

විශේෂ සටහන 5

ශ්‍රී ලංකාව පශ්චාත් වසංගත යථා තත්ත්වයට පත්වීමේ කාල සීමාව තුළ සංචාරක කර්මාන්තයේ හැකියාව

හැඳින්වීම

එක්සත් ජාතීන්ගේ ලෝක සංචාරක සංවිධානය (UNWTO) විසින් සංචාරක කර්මාන්තය “පෞද්ගලික හෝ ව්‍යාපාරික /වෘත්තීමය අරමුණු සඳහා මිනිසුන් තම සුපුරුදු වටපිටාවෙන් පිටත රටවල් හෝ ස්ථානවලට සංක්‍රමණය වන සමාජ, සංස්කෘතික සහ ආර්ථික සංසිද්ධියක්” ලෙස නිර්වචනය කර ඇත. ජාත්‍යන්තර සංචාරක කර්මාන්තය (මින් ඉදිරියට “සංචාරක කර්මාන්තය” ලෙස හැඳින්වේ) යනු ප්‍රධාන වශයෙන්, සේවා අපනයනය කිරීමක් වේ. සංචාරක ඉපැයීම් සහ වියදම්, ගෙවුම් තුලනයෙහි භාණ්ඩ සහ සේවා ගිණුමෙහි “සේවා” යටතේ “සංචාර” ලෙස වාර්තා කරනු ලැබේ (ජාත්‍යන්තර මූල්‍ය අරමුදලේ ගෙවුම් තුලනය සහ අන්තර්ජාතික ආයෝජන තත්වකාර්ය සංග්‍රහය බීපීඑම් 6). යෙදවුම් සඳහා විදේශ විනිමය පිටතට ගලා යෑම ඉතා අවම වන නිසා සංචාරක කර්මාන්තය රටක ශුද්ධ විදේශ විනිමය ඉපැයීමේ ප්‍රධාන මූලාශ්‍රයක් ලෙස පවතී. විදේශ විනිමය ඉපැයීමට අමතරව, සංචාරක කර්මාන්තය ආර්ථික වර්ධනයට, සේවා නියුක්තියට සහ කලාපීය ආදායම් විෂමතා අවම කිරීමට ද දායක වේ. ශ්‍රී ලංකාවේ පවතින සාමකාමී, සුපිරිසිදු, ආරක්ෂිත සහ විදේශිකයන්ට හිතකර පරිසරය සමඟින් රටේ උපායමාර්ගික පිහිටීම, ආකර්ෂණීය ස්වභාවික දායාදයන්, සංස්කෘතික විවිධත්වය, සහ දියුණු ඉතිහාසය මෙම කර්මාන්තයේ උත්තිය සඳහා පදනම සපයයි. එබැවින්, විශේෂයෙන් ම, වසංගතයෙන් පසු ආර්ථිකය යථා තත්ත්වයට පත්වීමේ කාලපරිච්ඡේදය තුළ මෙරට විදේශීය අංශයේ අසමතුලිතතා මඟහරවා ගැනීම සඳහා සංචාරක කර්මාන්තයේ සංවර්ධනය මූලික ආර්ථික ප්‍රමුඛතාවක් වනු ඇත.

වර්තමානයේ ආර්ථිකය සඳහා සංචාරක ඉපැයීම්වල වැදගත්කම

සංචාරක කර්මාන්තය, 2014 සහ 2019 වසර අතර විදේශ විනිමය ඉපැයීම්වලින් තෙවන විශාලතම මූලාශ්‍රය වූ අතර, මෙම කාලපරිච්ඡේදය තුළ මුළු විදේශ විනිමය ඉපැයීම්වලින් සියයට 14කට පමණ දායක විය. විදේශ මුදල් ඉපැයීමේ විශාලතම මූලාශ්‍රය වන භාණ්ඩ අපනයන ඉපැයීම් 2010 වසරේ දී එ.ජ. ඩොලර් මිලියන 8,626ක සිට 2021 වසරේ දී එ.ජ. ඩොලර් මිලියන 12,499ක් දක්වා වර්ධනය වූව ද, එවැනි අපනයන නිෂ්පාදනය කිරීම සඳහා යෙදවුම් ආනයනය කිරීමට සැලකිය යුතු ආනයන වියදමක් වැය වී ඇත. කෙසේ වෙතත්, සංචාරක කර්මාන්තය, තනි කර්මාන්තයක් වශයෙන් යෙදවුම් ආනයනය මත සාපේක්ෂව අඩු රදා පැවතීමක් සමඟ සැලකිය යුතු විදේශ විනිමය ඉපැයීමක් උත්පාදනය කිරීමට සමත් වී ඇත. උදාහරණයක් ලෙස, ශ්‍රී ලංකාවේ සංචාරක කර්මාන්තයේ උච්චතම වසර වන 2018 වසරේ දී, සංචාරක ඉපැයීම්, එ.ජ. ඩොලර් මිලියන

4,381ක් ලෙස ඇස්තමේන්තු කර ඇති අතර, එය ඇගයුම් අපනයන ඉපැයීම්වලින් රෙදිපිළි ආනයන වියදම් අඩු කළ විට ලැබෙන ශුද්ධ ඇගයුම් අපනයන ඉපැයීම් (එ.ජ. ඩොලර් මිලියන 2,459ක්) සහ තේ (එ.ජ. ඩොලර් මිලියන 1,428ක්) හා රබර් නිෂ්පාදිත (එ.ජ. ඩොලර් මිලියන 875ක්) වැනි අනෙකුත් ප්‍රධාන කර්මාන්තවල අපනයන ඉපැයීම් අභිබවා ගොස් ඇත. මේ අතර, විදේශ විනිමය ඉපැයීම්වලින් දෙවන විශාලතම මූලාශ්‍රය වන විදේශ සේවා නියුක්තියන්ගේ ප්‍රේෂණ, 2014 වසර සහ 2019 වසර අතර එ.ජ. ඩොලර් මිලියන 7,023ක වාර්ෂික සාමාන්‍යයක් උත්පාදනය කළත්, 2021 වසරේ දී එ.ජ. ඩොලර් මිලියන 5,491ක් දක්වා පහළ ගොස් ඇත. එබැවින්, සංචාරක කර්මාන්තය ශ්‍රී ලංකාවට විදේශ විනිමය ඉපැයීමේ වැදගත් මූලාශ්‍රයක් වන අතර, විදේශීය අංශයේ පීඩනයන්ට ඔරොත්තු දීමේ හැකියාව පවත්වා ගැනීම සඳහා වැදගත් කාර්යභාරයක් ඉටු කරයි.

සංචාරක කර්මාන්තයේ විභවතාව

ගෝලීය සංචාරක කර්මාන්තය මෑත දශක කිහිපය තුළ කාලානුරූපීව ගෝලීය මූල්‍ය අර්බුදය සහ වසංගත රෝග පැතිරීම වැනි බලපෑම් වලට ලක්වුවත්, ස්ථාවර වර්ධනයක් වාර්තා කළේය. එක්සත් ජාතීන්ගේ ලෝක සංචාරක සංවිධානයට අනුව, 2019 වසර වන විට සංචාරක පැමිණීම් මිලියන 1,468ක් දක්වා ළඟා විය. ශ්‍රී ලංකාව ද සිවිල් යුද්ධය අවසන් වූ 2010 වසරේ සිට වඩා සැලකිය යුතු වැඩි වීමක් සමඟ 2018 වසර දක්වා සංචාරක පැමිණීම්වල අඛණ්ඩ වර්ධනයක් වාර්තා කරන ලදී. තවද, 2018 වසරේ දී, කීර්තිමත් සංචාරක තොරතුරු මූලාශ්‍රයක් වන “ලෝන්ලි ප්ලැනට් (Lonely Planet)” විසින් 2019 වසර සඳහා හොඳම ගමනාන්තය ලෙස ශ්‍රී ලංකාව නම් කරන ලදී. කෙසේ වෙතත්, 2019 වසරේ දී ගෝලීය සංචාරක පැමිණීම් වාර්තාගත ඉහළම අගයට ළඟා වූවත්, අවාසනාවන්ත ලෙස, 2019 වසරේ අප්‍රේල් මාසයේ පාස්කු ඉරු දින සිදු වූ ත්‍රස්ත ප්‍රහාරය හේතුවෙන් සංචාරක පැමිණීම් පසුබෑමකට ලක් විය. මෙම බලපෑම සිදු වූව ද, 2019 වසර අවසානය සහ 2020 වසර මුල් කාලපරිච්ඡේදය වන විට සංචාරක පැමිණීම් යථා තත්ත්වයට පත් විය. එනමුත්, සංචාරක පැමිණීම් සහ ඉපැයීම් කොවිඩ්-19 වසංගතය හේතුවෙන් නැවත පහළ යන ලදී. මේ අතර, ඉදිරි වසරවල දී, ගෝලීය සංචාරක කර්මාන්තයේ යථා තත්ත්වයට පත් වීම මන්දගාමී වනු ඇතැයි අපේක්ෂා කෙරේ. 2022 වසරේ ජනවාරි මාසයේ දී, එක්සත් ජාතීන්ගේ ලෝක සංචාරක සංවිධානය විසින් කරන ලද සමීක්ෂණයකට අනුව, එහි සංචාරක විශේෂඥ මණ්ඩලය අතරින් ප්‍රතිචාර දැක්වූවන්ගෙන් සියයට 63ක්ම 2024 වසර වන තෙක් තම රටවල ජාත්‍යන්තර සංචාරක පැමිණීම් 2019 වසරේ පැවති මට්ටමට යළි පත් නොවනු ඇතැයි අපේක්ෂා කළ අතර, ප්‍රතිචාර දැක්වූවන්ගෙන් සියයට 79ක් ආසියා පැසිෆික් කලාපවල සංචාරක පැමිණීම් 2024 වසර වන තෙක් 2019



වසරේ පැවති මට්ටමට යථා තත්වයට පත් නොවනු ඇති බව විශ්වාස කර ඇත. කෙසේ වෙතත්, එක්සත් ජාතීන්ගේ ලෝක සංචාරක සංවිධානය, ලෝක ගමනාගමන සහ සංචාරක කවුන්සිලය (WTTC) සහ වෙළඳපොළ විශ්ලේෂකයින් පෙන්වා දී ඇත්තේ වසංගතය හේතුවෙන් සංචාරක ලක්ෂණ මූලික වශයෙන් වෙනස් වී ඇති බවත්, පුද්ගල ඉතිරිකිරීම් සැලකිය යුතු ප්‍රමාණයක් වියදම් කිරීමට සූදානම් කර ඇති බව සහ සංචාරය කිරීමට දැඩි කුතුහලයකින් විශාල පිරිසක් සිටින බවයි. එබැවින්, සුදුසු උපාය මාර්ග කාර්යක්ෂමව සහ ඵලදායී ලෙස ක්‍රියාත්මක කරන්නේ නම්, 2022 සහ 2023 වසරවල දී පවා සැලකිය යුතු සංචාරකයින් සංඛ්‍යාවක් ආකර්ෂණය කර ගැනීමට සහ/හෝ සංචාරක කර්මාන්තයෙන් සැලකිය යුතු විදේශ විනිමය ඉපයීම් උපයා ගැනීමට ශ්‍රී ලංකාවට හැකියාවක් පවතී.

“නව සාමාන්‍ය” යුගයේ දී වසංගත තත්වයේ සහ සංචාරක කර්මාන්තයේ ප්‍රතිචාරය

සංචාරක කර්මාන්තයට සහයෝගය දැක්වීමේ වැදගත්කම හඳුනා ගනිමින් රජය සහ මහ බැංකුව විසින් කොවිඩ්-19 වසංගත තත්වය තුළ ණය සහන දීමනා, සහනදායී ණය යෝජනා ක්‍රම, ගාස්තු නිදහස් කිරීම්, විදුලි බිල්පත් සහන, ප්‍රදාන සහ බදු සහන පියවර වැනි සහන ක්‍රියාමාර්ග රාශියක් ලබා දෙන ලදී. ශ්‍රී ලංකා මහ බැංකුවේ මුදල් මණ්ඩලය විසින් සංචාරක කර්මාන්තය හරහා මෙරටට විදේශ ව්‍යවහාර මුදල් ලැබීම් තහවුරු කිරීම සඳහා මඟ පාදමින්, 2022 වසරේ ජනවාරි මස අනේවාසිකයන්ගෙන් විදේශ ව්‍යවහාර මුදලින් පමණක් ගෙවීම් ලබා ගත යුතු බව හෝටල් සේවා සපයන්නන්හට දැනුම් දෙමින් විධාන නිකුත් කරන ලදී. දේශීය සහ විදේශීය ව්‍යවහාර මුදලින් සංචාරක කර්මාන්තය විශාල ආයෝජන කර ඇති බැවින්, ප්‍රධාන ප්‍රාග්ධන ආයෝජනවලින් තොරව විදේශ ව්‍යවහාර මුදලින් සිය ඉපයීම් ශක්තිමත් කර ගැනීමට මෙමගින් අවස්ථාව සැලසේ. මේ අතර, කොවිඩ්-19 වසංගත තත්වය හේතුවෙන් සමස්තයක් ලෙස සංචාරක කර්මාන්තය සැලකිය යුතු පසුබෑමකට ලක් වූ විට, නිරෝධායන මධ්‍යස්ථාන ලෙස හෝටල් කුලියට දීමෙන් ඇතැම් කුඩා පරිමාණයේ හෝටල් තම ව්‍යාපාර පවත්වාගෙන ගියහ.

ලෝක ගමනාගමන සහ සංචාරක කවුන්සිලය විසින් “නව සාමාන්‍ය” හෝ ගෝලීය සංචාරක කර්මාන්තයේ වත්මන් ප්‍රවණතාවයන්හි අනුගත විය යුතු නව ලක්ෂණ කිහිපයක් ඉස්මතු කර ඇත (සංචාරක ප්‍රවණතා 2021 සහ ඉන් ඉදිරියේ දී සංචාරක සහ සංචාරක කර්මාන්තයේ නැගී එන පාරිභෝගිකයන්ගේ ප්‍රවණතා, නොවැම්බර් 2021). උදාහරණයක් ලෙස, රටවල් විසින් පනවන ලද සීමාවන්හි හදිසි වෙනස්වීම් සහ කොවිඩ්-19 වැළඳීමේ අවදානම හේතුවෙන් සංචාරකයන් නවාතැන් සහ ප්‍රවාහන පහසුකම් කල්තියා වෙන්කරවා ගැනීමට පසුබට වෙයි. තවද, අමතර මුදලක් ගෙවීමකින් තොරව හදිසි

අවලංගු කිරීම් වලට ඉඩ ප්‍රස්ථා සලසන විකල්ප සඳහා සංචාරකයන් කැමැත්තක් දක්වයි. දෙවනුව, වසංගත තත්වය හේතුවෙන් දුරස්ථ ස්ථානයක සිට රාජකාරී කිරීම සාමාන්‍යකරණය වීම හේතුවෙන්, “ඩිජිටල් නොමැඩ්වරු” (තැනින් තැනට යමින් ඩිජිටල් තාක්ෂණය හරහා වැඩ කිරීම) සහ සංචාරක ස්ථානවල දිගුකල් ගත කිරීම (“staycation”) වැනි සංකල්ප ජනප්‍රිය වී ඇති අතර, සංචාරකයන් දිගු කාලීන විසා, නවාතැන් ගන්නා ස්ථානයන්හි දිගු කාලයක් රැඳී සිටින විට ලබා දෙන වට්ටම්, වේගවත් අන්තර්ජාල පහසුකම් සහ අනෙකුත් රාජකාරී කටයුතු හා සම්බන්ධ පහසුකම් අපේක්ෂා කරයි. 2021 වසර තුළ දී සංචාරකයන් රැඳී සිටීමේ කාලය සහ සංචාරයක දී සිදු කරන වියදම් ඉහළ ගොස් ඇති වග ජාත්‍යන්තර සංචාරක සංවිධාන තවදුරටත් නිරීක්ෂණය කරයි. තෙවනුව, සෞඛ්‍ය ගැටලු හේතුවෙන් වැඩිහිටි පුද්ගලයන් හෝ කුඩා දරුවන් සිටින පවුල්වලට සාපේක්ෂව තරුණ සංචාරකයන් (වයස අවුරුදු 20 සිට 40 දක්වා වන්නන්) සංචාරය කිරීම සඳහා වැඩි වශයෙන් යොමු වීමත් සමඟ සංචාරකයන්ගේ ආකෘතිය වෙනස් වී ඇත. එබැවින්, එවැනි සංචාරකයන්ගේ අවශ්‍යතා සහ මනාප සපුරාලීම සඳහා සංචාරක කර්මාන්තයට සහ සමස්තයක් වශයෙන් රටට හැකි විය යුතු වේ. මෙම වයස් කාණ්ඩය ත්‍රාසජනක ක්‍රියා සඳහා කැමැත්තක් දක්වන අතර, පුද්ගලවාදය අගය කරයි. ඔවුන් තම සංචාර සැලසුම් කිරීම සහ වෙන්කරවා ගැනීම් සඳහා ජංගම දුරකථන සහ ඩිජිටල් සේවා භාවිත කරන අතර, සමාජ මාධ්‍ය, බ්ලොග් සහ අනෙකුත් සංචාරකයන් අන්තර්ජාලයේ පළ කරන ලද සමාලෝචන මත තම තීරණ පදනම් කරගනී. සිව්වනුව, මානසික සෞඛ්‍යය සහ පුද්ගලික සුවතාවයේ අගය මෑත කාලීනව කැපී පෙනෙන ලෙස ඉහළ ගොස් ඇති අතර, සංචාරය කිරීම තුළින් මෙම අවශ්‍යතා සපුරාලීම සඳහා ඇති පාරිභෝගික උනන්දුව ද ඉහළ ගොස් ඇත. පරාර්ථකාමී කටයුතු හා සම්බන්ධ වීමට සංචාරකයන්ට අවස්ථාව හිමිවන පරාර්ථකාමී කටයුතු උදෙසා සංචාරය කිරීම (“philantourism”) පිළිබඳව ද උනන්දු වන අතර, ලොව පුරා ඇති පාරිසරික මධ්‍යස්ථාන පිළිබඳව දැනුම ලබා ගත හැකි පාරිසරික සංචාරයන් (“ecotourism”) සඳහා ද උනන්දුව වැඩි වී ඇත. පස්වනුව, ප්‍රධාන සංචාරක ස්ථාන සහ ග්‍රාමීය සංචාරක ස්ථාන අසල පිහිටා ඇති එතරම් ප්‍රසිද්ධියක් නොලැබුණ ස්ථාන ගවේෂණය කරමින් ද්විතීයික සංචාරවල (“secondary destination”) යෙදීමේ ප්‍රවණතාවය ද ඉහළ ගොස් ඇත.

ශ්‍රී ලංකාවේ සංචාරක කර්මාන්තය: ඉදිරි දැක්ම

සංචාරක අමාත්‍යාංශය සහ එහි විෂය පථය යටතේ ඇති ආයතන පෞද්ගලික අංශය සමඟ එක්ව රට තුළ සංචාරක යටිතල පහසුකම් සංවර්ධනය කිරීමට සහ ඉලක්කගත වෙළඳපොළ තුළ ශ්‍රී ලංකාව ප්‍රවර්ධනය කිරීම සඳහා උපායමාර්ග සහ ක්‍රියාමාර්ග රාශියක් ක්‍රියාත්මක කරන ලදී. ශ්‍රී ලංකා සංචාරක සංවර්ධන අධිකාරිය විසින් සකස් කරන ලද 2022-2025 සංචාරක උපායමාර්ගික ක්‍රියාකාරී සැලැස්ම මගින් ක්ෂේත්‍රය නංවාලීමට සහ ගැටලු



නිරාකරණය කිරීම සඳහා ඵලදායී මාර්ගෝපදේශ සැපයිය. සංචාරක කර්මාන්තය විසින් පුළුල් සංචාරක ප්‍රතිපත්තියක් ද කෙටුම්පත් කර ඇති අතර, අමාත්‍ය මණ්ඩල අනුමැතිය අපේක්ෂාවෙන් සිටියි. කෙසේ වෙතත්, ප්‍රතිපත්ති සම්පාදනයේ දී සහ උපායමාර්ග ක්‍රියාත්මක කිරීමේ දී අවධාරණය කළ යුතු ඇතැම් අංග තිබේ.

(ii). සංචාරක කර්මාන්තයේ නව අවස්ථා

පුද්ගල සුවතාවය හා සබැඳුණු සංචාරක කර්මාන්තය (wellness tourism), අධ්‍යාපනය හා සබැඳුණු සංචාරක කර්මාන්තය (education tourism) සහ පරාර්ථකාමී කටයුතු හා සබැඳුණු සංචාරක කර්මාන්තය ("philantourism") වැනි සංචාරක ක්ෂේත්‍රයේ නව වපසරියන්හි සේවාවන් පුළුල් කිරීම සහ වැඩිදියුණු කිරීමට ශ්‍රී ලංකාවට හැකියාව ඇත. පුද්ගල සුවතාවය හා සබැඳුණු සංචාරක කර්මාන්තය තුළ සාමකාමී සහ විවේකී නවාතැන් ස්ථාන, හුදෙකලා ස්ථාන (retreat), භාවනා, යෝග සහ ආයුර්වේද ප්‍රතිකාර වැනි කායික සහ මානසික යහපැවැත්ව වැඩි දියුණු කිරීමේ පහසුකම් ආදිය සැපයීමේ අවස්ථා පුළුල් කළ හැක. අධ්‍යාපනය හා සබැඳුණු සංචාරක කර්මාන්තය යටතේ ඉංග්‍රීසි සහ දකුණු ආසියානු සංස්කෘතිය සහ ශිෂ්ටාචාරය වැනි ක්ෂේත්‍රවල කෙටි කාලීන හෝ දිගුකාලීන වැඩසටහන් දැනට පවතින හෝ නව අධ්‍යාපන ආයතනවල ඉදිරිපත් කළ හැක. නැගෙනහිර ආසියාතිකයින් පාසල් අධ්‍යාපනයෙන් පසු විදේශයන්හි දී ඉංග්‍රීසි භාෂා වැඩසටහන් හැදෑරීම සාමාන්‍ය දෙයක් වන අතර, එවැනි වැඩසටහන් ශ්‍රී ලංකාව තුළ හැදෑරීමට අවස්ථාව සැලසිය හැක. විදේශ සිසුන් සඳහා හුවමාරු වැඩසටහන් සහ නිවෙස් තුළ ආගන්තුක වැඩසටහන් (home-stay) ද දිරිමත් කළ හැක. පරාර්ථකාමී කටයුතු හා සබැඳුණු සංචාරක කර්මාන්තය මගින් විදේශිකයන්ට රට තුළ පුණ්‍ය කටයුතු සහ කෘෂිකාර්මික කටයුතු වැනි පරාර්ථකාමී කටයුතුවල නියැලීමට අවස්ථාව ලබා දිය හැක.

(iii). ස්වභාවික පරිසරය සංරක්ෂණය කිරීම හා ආරක්ෂා කිරීම, සහ පරිසර දූෂණය අවම කිරීමේ වැදගත්කම

එක්සත් ජාතීන්ගේ ලෝක සංචාරක සංවිධානය සහ ලෝක ගමනාගමන හා සංචාරක කවුන්සිලයේ ප්‍රකාශනවල මෙන්ම ශ්‍රී ලාංකීය හෝටල් අංශයෙන් ලැබෙන සන්නිවේදනයන්හි දක්වා ඇති පරිදි ලෝක සංචාරකයන් අතර ස්වභාවධර්මය සංරක්ෂණය කිරීම සහ පරිසර හිතකාමීත්වය පිළිබඳ උනන්දුව ඉහළ යමින් පවතී. සංචාරක නවාතැන්පොළවල් ඉදිකිරීමේ දී අන් අය සඳහා ස්වභාවධර්මය හෝ දර්ශනීය දෘෂ්ටිපථයන් (වෙරළ ආසන්නයේ ඇති හෝටල් ආදිය) විනාශ නොකිරීමටත්, වනාන්තර සහ පුද්ගල ඇසින් සැඟවී ඇති අනෙකුත් ආරක්ෂිත ස්ථාන අනවසරයෙන් අත්පත් කර ගැනීම වැළැක්වීමටත් ශ්‍රී ලංකාවේ බලධාරීන්ට විශාල කාර්යභාරයක් ඇත. තවද, ආකර්ෂණීය ස්ථාන සහ නවාතැන් පොළවල් ආසන්නයේ

ශබ්ද දූෂණය කළමනාකරණය කළ යුතු වේ. සංචාරක සේවා සැපයීමේ නියැලී සිටින්නන්ගේ කාර්යයන් පරිසර හිතකාමී ද යන්න අධීක්ෂණය කිරීම (උදාහරණයක් ලෙස තල්මසුන්ට බාධා කරන තල්මසුන් නැරඹීමේ වාර්තා) වැදගත් වේ. එමෙන්ම අලි ඇතුන් සහ වන සතුන්ට, විශේෂයෙන් ම දිවියන්ට, හිංසා කිරීම හේතුවෙන් ඇති වූ අහිතකර ප්‍රචාරණය අවම කිරීම සඳහා මෑතක දී සම්මත කරන ලද සත්ත්ව ආරක්ෂණ පනත භාවිතයට ගත යුතු වේ.

(iii). සංචාරකයන්ගේ ගමන් මග කෙරෙහි අවධානය යොමු කිරීම

ශ්‍රී ලංකා සංචාරක සංවර්ධන අධිකාරිය විසින් සාමාන්‍යයෙන් වාර්ෂික පදනමක් මත රටෙන් පිටව යන අවස්ථාවේ දී සංචාරකයන් අතර සමීක්ෂණයක් සිදු කරනු ලබයි. 2018-2019 සමීක්ෂණ වාර්තාවේ සඳහන් වන පරිදි සංචාරකයන්ගෙන් සියයට 17ක් පමණක් සංචාරක පැකේජ භාවිත කළ බව අනාවරණය වූ බැවින් සංචාරකයන් බොහෝ දුරට තමන් විසින්ම සංචාර සැලසුම් කරන බව පෙනී යයි. තවද, සමීක්ෂණයට ලක් කරන ලද සංචාරකයන්ගෙන් සියයට 60ක් තම මිතුරන් සහ ඥාතීන්ගෙන් සහ සියයට 30ක් මංගත (online) මූලාශ්‍රයන්ගෙන් ගමන් තොරතුරු ලබා ගෙන ඇති අතර, මෙයින් පුද්ගල නිර්දේශ සහ මංගත ක්‍රමයන්ගේ පළ කර ඇති සමාලෝචනයන්ගේ වැදගත්කම පිළිබිඹු කරයි. මෙම සොයාගැනීම් මගින් එක් එක් සංචාරකයා තෘප්තිමත් කිරීමේ වැදගත්කම සහ ප්‍රචාරණයේ දී තනි පුද්ගලයෙකුට කළ හැකි බලපෑම පෙන්වා දෙයි. තවද, සියයට 60ක් පමණක් ඔවුන්ගේ සංචාරය විශිෂ්ට බවත්, සියයට 36ක් පමණක් තමන්ට නැවත ශ්‍රී ලංකාවට පැමිණීමට අවශ්‍ය බවත් ප්‍රකාශ කරන ලද බැවින් සංචාරකයන්ගේ තෘප්තිය මධ්‍යස්ථ මට්ටමක වූ බව පෙනී යයි. සංචාරකයන්ට වන සුළු අපහසුතාවයකින් පවා ඔවුන්ගේ සමස්ත අත්දැකීම විනාශ වී තනි පුද්ගලයෙකු විසින් සමස්ත සංචාරක කර්මාන්තයටම බලපාන සෘණාත්මක ප්‍රචාරණයක් ඇති කළ හැක.

(iv). ඩිජිටල් තාක්ෂණය වැඩි වශයෙන් භාවිත කිරීම

සංචාරක අත්දැකීම් වැඩිදියුණු කිරීම සහ ඉහළ ඝනත්වයේ (high-density tourism) සිට සමාජීය වශයෙන් දුරස්ථභාවය සහිත (socially-distanced tourism) සංචාරක කර්මාන්තයකට පරිවර්තනය කිරීම සඳහා ඩිජිටල් තාක්ෂණ භාවිතය වැඩි දියුණු කිරීමට ඉඩකඩ පවතී. මේ සඳහා, ශ්‍රී ලංකා සංචාරක සංවර්ධන අධිකාරියේ වෙබ් අඩවිය, සංචාරක ජංගම යෙදුම (සංවර්ධනය කරමින් පවතී) වැනි පියවර කිහිපයක් ගෙන ඇතත්, ඩිජිටල් තාක්ෂණය භාවිත කිරීම සඳහා වඩාත් බලවත් ක්‍රියාමාර්ග කඩිනමින් අවශ්‍ය වේ. එක්සත් ජාතීන්ගේ ලෝක සංචාරක සංවිධානය සහ ආසියානු සංවර්ධන බැංකුවේ (ADB), "කොවිඩ්-19 සහ ආසියා සහ පැසිෆික් කලාපයේ අනාගත සංචාරක කර්මාන්තය" (2022 වසරේ මාර්තු මස) වාර්තාව



විසින් ද සංචාරක කර්මාන්තයේ ඩිජිටල් තාක්ෂණයේ පුළුල් වන භූමිකාව පෙන්වා දෙනු ලබයි.

ශ්‍රී ලංකාවේ සංචාරක කර්මාන්තය, බස්නාහිර, දකුණු සහ මධ්‍යම පළාත්වල සහ සීගිරිය ආශ්‍රිත ප්‍රදේශවලට සංකේන්ද්‍රණය වී ඇත. ජාතික වනෝද්‍යානවල ගැවසෙන නරඹන්නන් අධික වීම මෑතක සිට සැලකිය යුතු සංඛ්‍යාත්මක ප්‍රචාරයක් ලබා ගෙන ඇත. එනමුත්, අනුරාධපුරය සහ පොළොන්නරුව වැනි ඓතිහාසික ස්ථාන සැලකිය යුතු සංචාරකයින් පිරිසක් ආකර්ෂණය කර නොගනී (සංඛ්‍යා ලේඛන පරිශීෂ්ටයේ 86 වගුව). එනමුත්, පුද්ගල සුවතාවය (wellness), ග්‍රාමීය (rural), පරාර්ථකාමී (philanthropical), ක්‍රාසජනක (adventure) සංචාරක කර්මාන්ත ඇතිකිරීමට රටේ අනෙකුත් ප්‍රදේශවල සුදුසු ස්ථාන පවතින අතර, සංචාරකයින් මෙම ප්‍රදේශවලට ආකර්ෂණය කර ගත යුතුය. මේ අතර, සංචාරකයින්ට, සංචාරක ස්ථාන සඳහා ප්‍රවේශපත්‍ර මිලදී ගැනීමේ දී එක් එක් ස්ථානවල දී මිලදී ගැනීමට සිදු වන අතර පෙරහැර සහ උත්සව (කුඩා පරිමාණ උත්සව වුවත්), පොදු ප්‍රවාහන සේවාවන්, ආරක්ෂක සේවාවන්, ආගමික ස්ථානවලට සුදුසු ඇඳුම්, ජාතික වනෝද්‍යානවලට නොගෙන යා යුතු යැයි තහනම් කළ දේවල් ආදිය පිළිබඳව යාවත්කාලීන තොරතුරු මංගතව නොමැති වීම වැනි අපහසුතාවන්ට මුහුණ දීමට සිදුවෙයි. එබැවින්, එවැනි තොරතුරු මෙන්ම පුද්ගල අභිමතය පරිදි තෝරාගත් ප්‍රවේශපත්‍ර කළඹක් වශයෙන් (ticket-bundle) මිලදී ගැනීමේ පහසුකම, සංවර්ධනය කරමින් පවතින ජංගම යෙදුමට (mobile application) හෝ සංචාරකයින් සඳහා වෙන් වූ අන්තර්ජාල වෙබ් අඩවියකට ඇතුළත් කිරීම ඉතා ප්‍රයෝජනවත් වනු ඇත. ඩිජිටල් තාක්ෂණය, ස්පර්ශ රහිත සේවා බෙදා හැරීමේ ක්‍රම (touchless service provision), ක්ෂණික ප්‍රතිචාර (QR) කේත ආශ්‍රිත සම්බන්ධතා රහිත ගෙවීම් ක්‍රමවේද සහ සෞඛ්‍ය සහ ආරක්ෂණ තොරතුරු රැස් කිරීමට සහ බෙදා ගැනීමටද භාවිත කළ හැක.

(v). වඩා හොඳ ප්‍රතිපත්ති සම්පාදනය කර සංචාරක ව්‍යාපාරයේ විභවය ප්‍රයෝජනයට ගැනීම සඳහා තොරතුරු වැඩිදියුණු කිරීම

සුදුසු ප්‍රතිපත්ති තීරණ ගැනීම හොඳ තොරතුරු ජාලයක් මත රඳා පවතී. සංචාරකයින් ආකර්ෂණය කර ගැනීම සඳහා රටවල් අතර පවතින දැඩි තරඟකාරීත්වය සහ සංචාරක ලක්ෂණ නිතර විකාශනය වීම නිසා, ප්‍රතිපත්ති තීරණ සඳහා ශක්තිමත් තොරතුරු ජාලයක් භාවිත කිරීම අත්‍යවශ්‍ය වේ. එක්සත් ජාතීන්ගේ ලෝක සංචාරක සංවිධානයෙහි සහාය ඇතිව ජනලේඛන හා සංඛ්‍යාලේඛන දෙපාර්තමේන්තුව විසින් ස්ථාපනය කරමින් පවතින "සංචාරක සැටලයිට් ගිණුම්කරණය" (Tourism Satellite Accounting) වැඩසටහන තුළින් ජාතික ගිණුම් සඳහා සංචාරක ව්‍යාපාරයේ ආර්ථික දායකත්වය වඩා හොඳින් තක්සේරු කිරීමට හැකි වනු ඇත. එබැවින් එය ක්‍රියාත්මක කිරීම වේගවත් කිරීම අවශ්‍ය වේ.

මීට අමතරව, සංචාරක විෂය යටතේ පැමිණෙන පුද්ගලයින්ගේ ලක්ෂණ, ඔවුන් කුමන ස්ථානයේ දී, කුමක් සඳහා කොපමණ මුදලක් වියදම් කරන්නේ ද යන්න, තෘප්තිමත් මට්ටම, සංචාරක ව්‍යාපාරයේ සේවා නියුක්තිය, සෘජු හා වක්‍ර සංචාරක සේවා සපයන්නන්ගේ සංඛ්‍යාව හා වර්ග සහ භූගෝලීය ප්‍රදේශ පිළිබඳ විවිධ තොරතුරු වැනි අනෙකුත් සාධක සමූහයක් පිළිබඳව නිතර වැඩි වාර ගණනකින් ප්‍රකාශයට පත් කෙරෙන දත්ත අවශ්‍ය වේ. ජාත්‍යන්තර මූල්‍ය අරමුදල (IMF) මගින් පවා වසංගත කාලපරිච්ඡේදය තුළ රටවල් කිහිපයක පවත්වන ලද අධ්‍යයනයන් තුළින්, ජාතික සංචාරක ආයතනයන්ට, සංචාර වැඩිදියුණු කිරීම, නවෝත්පාදන ඇතිකිරීම සහ පෞද්ගලික අංශයට පෙර දැක්මක් ලබා ගැනීම සඳහා තම වෙළඳපොළ පර්යේෂණ හැකියාවන් වැඩිදියුණු කිරීමේ අවශ්‍යතාවය අවධාරණය කර ඇත (පශ්චාත් වසංගත ලෝකයේ සංචාරක ව්‍යාපාරය: ආසියා පැසිෆික් කලාපයේ සහ බටහිර අර්ධගෝලය සඳහා ආර්ථික අභියෝග සහ අවස්ථා, ජාත්‍යන්තර මූල්‍ය අරමුදල, 2021).

(vi). සංචාරක අංශයේ අවදානම් කළමනාකරණ හැකියාවන් වැඩිදියුණු කිරීම

සංචාරක කර්මාන්තය ස්වභාවිකවම භූ දේශපාලනික සිදුවීම්වලට බෙහෙවින් ගොදුරු විය හැකි, සෘතුමය බලපෑමට ලක්වන කර්මාන්තයක් වන බැවින්, මෙම කර්මාන්තය ණය සහන සහ රාජ්‍ය මූල්‍ය දීමනා වැනි සහන මත පමණක් රඳා නොසිට සිය අවදානම් කළමනාකරණ හැකියාවන් වැඩිදියුණු කළ යුතුය. ණය සහන බැංකුවල ආදායම් අඩු කරන අතර, බැංකුවල ද්‍රවශීලතාවයටද බලපෑම් කර අවදානම් වැඩි කරයි. බැංකු අංශයට ඇතිවන අයහපත් බලපෑම් මුළු ආර්ථිකයටම පැතිරිය හැකිය.

(vii). සංචාරක අංශය තුළ අවිධිමත් උප අංශය අඩු කිරීම

ශ්‍රී ලංකාවේ සංචාරක අංශය, සිය ව්‍යාපාර අවිධිමත් ලෙස කරගෙන යන ක්ෂුද්‍ර, කුඩා හා මධ්‍ය පරිමාණ ව්‍යවසායන් විශාල සංඛ්‍යාවකින් සමන්විත වේ. කෙසේ වෙතත්, එවැනි ව්‍යවසායන් සංචාරක ආයතන සමඟ ලියාපදිංචි වීමට දිරිමත් කිරීම තුළින් රජය ක්‍රියාත්මක කරන උපාය මාර්ගවල විධිමත් බව සහතික කිරීමට සහ සහනදායී ක්‍රියාමාර්ග අවශ්‍ය වූ විට සෑම සහභාගිවන්නෙකුටම සාධාරණ ලෙස ලබා දීමට උපකාරී වේ. එසේම, කර්මාන්තයක ඉහළ අවිධිමත්භාවය, ප්‍රතිපත්ති තීරණ ගැනීම සඳහා තොරතුරු රැස් කිරීම, රාජ්‍ය සේවා සැපයීම සහ තත්ව ප්‍රමිතීන් සඳහා නියාමනය කිරීම සීමා කරයි. තවද, ව්‍යාපාර ලියාපදිංචි කිරීම තුළින් ණය ලබා ගැනීම ඇතුළු මූල්‍ය පිවිසුම් අවස්ථා වැඩිදියුණු කිරීම මෙන්ම බදු එකතු කිරීම ද ඉහළ නංවනු ඇත.



(viii). සංචාරකයින් අතර විවිධත්වය දිරිමත් කිරීම

ඉහළ ශුද්ධ වටිනාකමක් ඇති පුද්ගලයින් (high net worth individuals) පමණක් ඉලක්ක නොකර, පුද්ගල අභිරුචිය, රට, සහ වියදම් කිරීමේ හැකියාව අනුව විවිධ වර්ගයේ සංචාරකයින් තෘප්තිමත් කිරීමට පහසුකම් සැලසිය යුතුය. මෙය විශේෂිත ලක්ෂණ සහිත හෝ තනි රටක/කලාපයක සංචාරකයින් මත මුළු කර්මාන්තයම රඳා පැවතීම අඩු කිරීමට උපකාරී වනු ඇත. ඇත්ත වශයෙන්ම, සියලුම වර්ගයේ සංචාරකයින් ශ්‍රී ලංකාවේ සංචාරක කර්මාන්තයේ ප්‍රවර්ධනය සඳහා දායක වේ. විවිධ වියදම් හැකියාවකින් යුත් සංචාරකයින් රටට ආකර්ෂණය කර ගැනීම තුළින් විවිධ ආයෝජන හැකියාවන් ඇති දේශීය ආයතනවලට සංචාරක කර්මාන්තය තුළ ක්‍රියාත්මක වීමට අවස්ථාව සලසා දෙනු ඇත.

(ix). සංචාරක ව්‍යාපාරය මත දැඩි ලෙස රඳා පැවතීම අඩු කිරීම

සංචාරක කර්මාන්තය මත යැපෙන රටවල් ප්‍රායෝගික ප්‍රමාණයෙන් කුඩා රටවල් වන අතර, එම රටවල විදේශ විනිමය ආදායම හා ස්චාරකෂකයන් ප්‍රමාණවත් නොවන බවත්, එම රටවල රාජ්‍ය මූල්‍ය අවකාශය සීමිත වන අතරම, අනෙකුත් සාර්ව ආර්ථික අභියෝගවලටද මුහුණ දෙන බව ජාත්‍යන්තර මූල්‍ය අරමුදල විසින් 2021 වසරේ නිකුත් කර ඇති “පශ්චාත් වසංගත ලෝකයේ සංචාරක ව්‍යාපාරය: ආසියා පැසිෆික් කලාපයේ සහ බටහිර අර්ධගෝලයේ ආර්ථික අභියෝග සහ අවස්ථා” යන පර්යේෂණ වාර්තාව මගින් පෙන්වා දී ඇත. ඒ තුළින් සංචාරක ව්‍යාපාරය මත අධික ලෙස රඳා පැවතීම වෙනත් අපනයනවලින් අඩු සාර්ථකත්වයක් අත්කරගත් ඉහත කී ලක්ෂණවලින් පීඩා විදින රටවල ලක්ෂණයක් බව පෙනී යයි. සංචාරක කර්මාන්තය මත යැපෙන එවැනි රටවල අපනයන සංකීර්ණතාවය අවම වන අතර, එය ඔවුන්ගේ නව නිෂ්පාදන කිරීමේ හැකියාවට බලපායි. නව නිෂ්පාදන සංවර්ධනය කිරීම සඳහා නිෂ්පාදන දැනුම හා හැකියාවන් පුළුල් කිරීම අවශ්‍ය වේ. සංචාරක කර්මාන්තය යනු රටක තාක්ෂණික ධාරිතාව වැඩි කරන කර්මාන්තයක් නොවන අතර, බාහිර කම්පනවලට බෙහෙවින් ගොදුරු වන කර්මාන්තයකි. ඉහත සඳහන් කළ පර්යේෂණ වාර්තාව මගින්, නව ඩිජිටල් ආර්ථික මෙවලම් භාවිතයෙන් හෝ සමස්ත අපනයන සංවර්ධනය කෙරෙහි අවධානය යොමු කිරීම තුළින් අනෙකුත් භාණ්ඩ හා සේවා අපනයන අංශ දියුණු කිරීමට සංචාරක කර්මාන්තය මත යැපෙන රටවල් (ශ්‍රී ලංකාව ඇතුළුව) විවක්ෂණශීලී විය යුතු බව ජාත්‍යන්තර මූල්‍ය අරමුදල පෙන්වා දී ඇත. මෙම වාර්තාව මගින් යෝජනා කර ඇති පරිදි ශ්‍රී ලංකාව මැදිකාලයේ දී, සිය සංචාරක ආකෘතිය ගැන නැවත සලකා බලා අවශ්‍ය ව්‍යුහාත්මක ප්‍රතිසංස්කරණ සිදු කළ යුතුය.

හිමගනය

භූ දේශපාලනික අර්බුදයන්ගේ සහ අභියෝගාත්මක දේශීය සමාජ දේශපාලනික පරිසරයේ බලපෑම් මධ්‍යයේ වුවද, ශ්‍රී ලංකා ආර්ථිකයේ පශ්චාත් වසංගතයෙන් පසු යථා තත්ත්වයට පත් වීම සඳහා සංචාරක අංශය උත්තේජනයක් සපයනු ඇතැයි අපේක්ෂා කෙරේ. සංචාරක කර්මාන්තයේ නව සාමාන්‍යයකට (new-normal) අනුවර්තනය වීමට පමණක් නොව, නව සාමාන්‍යයක් නිර්මාණය කිරීමට රජය සහ පෞද්ගලික අංශයේ සාමූහික ප්‍රයත්නයන් අවශ්‍ය වේ. මෙම ප්‍රයත්නයේ දී, ශ්‍රී ලංකාවේ බලධාරීන් විසින් මෙරට මෑත කාලීන ආර්ථික තත්ත්වය මත පදනම්ව ඇතැම් විදේශ රජයන් විසින් නිකුත් කළ අනතුරු හැඟවීම් යහපත් සහසම්බන්ධතාවයක් තුළින් ඉවත්කළ යුතුය. සංචාරක කර්මාන්තයේ යථා තත්ත්වයට පත් වීම රඳා පවතින්නේ, නූතන සංචාරකයාගේ අවශ්‍යතා සපුරාලිය හැකි වීම, විය හැකි සැපයුම් සහ බලශක්ති හිඟයන් සඳහා පෙර සුදානම් වීම සහ ණය හා පොලී ගෙවීම් සඳහා දී ඇති සහන කාලයට පසු මනා මූල්‍ය කළමනාකරණයකින් යුතුව කටයුතු කිරීම යනාදිය මතය. සංචාරකයින් ආකර්ෂණය කර ගැනීමේ විභවතාවයක්, භාවනා සහ වෛද්‍ය හා ඓතිහාසික පර්යේෂණ සඳහා තරුණ කණ්ඩායම් ආකර්ෂණය කර ගැනීම වැනි විවිධාංගීකරණය වූ සංචාරක උවමනා සඳහා පවතින බව වාණිජමය දෘෂ්ටිකෝණයකින් පෙනී යයි. ශ්‍රී ලංකා සංචාරක සංවර්ධන අධිකාරිය සහ පෞද්ගලික සංචාර සංවිධානය කරන්නන් විසින් කලාපයේ අනෙකුත් රටවල්වලට සාපේක්ෂව ආකර්ෂණීය පැකේජ ලබා දෙමින් මෙම විශේෂිත සංචාරක කණ්ඩායම් ශ්‍රී ලංකාවට පැමිණීමට දිරිමත් කළ යුතුය. වසංගතය අඩුවීමත් සමඟ ශ්‍රී ලංකා ආර්ථිකයේ පුනර්ජීවනය පිණිස සංචාරක අංශයට සැලකිය යුතු කාර්යභාරයක් ඉටු කළ හැකි බව අපේක්ෂිතය.

මූලාශ්‍ර

1. Asian Development Bank and United Nations World Tourism Organisation. (2022). COVID-19 and the future of tourism in the Asia and Pacific. Manila, Philippines and Madrid, Spain: Author.
2. Goretti, M. M., Leigh, M. L. Y., Babii, A., Cevik, M. S., Kaendera, S., Muir, M. D. V., ... & Salinas, M. G. (2021). Tourism in the post-pandemic world: economic challenges and opportunities for Asia-pacific and the western hemisphere. International Monetary Fund.
3. International Monetary Fund. (2009). Balance of Payments and International Investment Position Manual - BPM 6 (6th Edition). Washington D. C., USA: International Monetary Fund.
4. Sri Lanka Tourism Development Authority. (.....). Survey of Departing Tourists from Sri Lanka 2018-2019. Colombo, Sri Lanka: Sri Lanka Tourism Development Authority.
5. United Nations World Tourism Organisation. (2022). World Tourism Barometer January 2022. Madrid, Spain: United Nations World Tourism Organisation.
6. World Travel and Tourism Organisation. (2021). Trending in Travel – Emerging Consumer Trends in Travel & Tourism in 2021 and Beyond. London, United Kingdom: World Travel and Tourism Organisation.

