



ජනාධිපති කාර්යාලය
சனாதிபதி அலுவலகம்
PRESIDENTIAL SECRETARIAT



වක්‍රලේඛ අංකය : PS/GPA/Circular/36/2020
 2020 දෙසැම්බර් මස 10 වන දින

සියළුම අමාත්‍යාංශ ලේකම්වරුන්

සියළුම රාජ්‍ය ව්‍යවසායන්, සංස්ථා, ව්‍යවස්ථාපිත මණ්ඩල

බහුතර කොටස් හිමිකාරීත්වයක් රජය සතුවන සමාගම් ද ඇතුළුව රජය සමාගම්

රාජ්‍ය බැංකු සහ රක්ෂණ සමාගම් සහ

ඉහත ආයතනවල අනුබද්ධිත ආයතනවල සියළුම සභාපතිවරුන්

රාජ්‍ය ව්‍යවසායන් හා ආයතනයන් හි වෙළඳ ප්‍රචාරණ, අලෙවිකරණ හා ප්‍රවර්ධන වියදම්

1. රජයේ ජාතික සංවර්ධන වැඩසටහනෙහි යහපත උදෙසා වෙළඳ ප්‍රචාරණය, අලෙවිකරණ හා ප්‍රවර්ධන වැඩසටහන් ක්‍රියාත්මක කිරීම පිණිස සුදුසු මාර්ගෝපදේශයන් නිකුත් කරන තෙක් රාජ්‍ය ව්‍යවසායන් හා ආයතනයන්හි සියළු වෙළඳ ප්‍රචාරණ වියදම් අත්හිටුවීම අවශ්‍ය බව දන්වමින් මා විසින් 2020 නොවැම්බර් මස 18 දිනැතිව නිකුත් කරන ලද වක්‍රලේඛ උපදෙස්වලට වැඩිමනත් වශයෙනි.
2. රාජ්‍ය ව්‍යාපාර දෙපාර්තමේන්තුවේ අධ්‍යක්ෂ ජනරාල් වෙතින් ලැබී ඇති තොරතුරු අනුව රාජ්‍ය බැංකු, ලොතරැයි, රක්ෂණ, සංවර්ධන ආයතන හා ඒවායේ අනුබද්ධිත ආයතන ඇතුළුව රජයේ ආයතන විසින් වෙළඳ ප්‍රචාරණය, අලෙවිකරණ හා ප්‍රවර්ධනය සඳහා ඉතා විශාල වියදමක් දරන බවට නිරීක්ෂණය වී ඇත. පුද්ගලික මාධ්‍ය, ප්‍රධාන වශයෙන් විද්‍යුත් මාධ්‍ය විශාල වශයෙන් රාජ්‍ය ව්‍යවසායන්හි අනුග්‍රහය මත යැපෙන බැවින්, රජයේ අපේක්ෂිත සංවර්ධන අරමුණු වෙත ළඟා වීමට වඩා ස්ථාවර අලෙවිකරණ හා ප්‍රවර්ධන ව්‍යාපෘතියක් දියත් කිරීම සඳහා බහුතර කොටස් හිමිකාරීත්වයක් රජය සතුව ඇතුළුව වාණිජ රාජ්‍ය ව්‍යවසායන්, රජයේ සංවර්ධන ප්‍රතිපත්ති රාමුවට අනුකූලව කටයුතු කිරීම අවශ්‍ය වී ඇත. වෙළඳපල ප්‍රතිරූපය ප්‍රවර්ධනය කිරීම හා වැඩි වශයෙන් සේවාදායකයන් මෙන්ම මහජනතාව වෙත ලගාවීම සඳහා එවැනි වියදම් දැරීම අවශ්‍ය බව හඳුනාගන්නා අතර එමෙන්ම එවැනි වියදම් දැරීමේදී රජයේ සංවර්ධන ප්‍රමුඛතා හා සමස්ත රාජ්‍ය සම්පත් සීමාවන් කෙරෙහි අවධානය යොමු කිරීම ඒ හා සමාන වැදගත්කමක් ගනු ලබයි. එබැවින්, එවැනි වියදම් ඵලදායී, ප්‍රතිඵල නැඹුරු හා අදාළ ආයතන වලට වාණිජමය හා සමාජමය ප්‍රතිලාභ ගෙන එන ඒවා විය යුතුය.
3. තම වාර්ෂික ක්‍රියාකාරී සැලැස්මේ පැහැදිලිව හඳුනාගත් ක්‍රියාකාරකම් හා සමගාමීව තම නිෂ්පාදන හා සේවා අලෙවි කිරීම සහ වෙළඳ නාමකරණය වෙනුවෙන් වර්ෂයට අදාළ අයවැය සීමාවන් තුළ, අවශ්‍යතාව පැන නගින පරිදි, සියළු ව්‍යවසායන්වලට තම වෙළඳ ප්‍රචාරණ හා ප්‍රවර්ධන ක්‍රියාකාරකම්වල නිරත විය හැකිය. කෙසේ වෙතත්, එවැනි ක්‍රියාකාරකම් සඳහා වන ක්‍රම හා මාධ්‍යයන් ව්‍යවසායන් ළඟාකරගත යුතු අරමුණු හා ගත්කල අධික ලෙස භාවිත නොකිරීමට සියළු ව්‍යවසායන් විසින් සැමවිටම වගබලා ගත යුතුය.
4. මෙම පසුබිම යටතේ සියලු රාජ්‍ය ආයතන විසින් තම වෙළඳ ප්‍රචාරණ හා ප්‍රවර්ධන කටයුතු සැලසුම් කිරීමේදී හා ක්‍රියාත්මක කිරීමේදී පහත සඳහන් මාර්ගෝපදේශයන්ට අනුගත වීම අවශ්‍ය වේ.
 - i. සියළු වෙළඳ ප්‍රචාරණ හා ඒ ආශ්‍රිත වියදම් අධ්‍යක්ෂක මණ්ඩලය විසින් අනුමත කරන ලද අයවැයෙහි හා ආයතනික ව්‍යාපාර සැලැස්මෙහි පැහැදිලිව දක්වා තිබිය යුතුය.
 - ii. සෑම රාජ්‍ය ව්‍යවසායක් මගින් සිදුකරනු ලබන වෙළඳ ප්‍රචාරණ / ප්‍රවර්ධන වියදම්, ප්‍රචාරණයේ තාර්කිකත්වය, අරමුණු, පිරිවැය සහ ප්‍රතිඵල සැලකිල්ලට ගනිමින් සිදුකරන ලද නිසි පිරිවැය ප්‍රතිඵල විශ්ලේෂණයක් මගින් සාධාරණීකරණය කළ යුතු අතර ඒවා වාර්ෂික ක්‍රියාකාරී

සැලැස්මෙහි ඇතුළත් විය යුතුය. ඒ අනුව පිළියෙල කරන ලද හා වාර්ෂික කළමනාකරණ මණ්ඩලය විසින් හඳුනා ගන්නා ලද වාර්ෂික වෙළඳ ප්‍රචාරණ වැඩසටහන වාර්ෂික ක්‍රියාකාරී සැලැස්මෙහි ඇතුළත් කිරීමට අනුමැතිය ලබාගැනීම සඳහා රාජ්‍ය ව්‍යාපාර දෙපාර්තමේන්තුවේ අධ්‍යක්ෂ ජනරාල් වෙත යොමු කළ යුතුය.

iii. රාජ්‍ය බැංකු හා මූල්‍ය ආයතන ඇතුළුව සියලු රාජ්‍ය ව්‍යවසායන් විසින් සිය මුළු වෙළඳ ප්‍රචාරණ / ප්‍රවර්ධන වියදම් ආයතනයේ අයවැයකරණය කරන ලද මුළු මෙහෙයුම් පිරිවැයෙන් 05%ක අගය නොඉක්මවන ලෙස පවත්වා ගත යුතුය. කෙසේ වෙතත්, ජාතික ලොතරැයි මණ්ඩලය හා සංවර්ධන ලොතරැයි මණ්ඩලය යන ආයතන සඳහා මෙම සීමාව පෙර වසරේ උපයන ලද මුළු ආදායමෙන් 10%ක අගය නොඉක්මවිය යුතුය.

iv. රජයේ බැංකු හා මූල්‍ය ආයතන ඇතුළුව සියලු රාජ්‍ය ව්‍යවසායන් විසින් වෙළඳ දැන්වීම්, අනුග්‍රහයන්, ප්‍රදානයන් හා ප්‍රකාශනයන් ආකාරයෙන් ක්‍රියාත්මක කරන වෙළඳ ප්‍රචාරණ හා ප්‍රවර්ධන ක්‍රියාකාරකම් පහත අරමුණු ළඟාකර ගැනීම සඳහා පමණක් සිදුකළ යුතුය :

- අ. දේශීය නිෂ්පාදන, සේවා, සංස්කෘතිය හා සම්ප්‍රදායන් ප්‍රවර්ධනය කිරීම.
- ආ. ජාතික ප්‍රතිපත්ති රාමුව හා රජයේ අයවැයෙහි සඳහන් සංවර්ධන අරමුණු යටතේ සැලසුම් කරන ලද ක්‍රියාකාරකම් පිළිබඳ දැනුවත් කිරීම.
- ඇ. ඉහල දේශීය අගය එකතු කිරීම මත පදනම් වූ ව්‍යාපාර අවස්ථා ප්‍රවර්ධනය කිරීම.
- ඈ. කාලගුණය, සෞඛ්‍ය, අධ්‍යාපනය හා පරිසරය පිළිබඳ තොරතුරු මහජනතාව වෙත ලබාදීම.
- ඉ. මහජනතාවට රැකියා, ජීවනෝපායන් හා ආදායම ඉහල නංවන ආර්ථික ක්‍රියාකාරකම් දියුණු කිරීම.
- ඊ. වෙළඳපල තුළ සිදුවන අහිතකර හැසිරවීම් තුරන් කිරීම සඳහා වෙළඳපල තරඟකාරිත්වය ඉහල නැංවීම හා අඛණ්ඩ ගුණාත්මක භාණ්ඩ හා සේවා සැපයුමක් හා තරඟකාරී මිල ගණන් තහවුරු කිරීම.

මේ සියළු ක්‍රියාකාරකම් ආයතනය මත පදනම් විය යුතු අතර අදාළ ආයතනයට ප්‍රතිලාභ ගෙනදිය යුතුය.

v. අලෙවිකරණ හා වෙළඳ ප්‍රචාරණ ක්‍රියාකාරකම් තුළින් නව ව්‍යාපාර සංවර්ධනය, නවීන ගොවිතැන හා කෘෂිකර්මය, ජෛව විවිධත්වය, නිපුණතා සංවර්ධනය, දේශීය නව නිපැයුම්, අධි තාක්ෂණික ව්‍යාපාර, තරුණ, ක්‍රීඩා, කාන්තා ව්‍යවසායකත්වය ආදිය පිළිබඳ දේශීයව ලබාගත් සාර්ථකත්වයන් ප්‍රවර්ධනය කිරීමට උපරිම උත්සාහය දැරිය යුතුය.

vi. සියළු රාජ්‍ය ව්‍යවසායන් පහත කටයුතු සඳහා ගරු මුදල් අමාත්‍යතුමන්ගේ අනුමැතිය ලබා ගැනීම අවශ්‍ය වේ.

- අ. වාර්ෂික වෙළඳ ප්‍රචාරණ අයවැයෙහි සඳහන් සීමාවන් ඉක්මවන ඕනෑම ප්‍රවර්ධන ක්‍රියාකාරකමක්.
- ආ. වාර්ෂික වෙළඳ ප්‍රචාරණ වැඩසටහනෙහි ඇතුළත් නොවුණු, සැලසුම් නොකරන ලද ඕනෑම ප්‍රවර්ධන ක්‍රියාකාරකමක්.
- ඇ. රු. 100,000.00 ඉක්මවන ඕනෑම ප්‍රදානයක්.
- ඈ. රුපියල් මිලියන දෙක ඉක්මවන ඕනෑම අනුග්‍රාහකත්වයක්.

vii. රාජ්‍ය මාධ්‍ය ආයතනයක් හරහා සිදුකරන රුපියල් මිලියන පහ දක්වා වන ඕනෑම අනුග්‍රාහකත්වයක් ඉහත vi (ඇ) වෙනිත් නිදහස් කෙරේ.

viii. සියළු රාජ්‍ය ව්‍යවසායන් විසින් රජයේ මාධ්‍ය ආයතන සිය පළමු කැමැත්ත ලෙස සලකා සාකච්ඡා කිරීම අවශ්‍යවන අතර අන්‍යෝන්‍ය ප්‍රතිලාභ ලබාදෙන විශේෂ වැඩ පිළිවෙලක් සඳහා පිවිසිය හැකිය.

ix. ප්‍රවර්ධන අගය මත සිදුකරන ලද වියදම් වලට සාපේක්ෂව ඉතා ඉහළ ප්‍රතිලාභ ලැබෙන පරිදි තරඟකාරී විකල්ප ප්‍රභවයන් සමඟ කටයුතු කිරීමට සියළු රාජ්‍ය ව්‍යවසායන් සඳහා අවසර හිමි වේ.

- x. වෙළඳ ප්‍රචාරණ/ අලෙවිකරණ ආයතන තෝරාගැනීමේදී සියලු රාජ්‍ය ව්‍යවසායන් විසින් තථ්‍ය කාලීන වෙළඳපළ තොරතුරු ශ්‍රේණිගත කිරීමේ ප්‍රමිතීන් හා පිළිගත් ප්‍රසම්පාදන ක්‍රම භාවිත කිරීම දිරිමත් කෙරේ.
 - xi. මුද්‍රිත මාධ්‍ය තෝරාගැනීමේදී අදාළ පුවත්පත් මඟින් භාෂාත්‍රයෙන්ම ජාතික හා සංස්කෘතික අගයන්, කෘෂිකර්මය, සම්ප්‍රදායික කර්මාන්ත, ග්‍රාමීය කේන්ද්‍රීය ආර්ථික ක්‍රියාකාරකම්, පර්යේෂණ හා නව නිපැයුම්, විකල්ප සංවර්ධන අදහස් හා අන්තර්ජාතික සංවර්ධනය ප්‍රවර්ධනය කිරීම සැලකිල්ලට ගත යුතුය.
 - xii. සියළුම ගිවිසුම්, ගිවිසුම් නීතියට අනුකූල විය යුතු හා කාර්ය සාධනය මත පදනම් විය යුතුය.
 - xiii. අදාළ එක් එක් මණ්ඩලය විසින් එවැනි වෙළඳ ගිවිසුම්වල ක්‍රියාකාරිත්වය සමාලෝචනය හා ප්‍රතිඵල නිරන්තරයෙන් අධීක්ෂණය කළ යුතුය. මහා භාණ්ඩාගාරය නියෝජනය කරන අධ්‍යක්ෂවරුන් ප්‍රගතිය පසු විපරම් කිරීම සඳහා වගකීමට බැඳී සිටී.
5. ශ්‍රී ලංකන් ගුවන් සමාගම, ශ්‍රී ලංකා සංචාරක මණ්ඩලය, අපනයන සංවර්ධන මණ්ඩලය, ආයෝජන මණ්ඩලය හා ශ්‍රී ලංකා තේ මණ්ඩලය වැනි රාජ්‍ය ආයතන විසින් ක්‍රියාත්මක කරනු ලබන වෙළඳ ප්‍රචාරණ හා ප්‍රවර්ධන ක්‍රියාකාරකම් මඟින් විදේශීය වෙළඳපළ ප්‍රවර්ධනය කිරීම අවශ්‍ය වේ. එවැනි ප්‍රවර්ධනයන් හි දී අවම වශයෙන් 35%ක ප්‍රමාණයක දේශීය අන්තර්ගතයක් (නිෂ්පාදන කටයුතු, ශ්‍රී ලාංකික වෘත්තිකයන්ගේ සහභාගිත්වය, කලාත්මක සේවාවන් ආදිය) ඇති වීම තහවුරු කළ යුතු අතර දේශීය වෙළඳපළ ඉලක්ක කරන අනෙකුත් ආයතන සඳහා 100% ක දේශීය අන්තර්ගතයක් පැවතිය යුතු වේ.
 6. ආයතනික සමාජයීය වගකීම (CSR) වැඩසටහන් සඳහා කරනු ලබන සියළු වියදම් ප්‍රවර්ධන වියදම් ලෙස සැලකිය යුතු අතර ඒ අනුව අයවැය සකස්කල යුතුය .
 7. සියළු සභාපතිවරුන්, අධ්‍යක්ෂ මණ්ඩල හා ප්‍රධාන විධායක නිලධාරීන්, මෙම වක්‍රලේඛයෙන් අපගමනය වීම සඳහා හෝ අධ්‍යක්ෂ මණ්ඩලය විසින් අනුමත කර ඇති වාර්ෂික අයවැයෙහි වෙළඳ ප්‍රචාරණ කටයුතු සඳහා වෙන් කර ඇති අයවැය සීමාවන් ඉක්මවීම සඳහා වගවීමට බැඳී සිටී.
 8. ඉහත අයිතම අංක 6 හි දක්වා ඇති පරිදි, ඕනෑම අපගමනය වීමක් සඳහා ගරු අමාත්‍යතුමාගේ අනුමැතිය අවශ්‍ය වේ. ගරු මුදල් අමාත්‍යතුමාගේ අනුමැතිය ලබා ගැනීම සඳහා අදාළ අනුමැතිය ලබා ගැනීමේ ක්‍රියාවලියට අනුකූල වන ලෙස අදාළ ආයතනයේ ප්‍රධාන විධායක නිලධාරී විසින් රාජ්‍ය ව්‍යාපාර දෙපාර්තමේන්තුවේ අධ්‍යක්ෂ ජනරාල් වෙත විධිමත් ඉල්ලීමක් සිදුකල යුතුය.
 9. 2020 නොවැම්බර් 18 දිනැති වක්‍රලේඛය මඟින් සිදුකරන ලද වෙළඳ ප්‍රචාරක වියදම් අත්හිටුවීම මෙම වක්‍රලේඛය මඟින් ප්‍රතිස්ථාපනය වේ. ඒ අනුව සියළු ආයතන මෙම වක්‍රලේඛයට අනුකූල වීම මඟින් සිය කැපවීමට ගරු කරන මෙන් ඉල්ලා සිටී.
 10. මෙම වක්‍රලේඛය අතිගරු ජනාධිපතිතුමාගේ උපදෙස් මත නිකුත් කරන ලදී.

අත්.කළේ/ පී.බී. ජයසුන්දර
 ජනාධිපති ලේකම්

පිටපත : අධ්‍යක්ෂ ජනරාල්, රාජ්‍ය ව්‍යාපාර දෙපාර්තමේන්තුව