ශ්‍රී ලංකාවේ සංචාරක ව්‍යාපාරයේ ආර්ථික ප්‍රතිලාභ

ඒ.එල්.ඩී.පී.කුමාරි[1]

සංක්ෂේපය

ලෝකයේ කර්මාන්ත අතර වැඩිම ආදායමක් ඉපයීම් වර්ගීකරණයේ සිව්වන ස්ථානය සංචාරක කර්මාන්තය හිමි කරගෙන ඇත. නවීන තාක්ෂණ භාවිතය තුළ නිරතුරුව නවීකරණයට ලක්වන සංචාරක කර්මාන්තය ලොව බොහෝ රටවල ප්‍රධාන ආදායම් මාර්ගය බවට ද පත්ව ඇත. ලෝක මට්ටමින් සලකා බැලීමේ දී සංචාරක ව්‍යාපාරයේ සෘජුව නියුතු ශ්‍රමිකයින් 81,913,000 කි. එය සමස්ත ලෝක සේවා නියුක්තියෙන් 2.8 % ක ප්‍රතිශතයකි. සංචාරක කර්මාන්තය ශ්‍රී ලංකාවට නවමු අත්දැකීමක් නොව අතීතයේ පටන්ම මෙරට කාලීනව විකාශනය වූ ක්‍රියාවලියකි. පසුගිය දශක කීපය තුළ නව මානයක් හා විවිධ සංකල්පයන් එක්වීම නිසා සංචාරක කර්මාන්තයේ වානිජමය නැඹුරුව තීව්‍ර වී ඇත. ලෝක සංචාරක කර්මාන්තයේදී සාම්ප්‍රදායික සංචාරක ක්‍රියාවලියෙන් බැහැරව නව අත්දැකීම් මත පදනම් වූ විවිධාංගීකරණය වීමක් දක්නට හැකිය. එහිදී මහා පරිමාණ සංචාරක ව්‍යාපාරයෙන් විභේදනය වී ආංගික මට්ටම දක්වා විකාශනය වී ඇත, පාරිසරික හා සංස්කෘතික සංචාරක කර්මාන්තයේ ඒකාබද්ධතාවක් ද හරිත සැලසුම්කරණයේ දායකත්වය ද නූතන ගෝලීය සංචාරක කර්මාන්තය තුළ දැකිය හැකිය. ශ්‍රී ලංකාවේ සංචාරක කර්මාන්ත ක්‍රියාවලිය මෑත කාලීනව ජාතික ආර්ථිකය සඳහා සෘජු දායකත්වයක් සපයන ඉපයුම් මාධ්‍යයක් බවට පත්ව ඇත, තවද බොහොමයක් ග්‍රාමීය ප්‍රදේශයන්හි ප්‍රාදේශීය සංවර්ධන විෂමතා අවම කිරීම සඳහා දායකත්වයක් කර්මාන්තය හරහා සිදුවේ. මේ ලිපියෙහි අරමුණ වන්නේ සංචාරක ව්‍යාපාරය ශ්‍රී ලංකාවේ ආර්ථික සංවර්ධනයට කෙතරම් දායකත්වයක් සපයා ඇත් ද යන්න විමසීමයි. මෙහිදි සංචාරක ව්‍යාපාරය මෙරට විදේශ විනිමය කෙරෙහි බලපාන ආකාරය මෑත වර්ෂ කිහිපයක සංඛ්‍යා දත්ත භාවිතයෙන් නිගමන ඉදිරිපත් කොට ඇත. මේ සඳහා ද්විතීක දත්ත භාවිතා කොට ඇති අතර වගු, ප්‍රස්තාර මගින් දත්ත ඉදිරිපත් කිරීම සිදුකොට තිබේ. මේ තුළින් නිගමනය ලෙස දැක්විය හැකි වන්නේ සංචාරක ව්‍යාපාරය විදේශ විනිමය ඉපයීම් අතින් ශ්‍රී ලංකාවේ සිව්වන ස්ථානයේ පසු වන බවයි. එසේම පසුගිය දත්තවලට අනුව සංචාරක ව්‍යාපාරය විදේශ විනිමය වර්ධනය වීම, ශ්‍රී ලංකාවේ රැකියා උත්පාදනය කිරීමේ මූලාශ්‍රයක් බවට පත්වීම, සුළු හා මධ්‍ය පරිමාණ කර්මාන්ත බිහිකිරීම හා යටිතල පහසුකම් වර්ධනය කිරීමේ සාධකයක් වීම වැනි ආර්ථිකමය වාසි අත්පත් කරදෙනු ලබන වැදගත් ව්‍යාපාරයක් බව සඳහන් කළ හැකිය.

මුඛ්‍ය පද : ආර්ථිකය, සංචාරක ව්‍යාපාරය, විදේශ විනිමය

---

[1] සමාජ සංඛ්‍යානය අධ්‍යයන අංශය, කැලණිය විශ්වවිද්‍යාලය
dinushakumari199412@gmail.com

1. හැඳින්වීම

ලෝකය පුරා රටවල් 125කට වඩා වැඩි සංඛ්‍යාවක ආර්ථිකය සඳහා අත්‍යාවශ්‍ය වන කර්මාන්තයක් බවට පත්ව ඇති සංචාරක කර්මාන්තය ලෝකයේ පවත්නා වේගවත්ම වර්ධන කර්මාන්ත අංශය ලෙස හඳුන්වනු ලබයි. සංචාරක කර්මාන්තයෙන් රටකට ලබාගත හැකි ප්‍රතිලාභ බොහොමයක් පවතින අතර, එම ප්‍රතිලාභ සමාජය තුළ ජනිත කරන අයුරු අංශ කිහිපයක් ඔස්සේ විදාරණය කර දැක්විය හැකිය. එනම් සමාජයීය, ආර්ථික, පාරිසරික ආදී වශයෙනි. නමුත් සංචාරක කර්මාන්තයෙන් ජනිත වන බොහොමයක් සාධනීය ඵලයන් සංකේන්ද්‍රගත වන්නේ ආර්ථිකය නම් වූ ප්‍රවාහය වටාය. එනම්, රටක ආර්ථික සංවර්ධනයට අවශ්‍ය කරන රැකියා උත්පාදනය කරගැනීමේ ක්‍රමවේදයක් ලෙසත්, විදේශ විනිමය රට වෙත ගලා ඒමේ ක්‍රමවේදයක් ලෙසත්, දරිද්‍රතාව තුරන් කරගැනීමේ ක්‍රමවේදයක් ලෙසත්, ග්‍රාමීය සංවර්ධනයක් ඇති කරන්නක් ලෙසත්, උසස් ජීවන මට්ටමක් ළඟාකර දෙන්නක් ලෙසත් සංචාරක කර්මාන්තයට හිමිවන්නේ අද්විතීය ස්ථානයකි (අමරවීර, 2005).

මෙලෙස සංචාරක කර්මාන්තයෙන් ආර්ථිකයට සිදුකරන බලපෑම තේරුම් ගත් ශ්‍රී ලංකාව, 1966 දී නිල වශයෙන් සංචාරක කර්මාන්තයට රට විවෘත කරනු ලැබූ අතර, ඉන් සාධනීය ප්‍රතිඵල රැසක් ජනිත කරගැනීමට සමත් වෙයි. සැබවින්ම එම සාධනීය ප්‍රතිඵල ශ්‍රී ලංකා ආර්ථික දේහය තුළ කෙබඳු බලපෑමක් ජනිත කොට ඇති ද යන්න විග්‍රහ කිරීම මෙම ලිපියේ ප්‍රධාන අරමුණයි. මේ සඳහා මූලිකව සංචාරකයා හා සංචාරක ව්‍යාප්තිය පිළිබඳ විමසීමක් පහත වේ.

සංචාරකයා යනු , ලොව පවතින ප්‍රධාන ව්‍යාපාර විවිධ සම්පත් මූලික කරගෙන ක්‍රියාත්මක වෙයි. එම ව්‍යාපාර අතුරින් තොරතුරු මත පදනම් වූ ව්‍යාපාරයක් ලෙස සංචාරක ව්‍යාපාරය හැඳින්විය හැකිය. එමෙන්ම සංචාරක ව්‍යාපාරයට සුවිශේෂී ස්ථානයක් ද හිමි වෙයි. ස්වභාවික සම්පත් හා සංස්කෘතික වටිනාකම් උපයෝගී කොටගෙන විශාල පිරිවැයකින් තොරව මහා පරිමාණ ආදායම් උපයාගත හැකි ව්‍යාපාරයක් නිසා එයට ප්‍රධාන ස්ථානයක් හිමි වී ඇත. ලොව අතීතයේ සිටම මිනිසාගේ විවිධ අවශ්‍යතා හා විනෝදාංශයක් ලෙස සංචාරක ජීවිතයක් ගත කිරීමට හුරු පුරුදුව ඇත. නව වාසස්ථාන හා රටවල් සොයාගැනීමත්, මිනිස් සත්ව කොට්ඨාශය බිහි වී වර්ධනය වීම මෙම සංචරණය තුළින් ඇති වූ ප්‍රතිඵලයකි.

දෙවන ලෝක යුද්ධයෙන් පසු ලෝක සංචාරක ව්‍යාපාරය නොයෙකුත් හේතු නිසා දියුණුවට පත්වන්නට විය. අද එය ලෝකයේ බොහෝ රටවලට වැඩිම ආදායමක් හා විශාල රැකියා අවස්ථා උපදවන විශාලතම ආර්ථික ක්‍රියාවලිය බවට පත්ව ඇත. සංචාරක ව්‍යාපාරය තුළ "තමාගේ හුරුපුරුදු ස්ථානයෙන් බැහැරව වෙනත් ස්ථානයක අවම වශයෙන් පැය 24 ක් ගත කරන, එහෙත් වැටුපක්, ආදායමක් නොලබන සියලුදෙනා විදේශීය සංචාරකයින් ලෙස හඳුන්වයි" (ජාතික අවශ්‍යතා මත මෙහි විවිධ වෙනස්කම් කර භාවිතා කරනු ලබයි) (අමරවීර, 2005).

සංචරණය ප්‍රධාන කොටස් දෙකකට බෙදා දැක්විය හැකිය. එනම්,

1. ජාත්‍යන්තර සංචරණය (International Tourism)

2. දේශීය සංචරණය (Domestic Tourism)

මෙහි දී ජාත්‍යන්තර වශයෙන් සංචරණයේ යෙදෙන පුද්ගලයා හෝ කණ්ඩායමක් හැඳින්වීමට විවිධ නිර්වචන ඉදිරිපත් වුනි. ලෝක සංචාරක සංවිධානය ඉදිරිපත් කර ඇති පරිදි, “A person who visits another country stay at least a night at not more than 06 months in a destination and remunerate is defined as an international tourists ”. “තමාගේ රටින් බැහැරව වෙනත් රටක, එක් රාත්‍රියක් ගතකරන, නමුත් මාස 6 කට අඩු කාලයක් ගතකරන, පාරිතෝෂිකයක් නොලබන පුද්ගලයා” ජාත්‍යන්තර සංචාරකයා යනුවෙන් හඳුන්වයි (Tourism master plan, 1993).

ක්‍රි.ව. 1937 දී “The committee of statistical export of the league of nations” යන කමිටුව විසින් සංචාරකයා යන්න හඳුනාගැනීමට ප්‍රථමයෙන් ම නිර්වචනයක් ඉදිරිපත් කරන ලදී. එනම්, “තමාගේ සුපුරුදු පදිංචි රටෙන් බැහැරව වෙනත් රටක අවම වශයෙන් පැය 24 ක කාලයක් ගතකරන පුද්ගලයා සංචාරකයා” ලෙසින් හැඳින්විය හැකි බව ය (Burkart, 1982).

සංචාරකයා යනු කවරෙක්දැයි හැඳින්වීමට ඉදිරිපත් කර ඇති හොඳම නිර්වචනය වන්නේ, 1963 රෝමයේ පැවැති සංචාරක කටයුතු පිළිබඳ එක්සත් ජාතීන්ගේ සම්මේලනයේ දී පිළිගන්නා ලද ප්‍රකාශය යි. “තමන්ට හුරුපුරුදු පදිංචි ස්ථානය හැර, නැරඹීම සඳහා වෙනත් ප්‍රදේශයකට යන්නා වූ, එහෙත් එම ස්ථානයෙහි පාරිශ්‍රමිකයක් ලබා ගැනීම පිණිස රැකියාවක නොයෙදෙන ආගන්තුකයෙකු හැඳින්වීමට” සංචාරකයා යන වචනය භාවිතා කළ හැකි බව සඳහන් වේ (අමරවීර, 2005). 1963 දී පවත්වන ලද එක්සත් ජාතීන්ගේ සංවිධානයේ සංඛ්‍යාලේඛන පිළිබඳ කොමිෂන් සභාවේ 15 වෙනි සම්මේලන වාරයේ දී ඉහත ප්‍රකාශය පිළිගන්නා ලද නමුදු එයට සුළු නවීකරණ ඉදිරිපත් කරන ලදී. එනම්, නැරඹීම පිණිස එක් රාත්‍රියක් හෝ රාත්‍රී කිහිපයක් නවාතැන් ගන්නා පුද්ගලයා අතර වෙනසක් පවතින බවයි. එහෙයින් එම සාකච්ඡාවේ දී සංචාරකයා හැඳින්වීම පිළිබඳ පහත සඳහන් නිගමනයන් ට එළඹෙන ලදී.

- “සංචාරකයා” යන්න තමන්ට හුරුපුරුදු ස්ථානය හැර වෙනත් ස්ථානයක හෝ රටක රාත්‍රියක් හෝ රාත්‍රි කිහිපයක් නවාතැන් ගන්නා පුද්ගලයෙකු හැඳින්වීම සඳහා යෙදිය හැකිය.
- “ආගන්තුකයා” යනු එසේ ස්ථානයකට යන නමුත් රාත්‍රියක් හෝ රාත්‍රි කිහිපයක් ගත කරන පුද්ගලයෙකු හැඳින්වීමට යෙදිය යුතු බව.

2. සංචාරක ව්‍යාපාරය

UNWTO (2014) සඳහන් කරන ආකාරයට සංචාරක ව්‍යාපාරය යනු ව්‍යාපාර හෝ වෙනත් අභිප්‍රායන් සඳහා එක් දිනකට වඩා වැඩි කාලයක් සාමාන්‍යයෙන් වසරකට වඩා වැඩි කාලයක් ජීවත් වන අයගේ ක්‍රියාකාරිත්වය සංචාරක ව්‍යාපාරය ලෙස අර්ථ දැක්විය හැක.

සංචාරය කරන ස්ථානයේ සිට ආපසු ගෙවිය යුතු ක්‍රියාකාරිත්වයන් සම්බන්ධ නොවන විනෝදාස්වාද ව්‍යාපාර හා වෙනත් අරමුණු සඳහා නොකඩවා වසරකට වැඩි කාලයක් තම සාමාන්‍ය පරිසරයෙන් පිටත පිහිටි ස්ථානවල රැඳී සිටිමින් කරන කටයුතු සංචාරක ව්‍යාපාරය ලෙස හැඳින්විය හැක (World Tourism Organization, 2007).

Mathieson and Wall (1982) පෙන්වා දෙන ආකාරයට පුද්ගලයින් ජීවත් වන සාමාන්‍ය ස්ථානවලින් පිටත ගමනාන්තයන්ට රැකියාව හා නේවාසිකත්වය උදෙසා තාවකාලික චලනය සිදු කිරීම හා ඔවුන්ගේ අවශ්‍යතා සපුරාලීමට නිර්මාණය කරන ලද පහසුකම මේ සඳහා අයත් බව දක්වනු ලබයි.

සංචාරක ව්‍යාපාරය යනු ප්‍රවාහන කටයුතු, නවාතැන්, ආහාර සහ පානීය ආයතන, සිල්ලර වෙළෙඳසැල්, විනොදාස්වාද ව්‍යාපාර, ක්‍රියාකාරිතව පහසුකම් සහ අනිකුත් නිවසින් පිටව යන පුද්ගලයන් හෝ කණ්ඩායම් සඳහා ආගන්තුක සත්කාර සේවා සැපයීම ය (World Tourism Organization, 2007).

Goendner and Mclntosh (1986) පෙන්වා දෙන්නේ සංචාරකයින්, ව්‍යාපාර සැපයුම්කරුවන්, සත්කාරක ආණ්ඩු සහ සත්කාරක ප්‍රජාවන් මෙම සංචාරකයන් සහ වෙනත් අමුත්තන් ආකර්ෂණය කර ගැනීමේ සහ සත්කාරක ක්‍රියාවලිය තුළ ඇතිවන සම්බන්ධතා එකතුව සංචාරක කර්මාන්තය වන බවයි.

2.1. ශ්‍රී ලංකාවේ සංචාරක ව්‍යාපාරය

UNDP and WTO (1993) පෙන්වා දෙන ආකාරයට ශ්‍රී ලංකාවේ පිහිටීමේ සුවිශේෂීත්වය හේතුවෙන් සියවස් ගණනාවක් ශ්‍රී ලංකාව සංචාරක කේන්ද්‍රස්ථානයක් ව ඇති බවය. දහතුන් වන ශත වර්ෂය අවසානයේදී ඒ. ඩී. මාර්කෝ පෝලෝ ශ්‍රී ලංකාවේ සංචාරය කළ අතර ඒ පිළිබඳව මෙසේ සටහනක් තබන ලදී. ‘‘සංචාරකයෙකුගේ රටට වඩාත්ම අනර්ගතම ද්වීපත ලංකාව වන බව’’ ය.

SLTDA (2011) ඒ පිළිබඳව තවදුරටත් මෙසේ පැහැදිලි කරයි. එනම් වසර ගණනාවක් පුරා ගවේෂකයන් හා වෙළෙන්දන් අතර ඉන්දියානු සාගරයේ පර්ල් හා සෙරන්ඩිබ් නමින් ශ්‍රී ලංකාව ප්‍රසිද්ධියට පත්ව ඇති බවය.

1505 දී බටහිර බලයට යටත් වූයේ පෘතුගීසින්ගේ පැමිණීමත් සමඟය. බ්‍රිතාන්‍ය යටත් විජිතයක් වීමෙන් 1815 දී උඩරට රාජධානිය අල්ලා ගැනීමෙන් පසු බ්‍රිතාන්‍ය අතට පත්විය. නිදහසින් පසු ශ්‍රී ලංකාව සංචාරක කලාපයක් ලෙස සලකන ලදී.

ශ්‍රී ලංකාවේ සංචාරක කර්මාන්තයේ ඉතිහාසයේ වාර්තා වූ මුල්ම සංචාරකයින් වූයේ අනුරාධපුර හා පොළොන්නරුව පැරණි අගනුවර පිහිටි පූජනීය සිද්ධස්ථාන වැඳපුදා ගැනීමට හෝ ආගමික වන්දනා කිරීමට පැමිණි පිරිසය (Fernando, 2017b).

කෙසේ වුවද යටත් විජිත යුගයේ දී ශ්‍රී ලංකා වරාය හරහා බොහෝ නැව් බඩු හා වෙනත් නෞකා මත කොළඹ වරාය හරහා යාත්‍රා කරන ලද සංචාරකයින්ට ආකර්ෂණය වූ ශ්‍රී ලංකාව ලෝකයේ ආකර්ෂණීය මුහුදු මාර්ග මත පිහිටා තිබුණි. එම නිසා ඒ මගින් කොළඹ වරායට ඇතුළු වූ අතර කොළඹ, මහනුවර සහ අවට ප්‍රදේශ දැකගත හැකි විය. 1937 දී ශ්‍රී ලංකා රජය එහි ප්‍රථම සංචාරක කාර්යාංශය ආරම්භ කළේ ප්‍රධාන වශයෙන් බටහිර හා නැගෙනහිර අතර පමණක් ගමන් කරන මගීන් හා නායකයින්ට සේවය කිරීම සඳහාය (Fernando, 2017a).

1950 දී ලෝකය පුරා ජාත්‍යන්තර සංචාරක ව්‍යාපාරය වේගයෙන් වර්ධනය විය. දෙවැනි ලෝක යුද්ධයෙන් පසුව සිවිල් ගුවන් ප්‍රවාහන කටයුතු සඳහා ජෙට් ගුවන්යානා හඳුන්වා දීම බොහෝ දුරට සංචාරක කර්මාන්තයේ ව්‍යාප්තිය තුඩු දුන් ප්‍රධාන හේතුවක් බවට පත් වී ඇත. අනෙකුත් දකුණු ආසියාතික රටවල් මෙන්ම ශ්‍රී ලංකාව නිදහස ලැබීමෙන් පසු නිදහස් ආරක්ෂණ ප්‍රදේශ තන්ත්‍රයක් ක්‍රියාත්මක කරන ලදී (Athukorala, 1998).

ස්වභාවික සංස්කෘතික උරුමය මත පදනම්ව සම්පත්වලින් රට අතිශයින්ම පොහොසත් වුව ද ආර්ථික සංවර්ධන නංවාලීම සඳහා සංචාරක කර්මාන්තය වැදගත් කාර්යභාරයක් හඳුනාගැනීමට ප්‍රතිපත්ති සම්පාදකයින්ට නිදහස ලැබීමෙන් පසු වසර 18ක් පමණ ගත වී ඇත (Fernando, Bandara, & Smith, 2013).

සංචාරක ව්‍යාපාරය සංචාරක ක්ෂේත්‍රයක් ලෙස ප්‍රථම වතාවට හඳුන්වා ගැනීමෙන් පසුව 1966 දී සංචාරක ව්‍යාපාරය සඳහා දස අවුරුදු සැලැස්මක් ක්‍රියාත්මක කරන ලදි. ඒ සඳහා ශ්‍රී ලංකා රජය විසින් USAID දස අවුරුදු සැලැස්ම ක්‍රියාත්මක කරන ලදි (United Nation, 1993).

2.2. ශ්‍රී ලංකාවේ සංචාරක ව්‍යාපාරය දේශීය ආර්ථික වර්ධනයට දක්වන දායකත්වය

ලෝකය පුරා රටවල් 125කට වඩා වැඩි සංඛ්‍යාවක ආර්ථිකය සඳහා අත්‍යාවශ්‍ය වන කර්මාන්තයක් බවට පත්ව ඇති සංචාරක කර්මාන්තය ලෝකයේ පවත්නා වේගවත්ම වර්ධන කර්මාන්ත අංශය ලෙස හඳුන්වනු ලබයි. සංචාරක කර්මාන්තයෙන් රටකට ලබාගත හැකි ප්‍රතිලාභ බොහොමයක් පවතින අතර, එම ප්‍රතිලාභ සමාජය තුළ ජනිත කරන අයුරු අංශ කිහිපයක් ඔස්සේ විදාරණය කර දැක්විය හැකිය. එනම් සමාජයීය, ආර්ථික, පාරිසරික ආදී වශයෙනි. නමුත් සංචාරක කර්මාන්තයෙන් ජනිත වන බොහොමයක් සාධනීය ඵලයන් සංකේන්ද්‍රගත වන්නේ ආර්ථිකය නම් වූ ප්‍රවාහය වටාය. එනම්, රටක ආර්ථික සංවර්ධනයට අවශ්‍ය කරන රැකියා උත්පාදනය කරගැනීමේ ක්‍රමවේදයක් ලෙසත්, විදේශ විනිමය රට වෙත ගල ඒමේ ක්‍රමවේදයක් ලෙසත්, දරිද්‍රතාව තුරන් කරගැනීම ක්‍රමවේදයක් ලෙසත්, ග්‍රාමීය සංවර්ධනයක් ඇති කරන්නක් ලෙසත්, උසස් ජීවන මට්ටමක් ළඟාකර දෙන්නක් ලෙසත් සංචාරක කර්මාන්තයට හිමිවන්නේ අද්විතීය ස්ථානයකි.

මෙලෙස සංචාරක කර්මාන්තයෙන් ආර්ථිකයට සිදුකරන බලපෑම තේරුම් ගත් ශ්‍රී ලංකාව, 1966 දි නිල වශයෙන් සංචාරක කර්මාන්තයට රට විවෘත කරනු ලැබූ අතර, ඉන් සාධනීය ප්‍රතිඵල රැසක් ජනිත කරගැනීමට සමත් වෙයි. ඒවා පහත පරිදි විශ්ලේෂණය කොට දක්විය හැකිය.

2.3. විදේශ විනිමය ලබාදෙන ප්‍රධාන මූලාශ්‍රයක් ලෙස දේශීය ආර්ථික වර්ධනයට දක්වන දායකත්වය

රටක ආර්ථික සංවර්ධනය වේගවත් කරගැනීමේ දී වෙනත් රටවලින් තම රට වෙත ආදායම් ගලා එන අංශ වැඩි දියුණු විය යුතුය. එසේ ගත්කළ ශ්‍රී ලංකාවේ සංචාරක කර්මාන්තය වර්තමානයේ වැඩිම විදේශ විනිමය උපයන ක්‍රම අතරින් තුන්වෙනි ස්ථානයේ පසුවෙයි. මෙරට විදේශගත ලාංකීය ශ්‍රමිකයන්ගෙන් ලැබෙන විදේශ විනිමයත්, රෙදිපිළි හා ඇඟලුම් කර්මාන්තයෙන් ලැබෙන ආදායමත් මීට ඉදිරියෙන් සිටී. 2014 වනවිට සංචාරක කර්මාන්තයෙන් ඉපැයූ විදේශ විනිමය රුපියල් බිලියන 300ත් ඉක්මවා ඇති අතර, ප්‍රතිශතයක් ලෙස එය සියයට 10.2ක් ලෙස සඳහන් කළ හැකිය.

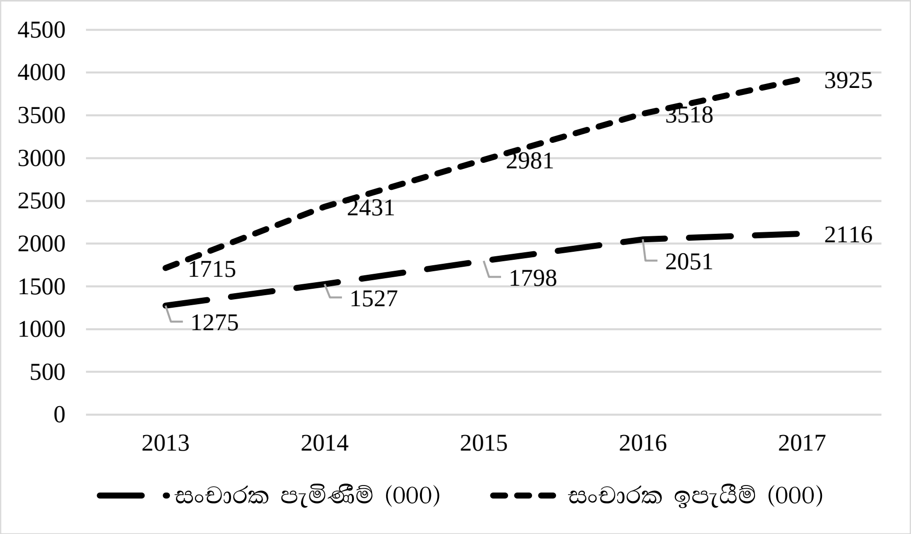
වගුව 1. ශ්‍රී ලංකාව සංචාරක කර්මාන්තයෙන් විදේශ විනිමය ඉපැයීම (2016-2017) (අනෙකුත් ප්‍රධානතම ක්ෂේත්‍ර වලට සාපේක්ෂව)

අංශය	2016		අංශය	2017	
	වි.වි.ඉපැයීම් (රු. මිලියන)	**වි.වි.ඉපැයීම් (%)**		**වි.වි.ඉපැයීම් (රු.මිලියන)**	**වි.වි.ඉපැයීම් (%)**
කම්කරු ප්‍රේෂණ	1,054,489	29.2	කම්කරු ප්‍රේෂණ	1,091,972	27.1
රෙදිපිළි සහ ඇඟලුම්	710,768	19.7	රෙදිපිළි සහ ඇඟලුම්	767,254	19.0
සංචාරක	512,593	14.2	සංචාරක	598,356	14.8
ප්‍රවාහන සේවා	327,581	9.1	ප්‍රවාහන සේවා	362,199	9.0
තේ	184,778	5.1	තේ	233,338	5.8
රබර් නිෂ්පාදන	111,791	3.1	රබර් නිෂ්පාදන	127,426	3.2

මූලාශ්‍රය : ශ්‍රී ලංකා සංචාරක සංවර්ධන අධිකාරිය (2014)

වගු අංක 01 ට අනුව විදේශ විනිමය ඉපයීමේ තෙවන ස්ථානයට 2016 වර්ෂයේ දී මෙන්ම 2017 වර්ෂයේ දී ද පත්ව ඇත. නමුත් එකම ස්ථානය සංචාරක කර්මාන්තය දැරුව ද 2016 වර්ෂයට සාපේක්ෂව වැඩි විදේශ විනිමය ඉපයීමක් 2107 වර්ෂයේ දී සිදුව ඇත. එය 0.6% ක වර්ධයක් වේ. එමෙන්ම සංචාරක කර්මාන්තයෙන් උපයන විදේශ විනිමය ආංශික වශයෙන් විග්‍රහ කොට බැලූවිට, ඒ හරහා ශ්‍රී ලංකා ආර්ථිකයේ අනෙකුත් අංශයන්ගේ වර්ධනයට කෙතෙක් දුරට සංචාරක කර්මාන්තයේ දායකත්වය බලපවත්වන්නේ ද යන්න හඳුනාගත හැකිය. එනම් සංචාරක කර්මාන්තයෙන් ඉපයෙන විදේශ විනිමය ශ්‍රී ලංකාවේ දළ ජාතික නිෂ්පාදනයෙන් 14.2% ක් වීම මගින් මෙම කරුණ සනාථ වේ. ප්‍රස්තාර සටහන 01 මගින් දක්වා ඇති පරිදි ශ්‍රී ලංකාවට සංචාරකයින් පැමිණීමත් එමගින් ලද ආදායමත් සෑම වර්ෂයකම වැඩි වීම මගින් සංචාරක ව්‍යාපාරය මගින් ශ්‍රී ලංකාවේ ආර්ථිකයට ඇති කරනු ලබන බලපෑම හොඳින් වටහා ගත හැකිය.

ප්‍රස්තාර සටහන 1. සංචාරක පැමිණීම් සහ ඉපැයීම් (2013-2017)



මූලාශ්‍රය : ශ්‍රී ලංකා මහ බැංකු වාර්ෂික වාර්තාව (2017)

කෙසේ නමුත්, ඉදිරි වසර පහ තුළ විදේශ විනිමය ඉපැයීමේ පළමු තැනට සංචාරක කර්මාන්තය ගෙන ඒම නව රජයේ අභිලාෂය බවට පත්වී ඇති අතර, ශ්‍රී ලංකා ආර්ථිකයට සංචාරක කර්මාන්තයෙන් සිදුවන බලපෑම මීට වඩා තීව්‍ර වනු ඇතැයි නිගමනය කළ හැකිය.

2.4. සුළු හා මධ්‍ය පරිමාණ කර්මාන්ත බිහි කිරීමේ හා යටිතල පහසුකම් සංවර්ධනය කිරීමේ සාධකයක් ලෙස දේශීය ආර්ථික වර්ධනයට දක්වන දායකත්වය

සංචාරක කර්මාන්තය ආර්ථිකයේ අනෙක් අංශ සමඟින් ද අන්තර් සබඳතාවක් පවතින අතර, සංචාරක කර්මාන්තය කේන්ද්‍ර කරගනිමින් අනෙකුත් කර්මාන්ත බිහි වීමත්, ඒ මත පෝෂණය වීමත් සංචාරක කර්මාන්තයේ නිරත සෑම රටකටම ජනිත කරන්නා වූ සාධනීය ප්‍රතිඵලයකි. යම් සංචාරක ග්‍රාහක ප්‍රදේශයක් තෝරාගත් පසු ප්‍රවාහනය, සන්නිවේදනය, ජලය, විදුලිය සැපයීම් ආදී යටිතල පහසුකම් සංවර්ධනය කිරීමට ආරම්භ කරයි. එමෙන්ම, සංචාරක කර්මාන්තය සඳහා අවශ්‍ය පහසුකම් හා සේවා සැලැසීමේ කර්මාන්ත ඒ ආශ්‍රිතව නිර්මාණය වීමට පටන් ගන්නා අතර, ඉදිකිරීම්, හෝටල් කර්මාන්ත, කෘෂිකර්ම, විනෝදාස්වාදය සැපයීම්, සංචාරක නියෝජිත ආයතන, සංචාරක මාර්ගෝපදේශන ආදී බොහොමයක් ක්ෂේත්‍ර ආවරණය වන පරිදි නව කර්මාන්ත ආරම්භ වනු ලබයි. ඉන්පසු එම කර්මාන්ත ඒ මත පෝෂණයවීමට ද පටන් ගනියි. ශ්‍රී ලංකා සංචාරක කර්මාන්තය ආරම්භ කළ මුල් වකවානුවට සාපේක්ෂව වර්තමානයේ විශාල කර්මාන්ත ප්‍රමාණයක් ඒ වටා බිහිව ඇති අයුරු දැකගත හැකි අතර, ඒවා සංචාරක කර්මාන්තය මත පදනම්ව අතිවිශාල දියුණුවක් අත්පත් කරගැනීමට ද සමත්ව ඇත. වසර 50ක අතීතයක් සතු ශ්‍රී ලංකා සංචාරක කර්මාන්තය පිළිබඳ වූ සංචාරක සංවර්ධන අධිකාරියේ 2014 වර්ෂයේ නවතම දත්ත කියාපාන්නේ, ලංකාව පුරා හෝටල් සහ

ආපනශාලා, සංචාරක නියෝජිත හා සංචාර මෙහෙයවීම් ආයතන, ගුවන් සේවා, සංචාරක සාප්පු ආදිය නිර්මාණය වීමට සංචාරක කර්මාන්තය පාදක වී ඇති බවයි.

2.5. රැකියා උත්පාදනය කිරීමේ මූලාශ්‍රයක් ලෙස දේශීය ආර්ථික වර්ධනයට දක්වන දායකත්වය

ලෝක කම්කරු සංවිධානය මෑතකදී නිකුත් කරන ලද දත්ත අනුව, ලොව පුරා මිලියන 260කට ආසන්න පිරිසකට රැකියා සපයා ඇති සංචාරක කර්මාන්තය, සංවර්ධනය වෙමින් පවතින සහ ඌන සංවර්ධිත රාජ්‍යයන්වල වෙසෙන තරුණ තරුණියන්, කාන්තාවන්, සංක්‍රමණික කම්කරුවන් හා ග්‍රාමීය ජන පිරිස් රැකියා ලොව වෙත පමුණුවන පළමු දොරටුව බවට පත්ව තිබේ. ශ්‍රී ලංකාව වැනි විරැකියාව ප්‍රබල ලෙස පවතින සෑම විදේශ සංචාරකයින් පස් දෙනෙකුට එක් රැකියා අවස්ථාවක් බිහිවන බව පිළිගැනේ. රැකියා බිහිකිරීම ආකාර දෙකකට සිදුවේ. එනම් සෘජු රැකියා සහ වක්‍ර රැකියා ලෙස වේ. සෘජු ලෙස සේවා සපයන අයට උපකාරක සේවාවන් වල නියැලී සංචාරක ව්‍යාපාරය නිසාම ජීවිකාව පවත්වාගෙන යනු ලබන සියල්ලන් වක්‍ර රැකියාවලට අයත් වේ. ශ්‍රී ලංකාවේ සංචාරක ක්ෂේත්‍රයේ රැකියාවල නියුක්ත වූවන් පිළිබඳව සංඛ්‍යාලේඛන වගු අංක 02 මගින් දක්වා තිබේ. ශ්‍රී ලංකා සංචාරක කර්මාන්තය ආරම්භ කළ මුල් වකවානුවේදී (1970 වසරේදී) සංචාරක කර්මාන්තය මගින් උත්පාදනය කරන ලද රැකියා ප්‍රමාණය 12,000ක් පමණ වූ අතර, වසර 44ක කාලයක් ඇතුළත එම සේවා නියුක්තිය 25 ගුණයකින් වර්ධනය කරගැනීමට හැකිව ඇත. ඒ අනුව, 2017 වර්ෂය වනවිට සංචාරක කර්මාන්තය හරහා උත්පාදනය කරනු ලැබ ඇති රැකියා ප්‍රමාණය 359,215ක් වන අතර, ඉන් 156,369කට ආසන්න ප්‍රමාණයක් සෘජු රැකියා වීම සුවිශේෂී වේ.

වගුව 2. සංචාරක කර්මාන්තය මගින් සෘජු හා වක්‍ර රැකියා උත්පාදනය (2010-2017)

වර්ෂය	සෘජු රැකියා	වක්‍ර රැකියා
2010	55,023	77,032
2011	57,786	80,889
2012	67,862	95,007
2013	112,550	157,600
2014	129,790	170,100
2015	135,930	185,506
2016	146,115	189,544
2017	156,369	202,846

මූලාශ්‍රය : ශ්‍රී ලංකා මහ බැංකු වාර්ෂික වාර්තාව (2017)

2.6. විදේශීය ආයෝජකයන් ආකර්ෂණය කරගැනීමේ කර්මාන්තයක් ලෙස දේශීය ආර්ථික වර්ධනයට දක්වන දායකත්වය

ලොව අනෙකුත් කර්මාන්තයන්ට සාපේක්ෂව නව ආයෝජකයන් රට තුළට ආකර්ෂණය කරගැනීමේදී සංචාරක කර්මාන්තය සුවිශේෂී වේ. සංචාරක කර්මාන්තයෙන් ලබන ආදායම් බාහිර සාධක හේතු කරගෙන අඩුවීමක් සිදුවුවත්, උදම් රළක් සේ එමගින් නැවත නැගී

සිටින්නට දීර්ඝ කාලයක් ගත නොවන බැවින් සංචාරක අංශයේ ආයෝජන සිදු කරන්නට ආයෝජකයන් විශාල උනන්දුවක් දක්වනු ලබයි. එබැවින් විදේශීය ආයෝජකයන් සංචාරක ආකර්ෂණයක් සහිත රාජ්‍යයන් තම ආයෝජන සිදුකිරීම් සඳහා තෝරාගනු ලබන අතර, එම ආයෝජන තුළින් විශාල රැකියා උත්පාදනයක් සිදුවීම රටකට ලැබෙන විශාලම ආර්ථික වාසියයි. කෙසේ නමුත්, ශ්‍රී ලංකාවේ ද සංචාරක කර්මාන්තය ආශ්‍රිතව විශාල ආයෝජකයන් ප්‍රමාණයක් මෙරටට පැමිණ ඇති අතර, සංචාරක කර්මාන්තයේ ආයෝජන සඳහා විශාල ප්‍රමාණයකට මෙරටට පැමිණීමට බදු නිදහස්කරණය ආදී සහනයන් ලබාදෙමින් ඒ සඳහා අවශ්‍ය පරිසරය සකස් කරදෙමින් සිටියි. එමෙන්ම 2016 වනවිට සංචාරකයින් මිලියන 25ක් ගෙන්වා ගැනීමේ අපේක්ෂිත ඉලක්කය ජයගැනීම් සඳහා ලෝකයේ පළමු පෙළ සංචාරක හෝටල් ජාලයන් වන ෂැන්ග්‍රිලා සමාගම, සිට්‍රස් සමාගම, ඊස්ට් වෙස්ට් සමාගම වැනි අන්තර්ජාතික සමාගම් ලංකාවට පැමිණ සිටින අතර, ඉන් ලංකා සංචාරක ආර්ථික ආදායමේ විශාල වෙනසක් සිදුවනු ඇතැයි අපේක්ෂා කෙරේ.

2.7. දරිද්‍රතාවය අවම වීම, ජීවන තත්වය උසස් වීම හා ප්‍රාදේශීය විෂමතා අවම වීම

සංචාරක කර්මාන්තය හරහා විශාල රැකියා ප්‍රමාණයක් බිහිවීමත්, ඒ හරහා ලබන ආදායමත් හේතු කරගනිමින් දරිද්‍රතාවය අවම කරමින් මිනිසුන්ට උසස් ජීවන තත්ත්වයක් ලබාගැනීමට අවශ්‍ය අවකාශය සකස්කර දෙනු ලබයි. එමෙන්ම, සංචාරක ආකර්ෂණයේ දී වැදගත් වන සංචාරක ප්‍රදේශයන් රට පුරා විසිරී පවතින අතර, ග්‍රාමීය හා නාගරික යනුවෙන් විභේදනයක් සිදු නොකාට සංචාරක කර්මාන්තය නංවාලීමට යටිතල පහසුකම් සංවර්ධනය කිරීම, නව කර්මාන්ත බිහිකිරීම ආදිය සිදුවිය යුතු අතර, එය ග්‍රාමීය හා නාගරික වශයෙන් සංවර්ධනයේ දී ඇතිවන විෂමතාවය අවම කරන්නට හේතුවක් සම්පාදනය කරනු ලබයි. එබැවින් සංචාරක කර්මාන්තය ගම් හා නගරය යා කරන්නට යොදාගත හැකි මෙවලමක් යැයි හැඳින්වීම යුක්ති සහගත වනු ඇත. ශ්‍රී ලංකා සංචාරක සංවර්ධන අධිකාරිය මගින් නම් කර ඇති පරිදි දිවයින පුරා සංචාරක කලාප 45ක් පවතින අතර, සංචාරක කර්මාන්තය පදනම් කරගනිමින් මෙම කලාප තුළ රැකියා උත්පාදනය හා යටිතල පහසුකම් මෙන්ම වෙනත් කර්මාන්ත අංශයන්ගේ බිහිවීමක් ද සිදුව ඇත. එමෙන්ම, අවම සංවර්ධන මට්ටමක් පවතින මන්නාරම හා අම්පාර වැනි දිස්ත්‍රික්ක සංවර්ධනයේදී සංචාරක කර්මාන්තය උපයෝගී කරගත යුතු යැයි යන මතයේ සිටිමින් විශාල සංචාරක ව්‍යාපෘති ඒ මත පදනම්ව දියත් කරනු ලැබ තිබේ.

3. සමාලෝචනය

කෙසේ නමුත්, සමස්ත විශ්ලේෂණය තුළින් පැහැදිලි වන මුඛ්‍ය කාරණය වන්නේ, ආර්ථික විශ්ලේෂකයන් දක්වන පරිදි, රටක සියලු ආර්ථික ප්‍රශ්න විසඳා ගැනීමේ සර්වරෝග නාශකයක් ලෙස සංචාරක කර්මාන්තය හැඳින්වීම යුක්ති සහගත වන බවයි. එය ශ්‍රී ලංකා සංචාරක කර්මාන්තය විෂයයෙහි ද පොදු වූ නියතයකි. එනමුත් සංචාරක කර්මාන්තය සඳහා ලංකාවේ පවතින විභවතාවන්ට සාපේක්ෂව, ලබාගත යුතුව තිබූ සාධනීය ආර්ථික ඵලයන්ගෙන් හරි අඩක්වත් ගෙවීගිය වසර 50ක අතීතය තුළ අප ලබාගෙන ඇත්දැයි යන්න ගැටලුවකි. සංචාරක ව්‍යාපාරයේ හොඳ හෝ නරක අප විසින් තුලනාත්මකව සලකා බැලීමේ දී අප වඩාත් සැලකිල්ලක් දැක්විය යුතු වන්නේ ශ්‍රී ලංකාවේ දැනට පවතින ආර්ථික අර්බුදයට

සංචාරක ව්‍යාපාරය හැරුණු විට වෙනත් විකල්ප කර්මාන්තයකින් පිටුවහලක් ලබා ගත හැකි ද යන්න පිළිබඳවයි. දැනට ශ්‍රී ලංකාවේ අනෙකුත් විදේශ විනිමය උපයා දෙන කර්මාන්ත වන ඇඟළුම්, විදේශ රැකියා හා තේ කර්මාන්තවල අනාගත ස්ථාවරභාවය ද අවිනිශ්චිතය. නමුත් සෑම කර්මාන්තයක්ම තුලනාත්මකව සමාලෝචනය කිරීමේ දී පැහැදිලි වන කරුණක් වන්නේ යම් පිරිවැයක් නොමැති කර්මාන්තයක් ලොව නොමැති තරම් බවය. සංචාරක ව්‍යාපාරය සම්බන්ධයෙන් ද එය එසේමය. සෑම විටම අප සංවර්ධනය යැයි විස්තර කරන සෑම සංවර්ධනයකම පිරිවැයක් ද අඩංගු වී පවතී. මේ නිසා යම්කිසි පිරිවැයකින් තොරව සංවර්ධනයට ළඟා විය හැකි ක්‍රමානුකූල සැලසුම්කරණ තුළින් පිරිවැය හා ගැටලු අවම කර ගත යුතු වේ. ගැටලු අවම කර ගැනීමටත්, ප්‍රතිලාභ උපරිම කිරීමටත් ජාතික වශයෙන් කරනු ලබන සැලසුම් ශ්‍රී ලංකාවේ සංචාරක ව්‍යාපාරයට ද පොදු වේ.

ආශ්‍රිත ග්‍රන්ථ

අමරවීර, ජේ. ඒ. (2005). තොරතුරු හා තොරතුරු ගවේශනය, පුස්තකාල හා විඥාපන විද්‍යා ලේඛන සමුච්චය, කැලණිය. කැලණිය විශ්වවිද්‍යාලය

වාර්ෂික වාර්තාව. (2017). කොළඹ. ශ්‍රී ලංකා මහ බැංකුව.

වාර්ෂික වාර්තාව. (2017). ශ්‍රී ලංකා සංචාරක මණ්ඩලය. කොළඹ. සංචාරක මණ්ඩලය.

Athukorala, P. (1998). Trade Policy Reforms and Industrial Restructuring in Sri Lanka Trade Policy Issues in Asian Development. Routledge.

Burkart, A. M. (1982). Tourism: Past, Present and future (2nd ed.). London: Heinemann.

Fernando, S. (2017a). Tourism Demand Validity and Post-War Tourism in Sri Lanka. Germany: GRIN Verlag: Nymphenburger.

Fernando, S. (2017b). Tourism in Sri Lanka and a Computable General Equilibrium (CGE) Analysis of the Effect of Post-War Tourism Boom. Australia: Griffith University.

Fernando, S., Bandara, J., & Smith, C. (2013). Regaining Missed Opportunities : the Role of Tourism in Post - War Development in Sri Lanka. Pacific Journal of Tourism Research , 7.

Goendner, C. R., & Mclntosh, R. W. (1986). Heritage Tourism & Museum Management. Retrieved from http://www.file:///Users/HP/ downloads/2 Heritage Tourism&Museum&management%20(1)pdf

Mathieson, A., & Wall, G. (1982). In Tourism : Economic, Physical and Social Impacts. London.

SLTDA. (2011). Overview Tourism - Early Years. Sri Lanka. Sri Lanka Tourism Development Authority.

Tourism Master Plan. (1982). Tourism Past, Present & Future. 94p.

UNDP & WTO. (1993). The Economic Impact of Tourism in Sri Lanka. New York. Retrieved from New York.

United Nation. (1993). The Economic Impact of Tourism in Sri Lanka.

UNWTO. (2014). World Tourism Organization 2014. Retrieved from http://ww2.unwto.org/annualreport2014