மீன் சந்தைப்படுத்தலும், தரகர்களின் செல்வாக்கும் (கிளிநொச்சி மாவட்டத்தின் பிரதான சந்தையை மையமாகக் கொண்ட ஒரு சிறப்பாய்வு)

Fish Marketing and Broker's Influence (Special Reference to The Kilinochchi Main Market)

Sutharsini. Mohan[1] and Uthayakumar, S.S.[2]

[1]Faculty of Graduate Studies, University of Jaffna, Sri Lanka
[2]Department of Economics, University of Jaffna, Sri Lanka

ஆய்வுச்சுருக்கம்

"மீன் சந்தைப்படுத்தலும், தரகர்களின் செல்வாக்கும்" என்ற இந்த ஆய்வானது கிளிநொச்சி மாவட்டத்தின் பிரதான சந்தையை மையமாகக் கொண்டு ஆய்வு மேற் கொள்ளப்பட்டுள்ளது. மீனினை சந்தைப்படுத்துகின்ற போது தரகர்களின் தலையீடு அதிகளவாகக் காணப்படுகின்றது. இந்த ஆய்வின் பிரதான நோக்கமாக மீன் சந்தைப்படுத்தலில் தரகர்களின் செல்வாக்கினைக் கண்டறிதல் என்பதும் துணை நோக்கங்களாக மீன் சந்தைப்படுத்தலில் நுகர்வோரின் பங்கினை இனங்காணல் மற்றும் மீன் சந்தைப்படுத்தலில் உற்பத்தியாளரின் பங்கினை இனங்காணல் என்பனவும் முன்வைக்கப்பட்டுள்ளன. கருதுகோள்களாக மீன் சந்தைப்படுத்தலில் தரகர்களிற்கும், உற்பத்தியாளர்களிற்கும் இடையிலான தொடர்பினை இனங்காணல், மீன் சந்தைப்படுத்தலில் தரகர்களிற்கும், நுகர்வோரிற்கும் இடையிலான தொடர்பினை இனங்காணல் மற்றும் மீன் சந்தைப்படுத்தலில் உற்பத்தியாளர்களிற்கும் நுகர்வோரிற்கும் இடையிலான தொடர்பினை இனங்காணல் என்பனவும் முன்வைக்கப்பட்டுள்ளன. இதன்படி ஆய்வின் முடிவுகளாக மீன் சந்தைப்படுத்தலில் தரகர்களிற்கும், உற்பத்தியாளர்களிற்கும் இடையிலான இணைவானது 0.72 என்பதாகக் காணப்படுகின்றது. இங்கு இவ்விரு மாறிகளுக்குமிடையில் மிக மிக நெருங்கிய தொடர்பு இருப்பதனை அவதானிக்க முடிகின்றது. அதாவது உற்பத்தியாளன் மீனின் விலையினை அதிகரிக்கும் போது தரகர்களும் தமது தரகுவிலையினை (Commission) அதிகரிப்பதனை அவதானிக்க முடிகின்றது. உற்பத்தியாளரின் விலைக்கும், தரகர்களின் தரகு விலைக்கும் இடையில் நேரான இணைபு (Possitive Correlation) காணப்படுவதனை அவதானிக்க முடிகின்றது. மீன் சந்தைப்படுத்தலில் தரகர்களிற்கும், நுகர்வோரிற்கும் இடையிலான இணைவானது 0.54 என்பதாகக் காணப்படுகின்றது. இங்கு இவ்விரு மாறிகளுக்குமிடையில் மிக மிக நெருங்கிய தொடர்பு இருப்பதனை அவதானிக்க முடிகின்றது. அதாவது நுகர்வோர் மீனின் விலையினை அதிகரிக்கும் போது தரகர்களும் தமது தரகுவிலையினை (Commission) அதிகரிப்பதனை அவதானிக்க முடிகின்றது. உற்பத்தியாளரின் விலைக்கும், தரகர்களின் தரகு விலைக்கும் இடையில் நேரான இணைபு (Possitive Correlation) காணப்படுவதனை அவதானிக்க முடிகின்றது. அதாவது சந்தையில் மீன்களுக்கான கேள்வி அதிகரிக்க அதிகரிக்க தரகர்களுக்கான தரகுப்பணமும் அதிகரிக்கும் தன்மையினை அவதானிக்க முடிகின்றது. உற்பத்தியாளர்களிற்கும், நுகர்வோருக்குமிடையில் சந்தைப்படுத்தலில் தரகர்களே அதிக செல்வாக்கினை பெறுகின்றனர்.