



ශ්‍රී ලංකා ගණකාධිකරණ ශිල්පීය ආයතනය

අදියර II - විභාගය - 2020 ජූලි

යෝජිත උත්තර

විෂය අංක (202)

(202) ඩිජිටල් පරිසරයේ තොරතුරු පද්ධති

ශ්‍රී ලංකා ගණකාධිකරණ ශිල්පීය ආයතනය
නො. 540, පූජ්‍ය මුරුත්තේටුවේ 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 - 2020 ජූලි
 (202) ඩිජිටල් පරිසරයේ තොරතුරු පද්ධති
 යෝජිත උත්තර

අනිවාර්ය ප්‍රශ්න පහළොවකි. (15)
 (මුළු ලකුණු 25)

A කොටස

1 වන ප්‍රශ්නය සඳහා යෝජිත උත්තර:

- | | | |
|---------|----------|---------------|
| 1.1 (3) | 1.6 (3) | 1.11 සත්‍යය. |
| 1.2 (2) | 1.7 (1) | 1.12 සත්‍යය. |
| 1.3 (2) | 1.8 (2) | 1.13 අසත්‍යය. |
| 1.4 (2) | 1.9 (3) | 1.14 අසත්‍යය. |
| 1.5 (3) | 1.10 (2) | 1.15 සත්‍යය. |

(එකකට 02 බැගින් මුළු ලකුණු 20)

(එකකට 01 බැගින් මුළු ලකුණු 05)

SRI LANKA

(මුළු ලකුණු 25)

A කොටසෙහි අවසානය

2 වන ප්‍රශ්නය සඳහා යෝජිත උත්තර:

පරිච්ඡේදය 01- තොරතුරු පද්ධති සංකල්ප හා තොරතුරු පද්ධතිවල බලපෑම්

(a) දත්ත සහ තොරතුරු අතර වෙනස්කම්.

මූලික වෙනස	දත්ත	තොරතුරු
අර්ථය	දත්ත යනු අර්ථ නොගැන්වූ මූලික කරුණු ය. ඒවා පරිගණක පද්ධතිවලට ආදාන ලෙස යොදාගත හැකිය. එය පරිගණක පද්ධතිවල නිරීක්ෂණ හා වාර්තා මත පදනම්ව පවතී.	දත්ත සැකසීමෙන් පසු එහි ප්‍රතිඵලය ලෙස තොරතුරු ඇතිවේ. නිවැරදි හා විශ්වාසදායී තොරතුරු මගින් පර්යේෂකයකුට සාර්ථක විශ්ලේෂණයන් සිදු කළ හැකිය.
ලක්ෂණ	දත්ත තොරතුරුවල අමුද්‍රව්‍ය ලෙස සැලකෙන අතර වෙන් වෙන් ඒකක ලෙස පවතී. එමෙන්ම එහි අර්ථයක් නොමැත.	දත්ත සැකසීමේ ප්‍රතිඵලය තොරතුරු වන අතර එහි යම් තාර්කික අර්ථයක් පවතී.
රැඳියාව	දත්ත තොරතුරු මත රඳා නොපවතී. දත්ත රඳා පවතිනුයේ ඒවා ජනිත වූ මූලාශ්‍රය මතයි.	තොරතුරු නිර්මාණය වන්නේ දත්ත මගිනි
විශේෂත්වය/ස්වභාවය	ස්වරූපයෙන්ම දත්ත අපහැදිලි ය. නිගමනයෙන් හා අදහස්වලට ඒවා, වර්ධනය කිරීමට ප්‍රයෝජනවත් වන ගුණාත්මක හෝ ප්‍රමාණාත්මක දත්ත විවලයන් ලෙස වර්ගීකරණය කළ හැකිය.	ඒවායේ ස්වභාවයෙන් ම තොරතුරු සුවිශේෂ වෙයි. ප්‍රවෘත්ති සහ අර්ථයක් ඇතිවන්නේ කාණ්ඩ වශයෙන් එකතු කළ දත්තය.
මිනුම් කිරීම	දත්තවල ධාරිතාව අනුව බිට් හෝ බයිට් වැනි ඒකකවලින් දත්ත මිනුම් කළ හැකිය. අංක අකුරු කුලක ආදී ආකෘති වලිනි.	තොරතුරු අර්ථවත් ආකාරයට මිනුම්ගත කළ හැකිය.
නිරූපණය	දත්ත වගු, ප්‍රස්තාර, හෝ රූක් සටහන් ලෙස රැස්කර සසඳා බැලිය හැකිය.	දෙනු ලබන දත්ත මත පදනම්ව තොරතුරු අදහස් යොමු හෝ සංකල්ප ලෙස පවතී.
භාවිත කරන ක්‍රමවේදය	ප්‍රයෝජනයක් ඇතිවන පරිදි දත්ත එක්රැස් කරනු ලබයි.	දත්ත විශ්වසනීය ලෙස සැකසූ පසු ප්‍රයෝජනවත් තොරතුරු නිර්මාණය වේ

තීරණ ගැනීමේදී භාවිතය	පවත්නා මූලික ස්වරූපයෙන්ම දත්ත තීරණ ගැනීම් සඳහා යොදා නොගැනේ	තොරතුරු, නැතහොත් සකස්කළ දත්ත තීරණ ගැනීමෙහිලා ඉතාමත් වැදගත් වේ.
දැනුම් මට්ටම	දත්ත පහල මට්ටමේ දැනුමක් ලබා දෙයි.	තොරතුරු ද්විතීයික මට්ටමේ දැනුමෙන් සමන්විතය.
රහස්‍යභාවය	දත්ත ආයතනයකට අයත් වන අතර වෙනත් පාර්ශවයන්ට ප්‍රසිද්ධියේ විකිණිය නොහැක.	ඉල්ලාසිටි විටක ප්‍රසිද්ධියට පත්කළ හැක.
සැලසුම	දත්ත සුවිශේෂී පරිශීලකයෙකුගේ අවධානයට සඳහා සැකසී නොමැත.	සැකසුම් අවස්ථාවේදී අදාළ නොවන කරුණු ඉවත් කරමින් පරිශීලකයෙකුගේ අවධානයට අනුවම සැකසී ඇත.
පිරිහීම	දත්ත කාලයත් සමග පිරිහීමට ලක්වේ.	තොරතුරු කාලයත් සමග පවත්නා ස්වරූපයෙන්ම පවතී
වර්ග	දත්ත වල ප්‍රමාණාත්මක සහ ගුණාත්මක ලෙස වර්ග දෙකක් පවතී. දත්ත වල ඇති කාණ්ඩ කිරීම ස්වභාවික භාෂාවකින් ප්‍රකාශවන විට ගුණාත්මක දත්ත බිහිවේ. සංඛ්‍යාත්මක ප්‍රමාණකරණයන්, ඉලක්කම් හා ගණනය කිරීම් ඇතුළත් දත්ත ප්‍රමාණාත්මක දත්ත ලෙස හැඳින්වේ.	පරිශීලක අවධානය මත පරිශීලකයාගෙන් පරිශීලකයාට තොරතුරු වර්ග වෙනස්වේ.
මිනුම්කරණ ඒකක	පර්ගණක දත්ත මිනුම් කිරීම බිට්, බයිට්, නිබ්ලේස්, කිලෝබයිට්, මෙගා බයිට්, ගිගාබයිට් ආදී ලෙස සිදුවේ.	තොරතුරු මිනුම් කිරීමේ ඒකක ද ප්‍රමාණය, වෝල්ටීයතාව, කාලය ආදිය මිනුම්කරණ ඒකකවලට සමාන වේ. තොරතුරුවල වටිනාකම ඇතිවන්නේ ඒ හා සම්බන්ධ අදහස හා යොමු අනුව යි.

(ලකුණු 03 යි)

[b]

- (1) තොරතුරු තාක්ෂණය මගින් තහවුරු කරණ ලද විද්‍යුත් මුදල් හෝ ණයපත් / හරපත් භාරගැනීම සුපිරිවෙළඳසැල් මගින් ණයපත් / හරපත් භාවිතා කරනු ලබන අතර පාරිභෝගිකයින් ඒවා භාවිතා කර මිල දී ගැනීමේදී විවිධ ප්‍රවර්ධනයන් ලබා දීම සිදුකරයි.
- (2) තීරු කේත මිල සම්බන්ධක සහ තීරුකේත කියවනයන් භාවිතය මගින් භාණ්ඩ පිරික්සුම ස්වයංක්‍රීය කරණය.
බොහෝ භාණ්ඩවල මිල තීරුකේත මගින් ප්‍රදර්ශණය කරනු ලබයි. පාරිභෝගිකයින් භාණ්ඩයේ මිල දැනගන්නා අතර එය මිලදී ගන්නේ ද නැද්ද යන්න තීරණය කරනු ලබයි.

- (3) විද්‍යුත් සමර්පකයන්හි ප්‍රවර්ධන ද්‍රව්‍ය ප්‍රදර්ශනය කිරීම
පාරිභෝගිකයින් ආකර්ශණය කරගැනීම සඳහා සුපිරි වෙළඳසැල් මගින් වරින් වර විවිධ ප්‍රවර්ධනයන් සිදුකරණු ලබයි. එම ප්‍රවර්ධන තොරතුරු සහ ද්‍රව්‍යයන් විද්‍යුත් සමර්පකයන්හි ප්‍රදර්ශනය කරයි.
- (4) මංගත ගබඩා හරහා මිලදීගැනීමේ ඉඩ ප්‍රස්තා පාරිභෝගිකයින්ට සැලසීම
බොහෝ සුපිරිවෙළඳසැල් මංගත මිලදී ගැනීම් පහසුකම් සලසන අතර ඒ සඳහා ජංගම යෙදුම් ද සපයනු ලබයි. මෙම පහසුකම අගුළු දැමූ කාලසීමාවේදී බහුලව භාවිතා කරන ලදී
- (5) ලෑදියා පත් (loyalty card) / ලකුණු ක්‍රමයක් පවත්වාගෙන යාම.
සුපිරි වෙළඳසැල් මගින් ලෑදියාපත් සිය පාරිභෝගිකයින්ට ලබාදේ. මිලදී ගැනීම්වලදී ලෑදියාපතට ලකුණු ලබාදෙන අතර ඒ සඳහා වට්ටමක්ද ලබාදේ.
- (6) කොග පාලන පද්ධති නඩත්තු කරමින් ප්‍රති ඇණවුම් මට්ටම් පිළිබඳ දැනුවත් වී සිටීම
එක් එක් ගබඩාවන්හි විකුණුම් ඉතිහාසය සලකා බලමින් එක් එක් අයිතමයේ ප්‍රශස්ත කොග මට්ටම ගණනය කරමින් වැඩිපුර ඇණවුම් කිරීම සහ අඩුවෙන් මිලදී ගැනීම වළක්වාගත හැක.
- (7) විකුණුම් විශ්ලේෂණය
විකුණුම් රටාව විශ්ලේෂණය සඳහා සුපිරි වෙළඳසැල් තොරතුරු තාක්ෂණය භාවිතා කරයි. භාණ්ඩය සෙමින් විකිණෙන්නක් නම් කළමනාකරණය නිසි තීරණ ගනු ලබයි.
- (8) පාරිභෝගික දත්ත ඒකරාශී කිරීම
එක් එක් පාරිභෝගිකයාගේ මිලදී ගැනුම් දත්ත විශ්ලේෂණය කරණු ලබයි. එක් එක් පාරිභෝගිකයාගේ මිලදීගැනුම් රටාව අනුව නිෂ්පාදන දිගු සහ ප්‍රවර්ධනයන් සිදු කරයි.
- (9) පාරිභෝගිකයන්ට ලබා දෙන සේවා වර්ධනය
වර්තමාන ව්‍යාපාරයන් පාරිභෝගික මුඛ්‍ය වීම සහ පාරිභෝගික කේන්ද්‍ර වීම පිළිබඳ ආධිමිඛර වන අතර බොහෝ ව්‍යාපාර ඔවුන්ගේ ඉදිරිපෙල සේවකයින් පාරිභෝගික සේවාව පිළිබඳ මනා දැනුමකින් පසුවන බව තහවුරු කිරීම සඳහා ආයෝජනය කරණු ලබයි. උදා : විද්‍යුත් වාණිජ පහසුකම් සැපයීම.
- (10) නව සංවර්ධනයන් සඳහා ආයතනයේ ප්‍රතිවාරය වර්ධනය කිරීම
මෙම කරුණ බොහෝවිට භාණ්ඩ මත පදනම් වූ සංකීර්ණ ව්‍යාපාර සඳහා යෝග්‍ය ලෙස පෙනුනද මෙය කුඩා පරිමාණයේ සේවා ආයතන සඳහා ද යෝග්‍ය වේ. ආයතනයේ ප්‍රතිවාරය පිළිබඳව සැලකීමේදී කොරතුරු හා සන්නිවේදන තාක්ෂණය ප්‍රමුඛ උපකාරයක් බවට පත්ව ඇත.
- (11) කර්මාන්තයේ තරගකාරීත්වයේ පදනම වෙනස් කිරීම
තනිව්‍යාපාර නිතර නිතර සිය තරගකරුවන්ගෙන් වෙන්කොට හඳුනා ගැනීමට උත්සාහ නොගන්නා තාක් යම් උදාසීනත්වයක් ඇතිවිය හැක.
සිය වෙළෙඳපොළ කොටස වැඩි කරගැනීමට, දායකත්වය වැඩි කරගැනීමට හෝ තෝරාගත් සැපයුම් කරුවා වීමට උත්සාහ දරණ ආයතන සඳහා එම ඉලක්ක සපුරාගැනීමට තොරතුරු හා සන්නිවේදන තාක්ෂණය යොදාගත හැක.
- (12) ආයතනයේ සමස්ථ කාර්යසාධනය ඉහළ දැමීම
අවසන් වශයෙන් ඉහත සියළු කාරණාවන්හි අග්‍රඵලය වශයෙන් වෙනත් දේ සමග තොරතුරු හා සන්නිවේදන තාක්ෂණය හරහා ව්‍යාපාරයන්ට වඩාත් පරමාදර්ශී වෙනසක් හඳුන්වාදිය හැක.

(ලකුණු 04 යි)

[c]

1. පුද්ගලික විද්‍යුත් තැපැල් පණිවිඩ
2. පුද්ගලික ඡායාරූප සහ ප්‍රතිරූප.
3. පුද්ගලික සම්බන්ධීකරණ තොරතුරු
4. බාගතකරණ ලද ගොණු
5. බැංකු ගිණුම්, ණයපත් / හරපත් ආදී ගෙවීම් තොරතුරු
6. පුද්ගලික වටිනාකම් සහිත විඩියෝ
7. පුද්ගලික වටිනාකම් සහිත ශ්‍රව්‍ය පටිගත කිරීම්
8. සංචාරක දත්ත (ගුගල් ස්ථාන දත්ත)
9. සෞඛ්‍ය හා යෝග්‍යතා දත්ත (ඇවිදින ලද පියවර ගණන, ගමන් කල දුර, කැළරි දහනය)

(ලකුණු 03)
(මුළු ලකුණු 10)

3 වන ප්‍රශ්නය සඳහා යෝජිත උත්තර:

2 වන පරිච්ඡේදය තොරතුරු තාක්ෂණික යටිතල පහසුකම් / 3 වන පරිච්ඡේදය සංවිධානයක තොරතුරු පද්ධති

[a]

- ප්‍රකාශය හා එකඟ විය නොහැක.
WI-FI යනු උපකරණ සඳහා රේඩියෝ තරංග භාවිතයෙන් අධිවේගී සම්බන්ධතාවයන් සපයන රැහැන් රහිත ජාලයකි. මෙහිදී සන්නිවේදකයා සහ ග්‍රාහකයා අතර භෞතික රැහැන් සම්බන්ධතාවයක් නොමැති අතර රේඩියෝ සංඛ්‍යාත මගින් සම්බන්ධ කරයි. සංඛ්‍යාතය, ඇන්ටනා වර්ගය, සම්ප්‍රේෂණ බලය ස්ථානය ආදී සාධක මත WI-FI ජාලයන්හි ආවරණය සීමා වෙයි. WI-FI රවුටර මගින් එක් ලක්ෂයක සිට බහුලක්ෂ සන්නිවේදන ක්‍රමයක් භාවිතා කරන අතර ඒ මගින්මීටර 50 ක පමණ වපසරියක් ආවරණය කරයි. එබැවින් Farm House විවිධ ප්‍රදේශයන්හි ඇති සාප්පු සම්බන්ධ කිරීම සඳහා එය ප්‍රමාණවත් නොවේ.

(ලකුණු 03 යි)

[b]

- මෙම ප්‍රකාශය හා එකඟ විය හැක
ව්‍යාපාර වෙබ් අඩවියක් සාමාන්‍යයෙන් සමාගමේ පොදු තොරතුරු සපයන මූලාශ්‍රයක් ලෙස ක්‍රියාත්මක වන අතර පාරිභෝගිකයින්ට භාණ්ඩ ඇණවුම් කිරීමට, මංගතව ගෙවීමට, මෙන්ම ඇණවුම් කළ භාණ්ඩ නිවසට ගෙන්වා ගැනීමට හැකි සෘජු විද්‍යුත් වාණිජ වේදිකාවක් ලෙස ද ක්‍රියාත්මක වේ.
බෙදාහැරීම් සේවා භාවිතය මගින් විනාශ වීමට හෝ අධික පිරිවැය නාස්තියට ඇති හැකියාව අවම කරමින් භාණ්ඩ ගොවිපලින් හෝ හරිතලාර වලින් සෘජුවම ගලායන බව තහවුරුකරගත හැක.

(ලකුණු 04 යි)

[c] කළමනාකරන තොරතුරු පද්ධති

1. අලෙවිකරණ තොරතුරු පද්ධති
2. ව්‍යාපාර බුද්ධි පද්ධති
3. පාරිභෝගික සබඳතා පද්ධති
4. දැනුම් කළමනාකරණ පද්ධති
5. තීරණ ආධාරක පද්ධති
6. ගනුදෙනු සැකසුම් පද්ධති

7. කාර්යාල ස්වයංක්‍රීයකරණ පද්ධති
8. කළමනාකරණ තොරතුරු පද්ධති
9. නිපුණ / විධායක ආධාරක පද්ධති
10. විකුණුම් කළමනාකරණ පද්ධති
11. අයවැයකරණ පද්ධති
12. මානව සම්පත් කළමනාකරණ පද්ධති
13. විධායක තොරතුරු පද්ධති
14. ව්‍යාපාර නිපුණ පද්ධති

(ලකුණු 03)
(මුළු ලකුණු 10)

4 වන ප්‍රශ්නය සඳහා යෝජිත උත්තර

3 වන පරිච්ඡේදය - ආයතනයක් තුළ කොරකුරු පද්ධති

[a]

ව්‍යාපාර විශ්ලේෂණය

ව්‍යාපාර විශ්ලේෂණය යනු ව්‍යාපාර බුද්ධියෙහි උපකුලකයක් වන අතර එහිදී දත්ත කැණීම , සංඛ්‍යාත්මක විශ්ලේෂණය , පුරෝකථනීය සංඛ්‍යාත්මක විශ්ලේෂණ ආදිය යොදා ගනිමින් දත්ත වඩාත් ප්‍රයෝජන දායී තොරතුරු බවට පරිවර්තනය කරයි. එමෙන්ම ප්‍රවීණතා සහ ප්‍රතිඵල හඳුනාගනිමින් වඩාත් හොඳ දත්ත පදනම් කරගත් ව්‍යාපාර තීරණ ගැනීමද සිදු කරනු ලබයි.

හෝ

ව්‍යාපාර විශ්ලේෂණය යනු සංඛ්‍යාතමය ආකෘතීන් සහ මූලපිරීම් භාවිතා කරමින් පාලනය කිරීමේ වර්ග කිරීමේ සැකසීමේ සහ ව්‍යාපාරය පිළිබඳ අධ්‍යයනය කිරීමේ ක්‍රියාවලියයි.

(ලකුණු 02යි)

[b]

සුපිරි වෙළඳසැල් දාමය තුළ ව්‍යාපාර විශ්ලේෂණය භාවිතා කළ හැකි ආකාරයන්

1. පාරිභෝගිකයින්ගේ රැකියාව අධ්‍යාපනය ආදායම වයස සහ ස්ත්‍රී පුරුෂ භාවය වැනි කරුණු පදනම් කරගනිමින් පාරිභෝගිකයාගේ සමාජ ආර්ථික තත්ත්වය අවබෝධ කරගනිමින් පාරිභෝගික විශේෂිත වූ ප්‍රවර්ධනයන් ඇතිකිරීම.
2. පාරිභෝගිකයා එක්වර මිලදී ගන්නා භාණ්ඩ පිළිබඳ අවබෝධයක් ලබා ගනිමින් හරස් විකුණුම වැඩිකරගැනීමට උත්සාහ දැරීම. උදාහරණ ලෙස පාන් වැනි බෙකරි නිෂ්පාදන සමග කිරි නිෂ්පාදන මිලදී ගැනීම.
3. වෙළඳපලෙහි වඩාත් කැපී පෙනෙන ස්ථාන තෝරා ගනිමින් වඩාත් ප්‍රශස්ත රාක්ක කළමනාකරණය සඳහා පියවර ගැනීම.
4. සුවිශේෂී කාල වකවානුවලදී පාරිභෝගිකයාගේ මිලදී ගැනීම් ප්‍රවණතාවයන් හඳුනා ගැනීම සහ පුරෝකථනය කිරීම තුළින් පාරිභෝගික බාණ්ඩකරණය හඳුනාගෙන ඉලක්කගත ප්‍රවර්ධනයන් ගොඩනගා නිවැරදි භාණ්ඩ සහ නිවැරදි මිල ගණන් ඉදිරිපත් කළ හැක.
5. ඉතාමත් මන්දගාමී ලෙස විකිණෙන භාණ්ඩ සඳහා වට්ටම් ලබාදීම මගින් වඩාත් හොඳ ලාභයක් ලබාගත හැක.

6. පාරිභෝගිකයින්ගේ ලැදියාව ගොඩනගනු ලබන සේවකයින් සඳහා දිරිදීමනා ලබාදිය හැක.
7. පෙර මිලදී ගැනීම් පාදක කරගනිමින් භාණ්ඩවල ඉල්ලුම පුරෝකථනය කළ හැක.
8. විශාල දත්තවල සැඟවුණු රටාවන් හඳුනා ගැනීම සඳහා වඩාත් ඉහල විශ්ලේෂණාත්මක සහ සංඛ්‍යාත්මක මෙවලම් භාවිතා කළ හැක.
9. ඔවුනට නිෂ්පාදිතයන් සඳහා ෆෙස්බුක් හරහා කෙටිකාලීන ප්‍රවර්ධනයක් ලබාදිය හැකි අතර එමගින් සමාජ මාධ්‍ය සිට ගනුදෙනුව දක්වා එම දත්ත පරිවර්තනය කළ හැක.
10. ඔවුනට ජංගම යෙදුම් භාවිතා කළ හැකි අතර එම ජංගම යෙදුම හරහා ලැදියා පත් හිමි සාමාජිකයන් වෙත ප්‍රවර්ධනයන් ලබාදිය හැක. එමෙන්ම ආයතනය සඳහා වැදගත් පාරිභෝගිකයින් සඳහා වට්ටම් ලබාදීමද සිදු කළ හැක.
11. පාරිභෝගිකයන් හට ප්‍රවර්ධනාත්මක විද්‍යුත් තැපැල් පණිවුඩ යවමින් කාලීන මිලදී ගැනීම් සඳහා සිහිකැඳවීම් සිදු කළ හැක.
12. ආයතනයට පාරිභෝගිකයන්ගේ ගනුදෙනු දත්ත ලබා ගනිමින් ඔවුන්ගේ මිලදී ගැනීම් රටාවන් හඳුනාගත හැක . (උදා: එක්වර මිලදී ගන්නා භාණ්ඩ පිළිබඳ)

(ලකුණු 02 යි)

[c]

සුපිරි වෙළඳසැල සඳහා වන ප්‍රතිලාභ

1. විද්‍යුත් වාණිජ මගින් භෞතික ගබඩා සඳහා ඇති අවශ්‍යතාවය නවතාලනු ලබයි.
2. භෞතික ගබඩා සඳහා වන බදු කුලී නඩත්තු ඇතුළු සියලු පිරිවැය සඳහා වන මුදල් ඉතිරි කර ගත හැක
3. ව්‍යාපාරයට 365 X 24 X 7 කාලය තුළ විවෘත කොට තබමින් වර්ෂය පුරා ආදායම් ලබාගත හැක.
4. ලෝකය පුරා සිටින පාරිභෝගිකයන් ගෙන් සමන්විත වඩාත් පුළුල් වෙළඳපොලක් තුළ ඉතා පහසුවෙන් භාණ්ඩ විකිණීමට ඇති හැකියාව.
5. විද්‍යුත් වාණිජ මගින් කඩදාසි භාවිතය අඩු කරනු ලබයි.
6. විද්‍යුත් වාණිජ මගින් ආයතනයේ ඵලදායිතාවය වර්ධනය කරනු ලබයි.
7. විද්‍යුත් වාණිජ මගින් සමාගමේ සන්නාම චිත්‍රය වර්ධනය කරනු ලබයි.
8. ඉතාමත් අවම ආයෝජනයක් මගින් සිය වෙළඳපොල ජාතික සහ ජාත්‍යන්තර වශයෙන් පුළුල් කිරීමේ හැකියාවක් ආයතනයට උදාවේ.
9. ආයතනයකට ඉතාමත් පහසුවෙන් විශාල පාරිභෝගිකයින් ප්‍රමාණයක් වඩාත් හොඳ සැපයුම්කරුවන් ගැලපෙන ව්‍යාපාරික සහකරුවන් ගෝලීය වශයෙන් සොයා ගැනීමට පහසු වීම.
10. තොරතුරු ඩිජිටල් කරණය කිරීම නිසා ක්‍රියාදාමයන් නිර්මාණය කිරීමට බෙදා හැරීමට ලබා ගැනීම කළමනාකරණය කිරීම හා සම්බන්ධ සියලු කඩදාසි පාදක කටයුතු අවම කර ගැනීමට විද්‍යුත් වාණිජ හරහා ආයතනයට හැකි වේ

පාරිභෝගිකයින් සඳහා වන ප්‍රතිලාභ

1. පාරිභෝගිකයන් සඳහා වඩාත් පුළුල් පරාසයක භාණ්ඩ හා සේවාවන් පැවතීම.
2. සිය සේවා ස්ථානයෙන් හෝ නිවසින් බාහිරට නොයා අන්තර්ජාලය හරහා ලොව ඕනෑම ස්ථානයක ඇති භාණ්ඩයක් මිලදී ගැනීමේ හැකියාව පාරිභෝගිකයන්ට අත්පත් වේ.
3. භෞතික ගබඩාවන් වෙත ගමන් කළ යුතු නොවන බැවින් පාරිභෝගිකයන්ට ඒ සඳහා වන පිරිවැය ඉතිරි කර ගැනීමේ හැකියාවක් ඇත.

4. භාණ්ඩයක් මිලදී ගැනීමේදී සැබෑ පාරිභෝගිකයන්ගේ අදහස් නිෂ්පාදිත පිරිවිතර භාවිතා කරන ආකාරය පිළිබඳ විඩියෝ ආදී තොරතුරු පැවතීම
5. විද්‍යුත් වාණිජ මගින් අත්‍යවශ්‍ය වෙන්දේසි පහසුකම් සපයාදීම.
6. පවත්නා තොරතුරු වඩාත් කාර්යක්ෂමව ලබා දීම. දින සති ගණන් බලා නොසිට අදාළ විස්තරාත්මක තොරතුරු තත්පර ගණනකින් ලබා ගත හැකි වීම.
7. විද්‍යුත් වාණිජ්‍යය, ආයතන අතර තරගකාරීත්වය වැඩි කරන බැවින් ආයතන මගින් සැලකිය යුතු වටිමේ පාරිභෝගිකයන් හට ලබාදෙයි.
8. භාණ්ඩ පිළිබඳ සමාලෝචන අදහස් දැක්වීම සඳහා පාරිභෝගිකයන්ට ඉඩකඩ ලැබෙන අතර අනෙකුත් පාරිභෝගිකයින් අවසන් මිලදී ගැනීම සිදු කිරීමට පෙර තබන ලද සමාලෝචන අදහස් කියවීමට ද අවස්ථාවක් ලැබෙයි.
9. ව්‍යාපාරය පාරිභෝගිකයන් හට 365 X 24 X 7 කාලය සේවය සපයන බැවින් පාරිභෝගිකයන් හට ඕනෑම අවස්ථාවක ඕනෑම ස්ථානයක සිට භාණ්ඩ සඳහා විමසීම් කිරීමට සහ ඇණවුම් කිරීමට ඉඩකඩ සැලසේ.

(ලකුණු 06 යි)
(මුළු ලකුණු 10යි)

5 වන ප්‍රශ්නය සඳහා යෝජිත උත්තර

4 වන පරිච්ඡේදය තොරතුරු පද්ධති සඳහා වන ආචාර ධර්මානුකූල සමාජීය සහ නෛතික පරිසරය

[a]

- [i] ව්‍යාපාර සඳහා සමාජ මාධ්‍ය සහ ජාල වල ධනාත්මක බලපෑම
1. තත්කාලීනව ක්ෂේත්‍රයේ ප්‍රවීණතා ආවරණය කර ගැනීමට ඇති හැකියාව
 2. වඩාත් විස්තීර්ණ සහ තරඟකාරී විශ්ලේෂණය
 3. වඩාත් හොඳ පාරිභෝගික සේවාවක් ලබා දීම සහ පාරිභෝගික තෘප්තියක් ඇති කිරීම
 4. පාරිභෝගික අන්තර්ගතයන් සහ කතා එක්වරම අඩු කිරීමට ඇති හැකියාව.
 5. ඉතාමත් ඉහළ වේගයකින් පාරිභෝගිකයන්ගේ ඡායාරූප සහ සාර්ථකත්වය පිළිබඳ කතා අතින් අතට යාම. එමෙන්ම ඒවා ලබා ගැනීම සඳහා සමාජ මාධ්‍ය තරම් වෙනත් ස්ථානයක් නොමැත.
 6. තරඟකරුවන්ට වඩා ස්ථානගත කිරීමේ බලයක් අත්පත් වීම.
 7. තරුණ සමාජ දැනුමක් ඇති ගනුදෙනුකරුවන් පොළඹවා ගැනීමට ඇති හැකියාව.
 8. එය බඳවා ගැනීම සඳහා පහසුකම් සපයයි.
 9. සමාජ මාධ්‍ය හා සමාජ ජාල මගින් විශාල ප්‍රේක්ෂක සංඛ්‍යාවක් වෙත ළඟා වීමට උපකාරී වන අතර පාරිභෝගිකයන්ට හෝ ප්‍රේක්ෂකයින්ට සමාජ මාධ්‍ය සහ ජාලයන් හරහා ව්‍යාපාරික අවස්ථාවන් සොයා ගැනීමේ හැකියාවක් ලැබී ඇත.
 10. ඒ මගින් ඉලක්කගත ප්‍රේක්ෂකයින් වෙත ළඟාවීමේ හැකියාවක් උදාකර දෙන අතර ක්ෂණිකව ඔවුන්ගේ විමසීම් වලට පිළිතුරු සැපයීමේ නිරත විය හැක.
 11. තරඟකරුවන් සිය සාර්ථකත්වය සඳහා සමාජමාධ්‍ය භාවිතා කරණ ආකාරය හඳුනාගැනීමට මෙවලම් භාවිතාකළ හැක.
 12. සමාජ මාධ්‍ය හා ව්‍යාපාරයට කට වචන මගින් ප්‍රචාරණයක් අත්වේ.
 13. සමාජ මාධ්‍ය අලෙවිකරණය වඩාත් බලසම්පන්න සහ ලාභදායී වේ. සමාජ මාධ්‍ය නිරතවීම වැඩසටහන් මගින් බොහෝ බෙදාහැරීම් මෙන්ම බොහෝ දර්ශනය වීම් නිර්මාණය කරනු ලබයි. ඒ හරහා එක පිරිවැයක් යටතේ විශාල ප්‍රචාරණයක් ලබාගැනීමට හැකියාව ලැබේ.
 14. පාරිභෝගික ප්‍රතිපෝෂණයක් කෙලින්ම ලබා ගැනීමට එය උපකාරී වේ.

(ලකුණු 04යි)

[ii]

සමාජ මාධ්‍ය හරහා අසත්‍ය පුවත් සංසරණය වීම අවම කර ගැනීම සඳහා ගත හැකි පියවරයන්

- අසත්‍ය යැයි සැලකෙන පුවත නියාමනය කිරීමට හෙළාදැකීමට රාජ්‍ය නියෝජිත ආයතනයන්හි සහාය ලබා ගැනීම.
- සැක සහිත ගිණුම් අත්හිටුවීම විශේෂාංග සහ ඇල්ගොරිතමයන් එක් කිරීම ව්‍යාජ ප්‍රවෘත්ති ගැන වාර්තා කිරීමට පරිශීලකයන්ට ඉඩකඩ සැලසීම ව්‍යාජ ප්‍රවෘත්ති පිළිබඳ කටයුතු කිරීමට වැඩි පිරිසක් බඳවා ගැනීම ආදී පියවර ගත හැක.
- ව්‍යාජ ප්‍රවෘත්ති වලට එරෙහිව සටන් කිරීමට සමාජ මාධ්‍ය හා සම්බන්ධ මෙවලම් භාවිතා කිරීම.
- අදාළ ප්‍රවෘත්තිය ව්‍යාජ බවට (නිරීක්ෂණ) පළ කිරීම මෙන්ම හැකියාවක් ඇතොත් නිවැරදි තොරතුරු ඒ හා පළ කිරීම
- බෙදා හැරීමට පෙරමුලාශ්‍රය පිළිබඳ සොයා බැලීමට අමතර තත්පර කීපයක් ගත කිරීම.

(ලකුණු 02 යි)

b)

සයිබර් ආරක්ෂාව වැඩිදියුණු කිරීම සඳහා ගත හැකි පියවරයන්

a. සහාය නොදක්වන මෘදුකාංග භාවිතයෙන් වැළකී සිටීම.

සැපයුම්කරු විසින් තවදුරටත් සහාය නොදක්වන සහ යාවත්කාලීන නොකරන මෘදුකාංග මින් අදහස් කෙරේ උදාහරණ ලෙස වින්ඩෝස් වෙනත් යෙදුම් මෘදුකාංග වෙබ් පිරික්සුම් ආදිය පෙන්වා දිය හැක. මෘදුකාංග තවදුරටත් භාවිතා කිරීම සඳහා ඉඩකඩ ලබාදී තිබුණද නවීන තර්ජන සඳහා ඒ මගින් කිසිදු ආරක්ෂාවක් ලබා නොදෙයි. ආරක්ෂක යාවත්කාලීන වීම් බාගත කිරීම ක් සිදු නොවේ.

ආරක්ෂක දුර්වලතාවක් හඳුනාගත් වහාම එය වඩාත් හානිදායක මෘදුකාංගයක් බවට පත්වේ. ඒ හරහා සයිබර් ප්‍රහාරයක් වුවද ඇතිවිය හැක. යාවත්කාලීන ආරක්ෂක ක්‍රමවේදයන්ගේ ප්‍රතිලාභ අත්පත් කරගැනීමට නම් හෝ වේගය හා කාර්යක්ෂමතාවය ඉහළින් පවත්වාගෙන යාමට නම් සැපයුම් කරුවන් විසින් සහාය දක්වන මෘදුකාංග භාවිතා කළ යුතුය. සහාය නොදක්වන මෘදුකාංගය දිගින් දිගටම භාවිතා කිරීම අවධාන කාරණයක් නම් වඩාත් ආරක්ෂිත ගිනි වැට ව්‍යුහයක් භාවිතා කිරීම ප්‍රතිවිසිරස සහ ප්‍රති හානිදායක මෘදුකාංග වැඩසටහන් භාවිතය කෙරෙහි අවධානය යොමු විය යුතුය.

b. නවීනතම මෘදුකාංග සහ යෙදුම් යාවත්කාලීන කිරීම් නිතරම බාගත කිරීම සහ ස්ථාපනය කිරීම සිදුකළ යුතුය

අනවසර ප්‍රවේශ වන්නන්ගෙන් සිදුවන හානි දායක තත්වයන් වළක්වා ගැනීම සඳහා මෘදුකාංග වල පවතින අඩුපාඩුකම් සමනය කිරීමට මෙම මෘදුකාංග යාවත්කාලීන කිරීම් සකස් වී ඇත. හැකි ඉක්මනින් ඒවා ස්ථාපනය කිරීම මගින් උපකරණ ආරක්ෂිතව තබා ගැනීමට හැකියාව ලැබේ. පරිගණක යන්ත්‍ර , උතුල් පරිගණක යන්ත්‍ර , සුහුරු දුරකථන ආදිය ස්වයංක්‍රීයව යාවත්කාලීන වීමට වින්‍යාසගත කර තැබීම සිදු කළ හැක.

c. යාවත්කාලීන ප්‍රතිවිසිරස් වැඩසටහන් භාවිතා කිරීම

පරිගණක යන්ත්‍ර වැඩලට් යන්ත්‍ර මෙන්ම සුහුරු දුරකථන අනිෂ්ට මෘදුකාංග මගින් ක්ෂණිකව බලපෑමට ලක්විය හැක. වඩාත් පොදුවේ අඳුනාගත හැකි ඩසරම්ම සහ අනිෂ්ට මෘදුකාංග අතර ඔත්තු මෘදුකාංග සහ කප්පම් මුද්‍රකාංග හඳුනාගත හැක. මෙම බලපෑම් වලින් ආරක්ෂා වීම සඳහා ප්‍රතිවෛරස මෘදුකාංග ප්‍රති අනිටු මෘදුකාංග වැනි අන්තර්ජාල ආරක්ෂණ මෘදුකාංග යාවත්කාලීන කොට තබා ගැනීම සිදුකළ යුතුය.

d. ශක්තිමත් මුරපද භාවිතා කිරීම

පහසුවෙන් අනුමාන කළ හැකි දරුවාගේ නම සුරතලාගේ නම ජනප්‍රියම ක්‍රීඩාව වැනි වචන භාවිතා කිරීම සුදුසු නොවේ. මුරපදයක් නිර්මාණය කිරීම සඳහා අහඹු වචන භාවිතා කළ යුතු අතර ඒ තුළ අංක සහ සංකේත භාවිත කිරීමත් ඉතාමත් යෝග්‍ය වේ. පුද්ගලික ගිණුම් බොහොමයකට ප්‍රවේශවීමට සහ බැංකු තොරතුරු ලිපිනය හෝ උපන්දිනය වැනි පුද්ගලික තොරතුරු සොයා ගැනීමට හැකිවරුන් විසින් විද්‍යුත් තැපෑල භාවිතා කරන අතර පරිශීලකයින් අනන්‍යතා සොරකම් හෝ වංචාවන්ට ලක්විය හැක. වඩාත් වැදගත් ගිණුම් සඳහා ද්වි සාධක තහවුරු කිරීම් භාවිතා කිරීම ඉතාමත් යෝග්‍යවේ. මෙහිදී ඇඟිලි සලකුණු තැබීම රක්ෂක ප්‍රශ්නයකට පිළිතුරු දීම ජංගම දුරකථනයට එවන කේතයක් ඇතුළු කිරීම වැනි දෙවන අදියරක් සිදුකරීම කළ යුතුය.

e. සැකකටයුතු විද්‍යුත් පණිවිඩ මකා දැමීම සහ නොදන්නා ඇමිණුම් සහ සබැඳි විවෘත කිරීමෙන් වැළකීම

විද්‍යුත් තැපෑල යනු වඩාත් හොඳ සන්නිවේදන මෙවලමක් වුවද එය ආයාචිත තැපැල් නැතහොත් අපවිත්‍ර තැපැල් ලෙස හඳුන්වනු ලබන අනවශ්‍ය විදුලි පනිවිඩ එවීම සඳහා භාවිතා කරනු ලබයි.

ඒ මගින් බොහෝවිට පරිගණක යන්ත්‍රයට හෝ ආයතනයට හානියක් ඇතිවිය හැක. මේවා තුළ බොහෝවිට ව්‍යාජ තොරතුරු හානිදායක සබැඳි පැවැතිය හැකි බැවින් එවැනි විද්‍යුත් තැපැල් පණිවිඩ මකා දැමීම සිදු කළ යුතුය.

තමා වඩාත් හොඳින් දන්නා හඳුනා ලිපිනයකින් පැමිණෙන බව දක්නට ලැබුණ ද එවැනි පණිවිඩ තතුබැම් ගණයට අයත් වේ.(වංචා කිරීම සඳහා අපරාධකරුවන් එවැනි විද්‍යුත් තැපැල් පනිවිඩ දහස් ගණනින් යවනු ලැබේ)

f. දත්ත උපස්ථ කිරීම

පරිගණක යන්ත්‍රය හෝ උපකරණය වයිරස් බලපෑමකට ලක් වූ අවස්ථාවකදී හෝ හැකරු වරයෙකුගේ ග්‍රහණයට අසු වූ විට එහි ඇති දත්ත විනාශවීමට හානි ඇති වීමට සොරකම් කිරීමට හෝ කප්පම් ලබාගැනීම සඳහා රඳවා තබා ගැනීම සිදුවිය හැක. එහිදී පරිශීලකයාට දත්තවලට ප්‍රවේශවීම සිදුකළ නොහැක. එබැවින් සමාගම් විසින් සිය වඩාත් වටිනා දත්ත බාහිර ගබඩා මාධ්‍යයකට හෝ වළාකුළු ගබඩා මාධ්‍යයකට උපස්ථ කිරීම සිදුකළ යුතුය. එහිදී කාලානුරූපීව එම උපස්ථ පරීක්ෂා කිරීමත් සමාගම් විසින් වඩාත් රහස්‍ය තොරතුරු බාහිර ස්ථානයකට උපස්ථ කරන්නේ නම් අදාළ ආරක්ෂක මිනුම් සහ රජය මගින් හඳුන්වා දී ඇති ප්‍රතිපත්ති උපදෙස් ආදිය අනුගමනය කර ඇති බව තහවුරු කරගත යුතුය.

g. සයිබර් දැනුවත් වීම සඳහා සේවකයින් පුහුණු කිරීම

ඩිජිටල් පරිසරයක ක්‍රියාත්මක වීමේ ප්‍රතිලාභ පිළිබඳ සේවකයින් දැනුවත්ව සිටිය යුතු අතර සයිබර් ආරක්ෂාව පිළිබඳවත් සයිබර් අවකාශය හරහා ඇතිවිය හැකි තර්ජන සහ ඒවාට මුහුණ දෙන ආකාරය පිළිබඳවද සේවකයින් දැනුවත්ව සිටිය යුතුය. ඩිජිටල් තාක්ෂණයේ ක්ෂණික දියුණුවත් සමඟ සයිබර් ආරක්ෂාව පිළිබඳ වාර්ෂික පුහුණු වැඩසටහන් වලට එකතු කර තිබීමද වඩාත් යෝග්‍ය වේ.

h. සැපයුම්කරුවන් සහ හවුල්කරුවන් සමඟ ආරක්ෂක සම්බන්ධතාවයන් කළමනාකරණය කිරීම

සමාගම් දියුණුවීමත් වැඩි සැපයුම්කරුවන් සහ හවුල්කරුවන් ප්‍රමාණයක් සමඟ ගනුදෙනු කිරීමට සිදුවීම නිසාත් වඩාත් සංකීර්ණ සැපයුම්දාම සම්බන්ධතාවයක් බිහිවී ඇත. නිතරම වඩාත් හොඳ මෙහෙයුම් නිරීක්ෂණය කිරීම වැදගත් වේ. එයට හේතුව අනාරක්ෂිතභාවය තමන්ගේ ආයතනය තුළ මෙන්ම සැපයුම් දාමය හරහා ආයතන වලට ද බලපෑම් කළ හැකිනිසාය. සමාගම මගින් තුන්වන පාර්ශවයක් මගින් කළමනාකරණය කරනු ලබන තොරතුරු තාක්ෂණික සේවා භාවිතා කරන්නේ නම් ඔවුන්ගේ කොන්ත්‍රාත්තු සහ සේවා මට්ටමේ ගිවිසුම පරීක්ෂාකර පද්ධති සහ දත්ත සඳහා මනා ආරක්ෂණ පාලනයක් පවතින බව තහවුරු කරගත යුතුය.

i. සැලැස්මක් තබාගැනීම

ඉතාමත් වැදගත් පියවර වන්නේ සයිබර් අවකාශය සහ තොරතුරු ආරක්ෂණය යනු ව්‍යාපාරයට සැබෑ තර්ජනයක් බව වටහාගෙන මනා ආරක්ෂණ සැලැස්මක් පවත්වාගෙන යෑමයි

j. ද්වි අදියර තහවුරු කිරීම

මෙම තහවුරු කිරීම මගින් හැකර් වරු සතුව අපගේ මුරපද පැවතුනත් ව්‍යාපාර ගිණුම් වල ආරක්ෂාව තහවුරු කරගත හැක.

(ලකුණු 04 යි)
(මුළු ලකුණු 10යි)

ප්‍රශ්න අංක 06 සඳහා යෝජිත පිළිතුරු

05 වන පරිච්ඡේදය තොරතුරු පද්ධති කෙරෙහි තාක්ෂණික ප්‍රවණතාවයන් ගේ බලපෑම

a)

සමූහ අරමුදල්කරණය

සමූහ මුදල්කරණය යනු පුද්ගලයින්ට ව්‍යාපාරයන්ට සහ සමාජ සේවා ආයතනයන්ට ව්‍යාපෘතීන් සඳහා මුදල් ලබා ගන්නාවිකල්ප ක්‍රමවේදයකි. එය යම් කිසි ලාභයක් හෝ ප්‍රතිඵලයක් අපේක්ෂාවෙන් සමූහ අරමුදල් සඳහා ආයෝජනය කරන හෝ පරිත්‍යාග කරන පුද්ගලයන් හෝ සංවිධානයන් හරහා ක්‍රියාත්මක වේ.

මෙහිදී අරමුදල් අපේක්ෂා කරන්නා විසින් ගැලපෙන සමූහ අරමුදල් වේදිකාවක හෝ වෙබ් අඩවියක සිය අඩු වියදම් ගෘහස්ථ ජල පිරිපහදු මූලාකෘතිය පිළිබඳ ව්‍යාපෘතිය සැකසිය යුතුය. ප්‍රධාන ආකාර හතරක සමූහ අරමුදල් ලබා ගැනීමේ හැකියාවක් ඔවුන්ට ලැබේ. එනම් පරිත්‍යාග මත පදනම් වූ, ප්‍රතිලාභ මත පදනම් වූ, ණය මත පදනම් වූ සහ කොටස් මත පදනම් වූ සමූහ අරමුදල් වශයෙනි.

මෙම අවස්ථාව සඳහා ප්‍රතිලාභ මත ක්‍රියාත්මක වන සමූහ අරමුදල් වඩාත් යෝග්‍ය වේ. මෙහිදී නව නිපැයුම් කරුවාට සිය නිෂ්පාදන සහ සේවාවන් පිළිබඳ තොරතුරු සමාජ මාධ්‍ය හරහා වර්ධනය කරමින් ක්‍රියාවලිය ඉදිරියට ගෙන යාම සඳහා අවශ්‍ය අරමුදල් සපයා ගත හැක.

අදාළ නිෂ්පාදනය ආරම්භ වූ වහාම ප්‍රතිලාභ ලබා ගැනීමේ පොරොන්දුව මත රැවිකත්වයක් ඇති පාර්ශවයන්ට මේ ව්‍යාපෘතිය සඳහා අරමුදල් සැපයීම සිදු කළ හැක. මෙහිදී නිවරදිව අරමුදල් ආයෝජනය නොකළහොත් ප්‍රතිලාභ නැවත ලබාගැනීම පිළිබඳ අවදානමක් පවතී.

b)

සමූහ අරමුදල් සැපයීමේ අවදානම්.

1. සයිබර් ආරක්ෂණ උල්ලංඝනයන් සිදුවීමේ හැකියාව
2. වංචා සිදු වීමේ අවදානම
3. මුදල් විශුද්ධිකරණ සඳහා සමූහ මුදල් වේදිකා භාවිතා කිරීමක් සිදුවිය හැක. මෙම අවදානම අනෙකුත් ජාත්‍යන්තර මූල්‍ය ගනුදෙනු වල අවදානමට සමානවේ
4. අනිෂ්ට භාවිතයන් නිසා සමූහ අරමුදල් වේදිකාවේ බිඳ වැටීමක් සිදුවිය හැක.
5. අරමුදල් දායකයින්ට ප්‍රතිලාභ පිරිනැමීමට අපොහොසත් වුවහොත් එය සමාගමේත් කීර්තිනාමයට කැළලක් ඇති කරයි.
6. සමාජ පාරිසරික බලපෑමක් හෝ ඒ හා සම්බන්ධව අවභාවිතයන් ත්‍යාජනය කිරීමට නොහැකි වීම.

c)

බ්ලොක් චේන් (කුටක දාම)

බ්ලොක් චේන් යනු පද්ධතිය වෙනස් කිරීමට, වංචා කිරීමට නැතහොත් දූෂ්‍ය කිරීමට නොහැකි වන පරිදි තොරතුරු වාර්තා කිරීමේ පද්ධතියකි. මෙය අත්‍යවශ්‍යයෙන්ම ඩිජිටල් ලෙජරයක් වන අතර එය බ්ලොක් චේන් එක තුළ ඇති පරිගණක පද්ධති ජාලය ඔස්සේ අනු පිටපත් කොට බෙදා හරිනු ලබයි. මෙම දාමයේ සෑම කොටසකම ගනුදෙනු ගණනාවක් අඩංගු වන අතර නව ගනුදෙනුවක් සිදු වූ වහාම එම ගනුදෙනුවේ වාර්තාවක් සෑම සහභාගි වන්නකු ගේම ලෙජරයට එකතු වේ.

බෙදා හල ලෙජර ලෙස හැඳින්වෙන සහභාගි වන්නන් විසින් මෙහි විකේන්ද්‍රණය වී ඇති දත්ත පදනම් කළමනාකරණය කරනු ලබයි.

(ලකුණු 03යි)
(මුළු ලකුණු 10යි)

B කොටසෙහි අවසානය

හත්වන ප්‍රශ්නය සඳහා යෝජිත පිළිතුරු

3 වන පරිච්ඡේදය - ආයතනයක් තුළ තොරතුරු පද්ධති
4 වන පරිච්ඡේදය - තොරතුරු පද්ධති වල ආචාරධර්මීය සමාජයීය සහ නෛතික පරිසරය

[a] උපකල්පන

- සියලුම පාරිභෝගිකයන්ට අන්තර්ජාල ප්‍රවේශ පහසුකම් සහ සමාජ මාධ්‍ය පහසුකම් ඇත.
- වෙබ් අඩවි හරහා මිලදී ගැනීමට පෙර පාරිභෝගිකයින් ගිණුමක් නිර්මාණය කළ යුතුය.

වෙබ් හැසිරීම්, විද්‍යුත් තැපැල් ප්‍රතිචාර, ගෙවීම් ගනුදෙනු වැනි විවිධ ප්‍රභවයන්ගෙන් පාරිභෝගික දත්ත එක්දස් කිරීම හා ඒකාබද්ධ කිරීම මගින් පාරිභෝගික මිල දී ගැනීම් රටාව නිරීක්ෂණය කළ හැක. ආයතනයේ නම සහ වෙළඳ නාමය ප්‍රවර්ධනය කිරීමට මෙන්ම ව්‍යාපාරය ගැන ගනුදෙනුකරුවන්ගේ අදහස් සොයා දැනගැනීමට සහ පවතින ගනුදෙනුකරුවන් සමඟ ශක්තිමත් සබඳතාවයක් ගොඩනගා ගැනීමට සමාජ ජාල සහ සමාජ මාධ්‍ය අලෙවිකරණ මෙවලමක් ලෙස භාවිතා කළ හැක. ඔවුන්ගේ මිලදී ගැනීම් පිළිබඳ තවදුරටත් සිදු කරන ඓතිහාසික විශ්ලේෂණයක් මෙන්ම වයස, ස්ත්‍රී පුරුෂ භාවය, මිලදීගත් නිෂ්පාදන කාලවකවානු වැනි අංග මත පදනම්ව ගනුදෙනුකරුවන්ගේ පොකුරු විශ්ලේෂණය කළ හැක. එමගින් පාරිභෝගිකයන්ගේ මිලද ගැනීමේ පුරුදු මත පදනම්ව නිර්දේශ ඉදිරිපත් කිරීමටත් විශ්වාසයෙන් යුතුව ඔවුන්ගේ අවශ්‍යතා සහ වුවමනා සපුරාලීමටත් හැකිවේ.

මෙම තොරතුරු පරිගණක පාදක තොරතුරු පද්ධති වල ගබඩා කර ඇති හෙයින් ගනුදෙනුකරුවන්ගේ මිලදී ගැනීමේ රුචිකත්වයන් හා ප්‍රවණතාවයන් අවබෝධ කර ගැනීම සඳහා ව්‍යාපාර විශ්ලේෂණ මෘදුකාංග හරහා මෙම දත්ත විශ්ලේෂණය කළ හැක. ව්‍යාපාර විශ්ලේෂණයන් භාවිතා කරමින් මිලදීගැනීම් පුරෝකථනය කළ හැකිය. සමාජ මාධ්‍ය ආශ්‍රිතව තරඟ ආදිය පවත්වා රුචිකත්වයන් හඳුනා ගත හැකි අතර එමගින් ජන විද්යාත්මක තොරතුරු මිනුම් කිරීම සඳහා සමාජ මාධ්‍ය විශ්ලේෂණ භාවිතා කළ හැක.

ඔවුනට වෙබ් අඩවිය හරහා සෘජුවම පාරිභෝගිකයන්ට විකුණුම් කළ හැකි අතර රුචිකත්වයන් ගැලපීම ද සිදුකළ හැක.

(ලකුණු 04 යි)

[b] ව්‍යාපාර සම්පත් සැලසුම්කරණ (ERP) මෘදුකාංග භාවිතයේ වාසි

1. කරගතරී වාසි

ව්‍යාපාර සම්පත් සැලසුම්කරණ මෘදුකාංගයකට විශාල ආයෝජනයක් අවශ්‍ය බව සත්‍යයකි. නමුත් එය සපයන කාර්යයක් සමඟ එය ව්‍යාපාර පරිසරයේ අත්‍යවශ්‍ය අංගයක් බවට පත්ව ඇත. ව්‍යාපාර සම්පත් සැලසුම්කරණ මෘදුකාංගය ව්‍යාපාරයේ තරඟකරුවන් අතර ඉදිරියෙන් තැබීමට උපකාරී වනුයේ කරගතරීත්වයක දී ව්‍යාපාරය පසුපසට ඇද දමන විශාල පාඩු ඇති කරන අත්වැරදි තවදුරටත් සිදු නොවීම සඳහාය. සිය තරඟකරුවන් ඒ විසඳුම් සඳහා ආයෝජනය කරමින් ඉහළ ප්‍රතිලාභ ලබද්දී සමාගම්වලට ව්‍යාපාර සම්පත් සැලසුම්කරණ විසඳුම් නොමැතිව සිටීම කළ යුත්තක් නොවේ.

2. වැඩිදියුණු කළ සැලසුම් කාර්යක්ෂමතාවය

ව්‍යාපාර සම්පත් සැලසුම්කරණ විසඳුම් මගින් නැවත නැවත සිදුවන කාර්යයන් ඉවත් කෙරෙන අතර හස්ත ක්‍රමය යටතේ තොරතුරු නැවත නැවත ඇතුළත් කිරීම බෙහෙවින් අවම කර ඇත. මේ මගින් ඵලදායීත්වය වැඩි කිරීම සිදු කරනවා මෙන්ම අධික ව්‍යාපාර වැරදි වලට තුඩුදිය හැකි මානව වැරදි ඇතිවීමේ හැකියාවද ඉවත් කරයි. ව්‍යාපාරය නිසි පරිදි පවත්වාගෙන යාම සියලු තොරතුරු දැනගැනීම ව්‍යාපාර ක්‍රියාවලිය පහසු සහ කාර්යක්ෂම කිරීම සඳහා සැලසුම් කළ අතිරේක අතක් සහ මොලයක් ලෙස ව්‍යාපාර සම්පත් සැලසුම්කරණ පද්ධති හැඳින්විය හැක.

3. නිවැරදි පුරෝකථන

ව්‍යාපාර සම්පත් සැලසුම්කරණ මෘදුකාංග මගින් වඩාත් නිවැරදි පුරෝකථන කිරීම සඳහා මෙවලම් සපයයි. කල්තියා සිතීම විකුණුම් වල සිට මූල්‍ය දත්ත කටයුතු මනාව සැලසුම් කිරීම සහ පාරිභෝගික සේවා සඳහා පරිශීලකයා සහ ව්‍යාපාරය සමස්තයක් ලෙස සලකයි. ශක්තිමත් පුරෝකතන පහසුවක් සමග ව්‍යාපාරික පිරිවැය කාර්යක්ෂමව අඩු කරනු ලබයි. ව්‍යාපාර සම්පත් සැලසුම් කරුණු පද්ධතිය මෘදුකාංගය තුළ වඩාත් නිවැරදි හා යාවත්කාලීන තොරතුරු ඇති බැවින් වඩාත් කාර්යක්ෂම පුරෝකතන කිරීම සිදු කළ හැක.

4. දෙපාර්තමේන්තු සහයෝගීතාවය

දෙපාර්තමේන්තු අතර කිසිදු සහයෝගීත්වයක් නොමැතිව තනි තනිව පවත්වාගෙන යාම වෙනුවට ඒවා අතර සහයෝගීත්වයක් ඇතිකිරීම තීරණාත්මක හා අත්‍යවශ්‍ය කරුණකි. විශේෂයෙන්ම ව්‍යාපාර කටයුතු සඳහා දෙපාර්තමේන්තු ගණනාවක් සම්බන්ධ වන අවස්ථාවල එය අනිවාර්ය වේ. ව්‍යාපාර සම්පත් සැලසුම්කරණ පද්ධතියකට ඇතුළු වන දත්ත මධ්‍යගත හා ස්ථාවර වන විට එකම තොරතුරු හුවමාරු කරගනිමින් අවශ්‍ය විටක සියලු දෙපාර්තමේන්තුවලට සහයෝගීත්වයෙන් කටයුතු කළ හැක.

5. පරිමාණය කළ හැකි සම්පත්

කාලයත් සමඟ මූලින් ක්‍රියාත්මක කළ විසඳුමක් නව පරිශීලකයන් සහ ක්‍රියාකාරකම් එක් කරමින් පුළුල් කිරීමේ ඉඩකඩ ව්‍යාපාර සම්පත් සැලසුම්කරණ පද්ධතියක් මගින් ලබා දේ. ව්‍යාපාරය විශාල හෝ කුඩා වීම බාධාවක් කර නො ගනිමින් ව්‍යාපාරයත් සමඟ පද්ධතියක් වර්ධනය වනුයේ නව පරිශීලකයින් හා දත්ත අවශ්‍ය විටක දී පද්ධතියකට එක්කරමිනි. ව්‍යාපාරය වෙනස් වීමේ දී නව පද්ධතියක් සඳහා යාම නවතාලමින් පවත්නා පද්ධතියම වර්ධනය කර ගැනීමේ පහසුකම් ව්‍යාපාර සම්පත් සැලසුම්කරණ පද්ධතියක් මගින් ලබා දේ.

6. ඒකාබද්ධ තොරතුරු

ව්‍යාපාරය සහ අනිකුත් දෙපාර්තමේන්තු දෛනික ව්‍යාපාර ක්‍රියාකාරකම් භාවිතයන් පවත්වාගෙන යනු ලබන සියලු වැදගත් තොරතුරු සඳහා ප්‍රවේශ ලක්ෂයක් ඒකාබද්ධ දත්ත පදනමක් සහිත ලෙස ව්‍යාපාර සම්පත් සැලසුම්කරණ පද්ධතියක් හඳුන්වා දිය හැක. බහුවිධ දත්ත පදනම් තුළ දත්ත ගබඩා කිරීමේ ගැටලුව මගහරවමින් සියලු තොරතුරු එක් ස්ථානයක තබා ඇත. ඉන් අදහස් වනුයේ ව්‍යාපාරයකට දත්ත ස්ථාවරව නිවැරදිව සහ අනන්‍ය ලෙස තබා ගනිමින් පාරිභෝගික සබඳතා කළමනාකරණ මෘදුකාංග වැනි වේදිකා ද ව්‍යාපාර සම්පත් සැලසුම්කරණ පද්ධති හා ඒකාබද්ධ කළ හැකි බවයි.

7. පිරිවැය ඉතිරිය

අවසානයේදී ව්‍යාපාරයට මිල අධික හානි සිදුවන වැරදීම් මගහරවා ගැනීම සඳහා මූල්‍ය කළමනාකරණය ඉතා වැදගත් වේ. තනි මූලාශ්‍රයක නිවැරදි හා තත්කාලීන තොරතුරු පවත්වාගනිමින් ව්‍යාපාර සම්පත් සැලසුම්කරණ මුද්‍රකාංගයක් පරිපාලන හා මෙහෙයුම් පිරිවැය අවම කර ව්‍යාපාරයේ අනෙකුත් අවශ්‍ය ශේෂයට මුදල් යෙදවීමට ඉඩකඩ සපයයි. එය නිෂ්පාදකයින්ට කල්තියා මෙහෙයුම් කළමනාකරණයට ඉඩ සලසන අතර, බාධා කිරීම් හා ප්‍රමාදයන් වළක්වා තොරතුරු අවහිරතා බිඳදමා පරිශීලකයන්ට ක්ෂණික තීරණ ගැනීම සඳහා උපකාරී වේ.

8. විධිමත් ක්‍රියාවලි

ව්‍යාපාර පුළුල් වනවිට ඒ හා අදාළ මෙහෙයුම ද සංකීර්ණ වන බැවින් අවාසනාවකට විශාල වැරදීම් සිදුවීමේ ඉඩකඩ ද වැඩි කරයි. උදාහරණයක් ලෙස නිෂ්පාදන මොඩියුලය දෙපාර්තමේන්තුව හා මෙහෙයුම් ස්වයංක්‍රීයකරණය කරමින් සෑම දෙනාටම නිවැරදි සහ තත්කාලීන තොරතුරු සපයමින් දෝෂ ඇති කරනු ලැබිය හැකි හස්ත ක්‍රමය නවතාලනු ලබයි. සංකීර්ණ ක්‍රියාවලි ස්වයංක්‍රීයකරණය දත්ත නැවත නැවත ඇතුලත් කිරීම නවතාලීම සහ නිෂ්පාදනය එනම් නිම කිරීම සහ බෙදා හැරීම වැනි කාර්යයන් වැඩිදියුණු කරමින් ව්‍යාපාර සම්පත් සැලසුම්කරණ පද්ධතියක් ඵලදායීත්වය හා කාර්යක්ෂමතාවය ඉහළ දමයි.

9. සංවලතාවය

ව්‍යාපාර සම්පත් සැලසුම්කරණ මෘදුකාංගයක ඇති තවත් වාසියක් නම් පරිශීලකයින් සිටින ඕනෑම ස්ථානයක සිට පද්ධතියට සම්බන්ධ වීමට ඇති හැකියාවයි. ක්‍රියාත්මක කිරීමේ අන්දම් ලබාදීම මගින් මාර්ගස්ථව සිටින විකුණුම් නියෝජිතයන්ට ද කාර්යාල පරිශ්‍රයේ සිටින පරිශීලකයෙකු හා සමානවම ඔවුන්ට අවශ්‍ය විටකදී පද්ධතිය භාවිතා කළ හැක. ව්‍යාපාර සම්පත් සැලසුම්කරණ මෘදුකාංග පරිශීලකයෙකුට ලොව ඕනෑම ස්ථානයක සිට උකුල් පරිගණක සුහුරු ජංගම දුරකථන ටැබ්ලට් ආදිය හරහා මධ්‍යගත දත්ත පදනමට ප්‍රවේශ වීමේ හැකියාව ලබාදෙයි. ලොව ඕනෑම තැනක සිට තොරතුරු ලබාගත හැකි වීමත් ඵලදායීත්වය ඉහළ නැංවීමත් ව්‍යාපාර සම්පත් සැලසුම්කරණ මෘදුකාංගයට අනුවර්තනය වීමේ හැකියාව ඉතාමත් ඉහළ ය.

10. වාර්තා ගනුදෙනුකාර හිතෙහි වාර්තාකරණය

ව්‍යාපාර සම්පත් සැලසුම්කරණ මෘදුකාංගයක සියලු ව්‍යාපාරික අවශ්‍යතාවයන් ගැලපෙන ලෙස ඉතා පහසුවෙන් සහ ගනුදෙනුකාර හිතෙහි වාර්තා ජනනයට උපකාරී වේ. වැඩි දියුණු කළ වාර්තාකරණ හැකියාවන් සහ කාර්යයන් සමග ව්‍යාපාරයට සංකීර්ණ දත්ත අවශ්‍යතාවයන්ට පහසුවෙන් ප්‍රතිචාර දැක්විය හැකි අතර එය ඵලදායීතාවය ඉහළ දැමීමට ද හේතු වෙයි.

11. ඵලදායීතා වර්ධනය

ව්‍යාපාර සම්පත් සැලසුම්කරණ මෘදුකාංගයක ඇති ස්වයංක්‍රීයකරණය හා විධිමත් කිරීමේ හැකියාවන් හේතුවෙන් කාලය ඉතිරිවීම සහ ඵලදායීත්වය ඉහළ යෑම සිදුකරයි. බොහෝවිට වෙහෙසකාරී කාර්යයන් සඳහා කාලය ගත කිරීමේදී නිෂ්පාදන ප්‍රමාදයන් ඇතිවිය හැක.

මෙම ප්‍රමාදයන් ව්‍යාපාර වලට සහ පාරිභෝගික සේවාවන්ට බලපෑම් ඇති කළ හැක. අතිරේක ක්‍රියාවලින් ස්වයංක්‍රීකරණය කිරීමෙන් පරිශීලකයාට වැඩි කාලයක් ඉතිරි කරගත හැකි අතර ඒ නිසා වැඩි කාලයක් හා අවධානයක් අවශ්‍ය ව්‍යාපෘතීන් සඳහා යෙදවිය හැක. විසඳුම් භාවිතා කිරීම පහසුවන පරිදි සැකසී ඇති බැවින් පරිශීලකයින්ට පහසුවෙන් වැඩ කළ හැකිය.

12. නම්‍යශීලී පද්ධති

නවීන ව්‍යාපාර සම්පත් සැලසුම්කරණ මෘදුකාංග පද්ධති ශක්තිමත් නම්‍යශීලී සහ වින්‍යාසගත කළ හැකි ඒවාය. ඒවා සෑම කෙනෙකුටම අවශ්‍ය ලෙස සංවර්ධනය කර නැතත් ව්‍යාපාරවල අන්‍ය තත්ත්වයන් සඳහා සැකසිය හැක. වර්ධනය වන ව්‍යාපාරික අවශ්‍යතාවයන්හි වෙනස්වන අවශ්‍යතාවන්ට අනුව අනුගත වීමට හැකියාවක් ව්‍යාපාර සම්පත් සැලසුම්කරණ පද්ධතියකට ඇත.

13. පාරිභෝගික සේවා

හොඳින් ක්‍රියාත්මක වන ව්‍යාපාර සම්පත් සැලසුම්කරණ පද්ධතියක් ඇති විටෙක ඉතාමත් ඉහළ පාරිභෝගික සේවයක් ලබා දිය හැක. විකුණුම් මෙන්ම පාරිභෝගික සේවා පුද්ගලයින්හට පාරිභෝගිකයන්ගේ තොරතුරු ඉතිහාසයට නිවැරදිව හා වේගවත්ව ප්‍රවේශ වී පාරිභෝගිකයන් හා වඩාත් හොඳ අන්තර් ක්‍රියාකාරීත්වයක් සහ සම්බන්ධතාවය වර්ධනය කරගත හැක.

14. දත්ත විශ්ලේෂණය

ව්‍යාපාර සම්පත් සැලසුම්කරණ පද්ධතිය මගින් විවිධ ස්ථානවල සිට ජංගම දුරකතන ආදී විවිධ උපාංග හරහා ප්‍රවේශ වියහැකි (වලාකුළුවල ක්‍රියාත්මක වේ නම්) විශ්වාසදායී දත්ත සපයයි. තත්කාලීන යාවත්කාලීන හැකියාව නිසා දත්ත වල නිවැරදි තාවය හා අනුකූලත්වය වර්ධනය කිරීමට ව්‍යාපාර සම්පත් සැලසුම්කරණ පද්ධති සමත්ව ඇත. මේ නිසා පරිශීලකයන්ට සියලු දත්ත හා විශ්ලේෂණ දෝෂ ඇතිවීමේ අවදානමකින් තොරව භාවිතා කිරීම සඳහා ආරක්ෂිත බව සහතික කළ හැක. ව්‍යාපාර සම්පත් සැලසුම්කරණ මෘදුකාංග පරිශීලක දත්ත සඳහා ගිනි වැට සහ ඒ තුළම සැකසී ඇති ආරක්ෂක ක්‍රමයන් හරහා අමතර ආරක්ෂාවක් ලබා දිය හැක. වැඩිදියුණු කළ ආරක්ෂාව වැදගත් ව්‍යාපාරික තොරතුරු අධිකාරීත්වයකින් තොර පාර්ශ්වයන්ට කාන්දුවීම මේ මගින් වලක්වාගත හැක.

(ලකුණු 08 යි)

[c]

1. පාර්ශ්වකරුවන් සමග සන්නිවේදනය කිරීම සඳහා අභ්‍යන්තර ජාල සහ බාහිර ජාල පහසුකම් සහිතව පහසු කාර්යක්ෂම වේදිකාවක් වෙබ් අඩවි හරහා ගොඩ නැගිය හැකි අතර බලයලත් පාර්ශ්වයන්ට පමණක් ඒ හරහා ලබාදෙන පහසුකම් ලබා ගැනීමට හැකියාව ලබාදිය හැක.
2. පාරිභෝගිකයන් හට ඔවුන්ගේ නිවෙස් වලින් බැහැරට නොයා විද්‍යුත් ගෙවීම් ක්‍රම භාවිතා කරමින් භාණ්ඩ හා සේවා මිලදී ගැනීමේ අවස්ථාව ලබාදිය හැක.
3. සමාගමේ කාර්යයන් සහ ලබාදෙන සේවාවන් පිළිබඳ දැනුවත් කිරීම සිදු කළ හැක
4. මංගත ප්‍රචාරණයන් භාවිතා කරමින් නව පාරිභෝගිකයන් ග්‍රහණය කරගත හැක
5. වඩාත් ගුණාත්මක ආකාරයට ඔවුන් තේ නිෂ්පාදනය කරන ආකාරය පෙන්වා දිය හැක.
6. ඔවුන් විසින් සිදු කරනු ලබන සමාජ වගකීම් ව්‍යාපෘති පිළිබඳ දැනුවත් කිරීම් සිදු කළ හැක.
7. සමාගමේ නිෂ්පාදිත පිළිබඳ විස්තර පිරිවිතරයන් සමග වෙබ් අඩවිය හරහා පුද්ගලයන් කළ හැකි බැවින් පාරිභෝගිකයාට ඉදිරිපත් කරනු ලබන භාණ්ඩ හා සේවා පිළිබඳ අවබෝධයක් ලබාගත හැක.

(ලකුණු 04 යි)

d)

youtube වැනලය සහ instagram ගිණුම හරහා ලබාදිය හැකි සේවාවන්.

1. වෙබ් අඩවිය විද්‍යුත් තැපෑල සමාජ මාධ්‍ය ආදිය හරහා දැනටමත් සමාගමේ නිෂ්පාදන සහ සන්නාමයන් සමග යම්කිසි ආකාරයක සම්බන්ධතාවක් ඇති පරිශීලකයින් ඉලක්ක කර ගනිමින් පාරිභෝගික ප්‍රජාවක් නිර්මාණය කළ හැක.
2. නව නිෂ්පාදන හඳුන්වාදීම සහ විවිධ ප්‍රවර්ධනයන් සිදුකිරීම, ප්‍රචාරණ දැන්වීම් පළ කිරීම ආදිය යුටියුබ් සහ ඉන්ස්ටග්‍රම් හරහා සිදු කරමින් ඒවායේ අනුගාමිකයන් වෙබ් අඩවි තරඹන්නන් බවට පරිවර්තනය කළ හැක.
3. පහසුවෙන් බෙදා හල හැකියි සමාගමේ අලෙවිකරණ පණිවිඩ සහිත අන්තර්ගතයන් සකසා සමාගමේ වෙබ් අඩවිය, ෆේස්බුක් පිටුව වැනි ඩිජිටල් සම්පත් සමග සම්බන්ධ කළ හැක.

(ලකුණු 04 යි)

[e]

ආරක්ෂක පියවරයන්

1. **ගිනිවැට (Firewall) විසඳුමක් භාවිතා කිරීම.**
ආරක්ෂිත ගිනිවැටක් සකස් කොට තිබීම මගින් පද්ධතිය තුළ අධිකාරිත්වයකින් තොරව බාහිර ප්‍රවේශයන් වළක්වා ගත හැක. ගිනිවැට බාහිර අනිෂ්ඨ තර්ජනයන් ගෙන් අභ්‍යන්තර ජාලය සහ උපකරණ ආරක්ෂා කරන බාධකයක් ලෙස ක්‍රියාත්මක වේ. මේ මගින් බාහිරින් පැමිණෙන සියලුම දත්ත සංඥා ආරක්ෂිත ද නැද්ද යන්න මනාව පිරික්සනු ලබයි. යම් ආකාරයකින් අනාරක්ෂිත තර්ජනකාරී සංඥාවක් ජාලය තුළට ලැබෙනම් එය ගිනිවැට මගින් නවතාලනු ලබයි. මෙවැනි අවහිර කිරීම් මගින් සමාගමේ අභ්‍යන්තර ජාලය සහ දත්ත අනිෂ්ඨ තර්ජන මගින් ආරක්ෂා කරනු ලබයි.
2. **අත්‍යවශ්‍ය පුද්ගලික ජාල භාවිතය**
SSL/TSL ප්‍රොටෝකෝල භාවිතයෙන් උපකරණ අතර ගුප්ත සම්බන්ධතාවයක් ගොඩනැගීම අත්‍යවශ්‍ය පුද්ගලික ජාල මගින් සිදුකරනු ලබයි. අත්‍යවශ්‍ය පුද්ගලික ජාලය හා සම්බන්ධ වන සියළුම උපාංග සඳහා ගුප්ත සංකේතාංකන යතුරු සැකසීමක් සිදුවන අතර එමගින් උපකරණ අතර යැවෙන සියලුම තොරතුරු කේතනය කිරීම සහ විකේතනය කිරීම සිදුකරනු ලබයි. මෙම අත්‍යවශ්‍ය පුද්ගලික ජාල මගින් අන්තර්ජාලය වැනි අනාරක්ෂිත පොදු ජාල තුළ ආරක්ෂිත ජාල සම්බන්ධතා නිර්මාණය කරනු ලබයි. මෙම අත්‍යවශ්‍ය පුද්ගලික ජාල මගින් සාංගමික දත්ත සඳහා ආරක්ෂාවක් සපයන අතර දත්ත සඳහා වන පරිශීලක ප්‍රවේශය ද පාලනය කරනු ලබයි. පරිශීලකයින් අන්තර්ජාලය හරහා විවිධ යෙදුම් සහ ගුණාංග සමග අන්තර් ක්‍රියා කරන බැවින් අත්‍යවශ්‍ය පුද්ගලික ජාලය මගින් දත්ත සඳහා ආරක්ෂාවක් සලසනු ලබයි.
3. **නිසියාකාර තොරතුරු පද්ධති විගණන භාවිතයන්** සහිතව පරිශීලක මට්ටමේ ප්‍රවේශයන් සඳහා ශක්තිමත් මුරපද ප්‍රතිපත්තියක් අනුගමනය කිරීම.

(ලකුණු 05 යි)

(මුළුලකුණු 25 යි)

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.



© 2020 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)