

## ශ්‍රී ලංකාවේ සංචාරක ව්‍යාපාරයේ වර්ධනය හා ග්‍රාමීය සමාජ-ආර්ථික සංවර්ධනය

ආර්.ඩබ්.වී.එස්.ක්‍රිෂාණි<sup>1</sup>

### සංකෙෂ්පය

රටකට ආදායම් උපදවන කර්මාන්ත අතර සංචාරක කර්මාන්තයට හිමි වන්නේ සුවිශේෂී ස්ථානයකි. සංචාරක ව්‍යාපාරය තුළින් රටකට ලබාගත හැකි වැදගත් ආර්ථික සංවර්ධන ප්‍රභවයක් ලෙස ග්‍රාමීය හා ප්‍රාදේශීය සංවර්ධනය හඳුනාගත හැකිය. මෙම ලිපිය තුළින් උඩවලව ජාතික වනෝද්‍යානයේ සංචාරක ව්‍යාපාරයේ වර්ධනය හා අවට ප්‍රදේශයේ ග්‍රාමීය ආර්ථික හා සමාජීය සංවර්ධනය අතර පවතින සබඳතාවය පිළිබඳව විමර්ශනය කර ඇත. මෙම අරමුණ සාක්ෂාත් කර ගැනීම සඳහා සෙවනගල ප්‍රාදේශීය ලේකම් කොට්ඨාසයේ කටුපිලගම ග්‍රාම නිලධාරී වසමේ ග්‍රාමීය ජනතාවගෙන් කුටුම්භ 50ක නියැදියක් සරල සසම්භාවී නොවන නියැදීම් ක්‍රමයක් වන පහසු නියැදීම් ක්‍රමය යටතේ තෝරාගෙන ඇත. තොරතුරු ලබා ගැනීම සිදු කරනු ලැබුවේ ප්‍රශ්නාවලියක් භාවිතයෙනි. ලබාගත් දත්ත විශ්ලේෂණය සඳහා කයි-වර්ග පරීක්ෂාව භාවිත කොට ඇත. එහිදී උඩවලව වනෝද්‍යානයේ සංචාරක ව්‍යාපාරයේ වර්ධනයක් සමඟ ප්‍රදේශයේ ජනතාවගේ රැකියා අවස්ථා ඉහළ ගොස් ඇති අතර ඔවුන්ගේ ආදායමේදී වර්ධනයක් සිදු වී ඇත. එසේම මෙම ග්‍රාමීය ප්‍රදේශය තුළ සංචාරක ව්‍යාපාරයේ වර්ධනය හේතුවෙන් යටිතල පහසුකම්වල වර්ධනයක් ද ඉඩම් මිල ඉහළ යෑමක් ද සිදු වී ඇත.

**මූලාස පද:** සංචාරක ව්‍යාපාරය, ග්‍රාම සංවර්ධනය, සංචාරක ප්‍රතිලාභ

### හැඳින්වීම

සංවරණයේ ආරම්භය ඇත අතීතය දක්වා දිවයන ක්‍රියාදාමයකි. මිනිසාගේ සංවරණය මුල් කාලයේ දී සීමිත අවශ්‍යතා ප්‍රමාණයක් මත සිදු වුවද අද වනවිට දේශීය හා විදේශීය වශයෙන් සංචාරකයින් බොහෝ ප්‍රමාණයක් ලෝකය පුරා සංවරණය කරයි. විවිධ අරමුණු සපුරා ගැනීමේ අපේක්ෂාවෙන් රටකින් රටකට හෝ ප්‍රදේශයකින් ප්‍රදේශයකට පුද්ගලයන් සංවරණය වීම මානව ඉතිහාසය පුරාම දක්නට ලැබෙන සිද්ධියකි. ලෝකයේ විවිධ ප්‍රදේශ වල භෞතික පරිසරයේ දක්නට ලැබෙන වෙනස්කම් ද සමාජීය හා සංස්කෘතික වශයෙන් පවතින විවිධත්වය ද ආර්ථික මට්ටම් අතින් රටවල් අතර පවතින වෙනස්කම් ද සංවරණ ක්‍රියාවලියට පසුබිම් වන භූගෝලීය පදනම වේ (ජයවර්ධන, 2002).

<sup>1</sup>සමාජ සංඛ්‍යානය ශාස්ත්‍රවේදී (විශේෂ) තෙවන වසර, [rwvskrishani@gmail.com](mailto:rwvskrishani@gmail.com)

ලෝක සංචාරක සංවිධානය (1991)ට අනුව සංචාරක කර්මාන්තය යනුවෙන් අදහස් වන්නේ, “සියලුම සංචාරකයින් ජීවත් වන නිවසින් පිටත්වීමේ සිට සංචාරය අවසන් වී නැවත නිවසට පැමිණෙන තෙක් කරන, නිරතවන මෙන්ම ප්‍රයෝජනයට ගන්නා පහසුකම් සහ එම සංවරණයට අදාළව සංචාරයට ප්‍රථම කටයුතුත්, සංවරණයෙන් පසුව සංචාරයට අදාළ සියලුම කටයුතු හා මිලදී ගැනීම් පිළිබඳව විස්තර වන කර්මාන්තය සංචාරක කර්මාන්තය ලෙසයි” (සිල්වා සහ විජේකුමාර, 2011).

සංචාරක කර්මාන්තයේ න්‍යෂ්ටිය ලෙස සැලකෙන සංචාරකයා යනු කවරෙක්ද යන්න ලෝක සංචාරක සංවිධානයට අනුව,

“තමාගේ රටින් බැහැරව වෙනත් රටක එක් රාත්‍රියක් ගත කරන, නමුත් මාස 12 කට අඩු කාලයක් ගත කරන, පාරිතෝෂිකයක් නොලබන පුද්ගලයා ජාත්‍යන්තර සංචාරකයා ලෙස හඳුන්වයි” (රත්නායක, 2012).

මේ අනුව තමාගේ රටේ වෙනත් ප්‍රදේශයකට ගමන් කිරීමේ දී ඔහු දේශීය සංචාරකයෙකු ලෙසත්, වෙනත් රටකට ගමන් කිරීමේදී ජාත්‍යන්තර සංචාරකයෙකු ලෙසත් හඳුනාගත හැකිය.

සංවර්ධිත රටවල මෙන්ම සංවර්ධනය වෙමින් පවතින රටවල ද මෙකී දෙඅංශයම ක්‍රියාත්මක වේ. ලෝකයේ ඇති වූ බොහෝමයක් ආර්ථික අර්බුදයන් හමුවේ සංචාරක ව්‍යාපාරය ඉක්මණින්ම හිස එසවීමට තරම් හැකියාවක් ලබා ඇත. සංවර්ධනය වෙමින් පවතින රටවල් බොහෝමයක් තම රටවල සංවර්ධන ක්‍රමෝපායක් ලෙස තෝරා ගෙන ඇත්තේ සංචාරක ව්‍යාපාරයයි (පතිරණ, 2014: 28). එහිදී මෙම රටවල් සංචාරක ව්‍යාපාරයට එළඹ ඇත්තේ රටකට ඒ තුළින් උදාකරගත හැකි ආර්ථික ප්‍රතිලාභ සැලකිල්ලට ගැනීමෙනි. මෙම ආර්ථික ප්‍රතිලාභ ලෙස විදේශ විනිමය ඉපයීම, රජයේ ආදායම් වර්ධනය වීම, ප්‍රාදේශීය සංවර්ධනය, ආර්ථික උත්තේජනය ඇතිවීම, සේවා නියුක්තිය යනාදිය දැක්විය හැකිය (පතිරණ, 2010).

සංවර්ධනය වෙමින් පවතින රටක් වන ශ්‍රී ලංකාවද සංචාරක ව්‍යාපාරය කෙරෙහි වැඩි සැලකිල්ලක් දැක්වීමට හේතුව වී ඇත්තේ මෙම ආර්ථික ප්‍රතිලාභයි. විශේෂයෙන් ම විදේශීය සංචාරකයින්ගේ පැමිණීමෙන් ශ්‍රී ලංකාවට ලැබෙන විදේශ විනිමය ප්‍රතිලාභ ඉන් ප්‍රමුඛ තැනක් ගනී. සංචාරක කර්මාන්තය විදේශ විනිමය උපයන කර්මාන්ත අතර තෙවනස්ථානය ලබා තිබීමෙන් ඒ බව පැහැදිලි වේ (මහ බැංකු වාර්තාව, 2013).

දෙවන ලෝක යුද්ධ කාලයෙන් පසුව අන්තර් ජාතික වශයෙන් සිදු වූ සංචාරක ව්‍යාපාරයේ ශීඝ්‍ර වර්ධනය 1948 දී ලංකාවට නිදහස ලැබීමත් සමඟම ශ්‍රී ලංකාව තුළ ද දක්නට ලැබුණි. විශේෂයෙන්ම 1977 දී විවෘත

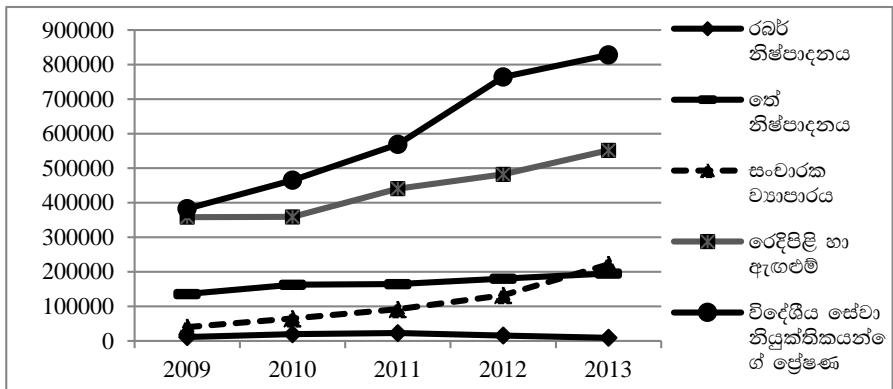
ආර්ථිකය හඳුන්වා දීමත් සමඟම සංචාරක ව්‍යාපාරයේ ප්‍රසාරණයක් දක්නට ලැබුණි (ගුණවර්ධන සහ සල්ඩින්, 2008). මෙසේ වර්ධනය වූ ශ්‍රී ලංකාවේ සංචාරක කර්මාන්තය ලංකාවේ පැවති විවිධ සමාජ-ආර්ථික හා දේශපාලන සාධක මත යම් යම් වෙනස්කම්වලට බඳුන් විය. විශේෂයෙන්ම මෙරට තුළ පැවති යුධමය තත්ත්වය සංචාරක ව්‍යාපාරයේ පසුබෑම සඳහා බෙහෝ සෙයින් බලපෑවේය. එසේම යුද්ධය අවසන් වීම හේතුවෙන් වැඩිම ආශීර්වාදයක් ලබා ඇත්තේ ද සංචාරක කර්මාන්තයයි (සිල්වා සහ ගුරුගේ, 2011).

**ශ්‍රී ලංකාවේ සංචාරක ව්‍යාපාරයේ මෑත කාලීන ප්‍රවණතා**

සංචාරක ව්‍යාපාරය අද ලෝකයේ බොහෝ රටවල ප්‍රමුඛතා කර්මාන්තයක් වශයෙන් ඉදිරියට පැමිණෙමින් පවතී. ශ්‍රී ලංකාව සැලසුම් සහගතව සංචාරක ව්‍යාපාරයට එළඹීමේ 1966 අංක 10 දරන ශ්‍රී ලංකාවේ සංචාරක මණ්ඩල පනත මගින් ශ්‍රී ලංකා සංචාරක මණ්ඩලය ස්ථාපිත කිරීමත්, අංක 14 දරණ පනත මගින් ලංකා හෝටල් සංස්ථාව ආරම්භ කිරීමත් සමඟය. මෙම වර්ෂයේදී 18969ක සංචාරක පැමිණීම් ප්‍රමාණයකින් ආරම්භ කළ ශ්‍රී ලංකාවේ සංචාරක ව්‍යාපාරය අද වනවිට මහා පරිමාණයෙන් වැඩෙමින් පවතින වෘත්තයක් බවට පත්ව ඇත (පතිරණ, 2001).

මූලිකව බහු ජාතික ව්‍යාපාර කිහිපයක් මත රැදුණු ව්‍යාපාරයක් වූ සංචාරක ව්‍යාපාරය ශ්‍රී ලංකාවට එතරම් ප්‍රතිලාභ ගෙන දීමක් සිදු කළේ නැත. 1977 වසරේ සිට ශ්‍රී ලංකා ආර්ථිකය කෘෂිකාර්මික හා කාර්මික යන අංශ මත රඳා පැවතීමෙන් ඔබ්බට යමින් වැඩි වශයෙන් සේවා අංශය මත රැදී සිටීමේ ප්‍රවණතාවයක් දක්නට ලැබේ. සංචාරක ක්ෂේත්‍රයද වර්තමානය වනවිට සේවා අංශය තුළ කැපී පෙනෙන සංරචකයක් බවට පත්වී ඇත (මහ බැංකු වාර්තාව, 2013).

ප්‍රස්තාරය 01. ප්‍රභවය අනුව ශ්‍රී ලංකාවේ විදේශ විනිමය ඉපයීම් (රුපියල්) 2009-2013



මූලාශ්‍රය: මහ බැංකු වාර්තාව, 2013

ඉහත ප්‍රස්තාර සටහනට අනුව 2012 වර්ෂය හා සසඳන විට 2013 වර්ෂය සඳහා විදේශ සේවා නියුක්තිකයන්ගේ ප්‍රේෂණ 8.3%කින්ද රෙදි පිළි හා ඇඟළුම් 14.4%කින්ද සංචාරක ව්‍යාපාරයෙන් ලද ඉපයීම් 67.4%කින් ද නේ නිෂ්පාදිතය 8.3%කින්ද රබර් නිෂ්පාදිතය -41.5%කින් ද වර්ධනය වී ඇත. මේ අනුව 2012 වර්ෂයට සාපේක්ෂව 2013 වර්ෂයේදී සේවා අංශය තුළ වැඩිම වර්ධනයක් සිදුවී ඇත්තේ සංචාරක ව්‍යාපාරයේය. එනම් එය අනෙකුත් සේවා අංශයන්ට සාපේක්ෂව විශාල වර්ධනයකි.

විදේශීය සංචාරකයින් වැඩි දෙනෙකුගේ මූලික පරමාර්ථය වනුයේ එම රටේ නිව් සැනසිල්ලේ විවේකයක් ගත කිරීමයි. මීට අමතරව ව්‍යාපාරික කටයුතු සඳහා ද ජාත්‍යයන්තර සම්මන්ත්‍රණ ආදියට සහභාගි වීම සඳහා ද ආගමික කටයුතු සඳහා ද නැදෑ හිතමිතුරන් බැලීම සඳහාද පැමිණෙන විදේශිකයන් අප රටට නිතැතින් ම සංචාරකයෝ වෙති (ගුණවර්ධන සහ සල්ඩින්, 2008).

වගුව 01. පැමිණි කාර්යයන් අනුව ශ්‍රී ලංකාවට පැමිණෙන සංචාරකයින්ගේ ප්‍රතිශත ව්‍යාප්තිය, 2013

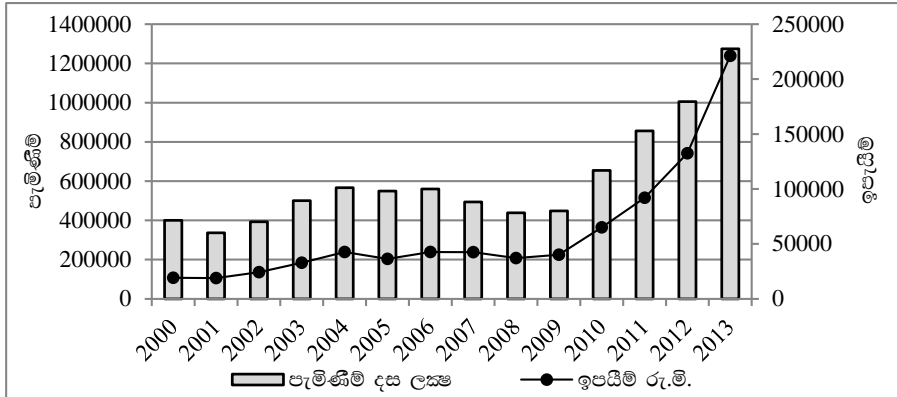
පැමිණි කාරණය	2009	2010	2011	2012	2013
1. විනෝදාස්වාදය සඳහා	79.9	78.9	80.4	74.4	76.9
2. ව්‍යාපාරික කටයුතු සඳහා	8.6	12.7	8.0	9.0	7.4
5. අනෙකුත් කාර්යයන් සඳහා	11.5	8.4	11.6	16.6	15.7

මූලාශ්‍රය: ශ්‍රී ලංකා සංචාරක සංවර්ධන අධිකාරිය-වාර්ෂික වාර්තාව, 2013

2013 වර්ෂයේ දී ශ්‍රී ලංකාවට පැමිණි මුළු සංචාරකයින්ගෙන් 76.9%ක් විනෝදාස්වාදය මුල් කොට ගෙන පැමිණ ඇත. එය 2012 වර්ෂයට සාපේක්ෂව 3.36%ක වර්ධනයකි. 2013 වර්ෂයේ දී පෙර වර්ෂයට සාපේක්ෂව ව්‍යාපාරික කටයුතු සඳහා පැමිණි ප්‍රමාණය 17.7%න් ද අනෙකුත් කටයුතු සඳහා පැමිණි ප්‍රමාණය 5.42%න් ද අඩු වී ඇති බවක් දක්නට ලැබේ (මහ බැංකු වාර්තාව, 2013).

ශ්‍රී ලංකාවේ මෑත කාලීන සංචාරක පැමිණීම් හා ඉපයීම් දෙස අවධානය යොමු කිරීමේ දී විශේෂයෙන්ම 2009 වර්ෂයේ දී ක්‍රස්තවාදී අර්බුදය අවසන් වීමෙන් පසුව වේගවත් වර්ධනයක් දකගත හැකිය. ඒ බව පහත ප්‍රස්තාර අංක 02 තුළින් මනාව පැහැදිලි වේ.

ප්‍රස්තාරය: 02.ශ්‍රී ලංකාවේ සංචාරක පැමිණීම් හා ඉපයීම් 2000-2013



මූලාශ්‍රය: ශ්‍රී ලංකා සංචාරක සංවර්ධන අධිකාරිය-වාර්ෂික වාර්තාව(2013)

ඉහත ප්‍රස්තාර සටහනට අනුව 2000-2012 වර්ෂවලට අදාළ සංචාරක ඉපයීම් ප්‍රමාණය හා සංචාරක පැමිණීම් ප්‍රමාණය අතර අනුලෝම සම්බන්ධතාවයක් පවතී. ඊට අදාළ සහ-සම්බන්ධතා සංගුණකය 0.975ක් වීමෙන් ඒ බව තහවුරු වේ. එසේම 2000 - 2013 වර්ෂවලට අදාළව එක්සංචාරකයෙකුගේ පැමිණීම වෙනුවෙන් සංචාරක ඉපයීම් රුපියල් 204000කින් වර්ධනය වී ඇති බව  $Y(\text{සංචාරකඉපයීම්}) = -62984.33 + 0.204X(\text{සංචාරක පැමිණීම්})$  යන ප්‍රතිපායන ආකෘතිය මගින් සනාථ වේ.

සංචාරක කර්මාන්තයේ දියුණුවත් සමඟම ඒ ආශ්‍රිතව උත්පාදනය වන රැකියා අවස්ථාවලදී වර්ධනයක් දැකගත හැකිය. සංචාරක ව්‍යාපාරය ආශ්‍රිතව බිහිවන රැකියා ප්‍රධාන වශයෙන් සෘජු රැකියා හා වක්‍ර රැකියා ලෙස කොටස් 2කට බෙදා දැක්විය හැකිය. 2013 වර්ෂය වන විට සංචාරක කර්මාන්තයේ රැකියා සම්බන්ධයෙන් ශ්‍රී ලංකාවේ රැකියා උත්පාදන අනුපාතය 1:5ක් වේ. එනම් ලංකාවට පැමිණෙන සෑම සංචාරකයින් පස් දෙනෙකුගෙන් එක් රැකියාවක් ජනිත වන බවයි (මහ බැංකු වාර්තාව, 2013).

වගුව 02. ශ්‍රී ලංකා සංචාරක ව්‍යාපාරය ආශ්‍රිත රැකියා තත්වය 2000-2013

වර්ෂය	රැකියා අවස්ථා		මුළු රැකියා ප්‍රමාණය	වාර්ෂික වර්ධන වේගය (%)
	සෘජු රැකියා	වක්‍ර රැකියා		
2000	37943	53120	91063	3.8
2001	33710	47194	80904	-11.2
2002	38821	54349	93170	15.2
2003	46761	65465	112226	20.5
2004	53766	75272	129038	15.0
2005	52085	72919	125004	-3.1
2006	55649	77909	133558	6.8
2007	60516	84722	145238	8.7
2008	51306	71828	123134	-15.2
2009	52071	72899	124970	1.5
2010	55023	77032	132055	5.7
2011	57786	80899	138685	5.0
2012	67862	95007	162869	17.4
2013	112550	157600	270150	65.9

මූලාශ්‍රය: ශ්‍රී ලංකා සංචාරක සංවර්ධන අධිකාරිය-වාර්ෂික වාර්තාව, 2013

ඉහත වගු අංක 02ට අනුව සංචාරක ව්‍යාපාරය තුළින් ජාතික කරන රැකියා ප්‍රමාණය සංචාරක පැමිණීම් ප්‍රමාණයට සමගාමීව ඉහළ මට්ටමක පවතී. 2013 වර්ෂය වන විට ජාතික වූ මුළු රැකියා ප්‍රමාණයට සෘජු රැකියා තුළින් ලද දායකත්වය 41.66%ක් ද වක්‍ර රැකියා තුළින් ලද දායකත්වය 58.34%ක් ද වේ. එනම් 2013 වර්ෂයට අදාළව ලංකාවේ සංචාරක කර්මාන්තයේ සෘජු රැකියා හා වක්‍ර රැකියා බිහි වීම අතර අනුපාතය 1:1.14ක් වේ.

“2016 වර්ෂය වන විට වසරකට සංචාරකයින් ලක්ෂ 2.5ක් මෙරටට ගෙන්වා ගැනීමට අවශ්‍ය වන යටිතල පහසුකම් සහ අනෙකුත් අවශ්‍යතා සපුරාලන වැඩපිළිවෙළක් දියත් කරන්නෙමි” (මහින්ද විජේවර්ධන ඉදිරි දැක්ම, 2010). මේ අවශ්‍යතාවය පරිදි ආර්ථික සංවර්ධන අමාත්‍යාංශය විසින් ඉදිරි වර්ෂ (2011-2016) සඳහා වන සංචාරක සංවර්ධන උපාය මාර්ග සැලැස්මක් සම්පාදනය කර ඇත (ගනේවත්ත, 2011).

**ශ්‍රී ලංකාවේ ග්‍රාමීය සංවර්ධනය හා සංචාරක ව්‍යාපාරය**

ලෝකයේ සංවර්ධිත රටවල් මෙන්ම අඩු සංවර්ධිත රටවල් ද සමස්ත ජනගහනයෙන් 80%කට වැඩි ප්‍රමාණයක් ජීවත් වන්නේ ග්‍රාමීය ප්‍රදේශවලයි. එසේම දෙවන ලෝක යුද්ධයෙන් පසු නිදහස ලැබූ බොහෝමයක් රටවල් බිඳ වැටී තිබූ තම සමාජ, ආර්ථික, දේශපාලනික තත්වය නගා සිටුවීමේ අරමුණින් ක්‍රියාත්මක කළ සංවර්ධන වැඩසටහන් සියල්ලම පාහේ ජාතික මට්ටමේ සැලසුම් විමත් සමඟ අපේක්ෂිත සංවර්ධන ඉලක්ක කරා ළඟා වීමට නොහැකි විය. විශේෂයෙන් අන්තර් හා කොමර් වැනි ආර්ථික

විද්‍යාඥයන් ප්‍රකාශ කරන්නේ බොහෝමයක් රටවල් තුළ සංවර්ධන සැලසුම් අඩාල වී ඇත්තේ ප්‍රාදේශීය වශයෙන් ඒවා ක්‍රියාත්මක නොවීම හා ග්‍රාමීය මට්ටම තෙක් විකාශනය නොවීම නිසාය යන්නයි (දික්වැල්ල, 2003).

ග්‍රාමීය සංවර්ධනය යන්නට නිශ්චිත අර්ථ කථනයක් සැපයිය නොහැකි වුවත් ග්‍රාමීය සංවර්ධනය යන සංකල්පය හඳුනාගැනීමේදී 1975 එක්සත් ජාතීන්ගේ ප්‍රකාශනය වෙත අවධානය යොමු කිරීම වැදගත්වේ. එහි ග්‍රාමීය සංවර්ධනය නිර්වචනය කර තිබෙනුයේ, “ග්‍රාමීය සංවර්ධනය යනු විශේෂ මිනිස් කණ්ඩායමක් වන ග්‍රාමීය දුප්පතුන්ගේ ආර්ථික සමාජීය ජීවිතය දියුණු කරන උපායමාර්ගය කි. මෙමඟින් ග්‍රාමීය ප්‍රදේශවල ජීවිකාව සොයමින් සිටින පීඩිතයන්ට සංවර්ධනයේ වාසි හා වරප්‍රසාද පුළුල් කරයි. ග්‍රාමීය අංශය නවීකරණයට යොමුවන සැලසුම් තැනීමේ වැදගත්කම අවධාරණය කරමින් ග්‍රාමීය දුප්පතුන්ගේ සමාජ-ආර්ථික ජීවිතය දියුණු කිරීම ඉලක්ක කොට ගනී.”

මෙයින් පෙනී යන්නේ සංවර්ධනයෙන් ඇත් වූ විශාලම පිරිස සෘජුවම සංවර්ධනයට යොමු කරන ක්‍රියාමාර්ග ග්‍රාමීය සංවර්ධනය වන බවයි (දික්වැල්ල, 2003).

නූතන සංවර්ධන ක්‍රියාදාමයේ නාගරික ජනතාවගේ ජීවන තත්ත්වය යම් පමණකට වර්ධනය වී ඇති නමුත් මෙම වර්ධනය ග්‍රාමීය අංශයට බලපා නැත. ගම්බද හා පර්යන්තවල ජීවත් වන ජනකොටස්වලට නිරන්තරයෙන් ආර්ථික අභියෝගයන්වලට මුහුණ දීමට සිදුවේ. මෙයට හේතු වී ඇත්තේ මෙම ප්‍රදේශවල තිබූ ප්‍රාථමික හා සාම්ප්‍රදායානුකූල කර්මාන්ත බිඳ වැටීමයි. මෙවැනි තත්ත්වයක් හමුවේ ග්‍රාමීය ජනතාවගේ ජීවන වෘත්තීන් බිඳ වැටීමත් සමඟ මෙම ගැමියන්ට ගමින් පිටතට සංක්‍රමණය වීමට සිදු විය. එහෙයින් ග්‍රාමීය ප්‍රදේශවල සංවර්ධනය වෙනුවට තව තවත් නාගරික ප්‍රදේශ සංවර්ධනයට ලක්විය. ඕනෑම රටක සමාජ-ආර්ථික සංවර්ධනය සඳහා ග්‍රාමීය ප්‍රදේශවලින් ලැබෙනුයේ ඉමහත් දායකත්වයකි (අස්ලාම්, 2011).

ග්‍රාමීය ප්‍රදේශවලට සංවර්ධනයක් ගෙන ඒමට නම් ගැමියන් බලගැන්විය යුතුය. මේ සඳහා රාජ්‍යය හා රාජ්‍යය නොවෙන ව්‍යාපෘති ගණනාවක්ම ක්‍රියාත්මක කරන ලද නමුත් මේවා ඉහළ මට්ටමේ සිට පහළ මට්ටමට තීරණ ගලා යෑමේ ව්‍යාපෘති (Top-Down Approach) පමණක් විය. ග්‍රාමීය ආර්ථිකය උත්තේජනය කළ හැක්කේ විකල්ප අරමුණු සඳහා ගම්බද සම්පත් යොදා ගැනීමෙනි. එසේම ග්‍රාමීය සම්පත්, ග්‍රාමීය ප්‍රාග්ධනය ලෙස අලුතින් සංකල්පිත කිරීම ද ග්‍රාමීය සංචාරක කර්මාන්තය වර්ධනය කිරීම ද ග්‍රාමීය ප්‍රදේශවල තිරසාර සංවර්ධනය වෙනුවෙන් සිදුකළ හැකිය (ගමගේ, 2012).

ගමේ ඇති නිස්කලංක පරිසරය, අපිරිසිදු නොවූ වායුගෝලය, මිනුශිලී ආගන්තුක සත්කාරය, සරල හා අව්‍යාජ ජීවන රටාව, ආගන්තුක හා වෙනත් තැනකින් සොයා ගත නොහැකි ස්වභාවික හා මිනිසුන් විසින් නිර්මාණය කරන ලද නිර්මාණයන්, පාරිසරික ජෛව විවිධත්වය සංචාරකයින්ගේ සිත් ඇද ගන්නා දේවල්ය (Fredericks, 1993).

සමාජ සුභ සාධනය පදනම් කරගත් ආර්ථික ප්‍රතිපත්ති නිසා ශ්‍රී ලංකාවේ අධ්‍යාපන හා සෞඛ්‍යය තත්ත්වය සැලකිය යුතු මට්ටමකින් වර්ධනය වී තිබුණත් ග්‍රාමීය සංවර්ධනය සඳහා එය උපකාරී වී නැත. ශ්‍රී ලංකාවේ සංචාරක ව්‍යාපාරයටද තිරසාරී ග්‍රාම සංවර්ධනය ඇතුළත් වී නැත (අස්ලාම්, 2011). එහෙත් විකල්ප සංචාරක ව්‍යාපාරයන් සඳහා සුදුසු ඒ ඒ ගම්වලට සීමා වූ සම්පත් රාශියක් එම ග්‍රාමීය ප්‍රදේශවල දැකගත හැකිය. එනම් මෙම ප්‍රදේශවලට ප්‍රතිලාභ අත්කරගත හැකි විකල්ප සංචාරක ව්‍යාපාර සඳහා අවස්ථා පවතී. එනම් සංස්කෘතික සංචාරක ව්‍යාපාරය, පාරම්පරික සංචාරක ව්‍යාපාරය, ප්‍රජා මූලික සංචාරක ව්‍යාපාරය, කෘෂි සංචාරක ව්‍යාපාරය, නිවාස නැවතුම් සහිත සංචාරක ව්‍යාපාරය, ග්‍රාම සංචාරක ව්‍යාපාරය ඒ අතර ප්‍රධාන වේ. යුද්ධය අවසන් වීමත් සමඟ සංචාරකයින්ගේ පැමිණීම ඉහළ යමින් පවතී. එහෙත් මෙහි ප්‍රතිලාභ ගම්වලට ලබා දී එම ගම් සඳහා තිරසාර වර්ධනයක් ලබා දීමට හැකිවන සේ සංචාරක කර්මාන්තය පුළුල් කිරීමට ශ්‍රී ලංකාව අසමත් වී ඇත (අස්ලාම්, 2011).

ශ්‍රී ලංකාව තුළ සිදුකර ඇති සාර්ථක ග්‍රාමීය සංචාරක වර්ධන ව්‍යාපෘති කිහිපයක් ද පවතී. එවැනි සාර්ථකත්වයන් හමුවේ ප්‍රජාවට අමතර ආදායම් මාර්ගයක් ඇති කර ගැනීමටත්, අලුත් රැකියා අවස්ථා බිහිවීමටත් හේතු වී ඇත. එමෙන්ම මෙම ග්‍රාමීය ප්‍රදේශයන් ආශ්‍රිත කැලෑ, කඩොලාන, හිරිගල්, සත්ත්ව හා ශාක විශේෂ වැනි ස්වභාවික සම්පත් විනාශ කිරීම හා වළක්වා ගැනීමටත් හැකියාව ලැබී ඇත. මේ අනුව ගම් සංවර්ධනය කිරීමෙහි ලා ග්‍රාමීය විකල්ප සංචාරක ව්‍යාපාරයන් උපාය මාර්ගයක් ලෙස පිළිගෙන ඇත (Sharply, 2002).

**උඩවලව ජාතික වනෝද්‍යානයේ සංචාරක ව්‍යාපාරයේ වර්ධනය හා ග්‍රාමීය ආර්ථික හා සමාජීය සංවර්ධනය පිළිබඳ දත්ත විශ්ලේෂණය**

මෙහි දී සරල සසම්භාවී නොවෙන නියැදි ක්‍රමය යටතේ තෝරාගත් නියැදියක් මත පදනම්ව කයි-වර්ග පරීක්ෂාවට අනුවදත්ත විශ්ලේෂණය සිදු කරන ලදී. ඒ සඳහා සංචාරක ව්‍යාපාරය බහුලව පවතින වනෝද්‍යානයක් වන උඩවලව ජාතික වනෝද්‍යානයතෝරා ගැනීමට හේතු වූයේ සංචාරක ව්‍යාපාරය සම්බන්ධයෙන් මේ දක්වා සිදුකර ඇති අධ්‍යයනයන් බොහෝමයක් වෙරළාසන්න සංචාරක ව්‍යාපාරය හා බැඳී පවතින



අධ්‍යයනයන් විමක් ලංකාවේ ද්විතීයික වනෝද්‍යාන අතරින් තෙවන වැඩිම සංචාරක පිරිසක් පැමිණෙන වනෝද්‍යානය මෙය විමක්ය.

**පරීක්ෂාවට ලක් කළ කල්පිතයන්**

- H<sub>0a</sub>: සංචාරක ව්‍යාපාරයේ වර්ධනය හා ආදායම් මට්ටම ඉහළ යාම අතර සම්බන්ධතාවයක් නොපවතී.
- H<sub>0b</sub>: සංචාරක ව්‍යාපාරයේ වර්ධනය හා රැකියා අවස්ථා ඉහළ යාම අතර සම්බන්ධතාවයක් නොපවතී.
- H<sub>0c</sub>: සංචාරක ව්‍යාපාරයේ වර්ධනය හා ඉඩම් මිල ඉහළ යාම අතර සම්බන්ධතාවයක් නොපවතී.
- H<sub>0d</sub>: සංචාරක ව්‍යාපාරයේ වර්ධනය හා මහා මාර්ගවල දියුණුව අතර සම්බන්ධතාවයක් නොපවතී.
- H<sub>0e</sub>: සංචාරක ව්‍යාපාරයේ වර්ධනය හා ප්‍රවාහන පහසුකම්වල දියුණුව අතර සම්බන්ධතාවයක් නොපවතී.
- H<sub>0f</sub>: සංචාරක ව්‍යාපාරයේ වර්ධනය හා විදුලි පහසුකම් ඉහළ යාම අතර සම්බන්ධතාවයක් නොපවතී.
- H<sub>0g</sub>: සංචාරක ව්‍යාපාරයේ වර්ධනය හා ජල පහසුකම් ඉහළ යාම අතර සම්බන්ධතාවයක් නොපවතී.
- H<sub>0h</sub>: සංචාරක ව්‍යාපාරයේ වර්ධනය හා මත්ද්‍රව්‍ය භාවිතය ඉහළ යාම අතර සම්බන්ධතාවයක් නොපවතී.
- H<sub>0i</sub>: සංචාරක ව්‍යාපාරයේ වර්ධනය හා ගණිකා වෘත්තිය හා සමලිංගික සේවනය ඇති වීම අතර සම්බන්ධතාවයක් නොපවතී.

වගුව 03. කයි-වර්ග පරීක්ෂාවේ ප්‍රතිඵල

කල්පිතය	කයි-වර්ග පරීක්ෂාව				
	වෙසෙසියා මට්ටම	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	තීරණ නීතිය
H <sub>0a</sub>	$\alpha = 0.05$	6.875 <sup>a</sup>	2	.032	H <sub>0a</sub> කල්පිතය ප්‍රතික්ෂේප වේ.
H <sub>0b</sub>	$\alpha = 0.05$	17.20 <sup>7a</sup>	2	.000	H <sub>0b</sub> කල්පිතය ප්‍රතික්ෂේප වේ.
H <sub>0c</sub>	$\alpha = 0.05$	8.333 <sup>a</sup>	2	.016	H <sub>0c</sub> කල්පිතය ප්‍රතික්ෂේප වේ.
H <sub>0d</sub>	$\alpha = 0.05$	17.94 <sup>9a</sup>	4	.001	H <sub>0d</sub> කල්පිතය ප්‍රතික්ෂේප වේ.
H <sub>0e</sub>	$\alpha = 0.05$	84.66 <sup>7a</sup>	4	.000	H <sub>0e</sub> කල්පිතය ප්‍රතික්ෂේප වේ.
H <sub>0f</sub>	$\alpha = 0.05$	3.824 <sup>a</sup>	2	.148	H <sub>0f</sub> කල්පිතය ප්‍රතික්ෂේප නොවේ.

H <sub>0g</sub>	$\alpha = 0.05$	0.256 <sub>a</sub>	2	.880	H <sub>0g</sub> කල්පිතය ප්‍රතික්‍ෂේප නොවේ.
H <sub>0h</sub>	$\alpha = 0.05$	5.634 <sub>a</sub>	4	.240	H <sub>0h</sub> කල්පිතය ප්‍රතික්‍ෂේප නොවේ.
H <sub>0i</sub>	$\alpha = 0.05$	8.388 <sub>a</sub>	6	.211	H <sub>0i</sub> කල්පිතය ප්‍රතික්‍ෂේප නොවේ.

මූලාශ්‍රය: නියැදි සමීක්‍ෂණ දත්ත, 2014

පරීක්ෂාවට ලක් කළ කල්පිතයන් අතර H<sub>0a</sub>, H<sub>0b</sub>, H<sub>0c</sub>, H<sub>0d</sub>, H<sub>0e</sub> යන කල්පිතයන් ප්‍රතික්‍ෂේප කිරීමට තරම් සාධක පැවතුණි. එනම් සංචාරක ව්‍යාපාරයේ වර්ධනය හා ප්‍රදේශයේ ජනතාවගේ ආදායම් මට්ටම ඉහළ යාම, රැකියා අවස්ථා ඉහළ යාම, ප්‍රදේශයේ ඉඩම් මිල ඉහළ යාම, මහා මාර්ගවල දියුණුව හා ප්‍රවාහන පහසුකම්වල වර්ධනය වැනි යටිතල පහසුකම්වල වර්ධනයක් සිදු වී ඇති බව නිගමනය කළ හැකිය. එසේම H<sub>0f</sub>, H<sub>0g</sub> යන කල්පිතයන් ප්‍රතික්‍ෂේප කිරීමට තරම් සාධක නොපැවතුණි. එනම් ප්‍රදේශයේ විදුලි පහසුකම්වල වර්ධනයට හා ජල පහසුකම්වල වර්ධනයට සංචාරක ව්‍යාපාරයෙන් බලපෑමක් සිදු වී නොමැති බවද නිගමනය කළ හැකිය. H<sub>0h</sub>, H<sub>0i</sub> යන කල්පිතයන් ප්‍රතික්‍ෂේප නොවීම තුළින් ගමන වන්නේ සංචාරක ව්‍යාපාරයේ අහිතකර බලපෑම් වන මත්ද්‍රව්‍ය භාවිතය, ගණිකා වෘත්තිය හා සමලිංගික සේවනය වැනි අහිතකර බලපෑම්වල වර්ධනයක් සිදු වී නොමැති බවයි. එයට ප්‍රධාන වශයෙන් හේතු වී ඇත්තේ මෙම වනෝද්‍යානය ග්‍රාමීයව පිහිටා තිබීම යි.

### සමාලෝචනය

කෙටිකාලීන සංවර්ධන උපායමාර්ගයක් ලෙස සංවර්ධිත මෙන්ම සංවර්ධනය වෙමින් පවතින සෑම රටක්ම පාහේ සංචාරක ව්‍යාපාරයට තම ආර්ථික ක්‍රියාවලියේ ප්‍රමුඛස්ථානයක් ලබා දී ඇත. ගනානුගතික කෘෂිකර්මාන්තය හෝ ධීවර කර්මාන්තය මත රැඳුණු ආර්ථිකයට පමණක් සීමා වී සිටි බොහෝ සංවර්ධනය වෙමින් පවතින රටවලට සංචාරක ව්‍යාපාරය හැරුණු විට අවතීර්ණ විය හැකි වෙනත් විකල්ප කර්මාන්තයක් නොමැති තරම් ය. මෙලෙස වර්ධනය වන සංචාරක ව්‍යාපාරය තුළින් ලැබෙන ප්‍රතිලාභ ඍජුවම ග්‍රාමීය අංශ වලට ගලා යන්නේ නම් ඒ මගින් ග්‍රාමීය-නාගරික පරතරය යම්තාක් දුරට අවම කරගත හැකි වනු ඇත.

එහි දී මේ පිළිබඳව සිදු කර ඇති පර්යේෂණ සාහිත්‍යය දෙස අවධානය යොමු කිරීම තුළින් හඳුනාගත හැකි වූයේ සංචාරක කර්මාන්තය තුළින් ග්‍රාමීය අංශයන්ට ආර්ථික, සමාජීය, පාරිසරික හා සංස්කෘතිකමය වශයෙන් ප්‍රතිලාභ මෙන්ම පිරිවැය ජනනයක්ද සිදු වන බවයි. ඒ අනුව ග්‍රාමීය ආර්ථික සංවර්ධන ප්‍රභවයක් ලෙස සංචාරක ව්‍යාපාරය සැලකූ විට ඒ

කුළින් ග්‍රාමීය ජනතාවගේ ආදායම් මට්ටම ඉහළ යාම, රැකියා අවස්ථා පුළුල් වීම කුළ පවුලේ හා ජන සමාජයේ ආදායම ඉහළ යෑම, දේශීය වශයෙන් ආර්ථික විවිධාංගීකරණයක් සිදුවීම, ආයෝජන වර්ධනය කුළින් ව්‍යාපාර අවස්ථා නිර්මාණය වීම, නව නිපැයුම් අවස්ථා වර්ධනය වීම, ව්‍යාපාර හා සේවා සඳහා ශක්තිමත් දායකත්වයක් සැපයීම වැනි ආර්ථික වශයෙන් යහපත් බලපෑම් මෙන්ම පොදු සේවා ඉල්ලුම වැඩිවීම, පූර්ණ සේවා නියුක්ති අවස්ථා අර්ධ සේවා නියුක්ති ස්වභාවයක් ගැනීම, පරිසර සංවේදීතාවය වෙනස් වීම, ප්‍රදේශය ආශ්‍රිතව දේපළ, භාණ්ඩ හා සේවා මිල ඉහළ යෑම හේතුවෙන් ජීවන වියදම ඉහළ යෑම වැනි ආර්ථිකමය අයහපත් බලපෑම් ද ඇති කරයි.

සංචාරක ව්‍යාපාරයේ වර්ධනය හා ග්‍රාමීය සමාජ සංවර්ධනය පිළිබඳ අවධානය යොමු කිරීමේ දී සංචාරක ව්‍යාපාරයේ වර්ධනයත් සමඟ ප්‍රදේශයේ සමාජීය වශයෙන් යටිතල පහසුකම් පුළුල් වීම, විවිධ ජාතීන් හා සංස්කෘතීන් අතර හුවමාරුවක් සිදුවීම, සංස්කෘතික අන්තරාකාරීත්වයන් සඳහා ආරක්‍ෂාව වැඩිවීම වැනි යහපත් ප්‍රතිලාභ මෙන්ම නව අදහස් ඉස්මතු වීම කුළ සම්ප්‍රදායික අදහස් සමඟ ගැටුම් ඇතිවීම, අපරාධ හා නීති උල්ලංඝනය වැඩිවීම, ජනගහනය අධික වීම නිසා ග්‍රාමීය වශයෙන් තදබඳයක් ඇතිවීම, විදේශීය අයුතු බලපෑම් මත දේශීයත්වය සම්බන්ධයෙන් ගැටුම් ඇතිවීම, සංචාරක ව්‍යාපාරයේ සම්පත් එක සමානව බෙදී නොයෑම මත සමාජය කුළ ගැටුම් ඇතිවීම යනා දී වශයෙන් ග්‍රාමීය වශයෙන් අයහපත් බලපෑම් රාශියක් ද ඇති වේ.

**ආශ්‍රිත ග්‍රන්ථ නාමාවලිය**

අස්ලාම් එම්. එස්. එම්. (2001). තිරසාර ග්‍රාමීය සංවර්ධනය සඳහා විකල්ප සංචාරක ව්‍යාපාරයේ කාර්යභාරය. *ආර්ථික විමසුම*, කොළඹ. ශ්‍රී ලංකා මහජන බැංකුව.

ගමගේ, කරුණාරත්න. (2012). *ග්‍රාමීය සංවර්ධනය සඳහා විකල්ප ප්‍රවේශයන් හා ක්‍රමෝපායන්*, කතෘ ප්‍රකාශනයකි.

ගනේවත්ත, නුවන්, ශ්‍රාවණි., සහ වික්‍රමසිංහ, පෑතුම්. (2012). *ශ්‍රී ලංකාවේ සංචාරක ව්‍යාපාරය, අපේක්‍ෂා හා අභියෝග*, මහරගම: ශක්‍ය ප්‍රකාශන.

ගුණවර්ධන, ප්‍රියාන්ත., සහ සල්ඩින්, මෙලානි. (2008). *සංචාරක කර්මාන්තය, දියුණුවෙමින් පවතින රටවල් හා සංචාරක නිෂ්පාදන*, ජාඇල: සමන්ති පොත් ප්‍රකාශකයෝ.

- දික්වැල්ල, රංජිත්. (2003). *ශ්‍රී ලංකාවේ ප්‍රාදේශීය සංවර්ධනය හා පරිපාලනය*, වරකාපොළ: ආර්ය ප්‍රකාශකයෝ.
- පතිරණ යූ. පී. එස්. (2010). *සංචාරක ව්‍යාපාරය, පසුබිම, බලපෑම හා නව ප්‍රවණතා*, දිවුලපිටිය: සරස්වතී ප්‍රකාශන.
- පතිරණ යූ. පී. එස්. (2001). *ශ්‍රී ලංකාවේ සංචාරක ව්‍යාපාරය*, වරකාපොළ: ආර්ය ප්‍රකාශකයෝ.
- පතිරණ යූ. පී. එස්. (2013). *සංචාරක ව්‍යාපාරය, විශේෂිත නිෂ්පාදන හා වෙළෙඳපොළවල්*, දිවුලපිටිය: සරස්වතී ප්‍රකාශන.
- මහින්ද චිත්තන ඉදිරි දක්ම. (2010). මුදල් හා ක්‍රම සම්පාදන අමාත්‍යාංශය, කොළඹ 01.
- රත්නායක, උපාලි. (2012). සංචාරක සහ සත්කාරක කර්මාන්තයට හැඳින්වීමක්, *ශ්‍රී ලංකාවේ සංචාරක ව්‍යාපාරයේ අපේක්ෂා හා අභියෝග*, මහරගම: ශක්‍ය ප්‍රකාශන.
- ශ්‍රී ලංකා මහ බැංකුව (2013). මහ බැංකු වාර්ෂික වාර්තාව, මහබැංකුව, කොළඹ..
- සිල්වා, සුරංග ඩී. ඒ. සී., සහ විජේකුමාර, ඒ. (2011). *සංචාරක සැලසුම්කරණය, සැලසුම්කරණ සංකල්ප, ප්‍රවේශයන් හා ක්‍රම ශිල්ප*, කොළඹ 10: ඇස්. ගොඩගේ සහ සහෝදරයෝ.
- සිල්වා, සුරංග ඩී. ඒ. සී., සහ ගුරුගේ, පියල්. (2011). *සංචාරක සංවර්ධන ප්‍රවේශය*, කොළඹ: ඇස් ගොඩගේ සහ සහෝදරයෝ.
- Ceylon tourist board. (2013). *Annil Statistical Report*, Ceylon tourist board, Colombo.
- Fredrerick M (1993), Rural tourism and economic development. *Economic development quarterly*, 7, 215-224.
- Sharpley, R. (2002). Rural tourism and the challenge of tourism dirersification: the case of Cyprus. *Tourism management*, (23), 233-244.