்டுமே தைக்க முடியும். ஏற்றுமதி ஆடை உற்பத்தி செய்யும் ஓர் நிறுவனத்தில், ஒரு நாளைக்கு 100 சட்டைகள் கூட தைத்திட இயலும். இதன் மூலம் **'வேலைப் பகுப்பு முறை'**, உற்பத்தியினை உயர்த்தும் என்பது தெளிவாகின்றது.

வேலைப்பகுப்பு முறையும் அங்காடியும்

ஓர் அங்காடியின் விரிவு வேலைப்பகுப்பு முறையின் அளவை தீர்மானிக்கின்றது. ஒரு பண்டத்துக்கான அங்காடி உள்ளூர் அங்காடியிலிருந்து தேசிய அங்காடியாகவும், பன்னாட்டு அங்காடியாகவும் விரிவடைகிறது. அதனால் உற்பத்தி வழிமுறையானது பல சிறு சிறு முறைகளாகப் பிரிக்கப்படுகிறது. ஒவ்வொரு சிறு வழிமுறையும், அத்தொழில் முறைக்குரிய சிறப்பு தேர்ச்சி பெற்ற ஓர் உழைப்பாளிக்கு அளிக்கப்படுகிறது. இதனால், உற்பத்தி மிக அதிகமாக உயருகின்றது.

வேலைப்பகுப்பு முறையின் நன்மைகள்

1. ஒரு தொழிலாளி மீண்டும் மீண்டும் ஒன்றை மட்டும் செய்வதால், அத்தொழில் முறையில் அவருடைய திறமை அதிகரிக்கின்றது.
2. வேலைப் பகுப்பு முறை நவீன இயந்திரங்களை உற்பத்தியில் அதிகமாக பயன்படுத்துவதற்கு வழி வகுக்கிறது. உதாரணமாக கம்பியிலாத் தந்தியின் கண்டுபிடிப்பு.
3. காலமும், மூலப்பொருட்களும் மிகத் திறமையாகப் பயன்படுத்தப் படுகின்றன.

வேலைப்பகுப்பு முறையின் தீமைகள்

1. ஒரே வேலையை திரும்பத் திரும்ப செய்வதால் சுவையற்ற, களிப்பற்ற வேலை தன்மையைத் தான், அவன் அடைகிறான். இது மனிதத் தன்மையை அழிக்கின்றது.

2. ஒரு பகுதி பணியை மட்டும் செய்வதில் மிகவும் தேர்ச்சிப்பெற்ற தொழிலாளி உண்மையில் ஒரு குறுகிய தேர்ச்சியை மட்டும் பெற்றவனாகி விடுகிறான். இதன் விளைவாக, வேலை வாய்ப்பின்மை பெருகிடும் நிலை ஏற்படுகிறது.

3. கைவினைப் பொருட்கள் வளர்ச்சியினை, வேலைப் பகுப்புமுறை அழிக்கிறது. ஒரு பொருளை முழுமையாக உருவாக்கிய மனநிறைவினை, ஒரு தொழிலாளி அடைவதில்லை.

மூலதனம்

மூலதனம் என்பது வேறு பல பண்டங்களை உற்பத்தி செய்திட மனித முயற்சிகளால் உருவாக்கப்பட்டது. சாதாரணமாக மூலதனம் என்பது செல்வத்தைக் குறிக்கும். செல்வத்தை மேலும் உற்பத்தி செய்வதற்கென ஒதுக்கப்பட்ட செல்வம் என்று மூலதனத்தை கூறலாம். இயற்கையின் கொடை தவிர்த்த வருமானம் அளிக்கக்கூடிய பிற வகைச் செல்வங்களே மூலதனம் என மார்ஷல் இலக்கணம் கூறியுள்ளார். *மூலதனமும்* செல்வமும் ஒரே பொருள் உடையதல்ல. இதிலிருந்து எல்லா செல்வங்களும் மூலதனம் அன்று, ஆனால், எல்லா மூலதனமும் செல்வம் என்று கூறப்படுகிறது.

மூலதனத்தின் வடிவங்கள்

1. பருமப் பொருள் மூலதனம் (அ) பொருட்சார் மூலதனம்

2. பணமூலதனம் (அ) பணவியல் வளங்கள்/ஆதாரங்கள்

3. மனித மூலதனம் (அ) மனிதத் திறன் வளங்கள்

1. பருமப் பொருள் மூலதனம்

இயந்திரங்கள், கருவிகள், கட்டிடங்கள், சாலைகள், அணைக்கட்டுகள், செய்தித் தொடர்பு சாதனங்கள் ஆகியவை மனிதனால் உருவாக்கப்பட்ட பருமப்பொருள் மூலதனமாகும்.

பருமப் பொருள் மூலதனத்தின் தன்மைகள்

1. பருமப் பொருள் மூலதனம் என்பது ஒரு சொத்து. இது குறிப்பிட்ட ஆண்டுகள் வரை மட்டுமே வாழ்நாள் கொண்டதாகும்.

2. பருமப் பொருள் மூலதனத்தை உற்பத்திக்கு மீண்டும் மீண்டும் பயன்படுத்துவதால், தேய்மானம் ஏற்படுகின்றது.

3. உற்பத்தியில் பருமப் பொருள் மூலதனத்தை ஈடுபடுத்துவதால், ஒவ்வொரு ஆண்டும் வருமானத்தைத் தொடர்ச்சியாக தருகின்றது. இதனை ஆண்டுத் தொகை (annuities) என்று கூறுகிறோம்.

பருமப் பொருள் மூலதனத்தை, மேலும் மேலும் உற்பத்தி செய்து, அதன் மொத்த அளிப்பினை அதிகமாக்கிடுவதே, பருமப் பொருள் மூலதன ஆக்கமாகும்.

2. பண மூலதனம்

பண வடிவில் அல்லது பணமாற்று பத்திரங்களாக அனைத்து முதலீடுகளும் மேற்கொள்ளப்படுகின்றன. ஒரு குடும்பமானது, தன்னுடைய வருமானத்தின் ஒரு பகுதியினை, வங்கி இருப்பாக, பங்கு பத்திரங்களாக (அ) வேறு பண மாற்று பத்திரங்கள் மூலமாக சேமிக்கின்றது. இதுவே **'பண மூலதனம்'** என்று கூறப்படுகிறது.

3. மனித மூலதனம்

மனித மூலதனம் என்பது உழைப்பு வளத்தின் தரத்தைக் குறிக்கும். அது கல்வியாலும், பயிற்சியாலும் உடல் நலத்திற்காகவும் கொடுக்கப்படும் முதலீடு ஆகும். மனித மூலதனத்தில் முதலீட்டினை அதிகரிக்கும்போது, உற்பத்தி மேம்படுகிறது.

மூலதனத்தின் சிறப்பியல்புகள்

1. மூலதனம் ஒரு செயலற்ற உற்பத்தி காரணி ஆகும்.
2. மூலதனம் மனித முயற்சியால் உருவாக்கப்பட்டது.
3. மூலதனம் ஒரு இன்றியமையாத உற்பத்தி காரணி இல்லை. மூலதனம் இல்லாமல் உற்பத்தி நடைபெறும்.
4. மூலதனம் அதிகம் இயங்கும் தன்மை கொண்டது.
5. மூலதனத்தின் அளிப்பு நெகிழுந்தன்மையுள்ளது.
6. மூலதனம் ஆக்கமுடையது.
7. மூலதனம் பல ஆண்டுகள் நீடிக்கும். ஒரு உற்பத்தி நிறுவனம் பல ஆண்டுகள் உற்பத்தியில் ஈடுபடலாம்.
8. மூலதனத்தைத் திரட்டுவதன் நோக்கம் எதிர்காலத்தில் வருமானம் பெற வேண்டு மென்பதேயாகும்.

தொழிலமைப்பு (அல்லது) தொழில் முனைவோர்

தொழில்முனைவோர் எனப்படுபவர் பல்வேறு உற்பத்திக் காரணிகளை ஒருங்கிணைத்து, செயல்படுபவர் ஆவார். (நிலம், உழைப்பு, மூலதனம்). மேலும், அக்காரணிகளை சரியான அளவிலும், சரியான முறையிலும் தொடங்கி இடர்ப்பாடுகளை ஏற்று உற்பத்தியைப் பெருக்க செயல்படுபவரே தொழில் முனைவோர் ஆவார். தொழில் முனைவோர் **'தொழில் அமைப்பாளர்'** எனவும் அழைக்கப் படுகிறார்.**'தொழில் துணிவு'** என்பது இடர்ப்பாடுகளை ஏற்று பண்டங்கள் மற்றும் பணிகளை உற்பத்தி செய்வதற்கு நிர்வாகம் மற்றும் அமைப்பு ஆற்றல் பெறுவதன்மூலம் இலாபம் ஈட்டுவதாகும். தொழில் முனைவோர் **'சமுதாய மாற்றம் காணும் முகவர்'** என அழைக்கப்படுகிறார். அவர் சமுதாய விருப்பமுள்ள உற்பத்தியை கொடுப்பதோடு மட்டுமல்லாமல் சமுதாய நலம் மேம்படவும் காரணமானவர் ஆவார்.

தொழில் முனைவோரின் பணிகள்

1. இலாபகரமான முதலீட்டு வாய்ப்புக்களை அடையாளம் கண்டு தேர்ந்தெடுத்தல்

தொழில் முனைவோரின் முதன்மைப் பணியானது அங்காடியில் நிலவிடும் புதிய கருத்துக்களையும் சவால்களையும் ஏற்று இலாபகரமாகப் பயன்படுத்திக் கொள்வது எவ்வாறு? என்பதை ஆராய்வதாகும். இதுவே இலாபகரமான முதலீட்டு வாய்ப்புக்களை அடையாளம் கண்டு தேர்ந்தெடுத்தல் ஆகும்.

2. உற்பத்தி அலகின் அளவைத் தீர்மானித்தல்

ஒரு தொழில் முனைவோன் உற்பத்தி அலகின் அளவை தீர்மானிக்கிறார் – சந்தையில் போட்டியின் அளவைப்பொருத்தும், உற்பத்தியின் இயல்பைப் பொருத்தும் பெரியதாகவோ சிறியதாகவோ உள்ளதாக தீர்மானிப்பார்.

3. உற்பத்தி அலகின் இடத்தைத் தேர்ந்தெடுத்தல்

ஒரு சிறந்த தொழில் முனைவோர் தனது உற்பத்தி செய்யும் இடத்தை காரணிச் சந்தைக்கும் (factor market) இறுதி நிலை சந்தைக்கும் (end-use market) அருகிலேயே தேர்ந்தெடுப்பார். உற்பத்தி மற்றும் பகிர்வில் காலதாமதம் ஏற்படுவதைத் தவிர்க்கவும், இருப்புநிலை மற்றும் போக்குவரத்துச் செலவைக் குறைக்கவும் இது அவசியமாகிறது.

4. உற்பத்திக் காரணிகளின் உத்தம ஒருங்கிணைப்பைக் கண்டறிதல்

தொழில் முயல்வோர் ஒரு புது தொழிலைத் தொடங்கத் தீர்மானித்த நிலையில், அவர் உற்பத்திக் காரணிகளை உற்பத்தியில் ஈடுபடுத்தும் பணியினை தொடங்குகிறார். மேலும் இக்காரணிகளை எந்த விதத்தில் இணைத்து குறைந்த செலவில் அதிக உற்பத்தியைப் பெற இயலும் என தீர்மானிக்கிறார்.

5. புத்தாக்கப்பணி

அடிப்படையில் புது அங்காடிகளைக் கண்டறிதலும், புது தொழில் நுட்பங்களைக் கையாள்வதுமே தொழில் முனைவோரின் புத்தாக்கப் பணி என பேராசிரியர் **ஷூம்பீட்டர்** கூறுகிறார். ஒரு புது அங்காடி விற்பனை அளவைக் கூட்டுவதோடு, புதிய உற்பத்தி செலவைக் குறைக்கும் யுக்தி, பொருளை மலிவாகக் கிடைக்கச் செய்யும். இதனால் விற்பனைக் கூடும், இலாபம் அதிகரிக்கும்.

6. வெகுமதிச் செலவைத் தீர்மானித்தல்

உற்பத்திக்குப் பயன்படும் காரணிகளாவது அதன் உற்பத்திக்கு ஏற்ப வெகுமதியைப் பெறுகிறது. உற்பத்திக் காரணிகளின் உற்பத்தியை அளவிடுதலும் மற்றும் அதன் வெகுமதியளிப்பும் தொழில் முயல்வோரின் தீர்வுக்குரிய பணியாகும்.

7. இடர்ப்பாடுகளை ஏற்றல், நிச்சயமின்மையை எதிர்கொள்ளல்

'வாணிபம்' என்பது இடர்ப்பாடுகளின் கட்டு (bundle of risks) என்கிறார் ஹாலே. பொருள்கள் எதிர்காலத் தேவைக்கு உற்பத்தி செய்யப்படுகின்றன. எதிர்காலம் நிச்சயத்துவமில்லாதது. முதலீடுகள் நிகழ்காலத்தில் இடப்படுகின்றன. உற்பத்தியில் இது மிகப்பெரும் இடர்ப்பாடு. இடர்ப்பாடுகளை ஏற்கும் ஒருவர் வெற்றிகரமான ''தொழில் முனைவோர்'' ஆவார். ஒரு விவேகமுள்ள தொழில்முனைவோர், அறிவியல் ரீதியில் எதிர்கால இடர்ப்பாடுகளை ஏற்று, அதற்கான சரியான தீர்வுகளின் மூலம் இடர்பாடுகளிலிருந்து மீள்வது ஆகும். நைட் Knight என்ற அறிஞரின் கூற்றுப்பாடி வாணிபத்தில் உறுதியற்றதன்மைகளை பொறுத்துக்கொள்ளல் ஒரு தொழில்முயல்வோரின் தலையாய பணி' என்பதாகும்.

உற்பத்திச் சார்பு (Production Function)

உற்பத்திச் சார்பு என்பது ஒரு நிறுவனத்தின் உள்ளீடு வெளியீடுகளுக்கு இடையேஉள்ள இயல்பான தொடர்பாகும். உள்ளீடு என்பது உற்பத்திக்குப் பயன்படும் நிலம், உழைப்பு, மூலதனம், தொழிலமைப்பு ஆகிய ஆக்கப் பணிகளாகும். வெளியீடு என்பது உற்பத்தியின் மொத்த அளவைக் குறிக்கிறது. கொடுக்கப்பட்ட நிபந்தனையில் உற்பத்திச் சார்பு என்பது கொஞ்சம் உள்ளீடுகளைப் பயன்படுத்தி அதன் விளைவாக உற்பத்தி செய்யப்படும் வெளியீடுகளே ஆகும். உற்பத்திச் சார்பு என்பது $Q = f(x1, x2, x3.... xn)$ இதில் Q 'என்பது' குறிப்பிட்ட காலத்தில் உற்பத்தி செய்யப்பட்ட அளவாகும். x1, x2, 3.... xn ஆகியவை உற்பத்தியில் பயன்படுத்தப்பட்ட பல்வேறு காரணிகள் ஆகும்.

ஒரு குறிப்பிட்ட அளவில் பல்வகை உள்ளீடு பொருள்களைப் பயன்படுத்தினால் எவ்வளவு வெளியீடு பொருள்கள் கிடைக்கும் என்பதே உற்பத்தி சார்பு எனலாம். உற்பத்தி சார்பு என்பதை இருவகைகளாகப் பிரிக்கலாம்.

1. குறுகிய கால உற்பத்திச் சார்பு மாறும் விகித விளைவு விதி என்பதன் மூலம் அறியலாம்.
2. நீண்டகால உற்பத்திச் சார்பு என்பது மாறா விளைவு விதி என்பதன் மூலம் அறியலாம்.

குறுகிய கால உற்பத்திச் சார்பு

மாறும் விகித விளைவு விதி

ஓர் உற்பத்தி காரணி நிலையாக இருக்கும் போது, ஏனைய உற்பத்திக் காரணிகளின் அளவை மாற்றினால் மாறும் விகித விளைவு விதி ஏற்படுகிறது.

இலக்கணம்

'ஓர் உற்பத்தி காரணி மாறாமலிருக்கும் போது மற்றைய உற்பத்திக் காரணிகளின் அளவு மாறினால் ஆரம்பத்தில் இறுதிநிலை விளைவு அதிகரிக்கும். பின்பு மாறாமலிருக்கும், இறுதியில் உற்பத்தி குறைந்து செல்லும்.

எடுகோள்கள்

1. ஒரே ஒரு உற்பத்திக் காரணிமட்டும் மாறும்போது ஏனைய உற்பத்தி காரணிகள் மாறாமல் இருக்கும்.
2. ஒருவேளை எல்லா உற்பத்திக் காரணிகளும் ஒரே விகிதத்தில் மாறுபட்டால் இவ்விதி பொருந்தாது. அதாவது ஒரு பொருளின் உற்பத்தியைப் பெறுவதற்கு உற்பத்திக் காரணிகளை மாறாத விகிதத்தில் பயன்படுத்தப்படுதல் வேண்டும்.
3. மாறும் உற்பத்திக் காரணிகள் ஒரே தன்மை உடையவை. மாறும் உற்பத்திக் காரணிகளின் அனைத்து அலகுகளும் ஒரே அளவான திறனைக் கொண்டிருக்கும்.
4. உள்ளீடுகளின் விலைகள் மாறாமல் இருக்கும்.
5. ஒரு குறிப்பிட்ட காலக்கட்டத்தில் தொழில் நுட்பநிலை மாறாது. (அ) ஒரே நிலையாக இருக்கும்.
6. இதன் முழுமையான செயல்முறை குறுகியகால உற்பத்திச் சார்பு உடையதாகும். நீண்ட காலத்தில் உற்பத்தி உள்ளீடுகள் மாறும் தன்மை உடையதாகும். எனவே, இச் செயல்பாடுகள் அனைத்தும் குறுகிய காலத்திற்கே பொருந்தும்.

விதியின் மூன்று நிலைகள்

ஓர் உற்பத்தி காரணி நிலையாக இருக்கும்போது, மற்ற உற்பத்திக் காரணிகளின் அளவை மாற்றினால் மூன்று வகையான விளைவுகள் ஏற்படும். அவைகள்

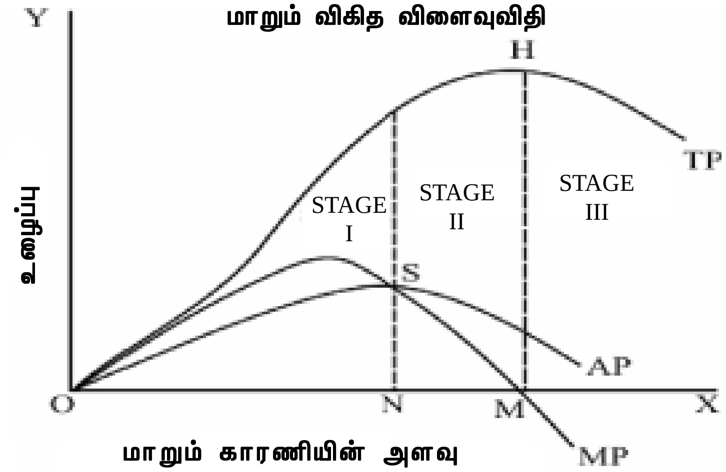
1. வளர்ந்து செல் விளைவு விதி
2. குறைந்து செல் விளைவு விதி
3. எதிர்கணிய உற்பத்தி

இந்த மூன்று வகையான விளைவுகளை அட்டவணை எண்.**6.1** மற்றும் வரைப்படம் **6.1** மூலமாக புரிந்து கொள்ளலாம்.

அட்டவணை 6.1 மாறும் விகித விளைவு விதி நிலைகள்

மாறா காரணி (இயந்திரம்)	மாறும் காரணி (மனிதன்)	மொத்த உற்பத்தி (அலகுகள்)	சராசரி உற்பத்தி (அலகுகள்)	இறுதிநிலை உற்பத்தி (அலகுகள்)	நிலைகள் (அலகுகள்)
1	2	3	4	5	வளர்ந்து செல் விளைவு விதி
1+	1	10	10	10	
1+	2	22	11	12	
1+	3	36	12	16	
1+	4	52	13	16	
1+	5	66	13.2	14	
1+	6	76	12.6	10	
1+	7	80	11.4	4	குறைந்து செல் விளைவு விதி
1+	8	82	10.2	2	
1+	9	82	9.1	0	
1+	10	78	7.8	−4	எதிர்மறை விளைவு விதி

வரைப்படம் 6.1



முதல்நிலை

வளர்ந்து செல் விளைவு விதி

முதல் நிலை முடிவடையும் போது, சராசரி உற்பத்தி உச்சநிலையை அடைகின்றது. இதில் மொத்த உற்பத்தி, சராசரி உற்பத்தி மற்றும் இறுதிநிலை உற்பத்தி அதிகரித்துக் கொண்டே செல்கிறது. இதில் இறுதி நிலை உற்பத்தி உயர்ந்து செல்கிறது. ஆனால் பிற்பகுதியில் குறைகின்றன. இறுதிநிலை உற்பத்தி குறைந்து சென்றாலும், சராசரி உற்பத்தி உயர்வதை விட அதிகமாக உள்ளது. ஏன் எனில் சராசரி உற்பத்தி அதிகரித்து கொண்டே செல்கிறது.

இரண்டாம் நிலை : குறைந்த செல் விளைவு விதி

இதன் முடிவில் இறுதி நிலை உற்பத்தித் திறன் பூஜ்யமாகும். இந்த நிலையில், மொத்த உற்பத்தி குறைந்து செல்லும் விகிதத்தில் உயருகின்றது. சராசரி உற்பத்தியும் இறுதிநிலை உற்பத்தியும் குறைகின்றன. ஆனால் இரண்டின் வீழ்ச்சியும் இயல்பானவையே ஆகும்.

இறுதி நிலை உற்பத்தி பூஜ்யத்தையும் மொத்த உற்பத்தி உச்சநிலையையும் அடைந்தவுடன் இரண்டாவது கட்டம் முற்றுப் பெறுகிறது.

மூன்றாம் நிலை

எதிர்கணிய உற்பத்தி: இதில் இறுதிநிலை உற்பத்தி எதிர்மறையானது. மொத்த உற்பத்தி மற்றும் சராசரி உற்பத்தி இரண்டும் சரியத் தொடங்குகின்றன.

நிலைகளின் இயக்கம்

முதல் நிலையில், மாறும் காரணிகளைவிட மாறா காரணிகள் அதிகமாக உள்ளன. ஆதலால் முதல் நிலையில், மாறா காரணிகளின் இறுதி நிலை உற்பத்தி எதிர்மறையானது. அதற்கு அடுத்தபடியாக, மூன்றாவது நிலைகளில் மாறும் காரணிகளின் இறுதிநிலை உற்பத்தி எதிர்மறையானது. ஆதலால், பகுத்தறிவுள்ள உற்பத்தியாளர் முதல் நிலையையும் மூன்றாம் நிலையையும் தேர்ந்தெடுக்கமாட்டார். அவர் இரண்டாம் நிலையை மட்டுமே தேர்ந்தெடுப்பார். ஏனெனில் மாறும் மற்றும் மாறா காரணிகளின் இறுதி நிலை உற்பத்தி இயல்பானவையே ஆகும். இந்த நிலையில் மொத்த உற்பத்தி உச்ச நிலையை அடைகிறது. இந்த நிலையில் உற்பத்தியாளர் ஒரு விசேஷமான நிலையில் உற்பத்தி காரணியின் விலையை பொருத்து உற்பத்தியை மேற்கொள்வார். இரண்டாவது நிலை நியாயமான உற்பத்தியாளரின் முடிவுகளை குறிப்பதாகும்.

நீண்டகால உற்பத்தி சார்பு - விகித அளவு விளைவு விதி

நீண்ட காலத்தில் அனைத்து உற்பத்திக் காரணிகளும் மாறக்கூடியது. அனைத்து உற்பத்திக் காரணிகளும் அல்லது உள்ளீடுகளும் (Inputs) மாறும்போது வெளியீட்டில் ஏற்படும் மாற்றமே விகித அளவு விளைவு விதியாகும். உயரும் அளவு (an increase in scale) என்பது அனைத்து உள்ளீடுகளும் அல்லது காரணிகளும் ஒரு–சேர அதிகரிப்பதேயாகும்.

விகித அளவு விளைவு விதியின் மூன்று நிலைகள்

விகித அளவில் ஏற்படும் மாற்றங்களினால் வெளியீடுகளில் ஏற்படும் மாற்றத்தை வெளியீட்டை மூன்று நிலைகளாகக் கூறலாம். அவையாவன.

(i) வளர்ந்து செல் விகித அளவு விளைவு விதி

(ii) மாறாத விகித அளவு விளைவு விதி

(iii) குறைந்துசெல் விகித அளவு விளைவு விதி

வளர்ந்துசெல் விகித அளவு விளைவு விதி

அனைத்து உற்பத்திக் காரணிகளையும் உயர்த்தும்போது அந்த விகித அளவிற்கு மேலாக உற்பத்தி பெருகுகின்றது. இதுவே, வளர்ந்து செல் விகித அளவு விளைவு விதியாகும். எடுத்துக்காட்டாக அனைத்து உள்ளீடுகளும் 5 விழுக்காடு உயரும்போது வெளியீடுகள் 5 விழுக்காடுகளுக்கு மேல் உயர்கிறது. அதாவது 10 விழுக்காடாகும். இந்நிலையில் இறுதிநிலை உற்பத்தி அதிகரிக்கும்.

மாறா விகித அளவு விளைவு விதி :

கொடுக்கப்பட்ட விகித அளவில் அனைத்துக் காரணிகளையும் உயர்த்தும்போது, வெளியீடும் அதே விகிதத்தில் உயரும். அதாவது 5 விழுக்காடு அனைத்து உற்பத்திக் காரணிகளும் உயரும்போது அதே அளவு 5 விழுக்காடு சமவிகித அளவில் வெளியீடுகளும் உயரும். இங்கே இறுதி நிலை உற்பத்தி மாறாததாகும்.

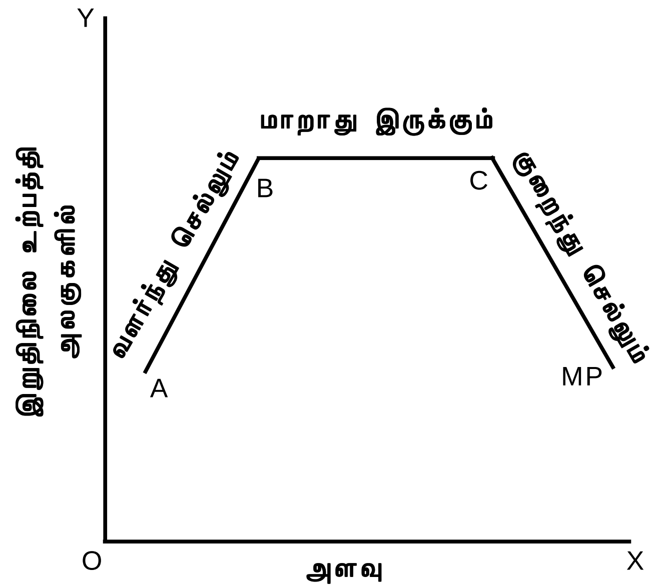
குறைந்து செல் விகித அளவு விளைவு விதி

அனைத்து உற்பத்திக் காரணிகளையும் உயர்த்தும்போது அதே விகித அளவைவிட குறைவாக உற்பத்திப் பெருகினால், அதுவே குறைந்து செல் விகித அளவு விளைவு விதியாகும். அதாவது அனைத்து உற்பத்திக் காரணிகளும் 5 விழுக்காடு உயரும்போது வெளியீடுகள் 5 விழுக்காட்டிற்கு குறைவாக உயர்கிறது அதாவது 3 விழுக்காடு. இந்த கட்டத்தில் இறுதி நிலை உற்பத்தி குறையும்.

அட்டவணை 6.2 விகித அளவு விளைவு

வ. எண்.	அளவு	மொத்த உற்பத்தி	இறுதி நிலை உற்பத்தி	நிலைகள்
1.	1 இயந்திரம் + 1 உழைப்பு	4	4	I வளர்ந்து செல் விகித/ விளைவு விதி
2.	2 இயந்திரம் + 2 உழைப்பு	10	6	
3.	3 இயந்திரம் + 3 உழைப்பு	18	8	
4.	4 இயந்திரம் + 4 உழைப்பு	28	10	
5.	5 இயந்திரம் + 5 உழைப்பு	38	10	II மாறா விகித விளைவு விதி
6.	6 இயந்திரம் + 6 உழைப்பு	48	10	
7.	7 இயந்திரம் + 7 உழைப்பு	56	8	III குறைந்து செல் விகித விளைவு விதி
8.	8 இயந்திரம் + 8 உழைப்பு	62	6	

வரைப்படம் 6.2 விகித அளவு விளைவு விதி



படம் 6.2ல் விகித அளவு விளைவு விதியின் பல நிலைகளை விளக்குகிறது. இறுதிநிலை உற்பத்தி உயரும்போது (AB) மொத்த உற்பத்தி கூடுதலான விகிதத்தில் உயருகிறது. எனவே அங்கே உயர்ந்து செல் விளைவு விதி செயல்படுகிறது. இறுதிநிலை உற்பத்தி மாறாத நிலையில் உள்ளது. (BC), மொத்த உற்பத்தி மாறாத விகிதத்தில் உயரும்போது உள்ள நிலை மாறாத விகித அளவு விளைவு விதி என அழைக்கப்படுகிறது.

இறுதிநிலை உற்பத்திக் குறையும் போது (CMP), மொத்த உற்பத்தி குறைவான விகிதத்தில் அதிகரிக்கிறது. இதுவே குறைந்து செல் விளைவு விதி என்றழைக்கப்படுகிறது.

மாறும் விகித அளவு விளைவு விதி	மாறா விகித அளவு விளைவு விதி
1. குறைந்தகால உற்பத்திச் சார்பு.	நீண்டகால உற்பத்திச் சார்பு
2. எல்லாக் காரணிகளும் மாறாதிருக்கும் போது ஒரே ஒரு காரணி மட்டும் மாறக்கூடியது.	அனைத்துக் காரணிகளும் மாறக்கூடியன
3. உற்பத்திக் காரணிகளின் உற்பத்திக் காரணிகளின் விகிதங்கள்.	விகிதங்கள் மாறக்கூடியது மாறக் கூடியதன்று. அதன் அளவு மாறும்
4. உற்பத்திக் காரணிகள் ஒரு குறிப்பிட்ட விகிதத்தில் ஒரு உற் பத்திப் பொருளை உற்பத்தி செய் வதற்கு இவ்விதி பொருந்தாது.	உற்பத்திக் காரணிகளின் விகிதங்கள் மாறக்கூடியதன்று. அதன் அளவு மாறும்.
5. உயர்ந்து செல் விகித அளவு விளைவுவிதி, உற்பத்திக் காரணி களின் பகுபடாத் தன்மையாலும், உழைப்பின் சிறப்பியல்பாலும் ஏற் படுகிறது. குறைந்து செல் விளைவு விதி உத்தமத் தன்மையற்ற காரணி விகிதத் தாலும் பதிலீட்டுக் காரணிகளின் நிறைகுறை நெகிழ்ச் சியாலும் ஏற்படுகிறது.	வளர்ந்துசெல் விகித அளவு விளைவு விதி, விளைவுச் சிக்கனத்தால் (economics of scale) ஏற்படுகிறது. அதே நேரத்தில் சிக்கன மின்மையால் குறைந்து செல் விளைவு விகிதி ஏற்படுகிறது.

குறுகிய கால மாறும் விகித விளைவு விதி (Laws of Returns)க்கும் நீண்டகால மாறா விகித அளவு விளைவு விதிக்கும் உள்ள வேறுபாடுகள்

உற்பத்திச் சார்பும், சம அளவு உற்பத்திக் கோடுகளும்

சம அளவு உற்பத்திக் கோடுகளின் பகுப்பாய்வு, இரண்டோ அல்லது அதற்கும் மேற்பட்ட உற்பத்திக்காரணிகளை பலவகையில் ஒருங்கிணைந்து ஒரு குறிப்பிட்ட அளவு வெளியீடு உற்பத்தி செய்வதற்கு பயன்படுவதாகும். இரு உற்பத்திக் காரணிகளைக் கருத்திற்கொண்டு (மூலதனம் மற்றும் உழைப்பு) ஒரு நிறுவனம் 1000 அலகு உற்பத்தி செய்வதற்கு பல வகை மூலதனம் மற்றும் உழைப்பின் கலவை எவ்வகையில் உதவி புரிகிறது என்பதனை அட்டவணை 6.3ல் காணலாம்.

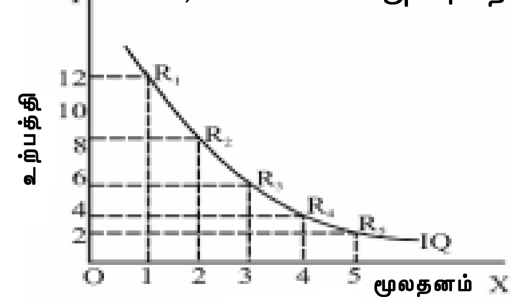
அட்டவணை 6.3

இரு மாறும் உள்ளீடுகளின் உற்பத்தி

இணைப்பு கலவை	மூலதன அலகு	உழைப்பின் அலகு	வெளியீடு (அலகுகளில்)
A	1	12	1000
B	2	8	1000
C	3	5	1000
D	4	3	1000
E	5	2	1000

மேற்காண் அட்டவணையின் மூலம் பல்வேறு அளவிலான உழைப்பு மற்றும் மூலதனத்தின் அனைத்துக் கலவைகளும் ஒரே அளவிலான 1000 அலகுகள் உற்பத்தியைத் தருகிறது என்பது நன்கு புலப்படுகிறது.

வரைப்படம் 6.3 : **சம அளவு உற்பத்திக்கோடு**



சம அளவு உற்பத்திக் கோடுகள் (Isoquant Curves)

இரண்டு அச்சுக்களும் மூலதனம் மற்றும் உழைப்பின் அளவைக் குறிப்பிடுகிறது. (IQ) வளைகோடு பல்வேறு அளவிலான கலவையில் 1000 அலகுகள் உற்பத்தி செய்வதை (Output) விளக்குகிறது. வளைகோட்டின் மேல் R1, R2, R3, R4, R5 ஆகிய புள்ளிகள் மூலதனம்–உழைப்பின் கலவையின் மூலம் 1000 அலகுகள் உற்பத்தி செய்வதைக் காட்டுகிறது. எனவே, மேற்காண் வளைகோடு சம அளவு உற்பத்திக் கோடு என்று அழைக்கப்படுகிறது.

இதனால், சமஅளவு உற்பத்திக் கோடு என்பது இரு உற்பத்திக் காரணிகளைப் பல்வேறு கலவைகளில் பயன்படுத்தி ஒரே அளவு உற்பத்திக் செய்வதைக் குறிக்கும்.

சமஅளவு உற்பத்திக்கோட்டின் இயல்புகள்

1. சமஅளவு உற்பத்திக்கோடுகள் இடமிருந்து வலமாக மேலிருந்து கீழ்நோக்கிச் செல்லும். அதாவது எதிர்மறையாகச் சரிந்துள்ளது,
2. இறுதிநிலை தொழில்நுட்ப பதிலீட்டு விகிதத்தால் சமஅளவு உற்பத்திக்கோடு தோற்றுவாயை நோக்கி குவிந்து காணப்படுகிறது.

இறுதிநிலை தொழில்நுட்ப பதிலீட்டு விதம் (MRTS) காரணி X(மூலதனம்)க்கு பதிலாக Y(உழைப்பு) என்பது ஒரு அலகு காரணி Xக்கு (மூலதனம்) பதிலாக செய்யப்படுவதால் வெளியீட்டின் அளவு மாறாமலேயே இருக்கும்.

$$MRTS\ CL = \Delta L / \Delta C$$

MRTS மேற்காண் விதியை (formula) பயன்படுத்தி கணக்கிடலாம்.

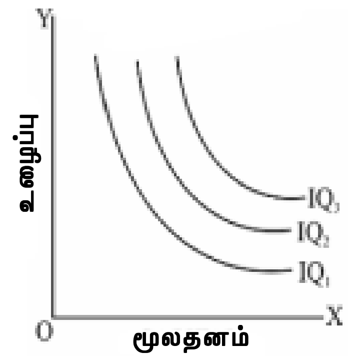
Units of Combination கலவை	Units of Capital மூலதனத்தின் அலகு	MRTS Labour உழைப்பின் அலகு	CL ச.அ.உ.கோ. (உ.மு.)
A	1	12	
B	2	8	4
C	3	5	3
D	4	3	2
E	5	2	1

இதன்மூலம் இறுதிநிலை தொழில்நுட்ப பதிலீட்டு விதம் எப்போதும் குறைகிறது. எனவே சம அளவு உற்பத்திக் கோடு எப்போதும் தோற்றுவாயை நோக்கி குவிந்து காணப்படுகிறது. சமஅளவு உற்பத்திக் கோட்டின் சரிவு இறுதிநிலை தொழில்நுட்ப பதிலீட்டு விகிதத்தைக் குறிக்கிறது.

3. சமஅளவு உற்பத்திக்கோடு உயரே செல்லச் செல்ல உற்பத்தி வெளியீடும் உயர்ந்து கொண்டே செல்லும். பல்வேறு உற்பத்தி வெளியீடுகளைக் குறிக்கும் சமஅளவு உற்பத்திக் கோடுகளின் தொகுதி *“சமஅளவு உற்பத்திக் கோட்டு (Isoquant maps) வரைபடம்”* என அழைக்கிறோம். சமஅளவு உற்பத்தி உற்பத்திக் கோட்டு வரைபடத்தில். வலது பக்கத்தில் உள்ள சமஅளவு உற்பத்திக் கோடு அதிக அளவு வெளீடுகளைக் குறிக்கிறது.
4. சமஅளவு உற்பத்திக்கோடுகள் ஒன்றை ஒன்று வெட்டிக்கொள்ளாத தாகவும், ஒன்றை ஒன்று தொட்டுச் செல்லாததாகவும் உள்ளது. இவ்வாறுள்ளபோது ஒரே சமஅளவு உற்பத்திக் கோட்டிலுள்ள அனைத்து வகை கலவைகளும் ஒரே அளவிலான வெளியீடுகளைக் குறிப்பிடாது.

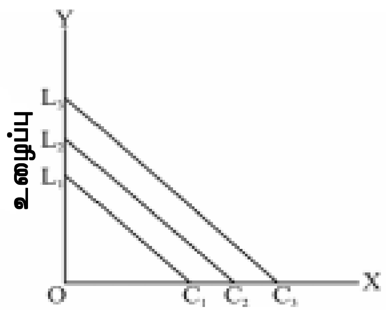
வரைப்படம் 6.4

சமஉற்பத்தி வளைகோடுகள்



வரைப்படம் 6.5

சமஉற்பத்தி செலவுக் கோடுகள்



சமஉற்பத்திச் செலவுக்கோடு

ஒரு நிறுவனம் தனது உற்பத்தியைத் தெரிவு செய்வதற்கு பல்வேறு உற்பத்திற்காரணிகளின் கலவையை தீர்மானித்துச் செயல்பட சமஉற்பத்திச் செலவுக் கோடுகள் பெரும் பங்கு வகிக்கின்றது. ஒரு நிறுவனம் குறிப்பிட்ட அளவு பணச் செலவில் வாங்கக்கூடிய இருகாரணிகளின் பல

தொகுப்புக்களைக் குறிப்பிடுவதே சம உற்பத்திச் செலவுக்கோடு ஆகும். உயர் சமஉற்பத்திச் செலவுக்கோடுகள் அதிக பணச் செலவில் வாங்கக் கூடியதையும், குறைந்த சமஉற்பத்திச் செலவுக்கோடுகள் குறைவான பணச் செலவில் வாங்கக் கூடியதையும் குறிக்கச் செய்கிறது.

சமஉற்பத்திச் செலவுக் கோடுகள் இருவிதத்தில் தீர்மானிக்கப்படுகின்றன

1. உற்பத்திக் காரணிகளின் விலைகள்
2. நிறுவனம் உற்பத்திக் காரணிகள்மீது பெறும் மொத்தப் பணச்செலவு. மேல்குறிப்பிட்ட இரண்டைப் பொருத்தே சம உற்பத்திச் செலவுக் கோடு வரையப்படுகிறது. இரு காரணிகளின் விலை விகிதமே சமஉற்பத்தி செலவுக்கோட்டின் சரிவற்குச் சமமாகும். இதனால், சமஉற்பத்தி சரிவுக்கோட்டின் செலவு என்பது

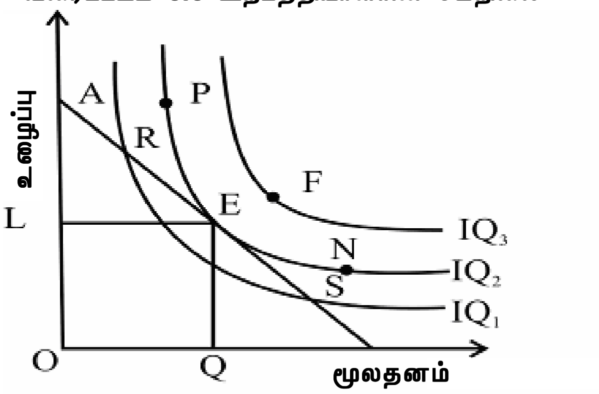
$$\text{சமஉற்பத்திச் செலவுக்கோட்டின் சரிவு} = \frac{\text{காரணி } X\text{ன் விலை (மூலதனம்)}}{\text{காரணி } Y\text{ன் விலை (உழைப்பு)}}$$

உற்பத்தியாளர் சமநிலை

ஒரு சிறந்த உற்பத்தியாளன், கொடுக்கப்பட்ட காரணிகளின் உற்பத்தி செலவில், அதிக அளவு உற்பத்தியை பெற முயல்வான். குறைந்த அளவு காரணிக் கலவைகளைப் பயன்படுத்தி ஒரு குறிப்பிட்ட அளவு வெளியீட்டில் உச்சலாபத்தை உற்பத்தியாளர் பெறுகிறார்.

இவ்வளவு காரணிகளின் செலவுக் கலவை உற்பத்தியாளருக்கு உத்தமானதொன்றாகும்.

வரைப்படம் 6.6 உற்பத்தியாளரின் சமநிலை



படம் 6.5 'E' சமநிலைப் புள்ளி ஆகும். சமஉற்பத்தி செலவுக்கோடு 'AB' சமஅளவு உற்பத்திக்கோடு 1Q2க்கு தொடுகோடாக உள்ளது. கொடுக்கப்பட்டுள்ள வரவு செலவுகோடு ABயில் P, N, F புள்ளிகள் உற்பத்தியாளர் அடைய முடியாத நிலையில் உள்ளது. IQ2 வில் உள்ள `E' புள்ளியைவிட சம அளவு உற்பத்திக்கோடு IQ2 உள்ள R மற்றும் S புள்ளிகள் குறைந்த அளவு உற்பத்தியையே தரும். காரணக் கலவையில் R, E, Sல் செலவிடப்பட்ட தொகை ஒரே மாதிரியானது. ஆனால் புள்ளி 'E'ல் உற்பத்தி வெளியீடு அதிகம் ஏனெனில் 'E' உயர் சமஅளவு உற்பத்திக் கோட்டில் உள்ளது. சமஅளவு செலவுக்கோடு மற்றும் சமஅளவு உற்பத்திக்கோடு தொட்டுச் செல்லும் 'E' என்ற தொடும்புள்ளியை உற்பத்தியாளர் உற்பத்திச் செய்வதற்கு தேர்ந்தெடுப்பார்.

இவ்வாறு. உற்பத்தியாளர் E புள்ளியில் சமநிலை அடைகிறார். அப்புள்ளியில் 'E' சமஅளவு உற்பத்திக் கோட்டினை சமஅளவு செலவுக்கோடு தொட்டுச் செல்லும். இப்புள்ளியில் சமஅளவு உற்பத்திக் கோடும், சமஅளவு. செலவுக்கோடும் சம அளவில் சரிகின்றன. இவ்வாறு சமநிலைப் புள்ளியில் இறுதிநிலை தொழில்நுட்ப பதிலீட்டு விகிதமும் உற்பத்திக் காரணிகளின் விலைவிகிதமும் சமம். எனவே, உற்பத்தியாளரின் 'சமநிலை நிபந்தனை என்பது

$$\mathbf{MRTs\ xy} = \frac{\mathbf{Px}}{\mathbf{Py}}$$

இந்த சமநிலைப்புள்ளியில் Eயின் கலவையே (அதாவது OL உழைப்பு, OQ மூலதனம்) குறைந்த செலவு என்றழைக்கப்படுகிறது.

காப்-டக்லஸ் உற்பத்தி சார்பு :

பொருளியலில் எளிமையானதும், பரவலாகப் பயன்படுத்தப்படும் உற்பத்திச் சார்பு காப்–டக்லஸ் உற்பத்திச் சார்பு ஆகும். இப்புள்ளியியல் உற்பத்தி சார்பை அளித்தவர்கள் பேராசிரியர்கள் C.W. காப் மற்றும் P.H. டக்லஸ் ஆவார்கள்.

காப்–டக்லஸ் உற்பத்திச் சார்பு பின்வருமாறு

$Q = bL^{a} C^{1-a}$ இதில்

Q = உண்மை வெளியீடு

L = உழைப்பு

C = மூலதனம்

b = உழைப்பின் எண்ணிக்கை அளவு

a = அடுக்கு வித அளவு உழைப்பு (exponent of labour)

1-a = அடுக்கு வித அளவு மூலதனம் (exponent of capital)

மேற்காணும் உற்பத்திச் சார்பின்படி இரு உற்பத்திக் காரணிகளும் (உழைப்பு மற்றும் மூலதனம்) ஒரு விழுக்காடு அதிகரிக்கும்போது வெளியீடு (மொத்த உற்பத்தி) அதிகரிக்கும். ஒரு விழுக்காடு உள்ளீடுகள் அதிகரிக்கும்போது வெளியீடுகளும் ஒரு விழுக்காடு உயருகிறது. இதன்மூலம் காப்–டக்லஸ் உற்பத்திச் சார்பு மாறாத விகித அளவு விளைவு விதியை மட்டும் விளக்குகிறது. இதன் முக்கிய காரணம் என்னவென்றால் அடுக்கு வித அளவு மூலதனமானது. அடுக்கு வித அளவு உழைப்பை சார்ந்துள்ளது. இது எப்பொழுதும் ஒன்று என ஆகும். எடுத்துக்காட்டாக அடுக்கு விதி அளவு உழைப்பு 0.2 எனில் அடுக்கு வித அளவு மூலதனம் 0.8 ஆக இருக்கும்; அதுபோல் அடுக்கு வித அளவு உழைப்பு 0.3 எனில் அடுக்கு வீத அளவு மூலதனம் 0.7 ஆகும்.

அடுக்கு வித அளவை சுதந்திரமாக செயல்படவிடுவதனால் இச்சமன்பாடு இவ்வாறு எழுதப்படுகிறது $\mathbf{Q = bL_a C_b}$.

மேற்காண், உற்பத்திச் சார்பில் அடுக்குவித அளவின் கூடுதல் மாறா விகித அளவு விளைவு விதியின் தரத்தைக் குறிக்கிறது

$a + b > 1$: வளர்ந்து செல் விகித விளைவு விதி

$a + b = 1$: மாறாத விகித விளைவு விதி

$a + b < 1$: குறைந்து செல் விகித விளைவு விதி

பேரளவு உற்பத்தி – பொருளாதார சிக்கனத்தின் வகைகள் (பொருளாதாரச் சிக்கனங்கள்) (Economies of Scale)

சிக்கனம் என்பது நன்மைகள். 'அளவு' என்பது அலகுகளின் அளவைக் குறிக்கும். பொருளாதாரச் சிக்கனங்கள் என்பது பேரளவு உற்பத்தியில் ஏற்படும் செலவு சார்ந்த நன்மைகள் ஆகும். உற்பத்தியின் அளவு அதிகரிக்கும்போது கட்டுமான செலவுகள் குறையத் தொடங்கும். உள்ளீடுகளை மொத்தமாக வாங்கும்போது உற்பத்தியாளர் பேரம் பேசி வாங்குவதானல் சராசரி மாறும்

செலவினம் கூட குறைகிறது. அனைத்து நன்மைகளும் பேரளவு உற்பத்தியினால் கிடைப்பதனால் இதனை பொருளாதாரச் சிக்கனங்கள் என அழைக்கிறோம்.

பொருளாதாரச் சிக்கனங்கள் இருவகைப்படும்

(அ) அகச் சிக்கனங்கள் (ஆ) புறச்சிக்கனங்கள்

அகச் சிக்கனங்கள்

நிறுவனத்தினுள்ளேயே பெறப்படும் நன்மைகள் அகச் சிக்கனங்கள் என்றழைக்கப்படும். அவை உள்ளீடானவை (endogenous) பிற நிறுவனங்களின் செயல்பாடுகளினால் அல்லாமல் ஒரு தனி நிறுவனத்தின் செயல்பாட்டினால் மட்டுமே இது ஏற்படுகிறது. எடுத்துக்காட்டாக ஒரு நிறுவனம் நல்ல மேலாண்மை மூலம் நன்மைகள் பலபெறும்; மற்றொன்று நவீன இயந்திரங்களைப் பெற்றிருப்பதனால் அதிக நன்மைகளை அடையலாம். அகச் சிக்கனங்கள் ஐந்து வகைப்படும். அவை யாவன.

1. தொழில்நுட்பச் சிக்கனங்கள்

நிறுவனத்தின் அளவு பெரிய அளவு இருப்பதால், கிடைக்கும் மூலதனமும் அதிகமாக இருக்கும். இதனால், ஒரு நிறுவனம் நவீன தொழில் நுட்பங்களை புகுத்தமுடியும்; எனவே இதன் மூலம் உற்பத்தியை அதிகரிக்கச் செய்ய முடியும். மேலும் ஆராய்ச்சி மற்றும் வளர்ச்சியினால் உற்பத்தியின் தரத்தை உயர்த்த முடியும்.

2. நிதிச் சிக்கனங்கள்

பெரிய நிறுவனங்கள் சந்தையில் பங்கு விற்பனை மூலம் மூலதனப் பெருக்கத்தை ஏற்படுத்தலாம். சிறு நிறுவனங்கள் மூலதனத்திற்காக கடன் வாங்கும்போது, பெரிய நிறுவனங்கள் மூலதனத்தைப் பெறமுடியும்.

3. மேலாண்மைச் சிக்கனங்கள்

பேரளவு உற்பத்தியின் விளைவுதான் வேலைப் பகுப்பு முறை. வேலைப் பகுப்புமுறை இருந்தால் சரியான மனிதர்கள் சரியான துறையில் இருப்பார்கள். ஒவ்வொரு துறைக்குமான பொறுப்புணர்வை ஏற்படுத்த மேலாளருக்கு இது உதவும்; இதன்மூலம் உற்பத்தி அதிகரிக்கும். மொத்த உற்பத்தி உச்ச நிலையை எட்டும்.

4. உழைப்புச் சிக்கனங்கள்

பேரளவு உற்பத்தி வேலைபகுப்புமுறைக்கு வழிவகுத்தது. இதனை 'சிறப்பு உழைப்பு' எனலாம். இது உழைப்பின் தரம் மற்றும் திறனை அதிகரிக்கும். நிறுவனத்தின் உற்பத்தித் திறன் இதனால் அதிகரிக்கும்.

5. சந்தை சார்ந்த சிக்கனங்கள்

உற்பத்தியில், முதலில் மூலப்பொருள் வாங்குபவர் உற்பத்தியாளர். நிறுவனம் பேரளவு ஆக இருக்கும்போது வாங்கிய பொருளும் அதிகமாகும். இது உற்பத்தியாளருக்கு சிறந்த வாங்கும் சக்தியைத் தருகிறது. மேலும் அவர் கடன் வசதியையையும் பெற இயலும். பேரளவு உற்பத்தியின் காரணமாகவே மேற்காண் அனைத்தும் சாத்தியமாகும். சந்தையில் வாங்குதல் முதல் நடவடிக்கை எனலாம்.

6. சந்தையில் தொடர்ந்திருப்பதன் சிக்கனங்கள்

பெரிய நிறுவனங்கள் பல்வேறு உற்பத்திகளைக் கொண்டிருக் கலாம். ஒரு பொருளின் உற்பத்தி சந்தையில் தோல்வியுற்று நட்ட மேற்பட்டாலும் வேறொரு பொருள்களின் இலாபத்தினால் இதனை ஈடுசெய்ய முடியும்.

7. புறச் சிக்கனங்கள்

அதிக நிறுவனங்கள் ஒரு குறிப்பிட்ட பகுதியில் விரிவடைந்து கொண்டிருக்கும் போது அதாவது தொழில் வளரும்போது அவை அதிக நன்மைகளைப் பெறுகிறது. இதனைப் புறச் சிக்கனங்கள் என்கிறோம். இது ஒரு நிறுவனம் மட்டுமே பெறும் நன்மையல்லாது அமைப்பு மாற்றத்தால் அனைத்தும் நிறுவனங்களும் பெறும் பயனாகும். அவைகளாவன.

அ) மேம்பட்ட போக்குவரத்து வசதிகள்

ஆ) வங்கி செயல்பாடு சார்ந்த வசதிகள்

இ) நாகரீக வளர்ச்சி

ஈ) தகவல் மற்றும் தொலைத்தொடர்பு வளர்ச்சி

தொழிற்சார் பகுதிகளில் மேற்காண் வசதிகள் அனைத்தும் எளிதில் கிடைக்கின்றது.

சிக்கனமின்மைகள் (Diseconomies of Scale)

பேரளவு உற்பத்தியினால் ஒரு நிறுவனத்திற்கோ, குழு நிறுவனங் களுக்கோ எழும் தீமையே சிக்கனமின்மைகள்.

அகச் சிக்கனமின்மைகள்

ஒரு நிறுவனம் தொடர்ந்து உத்தம நிலைக்கு மேலும் விரிவடைந்து செல்லும்போது பொருளாதாரச் சிக்கனங்கள் மறைவதுடன் சிக்கனமின்மைகள் தொடங்குகிறது. எடுத்துக்காட்டாக நிறுவனத்தின் அளவு அதிகரிக்கும்போது ஒரு குறிப்பிட்ட நிலையில் மேலாண்மை இடர்பாடுகள் குறிப்பிட்ட நிறுவனத்திற்கு ஏற்படுவதால், சராசரி உற்பத்திச் செலவு அதிகரிக்கும். இதுவே 'அகச்சிக்கனமின்மை' எனப்படும்.

புறச்சிக்கனமின்மைகள்

ஒரு குறிப்பிட்ட நிலைக்குப் பிறகு அளவுக்கதிகமான நிறுவனங்கள் ஓரிடத்தில் குவிந்து காணப்படுதலாலும் தொழிலை உள்ளூர் மயமாக்குவதாலும் உற்பத்தியில் சிக்கனமின்மை ஏற்படுகிறது. அப்பகுதியில் உள்ள அனைத்து நிறுவனங்களுக்கும் இது பொதுவானது. எடுத்துக்காட்டாக குறிப்பிட்ட பகுதியில் தொழிற்சாலைகளை விரிவாக்குவதால் அதிக வாரம் மற்றும் அதிகச் செலவு ஏற்படுகிறது. எனவே ஒரு குறிப்பிட்ட பகுதியில் அமைந்துள்ள தொழிற்சாலையால் (industry) அங்குள்ள அனைத்து நிறுவனங்களும் (firm) மேற்காண் புறச்சிக்கனமின்மையால் பாதிக்கப்படுகிறது.

பயிற்சி

பகுதி – ஆ

I. சரியான விடையைத் தேர்ந்தெடுக்கவும்.

1. உற்பத்தி என்பது

அ. பயன்பாட்டின் அழிவு ஆ. பயன்பாட்டை உருவாக்குதல்

இ. மாற்று மதிப்பு ஈ. ஏதுமில்லை

2. நிலத்தின் ஆரம்ப அளிப்பு விலை

அ. பூஜ்யம் ஆ. ஒன்றுக்கும் அதிகமானது

இ. ஒன்றுக்கும் குறைவானது ஈ. ஒன்றுக்கும் சமமானது

3. உழைப்பை .... இருந்து பிரிக்க முடியாது.

அ. முதல் ஆ. உழைப்பாளரிடம்

இ. இலாபம் ஈ. உற்பத்தி அமைப்பு

4. முதலுக்கு அளிக்கப்படும் ஊதியம்

அ. வட்டி ஆ. இலாபம்

இ. கூலி ஈ. வாடகை

5. .... ஏற்கும் ஒருவரே வெற்றிகரமான ''தொழில் முனைவோர்'' ஆவார்.

அ. புத்தாக்கம் புனைதல்

ஆ. இடர்பாடுகளை

இ. உற்பத்தி அலகின் இடத்தைத் தேர்ந்தெடுத்தல்

ஈ. ஏதுமில்லை

II. கோடிட்ட இடங்களை நிரப்புக.

6. நிலமும், உழைப்பும் .... உற்பத்திக் காரணிகள் ஆகும்.

7. நாடுகளின் செல்வமும் அதை உருவாக்குகின்ற காரணிகளைப் பற்றிய ஆய்வு என்ற நூலை எழுதியவர் ....

8. ஒர் அங்காடியின் விரிவு .... முறையின் அளவை தீர்மானிக்கிறது.

9. .... என்பது வேறு பல பண்டங்களை உற்பத்தி செய்திட மனித முயற்சிகளால் உருவாக்கப்பட்டது.

10. .... என்பது ஒரு நிறுவனத்தின் உள்ளீடு வெளியீடுகளுக்கு இடையே உள்ள இயல்பான தொடர்பாகும்.

III. பொருத்துக

11. தொழில்முனைவோர் ஓர், புத்தாக்கப்பணி செய்பவர்	- காப்டக்லஸ்
12. வேலைப் பகுப்புமுறை	- ஹாலே
13. உற்பத்தி சார்பு	- பேராசிரியர் சும்பீட்டர்
14. இடர்பாடுகளின் தொகுப்பு	- மார்ஷல்
15. உடல் உழைப்பு அல்லது	- ஆடம் சுமித்

IV. ஓரிரு வார்த்தைகளில் விடையளி

16. சமுதாய மாற்றம் காணும் முகவர் யார்?

17. அகச்சிக்கனங்கள் எவ்வாறு தோன்றுகிறது?

18. சமஅளவு உற்பத்திக் கோட்டிற்கு வேறு பெயர் யாது?

19. உற்பத்தியாளர் சமநிலையை அடைய நிபந்தனை யாது?

20. காப்–டக்லஸ் உற்பத்தி சார்பினைக் கூறு.

பகுதி–ஆ

பின்வரும் வினாக்களுக்கு நான்கு அல்லது ஐந்து வரிகளில் விடையளிக்கவும்.

21. பயன்பாட்டின் வகைகளைக் கூறு.

22. உழைப்பு என்றால் என்ன?

23. வேலைப்பகுப்பு முறை என்பதன் பொருள் யாது?

24. மூலதனத்தின் வடிவங்கள் யாவை?

25. உற்பத்தி சார்பு என்றால் என்ன? வகைப்படுத்துக.

பகுதி–இ

பின்வரும் வினாக்களுக்கு ஒரு பக்க அளவில் விடையளிக்கவும்.

26. வேலைப்பகுப்பு முறையின் சிறப்புகளையும், குறைகளையும் விளக்குக.

27. மூலதனத்தன் பண்புகளை வரிசைப்படுத்தி விளக்குக.

28. தொழில் முனைவோரின் பணிகள் யாவை?

29. விகித அளவு விளைவு விதியையும் மாறும் விகித அளவு விளைவு விதியையும் ஒற்றுமைகளையும், வேற்றுமைகளையும் விளக்குக.

30. உற்பத்தியாளர் சமநிலையை சமஅளவு உற்பத்திக் கோடுகளைக் கொண்டு விளக்குக.

பகுதி–ஈ

பின்வரும் வினாக்களுக்கு மூன்று பக்க அளவில் விடையளிக்கவும்

31. நிலம் என்றால் என்ன? நிலத்தின் சிறப்பியல்புகளை விளக்குக.

32. உழைப்பு என்றால் என்ன? உழைப்பின் இயல்புகளை விளக்குக.

33. விகித அளவு உற்பத்தியின் மூன்று நிலைகளை விளக்குக.

34. காப்–டக்லஸ்ஸின் உற்பத்தி சார்பை விளக்குக.

35. மாறும் விகித விளைவு விதியைக் கூறி விளக்குக.

36. சமஅளவு உற்பத்திக் கோடுகள் என்றால் என்ன? அதன் இயல்புகளை விளக்குக.

37. பொருளாதார சிக்கனங்களின் வகைகளை விளக்குக.

பாடம் - 7

செலவும் வருவாயும்

செலவு

ஒரு பொருளை உற்பத்தி செய்யும் போது ஏற்படுகின்ற பலவகையான செலவினங்கள் "உற்பத்திச் செலவு" (Cost of Production) என்று அழைக்கப்படும். இது அப்பொருளை உற்பத்தி செய்யும் பொழுது செலவு செய்யப்படும் பணத்தை குறிக்கும். இந்த உற்பத்திச் செலவினை – தொழிலின் அளவு, உற்பத்தி நிலை, தொழில் நுட்பத்தின் தன்மை, உள்ளீடு பொருட்களின் அளவு, உழைப்பு மற்றும் மேலாண்மையின் திறன் போன்ற காரணிகள் தீர்மானிக்கின்றன. இவ்வாறு ஒரு பொருளின் உற்பத்திச் செலவு என்பது உற்பத்திக் காரணிகளுக்கு செலுத்தப்படுகிற `மொத்த விலையே' (aggregate price) ஆகும்.

செலவுச் சார்பு

செலவுச் சார்பு என்பது மொத்த செலவினங்களுக்கும் மற்றும் உற்பத்திக்கும் இடையே உள்ள தொடர்பினை (functional relationship) வெளிப்படுத்துகிறது. குறியீட்டுருவாக செலவுச் சார்பு என்பது :

$C = f(Q)$ ஆகும்.

இங்கு C என்பது செலவுக்குச் சமம் [C = Cost]

Q என்பது உற்பத்திக்குச் சமம் [Q = Output]

செலவு மற்றும் செலவினங்கள்

பணச்செலவு மற்றும் உண்மைச் செலவு : (Money cost and Real Cost)

ஒரு தொழில் நிறுவனம் ஒரு பொருளை உற்பத்தி செய்ய பணமாகச் செலவிடுகின்ற அனைத்துத் தொகையையுமே பணச்செலவு என்று அழைக்கிறோம். இது,

i) மூலப்பொருளுக்கானச் செலவு,

ii) உழைப்பிற்கான கூலி, மற்றும் சம்பளம்

iii) இயந்திரங்களுக்கும் கருவிகளுக்காகும் செலவு

iv) இயந்திரங்கள், கட்டடங்கள் போன்ற மூலதனப் பொருட்களை பழுதுபார்க்கும் செலவு

v) மூலதனத்திற்கான வட்டி

vi) விளம்பரச் செலவு, காப்பீட்டுச் செலவு

vii) தொழில் முனைவோருக்கான இலாபம் போன்ற செலவினங்களை உள்ளடக்கும்.

உண்மைச் செலவு என்பது தன் உள்ளுணர்வு சார்ந்த கருத்தாகும். (Subjective Concept) ஒரு பொருளை உற்பத்தி செய்வதில் ஏற்படும் துன்பம் மற்றும் தியாகத்தை இது குறிக்கும். உற்பத்திக் காரணிகளை பெற்று அவற்றை உற்பத்தியில் ஈடுபடுத்த ஆகும் ஊதியங்களின் மொத்தம் பணச்செலவு எனப்படும். ஆனால் உண்மைச் செலவு என்பது பணத்தை சேமித்து முதலீடு செய்வதில் ஏற்படுகிறதான முயற்சியையும் தியாகத்தையும், உழைப்பாளிகள் விட்டுக்கொடுக்கும் அவர்களது ஓய்வு நேரத்தையும், கடும் முயற்சி யையும், உடலுழைப்பையும் நிலஉரிமையாளர்களின் ஊக்கத்தையும் மனநிறைவு, நிறைவற்ற மனநிலைகளையும் குறிக்கும்.

பிறவாய்ப்புச் செலவு

ஒரு பண்டத்தின் சிறந்த பயன்பாடு தேர்ந்தெடுக்கப்படுவதால் அதனுடைய அடுத்த சிறந்த பயன்பாடு விட்டுக் கொடுக்கப்பட வேண்டியுள்ளது. எடுத்துக்காட்டாக கோதுமையை பயரிடும் உழவர் தன்னிடமுள்ள அதே உற்பத்திக் காரணிகளைப் பயன்படுத்தி உருளைக்கிழங்கை சாகுபடி செய்யலாம். ஒரு குவின்டால் கோதுமையின் பிறவாய்ப்புச் செலவுயாதெனில் விட்டுத்தந்த உருளைக்கிழங்கின் உற்பத்தி அளவேயாகும்.

பேரேட்டு செலவு / வெளியுறுச் செலவு (Accounting Cost or Explicit Cost)

ஒரு பண்டத்தை உற்பத்தி செய்ய ஒரு தொழில்முனைவோர் உற்பத்திக் காரணிகளுக்கு அளிக்கும் ஊதியங்கள் மற்றும் கட்டணங்களுமே உள்ளார்ந்த செலவுகள் எனப்படும். கணக்கிடும் செலவு (கணக்கீட்டுச் செலவு) என்பது உற்பத்தியாளன் நேரடியாக செலுத்தும் (அ) அவரே கணக்கிடும் – நியமிக்கப்பட்ட உழைப்பாளரின் கூலி, பெறப்பட்ட முதலீடு பண்டங்களின் விலைகள், எரிபொருள் மற்றும் மின்சார செலவுகள், உற்பத்தி வேலைகளுக்காக வாடகைக்குக் கொள்ளப்பட்ட கட்டிடத்திற்கான வாடகை, கடன் வாங்கப்பட்ட மூலதனத்திற் கான வட்டிவீதம் மற்றும் செலுத்தப்பட்ட வரிகள் ஆகியவற்றை உள்ளடக்கியதாகும்.

பொருளாதாரச் செலவு (Economic Cost)

வெளியுறு செலவுகள், (Explicit cost) மட்டுமின்றி உள்ளார்ந்த செலவுகளையும் சேர்ந்த மொத்தத் தொகையே பொருளாதாரச் செலவாகும். தன்னுடைய சுய உழைப்பு, முயற்சி, சிந்தனை மற்றும் தனக்குச் சொந்தமான காரணிகளை ஒரு தொழில் முனைவோர் உற்பத்தியில் பயன்படுத்துவதால் அச்சுய சேவைக்கான வெகுமதியே உள்ளார்ந்த செலவாகும். இதற்கு மறைந்திருக்கும் செலவு (Imputed Cost) என்ற பெயரும் உண்டு. தன் சொந்தத் தொழிலில் தனது பணத்தையே முதலீடாகப் போட்டு, தனது சுய உற்பத்திப் பணிகளுக்காக கூலி மற்றும் சம்பளத்தை பெற்று, தனக்கு சொந்தமான நிலத்தையும் இடத்தையும் பயன்படுத்தி அதற்கான வாரத்தையும் பெற்றுக் கொண்டால் அவற்றையே உள்ளார்ந்த செலவுகள் என்று கணக்கிடப்படும். இவ்வாறாக

பொருளாதாரச் செலவு = வெளியுறு செலவுகள் + உள்ளார்ந்த செலவுகள்

தொழில் நிறுவனம் இலாபம் ஈட்ட வேண்டுமாயின் தான் ஈட்டும் வருவாய் உற்பத்தி செலவைவிட கூடுதலாக இருக்கு வேண்டும் என்பது குறிப்பிடத்தக்கது.

பொருளாதார இலாபம் = மொத்த வருவாய் – மொத்தச் செலவு.

தனியார்ச் செலவு மற்றும் சமூகச் செலவு

தனியார் துறை நிறுவனத்தில் உற்பத்திக்காகும் செலவு தனியார் செலவு ஆகும். இந்நிறுவனத்தின் வெளியுறு செலவுகள் மற்றும் உள்ளார்ந்த செலவுகளின் கூட்டுத் தொகையே தனியார் செலவாகும்.

சமூகச் செலவு என்பது உற்பத்தி நிறுவனத்தின் உற்பத்திச் செலவு அன்று. அது சமுதாயத்தில் இருக்கும் மற்ற மக்களுக்கு ஏற்பட்ட செலவாகும். எடுத்துக்காட்டாக ஒரு எண்ணெய் சுத்திகரிப்பு ஆலை வெளியேற்றும் கழிவுப் பொருட்கள் ஆற்று நீருடன் கலந்து அதில் தூய்மைக் கேடு ஏற்படுத்தி, அதன் விளைவாக சமூகத்தின் சுக நலம் பாதிக்கப்படும். அது அச்சமூகத்தில் ஒரு செலவினத்தை ஏற்படுத்தும். அச்சமுதாயம் அச் செலவினை மேற்கொள்ள முற்படும்.

மாறாச் செலவும் மாறும் செலவும்

இவ்விரு செலவுகளும், காலப்போக்கில் பல்வேறு உற்பத்தி நிலைகளில் செலவினங்களின் நடவடிக்கைகளைப் புரிந்துகொள்ளப் பெரிதும் பயன்படுகிறது.

மாறாக் காரணிகள் மாறும் காரணிகள் மற்றும் செலவுகள்

மாறா காரணிகள் மற்றும் மாறும் காரணிகள் குறுகியகால உற்பத்தியில் மட்டுமே சார்ந்திருக்கக்கூடியவை. குறுகியகாலத்தில் சில உற்பத்திக் காரணிகளை மாற்ற இயலாது. இக்காரணிகள் மாறாக் காரணிகள் (Fixed Factors) என்று அழைக்கப்படுகின்றன. மாறா உற்பத்திக் காரணிகளுக்கு ஆகும் செலவு மாறாச் செலவு (Fixed Cost) என்று அழைக்கப்படுகின்றது. குறுகிய காலத்தில் உற்பத்திக் காரணிகளின் அளவை மாற்றி அமைக்க முடியும் எனில் அதனை மாறும் காரணிகள் என்றும், அதனால் ஏற்படும் செலவு மாறும் செலவு (Variable Cost) எனவும் அழைக்கப்படுகின்றது. மாறாச் செலவு பல்வேறு உற்பத்தி நிலைகளிலும் மாறாததாகவே இருக்கும். ஆனால் மாறும் செலவுகள் பல்வேறு உற்பத்தி நிலைகளிலும் மாறிக்கொண்டே இருக்கும்.

குறுகியக் காலத்தில், மாறாச் செலவு என்பது உற்பத்தியைப் பொறுத்தது அன்று, அதாவது உற்பத்தி வெளியீட்டிற்கேற்ப அவை மாறுபடாதவை. உற்பத்தி குறைவாக அல்லது உயர்வாக இருந்தாலும் சில செலவுகள் மாறாதவையாக நிலையானதாக இருக்கும். எடுகா: குத்தகை (வாரம்), மூலதனத்திற்காக வட்டி வீதம், நிரந்தர பணியாளருக்கான ஊதியங்கள், காப்பீட்டுக் கட்டணம், வரிகள் சில.

மாறும் செலவுகள் என்பன குறுகிய காலத்தில் மாற்றக்கூடிய காரணிகளை வேலைக்கு அமர்த்தி அவைகளுக்காக ஏற்பட்ட செலவாகும். மொத்த மாறும் செலவு (TVC) என்பது உற்பத்தி அளவோடு மாறக்கூடியது. இச் செலவு உற்பத்தி அதிகரிக்கும் போது அதிகரித்து, உற்பத்தி குறையும் போது குறையக்கூடியது. உற்பத்தி ஏதும் இல்லையெனில் மாறும் செலவும் பூஜ்ஜியமாக இருக்கும். இம் மாறும் செலவு உழைப்பிற்கு அளிக்கும் கூலி, மூலப்பொருள் எரிபொருள், மின்சாரம் போன்றவற்றிற்கான விலையையும் போக்குவரத்து செலவையும் உட்படுத்தியது.

மொத்தச் செலவு (Total Cost)

மொத்தச் செலவு என்பது மொத்த மாறாச் செலவையும் மொத்த மாறும் செலவையும் கூட்டிய மொத்தத் தொகையாகும்.

$$TC = TFC + TVC$$

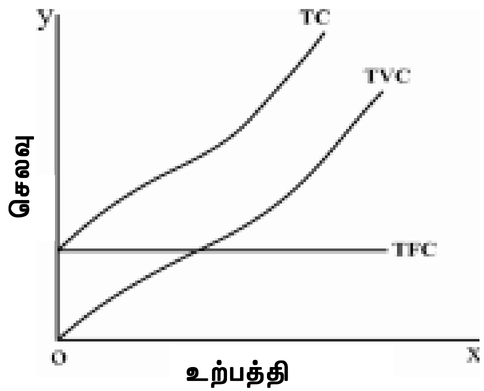
TC மொத்தச் செலவு = மொத்த மாறாச் செலவு + மொத்த மாறும் செலவு

இவ்விடத்தில் மொத்த மாறாச் செலவு என்பது நிலையானது. அது உற்பத்தியின் அளவோடு மாறக் கூடியது அல்ல. எனவே மொத்தச் செலவில்

ஏற்படும் மாற்றம், மாறும் செலவில் மட்டுமே ஏற்பட்ட மாற்றத்தின் பாதிப்பு என்பது கருத்தில் கொள்ள வேண்டியதாகும்.

மொத்த மாறாச் செலவு, மொத்த மாறும் செலவு மற்றும் மொத்தச் செலவு என்பனவற்றின் தொடர்பினையும் அதன் விளக்கத்தையும் வரைபடம் 7.1ல் காணலாம்.

வரைப்படம் 7.1



குறுகிய கால சராசரி செலவு வளைகோடுகள்

சராசரி மாறாச் செலவு (AFC)

சராசரி மாறாச் செலவு என்பது உற்பத்தியின் ஒரு அலகிற்கான மாறாச் செலவாகும். இது மொத்த மாறாச் செலவினை உற்பத்தி அலகுகளால் வகுக்கும்போது கிடைக்கும் ஈவாகும்.

$$(\text{சராசரி மாறாச் செலவு})AFC = \frac{\text{மொத்த மாறாச் செலவு (TFC)}}{\text{உற்பத்தி (Q)}}$$

எடுத்துக்காட்டாக ஒரு உற்பத்தி நிறுவனத்தின் மொத்த மாறாச் செலவு ரூ.2000. அதன் உற்பத்தியின் அளவு 100 அலகுகள். சராசரி மாறாச் செலவு = ரூ.2000/100 = ரூ.20. மேலும் 200 அலகுகள் உற்பத்தியாகும்போது ரூ.2000/200 = ரூ.10. மொத்த மாறாச் செலவு மாறாமலிருப்பதால் சராசரி மாறாச் செலவு, உற்பத்தி அதிகரிக்கும்போது ஒரே சீரான வகையில் குறையும். மேலும் உற்பத்தி மிகவும் அதிகமாகும்போது சராசரி மாறாச் செலவு பூஜ்ஜியமாகிவிடும்.

சராசரி மாறும் செலவு (AVC)

சராசரி மாறும் செலவு என்பது உற்பத்தியின் ஒரு அலகிற்கான மாறும் செலவாகும். இது மொத்த மாறும் செலவினை உற்பத்தி அலகுகளால் வகுக்கும்போது கிடைக்கும் ஈவாகும்.

AVC = சராசரி மாறும் செலவு

TVC = மொத்த மாறும் செலவு

Q = உற்பத்தியின் அளவு

சராசரி மாறும் செலவு U (யு) வடிவமானது. உற்பத்தி அதிகரிக்கும் போது, சராசரி மாறும் செலவு, சாதாரண உற்பத்தி அளவை (அடையும்) எட்டும் வரை குறைந்து செல்லும். ஏனெனில் (வளர்ந்துசெல் விளைவு நிலை அடைவதால்) ஆனால் இந்த உற்பத்தி அளவை தாண்டி, மேலும் உற்பத்தி அதிகரிக்கும்போது சராசரி மாறும் செலவு குறைந்து செல் விளைவு நிலையை அடைகிறது.

சராசரி மொத்த செலவு (அ) சராசரி செலவு

ATC or AC

சராசரி மொத்த செலவு, சராசரி செலவு என்றும் அழைக்கப்படுகிறது. இது TC/Q என்று மொத்த செலவை உற்பத்தி அலகுகளால் வகுக்கும்போது கிடைக்கும் ஈவாகும்.

AC = TC/Q சராசரி செலவு = மொத்த செலவு / உற்பத்தி

AC = சராசரி செலவு

TC = மொத்த செலவு

Q = உற்பத்தி அளவு

சராசரி செலவு என்பது சராசரி மாறாச் செலவு மற்றும் சராசரி மாறும் செலவுகளின் கூட்டுத்தொகையாகும்.

AC = AFC + AVC

சராசரி செலவு = சராசரி மாறாச் செலவு + சராசரி மாறும் செலவு

அட்டவணை 7.1

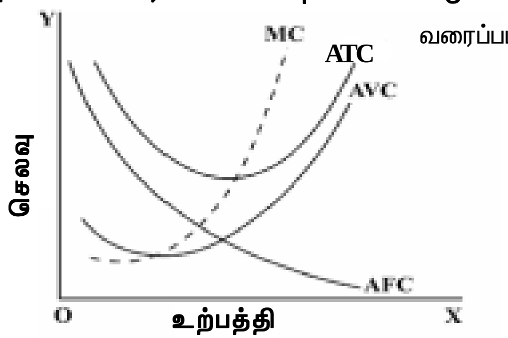
சராசரி மாறாச் செலவு, சராசரி மாறும் செலவு மற்றும் சராசரி மொத்த செலவு

மொத்த அலகுகள்	மொத்த மாறா செலவு TFC	மொத்த மாறும் செலவு TVC	மொத்த செலவு (2 + 3) TC	சராசரி மாறா செலவு (2÷1)AFC	சராசரி மாறும் செலவு (3÷1)AVC	சராசரி (5 + 6) (AC)
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)
0	120	0	120	–	0	–
1	120	100	220	120	100	220
2	120	160	280	60	80	140
3	120	210	330	40	70	110
4	120	240	360	30	60	90
5	120	400	520	24	80	104
6	120	540	660	20	90	110
7	120	700	820	17.14	100	117.14
8	120	880	1000	15	110	125

உற்பத்தி அளவில் ஒரு அலகிற்கான செலவாக – சராசரி செலவு கணக்கிடுவதால் இது ஒரு அலகிற்கான செலவு 'UnitCost' என்றும் அழைக்கப்படுகிறது. கீழ்க்கண்ட வரைபடம் சராசரி மாறாச் செலவு, சராசரி மாறும் செலவு மற்றும் சராசரி செலவு ஆகிய வளைகோட்டின் வடிவத்தை விளக்குகிறது.

குறுகிய கால சராசரி செலவு வளைகோடுகள்

வரைப்படம் 7.2



மேற்கண்ட வரைபடம் 7:2லிருந்து. சராசரி செலவு வளைகோடு, சராசரி மாறாச் செலவு வளைகோட்டின் தன்மையையும் மற்றும் சராசரி மாறும் செலவு வளைகோட்டின் தன்மை (behaviour)யையும் சார்ந்துள்ளது. துவக்கத்தில், சராசரி மாறா செலவும் மற்றும் சராசரி மாறும் செலவும் குறைந்து செல்லும். ஆகவே சராசரி செலவு சரிந்து செல்கிறது. சராசரி மாறும் செலவு உயரே அதிகரிக்க ஆரம்பிக்கும் போது சராசரி மாறாச் செலவு செங்குத்தாக சரிகின்றது. அதாவது சராசரி மாறாச் செலவு வளைகோட்டின் சரிவு சராசரி மாறும் செலவு வளைகோட்டின் செலவின் சரிவைவிட அதிகமாக இருக்கும். எனவே சராசரி செலவு வளைகோடு தொடர்ந்து சரிந்துக்கொண்டே இருக்கும். ஆனால் உற்பத்தி மேலும் அதிகரிக்கும்போது சராசரி மாறும் செலவு விரைவாக (Sharp) அதிகரிக்கிறது. அது சராசரி மாறாச் செலவின் சரிவைவிட அதிகமாய் இருக்கும். எனவேதான் சராசரி மொத்த வளைகோடு ஒரு குறிப்பிட்ட புள்ளியிலிருந்து அதிகரிப்பதைக் காணலாம். சராசரி மொத்த செலவு வளைகோடு சராசரி மாறும் செலவு வளைக்கோட்டைப் போல் முதலில் குறைந்து பின், குறைந்தபட்ச மதிப்பை அடைந்து, பின்பு உயர்வு அடைகின்றது. எனவேதான் அது U வடிவத்தில் அமைந்துள்ளது.

இறுதிநிலை செலவு (Marginal Cost)

அட்டவணை 7.2 இறுதிநிலை செலவு கணக்கீடு

உற்பத்தி அலகுகள்	மொத்த செலவு (ரூ)	இறுதிநிலை செலவு (ரூ)
0	200	-
1	300	100
2	390	90
3	470	80
4	570	100
5	690	120
6	820	130
7	955	135
8	1100	145

இறுதிநிலை செலவு வளைகோடு கீழ்கண்ட வரைபடத்தில் கொடுக்கப் பட்டுள்ளது.

ஏற்கனவே உள்ள உற்பத்தி அளவில், ஒரு அலகு உற்பத்தி அதிகரிப்பினால், மொத்த செலவில் ஏற்படும் கூடுகின்ற நிகர அளவு செலவே இறுநிலை செலவு என்று வரையறை செய்யப்படுகின்றது. எடுத்துகாட்டாக ஒரு நிறுவனம் 100 அலகுகள் உற்பத்தி செய்கிறது. இறுதிநிலை செலவு என்பது 100 அலகுகள் உற்பத்தி செய்ய ஆகும் மொத்த செலவிலிருந்து 99 அலகுகள் உற்பத்தி செய்ய ஆகும் செலவினை கழித்தால் கிடைப்பதே ஆகும். அந்நிறுவனம் 99 அலகுகளை உற்பத்தி செய்ய ரூ.9000/= மொத்த செலவாகிறது என்று வைத்துக் கொண்டால் 100 அலகுகள் உற்பத்தி செய்ய ரூ.10,000 செலவாகும் போது ரூ.1000/= இறுதிநிலை செலவாகும். அந்நிறுவனம் ஒரு அலகு பொருள் கூடுதல் உற்பத்தி செய்ய ரூ.1000/= செலவு செய்துள்ளது. குறியீடுகளில்

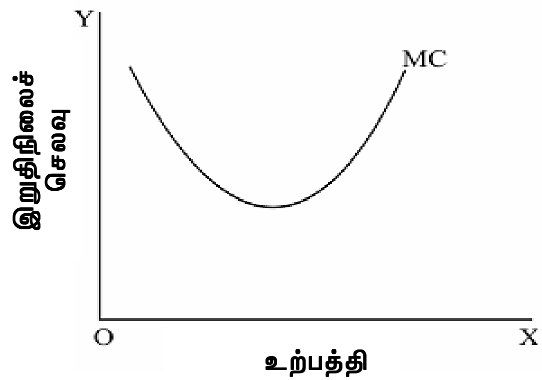
$$MC_n = TC_n - TC_{n-1}$$

MC_n = இறுதிநிலை செலவு

TC_n = n அலகுகள் உற்பத்தி செய்ய ஆகும் மொத்த செலவு

TC_{n-1} = n-1 அலகுகள் உற்பத்தி செய்ய ஆகும் மொத்த செலவு.

வரைப்படம் 7.3



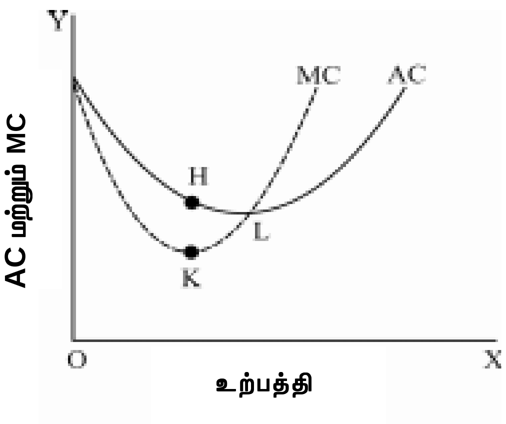
இறுதிநிலை வளைகோடு U வடிவத்தைக் கொண்டுள்ளது. இவ்வடிவத்தை மாறும் விகித விளைவு விதி தீர்மானிக்கிறது. (Law of variable proportions)

வளர்ந்து செல் விளைவு விதியின் (Law of increasing returns) இயக்கத்தினால் இறுதி நிலை வளைகோடு சரிந்துவிடும். ஏனெனில் உற்பத்தி அலகுகள் கூடும்பொழுது செலவு குறைந்துவரும். குறைந்து செல் விளைவு விதி (Law of decreasing returns) இயங்குவதாலும் உற்பத்தி அளவில் சிக்கனமின்மையாலும் (Diseconomics of scale), இறுதிநிலை வளைகோடு அதிகரிக்கிறது. ஏனெனில் வளர்ந்து செல் செலவின் காரணமாக ஏற்படுகிறது.

குறுகியக்கால சராசரி வளைகோட்டிற்கும் குறுகியக்கால இறுதிநிலை செலவு வளைகோட்டிற்கும் இடையே உள்ள தொடர்பு : (Relationship between SAC & SMC) :

இவைகளுக்கிடையேஉள்ள தொடர்பு கணித ரீதியில் விளக்குதல் எளிதாக அமைந்துள்ளது.

வரைப்படம் 7.4



இவற்றின் தொடர்பினைக் கீழ்கண்டவாறு அளிக்கலாம்

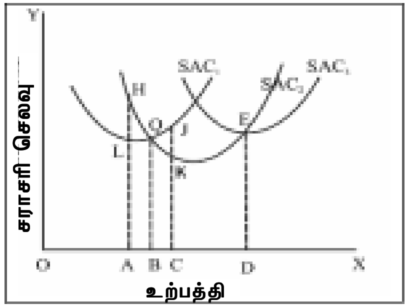
1. இறுதிநிலை செலவு சராசரி செலவைவிட குறைவாக இருக்கும்போது போது, சராசரி செலவு குறைகின்றது.
2. இறுதிநிலை செலவு சராசரி செலவைவிட அதிகமாக இருக்கும்போது, சராசரி செலவு அதிகரிக்கின்றது.

3. இறுதி நிலை செலவு வளைகோடு சராசரி வளைகோட்டின் தாழ்ந்த (குறைந்த) புள்ளியில் கீழிருந்து வெட்ட வேண்டும். இவ்வாறு சராசரி செலவின் (AC) குறைந்த புள்ளியில் MC, ACக்கு சமமாக இருக்கும்.

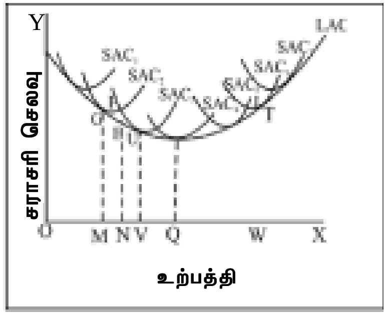
நீண்டகால சராசரி செலவு வளைகோடு :- (LAC)

நீண்ட காலத்தில் அனைத்துக் காரணிகளும் மாறாக்கூடியவை. எனவே தேவையின் மாற்றத்திற்கேற்ப, மூலதனக் கருவிகள் மற்றும் இயந்திரங்களின் அளவை அந்நிறுவனம் மாற்றிக்கொள்ளக்கூடும். நீண்டகால சராசரி செலவு வளைகோடு – வெளியிடு உற்பத்திக்கும், நீண்டகால உற்பத்தி செலவிற்குமிடையே உள்ள தொடர்பினை விளக்குகிறது.

வரைப்படம் 7.5



வரைப்படம் 7.6



நீண்ட காலத்தில் உற்பத்தி அளவில் ஒரு நிறுவனம் பல்வேறு பதிலிகளை கொண்டுள்ளது என்ற எடுகோளின் அடிப்படையில் நீண்ட கால சராசரி வளைகோடு அமைந்துள்ளது. ஒவ்வொரு உற்பத்தி அளவிற்கும் அல்லது நிறுவனத்தின் அளவிற்கும், அந்நிறுவனத்திற்கே உரித்தான குறுகிய கால சராசரி செலவு வளைகோட்டை (SAC) கொண்டுள்ளது. இவ்வளை கோடுகளின் வடிவம் வரைப்படம் 7.5ல் காட்டப்பட்டுள்ளது. தொழில் நுட்ப ரீதியில் மூன்று அளவிலான, சிறய, நடுத்தர, மற்றும் பெரிய நிறுவனங்கள் இருப்பதாக நாம் எடுத்துக்கொள்வோம். SAC, என்பது சிறிய அளவிலான நிறுவனத்திற்கும் SAC_2 நடுத்தர அளவான நிறுவனத்திற்கு, SAC_3 பெரிய அளவான நிறுவனத்திற்கும் பொருந்தும். குறுகிய காலத்தில், தேவைப்படும் உற்பத்தி OA ஆக இருக்கும்பொழுது, அந்நிறுவனம், குறுகிய அளவிலான உற்பத்தியை தெரிவு செய்யும், ஆனால், உற்பத்தி அளவு OB யை காட்டிலும் அதிக அளவாக இருக்கும் பொழுது அந்நிறுவனம் நடுத்தர உற்பத்தியை தெரிவு செய்து, சராசரி செலவானது குறுகியகால அளவைவிட அதிகமாக இருக்கும்.

(அதே அளவான வெளியீட்டிற்கு) OD யைக் காட்டிலும் அதிக அளவு உற்பத்தி செய்வதற்கு அந்நிறுவனமாது, பெருமளவு உற்பத்தியை தெரிவு செய்யும். (SAC_3) குறுகிய காலத்தில் நிறுவனமானது கொடுக்கப்பட்ட ஒரு தொழிலோடு இணைக்கப்பட்டுள்ளது. ஆனால் நீண்டகாலத்தில் அந்நிறுவனம் ஒரு தொழிற் சாலையிலிருந்து மற்றொன்றிக்கு மாறுகிறது. உற்பத்தி அளவு மாறுபடும் பொழுது, ஒரு புதிய நிறுவனம் சேர்க்கப்படுகிறது. நிறுவனத்தின் அளவு உட்பட அனைத்து உள்ளீடுகளும் மாறும் பொழுது, ஒரு குறிப்பிட்ட அளவு உற்பத்தி நிலைக்கு, நீண்டகால உற்பத்தி செலவானது குறைந்தபட்ட உற்பத்தி செலவாக இருக்கும்.

நீண்டகால சராசரிச் செலவு வளைகோடு திட்ட வளைகோடு (planning curve) என்று அழைக்கப்படுகிறது. ஏனெனில் இவ்வளைகோடு ஒரு நிறுவனத்திற்கு வெவ்வேறான உற்பத்தி அளவை திட்டமிடப் பயன்படுகிறது. இது உறை வடிவ வளைகோடு எனவும் அழைக்கப் படுகின்றது. ஏனெனில் இது பல குறுகிய காலச் செலவு கோடுகளை உள்ளடக்கியுள்ளது.

மேற்கண்ட வரைபடத்திலிருந்து, நீண்டகால சராசரி வளைகோடு முதலில் ஒவ்வொரு அலகு அதிக உற்பத்தியுடன் குறைந்து ஒரு குறிப்பிட்ட புள்ளிக்குப் பிறகு அதிகரித்து ஒரு படகு வடிவ வளைகோட்டை ஏற்படுத்துகிறது.

வருவாய் (Revenue)

தான் உற்பத்தி செய்த பண்டத்தை, ஒரு குறிப்பிட்ட விலையில் அங்காடியில் விற்பனை செய்வதன் மூலம் ஒரு நிறுவனம் பெறுகின்ற வருமானமே நிறுவனத்தின் வருவாய் எனப்படும்.

மொத்த வருவாய் (Total Revenue)

மொத்த வருவாய் என்பது, தான் உற்பத்தி செய்த பண்டங்களை விற்று அதனால் கிடைக்கின்ற மொத்த வருமானமே மொத்த வருவாய் என்று குறிப்பிடப்படுகிறது. கணிதவாயிலாக TR = PQ. இங்கு TR என்பது மொத்த வருவாய் P என்பது விலை Q என்பது விற்பனை அளவு. ஒரு நிறுவனம் 1000 அலகு பொருட்களை விற்பதாக எடுத்துக்கொண்டு அதன் விலை ரூ.10 எனக் கொள்ளும்போது மொத்த வருவாய், 1000 x ரூ.10 = ரூ.10,000/= என்று கணக்கிடப்படுகிறது.

சராசரி வருவாய் (Average Revenue)

சராசரி வருவாய் என்பது ஒரு பொருளை விற்பனை செய்வதினால் கிடைக்கும் வருவாயாகும். மொத்த வருவாயினை விற்பனை செய்யப்பட்ட அலகுகளின் எண்ணிக்கையால் வகுத்து சராசரி வருவாய் கணக்கிடப் படுகிறது. AR = TR / Q இதில்

AR = சராசரி வருவாய்

TR= மொத்த வருவாய்

Q = விற்கப்பட்ட அளவு

எடுகா. சராசரி வருவாய் = ரூ.10,000/100 = ரூ.100 இவ்வாறு சராசரி வருவாய் என்பது ஓர் இலகு பொருளின் விலையாகும்.

இறுதிநிலை வருவாய் (Marginal Revenue)

இறுதி நிலை வருவாய் என்பது மொத்த வருவாயில் ஏற்பட்ட கூடுதல் வருவாயாகும். இது ஒரு பொருளை கூடுதலாக விற்பத்னால் (உயர்வு) – ஏற்பட்ட வருவாய் உயர்வு. (Algebraically).

எடுத்துக்காட்டாக ஒரு பொருளின் 10 அலகுகள் ரூ.15 என்ற விலையில் விற்கும்போது 11வது அலகுப்பொருள் ரூ.14/ என்ற விலையில் விற்கப்பட்டால்

$MR_n = TR_n – TR_{n-1}$

= ரூ. (11 x 14) - ரூ. (10 x 15)

= ரூ.154 – ரூ.150

= ரூ.4/=

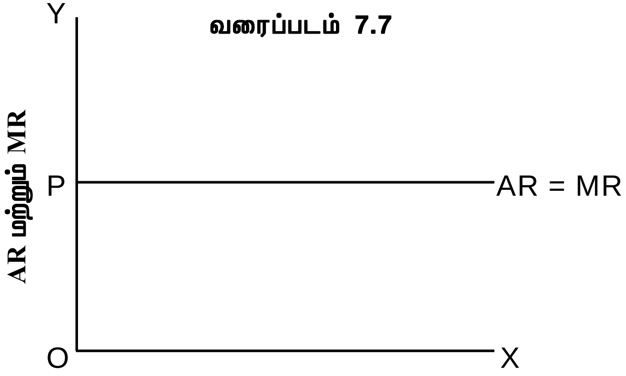
சராசரி வருவாய் (AR) இறுதிநிலை வருவாய் (MR) வளைகோடுகளுக்கும் இடையே உள்ளத் தொடர்பு

சராசரி வருவாய் (விலை) நிலையாக இருக்கும்போது இறுதிநிலை வருவாயும் நிலையாக இருந்து இரண்டும் ஒரே வளைகோட்டில் சேர்ந்து விடும்.

அட்டவணை 7.3

வி.செ. அலகுகள்	விலை (அ) சராசரி வருவாய் (AR) ரூ.	TR மொ.வ ரூ.	MR இ.வ. ரூ.
1	10	10	10
2	10	20	10
3	10	30	10
4	10	40	10
5	10	50	10
6	10	60	10

வரைப்படம் 7.7



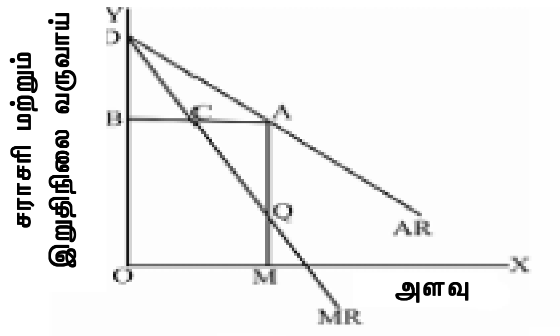
குறைந்த விலையில் மட்டுமே ஒரு நிறுவனம் அதிக பட்சம் பொருட்களை விற்கக்கூடும். அந்நிலையில் சராசரி வருவாய் (விலை) குறைந்த கொண்டே செல்லும். AR குறையும்போது MRம் குறையும். ஆனால் இறுதிநிலை வருவாய் சராசரி வருவாயைவிட கூடுதலாகக் குறையும். இதனால் இறுதிநிலை வருவாய் சராசரி வருவாய்க்கு கீழ் அமைந்துவிடும்.

அட்டவணை 7.4

கீழ்நோக்கிச் சரிந்து செல்லும் AR மற்றும் MR

வி.செ. அலகுகள்	விலை (அ) சராசரி வருவாய் (AR) ரூ.	TR மொ.வ ரூ.	MR இ.வ. ரூ.
1	10	10	10
2	9	18	8
3	8	24	6
4	7	28	4
5	6	30	2
6	5	30	0

வரைப்படம் 7.8



இலாபத்தின் மதிப்பீடு

ஒரு நிறுவனத்தின் இலாபம் என்பது மொத்த வருவாய்க்கும் மொத்த செலவிற்கும் இடையே உள்ள வேறுபாடு ஆகும். இலாபம் = மொத்த வருவாய் – மொத்த செலவு உச்ச இலாபம் பெறுவதே ஒரு நிறுவனத்தின் நோக்கம் ஆகும்.

அதிலும் மொத்த வருவாய்க்கும் மொத்த செலவிற்கும் இடையே உள்ள நேர்கணிம தொடர்பு உச்சமாக்குதலே. அந்த குறிப்பிட்ட புள்ளியில் அந்நிறுவனமானது சமநிலையில் இருக்கும்.

அட்டவணை 7.5

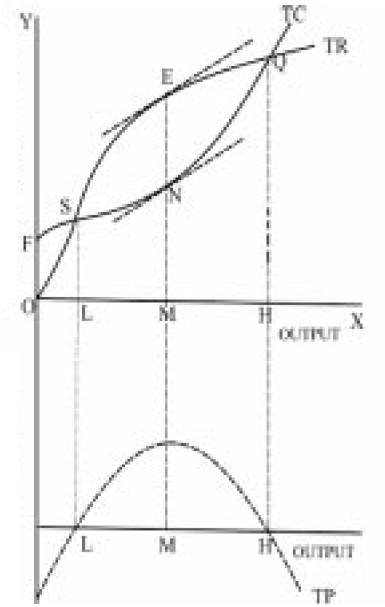
இலாபத்தை உச்சமயமாக்குதல்

உற்பத்தி (அலகுகள்)	மொத்த வருவாய் (ரூ)	மொத்த செலவு (ரூ)	மொத்த இலாபம் (ரூ)
1	40	45	-5
2	80	70	10
3	130	90	40
4	175	105	70
5	210	130	80
6	**240**	**155**	**85**
7	165	200	65
8	285	255	30
9	290	270	20
10	300	310	-10

இலாபத்தை உச்சமயமாக்கல் இவ்வட்டவணையிலிருந்து ரூ.85/–ஐ அந்நிறுவனம் உச்சக்கட்ட இலாபம் ஈட்ட 6வது அலகு பொருள்வரை உற்பத்தி செய்யும். இவ்வாறு 6வது அலகு பொருளை உற்பத்தி செய்து நிறுவனம் சமநிலை அடையும்.

வரைப்படம் 7.9

மொத்த வருவாய் மற்றும் மொத்த செலவு



உற்பத்தி

இலாபம் உச்சமயமாக்குதல்

ஒரு நிறுவனம் வெவ்வேறு அளவிலான உற்பத்தியில் ஈட்டிய லாத்தை வரைபடம் 7.9 விளக்குகிறது இதன் லாபம் OM அளவிலான உற்பத்தியில் உச்ச அளவாக இருக்கும். இங்கு TR வளைகோட்டிற்கும் TC வளைகோட்டிற்கும் உள்ள இடைவெளி அதிகபட்சமாக இருக்கும். நிறுவனம் OM அளவு உற்பத்தியையும் OH அளவு உற்பத்தியையும் செய்யும் பொழுது மொத்த வருவாயானது மொத்த செலவிற்கு சமமாக இருக்கும் (TR=TC) இப்புள்ளிகளில் நிறுவனத்திற்கு இலாபமும் இல்லை நஷ்டமும் இல்லை. எனவே S+Q புள்ளிகள் சமமுறிவுப் புள்ளிகள் என்றழைக்கப்படும்.

பயிற்சி

பகுதி–அ

I. சரியான விடைகளைத் தேர்ந்தெடுக்கவும்.

1. உண்மைச் செலவு என்பது

அ. துன்பம் மற்றும் தியாகமும் ஆ. உள்ளுணர்வு

இ. முயற்சியும் தியாகமும் ஈ. பணச் செலவு

2. பணச் செலவின் உள்ளடக்கமானது வெளியேறுச் செலவு மற்றும்

அ. உள்ளார்ந்த செலவு ஆ. சமூகச் செலவு

இ. மாறாச் செலவு ஈ. பணச் செலவு

3. சமூகச் செலவு என்பவை

அ. நிறுவனங்கள் ஏற்றுக் கொள்வதில்லை

ஆ. சமுதாயம் ஏற்கும் செலவு

இ. உடல்நலத்திற்கு தீங்கு விளைவிப்பது

ஈ. மேற்காணும் அனைத்தும்

4. சராசரி செலவு இதனால் வகுக்கும்போது கிடைக்கும்

அ. TC / Q ஆ. TFC / Q

இ. TVC / Q ஈ. எதுவும் இல்லை

5. இறுதிநிலை வருவாய் என்பது இதனுடன் சேர்த்தால் கிடைப்பது.

அ. சராசரி வருவாய் ஆ. மொத்த உற்பத்தி

இ. மொத்த வருவாய் ஈ. எதுவும் இல்லை.

II. கோடிட்ட இடங்களை நிரப்புக.

6. பணச்செலவினை .... என்றும் அழைக்கலாம்.

7. பொருளாதார இலாபம் என்பது, மொத்த வருவாய்க்கும் .... உள்ள வேறுபாடாகும்.

8. மொத்த செலவு என்பது ....

10. இறுதிநிலை செலவு வளைக்கோடானது .... வடிவத்தில் இருக்கும்.

III. பொருத்துக.

11. சராசரி செலவு - அ. திட்ட வளைக்கோடு

12. மொத்த செலவு - ஆ. TCn - TC-1

13. நீண்டகால சராசரி செலவு - இ. TR - TC

14. MCn - ஈ. ஓர் அலகு செலவு

15. இலாபம் - ஈ. TFC + TVC

IV. ஓரிரு சொல்லில் விடையளிக்கவும்.

16. சராசரி வருவாய் மாறாமல் இருக்கும்போது, இறுதிநிலை வருவாயின் நிலை என்ன?

17. இறுதிநிலை வருவாய் என்பது என்ன?

18. சமமுறிவுப் புள்ளி என்றால் என்ன?

19. உறை வடிவ வளைக்கோடு என்பது என்ன?

20. சராசரி செலவை எவ்வாறு கணக்கிடுடுவாய்?

பகுதி–ஆ

பின்வரும் வினாக்களுக்கு நான்கு அல்லது ஐந்து வரிகளில் விடையளிக்கவும்

21. குறுகிய மற்றும் நீண்டகாலத்திற்கு உள்ள வேறுபாடு யாது?

22. வாய்ப்புச் செலவு என்றால் என்ன?

23. பொருளாதாரச் செலவு என்றால் என்ன?

24. இறுதிநிலைச் செலவு என்றால் என்ன?

25. MC மற்றும் AC-க்கும் இடையேயுள்ள உறவுகளைக் கூறுக.

பகுதி–இ

பின்வரும் வினாக்களுக்கு ஒரு பக்க அளவில் விடையளிக்கவும்

26. நீண்டகால சராசரிச் செலவு வளைக்கோடு பற்றி குறிப்பு வரைக.

27. AR மற்றும் MR கோடுகளின் இடையேயான உறவுகள் எழுதுக.

28. குறுகியகால சராசரி வளைவுக்கோட்டை விவரிக்கவும்.

29. இறுதிநிலைச் செலவினை சரியான விளக்கத்துடன் கூறுக.

30. SAC மற்று SMC-க்கும் உள்ள உறவினை கூறுக.

பகுதி–ஈ

பின்வரும் வினாக்களுக்கு மூன்று பக்க அளவில் விடையளிக்கவும்

31. ஒரு நிறுவனம் மேற்கொள்ளும் பல்வேறு செலவுகளை விளக்குக.

32. TC, AC மற்றும் MC கோடுகள் பற்றி விளக்குக.

33. TR, AR மற்றும் MR கோடுகள் பற்றி விளக்குக.

34. இலாபம் உச்சமாகுதல் அளவிடுதலை படம் வரைந்து விளக்கம் தருக.

பாடம் 8

அங்காடி அமைப்பும், விலை நிர்ணயமும்

அங்காடி என்பதன் பொருள் மற்றும் இலக்கணம்

அங்காடி என்பது ஒரு இடத்தையோ (அல்லது) புவியியல் பகுதியையோ குறிக்கும். இங்கு கையில் பணத்துடன் பண்டங்கள் வாங்க தயார் நிலையில் இருக்கும் வாங்குவோரும், பண்டங்களை விற்போறும், பண்ட பரிமாற்றத்திற்காக ஒருவரையொருவர் சந்திப்பார்கள். பொருளியலில் அங்காடி என்பது பண்டங்களையும் பணிகளையும் பரிமாற்றம் செய்திட வாங்குவோரும், விற்போரும் இணையும் இடத்தை குறிக்கும்.

அங்காடியின் பண்புகள்

1. பண்டங்களை வாங்குவோரும், விற்போரும் இருப்பார்கள்.
2. வாங்குவோரும், விற்போரும் தங்களுக்குள்ளே நேரடி தொடர்பு கொள்ள வேண்டியதில்லை. இருக்கின்ற தொலைத் தொடர்பு கருவிகளான தொலைபேசிகள், முகவர்கள், கடித போக்குவரத்து மற்றும் இணையதளம் (Internet) போன்றவற்றின் வாயிலாக வர்த்தக பரிமாற்றங்கள் மேற்கொள்ளப்படலாம்.
3. வாங்குவோரும், விற்போரும் ஒரே வகையான பண்டத்தையோ (அ) பலவகையான பண்டத்தையோ விற்கவோ (அ) வாங்கவோ செய்வார்கள். பொருளியலில் அங்காடி என்பது பரிமாற்றம் செய்யப்படும் பொருளைச் சார்ந்து அடையாளம் செய்யப்படுவதால், பண்டங்கள் ஒரே மாதிரியான தன்மை உடையனவாக இருத்தல் மிகவும் அவசியமானது.
4. அங்காடியில் விற்கப்படும் மற்றும் வாங்கப்படும் பொருள்களுக்கு ஒரு விலை இருத்தல் வேண்டும்.

அங்காடியின் வகைகள்

அ. இடத்தைப் பொறுத்த அங்காடி

அங்காடியை அது அமைந்திருக்கும் இடத்தைப் பொறுத்து உள்ளூர், வட்டார, தேசிய மற்றும் பன்னாட்டு அங்காடி என்று வகைப்படுத்தலாம்.

உள்ளூர் அங்காடி

உள்ளூரிலேயே கிடைக்கக்கூடிய பொருள்களை வாங்குவோரும், விற்போரும் வர்த்தகப் பரிமாற்றம் செய்துக் கொள்வார்கள். அது ஒரு பகுதியிலோ (or) கிராமத்திலோ நடைபெறக்கூடும். இவ்வங்காடியில் அளிப்பும், தேவையும் உள்ளூர் சூழ்நிலைக்கேற்ப அமையும். (எ.கா.) அழியும் பண்டங்களாகிய பால் மற்றும் காய்கறிகள்

வட்டார அங்காடி

ஒரு வட்டாரத்திற்குள் தேவைப்படும் மற்றும் அளிக்கப்படும் பொருள்களின் அளவைக் குறிப்பது வட்டார அங்காடி ஆகும்.

தேசிய அங்காடி

ஒரு நாடு முழுவதிலும் தேவைப்படும் மற்றும் அளிக்கப்படும் பொருள்களின் அளவைக் குறிப்பது தேசிய அங்காடி ஆகும். (உ.ம்.) கோதுமை, அரிசி.

பன்னாட்டு அங்காடி

உலக முழுவதும் ஒரு பண்டம் விற்று வாங்கப்படுமானால் அது உலக அங்காடி எனப்படும். (எ.கா.) பொன், வெள்ளி, செல்போன்கள். தேவை, அளிப்பையும் பொறுத்து இந்த புவியியல் சார்ந்த வகைப்படுத்துதல் அமைந்துள்ளது. போக்குவரத்துவசதி மற்றும் தொலை தொடர்பு முன்னேற்றத்தினால் உள்ளூர் அங்காடிகளில் விற்கப்படும் பொருள்களும் பன்னாட்டு அங்காடியின் விற்பனை பொருள்களாகக் கூடும்.

ஆ. நேரம்சார் அங்காடி

காலத்தினை அடிப்படையாகக் கொண்டு பேராசிரியர் மார்ஷல் அங்காடியை வகைப்படுத்தியுள்ளார். காலத்தை மிக குறுகியகாலம், குறுகியகாலம், நீண்டகாலம் என்று மூன்று பிரிவுகளாக வகைப் படுத்தியுள்ளார்.

மிக குறுகியக்காலம்

குறுகிய காலத்தில் ஒரு பொருளின் / பண்டத்தின் அளிப்பை மாற்ற இயலாது. எனவே குறுகிய கால அங்காடி அளிப்பு நெகிழ்ச்சியற்றது, பொருளின் விலையானது தேவையையே சார்ந்துள்ளது. (உம்) அழியும் பண்டங்களாகிய பூக்கள், பழங்கள்.

குறுகியக்காலம்

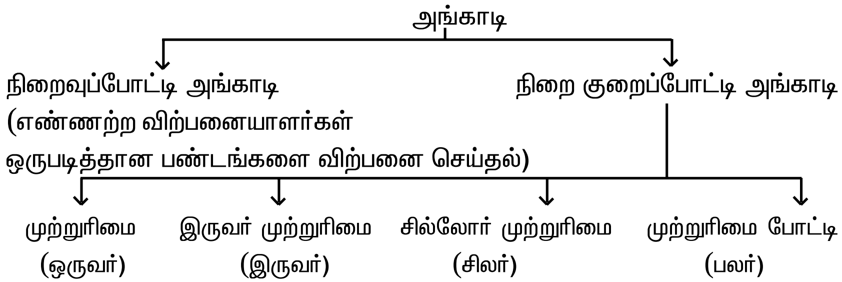
இக்காலத்தில் தேவைமாற்றத்திற்கு ஏற்ப ஒரு குறிப்பிட்ட அளவுக்கு மட்டும் அளிப்பின் அளவு மாற்றம் அடைகிறது. இக் குறுகிய காலத்தில் மாறும் காரணிகள் மாற்றம் அடையும். குறுகிய காலத்தில் அளிப்பானது நெகிழ்ச்சியுடையது. குறுகிய கால விலையானது தேவை, அளிப்பு வளைகோடுகள் சமன்படும் போது நிர்ணயிக்கப்படுகிறது.

நீண்டகாலம்

நீண்டகாலத்தில் அளிப்பானது புதிதாக ஏற்படும் தேவைகளை பூர்த்தி செய்கிறது. இக்காலகட்டத்தில் மாறும் மற்றும் மாறாத காரணிகள் யாவும் மாற்றம் அடையும். அளிப்பு வளைகோடு முற்றிலும் நெகிழ்ச்சியுள்ளது. இக்கால கட்டத்தில் விலையை தேவையே நிர்ணயம் செய்கிறது.

(இ) போட்டியின் அடிப்படையில் அங்காடிகள்

இவ்வகையான அங்காடிகள் விற்பவரின் எண்ணிக்கையையும், பொருளின் தன்மையையும் பொறுத்து / சார்ந்து வகைப்படுத்தப் பட்டுள்ளது. போட்டியின் அடிப்படையில் அங்காடியின் வகைகளை கீழ்காணுமாறு வகைப்படுத்தலாம்.



நிறைவுப்போட்டி

நிறைவுப்போட்டி என்பது எண்ணற்ற விற்பனையாளர்களைக் கொண்ட ஒரு அமைப்பாகும். எந்த ஒரு விற்பனையாளரும் விலையின் மீது ஆதிக்கம் செலுத்த முடியாது.

இயல்புகளும், நிபந்தனைகளும்

1. எண்ணற்ற வாங்குவோர், விற்போர்

இவ்வகை அங்காடியில் வாங்குவோரும் விற்போரும் எண்ணற்ற அளவில் உள்ளனர். இங்கு விலையின் மீது எவரும் ஆதிக்கம் செலுத்த முடியாது. விலையானது அங்காடியின் இரண்டு சக்திகளாகிய தேவை மற்றும் அளிப்பினால் தீர்மானிக்கப்படுகிறது. இங்கு ஒரே மாதிரியான விலை நிலவும். இவ்விலையை விற்பனையாளர்கள் ஏற்றுக் கொள்கின்றனர். அதிக இலாபம் பெற உற்பத்தி அளவையும் ஏற்றவாறு அமைத்துக் கொள்கின்றனர். இவ்வாறு நிறைவுப்போட்டியில் விற்பனையாளர் விலை ஏற்பவராக இருக்கிறார்.

2. ஒத்த தன்மையுடைய பண்டங்கள்

எல்லா விற்பனையாளர்களும், உற்பத்தி செய்யப்படும் அனைத்து பண்டங்களும் ஒத்ததாக, ஒருமை தன்மையும், தரமும் கொண்டவையாக இருக்கவேண்டும். அதாவது பொருளின் தரம், அளவு, சுவை ஒரேத் தன்மையுடையதாக இருத்தல் வேண்டும். அந்நிறுவனங்கள் உற்பத்தி செய்யும் பண்டங்கள் ஒன்றுக்கொன்று முழுமையான பதிலீட்டுப் பண்டங்களாக உள்ளன.

3. அங்காடியின் நிலை பற்றி முழுமையாக அறிந்திருத்தல்

விற்பனையாளரும் நுகர்வோரும் அங்காடியில் நிலவும், விலையை முற்றிலுமாக அறிந்திருப்பார்கள். ஆகவே நுகர்வோர் கூடுதல் விலையை அளிக்கவோ (அல்லது) விற்பனையாளர் குறைந்த விலையைப் பெற்றுக் கொள்ளவோமாட்டார்கள்.

4. உட்புகுதலும், வெளியேறுதலும் - தடையில்லை

தொழில்சாலைக்குள் புதிய நிறுவனங்கள் உட்புகுதலுக்கும், இருக்கின்ற நிறுவனங்கள், வெளியேறுதலுக்கும் தடையேதுமில்லை. அதிக லாபம் பெறும் வாய்ப்பு இருக்கும்போது புது நிறுவனங்கள் உற்பத்தி செய்ய உள்ளே நுழைகின்றன. இழப்பு ஏற்படும்போது ஏற்கெனவே இயங்கிவந்த நிறுவனங்கள் தொழிற்சாலையை விட்டு வெளியேறுகின்றன. இத்தகைய தடையற்ற உட்புகுதலும், வெளியேறுதலும் நீண்டகாலத்தில் மட்டும் ஏற்படக் கூடியதாகும். ஏனெனில் குறுகிய காலத்தில் தொழில் நிறுவனங்களின் அளவினை மாற்ற இயலாது.

5. உற்பத்தி காரணிகள் இடம் பெயரும்

உற்பத்திக் காரணிகள் ஓரிடத்திலிருந்து மற்றொரு இடத்திற்கு மிகவும் எளிதாக இடம் பெயறுகின்றன. அதிகமான வருமானம் கிடைக்கும்போது ஒரு தொழிற்சாலையிலிருந்து மற்றொரு தொழிற்சாலைக்கு இடம் மாறும்.

6. போக்குவரத்து செலவு இல்லை

அங்காடி முழுவதிலும் ஒரே விலை நிலவுவதால், இங்கு போக்குவரத்து செலவு இல்லை. தொலைவில் உள்ள நிறுவனங்களைவிட அங்காடியின் அருகாமையில் உள்ள நிறுவனங்களுக்கு போக்குவரத்து செலவு இல்லை.

7. அரசின் தலையீடு இல்லை/ மந்தன கூட்டின்மை

உற்பத்தி மற்றும் விலையை, அரசு தலையிட்டு கட்டுபடுத்த இயலாது. நுகர்வோர், விற்போரிடையே கூட்டுத்தன்மை இல்லை. அங்காடியில் நிலவும் விலையானது தேவை, அளிப்புக்கு ஏற்ப தானாகவே மாற்றிக் கொள்ளும்.

வருவாய் வளைக்கோட்டின் தன்மை

நிறைவுப்போட்டியில் அங்காடி விலையானது தேவை, அளிப்பு ஆகிய இரண்டு அங்காடி சக்திகளால் தீர்மானிக்கப்படுகிறது. எனவே அங்காடியில் ஒரே மாதிரியான விலை நிலவுகிறது. அனைத்து உற்பத்தி அலகுகளும் ஒரே விலையில் விற்கப்படுகின்றன. இதன் விளைவாக சராசரி வருவாய் வளைக்கோடு முற்றிலுமாக நெகிழ்ச்சியுடையது. ஆகவே சராசரி வளைகோடானது X அச்சிக்கு இணையாக அமைந்துள்ளது. சராசரி வருவாய் வளைக்கோடு நிலையாக இருப்பதால் இறுதிநிலை வருவாய் வளைக்கோடும் நிலையானதாகவும், சராசரி வருவாய் வளைவுக் கோட்டோடு இணைந்து செல்கிறது. சராசரி வருவாய் வளைக்கோடு நிறுவனத்தின் தேவைக்கோட்டை குறிக்கிறது.

நிறைவுப் போட்டியில் குறுகிய காலத்தில் விலை, பண்டத்தின் உற்பத்தி நிர்ணயம்.

1. நிறைவுப் போட்டியில் ஒரு நிறுவனம் விலை ஏற்பவராக உள்ளதால், தனது உற்பத்தி வெளியீட்டை அதற்கு ஏற்றார் போல சரி செய்து உச்ச இலாபத்தை அடைகிறார். எந்த ஒரு உற்பத்தியாளனுக்கும் உச்ச இலாபம் அடைவதே அவனது நோக்கமாகும்.

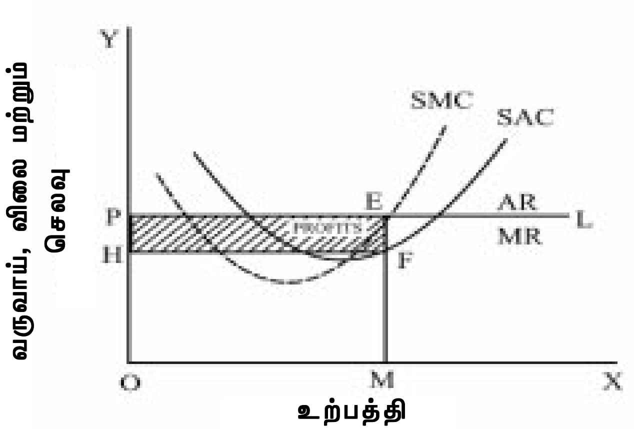
2. குறுகிய காலத்தில் நிறுவனத்தின் எண்ணிக்கை மற்றும் தொழிற்சாலையின் அளவு மாறாமல் இருக்கும். இக் காலத்தில் மாறும் உள்ளீடுகளை பெருக்கி நிறுவனம்அதிகமாக உற்பத்தி செய்யும்.

3. குறுகிய காலத்தில் புதிய நிறுவனங்கள் உள்ளே நுழைவதோ அல்லது பழைய நிறுவனங்கள் வெளியேறுவதோ சாத்தியமில்லை. குறுகிய காலத்தில் நிறைவுப் போட்டியில் நிறுவனமானது உச்ச இலாபத்தையோ அல்லது இயல்பு இலாபத்தையோ அல்லது இழப்பையோ ஏற்க நேரிடும்.

உச்ச இலாபம்

ஒரு நிறவனத்தின் சராசரி வருவாய், சராசரி செலவினை விட கூடுதலாகும் போது அந்நிறுவனம் உச்ச இலாபத்தை அடைகிறது. இதனை பின்வரும் வரைபடம் 8.1 மூலம் விளக்கலாம்.

வரைப்படம் விளக்கம் 8.1
குறுகிய காலச் சமநிலை



வரைபடம் 8.1ல் உற்பத்தி X அச்சிலும், விலை/வருவாய்/செலவு Y அச்சிலும் குறிக்கப்பட்டுள்ளது. OP என்பது அங்காடியில் நிலவும் விலையாகும். PL என்பது சராசரி வருவாய் அல்லது தேவை வளைகோடு மற்றும் இறுதிநிலை வருவாய் வளைக்கோடாகும். SAC, SMC இவை குறுகியகால சராசரி செலவு, மற்றும் இறுதிநிலை செலவு வளைக்கோடுகளாகும். E என்ற புள்ளியில் இறுதிநிலை வருவாய் = இறுதிநிலை செலவு. அப்போது இறுதிநிலை செலவு வளைக்கோடு, இறுதிநிலை வருவாய் கோட்டை கீழிருந்து அடிமட்ட புள்ளியில்

வெட்டுகின்றது. இந்நிலையில் அந்நிறுவனம் OM அளவு உற்பத்தியை மேற்கொள்ளும். OM அளவு உற்பத்தியில், ME என்பது சராசரி வருவாய், MF என்பது சராசரி செலவாகும். இலாபம் என்பது வருவாய்க்கும் செலவுக்கும் உள்ள வேறுபாடு (ME - MF = FE) ஒரு பொருளுக்கான இலாபம் என்பது FE ஆக கணக்கீடப்படுகிறது. மொத்த இலாபம் என்பது ஒரு பொருளுக்கான இலாபத்தை, அந்த நிறுவனத்தின் மொத்த உற்பத்தியில் பெருக்கும்போது கிடைக்கின்றது அதாவது = மொத்த லாபம் என்பது = ஒரு பொருளுக்கான இலாபம் X மொத்த உற்பத்தி

(Total Profit) = (E.F.) x (O.M. or HF) (மொத்த உற்பத்தி) (HF, OM ற்கு இணையானது)

இங்கு மொத்த இலாபமானது HFEP. அதாவது கோடிட்டுள்ள செவ்வகப் பகுதியாகும்.

HFEP என்பது நிறுவனம் ஈட்டும் உச்ச இலாபமாகும்.

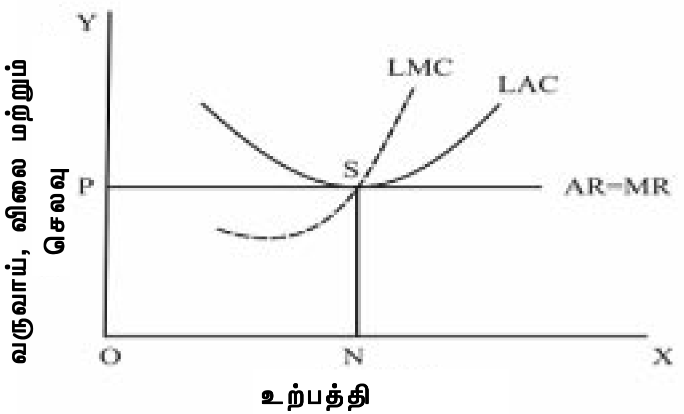
நீண்டகாலத்தில் விலை, பண்டத்தின் உற்பத்தி நிர்ணயித்தல்

நீண்ட காலத்தில் அனைத்துக் காரணிகளும் மாறக் கூடியன. ஒரு நிறுவனம் தனது உற்பத்தியை அதிகரிக்க, நிறுவனங்களின் எண்ணிக்கையையும், தொழிலின் அளவையும் கூட்டலாம். மேலும் புதிய நிறுவனங்கள் தொழல்சாலைகளில் நுழையும். ஏற்கனவே உற்பத்தியில் ஈடுபட்டுள்ள நிறுவனங்கள் தொழில்சாலையை விட்டு வெளியேறவும் கூடும். இதன் விளைவாக இயக்கத்தில் உள்ள நிறுவனங்களில், நீண்ட காலத்தில், இயல்பு இலாபமே கிடைக்கும். இதன் விளைவாக உற்பத்தி பெருகுகிறது. உற்பத்தி பெருக்கத்தின் காரணமாக உற்பத்தி காரணிகளுக்கான தேவை அதிகரிக்கிறது. இதனால் உற்பத்தி காரணிகளுக்கான விலை அதிகரிக்கின்றது. இதனால் சராசரி செலவு அதிகரிக்கிறது.

மறுபக்கத்தில், உற்பத்தி அளவு அதிகரிக்கும் போது, பொருளின் அளிப்பும் அதிகரிக்கிறது. தேவை மாறாமல் இருக்கும்போது, அளிப்பு அதிகரிப்பதால் பொருளின் விலை குறைகிறது. எனவே சராசரி விலையில் இரக்கம் ஏற்படுகிறது. சராசரி வருவாய் குறைவும், சராசரி செலவின் ஏற்றமும் இரண்டும் ஒன்றோடொன்று சமமாகும்வரை அதே நிலை ஏற்படும். இந்நிலையில் அனைத்து நிறுவனங்களும், நீண்டகாலத்தில், இயல்பான இலாபத்தையே அடையும்.

வரைப்படம் 8.2

நீண்டகால சமநிலை



வரைபட விளக்கம்

வரைபடம் 8.2ல் நீண்டகால சமநிலை விளக்கப்பட்டுள்ளது. இந்நிறுவனம் 'S' என்ற புள்ளியில் சமநிலை அடைகிறது. அப்புள்ளியில் (LMC) நீண்டகால இறுதிநிலை செலவு = இறுதிநிலை வருவாய் = சராசரி வருவாய் = நீண்டகால சராசரி செலவு.

(LMC = MR = AR = LAC) 'ON' என்பது நீண்டகால சமநிலை உற்பத்தி. அந்நிறுவனம் இயல்பு இலாபத்தையே பெறுகிறது. OP என்பது சமநிலை விலையாகும். நிறுவனத்தின் விலை OP-யைவிட அதிகரிக்கும்போது உச்ச இலாபம் கிடைப்பதனால் புதிய நிறுவனங்கள் கவரப்படுகின்றன. ஆனால் OPயைவிட விலை குறையும்போது, நிறுவனம் இழப்பு அடைவதால் ஏற்கனவே உள்ள சில நிறுவனங்கள் தொழிலில் இருந்து விலகுகின்றன. ஆகவே நீண்ட காலத்தில் OP என்பதே விலை. இந்த விலையில் இறுதிநிலை செலவு, சராசரி செலவு, மற்றும் சராசரி வருவாய் ஆகியன சமநிலையில் இருக்கும்.

நீண்டகாலத்தில் அந்நிறுவனம் இயல்பு இலாபத்தையே அடையும். போட்டியிடும் நிறுவனங்கள் நீண்ட கால சராசரி வளைகோட்டின் (LAC) அடிமட்ட புள்ளியிலேயே சமநிலைப் பெறும். இந்த புள்ளியில் அந்நிறுவனமானது ON அளவு உற்பத்தி செய்ய மிக குறைந்த பட்ச செலவினையே மேற்கொள்கிறது.

நிறைவுப் போட்டியின் நன்மைகள்

1. நிறைவுப் போட்டியில் நுகர்வோரே அரசராவார். அந்நுகர்வோர் பகுத்தாயும் திறன் படைத்தவர். அங்காடியைப்பற்றி அதிகமான செய்திகள் அறிந்தவராக இருக்கிறார். ஆகையால் ஒரு பண்டத்தை அதிக விலைக் கொடுத்து வாங்கமாட்டார்.
2. இப்போட்டியில் விலைக்கு சமமாக, சராசரி செலவு இருப்பதால் நுகர்வோர் பயனடைகின்றார்.
3. பண்டங்கள் ஒருமை தன்மையானதாக உள்ளதால் அங்காடியில் உருவாகும் விலையை ஏற்று கொள்வதாக நிறுவனம் உள்ளது. இதனால் விற்பனையை உயர்த்த விளம்பரமோ, பிற செலவுகளோ எதிர்கொள்ள வேண்டியதில்லை. இதனால் வளங்கள் வீணாவதை தடுக்க முடிகிறது.
4. நீண்ட காலத்தில் நிறைவுப்போட்டியில் ஒரு நிறுவனம் உத்தம நிலையில் செயல்படுகிறது. இதனால், உற்பத்தி திறன் உயருகிறது. உத்தம உற்பத்தி நிலை ஏற்படுவதால் பயன்படுத்தாமலோ, வேலையில் அமர்த்தபடாமலோ, உபரி உற்பத்தி திறன் விணாக்கப் படுவதில்லை.

முற்றுரிமை

ஒரு பண்டத்தை ஒருவரே உற்பத்தி செய்து, விற்பனை செய்தால் அது முற்றுரிமை எனப்படும். இந்த உற்பத்தி பண்டத்திற்கு மிகவும் நெருக்கமான பதிலீட்டுப் பண்டங்கள் இல்லை. இதனால் புதிய நிறுவனங்கள் உள்ளே நுழைவதற்கு தடைகள் உள்ளன.

முற்றுரிமையின் இயல்புகள் / பண்புகள்

1. ஒரே விற்பனையாளர்

இங்கு ஒரே ஒரு விற்பனையாளர் இருப்பதால் அவர் பொருளின் அளிப்பை (அல்லது) விலையை கட்டுப்படுத்த முடிகிறது. வாங்குபவர்கள் பலராக இருப்பதால் தங்களுடைய பண்டத்திற்கான தேவையை அவரால் கட்டுப்படுத்த முடியாது.

2. நெருங்கிய பதிலீட்டுப் பண்டங்கள் இல்லை

உற்பத்தி பண்டங்களுக்கு சரி சமமான பதிலீட்டுப் பண்டங்கள் முற்றுரிமையில் இல்லை. இதனால் வாங்குபவருக்கு தெரிவுச் செய்யும் வாய்ப்பு

இல்லை. இதனால் விற்கப்படும் பண்டத்தை அவர் வாங்கவேண்டும் (அல்லது) வாங்காமல் இருக்கவேண்டும்.

3. விலை

முற்றுரிமையாளர் அளிப்பை கட்டுபடுத்தி விலையை உயர்த்துகிறார். சில நேரங்களில் விலைபேத உத்தியை கையாளுகிறார். பல்வேறு வகை நுகர்வோருக்கு, பல்வேறு விலைகளில் பண்டங்களை விற்கிறார். முற்றுரிமையாளர் விலை அல்லது உற்பத்தி செய்யப்படும் பண்ட அளவு ஆகிய இரண்டில் ஒன்றைத்தான் நிர்ணயிக்கமுடியும்.

4. புகுதலின்மை

முற்றுரிமை 'உரிமம்' பெற்றுள்ளதால் பிற உற்பத்தியாளர்கள் அங்காடியில் நுழைவதற்கு வாய்ப்பில்லை. காரணம் தடைகள் பெரியதாகவும் வலிமையுள்ளதாகவும் உள்ளதால் தொழிலில் புகுவதை தடுக்க சட்டங்கள், தொழில்நுட்பம், பொருளாதார மற்றும் இயற்கை தடைகள் போன்றவை ஏராளமாக உள்ளது.

5. நிறுவனம், தொழிற்சாலை

முற்றுரிமையில் நிறுவனத்திற்கும், தொழிற்சாலைக்கும் வேறுபாடு இல்லை. ஒரே நிறுவனம் உள்ளதால் அந்நிறுவனமே மொத்த தொழிற்சாலைக்கு சமமாக கருதப்படுகிறது. இதனால் இந்நிறுவனம் உற்பத்தி செய்யும் பண்டத்திற்கும், பிற நிறுவனங்களின் உற்பத்தி பண்டங்களுக்கும் இடையே பின்னிய தேவை நெகிழ்ச்சி, பூஜ்ஜியமாக உள்ளது.

முற்றுரிமைக்கான காரணங்கள்

1. இயற்கை

சில இயற்கை காரணங்களால் முற்றுரிமை தோன்றுகின்றது. சில புவி அமைப்பு பகுதிகளில்தான் சில கணிம வளங்கள் கிடைக்கின்றன.

(எ.கா.) வைர உற்பத்தியில் தென் ஆப்பிரிக்கா முற்றுரிமை பெறுகிறது. நிக்கல் உற்பத்தியில் கனடாவும், எண்ணெய் உற்பத்தியில் மத்திய கிழக்கு நாடுகளும் முற்றுரிமை பெற்று திகழ்கின்றன.

2. தொழில்நுட்பம்

தொழிற்நுட்ப காரணங்களால் முற்றுரிமை சக்தியினை ஒரு நிறுவனம் பெறக்கூடும். மூலப் பொருள்கள், தொழில்நுட்ப அறிவு, சிறப்பு தேர்ச்சி, அறிவியல் இரகசியங்கள் மற்றும் சூழ்ச்சி முறைகள் போன்றவற்றின் மீது ஒரு நிறுவனம் கொண்டுள்ள கட்டுப்பாடு முற்றுரிமை நிறுவனத்திற்கு ஆற்றலை பெற்று தருகிறது.

(எ.கா.) கொக்கோ கோலா

3. சட்டம்

பொருளை வடிவமைக்கும் உரிமை, வணிக வழக்காற்றும் பெயர், வணிக உரிமை அடையாளங்கள் வாயிலாக உற்பத்தியாளருக்கு முற்றுரிமை சக்தி கிடைக்கின்றது. இது சட்ட முற்றுரிமை எனப்படும்.

4. பேரளவு முதலீடு

சில பண்டங்கள் உற்பத்திச் செய்ய பேரளவு முதலீடு தேவைப்படுகிறது. அனைத்து நிறுவனங்களாலும், இந்த பேரளவு முதலீட்டை செய்ய இயலுவதில்லை. இந்நிலையில் பேரளவு முதலீடு என்பது முற்றுரிமை தோன்ற வாய்ப்பளிக்கிறது.

(எ.கா.) 1. இரும்பு எஃகு தொழிற்சாலை, இருப்புப் பாதை.

5. அரசு

சில பண்டங்களை உற்பத்தி செய்து, விற்கும் தனிப்பட்ட உரிமை அரசு மட்டுமே பெற்றுள்ளது. இந்த உரிமை அரசின் முற்றுரிமை எனப்படுகிறது. (எ.கா.) மின்சார உற்பத்தி, இருப்புப் பாதை, போக்குவரத்து, சமையல் எரிவாயு முதலிய பொது பயன்பாடுகளாகும்.

முற்றுரிமையில் விலை, உற்பத்தி தீர்மானம்

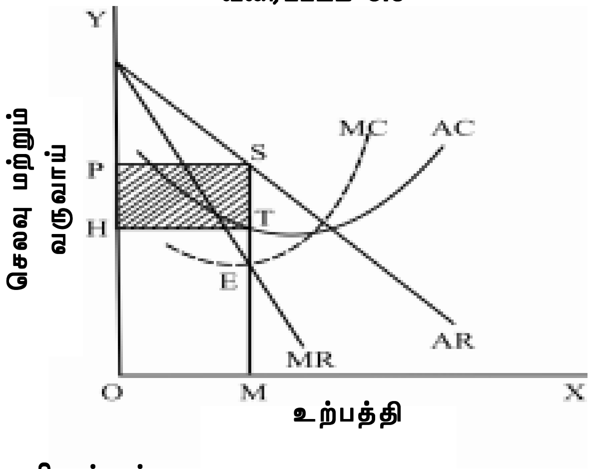
நிறைவுப் போட்டியைப் போன்றே முற்றுரிமையாளரும் இலாபத்தை உச்சமாக்க விரும்புகின்றார்.

ஒரு முற்றுரிமை நிறுவனமானது கீழ்நோக்கி சரியும் தேவை வளைக்கோட்டை எதிர்கொள்கின்றது. இது அந்நிறுவனத்தின் சராசரி வருவாய் வளைக்கோடாகும். விலையை குறைத்தால் மட்டுமே ஒரு

முற்றுரிமையாளர் அதிகம் விற்கமுடியும் என்பதை தேவை வளைக்கோடு தெரிவிகிகிறது. இறுதிநிலை வருவாய் வளைகோடு, சராசரி வருவாய் வளைக்கோட்டிற்கு கீழே அமைந்துள்ளது.

முற்றுரிமை நிறுவனத்தின் சராசரி செலவு வளைக்கோடு 'U' வடிவத்தில் இருக்கும். இறுதிநிலை செலவும், இறுதிநிலை வருவாயும் சமனடையும் போது அதாவது (MC = MR, அந்நிறுவனம் சமநிலை அடையும். அப்போது இறுதிநிலை செலவுக் கோடானது (MC), இறுதி நிலை வருவாய் கோட்டை (MR) கீழ் இருந்து மேல்நோக்கி செல்லும் போது அடி மட்டத்தில் வெட்டுகின்றது.

வரைப்படம் 8.3



வரைபட விளக்கம்

மேற்காணும் வரைபடம் **8.3**ல் AR என்பது சராசரி வருவாய் வளைக்கோடாகும். MR என்பது இறுதிநிலை வருவாய் வளைக்கோடாகும். சராசரி வருவாய் வளைக்கோடு (AR) கீழ்நோக்கி செல்கிறது. இறுதிநிலை வருவாய் வளைக்கோடும் கீழ்நோக்கி செல்கிறது. ஆனால் இது சராசரி செலவுக் கோட்டிற்கு கீழ் அமைந்துள்ளது. E என்ற புள்ளியில் நிறுவனம் சமநிலை அடைகிறது. இங்கு இறுதிநிலை செலவும், இறுதிநிலை வருவாயும் சமமாக உள்ளது. இம் முற்றுரிமையாளின் OM அளவு உற்பத்தி செய்து, OP அளவு விலையை நிர்ணயிக்கிறான். இந்த OM அளவு உற்பத்தியில் சராசரி வருவாய் MS ஆகவும் சராசரி செலவு MP ஆகவும் ஏற்படுகிறது. ஒரு பொருளுக்கான இலாபம் என்பது சராசரி வருவாய்க்கும், சராசரி செலவுக்கும் உள்ள வேறுபாடாகும். ஆகவே

MS - என்பது சராசரி வருவாய்

MT - என்பது சராசரி செலவு

ஒரு பொருளுக்கான இலாபம் என்பது

MS - MT = TS

TS என்பது ஒரு பொருளுக்கான இலாபம். இந்த ஒரு பொருளுக்கான இலாபத்தை OM அளவு உற்பத்தியின் அளவினால் பெருக்கும் பொது அந்த நிறுவனத்தின் மொத்த இலாபம் கிடைக்கிறது. இதுவே HTSP ஆகும். அதாவது கோடிடப்பட்ட செவ்வக பகுதியே நிறுவனத்தின் இலாபமாகும். மேலும் முற்றுரிமையாளரின் விலையானது இறுதி நிலை வருவாய், மற்றும் இறுதி நிலை செலவை விட அதிகமாக உள்ளது.

முற்றுரிமையின் பயன்கள்

1. முற்றுரிமை நிறுவனங்கள் பேரளவு உற்பத்தி வாய்ப்பு பெற்றுள்ளதால், அகச் சிக்கனங்களும், புறசிக்கனங்களும் தோன்றியுள்ளன. இதன் விளைவாக உற்பத்தி செலவு குறைகிறது. உற்பத்தி பண்டங்களை குறைவான விலையில் விற்பனைச் செய்யலாம். இதன் விளைவாக நுகர்வோர் பயன் பெறுவர்.

2. முற்றுரிமை நிறுவனங்கள் அதிக நிதிவசதிக் கொண்டவையாக இருப்பதனால், ஆராய்ச்சி, வளர்ச்சி மற்றும் புத்தாக்கம் புனைவதற்கு உதவுகிறது.

3. தொழிற்சாலையில் அதிகமான நலிவடைந்த நிறுவனங்கள் உள்ளன. அவை ஒன்று சேர்ந்து முற்றுரிமையாக உருவாகி போட்டியை எதிர்கொள்ளலாம். இதன் மூலம் அங்காடி விரிவடையும்.

முற்றுரிமையின் தீமைகள்

1. முற்றுரிமையாளர் எப்போதும் அதிக விலையே நிர்ணயிக்கின்றனர். இதனால் நுகர்வோர் சுரண்டப்படுகிறார்கள்.

2. முற்றுரிமையாளர் அதிக இலாபம் பெறுவதையே முதன்மை நோக்கமாக கொண்டுள்ளார்கள். இதன் காரணமாக உற்பத்தியின் அளவை கட்டுப்படுத்தி, விலையை உயர்த்துகின்றார். இதன் வாயிலாக தனது

பண்டத்திற்கு 'செயற்கை கிடைப்பருமையை' (Artifical Scarcity) உருவாக்குகின்றார்.

3. முற்றுரிமையாளர் ஒரே மாதிரியான பண்டங்களுக்கு – வேவ்வெறு நுகர்வோருக்கு, வெவ்வேறு விலை விற்கிறார். விலை பேதம் காட்டி நுகர்வோரின் வாங்கும் திறமையை பொறுத்து அதிகபட்சம் விலையை வசூலிக்கின்றார்.

4. முற்றுரிமையாளர் பேரளவு உற்பத்தியையும், அதிக அளவு வளங்களையும் பயன்படுத்தி தன்னலத்தை உயர்த்திட மட்டுமே முயற்சிக்கின்றார். தன்னுடைய முழுமையான சக்தியை நிலை நாட்ட தவறான வழிமுறைகளையும் கையாளுகின்றார்.

5. இம் முற்றுரிமையாளரின் ஆதிக்கம் நிறைந்த நாட்டில், செல்வம் (சொத்து) ஒரு சிலரிடமே குவிந்து காணப்படுகிறது. இது வருமான ஏற்றத்தாழ்விற்கு விதி வகுக்கின்றது. இது பொது உடமை கொள்கைக்கு முரண்பட்டதாகும்.

முற்றுரிமையை கட்டுப்படுத்தும் வழிமுறைகள்

1. சட்டம் இயற்றுதல்: முற்றுரிமையைக் கட்டுபடுத்த அரசு சட்டங்களை இற்றலாம். முற்றுரிமை தவிர்ப்பு சட்டங்கள் இயற்றப்பட்டு, முற்றுறிமையின் வளர்ச்சியைக் கட்டுபடுத்தலாம். இந்தியாவில் 1969–ல் MRTP என்ற வணிகச் சட்டம் இயற்றப்பட்டது. இச்சட்டத்தினால் முற்றுரிமை சக்திகள் ஒரு சிலரிடம் குவிவதை தடுக்கப்படுகின்றது.

2. விலை, உற்பத்தியளவு கட்டுப்படுத்துதல் : இயற்கை முற்றுரிமைகளை முறியடிக்க இந்த முறை கையாளப்படுகிறது. இதனால் விலையையோ, பண்ட அளவையையோ அல்லது இரண்டையுமோ அரசு முடிவுச் செய்யும்.

3. வரி விதித்தல் : முற்றுரிமையின் சக்தியை குறைப்பதற்கோ, தடுப்பதற்கோ வரி விதித்தலும் கூட ஒரு கட்டுபடுத்தும் முறையாகும். முற்றுரிமையாளர் மீது அரசு கணிசமான தொகையை வரியாக விதிக்கலாம். இதன் விளைவாக இலாபம் குறைந்து அதன் பொருளாதார வலிமை குறையும்.

4. நாட்டுடைமையாக்குதல் : பெரிய முற்றுரிமை நிறுவனங்களை நாட்டுடைமையாக்கு வதால், நுகர்வோரை சுரண்டி வாழும் நிறுவனங்களை அரசே ஏற்று நடத்தலாம்.

5. நுகர்வோர் சங்கங்கள் : நுகர்வோர் சங்கங்களை அமைக்க ஊக்குவிப்பதன் வாயிலாக நுகர்வோரது பேரசக்தியை அதிகப்படுத்தி அவரது உரிமையை பாதுகாத்து முற்றுரிமை வளர்ச்சியைக் கட்டுபடுத்தலாம்.

முற்றுரிமை நிறைவுப்போட்டி - ஒப்புமை

இரண்டு அங்காடிகளுமே அதிகபட்ச இலாபம் ஈட்டுவதையே முக்கிய நோக்கமாக கொண்டுள்ளது. இரண்டு அங்காடிகளுமே சந்தையின் சமநிலை அடையும்போது இறுதிநிலை செலவும், இறுதிநிலை வருவாயும் சமமாகவே இருக்கும். (அதாவது MC = MR)

கீழ்கண்டவாறு வேற்றுமைகளை அட்டவணைப்படுத்தலாம்.

நிறைவுப் போட்டி	முற்றுரிமை
1. சராசரி வருவாய் வளைக்கோடு (AR) X அச்சுக்கு இணையான படுக்கைக் கோடாக அமைந் துள்ளது. இங்கு நிதி வருவாயும் (MR), சராசரி வருவாயும் விலைக்கு சமமாக இருக்கும். MR = AR = P	சராசரி வருவாய் வளைக்கோடும் இறுதிநிலை வருவாய் வளைக் கோடும் கீழ்நோக்கி சரிந்து செல்கின்றன. இறுதி நிலை வருவாய், சராசரி வருவாய் மற்றும் விலையைவிட கீழ் மட்டத்தில் உள்ளது.
2. சமநிலையின் போது, இறுதிநிலை செலவு, இறுதிநிலை வருவாய்க்கு சமமாகவும், மேலும் அது சராசரி வருவாயாகிய விலைக்கு சமமாகவும் அமைந்துள்ளது. ஆகவே விலை, இறுதிநிலை உற்பத்தி செலவுக்கு சமமாக உள்ளது.	சமநிலையில் இறுதிநிலை செலவு, இறுதிநிலை வருவாய்க்கு சமமாக உள்ளது. ஆனால் இறுதிநிலை வருவாய், சராசரி வருவாயாகிய விலையைவிட குறைவாக உள்ளது. அதாவது MC = MR < AR. விலையானது, இறுதிநிலை செலவைவிட அதிகமாக உள்ளது.
3. நிறைவுப் போட்டியில் ஒரு நிறுவனம், நீண்டகாலத்தில் சமநிலையை அடைய நீண்டகால சராசரி செலவு வளைக் கோட்டின் அடிமட்டத்தில்	முற்றுரிமையில், ஒரு நிறுவனம் நீண்ட காலத்தில் சமநிலையை அடைய சராசரி செலவு?

நிறைவுப் போட்டி	முற்றுரிமை
4. நிறைவுப் போட்டியில் சமநிலை யானது உற்பத்தி செலவு அதிகரிக் கும்போது மட்டுமே அடைய முடியுமே அன்றி செலவு குறையும் போதே நிலையானதாக இருக்கும் போதே அல்ல.	சமநிலை நிலை, செலவு அதிகரிக்கும் போதும், குறையும் போதும், நிலையான தாக இருக்கும் போதும் அடையலாம்.
5. நிறைவுப் போட்டியில் நிறுவனம் இயல்பு இலாபத்தை நீண்ட காலத்தில் அடையும். உச்ச இலாபத்தை குறுகிய காலத்தில் அடையும்.	உச்ச இலாபமானது, குறுகிய காலத்திலும் மற்றும் நீண்ட காலத்திலும் அடையும்.
6. உற்பத்தியளவு அதிகமாகவும் விலை குறைவாகவும் இருக்கும். அமையும்.	உற்பத்தி குறைவாகவும் விலை அதிகமாக வும் இருக்கும்.

விலை பேதம்

விலை பேதம் என்பது ‘‘பேதம் காட்டும் முற்றுறிமை என்றும் வழங்கப்படுகிறது. ஒரு முற்றுரிமையாளர் ஒரே பண்டத்தை பல்வேறு நுகர்வோருக்கு பல்வேறு விலைகளில் விற்கிறார். இந்த செயலுக்கு விலைபேதம் காட்டுதல் என்று பெயர்.

இலக்கணம்

தொழில்நுட்ப அடிப்படையில், *ஒரேத் தன்மை உடைய பண்டத்தை, அதன் இறுதிநிலை செலவினைவிட, கூடுதலான விலையில் விற்பதே விலைபேதம்* என்றும் கூறலாம்.

(எ.கா.) ஒரே திரைப்படத்திற்கு, பல்வேறு திரைஅரங்குகள், பல்வேறு நிலை மக்களை கருத்தில் கொண்டு பல்வேறு கட்டணங்களை வசூலிப்பதாகும்.

விலை பேதத்தின் நிபந்தனைகள்

கீழ்காணும் இரு நிலைகள் பூர்த்தி செய்யப்பட்டால் விலை பேதம் ஏற்படும்.

1. தேவையை, விலை அதிகமான அங்காடியிலிருந்து விலை குறைவான அங்காடிக்கு மாற்ற இயலாது. செல்வந்தர்கள், அதிக விலையுள்ள

ஆடம்பரமான புத்தகப் பதிப்பை வாங்காமல் பிரபலமான குறைந்த விலையுள்ள புத்தகப் பதிப்பு வெளிவரும் வரை காத்திருப்பார்களானால் தனியாள் பேதம் காட்டுதல் தோல்வியடையும்.

2. முற்றுரிமையாளர் இரண்டு அங்காடிகளை அல்லது வேறுபட்ட அங்காடிகளை தனித்தனியாக வைத்திருப்பார்கள் அதனால், பண்டங்கள் ஒரு அங்காடியிலிருந்து மற்றொரு அங்காடிக்கு மாற்ற இயலாது. விலை மலிவான அங்காடியில் பொருட்களை வாங்கி விலை அதிகமான அங்காடியில் பொருட்களை விற்க முடியுமானால், ஒரு பண்டத்திற்கு இரு விலைகள் இருப்பதற்கு வாய்ப்பில்லை. தொழில் அதிபர் அவருக்கு கிடைக்கும் மலிவான மின்சாரத்தை வீட்டு உபயோகத்திற்கு பயன்படுத்தினால், வாணிக பேதம் காட்டுதல் தோல்வியடையும்.

முற்றுரிமை போட்டி

பேராசிரியர் E.H. சேம்பர்லின் என்பவர் முற்றுரிமை போட்டியினை அறிமுகப்படுத்தினார். இப்போட்டியில் எண்ணிறந்த விற்பனையாளர்கள் ஒன்றுக்கொன்று நெருக்கமான பதிலீடாக கருதப்படும் பண்டங்களை உற்பத்தி செய்கின்றனர். பண்டங்கள் ஒன்றுப்போல் இருந்தாலும், அவை ஒரே தன்மையுடையன அல்ல. ஆனால் அவை ஒன்றுடன் ஒன்று போட்டியிடும் பண்டங்களாகும்.

முற்றுரிமை போட்டிக்கு எடுத்துக்காட்டுகள் பின்வருமாறு :

1. ஷாம்பூ – சன்சில்க், கிளினிக் பிளஸ், பான்ஸ், சிக், வெல்வட், ஹெட் அண்டு ஹோல்டர், பாண்டீன், வாட்டிகா, மீரா, கார்னியர்

2. பற்பசைகள் – கோல்கேட், குளோசப், பினாகா, ப்ராமிஸ், பெப்சோடன்ட், விக்கோ வஜிரதந்தி, அஜந்தா, அங்கர், பாபூல்

இயல்புகள் : 1. நிறுவனங்களின் எண்ணிக்கை முற்றுரிமைப் போட்டியில் பல நிறுவனங்கள் உள்ளன. அதிக அளவில் உற்பத்தி செய்யும் ஒவ்வொரு நிறுவனமும், மற்ற நிறுவனங்களின் செயல்பாட்டில் அக்கறைக் காட்டாமல் தனித்து செயல்படும். அவைகள் உற்பத்தியளவு, விலை, போன்றவற்றை தாமே தீர்மானிக்கின்றன. ஒரு நிறுவனத்தின் செயல்பாடு மற்ற நிறுவனங்களின் செயல்பாட்டினை பாதிக்காது.

2. பண்ட வேறுபாடு : பண்டங்களை வேறுபடுத்துவது முற்றுரிமை போட்டியின் மையக்கருத்தாகும். நிறுவனங்களின் பண்டங்கள் ஒன்றுபோல் தோன்றினாலும், உண்மையில் அவை ஒன்று அல்ல. ஒன்று அல்லது அதற்கு மேற்பட்ட விதங்களில் பண்டங்களில் மாறுபாடுகள் இருக்கும். எனவே அவை ஒன்றுக்கொன்று பதிலீட்டுப் பண்டங்களாக உள்ளன.

3. விற்பனைச் செலவு : முற்றுரிமைப் போட்டியில் தனது பண்டத்தை பரவலாக்கு வதற்காகவும், புதியநுகர்வோரைக் கவரும் வண்ணமும் உற்பத்தி செலவுகள் இல்லாமல், விளம்பரச் செலவுகளை மேற்கொள்ள வேண்டியுள்ளது. இதுவே விற்பனைச் செலவாகும். விற்பனைச் செலவைப் பற்றி பேராசிரியர் சேம்பர்லின் இலக்கணம் வகுத்துள்ளார். இவர் “ஒரு பண்டத்தின் தேவை வளைகோட்டின் வடிவத்தை மாற்றி அமைக்க செலவிடும் பணத்தின் அளவே விற்பனைச் செலவாகும்”. என்கிறார். விற்பனைச் செலவானது விளம்பரச் செலவு, காட்சிப் பொருள் அமைத்தல், பண்டங்களின் மாதிரிகளை அளித்தல் போன்ற பல்வேறு வடிவங்களில் அமைந்திருக்கும்.

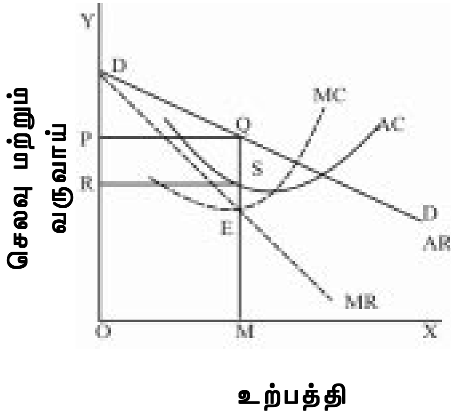
4. நிறுவனங்கள் உட்புகுதல், வெளியேறுதல்

முற்றுரிமை போட்டியில் அடுத்த முக்கியமான இயல்பு, எந்த ஒரு புதிய நிறுவனமும் உற்பத்தியில் புகுதலும் வெளியேறுதலும் எளிதானதாகும். வணிக அடையாளம் தாங்கிய தனது பண்டத்தை அப்புதிய நிறுவனம் எளிதில் தயாரிக்க இயலும். இங்கு எந்தவித தடைகளும் இல்லை.

முற்றுரிமைப் போட்டியில் சமநிலை விலை மற்றும் பண்ட அளவை நிர்ணயித்தல்

முற்றுரிமைப் போட்டியில் நிறுவனம் சமநிலை அடைய இறுதிநிலை வருவாயும், இறுதி நிலை செலவும் சமமாக இருத்தல் வேண்டும். அதாவது E = MR = MC. முற்றுறிமை போட்டியில் ஒவ்வொரு நிறுவனமும் எந்த ஒரு விலையில், உற்பத்தி நிலையில் அதிகபட்சம் இலாபம் கிடைக்குமோ அதனையே தெரிவு செய்து கொள்வார். வரைபடம் 8.4 ஒரு குறிப்பிட்ட நிறுவனம் எவ்வாறு சமநிலை அடையும் என்பதை விளக்குகின்றது.

வரைப்படம் 8.4



வரைபடம் விளக்கம்

மேற்கண்ட வரைபடத்தில் MC, AC என்பன குறுகியகால இறுதிநிலைச் செலவு மற்றும் சராசரி செலவு வளைகோடுகளாகும். AR என்கிற சராசரி வருவாய் வளைக்கோடும், MR என்கிற இறுதிநிலை வருவாய் வளைகோடும் கீழ்நோக்கி சரிந்து செல்கிறது. E என்ற சமநிலை புள்ளியில் MR = MC ஆக அமையும். இங்கு OM என்பது சமநிலை உற்பத்தியளவாகும். இந்த உற்பத்தியில் OP என்பது சமநிலை விலையாக தீர்மானிக்கப்படுகிறது. இலாபம் என்பது சராசரி வருவாய்க்கும், சராசரி செலவுக்கும் உள்ள வேறுபாடாகும். MQ என்பது சராசரி வருவாய், MS என்பது சராசரி செலவு. அதாவது QM - MS = SQ. SQ என்பது ஒரு பொருளுக்கான இலாபமாகும். இந்த ஒரு பொருளுக்கான இலாபத்தை OM என்ற பண்ட உற்பத்தியின் அளவினால் பெருக்கினால் அந்நிறுவனத்திற்கு PQSR என்ற கோடிடப்பட்ட செவ்வக வடிவலான இலாபம் கிடைக்கும். இவ்வாறாக குறுகிய காலத்தில் அந்நிறுவனம் OM அளவு உற்பத்தி செய்து அவற்றை OP விலைக்கு விற்று அதிகபட்ச இலபத்தைப் பெறுகிறது.

முற்றுரிமைப் போட்டியில் உள்ள வெவ்வேறு நிறுவனங்கள் குறுகிய காலத்தில் அசாதாரண இலாபத்தையே அல்லது நஷ்டத்தையோ தமது செலவு மற்றும் வருவாய்வளை கோட்டைப் பொருத்து பெற்றுக்கொள்ளும்.

நீண்டகாலத்தில் தொழிற்சாலையில் உள்ள நிறுவனங்கள் உச்ச இலாபத்தை ஈட்டினால் புதிய நிறுவனங்கள் தொழிலில் நுழைந்து, இலாப அளவை குறைக்கும். சராசரி வருவாய் இதனால் குறையும். உற்பத்தி காரணிகளின் தேவை அதிகரிப்பானது உற்பத்தி செலவை அதிகரிக்கும். எனவே இலாபத்தின் அளவும் குறைந்துவிடும். நீண்ட காலத்தில் தொழிற்சாலைக்குள் இருக்கும் நிறுவனங்கள் நஷ்டத்தை அடைந்தால் சில நிறுவனங்கள் இத்தொழிலை விட்டு வெளியேறும். இதனால் அங்காடியில் இதன் பங்கு அதிகரிக்கும். உற்பத்திக் காரணிகளின் தேவை குறைவதால், உற்பத்திக் காரணிகளின் விலை குறைய நேரிடும். இதன் விளைவாக உற்பத்திச் செலவு குறைய நேரிடும். இது இருக்கின்ற நிறுவனங்களின் இலாபத்தை அதிகரிக்கும். இம்முற்றுரிமைப் போட்டியில் இருக்கின்ற நிறுவனங்கள் இயல்பு இலாபத்தையே நீண்டகாலத்தில் ஈட்டும்.

நீண்டகாலம்

முற்றுரிமைப் போட்டியின் வீண்செலவுகள்

1. வேலையின்மை : முற்றுரிமையாளர் போட்டியில் நிறுவனங்கள், உத்தம உற்பத்தி அளவினைவிட குறைவாக உற்பத்தி செய்வதால், வளங்களை முழுமையாக பயன்டுத்து வதில்லை. இதனால் வேலை இல்லா பிரச்சனை ஏற்படுகிறது.

2. உபரி சக்தி : உபரி சக்தி என்பது உத்தம அளவு உற்பத்திக்கும் - உண்மை உற்பத்திக்கும் உள்ள வேறுபாடாகும். நீண்ட காலத்தில் இந்நிறுவனங்கள் உத்தம அளவு உற்பத்தியைவிட குறைந்த அளவு உற்பத்தியையே செய்கின்றன. இந்த உற்பத்தி குறைந்தபட்ட சராசரி செலவோடு சம்மந்தபட்டதாகும். இந்த உபரி சக்தி வீணாக்கப்படுவதாக இங்கு கருதப்படுகிறது.

3. விளம்பரம் : முற்றுரிமை அங்காடி போட்டியில் உள்ள விளம்பரச் செலவு வீண் செலவாக கருதப்படுகிறது. நிறுவனங்கள் தமது பண்டத்தை வாங்குவதற்காக நுகர்வோரை ஊக்குவிக்கும் வகையில் பணத்தைச் செலவழிக்கின்றன. இதனால் விலை உயருகிறது. இத்தகைய செலவுகள் வீணானவையாகும்.

4. பல்வேறு விதமான பண்டங்கள் : முற்றுரிமை போட்டியில் பல்வேறு பண்டங்கள் அறிமுகப்படுத்தப்படுகின்றன. தயாரிக்கப்படும் பண்டங்களின் அளவு, மாதிரி, வண்ணம், மனம், ஆகியவற்றை மாற்றும் போது, ஒரே விருப்பத்தை நிறைவேற்ற பல்வேறு வகையான பொருள்கள் உற்பத்தி செய்யப்படுவதால் இப் பதிலீட்டு பண்டங்களின் உற்பத்தி செலவு வீணாக கருதப்படுகிறது. ஒரு சில வகைகள் தயாரித்தல் மட்டுமே போதுமானதாக இருக்கும்.

5. செயல்திறன் குறைந்த நிறுவனங்கள் : இம் முற்றுரிமை போட்டியில் செயல்திறன் குறைந்த நிறுவனங்கள், இறுதி நிலை செலவைக் காட்டிலும், கூடுதலான விலையை விதிக்கின்றன. இத்தகை நிறுவனங்கள் தொழிலில் இருந்து அகற்றப்படல் வேண்டும். ஆனால் இந்நிறுவனத்தின் பொருள்களை வாங்குவோர், அங்காடியில் இருப்பின் திறமையற்ற நிறுவனங்கள் தொடர்ந்து தொழிலில் இருக்க வாய்ப்பு ஏற்படுகிறது.

சில்லோர் முற்றுரிமை

நிறைகுறை போட்டியில் மிகவும் குறிப்பிடதக்கது சில்லோர் முற்றுரிமையாகும். மிகச் சில நிறுவனங்களே ஒரு பண்டத்தை உற்பத்தி செய்யும்போது, அது சில்லோர் முற்றுரிமை எனப்படும். நிறுவனங்களின் எண்ணிக்கை இரண்டுக்கு மேற்பட்டதாக இருக்கும். ஒரே மாதிரியான பொருளையோ, அல்லது வேறுபடுத்தப்பட்ட பண்டத்தையோ உற்பத்தி செய்யக்கூடும்.

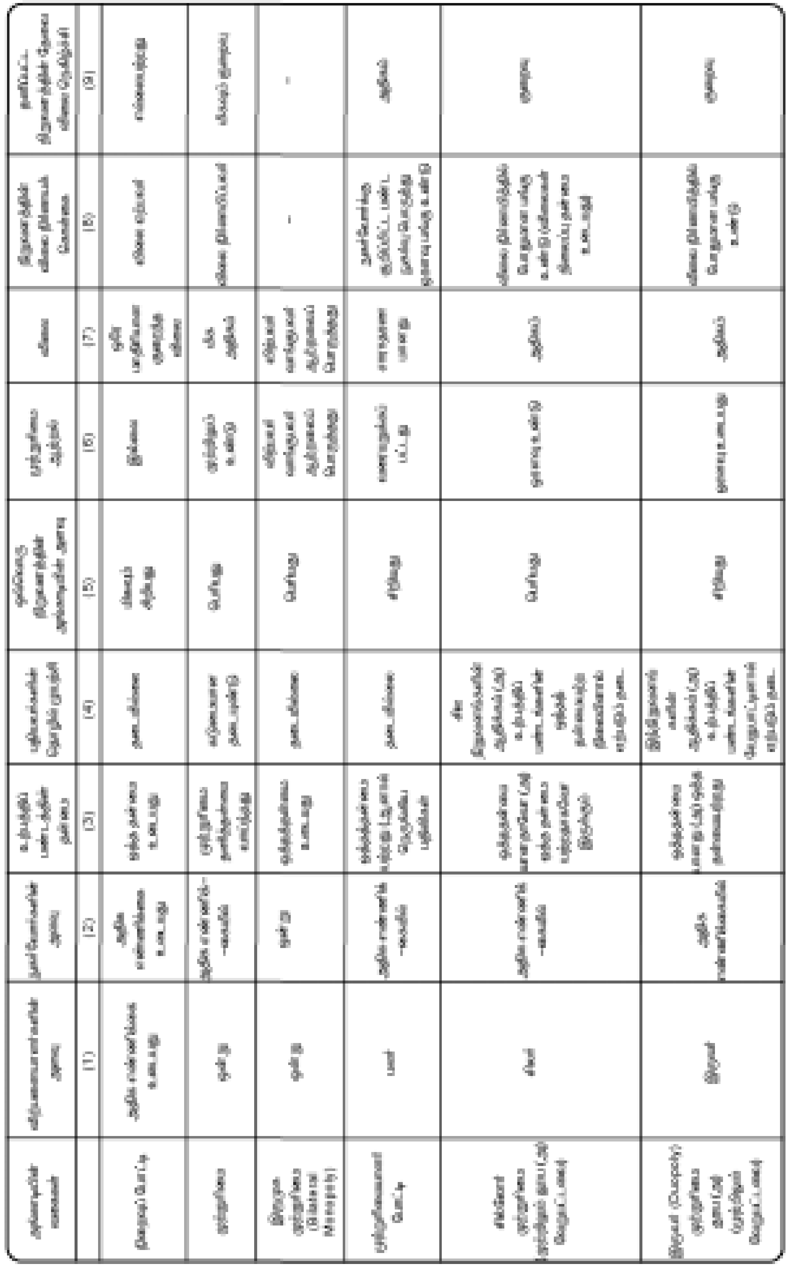
இயல்புகள்

1. **ஒன்றையொன்று சார்ந்திருத்தல் :** பிற நிறுவனங்களைச் சார்ந்து முடிவெடுத்துல் என்பது சில்லோர் முற்றுரிமையின் மிக இன்றியமையாத தனிப் பண்பாகும். இங்கு நிறுவனங்கள் எண்ணிக்கையில் மிகக் குறைவாக இருப்பதால் ஒன்றின் செயல்பாட்டினை மற்றொரு நிறுவனம் கூர்ந்து கண்காணிக்கின்றது. விலை, உற்பத்தி பண்ட அளவு போன்றவற்றில் ஏதாவது ஒரு மாற்றத்தை செய்தாலும் அது பிற எதிர் நிறுவனங்களையும் நேரடியாக பாதிக்கின்றது. ஆகவே இம்முறைப் போட்டியில் அங்காடித் தேவையை மட்டும் கருத்தில் கொள்ளாமல் பிற நிறுவனங்களின் செயல்பாடுகளையும் கூர்ந்து கவனித்தல் வேண்டும்.

2. **குழுச் செயல்பாடு :** இந்த அங்காடி முறையில் நிறுவனங்கள் அனைத்தும் தமக்குள் ஒற்றுமையுடன் கூட்டுறவாக செயல்பட வேண்டிய கட்டாயத்தை உணர்ந்திருக்கும். அவைகள் மந்தண உடன்படிக்கை செய்துக் கொள்ள முனையும், அதே நேரத்தில் ஒவ்வொரு நிறுவனமுமே உச்ச இலாபம் அடைய துடிப்பதால் அவைகளுடன் போட்டி மனப்பான்மை மேலோங்கி உள்ளது.

3. **மாறாத விலை : (price rigidity)** மாறாத விலை என்பது மற்றொரு சிறப்பியல்பாகும். விலையானது மாற்ற முடியாத தன்மை கொண்டதாகும். ஒரு நிறுவனம் தன்னுடைய விலையை குறைத்தால் எதிராளிகள் பாதிக்கப்படுவார்கள். தனது இலாபத்தை நிறுவனம் இழக்க நேரிடும்; இதே போன்று விலை ஏற்றத்தை பின்பற்றினால் தனது வாடிக்கையாளர்களை இழக்க நேரிடும். எனவே சில்லோர் முற்றுரிமையில் விலைமாற்றம் முற்றிலும் கைவிடப்படுவதால் விலை மாறாமல் இருக்கிறது.

அங்காடியின் பல்வேறு அமைப்பு முறைகள்



பயிற்சி

பகுதி–அ

I. சரியான விடையைத் தேர்ந்தெடுக்கவும்

1. நிறைவுப் போட்டி அங்காடியில் காணப்படும் நிலை

அ. ஒரே விற்பனையாளர்

ஆ. இரண்டு விற்பனையாளர்

இ. எண்ணிக்கையில்லா விற்பனையாளர்

ஈ. சில விற்பனையாளர்

2. எந்நிலையில் ஒரு நிறுவனம் சமநிலைப் பெறும்

அ. MC = MR ஆ. MC = AC

இ. MR = AR ஈ. MR = AC

3. நிறுவனம் மற்றும் தொழிற்சாலை ஒரே நிலையில் இருப்பது

அ. நிறைவுப் போட்டி ஆ. இருவிற்பனையாளர்

இ. சில்லோர் ஈ. முற்றுரிமை

4. விற்பனைச் செலவின் மிக முக்கியமான வடிவம் எது

அ. விளம்பரங்கள் ஆ. விற்பனை

இ. ஒரே மாதிரியான பண்டங்கள் ஈ. எதுவும் இல்லை

5. நிறைவுப் போட்டியில் தேவைக்கோடு இவ்வாறு இருக்கும்

அ. மேல்நோக்கி சரிந்து செல்லும் ஆ. கிடைமட்டமாக இருக்கும்

இ. கீழ்நோக்கி சரிந்துச் செல்லும் ஈ. செங்குத்தாக இருக்கும்

II. கோடிட்ட இடங்களை நிரப்புக:

6. நிறைவுப் போட்டியில் நிறுவனங்கள் .... பொருளையே உற்பத்தி செய்கிறது.

7. நிறுவனத்தின் சராசரி வருவாயானது, சராசரி செலவைவிட அதிகமாக இருப்பின் அந்நிறுவனம் .... ஈட்டும்.

8. நிறைவுப் போட்டியில் ஒரு நிறுவனம் ....

9. முற்றுரிமை சக்தியின் மூலம் பொருளை வடிவமைக்கும் உரிமை .... என்றழைக்கப்படும்.

10. சில்லோர் முற்றுரிமை அங்காடியில் உள்ள நிறுவனங்கள் தங்களுக்குள்ளே முக்கியமான .... உணர்ந்திருக்கும்.

III. பொருத்துக

11.	உலக அங்காடி	அ. E.M. சேம்பர்ளின்
12.	நுகர்வோர் கோலச்சம்	ஆ. கோகோ–கோலா
13.	தென் ஆப்பிரிக்கா	இ. தங்கம் மற்றும் வெள்ளி
14.	தொழில்நுட்ப முற்றுரிமை	ஈ. முற்றுரிமைப் போட்டி
15.	முற்றுரிமையாளர் போட்டி	உ. வைரம்

IV. ஓரிரு சொல்லில் விடையளிக்கவும்

16. தொழிற்சாலை என்றால் என்ன?

17. பொது பயன்பாடுகளை அனுபவிப்பவர் யார்?

18. அரசாங்கம், முற்றுரிமையை எவ்வாறு கட்டுப்படுத்தும்.

19. முற்றுரிமை போட்டியின் முக்கியமான சிறப்பியல்புகள் எவை?

20. MRTP சட்டம் எந்த ஆண்டு இயற்றப்பட்டது?

பகுதி–ஆ

பின்வரும் வினாக்களுக்கு நான்கு அல்லது ஐந்து வரிகளில் விடையளிக்கவும்

21. அங்காடியின் பண்புகள் யாவை?

22. அங்காடியின் அடிப்படை போட்டிகளை வகைப்படுத்துக.

23. நிறைவுப் போட்டி அங்காடியின் மூன்று நன்மைகளை எழுதுக.

24. விலை பேதத்தின் இரண்டு நிபந்தனைகள் யாவை?

25. விலை பேதத்தினை எடுத்துக்காட்டின் மூலம் விளக்குக.

பகுதி–இ

பின்வரும் வினாக்களுக்கு ஒரு பக்க அளவில் விடையளிக்கவும்.

26. அங்காடியின் வகைகளை சுருக்கமாக விளக்கவும்.

27. நிறைவுப் போட்டியின் இயல்புகளை விளக்கவும்.

28. முற்றுரிமையைக் கட்டுப்படுத்தும் வழிமுறைகள் யாவை?

29. பண்டங்களை வேறுபடுத்துதல் – சிறு குறிப்பு எழுதுக.

30. முற்றுரிமையாளர் போட்டியில் வீண் செலவுகளைப் பற்றி விளக்குக?

பகுதி–ஈ

பின்வரும் வினாக்களுக்கு மூன்று பக்க அளவில் விடையளிக்கவும்

31. குறுகிய காலத்தில், நிறைவுப் போட்டியில், விலை, பண்டத்தின் அளவு எவ்வாறு நிர்ணயிக்கப்படுகின்றன.

32. முற்றுரிமையை விவரிக்க. மேலும் முற்றுரிமையின் பண்புகள் மற்றும் காரணங்களையும் கூறுக.

33. முற்றுரிமையில் விலை, மற்றும் பண்டம் எவ்வாறு தீர்மானிக்கப்படுகின்றது என்பதை விவரிக்கவும்.

34. முற்றுரிமையின் நன்மை, மற்றும் தீமைகளை ஆராய்க.

35. நிறைவுப் போட்டி மற்றும் முற்றுரிமையை வேறுபடுத்துக.

36. முற்றுரிமை போட்டியில் விலை, பண்டங்கள் தீர்மானிக்கப்படுவது எவ்வாறு என்பதை விளக்குக.

பாடம் - 9

இறுதிநிலை உற்பத்தித் திறன் பகிர்வுக் கோட்பாடு

(MARGINAL PRODUCTIVITY THEORY OF DISTRIBUTION)

இறுதிநிலை உற்பத்தித் திறன் பகிர்வுக் கோட்பாடு என்பது உற்பத்திக் காரணிகளின் பொது பகிர்வுக் கோட்பாடாகும். நிறைவுப் போட்டியில், உற்பத்திக் காரணிகளின் ஊதியம் எவ்வாறு தீர்மானிக்கப்படுகிறது (நிர்ணயம் செய்யப்படுகிறது) என்பதை இக்கோட்பாடு விளக்குகிறது. எல்லா உற்பத்தி காரணிகளும் அவை உற்பத்தி செய்யும் இறுதி நிலை உற்பத்திக்குச் சமமாகவே ஊதியம் பெறும் என்பதை வலியுறுத்துகிறது.

பண்டங்களின் விலை தீர்மானத்திற்கும், காரணிகளின் விலைத் தீர்மானத்திற்கும் அடிப்படை வேறுபாடுகள் ஏதுமில்லை. காரணிகளின் விலை, சந்தையில் அவைகளின் தேவை மற்றும் அளிப்புக்களினால் தீர்மாணிக்கப்படும். பண்டங்களின் தேவை 'நேரடித் தேவை' ஆனால் காரணிகளின் தேவை 'பெறப்பட்ட தேவை'. (உம்) வீடுகளுக்குத் தேவையிருந்தால்தான் வீடு கட்டும் தொழிலில் தொழிலாளர்களுக்குத் தேவை இருக்கும்.

இறுதிநிலை உற்பத்தித் திறன் பகிர்வுக் கோட்பாட்டின்படி, நிறைவுப் போட்டிச் சந்தையில் ஒவ்வொரு காரணியும் அது உற்பத்தி செய்யும் பண்டங்களின் மதிப்பிற்குச் சமமாக ஊதியம் பெறும். இவ்விதி அனைத்து உற்பத்திக் காரணிகளுக்கும் பொருந்துவதாக இருந்தாலும் முதலில் உழைப்பு பற்றி நாம் காண்போம்.

உற்பத்திக் காரணிகளின் விலை இறுதிநிலை உற்பத்தி பண்டங்களின் மதிப்புக்கு சமமாகும் வரை ஒரு நிறுவனம் உற்பத்திக் காரணிகளின் அளவைக் கூட்டிக்கொண்டே செல்லும். இறுதிநிலை உற்பத்தியின் மதிப்புக்கு சமமாகவே ஒவ்வொரு உற்பத்திக் காரணிக்கும் ஊதியமளிக்கப்படும் என்பதே இதன் பொருளாகும். உற்பத்தியாளர் கூடுதல் உற்பத்திக் காரணியை நியமிப்பதால் கிடைக்கும் கூடுதல் உற்பத்திப் பண்டங்களின் மதிப்புக்கு சமமாக இறுதிநிலை உற்பத்தி இருக்கும். நாம் மற்ற உற்பத்திக் காரணிகளின் அளிப்பை நிலையாகக் கொள்கின்றோம்.

உழைப்பைக் கொண்டு, இறுதிநிலை உற்பத்தித் திறன் பகிர்வுக் கோட்பாட்டைப் பற்றி எளிய உதாரணம் வாயிலாகப் பார்ப்போம்.

இலாபத்தை உச்சமாக்குவதே ஒவ்வொரு நிறுவனத்தின் நோக்கமாகும். உற்பத்திச் செலவைவிட வருவாய் அதிகமாக இருக்கும் வரை காரணியின் நியமனத்தை நிறுவனம் அதிகரித்துக் கொண்டே செல்லும். (மொத்த செலவைவிட மொத்த வருவாய் அதிகரித்துச் செல்லும் வரை உற்பத்திக் காரணியின் (இ.நி.) நியமனத்தை ஒரு நிறுவனம் அதிகரித்துக் கொண்டே இருக்கும்) ஒரு நிறுவனம், இறுதியில் நியமனம் செய்யும் இறுதிநிலை காரணியினால் ஆகும், மொத்த உற்பத்தி செலவு மொத்த வருவாய் சமமாகும் வரை உற்பத்திக் காரணியைக் கூட்டிக் கொண்டே செல்லும். இதற்குமேல் மொத்த இலாபத்தை அதிகரிக்க முடியாது.

உழைப்பு சந்தையில் சமநிலை $MC_1 = VMPL$ல் அமையும்

$MC_L = VMP_L$

MC_L = உழைப்பின் இறுதிநிலை செலவு.

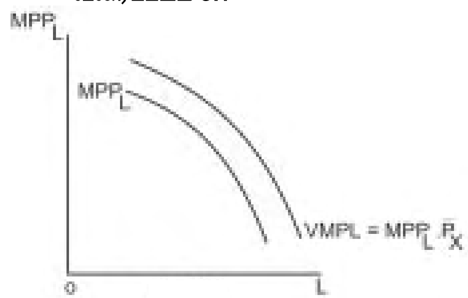
VMP_L = இறுதிநிலை உற்பத்தியின் மதிப்பு (உழைப்பு)

or $W = VMP_L$ (W = உழைப்பின் கூலி)

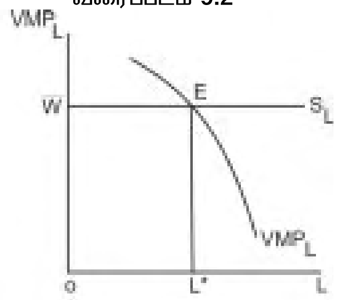
குறிப்பு : உழைப்பின் அளிப்பு, போட்டிச் சந்தையில் அளவுக்கு அதிகமாகியுள்ளது (பற்றாக்குறை இல்லாமல்) எனவே கொடுக்கப்பட்ட கூலி விகிதத்தில் எவ்வளவு உழைப்பை வேண்டுமென்றாலும் ஒரு நிறுவனம் அமர்த்திக் கொள்ளலாம்.

நிறைவுப் போட்டிச் சந்தையில் கூலி நிர்ணயம்

வரைப்படம் 9.1



வரைப்படம் 9.2



MPP_L = இறுதிநிலை பண்டங்கள் உற்பத்தி வளைகோடு (உழைப்பு)

VMP_L = இறுதிநிலை பண்டங்கள் உற்பத்தி மதிப்பு

$VMP_L = MPP_L . P_x$ {VMPL = இறுதிநிலை உழைப்பு உற்பத்தி பருப்பொருள் X விலை உழைப்பின் இறுதிநிலை பண்ட மதிப்பு

குறிப்பு : P (நிறைவுப் போட்டியில் விலை நிலையாக மாறாது இருக்கும் என்று அனுமதிக்கப்படுகிறது.

படம் 9.2ல் நிறுவனம் E யில் சமநிலை அடைவதாக காட்டப்பட்டுள்ளது. Lக்கு இடதுபுறம், ஒரு அலகு உழைப்பிற்கு கொடுக்கப்படும் ஊதியம் அது உற்பத்தி செய்யும் பண்டங்களின் மதிப்பை விட குறைவாக உள்ளது. (VMPL > W). ஆகவே நிறுவனம் அதிக உழைப்பைப் பயன்படுத்தி அதிகமாக இலாபத்தைப் பெறும் L வலதுபுறம் VMPL < W. உழைப்பிற்கு அளிக்கப்படும் ஊதியம் (இறுதிநிலை அலகு) அதனால் உற்பத்தி செய்யப்படும் பண்டங்களின் மதிப்பை விட அதிகமாக உள்ளது. ஆகவே இலாபம் குறைகிறது. ஆகவே VMPL = W இருக்கும்பொழுது இலாபம் உச்சமாக இருக்கும்.

மேற்கண்ட விளக்கப்படி, ஒரு நிறுவனத்தின் எந்த ஒரு மாறும் உற்பத்திக் காரணியின் (உழைப்பு) தேவைக்கோடும் அக்காரணியின் இறுதிநிலை உற்பத்தி மதிப்பு வளைகோடாகும்.

ஆகவே இறுதிநிலை உற்பத்திக் காரணியின் உற்பத்தித் திறன், அக்காரணிகள் அனைத்திற்கும் அளிக்கப்படும் ஊதியத்தை நிர்ணயிக்கும். உற்பத்தியாளர் நிலம், உழைப்பு, முதலீடு ஆகியவற்றை ஒரு குறித்த விகிதத்தில் இணைத்து உற்பத்திச் செலவு மிகக் குறைந்த நிலையில் இருக்கும்படி பார்த்துக்கொள்வார். ஒவ்வொரு உற்பத்திக் காரணிக்கும் அதனுடைய இறுதிநிலை உற்பத்தி திறனுக்கு ஏற்ப ஊதியம் நிர்ணயம் செய்யப்படும். இறுதிநிலை உற்பத்தித் திறன் பகிர்வுக் கோட்பாடு, உற்பத்திக் காரணிகளின் ஊதியம், வாரம், வட்டி மற்றும் இலாபத்தைத் தீர்மானிப்பதைப் பற்றி விளக்குகிறது. ஆகவே இது பொது பகிர்வுக் கோட்பாடு என்று அழைக்கப்படுகிறது.

எடுகோள்கள்

இறுதிநிலை உற்பத்தித் திறன் பகிர்வுக் கோட்பாடு கீழ்க்கண்ட எடுகோள்களின் அடிப்படையில் உருவானதாகும்.

1. நிறைவுப்போட்டி நிலவுகிறது.
2. உற்பத்திக் காரணிகள் அனைத்தும் ஒரே தன்மையுடையன அல்லது ஒரே மாதிரியானவை.
3. ஒரு காரணிக்குப் பதிலாக மற்றொரு காரணியைப் பயன்படுத்தலாம். அனைத்தும் ஒன்றுக்கொன்று மாற்றப்படக் கூடியவை.
4. இக்கோட்பாடு குறைந்து செல் விளைவு விதியை அடிப்படையாகக் கொண்டது. இது வாணிபத்திற்கும் பொருந்தும். ஒரு காரணியை மேலும் மேலும் பயன்படுத்தும்போது அதிலிருந்து கிடைக்கும் இறுதிநிலை உற்பத்தி குறையும் என்று குறைந்து செல் விளைவு விதி கூறுகிறது. ஒரு நிறுவனத்திற்கு ஒரு காரணியை அதிகப்படுத்துவதால் அதன் மூலம் கிடைக்கும் உற்பத்தி குறையும் என்று தெரியும்பொழுது, அக்காரணிக்கு பதிலாக வேறு காரணியை பதிலீடு செய்து உற்பத்திச் செலவைக் குறைக்க முயலும்.

குறைந்து செல் இறுதிநிலை பகிர்வுக் கோட்பாட்டின் குறைபாடுகள் பின்வருமாறு :

1. அனைத்துப் பண்டங்களும் கூட்டுப் பண்டங்கள் அப்பண்டங்களின் மதிப்பை, தனித்தனியாக உழைப்புக்கோ அல்லது முதலுக்கோர் பிரித்துக் காட்ட இயலாது. சில வகையான பணிகளின் (மருத்துவர், வழக்கறிஞர், ஆசிரியர்கள் ஆகியோரின் பணிகள்) உற்பத்தி மதிப்பை அளவிடுதல் கடினமான ஒன்று.
2. இந்த கோட்பாடு காரணிகளின் தேவைப் பக்கத்தை மட்டுமே கணக்கில் எடுத்துக் கொண்டு அளிப்புப் பகுதியை புறக்கணித்துவிட்டது. (உம்) காரணிகள் பற்றாக்குறையாக இருக்கும்பொழுது சாதாரண விலையைவிட அதிக அளவு விலை அளிக்கப்படுகிறது.
3. இக்கோட்பாடு, நிறைவுப்போட்டி மற்றும் முழுவேலைநிலை ஆகிய எடுகோள்களை அடிப்படையாகக் கொண்டது. ஆனால் நடைமுறையில் நிறைகுறைப் போட்டியே உள்ளது.
4. நடைமுறையில் உற்பத்திக் காரணிகளை மாறுபட்ட வழிகளில் பயன்படுத்துதல் கடினம்.
5. இக்கோட்பாடு அறநெறிக் கருத்துக்களைப் பின்பற்றவில்லை. இக்கோட்பாட்டை ஏற்றுக்கொண்டால், ஒரு காரணி அது உற்பத்தி

செய்த பண்டங்களின் மதிப்பிற்கு சமமாக ஊதியம் பெறும் என்பது இதன் கருத்தாகும். (உம்) நிறுவனத்தில் உள்ள ஊழியர் குறைந்த கூலியை பெறுவது அவர்களது உற்பத்திக் குறைவால் அல்ல. ஆனால் உழைப்புச் சுரண்டலே இதற்கு காரணமாகும். நடைமுறையில் காணப்படும் ஏற்றத்தாழ்வான பகிர்வை நியாயப்படுத்த இக்கோட்பாட்டை பயன்படுத்த முடியாது.

மேற்கண்ட குறைபாடுகள் இருப்பினும், காரணிகளின் விலையைத் தீர்மானிப்பதில் உற்பத்தி திறனின் பங்கினை இக்கோட்பாடு விளக்குகிறது. ''இக்கோட்பாடு ஊதியத்தைத் தீர்மானிக்கும் ஒரு காரணியை வெளிக் கொணர்ந்துள்ளது'' என்று மார்ஷல் கூறுகிறார்.

வாரம் (Rent)

ஒரு பண்டத்தைப் பயன்படுத்த மாதா மாதம் நாம் செலுத்தும் தொகையே வாரம் எனப்படும். (உம்) வாடகை வீட்டில் குடியிருக்கும் பொழுது அதற்கு நாம் வாடகை செலுத்துகிறோம். இந்த வாரத்திற்கு 'ஒப்பந்த செலுத்துகை' என்று பெயர். இத்தொகை, நிலத்தைப் பயன்படுத்துவதற்கு நாம் செலுத்தும் விலை தவிர வீடு கட்ட முதலீடு செய்த முதலீட்டிற்கு செலுத்தும் வட்டி, கூலி, இலாபம் முதலியனவும் இதில் அடங்கும். வேளாண்மை நிலத்தைப் பயன்படுத்துவதற்கு நாம் கொடுக்கும் விலையே வாரம் என்று தொன்மைப் பொருளியல் அறிஞரான ரிகார்டோ கருதுகின்றார். நிலத்தின் சிறப்புத் தன்மைக்கு வாரம் அளிக்கப்படுகிறது. நிலத்தின் அளிப்பு நெகிழ்ச்சியற்றது. நிலத்தின் செழுமை வேறுபடும். நிலத்தின் செழுமை வேறுபடுவதால் வாரம் தோன்றுகிறது. மற்ற நிலங்களைவிட செழுமைமிக்க நிலம் அதிக வாரத்தைப் பெறும்.

ரிகார்டோவின் வாரக் கோட்பாடு

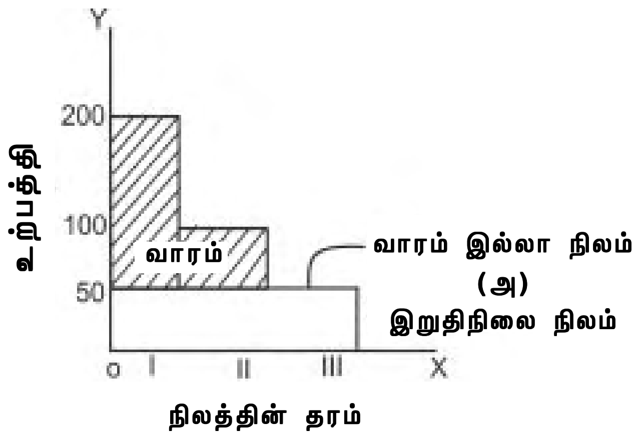
ரிகார்டோவின் வாரக் கோட்பாடு பழமையான கோட்பாடுகளில் ஒன்றாகும். 19–ம் நூற்றாண்டைச் சேர்ந்த தொன்மைப் பொருளியல் அறிஞரான ரிகார்டோவின் பெயரால் இக்கோட்பாடு அழைக்கப்படுகிறது. ''வாரம் என்பது நிலத்தின் உண்மையானதும் அழிக்க முடியாததுமான சக்திகளைப் பயன்படுத்திக் கொள்வதற்காக நிலத்தின் விளைச்சலிலிருந்து ஒரு பகுதியை நில உரிமையாளருக்குக் கொடுப்பதே ஆகும்'' என்று ரிகார்டோ வாரத்தை வரையறுத்துள்ளார். நிலத்தின் உண்மைச் சக்திகளைப் பயன்படுத்திக் கொள்வதற்கு கொடுக்கப்படுவது வாரமாகும். நிலத்தின்

செழிப்புத்தன்மையின் வேறுபாட்டினாலேயே வாரம் தோன்றுகிறது என்று ரிகார்டோ நம்புகிறார். உயர்பண்புகளைக் கொண்ட நிலமே வாரத்தைப் பெறும். வாரம் என்பது எச்ச உபரியாகும் (Rent is a differential surplus).

மேலும் நிலம் அமைந்துள்ள இடத்தின் சிறப்புத் தன்மையைப் பொறுத்தும் வாரம் எழும் (உம்) சந்தைக்கு அருகாமையில் சில நிலங்கள் அமைந்துள்ளது. உற்பத்தியாளர் இதனால் போக்குவரத்து செலவை மிச்சபடுத்த முடியும். எல்லா நிலங்களும் சமமான செழுமையுடையதாக இருந்தாலும், அமைந்திருக்கும் இடத்தின் சிறப்பினால் வாரத்தைப் பெறும்.

இக்கோட்பாட்டை குடியேற்றத்தின் (Colonization) மூலம் ரிகார்டோ விளக்குகிறார். மக்கள் புதிய இடத்தில் குடியேறும் பொழுது, முதலில் செழுமையான நல்ல நிலத்திலேயே பயிர் செய்வர். அதிக மக்கள் அவ்விடத்தில் குடியேறும் பொழுது நிலத்தின் தேவை அதிகரிக்கும். அதனால் இரண்டாம் தர நிலத்தையே அவர்கள் பயிர் செய்வர். ஆகவே உற்பத்திச் செலவு அதிகரிக்கும். அங்காடியில் தானியத்தின் விலை உற்பத்திச் செலவிற்கு உட்பட்டு இருக்கவேண்டும். இந்நிலையில் முதல்தர நிலம் வாரத்தைப் பெறும். இன்னும் சில காலம் சென்ற பிறகு, மக்கள் தொகை அதிகரிப்பதால் மூன்றாம் தர நிலமும் பயிர் செய்யப்படும். தற்பொழுது இரண்டாம் தர நிலமும் வாரத்தைப் பெறும். மேலும் முதல்தர நிலம் அதிக வாரத்தை பெறும். மூன்றாம் தர நிலம் எவ்வித வாரத்தையும் பெறாது. இது வாரமில்லா நிலம் என்று அழைக்கப்படும்.

வரைப்படம் 9.3



ரிகார்டோவின் வாரக் கோட்பாடு பற்றிய வரைபடம்

9.3ல் X-அச்சில் நிலத்தின் தரமும், Y-அச்சில் நிலத்தின் உற்பத்தியும் காட்டப்பட்டுள்ளது. நிழலிட்ட பகுதி வாரத்தைக் குறிக்கும். முதல்தர நிலமும், இரண்டாம் தர நிலமும் வாரத்தைப் பெறுகின்றன. மூன்றாம் தர நிலம் வாரம் பெறவில்லை. ஆகவே இது வாரமில்லா நிலம் என்றும் இறுதிநிலை நிலம் என்றும் அழைக்கப்படுகிறது.

திறனாய்வு

முதல் தரமான நிலத்திலேயே முதலில் பயிர் செய்யப்படுவதாக ரிகார்டோ கருதுகின்றார். ஆனால் இதற்கு எந்தவிதமான சான்றும் இல்லை.

1. நிலம் உண்மையானதும் அழிக்க முடியாததுமான சக்திகளைக் கொண்டுள்ளதாக ரிகார்டோ கருதுகிறார். அந்நிலம் தொடர்ந்து பயிர் செய்யப்பட்டால் சில காலத்திற்குப் பின் நிலத்தின் செழுமை குறையும்.
2. நிலத்திற்கு மட்டுமே வாரம் உள்ளதாக ரிகார்டோ கருதுகின்றார். ஆனால் உழைப்பு, முதல் ஆகிய காரணிகளுக்கும் வாரம் உள்ளதாக நவீன பொருளியல் அறிஞர்கள் கருதுகின்றனர். தேவையோடு ஒப்பிடும் பொழுது அளிப்பின் அளவு நெகிழ்ச்சியற்றதாக இருப்பின் வாரம் தோன்றும்.
3. வாரம் விலையில் சேராது என்று ரிகார்டோ கருதுகின்றார். ஒரு நிறுவனத்தைப் பொறுத்த வரையில் வாரம் விலையோடு அடங்கும்.
4. ரிகார்டோவின் நில வாரக்கோட்பாடு பற்றாக்குறை வாரத்தைப் பற்றி எதுவும் கூறவில்லை.
5. நிறைவுப் போட்டியின் அடிப்படையில் ரிகார்டோவின் வாரக் கோட்பாடு அமைந்துள்ளது. நிலவும் நடைமுறையில் எங்கும் நிறைகுறைப் போட்டியே நிலவுகிறது.

ரிகார்டோவின் நிலவாரக் கோட்பாட்டில் பல குறைகள் காணப்பட்டாலும், மக்கள் தொகை அழுத்தம் நிலத்தின்மேல் அதிகரிப்பதால் தரக்குறைவான நிலத்தினையும் நாம் பயிர் செய்ய வேண்டியுள்ளது.

நவீன வாரக் கோட்பாடு

குறைபாடான நெகிழ்ச்சியுள்ள அளிப்புக் கொண்ட உற்பத்தி காரணிகளுக்கு. வழங்கப்படும் ஊதியமே வாரம் என்று நவீன வாரக் கோட்பாடு

கூறுகிறது. இக்கோட்பாட்டின்படி, மற்ற காரணிகளான உழைப்பு, மூலதனம் ஆகியவற்றிற்கும் இது பொருந்தக் கூடியது. வேறுவகையில் கூறினால், வாரம் என்பது நிலத்திற்கு மட்டுமே பொருந்தக்கூடியது அல்ல. நிலத்தின் செழுமை வேறுபடுவதை போலவே மனிதனுடைய திறமையும் மாறுபடும். (உம்) தனித்திறமை கொண்ட அறுவை சிகிச்சை மருத்துவர் அதிக வருமானத்தை ஈட்டுவார். இதில் வாரம் என்ற கருத்து காணப்படுகிறது. இதன் அடிப்படையில் இலாப கோட்பாடு, இலாபத்தின் வாரக் கோட்பாடு என்று அழைக்கப்படும்.

மார்ஷல் ‘போலி வாரம்’ என்ற கருத்தை இயந்திரங்கள் மற்றும் மனிதனால் உருவாக்கப்பட்ட கருவிகளோடு தொடர்புபடுத்தி கூறுகின்றார்.

“வாரம் என்பது எல்லா உற்பத்திக் காரணிகளுக்கும் பொருந்தக்கூடியது” என்று நவீன வாரக் கோட்பாடு கருதுகின்றது. தேவையோடு ஒப்பிடும் பொழுது அளிப்பின் அளவு நெகிழ்ச்சியற்றதாக இருப்பின் வாரம் தோன்றும்.

நவீன பொருளியல் அறிஞர்கள் வாரத்தை விளக்க, ‘மாற்று வருவாய்’ என்ற பதத்தை பயன்படுத்துகின்றனர். மாற்று வருவாய் என்பது ஒரு உற்பத்தி காரணியை, அடுத்த சிறந்த உற்பத்தியில் ஈடுபடுத்தும்பொழுது கிடைக்கும் வருவாயாகும். இது தற்போதைய பணியின் பிறவாய்ப்புச் செலவைக் குறிக்கும். தற்போது பணியாற்றும் நிறுவனத்திலே இருத்திக் கொள்ள ஒரு காரணிக்கு வழங்க வேண்டிய ஊதியமே பிற வாய்ப்புச் செலவாகும்.

ஆகவே மாற்றுப் பயன் வருவாயைவிட அதிகமாகச் செலுத்தும் தொகையே பொருளாதார வாரமாகும். ஒரு பிரபலமான தென்னிந்திய சினிமா நடிகர் சாதாரணமாக இரண்டு கோடி ரூபாய் வருமானம் பெறுகிறார். இந்திப் படத்தில் நடிக்க மூன்று கோடி ரூபாய் வருமானம் பெற்றால் அவருடைய மாற்றுப் பயன் வருவாய் ஒரு கோடியாகும். இந்திப் படத்தில் நடிப்பதற்கு அவர் பெறும் கூடுதல் வருவாயான ஒரு கோடி ரூபாய் பொருளாதார வாரமாகும். நவீன வாரக் கோட்பாட்டின்படி, வாரம் என்பது நிலத்திற்கு மட்டும் கொடுக்கப்படுவதல்ல. மற்ற உற்பத்திக் காரணிகளின் வருமானத்திலும் வாரம் காணப்படும்.

போலி வாரம் (Quasi-rent)

இயந்திரங்களிலிருந்தும், உற்பத்திக்காக மனிதனால் உருவாக்கப்பட்ட கருவிகளிலிருந்தும் பெறப்படும் வருமானம் போலி வாரம் எனப்படும் என்று மார்ஷல் கூறுகின்றார்.

சில இயந்திரங்களும், மனிதனால் உருவாக்கப்பட்ட கருவிகளும் குறுகிய காலத்தில் தேவையோடு ஒப்பிடும்போது அளிப்பில் நெகிழ்ச்சி அற்றவை. உதாரணமாக ஒரு குறிப்பிட்ட பருவ காலத்தில், மீன்களுக்கான தேவை அதிகரிக்கும் பொழுது படகுகளுக்கான தேவையும் அதிகரிக்கும். ஆனால் படகுகளின் அளிப்பை மிகக்குறுகிய காலத்தில் – குறிப்பாக ஓரிரவில் – அதிகரிக்க முடியாது. ஆகவே, படகு வைத்திருப்போர் சாதாரண வருமானத்தைவிட அதிக வருமானத்தை ஈட்டுவார்கள். இதையே போலி வாரம் என்று மார்ஷல் கருதுகிறார். படகுகளின் அளிப்பு அதிகரிக்கப்படும்பொழுது இந்தப் போலி வாரம் மறைந்துவிடும்.

கூலி (Wages)

கூலி என்பது உழைப்பிற்கு கொடுக்கப்படும் வெகுமதியாகும். கூலி இரு வகைப்படும். 1. பணக்கூலி (Money wages) 2. உண்மைக் கூலி (Real wages). பணக்கூலி என்பது பெயரளவு கூலி அல்லது இயல்புக் கூலி (Nominal wages) என்றும் அழைக்கப்படும். உண்மைக்கூலி என்பது பணத்தால் பெறக்கூடிய பண்டங்கள் மற்றும் பணிகளைக் குறிக்கும். இது பணத்தின் வாங்கும் சக்தியைப் பொருத்து அமையும். பணத்தின் வாங்கும் சக்தி, விலை மட்டத்தைப் பொறுத்து அமையும். ஒரு நாட்டில் உள்ள தொழிலாளர்களின் வாழ்க்கைத் தரம் அவர்களது உண்மைக் கூலியைப் பொறுத்து அமையும். பண்ணைத் தொழிலாளி மிகக் குறைவான பணக் கூலியையே பெறுவான். ஆனால் உணவும், தங்குமிடமும் இலவசமாக பெற்றால் அதுவும் உண்மைக் கூலியில் அடங்கும்.

கூலிக்கோட்பாடுகள்

(Theories of Wages)

கூலிக் கோட்பாடுகள் பல வகைப்படும். அவைகளாவன.

1. பிழைப்பு மட்டக் கூலிக்கோட்பாடு. (The Subsistence Theory of Wages.)

2. வாழ்க்கைத் தர கூலிக் கோட்பாடு (The Standard of Living Theory)

3. கூலி நிதிக்கோட்பாடு (Wage Fund Theory)

4. எச்ச உரிமைக் கூலிக் கோட்பாடு (The Residual Claimant Theory)

சில முக்கிய தற்காலக் கூலிக்கோட்பாடுகளாவன.

1. இறுதி நிலை உற்பத்தித் திறன் கூலிக்கோட்பாடு. (The Marginal Productivity Theory of Wages) 2. அங்காடி அல்லது சந்தைக் கூலிக்

கோட்பாடு (The Market Theory of Wages) and 3. பேரத் திறமை (அ) பேரசக்தி கூலிக்கோட்பாடு (The Bargaining Theory of Wages).

பழையக் கூலிக் கோட்பாடுகள்

(Early Theories of wages)

1. பிழைப்பு மட்டக் கூலிக் கோட்பாடு : இக்கோட்பாட்டின்படி தொழிலாளிக்குக் கொடுக்கப்படும் கூலியானது அவரது அடிப்படைத் தேவையை மட்டுமே பூர்த்தி செய்வதாக இருக்கும். பிழைப்பு மட்டக் கூலியை விட குறைவாக வழங்கினால், பட்டினியால் இறக்க நேரிடும். அது உழைப்பின் அளிப்பை குறைக்கும்.

குறைபாடு

இதன் முக்கிய குறைபாடு யாதெனில், கூலியை அதிகப்படுத்தும்பொழுது மக்கள் தொகையும் அதிகரிக்கும் என்ற எடுகோளைச் சார்ந்துள்ளது. மனிதர்கள் விலங்குகளிலிருந்து மாறுபட்டவர்கள். எனவே அடிப்படைத் தேவை தவிர, மனிதருக்கு சில வசதிகளும் தேவைப்படுகிறது. இக்கோட்பாடு, இதை கணக்கில் எடுத்துக்கொள்ளவில்லை. இது ஒரு தலைப்பட்சமானது. தேவைப் பக்கத்தில் செயல்படும் காரணிகளை இது தவிர்த்துவிட்டது. இக்கோட்பாடு தவறான அறநெறிக் கருத்துக்களை அடிப்படையாகக் கொண்டது.

2. வாழ்க்கைத் தரக் கூலிக்கோட்பாடு : (The Standard of living theory) கூலியானது தொழிலாளர்களின் வாழ்க்கைத் தரத்தை அடிப்படையாகக் கொண்டது என்று கூறுகின்றது.

திறனாய்வு :

வாழ்க்கைத்தர கூலிக்கோட்பாடானது பிழைப்பு மட்டக் கூலிக்கோட்பாட்டை விட சிறந்தது என்பதில் ஐயமில்லை. வாழ்க்கைத் தரத்திற்கும் கூலிக்கும் நெருங்கிய தொடர்பு உண்டு என்பது உண்மை. ஆனால் எது காரணி, எது விளைவு என்று கூறுவது சிறிது கடினமாகும்.

3. கூலி நிதிக் கோட்பாடு

(The Wage Fund Theory)

கூலியானது மக்கள் தொகைக்கும் மூலதனத்திற்கும் இடையே உள்ள விகிதத்தைப் பொறுத்து அமையும் என்று இக்கோட்பாடு கூறுகின்றது.

மூலதனம் என்பது கூலியை வழங்குவதற்காக ஒதுக்கப்பட்ட நிதி என்று பொருள். மக்கள் தொகை என்பது தொழிலாளர்களைக் குறிக்கும் தொழிலாளர்களின் அளிப்பு அதிகரித்தால் கூலி குறையும். தொழிலாளர்களின் அளிப்பு குறைந்தால், கூலி அதிகரிக்கும்.

திறனாய்வு :

கூலி அதிகரித்தால் மக்கள் தொகையும் அதிகரிக்கும் என்று இக்கோட்பாடு கருதுகிறது. ஆனால் இதற்கிடையே எந்த நேரடித் தொடர்பும் இல்லை. மேலும் கூலி உயரும்பொழுது இலாபம் குறையும் என்றும் இக்கோட்பாடு கருதுகிறது. இது உண்மையல்ல. ஏனெனில் நல்ல வாணிப நிலையில் கூலியும் இலாபமும் உயரும்.

4. எச்ச உரிமைக் கூலிக்கோட்பாடு

(The Residual Claimant Theory)

"கூலி என்பது மொத்த உற்பத்தியிலிருந்து, வாரம், வட்டி, மற்றும் இலாபத்தைக் கழித்தபின் எஞ்சுவதற்கு சமமாகும்" என்று வாக்கர் (Walker). கூறுகிறார். பிற உற்பத்திக் காரணிகளுக்குரிய ஊதியமான வாரம், வட்டி, இலாபம் ஆகியவற்றை வழங்கிய பிறகு எஞ்சியதே கூலியாகக் கொடுக்கப்படுகிறது.

திறனாய்வு :

இக்கோட்பாட்டின்படி, எஞ்சியதே கூலியாகும் என்று கூறுகிறது. ஆனால் உண்மையில் கூலி என்பது முன்கூட்டியே கொடுக்கப்படும் தன்மை வாய்ந்ததாகும். ஆகவே கூலியானது முதலில் கொடுப்பதாகும். இலாபமானது இறுதியில் கிடைப்பதாகும்.

நவீன கூலிக் கோட்பாடு :

1. இறுதிநிலை உற்பத்தித் திறன் கூலிக்கோட்பாடு (The Marginal Productivity theory of wages)

இறுதிநிலை உற்பத்தித் திறன் கூலிக்கோட்பாடு என்பது இறுதிநிலை உற்பத்தித் திறன் பகிர்வுக் கோட்பாட்டைப் (பொது பகிர்வும் கோட்பாடு) பயன்படுத்தி உருவாக்கப்பட்டதே ஆகும். நிறைவுப் போட்டி நிலவும்போது கூலி எவ்வாறு தீர்மானிக்கப்படுகிறது என்பதை இக்கோட்பாடு விளக்குகிறது. இறுதிநிலை உற்பத்தித் திறன் கோட்பாட்டின்படி, தொழிலாளியின் கூலி

அவரால் உற்பத்தி செய்யப்பட்ட இறுதி நிலை பண்டங்களின் மதிப்புக்குச் சமமாக இருக்கும்.

ஒரு உற்பத்தி அமைப்பு, மேலும் மேலும் உழைப்பின் அலகை அதிகரிக்க அதிகரிக்க, இறுதிநிலை உற்பத்தி குறைந்து கொண்டே செல்லும். இதற்கு குறைந்து செல் விளைவு விதியே காரணமாகும். ஆகவே, கூலி, இறுதிநிலை உற்பத்தி பண்டங்களின் மதிப்பிற்கு சமமாகும் வரை உற்பத்தியாளர், உழைப்பை அதிகரித்துக் கொண்டே செல்வார். உழைப்பின் அலகுகள் அனைத்து ஒரே மாதிரியாக இருக்க வேண்டும் என்று கருதப்படுகிறது. ஆகவே இறுதிநிலை அலகின் உற்பத்தித் திறன், எந்த விகிதத்தில் கூலி அளிக்கப்படும் என்பதை தீர்மானிக்கிறது.

திறனாய்வு :

ஒவ்வொரு பண்டமும் ஒரு கூட்டுப் பொருளாகும் (Joint Product). ஒவ்வொரு உற்பத்திக் காரணியும் உற்பத்தி செய்யும் பண்டங்களின் அளவை அளக்க முடியாது. அதிலும் சில உழைப்பாளர்களின் (மருத்துவர், நடிகர், மற்றும் வழக்குரைஞர் போன்றோர்) இறுதி நிலை உற்பத்தித் திறனை அளப்பது என்பது மிக்க கடினமாகும்.

2. இக்கோட்பாடு நிறைவுப் போட்டியை அடிப்படையாகக் கொண்டது. ஆனால் நடைமுறையில் நிறைகுறைப் போட்டியே நிலவுகிறது.

3. முற்றுரிமையில் கூலியானது இறுதிநிலை உற்பத்தித் திறனைவிட குறைவாக உள்ளது. உழைப்பை சுரண்டுதலே இதற்கு காரணமாகும்.

4. கூலி என்பது முன்பணமாக வழங்கப்படுகிறது இம்முதலுக்கு வட்டியாக ஒரு குறிப்பிட்ட தொகையை கழித்த பிறகு இறுதிநிலை உற்பத்தித் திறனை விட குறைவாகவே கூலி வழங்கப்படுகிறது. ஆகவே கூலி என்பது கழிவு (Discount) செய்யப்பட்ட இறுதிநிலை உற்பத்தி ஆகும்.

5. பொருளாதாரத்தில் நிலவும் குறைந்த கூலியையும் வருமான ஏற்றத்தாழ்வுகளையும் நியாயப்படுத்த இக்கோட்பாட்டினைப் பயன்படுத்தக்கூடாது. சுரண்டிலினாலேயே கூலி குறைவாக உள்ளது. மேற்கண்ட குறைபாடுகள் இருப்பினும், கூலியைத் தீர்மானிக்கும் ஒரு காரணியை வெளிக்கொணர்கிறது" என்று மார்ஷல் கூறுகின்றார்.

அங்காடிக் கூலிக் கோட்பாடு

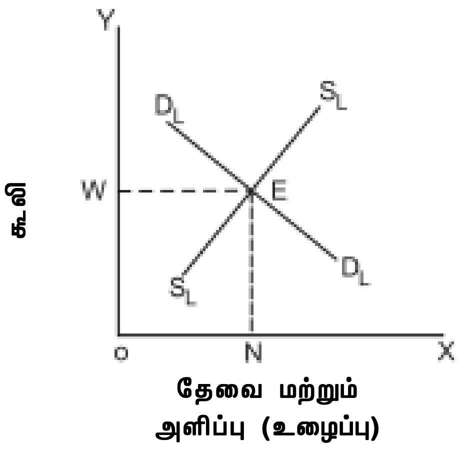
இக்கோட்பாடு, கூலியை உழைப்பிற்கான விலையாகக் கருதுகின்றது. மற்ற விலைகளைப் போன்றே கூலியும் அங்காடிச்சக்திகளான தேவை, அளிப்பு ஆகியவற்றால் தீர்மானிக்கப் படுகிறது.

பொதுவாக உழைப்பின் அளிப்பு, வேலை செய்ய தயாராக உள்ள மக்களின் மொத்த எண்ணிக்கையைக் குறிக்கும். சில வகையான உழைப்பிற்கு அதிக அல்லது நீண்டகால பயிற்சி தேவைப்படுகிறது. இப்பயிற்சி காலத்தில் உழைப்பாளர்கள் தங்களுடைய வருமானத்தை தியாகம் செய்ய வேண்டியுள்ளது. உழைப்புச் செலவைக் கணக்கிடும் பொழுது தியாகம் செய்த வருமானத்தையும் கவனத்தில் கொள்ளுதல் வேண்டும்.

உழைப்பின் தேவை : உழைப்பின் தேவையானது ஒரு தருவிக்கப்பட தேவையாகும். பண்டங்களின் தேவையை எதிர்பார்த்தே நவீன உற்பத்தி நடைபெறுகிறது. வாணிபம் நல்ல நிலையில் நடைபெறும் பொழுது, உழைப்பிற்கான தேவை அதிகமாக இருக்கும் மூலதனம், மலிவாக கிடைக்கும் பொழுது உழைப்பிற்கு மூலதனத்தை பதிலீடு செய்ய முயற்சி செய்வார். முதலீடு அதிகரிக்கும்பொழுது உழைப்பிற்கான தேவையும் அதிகரிக்கும்.

உழைப்பிற்கான அங்காடிப் போட்டியில், கூலியானது உழைப்பிற்கான தேவையும் அளிப்பும் சமமாக்கும்போது சமநிலை உருவாகிறது.

வரைப்படம் 9.4



படம் 9.4ல் DL வளைகோடு உழைப்பிற்கான தேவையைக் குறிக்கும். SL வளைகோடு உழைப்பிற்கான அளிப்பைக் குறிக்கும். உழைப்பிற்கான தேவையும் அளிப்பும் X-அச்சில் குறிக்கப்பட்டுள்ளது. கூலியானது Y-அச்சில் குறிக்கப்பட்டுள்ளது. உழைப்பிற்கான தேவை (OQ) அதன் அளிப்பிற்கு OQ சமமாகும் புள்ளியில் (E) கூலியானது (OW) தீர்மானிக்கப்படுகிறது.

அளிப்பை விட தேவை அதிகமாக இருந்தால் கூலியும் அதிகமாக இருக்கும். அதே போல் அளிப்பை விட தேவை குறைவாக இருந்தால் கூலியும் குறைவாக இருக்கும். அளிப்பின் பக்கத்தில், நிறைய குறைபாடுகள் (imperfections) காணப்படுகின்றன. தொழிலாளர்கள் இடம் பெயர்தல் கடினமான ஒன்று. சில வகையான உழைப்பில் பற்றாக்குறை காணப்படுகிறது. (உ.ம். மருத்துவர்கள், பொறியாளர்கள்) சில தொழில்களில் உழைப்பின் அளிப்பானது தொழிற் சங்கங்களால் கட்டுப்படுத்தப்படுகிறது.

பேரசக்தி கூலிக்கோட்பாடு

(The Bargaining Theory of Wages)

கூட்டு பேர சக்தியின் மூலமாகக் கூலியைத் தீர்மானிப்பதில் தொழிற்சங்கங்களின் செல்வாக்கை இக்கோட்பாடு வலியுறுத்துகிறது. இக்கோட்பாட்டின்படி, கூலியின் அளவானது தொழிற்சங்கங்களின் பேரம் பேசும் சக்தியைப் பொறுத்து அமையும். தொழிற்சங்கங்களின் உறுப்பினர்களின் எண்ணிக்கை, சங்கத்தின் நிதிநிலை, வேலை நிறுத்தங்களின் மூலம் தொழிலில் இடர்பாடுகளை ஏற்படுத்தும் சக்தி ஆகியவற்றைப் பொறுத்து தொழிற்சங்கங்களின் சக்தி (திறமை) அமையும். சிறந்த வாணிப நிலை, முழுவேலை நிலைகாலங்களில் தொழிற்சங்கங்கள் வலிமை வாய்ந்ததாக இருக்கும். வாணிப மந்த நிலை, வேலையில்லாத் திண்டாட்டம் ஆகிய காலங்களில் தொழிற்சங்கங்கள் வலிமையற்றதாக இருக்கும்.

உழைப்பின் அளிப்பைக் கட்டுப்படுத்துதல் மூலமாக அவை கூலியை அதிகரிக்கச் செய்யும். (உம்) தொழிற்சங்கங்களின் உறுப்பினர்களை மட்டுமே வேலையில் நியமிக்க வேண்டும் என்று அறிவுறுத்தும். இதற்கு திரையிடப்பட்ட கொள்கை (closed shop policy) என்று பெயர். குறைந்தபட்ச ஊதியம் வழங்கப்படவில்லையெனில், வேலை நிறுத்தங்களை மேற்கொள்வதாக தொழிற்சங்கங்கள் மிரட்டும்.

வட்டி (Interest)

மூலதனத்தைப் பயன்படுத்துவதற்காகக் கொடுக்கப்படும் விலை வட்டி எனப்படும். இதற்கு நிகர வட்டி அல்லது தூய வட்டி என்று பெயர். அரசு பத்திரங்களின் மூலம் ஈட்டப்படும் வட்டியே இதற்கு ஒரு சிறந்த எடுத்துக்காட்டாகும். நிகர வட்டி தவிர, இடர்ப்பாடுகளுக்கான வெகுமதி, வசதிக்குறைவிற்கான ஊதியம், பணிக்கான ஊதியம் ஆகியவை மொத்த வட்டியில் அடங்கும். இடர்ப்பாடுகள் என்பது வணிக இடர்ப்பாடுகள் மற்றும் சொந்த இடர்ப்பாடுகளும் அடங்கும். (உம்) இந்திய விவசாயிக்குக் கொடுக்கப்படும் கடன்களைத் திரும்பப் பெறுவதில் உள்ள இடர்ப்பாடு காரணமாக பணத்தைக் கடன்கொடுப்பவர் அதிக வட்டி வசூலிப்பார். பொதுவாக பணத்தை மக்கள் ரொக்கமாக வைத்திருக்க விரும்புவர். இதற்கு நீர்மைத்தன்மையிலான சொத்து என்று பெயர் (Liquidity Preference). ஒருவருக்கு கடன் கொடுக்கப்பட்டால், அப்பணம் சில காலத்திற்கு திரும்ப பெற முடியாது. இதுவே வசதிக்குறைவு (inconvenience) எனப்படும். இவ்வசதிக்குறைவை ஈடுசெய்ய அதிகப்படியான வருமானத்தைக் கொடுக்க வேண்டும். ஆகவே மொத்த வட்டி என்பது நிகர வட்டியுடன் மேற்கூறியவை அனைத்தும் அடங்கும்.

வட்டிக்கோட்பாடுகள்

(Theories of interest)

1. துய்ப்புத் தவிர்ப்பு அல்லது காத்திருத்தல் வட்டிக்கோட்பாடு (The abstinence or waiting theory of interest.)
2. கால விருப்பக் கோட்பாடு (The agiotheory and time preference theory).
3. இறுதிநிலை உற்பத்திக் கோட்பாடு (The Marginal production theory)
4. தொன்மை சேமிப்பு – முதலீட்டுக் கோட்பாடு (Classical theory of Saving & investment)
5. கடன் நிதிக் கோட்பாடு (Loanable funds theory)
6. வட்டி பற்றிய நீர்மைக்கோட்பாடு

நாசா சீனியரின் நுகர்வுத் தவிர்ப்பு கோட்பாட்டின்படி, வட்டி என்பது செல்வத்தை உடனடியாக நுகர்வதிலிருந்து விலகியிருக்கும் அல்லது

காத்திருக்கும் செயலுக்குக் கொடுக்கப்படும் வெகுமதியாகும். மக்கள் சேமிக்கிறார்கள் என்றால் உடனடி நுகர்வை தவிர்க்கிறார்கள் என்பது பொருளாகும். இது சிறிது தியாகத்தைக் குறிக்கிறது. சேமிப்பைத் தூண்டுவதற்காகக் கொடுக்கப்படும் வெகுமதியே வட்டியாகும். ஆனால் தவிர்த்தலுக்கு (Abstinence) பதிலாக காத்திருத்தல் (waiting) என்று மார்ஷல் கூறுகிறார்.

எஜியோ கோட்பாடு மற்றும் கால விருப்பக்கோட்பாடு

எதிர்காலத்திற்கான நிகழ்கால ஊக்கத்தொகை மற்றும் எதிர்கால நுகர்வைவிட நிகழ்கால நுகர்வையே மக்கள் விரும்புவர் என்றும் அதற்கு ஈடுசெய்யக் கொடுக்கப்படும் விலையே வட்டி என்று கூறுகிறது. இர்வின் பிஷரின் கால விருப்பக் கோட்பாடு Agio கோட்பாடு போன்றதே ஆகும். இறுதிநிலை உற்பத்தித் திறன் கோட்பாடு, இறுதிநிலை உற்பத்தித் திறன் பகிர்வுக் கோட்பாட்டிலிருந்து பெறப்பட்ட ஒன்றாகும். வட்டியானது மூலதனத்தின் இறுதிநிலை உற்பத்தித்திறனுக்குச் சமமாக இருக்கும் என்று கூறுகிறது.

தொன்மை வட்டிக் கோட்டிபாட்டின்படி, வட்டி வீதமானது மூலதனத்திற்கான தேவை, அளிப்பு ஆகிய சக்தியால் நிர்ணயிக்கப்படுகிறது. இக்கோட்பாடு, வட்டி வீதம், சேமிப்பு, முதலீடு இவற்றிற்கிடையேயான நேரடித் தொடர்பு உள்ளது என்ற எடுகோளைச் சார்ந்தது. வட்டிவீதம் உயரும்பொழுது சேமிப்பு உயரும். வட்டி வீதம் குறையும் பொழுது முதலீடு அதிகரிக்கும் என்று தொன்மைப் பொருளியல் அறிஞர்கள் நம்பினார்கள். சேமிப்பு முதலீட்டுச் சமநிலையை வட்டி வீதம் தீர்மானிக்கிறது.

கடன்நிதிக் கோட்பாடு:

K. விக்செல் மற்றும் டென்னிஸ் ராபர்ட்சன் மற்றும் பலர் இக்கோட்பாட்டை அளித்துள்ளனர். தொன்மை வட்டிக்கோட்பாட்டை விட கடன் நிதிக்கோட்பாட்டின் எல்லை விரிவானதாகும். நிகழ்கால வருமானத்திலிருந்து சேமிப்பு மட்டுமல்லாது, வங்கிக்கடன், பதுக்கப்பட்ட முதலீட்டை வெளிக்கொணர்தல் மற்றும் முதலீடு செய்ததை மீட்டல் ஆகிய அனைத்தையும் உள்ளடக்கியது கடன் நிதியாகும். சேமிப்பு என்பது நிகழ்கால வருமானத்திலிருந்து சேமிக்கப்பட்டதைத்தான் குறிக்கும் என்று தொன்மைப் பொருளியல் அறிஞர்கள் கருதுகின்றனர். வங்கிக் கடனும் முதலீட்டுக்கு முக்கிய கடன் கருவியாகும் என்பது நமக்கு தெரியும்.

தொன்மைக் கோட்பாட்டின்படி, முதலீட்டுக்கு மட்டுமே சேமிப்பு தேவை என்று கருதப்பட்டது. ஆனால் கடன் நிதிக்கோட்பாட்டின்படி முதலீட்டுக்கு மட்டுமல்லாமல் செல்வத்தைப் பதுக்குவதற்கும் தேவைப்படுகிறது என்று கருதுகிறது.

வட்டி என்பது முதலீட்டையும் சேமிப்பையும் சார்ந்தது என்று தொன்மைக் கோட்பாடு கருதுகிறது $r=f(S,I)$. ஆனால் கடன்நிதிக் கோட்பாட்டின்படி வட்டி வீதமானது நான்கு மாறிகளைச் சார்ந்தது.

$r = f(I,S,M,L)$

r - என்பது வட்டிவீதம்

I - என்பது முதலீடு

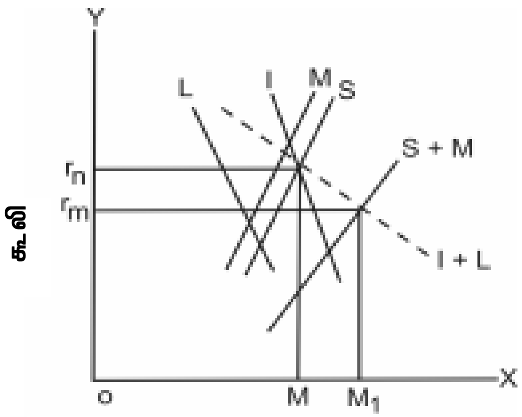
S - என்பது சேமிப்பு

M - என்பது வங்கிக்கடன்

L - என்பது பதுக்க அல்லது ரொக்கமாக வைத்திருக்க விரும்பும் பணம்.

வரைப்படம் 9.5

கடன் நிதி வட்டிக்கோட்பாடு



கடன் நிதி தேவை / அளிப்பு

படம் 9.5ல் S - வளைகோடு சேமிப்பையும், M வளைகோடு வங்கிக்கடனையும் (பதுக்கல், முதலீடு முதலியவற்றில் இருந்து மீட்கப்பட்ட செல்வம் குறிக்கிறது.

S + M வளைகோடு, வேறுபட்ட வட்ட வீதத்தில் அளிக்கப்படும் மொத்த கடன்நிதியைக் குறிக்கும்.

தேவைப்பக்கத்தில் I-வளைகோடு முதலீட்டிற்கான தேவையைக் குறிக்கும். L வளைகோடு பயனற்ற ரொக்க இருப்பு அல்லது பதுக்குவதற்கான பணத் தேவையைக் குறிக்கும். I + L வளைகோடு பல்வேறு வட்டி வீதத்தில் தேவைப்படும் மொத்த கடன் நிதியைக் குறிக்கும். சந்தை வட்டி வீதமான rm, S + M வளைகோடும், I + L வளைகோடும் சந்திக்கும் புள்ளியில் தீர்மானிக்கப்படுகிறது. இவ்வட்டிவீதத்தில் கடன் நிதிக்கான மொத்த தேவையும் அளிப்பும் ஒன்றுக்கொன்று சமமாக இருக்கும். தொன்மைக் கோட்பாட்டில் rn சாதாரண வட்டி வீதம், I மற்றும் S வளைகோடுகள் ஒன்றை ஒன்று வெட்டும் புள்ளியில் தீர்மானிக்கப்படுகிறது. அதாவது வட்டி வீதம் rn-ஆக இருக்கும்பொழுது முதலீட்டிற்கான தேவை சேமிப்பின் அளவிற்கு (அளிப்பிற்கு) சமமாக இருக்கும்.

திறனாய்வு

1. கடன் நிதிக் கோட்பாடு தொன்மை வட்டி வீதக் கோட்பாட்டை விட மேம்பட்டது என்பதில் ஐயமில்லை. சேமிப்பு வட்டிவீதத்தை சார்ந்தது என்ற எடுகோளை அடிப்படையாகக் கொண்டதால் இக்கோட்பாடுகுறை கூறப்பட்டுள்ளது.

2. முதலீட்டின் அளவினால், வேலைநிலை, வருமானம், சேமிப்பு ஆகியவற்றில் ஏற்படும் மாற்றத்தை இக்கோட்பாடு புறக்கணித்துவிட்டது.

கீன்சின் நீர்மை விருப்பக் கோட்பாடு (Keynesian Liquidity Preference theory of interest)

பொதுவாக, மக்கள் தங்களது சொத்தின் ஒரு பகுதியை ரொக்கமாக வைத்திருக்க விரும்புவர். ரொக்கம் என்பது நீர்மைத் தன்மையுடைய சொத்து ஆகும். "ஒரு குறிப்பிட்ட காலத்திற்கு ரொக்கமாக வைத்திருப்பதைத் தவிர்ப்பதற்காகக் கொடுக்கப்படும் வெகுமதியே வட்டி" என்று கீன்சு கூறுகின்றார்.

வட்டி என்பது பணத்தைப் பதுக்காமல் இருப்பதற்காக கொடுக்கப்படும் வெகுமதியாகும்.

மூன்று நோக்கங்களுக்காக மக்கள் பணத்தை ரொக்கமாக வைத்திருக்க விரும்புவர் என்று கீன்சு கூறுகின்றார். அவைகள்

1. பரிமாற்ற நோக்கம் (Transaction motive)

2. முன்னெச்சரிக்கை நோக்கம் (Precautionary Motive)

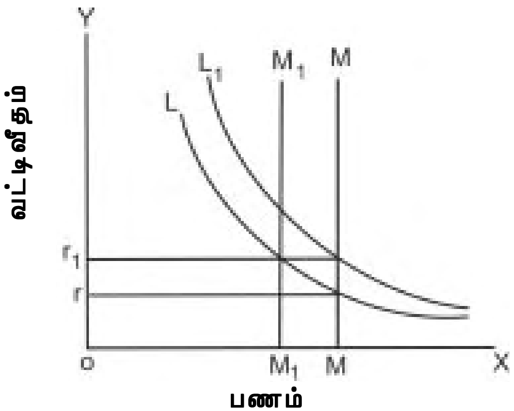
3. ஊக வாணிப நோக்கம் (Speculative Motive)

பரிமாற்ற நோக்கம் என்பது அன்றாட செலவுகளை மேற்கொள்ள வைத்திருக்கும் ரொக்க பணமாகும். எதிர்பாரா செலவுகளைச் சமாளிக்க மக்கள் ரொக்கமாக பணத்தை வைத்திருக்க விரும்புவர். இதுவே முன்னெச்சரிக்கை நோக்கப் பணமாகும். சந்தையில் எதிர்காலத்தில், என்ன நடக்கும் என்பதை ஊகித்தறிந்து, இலாப நோக்கத்திற்காகச் செயல்படுவது ஊக நோககமாகும் என்று கீன்சு கூறுகின்றார். வட்டி வீதத்தைத் தீர்மானிப்பதில் ஊக நோக்கமே முக்கியத்துவம் வாய்ந்தது. ஊக நோக்கத்திற்காக வைத்திருக்கும் பணத்தேவை வட்டி வீதத்தோடு எதிர்கணியத் தொடர்பு உள்ளது.

ஒருபுறம் நீர்மை விருப்பமும், மறுபுறம் பண அளிப்பும் வட்டி வீதத்தை தீர்மானிக்கிறது என்று கீன்சு கருதுகின்றார்.

வரைப்படம் 9.6

நீர்மை விருப்பம்



படம் **9.6**ல் 'L' என்பது நீர்மைத் தன்மை கொண்ட பணத்தையும், 'M' என்பது பண அளிப்பையும் குறிக்கும். r என்பது வட்டி வீதத்தைக் குறிக்கும். 'L' வளைகோடும் 'M' வளைகோடும் வெட்டும் புள்ளியில் வட்டி வீதம் தீர்மானிக்கப்படுகிறது. பணத்தேவை L_1க்கு அதிகரிக்கும் போது அல்லது பண அளிப்பு 'M_1'க்கு குறையும் பொழுது வட்டிவீதம் 'r_1', ஆக அதிகரிக்கும்.

திறனாய்வு

கீன்சின் கோட்பாடு, பொது வட்டிக் கோட்பாடு ஆகும். மற்ற வட்டிக் கோட்பாடுகளைவிட மிகச் சிறந்ததாகும். இக்கோட்பாட்டில் நீர்மைத் தன்மைக்கு அதிக முக்கியத்துவம் கொடுத்துள்ளார் என்று மற்ற அறிஞர்கள் குறை கூறுகின்றனர். சேமிப்பு இருக்கும் பொழுதுதான் நீர்மைத்தன்மை உடையதாக இருக்க வேண்டுமா? என்ற கேள்வி எழும். சேமிப்பு இல்லாமல் நீர்மைத் தன்மைக்குப் பணத்தை அளிக்க முடியாது. நீர்மைத் தன்மையற்ற சேமிப்புக்கு கொடுக்கப்படும் விலையே வட்டிவீதமாகும் என்று ஜேக்கப் வைனர் (Jacob Viner) கருதுகின்றார்.

இலாபம் (Profits)

தொழில் அமைப்பிற்குக் கிடைக்கும் வெகுமதியே இலாபம் ஆகும். தொழில் நிறுவனத்தை உருவாக்குபவர் தொழில் முனைவோர். இடர்பாடுகளை ஏற்றுக்கொள்வதும் நிலையற்ற தன்மையைத், தாங்கிக் கொள்வதும் தொழில் முனைவோரின் முக்கியப் பணியாகும். ஆகவே மேற்கண்ட பணிகளுக்காகக் கிடைக்கும் வெகுமதியே இலாபம் ஆகும்.

மொத்த இலாபம் (Gross Profit)

பண்டங்களை உற்பத்தி செய்வதற்கு ஆகும் மொத்த செலவிற்கும் அப்பண்டங்களை விற்பதால் கிடைக்கும் மொத்த வருவாய்க்கும் உள்ள வேறுபாடே பொதுவாக இலாபம் என்று நாம் கூறுகிறோம். இது மொத்த இலாபம் ஆகும்.

மொத்த இலாபமும் நிகர இலாபமும்

மொத்த இலாபம் என்பது நிகர இலாபத்துடன் முதலுக்கான வட்டி, நிலத்துக்கான வாரம், மேலாண்மைக்கு கிடைக்கும் ஊதியம், முற்றுரிமையின் காரணமாக நிறுவனத்திற்கு கிடைக்கும் உபரி இலாபமும் சேர்ந்ததாகும். திடீரென்று தோன்றும் வாய்ப்பினால் கிடைக்கும் வருமானமும் இதில் அடங்கும் (Windfall Profit)

நிகர அல்லது தூய இலாபத்தைப் பெறுவதற்கு, மேற்கண்ட வருமானத்தை மொத்த இலாபத்திலிருந்து கழிக்க வேண்டும். இடர்பாடுகளை ஏற்பதற்கும், நிச்சயமற்ற தன்மையைத் தாங்கிக் கொள்வதற்கும் கொடுக்கப்படும் வெகுமதியே நிகர இலாபம் ஆகும். தொழில் முனைவோருக்கு இதுவே முக்கிய பணியாகும். பதிலீட்டுப் பண்டங்கள் இல்லாத ஒரு பண்டத்தை விற்பனை செய்யும் ஒரே விற்பனையாளரே முற்றுரிமையாளர் ஆவார். அளிப்பை அவர் கட்டுப்படுத்த முடிவதால் மிகை இலாபத்தை அவர் பெறமுடியும். இதுவே முற்றுரிமை இலாபம் என்று அழைக்கப்படுகிறது.

தூய இலாபம் (அ) நிகர இலாபம்

இதை இயல்பு இலாபம் (Normal Profit), மிகை இலாபம் (Super Normal Profit) என்று இரண்டாகப் பிரிக்கலாம். நிச்சயமற்ற தன்மையை ஏற்று நிறுவனத்தை தொடர்ந்து நடத்த உத்தரவாதத்தைத் தரும் குறைந்தபட்ச இலாபமே இயல்பு லாபமாகும். இயல்பு இலாபத்தை விட அதிகமாக அல்லது உபரியாக அல்லது மிகையாக கிடைக்கும் இலாபம், தூய இலாபத்தின் ஒரு பகுதியாகும். நிறைவுப் போட்டியில் ஒரு நிறுவனம் குறுகிய காலத்தில் உபரி இலாபத்தைப் பெற்றாலும், நீண்டகாலத்தில் இது மறைந்துவிடும். முற்றுரிமை மட்டுமே மிகை இலாபத்தை தொடர்ச்சியாகப் பெறமுடியும்.

முதலீட்டாளரும், தொழில் முனைவோரும் ஒருவரே என்று கருதுவதால், பழைமைப் பொருளியல் அறிஞர்கள் வட்டியையும், இலாபத்தையும் வேறுபடுத்தவில்லை. தொழில் முனைவோர் முதலீட்டுக்குச் சொந்தக்காரராக இருக்க வேண்டுமென்ற அவசியமில்லை. தொழில் முனைவோர் முதலீட்டுக்குச் சொந்தக்காரராக இருப்பதைவிட, தொழிலுக்குத் தலைமை தாங்குவதே முக்கியப் பணியாகும். தொழில் அமைப்பு தன்னிகரற்ற உற்பத்தி காரணியாக இன்று விளங்குகிறது. மற்ற வருமானங்களை விட இலாபம் மூன்று வழிகளில் வேறுபடுகிறது. 1. இது எச்ச வருமானம் (residual income) 2. இலாபம் பரந்த ஏற்றத்தாழ்வுகளைக் கொண்டது. சில நேரங்களில் இது எதிர்மறையாக இருக்கும். அதாவது நட்டங்கள் ஏற்படவும் வாய்ப்பு உண்டு. கூலி எதிர்மறையாக இருப்பதை நினைத்துப் பார்க்கவும் முடியாது. 3. இலாபம் நிலையற்றது.

இலாபக் கோட்பாடுகள் :

முக்கிய இலாபக்கோட்பாடுகளாவன : 1. இலாப வாரக் கோட்பாடு (Rent Theory of Profit) 2. இறுதி நிலை உற்பத்தித் திறன் இலாபக் கோட்பாடு (The Marginal Productivity theory of profit.) 3. இலாபக்கூலிக் கோட்பாடு

(Wages theory of profit). 4. இயங்குநிலை இலாபக் கோட்பாடு (The Dynamic theory of profits). 5. புத்தாக்க இலாபக் கோட்பாடு (The innovation theory of profits).6. இடர்ப்பாட்டு இலாபக் கோட்பாடு (The risk theory of profits) 7. நிலையற்ற தன்மையைத் தாங்கும் இலாபக் கோட்பாடு (Uncertainity bearing theory of profit).

1. இலாப வாரக் கோட்பாடு

இக்கோட்பாட்டினை உருவாக்கியவர் பேராசிரியர் வாக்கர் (Prof. Walker) ஆவார். இவரது கருத்துப்படி இலாபம் என்பது திறமைக்கான வாரம் (rent of ability) ஆகும். இலாபம் வாரத்தைப் போன்றதே. நிலத்தின் செழுமையால் ஏற்படும் வேறுபாட்டின் காரணமாக வாரம் தோன்றுகிறது. அதே போல திறமையின் வேறுபாட்டால் தோன்றுவது இலாபமாகும். ஆகவேதான் இது திறமைக்கான வாரம் என்று அழைக்கப்படுகிறது.

இக்கோட்பாட்டின் முக்கியக் குறைபாடு என்னவெனில் இது இலாபத்தில் உள்ள வேறுபாடுகளை மட்டுமே விளக்குகிறது. இலாபம் ஏன் ஏற்படுகிறது? என்ற கேள்விக்கு இது பதில் கூறவில்லை.

2. இறுதிநிலை உற்பத்தித் திறன் இலாபக் கோட்பாடு :

இக்கோட்பாடு, இறுதிநிலை உற்பத்தித் திறன் பகிர்வுக் கோட்பாட்டின் அடிப்படையிலேயே அமைந்துள்ளது. நிறைவுப் போட்டியில், தொழில் அமைப்பின் இறுதிநிலை உற்பத்தியின் மதிப்பிற்குச் சமமானதே இலாபம் என்று இக்கோட்பாடு கூறுகிறது.

இறுதிநிலை உற்பத்தித் திறன் கோட்பாட்டின் அனைத்து குறைபாடுகளும் இதற்கும் பொருந்தும்.

3. கூலி இலாபக் கோட்பாடு

இலாபமானது கூலியிலிருந்து வேறுபட்டது அல்ல என்று பேராசிரியர் டாசிக் கூறுகிறார். தொழில் அமைப்பாளரின் தனித்திறமைக்கான கூலியே இலாபம் ஆகும். இதனுடைய குறைபாடாக எதிர்மறை இலாபத்தைப் பற்றி நாம் கூறலாம். ஆனால் எதிர்மறை கூலியைப் பற்றி நாம் கூற முடியாது. தொழில் அமைப்பு என்பது தனித்தன்மை வாய்ந்த உற்பத்திக் காரணியாகும். ஆனால் இது உழைப்பிலிருந்து மாறுபட்டது.

4. இயங்குநிலை இலாபக் கோட்பாடு

பேராசிரியர் கிளார்க் (Prof. Clark) இக்கோட்பாட்டின் ஆசிரியர் ஆவார். சமுதாயத்தில் ஏற்படும் முக்கிய மாற்றத்தின் (dynamic changes) விளைவாகத் தோன்றுவதே இலாபம் ஆகும். பண்டங்களின் உற்பத்திச் செலவைவிடக் கூடுதலாக வாங்கும் விலையே இலாபம் ஆகும். மக்கள் தொகை அளவு, மூலதனத்தின் அளிப்பின் அளவு, தொழில்நுட்பம், தொழில் அமைப்பு மற்றும் விருப்பங்கள் ஆகியவற்றில் ஏற்படும் மாற்றங்களின் விளைவாகத் தோன்றுவதே இலாபம் ஆகும். நவீன கோட்பாடுகளில் ஒன்றான இது குறுகிய காலத்தில் எதிர்பார்க்கும் மற்றும் எதிர்பார்க்க முடியாத மாற்றங்களின் வேறுபாட்டைப் புறக்கணித்துவிட்டது.

5. புத்தாக்க இலாபக் கோட்பாடு

புத்தாக்கம் புனைவதற்கான வெகுமதியே இலாபம் என்று சும்பீட்டர் (Schumpeter) கருதுகின்றனர். புத்தாக்கம் புனைதல் என்பது புதிய கண்டுபிடிப்பை விட சிறந்ததாகும். புதிய கண்டுபிடிப்புகள் தொழில் நடவடிக்கைகளில் புகுத்தப்படும் பொழுது புத்தாக்கமாக மாறுகிறது. புதிய பொருட்களை அறிமுகப்படுத்துதல், அல்லது புதிய உற்பத்தி முறைகளை அறிமுகப்படுத்துதல், புதிய சந்தையை உருவாக்குதல் முதலியன புத்தாக்கத்தில் அடங்கும். தொழில்முனைவோர்தான் புத்தாக்கத்தை அறிமுகப்படுத்துகிறார். இவருடைய புத்தாக்க நடவடிக்கைகளால், பொருளாதார முன்னேற்றமும் சமுதாய மாற்றங்களும் ஏற்படுகின்றன. எனவே புத்தாக்கத்திற்கு இலாபத்தைப் பெறுகிறார்.

இலாபம் தோன்றுவதற்குப் புத்தாக்கம் ஒரு முக்கிய காரணமாக இருந்தாலும், இது ஒன்று மட்டுமே காரணமல்ல. இது இடர்தாங்கும் பணியைப் புறக்கணித்துவிட்டது. இதுவே இதன் முக்கிய குறைபாடு.

6. இடர்தாங்கும் இலாபக் கோட்பாடு

தொழில் முனைவோரின் இடர்தாங்கும் திறமைக்காக அளிக்கப்படும் வெகுமதியே இலாபம் என்று பேராசிரியர் (Prof. Hawley) கூறுகின்றார். இடர் தாங்குதல் என்பது தொழில் முனைவோரின் முக்கிய பணியாகும். இடர் தாங்குதலும் இலாபம் ஈட்டுதலும் ஒருங்கிணைந்து செல்லும். இக்கோட்பாட்டின் முக்கிய குறைபாடு, தெரிந்த இடர்ப்பாடுகள், தெரியாத இடர்ப்பாடுகளுக் கிடையேயான தொடர்பை இது வேறுபடுத்தவில்லை. தெரிந்த இடர்களுக்கு

(உ.ம்.) திருட்டு, தீவிபத்து காப்பீடு செய்து கொள்ள முடியும். தெரியாத இடர்களை ஏற்றுக் கொள்வதற்கு கிடைக்கும் வெகுமதியே இலாபம். இவ்விடர்பாடுகள் அதிக நிலையற்ற தன்மை கொண்டவையாகும்.

7. நிலையற்ற தன்மையைத் தாங்கும் இலாபக் கோட்பாடு:

பேராசிரியர் நைட் (Prof. Knight) என்பவர் இக்கோட்பாட்டின் ஆசிரியர் ஆவார். இவருடைய கருத்துப்படி, இலாபம் என்பது இடர் தாங்கும் பணிக்காக கொடுக்கப்படுவதில்லை. நிலையற்ற தன்மையை ஏற்கும் பணிக்காக வழங்கப்படும் வெகுமதியே ஆகும் என்று பேராசிரியர் நைட் கூறுகின்றார்.

எதிர்காலம் நிலையற்றதாக இருப்பதால் இடர்பாடுகளை ஏற்கவேண்டியுள்ளது என்பது இவரது முக்கிய கருத்தாகும். நிலையற்ற தன்மையை ஏற்பதே தொழில் முனைவோரின் முக்கிய பணியாகும்.

தெரியும் இடர்ப்பாடுகளுக்கு காப்பீடு செய்ய முடியும். ஆனால் தெரியாத இடர்ப்பாடுகளை (போட்டி இடர்ப்பாடுகள், அரசு தலையீடு இடர்ப்பாடுகள்) காப்பீடு செய்ய முடியாது. தொழில் முனைவோர் இந்த நிலையற்ற தன்மையை ஏற்பதால் இலாபம் ஈட்டுகிறார். இந்த நிலையற்ற தன்மையை ஏற்பது மட்டுமே தொழில் முனைவோரின் பணி அன்று என்பது முக்கிய குறைபாடாகும்.

முடிவுரை

மேலே கூறப்பட்ட கோட்பாடுகளின் முக்கிய குறைபாடு யாதெனில், இவை அனைத்தும் தொழில் முனைவோரின் ஓரிரு பணிகளுக்கு மட்டுமே முக்கியத்துவம் கொடுத்துள்ளன. இடர் தாங்கும் பணி, நிலையற்ற தன்மையைத் தாங்கும் பணிகளுடன் மற்றும் பல பணிகளையும் தொழில் முயல்வோர் மேற்கொள்ளுகிறார். எனவே இலாபம் என்ற வெகுமதியை ஏற்க தகுதியுடையவராகிறார்.

பயிற்சி

பகுதி–அ

I. சரியான விடையைத் தேர்ந்தெடுக்கவும் :

1. வாரம் என்பது இதனுள் ஒன்றை பயன்படுத்தியதற்காக கொடுக்கப்பட்ட விலை

அ. மூலதனம் ஆ. அமைப்பு

இ. உழைப்பு ஈ. நிலம்

2. இலாபம் இதற்கான வெகுமதி

அ. நிலம் ஆ. மூலதனம்

இ. உழைப்பு ஈ. அமைப்பு

3. உழைப்பு ஏன் தேவைப்படுகிறது

அ. உறுதி தேவை ஆ நேரடி தேவை

இ. பெறப்பட்ட தேவை ஈ. நெகிழ்ச்சி தேவை

4. போலி வாரம் என்ற கருத்தின் ஆசிரியர்

அ. ஆடம் ஸ்மித் ஆ. மார்ஷல்

இ. ரிக்கார்டோ ஈ. சாமுவேல்சன்

5. நீர்மை விருப்பகோட்பாட்டின் ஆசிரியர்

அ. J.M. கீன்ஸ் ஆ. மார்ஷல்

இ. சாமுவேல்சன் ஈ. நைட்

II. கோடிட்ட இடங்களை நிரப்புக :

6. இறுதிநிலை உற்பத்தி திறன் கோட்பாடு என்பது .... பகிர்வு கோட்பாடு.

7. இறுதிநிலை உற்பத்தி திறன் கோட்பாடு .... போட்டி சந்தையின் எடுக்கோலை அடிப்படையாகக் கொண்டது.

8. மாற்று ஊதியம் என்பது .... செலவை குறிப்பது.

9. பணக்கூலி என்பது .... கூலி என்றும் அழைக்கலாம்.

10. அமைப்பை ஏற்படுத்துபவர் ....

III. பொருத்துக :

11. எச்ச உரிமை கூலிக்கோட்பாடு – அ. மார்ஷல்

12. காத்திருத்தல் வட்டிக்கோட்பாடு – ஆ. வாக்கர்

13. கடன் நிதிக்கோட்பாடு – இ. ஹாலே

14. இயங்குநிலை இலாப கோட்பாடு – ஈ. தற்கால கோட்பாடு

15. இடர் தாங்கும் இலாப கோட்பாடு – உ. கிளார்க்

IV. கீழ்காணும் வினாக்களுக்கு ஓரிரு சொல்லில் விடையளிக்கவும்

16. ரிக்கார்டோவின் கூற்றுப்படி எல்லா நிலங்களும் வளம் பெறுகின்றன.

17. அனைத்து நிலங்களும் சமஅளவில் வளம் பொருந்திய நிலமாக இருந்தாலும், வாரம் எழுமா?

18. ஏஜியோ வட்டி கோட்பாட்டின் ஆசிரியர் யார்?

19. இலாப–வார கோட்டின் ஆசிரியர் யார்?

20. சும்பிட்டரின் இலாப கோட்டின் பெயர் என்ன?

பகுதி–ஆ

பின்வரும் வினாக்களுக்கு நான்கு அல்லது ஐந்து வரிகளில் விடையளிக்கவும்

21. இறுதிநிலை உற்பத்தி திறன் கோட்பாட்டின் எடுக்கோள்கள் யாவை?

22. மாற்று ஊதியம் என்பது யாது?

23. உண்மைக் கூலிக்கும், பணக்கூலிக்கும் உள்ள வேறுபாடு யாது?

24. வாழ்க்கை தர கூலிக் கோட்பாடு என்பது யாது?

25. நீர்மை விருப்ப கோட்பாட்டின் மூன்று நோக்கங்கள் யாவை?

பகுதி–இ

பின்வரும் வினாக்களுக்கு ஒரு பக்க அளவில் விடையளிக்கவும்

26. மார்ஷலின் போலிவாரக் கோட்பாட்டினை விவரி.

27. பிழைப்பு மட்ட கூலிக் கோட்பாட்டை பற்றி சிறு குறிப்பு வரைக.

28. துய்ப்புத் தவிர்ப்பு அல்லது காத்திருத்தல் வட்டிக் கோட்பாடு பற்றி விவாதிக்கவும்.

29. இயங்கு நிலை இலாப கோட்பாட்டினை சுருக்கமாக கூறுக.

30. சும்பிட்டரின் இலாப கோட்பாட்டினை விவரி.

பகுதி–ஈ

பின்வரும் வினாக்களுக்கு மூன்று பக்க அளவில் விடையளிக்கவும்

31. இறுதி நிலை உற்பத்தி திறன் பகிர்வுக் கோட்பாட்டினை விவரிக்கவும்.

32. ரிக்கார்டோவின் வாரக் கோட்பாட்டினை ஆராய்க.

33. கடன் நிதி வட்டிக் கோட்பாட்டினை விவரி.

34. கீன்ஸின் வட்டிக் கோட்பாட்டினை விவாதிக்கவும்.

35. வட்டி என்பது இடர்பாடுகளை ஏற்றல் மற்றும் இலாபம் ஈட்டுவதற்காக அளிக்கப்பட்ட வெகுமதி – விவரி.

பாடம் - 10

வருமான—நிர்ணயம் - எளிய கோட்பாடு

ஆடம் ஸ்மித் (1723 – 90), தாமஸ் ராபர்ட் மால்தஸ் (1766–1834), டேவிட் ரிக்கார்டோ (1772 – 1823) மற்றும் J. B. சே இவர்கள் மிகவும் பிரபலமான தொன்மையான பொருளாதார அறிஞர்கள் (வல்லுநர்கள்) ஆவார்கள். 18, மற்றும் 19ம் நூற்றாண்டுகளில் நிலவிய பேரியல் பிரச்சனைகளுக்கு (வருமானம் மற்றும் வேலையின்மை) முழுவடிவம் கொடுத்தார்கள். ஆனால் இவர்களுடைய கருத்துக்களை நவீன பொருளாதார வல்லுநர்களும் பின்பற்றினர்.

வேலையில்லா பிரச்சனைக்கு தடையில்லா வாணிபம் அளிக்கும் தீர்வு குறித்த இவர்களுடைய கருத்துக்கள் 1930ல் பெரும் பொருளாதார மந்தம் ஏற்பட்ட வரை எற்றுக் கொள்ளப்பட்டன. 'பெருமந்தம்' காரணமாகத் தடையில்லா வாணிபப் பொருளாதார நாடுகளான அமெரிக்கா மற்றும் இங்கிலாந்து ஆகிய நாடுகளில் அதிக வேலை இன்மையினாலும் (unemployment) மற்றும் அதிக உற்பத்தியினாலும் (Glut) சந்தைகள் முடங்கிப் போயின. ஜே.எம். கீன்சு (1883 – 1964) உலகப் பெருமந்தத்தை ஆய்வு செய்து அவரது கட்டுரைகள் / புத்தகங்கள் மூலமாக பேரியல் பொருளாதாரத்தில் ஒரு புரட்சியை ஏற்படுத்தினார். அவரது கருத்துக்கள் வேலையின்மையைப் போக்க அரசுக்கு பெரும் உதவியாக இருந்தன. தற்கால பேரியல் பொருளியல் கோட்பாடுகள் அனைத்தும் இவரது கருத்துக்களையே அடிப்படையாகக் கொண்டுள்ளன.

தொன்மைப் பொருளாதாரத்தின் முழு வேலைவாய்ப்புக் கோட்பாடு (Classical Theory of Full employment)

எவ்வளவு உற்பத்தி செய்யப்பட வேண்டும் என்பதை ஒரு நாட்டின் உற்பத்தித் திறன் தீர்மானிப்பதாகத் தொன்மைப் பொருளியலறிஞர்கள் கருதினார்கள். ஒரு நாட்டின் பொருளாதாரம் அதனால் எவ்வளவு முடியுமோ அவ்வளவிற்கு உற்பத்தி செய்கிறது. அங்கு "முழு வேலை வாய்ப்பு" நிலவுவதாகக் கருதப்படுகிறது. எந்த ஒரு உற்பத்திக்காரணியும் (குறிப்பாக உழைப்பு) வேலையின்றி இருக்காது என்று இக்கோட்பாடு கருதுகிறது. அதிகமாகவோ, குறைவாகவோ உற்பத்தி செய்யவோ அல்லது விற்கவோ ஜே.பி. 'சே' என்ற பொருளியலறிஞரின் விதியின்படி சந்தை உற்பத்தி செய்த பண்டங்கள் அனைத்தையும் விற்பனை செய்துவிடுகிறது. ஜே.பி.சே அங்காடி

விதிப்படி, ஒரு தடையிலா பொருளாதாரத்தில் அதிக உற்பத்தியோ, பெருமளவு வேலையின்மையோ, ஒட்டுமொத்த தேவையில் பற்றாக்குறையோ காணப்படாது.

ஜே.பி.'சே'யின் அங்காடி விதி :

பிரெஞ்சு நாட்டின் பொருளியலறிஞரான ஜே.பி.சே. என்பவர் 1803 ஆம் ஆண்டு எழுதிய "அரசியல் பொருளாதார ஆய்வுக்கட்டுரை" (Treatise on political economy) என்ற அவரது நூலில் அங்காடி விதிகளைப், பற்றி எடுத்துரைத்துள்ளார். அதாவது, 'அளிப்பு அதற்கான தேவையை தானே ஏற்படுத்திக்கொள்கிறது.' (Supply creates its own demand), ஒவ்வொரு பண்ட உற்பத்தியும் போதிய அளவு வருமானத்தைப் பெருக்கி அதன்மூலம் அப்பண்டங்களின் விற்பனையை உறுதி செய்கிறது என்பது இதன் பொருளாகும். ஒவ்வொரு உற்பத்திப் பண்டமும் சந்தைக்குக் கொண்டுவரப்படும் காரணம் அவற்றிற்குப் பதிலாக வேறொன்றை (பண்டத்தை) பெறுவதற்கே ஆகும்.

உற்பத்தி வெளியீடு எவ்வளவு இருப்பினும், அதனால் உருவாக்கப்பட்ட வருமானம் செலவுக்கு சமமாக இருப்பின் மொத்தத் தேவையில் பற்றாக்குறை எழாது. எனவே, அதிக உற்பத்தியோ, வேலையின்மையே இருக்கும் என்ற கூற்றை 'சே' ஏற்றுக்கொள்ளவில்லை. பொருளாதாரத்தில் "முழு வேலை வாய்ப்பு நிலை" இருக்கும். இதற்கு கீழ்க்காணும் எடுகோள்களை அவர் கையாண்டார்.

1. இல்லங்களின் அனைத்து வருமானங்களும் பண்டங்கள் மற்றும் பணிகளின் நுகர்விற்கே செலவிடப்படுகிறது.
2. அங்கே அரசின் செயல்பாடுகள் ஏதும் இல்லை (வரிவிதிப்பு இல்லை, அரசின் செலவினமேதுமில்லை, விலைக்கட்டுப்பாடு போன்றவை இல்லை).
3. அது ஒரு அடைக்கப்பட்ட பொருளாதாரம் (Closed economy). அதாவது வேறு பொருளாதாரங்களுக்கிடையே எவ்விதத் தொடர்பும் இல்லை.

உற்பத்தி எதுவாயினும் வேறொரு பண்டத்தின் தேவையை அது உணர்த்துகிறது. கூடுதல் அளிப்பு கூடுதல் தேவையாகும். இவ்வாறு 'சே யின் பகுப்பாய்வு முறை பண்டமாற்று (barter) முறையில் செயல்படுகிறது. ஆயினும் பண அறிமுகம் இவ்வழிமுறையைப் பாதிக்காது. உண்மையில் பண்ட மாற்றுமுறையைக் காட்டிலும் பணத்தின் அடிப்படையிலான பொருளாதாரம் மிகவும் திறன் வாய்ந்தது. தவறான வழியில் செலுத்தப்பட்ட உற்பத்தி, தற்காலிகமாக ஒரு குறிப்பிட்ட தொழிலில், குறிப்பிட்ட பொருளில் அதிக அளிப்பை ஏற்படுத்தும் என்பதை மறுப்பதற்கில்லை. பொருளியலறிஞர் "சே" இவ்வுண்மையை ஏற்றுக் கொண்டுள்ளார். ஆயினும், இச்சமமின்மை (disequilibrium) சந்தை சக்திகளின் (தானே சரிசெய்து கொள்ளும்) தன்மை காரணமாக மறைந்துவிடுகிறது. ஆனால் 'சே' கூற்றுப்படி அதிக உற்பத்தி (over production) அல்லது வேலையின்மை இங்கு இருக்க முடியாது பொருளியலறிஞர் 'சே'யின் முக்கியக் கூறுகளை கீழ்கண்டவாறு தொகுத்தறியலாம்.

1. பொருளாதாரம் தன்னைத்தானே சரி செய்து கொள்கிறது
2. பொதுவான அதிக உற்பத்தியோ அல்லது வேலையின்மையோ இருக்க வாய்ப்பில்லை
3. அனைத்து வளங்களும் முழுமைமையாக வேலைக்கமர்த்தப்படுகின்றன.
4. நாடுகளிடையே பொருளாதாரம் ஒன்றை ஒன்று சார்ந்திருக்கும்.
5. பொருளாதாரத்தில் நெகிழ்ச்சியான கூலி விகிதம் நிலவும்.
6. பொருளாதாரத்தில் நெகிழ்ச்சியான வட்டி வீதம் நிலவும்.
7. பணம் வெறும் பொய்க் காரணம் / மறைப்புத் திரை (Veil).
8. பன்னாட்டு வாணிபத்திற்கு உதவுகிறது.
9. அரசின் தலையீடு அவசியமில்லை.

பொருளியலறிஞர் 'சே' விதியின் குறைபாடு (Criticism of Say's Law)

'சே' விதியின் குறைபாடுகளை ஜே.எம். கீன்சு வெளிக் கொணர்ந்தார். 1936 ஆம் ஆண்டு 'சே' விதியைக் குறை கூறி கீன்சு புரட்சிகரமான

பொருளாதாரக் கோட்பாட்டினை வெளியிட்டார். 1930ன் பொருளாதாரப் பெருமந்தம், மற்றும் அதன் விளைவுகள் வேலைவாய்ப்பு பற்றிய தொன்மை பொருளாதாரக் கோட்பாடுகள் தவறென்றும், எனவே அதன் அடிப்படையிலான 'சே' விதியும் ஏற்றுக் கொள்ளத்தக்கதல்ல, என்றும் கீன்சு, 'சே' விதியை கடுமையாகச் சாடினார். 'சே' விதியின் முக்கியக் குறைபாடுகளாவன.

1. உலகப் பெருமந்தத்தினால் 'சே' விதியின் புகழ் மங்கிப் போனது
2. ஈட்டிய வருமானம் அனைத்தும் எப்போதும் நுகர்விற்கே செலவிடப்படுவதில்லை
3. இது போலவே, சேமிப்பு அனைத்தும் முதலீடு செய்யப்படுவதில்லை.
4. இவ்விதி அங்காடி பற்றிய தவறான ஆய்வினை அடிப்படையாகக் கொண்டுள்ளது.
5. 'ஒட்டுமொத்தம்' (aggregation) என்ற தவறான கருத்தால் இது பாதிக்கப்படுகிறது.
6. ஒட்டு மொத்த அளிப்பும், ஒட்டு மொத்தத் தேவையும் எப்போதும் சமமாக இருப்பதில்லை.
7. வட்டிவீதம் சமப்படுத்தும் காரணியல்ல.
8. முதலாளித்துவ முறை எப்போதும் தன்னைத்தானே சரிசெய்து கொள்ளாது.
9. 'நிறைவுப் போட்டி' என்பது உண்மையற்ற ஒரு எடுகோள் ஆகும்.
10. பொருளாதாரத்தில் 'பணம்' ஒரு முக்கியச் 'சக்தி'யாகும்.
11. இவ்விதி நீண்ட காலத்திற்கு மட்டுமே பொருந்தும்.
12. 'பண்ட மாற்று'ப் பொருளாதாரத்திற்கு மட்டுமே 'சே' விதி பொருந்தும்.

தற்போது 'சே'யின் விதி செல்லத்தக்கதோ அல்லது பயனுள்ளதோ அல்ல எனத் திறனாய்வாளர்கள் குறிப்பிடுகிறார்கள். "அளிப்பு தனக்குத்தானே தேவையை ஏற்படுத்திக்கொள்ளும்" என்பது எவ்வித பொருளும்

உணர்த்தவில்லை. எனினும், ஒட்டுமொத்த தேவை மற்றும் ஒட்டுமொத்த அளிப்புச் சமன்பாட்டின் காரணமாக முழுவேலை வாய்ப்பு நிலவுவதால் 'சே'யின் விதியைத் தொன்மை பொருளாதாரக் கோட்பாடு ஏற்றுக் கொள்கிறது. சுருங்கக் கூறுவதனால் ஒட்டுமொத்த தேவைக்கு பற்றாக்குறை இராது. ஏதேனும் 'வேலையின்மை' இருப்பினும் சந்தை (Mechanism) முழுவேலை வாய்ப்பைப் பெறும்.

கீன் சின் வருமானக் கோட்பாடு

(Keynesian Theory of Income determination)

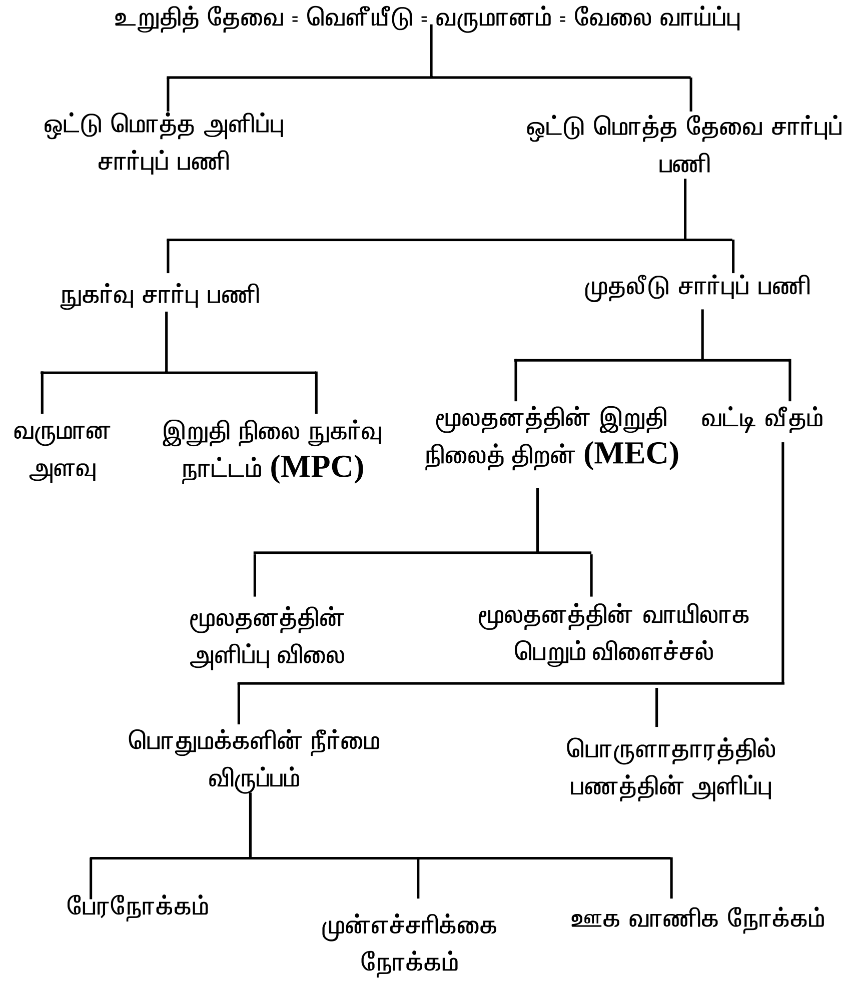
20-ஆம் நூற்றாண்டின் மிகச்சிறந்த பொருளியலறிஞராக 'கீன்சு' கருதப்படுகிறார். அவர் பல நூல்களை எழுதியுள்ளார். எனினும் 1936 இல் வெளிவந்த அவரது "வேலைவாய்ப்பு, வட்டி மற்றும் பணம் பற்றிய ஒரு பொதுக் கோட்பாடு" (The General Theory of Employment, Interest and Money) என்னும் நூல் அவருக்குப் பொருளியலில் அழியாப்புகழைப் பெற்றுத் தந்தது.

அவரது நூல் 'பேரியல் பொருளாதாரத்தில்' ஒரு புரட்சியை ஏற்படுத்தியது. 'கீன்ஸ் பொருளாதாரம் **"கீன்ஸ் புரட்சி"** என்றழைக்கப்படுகிறது.

'நாட்டின் வருமானம்' மற்றும் 'வேலைவாய்ப்பை' தீர்மானிப்பதே பேரியல் பொருளியலின் மையப் பிரச்சினையாகும். எனவேதான் தற்கால பொருளியலறிஞர்கள் பேரியல் பொருளியலை "வருமானத்தைத் தீர்மானிக்கும் கோட்பாடு' என்றழைக்கிறார்கள் 'வருமானம்' மற்றும் 'வேலைவாய்ப்பு' தீர்மானம் பற்றிய முக்கியக் கூறுகளை கீன்ஸ் குறிப்பிட்டதனால், கீன்ஸ் பொருளியல் **"பேரளவுப் பொருளியல்"** என அழைக்கப்படுகிறது. கீன்சு நாட்டு வருமானத்திற்கு அதிக முக்கியத்துவம் அளித்தார். அவர் தொன்மைப் பொருளியலறிஞர்களை குறைகூறியதுடன் 'சே'யின் விதியையும் மறுத்தார். குறுகிய காலத்தில் வருமான அளவு வேலை வாய்ப்பளவை பொருத்துள்ளது என நம்பினார். வேலை வாய்ப்பின் அளவு அதிகரிக்க வருமான அளவும் அதிகரிக்கும்.

வருமானம் மற்றும் வேலைவாய்ப்பைப் பற்றிய கீன் சின் தகவல் படம்

(Flow Chart)



மேலே குறிப்பிட்டுள்ள தகவல் அறியும் படம் (Flow Chart) மூலம் ‘கீன் சின் அடிப்படைக் கருத்துக்களை அறியமுடியும். மொத்த வருமானம் மொத்த வேலை வாய்ப்பைப் பொருத்தது, இவ் மொத்த வேலைவாய்ப்பு உறுதித் தேவையைப் பொருத்தது, இது நுகர்வுச் செலவையும் முதலீட்டுச் செலவையும்

பொருத்துள்ளது. நுகர்வு, வருமானத்தையும் நுகர்வு நாட்டத்தையும் பொருத்து (Propensity to consume) அமையும். முதலீடு, மூலதனத்தின் இறுதி நிலைத் திறனைப் பொருத்தும் வட்டி வீதத்தைப் பொருத்தும் அமையும்.

உறுதித் தேவையின் தத்துவம் : (The principle of effective demand)

கீன்ஸ்சின் வேலைவாய்ப்பு கோட்பாட்டில் உறுதித் தேவையின் தத்துவம் மிக முக்கியமான இடத்தை பெற்றுள்ளது. உறுதித் தேவை என்பது வாங்கும் திறன் மற்றும் செலவழித்தலில் நாட்டம் கொண்ட தனி மனிதர்கள், நிறுவனங்கள் மற்றும் அரசாங்கம் பற்றியதாகும். பண்டங்கள் உற்பத்தி செய்யப்படும் அளவும் அதன் காரணமாக தோன்றக்கூடிய வேலை வாய்ப்பும் சமுதாயத்தின் மொத்த செலவிடும் திறனைச் சார்ந்து உள்ளன எனக் குறிப்பிடலாம்.

கீன்ஸ் தனது வருமான நிர்ணயம் பற்றிய எளியக் கோட்பாட்டை ஒட்டு மொத்த தேவை மற்றும் ஒட்டு மொத்த அளிப்பு அணுகுமுறையைப் பயன்படுத்தி எடுத்து கூறியுள்ளார். ஒரு நாட்டின் பொருளாதார அமைப்பில் எல்லா விதமான பண்டங்களுக்கும் பணிகளுக்கும் ஏற்படும் தேவையே ஒட்டுமொத்த தேவை எனப்படும். ஒட்டு மொத்த அளிப்பு என்பது ஒரு நாட்டில் அளிக்கப்பட்ட மொத்த பண்டங்களாகும்.

ஒட்டு மொத்த அளிப்பு, மொத்தத் தேவை சார்பு மற்றும் மொத்த அளிப்பு சார்பு என்று கீன்ஸ் மேலே கூறிய காரணிகளை அழைத்துள்ளார்.

கீன்ஸ் கூற்றுப்படி பல்வேறு வேலை வாய்ப்பு அளவுகள், என்பன அத்துடன் தொடர்புகொண்ட பல்வேறு அளவு ஒட்டு மொத்த தேவை மற்றும் ஒட்டு மொத்த அளிப்பை பொருத்து அமையும். ஒட்டுமொத்த தேவை வளைகோடு மற்றும் ஒட்டு மொத்த அளிப்பு வளைகோடு இவற்றின் உறவைப் பொருத்தே “சமநிலை வருமானம் அல்லது உற்பத்தி அமையும். உடனடி குறுகியகால பிரச்சனைகளை பற்றியே கீன்ஸ் நாட்டம் கொண்டிருந்தார், எனவே ஒட்டுமொத்த அளிப்பு சார்பு பற்றி அவர் கருத்தில் கொள்ளவில்லை. ஆனால் ஒட்டுமொத்த தேவைக்கு முக்கியத்துவம் அளித்தார். ஒட்டு மொத்த தேவை பற்றாக்குறைக்கு வேலையின்மையே காரணம் என்றார்.

எல்லாத் தேவைகளும் உறுதித் தேவையல்ல. கீன்ஸ் கூற்றுப்படி மொத்தத் தேவையும் (ADF) மொத்த அளிப்பு (ASF) உறுதித் தேவையின் அளவை நிர்ணயிக்கிறது. மொத்த அளிப்பு சார்பு (ASF) செலவைக் குறிக்கிறது. மொத்த தேவை சார்பு (ADF) வருவாயைக் குறிக்கிறது. செலவு வருவாய்க்கு கூடுதலாக இருக்கலாகாது. தொழில் முயல்வோர், வருவாய், செலவைவிடக்

குறைவாக இருக்கும் போது, புது வேலையாட்களை நியமிப்பதை நிறுத்திவிடுகின்றனர். வருவாய் செலவைவிட கூடுதலாக இருக்கும்போது அவர்கள் மேன்மேலும் வேலை வாய்ப்பை அதிகரித்து, அதன் மூலம் அதிக இலாபம் ஈட்டுவார்கள்.

மேலே குறிப்பிட்டபடி இருவளைகோடுகளும் ஒன்றை ஒன்று வெட்டிக் கொள்ளும் புள்ளியே அதிக அளவு வேலைவாய்ப்பைத் தரும் புள்ளியாகும். கீன்ஸ் கூற்றுப்படி மொத்தத் தேவை மற்றும் வேலையின்மைப் பொருத்து வேலைநிலை அமைகிறது. இதனால் மொத்தத் தேவையில் வீழ்ச்சி ஏற்படுகிறது. ஒட்டுமொத்தத் தேவை அதிகரிப்பதனால் வேலையின்மை தடுக்கப்படுகிறது.

ஒட்டுமொத்தத் தேவை

(Aggregate Demand)

மொத்த பொருளாதாரச் செலவுகள் நான்கு வகைகளாகப் பிரிக்கபடுகின்றன. அவைகள் நுகர்வுச் செலவு (C) முதலீட்டுச் செலவு (I); அரசுச் செலவு (G) நிகர வணிகச் செலவு (X-M). ஒட்டு மொத்தச் செலவு என்பது மேலே கூறப்பட்டுள்ள அனைத்துச் செலவுகளையும் குறிக்கும். எனவே ஒட்டுமொத்த தேவைச் சார்பு இவ்வாறு குறிப்பிடப்படுகிறது.

$$AD = C + I + G + (X - M) \quad ..... (1)$$

இச்சார்பு ஒட்டுமொத்த தேவை என்பது நுகர்வு (C), முதலீடு (1), அரசுச் செலவு (G) மற்றும் நிகர வணிகச் செலவு(x-m) இவற்றின் கூடுதலுக்குச் சமமாகும் ஒட்டுமொத்தத் தேவை என்பது பொருளாதாரத்தில் வாங்குவோர் அனைவரின் திட்டமிட்ட செலவின் மொத்த மதிப்பே ஆகும். ஒரு குறிப்பிட்ட காலத்தில் பண்டங்கள் மற்றும் பணிகளின் மொத்த தேவையை இது குறிக்கிறது. மேலும் ஒட்டுமொத்தத் தேவை என்பது மக்கள் வாங்க விரும்பும் ஒட்டுமொத்த பண்டங்களின் அளவே ஆகும்.

பொருளியலில் ஒருவரது செலவு மற்றவருக்கு வருமானமாகும். பொருளாதாரத்தில் மொத்தச் செலவு மொத்த வருமானத்திற்குச் சமமாகும். அதாவது மொத்த வருமானம் (Y) = மொத்தச் செலவு (AD).

∴ Y = AD சமன்பாடு 1ல் இவ்வாறு எழுதலாம்.

$$Y = AD = C + I + G + (X-M)$$

$$\text{or } Y = C + I + G + (X-M) \quad .... (2)$$

கீன்ஸ் அனைத்து முக்கியத்துவத்தையும் 'ஒட்டுமொத்த உற்பத்தி சார்பு'க்கே கொடுத்தார். பொருளியலறிஞர்கள் 100 ஆண்டுகளுக்கு மேலாக இக்கூறுகளை புறக்கணித்தனர். ஒட்டுமொத்தச் செலவுச் சார்பு மாறாதது என வைத்துக்கொள்வோமேயானால்; கீன்ஸ் கோட்பாடு என்னவெனில் வேலை வாய்ப்பு என்பது ஒட்டுமொத்த தேவையைப் பொருத்துள்ளது. அது கீழ்க்காணும் இரு காரணிகளைப் பொருத்துள்ளது.

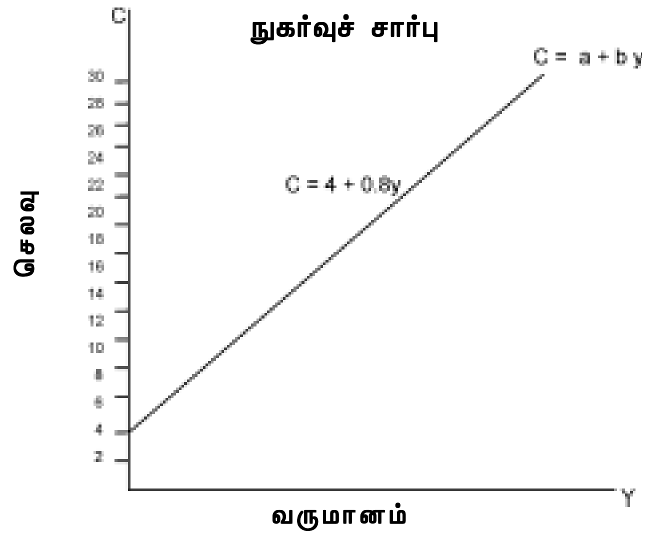
1. நுகர்ச்சி நாட்டம் (Propensity to Consume)

2. முதலீட்டுத் தூண்டல் (Inducement to Invest)

நுகர்வுச் சார்பு :

மக்கள் பெருவாரியான வருமானத்தை பண்ட நுகர்வுகளுக்குச் செலவிடுகின்றனர். சிலர் வருமானத்தை முழுவதுமாக செலவு செய்கின்றனர், வேறு சிலர் ஒரு பகுதியைச் செலவு செய்து மீதத்தை சேமிக்கின்றனர். மொத்தத்தில் சமுதாயம் எவ்வளவு செலவு செய்கிறது? எவ்வளவு சேமிக்கிறது? இது வருமானத்திற்கும் நுகர்விற்கும் இடையே உள்ள தொடர்பாகும். 'நுகர்வுச் சார்பு' என்பது வருமானத்திற்கும் நுகர்வற்கும் இடையே உள்ள தொடர்பினை விளக்குகிறது. நுகர்வு சார்பு என்பது இரண்டு அல்லது அதற்குமேல் உள்ள மாறிலி (Variables)களின் தொடர்பைக் குறிக்கும்.

வரைபடம் 10.1



பல்வேறு வருமான நிலைகளில் நுகர்விற்காகச் செலவிடப்பட்ட வருமானம் 'நுகர்ச்சி நாட்டம்' (Prospersity to consume) ஆகும்.

வருமானத்திற்கும், நுகர்விற்கும் நேரடித் தொடர்புள்ளது என்கிறார் கீன்ஸ். நுகர்வுச் சார்பு அல்லது நுகர்ச்சி நாட்டம் என்பது வருமானத்திற்கும் நுகர்ச்சிக்கும் இடையே உள்ள சார்ந்த விகிதாச்சாரமே (functional relationship) ஆகும். கணிதமுறைப்படி இத் தொடர்முறை கீழ்க்கண்டவாறு குறிப்பிடப்படுகிறது.

$C = a + by$

$C = 4 + 0.8\,Y$ ......

மேற்படி சமன்பாடு கூறுவதென்னவென்றால் நுகர்வு என்பது வருமானத்தை (Y) பொருத்தது. '+' குறியீடு குறிப்பிடுவது வருமானம் உயர நுகர்வும் உயர்வடைகின்றது என்பது தெளிவு. ஆனால், வருமானம் உயர்வடைந்த அளவிற்கு நுகவின் உயர்வு வீதம் அதிகரிக்காது. ஏனெனில், செலவழிக்கப்படாத வருமானத்தின் ஒரு பகுதி சேமிக்கப்படும். இக்கூறுகள் 'கீன்ஸ்' நுகர்வுக் கோட்பாட்டில் விளக்கப்பட்டுள்ளது. "உளவியல் ரீதியாக சமுதாயத்தில் உண்மை வருமானம் உயரும்போது ஒட்டுமொத்த நுகர்வு அதிகரிக்கும், ஆனால் வருமானம் உயர்ந்த அளவுக்கு அல்ல" என்கிறார் கீன்ஸ்.

குறுகிய காலத்தில் மக்களின் நுகர்வுப் பழக்கவழக்கங்கள் ஓரளவு மாறாமல் இருப்பதால் "நுகர்ச்சி சார்பும்" நிலையாக இருக்கிறது என்பதை கீன்சு தெளிவுபடுத்தினார்.

வருமானம் மற்றும் நுகர்விற்கு இடையே உள்ள தொடர்பை மேலே உள்ள வரைபடத்தின் மூலம் உணர்த்தமுடியும். நிலை அல்லது செங்குத்து அச்சு நுகர்வுச் செலவை 'C' என்ற குறியீடு மூலம் உணர்த்துகிறது, கிடைமட்ட அச்சு வருமானம் அல்லது உற்பத்தியை Y' குறியீடு மூலம் குறிப்பிடுகிறது. நுகர்வுச் செலவு 'CC' சமன்பாட்டின் மூலம் இவ்வாறு கூறலாம்.

$C = 4 + 0.8\,Y$

நுகர்வு வளைகோடு CC குறுகிய கால வளைகோடாகும். வருமானம் (O) பூஜ்யமாக இருந்தாலும் நுகர்வு நடைபெறுகிறது. வருமானம் பூஜ்யமாக இருக்கும்போது முதல்கட்ட நுகர்வு 4 ஆகும். இது வருமானத்தால் பாதிக்கப்படாது. வருமானம் பூஜ்யமாக இருப்பினும், கடன் பெற்றோ அல்லது

வெகுமதியாகவோ மக்கள் குறைந்த பட்ச அளவு செலவு செய்கின்றனர். வருமானத்தோடு தொடர்பில்லாத இந்நுகர்வு "தன்னிச்சை நுகர்வு" (Autonomous Consumption) என அழைக்கப்படுகிறது எனவேதான் செங்குத்து அச்சில் வளைகோடு 'C', புள்ளி '4'ல் தொடங்குகிறது.

சமன்பாட்டில் குறிப்பிடுவது 80 விழுக்காடு கூடுதல் வருமானம் நுகர்விற்கு செலவழிக்கப் படுகிறது. இதற்கு இறுதிநிலை நுகர்வு நாட்டம் (Marginal Propensity to Consume) எனப் பெயர். இறுதிநிலை நுகர்வு நாட்டம் என்பது "வருமான மாற்றத்தினால் ஏற்பட்ட நுகர்வு மாற்றத்தின் வீதம்" ஆகும். எனவே இறுதி நிலை நுகர்வு நாட்டம் என்பது (MPC) நுகர்வு மாற்றத்தில் ஏற்பட்ட வீத அளவு ஆகும்.

$$\text{இறுதிநிலை நுகர்வு நாட்டம் (MPC)} = \frac{\text{நுகர்வு மாற்றம்}}{\text{வருமான மாற்றம்}}$$

அல்லது

$$\text{இறுதிநிலை நுகர்வு நாட்டம்} = \frac{\Delta C}{\Delta Y}$$

ΔC என்பது நுகர்வில் ஏற்படும் மாற்றம்

ΔY என்பது வருமானத்தில் ஏற்படும் மாற்றம்

நுகர்வுச் சார்பு சரிவுக் கோடு அல்லது ஏதேனும் ஒரு நேர்கோடு கணக்கிடப்படுவது எவ்வாறு எனில் செங்குத்து மாற்றத்தைக் கிடைமட்ட மாற்றத்தால் வகுத்தலின் மூலம் கிடைக்கப் பெறுவதாகும். குறியீடு மாற்றத்தைக் குறிக்கிறது. அல்லது சரிவுக்கோடு இவ்வாறு கணக்கிடலாம்.

$$\text{சரிவுக்கோடு} = \frac{\text{செங்குத்து மாற்றம்}}{\text{கிடைமட்ட மாற்றம்}}$$

குறுகிய காலத்தில் நுகர்ச்சி நாட்டம் நிலையாக இருப்பதாகக் கொள்வோம். வளைகோட்டின் சரிவைப் பொருத்து, கொடுக்கப்பட்ட வருமானத்தில் எவ்வளவு செலவிடப்படுகிறது எனத் தெரியவருகிறது. இவ்வாறு, நுகர்வுச் சார்பு பொதுவாக கோட்டுச் சமன்பாட்டின் மூலம் உணர்த்தப்படுகிறது. அதாவது $Y = a + by$ இங்கு 'a' என்பது தன்னிச்சை நுகர்வினைக் குறிக்கும். சரிவுக் கோடு 'b' என்பது இறுதிநிலை நுகர்வு நாட்டம் (MPC) ஆகும்.

இறுதிநிலை நுகர்வு நாட்டம் வருமான மாற்றத்தினால் ஏற்படும் நுகர்வு மாற்றத்தின் விகிதம் ஆகும்.

இங்கே 0.8 குறிப்பிடுவது கூடுதலாக ஈட்டிய வருமானத்தில் 80 விழுக்காடு நுகர்வுக்கு செலவிடப்படுகிறது, மீதம் உள்ளதொகை சேமிக்கப்படுகிறது. சுருங்கக் கூறின் 'நுகர்வுச்சார்பு' என்பது வருமானத்தில் நுகர்வுக்காக ஆகும் செலவைக் குறிக்கும். இதனால், பொருளாதாரத்தில் நுகர்வு என்பது வருமான அளவைப் பொருத்தது ஆகும்.

பொருளாதாரத்தில் வருமானம் அதிகரிக்கும்போது நுகர்வும் அதிகரிக்கும். வருமானத்திற்கு தகுந்தார்போல் மக்கள் அதிகமாக செலவு செய்வதாக வைத்துக்கொண்டால் அவர்களின் இறுதிநிலை நுகர்வு நாட்டம் (MPC) அதிகமாக இருக்கும். கீன்ஸ்சின் நுகர்வு விதி கீழ்க்காணும் மூன்று சிறப்புக் கூறுகளை அடிப்படையாகக் கொண்டது. 'நுகர்வுச் சார்பு' 'கீன்ஸ்'சின் வருமான நிர்ணயத்தில் முக்கிய பங்கு வகிக்கிறது.

1. வருமான அதிகரிப்பும், நுகர்வு அதிகரிப்பும் ஒரே விகிதத்தில் இருப்பதில்லை.

2. 'வருமான அதிகரிப்பை' நுகர்வு மற்றும் சேமிப்பு பகிர்ந்து கொள்கின்றன.

3. வருமான அதிகரிப்பு, நுகர்வு மற்றும் சேமிப்பு அதிகரிப்பை ஒரே நேரத்தில் ஏற்படுத்துவதில்லை. சேமிப்பு வீதம் அதிகரிக்கும் போது நுகர்வு வீதம் குறையும்.

சேமிப்புச் சார்பு (Saving Function)

வருமானத்தில் நுகர்வுக்கு செவிடப்பட்டதுபோக மீதம் உள்ளது சேமிப்பு எனப்படும். சேமிப்பு என்பது 'கைவிடப்பட்ட நுகர்வு' ஆகும் (Consumption foregone). சேமிப்பு அதிகரிக்கும்போது நுகர்வு குறையும். கீன்ஸ் கூற்றுப்படி ஒரு பொருளாதாரத்தில் சேமிப்பின் அளவானது நுகர்வு போன்று வருமானத்தைப் பொருத்துள்ளது. சேமிப்பிற்கும் வருமானத்திற்கும் இடையே உள்ள தொடர்பு கணிதச் சமன்பாட்டின்படி கூறப்பட்டால் அதனை 'சேமிப்புச் சார்பு' என அழைக்கலாம்.

$$S = -a + by$$

$$S = -4 + 2y$$

இங்கு S என்பது சேமிப்பு, Y என்பது வருமானம், a என்பது சேமிப்பல்லாதது (dissaving), இறுதிநிலை சேமிப்பு நாட்டம் (MPS) என்பது வருமானத்தில் ஏற்படும் மாற்றத்தால் சேமிப்பில் ஏற்படும் மாற்ற விகித அளவு. இதுவே, இறுதி நிலை சேமிப்பு நாட்டத்தின் மாற்றவிகிதம் ஆகும்.

(அல்லது)

இறுதிநிலை சேமிப்பு நாட்டம் (MPS) $= \dfrac{\Delta S}{\Delta Y}$

இங்கு ΔS என்பது சேமிப்பில் மாற்றம்; ΔY என்பது வருமானத்தில் மாற்றம். வருமானம் அதிகரிக்கும்போது இறுதி நிலை நுகர்வு நாட்டம் (MPC) குறையத் தொடங்கினால், இறுதிநிலை சேமிப்பு நாட்டம் (MPS) அதிகரிக்கக்கூடும். இறுதிநிலை நுகர்வு நாட்டம் (MPC) மாறாமல் இருக்கும். எனவே, வருமானம் என்பது நுகர்வு மற்றும் சேமிப்பினை உள்ளடக்கியது.

எனவே $Y = C + S$

$MPC + MPS = 1$

$MPS = 1 - MPC$ அல்லது

$MPC = 1 - MPS$

அல்லது $MPC + MPS = 1$

ஒரு பொருளாதாரத்தில் தாங்கள் பெறும் கூடுதல் வருமானத்தில் குறைவாக செலவு செய்தால் இறுதிநிலை நுகர்வு நாட்டம் (MPC) குறைவாக இருக்கும் மற்றும் CC வளைகோடு சற்று குறைவான சரிவுடன் காணப்படும். மாறிலி (constant) `a' என்பது 'சேமிப்பல்லாதது, (dissaving). ஏனெனில் இது வருமானத்திற்குத் தொடர்பில்லாத 'தன்னிச்சை' நுகர்வு (autonomous consumption) ஆகும். நீண்ட காலத்தில் 'தன்னாட்சி நுகர்வு' பூஜ்யம் ஆகும். நீண்ட காலத்தில் வருமானமின்றி குடும்பத்தினர் நுகர்வு செய்ய முடியாது. எனவே நீண்ட காலத்தில் 'நுகர்வு' முற்றிலும் வருமானத்தைப் பொருத்தே உள்ளது, 'C' வளைகோடு தொடக்கத்திலிருந்து ஆரம்பிக்கிறது.

நுகர்வை நிர்ணயிக்கும் பிற காரணிகள்

நுகர்வு செய்வதற்கு வருமானம் மிக முக்கியமான காரணியாக இருப்பினும், வேறு சில காரணிகளும் நுகர்வு நாட்டத்தை மாற்றமடையச் செய்யவல்லன. அவையாவன.

1. வருமானப் பகிர்வு
2. செல்வப் பகிர்வின் அளவு மற்றும் இயல்பு
3. மக்கள் தொகையின் வயதுப் பாகுபாடு
4. பணவீக்கம் அல்லது விலை அளவு
5. அரசின் கொள்கைகள்
6. வட்டி வீதம்
7. எதிர்பார்ப்புகள்
8. விளம்பரங்கள்
9. வாழ்க்கைத்தர வளர்ச்சி
10. கலாச்சார மாற்றம்

முன்னமே விவாதித்தபடி ஒட்டுமொத்த தேவை (Aggregate Demand) 'நுகர்வுச் சார்பு' மற்றும் 'உற்பத்திச் சார்பு' என இருபகுதிகளைக் கொண்டது. எனினும் குறுகிய காலத்தில் நுகர்வுச் சார்பு அல்லது இறுதிநிலை நுகர்ச்சி நாட்டம் (MPC) மாறாதிருக்கும். எனவே, கீன்ஸ் முதலீட்டுச் சார்புக்கு முக்கியத்தும் கொடுத்துள்ளார்.

முதலீட்டுச் சார்பு

பொருளாதாரத்தில் 'முதலீடு' சிறப்புப் பொருளைக் கொண்டுள்ளது. அதாவது ஏற்கனவே உள்ள உற்பத்தித் திறன்களுக்கு கூடுதல் பொருள் சேர்ப்பது. (நிரந்தர முதலீடுகளின் இருப்பு நிரந்தர சாதனங்கள், இயந்திரங்கள், கட்டடங்கள், மூலப்பொருள்கள், தேய்மானத்தால் ஏற்படும் மாற்றச் செலவுகள் போன்றவைகளாகும். இது வருங்கால உற்பத்திக்கு அடிப்படையாகும். முதலீடு என்பது 'மொத்த செலவு' அல்லது ஒட்டுமொத்த செலவிற்கு முக்கிய அடிப்படைக் கூறு (Component) ஆகும்.

கீன்ஸ்சின் கூற்றுப்படி முதலீடு என்பது 'நிதி முதலீடு' அல்ல. ஆனால் உண்மை முதலீடு ஆகும். முதலீடு என்பது உண்மை கூடுதல் முதலீட்டுச் சொத்தைக் குறிக்கும். நிதி முதலீடுகளான பத்திரங்கள் அல்லது பங்குகள் வாங்குவது இதில் அடங்காது. முதலீட்டின் தனித்தன்மையையே கீன்ஸ் தனது கோட்பாட்டிற்கு அடித்தளமாகக் கொண்டுள்ளார். ஒட்டுமொத்தத் தேவை அதிகரிக்கக் காரணம் முதலீட்டின் முக்கியத்துவம். இது மற்றொரு முக்கிய காரணியாக இருக்கிறது.

நுகர்வு, வருமானத்தின் நிலையான சார்பு ஆகும். நுகர்வுச் செலவில் மாற்றத்தை ஏற்படுத்துவதன் ஒட்டுமொத்த தேவையில் மாற்றம் ஏற்படாது, ஏனெனில் நுகர்வுச் செலவு என்பது வருமானத்தைப் பொருத்துள்ளது. வருமான அளவைப் பொருத்து தன்னாட்சிச் செலவான முதலீடு தீர்மானிக்கப்படுகிறது. இது வருமானம் மற்றும் வேலைவாய்ப்பில் நிலைத்தன்மையற்ற மற்றும் மாறுபாட்டிற்கு காரணமென கீன்ஸ் கண்டறிந்தார்.

'முதலீடு வீழ்ச்சி' 1930ன் உலகப் பெருமந்தத்திற்கு காரணமாகவும் அமைந்தது.

முதலீட்டை நிர்ணயக்கும் காரணிகள்

வேலை வாய்ப்பு முதலீட்டைச் சார்ந்தது என்கிறார் கீன்ஸ். முதலீட்டில் ஏற்றத்தாழ்வுகள் இருப்பதால் வேலை வாய்ப்பிலும் ஏற்றத்தாழ்வுள்ளது. எனவே 'முதலீட்டு அளவைத் தீர்மானிப்பதை நாம் விவாதிப்போம். முதலீட்டுச் செலவு பின்வருவனவற்றால் தீர்மானிக்கப் படுகிறது.

1. வருங்கால இலாபம் ஈட்டுவதன் எதிர்பார்ப்பு (அல்லது) வியாபார நம்பிக்கை.
2. வட்டி வீதம்

நிறுவனங்கள் தங்களின் இலாபத்திலிருந்தோ அல்லது கடன் வாங்கியோ முதலீடு செய்கின்றன. சேமிப்புகளைப் பெற்றிருக்கும் குடிமக்கள் (Households) தங்கள் பணத்தை இலாபம் பெறுவதற்காக 'முதலீடு' செய்வதா அல்லது வைப்பு நிதி மூலம் வட்டி பெறுவதா என்பதைத் தீர்மானிக்கிறார்கள். எதிர்பார்க்கும் இலாபம் வட்டி வீதத்தை விட உயர்வாக இருந்தால் குடிமக்கள் முதலீடு செய்வர். இல்லையெனில் தங்களின் பணத்தை 'வட்டிக்காக' 'வைப்பு நிதி'யில் செலுத்துவார்கள். நிறுவனங்கள் தங்களின் சொந்த இலாபத்தை முதலீடு செய்வதை இவ்வாறே தீர்மானிக்கின்றன. நிறுவனங்கள்

முதலீட்டிற்காக கடன் பெறுவதாக வைத்துக்கொண்டால் அவை, அதற்கான வட்டியினை அளிக்க வேண்டியிருக்கும். எனவே, வட்டியையும் ஆரம்ப முதலீட்டின் செலவையும் விட எதிர்பார்க்கும் இலாபம் அதிகமாக இருந்தால் நிறுவனங்கள் கடன் வாங்கி பணத்தை முதலீடு செய்யும்.

இவ்வாறு மேற்காண்பவற்றுள் முதலீடு செய்ய முடிவெடுத்தல் வட்டிவீதம் மற்றும் வியாபார நம்பிக்கையைப் பொருத்தே உள்ளது. இவ்விரண்டில் வருங்கால இலாபம் ஈட்டுதலின் எதிர்பார்ப்பு (அல்லது) வியாபார நம்பிக்கையே வட்டிவீதத்தைக் காட்டிலும் முக்கியத்துவம் பெறுகிறது. இது ஏனெனில் வட்டி வீதம் குறுகிய காலத்தில் மாறாமலிருத்தலே ஆகும். இலாபம் சார்ந்த எதிர்பார்ப்புகள் அனைத்தும் எதிர்காலத்தில் நிச்சயித்துவமில்லாத பல தீர்மானிகளைக் கொண்டுள்ளன. தனியார் முதலீடுகள் இதனைப் பொருத்தே உள்ளது. நிச்சயமற்ற (Bleak) வளர்ச்சி, முதலீட்டில் வீழ்ச்சியை ஏற்படுத்தி வேலைவாய்ப்பைப் பாதிக்கும்.

சேமிப்பும் முதலீடும்

சேமிப்பு மற்றுமொரு முக்கிய கருப்பொருள் ஆகும். இது முதலீட்டோடு நேரடி தொடர்புடையது. பொருளாதாரத்தில் சேமிப்பும் முதலீடும் அடிப்படைச் செயல்பாடுகள் ஆகும். முதலீட்டு அமைப்பு மற்றும் பொருளாதார வளர்ச்சிக்கு சேமிப்பு அவசியமானது. சேமிப்பு சரியான வகையில் திரட்டப்பட்டு, பங்களிக்கப்பட்டு, மூலதன இருப்பை அதிகரிக்க முதலீடு செய்யப்பட்டு உற்பத்திப் பெருக்கத்தின் மூலம் பொருளாதார செல்வம் வளர்ச்சிபெறுதலே சேமிப்பினால் ஏற்படும் பொருளாதார மேம்பாடு எனலாம்.

எனவே மொத்த சேமிப்பும், முதலீடும் சமமாகும்.

ஆனால், அவை எப்போதும் சமநிலையில் இருக்காது. சேமிப்பு தனக்குத்தானே முதலீடு செய்து கொள்கிறது என தொன்மைப் பொருளியல் அறிஞர்கள் கருதினார்கள். சேமிக்கும் முடிவும், முதலீடு செய்யும் முடிவும் ஒரு நபராலேயே மேற்கொள்ளப்படுகிறது என நினைத்தார்கள். ஆனால் சேமிப்பும் முதலீடும் வெவ்வேறு நபர்களால் வெவ்வேறு காரணங்களுக்காக, வெவ்வேறு காரணிகளால் தீர்மானிக்கப்படுகிறது என கீன்ஸ் வாதிட்டார். இதனால், சில நேரங்களில் சேமிப்பு முதலீட்டைவிட அதிகரிக்கும்போது, ஒட்டுமொத்த தேவையில் பற்றாக்குறை ஏற்பட்டு வேலையின்மைக்கு வழி வகுக்கும்.

சேமிப்பு (S) மற்றும் முதலீட்டுக்கு (I) இடையேயான இடைவெளி, வரிகள் மற்றும் அரசுச் செலவுகள் போன்ற நேரடி முறையிலோ அல்லது மறைமுக

வழியான பணத்தின் அளிப்பை தூண்டக்கூடிய செயல்பாடுகளின் மூலமாகவோ அரசின் செலவினங்களை கூட்டுவதன் மூலம் சரி செய்யப்படுகிறது என்கிறார் 'கீன்ஸ்'.

இதனால் $S = I$

எனவே $Y = C + I$

அல்லது $Y = C + S$

வட்டி வீதம் : (நீர்மை விருப்பக் கோட்பாடு)

எந்த ஒரு வியாபார நோக்கமும் பணத்தின் தற்போதையை அளிப்பை தூண்டும் காரணியான வட்டியை அடிப்படையாகக் கொண்டது. "ஒட்டுமொத்த முதலீட்டை" தீர்மானிக்கும் மற்றுமொரு காரணியாக வட்டிவீதம் உள்ளது. உண்மையில் கீன்சின் வேலைவாய்ப்புக் கோட்பாடு வட்டிவீதத்துடன் தொடங்குகிறது. வட்டி, முதலீட்டையும் வேலை வாய்ப்பையும் பாதிக்கிறது. கீன்ஸ் தனது 'நீர்மை விருப்பக் கோட்பாட்டில் வட்டியின் அவசியம், முக்கியத்துவம் பற்றி விளக்கினார். `நீர்மை விருப்பக் கோட்பாடு' கீன்சின் மாபெரும் சாதனையாகக் கருதப்பட்டது. கீன்ஸ் கூற்றுப்படி வட்டி விதம் என்பது, "குறிப்பிட்ட கால அளவிற்கு பணத்தை விட்டுக் கொடுப்பதற்கான வெகுமதி" ஆகும்.

நீர்மை விருப்பம் என்பது (Liquidity Preference) மக்களின் கையிருப்பு (ரொக்கம்) பணம் ஆகும். 'நீர்மம் என்பது ரொக்கப் பணத்தைக் குறிக்கும். மக்கள் ஏன் 'ரொக்கப் பணம்' வைத்துள்ளனர். ஏனெனில், ரொக்கப் பணம் ஒரு நீர்மச் சொத்து எனவே மக்கள் அதனை ரொக்கப் பணமாக வைத்துக்கொள்ள விரும்புகின்றனர். நீர்மை விருப்பத்திற்கான மூன்று காரணங்களாக 'கீன்ஸ்' கூறுவது பின்வருமாறு.

1. பரிமாற்ற நோக்கம் (Transaction Motive)
2. முன்னெச்சரிக்கை நோக்கம் (Precautionary Motive)
3. ஊக வாணிக நோக்கம் (Speculative Motive)

அன்றாடச் செலவுகளை மேற்கொள்ள வைத்திருக்கும் ரொக்கப் பணமே பரிமாற்ற நோக்கமெனப்படும். மருத்துவச் செலவுபோல எதிர்பாராத செலவுகளைச் சமாளிக்க ரொக்கமாக பணத்தை வைத்திருப்பர். இதுவே முன்னெச்சரிக்கை நடவடிக்கை எனப்படும். சந்தையின் நன்மைகளான பத்திரங்கள், பங்குகள் முதலியவற்றை இலாப நோக்கத்திற்காக வாங்கும்

பொருட்டு ரொக்கப் பணத்தை பெற்றுள்ளதை ஊக வாணிப நோக்கம் என்றழைக்கிறோம். சந்தையில் எதிர்காலத்தில் என்ன நடக்கும் என்பதை ஊகித்தறிந்து இலாப நோக்கத்திற்காக செயல்படுவதை ஊக வாணிப நோக்கம் என்கிறார் கீன்ஸ்.

நீர்மை விருப்பம் என்பது வட்டி வீதத்தைப் பொருத்தது. வட்டிவீதம் அதிகமாக இருக்கும்போது மக்கள் அதன் பயனைப் பெற ரொக்கப் பணத்தை விடுவிக்க (முதலீடு செய்ய) விரும்புவர். எனவே வட்டி வீதம் உயர்வாக இருந்தால் நீர்மை விருப்பம் குறைவாக இருக்கும். அதே நேரத்தில் வட்டிவீதம் குறைவாக இருந்தால் நீர்மை விருப்பம் அதிகமாக இருக்கும்.

மனித பழக்க வழக்கங்கள் ஒரே மாதிரியாக இருப்பதால் நீர்மை விருப்பமும் ஒரே மாதிரியானவை என்கிறார் கீன்சு. நீர்மை விருப்பம் பணத்தின் தேவையைப் பொருத்தது. மூலதனத்தின் விலையைத் தீர்மானிப்பது பணத்தின் தேவையைப் பொருத்தது. மறுபுறம் பணத்தின் அளிப்பானது அரசின் பணக் கொள்கை மற்றும் வணிக வங்கிகளினாலான கடன் எழுச்சியை (Credit Creation) பொருத்து அமைகிறது.

சுருங்கக் கூறின் கீன்சின் முதலீட்டுச் சார்பு வட்டிவீதத்திற்கு அதிக முக்கியத்துவம் அளிக்கிறது. வட்டி விதம் மாறாமல் ஒரே நிலையில் இருந்தால் முதலீடு அதிகரிப்பதன் காரணம் எதிர்கால வியாபார நம்பிக்கையாகும்.

எளிய வருமான நிர்ணயக் கோட்பாடுகள்

குறுகிய காலத்தில் நாட்டின் வருமான அளவு, வேலை வாய்ப்பில் ஏற்படும் மாற்றத்தைத் பொருத்து மாறுவதாக கீன்ஸ் குறிப்பிடுகிறார். ஒட்டுமொத்தத் தேவை மற்றும் ஒட்டுமொத்த அளிப்பை பொருத்தே வேலை வாய்ப்பளவு அமைகிறது. ஒட்டுமொத்த தேவை மற்றும் ஒட்டு மொத்த அளிப்பிற்கும் இடையே உள்ள ஒப்பீடு வருமானத்தின் சமநிலை அளவு ஆகும். இவ்விரண்டும் சமமாக இருக்கும்போது "முழுவேலை வாய்ப்பு" நிலவுகிறது. இவ்வாறு, வருமான நிர்ணயம், உற்பத்தி நிர்ணயம் மற்றும் வேலைவாய்ப்பு நிர்ணயம் ஆகியவற்றுக்கு இது பயன்படுகிறது.

எடுகோள்கள்

வருமான நிர்ணயத்தை விளக்க கீழ்காணும் எடுக்கோள்களை கீன்சு பயன்படுத்துகிறார்.

1. இரு பிரிவினரே உள்ளனர். நுகர்வோர் (C) மற்றும் நிறுவனங்கள் (I).
2. பொருளாதாரத்தில் அரசின் தூண்டுதல் ஏதும் இல்லை (G)

வேறுவகையில் சொல்வதானால் அரசின் செலவு 'பூஜ்ஜியம்' ஆகும். 'வரிகள் ஏதும் இல்லாததால் தனி நபர் வருமானம் அனைத்தும் செலவிடக் கூடிய வருமானமேயாகும்.

3. பொருளாதாரம் மூடப்பட்ட (Closed one) பொருளாதாரம் ஆகும். அயல்நாட்டு வாணிபத்தால் தூண்டுதல் ஏதும் இல்லை. (X-M). அதாவது X-M= பூஜ்ஜியம் ஆகும்.
4. கூலி மற்றும் விலையில் மாற்றம் ஏதும் இல்லை. (நிலையாக இருக்கும்)
5. வேலைக்கு அமர்த்தப்படாத வளங்கள் இருப்பதால் 'முழுவேலை வாய்ப்பு' நிலையை விட குறைவான நிலையே நிலவுகிறது.
6. வட்டி வீதத்தில் எவ்விதமான மாற்றமும் இல்லை.
7. 'முதலீடு' தன்னிச்சையானது, எனவே விலை மட்டத்தைப் பொருத்தோ வட்டிவிதத்தைப் பொருத்தோ அது அமைவதில்லை.
8. நுகர்வுச் செலவு ஒரே நிலையானது.

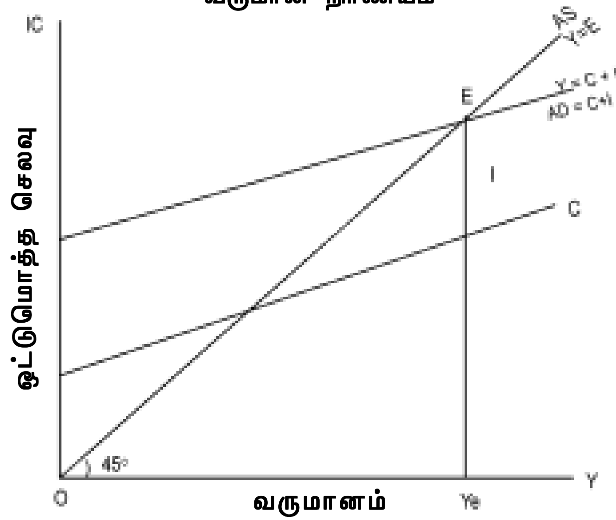
முதல் மூன்று எடுகோள்களின் காரணமாக அடிப்படை சமன்பாடு

$Y = C + I + G + (X - M)$ என்ற சமன்பாடு சுருக்கப்பட்டு

$Y = C + I$ ஆகிறது.

வரைப்படம் : 10.2

வருமான நிர்ணயம்



படம் 10.2 செங்குத்து அச்சு ஒட்டுமொத்த அல்லது மொத்த தேவையைக் குறிக்கிறது. (அல்லது ஒட்டுமொத்தச் செலவு) கிடைமட்ட அச்சு வருமானம் மற்றும் உற்பத்தியைக் குறிக்கிறது. ஒட்டு மொத்த பொருளாதாரத்தில் வருமானம், செலவு மற்றும் உற்பத்தி ஆகியவை சமம். எனவே அவைகள் ஒரே அச்சில் அளவிடப்படுகின்றன.

ஒட்டுமொத்த அளிப்பு என்பது நிறுவனம் அளிக்க விருக்கும் அனைத்துப் பண்டங்களின் மொத்த விலையாகும். இது, கிடைக்கும் தொழில் நுட்பம், வளங்கள் (இயந்திரம், மனிதம்) உழைப்பின் திறன் ஆகியவற்றைப் பொறுத்து அமையும். அநேக காரணிகள் நீண்டகாலத்தில் (Longrun) மாற்றமடைக்கூடியன. குறுகிய காலத்தில் நிலையானது. ஒட்டுமொத்த அளிப்பு வளைகோடு (AS) மொத்த வருமானம் (Y) மற்றும் உற்பத்தியின் (E) சமநிலையைக் குறிக்கிறது. தொடக்க நிலையிலிருந்து 45^0 வரையப்பட்ட கோடானது ஒட்டுமொத்த அளிப்பு வளைகோடு (AS) ஆகும். 45^0 கோடு முதல் பகுதியை சரியாக இரு சம அளவுகள் சமதூரத்தில் இரண்டு அச்சுக்களிடையே பிரிக்கிறது. இக்கோட்டில் (AS) ஒவ்வொரு புள்ளியும் சமமான வருமானம், உற்பத்தி மற்றும் செலவு (Y = E) ஆகியவற்றை குறிக்கிறது. இதன் முக்கியத்துவம் என்னவெனில் ஏதேனும் ஒரு கோடு 45^0 கோட்டினை (AS) வெட்டினால், வெட்டும் புள்ளியானது சமமான வருமானம், உற்பத்தி மற்றும் செலவு ஆகியவற்றைத் குறிக்கிறது.

ஒட்டுமொத்த தேவை நுகர்வின் மொத்தச் செலவு மற்றும் முதலீட்டை (மொத்த செலவு) குறிக்கிறது. ஒட்டுமொத்த தேவை (செலவு) வளைகோடு நுகர்வு மற்றும் முதலீட்டுச் சார்பின் இணைப்பாகும் (Combination) படம் 10.2 'C' நுகர்வுச் சார்பு ஆகும். முதலீடு சேரும்போது இது C + I என மாறி வருகிறது. முதலீட்டின் மதிப்பு 'C' மற்றும் C + I இவற்றிற்கு இடையே உள்ள செங்குத்து அச்சின் மூலம் குறிப்பிடப்படுகிறது.

எனவே ஒட்டு மொத்தச் செலவு (AD) = C + I

'சமநிலை' ஒட்டு மொத்தத் தேவை மற்றும் ஒட்டுமொத்த அளிப்பு, இரண்டின் குறுக்கீட்டுச் சந்திப்பின் புள்ளியில் ஏற்படுகிறது. 'E' புள்ளியில் நுகர்வோர் (C) மற்றும் முதலீட்டாளர்களின் (I) திட்டமிடப்பட்ட மொத்தச் செலவு அல்லது ஒட்டுமொத்தத் தேவை, நாட்டின் மொத்த வருமானத்திற்குச் சமம். (Y = C + I). உற்பத்தியின் சமநிலை "சமநிலை வேலை வாய்ப்பளவையும் (equilibrium rate of employment) தீர்மானிக்கிறது. 'E' புள்ளியில் நாம் பெறுவது வருமானம், உற்பத்தி மற்றும் வேலை வாய்ப்பு சமநிலை ஆகும்.

'வேலை வாய்ப்புச் சமநிலை' (equilibrium level of employment) முழுவேலை வாய்ப்பை ஒத்திருக்கவேண்டிய அவசியம் இல்லை. ஒவ்வொரு வருமான நிலையிலும் ஒட்டுமொத்தத் தேவையின் அதிகரிக்கும்போது AD கோடு மேல்நோக்கிச் செல்லும். எடுத்துக்காட்டாக அரசு தனது செலவுகளை அதிகரிக்கும்போது இந்நிலை ஏற்படுகிறது. இது சமநிலை வருமானம் மற்றும் உற்பத்தியை உயர்த்துகிறது. இதுபோலவே, 'AD' கோடு கீழ்நோக்கிச் செல்லும் எனவே சமநிலை உற்பத்தி குறையும்.

பெருக்கி (Multiplier)

இது வருமானம் மற்றும் வேலை வாய்ப்பைத் தீர்மானிக்கும் காரணி ஆகும்.

வருமானம் மற்றும் வேலை வாய்ப்பைத் தீர்மானிக்கும் காரணிகளான "நுகர்வுச் செலவு" மற்றும் 'முதலீட்டுச் செலவு'களைப்பற்றி இதுவரைப் பார்த்தோம். (C + I) அவற்றுள் தன்னாட்சி நுகர்வு (Autonomous Consumption) மற்றும் முதலீடு வருமானத்துடன் தொடர்புடையதல்ல. வருமானம் மற்றும் வேலை வாய்ப்பைத் தீர்மானிக்கும் காரணி 'பெருக்கி' ஆகும். 'முதலீட்டில்' ஏதேனும் உயர்வு இருந்தால், அது 'பெருக்கி'யின் விளைவாக வருமானத்தை பன்மடங்காக உயர்த்துகிறது.

'பெருக்கி' (Multiplier) என்பதன் கருத்து ஆரம்ப முதலீடு மற்றும் நாட்டு வருமானத்தில் (GNP) இறுதி உயர்வு ஆகியவற்றிற்கிடையே உள்ள உறவை உணர்த்துகிறது. அதாவது ஆரம்ப முதலீட்டால் வருமானத்தில் ஏற்பட்ட விரிவாக்கத்தின் ஏற்படும் விளைவே 'பெருக்கி'யின் விளைவு ஆகும். இது வருமானச் சமநிலையினால் ஏற்படும் மாற்றத்திற்கும் செலவு மாற்றத்திற்கும் இடையே உள்ள விகிதம் ஆகும்.

$$\text{பெருக்கி (K)} = \frac{\text{சமநிலை விலையில் ஏற்படும் மாற்றம்}}{\text{செலவில் ஏற்படும் மாற்றம்}}$$

$$\text{(அல்லது) } K = \frac{\Delta Y}{\Delta I}$$

இங்கு 'Δ Y' என்பது சமநிலை விலையில் ஏற்படும் மாற்றம் ஆகும்.

'Δ I' என்பது செலவில் ஏற்படும் மாற்றத்தைக் குறிக்கும்.

எனவே 'K' என்பது முதலீட்டில் ஏற்பட்ட உயர்வினால் எத்தனை முறை வருமானம் உயர்ந்தது என்பதன் கெழு (Co-efficient) ஆகும்.

வேறொரு முறையில் ‘K’ஐ கணக்கிடுவதானால் K = I/MPS இங்கு MPS = இறுதிநிலை சேமிப்பு நாட்டம் ஆகும்.

(அல்லது)

K = 1/1-MPC இங்கு MPC = இறுதிநிலை நுகர்வு நாட்டம் ஆகும்.

அரசுச் செலவு

எளிய வருமான நிர்ணயத்தை ‘இருவகையான செலவு’ மூலம் விவாதித்தோம். ஒன்று நுகர்வுப் பண்டங்களை உற்பத்தி செய்வதற்காக ஆகும், நுகர்வுச் செலவு (C) இரண்டாவது மூலதனப் பண்டங்களை உற்பத்தி செவ்வதற்கு ஆகும் செலவு, முதலீட்டுச் செலவு (I)

மூன்றாவது, பொதுச் செலவு (G) அரசால் செய்யப்படுவதாகும். இது பொது பணிகளான எழுத்தறிவு, பொதுச் சுகாதாரம், சத்துணவு, சமூக நலம் மற்றும் இதுபோல பல சமுதாய நலனுக்காகச் செலவிடப்படுவதாகும்.

அரசு பண்ட உற்பத்தி ஏதும் செய்வதில்லை என்ற கருத்தைத் தொன்மைப் பொருளியலறிஞர்கள் கொண்டிருந்தனர். கீன்ஸ் இக்கூற்றை மறுத்ததோடு அல்லாமல் பொருளாதாரத்தில் அரசு செயல்பாடுகள் (வரிவிதிப்பு மற்றும் செலவுகள்) பெருத்த மாற்றத்தை ஏற்படுத்துகிறது என வாதிட்டார். பேரியல் நோக்கங்களான வளர்ச்சி மற்றும் பொருளாதார நிலைப்பாடு (Economy Stability) ஆகியவற்றிற்கு வரி விதிப்பு மற்றும் பொதுச் செலவு இவற்றை பயன்படுத்திக் கொள்ளமுடியும் என்றார். இப்பயன் நிதியியல் கொள்கை (Fiscal policy) எனப்படும்.

‘வீழ்ச்சி’யிலிருந்து (Depression) பொருளாதாரத்தை மீட்டுக்கொணர நிதியியல் கொள்கைப் பயன்படுகிறது என்பதை கீன்ஸ் நிருபணம் செய்தார். வீழ்ச்சியின் போது உறுதித் தேவையை கூட்டுவதற்குப் பொதுச் செலவை பயன்படுத்திக் கொள்ளலாம். பொருளாதாரத்தில் புகுத்தப்பட்ட பணம் தேவையைப் பெருக்கி அதன்மூலம் முதலீட்டையும், வேலை வாய்ப்பையும் பெருக்குகிறது. இவ்வாறு ‘பொது செலவு’ மீண்டும் பொருளாதாரத்தை வளர்ச்சிப் பாதைக்கு கொண்டு செல்லும்.

பல நாடுகள் கீன்சின் கொள்கைகளைப் பின்பற்றி 1930ன் உலகப் பெருமந்தத்திலிருந்து தங்களை மீட்டுக் கொண்டன. இது முதல் அரசின் நிதியியல் கொள்கை பேரியல் பொருளாதாரத்தில் முக்கியத்துவம் பெற்றது.

முடுக்கியின் கோட்பாடுகள்

பெருக்கிக் கோட்பாட்டின்படி முதலீடு அதிகரிப்பதால் வருமானம் பன்மடங்காக உயர்கிறது.

இவ்வாறு வருமான உயர்வு ஏற்படுதவால் நுகர்வு உயர்வடைகிறது தேவையின் உயர்வு நல்ல உந்தத்தை தருகிறது. கிடைக்கும் உற்பத்திச் சக்திகள் முழுவதும் பயன்படுத்தப் படுகின்றன. இது, தேவை அதிகரிப்பை ஈடுசெய்வதற்காக அதிக முதலீட்டினை ஊக்குவிக்கிறது. தற்போது உள்ள உற்பத்திச் சக்திகள் பெருகும் தேவையை ஈடுசெய்யும் வகையில் இருக்காது என்பதால் புதிய முதலீடு மூலம் உற்பத்திச் சக்திகள் விரிவு படுத்தப்படும்.

எனவே, முதலீட்டின் அளவு நுகர்வு மாற்றத்தால் ஏற்பட்ட வருமான மாற்றத்தின் விகிதத்தைப் பொருத்தது இதுவே ‘முடுக்கி’ (accelerator)யின் கோட்பாடு ஆகும். இக்கோட்பாட்டின்படி ‘நிகர முதலீடு’ வருமான மாற்றத்தோடு நேரடித் தொடர்பு உடையது ஆகும்.

பெருக்கிக் கோட்பாடு குறிப்பிடுவது வருமான அளவின் மீது முதலீட்டின் விளைவைப் பொருத்தது. முடுக்கிக் கோட்பாடு முதலீட்டு அளவின்மீது வருமான விளைவைப் பொருத்தது ஆகும்.

பணம் மற்றும் வட்டி

வட்டி பற்றிய பணக்கோட்பாடு ஒன்றை கீன்ஸ் பயன்படுத்தினார். இதுவே ‘வட்டி பற்றிய நீர்மை விருப்பக்கோட்பாடு’ எனப்படும். (Liquidity Preference Theory of Interest). கீன்சு கூற்றுப்படி வட்டி என்பது பணத்தை பயன்படுத்திக்கொள்ள கொடுக்கப்படும் தொகை எனலாம். பணத்தின் தேவை (நீர்மை விருப்பம்) மற்றும் பணத்தின் அளிப்பு வட்டி வீதத்தை தீர்மானிக்கிறது. கீன்ஸ் கோட்பாடான நீர்மைத் தன்மைக் கோட்பாட்டின் சாராம்சம் என்னவெனில் “பணத்தின் அளவு மற்றும் அதன் நீர்மைத் தன்மை நிலை வட்டி வீதத்தைத் தீர்மானிக்கிறது”.

தொன்மைப் பொருளியல் அறிஞர்கள் கருதியதுபோல் வட்டி என்பது சேமிப்பிற்கு அளிக்கப்படும் வெகுமதி அல்ல என்பதை கீன்ஸ் தெளிவுபடுத்தினார். வட்டிவிதம் “நீர்மைத் தன்மையை குறிப்பிட்ட கால அளவிற்கு விட்டுபிரிதலுக்கு அளிக்கப்படும் வெகுமதியே” ஆகும்; வேறு விதமாகச் சொல்வதெனில் வட்டி வீதம் மக்களின் நீர்மைத் தன்மை, அவர்களின் நீர்மை விருப்பத்தினால் (Liquidity Preference) ஏற்படும் மனமாற்றத்தைப் பொருத்ததாகும்.

பயிற்சி

பகுதி–அ

I. சரியான விடையைத் தேர்ந்தெடுக்கவும்

1. பேரியல் பொருளியல் சிந்தனையில் ஒரு புரட்சியை ஏற்படுத்தியவர்

அ. டேவிட் ரிகார்டோ ஆ. J.M. கீன்சு

இ. ஆடம் சுமித் ஈ. மால்தஸ்

2. தொன்மைப் பொருளியல் கோட்பாடு .... நிலவுவதாக கருதுகிறது.

அ. வேலையில்லா நிலை ஆ. மறைமுக வேலையின்மை

இ. முழுவேலை நிலை ஈ. குறைவேலையின்மை

3. பேரியல் பொருளாதாரத்தில் மையப் பிரச்சினை

அ. வருமானமும் வேலைவாய்ப்பும் ஆ. விலையும் வெளியீடும்

இ. வட்டியும் பணமும் ஈ. ஏதுமில்லை

4. வருமான நிர்ணயம் பற்றிய எளிய கோட்பாட்டை விளக்க கீன்சு .... பயன்படுத்தினார்.

அ. நுகர்வையும் முதலீட்டையும்

ஆ. ஒட்டுமொத்த தேவையையும், ஒட்டுமொத்த அளிப்பையும்

இ. உற்பத்தியையும் செலவையும்

ஈ. அனைத்தும்

5. இறுதி நிலை நுகர்வு நாட்டம்

அ. $\frac{\Delta S}{\Delta Y}$ ஆ. $\frac{C}{Y}$

இ. $\frac{\Delta P}{\Delta Q}$ ஈ. $\frac{\Delta C}{\Delta Y}$

II. கோடிட்ட இடத்தை நிரப்புக

6. நுகர்வு சார்பு என்பது .... ஆகிய இரண்டுக்கும் இடையே உள்ள தொடர்பை விளக்குகிறது.

7. .... என்பது வருமான மாற்றத்தினால் சேமிப்பில் ஏற்படும் மாற்ற விகிதத்தைக் குறிக்கும்.

8. .... 1930ன் உலகப் பெருமந்தத்திற்கு காரணமாகவும் அமைந்தது.

9. .... என்பது மக்களின் கையிருப்பு (ரொக்கம்) பணம் ஆகும்.

10. ஆரம்ப முதலீட்டினால் வருமானத்தில் ஏற்படும் விரிவாக்கத்தின் விளைவு .... விளைவு ஆகும்.

III. பொருத்துக

11.	ஒட்டுமொத்த தேவை	- செங்குத்து மாற்றம்/கிடைமாற்றம்
12.	சரிவுக் கோடு	- C + S
13.	K	- C + I + G + (X-M)
14.	Y	- நீர்மை விருப்பம்
15.	கீன்சு	- 1/1-MPC

IV. ஓரிரு வார்த்தைகளில் விடையளி

16. இங்கிலாந்து மற்றும் அமெரிக்காவின் தடையில்லா வாணிக பொருளாதாரத்தை முடக்கியது யாது?

17. J.B. சேயின் சந்தை விதியைக் கூறுக.

18. வேலைவாய்ப்பு, வட்டி மற்றும் பணப் பற்றிய ஒரு பொதுக் கோட்பாட்டை உருவாக்கியவர் யார்?

19. ஒட்டுமொத்த தேவையும், ஒட்டுமொத்த அளிப்பும் சந்திக்கும் புள்ளிக்கு என்ன பெயர்?

20. பெருக்கியின் வாய்பாட்டை எழுதுக.

பகுதி–ஆ

பின்வரும் வினாக்களுக்கு நான்கு அல்லது ஐந்து வரிகளில் விடையளிக்கவும்.

21. சந்தை விதியின் எடுகோள்களைக் கூறுக.

22. உறுதித் தேவை என்றால் என்ன?

23. ஒட்டுமொத்த தேவை எந்த இரு காரணிகளைச் சார்ந்தது?

24. நீர்மை விருப்பக் கோட்பாட்டின் மூன்று நோக்கங்களைக் கூறுக.

25. 'பெருக்கி' குறிப்பு வரைக.

பகுதி–இ

பின்வரும் வினாக்களுக்கு ஒரு பக்க அளவில் விடையளிக்கவும்.

26. சேயின் அங்காடி விதியின் குறைபாடுகளைக் கூறுக.

27. கீன்சு கோட்பாட்டின் சாராம்சத்தை படம் வரைந்து விளக்குக.

28. நுகர்வுச் சார்பை வரைபடத்துடன் விளக்குக.

29. நுகர்வைத் தீர்மானிக்கும் வருமானம் தவிர பிற காரணிகளைக் கூறுக.

30. கீன்சின் வருமான நிர்ணயம் பற்றிய எளிய கோட்பாட்டின் எடுகோள்களை விளக்குக.

பகுதி–ஈ

பின்வரும் வினாக்களுக்கு மூன்று பக்க அளவில் விடையளிக்கவும்

31. சேயின் அங்காடி விதியின் குறைகளை ஆராய்க.

32. குறிப்பு வரைக : 1. ஒட்டுமொத்த தேவை 2. ஒட்டுமொத்த அளிப்பு

33. வருமான தீர்மானம் பற்றிய எளிய கோட்பாட்டினை வரைபடத்துடன் விளக்குக.

பாடம் - 11

பணக் கொள்கை

முன்னுரை

பணக் கொள்கையை படிப்பதற்கு முன் பணத்தின் தன்மை மற்றும் அதன் பணிகளைக் காண்போம். தற்காலப் பொருளாதாரத்தை பணப் பொருளாதாரம் என்று அழைக்கும் அளவிற்கு பணம் முக்கியத்துவம் வாய்ந்தது. தற்காலப் பொருளாதாரம் பணமின்றி செயல்படாது. பொருளாதார முன்னேற்றத்தின் தொடக்க காலத்திலேயே பரிமாற்றத்திற்கான தேவை எழுந்தது. பரிமாற்றம் முதலில் பண்டமாற்று வடிவத்தில் ஏற்பட்டது. பண்ட மாற்று முறை என்பது பண்டங்களைக் கொடுத்து பண்டங்களை வாங்குதல் ஆகும். பணத்தைப் பயன்படுத்தாமல் நடைபெறும் வாணிபம் ஆகும். முற்காலத்தில் மனிதர்களின் விருப்பங்கள் எளிமையானதாகவும் மிகச் சிலவாகவும் இருந்ததால் பண்டமாற்று சிறப்பாக செயல்பட்டது. காலப்போக்கில் இது பொருந்தாத ஒன்றாக கருதப்பட்டது. இது பல சிக்கல்களை கொண்டது. (1) இரட்டை தேவைப் பொருத்தம் பண்டமாற்று முறைக்கு தேவைப்பட்டது. ஒரு நபர் மற்றொரு நபர் விரும்புவதை பெற்றிருக்க வேண்டும். எடுத்துக்காட்டாக பசு வைத்திருக்கும் ஒரு நபர் குதிரை வேண்டுமென நினைத்தால் வேறு ஒரு நபர் குதிரையைக் கொடுத்து பசுவைப் பெறுபவராக இருக்க வேண்டும். இல்லை எனில் பண்டமாற்று நடைபெறாது. இது எப்போதும் சாத்தியமான ஒன்று அல்ல.

பொருட்களை இருப்பு வைத்திருப்பது என்பது கடினமான ஒன்று. பணம் சேமிப்புக் கொள்கலன் ஆகும். பணம் இல்லாவிட்டால் செல்வத்தைப் பண்டங்களின் வடிவத்தில்தான் இருப்பு வைத்திருக்க வேண்டும். அவைகளை நீண்ட காலத்திற்கு இருப்பு வைத்திருக்க முடியாது. சில பண்டங்கள் அழுகக் கூடியவை. மேலும் சில பண்டங்கள் அதன் மதிப்பை இழந்துவிடும்.

பணத்தின் பணிகள்

பண்டமாற்று முறையில் காணப்பட்ட குறைபாடுகளை (சிக்கல்களை) பணம் நீக்கிவிட்டது. பணம் பண்டமாற்று முறையின் சிக்கல்களைத் தீர்க்கும் ஒரு கருவியாக செயல்படுகிறது.

பண்ட பரிமாற்றத்தில் அனைவராலும் ஏற்றுக் கொள்ளப்பட்டதும், அளவு கோலாகப் பயன்படுவதும், மதிப்பின் நிலைகலனாகப் பயன்படுவதும் பணமாகும் என்று கிரௌத்தர் (Crowther) கூறுகின்றார். பொதுவாக அனைவராலும்

ஏற்றுக் கொள்ளப்பட்ட எதுவும் பணமாகும் என்பதே இவ்விலக்கணத்தின் மையக் கருத்தாகும். நாணயங்கள், ரூபாய் நோட்டுகள், காசோலைகள், உண்டியல்கள் (Bills of Exchange), கடன் அட்டைகள் (Credit Cards) முதலியன பணத்துள் அடங்கும்.

பேராசிரியர் வாக்கர் (Walker) பணம் என்பது "எதையெல்லாம் செய்ய வல்லதோ, அதுவே பணம்" என கூறுகிறார். இதன்மூலம் பணத்தின் பணிகளைக் குறப்பிடுகின்றார். தற்கால பொருளாதாரத்தில் பணம் பல பணிகளைச் செய்கிறது. பணத்தின் முக்கியப் பணிகளைக் கீழ்க்கண்டவாறு குறிப்பிடலாம்,

"பணத்தின் பணிகள் நான்கு.

இடையீட்டுக்கருவி, அளவுகோல், நிலை மதிப்பு, இருப்பின் நிலைகலன்".

பணம், பரிமாற்றக் கருவியாகவும், மதிப்பின் அளவுகோலாகவும், மதிப்பின் நிலைகலனாகவும், பிற்காலச் செலுத்துகைக்கான நிலை மதிப்பாகவும் செயல்படுகிறது.

1. பரிமாற்றக் கருவி (Medium of Exchange)

பணம் ஒரு பரிமாற்றக் கருவியாகச்செயல்படுவது முக்கியப் பணியாகும். எல்லா பண்டங்களையும் பரிமாற்றம் செய்ய பொதுவாக எல்லோராலும் ஏற்றுக் கொள்ளப்பட்டது பணமாகும். பண்ட மாற்றுமுறை மிகவும் சிக்கலானது. பணத்தின் அறிமுகம், பண்டமாற்றத்தில் உள்ள இன்னல்களைத் தீர்க்க உதவியது.

2. மதிப்பின் அளவுகோல் (Measure of Value)

பணம் ஒரு பொதுவான அளவுகோலாக பயன்படுகிறது. இது ஒரு கணக்கீட்டின் அலகு (Unit of Account) மற்றும் நிலை மதிப்பு அளவு (Standard of Measurement) ஆகும். சந்தையில் ஒரு பண்டத்தை வாங்கும்பொழுது அதன் விலையை நாம் பணமாக செலுத்துகிறோம். விலை என்பது பணத்தால் மதிப்பிடப்படும்.

ஆகவே பண்டத்தின் மதிப்பை அதற்கு கொடுக்கப்படும் விலை என்ற பணத்தால் அளக்க முடியும். நீள, அகலத்தை அளப்பதற்கு மீட்டரையும், எடையை அளக்க கிலோ கிராமையும் பயன்படுத்துவது போல பண்டத்தின் மதிப்பை அளவிட பணத்தை பயன்படுத்துகிறோம். இது பொருளாதார கணக்கீட்டை எளிதாக்குகிறது.

3. மதிப்பின் நிலைகலன் (Store of Value)

தனது சொத்துக்களை சேமித்து வைக்க விரும்புபவனுக்கு பணம் எளிய, வசதியான கருவியாகும். இது மதிப்பின் நிலைகலனாக விளங்குகிறது. ஒருவனின் சொத்து ஆயிரம் கால்நடைகாளாக இருப்பின் அவற்றை கால்நடைகளாகவே சேமித்து வைத்தல் கடினமாகும். ஆனால் பணமிருந்தால் கால்நடைகளை விற்று அச்சொத்தை பணமாக சேமித்து வைக்கலாம்.

4. எதிர்கால செலுத்துகைக்கான நிலைமதிப்பு (Standard of Deferred Payments)

எதிர்காலச் செலுத்துகைக்கு பணம் ஒரு கருவியாகப் பயன்படுகிறது. கடன்பற்று கருவிக்கு (Credit transactions) இது அடிப்படையாகும். தற்கால வாணிபம் இக்கடன்பற்றை அடிப்படையாகக் கொண்டே செயல்படுகிறது. பணமே கடன்பற்றை ஊக்குவிக்கின்றது. கடன் பற்றில் செலுத்துகை (Payment) எதிர்காலத்தில் நடைபெறுவதால், நிகழ்காலத்தில் இருப்பது போன்றே எதிர்காலத்திலும் அதே பரிமாற்ற சக்தியைக் கொண்ட ஒரு இடையீட்டுக் கருவி இருப்பது அவசியம். கடன் பரிமாற்றத்தைப் பண்டங்களின் மூலம் மேற்கொண்டால் அது பல பிரச்சனைகளை ஏற்படுத்தும். அது வாணிபத்தையும் பாதிக்கும்.

பணம் இடையீட்டுக் கருவியாக பயன்படுத்த வேண்டுமென்றால் அது எல்லோராலும் ஏற்றுக்கொள்ளப்பட்ட ஒன்றாக இருக்கவேண்டும். ஒரு பொருள் அனைவராலும் பணமாக ஏற்றுக் கொள்ளப்படவேண்டும். அல்லது அரசு அதற்கு சட்டபூர்வமான அங்கீகாரத்தை வழங்கவேண்டும். அடுத்த இரண்டு பணிகளான மதிப்பின் நிலைகலன், எதிர்காலச் செலுத்துகைக்கான நிலை மதிப்பு ஆகியவற்றைச் செய்ய பணத்தின் மதிப்பு நிலையாக இருக்கவேண்டும்.

பணத்தின் முக்கியத்துவம்

மனிதர்களின் கண்டுபிடிப்புகளில் ஒன்று பணமாகும். ஒவ்வொரு பாடப்பிரிவிலும் ஒரு அடிப்படைக் கண்டுபிடிப்பு உண்டு. "எந்திரவியலில் சக்கரமும், அறிவியலில் தீயும், அரசியலில் வாக்குச் சீட்டும் இருப்பது போல பொருளியலில், மனித சமுதாய வாழ்க்கையில், வாணிகத்தில் பணம் ஒரு முக்கிய கண்டுபிடிப்பாகும். மற்றவைகள் அனைத்தும் அதைச்சார்ந்தே உள்ளது" என்று கிரௌத்தர் கூறுகின்றார்.

முதலாளித்துவ சமுதாயமாக இருந்தாலும், சமதர்ம சமுதாயமாக இருந்தாலும் பணம் என்பது தவிர்க்க முடியாத ஒன்றாகும். முதலாளித்துவத்தில்

விலை முக்கிய பங்கு வகிக்கிறது. உற்பத்தி, பகிர்வு, நுகர்வு ஆகியவற்றை தீர்மானிப்பதில் விலையின் செல்வாக்கு அதிகம். விலையானது பணத்தால் அளவிடப்படுகிறது. விலை அமைப்பு முக்கிய பங்காற்றாத சமதர்ம சமுதாயத்திலும், பணமின்றி எதுவும் நடைபெறாது. சமதர்ம வாதத்தினர் பணத்தையே சமுதாய நடவடிக்கையிலிருந்து நீக்க வேண்டும் என்று விரும்பினர். பணம் என்பது முதலாளித்து வத்தினரால் கண்டுபிடிக்கப்பட்ட ஒன்று என்பதே இதற்கு காரணமாகும். ஆனால், பிற்காலத்தில் திட்டமிட்ட பொருளாதார அமைப்பிலும், பணத்தின் உதவியில்லாமல் பொருளாதார கணக்கீடு செய்ய இயலாது என்பதை உணர்ந்தனர்.

நாகரீகத்தின் தொடக்க காலத்தில் பலரும், பலவிதமான பொருட்களை பணமாக பயன்படுத்தினர். கால்நடைகள், புகையிலை, கிளிஞ்சல்கள், கோதுமை, தேனீர், உப்பு– கத்தி, தோல், விலங்குகளான–ஆடு, குதிரை மற்றும் எருதுகள், மேலும் உலோகங்களான – இரும்பு, ஈயம், மற்றும் தாமிரம் ஆகியவற்றை பணமாக பயன்படுத்தினர். காலப் போக்கில் விலை மதிப்புள்ள உலோகங்களான–தங்கம், வெள்ளி முதலியன, இரும்பு, தாமிரம், வெண்கலம் போன்ற உலோகங்களை விலக்கியன. தற்பொழுது காகிதத்தை பணமாகப் பயன்படுத்துகிறோம். பணத்தின் இன்னொரு வடிவத்தையும் இங்கு காண்போம். ஒரு மனிதரிடமிருந்து இன்னொரு மனிதருக்கு காசோலை மூலமாகச் செல்லும் வங்கி வைப்புத் தொகை பற்றியும் நாம் இங்கு காண்போம்.

பண அளிப்பு

இந்திய ரிசர்வ் வங்கி நமது நாட்டின் மைய வங்கியாகும். இது நமது நாட்டின் பண அமைப்பை (monetary system) கட்டுப்படுத்துகிறது. நமது நாட்டின் பண அளிப்பை நான்கு படிவங்களாக வகைப்படுத்துகிறது.

அவையாவன

M1 = பொது மக்களிடம் உள்ள செலாவணி (நாணயங்கள் + ரூபாய் நோட்டுகள் + மக்களின் கேட்பு வைப்புகள்) ஆகியன அடங்கும். இது M1 - குறுகிய பணம் என்றும் அழைக்கப்படுகிறது.

M2 = M1 + அஞ்சலக சேமிப்பு வைப்புகள்

M3 = M2 + வங்கியில் உள்ள பொதுமக்களின் காலவைப்புகள். M3 விரிவான பணம் அல்லது பரந்துபட்ட பணம் (Broad Money) என்றும் அழைக்கப்படுகிறது.

M4 = M3 + அஞ்சலக மொத்த வைப்புகளும் + பல்வேறு நிதி அமைப்புகளின் சேமிப்பு வைப்புகள் (குறிப்பு : அஞ்சலகத்தில் சேமிப்பு வைப்புகள் தவிர பல்வேறு முதிர்வு காலங்களைக் கொண்ட பிற நிரந்தர வைப்புகள்)

இருப்பு பணம்

இருப்புப் பணம் அரசு பணமாகத் கருதப்படும். இச்சந்தர்ப்பத்தில் இந்திய ரிசர்வ் வங்கியும் அரசாக கருதப்படுகிறது. இருப்புப் பணம் என்பது பொது மக்களிடம் உள்ள இருப்புக்களையும் மற்றும் வங்கிகளின் ரொக்கங்களையும் குறிக்கும். ரொக்க இருப்பின் உட்கூறுகளாவன:

C = பொதுமக்களிடம் உள்ள பணச் செலாவணி

OD = இந்திய ரிசர்வ் வங்கியிடம் உள்ள பிற வைப்புகள் (பொது மக்கள் ரிசர்வ் வங்கியிடம் உள்ள வைப்புகளை ரொக்கமாகவும், பணமாகவும் கருதுகின்றனர்).

CR = வங்கிகளின் ரொக்க முன் இருப்புகள் ரொக்க முன் இருப்புகளை இரண்டு பிரிவாகப் பிரிக்கலாம் 1) வங்கிகளிடமே உள்ள ரொக்க இருப்பு, 2) ரிசர்வ் வங்கியிடம் வைக்கப்பட்ட வங்கிகளின் ரொக்க இருப்பு.

இவ்வாறாக இருப்புப் பணம் (RM) = C + OD + CR

பண அளிப்பு பற்றிய எளிய கோட்பாட்டின்படி, பண அளிப்பானது (M) ரொக்கப் பணம் செய்யும் அதிக பணிகளைப் பொருத்ததாகும். வேறுவகையில் கூறினால் ரொக்கப் பணம் மாற்றமடைந்தால் பண அளிப்பும் மாற்றமடையும்.

கட்டளைப் பணம் (Fiat Money)

புழக்கத்திலுள்ள ரூபாய் நோட்டுக்கள் கட்டளைப் பணம் எனக் குறிப்பிடப்படுகிறது. எ.கா. இந்திய அரசால் வெளியிடப்படும் ஒரு ரூபாய் நோட்டுகள் கட்டளைப் பணமாகும். ரிசர்வ் வங்கியால் வெளியிடப்படும் நோட்டுகள் வங்கி நோட்டுகள் எனப்படும். இவைகள் கடன் உறுதிப்பத்திரத்தின் (Promissory Note) இயல்பைக் கொண்டதாகும்.

பணக் கொள்கை (Monetary Policy)

முன்னுரை

பெரும்பாலான நாடுகளில், பேரியல் பொருளாதாரக் கொள்கையின் முக்கிய அடிப்படை நோக்கங்கள் முழுவேலை வாய்ப்பு , (Full employment), நிலையான விலை, விரைவான பொருளாதார வளர்ச்சி, செலுத்து சமநிலை

பொருளாதார நீதி. ஆகியவை ஆகும். பொருளாதார நீதி என்பது ஏற்றத்தாழ்வற்ற வருமானப் பகிர்வைக் குறிக்கும். பேரியல் பொருளாதாரக் கொள்கைகள் மூலமாக அரசு இக்குறிக்கோள்களை அடைய முயற்சி செய்கிறது. பேரியல் பொருளாதார கொள்கைகள் பணவியல் கொள்கை, நிதியியல் கொள்கை என இரு வகையாகப் பிரிக்கப்படுகின்றன. தொழில் கொள்கை, வேளாண்மைக் கொள்கை காப்புவரி அல்லது சுங்கவரிக் கொள்கை போன்ற கொள்கைகளையும் அரசு பின்பற்றுகிறது. ஆனால் நாம், பணவியல் கொள்கை மற்றும் நிதியியல் கொள்கைகளை மட்டுமே இங்கு காண்போம். இப்பாடத்தில் நமது நாட்டின் பணவியல் கொள்கை பற்றி காண்போம்.

“பணக் கொள்கை என்பது பொருளாதார கொள்கையின் நோக்கங்களை அடைய பண அளிப்பு மற்றும் பணத்தை உற்பத்தி செய்ய ஆகும் செலவுகளை கட்டுப்படுத்த மைய வங்கி மேற்கொள்ளும் நடவடிக்கைகளாகும்” என்று எட்வர்டு சாபிரோ கூறியுள்ளார். (Edward Shapiro)

பணக்கொள்கையின் கருவிகள் :

பண அளிப்புக் கட்டுப்பாட்டுக் கொள்கை (Credit Control Policy) என்பதை பணக்கொள்கை என்றே பொதுவாகக் கூறுகிறோம். இதை இருவகையாகப் பிரிக்கலாம். 1. கடன் நிதி அளவு கட்டுப்பாட்டு முறைகள் (Quantitative Credit Control Measures) 2. தேர்ந்தெடுத்த கடன் கட்டுப்பாட்டு முறைகள் (Selective Credit Control Measures).

கடன் நிதி அளவு கட்டுப்பாட்டு முறைகளில் (வங்கி) வட்டி வீதம், ரொக்க இருப்பு வீதம், வெளிச்சந்தை நடவடிக்கைகள் ஆகியன அடங்கும்.

1. வங்கி வட்டி வீதம் (Bank Rate)

மற்ற வணிக வங்கிகளுக்கு மைய வங்கி வழங்கும் கடனுக்கு விதிக்கும் வட்டி வீதமாகும். பொருளாதாரத்தில் அதிகப்படியான பணப்புழக்கம் ஏற்படுமாயின் மைய வங்கி பணபுழக்கத்திலிருந்து பணத்தின் அளவைக் குறைக்க வேண்டும். வங்கி வட்டி வீதத்தை அதிகரிப்பதின்மூலம் இதைச் செய்யலாம். மைய வங்கி வட்டி வீதத்தை அதிகரிக்கும்பொழுது, வணிக வங்கிகள் வசூலிக்கும் வட்டி வீதமும் அதிகரிக்கும். இவ்வாறு வட்டி வீதம் அதிகரிப்பதால் (முதலீட்டாளர்கள்) கடன்பெறும் ஆர்வம் வணிகர்களிடையே குறைந்து விடுகிறது. மேலும் உற்பத்தியாளர்களும் முதலீட்டிற்காக பெறும் கடன் தொகையின் அளவைக் குறைப்பர். பொதுவாக பண வீக்கத்தைக் குறைக்க மைய வங்கியானது வங்கி வட்டி வீதத்தை உயர்த்தும்.

2. ரொக்க இருப்பு வீதத்தை மாற்றுதல்

(Cash Reserve Ratio)

வணிக வங்கிகள் உருவாக்கும் கடன் அளவு அதனுடைய ரொக்க இருப்பு வீதத்தைப் பொறுத்து அமையும். ரொக்க இருப்பு வீதத்தை மாற்றும் அதிகாரம் மைய வங்கிக்கு மட்டுமே உண்டு. பணவீக்க காலத்தில் பொருட்களின் விலை உயர்வை தடுக்கவும் கடன் அளவை கட்டுப்படுத்தவும் இக்கருவியை பயன்படுத்துகிறது.

3. வெளிச்சந்தை நடவடிக்கைகள்

(Open Market Operations)

மைய, மாநில அரசுகளின் கடன்பத்திரங்களை வாங்கி விற்பதன் மூலம் வெளிச்சந்தை நடவடிக்கை நடைபெறுகிறது. கடன் அளிப்பை கட்டுப்படுத்தும் கருவியாக வெளிச்சந்தை நடவடிக்கையின் வெற்றி கீழ்க்கண்டவற்றைப் பொறுத்து அமையும்.

1. போதுமான அளவு அரசு கடன்பத்திரங்களை (Securities) மைய வங்கி வைத்திருத்தல்.
2. நல்ல முன்னேற்றமடைந்த பண உண்டியல் அங்காடி (Bill Market (Securities).
3. வணிக வங்கிகள் ரொக்க இருப்பு வீதத்தை நிலையாக வைத்திருக்கும் திறமை.

இந்தியாவில் அதிக அளவில் இந்நிலை காணப்படவில்லை. எனவே வெளிச்சந்தை நடவடிக்கைகள் ஒரு நல்ல கடன்அளவைக் கட்டுப்படுத்தும் கருவியாக செயல்படவில்லை. கடன் அளவைக் கட்டுப்படுத்துவதைவிட, அரசு கடன்பெறும் நடவடிக்கைகளுக்கு இது அதிகமாக பயன்படுத்தப்படுகிறது.

தேர்ந்தெடுக்கப்பட்ட கடன் கட்டுப்பாட்டு முறைகள்

திட்டமிட்ட பொருளாதாரத்தில், வளர்ந்து வரும் நாடுகளில், தேர்ந்தெடுக்கப்பட்ட கடன்கட்டுப்பாட்டு முறைகள் (கருவிகள்) முக்கிய பங்கு வகிக்கின்றன. கடன் அளவு கட்டுப்பாட்டு முறைகளைவிட தேர்ந்தெடுக்கப்பட்ட கடன் கட்டுப்பாட்டுக் கருவியானது, வணிக வங்கிகளின் எல்லா வகையான கடன்களையும் கட்டுப்படுத்துகிறது. இது தேவையற்ற இனங்களில் கடன்

அளவைக் குறைத்து பயனுள்ள இனங்களில் கடன் அளவு செல்லுமாறு வழி நடத்துகிறது. 1955 முதல் மைய வங்கியானது இம்முறையை பயன்படுத்துகிறது.

தேர்ந்தெடுக்கப்பட்ட கடன் கட்டுப்பாட்டு கருவிகளில் கீழ்க்கண்டவைகள் அடங்கும்.

a) கடன் பத்திரங்களை வாங்க அளிக்கப்படும் கடன் அளவில் குறைந்தபட்ச உச்ச வரம்பை நிர்ணயித்தல். (உம்) பற்றாக்குறையாக உள்ள பங்குகள் மற்றும் உணவு தானியங்களும் கச்சாப் பொருள்களும் அதாவது கடன்பத்திரங்களை வாங்கும்பொழுது செலுத்தும் விலையில் ஒரு குறிப்பிட்ட விகிதத்தை ரொக்கமாக செலுத்துதல்.

பொது பணக்கட்டுப்பாடு போல அல்லாது, தேர்ந்தெடுக்கப்பட்ட கடன் கட்டுப்பாடானது விரும்பத்தகாத கடன் விரிவாக்கத்தை (கடன் ஏற்றத்தை) தடுக்க மைய வங்கி உதவுகிறது. (உம்) கடன் பத்திரங்களை அல்லது வாகன இயந்திரங்களை (Automobiles) வாங்க நிதி அளித்தல்

b. கடன் விரிவாக்க எல்லையை தீர்மானித்தல்

c. சில துறைகளை ஊக்கப்படுத்தவும். சில துறைகளின் ஆர்வத்தை குறைக்கவும், பல விதமான வட்டி வீதங்கள் விதிக்கப்படுகிறது. நமது நாட்டில், கடைசி கருவியாக இது பயன்படுகிறது. (உம்) ஏற்றுமதியை ஊக்கப்படுத்தவும், வேளாண்மை உற்பத்தியையும், சிறுதொழில் குடிசைத் தொழில் உற்பத்தியையும் ஊக்கப்படுத்தவும் இது பயன்படுகிறது.

d) மைய வங்கியானது சில விதிகளை அல்லது கொள்கைகளைப் பின்பற்றுமாறு வணிக வங்கிகளை கேட்டுக் கொள்ளுதல் அல்லது அறிவுறுத்துதல்.

முடிவு

பணவீக்கத்தை கட்டுப்படுத்த பணவியல் கொள்கை பயனுள்ளதாக இருக்கும். 1930–ல் ஏற்பட்ட பொருளாதார மந்த காலத்தில் இக்கொள்கை பயனுள்ளதாக இல்லை.

கீன்சு, வேலையில்லாத் திண்டாட்டத்தையும், விலை வீழ்ச்சியையும் பற்றாக்குறையான மொத்த தேவையையும் கொண்ட மோசமான வாணிப நிலையை சரி செய்ய (tackle) இயங்கக்கூடிய வலிமையான ஒரு நிதிநிலைக்

கொள்கையை பரிந்துரை செய்தார். 1970லிருந்து தேக்கநிலை பணவீக்கம் (stagflation) காணப்பட்டது. ஒருபுறம் தேக்கமும், தேவைக்குறைவும் மறுபுறம் பணவீக்கமும் காணப்பட்டது. இந்த தேக்க நிலை பணவீக்க காலத்தில் பணக்கொள்கை, நிதிக்கொள்கை ஆகிய இரண்டுமே இதை கட்டுப்படுத்த பயனற்றதாக கருதப்பட்டது. தொழிலாளர்கள் கூலியை தானே முன்வந்து குறைத்துக் கொள்ளுதல், விலையை உற்பத்தியாளர்கள் விரும்பி குறைத்துக் கொள்வதுமான வருமானக் கொள்கை நிதிக்கொள்கைக்கும், பணக்கொள்கைக்கும் மாற்றாக பரிந்துரை செய்யப்பட்டது.

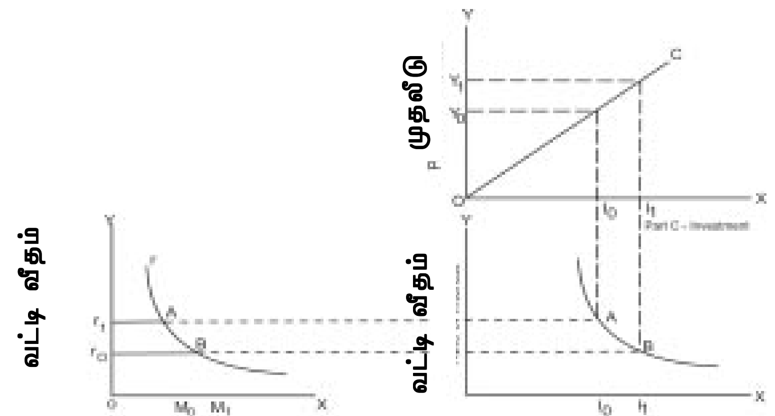
நமது நாட்டில், வழக்கமான கடன் அளவு கட்டுப்பாட்டுக் கருவி சிறப்பான முறையில் செயல்படவில்லை. இந்திய ரிசர்வ் வங்கியின் பணக் கொள்கை சிறந்த முறையில் செயல்படாததற்கான காரணம் பின்வருமாறு. இக்கொள்கை சிறந்த முறையில் செயல்பட வேண்டுமென்றால், இரண்டு நிபந்தனைகளைப் பெற்றிருக்க வேண்டும். 1. பணச்சந்தை வணிக வங்கிகளைச் சார்ந்திருக்க வேண்டும் 2. வணிக வங்கிகள் தங்களுக்குத் தேவையான நிதியைப் பெற மைய வங்கியை சார்ந்திருக்க வேண்டும். ஆனால் இந்த இரு நிபந்தனைகளுமே இந்தியாவில் நிறைவு பெறவில்லை. ஆகவே இந்தியன் ரிசர்வ் வங்கியின் (RBI) கொள்கைகள் முற்றிலும் செயல்படவில்லை. அண்மை காலத்தில் நாட்டில் புழக்கத்தில் உள்ள கருப்பு பணம் அதிக அளவில் யூக (Speculative) வாணிபத்திற்கு பயன்படுத்தப்பட்டதே இதற்கு காரணமாகும்.

பண அனுப்பீட்டு முறை (Monetary Transmission) :

வட்டிவீதம், முதலீடு இவற்றில் மூலமாக பணக்கொள்கை வருமானத்தில் மாற்றத்தை ஏற்படுத்தும் என்று பண அனுப்பீட்டு முறை கூறுகிறது. பண அனுப்பீட்டுமுறையின் நடவடிக்கையினால் பண அளிப்பானது வருமானத்தில் மாற்றத்தை ஏற்படுத்தும்.

உதாரணமாக அரசு மலிவுப் பணக்கொள்கையை பின்பற்றுவதாகக் கொள்வோம். (உம்) மைய வங்கியானது வங்கி வட்டி வீதத்தை குறைக்கும். இதன் காரணமாக வட்டி வீதம் குறையும். அதனால் முதலீடு அதிகரிக்கும். இது வேலை வாய்ப்பையும் வருமானத்தையும் உயர்த்தும். பண அளிப்பில் உயர்வு ரொக்க இருப்புவீத மாற்றம், வெளிச்சந்தை நடவடிக்கையினால் ஏற்படுகிறது.

வரைப்படம் 11.1



Part - A பண அளிப்பு **Part - B முதலீடு**

Part A - படத்தில், வட்டி வீதம் குறையும் பொழுது (r1லிருந்து ro) பண அளிப்பானது Moலிருந்து M1க்கு அதிகரிக்கும். வட்டிவீதம் குறைவதினாலும், பண அளிப்பு அதிகரிப்பதாலும் முதலீடானது Io லிருந்து I^1க்கு அதிகரிக்கிறது.

படம் **11.1** ல் முதலீட்டின் அளவு அதிகரிப்பதின் காரணமாக வருமானமானது Yo லிருந்து Y1க்கு அதிகரிக்கிறது. (படம் C) இப்பண அனுப்பீட்டு முறை குறுகிய கண்ணோட்டத்தை உடையது என்று தற்கால பொருளியல் அறிஞர்கள் கருதுகின்றார்கள். முதலீடு போலவே நுகர்வும் மாற்றமடையும் என்று கருதுகின்றார்கள். நுகர்வானது வட்டிவீதத்தோடு எதிர்கணியத் தொடர்பு உடையது என்று தொன்மைப் பொருளியல் வல்லுநர்கள் கருதுகிறார்கள். வட்டி வீதம் குறையும்பொழுது நுகர்வு அதிகரிக்கும். ஆகவே நுகர்வு மொத்த தேவையில் ஒரு பகுதி ஆக இருப்பதால் மொத்த தேவை அதிகரிக்கும். இது சமநிலை வருமானத்தை உயர்த்தும். முதலீடு மட்டும் அதிகரிப்பதால் ஏற்படும் வருமான உயர்வைவிட, நுகர்வும் முதலீடு இரண்டும் சேர்ந்து அதிகரிப்பதால் ஏற்படும் வருமான உயர்வு அதிகமாக இருக்கும்.

பணவியல் கொள்கையானது நிகர தனியார் செல்வத்தில் மாற்றத்தை ஏற்படுத்துவதன் மூலம் வருமானத்தை மற்றமடையச் செய்யும் என்று பணவியல் கொள்கையாளர்கள் கருதுகின்றனர். மூலதன இருப்பு, பண அளிப்பு, அரசுக்கடன் (அரசு கடன் என்பது உண்டியல்கள் (Treasury Bills), ரூபாய்

நோட்டுகள், பத்திரங்கள் (Bonds) ஆகியவற்றை உள்ளடக்கியது நிகர தனியார் செல்வம் ஆகும். நுகர்வானது தனியார் நிகர செல்வத்துடன் நேரடியான தொடர்பு உடையது. பெயரளவிற்கு பண அளிப்பு கூடினால் விலை மாறாது இருக்கும் பொழுது, உண்மைப் பண அளிப்பு கூடும். ஆகவே இது நிகர தனியார் சொத்தின் ஒரு பகுதியாக இருப்பதால் செல்வம் அதிகரிக்கும். அதனால் நுகர்வும் அதிகரிக்கும். நுகர்வு அதிகரிப்பதால் மொத்த தேவையும் அதிகரிக்கும், சமநிலை வருமானமும் அதிகரிக்கும். வட்டி வீதத்திற்கு எவ்வித, மாற்றமும் இல்லாமலேயே செல்வமும் நுகர்வும் அதிகரிக்கிறது என்பதை நாம் இங்கு கவனிக்க வேண்டும். பணவியல் கொள்கை நீர்மைத் தடையில் (liquidity trap) கூட சிறந்த முறையில் செயல்படும்.

கீன்சு கூற்றுப்படி நீர்மைத் தடை என்பது பண அளிப்பு அதிகரித்தாலும் வட்டி வீதத்தில் எந்தவித மாற்றமும் இருக்காது என்பதைக் குறிக்கும்.

அருமைப் பணம் (Dear Money)

பணவீக்கம் நிலவும் பொழுது மைய வங்கியானது அருமைப் பணக் கொள்கையைப் பயன்படுத்தி பணவீக்கத்தை கட்டுப்படுத்த முயலும். 'அருமைப் பணம்' என்பது வட்டி வீதம் அதிகமாக இருப்பதையும் பண அளிப்பு குறைந்து போவதையும் குறிக்கும்.

மலிவுப் பணம் (Cheap Money)

மலிவுப் பணம் என்பது குறைந்த வட்டியில் கடன் கிடைப்பதைக் குறிக்கும். மலிவுப்பணக் கொள்கையை ஒரு நாடு, பொருளாதார மந்தகாலத்தில் பின்பற்றும். முதலீடு செய்வதற்கு ஊக்கப்படுத்தவும், பண அளிப்பை அதிகரிப்பதற்கும் மலிவுப் பணக் கொள்கையைப் பின்பற்றும்.

பணத்தின் மதிப்பு :

பணத்தின் மதிப்பு என்பது அதனுடைய வாங்கும் சக்தியைக் குறிக்கும். பணத்தின் வாங்கும் சக்தியானது விலை மட்டத்தைப் பொறுத்தது. பொது விலையேற்றம், பண மதிப்பு குறைவதைக் காட்டும். பொது விலையிறக்கம் பணமதிப்பை அதிகரிக்கும்.

பண அளவுக்கோட்பாடு (Quantity Theory of Money)

பண அளவுக்கோட்பாட்டை உருவாக்கியவர் இர்விங் பிஷர் (Irving Fisher). "பண அளவு மாறுபடுவதற்கு ஏற்ப அதே விகிதத்தில் விலை அதிகரிக்கும். பணத்தின் அளவு இரு மடங்கானால், விலையும் இரு மடங்காகும்.

பணத்தின் அளவு பாதியாகக் குறையும்பொழுது விலையும் அதன் உண்மை நிலையிலிருந்து பாதியாகக் குறையும்''.

பண அளிப்புக் கோட்பாட்டின் மையக் கருத்தின்படி, ''பண அளிப்பின் அளவு மாற்றமுடையும்போது விலையும் மாற்றமடையும்''.

பரிமாற்ற சமன்பாடு (Equation of Exchange)

பண அளவுக் கோட்பாட்டை இந்த சமன்பாடு மூலமாக விளக்கலாம். இது பரிமாற்றச் சமன்பாடு (Equation of Exchange) என்று அழைக்கப்படுகிறது. இது பிஷரின் சமன்பாடு என்றும் அழைக்கப்படுகிறது.

பிஷரின் சமன்பாடு, ''M என்பது பண அளிப்பையும் V என்பது பணப் புழக்கத்தையும், P என்பது விலை மட்டத்தையும், T என்பது மொத்தம் உற்பத்தி செய்யப்பட்ட பண்டங்கள் பணிகளையும் குறிக்கின்றன.

ஃ MV = PT

PT = MV (or)

$$P = \frac{MV}{T}$$

இது பரிமாற்ற சமன்பாடு என்று அழைக்கப்படும் பணப் புழக்கம் (V) என்பது ஒரு குறிப்பிட்ட காலத்தில் பணம் எத்தனை முறை கைமாறுகிறது என்பதைக் குறிக்கின்றது. மற்றவை மாறாதிருக்கும்பொழுது, பண அளிப்பின் அளவு அதிகரிக்கையில், விலை மட்டமும் உயரும் என்று இச்சமன்பாடு குறிக்கிறது. பணத்தின் மதிப்பு குறைகிறது என்று பொருள்படும். எ.கா. (M) பண அளிப்பு இரட்டிப்பாகும் பொழுது (P) வலையும் இரட்டிப்பாகும்.

இன்றைய நாட்களில், பண அளிப்பின் பெரும்பகுதி காசோலைகள், மாற்றுச் சீட்டுக்கள் (bills) மற்றும் ஏனைய கடன் கருவிகளும் அடங்கும். எனவே பணத்தின் அளவைக் கணக்கிடும் பொழுது, மேற்கூறிய பண வகைகளையும் கணக்கில் எடுத்துக் கொள்ள வேண்டும் என்று சில பொருளியர் அறிஞர்கள் கருதுகின்றார்கள். எனவே பரிமாற்ற சமன்பாடு கீழ்கண்டவாறு மாற்றமடைகிறது.

$PT = MV + M^1 V^1$ இதில் M^1 என்பது எல்லா வகையான காசோலைகளின் மொத்த அளவு, மாற்றுச்சீட்டுகள் (bills) மற்றும் புழக்கத்திலுள்ள மற்ற கடன் கருவிகள் அடங்கும். V^1 என்பது M^1 (கடன் கருவிகள்)ன்னின் பணப்புழக்கம்.

இப்பண அளவுக் கோட்பாட்டின் முக்கிய குறைபாடு, முழுவேலை நிலையை எடுகோளாக கொண்டுள்ளதே ஆகும். முழுவேலை நிலை இல்லையெனில், முழுமையாகப் பயன்படுத்தப்படாத வளங்கள் இருக்குமானால் பண அளவு கூடினாலும் விலை உயராது. பொருளாதார மந்த காலத்தில் விலை குறையும், அந்த நேரத்தில் பணத்தின் அளவு அதிகரித்தாலும் விலை உயராது.

மேற்கண்ட குறைபாடு காணப்படினும், பண அளவுக் கோட்பாடு என்பது ஒரு போக்குரைக் கூற்றாகும். மேலும் இது விலைக்கும் பணத்தின் அளவிற்கும் உள்ள தொடர்பை குறுகிய கண்ணோட்டத்தில் விளக்குகிறது.

பண அளவு தவிர மற்ற காரணங்களாலும் விலை மட்டமானது பாதிக்கப்படும் அவையாவன அரசின் பணக்கொள்கை, நிதியியல் கொள்கை, குறிப்பிட்ட காலத்தில் பண்டங்களின் அளிப்பு / நடைபெறும் வாணிபத்தின் அளவு, வருமானத்தில் ஏற்பமும் மாற்றம், பண்டங்களுக்கான உறுதித் தேவை முதலியன ஆகும்.

பணவீக்கமும் பணவாட்டமும் (Inflation and Deflation)

பணவீக்கம், பணவாட்டம் ஆகியவற்றை எளிதாக வரையறுக்க இயலாது. பல்வேறு பொருளியல் அறிஞர்கள் பல்வேறு விதமாக வரையறுத்துள்ளனர். கிரௌத்தர் (Crowther) எளிமையான பயனுள்ள வரையறையை கொடுத்துள்ளார். பணத்தின் மதிப்பு குறைவதும் விலைகள் உயர்ந்து கொண்டு செல்வதுமான ஒரு நிலையை பணவீக்கம் என்று கிரௌத்தர் வரையறுத்துள்ளார். பொதுவாக பணவீக்க காலத்தில் விலை மட்டம் உயரும். அதிகப்படியான பணம் மிகக்குறைந்த பண்டங்களைத் துரத்தும் நிலையை இது குறிப்பிடுகின்றது. இது அளவுக்கு அதிகமான (Abnormal) விலையேற்றத்தை தோற்றுவிக்கும். ''குறிப்பிடும்படியான தொடர்ச்சியான விலைமட்ட உயர்வை குறிக்கும்'' என்று சாப்பிரோ (Shapiro) கூறுகிறார். ''உறுதியான நிலையான விலையேற்றம்'' என்று ஹாரி ஜான்சன் (Harry Johnson) பணவீக்கத்தை வரையறுக்கிறார். ஆயினும் விலைமட்டம் உயராமலேயே பணவீக்கம் தோன்றும் என்பதை நாம் நினைவில் கொள்ள வேண்டும். இதற்கு கட்டுப்படுத்தப்பட்ட பணவீக்கம் (Repressed inflation) என்று பெயர். போர்க்காலங்களிலேயே இது தோன்றும். இக்காலங்களில், பல கட்டுப்பாடுகளும், உணவுப் பண்டங்களை பங்கீடு செய்வதின் மூலமும் விலையேற்றம் கட்டுக்கள் வைக்கப்படுகிறது. அக்கட்டுப்பாடுகள் தளர்த்தப்பட்டவுடன் விலைகள் உயரும். பண அளவு அதிகரிப்பதோ அல்லது விலை உயர்வோ உண்மையான பணவீக்கம் அல்ல. (அசாதாரண அளவுக்கு அதிகமான) இலாபத்தின் தோற்றமே பணவீக்கமாகும்.

தொழிலதிபர்களும் உற்பத்தியாளர்களும் அளவுக்கு அதிகமான இலாபத்தை ஈட்டும் அறிகுறியே பணவீக்கமாகும்.

பண வீக்கத்தின் வகைகள் (Types of Inflations)

1. தேவை இழுப்பு பண வீக்கம் (Demand Pull): அதிகப்படியான பணம் மிகக் குறைந்த பண்டங்களை துரத்துவது பணவீக்கம் என்று கூறப்படுகிறது. கொடுக்கப்பட்ட விலையில் பண்டங்கள் பணிகளுக்கான தேவை, அவற்றின் அளிப்பைவிட உயர்ந்திருக்கும் நிலையில் பொது விலை மட்டம் உயரும் நிலையை பணவீக்கம் என்கிறோம்.

தவழும் பணவீக்கம் (Creeping Inflation)

இரண்டாம் உலகப் போர் முடிவுக்கு வந்ததிலிருந்து (1945–லிருந்து) விலையும் கூலியும் ஒன்றை ஒன்று மேல்நோக்கி உயர்த்தும் நிலையை தவழும் பணவீக்கம் என்று கூறுகிறோம்.

ஓடும் (அ) தாவும் (அ) மிகை வேகப் பணவீக்கம்

மிகைவேகப் பணவீக்கம் (Hyper Inflation) : ஒவ்வொரு நாளும் விலைமட்டம் வரம்பின்றி உயர்ந்து கொண்டே செல்வத்தை மிகைவேகப் பணவீக்கம் என்று கூறலாம். முதல் உலகப் போருக்குப் பிறகு ஜெர்மனியும், இரண்டாம் உலகப் போருக்குப் பின் ஹங்கேரியும், சீனாவும் இத்தகைய பண வீக்கத்தைக் கண்டன. இந்த சூழ்நிலையில் விலையானது அதிக வேகமாகவும் அதிக அளவிலும் உயர்ந்து கொண்டே சென்றது. மலிவுப் பண்டங்களுக்குக் கூட அதிக விலை கொடுக்க வேண்டியிருந்தது. பணம் பயனற்றதாகவும், புதிய பணம் அறிமுகப்படுத்த வேண்டிய நிலை வந்தது. இதற்கு மிகை வேகப் பணவீக்கம் என்று பெயர்.

2. செலவு உந்து பணவீக்கம் (Cost push inflation)

உற்பத்திச் செலவு அதிகரிப்பு

செலவு உந்து பணவீக்கம், செலவு உயர்வதால் ஏற்படுவது, இத்துடன் கூலி உயர்வும் சேர்ந்து உற்பத்தி செலவு அதிகரிப்பதால் தோன்றுகிறது. கூலி உயர்வும், மற்ற உற்பத்தி செலவுகளும் சேர்ந்து விலையை அதிகரிக்கச் செய்கிறது. கூலி மற்றும் விலை உயர்வு காரணிகளால் ஏற்படும் பணவீக்கத்தை கூலி – உந்து பணவீக்கம், விலை உந்து பணவீக்கம் என்றும் கூறுகின்றோம்.

நெருக்கடி அல்லது உற்பத்தி வளர்ச்சித் தடை பணவீக்கம் (Bottleneck Inflation)

முழு வேலைவாய்ப்பு உற்பத்தி நிலை அடையும் பொழுது, சில பற்றாக்குறை நிலையும், சமனற்ற நிலையும் மற்றும் இறுதிநிலைச் செலவில் உயர்வும் ஏற்பட்டு அதன் விளைவாக பணவீக்கம் ஏற்படக் கூடும். இதுவே உற்பத்தி நெருக்கடி பணவீக்கம் எனப்படும்.

இலாப உந்து பணவீக்கம் (Profit Push Inflation)

தொழிற் சங்கங்கள் கூலி வீதத்தை உயர்த்த முயற்சிப்பதை போல சில சில்லோர் முற்றுரிமையாளர்களும், அதிகரிக்கும் உற்பத்திச் செலவை உள்ளடக்கி, உச்ச இலாபத்தை ஈட்டுவதற்காக, அளவுக்கதிகமாக விலையை உயர்த்துவர். இதற்கு இலாப உந்து பணவீக்கம் என்று பெயர்.

பொதுவாக போர்க்காலங்களிலும், அதற்கு பின்பும் பணவீக்கம் ஏற்படக்கூடும். போர்க்காலங்களில் மக்களின் வருமானம் அதிகரித்தும், அதற்கேற்ப பொருட்கள் உற்பத்தி செய்யப்படாமல், பற்றாக்குறை ஏற்பட்டு பொருட்களை பங்கீடு செய்தலில் கட்டுப்பாடு ஏற்படும். மேலும், சேமிக்கக் கட்டாயப்படுத்தப்பட்ட மக்கள் தற்போது அதிகமாக செலவு செய்வார்கள். இதனால் எல்லாவகையான பொருட்களுக்கும் அதிவேகமாக தேவை அதிகரிக்கும். ஆனால் அதே வேகத்தில் அளிப்பு அதிகரிப்பதில்லை. இதனால் பணவீக்கம் ஏற்படுகிறது. போரில் வெற்றியடைய அரசு விரும்புவதால், அதிலும் தற்கால போர்கள் அதிக செலவுடையதாக இருப்பதால், இதனை சந்திக்க அரசு பற்றாக்குறை நிதியாக்கத்தை மேற்கொள்ள வேண்டியுள்ளது. இது மேலும், மேலும் பணவீக்கத்தை அதிகரித்துக் கொண்டே செல்கிறது. விலையேற்றம் அதிக விலையேற்றத்தை ஏற்படுத்துகிறது. விலையேற்றத்தால் தொழிலாளர்கள் அதிக கூலியை கோருவார்கள். அதிக கூலி அதிக செலவை ஏற்படுத்தும். அதிக செலவு மேலும் விலையை உயர்த்தும். இவ்வாறாக ஒரு ''நச்சுச் சுழல்'' உருவாக்கப்படுகிறது.

கூலி விலையேற்றத்தை ஏற்படுத்துகிறது. விலையேற்றம் கூலியை உயர்த்துகிறது. இதுவே பணவீக்க சுழற்சி எனப்படுகிறது. பற்றாக்குறை நிதியாக்கம் பணவீக்கத்திற்கு ஒரு முக்கிய காரணமாகும். திட்டமிடுதலை கொண்ட வளர்ச்சி குறைந்த நாடுகளில் இத்தகைய பணவீக்கத்தைக் காணலாம். வணிகச் சூழலின் செழுமை காலங்களில் கூட பணவீக்கம் ஏற்பட வாய்ப்புண்டு. பணவீக்கத்தினால் பல தீமைகள் ஏற்படுகின்றன. இதனால் பல

நாடுகளின் பொருளாதாரம் சீர்குலைந்தது. எ.கா. 1923ல் ஜெர்மனிய நாட்டின் பொருளாதாரம் சீர்குலைந்தது. எனவே ஒவ்வொரு அரசும் பணவீக்கத்தைக் கட்டுப்படுத்த தக்க நடவடிக்கைகளை மேற்கொள்ள வேண்டும்.

பணவீக்கத்தைக் கட்டுப்படுத்த கீழ்க்கண்ட முறைகளைப் பின்பற்றலாம்.

1. வரி விதிப்பு (விகிதத்தை) அதிகப்படுத்தலாம்.
2. மூலதன திட்டங்களின் (Project) மீதான அரசு செலவை குறைத்தல் . (பணவீக்கத்தை குறைக்க இம்முறை பரிந்துரைக்கப்பட்டது. மூன்றாவது ஐந்தாண்டுத் திட்டத்தில் அறிமுகப்படுத்தப்பட்ட பல மூலதனத் திட்டங்கள் பாதியிலேயே கைவிடப்பட்டன).
3. இறக்குமதியில் கட்டுப்பாடுகள் விதித்தல்
4. பங்கீடு
5. விலைக் கட்டுப்பாடு

சில நேரங்களில் கூலியை நிலை நிறுத்திவைத்து (Freeze) பண வீக்கத்தைக் கட்டுப்படுத்த பரிந்துரைக்கப்பட்டது. இக்காலக்கட்டத்தில், தொழிலாளர்களின் கூலியை உயர்த்தக் கோரவேண்டாம் என தொழிற்சங்கங்கள் கேட்டுக்கொள்ளபட்டன. பண வீக்கத்தைக் கட்டுப்படுத்த மேற்கொண்ட முறைகளின் வெற்றியானது, அரசாங்கம் இக்கொள்கைகளை அமுல்படுத்தும் திறமையைப் பொறுத்தது.

பணவாட்டம்

பண மதிப்பு உயர்ந்து கொண்டே செல்வதை, அதாவது பண்டங்களின் விலை குறைந்து கொண்டே செல்வதை பணவாட்டம் என்று கிரௌத்தர் கூறுகிறார். பணவாட்டம், பணவீக்கம் இரண்டுமே விலையில் ஏற்படும் மாற்றத்தைக் குறிக்கும். பணவாட்டம் என்பது பணவீக்கத்திற்கு எதிரிடையானது. பொதுவாக பணவீக்கம் என்பது வேலைவாய்ப்பு மற்றும் பொருளாதாரத்தை உயர்த்தும் நடவடிக்கைகளின் காலத்தைக் குறிக்கும். பண வாட்ட காலத்தில், மந்தமான வாணிப நிலையையும் வேலையில்லாத் திண்டாட்டத்தையும் குறிக்கும். பணவாட்ட காலத்தில் விலையானது செலவைவிட வேகமாகக் குறைவதால் உற்பத்தியாளர்களும், தொழில் அதிபர்களும் அதிகமான இழப்பை சந்திக்க நேரிடும். எந்த பொருளாதார

நடவடிக்கைகளிலும் இலாபம் இருக்காது. ஆகவே, முதலீட்டின் அளவு குறையும். இது வேலையில்லாத திண்டாட்டத்துக்கு அடிகோலும், பணவீக்கம், பணவாட்டம் இரண்டுமே தீமையாவை. இரண்டில் ஒன்றை தெரிவு செய்ய இயலாது. அரசின் பணவியல் கொள்கை மூலமாக விலையேற்றத்தை ஓரளவுக்குக் கட்டுப்படுத்தலாம். இது பணவாட்ட காலத்தில் விலை மட்டத்தை உயர்த்த உதவுகிறது. எனவேதான் தற்கால பொருளியல் அறிஞர்கள் பொருளாதார செயல்பாடுகளில் அரசு முக்கிய பங்காற்ற வேண்டும் என்றும் பொதுப் பணித்துறை திட்டங்கள் வழியாக பொருளாதார செயல்பாடுகளை இக்காலங்களில் ஊக்குவிக்க வேண்டும் என்றும் கூறுகின்றனர். 'கூலியைக் குறைத்தல்', பொருளாதார மந்தத்திற்குத் தீர்வாக சில சமயங்களில் கருதப்படுகிறது. ஆனால் இது சரியான தீர்வு அல்ல. நிலைமையை மேலும் நலிவடையச் செய்யும்.

விலை மாற்றத்தால் ஏற்படும் விளைவுகள்

விலைமாற்றமானது சமுதாயத்தின் பல பிரிவினரையும் பல வழிகளில் பாதிக்கிறது. அது உற்பத்தியையும், பகிர்வையும் பாதிக்கிறது.

உற்பத்தியில் ஏற்படும் விளைவு

விலையேற்றம் உற்பத்தியை அதிகரிக்கத் தூண்டும். முதலாளித்துவ சமுதாயத்தில் உற்பத்தியானது இலாப நோக்கத்திற்காக மேற்கொள்ளப்படுகிறது. விலையேற்ற காலத்தில் (பணவீக்க காலம்) அபரிமிதமான இலாபம் ஏற்படும். இது உற்பத்தியை அதிகரிக்கச் செய்யும். உற்பத்தியாளர்களும், தொழில் அதிபர்களும் பணவீக்க காலத்தில் பயனடைவார்கள். இக்காலத்தில் உற்பத்திச் செலவைவிட விலை வேகமாக அதிகரிப்பதால் உற்பத்தியாளர்கள் பயனடைகிறார்கள். எனவே அவர்கள் அதிக இலாபத்தை அடைகிறார்கள். பணவீக்கம், மிகை வேக பணவீக்கமாக மாறினால் வாணிபம் நொடித்து அழிவில் முடியும். பணத்தின் மதிப்பு வேகமாக குறையுமானால், பணவடிவிலான இலாபம் பயனற்றதாகிவிடும். காகிதப்பணம் மதிப்பற்றதாகிவிடும். பணவீக்கம், பொருளியல் குழப்பங்களுக்கும், தீவிர புரட்சிக்கும் காரணமாகிவிடும்.

விலை இறக்க காலத்தில் வணிகர்கள் அதிக நட்டத்தை அடைவார்கள். விலையானது உற்பத்திச் செலவைவிட வேகமாக குறைவதால் வணிகர்கள்

அதிக கடுமையான நட்டத்தை அடைவார்கள். முதலீட்டிற்கு வாய்ப்புகள் மிகக் குறைவாக இருக்கும். இது பேரளவிலான வேலையில்லா திண்டாட்டத்திற்கு வழி வகுக்கும். இதனால் வாணிப மந்தம் ஏற்படும். பணவாட்ட காலத்தில் பணம் எளிதாகக் கிடைக்கும். பண்டங்களின் விலை குறைவாக இருக்கும். தொழிலாளர்கள் எளிதாகக் கிடைப்பார்கள். ஆனால் அங்கு பண்டங்களுக்கான தேவை, வருமானம், வேலைவாய்ப்பு, முதலீடு முதலியன இருக்காது. இந்த சூழ்நிலை 'செழுமையில் வறுமை' என்று வருணிக்கப்படுகின்றது. இதற்கு 1930ல் ஏற்பட்ட பொருளாதார பெருமந்தம் நல்ல உதாரணமாகும்.

பகிர்வில் ஏற்படும் விளைவு

1. வணிகர்கள் : பணவீக்க காலத்தில் வணிகர்களும் உற்பத்தியாளர்களும் அதிக இலாபத்தை ஈட்டுவார்கள். பணவாட்ட காலத்தில் அவர்கள் அதிக நட்டத்தை அடைவார்கள்.

2. நிலையான வருமானம் பெறுபவர்கள் : நிலையான வருமானம் உள்ளவர்கள் பண வீக்க காலத்தில் அதிகமாகப் பாதிக்கப் படுவார்கள். கூலியைப் பெறுபவர்களும், மாத ஊதியம் பெறுபவர்களான ஆசிரியர்கள், எழுத்தர்கள், உதவியாளர்கள், நீதிபதிகள் ஆகியோரது வருமானம் விலையேற்ற மடைவதைப்போல வேகமாக அதிகரிக்காது. பணவீக்க காலத்தில் ஓய்வூதியம் பெறுபவர்களும் பாதிக்கப்படுவார்கள்.

கூலி பெறுபவர்களும், மாத ஊதியம் பெறுபவர்களும் விலை இறக்க காலத்தில் பயனடைவார்கள். இக்காலத்தில் பணம் மதிப்பை இழக்க நேரிடுவதால் இது ஒரு உண்மையான பயன் அல்ல. வேலையில்லா திண்டாட்டமானது விலையேற்றத்தைவிட மோசமானது.

3. முதலீட்டாளர்கள் :

அரசு பத்திரங்களில் முதலீடு செய்திருப்பவர்கள் நிலையான வருமானத்தைப் பெறுவர். எனவே அவர்களது நிலைமை நிலையான வருமானத்தைப் பெறுபவர்களைப் போன்றே இருக்கும். ஆனால் நிறுவனங்களின் பங்குகளில் (Shares) முதலீடு செய்திருப்பவர்கள் விலையேற்ற காலத்தில் அதிக இலாபத்தையும் விலையிறக்க காலத்தில் அதிக இழப்பையும் அடைவார்கள்.

ஜெர்மனியில் ஆயிரக்கணக்கான நடுத்தரக் குடும்பங்கள் பணவீக்க காலத்தில் அழிந்துவிட்டன. அவர்கள் வாழ்நாள் முழுவதும் சேமித்த பணம் மதிப்பிழந்து ஒன்றுமில்லாததாகிவிட்டது. இதற்கு விலையேற்றமே காரணமாகும். பணத்தின் மதிப்பு தொடர்ந்து குறையுமானால் மதிப்பின் நிலைகலனாக (Store of Value) இருப்பதற்குரிய தகுதியை இழந்துவிடும். எனவே மக்கள் சேமிக்க முன்வரமாட்டார்கள்.

4. வாடகை பெறுவோர் : (Rentiers)

பண வீக்க காலத்தில் இழப்பும், பணவாட்ட காலத்தில் பயனும் அடைவார்கள். பணவாட்ட காலத்தில் அடையும் பயன் தற்காலிகமானதாகும். மேற்கண்ட விளக்கத்திலிருந்து விலையில் ஏற்படும் கடுமையான மாற்றம் தீமையானது என்று அறிந்து கொள்ளலாம். பணவீக்கமும், பணவாட்டமும் அதிகத் தீமையானவையே. பணவீக்கம் அநீதியானது. பணவாட்டம் தீமையானது ஆகும். சில பொருளியல் வல்லுனர்கள் இவ்விரண்டில், பணவாட்டமே மிகவும் தீமையானது என்பர் ஏனெனில் இது வேலையில்லா திண்டாட்டத்திற்கு வழிவகுக்கும் என்று கருதுகின்றார்கள்.

நிலையான விலையேற்றமானது பொருளாதார முன்னேற்றத் திற்கும், சமுதாய நீதிக்கும். உகந்தது என்று பொதுவாக கருதப்படுகிறது.

'பணமானது மனித இனத்திற்கு பலவழியிலும் நன்மை பயக்கக்கூடியதே. ஆனால் பணம் கட்டுப்படுத்தப்படாவிட்டால், மனித அழிவிற்கும், குழப்பத்திற்கும் வழிவகுக்கும்' என்று இராபர்ட்சன் கூறுவது அனைவராலும் ஏற்றுக் கொள்ளக்கூடியதே ஆகும்.

பயிற்சி

பகுதி–அ

I. சரியான விடையைத் தேர்ந்தெடுக்கவும்

1. பணக் கொள்கையை அமல்படுத்துவது

அ. மைய அரசு ஆ. மாநில அரசு

இ. மத்திய அரசு ஈ. தனியார் துறை

2. பொதுமக்களிடம் உள்ள புழக்கப்பணம் என்பது

அ. M1 ஆ. M2

இ. M3 ஈ. M4

3. வங்கி வீதம் எப்போது உயர்த்தப்படுகிறது

அ. பணவாட்டம் ஆ. பணவீக்கம்

இ. விலை நிலையாக இருத்தல் ஈ. வேலையின்மை

4. பணவீக்கத்தின் போது என்ன நிகழும்

அ. வியாபாரிகள் இலாபம் ஈட்டுவர்

ஆ. ஊதியம் ஈட்டுபவர் இலாபம் பெறுவர்

இ. மாத சம்பளம் பெறுபவர் இலாபம் பெறுவர்

ஈ. வாடகைக்கு விடுபவர் இலாபம் பெறுவர்

5. விலைகள் உயரும் போது உள்ள சூழ்நிலையும், மற்றும் தேவை தேக்கமும் அழைக்கப் பெறுவது

அ. செலவு – உந்து பணவீக்கம் ஆ. தேவை ஈர்ப்பு பணவீக்கம்

இ. நிலைத்தன்மை பணவீக்கம் ஈ. கூலி உந்து பணவீக்கம்

II. கோடிட்ட இடங்களை நிரப்புக

6. பண்டங்களைக் கொடுத்து பண்டங்களை வாங்குவது .... என அழைக்கப்படுகிறது.

7. பணவாட்டம் என்பது விலைகள் .... குறிக்கும்.

8. பரிமாற்றச் சமன்பாடு MV=PT என்பதை அளித்தவர் .....

9. தாவும் பணவீக்கத்தை .... என்றும் அழைக்கலாம்.

10. பணக்கொள்கை கட்டுப்படுத்த உதவுவது ....

III. பொருத்துக

11.	கடன் அளவு கடன் கட்டுப்பாடு	– அ. குறைந்த வட்டி வீதம்
12.	கடன் தன்மைக் கட்டுப்பாடு	– ஆ. வட்டி வீதம்
13.	மலிவுப் பணக் கொள்கை	– இ. அறிவுறுத்தல்
14.	கூலியும் விலையும் ஒன்றை	– ஈ. பணத்தின் வாங்கும் சக்தி ஒன்று தள்ளுகிறது
15.	பணத்தின் மதிப்பு	– உ. ஊர்ந்து செல்லும் பணவீக்கம்

IV. ஓரிரு சொல்லில் விடையளிக்கவும்

16. நாட்டின் பணஅளிப்பைக் கட்டுப்படுத்தும் வங்கி எது?

17. அருமைப் பணக்கொள்கை என்பது யாது?

18. விலையில் மாற்றமில்லாதபோது ஏற்படும் பணவீக்கம் எது?

19. ‘கூலி’ குறைப்பு பணவாட்டத்திற்கு ஒரு தீர்வு ஆகுமா?

20. மிகைவேக பணவீக்கத்தினை சந்தித்த ஒரு நாடு எது?

பகுதி–ஆ

பின்வரும் வினாக்களுக்கு நான்கு அல்லது ஐந்து வரிகளில் விடையளிக்கவும்

21. பணத்தின் இலக்கணத்தை கூறுக.

22. பணஅளிப்பின் நான்கு கூறுகள் யாவை.

23. பண கொள்கையின் இலக்கணம் கூறுக.

24. கடன் அளவுக் கட்டுப்பாட்டின் கருவிகள் யாவை?

25. தேக்க நிலை பணவீக்கம் என்றால் என்ன?

பகுதி–இ

பின்வரும் வினாக்களுக்கு ஒரு பக்க அளவில் விடையளிக்கவும்.

26. பண்டமாற்று முறையில் உள்ள பிரச்சனைகளை விளக்குக.

27. இருப்பு பணம் – சிறு குறிப்பு எழுதுக.

28. விளக்குக : (அ) அருமைப் பணக்கொள்கை (ஆ) மலிவுப் பணக்கொள்கை

29. பரிமாற்றச் சமன்பாடு – விளக்கம் தருக.

30. வருமான கொள்கை – சிறு குறிப்பு எழுதுக!

பகுதி–ஈ

பின்வரும் வினாக்களுக்கு மூன்று பக்க அளவில் விடையளிக்கவும்.

31. பணத்தின் பணிகளை விவரிக்கவும்.

32. பணக்கொள்கையின் நோக்கம் மற்றும் கருவிகளை விவாதிக்கவும்.

33. பணஅளவின் கோட்பாடு – விவரிக்கவும்.

34. பணவீக்கத்தின் காரணங்கள், விளைவுகள், அவற்றைக் கட்டுப்படுத்தும் முறைகளை விவரிக்கவும்.

35. பண அனுப்பீட்டு முறையின் போக்குகளை வரைபடம் வரைந்து விவரிக்கவும்.

பாடம்-12

நிதியியல் கொள்கை

பொது நிதியியல் அல்லது அரசின் நிதி என்பது பொருளாதாரத்தின் ஒரு கிளையாகும். இது *ஆண்டு நிதிநிலை அறிக்கை* **(Budget),** அரசின் வருவாய் மற்றும் செலவினங்களைப் பற்றியதாகும். இது அரசாங்கத்தின் நிதியியல் கொள்கைப் பற்றிய மதிப்பீடாகும். இது அரசின் வழிமுறைகள் மற்றும் முயற்சிகளைப் பற்றி அடையாளம் கண்டு கொள்ளுதலும் ஆய்வு செய்தலுமாகும்.

'பொது நிதி' என்பது அரசின் நிதி சார்ந்த செயல்பாடுகளாகும். இது அரசின் கருவூல செயல்பாடுகளோடும் தொடர்புடையதாகும். 'பொது நிதி' என்பது 'நிதிப் பொருளாதாரம்' (Fiscal Economy) என்றும் அழைக்கப்படும்.

பண்டைய காலங்களில் அரசானது பொருளாதார வளர்ச்சியைச் சார்ந்த பணிகளை மேற்கொண்டது. அங்காடி சக்திகளாகிய தேவை மற்றும் அளிப்பு ஆகியன பொருளாதாரத்தினை நிறைவுச் செய்யும் வழிகாட்டிகளாக இருந்தன. ஆனால் அரசானது இச் செயல்பாடுகளில் தலையிடவில்லை. பண்டைய கால அரசுகள் 1. உள்நாட்டு சட்ட ஒழுங்கைப் பாதுகாத்தல் 2. நாட்டைப் பாதுகாத்தல் 3. நீதி நிர்வாகம் மற்றும் 4. பொது நிர்வாகம் ஆகிய இன்றியமையாத பணிகளை மட்டுமே மேற்கொண்டன.அந்த அரசுகள் 'காவலர் அரசுகள்' (Police States) என அழைக்கப்பட்டன.

இன்றைய நவீன அரசானது எண்ணற்ற வளர்ச்சி, முன்னேற்ற திட்டங்கள் மற்றும் மக்களைச் சார்ந்த பொது நலத் திட்டங்களுக்கு முக்கியத்துவம் கொடுத்து செயலாற்றுகிறது. ஆகவே நவீன அரசைப் பொது நல அரசு (Welfare State) என்பர். இத்தகைய நவீன அரசுகள் பெருகிவரும் அரசின் செலவினங்களுக்காக நிதி ஆதாரங்களை திரட்ட வேண்டும்.

இன்றைய காலத்தில் நிதிப்பொருளாதாரமானது பெரிய அளவு மாற்றத்தை உருவாக்கியுள்ளது. இம்மாற்றங்களை நிதிக்கொள்கை மூலமாக அறிந்துக் கொள்ளலாம். இந்நிதிக்கொள்கை அரசின் பேரியல் பொருளாதார பணிகளோடு தொடர்புடையது. இக்கொள்கை அரசின் வரிக்கொள்கை, அரசின் செலவினம், மற்றும் பணக் கொள்கையோடு சேர்ந்ததாகும். இக்கொள்கை பொருளாதார கோட்பாடு மற்றும் பொது நிதிக் கோட்பாட்டோடு இணைந்ததாகும்.

இலக்கணம்

கீழ்க்காணும் பொருளாதார வல்லுநர்கள் பொது நிதிக்கு இலக்கணம் தந்துள்ளனர்.

பேராசிரியர் டால்டன் ''பொது நிதி என்பது அரசின் வருவாய், மற்றும் செலவினங்களைப் பற்றியதாகும், இவைகள் ஒன்றோடொன்று சரி செய்து கொள்ளும்'' என வரையரை தந்துள்ளார்.

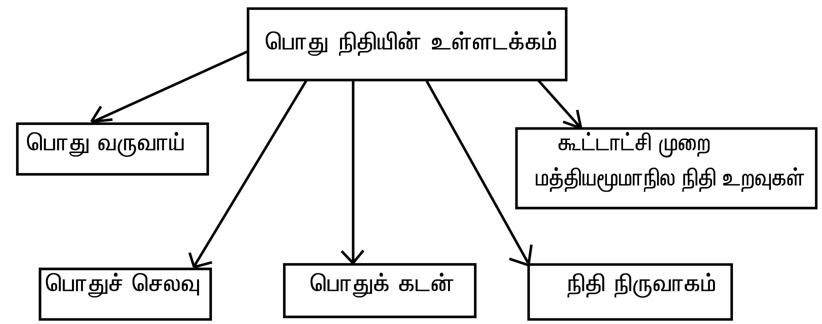
பேராசிரியர் பின்லே சிராஸ் (Findlay Shirras) ''பொது நிதி என்பது அரசின் செலவின கொள்கையையும், நிதி பெருக்கத்தையும் பற்றியதே ஆகும்'', என வரையறை தந்துள்ளார்.

பொது நிதியின் உள்ளடக்கங்கள் பின்வருமாறு

1. பொதுச் செலவு
2. பொது வருவாய்
3. பொதுக்கடன்
4. நிதிநிருவாகம்
5. கூட்டாட்சிமுறை (மத்திய–மாநில நிதி உறவுகள்)

பொது நிதியின் உள்ளடக்கம்

பொதுநிதியின் உள்ளடக்கத்தை வரைபடம் மூலம் விளக்கலாம்.



1.பொதுச் செலவு

நவீன அரசு ஒரு நல அரசு, எனவே அதிகப்பட்ச பொது நலத்தை நிலைநாட்டுவது அதனுடைய பொறுப்பாக உள்ளது. இதற்காக அரசு பலவகையான பணிகளை மேற்கொள்ளும். இதனால் அரசுக்கு அதிகமான பணச் செலவுகள் ஏற்படும். இப்பிரிவில் அரசின் அடிப்படைக் கொள்கையானது அரசின் நிதி ஆதாரங்களை பல்வேறு வளர்ச்சி பணிகளுக்காகச் செலவு செய்வதேயாகும்.

2. பொது வருவாய்

அரசு பெறுகின்ற வருவாய், அரசின் வருவாய் எனப்படும். இது அரசின் வருமானத்தை எவ்வாறு பெருகச் செய்வது என்பதை பற்றியும், வரிவிதிப்பின் கொள்கைகளைப்பற்றியும், அதனோடு சம்மந்தப்பட்ட பிரச்சனைகளையும் சார்ந்ததாக உள்ளது. பொதுவருவாயானது வரி வருவாய், வரி அல்லாத வருவாயை உள்ளடக்கியதாகும்.

வரிவருவாய் என்பது பலவகையான வரிகள், வரித்தாக்கம் (impact) மற்றும் வரி நிகழ்வுகள் (incident) பற்றியதாகும். வரியல்லாத வருவாயானது (1) வணிக வருவாய் (பொது துறையின் விற்பனையால் கிடைத்தவருவாய், மற்றும் இலாபம்) (2) நிர்வாக வருவாய் (கட்டணங்கள், அனுமதிகட்டணங்கள், சிறப்புத் தீர்வைகள்) (3) வெகுமதி மற்றும் மானியங்கள்

3. பொதுக்கடன்

இப்பிரிவு அரசின் கடன்களை எப்படி அதிகரிப்பது என்பதுபற்றியும், அதிகரிக்கின்ற கடன்களை எப்படித் திரும்பச் செலுத்துவது என்பது பற்றியும் கூறுகிறது. பொது மக்களிடமிருந்து அரசு பெறும் கடன்களுக்குப் பொதுகடன் என்றும் கூறுவர். நவீன அரசானது தன்னுடைய செலவினங்களை, வரிகள், மற்றும் வரிகள் அல்லாத வருவாய்கள் மூலம் சமாளிக்க முடியாத ஒரு நிலையில் உள்ளது. ஆகவே அரசின் வருவாயானது, அரசின் செலவைக் காட்டிலும் குறைவாகவே உள்ளது. இதனால் அரசானது உள்நாட்டு மற்றும் வெளிநாட்டு கடன்கள் வாங்குவதற்கு உந்தப்படுகிறது. உள்நாட்டு கடன் என்பது, அரசு பொது மக்களிடமிருந்தும் வணிக வங்கிகளிடமிருந்தும், மைய வங்கிகளிடமிருந்தும் கடன் பெறுவதாகும். வெளிநாட்டுக்கடன் என்பது, உலக வங்கி (World Bank), பன்னாட்டு நிதி நிறுவனம் (IMF) மற்றும் அயல் நாடுகளிலிருந்து பெறுகின்ற கடனாகும்.

4. நிதி நிர்வாகம்

அரசின் நிறுவனங்கள், அரசின் பணிகள் மற்றும் அரசின் இயந்திரங்களோடு சார்ந்த நிதி நடவடிக்கைகளே நிதி நிர்வாகமாகும். மேலும் நிதி நிர்வாகம் என்பது, வரவு–செலவு திட்டங்களை வடிவமைத்தல், உருவாக்குதல், ஒப்பளித்தல் மற்றும் பாராளுமன்றம், சட்டமன்றங்களில் தாக்கல் செய்தல், தணிக்கை செய்தல், நடைமுறைப்படுத்துதல் ஆகியவற்றை பற்றியது.

5. கூட்டாட்சி நிதி

பொதுநிதியின் ஒரு உட்பிரிவே கூட்டாட்சி நிதியாகும். கூட்டாட்சி என்பது இரண்டு (அ) அதற்கு மேற்பட்ட அரசுகளின் கூட்டமைப்பு. இக்கூட்டாட்சி அமைப்பில் மைய, மாநில மற்றும் உள்ளூர் அரசுகள் ஒருங்கிணைந்துள்ளன. இது, இவ்வரசுகளிடையே நிலவுகிற நிதி உறவுமுறைகள் பற்றியும், அதனோடு சம்மந்தமுடைய பிரச்சனைகளைப்பற்றியும் ஆராய்கிறது.

வரி என்பதன் பொருள்

வரிகள் மூலம் பெறபடுகின்ற வருமானமே பொதுவருவாயின் முக்கிய வருமானமாகும். ஒரு குடிமகன் (அ) ஒரு நிறுவனம் அரசுக்குக் கட்டாயமாகச் செலுத்தக்கூடிய ஒரு செலுத்துகையே வரி எனப்படும். வரி விதிப்பில் கட்டாயத் தன்மை காணப்படுகிறது.

வரி-இலக்கணம்

பேராசிரியர் செலிக்மேன் **(Seligman)** “வரி என்பது ஒரு குடிமகன் அரசுக்கு கட்டாயமாக செலுத்தும், செலுத்துகை. அரசிடம் இருந்து எந்தவித நேரடி நன்மையும் எதிர்பார்க்காமல், கட்டாயமாக செலுத்த வேண்டியதே வரி எனப்படும்” என கூறுகிறார்.

வரிவிதிப்பின் விதிகள்

ஆடம் ஸ்மித்தின் வரிவிதிப்புக் கொள்கைகள் பின்வருமாறு

1. சமத்துவ விதி
2. தெளிவு விதி
3. வசதி விதி
4. சிக்கன விதி

1. சமத்துவ விதி

இவ்விதியின்படி ‘ஒருவன் தன் சக்திக்கேற்ப’ வரி செலுத்துவதே இதனுடைய கொள்கையாகும். வரிவிதிக்கும் போது வரி செலுத்துவோரின், சக்திக்கேற்ப வரி விதிக்கவேண்டும். ஏழைகள் மீது குறைவாகவும், பணக்காரர்கள் மீது அதிகமாகவும் வரி விதித்தல் வேண்டும். வரிவிதிப்பானது நீதியின் அடிப்படையில் அமையவேண்டும். அனைத்து தரப்பு மக்களும் தங்களது சக்திக்கேற்ப வரி செலுத்த வேண்டும்.

2. தெளிவு விதி / உறுதி விதி

ஒவ்வொரு குடிமகனும் தான் செலுத்தவேண்டிய வரியின் அளவு, எப்பொழுது வரி செலுத்தவேண்டும், யாரிடம் செலுத்த வேண்டும் என்பதை அறிந்திருக்க வேண்டும். இதுவே தெளிவு / உறுதி விதியாகும்.

3. வசதி விதி

வரி செலுத்துதல், வரி செலுத்துவோருக்கு வசதியாகவும் பாரம் குறைந்ததாயும் இருத்தல் வேண்டும். எ.கா சம்பளத்திலிருந்து பிடித்தம் செய்யப்படும் வருமானவரி, பண்டங்கள் மீதான வரிகள் பொருட்களை வாங்கும்போதே பெறப்படுதல். (உ.ம்.)அறுவடையோடு பெறப்படும் நிலவரி.

4. சிக்கன விதி

இவ்விதி வரிவிதிப்பிலும், வரி வசூலிப்பதிலும் அதிக பணம் விரயமாகாமலிருக்க வேண்டும் என்ற தத்துவத்தைப் பற்றியது. இச்சிக்கனவிதி வரிச்சட்டங்கள் மற்றும் வழி முறைகள் எளிதானதாகவும், மக்களது வருமான வரிகளைக் குறைந்த அளவில் பயன்படுத்துவதாகவும் அமைதல் வேண்டும்.

வரிகளின் வகைகள்

வரிகளின் வகைகளைப் பின்வருமாறு வரிசைப்படுத்தலாம். அவையாவன

1. நேர்முக மற்றும் மறைமுக வரிகள்
2. விகித வரிவிதிப்புமுறை, வளர்வீதமுறை, தேய்வீதமுறை, மீதவளர்வீத முறை
3. மதிப்புக்கூட்டு வரி (VAT)
4. ஒன்று (அ) பலதரப்பட்ட வரிகள்

1. நேர்முக மற்றும் மறைமுக வரிகள்

பேராசிரியர் டால்டனின் கூற்றுப்படி, ''நேர்முக வரி என்பது யார் மீது வரி விதிக்கப்பட்டதோ, அவரே வரி செலுத்துவதாகும். மறைமுகவரி என்பது ஒருவர் மீது வரிவிதிக்கப்பட்டு, மற்றொருவர் பகுதியாவோ (அ) முழுமையாகவோ வரி செலுத்துவதாகும்.

நேர்முக வரியில் வரி செலுத்துபவரே, வரிச்சுமையைச் சுமக்கவேண்டும். ஆனால் மறைமுகவரியில், வரிவிதிக்கப்பட்டவர் வேறு, வரிச் சுமையைச் சுமப்பவர் வேறு.

நேர்முகவரி எ.கா.: வருமானவரி, சொத்துவரி, வெகுமதிவரி, தீர்வைவரி என்பவையாகும்.

மறைமுக வரிக்கு எ.கா: சுங்கவரி, விற்பனை வரி என்பனவாகும்.

மத்திய மற்றும் மாநில அரசுகளின் வரிகள்

இந்தியாவின் நிதியியல் அமைப்பானது, கூட்டாட்சி அமைப்பாகும். இந்திய அரசியல் அமைப்புச் சட்டத்தின்படி இந்தியாவில் மத்திய, மாநில அரசுகளுக்குத் தனித்தனியாக வரிகள் விதித்து வசூலிக்கும் உரிமைகள் வழங்கப்பட்டுள்ளன. இம்மாதிரியான பிரிவினைகளின் மூலம் மத்திய, மாநில அரசுகளுக்கிடையே நிதி நிர்வாகத்தில் எந்தவித பிரச்சனைகளும் ஏற்படாது.

மத்திய அரசு விதிக்கும் வரிகள்

மத்திய அரசுக்குக் கீழ்க்காணும் இரு முறைகளில் வருமானம் கிடைக்கிறது.

(1) வரி சார்ந்த வருமானம்

(2) வரி சாராத வருமானம்

வரி சார்ந்த வருமானம்

1) வேளாண்மை வருமானம் தவிர்த்து பிற வருமானங்களின் மீதான வரிகள்
2) நிறுவனங்களின் மீதான வரிகள்
3) செலவீனங்கள் மீதான வரிகள்
4) சொத்துக்கள் மீதான வரிகள்

5) அன்பளிப்பு வரிகள்
6) செல்வ வரிகள்
7) மூலதனத்தின் மீதான வரிகள்
8) ஆயத்தீர்வை வரிகள்
9) சுங்கத்தீர்வுகள் (ஏற்றுமதி, மற்றும் இறக்குமதி வரிகள்)

மத்திய அரசின் வரிசாரா வருவாய்கள்

(1) நிதிசார் பணிகள்

(2) வட்டி வருவாய்கள்

(3) இலாப பங்குகள்

(4) பொதுப் பயன், பணிகள்

(5) சமூக, சமுதாயப் பயன் பணிகள்

(6) பொருளாதார பயன் பணிகள்

மாநில அரசால் விதிக்கப்படும் வரிகள்

இந்திய அரசியல் அமைப்பு சட்டப்படி மாநில அரசுகள் வரிவிதிப்பின் மூலம் வருமானம் பெறும் அதிகாரம் பெற்றுள்ளன. ஆனால் யூனியன் பிரதேசங்களுக்கு நேரடியான நிதியுதவியை மத்திய அரசாங்கமே அளித்து உதவும்.

மாநில அரசின் மூலம் விதிக்கப்படும் வரிகள்

1. நில வருவாய் (வரி, தீர்வை வசூலிப்பு உட்பட)
2. விற்பனை மற்றும் செய்தித்தாள் தவிர மற்ற பொருள்கள் மீதான வரிகள்
3. வேளாண்மை வருவாய் மற்றும் நிலம் ஆகியவற்றின் மீது விதிக்கப்படும் வரிகள்.
4. நிலம், மனைகள், கட்டிடங்கள் மீது விதிக்கப்படும் வரிகள்.
5. வேளாண்மை நிலம் சார்பான வேளாண் பண்ணைவரிகள்
6. மதுவகைகள் மீது விதிக்கப்படும் ஆயத்தீர்வைகள்

7. ஒரு மாநிலத்திலிருந்து, பிரிதொரு மாநிலத்திற்குப் பண்டங்களைக் கொண்டுவரும் போது விதிக்கப்படும் வரிகள்.

8. கனிமப் பொருள்களின் உரிமங்கள் மீது விதிக்கப்படும் வரிகள்.

9. மின்சார நுகர்வு, விற்பனை மீதான வரிகள்.

10. விலங்குகள், படகுகள், வாகனங்கள் மீது விதிக்கப்படும் வரிகள்.

11. இருப்புப்பாதை, உள்நாட்டு நீர்வழி ஆகியவற்றில் கொண்டுச் செல்லும் சரக்குகள், பயணிகளின் மீது விதிக்கப்படும் வரிகள்.

12. முத்திரைத்தாள் வரிகள், நீதிமன்ற கட்டணம், மற்றும் பதிவுக் கட்டணங்கள்

13. பொழுதுபோக்கின் மீது விதிக்கப்படும் வரிகள்.

14. விளம்பரங்கள், செய்தித்தாள் தவிர்த்து பிற விளம்பரங்கள் மீதான வரிகள்.

15. தொழில்கள், வர்த்தகம், வேலைகள் மீதான வரிகள்

16. நீர்ப்பாசனம் மற்றும் காடுகள் மூலம் கிடைக்கும் வரிவருமானங்கள்.

17. மத்திய அரசின் மானியங்கள் மீதானவரிகள்

18. பிற வருமானங்கள், அதாவது பதிவுக்கட்டணம், வருமான வரியில் ஒரு பகுதி, சுங்கவரிகள், மற்றும் கடன்கள் மீதான வரிகள்.

வரிவிதிப்பு முறைகள்

(1) விகித முறைவரிகள்

(2) வளர்வீத முறை வரிகள்

(3) தேய் விகிதமுறை வரிகள்

(4) மித வளர்வீதமுறை வரிகள் என நான்கு வகைப்படுத்தப் படுகின்றன.

1. விகித வரி விதிப்பு முறை (Proportional Tax)

இவ்வகை வரிகள் மாறாது, நிலையானதாக உள்ளன. வருமானம் அதிகமானலும் குறைந்தாலும் வரிவிதிப்பில் மாற்றம் ஏற்படாது. ஏழைகளுக்கும், பணக்காரருக்கும் ஒரே மாதிரியான வரிவிகிதம் விதிக்கப்படும்.

2. வளர்வீத வரிவிதிப்பு முறை (Progressive Tax)

இம் முறையில் வரியின் அடிப்படை தளம் அதிகரிக்கும் போது, வரி விகிதமும் அதிகரிக்கின்றது. வருமானம் அதிகரித்தால் வரிவிகிதமும் அதிகரிக்கும். (எ.கா) வருமான வரி.

3. தேய்வு வீத வரிவிதிப்புமுறை (Regressive Tax)

வருமானம் உயரும்போது, செலுத்தவேண்டிய வரி விகிதம் குறைந்தால், அது தேய்வு வீத வரி எனப்படும். இந்த முறையில் பணக்காரரைவிட ஏழைகள் மீது வரிச்சுமை அதிகரிக்கிறது. எனவே இத்தகையான வரிவிதிப்பு நியாயமற்றதாகும்.

4. மித வளர்வீத வரிவிதிப்புமுறை (Degressive Tax)

விகிதமுறை வரி விதிப்பு, வளர்வீத வரிவிதிப்பு ஆகிய இரண்டும் சேர்ந்த கலவையே மித வளர்வீத வரிவிதிப்பாகும். இதில் வருவாய் உயர, உயர வரிவீதமும் ஒரு குறிப்பிட்ட அளவு வரை உயர்ந்து பின்பு சீரான நிலையை அடைகிறது. இங்கு வருவாய் உயர்ந்தாலும், வரிவிகிதம் உயர்வதில்லை. இவ்வரிமுறையில் உயர் வருமானம் ஈட்டுபவர்கள் குறைந்த வருமானம் ஈட்டுபவர்களைக் காட்டிலும் குறைவான தியாகத்தையே மேற்கொள்கின்றனர்.

இந்நான்கு முறைகளுள் வளர்வீத வரிவிதிப்பு முறையே சிறந்ததாகும்.

ஆண்டு நிதி நிலை அறிக்கை (Budget)

அரசின் வரி வருவாய் மற்றும் பொது கடன்களைப் பற்றிய தீர்மானங்கள் ஆண்டு நிதிநிலை அறிக்கையில் வரவுசெலவுத் திட்டத்தில் அளிக்கப்படுகின்றன. வளர்ச்சிக்கும், திட்டம் தீட்டுதலுக்கும் வரவு செலவுத் திட்டமானது இன்றியமையாததாகும் வளர்ச்சித் திட்டங்களின் நோக்கங்களை அடைய திட்டவட்டமான கொள்கை வழிமுறைகளை இவ்வரவுச் செலவுத் திட்டம் வரைந்து தருகிறது. மேலும் வரவும் செலவும் ஒன்றிற்கொன்று இணையாக நடைபெறாததால் இந்த வரவு செலவுத் திட்டமானது அவசியமானதாக இருக்கிறது.

விளக்கம்

வரவு–செலவு திட்டம் என்பது ஆண்டு நிதிநிலை அறிக்கையாகும். இது அரசின் வரவு–செலவுகளோடு கூடிய ஒரு நிதி ஆண்டிற்கான (ஏப்ரல் 1 முதல் மார்ச் 31 முடிய) அறிக்கை. பட்ஜெட் என்னும் சொல் பிரெஞ்சு மொழிச்

சொல்லான (Bougette) என்ற பதத்திலிருந்து உருவானது. 'Bougette' என்பதற்கு 'சிறிய பை' என்று பொருள். நாடாளுமன்றத்தில் சமர்ப்பிக்கப்படவேண்டிய இவ்வரிக்கையை (மாநில சட்டமன்றத்திலும்) நிதி அமைச்சர்கள் இப்பையில் வைத்துதான் கொண்டுவருவது வழக்கம். மத்திய, மாநில அரசுகள் ஒவ்வொரு நிதி ஆண்டு தோறும் இவ்வறிக்கையைத் தயாரிப்பர். இந்த திட்டங்களில் அரசின் நிதி கொள்கைகள், வரிக் கொள்கைகள், மூலதன பிறப்பிடங்கள், சேமிப்பு அளவுகள், வளங்களின் பயன்பாடுகள் மற்றும் மூலதன ஆக்கங்கள் பற்றிய விளக்கங்கள் இடம் பெறும்.

வரையறைகள்

வரவு–செலவுத் திட்டத்திற்கு வெவ்வேறான வரையறைகள் உருவாக்கப்பட்டன.

பேராசிரியர் டிமாக் (imock) அவர்கள் குறிப்பிடும்போது "வரவு–செலவுத் திட்டம் என்பது ஒரு குறிப்பிட்ட காலகட்டத்தில் சமமாக கணக்கிட்ட வரவு மற்றும் செலவு" என்கிறார். மேலும் நிர்வாகத்தைப் பொறுத்தவரையில் முந்தைய செயல்பாட்டினைப் பதிவு செய்தல், நிகழ்காலத்தின் கட்டுப்படுத்தும் முறையாகவும் மற்றும் எதிர்காலத்தை பிரதிபலிக்கும் ஒரு திட்டமாகும்.

வரவு-செலவு திட்டத்தின் வகைகள்

வரவு–செலவு திட்டம், சமநிலை வரவு–செலவுத் திட்டம் என்றும் சமனற்ற வரவு–செலவு திட்டம் எனவும் இரண்டு வகைப்படும்.

I. சமநிலை வரவு-செலவு திட்டம் (Balanced Budget)

அரசின் திட்டமிடப்பட்ட செலவுகளும், வருவாயும் சமமாக இருப்பின் அது சமநிலை வரவு–செலவு திட்டம் எனப்படும். குறிப்பிட்டக் காலகட்டத்தில் வருவாயானது, செலவிற்கு சமமாய் இருக்கும்.

II. சமனற்ற வரவு செலவுத் திட்டம் (Un - Balanced Budget)

(மிகை வரவு செலவுத் திட்டம் (அ) பற்றாக்குறை வரவு செலவுத்திட்டம்)

சமநிலையற்ற வரவு செலவுத் திட்டம் என்பது அரசின் வருவாய், செலவை விடக் கூடினாலும் (அல்லது) அரசின் செலவு, வருவாயை விட அதிகமானாலோ இரண்டுமே சமனற்ற வரவு செலவுத் திட்டம் என்றழைக்கப்படும். அரசின் வருவாயும், செலவும் சமமாக இல்லாதிருத்தலே சமநிலையற்ற வரவு செலவு திட்டமாகும். பொது வருவாய்கள், பொது செலவுகளைவிட அதிகமாக இருப்பின்

அது "உபரி வரவு–செலவு திட்டம்" எனப்படும். பொது செலவைக் காட்டிலும், பொது வருவாய் குறைவாக இருந்தால் அது "பற்றாக்குறை வரவு–செலவு திட்டம்" என்றும் அழைக்கப்படும்.

தொன்மைப் பொருளியல் அறிஞர்கள் சமநிலை வரவு செலவு திட்டத்தை ஆதரித்தனர். ஆனால் நவீன பொருளியல் வல்லுநர்கள் சமநிலையற்ற வரவு–செலவுத் திட்டமே ஒரு நாட்டின் பொருளாதாரம் சமநிலையை அடையவும், அந்நிலையைத் தொடர்ந்து நிலைநாட்டவும் பெரிதும் பயனுள்ளதாக இருக்கும் என்று கருதுகின்றனர்.

வரவு-செலவு திட்டத்தின் வகைகள்

1. வருவாய் வரவு – செலவுத் திட்டம்
2. மூலதன வரவு – செலவுத் திட்டம்

நிதி நிர்வாகத்தில், வரவு செலவுத்திட்டம் என்பது மிக முக்கியமான பகுதியாகும். ஒவ்வொரு நிதி ஆண்டிலும் அரசு தனது வரவினைப்பற்றியும் செலவினங்களைப்பற்றியும் தனது வரைவினை பாராளுமன்றத்தில் விவாதிப்பதற்காக சமர்ப்பிக்க வேண்டியது அவசியம். மேலும் அரசின் செலவினங்களுள் வருவாய் செலவினங்களையும் மூலதனச் செலவினங்களையும் பிற செலவினங்களிலிருந்து வேறுபடுத்தவேண்டும். எனவேதான் இத்திட்டத்தை வருவாய் பட்ஜெட் என்றும் மூலதனபட்ஜெட் என்றும் இரண்டு வகைகளாகப் பிரிக்கின்றனர்.

1. வருவாய் வரவு-செலவு திட்டம் (Revenue Budget)

இதில் அரசின் வருவாய் வரவுகளும் (வரி வருவாய், வரி தவிர்த்த பிற வருவாய் உட்பட) அவற்றிலிருந்து செய்யப்படும் வருவாய் செலவுகளும் அடங்கும். சொத்தினை உருவாக்காத அனைத்து செலவினங்களும் வருவாய் செலவினம் என்று அழைக்கப்படும். (எ.கா.) அரசுத்துறைகள் சார்பான செலவுகள் – நடப்பு வருவாயும் (Current Reuenue) நடப்பு செலவினங்களும் – அரசின் பொதுக்கடன் மீதான வட்டி, மற்றும் வளர்ச்சி சாரா செலவினங்கள்)

2. மூலதன வரவு - செலவுத் திட்டம்

அரசு செய்யும் செலவினங்களின் பெரும் பகுதி மூலதன செலவுகளாகும். மூலதன வரவுகள், மூலதனச் செலவினங்கள் ஆகியவை மூலதன வரவு செலவுத் திட்டத்தில் அடங்கும். அங்காடிக் கடன்கள், இந்திய ரிசர்வ் வங்கியிடமிருந்து பெறக்கூடிய கடன்கள், கருவூல உண்டியல்கள், அயல்நாட்டு

அரசுகள், நிறுவனங்கள் போன்வற்றிலிருந்து பெறுகின்ற கடன்கள் ஆகியவை அரசின் குறிப்பிடத்தக்க மூலதன வருவாய்களாகும். அரசிற்குச் சொந்தமாக நிலம், கட்டிடங்கள், இயந்திரத் தளவாடங்கள் போன்றவற்றை வாங்குதல், முதலீடுகள் மற்ற அரசு கம்பெனிகளுக்கும் மாநில அரசுகளுக்கும் வழங்கப்படும் கடன்கள் போன்றவை மூலதன செலவினங்களில் அடங்கும்.

செயல்திறன் வரவு செலவுத் திட்டம்

(Performance Budgeting)

ஒதுக்கீட்டு வழி முறையானது பல நாடுகளில், பழைய செலவின திட்ட முறையிலிருந்து மாறுபட்டு புதிய உத்திகளாகிய – செய்திறன் நிதி நிலை அறிக்கை, காரியத்திட்டம் மற்றும் பூஜ்ஜிய நிதிநிலை அறிக்கை (Zero based budget) போன்றவை கையாளப்படுகின்றன.

செயல்திறன் வரவு செலவுத் திட்டமானது அரசாங்கத்தின் பொது செலவினங்களைச் சார்ந்த, பணிகள், காரியங்கள், செயல்வடிவங்கள், நடவடிக்கைகள், திட்டங்கள் ஆகியவற்றை உள்ளடக்கும் இத்திட்டமானது அரசு மேற்கொள்ளும் அடிப்படையான அரசின் செலவினங்களை பிரதிபலிக்கிறது.

பூஜ்ஜிய வரவு - செலவுத்திட்டம் (Zero Based Budget)

பூஜ்ஜிய – நிதி நிலை அறிக்கை என்பது ஒரு புதிய உத்தியைக் கொண்ட வரவு செலவுத்திட்டமாகும். இதில் ஒவ்வொரு ஆண்டும், ஒரு புதிய ஆண்டாக ஏற்றுக் கொள்ளப்படுகிறது. கடந்த சில நிகழ்வுகளைக் கணக்கில் எடுத்துக் கொள்வதில்லை. இத்திட்டம் பூஜ்ஜியத்தை அடிப்படையாகக் கொண்டு, முழுமையானதாகவும், புதிதானதாகவும் எடுத்துக்கொள்ளப்படுகிறது.

நிதியியல் கொள்கை (Fiscal Policy)

நிதியியல் கொள்கையின் பொருள் விளக்கம்

நிதியியல் கொள்கை என்பது அரசின் (பொதுச்) செலவு மற்றும் அதற்கான நிதி வழங்கும் முறையைப் பற்றிய தொகுப்பு கோட்பாடுகளை குறிப்பதாகும். ஒரு அரசாங்கத்தின் நிதி–நிலை அறிக்கைப்பற்றிய நிலையமைதியே நிதியியல் கொள்கை எனப்படும். நாட்டின் பொருளாதார நடவடிக்கைகளைக் கட்டுப்படுத்தவும், மாற்றி அமைக்கவும் அரசு என்ன செய்யக்கூடும் என்ற கேள்விக்கு விடையை நிதிக் கொள்கை அளிக்கிறது.

நாட்டின் உற்பத்தி, வேலைவாய்ப்பு, மற்றும் விலை ஆகியவற்றைப் பொதுக்கடன்கள், வரிகள், பொதுச் செலவுகள் வாயிலாக மாற்றி அமைக்க அரசு எடுத்துக் கொள்ளும் முயற்சிகளைப் பற்றியது ஆகும்.

வரையறை:

ஆர்தர் ஸ்மித்ஸ் என்பவரின் கூற்றுப்படி "நிதியியல் கொள்கை என்பது நாட்டின் தேசிய வருவாய், உற்பத்தி, வேலைவாய்ப்பு ஆகியவற்றில் தேவைப்படும் விளைவுகளை ஏற்படுத்தவும், தேவைப்படாத, எதிர்பாராத விளைவுகளைத் தவிர்க்கவும் அரசு மேற்கொள்கின்ற அரசின் வருவாய் மற்றும் செலவு பற்றிய காரியத்திட்டமாகும்"

நிதியியல் கொள்கையின் முக்கியத்துவம்

பேராசிரியர் J.M.கீன்ஸ் அவர்கள் வெளியிட்ட "வேலை வாய்ப்பு, வட்டி மற்றும் பணத்தை சார்ந்த பொதுக் கொள்கை" என்னும் நூல் வெளியிடப்படும் வரை நிதியியல் கொள்கையின் முக்கியத்துவம் உணரப்படவில்லை. அவரது பொதுக் கோட்பாடானது நிதியியல் கொள்கையின் பொருளையும் செயல்பாட்டையும் அறிவுறுத்தி பொது நிதியியலில் ஒரு திருப்பு முனையாக அமைந்தது. இவர் வரிகள், பொதுச் செலவுகள், பொதுக் கடன்களே நாட்டின் உற்பத்தி நிலையையும், வேலை நிலைகளையும் மாற்றுவதற்கான சிறந்த கருவிகள் என்று விளக்கியுரைத்தார்.

மக்களாட்சி வழியில் இயங்கும் அரசு, மக்களது பொது நலத்தில் ஈடுபாடு கொண்டதாக நடந்து கொள்ள வேண்டுமாயின் பொருளாதார வளர்ச்சித் துறைகளில் சீரியப்பணியாற்ற வேண்டும். அனேக பொதுநல வளர்ச்சிப் பணிகளில் (பொது பயன்பாட்டுப் பணிகளான குடிநீர் வசதி, சுகாதாரவசதி, குடிமைப் பணிகள், துவக்கக் கல்வி, சமூக நலன், பாதுகாப்பு) முக்கிய பங்கேற்று செயல்படவேண்டும். இதுவே நவீன அரசுகளின் தலையாய நிதியியல் கொள்கைகளாகும். மேற்கூறிய பணிகளும் சேவைகளும் அங்காடியில் விற்கப்படாத வைகளாகும். அவை நுகர்விற்காக அங்காடியில் அளிப்பாக விற்கமுடியாதவைகளாகும். ஆனால் இத்தகைய பொதுப் பணிகளுக்காக வரிகளின் வடிவத்தில் இதன் பெறுமானத்தை அரசு பெற்றுக்கொள்ளலாம்.

வளர்ச்சி குறைந்த நாடுகளில் பொது நிதியியலானது இன்னும் கூடுதலான பணிகளை மேற்கொள்ளவேண்டியுள்ளது. இவ்வரசு பொருளாதாரத்தில் நிலையான தன்மையை ஏற்படுத்த வேண்டியுள்ளது. வளர்ந்து வரும் நாடுகளில் தீவிர பொருளாதார வளர்ச்சியை ஊக்குவித்தல்

என்பது விரும்பத்தக்கதொன்றாகும். எனவே பொது நிதியியலில் விரைந்த வளர்ச்சியையும் பொருளாதார நிலைப்படுத்தலையும் வலியுறுத்தி அரசாங்கங்கள் பாடுபடவேண்டும் என்ற நிலை ஏற்பட்டது.

நிதிக் கொள்கையின் நோக்கங்கள்

நிதிக் கொள்கையின் அடிப்படையான நோக்கங்கள் பின்வருமாறு

1. வளங்களைத்திரட்டி, பொதுத் துறையின் நிதி ஆதாரங்களைப் பெருக்கச் செய்தல்.

2. தனியார் துறையை வளர்ச்சியடையச் செய்தல்.

3. வளங்களை உத்தம அளவில் (optimum) பயன்படுத்தல்.

4. பணவீக்கத்தைக் கட்டுப்படுத்தி, பொருளாதாரத்தை நிலைப்படுத்துதல்.

5. வருமானம், சொத்துப் பகிர்வில் உள்ள ஏற்றத்தாழ்வுகளைக் குறைத்தல்.

6. முழு வேலைவாய்பை அடைதல், மற்றும் பொருளாதார வளர்ச்சி.

7. நிதிக் கொள்கையும், மூலதன ஆக்கமும்

1. வளங்களைத் திரட்டி, பொதுத்துறையின் நிதி ஆதாரங்களைச் பெருக்கச் செய்தல்

நாட்டின் வரிக் கொள்கையானது கிடைக்கும் வளங்களைச் சிறந்த முறையில் திரட்டி நாட்டின் வளர்ச்சிப் பணிக்காக பயன்படுத்தும் முறையில் அமைய வேண்டும். மேலும் வீணான மற்றும் ஆடம்பரச் செலவுகளை, உபயோகமான உற்பத்தி முதலீடுகளாக மாற்றி வளர்ச்சிப் பணிகளுக்காக செலவிடப்படல் வேண்டும்.

2. தனியார் துறையை வளர்த்தல்

கலப்புப் பொருளாதாரத்தில் தனியார் துறையானது முக்கிய பங்காற்றுகிறது. வளர்ச்சியில் பொதுத் துறையின் பங்கு அதிகரித்தாலும் தனியார் துறையின் பங்கைப் புறக்கணிக்க இயலாது. ஆகவே, தனியார் துறையில் முதலீடு செய்பவருக்கு வரி விடுமுறை, வரிச் சலுகைகள், உதவித் தொகைகள், ஊக்கங்கள் அளித்து மூலதன திரட்சியையும், முதலீட்டையும் தனியார் துறையில் மேம்படச் செய்யலாம்.

3. வளங்களை உத்தம அளவில் பயன்படுத்தல்

மேற் குறிப்பிடப்பட எல்லா நோக்கங்களையும் நிறைவேற்ற, வளங்கள் முறையாக பகிர்ந்தளிக்கப்பட வேண்டும். தனியார் துறை, மற்றும் பொதுத் துறைகளை முறையாக மூலதன திரட்சியை பயன்படுத்த அவற்றை ஊக்குவிக்க வேண்டும். உற்பத்தி வளங்களை பொருளாதார வளர்ச்சியை அதிகரிக்கும் வழிகளில் பயன்படுத்த வேண்டும். கிடைக்கக்கூடிய அனைத்து வளங்களும் சமூக, மற்றும் பொருளாதார வளர்ச்சிக்காக பயன்படுத்தப்பட வேண்டும்.

4. பணவீக்கத்தைக் கட்டுப்படுத்தி, பொருளாதாரத்தை நிலைப்படுத்தல்

பணவீக்கத்தையும், பணவாட்டத்தையும் கட்டுப்படுத்தும் ஒரு கருவியாக நிதிக் கொள்கை உள்ளது. முதலாவதாக அவ்வப்போது ஏற்படும் பொருளாதாரச் சிக்கல்களைச் சீர் செய்ய ஏற்ற ஒரு வரி அமைப்பை அடையாளம் கண்டு கொள்ளவேண்டும். இரண்டாவதாக, பணவீக்கம் மற்றும் பணவாட்ட நேரங்களில் வரி முறைகளில் அவசியமான மாற்றம் ஏற்படுத்துதல் வேண்டும். இந்தியா போன்ற நாடுகளில் பணவாட்டத்தை அடியோடு அகற்ற, வரி அமைப்பைக் காட்டிலும், பொது செலவின் போக்கினை அதிகப் பயனுள்ளதாக ஆக்க வேண்டும். பண வீக்கக் காலங்களில், பணவீக்க எதிர்ப்பு வரிகளான உபரி இலாப வரிகள், மற்றும் பொதுவான, ஆடம்பர நுகர்வு பொருள்கள் மீது வரிகள் விதிக்கப்படவேண்டும்.

5. வருமானம், சொத்துக்கள் பகிர்வில் உள்ள ஏற்றத்தாழ்வுகளை குறைத்தல்

நாட்டு வருமானமானது எல்லா வகை மக்களும் பயன்பெறும் வகையில் பகிர்ந்தளிக்கப்பட வேண்டும். வருமானம், சொத்து மற்றும் வாய்ப்புகளால் சமநிலை ஏற்படும்போது மட்டுமே பொருளாதாரத்தில் வளர்ச்சியிலும் மற்றும் சமூக வளர்ச்சியில் ஒரு முழுமையைக் காணமுடியும். ஏழை எளிய மக்களின் நலன் கருதி வருமானமானது மறுபகிர்வு செய்யப்படவேண்டும். வரிகள் மூலம் மட்டுமே இத்தகைய மாற்றத்தை ஏற்படுத்த முடியும். மேலும் அரசானது, பொதுச் செலவினங்களை அதிகரிக்கும்போது பொருளாதாரத்தில் பின்தங்கியுள்ள மக்களின் நலன்களை உயர்வடைய செய்ய முடியும். மேலும் வேளாண்மை, நீர்பாசனம் கல்வி, சுகாதாரம் மற்றும் மருத்துவ வசதிகள் மீதான செலவுகள் அதிகரிக்கும் போது, நலிந்த மக்களது பொருளாதாரம் முன்னேற்றம் அடையும்.

6. முழுவேலை வாய்ப்பு அடைதல் மற்றும் பொருளாதார வளர்ச்சி

முழுவேலைவாய்ப்பு, மற்றும் விலையில் நிலைத்தன்மை, ஆகியன நிதிக் கொள்கையின் மூலமே அடைய முடியும். பொருளாதார மந்த காலத்தில் வேலையின்மையை தீர்ப்பதில் பணக்கொள்கை வெற்றிப்பெறவில்லை. ஆனால் அரசின் நிதிக்கொள்கையால் மட்டுமே இந் நோக்கத்தை நிறைவுச் செய்ய இயலும். வளர்ச்சி வீதத்தை அதிகரிக்க முழு வேலைவாய்ப்பில் உள்ள வளங்கள் சரியான முறையில் பகிர்வுச் செய்யவேண்டியது அவசியம். இந்த செயல்கள் மூலம் பொருளாதார உற்பத்தி திறனானது அதிகரிக்கும். ஆகவே நிதிக்கொள்கையை பயன்படுத்தி வரிகளின் வாயிலாக முதலீடுகளை பெருக்கி, நுகர்வுகளை கட்டுப்படுத்துவதன் மூலம் உற்பத்தியை பெருக்கலாம். தனி நபரின் வருமானம் மீதான வரியை குறைக்கும்போது, மூலதன பெருக்கம் அதிகரிக்கும். வேலைவாய்ப்புகளை அதிகரிக்க, அரசானது சமூக மற்றும் பொருளாதார வளர்ச்சிக்கான செலவினங்களை அதிகரிக்க வேண்டும். அரசானது மேற்கொள்ளும் உள்ளூர் பொதுப்பணித்துறை வளர்ச்சி திட்டங்களில் குறைந்த மூலதனத்தையும் அதிகமான அளவு உழைப்பையும் பயன்படுத்தினால் வேலைவாய்ப்பு அதிகரிக்கும்.

7. நிதிக் கொள்கையும், மூலதன ஆக்கமும்

நிதிக் கொள்கைகளாகிய, வரிகள், சுங்க/ஆயத் தீர்வைகள், மாற்றுச் செலுத்துகைகள், வரி சலுகைகள் மற்றும் மானியங்கள், தள்ளுபடிகள் முதலியன மூலம் மூலதன ஆக்கம் அதிகரித்து, நீண்ட கால பொருளாதார வளர்ச்சி அடையும் மூலதனமானது பொருளாதார வளர்ச்சியை தீர்மானிக்கும் ஒரு காரணியாகும். அதுவே பொருளாதார வளர்ச்சியின் ஒரு திறவுகோலாக வளர்ந்து வரும் நாடுகளில் பயன்படுகிறது.

நிதிக் கொள்கையின் குறைபாடுகள் (Limitations of Fiscal policy)

நிதிக் கொள்கையானது, தனியார் மற்றும் பொதுத்துறைகளில் சேமிப்பு, மற்றும் முதலீடுகளை அதிகரிக்க முடுக்கிவிடும் முக்கிய கருவியாக இருந்தாலும், இதில் கீழ்க்காணும் குறைபாடுகள் உள்ளன.

1. நிதித் தீர்வுகளின் அளவு
2. வணிகச் சூழல்களைக் கட்டுப்படுத்துவதில் நிதிக் கொள்கையின் குறைந்த வெற்றி.

3. அரசு நிருவாகத்தில் காலதாமதம்
4. மற்ற குறைபடுகள்.

1. நிதித் தீர்வுகளின் அளவு

நிதி நிலை அறிக்கை என்பது ஒரு சாதாரண வரவு–செலவு அறிக்கை மட்டுமல்ல அது ஒரு பொருளாதாரத்தின் வடிவமைப்பாகும். இவ்வரைவு நாட்டு வருமானத்தின் ஒரு சிறிய பகுதியாக இருப்பதனால் பொருளாதார வளர்ச்சியின் மீது விரும்பத்தக்க பாதிப்பை ஏற்படுத்த இயலாது. நம் நாட்டின் பெருமளவிலான மக்கள் ஏழைகளாக இருப்பதால், நேர்முக வரியை அதிக அளவில் நாம் பயன்படுத்த இயலவில்லை. மேலும் மொத்த வரிவருவாயானது நாட்டு வருமானத்தில் ஒரு சிறு பகுதியாக இருப்பதனால், பெருமளவு நிதியாக்கம் தேவைப்படுகின்ற, பின் தங்கிய நிலையில் இருக்கின்ற பொருளாதாரத்தை முன்னேற்ற, இந்நிதியின் தீர்வு போதாததாக உள்ளது.

2. வணிகச் சூழல்களைக் கட்டுப்படுத்துவதில் நிதிக் கொள்கையின் குறைவான வெற்றி

ஒரு நாட்டின் துறைகளுக்கிடையே ஒருங்கிணைப்பு ஏற்படாவிட்டால், நிதி கொள்கையின் கருவிகள் அந்நாட்டின் பொருளாதார வளர்ச்சியை விரைவுப்படுத்த முடியாது. அரசு மேற்கொள்ளும் எல்லா செயல்பாடுகளும் அனைத்து துறைகளிலும் ஒரே மாதிரியான தாக்கத்தை ஏற்படுத்தி, இவ்வாறாக ஒருதுறையில் ஏற்படுகின்ற மந்தமானது மற்றொரு துறையில் விலை ஏற்றத்தை ஏற்படுத்தும். பற்றாக்குறை நிதியாக்கத்தின் மூலம் ஏற்பட்ட வாங்கும் சக்தியின் அதிகரிப்பு, 1930–ம் ஆண்டின் பெரும் மந்தத்தை பற்றிய விளக்கிய J.M.கீன்ஸ் அவர்களின், மந்தம் தழுவிய பொருளாதரங்களுக்கு இன்னும் கூடுதலான விலை ஏற்றத்தையே அளித்தது.

3. அரசு நிருவாகத்தில் காலதாமதம்

நிர்வாகத்தடைகளினால் நிதிநிர்வாக கொள்கை நடைமுறைப் படுத்துவதில் கால தாமதமும், நிச்சயமற்ற சூழல் மற்றும் குழப்பநிலையும் ஏற்படக்கூடும். இதன் விளைவாக நிதிக் கொள்கையின் வலிமை செயலிழக்கக்கூடும்.

மற்ற குறைபாடுகள்

பெரும் அளவிலான வேலைக்குறைவு, பொதுமக்களிடையே காணப்படும் ஒற்றுமையின்மை, வரி ஏய்ப்புக்கள், குறைவான வரி விதிப்புக்கள் போன்றவை நிதிக் கொள்கையின் மற்ற குறைபாடுகளாகும்.

பயிற்சி

பகுதி–அ

I. சரியான விடையை தேர்ந்தெடுக்கவும்.

1. பொது நிதியானது, வருமானம் மற்றும் செலவுடன் தொடர்புடையது.

அ. தனியார் துறை ஆ. வேளாண்மைத் துறை

இ. பொதுத் துறை ஈ. தொழில் பிரிவு

2. வரி வருவாய்

அ. கட்டணம் ஆ. வரிகளின் வகைகள்

இ. வருவாய் ஈ. வரியற்ற வருவாய்

3. கூட்டாட்சி குடியரசு இதனைக் கொண்டது

அ. மைய, மாநில மற்றும் உள்ளாட்சி அமைப்புக்கள்

ஆ. மைய மற்றும் மாநில அரசுக்கள்

இ. மாநில மற்றும் உள்ளாட்சி அமைப்புகள்

ஈ. மேற்கூறிய அனைத்தும்

4. அரசினால் விதிக்கப்படும் கட்டாய கட்டணம் என்பது

அ. அனுமதி ஆ. வெகுமதியும் மற்றும் மானியம்

இ. கடன் ஈ. வரி

5. பூஜியத்தை அடிப்படையாக ஆண்டு நிதிநிலை அறிக்கை இதனை அடிப்படையாக கொண்டது

அ. அடிப்படை ஆண்டு ஆ. நிதியாண்டு

இ. புத்தாண்டு ஈ. கல்வியாண்டு

II. கோடிட்ட இடங்களை நிரப்புக.

6. .... என்பது பல்வேறு வழிகளில் அரசுக்கு வரும் வருவாய்.

7. நேரடி மற்றும் விகிதாச்சார சலுகை பெறாமல் போவதை இவ்வாறு .... அழைக்கின்றோம்.

8. வரிவிதிப்பின் அடிப்படை கோட்பாட்டை .... என்று அழைக்கிறோம்.

9. நேரடி மற்றும் மறைமுக வரி விதிப்பு முறை .... அடிப்படையாக கொண்டு விதிக்கப்படுகிறது.

10. .... வரி என்பது வளர்வித வரியையும், விகிதாச்சார வரியையும் உள்ளடக்கியது ஆகும்.

III. பொருத்துக.

11.	புனித வரிவதிப்பு முறை	- அ. தள்ளுபடியும் உதவித்தொகையும்
12.	வளர்வித வரி	- ஆ. ஆதம் ஸ்மித்
13.	நிதி (பணக்) கொள்கை	- இ. வரி விதிப்பு வீதம் குறையும்
14.	மறுப்பு வித வரி	- வருவாயும் செலவும் சமமாக இருக்கும்
15.	சமச்சீர் நிதிநிலை அறிக்கை	- சிறந்த வரிமுறை

IV. ஓரிரு வார்த்தைகளில் விடையளிக்கவும்.

16. வரி என்பது என்ன?

17. 'VAT' என்பதன் விரிவாக்கம் யாது?

18. விகிதாச்சார வரி விதிப்புமுறை என்றால் என்ன?

19. நிதி நிலை அறிக்கையின் வகைகள் யாவை?

20. பொதுக் கடன் என்பது என்ன?

பகுதி–ஆ

பின்வரும் வினாக்களுக்கு நான்கு அல்லது ஐந்து வரிகளில் விடையளிக்கவும்.

21. பொதுநிதியை நான்கு அல்லது ஐந்து வரிகளில் விடையளிக்கவும்.

22. பொதுநிதியின் பாடப்பொருள் (Subject Matter) என்ன?

23. ஆதம் ஸ்மித்தின் புனித வரி விதிப்புக் கொள்கை என்ன?

24. வரிகளின் வகைகள் என்னென்ன?

25. 'பூஜ்ய' (Zero Budget) நிதிநிலை அறிக்கை என்றால் என்ன?

பகுதி–இ

பின்வரும் வினாக்களுக்கு ஒருபக்க அளவில் விடையளிக்கவும்.

26. வரிவிதிப்புக் கொள்கையை விவரி?

27. மாநில அரசின் முக்கிய வரிவருவாய் மற்றும் வரியற்ற வருவாய் எவை? எவை?

28. ஆண்டு நிதிநிலை அறிக்கை என்பதை விளக்குக. சமநிலை மற்றும் சமநிலையற்ற ஆண்டு நிதிநிலை அறிக்கையை விவரிக்கவும்.

29. பணக்கொள்கையின் வரையறை யாது?

30. 'நேர்முகவரி' மற்றும் மறைமுகவரியை வேறுபடுத்திக்காட்டுக.

பகுதி–ஈ

பின்வரும் வினாக்களுக்கு மூன்று பக்க அளவில் விடையளிக்கவும்

31. பணக்கொள்கையின் துணைப்பிரிவுகள் யாவை?

32. வரி என்பதை வரையறு. நேரடி வரிகளின் வகைகள் யாவை?

33. ஆண்டு நிதிநிலை அறிக்கையின் வகைகளை விவரி.

34. பணக் கொள்கையின் நோக்கங்களும் வரையறைகளும் என்னென்ன?

பாடம் – 1 விடைகள்

பகுதி–அ

I.

1 இ	2 ஈ	
3 அ	4 இ	5 இ

II.

6 சிறிய

7 பயன்பாடுகளை

8 பண்டமாற்றுமுறை

9 சமூக

10 சமுத்திரம் (கடல்)

III.

11 இ	12 உ	
13 ஈ	14 அ	15 ஆ

IV.

16 அரசியல் பொருளாதாரம்

17 புள்ளியியல், கணக்குப்–பொருளியல்

18 பகுத்தாய்வு முறை (Inductive Method)

19 காற்று, சூரியஒளி

20 பெயரளவு வருமானம் (Nominal Income)

பாடம் – 2 விடைகள்

பகுதி–அ

I.

1. ஈ	2. அ	
3. ஈ	4. ஆ	5. அ

II.

6. பழக்கங்களும், மரபுகளும்
7. விலைக்கருவி
8. உற்பத்தி வாய்ப்பு எல்லை
9. சமூக/கூட்டுநலம்
10. தனியார் மற்றும் பொது

III.

11. ஈ	12. அ	13. உ
14. ஆ	15. இ	16. ஆம்.
17. இலாபநோக்கு.		18. வீழ்ச்சி.
19. சீனா, கியூபா.		20. ஆம்.

பாடம் – 3 விடைகள்

பகுதி–அ

I.

1. அ	2. இ	
3. ஆ	4. ஈ	5. அ

II.

6. நுகர்வு
7. போட்டியிடுபவை, ஒன்றையொன்று சார்ந்துள்ளது.
8. இயல் பயன்பாட்டு ஆய்வு
9. மொத்த பயன்பாடு
10. பொருளாதார கோட்பாடு

III.

11. ஈ	12. அ	
13. ஆ	14. உ	15. இ

IV.

16. விருப்பங்களை நிறைவுச் செய்யும் சக்தி
17. கோன்ஸ் இரண்டாம் விதி
18. சமநோக்கு வளைகோடு என்பது இரண்டு பண்டங்களின் பல்வேறு இணைப்புகளின் மூலம் கிடைக்கும்.
19. சமநோக்கு வளைக்கோட்டின் தொகுதி என்பது இரண்டு படங்களுக்கான வெவ்வேறு நிலையான பயன்பாட்டை விளக்கும்.
20. விலை – விகித கோடு

பாடம் – 4 விடைகள்

பகுதி–அ

I.

1. ஈ
2. அ
3. ஆ
4 இ
5. ஈ

II.

6. குறைந்துச் செல் இறுதிநிலை பயன்பாட்டு விதி
7. அங்காடித் தேவை அட்டவணை
8. வெப்ளன் விளைவு
9. ஆல்பிரட் மார்சல்
10. அளிப்பின் நெகிழ்ச்சி

III.

11. ஈ
12. அ

13. உ

14. ஆ

15. இ

IV.

16. மற்றவை மாறாதிருக்கும்போது

17. செழுமையின்போது தேவை அதிகரிக்கும், மந்தத்தின்போது தேவை குறையும்

18. e_p = தேவை வளைகோட்டின் கீழ்ப்பிரிவு/தேவை வளைகோட்டின் மேல்பிரிவு

19. வருமானத்தில் ஏற்பட்ட மாற்றத்தால் தேவையில் ஏற்பட்ட மாற்ற அளவு.

20. ஆம்

பாடம் – 5 விடைகள்

பகுதி–அ

I.

I. ஈ.	2. ஆ.	
3. அ.	4. இ.	5. அ.

II.

6. விலை

7. உபமுறைகள்

8. சமநிலை

9. குறுகியகாலம் மற்றும் நீண்டகாலம்

10. செங்குத்தாக Y-அச்சுக்கு இணையாக

III.

11. c.	12. d.	
13. a.	14. b.	15. e.

IV.

16. சமநிலை

17. வருமானம், சுவைகள், பதிலிப் பண்டங்களின் விலை.

18. ஆல்பிரட் மார்ஷல்

19. கனரக இயந்திரங்கள், கட்டடம் முதலீட்டுச் சாதனங்கள்

20. ஆம்

பாடம் – 6 விடைகள்

பகுதி–அ

I.

1. ஆ	2. அ	
3. ஆ	4. அ	5. அ

II.

6. அடிப்படைக் காரணிகள்

7. ஆடம் சுமித்

8. வேலைப் பகுப்பு முறை

9. மூலதனம்

10. உற்பத்தி சார்பு

III.

11. இ	12. உ	
13. அ	14. ஆ	15. ஈ

IV.

16. தொழில் முனைவோர்

17. நிறுவனத்தின் உள்ளிருந்து

18. சம உற்பத்திக் கோடுகள்

19. MRTS xy = Px/Py

20. $Q = b\, L^{\propto} C^{\beta}$

பாடம் – 7 விடைகள்

பகுதி–அ

I.

1. ஈ 2. அ
3. ஈ 4. ஆ 5. இ

II.

6. பெயரளவுச் செலவு
7. பொருளாதார செலவு
8. குறுகிய காலம்
9. மொத்த மாறாச்செலவு + மொத்த மாறும் செலவு
10. U வடிவம்

III.

11. ஈ 12. உ
13. அ 14. ஆ 15. இ

IV.

16. MR மாறாமல் இருக்கும் / AR-உடன் பொருந்தி வரும்.
17. மொத்த வருவாயுடன் சேர்ந்த கூடுதல்.
18. இலாபமும், நஷ்டமும் இல்லா நிலைப்புள்ளி.
19. குறுகிய கால செலவுக் கோட்டின் ஒரு தொகுதி / திட்ட வளைக்கோடு.
20. TC/q

பாடம் – 8 விடைகள்

பகுதி–அ

I.

1. இ 2. அ
3. ஈ 4. ஆ 5. அ

II.

6. ஒத்தப்பண்டம்.
7. அதிகபட்ச இயல்பு இலாபம்.
8. விலை ஏற்பவர்.
9. சட்ட ரீதியான முற்றுரிமை.
10. ஒற்றுமையுடன் கூட்டுறவாக.

III.

11. இ 12. ஈ
13. உ 14. ஆ 15. அ

IV.

16. பல நிறுவனங்களைக் கொண்டது
17. அரசு
18. வரிவிதிப்பு / சட்ட முறை
19. பண்டங்களின் வேறுபாடு
20. 1969

பாடம் – 9 விடைகள்

பகுதி–அ

I.

1. ஈ 2. ஈ
3. இ 4. ஆ 5. அ

II.

6. பொதுவான
7. நிறைவு
8. வாய்ப்பு
9. பெயரளவு
10. தொழில் முயல்வோன்

III.

11. ஆ   12. அ
13. ஈ   14. உ   15. இ

IV.

16. இல்லை
17. ஆம்
18. போம் – போகுவர்க்
19. வாக்கர்
20. புத்தாக்கம் கோட்பாடு

பாடம் – 10 விடைகள்

பகுதி–அ

I.

1. ஆ   2. இ
3. அ   4. ஆ   5. ஈ

II.

6. வருமானம் மற்றும் நுகர்வு.
7. இறுதிநிலை சேமிப்பு நாட்டம்.
8. முதலீடு வீழ்ச்சி.
9. நீர்மை விருப்பம்.
10. முடுக்கி.

III.

11. இ   12. அ
13. உ   14. ஆ   15. ஈ

IV.

16. பெருமந்தம்.
17. அளிப்பு அதன் தேவையை உண்டாக்கும்.
18. கீன்சு.
19. கீன்சு குறுக்கு
20. K = 1/1 - MPC.

பாடம் – 11 விடைகள்

பகுதி–அ

I.

1. அ   2. அ
3. ஆ   4. அ   5. இ

II.

6. பண்டமாற்று வாணிகம்.
7. வீழ்ச்சி
8. இர்விங் ஃபிஷர்
9. மிகை வேகப் பணவீக்கம் (அ) ஓடும் பணவீக்கம்
10. பணவீக்கம்

III.

11. ஆ   12. இ
13. அ   14. உ   15. ஈ

IV.

16. மைய வங்கி
17. பணவீக்க காலத்தில்

18. கட்டுப்படுத்தப்பட்ட பணவீக்கம்

19. இல்லை

20. ஜெர்மனி

பாடம் – 12 விடைகள்

பகுதி–அ

I.

1. இ 2. ஆ

3. அ 4. ஈ 5. இ

II.

6. அரசின் நிதி

7. சரியீடு (Quid-pro-quo)

8. வரி விதிகள்

9. நிகழ்வு மாற்றம்

10. கீழ்நோக்கிய போக்கு

III.

11. ஆ 12. உ

13. அ 14. இ 15. ஈ

IV.

16. கட்டாயம் செலுத்துதல் வேண்டும்.

17. மதிப்புக் கூட்டுவரி.

18. ஒரே மாதிரியான வரி விதிப்பு.

19. சமநிலை மற்றும் சமநிலையற்ற நிதிநிலை அறிக்கை.

20. பொதுமக்களிடமிருந்து கடன் பெறுவது.