# 09 : විදේශ වෙළෙඳාමේ න්‍යායාත්මක පදනම විග්‍රහ කරමින් විදේශ වෙළෙඳාම ශ්‍රී ලංකා ආර්ථිකය කෙරෙහි ඇති කරන බලපෑම ගවේෂණය කරයි.

## 9.1 : අන්තර්ජාතික වෙළෙඳාමට පදනම් වූ සාධක විමර්ශනය කරයි.

- අන්තර්ජාතික වෙළෙඳාම අර්ථ දක්වයි.
- අන්ත්‍ර්ජාතික වෙළෙඳාමට පදනම් වූ නිරපේක්ෂ වාසි න්‍යායය අර්ථ දක්වයි.
- ඒ ඒ රටට නිරපේක්ෂ වාසි ලැබෙන ආකාරය සංඛ්‍යා නිදසුන් මගින් පැහැදිලි කරයි.
- නිරපේක්ෂ වාසි හට ගැනීමට හේතු දක්වයි.
- අන්තර්ජාතික වෙළෙඳාමට පදනම් වූ සාපේක්ෂ වාසි න්‍යායය අර්ථ දක්වයි.
- සාපේක්ෂ වාසි න්‍යායය පදනම් වන උපකල්පන දක්වයි.
- සංඛ්‍යා නිදසුන් යොදා ගනිමින් සාපේක්ෂ වාසි ලැබෙන ආකාරය පැහැදිලි කරයි.
- අභ්‍යන්තර හුවමාරු අනුපාතිකය පැහැදිලි කරයි.
- අන්තර්ජාතික වෙළෙඳාමට ප්‍රවේශ වීම සඳහා අන්‍යෝන්‍ය වශයෙන් වාසිදායි බාහිර හුවමාරු අනුපාතය ගණනය කරයි.
- සාපේක්ෂ වාසි හට ගන්නා මූලාශ්‍ර (හේතු) සඳහන් කරයි.
- තරගකාරිත්වයේ වාසිය අන්තර්ජාතික වෙළෙඳාමට බලපාන ආකාරය පැහැදිලි කරයි.
- අන්තර්ජාතික වෙළෙඳාමේ දී ඇති වන ස්ථිතික වාසි හා ගතික වාසි පැහැදිලි කරයි.

### අන්තර්ජාතික වෙළෙඳාම

- ලෝකයේ කිසියම් රටක් තවත් රටක් හෝ රටවල් කිහිපයක් හෝ සමඟ හෝ භාණ්ඩ හා සේවා හුවමාරු කර ගැනීම විදේශ වෙළෙඳාම හෙවත් අන්තර්ජාතික වෙළෙඳාම ලෙස හැඳින්වේ.
- **අන්තර්ජාතික වෙළෙඳාම ප්‍රධාන කොටස් දෙකකට බෙදා වෙන් කළ හැකි ය.**
  - අපනයන වෙළෙඳාම
  - ආනයන වෙළෙඳාම

### අන්තර්ජාතික වෙළෙඳාමට සම්බන්ධ වන රටවලට අත්වන වාසි

- අතිරික්ත නිෂ්පාදනය අලෙවි කිරීම සඳහා විදේශ වෙළෙඳපොළවල් සොයා ගත හැකි වීම.
- දේශීය වශයෙන් නිෂ්පාදනය කළ නොහැකි භාණ්ඩ විදේශ රටවලින් මිලට ගත හැකි වීම.
- සම්පත් කාර්යක්ෂම ව හා ඵලදායි ව නිෂ්පාදන කටයුතු සඳහා යොමු කිරීමට හැකි වීම.
- ගුණාත්මයෙන් යුත් භාණ්ඩ අඩු මිලට පරිභෝජනය කළ හැකි වීම.
- දියුණු තාක්ෂණය විදේශ රටවලින් ලබා ගත හැකි වීම.

- විදේශ ආයෝජන, විදේශ ණය හා විදේශ ආධාර ගලා ඒම වේගවත් වීම.
- අන්තර්ජාතික වෙළෙඳ කටයුතු දියුණු වීම හේතු කොට ගෙන ප්‍රවාහණ, බැංකු, රක්ෂණ වැනි සේවාවන් දියුණු වීම නිසා සේවා නියුක්ති ඉඩ ප්‍රස්තා ඉහළ යාම.
- ආර්ථික වර්ධනය වේගවත් කර ගත හැකි වීම.
- අන්තර්ජාතික ආර්ථික සහයෝගිතාව වර්ධනය කර ගත හැකි වීම.

- වෙළෙඳාමේ පදනම හා එකී පදනමට හේතු වන වෙළෙඳාමෙන් බිහි වන වාසි, එම වාසි නිර්මාණය වන අන්දම, රටවල් අතර බෙදී යන ආකාරය හා වෙළෙඳාමේ දිශාව ආදිය තීරණය කරන සාධක පැහැදිලි කිරීම සඳහා වෙළෙඳ න්‍යායන් ගණනාවක් බිහි ව ඇත.
- **අන්තර්ජාතික වෙළෙඳාමට පදනම් වන ප්‍රධාන න්‍යායන් දෙකකි.**
    1. නිරපේක්ෂ වාසි න්‍යායය
    2. සාපේක්ෂ වාසි න්‍යායය

## නිරපේක්ෂ වාසි න්‍යායය

- වෙළෙඳාමේ පදනම හා වෙළෙඳාමෙන් වාසි බිහි වන ආකාරය පැහැදිලි කිරීම සඳහා ඇඩම් ස්මිත් (1776) නැමැති ආර්ථික විද්‍යාඥයා විසින් නිරපේක්ෂ වාසි න්‍යායය ඉදිරිපත් කර ඇත.
- කිසියම් රටකට කිසියම් භාණ්ඩයක් වෙනත් රටකට වඩා අඩු පිරිවැයකින් (වැඩි කාර්යක්ෂමතාවකින්) නිෂ්පාදනය කළ හැකි නම් එකී රටට එම භාණ්ඩය නිෂ්පාදනය කිරීම සඳහා නිරපේක්ෂ වාසි පවතින බවත්, එකී රටට කිසියම් භාණ්ඩයක් අඩු පිරිවැයකින් නිශ්පාදනය කළ නොහැකිනම් (වැඩි පිරිවැය /අඩු කාර්යක්ෂමතාව) ඒ රටට එම භාණ්ඩය නිෂ්පාදනය කිරීම සඳහා නිරපේක්ෂ අවාසි පවතින බවත් නිරපේක්ෂ වාසි න්‍යායයෙන් පෙන්වා දේ.
- රටවල් අන්තර්ජාතික වෙළෙඳාමේ යෙදෙන විට නිරපේක්ෂ වාසි ඇති භාණ්ඩ නිෂ්පාදනය විශේෂීකරණය කොට එහි අතිරික්තය නිරපේක්ෂ අවාසි ඇති භාණ්ඩය සමඟ හුවමාරු කර ගැනීමෙන් හුවමාරුවට සම්බන්ධ රටවලට අන්‍යෝන්‍ය වශයෙන් වාසි ලබා ගත හැකි බව නිරපේක්ෂ වාසි න්‍යායයෙන් පෙන්වා දේ.
- **නිරපේක්ෂ වාසි න්‍යායය හඳුනා ගැනීම සඳහා භාවිත කළ හැකි ප්‍රවේශ දෙකකි. එනම්,**
    1. යෙදවුම් ප්‍රවේශය
    2. නිමවුම් ප්‍රවේශය

### යෙදවුම් ප්‍රවේශය

- යෙදවුම් ප්‍රවේශය යන්නෙන් අදහස් වන්නේ කිසියම් රටක් තවත් රටකට වඩා අඩු සම්පත් ඒකක ප්‍රමාණයකින් නිපදවිය හැකි භාණ්ඩය අපනයනය කිරීමෙනුත්, වැඩි සම්පත් ඒකක ප්‍රමාණයකින් නිපදවිය හැකි භාණ්ඩය ආනයනය කිරීමෙනුත් දෙරටට ම වාසි අත් වන බව යි.

නිදසුන් : **නිමැවුම් ඒකකයක් සඳහා අවශ්‍ය ශ්‍රම ඒකක ප්‍රමාණය**

| භාණ්ඩය | ශ්‍රී ලංකාව | ඉන්දියාව |
|---|---|---|
| සහල් | (5) | 8 |
| රෙදි | 4 | (2) |

- ඉහත නිදසුනේ සහල් කිලෝ එකක් නිපදවීම සඳහා අවශ්‍ය ශ්‍රම ඒකක ප්‍රමාණය ඉන්දියාවට වඩා ශ්‍රී ලංකාවේ අඩු ය. ඉන්දියාවට සහල් කිලෝ 1ක් නිපදවීම ශ්‍රම ඒකක 8ක් අවශ්‍ය වුවත් ශ්‍රී ලංකාවට ඒ සඳහා අවශ්‍ය වන්නේ ශ්‍රම ඒකක 5කි. මේ නිසා ශ්‍රී ලංකාවට සහල් නිපදවීම සම්බන්ධ නිරපේක්ෂ වාසි පවතී.

- ඉහත නිදසුනේ රෙදි මීටරයක් නිපදවීම සඳහා අවශ්‍ය ශ්‍රම ඒකක ප්‍රමාණය ශ්‍රී ලංකාවට වඩා ඉන්දියාවේ අඩු ය. ශ්‍රී ලංකාවේ රෙදි මීටරයක් නිපදවීමට ශ්‍රම ඒකක 4ක් අවශ්‍ය වූව ද ඉන්දියාවට ඒ සඳහා අවශ්‍ය වන්නේ ශ්‍රම ඒකක 2කි. මේ නිසා ඉන්දියාවට රෙදි නිපදවීම සම්බන්ධ නිරපේක්ෂ වාසි පවතී.

- ශ්‍රී ලංකාව සහ ඉන්දියාව යන රටවල් දෙක වෙළෙඳාමට සම්බන්ධ වන විට, ශ්‍රී ලංකාව සහල් නිෂ්පාදනය විශේෂීකරණය කොට එහි අතිරික්තය ඉන්දියාවට අපනයනය කිරීමෙනුත්, ඉන්දියාව රෙදි නිෂ්පාදනය විශේෂීකරණය කොට එහි අතිරික්තය ශ්‍රී ලංකාවට අපනයනය කිරීමෙනුත් දෙරටට ම වාසි ලබා ගත හැකි ය.

**නිමවුම් ප්‍රවේශය**

- නිමැවුම් ප්‍රවේශය යනුවෙන් අදහස් වන්නේ කිසියම් රටකට තවත් රටකට සාපේක්ෂ ව, යෙදවුම් ඒකකයකින් ලබා ගත හැකි නිමැවුම් ඒකක ප්‍රමාණය වැඩි නම් එම භාණ්ඩය අපනයනය කිරීමෙනුත්, යෙදවුම් ඒකකයකින් ලබා ගත හැකි නිමැවුම් ඒකක ප්‍රමාණය අඩු නම් එම භාණ්ඩය ආනයනය කිරීමෙනුත් දෙරටට ම වාසි අත්වන බව යි.

- ඉහත යෙදවුම් ප්‍රමාණය හා සම්බන්ධ නිදසුන සැලකිල්ලට ගත් විට ශ්‍රී ලංකාවට සහ ඉන්දියාවට ශ්‍රම ඒකකයකින් නිපදවිය හැකි නිමැවුම් ඒකක ප්‍රමාණය පිළිබඳ තොරතුරු පහත වගු සටහනෙහි දැක්වේ.

**ශ්‍රම ඒකකයකින් නිපදවිය හැකි නිමවුම් ඒකක ප්‍රමාණය**

| භාණ්ඩය | ශ්‍රී ලංකාව | ඉන්දියාව |
|---|---|---|
| සහල් (කි.ග්‍රෑම්) | $\frac{1}{5}$ | $\frac{1}{8}$ |
| රෙදි (මීටර්) | $\frac{1}{4}$ | $\frac{1}{2}$ |

- ශ්‍රී ලංකාවට ශ්‍රම ඒකකයකින් නිපදවිය හැකි සහල් ඒකක ප්‍රමාණය ඉන්දියාවට වඩා වැඩි ය.ඉන්දියාවේ ශ්‍රම ඒකකයක් මගින් නිපදවනු ලබන්නේ සහල් කිලෝ ග්‍රෑම් $\frac{1}{8}$ ක් වුවත් ශ්‍රී

ලංකාව ශ්‍රම ඒකකයකින් සහල් කිලෝ ග්‍රෑම් $\frac{1}{5}$ ක්නිපදවයි. මේ නිසා සහල් සම්බන්ධ නිරපේක්ෂ වාසි ශ්‍රී ලංකාවට පවතී.

- රෙදි සම්බන්ධයෙන් ගත් විට ඉන්දියාව ශ්‍රම ඒකකයකින් නිපදවිය හැකි රෙදි ඒකක ප්‍රමාණය ශ්‍රී ලංකාවට වඩා වැඩි ය. ශ්‍රී ලංකාවේ ශ්‍රම ඒකකයකින් රෙදි මීටර් $\frac{1}{4}$ ක් නිපදවන අතර ඉන්දියාවේ ශ්‍රම ඒකකයකින් රෙදි මීටර් $\frac{1}{2}$ක් නිපදවයි. මේ නිසා රෙදි සම්බන්ධ නිරපේක්ෂ වාසි ඉන්දියාවට පවතී.

- නිමැවුම් ප්‍රවේශය හා සම්බන්ධ තොරතුරුවලින් හෙළිවන්නේ ද ශ්‍රී ලංකාව සහ ඉන්දියාව දෙරට අතර වෙළෙඳාමට සම්බන්ධ වන විට ශ්‍රී ලංකාව ඉන්දියාවට සහල් අපනයනය කිරීමෙනුත්, ඉන්දියාව ශ්‍රී ලංකාවට රෙදි අපනයනය කිරීමෙනුත් දෙරටට ම වාසි අත් කර ගත හැකි බව යි.

**නිරපේක්ෂ වාසි හට ගැනීම කෙරෙහි බලපාන හේතු (මූලාශ්‍ර)**

- දේශගුණයේ සුවිශේෂත්වය
- සම්පත් උරුමය
- සාධක සුලබතාව
- කීර්ති නාමය
- ඓතිහාසික හේතු

- කිසියම් රටකට කිසිදු භාණ්ඩයක් සම්බන්ධයන් නිරපේක්ෂ වාසි හිමි නොවන විට, එනම් එක් රටකට භාණ්ඩ දෙවර්ගය ම නිෂ්පාදනය කිරීමේ නිරපේක්ෂ වාසි හිමි වන විට, අන්‍යෝන්‍ය වශයෙන් වාසි සහගත වෙළෙඳාමකට පදනමක් බිහි නොවේ. මෙය නිරපේක්ෂ වාසි න්‍යායයේ ප්‍රධාන ගැටලුවකි. නිදසුන් : A හා B යන දෙරටට ශ්‍රම ඒකකයකින් නිපදවිය හැකි පරිගණක සහ ගුවන්විදුලි යන්ත්‍ර ප්‍රමාණය පිළිබඳ තොරතුරු පහත වගු සටහනෙහි දැක්වේ.

**ශ්‍රම ඒකකයකින් බිහි වන නිමවුම් ඒකක ප්‍රමාණය**

| භාණ්ඩය | A රට | B රට |
|---|---|---|
| ගුවන් විදුලි යන්ත්‍ර | (12) | 2 |
| පරිගණක යන්ත්‍ර | (6) | 4 |

- වගු සටහනෙහි දැක්වෙන ආකාරයට පරිගණක හා ගුවන් විදුලි යන්ත්‍ර යන භාණ්ඩ දෙක ම සම්බන්ධයෙන් නිරපේක්ෂ වාසි A රටට පවතී.

- B රටට කිසි දු භාණ්ඩයක් සම්බන්ධයෙන් නිරපේක්ෂ වාසි නොපවතී. මේ නිසා නිරපේක්ෂ වාසි න්‍යාය අනුව A රට හා B රට අතර වෙළෙඳාමක් සිදු නොවේ.

- නිරපේක්ෂ වාසි න්‍යායයේ පවතින මෙම දුර්වලතාව ඉවත් කිරීම සඳහා සාපේක්ෂ වාසි න්‍යාය ඉදිරිපත් වී තිබේ.

## සාපේක්ෂ වාසි න්‍යාය

- සාපේක්ෂ වාසි න්‍යායය ඉදිරිපත් කරන ලද්දේ ඩේවිඩ් රිකාඩෝ (1817) නැමැති ආර්ථික විද්‍යාඥයා විසින් ය.
- සාපේක්ෂ වාසි න්‍යායයෙන් පෙන්වා දෙන පරිදි රටකට කිසිදු භාණ්ඩයක් සම්බන්ධයෙන් නිරපෙක්ෂ වාසි නොලැබුණා වුව ද විදේශ වෙළෙඳාමට සම්බන්ධ වී වාසි ලබා ගත හැකි ය.
- කිසියම් රටකට කිසියම් භාණ්ඩයක් වෙනත් රටකට සාපේක්ෂ ව අඩු ආවස්ථික පිරිවැයකින් නිෂ්පාදය කළ හැකි නම් එකී රටට එම භාණ්ඩය නිෂ්පාදනය කිරීම සඳහා සාපේක්ෂ වාසි පවතින බවත් කිසියම් රටකට කිසියම් භාණ්ඩයක් නිපදවීමේ දී වෙනත් රටකට සාපේක්ෂ ව වැඩි ආවස්ථික පිරිවැයක් දැරීමට සිදු වේ නම් එම රටට එම භාණ්ඩය නිෂ්පාදනය කිරීම සඳහා සාපේක්ෂ අවාසි පවතින බවත් සාපේක්ෂ වාසි න්‍යායයෙන් ප්‍රකාශ කෙරේ.
- රටවල් අන්තර්ජාතික වෙළෙඳාමේ යෙදෙන විට සාපේක්ෂ වාසි ඇති භාණ්ඩ නිෂ්පාදනය විශේෂීකරණය කොට එහි අතිරික්තය අපනයනය කිරීමෙනුත් වෙළෙඳාමට සම්බන්ධ වන රටවලට වැඩි වාසි අත් කර ගත හැකි බව සාපේක්ෂ වාසි න්‍යායයෙන් පෙන්වා දෙයි.

### සාපේක්ෂ වාසි න්‍යායය පදනම් කර ගනු ලබන උපකල්පන

1. පූර්ණ සාධක සංචලතාව

   එක් කර්මාන්තයක් සඳහා යොදා ගනු ලබන නිෂ්පාදන සම්පත් කාර්යක්ෂමතාවයේ කිසිදු වෙනස්කමකින් තොර ව වෙනත් කර්මාන්තයක් සඳහා යොදා ගත හැකි වීම පූර්ණ සාධක සංචලතාව යන්නෙන් අදහස් වේ.

2. ස්ථාවර පරිමාණානුකූල ඵල

   කිසියම් කර්මාන්තයක භාවිත කරන යෙදවුම් ප්‍රමාණය වෙනස් කරනු ලැබූ විට එයට සමානුපාතික ව නිමවුම් ප්‍රමාණය ද වෙනස් වේ. නිදසුන් : යෙදවුම් දෙගුණ කළ විට නිමැවුම ද දෙගුණ වේ.

3. නිෂ්පාදනය හෝ පරිභෝජනය හෝ ආශ්‍රයෙන් බාහිරතා හට නොගනී.
4. ප්‍රවාහණ පිරිවැය සැලකිල්ලට නොගැනීම

- **සාපේක්ෂ වාසි න්‍යායය හඳුනා ගැනීම සඳහා ද භාවිත කළ හැකි ප්‍රවේශ දෙකකි එනම්,**
    - නිමැවුම් ප්‍රවේශය
    - යෙදවුම් ප්‍රවේශය

### නිමැවුම් ප්‍රවේශය

- නිමැවුම් ප්‍රවේශයේ දී කිසියම් යෙදවුම් ඒකකයකින් නිපදවිය හැකි නිමැවුම් ඒකක ප්‍රමාණය මත පදනම් වෙමින් භාණ්ඩ වර්ග දෙකක් හා සම්බන්ධ රටවල් දෙකෙහි ආවස්ථික පිරිවැය ගණනය කොට එම ආවස්ථික පිරිවැය සැලකිල්ලට ගනිමින් දෙරටට ම වෙළෙඳාමට සම්බන්ධ විය හැකි ආකාරය පෙන්වා දේ. නිදසුන් : ස්විට්සර්ලන්තය සහ ජර්මනිය යන රටවලට අදාළ ව ඔරලෝසු හා රූපවාහිනී යන්ත්‍ර නිපදවීම සම්බන්ධයෙන් ශ්‍රම ඒකකයක නිමැවුම් පිළිබඳ තොරතුරු පහත වගුවේ දැක් වේ.

| භාණ්ඩය | ස්විට්සර්ලන්තය | ජර්මනිය |
| --- | --- | --- |
| ඔරලෝසු | 4 | 20 |
| රූපවාහිනී | 6 | 10 |

- ඉහත වගුවේ දක්වන තොරතුරුවලට අනුව භාණ්ඩ වර්ග දෙක සම්බන්ධයෙන් දෙරටේ ආවස්ථික පිරිවැය පිළිබඳ තොරතුරු පහත පරිදි වේ.

**ඔරලෝසු ඒකකයක් නිපදවීමේ ආවස්ථික පිරිවැය**

ස්විට්සර්ලන්තය $= \frac{6}{4} = 1.5$ (රූපවාහිනී ඒකක)

ජර්මනිය $= \frac{10}{20} =0.5$ (රූපවාහිනී ඒකක)

**රූපවාහිනී ඒකකයක් නිපදවීමේ ආවස්ථික පිරිවැය**

ස්විට්සර්ලන්ත $= \frac{4}{6} = 0.67$ (ඔරලෝසු ඒකක)

ජර්මනිය $= \frac{20}{10} = 2$ (ඔරලෝසු ඒකක)

- ඉහත තොරතුරුවලට අනුව ඔරලෝසු නිපදවීමේ සාපේක්ෂ වාසි ජර්මනියට හිමි වේ. ඊට හේතුව ස්විට්සර්ලන්තයේ ඔරලෝසු ඒකකයක් නිපදවීමේ ආවස්ථික පිරිවැයට වඩා අඩු ආවස්ථික පිරිවැයක් ජර්මනියෙහි පැවතීම යි.
- ජර්මනියේ ඔරලෝසු ඒකකයක් නිපදවීමේ ආවස්ථික පිරිවැය රූපවාහිනී ඒකක 0.5කි. එහෙත් ස්විට්සර්ලන්තයේ එම අගය 1.5කි.
- රූපවාහිනී නිපදවීම සම්බන්ධ ව සාපේක්ෂ වාසි හිමි වන්නේ ස්විට්සර්ලන්තයට යි.
- රූපවාහිනී ඒකකයක් නිපදවීමේ දී ස්විට්සර්ලන්තයේ ආවස්ථික පිරිවැය ඔරලෝසු ඒකක 0.67කි. ඒ අනුව රූපවාහිනී සම්බන්ධයෙන් අඩු ආවස්ථික පිරිවැයක් ස්විට්සර්ලන්තයට පවතී.
- දෙරටේ භාණ්ඩ වර්ග දෙක නිපදවීම සම්බන්ධයෙන් ගණනය කරන ලද ආවස්ථික පිරිවැය තොරතුරු අනුව ස්විට්සර්ලන්තය අඩු ආවස්ථික පිරිවැයක් සහිත රූපවාහිනී යන්ත්‍ර නිෂ්පාදනය විශේෂීකරණය කොට එහි අතිරික්තය ජර්මනියට අපනයනය කිරීමෙනුත්, ජර්මනියට අඩු ආවස්ථික පිරිවැයක් සහිත ඔරලෝසු නිෂ්පාදනය විශේෂීකරණය කොට එහි අතිරික්තය ස්විට්සර්ලන්තයට අපනයනය කිරීමෙනුත් දෙරටට ම විදේශ වෙළෙඳාමට සම්බන්ධ වී වාසි ලබා ගත හැකි ය.
- එක් එක් රට සාපේක්ෂ වාසි ඇති භාණ්ඩය නිෂ්පාදනය විශේෂීකරණය කොට අතිරික්තය නිෂ්පාදන රටවල් අතර හුවමාරු කර ගනු ලබන්නේ කිසියම් අනුපාතයක් යටතේ ය.

- යම් අනුපාතයක් යටතේ හුවමාරුව සිදු කර ගනු ලබන්නේ ඒ හුවමාරුවෙන් දෙරටට ම වාසි අත් වන්නේ නම් පමණි.

- **දෙරටට ම අන්‍යෝන්‍ය වශයෙන් වාසිදායක හුවමාරු අනුපාතය ගණනය කිරීමේ දී ඊට අදාළ වන හුවමාරු අනුපාත ස්වරූප දෙකක් පවතී.**
    1. අභ්‍යන්තරික හුවමාරු අනුපාතය
    2. බාහිර හුවමාරු අනුපාතය

**අභ්‍යන්තරික හුවමාරු අනුපාතය**

- විදේශ වෙළෙඳාමට පෙර ඒ ඒ රටවල් අතර භාණ්ඩ හුවමාරු වූ අනුපාතය අභ්‍යන්තර හුවමාරු අනුපාතය යි.

- සාපේක්ෂ වාසි පෙන්වීම සඳහා සැලකිල්ලට ගත් ස්විට්සර්ලන්තය හා ජර්මනිය සම්බන්ධ නිදසුනට අදාළ අභ්‍යන්තර හුවමාරු අනුපාතය පහත පරිදි ගණනය කළ හැකි ය.

**ශ්‍රම ඒකකයකින් නිපදවිය හැකි නිමවුම් ඒකක ප්‍රමාණය**

| භාණ්ඩය | ස්විට්සර්ලන්තය | ජර්මනිය |
|---|---|---|
| ඔරලෝසු | 4 | 20 |
| රූපවාහිනී | 6 | 10 |

- **ස්විට්සර්ලන්තයේ අභ්‍යන්තර හුවමාරු අනුපාතය**

ඔරලෝසු 4 : රූපවාහිනී 6

ඔරලෝසු 1 : රූපවාහිනි 1.5

රූපවාහිනි 6 : ඔරලෝසු 4

රූපවාහිනි 1 : ඔරලෝසු 0.67

- **ජර්මනියේ අභ්‍යන්තර හුවමාරු අනුපාතය**

ඔරලෝසු 20 : රූපවාහිනී 10

ඔරලෝසු 1 : රූපවාහිනී 0.5

රූපවාහිනි 10 : ඔරලෝසු 20

රූපවාහිනි 1 : ඔරලෝසු 2

- දෙරටේ භාණ්ඩ වර්ග දෙකෙහි ආවස්ථික පිරිවැය තත්ත්වයන් සැලකිල්ලට ගෙන ජර්මනියට ඔරලෝසු සම්බන්ධවත්, ස්විට්සර්ලන්තයට රූපවාහිනි සම්බන්ධවත් සාපේක්ෂ වාසි පවතින බව පෙර දී සඳහන් කෙරිණි.

- සාපේක්ෂ වාසිය ඇති භාණ්ඩය හුවමාරු කර ගනිමින් දෙරට වෙළෙඳාමට සම්බන්ධ විය යුත්තේ ඉහතින් ගණනය කරන ලද අභ්‍යන්තර හුවමාරු අනුපාතයට වඩා වාසිදායක තත්ත්වයක් ඇති වන පරිදි බාහිර හුවමාරු අනුපාතයක් තීරණය කර ගැනීමෙනි.

**බාහිර හුවමාරු අනුපාතය**

- බාහිර හුවමාරු අනුපාතය යනු වෙළෙඳාමට සම්බන්ධ වීම නිසා දෙරට අතර භාණ්ඩ හුවමාරු වන අනුපාතයයි.

- **ඉහත නිදසුන හා සම්බන්ධ දෙරටට ම අන්‍යොන්‍ය වශයෙන් වාසිදායක වන බාහිර හුවමාරු අනුපාතය පහත පරිදි වේ.**

| |
|---|
| ජර්මනියට ඔරලෝසු 1කට රූපවාහිනී 0.5ට වැඩි සහ 1.5ට අඩු |
| ස්විට්සර්ලන්තයට රූපවාහිනී 1 : ඔරලෝසු 0.67ට වැඩි සහ 2ට අඩු |

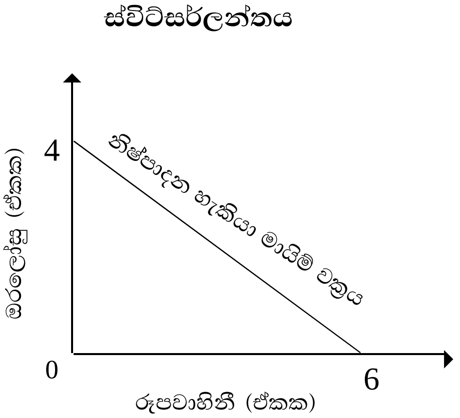
- මෙම පරාසයන්ට අයත් බාහිර හුවමාරු අනුපාත බොහෝ ප්‍රමාණයක් තිබිය හැකිය.ඒ ඕනෑම අනුපාතයක් යටතේ හුවමාරුව සිදු කර ගැනීමෙන් වෙළෙඳාමට සම්බන්ධ වී දෙරටට ම වාසි අත්කර ගත හැකි ය. එනම් ඉහළ පරිභෝජන මට්ටමක් කරා ළඟා විය හැකි ය.

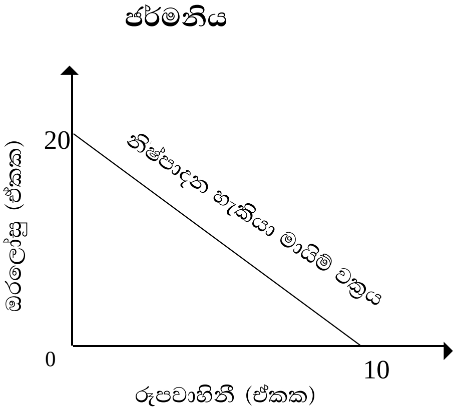
- ස්විට්සර්ලන්තය හා ජර්මනිය දෙරට ඉහත පරාසයනට අයත් වන

  | ඔරලෝසු 1 : රූපවාහිනී 1 |
  |---|

  යන බාහිර හුවමාරු අනුපාතය යටතේ වෙළෙඳාමට ප්‍රවේශ වන්නේ යැයි සිතමු. එවිට දෙරට වෙළෙඳාමට පිවිසීමට පෙර සිටියාට වඩා ඉහළ පරිභෝජන මට්ටමක කරා ළඟා වේ.

  නිදසුන් : විදේශ වෙළෙඳාමට සම්බන්ධ වීමට පෙර ස්විට්සර්ලන්තය සහ ජර්මනිය යන රටවල නිෂ්පාදන හැකියා මායිම් වක්‍ර පහත පරිදි වේ.



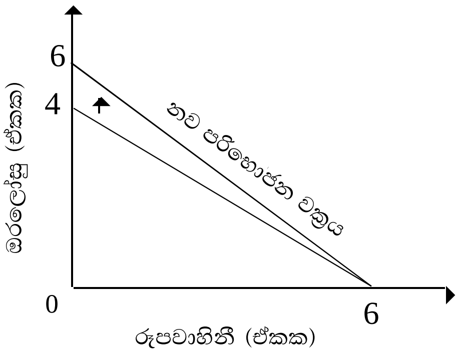




- ඉහත දී ගණනය කරන ලද අන්‍යොන්‍ය වශයෙන් වාසිදායක බාහිර හුවමාරු අනුපාතයට අයත් වන

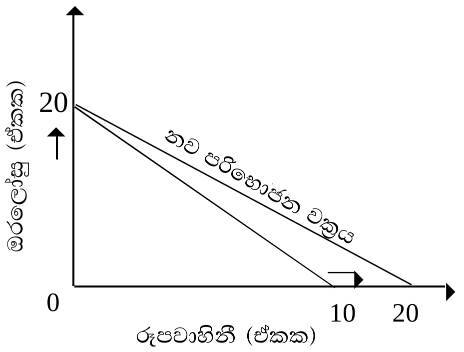
- ඔරලෝසු 1 : රූපවාහිනී අනුපාතය යටතේ සාපේක්ෂ වාසි භාණ්ඩය හුවමාරු කර ගැනීම නිසා දෙරට නව පරිභෝජන වක්‍රයක් කරා ළඟා වන ආකාරය පහත රූප සටහනින් දැක්වේ.


SRI LANKAN ECON TRUST

**ස්විට්සර්ලන්තය**




**ජර්මනිය**




- අන්‍යෝන්‍ය වශයෙන් වාසිදායි බාහිර හුවමාරු අනුපාතයක් යටතේ වෙළෙඳාමට සම්බන්ධ වී හුවමාරු වාසි (ඉහළ පරිභෝජන මට්ටමක් ළඟා කර ගැනීම) ළඟා කර ගන්නා සේ ම වෙළෙඳාමට ප්‍රවේශ වීම නිසා විශේෂීකරණයේ වාසි ද ලබා ගත හැකි ය.

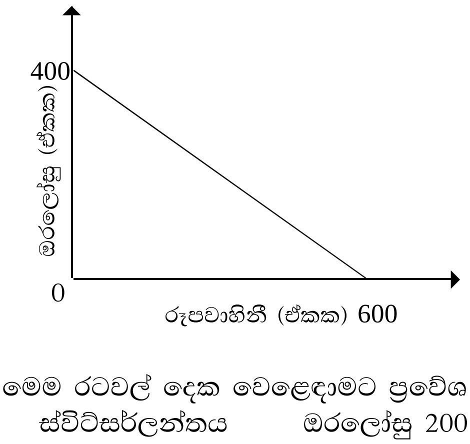
- විශේෂීකරණයේ වාසි යනු මුළු සම්පත් ප්‍රමාණය ඉහළ යාමකින් තොර ව ලෝක නිෂ්පාදනය වැඩි කර ගත හැකි වීම යි.

නිදසුන් : ස්විට්සර්ලන්තය සහ ජර්මනිය යන දෙරට ම මුළු සම්පත් ලෙසින් ශ්‍රම ඒකක 100 බැගින් පවතින බව සිතමු. ශ්‍රම ඒකක 100 ම යොදා නිෂ්පාදනය කළ හැකි රූපවාහිනි හා ඔරලෝසු පිළිබඳ තොරතුරු පහත වගු සටහනින් දැක්වේ.

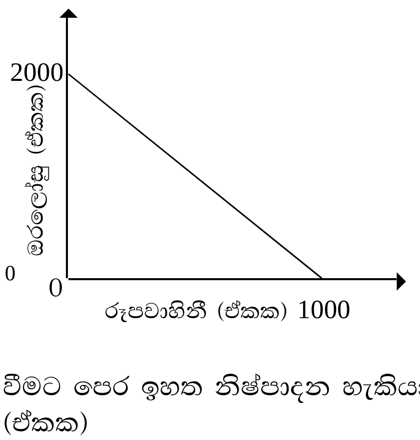
**ශ්‍රම ඒකක 100කින් බිහි වන නිමැවුම් ඒකක ප්‍රමාණය**

| භාණ්ඩය | ස්විට්සර්ලන්තය | ජර්මනිය |
|---|---|---|
| ඔරලෝසු (ඒකක) | 400 | 2000 |
| රූපවාහිනී (ඒකක) | 600 | 1000 |

**ස්විට්සර්ලන්තය**




**ජර්මනිය**



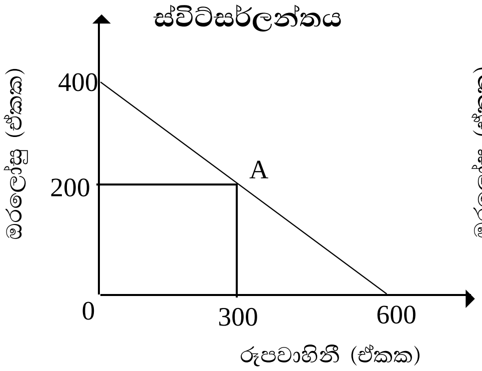

- මෙම රටවල් දෙක වෙළෙඳාමට ප්‍රවේශ වීමට පෙර ඉහත නිෂ්පාදන හැකියා මායිම්වල
  ස්විට්සර්ලන්තය ඔරලෝසු 200 (ඒකක)
  රූපවාහිනී 300 (ඒකක)
  සංයෝග දැක්වෙන A ලක්ෂ්‍යයෙන් ද

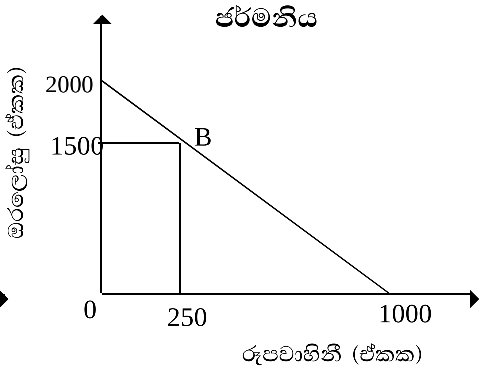
ජර්මනිය ඔරලෝසු 1500

රූපවාහිනී 250

සංයෝග දක්වෙන B ලක්ෂ්‍යයෙන් ද

කටයුතු කරන්නේ නම් එම තත්ත්වයන් පහත ලෙස රූප සටහන් ඇසුරෙන් පෙන්නුම් කළ හැකි ය.




- මෙම නිෂ්පාදන හැකියා මායිම් වක්‍ර වලින් පෙන්නුම් කෙරෙන පරිදි වෙළෙඳාමට ප්‍රවේශ වීමට පෙර ඔරලෝසු හා රූපවාහිනී ලෝක නිෂ්පාදන තත්ත්ව පහත දක්වේ.

| භාණ්ඩය | ස්විට්සර්ලන්තය | ජර්මනිය | ලෝක නිෂ්පාදනය |
|---|---|---|---|
| ඔරලෝසු | 200 | 1500 | 1700 |
| රූපවාහිනී | 300 | 250 | 550 |

- වෙළෙඳාමට ප්‍රවේශ වූ ස්විට්සර්ලන්තය රූපවාහිනීත් ජර්මනිය ඔරලෝසුත් විශේෂීකරණය කිරීම නිසා ස්විට්සර්ලන්තය ශ්‍රම සම්පත් 100 ම රූපවාහිනී නිපදවීමටත්, ජර්මනිය ශ්‍රම සම්පත් 100 ම ඔරලෝසු නිපදවීමටත් යොදවයි (පූර්ණ විශේෂීකරණය සිදු කරයි).මේ නිසා වෙළෙඳාමෙන් පසු ලෝක නිෂ්පාදනය පහත පරිදි වේ.

| භාණ්ඩය | ස්විට්සර්ලන්තය | ජර්මනිය | ලෝක නිෂ්පාදනය |
|---|---|---|---|
| ඔරලෝසු | 0 | 2000 | 2000 |
| රූපවාහිනී | 600 | 0 | 600 |

- වෙළෙඳාමට පෙර ඔරලෝසුවල ලෝක නිෂ්පාදනය ඒකක 1700ක් වුව ද වෙළෙඳාමෙන් පසු ඔරලෝසුවල ලෝක නිෂ්පාදනය ඒකක 2000ක් වේ. එනම් වෙළෙඳාමට ප්‍රවේශ වීම නිසා ඔරලෝසුවල ලෝක නිෂ්පාදනය ඒකක 300 කින් ඉහළ ගොස් ඇත.
- එසේම වෙළෙඳාමට පෙර රූපවාහිනීවල ලෝක නිෂ්පාදනය ඒකක 550 ක් වේ. වෙළෙඳාමෙන් පසු රූපවාහිනීවල ලෝක නිෂ්පාදනය ඒකක 600ක් වේ. එනම් රූපවාහිනීවල ලෝක නිෂ්පාදනය වෙළෙඳාමෙන් පසු ඒකක 50කින් ඉහළ ගොස් ඇත.
- වෙළෙඳාමට පෙරත් පසුත් ස්විට්සර්ලන්තය සහ ජර්මනියේ පැවතියේ ශ්‍රම සම්පත් වෙනස් වී නොමැත.

- ඒ අනුව ශ්‍රම සම්පත් ප්‍රමාණය ඉහළ යැමකින් තොර ව විදේශ වෙළෙඳාමට ප්‍රවේශ වී සාපේක්ෂ වාසි ඇති භාණ්ඩය විශේෂීකරණය කිරීමෙන් ලෝක නිෂ්පාදිතය වැඩි කර ගත හැකි බව ඉහත නිදසුනෙන් පැහැදිලි ය. එම වාසිය විශේෂීකරණයේ වාසියයි.

**යෙදවුම් ප්‍රවේශය**

- භාණ්ඩයක් නිපදවීම සඳහා අවශ්‍ය යෙදවුම් ඒකක ප්‍රමාණය දන්නා විට දී ආවස්ථික පිරිවැය ඇසුරෙන් සාපේක්ෂ වාසි ගණනය කළ හැකි ය.

**නිමවුම් ඒකකයක් නිපදවීම සඳහා අවශ්‍ය ශ්‍රම ඒකක ප්‍රමාණය**

| | A රට | B රට |
|---|---|---|
| පරිගණක | 4 | 6 |
| යතුරුපැදි | 10 | 12 |

- යෙදවුම් ප්‍රමාණය දී ඇති විට සාපේක්ෂ වාසි සෙවීම සඳහා එම තොරතුරු යෙදවුම් ඒකකයකින් බිහි කළ හැකි නිමැවුම් ප්‍රමාණය දැක්වෙන පරිදි පරිවර්තනය කර ගත යුතු ය. (නිමැවුම් ප්‍රවේශයෙන් දැක්වෙන ආකාරයට ම)

- ඒ අනුව ඉහත වගු සටහනෙහි තොරතුරු පහත ආකාරයට පරිවර්තනය සිදු කළ හැකි ය.

**ශ්‍රම ඒකකයක් නිපදවිය හැකි නිමැවුම් ඒකක ප්‍රමාණය**

| භාණ්ඩය | A රට | B රට |
|---|---|---|
| පරිගණක (ඒකක) | $\frac{1}{4}$ | $\frac{1}{6}$ |
| යතුරුපැදි (ඒකක) | $\frac{1}{10}$ | $\frac{1}{12}$ |

- මෙම තොරතුරු හා සම්බන්ධ දෙරටේ ඒ ඒ භාණ්ඩ වර්ගවල ආවස්ථික පිරිවැය තත්ත්වයන් පහත දැක්වේ.

**පරිගණක ඒකකයක් නිපදවීමේ ආවස්ථික පිරිවැය**

A රට = $\frac{\frac{1}{10}}{\frac{1}{4}}$ = 0.4(යතුරුපැදි ඒකක)

B රට = $\frac{\frac{1}{12}}{\frac{1}{6}}$ = 0.5(යතුරුපැදි)

යතුරුපැදි ඒකකයක් නිපදවීමේ ආවස්ථික පිරිවැය

$$A \text{ රට} = \frac{\frac{1}{4}}{\frac{1}{10}} = 2.5 \text{ (පරිගණක ඒකක)}$$

$$B \text{ රට} = \frac{\frac{1}{6}}{\frac{1}{12}} = 2 \text{ (පරිගණක ඒකක)}$$

මෙහිදී A රටට පරිගණක නිපදවීමට ද, B රටට යතුරුපැදි නිපදවීමට ද සාපෙක්ෂ වාසි පවතී.

- මේ නිසා A රට පරිගණක විශේෂීකරණය කොට නිපදවා එහි අතිරික්තය B රටට අපනයනය කිරීමෙනුත් B රට යතුරුපැදි විශේෂීකරණය කොට නිපදවා එහි අතිරික්තය A රටට අපනයනය කිරීමෙනුත් දෙරටට විදේශ වෙළෙඳාමේ වාසි අත්පත් කර ගත හැකි ය.

**අන්තර්ජාතික වෙළෙඳාමට පදනම් වන සාපේක්ෂ වාසි හට ගන්නා ප්‍රධාන මූලාශ්‍ර (සාපේක්ෂ වාසි හට ගැනීමට බලපාන හේතු)**

**1. සම්පත් සම්භාරයේ වෙනස්කම්**

රටක් උරුම කර ගත් සම්පත් සම්භාරයේ වෙනස්කම් නිසා භාණ්ඩ නිෂ්පාදනයේ ආවස්ථික පිරිවැය වෙනස්කම් හට ගනී.

නිදසුන් :

ඛනිජ සම්පත් සුලබතාව රටින් රටට වෙනස් ය. දකුණු අප්‍රිකාවේ රත්‍රන් සුලබ ය. සෞදි අරාබියේ ඛනිජ තෙල් සුලබ ය. මේ නිසා සෞදි අරාබියේ ඛනිජ තෙල් නිෂ්පාදනය සඳහා අඩු ආවස්ථික පිරිවැයක් පවතින බැවින් ඛනිජ තෙල් විශේෂීකරණය කොට අපනයනය කරයි. එසේ ම දකුණු අප්‍රිකාවේ රත්‍රන්වල ආවස්ථික පරිවැය අඩු නිසා රත්‍රන් විශේෂීකරණය කොට අපනයනය කරයි.

**2. ගුණාත්මක තත්ත්වය**

සම්පත් ප්‍රමාණය අතින් පමණක් නොව සම්පත්වල ගුණාත්මක තත්ත්වය අතින් ද රටවල් අතර වෙනස්කම් පවතී. නිදසුනක් වශයෙන් ශ්‍රමය බහුල රටක් වුව ද ශ්‍රම හමුදාව නුපුහුණු නම් ඔවුන් ගේ ඵලදායිතාව පහළ මට්ටමක පවතී. එහෙත් ශ්‍රමය අඩු රටක සිටින ශ්‍රම හමුදාව මනාව පුහුණු ලබා තිබේ නම් ඔවුන් ඉහළ ඵලදායිතාවකින් යුක්ත ය.මෙහි දී ශ්‍රමයේ ඵලදායිතාව අඩු වන විට ආවස්ථික පිරිවැය වැඩි නිසා සාපේක්ෂ වාසි අඩු වේ. එහෙත් ශ්‍රමයේ ඵලදායිත්වය ඉහළ යන විට නිපදවන භාණ්ඩවල ආවස්ථික පිරිවැය අඩු නිසා සාපේක්ෂ වාසි ඇති වේ.

**3. අභිරුචියේ වෙනස්කම්**

සියලු ම රටවල් එක හා සමාන කාර්යක්ෂමතාවකින් හා සමාන සම්පත් සම්භාරයක් උරුම කර සිටියත්, රටවල් අතර භාණ්ඩ සම්බන්ධයෙන් පවතින අභිරුචියේ වෙනස්කම් නිසා ද ආවස්ථික පිරිවැයෙහි වෙනස්කම් හට ගනී. රටවල පවත්නා සම්පත් ප්‍රමාණය සමාන වුවත් අභිරුචි රටාවන්හි වෙනස්කම් නිසා භාණ්ඩවල සාපේක්ෂ මිල ගණන් අතර වෙනස්කම් ඇති විය හැකි ය. අභිරුචීන් වැඩි භාණ්ඩ නිපදවීමට වැඩි දිරිගැන්වීම් ලැබීම තුළින් අඩු ආවස්ථික පිරිවැයක් යටතේ එම භාණ්ඩ නිපදවා අපනයනය කොට සාපේක්ෂ වාසි අත් කර ගත හැකි ය.

### 4. පරිමාණානුකූල පිරිමැසුම්

නිෂ්පාදන ධාරිතාව වැඩි කරන විට ඒකක පිරිවැය පහළ වැටේ නම් පරිමාණානුකූල පිරිමැසුම් ඇති වේ. පිරිමැසුම් පවතින විට සාපේක්ෂ ව අඩු ආවස්ථික පිරිවැයක් සහිත ව භාණ්ඩ නිපදවිය හැකි බැවින් ඒ සම්බන්ධ ව සාපේක්ෂ වාසි අත් කර ගත හැකි ය.

### 5. නිෂ්පාදන ප්‍රභේදනය

එක ම කර්මාන්තය තුළ භාණ්ඩ අතර පවතින විවිධ වෙනස්කම් නිසා ද අන්තර්ජාතික වෙළෙඳාම තුළින් ලැබිය හැකි සාපේක්ෂ වාසි පිළිබිඹු වේ. වර්තමානයේ සංවර්ධිත රටවල් බොහෝමයක් විදේශ වෙළෙඳාමෙන් වැඩි ප්‍රමාණයක් මෙම භාණ්ඩ නිෂ්පාදනය මුල් කර ගෙන සිදු වන බව දක්නට ලැබේ. නිදසුන් වශයෙන් මෝටර් රථ කර්මාන්තය ගත් විට ජර්මනිය මහා බ්‍රිතාන්‍යයට මෝටර් රථ අපනයනය කොට මහා බ්‍රිතාන්‍යයෙන් මෝටර් රථ ආනයනය ද කරයි. ඊට හේතුව එක ම කර්මාන්තය වුවත් භාණ්ඩ අතර පවතින වෙනස්කම් නිසා ආවස්ථික පිරිවැයෙහි වෙනස්කම් රටවල් අතර ඇති වීමයි.

### 6. තාක්ෂණික වෙනස්කම්

තාක්ෂණයේ හට ගන්නා වෙනස්කම් නිසා ද රටවල් අතර සාපේක්ෂ වාසි වෙනස් වේ. කිසියම් රටක් කිසියම් භාණ්ඩයක් නිපදවීම සම්බන්ධයෙන් පෙරට වඩා නව තාක්ෂණයක් භාවිත කිරීමට හැකි වේ නම් සාපේක්ෂ වශයෙන් අඩු ආවස්ථික පිරිවැයකින් එම භාණ්ඩය විශේෂීකරණය කොට නිපදවා සාපේක්ෂ වාසි ලබා ගත හැකි ය.

### 7. රාජ්‍ය ප්‍රතිපත්තිය

රාජ්‍ය ප්‍රතිපත්තිය මගින් ද සාපේක්ෂ වාසි නිර්මාණය කළ හැකි ය. කිසියම් කර්මාන්තයක් පුනර්ජීවනය සඳහා ආණ්ඩුවක් විසින් බදු සහනබල, පර්යේෂණ හා සංවර්ධනය සඳහා සහනාධාර ලබා දීම, ආරක්ෂණවාදී ප්‍රතිපත්ති අඩු පොළී ණය යනාදී ප්‍රතිපත්ති ක්‍රියාත්මක කරනු ලබන විට අඩු ආවස්ථික පිරිවැයකින් භාණ්ඩ නිපදවීම හා  වෙළෙඳාම මගින් සාපේක්ෂ වාසි අත් කර ගැනීමට හැකි වේ.

### 8. උද්ධමනය

කිසියම් රටක දිගු කාලීන උද්ධමන අනුපාතයක් පවතින විට භාණ්ඩයක් නිෂ්පාදනය කිරීමේ ආවස්ථික පිරිවැය ඉහළ යයි. ඒ අනුව සාපේක්ෂ වාසි අඩු වේ. අපනයනය ද අධෛර්යවත් වේ.

### 9. ස්ථානගත වීම

කිසියම් කර්මාන්තයක් ස්ථානගත වී ඇති ආකාරය අනුව ද ඒ ඒ රටවල සාපේක්ෂ වාසි තීරණය වේ. කර්මාන්තයට අවශ්‍ය අමුද්‍රව්‍ය සියල්ල පහසුවෙන් ලබා ගත හැකි ආකාරයෙන් කර්මාන්ත ස්ථානගත වී තිබේ නම් සාපේක්ෂ අඩු ආවස්ථික පිරිවැයක් යටතේ භාණ්ඩ නිපදවමින් සාපේක්ෂ වාසි ලබා ගැනීමට හැකි වේ.

## තරගකාරීත්ව වාසි

- තරගකාරීත්වයේ වාසිය යනු කිසියම් භාණ්ඩයක් පාරිභෝගිකයන් වෙත සැපයීමේ දී සෙසු තරගකරුවන් වඩා වැඩි වටිනාකමක් පාරිභෝගිකයන් වෙත ලබා දිය  හැකි වීමයි.
- මෙම වටිනාකම සෙසු තරගකරුවන්ට වඩා අඩු මිලක් විය හැකි අතර හැකි නම් ඉහළ මිලක් යටතේ වුව ද සෙසු තරගකරුවන්ට වඩා වැඩි ගුණාත්මක සේවාවක් ලබා දිය හැකි ය.

- කර්මාන්තය තුළ සිටින සෙසු තරගකරුවන් උපයන සාමාන්‍ය ලාභ ප්‍රමාණයට වඩා වැඩි ලාභ ප්‍රමාණයක් අඛණ්ඩ ව උපයා ගැනීමට හැකි නම් එම ආයතනයට තරගකාරිත්ව වාසියක් ඇති බව පෙන්නුම් කෙරේ.
- තරගකාරිත්ව වාසිය තිරසාර ලෙස පවත්වා ගෙන යාම ආයතනයේ උපාය මාර්ගයකි.

**තරගකාරීත්වය වාසියට තුඩු දෙන මූලාශ්‍ර**

- පර්යේෂණ හා සංවර්ධන ක්ෂේත්‍රයන්හි විශාල හැකියාවක් තිබීම. මේ නිසා නව්‍යතා හඳුන්වා දීමේ දී ඉදිරියෙන් සිටීමේ හැකියාව ලැබේ.
- බුද්ධිමය දේපොළ හිමිකාරිත්වය
- බෙදා හැරීමේ ජාල පිළිබඳ සුවිශේෂ හිමිකමක් තිබීම
- ප්‍රාග්ධන උපකරණ හිමිකාරිත්වය

  නිදසුන් : ඛනිජ තෙල් ගවේෂණ, පතල් කැණීම්
- සුපිරි නිෂ්පාදිතයක් බිහි කිරීම හෝ පාරිභෝගික අවශ්‍යතාවක් හෝ සඳහා කිසියම් ප්‍රතිචාර දැක්වීමේ හැකියාව
- අඩු පිරිවැයක් සහිත ව නිපදවීම
- ඉතා විශාල නිෂ්පාදන ධාරිතාවක් තිබීම
- ශක්තිමත් අලෙවිකරණ උපාය මාර්ග තිබීම
- කාරක ප්‍රාග්ධනය සපයා ගැනීමේ පහසුව
- ඉතා විශිෂ්ට කළමනාකරණ කණ්ඩායම් සිටීම
- ප්‍රවේශය බාධාකාරී වීම හෝ ඒකාධිකාරී ස්වරූපයක් ගැනීම
- **අන්තර්ජාතික වෙළෙඳාමේ වාසි ස්ථිතික වාසි හා ගතික වාසි වශයෙන් ද දැක්විය හැකි ය.**

**ස්ථිතික වාසි**

- ස්ථිතික වාසි යනු නිෂ්පාදනය හා පරිභෝජනය මුල් කර ගෙන රටකට ස්වාභාවිකව උරුම වී ඇති වාසියකි. මෙයට හේතු කිහිපයකි.
  1. සම්පත් සම්භාරය
  2. රටවල් අතර අභිරුචීන්ගේ වෙනස්කම්
  3. නිෂ්පාදනයේ පරිමාණානුකූල පිරිමැසුම්වල විශාල බව

**ගතික වාසි**

- ගතික වාසිය යනු තාක්ෂණ දියුණුව, භාණ්ඩ ප්‍රභේදනය, රාජ්‍ය ප්‍රතිපත්ති වෙළෙඳ ගිවිසුම් ආදී රටවල් නිර්මාණය කර ගනු ලබන තත්ත්වයක් නිසා හටගන්නා වාසියකි.

## 9.2: ආරක්ෂාවාදී ක්‍රියාමාර්ග හා එමගින් නිදහස් වෙළෙඳාමට ඇති කරන බලපෑම විශ්ලේෂණය කරයි.

- **ආරක්ෂණවාදය අර්ථ දක්වයි.**
- **ආරක්ෂණවාදී ක්‍රියාමාර්ග වෙන් කර දක්වයි.**

- **තීරු බදු ආරක්ෂණය පැහැදිලි කරයි.**
- **නාමික ආරක්ෂණ අනුපාතිකය හා සඵල ආරක්ෂණ අනුපාතිකය පැහැදිලි කරයි.**
- **තීරු බදු නොවන ආරක්ෂණවාදී ක්‍රියාමාර්ග සඳහන් කරයි.**
- **ආරක්ෂණවාදයට පක්ෂව හා විපක්ෂව ඇති තර්ක ඉදිරිපත් කරයි.**

## ආරක්ෂණවාදය

- දේශීය වෙළෙඳපොළට විදේශීය භාණ්ඩ ඇතුලු වීම සීමා කරන හෝ වළක්වන ඕනෑ ම ක්‍රියා පිළිවෙතක් ම ආරක්ෂණවාදය නමින් හැඳින්වේ.
- **නිදහස් වෙළෙඳාමට බාධා කරන ආරක්ෂණවාදී ක්‍රියාමාර්ග ප්‍රධාන කොටස් දෙකකට වර්ග කළ හැකි ය. එනම්,**
    1. තීරු බදු ආරක්ෂණය
    2. තීරු බදු නොවන ආරක්ෂණවාදී ක්‍රියාමාර්ග

### තීරු බදු ආරක්ෂණය

- තීරු බදු ආරක්ෂණය යනු අපනයන හා ආනයන මත බදු පැනවීම යි.
- ආනයන මත තීරු බදු පැනවීමෙන් එම භාණ්ඩ මිල දී ගන්නා දේශීය පාරිභෝගිකයන්ට වැඩි මිලක් ගෙවීමට සිදු වීම නිසා ආනයන අධෛර්යවත් වේ.
- ආනයන තීරු බද්දක් පැනවීමේ ප්‍රධාන අරමුණක් වනුයේ දේශීය නිෂ්පාදකයන් විදේශීය තරගයෙන් ආරක්ෂා කිරීම යි.
- ආනයනික භාණ්ඩයක් සඳහා තීරු බදු පැනවූ විට දේශීය භාණ්ඩය සඳහා පාරිභෝගිකයන් යොමු වන බැවින් එම භාණ්ඩයේ දේශීය නිෂ්පාදනය ප්‍රසාරණය වේ.
- මේ නිසා දේශීය භාණ්ඩයේ මිල ඉහළ නැංවීමට අවස්ථාවක් සැලසේ.
- මෙලෙස ආනයන භාණ්ඩ සඳහා ආනයන තීරු බදු වැඩි කිරීමක ප්‍රතිඵලයක් වශයෙන් නිෂ්පාදනය කරනු ලබන භාණ්ඩයට ආනයනය කරනු ලබන භාණ්ඩයේ මිල ඉහළ යාමේ ප්‍රතිශතය තුළින් දේශීය නිෂ්පාදනයට ලැබෙන ආරක්ෂණය **නාමික ආරක්ෂණ අනුපාතකිය (Nominal Rate of Protection)** වශයෙන් හැඳින්වේ.
- නාමික ආරක්ෂණ අනුපාතිකය මගින් දේශීය නිෂ්පාදකයාගේ මිල ආනයනය කරනු ලබන භාණ්ඩයේ දේශීය වෙළෙඳපොළ මිලෙහි ප්‍රතිශතයක් ලෙස ප්‍රකාශ කෙරේ.
- නාමික ආරක්ෂණ අනුපාතිකය මගින් දේශීය භාණ්ඩය වෙත ලැබෙන සැබෑ ආරක්ෂණයේ ප්‍රමාණය නිවැරදි ව පිළිඹිබු නොවේ.
- නාමික තීරු බදු අනුපාතිකය පනවනු ලබන්නේ ආනයනය කරනු ලබන අවසාන භාණ්ඩයේ වටිනාකම අනුව යි. නමුත් දේශීය නිෂ්පාදකයන් ආනයනය කරන ලද අතරමැදි යෙදවුම් හා භාණ්ඩ රැසක් තම නිෂ්පාදන ක්‍රියාවලියි සඳහා යොදා ගනී. මෙම යෙදවුම් හා අතරමැදි භාණ්ඩ මත ද තීරු බදු අය කර ඇති විටෙක නාමික තීරු බදු අනුපාතයට අනුව ගණනය කරනු ලබන නාමික ආරක්ෂණ අනුපාතිකයෙන් දේශීය නිශ්පාදකයාට ලැබෙන සැබෑ ආරක්ෂණ ප්‍රමාණය නිවැරදි ව පිළිබිඹු නොවේ.
- මේ නිසා ආනයන තීරු බද්දක් පැනවීම මගින් දේශීය නිෂ්පාදකයාට ලැබෙන සැබෑ ආරක්ෂණයේ ප්‍රමාණය මැනීම සඳහා **සඵල ආරක්ෂණ අනුපාතිකය** යොදා ගනී.

- සඵල තීරු බදු අනුපාතිකයට අනුව සඵල ආරක්ෂණ අනුපාතිකය ගණනය කරනු ලබයි.
- **සඵල ආරක්ෂණ අනුපාතිකය ගණනය කිරීම සඳහා පහත සඳහන් සූත්‍රය යොදා ගනී.**

$$ERP = \frac{(V_1 - V_0)}{V_0} \times 100$$

ERP = සඵල ආරක්ෂණ අනුපාතිකය

$V_1$ = තීරු බද්ද පැනවූ විට දේශීය නිෂ්පාදකයාගේ එකතු කළ අගය

$V_0$ = නිර්බාධ වෙළෙඳපොළ තත්ත්වයක් යටතේ දේශීය නිෂ්පාදනයේ එකතු කළ අගය

නිදසුන 1 : කිසියම් රටක පාවහන් නිෂ්පාදන ආයතනයක් පාවහන් යුගලයක් රු. 5000/- ක මිලකට අලෙවි කරන්නේ යැයි ද එම පාවහන් යුගලය නිපදවීමට අවශ්‍ය යෙදවුම් (සම්, නූල්, ආදි) ආනයනය කිරීම සඳහා රු. 3 000/- ක් වැය කර ඇතැයි ද සිතමු. එවිට දේශීය නිෂ්පාදන ආයතනයේ එකතු කළ වටිනාකම රු. 2000/-(5 000 - 3 000) කි. එම රට දේශීය ආයතනය නිපදවන පාවහන් යුගලයට සමාන පාවහන් යුගලයක් වෙළෙඳපොළේ රු. 5 000/- කට අලෙවි කරන්නේ යැයි සිතමු. ඒ අනුව දේශීය පාවහන් නිෂ්පාදන ආයතනයේ එකතු කළ අගය යම් හෙයකින් රු. 2 000/- කට වඩා වැඩි වුවහොත් දේශීය ව නිපදවන සපත්තු යුගලයේ වටිනාකම (මිල) රු. 5 000/- කට වඩා වැඩි වන නිසා ආනයනික පාවහන් යුගලය සමඟ තරග කිරීමට නොහැකි වේ. මේ නිසා දේශීය නිෂ්පාදකයා ආරක්ෂා කිරීමට ආනයනික පාවහන් මත 10% ක ආනයන තීරු බද්දක් පැනවුයේ යැයි සිතමු. එවිට ආනයනික පාවහන් යුගලයක මිල පහත පරිදි වෙනස් වේ.

තීරු බද්දට පෙර පාවහන් යුගලයේ මිල = රු. 5000

තීරු බද්ද සඳහා වැය වන මුදල = රු. $5000 \times \frac{10}{100}$

බද්දෙන් පසු ආනයනික පාවහන් යුගලයේ මිල = රු. 5000 + 500

= <u>රු. 5500</u>

මෙලෙස ආනයනික පාවහන් සඳහා තීරු බද්දක් පැනවීම නිසා දේශීය නිෂ්පාදන ආයතනයේ එකතු කළ අගය රු. 2500 දක්වා ඉහළ නැංවීමේ හැකියාවක් තිබේ.

තීරු බද්දෙන් පසු ආනයනික පාවහන් යුගලයේ මිල = රු. 5500

තීරු බද්දෙන් පසු දේශීය නිෂ්පාදන ආයතනයේ = රු. 5500 - 3000

එකතු කළ අගය = <u>රු. 2500</u>

ඒ අනුව සඵල ආරක්ෂක අනුපාතිකය පහත සඳහන් පරිදි ගණනය කළ හැකි ය.

$$ERP = \frac{(V_1 - V_0)}{V_0} \times 100$$

$$ERP = \frac{2500-2000}{2000} \times 100$$

$$= \underline{\underline{25\%}}$$

- ඉහත නිදසුනට අනුව නාමික තීරු බද්ද නිසා දේශීය නිෂ්පාදනයට 25% ක සඵල ආරක්ෂණයක් සැලසෙන බව පැහැදිලි වේ.

- නමුත් ඉහත තීරු බද්ද පනවා ඇත්තේ අවසාන භාණ්ඩයේ වටිනාකම මත ය. දේශීය ආයතනය පාවහන් නිෂ්පාදනයට අවශ්‍ය යෙදවුම් ආනයනය කිරීමේ දී යම් තීරු බද්දක් අය කර ඇත්නම් එය මේ තුළ අන්තර්ගත වී නැත. එවිට ඉහත ගණනය කරන ලද සඵල ආරක්ෂණ අනුපාතිකය මගින් දේශීය නිෂ්පාදනයටලැබෙන සැබෑ ආරක්ෂණයේ ප්‍රමාණය පිළිබිඹු නොවේ.
- ආනයනික යෙදවුම් මත තීරු බද්දක් පනවා ඇති විටෙක සඵල තීරු බදු අනුපාතකය වෙනස් වන නිසා සඵල ආරක්ෂණ අනුපාතිකය වෙනස් වන ආකාරය පහත සඳහන් නිදසුන ඇසුරෙන් පැහැදිලි කර ගත හැකි ය.

- නිදසුන 2 ඃ ඉහත දක්වන ලද නිදසුන 1ට අනුව ආනයනය කරනු ලබන පාවහන් යුගලයක් සඳහා රු. 10% ක තීරු බද්දක් අය කරයි. මෙහි දී දේශීය නිෂ්පාදන ආයතනය ආනයනය කරන ලද යෙදවුම් සඳහා 5% ක තීරු බද්දක් අය කරතැයි සිතමු. එවිට ආනයනික යෙදවුම්වල වටිනාකම, දේශීය එකතු කළ අගය වෙනස් වේ. ඒ අනුව සඵල ආරක්ෂක අනුපාතිකය ද වෙනස් වේ.

  තීරු බද්දට පෙර ආනයනික යෙදවුම්වල වටිනාකම = රු. 3000

  යෙදවුම් සඳහා ගෙවන තීරු බදු ප්‍රමාණය = රු. $3000 \times \frac{5}{100}$

  තීරු බද්දෙන් පසු යෙදවුම්වල වටිනාකම = රු. 3000 + 150

  = රු. 3150

  තීරු බද්දෙන් පසු දේශීය එකතු කළ අගය = රු. 5500 - 3150

  = රු. 2350

  සඵල ආරක්ෂණ අනුපාතිකය = $\frac{2350-2000}{2000}$

  = $\underline{\underline{17.5\%}}$

- අවසාන භාණ්ඩයට බදු අය කිරීමට අමතර ව ආනයනික ආරක්ෂණ යෙදවුම් මත ද තීරු බදු පැනවීම නිසා සඵල ආරක්ෂණ අනුපාතය 7.5% කින් (25% 17.5%) පහළ යන බව ඉහත නිදසුනට අනුව පැහැදිලි ය.

- **අනෙකුත් කරුණු නොවෙනස්ව පවතින අවසථාවල දී පහත සඳහන් කොන්දේසි මත සඵල ආරක්ෂණ අනුපාතිකය ඉහළ අගයක් ගනී.**
    1. අවසාන නිෂ්පාදිතය මත පනවනු ලබන නාමික තීරු බදු අනුපාතිකය ඉහළ අගයක් ගැනීම
    2. ආනයනික යෙදවුම් මත පනවනු ලබන තීරු බදු අනුපාතික පහළ අගයක් ගැනීම
    3. භාණ්ඩයේ වටිනාකම තුළ ආනයනික යෙදවුම් ප්‍රතිශතය පහළ අගයක් ගැනීම

**තීරු බදු නොවන ආරක්ෂණවාදී ක්‍රියාමාර්ග**

- ආනයන සහ අපනයන බදුවලට අමතර ව ආරක්ෂණය සඳහා යොදා ගන්නා ක්‍රියාමාර්ග තීරු බදු නොවන ක්‍රියාමාර්ග වේ.
- **තීරු බදු නොවන ආරක්ෂණවාදී ක්‍රියාමාර්ග**
    - සලාක කිරීම හෙවත් කෝටා නියම කිරීම
    - දේශීය නිෂ්පාදකයින්ට සහනාධාර හෝ දිරිගැන්වීම් හෝ ලබා දීම
    - ප්‍රපාතනය
    - ස්වෙච්ඡාවෙන් අපනයන සීමා පනවා ගැනීම
    - විදේශ විනිමය පාලනය
    - අපනයන හා ආනයන සීමා පැනවීම
    - වෙළෙඳ සම්බාධක පැනවීම
    - පරිපාලන හා තාක්ෂණික ප්‍රමිතීන් නියම කිරීම

**ආරක්ෂණවාදයට පක්ෂ ව පහත සඳහන් තර්ක ඉදිරිපත් කළ හැකි ය.**

- ජාතික ආරක්ෂාවට අදාළ වන නිෂ්පාදන දේශපාලන හා ආර්ථික තීරණ ගැනීමේ දී හා ක්‍රියාත්මක කිරීමේ දී ආරක්ෂණවාදී ප්‍රතිපත්ති අනුගමනය කිරීම වැදගත් වේ.
- දේශීය කර්මාන්ත ආරක්ෂා කිරීමටත් ඒවායේ සේවා නියුක්ත සේවකයන්ගේ රැකියා ආරක්ෂා කිරීම සඳහාත් ආරක්ෂණවාදී ප්‍රතිපත්ති වැදගත් වේ.
- දේශයී ළදරු කර්මාන්ත සඳහා පළපුරුදු විදේශ තරගකරුවන්ගෙන් ආරක්ෂා කර ගැනීමට ආරක්ෂණවාදී ප්‍රතිපත්ති ඉවහල් වේ.
- සීමිත භාණ්ඩ කීපයක් මත විශේෂ ප්‍රාගුණ්‍ය කරමින් අන්තර්ජාතික වෙළෙඳාමේ නිරත වන රටවල් මුහුණ පාන උච්චාවචනය වළක්වා ගැනීම (ආර්ථික ස්ථායිතාව ඇති කිරීම) සඳහාත් රටවල ආර්ථිකය විවිධාංගීකරණය කර ගැනීම සඳහාත් ආරක්ෂණවාදී ප්‍රතිපත්ති අනුගමනය කිරීම වැදගත් වේ.
- ප්‍රපාතනය වළක්වා ගැනීම සඳහා ආරක්ෂණවාදය වැදගත් වේ.
- ගෙවුම් ශේෂ දුෂ්කරතාවලට විසඳුම් සෙවීමේ දී උපකාරී වේ.
- දේශීය සම්පත් උපයෝජනය ඉහළ නැංවීම සඳහා වැදගත් වේ.
- අවගුණ භාණ්ඩ ආනයන වැළැක්වීමේ දී ආරක්ෂණවාදය වැදගත් වේ.

**ආරක්ෂණවාදයට විපක්ෂ ව පහත සඳහන් තර්ක ඉදිරිපත් කළ හැකි ය.**

- ආරක්ෂණවාදී ප්‍රතිපත්ති අනුගමනය කිරීම නිසා දේශීය හා විදේශීය වෙළෙඳපොළ සංකෝචනය විය හැකි ය.
- විදේශ වෙළෙඳාම සංකෝචනය වීම නිසා ජාතික ආදායම අඩු විය හැකි ය.
- දේශීය නිෂ්පාදනවල පිරිවැය අඩු කිරීමට සානුබල නොමැති නිසා අකාර්යක්ෂම කර්මාන්ත බිහි විය හැකි ය.
- ගුණාත්මක බවින් ඉහළ භාණ්ඩ නිෂ්පාදනය අඩු විය හැකි ය.
- දියුණු තාක්ෂණය සංක්‍රමණයට බාධා ඇති විය හැකි ය.

## 9.3 : විදේශ වෙළෙඳ අනුපාතිකයේ ප්‍රභේද දක්වමින් ඒවායේ වෙනස් වීම්වලට හේතු හා ප්‍රතිවිපාක විශ්ලේෂණය කරයි.

- **වෙළෙඳ අනුපාතිකය අර්ථ දක්වයි.**
- **වෙළෙඳ අනුපාතිකයේ විවිධ ප්‍රභේද නම් කරයි.**
- **භාණ්ඩ වෙළෙඳ අනුපාතිකය සමීකරණය මගින් ප්‍රකාශ කරයි.**
- **දෙන ලද දත්ත මගින් භාණ්ඩ වෙළෙඳ අනුපාතිකය ගණනය කරයි.**
- **භාණ්ඩ වෙළෙඳ අනුපාතිකයේ වෙනස් වීම්වලට හේතු පැහැදිලි කරයි.**
- **භාණ්ඩ වෙළෙඳ අනුපාතිකයේ වෙනස් වීම්වල ආර්ථික ප්‍රතිවිපාක විස්තර කරයි.**
- **ආදායම් වෙළෙඳ අනුපාතිකය සමීකරණ මගින් ප්‍රකාශ කරයි.**
- **දෙන ලද දත්ත මගින් ආදායම් වෙළෙඳ අනුපාතිකය ගණනය කරයි.**
- **ආදායම් වෙළෙඳ අනුපාතිකයේ ආර්ථික ප්‍රතිවිපාක විස්තර කරයි.**

### වෙළෙඳ අනුපාතිකය

- අපනයනය කරනු ලබන භාණ්ඩ ඒකකයකින් ලබා ගත හැකි ආනයන භාණ්ඩ ඒකක ප්‍රමාණය වෙළෙඳ අනුපාතය ලෙස අර්ථ දැක්විය හැකි ය.
- වෙළෙඳ අනුපාතිකයේ ප්‍රභේද දෙකකි.
    1. භාණ්ඩ වෙළෙඳ අනුපාතිකය
    2. ආදායම් වෙළෙඳ අනුපාතිකය

**භාණ්ඩ වෙළෙඳ අනුපාතිකය**

- භාණ්ඩ වෙළෙඳ අනුපාතිකය ලෙසින් අර්ථ දක්වන්නේ ද අපනයන ඒකකයකින් ලබා ගත හැකි ආනයන භාණ්ඩ ඒකක ප්‍රමාණය ලෙස දැක්වූ වෙළෙඳ අනුපාතයම ය.
- භාණ්ඩ වෙළෙඳ අනුපාතිකය පහත සඳහන් පරිදි සමීකරණයක් ඇසුරෙන් දැක්විය හැකි ය.

$$\text{භාණ්ඩ වෙළෙඳ අනුපාතිකය} = \frac{\text{අපනයන මිල දර්ශකය}}{\text{ආනයන මිල දර්ශකය}} \times 100$$

නිදසුන 1

2013 වර්ෂයේ අපනයන මිල දර්ශකය = 103.5

2013 වර්ෂයේ ආනයන මිල දර්ශකය = 108.4

$$\text{භාණ්ඩ වෙළෙඳ අනුපාතය} = \frac{103.5}{108.4} \times 100$$

= 95.47%

**භාණ්ඩ වෙළෙඳ අනුපාතිකය වෙනස් වීම කෙරෙහි බලපාන හේතු**

| භාණ්ඩ වෙළෙඳ අනුපාතිකය අඩු වීම කෙරෙහි බලපාන හේතු | භාණ්ඩ වෙළෙඳ අනුපාතිකය වැඩි වීම කෙරෙහි බලපාන හේතු |
|---|---|
| • අපනයන මිල දර්ශකය පහත වැටී ආනයන මිල දර්ශකය ඉහළ යාම<br>• ආනයන මිල දර්ශකයට වඩා වැඩි වේගයකින් අපනයන මිල දර්ශකය පහළ බැසීම<br>• අපනයන මිල දර්ශකය ස්ථාවර ව තිබිය දී ආනයන මිල දර්ශකය ඉහළ යාම<br>• ආනයන මිල දර්ශකය ස්ථාවර ව තිබිය දී අපනයන මිල දර්ශකය පහත වැටීම | • අපනයන මිල දර්ශකය ඉහළ යාම හා ආනයන මිල දර්ශකය පහළ යාම<br>• අපනයන මිල දර්ශකයට වඩා වැඩි වේගයකින් ආනයන මිල දර්ශකය පහත වැටීම<br>• අපනයන මිල දර්ශකය ස්ථාවර ව තිබිය දී ආනයන මිල දර්ශකය පහළ යාම<br>• ආනයන මිල දර්ශකය ස්ථාවරව තිබිය දී අපනයන මිල දර්ශකය ඉහළ යාම |

- පසුගිය වසර කිහිපය තුළ භාණ්ඩ වෙළෙඳ අනුපාතය වෙනස් වී ඇති ආකාරය විශ්ලේෂණය කළ හැකි ය.

- නිදසුන් :

| වර්ෂය | අපනයන මිල දර්ශකය | ආනයන මිල දර්ශකය | භාණ්ඩ වෙළෙඳ අනුපාතිකය |
|---|---|---|---|
| 2010 | 100 | 100 | 100.0 |
| 2011 | 106.3 | 102.5 | 100.2 |
| 2012 | 105.2 | 103.51 | 99.6 |

| | | | |
|---|---|---|---|
| 2013 | 105.5 | 108.51 | 97.6 |
| 2014 | 105.5 | 108.51 | 97.6 |
| 2015 | 95.6 | 95.3 | 100.3 |
| 2016 | 94.1 | 90.35 | 104.0 |
| 2017 | 95.1 | 91.35 | 102.0 |

**භාණ්ඩ වෙළෙඳ අනුපාතිකයේ වෙනස් වීම්වල ආර්ථික ප්‍රතිවිපාක**

- **භාණ්ඩ වෙළෙඳ අනුපාතිකය ඉහළ යාමේ ආර්ථික ප්‍රතිවිපාක**
  - අපනයනවල ආනයන සක්‍යතාව ඉහළ යාම
  - වෙළෙඳ ශේෂය වාසිදායක වීම
  - සමස්ත ශේෂය (ගෙවුම් ශේෂය) වාසිදායක වීම
  - සංචිත හා වත්කම් ඉහළ යාම

- **භාණ්ඩ වෙළෙඳ අනුපාතිකය පහළ යාමේ ආර්ථික ප්‍රතිවිපාක**
  - අපනයන හා ආනයන ශක්‍යතාව පහළ යාම
  - වෙළෙඳ ශේෂ හිඟය වැඩි වීම
  - ගෙවුම් ශේෂයේ සමස්ත හිඟය වැඩි වීම
  - සංචිත හා වත්කම් අඩු වීම

## ආදායම් වෙළෙඳ අනුපාතිකය

- ආදායම් වෙළෙඳ අනුපාතිකය යනු අපනයන ආදායමෙහි ආනයන ක්‍රයශක්තිය මැනීම සඳහා භාවිත කරන දර්ශකය යි.
- ආදායම් වෙළෙඳ අනුපාතිකය මැනීම සඳහා පහත සඳහන් සමීකරණය යොදා ගනී.

$$\text{ආදායම් වෙළෙඳ අනුපාතිකය} = \frac{\text{අපනයන මිල දර්ශකය x අපනයන පරිමා දර්ශකය}}{\text{ආනයන මිල දර්ශකය}} \times 100$$

නිදසුන :

| | |
|---|---|
| 2013 වර්ෂයේ අපනයන මිල දර්ශකය | = 103.5 |
| 2013 වර්ෂයේ ආනයන මිල දර්ශකය | = 108.4 |
| 2013 වර්ෂයේ අපනයන පරිමා දර්ශකය | = 116.4 |

$$\text{2013 ආදායම් වෙළෙඳ අනුපාතිකය} = \frac{103.5 \times 116.4}{108.4} \times 100$$

$$= \underline{\underline{11,113.8}}$$

- භාණ්ඩ වෙළෙඳ අනුපාතිකය අපනයන පරිමා දර්ශකයෙන් ගුණ කිරීමෙන් ද ආදායම් වෙළෙඳ අනුපාතිකය ලබා ගත හැකි ය.

**ආදායම් වෙළෙඳ අනුපාතිකයේ ආර්ථික ප්‍රතිවිපාක**

| ආදායම් වෙළෙඳ අනුපාතිකය ඉහළ යාමේ ආර්ථික ප්‍රතිවිපාක | ආදායම් වෙළෙඳ අනුපාතිකය පහළ යාමේ ආර්ථික ප්‍රතිවිපාක |
|---|---|
| • අපනයන ඉපයුම් වැඩි වීම<br>• අපනයන ශක්‍යතාව ඉහළ යාම<br>• වෙළෙඳ ශේෂය ඉහළ යාම<br>• ගෙවුම් ශේෂයේ සමස්ත ශේෂය හිතකර තත්ත්වයකට පැමිණීම<br>• උද්ධමනාත්මක බලපෑම් ඇති කිරීම | • ආනයන වියදම් ඉහළ යාම<br>• ආනයන ශක්‍යතාව පහළ යාම<br>• වෙළෙඳ ශේෂය පහළ යාම<br>• ගෙවුම් ශේෂයේ සමස්ත ශේෂය අහිතකර තත්ත්වයකට පැමිණීම<br>• උද්ධමනාත්මක බලපෑම් අඩු වීම |

## 9.4 : ගෝලීයකරණය, කලාපීයකරණය හා ද්වි පාර්ශ්වීය වෙළෙඳ ගිවිසුම් විමසයි.

- **ලෝක වෙළෙඳ සංවිධානයේ අරමුණු පැහැදිලි කරයි.**
- **ලෝක වෙළෙඳ සංවිධානයේ කාර්යයන් විස්තර කරයි.**
- **ගෝලීයකරණය අර්ථ දක්වයි.**
- **ගෝලීයකරණයට පක්ෂ ව හා විපක්ෂ ව ඉදිරිපත් වී ඇති තර්ක ඉදිරිපත් කරයි.**
- **ආර්ථික ඒකාබද්ධ වීම් අර්ථ දක්වයි.**
- **ශ්‍රී ලංකාවේ මෑත කාලීන වෙළෙඳ ගිවිසුම් විස්තර කරයි.**
- **ද්වි පාර්ශ්වීය වෙළෙඳ ගිවිසුම්වලට නිදසුන් දක්වයි.**
- **බහු පාර්ශ්වීය වෙළෙඳ ගිවිසුම්වලට නිදසුන් දක්වයි.**
- **විදේශ වෙළෙඳ ගිවිසුම්වල ඇති වැදගත්කම විස්තර කරයි.**

## ලෝක වෙළෙඳ සංවිධානය

- ලෝක වෙළෙඳ සංවිධානය යනු බහු පාර්ශ්වීය වෙළෙඳාමේ ප්‍රවර්ධනයටත්, වෙළෙඳාම සුමට ව සහ ක්‍රමවත් ව පවත්වා ගෙන යාමටත් වෙළෙඳාම හා තීරු බදු පිළිබඳ පොදු සම්මුතිය වඩාත් ශක්තිමත් කරමින් 1995 දී පිහිටුවා ගනු ලැබූ ජාත්‍යන්තර සංවිධානයකි.

### ලෝක වෙළෙඳ සංවිධානයේ ප්‍රධාන අරමුණු

- බහු පාර්ශ්වීය වෙළෙඳාම ප්‍රවර්ධනය කිරීම
- වෙළෙඳාම ක්‍රමවත් ව පවත්වා ගෙන යාම
- වෙළෙඳ බාධක අවම කිරීම සහ වෙළෙඳ නීති සංශෝධනය කිරීම මගින් ජාත්‍යන්තර වෙළෙඳ ක්‍රමය තුළ ප්‍රධාන ප්‍රතිසංස්කරණයන් ඇති කිරීම

**ලෝක වෙළෙඳ සංවිධානයේ ප්‍රධාන කාර්ය 6කි.**

1. ලෝක වෙළෙඳ සංවිධානය යටතේ සාමාජික රටවල් අත්සන් කොට ඇති ජාත්‍යන්තර වෙළෙඳ ගිවිසුම් නිසි ලෙස ක්‍රියාත්මක වේ ද යන්න පරිපාලනය කිරීම
2. නිදහස් වෙළඳාම ප්‍රවර්ධනය කර ගැනීමට අදාළ සාකච්ඡා සඳහා වේදිකාවක් සැපයීම
3. වෙළෙඳපොළ ආරවුල් බේරුම් කිරීම
4. සාමාජික රටවල ජාතික ප්‍රතිපත්ති සමාලෝචනය කිරීම
5. තාක්ෂණික ආධාර හා පුහුණු වැඩ සටහන් ක්‍රියාත්මක කිරීම මගින් සංවර්ධනය වන රටවලට වෙළෙඳ ප්‍රතිපත්තිය පිළිබඳ ගැටලු විසඳා ගැනීමට ආධාර කිරීම
6. වෙනත් ජාත්‍යන්තර ආර්ථික සංවිධාන සමඟ සහයෝගයෙන් කටයුතු කිරීම

## ගෝලීයකරණය

- ගෝලීයකරණය යනු ලෝකයේ රටවල් ආර්ථිකමය, සංස්කෘතිමය හා දේශපාලනමය වශයෙන් විවිධ ප්‍රමාණයන් ඔස්සේ එකිනෙකට ඒකාබද්ධ වීමේ ප්‍රවණතාව යි.
- ආර්ථික විද්‍යාවේ දී අවධානය යොමු කරනු ලබන්නේ ආර්ථික ගෝලීයකරණය කෙරෙහි ය.
- ආර්ථික ගෝලීයකරණය යනු ලෝකයේ රටවල් වෙළෙඳ, ප්‍රාග්ධන, මූල්‍ය, තාක්ෂණ, ප්‍රතිපත්ති යනාදී විවිධ ප්‍රවාහයන් ඔස්සේ එකිනෙකට ඒකාබද්ධ වීමේ ක්‍රියාවලිය යි.
- වර්තමානයේ ආර්ථික ගෝලීයකරණය තාක්ෂණය හා ප්‍රතිපත්ති මත ක්‍රියාත්මක වේ.
- ගෝලීයකරණය නිසා, ලෝක ආර්ථිකයේ අන්‍යෝන්‍ය රැඳියාව, මූල්‍ය ප්‍රවාහයන්ගේ වර්ධනය, නිෂ්පාදන ක්‍රියාවලිය ජාත්‍යන්තරකරණය හා ජාත්‍යන්තර ශ්‍රම සංචලනය තීව්‍ර වේ.

**ගෝලීයකරණයට පක්ෂ ව පහත සඳහන් තර්ක ඉදිරිපත් කළ හැකි ය.**

- නිෂ්පාදන ක්‍රියාවලිය විකේන්ද්‍රණය වීම නිසා නිෂ්පාදන හා පරිභෝජන පර්යන්තයෙන් එපිටට විතැන් වීම
- නව අදහස් හා අත්දැකීම් ලැබීම
- ලෝකයේ වෙළෙඳ පරිමාව ඉහළ යාම
- ආර්ථික වෘද්ධි උපාය මාර්ගයක් ලෙස භාවිත කිරීමට හැකි වීම
- විදේශ ආයෝජන ඉහළ යාම
- අමුද්‍රව්‍ය අඩු මිලට ආනයනය කළ හැකි වීම
- විදේශ සේවා නියුක්තිය ඉහළ යාම
- අධ්‍යාපනය හා දැනුම දියුණු වීම
- නව රැකියා අවස්ථා බිහි වීම
- විදේශීය මුදල් ප්‍රේෂණ ඇතැම් රටවල ප්‍රධාන විනිමය ප්‍රවාහයක් බවට පත් වීම
- ලෝකයේ හුදෙකලා රටවල් එම තත්ත්වයෙන් මිදී ජාත්‍යන්තර අර්ථ ක්‍රමය සමඟ ඒකාබද්ධ වීම
- නව තාක්ෂණය ප්‍රසාරණය වීම
- තරගකාරීත්වය නිසා ගුණාත්මක නිෂ්පාදන බිහි වීම

- අන්තර්ජාලය ඔස්සේ තොරතුරු ලබා ගත හැකි වීම

**ගෝලීයකරණයට විපක්ෂ ව පහත සඳහන් තර්ක ඉදිරිපත් කළ හැකි ය.**

- ගෝලීයකරණයේ ප්‍රතිලාභ ලෝකවාසී සියලු දෙනාට සාධාරණ ව බෙදී නොයාම
- සංවර්ධිත රටවලට වැඩි ප්‍රතිලාභ හිමි වීම
- ජාත්‍යන්තර වශයෙන් ආදායම් විෂමතා පුළුල් වීම
- ගෝලීය ආර්ථික අර්බුද අනෙකුත් රටවලට පහසුවෙන් ව්‍යාප්ත වීම
- සමාජ ගැටුම් වර්ධනය වීම
- මිනිස් ජීවිත කෙරෙහි අනාරක්ෂිත බවක් ඇති කිරීම
- පාරිසරික ගැටලු ඇති වීම
- සංස්කෘතිය විනාශ වීම
- මූල්‍ය වෙළෙඳපොළ අස්ථායිතාවන් ඇති වීම නිසා ආර්ථික අර්බුද හට ගැනීම
- දේශීය කර්මාන්ත බිඳ වැටීම හා රැකියා අහිමි වීම
- ත්‍රස්තවාදය ව්‍යාප්ත වීම
- සෞඛ්‍ය ගැටලු ඇති වීම

## ආර්ථික ඒකාබද්ධ වීම්

- විවිධ රටවල් අතර තීරු බදු හා තීරු බදු නොවන බාධකවලින් තොර ව භාණ්ඩ , සේවා සහ නිෂ්පාදන සාධක හුවමාරු කර ගැනීමේ ක්‍රියාවලිය ආර්ථික ඒකාබද්ධ වීම් ලෙස හඳුන්වයි.

**ආර්ථික ඒකාබද්ධ වීම්වල විවිධ ස්වරූප**

1. වර්ණීය වෙළෙඳ කලාප (Preferential Trade Agreement - PTA)
2. නිදහස් වෙළෙඳ කලාප (Free Trade Area - FTA)
3. තීරු බදු සංගම් (Custom Union - CU)
4. පොදු වෙළෙඳපොළ (Common Market - CM)
5. ආර්ථික හා මූල්‍ය සංගම් (Economic and Monetary Unions - EU)
6. පූර්ණ ආර්ථික ඒකාබද්ධ වීම් (Fully Economic Intergration - FEI)

**වර්ණීය වෙළෙඳ කලාප(Preferential Trade Agreement - PTA)**

- සාමාජික නොවන රටවල් අතර වෙළෙඳාමේ දී භාවිත කරන වෙළෙඳ සංරෝධකවලට වඩා අඩු සංරෝධක යටතේ සාමාජික රටවල් අතර භාණ්ඩ හා සේවා හුවමාරු කර ගැනීම සඳහා රටවල් එකතු වී පිහිටුවාගෙන ඇති සංවිධාන වර්ණීය වෙළෙඳ කලාප ලෙස හැඳින්වේ.
- මේ යටතේ ගිවිසුම්ගත රටවල් විසින් කලාපයේ අභ්‍යන්තර වෙළෙඳාම සඳහා එකඟතාවට බැඳුණු පොදු තීරු බදුවලින් කිසියම් ප්‍රතිශතයක් කපා හරිනු ලබයි.
- වර්ණීය වෙළෙඳ කලාප සඳහා නිදසුන් :
    - යුරෝපා ආර්ථික කලාපීය ගිවිසුම (Europeon Economic Area Agreement-FEA)
    - උතුරු ඇමරිකානු නිදහස් වෙළෙඳ ගිවිසුම (NAFTA)

**නිදහස් වෙළෙඳ කලාප(Free Trade Area - FTA)**

- සාමාජික රටවල් සාමාජික නොවන රටවල් සමඟ වෙළෙඳාමේ යෙදෙන විට එම රටවල අභිමතය පරිදි වෙළෙඳ සංරෝධක පවත්වා ගෙන යාමටත් සාමාජික රටවල් අතර වෙළෙඳාම සංරෝධකවලින් තොර ව පවත්වා ගෙන යාමටත් රටවල් කීපයක් එකතු වී ඇති කර ගන්නා සංවිධාන නිදහස් වෙළෙඳ කලාප වේ.
- මෙහිදී ගිවිසුම්ගත රටවල් විසින් එකඟ වූ තීරු බදු කාණ්ඩවලට අයත් තීරු බදු මුළුමනින්ම ඉවත් කෙරේ.
- නිදහස් වෙළෙඳ කලාප සඳහා නිදසුන් ඃ
    - අප්‍රිකානු නිදහස් වෙළෙඳ කලාපය (Agrican Free Trade Zone - AFTZ)
    - ආසියානු පැසිපික් නිදහස් වෙළෙඳ කලාපය (Asian Fasific Free Trade Zone - AFTZ)
    - අප්‍රිකානු නිදහස් වෙළෙඳ කලාපය (Agrican Free Trade Zone - AFTZ)
    - මධ්‍යම යුරෝපා නිදහස් වෙළෙඳ කලාපය (Agrican Free Trade Zone AFTZ)
    - උතුරු ඇමෙරිකානු නිදහස් වෙළෙඳ කලාපය (North American Free Trade Zone - NAFTZ)

**තීරු බදු සංගම්(Custom Union - CU)**

- සාමාජික රටවල් අතර වෙළෙඳාම වෙළෙඳ සංරෝධකවලින් තොර ව පවත්වා ගෙන යාම සඳහාත් සාමාජික සහ සාමාජික නොවන රටවල් අතර එක සමාන වෙළෙඳ ප්‍රතිපත්තියක් පවත්වා ගෙන යාම සඳහාත් රටවල් කීපයක් එකතු වී ඇති කර ගන්නා සංගම් තීරු බදු සංගම් නමින් හැඳින්වේ.
- මෙහි දී ගිවිසුම්ගත භාණ්ඩ කාණ්ඩවලට අදාළ වෙනත් රටවලින් ආනයනය කරනු ලබන භාණ්ඩ සඳහා සමාන තීරු බදු ප්‍රමාණයක් ක්‍රියාත්මක වන අතර ගිවිසුම්ගත භාණ්ඩ කාණ්ඩ සඳහා සංගමයේ සාමාජිකත්වය දරන රටවල තීරු බදු මුළුමනින් ම ඉවත් කෙරේ.
- තීරු බදු සංගම් සඳහා නිදසුන්
    - මධ්‍යම අමෙරිකානු පොදු වෙළෙඳපොළ (Central Acerican Common Market – CACM)
    - කැරිබියානු ප්‍රජාව (Caribbean Community - CARICOM)
    - උතුරු අමෙරිකානු ප්‍රජාව (North American Community - NAC)
    - දකුණු අප්‍රිකානු තීරු බදු සංගමය (South Aprican Cutsoms Union - SACU)
    - උතුරු අමෙරිකානු ප්‍රජාව (North American Community - NAC)

**පොදු වෙළෙඳපොළ(Common Market - CM)**

- සාමාජික රටවල් අතර භාණ්ඩ හා සේවා වෙළෙඳාම සංරෝධකවලින් තොර ව පවත්වා ගෙන යාමටත් සාමාජික රටවල් සාමාජික නොවන රටවල් සමඟ වෙළෙඳාම පවත්වා ගෙන යාමේ දී පොදු ප්‍රතිපත්තියක් අනුගමනය කිරීමටත් සාමාජික රටවල් අතර නිෂ්පාදන සාධක නිදහසේ සංචලනය කිරීමටත් රටවල් ඒකාබද්ධ වීම පොදු වෙළෙඳපොළ නමින් හැඳින්වේ.

- මේ යටතේ ශ්‍රමය හා ප්‍රාග්ධනය වැනි නිෂ්පාදන සාධක හා භාණ්ඩ හා සේවා ගිවිසුම්ගත රටවල් අතර බාධකයකින් තොර ව සංචලනය කිරීමේ හැකියාව ලැබේ.

- පොදු වෙළෙඳපොළ සඳහා නිදසුන්:
  - කැරිබියන් කොමියුනිටි පොදු වෙළෙඳපොළ
    (The Caribbean Community & Common Market)
  - මධ්‍යම ඇමරිකානු පොදු වෙළෙඳපොළ
    (Central American Common Market)
  - මධ්‍යම අප්‍රිකානු ආර්ථික හා මූල්‍ය සංගමය
    (Central African Economic & Monetary Community)

**ආර්ථික හා මූල්‍ය සංගම්(Economic and Monetary Unions - EU)**

- සාමාජික රටවල් අතර වෙළෙඳාම සංරෝධකවලින් තොර ව පවත්වා ගෙන යාමටත් සාමාජික හා සාමාජික නොවන රටවල් අතර භාණ්ඩ හා සේවා වෙළෙඳාම පොදු ප්‍රතිපත්තියක් යටතේ පවත්වා ගෙන යාමටත් සාමාජික රටවල් අතර ශ්‍රමය හා ප්‍රාග්ධනය නිදහසේ සංචලනය කිරීමටත් සාමාජික රටවල් අතර එක හා සමාන මූල්‍ය ප්‍රතිපත්තියක් හා රාජ්‍ය මූල්‍ය ප්‍රතිපත්තියක් ක්‍රියාත්මක කිරීමටත් රටවල් කීපයක් එකතු වී පිහිටුවා ගන්නා සංගම් ආර්ථික හා මූල්‍ය සංගම් යනුවෙන් හැඳින්වේ.

- ආර්ථික හා මූල්‍ය සංගම් සඳහා නිදසුන්
  - මධ්‍යම අප්‍රිකානු ආර්ථික හා මූල්‍ය සංගමය
    (Central African Economic & Monetary Community - CEMAC)
  - බටහිර අප්‍රිකානු ආර්ථික හා මූල්‍ය සංගමය
    (Economic Community West African - ECOWAS)
  - යුරෝපා මූල්‍ය හා ආර්ථික සංගමය
    (Europen Economic & Monetary Union - EMU)

**පූර්ණ ආර්ථික ඒකාබද්ධ වීම් (Fully Economic Intergration - FEI)**

- සාමාජික හා සාමාජික නොවන රටවල් අතර භාණ්ඩ හා සේවා සහ නිෂ්පාදන සාධක හුවමාරු කිරීමේ දී සංරෝධකවලින් තොර ව කටයුතු කිරීම සඳහාත් සාමාජික රටවල් අතර ඒකීය මූල්‍ය ප්‍රතිපත්තියක්, රාජ්‍ය මූල්‍ය ප්‍රතිපත්ති, ව්‍යවස්ථාදායකය, විධායකය, අධිකරණ හා දේශපාලන ප්‍රතිපත්ති පවත්වා ගෙන යාම සඳහාත් ලෝකයේ රටවල් එකතු වීම පූර්ණ ඒකාබද්ධ වීම ලෙස හැඳින්වේ.

- ආර්ථික ඒකාබද්ධ වීම් සඳහා අත්සන් කරනු ලබන ගිවිසුම් වර්ග දෙකකට බෙදිය හැකි ය.

  1. ද්වි පාර්ශ්වීය වෙළෙඳ ගිවිසුම්
  2. බහු පාර්ශ්වීය වෙළෙඳ ගිවිසුම්

**ද්වි පාර්ශ්වීය වෙළෙඳ ගිවිසුම්**

- වෙළෙඳාම හා මූල්‍ය කටයුතු සම්බන්ධයෙන් රටවල් දෙකක් අතර ඇති කර ගන්නා වෙළෙඳ ගිවිසුම් ද්වි පාර්ශ්වීය වෙළෙඳ ගිවිසුම් ලෙස හැඳින්වේ.

- වර්තමානයේ ශ්‍රී ලංකාව ඇතුළත් වී සිටින ද්වි පාර්ශ්වීය වෙළෙඳ ගිවිසුම්
  - ඉන්දු ලංකා නිදහස් වෙළෙඳ ගිවිසුම (ISFTA)
  - පාකිස්තානු ශ්‍රී ලංකා නිදහස් වෙළෙඳ ගිවිසුම (PSFTA)

**බහු පාර්ශ්වීය වෙළෙඳ ගිවිසුම්**

- වෙළෙඳාම හා මූල්‍ය කටයුතු සම්බන්ධයෙන් රටවල් කිහිපයක් අතර ඇති කර ගන්නා වෙළෙඳ ගිවිසුම් බහු පාර්ශ්වීය වෙළෙඳ ගිවිසුම් වේ.

- ශ්‍රී ලංකාව ඇතුළත් වී සිටින බහු පාර්ශ්වීය වෙළෙඳ ගිවිසුම්
  - දකුණු ආසියානු නිදහස් වෙළෙඳ ගිවිසුම (SAFTA)

**විදේශ වෙළෙඳ ගිවිසුම්වල ඇති වැදගත්කම**

- රටවල් අතර සහයෝගීතාව වර්ධනය වීම
- වෙළෙඳපොළ පුළුල් වීම
- ප්‍රවාහණ පිරිවැය අඩු වීම
- දේශීය වෙළෙඳපොළ භාණ්ඩ මිල ගණන් පහළ යාම
- විදේශ ආයෝජන වර්ධනය වීම
- නව කාර්මික භාණ්ඩ අඩු මිලකට ලබා ගත හැකි වීම
- සේවා නියුක්තිය ඉහළ යාම
- අමුද්‍රව්‍ය මිල පහළ යාම
- අපනයන විවිධාංගීකරණයට ඇති ඉඩ ප්‍රස්ථා පුළුල් වීම

## 9.5 : ශ්‍රී ලංකා විදේශ වෙළෙඳාමේ ස්වභාවය හා විදේශ වෙළෙඳ ප්‍රතිපත්ති විමර්ශනය කරයි.

- **ශ්‍රී ලංකාවේ අපනයන වෙළෙඳාම විස්තර කරයි.**
- **ශ්‍රී ලංකාවේ අපනයන ව්‍යුහය විස්තර කරයි.**
- **ශ්‍රී ලංකාවේ ආනයන වෙළෙඳාම විස්තර කරයි.**
- **ශ්‍රී ලංකාවේ ආනයන ව්‍යුහය මහ බැංකු වාර්තා දත්ත අනුව විස්තර කරයි.**
- **ශ්‍රී ලංකාවේ ආනයන උපනති මහ බැංකු වාර්තා දත්ත අනුව පැහැදිලි කරයි.**
- **ශ්‍රී ලංකාවේ විදේශ වෙළෙඳ ප්‍රතිපත්ති (කාලීන තොරතුරු ඇසුරෙන්) විස්තර කරයි.**
- **අපනයන වෙළෙඳාමේ දී මුහුණ පාන ගැටලු විස්තර කරයි.**
- **අපනයන වෙළෙඳාම මුහුණ දෙන ගැටලු සහ ඒවාට විසඳුම් ඉදිරිපත් කරයි.**

## අපනයන වෙළෙඳාම

- කිසියම් රටක් ලෝකයේ වෙනත් රටවලට භාණ්ඩ හා සේවා අලෙවි කිරීම අපනයන වෙළෙඳාම යි.

  නිදසුන් : ශ්‍රී ලංකාව ඇමරිකා එක්සත් ජනපදයට තේ අලෙවි කිරීම

**ශ්‍රී ලංකාවේ අපනයන ව්‍යුහය**

- කෘෂිකාර්මික අපනයන
- කාර්මික අපනයන
- ඛනිජ ද්‍රව්‍ය අපනයන
- වර්ග නොකළ අපනයන

**ශ්‍රී ලංකාවේ අපනයන ව්‍යුහය පහත පරිදි ප්‍රතිශතාත්මක ව දැක්විය හැකි වේ.**

| | 2015 | 2016 |
|---|---|---|
| කෘෂිකාර්මික අපනයනය | 23.5% | 22.6% |
| කාර්මික අපනයනය | 76% | 77% |
| ඛනිජ ද්‍රව්‍ය අපනයනය | 0.3% | 0.3% |
| වර්ග නොකළ අපනයන | 0.2% | 0.1% |

- **ශ්‍රී ලංකාව අපනයනය කරනු ලබන කෘෂිකාර්මික භාණ්ඩ**
  - තේ
  - රබර්
  - පොල්
  - අනෙකුත් කෘෂිකාර්මික අපනයන
- **ශ්‍රී ලංකාව අපනයනය කරනු ලබන කාර්මික භාණ්ඩ**
  - ආහාරපාන වර්ග හා දුම්කොළ
  - රෙදිපිළි හා ඇඟලුම්
  - ඛනිජ නිෂ්පාදිත
  - රබර් නිෂ්පාදිත
  - පිඟන් නිෂ්පාදිත
  - සම්, ගමන් මලු පාවහන්
  - යන්ත්‍ර සූත්‍ර හා උපකරණ
  - දියමන්ති හා ස්වර්ණාභරණ
  - අනෙකුත් කාර්මික අපනයන

- **අපනයනය කරනු ලබන ඛනිජ ද්‍රව්‍ය**
  - මැණික්
  - අනෙකුත් ආයෝජන භාණ්ඩ අපනයනය

- **1977 න් පසු අපනයන ව්‍යුහයේ වෙනස්වීම වර්තමානය දක්වා පහත ආකාරයට පෙන්වා දිය හැකි ය.**

| **අපනයන ව්‍යුහය** | **1977** | **2016** |
|---|---|---|
| කෘෂිකාර්මික භාණ්ඩ | 79% | 22% |
| කාර්මික භාණ්ඩ | 14% | 77% |
| වෙනත් | 07% | 01% |

- **කාර්මික භාණ්ඩ අපනයනය වෙනස් වීම 1977 සිට 2015 දක්වා විස්තරාත්මක ව පහත වගුවෙන් දැක්වේ.**

| **කාර්මික භාණ්ඩ** | **1977** | **2015** | **2016** |
|---|---|---|---|
| රෙදිපිළි හා ඇඟලුම් | 02% | 46% | 47% |
| ඛනිජ තෙල් නිෂ්පාදනය | 09% | 04% | 05% |
| ආහාරපාන හා දුම්කොළ | - | 03% | 03% |
| දියමන්ති හා ස්වර්ණාභරණ | - | 03% | 03% |
| රබර් නිෂ්පාදන | - | 07% | 7% |
| අනෙකුත් කාර්මික භාණ්ඩ | 03 | 06% | 08% |
| ප්‍රවාහණ උපකරණ | - | 2.3 | 01% |
| සම්භාණ්ඩ ප්‍රවාහන හා පාවහන් උපකරණ | - | 1.3 | 2% |

## ආනයන වෙළෙඳාම

- යම් රටක් ලෝකයේ වෙනත් රටවලින් භාණ්ඩ හා සේවා මිල දී ගැනීම ආනයන වෙළෙඳාම යි.

### ශ්‍රී ලංකාවේ ආනයන ව්‍යුහය

- ශ්‍රී ලංකාව ජපානයෙන් වාහන මිල දී ගැනීම
- පරිභෝජන භාණ්ඩ
- අන්තර් භාණ්ඩ
- ආයෝජන භාණ්ඩ
- වර්ග නොකළ භාණ්ඩ
  (2016 මහ බැංකු වාර්තාවට අනුව)

- **ශ්‍රී ලංකාව ආනයනය කරන පරිභෝගික භාණ්ඩවලට නිදසුන්**
  - සහල්, සීනි, තිරිඟු පිටි, කිරි පිටි
  - පෞද්ගලික මෝටර් රථ
  - විදුලි උපකරණ

- **ශ්‍රී ලංකාව ආනයනය කරන අන්තර් භාණ්ඩවලට නිදසුන්**
    - ඛනිජ තෙල්
    - පොහොර
    - රසායනික ද්‍රව්‍ය
    - රෙදිපිළි හා ඇඟලුම්
- **ශ්‍රී ලංකාව ආනයනය කරන ආයෝජන භාණ්ඩවලට නිදසුන්**
    - යන්ත්‍ර සූත්‍ර හා  උපකරණ
    - ප්‍රවාහණ උපකරණ
    - ගොඩනැගිලි ද්‍රව්‍ය

- **1977 සිට 2015 දක්වා ආනයන ව්‍යුහය කාලීන වශයෙන් වෙනස් වී ඇති ආකාරය පහත පරිදි දැක්විය හැකි ය.**

| ආනයන ව්‍යුහය | 1977 | 2015 | 2016 |
|---|---|---|---|
| පාරිභෝගික භාණ්ඩ | 42% | 25% | 22% |
| අන්තර් භාණ්ඩ | 48% | 51% | 51% |
| ආයෝජන භාණ්ඩ | 12% | 24% | 27% |
| වෙනත් | 01 | - | - |

- **අන්තර් භාණ්ඩවල වෙනස්වීම් 1997 සිට 2016 දක්වා සවිස්තරාත්මක ව පහත දැක්වේ.**

| අන්තර් භාණ්ඩ | 1977 | 2015 | 2016 |
|---|---|---|---|
| බොර තෙල් | 23% | 14.3% | 12.8% |
| රෙදිපිළි | 03% | 12% | 14% |
| දියමන්ති | - | 0.9% | 3% |
| රසායනික නිෂ්පාදන | 01% | 4.6% | 4.4% |
| තිරිඟු සහ ඉරිඟු | 01% | 1.9% | 1.3% |
| පොහොර | - | 1.5% | 0.7% |
| අනෙකුත් අන්තර් භාණ්ඩ | - | 15.7% | 15.1% |

**ශ්‍රී ලංකාවේ  වෙළෙඳ ප්‍රතිපත්තිය ගැන සලකා බැලීමේ දී පහත සඳහන් කරුණු 2016 මහ බැංකු වාර්තාව අනුව දැක්විය හැකි ය.**

- ගෝලීය ආර්ථිකය හා ශ්‍රී ලංකාව අතර ඇති සබැඳියාව වැඩි දියුණු කිරීම කෙරෙහි යොමු වූ විදේශ වෙළෙඳ ප්‍රතිපත්තියක් 2015 හා 2016 වසරේ දී අඛණ්ඩ ව ක්‍රියාත්මක විය.
- විදේශ වෙළෙඳ ප්‍රතිපත්ති රාමුවක් ඇති කිරීම සඳහා රජය පුළුල් ව්‍යුහාත්මක වෙනස්කම් රාශියක් යෝජනා කරන ලදි.

- වෙළෙඳාම තීරණය වන නීති රෙගුලාසි වෙනස් කිරීමට ප්‍රයත්න දැරීම
- වෙළෙඳ ගිවිසුම් ඇති කිරීම මගින් විදේශ වෙළෙඳපොළ වෙත ශක්තිමත් ප්‍රවේශයක් ඇති කිරීම
- උපාය මාර්ගික වෙළෙඳ ප්‍රවර්ධනය
- වෙළෙඳ තීරු බදු ප්‍රතිපත්තිය තව දුරටත් තාර්කීකරණය
- නොබැඳි විදේශ ප්‍රතිපත්ති ක්‍රියාත්මක කිරීමේ දී අපනයනය ප්‍රවර්ධනය සඳහා ප්‍රමුඛත්වය ලබා දීම
- ආනයන තාර්කීකරණය සඳහා ද ප්‍රතිපත්තිමය ක්‍රියාමාර්ග ගැනීම
- ආයෝජන ප්‍රවර්ධනය සඳහා උපකාරී වන ද්විපාර්ශ්වික ගිවිසුම්වලට එළඹීම
- ශ්‍රී ලංකාව ලෝක වෙළෙඳ සංවිධානය විසින් ක්‍රියාත්මක කරනු ලබන බහුපාර්ශ්වීය ක්‍රියාමාර්ග සඳහා අඛණ්ඩ ව සම්බන්ධ වීම

**අපනයන වෙළෙඳාමේ දී මුහුණ දෙන ගැටලු**

- අපනයන බෝගවල මිල උච්චාවචනය වීම
- අපනයන පරිමාව අඩු වීම
- ලෝක වෙළෙඳපොළේ ඇති දැඩි අවිනිශ්චිතතාවය
- ගෝලීය ආර්ථික අවපාතය
- ශ්‍රී ලංකාවේ ප්‍රධාන අපනයන වෙළෙඳපොළවල් වර්ධනය මන්දගාමී වීම

**ඉහත ගැටලුවලට විසඳුම් ලෙස ඉදිරිපත් කළ හැකි කරුණු**

- ගෝලීය ආර්ථිකය හා ශ්‍රී ලංකාව අතර ඇති සම්බන්ධතාව වැඩි දියුණු කිරීම කෙරෙහි යොමු වීම
- විදේශ වෙළෙඳපොළවල සිදු කරන අලෙවිකරණ හා ආර්ථික ප්‍රවර්ධන වැඩසටහන් ඉහළ නැංවීම
- වෙළෙඳ ගිවිසුම් ඵලදායි ලෙස ශක්තිමත් කිරීම
- නව අපනයන වෙළෙඳපොළවල් ආරක්ෂා කර ගැනීමට හා දැනට පවතින වෙළෙඳපොළවල් පුළුල් කිරීම හා භාණ්ඩ විවිධාංගීකරණය කිරීම
- අපනයනය කෙරෙහි යොමු වූ කර්මාන්ත ප්‍රවර්ධනය සඳහා අත්‍යවශ්‍ය ආයතන ස්ථාපිත කිරීම
- අපනයන සංවර්ධනය සඳහා කවුන්සලයක් පිහිටුවීම