නිදහස් වෙළඳ ආර්ථිකය තුළ තොරතුරු සන්නිවේදනයේ වැදගත්කම

එන්.පී.ජ්. සමන්ත
පර්යේෂණ නිළධාරි
කෘෂිකාර්මික ප්‍රතිපත්ති සහ ව්‍යාපෘති ඇගයුම් අංශය.
හෙක්ටර් කොබ්බෑකඩුව ගොවි කටයුතු පර්යේෂණ හා පුහුණු කිරීමේ ආයතනය

නිදහස් වෙළඳ ආර්ථිකයට නැතහොත් වෙළඳ පොල ආර්ථික ක්‍රමයකට වර්තමාන ලෝකයේ බොහෝ රටවල් නැඹුරු වී තිබේ. ආර්ථික විද්‍යානුකූලව වෙළඳ පොළක් යනු සාර්ථක ගනු-දෙනුවක් සිදු කිරීම වෙනුවෙන් විකුණුම්කරුවන් හා ගැණුම්කරුවන් අතර අන්තර් සම්බන්ධතාවක් ඇතිවන ඕනෑම තත්ත්වයකි. වෙළඳපොල ආර්ථික ක්‍රමයක් තුල, සමස්ත ආර්ථිකය පුරා පවතින මෙවැනි කටයුතු නිදහසේ හැසිරීමට ඉඩදෙයි. වෙළඳ පොල තුල විකුණුම් කරුවන්ගෙන්, සැපයුම් පාර්ශවය නියෝජනය වන අතර ගැණුම්කරුවන්ගෙන් ඉල්ලුම් පාර්ශවය නියෝජනය වෙයි. මෙම වෙළඳපොල බලවේග වන **ඉල්ලුම - සැපයුම** මගින් තීරණය වන මිල සමස්ථ ආර්ථිකයෙහි සම්පත් උපයෝජනයෙහි දිශාව පෙන්නුම් කරනු ලබයි. මේ නිසා, වෙළඳ පොල මගින් තීරණය වන මිල අදෘෂ්‍යමාන බලවේගය -ක් ලෙස ආර්ථිකය තුළ ක්‍රියාත්මක වේ.

කාර්යක්ෂම වෙළඳපොලක් ඇතිවන්නට නම් අදාළ අනෙකුත් සාධක සමග වෙළඳපොලේ තොරතුරු විධිමත්ව බෙදීයාම ඉතා අත්‍යාවශ්‍ය වූවකි. මෙහි දී, ගැණුම්කරුවන්ට හා විකුණුම්කරුවන්ට වෙළඳපොල පිළිබඳ සත්‍ය තොරතුරු ක්ෂණිකව ලබාගැනීමේ හැකියාව පවතින්නේ නම් එය වෙළඳපොල තුල සාධාරණ මිලක් පැවතීමට හේතු වේ. යමෙකු ආර්ථික විද්‍යානුකූලව තාර්කික පුද්ගලයකු ලෙස හැසිරෙන්නට නම් ඔහු සතුව වෙළඳපොල පිළිබඳ වැඩි තොරතුරු ප්‍රමාණයක් පැවතිය යුතුය. වෙළඳපොලෙහි පවත්නා භාණ්ඩයන්ගේ මිල ගණන්, එහි ගුණාත්මක තත්ත්වය, ඒ සඳහා පවතින ආදේශකයන් හා වෙනත් වෙළඳපොලවල එකී භාණ්ඩය අලෙවි වන මිල ආදී වශයෙන් සියළු තොරතුරු ඔහු සතුව පැවතීම වැදගත් ය. මෙවැනි තොරතුරු බෙදීයාමක් ආර්ථිකය තුළ පවතින්නේ නම්, නිදහස් වෙළඳම තුළින් සිදුවිය හැකි අසාධාරණකම් අවම වේ. කිසිවකු පහසුවෙන් රැවටීමට අනෙකුත් පාර්ශවයන්ට නොහැකි වනු ඇත. සමානව තොරතුරු බෙදී නොයන තත්ත්වයක් තුල වෙළඳපොල පිළිබඳව වැඩි තොරතුරු ප්‍රමාණයක් සතු පුද්ගලයා නිදහස් වෙළඳම තුළින් වාසි ලැබීම නොවැලැක්විය හැකි සාධකයක් බවට පත් වේ.

වෙළඳ පොල පිළිබඳව වැඩි තොරතුරු ප්‍රමාණයක් සතුවීම, විකුණුම්කරුවන්ගේ පාර්ශවයට මෙන්ම ගැණුම්කරුවන්ගේ පාර්ශවයට ද එකයේ වැදගත් වන්නකි. වැඩි තොරතුරු ප්‍රමාණයක් සතුව වෙළඳපොලට පැමිණෙන්නෙ -කුත්, එසේ නොමැතිව අඩු තොරතුරු ප්‍රමාණයක් සතුව පැමිණෙන්නෙකුත් අතරින් ඉතා සාර්ථකව වෙළඳපොලට මුහුණ දීමට වැඩි තොරතුරු ප්‍රමාණයක් සතු පුද්ගලයාට හැකියාව තිබේ. **පුත්තලම** ප්‍රදේශයේ ක්ෂේත්‍ර අත්දැකීම් වලට අනුව, එහි එළවළු තොග වෙළඳුන් නිරන්තරයෙන් අදල භාණ්ඩ සම්බන්ධයෙන්, පෙර දිනයෙහි **කොළඹ** වෙළඳ පොලහි පැවති මිලත්, **දඹුල්ල, නුවරඑළිය, නොරොච්චෝල** ආදී ආර්ථික මධ්‍යස්ථානයන්හි පැවති මිල ගණන් සම්බන්ධයෙන් ද අවබෝධයෙන් සිටි. ඒ අනුව, ඉදිරියේ දී තමන්ට භාණ්ඩ අලෙවි කළ හැකි මිල තීරණය කිරීමේ හැකියාව ඔවුන් සතු වේ. අනෙක් අතින් **කල්පිටිය/නොරොච්චෝල** ආර්ථික මධ්‍යස්ථානයට එළවළු සපයන **කල්පිටිය** ප්‍රදේශයේ සමහර ගොවීන් ද, එදිනෙද ප්‍රධාන වෙළඳ පොළවල පවත්නා මිල ගණන් පිළිබඳ අවදියෙන් පසු වේ. ඒ තුළින් තම කෘෂි ද්‍රව්‍ය අලෙවි කරගත හැකි මිල සම්බන්ධයෙන් ඔවුන්ට පැහැදිළි අවබෝධයක් පවතී.

ගොවීන් සතුව වෙළඳපොල තොරතුරු නොමැති තත්ත්වයක් තුළ වෙළඳුන්ට ඔවුන් ඉතා පහසුවෙන් රැවටීමේ හැකියාව පවතී. **තණමල්විල** ප්‍රදේශයේ ක්ෂේත්‍ර අත්දැකීම් වලින් අනාවරණය වූයේ **කොළඹ** වැනි ප්‍රදේශවල සිට පැමිණෙන වෙළඳුන් **උඩවලව** හන්දියේ සිට කතිකා කොට මිල ගණන් තීරණය කර අදළ ගම් වලට පැමිණෙන බවයි. වෙළඳපොල පිළිබඳ අඩු

තොරතුරු සහිත ගම් මට්ටමේ ගොවීන්ට තම මුං ඇට, කව්පී, තල වැනි බෝගයන්, වෙළඳුන් ඉල්ලන මිල ගණන් වලට සැපයීමට සිදුවී ඇති බව බොහෝ ගොවීහු පවසති. වෙළඳපොල පිළිබඳව නියම තොරතුරු නියමාකාරයෙන්ම දැන සිටින තත්ත්වයක් තුළ වෙළඳුන්ට එවැනි පහසු ක්‍රම මහින් ගොවීන් රැවටීමට අපහසු වේ.

මේ වන විට, වෙළඳපොල තොරතුරු ලබා ගැනීම වෙනුවෙන් පුද්ගලයන් වැඩි ප්‍රවණතාවක් දක්වන බව පෙනේ. **හෙක්ටර් කොබ්බෑකඩුව ගොවි කටයුතු පර්යේෂණ හා පුහුණු කිරීමේ ආයතනය, මහ බැංකුව, ජන හා සංඛ්‍යාලේඛන දෙපාර්තමේන්තුව කෘෂිකර්ම දෙපාර්තමේන්තුව,** යන ආයතන එදිනෙද වෙළඳපොල තොරතුරු ජනමාධ්‍ය ඔස්සේ ජනතාවට සපයනු ලබයි. ඒ තුළින් වෙළඳපොල තොරතුරු ඉතා ඉක්මණින් ජනතාව අතරට සන්නිවේදනය වේ. එය කාර්යක්‍ෂම වෙළඳ පොලක් කරා ගමන් ගැනීමට විශාල පිටිවහලක් ව පවතී.

කෙසේ වුවද, වර්තමානයේ තොරතුරු යන්න මිලක් සහිත භාණ්ඩයක් බවට පත්ව තිබේ. එදිනෙද වෙළඳපොල තොරතුරු ලබා ගැනීම වෙනුවෙන් මිල දී ගන්නා පුවත්පත්, දුරකථන පණිවුඩ ආදිය වෙනත් කිසිවක් සඳහා නොව තොරතුරු වෙනුවෙන් කරනු ලබන ගෙවීම් ය. මේ අනුව, වෙළඳපොල තොරතුරු වලට ද වෙළඳපොලක් නිර්මාණය වී හමාරය.

ක්ෂේත්‍ර අත්දැකීම් වලින් පැහැදිලි වන ආකාරයට ශ්‍රී ලංකාව වැනි රට වලට වෙළඳපොල තොරතුරු සම්පාදනයේ දී ගැටළු වලට මුහුණ දීමට සිදු වේ. විශේෂයෙන්ම, පුද්ගලයින් තොරතුරු සැපයීමට දක්වන මැලිකම හා බිය නිසා සත්‍ය තොරතුරු ලබාගැනීමේ දී යම් යම් බාධා මතු වේ. ඒ තත්ත්වයට මූලික හේතුවක් ලෙස පවතින්නේ තොරතුරු සපයන්නන්ට එහි වැදගත්කම පිළිබඳව අවබෝධයක් නොමැති වීමයි.

මේ වනවිට, කෘෂි ක්ෂේත්‍රය ඇතුළු සෙසු ක්ෂේත්‍රයන් හි, වෙළඳපොල තොරතුරු සන්නිවේදනය ඉතා අත්‍යාවශ්‍ය සාධකයක් බවට පත්ව තිබේ. ඒ තුළින් ඉල්ලුම් - සැපයුම් බලවේගයන්ගේ නිදහස් හැසිරීම තුළින් තීරණය වන මිලට සාධාරණත්වයක් ආරෝපණය වනු ඇත. කාර්යක්‍ෂම වෙළඳපොලක් සඳහා මෙය රුකුලක් වේ. මේ තත්ත්වය සෑම පාර්ශවයක්ම මනාව තේරුම් ගෙන සත්‍ය තොරතුරු සැපයීමට ඉදිරිපත්වීම සැමගේ යහපතට හේතු වනු නොඅනුමානය.

ගොවි ජනතා

"ගොවිජනතා" සහරාවේ පසුගිය කලාප කිහිපයක සීමිත පිටපත් සංඛ්‍යාවක් ඉතිරිව තිබේ. දැනට මෙම කලාපයන් **හෙක්ටර් කොබ්බෑකඩුව ගොවි කටයුතු පර්යේෂණ හා පුහුණු කිරීමේ ආයතනයේ** ප්‍රකාශන අලෙවි කුටියෙන් මිල දී ගැනීමේ හැකියාව පවතී.

එමෙන්ම, අවශ්‍ය කලාප සංඛ්‍යාව සඳහන් කොට, අදාළ ගෙවීම මුදල් ඇනවුමකින් ආයතනය වෙත ලැබෙන්නට සැලැස්වීමෙන් අවශ්‍ය පිටපත් ප්‍රමාණය ලබාගත හැකිය.

කලාපය	තේමාව	මිල
2002 ජනවාරි - මාර්තු	ගොවි සමාගම් / ගොවි ගැටළු	රු.20.00
2002 අප්‍රියෙල් - ජූනි	විකල්ප බල ශක්තිය	රු.20.00
2003 පෙබ. 21 - විශේෂ කලාපය	ගල්ඔය ගොවි ජනපද ව්‍යාපාරය	රු.20.00
2003 ජනවාරි - අප්‍රියෙල්	ජල කලමනාකරණය	රු.20.00
2003 මැයි - ඔක්තෝබර්	ගොවි ණය	රු.20.00
2004 ජනවාරි - ඔක්තෝබර්	සත්ත්ව පාලනය	රු.20.00

සියළු මුදල් ඇනවුම

අධ්‍යක්‍ෂ

හෙක්ටර් කොබ්බෑකඩුව ගොවි කටයුතු පර්යේෂණ හා පුහුණු කිරීමේ ආයතනය.

114, විජේරාම මාවත,

කොළඹ - 07.

දුරකථන : 2696981, 2698540 - 41

කවරය සකස් කිරීමේ දී හංස පී. යසරත්න මහතාගෙන් ලද සහයෝගය ස්තුති පූර්වකව සිහිපත් කරමි.

- සංස්කාරක.-