



ශ්‍රී ලංකා ගණකාධිකරණ ශිල්පීය ආයතනය

අදියර II විභාගය - 2022 ජනවාරි

යෝජිත උත්තර

(202) අංකිත (බිජිටල්) පරිසරයේ තොරතුරු පද්ධති (ISD)

ශ්‍රී ලංකා ගණකාධිකරණ ශිල්පීය ආයතනය
නො. 540, පූජ්‍ය මුරුත්තෙට්ටුවේ ආනන්ද නාහිමි මාවත,
නාරාහේන්පිට, කොළඹ 05.
දුරකථන: 011-2-559 669

මෙය අධ්‍යාපන හා පුහුණු කිරීම් අංශයේ ප්‍රකාශනයකි

ශ්‍රී ලංකා ගණකාධිකරණ ශිල්පීය ආයතනය
 අදියර II විභාගය - 2022 ජනවාරි
 (202) අංකිත (ඩිජිටල්) පරිසරයේ තොරතුරු පද්ධති
 යෝජිත පිළිතුරු

අනිවාර්ය ප්‍රශ්න පහලොවකි (15)
 මුළු ලකුණු 25 කි

A කොටස

පළමුවන ප්‍රශ්නය සඳහා යෝජිත උත්තර :

1.1	(3)	1.6	(2)	1.11	සත්‍යයි
1.2	(3)	1.7	(2)	1.12	සත්‍යයි
1.3	(3)	1.8	(4)	1.13	අසත්‍යයි
1.4	(1)	1.9	(2)	1.14	අසත්‍යයි
1.5	(4)	1.10	(2)	1.15	සත්‍යයි

(එකකට ලකුණු 02 බැගින්, ලකුණු 20)

(එකකට ලකුණු 01 බැගින්, ලකුණු 05)

SRI LANKA

(මුළු ලකුණු 25)

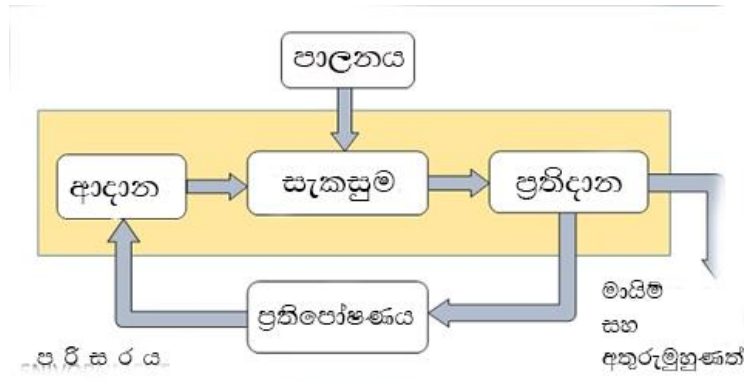
A කොටසෙහි අවසානය

දෙවන ප්‍රශ්නය සඳහා යෝජිත උත්තර:

[a]

පරිච්ඡේදය 01 - තොරතුරු පද්ධති සංකල්ප සහ තොරතුරු පද්ධතිවල බලපෑම

(i)



(ලකුණු 05)

(ii)

1 දත්ත එක්රැස් කිරීම සහ සකස් කිරීම

ව්‍යාපාරයක අභ්‍යන්තර සහ බාහිර මූලාශ්‍ර වලින් මූලික දත්ත ග්‍රහණය කරගැනීම, ඒකරාශී කිරීම සහ පිටපත් කිරීම ආදිය සිදු කෙරෙන ක්‍රියාවලිය මෙයයි. උදාහරණයක් ලෙස බැංකු මගින් සිය ගනුදෙනුකරුවන්ට විවිධාකාරයේ ආකෘති පත්‍ර ලබා දී ඔවුන්ගේ දත්ත ලබාගෙන පද්ධති වලට ඇතුළත් කරනු ලබයි. මෙය දත්ත ලබා ගැනීමේ වක්‍ර ක්‍රමවේදයකි. නමුත් වර්තමානයේ දී ඇඟිලි සලකුණු කියවීම වැනි ජෛව ආදාන උපකරණ භාවිතා කරමින් සෘජුවම පද්ධති වලට දත්ත ග්‍රහණය කර ගැනීමේ ක්‍රමවේදයන් බිහිවී ඇත.

2 දත්ත සකසමින් ඒවා තොරතුරු බවට පරිවර්තනය කිරීම

සැකසුම් ක්‍රියාවලිය යනු දත්ත තොරතුරු බවට පරිවර්තනය කිරීමේ අදියරයි. මේ තුළ ගණනය කිරීම්, සංසන්දනය කිරීම්, වර්ග කිරීම් සහ අවසන් පරිශීලකයින් සඳහා විශ්ලේෂණය කිරීම අඩංගු වේ. විවිධ තොරතුරු මධ්‍යස්ථානයන් මගින් විකුණන ලද භාණ්ඩ ඒකක ප්‍රමාණයන් වෙන්වෙන්ව එකතු කොට ගැනීම සරල සැකසුම් ලෙස හඳුනාගත හැකිය. පවත්නා දත්ත උපයෝගී කර ගනිමින් තොරතුරු නිර්මාණය කිරීම සඳහා විවිධ ගණනය කිරීම් සිදු කොට මගහැරී ගිය දත්ත පිළිබඳ උපකල්පනයන්ට එළඹීම වැනි සංකීර්ණ ගණයේ සැකසුමක් ලෙස පෙන්වා දිය හැකිය.

3 තොරතුරු බෙදාහැරීම

සකස් කරන ලද තොරතුරු විවිධ පාර්ශ්වයන් වෙත සන්නිවේදනය කිරීමේ ක්‍රියාවලිය තොරතුරු බෙදා හැරීමයි.

4 පසු භාවිතය සඳහා දත්ත ගබඩා කොට තැබීම

තිරණ ගැනීම සැලසුම්කරණය ආදී කාර්යයන් සිදු කරනු ලබන්නේ අදාළ අවස්ථාවන්හිදී පවත්නා දත්ත පදනම් කර ගනිමිනි. හැකි සෑම අවස්ථාවකදීම දත්ත විස්තරාත්මකව ගබඩා කොට තැබීම ඉතා වැදගත් වේ. ක්‍රමානුකූලව ලබාගන්නා ලද උපස්ථ පිටපත් මෙන්ම විවිධ සාරාංශ වාර්තා ලබාගත යුතු වේ. ඒ මගින් වැදගත් තොරතුරු විවිධ දෝෂ නිසා විනාශ වීම වළක්වා ගත හැකිය. උපස්ථ පිටපත් භූගෝලීය වශයෙන් දුරස්ථ වෙනම ස්ථානයක ගබඩා කොට තබා ගැනීමෙන් විශාල ආපදාවන්ගෙන් දත්ත ගබඩාවන් තුළ සිදුවන හානි යථා තත්වයට පත් කර ගත හැකිය.

5 පද්ධති අධීක්ෂණය

තිරන්තර ප්‍රතිපෝෂණ ලබාගනිමින් පද්ධතිය නිසි පරිදි ක්‍රියාත්මක වන බව තහවුරු කිරීමේ ක්‍රියාවලිය පද්ධතිය අධීක්ෂණයයි.

(ලකුණු 03)

[b]

නිෂ්පාදන ක්‍රියාවලිය නැවත නිර්මාණය කරමින් එය තුළ යම් යම් සාධනීය වෙනස්කම් ඇති කරමින් නිෂ්පාදනයන් සහ ඒවායේ ගුණාත්මකභාවය වර්ධනය කිරීමත් පිරිවැය අවම කිරීමත් සිදු කිරීමේ ක්‍රියාවලිය ව්‍යාපාර ක්‍රියාදාමය ප්‍රති-ඉන්ජිනේරුකරණය කිරීම ලෙස හැඳින්වේ. සාමාන්‍යයෙන් මෙම ක්‍රියාවලිය තුළදී ආයතනයේ කාර්ය ප්‍රවාහයන් විශ්ලේෂණය කිරීමත් සාමාන්‍ය කාර්යසාධනයට වඩා අඩු මට්ටමෙන් ක්‍රියාත්මක වන මෙහෙයුම් හඳුනා ගැනීමත් එම අකාර්යක්ෂමතාවයන් පිටු දැකීම සඳහා නව කාර්ය පටිපාටි සහ සැකසුම් යෝජනා කිරීමත් සිදුකරනු ලබයි. මෙම ක්‍රියාවලි ප්‍රතිනිර්මාණය කිරීමේ දී මූලිකවම සිදු වනුයේ වර්තමාන ක්‍රියාවලිය පිළිබඳ නැවත සිතා බැලීමත් ක්‍රියාවලියට නිර්මාණශීලී ප්‍රතිසංස්කරණයන් ඉදිරිපත් කිරීමත්ය.

(ලකුණු 02)
(මුළු ලකුණු 10)

තුන්වන ප්‍රශ්නය සඳහා යෝජිත උත්තර:

පරිච්ඡේදය 02 - තොරතුරු තාක්ෂණික යටිතල පහසුකම්

- (a) Google Sheets
- (b) Google Slides
- (c) Google Docs
- (d) MS-Access, MS SQL Server, MySQL
- (e) Adobe InDesign, Microsoft Publisher, QuarkXPress, Serif-page plus Scribus
- (f) Brave browser, Mozilla Firefox, Apple Safari, Internet Explorer
- (g) Pixelmator, Inkscape, Adobe Fireworks, GIMP, Adobe Photoshop, Corel Draw
- (h) MS-Teams, Zoom, Google Meet
- (i) QuickBooks, Sage, AccPac

(මුළු ලකුණු 10)

හතරවන ප්‍රශ්නය සඳහා යෝජිත උත්තර:

පරිච්ඡේදය 03- ආයතනයක තොරතුරු පද්ධති

ගුණාංගය	උපායමාර්ගික	මෙහෙයුම්
කාලසීමාව	තොරතුරු ඓතිහාසික (අතීතයේ සිදුව ඇත්තේ කුමක්ද යන්න පිළිබඳ කළමනාකරණයට අදහසක් ලබාගත හැකිය) හෝ පුරෝකථනය කළ ඒවා විය හැකිය.	මෙහෙයුම් තොරතුරු ඓතිහාසික තොරතුරු මත පදනම් වූ සත්‍ය ඒවා විය යුතුය.
කාලානුරූපී බව	තීරණ ගැනීම සහිත හෝ මාස ගණනකින් සිදුවන නිසා තොරතුරු කාලානුරූපී බව එතරම් තීරක සාධකයක් නොවේ. තරඟකරුවන්ගේ ජයග්‍රහණ ආදී සැලකිය යුතු වෙනස්කම් සාමාන්‍ය පරිදි ජේෂ්ඨ කළමනාකරුවන්හට ක්ෂණිකව ලබා දෙයි.	ක්ෂණිකව ලබා ගැනීම සඳහා තොරතුරු පැවතිය යුතුය.
නිවැරදිබව	තොරතුරු සම්පූර්ණයෙන්ම නිවැරදි ලෙස පැවැත්වේ යැයි අපේක්ෂා කළ නොහැකි වන්නේ ඒවා බොහෝ දුරට ආසන්න 1000ට වටයා ඇති බැවිනි.	තොරතුරු අනිවාර්යෙන්ම නිවැරදිව පැවතිය යුතුය. මෙම ස්තරයේ තීරණ ගැනීම සඳහා නිවැරදිම කරුණු පාදක කරගත යුතුය.
නිශ්චිත බව	මෙහි ස්වභාවයෙන්ම අනාගත තොරතුරු අවිනිශ්චිතය. අදාළ සිදුවීම් අනුව දත්ත වල ඇති සීමාවන් සඳහා අනුගත වී කටයුතු කිරීම උපායමාර්ගික සැලසුම්කරුවන් සතුව හැකියාව පැවතිය යුතුය.	තොරතුරු වල නිශ්චිත බව ඉහළින්ම ආරක්ෂා විය යුතු අතර ඉතාමත් සුළු අවිනිශ්චිතතාවක් පැවතිය යුතුය. ඒවා අදාළ සිද්ධියේ ඓතිහාසික වාර්තා හා සම්බන්ධ ය. උදාහරණ ලෙස පසුගිය මාස කිහිපයේ විකුණුම් වාර්තා.
සම්පූර්ණ බව	උපායමාර්ගික සැලසුම් කරුවන් තොරතුරු අර්ධ වශයෙන් භාවිතා කරනු ලබයි. ඒ සඳහා ඔවුන් උපකල්පන සහ ඇස්තමේන්තු භාවිතා කරමින් හැකිතරම් සම්පූර්ණ ආකෘතියක් සැකසීමට උත්සාහ දරයි.	මෙම මට්ටමේ දී ගනු ලබන තීරණ ඉතාමත් ඉහළින් පුරෝකථනය කළ හැකි ඒවා විය යුතු අතර එමගින් තොරතුරු වඩාත් සුදුසු සහ සුවිශේෂී බවට පත් කරනු ලබයි.

(ලකුණු 10)

පස්වන ප්‍රශ්නය සඳහා යෝජිත උත්තර:

පරිච්ඡේදය 03 - ආයතනයක තොරතුරු පද්ධති

(a)

සමස්ත ව්‍යාපාරයටම වඩාත් ප්‍රයෝජනවත් වන තොරතුරු නිර්මාණය කිරීම පිණිස මූලික දත්ත එක්රැස් කිරීම, ඒකාබද්ධ කිරීම, විශ්ලේෂණය කිරීම සහ ඉදිරිපත් කිරීම හා සම්බන්ධ තාක්ෂණික ක්‍රමවේදයන්, යෙදුම් සහ පරිච්ඡේදයන් ව්‍යාපාර බුද්ධිය ලෙස හැඳින්වෙන අතර ව්‍යාපාර විශ්ලේෂණය ඒකාබද්ධ ක්‍රමානුකූල විශ්ලේෂණයන් සංඛ්‍යානමය නැඹුරුවකින් සංවිධානය දත්ත මත සිදු කරනු ලබයි. දත්ත මත ම පදනම් ව තීරණය ගනු ලබන ආයතන මගින් ව්‍යාපාර විශ්ලේෂණය දැඩි සේ භාවිතා කරනු ලබයි.

(ලකුණු 04)

(b)

(i)

- 1 තොරතුරු තාක්ෂණ සක්‍රීය සේවා
- 2 දැනුම් ක්‍රියාවලි බාහිරකරණය
- 3 නෛතික ක්‍රියාවලි බාහිරකරණය
- 4 පර්යේෂණ ක්‍රියාවලි බාහිරකරණය
- 5 සංචාරක හා ප්‍රවාහන ක්‍රියාවලි බාහිරකරණය
- 6 නිෂ්පාදිත හෝ සේවා විශ්ලේෂණය සහ ප්‍රති සන්නාමකරණය
- 7 සමාජ මාධ්‍ය අලෙවිකරණය
- 8 පාරිභෝගික සහාය
- 9 ගිණුම්කරණ සහ මූල්‍ය කාර්යයන්
- 10 මානව සම්පත්
- 11 දත්ත ඇතුළත් කිරීම



(ලකුණු 03)

(ii)

- 1 ආරක්ෂක කඩකිරීම්
- 2 BPO සමාගම මත අධික ලෙස යැපීම
- 3 සන්නිවේදන ගැටළු
- 4 අනපේක්ෂිත / වැඩි වියදම්
- 5 සබඳතා ගැටළු
- 6 පාලනය නැති වීම
- 7 රැකියා ජීවිත සමබරතාවය පිළිබඳ ගැටළුව

(ලකුණු 03)

(මුළු ලකුණු 10)

හයවන ප්‍රශ්නය සඳහා යෝජිත උත්තර:

පරිච්ඡේදය 04 - තොරතුරු පද්ධති හා සම්බන්ධ ආචාර ධර්මීය සමාජීය සහ නෛතික පරිසරය

(a)

(i)

ව්‍යාපාරයේ සමස්ථ කාර්ය සාධනය ඉහළ දමමින් පාරිසරික වශයෙන් වඩාත් වගකීම් සහගතව පරිගණක සහ තොරතුරු තාක්ෂණික සම්පත් සැලසුම් කිරීමත් නිෂ්පාදනය කිරීමත්, ඉංජිනේරුකරණය කිරීමත් සහ භාවිතා කිරීමත් පිළිබඳ ක්‍රියාවලිය හරිත පරිගණකකරණය ලෙස හැඳින්වේ.

හරිත පරිගණකකරණය තවත් ආකාරයකින් නිර්වචනය කළහොත් පාරිසරික වශයෙන් වගකීම් සහගතව සහ පාරිසරික මිතුරු ආකාරයට පරිගණක ආශ්‍රිත සම්පත් භාවිතා කිරීම හරිත පරිගණකකරණය ලෙස හැඳින්විය හැකිය.

(ලකුණු 02)

(ii)

- 1 උපකරණ වල සනත්වය වැඩි කිරීම.
- 2 සිසිලන අවශ්‍යතාවයන්ගේ වැඩිවීම.
- 3 බලශක්ති පිරිවැය ඉහළ යාම.
- 4 බලශක්ති සැපයුම සහ ප්‍රවේශ සීමා කිරීම.
- 5 තොරතුරු තාක්ෂණය පරිසරයට බලපාන ආකාරය පිළිබඳ දැනුවත්භාවය වර්ධනය කිරීම.
- 6 අන්තර්ජාලයේ සීඝ්‍ර වර්ධනය.
- 7 අඩු සේවාදායක උපයෝගීතා අනුපාත.

(ලකුණු 02)

(b) ඉහත ප්‍රකාශය හා එකඟ විය හැකිය.

සාධාරණීකරණය

වලාකුළු පරිගණක භෞතිකව ක්‍රියාත්මක කර ඇත්තේ අධික ලෙස බලශක්ති පරිභෝජනය කරන දත්ත මධ්‍යස්ථාන ආශ්‍රිතවය. වලාකුළු පරිගණක සඳහා ඇති අධික ඉල්ලුම දත්ත මධ්‍යස්ථාන වල ඇති ජාලකරණ උපකරණ, සේවාදායක පරිගණක, සිසිලන උපකරණ ආදී තොරතුරු තාක්ෂණික උපාංගවල භාවිතය ඉහළ දමයි. එමෙන්ම ඒ හරහා කාබන් විමෝචනයන් විද්‍යුත් අපද්‍රව්‍ය බැහැර කිරීමත් ඉහළ දමනු ලබයි.

(ලකුණු 03)

(c)

- 1 බලශක්ති කාර්යක්ෂම සහ දිගු කල් පවතින දෘඩාංග භාවිතා කිරීම.
- 2 නිසි සැලකිල්ලෙන් බැටරි බැහැර කිරීම.
- 3 LCD තිර නිසි සැලකිල්ලෙන් බැහැර කිරීම.
- 4 ටෝනර් කාර්ට්‍රිජ් නිසි සැලකිල්ලෙන් බැහැර කිරීම.
- 5 භාණ්ඩ ප්‍රතිචක්‍රීකරණය කරන ආයතනයකට ඉලෙක්ට්‍රොනික අයිතම ලබා දීම.
- 6 නවීකරණය කරන ලද දෘඩාංග භාවිතා කිරීමට පරිශීලකයින් දිරිමත් කිරීම.
- 7 අපද්‍රව්‍ය අවම කිරීම සඳහා බල කළමනාකරණය සක්‍රීය කිරීම.
- 8 විද්‍යුත් සන්නිවේදන යන්ත්‍රණ භාවිතය මගින් කඩදාසි මුද්‍රණය සහ ප්‍රතිචක්‍රීකරණය සීමා කිරීම.

(ලකුණු 03)

(මුළු ලකුණු 10යි)



B කොටසෙහි අවසානය

හත්වන ප්‍රශ්නය සඳහා යෝජිත උත්තර:

[a]

පරිච්ඡේදය 04 - තොරතුරු පද්ධති හා සම්බන්ධ ආචාර ධර්මීය සමාජීය සහ නෛතික පරිසරය

ලංකා පොහොර සමාගමට හාණ්ඩ සඳහා QR කේත පාදක ලුහුබැඳීම හෝ RFID පාදක ලුහුබැඳීම පහසුකම් සහිත තොරතුරු පද්ධතියක් භාවිතා කළ හැක.

විකල්ප පිළිතුර

ලංකා පොහොර සමාගමට එහි කාර්යයන් ඉලෙක්ට්‍රොනිකව සිදු කිරීම සඳහා පරිගණක පාදක පද්ධතියක් ක්‍රියාත්මක කළ හැකිය. පිළිගත් ඇණවුම් විස්තර සහ ගනුදෙනුකරුවන්ගෙන් ගෙවීම් එකතු කිරීම ගතික ඊ-වාණිජ්‍ය වෙබ් අඩවියක් පිහිටුවීමෙන් සිදු කළ හැකි අතර පාරිභෝගික/බෙදාහැරීමේ හවුල්කරු/ව්‍යාපාර සම්බන්ධ සන්නිවේදනය විද්‍යුත් තැපෑල (SMS) ක්ෂණික පණිවුඩකරණ වේදිකා භාවිතයෙන්, සියලු මූලාශ්‍රවලින් එකතු කරන ලද දත්ත ගබඩා කිරීමෙන් සිදු කළ හැක. සියලුම බලයලත් පාර්ශ්වයන්ට පහසුවෙන් ප්‍රවේශ වීම සඳහා මධ්‍යගත/ඒකාබද්ධ දත්ත ගබඩාවක ඉලෙක්ට්‍රොනිකව ගබඩා කළ හැක, තත්‍ය කාලීන දත්ත/තොරතුරු සඳහා කාර්යක්ෂම ප්‍රවේශය සහ ලුහුබැඳීම සඳහා ගැලපෙන ERP භාවිතා කළ හැකි අතර එවැනි සියලුම ඉලෙක්ට්‍රොනික ක්‍රියාකාරකම් ආයතනය පුරා කඩදාසි භාවිතය අවම කිරීමට උපකාරී වන අතර අවශ්‍ය විටදී අවශ්‍යම ලියකියවිලි පමණක් මුද්‍රණය කිරීම කළ හැකිය.

(ලකුණු 03)

[b]

පරිච්ඡේදය 03 - ආයතනයක තොරතුරු පද්ධති

- 1 **ඔවුන්ගේ නිෂ්පාදන සඳහා සන්නාම දායකත්ව සහතික කිරීම**
මෙය පාරිභෝගිකයින්ට සමාගමේ සන්නාම සහ නිෂ්පාදන අවබෝධ කර ගැනීම, සිහි තබාගැනීම පහසු කරයි.
- 2 **පාරිභෝගිකයින් සඳහා ප්‍රවේශ වීමේ පහසුව**
පාරිභෝගිකයින් නිෂ්පාදන සෙවීම සහ ඔවුන් සමාගමේ නිෂ්පාදන මිලදී ගැනීමට අදහස් කිරීම, නිෂ්පාදන තෝරා ගැනීම සහ වෙබ් අඩවිය හරහා සමාගමේ නිෂ්පාදන සඳහා ඇණවුම් කිරීම ආදිය හරහා ඉහළ ලාභයක් ඉපයීමේ හැකියාව.
- 3 **24/7 මාර්ගගතව සිටීම**
වෙබ් අඩවියක් තිබීම යන්නෙන් අදහස් වන්නේ ගනුදෙනුකරුවන්ට ඕනෑම වේලාවක, ඕනෑම තැනක සමාගම සොයා ගැනීමට හැකි වීමයි. ව්‍යාපාරික වේලාවෙන් පිටත පවා, වෙබ් අඩවිය නව ගනුදෙනුකරුවන් සොයා ගැනීම සහ සුරක්ෂිත කිරීම දිගටම කරගෙන යා හැකිය.

4 තොරතුරු හුවමාරුව

වෙබ් අඩවියක් ගැනුම්කරුවන් සහ විකුණුම්කරුවන් අතර තොරතුරු සන්නිවේදනය කිරීමට ඉක්මන් සහ පහසු ක්‍රමයක් සපයයි.

5 විශ්වසනීයත්වය

වර්තමාන ලෝකයේ, ඕනෑම පිළිගත් සමාගමකට යම් ආකාරයක මාර්ගගත පැවැත්මක් තිබීම අපේක්ෂාවකි. ඒ සඳහා සමාගමට ඔවුන්ගේ වෙබ් අඩවිය භාවිතා කළ හැකිය.

6 වියදම් අවම කිරීම

පාරිභෝගිකයින්ට භාණ්ඩ හා සේවා සෘජුවම විකිණීම සඳහා සමාගමට වෙබ් අඩවිය භාවිතා කළ හැකිය. වෙබ් අඩවිය භාවිතා කිරීම, සමාගමට උපයෝගිතා, කාර්ය මණ්ඩල පිරිවැය වැනි පොදු කාර්ය පිරිවැය අඩු කළ හැකිය.

7 වෙළෙඳපොළ පුළුල් කිරීම

වෙබ් අඩවියට ලෝකයේ ඕනෑම කෙනෙකුට ප්‍රවේශ විය හැකි බැවින් භූගෝලීය බාධක බිඳ දැමීමේ හැකියාව පහසු වී ඇත. ඕනෑම රටක සිටින ඕනෑම කෙනෙකුට සමාගම සොයා ගැනීමට හැකි වන අතර එවැනි පුද්ගලයා සමාගමේ විභව ගනුදෙනුකරුවෙකු වනු ඇත.

8 මාර්ගගත පාරිභෝගික සේවා

නිතර අසන පැන වලට පිළිතුරු සැපයීම සඳහාත් පාරිභෝගික සේවා හැසිරවීමටත් වෙබ් අඩවිය පහසු මගක් සපයයි. සමාගමට පාරිභෝගික සේවා පිරිවැය අඩු කිරීමට සහ කාලය ඉතිරි කර ගැනීමට හැකියාව ලැබේ.

9 ඩිජිටල් අලෙවිකරණයට පහසුකම් සපයයි

බහුමාධ්‍ය භාවිතයෙන් ඵලදායී ලෙස වෙබ් වේදිකාවේ ඩිජිටල් අලෙවිකරණ/ ප්‍රචාරණ කටයුතු ක්‍රියාත්මක කළ හැක. වෙබ් අඩවියක් තවදුරටත් ක්‍රියාත්මක කිරීම ව්‍යාපාරයට ඔවුන්ගේ ආයතනික සමාජ වගකීම් (CSR) මූල පිරිමි ප්‍රදර්ශනය කිරීමට හොඳ වේදිකාවකි.

(ලකුණු 04)

[c]

පරිච්ඡේදය 02 - තොරතුරු තාක්ෂණික යටිතල පහසුකම්

1 දෘෂාංග වේදිකාව

අවශ්‍ය පරිගණක පහසුකම් සැපයීම සඳහා නිෂ්පාදන කම්හල්වල සහ බෙදාහැරීමේ මධ්‍යස්ථානවල පුද්ගලික පරිගණක, සේවාදායක පරිගණක, ජාලකරණ උපකරණ නඩත්තු කළ හැක.

2 යෙදුම් මෘදුකාංග / මෙහෙයුම් පද්ධති මෘදුකාංග වේදිකාව

විවිධ මධ්‍යස්ථානවල කාර්යාල ස්වයංක්‍රීයකරණය වැඩි දියුණු කිරීම සඳහා අවශ්‍ය යෙදුම් මෘදුකාංග සහිත පරිගණක මත ධාවනය කිරීමට සුදුසු මෙහෙයුම් පද්ධතියක් ක්‍රියාත්මක කළ හැක.

3 අභිරුචිකරණ ලද මෘදුකාංග

පාරිභෝගික තොරතුරු, නිෂ්පාදන විස්තර, ගෙවීම්, බෙදාහැරීමේ විස්තර සහ කාර්ය මණ්ඩලය සම්බන්ධ තොරතුරු ඇතුළත් කිරීමට / ලබා ගැනීමට පරිශීලක හිතකාමී අතුරු මුහුණතක් සහිත අභිරුචි මෘදුකාංග විසඳුමක් හඳුන්වා දිය හැකිය.

4 පුළුල් ප්‍රදේශ ජාල, අභ්‍යන්තර ජාල හා බාහිර ජාල

ඉහළ කලාප පළලක් සහිත රැහැන්ගත හෝ රැහැන් රහිත (3G/4G) ජාලයක් සියලු නිෂ්පාදන කම්හල් සහ බෙදාහැරීමේ මධ්‍යස්ථාන තත්‍ය කාලීන සන්නිවේදනය සහ තොරතුරු හුවමාරු කිරීම සඳහා සම්බන්ධ කරයි.

5 දත්ත සමුදා කළමනාකරණ පද්ධතිය

රැස් කරන ලද දත්ත/තොරතුරු මධ්‍යගතව පවත්වා ගත හැකි වන පරිදි, මධ්‍යගත දත්ත සමුදායකට සම්බන්ධ වූ ජාලය, පසුව අභිරුචිකරණය කිරීමට ERP වෙත සම්බන්ධ කර ඇත.

6 ඊ-වාණිජ්‍යය වෙබ් අඩවිය

පාරිභෝගිකයින්ට නිෂ්පාදන සඳහා දුරස්ථව ප්‍රවේශ වීමට/ බ්‍රවුස් කිරීමට සහ ඇණවුම් කිරීමට හැකි වන පරිදි, පවතින හරස් වේදිකා සමඟින් වෙබ් අඩවියක් පවත්වාගෙන යා හැක.

7 අභිරුචිගත ව්‍යවසාය සම්පත් සැලසුම් (ERP) මෘදුකාංගය

සංවිධානයේ විවිධ දෙපාර්තමේන්තු වල විවිධ ක්‍රියාකාරී තොරතුරු පද්ධති සම්බන්ධ කිරීම සඳහා මෙය ක්‍රියාත්මක කළ හැකිය.

8 අන්තර්ජාල වේදිකා

මෙය සමාගම්වල සාමාන්‍ය ජාලකරණ යටිතල ව්‍යුහයේ තවත් කොටසක් වන අතර එය අන්තර් සම්බන්ධ කිරීමට අවශ්‍ය දෘඪාංග සහ මෘදුකාංග වල සහාය මත ක්‍රියාත්මක වේ.

9 උපදේශන සහ පද්ධති ඒකාබද්ධ කිරීමේ පද්ධතිය

නව යටිතල ව්‍යුහය පවතින පද්ධතිය හා අවශ්‍ය කාර්යයන් සමඟ සුමටව පෙළගැස්වීම සහතික කරන ක්‍රියාවලි මෙයට ඇතුළත් වේ. සමාගමට දැනුමැති කාර්ය මණ්ඩලයේ හිඟයක් තිබේ නම්, එය උපදේශන සංවිධාන වලින් ලබාගත හැකිය. නව යටිතල පහසුකම් සඳහා ඒකාබද්ධ කිරීමේදී පැරණි පද්ධතිය ඒකාබද්ධ කිරීමට වඩා නව පද්ධතිය සම්පූර්ණයෙන්ම ප්‍රතිස්ථාපනය කිරීම මිල අධිකය.

10 ටැබ්ලට්, ජංගම උපාංග ආදිය සේවකයින් විසින් අයිතම නිරීක්ෂණය කිරීමට භාවිතා කළ හැක

11 උපකරණ පුවරු සැකසීමට වලාකුළු යටිතල පහසුකම්

12 මෙහෙයුම් පද්ධති වේදිකා: මෙය බොහෝ දුරට වින්ඩෝස් පාදක මෙහෙයුම් පද්ධතිය සපයයි (ලකුණු 08)

(d)

පරිච්ඡේදය 03- ආයතනයක තොරතුරු පද්ධති

1 පරිශීලකයන් සඳහා ප්‍රවේශ වීමේ පහසුව

සාමාන්‍ය වෙබ් අඩවියකට පිවිසීමට වඩා ජංගම යෙදුමක් භාවිතා කිරීම ඉක්මන් හා පහසු වේ. සමාගමට ජංගම යෙදුමක් තිබේ නම්, පාරිභෝගිකයාට ලොව පුරා ඕනෑම තැනක ඕනෑම වේලාවක භාවිතා කළ හැකිය.

2 පාරිභෝගිකයින්ට වැඩි වටිනාකමක් ලබා දීම

ගනුදෙනුකරුවන් සමඟ ගනුදෙනු ආරම්භ කිරීමට සහ සම්පූර්ණ කිරීමට දැන් බොහෝ ව්‍යාපාර හිමිකරුවන් තාක්ෂණය මත විශ්වාසය තබයි. ජංගම යෙදුම් යනු පාරිභෝගිකයින් ඔවුන්ගේ අවශ්‍යතා සපුරාලන ආකාරය නිරන්තරයෙන් වෙනස් කරන නවීන තාක්ෂණයේ ප්‍රධාන අංගයකි.

3 අමතර විකුණුම් උත්පාදනය කිරීම

වැඩි විකුණුම් ප්‍රතිඵලයක් ලෙස පහසුවෙන් සොයා ගැනීමේ හැකියාව සහතික කිරීම සඳහා ජංගම යෙදුමක් භාවිතයෙන් අයිතම නිරීක්ෂණය කළ හැක.

4 අන්තර් ක්‍රියාකාරී නියැලීම

ජංගම යෙදුම් වලට ඔවුන්ගේම අතුරු මුහුණත් ඇති අතර එමඟින් පරිශීලකයින්ට ද්වි-මාර්ග ගිලුම් පරිචයක් අත්විඳීමට ඉඩ සලසයි. ඔවුන්ට නිෂ්පාදන පින්තූර / විඩියෝ / අන්තර්ගතයන් මෙන්ම මිලදී ගත් දෑ අන් අය සමඟ සරලව බෙදා ගත හැක. එක් වරක් ක්ලික් කිරීමකින් මිලදී ගැනීම / ඇණවුම් කිරීම මගින් පාරිභෝගිකයින් සමඟ අන්තර් ක්‍රියාකාරී සංවාදය සහ ආදායම වැඩි දියුණු කරයි.

5 දත්ත ලුහුබැඳීම

භාවිතය, ක්‍රියාකාරකම්, පරිශීලක මනාපයන් සහ මිලදී ගැනීමේ පුරුදු සම්බන්ධ වටිනා දත්ත ජංගම යෙදුම් හරහා රැස්කර ගත හැක.

6 පාරිභෝගික ලැදියාව වැඩි දියුණු කිරීම

ඉහළ පාරිභෝගික රැදියා අනුපාතය සෑම සාර්ථක ව්‍යාපාරයකම පාහේ ප්‍රධාන අංගයකි. පාරිභෝගිකයින්ට විශාල වටිනාකමක් ලබා දීමෙන් සහ ඔවුන් තෘප්තිමත් බව සහතික කිරීමෙන් බොහෝ විට ඉහළ රඳවා ගැනීමේ අනුපාතයක් පවත්වා ගැනීමට හැකි වේ.

7 සන්නිවේදනය

ව්‍යාපාරික යාවත්කාලීන කිරීම් සහ සමහර විට තල්ලු දැනුම්දීම් වැනි ක්‍රම හරහා ඉක්මන් ක්‍රියාමාර්ග ගැනීමේදී ඔවුන්ගේ අවධානය ආකර්ෂණය කර ගැනීමට හැකි විම වැනි පහසුකම් වලින් යුත් යෙදුමක් සමඟ ගනුදෙනුකරුවන් සහ අපේක්ෂාවන් සමඟ අන්තර් ක්‍රියා කිරීම පහසුය.

8 කාර්ය මණ්ඩල අන්තර් ක්‍රියාකාරීත්වය

අභ්‍යන්තර සමාගම් ද්වාරයට ප්‍රවේශ වන අය හෝ ඔවුන්ගේ ජංගම උපාංග හරහා දුරස්ථ ස්ථානවල සේවය කරන පුද්ගලයින් සහ කාර්ය මණ්ඩලය අතර ඉක්මනින් සහ පහසුවෙන් තොරතුරු බෙදා හැරිය හැක.

9 එලදායීකාව

යෙදුම් මත පදනම් වූ අන්තර්ක්‍රියා මඟින් කාර්ය මණ්ඩලය සහ බාහිර සේවා සපයන්නන්/කොන්ත්‍රාත්කරුවන් සමඟ සන්නිවේදනය විධිමත් කළ හැකි අතර එය ශ්‍රම කඩදාසි මත පදනම් වූ ශ්‍රම සුඝෂම වාර්තාකරණය අඩු කිරීමට උපකාරී වේ.

10 ස්ථාන පදනම් වූ සේවාවන් භාවිතා කිරීමේ හැකියාව

ස්ථානය මත පදනම් වූ සේවා (LBS) පාරිභෝගිකයින්ට උපාංගයේ භූගෝලීය පිහිටීම (GPS) මත පදනම්ව ඔවුන්ගේ ජංගම උපාංගයේ පිහිටීම මත පදනම් වූ සේවාවන් වෙත ප්‍රවේශ වීමට ඉඩ සලසයි. LBS යෙදුම් එම ස්ථානයේ සිටින පරිශීලකයාට වඩාත් අදාළ වන සේවා සහ තොරතුරු සපයයි.

11 වෙළඳපොළ ආවරණය පුළුල් කිරීම

මෙමගින් සමාගමේ නිෂ්පාදන වඩාත් තරඟකාරී අන්තයකට ගෙනයා හැක.

(ලකුණු 04)

[e]

පරිච්ඡේදය 04 - තොරතුරු පද්ධති හා සම්බන්ධ ආචාර ධර්මීය සමාජීය සහ නෛතික පරිසරය

1 අන්තර්ගත ප්‍රවර්ධනය

නව භාණ්ඩ හා සේවා හඳුන්වාදීමේ වැඩසටහන් සංවිධානය කිරීමේ ඒ හරහා විභව පාරිභෝගිකයන් පිරිසක් ආකර්ෂණය කරගැනීමත් පසුව ඔවුන් වෙබ් අඩවියක පරිශීලකයන් බවට පරිවර්තනය කර ගැනීමත් සමාජ මාධ්‍ය වේදිකාවන් හරහා සිදු කිරීම වඩාත් පහසුවේ. අලෙවිකරණ හා ප්‍රචාරණ කටයුතු සඳහා සමාජ මාධ්‍ය වේදිකා සෘජුවම භාවිතා කළ හැක. එමගින් ව්‍යාපාරය වර්ධනයක් අපේක්ෂා කළ හැක. ව්‍යාපාරය මගින් ලබා දෙන්නා වූ විවිධ වට්ටම්, ප්‍රවර්ධන කේත ආදිය පිළිබඳ යම් බුද්ධි කලම්භනයක් සිදුකිරීමට සමාජ මාධ්‍ය වේදිකා භාවිතා කළ හැක. සමාජ මාධ්‍ය හරහා නිරන්තරයෙන් සිය ප්‍රවර්ධන කටයුතු කරන්නේනම් සමාගම සමාජ මාධ්‍ය වේදිකා තුළ ප්‍රමුඛතාවයට පැමිණෙයි.

2 පුළුල් පාරිභෝගික පදනමක් වෙත ප්‍රවේශ වීමේ හැකියාව

සමාජ මාධ්‍ය තුළ පළ කරනු ලබන නිෂ්පාදිත සහ අන්තර්ගතයන් සම්බන්ධයෙන් නොයෙකුත් පුද්ගලයින් විසින් සිදු කරනු ලබන විවිධ ක්‍රියාකාරකම් හේතුවෙන්, උදාහරණ ලෙස කමෙන්ට් කිරීම, බෙදා හදා ගැනීම, කැමැත්ත පළ කිරීම ආදිය නිසා එම අන්තර්ගතය පුළුල් පාරිභෝගික පදනමක් වෙත ව්‍යාප්ත වී යයි. ඒ පිළිබඳ කැමැත්තක් දක්වන පුද්ගලයින් තමන්ගේ මිතුරන් අතර මෙම

පණිවිඩ බෙදාහදා ගැනීම හරහා විභව පාරිභෝගිකයන් අතර දහස් ගණනින් මිලියන ගණනින් මෙම අන්තර්ගතයක් සංසරණය වීමේ ප්‍රවණතාවයක් පවතී.

3 වඩාත් හොඳ පාරිභෝගික නිරතවීම

සමාජ මාධ්‍ය ගනුදෙනුකරුවන් සහ ප්‍රේක්ෂකයින් සමඟ සෘජුව අන්තර් ක්‍රියා කිරීමට සහ ඔවුන්ට ව්‍යාපාරය සමඟ සෘජුව අන්තර් ක්‍රියා කිරීමට අවස්ථාව ලබා දේ. ඒක-මාර්ග සන්නිවේදනය පමණක් සපයන සාම්ප්‍රදායික මාධ්‍යවල මෙන් නොව, සමාජ මාධ්‍ය යනු ද්වි-මාර්ගික අන්තර්ක්‍රියාකාරී මාදිලියකි. තවද සමාගමට විභව ගැනුම්කරුවන් සමඟ වඩාත් ඵලදායී ලෙස සම්බන්ධ වීමට වඩා හොඳ රූප, වීඩියෝ සහ දෘශ්‍ය අන්තර්ගතය උඩුගත කළ හැක.

4 වඩා හොඳ පාරිභෝගික සහ සහාය. සේවාවක්

සමාජ මාධ්‍යවල නිෂ්පාදන ලබා ගැනීමට සහ පාරිභෝගික සේවා සඳහා ඔවුන්ගේ සමාජ ගිණුම් සෙවීමේ ප්‍රවණතාවක් තිබේ. ව්‍යාපාරයට ගනුදෙනුකරුවන් සමඟ වඩා හොඳ බැඳීමක් ගොඩනගා ගත හැකි අතර විභව ගනුදෙනුකරුවන්ගේ විමසීම් කාර්යක්ෂම, පරිශීලක-හිතකාමී ආකාරයෙන් හැසිරවිය හැකිය.

5 පාරිභෝගිකයින් ගැන වැඩිදුර දැනගැනීම

සමාජ මාධ්‍ය තත්‍ය කාලීනව පාරිභෝගිකයින් පිළිබඳ විශාල දත්ත ප්‍රමාණයක් ජනනය කරයි. වඩා දක්ෂ ව්‍යාපාරික තීරණ ගැනීම සඳහා එවැනි තොරතුරු කාර්යක්ෂමව භාවිතා කිරීම සැබෑ ප්‍රේක්ෂකයින් වෙත ළඟා වීමට සමාජ මාධ්‍ය අලෙවිකරණ උපාය මාර්ග සකස් කිරීමට උපකාරී වේ. සියලුම ප්‍රධාන සමාජ මාධ්‍ය වේදිකා සහ සමාජ මාධ්‍ය ගිණුම් සමඟ අන්තර් ක්‍රියා කරන පුද්ගලයින් පිළිබඳ ජනවිකාස තොරතුරු සපයන විශ්ලේෂණ ඉදිරිපත් කරයි.

6 තරඟකාරීත්වය නිරීක්ෂණය

තරඟකරුවන් පිළිබඳ දැන ගැනීම සහ නිරීක්ෂණය කිරීම වැදගත් වේ. සමාජ මාධ්‍යවල තරඟකාරීත්වය නිරීක්ෂණය කිරීම, තරඟකරුවන් විසින් භාවිතා කරන සේවාවන් / නිෂ්පාදන පිරිනැමීම්, ප්‍රවර්ධන මොනවාද යන්න පිළිබඳ අවබෝධයක් ලබා දෙන අතර එම තොරතුරු ආමන්ත්‍රණය කිරීමේ ක්‍රියාවලියේදී නව ගනුදෙනුකරුවන් දිනා ගැනීමට ද භාවිතා කළ හැකිය.

7 සමාජමාධ්‍ය ප්‍රචාරණය

සමාජ මාධ්‍ය ප්‍රචාරණය යනු ව්‍යාපාර ප්‍රවර්ධනය කිරීමට සහ අන්තර්ජාලය හරහා අන්තර්ගතය බෙදාහැරීමට ලාභදායී ක්‍රමයකි. ඔවුන් ප්‍රබල ඉලක්ක කිරීමේ විකල්ප ද ඉදිරිපත් කරයි, එවිට ව්‍යාපාරවලට නියමිත වේලාවට විකුණුම් වැඩි කිරීමට නිවැරදි ප්‍රේක්ෂකයින් ඉලක්ක කර ළඟා විය හැකිය.

8 වාර්තා සහ විශ්ලේෂණ

සමාජ මාධ්‍ය ක්‍රියාකාරකම්වල බලපෑම නිරීක්ෂණය කිරීමට සමාජ මාධ්‍ය ලුහුබැඳීම් සහ විශ්ලේෂණ මෙවලම් භාවිතා කළ හැක. Google Analytics වැනි මෙවලම් සමාජ මාධ්‍ය හරහා ජනනය වන වෙබ් අඩවි ගමනාගමනය, සංචාද, විද්‍යුත් තැපැල් ලියාපදිංචි කිරීම් සහ සමාජ මාධ්‍ය ප්‍රචාරණ සඳහා ආයෝජන ප්‍රතිලාභ (ROI) ආදිය නිරීක්ෂණය කිරීමට භාවිතා කළ හැක.

9 සන්නාම දැනුවත්භාවය වැඩි වීම

ලෝක ජනගහනයෙන් අඩකට වඩා සමාජ මාධ්‍ය භාවිතා කිරීමත් සමඟ, වර්තමාන ඩිජිටල් ලෝකයේ නව සහ ඉහළ ඉලක්කගත අනාගත ගනුදෙනුකරුවන් වෙත ළඟා වීමේ ස්වභාවික ස්ථානයක් බවට පත් ව ඇත.

10 වඩාත් හොඳ නිරතවීමක් සඳහා නිර්මාණාත්මක දෘශ්‍ය අන්තර්ගතයන් බෙදාහැරීම

විභව ගැනුම්කරුවන් සමඟ වඩාත් ඵලදායී සම්බන්ධතාවයක් ඇති කර ගැනීම සඳහා සමාගමට වඩා හොඳ රූප, වීඩියෝ සහ දෘශ්‍ය අන්තර්ගතය උඩුගත කළ හැකිය.

(ලකුණු 06)

(මුළු ලකුණු 25)



C කොටසෙහි අවසානය

Notice:

These answers compiled and issued by the Education and Training Division of AAT Sri Lanka constitute part and parcel of study material for AAT students.

These should be understood as Suggested Answers to question set at AAT Examinations and should not be construed as the “Only” answers, or, for that matter even as “Model Answers”. The fundamental objective of this publication is to add completeness to its series of study texts, designs especially for the benefit of those students who are engaged in self-studies. These are intended to assist them with the exploration of the relevant subject matter and further enhance their understanding as well as stay relevant in the art of answering questions at examination level.



© 2021 by the Association of Accounting Technicians of Sri Lanka (AAT Sri Lanka). All rights reserved. No part of this document may be reproduced or transmitted in any form or by any means, electronic, mechanical, photocopying, recording or otherwise without prior written permission of the Association of Accounting Technicians of Sri Lanka (AAT Sri Lanka)