

DailyICT



විද්‍යුත් වාණිජ්‍යය යනු අන්තර්ජාලය වැනි පරිගණක හා සබැඳි සන්නිවේදන ජාල හරහා භාණ්ඩ හා සේවා මිල දී ගැනීම හා විකිණීමයි.



විද්‍යුත් වාණිජ්‍යය 1970 මුල් භාගය තුලදී ආරම්භ විය. ප්‍රථමයෙන් සිදු වූයේ විද්‍යුත් මාධ්‍යයෙන් අරමුදල් පැවරීමේ කටයුතුයි. පසුව 1990 වසරේදී පමණ අන්තර්ජාල කටයුතු වාණිජකරණය වීමත් සමග විද්‍යුත් වාණිජ්‍යය වේගයෙන් ව්‍යාප්ත විය. 1996 වසර තුල ඇමරිකානු ඩොලර් 518ක වටිනාකමකින් යුක්ත ගනුදෙනු විද්‍යුත් වාණිජ්‍යය හරහා සිදුවිය. එහෙත් 2006 වසර වන විට එම අගය ඇමරිකානු ඩොලර් 30,000ක පමණ ප්‍රමාණයක් දක්වා වැඩි විය. එසේම විද්‍යුත් වාණිජ ගනුදෙනු වල නිරත වන ගනුදෙනුකරුවන් සංඛ්‍යාව බිලියන ගණනක් වේ.

විද්‍යුත් වාණිජ්‍යය පොදුවේ e වාණිජ්‍යය ලෙස හඳුන්වයි. අන්තර්ජාලය ප්‍රමුඛ අනෙකුත් ජාල වැනි විද්‍යුත් මාධ්‍ය මගින් භාණ්ඩ විකිණීම සහ මිලදී ගැනීම මීට අන්තර්ගත වේ. විද්‍යුත් වාණිජ්‍යය සාමාන්‍යයෙන් e-commerce හෝ ecommerce ලෙස හැඳින්වේ.

නමුත් විද්‍යුත් ප්‍රචාරණය විද්‍යුත් වාණිජ්‍යය නොවේ. එය විද්‍යුත් වාණිජ්‍යයේ එක් කොටසක් පමණි. උදාහරණයක් වශයෙන් ව්‍යාපාරයක් වෙබ් අඩවියක් මත ප්‍රචාරණය කරනු ලබයි නම් එය e වාණිජ්‍යය ලෙස හඳුන්වනු නොලැබේ. නමුත් යම් වෙබ් අඩවියක් හරහා භාණ්ඩ විකිණීම වැනි කාර්යයක නිරතවන්නේ නම් එය විද්‍යුත් වාණිජ්‍යය ලෙස හැඳින්වේ.

අන්තර්ජාල භාවිතයේ ශීඝ්‍ර වර්ධනය නිසා විද්‍යුත් මාධ්‍යයෙන් කෙරෙන ගනුදෙනු විශාල ලෙස ව්‍යාප්ත වී ඇත. නවීන විද්‍යුත් වාණිජ්‍ය ගනුදෙනුවලදී එක් විටෙක හෝ බොහෝ විට අන්තර්ජාලය භාවිතා කරන අතර විද්‍යුත් තැපෑල ද බහුලව භාවිතා කෙරේ. විද්‍යුත් වාණිජ්‍යය මගින් විද්‍යුත් භාණ්ඩ (මෘදුකාංග, ගීත, චිත්‍රපට, පරිගණක ක්‍රීඩා වැනි) හුවමාරු කර ගත හැකි ය.

විද්‍යුත් අරමුදල් පැවරීම, සැපයුම් කළමනාකරණය, අන්තර්ජාල වෙළඳාම, අන්තර්ජාල ගනුදෙනු ක්‍රියාවලිය, විද්‍යුත් දත්ත හුවමාරුව , නිෂ්පාදන කළමනාකරණ පද්ධති සහ ස්වයංක්‍රීය දත්ත එකතු කිරීමේ පද්ධතිය යනාදී උපකාරක පද්ධති මත නූතන විද්‍යුත් වාණිජ්‍යයේ වර්ධනය රඳා පවතී. අන්තර්ජාලය විශ්වය දක්වා දියත්වීම ඇරඹී ඇත. විද්‍යුත් වාණිජ්‍යය ද ඒ සමඟ මුළු විශ්වය පුරාම විහිදෙනු ඇත.

විද්‍යුත් වාණිජ්‍යයේ නියුතු විශාල පිරිසක් අන්තර්ජාලය භාවිතා කරන්නේ වෙබ් අඩවිවලට පිවිස තමන්ට අවශ්‍ය භාණ්ඩ හා සේවා සොයා ගැනීමය. ඒ ඔස්සේ භාණ්ඩ හා සේවා තෝරා ගන්නා අතර ඉන් පසු හුවමාරු ක්‍රියාවලියට ගමන් කරයි.

අන්තර්ජාලය හුදු සන්නිවේදන ජාලයක් වනමුත් එමගින් හුවමාරු කර ගත හැක්කේ සේවා පමණි. නමුත් සමහර වෙළෙඳුන්ගේ භෞතික මාර්ග ප්‍රවාහනය සම්බන්ධ කර භාණ්ඩ හුවමාරුව සඳහා පියවර ගෙන ඇත. අන්තර්ජාලය තුළ සිල්ලර වෙළෙඳුන් සමඟ විට ඉ-වෙළෙඳුන් ලෙසත් අන්තර්ජාල සිල්ලර ගනුදෙනු ඉ-සිල්ලර වෙළඳාම ලෙසත් හැඳින්වේ. ලෝක ව්‍යාප්ත ජාලය තුළට විද්‍යුත් වාණිජ්‍යය පැමිණීම සමඟ විශාල සිල්ලර ගනුදෙනු සඳහා මාර්ගය විවර විය.



විද්‍යුත් වාණිජයේ වාසි

1. ව්‍යාපාර වලට ලැබෙන ප්‍රතිලාභ -

- ✓ ව්‍යාපාරිකයාට සිය වෙළඳපොළ පුළුල් කරගත හැකි වීම (ගෝලීය වෙළඳපොළ - Global Market).
- ✓ ජාත්‍යන්තර වෙළඳපොළට පිවිසිය හැකි වීම.
- ✓ මනා පාරිභෝගික සේවාවක් ලබා දිය හැකි වීම.
- ✓ ව්‍යාපාර ගනුදෙනු පහසු කිරීම, වේගවත් කිරීම හා ඵලදායී කිරීම.
- ✓ ව්‍යාපාරයේ සන්නම් ප්‍රතිරූපය වර්ධනය කිරීම.
- ✓ තොග රඳවා ගැනීමක් නොමැති නිසා ගබඩා කුලී, රක්ෂණ වියදම්, ආරක්ෂක වියදම් වැනි පොදුකාර්යය පිරිවැය දැරීමට සිදුනොවීම.
- ✓ වෙළඳාමට අතරමැදියන් සම්බන්ධ නොවන නිසා අඩු මිලට භාණ්ඩ සැපයිය හැකි වීම.
- ✓ ගනුදෙනුකරුවන් සමග සෘජු සම්බන්ධතා ගොඩනගාගත හැකි වීම.
- ✓ භාවිතා වන ලියකියවිලි ප්‍රමාණය අඩුවීම.

2. ගනුදෙනුකරුවන්ට ලැබෙන ප්‍රතිලාභ -

- ✓ පාරිභෝගිකයාට භාණ්ඩ තෝරා ගැනීමට ඇති ඉඩකඩ පුළුල් වීම.
- ✓ දවසේ පැය 24 පුරාත් සතියේ දින 7 පුරාත් වෙළඳපොළ විවෘතව පැවතීම (24x7 support).
- ✓ නිෂ්පාදකයාගේ මිලටම භාණ්ඩ හා සේවා ලබා ගත හැකි වීම.
- ✓ වඩා වේගවත් මිලට ගැනීම් සිදුකළ හැකි වීම.

- ✓ තරගකාරී මිලගණන් යටතේ මිලදී ගැනීම් සිදුකළ හැකි වීම.
- ✓ පරීක්ෂාකිරීමේ පෝලිම්ගතවීමක් අවශ්‍ය නොවීම.
- ✓ නිෂ්පාදකයා සමග සෘජු සම්බන්ධතා ගොඩනගාගත හැකි වීම නිසා අවශ්‍ය තොරතුරු ඉක්මණින් ලබා ගත හැකි වීම.
- ✓ ලෝකයේ ඕනෑම තැනක සිට සාප්පු සවාරියේ යෙදිය හැකි වීම.

3. සමාජයට ලැබෙන ප්‍රතිලාභ -

- ✓ විද්‍යුත් වාණිජ්‍ය, භාණ්ඩයක පිරිවැය අඩු කිරීමට ඉවහල් වන නිසා පාරිභෝගිකයාගේ ක්‍රය ශක්තිය ඉහළ යාම.
- ✓ පාරිභෝගිකයාට භෞතිකව භාණ්ඩ හෝ සේවා සපයන්නා මුනගැසීමේ අවශ්‍යතාවක් ඇති නොවන හෙයින් ගමනාගමනය සීමා වීම නිසා රට වාහන තදබදය මගින් ඇති වන වායු දූෂණය අවම වීම.
- ✓ දුෂ්කර ප්‍රදේශ වල සිටින පුද්ගලයන්ට පවා තම ප්‍රදේශ වල නොමැති භාණ්ඩ හා සේවා පරිභෝජනයට අවස්ථාව උදාවීම.
- ✓ රජයට සිය රාජ්‍ය සේවා (සෞඛ්‍ය සේවා, අධ්‍යාපන සේවා, සමාජ සේවා ආදී සේවා) අඩු මිලකට හා වේගවත් ආකාරයෙන් සැපයීමට අවස්ථාව උදාවීම.

විද්‍යුත් වාණිජ්‍යයේ අවාසි



විද්‍යුත් වාණිජ්‍ය ලොව පුරා ව්‍යාප්ත වුවද යම් යම් බාධාවන්ද දැකිය හැක. එනම්,

- ✓ දෘඩාංග හා මෘදුකාංග පිරිවැය ඉතා අධික වීම.
- ✓ තාක්ෂණික පරිසරයේ ඇති වන විවිධ වෙනස් වීම්.
- ✓ භාෂාමය ගැටළු.
- ✓ ඇනවුම් කළ භාණ්ඩවල තොරතුරුවල විශ්වාසවන්ත බව නොමැතිවීම.
- ✓ භාණ්ඩ භෞතිකව පරීක්ෂා කළ නොහැකි වීම.

- ✓ ස්ථාපනය කිරීමට බලාපොරොත්තු වන විද්‍යුත් වාණිජ්‍ය මෘදුකාංග, පවතින මෙහෙයුම් පද්ධතියට අනුකූල නොවීම.
- ✓ මුදල් ගෙවීමේදී ණය පත් වල විශ්වාසවන්තභාවය ගැටලු සහගත වීම.
- ✓ එවනු ලබන භාණ්ඩ වල අනාරක්ෂිත බව.
- ✓ නෛතික ගැටළු.
- ✓ අන්තර්ජාල පහසුකම් ව්‍යාප්ත වීම පිළිබඳ ගැටළු.

විද්‍යුත් වාණිජ්‍යයේ ප්‍රභේද

e-Business term	Definition
Business-to-business (B2B)	Applies to businesses buying from and selling to each other over the Internet.
Business-to-consumer (B2C)	Applies to any business that sells its products or services to consumers over the Internet.
Consumer-to-business (C2B)	Applies to any consumer that sells a product or service to a business over the Internet.
Consumer-to-consumer (C2C)	Applies to sites primarily offering goods and services to assist consumers interacting with each other over the Internet.

විද්‍යුත් වාණිජ්‍යයේ ගණුදෙනුවකට සම්බන්ධ වන පාර්ශ්වයන් අනුව එය විවිධ ප්‍රභේද වලට බෙදා දැක්විය හැකිය.

- * ව්‍යාපාරයෙන් ව්‍යාපාරයට (B2B)
- * ව්‍යාපාරයෙන් ගණුදෙනුකරුට (B2C)
- * ගණුදෙනුකරුගෙන් ගණුදෙනුකරුට (C2C)
- * ගණුදෙනුකරුගෙන් ව්‍යාපාරයට (C2B)
- * ව්‍යාපාරයෙන් රජයට (B2G)
- * රජයෙන් ව්‍යාපාරයට (G2B)
- * රජයෙන් ජනතාවට (G2C)

ව්‍යාපාරයෙන් ව්‍යාපාරයට (B2B)

සමාගම් දෙකක් අතර මිලදී ගැනීම හා විකිණීම B2B නම් වේ. මෙහිදී රහසිගත තොරතුරු බෙදාහැරීම හා ඒවාට පිවිසීම සීමාසහිත වේ. මේවායේ තොරාගත් තොරතුරු පමණක් ඇත. නොමිලේ ප්‍රවාහනය කරයි. ගනුදෙනු සම්පූර්ණ කිරීම සඳහා සාමාජිකයින්හට ගෙවීමේ පහසුකම් සලසා දෙයි.

විද්‍යුත් උපකරණ, ආහාර, ගෘහ භාණ්ඩ, බෙහෙත් වර්ග, සෙල්ලම්බඩු, විසිතුරු බඩු ආදී විවිධ භාණ්ඩ මේවායේ ඇති අතර මිල ගණන් ප්‍රදර්ශනය කර ඇත.

B2B අවශ්‍යතා,

* මිලගණන් බෙදාහැරීම හා භාණ්ඩ විස්තර මිලදී ගන්නා හා විකුණන්නන්ගේ එකඟතාවය මත සිදුවිය යුතුයි.

* ආයතනයේ පද්ධතිය ඔවුන්ගේ පාරිභෝගිකයන් අතර මානව සබඳතා නොමැතිව සන්නිවේදනය කළ යුතුයි.

උදාහරණ: www.walmart.com

ව්‍යාපාරයෙන් ගනුදෙනුකරුට (B2C)

මෙය පාරිභෝගිකයන්ගේ ප්‍රයෝජනය සඳහා අන්තර්ජාලය හරහා නිෂ්පාදන හා සේවා විකුණන ව්‍යාපාරික ගනුදෙනුවකි.

විද්‍යුත් වානිජ්‍ය අදායම් බෙදා හදා ගැනීම මේ හරහා කරනු ලැබේ. මෙහිදී මිල ගණන් හා භාණ්ඩ විස්තර බෙදා හැරීම සඳහා එකඟතාවක් අවශ්‍ය නොවේ. අනෙක් පද්ධති අතර ව්‍යාපාරික සබඳතාවක් අවශ්‍ය නැත.

උදාහරණ: www.auction.com
www.amazon.com

ගනුදෙනුකරුගෙන් ගනුදෙනුකරුට (C2C)

අන්තර්ජාලය හරහා පාරිභෝගිකයෙක් තවත් පාරිභෝගිකයෙකුට භාණ්ඩ හා සේවා විකිණීම C2C නම් වේ. සමහරවිට ලියාපදිංචි විය හැක. මිලදී ගත් විට තැපෑලෙන් එවීම නොමිලේ කරයි. පොත්පත්, පැරණි බඩු, මුද්දර, වීඩියෝ, දුරකථන ආදිය විකිණීමට හැකිය.

උදාහරණ: www.ebay.com
www.paypal.com

ගනුදෙනුකරුගෙන් ව්‍යාපාරයට (C2B)

පාරිභෝගිකයා විකිණුම්කරු ලෙසද, ව්‍යාපාරය මිලදී ගන්නා ලෙසද ක්‍රියා කරන අතර සපයන සේවාව සඳහා පාරිභෝගිකයාට ගෙවීමක් කරනු ලබයි.

උදාහරණ: www.priceline.com
www.accompany.com

ව්‍යාපාරයෙන් රජයට (B2G)

ඇතැම් ව්‍යාපාර කටයුතු වලදී රජය අන්තර්ජාලය හරහා තොරතුරු ඉදිරිපත් කරයි.

උදාහරණ: භාණ්ඩාගාර බිල්පත්‍ර හා භාණ්ඩාගාර බැඳුම්කර වෙනුවෙන් මිල ගණන් කැඳවීම, රජයේ මිලට ගැනීම් වලදී අන්තර්ජාතිකව ටෙන්ඩර් කැඳවීම.

රජයෙන් ව්‍යාපාරයට (G2B)

ව්‍යාපාර සංවිධාන වලට ප්‍රවේශ වීම සඳහා රජය විසින් B2G වෙබ් අඩවි භාවිතා කරයි. එවැනි වෙබ් අඩවි මගින් වෙන්දේසි, ටෙන්ඩර් කැඳවීම් වැනි කාර්යයන් සඳහා සහය ලබා දේ.

රජයෙන් ජනතාවට (G2C)

මෙහිදී ආණ්ඩුවෙන් පාරිභෝගිකයාට සේවාවක් සපයයි. ආණ්ඩුව මුදල් ඉතිරි කරන අතර වඩා වැදගත් තොරතුරු හා සේවාවන් මහජනයාට ලබාදේ.

උදාහරණ: මාර්ගගත බලපත්‍ර අලුත් කිරීම(Online License Renewal), බදු



DailyICT

**Simply Easy Learning system
to visitors and learn much more about ICT.**

Learn More

www.dailyict.lk | www.dailyict.com | www.dailyict.download