සටහන

2014 ජූලි - අගෝස්තු

2 සිංගප්පූරුවේ සමාජ, ආර්ථික තොරතුරු බිඳක්

3 ආර්ථික සංවර්ධනය සඳහා ජාතික ප්‍රතිරූපය

11 සේවා අංශය නව රැකියා බිහි කිරීමේ පුරෝගාමියා ලෙසින් තවත් ඉදිරියට

18 ගෝලීය ආර්ථික ප්‍රවණතා හා ශ්‍රී ලංකා ආර්ථිකය

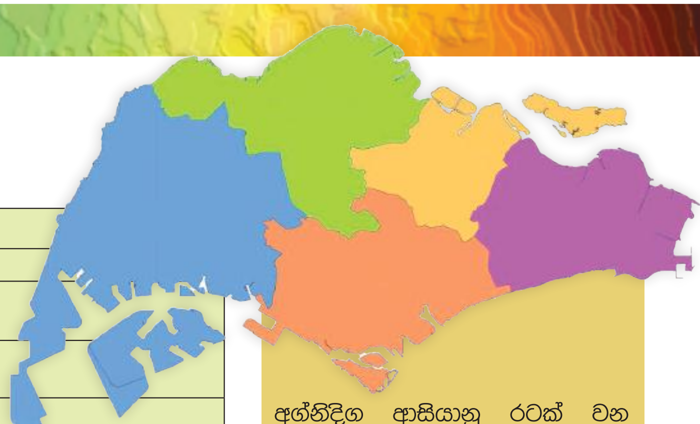
041000711

රු. 20/-

ශ්‍රී ලංකා මහ බැංකුව
සන්නිවේදන දෙපාර්තමේන්තුව

සිංගප්පූරුවේ

සමාජ, ආර්ථික තොරතුරු බිඳක්...



භූමි ප්‍රමාණය	වර්ග කි.මී. 697
ජනගහනය (2014 ජුලි ඇස්තමේන්තු)	5,567,301
ජනගහන වර්ධන වේගය (2014 ඇස්තමේන්තු)	1.92%
ජන ඝනත්වය (වර්ග කි.මීටරයට පුද්ගලයන්)	7.197
උපත් අනුපාතය (ජනගහනය දහසකට) (2014 ඇස්තමේන්තු)	8.1
මරණ අනුපාතය (ජනගහනය දහසකට) (2014 ඇස්තමේන්තු)	3.42
උපතේ දී ආයු අපේක්ෂාව (අවුරුදු)	84.38
දළ දේශීය නිෂ්පාදිතය (ද.දේ.නි.) (2013)	එ.ජ. ඩොලර් බිලියන 339
ඒක පුද්ගල ද.දේ.නි. (2013)	එ.ජ. ඩොලර් 62,400
මූර්ත ද.දේ.නි. යේ වර්ධන අනුපාතය (2013)	4.1%
ද.දේ.නි. යේ ආංශික සංයුතිය(2013)	කෘෂිකර්මය 0% කර්මාන්ත 29.4% සේවා 70.6%
රාජ්‍ය ණය ද.දේ.නි. ප්‍රතිශතයක් ලෙස (2013)	105.5 %
අයවැය අතිරික්තය (+) හිඟය (-) ද.දේ.නි. ප්‍රතිශතයක් ලෙස (2013)	1.3 %
උද්ධමනය (CPI)	2.4%
විදේශ සංචිත (2013)	ඩොලර් බිලියන 273.1
ශ්‍රම බලකාය (2013)	මිලියන 3.444
සේවා වියුක්ති අනුපාතය (2013)	1.9%
සාක්ෂරතාව	95.9%
ප්‍රධාන අපනයන	යන්ත්‍රෝපකරණ (ඉලෙක්ට්‍රොනික සහ විද්‍යුත් සන්නිවේදන උපකරණ ඇතුළත්ව), ඖෂධ සහ වෙනත් රසායන ද්‍රව්‍ය, පිරිපහදු කළ පෙට්‍රෝලියම් නිෂ්පාදන, ආහාර පාන
ප්‍රධාන අපනයන රටවල්	මැලේසියාව, හොංකොං, චීනය, ඉන්දුනීසියාව, එක්සත් ජනපදය, ජපානය, ඕස්ට්‍රේලියාව, දකුණු කොරියාව
ප්‍රධාන ආනයන	යන්ත්‍රෝපකරණ, රසායන ද්‍රව්‍ය, ඉන්ධන පාරිභෝගික භාණ්ඩ
ප්‍රධාන ආනයන රටවල්	මැලේසියාව, චීනය, එක්සත් ජනපදය, දකුණු කොරියාව, ජපානය, ඉන්දුනීසියාව, එක්සත් අරාබි එමීර් රාජ්‍යය, සවුදි අරාබිය,
සිංගප්පූරු ඩොලර්/ ශ්‍රී ලංකා රුපියල් අනුපාතය	102.73 (2014.10.16)

අග්නිදිග ආසියානු රටක් වන සිංගප්පූරුව මලයාසියානු අර්ධද්වීපයේ දකුණු කෙලවරෙහි මැලේසියාව හා ඉන්දුනීසියාව අතර පිහිටියේ ය. දූපත් 63 කින් සමන්විත වන මෙරට නිල වශයෙන් සිංගප්පූරු ජනරජය ලෙස හැඳින්වේ. 1819 බ්‍රිතාන්‍ය යටත් විජිතයක් වූ සිංගප්පූරුව 1963 දී මැලේසියානු ෆෙඩරේෂණය සමඟ ඒකාබද්ධ කළ ද ඉන් වසර දෙකකට පසු එනම් 1965 දී මැලේසියාවෙන් නිදහස ලබා ඇත. වර්තමානයේ ඉතාමත් ම දියුණු වෙළෙඳපොළ ආර්ථිකයක් හිමි සිංගප්පූරුව ආසියානු ව්‍යාඝ්‍රයන් ලෙස සැලකෙන රටවල් 4 අතරින් එකකි.

2004 අගෝස්තු 12 වැනි දා සිට සිංගප්පූරුවේ අගමැතිවරයා ලෙස කටයුතු කරනු ලබන්නේ ලී හ්සීන් ලූන් මහතා ය.

සටහන

"සටහන" සඟරාවෙහි පළවන අදහස් ඒ ඒ ලේඛකයන් ගේ අදහස් මිස ශ්‍රී ලංකා මහ බැංකුවේ අදහස් නොවිය හැකි ය.

සන්නිවේදන අධ්‍යක්ෂ, ශ්‍රී ලංකා මහ බැංකුව නමට ලියන ලද මුදල් ඇණවුම්/චෙක්පත් මෙහි සඳහන් ලිපිනයට එවීමෙන් "සටහන" තැපෑලෙන් ගෙන්වා ගත හැකි ය.

පිටපතක මිල : රු. 20.00
වාර්ෂික දායකත්වය : රු. 480.00
(තැපැල් ගාස්තු ද ඇතුළත්ව)

අධ්‍යක්ෂ
සන්නිවේදන දෙපාර්තමේන්තුව
ශ්‍රී ලංකා මහ බැංකුව
තැ. පෙ. 590, කොළඹ

33 වෙළුම 7-8 කලාපය 2014 ජුලි/අගෝස්තු

ISSN 1391-3697

වෙබ් අඩවිය: www.cbsl.gov.lk

ආර්ථික සංවර්ධනය සඳහා ජාතික ප්‍රතිරූපය

(Nation Brand for Economic Development)

විනීතා හේරත්, සන්නිවේදන දෙපාර්තමේන්තුව

හැඳින්වීම

රටක, ජාතියක හෝ ප්‍රදේශයක ප්‍රතිරූපය යන්නෙන් අදහස් කරන්නේ අන් අය එය දකින ආකාරය යි. හඟින ආකාරය යි. ඇතැමෙක් මෙය ජාතික සන්නාමය ලෙසින් ද හඳුන්වයි. සන්නාමය යැයි කී පමණින් අපේ සිහියට නැගෙන්නේ යම්කිසි භාණ්ඩයක් හෝ සේවාවකි. එහෙත් ජාතියක ප්‍රතිරූපය යන්නෙහි සන්නම්කරණය යන යෙදුම ඉක්මවා ගිය අර්ථයක් ගැබ්ව පවතී. එහි පරාසය නිෂ්පාදන සමාගම්වලින් ඔබ්බට ගොස් නිශ්චිත ප්‍රදේශයක වසන මිනිසුන්ගේ සංස්කෘතිය, ඔවුන්ගේ හරපද්ධතීන් හා ඔවුන්ගේ අනන්‍යතාවන් කරා දිවෙයි. සන්නම්කරණය පරයා යන වටිනාකම් එහි අන්තර්ගත ය. ඒ ප්‍රතිරූප හොඳ එකක් හෝ නරක එකක් හෝ විය හැකි ය. ඒ අනුව එය, රටකට, ජාතියකට හෝ ප්‍රදේශයකට වාසි හා අවාසි ඇති කරයි. ප්‍රතිරූපය යන්න බොහෝ විට එක්වර ම ඉස්මතුවන්නක් නොවේ. එය කාලයක් තිස්සේ නිර්මාණය වන්නකි. එමෙන් ම සදාකල් එක ම අයුරින් පවතින්නේ ද නැත. කලින් කල වෙනස් වෙයි. ප්‍රතිරූපයේ ස්වභාවය මත ලෝක ප්‍රජාව අතර එයට හිමි තැන නිශ්චය කෙරෙයි. වත්මන් ලෝක ආර්ථික රටාව තුළ කිසිදු රටකට, ජාතියකට අනෙකුත් රටවලින් වියුක්තව හුදෙකලාව සිටීමට හැකියාවක් නැත. අනෙකුත් රටවල් සමඟ සබඳතා ගොඩනගා ගැනීමේදී ඉන් ප්‍රතිලාභ ලැබීමට තම රටෙහි, ජාතියෙහි ප්‍රතිරූපය, කීර්තිනාමය වඩාත් යහපත් එකක් විය යුතු ය. මේ නිසා ප්‍රතිරූපය සහ කීර්තිනාමය ඉහළ නැංවීමට, තත්ත්වය වැඩි දියුණු කිරීමට විවිධ රටවල් නොයෙකුත් ආකාරයේ ව්‍යාපෘති, වැඩසටහන් ක්‍රියාත්මක කරයි. ඒ ඔස්සේ වැඩි සංචාරකයින් සංඛ්‍යාවක් ආකර්ෂණය කරගැනීමට, විදේශ සෘජු ආයෝජන සඳහා වන අවස්ථා පුළුල් කිරීමට, අපනයන වර්ධනය කරගැනීමට, කුසලතා පූර්ණ ශ්‍රමබලකායක් සඳහා අවකාශ සලසාලීම ඔස්සේ නිෂ්පාදන ධාරිතාවෙන් නිසි ඵල නෙළාගැනීමට, අනෙකුත් රටවල් සමඟ දේශපාලන සබඳතා තර කරගැනීමට මෙන් ම තම සංස්කෘතියට අනෙකුත් රටවල් ආකර්ෂණය කර ගැනීමට සිය ප්‍රතිරූපය ඉවහල් කර ගනී. මෙම ලිපියෙන් ජාතික ප්‍රතිරූපය පිළිබඳ අදහස අධ්‍යයන කටයුත්තක් ලෙස බිහිවීම, රටකට ජාතික ප්‍රතිරූපයෙහි ඇති වැදගත්කම හා ජාතික ප්‍රතිරූපය අනුව රටවල් ශ්‍රේණිගත කිරීම පිළිබඳව විමසා බලන අතර ඉදිරියෙහි ජාතික ප්‍රතිරූපය කෙරෙහි බලපාන සාධක සම්බන්ධයෙන් ශ්‍රී ලංකාව ලබා ඇති ප්‍රගතිය සහ මුහුණදීමට ඇති අභියෝග පිළිබඳව විමසා බැලීමට අපේක්ෂිත ය.

ජාතික ප්‍රතිරූපය පිළිබඳ අදහස කලඑළි බැසීම

ජාතික ප්‍රතිරූපය පිළිබඳ අදහස අධ්‍යයන කටයුත්තක් ලෙස මුල්වරට ඉදිරිපත් කළේ 1996 වසරේ ය. ඒ ස්වාධීන ප්‍රතිපත්ති උපදේශකයෙකු ලෙස කටයුතු කරන සීමන් ඇන්හෝල්ට් (Simon Anholt) විසිනි. ඔහු ජාතියක ප්‍රතිරූපය ස්ථාවර වත්කමකට සමාන බවත් එය වෙනස්වීමට මාසයක් දෙකක් හෝ අවුරුද්දක් නොව දශක ගණනාවක් ම ගතවිය හැකි බවත් පවසයි. එමෙන් ම ජාතියක කීර්තිනාමය ගොඩනැගිය හැක්කක් නොව ඉපයිය හැක්කක් බව ඔහුගේ මතය යි. (Nation reputation cannot be constructed; it can only be earned.) ජාතික ප්‍රතිරූපය පිළිබඳ අදහස Nation Brand ලෙස කරළියට එළැඹීමත් සමඟ එයින් එල ප්‍රයෝජන ලබාගැනීමට උත්සුක වූවෝ රැසකි. ඔවුන් අතර ප්‍රචාරන කටයුතු සම්බන්ධ වෙළෙඳ ලෝකය කැපී පෙනේ. ඔවුහු ජාතික ප්‍රතිරූපය ගොඩනැඟීම සඳහා නොයෙකුත් ආකාරයේ උපදේශන සේවා සපයති. වැඩසටහන් සහ ව්‍යාපෘති හඳුන්වාදෙති. ආයතනයක් භාණ්ඩයක් හෝ වේවා සේවාවක් හෝ වේවා තම නිෂ්පාදනයේ නම පාරිභෝගික ජනතාව අතරට ගෙන යෑමට විවිධ උපක්‍රම අනුගමනය කරයි. ඒ ආකාරයෙන් ම රටක කීර්තිනාමය ඉහළ නැංවීමට ද විවිධ ශිල්ප ක්‍රම භාවිතා කළ යුතු බව ඇතැමෙක්ගේ අදහස යි. එහෙත් ප්‍රතිරූපය ගොඩනැගීම සෘජුව වෙළෙඳ කළමනාකරණ හා සන්නිවේදන ක්‍රම අනුව යමින් ලාංඡන, ආදර්ශ පාඨ, ප්‍රචාරණය හෝ මහජන සම්බන්ධතා ව්‍යාපාර ඔස්සේ කළ නොහැකි බවත් එය සාර්ථක කටයුත්තක් නොවන බවත් සීමන් ඇන්හෝල්ට් පවසයි. කෙසේ වෙතත් මෙසේ ජාතික ප්‍රතිරූපය ඉහළ නැංවීමට හා එය රැකගැනීමට එක් එක් රටවල් විසින් විවිධ පියවර ගනු ලැබීම අලුත් දෙයක් නොවේ. එහෙත් පසුගිය දසක දෙකක පමණ කාලයක සිට මේ සම්බන්ධව ලොව පුරා විශේෂ අවධානයක් යොමුකර ඇති බව දක්නට ලැබේ.

ජාතියක ප්‍රතිරූපය වැදගත්වන්නේ ඇයි?

ප්‍රතිරූපය යන්න රටකට, ජාතියකට හෝ ප්‍රදේශයකට පමණක් සීමා නොවෙයි. දේශපාලනය, රජය, සංවිධාන, අධ්‍යාපන ආයතන, ස්ථාන සහ මිනිසුන්ට ද ඉන් ලබාගත හැකි වාසි බොහෝ ය.

විශේෂයෙන් ම ගෝලීයකරණය වූ වත්මන් වෙළෙඳපොළ රටාව තුළ සෑම රටක් ම, නගරයක් ම, කලාපයක් ම ලොව පාරිභෝගිකයන්, සංචාරකයන්, අපනයනකරුවන්, ආයෝජකයන් දිනාගැනීමේ අනවරත තරඟයක යෙදී සිටී. මේ තරඟයෙන් ජයග්‍රහණය කිරීමට ජාතික ප්‍රතිරූපය ඉහළ නැංවීම, ජාතිකත්වය ගොඩනැගීම ඉතා වැදගත් ය. එම නිසා විදේශවලට තම අනන්‍යතාව හඳුන්වාදීමට, ජාතියක ප්‍රතිරූපය වඩාත් වැදගත් උපකරණයක් වී ඇත. වාහකයක් වී ඇත. කෙසේ වෙතත් සෑම රටකට ම තමන් කැමති වුවත් අකමැති වුවත් යම්කිසි ආකාරයක ප්‍රතිරූපයක් තිබේ. එය අනෙකුත් රටවලින් වෙන් වූ විශේෂ වූ දෙයක් මත පදනම් විය හැක. උදා: වශයෙන් අතීතයේ අපේ රට රත්නදීපය ලෙසින් හඳුන්වා ඇත. ඊට හේතු වූයේ මෙරටින් ලබාගත හැකි අනර්ඝ මැණික් ය. තවත් කලෙක මෙරට ධර්මද්වීපය ලෙසින් හැඳින් විනි. ඒ, මෙරට පිරිසිදු බුදුදහම ස්ථාපිත වූ දිවයිනක් ලෙස සැලකීම නිසා ය. ලොව පුරා නොයෙකුත් දේශාටකයන් අතීතයේ විවිධ නම්වලින් අපේ රට එසේ හැඳින්වීමට හේතුවූයේ අපේ රටේ තිබුණු නොයෙකුත් විශේෂතා ය. රටක් තුළ ම වුවත් විවිධ ප්‍රදේශවලට, පළාත්වලට එකිනෙකට වෙන්වූ ප්‍රතිරූප තිබිය හැක. ඒවායේ පදනම ඇතැම් විට ස්වභාව ධර්මයේ නිර්මාණ ය. තවත් විටෙක මිනිසුන්ගේ ක්‍රියාකාරකම් ය.

රටක් පිළිබඳ අනෙකුත් රටවල ජනතාව අතර ගොඩනැගී ඇති ප්‍රතිරූපය දිගු කාලීනව හෝ ඇතැම් අවස්ථාවල කෙටි කාලීන ක්ෂණික සිදුවීම් මත සෘණ එකක් විය හැක. උදාහරණ වශයෙන් පසුගිය තිස් අවුරුදු යුධ සමයේ බොහෝ රටවල් අප රට දුටුවේ සංචාරය සඳහා නුසුදුසු අනාරක්ෂිත ස්ථානයක් ලෙස යි. ආයෝජනය සඳහා හිතකර නොවන ස්ථානයක් ලෙස යි. ඇතැම් රටවල පාලකයන් ශ්‍රී ලංකාවේ සංචාරය සඳහා නොයන ලෙස සිය ජනතාව දැනුම්වත් කළ කාලයක් තිබිණි. ශ්‍රී ලංකාවේ පැවැත් වූ ක්‍රීඩා උත්සව වැනි අවස්ථාවලට සහභාගිවීම් වර්ජනය කළ අවස්ථා තිබිණි. එහෙත් විදේශිකයන් අතර අප රට සම්බන්ධයෙන් ගොඩනැඟී පැවති මෙම අයහපත් ප්‍රතිරූපය වර්ථමානය වන විට විශාල වශයෙන් වෙනස් වෙමින් පවතී. දිනෙන් දින සංචාරක ආකර්ෂණය දිනා ගැනීම සහ විදේශීය ආයෝජන ඉහළ යෑම තුළින් මෙම තත්ත්වය පැහැදිලි වේ. එමෙන් ම මේවන විට නොයෙකුත් ජාත්‍යන්තර සංවිධාන සහ ආයතන විසින් ශ්‍රී ලංකාව සංචාරය සඳහා ඉතාමත් ම සුදුසු ස්ථානයක් බව ප්‍රකාශයට පත්කර ඇත.

යම් රටක් පිළිබඳව ගොඩනැගෙන සෘණාත්මක ප්‍රතිරූපයෙහි පදනම ඇතැම් අවස්ථාවල සාධාරණ හේතු සහිත වූවක් නොවිය හැකි ය. ජාත්‍යන්තර මාධ්‍ය ආයතන මෙයට බෙහෙවින් බලපායි. ප්‍රතිරූපය පිළිබඳ එවැනි සෘණාත්මක දෘෂ්ටියක් පවතින අවස්ථාවක ලෝක ආර්ථිකයෙන් එයට ලබා ගත හැකි ප්‍රතිලාභ ගිලිහී යනු ඇත. එවැනි විටෙක සැබෑ තත්ත්වය ඉස්මතුකර පෙන්වීමට, තම ප්‍රතිරූපය ධනාත්මක, ශක්තිමත් එකක් බව ලෝකයට ඒත්තු ගැන්විය යුතු ය. එහෙත් මෙම ඒත්තු ගැන්වීම වචනවලට සීමා නොවිය යුතු ය. රටක් ගැන අන් අය නිගමනවලට එළැඹෙන්නේ කියන දෙයින් නොව කරන දෙයින් බව ඇන්හෝල්ට් පවසයි. (countries are judged by what they do, not what they say.)

උදාහරණයක් වශයෙන්; කලක් අප්‍රිකානු රටවල් පිළිබඳ ජාත්‍යන්තර ප්‍රජාව තුළ පැවති ප්‍රතිරූපය වූයේ ඒවා සංවර්ධනයේ විවිධ මට්ටම්වල සිටින, වෙනස් ජන සමූහ සිටින රටවල් ලෙස නොවේ. පොදුවේ ඌන සංවර්ධිත,

දුර්වල ආර්ථික මට්ටමක සිටින, දූෂණ සහ අපරාධ බහුල, අනාරක්ෂිත රටවල් ලෙස යි. එහෙත් අද දකුණු අප්‍රිකාව සිය රට සම්බන්ධයෙන් මෙකී ප්‍රතිරූපය අකාමකා දැමීමට සමත්ව සිටී. මේ සඳහා ඔවුන් 2000 වසරේ Brand South Africa ව්‍යාපෘතිය දියත් කරන ලද අතර දකුණු අප්‍රිකාවේ සැබෑ තත්ත්වය සහ ජාත්‍යන්තර ප්‍රජාව අතර තිබුණු මතය පිළිබඳ වෙනස, පරතරය දුරැලීමට මෙම ව්‍යාපෘතියට හැකි විය. එමෙන්ම බ්‍රසීලය, රුසියාව, ඉන්දියාව සහ චීනය එක්ව පිහිටුවාගත් බ්‍රික් හවුලට එක්වීම ද දකුණු අප්‍රිකාවේ ප්‍රතිරූපය ලෝක ප්‍රජාව අතරට ගෙනයෑමට දොරටුවක් විය. 2010 වසරේදී FIFA ලෝක පාපන්දු තරඟාවලියේ සත්කාරක රට බවට පත්වීම තුළින් දේශීය - විදේශීය දෙ අංශයෙන් ම ධනාත්මක ඉහළ ප්‍රතිරූපයක් ගොඩනගා ගැනීමට දකුණු අප්‍රිකාව සමත් විය. එහිලා ඔවුන්ගේ සාර්ථකත්වයට, ජයග්‍රහණයට බෙහෙවින් ඉවහල් වූයේ ඉතාමත් ම ඉහළ මට්ටමේ පැවති අපරිව්‍යූහ පහසුකම් ය. එම තත්ත්වය දකුණු අප්‍රිකාව ලෝක වෙළෙඳපොළේ හොඳ තරඟකරුවෙකු කිරීමට උපකාරී විය.

දකුණු අප්‍රිකාවේ දියුණු යටිතල පහසුකම්

යම් රටක් කෙරෙහි විදේශීය ආයෝජකයෝ විශ්වාසය තබන්නේ එහි ප්‍රතිරූපය පිළිබඳ විශ්වාසයක් ඇති විටයි. ආයෝජනය සඳහා සුදුසු යටිතල පහසුකම් සහිත පරිසරයක් තිබීම සහ ආර්ථික හා දේශපාලන ස්ථායීතාව සහ මූල්‍ය ක්‍රමයේ ස්ථායීතාව ද එයට හේතු වෙයි. යම් රටකට විදේශීය සංචාරකයන්ගේ පැමිණීම ද එහි ප්‍රතිරූපය අනුව තීරණය කෙරෙයි. ඔවුන් අපේක්ෂා කරන්නේ ආරක්ෂාකාරී මෙන් ම සුවපහසු සංචාරයකි. සංචාරය සඳහා සුදුසු බොහෝ රටවල් ඇති හෙයින් ඒවා අතර තේරීමක් කිරීමේ දී ඔවුන්ගේ ආකර්ෂණය දිනාගැනීමට නම් තරඟකාරී අනෙක් රටවල් අතරින් ඒවාට වඩා කැපී පෙනෙන ආකාරයේ ප්‍රතිරූපයක් තිබීම වැදගත් වෙයි. එමෙන් ම යම් රටක් භාණ්ඩ ආනයනය කිරීමේදී එක් එක් රටවල නිෂ්පාදන කෙරෙහි ඇති විශ්වාසය, ලෝක වෙළෙඳපොළෙහි ස්ථාපිතවී ඇති ප්‍රතිරූපය පිළිබඳව විශේෂයෙන් ම සැලකිලිමත් වේ. මේ නිසා තරඟකාරී වෙළෙඳපොළින් ප්‍රතිලාභ ලැබීමට නම් රටක් සිය නිෂ්පාදන සම්බන්ධව මනා ප්‍රතිරූපයක් ජගත් ප්‍රජාව අතර ස්ථාපිත කළ යුතු ය.

ජාතික ප්‍රතිරූපය අනුව රටවල් ශ්‍රේණිගත කිරීම

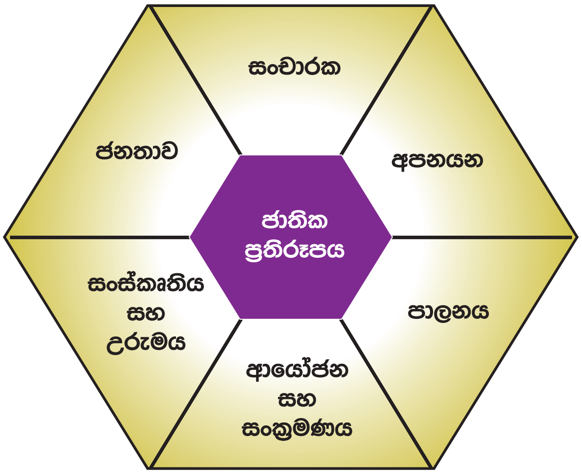
මෙසේ ජාතික ප්‍රතිරූපය ඉහළ නංවමින් ලෝක ප්‍රජාව අතර ස්ථාපිත වී ඉන් තම රටවලට ආර්ථික ප්‍රතිලාභ අත්කර ගැනීමට සෑම රටක් ම පාහේ උත්සුක වෙද්දී ජාතික ප්‍රතිරූපයෙහි වටිනාකම, බලය, ශක්තිය, ඵලදායීතාව ආදිය මැනීමට නව නිර්ණායක බිහිවී ඇත. ඒ අනුව එක් එක් රටවල ප්‍රතිරූපය ජගත් ප්‍රජාව අතර ස්ථාපිත වී ඇති ආකාරය ශ්‍රේණිගත කරයි. විවිධ සංවිධාන විසින් මෙවැනි ශ්‍රේණිගත කිරීම් රැසක් සිදුකරනු ලැබුව ද මෙම ලිපියෙහි එවැනි ගණනය කිරීම් දෙකක් පිළිබඳව පමණක් අවධානය යොමු කෙරේ.

සීමන් ඇන්හෝල්ට් විසින් ගොඩනගන ලද ජාතික ප්‍රතිරූප දර්ශකය (Nation Brand Index - NBI) එයින් පළමු වැන්න යි. දෙවැන්න බ්‍රෑන්ඩ් ෆිනෑන්ස් පීඑල්සී ආයතනය විසින් ගණනය කරනු ලබන වටිනාකම අනුව ජාතික ප්‍රතිරූප දර්ශකය හා ජාතික ප්‍රතිරූප ප්‍රබලතා දර්ශකය යි.

ඇන්හෝල්ට් සඳහන් කරන පරිදි රටක ප්‍රතිරූපය සංචාරක, අපනයන, රාජ්‍ය පාලනය, ආයෝජන සහ සංක්‍රමණ, ජනතාව, සංස්කෘතිය සහ උරුමය යන කරුණු 6 ක් විසින් ආවරණය කරනු ලබයි. මෙය ජාතික ප්‍රතිරූප ෂඩස්‍රය (Nation Brand Hexagon) ලෙස හඳුන්වයි.

ඇන්හෝල්ට් පළමු වරට 2005 වසරෙහි ජාතික ප්‍රතිරූප දර්ශකය ගණනය කර ඇත. 2008 වසරෙහි සිට එය ගණනය සඳහා GfK Roper Public Affairs & Corporate Communications සංවිධානය ද සහභාගිවේ. එම නිසා මෙම ජාතික ප්‍රතිරූප දර්ශකය ඇන්හෝල්ට් ජීඑෆ්කේ ජාතික ප්‍රතිරූප දර්ශකය (Anholt-GfK Nation Brand Index) ලෙසින් හඳුන්ව යි.

ජාතික ප්‍රතිරූප ෂඩස්‍රය



1. සංචාරක

සංචාරක ව්‍යාපාරය රටක ප්‍රතිරූපය ජාත්‍යන්තරයට ගෙන යෑමට ඉතාමත් ම යෝග්‍ය සහ පහසු මාර්ගයකි. මෙම ක්ෂේත්‍රය සම්බන්ධයෙන් එක් එක් රටවලට සහ ප්‍රදේශවලට සුවිශේෂී වූ ස්වභාව ධර්මයේ දායාද සේ ම මිනිසුන්ගේ කුසලතා සහ නිෂ්පාදන හැකියාව ද බලපා යි. ඉතා ඈත අතීතයේ පටන් විවිධ අරමුණු ඇතිව පුද්ගලයෝ දේශදේශාන්තරවල සංචාරය කරති. ඒ මගින් රටකට ලැබිය හැකි ප්‍රතිලාභ රැසකි. ආදායම් ඉපයීම මෙන් ම තව දුරටත් මෙම ක්ෂේත්‍රය පුළුල්වීමට අවශ්‍ය ප්‍රචාරණය ද සාර්ථක සංචාරක ව්‍යාපාරයක් තුළින් ම බිහිවේ. මන්ද, සංචාරයේ යෙදුනු පිරිස් නිතැතින් ම නිල නොවන තානාපතිවරුන් බවට පත්වන බැවිනි. ඔවුන් විසින් සංචාරය සඳහා තොරාගත් ප්‍රදේශය පිළිබඳ ගෙන යන ප්‍රතිරූපය ඔවුන් හරහා තව තවත් පිරිස් වෙත සන්නිවේදනය වේ. සාමාන්‍යයෙන් බොහෝ දෙනෙක් දේශීය හෝ වේවා විදේශීය හෝ වේවා සංචාරයක යෙදීමට අපේක්ෂා කරන්නේ නම් ඊට පෙර එම සංචාරයේ ම යෙදුනු අයෙකුගෙන් තොරතුරු විමසා බලයි. ගමන් පහසුව, කෑමබීම, නවාතැන් පහසුකම්, දැක බලාගැනීමට ඇති සුවිශේෂී දෑ සහ කැපකරන මුදලට ඒ සියල්ල සෑහේද යනාදිය පිළිබඳ සැලකිලිමත් වෙයි. එකී කරුණු සම්බන්ධයෙන් දැන ගැනීමට ලැබෙන්නේ යහපත් තොරතුරු නොවන්නේ නම් එම සංචාරය පිළිබඳ යළි සිතා බැලීමට පෙළඹීම ද ස්වභාවික ය. මේ නිසා සෑම රටක් ම පාහේ සංචාරක කර්මාන්තය ප්‍රවර්ධනය කිරීමට විවිධ අයුරින් කටයුතු කරනු දක්නට ලැබෙයි. 2013 වසරෙහි ලොව විදෙස් සංචාරයේ යෙදුනු අයගේ සංඛ්‍යානව මිලියන 1087 කි. එය පෙර වසරට වඩා මිලියන 52 ක ඉහළ යෑමකි. 2014 වසරේ මෙම සංඛ්‍යාව සියයට 4 -5 කින් පමණ ඉහළ යනු ඇතැයි අපේක්ෂිත ය. එය සංචාරක ආකර්ෂණය දිනාගැනීමට සමත් වන රටවල රැකියා ජනනය කෙරෙහිත් ආදායම් උත්පාදනය කෙරෙහිත් සුහදායි ලෙස බලපානු ඇත. මේ නිසා වැඩිවේ යැයි අපේක්ෂිත සංචාරකයින් ගෙන් යම් ප්‍රමාණයක් තම රට කෙරෙහි ආකර්ෂණය කරගැනීමට සෑම රටක්ම පාහේ උත්සාහ දරනු ඇත. මෙහිලා ශ්‍රී ලංකාව ද සංචාරක ප්‍රවර්ධන වැඩසටහන් රැසක් ක්‍රියාත්මක කරයි.

2. අපනයන

භාණ්ඩ හා සේවා අපනනය ද රටක ප්‍රතිරූපය ඉහළ නැවීමෙහි ලා ප්‍රබල තානාපතිවරු ලෙස කටයුතු කරයි. ඇතැම් රටවල නිෂ්පාදන සම්බන්ධයෙන් පාරිභෝගික විශ්වාසය කෙතෙක් දුරට ස්ථාපිත වී ඇත්තේ ද යත් ඒවා විදේශීය නිෂ්පාදන ලෙස නොදැනෙන තරමට පාරිභෝගිකයන් ඒවාට ආසක්ත වී සිටී. කොකාකෝලා, මයික්‍රොසොෆ්ට්, අයිබීඑම් (IBM), ඉන්ටෙල්, නයිකි (Nike), ඩිස්නි, මැක්ඩොනල්ඩ්, පෙප්සි, එම්ටීවී (MTV) යනාදී ඇමෙරිකානු නිෂ්පාදන; සම්සුන්, හයිඋන්ඩායි, එල්ජී (LG) වැනි දකුණු කොරියානු නිෂ්පාදන සහ ටොයෝටා, සෝනි ආදි ජපන් නිෂ්පාදන මෙයට උදාහරණ ලෙස දැක්විය හැක. යුරෝපීයයෙකු හෝ ඇමෙරිකානුවෙකු, නොදත් ජපන් නිෂ්පාදනයක් මිලට ගන්නවාට වඩා, දන්නා කොරියානු නිෂ්පාදනයක් මිලට ගැනීමට කැමති බවත් ඇතැම් විටෙක මෙම නිෂ්පාදන දෙක ම එක ම චීන කර්මාන්ත ශාලාවක් තුළ නිෂ්පාදනය කරනු ලබන ඒවා වීමට ඉඩ ඇති බවත් සීමන් ඇන්හෝල්ට් පවසයි. මෙය ඔවුන්ට පමණක් සීමා වූ තත්ත්වයක් නොවේ. ගුණාත්මක බව පිළිබඳ පාරිභෝගික විශ්වාසය දිගු කලක් තිස්සේ තහවුරු වී පැවතීම හේතුවෙන් ඒවා නිෂ්පාදනය කරන රටවල වෙනත් නිෂ්පාදනයක් වෙළෙඳපොළට පැමිණිය ද ඒවා ඉතාමත් ම පහසුවෙන් වෙළෙඳපොළ ග්‍රහණය කර ගැනීමට සමත් වෙයි. එයින් නිෂ්පාදනය පිළිබඳ පවතින විශ්වාසයට වඩා එය නිෂ්පාදනය කරන රටෙහි ප්‍රතිරූපය පිළිබඳ තිබෙන විශ්වාසය තහවුරු කෙරෙයි. ඒ ඔස්සේ විශාල වශයෙන් විදේශ විනිමය ඉපයීමට එවැනි භාණ්ඩ හා සේවා නිෂ්පාදනය හා අපනයනය කරන රටවල් සමත්වී ඇත. අනෙක් අතට නිෂ්පාදනයක් සම්බන්ධයෙන් පාරිභෝගික විශ්වාසය බිඳී ගිය තැන එයට ඇති ඉල්ලුම බිඳ වැටීමෙන් එකී නිෂ්පාදනයට වෙළෙඳපොළෙන් ඉවත්වීමට, ප්‍රතික්ෂේපවීමට සිදුවීම ද නොවැළැක්විය හැකිය. එය නිෂ්පාදිත රටෙහි ප්‍රතිරූපය කැළැල් වීමට, පළුදුවීමට හේතු වෙයි.

3. රාජ්‍ය පාලනය

රටක රාජ්‍ය ප්‍රතිපත්තිය සහ විදේශ ප්‍රතිපත්තිය ද ජාතික ප්‍රතිරූපය කෙරෙහි බලපායි. මේ කරුණු සම්බන්ධයෙන් ජාත්‍යන්තර මාධ්‍ය ඔස්සේ ගෙන යන ප්‍රචාර ඉතාමත් ම වැදගත් වේ. මන්ද, සාවද්‍ය ප්‍රචාර ලෝක ප්‍රජාව අතරට යෑමෙන් එය ඉතාමත් ම අහිතකර ලෙස ජාතික ප්‍රතිරූපයට බලපෑ හැකි බැවිනි. ඒ විවිධාකාරයේ තොරතුරු රැසක් විවිධ මාධ්‍ය ඔස්සේ ප්‍රචාරය වන විට වැරදි තොතුරු මොනවා

ද නිවැරදි තොරතුරු මොනවා ද යන්න තෝරාබේරා ගැනීම ගැටලුවක් වන බැවිනි. රටක පාලනය කොයි තරම් දුරට ශක්තිමත් ද එහි ප්‍රජාතන්ත්‍රවාදය සහ සාධාරණත්වය ක්‍රියාත්මක වන ආකාරය, දරිද්‍රතාව හා පරිසර විනාශය වැනි ලෝක ව්‍යාප්ත ප්‍රශ්න සම්බන්ධව ක්‍රියාත්මක වන ආකාරය යනාදී කරුණු මාධ්‍ය විසින් ලොව පුරා ව්‍යාප්තකර හරිනු ලබයි. රටෙහි දේශපාලන සහ ආර්ථික ස්ථාවරත්වය, ශක්‍යතාව විදෙස් රටවල ඇගයීමට, විශ්වාසයට පාත්‍රවීම තුළින් සෘජු විදේශ ආයෝජන සහ සංචාරකයන් ආකර්ෂණයකර ගැනීමට හැකිවේ. රටක අධ්‍යාපනය, සෞඛ්‍ය ආදි ක්ෂේත්‍ර සම්බන්ධයෙන් පවත්නා තත්ත්වය, මානව සුබසාධනයෙහි මට්ටම ආදිය රාජ්‍ය පාලනය පිළිබඳ තොරතුරු ලොවට ගෙන යයි.

4. ආයෝජන සහ සංක්‍රමණ

දෙස් විදෙස් ආයෝජන ද සංක්‍රමණ ද රටක ප්‍රතිරූපය විදහා දක්වන්න කි. සංක්‍රමණ යැයි කීව ද මෙයින් අදහස් කෙරෙන්නේ විදේශිකයන්ගේ ආගමන යි. ආයෝජනය සඳහා මනා අපරිව්‍යුහයක් පැවතීම, ආයෝජනවලින් ලබාගත හැකි ප්‍රතිලාභ විදෙස් ආයෝජන ආකර්ෂණයකර ගැනීමට බෙහෙවින් ඉවහල් වෙයි. එමෙන් ම ජීවත්වීමට, වැඩකිරීමට හෝ අධ්‍යාපනය සඳහා පැමිණීමට ඇති කැමැත්ත රටක සමාජ හා ආර්ථික තත්ත්වය ලොවට විදහා පෙන්ව යි.

5. සංස්කෘතිය සහ උරුමය

චිත්‍රපට, සංගීතය, චිත්‍ර, සාහිත්‍යය ආදී සංස්කෘතික කටයුතු සහ ක්‍රීඩා කුසලතාව ද රටක ප්‍රතිරූපය කෙරෙහි බෙහෙවින් බලපායි. එක් එක් රටවලට විශේෂ වූ සංස්කෘතියක් පවතී. මෙම සංස්කෘතික කටයුතු ද රට පිළිබඳව, ජාතිය පිළිබඳව ලොවට පණිවුඩයක් ගෙන යයි. එමෙන් ම ඇතැම් ක්‍රීඩා ක්ෂේත්‍ර සම්බන්ධව විවිධ රටවල් උරුමකරගෙන ඇති කීර්තිනාමය ද ඇතැම් රටවලට ආවේණික ජන කලා ද ඒ ඒ රටවලට සම්පතක් වී ඇත. අප රට සම්බන්ධයෙන් ගත් විට 1996 වසරේ ලෝක ක්‍රිකට් කුසලානය දිනාගැනීම සහ පසුගිය වසරේ විස්සයි විස්ස ක්‍රිකට් කුසලානය දිනාගැනීම අප රටට ඉමහත් කීර්තියක් අත්කර දී ඇත. එය රටෙහි කීර්තිනාමය ඉහළ නැංවීමට, ප්‍රතිරූපය ඉහළ නැවීමට බෙහෙවින් හේතුවී ඇත.

6. ජනතාව

ජාතියක ප්‍රතිරූපය බෙහෙවින් නිරූපනය කරන කැඩපත ඒ රටෙහි ජනතාව යි. ඔවුන්ගේ අධ්‍යාපනය, මිත්‍රශීලීත්වය, ආගන්තුක සත්කාරය යනාදිය තුළින් විදේශිකයන් එම රට පිළිබඳ ප්‍රතිරූපයක් ගොඩනගා ගනී. විශේෂයෙන් ම ලෝක ප්‍රසිද්ධියට පත් පුද්ගලයන් ගේ චර්යාවන් රටක ප්‍රතිරූපය කෙරෙහි බෙහෙවින් බලපායි. තම රට නියෝජනය කරමින් හෝ පෞද්ගලිකව හෝ විදෙස් ගතවන අවස්ථාවල ඔවුන්ගේ හැසිරීම් රටාව නිතැතින් ම බොහෝ දෙනෙකුගේ නිරීක්ෂණයට ලක් වේ. ඒ අනුව එකී පුද්ගලයාගේ රට හෝ ජාතිය හෝ ගැන නිගමනවලට එළැඹීම නොවැළැක් විය හැක්කකි.

සෑම වසරකම ඇන්හෝල්ට් ජීඑෆ්කේ ජාතික ප්‍රතිරූප දර්ශකය සෑදීමේදී අවුරුදු 18 සහ ඊට ඉහළ 20000ක පමණ පිරිසක ගෙන් මෙම එකිනෙක අංශ යටතේ ප්‍රශ්න අසනු ලබයි. ඒ ඔස්සේ එක් එක් අංශ සඳහා උප දර්ශක සාදනු ලබන අතර අවසන ඒවා පදනම්කර ගනිමින් සමස්ත දර්ශකය සාදයි. මේ

01 වැනි වගුව

2013 වසරෙහි ප්‍රතිරූප ප්‍රබලතා දර්ශකය ඉහළම රටවල් 10

රට	BSI ශ්‍රේණිය		ප්‍රතිරූප ශ්‍රේණිය	BSI අගය
	2013	2012		
ස්විට්සර්ලන්තය	1	2	AA+	76
සිංගප්පූරුව	2	1	AA+	75
එක්සත් ජනපදය	3	3	AA	74
ජර්මනිය	4	4	AA	74
එක්සත් රජධානිය	5	9	AA	73
ස්වීඩනය	6	5	AA	71
නෙදර්ලන්තය	7	6	AA	71
මැලේසියාව	8	20	AA	71
කැනඩාව	9	7	AA	70
ඕස්ට්‍රේලියාව	10	8	AA	70

මූලාශ්‍රය: Brandfinance Nation Brands - The Annual Report on Nation Brands / December 2013

දර්ශකය සෑදීම මගින් යම් රටක සමස්ත ජාතික ප්‍රතිරූපය ධනාත්මක ද සෘණාත්මක ද යන්න පිළිබඳව ජාත්‍යන්තර මතය විමසා බැලේ.

2013 වසරෙහි රටවල් 50ක කීර්තිනාමය මෙම දර්ශකය මගින් ගණනය කර ඇත. එයට උතුරු ඇමෙරිකානු රටවල් 02, බටහිර යුරෝපීය රටවල් 15, මධ්‍යම/ නැගෙනහිර යුරෝපීය රටවල් 06, ආසියා පැසිපික් රටවල් 11, ලතින් ඇමෙරිකානු රටවල් 07, මැද පෙරදිග සහ අප්‍රිකානු රටවල් 09 ක් අයත් විය. (එම රටවල් 50 අතරට ශ්‍රී ලංකාව අයත්ව නැත.)

බ්‍රෑන්ඩ් ෆිනෑන්ස් පීඑල්සී (Brand Finance plc) ආයතනය රටක ප්‍රතිරූපයේ ශක්තිමත් බව මැනීම සහ වටිනාකම මැනීම සඳහා දර්ශක ගොඩනගා ඇත. ප්‍රතිරූපයෙහි ශක්මත් බව මනිනු ලබන දර්ශකය ප්‍රතිරූප ප්‍රබලතා දර්ශකය (Brand Strength Index -BSI) ලෙසින් හඳුන්වයි. ඒ අනුව එක් එක් රටවලට AAA- DDD අතර ශ්‍රේණි දෙනු ලබයි. AAA ශ්‍රේණිය යටතට ගැනෙන්නේ ඉතාමත් ම ශක්තිමත් ජාතීන් ය. DDD ශ්‍රේණිය යටතට ගැනෙන්නේ ඉතාමත් ම දුර්වල අසාර්ථක ජාතීන් ය. මෙම ශ්‍රේණිගත කිරීම එක්තරා දුරකට ණය ශ්‍රේණිගත කිරීමට සමාන ය. 2013 වසරෙහි රටවල් සියයක ප්‍රතිරූප බ්‍රෑන්ඩ් ෆිනෑන්ස් ආයතනය විසින් ගණනය කර ප්‍රකාශයට පත්කර ඇත. මෙම ගණනය කිරීම්වලට ශ්‍රී ලංකාව ද ඇතුළත් ය.

ප්‍රතිරූප ප්‍රබලතා දර්ශකය ගොඩනැගීමේ දී ආයෝජන, සංචාරක, නිෂ්පාදන සහ කුසලතා යන අංශ හතර පදනම් කර ගෙන ඇත. මෙම දර්ශකයේ පෙළගැස්ම අනුව ලොව ශක්තිමත්ම ප්‍රතිරූපය හිමිව ඇත්තේ ස්විට්සර්ලන්තයට යි. (01 වැනි වගුව)

2012 වසරේ ප්‍රතිරූප ප්‍රබලතා දර්ශකය අතින් මුල් තැන ගත් සිංගප්පූරුව 2013 දෙවැනි තැනට පත්කරමින් ස්විට්සර්ලන්තය මුල් තැනට පැමිණ තිබේ. රටවල් දෙක ම ඉතාමත් ම හොඳ මට්ටමක පැවතියත් ස්විට්සර්ලන්තයේ ප්‍රතිරූප ප්‍රබලතා දර්ශකයේ සංචාරක කාණ්ඩය 66 සිට 73 දක්වා ඉහළට පැමිණීම ඔවුන්ගේ ප්‍රතිරූප ප්‍රබලතා දර්ශකය ඉහළ යෑමට හේතුවී ඇත. එමෙන් ම ලොව ප්‍රතිරූප වටිනාකම අතින් ස්විට්සර්ලන්තය 14 වැනි ස්ථානය හිමිකරගෙන සිටී. (02 වැනි වගුව)

02 වැනි වගුව

තෝරාගත් රටවල් කිහිපයක ජාතික ප්‍රතිරූප - 2013

ප්‍රතිරූප ශ්‍රේණිය		රට	ප්‍රතිරූප වටිනාකම (එ.ජ.ඩො.බිලියන)	ප්‍රතිරූප ශ්‍රේණිය	ප්‍රතිරූප වටිනාකම 2012 (එ.ජ.ඩො.බිලියන)
2013	2012				
1	1	එක්සත් ජනපදය	17,990	AA	14,641
2	2	චීනය	6,109	AA-	4,847
3	3	ජර්මනිය	4,002	AA	3,903
4	5	එක්සත් රාජධානිය	2,354	AA	2,189
5	4	ජපානය	2,263	AA-	2,552
6	6	ප්‍රංශය	1,938	AA-	1,963
7	7	කැනඩාව	1,863	AA	1,611
8	8	බ්‍රසීලය	1,478	AA+	1,376
9	9	ඉන්දියාව	1,366	AA+	1,247
10	12	ඔස්ට්‍රේලියාව	1,257	AA	952
14	14	ස්විට්සර්ලන්තය	965	AA+	885
30	32	මැලේසියාව	304	AA-	205
54	47	ඊජිප්තුව	70	BBB	112
65	73	ශ්‍රී ලංකාව	45	AA+	31
87	82	සයිප්‍රසය	14	AA	23

මූලාශ්‍රය: Brandfinance Nation Brands - The Annual Report on Nation Brands / December 2013

පසුගිය වසරෙහි වටිනාම ප්‍රතිරූප හිමි රටවල් 10 හි ප්‍රතිරූප වටිනාකමෙහි ඉහළ යෑම සියයට 13 කි. මේ වටිනාකමෙහි ඉහළ යෑමට බෙහෙවින් බලපා ඇත්තේ ප්‍රතිරූප වටිනාකම අතින් පෙරමුණ ගත් එක්සත් ජනපදයේ සහ චීනයේ ප්‍රතිරූපයේ වටිනාකම ඉහළ යෑමයි. එම රටවල් දෙක 2012 වසරට සාපේක්ෂව පිළිවෙළින් සියයට 23 කින් සහ 26 කින් සිය ප්‍රතිරූප වටිනාකම ඉහළ නංවාගෙන ඇත. 2012 වසරේ A+ වූ තම ශ්‍රේණිය AA- දක්වා වර්ධනය කර ගැනීමට චීනය සමත්වී සිටී. එක්සත් ජනපදයෙහි ප්‍රතිරූප වටිනාකම චීනය, ජර්මනිය, එක්සත් රාජධානිය, ජපානය සහ ප්‍රංශයේ සමස්ත ප්‍රතිරූප වටිනාකම ඉක්මවා සිටී.

එක්සත් රාජධානිය ජපානය පරයමින් ප්‍රතිරූප වටිනාකමින් 4 වැනි ස්ථානයට පත්ව සිටී. ජපානයේ ප්‍රතිරූප වටිනාකමේ පහළ යෑම සියයට 11 කි. සුනාමි ව්‍යසනය, ෆුකුෂිමා න්‍යෂ්ටික බලාගාරය ආදි බිඳවැටීම්වලින් හා අධි තාක්ෂණික උපකරණ අපනයනය සම්බන්ධයෙන් දකුණු කොරියාවෙන් එල්ල වන තරඟය මීට හේතු වී ඇත. අනෙක් අතට එක්සත් රාජධානියේ ප්‍රතිරූප වටිනාකමේ වර්ධනය සියයට 8 කි. ඔලිම්පික් උළෙල සහ එලිසබත් රැජිණගේ දියමන්ති ජුබිලිය මේ තත්ත්වය ළඟාකර ගැනීමට හේතු වී ඇත.

2013 අංශ අනුව කාර්ය සාධනය

බ්‍රෑන්ඩ් ෆිනෑන්ස් ආයතනය ජාතික ප්‍රතිරූපය ගණනය කිරීමේදී සංචාරක, භාණ්ඩ හා සේවා, ආයෝජන, ජනතාව හා කුසලතා යන අංශ 4හි කාර්ය සාධනය පිළිබඳව විමසා බලයි. අංශ අනුව කාර්ය සාධනය පිළිබඳ විමසා බැලීමේදී තායිලන්තය සංචාරක අංශයෙහිලා ඉහළ ම කාර්යසාධනයක් සහිත රට බවට පත්ව තිබේ. (03 වැනි වගුව) නමුත් මෙහිලා ශ්‍රී ලංකාව ද විශාල ජයග්‍රහණයක් ලබා තිබේ. සංචාරක අංශයෙහි ප්‍රතිරූප ප්‍රබලතා දර්ශකය ඉහළ යෑම අනුව ප්‍රමුඛස්ථානය ගෙන ඇත්තේ ශ්‍රී ලංකාව යි. ආගන්තුක සත්කාරයට ලැදි ජනතාව, හිරුඑළිය, පිරිසිදු මුහුදු වෙරළ සහ ඓතිහාසික උරුමය මේ දෙරටේ ම සංචාරක ආකර්ශනය සඳහා බෙහෙවින් හේතු වී ඇත. කෙසේ වෙතත්, ශ්‍රී ලංකාවේ ත්‍රස්තවාදී යුද්ධයේ නිමාවෙන් පසු ඇතිවූ ආරක්ෂිත තත්ත්වය ශ්‍රී ලංකාවේ සංචාරක අංශයේ ප්‍රගමනයට බෙහෙවින් හේතුවී තිබේ. (ශ්‍රී ලංකාවේ සංචාරක අංශයේ ප්‍රගතිය පිළිබඳ දෙ වැනි ලිපියෙන් විමසා බැලීමට අපේක්ෂිත ය.)

03 වැනි වගුව

සංචාරක අංශය

ඉහළ කාර්යසාධනය අනුව පෙළ ගැස්ම	BSI අගය	ගාමක වේගය අනුව පෙළ ගැස්ම	BSI ඉහළ යෑම
තායිලන්තය	79	ශ්‍රී ලංකාව	18
මැලේසියාව	76	කාම්බෝජය	15
ඔස්ට්‍රියාව	75	තායිලන්තය	13
නවසීලන්තය	75	පෘතුගාලය	13
ස්විට්සර්ලන්තය	73	තුර්කිය	12
සිංගප්පූරුව	72	ජැමෙයිකාව	12
එස්තෝනියාව	71	එස්තෝනියාව	12
පෘතුගාලය	71	කොස්ටරිකාව	12
එක්සත් අරාබි එමීර් රාජ්‍යය	71	ලක්සම්බර්ග්	11
ඔස්ට්‍රේලියාව	71	ලිතුවේනියාව	11

මූලාශ්‍රයඃ Brandfinance Nation Brands - The Annual Report on Nation Brands / December 2013

ජාතික ප්‍රතිරූප වටිනාකම අනුව ඉතාමත් ම වේගයෙන් වෙනස් වූ රට මැලේසියාව යි. එම සාර්ථකත්වයට තරමක් දුරට හේතු වූණේ ප්‍රතිරූප ප්‍රබලතා දර්ශකයේ ඉහළ යෑම යි. 2012 වසරේ ප්‍රතිරූප ප්‍රබලතා දර්ශකය අනුව 20 වැනි ස්ථානයේ පසුවූ මැලේසියාව 2013 වසරේ 8 වැනි ස්ථානය ලබා ගනිමින් ඉහළම ප්‍රතිරූප ප්‍රබලතා දර්ශක 10 අතරට ප්‍රවේශවීමට සමත් වී සිටී.

භාණ්ඩ හා සේවා අංශය ගත්විට ප්‍රතිරූප ප්‍රබලතා දර්ශකය ඉහළ යෑමෙහි ප්‍රමුඛයා වූයේ ජර්මනිය යි. දර්ශක අගය 77 ක් ගනිමින් එක්සත් ජනපදය සහ ජර්මනිය භාණ්ඩ හා සේවා අංශයෙහි කාර්ය සාධනය ඉහළ ම රටවල් බවට පත්ව ඇත. මෙම අංශයෙහි ලා ප්‍රතිරූප ප්‍රබලතා දර්ශකයේ ඉහළ යෑමේ වේගය අනුව පෙළ ගැස්මේදී දකුණු ආසියානු රටවල් වන පකිස්ථානය මුල් රටවල් 5 අතරටත් නේපාලය 6 වැනි ස්ථානය ගනිමින් මුල් රටවල් 10 අතරටත් පිවිසීමට සමත්ව සිටී.

ආයෝජන අංශයෙහිලා පිලිපීනය සහ එක්සත් අරාබි එමීර් රාජ්‍යය ප්‍රතිරූප ප්‍රබලතා දර්ශකය ඉහළ යෑමෙහි ප්‍රමුඛයන් විය. දර්ශක අගය 77 ක් වූ සිංගප්පූරුව ලෝකයේ ප්‍රධානතම ආයෝජන හිතවාදී රට විය. එක්සත් අරාබි එමීර් රාජ්‍යය Expo 2020 සඳහා ඩුබායි නගරය සත්කාරක නගරය කිරීමේ අරමුණින් සිටී. මෙය ඔවුන්ගේ ජාතික ප්‍රතිරූපයේ වටිනාකම ඉහළ දැමීමට බෙහෙවින් ඉවහල් වෙනු ඇත. ඒ ආයෝජන අවස්ථා ජනිත කිරීම තුළින් සහ කුසලතා පූර්ණ ශ්‍රමිකයන් ඇදගැනීම මඟින් ය. ප්‍රතිරූප ප්‍රබලතා දර්ශකයෙහි ඉහළ යෑමේ වේගය අනුව පෙළ ගැස්වීමේ දී මුල් රටවල් 10 අතරට ප්‍රවේශ වීමට නේපාලය සමත්ව සිටී.

ජනතාව සහ කුසලතා යන අංශය ගත් විට 2013 වසරෙහි ප්‍රතිරූප ප්‍රබලතා දර්ශකය ඉහළ යෑමෙහි ප්‍රමුඛයා වූයේ එක්සත් අරාබි එමීර් රාජ්‍ය යි. දර්ශක අගය 81 ක් වූ ස්විට්සර්ලන්තය කාර්යසාධනය අනුව පෙළගැස්මේ ඉහළම ස්ථානය හිමිකර ගත්තේ ය. මෙම දර්ශකයෙහි ලා ප්‍රතිරූප ප්‍රබලතා දර්ශකයේ ඉහළ යෑමේ වේගය අනුව පෙළ ගැස්වීමේදී දකුණු ආසියානු කලාපයට අයත් පකිස්තානය හා බංගලාදේශය මුල් පස් දෙනා අතරටත් නේපාලය මුල් දස දෙනා අතරටත් පිවිස ඇත.

ආයෝජන, භාණ්ඩ හා සේවා, ජනතාව හා කුසලතා සහ සංචාරක යන කාණ්ඩ හතර ම එක්ව ගත් විට 2013 වසරෙහි ප්‍රතිරූප වටිනාකම ඉහළ යෑමෙහි ම ප්‍රමුඛයා වූයේ මැලේසියාව යි. එහි ප්‍රතිරූප වටිනාකමෙහි ඉහළ යෑම සියයට 48 කි. 2012 වසර සඳහා ප්‍රතිරූප වටිනාකම අනුව ශ්‍රේණිගත කිරීමේ දී 32 වැනි ස්ථානයේ සිටි මැලේසියාව 2013 දී 30 වැනි ස්ථානයට ප්‍රවේශ විය. ඊට ප්‍රධාන වශයෙන් හේතු වී ඇත්තේ ඉස්ලාම් බැංකු ක්‍රම ජාලය සහ පාම් තෙල් වැනි භාණ්ඩ සඳහා ලෝක ජනගහනයෙන් ඇති වූ ඉල්ලුම බව බ්‍රෑන්ඩ් ෆිනෑන්ස් සංවිධානය පවස යි. 2020 වන විට සංවර්ධිත ජාතීන් අතරට එක් වීම මැලේසියාවේ ඉලක්කය යි. 2018 වන විට ඒක පුද්ගල දළ දේශීය නිෂ්පාදිතය එ.ජ.ඩොලර් 15000 ක් කර ගැනීමේ ඉලක්කයක් පැවතිය ද මේවන විටත් එකී ඉලක්කය ජයගැනීමට මැලේසියාව සමත්වී සිටී. The World Factbook දත්ත අනුව 2011, 2012 සහ 2013 වසරවල මැලේසියාවේ ඒක පුද්ගල දළ දේශීය නිෂ්පාදිතය පිළිවෙළින් එ.ජ. ඩොලර් 16400, 17000 සහ 17500 ක් වී ඇත.

ප්‍රතිරූප වටිනාකම ඉහළ නැග්මේ දෙවැනියාව සිටින්නේ ශ්‍රී ලංකාව යි. එහි ප්‍රතිරූප වටිනාකමෙහි ඉහළ නැගීම සියයට 46 කි. ඒ අනුව 2012 වසරේ 73 වැනි ස්ථානයේ සිට 2013 වසරේ 65 වැනි ස්ථානය දක්වා ස්ථාන 8 කින් ශ්‍රී ලංකාව ඉහළට නැග ඇත. 2012 සහ 2013 වසර දෙකේ ම ශ්‍රී ලංකාවේ තත්ත්වය A+ වී ඇත. දකුණු ආසියානු රටවල් අතරින් ඉන්දියාව A+ තත්ත්වය ලබාගෙන සිටින අතර පකිස්ථානය සහ බංගලාදේශය A - ද නේපාලය BBB තත්ත්වයේ ද පසුවෙයි.

2013 වසරේ වේගවත් ම අයුරින් ප්‍රතිරූපය බිඳවැටී ඇත්තේ සයිප්‍රසයේ හා ඊජිප්තුවේ ය. සයිප්‍රසයේ ප්‍රතිරූපය බිඳවැටීමට ප්‍රධාන හේතුව වූයේ මූල්‍ය අර්බුදය යි. කැරලි නිසා මතු වූ අස්ථාවරත්වය සහ සංචාරක කර්මාන්තයේ බිඳවැටීම ඊජිප්තුවේ ප්‍රතිරූපය බිඳවැටීමට හේතු විය.

ප්‍රතිරූප ගණනය සඳහා බ්‍රෑන්ඩ් ෆිනෑන්ස් සංවිධානය රජයේ සංඛ්‍යාන, පුරෝකථන සහ විශ්ලේෂකයින්ගේ ප්‍රක්ෂේපණ උපයෝගී කොට ගනී. රටක ප්‍රතිරූපයේ වටිනාකම ලැබෙන්නේ ප්‍රතිරූප ප්‍රබලතා දර්ශකය සහ ද.දේ.නි. යේ දත්තවල සංකලනයෙනි. BSI වෙනම ම ගත් විට එයින් ජාතික ප්‍රතිරූපය වර්ධනය සඳහා රජය ගන්නා ක්‍රියාමාර්ග සහ මග පෙන්වීම් පිළිබඳ යම් අදහසක් ලබාගත හැකි ය. එමෙන් ම විශාල රටවල දළ දේශීය නිෂ්පාදිතය සම්බන්ධයෙන් ඇතිවන වාසිදායක තත්ත්වය ඉන් ඉවත් කළ හැකි යි.

සාරාංශය

ඕනෑම ජාතියකට ප්‍රතිරූපයක් තිබේ. එය යහපත්, ශක්මත් එකක් හෝ අයහපත්, දුර්වල එකක් විය හැක. සාධාරණ හේතු සහිතව මෙන් ම සාධාරණ හේතුවක් නොමැතිව ද ඇතැම් විටෙක ජාතියක ප්‍රතිරූපය අයහපත් එකක් ලෙස ලෝක ප්‍රජාව දැකිය හැක. එය කිනම් ආකාරයෙන් ලෝක ප්‍රජාව අතර ස්ථාපිත වී තිබෙන්නේ ද යන්න මත රටකට ලැබිය හැකි ප්‍රතිලාභ නිශ්චය කෙරේ. මේ නිසා තම ප්‍රතිරූපය ඉහළ නැංවීමට එක් එක් රටවල් නොයෙකුත් වැඩසටහන් ක්‍රියාත්මක කරයි. එමෙන් ම ප්‍රතිරූපය ගණනය සඳහා දර්ශක ද ගොඩ නංවා ඇත. ඒවා පදනම් කර ගනිමින් රටවල් ශ්‍රේණිගත කරනු ලබයි. ඒ ශ්‍රේණිගත කිරීම්වලින් ලෝක ආර්ථිකය තුළ එක් එක් රටට ඇති පිළිගැනීම පිළිබඳ පැහැදිලි වේ.

ආශ්‍රිත ග්‍රන්ථ

1. Beyond the Nation Brand: The Role of Image and Identity in International Relations. Simon Anholt. U.K. Foreign Office Public Diplomacy Board.

2. Brandfinance Nation Brands - The Annual Report on Nation Brands / December 2013

3. Nation branding - Wikipedia, the free encyclopedia

4. The World Factbook

5. UNWTO World Tourism Barometer Volume 12 - January 2014

සේවා අංශය නව රැකියා බිහි කිරීමේ පුරෝගාමියා ලෙසින් තවත් ඉදිරියට

අමාලි ප්‍රියශාන්ති,
ජ්‍යෙෂ්ඨ සහකාර අධ්‍යක්ෂිකා,
සංඛ්‍යාන දෙපාර්තමේන්තුව.

ජනලේඛන හා සංඛ්‍යාලේඛන දෙපාර්තමේන්තුව විසින් 1990 සිට සේවා නියුක්ති ප්‍රමාණය හා එහි උපනතීන් ඇගයීමේ අරමුණින් කාර්තුමය ශ්‍රම බලකා සමීක්ෂණය (Quarterly Labour Force Survey) සෑම වසරක ම කාර්තුමය වශයෙන් පවත්වනු ලැබේ. මෙහි දී විමර්ශනය කෙරෙන කාල පරිච්ඡේදය සතියක් වන අතර, සාමාන්‍යයෙන් කුටුම්බ 6,250 කින් පමණ සමන්විත නියැදියක් පරීක්ෂාවට භාජනය කෙරේ. මෙම කුටුම්බයන්හි සිටින වයස අවුරුදු 15 සහ ඊට වඩා වැඩි පුද්ගලයන් කාර්තුමය ශ්‍රම බලකා සමීක්ෂණයේ දී කුටුම්බ ජනගහනය ලෙස අන්තර්ජාතික ප්‍රමිතීන්ට අනුකූල ව සලකන අතර 2013 වසරට පෙර කුටුම්බ ජනගහනය ලෙස සලකන ලද්දේ වයස අවුරුදු 10 හා ඊට වැඩි පුද්ගලයන් ය.

කුටුම්බ ජනගහනය හා ශ්‍රම බලකාය

කුටුම්බ ජනගහනය ප්‍රධාන වශයෙන් කොටස් දෙකකින් සමන්විත වේ. එනම් ආර්ථිකමය වශයෙන් සක්‍රීය හා ආර්ථිකමය වශයෙන් සක්‍රීය නොවන යනුවෙනි. රැකියාවක් කිරීමට හැකියාව ඇති රැකියාවක් කිරීමට කැමති එනම් දැනටමත් රැකියාවක් කරමින් සිටින පුද්ගලයන් සහ රැකියාවක් අපේක්ෂාවෙන් සිටින පුද්ගලයන් අප හඳුන්වන්නේ ආර්ථිකමය වශයෙන් සක්‍රීය පුද්ගලයන් ලෙසයි. ශ්‍රම බලකාය ලෙසින් හඳුන්වනු ලබන්නේ ද මෙම ආර්ථිකමය වශයෙන් සක්‍රීය කොටස යි. රැකියාවක් කිරීමේ අපේක්ෂාවක් නොමැති හෝ රැකියාවක් කිරීමට ශාරීරික වශයෙන් ශක්‍යතාවක් නොමැති පුද්ගලයන් ආර්ථිකමය වශයෙන් සක්‍රීය නොවන කාණ්ඩය යටතට ගැනේ. ඒ අනුව, පූර්ණකාලීනව අධ්‍යාපන කටයුතුවල නිරතව සිටින සිසුන්, ගෘහනියන්, ආබාධිත පුද්ගලයන් (රැකියාවක නිරත නොවන) හා විශ්‍රාමික පුද්ගලයන් ආර්ථිකමය වශයෙන් සක්‍රීය නොවන අය ලෙස සලකනු ලැබේ.

සේවා නියුක්තිය සහ සේවා වියුක්තිය

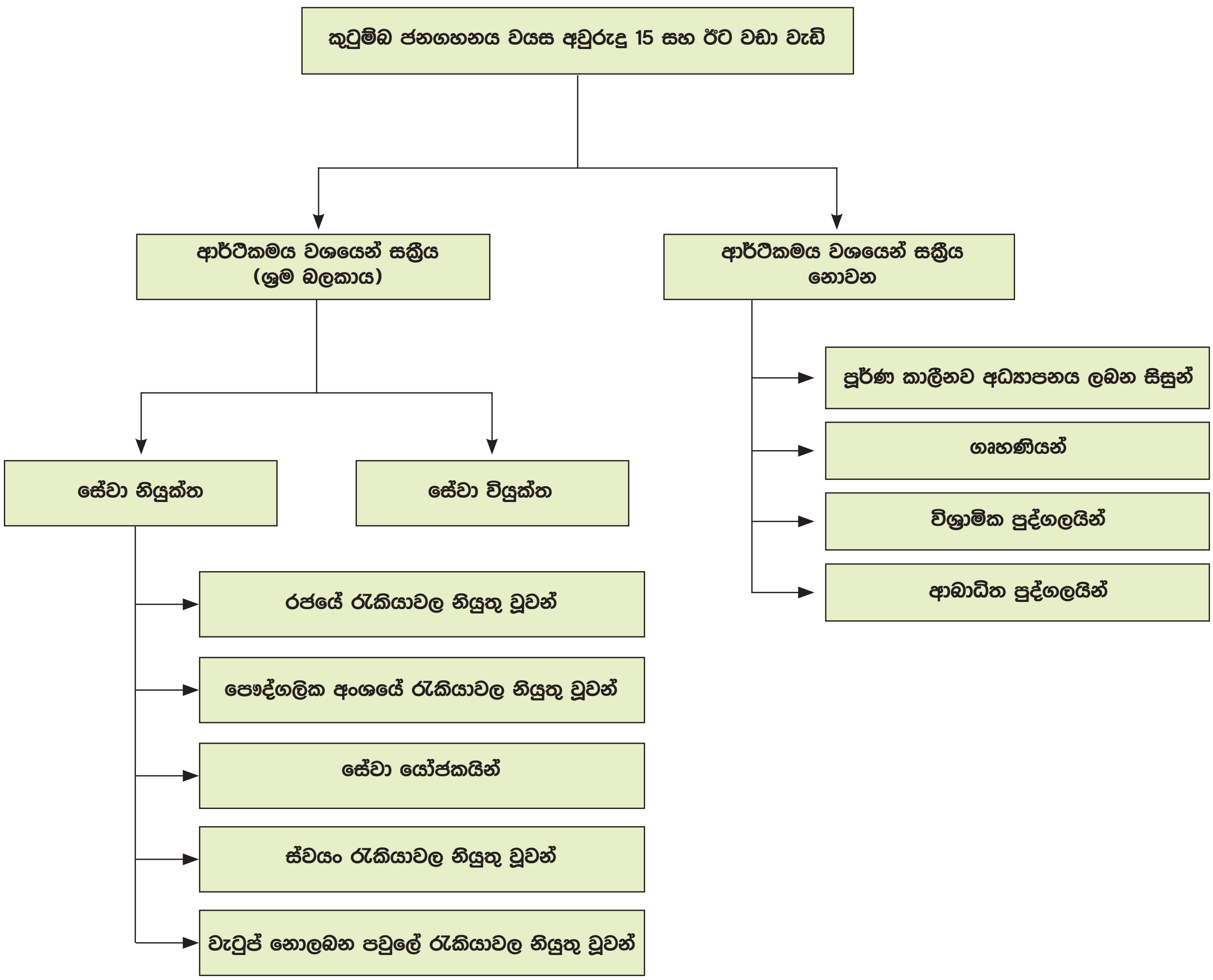
ශ්‍රම බලකාය සේවා නියුක්ත සහ සේවා වියුක්ත පුද්ගලයන්ගෙන් සමන්විත වේ. සේවා නියුක්තිකයන් යනු විමර්ශනය කරන කාලය තුළ දී ආර්ථිකමය වශයෙන් සඵලදායි කටයුත්තක නිරතව සිටින එනම් රාජ්‍ය අංශයේ හෝ පෞද්ගලික අංශයේ වැටුප් ලබන සේවකයන්, සේවා යෝජකයන්, ස්වයං රැකියාවල නියුතු පුද්ගලයන් සහ වැටුප් නොලබන පවුලේ ව්‍යාපාරික කටයුතුවල නිරතවන්නන් ය. විවිධ වයස් මට්ටම්වල විවිධ අධ්‍යාපන සුදුසුකම් සහිත ස්ත්‍රී

පුරුෂ දෙපක්ෂය ම මෙසේ සේවා නියුක්තව සිටී. සේවා වියුක්තිකයන් යනු සමීක්ෂණය සිදු කරනු ලබන කාලයේ දී රැකියාවක් අපේක්ෂාවෙන් සිටින පුද්ගලයින් ය. කිසියම් පුද්ගලයෙක් තමන් නිරත ව සිටින වෘත්තියේ ස්වභාවය හේතුවෙන් (උදා: ගොවියන්, ධීවරයන්) මෙම සමීක්ෂණය සිදු කරනු ලබන කාලයේ දී රැකියාවක යෙදී නොසිටියත් ඔවුන් ද සේවා නියුක්තියේ ම කොටසක් ලෙස සලකනු ලැබේ.

2012 හා 2013 වසරේ ශ්‍රම සංඛ්‍යාතීන්

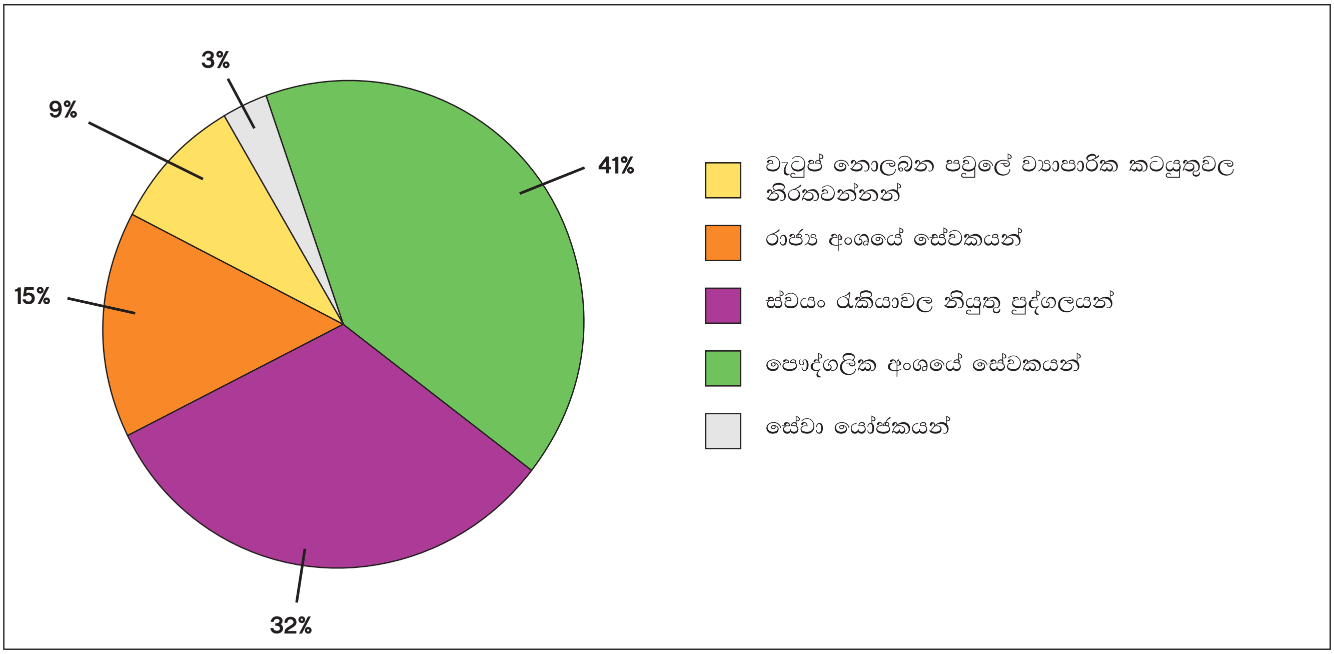
2013 වසරේ අප රටේ කුටුම්භ ජනගහනය මිලියන 16.360 කි. ඉන් සියයට 53.8ක් ආර්ථික වශයෙන් සක්‍රීය වන අතර මෙය ශ්‍රම බලකා සහභාගිත්ව අනුපාතය ලෙස හඳුන්වනු ලැබේ. 2012 දී ශ්‍රම බලකා සහභාගිත්ව අනුපාතය සටහන් වූයේ සියයට 52.6 ක් ලෙසයි. ඒ අනුව ශ්‍රම බලකා සහභාගිත්ව අනුපාතයේ සුළු වැඩි වීමක් මෙම වසර දෙක තුළ දී දක්නට හැකිය. කුටුම්භ ජනගහනය වැඩි වීමට සාපේක්ෂව ශ්‍රම බලකාය වැඩි වශයෙන් වැඩි වීම මෙයට හේතුව වූ අතර එසේ වන්නේ ආර්ථික වශයෙන් අක්‍රීයව සිටි පුද්ගල කාණ්ඩයේ කොටසක් ද සක්‍රීය පුද්ගලයින් ලෙස ආර්ථික කටයුතුවලට දායක වීම නිසාය. එය ආර්ථිකය කෙරෙහි යහපත් බලපෑමක් ඇති කරයි.

1 රූප සටහන



මූලාශ්‍රය: ජනලේඛන හා සංඛ්‍යාලේඛන දෙපාර්තමේන්තුව

2 රූප සටහන **රැකියාවේ ස්වභාවය අනුව සේවා නියුක්තිය**



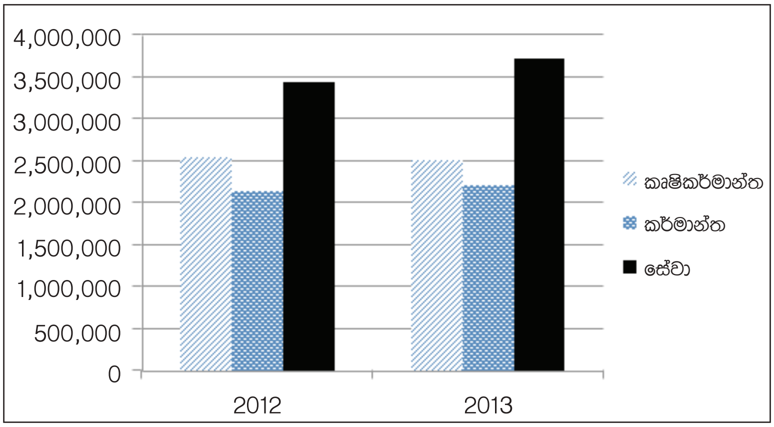
මූලාශ්‍රය: ජනලේඛන හා සංඛ්‍යාලේඛන දෙපාර්තමේන්තුව

2012 වසරේ සමස්ත සේවා නියුක්තිය මිලියන 8.118 ක් වූ අතර 2013 වසරේ දී එය 8.418 ක් දක්වා සියයට 3.7 කින් වර්ධනය විය. එම ප්‍රමාණය ශ්‍රම බලකායෙන් සියයට 95.6 කි. මෙය සේවා නියුක්ත අනුපාතය ලෙසින් ද හඳුන්වනු ලැබේ. 2012 වසරට සාපේක්ෂව රාජ්‍ය අංශයේ සේවකයන්, පෞද්ගලික අංශයේ සේවකයන්, සේවා යෝජකයන්, ස්වයං රැකියාවල නියුතු පුද්ගලයන් සහ වැටුප් නොලබන පවුලේ ව්‍යාපාරික කටයුතුවල නිරතවන්නන් යන සියලුම අංශවල සේවා නියුක්ත වී සිටින පුද්ගලන් සංඛ්‍යාවේ වැඩි වීමක් දක්නට ලැබේ. වැඩි වූ සේවා නියුක්තිය අතුරින් සියයට 39.0ක් ම ස්වයං රැකියාවල නිරතවන්නන් ය. එම වැඩි වූ සේවා නියුක්ත පුද්ගලයින් ද සමග 2013 වසරේ දී, මුළු සේවා නියුක්තියෙන් සියයට 32.2 ක් ස්වයං රැකියාවල නිරතවන්නන් වේ (2 රූප සටහන). දෙවනුව වැඩි වී ඇත්තේ සමස්ත සේවා නියුක්තියෙන් බහුතරය වන සියයට 40.6 ක් ම නියෝජනය කරන පෞද්ගලික අංශයේ සේවා නියුක්තිකයන් ය. සමස්ත සේවා නියුක්තියෙන් සියයට 15.1 ක් රාජ්‍ය අංශයේ රැකියාවල ද සියයට 9.1 ක් වැටුප් නොලබන පවුලේ ව්‍යාපාර කටයුතුවල ද ඉතිරි සියයට 3 සේවා යෝජකයින් ලෙස ද කටයුතු කරයි.

ආර්ථික කටයුතු අනුව සේවා නියුක්තිය

රැකියාවල නිරතව සිටින පුද්ගලයන්ගේ රැකියාවෙහි ස්වභාවය අනුව වර්ග කරනවාක් මෙන්ම රැකියාව අයත්වන ආර්ථික කටයුත්ත අනුව ද සේවා නියුක්තිය වර්ගීකරණය කෙරේ. ඒ අනුව, ඕනෑම ආර්ථිකයක පවතින ආකාරයට අප රටේ ද කෘෂිකර්මාන්ත, කර්මාන්ත හා සේවා යනුවෙන් ප්‍රධාන ආර්ථික කටයුතු 3කි. මෙම ප්‍රධාන ආර්ථික කටයුතුවලට අයත් විවිධ වූ රැකියාවල විවිධ පුද්ගලයන් නිරතව සිටී. එමෙන් ම මෙම රැකියා නාගරික හා ග්‍රාමීය වශයෙන් ද දිවයින පුරා පැතිරී තිබේ.

3 රූප සටහන **ආර්ථික කටයුතු අනුව සේවා නියුක්තිය**

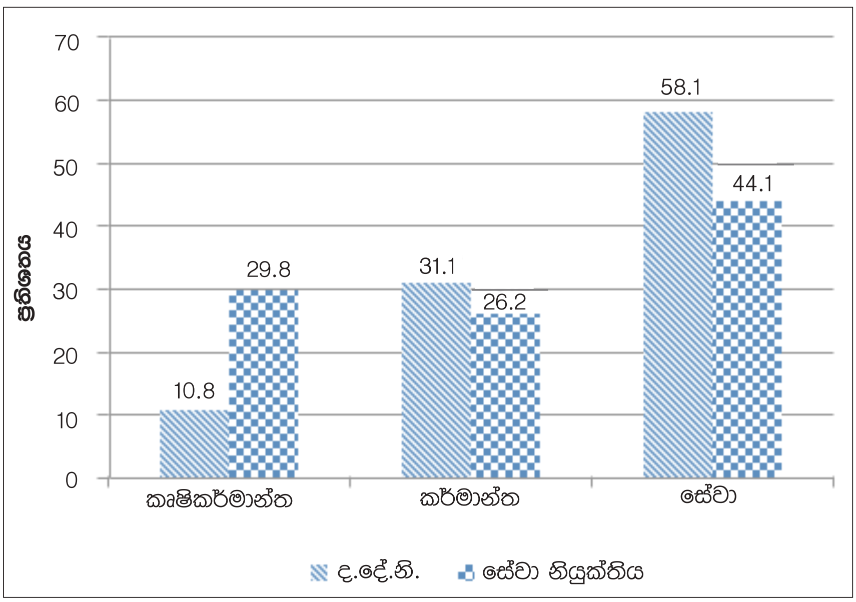


මූලාශ්‍රය: ජනලේඛන හා සංඛ්‍යාලේඛන දෙපාර්තමේන්තුව

3 වෙනි රූප සටහනෙන් දැක්වෙන්නේ 2012 හා 2013 වසරවල අප රටේ සේවා නියුක්තිය ප්‍රධාන ආර්ථික කටයුතු අතර බෙදී ඇති ආකාරයයි. ඒ අනුව, 2013 වසරේ දී රටේ සේවා නියුක්තියෙන් වැඩිම ප්‍රමාණයක් සේවා අංශයෙන් (සියයට 44.1) දෙවනුව කෘෂිකර්මාන්ත අංශයෙන් (සියයට 29.7) ඉතිරිය කර්මාන්ත අංශයෙන් (සියයට 26.2) යෙදී සිටියි. 2013 වසරේ දී පුද්ගලයන් 299,312 කින් සමස්ත සේවා නියුක්තිය වැඩි විය. මින් සියයට 93.3ක් ම නැතහොත් පුද්ගලයන් 279,400ක්ම වාර්තා වූයේ සේවා අංශයෙනි. සේවා අංශයේ ආර්ථික කටයුතුවල ප්‍රසාරණය මෙන්ම අයහපත් කාලගුණික තත්ත්වය වැනි හේතු පදනම් කරගෙන පොල් වගාව, රබර් වගාව වැනි කෘෂිකර්මාන්ත අංශයේ රැකියාවල යෙදී සිටි පුද්ගලයන් ද සේවා අංශය වෙත විතැන් වීම මෙයට හේතුවයි. කර්මාන්ත අංශය තුළ ද පුද්ගලයන් 66,676ක් වැඩි විය. එසේ වුවත් ඉහත හේතුන්ගේ ද ප්‍රතිඵලයක් ලෙස 2012 වසරට සාපේක්ෂව 2013 වසරේ දී කෘෂිකර්මාන්ත අංශයේ සේවා නියුක්තිය පුද්ගලයන් 46,763ක අඩු වීමක් වාර්තා කර ඇත.

4 රූප සටහන

දළ දේශීය නිෂ්පාදිතයේ හා සේවා නියුක්තියේ දායකත්වය - 2013



මූලාශ්‍රය: ජනලේඛන හා සංඛ්‍යාලේඛන දෙපාර්තමේන්තුව

ප්‍රධාන ආර්ථික කටයුතු රටේ දළ දේශීය නිෂ්පාදිතයට (ද.දේ.නි.) හා සේවා නියුක්තියට දක්වන දායකත්වය 4 රූප සටහනින් දැක් වේ. ජාතික නිෂ්පාදිතය තුළ මෙන්ම සේවා නියුක්තිය තුළ ද ප්‍රමුඛත්වය ගන්නේ සේවා අංශයයි. දළ දේශීය නිෂ්පාදිතයට සියයට 58.1ක දායකත්වයක් සපයන ලද්දේ සියයට 44.1ක් වූ සේවා නියුක්ත පිරිසක් විසිනි. මෙයට හාත්පසින් ම වෙනස් තත්ත්වයක් කෘෂිකර්මාන්ත අංශයෙන් වාර්තා වෙයි. රටේ මුළු සේවා නියුක්තියෙන් සියයට 30කට ආසන්න ප්‍රමාණයක් දායකවන්නේ දළ දේශීය නිෂ්පාදිතයෙන් සියයට 10.8ක් නිපදවීමට යි. ඒ අනුව, දළ දේශීය නිෂ්පාදිතය හා සේවා නියුක්තිය අතර පරතරය වැඩිම මෙම අංශයේය. මෙයට හේතුව වනුයේ කෘෂිකර්මාන්තය ශ්‍රම සූක්ෂ්ම කර්මාන්තයක් වන බැවින් එහි ඵලදායිතාව අනෙක් අංශ දෙකට වඩා අඩු වීමයි.

තව ද අප රටේ දේශීය නිෂ්පාදිතයේ වාර්ෂික වෙනස්වීම හා සේවා නියුක්තියේ වෙනස්වීම පිළිබඳ ව සලකා බලන විට දළ දේශීය නිෂ්පාදිතය වර්ධනය වූ ප්‍රමාණයෙන් රැකියා අවස්ථා බිහි වී නොමැත. 2013 වර්ෂයේ දී ද.දේ.නි. සියයට 7.3කින් වර්ධනය වී ඇති නමුත් සේවා නියුක්තිය වැඩි වී ඇත්තේ සියයට 3.7කිනි. මින් පැහැදිලි වන්නේ රටේ ශ්‍රමසූක්ෂ්ම කර්මාන්තවලට වඩා ප්‍රාග්ධන සූක්ෂ්ම කර්මාන්ත බිහි වී ඇති බවයි. කෙසේ වෙතත් ඵලදායිතාව ඉහළ නැංවීම සඳහා විවිධ ක්‍රියාමාර්ග ගන්නා අතරේ ම සේවක විතැන් වීම හේතුවෙන් අඩු සේවකයන් ප්‍රමාණයකින් පවත්නා නිෂ්පාදනය ම හෝ ඉහළ නිෂ්පාදිතයක් ලබා ගැනීම සාධනීය තත්ත්වයක් වන අතර එ තුළින් ඵලදායිතාව වර්ධනය කර ගත හැකි වේ.

ආර්ථික කටයුතු අනුව සේවා නියුක්තියේ නවතම වර්ගීකරණය

ආර්ථික කටයුතු අනුව සේවා නියුක්තිය වර්ගීකරණය සඳහා 2013 වසරට පෙර අප විසින් භාවිතා කරන ලද්දේ ජාත්‍යන්තර ප්‍රමිත කර්මාන්ත වර්ගීකරණ සඳහා වන 3 වන සංශෝධනයයි. නමුත් 2013 සිට ජාත්‍යන්තර ප්‍රමිත කර්මාන්ත වර්ගීකරණයේ 4 වන සංශෝධනයට අනුකූලව අප රට ද සේවා නියුක්තිය වර්ග කරයි. ඒ අනුව ප්‍රධාන ආර්ථික කටයුතු යටතේ වන උප ප්‍රධාන ආර්ථික කටයුතු 17කි.

මෙම උප ප්‍රධාන ආර්ථික කටයුතු සමස්ත සේවා නියුක්තියට ඇති කළ බලපෑම ප්‍රාමාණික බලපෑම (Scale Effect) හා වෘත්තීය බලපෑම (Occupational Effect) නම් සංකල්ප 2ක් යටතේ විස්තර කළ හැකිය. ඒ අනුව ප්‍රමාණික බලපෑම යනු සලකා බලන කාල පරිච්ඡේදය තුළ සේවා නියුක්තියේ වෙනස් වීමයි. එනම් සේවා නියුක්තියේ වර්ධනය යි. එය ධන හෝ ඍණ වර්ධනයක් විය හැකි ය. වෘත්තීය බලපෑම යනු සලකා බලන කාල පරිච්ඡේදය තුළ දී මුළු සේවා නියුක්තියට දක්වන ලද දායකත්වයේ වෙනස්

වීමයි. ඒ අනුව 2012 හා 2013 කාල පරිච්ඡේදය තුළ දී සමස්ත සේවා නියුක්තියට ඇති වූ බලපෑම 1 වගුවෙන් දැක් වේ.

2012 හා 2013 කාල පරිච්ඡේදය සලකා බලන කල වැඩිම ප්‍රාමාණික බලපෑම වාර්තා කර ඇත්තේ සේවා අංශයෙනි. එය සියයට 8.14ක් හෙවත් සේවා නියුක්ත පුද්ගලයන් 279,400ක වැඩි වීමකි. කර්මාන්ත අංශය ද සියයට 3.12ක ප්‍රාමාණික බලපෑමක් වාර්තා කර ඇත. එසේ වුවත් කෘෂිකර්මාන්ත අංශය වාර්තා කර ඇත්තේ 1.83ක ඍණ ප්‍රාමාණික බලපෑමකි. අනෙක් අංශ දෙක තුළ සේවා නියුක්තියේ වැඩි වීමක් දක්නට ලැබුණ ද කෘෂිකර්මාන්ත අංශයේ ඍණ බලපෑම හේතුවෙන් සමස්ත ප්‍රාමාණික බලපෑම සියයට 3.69ක් ලෙස දැක්වේ.

උප කර්මාන්ත කාණ්ඩ අතර සේවා නියුක්තියේ වෙනස් වීම සලකා බලන විට සේවා අංශයේ උප කාණ්ඩ වන නවාතැන් හා ආහාර සැපයීමේ උප කාණ්ඩයත් (සියයට 44.39) පරිපාලනමය හා සහාය සේවා කටයුතු උප කාණ්ඩයත් (සියයට 40.26) වැඩිම ප්‍රාමාණික බලපෑමක් වාර්තා කර ඇත. එනම් වැඩිම සේවා නියුක්ති අවස්ථාවන් ප්‍රමාණයක් ජනිත කරමින් එම උප කාණ්ඩ දෙකෙහි සේවා නියුක්තිය තව දුරටත් ව්‍යාප්ත ව ඇත.

1 වගුව

සේවා නියුක්තියේ බලපෑම 2012-2013

කාණ්ඩය	**ප්‍රාමාණික බලපෑම**	**වෘත්තීය බලපෑම**	**එකතුව**
කෘෂිකර්මාන්ත	**(1.83)**	**(1.67)**	**(3.51)**
කෘෂිකර්මාන්ත, වන හා ධීවර	(1.83)	(1.67)	(3.51)
කර්මාන්ත	3.12	(0.14)	2.98
පතල් හා කැණීම්	14.48	0.11	14.60
නිෂ්පාදන	**5.71**	**0.34**	**6.06**
ඉදිකිරීම්, විදුලිය, ගෑස්, වාෂ්ප හා වායු සමීකරණ සැපයුම, ජල එකතු කිරීම, පිරිසුදු කිරීම හා බෙදා හැරීම	(4.52)	(0.60)	(5.12)
සේවා	**8.14**	**1.82**	**9.96**
තොග හා සිල්ලර වෙළෙඳාම, මෝටර් වාහන හා යතුරු පැදි අලුත්වැඩියාව	2.55	(0.15)	2.40
ප්‍රවාහනය සහ ගබඩා කිරීම	4.11	0.02	4.13
නවාතැන් හා ආහාර සැපයීම	44.39	0.63	45.02
තොරතුරු හා සන්නිවේදන ප්‍රකාශන කාර්යයන්	(10.22)	(0.12)	(10.33)
මූල්‍ය හා රක්ෂණ කාර්යයන්	18.10	0.22	18.32
වෘත්තිය, විද්‍යාත්මක හා තාක්ෂණ කටයුතු	20.06	0.11	20.17
පරිපාලනමය හා සහාය සේවා කටයුතු	40.26	0.33	40.59
රාජ්‍ය පරිපාලන හා ආරක්ෂණය අත්‍යවශ්‍ය සමාජ ආරක්ෂණය	10.92	0.49	11.41
අධ්‍යාපනය	(1.68)	(0.21)	(1.89)
මහජන සෞඛ්‍ය හා සමාජ සේවා කටයුතු	4.99	0.02	5.01
වෙනත්*	16.31	0.47	16.78
එකතුව	3.69	-	3.69

මූලාශ්‍රය: ජනලේඛන හා සංඛ්‍යාලේඛන දෙපාර්තමේන්තුව

තොරතුරු හා සන්නිවේදන ප්‍රකාශන කාර්යයන්හි සේවා නියුක්තව සිටි පුද්ගලයින් ප්‍රමාණයේ අඩු වීමක් දක්නට ලැබේ. ඒ අනුව වැඩිම ඍණ ප්‍රාමාණික බලපෑම වාර්තා කර ඇත්තේ එම අංශය විසිනි. ඉදිකිරීම්, විදුලිය, ගෑස්, වාෂ්ප හා වායු සමීකරණ සැපයුම, ජල එකතු කිරීම, පිරිසුදු කිරීම හා බෙදා හැරීම උප කාණ්ඩය ද 4.52ක ඍණ ප්‍රාමාණික බලපෑමක් වාර්තා කර ඇත.

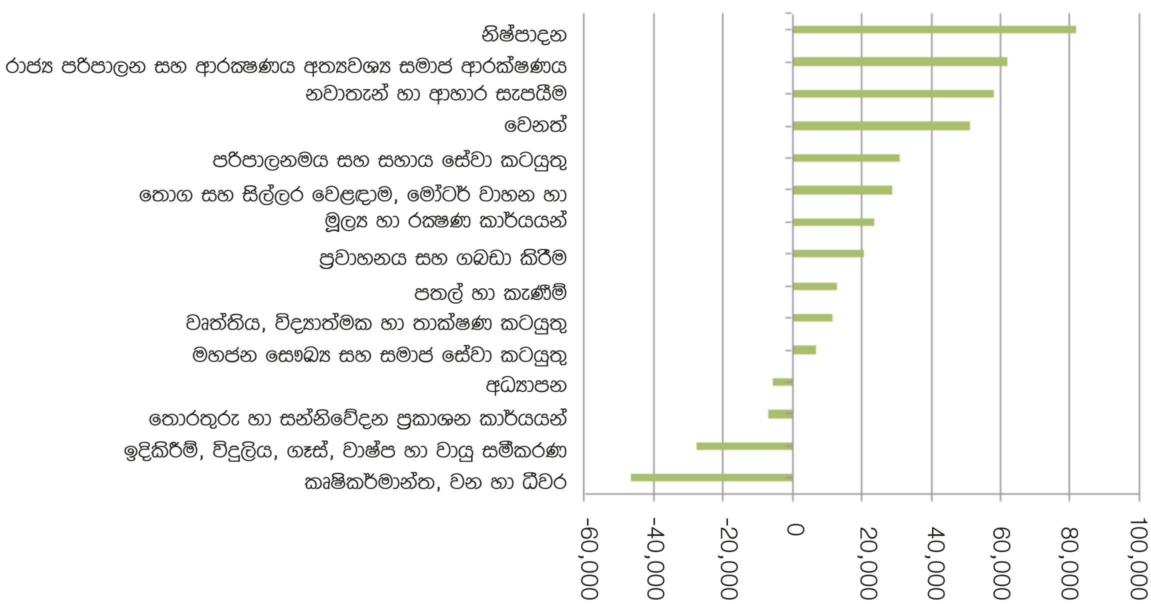
සේවා නියුක්ති සංයුතිය තුළ එක් එක් කාණ්ඩයේ දායකත්වයේ ඇති වූ වෙනස හෙවත් වෘත්තීය බලපෑම පිළිබඳ ව සලකා බලන කල සේවා අංශය සියයට 1.82ක බලපෑමක් සිදු කර ඇති අතර එය අනෙකුත් අංශ දෙකෙහි ම දායකත්වයේ අඩු විමෙහි ප්‍රතිඵලයකි. ඒ අනුව, කෘෂිකර්මාන්ත අංශය ඍණ 1.67ක හා කර්මාන්ත අංශය ඍණ 0.14ක බලපෑමක් වාර්තා කර ඇත. උප කාණ්ඩ වශයෙන් ගත් කල කෘෂිකර්මාන්ත කාණ්ඩය යටතේ වන එකම උප කාණ්ඩය වන කෘෂිකර්මාන්ත, වන හා ධීවර උප කාණ්ඩය වෘත්තියයේ වැඩිම ඍණ බලපෑම වූ සියයට 1.67 පෙන්වා ඇති අතර කර්මාන්ත උප අංශයක් වන ඉදිකිරීම්, විදුලිය, ගෑස්, වාෂ්ප හා වායු සමීකරණ සැපයුම, ජල එකතු කිරීම, පිරිසුදු කිරීම හා බෙදා හැරීමේ උප අංශය ද සියයට 0.60ක ඍණ වෘත්තීය බලපෑමක් පෙන්වා ඇත. සේවා අංශය තුළ සේවා නියුක්තියේ අඩු වීමක් වාර්තා කළ අධ්‍යාපනය මෙන් ම තොරතුරු හා සන්නිවේදන ප්‍රකාශන කාර්යයන් උප කාණ්ඩය ද තොග සහ සිල්ලර වෙළෙඳාම, මෝටර් වාහන හා යතුරු පැදි අලුත්වැඩියාව යන උප කාණ්ඩය ද ඍණ වෘත්තීය බලපෑම් පෙන්වා ඇත. සේවා නියුක්තිය තුළ තම දායකත්වය වැඩි වශයෙන් ඉහළ ගොස් ඇත්තේ නවාතැන් හා ආහාර සැපයීම (සියයට 0.63) හා රාජ්‍ය පරිපාලන හා ආරක්ෂණය, අත්‍යවශ්‍ය සමාජ ආරක්ෂණය (සියයට 0.49) යන උප කාණ්ඩවල ය.

මේ අනුව ප්‍රාමාණික හා වෘත්තීය යන දෙයාකාරයට ම සේවා නියුක්තිය කෙරෙහි වැඩිම බලපෑමක් ඇති කරන ලද්දේ නවාතැන් හා ආහාර සැපයීමේ උප කාණ්ඩය (සියයට 45.02) විසිනුත් දෙවෙනුව පරිපාලනමය හා සහාය සේවා කටයුතු උප කාණ්ඩය (සියයට 40.59) විසිනුත් ය.

ආර්ථික කටයුතු වර්ගීකරණයට අනුව 2012 හා 2013 වසර දෙකෙහි දී ආර්ථික කටයුතුවල සේවා නියුක්තියේ සිදු වූ වෙනස් වීම 5 රූප සටහනින් දැක්වේ. උප ආර්ථික කටයුතු කාණ්ඩ 10ක සහ වෙනත් සේවා කාණ්ඩයේ සේවා නියුක්ත පුද්ගලයන්ගේ වැඩි වීමක් දක්නට ලැබෙන අතර කර්මාන්ත කාණ්ඩ 4ක සේවා නියුක්තියේ අඩු වීමක් පෙන්නුම් කරයි. මෙහි දී සේවා නියුක්තියේ ඉහළම වැඩිවීම වාර්තා කර ඇත්තේ කර්මාන්ත කාණ්ඩය යටතට අයත් වන

5 රූප සටහන

ආර්ථික කටයුතු වර්ගීකරණය අනුව සේවා නියුක්ත පුද්ගලයන්ගේ වෙනස්වීම 2012 සහ 2013



මූලාශ්‍රය: ජනලේඛන හා සංඛ්‍යාලේඛන දෙපාර්තමේන්තුව

නිෂ්පාදන උප කාණ්ඩය වෙතිනි. දෙවනුව වැඩි වී ඇත්තේ රාජ්‍ය පරිපාලනය හා ආරක්ෂණ කටයුතු හා සම්බන්ධ රැකියා ලාභීන් ය. තෙවනුව නවාතැන් හා ආහාර සැපයීමේ කටයුතු හා සම්බන්ධ සේවා නියුක්තිකයින් වැඩි වී ඇත. මෙම කාණ්ඩ තුනේ වැඩි වීම සේවා නියුක්තියේ සමස්ත වැඩි වීමෙන් සියයට 67කටත් වඩා වැඩිය. පරිපාලනමය සහ සහාය සේවා කටයුතු; තොග සහ සිල්ලර වෙළෙඳාම, මෝටර් වාහන හා යතුරු පැදි අලුත්වැඩියාව; මූල්‍ය හා රක්ෂණ කාර්යයන්; ප්‍රවාහනය සහ ගබඩා කිරීම; පතල් හා කැණීම්; වෘත්තිය, විද්‍යාත්මක සහ තාක්ෂණ කටයුතු මෙන් ම මහජන සෞඛ්‍ය සහ සමාජ සේවා කටයුතු හා සම්බන්ධ රැකියා ලාභී පුද්ගලයන් ද වැඩි වී ඇත.

කෘෂිකර්මාන්ත, වන හා ධීවර; ඉදිකිරීම්, විදුලිය, ගෑස්, වාෂ්ප හා වායු සමීකරණ සැපයුම, ජල එකතු කිරීම, පිරිසුදු කිරීම හා බෙදා හැරීම; තොරතුරු හා සන්නිවේදන ප්‍රකාශන කාර්යයන් හා අධ්‍යාපනය යන කාණ්ඩයන්හි සේවා නියුක්තිය අඩු වී ඇත. කෘෂිකර්මාන්ත, වන හා ධීවර අංශය යටතේ වන බොහෝ රැකියාවලින් ඉවත් වීමේ බාධක (Exit barrier) සාපේක්ෂව අඩු නිසා මෙම අංශයේ සිට අනෙකුත් කර්මාන්ත කාණ්ඩවලට සේවකයින් විතැන් වීම වැඩි බව පෙනේ. ඉදිකිරීම්, විදුලිය, ගෑස්, වාෂ්ප හා වායු සමීකරණ සැපයුම, ජල එකතු කිරීම, පිරිසුදු කිරීම හා බෙදා හැරීම උප කාණ්ඩය යටතේ වන විදුලිය පිළිබඳ ව සලකා බැලීමේ දී 2013 වන විට දිවයිනේ විදුලි බලය සඳහා ප්‍රවේශ වීමේ හැකියාව සියයට 96 වන අතර එම නිසා විදුලිය සම්ප්‍රේෂණය සඳහා සේවා නියුක්තියේ ප්‍රසාරණයක් අවශ්‍ය නොවන බැවින් එහි සේවා නියුක්තියේ සංකෝචනයක් ඇති වී තිබිය හැකිය. එමෙන් ම වෙනත් රටවලින් පැමිණි බොහෝ සේවා නියුක්තිකයන් වර්තමානයේ දී ඉදිකිරීම් අංශයේ රැකියාවල නිරතව සිටීමත් ආරක්ෂක සේවයේ නිලධාරීන් ද මෙම අංශයේ කටයුතුවල යෙදී සිටීම මෙයට හේතු විය හැකිය. තොරතුරු හා සන්නිවේදන ප්‍රකාශන කාර්යයන් යටතේ වන ස්ථාවර දුරකථන සංඛ්‍යාවේ අඩු වීමත් ජංගම දුරකථන සේවා සැපයීම එහි ප්‍රශස්ත මට්ටමට ළඟා වී තිබීමත් හේතුවෙන් එම අංශයේ සේවා නියුක්තියේ ද සංකෝචනයක් ඇති වී තිබේ.

මෙසේ සේවා නියුක්තියේ පුද්ගලයන්ගේ අඩු වැඩි වීම පිළිබඳ ව නිරීක්ෂණය කිරීම තුළින් වර්තමානයේ දී එක් එක් වෘත්තිමය අංශයන් හි ඇති වන ප්‍රසාරණය හෝ සංකෝචනය හෝ පිළිබඳ ව අවබෝධයක් ලබා ගත හැකි වේ.

ශ්‍රී ලංකාවේ සේවා අංශයේ සේවා නියුක්තිය

(සමස්ත සේවා නියුක්තියේ ප්‍රතිශතයක් ලෙස)

(1963 - 2004)

1963	37.0
1973	33.8
1978/79	30.8
1981/82	29.3
1986/87(අ)	30.7
1996/97(ආ)	36.7
2003/04(අ)	40.4
2004/04(ආ)	41.2

(අ) උතුරු නැගෙනහිර පළාත් හැර

(ආ) මන්නාරම, කිලිනොච්චි හා මුලතිව් දිස්ත්‍රික්ක හැර

ශ්‍රී ලංකාවේ සේවා අංශයේ සේවා නියුක්තිය (පළාත් අනුව)

පාරිභෝගික මූල්‍ය සහ සමාජ ආර්ථික සමීක්ෂණය 2003/04 මත පදනම් වී ඇත

පළාත	සේවා නියුක්තියේ ප්‍රතිශතය
බස්නාහිර	54.8
මධ්‍යම	37.1
දකුණ	36.1
උතුර(අ)	56.4
නැගෙනහිර	47.3
වයඹ	39.0
උතුරු මැද	33.5
ඌව	27.2
සබරගමුව	27.8
සමස්ත දිවයින	41.2

(අ) කිලිනොච්චි, මන්නාරම සහ මුලතිව් දිස්ත්‍රික්ක හැර

ශ්‍රී ලංකා මහ බැංකුව - වාර්ෂික වාර්තාව 2013

ගෝලීය ආර්ථික ප්‍රවණතා හා ශ්‍රී ලංකා ආර්ථිකය

ඩබ්. ජී. ප්‍රභාත්, ජ්‍යෙෂ්ඨ කළමනාකරු, රාජ්‍ය ණය දෙපාර්තමේන්තුව.

ගෝලීය ආර්ථික ප්‍රවණතා

ඇමෙරිකා එක්සත් ජනපදය සහ යුරෝපා රාජ්‍යයන් ඉතිහාසයේ මුහුණදුන් දරුණුතම මූල්‍ය ආර්ථික අර්බුදයෙන් මිදී ස්ථාවර මට්ටමක් කරා ගමන් කරමින් සිටී. මෙම ආර්ථික 2013 වර්ෂයේ දෙවන භාගයේ ස්ථාවර මට්ටම් කරා ගමන් කරමින් සිටිය ද අපේක්ෂිත ඉලක්ක වෙත ළඟාවීමක් දක්නට නොලැබුණි. එසේම, මෙම ආර්ථිකවල උද්ධමනය අපේක්ෂිත මට්ටමට ළඟා නොවූ අතර, ඉතා ඉහළ නිමැවුම් පරතරයක් එනම්, පවතින සම්පත් ප්‍රශස්ත උපයෝජනයක් තුළින් ළඟා කරගතහැකි නිමැවුම් මට්ටමට වඩා ඉතා අඩු සත්‍ය නිමැවුම් මට්ටමක් පවතිනු දක්නට ලැබුණි. එසේවුවද, දැනට පවතින මෙම වර්ධනීය ආර්ථික තත්ත්වය 2014-15 වර්ෂයන් හී දී තවදුරත් ස්ථාවර වෙමින් ඉහළ වර්ධනයක් ළඟා කරගනු ඇතැයි අපේක්ෂා කරයි. දියුණු ආර්ථික යථාතත්වයට පත්වීමට සමගාමීව නැගී එන වෙළෙඳපොළ අර්ථිකවලට බාහිර මූල්‍ය වෙළෙඳපොළේ පැවති තත්ත්වය අහිතකර ආකාරයෙන් බලපානු දක්නට ලැබුණි. එබැවින්, දියුණු ආර්ථික පරිහානියෙන් නැගීසිටීමත් සමඟ, ගෝලීය අසමතුළිතතාවන් ගේ වර්ධනයක් පෙන්නුම්කරයි. විශේෂයෙන් ම දියුණු ආර්ථිකවල මූල්‍ය වෙළෙඳපොළේ ඇතිවූ වර්ධනීය තත්ත්වය නැගී එන ආසියානු, අග්නිදිග ආසියානු කලාපයේ රාජ්‍යවල මූල්‍ය වෙළෙඳපොළට අහිතකර බලපෑම් ඇති කළේය. එම රටවල ප්‍රාග්ධනය රටින් පිටතට ගලායෑමෙන් ආර්ථික වර්ධනයේ පසුබෑමක් දක්නට ලැබුණි. එසේවුවද, දියුණු ආර්ථිකවලට කරනු ලබන අපනයන සඳහා වන ඉල්ලුම ඉහළ යෑමට සමගාමීව මෙම ආර්ථිකවල නිමැවුම, ඉහළ යනු ඇතැයි අපේක්ෂා කෙරේ.

මෙම ගෝලීය ආර්ථික උපනති සලකා බැලීමේදී ඉදිරියේ මුහුණ දීමට සිදුවන ප්‍රධාන අභියෝග කිහිපයක් පවතී;

නැගී එන වෙළෙඳපොළ ආර්ථිකවල අවදානම ඉහළ යෑම

ඇමෙරිකා එක්සත් ජනපදය ඇතුළු දියුණු ආර්ථික, ආර්ථික පරිහානියට මුහුණ දීම සඳහා ක්‍රියාත්මක කිරීමට යෙදුනු මූල්‍ය ප්‍රතිපත්ති ලිහිල් කිරීම් (ප්‍රතිපත්ති පොලී අනුපාත පහළ දැමීම මඟින් මූල්‍ය වෙළෙඳපොළ පොලී අනුපාත පහළ මට්ටමක පවත්වා ගැනීම හා එමඟින් සමස්ත ඉල්ලුම ඉහළ දැමීමට කටයුතු කිරීම), ප්‍රසාරණාත්මක රාජ්‍ය මූල්‍ය ප්‍රතිපත්ති (රාජ්‍ය වියදම් ඉහළ දැමීම හා බදු ප්‍රතිපත්ති ලිහිල් කිරීම) හා ප්‍රමාණාත්මක ලිහිල්කිරීම් (Quantitative Easing - QE) (මහබැංකු විසින් සම්ප්‍රදායික මූල්‍ය ප්‍රතිපත්ති ලිහිල් කිරීම් වලින් බැහැරව වාණිජ බැංකු හා පුද්ගලික ආයතනවලින් මූල්‍ය වත්කම් මිලදී ගැනීම මඟින් පදනම් මුදල් ඉහළ දැමීම හා එලදායිතා අනුපාතය පහළ දැමීමට කටයුතු කිරීම), ක්‍රම ක්‍රමයෙන් හැකිලීමට නැතහොත් සීමා කිරීමට කටයුතු කිරීම මගින්, එම දියුණු ආර්ථිකවල ආයෝජන ප්‍රතිලාභ පිළිබඳ අපේක්ෂා ඉහළ යෑමෙන්, නැගී එන ආර්ථිකවල ආයෝජන ආකර්ෂණය හීන විය. එය නැගී එන ආර්ථිකවල මූල්‍ය වෙළෙඳපොළ අස්ථාවර තත්ත්වයන් නිර්මාණය කිරීමට හේතු විය. විශේෂයෙන්ම ඇමෙරිකා එක්සත් ජනපදය ක්‍රමානුකූලව ප්‍රමාණාත්මක ලිහිල් කිරීම් සංකෝචනය කිරීමට නැතහොත් වෙළෙඳපොළෙන් වත්කම් මිලදී ගැනීම් මාසිකව අඩුකිරීමට කටයුතු කිරීමත් සමඟ නැගී එන ආර්ථිකවල ප්‍රාග්ධන බාහිර ගලායෑම් ඉහළ යෑමෙන් ගෙවුම් ශේෂ ගැටලුවලට මුහුණ පෑමට සිදුවිය. මෙය උද්ධමන පීඩනයක් හා ජංගම ගිණුමේ හිඟයක් පැවති ආර්ථිකවලට දැඩිව බලපෑවේය. මෙම තත්ත්වය කාලයක් තිස්සේ පැවැතියද එය නැගී එන ආර්ථිකවලට එතරම් බලපෑමක් නොවූයේ දියුණු ආර්ථිකවල ආයෝජන ප්‍රතිලාභ පහළ මට්ටමක පැවතීම හේතුවෙනි. එහෙත්, පැවති ලිහිල් අනුග්‍රාහක සාර්ව ආර්ථික ප්‍රතිපත්ති සංකෝචනය කිරීමට කටයුතු කිරීම සමඟ එම රටවල ආයෝජන ප්‍රතිලාභ පිළිබඳ අපේක්ෂා ඉහළ යෑමෙන් නැගී එන ආර්ථික කරා ආයෝජන ගලායෑම සීග්‍රයෙන් අඩුවීම හා එම රටවල ආයෝජන දියුණු ආර්ථික කරා ගලායෑම මෙයට හේතුවිය.

නැගී එන වෙළෙඳපොළ ආර්ථිකයන්හි ආයෝජන දියුණු ආර්ථික කරා ඇදීයාමත් සමඟ එම රටවලට බාහිර නැතහොත් විදේශ අරමුදල් ලබා ගැනීමේ අවශ්‍යතා පැනනගින අතර මෙය එම රටවල මුදල් අවප්‍රමාණය වීමට හේතුවේ. මෙම තත්ත්වයට මුහුණදීම සඳහා සාර්ව ආර්ථික ප්‍රතිපත්ති දැඩි කිරීමට නැතහොත් ප්‍රතිපත්ති පොලි අනුපාත ඉහළ දැමීමට කටයුතු කරන අතර, එමගින් වෙළෙඳපොළ පොලී අනුපාත ඉහළ යෑමෙන් ප්‍රාග්ධන පිරිවැය ඉහළ යෑම නිසා ආයෝජනය අඩාල වීම තුළින් ආර්ථික වර්ධනය පහළ යනු ඇත.

ලෝකයේ මූර්ත දළ දේශීය නිෂ්පාදිතයේ වර්ධනය (ප්‍රතිශතයක් ලෙස)

	සත්‍ය		ඇස්තමේන්තු		2014 අප්‍රේල් ඇස්තමේන්තු වෙනස	
	2012	2013	2014	2015	2014	2015
ලෝකය	3.5	3.2	3.4	4.0	-0.3	-0.0
දියුණු ආර්ථික	1.4	1.3	1.8	2.4	-0.4	0.1
ජපානය	1.4	1.5	1.6	1.1	0.3	0.1
ඇමෙරිකා එක්සත් ජනපදය	2.8	1.9	1.7	3.0	-1.1	0.1
යුරෝ කලාපය	-0.7	-0.4	1.1	1.5	0.0	0.1
ජර්මනිය	0.9	0.5	1.9	1.7	0.2	0.1
ප්‍රංශය	0.3	0.3	0.7	1.4	-0.3	-0.1
ඉතාලිය	-2.4	-1.9	0.3	1.1	-0.3	0.0
නැගී එන වෙළෙඳපොළ හා සංවර්ධන වෙමින් පවතින ආර්ථික	5.1	4.7	4.6	5.2	-0.2	-0.1
නැගී එන හා සංවර්ධන වෙමින් පවතින ආසියාව	6.7	6.6	6.4	6.7	-0.2	-0.1
චීනය	7.7	7.7	7.4	7.1	-0.2	-0.2
ඉන්දියාව	4.7	5.0	5.4	6.4	0.0	0.0
ඒසියන් 5 (ASEAN-5)	6.2	5.2	4.6	5.6	-0.4	0.2

මූලාශ්‍රය - IMF - World Economic Outlook, Update July 24, 2014

දියුණු ආර්ථිකයන්හී ආර්ථික වර්ධනය හා උද්ධමනය අපේක්ෂිත මට්ටමට ළඟා නොවීම

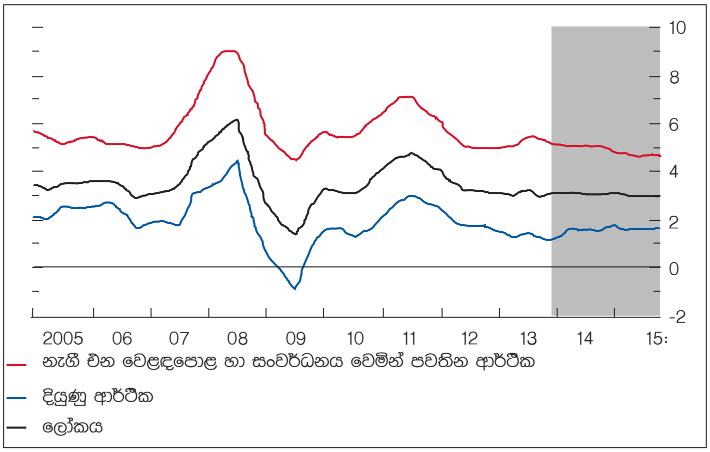
දියුණු ආර්ථික ආර්ථික පරිහානියෙන් නැගීසිටීම නැතහොත් යථාතත්වයට පත්වීම යහපත් වුවද සමස්තයක් ලෙස ගත් විට ශක්තිමත් ගෝලීය ආර්ථික වර්ධනයක් දක්නට නොලැබෙයි. එබැවින් ශක්තිමත් ස්ථාවර ආර්ථික වර්ධනයක් ඇතිකරගැනීම සඳහා තවදුරටත් දිරිගන්වන සුළු ප්‍රතිපත්ති ක්‍රියාත්මක කිරීම අවශ්‍යවේ. ගෝලීය ආර්ථික වර්ධනය 2013 දී පැවති සියයට 3.2 ට සාපේක්ෂව 2014 දී සියයට 3.4 කින් ද 2015 දී සියයට 4.0 කින් ද ස්ථාවර වර්ධන මට්ටමක් දක්වා ළඟාවනු ඇතැයි පුරෝකථනය කර ඇත. 2014-2015 දියුණු ආර්ථිකවල වර්ධනය සියයට 2.1 කින් වර්ධනය වනු ඇතැයි අපේක්ෂා කෙරේ. මෙය 2013 වර්ෂයට සාපේක්ෂව සියයට 0.8 ඉහළ යෑමකි. මෙම වර්ධනයට දායක වූ ප්‍රධාන සාධක වනුයේ ලිහිල් රාජ්‍ය මූල්‍ය ප්‍රතිපත්තියක් ක්‍රියාත්මක කිරීම, ලිහිල් මූල්‍ය ප්‍රතිපත්ති රාමුවක් ක්‍රියාත්මක කිරීම නොහොත් මූල්‍ය වෙළෙඳපොළ පොලී අනුපාත ඉතා පහළ මට්ටමක පවත්වා ගැනීම හා මූල්‍ය වෙළෙඳපොළේ ද්‍රවශීලතාව ඉහළ මට්ටමක පවත්වාගැනීම වැනි දිරිගන්වනසුළු ප්‍රතිපත්ති වේ. මෙම තත්ත්වය තුළ 2014 වසරේදී ඇමෙරිකා එක්සත් ජනපදයේ වර්ධනය සියයට 1.7 ක මට්ටමේ පවතිනු ඇතැයි අපේක්ෂා කෙරේ. යුරෝ කලාපයේ ආර්ථික වර්ධනය සමස්තයක් වශයෙන් ධන අගයක් නැතහොත් බින්දුවට වඩා වැඩි අගයක් වනු ඇතැයි අපේක්ෂා කෙරේ. එහෙත් අධික ණය බරක් සහිත නැතහොත් අධික රාජ්‍ය ණය බරක් සහිත හා මූල්‍ය වෙළෙඳපොළ අර්බුද සහිත රටවල ආර්ථික වර්ධනය තවදුරටත් පහළ යනු ඇතැයි අපේක්ෂා කෙරේ.

නැගී එන වෙළෙඳපොළ හා සංවර්ධනය වෙමින් පවතින ආර්ථිකවල වර්ධනය 2013 වසරේදී සියයට 4.7 සිට 2014 වසරේදී සියයට 4.6 ක් දක්වා පහළ යනු ඇතැයි හා 2015 වසරේදී සියයට 5.2 ක් දක්වා ඉහළ යනු ඇතැයි පුරෝකථනයකර ඇත. මෙම ආර්ථික වර්ධනය අපේක්ෂා කරනුයේ, දියුණු ආර්ථිකවල විදේශ ඉල්ලුම ඉහළ යෑම තුළිනි. එහෙත්, එම ආර්ථිකවල පවතින අභ්‍යන්තර මූල්‍ය වාතාවරණය තුළ දේශීය ඉල්ලුම පහළ යනු ඇත. විශේෂයෙන් ම 2014 චීනයේ ආර්ථික වර්ධනය සියයට 7.4 මට්ටමේ පවතිනු ඇතැයි පුරෝකථනය කර ඇති අතර, ඒ සඳහා එරටේ ආර්ථික ප්‍රතිපත්ති ණය හැසිරවීම නැතහොත් තෝරාගත් අංශයන්ට ණය යොමුකිරීම හා ඒ සඳහා අවශ්‍ය වන ව්‍යුහාත්මක ප්‍රතිසංස්කරණ ක්‍රියාත්මක කළ යුතු වේ.

මෙසේ ඉතා දරුණු ගෝලීය මූල්‍ය ආර්ථික අවපාතයට අනතුරුව ආර්ථික යථාතත්ත්වයට පත්වෙමින් පැවතීම යහපත් සංවර්ධනයක් වුවද, ශක්තිමත්ව යථාතත්ත්වයට පත්වී නැත. එබැවින් මෙම දියුණු රටවල් එම ආර්ථික ශක්තිමත්ව සම්පූර්ණයෙන්ම යථාතත්ත්වයට පත්වීමට ප්‍රථම ක්‍රියාත්මක කිරීමට යෙදුනු ලිහිල් දිරිගන්වන සුළු මූල්‍ය ප්‍රතිපත්තිවලින් ඉවත්වීම යෝග්‍ය නොවනු ඇත. මෙහිදී මෙම රටවල රාජ්‍ය මූල්‍ය ස්ථායිකරණ වාතාවරණය තුළ ඉතා ඉහළ නිමැවුම් පරතරයක් හා ඉතා අඩු උද්ධමනයක් පැවතීම නිසා ලිහිල් මූල්‍ය ප්‍රතිපත්තිවලින් ඉවත් නොවිය යුතුය.

මෙහිදී විශේෂයෙන්ම යුරෝ කලාපය තුළ ලිහිල් දිරිගන්වන සුළු මූල්‍ය ප්‍රතිපත්තියක් පවත්වා ගැනීම අත්‍යවශ්‍ය ය. එයට හේතුව එම කලාපයේ ඉහළ නිමැවුම් පරතරයක් හා ඉතා අඩු උද්ධමන තත්ත්වයක් නැතහොත් අවධමන අවදානමක් පැවතීම ය. මෙසේ ඉතා පහළ උද්ධමන තත්ත්වයක් හා ඉහළ නිමැවුම් පරතරයක් පැවතීම ආර්ථිකයක් යථාතත්වයට පත්වීමට නැතහොත් මූල්‍ය අර්බුදයෙන් ශක්තිමත්ව යළි ගොඩනැගීමට යෝග්‍යවන වාතාවරණයක් ඇති නොවනු ඇත.

ගෝලීය උද්ධමනය



මූලාශ්‍රය - IMF - World Economic Outlook, April 2014

2014 වසරේ පළමු කාර්තුවේ ගෝලීය ආර්ථික වර්ධනය අපේක්ෂිත මට්ටමට වඩා මන්දගාමී ස්වභාවයක් දක්නට ලැබුණු බැවින්, 2014 අප්‍රේල් මාසයේ පැවති ගෝලීය ආර්ථික වර්ධන පුරෝකථන 2014 ජූලි මාසයේදී නැවතත් සංශෝධනය කර සියයට 0.3 කින් පහත දමන ලදි. මෙයට ප්‍රධාන වශයෙන් ඇමෙරිකාවේ හා නැගී එන ආර්ථික කිහිපයක 2014 වසරේ පළමු කාර්තුව තුළ දක්නට ලැබුණු ආර්ථික වර්ධනයේ මන්දගාමී ස්වභාවය හා උද්ධමන අපේක්ෂා පහළ මටටමක පැවතීම හේතුවිය. කෙසේ වුවද, 2015 වසර තුළ දියුණු ආර්ථිකවල වර්ධනය ශක්තිමත් වීමත් සමග ගෝලීය ආර්ථික වර්ධනය සියයට 4.0 දක්වා ඉහළ යනු ඇතැයි අපේක්ෂා කෙරේ.

නැවත භූ දේශපාලනික ගැටුම් පැනනැගීමේ අවදානම

ලෝකයේ පැනනැගෙමින් පවතින භූ දේශපාලනික ගැටුම් තුළින් ගෝලීය ආර්ථික නැවත පහත වැටීමේ අවදානමක් පවතී. විශේෂයෙන්ම මැදපෙරදිග හා රුසියානු කලාපයේ පැන නැගෙමින් පවතින දේශපාලනික අස්ථාවරත්වය හා ගැටුම් මෙම ආර්ථික යථාතත්ත්වයට පත්වීමට ප්‍රබල අභියෝගයක් වනු ඇත. ඊශ්‍රායලය හා පලස්තීනය අතර ගසා තීරයේ පවතින ගැටුම්, ඉරාකයේ හා ලිබියාවේ පවතින අභ්‍යන්තර ගැටුම් සේ ම රුසියානු කලාපයේ යුක්රේනය හා රුසියාව අතර පවතින නොසන්සුන්තාවන් ද මේ අතර ප්‍රධාන තැනක් ගනී. එබැවින් මෙම භූ දේශපාලනික ගැටුම් තුළින් විදේශ පරිසරයේ ඇති වන වෙනස්කම් නැගී එන වෙළෙඳපොළ ආර්ථිකවලට ඉතාමත් අයහපත් ලෙස බලපානු ඇත.

ශ්‍රී ලංකා ආර්ථිකය

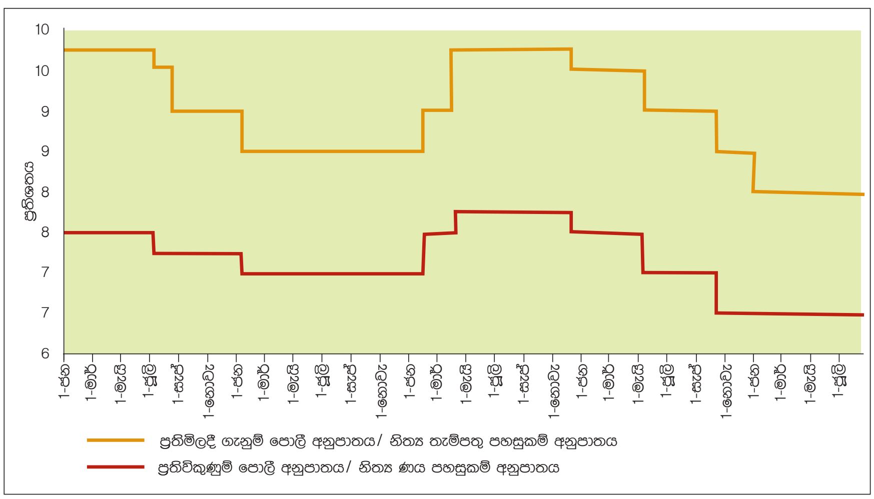
මෙම ගෝලීය ආර්ථික උපනතීන් තුළ ශ්‍රී ලංකා ආර්ථිකය 2014 පළමු කාර්තුවේ සියයට 7.6 කින් වර්ධනය වූ අතර 2013 වර්ෂයේ සියයට 7.3 කින් වර්ධනය විය. මෙය 2012 වසරේ වාර්තා වූ සියයට 6.3 ට සාපේක්ෂව ඉහළ ආර්ථික වර්ධනයක් විය. ආර්ථිකයේ සියලුම අංශ වර්ධනයට ධනාත්මකව දායක වූ අතර මෙහිදී 2012 වසරට සාපේක්ෂව කැපීපෙනෙන වර්ධනයක් පෙන්නුම් කරන ලද්දේ සේවා අංශය යි. මෙයට යහපත් කාලගුණික තත්ත්වය, විදේශ ආර්ථික යථාතත්ත්වයට පත්වීම මගින් ඉල්ලුම ඉහළ යෑම හේතු විය.

2013 වසරේ වෙළෙඳපොළ මිල අනුව දළ දේශීය නිෂ්පාදිතය රුපියල් බිලියන 8,674 ක් වූ අතර එය එක්සත් ජනපද ඩොලර් බිලියන 67 ක් විය. එසේම, ඒක පුද්ගල දළ දේශීය නිෂ්පාදිතය එක්සත් ජනපද ඩොලර් 3,280 ක් දක්වා, 2012 වර්ෂයට සාපේක්ෂව එක්සත් ජනපද ඩොලර් 358 කින් ඉහළ යන ලදි.

මුදල් ප්‍රතිපත්තිය හා උද්ධමනය

2012 වසරේ දක්නට ලැබුණු මූල්‍ය ප්‍රසාරණය නැතහොත් ඉහළ ණය වර්ධනයත් සමග මුදල් සැපයුමේ වේගවත් වර්ධනයට පිළියම් ලෙස ක්‍රියාත්මක කරන්නට යෙදුනු ප්‍රතිපත්ති පොලී අනුපාත ඉහළ දැමීම, ණය සීමා පැනවීම වැනි ස්ථායිකරණ සාර්ව ආර්ථික ප්‍රතිපත්තිමය ක්‍රියාමාර්ග තුළින් 2013 වසරේ පළමු කර්තුවේ ස්ථායිකරණ අරමුණු සාක්ෂාත් කර ගැනීමට හැකිවිය. මෙහි ප්‍රතිඵලයක් ලෙස උද්ධමනය මෙන්ම උද්ධමන

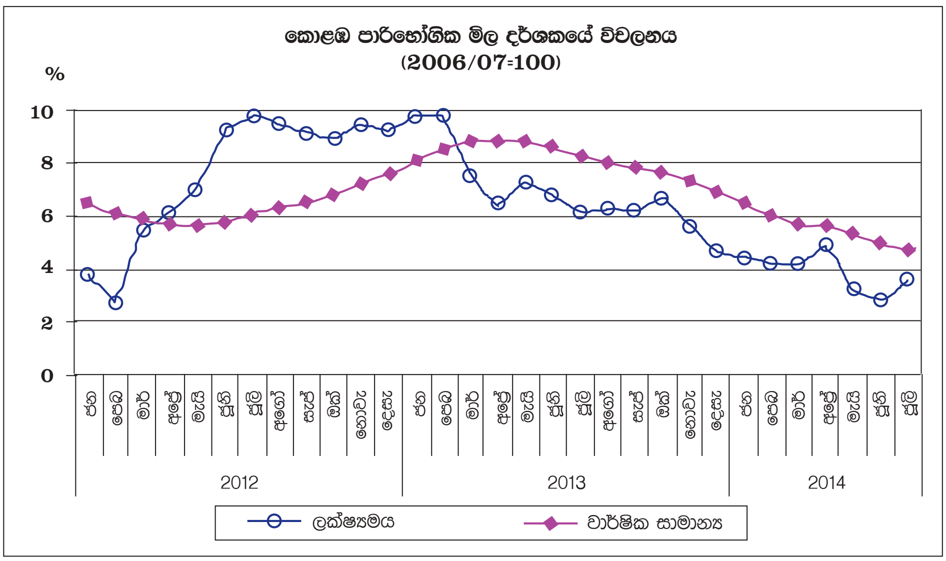
ප්‍රතිපත්ති පොලී අනුපාත කොරිඩෝව



මූලාශ්‍රය: ශ්‍රී ලංකා මහ බැංකුව

අපේක්ෂා හිතකර මට්ටමක පැවතීම හේතුවෙන් 2013 වසර තුළ මුදල් ප්‍රතිපත්ති තවදුරටත් ලිහිල් කිරීමට කටයුතු කරන ලදි. 2012 දෙසැම්බර් මස මහ බැංකු ප්‍රතිපත්ති පොලී අනුපාත සියයට 0.25 කින් අඩුකරන්නට කටයුතු කරන ලද අතර 2013 වසර තුළ සියයට 1.00 කින් අඩුකරන ලදි. මෙම ලිහිල් මුදල් ප්‍රතිපත්ති ක්‍රියාත්මක කිරීමේ ප්‍රතිඵලයක් ලෙස 2013 වසරේ ආර්ථික කටයුතු වල යහපත් වර්ධනයක් මෙන්ම ස්ථාවරත්වයක් දක්නට ලැබුණි. එසේම, මෙම තත්ත්වය 2014 මුල් කාර්තුවේ ද ඉහළ ආර්ථික වර්ධනයක් ළඟාකර ගැනීමට ඉවහල් විය.

නොකඩවා වසර පහක් තිස්සේ උද්ධමනය තනි අංකයක් මට්ටමේ පවතින අතර එය 2014 වසරේ මුල් මාස පහ තුළ තවදුරටත් පහළ යන ලදි. 2013 වසර මුල සියයට 10 කට ආසන්නව පැවති උද්ධමනය රට තුළ සැපයුම වැඩිදියුණු වීමත්, ඉල්ලුම් අංශයේ තත්කාලීන හා විචක්ෂණශීලී ප්‍රතිපත්ති හේතුවෙන් 2013 වසර අවසානය වන විට ක්‍රමයෙන් මැදි තනි අංකයක් දක්වා අඩු වූ අතර 2014 වසරේ මුල් මස හය තුළ තවදුරටත් පහළ යන ලදි. ඒ අනුව, 2013 වසර අවසානයේ වාර්ෂික ලක්ෂ්‍යමය පදනම මත සියයට 4.7 ක් ද වාර්ෂික සාමාන්‍ය පදනම මත සියයට 6.9 ක් ද විය. එසේම, 2014 ජුලි මාසයේ දී උද්ධමනය ලක්ෂ්‍යමය පදනම මත සියයට 3.6 ක් ද සාමාන්‍ය පදනම මත සියයට 4.7 ක් දක්වා තව දුරටත් පහළ යන ලදි. මෙසේ උද්ධමනය නොකඩවා තනි ඉලක්කමක පැවතීමත්, ක්‍රමානුකූලව අඩු වීමත්, අනාගත උද්ධමන අපේක්ෂා අඩුවීමට හේතුවිය. මෙමගින්, ආර්ථිකයේ ප්‍රාග්ධන හා සේවා පිරිවැය විචලනයන් පිළිබඳ පැවති අවදානම අවමවීම හා ස්ථාවර ආර්ථික වතාවරණය ආයෝජක විශ්වාසය ඉහළ නැංවීමට හේතු වූ අතර ඒ තුළින් වර්ධන අපේක්ෂා ළඟාකර ගැනීමට ඉවහල් වනු ඇත.



මූලාශ්‍රය: ශ්‍රී ලංකා මහා බැංකුව

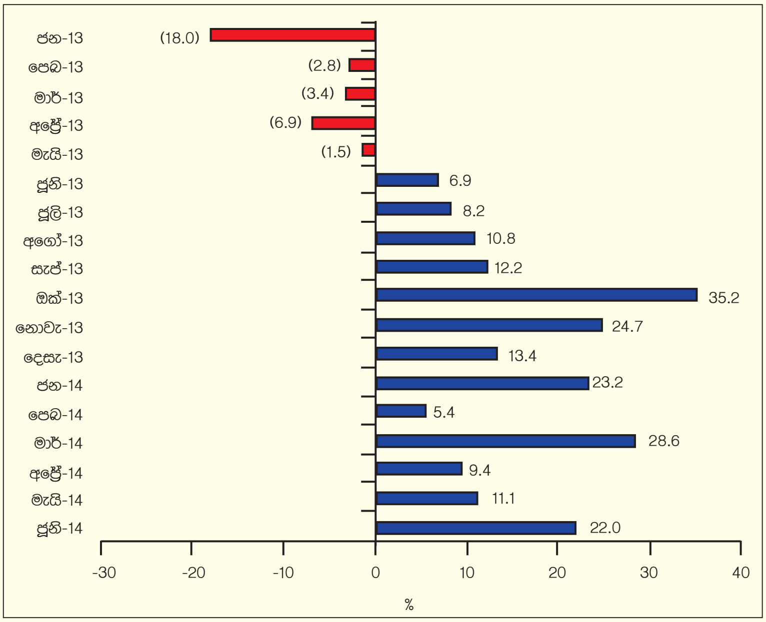
ශ්‍රී ලංකාවේ සේවා වියුක්ති අනුපාතය ක්‍රම ක්‍රමයෙන් පහත වැටුණු අතර එය 2012 දී සියයට 4.0 ක් විය. එහෙත්, ප්‍රධාන වශයෙන්ම රැකියා අපේක්ෂකයින් ශ්‍රම වෙළෙඳපොළට අලුතින් එකතු වීම හේතුකොටගෙන 2013 වසරේ සේවා වියුක්ති අනුපාතය සියයට 4.4 දක්වා ඉහළ යන ලදි. මෙහිදී, ශ්‍රම බලකා සහභාගීත්ව අනුපාතය 2012 වසරේ සියයට 52.6 සිට 2013 වසරේ සියයට 53.8 ක් දක්වා වැඩි වූ අතර ශ්‍රම බලකාය සියයට 4.1 කින් වර්ධනය විය. ඒ අනුව 2012 වසරේ පුද්ගලයන් මිලියන 8.454 ක් වූ ශ්‍රම බලකාය 2013 වසරේ මිලියන 8.802 ක් විය.

විදේශ අංශය

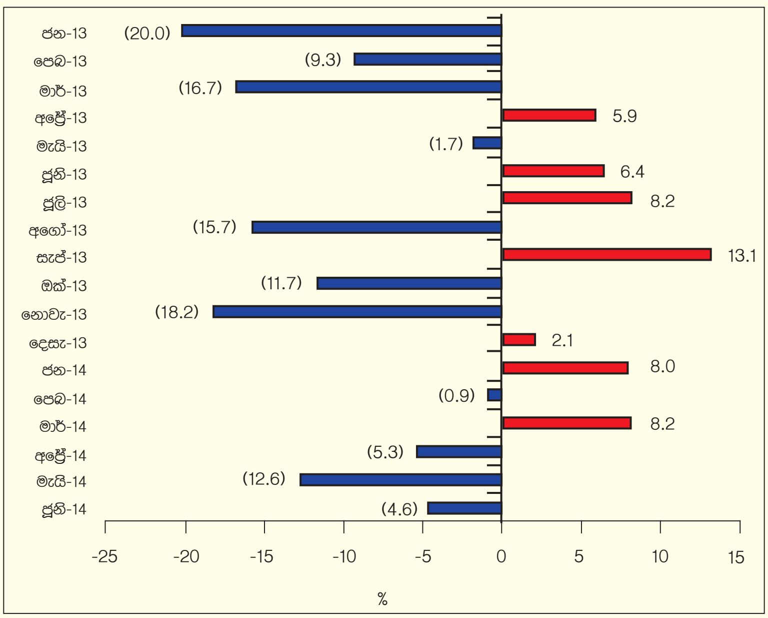
ගෝලීය ආර්ථිකය ක්‍රමයෙන් යථාතත්ත්වයට පත්වීම සහ දේශීය ආර්ථික කටයුතුවල වර්ධනය හේතුවෙන් 2013 වසරේ විදේශ අංශයේ යහපත් වර්ධනයක් දක්නට ලැබුණි. අපනයන ආදායම, සංචාරක ඉපයීම්, විදේශ සේවා නියුක්තිකයන්ගේ ප්‍රේෂණ ලැබීම් හා මූල්‍ය ගිණුම් වෙත ලැබීම් ඇතුළු විදේශ මූල්‍ය ලැබීම් ප්‍රවාහ දිගින් දිගටම ඉහළ යෑමෙන් 2014 වසරේ මුල් මාස හය තුළ ද ශ්‍රී ලංකා විදේශ අංශය තවදුරටත් ශක්තිමත් විය. 2013 වසරේ දෙවන අර්ධයේ ගෝලීය වෙළෙඳ කටයුතු යථා තත්ත්වයට පත්වෙමින් පැවැතීම හා ප්‍රධාන අපනයනවල ඉල්ලුම ඉහළ යෑම අපනයන ආදායම කෙරෙහි හිතකර ලෙස බලපෑවේය. බනිජ තෙල් ආනයන අඩුවීම, ආනයන වියදම අඩුවීමට ප්‍රධාන වශයෙන් හේතුවිය. විදේශ අංශයේ වර්තන ගිණුමේ ශේෂය 2012 වසර අවසානයේ දළ දේශීය නිෂ්පාදිතයෙහි ප්‍රතිශතයක් ලෙස සියයට 6.7 සිට 2013 වසර අවසානයේ සියයට 3.9 ක් දක්වා අඩුවිය. මෙම වර්ධනයත්, මූල්‍ය ගිණුම වෙත ලැබුණු සෘජු විදේශ ආයෝජන සහ රජය, බැංකු හා අනෙකුත් අංශ වෙත ලැබුණු දිගුකාලීන ණය හේතුවෙන් 2012 වසරේ එක්සත් ජනපද ඩොලර් මිලියන 151 ක් වූ ගෙවුම් ශේෂ අතිරික්තය 2013 වසරේ එක්සත් ජනපද ඩොලර් මිලියන 985 ක් දක්වා ඉහළ යන ලදි. මෙම ගෙවුම් ශේෂ අතිරික්තය 2014 ජුනි මාසය අවසානයේ දී එක්සත් ජනපද ඩොලර් මිලියන 1,953.6 ක් දක්වා ඉහළ යන ලද අතර එයට ප්‍රධාන වශයෙන් ජංගම ගිණුමේ ලැබීම් ඉහළ යෑම, ස්වෛරීත්ව බැඳුම්කර නිකුතු සහ මූල්‍ය ගිණුම් වෙත වූ අනෙකුත් ලැබීම් ඉහළ යෑම හේතුවිය. මෙහි ප්‍රතිපලයක් ලෙස 2013 වසර අග වනවිට පැවති දළ නිල සංචිත මාස 5 කට ප්‍රමාණවත් වෙමින් එක්සත් ජනපද ඩොලර් බිලියන 7.5 වර්ධනය වූ අතර එය 2014 ජුනි මාසය අවසානයේ දී මාස 6.1 කට ප්‍රමාණවත් වෙමින් එක්සත් ජනපද ඩොලර් බිලියන 9.2 ක් දක්වා තවදුරටත් වර්ධනය විය.

2013 වසරේ ශ්‍රී ලංකා රුපියල එක්සත් ජනපද ඩොලරයට සාපේක්ෂව සියයට 2.75 කින් අවප්‍රමාණය විය. මෙයට සාපේක්ෂව 2014 වසරේ අගෝස්තු මස දක්වා ශ්‍රී ලංකා රුපියල ඇමෙරිකා

අපනයන වර්ධනය (ලක්ෂ්‍යමය පදනම මත)



ආනයන වර්ධනය (ලක්ෂ්‍යමය පදනම මත)



මූලාශ්‍රය: ශ්‍රී ලංකා මහා බැංකුව

එක්සත් ජනපද ඩොලරයට සාපේක්ෂව සියයට 0.45 කින් සුළු වශයෙන් අධිප්‍රමාණය වෙමින් තව දුරටත් ස්ථාවර විය. මෙයට විශේෂයෙන්ම බැංකු වෙත විදේශ ලැබීම් ඉහළ යෑම හේතුවිය.

රාජ්‍ය මූල්‍ය

රාජ්‍ය මූල්‍ය ප්‍රතිපත්ති තිරසාර තුළිත සංවර්ධනයක් අත්කර ගැනීම අරමුණු කරගෙන ක්‍රියාත්මක කරන ලදී. වඩාත් ශක්තිමත්ව රාජ්‍ය මූල්‍ය ඒකාග්‍රතාවක් ඇතිකර ගැනීමට 2013 වර්ෂය තුළදී කටයුතු කරනලද අතර, එම ප්‍රයත්නවල ප්‍රතිඵලයක් ලෙස ප්‍රධාන රාජ්‍ය මූල්‍ය දර්ශකවල යම් වර්ධනයක් දක්නට ලැබුණි. 2012 වසරේ දළ දේශීය නිෂ්පාදිතයේ ප්‍රතිශතයක් ලෙස සියයට 6.5 ක් වූ අයවැය හිඟය 2013 වසරේ සියයට 5.9 දක්වා සැලකියයුතු ලෙස අඩු විය. එය ඇස්තමේන්තුගත සියයට 5.8 ට වඩා සුළු වැඩිවීමක් පෙන්නුම් කළේය. මෙම රාජ්‍ය මූල්‍ය ශක්තිමත්වීමට ප්‍රධාන වශයෙන් රජය වියදම් කළමනාකරණය ඉවහල්විය.

2012 වර්ෂයේ දළ දේශීය නිෂ්පාදිතයේ ප්‍රතිශතයක් ලෙස සියයට 13.9 ක් වූ රජයේ අදායම ද 2013 වර්ෂයේ සියයට 13.1 ක් දක්වා පහත වැටුණි. එය 2012 වර්ෂයේ රුපියල් බිලියන 1,051 ක් වූ අතර 2013 වර්ෂයේදී රුපියල් බිලියන 1,137 ක් විය. මෙසේ, රාජ්‍ය අදායම් පුරෝකතනය කළ මට්ටමට වඩා අඩු වීම මෑත වසරවල අඛණ්ඩව දක්නට ලැබුණු අතර එය රජයේ අවධානයට ලක්විය යුතු ප්‍රධාන කරුණක් වේ. අය වැය හිඟය පියවීමේදී දේශීය මූලාශ්‍ර මත වැඩි රැඳියාවක් දක්නට ලැබුණු අතර බැංකු අංශයෙන් ලබාගත් මුළු ණය මූල්‍යන අවශ්‍යතාවයෙන් සියයට 58 ක් විය. 2012 දළ දේශීය නිෂ්පාදිතයෙහි ප්‍රතිශතයක් ලෙස සියයට 79.2 ක් වූ රාජ්‍ය ණය අනුපාතය 2013 වර්ෂයේ සියයට 78.3 දක්වා පහත වැටුණි. එසේවුවද, නොපියවූ සමස්ථ රාජ්‍ය ණය ප්‍රමාණය 2013 වර්ෂය අවසානයේ රුපියල් බිලියන 6,793 ක් දක්වා 2012 වර්ෂයට සාපේක්ෂව සියයට 13.2 කින් ඉහළ යන ලදි. මෙම ප්‍රවණතා සලකා බැලීමේදී රාජ්‍ය මූල්‍ය කළමනාකරණය දිගුකාලින සැලැස්මක් අනුව කටයුතු කිරීම වැදගත් වන අතර ප්‍රාථමික ගිණුමේ ධන ශේෂයක් නැතහොත් රජයේ පුනරාවර්තන වියදම් පියවීමෙන් අනතුරුව අදායම් අතිරික්තයක් පවත්වා ගැනීම රාජ්‍ය මූල්‍ය ස්ථාවරත්වයට ඉතා වැදගත්වේ.

ආර්ථික විවිධාංගිකරණය සඳහා 5+1 කේන්ද්‍ර

ශ්‍රී ලංකා ආර්ථිකය පහළ මැදි අදායම් ලබන ආර්ථිකයක් බවට ක්‍රමිකව වර්ධනය වූ අතර මූලික සාර්ව ආර්ථික ප්‍රපංච ස්ථාවර මට්ටමට පත්වෙමින් පවතී. පවතින ඉහළ ආර්ථික වර්ධනය අඛණ්ඩව දිගුකාලයක් පවත්වා ගැනීම, ආර්ථික ස්ථාවරත්වයට හා ඉහළ අදායම් ලබන රටක් බවට පත්වීමට අත්‍යවශ්‍ය හා ඉතා වැදගත් සාධකයක් වේ. කෙටි කාල පරිච්ඡේදයකදී ඉහළ ආර්ථික වර්ධනයක් ළඟාකර ගැනීමට හැකිවුවද එවැනි ආර්ථික වර්ධන වේගයක් අඛණ්ඩව සැලකියයුතු කාල පරිච්ඡේදයක් තුළ පවත්වා ගැනීම තුළින් අවසානයේදී ඉහළ ආර්ථික මට්ටමක් ළඟාකර ගැනීමට හැකියාව ලැබී ඇත්තේ රටවල් සීමිත සංඛ්‍යාවකට පමණි. එබැවින් වර්තමාන ආර්ථික වර්ධනය හා ක්‍රියාකාරකම් දේශීය අංශය මෙන්ම විදේශීය අංශයේ සංකේන්ද්‍රනයක් නැතහොත් අංශ කිහිපයක් මත රඳාපැවතීම අවදානම් සහිත වන අතර මෙම තත්ත්වය වර්ධන උපනතීන්ගේ

විචලතාවන්ට හේතුවිය හැක. එබැවින්, අඛණ්ඩව සැලකියයුතු කාල පරිච්ඡේදයක් ඉහළ ආර්ථික වර්ධන වේගයක් අවම විචලතාවකින් පවත්වා ගැනීම සඳහා ආර්ථික සංකේන්ද්‍රනය අවම කිරීම සඳහා උපායමාර්ගික ආර්ථික විවිධාංගීකරණය ඉතා වැදගත් වේ. මේ සඳහා උපායමාර්ගික වශයෙන් ශ්‍රී ලංකාවේ භූගෝලීය පිහිටීම හා ආර්ථික අවස්ථාවන් සැලකිල්ලට ගෙන සාපේක්ෂ වශයෙන් වාසිසහගත අංශය හයක් යටතේ ආර්ථික විවිධාංගීකරණය සඳහා අවධානය යොමුකර ඇති අතර එය 5+1 කේන්ද්‍ර ලෙස හඳුනාගෙන ඇත.

ශ්‍රී ලංකාවේ තේ සහ ඇඟලුම් කර්මාන්තය වැනි ප්‍රබල සාම්ප්‍රදායික අංශ ඉහළ තරඟකාරිත්වයකින් පවත්වා ගනිමින් සමුද්‍රීය, ගුවන්, වාණිජ, දැනුම, බලශක්ති සහ සංචාරක යන මෙම සෑම අංශයකම තරඟකාරිත්වයක් ඇති කිරීමෙන් රට තුළ නව ශක්තීන් හා අවස්ථාවන් ජනිත වේ. රටේ දැනට පවතින සාම්ප්‍රදායික ප්‍රබල අංශයන්හි යහපත් ප්‍රතිඵල පවතින අතරතුර දී ම, නව ප්‍රබල අංශ දියුණුකර ගැනීම හරහා රට ඉහළ අදායම් මට්ටමක් කරා පහසුවෙන් ගමන් කිරීමට අවශ්‍ය පසුබිම සකස්කිරීම මෙම උපායමාර්ගික විවිධාංගීකරණයෙහි මූලික අපේක්ෂාව වේ. ආර්ථිකයේ අංශ එකක හෝ දෙකක පමණක් සංවර්ධනයට සීමා නොවී විවිධාංගීකරණ සංකල්පය ශක්තිමත් කිරීම සඳහා අවශ්‍ය මුලපිරීම මෙම 5+1 කේන්ද්‍රීය උපායමාර්ග තුළින් කටයුතු කර ඇත. මෙම 5+1 කේන්ද්‍රීය උපාය මාර්ගයන් හි අරමුණු හා වර්තමාන ප්‍රගතිය පහත දැක්වේ.

සමුද්‍රීය කේන්ද්‍රය

ශ්‍රී ලංකාවේ භූගෝලීය පිහිටීම නාවික හා සමුද්‍රීය අංශයෙන් ඉතාමත් වාසි සහගත වේ. ජාත්‍යන්තර නාවික ගමන් මාර්ග බොහොමයක් ශ්‍රී ලංකාව ආසන්නයෙන් පිහිටා තිබීම මෙම අංශය උපායමාර්ගිකව සංවර්ධනයකර ඵල නෙලා ගැනීම කෙරෙහි අවධානය යොමු කිරීමට හේතුවිය. එසේම, අතීතයේ සිටම ශ්‍රී ලංකාව ප්‍රධාන වෙළෙඳ හා නාවික මධ්‍යස්ථානයක් වශයෙන් භාවිතා කරන ලද අතර එය අතීතයේ ඉතා ප්‍රසිද්ධව පැවති සේද මාවතේ සන්ධිස්ථානයක් වශයෙන්ද පැවතුනි. එබැවින් මෙම වාසි සහගත භූගෝලීය පිහිටීම තුළින් නාවික හා සමුද්‍රීය කර්මාන්තය දියුණු කිරීම උපායමාර්ගික වශයෙන් ඉතා වැදගත්වේ. මෙහිදී හම්බන්තොට මාගම් රුහුණුපුර වරාය ඉදිකිරීම, කොළඹ දකුණු වරාය පුළුල් කිරීම හා වරාය පුරවරයක් ඉදිකිරීම, හම්බන්තොට වරාය ආශ්‍රිතව කර්මාන්ත කලාපයක් ඇතිකිරීම හා ඒ ආශ්‍රිතව නිදහස් සංචාරක කලාපයක් ඇතිකිරීම මූලික කාර්යයන් වේ. මෙහිදී මෙම ආර්ථික කලාප ගොඩබිමින් හා ගුවනින් සම්බන්ධ කිරීමට අවශ්‍ය යටිතල පහසුකම් සංවර්ධනය මෙම කටයුතු ප්‍රවර්ධනයට තවදුරටත් ඉවහල් වනු ඇත.

ගුවන් කේන්ද්‍රය

ජාත්‍යන්තර ගුවන් මාර්ග පිළිබඳ සළකා බැලීමේදී ශ්‍රී ලංකාව ඉතා යෝග්‍ය ස්ථානයක පිහිටා ඇත. ලෝකයේ බොහොමයක් ප්‍රධාන නගර වලට ශ්‍රී ලංකාවේ සිට පැය කිහිපයකින් ළඟා වියහැකි අතර එමගින් අනෙකුත් අංශ ඒකාබද්ධ සංවර්ධනය තුළින් ගුවන් කේන්ද්‍රයක් බවට පත්වීමේ වාසිසහගත තත්ත්වයක් පවතී. මේ සඳහා ලොව විශාලම ගුවන්යානා නැවැත්විය හැකි දෙවැනි ජාත්‍යන්තර ගුවන්තොටුපල හම්බන්තොට මත්තල ඉදිකිරීම, බණ්ඩාරනායක ජාත්‍යන්තර ගුවන්තොටුපල වැඩිදියුණු කිරීම, නව ගුවන්යානා ගුවන් සේවයට එක්කිරීම, ලොව ප්‍රධානම ගුවන්සේවා සමඟ එකම ලෝකයක් (one world) යන සංකල්පය යටතේ ඒකාබද්ධව ක්‍රියාකිරීමට කටයුතු කිරීම, අභ්‍යන්තර ගුවන්තොටුපළවල් වන රත්මලාන, චීන වරාය, අම්පාර, ඉරණමඩු, අනුරාධපුර ආදිය සංවර්ධනය කිරීම මේ යටතේ කෙරෙන ප්‍රධාන කටයුතු වේ.

වාණිජ කේන්ද්‍රය

රටේ යටිතල පහසුකම් විශාල වශයෙන් සංවර්ධනය කිරීමට කටයුතු කරන ලද අතර අනෙකුත් කේන්ද්‍ර වන නාවික, ගුවන්, දැනුම් හා බලශක්ති පදනම් කරගෙන වාණිජ හා සංචාරක කේන්ද්‍රය හඳුනාගන්නා ලදි. මෙහිදී අවශ්‍ය වන ජාත්‍යන්තර බැංකු කටයුතු සහ ජාත්‍යන්තර ආයෝජකයන්ට යෝග්‍ය වඩාත් ආකර්ෂණීය ජාත්‍යන්තර වාණිජ මධ්‍යස්ථානයක් බවට පත්කිරීම අරමුණ වේ. එසේම මෙයට සමගාමීව රටේ දිගුකාලයක් පැවති අභ්‍යන්තර ත්‍රස්තවාදය අවසන් කිරීමත් සමග සංචාරක කර්මාන්තයේ දියුණුවට යෝග්‍ය පසුබිමක් ගොඩනැගුනා සේ ම ඉහළ සංචාරක ආකර්ෂණයක් දක්නට ලැබුණි. එබැවින් ශ්‍රී ලංකාව සංචාරක කේන්ද්‍රයක් වශයෙන් ප්‍රවර්ධනය කිරීමට අවශ්‍ය පසුබිම සකස්කරමින් සිටී. මේ සඳහා ජාත්‍යන්තර මට්ටමේ පරිසර හිතකාමී නගර නිර්මාණය, ඒ සඳහා අවශ්‍ය වන යටිතලපහසුකම් ජාත්‍යන්තර තත්ත්වයට උසස් කිරීම, වාණිජමය වශයෙන් වැදගත් ස්ථානවල පවතින යෝග්‍ය නොවන වෙළෙඳපොළවල් (කොටුව මාළු වෙළෙඳපොළ), පැල්පත් නිවාස හා යල්පැනගිය ගොඩනැගිලි ඉවත් කිරීම මගින් එම ඉඩම් නව සංවර්ධන ව්‍යාපෘති සඳහා යොමු කිරීම, ප්‍රවාහන, මහා මාර්ග, ජලය, විදුලිය වැනි පහසුකම් ජාත්‍යන්තර මට්ටමට පත් කිරීමට කටයුතු කරමින් පවතී. මීට සමගාමීව ප්‍රාදේශීය වශයෙන් ද ප්‍රධාන නගර සංවර්ධනය හා එම නගර මහා මාර්ග, අධිවේගී මාර්ග මගින් සම්බන්ධ කිරීමට කටයුතු කිරීම. එසේම නිදහස් ආයෝජන කලාප, නිදහස් වරාය හා ගුවන් තොටුපල ඇතිකිරීම, ජාත්‍යන්තර සම්මන්ත්‍රණ ශාලා ඉදිකිරීම හා පවතින ස්ථාන නවීකරණය වැනි කටයුතු මගින් ආයෝජකයන් ආකර්ෂණය කර ගැනීමට කටයුතු කරමින් සිටී.

දැනුම් කේන්ද්‍රය

දැනුම් කේන්ද්‍රය උපායමාර්ගික වශයෙන් සංවර්ධනය කිරීමේ අරමුණු වූයේ රට තුළ සිටින විවිධ වෘත්තීන්වල නියැලී උගත් තරුණ පරපුරෙන් ප්‍රයෝජන ගැනීම, අධ්‍යාපන පද්ධතිය වැඩිදියුණු කිරීම, පර්යේෂණ හා සංවර්ධන කටයුතු පුළුල් කිරීම, විදේශීය සිසුන් සඳහා අධ්‍යාපන පහසුකම් විවෘත කිරීම මගින් විදේශ විනිමය ඉපයීම, උසස් අධ්‍යාපනය සඳහා විදේශගත වන තරුණ පරපුරට අවශ්‍ය පහසුකම් රට තුළ ඇතිකිරීම යනාදිය යි. එසේම මෙමගින් අනෙකුත් කේන්ද්‍රයන්ට අවශ්‍ය වෘත්තිකයන් හා ආදාළ කේෂේත්‍රවල සුදුසුකම් සහිත ශ්‍රමිකයන් රට තුළින්ම සපුරා ගැනීමට කටයුතු කිරීම අරමුණු වේ.

බලශක්ති කේන්ද්‍රය

ඉතා සීග්‍රයෙන් ඉහළ යන බලශක්ති ඉල්ලුම සපුරාගැනීම සඳහා ලොව බොහෝ රටවල් පොසිල ඉන්ධන නැතහොත් භූමිය අභ්‍යන්තරයෙන් ලබාගන්නා ඉන්ධන මත ප්‍රධාන වශයෙන් රඳා පවතී. මේ නිසා ඇති වන වෙළෙඳපොළ මිල උච්ඡාවචනයන්ගෙන් බොහෝ රටවලට පීඩා විඳීමට සිදුවේ. එසේම මෙම පොසිල ඉන්ධන ක්ෂයවෙමින් පවතින අතර ශ්‍රී ලංකාව පරිසර හිතකාමී පුණර්ජනනීය බලශක්ති ප්‍රභවයන් වන සුළං, හිරුඑළිය වැනි ප්‍රභවයන් කෙරෙහි වැඩි අවධානයක් යොමුකර කටයුතු කරමින් සිටී. මෙහි ප්‍රධාන අවාසිය වනුයේ පොසිල ඉන්ධන සමඟ සැසඳීමේදී මෙම ප්‍රභවයන් සඳහා ඉහළ මූලික පිරිවැයක් දැරීමට සිදු වීමයි. එසේ වුවද අනාගත තාක්ෂණික දියුණුවත් සමග මෙහි පිරිවැය අඩු වියහැක. එසේම මේ යටතේ උතුරු නැගෙනහිර මුහුදු කලාපයේ පවතින පොසිල ඉන්ධන නිධි හඳුනා ගැනීමට කටයුතු කිරීම හා ඒවා ආයෝජකයන් සඳහා ලබාදීමට කටයුතු කර ඇත. මෙම ගෑස් හා තෙල් නිධි වාණිජමය වශයෙන් (වාණිජ ශක්‍යතාවයකින්) භාවිතා කළ හැකි ලෙස ලබාගතහැකි වුවහොත් රටට එමගින් ක්ෂේත්‍ර ගණනාවකින් ඉමහත් ප්‍රතිලාභ ගෙන දෙනු ඇත. මේ සඳහා තවදුරටත් මන්නාරම් ද්‍රෝණියේ ගවේෂණ කටයුතු සිදු කෙරෙමින් පවතී.

සංචාරක කේන්ද්‍රය

ශ්‍රී ලංකාවේ පිහිටීම හා ඉතිහාසය සලකා බැලීමේදී සංචාරකයින්ගේ ආකර්ෂණයට ලක්වන හා ආකර්ෂණය කරගතහැකි ස්ථාන හා අංග රාශියකගේ සංකලනයක් රටතුළ දක්නට ඇත. එනම්, දිවයින වටා පැතිරුණු ආකර්ෂණීය පිරිසිදු මුහුදු තීරයක්, ඉස්තරම් භූවිෂමතා සහිත ප්‍රදේශ, ජෛවවිවිධත්වයෙන් ඉතා අනර්ඝ පරිසර පද්ධතියක් හා දිගු ඉතිහාසයක් සහිත සංස්කෘතියක උරුමය මේ අතර ප්‍රධාන වේ. මෙම සංචාරකයින් ආකර්ෂණය කරගතහැකි ස්ථාන කරා ඉතා කෙටි කාලයක් තුළ ළඟාවිය හැකි වීම මෙහිදී ඉතා වැදගත් වේ. එසේම, 2009 දී රට අභ්‍යන්තරයේ පැවති ත්‍රස්තවාදී ගැටුම් අවසන් වීමත් සමඟ ඉහළ සංචාරක ආකර්ෂණයක් දක්නට ලැබුණි. එබැවින්, ප්‍රධාන පංචබල කෙන්ද්‍රයන්ට සමගාමීව සංචාරක අංශයද උපාය මාර්ගික වශයෙන් හඳුනාගෙන ප්‍රවර්ධනයට කටයුතු කරන ලදි.

සංචාරක කේන්ද්‍රයක් වශයෙන් සංවර්ධනය කිරීමේදී සංචාරකයින්ට අවශ්‍ය නවීන පහසුකම් සහිත හෝටල් ඉදිකිරීම, විනෝද ස්ථාන ඇති කිරීම, ජාත්‍යන්තර මට්ටමේ පහසුකම් සහිත ආපනශාලා විවෘත කිරීමට කටයුතු කිරීම වැනි කටයුතු ප්‍රධාන වේ. එසේම, මේ සඳහා අවශ්‍ය මානව සම්පත් පුහුණු කිරීම හා සංවර්ධනය සංචාරක කර්මාන්තයේ ප්‍රගතියට අත්‍යවශ්‍ය කරුණු වේ. සංචාරකයන් ආකර්ෂණයකර ගැනීමේදී ලෝකයේ නව සංචාරක උපනතීන් සලකා බැලීමත්, සංචාරකයින්ගේ වියදම් රටා හා ගැලපෙන අයුරින් පහසුකම් සංවර්ධනයත් ඉතා වැදගත් වනු ඇත.

අනාගත අභියෝග

ආර්ථික සංවර්ධනයේදී කෘෂිකාර්මික අංශයේ දායකත්වය ඉහළ නැංවීමට ඵලදායීත්වයෙන් ඉහළ බීජ හඳුන්වාදීම, යෝග්‍ය වාරි කළමනාකරණය, පසු අස්වනු කළමනාකරණය හා කෘෂි බෝග විවිධාංගීකරණය අත්‍යවශ්‍ය සාධක වේ. තවද, කුඩා වගාබිම් ඒකාබද්ධකර වගා කිරීමට ගොවින් පෙළඹවීම මඟින් පරිමාණික වාසි ලබාගැනීමට කටයුතු කිරීම ද මේ සඳහා ගොවි සමාගම් පිහිටුවීම වැනි උපක්‍රම ද සලකා බැලිය හැක.

ශ්‍රී ලංකා ආර්ථික ඉහළ මැදි ආදයම් තත්ත්වය කරා ගමන් කරමින් සිටින බැවින් නිෂ්පාදන කටයුතු විවිධාංගීකරණය, ඉහළ එකතුකළ අගයන් සහිත නිෂ්පාදන හඳුන්වාදීම සඳහා නව සොයාගැනීම් සඳහා පර්යේෂණ හා සංවර්ධන කටයුතු කිරීම ඉතා වැදගත් වේ. එසේම, සෘජු විදේශ ආයෝජන ආකර්ෂණය කර ගැනීම සඳහා දිරිගැන්වීම් ලබාදීම, කාර්මික කලාප ඇතිකිරීම, පොදු උපයෝගීතා හා යටිතල පහසුකම් සංවර්ධනය කිරීමද අත්‍යවශ්‍ය කරුණු වේ.

රාජ්‍ය ණය කළමනාකරණය හා රාජ්‍ය මූල්‍ය ස්ථාවරත්වයක් ඇතිකර ගැනීම ආර්ථික වර්ධනය අඛණ්ඩව පවත්වා ගැනීම සඳහා ඉතා වැදගත් වේ. එසේම, ආයෝජන ඉහළ දැමීමත් මේ සඳහා අත්‍යවශ්‍ය සාධකයක් වන බැවින් රාජ්‍ය මූල්‍ය කළමනාකරණයේදී අදායම් වැඩිකර ගැනීම හා රාජ්‍ය ආයෝජනය ඉහළ දැමීමට කටයුතු කිරීම රාජ්‍ය වියදම් කපාහැරීමට වඩා යෝග්‍ය වේ.

ගෝලීය ආර්ථික හා වෙළෙඳපොළ විචලනයන් තුළින් දේශීය ආර්ථිකයට සිදුවන බලපෑම් අවම කිරීම සඳහා අපනයන නිෂ්පාදන හා වෙළෙඳපොළ විවිධාංගීකරණය අත්‍යවශ්‍ය වේ.

ආර්ථික සංවර්ධනයේදී අත්‍යවශ්‍යම සාධක වන මූල්‍ය හා ප්‍රාග්ධන වෙළෙඳපොළ ශක්තිමත් කිරීම හා නම්‍යතාව ඉහළනැංවීමට කටයුතු කිරීම අත්‍යවශ්‍ය වේ. මෙහිදී, මූල්‍ය ආයතන, උපකරණ හා වෙළෙඳපොළ යටිතල පහසුකම් සංවර්ධනයට අවධානය යොමු කළ යුතුවේ. විශේෂයෙන් ම මූල්‍ය හා ප්‍රාග්ධන වෙළෙඳපොළ උපකරණවල ද්‍රවශීලතාව නැතහොත් පහසුවෙන් මුදල් බවට පත්කර ගැනීමේ හැකියාව ඉහළ නැංවීම සඳහා මූල්‍ය හා ප්‍රාග්ධන වෙළෙඳපොළ යටිතල පහසුකම් සංවර්ධනය කාලෝචිත හා අත්‍යවශ්‍ය කාර්යක් වේ.

දියුණු ආර්ථික යථාතත්ත්වයට පත්වීමත් සමඟ එම රටවල් ලිහිල් මූල්‍ය හා පිස්කල් ප්‍රතිපත්තිවලින් ක්‍රමිකව ඉවත්වීමත් සමඟ නැගී එන වෙළෙඳපොළ ආර්ථික හා සංවර්ධනය වෙමින් පවතින ආර්ථිකවල සාර්ව ආර්ථික කළමනාකරණය ඉතා අභියෝගාත්මක වේ. දේශීය මූල්‍ය වෙළෙඳපොළ අවිනිශ්චිතතා ඉහළ යෑමෙන් විදේශීය ආයෝජකයන් ඔවුන්ගේ ආයෝජන යථාතත්ත්වයට පත්වන ආර්ථිකය කරා විතැන් කිරීමෙන් මෙම තත්ත්වය තවදුරත් තීව්‍ර විය හැක.

මූලාශ්‍ර

1. ශ්‍රී ලංකා මහ බැංකු වාර්ෂික වාර්තා 2012, 2013.
2. ශ්‍රී ලංකා මහ බැංකු පුවත්පත් නිවේදන 2014.
3. Christine Lagarde, Managing Director, IMF, April 2, 2014, "The Road to Sustainable Global Growth - The Policy Agenda˜ speech at the School of Advanced International Studies, Washington, DC.
4. WORLD ECONOMIC OUTLOOK - April 2014 and Update July 24, 2014, World Economic and Financial Surveys, International Monetary Fund, Publication Services, P.O. Box 92780, Washington, DC 20090, U.S.A.

රාජගිරිය, ශ්‍රී ජයවර්ධනපුර මාවතේ, අංක 58 දරන ස්ථානයේ පිහිටි ශ්‍රී ලංකා මහ බැංකු මුද්‍රණාලයේ මුද්‍රණය කරන ලදුව,
ශ්‍රී ලංකා මහ බැංකුවේ සන්නිවේදන දෙපාර්තමේන්තුව විසින් නිකුත් කරන ලදී.