ශ්‍රී ලංකාවේ සංචාරක කර්මාන්තය පිළිබඳ ජාතික ප්‍රතිපත්තිය

1. **ප්‍රතිපත්තියේ නම**

   ශ්‍රී ලංකාවේ සංචාරක කර්මාන්තය පිළිබඳ ජාතික ප්‍රතිපත්තිය

2. **බලාත්මක දිනය / බලාත්මක කිරීමේ ඉලක්කගත දිනය**

   2022 ජනවාරි 31

3. **හැදින්වීම**

පසුබිම

සෞභාග්‍යයේ දැක්ම ජාතික ප්‍රතිපත්ති රාමුව තුළ (2020-2025) සංචාරක කර්මාන්තය ශ්‍රී ලංකාවේ ආර්ථික වර්ධනයට සහ තිරසාර සංවර්ධනයට ඉමහත් දායකත්වයක් දක්වන ඉතා වැදගත් අංශයක් ලෙස දැක්විය හැකිය. ජාතික ප්‍රතිපත්ති රාමුවේ දක්වා ඇති ප්‍රධාන අරමුණු අතර (අ) ජනතා කේන්ද්‍රීය ආර්ථික සංවර්ධනයක්, (ආ) භෞතික සම්පත් සංවර්ධනය, (ඇ) තිරසාර පරිසර කළමනාකරණය සහ (ඈ) ඵලදායී පුරවැසිභාවයක් සහ ජීවෙයන් පිරිපුන් මානව සම්පතක් යන්න ඇතුළත් වේ. එම සියලු ප්‍රතිපත්ති අරමුණු සංචාරක කර්මාන්තය සමඟ දැඩි ලෙස අනුනාද වී ඇත. තවද, 2025 වන විට සංචාරක කර්මාන්තයෙන් මිලියන 1 කට වැඩි පිරිසකට රැකියා උත්පාදනය කිරීමට සහ ඇමරිකානු ඩොලර් බිලියන 10 කට වැඩි ආදායමක් උපයා ගැනීමට අපේක්ෂා කර ඇත.

1966 අංක 10 දරණ පනත මඟින් ශ්‍රී ලංකා සංචාරක මණ්ඩලය ස්ථාපනය කළ අතර, ඒ වෙනුවට 2005 අංක 38 දරණ සංචාරක පනත ආදේශ කරමින් ඒ යටතේ 2007 වර්ෂයේදී ශ්‍රී ලංකා සංචාරක සංවර්ධන අධිකාරිය (SLTDA) පිහිටුවීම සිදු කර ඇත. එම නව පනත මඟින් සංචාරක සංවර්ධන බද්ද මෙන්ම සංචාරක ක්ෂේත්‍රයේ සංවර්ධනයට අදාළ මාර්ගෝපදේශ, රාමු සහ කේත දක්වා ඇති අතර, තුන්වන ප්‍රධාන සංචාරක ගුරු සැලැස්ම හඳුන්වා දීම සිදු විය. ඉන්පසුව, ආර්ථික සංවර්ධන අමාත්‍යාංශයේ මඟපෙන්වීම යටතේ, 2011 සිට 2016 දක්වා කාලය සඳහා සංචාරක සංවර්ධන උපාය මාර්ගයක් දියත් කල අතර ජාතික සංවර්ධන න්‍යාය පත්‍රයට අනුකූල වන පාරිසරික, සමාජීය, සංස්කෘතික, ආර්ථික, ආයතනික සහ ප්‍රවර්ධන සංරචක ඊට ඇතුළත් විය.

සංචාරක ක්ෂේත්‍රයේ 2025 දැක්ම අරමුණු කර ගනිමින් 2017-2020 සඳහා සංචාරක උපායමාර්ගික සැලැස්මක් සකස් කරනු ලැබූ නමුත්, එය සම්පූර්ණයෙන් ක්‍රියාත්මක නොවීය. සංචාරක ක්ෂේත්‍රය කෙරෙහි තවමත් නීත්‍යානුකූල පරිශීලකය වනුයේ 2005 අංක 38 දරණ සංචාරක පනතයි. සංචාරක ක්ෂේත්‍රයට අදාළ අනෙකුත් ප්‍රතිපත්ති සහ නීති සඳහා (2003) අංක 25 දරණ මුදල් පනත, (1980) අංක 47 දරණ ජාතික පරිසර පනත, (1988) ජාතික උරුම වන භූමි පනත, (2010) අංක 14 දරණ සිවිල් ගුවන් සේවා, (1980, 1983, 1992 සංශෝධිත සහ 1978) අංක 4 දරණ මහකොළඹ ආර්ථික කොමිෂන් සභා පනත, ජාතික සංස්කෘතික ප්‍රතිපත්තිය (2007 දී යෝජනා කරන ලද නමුත් ක්‍රියාත්මක නොකළ), (2017) විදේශ විනිමය පනත, ශ්‍රී ලංකාවේ කම්කරු සංග්‍රහය (2016 අංක 3 දරණ සේවකයන්ගේ ජාතික අවම වේතනය පනත ඇතුළුව), 1935 ඉඩම් සංවර්ධන ආඥාපනත (1935 අංක 19, 2010 සහ 2012 ඇතුළුව නිරන්තරයෙන් සංශෝධනයට ලක්වූ), ශ්‍රී ලංකාවේ ජාතික සිවිල් ගුවන්සේවා ප්‍රතිපත්තිය (2016) ආදිය ඇතුළත් වේ.

තාර්කිකය

සංචාරක ව්‍යාපාරය යනු ඒකාබද්ද උත්සහයක් අවශ්‍ය නිෂ්පාදනයකි. සංචාරක සේවා සැපයීමට සංචාරක පනත මඟින් මඟ පෙන්වනු නොලබන අමාත්‍යංශ කිහිපයක් මත රඳා පැවති බැවින් එම අංශයේ පාලනය හා සැලසුම් කිරීමේදී සංචාරක උපාය මාර්ගික සැලසුම් ක්‍රියාත්මක කිරීමේ දුෂ්කරතා ඇති විය. උදාහරණයක් ලෙස, එවැනි පසුබිමක් මත, පසුගිය සංචාරක උපායමාර්ග සැලැස්ම (2017-2020) අර්ධ වශයෙන් පමණක් ක්‍රියාත්මක කර ඇති බව නිරීක්ෂණය කළ හැක. කොවිඩ් වසංගත තත්වය නිසා සංචාරක ක්ෂේත්‍රයේ අඩාල වූ වර්ධනය සීඝ්‍රයෙන් ළඟා කර ගැනීම සඳහා එම අංශ පාලනය කරමින් මෙහෙවීම මෙන්ම ලෝකයේ සංචාරක ව්‍යාපාරයේ නව ගතිකත්වයන්ට අනුරූපි වන ලෙසින් මෙහෙය වීම සඳහා ඒවාට අනුවර්තනය වීම උදෙසා ඇතැම් විට ඊට ප්‍රථමයෙන් තිබුණාටත් වඩා, යාවත්කාලීන ආයතනික, නීතිමය සහ නියාමන රාමුවක් වර්තමානයේදී අවශ්‍ය වේ. කොවිඩ් වසංගතයට පෙර සිටම, ජාත්‍යන්තර සංචාරක ව්‍යාපාරය ප්‍රධාන වශයෙන් ආර්ථික, සමාජීය සහ තාක්ෂණික පරිවර්තනයන්ට භාජනය වෙමින් තිබූ අතර, දේශගුණික විපර්යාසවල ප්‍රතිවිපාකයක් ලෙස සංචාරක ව්‍යාපාරය ද නව පාරිසරික සුසමාදර්ශයකට ගෙන යනු ලැබේ.

- සංචාරක ව්‍යාපාරයේ නව සමාජ සහ පාරිසරික සුසමාදර්ශය මගින් ඇති කරන ලද විකෘතිතා (තිරසාරභාවය සහ යහපැවැත්ම පිළිබඳ සංකල්ප කෙරෙහි වැඩි අවධානයක් යොමු කිරීම, අව්‍යාජත්වය සෙවීම, සූපශාස්ත්‍ර සංචාරක කර්මාන්තය, ප්‍රාදේශීය ප්‍රදේශවල සංචාරය සහ චක්‍ර ආර්ථිකය කෙරෙහි අවධානය යොමු කිරීම)

- තාක්ෂණික පරිවර්තනයන් මඟින් ඇති කරන ලද විකෘතිතා (ගෝලීය සංචාරක වටිනාකම් දාමයේ සුසමාදර්ශයන් වෙනස් වීම, විවෘත ආර්ථිකය තුළ සංචාරක නොවන ක්‍රියාකරුවන්ගේ පැමිණීම වැඩි වීම, නව ස්ථානවල ඩිජිටල් උපකරණ මඟින් දුරස්ථව වැඩ කිරීම, ඉල්ලුමෙහි ආකාරය දක්වන පරිශීලකයන් විසින් ජනනය කරන ලද අන්තර්ගතය)

- ජාත්‍යන්තර සහ දේශීය සංචාරක යන දෙඅංශයේම අඛණ්ඩ සංවර්ධනය හේතුවෙන් ඇති වන සෘණාත්මක බාහිර බලපෑම් (එකම ප්‍රදේශයක දේශීය හා විදේශීය සංචාරකයින් මිශ්‍ර කිරීමේ ගැටළුව, නැගී එන ආර්ථිකයන් තුළ ඇති අඩු පාරිසරික සංවේදීතාව, සංචාරක භීතිකාව සහ අවසාන අවස්ථා සඳහා වන සංචාරක ව්‍යාපාරය)

ශ්‍රී ලංකාව තුල තවමත් සම්පූර්ණයෙන්ම ප්‍රයෝජනයට ගෙන නොමැති ස්වභාවික ආකර්ෂණීය ගමනාන්ත රාශියක් ඇති අතර, ජාත්‍යන්තර සංචාරක ව්‍යාපාරයේ දියුණුවට මෙම වර්ධන ප්‍රවණතා සාමාන්‍යයෙන් හිතකර වේ. කෙසේ වෙතත්, ගුවන් ගමන් මත දැඩි ලෙස යැපීම නිසා හරිත ගමනාන්තයක් ලෙස රටට ඇති පිළිගැනීමට බලපෑම් ඇති කරනු ලැබිය හැකිය. එලෙසම, නව කාණ්ඩවල ජාත්‍යන්තර අමුත්තන්ගේ නියාමනයකින් තොර ගලා ඒම හරහා පරිසර පද්ධතිවල පරිහානිය තවදුරටත් වේගවත් කළ හැකි අතර එමගින් සෘණාත්මක සංස්කෘතික බලපෑමක් ඇති කළ හැකිය .

කොවිඩ් වසංගතය ආශ්‍රිත කෙටි කාලීන ප්‍රවණතාවන්ට එන්නත් විදේශ ගමන් බලපත්‍රවල පැතිරීම, ලබා ගත් එන්නත් වර්ගය මත පදනම්ව ඇතුළත් කිරීම් සිදු කිරීම සහ අනාගතයේ අනපේක්ෂිත ලෙස ඇතිවිය හැකි අවදානම් තත්ව යන්න ඇතුළත් වේ. දිගු කාලීන ප්‍රවණතාවන් අතරට දුරස්ථ සේවකයින් සඳහා වසරක වීසා බලපත්‍ර, ගෘහස්ථ සහ කලාපීය සංචාර කෙරෙහි අවධානය යොමු කිරීම සහ බහුල වශයෙන්

සිදු නොවන ආකාරයේ සංචාරක ක්‍රම වැලඳ ගැනීම ඇතුළත් විය හැකිය. අවසාන වශයෙන්, සෞඛ්‍ය ක්ෂේත්‍රයේ සිදුවන අර්බුදයන් මගින් ඇති වූ තාක්ෂණික වෙනස්කම් හමුවේ ශ්‍රී ලංකාවේ සංචාරක ආර්ථිකයේ විධිමත් ක්‍රියාකාරීන් ආරක්ෂා කරන, දේශීය මෙන්ම විදේශීය අවිධිමත් ක්‍රියාකාරීන්ගේ ප්‍රවර්ධනය සහ සහයෝගීතා අවශ්‍යතාව ඇති කරන, ආකාරයේ නීතිමය රාමුවක් තදබල ලෙස ස්ථාපිත කළ යුතුය.

අවශ්‍යතාව

ශ්‍රී ලංකාවේ සංචාරක ව්‍යාපාරය සඳහා තිරසාර වර්ධනයක් අත්පත් කරගැනීමටත්, සියලුම පාර්ශ්වකරුවන් සඳහා සමපාත වීමටත්, අදාළ ආංශික ප්‍රතිපත්ති සමඟ සුසංයෝගීව පෙළගැසුණු සහ ඒකාබද්ධවන සංචාරක ව්‍යාපාරයේ අන්තර්-ආංශික ස්වභාවය ද හඳුනා ගැනීමට පුළුල් ජාතික සංචාරක ප්‍රතිපත්තියක් අවශ්‍ය වේ.

අරමුණ සහ සන්දර්භය

ජාතික ප්‍රතිපත්ති රාමුව තුළ බොහෝ පරිශීලනයන් ද ඇතුළුව රටේ කඩිනම් සහ තිරසාර සංවර්ධන සැලැස්ම ක්‍රියාත්මක කිරීමේ එක් මාධ්‍යයක් ලෙස සංචාරක ව්‍යාපාරය ඇතුළත් කර ඇත. එබැවින් සංචාරක ක්ෂේත්‍රයේ සංවර්ධනය හා කළමනාකරණය සඳහා සැලකිය යුතු දියුණුවක් සඳහා ඉඩ ප්‍රස්තාවක් හිමි වී තිබේ. මේ සම්බන්ධයෙන්, එක් අතකට සංචාරක අංශයේ ජාතික මට්ටමින් ඇති අවස්ථා සහ සීමාවන් පිළිබඳ තක්සේරුවක් ද, අනෙක් අතින් ජාත්‍යන්තර අවස්ථා සහ අභියෝග පිළිබඳව, ක්ෂේත්‍රයේ පවතින තත්ත්වයන් පිළිබඳව වඩාත් පැහැදිලි අවබෝධයක් ලබා දෙනු ලැබේ.

ශ්‍රී ලංකාව මුහුණ දී අනුගත විය යුතු අභියෝග අතරට, පාස්කු ඉරිදා ප්‍රහාරය වැනි එහි තත්ත්වයට අනන්‍ය වූ සිදුවීම් සහ කොවිඩ් වසංගතයෙන් ප්‍රකෘති තත්වයට පත්වීම සහ දේශගුණික විපර්යාස ඇතුළු ජාත්‍යන්තර සංචාරක ක්ෂේත්‍රය විසින් බෙදා හදා ගන්නා අභියෝගයන් ඇතුළත් වේ. තවද, සංචාරකයින්ගේ සංචරනයට බලපාන, ගමනාන්ත සඳහා ආර්ථික මෙන්ම පාරිසරික බලපෑම් ද ඇති කිරීම සිදු වේ. මීට අමතරව, රාජ්‍ය සහ පෞද්ගලික ක්‍රියාකාරීන් විසින් ගමනාන්තය තුළම පවතින අභියෝග රාශියක් ද හඳුනාගෙන ඇත. මෙම පොදු සංචාරක ප්‍රතිපත්තියේ පරමාර්ථය වන්නේ ශ්‍රී ලංකාව 'මතකයේ රැඳෙන' අව්‍යාජ සහ විවිධත්ව අත්දැකීම් සඳහා ලොව විශිෂ්ටතම දූපත බවට පත්කිරීමේ සාමාන්‍ය දේශපාලන අභිමතාර්ථයෙන් පැන නගින අවස්ථාවන් සැලකිල්ලට ගනිමින් මෙයට පිළියම් යෙදීමයි.

මෙම අංශයේ වත්මන් තත්ත්වය විමසා බැලීමේදී එය අභියෝග රැසකට මුහුණ දී සිටින බව පෙනී යයි. මෙම අංශයේ මූලික සීමාවන් හෝ දුර්වලතා පහත දැක්වෙන පරිදි ප්‍රධාන මාතෘකා 06 ක් යටතේ කාණ්ඩගත කර දැක්විය හැක.

- **දුර්වල පාලනය** (සංචාරක ව්‍යාපාරයට අදාළ සැලසුම්, කළමනාකරණය සහ ප්‍රතිපත්ති සම්පාදනය විභේදනය කිරීම)
- **තර්ජනයට ලක්ව ඇති සංචාරක වත්කම්** (ස්වාභාවික සම්පත් පිළිබඳ ශ්‍රේණිගත කිරීම්වල අඩු මට්ටමකට පත් වීම)
- **වෙළඳපොළ ප්‍රවේශයන් සීමිත වීම** (වෙළඳපල පිළිබඳ නිශ්චිත තොරතුරු නොමැතිකම, ඉහළ ප්‍රතිලාභයක් සහිත වෙළඳපල වෙත ප්‍රවේශයන් සීමා සහිත වීම)
- **සීමිත ආයෝජන පැවතීම** (සංචාරක කලාප වල අපැහැදිලි බව, සංචාරක ව්‍යාපාරය හා සම්බන්ධ ආයෝජන දිරිගැන්වීම් අවම වීම, ඉඩම් අයිතිය සඳහා ප්‍රවේශතා සංකීර්ණ වීම)

- **සීමිත කුසලතා පැවතීම** (අධික ලෙස කේන්ද්‍රගත වූ සංචාරක අධ්‍යාපන විෂයමාලාවේ විෂමතා)
- **ප්‍රමාණවත් සම්බන්ධතාවක් නොමැති වීම** (බොහෝ වගකීම් සහිත වෙළඳපල වෙත සෘජු ජාත්‍යන්තර ගුවන් ගමන් නොමැතිකම, දුර්වල මාර්ග ජාලය සහ අභ්‍යන්තර සම්බන්ධතාව, දුම්රිය ප්‍රවේශපත්‍ර සඳහා මාර්ගගත ප්‍රවේශයේ ගැටළු පැවතීම)

මෙම ගැටළු විසඳීම සඳහා ශ්‍රී ලංකාවට හිමි අවස්ථාවන් සමපාත ලෙස දියුණු කල යුතුය. එහිදී, ශ්‍රී ලංකාවේ පිහිටීම සහ අතීත නිෂ්පාදන සංවර්ධනය (පශ්චාත් වසංගත අවස්ථාවක සුවතා සංචාරක ව්‍යාපාරයක් ලෙස) සමඟ ගමනාන්ත සැලසුම්කරණයට සහ අලෙවිකරණයට ඇතුළත් කළ හැකි අන්තර්ජාතික ප්‍රවණතා (දැනුමට ප්‍රවේශය, පරිශීලක-උත්පාදිත අන්තර්ගතයේ බලය ද ඇතුළුව) දැක්විය හැක.

ප්‍රතිපත්ති සම්පාදනය කිරීමේදී හා තක්සේරු කිරීමේදී, සංචාරක ක්ෂේත්‍රයට විශේෂිත වූ ගමනාන්ත වත්කම් මෙන්ම ජාත්‍යන්තර අංගයන් ද ඇතුලත්ව, ශ්‍රී ලංකාවට කිසිදු බලපෑමක් කළ නොහැකි ඒවා මෙන්ම මෙම කර්මාන්තයේ සංවර්ධනයේ තිරසාර බව තර්ජනයට ලක් කරන ඇතැම් ඒවා ද සැලකිල්ලට ගැනීමට දිරිමත් කළ යුතු ය.

වර්තමානයේදී, ශ්‍රී ලංකාවේ සංචාරක ව්‍යාපාරයේ දියුණුව සඳහා සංස්කෘතික හා ස්වභාවික උරුමයන් හි (UNESCO ලෝක උරුම ස්ථාන 8) පොහොසත් භාවය හා විවිධත්වය ද, අගනා ජෛව විවිධත්වය මෙන්ම කිලෝමීටර් 1,585 ක් වූ වෙරළ තීරය මත ද විශ්වාසය තැබිය හැකිය. ගමනාන්තයක් ලෙස ශ්‍රී ලංකාවට මෙම ආකර්ශනීය බව ලැබී ඇත්තේ මෙම අද්විතීය උරුමයන් නිසා පමණක් නොව බිලියන 3 කට අධික ජනතාවක් වාසය කරන ඉන්දියානු උපමහාද්වීපයේ අභිමුඛව ආසියාවේ නොකඩවා සංචාරක වර්ධනයක් සිදු වන ඉන්දියන් සාගරයේ ප්‍රධාන ගුවන් හා මුහුදු මාර්ගවල පිහිටා ඇති උපායමාර්ගික ස්ථානයක් ලෙස මෙන්ම ගෝලීය සැපයුම් මධ්‍යස්ථානයක් ලෙස ද රට ස්ථානගත වී තිබීම වාසිදායක හා අභියෝගාත්මක බව නිසා ය.

සංචාරක ව්‍යාපාරය එහි විභවයන් කරා ලඟා වීම වළක්වන ආකාරයේ තර්ජන හඳුනා ගැනීමෙන් මීළඟ පියවර ද දැනුම් දිය හැකිය. ස්වභාවික පරිසරය සහ සම්පත් ශ්‍රී ලංකාවේ ප්‍රධාන ආකර්ෂණයන් වුවද, නීති විරෝධී දැව කැපීම, ජෛව විවිධත්වය නැතිවීමට තුඩු දෙන දුර්වල සැලසුම්) සහ දේශගුණික විපර්යාස යන බාහිර තර්ජනවලින් නිදහස් නොවේ. සංචාරක ව්‍යාපාරයේ විභවය අවබෝධ කර ගැනීම සඳහා සුදුසුකම් ලත් ශ්‍රම බලකායක් ද අවශ්‍ය වන, නමුත් දැඩි ලෙස සීමා සහිත වූ කම්කරු නීති සමඟ සබැඳුන දුෂ්කර වෘත්තීය පරිසරය එයට හේතු වී ඇත. ශ්‍රී ලංකාවේ දැනට විශේෂයෙන්ම කාන්තාවන් ද ඇතුළු පාර්ශවකරුවන්, සංචාරක ව්‍යාපාර වෘත්තීන්හි කටයුතු කරනු ලබන්නේ අඩු උනන්දුවකිනි. සංචාරක ව්‍යාපාරය, පෝෂණය කිරීම සඳහා දේශපාලනික සහ ආර්ථික පරිසරයක් සැපයිය හැකි පාලනය, දේශපාලන අස්ථාවරත්වය සහ ආරක්ෂාව අඩු මට්ටමක පැවතීම නිසා ආකුල වී ඇත.

මෙම සංචාරක ප්‍රතිපත්තිය සියලුම අමාත්‍යාංශ, දෙපාර්තමේන්තු, පළාත් සභා සහ අදාළ පාර්ශවකරුවන් ගේ මැදිහත් වීමෙන් සහභාගීත්ව ක්‍රියාවලියක් හරහා සකස් කරන ලදී. එහි මෙහෙවර මගින් අවධානය යොමු කර ඇත්තේ, ශ්‍රී ලංකාව සිය ආර්ථික ඉලක්ක සපුරා ගැනීමෙන් වළකාලීම පිළිබඳ පමණක් නොව, දිවයිනේ සංස්කෘතික හා ස්වභාවික සෞඛ්‍යය පිළිබඳ කල්පවත්නා ගැටළු ඇති විය හැකි ආකාරයේ තීරණාත්මක ගැටළු විසඳීම කෙරෙහි ය.

4. ප්‍රතිපත්ති මූලධර්ම

සංචාරක ක්ෂේත්‍රයේ සංවර්ධනය වැදගත් ආර්ථික උපාය මාර්ගයක් වන අතර, එය, ශ්‍රී ලංකාවේ ගුණාත්මක සංචාරකයින් නිරන්තරයෙන් ආකර්ෂණය කර ගන්නා තරඟකාරී ගමනාන්තයක් බවට සහතික සඳහා ස්වභාවික පරිසරය වගකීමෙන් භාවිතා කිරීම සහ දේශීය ජනතාවගේවගේ සාධාරණ මැදිහත්වීම අත්‍යවශ්‍ය වේ. මේ සඳහා සියලුම පාර්ශ්වකරුවන්ට ප්‍රතිලාභ ලැබිය හැකි බවට සහතික කරන සංචාරක ව්‍යාපාරයේ සංවර්ධනයට දායක වන අන්තර්-ආංශික සහයෝගීතාවයක් අවශ්‍ය වේ. ජාතික සංචාරක ප්‍රතිපත්තියේ අරමුණ වනුයේ, පවතින ප්‍රතිපත්තිවලට අනුකූල වෙමින්, ක්ෂේත්‍රයේ තිරසාර සංවර්ධනයක් ඇති කිරීම සඳහා සම්බන්ධ වී සිටින අමාත්‍යාංශ, දෙපාර්තමේන්තු, සංගම් සහ පාර්ශවකරුවන් යන ආයතන මගින් සැලකිල්ලට ගැනීමට අවශ්‍ය ප්‍රයත්නයන් පෙන්වා දීමයි. මෙම ප්‍රතිපත්තිය ජාතික ප්‍රතිපත්ති සහ සංවර්ධන සැලසුම් සහ ජාත්‍යන්තර ගිවිසුම්වලට අනුපූරක වේ.

5. ප්‍රතිපත්ති ප්‍රකාශන

සංචාරක ව්‍යාපාරයට ඵලදායී රාමුවක් සැපයීම සහ ආයතනික රාමුවල ව්‍යුහය වැඩිදියුණු කිරීම, නියාමන රාමු ප්‍රතිසංස්කරණය කිරීම, තොරතුරු කළමනාකරණ ක්‍රියාවලිය උත්ශ්‍රේණි කිරීම සහ වෙළඳපල පරිසරය වැඩිදියුණු කිරීම මගින් කාර්යක්ෂම හා ඵලදායී තිරසර සංචාරක සංවර්ධනයකට අවශ්‍ය කරන ප්‍රේරණය සපයා දීම මෙම ප්‍රතිපත්තියේ අරමුණයි.

මෙම අරමුණු සාක්ෂාත් කර ගැනීම සඳහා, රාජ්‍ය සහ පෞද්ගලික සියලුම පාර්ශ්වකරුවන් සංචාරක සංවර්ධනය සඳහා දායක විය යුතුය. රාජ්‍ය අංශයට ඉහළ දක්ෂතා ආකර්ෂණය කර ගැනීමට හැකි විය යුතුය. ප්‍රාදේශීය ප්‍රජාව සම්බන්ධ වන අයුරින්, දේශගුණික සහ ස්වභාවධර්මය පිළිබඳ දැනුවත් වන සේ සංවර්ධනය සිදු කළ යුතුය. අනපේක්ෂිත අර්බුද සඳහා මෙම කර්මාන්තය වඩාත් හොඳින් සූදානම් විය යුතුය. සංචාරක ව්‍යාපාරයේ නව අංශ හඳුනාගෙන සංවර්ධනය කළ යුතුය. සංචාරක ක්ෂේත්‍රයේ සංවර්ධනය සහ නියාමනය සඳහා, වැඩ සහ ක්‍රියාකාරකම් සමඟ කටයුතු කිරීම සඳහා වඩා හොඳින් දත්ත රැස් කර ප්‍රයෝජනයට ගත යුතුය. අලෙවිකරණය නව මෙවලම් සහ ප්‍රවණතා වලට අනුගත විය යුතුය. පුහුණුවීම් වැඩිදියුණු කළ යුතු අතර, ඒ සඳහා පහසු ප්‍රවේශයක් තිබිය යුතුය. දිවයිනේ ප්‍රධාන ස්ථාන සහ ඒ අතර සම්බන්ධතාව මෙන්ම, නිෂ්පාදන සහ සේවා වැඩි දියුණු කළ යුතු අතර සියලුම පුද්ගලයන්ට ප්‍රවේශ වීමට අවස්ථා තිබිය යුතුය. අධික සංචාරක කර්මාන්තයෙන් ස්වභාවික සම්පත් ආරක්ෂා කළ යුතුයි. මෙම කාර්යන ප්‍රධාන තේමා හතරක් යටතේ ප්‍රධාන ක්ෂේත්‍ර ආමන්ත්‍රණය කිරීමේ ක්‍රියාමාර්ගයන්, ප්‍රතිපත්ති ප්‍රකාශන සහ ප්‍රතිපත්තියේ පුරෝගාමී තේමා හතර යටතේ දක්වා ඇති ඉලක්ක තුළ අන්තර්ගත වේ.

වගුව 1 - පුරෝගාමී තේමා සහ ආශ්‍රිත උපාය මාර්ග සංශ්ලේෂණය

සමෝධානිත බෙදාහැරීම	ඇතුළත් සහ වගකිවයුතු නිෂ්පාදන	දැනුම්වත් කළ පාර්ශවකරුවන්	දිරිගැන්වීමේ උපාය මාර්ග
අංශයේ සාර්ව පාලනය ප්‍රතිසංස්කරණය කිරීම අංශයේ අතරමැදි පාලනය ප්‍රතිසංස්කරණය කිරීම සහාය රාජ්‍ය ආයතනවල නෛතික තත්ත්වය/ව්‍යුහය ප්‍රතිසංස්කරණය කිරීම අර්බුද කළමනාකරණ පද්ධතිය ප්‍රතිසංස්කරණය කිරීම පුද්ගලික අංශයේ ව්‍යුහය ප්‍රතිසංස්කරණය කිරීම	සංචාරක සංවර්ධනය තුළින් තිරසාර සංවර්ධන ඉලක්ක සාක්ෂාත් කර ගැනීම සඳහා නියාමන රාමුව සුසංයෝග කිරීම නිෂ්පාදන සංවර්ධනයට මඟ පෙන්වන ප්‍රමිති සහ ආචාර ධර්ම ස්වභාවික, සංස්කෘතික සහ අනෙකුත් සංචාරක වත්කම් ආරක්ෂා කිරීම	තොරතුරු රැස්කිරීම ප්‍රතිසංස්කරණය කිරීම සංචාරක ව්‍යාපාරය සඳහා ජාතික මානව සම්පත් සංවර්ධන උපාය මාර්ග සමාලෝචනය අලෙවිකරණ ක්‍රමෝපාය ප්‍රතිසංස්කරණය	ව්‍යාපාරික පරිසරය ප්‍රතිසංස්කරණය කිරීම අමුත්තන්ගේ අත්දැකීම් ප්‍රතිසංස්කරණය කිරීම සංචාරකයින්ගේ ආරක්ෂාව සහ සුරක්ෂිතතාව සඳහා රාමුව

මෙම ප්‍රතිපත්තියේ අරමුණ වන්නේ රජයේ කාර්යක්ෂමතාව වැඩි කිරීම, තරඟකාරී වැටුප්, නව ප්‍රවර්ධන උපාය මාර්ග, නව වෙළඳපොළ, නව සංචාරක නිෂ්පාදන, දේශගුණය සහ ස්වභාව සෞන්දර්යට පදනම් වූ සංවර්ධන සම්බන්ධතාව වැඩි කිරීම සහ වඩාත් සංවිධානාත්මක සහ පෞද්ගලික අංශයේ ඵලදායී සහභාගීත්වය ලබා ගැනීම වැනි අවස්ථා රැසක් පිරිනැමීමයි. මෙමගින්, ශ්‍රී ලංකාවේ තරඟකාරිත්වය ඉහළ නංවනු ලබන්නේ සංචාරක ගමනාන්තයක් ලෙස එහි සංස්කෘතික හා ස්වභාවික වටිනාකම් ද සුරක්ෂිත කරමිනි.

මෙම ප්‍රතිපත්තිය මගින්, සංචාරක ව්‍යාපාරය පෙළගැස්විය යුතු ප්‍රතිපත්ති පිළිබඳ නිර්දේශයන් සමඟ ශ්‍රී ලංකාවේ අනෙකුත් අදාළ ජාතික ආංශික ප්‍රතිපත්ති සමඟ පෙළ ගැසීමට අවශ්‍ය දිශානතිය සහ මඟ පෙන්වීම සිදුකරයි.

6. ප්‍රතිපත්ති අභිමතාර්ථ

ශ්‍රී ලංකාව "මතකයේ රැඳෙන, අව්‍යාජ සහ විවිධ අත්දැකීම් සඳහා ලොව හොඳම දිවයින" කිරීමේ දැක්ම සමඟින් විවිධ ප්‍රතිපත්ති ඉලක්ක පහත පරිදි වේ;

- • තිරසාර සංවර්ධන ඉලක්ක සහ ආර්ථික වර්ධනය සාක්ෂාත් කරගැනීම, ජාත්‍යන්තර සංචාරකයන් හා ආයෝජකයන්ගේ ආකර්ෂණය දිනා ගැනීම සඳහා තිරසාර , පාරිසරික අගතීන්ට ඔරොත්තු දෙන හා සාර්ව ප්‍රවේශ නිෂ්පාදනයක් ඇති කිරීම.

- මධ්‍යම සහ උප-ජාතික මට්ටම් අතර සහ රාජ්‍ය සහ පෞද්ගලික පාර්ශ්වකරුවන් අතර සම්බන්ධීකරණය වැඩිදියුණු කිරීම සඳහා සහය හෝ සහයෝගීතාවය මඟින් අංශයේ ඵලදායී පාලනයක් ඇති කිරීම;
- සූරාකෑම් වලට එරෙහිව ආරක්ෂාව සපයන, අවදානමට ලක්විය හැකි අවිධිමත් සේවකයන්ට ආරක්ෂාව සලසන, සහ සංචාරක කර්මාන්තයේ නියැලෙන සියලුම සේවකයන් වෙත සහ අනෙක් අතට රටේ සියලුම පුරවැසියන් වෙත ප්‍රතිලාභ ලබා දීම සහතික කරන මහජන කේන්ද්‍රීය කර්මාන්තයක් බිහි කිරීම;
- සියලුම දේශීය හා විදේශීය මෙහෙයවන්නන්ගේ ලියාපදිංචිය සහතික කිරීම සහ මෙහෙයුම් අංශ සහ සංචාරක ආදායම් සම්බන්ධයෙන් වගකිවයුතු සහ විනිවිදභාවය නීත්‍යානුකූලව සහතික කිරීම හා වැඩි දියුණු කිරීම;
- සුලු හා කුඩා, මධ්‍යම සහ විශාල පරිමාන ව්‍යාපාර සඳහා දිරිගැන්වීම් / අවස්ථා සහ නව සංචාරක නිකේතන, නිෂ්පාදන සහ සේවා සමඟ සංචාරක ව්‍යවසායකත්වය සහ නව්‍යකරණයන් පෝෂණය කරන කර්මාන්තයක් ඇති කිරීම;
- නව දේශීය වෙළඳපල/නිෂ්පාදන සංවර්ධනය කිරීම සහ වගකීම් සහගත දේශීය සංචාරක ව්‍යාපාරය උපායමාර්ගිකව ප්‍රවර්ධනය කිරීම.

7. අදාළත්වය සහ විෂය පථය

සංචාරක ව්‍යාපාරය යනු දේශීය හා ජාත්‍යන්තර අමුත්තන් විසින් පරිභෝජනය කරන භාණ්ඩ හා සේවා නිෂ්පාදනයට මැදිහත් වන විවිධ වර්ගයේ ක්‍රියාකාරීන් සහ නියෝජිතයන් අතර බහුවිධ අන්තර් සම්බන්ධතා ඇතුළත් වන ක්ෂේත්‍රයකි. එබැවින් ජාතික සංචාරක ප්‍රතිපත්තිය, සංචාරක කර්මාන්තය හා සබැඳි ඕනෑම ආකාරයක භාණ්ඩ, සේවා, නිෂ්පාදන හෝ පරිභෝජනය වැනි සෑම ක්ෂේත්‍රයක් සඳහා අදාළ වේ.

මෙම ප්‍රතිපත්තියේ විෂය පථය සංචාරක වත්කම් කළමනාකරණය කිරීම සම්බන්ධයෙන් සහ දේශීය හා විදේශීය සංචාරකයින් ඇතුළු සංචාරක පාර්ශවකරුවන් විසින් මෙම වත්කම් භාවිතා කිරීම සම්බන්ධයෙන් අදාළ වේ. මෙය රජයේ විවිධ මට්ටම් සහ දෙපාර්තමේන්තු හරහා සම්බන්ධීකරණය කරන අතර එමඟින් රජය සතු කුසලතා සහ සම්පත් (උදා: මූල්‍ය, ද්‍රව්‍ය, මානව, දැනුම සහ කාලය) සහ ඒවා මෙම ක්‍රියාකාරීන් විසින් ප්‍රයෝජනයට ගැනීමේ වැදගත්කම හඳුනා ගනී.

8. ප්‍රතිපත්ති ක්‍රියාත්මක කිරීම

මෙම ප්‍රතිපත්තිය සාර්ථක ලෙස ක්‍රියාත්මක කිරීම සඳහා විවිධ ක්‍රියාකාරීන්ගේ දායකත්වය සහ සහයෝගය අවශ්‍ය වේ. ඉහත සඳහන් කළ ප්‍රතිපත්ති ප්‍රකාශන හතරේ අභිප්‍රායන් සහ අරමුණු සාක්ෂාත් කර ගැනීම ඉලක්ක කරගත් ක්‍රියාකාරකම් මාලාවකින් එය සමන්විත වේ. කෙසේ වෙතත් දැනට සිටින පද්ධති ක්‍රියාකාරීන්ගේ (විශේෂයෙන් ප්‍රතිපත්තියේ තිරසාර අරමුණු සම්බන්ධයෙන්) ධාරිතාවට අනුව විශේෂයෙන් මහා පරිමාණ හෝ සංකීර්ණ ස්වභාවයේ වෙනස්කම් ක්‍රියාත්මක කිරීම සම්බන්ධයෙන් විශේෂඥ සහය අවශ්‍ය වේ. එබැවින් ජාතික මට්ටමේ බලධාරීන් එවැනි ප්‍රයත්නයන්ට සහාය වීම සඳහා තිරසාර සංවර්ධන අරමුණු ක්‍රියාත්මක කිරීම හා ප්‍රවේශය පිළිබඳ විශේෂඥ දැනුමක් ඇති පුද්ගලයන් හෝ සංවිධාන වෙත යොමු විය යුතුය.

8.1. උපාය මාර්ග

සංචාරක කර්මාන්තය ඉහළ ප්‍රතිලාභ සහිත වෙළඳපොළ ආකර්ෂණය කර ගන්නා වඩාත් තිරසාර කර්මාන්තයක් බවට පරිවර්තනය කිරීමට පහසුකම් සැලසීම ජාතික සංචාරක ප්‍රතිපත්ති ප්‍රකාශයේ අරමුණ වේ (පුරෝගාමී තේමාවන් ලෙස හඳුන්වා ඇත). මෙය සාර්ථක කරගැනීම සඳහා එකිනෙකින් වෙනස් උපාය මාර්ගික පරිවර්තනයන් හතරක් අවශ්‍ය වේ. මෙම සෑම උපාය මාර්ගයක්ම එකිනෙකට අනුපූරක වන නමුත් විවිධ ප්‍රමුඛතා මට්ටම් වලින් යුත් විවිධ ක්‍රියා මාර්ග වලින් (උපායමාර්ගික ක්‍රියාකාරකම් සහ නිර්දේශිත ක්‍රියා) සකස් වී ඇත. මෙම ප්‍රතිපත්තිය ක්‍රියාත්මක කිරීම පහසු කිරීම සඳහා එක් එක් උපායමාර්ග වෙනුවෙන් උපායමාර්ගික ක්‍රියාකාරකම් සහ නිර්දේශිත ක්‍රියාමාර්ග විස්තර කරන සවිස්තරාත්මක ක්‍රියාකාරී සැලැස්මක් මෙම ලේඛනයේ ඇමුණුමක් ලෙස ඇතුළත් කර ඇත. එයට අධීක්ෂණ සහ ඇගයීම් දර්ශක (SMART) සහ එක් එක් උපාය මාර්ගය සඳහා ප්‍රමුඛ සහ ක්‍රියාත්මක කිරීමට සහාය වන හවුල්කරුවන් ඇතුළත් වේ. (වගුව 1 බලන්න).

පුරෝගාමී තේමාව 1 - ඒකාබද්ධ පානනය (සංචාරක පාලන රාමුව ප්‍රතිසංස්කරණය)

තිරසාර ප්‍රතිපත්තියක් වීම සඳහා ශ්‍රී ලංකාවේ ජාතික සංචාරක ප්‍රතිපත්තිය ඒකාබද්ධ කළ යුතු ය. ප්‍රතිපත්ති ඒකාබද්ධ කිරීම යනු ජාතික ප්‍රතිපත්තිවල තිරස් ඒකාබද්ධතාවයකි, පුද්ගලික අංශය සහ සිවිල් සමාජ සහභාගිත්වය සහ ප්‍රාදේශීය සැලසුම් පද්ධති භාවිතා කිරීම මගින් සම්පාදනය කළ හැකි ධාරිතාව ඇතුළු සංකල්ප සැලකිල්ලට ගනිමින්, පහළ සිට ඉහළට ආයතනික ප්‍රතිසංස්කරණවල සිදුවූ සමාජානුයෝජනයකි. එම දෘෂ්ටිකෝණය තුළ මෙම අරමුණු සාක්ෂාත් කර ගැනීම සඳහා ප්‍රධාන උපාය මාර්ග පහක් අවශ්‍ය වේ.

<u>උපායමාර්ගය 1.1 - සංචාරක ව්‍යාපාරයේ ඵලදායි ප්‍රමුඛතාවයක් සඳහා රජය විසින් ක්ෂේත්‍රයේ සාර්ව පාලනය ප්‍රතිසංස්කරණය කිරීම</u>

අලුතින් පිහිටුවන ලද අන්තර් අමාත්‍යාංශ සංචාරක කමිටුව අමාත්‍යාංශ මට්ටමේ සම්බන්ධතා ශක්තිමත් කිරීමට උපකාරී වන අතර, එම නිසා සංචාරක අංශයට සම්බන්ධ වූවන් හට (උදා: වනජීවී, පුරාවිද්‍යා, සංස්කෘතික) මෙම ප්‍රතිපත්තිය සමඟ පෙළගැසීමට හැකි වන අයුරින් පහසුකම් සැලසිය යුතුය. ITMC හි නියෝජිතයින් ඇතුළත් තේමා මූලික කාර්ය සාධක බලකායන් (ප්‍රතිපාදන කාර්යක්ෂමතාව හා ඵලදායීව භාවිතය ඇතුළුව) නිර්මාණය කිරීම සහ ශ්‍රී ලංකාව සඳහා පොදුවේ එකඟ වූ ගුණාත්මක සංචාරක/අධි සංචාර නිර්වචන සහ (වනජීවී, සංස්කෘතික, පුරාවිද්‍යාව, ආදියේ) පවතින ප්‍රතිපත්තින්/නීතින් හා සම්බන්ධ වන සේ සංචාරක මධ්‍යස්ථාන සංවර්ධනයට මඟ පෙන්වන රාමුවක් ඇතුළු ජාතික සැලැස්මක් සංවර්ධනය සහ සංචාරක ව්‍යාපාරය වටා වඩාත් ව්‍යුහගත සහයෝගිතාවක් ඇතිවන ලෙසින් සංචාරක ව්‍යාපාරය සඳහා මැදිහත් වන සෑම අමාත්‍යාංශයක් සඳහාම එක් නියෝජිතයෙකු බැගින් පත් කිරීම මගින් වැඩි වගවීමක් සහ වඩා හොඳ සම්බන්ධීකරණයක් නිර්මාණය වනු ඇත.

<u>උපායමාර්ගය 1.2 - සංචාරක සැලසුම්කරණය, සංවර්ධනය සහ අධීක්ෂණයේ කොටසක් ලෙස පළාත් සභාවල කාර්යභාරය ශක්තිමත් කිරීම සඳහා අතරමැදි පාලනය ප්‍රතිසංස්කරණය කිරීම</u>

අමාත්‍යාංශ මට්ටමින් සම්බන්ධතා ශක්තිමත් කිරීමට අමතරව, මධ්‍යම රජය සහ පළාත් සභා අතර සම්බන්ධතා ශක්තිමත් කිරීම මඟින් වඩාත් හොඳින් කාර්ය ද්විකරණය අවම කිරීම සහ සංචාරක සංවර්ධනය දිරිගැන්වීම සඳහා දෙපාර්ශ්වය අතර සම්බන්ධතා ශක්තිමත් කිරීමට මෙම ප්‍රතිපත්තිය නිර්දේශ කරයි. මෙය, දේශීය ක්‍රියාකාරීන්ගේ සහභාගීත්වය සහතික කිරීම සඳහා ද්විකරණය වීම වැළැක්වීම, ප්‍රාදේශීය සංවර්ධන න්‍යාය පත්‍රවල සංචාරක ව්‍යාපාරයට වඩා හොඳ ස්ථානයක් ලබා ගැනීම පිණිස පළාත්-මධ්‍ය සබඳතා පැහැදිලිව නිර්වචනය කර භූමිකාවන් සහ කාර්යයන් නිරූපණය වන අයුරින් සියලු පළාත්වලට පොදු ආකෘතියක් යොදා ගනිමින් පළාත් මට්ටමින් ආයතන රාමුව ප්‍රමිතිගත කිරීම සිදු කළ යුතුය. විමධ්‍යගත කිරීමේ ක්‍රියාවලිය වේගවත් කිරීම හරහා පළාත් සභා වෙත ලබා දී ඇති බලාත්මක කාර්යභාරයට සහාය වීම සඳහා නිසි සම්පත් බෙදාහැරීමේ යාන්ත්‍රණයක් සංවර්ධනය කිරීමට මෙමඟින් පහසුකම් සලසනු ලැබේ.

<u>උපාය මාර්ගය 1.3 - ගමනාන්තය ප්‍රවර්ධනය සහ වඩා කාර්යක්ෂම කළමනාකරණයක් සඳහා සහයක ආයතන ප්‍රතිව්‍යුහගත කිරීම</u>

ජාතික සංචාරක ප්‍රතිපත්තිය යනු, ඉදිරි දශකය තුළ ජාතික ආර්ථිකයේ සංවර්ධනයේ සහ විවිධාංගීකරණයේ සාධකයක් ලෙස සංචාරක ව්‍යාපාරයේ කේන්ද්‍රීයත්වය සාක්ෂාත් කර ගැනීම සඳහා සමස්ත රජය සහ සියලු පාර්ශ්වකරුවන් ක්‍රියා කිරීම පිණිස කරන කැඳවීමකි. ශ්‍රී ලංකාවේ සංචාරක කළමනාකරණයට කේන්ද්‍රීය වන්නේ එහි රාජ්‍ය ආයතන හතර (SLTDA, SLPB, SLCB, SLITHM) වන අතර, ඒවායේ නීතිමය තත්ත්වය වෙනස් කිරීමක් ඔවුන්ගේ තරඟකාරිත්වය සහතික කරනු ඇත. SLTDA, SLPB සහ SLCB යන ආයතන තනි ආයතනයක් ලෙස සමූහගත කිරීමට සහ එහි නෛතික තත්ත්වය ව්‍යවස්ථාපිත ආයතනයක සිට රජය සතු සංස්ථාවක් (අපනයන සංවර්ධන අධිකාරිය ආකාරයෙන්) දක්වා වෙනස් කිරීමට දිරිගන්වන කැබිනට් නියෝගයක් අනුගමනය කිරීමට මෙම ප්‍රතිපත්තිය යෝජනා කරයි. SLITHM උපාධි පිරිනමන ආයතනයක් බවට පත් වනු ඇත. කෙසේ වෙතත් සෑම ආයතනයක්ම එකම ප්‍රධාන විධායක නිලධාරියෙකුට (CEO) වාර්තා කරනු ඇත. අවසාන වශයෙන්, සෑම ප්‍රධාන කර්මාන්ත සමාගමකටම සුදුසු ආයතනයක සහතික කළ මාණ්ඩලික ආසනයක් තිබිය යුතුය (උදා: SLCB හි SLAPCEO).

<u>උපායමාර්ගය 1.4 - අර්බුද කළමනාකරණ පද්ධතිය ප්‍රතිසංස්කරණය කිරීම</u>

ජාතික සංචාරක ප්‍රතිපත්තිය අනපේක්ෂිත කම්පන කළමනාකරණය කිරීමේදී මධ්‍යම රජයට එල්ල වන පීඩනය අවම කිරීම සඳහා අර්බුද කළමනාකරණ පද්ධතිය ප්‍රතිසංස්කරණය කිරීම නිර්දේශ කරයි. ශ්‍රී ලංකාව සිය අවිධිමත් අංශය විධිමත් කිරීමට පියවර ගන්නා විට ඒ සඳහා රාමුවක් සැලසුම් කිරීම සහ ඔරොත්තු දීමේ මෙවලම් සංවර්ධනය කිරීම සිදු කළ යුතුය. භාවිතයට ගතහැකි මූල්‍ය මෙවලම් අතර භාර අරමුදල්, බලපෑම් අරමුදල් ආදිය ඇතුළත් වේ. ශ්‍රී ලංකාවේ සංචාරක ක්ෂේත්‍රය ඕනෑම අර්බුදයක් සමඟ ගනුදෙනු කිරීම පිණිස වඩා හොඳින් සන්නද්ධ කිරීම සඳහා විකල්පයන් සාකච්ඡා කිරීමට සහ තක්සේරු කිරීමට, PPP කාර්ය සාධක බලකායක් මඟින් ශක්‍යතා අධ්‍යයනයක් කළ යුතු බව ප්‍රතිපත්තිය නිර්දේශ කරයි.

<u>උපායමාර්ගය 1.5 - පුද්ගලික අංශයේ පාලනය ප්‍රතිව්‍යුහගත කිරීම</u>

ශ්‍රී ලංකාව තිරසාරත්වය කරා යන ගමනේදී පෞද්ගලික අංශයට සංචාරක ක්ෂේත්‍රයේ පුරෝගාමී බලවේගය ලෙස සැලකිය යුතු බලපෑමක් ඇති කළ හැකිය. එබැවින් ජාතික සංචාරක ප්‍රතිපත්තිය, සෑම

අංශයකම සහ සෑම පාර්ශවකරුවකුගේම හඬ රාජ්‍ය ආයතනවල නියෝජනය වන බව සහතික කිරීම සඳහා සියලුම පෞද්ගලික පාර්ශ්වකරුවන් සංචාරක සම්මේලනයක් තුළ සංවිධානය විය යුතු බව නිර්දේශ කරයි. කෙසේ වෙතත්, මෙම නව සංචාරක සම්මේලනයේ කොටස්කරුවන් විය හැක්කේ නිසි පරිදි නියාමනය කරන ලද හෝ ලියාපදිංචි වූ කර්මාන්ත සමාගම්වලට පමණි.

පුරෝගාමී තේමාව 2 - සංගෘහිත තිරසාරත්වය (නියාමන රාමුව ප්‍රතිසංස්කරණය කිරීම/සංචාරක ව්‍යාපාරයේ තිරසාරත්වයට සංක්‍රමණය වීම)

ගමනාන්තයේ තිරසාර කළමනාකරණය සඳහා සංචාරක පාර්ශවකරුවන් බලමුළු ගැන්වීමේ අවශ්‍යතාවය කෙරෙහි සුවිශේෂ අවධානයක් යොමු කිරීමට ජාතික සංචාරක ප්‍රතිපත්තිය බලාපොරොත්තු වේ. රෙගුලාසි වලට අනුකූල වීම සහතික කරමින් රාජ්‍ය අංශය ක්ෂේත්‍රය නියාමනය කරන අතර පුද්ගලික අංශය වර්ධනයේ ප්‍රධානතම ස්ථානය දරන්නා බවට පත් වේ. සංචාරක ප්‍රාග්ධන කළමනාකරණයේ භාරකරුවන් වනුයේ ප්‍රාදේශීය ප්‍රජාව යි. සංචාරක තිරසාරභාවයට ප්‍රමුඛත්වය දීම මගින්, එම අංශයේ ස්ථාවරත්වය සහ දිගුකාලීන පැවැත්ම වඩා හොඳින් ස්ථානගත වනු ඇත.

<u>උපායමාර්ගය 2.1 - සංචාරක සංවර්ධනය තුළින් තිරසර සංවර්ධන ඉලක්ක සාක්ෂාත් කර ගැනීම සඳහා නියාමන රාමුව සුසංයෝග කිරීම</u>

වර්ධනය මෙහෙයවීම සංගෘහිත තිරසාරත්වය දිරිමත් කිරීම සඳහා මූලික වේ. තිරසාර සංවර්ධනයක් ප්‍රවර්ධනය කිරීම සඳහා, සෑම පුද්ගලයෙකුටම සංචාරක ස්ථාන වෙත ප්‍රවේශවීමට ඇති හැකියාවට අදාලව සංචාරක යටිතල පහසුකම්, ව්‍යාපාර ඇතුළු අනෙකුත් පහසුකම් ගොඩනැගීම සඳහා වන අවම අවශ්‍යතා සමඟ එකඟ වීමට ප්‍රාදේශීය/අඩවි මට්ටමින් UDA/SLTDA/LAs අතර සහයෝගීතාව ශක්තිමත් කිරීමට ජාතික සංචාරක ප්‍රතිපත්තිය නිර්දේශ කරයි. සංචාරක කලාප තමන්ගෙන් අපේක්ෂිත මට්ටමේ විභවයකින් ක්‍රියා කරයිද යන්න තක්සේරු කිරීම (උදා: සංගෘහිත වර්ධනය*) සහ ධාරිතා ඇගයීමක් මගින් (අපද්‍රව්‍ය කළමනාකරණය, අපද්‍රව්‍ය කළමනාකරණය, ප්‍රජා සහභාගීත්වය, ආදිය සඳහා ප්‍රතිපත්ති ආදිය ඇතුළු) ප්‍රබල පාරිසරික හා සමාජීය බාධාවන් අනාවරණය වන සංචාරක කලාප ප්‍රතිව්‍යුහගත කිරීමේ අරමුණ ඇතිව පළාත් මට්ටමින් HEQ සැලසුම් සංවර්ධනය දිරිමත් කිරීම මෙයට ඇතුළත් වේ. ඊට අමතරව ප්‍රතිව්‍යුහගත සංචාරක කලාප (උදා: GIS මත සිදුකරන ආයෝජන අවස්ථා සඳහා ප්‍රවේශය සහිත වෙබ් අඩවි) තුළ වගකිව යුතු සංචාරක ආයෝජන සඳහා රාමු සක්‍රීය කිරීමට ජාතික සංචාරක ප්‍රතිපත්තිය නිර්දේශ කරයි. ක්ෂේත්‍රය වඩාත් තිරසාර කිරීමට සහ රාජ්‍ය හා පෞද්ගලික පාර්ශ්වකරුවන් වඩා වගකීමෙන් කටයුතු කිරීම පිණිස දිරිගැන්වීම සඳහා සංචාරක ක්ෂේත්‍රයට දැනට පවතින NDC නිර්දේශ වැනි නිර්දේශ සහ මාර්ගෝපදේශ හෝ සහතික කිරීමේ යෝජනාක්‍රමයක් ද ඇතුළුව රෙගුලාසි/මාර්ගෝපදේශ/ දිරිගැන්වීම් ස්ථාපිත කිරීමෙන් ද, සංචාරක ක්ෂේත්‍රයට ලාභ ඉපයිය හැකිය.

<u>උපායමාර්ගය 2.2 - තිරසාර භාවිතය සහ ස්වභාවික, සංස්කෘතික සහ අනෙකුත් සංචාරක වත්කම් ආරක්ෂා කිරීම</u>

අපගේ සංස්කෘතික සහ ස්වභාවික උරුමයන් දිගු කාලීනව සංරක්ෂණය තහවුරු කිරීම සඳහා, සංස්කෘතික ස්ථාන සහ ජාතික වනෝද්‍යාන (සාගර හා භෞමික) සඳහා නීති සහ රෙගුලාසි වැඩිදියුණු කිරීමට ජාතික

සංචාරක ප්‍රතිපත්තිය නිර්දේශ කරයි. විශේෂයෙන්ම දුර්වල, පහසුවෙන් විනාශයට පත් විය හැකි ප්‍රදේශ සඳහා, ධාරිතා තක්සේරුවක් සිදු කිරීම සහ (බෝට්ටු, කාර්, ආදි) වාහනවල රැගෙන යා හැකි ධාරිතාවය මෙන්ම ශබ්දය සහ කාබන් විමෝචන මට්ටම් සඳහා අවම ප්‍රමිතීන් වැනි සීමාවන් සැකසීම වැදගත් වේ.

උපායමාර්ගය 2.3- නිෂ්පාදන සහ සේවා සංවර්ධනයට මඟ පෙන්වන ප්‍රමිතීන් සහ ආචාර ධර්ම

සංචාරක විශ්‍රාම වැටුප් යෝජනා ක්‍රමයක් සහ ලියාපදිංචිය දිරිගැන්වීමේ මෙවලමක් ලෙස තීරුබදු අත්හැරීමේ යෝජනා ක්‍රමය ඇතුළුව දේශීය ජනතාවට (CBT, wellness, MICE, ecotourism ත්‍රාසජනක සංචාරක, සහ නෞකා සංචාරක ව්‍යාපාරය) සහ උප අංශයන් (සාම්ප්‍රදායික නර්තන ශිල්පීන්, කුලී රථ, ආදි) යන සංචාරක ව්‍යාපාරය හා බැඳුණු ඛණ්ඩ දෙකටම ප්‍රතිලාභ ලැබිය හැකි නෛතික පිළිගැනීම් සහිත, නිසි නියෝජනයක් සහ ඵලදායි නියාමනයක් සහතික කිරීම සඳහා, වඩාත් පුළුල්ව සංවිධානය වීමට නීතිමය පිළිගැනීමක් ඇති කිරීමට ජාතික සංචාරක ප්‍රතිපත්තිය නිර්දේශ කරයි. කෙසේ වෙතත්, එම එක් එක් අංශ සඳහා චර්යාධර්ම සංග්‍රහ ඇතුළුව මාර්ගෝපදේශ (ප්‍රමිති සහ ආචාර ධර්ම) සකස් කළ යුතු අතර ඒවායේ ආකර්ශනීය බව ඉහළ නැංවීම සඳහා (යටිතල පහසුකම්, පුහුණුව, ආදි) ප්‍රමුඛතා ආයෝජන සලකා බැලිය යුතුය;

පුරෝගාමී තේමාව 3 - දැනුවත් පාර්ශවකරුවන්: (තොරතුරු කළමනාකරණ ක්‍රියාවලිය ප්‍රතිසංස්කරණය කිරීම)

සංචාරක ව්‍යාපාරය වඩා හොඳින් කළමනාකරණය කිරීම සඳහා සංචාරක ව්‍යාපාරය හා සම්බන්ධ අංශ ඇගයීමට වඩාත් හොඳ ක්‍රමවේදයක් අවශ්‍ය වේ. වර්තමාන ව්‍යවහාරයන් ප්‍රතිසංස්කරණය කිරීම, සමාලෝචනය කිරීම සහ වැඩිදියුණු කිරීම ගමනාන්තයේ තරඟකාරීත්වය වැඩිදියුණු කිරීමට පහසුකම් සපයයි.

උපායමාර්ගය 3.1 - විස්තීරණ තොරතුරු කළමනාකරණ ක්‍රියාවලියක් සඳහා වැඩිදියුණු කරනු ලැබූ තොරතුරු රැස්කිරීම, විග්‍රහ කිරීම, ප්‍රවේශ වීම

ගෝලීය සංචාරක වෙළෙඳපොළ තුළ ශ්‍රී ලංකාවේ තරඟකාරිත්වය ඉහළ නැංවීම සඳහා නිෂ්පාදන සංවර්ධනය වේගවත් විය යුතුය. ඒ සඳහා, SLTDA පර්යේෂණ සහ ජාත්‍යන්තර සම්බන්ධතා අංශවල ක්‍රියාකාරිත්වය ප්‍රතිසංස්කරණය කිරීම මගින් වෙළඳපල කොටස් සහ නිෂ්පාදන සංවර්ධනය සඳහා දත්ත රැස් කිරීම සහ නිෂ්පාදන ක්‍රියාවලිය වැඩිදියුණු කිරීම ඇතුළුව, සංචාරක ව්‍යාපාරයේ බලපෑම් වඩා හොඳින් අවබෝධ කර ගැනීම සඳහා ප්‍රතිසංස්කරණ සහ රාමු සැකසීමට ජාතික සංචාරක ප්‍රතිපත්තිය නිර්දේශ කරයි. SLTDA සහ පුද්ගලික අංශය අතර දත්ත හුවමාරු කිරීමේ ප්‍රොටෝකෝලය නොමැතිව තොරතුරු නිෂ්පාදනය සහ තොරතුරු වෙත ප්‍රවේශ වීම වැඩිදියුණු කළ නොහැක. එම ඉදිරි දර්ශනය තුළ, නිර්දේශිත සංචාරක සම්මේලනය සමඟ පමණක් නොව විශ්ව විද්‍යාල සහ පළාත් සභා සමග ද එවැනි ප්‍රොටෝකෝල සිදු කළ හැකිය. මීට අමතරව, අමුත්තන් නිවැරදි වීසා බලපත්‍රයක් සඳහා ඉල්ලුම් කරන බව සහතික කර ගනු පිණිස සියලු කාණ්ඩවල (සංචාරක, ව්‍යාපාරික, ආදි) වීසා මිල ගණන් පෙළගැස්වීමට දිරිගන්වනු ලබන අතර, එමගින් විවිධ වෙළඳපල කොටස් පිළිබඳ වඩා හොඳ අවබෝධයක් ලබා ගැනීමට ඉඩ සලසයි. සංචාරක ව්‍යාපාරය සඳහා KPIs ඇතුළු M&E රාමුවක් පිහිටුවීම සහ සංචාරක ස්ථාන සඳහා CSR

KPI සහ උපාය මාර්ග සහ ප්‍රතිපත්ති ක්‍රියාත්මක කිරීම සඳහා පුද්ගලික අංශයේ සාමාජිකයින් ද ඇතුළුව උප කමිටුවක් පිහිටුවීට සංචාරක ප්‍රතිපත්තිය දිරිමත් කරයි.

<u>උපායමාර්ගය 3.2 - මානව සම්පත් සංවර්ධනයේ ආයතනික ව්‍යුහය ප්‍රතිසංස්කරණය කිරීම</u>

සංචාරක ක්ෂේත්‍රයේ ගුණාත්මක භාවය සඳහා මෙරට සංචරක කර්මාන්තය වෙනස් කිරීමට සහ තිරසාර සංවර්ධනයක් කරා ගමන් කිරීම උදෙසා, මානව සම්පත් උපායමාර්ගයේ ප්‍රතිසංස්කරණය කිරීමක් අවශ්‍ය වේ. ශ්‍රී ලංකාව පුරා ව්‍යාප්ත තරඟකාරී සංචාරක අංශයක් ඇති කිරීමට පුහුණු ප්‍රමිතිකරණය හා ප්‍රවේශ්‍යතාව වැඩිදියුණු කිරීම ප්‍රධාන වේ. ඒ සඳහා, බලපත්‍ර, විෂයමාලා, පුහුණු කිරීම් යන ක්‍රියා මාලාවක් වැඩිදියුණු කිරීම හා ප්‍රමිතිකරණය කිරීම සහ පුහුණු වැඩසටහන් විමධ්‍යගත කිරීමට පහසුකම් සැලසීම සහ සංචාරක ක්ෂේත්‍රයේ කාර්යයන් ලෝකය සහ පාසල් අතර සබඳතා සංවර්ධනය කිරීම ජාතික සංචාරක ප්‍රතිපත්තිය මඟින් නිර්දේශ කරයි:

<u>උපායමාර්ගය 3.3 - අලෙවිකරණ දර්ශන උපයාමාර්ග වෙනස් කිරීම</u>

සාම්ප්‍රදායික වෙළඳ ප්‍රචාරණයේ සිට පරිශීලක-උත්පාදිත අන්තර්ගතය දක්වා අලෙවිකරණයේ වන ප්‍රගතිය අනාගත ශ්‍රී ලංකාවේ ප්‍රවේශය ගැන නැවත සිතා බැලීමේදී අවශ්‍ය වේ. එමගින් තවදුරටත් ගමනාන්තය ඉස්මතු නොවන අතර, ඉස්මතු වන්නේ සංචාරකයකු වශයෙන් ඔහුගේ හෝ ඇයගේ තෘප්තිමත්බව හෝ අසතුටයි. එහි ප්‍රතිඵලයක් වශයෙන්, සංචාරක අත්දැකීම අඛණ්ඩව පවතින බව (අන්තර් පළාත් සහයෝගීතාව) සැලකිල්ලට ගෙන සහ දේශීය වෙළෙඳපොළ (දේශීය සංචාරක ව්‍යාපාරය සඳහා ජාතික උපාය මාර්ගයක් සංවර්ධනය කිරීම) කෙරෙහි දැඩි අවධානයක් යොමු කර, සංචාරකයින් විසින් ජනනය කරන ලද සමාජ මාධ්‍ය අන්තර්ගතයන් (උදා: MICE ගමනාන්ත අලෙවිකරණය/ යටිතල පහසුකම් සංවර්ධනය/ HR T&D | පර්යේෂණ සහ දත්ත එකතු කිරීම සහතික කිරීම සඳහා MICE කාර්ය සාධක බලකායක් ස්ථාපිත කිරීම) නියාමනය කිරීම වැඩි කිරීම මගින් පහසුකම් සපයන ලද වඩා හොඳ සංචාරක සැපයුම් ව්‍යුහගත කිරීමක් ජාතික සංචාරක ප්‍රතිපත්තිය මගින් දිරිමත් කරයි. ශ්‍රී ලංකාවේ ප්‍රවර්ධනය සම්බන්ධයෙන්, තොරතුරු වෙත ප්‍රවේශ වීම සහ තොරතුරු බෙදාගැනීමේ ස්ථාවරත්වය පවත්වා ගැනීම සඳහා සහ (MICE, Wellness, ආදි) විශේෂිත වෙළඳපල කොටස් ප්‍රවර්ධනය කිරීමේ කාර්යයට පුද්ගලික අංශයේ සහභාගීත්වය වැඩි කිරීම උදෙසා SLTDA සහ PCs අතර වෙළඳ නාමකරණය ප්‍රමිතිගත කිරීම සහ ප්‍රවර්ධන ව්‍යාපාර පෙළගැස්වීම මෙම උපායමාර්ගය මඟින් දිරිමත් කරනු ලබයි.

පුරෝගාමී තේමාව 4 - දිරිගැන්වීමේ උපාය මාර්ග - (වෙළඳපල පරිසරය ප්‍රතිසංස්කරණය සහ නැවත ස්ථාපිත කිරීම

ශ්‍රී ලංකාවේ තිරසාර සංචාරක ව්‍යාපාරයේ සංවර්ධනය සහතික කරමින් ව්‍යාපාර ආයෝජන සහ සංචාරක ආකර්ෂණ යන දෙයාකාරයෙන්ම මූල්‍ය ආධාර ආකර්ෂණය කර ගැනීම සඳහා සැපයුම සහ ඉල්ලුම යන දෙඅංශයෙන්ම ක්ෂේත්‍රයේ වර්ධනයට පහසුකම් සැලසීම මෙන්ම සංචාරක ව්‍යාපාරයේ උප අංශ මනා නියාමනයකින් යුතු බවට සහතික කිරීම සහ අමුත්තන්ගේ ආකර්ශණය තහවුරු කිරීම අවශ්‍ය වේ.

<u>උපායමාර්ගය 4.1 - ආකර්ශනීය ව්‍යාපාරික පරිසරයක් සඳහා ප්‍රතිසංස්කරණ (සැපයුම් අංශය)</u>

අපනයන කර්මාන්තයක් ලෙස සංචාරක ව්‍යාපාරයට පිළිගැනීමක් උරුම කර දිමට අමතරව, බදු වංචා සහ බදු ගෙවීම් මගහැරීම වැළැක්වීම සඳහා වන විසඳුම් ද ඇතුළුව විවිධ ක්ෂේත්‍ර හරහා සහ රට පුරා ව්‍යාප්ත

ස්ථාවර ප්‍රතිපත්ති වෙනුවෙන් පෙනී සිටීම පුද්ගලික අංශයට වඩාත් තරඟකාරී වීම සඳහා ඉඩ සලසාලයි. වර්ගීකරණය සහ නාමකරණය මඟින් තනි ව්‍යාපාර සහ ඔවුන්ගේ ඉදිරිපත් කිරීමේ ගුණාත්මකභාවය ප්‍රවර්ධනය කිරීමට අරමුණු කරන ගමනාන්ත සඳහා ප්‍රයෝජනවත් අලෙවිකරණ වේදිකා සැපයිය හැකිය. එම ඉදිරිදර්ශනය තුළ, විශේෂයෙන් තාක්‍ෂණය සහ ප්‍රවේශ්‍යතාව සම්බන්ධයෙන්, ශීඝ්‍රයෙන් පරිණාමය වන පාරිභෝගික අවශ්‍යතා සමඟ ඒවා යාවත්කාලීනව තබා ගැනීම සඳහා වර්ගීකරණ පද්ධති පිළිබඳ වඩාත් නිරන්තර සමාලෝචන ප්‍රයෝජනවත් විය හැකි බව ජාතික සංචාරක ප්‍රතිපත්තිය යෝජනා කරයි. සංචාරක පාර්ශවකරුවන් විගණනය කිරීම සඳහා ස්වාධීන විගණන සමාගමක් පත් කිරීම සහ විදේශ ආයෝජකයින් සහ කාර්ය මණ්ඩලය සඳහා කම්කරු නීති සහ වීසා ප්‍රතිපත්ති ප්‍රතිසංස්කරණය කිරීම ද ජාතික සංචාරක ප්‍රතිපත්තිය මගින් නිර්දේශ කරයි. විදේශීය ආයෝජකයින් සහ සේවකයින් රට තුළ කටයුතු සිදු කරන විට හෝ වැඩ කිරීමේදී බදු පැහැර හැරීම වළක්වා ගැනීම සඳහා ඔවුන්ගේ හැසිරීම දැඩි ලෙස නියාමනය කළ යුතු ය. ඩිජිටල්කරණය (ආයෝජකයින් සඳහා එක්-නැවතුම් අනුමත කිරීමේ පද්ධතිය ඇතුළුව) නියාමනය වේගවත් කිරීම සහ අවිධිමත් පාර්ශවකරුවන්ගේ ප්‍රමාණය සහ බදු පැහැර හැරීම අඩු කිරීමේ අරමුණින් මාර්ගගත අධීක්ෂණය සිදු කිරීම සාධාරණ ව්‍යාපාරික පරිසරයක් සාක්ෂාත් කර ගැනීම සඳහා ගැළපෙන විකල්පයන් වේ.

<u>උපායමාර්ගය 4.2 - අමුත්තන් හට අද්විතීය අත්දැකීමක් ලබා දීම සඳහා ප්‍රතිසංස්කරණ (ඉල්ලුම් අංශය)</u>

නරඹන්නන්ට ගමනාන්තය සමඟ සම්බන්ධ වීමට ඇති අවස්ථා වැඩි කිරීම සහ කරදර ඇති කරවන අවස්ථා අඩු කිරීම සඳහා ගමනාන්ත නිෂ්පාදන සහ අත්‍යාවශ්‍ය සේවාවන් වෙත ප්‍රවේශ වීමේ අවස්ථා ප්‍රතිසංස්කරණය කිරීම අත්‍යවශ්‍ය වේ. සැමට ප්‍රවේශ විය හැකි සහ ආරක්ෂා සහගත වන ගමනාන්තයේ සබැඳුම (උදා: ප්‍රවාහන අංශය විවෘත කිරීම) සහ මාර්ගගත සේවා සඳහා වැඩි දියුණු කළ ප්‍රවේශය හරහා ස්ථාන සහ නිෂ්පාදන වෙත පහසු ප්‍රවේශය සහතික කිරීම මෙයට ඇතුළත් වේ. යටිතල පහසුකම් සඳහා ආයෝජන කඩිනම් කිරීම (සංචාරක නෞකා පර්යන්ත, ප්‍රදර්ශන මධ්‍යස්ථාන, නරඹන්නන්ගේ මධ්‍යස්ථාන ආදිය) ගමනාන්තය සමඟ වර්ධනය වන සංචාරක ව්‍යාපාරය ආශ්‍රිත කර්මාන්ත සීඝ්‍රයෙන් නංවාලීමට සහ ඒකාකාරී ලෙස තොරතුරු සැපයීමෙන් (සංඥා, විවේකාගාර, තොරතුරුවල ගුණාත්මකභාවය ආදි) ස්ථාවරත්වය සහතික කිරීමට උපකාරී වේ. ඒසේ වුවත්, අමුත්තන්ගේ අත්දැකීම්වල අනුකූලතාවයට අදාළව මෘදු මත්පැන් අලෙවි කිරීම සඳහා පාර්ශවකරුවන් අතර ස්ථාවර ප්‍රතිපත්තියක් ස්ථාපිත කිරීම, වැදගත් වේ.

<u>උපායමාර්ගය 4.3 - අමුත්තන්ගේ ආරක්ෂාව සහ සුරක්ෂිතතාව සඳහා කාර්යක්ෂම රාමුවක් (මඟපෙන්වීම සහ ප්‍රවාහනය)</u>

නව ආකාරයේ සංචාරක ව්‍යාපාරයකට ළඟා වීම සඳහා සංචාරක ආරක්ෂාව සහතික කිරීමට නව ප්‍රවාහන ක්‍රම හඳුන්වාදීම සහ සැපයුම්කරුවන්ට සාධාරණ ලෙස සැලකීම සඳහා නව රෙගුලාසි සැකසීම අවශ්‍ය වේ. අනිවාර්ය රක්ෂණ ආවරණ හරහා අමුත්තන් ආරක්ෂා කිරීම සහ අසාධාරණ තරඟකාරීත්වය සීමා කිරීම සඳහා සියලුම වර්ගයේ වාහන සහ ත්‍රාසජනක/ක්‍රීඩා උපකරණ කුලියට දීම නියාමනය කිරීම මෙයට ඇතුළත් වේ. විදේශීය සංචාරකයින් සඳහා ජාත්‍යන්තර රියදුරු බලපත්‍ර (IDPs) ලබා දීම විධිමත් කිරීම ද සලකා බැලිය යුතු විකල්පයකි.

8.2. වගකීම සහ අධිකාරිය

අංශ සංවර්ධනයේ ප්‍රධානීන් සහයෝගීතාවයෙන් සහ හවුල්කාරිත්වයෙන් එකමුතුව සහයෝගීතා ප්‍රතිඵල සහතික කිරීම සඳහා ක්‍රියා කිරීම අත්‍යවශ්‍ය වේ. මෙය කළ හැක්කේ එක් එක් අයවලුන් විසින් තම වගකීම් හොඳින් වටහාගෙන තම භූමිකාව ඉටු කරන විට පමණි. එබැවින්, රජයට කළ හැක්කේ ;

- ප්‍රතිපත්ති, උපාය මාර්ග සහ ව්‍යාපෘති ක්‍රියාත්මක කිරීමට අදාළ නෛතික සහ ක්‍රියා පටිපාටිවලට අදාළ ගැටළු විසඳීම
- තරඟකාරිත්වයේ කොන්දේසි තීරණය කිරීම සහ අවශ්‍ය අවස්ථාවලදී ප්‍රමිති සැකසීම මගින් ඒවා නියාමනය කිරීම
- ආකර්ශනීය සහ තරඟකාරී සංචාරක පරිසරයක් සඳහා පොදු යටිතල පහසුකම් සැපයීම ය.

ආණ්ඩුවේ කාර්යභාරය වන්නේ තිරසාර සංචාරක ව්‍යාපාරයේ දියුණුව සඳහා සුදුසු පරිසරයක් සැපයීම සහ තිරසාර සංචාරක කර්මාන්තයක් සඳහා පුළුල් දැක්මක් සැපයීමයි. ඒ අනුව සංචාරක අංශය යටතේ ඇති රාජ්‍ය ආයතන ඔවුන්ගේ කාර්ය භාරයන් ඉටු කිරීමේදී යහපත් සේවා සබඳතා පවත්වා ගත යුතු අතර ගැටුම් සහ කාර්යයන් ද්විකරණය වැළැක්වීම සඳහා එකිනෙකාගේ අදහස් විමසිය යුතු ය. සංචාරක සංවර්ධන අධිකාරිය විසින් ප්‍රතිපත්තිය ක්‍රියාත්මක කිරීම තහවුරු කරන අතර සංචාරක කටයුතු සඳහා සමස්ත අධීක්ෂණය, සම්බන්ධීකරණය සහ නියාමනයේ වගකීම අමාත්‍යාංශය සතු ය.

කෙසේ වෙතත්, අලුතින් පිහිටුවන ලද අන්තර් අමාත්‍ය සංචාරක කමිටුව, ප්‍රතිපත්තිය වැඩිදියුණු කර සම්බන්ධීකරණය සහ ක්‍රියාත්මක කිරීම සඳහා ප්‍රධාන කාර්යභාරයක් ඉටු කළ යුතු ය. විශේෂයෙන්ම ප්‍රතිපත්තියේ දක්වා ඇති විවිධ ක්ෂේත්‍රවල අවම අවශ්‍යතා ප්‍රමිතිකරණයට අදාළව සියලුම ආයතන සහ අමාත්‍යාංශවල සහයෝගීතාව සුරක්ෂිත කිරීම ඒ මගින් කළ හැකිය. අන්තර් අමාත්‍යාංශ සංචාරක කමිටුවට සංචාරක ක්ෂේත්‍රයේ දුරස්ථභාවය නිසා ඇති වන බාධා ජයගැනීමට මේ අනුව හැකියාව ලැබේ.

පළාත් සභාවලට සුදුසු බලතල පැවරීම්, කර්තව්‍ය සහ රාජකාරීන් තිබිය යුතු ය. විශේෂයෙන්ම මෙමඟින් භූගෝලීය ප්‍රදේශවල අවිධිමත්භාවය නිරීක්ෂණය කිරීම, නියාමනය කිරීම සහ ප්‍රමිතීන් සම්බන්ධ ගැටළු විසඳීමට ඔවුන්ට පහසු වේ. පළාත් සභා පළාත් පාලන ආයතන සහ ප්‍රජාව සමඟ සහයෝගයෙන් සංචාරක සංවර්ධන කටයුතු තිරසාර ලෙස සිදු කිරීම සහතික කිරීම සඳහා තම බල ප්‍රදේශය යටතේ දැනට පවතින සංචාරක ස්ථාන හා නව ආකර්ෂණීය ස්ථාන, සංවර්ධනය කිරීම, නඩත්තු කිරීම, ආරක්ෂා කිරීම සහ කළමනාකරණය කිරීම කළ යුතුය. සංචාරක ව්‍යාපාරයේ අහිතකර බලපෑම්වලින් දේශීය සංස්කෘතික හා සමාජීය වටිනාකම් ආරක්ෂා කිරීම සහ ස්වභාවික පරිසරයට සිදුවන අහිතකර බලපෑම් සඳහා කඩිනමින් පිළියම් යෙදීම සඳහා ඔවුන් වගකිව යුතු බව මෙයින් අදහස් කරයි. එසේ කිරීමේදී, කෙසේ හෝ පළාත් පාලන ආයතන සහ ප්‍රජාවන් විසින් අමුත්තන්ගේ මානසික හා ශාරීරික යහපැවැත්ම සහ ඔවුන්ගේ දේපළවල ආරක්ෂාව සහතික කළ යුතු අතර, ආරක්ෂාව පවත්වාගෙන යාමට සම්බන්ධ ආයතන සම්බන්ධීකරණය සහ මෙහෙයවීම කළ යුතුය.

ව්‍යාපාරික පරිසරය වැඩිදියුණු කිරීම සහ ගමනාන්තයන් අලෙවි කිරීම සම්බන්ධ ගැටළු පිළිබඳව පාර්ශ්වකරුවන්ට එක්ව කටයුතු කිරීමට සහ එක් හඬකින් (සංචාරක සම්මේලනය) රජය ආමන්ත්‍රණය කිරීමට ඉඩ සලසන පොදු ස්ථාවරයක් ඇති කර ගැනීම සඳහා පුද්ගලික අංශය සංවාදයක් ආරම්භ කරනු පිණිස කාලය එළඹ ඇත. මීට අමතරව, සංචාරක ක්ෂේත්‍රය තිරසාරත්වය කරා ගෙන යාමට සහ රට පිළිබඳ ධනාත්මක ප්‍රතිරූපයක් ගොඩනැගීමේ ප්‍රයත්නයට දායක වීම සඳහා ශ්‍රී ලංකාවේ පෞද්ගලික අංශය ප්‍රමුඛ කාර්යභාරයක් ඉටු කළ යුතුය. ක්ෂේත්‍රයේ තිරසාර සංවර්ධනය සඳහා අවම ප්‍රමිතීන් සහ අවශ්‍යතා සපුරාලීමෙන් සහ තරුණ තරුණියන්ට ඔවුන්ගේ නිපුණතා සහ ඔවුන් කළමනාකරණය කරන

ආයතනය තුළ ඔවුන් සතු කුසලතා, සහ සදාචාරාත්මක ප්‍රමිතීන් නිතිපතා වැඩිදියුණු කිරීමට අවස්ථාව ලබා දීමෙන් මෙය සාක්ෂාත් කරගත හැකිය.

8.3. අධීක්ෂණය සහ ඇගයීම

ප්‍රතිපත්තියේ බලපෑම මැනීමට, ප්‍රගතිය තහවුරු කිරීමට සහ ක්ෂේත්‍රයට අමතර සම්පත් ලබා දීමේ සඵලතාවය තක්සේරු කිරීමට සුදුසු අධීක්ෂණ සහ ඇගයීම් පද්ධතින් වැදගත් වේ. සංචාරක ප්‍රතිපත්තියේ බලපෑම සහ එය ක්‍රියාත්මක කිරීමට අනුබල දෙන එවැනි උපාය මාර්ගවල සඵලතාවය නිසි ලෙස තක්සේරු කිරීම සඳහා, සංචාරක ව්‍යාපාරය සඳහා වගකිව යුතු අමාත්‍යාංශය විසින් නිරන්තර හා ප්‍රගතිශීලී අධීක්ෂණයක් සහ ඇගයීමක් සිදු කිරීම කළ යුතු ය. මෙමගින් සංචාරක ක්ෂේත්‍රයේ තත්ත්වය සහ නව සංවර්ධන උපාය මාර්ගවල සඵලතාවය පිළිබඳ තොරතුරු ලබා දෙනු ඇත. එමෙන්ම, ක්ෂේත්‍රයේ ප්‍රතිපත්ති ක්‍රියාත්මක කිරීමේ ආයතනවල කාර්යක්ෂමතාව සහ සඵලතාවය මැන බැලීම සඳහා අභ්‍යන්තර අධීක්ෂණ සහ නියාමන පද්ධති ද තිබිය යුතුය.

සංචාරක ප්‍රතිපත්තිය තත්‍ය ලෙස ක්‍රියාවට නැංවීම සහ සඵලතාවය මැනීම සඳහා වන දර්ශක පහත යෝජනා කර ඇති පරිදි ප්‍රධාන කාණ්ඩ හතරකට (ඇමුණුම 2 බලන්න) කාණ්ඩගත කළ හැක:

- **ක්‍රියාකාරී සැලැස්මේ යෝජනා කර ඇති ක්‍රියාකාරකම් සපුරා ගැනීම හා සම්බන්ධ දර්ශක:** (උදා: සංචාරක ව්‍යාපාරය ආශ්‍රිත නීති සහ ප්‍රතිපත්ති සංශෝධනය කිරීම, නිර්මිත මාර්ගෝපදේශ සංඛ්‍යාව, ප්‍රමිති සහ විෂයමාලා සංඛ්‍යාව, අත්සන් කරන ලද අවබෝධතා ගිවිසුම් සංඛ්‍යාව, පළාත් මට්ටමින් ඇති මෙහෙයුම් කමිටු සංඛ්‍යාව, පළාත් මට්ටමින් ඇති HEQ සැලසුම් සංඛ්‍යාව, ප්‍රමිතිගත පොදු නිෂ්පාදන සහ සේවා ප්‍රතිශතය, රාජ්‍ය සේවා සඳහා අලෙවි කරන ලද විද්‍යුත් ටිකට්පත් සංඛ්‍යාව, සිවිල් සේවකයින් සඳහා පුහුණු කිරීම් සංඛ්‍යාව, සංචාරක ගමනාන්තවල බිම් ගඩොල් අතුරන ලද පදික වේදිකා කිලෝ මීටර් ප්‍රමාණය)
- **ගමනාන්තයේ තරඟකාරිත්වය වැඩිදියුණු කිරීම හා සම්බන්ධ දර්ශක:** (උදා: අමුත්තන් සංඛ්‍යාව, දින ගණන සහ චාරිකාවල වියදම් මට්ටම්, ALOS, ආයෝජනවල පරිමාව, රැකියා ධාරිතාවය, නව සංචාරක ආශ්‍රිත ව්‍යාපාර පරිමාව, මිලෙහි තරඟකාරිත්වය, කලාපීය වෙළඳපල කොටස් සහ සංසන්දනාත්මක වාසි අනුපාතය.. ආදිය)
- **තිරසාර භාවිතයන් වැඩිකිරීම හා සම්බන්ධ දර්ශක:** (උදා: ඉදිකිරීම්වල දී අවම අවශ්‍යතා නීත්‍යානුකූලව බලාත්මක කිරීම, විද්‍යුත් රථවාහන සංඛ්‍යාව, ස්වභාවික ආරක්ෂිත ප්‍රදේශවල වර්ග මීටරයකට දිනකට අමුත්තන් සංඛ්‍යාව, සහතික කළ පාර්ශවකරුවන් සංඛ්‍යාව, CSR උපාය මාර්ග අනුගමනය කරන පාර්ශ්වකරුවන් සංඛ්‍යාව යනාදිය.)
- **සැපයුම් අංශයේ ගුණාත්මක පරිවර්තනයට අදාළ දර්ශක:** (උදා: අවිධිමත් පාර්ශවකරුවන්ගේ කොටස, ආධුනිකත්ව සහ සීමාවාසික පුහුණුව සංඛ්‍යාව, වැඩිදියුණු කළ සංචලනය, සහතික කරන ලද CBT නිෂ්පාදන සංඛ්‍යාව, සහතික කළ සුවතා නිෂ්පාදන සංඛ්‍යාව, සංචාරක ක්‍රියාකරුවන් සඳහා පුහුණු කිරීම් සංඛ්‍යාව, ආදිය.)

අවසාන වශයෙන්, සංචාරක ව්‍යාපාරය පිළිබඳ ජාතික ප්‍රතිපත්තිය ක්‍රියාත්මක කිරීමේදී ජාත්‍යන්තර සංචාරක ක්ෂේත්‍රය විකාශනය වන තත්ත්වයන් මත අවශ්‍ය ඕනෑම ගැලපීම් හෝ වෙනස්කම් සිදු කිරීමට එකඟතාවය පල කරනු ලබයි.

9. පාරිභාෂික ශබ්දමාලාව

මෙම පාරිභාෂික ශබ්දමාලාවේ අරමුණ වන්නේ මෙම ප්‍රතිපත්ති ලේඛනය භාවිතා කරන්නන්ට මෙම ප්‍රතිපත්තිය සකස් කර ඇති සන්දර්භය තුළ ඇතැම් පාරිභාෂිතයන් පිළිබඳ සාධාරණ අවබෝධයක් ලබා ගැනීමට උපකාර කිරීමයි. විවිධ සන්දර්භයන් සහ තත්වයන් තුළ එවැනි පාරිභාෂිතයන් අර්ථ නිරූපණය කිරීම වෙනස් විය හැකි බව සැලකිල්ලට ගැනීම වැදගත්ය.

(අ) කොටස :

ප්‍රතිපත්ති ඉලක්ක/අභිමතාර්ථ: මූලික මූලධර්ම අනුගමනය කිරීම සඳහා ප්‍රතිපත්තියකට 'ඉලක්ක' ඇත. මෙම ඉලක්ක මගින් අපේක්ෂිත ප්‍රතිඵල පරාසය හෝ ප්‍රතිපත්තිය ක්‍රියාත්මක කිරීමෙන් සාක්ෂාත් කරගත යුතු දෙය පිළිබඳව විස්තර කරයි. ප්‍රතිපත්ති ඉලක්කයක් යනු සඳහා මග පෙන්වන පුළුල් ප්‍රකාශයකි.

ප්‍රතිපත්ති අරමුණු: ඉලක්ක සහ අරමුණු එක සමාන නැත. අරමුණු ස්ථාපිත කිරීමේදී, 'මැනීමේ හැකියාව' සෑම විටම වැදගත් මූලධර්මයක් ලෙස සැලකේ. අරමුණු සාමාන්‍යයෙන් ‘‘මෙහෙයුම් ඒකක’’ එකකට හෝ වැඩි ගණනකට සම්බන්ධ වන අතර සාමාන්‍යයෙන් ‘‘කෙටි කාලීන’’ වේ. මැනිය හැකි අරමුණුවලින් තොර ප්‍රතිපත්තියක් ලිවීම සම්පූර්ණයෙන්ම කළ හැක්කක් වන අතර එය රටේ සුබසිද්ධිය ට හේතු වනු ඇත. ප්‍රතිපත්තියේ කල්පැවැත්ම සහතික කිරීමට ඉලක්ක ප්‍රමාණවත් වේ. ප්‍රතිපත්ති අරමුණු යනු ප්‍රතිපත්තියට අනුගත වීම සඳහා කළ යුතු දේ පාඨකයාට අවබෝධ කර ගැනීමට උපකාර වන ප්‍රතිපත්තිය තුළ අඩංගු ලිඛිත මග පෙන්වීමයි. මෙම ලිඛිත මාර්ගෝපදේශය, නිශ්චිත සහ පැහැදිලි වචන වලින් හොඳින් පද නගා තිබිය යුතුය.

ප්‍රතිපත්ති මූලධර්ම: ප්‍රතිපත්තියක් පැවතීමට ඇති හේතූන් වනුයේ ප්‍රතිපත්ති මූලධර්මයි. ප්‍රතිපත්තියක් පවතින්නේ අරමුණක් සඳහා වන අතර මෙය මූලික මූලධර්මවල ස්වරූපයෙන් ප්‍රකාශ වේ. රජය එම ප්‍රතිපත්තිය නිකුත් කරන්නේ ඇයිද යන්න සහ එමගින් අපේක්ෂිත බලපෑම හෝ ප්‍රතිපත්තියේ ප්‍රතිඵලය කුමක් විය යුතුද යන්න ප්‍රතිපත්ති මූලධර්ම මගින් ගෙනහැර දක්වයි. ප්‍රතිපත්ති මූලධර්ම, ආයතනික හෝ උපාය මාර්ගික සැලසුම්වල දැක්මෙහි ප්‍රකාශයන්ට සමාන වේ.

ප්‍රතිපත්ති ප්‍රකාශන: ප්‍රතිපත්ති ප්‍රකාශන යනු රජයේ ස්ථාවරය පළ කරන ප්‍රධාන ප්‍රකාශනයන් ය. ප්‍රතිපත්ති ප්‍රකාශන හරහා ප්‍රතිපත්තියේ අභිප්‍රාය සරල සහ සංක්ෂිප්ත ප්‍රකාශන ආකාරයෙන් ගෙන හැර දක්වයි. එබැවින්, ප්‍රතිපත්ති ප්‍රකාශන භාවිතා කරනුයේ යම් මාතෘකාවක් හෝ මාතෘකා පිළිබඳ සෘජු ප්‍රකාශයක් හෝ ප්‍රකාශයක් නියම කිරීම සඳහා ය. ප්‍රතිපත්ති ප්‍රකාශයන් හට නිරන්තර සංශෝධනවලට ලක් නොවන ආකාරයේ දිගුකාලීන පැවැත්මක් ඇත. ඒ සමගම, අනාගතයේ දී ඇතිවන අනපේක්ෂිත තත්වයන් සඳහා හැඩගැසීමට හැකි වන සේ නම්‍යශීලීභාවයක් තිබීමට තරම් ඒවා සාමාන්‍ය වේ. පොදුවේ ගත් කල, ගනු ලබන ක්‍රියාමාර්ග පාලනය කිරීම හෝ මඟ පෙන්වීම සිදු කරන්නේ ප්‍රතිපත්ති ප්‍රකාශයන් මගින් ය. ප්‍රතිපත්ති ප්‍රකාශනවල සඳහන් වන්නේ කුමක් කළ යුතුද යන්න මිස එය කුමන ආකාරයකින් කරන්නේ ද යන්න නොවේ. ප්‍රතිපත්ති මූලධර්ම සහ ප්‍රතිපත්ති ප්‍රකාශනවල ඉතා පැහැදිලි වෙනසක් ඇත. ප්‍රතිපත්ති මූලධර්ම යනු ප්‍රබල විද්‍යාත්මක සාක්ෂි හෝ දත්ත නොමැති වුවද ක්‍රියාවේ හෝ චින්තනයේ 'පදනම හෝ විශ්වාසයන්' වේ. මෙම ප්‍රතිපත්ති මූලධර්ම 'විශ්වාසයට ගැනීමෙන්' පසුව, ප්‍රතිපත්ති සම්පාදකයින් තමන් විසින් අනුගමනය කිරීමට කැප වන්නේ කුමක්ද යන්න 'ප්‍රකාශ කරයි'. එබැවින්, ප්‍රතිපත්ති ප්‍රකාශන යනු

'අපට අවශ්‍ය වන්නේ මෙයයි යනුවෙන් ප්‍රේක්ෂකයන් වෙත නිවේදනය කරන පැහැදිලි පණිවිඩ" බවට පත් වේ.

(ආ) කොටස :

වික්‍රමාන්විත සංචාරක ව්‍යාපාරය: විශේෂිත නිපුණතා සහ ශාරීරික වෙහෙසීමක් අවශ්‍ය විය හැකි යම් මට්ටමක අවදානමක් සහිත (සැබෑ හෝ සැබෑවක් ලෙස ප්‍රත්‍යක්ෂ වන) ගවේෂණ හෝ සංචාර ඇතුළත් සුවිශේෂී සංචාරක ව්‍යාපාරයකි.

සංචාරක නෞකා ව්‍යාපාරය: විනෝද චාරිකා හෝ ක්‍රීඩා අරමුණු සඳහා සංචාරක නෞකාවක් යොදා ගනිමින් සිදු කරන සියල්ල ඇතුළත් චාරිකාවකි.

ප්‍රජා-පාදක සංචාරක ව්‍යාපාරය: සංචාරක ගමනාන්තවල වෙසෙන ප්‍රාදේශීය ජනතාවගේ දායකත්වයෙන් සහ සහභාගීත්වයෙන් සිදු කරන සංචාරක කර්මාන්තය.

සංචාරක ව්‍යාපාරයේ ආයතනික සමාජ වගකීම (CSR): සංචාරක සමාගම් විසින්, ඔවුන්ගේ පාර්ශවකරුවන් සමඟ අන්තර්ක්‍රියා කිරීමේදී, සමාජ සහ පාරිසරික ගැටළු තම ව්‍යාපාරික මෙහෙවර, උපාය මාර්ග සහ මෙහෙයුම් සමග ඒකාබද්ධ කරන ආකාරයේ මාර්ගෝපදේශක ව්‍යාපාරික ප්‍රතිපත්තියකි.

සූපශාස්ත්‍ර සංචාරක ව්‍යාපාරය: ආහාර ගවේෂණය අරමුණු කරගත් සංචාරක ව්‍යාපාරය.

පාරිසරික සංචරණය :
නරඹන්නන්ගේ බලපෑම අවම කර සංරක්ෂණය ප්‍රවර්ධනය කරන සහ දේශීය ජනගහනයේ ඵලදායී ක්‍රියාකාරී සමාජ-ආර්ථික මැදිහත්වීමක් සපයන විනෝදය, අධ්‍යාපනය සහ ස්වභාව සෞන්දර්යය (සහ අතීතයේ මෙන්ම වර්තමානයේ දි - ඒ හා බැඳුණු සංස්කෘතික ලක්ෂණ) අගය කිරීම පිණිස, සාපේක්ෂව නොඉඳුල් ස්වාභාවික ප්‍රදේශ වෙත පාරිසරික වගකීමක් සහිතව කරන සංචාරයන්.

HEQ: HEQ සැලසුම් රාමුව සැලසුම්කරුවන්ට සහ සංවර්ධකයින්ට ඔවුන්ගේ ව්‍යාපෘති සඳහා තිරසාර මූලධර්ම යෙදීමට ප්‍රවේශයක් ලබා දෙයි. අරමුණු පහත පරිදි වේ:

- දිස්ත්‍රික්කයේ නාගරික ගොඩනැගිලි සහ භූමි ප්‍රදේශයේ අනෙකුත් පරිමාණයන් සමඟ ගැළපීමට සහ ඒකාබද්ධතාවය සහතික කිරීම සඳහා;
- ස්වභාවික සම්පත් සංරක්ෂණය කිරීම සහ සංවර්ධනයේ පාරිසරික හා සෞඛ්‍ය තත්ත්වය ප්‍රවර්ධනය කිරීම;
- ප්‍රාදේශීය සමාජ ජීවිතය ප්‍රවර්ධනය කිරීම සහ ආර්ථික ගතිකත්වය ශක්තිමත් කිරීම.

සංගෘහිත සංචාරක ව්‍යාපාරය: ආන්තික කණ්ඩායම් විසින් සංචාරක කර්මාන්තය හා සබැඳි සදාචාරාත්මක නිෂ්පාදනයේ හෝ පරිභෝජනයේ යෙදී සිටින සහ එහි ප්‍රතිලාභ බෙදාගැනීමේ නිරත වන අන්දමේ පරිවර්තනීය සංචාරක ව්‍යාපාරයකි.

MICE: රැස්වීම්, දිරිගැන්වීම්, සම්මන්ත්‍රණ සහ ප්‍රදර්ශන (MICE) යනු හොඳින් සැලසුම් කරගන්නා ලද විශාල කණ්ඩායම් ඒකරාශී කරන සංචාරක ව්‍යාපාරයකි. 80 දශකය තුළ විකාශනයට ලක් වූ MICE කර්මාන්තය පසුගිය වසර 40 තුළ විවිධ ස්වරූපයන් ලබා ගෙන ඇති අතර දැන් එය 'Destination Event Industry' ගමනාන්ත ක්‍රියාඅංග සංචාරක කර්මාන්තය ලෙස හඳුන්වනු ලබයි. ගමනාන්ත ක්‍රියාඅංග සංචාරක ව්‍යාපාරය යටතේ ඇති මෙම උපවගන්තියට ඇතුළත් වන්නේ:

- රැස්වීම් සහ සම්මන්ත්‍රණ සංචාරක කර්මාන්තය (රැස්වීම්, සම්මන්ත්‍රණ, ප්‍රදර්ශන, වැඩමුළු, සම්මේලන ආදිය)
- වෙළඳ ප්‍රදර්ශන සහ ප්‍රදර්ශන සංචාරක කර්මාන්තය
- ව්‍යාපාරික සිදුවීම් සංචාරක කර්මාන්තය (නිෂ්පාදන දියත් කිරීම්, ව්‍යාපාරික සංසද, ආදිය)
- පුද්ගලික සිදුවීම් සංචාරක කර්මාන්තය (ගමනාන්ත මංගල උත්සව, සැමරුම් සිද්ධීන් ආදිය)
- විනෝදාස්වාද සිදුවීම් සංචාරක කර්මාන්තය (විලාසිතා අංග, ක්‍රීඩා තරඟාවලි, සැණකෙළි,)
- ක්‍රීඩා ඉසව් සංචාරක කර්මාන්තය (සාක් ක්‍රීඩා, පිහිනුම්/බයිසිකල් පැදීම්/දිවීමේ ඉසව්, රුවල් ඔරු පැදීමේ ඉසව් ආදිය)
- සංස්කෘතික සහ ආගමික සිදුවීම් කර්මාන්තය

සොබා පාදක සංචාරක ව්‍යාපාරය : ස්වභාවධර්මය පදනම් කරගත් සංචාරක ව්‍යාපාරය යනු ස්වභාවික ආකර්ෂණ සහිත ස්ථාන හා සෘජුවම සම්බන්ධ අත්දැකීම් මත රඳා පවතින ඕනෑම ආකාරයක සංචාරක ව්‍යාපාරයක් වන අතර ඒ සඳහා පාරිසරික සංචාරක ව්‍යාපාරය**,** වික්‍රමාන්විත සංචාරක ව්‍යාපාරය**,** නිස්සාරක සංචාරක ව්‍යාපාරය**,** හුදකලා සොබා ස්ථාන සහ වනජීවී සංචාරක ව්‍යාපාරය ඇතුළත් වේ.

වගකීම් සහිත සංචාරක ව්‍යාපාරය : සෘණාත්මක සමාජ, ආර්ථික සහ පාරිසරික බලපෑම් අවම කරන ආකාරයේ, ප්‍රදේශවාසීන්ට වැඩි ආර්ථික ප්‍රතිලාභ ජනනය කරන සහ සත්කාරක ප්‍රජාවන්ගේ යහපැවැත්ම වැඩිදියුණු කරන, කර්මාන්තයට ප්‍රවේශ වීම සහ සේවා තත්ත්වය වැඩිදියුණු කරන, දේශීය ජනතාවගේ ජීවිතයට බලපාන්නා වූ තීරණ ගැනීමේ දී ඔවුන්ව සම්බන්ධ කර ගන්නා සහ ජීවන අවස්ථා විවිධත්වය වැළඳ ගනිමින් ස්වභාවික හා සංස්කෘතික උරුමයන් සංරක්ෂණය සඳහා ධනාත්මක දායකත්වයක් සපයන්නා වූ ජීවන අවස්ථාවන් ලබා දෙන, දේශීය ජනතාව සමඟ වඩා යථාර්ථවත් සම්බන්ධතා ඇතිකරගැනීමට සහ දේශීය සංස්කෘතිය, සමාජීය සහ පාරිසරික ගැටළු ගැන වඩා අවබෝධයකින් යුක්ත වීම හරහා සංචාරකයන්ට වඩා විනෝදාස්වාදාත්මක අත්දැකීමක් ලබා දීම, ඇතුළුව වඩාත් වගකීමෙන් පරිභෝජනය කළ හැකි ඕනෑම ආකාරයක සංචාරක ව්‍යාපාරයක් මෙසේ හඳුනවනු ලැබේ.

තිරසාර සංචාරක ව්‍යාපාරය : තිරසාර සංචාරක සංවර්ධනය සඳහා අදාළ සියලුම පාර්ශවකරුවන්ගේ දැනුම්වත් සහභාගීත්වය මෙන්ම පුළුල් සහභාගීත්වයක සහ ඒකමතික ගොඩනැගීම සහතික කිරීම සඳහා ශක්තිමත් දේශපාලන නායකත්වයක් අවශ්‍ය වේ. තිරසාර සංචාරක ව්‍යාපාරය සාක්ෂාත් කර ගැනීම අඛණ්ඩ ක්‍රියාවලියක් වන අතර ඒ සඳහා අවශ්‍යවන ඕනෑම විටෙක වැළැක්වීමේ හෝ නිවැරදි කිරීමේ ක්‍රියාමාර්ග හඳුන්වා දීම, බලපෑම් නිරන්තරයෙන් අධීක්ෂණය කිරීම සඳහා අවශ්‍ය වේ.

සංචාරකයා : ආගන්තුකයෙකු (ගෘහස්ථ, පැමිණෙන හෝ පිටතට යන) ඔහුගේ/ඇයගේ සංචාරයට රාත්‍රිය ගතකිරීම ඇතුළත් නම් සංචාරකයෙකු (රාත්‍රිය ගතකරන ආගන්තුකයෙකු) ලෙස ද, ඒසේ නොවේ නම්, අමුත්තෙකු විනෝද චාරිකාකරුවෙකු ලෙස වර්ගීකරණය කර ඇත.

පරිශීලක-උත්පාදිත අන්තර්ගතය: සමාජ මාධ්‍ය වැනි සබැඳි වේදිකාවල පරිශීලකයින් විසින් පළ කර ඇති පින්තූර, වීඩියෝ, පාඨ සහ ශ්‍රව්‍ය වැනි ඕනෑම ආකාරයක අන්තර්ගතයක්.

අමුත්තා: අමුත්තෙක් යනු සංචාරය කළ රට හෝ ස්ථානය නේවාසික ස්ථානයක් විසින් සේවයේ යෙදවීම යන්න හැර වෙනත් ඕනෑම ප්‍රධාන අරමුණක් සඳහා (ව්‍යාපාර, විවේකය හෝ වෙනත් පුද්ගලික අරමුණක් සඳහා) වසරකට අඩු කාලයක් ඔහුගේ/ඇයගේ සුපුරුදු පරිසරයෙන් බාහිර ප්‍රධාන ගමනාන්තයකට සංචාරය කරන සංචාරකයෙකි. ආගන්තුකයෙකු (ගෘහස්ථ, පැමිණෙන හෝ පිටතට යන) ඔහුගේ/ඇයගේ සංචාරයට රාත්‍රිය ගතකිරීම ඇතුළත් නම් සංචාරකයෙකු (රාත්‍රිය ගතකරන ආගන්තුකයෙකු) ලෙස ද, ඒසේ නොවේ නම්, අමුත්තෙකු (හෝ විනෝද චාරිකාකරුවෙකු) ලෙස වර්ගීකරණය කර ඇත.

සුවතා සංචාරක ව්‍යාපාරය: කෙනෙකුගේ පෞද්ගලික යහපැවැත්ම පවත්වා ගැනීම හෝ වැඩිදියුණු කිරීම සඳහා වූ සංචාර වේ.

ඇමුණුම 1: සංකේතනාම ලැයිස්තුව

ASMET	සංචාරක ව්‍යාපාරයේ කුඩා හා මධ්‍ය පරිමාණ ව්‍යවසායක සංගමය
B2B	ව්‍යාපාරයෙන් ව්‍යාපාරයට
BOI	ආයෝජන මණ්ඩලය
CAR	තරඟකාරී වාසි අනුපාතය
CBT	ප්‍රජා පාදක සංචාරක ව්‍යාපාරය
CCD	වෙරළ සංරක්ෂණ දෙපාර්තමේන්තුව
DMC	ගමනාන්ත කළමනාකරණ සමාගම
GBG	හරිත ගොඩනැඟිලි මාර්ගෝපදේශ
GDP	දළ දේශීය නිෂ්පාදිතය
HEQ	ඉහළ පාරිසරික ගුණාත්මකභාවය
HRD	මානව සම්පත් සංවර්ධනය
IDP	ජාත්‍යන්තර රියදුරු බලපත්‍ර
IFC	ජාත්‍යන්තර මූල්‍ය සංස්ථාව
ILO	ජාත්‍යන්තර කම්කරු සංවිධානය
ITC	ජාත්‍යන්තර වෙළඳ මධ්‍යස්ථානය
JICA	ජපාන ජාත්‍යන්තර සහයෝගිතා නියෝජිතායතනය
MSMEs	ක්ෂුද්‍ර, කුඩා සහ මධ්‍යම ප්‍රමාණයේ ව්‍යවසාය
MICE	රැස්වීම්, දිරිදීමනා, සම්මන්ත්‍රණ, ප්‍රදර්ශන
NCSD	තිරසාර සංවර්ධනය සඳහා ජාතික සභාව

NDCs	ජාතිකව නිර්ණය කළ දායකත්වය
OECD	ආර්ථික සහයෝගිතාව හා සංවර්ධනය පිළිබඳ සංවිධානය
OTA	මාර්ගගත සංචාරක නියෝජිතයන්
RACA	ශ්‍රී ලංකා කුලී රථ සංගමය
SDG	තිරසාර සංවර්ධන ඉලක්ක
SLAITO	ශ්‍රී ලංකා අභ්‍යන්තර සංචාරක ක්‍රියාකරුවන්ගේ සංගමය
SLAPCEO	ලංකා වෘත්තීය සම්මන්ත්‍රණ, ප්‍රදර්ශන සහ උත්සව සංවිධායකයින්ගේ සංගමය
SLCB	ශ්‍රී ලංකා සම්මුති කාර්යංශය
SLITHM	ශ්‍රී ලංකා සංචාරක හෝටල් කළමනාකරණ ආයතනය
SLTPB	ශ්‍රී ලංකා සංචාරක ප්‍රවර්ධන කාර්යාංශය
SLTA	ශ්‍රී ලංකා සංචාරක මණ්ඩල පනත
SLTDA	ශ්‍රී ලංකා සංචාරක සංවර්ධන අධිකාරිය
SME	කුඩා හා මධ්‍යම ප්‍රමාණයේ ව්‍යවසාය
TDA	සංචාරක සංවර්ධන ප්‍රදේශ
THASL	ශ්‍රී ලංකා හෝටල්කරුවන්ගේ සංගමය
TSC	පුද්ගලික අංශයේ සංචාරක නිපුණතා කමිටුව
TSP	සංචාරක උපායමාර්ගික සැලැස්ම
UDA	නාගරික සංවර්ධන අධිකාරිය
UNDP	එක්සත් ජාතීන්ගේ සංවර්ධන වැඩසටහන
UNESCO	එක්සත් ජාතීන්ගේ අධ්‍යාපනික, විද්‍යාත්මක සහ සංස්කෘතික සංවිධානය
UNWTO	එක්සත් ජාතීන්ගේ ලෝක සංචාරක සංවිධානය
VAT	අගය එකතු කළ බදු
WB	ලෝක බැංකුව
WTTC	ලෝක චාරිකා සහ සංචාරක කවුන්සිලය

ඇමුණුම 2: කුළුණු මගින් අධීක්ෂණය සහ ඇගයීම සඳහා දර්ශක

කාණ්ඩ	දර්ශක	උපාය මාර්ගය	කුළුණු	එක් එක් දර්ශකය සඳහා අපේක්ෂිත සාර්ථකත්වය
පාලන ව්‍යාහුයන් සහ නියාමන පරිසරය සම්බන්ධ දර්ශක	-ITMC සමඟ සම්බන්ධ අමාත්‍යාංශ සංඛ්‍යාව -ITMC තුළ නිර්මාණය කරන ලද තේමාත්මක කාර්ය සාධක බලකායන් සංඛ්‍යාව -සංචාරක කටයුතු භාරව යම් ප්‍රධානියෙක් පත් කරන අමාත්‍යාංශ සංඛ්‍යාව	1.1	ඒකාබද්ධ පාලනය	- සංචාරක ප්‍රතිපත්ති සහ උපාය මාර්ග ක්‍රියාත්මක කිරීම වේගවත් කිරීම - අමාත්‍යාංශ අතර සම්බන්ධීකරණය වැඩිදියුණු කිරීම - සංචාරක ව්‍යාපාරය ආශ්‍රිත ගැටළු සඳහා වැඩි ප්‍රමුඛතාවයක් ලබා දීම
	- වසරින් වසර TDL හි පරිමාව - බදු සහ තීරුබදුවල ස්වභාවය සහ පරිමාව - යෝජිත සම්පත් බෙදාගැනීමේ ක්‍රමවේද සංඛ්‍යාව - පළාත් සභා අයවැය - ලබාගත් ආදායම් මුදල, සංචාරක සංවර්ධනය තුලින් ඇති වූ බලපෑම (දියත් කරන ලද ප්‍රචාරණ වැඩසටහන් සංඛ්‍යාව, හඳුන්වාදෙනු ලබන නිෂ්පාදන, සේවා ප්‍රචාරණය)	1.2		- සංචාරක ව්‍යාපාරයෙන් ලැබෙන මහජන ආදායම වැඩි කිරීම - සංචාරක ආදායමේ විවිධත්වය වැඩි කිරීම -පළාත් සභාවල ආදායම වැඩි කිරීම -පළාත් සභා මගින් සිදු කරන සංචාරක සංවර්ධනයට අදාළ ක්‍රියාකාරකම් සංඛ්‍යාව වැඩි කිරීම
	- මධ්‍යම සහ පළාත් පාලන ආයතන අතර නියාමන රාමුව එකමුතු කිරීම පිළිබඳ රැස්වීම් සංඛ්‍යාව - විවිධ දෙපාර්තමේන්තු අතර සහය පිණිස පෙළගැස්වූ තාක්ෂණික අවශ්‍යතා	2.1	ඒකාබද්ධ පාලනය / සංචාරක ව්‍යාපාරයේ තිරසාරභාවය	- සංචාරක ක්ෂේත්‍රයේ පාලනය සරල සහ විනිවිදභාවයකින් යුක්ත කිරීම - පුද්ගලික පාර්ශ්වකරුවන් සඳහා ව්‍යාපාර කටයුතු පහසු කරවන ආකාරයට තාක්ෂණික අවශ්‍යතා හා එකගවීම

	- සංචාරක පනත යාවත්කාලීන වීම	4.1		- නව ආයතනික, නීතිමය සහ නියාමන රාමුවක්
	විදේශ ආයෝජන වීසා නිකුත් කර ඇති සංඛ්‍යාව - - ව්‍යාපාර කිරීමේ පහසුව සම්බන්ධයෙන් සොයා බැලීමේ දර්ශකයේ වැඩි වීම - සේවයේ නියුතු විදේශීය/දේශීය කාර්ය මණ්ඩලයේ කොටස	4.1		-සංචාරක ක්ෂේත්‍රයේ ඍජු විදේශ ආයෝජන මාණය වැඩි කිරීම - FDI සඳහා ආකර්ෂණයවැඩි දියුණු කිරීම කළමනාකරණ මට්ටමේ දේශීය කාර්ය මණ්ඩලයේ කොටස වැඩි වීම
	- ඩිජිටල්කරණය කරන ලද නියාමන ක්‍රියාපටිපාටි සංඛ්‍යාව - අවිධිමත් පාර්ශවකරුවන් ලියාපදිංචි කිරීම සඳහා පවතින මාර්ගෝපදේශ සංඛ්‍යාව - ප්‍රතිලාභ වෙත ප්‍රවේශ වීම සඳහා මාර්ගගත අධීක්ෂණ පද්ධතියට ප්‍රවේශ වන පරිශීලකයින් සංඛ්‍යාව (එක් කාණ්ඩයකට පාර්ශ්වකරුවන් කොපමණ ද යන්න ඇතුළුව) - අවිධිමත් පාර්ශවකරුවන්ගේ ප්‍රතිශතය ලියාපදිංචිවීමේ වර්ධන ප්‍රතිශතය	4.1	දිරිගැන්වීමේ උපයාමාර්ග	- මිත්‍රශීලී, කාර්යක්ෂම සහ විනිවිදභාවයෙන් යුත් මාර්ගගත පරිපාලන ක්‍රියා පටිපාටි - මාර්ගගත සේවාව භාවිතා කරන්නන් සංඛ්‍යාව වැඩි වීම - අවිධිමත් පාර්ශවකරුවන්ගේ සංඛ්‍යාව අඩු වීම - සංචාරක ව්‍යාපාරයෙන් රජයට ලැබෙන ආදායම වැඩි වීම
	- ලබා දී ඇති මෘදු මධ්‍යසාර බලපත්‍ර සංඛ්‍යාව - අනුමැතිය සඳහා SLTDA හා සම්බන්ධ කරනු ලැබූ සහ බෙදා හරින ලද සුරාබදු බලපත්‍ර සංඛ්‍යාව - සංචාරක ආශ්‍රිත ව්‍යාපාරවල ගනුදෙනුකරුවන්ගේ තෘප්ති මට්ටම	4.3		- සුරාබදු බලපත්‍ර සඳහා සරල සහ සුසංයෝගී පද්ධතියක් තිබීම - මෘදු මත්පැන් බලපත්‍ර පද්ධතිය වඩාත් ලිහිල් කිරීම
ගමනාන්තයේ තරඟකාරීත්වයට අදාළ දර්ශක	- යාවත්කාලීන ගුවන් සේවා ප්‍රතිපත්තියක් තිබීම -අභ්‍යන්තර පියාසරිවල යෙදෙන ගුවන් සමාගම් සංඛ්‍යාව - අභ්‍යන්තර ගුවන් මාර්ග සංඛ්‍යාව	1.1	ඒකාබද්ධ පාලනය ප්‍රතිසංස්කරණය කිරීම	- අලෙවිකරණ උපාය මාර්ගවල කාර්යක්ෂමතාව වැඩි දියුණු වීම - දේශීය සංචාර සඳහා විකල්ප සංඛ්‍යාව වැඩි කිරීම

				- අභ්‍යන්තර ගුවන් ගමන් වල මගීන් සංඛ්‍යාව වැඩි වීම - ගුවන් සේවා අංශයේ වියදම් සහ සේවකයින්සංඛ්‍යාව වැඩි වීම - අමුත්තන් අතර තෘප්ති මට්ටම වැඩි වීම
	- සියලුම පළාත්වල සංචාරක කළමනාකරණය සඳහා අනන්‍ය හා සමාන වූ ආයතනික රාමුවක් සඳහා නියෝග පැනවීම - මධ්‍යම රජය සහ පළාත් සභාව අතර සන්නිවේදන යාන්ත්‍රණයක් ඇති කිරීම - පත් කරන ලද MOT හෝ SLTDA නියෝජිතයන් සහිත පළාත් ප්‍රතිශතය - පළාත් සභා සඳහා පිරිනමන පාලන පුහුණු සංඛ්‍යාව - සංවර්ධනය කරමින් පවතින පළාත් සංචාරක උපාය මාර්ග හෝ සැලසුම් සංඛ්‍යාව - පළාත් කිහිපයක් සම්බන්ධ වන රැස්වීම් සංඛ්‍යාව - පළාත් මෙහෙයුම් කමිටු සංඛ්‍යාව - එක් එක් පළාත් මෙහෙයුම් කමිටුවේ සිටින පුද්ගලික අංශයේ නියෝජිතයින් සංඛ්‍යාව	1.2		- - මධ්‍යම රජය/පළාත් සභාව අතර ඵලදායී සන්නිවේදන යාන්ත්‍රණය -පළාත් සංචාරක නිලධාරීන්ගේ ධාරිතාව ගොඩනැගීම -පළාත් මට්ටමින් සංචාරක කළමනාකරණය වැඩිදියුණු කිරීම -සියලු පළාත්වල තරඟකාරිත්වය වැඩි කිරීම - දේශීය හා විදේශීය අමුත්තන්ගේ තෘප්තිමත් භාවය වැඩි කිරීම -පළාත්වළ ඒකාබද්ධ සංචාරක සංවර්ධනය
	- අමුත්තන්ගේ ගුණාත්මකභාවය සහ සංඛ්‍යාව - සංචාරක කළමනාකරණය සහ ප්‍රවර්ධනය සම්බන්ධයෙන් පාර්ශවකරුවන්ගේ තෘප්තිය (සමීක්ෂණය) - KPI සංඛ්‍යාව - ප්‍රධාන කාර්යය සාධක දර්ශකවලට ළඟා වීමේ මට්ටම	1.3		-ගුණාත්මකභාවයෙන් වැඩි විදේශකියන් වැඩි ප්‍රමාණයක් ලංකාවට පැමිණීම -රාජ්‍ය සහ පෞද්ගලික පාර්ශ්වකරුවන් අතර සම්බන්ධතාව වැඩිදියුණු කිරීම -සංචාරක කළමනාකරණ කාර්යක්ෂමතාවයේ මිණුදඬු වැඩිදියුණු කිරීම - සංචාරක අභ්‍යාසලාභීන්ගේ පරිමාව සහ

	- SLITHM විසින් ලබා දෙන උපාධි සංඛ්‍යාව - SLITHM හි සිසුන් සංඛ්‍යාව - WTTC දර්ශකය තුළ ශ්‍රී ලංකාවේ ස්ථානය ඉහළ නැංවීම - පිරිනමන ලද මණ්ඩල ආසන ගනන			ප්‍රමිතිය වැඩිදියුණු කිරීම -වඩා ආකර්ශනීය ගමනාන්තයක් - සංචාරක ව්‍යාපාරයේ ඒකාබද්ධ කළමණාකරණයක්
	- ප්‍රජා පාදක සංචාරක, සුවතාවය, MICE/ගමනාන්තයන් පවත්වන ලද නිල අධ්‍යයන සංඛ්‍යාව - ආයුර්වේද ප්‍රතිකාර පිළිගන්නා ලද ජාත්‍යන්තර රක්ෂණ සමාගම් සංඛ්‍යාව - MICE/ ගමනාන්ත වැඩසටහන් පිළිබඳව අන්තර් දෙපාර්තමේන්තු අතර රැස්වීම් සංඛ්‍යාව - පාර්ශවකරුවන්ගේ වාර්ෂික සමාලෝචනය - - සංචාරක උප අංශ සඳහා ඇතුළත් කර ඇති නිර්වචන සංඛ්‍යාව (පරිසර සංචාරක, ප්‍රජා පාදක සංචාරක, සුවතාවය, MICE, ආදිය) - එක් එක් සංචාරක උප අංශය සඳහා දැනට පවතින මාර්ගෝපදේශයන්, මෙන්ම නිශ්චිත චර්යාධර්ම සංඛ්‍යාව - සංචාරක පනතෙහි සංචාරක උප අංශවලට අදාළ වන වගන්ති සංඛ්‍යාව	2.3	ඒකාබද්ධ පාලනය/ නව සංචාරක ව්‍යාපාරයේ තරසරභාවය	-වඩා විවිධාංගීකරණය වූ සහ අධ්‍යයනය කරන ලද සැපයුමක් -වඩාත් ජාත්‍යන්තරව පිළිගත් සහ සුප්‍රසිද්ධ සුවතා සංචාරක සැපයුමක් -වඩා තරඟකාරී MICE අංශයක් -උප අංශ සංවර්ධනය සඳහා වඩාත් පුළුල් ප්‍රවේශයක් - අලුතින් පිළිගත් සංචාරක උප අංශවල නියාමනයකින් යුත් සහ සුසංයෝගී භාවිතයන් -සියලුම සංචාරක උප අංශ සඳහා නීතිමය සහ නියාමන රාමුවක්
	- සංවර්ධනය කරන ලද කොටස් වෙළඳපල පිළිබඳව කොටස් වාර්තා සංඛ්‍යාව - සංචාරක ස්ථාන සඳහා පැමිණෙන දේශීය, ජාත්‍යන්තර අමුත්තන් සංඛ්‍යාව - සංචාරක උප අංශවල වර්ධන වේගය	3.1	දැනුවත් පාර්ශ්වකරුවන්	- දැනුම්වත් වීම් සහිතව තීරණ ගැනීමේ ක්‍රියාවලියක් (අලෙවිකරණය) - ආකර්ශනීය සහ වඩා හොඳින් කළමනාකරණය කරන ලද/සංරක්ෂිත සංචාරක අඩවි

	(MICE/ගමනාන්ත වැඩසටහන්, ප්‍රජා පාදක සංචාරක, සුවතාවය) - දත්ත රැස්කිරීමේ උපදේශන ක්‍රියාවලිය වටා පැවරුණු කාර්ය සාධක බලකා රැස්වීම් සංඛ්‍යාව - සම්බන්ධ වී ඇති විශ්වවිද්‍යාල, පළාත් සභා සංඛ්‍යාව - පිහිටුවා ඇති ප්‍රොටෝකෝල/මාර්ගෝපදේශ සංඛ්‍යාව - අවබෝධතා ගිවිසුම මඟින් ශ්‍රී ලංකාව විසින් සිදු කළ ප්‍රකාශන සංඛ්‍යාව			- ශ්‍රී ලංකාව සෑම උප අංශයකම ප්‍රමුඛ ගමනාන්තයක් බවට පත්වීම - ශ්‍රී ලංකාවේ සංචාරක ව්‍යාපාරය පිළිබඳව පර්යේෂණ සංඛ්‍යාව සහ ගුණාත්මක හා ප්‍රමාණාත්මක තොරතුරු පරිමාව වැඩි වීම
	- M&E රාමුව භාවිතයෙන් සොයා ගත් සංචාරක උපාය මාර්ග සංඛ්‍යාව - ප්‍රොටෝකෝලය හරහා ක්‍රියාත්මක කරන ලද ව්‍යාපෘති සංඛ්‍යාව - ප්‍රතිපත්ති ක්‍රියාත්මක කිරීම සොයා බැලීම හා සම්බන්ධ උප කමිටු සාමාජිකයින් සංඛ්‍යාව - ආයෝජන පරිමාව සහ වර්ධන වේගය - දළ දේශීය නිෂ්පාදිතයේ සහ දළ දේශීය නිෂ්පාදිතයේ වර්ධනයේ සංචාරක ව්‍යාපාරයේ කොටස			-සංචාරක සැලසුම්කරණය සහ කළමනාකරණය සඳහා සාක්ෂි මත පදනම් වූ ප්‍රවේශයක් -සංචාරක සංවර්ධනය සඳහා ඒකාබද්ධ ප්‍රවේශයක් - ප්‍රතිපත්ති/උපාය ක්‍රියාත්මක කිරීමේ දී M&E සඳහා ඒකාබද්ධ ප්‍රවේශයක් - දළ දේශීය නිෂ්පාදිතයේ වර්ධනයට සංධාරකයක් ලෙස සංචාරක ව්‍යාපාරය
	- පළාත් මට්ටමින් වන මෙහෙයුම් කමිටු රැස්වීම් සංඛ්‍යාව - පොදු කලාපීය සංචාරක මාර්ගවල වැඩිදියුණු කළ පහසුකම් ප්‍රමාණය - වැඩිදියුණු කරනු ලැබූ හෝ නිෂ්පාදිත බහු-පළාත් නිෂ්පාදන ප්‍රමාණය - දේශීය සංචාරක ව්‍යාපාර සංවර්ධනය කිරීම සඳහා පිහිටුවා ඇති මාර්ගෝපදේශ / රෙගුලාසි සංඛ්‍යාව	3.3		-පළාත් මට්ටමින් සංචාරක ව්‍යාපාරයේ ඒකාබද්ධ කළමනාකරණයක් - ජාත්‍යන්තර මට්ටමේ සංචාරක පහසුකම් - විවිධාංගීකරණය වූ සහ තරඟකාරී පිරිනැමීමක් -වඩා ව්‍යුහගත සහ නියාමනය කළ සැපයුමක් - වැඩිදියුණු කළ මාර්ගගත දත්ත රැස් කිරීමේ ක්‍රියාවලියක්

	- ප්‍රජා කළමනාකරු විසින් ගොනු කරන ලද වාර්තා/ඉදිරිපත් කිරීම් ප්‍රමාණය - මාර්ගගත අදහස් සඳහා ලබා දුන් පිළිතුරු ප්‍රමාණය - දේශීය සංචාරකයින්ගේ ප්‍රමාණය - දේශීය සංචාරකයන්ගේ සාමාන්‍ය දෛනික සහ චාරිකා වියදම්			- ප්‍රතිචාරාත්මක සහ කැපවීමකින් යුත් පාරිභෝගික සේවා සංචාරක කර්මාන්තයක් -තම පුරවැසියන් සඳහා ආකර්ශනීය ගමනාන්තයක්
	- ප්‍රවර්ධනය හා සම්බන්ධ සංගම්/සමාගම් ප්‍රමාණය - B2C අලෙවිකරණය සඳහා හොඳම භාවිතයන් සහ මෙවලම් සඳහා ස්ථාපිත මාර්ගෝපදේශ ප්‍රමාණය - ප්‍රවර්ධන ව්‍යාපාර සංඛ්‍යාව - ශ්‍රී ලංකා විසින් බෙදාහළ පරිශීලක උත්පාදක අන්තර්ගතයේ පරිමාව - ශ්‍රී ලංකාව පිළිබඳව බෙදාහළ පරිශීලකයන් විසින් ජනනය කරන ලද අන්තර්ගතයේ පරිමාව - බලපෑම් කරන්නන් සමඟ හවුල්කාරිත්වයන් ගේ ප්‍රමාණය -ස්ථාපිත කරන ලද තේමාත්මක උප අංශ කාර්ය සාධක බලකායන් සංඛ්‍යාව (උදා: MICE, MICE ගමනාන්ත අලෙවිකරණය සොයා බැලීම)	3.3		- ඒකාබද්ධ ප්‍රවර්ධන උපාය මාර්ගයක් - යාවත්කාලීන අලෙවිකරණ උපාය මාර්ගයක් - කාර්යක්ෂම අලෙවිකරණ උපාය මාර්ග -කිහිපයකට පමණක් සීමිත යැපීමක් සහිත වඩා විවිධත්වයෙන් යුත් ඉලක්ක වෙළඳපලක් -සමාජ මාධ්‍යයන්හි ඉතා ජනප්‍රිය ගමනාන්තයක් වීම - බලපෑම් ඇතිකරන පාර්ශ්ව අතර ඉතා ජනප්‍රිය ගමනාන්තයක් වීම - වඩා හොඳින් ව්‍යුහගත කරනු ලැබූ අලෙවිකරණ ප්‍රවේශයක්
භාවිතයන්හි තිරසාර බව හා සම්බන්ධ දර්ශක	- දැනට පවතින සංචාරක ආශ්‍රිත ප්‍රතිපත්ති (සංස්කෘතිය, වනජීවී, ආදිය) සමඟ සමපාත වූ සංචාරක ජාතික සැලැස්ම - අර්බුද කළමනාකරණ පද්ධතිය පිළිබඳ කාර්ය සාධක බලකා රැස්වීම් සංඛ්‍යාව	1.1	ආයතනික රාමුව ප්‍රතිසංස්කරණය කිරීම	- වඩා තිරසාර සංචාරක සංවර්ධනයක්
	- සංචාරක ව්‍යාපාරය සඳහා අරමුදලකට සම්බන්ධ වී	1.4		- අර්බුද කළමනාකරණය සඳහා ඒකාබද්ධ

	සිටින ප්‍රතිලාභීන් සංඛ්‍යාව - ප්‍රත්‍යාස්ථභාවය සඳහා මෙවලම් සංවර්ධනය කිරීම වෙනුවෙන් කැප වූ අරමුදල් පරිමාව			ප්‍රවේශයක් -සංචාරක පාර්ශවකරුවන් හට සහාය වීම සඳහා කාර්යක්ෂම යාන්ත්‍රණයක් -වඩාත් ප්‍රත්‍යාස්ථ සංචාරක කර්මාන්තයක්
	-සංචාරක යටිතල පහසුකම්, ව්‍යාපාර පහසුකම් ගොඩනැගීම සඳහා වන නවතම අවම අවශ්‍යතාවලට අදාළව ඉදිකිරීම් ප්‍රතිශතය - තාක්ෂණික අවශ්‍යතා සම්බන්ධයෙන් පාර්ශ්වකරුවන් වෙත ලබා දෙන බලපත්‍ර සංඛ්‍යාව	2.1		- පරිසර හිතකාමී සංචාරක යටිතල පහසුකම් වැඩි කිරීම - CSR ප්‍රවේශයක් අනුගමනය කරන ව්‍යාපාර සංඛ්‍යාව වැඩි වීම
	- සංචාරක කලාප ඇගයීම් සංඛ්‍යාව - HEQ සැලසුම් සඳහා විවිධ දර්ශක සහ ප්‍රමාණය - සංවර්ධනය කරන ලද HEQ සැලසුම් සහ ව්‍යාපෘති ප්‍රමාණය - ධාරිතාව තක්සේරු කිරීම සඳහා පළාත් සභා, පළාත් පාලන ආයතන සඳහා පවතින මාර්ගෝපදේශ සහ/හෝ රෙගුලාසි ප්‍රමාණය - හඳුනාගත් සහ ප්‍රවර්ධනය කරනු ලැබූ සංචාරක ආයෝජන අවස්ථා ප්‍රමාණය - ප්‍රතිව්‍යුහගත කරන ලද ප්‍රදේශවල වගකීම් සහිත සංචාරක ආයෝජන සඳහා ලැබුණු ආයෝජන පරිමාව	2.1	නියාමන රාමුව ප්‍රතිසංස්කරණය කිරීම/සංචාරක ව්‍යාපාරයේ සංගෘහිත තිරසාරභාවයක් කරා සංක්‍රමණය වීම	- -ගමනාන්තයන්හි තිරසාර කළමනාකරණයක් - -සංචාරක සංවර්ධනය සඳහා ඒකාබද්ධ සැලසුම් සහ කළමනාකරණ ප්‍රවේශයක් - වගකිවයුතු ආයෝජකයින් සඳහා ආකර්ෂණීය ගමනාන්තයක් වීම - - රට පුරා වගකිවයුතු ආයෝජන ප්‍රමාණය වැඩිවීම
	- ශ්‍රී ලංකාවේ NPA සඳහා වන ජාත්‍යන්තර සහතික ප්‍රමාණය - ජාතික වනෝද්‍යානවලට (සාගර සහ ගොඩබිම්) ඇතුළු වන වාහන වර්ග සඳහා සකස් කරන ලද ප්‍රමිති	2.2		- - සහතික කළ NPA සංඛ්‍යාව වැඩි වීම - MPA සඳහා වඩාත් පරිසර හිතකාමී වාහන - - NPA හි විදුලි වාහන ප්‍රමාණය වැඩි වීම

	සංඛ්‍යාව - ලියාපදිංචි කරන ලද විදුලි බෝට්ටු/වාහන සංඛ්‍යාව			
	- සංචාරක සම්මේලනයට සම්බන්ධ පුද්ගලික අංශයේ සංගම් සංඛ්‍යාව - සංචාරක සම්මේලනයේ සාමාජිකයින් සංඛ්‍යාව - රැස්වීම්වලට පැමිණීමේ ප්‍රතිශතය - සංචාරක සම්මේලනයේ රජයට අතිරේක ආයතනවලින් සිටින සාමාජිකයින් සංඛ්‍යාව - සංචාරක පනත සංශෝධනය කිරීම	1.5		- ශ්‍රී ලංකාව තුළ ව්‍යුහගත සංචාරක සැපයුමක් (එක් හඬක් -එක් කර්මාන්තයක්) - අවිධිමත් පාර්ශවකරුවන්ගේ ලියාපදිංචි කිරීම් වැඩි වීම (නියාමනය කරනු ලැබූ කර්මාන්තයක්) - - තීරණ ගැනීමේ ක්‍රියාවලියට පුද්ගලික අංශයෙන් වඩාත් විවිධාංගීකරණය වූ ඉදිරි දර්ශනයක් - - සංචාරක පාර්ශවකරුවන්ගේ තවත් කාණ්ඩවලට නීතිමය පිළිගැනීමක් ඇති වීම
	- සමාජ ආරක්ෂණ ජාලයට සහභාගී වන පාර්ශවකරුවන් සංඛ්‍යාව - සමාජ ආරක්ෂණ ජාලයේ ප්‍රතිලාභීන් ප්‍රමාණය - අලුතින් ලියාපදිංචි වූ පාර්ශවකරුවන්ගෙන් ලැබෙන TDL ආදායම	2.3		- - සමාජීය සහ සංගෘහිත ප්‍රවේශයක් - විධිමත් පාර්ශවකරුවන්ගේ සංඛ්‍යාව සහ ඒ ආශ්‍රිත ආදායම් යන දෙකෙහිම වැඩි වීම (TDL හරහා)
	- පුහුණු සංචාරක පොලිස් නිලධාරීන් ප්‍රමාණය - සංචාරක පොලිස් නිලධාරීන්ට උගන්වන පාඨමාලා ගනන	4.3	අමුත්තන්ගේ ආරක්ෂාව සහ සුරක්ෂාව සඳහා වන රාමුව	- ආරක්ෂිත සහ සුරක්ෂිත ගමනාන්තයක්
සැපයුම් අංශයේ ගුණාත්මක පරිවර්තනයට	- සංචාරක අඩවි සංවර්ධනය සඳහා පවතින මාර්ගෝපදේශ සහ/හෝ රෙගුලාසි සංඛ්‍යාව (NPAs, සමුද්‍ර, සංස්කෘතික, ආදිය)	1.1	ආයතනික රාමුව ප්‍රතිසංස්කරණය කිරීම	- NPA හි තිරසාර වාණිජ භාවිතයක්

අදාළ දර්ශක	- # CCD මාර්ගෝපදේශවල පාරිසරික හා සමාජීය බලපෑම සඳහා ප්‍රමිතීන් - අදාළ වෙරළබඩ ප්‍රදේශවල පාරිසරික හා සමාජීය බලපෑමට අදාළ ප්‍රමිතීන්හි ප්‍රතිශතය - අංශය වඩාත් තිරසාර කිරීමට සහාය වීම සඳහා නිකුත් කරන ලද දිරිගැන්වීම් සහ බලපෑම් ප්‍රමාණය - සංචාරක උපාය මාර්ගවලට ඇතුළත් කර ඇති NDC නිර්දේශ සංඛ්‍යාව - සංචාරක කර්මාන්තයේ තිරසාර භාවිතයන් සඳහා ස්ථාපිත මාර්ගෝපදේශ සංඛ්‍යාව	2.2	නියාමන රාමුව ප්‍රතිසංස්කරණය කිරීම / සංචාරක ව්‍යාපාරය සංගෘහිත තිරසාරභාවයක් කරා සංක්‍රමණය වීම	-වෙරළ කළමනාකරණයට ගුණාත්මක ඉදිරිදර්ශන වැඩි වශයෙන් ඇතුළත් කිරීම - වෙරළබඩ ප්‍රදේශවල සංචාරක ව්‍යාපාරයෙහි සංගෘහිත සංවර්ධනයක් - වගකීම් විරහිත ක්‍රියාවන් සංඛ්‍යාව අඩු වීම - වඩා තිරසාර කර්මාන්තයක් -සංචාරක වෘත්තිකයන්ගේ සහ අමුත්තන්ගේ හැසිරීම් වැඩිදියුණු කිරීම සඳහා පවතින ආධාරක සංඛ්‍යාව වැඩි කිරීම
	- විෂයපථ නවීකරණයක් පිළිබඳ සැලකිල්ලක් දක්වන ආයතන සංඛ්‍යාව - ප්‍රමිතිගත පාසල් බලපත්‍ර සහ ජාතික විෂයමාලා සංඛ්‍යාව - SLTDA සහ පළාත් සභා අතර ප්‍රමිතිගත සේවාවන් ප්‍රමාණය - සංචාරක උපදෙස් සැපයීම සඳහා ලියාපදිංචි ආයතන ප්‍රමාණය - අනුමත ජාත්‍යන්තර මාර්ගගත පාඨමාලා සංඛ්‍යාව - විෂය නිර්දේශයේ ලේබල් කරන ලද පුහුණු පාඨමාලා සංඛ්‍යාව - වෘත්තීය පුහුණුව සහ පළපුරුද්ද යා කිරීම පිණිස පවතින මාර්ගෝපදේශ සංඛ්‍යාව (ආධුනිකත්ව / සීමාවාසික පුහුණුව ඇතුළුව) - SLTDA සහ පළාත් සභා අතර සේවා සංවර්ධනය	3.2	තොරතුරු කළමනාකරණ ක්‍රියාවලිය ප්‍රතිසංස්කරණය කිරීම	-සංචාරක පුහුණු සඳහා විධිමත් සහ වැඩිදියුණු කළ ගුණාත්මකභාවයකින් යුත් අන්තර්ගතයක් -මානව සම්පත් සංවර්ධනය සඳහා හොඳින් බද්ධ වූ පුහුණු සභායක් -සංශෝධිත මානව සම්පත් සංවර්ධන උපාය මාර්ගයක් - සහතික කළ ආයතන සංඛ්‍යාවෙහි වැඩි වීමක් -සංචාරක සැපයුම්කරුවන්ට ඔවුන්ගේ නිෂ්පාදන සහ සේවාවන්හි ගුණාත්මකභාවය වැඩි දියුණු කිරීම සඳහා වැඩි අවස්ථා ප්‍රමාණයක් -සංචාරක පුහුණුව සඳහා වඩාත් ප්‍රායෝගික හා ඵලදායී ප්‍රවේශයක්

	සඳහා ලබා දෙන පුහුණුවීම් ප්‍රමාණය - පවත්වන ලද විධිමත් රැස්වීම් ප්‍රමාණය - සම්පූර්ණ කළ පුහුණු වැඩසටහන් සඳහා නිකුත් කරන ලද සහතිකපත් ප්‍රමාණය			-පුහුණු තරුණ තරුණියන්ගේ විගමනය ප්‍රතිපූරණය කිරීම සඳහා වෘත්තීය පුහුණු ප්‍රමාණය වැඩි කිරීම - සහතික කළ සංචාරක සේවක සංඛ්‍යාව වැඩි වීම - වෘත්තියක් ලෙස සංචාරක ව්‍යාපාරය කෙරෙහි ඇති උනන්දුව වැඩි වීම - සංචාරක ව්‍යාපාරයේ කාන්තාවන්ගේ ප්‍රමාණය වැඩි වීම
	- දේශීය සංචාරකයන්ගේ දැනුවත් භාවය /ප්‍රයෝජන පිණිස සංචාරක තොරතුරුවල පැවතීම/ගුණාත්මකභාවය හා තෘප්තිය පිළිබඳ සමීක්ෂණ - නව සංචාරක නිෂ්පාදන සංඛ්‍යාව - වර්ණ, ගුණාත්මකභාවය, අවම අවශ්‍යතා සහ ප්‍රවර්ධන ව්‍යාපාර සමඟ සමගාමී වීම සඳහා සකස් කරන ලද මාර්ගෝපදේශ ප්‍රමාණය - යහපත් භාවිතයන්/නව නිෂ්පාදන ප්‍රවර්ධනය කිරීම සඳහා දියත් කරන ලද වැඩමුළු	3.3		- දේශීය සංචාරකයින් සඳහා වඩාත් සුදුසු නිෂ්පාදන සහ සේවා -ශ්‍රී ලාංකික පුරවැසියන්ට තම රට නැරඹීමට ඇති අවස්ථා වැඩි කිරීම -වඩා කාර්යක්ෂම ප්‍රවර්ධන ව්‍යාපාර
	- ආයතනවල ප්‍රමිතීන් (නවාතැන්, ආහාර, සේවා) සඳහා සිදු කරන ලද ඇගයීම් ප්‍රමාණය - ජාත්‍යන්තරව පිළිගත් විගණන ආයතන විසින් නිකුත් කරන ලද වර්ගීකරණයන් ප්‍රමාණ - වර්ගීකෘත ආයතන සඳහා ප්‍රතිලාභ අනුපාතය	4.1	වෙළඳපල පරිසරය ප්‍රතිසංස්කරණය කිරීම	- හොඳින් විවිධාංගීකරණය වූ සංචාරක කර්මාන්තයක් - ආයතනයන් තනි තනි වශයෙන් සකස් කර ගත යුතු ප්‍රමිතීන් සම්බන්ධයෙන් පාරිභෝගිකයින්ට සහ අතරමැදියන්ට දර්ශක

				සැපයීම -අලුතින් ස්ථාපිත කරන ලද වර්ගීකරණ පද්ධතිය මගින් ඇති කරන ලද අපේක්ෂාවන් හා බැඳුණු තෘප්ති මට්ටමක්
	- කුලියට දීම හෝ වික්‍රමාන්විත/ක්‍රීඩා උපකරණ සඳහා භාවිත කරන වාහන වර්ග පිළිබඳ වාර්ෂික සමාලෝචනය - වසරකට කුලියට ගත් වාහන පරිමාව - නව සංචාරක වාහන පරිමාව - කාලානුරූපීව සංචාරක වාහනවල සිදු කරන සමාලෝචනය සම්බන්ධයෙන් පවතින ප්‍රමිතීන් / රෙගුලාසි - සංචාරක වාහන සඳහා නිකුත් කරන ලද ලියාපදිංචි කිරීම් සංඛ්‍යාව - රක්ෂණ ආවරණය සහ ලියාපදිංචි අංකය ඇතුළුව පවතින රක්ෂණ අවශ්‍යතා ප්‍රමාණය	4.3		- අමුත්තන් හට ආරක්ෂිත අත්දැකීමක් - නවතම හෝ පරිසර හිතකාමී වාහන භාවිතා කරමින් සිදු කරන විනෝද චාරිකා වල වැඩිවීමක් - වඩාත් පරිසර හිතකාමී වාහන සමූහයක් - නවතම හෝ පරිසර හිතකාමී වාහන සංඛ්‍යාව වැඩි වීමක්
	- ජාතික වශයෙන් හිමි ආයතන (දුම්රිය, ගුවන් සේවා, කෞතුකාගාර, NPA, ආදිය) සඳහා ඩිජිටල් ආකාරයෙන් නිකුත් කරන ලද ටිකට්පත් පරිමාව. - ජාතික වශයෙන් හිමි ආයතන සඳහා පවතින විද්‍යුත් වේදිකා ප්‍රමාණය - ඩිජිටල් ටිකට්පත් පිරිනමන ආයතන සංඛ්‍යාව - ඩිජිටල් සංචාරකයින් සඳහා ලැයිස්තුගත කර ඇති ස්මාර්ට් සංචාරක ගමනාන්ත ප්‍රමාණය - සංචාරක තෘප්තිය	4.3		- වඩා හොඳ ස්ථානීය අත්දැකීමක් සමඟ ඒකාබද්ධ වූ වැඩිදියුණු කළ සබැඳි අත්දැකීමක් (හිරිහැරවලින් , අනවශ්‍ය රැඳී සිටීම්වලින් , අවිනිශ්චිත භාවයෙන් තොර වූ, ආදිය) - ඉහළ තෘප්ති මට්ටමක් - වැඩි ඩිජිටල් නාමිකයන් සංඛ්‍යාවක්
	- ගමනාන්ත සිදුවීම් අංගවලට සහභාගී වන සංචාරක	4.3		- ගමනාන්ත ක්‍රියා අංගයන් සඳහා වඩාත්

	සහ සංචාරක ක්‍රියාකරුවන් සංඛ්‍යාව - සංචාරක යටිතල පහසුකම් සඳහා ස්ථාපිත අවම ප්‍රමිතීන් සංඛ්‍යාව - සංචාරක යටිතල පහසුකම් සඳහා පිහිටුවා ඇති මාර්ගෝපදේශ / රෙගුලාසි සංඛ්‍යාව - ස්ථාපිත සංචාරක යටිතල පහසුකම් සංඛ්‍යාව - STLDA, UDA සහ පළාත් සභා අතර සංචාරක ප්‍රමිතීන් වර්ධනය කිරීම සඳහා සම්බන්ධීකරණ රැස්වීම් ස්ථාපිත - ගමනාන්ත සංචාරක අංග කර්මාන්තය සඳහා ප්‍රදර්ශන මධ්‍යස්ථාන වෙත සිදු කරන ආයෝජන පරිමාව - දුම්රිය ස්ථාන, සංචාරක ස්ථාන සහ නරඹන්නන්ගේ මධ්‍යස්ථාන අතර අනුකූලතාව සඳහා පවතින ප්‍රමිතීන් (සංඥා, විවේකාගාර, තොරතුරු වල ගුණාත්මකභාවය) සංඛ්‍යාව			ආකර්ෂණීය ගමනාන්තයක් - උසස් තත්ත්වයේ සහ බහු-විධ යටිතල පහසුකම් සහිත වැඩි ඉපැයීම් ශක්තියක් - ආරක්ෂිත සහ පහසු සංචාරක යටිතල පහසුකම් - සංචාරක ව්‍යාපාරයේ ගොඩනැගීමට ජාතික වශයෙන් එකඟ වූ ප්‍රමිතීන් - ගමනාන්ත ක්‍රියා අංග කර්මාන්තයේ ආයෝජන පරිමාවේ වැඩි වීම - තොරතුරු සහ පොදු සේවාවන් වෙත ප්‍රවේශ වීමේදී ජාතික වශයෙන් එකඟ වූ ප්‍රමිතීන්

ඇමුණුම 3 : අදාළ ප්‍රතිපත්ති ලැයිස්තුව

1. මාධ්‍ය ප්‍රතිපත්තිය
2. ජාතික සිවිල් ගුවන් සේවා ප්‍රතිපත්තිය (2009)
3. ශ්‍රී ලංකාව සඳහා ජාතික දේශගුණික විපර්යාස අනුවර්තන උපාය මාර්ගය
4. ශ්‍රී ලංකාවේ ජාතික දේශගුණික විපර්යාස ප්‍රතිපත්තිය (2012)
5. ජාතික සංස්කෘතික ප්‍රතිපත්තිය (කෙටුම්පත)
6. ජාතික වන සංරක්ෂණ ප්‍රතිපත්තිය
7. ජාතික ඉඩම් පරිහරණ ප්‍රතිපත්තිය
8. ජාතික වෘත්තීය සුරක්ෂිතතා සහ සෞඛ්‍ය ප්‍රතිපත්තිය (2014)
9. සංචාරක අංශය සඳහා පිරිසිදු නිෂ්පාදන පිළිබඳ ජාතික ප්‍රතිපත්ති සහ උපායමාර්ගය
10. ආපදා කළමනාකරණය සඳහා වූ ජාතික ප්‍රතිපත්තිය (2013)
11. කුඩා හා මධ්‍ය පරිමාණ ව්‍යවසාය (SME) සංවර්ධනය සඳහා වූ ජාතික ප්‍රතිපත්ති රාමුව
12. සෞභාග්‍යයේ දැක්ම ජාතික ප්‍රතිපත්ති රාමුව
13. තිරසර පරිභෝජනය සහ නිෂ්පාදනය පිළිබඳ ජාතික ප්‍රතිපත්තිය
14. ශ්‍රී ලංකාවේ ගමනාගමනය පිළිබඳ ජාතික ප්‍රතිපත්තිය
15. වනජීවී පිළිබඳ ජාතික ප්‍රතිපත්තිය
16. උසස් අධ්‍යාපනය පිළිබඳ ජාතික ප්‍රතිපත්ති යෝජනා 2019
17. තාක්ෂණික සහ වෘත්තීය අධ්‍යාපනය පිළිබඳ ජාතික ප්‍රතිපත්තිය 2018
18. ශ්‍රී ලංකාවේ ජාතික තරුණ ප්‍රතිපත්තිය

ඇමුණුම 4 : ශ්‍රී ලංකාවේ සංචාරක ආර්ථිකය

COVID-19 වසංගතයේ බලපෑමත් සමඟ, ජාත්‍යන්තර සංචාරක කර්මානතය තුළ ශ්‍රී ලංකාවේ තරඟකාරිත්වය පිළිබිඹු නොකරන බැවින් පුරෝකථනයන් කිරීමේ දී 2020 වසර සඳහා සංචාරකයන්ගේ පැමිණීම් ඇතුළත් නොකිරීමට තීරණය කරන ලදි. COVID-19 වසංගතය ඇතිවීමට පෙර වසරේ (2019), පාස්කු ඉරිදා ත්‍රස්ත ප්‍රහාරයේ ප්‍රතිඵලයක් ලෙස සංචාරකයින්ගේ විශ්වාසය අඩුවීම හේතුවෙන් ශ්‍රී ලංකාවට ජාත්‍යන්තර අමුත්තන් 1,913,702 ක් පැමිණ ඇති අතර එය 2018 ට වඩා 18% ක අඩු වීමකි. රුසියාවට (+34.2%) හැර අනෙකුත් සියලුම වෙලඳපොලවල් සඳහා මෙම අඩුවීම සාමාන්‍ය වන අතර, කෙසේ වෙතත්, 2018 හි පහත වැටීම චීන වෙළඳපොළ කෙරෙහි වඩාත් දැඩි විය.

2009 සිට 2018 දක්වා ගත වූ දශකය තුළ ශ්‍රී ලංකාවට ජාත්‍යන්තර සංචාරක පැමිණීම් 475% කින් පමණ වැඩි වූ අතර, සංචාරක කර්මාන්තයේ විදේශ විනිමය ඉපැයීම් 2017 දී තිබූ රුපියල් මිලියන 598143 (US$ මිලියන 3,924.9) ට සාපේක්ෂව ආසන්න වශයෙන් 1150% (US$ මිලියන 4,380.6), ක් වර්ධනය විය. තවද දළ දේශීය නිෂ්පාදිතයට 4.9% ක ඍජු දායකත්වයක් සපයා 19% ක වර්ධනයක් පෙන්නුම් කළේය. මෙමගින්, 2018 දී ශ්‍රමිකයන්ගේ ප්‍රේෂණ සහ රෙදිපිළි හා ඇඟලුම් කම්හල්වලට පසුව රටට විදේශ විනිමය ලබා දෙන තුන්වන මූලාශ්‍රය ලෙස සංචාරක ව්‍යාපාරය ස්ථානගත කරයි.

ජාතික දළ දේශීය නිෂ්පාදිතය හා එහි වර්ධනය ඇමුණුම 6 යටතේ දක්වා ඇත. සංචාරක ව්‍යාපාරයේ දායකත්වය පිළිබඳ දිගුකාලීන විශ්ලේෂණයක් මගින් පෙන්නුම් කරන්නේ සංචාරක ව්‍යාපාරයට ශ්‍රී ලංකා ආර්ථිකයේ ශක්තිමත් කිරීම, විවිධත්වය සහ ඔරොත්තු දීමේ හැකියාව සඳහා ප්‍රධාන භූමිකාවක් ඉටු කළ හැකි බවයි. ශ්‍රී ලංකාවේ සිවිල් යුද්ධය අවසන් වීමෙන් පසු පළමු වසර වන 2010 දී සංචාරක පැමිණීම්වල වැඩිවීමක් ආරම්භ වූ අතර එය 2018 දක්වා පැවති අතර සංචාරක ව්‍යාපාරය දළ දේශීය නිෂ්පාදිතයේ ප්‍රතිශතයක් ලෙස 5% නැග ඇත. විශේෂයෙන්ම, මෑතක දී සංචාරක කර්මාන්තය ශක්තිමත් ව පැවති වසරවල , දළ දේශීය නිෂ්පාදිතයේ වර්ධනයෙන් 45% ක් දක්වා සංචාරක ව්‍යාපාරයට ආරෝපණය කළ හැකි අතර, මෑත වසරවල දී ලබා ගත් බොහෝ ආර්ථික ජයග්‍රහණ සඳහා සංචාරක ව්‍යාපාරය ඍජුවම දායක වී ඇත. දළ දේශීය නිෂ්පාදිතයේ වර්ධන වේගය ආර්ථිකයේ ශක්තිය සඳහා වැදගත් දර්ශකයක් ලෙස යොදා ගනිමින්, රැකියා වර්ධනය, ව්‍යාපාර කටයුතු සහ පුද්ගලික ආදායම සඳහා ධනාත්මක දර්ශක යෝජනා කර ඇත. ඒ සමඟින් ශ්‍රී ලංකාවට සංචාරක කර්මාන්තයේ බලපෑම විශේෂයෙන් සැළකිල්ලට ගත හැකි ය.

2020 වසරේ සංචාරක පැමිණීම් සංඛ්‍යාව ශ්‍රී ලංකාවේ සංචාරක තරඟකාරිත්වය පිළිබිඹු නොකරන හෙයින්, COVID-19 හි බලපෑමේ බරපතලකම ප්‍රකාශ කිරීම සඳහා ප්‍රාමාණිත ප්‍රතිචාරයක් ගොඩනැගීම සඳහා වැදගත් වේ. 2019 සිට 2020 දක්වා (WTTC), සංචාරක ව්‍යාපාරයේ සහ සංචාරක ආර්ථිකයේ ආර්ථික දායකත්වය 55.6% කින් පහත වැටුණි (ඇමරිකානු ඩොලර් මිලියන 8,962.7 සිට 3,981.5 දක්වා), රැකියා සඳහා සංචාරක සහ සංචාරක දායකත්වය 24.1% කින් සහ ජාත්‍යන්තර අමුත්තන්ගේ වියදම් 73.8% කින් පහත වැටී ඇත. කෙසේ වෙතත්, සැලකිය යුතු ලෙසදේශීය අමුත්තන්ගේ වියදම්වල අඩු වීම සංසන්දනාත්මකව 31.8% ක් පමණකින් අඩු වී ඇත. සමස්තයක් වශයෙන් ගත් කල, ශ්‍රී ලංකාවේ සංචාරක පැමිණීම් (SLTDA) 2019 සිට 2020 දක්වා 73.5% කින් පහත වැටී ඇත (1,913,702 සිට 507,704 දක්වා).

ඒ හා සමානව, ඍජු හා වක්‍ර සේවානියුක්තිය (මුළු සේවානියුක්තිය) (මුළු සේවකයින් 388,487 දක්වා) 200% කින් වැඩි වී ඇති අතර විධිමත් නවාතැන් ධාරිතාව දළ වශයෙන් 70% කින් වැඩි විය. මෙය සංචාරක ව්‍යාපාරය ජාතික සහ කලාපීය ආර්ථික සංවර්ධනයට දායක වන ආකාරය සම්පූර්ණයෙන් තක්සේරු නොකරන සාර්ව ආර්ථික තොරතුරු වේ. අද වන විට, ශ්‍රී ලංකාවට පැමිණෙන සියලුම ජාත්‍යන්තර පැමිණීම්වලින් 68% ක් ඉහළම වෙළෙඳපොළ 10 ක් මත සිදු වේ. ශ්‍රී ලංකාවට පැමිණෙන ජාත්‍යන්තර අමුත්තන්ගෙන් 90% කට වඩා වැඩි ප්‍රමාණයක් යුරෝපය, ආසියාව සහ පැසිෆික් කලාපය සතු වේ. සාමාන්‍යයෙන්, ශ්‍රී ලංකාවට පැමිණෙන ජාත්‍යන්තර අමුත්තන් රට තුළ රාත්‍රී 10.8 ක් රැඳී සිටී.තවද, අතර බටහිර සහ ඕෂනියා රටවලින් පැමිණෙන ජාත්‍යන්තර අමුත්තන් (> රාත්‍රී 13.5), ආසියාවෙන් පැමිණෙන අමුත්තන්ට (< රාත්‍රී 8 ට) වඩා වැඩි වඩා වැඩි කාලයක් රැඳී සිටියි. එක් රාත්‍රියක සාමාන්‍ය වියදම ඇමරිකානු ඩොලර් 173.8 කි.

කෙසේ වෙතත්, සංචාරක ප්‍රවාහයේ පැතිරීම සහ ආදායම් බෙදී යාම තාවකාලිකව හෝ අවකාශීය වශයෙන් නොගැලපේ. මෙයට හේතුව විශේෂයෙන්ම රටේ උතුරු ප්‍රදේශයේ පවතින ප්‍රවේශ්‍යතා බාධාවන් සහ සංවර්ධනයේ විෂමතාව යි. ජාත්‍යන්තර ගුවන් තොටුපළ තුනක් සහ අභ්‍යන්තර ගුවන් තොටුපළ නවයක් ශ්‍රී ලංකාව සතු වේ. මූලික කලාප අතුරින්, උතුරට, දකුණට සහ බටහිරට ජාත්‍යන්තර ගුවන් තොටුපළ මගින් සේවා සපයනු ලබන නමුත්, ශ්‍රී ලංකාව වසර පුරාම හොඳ ගමනාන්තයක් බවට පත් වීම වළක්වාලමින් නැගෙනහිර සඳහා එවැනි ප්‍රවේශයන් නොමැත. (මඩකලපුව ජාත්‍යන්තර ගුවන් තොටුපළ තිබුණද, එය දැනට ජාත්‍යන්තර ගුවන් සේවා සපයන්නේ නැත)

ශ්‍රී ලංකාවේ වඩාත් ජනප්‍රිය ජාතික වනෝද්‍යාන වෙත සිදුවන ගලනය ද අසමාන ය. අනෙකුත් ප්‍රමුඛ සංචාරක රටවල් දෙකක් වන දකුණු අප්‍රිකාව සහ කෙන්යාව, මිනුම් දඬු සේ ගෙන සංසන්දනය කිරීමේදී වර්ග කිලෝමීටරයකට දිනකට පැමිණෙන අමුත්තන් සංඛ්‍යාව සමාන විය (කෙන්යාව සඳහා දිනකට වර්ග කිලෝමීටරයකට අමුත්තන් 0.144 ක් සහ දකුණු අප්‍රිකාවට 0.166 ක් විය). ශ්‍රී ලංකාවේ ජාතික වනෝද්‍යාන වෙත පැමිණීම සාමාන්‍යයෙන් (1.515) ක මහත් ඉහළ අගයක් ගනී. තවද,සංචාරකයින්ගේ පැමිණීම අනුව වඩාත් ජනප්‍රිය උද්‍යාන තුන වන යාල (1.761), හෝටන් තැන්න (35.210), සහ උඩවලව (3.662) වෙනත් ස්ථානවල දක්නට නැති ඉහළ සංචාරක ඝනත්වයක් පෙන්නුම් කරන අතර, ඒ සඳහා වන ජීවීන් සහ ස්වභාවික පරිසරය ද ඇතුළුව වෙනත් බලපෑම් තුඩු දෙන බව ප්‍රකාශ කළ හැක.

ශ්‍රී ලංකාවට පැමිණෙන ජාත්‍යන්තර අමුත්තන් සංඛ්‍යාව වැඩි කිරීම සඳහා, ප්‍රමුඛතා අවස්ථා ලෙස වෙළඳපල කොටස් හතරක් හඳුනාගෙන ඇත (WB, 2020 : යාත්‍රා කිරීම, රළ මත ලිස්සා යාම, සොබාදහම සහ වනජීවී, සහ සෞඛ්‍යය සහ සුවතාවය). මීට අමතරව, ශ්‍රී ලංකා සංචාරක දැක්ම 2025 වැනි මෑත කාලීන ලේඛන මගින් ශ්‍රී ලංකාව ඉහළ වටිනාකමක් යුත් ගමනාන්තයක් ලෙස ස්ථානගත කර ඇති අතරම ස්වභාවික හා සංස්කෘතික සම්පත් ආරක්ෂා කර ගැනීමට හැකි මාර්ගයක් ලෙස උසස් මට්ටමේ සංචාරකයින් හඳුනාගෙන ඇත. සංචාරකයින්ගේ පැමිණීම පමණක් නොව මූලික වශයෙන් වන අඩවිවල ධාරිතාව තක්සේරු කිරීම සහ සංචාරක සංවර්ධනය සැලසුම් කිරීම ද වැදගත් වේ. මේ හරහා වගකිවයුතු පැවැත්මන් සහිත සම්පත් භාවිතය සහතික කළ හැකි අතර වැඩිමනත් පාර්ශ්වකරුවන්ට ප්‍රතිලාභ ලැබෙන ආකාරයෙන් සංචාරකයින්ගේ ආදායම ව්‍යාප්ත වීම සහතික කළ හැක.

ශ්‍රී ලංකාව විසින් ඉලක්කගත වෙළඳපල මෙන්ම වර්ධන ක්ෂේත්‍ර පරාසයක් ද හඳුනාගෙන ඇත. දැනටත් අංක එකේ වෙළෙඳපොළ වන ඉන්දියාව, ඒම අවස්ථාවේ දීම සංචාරක ව්‍යාපාරයේ ඍතුමය බව අඩු කරන අතරම, MICE, මධුසමය ගතකිරීම සඳහා වන පැකේජ සහ සංචාරක යාත්‍රා වැනි විශේෂිත අංශවල

සංවර්ධනය සඳහා මූලිකව වේ. ඕස්ට්‍රේලියාව, චීනය, යුරෝපය, එක්සත් ජනපදය සහ මැද පෙරදිග වැනි වෙනස් රටවල් සහ කලාප සඳහා නිර්මාණය කරන ලද උපාය මාර්ග ද යෝජනා කෙරේ.

විශේෂයෙන් යුරෝපය, ඇමරිකාව සහ මැදපෙරදිග වැනි ඉහළ ප්‍රතිලාභයක් ලබා ගත හැකි වෙළඳපළ තුළ ශ්‍රී ලංකාවට සංසන්දනාත්මක වාසියක් ඇති බව දැන සිටිය යුතු වැදගත් කරුණකි. පැමිණි මුළු සංචාරකයින්ගේ සංඛ්‍යාව හා සසඳන විට යුරෝපය, ඇමරිකාව සහ මැදපෙරදිග සිට ශ්‍රී ලංකාවට පැමිණි සංචාරකයින්ගේ ප්‍රතිශතය, තරඟකාරී කලාපීය ගමනාන්තවලට මෙම වෙළඳපලින් පැමිණෙන සංචාරකයින්ගේ ප්‍රමාණයට වඩා වැඩි බැවින්, ශ්‍රී ලංකාව යනු මෙම වෙළඳපලවලින් පැමිණෙන සංචාරකයින් සාපේක්ෂව කැමති ගමනාන්තයකි. වෙනත් වචන වලින් කිවහොත්, ශ්‍රී ලංකාව විසින් යුරෝපය, ඇමරිකාව සහ මැදපෙරදිග සංචාරකයින් අවශෝෂණය කරගැනීම අග්නිදිග ආසියාවේ තරඟකාරී ගමනාන්තයන් විසින් මෙම වෙළඳපලවලින් සංචාරකයින් අවශෝෂණය කර ගැනීමට වඩා විශාල වේ. [ඇමුණුම 6 බලන්න].

තරඟකාරී වාසි සහගත අනුපාතයක් මත පදනම්ව, (2014-2018) කාල සීමාව තුළ ශ්‍රී ලංකාව එම කලාපවලම තරඟකාරී බවත් පෙන්නුම් කරන නමුත්, ඇමරිකානු සහ යුරෝපීය වෙළඳපල යහපත් වෙමින් පවතින අතරතුර, අප්‍රිකානු සහ මැද පෙරදිග වෙළෙඳපොළ සඳහා පසුගිය වසර 4 තුළ, එහි තරඟකාරී වාසිය අහිමි වී ඇති බවට තොරතුරු පවතී.
ගමනාන්තයක තරඟකාරිත්වය පිළිබඳ අවබෝධය සඳහා පැමිණීම් ප්‍රමාණය බලපාන්නේ කෙසේද යන්න මෙම විශ්ලේෂණය අපට පෙන්වා දේ. ජාත්‍යන්තර පැමිණීම්වල වර්ධන වේගය මත පදනම්ව ශ්‍රී ලංකාව කලාපීය මට්ටමින් අඩු තරඟකාරී බවක් පෙන්නුම් කරන අතර, මෙම ඉදිරි දර්ශනයට ප්‍රධාන වශයෙන් හේතු වී ඇත්තේ වගකිවයුතු භාවිතයන් සඳහා අඩු නැඹුරුතාවක් දක්වන ඉහළ වර්ධනයක් සහිත වෙළඳපොලවල් (මහා සංචාරක වෙළඳපොල) වන කලාපීය වෙළඳපලවල (ඉන්දියාව, චීනය) දුර්වල සංසන්දනාත්මක වාසියක් තිබීමයි.

I.1. ශ්‍රී ලංකාවේ දේශීය සංචාරක ව්‍යාපාරය

විදේශීය අමුත්තන්ගේ වෙලඳපොළවල ඍතුමය හා ආර්ථික උච්චාවචනයන් මගින් බලපෑමට ලක්විය හැකි සංචාරක ආකර්ෂණ ස්ථාන සහ සේවා සඳහා ස්ථාවර ඉල්ලුමක් සහතික කිරීම සඳහා ශක්තිමත් දේශීය වෙළඳපොළක් වැදගත් වේ. COVID-19 සෞඛ්‍ය අර්බුද කාලය තුළ මෙය විශේෂයෙන්ම සත්‍යයක් විය. සංචාරක ක්ෂේත්‍රය උදෙසා තිරසාර අනාගතයක් සහතික කිරීම සඳහා, දේශීය සංචාරක ව්‍යාපාරයේ දියුණුව සඳහා පමණක් නොව, වගකිවයුතු භාවිතයන් මත පදනම් වූ තිරසාර මාවතකට මග පෙන්වීම සඳහා ද රජය මූලික පියවර ගත යුතුය.

කෙසේ වෙතත්, ලොව පුරා ගෘහස්ථ විනෝදාස්වාදය දිරිගැන්වීම සඳහා ක්‍රියාමාර්ග පවතින අතර, ඒවායින් වන ආර්ථික බලපෑම සීමාසහිත පමණක් නොව බොහෝ විට නොදැනුවත් ය. ජාත්‍යන්තර, 2019 වසරේ මුළු සංචාරක වියදම්වලින් 71.3%ක් දේශීය සංචාරක ව්‍යාපාරය විසින් ජනනය කර ඇති බව WTTC මගින් ඇස්තමේන්තු කරයි. එම නැඹුරුතාව තුළ, කොවිඩ් වසංගතය,“ජාතික ආර්ථිකයන් නැවත ගොඩනැගීම ආරම්භ කිරීම” සඳහා ක්ෂේත්‍රයේ ප්‍රධාන සංරචකය ලෙස දේශීය සංචාරක ව්‍යාපාරය ප්‍රවර්ධනය කිරීම ඇතුළුව නිර්දේශ කිහිපයක් UNWTO විසින් නිකුත් කිරීමට හේතු වී ඇත.

2019 දී WTTC ඇස්තමේන්තු කරන්නේ ශ්‍රී ලංකාවේ දේශීය වියදම ඇමරිකානු ඩොලර් බිලියන 2.6 ක බලපෑමක් ඇති කර ඇති බවයි. ඒ හා සමානව, ශ්‍රී ලංකාවේ ජනලේඛන හා සංඛ්‍යාලේඛන දෙපාර්තමේන්තුව, 2017-2018 දත්ත උපයෝගී කර ගනිමින් මුළු සංචාර 7,011,677 සඳහා ශ්‍රී ලංකාවේ ආර්ථිකයෙන් වෙන්ව සංචාරක කර්මාන්තයේ ලක්ෂණ මැනීම සඳහා ඔවුන්ගේ පළමු සමීක්ෂණය (ශ්‍රී ලංකා සංචාරක වියදම් සමීක්ෂණය 2017/2018) දියත් කරන ලදී. බොහොමයක් සංචාර සඳහා හේතුපාදකයන් වනුයේ මිතුරන් සහ නෑදෑයින් බැලීමට යාම සහ ආගමික චාරිකා වන අතර 9.8% ක් පමණක් නිවාඩු, විවේකය සහ විනෝදාස්වාදය සමඟ සම්බන්ධ වේ. විවේකය සඳහා චාරිකා අනුපාතය දිනකට 9.5% සහ රාත්‍රියක් ගතකරන සංචාරයන් 10.4% යන දෙකටම නියතයක් ව පැවතුනි. සියලුම සංචාරවලින් 63.3% ක් එක් දින සංචාර වන අතර, එහි දී සංචාරකයින් නවාතැන් සහ ආහාර සඳහා වැය කරන 23.4% හා සැසඳීමෙ දී, 60% කට වඩා වැඩි වියදමක් තෑගි-බෝග මිල දී ගැනීමට සහ මගී ප්‍රවාහන සේවා සඳහා වැය කරයි . මුළු පළාත් නවය පුරා පැතිරී ඇති සංචාර ගණන සළකා බලන විට පෙනී යන්නේ ව්‍යාපාර සහ රැකියා උත්පාදනය සඳහා වර්ධනය සහ අවස්ථා විභවයක් පවතින බව වුව ද වැඩි දුර අධ්‍යයනය කිරීම අවශ්‍ය වේ.

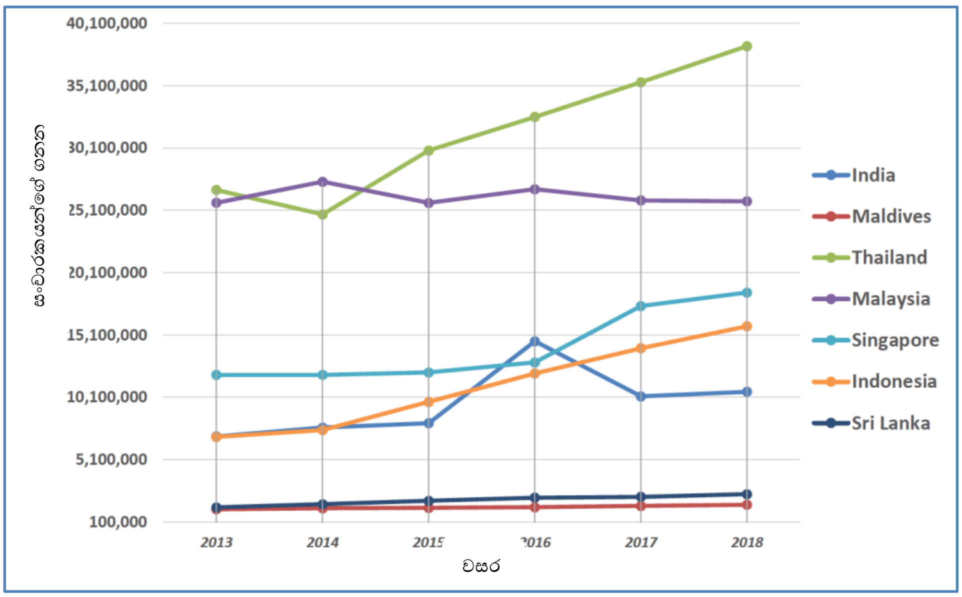
එම වර්ධනයෙන් ප්‍රයෝජන ගැනීම සඳහා, දේශීය අමුත්තන් ආකර්ෂණය කර ගන්නා ආකාරයේ ආකර්ෂණ විධි සහ ක්‍රියාකාරකම් පිළිබඳ පර්යේෂණ කිරීම සහ අනුවර්තනය වීම හෝ සංවර්ධනය කිරීම අවශ්‍ය වන අතර එය විදේශීය වෙළෙඳපොළ ආකර්ෂණය කරන ආකායෙන් බෙහෙවින් වෙනස් විය හැකිය. ඒ අනුව, මේ දෙක අතර වෙනස්කම් හඳුනා ගනිමින්, ගැටුම් මඟහරවා ගෙන සමෝධානික පරිසරයක් නිර්මාණය කිරීම සඳහා දෙකම නියාමනය කිරීමට මාර්ග සොයා ගැනීම වැදගත් වේ.

ජාතික වනෝද්‍යාන (NPs) වෙත ශක්තිමත් ශ්‍රී ලංකික සංචාරයක් පවතින අතර එය විදේශීය සංචාරකයින් අභිබවා යයි. 2018 දී, මුළු නරඹන්නන් මිලියන 2.7 කින් මිලියන 1.6 ක් (59.4%) දේශීය සංචාරකයින් වූ අතර, (උඩවලව, මින්නේරිය) යන උද්‍යාන දෙක හැර අන් සෑම උද්‍යානයකම ම සිදු වූ දේශීය සංචාර ජාත්‍යන්තර සංචාර අභිබවා ගියේ ය. අමුත්තන්ගේ පැමිණීම් ප්‍රමාණය නොසලකා හැරි විට, දේශීය සංචාරය මගින් උපයා ඇත්තේ මුළු ජාතික වනෝද්‍යානවල ආදායමෙන් 3.4% ක් පමණි.

දේශීය සංචාරක ව්‍යාපාරය කෙරෙහි උනන්දුව සහ ක්‍රියාකාරකම් පවතින නමුත් එය උත්තේජනය කිරීමට තවත් බොහෝ දේ කළ හැකි ය. ඒ සඳහා, ගුවන් මගින් වඩා හොඳ දේශීය ප්‍රවේශයක් ලබා දීම මෙයට ඇතුළත් කළ හැකිය. රට පුරා නිවාස 25,000 කට අධික සංඛ්‍යාවක කරන ලද දේශීය සංචාරක සමීක්ෂණය සමඟින්, ගුවන් ගමන් වාර්තා වූයේ දකුණු පළාතෙන් පමණක් වන නිසා, බස්රථ සහ මෝටර් රථවලින් ප්‍රවේශ විය හැකි ප්‍රාදේශීය ප්‍රදේශවලින් ඔබ්බට ගවේෂණයට එයින් බාධා වේ. ප්‍රවාහන විකල්ප වැඩිදියුණු කිරීම මගින් සංචාරක විස්තාරය වැඩිදියුණු කළ හැකිය ඒ හා සමානව, මිල ගනන් නියම කිරීම, සංචාරක ක්‍රියාකරුවන්ගේ සහයෝගීතාවය සහ තවත් බොහෝ දේ හරහා දේශීය සංචාරකයින් සඳහා නවාතැන්ගැන්වීම් වඩාත් ආකර්ෂණීය කිරීමට උත්සාහ කළ හැකි ය. සංචාරක ගමනාන්තවල සැලසුම් කිරීමේ දී දේශීය භාෂාවලින් සංඥාපුවරු සවි කිරීමෙන්, මාර්ග, වාහන නැවැත්වීමේ ස්ථාන සහ පහසුකම් වැනි යටිතල පහසුකම් මගින් සහය වීම හරහා දේශීය සංචාරකයින්ට ප්‍රමුඛත්වය දිය හැකිය. සැපයුම් පැත්තෙන් ගත් කල, දේශීය සංචාරක ව්‍යාපාරයට ජාත්‍යන්තර සංචාරක ව්‍යාපාරයෙන් වෙන්වූ වෙළඳ සන්නාමයක් ලබා දීමට කටයුතු කිරිමේ විභවයක් ලෙස දේශීය සංචාරකයින්ට ආචාරධර්ම සහ චර්යාවන් බෙදාගැනීමේ අපේක්ෂාවන් සකස් කිරීමට ප්‍රයත්න යෙදිය හැකිය.

ඇමුණුම 5 : සංචාරක කර්මාන්තය පිළිබඳ සාර්ව දත්ත

ශ්‍රී ලංකාව එහි කලාපීය තරඟකරුවන් සමඟ සංසන්දනය කිරීමේදී, අනෙක් රටවලට වඩා අඩු ජාත්‍යන්තර සංචාරකයින් ප්‍රමාණයක් පැමිණ ඇති බව (රූපසටහන 10), පෙන්නුම් කරන නමුත්, වඩා වැදගත් වන්නේ එය තායිලන්තය, සිංගප්පූරුව හෝ ඉන්දුනීසියාවට සාපේක්ෂව මන්දගාමී වර්ධන වේගයක් පෙන්නුම් කිරීමයි. තිරසාර දෘෂ්ටිකෝණයකින් බලන විට, රට පුරා සාධාරණව පැතිරුණ ඉහළ ලැබීමක් සහිත වෙළඳපල මත පදනම් වූ වර්ධනයක් තිබෙන තාක් කල් මෙය හොඳ දෙයක් ලෙස දැකිය හැකිය. පවතින සංචාරක සංඛ්‍යාලේඛනවලට අනුව, මාලදිවයින (ඇමරිකානු ඩොලර් 323.9), සිංගප්පූරුව (ඇමරිකානු ඩොලර් 316.5), ඉන්දියාව (ඇමරිකානු ඩොලර් 294.7) සහ තායිලන්තය (ඇමරිකානු ඩොලර් 184.9) යන රටවලට වඩා ශ්‍රී ලංකාවට (US$ 173.8) පැමිණෙන අමුත්තන් හට අඩු සාමාන්‍ය දෛනික වියදම් මට්ටමක් ඇත. එසේ වුවද, ශ්‍රී ලංකාවට පැමිණෙන අමුත්තන්ගේ සාමාන්‍ය රැඳී සිටීමේ කාලය (දින 10.8) ඉන්දුනීසියාවට (දින 12.6) පසු කලාපයේ දෙවැනි දීර්ඝතම කාලය වේ.



රූප සටහන. *10* – ජාත්‍යන්තර අමුත්තන් පැමිණීමේ කලාපීය ප්‍රවණතා (*2013-2018)*
මූලාශ්‍රය: *UNWTO* බැරෝමීටරය

2019 වසරේ දී චාරිකා හා සංචාරක තරඟකාරීත්ව දර්ශකයේ රටවල් 140ක් අතරින් ශ්‍රී ලංකාව 77 වැනි ස්ථානයට පත්විය. මෙම ශ්‍රේණිගත කිරීම 2017 දී සිදු කළ අවසන් සමීක්ෂණයට සාපේක්ෂව ස්ථාන 13 කින් අඩු වී ඇත (2017 දී 64 වන ස්ථානය). 2017 සිට 2019 දක්වා ශ්‍රී ලංකා සංචාරක ව්‍යාපාරයේ තරඟකාරිත්වයේ මට්ටම පහත හෙලීමට කරුණු කිහිපයක් හේතු වී ඇත. මෙම සාධක අතර, ව්‍යාපාරික පරිසරයේ තරඟකාරිත්වය මට්ටම (50 සිට 79 දක්වා), සුරක්ෂිතතාවය සහ ආරක්ෂාව (59 සිට 78 දක්වා), ජාත්‍යන්තර විවෘතභාවය (67 සිට 100 දක්වා), මිල තරඟකාරිත්වය (20 සිට 74 දක්වා) සහ ස්වාභාවික සම්පත් (31 වැනි 43 දක්වා) පහත වැටීම මෙම අඩුවීමට ප්‍රධාන හේතු විය. අවසාන වශයෙන්, ගෝලීය ව්‍යාපාර කිරීමේ පහසුව පිළිබඳ දර්ශකය ද රටේ ව්‍යාපාරික පරිසරය එහි තරඟකරුවන්ට සාපේක්ෂව වඩා නරක අතට හැරෙන බව පෙන්නුම් කරයි.

ප්‍රමාණාත්මක සංචාරක තරඟකාරිත්වය සඳහා තවත් වඩාත් නිවැරදි ප්‍රවේශයක් වන්නේ විශේෂිත වෙළඳපොලකින් සංචාරකයන් ඇද ගැනීම පිණිස සත්කාරක රටෙහි අවශෝෂණ අනුපාතය සහ එම විශේෂිත වෙළඳපොලින් තරඟකාරී ගමනාන්තයන් වෙත පැමිණීමේ ප්‍රමාණය යන අනුපාත දෙක සංසන්දනය කිරීමෙන් ව්‍යුත්පන්න වන සංසන්දනාත්මක වාසි අනුපාතය (CAR) යම් වෙළඳපලක, ජාත්‍යන්තර සංචාරකයින්ගේ කොටස සාමාන්‍යයට වඩා වැඩි නම් ලංකාවට තරඟකාරී වාසියක් ඇත. මෙහි සාමාන්‍යය ලෙස අර්ථ දැක්වෙන්නේ සියලුම තරඟකාරී ගමනාන්තවල එම වෙළඳපොළෙන් පිටතට යන සංචාරකයින්ගේ කොටස අනුපාතයයි. එය 1 ට වඩා වැඩි නම්, ඉන් අදහස් කරන්නේ සමස්තයක් ලෙස තරඟකාරී ගමනාන්තවලට සාපේක්ෂව ශ්‍රී ලංකාව වඩා කැමති ගමනාන්තයක් බවයි.

නිදසුනක් වශයෙන්, යුරෝපීය සංචාරකයින් සඳහා ශ්‍රී ලංකාව සාපේක්ෂව හිතකර ගමනාන්තයක් වීම හෝ එම වෙළඳපොළ උදෙසා තරඟකාරී වාසියක් තිබීම. වෙනත් අයුරකින් කිවහොත්, අග්නිදිග ආසියාවේ තරඟකාරී ගමනාන්තයන් විසින් යුරෝපයේ සංචාරකයින් අන්තර්ග්‍රහණය කර ගැනීමට වඩා ශ්‍රී ලංකාව විසින් යුරෝපයෙන් පැමිණෙන සංචාරකයින් අන්තර්ග්‍රහණය කර ගැනීම වැඩි ය. පහත වගුවේ පරිදි, 2018 වසරේ දී අප්‍රිකාව, ඇමරිකාව, යුරෝපය සහ මැදපෙරදිග වෙළෙඳපොළ තුළ ශ්‍රී ලංකාවට ඇති තරඟකාරී වාසිය පිළිවෙළින් 1.11, 1.23, 3.55 සහ 2.56 වන අතර එයින් අදහස් වන්නේ අප්‍රිකාව, ඇමරිකාව, යුරෝපය සහ මැදපෙරදිග සංචාරකයන්ගෙන් ශ්‍රී ලංකාව සඳහා වන ප්‍රමාණය පහත වගුවේ ඇති මුළු රටවල් සමූහයේ මෙම කාණ්ඩවලින් පිටතට යන සංචාරකයින්ගේ කොටසට වඩා 1.11, 1.23, 3.55 සහ 2.56 ගුණයකින් වැඩි බවයි. තවත් අතකින් බැලූ විට, ශ්‍රී ලංකාවට පැමිණෙන ආසියා සහ පැසිෆික් (0.41) සංචාරකයින්ගේ ප්‍රමාණය කලාපයේ (අනිත් රටවලට පැමිණෙන) ආසියා සහ පැසිෆික් සංචාරකයින්ගේ ප්‍රමාණයට වඩා කුඩා බවයි (මේ සඳහා ඉන්දියානු සහ චීන සංචාරකයින් ඇතුළත් වේ.) ආසියාව සංචාරක ආකර්ශනය වේගයෙන් ලඟා කර ගත් වෙළඳපලවලින් එකක් ලෙස, කලාපීය තරඟකරුවන්ට සාපේක්ෂව ජාත්‍යන්තර පැමිණීම්වල පවතින මන්දගාමී වර්ධනය මෙයින් පැහැදිලි කළ හැකි ය.

වගුව. *2* – ශ්‍රී ලංකාවේ සංසන්දනාත්මක වාසි අනුපාතය

	Africa		**Americas**		**Asia and Pacific**		**Europe**		**Middle East**	
	2014	**2018**	**2014**	**2018**	**2014**	**2018**	**2014**	**2018**	**2014**	**2018**
Sri Lanka	**1.30**	**1.11**	**1.10**	**1.23**	**0.41**	**0.41**	**3.11**	**3.55**	**3.42**	**2.56**
Thailand	0.87	0.74	0.73	0.68	0.91	0.99	1.46	1.17	1.09	1.03
Indonesia	0.76	0.80	0.64	0.63	1.07	1.05	0.83	0.89	1.07	1.15
Maldives	0.89	1.50	0.59	0.80	0.63	0.49	2.60	3.31	1.66	2.44
India	5.63	5.84	4.02	4.10	0.35	0.36	2.22	2.36	3.03	3.18
Malaysia	0.52	0.64	0.25	0.25	1.25	1.22	0.29	0.30	0.61	0.72

Philippines	0.14	0.19	3.19	2.97	0.92	0.92	0.62	0.67	0.85	0.74
Vietnam	0.17	0.37	1.21	0.93	1.04	1.07	0.90	0.82	n.c	n.c

මූලාශ්‍රය: UNWTO වෙතිනි

ගමනාන්තයක තරඟකාරිත්වය පිළිබඳ අවබෝධ කර ගැනීම සඳහා (සංචාරක) පැමිණීම් ප්‍රමාණය බලපාන්නේ කෙසේද යන්න මෙම විශ්ලේෂණය අපට පෙන්වයි. ශ්‍රී ලංකාවේ ජාත්‍යන්තර පැමිණීම්වල වර්ධන වේගය කලාපීය මට්ටම මත පදනම්ව බැලූ විට අඩු තරඟකාරී බවක් පෙන්නුම් කරයි. ඉහළ වර්ධනයක් ඇති වෙලඳපොලවල් (මහා පරිමාණ සංචාරක වෙලඳපොලවල්) වන නමුත්, වගකිවයුතු භාවිතයන් සඳහා අඩු නැඹුරුවක් දක්වන කලාපීය වෙළඳපලවල (ඉන්දියාව, චීනය) දුර්වල සංසන්දනාත්මක වාසියක් පැවතීම මෙම ඉදිරි දර්ශනයට ප්‍රධාන වශයෙන් හේතු වේ. මධ්‍යම පරාසයේ වෙලඳපොලවල ප්‍රධාන වශයෙන් අමුත්තෙකුගේ සාමාන්‍ය වියදම් මට්ටම මගින් පෙන්නුම් කරන පරිදි 2014-2018 කාලපරිච්ඡේදය තුළ යුරෝපීය සහ ඇමරිකානු වෙළඳපලවල වෙළඳපල කොටසෙහි වැඩිවීම ගමනාන්තයක් ලෙස ශ්‍රී ලංකාව ආකර්ෂණීය බවක් දිනාගෙන ඇත යන අදහසට සහය දක්වයි.