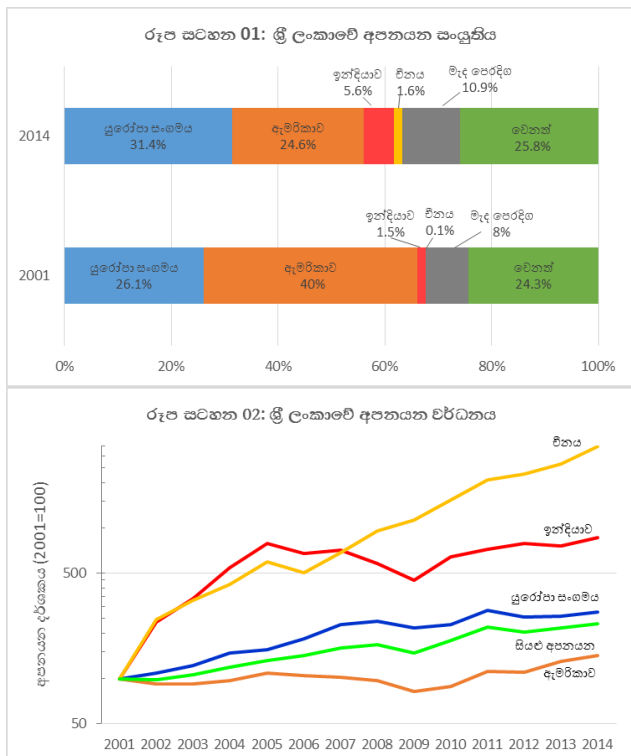


Originally Published in: [Mawbima, July, 2015]

ශ්‍රී ලංකාවේ අපනයන දිසාව ඇමරිකාවෙන් ආසියාවට?

ශ්‍රී ලංකාවේ අපනයන අංශය මුහුණ දී තිබෙන ප්‍රධාන අභියෝග දෙකක් නම් අපනයන ආදායම වෙළඳපොළ දෙකක් සහ භාණ්ඩ දෙකක් මත දැඩි ලෙස රඳා පැවතීමයි. ශ්‍රී ලංකාවේ අපනයන වලින් 50% ක් යවන්නේ ඇමරිකා එක්සත් ජනපදය සහ යුරෝපා සංගමය යන වෙළඳපොළ දෙකට යි. එසේම අපනයන භාණ්ඩ අතරින් 50% ක ආදායමක් උපයන්නේ ඇගප්මි සහ තේ යන භාණ්ඩ වර්ග දෙකයි.

මෙම ලිපියෙන් ශ්‍රී ලංකාවේ අපනයන වෙළඳපොළ විවිධාංගීකරණය සම්බන්ධයෙන් නව පැතිකඩක් පිළිබඳව අවධානය යොමු කිරීමට බලාපොරොත්තු වෙයි. මෑත කාලයේ අපනයන දත්ත විශ්ලේෂණය කිරීමේදී පෙනී යන්නේ ශ්‍රී ලංකාවේ අපනයන ඇමරිකාව මත ඇති රැඳියාව අඩු වී ඇති බවත් ආසියාතික රටවලට කරන අපනයන වැඩි වී ඇති බවත්ය. මෙහිදී ඉන්දියාවට සහ චීනයට යවන අපනයන වල වර්ධන වේගය කැපී පෙනෙයි. මෙම වෙනස වඩාත් පැහැදිලි කර ගත හැකි වන්නේ අපනයන වර්ධන වේගය සන්සන්දනය කිරීම තුළනි. අපනයන සංයුතිය දෙස බලන කළ යුරෝපය සහ ඇමරිකාව තවමත් ඉදිරියෙන් සිටී (රූප සටහන 01). එහෙත් අපනයන වර්ධන වේගය සලකා බැලීමේදී චීනය සහ ඉන්දියාව ඉදිරියෙන් සිටින බව පැහැදිලිය (රූප සටහන 02).



2001 වර්ෂයේදී ලංකාවේ මුළු අපනයන වලින් 40% ඇමරිකා එක්සත් ජනපදයට ද, 26% ක් යුරෝපා සංගමයට ද යවන ලදී. එම වසරේ චීනයට සහ ඉන්දියාවට යවන ලද්දේ මුළු අපනයන වලින් 1.6% ක්

පමණි (රූප සටහන 01).නමුත් 2014 වන විට මෙම අපනයන වෙළඳපොළ සංයුතියෙහි පැහැදිලි වෙනසක් දක්නට ලැබේ. ඇමරිකා එක්සත් ජනපදයට කරන අපනයන මුළු අපනයන වලින් 25% ක් දක්වා පහත වැටී ඇත. ඉන්දියාවට සහ චීනයට යවන අපනයන ප්‍රතිශතය 2001 සමග සසඳන විට පස් ගුණයකින් වැඩි වී ඇත. ඉහළ වර්ධන වේගයක් පෙන්නුම් කළ ද චීනයට සහ ඉන්දියාවට වෙළඳපොළ සංයුතියෙහි විශාල වෙනසක් ඇති කිරීමට නොහැකි වී ඇත. මෙයට හේතුව 2001 දී ඇමරිකා එක්සත් ජනපදයට හා යුරෝපා සංගමයට සාපේක්ෂව චීනයට සහ ඉන්දියාවට කරන ලද අපනයන ඉතා අඩු අගයක් ගත් බැවිනි. මැද පෙරදිග රටවලට කරන අපනයන ද මෙම කාලය තුළ සැලකිය යුතු වර්ධනයක් පෙන්නුම් කරයි.

රූප සටහන 02 මගින් වෙළඳපොළ වර්ධන වේගයන් සන්සන්දනය කරයි. මෙම සියලු රටවල් 2001 දී එකම අපනයන මට්ටමක සිටිය යන උපකල්පනය මත පදනම්ව සිදු කරනු ලබන සන්සන්දනයකි. අපනයන වර්ධන වේගය ඇමරිකාවෙන් නැගෙනහිරට යොමුවන ලක්ෂණ මෙම රූප සටහන මගින් පැහැදිලිව පෙන්වා දෙයි. උදාහරණයක් ලෙස මැදපෙරදිගට යවන අපනයන යුරෝපා සංගමයට යවන අපනයන වලට වඩා වේගයෙන් වර්ධනය වී ඇත. ඉන්දියාවට යවන අපනයන මැදපෙරදිගට යවන අපනයන වලට වඩා වැඩි වේගයෙන් වර්ධනය වී ඇත. චීනයට යවන අපනයන ඉන්දියාවට යවන අපනයන වලට වඩා වේගයෙන් වර්ධනය වී ඇත. මෙම වර්ධන වේගයන්ගේ වෙනස් වීම නිසා 2001 සමග සසඳන කළ 2014 දී අපනයන වෙළඳපොළ සංයුතිය තුළ චීනයේ සහ ඉන්දියාවේ වැදගත්කම වැඩි වී ඇත.

වෙළඳපොළ ගිවිසුම් වල බලපෑම

අපනයන වෙළඳපොළ වර්ධන වේගයන් හි වෙනස් වීමට කලාපීය, ද්විපාර්ශ්වික සහ ඒකපාර්ශ්වික වෙළඳ ගිවිසුම් යම් ප්‍රමාණයකට දායක වී ඇති බව පැහැදිලි වේ. ඉන්දියාවට කරනු ලබන අපනයන වල වර්ධන වේගය 2000 වසරේ සිට ක්‍රියාත්මක වන ඉන්දියා සහ ශ්‍රී ලංකා නිදහස් වෙළඳ ගිවිසුම බලපා ඇති බව පැහැදිලිය. 2000-2005 කාලය තුළ ඉන්දියාවට කළ අපනයන වල සීඝ්‍ර වර්ධනයක් පෙන්නුම් කරයි. මෙයට ප්‍රධාන වශයෙන් හේතු වූයේ තඹ සහ පිරිසිදු කරන පාම් තෙල් අපනයන වල වර්ධනය යි. මෙම භාණ්ඩ වල අපනයන තරගකාරීත්වයට සම්පූර්ණයෙන්ම රඳා පැවතුනේ ඒවා නිෂ්පාදනයට අවශ්‍ය අමුද්‍රව්‍ය ආනයනය කිරීමේදී ලංකාව සහ ඉන්දියාව අය කළ තීරු බදු වල වෙනසයි. ලංකාවට අමුද්‍රව්‍ය බදු රහිතව ආනයනය කළ හැකි වූ අතර ඉන්දියාවම ආනයනය කිරීමේදී බදු ගෙවීමට සිදු විය. එනිසා මෙම භාණ්ඩ ලංකාවේ නිෂ්පාදනය කර ඉන්දියාවට අපනයනය කිරීම ලාබදායී ව්‍යාපාරයක් බවට පත් විය. ඉන්දියාව අය කරන ලද ආනයන බදු පහළ දැමීමත් සමග මෙම ව්‍යාපාරය තවදුරටත් ලාබදායී නොවීය. එනිසා 2005 සිට මෙම අපනයන කඩා වැටීමත් සමග ඉන්දියාවට කරනු ලබන මුළු අපනයන විශාල පසුබෑමකට ලක් විය (රූප සටහන 02).

චීනය 2001 දී ආසියානු පැසිෆික් වෙළඳ ගිවිසුමේ සාමාජිකත්වය ලැබීමත් ප්‍රථම වරට චීනයට සහන බදු යටතේ සමහර භාණ්ඩ අපනයනය කිරීමට අවස්ථාවක් ලැබිණ. 2006 වන විට මෙම වෙළඳ ගිවිසුමේ සාමාජික රටවල් සහන බදු යටතේ වෙළඳාම් කළ හැකි භාණ්ඩ වර්ග ප්‍රමාණය වැඩි කරන ලදී. ඒ සමග 2006 සිට ශ්‍රී ලංකාවෙන් චීනයට කරනු ලබන අපනයන පෙරටත් වඩා වැඩි වේගයකින් වර්ධනය වී ඇති බව පෙනේ (රූප සටහන 02)

වෙළඳ ගිවිසුම් යටතේ තිබුණු වරප්‍රසාදය අහිමි වීම අපනයන වර්ධන වේගය අඩාල වීමට හේතුවන බවට හොඳම උදාහරණය ඇමරිකාව යි. 2005 වසර වන තෙක් ඇඟළුම් සම්බන්ධව වූ ගෝලීය ගිවිසුමකට (Multi-fibre Agreement) අනුව ශ්‍රී ලංකාවට ඇඟළුම් අපනයන කෝටාවක් හිමි විය. මෙහිසා ලංකාවේ ඇඟළුම් අපනයන වලට ඇමරිකාව තුළ අනිවාර්ය වෙළඳපොළක් වෙන් වී තිබිණ. එහෙත් 2005 මෙම ගිවිසුම අවසන් වීමත් සමග ලංකාවට මෙම අනිවාර්ය වෙළඳපොළ කොටස අහිමි විය. ඇමරිකාවට යවන මුළු අපනයන වලින් 80% ක් ම ඇඟළුම් වේ. මේ වරප්‍රසාද අහිමි වීම නිසා ඇඟළුම් අපනයන 2005-2009 කාලය තුළ පසුබෑමකට ලක් වූ බව පැහැදිලිව පෙනේ. (රූප සටහන 02) 2010 සිට අපනයන නැවත වර්ධනය වන බවක් පෙනේ. ශ්‍රී ලංකාවේ ඇඟළුම් කර්මාන්තකරුවන් අපනයන වල ගුණාත්මකභාවය සහ එකතු කළ අගය වර්ධනය කිරීමට පියවර ගැනීම මෙම වර්ධනයට දායක වන්නට ඇත. එහෙත් මෙම කාලය තුළ අපනයන වර්ධන වේගය අඩාල වීම නිසා ඇමරිකාවට යවන අපනයන, මුළු අපනයනවල ප්‍රතිශතයක් ලෙස ගත් කළ 40% සිට 25% දක්වා අඩු වී ඇත.

යුරෝපයට යවන අපනයන ද 2005 සිට තීරු බදු රහිතව GSP+ ගිවිසුම යටතේ අපනයනය කිරීමට ලාංකාවට හැකි විය. එහෙත් 2010 දී ශ්‍රී ලංකාවට GSP+ අහිමි විය. යුරෝපයට කරන ලද අපනයන වල වර්ධන වේගය GSP+ අහිමි වීම නිසා පසුබෑමකට ලක් වී නැත. මෙයට ප්‍රධාන හේතුවක් වන්නේ මෙම තීරු බදු සහනයට අදාළ කොන්දේසි වලට අනුකූලව අපනයනය කිරීමට ලංකාවට නොහැකි වීමයි. උදාහරණයක් ලෙස යුරෝපයට කරනු ලබන අපනයන වලින් 50% ක් ඇඟළුම් වේ. GSP+ යටතේ ඇඟළුම් තීරු බදු රහිතව අපනයන කළ හැක්කේ ඒවා ලංකාවේ වියන ලද රෙදි වලින් නිෂ්පාදනය කළහොත් පමණි. එහෙත් ඇඟළුම් කර්මාන්තකරුවන් බහුතරයක් ඇඟළුම් නිෂ්පාදනය කරන්නේ ආනයනය කරන ලද රෙදි භාවිතා කරමින් ය. එනිසා GSP+ බදු සහනයෙන් ප්‍රතිලාභ ලැබීමට හැකි වන්නේ අපනයනකරුවන් සුළුතරයකට පමණි.

සහන බදු අහිමිවා ගිය අපනයන තරගකාරීත්වයක අවශ්‍යතාවය

වෙළඳ ගිවිසුම් අපනයන වර්ධනයට මෙන්ම අපනයන අඩාල වීමට ඉවහල් වී ඇති බව ඉහත විශ්ලේෂණය පෙන්වා දෙයි. සහන බදු කෙටි කාලීනව අපනයන සංවර්ධනයට දායක කරගත හැකි වුවද දිගු කාලීන තිරසාර අපනයන සංවර්ධනයක් ඇති කර ගැනීමට නම් බදු සහන ඉක්මවා ගිය අපනයන තරගකාරීත්වයක් ඇති කිරීම අත්‍යවශ්‍ය වේ. මේ සඳහා ස්ථාවර සාර්ව ආර්ථික පරිසරයක් ඇති කිරීම ඉතා වැදගත් වේ. එසේම ශ්‍රී ලංකාවේ භාණ්ඩ නිෂ්පාදනයේදී සහ ප්‍රවාහනය කිරීමේදී ඇති අනවශ්‍ය බාධක ඉවත් කිරීමට පියවර ගැනීම ඉතා වැදගත්ය. උදාහරණ ලෙස රේගුව සහ අනෙකුත් රාජ්‍ය ආයතන වල අකාර්යක්ෂමතාවයන් හා දූෂණය මෙන්ම විනිවිදභාවයක් නොමැති වීම අනවශ්‍ය ලෙස නිෂ්පාදන සහ ප්‍රවාහන පිරිවැය වැඩිවීමට හේතුවක් වේ. මෙවැනි බාධක ඉවත් කිරීම අපනයන තරගකාරීත්වය ඉහළ දැමීමට විශාල රුකුලක් වනු ඇත.