

ව්‍යාපාර කංචිධාන වල වෙළඳාම

AAT අදියර I BEN - ව්‍යාපාර පරිසරය

තරංග ජයනන්ද
B.Sc. (Business Administration) Sp. (USJP)



JMC Jayasekera Management Centre (Pvt) Ltd
Pioneers in Professional Education
65/2A, Chittampalam Gardiner Mawatha, Colombo 02 | T: +94 112 430451 | E: info@jmc.lk | F: +94 115 377917

ව්‍යාපාර සංවිධාන වල වෙළෙඳාම

තරංග ජයනන්ද

වෙළෙඳාම



භාණ්ඩ හා සේවා මිලදී ගැනීමේ හා විකිණීමේ කාර්යය වෙළෙඳාම ලෙස අර්ථ දැක්වේ

ගැණුම්කරුවකු හා විකුණුම්කරුවෙකු අතර කිසියම් ප්‍රතිශ්ඨාවකට එහිම මිලක් මත හිමිපාදිත වල අයිතිය හුවමාරු වීමේ ක්‍රියාවලිය වෙළෙඳාම වේ.

වෙළෙඳාමේ මූලික ආකාරය තුළ ප්‍රධාන පාර්ශව

1. ගැණුම්කරු

- තම අවශ්‍යතා තෘප්තිමත් කරගැනීම සඳහා භාණ්ඩ හා සේවා මිලදී ගනු ලබන පාර්ශවයයි

2. විකුණුම්කරු

- තොග තුල භාණ්ඩ එක් රැස් කර තබා ගැනීම හෝ විකිණීම සඳහා භාණ්ඩ හා සේවා නිෂ්පාදනය කිරීම සිදු කරනු ලබන පාර්ශවයයි.

වෙළෙඳාමේ වැදගත්කම

- වෙළෙඳාම මගින් පාරිභෝගිකයන්ට අවශ්‍ය භාණ්ඩ හා සේවා මිලදී ගැනීමට ඉඩ සලසයි
- එකී භාණ්ඩ හෝ සේවා සම්පාදනය මගින් ආදායමක් උපයා ගැනීමට විකුණුම්කරුවන්ට ඉඩ සලසයි
- වෙළෙඳාම නිසා රැකියා අවස්ථා ජනිත කරයි

©JMC vLearning

- සේවා නියුක්තිය තුළින් උපයනු ලබන ආදායම් වැඩි කිරීමට වෙළෙඳාම හේතු වේ
- වෙළෙඳාම තුළින් සම්පත් භාවිතය (සේවා නියුක්තිය) ඉහළ නැංවීම.

බෙදා හැරීම යනු

පාරිභෝගිකයන් අතට භාණ්ඩ ප්‍රවේශ කරලීම මින් අදහස් වේ. එනම් යම් භාණ්ඩයක් අවශ්‍ය කරනු ලබන පාර්ශවයන් විය තම භාවිතයට ගැනීම දක්වා වූ ක්‍රියාවලියයි.

විවිධ බෙදාහැරීමේ ක්‍රම

ගණුදෙනුකරුවන්ට අවශ්‍ය කරනු ලබන භාණ්ඩ ඔවුන් වෙත ලබා දෙන්නේ කෙසේද යන්න පිළිබඳව විකුණුම්කරු විසින් තීරණය කල යුතුය



©JMC vLearning

සෘජු බෙදාහැරීම

විකුණුම්කරු හා ගැනුම්කරු සෘජුව මුණගැසී හුවමාරුව සිදු කිරීමයි. මෙය ශූන්‍ය අතරමැදි බෙදාහැරීමේ ක්‍රමය ලෙස හඳුන්වන අතර මෙහිදී අතරමැදියන් නොමැත.



මෙම ආකෘතියේ ලක්ෂණ

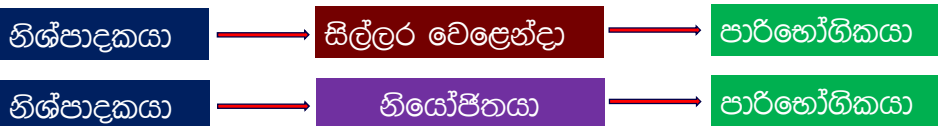
- ගනුදෙනුකරු සමග සමීප සබඳතා පැවතීම
- කුඩා පරිමාණයෙන් බෙදාහැරීම සිදු කිරීම
- ඉක්මනින් නග්‍රය වන භාණ්ඩ සඳහා වඩාත් වාසිදායක වීම
- බෙදාහැරීමේ පිරිවැය සාපේක්ෂව අඩු මට්ටමක පැවතීම.

©JMC vLearning

වක්‍ර බෙදාහැරීම

විකුණුම්කරු හා ගැනුම්කරු සෘජුව මුණගැසීමෙන් තොරව භාණ්ඩ ගැනුම්කරු වෙත ප්‍රවාහනය හා බෙදාහැරීම සඳහා අතරමැදියන් සම්බන්ධ වීමයි.

තනි අතරමැදියෙකු සහිත බෙදාහැරීමේ මාර්ග

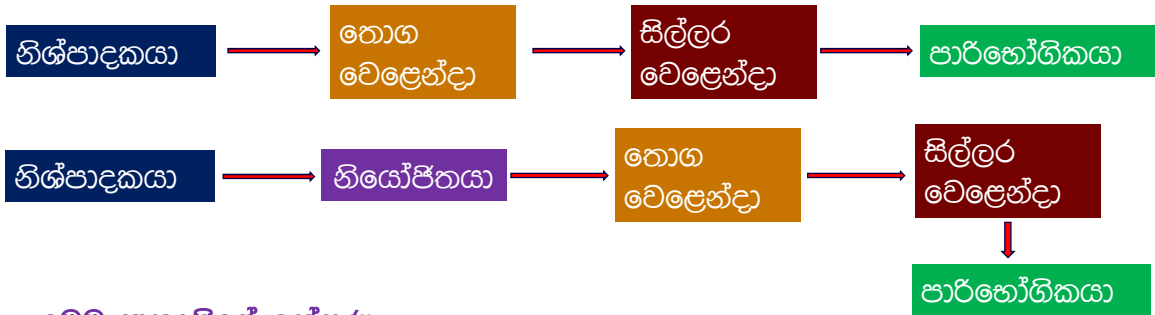


මෙම ආකෘතියේ ලක්ෂණ

- ගනුදෙනුකරු සමග සෘජු සබඳතා නොමැති වීම
- වෙළෙඳපොල මිල සාපේක්ෂව ඉහළ මට්ටමක පැවතීම
- බෙදාහැරීමේ ප්‍රමාණය සාපේක්ෂව අඩු වීම
- ද්‍රවශීලතාව ඉහළ භාණ්ඩ සඳහා වඩාත් යෝග්‍ය වේ.

©JMC vLearning

අතරමැදියන් කිහිපදෙනෙකු සහිත බෙදාහැරීමේ මාර්ග



මෙම ආකෘතියේ ලක්ෂණ

- ගනුදෙනුකරු සමග දුරස්ථ සම්බන්ධතාවක් පැවතීම
- නාණ්ඩ වල මිල ඉහළ මට්ටමක පැවතීම
- බෙදාහැරීම සඳහා ගතවන කාලය සාපේක්ෂව ඉහළ මට්ටමක පැවතීම
- නිශ්පාදිත සඳහා ඉහළ වෙළෙඳපොල ආවරණයක් පැවතීම.

©JMC vLearning

බෙදාහැරීමේ මාර්ග වල වැදගත්කම

1. වෙළෙඳපොලට ඇතුළුවීම සඳහා උපකාරී වීම
 - උචිත බෙදාහැරීමේ මාධ්‍යයක් භාවිතා කිරීම හා නිවැරදි වේලාවට නිවැරදි ගනුදෙනුකරු වෙත ළඟා වීම සඳහා ව්‍යාපාරයකට ඉඩ සලස්වයි
2. බෙදාහැරීමේ කාර්යක්ෂමතාවය
 - බෙදාහැරීමේ පිරිවැය අවම වීමට හේතු වේ
3. අතිරේක සේවා සැපයීම
 - බෙදාහැරීමේ මාර්ග මගින් නාණ්ඩ ප්‍රවාහනය, නිෂ්කාශනය හා ගබඩාකරණය වැනි සේවාවන් සපයනු ලබයි
4. ව්‍යාපාරයකට ඇති වැඩි ප්‍රමාණය අඩු වීම
 - බෙදාහැරීමේ කටයුතු වඩා උචිත හා විශ්වසනීය ආකාරයට හසුරුවන්නේ නම් බෙදාහැරීමට අදාල ප්‍රශ්න වලින් මිදීමට ව්‍යාපාරයකට හැකි වේ

©JMC vLearning

5. බෙදාහැරීම් වල වේගය වැඩි වීම

- උචිත බෙදාහැරීමේ මාධ්‍යයක් භාවිතා කිරීම තුළින් වෙළෙඳපොලක් තුලට අවම කාලයකින් ප්‍රවේශ වීමට හැකි වීම තුළින් තරඟකාරීත්ව වාසීන් ඇති කළ හැකි වීම.

බෙදාහැරීමේ මාර්ග නිසි ලෙස කළමනාකරණය නොකිරීම නිසා ව්‍යාපාරයකට ඇතිවන අවාසි

1. ලාභ අහිමි වීම

- වැරදි බෙදාහැරීම් තුළින් පිරිවැය වැඩි වීම නිසා ව්‍යාපාරයක හව්‍ය ලාභ (විභව) අඩු වේ

2. අහිතකර ගනුදෙනුකාර සම්බන්ධතාවය

- නිවැරදි ලෙස ක්‍රියාත්මක නොවීම නිසා පාරිභෝගික පැමිණිලි ඉහල යාම මෙන්ම ව්‍යාපාරය එහි ගනුදෙනුකරුවන්ගේ විවේචනයට ලක්වන අතර ඒ තුළින් ව්‍යාපාරය ගනුදෙනුකරුවන් සමග පවතින සම්බන්ධතාව අයහපත් වනු ඇත

©JMC vLearning

3. කීර්ති නාමයට හානි පැමිණීම

- බෙදාහැරීමේ මාධ්‍ය සම්බන්ධයෙන් ගනුදෙනුකරුවන්ට අමිහිරි අත්දැකීම් පැවතිය හොත් එය කෙරෙහි ගනුදෙනුකරුවන්ගෙන් විශ්වාසය පලවනු කිරීමටත් ව්‍යාපාරයේ කීර්තිනාමය පවුදු වීමටත් හේතු වේ

4. නෛතික පිරිවැය ඉහළ යාම

- බෙදාහැරීමේ කටයුතු අවිධිමත් වීමෙන් ඇතිවන පාරිභෝගික පැමිණිලි කළමනාකරනයේදී වන්දි හා අනෙකුත් නෛතික වියදම් ද අමතරව දැරීමට ව්‍යාපාරයට සිදුවේ

5. තරඟකාරීත්වයේ වාසි අහිමිවීම

- උචිත නොවන බෙදාහැරීම් මාර්ග භාවිතා කිරීම නිසා ගනුදෙනුකරුවන්ගේ ඇහවුම් ප්‍රමාදවීමෙන් වෙළෙඳපොල තුල තරඟකාරීත්ව තුළ වාසි සහගත තත්වයන් ඇතිකර ගැනීමේ ඉඩකඩ අහිමි වීම

6. වෙළෙඳපොළ කොටස හානිවීම

- බෙදා හැරීමේ හැරීමේ ක්‍රම දුර්වල වීමෙන් පාරිභෝගික තෘප්තිය හීනවන අතර එය ඉල්ලුම පහළ යාමටත් වෙළෙඳපොළ අහිමි වීමටත් හේතුවිය හැක.

©JMC vLearning

බෙදාහැරීමේ මාර්ගයක් තීරණය කිරීමේදී සලකා බලන සාධක

1. නිෂ්පාදනයේ ස්වභාවය

- කල්පවැත්ම, ගබඩා කිරීම සහ ප්‍රවාහනය සඳහා අවශ්‍ය විශේෂ භෞතික තත්ත්වයන් නිෂ්පාදනයෙහි ස්වරූපය අනුව තීරණය වේ

2. බෙදාහැරීමේ ප්‍රමාණය

- බෙදාහැරීමට අපේක්ෂා කරනු ලබන තොග ප්‍රමාණය අනුව විවිධ අවස්ථාවලදී විවිධ පහසුකම් අවශ්‍ය වීම

3. ප්‍රවාහනය කළ යුතු දුර සීමාව

- බෙදාහරිනු ලබන්නේ සමීප ස්ථානයකට ද දුරස්ථ ස්ථානයකට ද යන්න

4. අතරමැදියන්

- බෙදාහැරීමේ මාර්ග තුළ සිටින අතරමැදියන්, ඔවුන්ගේ අදාළතාවය සහ විශ්වසනීයත්වය හා ඔවුන් විසින් සපයනු ලබන සේවාවන් යනාදිය

©JMC vLearning

5. බෙදාහැරීමේ පිරිවැය

- බෙදාහැරීම සඳහා පවතින අවම පිරිවැයක් සහිත ක්‍රමය පිළිබඳව අවබෝධ කර ගැනීම හා එම ක්‍රමය තෝරා ගැනීම ව්‍යාපාරයක් විසින් සිදුකළ යුතුය

6. වෙළෙඳපොල රෙගුලාසි

- ඇතැම් භාණ්ඩ බෙදාහැරිය යුතු මාර්ග පිළිබඳව රෙගුලාසි පැවතිය හැක

7. තරගකාරීත්වයේ වාසි

- ව්‍යාපාරයක් තම තරගකරුවන් විසින් භාවිතා කරනු ලබන බෙදාහැරීමේ ආකාර පිළිබඳව අවබෝධයක් ලබාගත යුතු අතර වෙළෙඳපොළ තුළ විශේෂ වාසි ලබා ලබාගැනීම සඳහා වූ බෙදාහැරීමේ මාර්ගය වී අනුව තීරණය කළ යුතුය.

©JMC vLearning

බෙදාහැරීමේ මාර්ග හා සම්බන්ධ පාර්ශව

1. නියෝජිතයන්

- නිෂ්පාදකයා වෙනුවෙන් භාණ්ඩ විකිණීමට බලය පැවරූ පුද්ගලයෙකු මින් අදහස් වේ තැරැවිකරු, කැපකරු නියෝජිත, සාධකයා යනාදී ලෙස නියෝජිතයින් වර්ග කිහිපයකි ඔවුන් බෙදා හැරීමේ ක්‍රියාවලිය තුළ භාණ්ඩවල හිමිකාරිත්වය ලබා නොගත්තද භාණ්ඩ තමා සන්තකයේ තබා ගැනීම සිදුකරනු ලබන අතර ගාස්තු හෝ කොමිස් ලෙස ලාභ උපයනු ලබයි

2. තොග වෙළෙන්දන්

- නිෂ්පාදකයින්ගෙන් භාණ්ඩ මිලදී ගෙන විම භාණ්ඩ වල අයිතිය තමා සතුව තබා ගනිමින් සිල්ලර වෙළෙන්දන්ට භාණ්ඩ අලෙවි කරන අතරමැදි පාර්ශවය වේ.

3. බෙදාහරින්නන්

- තොග වෙළෙන්දන් හා සමාන කාර්යයක් ඉටුකරන අතර නිෂ්පාදකයාගෙන් මිලදීගෙන ලාභයක් තබාගෙන සිල්ලර වෙළෙන්දාට විකුණනු ලබයි. නමුත් ප්‍රධාන වෙනස වන්නේ බෙදාහරින්නන් අනුපූරක භාණ්ඩ කෙරෙහි නැඹුරුවක් දැක්වීමයි

4. සිල්ලර වෙළෙන්දන්

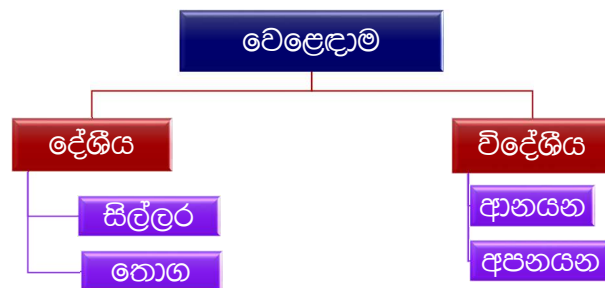
- වෙළෙඳපොළ අතරමැදි පාර්ශව වනම්, නියෝජිතයන් තොග වෙළෙන්දන් හෝ බෙදා හරින්නන්ගෙන් භාණ්ඩ මිලදීගෙන අවසාන පාරිභෝගිකයාට විකුණනු ලබන පාර්ශවයන් වේ.

වෙළෙඳාමේ නව ප්‍රවණතා

1. තාක්ෂණික හැඳුරුව
 - තීරු කේත, ක්ෂණික ප්‍රතිචාර කේත, ස්වයං සේවා කියෝස්ක් භාවිතය, ජංගම දුරකථනය භාවිතා කරමින් ඇණවුම් කළ හැකි වීම
2. එකම වහලක් යට අවශ්‍යතා සපුරාගත හැකි වීම
 - විවිධාංගීකරණය වූ සුපිරි වෙළඳ සංකීර්ණ හරහා එකම ස්ථානයකින් විවිධ භාණ්ඩ හා සේවා මිලදී ගැනීමේ පහසුකම් හඳුන්වා දී තිබීම
3. දීර්ඝ කරන ලද ව්‍යාපාරික පැය
 - පාරිභෝගිකයන්ට පහසු වෙලාවන්හිදී මිලදී ගැනීමට ඉඩකඩ සලසමින් පැය 24 පුරාම වෙළෙඳසැල් විවෘතව පැවතීම
4. ව්‍යාප්ත කරන ලද වෙළෙඳපොළවල්
 - ගනුදෙනුකරුවන් වැඩිපුර ප්‍රමාණයක් ආවරණය වන පරිදි ශාඛා ජාලා ව්‍යාප්ත කර තිබීම

©JMC vLearning

5. වරප්‍රසාද කාඩ්පත් හඳුන්වාදීම
 - පක්ෂපාතීත්ව කාඩ්පත් හඳුන්වා දී ඒ හරහා පක්ෂපාති පාරිභෝගිකයන්ට වැඩි ප්‍රතිලාභ ලබා දීම
6. සංචාරක වෙළෙඳසැල් නිර්මාණය වීම
7. වෙළෙඳසැල් රහිත සිල්ලර වෙළෙඳාමට යොමුවීම.



©JMC vLearning

ලක්ෂණය	දේශීය වෙළෙඳාම	අන්තර්ජාතික වෙළෙඳාම
නෛතික පද්ධතිය	තනි රටක් - තනි නීති පද්ධතියක්	විවිධ රටවල් - විවිධ නීති පද්ධති
මුදල් ඒකක	තනි මුදල් ඒකකයක්	විවිධ මුදල් ඒකක
බදුකරණය	දේශීය වෙළෙඳ බදු පමණි. (ඒකතු කළ අගය මත බදු, ජාතිය ගොඩනැගීමේ බදු යනාදිය)	දේශීය හා අන්තර්ජාතික වෙළෙඳ බදු (තීරැබදු, සෙස් බදු යනාදිය)
ගෙවීම් ක්‍රම	මුදල් හා මුදල් සමාන දේ	ණයවර ලිපි වැනි සාපේක්ෂ සංකීර්ණ ක්‍රම

©JMC vLearning

වෙළෙඳාමේ ප්‍රභේද

1. දේශීය වෙළෙඳාම

- යම් රටක දේශ සීමාව තුළ සිදුවන වෙළෙඳ ගනුදෙනු දේශීය වෙළෙඳාම වේ මෙහි ප්‍රධාන අංග දෙක වන්නේ තොග සහ සිල්ලර වෙළෙඳාමයි.

2. විදේශීය වෙළෙඳාම

- යම් රටක් වෙනත් රටක් හෝ රටවල් සමග සිදු කරන වෙළෙඳ ගනුදෙනු විදේශීය වෙළෙඳාම වේ. මෙහි ප්‍රධාන අංග දෙක වන්නේ ආනයන (ආයාත) සහ අපනයන (නිර්‍යාත) වෙළෙඳාමයි.

සිල්ලර වෙළෙඳාම

අවසාන පරිභෝජනය සඳහා භාණ්ඩ හා සේවා විකිණීම සිල්ලර වෙළෙඳාමයි.

සිල්ලර වෙළෙඳාම

අවසාන පරිභෝජනය සඳහා භාණ්ඩ හා සේවා අලෙවි කරන්නන් සිල්ලර වෙළෙඳුන් ලෙස හැඳින්වේ.

©JMC vLearning

සිල්ලර වෙළෙන්දාගේ කාර්යයන්

- පාරිභෝගිකයාට අවශ්‍ය භාණ්ඩ හා සේවා අවශ්‍ය ප්‍රමාණයෙන් අවශ්‍ය වේලාවට සැපයීම
- විවිධ වර්ගයේ භාණ්ඩ තොග වශයෙන් ලබාගෙන කුඩා ප්‍රමාණයෙන් අලෙවි කිරීම
- විකිණීම සඳහා යෝග්‍ය පරිදි භාණ්ඩ සකස් කිරීම
- අලෙවියෙන් පසු සේවා සැපයීම (උපදෙස් දීම හිචස වෙත ප්‍රවාහනය කර දීම)
- පාරිභෝගිකයාට ණයට භාණ්ඩ සැපයීම හා පහසු ගෙවීමේ ක්‍රමයට මිලදී ගැනීමට පහසුකම් සැලසීම
- පාරිභෝගිකයාට නව භාණ්ඩ හඳුන්වාදීම
- පාරිභෝගික අදහස් තොග වෙළෙන්දා හා නිෂ්පාදකයා වෙත ඉදිරිපත් කිරීම
- නිෂ්පාදකයාගේ අදහස් පාරිභෝගිකයාට ඉදිරිපත් කිරීම
- ප්‍රදර්ශන පුවරු පෝස්ටර් සාම්පල් බෙදාහැරීම ප්‍රදර්ශන කවුළු යනාදිය මගින් භාණ්ඩ ප්‍රවර්ධනය කිරීමට සහාය වීම.

©JMC vLearning

තොග වෙළෙඳාම

නැවත විකිණීමේ චේතනාවෙන් මිලදී ගන්නා ගැනුම්කරුවන් වෙත භාණ්ඩ විකිණීම තොග වෙළෙඳාමයි එනම් භාණ්ඩ මිලදී ගෙන නැවත විකුණන්නන් වෙත ඒවා අලෙවි කිරීමයි

තොග වෙළෙඳාම සිල්ලර වෙළෙඳාමෙන් වෙන්කර දක්වන ප්‍රධානම සාධකය මිලට ගැනීමේ චේතනාවයි. මිලදී ගනුයේ නැවත විකිණීමට නම් එය තොග වෙළෙඳාමයි. පරිභෝජනයට නම් සිල්ලර වෙළෙඳාමයි.

තොග වෙළෙඳාමේ ප්‍රධාන ලක්ෂණ

- නැවත විකිණීමේ අරමුණින් භාණ්ඩ මිලදී ගැනීම
- බොහෝ විට වරකට විකුණන භාණ්ඩ ප්‍රමාණය විශාල වීම, භාණ්ඩ තොග වශයෙන් අලෙවි කිරීම
- භාණ්ඩ තොග වශයෙන් ගබඩා කොට තිබීම/තොග ප්‍රවාහනය කර දීම
- වෙළෙඳ වට්ටම් ලබා දීම/සාපේක්ෂව මිල අඩු වීම
- භාණ්ඩ ප්‍රවර්ධන කටයුතු සිදු කිරීම
- බොහෝ විට ණය පදනම මත අලෙවි කිරීම.

©JMC vLearning

තොග වෙළෙඳාම හා සිල්ලර වෙළෙඳාම අතර දැකිය හැකි වෙනස්කම්

තොග වෙළෙඳාම	සිල්ලර වෙළෙඳාම
නැවත විකිණීමේ චේතනාවෙන් මිලදී ගන්නන් වෙත භාණ්ඩ අලෙවි කරයි	අවසාන පරිභෝජන චේතනාවෙන් මිලදීගන්නන් වෙත භාණ්ඩ අලෙවි කරයි
සාපේක්ෂව ඒකකයක මිල අඩු වේ	සාපේක්ෂව ඒකකයක මිල වැඩි වේ
බොහෝවිට වෙළෙඳ හා මුදල් වට්ටම් හිමිවේ	බොහෝවිට වට්ටම් නොලැබේ
සීමිත භාණ්ඩ වර්ග ප්‍රමාණයකින් විශාල තොගයක් රැස්කරයි	භාණ්ඩ වර්ග රාශියකින් කුඩා තොග රැස්කරයි
ප්‍රවාහන පහසුකම් හා ගබඩා ඉඩකඩ පහසුකම් සහිත ස්ථානයක් තෝරා ගනියි	පාරිභෝගිකයා නිතරම ගැවසෙන ජනාකීර්ණ ප්‍රදේශයක් තෝරා ගැනේ
අවශ්‍ය ආයෝජනය සාපේක්ෂව ඉහළය	අවශ්‍ය ආයෝජනය සාපේක්ෂව අඩුයි

©JMC vLearning

විදේශ වෙළෙඳාම

යම් රටක් වෙතත් රටක් හෝ රටවල් සමඟ සිදුකරන වෙළෙඳාම විදේශ වෙළෙඳාම වේ.

1. ආනයන වෙළෙඳාම

- කිසියම් රටක් විදේශ රටකින් හෝ රටවලින් භාණ්ඩ හා සේවා ගෙන්වීම ආනයන වෙළෙඳාම වේ
- ශ්‍රී ලංකාවට ජපානයෙන් මෝටර් රථ ගෙන්වීම.

2. අපනයන වෙළෙඳාම

- කිසියම් රටක් විදේශ රටකට හෝ රටවලට භාණ්ඩ හා සේවා යැවීම අපනයන වෙළෙඳාම වේ
- ශ්‍රී ලංකාවෙන් ඉරාකයට තේ යැවීම.

©JMC vLearning

විදේශ වෙළෙඳාම සඳහා පදනම් වී ඇති සාධක

1. ස්වභාවික සම්පත් බෙදී යාමේ විෂමතාව
 - යම් යම් රටවලට සමහර ස්වභාවික සම්පත් උරුම වී ඇති ආකාරය විෂම වීම නිසා වී ආශ්‍රිත නිෂ්පාදිත සිදු කළ හැක්කේ වීම රටවලට පමණි
2. සමහර නිෂ්පාදිත සම්බන්ධව සමහර රටවල නීතිමය ඒකාධිකාරයන් තිබීම
 - සමහර නිෂ්පාදන සඳහා අවශ්‍ය නිපුණතාව හා තාක්ෂණය සෑම රටකම නොමැතිවීම හෝ සීමා වීම
3. භාණ්ඩ ප්‍රවර්ධනය
 - තම නිෂ්පාදිත ලොව පුරා අලෙවි කර ගැනීම සඳහා විවිධ ප්‍රවර්ධන උපක්‍රම භාවිත කිරීම
4. වෙළෙඳ බාධක අවම වීම
 - වෙළෙඳාම සඳහා තිබූ තීරුබදු සහ තීරු බදු නොවන සම්බාධක බොහොමයක් ඉවත් වීම

©JMC vLearning

අන්තර්ජාතික වෙළෙඳපොළ

ආනයන අපනයන කටයුතුවලදී ගැනුම්කරුවන්ගේ හා විකුණුම්කරුවන් ගේ කාර්යභාරය නිර්වචනය කිරීම සඳහා අන්තර්ජාතික වෙළෙඳපොළ යොදා ගනී ගැනුම්කරු හා විකුණුම්කරු අතර ඇති කරගනු ලබන ගිවිසුමේ දී පහත සඳහන් දෑ තීරණය වේ

වනම්,

- ගැනුම්කරුවන්ගේ හා විකුණුම්කරුවන්ගේ වගකීම
- වෙළෙඳ කටයුතු වලට අදාළ රක්ෂණ කටයුතු බලපත්‍ර ලබාගැනීම් අවසර ලබා ගැනීම් ආදිය සිදු කරන්නේ කවුරුන්ද යන්න
- ප්‍රවාහන කටයුතු සම්පාදනය කිරීම කවරෙකු විසින් සිදු කරන්නේ ද යන්න
- විකුණුම්කරුගෙන් ගැනුම්කරුට පිරිවැය හා අවදානම් යනාදිය හුවමාරු වන්නේ කවර අවස්ථාවක දී ද යන්න.

©JMC vLearning



ප්‍රධාන මිල කියුම් වර්ග

නැව් තෙක් නොමිලේ FOB

භාණ්ඩ තොගය නැවට පටවන තෙක් දැරීමට සිදුවන සියලුම වියදම් ඇතුළත් මිලයි. මෙයට භාණ්ඩවල මිල, ප්‍රවාහන ගාස්තු, වරාය ගාස්තු හා පැටවීමේ ගාස්තු අයත් වේ. ශ්‍රී ලංකාව අපනයන කරන භාණ්ඩ සඳහා මෙම මිල කියුම යොදාගැනේ. මෙය නැව් තෙක් වියදම් සහිතයි. නැ.වි.ස. ලෙස ද හඳුන්වයි

මිල සහ ගැල් කුලිය C&F

භාණ්ඩ තොගයේ පිරිවැයට ආනයනකරු ගේ රටේ වරාය තෙක් භාණ්ඩ ගෙන යාමට අදාළ නැව් කුලිය ඇතුළත් කර මිල කිරීමයි. මෙහිදී නම් කරන ලද වරායෙහි පවතින නැව් තුළ භාණ්ඩ තබන තෙක් ප්‍රවාහනයට අදාළ කටයුතු විකුණුම්කරු විසින් සිදුකරනු ලබයි

Free Alongside Ship - FAS

නම් කරනු ලද වරායේ පවතින නැව් තුළ භාණ්ඩ තබන තෙක් ප්‍රවාහනයට අදාළ සියලු වියදම් විකුණුම්කරු විසින් දැරිය යුතු බවයි

මිල රක්ෂණය හා ගැල්කලිය CIF

භාණ්ඩ තොගයේ පිරිවැයට, ආනයනකරුගේ රටේ වරාය තෙක් ගෙන යාමට අදාළ නැව් කලිය හා රක්ෂණ ගාස්තු ද ඇතුළත් කර මිල කිරීමයි. ශ්‍රී ලංකාව ආනයනය කරන භාණ්ඩ සම්බන්ධයෙන් මෙම මිල කියුම භාවිත කෙරේ

පර්යන්තය දක්වා ප්‍රවාහනය නොමිලේ DAT

ආනයන නිෂ්කාශනයට අදාළ පිරිවැය හැර බහාළුම් පර්යන්තය දක්වා භාණ්ඩ ප්‍රවාහනයට අදාළ ගැල්කලිය විකුණුම්කරු විසින් ගෙවනු ලබයි. ඒ අනුව භාණ්ඩ බහාළුම් පර්යන්තයට ගොඩබාන තෙක් සියලු අවදානම් විකුණුම්කරු විසින් දරනු ලබයි

ආනයනකරුගේ ගබඩාව තෙක් ප්‍රවාහනය DAP

ආනයනය නිෂ්කාශනයට අදාළ පිරිවැය හැර නම් කරන ලද ස්ථානයක් වන තෙක් භාණ්ඩ ප්‍රවාහනයට අදාළ ගැල් කලී විකුණුම්කරු විසින් ගෙවන බවයි.

©JMC vLearning

විදේශ වෙළෙඳාමේදී මුදල් ගෙවීම සඳහා යොදා යොදා ගන්නා ක්‍රම

1. ණයවර ලිපිය

ආනයනික භාණ්ඩවල වටිනාකම ගෙවන බවට පොරොන්දු වෙමින් ආනයනකරු ගේ බැංකුව විසින් අපනයනකරු ගේ බැංකුව වෙත ලබා දෙන ලියවිල්ලකි භාණ්ඩ නැව්ගත කිරීමට අදාළ සියළුම කොන්දේසි ණයවර ලිපියේ ඇතුළත් වේ අපනයනකරු විසි සඳහන් කොන්දේසි සපුරා ඇත්නම් ණයවර ලිපියේ සඳහන් මුදල ආනයනකරුගේ බැංකුව අපනයනකරුගේ බැංකුව වෙත යවයි

2. භාණ්ඩ නැව්ගත කිරීමට පෙර මුදල් ගෙවීම්/ මුදල් අත්තිකාරම්

මෙම ක්‍රමය යටතේ ආනයනකරුවා විසින් අපනයනකරු වෙත භාණ්ඩ නැව්ගත කිරීමට ප්‍රථම මුදල් වචනු ලබයි. ජාත්‍යන්තර මුදල් ඇණවුම්, විදුලි පැවරුම් හෝ බැංකු අණකර මගින් විසේ වුවද

©JMC vLearning

3. ලියවිලි භාර ගැනීම

ගෙවීම් කිරීම සඳහා ගැණුම්කරු වෙත ලියවිලි නිදහස් කිරීමට අදාළව උපදෙස් සඳහන් කරමින් ආනයනකරුට භාණ්ඩ නිදහස් කිරීමට අවශ්‍ය ලියවිලි අපනයනකරු විසින් අපනයනකරුගේ බැංකුව හරහා ආනයනකරුගේ බැංකුවට ලබාදේ

4. විවෘත ගිණුම් ක්‍රමය

මෙම ක්‍රමය යටතේ අපනයනකරුවන්ට විසින් මුදල් ලබා ගැනීමට පෙර ආනයන ආනයනකරු වෙත භාණ්ඩ නැව්ගත කරනු ලබයි. අපනයනකරු හා ආනයනකරු ගිවිසගත් පරිදි යම් ඉදිරි දිනක දී මුදල් ගෙවන බවට ආනයනකරු අපනයනකරුට පොරොන්දු වේ.

©JMC vLearning

අපනයන ක්‍රියාපටිපාටිය



©JMC vLearning

ප්‍රවාහන සහ රක්ෂණ
කටයුතු සකස් කිරීම



හැවිගත කිරීම



ඉන්වොයිසිය යැවීම



බාරගැනීම

භාණ්ඩ හැවිගත කිරීම හා අපනයනකරු විසින්
හැවෙන්නේ නොහොරපතක් ලබා ගැනීම

අපනයනකරු වෙත ලැබිය යුතු මුදල් වෙනුවෙන්
ලේඛනවල වල සත්‍ය පිටපත් හුවමාරු කර ගැනීම.

©JMC vLearning

ආනයන ක්‍රියාපටිපාටිය

සැපයුම්කරුවකු
තෝරා ගැනීම



මිල විමසුම හා ඉල්ලුම කිරීම



ආනයන බලපත්‍රය



ඉන්ඩෙන්ට්‍රවක් යැවීම



පිළිගත හැකි තත්වයකින් යුතු භාණ්ඩ දැරිය හැකි
මිලකට සැපයිය හැකි අපනයනකරුවකු ආනයනකරු
විසින් තෝරා ගත යුතුය

ආනයනය කිරීමට අපේක්ෂා කරනු ලබන භාණ්ඩ
මොනවාද යන්න හෙලිදරව් කරමින් බලපත්‍රයක් ලබා
ගැනීමයි

අවශ්‍යතාවය පිළිබඳ අපනයනකරු වෙත සන්නිවේදනය
කිරීම හා භාණ්ඩ ප්‍රවාහනය සඳහා සුදානම් කරන ලෙස
ඉල්ලීමක් සිදු කිරීම

©JMC vLearning

ගෙවීම් කටයුතු



ලියවිලි භාරගැනීම



නිෂ්කාශනය



භාණ්ඩ නිදහස් කර ගැනීම

ආනයනකරු විසින් තම බැංකුව හෝ වෙනත් මාර්ගයක් හරහා අපනයනකරු වෙත ගෙවීම් කටයුතු කිරීමට අවශ්‍ය පියවර ගැනීම

සැපයුම්කරු විසින් එවන ලද ලියවිලි වල සත්‍ය පිටපත් ආනයනකරු විසින් ධාර ගැනීමයි

ලියවිලි වල සත්‍ය පිටපත් ආනයනකරු විසින් රේගුව වෙත යොමු කිරීම හා ආනයන තීරු බදු ගෙවීම

රේගුව විසින් භාණ්ඩ නිදහස් කිරීම. මෙයින් පසුව ආනයනකරුගේ ප්‍රයෝජනය සඳහා සුදුසු වන තත්වයක භාණ්ඩ පවතී.

©JMC vLearning

ආනයන අපනයන වෙළෙඳාමේ දී භාවිතා වන ලියවිලි වර්ග

නාමමාත්‍ර ඉන්වොයිසිය

ජාත්‍යන්තර වශයෙන් පිළිගන්නා මුදල් වර්ගයකින් අපනයනය කරනු ලබන භාණ්ඩ වල මිල අපනයන (අපනයනකරු අපේක්ෂා කරන මුදල) ප්‍රකාශ කරමින් භාණ්ඩ යැවීමට පෙර අපනයනකරු විසින් ආනයනකරු වෙත යවන ඉන්වොයිසියයි.

බොහෝ විට මෙය මිල කියුමක් වෙනුවට යවනු ලබයි

මෙහි ගෙවිය යුතු වටිනාකමට අමතරව ආනයනකරු, අපනයනකරු, භාණ්ඩ වර්ගය, ප්‍රමාණය, ගෙවීම් කොන්දේසි, ප්‍රතික්ෂේප කිරීමේ කොන්දේසි, යොදා ඇති සලකුණු, ප්‍රවාහකයා, යනාදී විස්තර අඩංගු වේ

වාණිජ ඉන්වොයිසිය

අපනයනය කරන භාණ්ඩ පිළිබඳව විස්තර ඇතුළත් කොට අපනයනකරු විසින් ආනයනකරු වෙත යවනු ලබන භාණ්ඩවල මිල ගණන් විස්තර, ගෙවීම් කොන්දේසි, ගමන් මාර්ගය, ප්‍රතික්ෂේප කිරීමේ කොන්දේසි, යොදා ඇති සලකුණු යනාදී විස්තර ඇතුළත් ලේඛනයයි. මෙය සාමාන්‍යයෙන් භාණ්ඩ සමඟ නොව ඊට පෙර ලැබෙන්නට සලස්වනු ලැබේ. ආනයනකරු භාණ්ඩ ලැබෙන බව දැන් ගන්නේ මෙම

©JMC vLearning

නෞභාරපත

චිති සඳහන් භාණ්ඩ තොගය නැවට භාර ගත් බවටත් අදාළ රටේ වරායට ගෙන ගොස් භාර දෙන බවටත් සහතික වෙමින් **නැවු සමාගම වෙනුවෙන් නැව්පති හෝ ඔහුගේ නියෝජිතයකු විසින් අපනයනකරු වෙත** නිකුත් කරන ලියවිල්ලයි.

නැවට පටවන ලද භාණ්ඩ හොඳ තත්වයේ පවතින විට නිකුත් කරන නෞභාරපත පාර්ශුද්ධ නෞභාරපත වේ. නැවට පටවන යම් යම් භාණ්ඩ හෝ මුළු තොගයම හෝ කැඩීම්, බිඳීම් හෝ පලුදු සහිත වේ යැයි සඳහන් කර නිකුත් කරන ලියවිල්ල දූෂ්‍ය නෞභාරපත වේ.

ප්‍රභවස්ථාන සහතිකය

නැව්ගත කරන භාණ්ඩ අපනයන රටේ නිපදවා ඇති බව සහතික කරමින් **පිළිගත් වෙළෙඳ මණ්ඩලයකින් හෝ රාජ්‍ය ආයතනයකින්** නිකුත් කරනු ලබන ලියවිල්ලයි.

වරණීය තීරු බදු සහන ලබා ගැනීම මින් අපේක්ෂා කරයි.

මෙය මුල්තැන සහතිකය, නිපන් රටේ සහතිකය යන නම් වලින්ද හඳුන්වයි.

©JMC vLearning

රක්ෂණ සහතිකය

අදාළ භාණ්ඩ තොගය අපනයනය කිරීමේ දී එම භාණ්ඩ තොගය වෙනුවෙන් **රක්ෂණ සමාගමකින් අපනයනකරු හෝ ආනයනකරු ලබාගන්නා සහතිකයයි.**

විකුණුම් ගිවිසුම අනුව රක්ෂණ සහතිකය ලබා ගැනීම අපනයනකරු හෝ ආනයනකරු විසින් සිදුකරනු ලබයි.

හානි රක්ෂණ ලිපිය

දෘශ්‍ය නෞභාර පතක් නිකුත් කිරීමේ තත්වයක් වළඹ තිබිය දී කැඩී බිඳීම් හෝ පළුදුවීම් ඇති එම භාණ්ඩ ඇති එම භාණ්ඩ තොගයේ අනාගත සියලු අවදානම් අපනයනකරු භාරගන්නා බව සඳහන් කරමින් පාර්ශුද්ධ නෞභාරපතක් ලබා ගැනීම සඳහා **අපනයනකරු විසින් නැව්පති වෙත** නිකුත් කරන ලියවිල්ලයි.

සතීපාරක්ෂක සහතිකය

ආනයන රටේ අවශ්‍යතාව මත මෙරටින් ඇතැම් රටවලට අපනයනය කරන ඇතැම් කෘෂි නිෂ්පාදිතය වල පරිභෝජනය යෝග්‍යතාව තහවුරු කරමින් මෙරට රජයේ ආයතන වලින් නිකුත් කරන ලියවිල්ලයි. **කෘෂිකර්ම දෙපාර්තමේන්තුව යටතේ ඇති පැළෑටි නිරෝධායන සේවාව (National Plant Quarantine Service of the Department of Agriculture)** මෙම සහතිකය නිකුත් කරයි .

©JMC vLearning

අන්තර්ජාතික වෙළෙඳාම සඳහා ගෝලීය පරිසරයේ බලපෑම

නිදහස් වෙළෙඳාමට අන්තර්ජාතික වශයෙන් ඇතිවන බලපෑම පහත පරිදි වේ.

1. ආනයන සීමා නියම කිරීම/ පංගු කිරීම/ සලාක නියම කිරීම

- වර්ෂයක් තුළ රටකින් කිසියම් භාණ්ඩයක් ආනයනය කරන ප්‍රමාණය සීමා කිරීම පංගු ක්‍රමයයි. මෙහි සීමා ප්‍රමාණය මත, බර අනුව හෝ වටිනාකම මත පනවනු ලබයි

2. අපනයන සීමා කිරීම/ පංගු කිරීම/ සලාක නියම කිරීම

- වර්ෂයක් තුළ රටකට කිසියම් භාණ්ඩයක් අපනයනය කරන ප්‍රමාණය සීමා කිරීමයි

3. අපනයන ආනයන තහනම් කිරීම/ සම්බාධක පැනවීම

- යම් යම් භාණ්ඩ ආනයනය කිරීම හෝ අපනයනය කිරීම මුළුමනින්ම තහනම් කිරීමයි

නිදසුන් - යුද උපකරණ , සමහර කාලවලදී කෘෂි නිෂ්පාදන

©JMC vLearning

4. තහංචි පැනවීම

- දේශපාලන බලපෑම් යටතේ ක්‍රියාත්මක කරනු ලබන සම්බාධක තහංචි ලෙස හැඳින්වේ. මෑත කාලයේ යම් යම් රටවල් වෙනත් රටවලට විරෝධීව වෙළෙඳ තහංචි පැනවීම සුලභව දැකිය හැකිය. මේවා තාවකාලිකව සිදු කරනු ලබන සීමා කිරීම් ය. විශේෂයෙන් යුධමය හා ත්‍රස්තවාදී ගැටලු හේතු කරගෙන කෙටි කාලීන වශයෙන් වෙළෙඳ සම්බන්ධතා නවතා දැමීම

රේගු ගාස්තු ඉහළ නැංවීම

පංගු ක්‍රම අහෝසි කිරීම

බැංකු කටයුතු නතර කිරීම

විදේශ ආධාර නතර කිරීම

ගුවන් ගමන් නතර කිරීම වැනි ක්‍රියාමාර්ග තහංචි පැනවීම යටතේ සිදුවේ

©JMC vLearning

5. ද්වි පාර්ශවික වෙළෙඳ ගිවිසුම් (Bilateral Trade Agreements)

- රටවල් දෙකක් අතර, ගිවිසුමක් අත්සන් කර යම් වෙළෙඳ ද්‍රව්‍ය ප්‍රමාණයක් යම් කාලයක් සඳහා හුවමාරු කරගැනීම ද්වි පාර්ශවික වෙළෙඳ ගිවිසුමක් ලෙස හැඳින්වේ
- ශ්‍රී ලංකාව දැනට විප්ලවී ඇති ද්වි පාර්ශවික ගිවිසුම් කීපයකි

ඉන්දු - ලංකා නිදහස් වෙළෙඳ ගිවිසුම (ISFTA)
පකිස්තාන් - ශ්‍රී ලංකා නිදහස් වෙළෙඳ ගිවිසුම (PLSFTA)
ඉරාන - ශ්‍රී ලංකා නිදහස් වෙළෙඳ ගිවිසුම (Iran Sri Lanka Bilateral Trade Agreement)

6. බහුපාර්ශවික වෙළෙඳ ගිවිසුම් (Multilateral Trade Agreement)

- රටවල් දෙකකට වැඩි ප්‍රමාණයක් එකතු වී ද්‍රව්‍ය හුවමාරු කර ගැනීම සඳහා ඇතිකරගන්නා ගිවිසුම් බහුපාර්ශවික වෙළෙඳ ගිවිසුම් ලෙස හැඳින්වේ

7. යුරෝපා සංගමය (EU – European Union)



- යුරෝපා රටවල් 27 එකතු වී ආර්ථික සමාජීය හා සංස්කෘතික වර්ධනය සඳහා පිහිටුවා ඇති නිදහස් වෙළෙඳ සංගමයකි

මෙම සංගමයට අයත් රටවල් 27ක එක් මුදල් වර්ගයක් (යුරෝ) පමණක් දැනට භාවිත වේ.

තීරැඳු රහිත එකම මුදල් ක්‍රමයක් භාවිත කරන, දේශ සීමා පාලන බාධා රහිත, වෙළෙඳ සංගමයක් ලෙස ක්‍රියා කිරීම යුරෝපීය සංගමයේ අපේක්ෂාවයි

භූගෝලීය වශයෙන් ගත් කල ලෝකයේ විශාලතම කලාපීය සංවිධානය මෙයයි.

විද්‍යත් වෙළෙඳාම/ වාණිජය

අන්තර්ජාලය හරහා නිෂ්පාදිත මිලදී ගැනීම හා විකිණීම විද්‍යත් වාණිජය යි. එනම් විද්‍යත් ජාල ඔස්සේ ගැනුම්කරුවන් හා විකුණුම්කරුවන් අතර වෙළෙඳපොළ අවකාශ බිහිකරමින් නිෂ්පාදිත විකිණීමේ හා මිලදී ගැනීමේ කටයුතු විද්‍යත් වාණිජය ලෙස හඳුන්වයි.

විද්‍යත් වෙළෙඳාම ජනප්‍රිය වීමට හේතු

- දවසේ ඕනෑම වෙලාවක ව්‍යාපාරික කටයුතුවල යෙදීමේ හැකියාව
- ආරම්භක පිරිවැය අවම වීම/ව්‍යාපාර කටයුතු වේගවත් වීම
- වෙළෙඳපොළ පුළුල් වීම/ලියකියවිලි භාවිතය අවම වීම
- අතරමැදියන් අවම වන බැවින් මිල මට්ටම පහළ වීම
- භාණ්ඩ පරිහරණයට අවස්ථාව හිමිවීම
- භාණ්ඩ තෝරා ගැනීමේ ඉඩකඩ පුළුල්වීම
- පුද්ගලයින් අතර භාවිතය පහසු වීම
- ගනුදෙනුකරුවන්ගේ කාලය ශ්‍රමය ඉතිරි වීම.

©JMC vLearning

විද්‍යත් වෙළෙඳාමෙන් ව්‍යාපාරිකයාට ඇතිවන වාසි

- වෙළෙඳපොළ පුළුල් වීම
- දින හතේම සහ පැය 24 පුරාම විවෘත වීම
- ගෝලීය වෙළෙඳපොළට පිවිසිය හැකි වීම/ ලෝක ව්‍යාප්ත වීම
- ඉහළ පිළිගැනීමක් ඇතිවීම
- ගනුදෙනු ක්‍රියාවලිය කාර්යක්ෂමව හා පහසු වීම
- තොග රඳවා ගැනීමේ හෝ ලිපි ලේඛන හෝ අතරමැදි පිරිවැය අඩු වීම
- විවිධ වියදම් අඩුවීම
- ගනුදෙනුකරු සේවා වැඩි දියුණු වීම
- වෙළෙඳපොළ ස්ථානයක් නොමැති නිසා ව්‍යාපාරික බාධා අවම වීම.

©JMC vLearning

විද්‍යුත් වෙළෙඳාමෙන් ව්‍යාපාරිකයාට ඇතිවන අවාසි

- අන්තර්ජාල පහසුකම් සීමා සහිත වීම
- ගනුදෙනුකරුවන් සමඟ පැවති සම්පතාව දුරස්ථවීම
- තාක්ෂණික ගැටලු ඇතිවිය හැකි වීම
- විද්‍යුත් ගෙවීම් ක්‍රම වලදී වංචා සිදුවිය හැකි වීම
- ගනුදෙනුකරුවන් අඩුවීම/ආරම්භක පිරිවැය ඉහළ වීම.

විද්‍යුත් වෙළෙඳාමෙන් ගනුදෙනුකරුවන්ට/ පාරිභෝගිකයන්ට ඇතිවන වාසි

- තෝරා ගැනීමේ ඉඩකඩ වැඩිවීම
- මිල අඩුවීම/ පහසුව හා කාලය ඉතිරිවීම
- නිවසේ සිට ඕනෑම වේලාවක ගනුදෙනු කළ හැකි වීම
- තොරතුරු බහුල වීම
- ඇණවුම් කිරීම පහසු වීම
- නව භාණ්ඩ පරිහරණයට අවස්ථාව ලැබීම.

©JMC vLearning

විද්‍යුත් වෙළෙඳාමෙන් ගනුදෙනුකරුවන්ට/ පාරිභෝගිකයන්ට ඇතිවන අවාසි

- ගනුදෙනුකරුවන්ට භාණ්ඩය ඇසින් බලා නිරීක්ෂණය කළ නොහැකි වීම
- තමා වෙත් කරන ලද භාණ්ඩයම ලැබේදැයි පාරිභෝගිකයා තුළ පවතින අවිශ්වාසය
- ගනුදෙනු වල ඇති ආරක්ෂාව පිළිබඳ ගැටලු
- ඉලෙක්ට්‍රොනික තාක්ෂණය පිළිබඳ පාරිභෝගික නොදැනුවත් බව
- පරිගණක අන්තර්ජාල පහසුකම් වැනි දෑ සඳහා විශාල පිරිවැයක් දැරීමට සිදුවීම.

විද්‍යුත් වාණිජ්‍යයේ විවිධ ස්වරූප

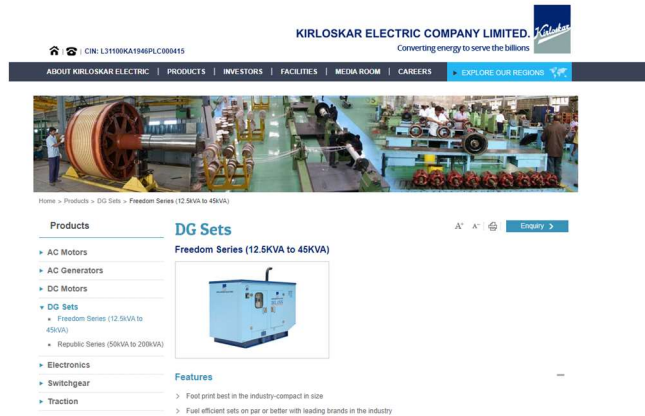
	B	C	G
B	B2B	B2C	B2G
C	C2B	C2C	C2G
G	G2B	G2C	G2G

©JMC vLearning

B2B Business to Business (ව්‍යාපාරවල සිට ව්‍යාපාර දක්වා)

ව්‍යාපාරයක සිට තවත් ව්‍යාපාරයක් වෙත අන්තර්ජාලය හරහා භාණ්ඩ හා සේවා වෙළඳාම සිදු වන අවස්ථාවයි.

කුල් මෑන් ආයතනය ක්ලෝස්කාර් ආයතනයෙන් රු. ලක්ෂ 35 ක් වටිනා විදුලි ජනන යන්ත්‍රයක් විද්‍යුත් ක්‍රමයට ඇණවුම් කිරීම.



©JMC vLearning

B2C Business to Consumer (ව්‍යාපාර වල සිට පාරිභෝගිකයා දක්වා)

ව්‍යාපාර වල සිට පාරිභෝගිකයා දක්වා අන්තර්ජාලය හරහා භාණ්ඩ හා සේවා වෙළඳාම සිදුවන අවස්ථාවයි

1. www.barnesandnoble.com වෙබ් අඩවිය පොත් ප්‍රකාශන, මාදුකාංග, විඩියෝ, වැනි දේ අන්තර්ජාලය ඔස්සේ සිල්ලර වෙළඳාමේ නිරත වේ
2. www.infibeam.com
3. www.daraz.lk

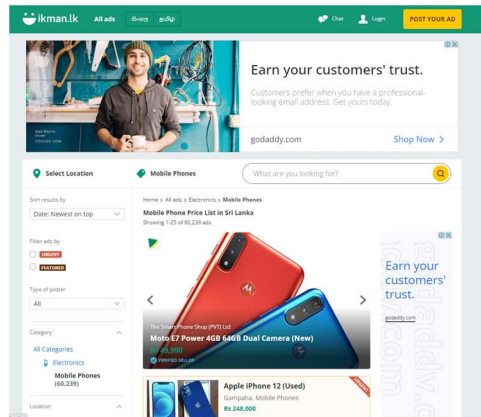


©JMC vLearning

C2C Business to Consumer (පාරිභෝගිකයාගේ සිට පාරිභෝගිකයා දක්වා)

පාරිභෝගිකයන් හා පාරිභෝගිකයන් අතර අන්තර්ජාලය හරහා වෙළඳ කටයුතු සිදු වීමයි. මෙහි දී වෙබ් අඩවිය පාරිභෝගිකයාගෙන් සේවා ගාස්තු අය කිරීම සිදුවිය හැකිය.

www.ikman.lk



C2B Consumer to Business (පාරිභෝගිකයාගේ සිට ව්‍යාපාරය දක්වා)

සාම්ප්‍රදායික ක්‍රමවේදයට වරෙහිව යමින් පාරිභෝගිකයන් විසින් ව්‍යාපාර වෙත අන්තර්ජාලය හරහා වටිනාකම් සැපයීමයි

B2G Business to Government (ව්‍යාපාරය සිට රජය දක්වා)

රජය විසින් අන්තර්ජාලය හරහා ව්‍යාපාර වල සේවාවන් ලබාගැනීම වේ

G2B Government to Business (රජයේ සිට ව්‍යාපාර දක්වා)

ව්‍යාපාර විසින් අන්තර්ජාල හරහා රජයේ සේවාවන් ලබාගැනීම වේ

G2C Government to Citizen (රජය සිට මහජනයා දක්වා)

රජය විසින් අන්තර්ජාලය හරහා මහජනතාවට සේවාවන් සැපයීම වේ.