

වෙළඳපල තොරතුරු සන්නිවේදනය

සන්නිවේදනය යනු මිනිස් සමාජයේ පැවැත්මට අත්‍යවශ්‍ය වූ ක්‍රියාදාමයකි. මෙය පුරාණ සමාජය සම්බන්ධයෙන් මෙන්ම වර්තමාන සංකීර්ණ සමාජය සම්බන්ධයෙන් ද එකසේ වැදගත් වන්නකි. සන්නිවේදනය යනු සැබවින්ම අදහස් - උදහස්, විත්තනයන් සහ තොරතුරු හුවමාරු කර ගැනීමයි. සමාජයක් තුළ ජීවත්වීමේ දී ඔවුනොවුන් අතර අදහස්, තොරතුරු හුවමාරු කර ගැනීමකින් තොරව මිනිසුන්ට ජීවත් විය නොහැකිය. මිනිස් සංහතියේ ආරම්භයේ පටන්ම මිනිසුන් අතර අදහස් හුවමාරු කර ගැනීම හෙවත් සන්නිවේදන කටයුතු සඳහා විවිධ ක්‍රම හා විධි පැවති අතර මිනිස් සමාජයේ විකාශනයත්, නවීන විද්‍යාවේ වර්ධනයත් සමඟ මානව සන්නිවේදන විධි වඩාත් පුළුල් හා දියුණු වන්නට විය. මිනිස් සමාජය තුළ සන්නිවේදන ක්‍රම රාශියක් පවතින අතර යම් භාෂාවක් භාවිතා කරමින් අදහස් හුවමාරු කරගැනීම වාචික සන්නිවේදනය වන අතර ලිඛිත සන්නිවේදනය, ශබ්ද සන්නිවේදනය, සංඥා සන්නිවේදනය යනාදී වශයෙන් සන්නිවේදන මාධ්‍ය ගනනාවකි. මේ විවිධ මාධ්‍ය උපයෝගී කරගනිමින්, මිනිසුන් ඔවුනොවුන් අතර අදහස්, තොරතුරු හුවමාරු කරගැනීම, මිනිස් ක්‍රියාකාරීත්වය උදෙසා වූ මූලික මානසික සම්බන්ධතාවයකි. සන්නිවේදන ක්‍රියාදාමය තුළ සන්නිවේදනය කරන්නෙකු හෙවත් සන්නිවේදකයෙකු සිටිය යුතු අතර පතිවුඩය හෙවත් තොරතුරු ලබාගන්නා ග්‍රාහකයෙකු ද සිටිය යුතුය. මේ දෙදෙනා අතර ඇතිවන ගනුදෙනුව යම් සන්නිවේදන මාධ්‍යයක් හරහා සිදුවිය යුතු අතර ග්‍රාහකයාගේ ප්‍රතිචාර සන්නිවේදකයා වෙත ප්‍රතිපෝෂණය වීම සාර්ථක සන්නිවේදන ක්‍රියාදාමයක පැවතිය යුතු අංග වේ.

වර්තමානයේ විවිධ නවීන මාධ්‍යයන් ඔස්සේ සන්නිවේදන ක්‍රියාදාමය සිදු වේ. නව දැනුම, තාක්ෂණය, විවිධ තොරතුරු සමාජයේ විවිධ පුද්ගලයන් වෙත ළඟා වෙන්නේ සන්නිවේදන ක්‍රියාදාමයේ ප්‍රතිඵලයක් වශයෙනි. මේ අනුව, විවිධ ක්ෂේත්‍රවල විවිධ තොරතුරු විවිධ පුද්ගලයන් වෙත සන්නිවේදනය වීම සිදු වේ. මේ අතුරින් වෙළඳපල සම්බන්ධ තොරතුරු පාරිභෝගිකයන් මෙන්ම නිෂ්පාදකයන් වෙත ද සන්නිවේදනය වීම

දෙපාර්ශවයටම අත්‍යවශ්‍යයෙන්ම වැදගත් වන්නකි. වෙළඳපොළ තොරතුරු සන්නිවේදන ක්‍රියාදාමයෙහි දී, යෙදවුම්, නිමැවුම් සහ බෙදහැරීම යන ත්‍රිවිධාකාර වූ ක්ෂේත්‍රයන් කෙරෙහිම අවධානය යොමු කිරීම වැදගත්ය.

මෙහි දී, ග්‍රාමීය කෘෂිකාර්මික ක්ෂේත්‍රය පාදක කර ගතහොත් කෘෂිකර්මාන්තයේ නියැලෙන නිෂ්පාදකයන්ට වෙළඳපල තොරතුරු සන්නිවේදනය තුළින් ලබාගත හැකි ප්‍රතිඵල රාශියකි. පුරාණයේ සිටම විවිධාකාර වූ අවිධිමත් හා විධිමත් යන දෙයාකාරයෙන්ම ගොවීන් (නිෂ්පාදකයන්) වෙත තොරතුරු සන්නිවේදනය වුවත්, බහුලවම භාවිතා වූයේ අවිධිමත් සන්නිවේදන ක්‍රමයන්ය. පුරාණයේ ගොවියා බොහෝ විට තොරතුරු ලබා ගත්තේ කඩයක් තුළ හෝ විශාල ගසක් යට එක් රැස්වීමෙන් විවිධ පුද්ගලයන් හා සාකච්ඡා සතු වූ සාමිචියේ යෙදීම තුළිනි. කලාතුරකින් ගමට

පැමිණෙන සිනමා දර්ශන වැනි දේ තුළින් ඔවුන් වෙත තොරතුරු සන්නිවේදනය වුව ද, කාර්යක්ෂම හා විධිමත් තොරතුරු සන්නිවේදනයක් ඒ තුළින් සිදු නොවුනි. වර්තමානයේ දියුණු තාක්ෂණයන් සමඟ විවිධාකාර නවීන ක්‍රම මගින් තොරතුරු සන්නිවේදනය කරගැනීමට ඉඩ ප්‍රස්ථා පවතී. මේ සම්බන්ධයෙන් ගොවි ජනතාවගේ උනන්දුව හා උද්යෝගය ද සැලකිය යුතු ලෙස වර්ධනය වී තිබේ.

සාර්ථක වෙළඳපලක් ඇති වීම කෙරෙහි නිෂ්පාදකයා (ගොවියා) හා පාරිභෝගිකයා අතර ද, නිෂ්පාදකයන් අතර ද ගොවියන් හා බාහිර ලෝකය අතර ද, ගොවියා හා රජය අතර ද නිසි තොරතුරු හුවමාරුවක් පැවතීම අත්‍යවශ්‍ය කරුණකි. මේ තුළින් ගොවීන්ට මෙන්ම පාරිභෝගිකයාට ද සැලසෙන සහන රාශියකි.

ගොවීන් වෙත වෙළඳපල තොරතුරු නිසි ආකාරයෙන් සන්නිවේදනය වීම තුළින් ඔවුන්ට තමා නිෂ්පාදනය කළ යුත්තේ කුමක් ද? ඒ සඳහා වර්තමානයේ පවතින වෙළඳපල තත්ත්වය කුමක්ද? තම වගාවන් නිෂ්පාදන වෙනස් කළ යුතු ආකාරය පිළිබඳව ද අවබෝධයක් ලබාගත

රෝපිණි රත්නවැල්ල
පර්යේෂණ නිලධාරී
අලෙවි, ආහාර ප්‍රතිපත්ති හා කෘෂි ව්‍යාපාර අංශය
හෙක්ටර් කොඩ්ඩැකඩුව ගොවි කටයුතු
පර්යේෂණ හා පුහුණු කිරීමේ ආයතනය

හැකි වේ. රාජ්‍ය මට්ටමින් සිදුවන ඊට අදාළ ප්‍රතිපත්ති සැලසුම් හා වෙනස්වීම් පිළිබඳව ද, තොරතුරු ගොවියා වෙත නිසි පරිදි සන්නිවේදනය වීම තුළින් ඔවුන්ට තම නිෂ්පාදන මිල දී ගන්නා අය සමඟ කෙටි කිරීම මගින් සාධාරණ මිලකට තම නිෂ්පාදන අලෙවි කර ගැනීමේ හැකියාව ලැබේ. ගොවීන්ට එදිනෙදා අදාළ නිෂ්පාදන සඳහා පවතින විවිධ වෙළඳපල මිල ගණන් දැන ගැනීම වැදගත් වන්නේ එනිසාවෙනි. එසේම, වෙළඳපලේ මිල ගණන් අඩු වී ඇති අවස්ථාවක තම නිෂ්පාදනයන් හි අස්වනු නෙලීම දින කිහිපයකට කල් දමා ගැනීම තුළින් එසේ කළ හැකි වගාවන් හි වෙළඳපල සැපයුම යම් තරමකට සීමා කළ හැකි වන අතර ඒ මගින් මිල අඩු වීම ද, යම් දුරකට වලක්වා ගත හැකිය. මේ සඳහා සාර්ථක හා විධිමත් වෙළඳපල තොරතුරු සන්නිවේදනයක් අවශ්‍ය වේ. මීට අමතරව, කෘෂි යෙදවුම් පිළිබඳ මිල හා තොරතුරු දැනගැනීම තුළින් ඒවායේ ආනයනික මිල, නොග මිල, සිල්ලර මිල පමණක් නොව රජය මගින් ඒ සම්බන්ධව පනවනු ලබන සහනාධාර පිළිබඳව ද නිසියාකාරව දැනුවත් විය හැකිය. මේ තුළින් ගොවීන්ට තම නිෂ්පාදන සඳහා අවශ්‍ය කෘෂි යෙදවුම් සාධාරණ මිලකට ලබාගත හැකි වන අතර අනවශ්‍ය රැවිටිලි වලට හසු නොවී සිටිය හැකිය. පෙර හා පසු අස්වනු නාස්තිය අඩු කිරීම සම්බන්ධයෙන් වර්තමානයේ පවතින විවිධ නවීන උපක්‍රම පිළිබඳ තොරතුරු නිසියාකාරව ගොවීන් වෙත සන්නිවේදනය වීම තුළින් ගොවීන්ගේ ලාභය වැඩිකර ගත හැකි වන අතර මෙසේ නව තොරතුරු ගොවි ප්‍රජාව වෙත මනාව සන්නිවේදනය වීම තුළින්, තම නිෂ්පාදන මිල දී ගන්නා නව ගැනුම්කරුවන්, ආයතන හඳුනාගැනීමේ හැකියාව ද ඔවුන්ට ලැබේ. මෙම අවස්ථාවේ දී තම නිෂ්පාදන ඉහළ මිලකට සුදුසු ස්ථානයකට අලෙවි කර ගැනීමේ හැකියාව ද ලැබේ.

සාර්ථක වෙළඳපල තොරතුරු සන්නිවේදන ක්‍රමයක් පවතී නම් ඒ තුළින් නිෂ්පාදකයාට පමණක් නොව පාරිභෝගිකයාට ද වෙළඳපලේ පවතින විවිධ තත්ත්වන් පිළිබඳ දැනුවත් වීමේ හැකියාව ලැබේ. මෙහි දී, තමා මිල දී ගන්නා නිෂ්පාදවල මිල, තත්ත්වය සහ කාලීන මිල හැසිරීම් පිළිබඳව ද අවබෝධයක් දළ වශයෙන් හෝ ලබා ගැනීමේ හැකියාව පවතී. වෙළඳපලේ පවතින නව නිෂ්පාදන ආදිය සම්බන්ධයෙන් ද පාරිභෝගික දැනුවත් භාවය උදෙසා මේ සන්නිවේදන මාධ්‍යයන්ගේ දායකත්වය කැපී පෙනේ.

අලෙවි කටයුතුවල නියැලී සිටින ව්‍යාපාරිකයන් සම්බන්ධයෙන් ද, තොරතුරු

සන්නිවේදනය වැදගත් වේ. නිසි තොරතුරු සන්නිවේදනයක් පවතී නම්, ව්‍යාපාරිකයන්ට, විවිධ ප්‍රදේශවල පවතින නිෂ්පාදන තත්ත්වයන් පිළිබඳ කාලීන වශයෙන් දැනුවත් විය හැකිය. මේ තුළින් වෙළඳපලට පැමිණෙන භාණ්ඩ පිළිබඳව අවබෝධයක් ලැබේ. ආනයන කටයුතු වල යෙදී සිටින ව්‍යාපාරිකයන්ට, තම ආනයනික භාණ්ඩ සම්බන්ධයෙන් කලින් කලට වෙනස්වන රාජ්‍ය ප්‍රතිපත්ති මෙන්ම එම ආනයනික රටවල පවතින නිෂ්පාදන සැපයුම් තත්ත්වයන් පිළිබඳව ද අවබෝධයක් නිසි තොරතුරු සන්නිවේදන ක්‍රියාමාර්ගයක් තුළින් ලබාගත හැකිය. දේශීය නිෂ්පාදන අපනයනය කරන ව්‍යාපාරිකයන් සඳහා ද, විවිධ රටවල ඒ සඳහා පවතින කොන්දේසි, අනෙකුත් රටවල තරඟකාරීත්වය වැනි දේ පිළිබඳව ද, මේ මගින් අවබෝධයක් ලැබේ. දේශීය නිෂ්පාදන **එකතු කරන්නන්** (Collectors) සඳහා රාජ්‍ය ප්‍රතිපත්ති, සීමා කිරීම් වැනි දේ පිළිබඳව ද, ආනයන සම්බන්ධයෙන් ද තොරතුරු අවශ්‍ය වන්නේ තම තොග පාලනය කර ගැනීම සඳහා ය.

බොහෝ නවීන තාක්ෂණික ක්‍රම භාවිතයෙන් සන්නිවේදන ක්‍රියාදාමය වර්තමානයේ පූර්ව මට්ටමකින් පැවතුන ද, සංවර්ධනය වෙමින් පවතින බොහෝ රටවල් මෙන්ම ශ්‍රී ලංකාවේ ද ග්‍රාමීය ජන කොට්ඨාශ වෙත නිසි පරිදි වෙළඳපල තොරතුරු සන්නිවේදනය වීමේ ගැටළු සහ සීමාවන් පවතී. ගොවි ප්‍රජාවට සිය අදහස් තොරතුරු හුවමාරු කර ගැනීමේ අවස්ථාවන් ද සීමිතය. පුවත්පත් වැනි මාධ්‍ය ගොවි ප්‍රජාවට බොහෝ දුරට සම්පතාවයක් දැක්වූව ද ඒ තුළින් නිසියාකාරව මෙම වෙළඳපල තොරතුරු සන්නිවේදනය වීමේ කාර්යභාරය ඉටුවේ ද යන්න ගැටළුවකි. විවිධ ආයතන විවිධ ලේඛන මේ පිළිබඳව ක්‍රියාත්මකව පැවතිය ද, සංවර්ධන රටවල් හා සැසඳීමේ දී සංවර්ධනය වෙමින් පවතින බොහෝ රටවල මෙන්ම ශ්‍රී ලංකාවේ ද වෙළඳපල තොරතුරු සන්නිවේදන ක්‍රමය, තවමත් පවතින්නේ පසුගාමී තත්ත්වයකය. මේ සඳහා සන්නිවේදක, ග්‍රාහක, මාධ්‍ය සහ ප්‍රතිපෝෂණය වැනි සියළුම කොටස්වල ගැටළු පැවතිය හැකි අතර සාර්ථක වෙළඳපල තොරතුරු සන්නිවේදනයක් තිබීම කාලීන අවශ්‍යතාවයකි.

ආශ්‍රිත ග්‍රන්ථ

1. සංවර්ධන සන්නිවේදනය 1999 - බන්දුල අක්ෂතායක
2. සන්නිවේදන ක්ෂේත්‍රය හා ජන සන්නිවේදනය - 1999 මහාචාර්ය සුනන්ද මණේද