

Past Paper Questions

2020 July AAT Exam

1.10 පහත සඳහන් ඒවා අතුරින්, ගනුදෙනු සැකසුම් පද්ධතියක [Transaction Processing System (TPS)] ලක්ෂණයක් නොවන්නේ කුමක් ද?

- (1) දත්ත විශාල ප්‍රමාණයක් සැකසිය හැකි වීම.
- (2) බාහිරින් පමණක් දත්ත ලබාගැනීම.
- (3) ඉහල මට්ටමේ නිරවද්‍යතාවයක් අවශ්‍ය වීම.
- (4) ගණනය කිරීමේ සංකීර්ණතාවය අඩුවීම.

(එකකට ලකුණු 02 බැගින්, ලකුණු 20)

අංක 1.11 සිට 1.15 දක්වා ප්‍රශ්නවල දී ඇති එක් එක් ප්‍රකාශය සත්‍ය හෝ අසත්‍යදැයි දක්වන්න. සත්‍ය හෝ අසත්‍ය යන උත්තරය ප්‍රශ්න අංකය සමඟ, ඔබේ උත්තර පොතේ ලියන්න.

1.13 සමාගමක ඉහළ කළමනාකාරිත්වයට සිය තීරණ ගැනීමේ ක්‍රියාවලිය සඳහා ගනුදෙනු සැකසුම් පද්ධතිය [Transaction Processing System (TPS)] සහාය වනු ලැබේ.

2021 January AAT Exam

1.4 “සියලු ව්‍යාපාර ගනුදෙනුවලින් ජනනය වන දත්ත නිරීක්ෂණය, රැස් කිරීම, ගබඩා කිරීම සහ සැකසීම මෙම වර්ගයේ තොරතුරු පද්ධති මගින් සිදුකරයි. ඉලෙක්ට්‍රොනික විකුණුම් පද්ධති (Electronic Point of Sale Systems) සහ ගුවන් සේවා වෙන් කිරීමේ පද්ධති (Airline Reservation Systems) මේ සඳහා උදාහරණ ලෙස දැක්විය හැකිය.”

පහත සඳහන් තොරතුරු පද්ධති වර්ග අතුරින්, ඉහත විස්තරයට සම්පව ගැලපෙන තොරතුරු පද්ධති වර්ගය කුමක් ද?

- (1) ගනුදෙනු සැකසුම් පද්ධතිය (Transaction Processing System).
- (2) තීරණ ආධාරක පද්ධතිය (Decision Support System).
- (3) විධායක තොරතුරු පද්ධතිය (Executive Information System).
- (4) කළමනාකරණ තොරතුරු පද්ධතිය (Management Information System).

අංක 1.11 සිට 1.15 දක්වා ප්‍රශ්නවල දී ඇති එක් එක් ප්‍රකාශය සත්‍ය හෝ අසත්‍යදැයි දක්වන්න. සත්‍ය හෝ අසත්‍ය යන උත්තරය ප්‍රශ්න අංකය සමඟ, ඔබේ උත්තර පොතේ ලියන්න.

1.11 නිපුණතා පද්ධතියක් (Expert System) ස්ථාපනය කිරීම මගින් සමාගමකට ගනුදෙනු සඳහා ගතවන කාලය අඩුකළ හැකිය.

3.3 විද්‍යුත් සහ ජංගම වාණිජය (Electronic and mobile commerce)

විද්‍යුත් වාණිජය (E-commerce)

අන්තර්ජාලය උපයෝගී කරගෙන භාණ්ඩ හා සේවා අලෙවි කිරීම, මිලදී ගැනීම ඉ-වාණිජය ලෙස හැඳින්වේ. ඉලෙක්ට්‍රොනික වාණිජය යන සංකල්පය ජංගම වාණිජය, ඉලෙක්ට්‍රොනික අරමුදල් හුවමාරුව, සැපයුම්දාම කළමනාකරණය, අන්තර්ජාල අලෙවිකරණය, මාර්ගගත ගනුදෙනු සැකසීම, ඉලෙක්ට්‍රොනික දත්ත හුවමාරුව, ඉන්වෙන්ටරි කළමනාකරණ පද්ධති සහ ස්වයංක්‍රීය දත්ත එකතු කිරීමේ පද්ධති වැනි තාක්ෂණයන් සමග දැඩි සම්බන්ධතාවයක් පවත්වන ක්ෂේත්‍රයකි. එය විවිධ පරාසයන් හි ව්‍යාපාරයන් ආවරණය කරනු ලබයි. පාරිභෝගිකයා පදනම් වූ සිල්ලර වෙළඳාමේ සිට සංගීත වෙන්දේසි වෙබ් අඩවි සමාගම් අතර භාණ්ඩ සේවා හුවමාරුව දක්වා විහිද යයි. වර්තමානයේ එය අන්තර්ජාලය තුල හැඳි වන අංගයක් බවට පත්වී ඇත.

විද්‍යුත් වාණිජය තුළින් ව්‍යාපාරික ක්ෂේත්‍රයට ලැබෙන වාසි

-
-
-
-
-
-
-
-

විද්‍යුත් වාණිජය තුළින් පාරිභෝගිකයාට ලැබෙන වාසි.

-
-
-
-
-

විද්‍යුත් වාණිජය තුළින් සමාජයට ලැබෙන වාසි.

-
-
-

ඉ-වාණිජය තුළින් ව්‍යාපාරික ක්ෂේත්‍රයට ලැබෙන අවාසි

-
-
-

විද්‍යුත් වාණිජ්‍යය ව්‍යාපාරයේ පොදු ලක්ෂණ පරිදි වේ:

-
-
-
-
-
-
-
-
-
-

විද්‍යුත් වාණිජ්‍යය ගනුදෙනු වර්ග - Types of e-business transactions

විද්‍යුත් ව්‍යාපාරය අපට සාපේක්ෂ සවාරි පහසු කර ඇත. අපට භෞතිකව ඕනෑම තැනකට යාමට අවශ්‍ය නැත, අපට නිවසේ සිට සාපේක්ෂ සවාරි ගොස් විශාල ගනුදෙනු සිදු කළ හැකිය. විද්‍යුත් ව්‍යාපාර වර්ග මොනවාද සහ එහි ලක්ෂණ මොනවාද යන්න සලකා බලමු.

විද්‍යුත් ව්‍යාපාර වර්ග - Types of e- Business

1.
2.
3.
4.
5.
6.

ව්‍යාපාරයෙන් ව්‍යාපාරයට - Business-to-Business (B2B)

ආයතන දෙකක් අතර සිදුවන ගනුදෙනු මෙයට අයත් වේ. නිෂ්පාදකයින් සහ සාම්ප්‍රදායික වාණිජ තොග වෙළඳුන් සාමාන්‍යයෙන් මෙම වර්ගයේ ඉලෙක්ට්‍රොනික වාණිජ්‍යය සමඟ ක්‍රියාත්මක වේ. තවද, එය සමාගම්වල කාර්යක්ෂමතාව බෙහෙවින් වැඩි දියුණු කරයි.

-
-

ව්‍යාපාරයෙන් පාරිභෝගිකයාට Business-to-Consumer (B2C)

පාරිභෝගිකයෙකු විකුණුම්කරුවෙකුගෙන් නිෂ්පාදන මිලදී ගන්නා විට එය ව්‍යාපාර ගනුදෙනුවක් වේ. Flipkart, Amazon, ආදී ගනුදෙනු මේ සඳහා උදාහරණ වේ. එවැනි ගනුදෙනුවකදී අවසාන පාරිභෝගිකයා විසින්ම අලෙවිකරුවෙකුගේ භාණ්ඩ සාප්පුව මිලදී ගනී.

-
-

පාරිභෝගිකයාගෙන් පාරිභෝගිකයාට Consumer-to-Consumer (C2C)

පාරිභෝගිකයෙකු වෙතත් පාරිභෝගිකයෙකුට භාණ්ඩයක් හෝ සේවාවක් විකිණීම පාරිභෝගික ගනුදෙනුවකි. නිදසුනක් වශයෙන්, මිනිසුන් තමන්ට විකිණීමට අවශ්‍ය නිෂ්පාදන වෙබ් අඩවි තුළ දැන්වීම් පළ කරයි. මෙම වර්ගයේ ගනුදෙනු සාමාන්‍යයෙන් සිදුවන්නේ පාවිච්චි කළ නිෂ්පාදන සඳහා ය. මෙහිදී වෙබ් අඩවිය යනු භාණ්ඩ සපයන්නා හෝ සේවාව සපයන්නා නොවේ.

-
-

රජයෙන් පුරවැසියාට - Government-to-Citizen (G2C)

පුරවැසියකු විසින් රජයේ වෙබ් අඩවියක් හරහා සේවාවක් ලබාගැනීමත් ඊට අදාළ ගෙවීම් පියවීමත් මෙහිදී සිදුවේ.

-
-
-
-

පාරිභෝගිකයාගෙන් ව්‍යාපාරයට Consumer-to-Business (C2B)

යම් පුද්ගලයකු සතු භාණ්ඩ හෝ සේවාවන් වම පුද්ගලයා විසින් ව්‍යාපාර ආයතන වෙත අන්තර්ජාලය ඔස්සේ අලෙවි කිරීම මෙහිදී සිදුවේ.

Ex: Freelancer



ව්‍යාපාරයෙන් සේවකයාට Business-to-Employee (B2E)

ව්‍යාපාරයෙන් සේවකයාට ඉලෙක්ට්‍රොනික වාණිජ්‍යය විසින් තම සේවකයින්ට නිෂ්පාදන හෝ සේවාවන් සැපයීමට ආයතනය විසින් ඉඩ සලසන අභ්‍යන්තර ව්‍යාපාර ජාලයක් භාවිතා කරයි. සාමාන්‍යයෙන් සමාගම් සේවකයින් සම්බන්ධ ආයතනික ක්‍රියාවලීන් ස්වයංක්‍රීය කිරීම සඳහා B2E ජාල භාවිතා කරයි.

ජංගම වාණිජ්‍යය - (M – Commerce)

විද්‍යුත් වාණිජ කටයුතු අන්තර්ජාලය හරහා රැහැන් රහිතව සිදු කිරීම ජංගම වාණිජ්‍යයයි. මිලදී ගැනීම, විකිණීම, අලෙවිකරණයට සේවා සැපයීම, බෙදාහැරීම සහ භාණ්ඩ හා සේවා සඳහා ගෙවීම් කිරීම ආදිය සුහුරු දුරකථන, ටැබ්ලට් පරිගණක ආදී රැහැන් රහිත ජංගම තාක්ෂණික උපකරණ හරහා සිදු කරයි. ජංගම වාණිජ්‍ය සඳහා උපකාරී වන සාධක ගණනාවක් ඇත. එම සාධක නම්,

-
-
-

ජංගම වාණිජ්‍යය යෙදුම්

Application	Examples of services offered
ජංගම බැංකුකරණය	ජංගම ගිණුම්කරණය. ජංගම තැරැව්කරණය. ජංගම මූල්‍ය තොරතුරු.
ජංගම විනෝදාස්වාදය	ජංගම ක්‍රීඩා. සංගීත හා නාද රටා බාගත කිරීම. වීඩියෝ සහ ඩිජිටල් රූප බාගත කිරීම, ස්ථාන පදනම් වූ විනෝදාස්වාද සේවා.

ජංගම තොරතුරු සේවා	වර්ධන ක්‍රියාකාරකම් (මූල්‍ය ක්‍රීඩා සහ අනෙකුත් සේවා) ගමනාගමන තොරතුරු හා ලුහුබැඳීම් (පුද්ගලයන් හා වස්තූන්). ජංගම සෛවුම් යන්ත්‍ර.
ජංගම අලෙවිකරණය	ජංගම කුවිතාන්සි. සෘජු අලෙවිකරණය . ජංගම සිද්ධි සංවිධානය (Event Organizing). ජංගම පුවත් පත්‍රිකා.
ජංගම මිලදීගැනීම්	ජංගම භාණ්ඩ හා සේවා මිලදී ගැනීම.
ජංගම ටිකට්පත්	පොදු ප්‍රවාහන ක්‍රීඩා හා සංස්කෘතික ගුවන් හා දුම්රිය ජංගම නැවතුම්.
ටෙලි මැට්ස් සේවා	වාහන දෝෂ දුර සිට හඳුනා ගැනීම සහ නඩත්තුව. සංවලතා සේවා. සොරකම් වලින් ආරක්ෂණය හා වාහන ලුහුබැඳීම. හදිසි සේවා.

විද්‍යුත් වාණිජ්‍ය හා ජංගම වාණිජ්‍ය යන දෙකම අන්තර්ජාලය හරහා මිලදී ගැනීම හා විකිණීම සඳහා සමාන අරමුණු පැවතුණ ද ඒ අතර පැහැදිලි වෙනස්කම් රාශියක් ඇත.

- **සංවලතාවය** - විද්‍යුත් වාණිජ්‍ය කටයුතු පුද්ගල පරිගණක හා උකුල් පරිගණක භාවිතයෙන් යම් නිශ්චිත ස්ථානයකදී සිදු කෙරේ. ජංගම වාණිජ්‍ය ජංගම උපකරණ හරහා සිදු කෙරෙන බැවින් වාණිජ්‍ය කටයුතු ඔවුන්ට අවශ්‍ය ඕනෑම ස්ථානයකදී සුහුරු දුරකථන භාවිතයෙන් ස්පර්ශ කිහිපයකින් සිදු කළ හැකිය.
- **ප්‍රවේශ වියහැකි බව** - ජංගම උපකරණ පහසුවෙන් එහා මෙහා ගෙන යා හැකි බැවින් විද්‍යුත් වාණිජ්‍ය ට වඩා පුළුල් ප්‍රවේශ වීමේ ගුණයක් ජංගම වාණිජ්‍ය සතුය. වඩාත් පුළුල් ප්‍රේක්ෂක පිරිසක් සිටින නිසා සිල්ලර වෙළඳුන් හට පරිශීලකයන් වෙත ඕනෑම ස්ථානයක දී ප්‍රවේශ වීමෙන් ජංගම වාණිජ්‍ය වැඩි ප්‍රතිඵල ලබාගත හැකිය.
- **ගනුදෙනුවල පහසුව** - පරිශීලකයින්ට සුහුරු පරිගණක හා ඒ ආශ්‍රිත අන්තර්ජාල පහසුකම් භාවිතයෙන් ස්පර්ශ කිහිපයකින් ඕනෑම ස්ථානයක සිට ගනුදෙනු කිරීමේ පහසුකම ලබා දී ඇත. පරිශීලකයින් ගනුදෙනු කරනුයේ පුද්ගල පරිගණක භාවිතයෙනි. පරිශීලකයින්ට ගනුදෙනු කිරීම සඳහා නිශ්චිත ස්ථානයක් පිළිබඳ සලකා බැලීමට සිදු වනුයේ උකුල් පරිගණක ගෙන යනු ලබන ඕනෑම ස්ථානයකදී ඒවා භාවිත කිරීම පහසු නොවන බැවිනි.
- **ස්ථානීය ලුහුබැඳීම (Location Tracking)** - විද්‍යුත් වාණිජ්‍ය උපකරණ වල ඇති එහා මෙහා ගෙන යා නොහැකි බව නිසාම විද්‍යුත් වාණිජ්‍ය ස්ථානයේ ලුහුබැඳීමේ සීමාවන් පවතී. ජංගම වාණිජ්‍ය යෙදුම් මගින් භූ ස්ථානගත කිරීමේ පද්ධති (GPS) තාක්ෂණය, රැහැන් රහිත ජාල ආදිය මගින් පරිශීලකයින් ස්ථාන ලුහුබැඳීම සිදුකරනු ලබයි. එහි ප්‍රතිඵලයක් ලෙස ජංගම වාණිජ්‍ය යෙදුම් මගින් ස්ථානීය වශයෙන් සුවිශේෂී සහ පුද්ගල රෝපිත නිර්දේශය ලබාදිය හැකිය. උදාහරණයක් ලෙස ස්ථානය වශයෙන් පුද්ගලරෝපිත වට්ටම් ලබා දීම විශේෂිත වූ ප්‍රදේශයන්හි විශේෂ වූ පාරිභෝගිකයන් අරමුණු කිරීම පෙන්වා දිය හැක.
- **ආරක්ෂාව** - විද්‍යුත් වාණිජ්‍ය යෙදී වඩාත් පොදු ගෙවීම් මාධ්‍ය ණය පත් ය. කෙසේ වෙතත් තවමත් පාරිභෝගිකයා අන්තර්ජාලය ඔස්සේ සිය ණය පත් විස්තර ලබා දීමට බිය වේ. ජංගම වාණිජ්‍යේ ආරක්ෂක හැකියාවන් තරමක් පුළුල්ය. විද්‍යුත් වාණිජ්‍ය මගින් ලබාදෙන ද්වි සාධක සත්යාපනය සහ බහු සාධක සත්යාපනය ට අමතරව ජංගම වාණිජ්‍ය මගින් ජෛව සත්යාපනය ද භාවිත කරයි. (දෘෂ්ටි විතාන , මුහුණු, ඇඟිලි සලකුණු පරිලෝකනය ආදිය)