කළුතර දිස්ත්‍රික්කයේ පොළ පිළිබඳ අධ්‍යයනය

බණ්ඩාර රත්නායක
ධනපාල ගොඩගේ

සිංහල පර්යේෂණ වාර්තා අංක : 40 මැයි 2001

අලෙවි හා ආහාර ප්‍රතිපත්ති අංශය

හෙක්ටර් කොබ්බෑකඩුව ගොවිකටයුතු පර්යේෂණ හා පුහුණු කිරීමේ ආයතනය
114, විජේරාම මාවත, කොළඹ 07.

2009/06
2010/04

කළුතර දිස්ත්‍රික්කයේ පොළ පිළිබඳ අධ්‍යයනය

බණ්ඩාර රත්නායක
ධනපාල ගොඩගේ

සිංහල පර්යේෂණ වාර්තා අංක : 40 මැයි 2001

අලෙවි හා ආහාර ප්‍රතිපත්ති අංශය

හෙක්ටර් කොබ්බෑකඩුව ගොවිකටයුතු පර්යේෂණ හා පුහුණු කිරීමේ ආයතනය
114, විජේරාම මාවත, කොළඹ 07.

22910

ISBN 955-612-038-6

පෙරවදන

කළුතර දිස්ත්‍රික්කයේ පොළ පිළිබඳ අධ්‍යයනයක් කිරීමේ අදහස ඉදිරිපත් කරන ලද්දේත්, ඒ සඳහා අවශ්‍ය මූල්‍ය සම්පාදනය කරන ලද්දේත් ජාතික තරුණ සේවා සභාව විසිනි. දේශීය අලෙවි ක්ෂේත්‍රයේ එක් වැදගත් අංගයක් වන පොළ ක්‍රමය කේන්ද්‍ර කොට ගෙන ස්වයං රැකියා ජනිත කර වීමට ශක්‍යතාවක් ඇත්දැයි සොයා බැලීම මෙහි මූලික පරමාර්ථය විය. ඒ හැරුණු විට පොළෙහි ක්‍රියාකාරීත්වය, පැවැත්ම, වර්ධනය, සැලැස්ම, පරිපාලනය හා වෙළඳ කටයුතු සිදුවන ආකාරය විමර්ශනයට ලක් කිරීම මෙහි අතුරු පරමාර්ථ විය.

ජාතික තරුණ සේවා සභාවේ අභිමතය පරිදි ඔවුන් විසින්ම අධ්‍යයන ප්‍රදේශය ලෙස කළුතර දිස්ත්‍රික්කය තෝරා ගෙන තිබුණි. දීප ව්‍යාප්ත වැඩ පිළිවෙලක් වන මෙය මුලින්ම ආරම්භ කරනුයේ කළුතර දිස්ත්‍රික්කයෙන් වීම එයට හේතු විය.

නිදහස් වෙළඳ පොළ බලවේග මත ක්‍රියාත්මක වන පොළ ක්‍රමයට මෙරට වෙළඳ රටාව තුළ විශේෂ ස්ථානයක් හිමිවේ. එය දේශීය කෘෂි ද්‍රව්‍ය අලෙවි කරන මධ්‍යස්ථානයක් වන අතර අවට ග්‍රාමීය ජනතාවගේ දෛනික පාරිභෝජන අවශ්‍යතා සපුරාලන්නා වූ මූලාශ්‍රයක් ද වේ. පොළෙහි කාර්යභාරය වර්තමාන අලෙවි ක්ෂේත්‍රයේ සිදුවන නවීකරණයන් සමඟ කෙසේ සිදු වන්නේ ද යන්න සොයා බැලීමේ ඇති වැදගත් කම, මෙම අධ්‍යයනය කෙරෙහි අවධානය යොමු කිරීමට මූලික හේතුව විය.

ගොවි කටයුතු පර්යේෂණ හා පුහුණු කිරීමේ ආයතනයේ පර්යේෂණ හා පුහුණු කිරීමේ නිලධාරී බණ්ඩාර රත්නායක මහතාත් ධනපාල ගොඩගේ මහතාත් නියමිත කාල සීමාව තුළ දී (1987 / 1989) මෙහි අධ්‍යයන කටයුතු අවසන් කර තිබුණි. ධනපාල ගොඩගේ මහතා ආයතනයෙන් ඉවත්ව යෑම නිසාත්, බණ්ඩාර රත්නායක මහතා පශ්චාත් උපාධි අධ්‍යන කටයුතු සඳහා දිවයිනෙන් බැහැර යාම නිසාත් මේ වාර්තාව මුද්‍රණය කිරීම ප්‍රමාද විය.

අධ්‍යයනයට අනුව කළුතර දිස්ත්‍රික්කයේ පොළවල් වල වෙළඳුන්ගෙන් වැඩි ප්‍රමාණයක් ශුද්ධ ලාභ ලබා තිබුණේ එළවළු, පළතුරු, සහල්, කරවල සහ අතිරේක ආහාර ද්‍රව්‍යය අලෙවි කිරීමෙනි. සියළුම පොළවල් වල එළවළු සහ පලතුරු වර්ග අලෙවි කරන වෙළඳුන්ද, විශාල පොළවල් වල පමණක් සහල්, කරවල සහ අතිරේක ආහාර ද්‍රව්‍යය අලෙවි කරන වෙළඳුන් ද අති ප්‍රමාණික ලාභ ලබන පිරිසක් බව කල්පිත පරීක්ෂාවෙන් පැහැදිලි විය. ඒ අනුව පොළවල් සියල්ලකම එළවළු සහ පලතුරු වර්ග අලෙවි කිරීම සඳහාද, විශාල පොළවල් වල පමණක් සහල්, කරවල සහ අතිරේක ආහාර ද්‍රව්‍ය අලෙවි කිරීම සඳහා ද නවක වෙළඳුන් පිරිසක් යෙදවිය හැකි බව නිගමනය කර ඇත.

අමතරව පොළවල් තුළට වෙළඳුන් වශයෙන් රැකියා විරහිත තරුණ තරුණියන් ඇතුල් කිරීම මනා පරීවයකින් හා විමසිල්ලකින් කළයුතු කාර්යයක් බවත්, වෙළඳාම සඳහා යොදවනු ලබන නවක පිරිස් වෙළඳ වෘත්තිය කෙරෙහි ඇල්මක් දක්වන පිරිසක් විය යුතු බවත්, ඔවුන්ට පොළෙහි ක්‍රියාකාරීත්වය සහ අලෙවිකරණය ගැන පුළුල් දැනුමක් ලබාදිය යුතු බවත්, වෘත්තියෙහි යෙදවීමෙන් පසු ඇගයීම් සහ අධීක්ෂණයන් කිරීම කළයුතු බවත් අධ්‍යයන වාර්තාව මඟින් නිර්දේශ කර ඇත.

මෙම අධ්‍යයනය සඳහා අවස්ථාව සහ මූල්‍යමය ආධාර සපයා දුන් ජාතික තරුණ සේවා සභාවටත් එහි අධ්‍යක්ෂ ජනරාල්වරයා වූ චරිත රත්වත්තේ මහතාටත්, සංවර්ධන අධ්‍යක්ෂවරයා වූ ආර්.ආර්.එම්. අමරතුංග මහතාටත්, නියෝජ්‍ය අධ්‍යක්ෂ වූ එම්.ටී. ලක්ෂ්මන් මහතාටත් මාගේ හෘදයාංගම ස්තුතිය පුද කරනු කැමැත්තෙමි.

ආචාර්ය ඇස්.ජී. සමරසිංහ
අධ්‍යක්ෂ
හෙක්ටර් කොබ්බෑකඩුව ගොවි කටයුතු පර්යේෂණ හා පුහුණු කිරීමේ ආයතනය.

ස්තුතිය

කළුතර දිස්ත්‍රික්කයේ පොළ පිළිබඳව කරන ලද මෙම අධ්‍යයනය ජාතික තරුණ සේවා සභාවේ අවශ්‍යතාවයක් ඉටු කිරීමකි. මෙම අධ්‍යයනය ආරම්භ කළ අවස්ථාවේ සිට මේ දක්වාම එහි කාර්යන් සඵල කර ගැනීමෙහි ලා අප නන් අයුරන් දිරි ගැන්වූ හා උදව් උපකාර කළ අය බොහෝය. මොවුන් නොවන්නට මෙවැනි පර්යේෂණ ග්‍රන්ථයක් සම්පාදනය කිරීමත් මුද්‍රණයෙන් එළි දැක්වීමත් මහත් අසීරු කාර්යයක් වනු ඇත.

මෙවැනි අධ්‍යයනයක අවශ්‍යතාවය හඳුනාගත් ජාතික තරුණ සේවා සභාවේ එවකට අධ්‍යක්ෂ ජනරාල් වරයාව සිටි චරිත රත්වත්තේ මහතාට අපගේ ප්‍රථම ස්තුතිය පුද කල යුතු වන්නේය. එසේ වන්නේ මෙම අධ්‍යයනයේ අවශ්‍යතාවය හඳුනාගැනීමත්, එම කාර්ය ගොවි කටයුතු පර්යේෂණ හා පුහුණු කිරීමේ ආයතනයට බාර කිරීමත්, ඒ සඳහා අවශ්‍ය වූ මූල්‍ය ආධාර සපයා දීමත් නිසාය. ඒ හැරුණු විට අපත් සමඟ සම්බන්ධීකරණ කටයුතු සිදු කළ ජාතික තරුණ සේවා සභාවේ සංවර්ධන අධ්‍යක්ෂ ආර්.ආර්.එම්. අමරතුංග මහතාටත්, නියෝජ්‍ය අධ්‍යක්ෂ එම්.ටී. ලක්ෂමන් මහතාටත් ස්තුතිය හිමි වේ.

මෙම අධ්‍යයනය ගොවි කටයුතු පර්යේෂණ හා පුහුණු කිරීමේ ආයතනයට ලබා ගැනීම සඳහා මෙන්ම අධ්‍යයනයේ නිරත වීම සඳහා අප දිරිමත් කල එවකට අධ්‍යක්ෂව සිටි ගාමිණී සෙනවිරත්න මහතාට ද අලෙවි හා ආහාර ප්‍රතිපත්ති අංශයේ අංශ ප්‍රධානව සිටි අතුල චන්ද්‍රසිරි මහතාට ද, වසර ගණනාවක් තිස්සේ මුද්‍රණයෙන් පිට කිරීම සඳහා පූර්ණව සහයෝගය ලබා දුන් හෙක්ටර් කොබ්බෑකඩුව ගොවි කටයුතු පර්යේෂණ හා පුහුණු කිරීමේ ආයතනයේ වර්තමාන අධ්‍යක්ෂ ආචාර්ය ඇස්.ජී. සමරසිංහ මහතාට ද අපගේ අවංක ස්තුතිය හිමිවේ.

සමීක්ෂණ ග්‍රන්ථයෙහි කෙටුම්පත් කියවා බලා ඒ සඳහා යෝජනා හා සංශෝධනයන් ඉදිරිපත් කල ආයතනයේ පාලක මණ්ඩලයට ද, පර්යේෂණ හා පුහුණු කිරීමේ කමිටුවේ නිලධාරීන්ට ද, ආයතනයේ සහෝදර පර්යේෂණ හා පුහුණු කිරීමේ නිලධාරීන්ට ද විශේෂ ස්තුතිය පුද කල යුතුය.

පොළ පිළිබඳ අධ්‍යයන වාර්තාව අපගේ තනි ව්‍යායාමයක ප්‍රතිඵලයක් නොවේ. දිවා කාලයේ මෙන්ම රාත්‍රි කාලයේ ද පැවැත්වෙන කළුතර දිස්ත්‍රික්කයේ පොළවල් වල වෙළඳුන් සමඟ සති ගණන් කාලය ගත කරමින් අවශ්‍ය තොරතුරු ලබා ගැනීම ද, ඒවා විශ්ලේෂණය කිරීම ද සිදු වූයේ තාවකාලිකව ආයතනයට බඳවාගත් සහෝදර උපාධිධාරීන් පිරිසක් විසිනි. එම නිසා එම කාර්යයෙහි නියැලුණ පියසිරි පෙරේරා, ජයසේන සේනානායක, පී.ඒ. රංජිත් තිලකරත්න, උපාලි විජේතිලක හා එම්.පී. විමලසිරි යන සහෝදර පිරිසටත් ආයතනයේ රියදුරු ඒ.එම්. තිලකරත්න මහතාටත් අප ස්තුතිය පුද කල යුතුය.

පරිඝනක පිටු සැලසුම් සිදු නොවුන අවධියක සිය සුපුරුදු යතුරු ලියනයෙන් පස් වතාවක්ම පිටු සියයකට අධික වූ මෙම පර්යේෂණ ග්‍රන්ථය යතුරු ලියනය කරන ලද්දේ අලෙවි හා ආහාර ප්‍රතිපත්ති අංශයේ චන්ද්‍රාණි නානායක්කාර මහත්මියයි. පසුව මුද්‍රණ කටයුතු සඳහා පරිඝනක පිටු සැලසුම් සකස් වූයේ ප්‍රකාශන අංශයේ පරිඝනක අකුරු සැකසුම්කරු උදේනි කරුණාරත්න මහත්මිය ගෙනි. ඒ දෙපොලටද අපගේ ස්තුතිය පුද කර සිටින්නෙමු.

පර්යේෂණ ග්‍රන්ථයේ මුද්‍රණ කටයුතු භාරව කටයුතු කරන ප්‍රකාශන අංශයේ ප්‍රධාන කේ.ඒ.එස්. දයානන්ද මහතා ද, සෝදුපත් සකස් කර දුන් ප්‍රවෘත්ති හා ප්‍රකාශන නිලධාරිණී සුභාෂිණී රාජපක්ෂ මහත්මිය ද කෘතඥතා පූර්වකව සිහිපත් කරමු.

මුද්‍රණ කටයුතු ඉක්මණින් පැහැදිලිව කර දුන් ආයතනයේ මුද්‍රණාලයේ කේ.ඩී. සිරිවර්ධන මහතා ඇතුළු කාර්ය මණ්ඩලයට ද, මෙහි දී අපව නන් අයුරින් දිරිමත් කල හෙක්ටර් කොබ්බෑකඩුව ගොවි කටයුතු පර්යේෂණ හා පුහුණු කිරීමේ ආයතනයේ සියළුම කාර්ය මණ්ඩලයට ද ස්තුතිවන්ත වෙමු.

බණ්ඩාර රත්නායක
ධනපාල ගොඩගේ

පටුන

	පෙරවදන		iii
	ස්තුතිය		iv
	සංඛ්‍යාලේඛන වගු		viii
	රූප සටහන්		x
පළමුවන පරිච්ඡේදය :	**අධ්‍යයන සාරාංශය, නිගමනය සහ නිර්දේශයන්**		1
	1.1.	අධ්‍යයන සාරාංශය	1
	1.2	අධ්‍යයනයේ නිගමන	2
	1.3	අධ්‍යයනයේ නිර්දේශයන්	3
දෙවන පරිච්ඡේදය :	**හැඳින්වීම**		6
	2.1	අධ්‍යයනයේ පසුබිම	6
	2.2	පොළ	6
	2.3	පොළ ස්ථානගතවීම	8
	2.4	ශ්‍රී ලංකාවේ පොළ ක්‍රමයේ විකාශනය	8
	2.5	වර්තමාන පොළ ක්‍රමය	10
		2.5.1 පොළ පරිපාලනය	10
		2.5.2 පොළක වෙළඳ කටයුතුවල ස්වභාවය	12
		2.5.3 අලෙවි භාණ්ඩවල ස්වභාවය	14
	2.6	අධ්‍යයන ප්‍රදේශය	15
	2.7	කළුතර දිස්ත්‍රික්කයේ පොළවල්	16
	2.8	අධ්‍යයනයේ අරමුණු	16
	2.9	ක්‍රම වේදය	16
		2.9.1 නියැදිය තේරීම	16
		2.9.2 දත්ත රැස්කිරීම	18
		2.9.3 දත්ත විශ්ලේෂණය	19
	2.10.	අධ්‍යනයේ සීමාවන්	20
	2.11.	අධ්‍යයන වාර්තාවේ සැකසුම	23
තෙවන පරිච්ඡේදය :	**පොළ සංයුතිය**		24
	3.1	පොළ පහසුකම්	24
		3.1.1 බාහිර පහසුකම්	24
		3.1.2. අභ්‍යන්තර පහසුකම්	24
	3.2	පොළ භූමියේ ඉඩ ප්‍රමාණය	27
	3.3	ආයතනික ක්‍රියාකාරිත්වය	29
	3.4	පොළක අභ්‍යන්තර සැකැස්ම	36
	3.5	අලෙවි භාණ්ඩ	37
		3.5.1 අලෙවි භාණ්ඩවල ගුණාත්මක තත්ත්වය	40

3.6 අලෙවි රටාව 40
3.7 පෝෂිත ප්‍රදේශය 43

හතරවන පරිච්ඡේදය : **අලෙවිකරුවන්ගේ සහ මිලදී ගන්නන්ගේ හැසිරීම** 46

4.1 අලෙවිකරුවන්ගේ හැසිරීම 46

4.1.1. වෙළඳාම සඳහා සුදුසු පොළ තෝරා ගැනීම 46

4.1.2. අලෙවිකරුවන්ගේ සංයුතිය 47

4.1.2.1 වෘත්තීය ස්වභාවය අනුව වෙළඳුන් වර්ග කිරීම 47
4.1.2.2 පුද්ගලයාගේ ස්වරූපය අනුව වෙළඳුන් වර්ග කිරීම 49
4.1.2.3 වෙළඳාමේ ස්වභාවය අනුව වෙළඳුන් වර්ග කිරීම 51

4.1.3 පොළ රවුම 55
4.1.4 භාණ්ඩ ප්‍රවාහනයේ චක්‍රීය ක්‍රියාකාරිත්වය 58
4.1.5. වෙළඳ සංවිධාන 60

4.2 මිලදී ගන්නන්ගෙ හැසිරීම 61
4.2.1 මිලදී ගන්නන්ගේ සංයුතිය 61
4.2.2 භාණ්ඩ සඳහා ඇති ඉල්ලුම 64
4.2.3 භාණ්ඩ මිලදී ගැනීම සඳහා පොළ තෝරාගැනීම 66

පස්වන පරිච්ඡේදය : **වෙළඳුන්ගේ ආදායම් හා වියදම් විශ්ලේෂණය** 68

5.1 පොළෙහි භාණ්ඩ මිල තීරණය වීම 68
5.2 වෙළඳුන්ගේ ආදායම 69
5.3 භාණ්ඩ ලබාගැනීම සඳහා අලෙවිකරුවන් විසින් කරන ලද වියදම 70

5.3.1 මුළු භාණ්ඩ තොගයම මිලදී ගැනීමට වැය වූ මුදල 70
5.3.2. පොළෙහි අලෙවි වූ භාණ්ඩ ප්‍රමාණය පමණක් මිලදී ගැනීමට වැයවූ මුදල 72

5.4 වෙළඳුන්ගේ දළ ලාභය 73
5.5 තම අලෙවි භාණ්ඩ සඳහා වෙළඳුන් විසින් කරනු ලබන වෙනත් වියදම් 75

5.5.1 ප්‍රවාහන වියදම 76
5.5.2 නඩත්තු වියදම 77
5.5.3 පොළ බදු 77
5.5.4 අලෙවිකරුවන්ගේ පෞද්ගලික වියදම් 77
5.5.5 අපතේ යෑම් (නරක් වීම්) 78
5.5.6 අවදානම (මුදල්) 79
5.5.7 ශ්‍රමය 79

5.6 භාණ්ඩ සඳහා කරන ලද මුළු වියදම (ශුද්ධ වියදම) 80
5.7 අලෙවිකරුවන්ගේ ශුද්ධ ලාභය 81

5.8. ලාභ විශ්ලේෂණය 82

5.8.1. විශාල පොළවල්වල වෙළඳුන්ගේ ලාභ විශ්ලේෂණය 83

5.8.1.1 විශාල පොළවල්වල එළවළු සහ පලතුරු අලෙවිකරන වෙළඳුන්ගේ ලාභ විශ්ලේෂණය 83
5.8.1.2 විශාල පොළවල්වල සහල්, කරවල සහ අතිරේක ආහාර ද්‍රව්‍ය අලෙවිකරණ වෙළඳුන් විශ්ලේශණය 83
5.8.1.3 විශාල පොළවල්වල කාර්මික නිෂ්පාදන අලෙවිකරණ වෙළඳුන්ගේ ලාභ විශ්ලේෂණය 83
5.8.1.4 විශාල පොළවල්වල බුලත්, පුවක්, පැණිරස කෑම වැනි ද්‍රව්‍ය අලෙවිකරන වෙළෙන්දන්ගේ ලාභ විශ්ලේෂණය 83

5.8.2 කුඩා පොළවල වෙළඳුන්ගේ ලාභ විශ්ලේෂණය 83

5.8.2.1 කුඩා පොළවල එළවළු සහ පලතුරු අලෙවිකරුණ වෙළඳුන්ගේ ලාභ විශ්ලේෂණය 84
5.8.2.2 කුඩා පොළවල සහල්, කරවල සහ අතිරේක ආහාර ද්‍රව්‍ය අලෙවිකරන වෙළෙඳුන්ගේ ලාභ විශ්ලේෂණය 84
5.8.2.3. කුඩා පොළවල කාර්මික නිෂ්පාදන අලෙවිකරන වෙළඳුන්ගේ ලාභ විශ්ලේෂණය 84
5.8.2.4. කුඩා පොළවල බුලත්, පුවක්, පැණිරස කෑම වැනි ද්‍රව්‍ය අලෙවිකරන වෙළඳුන්ගේ ලාභ විශ්ලේෂණය 84

5.8.3 ලාභ විශ්ලේෂණයේ නිගමනය 84

ආශ්‍රිත ග්‍රන්ථ 85

ඇමුණුම I ශ්‍රී ලංකාවේ පොළ ක්‍රමයේ විකාශනය 87
ඇමුණුම II නියැදිය තෝරාගැනීම 90
ඇමුණුම III දත්ත විශ්ලේෂණය 92
ඇමුණුම IV වෙළඳපොළ ටෙන්ඩර් දීමේ ගිවිසුම් පත්‍රය 94
ඇමුණුම V වගු

සංඛ්‍යා ලේඛණ වගු

වගුව

2.1	කළුතර දිස්ත්‍රික්කයේ සතියකට දෙවරක් පැවැත්වෙන පොළවල් සහ ඉන් සැලකිල්ලටගත් දිනයන්	17
2.2	නියැදිය ලබාගැනීම සඳහා තෝරාගත් පොළවල්	17
2.3	නියැදිය සඳහා තෝරාගත් අලෙවිකරුවන් සහ ගැනුම්කරුවන් සංඛ්‍යාව	19
3.1	එක් එක් පහසුකම් අවම වශයෙන් හෝ ඇති පොළවල් සංඛ්‍යාව	23
3.2	එක් එක් පොළේ සිටින මුළු වෙළඳුන් සංඛ්‍යාව	24
3.3	අධ්‍යයනයට ලක්වූ එක් එක් පොළ තුළ අවම වශයෙන් හෝ ඇති පහසුකම්	26
3.4	වෙළෙන්දකුට වෙන්කර ඇති ඉඩ ප්‍රමාණය අනුව පොළ භූමිය වෙළඳුන් සහ පාරිභෝගිකයින් අතරේ බෙදීයන අයුරු	28
3.5	නියැදියේ පොළවල් පරිපාලන අයිතිය මත බෙදීයෑම (1987)	29
3.6	වෙළඳුන්ගෙන් සහ පොළට පැමිණෙන වාහනවලින් එක් එක් පොළේදී අයකරන ලද සාමාන්‍ය බදු ප්‍රමාණය (රුපියල්)	31
3.7	පොළ පහසුකම් නඩත්තු කළ ආයතන	33
3.8	පොළෙන් ලබන ආදායම් සහ වියදම් (වර්ෂයකට රුපියල්) - 1987	34
3.9	පොළ තුළ සිටින මුළු වෙළඳුන්ගෙන් ඒ ඒ භාණ්ඩ වර්ග අලෙවිකරණ වෙළඳුන් සංඛ්‍යාව	37
3.10	ඒ ඒ පොළෙහි සාපේක්ෂ වශයෙන් බහුලව තිබුණු භාණ්ඩ වර්ගයන්	39
3.11	එක් එක් පොළෙහි පෝෂිත ප්‍රදේශයේ සාමාන්‍ය අරීය දුර	45
4.1	වෘත්තියේ ස්වභාවය අනුව වෙළඳුන් වර්ග කිරීම (මුළු වෙළඳුන් සංඛ්‍යාවෙන් ප්‍රතිශතයක් ලෙස)	48
4.2	වෘත්තියේ ස්වභාවය (පූර්ණ කාලීන, අර්ධ කාලීන) අනුව වෙළඳුන් වර්ග කිරීම (මුළු වෙළඳුන් සංඛ්‍යාවෙන් ප්‍රතිශතයක් ලෙස)	49
4.3	වයස් කාණ්ඩ අනුව වෙළඳුන් සංඛ්‍යාව හා ඔවුන් වෙළඳාමේ නියුක්ත කාලය	50
4.4	ස්ත්‍රී පුරුෂ භාවය අනුව වෙළඳුන් වර්ගීකරණය	51
4.5	පොළ හා භාණ්ඩ වර්ගීකරණය අනුව වෙළඳුන්ගේ ප්‍රතිශතය	53
4.6	වෘත්තීය සහ භාණ්ඩ වර්ගීකරණය අනුව වෙළඳුන්ගේ ප්‍රතිශතය	54

4.6 වෘත්තීය සහ භාණ්ඩ වර්ගීකරණය අනුව වෙළඳුන්ගේ ප්‍රතිශතය 54

4.7 ස්ත්‍රී පුරුෂ හා භාණ්ඩ වර්ගීකරණය අනුව වෙළඳුන්ගේ ප්‍රතිශතය 55

4.8 කළුතර දිස්ත්‍රික්කයේ තෝරාගත් පොළවල්වල වෙළඳාමේ
නියුක්ත වෙළඳුන්ගෙන් පොළ රවුමේ යන වෙළඳුන් සංඛ්‍යාවේ ප්‍රතිශතය 57

4.9 අලෙවිය සඳහා එක් එක් මූලාශ්‍රවලින් භාණ්ඩ ලබාගත් වෙළෙන්දන්ගේ ප්‍රතිශතය 59

4.10 පොළට පැමිණෙන ගැනුම්කරුවන් ඔවුන්ගේ වෘත්තීන් අනුව වර්ගකිරීම 64

4.11 පොළේ භාණ්ඩ ඉල්ලුමෙන් එක් එක් භාණ්ඩ වර්ගය සඳහා
ඇති ඉල්ලුමේ ප්‍රමාණය (ප්‍රතිශතය) 65

4.12 පොළට පැමිණෙන ගැනුම්කරුවන් අනෙකුත් භාණ්ඩ
ලබා ගැනීම සඳහා තෝරාගත් මූලාශ්‍රයන් 65

4.13 කළුතර දිස්ත්‍රික්කයේ පොළවලට එක් එක් දුර ප්‍රමාණයන්හි සිට පැමිණෙන
ගැනුම්කරුවන්ගේ ප්‍රතිශතය 66

5.1 එක් ඒක් භාණ්ඩ වර්ග අලෙවිකරණ වෙළඳුන් එක් පොළ දිනකදී
ලබාගෙන ඇති සාමාන්‍ය දළ ආදායම (රුපියල්) 69

5.2 අලෙවිකිරීම සඳහා පොළට ගෙන ආ මුළු භාණ්ඩ තොගයම
මිලදී ගැනීම පිණිස එක් වෙළෙන්දෙකු විසින් වැය කළ සාමාන්‍ය මුදල (රුපියල්) 71

5.3 අලෙවි කිරීම සඳහා වෙළඳ පොළට ගෙන ආ මුළු භාණ්ඩ තොගයෙන්
එදින අලෙවි වූ භාණ්ඩ ප්‍රමාණය පමණක් මිලදී ගැනීම පිණිස
එක් වෙළෙන්දෙකු විසින් වැයකර තිබුණ සාමාන්‍ය මුදල (රුපියල්) 72

5.4 වෙළඳුන් විසින් එක් දිනක් තුළ පොළට ගෙන ආ
මුළු භාණ්ඩ තොගයෙන් අලෙවිකරණ ලද සාමාන්‍ය ප්‍රමාණය (ප්‍රතිශතයක් වශයෙන්) 73

5.5 එක් එක් භාණ්ඩ වර්ග අලෙවිකරණ වෙළඳුන් විසින්,
එක් පොළ දිනකදී ලබා තිබුණු සාමාන්‍ය දළ ලාභය (රුපියල්) 74

5.6 එක් දිනකදි වෙළඳුන් විසින් ලබා තිබුණු දළ ලාභය
ඔවුන්ගේ දළ වියදමේ ප්‍රතිශතයක් ලෙස දැක්වීම 75

5.7 වෙළඳාම සඳහා පොළට ගෙන එන භාණ්ඩවලින් සාමාන්‍යයෙන්
අපතේ යන ප්‍රමාණය (මුළු ප්‍රමාණයෙන් අපතේ යන ප්‍රමාණය
ප්‍රතිශතයක් වශයෙන් දක්වා ඇත) 78

5.8 එක් දිනකදී අලෙවි කළ භාණ්ඩ ප්‍රමාණය සඳහා
වෙළෙන්දකු විසින් කරන සාමාන්‍ය ශුද්ධ වියදම (රුපියල්) 80

5.9 එක් දිනක් තුළ භාණ්ඩ අලෙවි කිරීමෙන් වෙළෙඳුන් විසින්
ලබාගත් ශුද්ධ ලාභය (රුපියල්) 81

වගු

v.1 පරිපාලන මූලාශ්‍රයන් අනුව සහ දිස්ත්‍රික්ක අනුව ශ්‍රී ලංකාවේ මුළු පොළවල් සංඛ්‍යාව 1987 97

v.2 කළුතර දිස්ත්‍රික්කයේ පොළවල් පැවැත්වෙන දිනයන් සහ වේලාවන් 98

v.3. අයිතිකරුවන් විසින් සහ ටෙන්ඩරය ලබාගත් පුද්ගලයන් විසින් පොළෙන් ලැබූ ආදායමින් පොළ වෙනුවෙන් කරන ලද වියදම්වල ප්‍රතිශතය 1987 99

v.4. එක් එක් පොළෙහි පොළ රවුමේ නියුක්ත වෙළඳුන්ගේ ප්‍රතිශතය 100

v.5. එක් එක් විශේෂිත හේතූන් මත භාණ්ඩ මිලදී ගැනීම සඳහා පොළ තෝරාගත් ගැණුම්කරුවන්ගේ ප්‍රතිශතය 101

v.6. භාණ්ඩ සඳහා කරන ලද වෙනත් වියදම් (එක් වෙළෙන්දෙකු විසින් පොළට ගෙන ආ මුළු භාණ්ඩ තොග සඳහා කර ඇති සාමාන්‍ය වියදම හා භාණ්ඩ මිලදී ගත් පසු ඒවා අලෙවි කිරීම දක්වා කරන ලද වියදම් මෙයට ඇතුළත්ය.) 102

v.7. පොළෙහි වෙළෙඳුන්ගේ අලෙවි පිරිවැය (භාණ්ඩ පොළේදී අලෙවි කළ මිල රු 100/= වන විට ඔවුන් භාණ්ඩ සඳහා කර ඇති එක් එක් වියදම්වල ප්‍රමාණය මෙයින් දැක්වේ.) 103

රූප සටහන්

2.1 ශ්‍රී ලංකාවේ කාලීන පොළවල් - 1987 9

2.2 කළුතර දිස්ත්‍රික්කයේ පිහිටීම 11

2.3 කළුතර දිස්ත්‍රික්කයේ පොළවල් - 1987 13

3.1 මතුගම පොළෙහි දළ රූප සටහනක් 35

3.2 කළුතර දිස්ත්‍රික්කයේ කාලීන පොළ කේන්ද්‍රීය වූ භාණ්ඩ අලෙවි රටාව 41

3.3 පොළෙන් පාරිභෝගිකයන් වෙත භාණ්ඩ බෙදාහැරීම (කළුතර දිස්ත්‍රික්කයෙන් තෝරාගත් පොළවල් කිහිපයක්) 44

4.1 පොළ රවුම 56

4.2 ගැනුම්කරුවන්ගේ සංයුතිය 62

පළමුවන පරිච්ඡේදය

අධ්‍යයන සාරාංශය, නිගමන හා නිර්දේශයන්

1.1 අධ්‍යයන සාරාංශය

භාණ්ඩ මිලදී ගැනීමේ සහ අලෙවි කිරීමේ පරමාර්ථයෙන්, භාණ්ඩ ගැනුම්කරුවන්ගෙන් සහ අලෙවි කරන්නන්ගෙන් සමන්විත වූ ජන සමූහයක් යම් නිශ්චිත ස්ථානයකට, නිශ්චිත දිනක, නිශ්චිත කාලසීමාවක් තුළදී එක්රැස්වී ගණුදෙණු කටයුතුවල නියැලෙන විට එම ක්‍රියාවලිය "පොළ" ලෙස හැඳින්වේ. වෙළඳ පොළක අලෙවි කටයුතුවල ස්වභාවය ප්‍රදේශයෙන් ප්‍රදේශයට ආවේණික වන සමාජ ආර්ථික රටාවක් අනුව වෙනස් විය හැකිය. කෙසේ වුවද වෙළඳ පොළක් ආරම්භ වන්නේ ප්‍රමාණවත් ජනසංඛ්‍යාවක් සිටින, පහසුවෙන් භාණ්ඩ ප්‍රවාහනය කළහැකි වන කේන්ද්‍රිය ස්ථානයකය.

ශ්‍රී ලංකාවේ දැනට කාලීන පොළවල් හාරසීයක් පමණ ඇති අතර, ඒවායින් කොටසක් පුද්ගලික අංශයටද, ඉතිරිය රාජ්‍ය අංශයටද අයත්වේ. මෙම පොළවල්වලදී තොග වශයෙන් හෝ සිල්ලර වශයෙන් හෝ මේ දෙයාකාරයටම හෝ භාණ්ඩ අලෙවි කිරීම සිදුවේ. පිට පළාත්වලින් භාණ්ඩ ගෙනවිත් පොළේ පෝෂිත ප්‍රදේශයට බෙදා හැරීම, පෝෂිත ප්‍රදේශයේ නිෂ්පාදිත භාණ්ඩ පිට පළාත්වලට යැවීම සහ ඒවා පෝෂිත ප්‍රදේශය තුළම ගණුදෙනු කිරීමද පොළක් තුළදී සිදුවේ. මෙසේ ගණුදෙනු වන භාණ්ඩවලින් වැඩි ප්‍රමාණයක් දෛනික පරිභෝජනයට අවශ්‍යවන ආහාර ද්‍රව්‍යයන්ය.

පොළක භාණ්ඩ ගණුදෙනු ක්‍රියදාමය ඵලදායී ලෙස හා කාර්‍යක්‍ෂම ලෙස සිදුවීමට බාහිර පහසුකම් මෙන්ම අභ්‍යන්තර පහසුකම්ද මධ්‍යගත වීමක් අවශ්‍යවේ. එහිදී ප්‍රවාහන, පණිවුඩ හුවමාරු, බැංකු, උසාවි, රෝහල්, වැනි බාහිර පහසුකම් ද අලෙවි මඩු, ජලය, වැසිකිළි, වාහන නැවතුම්, විදුලිබලය වැනි අභ්‍යන්තර පහසුකම්ද ප්‍රධාන වේ. මෙම අභ්‍යන්තර පහසුකම් නඩත්තුව පොළ අයිතිකරුවන් විසින් කළයුතු වුවද, එය නිසියාකාරව සිදුවීමක් දක්නට නොලැබුණි. බොහෝ පොළවල්වල ක්‍රමවත් අභ්‍යන්තර සැකැස්මක් නොවීය. එක් එක් භාණ්ඩ වර්ග අලෙවි කරන්නන් එකිනෙකා මිශ්‍ර වූ ආකාරයට අලෙවි කටයුතුවල නියැලී ඇත. එමෙන්ම වෙළඳ පොළ හිමියන්ගේ ආදායම් මාර්ගය වන පොළ බදු එකතු කිරීමේදී ද පරස්පරතාවක් දක්නට තිබුණි.

කළුතර දිස්ත්‍රික්කයේ පොළවල් වෙත, කොළඹ ප්‍රධාන තොග වෙළඳපොළෙන්, දිස්ත්‍රික්කයෙන් පිටත නිෂ්පාදිත ප්‍රදේශවලින් මෙන්ම දිස්ත්‍රික්කය තුළින්මද භාණ්ඩ ගලා එයි. මෙම භාණ්ඩ අලෙවි කරන්නන්ගෙන් බහුතරය වෙළඳාමට ඇති කැමැත්ත නිසා එම වෘත්තියට ප්‍රවිශ්ඨ වූ අයයි. ඔවුන් වෙළඳ කටයුතු සඳහා පොළවල් තෝරා ගැනීමේදී වෙළඳ පොළේ සිට පදිංචි ස්ථානයට ඇති දුර සහ එම වෙළඳ පොළේ වෙළඳාමෙන් ලැබිය හැකි ආදායම යන කරුණු ගැන සැලකිලිමත්වී තිබුණි. වෙළඳුන්ගෙන් සියයට 75ක්ම වයස 18ත් 30 ත් අතර කාලයේදී පොළේ වෙළඳාම ආරම්භ කළ අය වූ අතර සියයට 74 ක් අවම වශයෙන් පොළවල් දෙකක හෝ වෙළඳ කටයුතුවල නියැලී සිටිති කෙසේ වුවද මෙම වෙළඳුන් ගෙන් බොහොමයකට වෙළඳ සංවිධාන පිළිබඳව අවබෝධයක් නොතිබුන අතර පොළවල් තුළ, සංවිධානාත්මක ප්‍රබල වෙළඳ සංවිධානද නොවීය.

මෙම පොළවල් වලින් භාණ්ඩ මිලදී ගන්නා බහුතරය පාරිභෝගිකයෝ වෙති. ඔවුන්ගෙන් බොහොමයක් වරකදී දින තුනකට හෝ හතරකට ප්‍රමාණවත් වන අයුරින් භාණ්ඩ මිලදී ගෙන තිබුනි. කෙසේ වුවද ගැනුම්කරුවෝ භාණ්ඩ ලබා ගන්නේ අත්පිට මුදලට වන අතර, ඔවුන්ගෙන් අඩකටම සුපුරුදු අලෙවි කරුවවෝද සිටිති. මිලදී ගන්නන්ගෙන් වැඩි පිරිසක් භාණ්ඩ මිලදී ගැනීම සඳහා පොළ තෝරාගෙන තිබුනේ එය පදිංචි ස්ථානයට ආසන්නව පිහිටා ඇති නිසාත්, එහිදී භාණ්ඩ අඩු මිලකට ලබා ගැනීමට හැකිවූ නිසාත්ය.

පොළවල්වල භාණ්ඩ මිල තීරණය වන්නේ නිදහස් බලවේග මතය. පොළ දිනක් තුළදී සෑම වෙළෙන්දෙක්ම දළ ලාභයක් උපයනු ලැබේ. නමුත් සෑහෙන පිරිසකගේ ශුද්ධ ලාභය සෘණ අගයක් ගෙන තිබුණි (ශුද්ධ පාඩුවක් ලබා තිබුණි). ශුද්ධ ලාභ ලැබූ වෙළඳුන්ගෙන් වැඩි සංඛ්‍යාවක් එළවළු, පලතුරු, සහල්, කරවල සහ අතිරේක ආහාර ද්‍රව්‍ය අලෙවි කරන්නන් විය.

සියළුම පොළවල්වල එළවළු සහ පලතුරු වර්ග අලෙවිකරණ වෙළෙන්දන්ද, විශාල පොළවල්වල පමණක් සහල්, කරවල සහ අතිරේක ආහාර ද්‍රව්‍ය අලෙවි කරණ වෙළඳුන්ද අතිප්‍රමාණික ලාභ ලබන පිරිසක් බව කල්පිත පරීක්ෂාවෙන් පැහැදිලි විය. ඒ අනුව පොළවල් සියල්ලකම එළවළු සහ පලතුරු වර්ග අලෙවි කිරීම සඳහාද විශාල පොළවල්වල පමණක් සහල්, කරවල සහ අතිරේක ආහාර ද්‍රව්‍ය අලෙවි කිරීම සඳහාද නවක වෙළඳුන් පිරිසක් යෙදවිය හැකි බව නිගමනය කරන ලදි.

1.2 අධ්‍යයනයේ නිගමන

වෙළඳුන් ගෙන් සියයට 56ක්ම කියා සිටියේ වෙළදාම සඳහා නවකයෙකුට පොළ තුළට ඇතුල් විය නොහැකි බවයි. එයට හේතුව ලෙස ඔවුන් පෙන්වා දී තිබුනේ පොළ භූමියෙහි ඇති ඉඩකඩ ප්‍රමාණවත් නොවීම සහ ගොඩනැගිලි පහසුකම් නොමැති වීමයි. නමුත් පොළවල් බොහොමයක ප්‍රමාණවත් තරම් ඉඩ පහසුකම් තිබුන බව අධ්‍යයනයේදී පැහැදිලි විය. සෑම පොළකම පාහේ දක්නට ලැබුන "තදබදය" ඇතිවී තිබුණේ ඉඩකඩ මදිකම නිසා නොව පොළ භූමිය නිසියාකාරව උපයෝජනයට ලක්කර නොමැති හෙයිනි. එම නිසා පොළ භූමිය නිසියාකාර උපයෝජනයට ලක්කිරීම තුළින් නවක වෙළඳුන් සඳහා අවශ්‍ය වන ඉඩකඩ පහසුකම් ලබාගත හැකි වේ.

පොළෙහි වෙළඳුන්ගෙන්, අටවෙනි පන්තියෙන් ඉහළට අධ්‍යාපනයක් ලබා සිටි පිරිස සියයට 35ක් විය. වැඩි පිරිසකගේ පාසැල් අධ්‍යාපනය පහළ මට්ටමක වූයේ වෙළදාම වැනි ස්වයං වෘත්තීන්ට යොමු වීමේදී අධ්‍යාපන මට්ටම පිළිබඳ ගැටළුවක් ඇති නොවුන නිසාය. නමුත් ඔවුන් බොහොමයක් දිගු කාලීනව ලත් වෘත්තීමය අත්දැකීම්වලින් පොහොසත්ය. එමනිසා එවැනි අත්දැකීම් නොමැති නවක පිරිසක් වෙළදාම සඳහා යොමු කිරීමේදී අධ්‍යාපන මට්ටම ගැන යම් සැලකිල්ලක් දැක්වීම වඩාත් සුදුසුවිය හැකිය.

අධ්‍යනයට ලක්වූ පොළවල්වල ගැනුම්කරුවන්ගෙන් සියයට 37ක් වෙළඳ වෘත්තියේ නිරත වූවන්ය. එසේම සියයට 16ක් කම්කරු වෘත්තියේද, සියයට 12ක් ගොවිතැනෙහිද, සියයට 11ක් ගුරු වෘත්තියේද නියුක්ත වූවන් විය. ඉතිරි සියයට 24 වෙනත්, වෘත්තීන්හි නියුක්ත වූවන් සහ රැකියාවක් නොකළ පුද්ගලයන්ය. භාණ්ඩ මිලදී ගැනීම සඳහා පොළ තෝරාගෙන තිබුනේ සමාජයේ මධ්‍යම පන්තියේ සහ පහළ පෙලේ අදායම් ලබන පුද්ගලයන් පිරිසක් බව මෙයින් පැහැදිලිය.

පොළ බදු, පොළ අයිතිකරුවන්ගේ ආදායම් මාර්ගයකි. බොහෝ සංවර්ධන සභාවල ප්‍රධාන

ආදායම් මාර්ගයද පොළ බදුය. නමුත් සෑම පොළ හිමියෙක්ම වෙළඳ පොළෙහි වර්ධනය සහ අනාගත පැවැත්ම සඳහා ප්‍රමාණවත් වන වියදමක් දරා නොතිබුනි. බොහෝ පොළවල්වල අභ්‍යන්තර පහසුකම් අඩාලව ඇත්තේ එම නිසාය. අයිතිකරුවන් විසින් පොළෙන් ලැබෙන ආදායමින් සැලකියයුතු ප්‍රතිශතයක් එහි නඩත්තුව සහ වර්ධනය සඳහා යොදවන්නේ නම් මෙවැනි තත්ත්වයක් ඇති නොවේ.

පොළෙහි කටයුතුවල නියුක්ත වූවෝ සියයට 41ක් ඊට අමතරව වෙනත් වෘත්තියක නියැලී සිටිති. පොළෙහි වෙළඳාමෙන් ලැබෙන ආදායම තම ජීවනෝපාය සඳහා ප්‍රමාණවත් නොවීම නිසා හෝ පූර්ණකාලීනව වෙළඳාමේ නොයෙදී ආර්ධකාලීනව වෙළඳාමේ යෙදීමෙන් හා වෙනත් වෘත්තියකද නියැලීමෙන් වැඩි ආදායමක් ලබා ගැනීමට හැකිවීම නිසා හෝ මේ හේතු දෙකම නිසා හෝ මෙම තත්ත්වය ඇතිවී ඇත. එමනිසා වෙළඳාම සඳහා පොළට ඇතුල්වන නවකයන්ගෙන් පිරිසක් ඊට අමතරව වෙනත් වෘත්තීන්හි නියැලීමටද පුළුවන.

පොළෙහි භාණ්ඩ සඳහා ඇති ඉල්ලුමෙන් සියයට 91ක්ම එළවළු, පලතුරු, සහල්, කරවල සහ අතිරේක ආහාර ද්‍රව්‍ය සඳහා වේ. එමනිසා පොළ තුළින් වෙනත් භාණ්ඩ සඳහා ස්ථිර ඉල්ලුමක් ඇතිකර ගත හැකිවේද යන්න අවිනිශ්චිතය. එහෙයින් පොළෙහි වෙළඳාම සඳහා අළුතින් ඇතුල්වන පුද්ගලයෙකුට වැඩි ඉල්ලුමක් ඇති භාණ්ඩ වර්ග කෙරෙහි වැඩි අවධානයක් යොමු කිරීමට සිදුවේ.

පොළ පහසුකම් වර්ධනය කිරීම තුළින් වෙළඳ වෘත්තියට අමතරව වෙනත් අංශයන්හිද රැකියා ඉඩ ප්‍රස්ථාවන් ලබාගත හැකිබව පෙණුනි. උදාහරණයක් වශයෙන් පොළෙහි ආරක්‍ෂක සේවයක් ඇතිකළ විට ඒ ආශ්‍රිතව රැකියා අවස්ථාවන් ඇතිවේ. එසේම වාහන නැවතුම් පොළවල්, ආපනශාලා, පිරිසිදු කිරීමේ කාර්යයන් ආදිය නිසිලෙස පවත්වාගෙන යාම සඳහා ශ්‍රම අවශ්‍යතාවන් ඇතිවන බැවින් ඒ ආශ්‍රිතවද රැකියා අවස්ථාවන් බිහිවනු ඇත. පොළ පහසුකම් වර්ධනය කිරීම තුළින් පොළෙහි කාර්යක්‍ෂමතාව වැඩිවීමෙන් ඇතිවන රැකියා අවස්ථාවන්ට අමතරව, එම පහසුකම් නඩත්තු කිරීම ආශ්‍රයෙන්ද රැකියා අවස්ථාවන් ලද හැකිබව මෙයින් පැහැදිලිය.

පොළෙහි සමහර භාණ්ඩ වර්ග අලෙවිකරණ වෙළඳුන් අති ප්‍රමාණික ලාභ ලබන පිරිසක් බව කල්පිත පරීක්‍ෂාවේදී පැහැදිලි විය. එළවළු හා පලතුරු වර්ග අලෙවිකරණ වෙළඳුන් සහ විශාල පොළවල්වල, සහල්, කරවල සහ අතිරේක ආහාර ද්‍රව්‍ය අලෙවිකරණ වෙළඳුන් එසේ අතිප්‍රමාණික ලාභ ලබන පිරිස්ය. එමනිසා පොළවල්වල භෞතික පහසුකම් ප්‍රමාණවත්ව පවතින තත්ත්වයකදී (පොළ භෞතික පහසුකම් යන්න 3.1.11 යටතේ විස්තර කොට ඇත) සියළුම පොළවල්වල එළවළු සහ පලතුරු වර්ග අලෙවිකිරීම පිණිසද විශාල පොළවල්වල පමණක් සහල්, කරවල සහ අතිරේක ආහාර ද්‍රව්‍ය අලෙවි කිරීම පිණිසද නවක වෙළඳුන් පිරිසක් ඇතුල් කළ හැකිය.

1.3 අධ්‍යයනයේ නිර්දේශයන්

(1) පොළවල්වල වෙළඳුන්ගෙන් සියයට 40ක් පමණ වෙළඳ කටයුතුවලදී යම් බාධා හා අවහිරකම්වලට මුහුණ පා තිබුණි. ඉන් අඩක් පමණ ප්‍රවාහන අපහසුතා සහ මූල්‍යමය අපහසුතාවයන්ට ලක්ව සිටි අතර ඉතිරි පිරිස් පොළෙහි ගොඩනැගිලි දුර්වල වීම, වෙළඳාම් කිරීමට නිශ්චිත ස්ථානයක් නොවීම හා අධික වෙළඳ පොළ බදු ගෙවීමට සිදුවීම වැනි අපහසුතාවයන්ට ලක්වූ අයයි. පොළෙහි වෙළඳුන්ට ඇති ප්‍රධාන අපහසුතාවය වෙළඳ පොළ පහසුකම්වල පවතින දුර්වලතාවයන් බව මින් පැහැදිලිය. එසේ නම් නවක පිරිසක් වෙළඳුන් වශයෙන් පොළට ඇතුල් කිරීමට පෙර ඔවුන්ට ඇති බාධා අවහිරකම් ඉවත් කිරීම සඳහා පොළ පහසුකම්වල යම් ප්‍රතිසංවිධානය කිරීමක් කළයුතුය. (පොළ පහසුකම්වල වර්තමාන තත්ත්වය තුන්වන පරිච්ඡේදයේදී පැහැදිලි කර ඇත)

(2) වෙළඳුන් හා ගැනුම්කරුවන්ගේ එක්රැස්වීම නිසා සෑම පොළකම පාහේ යම් "තදබදයක්" ඇතිවී ඇත. නමුත් අධ්‍යයනය කළ පොළවල් බොහොමයක දැනට ප්‍රයෝජනයට ගෙන තිබුනේ භූමියෙන් කොටසක් පමණි. එසේම එම පොළවල්වල මුළු භූමිය ප්‍රයෝජනයට ගන්නේ නම්, එක් වෙළෙන්දෙකු සඳහා සාමාන්‍යයෙන් වර්ග අඩි 43 කුත් (ඔහුගේ භාණ්ඩ තබා ගැනීමට සහ අලෙවි කර්තව්‍යය සඳහා) ඔහු වටා පාරිභෝගිකයින්ගේ රැස්වීම (එකතුවීම) සඳහා සාමාන්‍යයෙන් වර්ග අඩි 110 ක ඉඩ ප්‍රමාණයකුත් (මෙහිදී වෙළඳුන් විසින් ප්‍රයෝජනයට නොගත් අසීමිත ඉඩ ප්‍රමාණයක් ඇති වැලිපැන්න පොළේ එක් වෙළෙන්දෙකු වටා වෙන්කළ හැකිවන වර්ග අඩි 2148 ක ඉඩ ප්‍රමාණය නොසලකා හරින ලදී) වෙන්වී ඇති බව තුන්වන පරිච්ඡේදයේ වගු අංක 3.4 මගින් පැහැදිලි වේ.

එක් වෙළෙන්දෙකු වටා වර්ග අඩි 43කුත්, ඔහු වටා රැස්වන පාරිභෝගිකයන් සඳහා වර්ග අඩි 100 වද වඩා වැඩි ඉඩ ප්‍රමාණයකුත් සාමාන්‍ය වශයෙන් ඇත්නම් පොළක "තදබදය" ඇතිවිය නොහැක. නමුත් එසේ වී ඇත්තේ පොළ භූමිය වඩාත් උචිත ලෙස හා සැලසුම්ගත ලෙස ප්‍රයෝජනයට යොදා නොමැති හෙයිනි. එමනිසා පොළ භූමිය සැලසුම් ගත ලෙස උපයෝජනයට ලක්කිරීම පළමුවෙන්ම කළ යුතුය. සැලසුම් සහගත අයුරින් ක්‍රියාත්මක වන පොළක් තුළ අලෙවිකරණයේ කාර්යක්ෂමතාව වැඩිවන බැවින් වෙළඳුන්ගේ ලාභ ප්‍රමාණය ඉහළ යන අතර වැඩි පිරිසකට වෙළඳ කටයුතුවල නියැලීමටද හැකිවේ.

වෙළඳාම සඳහා අළුතින් පොළට ඇතුල්වන පුද්ගලයෙකුට අවශ්‍ය ඉඩකඩ ලබාගත හැකිවේද යන්න ගැටළුවකි. දැනට වෙළඳ පොළෙහි අලෙවි කටයුතුවල නියුතුවූ පුද්ගලයින්, තමන් විසින්ම සකස්කර ගැනීමෙන් (21%) ද, (මොවුන් මුලින්ම වෙළඳාම සඳහා පැමිණෙන විට එම ස්ථානයේ ඉඩකඩ තිබුණි) දිගු කාලයක් වෙළෙන්දෙකුගේ අතවැසියෙකුයේ පොළේ රැඳී සිටීමෙන් (12%) ද, පෙර වෙළඳාම් කළ පුද්ගලයෙකුගේ මාර්ගයෙන් (3%) ද, ටෙන්ඩර්කරුගේ මාර්ගයෙන් (53%) ද, වෙළඳාම සඳහා ඉඩකඩ ලබාගත් අයයි. නමුත් වර්තමානයේ පොළවල් තුළ ඇති තදබදය නිසා මෙවැනි ක්‍රම උපයෝගී කර ගනිමින් තවදුරටත් වෙළඳාම සඳහා පිවිසිය හැකිවේද යන්න අවිනිශ්චිතය. එමනිසා අවශ්‍ය ඉඩකඩ ලබාගැනීම සඳහා කළ යුත්තේ පොළ සැලසුම් කිරීම පමණි.

වෙළඳුන්ගේ අදහසද පොළවල්වල යම් නවීකරණයක් සිදුවිය යුතු බවයි. පොළවල්වල සතුටුදායක ලෙස පහසුකම් පවතින බව පැවසුවේ මුළු වෙළඳුන්ගෙන් සියයට 5 කි. සියයට 13ක් මේ ගැන මධ්‍යස්ථ අදහසක් දැරීය. ඉතිරි මුළු වෙළඳුන් සංඛ්‍යාවම (පොළෙහි අලෙවි කටයුතුවල නියුතු වෙළඳුන්ගෙන් සියයට 82ක්ම) කියා සිටියේ සෑහීමකට පත්විය හැකිවන අයුරින් පොළ පහසුකම් තවමත් නොලැබී ඇති බවයි. මෙම පහසුකම් ලබාදීම සඳහා යම් නවීකරණයක් කළයුතු වුවත් එය පොළෙහි මූලික අන්තර්ගතයට හානියක් නොවන අයුරින් සිදුවිය යුතුය.

(3) භාණ්ඩ අලෙවිය සඳහා පොළවල් තෝරා ගැනීමේදී වෙළඳුන්ගෙන් සියයට 61ක්ම තමා පදිංචි ස්ථානයේ සිට තෝරාගත් පොළට ඇති දුර සහ එම පොළින් ලැබිය හැකි ආදායම යන කරුණු දෙක සැලකිල්ලට ගෙන තිබුණි. එසේම වෙළඳාම් සඳහා පොළට අළුතින් ඇතුල්වන පුද්ගලයන්ටද මෙම කරුණු දෙක වඩාත් වැදගත් වියහැකිය. වැඩි දුරකතරක් ගෙවා පොළට පැමිණීමට හා භාණ්ඩ ප්‍රවාහනය කිරීමට අධික කාලයක්, ශ්‍රමයක් හා වියදමක් දැරීමට සිදුවේ. එමනිසා වෙළෙන්දාගේ පදිංචියට ආසන්නයේ පිහිටා ඇති පොළ ඔහුගේ වෙළඳ කටයුතු සඳහා වඩාත් යෝග්‍ය ස්ථානයයි. එසේම පොළේ ප්‍රමාණවත් තරම් ආදායමක් නොලැබී යනවිට වෙළෙන්දෙකු එම පොළ අතහැරයාමට පෙළඹෙන බැවින් වැඩි ආදායම් ලැබිය හැකි පොළවල් මොනවාද යන්න සොයා බලා කටයුතු කිරීම ද ප්‍රයෝජනවත් විය හැකිය. (පොළකින් දැනට වෙළෙන්දෙකු දිනකට ලබා ගන්නා සාමාන්‍ය ආදායම කොපමණද යන්න මෙහි පස්වන පරිච්ඡේදයේ ඇති ආදායම්, දළ ලාභ සහ ශුද්ධ ලාභ දක්වන සංඛ්‍යා සටහන් මගින් පැහැදිලිය.).

(4) අධ්‍යනයට ලක්වූ පොළවල්වල වෙළඳ වෘත්තියෙහි නිරතවී සිටි කාන්තාවන් සංඛ්‍යාව සියයට 11 කි. නමුත් මෙතෙක් පිරිමින් සඳහා පමණක් කැපවුණු හමුදා සේවය, රියදුරු වෘත්තිය වැනි කටයුතු සඳහාද කාන්තාවන් පිය නහන මොහොතක වෙළඳ වෘත්තිය සඳහා නිසියාකාර අවබෝධය සහ දිරි ගැන්වීම් ලබාදීමෙන් පසු කාන්තාවන්ද යෙදවිය හැකිය.

(5) දැනට පොළවල්වල වෙළඳ කටයුතුවල නියුතු පුද්ගලයන්ගෙන් සියයට 74ක්ම "පොළෙහි වෙළඳාම" ආරම්භකර ඇත්තේ සාමාන්‍යයෙන් වයස අවුරුදු 18ත් 30ත් අතර කාලයේදීය. එමනිසා පොළෙහි වෙළඳාම සඳහා නවකයන් තෝරා ගන්නා විට ඔවුන්ගේ වයස් මට්ටම් ගැනද සැලකිල්ලක් දැක්වීම වඩාත් සුදුසුය.

(6) සංවිධානය වීම තුළින් වෙළඳුන්ට ඇති අඩුපාඩුකම් හා දුර්වලකම් බොහොමයක් මඟහරවා ගැනීමට හැකිය. සංවිධානයක් මඟින් ටෙන්ඩර් ගැනීමෙන් බදුරලිය පොළෙහි අධික වෙළඳ පොළ බදු අඩුකර ගැනීමට හැකිවීම මෙයට උදාහරණයකි. මෙම තත්ත්වය සෑම පොළකම ඇති වුවහොත් ඔවුනට සිදුවන බාධා අවහිරතා මෙන්ම අඩුපාඩුකම්ද බොහෝ දුරට වැළකේ. එමනිසා වෙළඳාම සඳහා පොළට ඇතුල්වන නවකයන්ට සංවිධානය වීම හා ඒ තුළින් සාමූහිකව ප්‍රශ්න විසදා-ගන්නා අයුරු ගැන යම් අවබෝධයක් ලබාදීම වැදගත්ය.

(7) කළුතර දිස්ත්‍රික්කයේ පොළවල් තුළට වෙළඳුන් වශයෙන් රැකියා විරහිත තරුණ තරුණියන් ඇතුල් කිරීම මනා පරිචයකින් හා විමසිල්ලකින් කළයුතුව ඇත. වෙළඳාම සඳහා යොදවනු ලබන නවකයින් වෙළඳ වෘත්තිය කෙරෙහි ඇල්මක් දක්වන පිරිසක් වීම වැදගත්ය. පොළෙහි ක්‍රියාකාරිත්වය සහ අලෙවිකරණය ගැන පුළුල් දැනුමක් ලබාදිය යුතුවන අතර වෘත්තියෙහි යෙදවීමෙන් පසු ඇගයීම් හා අධීක්ෂණයන් කිරීම කළ යුතුය. පොළෙහි භාණ්ඩ අලෙවි කිරීමෙන් සැහෙන ලාභයක් ලබා ගැනීමට තවමත් ඇති ඉඩකඩ වැසී තිබෙන්නාවූ බාහිර සහ අභ්‍යන්තර බලවේගයන් මඟහරවා මංපෙත පාදා දීම මෙහිදී මුලින්ම කළයුතු කාර්යයි.

දෙවන පරිච්ඡේදය

හැඳින්වීම

පොළෙහි ස්වභාවය මෙන්ම එය ස්ථානගත වන අයුරුද මෙහිදී විමසිල්ලට ලක්කෙරේ. අධ්‍යයන ප්‍රදේශය තෝරා ගැනීම හා අධ්‍යයන ක්‍රමවේදය පිළිබඳව ලුහුඬු සටහනක් ද ඉදිරිපත් කරයි. කෙසේ වුවද මෙහිදී කළුතර පොළ අධ්‍යයනය සඳහා පසුබිම් වූ කරුණු සහ අධ්‍යයනය කිරීමේදී මතුවූ ගැටළු සහගත සීමාවන් හඳුනා ගැනීමට උත්සාහ ගෙන ඇත.

2.1 අධ්‍යයනයේ පසුබිම

කළුතර දිස්ත්‍රික්කයේ පොළ පිළිබඳ අධ්‍යයනයක් කිරීමේ අදහස ඉදිරිපත් කරන ලද්දේ ජාතික තරුණ සේවා සභාව විසිනි. දේශීය අලෙවි ක්ෂේත්‍රයේ එක් වැදගත් අංශයක් වන පොළ ක්‍රමය කේන්ද්‍ර කොට ගෙන ස්වයං රැකියා ජනිත කරවීමට ශක්‍යතාවයක් ඇත්දැයි සොයා බැලීම මෙහි මූලික පරමාර්ථය විය. ඒ පිළිබඳ සවිස්තරාත්මක වාර්තාවක් ලබා ගැනීම සඳහා මෙම අධ්‍යයනය ගොවිකටයුතු පර්යේෂණ හා පුහුණු කිරීමේ ආයතනය වෙත යොමු කෙරිණි.

නිදහස් වෙළඳ පොළ බලවේග මත ක්‍රියාත්මක වන පොළ ක්‍රමයට මෙරට වෙළඳ රටාව තුළ විශේෂ ස්ථානයක් හිමිවේ. එය දේශීය කෘෂි ද්‍රව්‍ය අලෙවි කෙරෙන මධ්‍යස්ථානයක් වන අතර, අවට ග්‍රාමීය ජනතාවගේ දෛනික පරිභෝජන අවශ්‍යතා සපුරාලන්නා වූ මූලාශ්‍රයක්ද වේ. එමනිසා එහි කාර්යභාරය වර්තමාන අලෙවි ක්ෂේත්‍රයේ සිදුවන නවීකරණයන් සමඟ කෙසේ සිදුවන්නේද යන්න සොයා බැලීමේ ඇති වැදගත්කම කෙරෙහි ගොවිකටයුතු පර්යේෂණ හා පුහුණු කිරීමේ ආයතනයේ අවධානය යොමු විය.

ජාතික තරුණ සේවා සභාවේ අභිමතය පරිදි ඔවුන් විසින්ම අධ්‍යයන ප්‍රදේශය ලෙස කළුතර දිස්ත්‍රික්කය තෝරා ගෙන තිබුණි. දීප ව්‍යාප්ත වැඩපිළිවෙලක් වන මෙය මුලින්ම ආරම්භ කෙරෙන්නේ කළුතර දිස්ත්‍රික්කයෙන් වීම ඊට හේතු විය.

2.2 පොළ

යම් නිශ්චිත ස්ථානයකදී, මිලදීගන්නන් සහ අලෙවිකරන්නන්ගෙන් සමන්විත වූ ජන සමූහයක් භාණ්ඩ මිලදී ගැනීම සහ අලෙවි කිරීම සඳහා කාලීනව එක්රැස්වන විට එය වෙළඳ පොළ ලෙසත්,එසේ එක්රැස්වන ස්ථානය පොළ භූමිය ලෙසත් හැඳින්විය හැකිය. බොහෝ ස්ථානවල මෙසේ ජනයාගේ එක්රැස්වීම සිදුවනුයේ සතියකට වරක් හෝ දෙවරකි. නමුත් සමහර ස්ථානවලදී මෙය සතියකට දෙවරකට වැඩියෙන් හෝ සති දෙකකට වරක් බැගින් හෝ සිදුවේ. කෙසේ වෙතත් පොළක වෙළඳ ගණුදෙනු දෛනිකව සිදුවන්නට වුවහොත් එය නිත්‍ය මහජන වෙළඳ පොළක් බවට පත්වේ.

වෙළඳ පොළවල් වැඩි සංඛ්‍යාවක් පැවැත්වෙන්නේ සති අන්තයේය. එයිනුත් ඉරිදා දිනවල පැවැත්වෙන වෙළඳ පොළවල් සංඛ්‍යාව විශාලය. එසේම පොළවල් අතුරින් සති අන්ත පොළවල් ජනප්‍රියම ඒවා බවට පත්ව ඇත. පැවැත්වෙන දවස අනුව පොළ පාරිභෝගිකයින් අතර ප්‍රචලිතවී ඇති බව, ඉරිදා පොළ, සඳුදා පොළ, අඟහරුවාදා පොළ, ආදී වශයෙන් හැඳින්වීමෙන් පැහැදිලිය. එසේම එම පොළ දිගු කාලයක් තිස්සේ පැවැත්වෙන්නක් බවද එයින් ගම්‍ය වේ.

බොහෝ පොළවල්වල දවස පුරාම වෙළඳ කටයුතු සිදුවීමක් දැකිය හැකිය. නමුත් සමහර පොළවල එක් වරුවකදී පමණක් (උදය හෝ සවස) වෙළඳ ගනුදෙනු සිදුවේ. එයට හේතුව ඒ ඒ පොළට විශේෂිත වූ කරුණු වන අතර, ඉන් ප්‍රධාන කරුණු දෙකක් හඳුනාගත හැකිය. එනම් ප්‍රදේශයේ ජන ජීවිත රටාව හා පොලේ දිගුකාලින ක්‍රියාකාරීත්වයයි.

ප්‍රදේශයේ ආර්ථික හා සමාජයීය රටාවන් අනුව පාරිභෝගිකයන් පොළ වෙත ඇදී එන කාල සීමාව බොහෝ විට තීරණය වේ. උදාහරණයක් වශයෙන් කළුතර දිස්ත්‍රික්කයේ රබර් වගාව බහුලව ව්‍යාප්ත වී ඇති ප්‍රදේශවල සමහර වෙළඳ පොළවල් සවස් වරුව සඳහා පමණක් සීමාවී ඇති අයුරු පෙන්වා දිය හැකිය. එවැනි ප්‍රදේශවල දවස පුරාම වෙළඳ කටයුතු කෙරෙන පොළකට වුවද, පාරිභෝගිකයන් වැඩි පිරිසක් ඇදී එන්නේ සවස් වරුවේදීය.

පොළ මූලාරම්භයේදීම පොළේ පරිපාලනය විසින් පොළ පැවැත්වෙන කාල සීමාව තීරණය කර තිබීම මත හෝ, වෙළඳුන්ගේ පැමිණීම මත හෝ, පාරිභෝගිකයන් එක් වරුවකදී පමණක් පොළට පැමිණීම මත හෝ, වෙනත් විශේෂිත වූ හේතූන් මත හෝ, පොළක් පැවැත්වෙන කාලසීමාව තීරණය වීම හෝ වෙනස් වීම සිදුවිය හැකිය. මෙම තත්ත්වය දිගු කාලීනව ක්‍රියාත්මක වීමෙන් පොළ පැවැත්වෙන ස්ථිර කාලසීමාව තීරණය වේ.

කුඩා ප්‍රමාණයේ වෙළඳ කටයුතු රාශියක් සිදුවීම පොළකදී දැකිය හැකිය. මේ බව "සාපේක්ෂ වශයෙන් කුඩා ප්‍රමාණයේ වෙළඳ කටයුතු පුද්ගලයාගෙන් පුද්ගලයාට අන්‍යෝන්‍ය වශයෙන් සිදුවීමේ සංසිද්ධීන් විශාල ප්‍රමාණයක් එකම අවස්ථාවකදී සිදුවීම පොළක ප්‍රධාන ලක්ෂණයකි." (ගෝම්සන්, 1985), යන ප්‍රකාශයෙන්ද පැහැදිලිය. එසේ වුවද, මෙවැනි වෙළඳ ගණුදෙණු පොළක පැවැත්වෙන කාලසීමාව පුරා ව්‍යාප්තව ඇති අතර, එක්තරා සීමිත කාලසීමාවකදී පමණක් පාරිභෝගිකයන් විශාල ප්‍රමාණයක් පැමිණීමේ හේතුවෙන් වෙළඳ පොළ තුළ තදබදය වැඩිවී අලෙවි කටයුතුවල උච්චවීමක් සිදුවනු දැකිය හැකිය.

පොළක් අලෙවි ක්ෂේත්‍රයේදී දෙයාකාරයකින් වැදගත් වේ. එනම් නිෂ්පාදකයන්ට තම නිෂ්පාදන අලෙවි කළ හැකි ස්ථානයක් මෙන්ම පාරිභෝගිකයන්ට තම අවශ්‍යතා සපුරා ගැනීමට හැකි ස්ථානයක්ද වශයෙනි. බොහෝ ගම්බද පොළවල්වල පාරිභෝජනය සඳහා භාණ්ඩ විකිණීම පමණක් සිදුවේ.

පොළ වෙළඳ මධ්‍යස්ථානයක් වශයෙන් මෙන්ම සන්නිවේදන මධ්‍යස්ථානයක් වශයෙන්ද වැදගත්ය. ඒ බව "දුප්පත් ගැමි ජනතාවට ප්‍රයෝජනවත් වන සංවර්ධන කටයුතුවලදී මෙන්ම අලෙවිකරණයේ හා ගමනාගමනයේ දියුණුවට කරනු ලබන ඕනෑම අනාගත කටයුත්තකදී, ප්‍රමාණවත් ජනගහනයක් ඇති වෙළඳ පොළ මධ්‍යස්ථාන සැලකිල්ලට ගත යුතුය. වෙළඳ පොළ යනු මෙම ගැමි ජන කොටස්වලට බාහිර ලෝකය හා සම්බන්ධකම් පවත්වා ගැනීමට මූල්වන ප්‍රධාන මධ්‍යස්ථානයකි. වෙළඳ පොළ මඟින් කාර්යයන් දෙකක් ඉටුවිය යුතුය. එනම්, ප්‍රාදේශීය නිෂ්පාදන එක්රැස් කර තබන හා ඇසුරුම් භාණ්ඩ සාධාරණ මිලකට අලෙවි කරන මධ්‍යස්ථාන වශයෙන් සහ සම්පූර්ණයෙන් සංවර්ධනය වූ කුඩා පරිමාණ මධ්‍යස්ථාන යන අර්ථයෙන් යුතු අධ්‍යාපන, සෞඛ්‍ය, පරිපාලන හා අනිකුත් පරමාර්ථ සඳහා වූ මධ්‍යස්ථාන වශයෙනි" (ගෝම්සන්, 1985) යන ප්‍රකාශනයෙන්ද පැහැදිලිය. කෙසේ වුවද වෙළඳ පොළ ග්‍රාමීය ජනතාවට බාහිර ලෝකයට එබී බැලීමට ඇති එක් දොරටුවක් වශයෙන් හැඳින්වීම නිවැරදිය.

2.3 පොළ ස්ථානගතවීම

යම් ප්‍රදේශයක ජනතාවට භාණ්ඩ හා සේවාවන් සැපයීම සඳහා බිහිවන වෙළඳ පොළක් ස්ථානගත වනුයේ ප්‍රදේශයේ මධ්‍යගත ස්ථානයකය. භාණ්ඩ ප්‍රවාහනය සහ ගමනාගමන පහසුකම් තිබීම එහි අනිවාර්ය ලක්ෂණයකි. එසේම ප්‍රදේශයේ ජන සංඛ්‍යාවද එහිදී ඉතා වැදගත්ය.

පොළක් ස්ථානගතවී සංවර්ධනය වීමට තිබිය යුතු මූලික අවශ්‍යතාවයන්ගෙන් පළමුවැන්න සුදුසු භූමියකි. උදාහරණයක් වශයෙන් ටික කලකට පෙර කොළඹ, බොරැල්ල වෙළඳ පොළ කැම්බල් පිටියට ගෙන යෑමේ සිද්ධියත්, එය වෙළඳ පොළක් සඳහා සුදුසු ස්ථානයක් නොවූ බැවින්, වෙළඳුන් මෙන්ම පාරිභෝගිකයන්ද බොරැල්ල මංසන්දියෙන් ඉතා පහසු තැනක් වෙළඳ පොළ සඳහා තෝරාගෙන ඇති අයුරුත් ගොවිකටයුතු පර්යේෂණ හා පුහුණු කිරීමේ ආයතනයේ ආහාර ද්‍රව්‍ය විවරණිකාව (1987, ජුනි) පෙන්වා දෙයි.

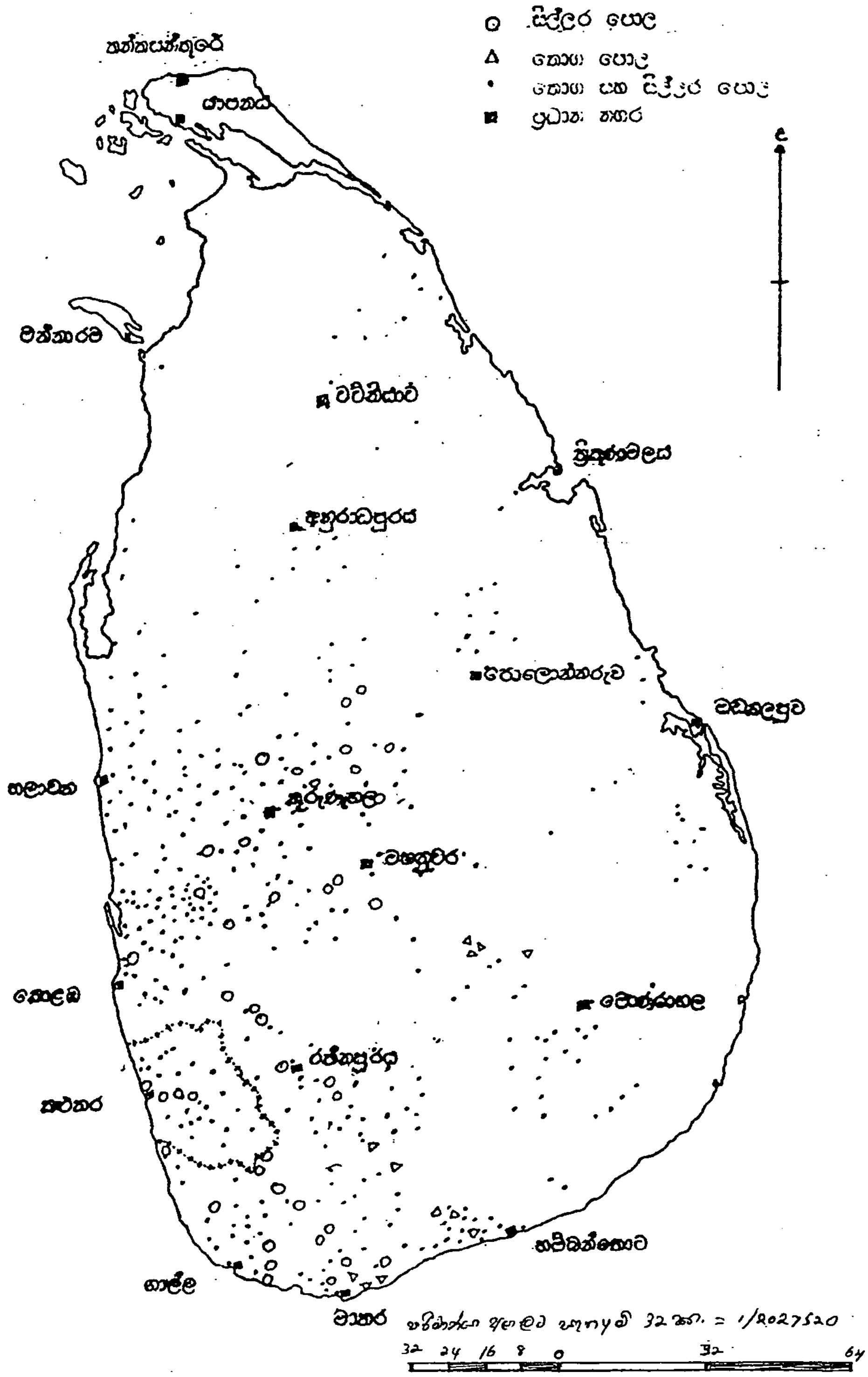
දෙවෙනුව, යටිතල පහසුකම්, පොළ පරිපාලනය සහ පාරිභෝගිකයන් හා වෙළඳුන් අතර ඇති අන්තර් සබඳතාවය වැනි කරුණු වැදගත්වේ. යටිතල පහසුකම්වලින් තොරව පොළක් පැවැත්වීමට යෑම අසාර්ථක ප්‍රයත්නයකි. පොළෙහි පරිපාලනය හරියාකාරව සිදුවීම, එහි පැවැත්ම සහතික කරන අතර එසේ නොමැති වීම නොයෙකුත් දුර්වලතා ඇතිවීමට හේතු වේ. වෙළඳ පොළෙහි වෙළඳුන් වංචාවලින් තොරව හොඳ සේවයක් ඉටු කිරීම එහි පැවැත්මට හිතකරය. ඒ සියල්ල කෙසේ සිදුවුවත් පාරිභෝගිකයන් වෙළඳ පොළට නොපැමිණිය හොත් පොළ අහෝසි වීම සිදුවන නිසා ඔවුන් වෙළඳ පොළ පැවැත්මේ එක් ප්‍රධාන අංගයක් ලෙස සැලකිය හැකිය.

ගැමිජන ජීවිතයේ එදිනෙදා අවශ්‍යතා සපුරාලන වෙළඳ මධ්‍යස්ථානයක් වන වෙළඳ පොළ, එහි පෝෂිත ප්‍රදේශය තුළ සිටින ගැනුම්කරුවන්ට සහ අලෙවිකරුවන්ට පහසුවෙන් එක්රැස් වියහැකි, එසේ එක්රැස්වීමට කැමති සහ භාණ්ඩ ප්‍රවාහනයට පහසුකම් ඇති කේන්ද්‍රීය ස්ථානයක ස්ථානගත වීමෙන් ඉක්මණින් වර්ධනය වේ. නමුත් එය ස්ථාපිත වීම සඳහා දිගු කලක් අඛණ්ඩව ක්‍රියාත්මක විය යුතුය.

2.4 ශ්‍රී ලංකාවේ පොළ ක්‍රමයේ විකාශනය

ශ්‍රී ලංකාවේ අභ්‍යන්තර වෙළඳ ක්‍රමයේ ඉතිහාසය මෙරට මුල් ජනාවාස බිහිවීම දක්වාම දිවයයි. නමුත් වෙළඳ පොළ ක්‍රමයක් ගැන තොරතුරු අසන්නට ලැබෙන්නේ අනුරාධපුර යුගයේදීය. ඉතිහාසගත ග්‍රන්ථවල සහ සෙල් ලිපිවල ඇති තොරතුරු අනුව එම කාලයේ ජනාකීර්ණ මධ්‍යස්ථානවල පොදු වෙළඳ පොළවල් කිහිපයක් තිබී ඇත. නමුත් එවැනි වෙළඳ පොළවල් පිළිබඳව අනුරාධපුර යුගයෙන් පසු තොරතුරු සොයා ගැනීම අපහසුය. සමහර විට එකල ඇතිවූ දකුණු ඉන්දීය ආක්‍රමණවලින් රටේ ආර්ථික දේශපාලන හා සමාජික තත්ත්වයන්ට එල්ල වූ තර්ජන නිසා රාජධානි රට අභ්‍යන්තරයට විතැන්වීම එයට හේතු විය හැකිය. කෙසේ වුවද මුහුදුබඩ ප්‍රදේශ සහ රට අභ්‍යන්තර ප්‍රදේශ අතර තවලම් සහ ගැල් යොදා ගනිමින් භාණ්ඩ හුවමාරු කටයුතු සිදුවී ඇති බවටත් එවැනි අවස්ථාවලදී ඒවායෙන් බදු ලබා ගන්නා තොටුපොළවල් රට අභ්‍යන්තරයේ ප්‍රාදේශීය මායිම් අසළ තිබූ බවටත්, එම ක්‍රමය වර්තමාන ප්‍රවාහන ක්‍රමයේ ආරම්භය දක්වාම පැවති බවටත්, ඉතිහාසගත තොරතුරු තිබේ. මේ නිසා පසුකාලීන වෙළඳ පොළවල් පිළිබඳ තොරතුරු නොමැති වුවද, රට අභ්‍යන්තරයට ගෙන ගිය භාණ්ඩ බෙදා හැරීමේ මධ්‍යස්ථාන වරින්වර හෝ

2.1 රූපසටහන : ශ්‍රී ලංකාවේ කාලීන පොළවල් 1997



නොතිබුනා යැයිකිව නොහැක. සමහර විට තවලම්වලින් බදු ලබා ගන්නා තොටුපොලවල් හෝ ඒ සඳහා යොදා ගන්නට ඇතැයි සැකකළ හැක. එයට හේතුව අනුරාධපුර යුගයේදී මනාව සංවිධානය වී තිබූ, වර්තමාන වෙළඳ පොළවල පවා දක්නට ඇති ලක්ෂණයන්ගෙන් යුක්තවූ, වෙළඳ පොළ ක්‍රමයක් පසු කාලයකදී අභාවයට ගියා යැයි සිතිය නොහැකි වීමයි.
(ඇමුණුම 1 බලන්න)

2.5 වර්තමාන පොළ ක්‍රමය

කෘෂිකාර්මික ඉඩම් භාවිතය වර්ධනය වීමෙන් ඇතිවූ නිෂ්පාදන අතිරික්තයත්, ජනගහන වර්ධනය නිසා ඇතිවූ ඉල්ලුම වැඩිවීමත් ආදී කරුණු මුල්කොට ගෙන පොළ ජනතාවගේ දෛනික අවශ්‍යතාවයන් සපුරා ගන්නා මූලාශ්‍රයක් වශයෙන් විසිවන සියවසේ මුල්භාගයේ සිට වර්ධනය වන්නට විය. ජැක්සන් (1977) ට අනුව 1975 අවසාන වනවිට පොළවල් 500 ක් පමණ මෙරට බිහිවී තිබුණි. මෙම සංඛ්‍යාව 1979 වනවිට 550 ක් විය(සේනානායක, 1980). නමුත් පළාත්පාලන දෙපාර්තමේන්තුවේ ඇස්තමේන්තු අනුව 1987 වන විට මෙරට ක්‍රියාත්මක වූයේ (යාපනයේ දිස්ත්‍රික්කයේ හැර) වෙළඳ පොළවල් 400 කට ආසන්න ප්‍රමාණයකි. මින් වැඩිම වෙළඳ පොළවල් සංඛ්‍යාවක් ව්‍යාප්තව ඇත්තේ කුරුණෑගල දිස්ත්‍රික්කයේය(ඇමුණුම V හි අංක 1 හා 2 බලන්න). කෙසේ වුවද 1970 දශකයේ සිදු වූ පොළෙහි ව්‍යාප්තිය 1980 දශකයේදී ක්‍රමානුකූල පසුබෑමකට ලක්වී ඇති බව පැහැදිලිය.

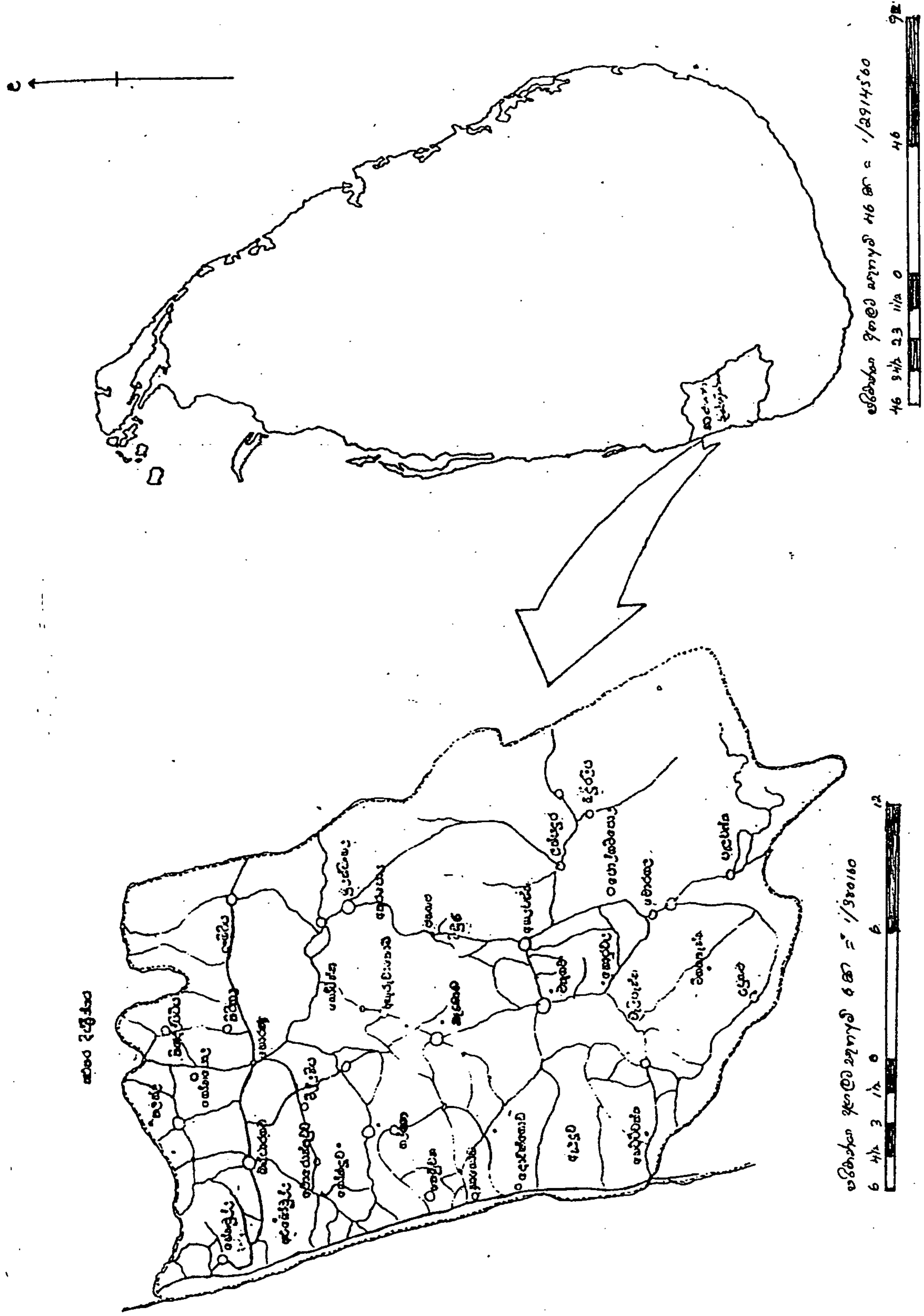
2.5.1 පොළ පරිපාලනය

පොළ ස්වාධීන ආයතනයකි. පොළෙන් පිටස්තරව ඇති රජයේ ආයතන හෝ පෞද්ගලික ආයතන හෝ රජය හෝ එහි ක්‍රියාකාරිත්වයට මැදිහත් නොවීම නිසා දිගු කාලීනව එම ස්වාධීනත්වය ලබාගෙන ඇත. එකම ප්‍රදේශයක එක ළඟ ඇති පොළවල් වලින්, එකකින් එකකට යම් ආකාරයක බලපෑමක් සිදු වුවත් ඒ එක් එක් පොළවල් ද ස්වාධීනව ක්‍රියාත්මක වන ඒවා වේ. කෙසේ වෙතත් පොළවල්වල අයිතිය සහ පරිපාලනය, පෞද්ගලික හෝ රාජ්‍ය අංශය සතුය. දැනට වසර 20 කට පමණ පෙරදී පොළවල්වල බහුතර අයිතිය පෞද්ගලික අංශය සතුව තිබුණත් 1976 පමණ වනවිට ඉන් බොහොමයක් පළාත්පාලන ආයතනවලට පවරාගෙන තිබුණි. වර්තමානයේ පෞද්ගලික අයිතිය ඇති පොළවල් ඇත්තේ සුළු ප්‍රමාණයකි. රාජ්‍ය අංශයේ පොළවල් පළාත්පාලන ආයතන වන නගර සභා සහ සංවර්ධන සභා යටතේ ක්‍රියාත්මක වන අතර පෞද්ගලික අංශයේ පොළවල් පොළ හිමියා විසින් හෝ ඔහුගේ සහායකයෙකු අතින් පාලනය වේ. රාජ්‍ය ආයතනවලින් පාලනය වන සමහර පොළවල් කෙළින්ම එම ආයතනය විසින්ම පාලනය කරන අතර, ඉතිරිය ටෙන්ඩර් මගින්, පෞද්ගලික අංශයට පවරා දී ඇත.

වර්තමානයේ පවතින පොළවල්වලින් සියයට 30 ක අයිතිය මෙන්ම පරිපාලනයද පළාත්පාලන ආයතන සතුය. සියයට 56.5ක් පළාත් පාලන ආයතනය මගින් පෞද්ගලික අංශයට ටෙන්ඩර් දී ඇති අතර ඉතිරි සියයට 13.5 ක අයිතිය හා පරිපාලනය පෞද්ගලික අංශය සතුය. මේ අනුව පොළවල්වලින් සියයට 86.4 ක්ම රාජ්‍ය අංශය යටතේ පවතී. නමුත් 1975 දී ශ්‍රී ලංකාවේ මුළු පොළවල් සංඛ්‍යාවෙන් සියයට 62.8 ක් පෞද්ගලික අයිතිය යටතේ ද ඉතිරිය පළාත් පාලන ආයතනවල අයිතිය යටතේද පැවැති බව පෙනේ (සේනානායක, 1980).

වෙළඳ කටයුතු සාර්ථකව පවත්වා ගෙන යා හැකි වන ලෙස අවශ්‍ය පහසුකම් සැපයීම සහ ඒවා අඛණ්ඩව පවත්වා ගෙන යාම පොළ පරිපාලනයේ වගකීමකි. තාවකාලික හෝ ස්ථිර ගොඩනැගිලි, ජල පහසුකම් සහ වැසිකිළි පහසුකම් එහිදී අත්‍යාවශ්‍ය පොදු පහසුකම් ලෙස සැලකේ.

2.2 රූපසටහන : කළුතර දිස්ත්‍රික්කයේ පිහිටීම



ඊට අමතරව විදුලිබලය, වෙළඳපොළ පිරිසිදු කිරීමේ සේවයක්, ආපන ශාලාවක්, රථවාහන නැවතුම් පොළක් හා වැසිදිනවල පොළ භූමිය මඩ නොවන ලෙස ජලය බැස යාමට සකස් කරන ලද මතුපිට කාණු ක්‍රමයක් පවත්වාගෙන යා යුතුය. මේ පොදු පහසුකම් ලබාදීමට අවශ්‍ය වන අරමුදල් සඳහා වෙළඳුන්ගෙන් බදු අයකර ගැනීමේ බලය පොළ පරිපාලනය වෙත නිතැතින්ම හිමිවී ඇත.

2.5.2 පොළක වෙළඳ කටයුතුවල ස්වභාවය

පොළක වෙළඳ කටයුතු තුන් ආකාරයකින් සිදුවනු නිරීක්ෂණය කළ හැකිය. එනම්,

1. පිට පළාත්වලින් භාණ්ඩ ගෙනවිත් පොළ හරහා එහි පෝෂිත ප්‍රදේශයට එම භාණ්ඩ බෙදීම.
2. පොළ පිහිටා ඇති ප්‍රදේශයේ නිෂ්පාදන පොළ හරහා පිටපළාත්වලට යැවීම.
3. පොළ පිහිටා ඇති ප්‍රදේශයේ නිෂ්පාදන වෙළඳ පොළ හරහා එම ප්‍රදේශය තුළම ගණුදෙනු කරගැනීම.

මූලිකවම මෙසේ සිදුවුවද ක්‍රියාකාරිත්වය අනුව පොළෙන් පොළට වෙනස්කම් පැවතිය හැක. එමනිසා එය සාමාන්‍යකරණය කිරීම පහසු නැත. මේ බව "තුන්වන ලෝකයේ පොළවල් වල පවතින සමාජ ආර්ථික ක්‍රියාදාමයන්ගේ වෙනස්කම් නිසා පොළවල්වල ක්‍රියාකාරිත්වය සාමාන්‍යකරණය කිරීම පහසු නැත." (ගොම්සන්, 1985) යන ප්‍රකාශයෙන්ද තහවුරු වේ.

තොග සහ සිල්ලර වෙළඳ කටයුතු පදනම් කරගෙන පොළවල් කොටස් තුනකට වෙන්කළ හැක.

1. තොග පොළ
2. තොග සහ සිල්ලර පොළ
3. සිල්ලර පොළ

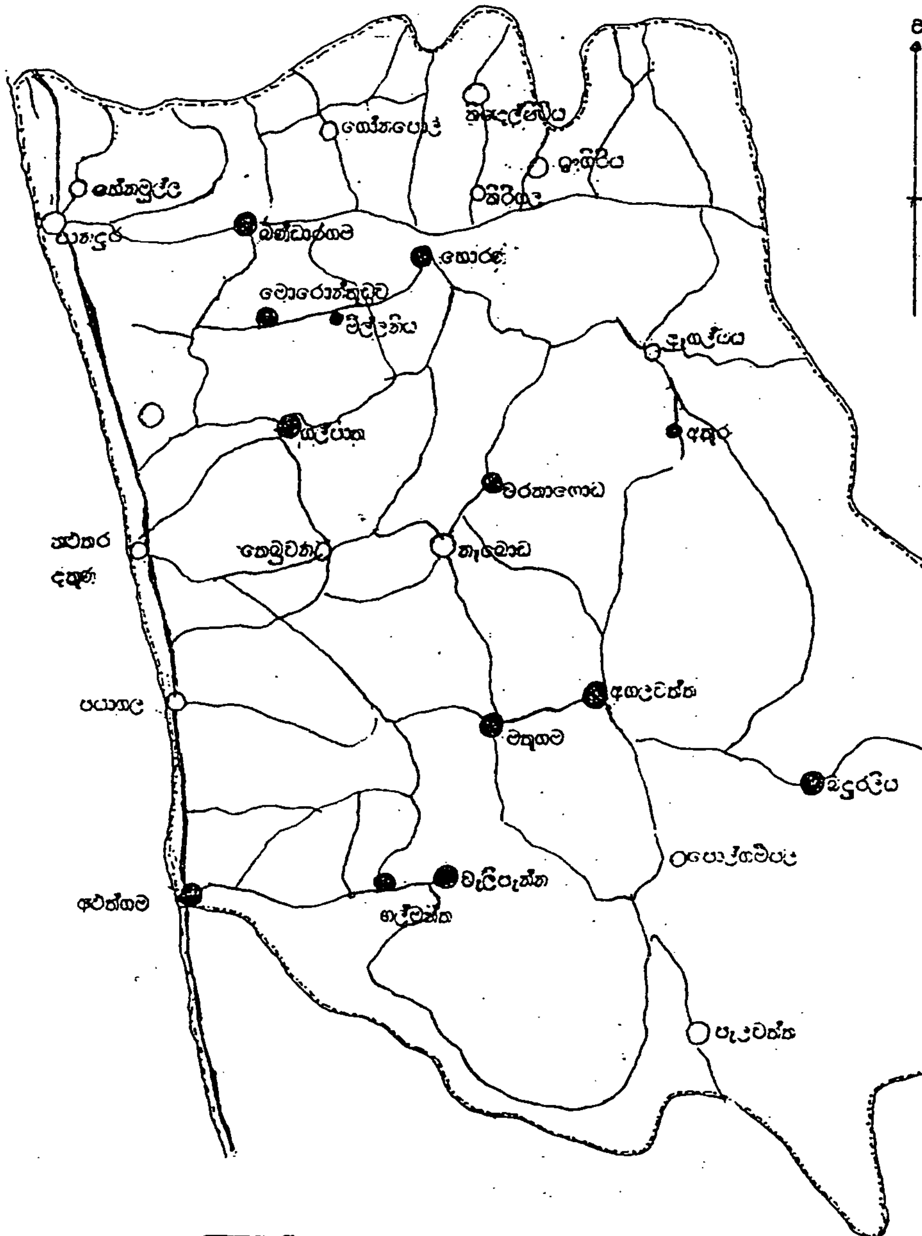
මින් පළමු හා දෙවන කාණ්ඩයේ පොළවල්, කෘෂි ආහාර ද්‍රව්‍ය බහුලව නිෂ්පාදනය කෙරෙන ප්‍රදේශවලත්, සිල්ලර පොළ නාගරික, ග්‍රාමීය සහ වතු අංශවලත් ක්‍රියාත්මක වේ.

තොග පොළවල වැඩිපුරම වෙළඳාමේ නියුක්තව සිටින්නේ නිෂ්පාදකයන්ය. ඊට අමතරව අතර මැදියන් ද වෙළඳ කටයුතුවල යෙදේ. මෙම භාණ්ඩ තොග මිලදී ගැනීම සඳහා ප්‍රදේශයෙන් පිටත වෙළඳ කටයුතුවල නියැලී සිටින්නන් සහ භාණ්ඩ බෙදාහරින්නන්ද පැමිණේ.

තොග සහ සිල්ලර පොළවල්වල එක් කොටසක තොග වෙළඳාමක්ද අනික් කොටසේ සිල්ලර වෙළඳාමක්ද සිදුවේ. බොහෝ විට මේවායේ අතරමැදි වෙළඳුන් ප්‍රමාණය නිෂ්පාදක වෙළඳුන් ප්‍රමාණයට වඩා වැඩිය. මේවායින් භාණ්ඩ මිලදී ගැනීමට ප්‍රදේශයේ ගැණුම්කරුවන් මෙන්ම ප්‍රදේශයෙන් පිටත සිටින වෙළඳුන්ද පැමිණේ.

සිල්ලර පොළවල්වල සිල්ලර වෙළඳුන් වැඩිය. සමහර පොළවල්වලට ඉතා කුඩා භාණ්ඩ ප්‍රමාණයක් රැගත් නිෂ්පාදකයන්ද පැමිණේ. බොහෝවිට ඔවුහු ඒවා පොළේ අනිකුත් වෙළඳුන්ට අලෙවි කරති. පාරිභෝගිකයන් පැමිණෙන්නේ පොළේ පෝෂිත ප්‍රදේශයෙන් පමණි. සාමාන්‍යයෙන් එක් භාණ්ඩයකින් කි.ග්‍රෑ. 5 කට වඩා මිලදී ගන්නා අවස්ථාවලදී විශේෂ මිල අඩුකිරීමක් පොළේ වෙළඳුන් විසින් කරනු ලැබේ.

2.3 රූපසටහන : කළුතර දිස්ත්‍රික්කයේ පොලවල් - 1987



සමීක්ෂණයට භාජනය වූ පොල

සමීක්ෂණයට භාජනය නොවූ පොල

ප්‍රධාන මාර්ග

පරිමාණය අඟල 1 සැතපුම් 5 ක් = 1/316800

5 3/4 1/2 1/4 0 5 10

22910

ශ්‍රී ලංකාවේ තොග පොළවල් සියල්ලම පාහේ එහි පෝෂිත ප්‍රදේශයේ නිෂ්පාදිත එළවළු හා අතිකුත් අතිරේක ආහාර ද්‍රව්‍ය අලෙවි කිරීමේ අවශ්‍යතාව මත බිහිවූ ඒවා වේ. මින් වැඩි සංඛ්‍යාවක් බදුල්ල, හම්බන්තොට හා යාපනය වැනි දිස්ත්‍රික්කවල පිහිටා ඇත. අතිත් දෙවර්ගයේ පොළවල් ලංකාවේ සෑම දිස්ත්‍රික්කයකම පාහේ ව්‍යාප්ත වී තිබේ.

පොළේ වෙළඳ කටයුතු සිදුවන්නේ නිදහස් බලවේග මතයි. එනම් බොහෝ විට ඉල්ලුම සහ සැපයුම අනුව භාණ්ඩ මිල තීරණය වේ. එසේම එකම වර්ගයේ භාණ්ඩ විශාල ප්‍රමාණයක් තිබීම, එළවළු වර්ග අතිරේක ආහාර බෝග වර්ග සහ රෙදිපිළි වර්ගවල බහුල බව සහ ගැණුම්කරුවන් හා අලෙවිකරුවන් විශාල සංඛ්‍යාවක් සිටීම පොළක් තුළ දැකිය හැකි විශේෂ ලක්ෂණයන්ය. මේ හැරුණු විට උත්සව අවස්ථා ආසන්න වන විට සිදුවන ඉල්ලුමේ වැඩිවීමත් සමඟ (නත්තල් සහ සිංහල දෙමළ අළුත් අවුරුද්ද) පිටස්තර වෙළඳුන් පොළට ඇතුල් වීමක්ද, උත්සව කාලය අවසාන වනවිට යලි ක්‍රමයෙන් පොළින් පිටවීමක්ද සිදුවේ. මෙයින් පෙනීයන්නේ පොළ තුළ පූර්ණ තරඟකාරී පොළ තත්ත්වයක් පවතින බවයි. ඒ බව ගොම්සන් (1985) ගේ "පොළ එහි හැසිරීම අනුව, විවෘත, නිදහස් සහ තාර්කික හෝ ආර්ථික විද්‍යාඥයන්ට අනුව වෙනත් වචනවලින් කියනවා නම් ඉල්ලුම හා සැපයුම් බලවේගවලින් මිල තීරණය වන, පූර්ණ තරඟකාරී වෙළඳ පොළක් ලෙස විස්තර කළ හැක" යන ප්‍රකාශනයෙන්ද පැහැදිලිවේ.

සමහර රටවල පොළෙහි ක්‍රියාකාරීත්වයට රජයේ මැදිහත්වීමක් දක්නට ලැබේ. නමුත් මෙරට පොළවල්වල පරිපාලන කටයුතු සඳහා රාජ්‍ය මැදිහත්වීමක් සිදු වුවද, අලෙවි කටයුතුවලදී එවැන්නක් නොමැති තරම්ය. අලෙවි කිරීමේ දෙපාර්තමේන්තුව සමහර පොළවල කටයුතුවලට සම්බන්ධ වී ඇති නමුදු එම පොළවල්වල අලෙවි වන භාණ්ඩ ප්‍රමාණය හා දෙපාර්තමේන්තුව විසින් අලෙවි කරනු ලබන භාණ්ඩ ප්‍රමාණය සංසන්දනය කිරීමේදී එය ඉතා සුළු ප්‍රමාණයක් බව පෙනී යයි.

සමස්ථයක් ලෙස, පොළ පූර්ණ තරඟකාරී වෙළඳ ආයතනයක් වශයෙන් සැලකුවද ප්‍රමාණවත් නොවන පාදක ව්‍යුහාත්මක පහසුකම් හේතුකොට ගෙන සමහර පොළවල් තුළ අකාර්යක්ෂමතාව සහ සූරාකෑම වැඩිවී තරඟකාරීත්වය අඩුවී ඇත. ඒ හේතුවෙන් සමහර වෙළඳුන්ට ඒකාධිකාරීත්වයක් පවා ගොඩනඟා ගැනීමට හැකිවී තිබේ. එවැන්නන් විශේෂයෙන්ම එළවළු සහ පලතුරු අලෙවි කරන්නන් වන අතර, ඔවුන් එම භාණ්ඩ වර්ග මගින් මුළු පොළම නතුකරගෙන ඇත. ඔවුන් එම පොළට, එම කාණ්ඩයේම වෙනත් වෙළඳුන්ට ඇතුල්වීමට ඇති ඉඩකඩ නොයෙක් උපක්‍රම භාවිතයෙන් සීමා කරයි.

2.5.3 අලෙවි භාණ්ඩවල ස්වභාවය

වන්මලීට (1985) අනුව පොළ ක්‍රමය සමස්තයක් වශයෙන් ග්‍රාමීය නිෂ්පාදනවලට නාගරික ඉල්ලුමේ සහ නාගරික නිෂ්පාදනවලට ග්‍රාමීය ඉල්ලුමේ ප්‍රතිඵලයකි. කෙසේ වෙතත් පොළේ විකාශනය එදිනෙදා පාරිභෝජනයට අවශ්‍ය කෘෂි නිෂ්පාදන ද්‍රව්‍ය හුවමාරුව පදනම්ව සිදුවේ. එහි බහුලව දැකිය හැක්කේ දේශියව නිෂ්පාදනය වන ආහාර ද්‍රව්‍ය වර්ගයන්ය. පොළක ඇති අලෙවි භාණ්ඩ අතරින් වැඩි ප්‍රමාණයක් උඩරට සහ පහතරට එළවළු වර්ගයන් වේ. එසේම වී සහල්, මාංශ බෝග මෙන්ම ධාන්‍ය වර්ග සඳහා නිෂ්පාදන මට්ටමේ දෙවැනි අලෙවි මධ්‍යස්ථානය ලෙසද වෙළඳ පොළ ක්‍රියා කරයි. මේ නිසා "සමාජ කර්තව්‍යයන් ලෙස වෙළඳ පොළට රැගෙන එන අලෙවි ද්‍රව්‍ය බොහෝ විට දේශීයව නිෂ්පාදිත කෘෂි ද්‍රව්‍යවල හා හස්ත කර්මාන්තවල අතිරික්තයෙන්

එක්තරා ප්‍රමාණයක් බව ගොම්සන් (1985) පවසයි. කෙසේ වුවද පොළක අලෙවියට ඇති ද්‍රව්‍යවලින් 75% කට වඩා වැඩි ප්‍රමාණයක් එම ප්‍රදේශයේ ජනතාවට දෛනිකව අවශ්‍ය වන ද්‍රව්‍ය වලින් සමන්විත වේ. ඒ බව "පහල මට්ටමේ මධ්‍යස්ථාන වශයෙන් සැලකෙන දිස්ත්‍රික්, උසාවි, නොතාරිස් කන්තෝරු හා ඩිස්පෙන්සරි වැනි විශේෂ සේවා කිහිපයක් හැරෙන්නට කුඩා ගොවීන්ගේ සහ ගොවිපළ සේවකයන්ගේ අවශ්‍යතා බොහොමයක් සතිපතා වෙළඳ පොළවල්වලින් සපයනු ලැබේ. එසේම නාගරික වැඩකරන පන්තියේ සාමාන්‍ය පොදු අවශ්‍යතාද මේ මධ්‍යස්ථානවලින් සපුරාලයි" (ගොම්සන්, 1985) යන ප්‍රකාශයෙන්ද තහවුරු වේ.

2.6 අධ්‍යයන ප්‍රදේශය

අධ්‍යයන ප්‍රදේශය වන කළුතර දිස්ත්‍රික්කය, බස්නාහිර පළාතේ පිහිටා ඇත. එහි විශාලත්වය වර්ග කිලෝමීටර් 1615.5 කි (හෙක්ටයාර් 161,551). 1981 ජනගහන සංඛ්‍යාලේඛන අනුව දිස්ත්‍රික්කයේ ජනගහනය 829,704 ක් වේ. (2.2 රූප සටහන බලන්න)

කළුතර රබර් වගාකෙරෙන ප්‍රධාන දිස්ත්‍රික්කයකි. දැනට එහි මුළු බිම් ප්‍රමාණයෙන් හෙක්ටයාර් 50,829ක් රබර් වගාව සඳහා වෙන්වී තිබේ. එය ශ්‍රී ලංකාවේ රබර් වගා කර ඇති මුළු බිම් ප්‍රමාණයෙන් සියයට 22.86කි.

හෙක්ටයාර් 37,645 ක පමණ වී වගාව ව්‍යාප්තව ඇති අතර, ඉන් වැඩි ප්‍රමාණයක් හෙක්ටයාර් 0.5 ට වඩා අඩු බිම් කැබලි වේ. හෙක්ටයාර් 4859 ක තේ වගාකර ඇත. කොකෝ, කෝපි, කුරුඳු, ගම්මිරිස් සහ එනසාල් වැනි සුළු අපනයන බෝග වගා කර ඇති බිම් ප්‍රමාණය හෙක්ටයාර් 1896 කි. මේ හැර මිරිස්, එළවළු සහ පලතුරු යන බෝග වර්ග සුළු වශයෙන් වගා කෙරෙන අතර, එය මුළු බිම් ප්‍රමාණයෙන් සියයට 2ක් පමණය.

ජන හා සංඛ්‍යාලේඛන දෙපාර්තමේන්තුවේ දත්තවලට අනුව දිස්ත්‍රික්කයේ මුළු ජනගහනයෙන් 78.5% ක් ග්‍රාමීය හා වතු අංශයේද ඉතිරිය නාගරික අංශයේද වාසය කරති. මොවුන්ගේ අධ්‍යාපන තත්ත්වය උසස් මට්ටමක පවතින අතර, රැකියාවල යෙදී සිටින්නන්ගේ ප්‍රතිශතය සියයට 25 කි. දිස්ත්‍රික්කයේ විරැකියාව සියයට 30ක පමණ මට්ටමක පවතී. කාන්තාවන්ගෙන් සියයට 45ක ප්‍රමාණයක් විරැකියාවෙන් පෙළෙනු ලැබේ. රැකියාවල නියුක්ත වූවන්ගෙන් 33%ක් වන උපරිමය කෘෂිකර්මය, පශුපාලනය, වනවගාව සහ ධීවර කර්මාන්තයේ නියැලී සිටිති.

ගම් 1000කින් පමණ සමන්විත වන කළුතර දිස්ත්‍රික්කය, මැතිවරණ කොට්ඨාශ 8 කට වෙන්වී ඇත. දිස්ත්‍රික්කය තුළ ඇති ග්‍රාම සේවක වසම් 377 ප්‍රාදේශීය උපදිසාපති කොට්ඨාශ 10 ක් යටතේ පාලනය වෙයි. පළාත් පාලන සේවාව යටතේ කළුතර, පානදුර, බේරුවල සහ හොරණ යන නගර සභා හතර සහ උප කාර්යාල 24 කින් යුත් දිස්ත්‍රික් සංවර්ධන සභාව මඟින් දිස්ත්‍රික්කයේ සංවර්ධන කටයුතු මෙහෙයවනු ලැබේ. දිස්ත්‍රික් කෘෂිකාර්මික සංවර්ධන කටයුතුවලදී රබර්වලට හා පහත රට තෙත් කලාපයේ වී ගොවිතැනට ලැබී ඇති වැදගත්කම නිසා මෙම දිස්ත්‍රික්කය තුළ අගලවත්ත රබර් පර්යේෂණ ආයතනය හා බෝඹුවල වී පර්යේෂණ ආයතනය පිහිටුවා තිබේ.

2.7 කළුතර දිස්ත්‍රික්කයේ පොළවල්

දිස්ත්‍රික්කය තුළ ක්‍රියාත්මක පොළවල් 25කි. ඉන් පළාත් පාලන ආයතන සතු පොළවල් 22න් තුනක් නගර සභාවලින් ද ඉතිරිය සංවර්ධන සභාවලින්ද පාලනය වේ. සංවර්ධන සභාව සතු පොළවල් 19න් 17 ක් පෞද්ගලික අංශයට ටෙන්ඩර් දී ඇත. ඒ හැර දිස්ත්‍රික්කයේ ඉතිරි පොළවල් තුන සෘජු පෞද්ගලික අයිතිය හා පරිපාලනය යටතේ ක්‍රියාත්මක වේ.

මේවායින් පානදුර පොළ, දෛනික ගණුදෙනු සිදුවන ස්ථානයක් බවට වර්ධනය වී ඇති අතර පොළ රවුමේ යන වෙළදුන්ගේ සහභාගිත්වයෙන් සතියකට දින දෙකක් පුළුල් ලෙස ක්‍රියාත්මක වේ. අනිකුත් පොළවල් අතරින් හතක් (7) වරුව බැහින් ද ඉතිරිය දවස පුරාමද ක්‍රියාත්මක වේ.

2.8 අධ්‍යයනයේ අරමුණ

මෙහි අරමුණු දෙකක් විය. එනම්,

1. කළුතර දිස්ත්‍රික්කයේ පොළවල්වල වෙළදුන් සංඛ්‍යාවෙහි වැඩි කිරීමක් කළ හැකිද යන්න සොයා බැලීම.

2. පොළෙහි ක්‍රියාකාරිත්වය, පැවැත්ම, වර්ධනය, සැලැස්ම, පරිපාලනය හා වෙළඳ කටයුතු සිදුවන ආකාරය ආදිය විමර්ශනයට ලක්කිරීමය.

මින් පළමුවැන්න අධ්‍යයනයේ මූලික අරමුන විය. එනම් දැනට පොළෙහි වෙළඳ කටයුතුවල නියුතු වෙළදුන් පිරිසට අමතරව නවක වෙළඳුන් පිරිසක් පොළ තුළ වෙළදාමේ නියුක්ත කරවීමට ඉඩකඩ තිබේද යන්න සොයා බැලීමයි.

මෙහි දෙවෙනි අරමුණ පොළෙහි වර්තමාන ස්වභාවය පුළුල් ලෙස අධ්‍යයනය කිරීමයි. එමගින් පළමුවන අරමුණ සාක්ෂාත් කර ගැනීමට ඇති බාධාවන් මොනවාද යන්න හඳුනාගත හැකිය.

2:9 ක්‍රමවේදය
2:9.1 නියැදිය තේරීම

ප්‍රතිචාරකයන්ගේ නියැදිය ලබාගන්නා ලද්දේ ස්තෘත සසම්භාවී නියැදි ක්‍රමය අනුවය. එහි පළමු පියවර වශයෙන් නියැදිය සඳහා පොළවල් තෝරා ගැනීමට ප්‍රධාන විචල්‍යයන් දෙකක් සැලකිල්ලට ගැණිනි. ඉන් ප්‍රමුඛත්වයේ ලා සැළකූ පොළේ වෙළඳුන් සංඛ්‍යාව යන විචල්‍යය අනුව වෙළඳුන් කුඩා කණ්ඩායමක් සහ වෙළඳුන් විශාල කණ්ඩායමක් සිටින පොළවල් වශයෙන් සමාන කොටස් දෙකකට බෙදන ලදි. ඒ සඳහා ප්‍රථමයෙන් එක් එක් පොළේ වෙළඳුන් සංඛ්‍යාව පිළිබඳ දත්ත දිස්ත්‍රික්කයේ සංවර්ධන සභා උප කාර්යාලවලින් සහ නගර සභා කාර්යාලවලින් එකතු කර ගැණිනි. ඒ අනුව වෙළඳ පොළවල් අවරෝහන ක්‍රමයට පෙළ ගස්සවා මධ්‍යස්ථය උපයෝගී කරගෙන ඉහත දැක්වූ දෙකොටසට වෙන් කරන ලදි

සලකා බැලූ දෙවන විචල්‍ය වන පොළ පැවැත්වෙන දිනය පදනම් කර ගනිමින් සතියේ මුල, මැද සහ අග පැවැත්වෙන පොළවල් වශයෙන් කොටස් තුනකට වෙන් කෙරිණ. මෙසේ කරන ලද්දේ

සතියේ සෑම දිනයක්ම නියෝජනය වන අයුරින් පොළවල් තෝරා ගැනීම සඳහාය. (සතියේ ආරම්භය සඳුදා ලෙස සලකා සතියේ මුල් කොටස සඳුදා සහ සිකුරාදා ලෙසත්, අග කොටස සෙනසුරාදා සහ ඉරිදා ලෙසත් බෙදා වෙන් කරන ලදි.)

මෙහිදී සතියකට දෙවරක් පැවැත්වෙන පොළවල්, දෙවරක් ලැබීම වැළැක්වීම සඳහා සතියකට එක් වරක් පමණක් පැවැත්වේ යන උපකල්පනය කරන ලදි. ඒ අනුව පොළ පැවැත්වෙන දින දෙකෙන් සලකා බලනු ලබන දිනය සසම්භාවී වගුවක් තුළින් තෝරා ගැණින.

2.1 වගුව : කළුතර දිස්ත්‍රික්කයේ සතියකට දෙවරක් පැවැත්වෙන පොළවල් සහ ඉන් සැලකිල්ලටගත් දිනයන්

පොළෙහි නම	පැවැත්වෙන දිනය	සැලකිල්ලට ගත් දිනය
පානදුර	අඟහරුවාදා/සෙනසුරාදා	සෙනසුරාදා
මතුගම	බදාදා/ඉරිදා	බදාදා
කළුතර	සෙනසුරාදා/ඉරිදා	සෙනසුරාදා
හොරණ	බ්‍රහස්පතින්දා/ඉරිදා	බ්‍රහස්පතින්දා

මෙම විචල්‍යයන් දෙකට අනුව පොළවල් පෙළගස්වා ඉන් 50%ක් සසම්භාවී වගුවක් මගින් තෝරා ගැණින. වෙළඳ පොළවල් 13, විශාල පොළවල් 7 කින්ද, කුඩා පොළවල් 6 කින්ද සමන්විත විය.

2.2 වගුව : නියැදිය ලබාගැනීම සඳහා තෝරාගත් පොළවල්

විශාල පොළවල්	කුඩා පොළවල්
අළුත්ගම	මිල්ලනිය
හොරණ	ගල්මත්ත
බදුරලිය	බණ්ඩාරගම
අතුර	මොරොන්තුඩුව
මතුගම	වරකාගොඩ
ගල්පාත	වැලිපැන්න
අඟලවත්ත	

නියැදිය සඳහා ගැනුම්කරුවන් සහ අලෙවිකරුවන් තෝරා ගන්නා ලද්දේ මෙම පොළවල් වලිනි. මෙම පිරිසගේ නාම ලේඛනයක් නොමැති බැවින් නියැදිය තෝරා ගැනීම සඳහා ක්‍රමවත් නියැදීමේ ක්‍රමය (Systematic Sampling) යොදා ගන්නා ලදි.

ඒ අනුව පොළක සිටින අලෙවිකරුවන් ඔවුන් අලෙවි කරන භාණ්ඩ වර්ග පදනම් කරගෙන ප්‍රධාන කොටස් හතරකට බෙදන ලදි. එනම්,

1. එළවළු සහ පලතුරු වර්ග අලෙවිකරණ වෙළඳුන්
2. සහල්, කරවල සහ අතිරේක ආහාර ද්‍රව්‍ය අලෙවිකරණ වෙළඳුන්
3. රෙදිපිළි, අරුමෝසම් භාණ්ඩ, ප්ලාස්ටික් භාණ්ඩ, ලෝහ භාණ්ඩ, වීදුරු භාණ්ඩ, අත්කම් භාණ්ඩ වැනි කාර්මික නිෂ්පාදන අලෙවිකරණ වෙළඳුන්
4. බුලත්, පුවක්, දුම්කොළ, පැණිරස කෑම වැනි වෙනත් සුළු ප්‍රමාණයේ භාණ්ඩ අලෙවිකරණ වෙළඳුන් වශයෙනි.

එක් එක් පොළෙන් නියැදියට ඇතුළත් කරගත් වෙළඳුන් සංඛ්‍යාව, ඉහත සඳහන් කටයුතුවල සංයුතිය අනුව තීරණය විය. මෙහිදී පොළේ විශාලත්වය මත ඉහත සඳහන් කාර්ය සංයුතියේ ඝනත්වය වෙනස්වන නිසා එක් පොළකින් ලබාගත් නියැදියේ වෙළඳුන් සංඛ්‍යාව අවම වශයෙන් 5ක්ද ඊට වැඩිවේ නම් උපරිම වශයෙන් 20 ක්ද විය යුතුය යන සංරෝධකයට යටත් කරන ලදී. නමුත් නියැදිය තෝරාගත් පොළෙහි ඇත්තේ මින් කොටස් එකක් දෙකක් හෝ තුනක් පමණක් වූ විට එයින් ඉහත සඳහන් කොන්දේසි ඉටුවන ආකාරයට වෙළඳුන් තෝරාගැනීම කරනු ලැබීය.

වෙළඳ කටයුතු වැඩි ප්‍රමාණයක් සිදුවන විශාල පෝෂිත ප්‍රදේශයක් ඇති පොළකට ගැණුම්කරුවන්ද වැඩි සංඛ්‍යාවක් පැමිණෙන බැවින්, ගැණුම්කරුවන් සංඛ්‍යාවද පොළින් පොළට වෙනස්ය. එමනිසා එක් පොළකින් තෝරාගත් ගැණුම්කරුවන් සංඛ්‍යාවද අවම වශයෙන් 5ක් හෝ ඊට වැඩි නම් උපරිම වශයෙන් 10ක්ද යන සංරෝධකයට යටත් කොට ඇත.
(ඇමුණුම 11 බලන්න)

ඒ අනුව එක් එක් පොළෙන් පහත දැක්වෙන පරිදි අලෙවිකරුවන් සහ ගැණුම්කරුවන් ගෙන් පිරිසක් නියැදිය සඳහා ඇතුළත් කර ගැණුනි. (2.3 වගුව බලන්න)

2:9:2 දත්ත රැස්කිරීම

ක්ෂේත්‍ර සමීක්ෂණයක් මාර්ගයෙන් අදාළ දත්ත ලබා ගන්නා ලදී. එහිදී යොදාගත් ප්‍රධාන ක්‍රමය වූයේ සම්මුඛ සාකච්ඡා මහින් දත්ත රැස්කර ගැනීමයි. ඊට අමතරව පොළ පහසුකම්, වෙළඳ කටයුතු සිදුවන ආකාරය සහ භාණ්ඩවල ගුණාත්මක තත්ත්වය යනාදිය පිළිබඳව නිරීක්ෂණ මහින් තොරතුරු එකතුකර ගැණින. සම්මුඛ සාකච්ඡා මහින් දත්ත රැස්කිරීම සඳහා ප්‍රශ්නාවලි තුනක් භාවිතා කළේය. ඉන් පළමුවැන්න භාණ්ඩ මිලදී ගන්නන්ටද, දෙවැන්න අලෙවි කරුවන්ටද, තෙවැන්න පොළෙහි අයිතිකරුවන්ට සහ පරිපාලන ආයතනයන්ටද යොමු කරන ලදී. මේ හැරුණු විට පොළ පිළිබඳව අතිකුත් අදාළ තොරතුරු ලබා ගැනීම සඳහා ද්විතීය දත්තයන්ද, ඓතිහාසික තොරතුරුද, උපයෝගී කර ගැණින.

2:3 වගුව : නියැදිය සඳහා තෝරාගත් අලෙවිකරුවන් සහ ගැනුම්කරුවන් සංඛ්‍යාව

විශාල පොළේ නම	අලෙවිකරුවන්	ගැණුම්කරුවන්	කුඩා පොළේ නම	අලෙවිකරුවන්	ගැණුම්කරුවන්
	සංඛ්‍යාව	සංඛ්‍යාව		සංඛ්‍යාව	සංඛ්‍යාව
අළුත්ගම	12	09	මිල්ලනිය	12	10
හොරණ	20	10	ගල්මත්ත	12	06
බදුරලිය	20	10	බණ්ඩාරගම	10	05
අතුර	20	10	මොරොන්තුඩුව	10	09
මතුගම	18	10	වරකාගොඩ	09	05
ගල්පාත	18	10	වැලිපැන්න	05	05
අගලවත්ත	16	10			
මුළු ගණන	124	69	මුළු ගණන	58	40

මූලාශ්‍රය : ක්ෂේත්‍ර සමීක්ෂණය, 1987 නොවැම්බර්

2.9.3 දත්ත විශ්ලේෂණය

දත්ත විශ්ලේෂණය කිරීම සඳහා පූර්ණ තරඟකාරී වෙළඳපොළ න්‍යාය යොදා ගැණින. පූර්ණ තරඟකාරිත්වයක් පවතින නිෂ්පාදන ආයතනයක හෝ වෙළඳපොළක නිෂ්පාදකයින් හෝ වෙළෙන්දන් තමන්ගේ ලාභය උපරිම කර ගැනීම එකම අරමුණ කරගත් පුද්ගලයන් වේ. පොළක වෙළෙන්දකු යම් සේවාවක් සපයතු ලැබුවත් ඔහුගේ මූලික අරමුණ තමන්ගේ ලාභය උපරිම කර ගැනීමයි.

එමනිසා වෙළෙන්දෙක් වෙළඳ වෘතියෙහි දිගු කාලීනව රැදී සිටීමට නම් අවම වශයෙන් ප්‍රමාණික ලාභ (normal profit) හෝ ලැබිය යුතුවේ (කෙටි කාලීනව මෙම තත්ත්වය වෙනස්විය හැකිය). ප්‍රමාණික ලාභ පමණක් ලබන අවස්ථාවකදී හෝ අවම ප්‍රමාණික ලාභ (sub normal profit) ලබන අවස්ථාවකදී තවත් පුද්ගලයින් වෙළඳපොළට වෙළඳාම සඳහා ඇතුල් වුවහොත් ඉල්ලුමෙහි පැහැදිලි වැඩිවීමක් නොවුනේ නම් (ඉල්ලුම වැඩි වූයේ නම් වෙළඳුන්ගේ ආදායම ඉහළ යයි) ඉන් කොටසකට දිගුකාලීනව වෙළඳ වෘත්තියෙන් ඉවත්ව යෑමට සිදුවනු ඇත. එම නිසා එවැනි අවස්ථාවක රැකියා විරහිතයන් සඳහා රැකියා මූලාශ්‍රයක් ලෙස පොළ යොදා ගත නොහැකිය. රැකියා මූලාශ්‍රයක් වශයෙන් පොළ යොදා ගත හැකි වන්නේ පොළෙහි සිටින වෙළඳුන් අති ප්‍රමාණික ලාභ (super normal profit) ලබන්නේ නම් පමණි.

එබැවින් දත්ත විශ්ලේෂණයේදී වෙළඳුන් විසින් ලබන ලාභාංශ ප්‍රමාණයන් ගණනය කරන ලදී. ඉන්පසු නෝර්මන් පියර්සන් න්‍යාය මගින් ඔවුන් අතිප්‍රමාණික ලාභ ලබන පිරිසක් ද යන්න පරීක්ෂා කරන ලදී.

(ඇමුණුම 111 බලන්න)

2.10 අධ්‍යයනයේ සීමාවන්

මෙම අධ්‍යයනය ප්‍රධාන සීමාවන් දෙකක් මධ්‍යයේ දියත් කිරීමට සිදුවිය. එනම් ජාතික තරුණසේවා සභාවට අධ්‍යයනය ඉතාමත් ඉක්මණින් අවශ්‍යවූ නිසා වැය කළහැකි කාලය සීමාවීමත්, ජාතික තරුණසේවා සභාවට මෙන්ම ගොවිකටයුතු පර්යේෂණ හා පුහුණු කිරීමේ ආයතනයට මේ සඳහා යෙදවිය හැකි මූල්‍ය සම්පත් ප්‍රමාණය සීමා වීමත්ය. මේ නිසා අධ්‍යයනයේ අරමුණ යම් දුරකට සීමා කිරීමක් කළයුතු විය.

අරමුණු නිසියාකාරව සපුරාගැනීමට නම් එකම පොළ කිහිපවරක් අධ්‍යයනයට ලක්කළ යුතුවිය. එසේම පොළෙහි සංයුතියේ පටන් අවසාන පාරිභෝගිකයාගේ ක්‍රියා කලාපය දක්වා නිරීක්ෂණ මගින් ලබාගත හැකි තොරතුරු සඳහා කාලයක් තිස්සේ නිරීක්ෂණ කළ යුතුය. පොළෙහි කාලීනව සිදුවන යම් යම් වෙනස්කම් හඳුනා ගැනීම සඳහා එක් දිනයක පමණක් කරන ලද සමීක්ෂණයක් ප්‍රමාණවත් නොවෙනු ඇත.

අධ්‍යයනය මගින් පොළෙහි සංවර්ධනය කළ යුත්තේ මොන අංශයන්ද යන්න යම් දුරකට හඳුනාගත හැකි වුවත් සංවර්ධනය කිරීමෙන් පසු, පොළ තුළ වෙළඳ වෘත්තියේ රැකියාවන් කොපමණ ප්‍රමාණයකින් වැඩිකළ හැකිද යන්න නිශ්චය කිරීම අපහසුය. එයට හේතුව ඒ සඳහා ප්‍රදේශයේ ජන ජීවිතය, සමාජ ආර්ථික තත්ත්වය, රැකියා වියුක්තිය, මෙන්ම තරුණයන් පොළ තුළ වෙළඳ වෘත්තියෙහි යෙදීමට කොපමණ දුරකට ඇල්මක් දක්වන්නේද යන්න ගැනත් දීර්ඝ වශයෙන් අධ්‍යයනය කළයුතු නිසාය.

ශ්‍රී ලංකාවේ පොළවල් පිළිබඳව රැස්කර ඇති තොරතුරු සීමා සහිතය. එනම් පොළෙහි සිටින වෙළඳුන් ප්‍රමාණය, පොළ බදු වශයෙන් එකතු කරන ලද මුදල් ප්‍රමාණය, පොළට පැමිණෙන පාරිභෝගිකයන් පිළිබඳ තොරතුරු හා පොළෙහි පරිපාලන කටයුතු පිළිබඳ තොරතුරුද අල්පය. එසේම මේවා පිළිබඳ ලේඛනගත ඓතිහාසික දත්තයන්ද සීමිත වන අතර ද්විතීය දත්තයන්ද නොමැති තරම්ය. මේ තත්ත්වයද අධ්‍යයනය පුළුල්ව කරගෙනයාම සීමා කරවන ලදි.

පොළ නියැදිය තේරීම පොළෙහි සිටින වෙළඳුන් ප්‍රමාණය සහ පොළ පැවැත්වෙන දවස යන ප්‍රධාන කරුණු දෙකට පමණක් සීමා කරවන ලදි. මෙයට අමතරව පොළ පාලනය වන ප්‍රභවය, පවත්වන වේලාව, සතියකට පවත්වන වාර ගණන, පොළ භූමියේ විශාලත්වය, පැමිණෙන පාරිභෝගිකයන් සංඛ්‍යාව, වෙළඳ කටයුතුවල ස්වභාවය, පිහිටීම, එකිනෙක අතර දුර යන කරුණු සැලකිල්ලට ගත යුතුව තිබුණද, සංගණනයට අයත් පොළවල් ගණන 26ක් වැනි සංඛ්‍යාවක් වූ නිසා සහ ඉන් සියයට 50ක් නියැදියට ඇතුළත් කරගත යුතු වූ නිසා මින් සමහර කරුණු ගැන සැලකිලිමත් වීම කළ නොහැකි විය.

පොළ බදු ප්‍රමාණය ගණනය කිරීමේදී වෙළඳාම් කරන ස්ථානය, වෙළෙන්දා වෙන්කරගත් ඉඩ ප්‍රමාණය හා අලෙවිකරණ භාණ්ඩ වර්ග සැලකිල්ලට ගතයුතුව තිබුණි. එයට හේතුව ඒ අනුව පොළ බදු ප්‍රමාණයේ යම් වෙනස්කම් සිදුවිය හැකි නිසාය. නමුත් අධ්‍යයනයේදී පොළ බදු ගණනය කිරීම සඳහා සැලකිල්ලට ගතහැකි වූයේ වෙළෙන්දා විකුණනු ලැබූ භාණ්ඩ වර්ගය පමණි.

දළ ලාභය, ශුද්ධ ලාභය, වෙළෙන්දාගේ ආදායම මෙන්ම වියදම්ද පොළෙන් පොළට වෙළෙන්දාගෙන් වෙළෙන්දාට වෙනස්ය. නමුත් එසේ වෙනවෙනම අධ්‍යයනය කිරීමක් කළ නොහැකි නිසා මේ ගැන සාමාන්‍යකරණයක් කොට පොදුවේ වෙළඳුන් ලබන ලාභ හෝ අලාභ ගණනය කිරීමට සිදුවිය. කෙසේ වුවද මෙම සීමාව බොහෝ දුරට මගහැරී යන අයුරින් සුදුසු කල්පිත පරීක්ෂා ක්‍රමයක් පිළිතුරු පරීක්ෂා කිරීම සඳහා යොදා ගැණින.

2.11 අධ්‍යයන වාර්තාවේ සැකසුම

අධ්‍යයන වාර්තාව පරිච්ඡේද පහකින් සමන්විතය. ඉන් පළමු වැන්නෙන් අධ්‍යයනය පිළිබඳ සංක්ෂිප්ත වාර්තාවක්ද නිගමනය සහ නිර්දේශයන්ද ඉදිරිපත් කෙරේ.

පොළ පිළිබඳ හැඳින්වීම සඳහා දෙවන පරිච්ඡේදය වෙන්කර ඇත. ඒ අනුව අධ්‍යයනයේ පසුබිම, අධ්‍යයන ප්‍රදේශය සහ අරමුණු විස්තර කෙරේ. ඉන්පසු අධ්‍යයනයේ ක්‍රම වේදය, සැකැස්ම සහ සීමාවන් පෙන්වා දී ඇත.

තෙවන පරිච්ඡේදයේදී පොළෙහි සංයුතිය විස්තර කර ඇත. එහිදී පොළ තුළ ඇති පහසුකම්, පොළේ ක්‍රියාකාරිත්වය, සැකැස්ම, පෝෂිත ප්‍රදේශය, වෙළඳ භාණ්ඩ සහ අලෙවි රටාව පුළුල් ලෙස සාකච්ඡා කර තිබේ.

සිව්වන පරිච්ඡේදයේදී අලෙවිකරුවන්ගේ සහ මිලදීගන්නන්ගේ ක්‍රියාකාරිත්වය වෙනම විශ්ලේෂණය කෙරේ. එහිදී අලෙවිකරුවන්ගේ සංයුතිය, පොළ රවුම, භාණ්ඩ ප්‍රවාහනය සහ වෙළඳ සංවිධාන යන කරුණු පිළිබඳවත්, මිලදී ගන්නන්ගේ සංයුතිය, භාණ්ඩ සඳහා ඇති ඉල්ලුම, භාණ්ඩ මිලදී ගැනීම සඳහා පොළ තෝරාගැනීම යන කරුණු පිළිබඳවත් අවධානය යොමු කර ඇත.

අධ්‍යයනයේ ප්‍රධාන අරමුණ හා කෙළින්ම සම්බන්ධ වනුයේ පස්වන පරිච්ඡේදයයි. පොළේ වෙළඳුන් ලබන ලාභ විශ්ලේෂණය කිරීම මෙහිදි සිදුවිය. වෙළඳුන්ගේ ආදායම, වියදම හා ශුද්ධ ලාභය ගණනය කොට ඒ අනුව ඔවුන් අතිප්‍රමාණික ලාභ ලබන්නේද යන්න විමර්ශනය කරන ලදි

තෙවන පරිච්ඡේදය
පොළ සංයුතිය

පොළක තිබියයුතු මූලික අංගෝපාංගයන් අතර භූමිය සහ පොළ පහසුකම් ප්‍රධාන තැනක් ගනී. පොළ භූමිය තුළත් ඉන් පිටතත් තිබිය යුතු වන පහසුකම් කොපමණ ප්‍රමාණයක් අධ්‍යනයට ලක්වූ පොළවල්වල ඇත්දැයි යන්න මෙහිදී විමර්ශනය කෙරේ. එසේම පොළ අයිතිකරුවන්ගේ අයිතිවාසිකම් සහ වගකීම් මොනවාද යන්නත් එය කෙසේ ඉටුවන්නේද යන්නත් සොයා බලන ලදි. මේ හැරුණු විට පොළෙහි ඇති අලෙවි භාණ්ඩ, ඒවායේ තත්ත්වය, අලෙවි රටාවන් හා පෝෂිත ප්‍රදේශය කුමක්ද යන්න හඳුනා ගැනීමට මෙහිදී උත්සාහ කෙරේ.

3.1 පොළ පහසුකම්

දේශීය නිෂ්පාදිතයන් බොහොමයක ප්‍රධාන හුවමාරු මධ්‍යස්ථානයක් වන පොළ ග්‍රාමීය ජනතාවගේ වෙළඳ කටයුතුවලට සෘජු ලෙසම හවුල්වේ. මෙය ඵලදායී ලෙසත් කාර්‍යක්‍ෂම ලෙසත් සිදු වීමට නම් පොළක සෑම කටයුත්තක්ම අවහිරයකින් තොරව පහසුවෙන් සිදුවිය යුතුය. ඒ සඳහා අවශ්‍ය පහසුකම් ප්‍රමාණවත් අයුරින් තිබීම අත්‍යාවශ්‍යය. මේවා බාහිර පහසුකම් සහ අභ්‍යන්තර පහසුකම් වශයෙන් මූලිකව කොටස් දෙකකට වෙන්කළ හැකිය.

3.1.1 බාහිර පහසුකම්

මෙයින් අදහස් කරනුයේ ප්‍රදේශයේ ජනතාවගේ අවශ්‍යතා සපුරාලීම සඳහා පොළ භූමියට පිටතින් කේන්ද්‍රගතවී තිබිය යුතු පහසුකම්ය. වන්මලී (1985) ට අනුව පොළක් බිහිවීමට නම් යම් මධ්‍යස්ථානයක ප්‍රවාහන සහ පණිවිඩ හුවමාරු වැනි පහසුකම් තිබිය යුතුය. මෙයින් ගම්‍යවන්නේ පාරිභෝගිකයන් පොළ සඳහා පමණක්ම නොපැමිණෙන බවය. පොළෙන් භාණ්ඩ මිලදී ගැනීමට අමතරව ආරෝග්‍ය ශාලාවට, සිනමා ශාලාවට හෝ බැංකුවට යාම වැනි පරමාර්ථ කිහිපයක්ම මෙහිදී පෙරදැරි කර ගන්නා බව ගොමිසත් (1985) පවසයි. මේ අනුව වෙළඳ පොළක බාහිර පහසුකම් වර්ග තුනක් හඳුනාගත හැකිය. එනම්,

1. ප්‍රවාහන පහසුකම්
2. පණිවිඩ හුවමාරු පහසුකම්
3. බැංකු, උසාවි, රෝහල්, ව්‍යාප්ති සේවා යනාදී පහසුකම් වශයෙනි.

3.1.2 අභ්‍යන්තර පහසුකම්

පොළ භූමිය ඇතුළත පැවැතිය යුතු සෑම පහසුකමක්ම මෙයට අයත් වේ.
එනම්,
1. අලෙවි මඩු
2. ජලය
3. වැසිකිළි
4. වාහන නැවතුම
5. විදුලි බලය

6. ආපන ශාලා
7. ආරක්ෂක සේවා
8. වැසි ජලය බැසයන මතුපිට කානු ක්‍රමයක්
9. වෙළඳ පොළ භූමිය පිරිසිදු කිරීමේ ක්‍රමයක්

මේවායින් අලෙවි මඩු, ජලය, වැසිකිළි සහ පොළ පිරිසිදු කිරීමේ ක්‍රමය අත්‍යාවශ්‍යම පහසුකම් වන අතර මේ සියල්ලම හෝ ඉන් විශේෂිත වූ කිහිපයක් නොමැතිව අලෙවි කටයුතුවල නිරතවීම දුෂ්කර කාර්යයකි.

පොළවල්වල පවතින පහසුකම් ප්‍රමාණවත් නොවන බවට සාමාන්‍ය විශ්වාසයක් ගැණුම්කරුවන් සහ අලෙවිකරුවන් අතර පවතී. මෙයට පෙර පොළවල් පිළිබඳව කෙරී ඇති අධ්‍යයනවලදී ද එය තහවුරු වී තිබේ. ඒ බව මෙම අධ්‍යයනයේදී ද පැහැදිලි විය.

අධ්‍යයනය කෙරුණු පොළවල් දහතුනෙන් කොපමණ සංඛ්‍යාවක සලකා බලනු ලබන අභ්‍යන්තර පහසුකම් තිබේද යන්න 3.1 වගුවෙන් දැක්වේ (නමුත් එම පහසුකම් පොළ සඳහා ප්‍රමාණවත් යයි මෙහිදී අදහස් නොකෙරේ). 3.1 වගුව බලන්න.

සමීක්ෂණයට භාජනය කරන ලද පොළවල් වලින් සියයට 77 ක ස්ථිර අලෙවි මඩුද සියයට 92 ක තාවකාලික අලෙවි මඩුද තිබේ. පොළවල්වලින් සියයට 38ක සහ සියයට 31 ක පිළිවෙලින් ජලය සහ වැසිකිළි පහසුකම් පවතී. ඒවා විශාල වෙළඳ පොළවල්වලින් කිහිපයකට පමණක් සීමාවී ඇත. සෑම පොළකම පිරිසිදු කිරීමේ ක්‍රමයක් ඇති නමුත් ජලය බැස යාමට සකස් කරන ලද මතුපිට කානු ක්‍රමයක් සහ ආරක්ෂක සේවාවක් නොමැත.

3.1 වගුව : එක් එක් පහසුකම් අවම වශයෙන් හෝ ඇති පොළවල් සංඛ්‍යාව

පහසුකම්	විශාල පොළවල්		කුඩා පොළවල්		මුළු පොළවල්	
	සංඛ්‍යාව	ප්‍රතිශතය	සංඛ්‍යාව	ප්‍රතිශතය	සංඛ්‍යාව	ප්‍රතිශතය
ස්ථිර ගොඩනැගිලි	6	86	4	67	10	77
තාවකාලික ගොඩනැගිලි	7	100	5	83	12	92
ජලය	5	71	-	-	5	38
වැසිකිළි	4	57	-	-	4	31
වාහන නැවතුම්පොළ	1	14	2	33	3	323
විදුලිබලය	3	43	-	-	3	23
ආපන ශාලා	7	100	11	17	8	61
ආරක්ෂක සේවා	-	-	-	-	-	-
ජලය බැස යන කානු ක්‍රමයක්	-	-	-	-	-	-
පොළ පිරිසිදු කිරීමේ ක්‍රමයක්	7	100	6	100	13	100

මූලාශ්‍රයඃ ක්ෂේත්‍ර සමීක්ෂණය, 1987 නොවැම්බර්

පොළවල් සියල්ලකම තාවකාලික හෝ ස්ථිර මඩු පැවතුනද පොළක සිටින වෙළඳුන් ප්‍රමාණය සලකා බලන විට ඒවා ප්‍රමාණවත් නොවේ. ඒ බව 3.2 වගුවෙන් පෙන්නුම් කෙරේ.

(3.2 වගුව බලන්න)

3.2 වගුව **එක් එක් පොළේ සිටින මුළු වෙළඳුන් සංඛ්‍යාව**

පොළ වෙළඳුන්	ස්ථිර මඩු තුළ සිටින සිටින වෙළඳුන්		තාවකාලික මඩු තුළ සිටින වෙළඳුන්		මඩු තුළ සිටින මුළු වෙළඳුන්		මඩුවලින් පිටත සිටින වෙළඳුන්		මුළු වෙළඳුන්
	සංඛ්‍යාව	ප්‍රතිශතය	සංඛ්‍යාව	ප්‍රතිශතය	සංඛ්‍යාව	ප්‍රතිශතය	සංඛ්‍යාව	ප්‍රතිශතය	සංඛ්‍යාව
විශාල පොළවල්									
අළුත්ගම	85	47	21	11	106	58	76	42	182
හොරණ	49	10	55	12	104	22	364	78	468
බදුරලිය	117	38	89	29	206	67	105	33	311
අතුර		30	15	99	48	129	63	76	205
මතුගම	43	15	89	31	132	46	157	54	289
ගල්පාත	-	-	93	51	93	51	89	49	182
අගලවත්ත	0	0	102	52	102	52	94	18	196
කුඩා පොළවල්									
මිල්ලනිය	12	23	30	57	42	80	11	20	53
ගල්මත්ත	44	29	4	3	48	32	102	68	150
බණ්ඩාරගම	35	31	-	-	35	31	79	69	114
මොරොන්තුඩුව	14	16	41	47	55	63	33	37	88
වරකාගොඩ	-	-	32	67	32	67	16	33	48
වැලිපැන්න	-	-	4	80	4	80	01	20	05

මූලාශ්‍ර : ක්ෂේත්‍ර සමීක්ෂණය - 1987 නොවැම්බර්.

3.2 වගුව අනුව හොරණ, මතුගම, ගල්මත්ත සහ බණ්ඩාරගම යන පොළවල් හතරේ වෙළඳුන්ගෙන් සියයට 50කට වැඩි ප්‍රමාණයකට මඩු පහසුකම් හිමිවී ඇත. එයිනුත් වෙළඳුන් බහුතරයකට හිමිවී ඇත්තේ තාවකාලික මඩු පහසුකම් බව මෙම වගුවෙන් පෙන්නුම් කෙරේ. නිරීක්ෂණවලින් ලබාගත් තොරතුරු අනුව බොහෝ අවස්ථාවලදී වෙළඳුන් විසින්ම තාවකාලික මඩු ඉදිකර ගෙන ඇති බව පෙනේ. කෙසේ වුවද මිල්ලනිය, බදුරලිය හා වරකාගොඩ යන පොළවල්වල පමණක් හොඳ තත්ත්වයේ මඩු තිබුණි. සෑම පොළක්ම සතුව අවම වශයෙන් එක් මඩුවක් හෝ තිබුනද ඉහතකී පොළවල් තුන හැර අනිත් සෑම පොළකම තිබුණු මඩු දිගු කලකින් අළුත්වැඩියා කළ බවක් පෙනෙන්නට නොතිබුණි. කෙසේ වෙතත් මඩු පහසුකම් තිබුනේ විශාල පොළවල්වල වෙළඳුන්ගෙන් සියයට 48කටද, කුඩා පොළවල්වල වෙළඳුන්ගෙන් සියයට 47කටද, පමණි. ඒ අනුව විශාල පොළවල්වල වෙළඳුන්ගෙන් 52%කටද, කුඩා පොළවල්වල වෙළඳුන්ගෙන් සියයට 53කටද මඩු පහසුකම් අහිමිය.

ඉහතින් දැක්වූ 3.1 වගුවට අනුව මුළු පොළවල් 13 න් 5 ක ජල පහසුකම් ඇත. එයිනුත් නල ජල පහසුකම් සපයා තිබුන අතර සහ මතුගම පොළවල් දෙක හැර ළිං පැවැති අනිත් පොළවල්වල බීම සඳහා සුදුසු ජලය නොතිබුණි. කැලිකසළ නිසිලෙස පිරිසිදු නොකිරීම නිසා එම ළිං අපිරිසිදු වී තිබුණි.

ජල පහසුකම් මෙන්ම වැසිකිළි පහසුකම්ද එකසේ වැදගත්ය. අධ්‍යයනයට ලක්වූ පොළවල් 13 න් 4 ක වැසිකිළි පහසුකම් ඇතත්, එයද ප්‍රමාණවත් තරම් නොවීය. එසේම ඒවා හොඳ තත්ත්වයක නොතිබුණි.

පොළේ කටයුතු ආරම්භ වීමට පෙර සහ පොළේ කටයුතු අවසාන වූ පසු පොළ භූමිය පිරිසිදු කළයුතුයි. නමුත් එය නිසිලෙස නිතිපතා සිදුවේ යයි කිව නොහැක. පොළ ආරම්භයට පෙර භූමිය පිරිසිදු කිරීම බොහෝ විට සිදු නොවේ. සමහර අවස්ථාවල පොළෙන් ඉවත් කරන ලද අපද්‍රව්‍ය ඒ අසළම ගොඩගසා තිබීම නිසා පොළ භූමියේ අපිරිසිදු බව දිගු කාලීනව පැවතීමක් දක්නට තිබුණි. හොරණ පොළ ඊට උදාහරණයක් ලෙස දැක්විය හැකිය.

තාවකාලික ආපනශාලා සෑම විශාල පොළකම දක්නට ලැබේ. නමුත් කුඩා පොළවලින් එකක පමණක් තාවකාලික ආපනශාලාවලින් එම සේවාව සැපයුණි. සමහර පොළවල් තුළ ජංගම තේ සහ කෝපි වෙළඳුන් දක්නට ලැබෙන අතර ඔවුහු අලෙවිකරුවන්ගේ ආහාරපාන අවශ්‍යතා සපුරාලති. පොළ තුළ පැවැති තාවකාලික ආපන ශාලා සමඟ ගනුදෙනු කළ අයගෙන් වැඩි ප්‍රමාණයක් එහි අලෙවි කටයුතුවල නිරතවූ වෙළඳුන් විය. නමුත් පාරිභෝගිකයන් වැඩි පිරිසක් තමන්ගේ එම අවශ්‍යතාවයන් ඉටුකර ගත්තේ පොළ අසළ පිහිටි ආපනශාලාවලිනි.

විදුලිබලය සපයා තිබුනේ විශාල පොළවල් තුනකට පමණි. අනිත් සෑම පොළකම, පොළ පැවැත්වෙන දිනට පෙර දින සන්ධ්‍යාවේ අලෙවිකරුවන් පැමිණෙන්නේ නම් ඔවුන් විසින්ම ආලෝකය සපයාගත යුතු විය. ආරක්ෂක සේවාවන් කිසිදු පොළක නොතිබුණි.

වාහන නැවතුම්පළවල් ඇත්තේ පොළවල් 3 ක බව 3.1 වගුව පෙන්නුම් කරයි. මේ නිසා පොළට පැමිණෙන වාහන මාර්ග දෙපස නවතාලීමට සිදුවී තිබුණි. එය පොළ පැවැත්වෙන දින පොළ අසල මාර්ගවල තදබදය වැඩිවී ගමනාගමන දුෂ්කරතා ඇතිවීමට හේතුවිය. එසේම මෙම පොළවල්වලට වාහනවලින් පැමිණෙන ගැනුම්කරුවන්ගේ වාහනවල ආරක්ෂාව ඔවුන් විසින්ම සපයාගත යුතු විය.

අධ්‍යයනයට ලක්වූ එක් එක් පොල තුළ අවම වශයෙන් හෝ ඇති පහසුකම්

පොළ			මඩු					ජලය					
	ස්ථිර මඩු	තාවකාලික	කරාම	ළිඳවල්	වැසිකිළි	වාහන නැවතුම්	විදුලිබලය	ආපනශාලා	පිරිසිදුකිරීම්	ආරක්ෂක සේවා	ජලය බැසයන කානු ක්‍රමයක්	තිබෙන පහසුකම් ගණන	තිබිය යුතු පහසුකම් වලින් තිබෙන පහසුකම්
විශාල පොළවල්													
අළුත්ගම	X	X	0	0	0	0	X	X	X	0	0	4	44.4
හොරණ	X	X	0	X	X	0	X	X	X	0	0	6	66.6
බඳුරලිය	X	X	0	X	0	0	0	X	X	0	0	4	44.4
අතුර	X	X	X	X	X	0	0	X	X	0	0	5	55.5
මතුගම	X	X	X	X	X	0	X	X	X	0	0	6	66.6
ගල්පාත	0	X	0	0	X	X	0	X	X	0	0	5	55.5
අගලවත්ත	X	X	0	X	0	0	0	X	X	0	0	4	44.4
කුඩා පොළවල්													
මිල්ලනිය	X	X	0	0	0	X	0	0	X	0	0	3	33.3
ගල්මත්ත	X	X	0	0	0	X	0	X	X	0	0	4	44.4
බණ්ඩාරගම	X	0	0	0	0	0	0	0	X	0	0	2	22.2
මොරොන්තුඩුව	X	X	0	0	0	0	0	0	X	0	0	2	22.2
වරකාගොඩ	0	X	0	0	0	0	0	0	X	0	0	2	22.2
වැලිපැන්න	0	X	0	0	0	0	0	0	X	0	0	2	22.2

X = පහසුකම් ඇත. 0 = පහසුකම් නැත.

මූලාශ්‍රය : ක්ෂේත්‍ර සමීක්ෂණය 1987 - නොවැම්බර්

ජලය බැස යාම සඳහා මතුපිට කානු ක්‍රමයක් කිසිම පොළක නොමැත. පොළ පැවැත්වෙන දිනවල වැස්ස ඇතිවුවහොත් පොළ භූමියේ තැන් තැන්වල ජලය එක්රැස් වන අතර ගැණුම්කරුවන් එහා මෙහා යාමෙන් බිම මඩවේ. අලෙවි මඩු නොමැති තැන්වල භාණ්ඩ අලෙවි කරන්නන්ට එය බරපතල ප්‍රශ්නයක් වන අතර මඩවීම නිසා මිලදී ගන්නන්ද පොළ භූමිය තුළට යෑමට අකමැත්තක් දක්වති.

ඉහත දැක්වූ පහසුකම්වලින් එක් එක් පොළක ඇති ප්‍රමාණය 3.3 වගුවෙන් දැක්වේ. එහිදී මුළු පහසුකම් 9න් කොපමණ ප්‍රමාණයක් එක් එක් පොළ සතුද යන්න ප්‍රතිශතයක් ලෙස දක්වා ඇත. (එම පහසුකම් ප්‍රමාණවත් යැයි මෙහිදී අදහස් නොකෙරේ).

සලකා බලන පහසුකම්වලින් සියයට 50 කට වැඩි ප්‍රමාණයක් සතුව ඇති පොළවල් 4කි. එයින්ද සියයට 66.6 ක වැඩිම පහසුකම් හිමිව ඇත්තේ හොරණ සහ මතුගම යන පොළවල් දෙකටයි. අධ්‍යයනයට ලක්වූ කුඩා පොළවල් හයේම පහසුකම් සියයට 44.4 ට වඩා අඩුවූ අතර ඉන් හතරක පහසුකම් සියයට 22.2 වන අවම මට්ටමක පවතී. එසේම විශාල පොළවල් 7න් තුනක පහසුකම් සියයට 44.4 ක් හෝ ඊට අඩු බව පෙනේ. එසේම සමහර වෙළඳ පොළවල්වල දැනට තිබෙන පහසුකම් වුවද කොහෙත්ම ප්‍රමාණවත් නැත. බොහෝවිට ඒවා විශාල අඩුපාඩුකම්වලින් යුක්ත වන අතර නිසිලෙස ක්‍රියාත්මක වීමක්ද සිදු නොවේ.

3.2 පොළ භූමියේ ඉඩ ප්‍රමාණය

පොළක් බිහිවීම සඳහා "උචිත බිමක්" අත්‍යාවශ්‍ය බව ඉහතදී කීවෙමු. එමෙන්ම එහි ඇති ඉඩ ප්‍රමාණයද වැදගත්ය. ඉඩකඩ ප්‍රමාණවත් නොවීම නිසා පොළ තුළ තදබදය වැඩිවෙන අතර ඉඩ ප්‍රමාණවත් වීම ගනුදෙනු පහසු කරවීමටද කාර්‍යක්ෂම වීමටද හේතු වේ.

පොළ අයිතිකරුවන් විසින් වෙළෙන්දෙකුට තම භාණ්ඩ තබා ගැනීමට වෙන්කර දී ඇති ඉඩ ප්‍රමාණය සහ ඒ අනුව ඔහු වටා පාරිභෝගිකයන්ට එක්රැස්වීමට ඉතිරිවන බිම් ප්‍රමාණය 3.4 වගුවෙන් දැක්වේ. එයට උපකල්පන කිහිපයක් ම පදනම්ව ඇත. එයින් පළමුවැන්න මුළු වෙළඳුන් සංඛ්‍යාව පොළ භූමිය තුළ අලෙවි කටයුතුවල නිරත වී සිටී යයිද, දෙවැන්න මුළු වෙළඳ පොළ භූමියම සැලසුම්ගත ලෙස සම්පූර්ණයෙන්ම උපයෝගී කරගෙන ඇතැයිද යන්නයි. මෙවැනි උපකල්පන කිරීමට සිදුවූයේ පොළ සැලසුම්ගත ලෙස උපයෝගී කරගත හොත් වර්තමානයේ පවතින තදබදය අඩු කළ හැකි බව පෙන්වීමටත් මුළු වෙළඳුන් සංඛ්‍යාවටම පොළ භූමිය නිසි උපයෝජනයකට ලක්කර නැති බවද එයින් පෙන්වාදීමටත්ය (3.4 වගුව බලන්න).

අලෙවි භාණ්ඩ තබාගැනීමට වෙළෙන්දෙකුට වෙන්කර දී ඇති ඉඩ ප්‍රමාණය පොළින් පොළට වෙනස් බව 3.4 වගුවෙන් පෙනේ. බදුරලිය පොළේදී එක් වෙළෙන්දෙකුට වර්ග අඩි 20 ක් දී ඇතත් එය මතුගම පොළේදී වර්ග අඩි 100 ක් වේ. මෙම විෂමතාව නිසා සාපේක්ෂ වශයෙන් වැඩි ඉඩ ප්‍රමාණයක් වෙන්කර දී ඇති පොළවල් තුළ ඇති ඉඩ ප්‍රමාණය මුළු වෙළඳුන් සංඛ්‍යාවට අලෙවි කටයුතු සඳහා ප්‍රමාණවත් නොවී ඇත. ඒ හේතුවෙන් සමහර වෙළඳුන්ට පොළ භූමියෙන් පිටත සිට අලෙවි කටයුතුවල නිරතවීමට සිදුවී තිබේ.

3.4 වගුව : වෙළෙන්දෙකුට වෙන්කර ඇති ඉඩ ප්‍රමාණය අනුව පොළ භූමිය වෙළඳුන් සහ පාරිභෝගිකයින් අතරේ බෙදියන අයුරු

පොළ	මුළු වෙළඳුන් සංඛ්‍යාව	එක් වෙළෙන්දෙකුට පොළ අයිතිකරුවන් විසින් වෙන්කර ඇති ඉඩ ප්‍රමාණය (වර්ගඅඩි)	මුළු වෙළෙන්දුන්ට අවශ්‍ය වන ඉඩ ප්‍රමාණය (වර්ග අඩි)	එක් වෙළෙන්දෙකු වටා පාරිභෝගිකයන්ට එක්රැස්වීමට ඇති ඉඩ ප්‍රමාණය (වර්ග අඩි)	වෙළඳපොළේ ඇති ඉඩ ප්‍රමාණය (වර්ග අඩි)
විශාල පොළවල්					
අළුත්ගම	182	25	4550	155	32670
හොරණ	468	40	13720	30	32670
බදුරලිය	311	20	6220	95	35665
අතුර	205	36	7380	110	29948
මතුගම	289	100	28900	-25	21780
ගල්පාත	182	42	7644	78	21780
අගලවත්ත	196	30	5880	140	33487
කුඩා පොළවල්					
මිල්ලනිය	53	64	3392	275	17969
ගල්මත්ත	150	30	4500	115	21780
බණ්ඩාරගම	114	45	5130	51	10890
මොරොන්තුඩුව	88	60	5280	160	19360
වරකාගොඩ	48	36	1728	134	8168
වැලිපැන්න	05	30	150	2148	10890

මූලාශ්‍රය : ක්ෂේත්‍ර සමීක්ෂණය - 1987 නොවැම්බර්

මතුගම පොළේ වෙළෙන්දෙකු වටා පාරිභෝගිකයන් රැස්වීමට ඇති ඉඩකඩ ප්‍රමාණය සෘණ අගයක් ගනී. එයට හේතුව මුළු පොළ භූමියම වෙළෙඳ කටයුතුවලට උපයෝගී කරගෙන තිබීමත් වෙළෙඳුන්ගෙන් කොටසක් පොළ භූමියෙන් පිටත සිටීමත් සහ අනිත් පොළවල්වලට සාපේක්ෂව එක් වෙළෙන්දෙකුට වැඩි ඉඩ ප්‍රමාණයක් වෙන්කර දී තිබීමත්ය.

සමහර පොළවල්වල වෙළඳුන්ගෙන් කොටසක් පොළ භූමියෙන් පිටතද වෙළඳ කටයුතුවල නියළී සිටිතත් පොළ භූමිය සම්පූර්ණයෙන්ම අලෙවි කටයුතු සඳහා උපයෝගී කරගෙන නැත. එයට හේතුව පොළ භූමිය අක්‍රමවත් ලෙස අලෙවිකටයුතු සඳහා යොදා ගැනීමයි. පොළවල් කිහිපයක හැර අනිත් සෑම පොළකම පාහේ වෙළඳුන් වටා පාරිභෝගිකයන්ට රැස්වීමට ප්‍රමාණවත් යැයි කිවහැකි තරම් ඉඩකඩ ප්‍රමාණයක් තිබේ. හොරණ සහ බණ්ඩාරගම යන පොළවල්වල වෙළෙන්දෙක් වටා රැස්වීමට ඇති ඉඩ ප්‍රමාණය වර්ග අඩි 30ක් සහ 51ක් තරම් අඩු ප්‍රමාණයක් විය. අනිකුත් පොළවල්වල එම ප්‍රමාණය වර්ග අඩි 78 ට වැඩිය. ඒ අනුව පොළවල් වැඩි ප්‍රමාණයක් තුළ ප්‍රමාණවත් ඉඩ පහසුකම් තිබෙන බව පෙනේ. නමුත් පොළවල් කිහිපයක් හැර අනිත් සියල්ලකම පොළ භූමියෙන් පිටතද කටයුතු සිදුවනු දක්නට ලැබින. එයට හේතුව පොළ භූමිය තුළ අක්‍රමවත්ව වෙළඳුන් විසිරී සිටීමත් අක්‍රමවත්ව අලෙවි මඩු ඉදිකර තිබීමත් බව නිරීක්ෂණය කළ හැකි විය. මේ අනුව පොළ භූමිය සම්පූර්ණයෙන්ම ඵලදායී ලෙස අලෙවි කටයුතු සඳහා උපයෝගී කරගෙන නැති බව කිවහැක. උදාහරණයක් ලෙස අගලවත්ත පොළේ ඉදිකර ඇති ස්ථිර මඩුව අතහැර එය ඉදිරිපිට භාණ්ඩ තබාගෙන අලෙවි කටයුතුවල යෙදීම පෙන්වා දිය හැක. මෙම තත්ත්වය කුරුණෑගල දිස්ත්‍රික්කයේ කරන ලද පොළ අධ්‍යයනයේදී ද හෙළිවී තිබේ (සේනානායක 1980).

3.3 ආයතනික ක්‍රියාකාරීත්වය

පොළ අයිතිකරුගේ හෝ ටෙන්ඩර්කරුගේ හෝ ඒ දෙදෙනාගේම, අයිතිවාසිකම් සහ වගකීම් මොනවාද යන්නත්; ඒ අනුව ඔවුන් ක්‍රියාකර ඇත්තේ කෙසේද යන්නත් මෙහිදී සලකා බැලේ.

මෙරට පොළවල් පාලනය කෙරෙන මූලාශ්‍රයන් හතරට අනුව කළුතර දිස්ත්‍රික්කයේ අධ්‍යයනයට ලක්වූ පොළවල් 13 ද වර්ග කළහැක. මෙයින් ටෙන්ඩර් දී ඇති පොළවල්වල අයිතිය සංවර්ධන සභාව සතුවූ අතර එහි පරිපාලන කටයුතු ටෙන්ඩර් කරුවෙත පවරාදී ඇත. අනිකුත් පොළවල්වල අයිතිය සහ පරිපාලනය පොළ අයිතිකරු සතුවේ.

3.5 වගුව : නියැදියේ පොළවල්, පරිපාලන අයිතිය මත බෙදියාම (1987)

පෞද්ගලික	නගර සභා	සංවර්ධන සභා	ටෙන්ඩර්	
වරකාගොඩ	හොරණ	මොරොන්තුඩුව	බදුරලිය	අතුර
		ගල්මත්ත	ගල්මත්ත	බණ්ඩාරගම
			අගලවත්ත	ගල්පාත
			වැලිපැන්න	මිල්ලනිය
			අළුත්ගම	මතුගම

වෙළඳ පොළක පරිපාලන ආයතනය සතු වගකීම් සහ අයිතිවාසිකම් කිහිපයකි.

අයිතිවාසිකම්	වගකීම්
1. බදු එක්රැස් කර ගැනීම	1. අඛණ්ඩව වෙළඳ පොළ පැවැත්වීම
	2. අවශ්‍ය පහසුකම් සැපයීම සහ ඒවා නඩත්තු කිරීම
	3. වෙළඳ පොළ කටයුතු පරීක්ෂා කිරීම

පොළක් පැවැත්වීම වෙනුවෙන් පරිපාලන ආයතනය සතු එකම අයිතිවාසිකම බදු රැස්කර ගැනීමයි. ඒ සඳහා ටෙන්ඩර් දීමට හෝ කෙළින්ම මැදිහත්වීමට පොළේ අයිතිය සතු ආයතනයට බලය ඇත. පෞද්ගලික අයිතිකරුවන් හා නගර සභා ඔවුන් විසින්ම බදු රැස්කරන අතර සංවර්ධන සභා ටෙන්ඩර් දීම හෝ තමා විසින්ම බදු එක්රැස් කිරීම කරනු ලැබේ.

පෞද්ගලික පරිපාලනය තිබූ පොළේ හැර අනිකුත් සියළුම පොළවල්වල අලෙවිකරුවන්ගෙන් බදු අයකර ගැනීමේ සම්මත ක්‍රමයක් ක්‍රියාත්මක වනු දක්නට නොලැබුණි. එය පොළෙන් පොළට ස්ථානයෙන් ස්ථානයට වෙනස් වන බව 3.6 වගුවෙන් පැහැදිලි වේ (3.6 වගුව බලන්න).

මේ අනුව විශාල පොළවල ස්ථිර මඩුවක් තුළ සිටින වෙළඳුන්ගෙන් රු. 7.00 සිට 15.00 දක්වා මුදලකුත් කුඩා පොළවල ස්ථිර මඩුවල සිටින වෙළෙඳුන්ගෙන් රු.5.00 සිට 6.00 දක්වා මුදලකුත් අය කරන බව පෙනී යයි. තාවකාලික මඩු සහ මඩුවලින් පිටත සිටින අලෙවිකරුවන්ගෙන් කෙරෙන අයකිරීම්ද එලෙසම පොළෙන් පොළට වෙනස්වී ඇත.

බදු අයකිරීම, වෙළෙන්දාට වෙන්කර දී ඇති ඉඩ ප්‍රමාණය මත පදනම් වන බව පරිපාලන ආයතනය විසින් ප්‍රකාශ කළත් ප්‍රායෝගිකව එය ක්‍රියාත්මක නොවේ. එකම පොළෙහි, එකම ඉඩ ප්‍රමාණය තුළ සමජාතීය භාණ්ඩ වර්ග අලෙවි කරන වෙළඳුන්ගෙන් පවා විවිධ බදු ප්‍රමාණයන් අය කිරීම නිරීක්ෂණය කළහැකි විය. මේ බව 3.6 වගුවෙන්ද පැහැදිලි වේ. උදාහරණයක් ලෙස හොරණ පොළේ ස්ථිර මඩුවක වෙළෙන්දෙකුගෙන් රු.15.00 කුත් තාවකාලික මඩුවක වෙළෙන්දෙකුගෙන් රු.7.50කුත් අය කිරීම දැක්විය හැකි අතර සෑම වෙළඳ පොළකම වාගේ මේ තත්ත්වය දක්නට තිබුණි.

නගර සභාවෙන් හෝ සංවර්ධන සභාවෙන් පාලනය වූ පොළවල බදු අයකිරීම සඳහා සේවකයෙකු පත්කර තිබුණි. පෞද්ගලික පොළේ බදු රැස්කළේ එහි අයිතිකරු විසින්මය. ටෙන්ඩර්කරුවන් ඔවුන් විසින්ම හෝ ඔවුන්ගේ සේවකයන් මාර්ගයෙන් බදු එකතු කර ගන්නා ලදී. පෞද්ගලික පොළේ හැර අනිකුත් බොහෝ පොළවල්වල බදු රැස්කිරීමට යොදවා සිටි සේවකයන්ගේ වංචනික ක්‍රියාවනුත්, ඥාති හිතමිත්‍රාදීකම් මත බදු මුදල් තීරණය කෙරෙන අවස්ථාත් නිරීක්ෂණය කළහැකි විය.

පොළ බදුවල ඇති විවිධ ස්වරූපයන් හා ඒ සම්බන්ධිත වංචනික කටයුතු ගැන මීට පෙර කරන ලද කුරුණෑගල පොළ අධ්‍යයනයෙන්ද හෙළිවී තිබේ.

3.6 වගුව : වෙළෙන්දෙකුගෙන් සහ පොළට පැමිණෙන වාහනවලින් එක් එක් පොළේදී අයකරන ලද සාමාන්‍ය බදු ප්‍රමාණය (රුපියල්)

පොළ	එක් එක් ස්ථානවල වෙළඳාම් කරන වෙළඳුන්ගෙන් අයකළ බදු මුදල			වාහනයකින් අයකළ බදුමුදල			
	ස්ථිර මඩුව තුළ	තාවකාලික මඩු තුළ	මඩුවෙන් පිටත	ලොරි	වෑන්	ට්‍රැක්ටර්	අත් කරත්ත
විශාල පොළවල්							
අළුත්ගම	10	10	4	5	5	5	-
හොරණ	15	7.50	3	20	15	5	5
බදුරලිය	7	5	5	20	10	-	-
අතුර	7	5	5	7.50	-	-	-
මතුගම	10	5	4	25	-	10	-
ගල්පාත	-	10	4	-	-	-	-
අගලවත්ත	-	5	3	-	-	-	-
කුඩා පොළවල්							
මිල්ලනිය	5	5	1	-	-	-	-
ගල්මත්ත	5	3	3	-	-	-	-
බණ්ඩාරගම	6	-	4	-	-	-	-
මොරොන්තුඩුව	5	3	1	-	-	-	-
වරකාගොඩ	-	10	5	-	-	-	-
වැලිපැන්න	-	10	5	-	-	-	-

මූලාශ්‍ර : ක්ෂේත්‍ර සමීක්ෂණ - 1987 නොවැම්බර්

පොළවල් ටෙන්ඩර්දීම බොහෝවිට සිදුවන්නේ වාර්ෂිකවය. මුලින්ම ටෙන්ඩර්පත් කැඳවන අතර නියමිත මණ්ඩලයක් ඉදිරියේ ටෙන්ඩර්පත් විවෘතකර වැඩිම ඉල්ලුම්කරුට ඉදිරි වර්ෂය සඳහා පොළ භාරදෙනු ලැබේ. මෙහිදී ටෙන්ඩර්කරු සංවර්ධන සභාව සමඟ "ගිවිසුම් පත්‍රයකට" අත්සන් තැබිය යුතු අතර, එහි ටෙන්ඩර්කරු විසින් ඉටුකළ යුතු කාර්යය පිළිබඳව කොන්දේසි ඇතුළත්ය. කෙසේ වුවද පොළින් පොළට ගිවිසුම් පත්‍රයේ අඩංගු කොන්දේසිවල වෙනස්කම් දැකිය හැකිය. එම ගිවිසුම් පත්‍රවල ඇති කොන්දේසිවල ස්වරූපය බොහෝවිට ටෙන්ඩර්කරු සහ සංවර්ධන සභාවේ උසස් නිලධාරීන් අතර ඇති පෞද්ගලික සම්බන්ධතා මත තීරණය වේ.

පොළ ටෙන්ඩර් ලබා ගැනීමේදීද ඉල්ලුම්කරුවන් විසින් විවිධ අකටයුතුකම් කරනු ලැබේ. එක් ඉල්ලුම් කරුවෙකු විසින් තම අනුගාමිකයන් යොදා ගනිමින් විවිධ මිල ගණන් යටතේ ටෙන්ඩර්පත් කිහිපයක් ඉදිරිපත් කිරීම ඉන් එකකි.

පොළ පරිපාලනය කෙරෙන ආයතනය හෝ පුද්ගලයා සතු වගකීම් 3ක් මීට පෙර දක්වා ඇත. පොළෙන් බදු එක්රැස් කර ගැනීමේ අයිතිවාසිකම වෙනුවෙන් එම වගකීම් ඉටු කිරීමට ඔවුන් බැඳී සිටිති. සෑම පොළක්ම අඛණ්ඩව ක්‍රියාත්මක වන නිසා මින් පළමුවන වගකීම ඉටුවේ. නමුත්

අනික් ඒවාට ඔවුන්ගේ මැදිහත්වීම අත්‍යාවශ්‍යය. මින් දෙවන වගකීම ඉටු කිරීම සඳහා යම් වියදමක් දැරීමට සිදුවේ. පොළෙන් ලැබෙන ආදායමෙන් යම් කොටසක් මේ සඳහා අනිවාර්යයෙන්ම වෙන්කළ යුතුය. නමුත් නිරීක්ෂණවලදී පෙනී ගියේ එය බොහෝදුරට පැහැර හැර ඇති බවයි (ඇමුණුම V හි 3 වගුව බලන්න).

ඒ අනුව පොළ අයිතිකරුවන් ලබන ලද ආදායමින් මඩු පහසුකම් සහ විදුලි පහසුකම් සැපයීමට සහ නඩත්තු කිරීමට වියදමක් දරා ඇත්තේ පොළවල් දහතුනෙන් හතරක පමණි. සනීපාරක්ෂාව සැපයීමට සහ බිම් කුලිය ගෙවීමට පොළවල් දෙකක් සඳහා වියදම් දරා තිබුණි. පොළවල් හතක පහසුකම් සැපයීමට හෝ නඩත්තු කටයුතු සඳහා කිසිම වියදමක් දරා නැත.

ටෙන්ඩර්කරුවන් පාලනය කළ පොළවල් නවයෙන් තුනකද නඩත්තු කටයුතු සිදුනොවේ. සනීපාරක්ෂක කටයුතු කරගෙන යාමට වියදම් දරා තිබුනේ ටෙන්ඩර්කරුවන් දෙදෙනෙක් වන අතර, හතර දෙනෙකු මඩු පහසුකම් සැපයීමට වියදම් දරා තිබුණි.

මෙයින් පෙනී යන්නේ පොළ අධිකාරීන් බොහෝ දෙනෙක් පහසුකම් සැපයීම සහ නඩත්තු කටයුතු පැහැර හැර ඇති බවයි. එම කටයුතු පැවරී ඇත්තේ කාටද යන්න 3.7 වගුවෙන් දැක්වේ. ඒ ඒ පහසුකම් සැපයීම හා නඩත්තුව තමන් විසින් කළයුතු බව එම ආයතන විසින් පිළිගෙන ඇත. එම වගුවෙන් දැක්වෙන පරිදි ස්ථිර මඩු නඩත්තුව සහ සැපයීම නගර සභාව සහ සංවර්ධන සභාව මගින් කරනු ලැබේ. තාවකාලික මඩු නඩත්තු කිරීම පොළ අයිතිකරු, ටෙන්ඩර්කරු මෙන්ම වෙළෙන්දා අතින්ද සිදුවේ. ටෙන්ඩර් දී ඇති සමහර පොළවල්වල කුණු කසළ ඉවත් කිරීම පිළිබඳව ටෙන්ඩර්කරු සහ සංවර්ධන සභාව අතර ප්‍රශ්න මතුවී තිබුණත්, අවසානයේ එය ඉටු කරන ලද්දේ අදාළ සංවර්ධන සභාව මගිනි. වැලිපැන්න පොළේ කුණු කසල ඉවත් කරන ලද්දේ වෙළඳුන් විසින්මය.

1987 වසර පොළෙන් ලැබූ ආදායම සහ වියදම 3.8 වගුවෙන් දැක්වේ. එයින් පොළේ සංවර්ධනයට ප්‍රමාණවත් මුදලක් සංවර්ධන සභා හෝ නගර සභා වැයකර නැති බව පෙනේ. නමුත් ටෙන්ඩර්කරුට ඔහු ලබන ආදායමෙන් වැඩි මුදලක් ටෙන්ඩර් ගාස්තුව පියවීමටත් නඩත්තු කටයුතුවලටත් වැය කිරීමට සිදුවේ. ඔහුට ප්‍රමාණවත් ලාභයක් ලැබීමට නොහැකිවන විට, ඔහුගේ වගකීම හරිහැටි ඉටුවේ දැයි යන්න සැක සහිතය. තරඟකාරී ඉහළ ටෙන්ඩර් ගාස්තු නියමවී තිබීම හේතුකොට ගෙන ඔහු ලබා ගන්නා බදු මුදලින් වැඩි කොටසක් ටෙන්ඩර් මුදල පියවීමට වැය කෙරේ. නමුත් බිම්කුලී ගෙවීමට සිදුව තිබූ, අතුර හා මිල්ලනිය වෙළඳ පොළ හැර අනිත් ස්ථානවලට පොළ අයිතිකරුවන් දරා තිබූ වියදම ඉතාමත් සුළු ප්‍රමාණයක් වන අතර පොළවල් හතකට කිසිදු වියදමක් දරා නොතිබුණි.

3.7 වගුව : පොළ පහසුකම් නඩත්තු කළ ආයතන - 1987

පොළ	ස්ථිර ගොඩනැගිලි	තාවකාලික ගොඩනැගිලි	ජල පහසුකම්	වැසිකිළි පහසුකම්	කුණුකසළ ඉවත්කිරීම	විදුලිබලය
විශාල පොළවල්						
අළුත්ගම	-	ඊ	ඊ	බී	සී	-
හොරණ	ඒ	ඊ	ඒ	ඒ	ඒ	ඒ
බදුරලිය	බී	බී.ඩී	බී	-	බී	-
අතුර	-	බී.ඩී	බී	බී	බී	-
මතුගම	බී	බී.ඊ	බී	බී	බී	බී
ගල්පාත	-	ඩී	-	-	ඩී	-
අගලවත්ත	-	ඊ.ඩී	බී	-	බී	-
කුඩා පොළවල්						
මිල්ලනිය	බී	ඊ	ඊ	-	බී	-
ගල්මත්ත	බී	ඊ	බී	-	බී	-
බණ්ඩාරගම	-	ඊ	-	බී	ඩී	-
මොරොන්තුඩුව	බී	බී	බී	-	බී	-
වරකාගොඩ	-	සී	-	-	සී	-
වැලිපැන්න	-	ඊ	-	-	ඊ	-

ඒ - නගර සභාව
බී - සංවර්ධන සභාව
ඊ - වෙළෙන්දා
සී - පෞද්ගලික අයිතිකරු
ඩී - ටෙන්ඩර්කරු

මූලාශ්‍රය - ඒ ඒ පොළ අදාළ පරිපාලන මූලාශ්‍රයන්වේ.

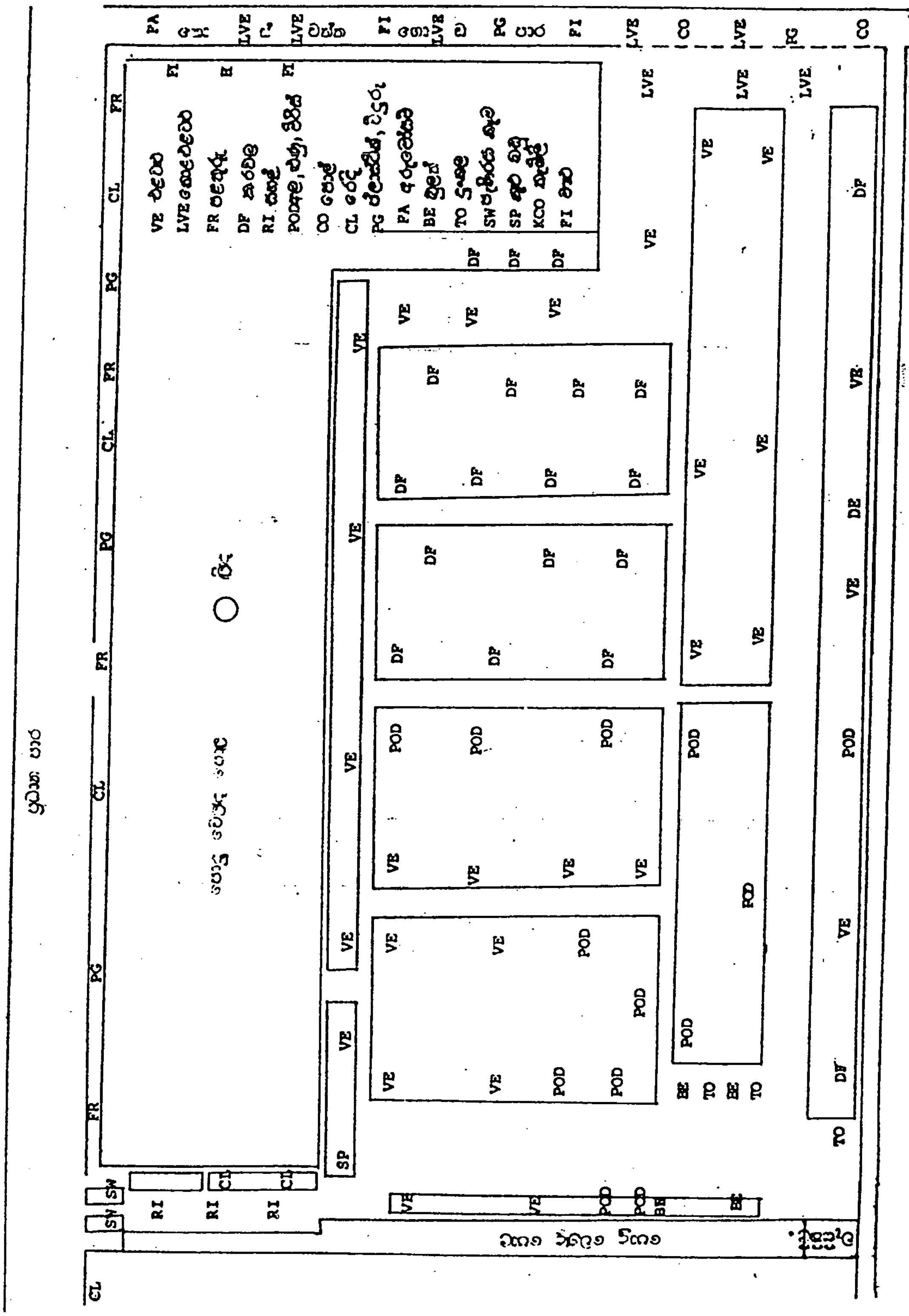
3.8 වගුව : පොළෙන් ලබන ආදායම් සහ වියදම් (වර්ෂකට - රුපියල්) - 1987

පොළ	අයිතිකරු විසින්			ටෙන්ඩර්කරු විසින්		
	ආදායම	වියදම	ආදායමින් වියදම් කළ ප්‍රමාණය (ප්‍රතිශතය)	ආදායම	වියදම	ආදායමින් වියදම් කළ ප්‍රමාණය (ප්‍රතිශතය)
විශාල පොළවල්						
අළුත්ගම	65,000	-	-	78,000	65,150	83.52
හොරණ	150,000	-	-	-	-	-
බදුරලිය	74,000	-	-	88,400	82,800	93.67
අතුර	21,010	12.,000	57.12	31,200	26,810	86.00
මතුගම	145,000	-	-	150,800	145,000	96.15
ගල්පාත	19,630	480	2.44	36,400	24,480	67.25
අගලවත්ත	30,000	-	-	36,400	36,000	98.90
කුඩා පොළවල්						
මිල්ලනිය	1,000	500	50.00	5,200	3,600	57.69
ගල්මත්ත	10,000	-	-	-	-	-
බණ්ඩාරගම	28,000	540	18.75	32,240	28,000	-
මොරොන්තුඩුව	4,800	1,360	28.33	-	-	-
වරකාගොඩ	8,400	2,970	35.36	-	-	-
වැලිපැන්න	1,440	-	-	3,120	1,440	-

මූලාශ්‍රය : ඒ ඒ පොළට අදාළ පරිපාලන මූලාශ්‍ර වේ.

පොළ වෙනුවෙන් වියදම් කරන ලද මුදල වෙනමම වාර්තාගතවී නොමැත (නගර සභාවෙන් පාලනය වන පොළකි).

3.1 රූපසටහන : මතුගම පොළෙහි දළ රූප සටහනක්



පරිපාලන ආයතනයෙන් ඉටුවිය යුතු වගකීමක් වන, පොළේ කටයුතු පරීක්‍ෂා කිරීම සිදු නොවීය. මේ නිසා වෙළඳ වංචා සහ සොර මැරකම්වලින් පොළවල් පිරී ඇත. හොර කිරුම් මිනුම් සහ බාල භාණ්ඩ අලෙවි කිරීම බහුලව දක්නට ලැබුණි. නිසියාකාර අධීක්‍ෂණයක් නොමැතිකම මෙම අනිසි වෙළඳ කටයුතු ව්‍යාප්තවීමට හේතුව වී ඇත. එසේම ඉහතදී සඳහන් කර ඇති පරිදි පොළ භූමිය වෙළඳ කටයුතු සඳහා නිසිලෙස උපයෝගී කර නොගැනීම, බදු රැස්කිරීමේ දුර්වලතා සහ පහසුකම් නඩත්තු කිරීම අතපසු වීම් ද නිසියාකාර අධීක්‍ෂණයක් නොමැතිකමේ ප්‍රතිඵල ලෙස හුවා දැක්විය හැක.

ඉහත සඳහන් තොරතුරු අනුව ආයතනික ක්‍රියාකාරිත්වයේදී ඉටුවිය යුතු වගකීම් නිසියාකාරව ඉටු නොවනවා මෙන්ම අයිතිවාසිකම් භුක්තිවිදීමද අනිසි ලෙස සිදුවන බව පැහැදිලිය.

3.4 පොළක අභ්‍යන්තර සැකැස්ම

භාණ්ඩ අලෙවිකරුවන් පොළ භූමිය තුළ විසිරී ඇත්තේ කෙසේද යන්න මේ යටතේ සලකා බැලේ.

පොළක අලෙවි කටයුතු ක්‍රමවත්ව සංවිධානය වී තිබීම අවශ්‍යය. එයින් එහි කාර්‍යක්‍ෂමතාවය සහ ජනප්‍රියතාවය වැඩිවේ. නමුත් කළුතර දිස්ත්‍රික්කයේ බොහෝ පොළවල අලෙවි කටයුතුවල සැලසුම්ගත බවක් දක්නට නැත. එනම් එක් එක් භාණ්ඩ වර්ග අලෙවිකරන වෙළඳුන් මිශ්‍ර ස්වරූපයකින් පොළ පුරා විසිරී සිටී. සැලසුම්ගත ලෙස අලෙවි මඩු ඉදිකර නොතිබීම එයට එක් හේතුවකි. කෙසේ වුවද භාණ්ඩ වර්ග අනුව අලෙවිකරුවන් කිහිපදෙනෙකු බැගින් පොළ භූමියේ තැන තැන ගොනු වී සිටිති. එමනිසා එක් භාණ්ඩ වර්ගයක් අලෙවිකරන්නා වූ වෙළඳුන් පිරිස් පොළ භූමියේ ස්ථාන කිහිපයකදීම දැකගත හැක. සෑම පොළකම පාහේ කාර්මික භාණ්ඩ අලෙවිකරුවන්ගෙන් කොටසක් වෙළඳ පොළ භූමියෙන් පිටත මාර්ග දිගේ අලෙවි කටයුතුවල නිරත සිටිනු දක්නට ලැබේ.

අධ්‍යයනයට ලක්වූ පොළවල් අතරින් යම් දුරකට හෝ ක්‍රමවත් බවක් දැකිය හැකි වූයේද, සැලසුම්ගත ලෙස අලෙවි මඩු ඉදිකර තිබුනේද මතුගම පොළේ පමණි (3.1 රූපසටහන බලන්න). නමුත් එහිද එළවළු වැනි ආහාර ද්‍රව්‍ය අලෙවිකරන වෙළඳුන් පොළ භූමිය පුරාම අවිධිමත් ලෙස පැතිරී සිටී.

3.9 වගුවෙන් දැක්වෙන "එක් එක් භාණ්ඩ වර්ග අලෙවි කරන වෙළඳුන් සංඛ්‍යාව" පොළ සැකැස්මේදී සැලකිල්ලට ගතයුතු කරුණකි. සමස්ථයක් වශයෙන් පොළවල්වල අලෙවිකරුවන්ගෙන් 32%ක් එළවළු සහ පලතුරුත්, සියයට 28 ක් සහල්, කරවල සහ අතිරේක ආහාර ද්‍රව්‍යයත්, සියයට 23ක් කාර්මික භාණ්ඩ වර්ගත්, ඉතිරි සියයට 17 බුලත්, පුවක් වැනි ද්‍රව්‍ය අලෙවිකරුවන්ගෙනුත් යුක්තවේ. පොළෙන් පොළට එම තත්ත්වය වෙනස් වූවද, වෙළඳුන්ගෙන් බහුතරය ආහාර ද්‍රව්‍ය අලෙවිකරුවන්වේ.

පොළේ අලෙවිකරනු ලබන භාණ්ඩ වර්ගවල ප්‍රමාණය (Volume of goods) තවත් වැදගත් කරුණකි. කාර්මික භාණ්ඩවලට වඩා කෘෂිකාර්මික භාණ්ඩවල ප්‍රමාණය (Volume) විශාල නිසා මේවා තබා ගැනීමට වැඩි ඉඩ ප්‍රමාණයක් අවශ්‍යය. නමුත් පාරිභෝගිකයන්ගේ සිත් ඇදගන්නා ලෙස පිළිවෙලකට තැන්පත් කරන ආකාරය අනුව එළවළු, සහල්, අතිරේක ආහාර ද්‍රව්‍ය වැනි කෘෂිකාර්මික භාණ්ඩ සහ කාර්මික භාණ්ඩවලට අවශ්‍ය වන ඉඩ ප්‍රමාණය බොහෝ දුරට එක සමානවේ. එනමුදු බුලත් පුවක් වැනි ද්‍රව්‍ය සඳහා අවශ්‍ය වන්නේ අඩු ඉඩ ප්‍රමාණයකි.

ඒ අනුව වෙළඳුන් ප්‍රමාණය සහ භාණ්ඩ තබා ගැනීමට අවශ්‍යවන ඉඩ ප්‍රමාණය කොපමණද යන්න සලකා බලා පොළ භූමිය භාණ්ඩ වර්ගවලට අනුව වෙන්කිරීම ඉතා වැදගත්ය. එසේම කලින් කලට පොළට පැමිණිය හැකි නිෂ්පාදක වෙළඳුන්ටද උත්සව කාලවලදී හා වෙනත් විශේෂ අවස්ථාවලදී පමණක් පොළට පැමිණෙන වෙළඳුන්ටද එහි ඉඩකඩ තිබිය යුතු වේ.

3.5 අලෙවි භාණ්ඩ

ශ්‍රී ලංකාවේ වෙළඳ පොළවල්වල ආරම්භය ග්‍රාමීය අංශයේ අතිරික්ත නිෂ්පාදන පදනම් කරගෙන සිදුවූ බව ඉහතදී දක්වා ඇත. මේ නිසා පොළ තුළ ඇති අලෙවි භාණ්ඩ අතරින් ප්‍රමුඛත්වය හිමිවන්නේ ආහාර ද්‍රව්‍ය වලටය. ජාක්සන් (1985) විසින් මැද රට පොළ ගැන කරන ලද අධ්‍යයනයේදී එම පොළවල අලෙවියට තිබූ භාණ්ඩ වලින් 50%ක් - 60%ක් අතර ප්‍රමාණයක් උඩරට හා පහතරට එළවළු වර්ග බව හෙළිවී තිබේ. එසේම කළුතර පොළවල්වල අලෙවි වන භාණ්ඩ වර්ගවලින් අධිකට වැඩි ප්‍රමාණයක්ම එළවළු වර්ග, පලතුරු, සහල්, කරවල සහ අතිරේක ආහාර ද්‍රව්‍යවලින් යුක්තය. නිරීක්ෂණ මත පදනම්ව ඇති 3.10 වගුවේ දැක්වෙන පරිදි සෑම පොළකම එළවළු වර්ග බහුලව තිබූ අතර ඉන් බොහොමයක කරවල සහ රෙදිපිළි වර්ගද බහුලව තිබුණි. ඒ හැරුණ විට කොළ එළවළු - අළුත්ගම, සහල් - අතුර, පොල් - බදුරලිය සහ අළුත්ගම, මිරිස්, ළූණු සහ අල - මිල්ලනිය-, ප්ලාස්ටික් -හොරණ, බුලත් - අගලවත්ත, දුම්කොළ - ගල්මත්ත යන පොළවල බහුල විය.
(3.10 වගුව බලන්න)

3.9 වගුව :පොළ තුළ සිටින මුළු වෙළඳුන්ගෙන් ඒ ඒ භාණ්ඩ වර්ග අලෙවිකරන වෙළඳුන් සංඛ්‍යාව

පොළ	එළවළු, පලතුරු වෙළඳුන්		සහල් හා අතිරේක ආහාර වෙළඳුන්		කාර්මික භාණ්ඩ වෙළඳුන්		බුලත් / පුවක් වැනි ද්‍රව්‍ය වෙළඳුන්		මුළු වෙළඳුන්
	සංඛ්‍යාව	ප්‍රතිශතය	සංඛ්‍යාව	ප්‍රතිශතය	සංඛ්‍යාව	ප්‍රතිශතය	සංඛ්‍යාව	ප්‍රතිශතය	සංඛ්‍යාව
විශාල පොළවල්									
අළුත්ගම	100	55	25	14	32	17	25	14	182
හොරණ	152	32	126	27	145	31	45	10	468
බදුරලිය	75	24	97	31	60	19	79	26	205
අතුර	45	22	65	32	41	20	54	26	205
මතුගම	91	31	83	29	73	25	42	15	289
ගල්පාත	55	30	50	27	39	21	38	22	182
අගලවත්ත	48	20	74	30	35	14	39	36	196
කුඩා පොළවල්									
මිල්ලනිය	16	30	23	43	09	17	05	10	53
ගල්මත්ත	39	26	40	27	32	21	39	2	150
බණ්ඩාරගම	54	47	20	18	30	26	10	09	114
මොරොන්තුඩුව	35	39	30	34	15	17	08	10	88
වරකාගොඩ	12	21	14	24	12	21	10	34	48
වැලිපැන්න	03	60	02	40	-	-	-	-	05
මුළු එකතුව	725		649		523		394		2291
ප්‍රතිශතය	32		28		23		17		100

මූලාශ්‍රය : ක්ෂේත්‍ර සමීක්ෂණය - 1987 නොවැම්බර්

පොළ තුළ අලෙවියට ඇති භාණ්ඩ වර්ග කලින් කලට වෙනස් වේ. උත්සව කාලවලදී රෙදිපිළි, මැටි බඳුන්, ප්ලාස්ටික් භාණ්ඩ වැනි ද්‍රව්‍ය පොළවල්වල බහුලව දක්නට ලැබෙන අතර මේවාට හොඳ ඉල්ලුමක්ද ඇතිවේ.

සමීක්ෂණ කාලය තුළදී, අධ්‍යයනයට අයත් වූ වෙළඳ පොළවල්වල අලෙවියට තිබූ භාණ්ඩ වර්ග පහත දැක්වේ.

1. එළවළු / පලතුරු :
   - එළවළු, පලතුරු
   - කොළ එළවළු, අලබතල සහ තැඹිලි කුරුම්බා
2. සහල් හා අතිරේක ආහාර ද්‍රව්‍ය :
   - කරවල
   - අල, ළූණු, මිරිස්
   - සහල්, පොල්
   - බිත්තර, මස්, මාළු
   - කව්පි, මුං ඇට, කව්පි, පරිප්පු, මුං පරිප්පු, මයිසූර් පරිප්පු

3. කාර්මික නිෂ්පාදන :
   - රෙදිපිළි : සාරි, ගවුම්, සරොන්, කමිස, බැනියන්, යට ඇඳුම්, ලේන්සු, ගෘහාශ්‍රිතව නිෂ්පාදනය කරන ලද කුඩා ළමුන්ගේ ඇඳුම්, කොට්ටඋර, නොමැසූ රෙදි

   - අරුමෝසම් භාණ්ඩ : කුඩා ළමුන්ගේ සෙල්ලම් බඩු, වළලු, මාල, කොණ්ඩකටු, පනා, කන්නාඩි වැනි ද්‍රව්‍ය

   - ප්ලාස්ටික් භාණ්ඩ : කෝප්ප, පිහන්, බේසන්, බෝතල් සහ විවිධ වර්ගයේ භාජන

3:10 වගුව : ඒ ඒ පොළෙහි සාපේක්ෂ වශයෙන් බහුලව තිබුන භාණ්ඩ වර්ගයන්

පොළ	එළවළු	කොළ එළවළු	සහල්	කරවල	පොල්	මිරිස්	ළූණු	අල	රෙදිපිළි	ප්ලාස්ටික්	බුලත්	දුම්කොළ
විශාල පොළවල්												
අළුත්ගම	x	x	-	-	x	-	-	-	-		x	
හොරණ	x	-	-	x	-	-	-	-	x	x	-	-
බදුරලිය	x	-	-	x	x	-	-	-	x	-	-	-
අතුර	x	-	x	x	-	-	-	-	x	-	-	-
මතුගම	x	-	-	x	-	-	-	-	x	-	-	-
ගල්පාත	x	-	-	-	-	-	-	-	x	-	-	-
අගලවත්ත	x	-	-	-	-	-	-	-	x	-	x	-
කුඩා පොළවල්												
මිල්ලනිය	x	-	-	x	-	x	x	x	x	-	-	-
ගල්මත්ත	x	-	-	x	-	-	-	-	x	-	-	x
බණ්ඩාරගම	x	-	-	x	-	-	-	-	x	-	-	-
මොරොන්තුඩුව	x	-	-	x	-	-	-	-	x	-	-	-
වරකාගොඩ	x	-	-	x	-	-	-	-	x	-	-	-
වැලිපැන්න	x	-	-	-	x	-	-	-	-	-	-	-

මූලාශ්‍රය : ක්ෂේත්‍ර සමීක්ෂණය 1987 - නොවැම්බර්
බහුල වශයෙන් ඇති භාණ්ඩ වර්ග සඳහා x ලකුණ යොදා ඇත.

ලෝහ භාණ්ඩ : ඇල්මිනියන් හැලිවලං, හැඳි
වීදුරු භාණ්ඩ : වීදුරු නිෂ්පාදන හා පිහන් බඩු
අත්කම් භාණ්ඩ : පිහියා, ගිරා, කැති, උදලු, පොරෝ, බාල්දි, පැදුරු, මලු, වට්ටි, පෙට්ටි.

4. වෙනත් (සුළු ප්‍රමාණයේ භාණ්ඩ) :

බුලත්, පුවක්, හුණු, දුම්කොළ, තේකොළ, හකුරු, පැණිරස කෑම, පැකට් කරන ලද ආහාර ද්‍රව්‍ය, පපඩම්, නූඩ්ල්ස්, කුළුබඩු වර්ග, සුදුළූණු, ගොරක, ගම්මිරිස්, කුරුඳු, තෙල් බෙහෙත්, හඳුන්කූරු.

මේවාට අමතරව ලොතරැයිපත්, කැසට්පට ආදිය පොළවල් අසළ අලෙවි කෙරිණි. අධ්‍යනයට ලක්වූ පොළවල් තුළ මැටිබඳුන් දක්නට නොලැබුණි.

3.5.1 අලෙවි භාණ්ඩවල ගුණාත්මක තත්ත්වය

පොළෙහි අලෙවි කරනු ලබන භාණ්ඩවල ගුණාත්මක තත්ත්වය මැනීම සඳහා මිණුම් දණ්ඩක් සොයා ගැනීම අපහසු කාර්යයකි. භාණ්ඩවල පෙනීම අනුව යම් අදහසක් ලබා ගැනීමට හැකි වුවත් භාණ්ඩයක් උසස් හෝ පහත් ලෙස නම් කරන්නේ කුමන හේතුවක් පදනම් කරගෙනද යන්න ගැටළුවක් විය. මේ නිසා භාණ්ඩවල ගුණාත්මක තත්ත්වය පිළිබඳව යම් අදහසක් ගැණුම් කරුවන්ගෙන් ලබාගැනීමට තීරණය කෙරිණ.

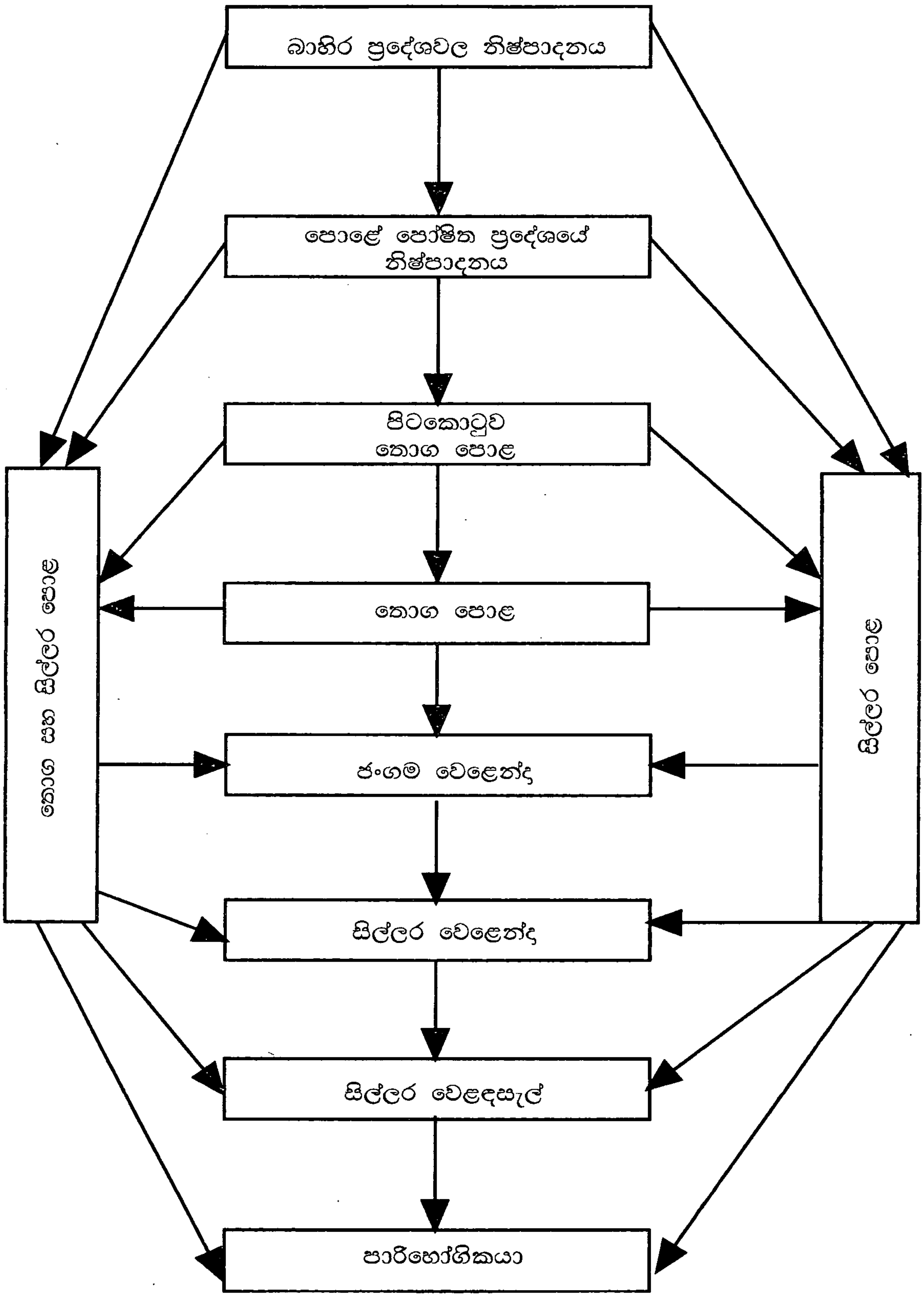
ගැණුම්කරුවෝ **54%**ක්ම මෙම පොළවල්වලින් හොඳ තත්ත්වයේ එළවළු මිලදී ගතහැකි බව පැවසූහ. සහල්, රසකැවිලි, මස් මාළු සහ පලතුරු ගුණාත්මක අතින් සාමාන්‍ය මට්ටමක පවතින බව සියළු දෙනාගේම මතය විය. ප්ලාස්ටික් භාණ්ඩ සහ පරිප්පු, මුංඇට සහ අතිරේක ආහාර ද්‍රව්‍ය හොඳ තත්ත්වයෙන් තිබූ බව ගැණුම් කරුවන්ගෙන් 60%ක් පැවසීය. නමුත් වැඩිදෙනෙක් පවසා සිටියේ කරවල, අර්තාපල්, රතුළූණු, වියළි මිරිස්, රෙදි, බුලත් සහ කුළුබඩු ආදිය සාමාන්‍ය මට්ටමක පවතින බවයි.

මේ අනුව පොළවල්වල අලෙවිය සඳහා ඇති භාණ්ඩ වර්ග බොහොමයක් ගුණාත්මක අතින් සාමාන්‍ය තත්ත්වයක පවතින බව නිගමනය කළ හැකිය. ගැණුම්කරුවන්ගේ අදහස අනුව තරමක් හෝ පහත් මට්ටමක තිබුනේ කරවල වර්ග පමණි. ඒ කෙසේ වෙතත් පොළෙන් ගුණාත්මක අතින් ඉහළම තත්ත්වයේ භාණ්ඩ මිලදී ගැනීමක් බලාපොරොත්තු විය නොහැකි බව නිරීක්ෂණවලදී පෙනීගිය කරුණකි.

3.6 අලෙවි රටාව

දේශීය කෘෂිකාර්මික අලෙවි ක්ෂේත්‍රයේ එක් මධ්‍යස්ථානයක් වන පොළ කේන්ද්‍ර කරගත් භාණ්ඩ අලෙවි රටාවක් හඳුනාගත හැකිය. එය පහත සඳහන් ගැලීම් සටහනින් දැක්වේ. (රූප සටහන අංක 3.2)

3.2 රූපසටහන : කළුතර දිස්ත්‍රික්කයේ කාලීන පොළ කේන්ද්‍රීය වූ භාණ්ඩ අලෙවි රටාව



කළුතර දිස්ත්‍රික්කයේ පොළවල්වල අලෙවි රටාවන් ගැන පැහැදිලි අවබෝධයක් ලබා ගැනීම සඳහා භාණ්ඩ වර්ගයන් අනුව වෙන වෙනම සලකා බැලිය යුතුවේ. නමුත් අධ්‍යයනයේ සීමාවන් නිසා, භාණ්ඩ වර්ග ලැබෙන ප්‍රධාන මාර්ග අනුව සලකා බැලීමට සිදුවිය. සමීක්ෂණයෙන් ලබාගත් තොරතුරු අනුව පොළට භාණ්ඩ ලැබෙන අලෙවි මාර්ග තුනක් හඳුනා ගැනීමට හැකිවිය.

එනම්,

1. කොළඹ ප්‍රධාන තොග වෙළඳපොළ
2. නිෂ්පාදිත ප්‍රදේශ (කළුතර දිස්ත්‍රික්කයෙන් පිටත)
3. පොළේ පෝෂිත ප්‍රදේශය හෝ ඒ අවට ප්‍රදේශ

(1) කොළඹ ප්‍රධාන තොග වෙළඳපොළ

බොහෝ ආහාර ද්‍රව්‍ය රැගෙන ඒමේ ප්‍රධාන මූලාශ්‍රයක් වූයේ කොළඹ තොග වෙළඳ පොළයි. එළවළු, පලතුරු, කරවල, අල, ළූණු, මිරිස් හා පරිප්පු වර්ග ආදිය තොග වෙළඳ පොළෙන් මිලදී ගෙන වෙළඳුන් විසින්ම පොළ දක්වා ගෙන එනු ලැබේ. එළවළු හා පලතුරු වර්ග පොළ පැවැත්වෙන දිනයේම ගෙන එන අතර කල් තබාගත හැකි අනිත් ද්‍රව්‍යයන්ගෙන් සතියකට පමණ ප්‍රමාණවත් වන තොග ගෙනවිත් ගබඩාකර ගනී. භාණ්ඩ පහසුවෙන්, ඉක්මණින් රැගෙන ඒමේ අවශ්‍යතාවය මත බොහෝ අවස්ථාවල ස්වකැමැත්තෙන්ම එක්රැස්වූ කණ්ඩායම් සිටිති. (සමහර විට ඔවුන්ගෙන් එක් අයෙකු සතුව ලොරියක් ඇත. එසේ නැතිනම් ලොරියක් කුලියට ගනී). ඔවුහු වෙළඳ පොළ දිනට පෙර දින කොළඹට ගොස් එදිනම හෝ වෙළඳ පොළ දින උදයේම භාණ්ඩ ගෙනඑනු ලබති.සමහර අවස්ථාවලදී එවැනි කණ්ඩායමක එක් පුද්ගලයෙකු (ලොරි හිමියා හෝ කුලිය සඳහා වැඩි මුදලකින් දායක වූ තැනැත්තා) ඔවුන්ගේ භාණ්ඩවලට අමතරව පොළේ වෙනත් අලෙවිකරුවන් සඳහාද එළවළු, පලතුරු වැනි භාණ්ඩවලින් යම් තොග ප්‍රමාණයක් රැගෙන එන අතර එවැනි භාණ්ඩ මිලදී ගැනීමට පුරුදු වූ අලෙවි කරුවෝද සිටිති.

(2) නිෂ්පාදිත ප්‍රදේශ (කළුතර දිස්ත්‍රික්කයෙන් පිටත)

දුර බැහැර, නිෂ්පාදන ප්‍රදේශවලට ගොස් රැගෙන එන භාණ්ඩ බොහෝ පොළවල්වල දක්නට ඇත. එළවළු, පලතුරු, පොල්, කව්පි, මුං, දුම්කොළ, රෙදිපිළි, ප්ලාස්ටික් භාණ්ඩ හා ලෝහ භාණ්ඩ (පිහියා, කැති) මේ අතර ප්‍රධාන වේ. එළවළු හා පලතුරු බොහෝ විට උඩරට ප්‍රදේශවලින් මෙන්ම බෙලිඅත්ත, තිස්ස, හම්බන්තොට යන ප්‍රදේශවලින්ද සමහර අවස්ථාවලදී ගලේවෙල, දඹුල්ල යන ප්‍රදේශවලින්ද ගෙන එනු ලබයි. සමහර වෙළෙඳුන් දුම්කොළ තොග සති ගණනාවකට ප්‍රමාණවත් වන අයුරින් මීගමුව ප්‍රදේශයෙන් ගෙන එනු ලැබේ. ඔවුහු සමහරක් පොළ තුළදී අනිකුත් වෙළෙන්දන්ට කුඩා තොග වශයෙන් දුම්කොළ අලෙවි කරති. බොහෝ විට රෙදිපිළි හා මැසූ ඇඳුම් මිලදී ගෙන ඇත්තේ මහරගම පිහිටි නිෂ්පාදන ආයතන වලිනි. පිහියා කැති වැනි ලෝහ භාණ්ඩ කඩවත, කිරිල්ලවල ප්‍රදේශයේ පිහිටා ඇති නිෂ්පාදන කම්හල්වලින් අලෙවිකරුවන් විසින්ම ගෙනැවිත් තිබුණි. පිට පළාත්වලින් රැගෙන එන මෙවැනි භාණ්ඩවලින් එළවළු හා පලතුරුවලට විශේෂ ස්ථානයක් හිමිවිය. කුලියටගත් හෝ තමන්ගේම ලොරි රථ භාවිතා කරමින් මෙම එළවළු හා පලතුරු තොග, වෙළඳ පොළ කරා රැගෙන එනු ලබයි. ඒ සඳහා ඉහතින් දැක්වූ ලෙස සංවිධානය වූ වෙළඳුන් කණ්ඩායම් ද සිටින අතර, අනිකුත් භාණ්ඩ බොහොමයක් අලෙවි කරුවන් විසින් තනි තනිවම බස් රථ මඟින් පොළ කරා ගෙන එනු ලබයි.

කුඩා වෙළඳ පොළවල් ආශ්‍රයෙන් දක්නට හැකිවූ විශේෂ ලක්ෂණයක් වූයේ පිට පළාත්වලින් එළවළු සහ පලතුරු තොග ගෙනැවිත් පොළ තුළ සිටින වෙළඳුන්ට අලෙවි කිරීමේ ඒකාධිකාරී බලයක් හිමි කරගෙන සිටින, විකුණුම් කරුවකු සිටීමයි. මෙම පුද්ගලයාද පොළෙහි වෙළෙන්දෙකි. ඔහු සතු ලොරි රථ උපයෝගී කර ගනිමින් නිතිපතා උඩරට හා පහතරට නිෂ්පාදිත ප්‍රදේශවලින් එළවළු හා පලතුරු තොග තෝරාගත් වෙළඳ පොළවල් කිහිපයකට ගෙනවිත් පොළ පටන් ගැනීමට පෙර වෙළෙඳුන්ට බෙදා හරියි. එම පොළවල්වල ඔහුගෙන් භාණ්ඩ මිලදී නොගන්නා එළවළු සහ පලතුරු වෙළඳුන්ගේ අලෙවි කටයුතු උපක්‍රමශීලී ලෙස අඩපණ කරවීමට හෙතෙම කටයුතු කරයි. ඔහුගේ ඒකාධිකාරී එළවළු සහ පලතුරු අලෙවි ක්‍රමය තුළින් පෝෂණය වන පොළවල් කිහිපයක් කළුතර දිස්ත්‍රික්කය තුළ ඇති අතර, එම පොළවල එම භාණ්ඩ වර්ග සඳහා මිල තීරණය වන්නේද ඔහුගේ ක්‍රියාකලාපයන් මතය.

(3) පොළේ පෝෂිත ප්‍රදේශය හෝ ඒ අවට ප්‍රදේශ

පෝෂිත ප්‍රදේශයෙන් පොළ තුළට එළවළු, පලතුරු, තැඹිලි, කුරුම්බා, පොල්, බුලත්,පුවක් සහ ගෘහාශ්‍රිතව මසන ලද ඇඳුම් වැනි පාරිභෝගික ද්‍රව්‍යයන් ලැබේ. බොහෝ විට මෙම භාණ්ඩ ඇත්තේ කුඩා ප්‍රමාණයකි. බුලත් සහ පුවක් මේ භාණ්ඩ වර්ග අතරින් ප්‍රමුඛත්වයක් ගෙන ඇත. නිෂ්පාදකයන් විසින් හෝ ගම් ප්‍රදේශවල භාණ්ඩ එකතු කරන්නන් විසින් මෙම ද්‍රව්‍ය පොළට ගෙනවිත් අලෙවි කරනු ලැබේ.

3.7 පෝෂිත ප්‍රදේශය

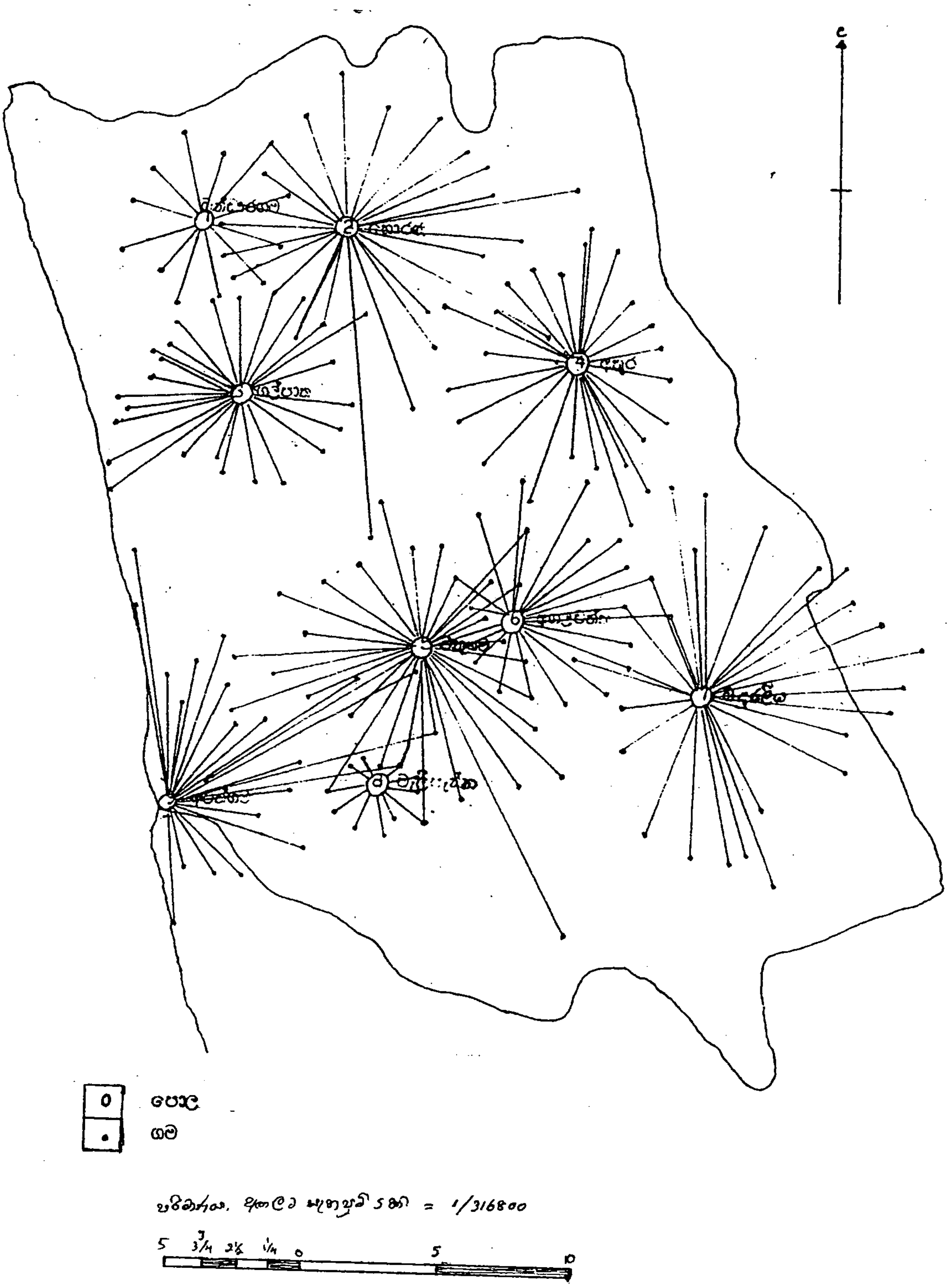
පොළෙන් භාණ්ඩ හා සේවා සැපයෙන ප්‍රදේශය පෝෂිත ප්‍රදේශයයි. එහි විශාලත්වය පොළෙන් පොළට වෙනස්ය. එය තීරණය වීමට බලපාන ප්‍රධාන කරුණු කිහිපයකි. (එය මූලිකවම ගැනුම්කරුවා භාණ්ඩ මිලදී ගැනීම සඳහා පොළ තෝරා ගැනීම මත සිදුවන අතර ඒ පිළිබඳ විස්තරාත්මක විමර්ශනයක් 4:2:3 මාතෘකාව යටතේ කෙරේ). එනම්,

1. ප්‍රවාහන පහසුකම්
2. පොළ අවටින් වෙනත් අවශ්‍යතාවයන් සපුරාගැනීමට ඇති හැකියාව
3. පොළ පිළිබඳ පාරිභෝගික ආකල්පය
4. අවට ඇති වෙනත් වෙළඳ පොළවල්

මීට අමතරව භාණ්ඩ තොග වශයෙන් මිලදී ගැනීමට ඇති හැකියාව, භාණ්ඩ මිල ගණන් හා භාණ්ඩවල ගුණාත්මක තත්ත්වයද ඒ සඳහා බලපායි.

හොඳ ප්‍රවාහන පහසුකම්වලින් යුතු මධ්‍යස්ථානයක පිහිටි පොළකට දුර බැහැර ප්‍රදේශවල ගැනුම්කරුවන් පවා පැමිණේ. සමහර ගැනුම්කරුවන් පොළට පැමිණීමේදී තමන්ගේ වෙනත් අවශ්‍යතාවයන්ටද ප්‍රමුඛත්වයක් දෙන බව මීට පෙර සඳහන් කර ඇත. මේ නිසා ගැනුම්කරුවාට වැදගත් වන සේවා පහසුකම් පිහිටා ඇති මධ්‍යස්ථානයක් අසළ, පොළ පිහිටීම එහි වෙළඳ කටයුතුවල වර්ධනයට හේතු වේ. පොළ පිළිබඳ පාරිභෝගික ආකල්පය මත පාරිභෝගිකයා විසින් තමා පදිංචි ස්ථානය ආසන්නයේම ඇති පොළ හෝ එසේ නැත්නම් එම වෙළඳ පොළ හැර අසළ ඇති වෙනත් පොළක් හෝ තෝරාගත හැකිය. මේ නිසා පළමු පොළේ පෝෂිත ප්‍රදේශය දෙවන පොළේ පෝෂිත ප්‍රදේශයෙන් ඡේදනය විය හැකිය. ඒ බව 3.3 රූප සටහනේ දැක්වේ.

3.3 රූපසටහන : පොළෙන් පාරිභෝගිකයන් වෙත භාණ්ඩ බෙදා හැරීම (කළුතර දිස්ත්‍රික්කයේ තෝරාගත් පොළවල් කිහිපයක්)



පොළවල් දෙකක පෝෂිත ප්‍රදේශ ඡේදනය වීමට එනම්, අසළ පිහිටි පොළට නොගොස් ඊට වඩා දුරින් පිහිටි පොළක් කරා යාමට පුරුදුවී සිටීමට හේතු කීපයක් පෙන්වාදිය හැක. පොළ පැවැත්වෙන දිනය මත පාරිභෝගිකයා පොළ තෝරා ගැනීම, එක් පොළකින් භාණ්ඩ මිලදී ගෙන අනිත් පොළට ගෙනගොස් විකිණීමට සහ එක් පොළකට සාපේක්ෂව අනිත් පොළෙන් අඩු මිලට භාණ්ඩ මිලදී ගැනීමට හැකියයි පවතින විශ්වාසය යන කරුණුයි. මේ හේතු නිසා 3.3 රූප සටහනේ දැක්වෙන පරිදි තමන්ට නුදුරුම වෙළඳ පොළ අතහැර වෙනත් පොළකට යාමක් සිදුවිය හැක. (3.3 රූප සටහන බලන්න)

පෝෂිත ප්‍රදේශයේ විශාලත්වය පොළින් පොළට වෙනස්වන බව 3.11 වගුවෙන් දැක්වේ. විශාල පොළවල් අතරින් බදුරලිය පොළේද, කුඩා පොළවල් අතරින් ගල්මත්ත පොළේ ද පෝෂිත ප්‍රදේශය සාපේක්ෂව විශාලය. ඉහත දැක්වූ පොළවල් දෙක හැර විශාල සහ කුඩා පොළවල පෝෂිත ප්‍රදේශයන්ගේ අරයන්හි පරාසය පිළිවෙලින් සැතපුම් 0.83 ක් සහ සැතපුම් 0.86 ක් වන අතර මේ පොළවල් දෙකද ඇතුළත් පරාසය පිළිවෙලින් සැතපුම් 2.3 ක් සහ සැතපුම් 2.21ක් වේ. පොළින් පොළට පෝෂිත ප්‍රදේශයේ විශාලත්වය වෙනස් වූවද, සමස්ථයක් වශයෙන් ගත්කළ එහි විශාල වෙනසක් නොමැති බව එයින් පෙන්නුම් කෙරේ. කෙසේ වුවද, කළුතර දිස්ත්‍රික්කයේ විශාල සහ කුඩා පොළවල පෝෂිත ප්‍රදේශයේ සාමාන්‍ය අරීය දුර පිළිවෙලින් සැතපුම් 4.23ක් සහ සැතපුම් 2.56කි.

3.11 වගුව : එක් එක් පොළෙහි පෝෂිත ප්‍රදේශයේ සාමාන්‍ය අරීය දුර

විශාල පොළවල්	අරය සැතපුම්	කුඩා පොළවල්	අරය සැතපුම්
ගල්පාත	3.86	මොරොන්තුඩුව	2.2
අළුත්ගම	3.58	මිල්ලනිය	2.21
මතුගම	4.41	ගල්මත්ත	3.99
අගලවත්ත	3.64	බණ්ඩාරගම	2.64
අතුර	3.87	වරකාගොඩ	2.55
බදුරලිය	5.88	වැලිපැන්න	1.78
හොරණ	4.37		
සාමාන්‍ය දුර	4.23	සාමාන්‍ය දුර	2.56

මූලාශ්‍රය : ක්ෂේත්‍ර සමීක්ෂණය - 1987 නොවැම්බර්

සමීක්ෂණයට භාජනය වූ ගැනුම්කරුවගෙන් සියයට 49ක් පොළට සැතපුම් 2කට වඩා අඩු දුරක සිට පැමිණි අයයි. එසේම සියයට 22ක් පැමිණ ඇත්තේ සැතපුම් 2-4 අතර දුරක සිටය. මේ අනුව ගැනුම්කරුවන්ගෙන් සියයට 71ක්ම පොළේ සිට සැතපුම් 4 කට වඩා අඩු දුරක පදිංචිකරුවන්ය. නමුත් සියයට 29ක් වෙළඳ පොළට පැමිණෙන්නේ සැතපුම් 4කට වඩා වැඩි දුරක සිටය. පොළක පෝෂිත ප්‍රදේශය මෙපමණ යයි සාමාන්‍යකරණය කළද එය එම ප්‍රමාණයෙන් ඔබ්බටද විහිදී යන බව මෙයින් පැහැදිලි වේ. (4.13 වගුව බලන්න.)

හතරවන පරිච්ඡේදය

අලෙවිකරුවන්ගේ සහ මිලදී ගන්නන්ගේ හැසිරීම

මෙහිදී වෙළඳාම සඳහා පොළ තෝරා ගැනීම, වෙළෙන්දාගේ ස්වභාවය මෙන්ම වෙළඳාමේ ස්වභාවය ආදී කරුණු ගැන අවධානය යොමුකරන ලදි. පොළ රවුම, භාණ්ඩ ප්‍රවාහනයේ චක්‍රීය ක්‍රියාකාරිත්වය සහ වෙළඳ සංවිධාන වැනි පොළක පවතින එක් එක් අංශයන්හි අලෙවිකරුවන් හැසිරෙන ආකාරය මෙයින් පැහැදිලි කෙරේ. එසේම මිලදී ගන්නන් පොළට පැමිණෙන්නේ කුමන භාණ්ඩ මිලදී ගැනීම සඳහාද, ඔවුන්ගේ සංයුතිය කුමක්ද, පොළ තෝරාගෙන ඇත්තේ කුමන හේතුවක් පදනම් කරගෙනද යන කරුණු ගැනද සැලකිල්ලක් දක්වා ඇත.

4.1 අලෙවිකරුවන්ගේ හැසිරීම

භාණ්ඩ වර්ග තෝරා ගැනීම, ඒවා සපයා ගැනීම සහ බෙදා හැරීම වෙළඳුන්ගේ කාර්ය භාරයයි. තමා අලෙවි කරණ භාණ්ඩ වර්ගය තෝරා ගැනීමේදී ගැනුම් කරුවන්ගේ ඉල්ලුම පිළිබඳව යම් අදහසක් ලබා ගැනීමට අලෙවිකරුවාට සිදුවේ. ඒ අනුව අවශ්‍ය භාණ්ඩ වර්ගය තෝරා ගන්නා ඔහු ඒවා සපයා ගැනීමෙන් පසුව පොළ හරහා බෙදාහරිනු ලැබේ. මෙහිදී ආර්ථිකමය වශයෙන් යම් වටිනාකමක් ඇති සේවයක් වෙළෙන්දෙකුගෙන් ඉටුවන අතර ඒ සඳහා කෙරෙන කැප කිරීම වෙනුවට ඔහු ලබා ගන්නා ලැබීම ලාභය වේ. අලෙවිකරුවකු සේවයක් සපයනු ලබන්නේ ගැනුම්කරුවන්ට නිසා එම ලැබීම ලබාගන්නේද ගැනුම් කරුවන් වෙතිනි. එමනිසා ගැනුම්කරුවකු විසින් යම් භාණ්ඩයක් ලබාගැනීම සඳහා අලෙවිකරුවෙකුට ගෙවනු ලබන්නාවූ මුදල තුළ අලෙවිකරුවා එම භාණ්ඩය සපයා ගැනීමට වැයකළ මුදල හා විකුණූ ස්ථානයට ගෙන ඒම සඳහා දරණ ලද අනිකුත් වියදම්ද සමඟ ඔහුගේ ලාභයද ඇතුළත් වේ.

4.1.1 වෙළඳාම සඳහා පොළ තෝරාගැනීම

රටක ආර්ථිකමය ක්‍රියාවලියට අලෙවිකරුවා සම්බන්ධ වන්නේ භාණ්ඩ බෙදා හරින්නෙකු ලෙසය. තම ජීවනෝපාය වශයෙන් මෙවැනි වෘත්තියක් තෝරා ගැනීම සඳහා එක් එක් පුද්ගලයන්ට බලපෑ විවිධ හේතූන් තිබිය හැකිය. එසේ වුවද සාපේක්ෂ වශයෙන් මෙම හේතූන් ප්‍රධාන කොටස් දෙකක් යටතේ විග්‍රහ කිරීමට පුළුවන. එනම්,

1. වෙළෙඳාම තෝරා ගැනීමට මුල්වූ හේතූන් සහ
2. එක් එක් පොළ තෝරා ගැනීමට මුල්වූ හේතූන් වශයෙනි.

පොළෙහි වෙළඳ කටයුතුවල නියුතු වූ වෙළඳුන් තම වෘත්තිය ලෙස වෙළඳාම තෝරා ගැනීමට මුල්වූ හේතූන් කිහිපයක් අධ්‍යයනයේදී හඳුනා ගත හැකිවිය. ඔවුන් ගෙන් සියයට 28ක් වෙළඳ වෘත්තියට ඇති කැමැත්ත නිසා එයට පිවිසි අයයි. දෙමාපියන් පොළේ වෙළඳාම් කළ නිසා හා එමගින් ලත් පළපුරුද්ද නිසා පොළේ වෙළඳාම තෝරාගත් අය සියයට 27කි. වෙළඳාම වාසිදායක වෘත්තියක් ලෙස සලකා එය තෝරා ගත් පිරිස සියයට 2කි. මේ අනුව පොළේ වෙළඳුන්ගෙන් සියයට 57ක්ම කැමැත්තෙන්ම වෙළඳ වෘත්තිය තෝරාගත් අයයි. නමුත් කළ රැකියාව අහිමිවීමෙන් පොළේ වෙළඳාම තෝරාගත් සියයට 5ක පිරිසද වෙනත් රැකියාවක් නොමැති නිසා මෙය තෝරාගත් සියයට 38ක පිරිසද, වශයෙන් පොළේ මුළු වෙළඳුන්ගෙන් සියයට 43ක්ම කොපමණ කාලයක් පොළේ

වෙළඳාමේ නිරතවී සිටීද යන්න සැක සහිතය. ඔවුන් වෙනත් රැකියාවක් නොමැතිවීම නිසා පොළෙහි වෙළඳාම තෝරාගත්තේ නම් වෙනත් රැකියාවක් ලැබුණු විටක පොළ අතහැර යාමට ඇති ඉඩකඩ බොහෝය. කෙසේ වෙතත් කළුතර දිස්ත්‍රික්කයේ පොළවල්වල වෙළඳුන්ගෙන් සියයට 57ක වෙළඳ වෘත්තිය යම් ස්ථිර පදනමක් මත ගොඩනැගී ඇති බව මෙයින් පැහැදිලිය.

වෙළඳාම සඳහා එක් එක් පොළ තෝරා ගැනීමේදී වෙළඳුන් විසින් සැලකිල්ලට ලක්කළ හේතු කිහිපයක් හඳුනාගත හැකිවිය. පොළ තම පදිංචි ස්ථානයට ආසන්නව පිහිටා තිබීම නිසා වෙළඳාම සඳහා එම පොළ තෝරාගත් වෙළඳුන් පිරිස සියයට 36කි. එසේම එම පොළෙහි වෙළඳාමෙන් වැඩි ආදායමක් ලැබිය හැකි නිසා එය තෝරාගත් අය සියයට 25කි. මේ අනුව වෙළඳාම සඳහා පොළවල් තෝරා ගැනීමේදී පොළට ඇති දුර සහ පොළෙන් ලැබෙන ආදායම යන කරුණු දෙක මුල් තැන්හිලා සැලකිල්ලට ගෙන ඇති බව පැහැදිලිය. මේ හැරුණු විට එම පොළ තෝරාගැනීම සඳහා විශේෂ හේතුවක් ඉදිරිපත් කළ නොහැකි වූ පිරිස සියයට 21ක් වන අතර වෙනත් හේතූන් මත (ඒ ඒ පුද්ගලයාට අදාළ පෞද්ගලික හේතූන්ය) පොළ තෝරාගත් අය සියයට 18 කි.

4.1.2 අලෙවිකරුවන්ගේ සංයුතිය

මෙය ප්‍රධාන කරුණු තුනක් ඔස්සේ විග්‍රහ කළහැකිය. එනම්,

4.1.2.1 වෘත්තිය ස්වභාවය අනුව වෙළඳුන් වර්ග කිරීම

පොළෙහි අලෙවි කටයුතුවල නියුක්ත අලෙවිකරුවන් ඔවුන්ගේ වෘත්තියෙහි ස්වභාවය අනුව ප්‍රධාන කොටස් තුනකට වෙන් කෙරේ. එනම් වෘත්තීයමය වෙළඳුන්, නිෂ්පාදක වෙළඳුන් සහ කුලියට භාණ්ඩ අලෙවි කරන්නන් වශයෙනි.

තම වෘත්තිය ලෙස වෙළඳාම තෝරාගත් පුද්ගලයින් වෘත්තීයමය වෙළඳුන්ය. මොවුන් පූර්ණ කාලීනව පොළේ වෙළඳ කටයුතුවල නියැලේ. එසේම ඔවුන් අලෙවි කරනුයේ තමාගේම නිෂ්පාදනයක් නොව තමා විසින් මිලට ගත් භාණ්ඩ වර්ගයන්ය. තමාගේ නිෂ්පාදන අලෙවි කරනු ලබන පුද්ගලයින් නිෂ්පාදන වෙළඳුන්ය. පිටස්තරයෙකු විසින් අලෙවි කිරීම සඳහා ලබාදුන් භාණ්ඩ තොගයෙන් අලෙවි කරනු ලබන්නා කුලියට වෙළඳාම් කරන්නෙකි. හෙතෙම වෙළෙන්දෙකු ලෙස හඳුන්වනවාට වඩා තම සේව්‍යයාට සේවයක් ඉටුකර කුලියක් ලබාගන්නා පුද්ගලයෙකු ලෙස හැඳින්විය හැකිය.

අධ්‍යයනට ලක්වූ පොළවල්වල වෙළෙන්දන්ගෙන් සියයට 88ක්ම වෘත්තීමය වෙළෙඳුන්ය. සියයට 5ක් නිෂ්පාදන වෙළඳුන්වන අතර ඉතිරි සියයට 7 කුලියට වෙළඳාම් කරන්නන්ය. මෙම නිෂ්පාදන වෙළඳුන් සියල්ලම දක්නට ලැබුනේ විශාල පොළවල්වලය. කෘෂිකාර්මික ආහාර ද්‍රව්‍ය (එළවළු, කොළ එළවළු, අල, බතල) නිෂ්පාදකයින් මෙන්ම රසකැවිලි, පපඩම්, සබන් වර්ග ආදිය නිෂ්පාදනය කරන්නන්ද මේ අතර විය. කුලියට වෙළඳාම් කරන්නන්ගෙන් සියයට 85ක් විශාල පොළවල්වලද ඉතිරි සියයට 15 කුඩා පොළවල්වලද අලෙවි කටයුතු කරන ලදි. මොවුන්ගෙන් බොහෝ දෙනෙක් ප්ලාස්ටික් භාණ්ඩ සහ රෙදිපිළි අලෙවි කිරීමේ නියුක්ත වූවන් විය.

4.1 වගුව : වෘත්තියේ ස්වභාවය අනුව වෙළඳුන් වර්ග කිරීම
(මුළු වෙළඳුන් සංඛ්‍යාවෙන් ප්‍රතිශතයක් ලෙස දක්වා ඇත)

පොළ	වෘත්තියමය වෙළෙන්දා	නිෂ්පාදන වෙළෙන්දා	කුලියට වෙළඳාම් කරන වෙළෙන්දා
විශාල පොළවල්			
අළුත්ගම	100	-	-
හොරණ	80	5	15
බඳුරලිය	85	5	10
අකුර	85	10	5
මතුගම	78	11	11
ගල්පාත	83	6	11
අහලවත්ත	88	6	6
කුඩා පොළවල්			
මිල්ලනිය	92	-	8
ගල්මත්ත	100	-	-
බණ්ඩාරගම	100	-	-
මොරොන්තුඩුව	90	-	10
වරකාගොඩ	100	1	-
වැලිපැන්න	100	-	-

මූලාශ්‍රය : ක්ෂේත්‍ර සමීක්ෂණය, 1987 නොවැම්බර්

මේ හැරුණ විට පොළෙහි වෙළඳුන් පූර්ණ කාලීන වෙළඳුන් හා අර්ධ කාලීන වෙළඳුන් වශයෙන් වර්ගකළ හැකිය. මෙම වර්ගීකරණය සඳහා ඔවුන් වෙළඳාමෙහි නියුක්ත වන දින ගණන් සැලකිල්ලට ගන්නා ලදි. ඒ අනුව සතියකින් වැඩි දින ප්‍රමාණයක්, එනම් දින හතරක් හෝ ඊට වැඩි ප්‍රමාණයක් පොළවල්වල අලෙවි කටයුතුවල නියැලෙන අලෙවිකරුවන් (මොවුන් පොළවල් කිහිපයක තම වෙළඳ කටයුතු ව්‍යාප්ත කරගෙන සිටින වෙළෙඳුන්ය), පූර්ණ කාලීන වෙළඳුන් වශයෙන් වෙන් කෙරිණ. එසේම සතියේ දින 3ක් හෝ ඊට අඩු ප්‍රමාණයක් පොළෙහි වෙළඳ කටයුතුවල නියුක්ත පුද්ගලයන් අර්ධ කාලීන වෙළඳුන් ලෙස අර්ථ දක්වන ලදි.

පූර්ණ කාලීනව පොළෙහි වෙළඳ කටයුතුවල නියැලෙන අලෙවිකරුවෙකුට බොහෝ විට වෙනත් වෘත්තියක නියැලීමට කාලයක් නොමැත. සතියට දින 4ක් හෝ ඊට වැඩි ගණනක් අලෙවි කටයුතු කරන වෙළෙන්දෙකුට ඒ සඳහා අවශ්‍ය භාණ්ඩ සපයා ගැනීමට සහ ඒ සම්බන්ධ අනිකුත් කාර්යයන් සඳහා (ප්‍රවාහනය, නඩත්තු කිරීම ආදිය) සෑහෙන කාලයක් කැප කිරීමට සිදුවේ. හෙතෙම පූර්ණ කාලීන වෙළෙන්දකු ලෙස අර්ථ දැක්වීමට සිදු වූයේ එම හේතුව නිසාය.

4.2 වගුව : වෘත්තියේ ස්වභාවය (පූර්ණ කාලීන, අර්ධ කාලීන) අනුව වෙළඳුන් වර්ගකිරීම (මුළු වෙළඳුන් සංඛ්‍යාවෙන් ප්‍රතිශතයක් ලෙස දක්වා ඇත)

විශාල පොළවල්	පූර්ණ කාලීන වෙළඳුන්	අර්ධ කාලීන වෙළඳුන්	කුඩා පොළවල්	පූර්ණ කාලීන වෙළඳුන්	අර්ධකාලීන වෙළඳුන්
අළුත්ගම	34	66	මිල්ලනිය	75	25
හොරණ	10	90	ගල්මත්ත	34	66
බඳුරලිය	40	60	බණ්ඩාරගම	30	70
අතුර	25	75	මොරොන්තුඩුව	10	90
මතුගම	6	94	වරකාගොඩ	44	56
ගල්පාත	39	61	වැලිපැන්න	-	100
අගලවත්ත	43	57			
සාමාන්‍ය	27	73	සාමාන්‍ය	36	64

මූලාශ්‍රය : ක්ෂේත්‍ර සමීක්ෂණය, 1987 නොවැම්බර්

සමස්ථයක් ලෙස පොළවල්වල පූර්ණ කාලීනව වෙළඳ කටයුතුවල නියැලෙන පුද්ගලයන් සියයට 30කි. එමනිසා සියයට 70ක්ම අර්ධ කාලීන වෙළඳුන්ය. විශාල පොළවල්වල පූර්ණ කාලීන වෙළඳුන් සියයට 27ක් සිටි අතර කුඩා පොළවල්වල සියයට 36 කි. ඒ අනුව විශාල පොළවල්වල වෙළඳුන්ගෙන් සියයට 73ක් ද කුඩා වෙළඳ පොළවල්වල වෙළඳුන්ගෙන් සියයට 64ක්ද අර්ධ කාලීනව වෙළඳ වෘත්තියේ යෙදී ඇති අයයි.

මුළු වෙළඳුන්ගෙන් සියයට 70ක්ම අර්ධ කාලීනව වෙළඳ කටයුතුවල නියැලෙන්නන් වන නිසා ඔවුන්ගෙන් සැහෙන පිරිසක් වෙනත් වෘත්තීන්හිද නියැලී සිටීමට හැකිය. අධ්‍යයනයේදී පොළේ වෙළඳාමට අමතරව වෙනත් රැකියාවල නියුක්ත වූ වෙළඳුන් ප්‍රමාණය මුළු වෙළඳුන්ගෙන් සියයට 41ක් බව පැහැදිලිය විය. එම පුද්ගලයන්ගෙන් (වෙනත් රැකියා කරනු ලබන අයගෙන්) සියයට 47ක් ගොවිතැන හෝ සත්ව පාලනය වැනි කාර්යයන්ද, සියයට 24ක් පොළ හැරුණු විට වෙනත් ස්ථානවල වෙළඳාම් කරන්නන්ද, සියයට 15ක් කම්කරුවන්ද, සියයට 14ක් වෙනත් වෘත්තීන්හි නියුක්ත වූවන්ද විය.

පොළවල්වල වෙළඳාමෙහි නියුක්ත පුද්ගලයන්ගෙන් අඩකට ආසන්න ප්‍රමාණයක් වෙනත් රැකියාවලද නියුක්ත සිටීමෙන් වෙළඳුන්ගෙන් සැහෙන පිරිසකට වෙළඳාම තම එකම ජීවන වෘත්තිය හා ආදායම් මාර්ගය කර ගැනීමට නොහැකි වී ඇති බව පෙනී යයි.

4.1.2.2 පුද්ගලයාගේ ස්වරූපය අනුව වෙළඳුන් වර්ග කිරීම

මෙහිදී වයස අනුවත් ස්ත්‍රී පුරුෂ භාවය අනුවත් වෙළඳුන් වර්ග කිරීමට උත්සාහ ගෙන ඇත. වෙළඳාමෙහි නියුක්ත වූවන් කුමන වයස් කාණ්ඩවල පසුවන්නන්ද යන්න සහ ඔවුන් තම වෙළඳාම ආරම්භ කළ කාලය කුමක්ද යන්නත් වයස් කාණ්ඩ අනුව වර්ග කිරීම නිසා විමර්ශනය කළ හැකි විය. ස්ත්‍රී පුරුෂ භාවය අනුව වෙළඳුන් වර්ග කිරීමෙන් සාපේක්ෂව වැඩි වශයෙන් පොළේ වෙළඳාමේ නියුක්තවී සිටින්නේ කුමන පිරිසක්ද යන්න හඳුනාගත හැකිවිය.

සමීක්ෂණයට ලක්වුන වෙළඳුන් වයස අනුව කාණ්ඩ පහකට බෙදා වෙන් කරන ලදි. එනම්, අවුරුදු 20 සහ 20ට අඩු අලෙවිකරුවන්, අවුරුදු 21-30 අතර අලෙවිකරුවන්, අවුරුදු 31-40 අතර අලෙවිකරුවන්, අවුරුදු 41-50 අතර අලෙවිකරුවන් හා අවුරුදු 51 හෝ ඊට වැඩි අලෙවිකරුවන් වශයෙනි.

4.3 වගුව : වයස් කාණ්ඩ අනුව වෙළඳුන් සංඛ්‍යාව හා ඔවුන් වෙළඳාමේ නියුක්ත කාලය

වයස් කාණ්ඩය	අවුරුදු 20 හෝ ඊට අඩු	අවුරුදු 21-30	අවුරුදු 31-40	අවුරුදු 41-50	අවුරුදු 51 හෝ ඊට වැඩි
වෙළඳුන් ගණන	7	50	42	42	41
වෙළඳුන් ගණනෙහි ප්‍රතිශතය	4	28	23	23	22
වෙළඳාමෙහි නියුක්ත සාමාන්‍ය කාලය අවුරුදු	7	7	12	15	21
වෙළඳාම ආරම්භ කල සාමාන්‍ය වයස අවුරුදු	11	18	23	30	40

මූලාශ්‍රය : ක්ෂේත්‍ර සමීක්ෂණය, 1987 නොවැම්බර්

පොළවල්වල අවුරුදු 20 ට අඩු වෙළඳුන් ඇත්තේ සියයට 4ක් පමණි. අවුරුදු 21ත් 30ත් අතර අය සියයට 28ක් සිටිති. අවුරුදු21-40ත් අතරත්, අවුරුදු 41ත් 50ත් අතරත් ඇත්තේ සියයට 23 බැගින් වූ එකම ප්‍රමාණයකි. අවුරුදු 50ට වැඩි අය ඇත්තේ සියයට 22කි.

මෙම වෙළඳුන්ගෙන් වැඩි ප්‍රමාණයක් අවුරුදු 18ත් 30ත් අතර කාලයේදී තම වෘත්තිය වශයෙන් වෙළඳාම ආරම්භ කළ පුද්ගලයන්ය. අවුරුදු 18ත් 30ත් අතර වෙළඳ කටයුතු ආරම්භ කළ පුද්ගලයන් ප්‍රමාණය මුළු වෙළඳුන්ගෙන් සියයට 74කි. වෙළඳ වෘත්තියට පිවිසෙන බොහෝ අය තරුණයන් බව මින් පැහැදිලි වේ. මේ සඳහා බලපෑ ප්‍රධාන සාධකය රැකියා විියුක්තිය විය හැකිය. දෙමාපියන්ගෙන් යැපෙන්නාවූ කාලය අවසන් වීමත් සමග තරුණ පෙළ විවිධ රැකියා අවස්ථාවන් සොයා යැමට පෙළඹෙන අතර රැකියා අවස්ථාවන්හි පවතින දුර්ලභ බව නිසා ඔවුන් වෙළඳාම වැනි ස්වයං වෘත්තීන්ට පිවිසීමට ඉඩ ඇත. මෙතෙක් අලුතින් වෙළඳාමට පිවිස ඇත්තේ කුමන වයස් කාණ්ඩවල පුද්ගලයන්ද යන්න හඳුනා ගැනීම පොළ තුළින් රැකියා අවස්ථා ඇති කිරීමට උත්සාහ ගන්නා පුද්ගලයන්ට මෙන්ම එය තුළ වෙළඳ කටයුතු වලට එළඹෙන නවකයන්ටද වැදගත් වනු ඇත.

වෙළඳුන්ගේ අධ්‍යාපන තත්ත්වය කුමක්ද යන්න සොයා බැලීම වැදගත්ය. වෙළඳාම වැනි වෘත්තියක යෙදවීම සඳහා පුද්ගලයන් තෝරා ගැනීමේදී එය වැදගත් විය හැකිය. කෙසේ වුවද අධ්‍යයනයේදී පෙනී ගියේ මුළු වෙළඳුන්ගෙන් සියයට 68ක්ම අටවෙනි පන්තියෙන් ඉහළ අධ්‍යාපනයක් ලබාගෙන නොමැති බවයි. සියයට 27ක් සාමාන්‍ය පෙළ දක්වා අධ්‍යාපනය ලබාසිටි අතර සියයට 1ක් උසස් අධ්‍යාපනය ලත් පුද්ගලයන් විය.

වෙළඳුන් වැඩි සංඛ්‍යාවක් තම අධ්‍යාපනය අතරමග නවතා දැමූ පුද්ගලයන් බව පැහැදිලිය. ආර්ථික ප්‍රශ්න හා වෙනත් සමාජයීය හේතූන්ගේ බලපෑම ආදී කරුණු මත මොවුන්ගේ අධ්‍යාපනය කඩාකප්පල් වන්නට ඇත. මොවුන්ට රජයේ හෝ වෙනත් පෞද්ගලික අංශයන්හි රැකියා අවස්ථාවන් ලබා ගැනීමට ඇති ඉඩකඩ අඩු අධ්‍යාපන මට්ටම නිසා බොහෝ විට වැලකී ගිය අතර, වඩුවැඩ, මේසන් වැඩ සහ වෙළඳාම වැනි ස්වයං වෘත්තීන් තෝරා ගැනීමට සිදුවිය.

කළුතර දිස්ත්‍රික්කයේ පොලවල් වල වෙළඳාමේ නියුතු වන ස්ත්‍රීන් සංඛ්‍යාව සියයට 11කි. විශාල පොළවල්වල වෙළඳුන්ගෙන් සියයට 13ක් කාන්තාවන් වන අතර එය කුඩා පොළවල්වල සියයට 7කි.

4.4 වගුව : ස්ත්‍රී පුරුෂ භාවය අනුව වෙළඳුන් වර්ගීකරණය
(මුළු වෙළඳුන්ගෙන් ප්‍රතිශතයක් ලෙස දක්වා ඇත)

පොළ	ස්ත්‍රී	පුරුෂ
විශාල පොළවල්	13	87
කුඩා පොළවල්	7	93
සාමාන්‍ය	11	89

මූලාශ්‍රය : ක්ෂේත්‍ර සමීක්ෂණය, 1987 නොවැම්බර්

මෙම කාන්තාවන්ගෙන් සියයට 84ක්ම අර්ධකාලීන වෙළඳුන් විය. ඔවුන් බොහෝවිට තම වෙළඳ කටයුතුවල නිරත වූයේ එක් පොළක හෝ පොළවල් දෙකක පමණි. කළුතර දිස්ත්‍රික්කය ප්‍රධාන රබර් වගාකෙරෙන දිස්ත්‍රික්කයක් වූ නිසා කාන්තාවන් සෑහෙන පිරිසක් රබර් වතු ආශ්‍රිත, කම්කරු වෘත්තීන්හි නියැලී සිටි බව දක්නට ලැබුණි. කම්කරු අංශයේ රැකියාවල නියුක්ත වීමට කාන්තාවන්ට ඇති ඉඩකඩ නිසා වෙළඳාම වැනි වෘත්තීන්ට ඇති නැඹුරුව අඩුවී යන්නට ඇත[1].

4.1.2.3 වෙළඳාමේ ස්වභාවය අනුව වෙළඳුන් වර්ග කිරීම

මෙහිදී අලෙවි කරන භාණ්ඩ වර්ග අනුව හා අලෙවි කිරීමේ ස්වභාවය අනුව වෙළඳුන් වර්ග කළ හැකිය.

එළවළු අලෙවිකරන්නා එළවළු වෙළෙන්දා වශයෙන්ද, මාළු අලෙවිකරන්නා මාළු වෙළෙන්දා වශයෙන්ද බොහෝ දෙනෙකු විසින් හඳුන්වනු ලැබේ. මේ අනුව පොළේ ඇති සෑම භාණ්ඩ වර්ගයක්ම වෙනුවෙන් වෙළඳුන් වර්ග කළ හැකිය. නමුත් අධ්‍යයනයේ පහසුව සඳහා පොළෙහි තිබුන භාණ්ඩ සෑම වර්ගයක්ම අයත්වන පරිද්දෙන් කොටස් 4කට බෙදා ඒ අනුව වෙළඳුන් වර්ග කිරීම කරන ලදි. (මේ බව දෙවන පරිච්ඡේදයේදී දක්වා ඇත).

1. මෙය කළුතර දිස්ත්‍රික්කයේ පොළවල්වල අලෙවි කටයුතු කරනු ලබන කාන්තාවන් සංඛ්‍යාව අඩුවීමට බලපෑ එක් හේතුවක් පමණක් විය හැකිය. මේ සඳහා බලපෑ කරුණු හඳුනා ගැනීම සඳහා ඒ පිළිබඳ වැඩි දුරටත් අධ්‍යයනය කළ යුතුය.

අලෙවිකරුවන් භාණ්ඩ වර්ග තෝරාගෙන තිබුනේ තමාගේ රුචිය අනුවය. පොළවල්වල මුළු වෙළඳුන් ප්‍රමාණයෙන් සියයට 46ක් කියා සිටියේ අනිකුත් ද්‍රව්‍ය අලෙවි කිරීමට වඩා වැඩි ලාභයක් තමා තෝරාගත් ද්‍රව්‍යයෙන් ලබාගත හැකි බවයි. එම භාණ්ඩ වර්ග අලෙවි කිරීමට කැමැත්තක් දක්වන නිසා එය තෝරා ගත් අය සියයට 32කි. දීර්ඝ කාලීනව අලෙවි කිරීමේ පළපුරුද්ද නිසා භාණ්ඩ වර්ග තෝරාගත් අය සියයට 18ක් වන අතර ප්‍රවාහන පහසුව සලකා භාණ්ඩ වර්ග තෝරාගත් අය සියයට 4ක් විය. කෙසේ වෙතත් වෙළඳාම් කළ යුත්තේ කුමන භාණ්ඩයද යන්න තෝරා ගැනීම බොහෝ විට වෙළෙන්දාගේ ස්වකැමැත්ත මත සිදුවී තිබුනි. වෙළඳාම් කටයුතු ගැන තමා දැන සිටි තොතුරු හා තමාගේ අත්දැකීම් මෙයට මුල් වන්නට ඇත. නමුත් නිෂ්පාදක වෙළඳුන් හා කුලියට අලෙවි කටයුතු කරගෙන යන වෙළඳුන් වෙළඳ භාණ්ඩ තෝරා ගන්නේ අන් අයුරකිනි. නිෂ්පාදකයා තමාට නිෂ්පාදනය කළ හැකි දේ පොළට ගෙන ආ අතර කුලියට ගෙන අලෙවිකරන්නා තමාට අලෙවි කිරීමට දුන් භාණ්ඩ වර්ගය ගෙනවිත් තිබුනි.

සමස්ථයක් ලෙස පොළවල්වල වෙළඳුන්ගෙන් සියයට 32ක් එළවළු සහ පලතුරු වැනි ද්‍රව්‍ය අලෙවි කිරීමේ නියැලී සිටින අතර සියයට 28ක් සහල් සහ අතිරේක ආහාර ද්‍රව්‍ය වෙළඳාමේ නිරතව සිටිනු දක්නට ලැබේ. කාර්මික භාණ්ඩ අලෙවි කිරීමේ නිරතවී ඇත්තේ සියයට 17කි.

විශාල සහ කුඩා පොළවල්වල අලෙවිකරුවන් භාණ්ඩ වර්ග අනුව බෙදී ඇති අයුරු 4.5 වගුවෙන් පැහැදිලිය. විශාල පොළවල්වල වෙළෙඳුන්ගෙන් සියයට 59ක් එළවළු, පලතුරු, සහල්, කරවල සහ අතිරේක ආහාර ද්‍රව්‍ය අලෙවිකරන්නන් වන අතර කුඩා පොළවල්වල සියයට 64ක් වේ (4.5 වගුව බලන්න).

එළවළු සහ පලතුරු වර්ග අලෙවි කරන වෙළඳුන්ගෙන් වෘත්තීයමය වෙළඳුන් ඇත්තේ සියයට 78කි. නමුත් සහල් සහ අතිරේක ආහාර ද්‍රව්‍ය අලෙවි කරන ලද වෙළඳුන් සියයට 87ක්ද අනෙකුත් භාණ්ඩ (බුලත්,පුවක්,වැනි) අලෙවි කරන්නන්ගෙන් සියයට 89ක්ද වෘත්තීයමය වෙළඳුන් වේ (4.6 වගුව බලන්න).

ස්ත්‍රී පුරුෂ හා භාණ්ඩ වර්ගීකරණය අනුව වෙළඳුන් වර්ග කලවිට එළවළු / පලතුරු අලෙවි කරන මුළු වෙළඳුන්ගෙන් සියයට 15ක්ද, සහල් අතිරේක ආහාර ද්‍රව්‍ය අලෙවි කරන මුළු වෙළඳුන් ප්‍රමාණයෙන් සියයට 8ක්ද, කාර්මික භාණ්ඩ අලෙවි කරන මුළු වෙළඳුන් ප්‍රමාණයෙන් සියයට 13ක්ද බුලත්, පුවක්, දුම්කොළ වැනි වෙනත් ද්‍රව්‍ය අලෙවි කරන වෙළඳුන්ගෙන් සියයට 5ක්ද කාන්තාවෝ වෙති (4.7 වගුව බලන්න).

4.5 වගුව : පොළ හා භාණ්ඩ වර්ගීකරණය අනුව වෙළඳුන්ගේ ප්‍රතිශතය

විශාල පොළවල්				
පොළ	එළවළු පලතුරු	සහල් අතිරේක	කාර්මික භාණ්ඩ	බුලත්/පුවක් වැනි භාණ්ඩ
අළුත්ගම	55	14	17	14
හොරණ	32	27	31	10
බදුරලිය	24	31	19	26
අතුර	22	32	20	26
මතුගම	31	29	25	15
ගල්පාත	30	28	21	21
අගලවත්ත	24	38	18	
සාමාන්‍යය	31	28	23	18

කුඩා පොළවල්				
පොළ	එළවළු පලතුරු	සහල් අතිරේක	කාර්මික භාණ්ඩ	බුලත්/පුවක් වැනි භාණ්ඩ
මිල්ලනිය	30	23	17	9
ගල්මත්ත	26	41	21	26
බණ්ඩාරගම	47	21	26	9
මොරොන්තුඩුව	40	30	17	9
වරකාගොඩ	25	14	25	21
වැලිපැන්න	60	40	0	0
	20			
සාමාන්‍යය	35	29	21	15

මූලාශ්‍රය:- ක්ෂේත්‍ර සමීක්ෂණය, 1987 නොවැම්බර්

4.6 වගුව : වෘත්තීය සහ භාණ්ඩ වර්ගීකරණය අනුව වෙළඳුන්ගේ ප්‍රතිශතය

භාණ්ඩ වර්ගය	වෘත්තීයමය	නිෂ්පාදක	කුළියට වෙළඳාම් කරන
එළවළු / පලතුරු	78	2	20
සහල් / අතිරේක	100	-	-
කාර්මික භාණ්ඩ	87	8	5
බුලත් / පුවක් වැනි භාණ්ඩ	89	11	-

$$\frac{\text{ද්‍රව්‍ය අලෙවි කරන මුළු වෘත්තීයමය වෙළඳුන් සංඛ්‍යාව}}{\text{ද්‍රව්‍ය අලෙවි කරන මුළු වෙළඳුන් සංඛ්‍යාව}} \times 100$$

මූලාශ්‍රය - ක්ෂේත්‍ර සමීක්ෂණය, 1987 නොවැම්බර්

පොළෙහි භාණ්ඩ අලෙවි කරනු ලබන කාන්තාවන්ගෙන් වැඩි පිරිසක් එළවළු/පලතුරු සහ කාර්මික භාණ්ඩ අලෙවි කිරීමේ නියැලී සිටී. එළවළු අලෙවි කරන කාන්තාවන් වැඩි දෙනෙක් අලෙවි කරනුයේ කොළ එළවළු වර්ගයන්ය. කාර්මික නිෂ්පාදන අලෙවි කරන කාන්තාවන්ගෙන් බොහොමයක් රෙදි හා නිමි ඇඳුම් වෙළඳාමෙහි නිරතව ඇත. පොළවල්වල රෙදි සහ නිමි ඇඳුම් අලෙවි කරන කාන්තාවන්ගෙන් සැහෙන පිරිසක් පොළෙහි අලෙවි කටයුතුවල නියුක්ත තම ස්වාමියාගේ උදව්වට පැමිණි අයයි.

වෙළඳාමේ ස්වභාවය අනුව කළුතර දිස්ත්‍රික්කයේ පොළවල්වල වෙළඳුන්, තොග වෙළඳුන්, සිල්ලර වෙළඳුන් සහ තොග හා සිල්ලර වෙළඳුන් වශයෙන් කොටස් තුනකට වර්ග කළ හැකිය.

කළුතර දිස්ත්‍රික්කයේ පොළවල්වල වෙළෙන්දන්ගෙන් සියයට 84ක්ම කරන්නේ සිල්ලර වෙළඳාමයි. මෙයට හේතුව දිස්ත්‍රික්කය ප්‍රධාන ආහාර ද්‍රව්‍ය නිෂ්පාදිත ප්‍රදේශයක් නොවීමයි. එම නිසා පිට පළාත්වලින් ලබා ගන්නා භාණ්ඩ බොහොමයක් සිල්ලරට බෙදාහැරීම පොළ තුළින් සිදුවෙයි. තොග වෙළඳාමෙහි නියුක්ත වෙළඳුන් ඇත්තේ සියයට 3ක් පමණි. මෙම කාර්යයන් දෙකෙහිම නිරතවූ (තොග හා සිල්ලර වෙළඳාමෙහි) වෙළඳුන් සියයට 13කි.

4.7 වගුව : ස්ත්‍රී පුරුෂ හා භාණ්ඩ වර්ගීකරණය අනුව වෙළඳුන්ගේ ප්‍රතිශතය

වෙළෙන්දාගේ ස්වභාවය	ස්ත්‍රී	පුරුෂ
එළවළු / පලතුරු	15	85
සහල් සහ අතිරේක	8	92
කාර්මික භාණ්ඩ	13	87
බුලත් / පුවක් වැනි භාණ්ඩ	5	95
සාමාන්‍ය	11	89

$$\frac{\text{ද්‍රව්‍ය විකුණන ස්ත්‍රීන් සංඛ්‍යාව}}{\text{ද්‍රව්‍ය විකුණන මුළු වෙළඳුන් සංඛ්‍යාව}} \times 100$$

මූලාශ්‍රය : ක්ෂේත්‍ර සමීක්ෂණය, 1987 නොවැම්බර්

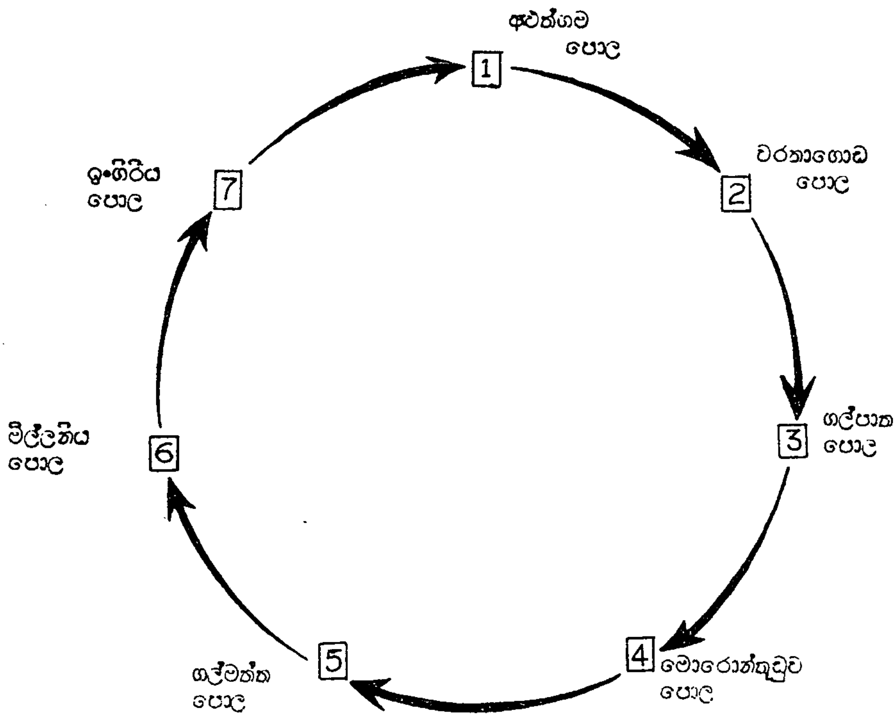
පොළෙහි වෙළඳුන්ගෙන් සැහෙන පිරිසක් පොළේ වෙළඳ කටයුතු ආරම්භ වූ පසුව පොළට පැමිණෙනු ලබයි. බොහෝ විට මෙසේ පැමිණෙන්නේ සිල්ලර වෙළඳුන්ය. තමාගේ භාණ්ඩ සපයා ගැනීමට සහ ප්‍රවාහනය කර ගැනීමට කල් ගතවන නිසා එසේ වෙළඳ පොළ ආරම්භ වූ වේලාවෙන් පසුව පොළට පැමිණීමට සිදුවන බව වෙළඳුන් පැවසීය. සමහර වෙළඳුන් එක් එක් පොළට පාරිභෝගිකයන් පැමිණෙන වේලාවන් අනුව පැමිණිය යුතු වේලාව තීරණය කරගෙන ඇත. බොහෝ වෙළඳුන් වෙළඳාම අවසන් කරනුයේ පොළ අවසන් වීමත් සමඟය. නමුත් එළවළු, පලතුරු වැනි ද්‍රව්‍ය අලෙවිකරන්නන් සමහර අවස්ථාවලදී පොළ අවසන් වීමට ප්‍රථමයෙන් භාණ්ඩ තොගයම අලෙවි කරගනු ලබයි.

වෙළඳුන්ගෙන් සියයට 61කටම භාණ්ඩ මිලදී ගැනීම සඳහා පැමිණෙන සුපුරුදු ගැනුම්කරුවන් ඇත. වට්ටම් ලබාදීම, ණයට භාණ්ඩ විකිණීම, ඥාති හැඳුනුම්කම් හා සාධාරණව කිරුම් මිනුම්වල නියැලෙන නිසා ගැනුම්කරුවන් තුළ ඇතිවී ඇති විශ්වාසය මත ඔවුන් තමන් වෙතටම එනබව වෙළඳුන් පැවසීය.

4.1.3 පොළ රවුම

පොළක වෙළඳාම් කරනු ලබන වෙළෙන්දකුගේ වෙළඳ කටයුතු බොහෝවිට පොළවල් කිහිපයකම ව්‍යාප්තව තිබිය හැකිය. එමනිසා ඔහු එක් පොළක පමණක් වෙළෙන්දකු නොවේ. සාමාන්‍යයෙන් එක් පොළක් පැවැත්වෙන්නේ සතියකට දිනක් හෝ දින දෙකක් පමණක් බැවින් වෙළෙන්දෙකුට අනිකුත් දිනවලද වෙළඳ කටයුතුවල නියැලීම සඳහා වෙනත් පොළවල් තෝරාගැනීමට සිදුවේ. මෙසේ පොළවල් කිහිපයක නිත්‍ය කටයුතුවල නියැලෙන වෙළෙන්දෙකු වෙළඳ පොළ රවුමේ යන වෙළෙන්දෙකු ලෙස හඳුන්වනු ලබයි (4.1 රූපසටහන බලන්න).

4.1 රූප සටහන : පොළ රවුම



<u>පොල පැවැත්වෙන දිනයන්</u>

1. සඳුදා
2. අඟහරුවාදා
3. බදාදා
4. බ්‍රහස්පතින්දා
5. සිකුරාදා
6. සෙනසුරාදා
7. ඉරිදා

□ පොල

→ වෙළෙන්දාගේ ගමන් මාර්ගය

වෙළදාම සඳහා පොළ රවුමේ යන වෙළෙන්දාට ඒ සඳහා ඒ ඒ දවසවලදී පවත්වන පොළවල් තෝරා ගැනීමට සිදුවේ. මෙහිදී එම දවසට පවත්වන ඕනෑම පොළක් තම වෙළඳ කටයුතු සඳහා තෝරා ගැනීමට වෙළෙන්දාට හැකිය[1]

පොළ රවුමේ යෑම සඳහා එක් වෙළන්දෙකු සතියකට කොපමණ දුරක් ගමන් කරන්නේද යන්න නිශ්චිතව කිව නොහැකිය. පොළින් පොළට ඇති දුර අනුවත්, වෙළෙන්දාගේ ගමන් මාර්ගය අනුවත් එහි දුර ප්‍රමාණය තීරණයවේ.

එක් පොළකට වඩා වැඩි පොළවල් සංඛ්‍යාවක වෙළඳ කටයුතුවල නියැලෙන වෙළෙන්දන් වෙළඳ පොළ රවුමේ යන්නෙකු වශයෙන් හඳුන්වා දිය හැකිය. ඒ අනුව කළුතර දිස්ත්‍රික්කයේ පොළවල්වල වෙළඳ කටයුතු කරන වෙළඳුන්ගෙන් සියයට 74ක්ම පොළ රවුමේ යන වෙළඳුන් වේ.

4.8 වගුව : කළුතර දිස්ත්‍රික්කයේ තෝරාගත් පොළවල් වල වෙළදාමේ නියුක්ත වෙළඳුන්ගෙන් පොළ රවුමේ යන වෙළඳුන් සංඛ්‍යාවේ ප්‍රතිශතය

පොළවල් 2කට පමණක් යන වෙළඳුන්	පොළවල් 3කට පමණක් යන වෙළඳුන්	පොළවල් 4කට පමණක් යන වෙළඳුන්	පොළවල් 5කට පමණක් යන වෙළඳුන්	පොළවල් 6කට පමණක් යන වෙළඳුන්	පොළරවුමේ යන මුළු වෙළඳුන්
18	25	18	08	05	74

මූලාශ්‍රය : ක්ෂේත්‍ර සමීක්ෂණය, 1987 නොවැම්බර්

මෙම සටහන අනුව මුළු වෙළඳුන්ගෙන් සියයට 25ක්ම, පොළවල් 3ක පමණක් වෙළඳ කටයුතුවල නියුක්ත වූවන් බව පැහැදිළිය. වෙළඳුන්ගෙන් සියයට 61ක්ම, පොළවල් 4 කට, තුනකට හෝ දෙකකට වෙළඳාම සඳහා යන අයයි. පොළවල් වල වෙළඳාමේ නියුක්ත වෙළඳුන්ගෙන් සියයට 26ක් එකම පොළක පමණක් වෙළඳ කටයුතුවල නියුක්ත වූවන් වන අතර, (පොළ රවුමේ නොයයි) ඔවුන්ගෙන් බොහොමයක් වෙනත් වෘත්තීන්හි නියුක්ත වූවන්ය.

එක් එක් පොළට එන, පොළ රවුමේ යන වෙළඳුන් සංඛ්‍යාව එකිනෙකට වෙනස්ය. වෙළඳ පොළ රවුමේ යන වෙළෙන්දෙකු වෙළඳ කටයුතු පිරිහුනු පොළකට හෝ ගමන් පහසුකම් දුෂ්කර වූ පොළකට පැමිණීම වෙනුවට එදිනට පැවැත්වෙන වෙනත් පොළක් තොරාගැනීමට ඉඩ ඇත. එක් එක් පොළෙහි වෙළඳ කටයුතුවල නියුක්ත වූත්, පොළ රවුම නම් චක්‍රයෙහි ගමන් ගන්නා වූත් වෙළඳුන් සංඛ්‍යාව පොළෙන් පොළට වෙනස් වන්නේ මෙම හේතුව නිසාය. (ඇමුණුම Vහි 4 වගුව බලන්න)

පොළ රවුමේ නොයන වෙළඳුන් බොහෝ දෙනෙක් පවසා සිටින්නේ මූල්‍ය අපහසුතා නිසාත්, වෙනත් වෘත්තීන්හි නිරත වන නිසාත්, බොහෝ පොළවල්වලට ඇතුල් වීමට නොහැකි වන නිසාත් පොළ රවුමේ නොයන බවයි.

1. වෙළෙන්දා විසින් පොළවල් තෝරා ගැනීමේදී සැලකිල්ලට ගත් කරුණු 4.1.1 යටතේ විස්තර කර ඇත.

පොළ රවුමේ යන වෙළඳුන් බොහෝවිට පොළ අවසන් වූ විගස තමාගේ ඉතිරිවූ භාණ්ඩ ප්‍රමාණය අසුරා තබා පිටවයතු ලබයි. මෙම භාණ්ඩ තොගය වෙළෙන්දා පසු දිනට වෙළඳාම් කරන පොළ වෙත ගෙන යාම සඳහා ප්‍රවාහන සේවයක්ද සකස් වී ඇත. පොළ රවුමේ යන වෙළඳුන් අනුව ඔවුන්ගේ භාණ්ඩද, පොළින් පොළට ගෙනයාමේ අවශ්‍යතාවය මත බිහිවී ඇති මෙම ප්‍රවාහන රටාවද පොළ රවුම මෙන්ම චක්‍රීය ස්වරූපයක් ගනී.

4.1.4 භාණ්ඩ ප්‍රවාහනයේ චක්‍රීය ක්‍රියාකාරීත්වය

කළුතර පොළවල්වල වෙළඳුන් භාණ්ඩ ලබාගත් මූලාශ්‍ර රාශියක් විය. විශ්ලේෂණයේ පහසුව තකා ඒවා කළුතර දිස්ත්‍රික්කය තුළින්, කොළඹ හෝ ඒ අවට ප්‍රදේශවලින්, සහ කොළඹ හැර වෙනත් නිෂ්පාදිත ප්‍රදේශවලින් වශයෙන් කොටස් තුනකට වෙන්කරන ලදි.

පොළවල්වල වෙළඳුන්ගෙන් සියයට 27ක් භාණ්ඩ ලබාගෙන ඇත්තේ කළුතර දිස්ත්‍රික්කය තුළින්මය. සියයට 56ක් කොළඹින් හෝ ඒ අවට ප්‍රදේශවලින් භාණ්ඩ ලබාගෙන ඇති අතර සියයට 17ක් වෙනත් නිෂ්පාදිත ප්‍රදේශවලින් භාණ්ඩ සපයා ගෙන ඇත (4.9 වගුව බලන්න). මෙම භාණ්ඩ පොළ දක්වා ප්‍රවාහනය කිරීමටත් පොළේ අලෙවියෙන් පසු ඉතිරි වන භාණ්ඩ වෙනත් ස්ථානයකට ප්‍රවාහනය කිරීමටත් ප්‍රවාහන සේවයක් අත්‍යාවශ්‍යය.

කළුතර දිස්ත්‍රික්කයේ පොළවල්වල වෙළඳුන්ගෙන් සියයට 26ක් භාණ්ඩ ගෙන ඒම සඳහා කුලියට ගත් ලොරි හෝ වෑන් රථ භාවිතා කරනු ලබයි. එසේම වෙළෙන්දෝ සියයට 17ක් හවුලට ගත් වාහන භාවිතා කරන අතර සියයට 10ක් තමාගේම ලොරි රථ හෝ වෑන් රථ භාවිතා කරති. ඉතිරි සියයට 47ක්ම භාවිතා කරන්නේ ලොරි රථ හෝ වෑන් රථය. වෙළඳුන් සියයට 28ක් බස්රථ, මගීන් ප්‍රවාහනය කරනු ලබන වෑන්රථ හෝ දුම්රිය වැනි පොදු වාහන මේ සඳහා භාවිතා කරනු ලබයි.

පොළෙහි වෙළඳාමෙන් පසු ඉතිරි භාණ්ඩ ප්‍රමාණය මුළු වෙළඳුන්ගෙන් සියයට 45 ක්ම තම නිවස කරා ගෙනයනු ලබයි. සියයට 47ක් වෙනත් පොළක් කරා එම භාණ්ඩ තොගයම ගෙන යනු ලබයි. ඒවා වෙනත් ස්ථානයක ගබඩා කිරීමට හෝ තැන්පත් කිරීමට ගෙනයනු ලබන්නේ සියයට 8කි. මෙසේ ඉතිරිවූ භාණ්ඩ ප්‍රමාණය සඳහා වෙළඳුන්ගෙන් සියයට 47ක් භාවිතා කරන්නේ ලොරි රථ හෝ වෑන් රථය. සියයට 28ක් බස්රථ, මගීන් ප්‍රවාහනය කරනු ලබන වෑන් රථ හෝ දුම්රිය වැනි පොදු වාහන මේ සඳහා භාවිතා කරති.

4.9 වගුව : අලෙවිය සඳහා එක් එක් මූලාශ්‍රවලින් භාණ්ඩ ලබාගත් වෙළෙන්දන්ගේ ප්‍රතිශතය

පොළ	කළුතර දිස්ත්‍රික්කය තුළින්	කොළඹින් හෝ ඒ අවට ප්‍රදේශවලින්	කොළඹ හැර වෙනත් නිෂ්පාදන ප්‍රදේශවලින්
විශාල පොළවල්			
අළුත්ගම	23	46	31
හොරණ	25	60	15
බදුරලිය	40	40	20
අතුර	10	66	24
මතුගම	37	47	16
ගල්පාත	12	59	29
අගලවත්ත	31	44	25
කුඩා පොළවල්			
මිල්ලනිය	33	58	9
ගල්මත්ත	54	38	8
බණ්ඩාරගම	18	64	18
මොරොන්තුඩුව	30	70	-
වරකාගොඩ	11	78	11
වැලිපැන්න	17	83	-
සාමාන්‍යය	27	56	17

මූලාශ්‍රය : ක්ෂේත්‍ර සමීක්ෂණය, 1987 නොවැම්බර්.

වෙළඳුන්ගෙන් සියයට 53ක් වෙළඳ පොළට භාණ්ඩ රැගෙන ඒම සඳහා ලොරි සහ වෑන්රථ භාවිතා කරනු ලබයි. එසේම මොවුන් ගෙන් වැඩි පිරිසක් ඉතිරිවූ භාණ්ඩ රැගෙන යාම සඳහාද ලොරි හෝ වෑන්රථ උපයෝගී කරගනී. එම නිසා පොළට භාණ්ඩ රැගෙන ඒම සහ පොළෙන් භාණ්ඩ රැගෙන යෑම මුල්කොට ගත් ප්‍රවාහන සේවයක් සෑම පොළකම පාහේ ක්‍රියාත්මකව ඇත.

වෙළඳුන්ගෙන් සියයට 47ක්ම වෙළඳාමෙන් පසු ඉතිරිවූ භාණ්ඩ වෙනත් පොළක් කරා ගෙනයනු ලබන බැවින් භාණ්ඩ ප්‍රවාහන රටාවද සකස් වී ඇත්තේ ඒ අනුවය. එමනිසා වෙළෙන්දා මෙන්ම එම ප්‍රවාහන සේවයන්ද චක්‍රීය ස්වරූපයකින් පොළින් පොළට ගමන් කරනු ලැබේ.

මේ හැරුණු විට ව්‍යාපාරිකයන් කිහිප දෙනෙකු විසින් පොළ පැවැත්වෙන දිනයේදී ගෙන එනු ලබන එළවළු වැනි ද්‍රව්‍ය පොළෙහි වෙළඳුන්ට තොග වශයෙන් අලෙවිකිරීමක් සිදුවේ. බොහෝවිට මෙම භාණ්ඩ ගෙන එනු ලබන්නේ නිෂ්පාදිත ප්‍රදේශවලින්මය. මෙවැනි පුද්ගලයන් ප්‍රවාහනකරුවන් ලෙස නොව පොළවල්වලට භාණ්ඩ සපයන්නන් ලෙස හැඳින්වීම වඩාත් යෝග්‍යයය.

චක්‍රීය ප්‍රවාහන ක්‍රමයට සම්බන්ධ වී ඇති ප්‍රවාහන මාධ්‍ය අතරින් ලොරි රථ සහ වෑන්රථ ප්‍රධාන ස්ථානය ගනී. මේ හැරුණු විට අත් ට්‍රැක්ටර්, කරත්ත වැනි ප්‍රවාහන මාධ්‍යන්ද මේ සඳහා භාවිතා කරයි. නමුත් පොදු වාහනවලින් භාණ්ඩ ප්‍රවාහනය කරන්නේ සහ මෝටර් සයිකල් පාපැදි හා වෙනත් ප්‍රවාහන ක්‍රම උපයෝගී කොට ගෙන භාණ්ඩ ප්‍රවාහනය කරන්නන් මෙම චක්‍රීය ප්‍රවාහන රටාව තුළ අන්තර්ගත නොවෙති.

4.1.5 වෙළඳ සංවිධාන

සමීක්ෂණය කරනු ලැබූ පොළවල්වලින් වෙළඳ සංවිධාන තිබුනේ හතරක පමණි. එනම්, බණ්ඩාරගම, බදුරලිය, මතුගම සහ අගලවත්ත යන පොළවල්වලය.

කළුතර දිස්ත්‍රික්කයේ පොළවල්වල වෙළඳුන්ගෙන් වෙළඳ සංවිධානවලට බැඳී ඇත්තේ සියයට 16කි. වෙළඳ සංවිධාන ගැන ඔවුන්ගේ උනන්දුවක් නොතිබුන බව, වෙළඳ සංවිධානයකට බැඳී ඇත්තවුන් පවා එහි නමවත් හරිහැටි නොදැනීමෙන් පැහැදිලිය (සම්මුඛ සාකච්ඡාවලදී එක් එක් වෙළඳුන් එකම වෙළඳ සංවිධානය විවිධ නම්වලින් හැඳින්විය.).

බණ්ඩාරගම පොළේ වෙළෙඳුන් "සුළු වෙළඳුන්ගේ සුභසාධක සංගමය" නම් වෙළඳ සංවිධානය පිහිටුවාගෙන ඇත. වෙළඳුන්ගේ පවුල්වල ශුභසාධන කටයුතු සඳහා ආධාර සහ පහසුකම් සපයා දීම සංවිධානයේ මූලික පරමාර්ථය විය. බදුරලිය පොළේ "සංචාරක වෙළඳ සංගමය" පිහිටුවා ගෙන තිබුණි. මෙහි අරමුණ බණ්ඩාරගම පොළේ වෙළඳ සංවිධානයට වඩා වෙනස්ය. බදුරලිය පොළ බොහෝ විට ටෙන්ඩර් ගනු ලබන්නේ මෙම සංගමය මගිනි. එමගින් පෞද්ගලික ටෙන්ඩර්කරුවන් විසින් අයකළ අධික පොළ බදු ප්‍රමාණය අඩුකර ගත හැකි වූ බව වෙළෙන්දෝ පැවසූහ.

මතුගම සුළු වෙළඳුන්ගේ සංගමය එහි සාමාජිකයින්ගේ හා ඔවුන්ගේ පවුල්වල අවමංගල්‍යය කටයුතුවලදී ආධාර කරනු ලැබීය. මෙය බොහෝ දුරට අවමංගල්‍යාධාර සමිතියකට සමාන විය. සමහර වෙළඳුන් මෙය හැඳින්වූයේ "මරණාධාර සමිතිය" යන නමිනි. වෙළඳුන්ගේ සුභසාධනය සහ ඔවුන්ට සිදුවන අසාධාරණකම් වෙනුවෙන් කටයුතු කිරීම අගලවත්ත පොළෙහි සංචාරක එක්සත් වෙළඳ සංගමයේ මූලික පරමාර්ථය විය.

වෙළඳ සංවිධානවලට බැඳී ඇති වෙළඳුන්ගෙන් බොහෝ දෙනෙකුට එම වෙළඳ සංවිධානවලින් සිදුවී ඇති සේවය කුමක්ද යන්න පැහැදිලි කිරීම අපහසු විය. වෙළඳ සංවිධානවලට නොබැඳුණු බොහෝ වෙළඳුන් එයට හේතුව ලෙස කියා සිටියේ සංවිධානයක් නොමැති කමයි. නමුත් සංවිධානයක් ඇති කර ගැනීමේ අවශ්‍යතාවයක් සහ ඒ සඳහා මූලිකව කටයුතු කිරීමේ උවමනාවක් ඔවුන්ට නොවීය. වෙළඳ සංවිධාන ගැන තමන්ට කිසිම විශ්වාසයක් නොමැති බවද වෙළඳුන් සෑහෙන පිරිසක් විසින් පවසන ලද කරුණකි.

පොළ රවුමේ යන වෙළඳුන් එක් පොළක වෙළඳ සංගමයකට බැඳුණු පසු බොහෝ විට වෙනත් පොළක වෙළඳ සංගමයකට නොබැඳේ. මේවායින් අයකරනු ලැබූ සාමාජික මුදලද ඉතා සුළු ප්‍රමාණයක් වූ අතර බොහෝ විට එය පොළ දිනකට හෝ මසකට වරක් වශයෙන් එකතු කරනු ලැබේ. අවමංගල කටයුතු වැනි අවස්ථාවලදී ඒ සඳහා විශේෂ මුදලක් එකතු කොට අපහසුතාවයකට පත් තැනැත්තාට පරිත්‍යාග කිරීම සමහර පොළවල් වල දැකිය හැකි විය.

කළුතර දිස්ත්‍රික්කයේ පොළවල් තුළ ක්‍රියාත්මක වන ප්‍රබල වෙළඳ සංගම් කිසිවක් නොමැත. මේ නිසා වෙළඳුන් තම තමන්ගේ අවශ්‍යතාවයන් සහ ගැටළු බොහෝ විට තනි තනිවම විසඳා ගැනීමට උත්සාහ ගනී. එයට හේතුව ප්‍රබලව ක්‍රියාත්මක වූ වෙළඳ සංවිධානයකින් ආදර්ශ ගැනීමට නොහැකිවීම, වෙළඳ සංවිධාන සහ එයින් ලැබිය හැකි ඵල ප්‍රයෝජන ගැන නිසියාකාර දැනුමක් නොමැති වීම හා බොහෝ විට අන්‍යෝන්‍ය වශයෙන් බැඳී පොදුවේ ගැටළු විසඳා ගැනීම සඳහා උත්සාහයක් නොගැනීම යනාදී කරුණුය.

4.2 මිලදී ගන්නන්ගේ හැසිරීම

වෙළඳාම නම් කාර්යයෙහිදී යම් ගණුදෙනුවක් සිදුවන අතර එහිදී "ගණු" සහ "දෙනු" වශයෙන් සිදුවන සිද්ධීන් දෙක සඳහා අවම වශයෙන් එක් මිලදී ගන්නෙක් සහ එක් විකුණුම් කරුවෙක්වත් මැදිහත් විය යුතුය. ගැණුම්කරුවන් නොමැති තැනක පොළක් බිහිවිය නොහැක්කේ මේ නිසාය. අලෙවිකරුවන් විසින් ගෙන එනු ලබන්නේ ගැනුම්කරුවන්ගෙන් "ඉල්ලුමක්" ඇති භාණ්ඩ වර්ග පමණි.

භාණ්ඩ මිලදී ගැනීම සඳහා පොළට පැමිණෙන ගැණුම්කරුවන්ද සංයුතිය අනුව වර්ග කළ හැකිය. එහිදී ඔවුන් භාණ්ඩ මිලදී ගැනීමට මුල්වූ අවශ්‍යතාවය කුමක්ද යන්න පදනම් කෙරේ.

4.2.1 මිලදී ගන්නන්ගේ සංයුතිය

මිලදී ගන්නන් ප්‍රධාන අරමුණු දෙකක් මුල් කොට ගෙන භාණ්ඩ මිලදී ගනී. එනම් තමාගේ හෝ තම පවුලේ හෝ වෙනත් පුද්ගලයෙකුගේ පරිභෝජනය සඳහා භාණ්ඩ මිලදී ගැනීම (මෙහිදී භාණ්ඩය මුදල් සඳහා වෙනත් කෙනෙකුට එම භාණ්ඩයෙන්ම හුවමාරු නොකරයි) සහ විකිණීම සඳහා (මුදල් ගණුදෙනුවක් මත භාණ්ඩය වෙනත් කෙනෙකු සමඟ හුවමාරු කරයි) භාණ්ඩ මිලදී ගැනීම වශයෙනි.

මිලදී ගන්නන්ගේ සංයුතිය සකස් වී ඇත්තේ මෙම කොටස් දෙක මුල්කර ගෙනය. මෙය තවදුරටත් විග්‍රහ කොට බැලීමේදී පරිභෝජනය සඳහා භාණ්ඩ මිලදී ගන්නන්, ගෘහස්ථ පරිභෝජනයට සහ ආපනශාලාවල පරිභෝජනයට මිලදී ගන්නන් වශයෙන් වර්ග කළ හැකිය. අලෙවි කිරීම සඳහා භාණ්ඩ මිලදී ගන්නන්, (සිල්ලර කඩයෙන් කඩයට) වශයෙන් වර්ග කළ හැකිවේ.

නියැදියට අයත් ගැනුම්කරුවන් 109 දෙනා ඉහත දැක්වූ විශ්ලේෂණයට අනුව මෙසේ වෙන්කළ හැකිය.

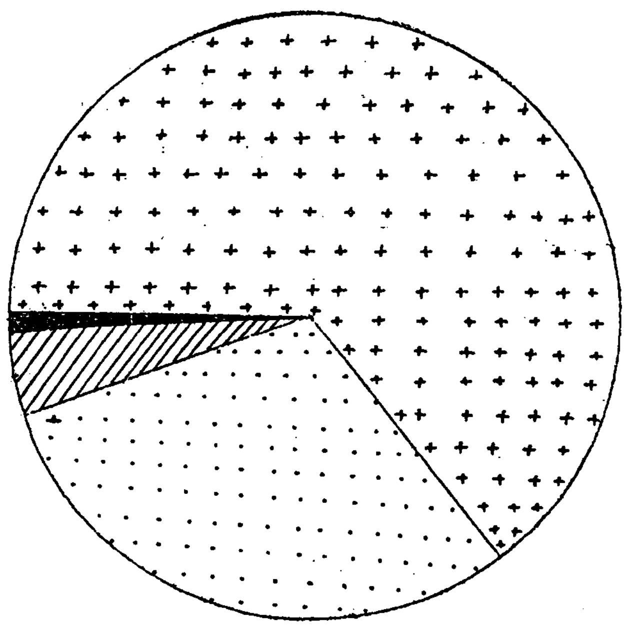
සමීක්ෂණය සඳහා තෝරාගත් ගැනුම්කරුවන්ගේ සංයුතිය

- නියැදියේ මුළු ගැනුම්කරුවන් (109)
  - අවසාන පාරිභෝගිකයන් (75)
    - ගෘහස්ථ පරිභෝජනය සඳහා (70)
    - ආපනශාලාවල පරිභෝජනය සඳහා (5)
  - වෙළඳාම සඳහා භාණ්ඩ මිලදී ගත් අය (34)
    - තමාගේම වෙළඳසැලේ විකිණීම සඳහා (33)
    - ජංගම වෙළඳසැල් සඳහා (1)

ගැණුම්කරුවන් සංඛ්‍යාවෙන් දක්වා ඇත.

මූලාශ්‍රය : ක්ෂේත්‍ර සමීක්ෂණය, 1987 නොවැම්බර්

4.2 රූපසටහන : ගැනුම්කරුවන්ගේ සංයුතිය



- ගෘහස්ත පරිභෝජනය සඳහා භාණ්ඩ ලබාගන්නා පුද්ගලයන්
- තමන්ගේ හෝ හිතවතෙකුගේ වෙළඳ පොලක අලෙවි කිරීම සඳහා භාණ්ඩ ලබාගන්නා ගැනුම්කරුවන්
- ආපන ශාලාවල පරිභෝජනය සඳහා භාණ්ඩ ලබාගන්නා පුද්ගලයන්
- ජංගම වෙළඳාම සඳහා භාණ්ඩ ලබාගන්නා ගැනුම්කරුවන්

මූලාශ්‍රය : ක්ෂේත්‍ර සමීක්ෂණය, 1987 නොවැම්බර්.

සාමාන්‍යයෙන් කළුතර දිස්ත්‍රික්කයේ පොළවල්වලට පැමිණෙන ගැනුම්කරුවන්ගෙන් සියයට 69ක්ම හුදෙක් පාරිභෝජනය සඳහාම භාණ්ඩ මිලදී ගන්නා පුද්ගලයෝ වෙති. මෙයින් සියයට 93ක් ගෘහස්ථ පාරිභෝගිකයින් වන අතර සියයට 7ක් ආපන ශාලාවල පාරිභෝජනය සඳහා භාණ්ඩ රැගෙන යන පුද්ගයන් වේ. වෙළඳාම සඳහා භාණ්ඩ රැගෙන යන පුද්ගලයන්ගේ ප්‍රතිශතය පොළේ මුළු ගැනුම්කරුවන්ගෙන් සියයට 31ක් වන අතර එයින් සියයට 97ක්ම තමාගේ හෝ තම හිතවතෙකුගේ හෝ ඥාතියෙකුගේ සිල්ලර වෙළඳසැලක අලෙවි කිරීම සඳහා භාණ්ඩ රැගෙන යන පුද්ගලයන්ය. ඉතිරි සියයට 3ක සංඛ්‍යාව සංචාරක වෙළඳුන් වශයෙන් (ජංගම වෙළඳුන්) තැනින් තැන, ගෙයින් ගෙට ගොස් භාණ්ඩ අලෙවිකරන්නන්ය.

මේ හැරුණු විට මිලදී ගන්නන් ස්ත්‍රී සහ පුරුෂ වශයෙන්ද කොටස් දෙකකට බෙදිය හැකිය. කළුතර පොළවල් වලින් භාණ්ඩ මිලදී ගන්නා සියයට 56ක්ම ස්ත්‍රීන් වේ. පුරුෂ පක්ෂය ඇත්තේ සියයට 44කි. මෙම කාන්තාවන්ගේ සියයට 99ක් පමණම පොළට පැමිණෙන්නේ පාරිභෝජනය සඳහා භාණ්ඩ මිලදී ගැනීමටයි. නමුත් වෙළඳාම සඳහා භාණ්ඩ මිලදී ගැනීමට පැමිණෙන්නන්ගෙන් සියයට 95ක් පමණ පුරුෂ පක්ෂයේ අයයි.

පාරිභෝජනය සඳහ භාණ්ඩ මිලදී ගැනීමට පොළට එන වැඩි පිරිසක් ස්ත්‍රීන් වීමට බලපෑ හේතූන් දෙකක් හඳුනාගත හැකිවිය. ග්‍රාමීය කාන්තාවට පවුලේ අදායම් ඉපයීමේදී ලැබී ඇති ස්ථානය ඉන් පළමුවැන්නයි. පවුලේ පිරිමි දෛනික රැකියාවල යෙදෙන නිසා ගෘහණියක ලෙස නිවසෙහි සිටින කාන්තාව භාණ්ඩ රැගෙන යාම සඳහා බොහෝ විට පොළ කරා එයි. දෙවෙනි කරුණ වන්නේ ගෙදර දොර අවශ්‍යතාවයන් මැනවින් තෝරා බේරාගෙන භාණ්ඩ මිලදී ගැනීම සඳහා ගෘහනියක් වශයෙන් කාන්තාව ලබා ඇති පරිචයයි.

වෙළඳාම සඳහා භාණ්ඩ මිලදී ගන්නන්ගෙන් වැඩි ප්‍රමාණයක් පිරිමි වීමට බලපාන ප්‍රධාන හේතුව ඔවුන්ගේ ජීවන වෘත්තිය වෙළඳාම වීමයි. මොවුන් වෙළඳාම සඳහා භාණ්ඩ සපයා ගැනීමට මූලාශ්‍රයක් වශයෙන් පොළ යොදා ගැනිණ. කාන්තාවන් ද වෙළඳ කටයුතුවල යෙදී සිටියත් භාණ්ඩ සපයා ගැනීම බොහෝ විට පිරිමින් විසින් කරන නිසා මෙසේ පොළට එන පිරිමින් සංඛ්‍යාව ඉහළය.

පොළෙන් භාණ්ඩ මිලදී ගන්නා පුද්ගලයන්ගේ සමාජ තත්ත්වය පිළිබඳව අදහසක් ඔවුන්ගේ රැකියාවන් ආශ්‍රයෙන් ලබා ගැනීමට උත්සාහ දරණ ලදී. (මේ සඳහා අප විසින් භාවිතා කරන ලද මිලදී ගන්නන්ගේ රැකියාව පමණක් ප්‍රමාණවත් නොවේ. එය සමාජ ආර්ථික තත්ත්වය සොයා බැලීමට උපකාරවන එක නිර්මාණයකයක් පමණක් වේ. මේ පිළිබඳව යම් අවබෝධයක් ලබා ගැනීම සඳහා වැඩිදුරටත් අධ්‍යයනය කළයුතුව ඇත). පොළට පැමිණෙන ගැනුම්කරුවන් විවිධ වෘත්තීන්හි නියුක්ත වූවන් විය.

(4.10 වගුව බලන්න)

ගැනුම්කරුවන් වශයෙන් පැමිණි වැඩි පිරිසක් වෙළඳාම තම රැකියාව කරගත් අයයි. එයට හේතුව ඔවුන් තම වෘත්තිය සඳහා භාණ්ඩ ලබා ගැනීමට පොළට පැමිණීමයි. විකිණීම සඳහා භාණ්ඩ ලබාගත් සියයට 31ක ප්‍රමාණය ඉවත් කළවිට තම පාරිභෝජනය සඳහා භාණ්ඩ ලබා ගැනීමට පොළට පැමිණ ඇති ජීවන වෘත්තිය වෙළඳාම වූ පුද්ගලයන් සංඛ්‍යාව සියයට 6ක් වේ.

ගොවිතැනෙහි හා කම්කරු වෘත්තියෙහි නියුතු පුද්ගලයන් පොළවල්වලට පැමිණෙන මුළු ගැනුම් කරුවන්ගෙන් සියයට 28ක් පමණවේ. ගුරු වෘත්තියෙහි නියුක්ත වූවන් සියයට 11කි. අනෙක් සියළුම වෘත්තීන්හි නියුක්ත, පොළවල්වලට භණ්ඩ මිලදී ගැනීම සඳහා පැමිණි පුද්ගලයන්ගේ ප්‍රතිශතය සියයට 12කි. රැකියාවක් නොකරන ලද අයද වෙළඳ පොළට පැමිණෙන මුළු ගැනුම්කරුවන්ගෙන් සියයට 12ක් වේ.

4.10 වගුව : පොළට පැමිණෙන ගැණුම්කරුවන් ඔවුන්ගේ වෘත්තීන් අනුව වර්ග කිරීම

වෘත්තිය(රැකියාව)	ගැණුම්කරුවන් මුළු ප්‍රමාණයට අනුව සලකා බලන කළ ප්‍රතිශතය
වෙළඳාම	37
කම්කරු	16
ගොවිතැන	12
ගුරු වෘත්තිය	11
ලිපිකරු	04
ඉදිකිරීම් කටයුතු (වඩුවැඩ/මේසන්වැඩ)	03
ආරක්ෂක සේවය	02
කොන්ත්‍රාත්කරු	02
විශ්‍රාමික	01
රැකියාවක් නොකරන පුද්ගලයින්	12

මූලාශ්‍රය : ක්ෂේත්‍ර සමීක්ෂණය, 1987 නොවැම්බර්

එක්තරා සමාජ පංතියකට අයත් පිරිසක් බොහෝ විට තම ආහාර ද්‍රව්‍ය ලබා ගැනීම සඳහා පොළ මූලාශ්‍රයක් කරගෙන ඇති බව මෙයින් පැහැදිලිවේ. කම්කරු, ගොවිතැන, ගුරු වෘත්තිය වැනි රැකියාවල නියුක්ත පුද්ගලයන් සහ රැකියාවක් නොකරන අඩු ආදායම් ලබන පුද්ගලයන්ද විශාල පිරිසක් ගැනුම්කරුවන් වශයෙන් පොළවල්වලට පැමිණේ. නමුත් සමාජයේ ඉහළ ආදායම් මට්ටමක් ලබන පිරිස් බොහෝ විට භාණ්ඩ මිලදී ගැනීම සඳහා වෙනත් මූලාශ්‍රයක් තෝරාගෙන ඇත.

4.2.2 භාණ්ඩ සඳහා ඇති ඉල්ලුම

ගැනුම්කරුවන්ගේ ඉල්ලුම විවිධය. ඔවුන් තම අවශ්‍යතා අනුව විවිධ භාණ්ඩ ඉල්ලුම් කරයි. මෙහිදී කළුතර දිස්ත්‍රික්කයේ පොළවල්වලට පැමිණෙන ගැණුම්කරුවන්ගෙන් වැඩි ඉල්ලුමක් ඇති භාණ්ඩ වර්ග කීපයක් හඳුනාගත හැකිවිය. ඉන් එළවළු සහ පලතුරු, කරවල, පරිප්පු, මුංඇට, අල,ළූණු, මිරිස් වැනි අතිරේක ආහාර ද්‍රව්‍ය (සිල්ලර) සහ සහල් ප්‍රධානය. පොළවල්වල අළෙවියට ඇති භාණ්ඩ වර්ග අතර ගැනුම්කරුවන්ගේ ඉල්ලුම බෙදී ගොස් ඇති අයුරු 4.11 වගුවෙන් පෙන්නුම් කෙරේ.

කළුතර දිස්ත්‍රික්කයේ පොළවල්වල භාණ්ඩ සඳහා ඇති මුළු ඉල්ලුමෙන් සියයට 91ක්ම එළවළු සහ පලතුරු (සියයට 38) කරවල (සියයට 24) හා අතිරේක ද්‍රව්‍ය (සිල්ලර) (සියයට 29) සඳහායි. මෙයින් වැඩි ඉල්ලුමක් ඇත්තේ එළවළු සහ පලතුරු සඳහා වන අතර ඉන් ඉහළම ඉල්ලුම එළවළුවලට හිමිවේ.

ගැනුම්කරුවන් පොළෙන් ඉල්ලුම් කරනු ලබන භාණ්ඩ හැරුණු විට අතිකුත් භාණ්ඩ ලබා ගන්නා මූලාශ්‍රයන් 4ක් හඳුනාගත හැකිවිය. එනම්, තම ප්‍රදේශයේ පෞද්ගලික වෙළඳසැල්, ආසන්න නගරයේ පෞද්ගලික වෙළඳසැල්, රජයේ වෙළඳසැල් (අලෙවි සංවර්ධන දෙපාර්තමේන්තුව, ස.තො.ස., සමූපකාර, මාක්ෆෙඩ් වැනි ආයතන) සහ පොළ ආසන්නයේ ඇති වෙළඳසැල්ය(4.12 වගුව බලන්න).

4.11 වගුව : පොලේ භාණ්ඩ ඉල්ලුමෙන් එක් එක් භාණ්ඩ වර්ගය සඳහා ඇති ඉල්ලුමේ ප්‍රමාණය (ප්‍රතිශතයකි)

ඉල්ලුම් කරන භාණ්ඩ වර්ගය	එම භාණ්ඩ වර්ගයට ඇති ඉල්ලුම මුළු ඉල්ලුමේ ප්‍රතිශතයක් ලෙස
එළවළු සහ පලතුරු	38
කරවල	24
අතිරේක ආහාර ද්‍රව්‍ය(සිල්ලර)	29
රෙදිපිළි	00.75
කුළුබඩු	00.37
ප්ලාස්ටික් භාණ්ඩ	01.1
බුලත්, දුම්කොළ	00.75
පොල්	01.5
සහල්	03
බෙහෙත් බඩු වර්ග	00.37
මස් මාළු	00.75

මූලාශ්‍රය : ක්ෂේත්‍ර සමීක්ෂණය, 1987 නොවැම්බර්

ගැනුම්කරුවකු පොළට පැමිණෙන්නේ කලින් තීරණය කරගත් භාණ්ඩ වර්ග කිහිපයක් මිලදී ගැනීම සඳහා පමණක් බව පැහැදිලිය. එසේ නැතිනම් තමාට අවශ්‍ය භාණ්ඩය පොළ තුළ නොමැති විට පොළ අසළ කඩයකින් හෝ මිලදී ගැනීමට පෙළඹේ. නමුත් එවැනි පුද්ගලයන් ඇත්තේ සියයට 1ක් පමණි. සියයට 81ක් තමාගේ අවශ්‍යතා සපුරා ගැනීම සඳහා පොළට අමතරව තම පළාතේ හෝ නගරයේ වෙළඳසැල් උපයෝගී කොට ගනී. මෙහිදී රාජ්‍ය අංශයේ වෙළඳසැල් කරා ඇදී යන ගැනුම්කරුවන් ප්‍රමාණය සියයට 18ක් පමණ වීම එම අංශයේ අවධානයට ලක්විය යුත්තකි.

4.12 වගුව : පොළට පැමිණෙන ගැනුම්කරුවන් අනෙකුත් භාණ්ඩ ලබාගැනීම සඳහා තෝරාගත් මූලාශ්‍රයන්

භාණ්ඩ ලබාගන්නා මූලාශ්‍රය	එම මූලාශ්‍රය තොරාගත් පුද්ගලයින්ගේ ප්‍රතිශතය
තම ප්‍රදේශයේ පෞද්ගලික වෙළඳසැල්	45
නගරයේ පෞද්ගලික වෙළඳසැල්	36
රජයේ වෙළඳසැල්	18
පොළ ආසන්නයේ ඇති වෙළඳසැල්	01

මූලාශ්‍රය : ක්ෂේත්‍ර සමීක්ෂණය, 1987 නොවැම්බර්

පොළෙහි ගැනුම්කරුවෝ සියල්ලම පාහේ දින කිහිපයක අවශ්‍යතා සපුරා ගැනීම සඳහා එක්වර භාණ්ඩ මිලදී ගනිති. එසේ පැමිණෙන ගැනුම්කරුවන්ගෙන් සියයට 1ක් එක් දිනක් සඳහා පමණක්ද, සියයට 5ක් දින දෙකක් සඳහාද, සියයට 18ක් දින තුනක් සඳහාද, සියයට 37ක් දින හතරක් පමණක් ද, සියයට 7ක් සතියක් සඳහාද භාණ්ඩ ඉල්ලුම් කරනු ලබයි. මින් සියයට 78ක්ම

ඉල්ලුම් කරනු ලබන්නේ දින තුනක්, හතරක් හෝ පහක් සඳහාය. ගැනුම්කරුවන් සියල්ලම පාහේ දින කිහිපයකටම ප්‍රමාණවත් භාණ්ඩ තොගයක් පොළෙන් මිලදී ගැනීමට බලපෑ ප්‍රධාන හේතුවක් ඇත. එනම්, පොළක් පැවැත්වෙන්නේ සතියකට වරක් හෝ කිහිපවරක් පමණක් වීමයි.

පොළ තුළ වැඩි වශයෙන් අලෙවි වන එළවළු, කරවල සහ අතිරේක ආහාර ද්‍රව්‍යවලින් එක් ගැනුම්කරුවකු මිලදී ගන්නා ප්‍රමාණය කොපමණද යන්න අවධානයට ලක්කළ යුත්තකි. නිරීක්ෂණය මගින් පැහැදිලි වූයේ පාරිභෝගිකයන් විශාල සංඛ්‍යාවක් ඉල්ලුම් කරන්නේ මින් එක් වර්ගයකින් ග්‍රෑම් 250ක් 500ත් අතර ප්‍රමාණයක් බවයි (එක් එළවළු වර්ගයකින් හෝ කරවල වර්ගයකින් ඉහත සඳහන් ප්‍රමාණය මිලදී ගන්නා අතර එක් ගැණුම්කරුවෙකු විසින් එළවළු හෝ කරවල වර්ග කිහිපයක් මිලදී ගැනීමට හැකිය). පාරිභෝගිකයන් වැඩි පිරිසකට භාණ්ඩ කල්තබා ගැනීමේ පහසුකම් නොමැති වීමත්, එක් භාණ්ඩයකින් වැඩි ප්‍රමාණයක් මිළදී ගැනීමට ක්‍රයශක්තියක් නොමැතිවීමත් මෙයට හේතුවය.

ගැනුම්කරුවන්ගෙන් සියයට 85ක්ම පොළෙන් භාණ්ඩ ලබා ගන්නේ අත්පිට මුදලටය. නමුත් ඔවුන්ගෙන් සියයට 50කටම භාණ්ඩ මිලදී ගැනීම සඳහා පුරුදු වූ නිත්‍ය විකුණුම්කරුවන් ඇත. දීර්ඝ කාලයක් තිස්සේ ඇතිවූ දැන හැඳුනුම්කම් හා විශ්වාසය මත එම වෙළඳුන්ගෙන්ම භාණ්ඩ මිලදී ගැනීමට ගැනුම්කරුවන් පෙළඹී ඇත.

4.2.3 භාණ්ඩ මිලදී ගැනීම සඳහා පොළ තෝරා ගැනීම

විවෘත වෙළඳ රටාවක් පවතින මෙරට යම් ගැනුම්කරුවකුට එක් භාණ්ඩයක් මිලදී ගතහැකි පොළවල් විශාල සංඛ්‍යාවක් ඇත. මෙයින් භාණ්ඩ මිලදී ගැනීම සඳහා හෙතෙම යම් කල්පිතයන් සහ පහසුකම් අනුව සුදුසුම ස්ථානය තෝරා ගනී. එසේ නම් පොළට පැමිණෙන ගැනුම්කරුවන් තමාගේ අවශ්‍යතාවයන් සපුරා ගැනීම සඳහා ගනුදෙනු කළහැකි ස්ථානයක් ලෙස පොළ තෝරා ගැනීමට විශේෂිත වූ යම් යම් හේතූන් තිබිය යුතුය.

(ඇමුණුම V හි 5 වගුව බලන්න)

පොළ තෝරා ගැනීමට මුළු ගැනුම්කරුවන්ගෙන් සියයට 90කටම විශේෂ හේතූන් වී ඇත්තේ ලාභ නිසා සහ ළඟ නිසා යන හේතු දෙකය. ගැනුම්11කරුවන්ගෙන් සියයට 59ක්ම මිලදී ගැනීම සඳහා පොළ තෝරා ගෙන ඇත්තේ වෙළඳ පොළ තම පදිංචි ස්ථානය ආසන්නයේ පිහිටා ඇති නිසාය. ගැනුම්කරුවා කොපමණ දුරක් ගෙවා පොළට පැමිණෙන්නේද යන්න සොයා බැලීමෙන් මෙම තත්ත්වය තවදුරටත් පැහැදිලිකරගත හැකිය.

4.13 වගුව : කළුතර දිස්ත්‍රික්කයේ පොළවල්වලට එක් එක් දුර ප්‍රමාණයන්හි සිට පැමිණෙන ගැනුම්කරුවන්ගේ ප්‍රතිශතය

ගැනුම්කරුවන් පැමිණෙන දුර සැතපුම්	එම දුරගෙවා පොළට පැමිණෙන ගැනුම්කරුවන්ගේ ප්‍රතිශතය
0 - 2 ට අඩු	49
2 - 4 ට අඩු	22
4 - 6 ට අඩු	17
6 ට වැඩි	12

මූලාශ්‍රය : ක්ෂේත්‍ර සමීක්ෂණය, 1987 නොවැම්බර්

පොළට පැමිණෙන ගැනුම්කරුවන්ගෙන් සියයට 71ක්ම පොළ ආසන්නයේ (පොළේ සිට පදිංචි ස්ථානයට ඇති දුර සැතපුම් 4කට වඩා අඩු) පදිංචි කරුවන් බව 4.13 වගුවෙන් පැහැදිලිය. එම නිසා ඔවුන්ගෙන් වැඩි පිරිසක් භාණ්ඩ මිලදී ගැනීම සඳහා පොළ තෝරා ගැනීමට බලපෑ විශේෂිත හේතුව වූයේ පොළ ළඟින් පිහිටා තිබීම විය හැකිය.

පොළවල්වල ගැනුම්කරුවන්ගෙන් සියයට 37ක්ම පැමිණෙන්නේ පොදු වාහනවලිනි. සියයට 50ක් තමාගේම වාහන උපයෝගී කරගනී (තමාගේම වාහන උපයෝගීකර ගන්නන්ගෙන් සියයට 98ක්ම යතුරුපැදි හා පාපැදි භාවිතා කරන්නන්වේ). සියයට 13ක් පයින් වෙළඳ පොළට පැමිණේ. ගැනුම් කරුවන්ගෙන් සියයට 60කට වැඩි ප්‍රමාණයක් පයින් හෝ පාපැදි හෝ යතුරු පැදි භාවිතා කරමින් පැමිණෙන අය නිසා ඔවුන් බොහෝවිට පොළ ආසන්නයේ පදිංචි කරුවන් විය හැකිය.

පොළ කරා ඇදෙන ගැනුම්කරුවන්ගෙන් සියයට 83ක් නොකඩවා පොළට පැමිණෙන අයයි (පොළ පැවැත්වෙන සෑම දිනයකම ඔහු හෝ ඔහුගේ පවුලේ කෙනෙක් භාණ්ඩ මිලදී ගැනීම සඳහා පොළට පැමිණේ.) මෙම පුද්ගලයන්ගෙන් සියයට 58ක් පොළට පැමිණෙන්නේ පොළ තම පදිංචි ස්ථානයට ආසන්නව පිහිටා ඇති නිසාය.

කළුතර දිස්ත්‍රික්කයේ පොළවල්වලට පැමිණෙන ගැනුම්කරුවන්ගෙන් සියට 92ක් පොළ කරා පැමිණෙන්නේ භාණ්ඩ මිලදී ගැනීමේ අවශ්‍යතාවයෙන්මය. වෙනත් අවශ්‍යතාවයන් සඳහා යනවිටකදී හෝ එසේ ගොස් පැමිණෙන විටකදී පොළෙන් භාණ්ඩ මිලදී ගන්නේ ගැනුම්කරුවන්ගෙන් සියයට 8ක් පමණි.

පොළට පැමිණෙන ගැනුම්කරුවන්ගෙන් සියයට 9ක් පමණ දෙනා පොළ තුළ හෝ ඉන් පිටත අලෙවි කිරීම සඳහා යම් දෙයක් ගෙන එනු ලබයි. මොවුන් ගෙනඑනු ලබන භාණ්ඩවලින් බොහොමයක් ඔවුන්ගේම නිෂ්පාදනයන් වන එළවළු, පලතුරු, කෝපි, පුවක්, බුලත්, සහ රබර් රොටී වැනි ද්‍රව්‍යයන්ය. තමාගේ නිෂ්පාදනයන් අලෙවි කරගැනීමට මෙන්ම පොළෙන් භාණ්ඩ රැගෙන යාමටද පැමිණෙන මෙම පුද්ගලයන්ගෙන් සියයට 40ක් තම නිෂ්පාදන අලෙවි කරනුයේ පොළ තුළය. නමුත් ඉතිරි සියයට 60 ක පිරිස පොළ ආසන්නයේ ඇති වෙනත් වෙළඳ සැලකට ඒවා අලෙවි කරති. (රබර් රොටී වැනි පොළ තුළ ඉල්ලුමක් නොමැති භාණ්ඩ මෙසේ පොළින් පිටත ඇති වෙළඳ සැල්වලට අලෙවි කරයි).

දිවයිනේ ප්‍රධාන එළවළු සහ පලතුරු නිෂ්පාදිත දිස්ත්‍රික්කයක් වන හම්බන්තොට, නුවරඑළිය සහ බදුල්ල ප්‍රදේශවල පිහිටි පොළවල් කරා ඇදෙන මිලදී ගන්නන් වැඩි සංඛ්‍යාවක් පොළ තුළදී අලෙවි කිරීම සඳහා යම් නිෂ්පාදනයන්ද ගෙන එනු ලැබේ. මෙම පොළවල් බොහෝවිට හඳුන්වනු ලබන්නේ නිෂ්පාදකයන්ගේ පොළවල් වශයෙනි. නමුත් කළුතර දිස්ත්‍රික්කයේ පොළවල්වලට ඇදෙන මෙවැනි පිරිස් සීමා සහිතය. එයට හේතුව කළුතර දිවයිනේ ප්‍රධාන එළවළු සහ පලතුරු නිෂ්පාදිත ප්‍රදේශයක් නොවීමයි.

ගැනුම්කරුවන්ගෙන් සියයට 88ක්ම පොළ තුළදී කුමන අයුරක හෝ දුෂ්කරථාවයකට ලක්වී නොමැති බව පැවසීය. නමුත් වාහන නවතා තැබීමේ ස්ථාන නොමැති කම, කිරුම් මිනුම් සාධාරණ නොවීම සහ පොළ තුළ ඇති තදබදය නිසා දුෂ්කරතාවයන්ට ලක්වූ ගැනුම්කරුවෝ පිරිසක්ද සිටිති. කෙසේ වෙතත් ගැනුම්කරුවන්ට පොළ තුළදී මුහුණ දීමට සිදුවන සිද්ධීන් මත ඔවුන්ගේ පැමිණීම හෝ නොපැමිණීම තීරණය විය හැකිය.

පස්වන පරිච්ඡේදය

වෙළඳුන්ගේ ආදායම් හා වියදම් විශ්ලේෂණය

පොළෙහි භාණ්ඩ විකිණීමෙන් ලබාගත් ආදායම වෙළඳුන්ගේ දළ ආදායමයි. ඔවුන්ගේ ප්‍රධාන වියදම අලෙවි භාණ්ඩ ලබාගැනීම සඳහා වැය වන මුදලය. ඒ හැරුණවිට එම භාණ්ඩ මිලදී ගත් අවස්ථාවේ සිට අලෙවිකරන අවස්ථාව දක්වාද යම් පිරිවැයක් දැරීමට සිදුවේ. මෙම මුළු වියදම ඔහුගේ දළ ආදායමෙන් ඉවත්කොට ශුද්ධ ලාභය ගණනය කරන ලදි.

පොළෙහි වෙළඳුන්ගෙන් අතිප්‍රමාණික ලාභ ලබන පිරිස් සහ අවප්‍රමාණික ලාභ ලබන පිරිස් කවරහුද යන්න හඳුනාගැනීම මෙහිදී සිදුවේ. ඒ හැරුණවිට භාණ්ඩ මිලදී ගත් අවස්ථාවේ සිට අලෙවිකරණ අවස්ථාව දක්වා එම භාණ්ඩ වෙනුවෙන් කරනු ලබන වියදම, (අලෙවි පිරිවැය) (Marketing cost) කොපමණද යන්න හඳුනාගත හැකිවිය.

5.1 පොළෙහි භාණ්ඩ මිල තීරණය වීම

වෙළඳපොළ බලවේග නිදහස්ව ක්‍රියාත්මක වන බැවින් පොළෙහි භාණ්ඩ මිල තීරණය වන්නේ ඉල්ලුම හා සැපයුම මතය. (පොළෙහි භාණ්ඩ සඳහා ඇති ඉල්ලුම හතරවන පරිච්ඡේදයේදී ද , භාණ්ඩ සැපයුම තුන්වන පරිච්ඡේදයේදී ද විස්තර කොට ඇත).

භාණ්ඩ මිල තීරණයවීමේ ප්‍රධාන බලවේගයන් දෙක වන ඉල්ලුම හා සැපයුම යන විචල්‍යයන් වෙනස් කිරීමට බලපාන්නාවූ විවිධ හේතුන් ආර්ථික විද්‍යාඥයින් විසින් නොයෙක් විට ඉදිරිපත් කොට ඇත. යම්කිසි භාණ්ඩයක් මිලදී ගැනීමට ඇති සූදානම එයට ඇති ඉල්ලුම වශයෙන් හඳුන්වා දියහැකි අතර සලකා බැලෙන භාණ්ඩයේ මිල, එය මිලදී ගැනීමට අවශ්‍ය වූ ගැනුම්කරුවන්ගේ ආදායම, අනිකුත් භාණ්ඩවල මිල ගණන් සහ පාරිභෝජන අභිරුචිය යන කරුණු භාණ්ඩ ඉල්ලුම තීරණය වීමෙහිලා බලපායි. එසේම යම්කිසි භාණ්ඩයක් නිපදවන්නන් හෝ අලෙවිකරන්නන් විසින් විකිණීමට කැමති වන ප්‍රමාණය එම භාණ්ඩයේ සැපයුම ලෙස අර්ථ දැක්විය හැකි අතර, එම භාණ්ඩයේ මිල, අනිකුත් ආදේශක භාණ්ඩවල මිල, නිෂ්පාදන සාධකවල මිල, නිෂ්පාදනයේදී බලපාන දේශගුණික තත්ත්වයන්, හා අලෙවි බදු හා නිෂ්පාදන සහනාධාර යන කරුණු භාණ්ඩයක සැපයුම තීරණය වීමෙහිලා බලපානු ඇත.

පොළෙහි භාණ්ඩ සැපයුම නම්‍ය ආකාරයක් ගනී. පොළ තුළදී හොඳ මිලක් ලබා ගැනීමට ඇති හැකියාව නිසා හෝ එම භාණ්ඩය නිෂ්පාදනය වන කාලය නිසා හෝ, එම භාණ්ඩයට ඇති ඉහළ ඉල්ලුම නිසා හෝ පොළෙහි යම් වෙළඳ භාණ්ඩයක් බහුල විය හැකිය. එසේම පොළේ භාණ්ඩ ඉල්ලුම තීරණය වන්නේ පොළට එන ගැණුම්කරුවන් සංඛ්‍යාව මතවේ (කළුතර දිස්ත්‍රික්කයේ පොළවල් වල අලෙවියට ඇති භාණ්ඩ අතරින් සියයට 91 ක ඉල්ලුමක් ඇත්තේ, එළවළු, පලතුරු, කරවල සහ අතිරේක ආහාර ද්‍රව්‍ය (සිල්ලර) සඳහා බව හතරවන පරිච්ඡේදයේදී පෙන්වා දී ඇත).

පොළෙහි වැඩි ඉල්ලුමක් පවතින්නේ අත්‍යාවශ්‍ය ආහාර ද්‍රව්‍යයන් සඳහා වන අතර මේවායෙහි ඉල්ලුම බොහෝ විට අනම්‍ය වේ. එමනිසා මිල මට්ටමේ සිදුවන වෙනස්වීමකට, ඉල්ලුම කෙරෙහි දැඩි ලෙස බලපෑමක් ඇතිකළ නොහැකිය. නමුත් කෙටි කාලීනව පොළෙහි සිදුවන භාණ්ඩ මිල වෙනස්වීමක් හේතුකොට ගෙන පාරිභෝගිකයන් අනිකුත් වෙළඳසැල්කරා ඇදීයාමක් හෝ පොළ කරා වැඩියෙන් ඇදී ඒමක් සිදුවිය හැකිය.

පොළක භාණ්ඩ මිල පොළ පැවැත්වෙන එක් එක් දිනවලද එකම දිනයක වරින්වර හෝ වෙනස් විය හැකිය. යම් භාණ්ඩයකින් එදිනට ලැබුන ප්‍රමාණය එදින මිල තීරණය වීම සඳහා දැඩි බලපෑමක් කරයි. එසේම භාණ්ඩවල ඉල්ලුම අනුව එම මිල වරින්වර (එකම දිනකදී) වෙනස් වීමටද හැකිය.

5.2 වෙළඳුන්ගේ ආදායම

වෙළඳ පොළේදී භාණ්ඩ විකිණීමෙන් වෙළෙන්දෙකු රැස්කර ගන්නා මුදල් ප්‍රමාණය ඔහුගේ දළ ආදායමයි. අලෙවි කරන ලද, භාණ්ඩ වර්ගයන් අනුවත්, ඒ ඒ පොළ අනුවත්, මිල ගණන් අනුවත්, වෙළෙන්දාගේ දළ ආදායම කොපමණද යන්න තීරණයවේ. එමනිසා පොලේ එක් වෙළෙන්දෙකු උපයා ගන්නා දළ ආදායම තවත් වෙළෙන්දෙකු විසින් උපයා ගනු ලබන ආදායමට වඩා නිරන්තරයෙන්ම වෙනස්වේ.

5.1 වගුව : එක් එක් භාණ්ඩ වර්ග අලෙවිකරන වෙළඳුන් එක් පොළ දිනයකදී ලබාගෙන ඇති සාමාන්‍ය දළ ආදායම (රුපියල්)

පොළ	එළවළු සහ පලතුරු	සහල් සහ අතිරේක	කාර්මික නිෂ්පාදන	බුලත් පුවක් වැනි වෙනත් ද්‍රව්‍ය
විශාල පොළවල්				
අළුත්ගම	1807	5374	408	413
හොරණ	1268	6382	1203	568
බඳුරලිය	2657	8525	760	662
අතුර	1143	5035	936	1247
මතුගම	842	4851	746	601
ගල්පාත	497	4884	374	561
අගලවත්ත	2058	1981	344	1323
කුඩා පොළවල්				
මිල්ලනිය	516	3885	1549	377
ගල්මත්ත	335	966	261	161
මොරොන්තුඩුව	640	7018	195	300
බණ්ඩාරගම	2927	3545	303	305
වරකාගොඩ	3523	2248	564	350
වැලිපැන්න	985	666	-	-
සාමාන්‍යය (විශාල පොළවල්)	1467	5290	682	768
සාමාන්‍යය (කුඩා පොළවල්)	1488	3055	574	299
සාමාන්‍යය (මුළු පොළවල්)	1476	4258	637	572

මූලාශ්‍රය : ක්ෂේත්‍ර සමීක්ෂණය, 1987 නොවැම්බර්

සමීක්ෂණයට භාජනය කළ පොළවල් සියල්ල ගැනම සලකා බැලූ විට එළවළු සහ පලතුරු වර්ග අලෙවි කරනු ලබන එක් වෙළෙන්දෙකුගේ එක් පොළ දිනක සාමාන්‍ය දළ ආදායම රුපියල් 1476කි. සහල් සහ අතිරේක ආහාර ද්‍රව්‍ය අලෙවි කරනු ලබන වෙළෙන්දෙකුගේ දළ ආදායම රු.4258ක් වන අතර කාර්මික නිෂ්පාදන අලෙවි කරනු ලබන වෙළෙන්දෙකුගේ රුපියල් 637ක්ද, බුලත් පුවක් වැනි ද්‍රව්‍ය අලෙවි කරන වෙළෙන්දෙකුගේ රුපියල් 572ක්දවේ. මෙහිදී සහල්, කරවල සහ අතිරේක ආහාර ද්‍රව්‍ය අලෙවි කරනු ලබන වෙළඳුන් වැඩි ආදායමක් උපයන අතර එළවළු අලෙවි කරන වෙළඳුන්ගේ ආදායමද ඉහළ මට්ටමක පවතින බව පැහැදිලිය.

විශාල පොළවල්වල සහ කුඩා පොළවල්වල මෙම දළ ආදායම් ප්‍රමාණය සැලකියයුතු ලෙස වෙනස් වී ඇත්තේ සහල් සහ අතිරේක ආහාර ද්‍රව්‍ය අලෙවිකරන වෙළඳුන්ගේ සහ බුලත් පුවක් වැනි වෙනත් ද්‍රව්‍ය අලෙවි කරනු ලබන වෙළඳුන්ගේ පමණි. කුඩා පොළවල්වලට පැමිණෙන ගැනුම් කරුවන් ප්‍රමාණය විශාල පොළවල්වලට පැමිණෙන ගැනුම්කරුවන් ප්‍රමාණයට වඩා අඩුවීම මෙම ආදායම් විෂමතාවයට හේතුවී ඇත.

5.3 භාණ්ඩ ලබා ගැනීම සඳහා අලෙවිකරුවන් විසින් කරන ලද වියදම

වෙළෙන්දෙකු අලෙවි කිරීම සඳහා ලබා ගන්නා භාණ්ඩ තොගය වෙනුවෙන් යම් ගෙවීමක් කරයි. (නිෂ්පාදක වෙළෙන්දෙකු නොවේ නම්) එම ගෙවීම භාණ්ඩ මිලදී ගැනීම සඳහා ගිය මුදල වේ. මෙම වියදම එම භාණ්ඩ තොගයෙන් අලෙවි වූ ප්‍රමාණය අනුව කොටස් දෙකකට වෙන් කළ හැකිය.

1. මුළු භාණ්ඩ තොගයම මිලදී ගැනීමට වැය වූ මුදල සහ
2. පොළේදී අලෙවි වූ භාණ්ඩ ප්‍රමාණය පමණක් මිලදී ගැනීමට වැයවූ මුදල වශයෙනි.

5.3.1 මුළු භාණ්ඩ තොගයම මිලදී ගැනීමට වැයවූ මුදල

වෙළෙන්දාට සමහර විට පොළ අවසන්වීමට පෙර තමා ගෙන ආ මුළු භාණ්ඩ තොගයම අලෙවි කර ගැනීමට නොහැකි විය හැකිය. සලකා බලන ලද පොළේදී අලෙවි කර ගැනීමට හැකි වුවද, නොහැකි වුවද, එම මුළු භාණ්ඩ තොගයම මිලදී ගැනීම සඳහා ඔහු යම් වියදමක් දරා ඇත. එය වෙළෙන්දා විසින් පොළට ගෙන ආ මුළු භාණ්ඩ තොගයම මිලදී ගැනීමට කළ වියදම ලෙස අර්ථ දැක්විය හැකිය (5.2 වගුව බලන්න).

එක් එක් වෙළඳ පොළේ විකිණිය හැකි භාණ්ඩ ප්‍රමාණය ගැන මූලික අවබෝධයක් දිගු කාලයක් තිස්සේ කටයුතු කිරීමෙන් වෙළෙන්දා විසින් ලබාගෙන ඇත. එමනිසා ඔවුන් එක් එක් පොළට රැගෙන යන භාණ්ඩ ප්‍රමාණය වෙනස්ය. ඒ අනුව එහි වටිනාකමද වෙනස් වන අයුරු 5.2 වගුවෙන් පැහැදිලිය. පොදුවේ සලකා බැලූ විට එළවළු සහ පලතුරු අලෙවි කරන වෙළඳුන් තම භාණ්ඩ තොගය මිලදී ගැනීම සඳහා සාමාන්‍යයෙන් රුපියල් 1670ක්ද, සහල්, කරවල සහ අතිරේක ආහාර ද්‍රව්‍ය වෙළඳාම් කරන වෙළඳුන් රු. 5260ක්ද වැය කර ඇත. එසේම කාර්මික නිෂ්පාදන අලෙවි කරන වෙළඳුන් සහ බුලත් පුවක් වැනි වෙනත් ද්‍රව්‍ය අලෙවි කරන වෙළඳුන් මේ සඳහා වැය කර ඇත්තේ පිළිවෙලින් රු.2723ක් සහ රු.971ක්ය.

අධ්‍යනයට ලක්වූ විශාල පොළවල් වලින් බොහොමයක් කළුතර දිස්ත්‍රික්කයේ ප්‍රධාන නගර ආශ්‍රිතව ස්ථාන ගතවී ඇති ඒවාය. කුඩා පොළවල්වලින් බණ්ඩාරගම වෙළඳ පොළ හැරුණු විට අනිකුත් ඒවා සියල්ලම ග්‍රාමීය ප්‍රදේශයන්හි පිහිටා ඇත. අධික ජනගහනය නිසා නාගරික ස්ථානවල බිහිවී ඇති පොළවල්වල භාණ්ඩ ඉල්ලුම ග්‍රාමීය අංශයේ වෙළඳ පොළවල්වලට වඩා වැඩිය. නාගරික අංශයේ පොළවල්වලට වැඩි වෙළඳුන් සංඛ්‍යාවක් පැමිණීමට හේතුව වී ඇත්තේ ද මෙම අධික භාණ්ඩ ඉල්ලුමයි.

සහල්, පොල් වැනි ද්‍රව්‍ය මෙන්ම බුලත් පුවක් වැනි ද්‍රව්‍යද සෑහෙන ප්‍රමාණයක් කළුතර දිස්ත්‍රික්කයේ ග්‍රාමීය පළාත්වල නිෂ්පාදනය වේ. නමුත් කළුතර එළවළු සහ පලතුරු වැනි ද්‍රව්‍ය ප්‍රධාන වශයෙන් නිෂ්පාදනය නොවන නිසා දිස්ත්‍රික්කයේ සෑම ප්‍රදේශයකටම වාගේ ඒ සඳහා සමාන ඉල්ලුමක් ඇත. කාර්මික භාණ්ඩවල තත්ත්වයද එසේය. එම නිසා වෙළඳුන් විසින් විශාල පොළවල්වලට ගෙන එනු ලබන සහල්, කරවල, අතිරේක ආහාර ද්‍රව්‍ය, බුලත් පුවක් සහ එවැනි වෙනත් ද්‍රව්‍ය ප්‍රමාණය කුඩා වෙළඳ පොළවල්වලට ගෙන එනු ලබන ප්‍රමාණයට වඩා වැඩිය. කුඩා පොළවල්වලට වඩා විශාල පොළවල්වල වෙළඳුන් සහල්, කරවල අතිරේක ආහාර ද්‍රව්‍ය සහ බුලත් පුවක් වැනි වෙනත් ද්‍රව්‍ය ගෙන ඒම සඳහා වැඩි පිරිවැයක් දරා ඇත්තේ (5.2 වගුව) මෙම නිසාය. (පොදුවේ විශාල පොළවල් වල භාණ්ඩ වැඩි ප්‍රමාණයක් අලෙවි වන නිසා ඒවායේ වෙළඳුන් පිරිසද කුඩා පොළවල් වලට වඩා වැඩි බව සැලකුව මනාය.)

5.2 වගුව : අලෙවි කිරීම සඳහා පොළට ගෙන ආ මුළු භාණ්ඩ තොගයම මිලදී ගැනීම පිණිස එක් වෙළෙන්දෙකු විසින් වැය කළ සාමාන්‍ය මුදල (රුපියල්)

පොළ	එළවළු සහ පලතුරු	සහල්/කරවල සහ අතිරේක	කාර්මික නිෂ්පාදන	බුලත්/පුවක් වැනි වෙනත් ද්‍රව්‍ය
විශාල පොළවල්				
අළුත්ගම	2000	6967	5000	360
හොරණ	1750	6550	3900	1040
බඳුරලිය	2450	9000	2225	2040
අතුර	1325	7000	2500	1273
මතුගම	1163	4945	1214	635
ගල්පාත	443	4375	2300	767
අගලවත්ත	1925	4175	1263	2075
කුඩා පොළවල්				
මිල්ලනිය	1100	7688	1625	775
ගල්මත්ත	537	1700	1750	290
බණ්ඩාරගම	3088	4500	2250	500
මොරොන්තුඩුව	675	7750	2150	300
වරකාගොඩ	4000	2977	6500	1600
වැලිපැන්න	1250	750	-	-
සාමාන්‍යය (විශාල පොළවල්)	1579	6145	2629	1170
සාමාන්‍යය (කුඩා පොළවල්)	1775	4227	2855	693
සාමාන්‍යය (මුළු පොළවල්)	1670	5260	2723	971

මූලාශ්‍රය : ක්ෂේත්‍ර සමීක්ෂණය, නොවැම්බර්

5.3.2 පොළේදී අලෙවි වූ භාණ්ඩ ප්‍රමාණය පමණක් මිලදී ගැනීමට වැයවූ මුදල

වෙළඳුන් විසින් එක් පොළකට ගෙන එනු ලැබූ භාණ්ඩ තොගයෙන් යම් ප්‍රමාණයක් අලෙවි නොවී තිබිය හැකිය. එම ඉතිරි භාණ්ඩ තොගය වෙනත් ස්ථානයකදී අලෙවි කර ගැනීමට ඔවුනට සිදුවේ. එමනිසා එම භාණ්ඩ ප්‍රමාණය පොළ හරහා වෙනත් ස්ථානයකට යන භාණ්ඩ තොගයක් වශයෙන් සැලකිය හැකිය. එය ඔහුට ආදායමක් උපයා දෙන්නේ වෙනත් ස්ථානයකදීය. කෙසේ වෙතත් ඉතිරිවූ භාණ්ඩ ප්‍රමාණය මිලදී ගැනීම සඳහා වෙළන්දා විසින් වැයකළ මුදල එම භාණ්ඩ තොගය තුළම රැඳී ඇත. එනම්, ඔහුගේ වැයවූ මුදලේ වටිනාකමට සමාන භාණ්ඩ තොගයක් ඔහු සතුව පවතී. එය වෙළෙන්දාගේ පසුකාලීන ආදායමකි. එමනිසා එම පොළේදී අලෙවි කරන ලද භාණ්ඩ ප්‍රමාණය පමණක් මිලදී ගැනීම සඳහා වෙළෙන්දා කොපමණ මුදලක් වැය කළේද යන්න වැදගත්ය (5.3) වගුව බලන්න).

වෙළෙන්දෙකු එක් පොළ දිනකදී භාණ්ඩ විකිණීමෙන් ලබාගන්නා දළ ආදායම එදින විකුණනු ලැබූ භාණ්ඩ ප්‍රමාණය සහ මිල මත තීරණය වන බැවින් ඔහුගේ දළ ලාභය ගණනය කිරීම පිණිස එදින අලෙවි කළ භාණ්ඩ ප්‍රමාණය මිලදී ගැනීමට ගිය දළ වියදම ලබාගත යුතුය.

5.3 වගුව : අලෙවි කිරීම සඳහා පොළට ගෙන ආ මුළු භාණ්ඩ තොගයෙන් එදින අලෙවි වූ භාණ්ඩ ප්‍රමාණය පමණක් මිලදී ගැනීම පිණිස එක් වෙළෙන්දෙකු විසින් වැයකර තිබුණ සාමාන්‍ය මුදල (රුපියල්)

පොළ	එළවළු සහ පලතුරු	සහල් අතිරේක	කාර්මික නිෂ්පාදන	වෙනත්
විශාල පොළවල්				
අළුත්ගම	1331	4731	277	271
හොරණ	895	5285	1027	427
බඳුරලිය	2253	6927	676	530
අතුර	1039	4068	749	698
මතුගම	567	4069	601	272
ගල්පාත	387	4001	303	422
අගලවත්ත	1696	1666	280	1065
කුඩා පොළවල්				
මිල්ලනිය	425	3384	1239	295
ගල්මත්ත	246	841	208	118
බණ්ඩාරගම	2333	2930	264	221
මොරොන්තුඩුව	311	5544	149	221
වරකාගොඩ	2953	1935	498	160
වැලිපැන්න	807	500	-	-
සාමාන්‍යය (විශාල පොළවල්)	1167	4392	559	526
සාමාන්‍ය (කුඩා පොළවල්)	1116	2522	472	204
සාමාන්‍ය (මුළු පොළවල්)	1179	3529	523	392

මූලාශ්‍රය : ක්ෂේත්‍ර සමීක්ෂණය, 1987 නොවැම්බර්.

මෙහිදී එළවළු සහ පලතුරු අලෙවිකරණ වෙළෙන්දෙක් තම භාණ්ඩවලින් සියයට 71ක්ද, සහල්, කරවල සහ අතිරේක ආහාර ද්‍රව්‍ය වෙළඳාම් කරන්නෙක් තම භාණ්ඩවලින් සියයක් 67ක්ද, කාර්මික නිෂ්පාදන අලෙවි කරන්නෙක් තම භාණ්ඩවලින් සියයට 19ක්ද, බුලත්, පුවක්, දුම්කොළ වැනි ද්‍රව්‍ය අලෙවි කරන්නෙක් තම භාණ්ඩවලින් සියයට 40ක්ද පොළ දිනකදී අලෙවිකර ඇති බව 5.4 දරණ වගුවෙන් පැහැදිලිය.

5.4 වගුව : වෙළෙඳුන් විසින් එක් දිනක් තුළ පොළට ගෙන ආ මුළු භාණ්ඩ තොගයෙන් අලෙවි කරන ලද සාමාන්‍ය ප්‍රමාණය (ප්‍රතිශතයක් වශයෙන්)

පොළෙහි ස්වභාවය	එළවළු සහ පලතුරු	සහල්.කරවල සහ අතිරේක	කාර්මික නිෂ්පාදන	බුලත්.පුවක් වැනි වෙනත් ද්‍රව්‍ය
විශාල පොළවල්	74	71	21	45
කුඩා පොළවල්	63	60	17	29
මුළු පොළවල්	71	67	19	40

මූලාශ්‍රය : ක්ෂේත්‍ර සමීක්ෂණය, 1987 නොවැම්බර්

පොළට ගෙන ආ භාණ්ඩ තොගයෙන් අලෙවි කරගත හැකිවූ භාණ්ඩ ප්‍රමාණය විශාල වෙළඳ පොළවල්වලට වඩා කුඩා වෙළඳ පොළවල්වල අඩුවී ඇතිබව 5.4 වගුවෙන් පෙනේ. මෙයට හේතුව වී ඇත්තේ කුඩා වෙළඳ පොළවල්වලට වඩා වැඩි මිලදී ගන්නන් සංඛ්‍යාවක් විශාල වෙළඳ පොළවල්වල සිටීමය. එම නිසා විශාල පොළවල්වල ඇති භාණ්ඩ ඉල්ලුම කුඩා පොළවල්වල භාණ්ඩ ඉල්ලුමට වඩා වැඩිවී තිබේ.

5.4 වෙළඳුන්ගේ දළ ලාභය

පොළෙහි සෑම වෙළෙන්දෙක්ම දළ ලාභයක් උපයනු ලබයි. දළ ලාභයක් නොලැබේ නම් හෙතෙම කෙටිකාලීනව හෝ වෙළඳාම් වෘත්තියේ නොයෙදෙයි. නමුත් මෙම ලාභ ප්‍රමාණය පොළෙන් පොළට, වෙළෙන්දාගෙන් වෙළෙන්දාට වෙනස් වේ.

5.5 වගුව : එක් එක් භාණ්ඩ වර්ග අලෙවි කරන වෙළඳුන් විසින් එක් පොළ දිනකදී ලබා තිබුන සාමාන්‍ය දළ ලාභය (රුපියල්)

පොළ	එළවළු සහ පලතුරු	සහල් සහ අතිරේක	කාර්මික නිෂ්පාදන	බුලත් පුවක් වැනි වෙනත් ද්‍රව්‍ය
විශාල පොළවල්				
අළුත්ගම	476	643	131	142
හොරණ	373	1079	176	141
බදුරලිය	404	1598	84	132
අතුර	104	967	187	549
මතුගම	275	782	145	329
ගල්පාත	110	883	71	139
අගලවත්ත	362	315	64	258
කුඩා පොළවල්				
මිල්ලනිය	91	501	310	82
ගල්මත්ත	89	125	53	43
බණ්ඩාරගම	594	615	39	84
මොරොන්තුඩුව	329	1474	46	75
වරකාගොඩ	570	313	66	190
වැලිපැන්න	178	166	-	-
සාමාන්‍යය (විශාල පොළවල්)	301	898	123	241
සාමාන්‍ය (කුඩා පොළවල්)	308	532	103	95
සාමාන්‍යය (මුළු පොළවල්)	304	729	114	180

මූලාශ්‍රය : ක්ෂේත්‍ර සමීක්ෂණය, 1987 නොවැම්බර්.

එකම වෙළඳ පොළක භාණ්ඩ වර්ග දෙකක් සඳහා වෙළඳුන් ලැබූ දළ ලාභයේ වෙනස්කම් දැකිය හැකිය. මෙය තීරණය වන්නේ එම භාණ්ඩ වර්ගයෙන් එදිනට අලෙවි වූ ප්‍රමාණය හා මිල මතය.

වැඩි භාණ්ඩ ප්‍රමාණයක් අලෙවි කරගත හැකිනම් බොහෝ විට වැඩි ලාභයක් උපයාගත හැකිය. පොළෙන් පොළට වෙළෙන්දාගෙන් වෙළෙන්දාට මෙය වෙනස් වන්නේ පාරිභෝගික ඉල්ලුමේ වෙනස්වීම අනුවයි. එක් පොළකදී වැඩි ලාභයක් ලබා ගන්නා වෙළෙන්දෙකුට තවත් පොළකදී ලාභ නොලබා වෙළඳ කටයුතු කිරීමට සිදුවන අවස්ථාද තිබිය හැකිය.

සමහර පොළවල්වල සමහර භාණ්ඩ අලෙවි කිරීමෙන් අධික දළ ලාභයක් ලැබිය හැකි බව පෙනේ. එම ප්‍රදේශයේ එම භාණ්ඩවලට ඇති ඉල්ලුම අධිකවීම, එම තත්ත්වයේ භාණ්ඩ එම පොළේ හිඟවීම, සමජාතීය භාණ්ඩ අලෙවි කරන වෙළඳුන් හිඟවීම, හා ප්‍රදේශයේ සමාජ ආර්ථික රටාව, හා පාරිභෝගික ජනතාවගේ ජීවන තත්ත්වය ආදී නොයෙකුත් හේතුන් රාශියකගේ බලපෑම මෙයට හේතුවී ඇත. මෙම හේතුන් එක් එක් පොළෙන් පොළට මෙන්ම එක් එක් වෙළෙන්දාගෙන් වෙළෙන්දාටද වෙනස් විය හැකිය. එසේම සමහර පොළවල්වලදී සමහර වෙළඳුන් ලබා ගන්නා දළ ලාභ ප්‍රමාණය ඉතාමත් මඳ බව පෙනී යයි. විශේෂයෙන් කාර්මික නිෂ්පාදනවලදී (රෙදිපිළි,

ප්ලාස්ටික්, යකඩ බඩු ආදිය) එවැනි තත්ත්වයක් දැකිය හැකිය. මෙවැනි දේ සිදුවන්නේ ද ඉහත සඳහන් කාරණය මුල්කොට ගෙනය. නමුත් විශේෂයෙන් කාර්මික නිෂ්පාදන වැනි දේට ඇති ඉල්ලුම සැමදා ඒකාකාරීව නොපැවතීම ද මෙයට හේතුවයි.

සාපේක්ෂ වශයෙන් බලන කළ කුඩා පොළවල්වල සහල්, කරවල, අතිරේක ආහාර සහ බුලත්, පුවක් වැනි වෙනත් ද්‍රව්‍ය අලෙවි කරන වෙළඳුන්ගේ දළ ලාභය විශාල පොළවල්වල එම භාණ්ඩ අලෙවිකරන වෙළෙඳුන්ගේ දළ ලාභයට වඩා අඩුබව පෙනී යයි (5.5 වගුව). කුඩා පොළවල් පිහිටා ඇති ග්‍රාමීය ප්‍රදේශවලින් එම භාණ්ඩ වර්ග සඳහා ඇති ඉල්ලුම අඩුවීම මෙයට හේතුවේ (5.6 වගුව බලන්න).

එළවළු සහ පලතුරු වර්ග අලෙවි කරන ලද වෙළඳුන් භාණ්ඩ මිලදී ගැනීම සඳහා වැයකළ මුදලට සියයට 26ක් දළ ලාභ වශයෙන් එකතු කරගෙන තිබුණි. මෙම ප්‍රමාණය සහල්, කරවල සහ අතිරේක ආහාර ද්‍රව්‍ය අලෙවි කරන්නෙකුගේ සියයට 21කි. කාර්මික නිෂ්පාදන අලෙවි කරන්නෙකු සියයට 22කද, බුලත් පුවක්, දුම්කොළ, පැණිරස කෑම වැනි දේ අලෙවි කරන්නෙකු සියයට 46කද දළ ලාභයක් එක්කරගෙන භාණ්ඩ අලෙවි කර ඇත.

5.6 වගුව : එක් දිනකදී වෙළඳුන් විසින් ලබා තිබුන දළ ලාභය ඔවුන්ගේ දළ වියදමේ ප්‍රතිශතයක් ලෙස දැක්වීම

පොළෙහි ස්වභාවය	එළවළු සහ පලතුරු	සහල්,කරවල සහ අතිරේක	කාර්මික නිෂ්පාදන	බුලත් පුවක් වැනි වෙනත් ද්‍රව්‍ය
විශාල පොළවල්	26	20	22	45
කුඩා පොළවල්	28	21	22	47
මුළු පොළවල්	26	21	22	46

මූලාශ්‍රය : ක්ෂේත්‍ර සමීක්ෂණය, 1987

5.5 තම අලෙවි භාණ්ඩ සඳහා වෙළඳුන් විසින් කරන ලද වෙනත් වියදම්

වෙළඳුන් වෙළඳාම සඳහා භාණ්ඩ මිලදී ගත් පසු එම භාණ්ඩ සඳහා කරනු ලබන වෙනත් වියදම් (භාණ්ඩ අලෙවිකරන තෙක්) රාශියකි. එසේම භාණ්ඩ අලෙවි කිරීම සඳහා යම් "කැපකිරීමක්ද" කිරීමට ඔවුන්ට සිදුවේ. මෙම වියදම් සහ කැප කිරීම් පහත සඳහන් අයුරින් හඳුනා ගැනීමට හැකිවිය.

1. භාණ්ඩ මිලදී ගත් ස්ථානයේ සිට පොළ දක්වා ප්‍රවාහනය කිරීමට ගිය වියදම (පොළ තුළදීම තවත් වෙළෙන්දෙකුගෙන් භාණ්ඩ මිලදී ගන්නේනම්, මෙම වියදම ඇති නොවේ.

2. භාණ්ඩ නඩත්තු කිරීමට ගිය වියදම (පැටවීම, බෑම සඳහා ගිය නාටාම් කුලී).

3. පොළෙහි, අලෙවි කිරීම වෙනුවෙන් ගෙවන ලද බදු ප්‍රමාණය.

4. පෞද්ගලික වියදම් (වෙළඳාමෙහි යෙදී සිටින කාලය තුළ කෑම, බීම සහ ඔහුගේ සේවකයන් සඳහා ගිය වියදම් මෙයට අයත්ය.)

5. පොළට ගෙන ආ භාණ්ඩ තොගයෙන් අපතේ ගිය ප්‍රමාණය වෙනුවෙන් කරන ලද වියදම්.

6. භාණ්ඩ මිලදී ගැනීම සඳහා වැය කළ මුදල වෙනුවෙන් දරණ ලද අවදානම.

7. ඔහුගේ ශ්‍රමය කැපකිරීම.

වෙළඳුන්ට ඇති සියළුම අභිමිවීම්, අපතේ යෑම් සහ වියදම් වෙනුවෙන් ඔවුහු යම් පිරිවැයක් දරති. වෙළෙන්දා ලබන ශුද්ධ ලාභය කොපමණද යන්න සලකා බැලීමට ඔවුන්ගේ ආදායමෙන් මේ සියළු වියදම් ඉවත්කළ යුතුවේ. (පොළට භාණ්ඩ රැගෙන එන වෙළෙන්දෙකු පොළේදී ඉතිරිවන භාණ්ඩ ප්‍රමාණය ආපසු ගෙන යෑම සඳහා යම් වියදමක් දරයි. නමුත් එම වියදම මෙහිදී එකතු කළ නොහැකිය. එයට හේතු වන්නේ එසේ ඉතිරිවූ භාණ්ඩ බොහෝ විට වෙනත් පොළකට ප්‍රවාහනය කරන නිසා පසුව යන පොළේ ප්‍රවාහන වියදමට පළමු පොළේ භාණ්ඩ ඉවත් කර ගැනීමට ගිය වියදමද ඇතුළත් වීමයි).

අලෙවි භාණ්ඩ සඳහා වෙළඳුන් විසින් කරන ලද අතිකූත් වියදම්ද පොළෙන් පොළට, වෙළෙන්දාගෙන වෙළෙන්දාට වෙනස්ය. එසේම මෙම වියදම් භාණ්ඩ වර්ගය සහ ප්‍රමාණය අනුවද වෙනස්වේ. නමුත් අධ්‍යයනයට ලක්කරන ලද සියළුම පොළවල් එකම දිස්ත්‍රික්කයක ඒවා බැවින් පොළින් පොළට මේවායෙහි ඇති වෙනස්කම් අල්පය. එමනිසා මෙම වියදම් පොළින් පොළට වෙනස් නොවන බවට උපකල්පනය කරන ලදි. නමුත් අප විසින් බෙදා වෙන් කරනු ලබන විශාල පොළවල් සහ කුඩා පොළවල් අතර පොදුවේ යම් වෙනස් කම් දැකිය හැකිවූ බැවින් (විශේෂයෙන්ම පොළට ගෙන එනු ලබන භාණ්ඩ ප්‍රමාණයේ වෙනස්කම් නිසා) එම වියදම් විශාල සහ කුඩා පොළවල් සඳහා වෙන වෙනම ගණනය කරන ලදී. එසේම වෙළෙන්දාගෙන් වෙළෙන්දාට මෙම වියදම් වෙනස්වන බැවින් ගණනය කිරීමේදී ඔවුන්ගේ සාමාන්‍යය වියදම උපයෝගී කර ගැනීමට පෙළඹුනි. භාණ්ඩ වර්ග අනුව වියදම් වෙන වෙනම ගණනය කරන ලද අතර එක් එක් වෙළෙන්දා විසින් ගෙන එනු ලබන භාණ්ඩ ප්‍රමාණයේ වෙනස්කම් නොමැති බව උපකල්පනය කරන ලදි. (උදාහරණයක් ලෙස විශාල පොළවල් ගතහොත්, එම පොළවල් වල එළවළු සහ පලතුරු අලෙවිකරණ සෑම වෙළෙන්දෙකුම එකහා සමාන භාණ්ඩ ප්‍රමාණයක් එක් පොළ දිනක් සඳහා ගෙන එන බවට උපකල්පනය කොට ඇත). මෙම උපකල්පන අනුව ගණනය කරන ලද වෙළෙඳුන්ගේ අතිකූත් වියදම්. ඇමුණුම V හි 6 වගුවෙන් දැක්වේ.

5.5.1 ප්‍රවාහන වියදම

යම් ස්ථානයක සිට තමා අලෙවි කටයුතු කරනු ලබන පොළ දක්වා භාණ්ඩ ගෙන ඒමට වෙළෙන්දා විසින් කරන ලද වියදම ප්‍රවාහන වියදම ලෙස දැක්විය හැකිය. භාණ්ඩ මිලදීගත් ස්ථානයේ සිට, වෙනත් පොළක සිට හෝ, තමාගේ නිවසේ සිට එසේත් නැතිනම් වෙනත් ස්ථානයක සිට මෙම භාණ්ඩ ගෙන ආ හැකිය. වෙළෙඳුන් විසින් භාණ්ඩවල බර අනුව, වටිනාකම අනුව, භාණ්ඩ වර්ගය අනුව, භාණ්ඩ ප්‍රමාණය අනුව, ප්‍රවාහනය කරනු ලබන දුර අනුව, ප්‍රවාහන ක්‍රමය අනුව හෝ එසේත් නැත්නම් කලින් තීරණය කරගත් මුදලක් ප්‍රවාහන කුලිය ලෙස ගෙවිය හැකිය.

වැඩි ප්‍රවාහන වියදමක් දැරීමට සිදුව ඇත්තේ එළවළු, පලතුරු, සහල්, කරවල සහ අතිරේක ආහාර ද්‍රව්‍ය අලෙවි කරණ වෙළඳුන්ට බව ඇමුණුම V හි 6 වගුවෙන් පෙනේ. එයට විශේෂිත හේතුව වන්නේ එම භාණ්ඩ, ප්‍රමාණය අතින් (Volume) විශාල වීමය.
(ඇමුණුම V හි 6 වගුව බලන්න)

5.5.2 නඩත්තු වියදම

නඩත්තු වියදම වශයෙන් සලකා ඇත්තේ විකිණීම සඳහා පොළට ගෙන එනු ලබන භාණ්ඩ පැටවීමට, බෑමට සහ ඇසිරීමට යන වියදමයි (loading, unloading and handling charges). පොළවල්වල සමහර වෙළඳුන්ගේ නඩත්තු වියදම් ද ප්‍රවාහන කුලියටම ඇතුළත්වී තිබුණි. එසේ වූයේ සමහර ප්‍රවාහනකරුවන් විසින් නඩත්තු කිරීමේ කටයුතුද සිදු කරන නිසාය.

එළවළු,පලතුරු,සහල්, කරවල සහ අතිරේක ආහාර ද්‍රව්‍ය අලෙවි කරනු ලබන වෙළෙඳුන්ගේ නඩත්තු වියදම් ද අන් වෙළෙඳුන්ට සාපේක්ෂව ඉහළය (ඇමුණුම V හි 6 වගුව). එයට හේතුව වී ඇත්තේද ඔවුන්ගේ භාණ්ඩ ප්‍රමාණයේ ඇති විශාලත්වයයි.

5.5.3 පොළ බදු

පොළ භූමිය තුළ අලෙවි කටයුතු කරගෙන යන නිසා එයට කුලිය වශයෙන් පොළ හිමියනට ගෙවනු ලබන මුදල පොළ බදුය. සමහරු මෙයද පොළ කාසි, පොළ බද්ද, බදු කුලිය, පොළ ගාස්තු ආදී විවිධ නම්වලින් හඳුන්වනු ලැබේ.

පොළ හිමියනට පොළෙන් ලැබෙන එකම ආදායම් මාර්ගය පොළ බදුය. එමනිසා පොළක් පැවරීමේදී (ටෙන්ඩර් දීම) එහි වටිනාකම තීරණය කිරීමෙහි ලා මූල් වන්නේ බදුවලින් ලබාගත හැකි මුදල් ප්‍රමාණයයි.

එක් එක් පොළෙහි එක් එක් වෙළඳුන් විසින් ගෙවිය යුතු වන පොළ බදු ප්‍රමාණය කොතෙක් දැයි යන්න තීරණය කිරීම සඳහා පොළ හිමියන් විසින් විවිධ නිර්ණායකයන් යොදාගෙන ඇත. කෙසේ වෙතත් වෙළඳුන්ගෙන් පොළ බදු අයකරන්නේ නම් ඔවුන් එම වෙළඳ පොළෙහි කෙතෙක් කල් රැඳී සිටී දැයි යන්න කිව නොහැක. එම නිසා පොළ බද්ද කොපමණද යන්න තීරණය කිරීම පොළෙහි ක්‍රියාකාරිත්වයට කෙළින්ම බලපාන්නක් ලෙස සැලකිය හැකිය.

බොහෝ විට පොළ බදු ගෙවනු ලබන්නේ පොළ පැවැත්වෙන දිනයකටය. එදිනට අදාළ බදු ප්‍රමාණය එදිනම අලෙවිකරුවා විසින් ගෙවිය යුතුවේ. වෙළඳාම් කරන ස්ථානය හා ඉඩ ප්‍රමාණය අනුව පොළ බදු වෙනස් නොවන්නේ යැයි යන උපකල්පනය මත පිහිටා අලෙවි කරන භාණ්ඩ වර්ගය අනුව පොළ බද්ද වෙනස් වෙන්නේය යන්න සලකමින් වෙළඳුන් විසින් ගෙවනු ලබන පොළ බදු ප්‍රමාණය ගණනය කර ඇත (ඇමුණුම V හි 6 වගුව).

5.5.4 අලෙවිකරුවන්ගේ පෞද්ගලික වියදම්

වෙළෙන්දා භාණ්ඩ අලෙවි කිරීමේ නිරතවී සිටින කාලය තුළදී (පොළ තුළ) කෑමට,බීමට සහ තම සේවකයන් ඇත්නම් ඔවුන් සඳහා ගෙවූ මුදල් මෙයට අයත්ය. ඔහු වෙනත් ස්ථානයක සේවය කරයිනම්, ඔහුගේ කෑම බීම සඳහා මෙසේ අතිරේක වියදමක් වැය කිරීමට සිදුනොවේ, යන උපකල්පනය මත පිහිටා මෙය ගණනය කිරීම කරන ලදි.

පොළෙහි වෙළඳුන් බොහොමයක් තම කටයුතු සඳහා සේවකයන් උපයෝගී කොට ගෙන නොතිබුනි. නමුත් භාණ්ඩ විශාල ප්‍රමාණයක් රැගෙන එන වෙළඳුන්ට සේවකයන් අවශ්‍යවූවිට ඒ සඳහා යම් පිරිවැයක් දැරීමට සිදුවේ. වෙළඳාම සඳහා සේවකයන් යොදාගෙන සිටි වෙළඳුන් ප්‍රමාණය පොළවල්වල මුළු වෙළඳුන්ගෙන් සියයට 8ක් පමණ වූ නිසා සේවකයන් සඳහා කරන ලද ගෙවීම් ද වෙළඳුන්ගේ පෞද්ගලික වියදම්හි ලා සැලකීමට සිදුවිය.

වෙළඳුන්ගේ පෞද්ගලික වියදම් පොළින් පොළට හෝ අලෙවිකරන භාණ්ඩ වර්ග අනුව හෝ වෙනස්වී නොමැත. නමුත් සහල් සහ අතිරේක ආහාර ද්‍රව්‍ය අලෙවි කරන වෙළඳුන් බොහොමයක් භාණ්ඩ වර්ග කිහිපයක් අලෙවි කළ නිසා ඉන් සමහරෙකුට එක් සේවකයකු හෝ අවශ්‍ය වීම හේතුවෙන් ඔවුන්ගේ පෞද්ගලික වියදම් සාපේක්ෂව තරමක් ඉහළ මට්ටමක පවතී.

5.5.5. අපතේ යෑම් (නරක් වීම්)

අලෙවි කිරීම සඳහා පොළට ගෙන එනු ලැබූ, එහෙත් එම පොළ තුළ අලෙවි කිරීමට හෝ එසේත් නැතිනම් වෙනත් ස්ථානයක අලෙවි කිරීම සඳහා ගෙන යාමට හෝ නොහැකි වන භාණ්ඩ ප්‍රමාණය අපතේ ගිය භාණ්ඩ වශයෙන් හැඳින්විය හැකිය. එළවළු පලතුරු වැනි භාණ්ඩ තැලීම, පොඩිවීම නිසා කුණුවී ඉවත දැමීමට සිදුවේ. තවත් සමහර භාණ්ඩ ජලය මිශ්‍ර වීම හෝ අව්වේ වේලීම වැනි ක්‍රියාවලියකට හසුවීම නිසා ඉවත දැමීමට සිදුවිය හැකිය. රෙදි ප්ලාස්ටික් භාණ්ඩ වැනි කාර්මික නිෂ්පාදන පලුදු වීම, කැඩී යාම වැනි හේතු නිසා අලෙවි කිරීමට නොහැකි වන භාණ්ඩ ප්‍රමාණය (සලකා බලන වෙළඳ පොළ තුළ හෝ වෙනත් ස්ථානයක) අපතේ ගිය භාණ්ඩ වශයෙන් සැලකිය හැකිය.

විකිණීම සඳහා පොළට ගෙන එන මුළු භාණ්ඩ තොගයෙන් අපතේ යන ප්‍රමාණය ඒ ඒ භාණ්ඩ වර්ගය අනුව වෙනස් වේ. එසේම ප්‍රවාහනය, ඇසිරීම යන කරුණු ද මෙම අපතේ යන ප්‍රමාණය වෙනස් වීමට යම් බලපෑමක් කරයි. කෙසේ වෙතත් සම්මුඛ සාකච්ඡාවලට භාජනය කළ සෑම වෙළෙන්දෙක්ම කියා සිටියේ තමා වෙළඳාම සඳහා පොළට ගෙන එන භාණ්ඩ ප්‍රමාණයෙන් යම් ප්‍රතිශතයක් අපතේ යන බවයි. එම අපතේ යන භාණ්ඩ ප්‍රමාණය අප හඳුනාගත් ප්‍රධාන භාණ්ඩ වර්ග හතරට අනුව පහත සඳහන් පරිදිවේ.

5.7 වගුව : වෙළඳාම සඳහා පොළට ගෙන එන භාණ්ඩවලින් සාමාන්‍යයෙන් අපතේ යන ප්‍රමාණය (මුළු ප්‍රමාණයෙන් අපතේ යන ප්‍රමාණය ප්‍රතිශතයක් වශයෙන් දක්වා ඇත.)

භාණ්ඩ වර්ග	එළවළු සහ පලතුරු	සහල්/කරවල සහ අතිරේක	කාර්මික නිෂ්පාදන	බුලත් පුවක් වැනි භාණ්ඩ
අපතේ යන ප්‍රමාණය	6	5	3	5

මූලාශ්‍රය : ක්ෂෙත්‍ර සමීක්ෂණය, 1987 නොවැම්බර්

එළවළු සහ පලතුරු වැනි භාණ්ඩ ඉක්මණින් නරක් වීමට භාජනය වන නිසා අපතේ යෑම් වැඩිය. එළවළු හෝ පලතුරු වර්ගයන්ගෙන් කිලෝ එකකට ග්‍රෑම් 60ක් පමණ අපතේ යෑම්වලට ලක්වේ. මෙම ප්‍රමාණය සහල් කරවල සහ අතරේක ආහාර ද්‍රව්‍යවලදී කිලෝ එකකට ග්‍රෑම් 50ක්

පමණ වේ. කාර්මික නිෂ්පාදනවලින් සියයට 3ක් පමණද, බුලත්, පුවක්, පැණිරස කෑම වැනි වෙනත් භාණ්ඩවලින් සියයට 5ක් පමණද අපතේ යෑම්වලට ලක්වේ. (සහල් සහ අතිරේක ආහාර ද්‍රව්‍යවලින් අපතේ යන ප්‍රමාණය බොහෝ විට සියයට 5ට වඩා අඩුවිය හැකිය. නමුත් කරවල වලින් අපතේ යන ප්‍රමාණය තරමක් ඉහළය. එමනිසා පොදුවේ සලකා බැලූ විට මෙම ද්‍රව්‍යවලින් අපතේ ගොස් තිබුනේ සියයට 5කි).

භාණ්ඩවලින් අපතේ ගිය ප්‍රමාණයේ වටිනාකම තීරණය වන්නේ වෙළෙන්දාගේ මුළු භාණ්ඩ තොගයේ වටිනාකම මතය. කෙසේ වෙතත් වෙළෙන්දෙකුට වෙළඳ පොළ දිනක් තුළදී අපතේ යෑම් නිසා යම් මුදල් ප්‍රමාණයක් අහිමිවී යයි.

5.5.6 අවදානම (මුදල්)

අලෙවිකරුවන් තමාගේ භාණ්ඩ තොගය සඳහා යම් වියදමක් දරා ඇත. මෙම වියදම කළ මුදල ආපසු ලැබේද නැද්ද යන්න තීරණය වන්නේ භාණ්ඩ වෙළඳාම මත බැවින් ඔහුට එම මුදල වෙනුවෙන් යම් අවදානමක් දැරීමට නිතැතින්ම සිදුවේ. මෙම අවදානම මෙපමණයයි නිවැරදිව නිශ්චය කිරීම අපහසු කාර්යයකි. නමුත් එම මුදල ආයෝජනයක යොදවා අවදානමකින් තොරව බැංකුවක තැන්පතුවක් ලෙස පවත්වා ගෙන යෑමෙන් ලැබෙන ලාභාංශය (පොලිය) මෙහිදී වෙළෙන්දාට අහිමිවේ. එම නිසා එම ලාභාංශ ප්‍රමාණය වෙළෙන්දාගේ මුදල වෙනුවෙන් කර ඇති කැපකිරීම ලෙස ගණනය කරනු ලැබීය (මෙහිදී බැංකු පොලී අනුපාතය වර්ෂයකට සියයට 12ක් ලෙස සලකා ඇත). එසේම වෙළෙන්දෙකු විසින් පොළට ගෙන ආ මුළු භාණ්ඩ තොගයම සතියක් තුළදී (පොළ පැවැත්වෙන දින සිට දින හතක් ඇතුළත) අලෙවි කරනු ඇත යන උපකල්පනය මත පිහිටා අලෙවිකරුවා භාණ්ඩ සඳහා වැය කළ මුදල සතියක් ඇතුළත ආපසු ලබාගන්නා බව තීරණය කළෙමු. මෙම කැප කිරීම එක් එක් වෙළෙන්දා භාණ්ඩ ලබා ගැනීම සඳහා වියදම් කළ මුළු මුදල් ප්‍රමාණය අනුව වෙනස් වේ. (අවදානම කොතෙක්ද යන්න ඇමුණුම V හි 6 දක්වා ඇත. වර්තමාන ස්ථිර තැන්පතුවල බැංකු පොලී අනුපාතය අනුව (වාර්ෂිකව සියයට 12) එක් එක් පොළේ වෙළඳුන් වැය කළ සාමාන්‍ය මුදල තැන්පතුවක් ලෙස බැංකුවක තැන්පත් කිරීමෙන් ඔහු ඒ සඳහා සතියක් තුළදී ලබාගන්නා පොළිය මෙහිදී අවදානම ලෙස ගණනය කොට ඇත).

5.5.7 ශ්‍රමය

වෙළෙන්දා වෙළඳ කටයුතුවල නියුක්ත වීම සඳහා තම ශ්‍රමය වැය කරයි. මේ ශ්‍රමය වෙනත් කාර්යයන් සඳහා යෙදවූ විට (විශේෂයෙන් වෙනත් අයෙකු ළඟ වෙළඳාමේ යෙදුනි නම්) එය ඔහුට ශුද්ධ ආදායම් මාර්ගයක්වේ. එමනිසා තමාගේ වෙළඳ කටයුතු සඳහා තම ශ්‍රමය වැයකිරීමෙන් වෙළන්දෙකු විසින් යම් ආදායමක් අහිමි කර ගනී. එය ඔහුගේ පිරිවැයකි.

ඔහු කැප කරන ශ්‍රමයේ මූල්‍ය වටිනාකම ගණනය කිරීමට හැකිය. ඔහු වෙනත් වෙළෙන්දෙකුගේ සේවකයෙකු ලෙස කටයුතු කරන්නේ නම් බොහෝ විට මේ හා සමාන ශ්‍රමය කැප කිරීමත් සිදුවේ. එමනිසා එවැනි අවස්ථාවක ඔහුට ලබාගත හැකි ආදායම මෙහිදී ශ්‍රමය වෙනුවෙන් කැපකරන වියදම වශයෙන් ගණනය කරන ලදි.

කළුතර දිස්ත්‍රික්කයේ පොළවල් වල අලෙවිකරුවන්ගේ සේවකයන් ලෙස සේවය කරන්නෙකුට දිනකට ලැබෙන සාමාන්‍ය වැටුප රු. 40ක් වේ. (මේ හැරුණුවිට ඔහුට අවශ්‍ය ආහාරපානද වෙළෙන්දා විසින් සපයනු ලැබේ. ඒ සඳහා විකුණුම් කරුවා විසින් කරන ලද වියදම් ඔහුගේ පෞද්ගලික වියදම යටතේ ගණනය කර ඇත). අලෙවි කරන භාණ්ඩ වර්ගය ප්‍රමාණය හෝ වෙළඳ

පොළ අනුව මෙම මුදලෙහි එතරම් වෙනස් කමක් දැකිය නොහැකි විය. කෙසේ වූවද සෑම වෙළෙන්දෙකුම එක් පොළක වෙළඳ කටයුතු සඳහා එක් දිනක් පමණක් කැපකරන්නේය යන උපකල්පනය මත ඔහුගේ ශ්‍රමයේ මූල්‍ය වටිනාකම රු.40 ක් ලෙස ගණනය කරන ලදි.

5.6 භාණ්ඩ සඳහා කරන ලද මුළු වියදම (ශුද්ධ වියදම)

භාණ්ඩ අලෙවි කරන අවස්ථාව දක්වා වෙළෙන්දෙකු එම භාණ්ඩ සඳහා කළ මුළු වියදම යන්න මෙයින් අදහස් කෙරේ. එනම් භාණ්ඩ අලෙවි කිරීම සඳහා කරන ලද මුළු වියදමයි. අලෙවි කිරීම සඳහා භාණ්ඩ මිලදී ගැනීමට වැය කළ මුදලට භාණ්ඩ සඳහා කළ අනෙකුත් වියදම් එකතු කිරීමෙන් මුළු වියදම ලබාගත හැකිය.

වගුව 5.8 : එක් දිනකදී අලෙවි කළ භාණ්ඩ ප්‍රමාණය සඳහා වෙළෙන්දෙකු විසින් කරන සාමාන්‍ය ශුද්ධ වියදම (රුපියල්)

පොළ	එළවළු සහ පලතුරු	සහල් සහ අතිරේක	කාර්මික නිෂ්පාදන	බුලත් පුවක් වැනි භාණ්ඩ
විශාල පොළවල්				
අළුත්ගම	1564	5298	639	457
හොරණ	1150	5831	1244	560
බදුරලිය	2472	7626	819	713
අතුර	1174	4595	925	856
මතුගම	698	4587	734	383
ගල්පාත	472	4389	446	556
අගලවත්ත	1936	2011	411	1247
කුඩා පොළවල්				
මිල්ලනිය	546	3878	1375	384
ගල්මත්ත	367	1013	323	189
බණ්ඩාරගම	2585	3305	401	312
මොරොන්තුඩුව	435	6117	286	302
වරකාගොඩ	3335	2187	804	318
වැලිපැන්න	988	724	-	-
සාමාන්‍යය **(විශාල පොළවල්)**	1352	4905	745	682
සාමාන්‍යය **(කුඩා පොළවල්)**	1376	2871	638	301
සාමාන්‍යය **(මුළු පොළවල්)**	1363	3966	701	523

මූලාශ්‍රය : ක්ෂේත්‍ර සමීක්ෂණය,1987 නොවැම්බර්

වෙළඳුන්ගේ ශුද්ධ වියදම එක් එක් වෙළඳ පොළ සහ භාණ්ඩ වර්ගය අනුව වෙනස්ය. එයට ප්‍රධාන හේතුව වන්නේ වෙළඳුන් විසින් පොළට ගෙන එන ලද භාණ්ඩ ප්‍රමාණය මත හා එම භාණ්ඩවල වටිනාකම මත මෙය පදනම් වීමයි.

පොළෙහි වෙළඳුන්ගේ අලෙවි පිරිවැය (Marketing cost) කොපමණද යන්න මේ අනුව සලකා බැලිය හැකිය. ඔවුන්ගේ අලෙවි ආදායමෙන් සියයට 65ක් සියයට 83ක් අතර ප්‍රමාණයක් වැයවී ඇත්තේ භාණ්ඩ මිලදී ගැනීම සඳහායි.

(ඇමුණුම V හි 7 වගුව බලන්න)

5.7 අලෙවි කරුවන්ගේ ශුද්ධ ලාභය

ශුද්ධ ආදායම[1] සහ ශුද්ධ වියදම අතර ඇති වෙනස ශුද්ධ ලාභයයි. මෙය ධන අගයක් මෙන්ම සෘණ අගයක්ද ගතහැකිය. ශුද්ධ ලාභය ධන අගයක් ගන්නා විට වෙළෙන්දා ශුද්ධ ලාභයක් ලබන්නෙකු ලෙස හැඳින්විය හැකි අතර එසේ නොවන්නේ නම් (ශුද්ධ ලාභය සෘණ අගයක් ගන්නේ නම්) ඔහු ශුද්ධ පාඩුවක් ලබන්නෙකු ලෙස හැඳින්විය හැකිය.

කාර්මික නිෂ්පාදන අලෙවි කරන වෙළෙන්දන් හැර අනිකුත් භාණ්ඩ වර්ග අලෙවි කරන වෙළඳුන් ශුද්ධ ලාභයක් ලබා ඇති බව 5.9 වගුවෙන් පැහැදිලිය. නමුත් කුඩා පොළවල්වල බුලත් පුවක් වැනි වෙනත් ද්‍රව්‍ය අලෙවි කරන වෙළඳුන් ද ලබනුයේ පාඩුවකි. කුඩා පොළවල්වල සහල්, කරවල සහ අතිරේක ආහාර ද්‍රව්‍ය අලෙවිකරණ වෙළඳුන්ගේ මෙන්ම බුලත් පුවක් වැනි වෙනත් ද්‍රව්‍ය අලෙවිකරන වෙළඳුන්ගේද ශුද්ධ ලාභය විශාල පොළවල්වල එම ද්‍රව්‍ය අලෙවි කරනු ලබන වෙළඳුන්ගේ ශුද්ධ ලාභයට වඩා අඩුබව පෙනී යයි. මෙයට හේතුව කුඩා පොළවල් පිහිටා ඇති ප්‍රදේශවලින්, එම භාණ්ඩ වර්ගවලට ඇති ඉල්ලුමේ ස්වභාවයයි. (මෙය 5.3.1 යටතේ විස්තර කර ඇත.)

5.9 වගුව : එක් දිනක් තුළ භාණ්ඩ අලෙවි කිරීමෙන් වෙළඳුන් විසින් ලබාගත් ශුද්ධ ලාභය (රුපියල්)

පොළ	භාණ්ඩ වර්ගය			
	එළවළු සහ පලතුරු	සහල් සහ අතිරේක	කාර්මික නිෂ්පාදන	බුලත් පුවක් වැනි භාණ්ඩ
විශාල පොළවල්				
අළුත්ගම	243	76	-231	-44
හොරණ	118	551	-41	8
බඳුරලිය	185	899	-59	-51
අතුර	-31	440	11	391
මතුගම	144	264	12	218
ගල්පාත	25	495	-72	5
අගලවත්ත	122	-30	-67	76
කුඩා පොළවල්				
මිල්ලනිය	-30	7	174	7
ගල්මත්ත	-32	-47	-62	-28
බණ්ඩාරගම	342	240	-98	-7
මොරොන්තුඩුව	205	901	-91	-2
වරකාගොඩ	188	61	-240	32
වැලිපැන්න	-3	-58	-	-
සාමාන්‍යය (විශාල පොළවල්)	115	385	-64	86
සාමාන්‍යය (කුඩා පොළවල්)	112	184	-63	-2
සාමාන්‍යය (මුළු පොළවල්)	114	292	-64	49

මූලාශ්‍රය : ක්ෂේත්‍ර සමීක්ෂණය, 1987 නොවැම්බර්

1. පොළෙහි වෙළඳුන්ගේ එකම ආදායම භාණ්ඩ අලෙවි කිරීමෙන් ලබාගත් මුදල වන අතර එය ඔවුන්ගේ දළ ආදායම මෙන්ම එදිනට ලැබුන ශුද්ධ ආදායමද වේ.

වෙළඳුන්ගේ ශුද්ධ ලාභය තීරණය වීමෙහිලා ඔවුන්ගේ වියදම්, අලෙවි කළ භාණ්ඩ ප්‍රමාණය, අලෙවි කළ මිල සහ අලෙවිකළ ස්ථානය (පොළ) යන කරුණු බලපානු ලබයි. එමනිසා මෙම ශුද්ධ ලාභය පොළින් පොළට මෙන්ම වෙළෙන්දාගෙන් වෙළෙන්දාට ද වෙනස් වේ. එක් පොළක වෙළඳුන්ගෙන් ශුද්ධ ලාභ ප්‍රමාණය අනෙකුත් පොළක වෙළඳුන්ගේ ශුද්ධ ලාභ ප්‍රමාණයට වඩා වෙනස් වීමට බලපා ඇති හේතූන් දැක්වීම පිණිස ඒ ඒ පොළ සම්බන්ධයෙන් වෙන වෙනම අධ්‍යයනය කිරීමක් අවශ්‍යවේ.

කෙසේ වෙතත් වෙළඳ පොළෙහි වෙළඳුන්ගේ ශුද්ධ ලාභය ඔවුන්ගේ දළ ආදායමෙන් සියයට බිංදුවේ සිට සියයට 11 දක්වා වන අතර (5.10 වගුව) ශුද්ධ පාඩුවද සියයට බිංදුවේ සිට සියයට 11 දක්වා වේ.

5.8 ලාභ විශ්ලේෂණය

වෙළඳුන් ලැබූ ශුද්ධ ලාභය බිංදුවට වඩා වැඩිවන විට ඔවුන් අතිප්‍රමාණික ලාභ උපයන පිරිසක් වශයෙන් සැලකිය හැකිය. එසේ වන්නේ වෙළෙන්දා විසින් තම භාණ්ඩ අලෙවි කිරීම සඳහා දරණ ලද සියළු වියදම්, හා කැපකිරීම් ඉවත් කොට ශුද්ධ ලාභය ගණනය කර ඇති නිසාය. එම නිසා ඔවුන් ලබාගත් ශුද්ධ ලාභ ප්‍රමාණය සත්‍ය වශයෙන්ම බිංදුවට වඩා වැඩිද යන්න (වෙළඳුන් අතිප්‍රමාණික ලාභ ලබා ඇත්ද යන්න) පරීක්ෂා කරන ලදි.

එක් එක් භාණ්ඩ වර්ග අනුවත් විශාල සහ කුඩා පොළවල් අනුවත් වශයෙන් වෙළඳුන් කොටස් අටකගේ ලාභාංශ වෙන වෙනම පරීක්ෂා කරන ලදී. මේ සඳහා නෝමන් පියර්සන් න්‍යාය (කල්පිත පරීක්ෂා ක්‍රමය) උපයෝගී කරගන්නා ලද අතර එහිදී

$\mu > O$ ද, එසේ නැත්නම් $\mu < O$ ද යන්න පරීක්ෂා කරන ලදි. ($\mu =$ ශුද්ධ ලාභවල මධ්‍යයනයයි) මේ අනුව අප විසින් ගොඩනභාගත් කල්පිතය

$$H_0 : \mu \leq O$$

$$H_1 : \mu > O$$ වේ. නෝමන් පියර්සන් න්‍යායයෙහි ප්‍රබල තම අවධි පෙදෙස $\sum x_i > c$ වන අතර පරීක්ෂණයේදී මෙම ප්‍රතිඵලය ලැබුනහොත් H_1; කල්පිතය ($\mu > O$) පිළිගැනීමට සිදුවේ. H_1; කල්පිතය පිළිගැනීමට සිදුවීමෙන් පැහැදිලි වන්නේ එම වෙළඳුන් අතිප්‍රමාණික ලාභ ලබන පිරිසක් බවයි.

මෙහිදී $c = \mu + \sigma\sqrt{n}\ t \propto (n\text{-}k)$ වන නිසා

c	=	ප්‍රබලතම අවධි පෙදෙස
μ	=	H_0;කල්පිතයෙහි මධ්‍යත අගය
σ	=	ලාභවල සම්මත අපගමනය
$\sum x_i$	=	වෙළඳුන්ගේ අතිප්‍රමාණික ලාභවල එකතුව
n	=	නියැදියට අයත්වූ වෙළඳුන් ප්‍රමාණය
$t \propto (n\text{-}k)$	=	සම්භාවිතා 0.05 සඳහා $t_{(n-k)}$ ව්‍යාප්තියේ ඇති අගය වේ.

මෙම පරීක්ෂාවෙන් දෙන ප්‍රතිඵලය අසත්‍යය වීමට ඇති ඉඩකඩ සියයට 5කි. එමනිසා මෙහි සත්‍යතාවයේ සම්භාවිතාව සියයට 95කි.

5.8.1. විශාල පොළවල් වල වෙළඳුන්ගේ ලාභ විශ්ලේෂණය

මෙය අප විසින් වෙන් කරන ලද භාණ්ඩ වර්ග අනුව කොටස් 4 කින් යුක්තය. එනම්,

1. එළවළු සහ පලතුරු අලෙවිකරණ වෙළඳුන්ගේ ලාභ විශ්ලේෂණය
2. සහල් කරවල සහ අතිරේක ආහාර ද්‍රව්‍යය අලෙවිකරණ වෙළඳුන්ගේ ලාභ විශ්ලේෂණය
3. කාර්මික නිෂ්පාදන අලෙවිකරණ වෙළඳුන්ගේ ලාභ විශ්ලේෂණය
4. බුලත් පුවක් වැනි වෙනත් ද්‍රව්‍ය අලෙවිකරණ වෙළඳුන්ගේ ලාභ විශ්ලේෂණය වශයෙනි.

5.8.1.1 විශාල පොළවල්වල එළවළු සහ පලතුරු අලෙවි කරණ වෙළෙඳුන්ගේ ලාභ විශ්ලේෂණය :

$c = \mu + \sigma \sqrt{n}\ X t \propto (n\text{-}k)$

$c = o + 146.61 \sqrt{22} \times 1.729$

$c = 1188.96$ වේ. මෙහිදී

$\Sigma x_i = 2711$ වන බැවින්

$\Sigma x_i \geqslant c$ වේ. එමනිසා H_1; කල්පිතය පිළිගැනීමට සිදුවේ.

5.8.1.2 විශාල පොළවල්වල සහල්, කරවල සහ අතිරේක ආහාර ද්‍රව්‍යය අලෙවිකරණ වෙළඳුන්ගේ ලාභ විශ්ලේෂණය

$c = 0 + 533.66 \sqrt{25} \times 1.717$

$c = 4581.47$ වේ. මෙහිදී

$\Sigma x_i = 9215$ වන බැවින්

$\Sigma x_i \geq c$ වේ. එමනිසා H_1; කල්පිතය පිළිගැනීමට සිදුවේ.

5.8.1.3 විශාල පොළවල් වල කාර්මික නිෂ්පාදන අලෙවිකරණ වෙළඳුන්ගේ ලාභ විශ්ලේෂණය

$c = 0 + 105.86 \sqrt{28} \times 1.708$

$c = 956.75$ වේ. මෙහිදී

$\Sigma x_i = -1096$ වන බැවින්

$\Sigma x_i \geq c$ නොවේ. එමනිසා H_0; කල්පිතය පිළිගැනීමට සිදුවේ.

5.8.1.4 විශාල පොළවල් වල බුලත්, පුවක්, පැණිරස කෑම වැනි ද්‍රව්‍යය අලෙවිකරණ වෙළඳුන්ගේ ලාභ විශ්ලේෂණය

$c = 0 + 345.23 \sqrt{28} \times 1.708$

$c = 3120.15$ වේ. මෙහිදී

$\Sigma x_i = 2849$ වන බැවින්

$\Sigma x_i \geq c$ නොවේ. එමනිසා H_0; කල්පිතය පිළිගැනීමට සිදුවේ.

5.8.2 කුඩා පොළවල වෙළඳුන්ගේ ලාභ විශ්ලේෂණය

විශාල පොළවල්වල මෙන්ම කොටස් 4 කින් යුක්තව කුඩා පොළවල් වල වෙළඳුන්ගේ ලාභ විශ්ලේෂණය ද කරන ලදි. එනම්,

1. එළවළු සහ පලතුරු අලෙවිකරණ වෙළඳුන්ගේ ලාභ විශ්ලේෂණය
2. සහල් කරවල සහ අතිරේක ආහාර ද්‍රව්‍ය අලෙවිකරණ වෙළඳුන්ගේ ලාභ විශ්ලේෂණය
3. කාර්මික නිෂ්පාදන අලෙවිකරණ වෙළඳුන්ගේ ලාභ විශ්ලේෂණය
4. බුලත් පුවක් වැනි වෙනත් ද්‍රව්‍යය අලෙවිකරණ වෙළඳුන්ගේ ලාභ විශ්ලේෂණය වශයෙනි.

5.8.2.1 කුඩා පොළවල් වල එළවළු සහ පලතුරු අලෙවිකරණ වෙළඳුන්ගේ ලාභ විශ්ලේෂණය

$c = 0 + 252.03 \sqrt{14} \times 1.796$

$c = 1693.65$ වේ. මෙහිදී

$\Sigma x_i = 1784$ වන බැවින්

$\Sigma x_i \geq c$ වේ. එමනිසා H_1; කල්පිතය පිළිගැනීමට සිදුවේ.

5.8.2.2 කුඩා පොළවල් වල සහල් කරවල සහ අතිරේක ආහාර ද්‍රව්‍යය අලෙවිකරණ වෙළඳුන්ගේ ලාභ විශ්ලේෂණය

$c = 0 + 405.34 \sqrt{15} \times 1.782$

$c = 2797.52$ වේ. මෙහිදී

$\Sigma x_i = 2581$ වන බැවින්

$\Sigma x_i \geq c$ නොවේ. එමනිසා H_o; කල්පිතය පිළිගැනීමට සිදුවේ.

5.8.2.3 කුඩා පොළවල් වල කාර්මික නිෂ්පාදන අලෙවිකරණ වෙළඳුන්ගේ ලාභ විශ්ලේෂණය

$c = 0 + 180.08 \sqrt{10} \times 1.895$

$c = 1079.13$ වේ. මෙහිදී

$\Sigma x_i = -633$ වන බැවින්

$\Sigma x_i \geq c$ නොවේ. එමනිසා H_o; කල්පිතය පිළිගැනීමට සිදුවේ.

5.8.2.4 කුඩා පොළවල් වල බුලත් පුවක් පැණිරස කෑම වැනි ද්‍රව්‍ය අලෙවිකරණ වෙළඳුන්ගේ ලාභ විශ්ලේෂණය

$c = 0 + 37.23 \sqrt{8} \times 2.015$

$c = 212.18$ වේ. මෙහිදී

$\Sigma x_i = -76$ වන බැවින්

$\Sigma x_i \geq c$ නොවේ. එමනිසා H_o; කල්පිතය පිළිගැනීමට සිදුවේ.

5.8.3 ලාභ විශ්ලේෂණයේ නිගමනය

කල්පිත පරීක්ෂාවෙන් පෙනී ගියේ කළුතර දිස්ත්‍රික්කයේ විශාල පොළවල් වල එළවළු සහ පලතුරු වර්ග අලෙවිකරණ වෙළඳුන් ද, කුඩා පොළවල් වල එළවළු සහ පලතුරු වර්ග අලෙවිකරණ වෙළඳුන් ද, විශාල පොළවල් වල සහල්, කරවල සහ අතිරේක ආහාර අලෙවිකරණ වෙළඳුන් ද, අතිප්‍රමාණික ලාභ ලබන පිරිසක් බවය. (එනම් ඔවුන්ගේ ශුද්ධ ලාභය ධන අගයක් ගන්නා බව පැහැදිලි විය). එසේම සියළුම පොළවල් වල කාර්මික නිෂ්පාදන හා බුලත් පුවක් වැනි වෙනත් ද්‍රව්‍යය අලෙවිකරණ වෙළඳුන් අවප්‍රමාණික හෝ ප්‍රමාණික ලාභ ලබන පිරිස් වේ. විශාල පොළවල් වල සහල් කරවල සහ අතිරේක ආහාර ද්‍රව්‍යය අලෙවිකරණ වෙළඳුන් අතිප්‍රමාණික ලාභ ලබන්නන් වුවද කුඩා පොළවල් වල එම ද්‍රව්‍යය අලෙවිකරණ පිරිස අවප්‍රමාණික හෝ පරිමාණික ලාභ ලබන පිරිසක් වේ.

ආශ්‍රිත ග්‍රන්ථ

(1) Cochran, William (1963). **Sampling Techniques.**

(2) Davies, Ross L. (1976. **Marketing Geography with Special Reference to Retailing.** London.

(3) De Silva, Mervyn D. (1987). **Rural Markets Serving Small Farmers in Sri Lanka.** Colombo.

(4) **Food Commodities Bulletin** (28 Feb. - 06 March, 1986). "Pola as a Development Strategy in a New Settlement scheme ; the Case of Pannegamuea (Kirindi Oya)" Vol 07 (10). ARTI.

(5) **Food Commodities Bulletin** (26 June - 02 July 1987). "The Need for Systematic Development of Public markets in the Colombo City and it's Suburbs" Vol 09 (25). ARTI.

(6) **Food Commodities Bulletin** (11 - 17 December 1987). "Periodic Rural Markets - A Vital Link in Agricultural Development" Vol 09 (49). ARTI.

(7) Gormsen, E. (1985). "The Role of Market Places in Developing Countries" (pp121 - 130) inICRISAT (Ed). **Agricultural Markets in the Semi - Arid Tropics**. India.

(8) Gupta, S.P. (1984). **Statistical Methods.**

(9) Takson, D.W. (1977). "Polas in Central Sri Lanka" in Samarasingha, S.W.R. de A. (Ed). **Agriculture in the Peasant Sector of Sri Lanka**. Peradeniya.

(10) Manzoor, Alam S. Mookrjee, M. & Dewa, Singh N. (1985). "Periodic Markets as Growth Centers in the Rural Hinterland of Metropolitan Hyderabad" (pp139 - 146) in ICRISAT (Ed). **Agricultural Markets in the Semi - Arid Tropics**. India.

(11) Mittendrof, H.J. (1976). **Planning of Urban Wholesale Markets for Perishable Food**. FAO. Rome.

(12) Moree, Do De (1982). **"Rural Marketing in Eastern Ratnapura"**. ARTI.

(13) Nadkarni, M.V. (1985). "The Role of Agricultural Markets and Market Policy - Not Conductive to Rural Welfare?" (pp 243 - 250) in ICRISAT (Ed). **Agricultural Markets in the Semi - Arid Tropics**. India.

(14) Richar, L. Kohls & David Downey, K. (1962). **Marketing of Agricultural Products.** London.

(15) Sanmugam, T.& Senanayake, S.M.P. (1982). **Prospects for Expansion in the Production of Coarse Grains and Grain legumes**. ARTI.

(16) Senanayake, S.M.P. (1980). **Periodic Rural Markets in the Kurunegala District**. HARTI.

(17) Shaffr, I.D., Weber, Riley, H.M. & Staatz (1985). "Designing Market Systems to Promote Development in the Third World Countries (pp 305 - 318) in ICRISAT (Ed). **Agricultural Markets in the Semil-arid Tropics**. India.

(18) Wanasinghe, Y.A.D.S. (1982). "Galnewa Township" (pp 123 - 128) in Kapila P. Wimaladharma (Ed). **Land Settlement Experiences in Sri Lanka**. Colombo.

(19) Wanmali, S. (1985). Networks of Distribution of Goods and Services in Rural India. Some Spatial Considerations (pp 133 - 138) in ICRISAT (Ed). **Agricultural Markets in the Semi - Arid Tropics**. India.

(20) Wilson, Frank A. (1973). **Some Economic Aspects of the Structure and Organization of Small Scale Marketing System.**

(21). අමරවංශ හිමි, කොත්මලේ (1959) **ලක්දිව සෙල් ලිපි**. කොළඹ.

(22) එල්ලාවල එච්, (1962). **පුරාතන ලංකාවේ සමාජ ඉතිහාසය**. කොළඹ.

(23) පරණවිතාන සෙනරත් (1964). "මෑත යුගයේ සභ්‍යත්වය - ආර්ථික, දේශපාලන, සමාජ තත්ත්වය". **ලංකා විශ්ව විද්‍යාලයේ ලංකා ඉතිහාසය**. 1 කාණ්ඩය, 1භාගය

(24) ගුණවර්ධන අමරදාස (1988.01.31). "බදුලු සෙල්ලිපියෙන් අදටත් සුදුසු අනපනත්". **සිළුමිණ ශාස්ත්‍රීය සංග්‍රහය.** සිළුමිණ සීමාසහිත එක්සත් ප්‍රවෘත්ති පත්‍ර සමාගම. කොළඹ.

(25) ලක්ෂ්මන් ඩබ්.ඩී. සහ ගුණසේකර එච්.එම්. (1986). **ආර්ථික විශ්ලේෂණය**.

(26) විමලවංශ හිමි, බද්දේගම (1969). **සෙල්ලිපි සමාජය**. කොළඹ.

(27) සූරවීර ඒ.වී. (1965). **අනුරාධපුර සමාජය**. කොළඹ

(28) ශ්‍රී ලංකා පවුල් සංවිධාන සංගමය (1987). **කළුතර** තරුණ ජනගහණ කම්ටුවේ ප්‍රකාශනයකි. ශ්‍රී ලංකා පවුල් සංවිධාන සංගමය කොළඹ.

(29) ජනලේඛන හා සංඛ්‍යාලේඛන දෙපාර්තමේන්තුව, කොළඹ 5 (1969)"**ලංකාවේ ආර්ථික සිතියම් පොත**".

ඇමුණුම -I

ශ්‍රී ලංකාවේ පොළ ක්‍රමයේ විකාශනය

මෙරට පොළ ක්‍රමයේ විකාශනය, වෙළඳ ක්‍රමයේ විකාශනයත් සමඟ බැඳි පවතින්නකි. එමනිසා පොළ ගැන ඓතිහාසික තොරතුරු විමසීමකදී, මෙරට වෙළඳ ක්‍රමයේ ආරම්භය පිළිබඳ කරුණු බැහැර කළ නොහැක.

ආරිය ජනාවාස බිහිවීමට පෙර, මෙරට විසූ යක්ෂ සහ නාග ගෝත්‍රිකයන් විදෙස් වෙළඳුන් සමඟ වෙළඳ භාණ්ඩ හුවමාරු කර ගැනීම්වල යෙදුන බව චීන ජාතික පාහියන් භික්ෂුවගේ දේශාටන වාර්තාවල සඳහන්ය. එසේම මෙරට මුල් ජනපදිකයන් වූ ඉන්දු ආර්යයන්ද මුලින්ම පැමිණ ඇත්තේ වෙළඳ කටයුතු සඳහායි. විජය කුමරු ඇතුළු පිරිසට කුවේනිය විසින් බත් පිස දෙන ලද්දේ නැව්වලින් ගත්තා ලද සහල්වලින් බව විජය පුරාවෘතයේ සඳහන්ය. මේ අනුව වෙළඳ ක්‍රමයේ ඉතිහාසය ජනාවාස බිහිවීමටත් පෙර කාලය දක්වාම ගමන් කරන බවත් "වෙළඳ භාණ්ඩ හුවමාරු" සංකල්පය පැමිණ ඇත්තේ විදේශ වෙළඳාම තුළින් බවත් පැහැදිලිය.

බාහිර වෙළඳාමේ ක්‍රමික දියුණුවත් සමඟ අභ්‍යන්තර වෙළඳ කටයුතු ද රට තුළ ආරම්භ විය. ක්‍රි. පූර්ව කාලය අවසන් වනවාත් සමඟ අභ්‍යන්තර වෙළඳ කටයුතු සුළු වශයෙන් හෝ ආරම්භ වී තිබුන බවට ප්‍රමාණවත් සාක්ෂි ඓතිහාසික ලිපි ලේඛන ඇසුරින් ලැබී ඇත. අනුරාධපුර යුගයේදී අභ්‍යන්තර වෙළඳ කටයුතු සඳහා මුදල් භාවිතය ආරම්භ වී ඇති අතර ඒ වනවිටත් භාණ්ඩ හුවමාරු ක්‍රමය බහුලව භාවිතා විය. මෙම භාණ්ඩ ප්‍රවාහනය සඳහා ගැල් යොදා ගත් බවට ප්‍රමාණවත් තොරතුරු දැනටමත් ලැබී තිබේ.

පැරණි අභ්‍යන්තර පොදු වෙළඳ පොළවල්, ජනයා බහුලව එක් රැස්වෙන නාගරික මධ්‍යස්ථානය, ආගමික මධ්‍යස්ථාන සහ නැව් තොටවල් කේන්ද්‍ර කොටගෙන ආරම්භ වී තිබුණි. මේවායෙහි බිහිවීමට කාලීනව පැවැත්වුන ජාතික, ආගමික සහ සංස්කෘතික උත්සව මෙන්ම විදේශ වෙළඳ කටයුතුද බලපාන්නට ඇත. ගැල් මඟින් රට අභ්‍යන්තරයේ තිබූ වෙළඳ ද්‍රව්‍යයන් නැව් තොටවල් දක්වා ප්‍රවාහනය කිරීමක් සිදු වීම එම ස්ථානවල වෙළඳ මධ්‍යස්ථාන ආරම්භවීමට ප්‍රධාන හේතුවක් විය හැකිය.

මෙසේ ජනාකීර්ණ මධ්‍යස්ථාන කේන්ද්‍රකොට ගෙන බිහිවූ පොදු වෙළඳ පොළවල් ගණනාවක් අනුරාධපුර යුගයේදී දක්නට ලැබුන බව ඓතිහාසික තොරතුරුවලින් පෙනේ. සතර වාහල් දොරටු අසළ පොදු වෙළඳපොළවල් හතරක් තිබුන බවට තොරතුරු ලැබී ඇත. උපතිස්ස ග්‍රාමයේ තිබුන "අනතරාපාණ" නම් පොදු වෙළඳ පොළක් ගැන දීපවංශයේ සඳහන්ය. ක්‍රි.ව. හතරවන සියවසේ තිබූ "කළහුමණක" නම් වූ වෙළඳ ආයතනයක් ගැන තෝනිගල සෙල් ලිපිය කියයි. එසේම මහියංගන ප්‍රදේශයේ ක්‍රි. වර්ෂ 10 වන සියවසේ පැවතුන "හෝපිටිගම" නම්වූ වෙළඳ පොළක් ගැන බදුලු සෙල් ලිපියේ සඳහන් වී ඇත. මෙම වෙළඳ පොළවල්වල වෙළඳ භාණ්ඩ වූයේ දේශීයව නිෂ්පාදනය වූ එදිනෙදා අවශ්‍ය වන ද්‍රව්‍යයන් බව ඉහත කී සෙල් ලිපි වාර්තාව වැඩිදුරටත් පවසයි.

අනුරාධපුර යුගයේදී රට අභ්‍යන්තරයේ සිට ඉඟුරු, ගම්මිරිස් වැනි ද්‍රව්‍ය තොටුපොළවල් කරා ගැල්වලින් ප්‍රවාහනය කර ඇත. එසේම රට අභ්‍යන්තරයේ වාසය කළ ජනතාවට අවශ්‍ය දියලුණු වැනි ද්‍රව්‍යයද මොවුන් විසින්ම ගෙනවිත් දී තිබේ. රට අභ්‍යන්තරයේ නිපදවනු ලැබූ කෘෂිකාර්මික ද්‍රව්‍යයන්, බොහෝ විට කාලීනව නිෂ්පාදනය වන ඒවා නිසා ගැල් කණ්ඩායම්වල ප්‍රවාහන කටයුතු

ද සිදු වන්නට ඇත්තේ කාලීනවය. එමනිසා මෙම ගැල්කරුවන්ට අවශ්‍ය ද්‍රව්‍ය සැපයීමටත් ඔවුන් ගෙන ආ ද්‍රව්‍ය බෙදා හැරීමටත් රට අභ්‍යන්තරයේ උප නගරවල කාලීනව බිහිවුණු කුඩා වෙළඳ පොළවල් තිබෙන්නට ඇතැයි සිතිය හැක.

පැරණි වෙළඳ පොළවල් අතරින්, ඒවායේ නීති රීති, පරිපාලනය, අලෙවි ද්‍රව්‍ය හා වෙළඳ කටයුතු කෙසේ සිදුවීද යන්න ගැන පැහැදිලි පුළුල් විස්තරයක් ඇත්තේ හෝපිටිගම වෙළඳපොළ සඳහා පමණි. එයින් මෙම වෙළඳ රටාව ගැන යම් අවබෝධයක් ලැබිය හැකිවන අතර එය කොතෙක් දුරට වර්තමානයේ පැවැත්වෙන වෙළඳ පොළකට නෑකම් කියන්නේද යන්නත් පැහැදිලි කරගත හැක.

හෝපිටිගම වෙළඳපොළ පරිපාලන කටයුතු උසස් නිධාරියෙකුට භාර දී තිබුනි. වෙළඳුන්ගෙන් බදු අයකර ගැනීමේ අයිතිය ඔහු සතුවිය. ඒ බව "මෙම හෝපිටිගම වෙළඳපොළ ලබාගත් කිසියම් (නිලධාරී) කෙනෙකුගේ සේවකයන් ගමට පැමිණි කල, උපදේශකයන්, වෙළඳ සංස්ථාවේ සාමාජිකයන්, ගමේ වැඩිහිටියන් රැස්ව හිඳ සතලොස පිරිනිවියන් වහන්සේගේ කාලයේ (පැවති) නීති ප්‍රකාර හා පෙර පැවති සිරිත් පරිදිත් අයබදු හැර නීත්‍යානුකූල නොවන දෙයක් නොකළ යුතුය. (ලක්දිව සෙල් ලිපි - පිට 214) යන සෙල් ලිපි පාඨයෙන් තහවුරු වේ. හෙතෙම ඒ වෙනුවෙන් රජුට යම් ගෙවීමක්ද කර තිබුණි. එය වර්තමාන පොළේ ටෙන්ඩර් ලබාදීමේ ක්‍රමයට සමාන තත්ත්වයක් බව සිතිය හැක.

මෙම වෙළඳ පොළ "පදිය" නමින් හඳුන්වා තිබුනි. එහි අදහස "වෙළඳපොළ" යන්නයි. ("පදිය" නමින් හැඳින්වුන වෙළඳ පොළවල් ගණනාවක් එකල තිබී ඇත.)

හෝපිටිගම වෙළඳපොළ තුළ "මඩු" ඉදිකර තිබී ඇත. එක් එක් භාණ්ඩ වර්ග අලෙවි කිරීම සඳහා ස්ථාන නියම කර තිබුන අතර එම ස්ථානවලින් පිටත එම භාණ්ඩ වර්ග අලෙවි කිරීම තහනම් විය. එසේම භූමිය තුළ වෙළඳාම් කළයුතු තැන් සහ නොකළ යුතු තැන් නියම කර තිබුන බව "බදු ගතයුතු බඩු නුසුදුසු තැන්වල හිඳ නොවිකිණීමටද, වෙළඳාම් නොකළ යුතු තැන්වලදී බඩු නොකිරීමටද, බුලත් පුවක් මණ්ඩපයක තබා විකිණීමද නුසුදුසු තැනක විකුණනු දුටුවිට රාජකුලිකයන් විසින් ඉවත් කරවීමද (ලක්දිව සෙල් ලිපි 214 පිට) යන සෙල් ලිපි වැකියෙන් පැහැදිලි වේ.

හෝපිටිගම වෙළඳපොළ සැලසුම් සහගතව තිබී ඇති බව මෙයින් පෙනේ. එසේම එක් එක් වෙළඳුන්ට අයත් වූ ස්ථිර අලෙවි ස්ථාන තිබී නැති බවත්, ඔවුන්ට වාසිදායක වන තහනම් වූ ස්ථානවල පවා වෙළඳ කටයුතුවල නිරත වන්නට ඇති බවත් සිතිය හැකිය.

මෙහි වෙළඳ කටයුතු සඳහා පිටපළාත්වලින් පවා භාණ්ඩ ගෙනවිත් ඇත. එසේ ගෙන එන භාණ්ඩ පෙර මහට ගොස් ලබා ගැනීම තහනම් විය. ඔවුන් වෙළඳපොළ තුළට පැමිණි පසු එම භාණ්ඩ මිලදී ගත යුතුව තිබුණි. මෙහිදී බදු අය කරගත යුතු වූයේ අලෙවි කළ භාණ්ඩවලට පමණක් විය.

පොළට ගෙනඑනු ලබන භාණ්ඩ, ඉන් පිටත ස්ථානවලදී ද අලෙවි කිරීමක් සිදු වූ බව මෙයින් පැහැදිලිය. නමුත් එසේ කළ නොහැකි බව දැක්වෙන නීතියක් පනවා තිබුනි. එම භාණ්ඩ අලෙවි කළ යුත්තේ වෙළඳපොළ තුළදී පමණක් වූ නිසා, එම පහසුකම් අනිවාර්යයෙන්ම වෙළඳපොළ තුළ තිබෙන්නට ඇත. එසේම පසළොස්වක පොහොය දින වෙළඳාම් කරන්නන්ගෙන් මහියංගන වෙහෙරට තෙල් පතක් ලබාගත් බව එම සෙල් ලිපිය සඳහන් කරයි. එවැනි දිනවල පවා වෙළඳුන් වෙළඳ කටයුතුවල නිරතවී සිටි බවත් ඉන් පැහැදිලි වේ.

මෙම වෙළඳ රටාවන් ගැන අනුරාධපුර යුගයෙන් පසුව ඇති තොරතුරු සීමිතය. එයට හේතුව එකල ඇතිවූ දකුණු ඉන්දීය ආක්‍රමණ නිසා රටේ ආර්ථික හා දේශපාලන ස්වාධිපත්‍යය දුර්වලවී රාජධානි රට අභ්‍යන්තරයට විතැන්වීම විය හැක. එසේ වුවද උඩරට ප්‍රදේශ සහ මුහුදුබඩ ප්‍රදේශ අතර තවලම් මගින් භාණ්ඩ හුවමාරුව සිදුවූ බවට තොරතුරු ලැබී තිබේ. මෙසේ රට අභ්‍යන්තරයට ගෙන ගිය සහ එහි සිට මුහුදුබඩ ප්‍රදේශවලට ගෙන ආ ද්‍රව්‍ය බෙදාහැරීමට ගෙන ගිය සහ එහි සිට මුහුදුබඩ ප්‍රදේශ අතර තවලම් මගින් භාණ්ඩ හුවමාරුව සිදුවූ බවට තොරතුරු ලැබී තිබේ. මෙසේ රට අභ්‍යන්තරයට ගෙන ගිය සහ එහි සිට මුහුදුබඩ ප්‍රදේශවලට ගෙන ආ ද්‍රව්‍ය බෙදාහැරීමට හෝ එක්රැස් කිරීමට පුරුදු වූ මධ්‍යස්ථාන නොතිබුනා යයි සිතිය නොහැක. තවලම් කටයුතු දිනපතා සිදු නොවන්නට ඇති අතර එවැනි මධ්‍යස්ථානද දිනපතාම ක්‍රියාත්මක නොවන්නට ඇත. නමුත් මෙවැනි තවලම්වලින් බදු ලබා ගත්තා තොටවල් වෙළඳ පොළවල් රට අභ්‍යන්තරයේ පිහිටා තිබුන නිසා සමහර විට ඒවා කේන්ද්‍ර කොට ගෙන වෙළඳ කටයුතු සිදුවන්නට ඇතැයි සිතිය හැක. කෙසේ වුවත් සොයා ගතහැකි සාක්ෂි දුර්ලභ වුවද අනුරාධපුර යුගයේ පැවති වෙළඳ රටාව පසුව සම්පූර්ණයෙන්ම විනාශ වී යන්නට ඇතැයි සිතිය නොහැක.

ශ්‍රී ලංකාවේ පොළ ක්‍රමයේ වර්ධනය හා විකාශනය 19 වන සියවසෙන් පසු සිදුවූ බව ජැක්සන් (1977) පවසයි. රටේ ඇතිවූ දේශපාලන එක්සත්කම වෙළඳ කටයුතුවලට පහසුවක් විය. එසේම ප්‍රවාහන ක්‍රමයේ ව්‍යාප්තිය හා අලෙවි කිරීම සඳහා භාණ්ඩ වැඩියෙන් නිෂ්පාදනය වීම යන කරුණුද මෙයට බලපා ඇති බව හෙතෙම කියයි. එසේම වැවිලි ආර්ථිකයේ වර්ධනයද පොළ ක්‍රමයේ වර්ධනයට යම් බලපෑමක් වන්නට ඇත.

සමහර විට පොළක් බිහිවීමට උචිත පරිසරයක් එතෙක් බිහි නොවී තිබීම පොළ ක්‍රමයේ බිහිවීම හා විකාශනය ප්‍රමාද වීමට හේතු වන්නට ඇත. පොළ ක්‍රමයක් නොවුවද කාලීන වෙළඳුන්ගෙන් යුත් ස්ථිර වෙළඳපොළ ක්‍රමයක් දිවයිනේ දකුණු සහ නැගෙනහිර වෙරළාසන්න ප්‍රදේශවල 17 වන ශතවර්ෂය වන විටත් ඇතිවී තිබුන බව ජැක්සන් (1977) පවසයි.

"කෙසේ වෙතත් ශ්‍රී ලංකාවේ ආදී කාලීන වෙළඳ පොළවල් පිළිබඳව අසන්නට ලැබෙන්නේ අධික ජනගහනයෙන් යුත් දකුණේ සහ නැගෙණහිර වෙරළාශ්‍රිත ප්‍රදේශයන් තුළිනි. මෙම සැකය තහවුරු කිරීමට තරම් මා සොයාගත් සාක්ෂි නොමැති වුවද එම ප්‍රදේශවල වෙළඳ පොළවල්වල අතීතය 17 වන ශතවර්ෂය දක්වා දිවයන්නේය. මේ පිළිබඳව මා සොයාගත් පැරණිම සාක්ෂිය වන්නේ 19 වන ශතවර්ෂයේ පරිපාලන වාර්තාවන්ය. ඒවායින් පොළ ක්‍රමයක් විස්තර නොකෙරෙයි. නිෂ්පාදකයන් ඉඳහිට තම නිෂ්පාදන නාගරිකයන්ට විකිණීම සඳහා ගෙන එන නාගරික වෙළඳපොළ ප්‍රදේශ ගැන සඳහන් වන අතර මේවා කාලීන වෙළඳුන්ගෙන් යුත් ස්ථිර වෙළඳ පොළවල් බව පෙනී යයි" (ජැක්සන්, 1977).

මෙරටට උරුම වූ වෙළඳ රටාවක් ඈත අතීතයේ සිටම පැවැත ආ බව මෙම තොරතුරුවලින් හෙළිවේ. මෙම වෙළඳ රටාව කෙළින්ම පොළෙහි විකාශනයට සම්බන්ධ වූවා යයි කිවහැකි සාක්ෂි නොමැත. නමුත් වර්තමාන පොළවල්වල පවතින ලක්ෂණයන් බොහොමයක් පැරණි වෙළඳ රටාව තුළද පැවැත ඇත. එමනිසා පැරණි වෙළඳ රටාව හා වර්තමාන පොළවල්වල බිහිවීම අතර සම්බන්ධයක් නොමැති යැයි කිව නොහැක.

ඇමුණුම - II

නියැදිය තෝරාගැනීම

තෝරාගත් පොළවල් තුළින් අවශ්‍ය නියැදිය ලබා ගන්නා ලදි.. මුළු නියැදියට විකුණුම්කරුවන් මෙන්ම ගැනුම්කරුවන්ද අයත්වෙන නිසා ප්‍රධාන උප කොටස් දෙකකට වෙන්කළ හැකිය. එනම්, විකුණුම් කරුවන්ගේ නියැදිය හා ගැනුම්කරුවන්ගේ නියැදිය වශයෙනි.

පොළ ක්‍රමය තුළ අලෙවිකරුවන් මෙන්ම ගැනුම්කරුවන්ද එකසේ වැදගත් වන නමුදු අධ්‍යයනයේ මූලික අරමුණට අනුව අලෙවිකරුවන් වෙත වැඩි අවධානයක් යොමුකරන ලදි. එමනිසා ගැනුම්කරුවන්ගේ උපනියැදියට වඩා අලෙවිකරුවන්ගේ නියැදියේ ප්‍රතිචාර සංඛ්‍යාව වැඩිකිරීමට සිදුවිය.

එක් එක් පොළෙහි විශාලත්වය මත නියැදියට අයත්වන ප්‍රතිචාරකයන් පිරිස තීරණය කළ යුතුවිය. එමනිසා මුළු නියැදියේ ප්‍රමාණය මුලින් තීරණය නොකරන ලදි.. නමුත් සමීක්ෂණය සඳහා පොළට ගිය පසු පොළෙහි විශාලත්වය, වෙළඳුන් සංඛ්‍යාව ඔවුන් භාණ්ඩ වර්ග හතරට අනුව බෙදී ගොස් ඇති ආකාරය සහ පැමිණෙන ගැනුම්කරුවන් සංඛ්‍යාව පිළිබඳව යම් අවබෝධයක් ලබා ගැනීමට සමීක්ෂණ කණ්ඩායමට හැකිවිය. ඒ අනුව ඒ ඒ පොළෙන් නියැදිය සඳහා තෝරා ගන්නා අලෙවිකරුවන් සහ ගැනුම්කරුවන් සංඛ්‍යාව තීරණය කෙරින.

අලෙවිකරුවන්ගේ නියැදිය

අප විසින් වෙන්කරන ලද භාණ්ඩ වර්ග හතරට අනුව ඉන් එක් එක් වර්ග අලෙවි කිරීමේ නියුක්ත වූ වෙළඳුන් කොපමණ සංඛ්‍යාවක් පොළේ ඇද්දැයි යන්න පළමුව ගණනය කෙරින. ඉන් පසුව ඒ එක් කොටසකින් වෙළඳුන් 5ක් වන උපරිම සීමාවකට යටත්ව පොළේ සිටින මුළු වෙළඳුන් සංඛ්‍යාව ද සැලකිල්ලට ගනිමින් නියැදිය සඳහා තෝරාගන්නා වෙළඳුන් සංඛ්‍යාව තීරණය කරන ලදි..

එක් භාණ්ඩ වර්ගයකින් නියැදිය සඳහා තෝරා ගන්නා වෙළඳුන් ප්‍රමාණය තීරණය කළ පසු ඔවුන්ගේ වෙළඳ සැල් පිහිටා ඇතිපිළිවෙල අනුව නියැදිය සඳහා වෙළඳුන් තෝරා ගැණින. එම භාණ්ඩ වර්ග අලෙවිකරණ මුළු වෙළඳුන් ප්‍රමාණය නියැදිය සඳහා තෝරා ගන්නා වෙළඳුන් ප්‍රමාණයෙන් බෙදා තෝරාගත යුත්තේ කීවෙනි වෙළෙන්දාද යන්න තීරණය කරන ලදි.

උදාහරණය :

සලකා බලන භාණ්ඩ වර්ගය අලෙවිකරන වෙළඳුන් සංඛ්‍යාව	=	45
ඉන් නියැදියට තෝරා ගන්නා සංඛ්‍යාව	=	5
එමනිසා නියැදියට තෝරාගත යුත්තේ කීවෙනි වෙළෙන්දාද?	=	$\frac{45}{5}$
	=	9

මෙහිදී පිළිවෙලින් 9, 18,27,36,45 යන වෙළඳුන් පස්දෙනා නියැදිය සඳහා තෝරාගන්නා ලදි.

ගැනුම්කරුවන්ගේ නියැදිය :

ගැනුම්කරුවන් තෝරා ගන්නා ලද්දේ මීට තරමක් වෙනස් ආකාරයකටය. එහිදී පොළ පැවැත්වෙන මුළු කාලයම නියෝජනය කර ගැනීමට උත්සාහ කළෙමු.

පොළෙහි විශාලත්වය, පොළ පැවැත්වෙන වේලාව, වෙළඳුන් සංඛ්‍යාව හා වෙළඳ කටයුතු ප්‍රමාණය යන්න සැලකිල්ලට ගනිමින් පොළින් නියැදිය සඳහා තෝරා ගන්නා, මිලදීගන්නා ප්‍රමාණය තීරණය කරන ලදි.

ඉන් පසුව වෙළඳ පොළ පැවැත්වෙන වේලාව (පැය ගණන්) සැලකිල්ලට ගෙන මුල් ගැනුම්කරුවා තෝරාගත් පසු දෙවෙනි ගැනුම්කරුවා තෝරාගත යුතු වන වේලාව තීරණය කළෙමු.

උදාහරණය :

A යන පොළ පෙරවරු 7.30 සිට සවස 1.00 දක්වා පැවැත්වේ. එයින් තෝරාගත යුතු මිලදී ගන්නන් සංඛ්‍යාව 8කි.

A පොළ පැවැත්වෙන මුළු වේලාව	=	පැය 5 විනාඩි 30
තෝරාගත යුතු මිලදීගන්නන් ප්‍රමාණය	=	8
එම නිසා තෝරාගත යුතු දෙදෙනෙකු අතර කාලය	=	පැය 5 විනාඩි 30 / 8
	=	විනාඩි 41

මේ අනුව A වෙළඳ පොළෙන් පළමු මිලදී ගන්නා තෝරාගන්නේ පෙරවරු 8.11 ටය. ඉන් පසුව පිළිවෙලින් 8.52, 9.33, 10.55, 11.36, 12.17, 12.58 යන වේලාවන්ට අතිකුත් මිලදී ගන්නන් තෝරාගන්නා ලදි.

මෙහිදී අප විසින් තෝරාගන්නා ලද්දේ පොළට ඇතුල් වන භාණ්ඩ ගැනුම්කරුවන් නොව, භාණ්ඩ රැගෙන පොළෙන් පිටව යන ගැනුම්කරුවන්ය. ඒ අනුව අදාළ වේලාවට පිටව යන ගැනුම්කරුවකු නියැදිය සඳහා තෝරා ගත්තෙමු.

අලෙවිකරුවන් 182 ගෙන්ද ගැනුම්කරුවන් 109ක ගෙන්ද සමන්විත වූ නියැදිය තෝරාගන්නා ලද්දේ ඉහත ආකාරයටය.

ඇමුණුම III
දත්ත විශ්ලේෂණය

පොළක පූර්ණ තරඟකාරී තත්ත්වයක් පවතින බව දෙවන පරිච්ඡේදයේදී සඳහන් කළෙමු. පූර්ණ තරඟකාරී පොළක දැකිය හැකි විශේෂ ලක්ෂණයක් වනුයේ අබාධ පිවිසුම සහ අබාධ පිටවීමයි.

වෙළඳ පොළක අබාධ පිවිසුම හා පිටවීම පවතින්නේ නම් ඕනෑම පුද්ගලයකුට නිදහසේ වෙළෙන්දෙකු ලෙස එම ස්ථානයට ඇතුල්වීමට හා එම ස්ථානයේ වෙළඳාම අතහැර දැමීමට හැකිය. නමුත් මෙම කාර්ය සිදුවනුයේ වෙළෙන්දාට එම වෙළඳ පොළෙන් ලැබිය හැකිවන ලාභ ප්‍රමාණය අනුවය.

වෙළඳ පොළක වෙළඳුන් අතිප්‍රමාණික ලාභ ලබන්නේ නම් එහි අබාධ පිවිසුමක්ද අවප්‍රමාණික ලාභ ලබන්නේ නම් අබාධ පිටවුමක්ද පැවැතිය හැක. ප්‍රමාණික ලාභ පමණක් ලබන්නේ නම් වෙළෙඳුන්ගේ සමතුලිතතාවයක් ඇතිවී තිබිය යුතුය. එමනිසා පොළෙහි වෙළඳුන් අතිප්‍රමාණික ලාභ ලබන්නේ නම් වෙළඳ පොළ තුළට නවක වෙළඳුන් ඇතුළු කළ හැකි බවද එසේ නොමැතිව අවප්‍රමාණික හෝ ප්‍රමාණික ලාභ ලබන්නේ නම් එසේ කළ නොහැකි බවද තීරණය කළහැක.

දත්ත විශ්ලේෂණයේදී පොළවල්වල වෙළඳුන් භාණ්ඩ වර්ග අනුවත් (ප්‍රධාන භාණ්ඩ වර්ග හතරකට අනුව), පොළෙහි ස්වභාවය අනුවත් (විශාල පොළවල්, කුඩා පොළවල්),වෙන් කරන ලදී.

වෙළඳුන් පොළ තුළදී අලෙවි කළ භාණ්ඩ ඒකක ප්‍රමාණයන් ඒ ඒ භාණ්ඩ ඒකකයන් අලෙවි කළ මිලෙන් ගුණකර ආදායම්ද ඒ ඒ භාණ්ඩ ඒකකයන් මිලදී ගත් මිලෙන් ගුණකර වියදමද ලබාගත හැකිවිය. වෙළෙන්දාට භාණ්ඩ මිලදී ගැනීමට ගිය වියදමට (දළ වියදම) ප්‍රවාහන ගාස්තු, නඩත්තු වියදම්, පොළ බදු, වෙළඳුන්ගේ පෞද්ගලික වියදම් හා අපතේ යෑම්, අවදානම සහ ශ්‍රමය වෙනුවෙන් කරන ලද බරතැබීම්ද එකතුකර ශුද්ධ වියදම ගණනය කෙරින. මේ අනුව එක් එක් වෙළෙඳුන්ගේ ශුද්ධ ලාභය සොයාගත හැකි විය.

මෙම ශුද්ධ ලාභය බින්දුවට වැඩිනම් (ධන අගයක් ගන්නේ නම්) හෙතෙම අතිප්‍රමාණික ලාභ ලබන වෙළෙන්දෙක්වේ. එමනිසා එක් එක් කාණ්ඩවල වෙළඳුන් අතිප්‍රමාණික ලාභ ලබන්නේද යන්න සොයා බැලිය හැකිවිය.

විශාල පොළවල්වල සහ කුඩා පොළවල්වල වෙළඳාම් කරන්නන් වශයෙන් බෙදන ලද වෙළඳුන් භාණ්ඩ වර්ග 4ටද අනුව වෙන්කළ විට කොටස් 8ක් විය. මෙම එක් එක් කොටස්වල වෙළඳුන්ගේ ලාභාංශ කොපමණද යන්න වෙන වෙනම ගණනය කරන ලද අතර ඔවුන්ගේ සාමාන්‍ය ශුද්ධ ලාභය අතිප්‍රමාණික ලාභයක් වී ඇත්ද යන්න සොයා බැලින.

මෙහිදී සාමාන්‍ය ශුද්ධ ලාභය μ වශයෙන් අර්ථ දක්වන ලද අතර එය 0 ට වඩා වැඩිද යන්න නෝමන් පියර්සන් න්‍යාය උපයෝගී කරගෙන පරීක්ෂාවට ලක් කරන ලදි..

නෝර්මන් පියර්සන් න්‍යායට අනුව මධ්‍යනය (μ) පරීක්‍ෂා කිරීම සඳහා ලබාගත හැකි ඒකාකාරයෙන් ප්‍රබලතම අවධි පෙදෙස (Critical Region)

$Ex_i \geq c$ වේ.

අප පරීක්‍ෂාවේදී $H_o : \mu \leq 0$ යන අප්‍රතිශ්‍යෙය කල්පිතය

$H_1 : \mu > 0$ යන ප්‍රතිශ්‍යෙය කල්පිතයට එරෙහිව පරීක්‍ෂා කරනු ලබයි.

මෙහිදී $Ex_i \geq c$ වනවිට H_o ; කල්පිතය ප්‍රතික්‍ෂේප කර පිළිගැනීමට සිදුවේ.

C යන්න තව දුරටත් අර්ථ දක්වන විට Ho යටතේ $pr [Z \geq \frac{c - \mu}{n} x \frac{\sqrt{n}]}{\sigma} = 0.05$ වේ.

මෙහිදී C ප්‍රබලතම අවධි පෙදෙසද μ මධ්‍යයනයද n යනු නියැදි තරමද σ යනු නියැදියේ සම්මත අපගමනයද වේ. 0.05 යනු වෙසෙසියා මට්ටමයි.

මෙහිදී μ ප්‍රමථ ව්‍යාප්තියක ව්‍යාප්ත වී ඇති අතර pr : 0.05 සඳහා ප්‍රමථ ව්‍යාප්තියේ අගය 1.65ක් වේ. එවිට මෙය

$\frac{c - \mu}{\sqrt{n}} x \frac{1}{\sigma} = 1.65$ ලෙස දැක්විය හැකිය.

නමුත් n ක්‍රමයෙන් කුඩා වන විට මේ සඳහා ප්‍රමථ ව්‍යාප්තිය වෙනුවට t ව්‍යාප්තිය (ටී ව්‍යාප්තිය) භාවිතා කිරීමට සිදුවේ. t ව්‍යාප්තියේදී pr : 0.05 අගය (n) ප්‍රමාණය අනුව වෙනස්වන නිසා එක් එක් වෙළඳුන් කාණ්ඩ පරීක්‍ෂා කිරීමේදී එයට අදාළ අගයන් උපයෝගීකර ගැනීමට සිදුවිය.

එවිට $c = \mu + \sigma \sqrt{n}\, t \propto (n-k)$ වේ.

ඇමුණුම IV

පොළ ටෙන්ඩර් දීමේ ගිවිසුම් පත්‍රය

පොළ ටෙන්ඩර් දීමේදී ටෙන්ඩර්කරු සහ ගැනුම්කරු අතර ටෙන්ඩරය ක්‍රියාත්මක වියයුතු ආකාරය පිළිබඳ ගිවිසුමක් ඇතිවේ. එහි පොළින් පොළට පැහැදිලි වෙනස්කම් ඇත. සමහර විට ඔවුන් දෙදෙනා අතර ඇති සබඳතාවය මතද ගිවිසුමේ අඩංගු කොන්දේසි ප්‍රමාණය වෙනස් වන බව තෙවන පරිච්ඡේදයේදී දක්වා ඇත. එම තත්ත්වය පැහැදිලිව දැක්වීම සඳහා බණ්ඩාරගම, අළුත්ගම සහ වැලිපැන්න යන පොළවල් 1988 වසර සඳහා ටෙන්ඩර් දීමේදී ඇතිකර ගත් ගිවිසුම් පත්‍රවල අඩංගු කොන්දේසි මාලාව පිළිවෙලින් පහත දැක්වේ.

(1) බණ්ඩාරගම පොළෙහි ගිවිසුම් පත්‍රයේ අඩංගු කොන්දේසි මාලාව

1. 87-11-13 දින ටෙන්ඩර් මණ්ඩලය විසින් ගන්නා ලද තීරණය පරිදි පහත සඳහන් පොළේ බදු මුදල එකතු කිරීම වෙනුවෙන් මාසික බදු කුලිය වශයෙන් රු. (   ) බදු ගැනුම්කරු විසින් අධිකාරී පත්තු සංවර්ධන සභා උප කාර්යාලය වෙත ගෙවිය යුතු අතර මෙම බදු මුදල සෑම මසකම 10 වන දිනට හෝ ඉන් පෙර ගෙවා නිදහස් කළ යුතුය.

2. මෙම බදු මුදල් නියමිත මාසයේ 10 වන දිනට පෙර ගෙවා නිදහස් නොකළහොත් අතපසු වන එක් එක් දිනක් සඳහා රු. 1/= ක දඩ මුදලක් බදු මුදලට අමතරව උප කාර්යාලයට ගෙවිය යුතුය.

3. බදුකරු විසින් ගෙවනු ලබන සෑම මුදලක් සඳහාම උප කාර්යාලයේ මුදල් පිළිබඳ වගකීම අදාළ නිලධාරී මහතා අත්සන් කළ කුවිතාන්සියක් ලබාගත යුතුය. නැතහොත් කළුතර සංවර්ධන සභාවේ සංවර්ධන අරමුදල යනුවෙන් රේඛනය කරන ලද චෙක්පත්, මුදල් ඇනවුම්පත් හෝ තැපැල් ඇනවුමක් මගින් ඉදිරිපත් කළ යුතුය.

4. මෙම ඉරිදා පොළ බදු එකතු කිරීමේ අයිතිය භාර ගැනීමට පෙර තුන්මසක බදු මුදල් හා සමාන ඇප ආරක්ෂණයන් වශයෙන් උප කාර්යාලයේ තැන්පත් කළ යුතුය. එම ඇප මුදල ආපසු ගෙවනු ලබන්නේ නියමිත බදු කාලය අවසන් වීමෙන් පසුය. මාළු වෙළඳ පොළේ බදු එකතු කිරීමට බදුකරුට අයිතියක් නැත.

5. මෙම මුදල ගෙවීමේදී බදු ගැනුම්කරුගෙන් උප කාර්යාලයට අයවිය යුතු යම්කිසි අලාභයක් වන්දියක් හෝ වෙනත් ගෙවීමක් වේ නම්, එම සියළුම මුදල් ඉන් අඩුකර ගැනීමට උප කාර්යාලයට බලය තිබේ.

6. මෙම බද්දට යටත් වන පොළ භූමියේ ඇති ගොඩනැගිලි විදුලි උපකරණ හෝ වෙන යම් උප කාර්යාලය සතු කුමන අන්දමේ දේපළකට කිසියම් අලාභයක් පාඩුවක් හෝ විනාශයක් වුවහොත් ඒ වෙනුවෙන් උප කාර්යාලය විසින් කරනු ලබන සාධාරණ තක්සේරුව අනුව එම අලාභය බදුකරුගෙන් අයකර ගැනීමට උප කාර්යාලයට බලය ඇත.

7. බදු ගැනුම්කරු විසින් සේවයේ යොදවනු ලබන සියළුම සේවකයන්ගේ විනය පිළිබඳව හා ඔවුන් වෙතින් උපකාර්යාලයේ දේපළවලට සිදුවන අලාභ හානි හා පාඩු පිළිබඳව වගකීමට බදුගැනුම්කරු බැඳී සිටී.

8. මෙම බදුකරයට යටත්වන කාලපරිච්ඡේදය අවසන් වීමට පෙර බදු ගැනුම්කරු විසින් එම බද්ද අවලංගු කර ගැනීමට අදහස් කරන්නේ නම් ඒ බව පූරා ලිත් මාසයක් කල් ඇතුව ලියවිල්ලක මාර්ගයෙන් අධිකාරී පත්තු සංවර්ධන සහා උපකාර්යාලයේ නියමිත නිලධාරී වෙත දන්වා එවිය යුතුය.

9. බදුකරය අවලංගු කිරීමෙන් පසු බදුකරයේ කාලය අවසන් වීමෙන් පසුව බදුකරයට අයත් සියළුම දේපළ හා අනිකුත් සියළුම දේ යථාර්ථයෙන් බදු ගැනුම්කරු විසින් නියමිත නිලධාරී තුමාට හෝ ඔහුගේ බලයලත් නිලධාරියෙකුට භාරදිය යුතුය. එසේ බාරදීමෙන් පසු නියමිත නිලධාරී වෙත ලැබෙන පරීක්ෂණ වාර්තාව අනුව 5 වන වගන්තියේ විධිවිධානයන්ට යටත්ව ක්‍රියා කිරීමේ බලය නියමිත නිලධාරී තුමා සතුවේ.

(2) අළුත්ගම පොළෙහි ගිවිසුම් පත්‍රයේ අඩංගු කොන්දේසි මාලාව

1. දෙවන පාර්ශවකරු නොහොත් බදු ගැනුම්කරු විසින් 1988 ජනවාරි මස 01 වෙනි දින සිට 1988 දෙසැම්බර් 31 දායින් අවසන් වන දොළොස් මාසය තුළ ඇති සෑම සඳු දිනකම අළුත්ගම සති පොළෙහි බදු එකතු කොට පසු දිනම එනම්, අඟහරුවාදා දිනයෙහි රු .... මුදලක් අළුත්ගම සංවර්ධන සහා උප කාර්යාලයට ගෙවිය යුතුය. මේ පදනම යටතේ ඉහත කී දොළොස් මාසය සම්බන්ධයෙන් රු. ....ක මුදලක් දෙවන පාර්ශවකරු විසින් සම්පූර්ණයෙන් ගෙවා නිම කළ යුතුවේ.

2. සාධාරණ හේතුවක් නොමැතිව සතිපතා නියමිත දින මුළු මුදලම කාර්යාලයට ගෙවීමට අපොහොසත් වුවහොත් පමා වන එක් දිනකට රු.2.00 බැගින් වූ අතිරේක දඩ මුදලක් ද බදුකරු විසින් ගෙවිය යුතුවේ.

3. පිට පිට සති දෙකක මුදල් කාර්යාලයේ තැන්පත් නොකළ හොත් පළමු පාර්ශවකරුට මෙම ගිවිසුම අවලංගු කිරීමට බලය ඇත.

4. බද්ද ආරම්භ වීමට පෙර ඇප තැන්පත් මුදල් වශයෙන් මසක මුදල වන රු. ....ක මුදල බදුකරු විසින් අළුත්ගම සංවර්ධන සහා උප කාර්යාලයේ තැන්පත් කළ යුතුවේ.

5. බදු අයකිරීමේදී ශ්‍රී ලංකා ජනරජයේ 1973 ජනවාරි 12 වෙනි දින නිකුත් කරන ලද 10-370-73.01.12 දින අංක 42 දරණ ගැසට් පත්‍රයේ ඇති අතුරු ව්‍යවස්ථා අනුව කටයුතු කළ යුතුයි.

6. මෙම වෙළඳ පොළෙහි මාළු සහ මස් වෙළඳාම නොකිරීමට වගබලා ගත යුතුයි.

7. මෙම බදු එකතු කිරීමේදී යම් ප්‍රශ්නයක් නැගුනහොත් වහාම කාර්යාලයට දැනුම් දී අවශ්‍ය උපදෙස් ලබා ගැනීමට මෙයින් පොරොන්දු විය යුතුයි.

8. සති පොළ බදුකරු විසින්ම අළුත් වැඩියාවන් සහ නඩත්තු කටයුතු පවත්වාගෙන යා යුතු අතර එදිනෙදා ශුද්ධ පවිත්‍ර කිරීම ද කළ යුතුයි.

(3) වැලිපැන්න පොළෙහි ගිවිසුම් පත්‍රයේ අඩංගු කොන්දේසි මාලාව

1. වැලිපැන්න සංවර්ධන සහා උප කාර්යාලය විසින් වෙළඳ පොළවල් පිළිබඳව පනවා සම්මත කර ඇති සියළුම නීති රීතිවලටද, අත්සන් තබන ලද මෙම ගිවිසුම් පත්‍රයේ සඳහන් සියළුම කොන්දේසිවලටද සංවර්ධන සභාවේ සභාපති හෝ, දිසා ලේකම් හෝ නියමිත නිලධාරී විසින් යම් යම් අවස්ථාවල පනවනු ලබන කොන්දේසිවලටද, අවනත වන බවට පොරොන්දුවක් වශයෙන් සිය විශ්වාසය තහවුරු කිරීම පිණිස බදු ගැනුම්කරු විසින් රු. .... වැලිපැන්න උප කාර්යාලයේ ඇප වශයෙන් තැන්පත් කළ යුතුය.

2. යම් හෙයකින් බදු ගැනුම්කරු විසින් මෙම ගිවිසුම් පත්‍රයේ ඇති මොනයම් කොන්දේසියක් වුවද කඩ කරනු ලැබුව හොත් නියමිත නිලධාරී තැනට අභිමත පරිදි බදු ගැනුම්කරු විසින් තබන ලද ඇප මුදල් සභාව සතුකර ගිවිසුමේ කොන්දේසි කඩ කිරීමෙන් වැලිපැන්න සංවර්ධන සහා උප කාර්යාලයට සිදුවී ඇති අලාභය අයකර ගැනීම සඳහා ඔහුට විරුද්ධව නඩු පැවරීම සඳහා නියමිත නිලධාරී තැනට සම්පූර්ණ බලය පවතී.

3. 1988 වර්ෂයේදී වැලිපැන්න ගල්මත්ත සිකුරාදා පොළ පිළිබඳව පිළිගන්නා ලද වාර්ෂික බද්ද වූ රු. .... මුදල රුපියල් .... බැහින් වූ මුදල කොටස් දොළහකින් වැලිපැන්න උප කාර්යාලයට සම්පූර්ණයෙන් ගෙවිය යුතුය. මාසයේ බදු මුදල ඒ ඒ මාසයේ හත්වෙනි දිනට පෙර ගෙවිය යුතුය.

4. මාස්පතා ගෙවිය යුතු බද්ද ගෙවීම ප්‍රමාද කරනු ලබන එක් එක් දිනය සඳහා රු.01/- ක අතිරේක මුදලක් බදුකරු විසින් ගෙවිය යුතුය. දින 14කට වැඩි කාලයක් බද්ද ගෙවීම පැහැර හැරීමට යෙදුනහොත් කිසියම් දැනුම්දීමක් නොකර බද්ද අවලංගු කර, තබා ඇති ඇප මුදල් සභාව සතු කිරීමට නියමිත නිලධාරියාට බලය තිබේ.

5. බදුකරු විසින් පොළෙහි අයිතිය පිළිබඳව ක්‍රියා කළ යුත්තේ නියමිත නිලධාරියාගෙන් ලබාගන්නා ලද අනුමැතිය පරිදි විය යුතුය.

6. සම්මත කර ඇති අතුරු ව්‍යවස්ථාවන්ට අනුකුලව සහ වැලිපැන්න සංවර්ධන සහා උප කාර්යාලය විසින් මින් ඉදිරියට සම්මත කරනු ලබන නීති රීති අතුරු ව්‍යවස්ථා රෙගුලාසිවලට හා නියමයන්ට අනුකුලව හා එකහව බදුකරු විසින් ක්‍රියා කිරීමෙන් පොළට පැමිණෙන වෙළඳුන්ගේ හා පාරිභෝගිකයින්ගේ පහසුව සැපයීමටද වැලිපැන්න සංවර්ධන සහා උප කාර්යාලයේ පොදු දේපළක් වූ පොළට අයත් වෙළඳ මඩු හා ගොඩනැඟිලි මැනවින් පවිත්‍රව හා සුරක්ෂිතව තැබීම විශේෂයෙන් කළයුතු අතර අළුතින් මඩු හෝ වෙනයම් කිසිදු ඉදිකිරීමක් නොකළ යුතුය.

7. සම්ප්‍රදායානුකුලව සතිපොළ පැවැත්විය යුතු බ්‍රහස්පතින්දා - සිකුරාදා දිනය වෙනුවට යම් හේතුවක් නිසා පොළ පැවැත්වෙන විශේෂ දිනය වෙනුවෙන් වෙළඳුන්ගෙන් මුදල් එකතු කිරීමට බදුකරුට අයිතියක් නැත.

8. වෙළඳාමේ කාර්යයන් සඳහා පොළ සීමාව තුළ නවතා ඇති වාහන වෙනුවෙන් සම්මත අතුරු ව්‍යවස්ථානුකුලව ගාස්තු අය කළ හැකිය. වෙළඳ පොළ මඩු හා බිම් කැබළි පිළිබඳව පහත දැක්වෙන අයකළ හැකි ගාස්තු පිළිබඳව උප ලේඛනයේ සඳහන් කර ඇති ගාස්තු අනුව පමණක් වෙළෙන්දන්ගෙන් ගාස්තු අයකළ යුතු අතර, අයකරන සියළුම මුදල් සඳහා අදාළ කුවිතාන්සි නිකුත් කළ යුතුය. අය කළහැකි උපරිම මිල සීමාව ගාස්තු පිළිබඳ උප ලේඛනයේ දක්වා ඇත.

9. පොළ භූමිය තුළ ඕනෑම අවස්ථාවකදී නියමිත නිලධාරීන්ට හෝ ඔහුගෙන් බලය ලත් නිලධාරීන්ට බදු එකතු කිරීම පිළිබඳ පරීක්ෂා කර බැලීමට අවසර ඇත.

10. බදුකරු විසින් ගිවිසගත් බදු ගිවිසුම පිළිබඳ කිසිදු අලාභයකට සංවර්ධන සහා උප කාර්යාලය වග කියනු නොලැබේ. පොළ භූමියේ පවතින ගොඩනැගිලි, චංචල දේපළ ආදියට කිසියම් හානියක් නොවන බවට වග බලා ගත යුතුය.

11. ගිවිසුම් පත්‍රයේ සඳහන් කොන්දේසි වර්ෂය අතරතුරදී අවලංගු කිරීමට සිදු වුවහොත් ඒ සඳහා කිසිදු අලාභයක් හෝ වන්දියක් ඉල්ලීමට, බදු ගැනුම්කරුට කිසිම නිත්‍යානුකූල අයිතියක් නොමැති බව සැලකිය යුතුය.

12.. ඉහත සඳහන් කොන්දේසිවලට හා උපදෙස්වලට එකඟව පොළ පවත්වාගෙන යාමටත් පොලේ විනය හා ස්ථානයේ ගෞරවය ආරක්ෂා වන අයුරින් ක්‍රියා කිරීමටත් මම මෙයින් පොරොන්දු වෙමි.

ඇමුණුම V වගු

V. 1 වගුව : පරිපාලන මූලාශ්‍රයන් අනුව සහ දිස්ත්‍රික්ක අනුව ශ්‍රී ලංකාවේ මුළු පොළවල් සංඛ්‍යාව - 1987

දිස්ත්‍රික්කය	මුළු පොළවල් ගණන	පළාත්පාලන ආයතන සතු ඒ මගින් පාලනය වන පොළවල් ගණන	පළාත්පාලන ආයතන විසින් පෞද්ගලික අංශයට ටෙන්ඩර් දී ඇති පොළවල් ගණන	පෞද්ගලික අයිතිය යටතේ පවතින පොළවල් ගණන
අම්පාර	11	02	09	-
අනුරාධපුරය	19	05	11	03
බදුල්ල	10	05	05	-
මඩකලපුව	04	04	-	-
ගාල්ල	21	01	15	05
ගම්පහ	42	31	05	06
හම්බන්තොට	25	-	23	02
කළුතර	26	05	18	03
මහනුවර	10	02	08	-
කුරුණෑගල	61	15	36	10
මාතලේ	10	08	-	02
කෑගල්ල	16	08	07	01
මන්නාරම	01	-	01	-
මාතර	21	-	20	01
මොණරාගල	23	23	-	-
මුලතිව්	-	-	-	-
නුවරඑළිය	03	-	03	-
පොළොන්නරුව	11	05	04	02
පුත්තලම	30	-	18	12
රත්නපුර	35	07	26	02
ත්‍රිකුණාමලය	02	-	02	-
වව්නියාව	10	-	10	-
කොළඹ	15	01	08	06
මුළු ගණන	406	122	229	55

මූලාශ්‍රය : පළාත් පාලන දෙපාර්තමේන්තුව

මේ අනුව ශ්‍රී ලංකාවේ වැඩිම පොළවල් සංඛ්‍යාවක් ව්‍යාප්තව පවතින්නේ කුරුණෑගල දිස්ත්‍රික්කයේය. කෙසේ වෙතත් 1970 දශකයේ සිදුවූ පොළෙහි ව්‍යාප්තිය 1980 දශකයේදී ක්‍රමානුකූල පසුබෑමකට ලක්වී ඇති බව මින් පැහැදිලිය.

V.2 වගුව : කළුතර දිස්ත්‍රික්කයේ පොළවල් පැවැත්වෙන දිනයන් හා වේලාවන්

පොළේ නම	පැවැත්වෙන දවස	පැවැත්වෙන වේලාව
01. පානදුර පොළ	අඟහරුවාදා/සෙනසුරාදා	දවසම
02. මතුගම පොළ	ඉරිදා/බදාදා	දවසම
03. අළුත්ගම සතිපොළ	සඳුදා	දවසම
04. කළුතර දකුණු මහජන පොළ	සෙනසුරාදා/ඉරිදා	දවසම
05. බඳුරලිය පොළ	ඉරිදා	උදේ
06. හොරණ පොළ	බ්‍රහස්පතින්දා/ඉරිදා	දවසම
07. ඉංගිරිය පොළ	ඉරිදා	දවසම
08. පැලවත්ත පොළ	බදාදා	උදේ
09. අතුර පොළ	ඉරිදා	දවසම
10. ගල්මත්ත පොළ	සිකුරාදා	දවසම
11. පොල්ගම්පොළ පොළ	සඳුදා	උදේ
12. මිල්ලනිය පොළ	සෙනසුරාදා	දවසම
13. හේනමුල්ල පොළ	බ්‍රහස්පතින්දා	දවසම
14. අගලවත්ත පොළ	සෙනසුරාදා	දවසම
15. තෙබුවන පොළ	සෙනසුරාදා	සවස
16. වරකාගොඩ පොළ	අඟහරුවාදා	දවසම
17. ගල්පාත පොළ	බදාදා	දවසම
18. බණ්ඩාරගම පොළ	ඉරිදා	උදේ
19. නෑබොඩ පොළ*	බ්‍රහස්පතින්දා	සවස
20. පයාගල පොළ	අඟහරුවාදා	සවස
21. වැලිපැන්න පොළ	අඟහරුවාදා	දවසම
22. කිරිගල පොළ	ඉරිදා	උදේ
23. ඇල්ඔය පොළ	බදාදා	දවසම
24. මොරොන්තුඩුව පොළ	බ්‍රහස්පතින්දා	දවසම
25. කිදෙල්පිටිය පොළ	සඳුදා	දවසම
26. ගෝනපොළ පොළ	බදාදා	දවසම

* වර්තමානයේදී ක්‍රියාත්මක නොවේ.

මූලාශ්‍රය : දිස්ත්‍රික් සංවර්ධන සභා කාර්යාලය, කළුතර.

V. 3 වගුව : අයිතිකරුවන් විසින් සහ ටෙන්ඩරය ලබාගත් පුද්ගලයන් විසින් පොළෙන් ලැබූ ආදයමින් පොළ වෙනුවෙන් කරන ලද වියදම්වල ප්‍රතිශතය - 1987 පොළෙන් ලැබූ ආදායමින්

පොළ	පොළ අයිතිකරු විසින්				පොළ අයිතිකරුවන් කරන ලද වියදම මුළු ආදායම (රු.)	ටෙන්ඩර්කරු විසින් කරනලද වියදම විසින් පොළෙන් ලැබූ					ටෙන්ඩර්කරුවන් විසින් පොළෙන් ලැබූ මුළු ආදායම/වියදම
	මඩු විදුලිය	සනීපා රක්ෂාව	බීම කුලිය	මුළු වියදම		මඩු	සනීපා රක්ෂාව	කම්කරු ගාස්තු	ටෙන්ඩර් මුදල	මුළු	
විශාල පොළවල්											
අළුත්ගම	-	-	-	-	65,000	-	2	-	83	83	78,000
හොරණ*	-	-	-	-	150,000	-	-	-	-	-	
බදුරලිය	-	-	-	-	74,000	4	-	5	84	93	88,400
අතුර	-	24	33	57	21,010	13	6	-	67	86	31,200
මතුගම	-	-	-	-	145,000	-	-	-	96	96	150,800
ගල්පාත	-	-	2	2	19,680	-	-	13	54	67	36,400
අගලවත්ත	-	-	-	-	30,000	-	-	-	82	98	36,400
කුඩා පොළවල්											
මිල්ලනිය	50	-	-	50	1,000	38	-	-	19	57	5,200
ගල්මත්ත	-	-	-	-	10,000	-	-	-	-	-	-
බණ්ඩාරගම	2	-	-	2	28,000	-	-	-	87	87	32,240
මොරොන්තුඩුව	28	-	-	28	4,800	-	-	-	-	-	-
වරකාගොඩ	24	11	-	35	8,400	-	-	-	-	-	-
වැලිපැන්න	-	-	-	-	1,440	-	-	-	46	46	3,120

මූලාශ්‍රය : ඒ ඒ පොළට අදාළ පරිපාලන මූලාශ්‍රවේ.

* පොළ වෙනුවෙන් වියදම් කරන ලද මුදල වෙනම ම වාර්තාගත වී නොමැත (නගර සභාවෙන් පාලනය වන පොළකි.)

V. 4 වගුව : එක් එක් පොළෙහි පොළ රවුමේ නියුක්ත වෙළඳුන්ගේ ප්‍රතිශතය

පොළ	2	3	4	5	6	මුළු වෙළඳුන්
විශාල පොළවල්						
අළුත්ගම	17	17	17	17	-	182
හොරණ	5	40	5	-	5	468
බඳුරලිය	15	25	40	-	-	311
අතුර	40	15	15	5	5	205
මතුගම	22	11	-	-	6	289
ගල්පාත	39	-	28	11	-	182
අගලවත්ත	19	25	31	6	6	196
කුඩා පොළවල්						
මිල්ලනිය	-	25	25	17	33	53
ගල්මත්ත	17	50	17	17	-	150
බණ්ඩාරගම	-	30	10	20	-	114
මොරොන්තුඩුව	20	40	-	10	-	88
වරකාගොඩ	-	44	22	11	11	48
වැලිපැන්න	20	40	-	-	-	05

2 - සලකාබලන පොළ සහ තවත් පොළවල් 1ට යන වෙළඳුන්ගේ ප්‍රතිශතය
3 - සලකාබලන පොළ සහ තවත් පොළවල් 2ට යන වෙළඳුන්ගේ ප්‍රතිශතය
4 - සලකාබලන පොළ සහ තවත් පොළවල් 3ට යන වෙළඳුන්ගේ ප්‍රතිශතය
5 - සලකාබලන පොළ සහ තවත් පොළවල් 4ට යන වෙළඳුන්ගේ ප්‍රතිශතය
6 - සලකාබලන පොළ සහ තවත් පොළවල් 5ට යන වෙළඳුන්ගේ ප්‍රතිශතය

මූලාශ්‍රය : ක්ෂේත්‍ර සමීක්ෂණය, 1987,

V. 5 වගුව : එක් එක් විශේෂිත හේතුන් මත භාණ්ඩ මිලදී ගැනීම සඳහා පොළ තෝරාගත් ගැනුම්කරුවන්ගේ ප්‍රතිශතය.

පොළ තෝරා ගැනීමට හේතුව	එම හේතුව මත පොළ තෝරාගත් ගැනුම්කරුවන්ගේ ප්‍රතිශතය
ළඟ නිසා	59
ලාභය නිසා	31
පුරුද්දක් වශයෙන්	02
වෙනත් ස්ථානයක් නැති නිසා	01
වෙනත් අවශ්‍යතාවකට පැමිණෙන නිසා	01
පොළ දින දෙකක්ම පැවැත්වෙන නිසා	01
භාණ්ඩ තොග වශයෙන් ලබාගත හැකි නිසා	01
රැකියාවට ගොස් පොළ ආසන්නයෙන් එන නිසා	01
නිවාඩු දිනවල පොළ පැවැත්වෙන නිසා	01
සෑම දෙයක්ම එකම තැනකින් ගතහැකි නිසා	01
හොඳ තත්ත්වයේ භාණ්ඩ ලබාගත හැකි වෙන නිසා	01

මූලාශ්‍රය : ක්ෂේත්‍ර සමීක්ෂණ, 1987 නොවැම්බර්

V. 6 වගුව : භාණ්ඩ සඳහා කරන ලද වෙනත් වියදම් (එක් වෙළෙන්දෙකු විසින් පොළට ගෙන ආ මුළු භාණ්ඩ තොගය සඳහා කර ඇති සාමාන්‍ය වියදම රුපියල්වලිනි. භාණ්ඩ මිලදී ගත් පසු ඒවා අලෙවි කිරීම දක්වා කරන ලද වියදම් මෙයට ඇතුළත්ය).

භාණ්ඩ වර්ගය / වියදම් වර්ගය	ප්‍රවාහන වියදම්	නඩත්තු වියදම්	පොළබදු ප්‍රමාණය	පෞද්ගලික වියදම්	අපතේ ගිය භාණ්ඩ තොගයේ වටිනාකම	භාණ්ඩ මිලදී ගැනීම සඳහා වැයකළ මුදල් වෙනුවෙන් දරණ අවදානම	ශ්‍රමය සඳහා කළ වියදම (තමාගේ ශ්‍රමය සඳහායි)	එකතුව (මුළු වියදම)
විශාල පොළවල්								
එළවළු සහ පලතුරු	31	23	6	24	95	4	40	228
සහල්/කරවල සහ අතිරේක	60	35	10	49	307	14	40	515
කාර්මික නිෂ්පාදන	30	7	6	25	79	6	40	193
බුලත් පුවක් සහ වෙනත්	20	7	7	30	59	3	40	166
කුඩා පොළවල්								
එළවළු සහ පලතුරු	27	19	6	30	107	4	40	223
සහල්/කරවල සහ අතිරේක	50	14	7	35	211	11	40	368
කාර්මික නිෂ්පාදන	18	7	6	21	86	7	40	185
බුලත්/පුවක් සහ වෙනත්	13	6	3	11	35	2	40	110
සාමාන්‍ය(විශාල පොළවල්)	35	19	7	32	135	7	40	275
සාමාන්‍ය(කුඩා පොළවල්)	27	11	5	24	110	6	40	222
සාමාන්‍ය(මුළු පොළවල්)	31	15	6	28	122	6	40	248

V.7 වගුව : පොළෙහි වෙළඳුන්ගේ අලෙවි පිරිවැය (භාණ්ඩය පොළේදී අලෙවිකළ මිල - 100 වන විට ඔවුන් භාණ්ඩ සඳහා කර ඇති එක් එක් වියදම්වල ප්‍රමාණය මෙයින් දැක්වේ.)

භාණ්ඩ වර්ගය	වියදම් වර්ගය									
	භාණ්ඩ මිලදී ගැනීමට ගිය වියදම	ප්‍රවාහන වියදම්	තවත්තු වියදම	පොළබදු ප්‍රමාණය	පෞද්ගලික වියදම	අපතේ ගිය භාණ්ඩවල වටිනාකම	භාණ්ඩ මිලදී ගැනීම සඳහා වැයකළ මුදල් වෙනුවෙන් දරණ ලද අවදානම	ශ්‍රමය සඳහා කළ වියදම	ශුද්ධ ලාභය (තමාගේම ශ්‍රමය සඳහායි)	භාණ්ඩ විකුණුම්
විශාල පොළවල්										
එළවළු සහ පළතුරු 78.5	2.0	1.7	0.4	1.5	6.1	0.3	2.4	7.1	100	
සහල්/කරවල සහ අතිරේක	83.1	1.1	0.7	0.2	0.9	5.7	0.3	0.7	7.3	100
කාර්මික නිෂ්පාදන 81.5	4.3	1.0	0.9	3.6	11.5	0.9	5.8	-9.5	100	
බුලත් පුවක් සහ වෙනත්	68.0	2.6	0.9	0.9	3.7	7.4	0.4	5.0	11.1	100
කුඩා පොළවල්										
එළවළු සහ පලතුරු 76.7	1.8	1.3	0.4	2.0	7.3	0.3	2.7	7.5	100	
සහල්/කරවල සහ අතිරේක	82.3	1.6	0.4	0.2	1.1	6.8	0.4	1.3	5.9	100
කාර්මික නිෂ්පාදන 80.5	2.9	1.1	0.9	3.4	14.6	1.1	6.8	-11.3	100	
බුලත්/පුවක් සහ වෙනත්	65.6	4.1	1.8	0.9	3.5	11.4	0.6	12.9	-0.8	100
මුළු පොළවල්										
එළවළු සහ පලතුරු 78.1	1.8	1.5	0.4	1.7	6.5	0.3	2.5	7.2	100	
සහල් කරවල සහ අතිරේක	82.7	1.3	0.6	0.2	1.0	6.1	0.3	0.9	6.9	100
කාර්මික නිෂ්පාදන 81.2	3.7	1.1	0.9	3.6	12.7	0.9	6.2	-10.3	100	
බුලත් පුවක් හා වෙනත්	67.9	2.8	1.0	0.9	3.5	8.1	0.3	6.9	8.6	100

මූලාශ්‍රය : ක්ෂේත්‍ර සමීක්ෂණය, 1987 නොවැම්බර්