ISBN 978- 955-4563- 71- 1

පශ්චාත් යුද සමයේ ශ්‍රී ලංකාවේ සංචාරක කර්මාන්තය, ප්‍රවනතා හා අභියෝග

ඩබ්. එම්. සේමසිංහ
ආර්ථික විද්‍යා අධ්‍යයන අංශය, කැලණිය විශ්වවිද්‍යාලය

හැඳින්වීම

සංචාරක කර්මාන්තය වර්තමානයේ ලෝකයේ විශාලතම කර්මාන්තවලින් එකක් වන අතරම වේගයෙන්ම වර්ධනය වන කර්මාන්තය ද වේ. සංවර්ධනය වෙමින් පවත්නා රටවල පමණක් නොව සංවර්ධිත රටවල ද සංචාරක ව්‍යාපාරය ප්‍රභල වෘද්ධි අංශයක් බවට හඳුනාගෙන ඇත. මේ නිසා සංවර්ධිත රටවල් මෙන්ම සංවර්ධනය වෙමින් පවත්නා රටවල් ද සංචාරක කර්මාන්තයේ වර්ධනය උදෙසා විශේෂ අවධානය යොමු කරයි.
ආදායම් උත්පාදනය හා නිෂ්පාදනයේ වෘද්ධිය, ගෙවුම් ශේෂය කෙරෙහි ඇති කරන යහපත් බලපෑම සහ සේවානියුක්ති අවස්ථා බිහිකිරීමේ මාධ්‍යයක් වීම යනාදී සංචාරක ව්‍යාපාරයේ ඇති ශක්‍යතා නිසා විශේෂයෙන්ම සංවර්ධනය වෙමින් පවත්නා රටවල එය කර්මාන්තයක් වශයෙන් හඳුනා ගෙන ඇත. විදේශ විනිමය ජනනය කිරීම මඟින් විදේශ සංචිත ශක්තිමත් කිරීමට දායකවීම සංවර්ධනය වෙමින් පවත්නා රටවල් විෂයෙහි සංචාරක කර්මාන්තයේ සුවිශේෂතම කාර්යයක් වේ. සංවර්ධනය වෙමින් පවත්නා බොහෝ රටවල දළ දේශීය නිෂ්පදිතයෙන් ඉහළ ප්‍රතිශතයකට දායක වන්නේ සංචාරක කර්මාන්තයයි. දේශීය සංචරණය විශේෂයෙන්ම සංවර්ධිත රටවල සේවානියුක්ති අවස්ථා සම්පාදනයේ හා දේශීය වටිනාකම් දාමයේදී වැදගත් වුව ද විදේශ විනිමය ජනනය කිරීමේ හා දනුම සහ ප්‍රාග්ධන හුවමාරුවට අදාළ අවස්ථා සම්පාදන ධාරිතාව සැළකිල්ලට ගත්විට ආර්ථික සංවර්ධන ශක්‍යතාව පවතින්නේ ජාත්‍යන්තර සංචරණය මත ය (United Nations, 2013). සංචාරක කර්මාන්තය රටක සමාජ ආර්ථික ක්‍රියාවලියට මෙලෙස ධනාත්මක ප්‍රතිඵල ජනිත කරන්නා සේම එය යම් යම් අයහපත් ප්‍රතිවිපාක ද ජනිත කරයි. මේ අහිතකර ප්‍රතිවිපාක අතර පරිසර හානි ප්‍රමුඛස්ථානයක් ගනී. සංවර්ධනය වන රටවල සංචාරක කර්මාන්තයට උත්තේජන සපයන්නේ එම රටවල ස්වභාවික පරිසරයයි. සංචාරක කර්මාන්තය නිසා වැඩි වශයෙන් ම බලපෑමට ලක්වන්නේ ද එම අංශයයි. එයට අමතරව සමාජ හා සංස්කෘතික සාරධර්මවලට අහිතකර බලපෑම් ඇතිවීමටත් මත්ද්‍රව්‍ය භාවිතය ව්‍යාප්තිය වීමටත් විවිධ නීතිවිරෝධී ජාවාරම්කාර තත්ත්වයන් ව්‍යාප්තවීමටත් සංචාරක කර්මාන්තය හේතුවේ යැයි සැළකේ.
මෙවැනි යම් අහිතකර ප්‍රතිවිපාක පැවතිය ද රටක ආර්ථික වර්ධනයේ හා සංවර්ධනයේදී සංචාරක කර්මාන්තයේ කාර්යභාරය ඉතා සුවිශේෂී වේ. මේ නිසා සංවර්ධනය වෙමින් පවත්නා රටවල ආර්ථික වෘද්ධි උපායමාර්ග හා අපේක්ෂාවලදී සංචාරක කර්මාන්තයට විශාල වැදගත්කමක් හිමි වේ. ශ්‍රී ලංකාවේ ද එපරිද්දෙන්ම සංචාරක කර්මාන්තයේ ප්‍රවර්ධනය උදෙසා 1960 ගණන්වල සිට විවිධ පියවර ගනු ලැබූ අතර එය ක්‍රමයෙන් වර්ධනය වෙමින් පැවතියදී 1983 වර්ෂයේ ආරම්භ වූ උතුරු හා නැගෙනහිර පලාත් පදනම් කරගෙන ආරම්භ වූ බෙදුම්වාදී යුද්ධය සංචාරක කර්මාන්තයට අහිතකර ලෙස බලපෑවේය. දශක තුනක් පුරා පැවති මෙම යුද්ධය 2009 වර්ෂයේදී නිමාවට පත් විය. පශ්චාත් යුධ සමයේ රජයේ මූලික සංවර්ධන ප්‍රතිපත්ති රාමුව තුළ සංචාරක කර්මාන්තයට විශේෂ අවධානයක් යොමු විය. ප්‍රවර්ධන වැඩසටහන්, යටිතල පහසුකම් සංවර්ධනය හා සංචාරක කර්මාන්තය හා සම්බන්ධ මානව සම්පත් සංවර්ධනය යනාදියට එහිදී ප්‍රමුඛතාව හිමි විය. මෙම ලිපියේ මූලික අරමුණ වන්නේ පශ්චාත් යුධ සමයේ දේශීය සංචාරක කර්මාන්තයේ ඇති වූ ප්‍රගතිය, සංචාරක කර්මාන්තය මුහුණ දෙන අභියෝග සහ පවත්නා අවස්ථා හඳුනා ගැනීමයි. රටක ආර්ථික වර්ධනයේ හා සංවර්ධනයේදී ජාත්‍යන්තර සංචරණය පමණක් නොව දේශීය සංචරණය ද දායකත්වය සපයයි. කෙසේ වුව ද ජාත්‍යන්තර සංචරණය හා සම්බන්ධ වෙළෙඳපොල, එහි පෙර හා පසු සම්බන්ධතා යනාදිය සැළකිල්ලට ගත්විට දේශීය සංචරණයට සාපේක්ෂව ආර්ථික වර්ධනයේ හා සංවර්ධනයේදී ජාත්‍යන්තර සංචරණයට වැඩි වැදගත්කමක් හිමිවන්නේ යැයි සැළකීම සාධාරණය. එබැවින් මෙම ලිපියේදී මූලික වශයෙන් අවධානය යොමු කෙරෙන්නේ ජාත්‍යන්තර සංචාරක කර්මාන්තය පිළිබඳව ය.

සංචාරක කර්මාන්තය, යුද්ධය හා ආර්ථික සංවර්ධනය

ප්‍රත්‍යක්ෂමූල අධ්‍යයන මඟින් හෙළිකර ඇති අයුරු විශේෂයෙන් ම දුප්පත් රටවල සංචාරක කර්මාන්තයේ ඉපැයීම් සහ වෘද්ධි අනුපාතය අතර ධන සම්බන්ධතාවක් පවතී (Sequeria and Nunes, 2008). තව ද නව යටිතල පහසුකම්වල ආයෝජන සඳහා පෙළඹවීම, නව තාක්ෂණය

ISBN 978- 955-4563- 71- 1

ව්‍යාප්තිය හා සංවර්ධන හා පර්යේෂණ සඳහා පෙළඹවීම, මානව ප්‍රාග්ධන රාශීකරණය සංචාරක කර්මාන්තයේ ඉතා වැදගත් කාර්ය වේ (Juan Gabriel Brida, Wiston Adrian Risso and Annarita Bonapace, 2008). එපමණක් නොව බොහෝ රටවල් සංචාරක කර්මාන්තය ප්‍රාදේශීය සංවර්ධනයට ඉවහල් වන ප්‍රධාන මෙවලමක් වශයෙන් ද සළකයි (Salvo Creaco and Giulio Querini, 2003). දළ දේශීය නිෂ්පාදිතයට දායකවීම හා සේවානියුක්ති අවස්ථා සම්පාදනය සම්බන්ධයෙන් සංචාරක ව්‍යාපාරය කුඩා දිවයින් රාජ්‍යවල ප්‍රධාන කාර්යයක් ඉටු කරයි. මේවා බොහොමයක් අවම සංවර්ධනයක් සහිත රටවල් වේ. සමහර රටවල දළ දේශීය නිෂ්පාදිතයට සංචාරක කර්මාන්තයේ දායකත්වය සියයට 25ක් තරම් වේ. සමස්තයක් වශයෙන් සංවර්ධනය වෙමින් පවත්නා රටවල මුළු අපනයන ඉපැයීම්වලින් සියයට 12-15කට පමණ දායක වන්නේ සංචාරක කර්මාන්තයයි (United Nations, 2013). ජාත්‍යන්තර සංචරණය මුහුණ දෙන බරපතලම ප්‍රශ්නය වන්නේ සංචාරක ගමනාන්තවල පවත්නා ත්‍රස්තවාදී තර්ජන හා සිවිල් යුදමය තත්ත්වයයි.

සංචාරක ගමනාන්තවල නිශ්චලබව හා සාමකාමී බව සංචාරක කර්මාන්තයේ වර්ධනයට බෙහෙවින් ඉවහල් වේ. සංචාරකයන් සමූහ වශයෙන් විදේශ සංචාරක ස්ථානවල සංචාරය කිරීමට කැමති වන්නේ ඔවුන්ගේ සංචාරය හා නැවතීම ආරක්ෂිත වන්නේ නම් සහ විනෝදාත්මක අත්දැකීම් තර්ජනයට ලක්වන සිද්ධින්ගෙන් ආවරණය වන්නේ නම් පමණි (Eric Neumayer, 2004). අනාරක්ෂිත හා විවිධ ගැටුම් පවත්නා රටවල් වෙනුවට සමාන ලක්ෂණ සහිත වෙනත් රටවලට සංචාරකයන් යොමු වේ. සංචාරක කර්මාන්තයට යුද්ධයෙන් ඇති කරන බලපෑම විශ්ලේෂණය කිරීම සඳහා සිදු කර ඇති අධ්‍යයන සංඛ්‍යාව සැළකිය යුතු තරම් විශාලය. ලෝකයේ සංචාරක ගමනාන්ත වන බොහොමයක් රටවල යුධමය තත්ත්ව පැවතීමත් සංචාරක කර්මාන්තය එම රටවල ප්‍රධාන කර්මාන්තයක් බවට පත්ව තිබීමත් යුධමය තත්ත්ව හා සංචාරක කර්මාන්තය අතර සම්බන්ධතාව අධ්‍යයනය කිරීමට වැඩි වශයෙන් යොමු වීමට තුඩුදී ඇති හේතුව ලෙස සැළකිය හැකි ය. අපේක්ෂිත අයුරින් ම එම අධ්‍යයන බොහොමයක් අනුව යුද්ධය සංචාරක කර්මාන්තයට අහිතකර ලෙස බලපායි (Radnic and Ivandic, 1999; Mihalic, 1996). ක්‍රොයේෂියාවේ (Croatia) සංචාරක කර්මාන්තයටත් එරට ආර්ථිකයටත් එහි පැවති යුද්ධය මගින් සිදුකරන ලද බලපෑම අධ්‍යයනය කිරීම සඳහා David M Currier, Marinko Skare සහ Jasmina Loncar සිදු කරන ලද අධ්‍යයනයට අනුව යුධ සමය තුළ සංචාරක කර්මාන්තයේ පසුබෑමේ ආර්ථික ප්‍රතිවිපාකය ඩොලර බිලියන 5ක් පමණ වේ. යුධමය තත්ත්වය දිගුකාලීනව සංචාරක කර්මාන්තයට හිතකර වන බවට ද අදහස් පළවී ඇත (Weaver, 2000). යුද්ධය නිසාම නව සංචාරක කණ්ඩායම්වල පැමිණීම මෙයට හේතුව ලෙස සැළකේ.

ශ්‍රී ලංකාවේ සංචාරක කර්මාන්තය හා යුද්ධය

ස්වභාව ධර්මයෙන් උරුම වූ සංචාරක කර්මාන්තයට යෝග්‍ය වූ සිත් ඇදගන්නා සුළු පිහිටීම ශ්‍රී ලංකාවේ සංචාරක කර්මාන්තයේ පදනම වශයෙන් සැළකිය හැකි ය. වර්ග කි. මී. 65000ක් පමණක්වූ කුඩා භූමි භාගයක් තුළ පිහිටිය ද දිවයින වටා පිහිටි මුහුදු වෙරළ ද හරිත වර්ණ තේ වතු හා සීතල දේශගුණික පරිසරයකින් යුත් කඳුකර ප්‍රදේශ ද එකිනෙකට වෙනස් දේශගුණික තත්ත්වයන් ඉතා කෙටිකාලයකින් අත්විඳීමේ හැකියාව ද මෙහි සුවිශේෂි ලක්ෂණ වේ. එයට අමතරව ඓතිහාසික හා පුරාවිද්‍යාත්මක ස්ථාන, සංස්කෘතිකාංග හා විශේෂයෙන් ම මෙරටටම ආවේනික වූ ආගන්තුක සත්කාර සංචාරක කර්මාන්තයට මහත් පිටිවහලක් සපයයි. කෙසේ වුව ද රටක සාමකාමී බව, මානව හිමිකම් තත්ත්වය, දේශපාලන ස්ථාවරත්වය හා ආරක්ෂිත බව අනෙකුත් සියලුම සාධකවලට වඩා සංචාරක කර්මාන්තයේදී වැදගත් වන බව 1980 දශකයෙන් පසු ශ්‍රී ලංකාවේ ඇති වූ තත්ත්වයෙන් පැහැදිලි වේ.

ශ්‍රී ලංකාව ලෝක සංචාරක කේන්ද්‍රස්ථානයක් වශයෙන් අතීතයේ සිටම පැවති බව ඓතිහාසික මූලාශ්‍ර සාක්ෂි සපයයි. කෙසේ වුව ද සංචාරක කර්මාන්තය විධිමත් කර්මාන්තයක් වශයෙන් හඳුනාගනු ලබන්නේ 1960 ගණන්වලදී ය. 1966 දී 'ලංකා සංචාරක මණ්ඩලය' ස්ථාපිත කරමින් මෙරට සංචාරක කර්මාන්තය විධිමත්ව ප්‍රවර්ධනය කිරීමට පියවර ඇරඹිණි. එතැන් සිට සංචාරක කර්මාන්තයේ සැළකිය යුතු වර්ධනයක් ඇති විය. විශේෂයෙන්ම 1977 සිදු කළ ආර්ථික ප්‍රතිසංස්කරණ සමඟ ආර්ථිකයේ සිදු වූ විවෘතභාවයත් සංචාරක කර්මාන්තය ප්‍රවර්ධනය කිරීම උදෙසා ගනු ලැබූ පියවරවලත් ප්‍රතිඵල වශයෙන් සංචාරකයන්ගේ පැමිණීම 1966-1982 කාලය තුළ 19 000 සිට 407, 230 දක්වා වර්ධනය විය. මෙකී කාලය තුළ සංචාරක කර්මාන්තයේ විදේශ විනිමය ඉපැයීම් සියයට 200 ඉක්මවා ද එම ක්ෂේත්‍රයේ සේවා නියුක්තිය සියයට 100 ඉක්මවා ද වර්ධනය විය (Jayatilleke S. Bandara, 1997). එසේ වුව ද 1980 ගණන් ආරම්භයේ සිට දශක 3ක් පුරා මෙරට පැවති සිවිල් යුද්ධය ආර්ථිකයේ අනෙකුත් අංශ කෙරෙහි මෙන්ම සංචාරක කර්මාන්තය කෙරෙහි ද දැඩි ලෙස අයහපත් ආකාරයෙන් බලපෑවේ ය. ඇත්ත වශයෙන්ම 1980 දශකයේදී මෙරට එකවර යුද්ධ

ISBN 978- 955-4563- 71- 1

දෙකක් පැවතිණි. ඒ, 1983 ආරම්භවී දශක තුනක් පුරා පැවති දෙමළ ඊලාම් යුද්ධය හා 1987-89 කාලවකවානුව තුළ ජනතා විමුක්ති පෙරමුණේ නායකත්වයෙන් සිදු වූ තරුණ නැගිටීමයි. පළමුවැන්න බෙදුම්වාදී අරගලයක් වශයෙන් ද දෙවැන්න දේශපාලන අරගලයක් වශයෙන් ද හඳුනාගැනීම සාධාරණය. දෙවැන්න ඉතා කෙටිකාලයක් තුළ නිමා වුව ද පළමුවැන්න දශන තුනක් පුරා දිග්ගැසුන යුද්ධයක් විය. මේ යුද්ධ මඟින් මෙරට ආර්ථිකයටත් ජනසමාජයටත් ඇති කළ හානිය අති විශාලය. මේ යුද්ධයත් දේශපාලන අරගලත් හේතුවෙන් ආර්ථික සංවර්ධනමය වශයෙන් බොහෝ අවස්ථා මෙරටට අහිමි විය (Sriyantha *et.al*. 2013). ඒ අතර සංචාරක කර්මාන්තයේ ඇතිවූ පසුබැසීම ආර්ථික මෙන්ම සමාජීය වශයෙන් ද අහිතකර බලපෑම් ඇති කළේ ය. සංචාරක කර්මාන්තයේ ගෝලීය තරඟකරුවන් අතර ශ්‍රී ලංකාවේ තත්ත්වය කෙමෙන් දුර්වල විය. යුධමය තත්ත්වය නිසා ඇතිවූ අනාරක්ෂිත තත්ත්වය හේතුවෙන් සංචාරකයන්ගේ පැමිණීමේ වර්ධනය අඩාල විය. එයට අමතරව ප්‍රජාතන්ත්‍රවාදය හා මානව හිමිකම් සම්බන්ධයෙන් පැවති විවිධ චෝදනා ද විදේශගත ද්‍රවිඩ ඩයස්පොරාවේ ශ්‍රී ලංකා විරෝධී මතවාද ද හේතුවෙන් විශේෂයෙන්ම බටහිර සංචාරකයන්ගේ පැමිණීමේ වර්ධනය පහත වැටිනි. එයට සමගාමීව ආර්ථික ව්‍යුහය තුළ සංචාරක කර්මාන්තයේ දායකත්වයේ වර්ධනය කෙමෙන් පහත වැටුනි. 1980 ගණන්වල සිට ක්‍රමයෙන් ගොඩනැගෙමින් පැවති ආර්ථික වර්ධනය අඩාලවීමට මෙය දැඩි ලෙස ඉවහල් විය. 1990 දශකයේ මුල් භාගය වන විට මෙරට ආර්ථිකය සැළකිය යුතු වර්ධනයක් අත්කරගනිමින් සිටිය ද 1995/96 කාලයේදී ඇති වූ තෙවන ඊලාම් යුද්ධය සියල්ල නැවත ආපස්සට ඇද දැමීමට හේතු විය. එම වර්ෂයේ දී ශ්‍රී ලංකා මහ බැංකුව, කොළොන්නාව තෙල් පිරිපහදුව, දෙහිවල දුම්රිය ස්ථානය, කොම්පඤ්ඤ වීදිය හමුදා මූලස්ථානය යනාදිය ඉලක්ක කරගනිමින් සිදු වූ ප්‍රහාර මාලාව හේතුවෙන් රටේ ඇතිවූ අනාරක්ෂිත බව සංචාරක පැමිණීම විශාල වශයෙන් අධෛර්ය කිරීමට හේතු විය.

සංචාරක ව්‍යාපාර ක්ෂේත්‍රයේ ඇති වූ පසුබැසීම විදේශ විනිමය ඉපැයීම් කෙරෙහිත් ඍජුවම එම ක්ෂේත්‍රය හා බැඳී පැවති සේවා සැපයුම් කෙරෙහිත් අහිතකර ලෙස බලපෑවේ ය. සංචාරක හෝටල හා සංචාරක නිකේතන නඩත්තු කිරීම හා පවත්වාගෙන යාම පවා අසීරු විය. එපමණක් නොව දහස් ගණනක් වූ සංචාරක ව්‍යාපාරයේ ඍජු හා වක්‍ර සේවානියුක්තිකයන්ගේ ජීවනෝපායට ඇති වූ බලපෑම අතිවිශාලය. 1996 සංචාරක සැලැස්මෙන් අපේක්ෂිත විදේශ විනිමය ඉපැයීම් ප්‍රමාණය ඩොලර මිලියන 145කින් අඩුවීමත් අපේක්ෂිත සේවා නියුක්තිය 42000කින් පමණ අඩුවීමත් යුධමය තත්ත්වය හේතුවෙන් 1996 වර්ෂයේදී සංචාරක කර්මාන්තයේ පසුබැසීමේ පිරිවැය වශයෙන් දැක්විය හැකි ය (Jayatilleke S. Bandara, 1997). 1970-2008 අතර කාලයේ සංචාරක කර්මාන්තයට අදාළ දත්ත විශ්ලේෂණය කරමින් Ranasinghe and Deyshappriya (2010) පෙන්වා දෙන්නේ තායිලන්තය, කෙන්යාව හා මැලේසියාව යනාදී රටවලට සාපේක්ෂව ශ්‍රී ලංකාවේ ආර්ථිකයට සංචාරක කර්මාන්තයේ බලපෑම ක්‍රමයෙන් අඩුවන අතරම පහළයාමක් ද පෙන්නුම් කරන බවයි. අස්ථාවර දේශපාලන වාතාවරණය මෙයට හේතුව වන්නට ඇතැයි යන්න ඔවුන්ගේ විශ්වාසයයි.

Sriyantha *et. al.* (2013) පෙන්වා දෙන පරිදි යෝග්‍ය නොවන ආර්ථික ප්‍රතිපත්ති, දේශපාලන වියවුල් සහ යුද්ධ හේතුවෙන් සංවර්ධන ප්‍රයත්නයේදී ශ්‍රී ලංකාවට අවස්ථා රාශියක් ගිලිහී ගොස් ඇත. පශ්චාත් යුධ සමයේ ශ්‍රී ලංකාවේ සංචාරක කර්මාන්තය වේගවත් වර්ධනයක් අත්කරගෙන ඇති බව දක්වන ඔවුන් සංචාරක කර්මාන්තය ප්‍රවර්ධනයේදී ශ්‍රී ලංකාවට පවත්නා ප්‍රභලතා, අවස්ථා, දුබලතා හා තර්ජන පිළිබඳව ද විස්තර කර ඇත. විශේෂයෙන්ම භූගෝලීය පිහිටීම, සංස්කෘතික වටිනාකම්, ආගන්තුක සත්කාර ඇතුලු සම්ප්‍රදායික ගුණාංග ප්‍රභලතා වශයෙන් දක්වා ඇත.

යුධ සමය තුළදී ද සංචාරක කර්මාන්තයේ ප්‍රවර්ධනය උදෙසා රජය හා රාජ්‍ය ආයතන ද පෞද්ගලික අංශය ද විවිධ ප්‍රයත්න දරනු ලැබී ය. මේ අතර 2002 වර්ෂයේදී එදිරිවාදිකම් අත්හිටුවීමේ ගිවිසුම (Ceasefire Agreement-CFA) ඇති කරගැනීමත් සමඟ ඇති වූ සාමකාමී වාතාවරණය සංචාරක කර්මාන්තයට ද යහපත් අයුරින් බලපෑවේ ය. එම තත්ත්වය යටතේ සංචාරකයන්ගේ පැමිණීමේ වර්ධනයක් දක්නට ලැබුණි. 2001 වර්ෂයේදී පැමිණි සංචාරකයන්ගේ සංඛ්‍යාව 336794ක් වූ අතර 2002 වර්ෂයේදී අය 393174 දක්වා සියයට 17කින් ද 2003 වර්ෂයේදී 500642 දක්වා සියයට 27කින් ද වාර්ෂිකව වර්ධනය විය (ශ්‍රී ලංකා මහ බැංකුව, වාර්ෂික වාර්ථා). කෙසේ වුව ද මේ සාමකාමී වාතාවරණය කෙටිකාලීන විය. යුධමය තත්ත්වය නැවත ඇතිවීමත් සමඟ ඉහත වර්ධන ප්‍රවනතාව අඩාල විය. 2005 වර්ෂයේදී 'නව සංචරණ පනත' (New Tourism Act) හඳුන්වාදීමත් 2008 වර්ෂයේදී 'තුන්වන සංචරණ මහා සැලැස්ම' (Third Tourism Master Plan) හඳුන්වාදීමත් මඟින් රාජ්‍ය අංශය හා පෞද්ගලික අංශය අතර සම්බන්ධතාව ඇති කරමින් ඒකාබද්ධ ප්‍රවේශයක් ගොඩනැගීමට කටයුතු කෙරිණි. කෙසේ වුව ද යුධමය තත්ත්වය උත්සන්නවීම හේතුවෙන් ඇති වූ වාතාවරණය හමුවේ මේ ප්‍රයත්නයන් අපේක්ෂිත ඉලක්ක කරා ගමන් කිරීම වැළකිණි.

2009 වර්ෂයේදී යුද්ධය නිමවීමත් සමඟ ඇරඹුණ ආර්ථිකය නඟා සිටුවීමේ කෙටිකාලීන හා දිගුකාලීන උපාය මාර්ගවලදී සංචාරක කර්මාන්තයට ප්‍රමුඛස්ථානය හිමි විය. පශ්චාත් යුධ සමයේ ඉහළම වෘද්ධි විභවතාවක් සහිත අංශයක් වශයෙන් සංචාරක කර්මාන්තය හඳුනාගෙන ඇත

ISBN 978- 955-4563- 71- 1

(Ministry of Economic Development, 2011). විශේෂයෙන්ම ශ්‍රී ලංකා සංචාරක සංවර්ධන අධිකාරිය, ශ්‍රී ලංකා සංචාරක මණ්ඩලය, ශ්‍රී ලංකා සංචරණය (Sri Lanka Tourism) යනාදී රාජ්‍ය ආයතන මඟින් වැඩසටහන් රාශියක් සැළසුම් කර ක්‍රියාත්මක කරනු ලැබීය. එහිදී දේශීය යටිතල පහසුකම් සංවර්ධනය, ගෝලීය හෝටල් ජාලා මගින් උපාය මාර්ගික ආයෝජන සිදුකිරීම, ප්‍රවර්ධන වැඩසටහන්, නව සංචාරකයන් ආකර්ෂණය කර ගැනීම සහ සංචාරක සංවර්ධන කටයුතු කෙරෙහි රජයේ විශේෂ අවධානය යොමු කෙරිණි. ''ශ්‍රී ලංකාඃ ආසියාවේ ආශ්චර්ය'' (Sri Lanka: Wonder of Asia) යන්න සංචාරක කර්මාන්තය ප්‍රවර්ධනයේ තේමා පාඨය විය. සංචාරක කර්මාන්තයේ අපේක්ෂිත සංවර්ධන ඉලක්ක ප්‍රකාශයට පත්කරමින් වසර 2011 වසරේදී ජාතික සංචාරක ක්‍රමෝපාය ඉදිරිපත් කරන ලදී. 2016 වන විට වාර්ෂිකව ඩොලර බිලියන 3.6ක විදේශ විනිමය ප්‍රමාණයක් ඉපැයීමත් සංචාරකයන් මිලියන 2.5ක් ගෙන්වා ගැනීමත් සෘජු හා වක්‍ර රැකියා 500,000ක් ඇති කිරීමත් ඉලක්ක කරගනිමින් ඒ යටතේ සැළසුම් සකස් කෙරිණි. නව සංචාරක වෙළෙඳපොලවලින් සංචාරකයන් අකර්ෂණය කර ගැනීමේ අරමුණින් ආරම්භ කළ "නරඹමු ශ්‍රී ලංකා 2011" (Visit Sri Lanka) වැඩ සටහන හේතුවෙන් චීනය, රුසියාව, ජපානය යනාදී රටවලින් පැමිණෙන සංචාරකයන් සංඛ්‍යාව ඉහළ ගියේය. 2013 වසරේදී ප්‍රවර්ධන කටයුතු තවදුරටත් තීව්‍ර කරමින් වැඩසටහන් රැසක් ක්‍රියාත්මක කරනු ලැබී ය. රාජ්‍ය හා පෞද්ගලික දෙඅංශයේම සහභාගීත්වයෙන් 'Get SriLankan' යන තේමාව යටතේ ඉන්දියාවේ විශාල වැඩමුළුවක් පැවැත්වීම, සංචාරක ව්‍යාපාරය ජනමාධ්‍ය හරහා ජනප්‍රිය කරවීමේ අරමුණින් ක්‍රියාත්මක කළ 'Visiting Journalist' වැඩසටහන, පොදු රාජ්‍ය මණ්ඩලීය නායක සමුළුවට පැමිණි අමුත්තන් උදෙසා සංවිධානය කළ "Reflection of Sri Lanka', යනාදිය එලෙස සංවිධානය කළ ප්‍රවර්ධන වැඩසටහන් අතර විය. 2014 වර්ෂය තුළදී සංචාරක ප්‍රවර්ධන කාර්යාංශය සංචාරක වෙළෙඳපොළවල් 30ට සහභාගී වී ඇත. චීන සංචාරකයන් ඉලක්ක කර ගනිමින් 'Sri Lanka Shines in Shanghai' නමින් මහා පරිමාණ සංචාරක ප්‍රවර්ධන වැඩ සටහනකට චීනයේදී සහභාගී විය.

සංචාරක ව්‍යාපාරය හා සම්බන්ධ යටිතල පහසුකම් සංවර්ධනය සඳහා ද රජයේ විශේෂ අවධානය යොමු විය. යුද්ධය හේතුවෙන් සංචාරකයන්ට ප්‍රවේශවීමට අසීරුව පැවති නැගෙනහිර පලාතේ ආරුගම්බේ, පාසිකුඩා, ත්‍රිකුණාමලය, නිලාවැලි, වාකරේ, වේරුගල්, කල්කුඩා යනාදී ස්ථාන පදනම් කරගෙන යටිතල පහසුකම් ප්‍රවර්ධනයට පියවර ගැණිනි. ලෝකප්‍රකට සංචාරක හෝටල් ව්‍යාපාර වන ෂැංග්‍රිලා (Shangri-La), ෂෙරටන් (Sheraton), හයට් (Hyatt), මූවන්පික් (Movenpioc), RIU, නෙක්ස්ට් (Next) බෙස්ට් වෙස්ටර්න් (Best Western), සෙන්ටරා (CENERA) සහ මැරියට් (marriott) යනාදී ජාත්‍යන්තර හෝටල් ජාල ශ්‍රී ලංකාවේ සංචාරක කර්මාන්තයට මේ වන විටත් ප්‍රවිශ්ඨවී හෝ වෙමින් හෝ පවතී. යුධ සමයේ සිය සේවා අත්හිටවූ සහ නව ගුවන් සේවා රැසක් ශ්‍රී ලංකාවට පියාසර කිරීම ඇරඹීම සංචාරකයන්ගේ පැමිණීම වර්ධනයට ඉවහල් විය.

ජාත්‍යන්තර මාධ්‍ය තුළ සංචාරක ගමනාන්තයක් වශයෙන් ශ්‍රී ලංකාවට හිමි තැන යුද්ධය නිමවීමත් සමඟ ක්‍රමයෙන් වර්ධනය විය. ඇමෙරිකා එක්සත් ජනපදයේ සමාජමය වශයෙන් බලපෑමක් කළ හැකි බලගුතු පුවත්පතක් වන New York Times පුවත්පතෙහි පළවූ "The 31 Places to Go in 2010" ලිපිය මඟින් 2010 වර්ෂයේදී සංචාරය කළ හැකි ගමනාන්ත අතර පළමු තැනට ශ්‍රී ලංකාව නම් කර තිබුණි. දේශීය හා ජත්‍යන්තර වශයෙන් ගොඩනැගෙමින් පවත්නා මේ හිතකර තත්ත්ව දේශීය සංචාරක කර්මාන්තයට අදාළ බොහෝ අංශවල වර්ධනයට හේතුවෙමින් තිබේ.

සංචාරක පැමිණීම හා එහි වර්ධනය

සංචාරක ගමනාන්තයකට සංචාරකයන්ගේ පැමිණීම එහි පවත්නා සාමකාමී බවට හා ආරක්ෂිත බවට ඉතා සංවේදී වේ. මේවා සංචාරක ගමනාන්තවල තරඟකාරී බව තීරණය වන ප්‍රධාන සාධක වෙති. යුධමය තත්ත්ව හෝ සංචාරකයන්ට අනාරක්ෂිත වන පරිසරයක් පවත්නා විට අනෙකුත් පහසුකම්වල තත්ත්වය කෙබඳු වුව ද සංචාරකයන් එම ගමනාන්ත තෝරා නොගනී. මේ නිසා යුදමය තත්ත්වය ක්ෂණිකව සංචාරක පැමිණීම අඩාල වීමට හේතුවේ. 1960 ගණන්වල සිට ශ්‍රී ලංකාව සංචාරක ගමනාන්තයක් වශයෙන් තරඟකාරීව නැඟෙමින් සිටියදී 1980 දශකයේ ආරම්භයේ පටන් පැවති යුධමය තත්ත්වය සංචාරක පැමිණීමේ වර්ධනය අඩාල කිරීමට හේතුවිය. යුදමය තත්ත්වය හේතුවෙන් ඇතිව තිබූ අනාරක්ෂිත තත්ත්වයත් උතුරු හා නැගෙනහිර ප්‍රදේශවල පිහිටි සංචාරක ස්ථානවලට ප්‍රවිෂ්ඨවිය නොහැකිවීමත් එලෙස සංචාරකයන්ගේ පැමිණීම අඩාලවීමට තුඩු දුන් ප්‍රධාන සාධක වේ[79]. යුද සමයේ සංචාරකයන්ගේ පැමිණීම වාර්ෂිකව ලක්ෂ 3 හා 6 අතර උච්ඡාවචනය විය.

[79] මෙයට අමතරව සංචාරක කර්මාන්තය සම්බන්ධ සියලු අංශ ආවරණය වන විධිමත් ප්‍රතිපත්ති හා සැලසුම් රාමුවක් නොපැවතීම, පෞද්ගලික අංශයේ හා ජන සමාජයේ සහභාගිත්වය ප්‍රමාණවත් නොවීම, සංචාරක අමාත්‍යාංශය සහ

ISBN 978- 955-4563- 71- 1

යුද්ධය නිමවීමත් සමඟ සංචාරක පැමිණීම් සැළකිය යුතු තරමින් අඛණ්ඩව වර්ධනය වෙමින් පවතී. 2009 වර්ෂයේ පැමිණ මුලු සංචාරකයන්ගේ සංඛ්‍යාව ආසන්න වශයෙන් ලක්‍ෂ 4½ක් පමණ වූ අතර 2014 වර්ෂයේදී එය ලක්‍ෂ 15 ඉක්මවීය. බටහිර යුරෝපය, නැගෙනහිර යුරෝපය හා ආසියාව යන කලාපවල සංචාරකයන්ගේ පැමිණීමේ වර්ධනය මෙම ඉහළ යාමට වැඩි වශයෙන් දායක වී ඇත. රටවල් වශයෙන් ගත් විට වැඩිම සංචාරකයන් පිරිසක් පැමිණ ඇත්තේ ඉන්දියාවෙනි. කෙසේ වුව ද කලාප වශයෙන් ගත්විට තවමත් ප්‍රධානතම සංචාරක ප්‍රභවය වන්නේ බටහිර යුරෝපයයි. දෙවැනි ප්‍රභවය දකුණු ආසියානු කලාපයයි.

සංඛ්‍යා සටහන 1: කලාප අනුව සංචාරක පැමිණීම - 2009-2014

කලාපය	වර්ෂය		වර්ධනය (%)
	2009	2014	
බටහිර යුරෝපය	170,123	470,007	176
නැගනහිර යුරෝපය	26,310	154,153	486
උතුරු ඇමෙරිකාව	24,948	72,653	191
දකුණු ආසියාව	174,534	370,299	112
ඕස්ට්‍රලේසියා	26,068	62,252	139

සංචාරකයන්ගේ පැමිණීමේ වර්ධනය සැළකිල්ලට ගත් විට 2009-2014 කාලය තුළ වැඩිම වර්ධනයක් පෙන්නුම් කරන්නේ නැගෙනහිර යුරෝපයයි. ඉහත සංඛ්‍යා සටහන 1හි දැක්වෙන පරිදි අදාළ කාලය තුළ එම කලාපයේ සංචාරක පැමිණීමේ වර්ධනය සියයට 486කි. කැනඩාව හා ඇමෙරිකා එක්සත් ජනපදය ඇතුළත් උතුරු ඇමෙරිකා කලාපය දෙවැනි වැඩිම වර්ධනයක් පෙන්වයි. එක්සත් රාජධානිය හා ජර්මනිය යන රටවල් ද ඇතුළත් බටහිර යුරෝපයෙන් පැමිණෙන සංචාරකයන්ගේ සංඛ්‍යාව ද සැළකිය යුතු අයුරි වැඩිවී ඇත. යුද්ධය නිමවීමත් සමඟ රටේ ආරක්‍ෂක තත්ත්වයේ ඇති වූ වර්ධනය හේතුවෙන් එතෙක් එක්සත් ජනපදය, එක්සත් රාජධානිය ඇතුලු බටහිර රටවල් නිකුත් කර තිබූ අයහපත් සංචාරක උපදේශන ලිහිල් කරනු ලැබීම නිසා එම රටවලින් පැමිණෙන සංචාරකයන්ගේ සංඛ්‍යාව ඉහළ ගිය ද මේ වන විට සංචාරක පැමිණීම සම්බන්ධයෙන් අත්කරගෙන ඇති ප්‍රගතිය 2016 වර්ෂය වන විට සපුරා ගැනීමට අපේක්ෂිත ඉලක්කය වන මිලියන 2.5ට සාපේක්‍ෂව සිටින්නේ සැළකිය යුතු තරම් පිටුපසිනි. යුද්ධය නිමවීමෙන් පසු රටේ ආරක්‍ෂක තත්ත්වය යහපත්වුව ද ප්‍රජාතන්ත්‍රවාදය, මානව හිමිකම් යනාදී අංශවල ප්‍රගතිය ප්‍රමාණවත් නොවීම නිසා ජාත්‍යන්තර ප්‍රජාවේ ආකල්ප යහපත් නොවීම ද ද්‍රවිඩ ඩයස්පොරාවේ බලපෑම් ද සංචාරක කර්මාන්තයට තවමත් අයහපත් අයුරින් බලපායි. කෙසේ වුව ද මේ වන විට රටේ ඇතිව තිබෙන දේශපාන වාතාවරණය සම්බන්ධයෙන් ජාත්‍යන්තර ප්‍රජාව දක්වන සුභවාදී ආකල්ප මෙන්ම ජත්‍යන්තර ප්‍රජාව සමඟ එක්ව කටයුතු කිරීමේ වත්මන් රජයේ අභිලාෂයන් ද සංචාරක කර්මාන්තයේ වර්ධනයට හිතකර වනු ඇත.

සංචාරකයන් සඳහා සේවා සැපයීම හා සේවා නියුක්තිය

සංචාරකයන් සඳහා පවත්නා පහසුකම් හා ඒවායේ තත්ත්වය, ප්‍රවාහන පහසුකම් හා ආශ්‍රිත සේවා සංචාරකයන් ගමනාන්තයන් කරා ඇදී ඒමේදී සළකා බලන ප්‍රධාන අවශ්‍යතා වේ. මේවා අතුරින් නවාතැන් පහසුකම් හා ඒවායේ තත්ත්වය ප්‍රධාන සාධකයක් වේ. මේ නිසා වර්ධනය වෙමින් පවත්නා සංචාරක කර්මාන්තයේ අවශ්‍යතා සැපිරීම සඳහා රාජ්‍ය අංශය මෙන් ම පෞද්ගලික අංශය ද සැලසුම් සහගත වැඩසටහන් රාශියක් ක්‍රියාත්මක කරමින් සිටී. ෂැංග්‍රි-ලා ඇතුළු ජත්‍යන්තර හෝටල් ජාලය ද දේශීය පෞද්ගලික අංශය ද මෙරට සංචාරක කර්මාන්තයට ප්‍රවිශ්ඨ වෙමින් සිටී. විශේෂයෙන්ම දකුණු හා නැගෙනහිර සංචාරක කලාප කේන්ද්‍ර කරගනිමින් පහසුකම් වර්ධනය කිරීමේ වැඩසටහන් රාශියක් ක්‍රියාත්මක වේ. මේවායේ ප්‍රතිඵල වශයෙන් 2000 වර්ෂයේදී 1312ක් වූ සංචාරක කර්මාන්තය සම්බන්ධ හෝටල් හා ආපනශාලා, සංචාරක හා ප්‍රවාහන නියෝජිත ආයතන, විනෝද ආයතන හා සංචාරක සාප්පු ඇතුළු සේවා සපයන ආයතන සංඛ්‍යාව 2014 වර්ෂය වන විට 2873ක් දක්වා ඉහළ ගොස් ඇත. ශ්‍රේණිගත ආයතන හා අතිරේක ආයතනවල ඇති මුළු ඇඳන් සංඛ්‍යාව ද අදාළ කාලය තුළ 29000 සිට 51000 දක්වා ඉහළ ගොස් ඇත.
සංචාරක පැමිණීමේ වර්ධනයට සමගාමීව හෝටල කාමර උපයෝජනය ද සැළකිය යුතු අන්දමින් ඉහළ ගොස් ඇත. 2009 වර්ෂය වන විට එම අගය පැවතියේ සියයට 48.4ක් වශයෙනි. 2014 වන විට

සංචාරක කර්මාන්තය හා සම්බන්ධ අනෙකුත් ආයතන අතර වගකීම් පහැදිලිව බෙදී නොයාම, මිනිස්බල හිඟය, සංචාරක කර්මාන්තය නඟා සිටුවීමට අදාළ අංශ අතර නිසි සම්බන්ධීකරණයක් නොවීම යනාදිය සාර්ව මට්ටමේදී එම කාලවකවානුව තුළ සංචාරක කර්මාන්තයේ පසුබෑමට හෝ මන්දගාමී වර්ධනයට හේතු වූ සාධක වේ.

ISBN 978- 955-4563- 71- 1

එම ප්‍රතිශතය 74.3ක් දක්වා කැපී පෙනෙන අයුරින් වර්ධනය වී ඇත. සංචාරකයන් මෙරට ගත කරනු ලබන රාත්‍රී ගණන ද යුද්ධය නිමවීමත් සමග සීග්‍රයෙන් ඉහළ යමින් තිබේ. 2005 වර්ෂයේදී සංචාරකයන් මෙරට ගත කළ මුළු රාත්‍රී සංඛ්‍යාව මිලියන 5ක් පමණ වූ අතර එම අගය 2014 වන විට මිලියන 15ද ඉක්මවා විශාල වශයෙන් වර්ධනය වී ඇත. වසර 10ක කාලය තුළ එම අගයේ ඉහළ යාම ආසන්න වශයෙන් සියයට 218කි.

සංචාරක ක්ෂේත්‍රයේ සේවානියුක්තිය

සංවර්ධනය වෙමින් පවත්නා රටවල් සංචාරක කර්මාන්තයෙන් සපුරා ගැනීමට අපේක්ෂා කරන අභිමතාර්ථයක් වන්නේ සේවා නියුක්ති අවස්ථා සම්පාදනයයි. සංචාරක කර්මාන්තයෙන් පුහුණු හා නුපුහුණු ශ්‍රමිකයන් සඳහා ඍජු හා වක්‍ර සේවා නියුක්ති අවස්ථා රාශියක් ජනනය වේ. හෝටල හා අනෙකුත් නවාතැන් පහසුකම් සපයන ආයතන, ආපනශාලා, සංචාරක නියෝජිත ආයතන, ප්‍රවාහන සේවා ආයතන, විනෝදාත්මක කටයුතු හා සම්බන්ධ ව්‍යාපාර, සංචාරක මඟ පෙන්වන්නන්, සංචාරකයන් සඳහා විවිධ නිෂ්පාදන අලෙවි කරන ආයතන ආශ්‍රිතව ඍජුව හා වක්‍රව විශාල පිරිසක් සේවා නියුක්තව සිටී. සංචාරක කර්මාන්තයේ සේවානියුක්ති අවස්ථා ජනනය කිරීමේ ධාරිතාව සම්බන්ධ ජාත්‍යන්තර කම්කරු සංවිධානයේ ඇස්තමේන්තු අනුව සංචාරක කර්මාන්තයේ එක් ඍජු රැකියාවකින් සංචාරණය සම්බන්ධ ආර්ථික ක්‍රියාවන්හි වක්‍ර රැකියා 1.2ක් නිර්මාණය වේ (United Nations, 2013). ශ්‍රී ලංකාවේ මෑතකාලීන දත්ත විශ්ලේෂණය කිරීමේදී එය 1.4ක් පමණ වන බව හෙළි වේ.

මෑතකාලීනව මෙරට සංචාරක කර්මාන්තයේ ඇති වෙමින් පවත්නා ප්‍රබෝධය සමඟ එකී අංශයේ සේවානියුක්ති අවස්ථා ද සැළකිය යුතු ලෙස ඉහළ ගොස් ඇත. 2000 වර්ෂයේදී 57,900ක් පමණ වූ ඍජු සේවානියුක්තිය 2014 වන විට 130,000ක් පමණ දක්වා ද 53,000ක් වූ වක්‍ර සේවානියුක්තිය 170,000 දක්වා ද වැඩිවී ඇත. කෙසේ වුව ද රටේ මුළු සේවානියුක්තියට සංචාරක කර්මාන්තයේ සේවානියුක්තියේ දායකත්වය සංචාරක කර්මාන්තය ප්‍රචලිත අනෙකුත් රටවලට සාපේක්ෂව මතු නොව දකුණු ආසියානු කලාපයේ සෙසු රටවලට සාප්ක්ෂව ද පහළ අගයකි. ඉන්දියාව, බංග්ලාදේශය, නේපාලය, පාකිස්තානය යන දකුණු ආසියාතික රටවල මෙම ප්‍රතිශතය පිළිවෙලින් 6.5ක් 3.2ක් 5.0ක් හා 4.7ක් වේ. මැකාවෝවල මෙම ප්‍රතිශතය 71ක් ද ෆීජිවල 25ක් පමණ වේ (Silva, 2011: 11). මෙරට මුළු සේවානියුක්තියට සංචාරක කර්මාන්තයේ ඍජු සේවානියුක්තියේ දායකත්වය සියයට 0.65ක් පමණ වන අතර සංචාරක කර්මාන්තයට අදාළ මුළු සේවානියුක්තියේ දායකත්වය සියයට 1.27ක් පමණ වේ. සේවානියුක්ති අවස්ථා සම්බන්ධයෙන් ශ්‍රී ලංකාව අත්කරගෙන ඇති ප්‍රගතිය එහි විභවතාවට බොහෝ පසුපසින් සිටින බව මෙයින් හෙළිවේ. සත්‍ය වශයෙන්ම සංචාරක කර්මාන්තයේ සේවානියුක්ති අවස්ථා සම්පාදනයේ ශක්‍යතාව රඳා පවතින්නේ සංචාරක කර්මාන්තය රටක සමාජ ආර්ථික ක්‍රියාවලිය තුළ කෙතරම් පැතිර පවතින්නේද? යන්න හා සංචාරකයන් කොපමණ ප්‍රමාණයක් පැමිණෙන්නේ ද? යන ඒවා මතය.

සංචාරක කර්මාන්තයේ විදේශ විනිමය ඉපැයීම්

විදේශ විනිමය ඉපැයීම හා එමඟින් ගෙවුම්ශේෂ ගැටලුවට පිළියම් සපයා ගැනීම සංචාරක කර්මාන්තයෙන් සංවර්ධනය වෙමින් පවත්නා රටවල් ඉටු කර ගැනීමට අපේක්ෂා කරන ප්‍රමුඛ අභිමතාර්ථයක් වේ. සංචාරක කර්මාන්තයේ ඉපැයීම් ඍජුවම සංචාරක පැමිණීම මත රඳා පවතී. යුද්ධය පැවති සමයේ සංචාරක පැමිණීම අඩු මට්ටමක පැවතීම නිසා එයට සමගාමීව සංචාරක කර්මාන්තයේ විදේශ විනිමය ඉපැයීම් ද සාපේක්ෂව පහළ මට්ටමක පැවතිනි. 2009 වර්ෂයෙන් පසු එළඹි පශ්චාත් යුද සමයේ මෙරට සංචාරක ඉපැයීම් සැළකිය යුතු ලෙස වැඩිවී ඇති අතර වාර්ෂිකව ඉහළ යාමේ ප්‍රවනතාවක් ද පෙන්වයි. 2007 වර්ෂයේදී මුළු සංචාරක ඉපැයීම් ඩොලර මිලියන 385ක් විය. යුද්ධය තීරණාත්මකව පැවති 2009 වර්ෂයේදී මුළු ඉපැයීම් ඩොලර මිලියන 350ක් දක්වා පහත වැටුනි. එතැන් සිට වාර්ෂිකව සංචාරක ඉපැයීම් ඉහළ යමින් තිබේ. 2010 වර්ෂයේදී සංචාරක ඉපැයීම් ඩොලර මිලියන 576ක් වූ අතර 2014 වන විට එය ඩොලර මිලියන 2431 දක්වා අඛණ්ඩව ඉහළ ගොස් ඇත. මෙයට සමගාමීව සංචාරකයන්ගේ ඒක පුද්ගල දෛනික වියදම් ද ඉහළ යමින් තිබේ. 2013 වර්ෂයේදී ඩොලර 156.5ක් වූ එම අගය 2014දී 160.8 තෙක් ඉහළ ගොස් ඇත. සංචාරක පැමිණීමේ වර්ධනයට අමතරව ඒක පුද්ගල දෛනික වියදම මෙලෙස ඉහළයාම සංචාරක ඉපැයීම් ඉහළයාමට හේතුවී ඇත.

සංචාරක කර්මාන්තයේ ඉපැයීම් කෙරෙහි ගමනාන්තයකට පැමිණෙන සංචාරකයන්ගේ සංඛ්‍යාව පමණක් නොව ඔවුන්ගේ ඒක පුද්ගල වියදම් ද සංචාරකයන් ගමනාන්තයේ ගත කරන දින ගණන ද බලපායි. යුද්ධය නිමවීමෙන් අනතුරුව ගෙවී ගිය වර්ෂ කිහිපය තුළ මෙරටට පැමිණි සංචාරකයන්ගේ සංඛ්‍යාව ක්‍රමයෙන් වර්ධනය වෙමින් පවත්නා අතරම ඒක පුද්ගල සංචාරක ලැබීම් ද සංචාරකයකු

ISBN 978- 955-4563- 71- 1

මෙහි ගත කරන සාමාන්‍ය දින ගණන ද සැළකිය යුතු තරමින් ඉහළ යමින් තිබේ. 2009 වර්ෂයේදී රුපියල් 89605ක් වූ ඒක පුද්ගල සංචාරක ලැබීම් 2014 වන විට රුපියල් 207889 දක්වා සියයට 132කින් වැඩිවී ඇත. තව ද 2013දී සංචාරකයකු මෙරට ගත කරන සාමාන්‍ය දින ගණන 8.6 වූ අතර 2014 වසර වන විට එය 9.9ක් දක්වා ඉහළ ගොස් ඇත.

ශක්‍යතා සහ අභියෝග

පශ්චාත් යුද සමයේ ශ්‍රී ලංකාවේ සංචාරක කර්මාන්තයේ පිබිදීමක් ඇති වෙමින් පැවතිය ද ගෝලීය සංචාරක වෙළෙඳපොළ තුළ අනෙකුත් රටවල් අත්කරගෙන ඇති තත්ත්වයට සාපේක්ෂව ශ්‍රී ලංකාවේ සංචාරක කර්මාන්තයේ ප්‍රගතිය තවමත් පවතින්නේ පසුගාමී තත්ත්වයකය. දිවයින වටා පිහිටි ආරක්ෂාකාරී වෙරළ තීරය, වැව්, වසරේ වැඩිකාලයක් කඩා හැලෙන දියඇලි, සිංහරාජය ඇතුලු ස්වාභාවික වැසි වනාන්තර, ස්වභාව සෞන්දර්යයෙන් අනූන දර්ශනීය කඳුකරය, ශ්‍රී ලාංකීය පැරණි ශිෂ්ඨාචාරයට අයත් පෞරාණික ඉදිකිරීම් හා නටඹුන්, මිත්‍රශීලී මිනිසුන් යනාදිය සංචාරක කර්මාන්තයට උත්තේජනය සපයන යෙදවුම් වේ. ඒ හැර මේ වන විට ජාත්‍යන්තරය තුළ ශ්‍රී ලංකාව කෙරෙහි පවත්නා සුභවාදී ආකල්ප ද සම්මුතිවාදී ආණ්ඩුව කෙරෙහි දක්වන ප්‍රසාදය ද විදේශගත ද්‍රවිඩ ඩයස්පෝරාවේ ශ්‍රී ලංකා විරෝධී ආකල්ප තරමක් දුරට හෝ සමනය වෙමින් පැවතීම ද සංචාරක කර්මාන්තයේ ප්‍රවර්ධනයට තුඩු දෙන ශක්‍යතා වේ.

මෙම ශක්‍යතා ඵලදායී හා කාර්යක්ෂම අයුරින් උපයෝජනය නොවීම කෙරෙහි තුඩුදී ඇති හේතු සාධක කිහිපයකි. සංචාරක කර්මාන්තයට අදාළ යටිතල පහසුකම් ප්‍රමාණවත් නොවීම ඒ අතර ප්‍රධාන තැනක් ගනී. දශක 3ක් පමණ කාලයක් නිසි අවධානය යොමු නොවීම නිසා සංචාරක කර්මාන්තයට අදාළ යටිතල පහසුකම් විශේෂයෙන්ම නවාතැන් පහසුකම්, සංචාරක ස්ථාන ආශ්‍රිත මූලික පහසුකම් සංවර්ධනය නොවුනා පමණක් නොව අත්‍යවශ්‍ය නඩත්තු කිරීම් පවා සිදු නොවීම හේතුවෙන් තත්ත්වය වඩාත් බරපතල වී ඇත. යුද්ධය පැවති දශක 3ට ආසන්න කාලය තුළ බොහෝ සංචාරක ස්ථාන පමණක් නොව තරු පන්තියේ හෝටලවල නඩත්තුව පවා රැඳී තිබුණේ දේශීය සංචරණය මත ය. මහා මාර්ගවල තත්ත්වය හා දැඩි වාහන තදබදය ද සංචාරක ආකර්ෂණයට බාධා ගෙන දෙන සංරෝධක වේ. පසුගිය දශකය තුළ මහා මාර්ග සංවර්ධනයේ යම් ප්‍රගතියක් අත්කරගෙන ඇතත් ප්‍රධාන නගරවලින් බැහැර තත්ත්වය තවමත් අසතුටුදායකය. ඒ අතරම අනෙකුත් බොහෝ රටවල දුම්රිය සේවය සංචාරක කර්මාන්තයට විශාල පිටිවහලක් සැපයුව ද මෙරට දුම්රිය සේවයේ එවැනි තත්ත්වයක් ඇතිවීමේ සළකුණක් හෝ දක්නට නොමැත.

සංචාරක කර්මාන්තයට අදාළ පුහුණු මිනිස්බල හිඟය තවත් සංරෝධකයකි. සංචාරක කර්මාන්තයේ සේවානියුක්තිය ප්‍රධාන වශයෙන්ම නොපුහුණු හා අර්ධ පුහුණු ශ්‍රමය පදනම් කර ගත්ත ද ජාත්‍යන්තර සංචරණය කළමනාකරණයේදී හා සේවා සැපයීමේදී කළමනාකරණ, ගණකාධිකාරී, සංචරණ සැලසුම් කරන්නන්, හෝටල සේවක යනාදී ක්ෂේත්‍රවල පුහුණු ශ්‍රමිකයන්ගේ හිඟය මේ ක්ෂේත්‍රයේ වර්ධනයට බලපා ඇති තවත් සාධකයකි.

සංචාරක කර්මාන්තය ප්‍රවර්ධනය සඳහා ඒකාබද්ධ ප්‍රයත්නයන්ගේ අඩුව ද අවධානය යොමු විය යුතු සාධකයකි. රාජ්‍ය අංශය හා පෞද්ගලික අංශය හුදෙකලාව දරණ ප්‍රයත්නයන් නොව මේ දෙඅංශයේ සම්බන්ධීකරණයෙන් යුත් ප්‍රවේශයක් කරා යොමුවීම මෙහිදී ඉතා වැදගත් ය. එසේ ම සංචරණය කර්මාන්තයක් වශයෙන් ප්‍රවර්ධනය කිරීමටත් සංචාරක ආකර්ෂණය සඳහාත් හුදෙක් සම්ප්‍රදායික සංචරණ අරමුණු හා උපාය මාර්ග වෙනුවට වෙළෙඳපොල අරමුණු කරගත් උපාය මාර්ග කෙරෙහි යොමු ය යුතුය.

නිගමනය

මෙම ලිපියේ මූලික අරමුණ වූයේ පශ්චාත් යුද සමයේ ශ්‍රී ලංකාවේ සංචාරක කර්මාන්තයේ ප්‍රගතිය හා අභියෝග විමසීමයි. මෙම විග්‍රහය ද්විතියික දත්ත හා තොරතුරු විශ්ලේෂණය හා විමර්ශනය කිරීම මත පදනම් විය. දශක තුනක පමණ කාලයක් මෙරට පැවති යුද්ධය සංචාරක කර්මාන්තය හා එහි ප්‍රවර්ධනය කෙරෙහි බලපා ඇති බව එහිදී තහවුරු කෙරිණි. යුද්ධය නිමාවීමෙන් අනතුරුව ගෙවී ගිය වසර 6ක පමණ කාලය තුළ සංචාරකයන්ගේ පැමිණීම, විදේශ විනිමය ඉපැයීම්, සේවානියුක්තිය යනාදී අංශ මෙන්ම සංචාරක කර්මාන්තයට අදාළ යටිතල පහසුකම් ද සිත්ගන්නා සුළු වර්ධනයක් අත්කරගෙන ඇති බව නිගමනය කළ හැකි ය. කෙසේ වුව ද සංචාරක කර්මාන්තය ප්‍රමුඛ ආර්ථික ක්‍රියාවලියක් වශයෙන් පිළිගැනෙන රටවල ආර්ථික හා සමාජ සංවර්ධනයට සංචාරක කර්මාන්තයේ

ISBN 978- 955-4563- 71- 1

දායකත්වයේ මට්ටම හා සංචාරක කර්මාන්තයට මෙරට පවත්නා විභවතා සැළකිල්ලට ගත් විට මේ කාර්ය සාධනය විශිෂ්ඨ යැයි සැළකිය නොහැකි ය. ආර්ථික සංවර්ධනයේදී සංචාරක කර්මාන්තයේ දායකත්වය භව්‍ය මට්ටම කරා ළඟාවීම වළක්වා ඇති යටිතල පහසුකම්වල දුර්වලතා, මානව සම්පත්වල හිඟකම, රාජ්‍ය හා පෞද්ගලික අංශයේ හුදෙකලා වූ ප්‍රයත්නයන්, ප්‍රතිපත්තිමය දුර්වලතා මඟ හරවා ගැනීමට පියවර ගැනීම රාජ්‍ය හා පෞද්ගලික දෙඅංශයේම වගකීම වේ. වර්තමානයේ දේශීය වශයෙන් ගොඩනැගෙමින් පවත්නා සංහිඳියාවත් අන්තර්ජාතික වශයෙන් ගොඩනැගෙමින් පවත්නා සුබදායී වටපිටාවත් මෙරට සංචාරක කමාන්තයේ ප්‍රවර්ධනයට යහපත් අයුරින් බලපාන සාධක වශයෙන් හඳුනා ගත හැකි ය.

ආශ්‍රිත ග්‍රන්ථ

David M. Currie. Marinko Skare & Jasmina Loncar. 2004. Impact war on tourism: the case of Croatia. Conference on Tourism Economics. available on https://www.researchgate.net/publication /228423759.

Eric Neumayer. 2004. The Impact of Political Violence on Tourism, Dynamic Cross-National Estimation, *Journal of Conflict Resolution. Vol. 48 No. 2, April 2004 259-281*

Jayatilleke S. Bandara. 1997. The Impact of the Civil War on Tourism and Regional Economy. *South Asia.* Vol. XX, Special Issue (1997), pp. 269-79

Juan Gabriel Brida, Wiston Adrian Risso and Annarita Bonapace. 2008. The contribution of tourism to economic growth: an empirical analysis for the case of Chile. Sustainable tourism as a factor of local development Monza. Italy, 7-9/11/2008

Mihalic, T. (1996) Tourism and warfare – the case of Slovenia, in A. Pizam and Y. Mansfeld, *Tourism, Crime and International Security Issues*, New York, Wiley.

Ministry of Economic Development. 2011. *Tourism development strategy 2011 – 2016*. Ministry of Economic Development. Colombo: Government of Sri Lanka.

Radnic, A. and N. Ivandic (1999) War and tourism in Croatia – consequences and the road to recovery, *Turizam,* 47(1), 43-54.

Ranasinghe, Ruwan and Ravindra Deyshappriya. 2010. Analyzing the Significance of Tourism on Sri Lankan Economy, ICBI 2010 - University of Kelaniya, Sri Lanka.

Salvo Creaco and Giulio Querini. 2003. The role of tourism in sustainable economic development. A paper presented at the 43rd Congress of the European Regional Science Association, 27 August – 30 August. Jyväskylä. Finland.

Sequeira, Tiago Neves, and Paulo Macas Nunes. 2008. Does Tourism Influence Economic Growth? A dynamic panel data approach.” *Applied Economics.* Vol. 40, pp. 2431–41.

Silva Suranga D. A. C. 2011. Recent trends and patterns of tourism employment and challenges for man power development of tourism industry of Sri Lanka. Economikc Revies: Feb/March. pp.

Sriyantha Fernando, Jayatilleke S. Bandara & Christine Smith.2013. Regaining Missed Opportunities: The Role of Tourism in Post-war Development in Sri Lanka. Asia Pacific Journal of Tourism Research. 18:7, 685-711, DOI: 10.1080/10941665.2012.695284

United Nations. 2013. Sustainable tourism: Contribution to economic growth and sustainable development. Trade and Development Board. Trade and Development Commission. Expert Meeting on Tourism’s Contribution to Sustainable Development. Geneva, 14–15 March.

Weaver, D.B. 2000.The exploratory war-distorted destination life cycle, *International Journal of Tourism Research*, 2(3), 151-161.