

කෘෂිකාර්මික අලෙවිකරණයේ පොදු ලක්ෂණ හා ගැටළු

කෘෂි නිෂ්පාදන සඳහා අනෙකුත් නිෂ්පාදනවලට සාපේක්ෂව ඉහළ අවදානමක් පවතී. කෘෂි නිෂ්පාදනවල ස්වභාවයෙන් ම පවතින ජීව විද්‍යාත්මක ස්වභාවය නිසා ඉක්මණින් නරක්වීම, විනාශවීම, තැලෙනසුළු ස්වභාවයෙන් යුක්තවීම යනාදිය ඒ සඳහා බලපානු ලබයි. ඒ අනුව, කෘෂි නිෂ්පාදන ඉහළ නැංවීම පමණක් නොව ඒවා කාර්යක්ෂම සහ ඵලදායී අයුරින් අලෙවි කරනු ලබන ආකාරය සම්බන්ධයෙන් ද වැඩි අවධානයක් යොමු කිරීම ඉතාමත් කාලෝචිත වූවකි.

නිෂ්පාදකයාගේ සිට අවසන් පාරිභෝගිකයා දක්වා කෘෂි නිෂ්පාදන ගමන් කරන කෘෂිකාර්මික අලෙවිකරණය තුළ රැස් කිරීම, වර්ග කිරීම, තේරීම, ඇසුරුම් කිරීම, ගබඩා කිරීම, ප්‍රවාහනය හා බෙදා හැරීම යන කාර්යයන් අඩංගු වේ. කෘෂි අලෙවිකරණ ප්‍රවාහය සඳහා රාජ්‍ය අංශය, පුද්ගලික අංශය සහ සමුපකාර හා ගොවි සංවිධාන වැනි ප්‍රධාන පාර්ශවකරුවන් සම්බන්ධව සිටී. කෘෂි අලෙවිකරණය සඳහා අවශ්‍ය ප්‍රතිපත්ති සම්පාදනය, වෙළෙඳපොළ සඳහා අවශ්‍ය යටිතල පහසුකම් සැපයීම සහ මිල පාලනය අවශ්‍ය අවස්ථාවල නිෂ්පාදන මිලට ගැනීම වැනි විශේෂිත වෙළෙඳපොළ මැදිහත්වීම් රාජ්‍ය අංශය මගින් සිදු කරනු ලබන අතර විශේෂයෙන් ම, ඒ සඳහා ආරක්ෂණ තොග පවත්වාගෙන යාම තුළින් සැපයුම හා මිලෙහි ස්ථායීකරණයක් ඇති කිරීම ද රජය මගින් සිදු කරනු ලබයි. කෘෂි අලෙවිකරණ ක්‍රියාවලිය තුළ වැඩි වශයෙන් රැඳී සිටින්නේ පුද්ගලික අංශයයි. අතරමැදියන්ගේ සිට සියළුම ස්ථරවල, පුද්ගලික අංශය මුළුමනින්ම මෙන් ක්‍රියාත්මක වන අතර විශේෂයෙන් වී අලෙවිකරණයේ දී වී මෝල් පවත්වාගෙන යාම, කොග හා සිල්ලර වෙළෙඳම මුළුමනින්ම වාගේ සිදු කරනු ලබන්නේ මෙම පුද්ගලික අංශය මගිනි. සමුපකාර සහ ගොවි සංවිධාන හරහා ද කෘෂි අලෙවිකරණය තුළ යම් කාර්යයක් ඉටු කරනු ලබයි.

කෘෂි අලෙවිකරණය ඉතා දීර්ඝ ක්‍රියාවලියක් වන අතර බොහෝ අතරමැදියන්

සම්බන්ධව සිටී. මෙහි බොහෝ විට ස්ථර 5-6 හෝ වැඩි ප්‍රමාණයක් දකිය හැකි වේ. මේ තත්ත්වය අසාර්ථක අලෙවිකරණ යටිතල පහසුකම් සහ වෙළෙඳපොළ සංවර්ධනය තුළ පවතින යම් යම් අඩුපාඩු සම්බන්ධයෙන් ඉහියක් ලබා දේ. සාර්ථක හා ඵලදායී අලෙවිකරණයක් තුළ අලෙවි ප්‍රවාහය කෙටි විය යුතු ය. කෘෂි අලෙවිකරණය ඕනෑම රටක කෘෂි අංශයේ සංවර්ධනය උදෙසා ඉතා වැදගත් මෙහෙයක් ඉටු කරනු ලබයි. වැඩිවන ජනගහනයට සාපේක්ෂව පවතින ඉහළ ආහාර ඉල්ලුමට සරිලන පරිදි ආහාර නිෂ්පාදනය හා ඵලදායකත්වය ඉහළ නැංවිය යුතු සේ ම අලෙවිකරණ ක්‍රියාවලියේ කාර්යක්ෂමතාවය සහ ඵලදායකත්වය ද ඉහළ නැංවීම අත්‍යාවශ්‍ය කරුණකි. නිෂ්පාදන ඉහළ යාමත් සමඟ ඊට සමගාමීව අලෙවිකරණ ක්‍රියාවලිය වැඩි දියුණු නොවුනහොත් එය කෘෂි නිෂ්පාදකයාට (ගොවියාට) මෙන්ම ආර්ථිකයට ද අහිතකර අයුරින් බලපානු ලබයි. කෘෂිකාර්මික සංවර්ධනයේ එකම අරමුණ විය යුත්තේ නිමැවුම ඉහළ නැංවීම පමණක් නො වන අතර එම නිෂ්පාදන සාර්ථක මිලකට අලෙවි කිරීම සඳහා කෘෂි අලෙවිකරණ ක්‍රියාවලිය කාර්යක්ෂම හා ඵලදායී කිරීම ද කළ යුතු ය. අලෙවිකරණ ක්‍රියාවලියේ කාර්යක්ෂමතාවය, නිෂ්පාදනයක ගුණාත්මකභාවය, ප්‍රමාණාත්මකභාවය සහ පරිභෝජනය කරන භාණ්ඩවල මිල යන කරුණු සමඟ බැඳී පවතින අතර අලෙවිකරණ ක්‍රියාවලියේ පිරිවැය අවම කිරීම කළ යුත්තේ පාරිභෝගිකයාගේ තෘප්තිමත් භාවයේ මට්ටම අඩු කිරීමකින් තොරව ය. කෙසේ වුවද, ශ්‍රී ලංකාව තුළ කෘෂිකාර්මික අලෙවිකරණය තුළ දකිය හැකි පොදු ගැටළු සහ ලක්ෂණ කිහිපයක් පවතී. ඒවා පහත සඳහන් අයුරින් විවිධ අංශ යටතේ පෙන්වා දිය හැකිය.

1. කෘෂිකාර්මික නිෂ්පාදන ක්‍රියාවලියේ පවතින ලක්ෂණ

අලෙවිකරණ ක්‍රියාවලිය තුළ නිෂ්පාදනය යනු ඉතාම අවශ්‍යම අංගයකි. කෘෂි

නිෂ්පාදන, වගා කිරීමේ අවස්ථාව හෙවත් තත්ත්වයන්, වගා කරන බෝග වර්ගයන්, භාවිතා කරන කළමනාකරණ ක්‍රමයන්, භාවිතා කරනු ලබන පෙර හා පසු අස්වනු ක්‍රමයන් යන සියළුම කරුණු යම් නිෂ්පාදනයක ගුණාත්මකභාවය සහ ප්‍රමාණය කෙරෙහි බලපානු ලබන අතර එය අලෙවිකරණ තත්ත්වය සඳහා ද සෘජුවම බලපානු ලබයි. බොහෝ විට නිෂ්පාදකයන් හෙවත් වගාකරුවන් තම නිෂ්පාදන ඵලදායී ලෙස සහ ඉහළ මිලකට අලෙවි කිරීම සඳහා අවශ්‍ය වැදගත් නිෂ්පාදන සාධක සම්බන්ධයෙන් දැනුවත්ව නො සිටී. කෙසේ වුව ද, නිෂ්පාදකයන් තම නිෂ්පාදන අලෙවිකරණයේ දී තරඟකාරී ලෙස හා කාර්යක්ෂම ලෙස හැසිරීමට බලපාන, නිෂ්පාදන ක්‍රියාවලිය තුළ පවතින පහත ලක්ෂණ හෝ ගැටළු සම්බන්ධයෙන් අවධානය යොමු කළ යුතු ය.

i. සුළු - පරිමාණ නිෂ්පාදනය

නිෂ්පාදකයන් (ගොවීන්) බහුතරයක් කුඩා ඉඩම් කට්ටිවල, සුළු පරිමාණ වශයෙන්, සංවිධානාත්මක නොවූ ආකාරයට වගාව සිදු කරන අතර ඒ හේතුවෙන් ආර්ථිකමය වශයෙන් පරිමාණුකූල ඵල වාසි ලබා ගැනීමේ අවකාශ නො පවතී. මෙහි දී, නිෂ්පාදනය කරන ප්‍රමාණය සීමිත වන අතර සුළු පරිමාණ ගොවීන්ට තම නිෂ්පාදන සඳහා ඉහළ මිලක් හා ලාභයක් ලැබෙන ආකාරයට යෝග්‍ය වෙළෙඳපොළක් කරා ගොස් නිෂ්පාදන අලෙවි කර ගැනීමේ අපහසුවක් පවතින අතර නිෂ්පාදන ප්‍රමාණය කුඩාවීමත්, සංවිධානාත්මක වශයෙන් කටයුතු නොකිරීමත් හේතුවෙන් අලෙවිකරණයේ දී ඉහළ පිරිවැයක්, ප්‍රවාහනය සඳහා දරිය යුතු වීම එයට හේතු වේ. එමෙන්ම, තම නිෂ්පාදන අවශ්‍ය ගුණාත්මක තත්ත්වයෙන් වෙළෙඳපොළට ඉදිරිපත් කිරීමට අපහසුවීම මත තම නිෂ්පාදන සඳහා ඉහළ මිලක් ලබා ගැනීමේ අපහසුතාවයක් පවතී. සුළු පරිමාණ

නිෂ්පාදනයේ දී අලෙවිකරණය සඳහා පවතින නිෂ්පාදන ප්‍රමාණය අඩු මට්ටමක පවතින අතර ගොවීන්ට එය තරඟකාරී ලෙස අලෙවිකර ගැනීමේ අවශ්‍යතාවය ද පවතින්නේ අඩු මට්ටමකිනි.

ii. වගා ක්‍රමයන්හි සහ කළමනාකරණයේ පවතින දුර්වලතා

කෘෂි අංශයේ නිෂ්පාදන සඳහා ලෙඩ රෝග සහ කෘෂි හානි වැනි දේ මගින් හානි සිදුවීමේ අවදානම ඉහළ මට්ටමක පවතී. වෙළෙඳපොළේ දී ඉහළ මිලක් ලබා ගැනීමට නම් නිෂ්පාදනයක ගුණාත්මක තත්ත්වය ඉතාමත් අවශ්‍ය සාධකයකි. මේ තත්ත්වය මත වඩා හොඳ අස්වැන්නක් හා ගුණාත්මක තත්ත්වයෙන් යුත් නිෂ්පාදනයක් ලබා ගැනීමට නම් නිසි කළමනාකරණ ක්‍රමයන් අවශ්‍ය වේ. කෘෂි නිෂ්පාදන ස්වභාවයෙන්ම ඉක්මණින්, තරක්වීම, හානි වීම, විනාශ වීමේ ඉහළ අවදානමකින් යුක්තවීම හේතුවෙන් ඒවා නිෂ්පාදන අවස්ථාවේ සිට අවසන් පාරිභෝගිකයා අතට පත්වීම දක්වා ක්‍රියාවලිය තුළ එහි ගුණාත්මක තත්ත්වයන් ආරක්ෂා වන ආකාරයට නිසි සැලැස්මකින් යුක්තව කටයුතු කළ යුතු ය.

iii. නිෂ්පාදනයේ සහ ඉල්ලුමේ සිදු වන කාලීන වෙනස්වීම්

භෞතික සහ දේශගුණික තත්ත්වයන් අනුව බෝගයන් වගා කරන සහ අස්වනු නෙලන කාලසීමාවන් සඳහා වර්ෂයක් තුළ යම් නිශ්චිත කාල සීමාවන් පවතින අතර ඒ අනුව නිෂ්පාදන ප්‍රමාණය සහ මිලෙහි උච්ඡාවචනයන් සිදු වේ. වෙළෙඳපොළ තුළ නිෂ්පාදන හිඟයක් හෝ අතිරික්ත කොට වශයෙන් පැවතීම වළක්වා ගැනීමට නම් නිෂ්පාදනය ක්‍රමානුකූලව සැලසුම් කළ යුතු ය. නිෂ්පාදන අවාර කාල සීමාවල වගා කිරීම තුළ අවදානම්

තත්ත්වය ඉහළ ගිය ද, ඒ තුළින් නිෂ්පාදන හිඟතාවයන් වළක්වා ගත හැකි අතර ඒ සඳහා හොඳ මිලක් ද ලබා ගැනීමේ හැකියාව පවතී. ඒ සඳහා කළමනාකරණ ක්‍රම වැඩිදියුණු කළ යුතුය. නිෂ්පාදනය නිසි පරිදි සැලසුම් කිරීම පමණක් නොව ඒ සඳහා සහායක සේවා එනම්, ගබඩාකරන පහසුකම් වැනි දේ වැඩි දියුණු කිරීම මගින් අතිරික්ත තොග ගබඩා කොට හිඟ කාලවලට සැපයීම වැනි ක්‍රියාමාර්ග මගින් මිලෙහි සිදුවන උච්ඡාවචනයන් පාලනය කිරීමේ හැකියාව පවතී.

iv. කඩිනමින් මුදල් ලබා ගැනීමේ අවශ්‍යතාවය

බොහෝ ගොවීන් වගාව සඳහා විධිමත් හා අවිධිමත් මූල්‍ය මගින් ණය ලබා ගන්නා අතර අස්වනු නෙලීමෙන් අනතුරුව කඩිනමින් තම නිෂ්පාදන අලෙවි කර ගැනීමේ අවශ්‍යතාවය පවතී. ඒ, ලබා ගත් ණය ආපසු ගෙවීමේ ඉක්මන් අවශ්‍යතාවය පවතින නිසාවෙනි. මේ තත්ත්වය මත අඩු මිලකට පවා තම නිෂ්පාදන අලෙවි කිරීමට ගොවීන් පෙළඹේ.

2. පසු අස්වනු ක්‍රියාවලිය සහ අලෙවි-කරණය සඳහා පවතින බාධා

i. යටිතල පහසුකම් සහ පසු අස්වනු පහසුකම් ප්‍රමාණවත් නොවීම

බොහෝ කෘෂි නිෂ්පාදන ප්‍රමාණයෙන් විශාල තොග වශයෙන් පවතින අතර තැලීම්, හානිවීම් ඉතා ඉක්මණින් සිදුවීමේ අවදානම පවතී. මේ නිසා, ගොවිපොළේ සිට වෙළෙඳපොළ දක්වා කඩිනමින් අඩු පිරිවැයකට ප්‍රවාහනය කිරීම අවශ්‍ය ය. කෙසේ වුව ද, බොහෝ ග්‍රාමීය ප්‍රදේශවල පවතින මාර්ග පහසුකම් ඉතා අබලන් තත්ත්වයේ පවතින අතර බොහෝ විට ගොවීන්ට කාර්යක්ෂම හා යෝග්‍ය නොවූ ප්‍රවාහන මාධ්‍යයන් භාවිත කිරීමට සිදු වේ. ඒ

තුළින් සිදුවන ප්‍රමාදයන් මත නිෂ්පාදන විනාශ වීමේ සම්භාවිතාවය ඉහළ මට්ටමක පවතී. යෝග්‍ය ඇසුරුම් ක්‍රම භාවිතයේ පවතින හිඟතාවයන්, ප්‍රවාහනයේ දී විශාල තොගයක් එකපිට එක ගොඩ ගසා ප්‍රවාහනය කිරීමත් හේතුවෙන් පසු අස්වනු නාස්තිය ඉතාමත් ඉහළ මට්ටමක පවතී. යෝග්‍ය ඇසුරුම් ක්‍රම භාවිතය ප්‍රායෝගිකව සිදු නොවන්නේ, ඒ සඳහා අයෝජන පිරිවැය ඉහළ මට්ටමක පවතින බැවිනි. නවීන තාක්ෂණික පහසුකම්, ගබඩා පහසුකම් හා ශීත කළ ගබඩා පහසුකම් යනාදිය ප්‍රමාණවත් නොවීම ද ගැටළුවකි.

ii. නිෂ්පාදන සඳහා ඇසුරුම් භාවිතයක් සිදු නොවීම

යම් නිෂ්පාදනයකට ඇසුරුමක් භාවිතයෙන් අපේක්ෂා කරන ප්‍රධාන අරමුණු දෙකක් වශයෙන්, ගබඩා කිරීමේ දී හා ප්‍රවාහනයේ දී හාණ්ඩයට සිදුවන හානිවලින් ඒවා ආරක්ෂා කිරීම හා ඇසුරුමක් මගින් ප්‍රමිතියකට අනුව එහි ප්‍රමාණය ඇතුළත්වීම මත එය ගනුදෙනු සඳහා පහසුවක් වීම යන කරුණු දෙක වැදගත් ය. බොහෝ කෘෂි නිෂ්පාදන ඇසුරුමකින් තොරව අලෙවිකරන අතර සමහර ඒවා නියමිත ප්‍රමිතියකින් තොර ඇසුරුම්වලින් යුක්තව අලෙවි කෙරේ. මේ හේතුවෙන් එම නිෂ්පාදන ඉක්මණින් තරක්වීමේ හා හානිවීමේ අවස්ථා ඉහළ මට්ටමක පවතින අතර ඒ තුළින් ඒවායේ වෙළෙඳපොළ වටිනාකම ද අඩු වේ.

iii. නිසි පරිදි වර්ග කිරීමේ හා ප්‍රමිති කරණයේ පවතින දුර්වලතාවයන් - අලෙවිකරණයේ දී නිෂ්පාදන වර්ග කිරීම ඉතාමත් වැදගත් වන අතර ඒ තුළින් එහි ගුණාත්මක තත්ත්වය පිළිබඳ යම් අදහසක් පාරිභෝගිකයාට සහ වෙළෙඳුන්ට ලබා දෙන අතර විවිධ වර්ග කිරීම් අනුව මිලෙහි ද වෙනස්කම් දැකිය හැකි වේ. ඒ තුළින් විවිධ වර්ගයේ පාරිභෝගිකයන්ට අවශ්‍ය අයුරින්

ගුණාත්මක තත්ත්වයේ නිෂ්පාදන ලබාදීමේ හැකියාව පවතී. ගුණාත්මක තත්ත්වය හා ප්‍රමාණාත්මක තත්ත්වයන් අනුව කෘෂි නිෂ්පාදන වර්ග කිරීම සම්බන්ධයෙන් බොහෝ නිෂ්පාදකයන් (ගොවීන්) වැඩි අවධානයක් යොමු නොකරන අතර බොහෝ විට සැලකිලිමත් වන්නේ විකුණනු ලබන නිෂ්පාදනයේ බර සම්බන්ධයෙනි. කෙසේ වුවත්, සුපිරි වෙළෙඳසැල් සඳහා කෘෂි නිෂ්පාදන අලෙවිකරණ ගොවීන් පමණක් කෘෂි නිෂ්පාදන වර්ග කිරීම සම්බන්ධයෙන් අවධානයක් යොමු කරනු ලබන්නේ සුපිරි වෙළෙඳසැල් මගින් නිෂ්පාදන මිල දී ගැනීමේ දී ඒවායේ ගුණාත්මක තත්ත්වය පිළිබඳ වැඩි අවධානයක් යොමු කරන නිසාවෙනි.

iv. අලෙවිකරණ ප්‍රවාහයේ පවතින අභිවිච්ඡේදන ස්වභාවය

අලෙවිකරණ ක්‍රියාවලිය මිනිසුන් විශාල ප්‍රමාණයකට රැකියා සපයන මූලාශ්‍රයක් වශයෙන් සැලකිය හැකිය. ඒ අනුව, මෙම ක්‍රියාවලිය තුළ පුද්ගලයන් ගණනාවක් එකම කාර්යය නැවත නැවත සිදු කිරීමේ ස්වභාවයක් පවතී. මෙහි දී, නිෂ්පාදනයට කිසිදු අගයක් එක් කිරීම ද සිදු නොවේ. මෙම බෙදා හැරීමේ කාර්යය තුළ සිටින එක් එක් පුද්ගලයන් ඒ අවස්ථාවල තමාගේ පිරිවැය සහ අලාභ, අපතේ යාම් සඳහා යම් සාධාරණ ආන්තිකයක් හෝ ලාභයක් තබා ගනී. මේ තත්ත්වය ඉහළ අලෙවිකරණ ආන්තිකයන් සඳහා හේතු වන්නකි.

v. අලෙවිකරණය සම්බන්ධයෙන් පවතින දැනුම ප්‍රමාණවත් නොවීම

තරඟකාරී වෙළෙඳපොළ හා අලෙවිකරණ ක්‍රියාවලීන් සම්බන්ධයෙන් මෙන්ම එවන් වෙළෙඳපොළවල පවතින අවශ්‍යතා හා උවමනාවන් සම්බන්ධයෙන් ගොවීන්ට පවතින්නේ අඩු දැනුමකි. එමෙන්ම, තරඟකාරී ලෙස

කෘෂි නිෂ්පාදනයක මිල තීරණය කිරීමේ දී එහි බාහිර පෙනුම, ගුණාත්මක තත්ත්වය, ප්‍රමාණය, ඇසුරුම යන කරුණු තීරණාත්මක සාධක ලෙස වැඩි වශයෙන් අවධානය යොමු කළ යුතු කරුණු බව ද බොහෝ කෘෂි නිෂ්පාදකයන් නොසලකයි. තව ද, ඉල්ලුම හා සැපයුම සඳහා අවදානම් ලෙස බලපාන කරුණු ද, භාණ්ඩයක් අලෙවිකරණයේ දී එහි පිරිවැය අවදානම වැනි කරුණු පිළිබඳ ව ද පවතින්නේ අඩු දැනුමකි.

vi. කාලීන හා නිවැරදි අලෙවිකරණ තොරතුරුවල පවතින හිඟතාවය -

බොහෝ විට ග්‍රාමීය දුෂ්කර පළාත්වල වෙසෙන කෘෂි නිෂ්පාදකයන්, වෙළෙඳපොළේ එම නිෂ්පාදන සඳහා පවතින මිල ගණන් සම්බන්ධයෙන් දැනුවත් වී නොසිටී. ඔවුන්ගෙන් නිෂ්පාදන මිලට ගැනීමට පැමිණෙන ගැනුම්කරුවන් එම නිෂ්පාදන සඳහා ලබා දෙන අගය එහි මිල වශයෙන් ඔවුන් විසින් සලකනු ලබයි. වෙළෙඳ පොළේ පවතින සැබෑ මිල පිළිබඳ ඔවුන්ගේ ඇති අනවබෝධය හේතුවෙන් බොහෝ විට ගොවීන් වෙළෙඳුන්ගේ සූරාකෑම්වලට ලක්වීමේ ඉහළ ප්‍රවනතාවයක් පවතී. බොහෝ විට, එසේ දැනුවත්ව සිටිය ද ඔවුන්ට කේවල් කිරීමේ ශක්තියක් නොපවතින බැවින් පවතින මිලට වඩා පහළ මිලකට ගැනුම්කරුවන්ට අලෙවි කිරීමට ද සිදු වේ. මේ නිසා නිවැරදි වෙළෙඳපොළ තොරතුරු කාලීනව සැපයීම මෙන්ම, ගොවීන් කණ්ඩායම් ලෙස සංවිධානාත්මකව රැස්වීම තුළින් කේවල් කිරීමේ ශක්තිය ද ලබා ගැනීම අවශ්‍ය ය. කෙසේ වුවත්, රාජ්‍ය හා පෞද්ගලික මාධ්‍ය ආයතන ලාභ උදෙසා වැඩි නැඹුරුතාවයක් දක්වන නිසා අලෙවිකරණ තොරතුරු ගොවීන් වෙත සැපයීම සඳහා සිය කාලය වෙන් කිරීමට අකැමතිවීම මෙහි දී දැකිය හැකි ගැටළුවකි.

3. ආයතනිකමය වශයෙන් ලැබෙන සේවාවන් හි පවතින හිඟතාවය

කාර්යක්ෂම අලෙවිකරණයක් සඳහා ආයතනිකමය වශයෙන් ලැබෙන සහාය ඉතා වැදගත් වන අතර ඒ තුළින් නිෂ්පාදකයන්ට හොඳ මිලක් ලබා ගැනීමටත්, අලෙවිකරණ පාඩු අවම කර ගැනීමටත් හැකිය. මෙම ආයතනිකමය සේවා අතර අලෙවිකරණ ව්‍යාප්තිය හා තොරතුරු, ණය, පර්යේෂණ හා යෝග්‍ය ප්‍රතිපත්ති වැනි දේ වැදගත් වන අතර එය අලෙවිකරණ ක්‍රියාවලිය සාර්ථක ලෙස කර ගැනීමට උපකාරී වේ.

අ. අලෙවිකරණ ව්‍යාප්ති සේවයේ හිඟතාවය - බොහෝ රටවල ව්‍යාප්ති සේවකයන් වගා කිරීම සඳහා අවශ්‍ය තාක්ෂණය සැපයුව ද, අලෙවිකරණය සඳහා අවශ්‍ය ව්‍යාප්ති සේවය සපයන්නේ සුළු වශයෙනි. ශ්‍රී ලංකාව තුළ මෙම ව්‍යාප්ති සේවාව සිදු නොවන තරම් ය. විශේෂයෙන්ම, ව්‍යාප්ති සේවකයන්ට කෘෂිකාර්මික අලෙවිකරණය සම්බන්ධයෙන් ඇති පළපුරුද්ද සහ පුහුණුව ඉතා සීමිත ය. අලෙවිකරණ ව්‍යාප්තිකයන්ට වෙළෙඳපොළ පුළුල් කිරීම, පසු අස්වනු හා අලෙවිකරණ කාර්යයන් වැඩිදියුණු කිරීම, අලෙවිකරණ ණය ලබා ගැනීම හා කණ්ඩායම් අලෙවිකරණය වැනි කාර්යයන් සඳහා සහාය වීමේ හැකියාව පැවතිය යුතු ය.

ආ. යෝග්‍ය වූ ප්‍රතිපත්තිමය සහායයන්හි පවතින හිඟතාවය බොහෝ විට රාජ්‍ය ප්‍රතිපත්ති දේශපාලනීකරණයන්ට ලක්වීම යෝග්‍ය ප්‍රතිපත්ති හිඟතාවයට හේතු වේ.

කෙසේ වුව ද, සමස්තයක් වශයෙන් ශ්‍රී ලංකාව තුළ මෙන්ම දකුණු ආසියානු කලාපීය රටවල ද කෘෂිකාර්මික අලෙවිකරණය තුළ දැකිය හැකි පොදු ගැටළු ඉතා කෙටියෙන් පහත පරිදි දැක්විය හැකිය.

- ▲ ප්‍රමාණවත් නොවන යටිතල පහසුකම්
- ▲ පසු අස්වනු හානිය ඉහළ මට්ටමක පැවතීම.

- ▲ කෘෂි නිෂ්පාදන සඳහා ප්‍රමාණවත් වර්ග කිරීම් හා ප්‍රමිතිකරණයේ පවතින හිඟතාවය.
- ▲ නිෂ්පාදනයන්හි වාර, අවාර කාල සීමාවන් හා ලෝක වෙළෙඳපොළ තත්ත්වයන් අනුව සිදුවන මිල අස්ථාවරත්වය.
- ▲ සාධාරණ ලෙස මිල තීරණය කිරීමේ ක්‍රමයන් හි පවතින හිඟතාවය.
- ▲ වෙළෙඳපොළ තොරතුරු හා දැනුම රැස් කිරීම, විශ්ලේෂණය කිරීම හා බෙද හැරීමේ ක්‍රමයන්හි පවතින හිඟතාවය.
- ▲ කෘෂි අලෙවිකරණය සම්බන්ධ පර්යේෂණ හා අධ්‍යයනයන්ගේ පවතින හිඟතාවය.
- ▲ අලෙවිකරණ ව්‍යාප්ති සේවයේ පවතින හිඟතාවය.
- ▲ ප්‍රතිපත්ති හා අලෙවිකරණ සංවර්ධන කාර්යයන් සඳහා රාජ්‍ය මැදිහත්වීම ප්‍රමාණවත් නොවීම.

ඉහත සඳහන් ගැටළු සඳහා විවිධාකාර වූ විසඳුම් පවතින අතර ප්‍රවාහන සහ ගබඩා පහසුකම් වැඩිදියුණු කිරීම හා වෙළෙඳපොළ තොරතුරු සේවාව ශක්තිමත් කිරීම ඉතාම වැදගත් විසඳුමක් වශයෙන් සැලකිය හැකිය. හොඳ ප්‍රවාහන හා ගබඩා පහසුකම් පැවතීම තුළින් කෘෂි නිෂ්පාදන සඳහා සිදුවන හානිවිම් අවම කර ගත හැකි අතර නිෂ්පාදනවල ගුණාත්මක භාවය ද පවත්වාගෙන යා හැකිය. එමෙන්ම, වෙළෙඳපොළ තොරතුරු සාර්ථක ලෙස බෙද හැරීම තුළින් ගොවීන්ට තම නිෂ්පාදන සඳහා වඩා හොඳ මිලක් ලබා ගැනීමේ අවකාශ පවතී. අනෙකුත් විසඳුම් අතර අලෙවිකරණ අවශ්‍යතා සඳහා අවශ්‍ය ණය පහසුකම් වැඩිදියුණු කිරීම, අලෙවිකරණ ව්‍යාප්ති සේවය වර්ධනය කිරීම, කෘෂි නිෂ්පාදන සඳහා වර්ග කිරීම හා ප්‍රමිතිකරණය හඳුන්වාදීම, අලෙවිකරණය සඳහා ශක්තිමත් ආයතනිකමය සහායක් ලබාදීම වැනි කරුණු වැදගත් ය. කෙසේ වුවද, ඉහත සඳහන් ගැටළු අවම කරමින් කෘෂිකාර්මික අලෙවිකරණ පද්ධතිය වැඩිදියුණු කිරීම උදෙසා පැහැදිළි

ක්‍රමවේදයක් අවශ්‍ය වන අතර ඒවා අලෙවිකරණ ක්‍රියාවලිය තුළ යම් යම් ස්ථර සඳහා අවශ්‍ය පරිදි ඉදිරිපත් කළ යුතුය. ඒවා පහත පරිදි දක්වමට ද හැකිය.

1. නිෂ්පාදකයා/ගොවියාගේ මට්ටමෙන් යෙදිය යුතු විසඳුම්

i. වෙළෙඳපොළ අවශ්‍යතාවයන්ට අනුව නිෂ්පාදන සැලසුම් කිරීම

කුමක්, කොපමණ, කුමන කාලයේ නිෂ්පාදනය කරනවා ද යන්නත්, තම ආදායම ඉහළ නංවා ගැනීමට හා සාධාරණ ලාභයක් ලබා ගැනීම සඳහා කුමන මිලකට අලෙවි කළ යුතු ද යන්නත් පිළිබඳව අවබෝධයක් ලබා ගැනීම සඳහා ගොවීන්ට සහායවීම අවශ්‍ය ය. ඒ අනුව, පවතින වෙළෙඳපොළ විභවතාවයන් සහ පවතින කෘෂි පාරිසරික තත්ත්වයන් යනාදිය පිළිබඳ දැනුම නිෂ්පාදනයට පෙර ගොවීන්ට ලබාදිය යුතු ය. ඒ තුළින් නිෂ්පාදන භිහතාවයක් හෝ අතිරික්තයකින් තොරව වෙළෙඳපොළට සැපයීමට හැකිවන අතර කෘෂි නිෂ්පාදන සඳහා හොඳ මිලක් ද ලබා ගත හැකිය.

ii. වෙළෙඳපොළ තොරතුරු සැපයීම

නිෂ්පාදකයන්ට කුමක්, කොපමණ, කුමන කාලයේ සැපයිය යුතු ද යන්න පිළිබඳව නිවැරදි තීරණයන්ට එළඹීම සඳහා වෙළෙඳපොළ තොරතුරු නිවැරදිව සැපයීම ඉතා අවශ්‍ය ය. ඒ මගින් නිෂ්පාදන නිසි පරිදි සැලසුම් කිරීම තුළින් මිලෙහි ඇතිවිය හැකි අධික උච්ඡාවචනයන් වළක්වා ගැනීමේ හැකියාව පවතී. මෙම තොරතුරු ගොවීන්ට පමණක් නොව වෙළෙඳුන්ට ද ඉතා වැදගත් වන අතර ඔවුන්ගේ මිල දී ගැනීමේ හා අලෙවි කිරීමේ කාර්යයන් නිවැරදිව සිදු කිරීමට ද උපකාරී වේ. කාර්යක්ෂම ආනයන පාලන ප්‍රතිපත්ති සඳහා ද

යම් කාලසීමාවක් තුළ ඉල්ලුම් සැපයුම් තත්ත්වයන් පිළිබඳ තොරතුරු ඉතා වැදගත් වන අතර වෙළෙඳපොළ තොරතුරු කාලීන මෙන්ම නිවැරදි හා විශ්වාසනීයත්වයකින් යුක්තවීම ද වැදගත් ය.

iii. කණ්ඩායම් අලෙවිකරණ ක්‍රියාවලිය වැඩිදියුණු කිරීම

ගොවීන්ගේ සංවිධාන, සමූපකාර සමිති, අලෙවිකරුවන්ගේ සංගම් වැනි කණ්ඩායම් තුළින් කේවල් කිරීමේ ශක්තිය ඉහළ දමිය යුතු අතර ඒ තුළින් නිෂ්පාදනයන්ට ඉහළ මිලක් ලැබීම සහ අලෙවිකරණ ප්‍රමාණයේ ඉහළ යාමක් සිදු වේ. එමගින් අලෙවිකරණ පිරිවැය අවම කර ගත හැකිය. කෙසේ වුව ද, ශ්‍රී ලංකාව තුළ ගොවි සංවිධාන වල ක්‍රියාකාරීත්වය අසාර්ථක මට්ටමක පවතී.

iv. සෘජු අලෙවිකරණ පහසුකම් සැපයීම

ගැණුම්කරුවන් සොයා ගැනීම, ප්‍රවාහන පහසුකම් සපයා ගැනීම, වගා කරුවන් හා ගැනුම්කරුවන් අතර ගිවිසුම් ගත ක්‍රමයන් ඇති කිරීම වැනි පහසුකම් මේ තුළින් සැපයීම වැදගත් ය. ගිවිසුම් ගත ක්‍රමයන් මගින් ගොවීන්ට වෙළෙඳපොළ සුරක්ෂිත කෙරෙන අතර යම් නිශ්චිත ප්‍රමාණයක්, ගිවිසුම්ගත හෝ සාධාරණ මිලකට අලෙවි කිරීමේ හැකියාව පවතී.

2. වෙළෙඳපොළ මට්ටමින් යෙදිය යුතු විසඳුම්

i. විශාල වශයෙන් තොග රැස් කරන වෙළෙඳපොළවල් හෝ විශේෂිත තොග වෙළෙඳපොළවල් ඇති කිරීම. මේ තුළින් නිෂ්පාදකයන්ට තම නිෂ්පාදන තරඟකාරී මිලකට අලෙවි කිරීමට හැකි වේ. ශ්‍රී ලංකාව තුළ විශේෂිත ආර්ථික මධ්‍යස්ථාන පිහිටුවීම මගින් විසඳුමක් අපේක්ෂා කළ ද, ඉන් සාර්ථකව

ක්‍රියාත්මක වන්නේ විශේෂිත ආර්ථික මධ්‍යස්ථාන කිහිපයක් පමණි.

උදා :- දඹුල්ල විශේෂිත ආර්ථික මධ්‍යස්ථානය.

- ii. මාර්ග පහසුකම් වැඩිදියුණු කළ යුතු අතර ඒ තුළින් ප්‍රවාහන පිරිවැය හා ප්‍රවාහනයේ දී සිදුවන හානිවිම් අවම කර ගත හැකි ය. නිසි ප්‍රවාහන පහසුකම් සැපයීම මගින් නිෂ්පාදන නිවැරදි වේලාවට, නිවැරදි ස්ථානයේ දී ලබා ගැනීමේ හැකියාව පාරිභෝගිකයන්ට ද හිමි වේ.
- iii. නවීන දියුණු තාක්ෂණයන් සහ නව සැකසුම් ක්‍රමයන් යොදා ගැනීම සඳහා පෙළඹවීමක් ඇති කළ යුතුය. වර්තමානයේ පාරිභෝගිකයන් ගුණාත්මක තත්ත්වයෙන් යුක්ත ආහාර සහ ඉතා පහසුවෙන් සකසා ගත හැකි හෝ සැකසූ කෙටි ආහාර සඳහා වැඩි කැමැත්තක් දක්වනු ලබයි. මෙම ඉල්ලුම සපුරාලීම සඳහා නවීකරණය කරන ලද අලෙවිකරණ ක්‍රමයන් කෙරෙහි අවධානය යොමු කළ යුතුය.
- iv. නිෂ්පාදකයන්ට පමණක් නොව, ගැණුම්කරුවන් වෙළෙඳුන් හා පාරිභෝගිකයන්ට ද ප්‍රයෝජනවත් වන අයුරින් යෝග්‍ය අලෙවිකරණ තොරතුරු ප්‍රදානයක් සැකසිය යුතුය.

3. ජාතික හා ප්‍රතිපත්තිමය මට්ටමින් යෙදිය යුතු විසඳුම්

i. යෝග්‍ය මිල හා මිල නොවන ප්‍රතිපත්ති

නිෂ්පාදකයා මෙන්ම පාරිභෝගිකයා ද සිය හැසිරීම තීරණය කරනු ලබන්නේ මිල අනුව ය. වෙළෙඳපොළේ සත්‍ය ඉල්ලුම හා සැපයුම මගින් මිල තීරණය නොවන්නේ නම් එය වෙළෙඳපොළ කඩා වැටීමකට හේතු වන්නකි. ඒ අනුව, තරඟකාරී ලෙස මිල තීරණය වීමට අනුව ප්‍රතිපත්ති සැලසුම් කළ යුතු ය.

ii. අලෙවිකරණය සඳහා ව්‍යාප්ති සේවකයන් පුහුණු කිරීම

ව්‍යාප්ති සේවකයන් කෘෂි අලෙවිකරණ ව්‍යාප්ති සේවය සඳහා මනා ලෙස පුහුණු කළ යුතු ය. වෙළෙඳපොළට අනුකූලව නිෂ්පාදන සැලසුම් කිරීම, වෙළෙඳපොළ තොරතුරු විශ්ලේෂණය, පසු අස්වනු පහසුකම්, යෝග්‍ය පරිදි අස්වනු නෙළීම, වර්ග කිරීම, ගබඩා කිරීම, ඇසුරුම් කිරීම, සැකසීම, කණ්ඩායම් අලෙවිකරණය, ග්‍රාමීය වෙළෙඳපොළවල් සැලසුම් කිරීම හා සංවිධානය කිරීම වැනි කරුණු සම්බන්ධයෙන් ඔවුන් දැනුවත් කළ යුතු ය.

iii. අලෙවිකරණ පර්යේෂණ හා අධ්‍යයනයන් කෙරෙහි වැඩි අවධානය යොමු කිරීම ද කළ යුතුය.

ශ්‍රී ලංකාව තුළ ඉහතින් දක්වන ලද ඇතැම් යෝජනා ක්‍රියාත්මක වුව ද, බොහෝ විට ඒවායේ අසාර්ථක ස්වභාවයක් දකිය හැකිය. (උදා : වශයෙන් ගොවි සංවිධාන මගින් අලෙවි කිරීම, රාජ්‍ය ප්‍රතිපත්ති) මේ සඳහා බොහෝ විට ගොවීන්ගේ සහ අදාළ පර්ශ්වකරුවන්ගේ නොසැලකිලිමත් භාවය, දේශපාලනීකරණය වීම සහ අදාළ ක්‍රියාමාර්ග යෝග්‍ය පරිදි ක්‍රියාත්මක නොවීම යනා දී කරුණු හේතු විය හැකිය. කෙසේ වුවද, කෘෂි නිෂ්පාදනය හා සමානව ම දැඩි අවධානයක් කෘෂි අලෙවිකරණය සඳහා ද යෙදිය යුත්තේ එය රටේ සංවර්ධනය උදෙසා වැදගත් මෙහෙයක් ඉටු කරන බැවිනි. ඒ අනුව, කෘෂි අලෙවිකරණය තුළ පවතින ගැටළු හඳුනා ගනිමින්, ඒ සඳහා යෝග්‍ය වූ විසඳුම් යෙදීම තුළින් කෘෂි නිෂ්පාදනය සඳහා වූ අලෙවිකරණ ප්‍රදානය ඉතාමත් පුළුල් ලෙස වැඩිදියුණු කිරීමේ අවශ්‍යතාවය පවතී.

ආර්.එන්.කේ. රඹුක්වැල්ල

පර්යේෂණ නිලධාරී

අලෙවි, ආහාර ප්‍රතිපත්ති සහ කෘෂි ව්‍යාපාර අංශය

හෙක්ටර් කොබ්බෑකඩුව ගොවිකටයුතු

පර්යේෂණ හා පුහුණු කිරීමේ ආයතනය