# இலங்கையில் வெங்காயச் சந்தைப்படுத்தல் பற்றிய ஆய்வு

— ப. சிவநாதன்

## பகுதி I

இலங்கை மக்களின் நாளாந்த உணவுத் தேவையில் வெங்காயமும் ஒன்றாகும். இது சுவை உணவாகவும் மருத்துவ உணவாகவும் இருப்பதால் இதற்கான கேள்வி நிரந்தரமானதாகவுள்ளது. மக்கள் தொகை அதிகரிக்க இதற்கான கேள்வியும் அதிகரிக்கின்றது. இதனது விலையேற்றங்கள் மொத்தக் கேள்வியில் பெருமளவு விழ்ச்சியை ஏற்படுத்துவதில்லை. இலங்கை மக்களின் நுகர்வுப் பழக்கத்தில் வெங்காயம் முக்கிய இடத்தைப் பெற்றிருப்பதால் இதை நிரம்பல் செய்யவேண்டிய தேவை அரசிற்கு உண்டு.

இலங்கையின் வெங்காய உற்பத்தியானது மக்களின் வருட முழுவதற்குமான நுகர்வுக்குப் போதுமானதாக இல்லை என்று கூறுவதற்கில்லை. அதாவது பருவகாலங்களில் கிடைக்கின்ற வெங்காய நிரம்பல் சந்தையில் மிகையாகவும் விலைத்தளம்பலை உண்டுபண்ணுவதை கடந்த காலத் தரவுகள் காட்டுகின்றன. வெங்காய சந்தையில் உள்ள பிரச்சினை என்னவெனில் பருவகாலத்தில் கிடைக்கின்ற மேலதிக உற்பத்தியை எவ்வாறு வருடம் முழுவதற்குமான நுகர்வுக்குக் கிடைக்கக்கூடியதாக ஒதுக்கிடு செய்வது என்பதும், எவ்வாறு களஞ்சியப்படுத்துவது என்பதுமேயாகும். இது சாத்தியமாகும் பட்சத்தில் விலைத் தளம்பல், இறக்குமதி அளவு என்பவற்றில் பெரியளவான தாக்கத்தை ஏற்படுத்தலாம். வெங்காயத்தின் விலை, உற்பத்தி, சந்தைப்படுத்தல் ஒழுங்கு முறைகள், வெங்காய இறக்குமதிகள் போன்றன சந்தையில் உற்பத்தியாளர்கட்கு எத்தகைய விளைவை ஏற்படுத்தியுள்ளது. என்பதை ஆராய்வதே இக்கட்டுரையின் நோக்கமாகும்.

ஒரு வருடத்தில் நுகர்விற்காக மாத்திரம் ஏறக்குறைய 60, 000 mt சின்ன வெங்காயமும் 20, 000mt பெரிய வெங்காயமும் தேவைப்படுகிறது. இலங்கையின் மொத்த உற்பத்தித் தரவுகள் இவ்வளவைவிடக் கூடுதலாக இருந்த போதும் பழுதடைதல், விதைக்குப் பயன்படுத்துதல்என்பவற்றிற்காக 40% சதவீதத்தை ஒதுக்கிய பின்னர் வெங்காயம் சில மாதங்களில் பற்றாக்குறையாகவும், சில மாதங்களில் மிகையாகவும் இருப்பதை புள்ளி விபரங்கள் காட்டுகின்றது. (அட்டவணை பின்னிணைப்பில் I ) ஏறக்குறைய 30 வருடங்களாக இலங்கையின் வெங்காயத் தேவையில் பெருமளவை யாழ்ப்பாண மாவட்டமே நிரம்பல் செய்தது. குறிப்பாக இறக்குமதி

---

* இவர் பொருளியல் துறைச் சிரேஸ்டவிரிவுரையாளர் 1980 வரை யாழ்ப்பாண மாவட்ட வெங்காயம், மிளகாய் உற்பத்தியும் சந்தைப்படுத்தலும் பற்றி ஆய்வு செய்துள்ளார்.

பதனீட்டு உற்பத்திக்கு முக்கியத்துவமளித்து 1960 பதுகளிலும் 70 பதுகளின் முன்னரைப் பகுதியிலும் 80% - 90% வரையிலான நிரம்பலுக்கு யாழ்ப்பாண மாவட்ட உற்பத்தியே பொறுப்பாகவிருந்தது. தொடர்ந்து 1970 பதுகளில் ஆரம்பத்தில் 70% மானதையும் 1987 ல் 57% மானதையும், 1989 ல் 40% மானதையும் நிரம்பல் செய்தது[1]. இவ்வாறு யாழ்ப்பாணத்து வெங்காய நிரம்பல், மொத்த நிரம்பலில் படிப்படியாக வீழ்ச்சியடைவதற்கு இனப்பிரச்சினையும் அதனால் அரச பொருளாதார நடவடிக்கையில் ஏற்பட்ட மாற்றங்களும், வெங்காயச் சந்தைப்படுத்தலில் பங்கு கொண்ட நிறுவனங்களில் திறமையின்மையும் முக்கிய காரணங்களாகவிருந்தன.

## பகுதி II

### வெங்காய சந்தைப்படுத்தலின் தோற்றமும், வளர்ச்சியும்

1940 களின் இறுதியிலும் 50 பது, 60 பதுகளிலும் சந்தையில் பெருமளவான வெங்காயத்தை நிரம்பல் செய்த யாழ்ப்பாணத்து விவசாயிகள் சந்தைப்படுத்தல் முறைகளில் பங்குகொண்டதையும் பின்னர் அவர்கள் சந்தைப்படுத்தல் முறைகளில் பங்கு பின்தள்ளப்பட்டதையும் ஆராய்வதற்கு விவசாய சந்தைப்படுத்தல் முறைகளில் ஏற்பட்ட மாற்றங்களை தொகுத்து நோக்குவது அவசியமாகின்றது. கடந்த ஐம்பது வருடங்களாக இலங்கையின் விவசாய விளைபொருட்களைச் சந்தைப்படுத்துவதற்கு நான்கு மார்க்கங்கள் இருந்தன. அவை ஒன்றுடன் ஒன்று தொடர்புடையதாகவும் சில சந்தர்ப்பங்களில் தொடர்பற்றும் காணப்பட்டன. இதில் முதலாவதாக நிறுவன ரீதியான சந்தைப்படுத்தல் என்பதை நோக்கலாம். அதாவது அரசாங்க நிறுவனங்களினதும் அரைகுறை அரசாங்க நிறுவனங்களினதும் தொழிற்பாடுகளையுடைய சந்தைப்படுத்தும் திணைக்களம் (Marketing Department) கூட்டுறவு சந்தைப்படுத்தும் சபை (Co-operative Marketing Board) பலநோக்குக் கூட்டுறவுச் சங்கம் (MPCS) ஆகிய நிறுவனங்களும் அடங்குகின்றன. அரசாங்க விவசாயக் கொள்கைகளிற்கேற்ப அரசாங்கத்தினால் நிர்ணயிக்கப்பட்ட உத்தரவாதவிலையினதும், கட்டுப்பாட்டு விலையிலும் இந் நிறுவனங்கள் சந்தைப்படுத்தலை மேற் கொண்டன.

1935 - ம் ஆண்டு இலங்கை அரசாங்கத்தினால் நெல் சந்தைப் படுத்துவதற்காக சந்தைப்படுத்தும் திணைக்களம் ஆரம்பிக்கப்பட்டது. 1942-ல் இது மரக்கறி வகைகளையும் மிளகாய், வெங்காயத்தையும் விவசாயிகளிடமிருந்து சேகரித்து சந்தைப்படுத்தியது.[2] இந் நடவடிக்கை வெங்காயத்தை நிறுவனரீதியாக சந்தைப்படுத்தும் முதல் நடவடிக்கையாக அமைந்தது எனலாம். சந்தைப்படுத்தும் திணைக்களத்தின் நடவடிக்கை உற்பத்தியாளருக்கு நியாயமான விலையை வழங்கியதோடு சந்தைப்படுத்தும் வாய்ப்பையுமளித்து அத்தோடு நியாயமான விலையில் நுகர்வோருக்கு விவசாய விளை பொருட்களை வழங்கும் நோக்கத்தையும் கொண்டிருந்தது[3]. 1948 - ல் வெங்காயத்திற்கு நிர்ணயிக்கப்பட்ட உத்தரவாத விலையில் கொள்வனவு செய்து விற்பனை செய்யும் பொறுப்பை இத் திணைக்களத்திற்கு அரசு வழங்கியபோதும் சந்தைப்படுத்தலில் முக்கிய இடத்தை வகித்ததாக கூறமுடியாது.[4]

சந்தைப்படுத்தும் திணைக்களம் உத்தரவாத விலையில் பொருட்களைக் கொள்வனவு செய்ய முன்வந்த போதிலும் ஆரம்பத்திலிருந்தே இத்திணைக் களச் செயற்பாடுகளினால் அதிகமான விவசாயிகள் கவரப்படவில்லை. மாறாகத் தனிப்பட்ட வர்த்தகர்களிடம் பல வழிகளிலும் தொடர்பை ஏற் படுத்திக் கொண்டு அவர்களிற்கே அதிக பொருட்களையும் விற்பனை செய்து வந்தனர். இந்நிறுவனம் கொள்கையளவில் உற்பத்தியாளருக்கு சிறந்த விலைகளைக்கொடுப்பதை ஒரே நோக்கமாகக் கொண்ட போதும் நுகர் வோருக்கு நியாயமான விலையில் பொருள் கிடைப்பதை உறுதி செய்வ திலேயே அதிக அக்கறை செலுத்தியமை ஒரு காரணமாக அமைந்திருக்க லாம்[5]. 1941-ல் அரசாங்க அதிபர்கள் சுற்றறிக்கையின் அடிப்படையிலான இந்நிறுவன கொள்வனவுத் திட்டம் குடியானவர் மீது விதிக்கப்பட்ட உயர்ந்த வரிக்குச் சமமானதாக இருந்ததாலும் இயல்பாகவே இந்நட வடிக்கைகள் விவசாயி பெற்றுக் கொள்ள வேண்டிய கூடிய வருமானத்தை இல்லாமற் செய்ததாலும் விவசாயிகள் சந்தைப்படுத்தும் திணைக்களத் தின் மூலமாக தமது சந்தைப்படுத்தலை மேற்கொள்ளாது தனிப்பட்ட வர்த்தகர்களை நாடும் பண்பு இருந்து வந்தது.[6] இதனால் சந்தைப்படுத் தும் திணைக்களம் தனிப்பட்ட வர்த்தகர்களுடன் கடுமையாகப் போட்டி போட வேண்டியிருந்தது. இப்போட்டியில் இந்நிறுவனம் தோல்வியடைந் தது.[7]

வெங்காயத்தை நிறுவனரீதியாக சந்தைப்படுத்துவதில் கூட்டுறவுச் சந்தைப்படுத்தும் சபையும் முக்கியபங்கு வகித்துள்ளது. அபிவிருத்தியடைந்து வரும் நாடுகளில் பொதுத் துறையினதும் தனியார் துறையினதும் சந்தைப் படுத்தல் முயற்சிகளைவிட கூட்டுறவுச் சந்தைப்படுத்தல் தாக்கமுடையதாக இருந்துள்ளது[8] இதனை 1942 - ல் வடமாகாணத்தில் வடபகுதி விவசாய உற்பத்தியாளர் கூட்டுறவுச் சங்கங்களின் சமாசம் ஆரம்பிக்கப்பட்டதும் அதன் முக்கிய நடவடிக்கையில் வெங்காயம் சந்தைப்படுத்தும் கிளைச் சங்கங்கள் ஆரம்பிக்கப்பட்டதிலிருந்தும் உணரமுடிகிறது[9].

1950 களில் இலங்கையில் பல்வேறு பகுதிகளிலும் ஆரம்பிக்கப் பட்ட உற்பத்தியாளர் கூட்டுறவுச் சங்கங்கள், 1957 - ல் ஆரம்பிக்கப்பட்ட பலநோக்குக் கூட்டுறவுச் சங்கங்களுடன் சேர்க்கப்பட்டன. இதனால் வட பகுதி விவசாய உற்பத்தியாளர் கூட்டுறவுச் சங்கங்களின் சமாசம், பல நோக்குக் கூட்டுறவுச்சங்கங்களையே உத்தரவாத விலைத்திட்டத்தின் கீழ் வெங்காயம் கொள்வனவு செய்யும் முகவர் நிலையங்களாக அமைத்துக் கொண்டது.[10] அத்துடன் வடபகுதி விவசாய உர்பத்தியாளர் கூட்டுறவுச் சங்கம் 1950 களின் ஆரம்பத்தில் இடையிடையேயும் 195 -லிருந்து தொடர்ச்சியாக வெங்காயத்தை உத்தரவாத விலையில் கொள்வனவு செய்து குடாநாட்டிலிருந்து வெளியில் விற்பனை செய்யும் தனியுரிமையை அரசாங்கத்திடம் பெற்றுக் கொண்டது. தனியார் வெங்காயத்தை வெளி மாவட்டங்களிற்கு கொண்டு சென்று சந்தைப் படுத்துவதைத் தடுப்பதற் காக உற்பத்தியாளர் கூட்டுறவுச் சங்கத்தின் கோரிக்கைக்கிணங்க அரசாங்கம் ஆணையிறவில் தடைமுகாமையமைத்துச் செயற்பட்டது. இந்நடவடிக்கை களால் உற்பத்தியாளர் கூட்டுறவுச் சங்க சமாசம் வெங்காயம் சந்தைப் படுத்தலில் தனியுரிமையைப் பெறமுடிந்தது.

இத்தனியுரிமை நிலவிய காலத்தில் வடபகுதி விவசாயிகள் விற்பனை செய்த அளவின் விபரங்கள் பின்னிணைப்பு 2 - ல் தரப்பட்டுள்ளது. தனியுரிமை பெற்றிருந்த சமாசம் கொள்வனவு செய்த வெங்காயத்தை கூட்டுறவு மொத்த விற்பனை நிலயத்தினூடாக மொத்தமாகவும், சில்லறையாகவும் விற்பனை செய்தது. கூட்டுறவு மொத்த விற்பனை நிலையத்தின் விற்பனைப் புரள்வைப் பொறுத்தும் களஞ்சியப்படுத்தும் வசதியைப் பொறுத்தும் விவசாயிகளிடமிருந்து எவ்வளவை எப்பொழுது கொள்வனவு செய்யவேண்டுமென்பது தீர்மானிக்கப்பட்டது. கொழும்பில் வெங்காயம் களஞ்சியப்படுத்தக்கூடிய களஞ்சிய சாலைகள் இல்லாததால் சமாசம் பெரும் நெருக்கடிக்குள்ளானதோடு வெங்காயத்தை கொண்டு சென்ற புகையிரதப் பெட்டிகளிலேயே நாலு அல்லது ஐந்து நாட்கள் வரை வைத்திருந்ததால் பெருமளவில் பழுதடைந்தது. இது சமாசத்திற்கு அதிக நட்டத்தைக் கொடுத்ததுடன் கொழும்பிற்குக் கொண்டு சென்ற வெங்காயத்தை முழுவதுமாக சந்தையில் நிரம்பல் செய்ததால் பாரிய விலை வீழ்ச்சியை அனுபவிக்க வேண்டியதாயுமிருந்தது. இதனால் சந்தைப்படுத்தல் முறையில் மாற்றங்கள் கொண்டுவரப்பட வேண்டும் என உணவுக் கட்டுப்பாட்டதிகாரிக்கு சமாசம் 1972 ல் வேண்டுகோள் ஒன்றையும் விடுத்தது [11]. இக்காலப்பகுதியில் அரசாங்கம் பெரிய வெங்காயத்தை அதிகளவில் இறக்குமதி செய்ய முன்வந்ததாலும், சின்ன வெங்காயத்தை களஞ்சியப்படுத்தும் வசதிகள் இல்லாததாலும் யாழ்ப்பாண வெங்காயம் கொழும்புச் சந்தையில் தேங்கிக் கிடந்தது. அவ்வேளையில் யாழ்ப்பாண மாவட்ட விவசாயிகளது வெங்காயம் உரிய காலத்தில் கொள்வனவு செய்யப்படாதுமிருந்தது. அத்துடன் விவசாயிகள் வெளிமாவட்டங்களிற்கு கொண்டு செல்வதற்கு தடைகள் இருந்ததாலும் யாழ்ப்பாணத்தில் வெங்காயம் தேங்கிக் கிடந்தது. இதனால் விவசாயிகள் விவசாய உற்பத்தியாளர் கூட்டுறவுச் சங்கங்களின் சமாசத்தின் தனியுரிமைச் சந்தைப் படுத்தலை முற்றாக வெறுத்தனர்.[12] அத்துடன் தமது அதிருப்தியைக் கோரிக்கையாக்கி அரசாங்கத்திடமும் சமர்ப்பித்தனர். விவசாயிகள் தடையற்ற தனியார் வர்த்தக முறையை விரும்பியதால் 1972 - ல் ஆனையிறவு வெங்காயத் தடைமுகாம் நீக்கப்பட்டது. இதனால் விவசாயிகள் தனியார் வர்த்தகர்களை நாடத்தொடங்கினர். இதுவரை காலமும் விற்பனை, விலை போன்றவற்றிற்கான உத்தரவாதத்தை நிறுவனரீதியாகப் பெற்று சந்தைப்படுத்தல் முறைக்குட்பட்டிருந்த விவசாயிகள், தனியார் வியாபாரிகளிடம் தம் வருமானத்தில் ஒரு பகுதியை இழப்பதையும் அவ்வர்த்தக முறையில் காணப்படும் நிச்சயமற்ற தன்மையையும் அறியத் தொடங்கினர்.

1973 – ம் ஆண்டுக்குப் பின்னர் கூட்டுறவு மொத்த விற்பனை ஸ்தாபனத்தின் மூலமாக விற்பனை படிப்படியாக குறைந்ததோடு அப்போது அமைக்கப்பட்ட ''மார்க்பெட்'' ஸ்தாபனம் வெங்காய விற்பனைக்கான பொறுப்பை ஏற்றுக் கொண்டது. வடபகுதி விவசாயிகளில் பலர் தனியார் வர்த்தகரை நாடியபோதும் தனியார் வர்த்தகத்தின் ஆபத்தை உணர்ந்த விவசாயிகள் உற்பத்தியாளர் கூட்டுறவுச் சங்கத்தினூடாக தம்மைப் பாதுகாத்துக் கொள்ளும்வகையிலான கோரிக்கைகளையும் முன்வைத்தனர். அதில் ஒன்று ஒரு குறிப்பிட்ட விலையில் தமது உற்பத்திகளைக் கொள்வனவு செய்யும்படி மார்க்பெட் நிறுவனத்தைக் கேட்டுக் கொண்டதாகும். அரசாங்கம் உத்தரவாதவிலை நிர்ணயத்தில் தான்தோன்றித் தனமாக

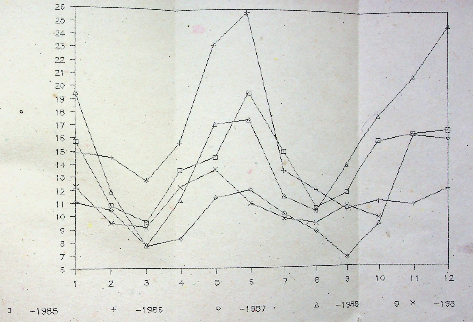
நடந்து கொண்டதாலும் யாழ்ப்பாணமாவட்டத்தின் உற்பத்திச் செலவு உயர்வைக் கவனத்திலெடுத்து உத்தரவாத விலையை நிர்ணயிக்காததாலும் விவசாயிகள் நிறுவனரீதியானசந்தைப்படுத்தலில் அதிருப்தியைஅடைந்தனர்[13]

சந்தைப்படுத்தும் மார்க்கங்களில் இரண்டாவதாக முக்கியத்துவம் பெறுவது கிராமிய சந்தையாகும். இது வார அல்லது பருவகாலச் சந்தையாக தொழிற்படுகிறது. இங்கு சில்லறையாகவும் மொத்தமாகவும் வெங்காயம் விற்பனை செய்யப்படுகிறது இங்கு உற்பத்தியாளர்கள் நேரடியாக விற்பனையில் ஈடுபடுவதுண்டு. சில சந்தர்ப்பங்களில் தரகு முகவர்களிற்கு விற்பனை செய்வதுமுண்டு. இச்சந்தையில் ஏனைய நகர தலைநகர சந்தைகளில் என்ன விலையில் விற்கப்படுகிறது என்ற தகவல்கள் தெரியாமலேயே விற்பனை செய்வதால் மிகக் குறைந்த விலையில் விற்பனை செய்யும் சந்தர்ப்பங்களுமுண்டு. அத்துடன் உற்பத்தி செய்த பெருமளவான வெங்காயத்தை ஒரே சந்தர்ப்பத்தில் விற்பனை செய்ய முடியாமல் இருப்பதால் அதிகமான விவசாயிகள் இச்சந்தையில் வெங்காயத்தை விற்பதில்லை.

சந்தைப்படுத்தல் மார்க்கங்களில் மூன்றாவதாக இடம்பெறுவது தனியார்துறை வியாபாரிகளூடாக சந்தைப்படுதுவதாகும் இத்தனியார் வியாபாரிகள் உற்பத்தியாளருக்கும் நுகர்வோருக்குமிடையில் தொழிற்படுவோராகவுள்ளனர். இவ்வியாபாரிகள் அறுவடை நடைபெறும் இடத்திற்கோ அல்லது களஞ்சிய சாலைக்கோ வாகனத்தை கொண்டு சென்று கொள்வனவு செய்பவர்களாகவோ அல்லது நாளாந்த வாராந்த சந்தைகளிலும் வீடுகளிலும் சென்று சேகரித்து தனியார் வியாபாரிக்கு விற்பனை செய்யும் சேகரிப்பு முகவர்களிடமிருந்து கொழும்பிற்குச் அனுப்பப்படும் பொருட்களை சந்தைப்படுத்தும் தரகு முகவர்களாகவும் விளங்கினர். இச் சந்தை முறையில் விவசாயிகள் அதிகளவில் சுரண்டப்பட்டாலும் அவர்கள் தமது விளைபொருளை விரைவாக விற்பனை செய்து பணத்தைப் பெறக்கூடிய சந்தர்பபமிருப்பதால் இத்தனியார் விற்பனை முறையை பெரிதும் விரும்பி அவர்களையே நாடினர்.

நான்காவதாக விவசாயியிடம் கொள்வனவு செய்வதில் தனியுரிமையுடைய கொள்வனவாளர்களுமிருக்கின்றனர். இவர்களைத் தனியுரிமைக் கொள்வனவாளர் என அழைப்பதுண்டு. வெங்காயச் சந்தைப்படுத்தலில் இவர்கள் பங்கு மிகக்குறைவானதே.

வெங்காயச் சந்தையில் ஈடுபட்ட சந்தைப்படுத்தும் திணைக்களம் கூட்டுறவு சந்தைப்படுத்தும் சபை, கூட்டுறவு மொத்த விற்பனை 'ஸ்தாபனம்' மார்க்பெட் போன்ற நிறுவனங்களின் மட்டுப்படுத்தப்பட்ட சேவை வெங்காய உற்பத்தியாளருக்கு ஊக்கத்தை அளிக்காதிருந்ததால் தனியார் வர்த்தகர்களை விவசாயிகள் நாடினர் 1970 - இன் பின்னரைப் பகுதியில் இருந்து தனியார் வர்த்தகர்கள் வெங்காயச் சந்தைப் படுத்தலில் முக்கிய பங்கு வகிப்போராக மாறினர். அத்தனியார் வர்த்தக முறையும் வெங்காயச் சந்தைப்படுதலில் பாரிய நெருக்கடிகளை எதிர்நோக்க வேண்டியிருந்தது. இதனை மாதிரி ஆய்வுகள் மூலம் நாம் அறிய முடிகிறது. இவ்வாய்வுக்குரிய தரவுகள் இரண்டாம் தரத் தரவுகளாகவே உள்ளது. இத்தரவுகளை விவசாய ஆராய்ச்சி நிறுவனங்களால் வெளியிடப்படும் அறிக்கைகளிலிருந்தும், மத்திய வங்கியின் ஆண்டறிக்கைகளிலிருந்தும், திணைக்கள வெளியீடுகளிலிருந்தும் பெறப்பட்டவையாகும்.



26
25
24
23
22
21
20
19
18
17
16
15
14
13
12
11
10
9
8
7
6
1
2
3
4
5
6
7
8
9
10
11
12
-1985
-1986
-1987
-1988
9 × -198

குணகங்களின் பெறுமானங்களின் கீழுள்ள அடைப்புக் குறிக்குள் "t" பெறுமானங்கள் கொடுக்கப்பட்டுள்ளன.

$$R^2 = 0.7270$$
$$E = 6.214$$

இங்கு $R^2 = 0.7270$ ஆகக் காணப்படுகின்றது. இங்கு உற்பத்தியாளர் விலையை நிர்ணயிக்கும் காரணிகளாகக் கொடுக்கப்பட்டவை, உற்பத்தியாளர் விலை நிர்ணயத்தில் 72%த்தினை விளக்கக் கூடியதாகவே உள்ளது. இது எதனை உணர்த்துகிறதெனில்; உற்பத்தியாளர் விலையை நிர்ணயிக்கும் ஏனைய சாராத மாறிகளையும் கவனத்தில் கொள்ள வேண்டுமென்பதாகும். அத்தகைய மாறிகளாக களஞ்சியப்படுத்தல் வசதியின்மை, அரசாங்கம் திட்டமிடாத தன்மை, சந்தையில் காணப்படும் நிட்சயமற்ற தன்மை என்பனவற்றைக் குறிப்பிடலாம். இம்மாறிகளுக்கான தரவுகள் சரியாகக் கிடைக்காமையால் அவ்வாறான மாறிகளைச் சேர்த்துக் கணிப்பதென்பது இயலாததொன்றாக உள்ளது. இவைகளும் சேர்க்கப்படின் கணிப்பீடு செய்து பெறப்படும் $R^2$ மானது மேலும் அதிகரிக்கலாம். போலி மாறிக்கான நெகிழ்ச்சிக் குணகமே அதிகமாக இருப்பதால் உற்பத்தியாளர் விலை நிர்ணயத்தில் வெங்காய நிரம்பலில் அரசியல் காரணிகளுக்கும் செல்வாக்குச் செலுத்துகின்றது. என்பதைக்காணற்கூடியதாகவுள்ளது. அத்துடன் $0.24107 = \frac{\partial FP}{\partial LP} > 0$ என்பது உற்பத்தியாளர் விலை அதிகரிக்க உற்பத்தி அதிகரிக்கின்றது என்பதைக் காட்டுகின்றது. $0.35360 = \frac{\partial FP}{\partial M} > 0$ இங்கு இறக்குமதியும் அதிகரிக்க விலையும் அதிகரித்துள்ளது என்பதைக் காட்டுகிறன்து.

வெங்காயத்தின் மொத்த சில்லறை விலைப் போக்கு எவ்வாறு இருந்தது என்பதையும் அவ்விலையில் ஏற்பட்ட தளம்பலுக்கு எது காரணமாக இருந்தது என்பதையும் 1985 – 1989 வரையிலான மாதாந்தத்தரவுகளைக் கொண்டு மதிப்பிடுவது உபயோகமுள்ளதாக அமையும். வெங்காயத்தின் மொத்த விலைக்கும் சில்லறை விலைக்கும் இடையிலான தொடர்பு எப்போதும் நேரானதாகவே இருக்கும். 1985 ம் ஆண்டு ஜனவரி தொடக்கம் 1989 ஒக்ரோபர் வரைக்குமான மாதாந்த மொத்த, சில்லறை விலைத் தரவுகளைக் கொண்டு எளிய பிற்செலவு மதிப்பிடக்கூடியதாக உள்ளது.

இங்கு சில்லறைவிலை = f (மொத்தவிலை)
சில்லறைவிலை $R_P \geq O$

மொத்தவிலை $W_P \geq O$, உள்ளது,

$R_P$, சில்லறை விலை (நுகர்வோர் விற்பனையாளருக்கு வழங்கும் விலை)

$W_P$, மொத்த விலை (உற்பத்தியாளர் முகவர்களூடாக சந்தையில் விற்கும் விலை)

இம்மொத்த விலையிலிருந்து கொண்டு செல் செலவையும், முகவர் கமி சனையும் தரகுக்கூலியையும், ஏற்றியிறக்கல் செலவையும் கழித்த பின்னர் உற்பத்தியாளர் விலை பெறப்படும்.

எளிய பிற்செலவு நேர்கோட்டினைப் பொருத்துவதனால் எதிர்காலத்தில் வரும் மாதங்களில் மொத்த விலைக்கும் சில்லறை விலைக்கும் இடையில் என்ன தொடர்பு இருக்கும் என்பதனை மதிப்பிட முடியும்.

$$R_P = a + p\,W_P$$

1985-1989 வரையிலான காலாண்டு அவதானங்களைக் கொண்டு மதிப்பி டப்பட்ட நேர்கோட்டுச் சமன்பாடானது

$$R_P = \underset{(9\ 70)}{4.4266} + \underset{(31.47)}{1\ 037\text{؛}}\ W_P$$

குணகங்களின் கீழுள்ள அடைப்புக்குறிக்குள் "t" இன் பெறுமானங்கள் உள்ளன. அதன்படி 99% நம்பிக்கைத் தன்மை உண்டு.

$$R^2 = 0.9465$$
$$F = 990.201$$

இங்கு மொத்த விலைக்கும் சில்லறை விலைக்குமிடையிலான தொடர்பு நேரானதாகவும் வலுவானதாகவும் உள்ளது. (இணைபுக் குணகம் 0.9729) எப்போதாவது மொத்தவிலை அதிகரிக்குமாயின் சில்லறைச் சந்தை விலையும் அதிகரிக்கும் (இதனை அடுக்குத் தொழிற்பாட்டு மாதிரியின் ($R_P =$ 0 9420 0.76066 மட $W_P$) மொத்தவிலை 10% அதிகரித் தால் சில்லறை சந்தைவிலை 7% வீதம் அதிகரிக்கும். இங்கு $R^2 = 0.94$ இருப் பதால் சில்லறைச் சந்தைவிலையின் மாறுதலுக்கு 94% விளக்கும் மாறியாக மொத்தச்சந்தை விலை உண்டு.)

மொத்த, சில்லறை விலைப்போக்கில் நேரான தன்மை காணப் படுவதனால் பண்ணை முகப்பு விலையும் அல்லது உற்பத்தியாளர் விலையும் சில்லறை விலைக்கும் இடையிலான தொடர்பும் நேரானதாகவே இருக்கும். உற்பத்தியாளர் விலையே உற்பத்தியாளருக்கு உற்பத்தித் தீர்மானம் எடுக்க உதவுகின்றது. எனவே சில்லறை, மொத்தவிலையில் ஏற்படும் ஏற்ற இறக் கங்கள் உற்பத்தியாளர் விலையையும் அதன்வழி அவர்கள் ஊக்கத்தையும் பாதிப்பதால் அவ் ஏற்ற இறக்கங்களை அரசு அவதானித்து அதற்கான நடவடிக்கை எடுக்கத்தவறி விட்டது. இந்நிகழ்வுகளே இலங்கைக்குத் தேவையான வெங்காயம் முழுவதையும் இலங்கையிலேயே உற்பத்தி செய்ய ஊக்கமளிக்கவில்லை.

கடந்தகால சின்ன வெங்காய உற்பத்தி; இறக்குமதி ஆகியவற்றின் தரவுகளை ஆராய்கின்ற போது நாட்டின் தேவையினை விட வெங்காயக் கிடைப்பனவு அதிகமாகவே உள்ளதை அவதானிக்கமுடியும். ஆனால் நடை முறைச் சந்தையில் விலை ஏற்ற இறக்கங்கள் ஏற்படுவதை வரைபு ரீதி யாகவும், புள்ளிவிபர ரீதியாகவும் அறிய முடியும். (அட்டவணை 3) இப் பிரச்சினை கிடைப்பனவு நிலைகளுடன் சம்பந்தப்படுவதாக இல்லாமல் களஞ்சியப்படுத்தலோடும், பங்கீட்டு முறைகளோடும் திறமையற்ற அரச