

පාලනය නොකරන වෙළෙඳ පිලිවෙත

පාරිභෝගික සන්තුෂ්ඨිය හා සන්තර්පනය වෙළඳ ප්‍රතිපත්තිය ක්‍රියාත්මක වූයේ භාණ්ඩ හිඟය කින් පාරිභෝගිකයන් පිඩාවට පත් කළ යුගයක් නිම කිරීමෙන් පසුවය. අද ක්‍රියාත්මක වන නව වෙළඳ ප්‍රතිපත්තිය පාරිභෝගික අභිරුචිය අනුව හැඩ ගැසෙමින් පවතින්නක් වන්නේය.

වසර විස්සක පමණ කාලයක් තිස්සේ ශ්‍රී ලංකාවේ පැවති වෙළඳ හා ආනයන සීමා ආදිය නියා පාරිභෝගිකයන්ට තම අවශ්‍යතා සපුරා ගැනීමේ ඔහන් නොවීය. ඉල්ලුමක් ඇති එහෙත් අත්‍යවශ්‍ය නැතැයි 'පරිපාලනමය ලෙස, තීරණය වූ භාණ්ඩ රැක් සඳහා කළුකඩ ව්‍යාපාරයක් ආරම්භ වූයේය.

භාණ්ඩ ගෙන්වීම සඳහා ඔලපත්‍රලද අතලොස්සකට පාරිභෝගිකයන් සූරා කෑමට වරම් ලැබීණ. ඔලපත්‍ර නිකුත් කිරීමේ හා වෙනත් පරිපාලනමය නීතිරීති තීරණය කිරීමේ භාගය ලැබූ නිලධාරී පැලැන්තියකට අනවශ්‍ය තැනක් හා උද්ගන්වයක් ලැබීණ. පාරිභෝගික භාණ්ඩ සීමාවෙන් ඇතිවූ හිඟකමින් එල ප්‍රයෝජන ගැනීමේ අවිද්‍යාවන් දේශීය භාණ්ඩ නිෂ්පාදනයට එළඹී සමහර කාර්මාන්ත කරුවෝ එක් අතකින් ගුණයෙන් හා තත්ත්වයෙන් අඩු ආදේශන භාණ්ඩ නිපදවා වැඩි හා අසාධාරණ මිලකට අලෙවි කළහ. අනෙක් අතින්, අඩු මිලකට ගුණයෙන් හෙබි සමහර භාණ්ඩ පිටරටින් ගෙන්වා ගැනීමට හැකියාව තිබිය දී 'ස්වයං-පෝෂණය' හා කාර්මිකකරණය' නාමයෙන් රටෙහි තිබෙන සිමිත, නිෂ්පාදන සාධක නිෂ්පාදිතය. අඩු භාණ්ඩ නිෂ්පාදනය සඳහා අපවත් ශූන්‍ය.

මේ සියල්ලටත් වඩා ආනයන හා විනිමය පිළිබඳ දැඩි සීමාවලින් ඔලොපොරොත්තු වූ පරම ප්‍රතිඵලය වූ විදේශීය විනිමය ආරක්‍ෂාකර ගැන්ම

හෙවත් ඉතිරි කර ගැන්ම කළ නොහැකි විය. පිටරටින් ලැබෙන ලැබීම හා පිටරටට කරන ගෙවීම් අතර වෙනස හෙවත් ගෙවුම් ශේෂ පරතරය ක්‍රමයෙන් වඩාත් අසතුටුදායක තත්ත්වයකට පත්විය. භාණ්ඩ හිඟය විසින් මිළ මට්ටම ඉහළ නැංවූ අතර අපනයන කර්මාන්ත අංශයට අවශ්‍ය භාණ්ඩ නිෂි කලට නිසි තරමට ලබාගැන්මට නොහැකි වීමෙන් අපනයන වර්ධනය ද, අවසානයේදී ආර්ථික වර්ධනය ද අඩාල විය.

ආර්ථික වශයෙන් මෙවැනි අසතුටුදායක ව්‍යාපාරවරණයක් යටතේ, පොදු ව්‍යාපාර ආරක්‍ෂාමය හා අත්‍යවශ්‍ය භාණ්ඩ වර්ග කිහිපයක් හැරුණු විට අත්‍ය සියළුම භාණ්ඩ ඔලපත්‍ර ක්‍රමයෙන් මුද්‍රා හැර විවෘත වෙළඳ පලෙහි ආනයන කිරීමට ඉඩදීම නව වෙළඳ ප්‍රතිපත්තියේ විප්ලවකාරී ස්වභාවය මනාව පිළිබිඹු කරයි. භාණ්ඩ ගෙන්වීම නිරූපණය වූවට පමණක් යටත් කළ අතර එම නිරූපණය මට්ටමද අසාධාරණ ඉහළ මට්ටමක නො තැබිය. භාණ්ඩ ගෙන්වීමට හා වෙනත් දෑ සඳහා අවශ්‍ය විනිමය පහසුවෙන් මුද්‍රා හරිනු ලැබූ නිසා මොනෝ කලකට පසු පළමුවරට පාරිභෝජනයට හා නිෂ්පාදනයට අවශ්‍ය භාණ්ඩ නිදහස් ලෙස ගලා ඒවත්, විනිමය කළුකඩ ව්‍යාපාරය මොනෝ දුරට අඩුවීමක් සිදුවිය. එසේම සලාක ක්‍රමයකින් තොරව වෙළඳ පලේ ඔලවෙහ අනුව තරඟකාරිවූත්, සැහොන දුරකට තත්ත්වය වූ විනිමය අනුපාතයකට අනුව තීරණය වූත්, මිළ ක්‍රමයක් ඇතිවීණ.

ශ්‍රී ලංකාවේ පාරිභෝගික රටාව, ව්‍යුහය හා අභිරුචිය දෙස විවාරාත්මක බැලීමක් කළ යුත්තේ ඉහත පසුබිම පදනම් කරගෙනය. පාරිභෝගික සන්තර්පනයේ මූලික අංග නම් ඔහුට භාණ්ඩ මිලදී ගැනීමේ හැකියාව හෙවත් ක්‍රියාශක්තියක් තිබීමත්, එම හැකියාව ක්‍රියාත්මක කිරීම සඳහා මෙහෙයුම් පලෙන් නිදහස්ව භාණ්ඩ ලබා ගැනීමට හැකි වීමත්, අසාධාරණ හා අවස්ථානෝචිතවූත් ලෙස ප.රි.භෝගිකයා සුරාකෑමෙන් වළකාලීම සඳහා එක් අතකින් නීතිමය හා තාක්ෂික පාලනය මෙන්ම අනෙක් අතින් පාරිභෝගික සංවිධාන තිබීමත්ය. වර්තමාන රජයේ නූතන වෙළඳ ප්‍රතිපත්තිය තුළ ඉහත කී අංග දක්නට ලැබේ.