

Skills for Inclusive Growth

- අන්තර් වර්ධනය සඳහා අවශ්‍ය ශක්‍යතා
- E-Tourism - විද්‍යුත් සංචාරක කර්මාන්තය

1. Introduction – හැඳින්වීම

විද්‍යුත් සංචාරක කර්මාන්තය යනු කුමක්ද?

ඉතා වැදගත් ප්‍රශ්නයක්

මේ පිළිබඳව ශාස්ත්‍රීය අර්ථ දැක්වීම් කිහිපයක්ම තිබෙන නමුත් මෙම පාඨමාලාව හරහා විද්‍යුත් සංචාරක කර්මාන්ත පිළිබඳව හොඳින් වටහා ගැනීමට සහ ශ්‍රී ලංකාවේ ඔබ වෙසෙන පළාතට එය අදාළ වන ආකාරය ඔබ හට අර්ථ දැක්වීමට හැකියාව ලැබෙනු ඇත.

විද්‍යුත් සංචාරක කර්මාන්තය යනු

1. සංචාරක කර්මාන්තය සඳහා තොරතුරු තාක්ෂණය සහ විද්‍යුත් වාණිජ්‍ය ආශ්‍රිතව විසඳුම් සොයාගැනීම පිළිබඳව විශ්ලේෂණය, නිර්මාණය, විසඳුම් යෙදීම හා ඒවා ක්‍රියාත්මක කරගෙන යාමත් ඊට අදාළ වෙළඳපොළ ව්‍යුහය සහ පාරිභෝගික සබඳතා කළමනාකරණයත් වේ.
2. සංචාරක ආයතන ඔවුන්ගේ ව්‍යාපාර පවත්වාගෙන යන ආකාරය හා විශේෂයෙන් එම ආයතන ඔවුන්ගේ සංචාරක නිශ්පාදන මාර්ගගත වෙළඳපොළ තුළ බෙදාහරින ආකාරය වේ.
3. සංචාරක කර්මාන්තය හා බැඳුණු වටිනාකම් (අගය දාමයන්), සංවරණය, ආගන්තුක සත්කාර හා ආහාර පාන කර්මාන්තය ඇතුළු සියළුම ක්‍රියාවලිවල ඩිජිටල්කරණය ද ඇතුළත්ව සංචාරක කර්මාන්තය සඳහා තොරතුරු සහ සන්නිවේදන තාක්ෂණය යොදාගැනීම වේ.

ඉහත කරුණු පැහැදිලිද? නැතිද?

කණගාටුවීමට අවශ්‍ය නැහැ. ඔබ මෙම පාඨමාලාවට සහභාගීවීමේ අරමුණ වන්නේ එම කරුණු වටහා ගැනීමයි. පාඨමාලාව අවසන් වන විට විද්‍යුත් සංචාරක කර්මාන්තයෙහි වටිනාකම වටහා ගැනීමට සහ ඕනෑම සංචාරක ව්‍යාපාරයක් සාර්ථකව විද්‍යුත් සංචාරක ව්‍යාපාරයක් බවට පත් කරන ආකාරය අවබෝධ කර ගැනීමටද හැකියාව ලැබෙනු ඇත.

මෙම අවස්ථාවේදී ඔබ දැනසිටිය යුතු වැදගත්ම කරුණු වන්නේ,

විද්‍යුත් සංචාරක කර්මාන්තය යන්නෙහි “විද්‍යුත්” යන වචනය, විද්‍යුත් තැපෑල, විද්‍යුත් ග්‍රන්ථ යන්නෙහි විද්‍යුත් වචනයට සමාන අර්ථයම ගන්නා බව,

මෙම විද්‍යුත් යන කොටස මගින්, වර්තමාන හා අනාගත සංචාරක කර්මාන්තය ආශ්‍රිත ගැටළු වලට නවීන විසඳුම් ලබාදීම යන්න අදහස් කරන බව,

සංවරණය සැලවිත්ම මුදල් ඉපයිය හැකි කර්මාන්තයක් වන අතර මෙම පාඨමාලාව තුළින් ඔබ අධ්‍යයනය කරනු ලබන්නේ සංචාරක කර්මාන්තය ආශ්‍රිත සේවා හා නිෂ්පාදන අලෙවිය තුළින් මුදල් ඉපයීමේ ව්‍යාපාරයක් පවත්වාගෙන යන ආකාරය පිළිබඳව බවත්ය.

The global tourism industry

ගෝලීය සංචාරක කර්මාන්ත ක්ෂේත්‍රය

ලෝකය පුරා සංචාරක කර්මාන්තය පිළිබඳ කෙටි හැඳින්වීමක් සහ එහි ක්‍රියාවලිය සහ ලක්ෂණ පිළිබඳව හැඳින්වීමකින් පාඨමාලාව ආරම්භ කරමු.

ඇයි?

සංචාරක කර්මාන්තයෙහි ලක්ෂණ පිළිබඳව ඉතා හොඳින් වටහා ගැනීම මගින් උපායමාර්ගික සංචාරක ව්‍යාපාර ආශ්‍රිත තීරණ ගැනීමේ හැකියාව වර්ධනය කරනු ඇත.

Origins of tourism - සංචාරක කර්මාන්තයෙහි ආරම්භය

විවේකය සඳහා සංචාරය කිරීම ඉහළ පන්තියේ ඉතා කුඩා පිරිසකට පමණක් සීමා වී තිබී මේ වන විට ඉතා විශාල ප්‍රමාණයක් නිරතවන ක්‍රියාකාරකමක් බවට පත් වී ඇත. ඉතිහාසයේදී සංචාරය කිරීමේ හැකියාව රාජකීයන්ට සහ උසස් පංතියට පමණක් වෙන් කරන ලද ක්‍රියාවක්ව තිබුණි.

පෞරාණික රෝමානු කාලයේ සිට 17වන ශත වර්ෂය දක්වා උසස් පන්තියේ තරුණයින්ට “grand tour” ලෙසින් හඳුන්වනු ලැබූ යුරෝපය හරහා සංචාරය කිරීමට

අනුබල දෙන ලදී. Chaucer ගේ Canterbury tales (කැන්ටබරි ටේල්ස්) සහ අනෙකුත් සාහිත්‍ය කතා වල සඳහන් කොට ඇති පරිදි මධ්‍යතන යුගයේ බොහෝ සමාජයන් ආගමික වන්දනා ගමන් යාම පුරුද්දක් ලෙස සිදු කරන ලදී.

“ආගන්තුක සත්කාරය” යන වචනය සංචාරය/ සංවරණය යන වචනයටත් පෙර භාවිතා වූ බවට දැනගැනීමට හැකි අතර එය මුලින්ම 14 වන ශත වර්ශයෙහි “hospes” යන ලතින් වචනයෙන් විකාශය වූ බවට සාක්ෂි ඇති අතර එමඟින් ආගන්තුකයා, ආගන්තුක සත්කාර කරන්නා සහ විදේශිකයා යන වචන නිරූපනණය කරයි.

“සංචාරකයා” යන වචනය පසුව භාවිතයට පැමිණි අතර වෘත්තයක් ඇදීම සඳහා භාවිතා කරන උපකරණයක් වන “tomas” යන ලතින් වචනයෙන් නිර්මාණය වූවකි.

එම නිසා “සංචාරක කර්මාන්තය” සහ “සංචාරකයා” යන වචන මඟින් නිවසෙන් පිටට සංචාරය කරමින් කාලයක් ගත කිරීම සහ නැවත නිවසට පැමිණීම යන අදහස නිරූපණය වේ.

Tourism as Business – ව්‍යාපාරයක් ලෙස සංචාරක කර්මාන්තය

බ්‍රිතාන්‍ය රාජකීය හමුදාවේ නිල සංචාරක ඒජන්ත ලෙස රිචර්ඩ් කොක්ස් (Richard Cox) පත්වූවාට පසු 1758 දී ලොව ප්‍රථම සංචාරක ව්‍යාපාරය ආරම්භ කරන ලදී. ඊට අවුරුදු 100කට පසුව තෝමස් කුක් (Thomas Cook) විසින් බ්‍රිතාන්‍යයින්ට ලෝකය දූක බලා ගැනීම හා අමධ්‍යප වලනයට සහභාගී වීමට උපකාරී වීම පිණිස ලෝකයේ ප්‍රථම විවේකය සඳහා සංචාරය කිරීමේ ඒජන්සිය ආරම්භ කරන ලදී.

1845 දී, පළමුවන වෙළඳ සංචාරක පැකේජය දියත් කළ අතර එය පාරිභෝගිකයින්ට දරිය හැකි මිලට දුම්රිය ටිකට් පත් සහ මුද්‍රිත මාර්ගෝපදේශ වලින් සමන්විත විය. (කණගාටුදායක ලෙස 2019 දී සංචාරක පැකේජ මිලදී ගත් ලක්ෂ ගණනක් සංචාරකයින් අතරමං කරමින් තෝමස් කුක් බිඳ වැටෙන ලදී.)

තවදුරටත් ජනප්‍රියව පැවතුණ දුම්රිය සංවරණය හා ස්වයං සංවරණය කිරීමේ ආරම්භය සංචාරක කර්මාන්තයෙහි විකාශයේ තවත් සැලකිය යුතු අතිරේක සන්ධිස්ථාන වේ.

කාර්ලි බෙන්ස්ගේ බිරිඳ විසින් 1886 දී සිදු කරන ලද දීර්ඝ මෝටර් රථ සංචාරය මගින් රථ සංචාරය පණ ගැන්වූන අතර ඒ වන විට ප්‍රචලිත වෙමින් පැවති ඔහුගේ මෝටර් රථ නිපදවීමේ ආයතනය සමාජගත කිරීමට ඉමහත් පිටුවහලක් විය. මෙම ආයතනය පසුවට Mercedes Bens නමින් ප්‍රසිද්ධ විය.

1952 දී ලන්ඩන් සිට කොළඹ දක්වා පළමු වෙළඳ ගුවන් යානා ගමන් ආරම්භ වීම සිදු විය. (ඔව්, ජෙට් යුගයේ මූලාරම්භයේදී ද ශ්‍රී ලංකාව එයට සම්බන්ධව තිබුණි.)

2000 සිට, මෙම ක්ෂේත්‍රය ඉතා විශාල තාක්ෂණික වෙනසකට භාජනය වූ අතර අන්තර්ජාලය භාවිතය වැඩිවීම සංචාරක සේවා වල විප්ලවීය වෙනසකට හේතු විය. මාර්ග ගත සංචාරක ඇණවුම් සීඝ්‍ර ලෙස වර්ධනය වූ අතර 2014 දී Expedia ලෝකයේ මුලින්ම සිටින සංචාරක ඇණවුම් ලබා ගන්නා ආයතනය Hotels.com, The Hotwire Group, trivago, Expedia cruise ship centers වැනි ප්‍රසිද්ධ සන්නාම තම ආයතනයට සම්බන්ධ කර ගත් අතර ඩොලර් මිලියන 4.7 ඉක්මවා ආදායම් උපයන ලදී.

(Expedia Inc 2013)

Components of Tourism - සංචාරක කර්මාන්තයේ අංග

සංචාරක කර්මාන්තයෙහි ප්‍රධාන අංග 05ක් ඇති අතර ඒවා මගින් ඕනෑම සංචාරක ගමනාන්තයක ස්වභාවය කුමක්දැයි තීරණය කරගැනීමට හැකිවේ. ඒ අංග 05 ම ආරම්භ වන්නේ A අකුරින් වීම අපට පරිශීලනයට පහසුවක් වේ.

සංචාරක කර්මාන්තයේ A5 (ඒ 5) වන්නේ :

❖ Attractions - සංචාරක ආකර්ෂණ ස්ථාන

සංචාරකයින් කාන්දමක් ලෙස එදෙසට අදින ස්ථාන සියල්ල වේ. ශ්‍රී ලංකාවේ දී එය මුහුදු වෙරළ, ඓතිහාසික ස්ථාන, පූජනීය ස්ථාන, අද්විතීය දුම්රිය ගමන් වැනි ඒවා වේ.

❖ **Accessibility - ප්‍රවේශ වීම**

සංචාරක ස්ථානයක් කොපමණ අද්විතීය හා විශේෂ ලක්ෂණ වලින් සමන්විත වුවත් එම ස්ථානයට සංචාරකයාට ප්‍රවේශ වීම අපහසු නම් එය සංචාරක ස්ථානයක් නොවේ.

❖ **Accommodation - නවාතැන්**

සංචාරක ආකර්ෂණ ස්ථානය අසල හෝ ඒ ස්ථානයට යන අතරමග නවාතැන් ගතහැකි ස්ථාන.

❖ **Amenities - පහසුකම්**

සංචාරය කිරීමේදී අවශ්‍ය වන ආහාර, පානීය ජලය, වැසිකිළි පහසුකම් හා පහසුවෙන් සංචාරය කිරීම සඳහා අවශ්‍ය වන අනෙකුත් සියළුම පහසුකම්.

❖ **Activities - ක්‍රියාකාරකම්**

සංචාරක ආකර්ෂණ ස්ථානයෙහිදී සිදු කළ හැකි සියළුම ක්‍රියාකාරකම් මුහුදු රළ ආශ්‍රිත ජල ක්‍රීඩා මුහුදු වෙරළේ හිරු රැස් ස්නානය, කඳු නැගීම, ස්වභාවික උයන් වල ඇවිදීම ආදී විවිධ ක්‍රියාකාරකම් වීම අදාළ වේ.

මේ සියල්ල ඉතා පැහැදිලි නොවේද? 😊

ඔබ ඔබගේ සංචාරක ව්‍යාපාරය දියුණු කරන විට මෙම ඒ5 (SAS) හොඳින් සිහියේ තබාගන්න.

ඔබ පාරිභෝගිකයාට ක්‍රියාකාරකම් අලෙවි කරන්නේ නම් ඔබගේ අලෙවිකරණය ආශ්‍රිත ක්‍රියාවලියන්හිදී සංචාරක ආකර්ෂණ ස්ථානයට ගමන් ගන්නා ආකාරය, නවාතැන් ගන්නා ස්ථාන, ඒවායෙහි ඇති පහසුකම් ආදිය පිළිබඳ සියළු තොරතුරු ලබා දෙන්න.

ඒ ලෙසින්ම ඔබට කුඩා නවාතැන්පලක් තිබේ නම්, ඔබගේ ආගන්තුකයින්ට ඒ අවට ඇති ආකර්ෂණ ස්ථාන, සිදු කළ හැකි ක්‍රියාකාරකමක් පිළිබඳව දැනුවත් කිරීම මගින් ඔවුන් ඔබගේ නවාතැන්පලෙහි වැඩි කාල සීමාවක් රැඳීමට පෙළඹවනු ඇත.

Tourism Characteristics – සංචාරක කර්මාන්තයේ වර්ත ලක්ෂණ

බොහෝ සංචාරක ව්‍යාපාර ප්‍රධාන වශයෙන් සමාන ලක්ෂණ දරන අතර එයින් සමහරක් එක් වර්ත ලක්ෂණයක් අනෙක්වාට වඩා මූලිකව උලුප්පා පෙන්වන නමුත්, මේ සියළුම ලක්ෂණ සංචාරකයින් සඳහා වින්දනාත්මක අත්දැකීම්, සංචාරක ආකර්ෂණ ස්ථාන සහ සේවා ලබාදීමේදී එකම දායකත්වය ලබාදේ. එමනිසා සංචාරකයින් සතුවත් මුදල් ගෙවා මෙම සේවා මිලදී ගනී.

ඔබගේ සංචාරක ව්‍යාපාරය සැලසුම් කරන විට සහ එය අලෙවි කරන විට මනසේ තබාගත යුතු ප්‍රධාන ලක්ෂණ කිහිපයක් පහත දැක්වේ. මෙම වර්ත ලක්ෂණ මගින් සංචාරක ව්‍යාපාර අනෙකුත් ව්‍යාපාර වලට වඩා මහත් ව්‍යාකූල (එහෙත් සිත් ඇදගන්නා සුළු) බවට පත් කරනු ලබයි.

❖ Intangibility - ස්පර්ෂ කළ නොහැකි බව

අප සංචාරක නිෂ්පාදන ලෙස හැඳින්වුවද සංචාරක කර්මාන්තය තුළ සම්ප්‍රධායික අන්දමින් ඔබට ස්පර්ෂ කිරීමට හෝ ළඟ තබා ගැනීමට හැකි නිෂ්පාදන කිසිවක් නැත.

අප විසින් සැබැවින්ම විකුණනු ලබන්නේ “අත්දැකීම්” ය.

මෙම සංකල්පය ඔබගේ සංචාරක ව්‍යාපාරය තුළ ඔබ සංචාරය අලෙවි කරන ආකාරය පිළිබඳව මහත් බලපෑමක් ඇති කරනු ලබයි. කුමක් නිසාදයත්, මිනිසුන් සංචාරය කරන්නේ කුමන ස්ථානවලටද යන්න තීරනය කරනු ලබන්නේ එම ස්ථාන වලදී ඔවුන් ලැබීමට බලාපොරොත්තු වන අත්දැකීම්, ඔවුන් විඳීමට කැමති හැඟීම් හා සිතුවිලි ආදිය මත පදනම්වී ගෙනය.

(මේ පිළිබඳව වඩාත් විස්තරාත්මකව විද්‍යුත් අන්තර්ගතය පාඨමාලාවේ සන්නාමකරණය පාඩමෙන් සාකච්ඡා කරනු ලැබේ.)

❖ **Perishability** – විශැකී යන ස්වභාවය. (නොපවතින බව)

හිස් හෝටල් කාමරයක් කුලියට දීමට නොහැකි වූ සර්ෆරෝ(ර්)ඩයක් (මුහුදු රළ ක්‍රීඩා කරන ලැල්ලක්) විකිණීමට නොහැකි වූ දිවා වාරිකාවක් ආදී මේ සියල්ල සේවා සපයන්නාට මුදල් ඉපයීමට තිබූ අවස්ථා මගහැරීමකි. ඇත්තෙන්ම ඔබට ඊළඟ දිනයේදී උත්සහ කළ හැක. නමුත් අද දිනයේ ඔබට ඉපයීමට නොහැකි වූ ආදායම උපයා ගැනීමට නොහැකිය.

❖ **Seasonality** - කාලීන බව (සියළුම කාලයන්ගේ සමාන ආදායම් නොමැත)

මතුපිටින් බලන විටද ඉතා පැහැදිලි වන කරුණක් වන්නේ කාලගුණය හෝ මුහුදු යහපත් නොවන විට සංචාරකයන්ගේ පැමිණීමෙහි සැලකිය යුතු අඩුවක් සිදුවන බවය. කාලීන බව, සංචාරකයින් අඩු කාලයට ආයතනයේ සේවකයන් කප්පාදුව දක්වා දිව යයි.

හොඳින් කළමනාකරණය කළ විට මෙහි සුභවාදී පැත්තක් ද ඇති අතර එය නම් සංචාරකයින් නොමැති කාල වලදී ව්‍යාපාරික වැඩිදියුණු කිරීම් කළ හැකි වීමයි. සංචාරණය වැඩි කාලසීමාවේදී ඔබ සැලකිය යුතු මුදලක් උපයා ඇත්නම් සංචාරකයින් පැමිණීම අවම කාල සීමාවන් ඔබට නිවාඩුවක් ගත කිරීමට යාමට හැකියාව ඇත.

Interdependence - අන්තර්යැපීම (අප සියල්ලන්ම සාමූහිකව කටයුතු කරන බව)

සියල්ල ආයතනයක් හෝ සම්පූර්ණ සංචාරක පැකේජයක් වුවද බාහිර සංවිධාන මත බොහෝ වශයෙන් යැපෙනු ලැබේ. ප්‍රවාහනය සංචාරය, සංචාරක ස්ථාන සංචාරක ආකර්ෂණ ස්ථාන, නවාතැන් සපයන ආයතන යන සියල්ලම එකට එකතු වී සංචාරක කර්මාන්තය වෙනුවෙන් කටයුතු කරනු ලබයි. සංචාරක කර්මාන්තය ලාභ ලබන ක්ෂේත්‍රයක් බවට පත්කිරීම සඳහා ඔවුන් සියල්ලන් එකිනෙකා මත යැපෙනු ලැබේ. උදාහරණයක් ලෙස විශාලතම හෝටල් ශාලා මෙන්ම ඉතා කුඩා නිවාස වල නවාතැන්

පහසුකම් ලබාදෙන ආයතනද තම ආයතන වලට සංචාරකයින් ගෙන්වා ගැනීම සඳහා ප්‍රවාහන පහසුකම් සපයන්නන් මත යැපෙනු ලැබේ. (ගුවන් සේවා හා ත්‍රී රෝද රථ වැනි)

Heterogeneity Same Same but Different - සමාන නමුත් වෙනස් වන බව.

හෝටල් කාමරයක් යනු ඕනෑම සාමාන්‍ය හෝටල් කාමරයකි. නිවැරදිද? තව දුරටත් නිවැරදියි. කාමරයක් යනු කාමරයයි. නමුදු ඕනෑම හෝටලයක් හෝ තානායම්පලක් අනෙකුත් හෝටල් සමඟ ඇති තරගකාරිත්වය පවත්වාගෙන යාම සඳහා වෙනස් පෙනුමකින් යුක්ත වීමට හෝ ඔවුන්ට ආවේනික සේවාවන් හෝ වාසි රැසක් ලබා දීම මගින් කාමර අලෙවිය වැඩිකර වැඩි ආදායමක් ලැබීමට පෙළඹේ. (ඔබගේ ව්‍යාපාරයට ආවේණික විකුණුම් ශෛලිය හා ඔබගේ සන්නාම පෞරුෂය හරිහැටි වටහා ගැනීම පිළිබඳව විද්‍යුත් අන්තර්ගතය පාඨමාලාවේදී වැඩිදුර සාකච්ඡා කරනු ලැබේ.

සාරාංශය - summary

සියළුම සංචාරක කර්මාන්තවලට පොදු ලක්ෂණ කීපයක් ඇත.

- ස්පර්ෂ කළ නොහැකි බව

ඔබට සංචාරක කර්මාන්තය ඔබේ අතින් ස්පර්ශ කළ නොහැක. අප “නිශ්පාදනයක්” ලෙස හඳුන්වන දෙය සැබැවින්ම “අත්දැකීමකි”.

- වියැකෙන සුළු බව

අලෙවි කිරීමට නොහැකි වූ මුහුදු රළ තරණය කිරීමේ පාදමක් යනු මුදල් ඉපයීමෙහි අවස්ථාවක් අහිමි වීමකි.

- කාලීන බව

සෘතු වෙනස් වීම මත පාරිභෝගිකයින් යම් ස්ථානයකට යාමේ හෝ වැලකී සිටීමේ හැකියාව ඇත.

- අන්තර් යැපීම

සෑම මට්ටමේ ස්වාධීන ආයතනයක් ම සංචාරකයාට අමතක නොවන අත්දැකීමක් ලබා දීම සඳහා අනෙකුත් ආයතන මත යැපේ.

- සමාන නමුත් වෙනස්වන බව

පාරිභෝගිකයන්ට විවිධ අත්දැකීම් ලබා දීම සඳහා සංචාරක ක්ෂේත්‍රය විවිධ දෑ මිශ්‍ර කර එකිනෙකාට අනන්‍ය සේවාවක් සපයන්නට උත්සාහ කරනු ලබයි.

❖ Tourism Impacts - සංචාරක කර්මාන්තයේ බලපෑම

සංචාරක කර්මාන්තයේ බලපෑම ප්‍රධාන අංග තුනකට වර්ග කළ හැකිය.

- ආර්ථික
- සමාජීය
- පාරිසරික

❖ ආර්ථික බලපෑම

එක්සත් ජාතීන්ගේ ලෝක සංචාරක සංවිධානයට (UNWTO) අනුව ලෝක සංචාරක කර්මාන්තය පළමුවන වරට 2011 දී ඇමරිකානු ඩොලර් ට්‍රිලියනයක් ආදායම් උපයන ලදී. 2008 දී ඇති වූ ලෝක ආර්ථික අර්බුදය පිළිබඳව සලකා බැලීමේදී මෙය වැදගත් කරුණක් වූ අතර සංචාරක කර්මාන්තය, අඩපණ වූ ආර්ථිකය දියුණු කිරීමට ඉතා වැදගත් අංගයක් ලෙස සලකන ලදී.

සංචාරක කර්මාන්තය ලොව ඕනෑම ප්‍රදේශයක නිරන්තරයෙන් වර්ධනය වන ක්ෂේත්‍රයකි. UNWTO විසින් 2014 අගෝස්තු වැය දර්ශකයේදී (expenditure barrowmeter) සොයාගත් ආකාරයට පෙර වසරට වඩා 2014 වසර මුල් භාගයේදී ලෝකය පුරා සංචාරය කරන සංචාරකයින් මිලියන 22 කින් ඉහළ ගොස් ඇති බව අනාවරණය කරන ලදී. එම ඉහළ යාමත් සමග සංචාරක ප්‍රමාණය මිලියන 517 ක් දක්වා ළඟා විය.

ශ්‍රී ලංකාවේ ආර්ථිකයට සංචාරක කර්මාන්තය සුවිශේෂී දායකත්වයක් ලබා දෙන අතර එය 2017 දී තෙවනුව විශාලම විදේශ විනිමය උපයන මාධ්‍ය විය. පළමුවන හා දෙවන මාධ්‍ය වූයේ walkers remittance සහ ඇඟලුම් හා නිමි ඇඳුම් කර්මාන්තයයි.

පෙර වසරේ දත්ත වලට අනුව 14.2% ලෙස වාර්තා වූ සංචාරක ක්ෂේත්‍රයේ විදේශ විනිමය ආදායම 14.8% දක්වා වැඩි විය.

2017 නිල සංචාරක ආදායම් ප්‍රමාණය රුපියල් මිලියන 598,356 ක් බවට තක්සේරු කරන ලද අතර එය 2016 දී ලැබූ ආදායම වූ රුපියල් මිලියන 512,593 හා සංසන්දනය කරන විට 16.7% ක වර්ධනයකි.

ඇමරිකානු ඩොලර් වලින් තක්සේරු කරන විට සංචාරක ආදායම් ප්‍රමාණය ඇමරිකානු ඩොලර් මිලියන 3924.9 වූ අතර පසුගිය වසරේ ආදායම වූ ඇමරිකානු ඩොලර් මිලියන 168.2 ක හා සංසන්දනය කරන විට එය 11.5% ක වර්ධනයකි.

ඒක පුද්ගල දෛනික සංචාරක ආදායම ඇමරිකානු ඩොලර් 170.1 වූ අතර 2016 දී ලැබූ ඇමරිකානු ඩොලර් 168.2 හා සංසන්දනය කරන විට එය 1.1% ක වර්ධනයකි.

ඇත්ත වශයෙන්ම 2019 වසරෙහි දත්ත නිකුත් වූ විට ඒවායේ ඉතා විශාල පහල යාමක් දක්නට ලැබීම නිශ්චිත වන්නේ පාස්කු ප්‍රහාරය හේතුවෙනි. නමුත් සංචාරකයින්ගේ හදිසි අඩුවීම එක්තරා ආකාරයක පැහැදිලි ආර්ථික වාසි සංචාරක කර්මාන්තයට අත්කර දී ඇත.

❖ සමාජයීය බලපෑම්

සංචාරක කර්මාන්තය සංවර්ධනය කිරීමේදී ඇති ආර්ථික වාසි වලට අමතරව සුභවාදී සමාජ බලපෑම් වලට පහත කරුණුද ඇතුළත් වේ.

- පහසුකම් වර්ධනය උදා :- උද්‍යාන, අන්තර් සැලැස්ම, විනෝදාස්වාදය, සදහා වූ ක්‍රියාකාරකම්. (Recreation Facilities)

- අත්කම් විකුණ හා අනෙකුත් කලා නිර්මාණ (Art and handcrafts)
- දේශීය සංස්කෘතික අංග සැමරීම.

හෘද සාක්ෂියට එකඟව දියුණු කළ විට සංචාරක කර්මාන්තයට රටක වැසියන්ගේ ජීවිතයේ ගුණාත්මකභාවය සුභවාදී ලෙස වැඩි දියුණු කිරීමට මහත් දායකත්වයක් ලබා දිය හැකිය.

කෙසේ නමුත් සංචාරක කර්මාන්තයේ අසුභවාදී බලපෑම් වලට පහත දෑ ඇතුළත් වේ.

- සංස්කෘතික අනන්‍යතා හා වටිනාකම් වල වෙනසක් හෝ අඩුවීමක් සිදුවීම.
- සංස්කෘතීන් අතර ගැටුම්
- සමාජ ආතතියේ භෞතිකමය බලපෑම (සම්පත් වලට ඇති ඉල්ලුම වැඩි වීම)
උදා :- (ලිංගික සංචාරක කර්මාන්තයේ වර්ධනය හා ළමා ශ්‍රම සූරා කෑම)

❖ පාරිසරික බලපෑම්

සංචාරක කර්මාන්තය ඉතා විශාල වශයෙන් ස්වභාවික පරිසරය මත යැපෙන්නකි. ලෝකයේ විවිධ ප්‍රදේශ විශාල ප්‍රමාණයක් උද්‍යාන හෝ විශේෂයෙන් ආරක්ෂිත ප්‍රදේශ ලෙස සංරක්ෂණය කර ඇතත් සංචාරක කර්මාන්තයේ දියුණුව අතීතයේ දරුණු අසුභවාදී බලපෑම් ඇතිකර ඇත. මේවාට ඇතුළත් වන ප්‍රධාන බලපෑම් වන්නේ,

- ස්වභාවික සම්පත් වල විශූන්‍යය (ජලය, වනාන්තර)
- දූෂණය (වාතය, ශබ්දය, අප ජලය, කසල හා අපද්‍රව්‍ය)
- භෞතිකමය බලපෑම (ඉදිකිරීම් කටයුතු, සාගර සංවර්ධනය, ජෛව විවිධත්වය ක්ෂය වීම)

සංචාරක කර්මාන්තයේ පාරිසරික බලපෑම දේශීය වශයෙන් පමණක් නොව ලෝක පරිසර පද්ධතියටද බලපෑම් කරනු ලැබේ. එක් උදාහරණයක් වන්නේ දේශගුණික විපර්යාසයන්ට විශේෂ දායකත්වයක් සපයන ගුවන් ගමන් වල වැඩි වීමයි.

ශ්‍රී ලංකා සංචාරක කර්මාන්තයට මඟ පෙන්වන ප්‍රතිපත්ති.

සංචාරක කර්මාන්තයට ඇති සුභවාදී බලපෑම් වැඩිදියුණු කිරීමත් හා බැඳුණු අසුබවාදී බලපෑම් මුලිනුපුටා දැමීමත් අරමුණු කොටගෙන ශ්‍රී ලංකීය සංචාරක කර්මාන්තය පිළිබඳ උපායමාර්ගික සැලසුම 2017 - 2020 හි පහත මඟ පෙන්වන ප්‍රතිපත්ති මාලාව හඳුන්වා දී ඇත.

01. සංචාරක කර්මාන්තයෙන් ශ්‍රී ලංකාවට ඇති වාසි හඳුනාගැනීම / උකහා ගැනීම.

සංචාරක ක්ෂේත්‍රය ශ්‍රී ලංකාවේ ආර්ථික වර්ධනයට හා වෙනස් කිරීම සඳහා සැලකිය යුතු දායකත්වයක් ලබා දේ. එය ආර්ථිකයේ ප්‍රධාන කුළුණක් ලෙස සැලකිය යුතු අතර රාජ්‍ය තීරණ ගැනීමේදී මූලිකත්වය ලැබිය යුතුය.

02. ආර්ථික සහභාගිත්වයේ ප්‍රජාතන්ත්‍රීකරණය.

සංචාරක කර්මාන්තය දීප ව්‍යාප්තව සංවර්ධනය කර ශ්‍රී ලාංකිකයන්ට රැකියා අවස්ථා නිර්මාණය කිරීම මගින් මුළු විදේශ විනිමය ආදායම උපරිමයට ඉහළ නංවා ශ්‍රී ලාංකික ආර්ථිකයට ප්‍රශස්ථ මට්ටමේ ආර්ථික වාසි ලඟා කර දිය යුතුය. සංචාරක කර්මාන්තය වර්ධනය මගින් වටිනාකම් දාම උත්තේජනය කළ යුතු අතර, සියළුම පාර්ශවකරුවන් අතර සාධාරණ ලෙස බෙදී යන විලස ආර්ථිකමය වාසි ලැබීම තහවුරු වන ආකාරයේ දිගු කාලීන ආර්ථිකමය ක්‍රියාවලියක නිරතවිය යුතුය.

03. Conservation and world class management

Of assets

ලෝක මට්ටමේ වත්කම් කළමනාකරණය හා සංරක්ෂණය

සංචාරක කර්මාන්තය සංවර්ධනය කිරීම මගින් ශ්‍රී ලංකාවේ ස්වභාවික පරිසරය සංවර්ධනය හා සංරක්ෂණය සහ ඓතිහාසික සමාජමය හා සංස්කෘතික උරුමයන්

ආරක්ෂා කිරීම සිදුකළ යුතුය. එමඟින් පාරිසරික සම්පත් ප්‍රශස්ථ ලෙස භාවිතා කිරීම සිදු කළ යුතු අතර අත්‍යාවශ්‍ය පාරිසරික ක්‍රියාවලි පවත්වාගෙන යාම තුළින් ස්වාභාවික ජෛව විවිධත්වය පවත්වාගෙන යාමට උපකාරී විය යුතුය.

04. Local Community involvement

ප්‍රාදේශීය ප්‍රජා සහභාගීත්වය.

සංචාරක කර්මාන්තය සත්කාරක ප්‍රජාවගේ සමාජ හා සංස්කෘතික සක‍්‍යතාවන්ට ගරු කළ යුතු අතර ඔවුන් හැදී වැඩුණු සංස්කෘතික උරුමයන් හා සාම්ප්‍රදායික වටිනාකම් සංරක්ෂණය කළ යුතුය. එමෙන්ම අන්තර් සංස්කෘතිය තේරුම් ගැනීම සහ ඉවසීම සිදු කළ යුතුය. සංචාරක කර්මාන්තය සංවර්ධනය ප්‍රාදේශීය ප්‍රජාවන් සත්‍ය වශයෙන්ම සමස්ථ ධාරිතාවයෙන්ම සම්බන්ධ කරගත යුතුය. ප්‍රාදේශීය හා පළාත් පාලනය ඇතුළත්ව ශක්තිමත් දේශපාලන නායකත්වයක් ඔස්සේ අදාළ සියළුම පාර්ශවකරුවන් මහා පරිමාණ වශයෙන් සම්බන්ධ කරගෙන එකඟතාව ගොඩනැගීම සිදුකළ යුතුයි.

05. අතීත උරුමයන් හා ගොඩනැගුණු අමතක නොවන අත්දැකීම්

සියලුම සංචාරක සේවා සහ ක්‍රියාකාරකම් සංචාරකයා මත පදනම් විය යුතු අතර ශ්‍රී ලංකාවේ පාරිසරික, ආගමික, සමාජමය හා සංස්කෘතික උරුමයන් සමඟ බැඳී තිබිය යුතුය. ඉතා ඉහළ මට්ටමේ සංචාරක තෘප්තියක් තම සේවා හා ක්‍රියාකාරකම් මඟින් ලබා දිය යුතු අතර සංචාරකයන්ට අන්ර්‍ය අධ්‍යයන අවස්ථා සැපයීම, හොඳම සංචාරක ක්‍රියාමාර්ග පිළිබඳ අවබෝධය වැඩි කිරීම මඟින් අර්ථවත් අත්දැකීම් සමූහයක් ආගන්තුකයාට ලබා දිය යුතුය.

06. Responsible destination marketing

සංචාරක ආකර්ෂණ ස්ථාන වගකිව යුතු ලෙස අලෙවිකරණය

ශ්‍රී ලංකාවේ විශේෂිත පරිසරය, සාම්ප්‍රදායන් හා ආකර්ෂණීය ස්ථාන මැනවින් ඔප්නංවා (උළුප්පා) පෙන්වන ලෙස වගකීමෙන් ශ්‍රී ලංකාවේ සංචාරක කර්මාන්තය අලෙවිකරණය කළ යුතුය. ශ්‍රී ලංකාව සහ එහි සංචාරක කර්මාන්ත පිළිබඳව කාලයක් තිස්සේ පවතින දුර්වල තුරන් කර දැමීම සඳහා ද ප්‍රයත්න දැරිය යුතුය.

07. Safe & security for all

සෑමට ආරක්ෂාව හා සුරක්ෂිතතාවය

සියළුම සංචාරකයින්ටත්, ආයෝජකයින්ටත් සතුන් ඇතුළු සමස්ථ ප්‍රජාවටත් ආරක්ෂාව හා සුරක්ෂිත බව තහවුරු කළ යුතුය.

සාරාංශය

සංචාරක කර්මාන්තයේ බලපෑම ප්‍රධාන කොටස් 03ට වෙන් කළ හැකිය.

- ආර්ථික
- සමාජයීය
- පාරිසරික

අසුබවාදී බලපෑම් අවම කළ යුතු අතර සුබවාදී බලපෑම් ශ්‍රී ලාංකික සංචාරක කර්මාන්තයට මගපෙන්වන ප්‍රතිපත්ති මාලාව හරහා වර්ධනය කළ යුතුය.

- සංචාරක කර්මාන්තයෙන් ශ්‍රී ලාංකාවට ඇති වාසි හඳුනා ගැනීම
- ආර්ථික සහභාගීත්වයේ ප්‍රජාතාන්ත්‍රිකරණය
- ලෝක මට්ටමේ වත්කම් කළමනාකරණය හා සංරක්ෂණය
- ප්‍රාදේශීය ප්‍රජා සහභාගීත්වය
- අතීත උරුමයන්ගෙන් ගොඩනැගුණු අමතක නොවන අත්දැකීම්
- සංචාරක ආකර්ෂණ ස්ථාන වගකිව යුතු ලෙස අලෙවිකරණය
- සෑමට ආරක්ෂාව හා සුරක්ෂිතතාවය

Tourism Categories – සංචාරක කර්මාන්තයේ කාණ්ඩ

සෑම සංචාරකයෙක්ම එකිනෙකාට සමාන නැති බව ප්‍රත්‍යක්ෂ කරුණකි. එම නිසා ඔවුන් පිළිබඳව වඩාත් හොඳින් හඳුනා ගනිමු.

මෙම පාඩමේදී අප අවධානය යොමු කරන්නේ සංචාරක කර්මාන්තයේ විවිධ ප්‍රභේද, අරමුණු හා ස්වරූප පිළිබඳවයි. මේවා වැදගත් ඇයි? හෝ මේවා වැදගත් කුමක් නිසාද? කුමක් නිසාද යත් ඉදිරි පාඩම් වලදී ඔබගේ විශේෂිත සංචාරක ව්‍යාපාරයට මෙම විශේෂිත උප කුලක ආකර්ෂණය කර ගැනීමට ඔබ විසින් අරමුණු ඇතිකර ගනු ඇත.

සංචාරක කර්මාන්තයේ විවිධ ප්‍රභේද

එක්සත් ජාතීන්ගේ ලෝක සංචාරක සංවිධානය (UNWTO) මඟින් සංචාරක කර්මාන්තය ආකාර තුනකට බෙදා වෙන් කර ඇත.

➤ ගෘහස්ථ

යම් රටක පදිංචි පුද්ගලයන් එම රටෙහි පමණක් සංචාරය කිරීම, ශ්‍රී ලංකාවේදී මෙම සහයට වැටෙන්නේ තමා විසින්ම රිය පදවාගෙන සංචාරයේ යෙදෙන හා දුම්රියෙන් සංචාරයේ යෙදෙන සංචාරකයන්ය.

මෙම වර්ගයේ සංචාරකයින් ගේ ඇති වාසිය නම් ඔවුන් සාමාන්‍යයෙන් රටේ භාවිතා කරන භාෂාව දැන ගැනීම දේශීය ආහාර පාන වලට ප්‍රිය කිරීම හා තරමක් දුරට ස්වයංපෝෂිත වීමයි. ඊට අමතරව ඔවුන් බොහෝවිට රටේ ආර්ථිකයට සැලකිය යුතු දායකත්වයක් වර්ෂය පුරා ලබා දෙනු ලැබේ. එමෙන්ම සියල්ල අතුරින් වැදගත්ම වාසිය වන්නේ නැවත නැවත එකම පාරිභෝගියන් පැමිණීම මඟින් ව්‍යාපාරික අවස්ථා නැවත නැවත උදා වීමයි. විශ්වාස වන්න දේශීය සංචාරකයෙක් වටිනාකමින් අධික වන්නේ එබැවිනි.

➤ පිටතට යොමු වන සංචාරක කර්මාන්තය

එක් රටක වැසියන් තවත් රටක සංචාරය කිරීම වේ. ශ්‍රී ලංකාවේදී මින් හැඟවෙන්නේ ශ්‍රී ලාංකිකයන් වෙනත් රටවල සංචාරය කිරීමයි. නමුත් මොවුන් මෙසේ නොයෙකුත් රටවල සංචාරය කිරීමේ අරමුණ කුමක්ද?

සංචාරය කිරීමේ අරමුණ - Purpose of visit

ශ්‍රී ලංකාව සංචාරක අධිකාරියේ වාර්ෂික සංඛ්‍යාලේඛණ වාර්තාවන් හි ආගමන හා විගමන දෙපාර්තමේන්තු වාර්ථා වලට අනුව ශ්‍රී ලංකාවට පැමිණෙන සංචාරකයන්ගේ සංචාර අරමුණු 09 ක් ප්‍රධාන වශයෙන් හඳුනාගෙන ඇත.

1. විනෝදාස්වාදය සඳහා
2. යහළුවන් හා නෑදෑයන් මුණගැසීම සඳහා
3. ව්‍යාපාර කටයුතු සඳහා
4. රැස්වීම්, සභා, සම්මුතීන් ප්‍රදර්ශන වලට සහභාගී වීම සඳහා
5. ක්‍රීඩා කටයුතු සඳහා
6. රාජකාරී කටයුතු සඳහා
7. අධ්‍යාපන කටයුතු සඳහා

සංචාරක කර්මාන්තයේ ආකාර ගණනය කල නොහැකි සංඛ්‍යාවක් තිබෙන අතර ලංකාව වඩාත් ජනප්‍රිය වන්නේ,

- මුහුදු වෙරල ආශ්‍රිත ක්‍රාසාජනක ක්‍රියාකාරකම්
- යහපත් ශරීර සෞඛ්‍ය අරමුණු කරගත්
 - සංස්කෘත
 - ආගමික
 - වනජීවී

Glossary of tourism terms

සංචාරක කොන්දේසි පාරිභාෂික ශබ්ධ කෝෂය

අප තවදුරටත් විෂය කරුණු හැඳිරීමට ප්‍රථමයෙන් අත්‍යාවශ්‍ය අර්ථදැක්වීම් හා නිර්වචන ඉගෙනගෙන වටහා ගනිමු. ශ්‍රී ලංකාවේ සංචාරක කර්මාන්තය තුළ විදේශිකයන්ට

තේරුම් ගැනීමට අපහසු ශ්‍රී ලංකාවට ආවේණික අර්ථ දැක්වීම් නිර්වචන තිබෙන බව වටහාගැනීම ඉතා වැදගත්ය. “හෝටලය” යන්න වඩාත් ප්‍රචලිත උදාහරණ වලින් එකක් වන නමුත් තවත් එවැනි වචන රාශියක් ඇත. වැරදි තොරතුරු සහ කළකිරීම මඟහරවා ගැනීමට නම් ඔබ ඉලක්ක කරන පාරිභෝගික ප්‍රජාව භාවිතා කරන පාරිභාෂික වචනම ඔබ විසින් භාවිතා කළ යුතුය.

පහත දැක්වෙන නිර්වචන ශ්‍රී ලාංකික සංචාරක සංවර්ධන අධිකාරිය (SLTDA) සහ/හෝ එක්සත් ජාතීන්ගේ ලෝක සංචාරක සංවිධානය සාමාන්‍යයෙන් භාවිතා කරන අර්ථ දැක්වීම් වේ.

Tourism – S සංචාරක කර්මාන්තය

සංචාරක කර්මාන්තය යනු මිනිසුන්ගේ පෞද්ගලික, ව්‍යාපාරික හා වෘත්තීමය අරමුණු සඳහා ඔවුන්ගේ සාමාන්‍ය පුරුදු පරිසරයෙන් පිටවී වෙනත් රටවලට හා ස්ථාන වලට ගමන් කිරීමේ සමාජය, සංස්කෘතික හා ආර්ථික සිද්ධියකි.

මොවුන් අමුත්තන් ලෙස පොදුවේ හඳුන්වන අතර ඔවුන් වෙන් වෙන් වශයෙන් ගත් කළ සංචාරකයින්, විනෝද වාරිකාවල නිරතවෙන්නන්, අදාල රටෙහි/ ප්‍රදේශයෙහි පදිංචි කරුවන් හෝ පදිංචි කරුවන් නොවන අය වේ. සංචාරක කර්මාන්තය යනු ඔවුන්ගේ ක්‍රියාකාරකම් අලලා සිදුවන්නක් අතර සමහර ක්‍රියාකාරකම් සංචාරක වියදුම් ඇඟවුම් කරයි. (ඇති කරයි)

මෙම නිර්වචන ඇසුරින් අපට වටහාගත හැක්කේ සංචාරක කර්මාන්තය යනු ව්‍යාපාරික හා විනෝදය ඇතුළත්ව විවිධ අරමුණු සඳහා මිනිසුන් ස්ථානයකින් තවත් ස්ථානයකට හෝ රටකින් රටකට ගමන් කිරීමයි.

Tourist – සංචාරකයා

ව්‍යාපාර, විනෝදය හෝ වෙනත් යම් අරමුණක් නිසාවෙන් තම නිවසින් පැය 24ට වඩා පිටව අවම වශයෙන් 80km දුරකට ගමන් ගන්නා පුද්ගලයෙකු සංචාරකයෙකු ලෙස හඳුන්වයි.

අප මේ වන විටත් දැන ඇති ආකාරයට, සංචාරකයෙකු යනු,

- ගෘහස්ථ - (යම් රටක පදිංචිකරුවන් එම රට තුළ පමණක් සංචාරය කිරීම)
- ඇතුළතට යොමු වූ - (යම් රටක පදිංචිකරුවන් නොවන්නන් ඒ රට තුළ සංචාරය කිරීම)
- පිටතට යොමු වූ - (යම් රටක පදිංචිකරුවන් තවත් රටක සංචාරය කිරීම)

වේ.

Visitor - ආගන්තුකයා

ආගන්තුකයකු යනු පූර්ණකාලීන ශිෂ්‍යයෙකු වීම සඳහා හෝ අදාළ රටෙහි පදිංචිකරුවෙකු විසින් සේවයට බඳවාගෙන රැකියාව පිණිස හෝ හැරුණුකොට ව්‍යාපාර, විවේකය හා විනෝදය හෝ අනෙකුත් ඕනෑම පෞද්ගලික අරමුණක් සඳහා අවුරුද්දකට අඩු කාලයකට ඔහුගේ හෝ ඇයගේ සාමාන්‍ය වාසස්ථානයෙන් හා පරිසරයෙන් මිදී වෙනත් රටකට හෝ ස්ථානයකට ගමන් ගන්නා සංචාරකයින් වේ. ගෘහස්ථ, ඇතුළතට යොමු වූ හා පිටතට යොමු වූ යන කුමන අකාරයේ ආගන්තුකයෙකු වුවද ඔහුගේ හෝ ඇයගේ වාරිකාවට රාත්‍රී නවාතැන් ගැනීමක් ඇතුළත් නම් ඔහු හෝ ඇය සංචාරකයෙකු ලෙස හඳුන්වයි.

International Visitor - අන්තර්ජාතික ආගන්තුකයා

අන්තර්ජාතික සංචාරකයෙකු

- සංචාරක වාරිකාවක නිරත වන්නේ නම්
- එම අදාළ රටෙහි පදිංචිකරුවකු නොවන්නෙක් එම රටෙහි සංචාරය කරන්නේ නම් හෝ
- යම් රටක පදිංචිකරුවකු එම රටින් පිටව වෙනත් රටක / ස්ථානයකට සංචාරය කරන්නේ නම් හෝ

අන්තර්ජාතික ආගන්තුකයෙකු ලෙස හැඳින්වේ.

International Visitor - අන්තර්ජාතික ආගන්තුකයා

අන්තර්ජාතික සංචාරකයෙකු පහත සඳහන් අවස්ථා වලදී අන්තර්ජාතික ආගන්තුකයෙකු ලෙස හඳුන්වනු ලැබිය හැක.

- ඔහු හෝ ඇය සංචාරයක නිරතවන්නේ නම් සහ
- ඔහු හෝ ඇය අදාළ රටෙහි පදිංචිකරුවකු නොවන නමුත් එම රටෙහි සංචාරය කරන අවස්ථාවක හෝ
- යම් රටක පදිංචිකරුවකු එම රටින් පිටව වෙනත් රටක සංචාරය කරන අවස්ථාවක

මෙය තවදුරටත් විග්‍රහ කිරීමට ශ්‍රී ලංකා සංචාරක සංවර්ධන අධිකාරිය (SLTDA) පහත ආකාරයේ පුද්ගලයින් “අන්තර්ජාතික ආගන්තුකයා” යන නිර්වචනයට ඇතුළත් කිරීමෙන් වැළකී ඇත.

- වැටුපක් ලබා රැකියාවක නිරතවීමට, පූර්ණකාලීන අධ්‍යයන කටයුතු වල නිරතවීමට, කොපමණ හෝ කාලයකට ශ්‍රී ලංකාවේ වාසය කිරීමට / පදිංචි වීමට යන අරමුණු සඳහා පැමිණෙන සියළුම අය
- රාජ්‍යතාන්ත්‍රික නිලධාරීන්
- නැව් හෝ ගුවන්යානා වල සේවක/සේවිකාවන් (එක් රාත්‍රියක් හෝ දීර්ඝ කාලයක් රැඳුණත් නොවෙනස් වේ.)
- තාවකාලික සංක්‍රමණිකයන්ගෙන් යැපෙන්නන් හෝ අවුරුදු 03ට අඩු කුඩා දරුවන්

Excursionist – විවිධ ස්ථාන වල කෙටි සංචාරවල නිරතවන්නෙක් (විනෝදය/විවේකය පිණිස)

ශ්‍රී ලංකාවේ සංචාරක කර්මාන්තයට අදාළ දත්ත අනුව මෙවැනි විවිධ ස්ථාන වල කෙටි සංචාර වල යෙදෙන්නන් සම්පූර්ණයෙන්ම පහේ නැව් මඟින් මුහුදු සංචාරවල නිරත වන්නන් වන අතර ඔවුන් විවිධ ස්ථාන නැරඹීම සාප්පු සවාරියෙහි නිරත වීම වැනි

අරමුණු සඳහා නැව වරායේ තිබෙන අතරතුර ගොඩබිමට පැමිණෙන්නේය. ඔවුන් සම්පූර්ණ රාත්‍රියම ගොඩබිම ගතකරන්නේ නැත.

Tourism arrivals - සංචාරකයන්ගේ පැමිණීමේ එකම වාරිකාවේදී හෝ විවිධ වාරිකා වලදී අවම වශයෙන් එක් රාත්‍රියක් හෝ ගත කිරීම සඳහා ශ්‍රී ලංකාව තුළට සංචාරකයෙකු ඇතුළත් වන සෑම අවස්ථාවක්ම “සංචාරක පැමිණීමක්” ලෙස සලකනු ලැබේ.

Tourist night - සංචාරක රාත්‍රියක්

ශ්‍රී ලංකාවේ ජංගම නොවන නවාතැන් පහසුකම් සපයන ස්ථානයක සංචාරකයෙකු ගත කරන රාත්‍රියක් “සංචාරක රාත්‍රියක්” ලෙස හැඳින්වේ.

Gest Night - ආගන්තුක රාත්‍රියක්

විදේශික අමුත්තන්ට නතරවීම සඳහා සුදුසු යැයි SLTDA මගින් අනුමත කරන ලද හෝටලයක, විවේකාගාරයක හෝ ආගන්තුක නේවාසික ස්ථානයක විදේශිකයකු රාත්‍රිය ගත කරන අවස්ථාවක් “ආගන්තුක රාත්‍රියක්” නම් වේ.

Hospitality - ආගන්තුක සත්කාර

ආගන්තුකයින්ව මනාව පිළිගැනීමට, හොඳින් ගිමන් නිවීමට හා විනෝද වීමට උපකාරී වීම ආගන්තුක සත්කාර නම් වේ.

Hospitality Industry - ආගන්තුක සත්කාර

නවාතැන් පහසුකම් හා ආහාරපාන අංශය එකට එකතු වූ කළ ආගන්තුක සත්කාර ක්ෂේත්‍රය යැයි හඳුන්වනු ලැබේ.

මෙම සංචාරක ක්ෂේත්‍රයේ උපකුලකයට

- සිය වාසස්ථාන වලින් ඇතට සංචාරයේ යෙදෙන පුද්ගලයින්ට රාත්‍රී නවාතැන් පහසුකම් සැපයීම සහ
- නිවසින් පරිහානි රාත්‍රී භෝජනය ලබාගන්නන්ට විකල්ප ඉදිරිපත් කිරීම

ඇතුළත් වේ.

Accommodation Types - නවාතැන් වර්ග

නවාතැන් පහසුකම් පිළිබඳව අන්තර්ජාතික සංචාරකයින් අතර ප්‍රචලිත නිර්වචන වලට වඩා ශ්‍රී ලංකාවේ වෙසෙන ජනතාව නිරන්තරයෙන් භාවිතා කරන ශ්‍රී ලංකාවට ආවේණික නිර්වචන වෙනස් වේ.

විවිධ පුද්ගලයින්, කණ්ඩායම් හා වෙබ් අඩවි විවිධ නිර්වචන ඉදිරිපත් කළත්, ඔබ ඉලක්ක කරන සංචාරක වෙළඳපොළ තුළ භාවිතා වන වචන සහ නිර්වචන භාවිතය ඔබට ඉතා වාසිදායක වේ.

Hotel - හෝටල්

හෝටලයක් යනු නවාතැන් හා බොහෝදුරට ආහාරපාන ද සපයන කාමර රාශියකින් සමන්විත ස්ථානයක් වන අතර මෙම නිර්වචනයට සෑම සංචාරකයකු පාහේ එකඟවනු ලබයි.

නමුත් ශ්‍රී ලංකාවේ මෙම “හෝටලය” යන වචනය භාවිතා වන අකාරය මග දෙපස නාම පුවරු අධ්‍යයනය කිරීමෙන් ඔබට වටහා ගත හැක.

එසේ නමුත් නවාතැන් පහසුකම් ඇති ස්ථානයක් “හෝටෙල්” ලෙසින් හැඳින්වීමට නම් සපුරා තිබිය යුතු අවම අවශ්‍යතා පිළිබඳව ඉතා විස්තරාත්මක හා විශේෂිත කරුණු ලැයිස්තුවක් ශ්‍රී ලංකාවේ රජය මගින් ගැසට් කර තිබේ.

එහි ඇතුළත් වන පරිදි,

- හෝටලය අවම වශයෙන් කාමරයටම අළලා වැසිකිළි හා නාන කාමරය සහිත කාමර 10කින් සමන්විත විය යුතුය.
- හෝටලය තුළ වෙනම සේවා සඳහා ඇතුල්වීමේ දොරටුවක් තිබිය යුතුය.
- පිරිසිදු ජලය අඛණ්ඩව සැපයීමේ පහසුකම් තිබිය යුතුය. හෝටලය බිම් මහලක් ඇතුළත්ව මහල් 03ට හෝ ඊට වැඩිනම් ආගන්තුකයින් සඳහා වෙන්කළ විදුලි සෝපානයක් තිබිය යුතුය.
- සඳළුතලය හා කාමරයට යාබද නාන කාමරය හැරුණුකොට සම්පූර්ණ කාමරයේ ප්‍රමාණය පහත සඳහන් පරිදි විය යුතුය. තරු පහ, හතර සහ තුන කාණ්ඩවල - වර්ග අඩි 22ක අවමයකින් තරු දෙක සහ තරු එක කාණ්ඩවල - වර්ග අඩි 17ක අවමයකින් සමන්විත විය යුතු අතර, කාමරයේ පළල මීටර් 03ට වඩා අඩු නොවිය යුතුය. (සඳළුතලය හා නාන කාමරය හැරුණුකොට)
- කාමරයට ඇතු වන ප්‍රධාන දොරටුව වසන විට ස්වයංක්‍රීය අගුල වැටිය යුතුය.
- ඇතුල්වීමේ දොරටුවෙහි ඉදිරි මතුපිටෙහි හදිසි පිටවීමේ මාර්ගය/දොරටුව දැක්වෙන පරිදි ගොඩනැගිල්ලේ සැලැස්ම පැහැදිලිව ප්‍රදර්ශනය කර තිබිය යුතුය.
- නාන කාමරවලින් පිටවන පරණ වාතය ඉවත්කිරීමට ස්වභාවික හෝ වෙනත් යාන්ත්‍රණයක් භාවිතා කළ යුතුය.
- ගලායන උණුසුම් හා සිසිල් ජල පහසුකම් හා ගෘහපාලන පැන්ට්‍රි සැලකිය යුතු ප්‍රමාණයක් ලබාදීම තුළින් වඩාත් සුමට හා කාර්යක්ෂම සේවාවක් ආගන්තුකයින්ට ලබාදිය යුතුය.
- මෙම පහසුකම් සැලසීමේදී ඉඩකඩ පිළිබඳ ගැටළු මතුවන්නේ නම් නිදන කාමරවලට වඩාත් ලගින් පිහිටි ස්ථානයක මෙම පහසුකම් සකසා දිය යුතුයි.
- නේවාසික ආගන්තුකයින්ට අවන්හල් පහසුකම් ලබා දිය යුතුයි.
- A-la Carte ක්‍රමයට ආහාර ඇණවුම් කිරීමේ මෙනුපතක් තිබිය යුතුයි.

විවිධ හා විශේෂිත පාරිභෝගික අවශ්‍යතා වලට ගැළපෙන පරිදි budget hotel, boutique hotels, resort ලෙස වර්ග 03කට වෙන්කර ඇති හෝටල් වර්ග දෙස හොඳින් අවධානය යොමු කරමු.

Budget hotel

මෙම හෝටල් මුදල් වියදම් කිරීමේ හැකියාව සීමිත ආගන්තුකයින් ඉලක්ක කරගෙන පවත්වාගෙන යයි. උදාහරණයක් ලෙස මේවාට පැමිණෙන අයට රාත්‍රියකට අඩු මුදලක් ගෙවීමට අවශ්‍ය අතර මෙම හෝටල් සීමිත ආහාරපාන පහසුකම් සහිතව අත්‍යවශ්‍යම සේවා පමණක් සපයමින් පවත්වාගෙන යයි.

Boutique hotels :- ශ්‍රී ලංකාව තුළම boutique හෝටල් හඳුන්වාදීම සඳහා ගැලපෙන කර්මාන්ත ප්‍රමිති නොමැති නමුත් මෙම හෝටල් සාමාන්‍යයෙන් පොදු ලක්ෂණ වලින් සමන්විත වේ. කාමර අඩු ප්‍රමාණයක් තිබීම, ඒවා එකම සහ සුවිශේෂී ආකාරයකට නිර්මාණය කර තිබීම, විකල්ප ආහාරපාන අදාළ ස්ථානයෙහිම තිබීම මෙම ලක්ෂණ වලින් සමහරක් වේ. හෝටලයේ විශාලත්වය පිළිබඳව සලකා බලන විට boutique හෝටලයක් සාමාන්‍යයෙන් ආගන්තුකයාගේ ජීවන රටාව, මනසට ඉතා සමීප ස්වරූපයක් ගන්නා අතර සම්භාවය, සුඛෝපභෝගී, විවිත්‍ර හෝ විහිළුකාරී යනාදී ඉතා පහසුවෙන් හඳුනාගත හැකි වටපිටාවකින් යුක්තය.

Resort නිවාඩු නිකේතනයක් යනු විවිධ විනෝදාස්වාදය සඳහා ඇති ක්‍රියාකාරකම් වල නිරතවීමට අවශ්‍ය පහසුකම් රැසක් හා ආහාරපාන වැනි අනෙකුත් පහසුකම් සියල්ල සහිත සම්පූර්ණ සේවාවක් ලබාදෙන හෝටලයකි. නිවාඩු නිකේතනයක් යනු ආගන්තුකයාට මූලික සහ ප්‍රධානතම සංචාරක අත්දැකීම් ලබාදෙන ස්ථානය වන අතර සාමාන්‍යයෙන් එම නිවාඩු නිකේතනයට ආවේනික එක් පහසුකමක් හෝ සංචාරක ආකර්ෂණ ස්ථානයක් අරමුණු කොටගෙන සැකසී ඇත. ශ්‍රී ලංකාවට ආවේනික මෙවැනි සේවා වලින් සමහරක් වන්නේ සාගරය හා මුහුදු වෙරළ, රටතුළ පිහිටා ඇති ගම්බද ප්‍රදේශ, සම්බාහන මධ්‍යස්ථාන හා සුවතාවය වේ.

Supplementary accomadation - පරිපූරක නවාතැන් පහසුකම්

රජයෙන් ගැසට් කරන ලද ප්‍රමිතීන් සියල්ලට අනුකූල හෝටල්වල නවාතැන් පහසුකම් වලට අමතරව ශ්‍රී ලංකාවේ ගතකරන සංචාරක රාත්‍රීන් වලින් භාගයක්ම (49.66×2017 වන විට) විවිධාකාරයේ නවාතැන් රාශියක ගත කරනු ලැබේ.

- Boutique Villas
- Guest Houses
- Rest Houses
- Home Stays
- Tourism Bungalows
- Rented Tourist Homes
- Rented tourism apartments
- Heritage Bungallows / Homes

2016 දී සංචාරක රාත්‍රීන් 5,404,602 ක් ලෙස තිබූ මෙම වර්ගයේ නවාතැන් පහසුකම් පිළිබඳ දත්ත 2017දී 14.8% ක වැඩිවීමක් පෙන්වමින් 6,204,126 දක්වා වර්ධනය විය.

Key agencies ප්‍රධාන ආයතනය

SLTDA - ශ්‍රී ලංකා සංචාරක කර්මාන්ත සංවර්ධන ආයතනය

ශ්‍රී ලංකාව අන්තර්ජාතික සංචාරකයින් සඳහා ප්‍රමුඛතම සංචාරක ආකර්ෂණ ස්ථානය බවට පත්කිරීම සඳහා අවශ්‍ය පිහිටුවීම්, ස්ථානගත කිරීම්, වැඩිදියුණු කිරීම් සිදු කිරීමට මෙම රජයේ ආයතනය පිහිටුවා ඇත. ආයෝජකයින්ට හා සත්කාරක ප්‍රජාවට වාසි ලැබෙන පරිදි ශ්‍රී ලංකාවේ සංචාරක කර්මාන්තය දියුණු කිරීමට ඇති ස්වභාවික හැකියාව තිරසර ලෙස වර්ධනය කිරීමට ශ්‍රී ලංකා සංචාරක කර්මාන්ත සංවර්ධන ආයතනය (SLTDA) වගකීමෙන් යුතුව බැඳී සිටී.

The Sri Lanka Institute of Tourism Hotel Management (SLITHM) ශ්‍රී ලංකා සංචාරක කර්මාන්තය හා හෝටල් කළමනාකරණය පිළිබඳ අධ්‍යාපන ආයතනය 1964 දී රජය විසින් තරුණ, තරුණයින් මෙම සංකීර්ණ ආගන්තුක සත්කාර හා සංචාරක ක්ෂේත්‍රයේ

රැකියා සඳහා පුහුණු කිරීමට ආරම්භ කරන ලද ආයතනය වන අතර අදටත් රජයේ අනුමත එකම උසස් ප්‍රමිතියකින් යුතු අධ්‍යාපන ආයතනය මෙය වේ. SLITHM පාලනය කරනු ලබන්නේ සංචාරක සංවර්ධන අමාත්‍යාංශය හා ක්‍රිස්තියානි කටයුතු පිළිබඳ අමාත්‍යාංශය මඟිනි. තව දුරටත්, දිවයින පුරා සිසුන්ට පහසුවෙන් සම්බන්ධ විය හැකි පරිදි අනුරාධපුර, බණ්ඩාරවෙල, පල්ලෙකැලේ, කොග්ගල, රත්නපුර, කුරුණෑගල හා පාසිකුඩා යන ස්ථානවල මෙහි ප්‍රාදේශීය පාසල් පිහිටා ඇත.

Sri Lanka Tourism Promotion Bureau ශ්‍රී ලංකා සංචාරක ප්‍රවර්ධන කාර්යාංශය (SLTPB)

මෙම රාජ්‍ය ආයතනය ශ්‍රී ලංකා සංචාරක ක්ෂේත්‍රයට අදාළ සියළුම අලෙවිකරණ හා ප්‍රචාරණ හා ප්‍රවර්ධන ක්‍රියාකාරකම් හැසිරවීමට වගකිව යුතු වේ. මෙම කාර්යාංශය ශ්‍රී ලංකා සංචාරක හෝටල් සංගමයේ නියෝජිතයන්, ශ්‍රී ලංකාව තුළට යොමුගත සංචාර ක්‍රියාකරුවන්ගේ එකමුතුවේ නියෝජිතයින්, කුඩා හා මධ්‍ය පරිමාණ සංචාරක ව්‍යවසාය එකමුතුවේ නියෝජිතයින්ගෙන් සැදුම්ලත් වේ.

SLTPB හි ප්‍රධාන අරමුණ වන්නේ සංචාරක සංවර්ධන සැලැස්ම, ශ්‍රී ලංකා සංචාරක කර්මාන්ත සංවර්ධන අධිකාරිය ශ්‍රී ලංකා සම්මුති කාර්යාංශය සහ ශ්‍රී ලංකා හෝටල් කළමනාකරන අධ්‍යාපන ආයතනය හා සියළුම සංචාරක කර්මාන්ත කොටස් කරුවන්ගේ එකමුතුවෙන් නියමකරන ලද ගුණාත්මකභාවය පවත්වාගෙන යමින් ශ්‍රී ලංකාව ඍජුවම හා වක්‍රාකාරව සංචාරක කර්මාන්තයක් ලෙස අලෙවිකරණය හා ප්‍රවර්ධනය කිරීම වේ. මෙම උත්සහයන් වල අරමුණ වන්නේ ශ්‍රී ලංකාව දකුණු ආසියානු කලාපයේ දොරටුව ලෙස ක්‍රියාත්මක කිරීමත්, සංචාරක කර්මාන්ත කළමනාකරණයේ හා වැඩි දියුණු කිරීමෙහි ලා විශිෂ්ඨත්වයේ මධ්‍යස්ථානය බවට පත් කිරීමයි.

Introduction To ICT

ICT හැඳින්වීම.

මෙම පාඩමෙන් ඔබට අන්තර්ජාලයේ ව්‍යුහය සාමාන්‍ය දත්ත ගබඩා කිරීම අතර වෙනස්කම්, මාර්ගගත හෝ නොබැඳි මෙවලම් පිළිබඳව හැඳින්වීමක් ලබා දෙනු ඇත.

මෙම පාඩම අවසාන වන විට ඔබට

- මූලික අන්තර්ජාල ව්‍යුහය වටහා ගැනීම
- ඔබේ සංචාරක ව්‍යාපාරයට ICT මඟින් දක්වන දායකත්වය වටහා ගැනීම සිදු කිරීමට හැකි විය යුතුය.

What is the Internet – අන්තර්ජාලය යනු කුමක්ද?

යම් අවස්ථාවල “The net” ජාලය **www - world wide web** ලෙස සරලව හඳුන්වන අන්තර්ජාලය ලොවපුරා පැතිරුණු පරිගණක ජාල පද්ධතියකි.

පරිගණකය භාවිතා කරන්නෙකුට අවසර ඇතුව අනෙකුත් ඕනෑම පරිගණකයකින් තොරතුරු ලබා ගැනීමට හෝ අනෙකුත් පරිගණක සමඟ භාවිතා කරන්නන් සමඟ සෘජුවම කතා කරන්නට හැකි වීම “ජාල ජාලයක්” මඟින් සිදුකරන කටයුත්තකි.

ඔබ කිසි විටෙකත් අන්තර්ජාලය ආරම්භ වූයේ කෙසේද? හෝ එය කාට අයිති දැයි කල්පනා කර තිබේද? පහත විඩියෝව නරඹමු. මෙම විඩියෝව KhanAcademy මඟින් සාදන ලද සම්පත් වලින් එකකි. විශ්වීය ගණයේ අධ්‍යාපනයක් නොමිලයේ ලබා දෙන මෙම වෙබ් අඩවිය සළකුණු කර (Bookmark) තබාගෙන නැවත නැවත පවිසීමට තරම් වටිනා වෙබ් අඩවියකි.

Terminology - පාරිභාෂිකය

අපට යම් මූලික දැනුම් ප්‍රමාණයක් දැන ගැනීමට අවශ්‍ය වේ. ICT යනු තොරතුරු සන්නිවේදන තාක්ෂණයන්ට භාවිතා කරන කෙටි යෙදුමකි. ඉලෙක්ට්‍රොනිකව ඩිජිටල් ආකාරයෙන් තොරතුරු ගබඩා කිරීම, ලබා ගැනීම, හැසිරවීම, සම්ප්‍රේෂණය කිරීම හෝ ලැබීම යන දෑ කරන ඕනෑම නිෂ්පාදනයක් තොරතුරු සන්නිවේදන තාක්ෂණය ආවරණය කරයි. උදාහරණයක් ලෙස පෞද්ගලික පරිගණක ඩිජිටල් රූපවාහිනී, ඉලෙක්ට්‍රොනික තැපෑල හා ජංගම දුරකථන සඳහන් කළ හැකිය.

Local Storage - දේශීය දත්ත ගබඩා කිරීම

ඔබ ඔබගේ පරිගණකයේ දත්ත ගබඩා කිරීම හෝ මෘදුකාංග හා අනෙකුත් (ප්‍රෝග්‍රැම්න්) ධාවනය කිරීම සිදු කිරීම දේශීය දත්ත ගබඩා කිරීම හා පරිගණක භාවිතය ලෙස හඳුන්වයි.

Cloud Computing - වළාකුළු පරිගණක ක්‍රමය

අන්තර්ජාලයේ ඇති දත්ත හා Application Cloud Computing යනු ඔබගේ පරිගණකයේ දෘඩ තැටිය (Hard Disk) වෙනුවට අන්තර්ජාලයෙහි දත්ත ගබඩා කිරීම හා යෙදුම් (application) වලට පිවිසීමයි. මෙම දත්ත පරිගණක වලට ගබඩා වන නමුත් එම පරිගණක ඉතා බලවත් හා හොඳින් සුරක්ෂිත කරන ලද වෙබ් සත්කාරක (web server) වේ. එමෙන්ම නොබැඳි යෙදුම් යනු ඔබගේ පරිගණකයේ ස්ථාපිත කර ඇති මෘදුකාංග හෝ වැඩසටහන් (Programme) වන අතර අන්තර්ජාල සබඳතාවයකින් තොරව භාවිතා කළ හැක. අනෙක් අතට ගත් කල මාර්ගගත යෙදුම් අන්තර්ජාලය හරහා සපයන්නන් අතර ඒවා ඔබගේ පරිගණකයේ ස්ථාපිත කර නොමැති නමුත් Cloud හරහා ඒවාට පිවිසිය හැකිය. මෙම මාර්ගගත Programme වල වාසි වනුයේ ඒවාට පිවිසීම සඳහා අන්තර්ජාල සම්බන්ධතාවයක් තිබීම අත්‍යාවශ්‍ය වීම වුවත් වාසි වන්නේ,

- ඔබගේ පරිගණකයේ ඉඩ අත්පත්කර නොගැනීම.
- නොබැඳි යෙදුම් ඉතා පහසුවෙන් හා ඉක්මනින් යල්පැන ගියත් මාර්ගගත යෙදුම් නිතරම යාවත්කාලීන ව පැවතීම.
- නොබැඳි යෙදුම් වලට සාපේක්ෂව ලාභදායී වීම.
- ඕනෑම උපකරණයකින් පිවිසීමට හැකි වීම. (ජංගම දුරකතන, Tab, පරිගණක, etc.)
- දත්ත ගබඩා කිරීමේදී සාපේක්ෂව ආරක්ෂිත වීම, ඔබගේ පරිගණකයට යමක් සිදුවුව හොත් ඔබට සියළු දත්ත අහිමි විය හැකි අතර මාර්ගගත යෙදුම් ඉතා ආරක්ෂිතව පවතී.

Cloud සේවාවන් භාවිතා කිරීමට පහසු වන පරිදි යෙදුම් බොහෝමයක් වෙනස් වෙමින් පවතී. අතීතයේදී සියළුම යෙදුම් ඔබේ පරිගණකයේ ගබඩා කළ නමුත් වර්ථමානයේ gmail, Outlook, Google Drive සහ Microsoft office වැනි ඕනෑම යෙදුමක් මාර්ගගතව භාවිතා කළ හැක.

එමෙන්ම ඔබගේ පරිගණක දත්ත පිටපත් කිරීම භෞතික දෘඩාංග භාවිතයෙන් උදාහරණයක් ලෙස බාහිර දෘඩ තැටියක් භාවිතයෙන් සිදු කළ හැකි නමුත් වර්තමානයේ දී මේවා ස්වයංක්‍රීයව සිදු වීමට සැලැස්විය හැකි අතර Cloud එකට පිටපත් කළ හැකිය.

Ex :- icloud හෝ DropBox

සාරාංශය - Summary

- අන්තර්ජාලය ගණනය කළ නොහැකි තරම් විශාල ස්වාධීන අයිතිකරුවන් සහිත එකිනෙකට සම්බන්ධ වූ ජාල රැසක එකතුවකි.
- Cloud හෝ අනෙකුත් මාර්ගගත යෙදුම් අන්තර්ජාලය හරහා සපයනු ලැබේ.
- ස්වාධීන භාවිත කරන්නන්ගේ පරිගණක වල ගබඩා කිරීම වෙනුවට Cloud යෙදුම් බලවත් වෙබ් සත්කාරක (web servers) වල ගබඩා කළ හැකි නිසා cloud යෙදුම් භාවිතා කිරීමේ වර්ධනයක් ඇත.

Basic Technical Tools for Information Storage and Recovery

තොරතුරු ගබඩා කිරීම හා නැවත ලබා ගැනීම සඳහා ඇති මූලික තාක්ෂණික මෙවලම්.

මෙම පාඩමේදී අවධානය යොමු කිරීමට යන්නේ

- ලිපිගොනු නිර්මාණය, නාමකරණය සහ හොඳම ආකාරයට ෆෝල්ඩර් ව්‍යුහගත කිරීම.

- පොදු ගොනු ආකෘති හා ඒවායේ සේවාවන්.
- 3 - 2 - 1 උපස්ථ මූලධර්ම (Backup principles)

මෙම පාඩම අවසානයේ දී ඔබට

- ඉලෙක්ට්‍රොනික ගොනු ගබඩා කිරීම හා නැවත ලබා ගැනීමේ මූලධර්ම තේරුම් ගැනීමට හැකිවීම.
- මූලික ගොනු දූරාවලියක් සැකසීමට හැකි වීම.
- ඇමුණුමක් අළුත් නමකින් දූරාවලියෙහි සුරැකීමට හැකි වීම යන දෑ තේරුම් ගැනීමට හා සිදු කිරීමට හැකි විය යුතුය.

Working with files - ගොනු සමග වැඩ කිරීම.

ඔබගේ ව්‍යාපාරයක් කළමනාකරණය කිරීමේදී ඔබගේ පරිගණකයේ ගොනු පද්ධතිය කළමනාකරණය කිරීම ඉතාම වැදගත් කරුණකි. බොහෝමයක් සංචාරක ව්‍යාපාර වල “ලිපි හා අනෙකුත් ලියවිලි” සම්බන්ධ වැඩ රාශියක් ඇති අතර මෙම ලියවිලි ඔබගේ පරිගණකය තුළ ඉතා කාර්යක්ෂම ලෙස අසුරා තිබිය යුතුය.

එවිට,

- ඔබ සොයන දෙය ඉතා පහසුවෙන් සොයා ගත හැකි වේ.
- ඔබ නොමැති අවස්ථාවක අන් අයෙකුට ඉතා පහසුවෙන් යමක් සොයා ගැනීමට හෝ භාවිතා කිරීමට හැකි වේ.
- ගොනුවේ නම දෙස බැලූ පමණින් එහි අන්තර්ගතය වටහා ගැනීමට හැකි වේ.

පිළිවෙල හා කාර්යක්ෂම ගොනු පද්ධතියක් නඩත්තු කිරීම සඳහා ගැලපෙන යෝජනා කිහිපයක් පහත දැක්වේ.

- හැකි ඉක්මනින් ගොනුවට නමක් ලබා දී සුරකින්න.
ලිපියක් ගොනු ගත කිරීමට සුදුසුම වේලාව ඔබ එය පළමුව නිර්මාණය කරන වේලාවයි. එම නිසා ඔබ ලිපි ලිවීම ආරම්භ කිරීමටත් පළමුව “save as” යන “

computer dialog Box” එක භාවිතා කර ඔබගේ ලිපිය සුරැකීමට සුදුසු ස්ථානය තීරණය කර ලිපියට නමක් දී ගොනුගත කරන්න.

- ෆෝල්ඩර් භාවිතයට ගන්න.
ඉන්වොයිසි, ඇස්තමේන්තු, බැංකු ප්‍රකාශන, බිල්පත්, ඡායාරූප වැනි විවිධාකාරයේ ඉලෙක්ට්‍රොනික ලිපි ගොනු ගබඩා කිරීමට අවශ්‍ය වනු ඇත. මෙම විවිධාකාරයේ ලිපි වෙන වෙනම ෆෝල්ඩර් වල ගබඩා කළ යුතු අතර ඔබට ඒවා ඉංග්‍රීසි හෝඩ්‍රිගේ අකාරාදී පිළිවෙලට ගබඩා කිරීමට හැකි නම් ඉතා අගනේය. එවිට ඔබගේ My Document directory එකේ පහත අකාරයට ෆෝල්ඩර් තිබිය හැකිය.

Bank	බැංකු
Invoice	ඉන්වොයිසි
Photos	ඡායාරූප
Salaries	වැටුප්
Vehicles	වාහන

ඔබගේ පෞද්ගලික ලිපිගොනු ව්‍යාපාරක ලිපිගොනු වලින් වෙන් කර තබා ගැනීම වඩාත් සුදුසු නිසා “පෞද්ගලික” ෆෝල්ඩරයක් ලිපිගොනු අතරට එකතු කරන්න. මෙම ලිපිගොනු තවදුරටත් අනු ෆෝල්ඩර් ලෙස බෙදා වෙන් කළ හැක.

උදා :- වර්ෂයට අනුව ඉන්වොයිසි සමූහ ගත කිරීම. Invoices / 2019

Use descriptive file Names

විස්තරාත්මක ලෙස ලිපිගොනු නාමකරණය.

ලිපිගොනු රාශියක් එකම නමකින් තිබෙනවා වෙනුවට ඔබගේ ලිපිගොනු විස්තරාත්මක ලෙස අනුපිළිවෙලින් යුතුව නාමකරණය මගින් ඔබට ඉතා ඉක්මනින් අවශ්‍ය ලිපිය සොයා ගත හැක.

උදාහරණයක් ලෙස පහත ආකාරයට ඉන්වොයිස් නාමකරණය කිරීමට ඔබට හැකිය.

Subject -	Date -	Name
විෂය -	දිනය -	නම
Invoice -	190915 -	Silva
Invoice -	190902 -	Patel
Invoice -	190831 -	Jones

මෙම ආකාරයට ඉන්වොයිසි නාමකරණයේදී ඒවා ස්වයංක්‍රීයව දිනයට අනුව වර්ග ගත වන අතර පාරිභෝගිකයෙකුගේ ඉන්වොයිස් ඔබට එකින් එක විවෘත කිරීමකින් තොරව ඉතා පහසුවෙන් සොයා ගත හැකි වේ. ඔබට ඉතා ඉක්මනින් ඉන්වොයිසිය සොයා ගැනීමට අවශ්‍ය නම් හෝ 2019 අගෝස්තු 31 දින නිකුත් කළ ඉන්වොයිසියක් සොයා ගැනීමට අවශ්‍ය නම් මෙම ක්‍රමය නිසා එය ඉතා පහසු ක්‍රමයකි.

Common file formats & uses පොදු ගොනු ආකෘති හා ඒවායේ ප්‍රයෝජන

විවිධාකාරයේ ඩිජිටල් ලිපිගොනු සිය ගණනක් තිබෙන අතර ඒවා ලිපිගොනුවේ නමෙහි අගින් ඇති අකුරු 03කින් හෝ අකුරු 04කින් යුතු ගොනු දිගුව මගින් වෙන් කර දක්වා ඇත.

- Doc හෝ docx - “මයික්‍රොසොෆ්ට් word”
- Xls හෝ Xlsx - “මයික්‍රොසොෆ්ට් excel” යනු අංක පදනම් කරගත් ලේඛන සඳහා භාවිතා කරන පැතුරුම්පත් යෙදුමකි.
- PPS or PPT - මයික්‍රොසොෆ්ට් පවර් පොයින්ට් යනු ඉදිරිපත් කිරීම් හා විනිවිද දර්ශන සඳහා භාවිතා වන්නකි.
- Jpg, Jpeg, Png හෝ tiff හෝ gif යන ලිපිගොනු සඳහා ලිපිගොනු යෙදුම් ස්ථාපිත කිරීම සඳහා භාවිතා කෙරේ.
- Exe යෙදුම් ස්ථාපිත කිරීම සඳහා භාවිතා කරන වින්ඩෝස් ක්‍රියාත්මක කළ හැකි ගොනුව
- PDF - පිටු හැඩතල ගැන්වීම සඳහා හොඳම ප්‍රතිරූපය.

පිටු හැඩතල ගැන්වීම ගුණාත්මක මුද්‍රණය හෝ ස්කෑන් කිරීමක් සඳහා අවශ්‍ය ගුණාත්මක රූප ග්‍රහණය කරගැනීම සිදු කරයි.

- Zip හෝ Rar - විශාල ගොනු හෝ ෆෝල්ඩර් මාරු කිරීම සඳහා ප්‍රයෝජනවත් වන සම්පීඩිත ගොනු
- Backups - උපස්ථ (දත්ත පිටපත් කිරීම)

මෘදුකාංගය බිඳ වැටීමක් නිසා ඔබගේ දත්ත නැති වීම හෝ යම් අයුරකින් ඔබගේ පරිගණකය නැති වීම ඔබගේ ව්‍යාපාරයට බලවත් හානියක් විය හැකි අවස්ථාවකි. මෙම හේතුව නිසා දත්ත පිටපත් කර ගබඩා කර තබා ගැනීම ඉතා වැදගත් වේ.

The 3-2-1 Backup Rule

3-2-1 උපස්ථ නීතිය

3-2-1 උපස්ථ නීතිය යනු ඔබගේ දත්ත ඕනෑම හානිදායක අවස්ථාවක ආරක්ෂිතව තබා ගැනීම සඳහා භාවිතා කරන පොදු ක්‍රමවේදය හඳුන්වන මතක තබා ගැනීමට පහසු කෙටි යෙදුමකි. මෙම නීතිය නම් අවම වශයෙන් ඔබගේ දත්ත වල පිටපත් 03ක් තබා ගන්න. එයින් පිටපත් 02ක් වෙනස් ගබඩා මාධ්‍ය වලට පිටපත් කරන්න. 01 ක් ඔබගේ පරිගණකයෙන් පිට වෙනත් ස්ථානයක ගබඩා කරන්න.

Cloud පදනම් කර ගත් දත්ත පිටපත් කිරීමේ විසඳුම් ස්වයංක්‍රීයව ඔබේ දත්ත පිටපත් කර ඔබගේ පරිගණකයෙන් පිට ගබඩා කිරීමට වඩා ප්‍රතිඵලදායක ක්‍රමයක් වේ.

අනෙක් පිටපත් 02න් එක පිටපතක් විය යුත්තේ ඔබගේ පරිගණක දෘඩ තැටියක ගබඩා කරන ලද එහි පිටපතකි.

Summary -සාරාංශය

- බොහෝමයක් සංචාරක ව්‍යාපාර වල ලියකියවිලි කටයුතු රාශියක් ඇති අතර ඒවා ඔබගේ පරිගණකයෙහි ඔබට හෝ අන් අයෙකුට ලිපිගොනු නාමය දෙස බැලූ පමණින් එහි අන්තර්ගතය වටහා ගතහැකි පරිදි ඉතා කාර්යක්ෂම ලෙස ගබඩා කර තිබිය යුතුය.
- ලිපිගොනුවක් නිර්මාණය කළ විගස නමක් දී සුරකින්න.

- ඔබගේ දත්ත ඔබගේ පරිගණකයෙන් පිටත ස්වයංක්‍රීයව ගබඩා කිරීම සඳහා වඩාත් සාර්ථක ක්‍රමයක් වන්නේ Cloud පදනම් කරගත් උපස්ථ ක්‍රමයයි.

Technical Tools for Communication

සන්නිවේදනය සඳහා අවශ්‍ය තාක්ෂණික මෙවලම්

මෙම පාඩමේ දී ඔබට

- වෘත්තීමය ලෙස ඉලෙක්ට්‍රොනික තැපෑල භාවිතය.
- වෘත්තීමය ලෙස පණිවුඩ යැවීමේ යෙදුම් භාවිතය ඉගෙන ගත හැකිය.

පාඩම අවසානයේදී

- ජාත්‍යන්තර වශයෙන් පණිවුඩ යැවීමේ හොඳම ක්‍රමවේදය.
- ඉලෙක්ට්‍රොනික තැපෑලේ පණිවුඩ යැවීම හා ලබා ගැනීම (ඇමුණුම් ඇතුළත්ව)
- ඉලෙක්ට්‍රොනික තැපෑලේ අත්සන් පිහිටු වීම.
- පණිවුඩ යැවීමේ සමූහ සැකසීම සිදු කළ හැකි විය යුතුය.

Professional E mail Practice වෘත්තීමය ලෙස ඉලෙක්ට්‍රොනික තැපෑල භාවිතා කිරීමේ පිළිවෙල

ඔබ වෙත යවන සෑම ඉලෙක්ට්‍රොනික තැපෑලේ පණිවුඩයක්ම ඔබගේ ව්‍යාපාරය පිළිබඳව යහපත් හැඟීමක් හෝ අයහපත් හැඟීමක් ඇතිකිරීමේ හැකියාවක් ඇත. ඔබගේ ව්‍යාපාරික ඉලෙක්ට්‍රොනික තැපෑලේ පණිවුඩ සඳහා සුදුසු නිවැරදි ආචාරවිධි කිහිපයක් දෙස බලමු.

To, Cc and Bcc

ඔබ සෘජුවම අමතන ඕනෑම අයෙකුගේ ලිපිනය යෙදීම සඳහා " To" (වෙත) පෙදෙස භාවිතා කරන්න.

Cc හරහා ඔබගේ පණිවුඩයේ පිටපතක් අනෙකුත් ඕනෑම අයෙකු වෙත යැවිය හැකි නමුත් සාමාන්‍යයෙන් ඔවුන් දැනුවත් කිරීම විනා ඔවුන්ගෙන් පිළිතුරක් බලාපොරොත්තු නොවේ.

Bcc පෙදෙස භාවිතා කළ යුත්තේ ඉතා අවමයෙනි. එයට හේතුව වන්නේ " To" හා " Cc" පෙදෙස් හරහා පණිවුඩය ලබන්නන් හට ඔබ විසින් BCC පෙදෙසෙහි ඊමේල් ලිපින සඳහා ද පණිවුඩය යොමු කර ඇති බව දැනගැනීමට නොහැකි නිසා එය To සහ Cc පෙදෙස් වල සිටින අයගේ පෞද්ගලික බව උල්ලංඝනය කිරීමක් ලෙස සැලකිය හැකි නිසාය.

Bcc පෙදෙස භාවිතා කිරීම සඳහා තිබෙන එකම සහ හොඳම කාරණය නම් ඔබ එකිනෙකා නොහඳුනන පුද්ගලයින් කණ්ඩායමකට ඉලෙක්ට්‍රොනික තැපැල් පණිවුඩ යවන විට සියළුම ලිපින To හෝ Cc පෙදෙස් වල සඳහන් කිරීම තුළින් ඔවුන්ගේ අනුමැතියෙන් තොරව එම ලිපින අන් අය දැන ගැනීම තුළින් පෞද්ගලිකත්වය පිළිබඳ ගැටළු සහගත තත්වයක් ඇතිවිය හැකි අතර එවැනි අවස්ථාවකදී Bcc පෙදෙස ඉතා ප්‍රයෝජනවත් වේ. උදාහරණයක් ලෙස ඔබ මහා පරිමාණයේ සංචාරක කණ්ඩායමකට සංචාරය පිළිබඳ තොරතුරු යවන විට එම විවිධ ඊමේල් ලිපින සඳහා ඔබට Bcc පෙදෙස භාවිතා කළ හැක.

මෙම ක්‍රමයේදී පණිවුඩය ලබන්නාට ඔහු හෝ ඇය අදාළ සංචාරක කණ්ඩායමේ සාමාජිකයෙකු ලෙස සලකා අමතා ඇති නමුත් ඔහුගේ/ඇයගේ ඊමේල් ලිපිනය අන් අයට දැකීමට හෝ අන් අයගේ ලිපින දැකීමට නොහැක. එය සිදු කරන අකාර කියවන්න.

Pay Attention to the Subject Line මාතෘකාවට අවධානය දක්වන්න

ඉලෙක්ට්‍රොනික තැපැල් පණිවුඩයක් විවෘත කිරීම හෝ නොකිරීම යන්නෙහි තීරකයා වන්නේ සැමවිටම අර්ථවත් මාතෘකාවකි. සැමවිටම ඔබගේ පණිවුඩය කුමක්ද යන්න හොඳින් පැහැදිලි වන ලෙස කෙටි හා පැහැදිලි මාතෘකාවක් යොදන්න.

කිසිම විටක මාතෘකාව හිස්ව නොතැබිය යුතු අතර අලුත් මාතෘකාවක් කාරණයක් පිළිබඳ සාකච්ඡා කිරීමේදී කිසිම විටෙක ඊට පෙර කරුණකට අදාළ මාතෘකාව යෙදීමෙන් වැළකී අලුත් කාරණාවට අදාළව අලුත් මාතෘකාවක් යොදා නවතම පණිවුඩයක් යැවිය යුතු වේ.

Use the Proper Salutation

ගැලපෙන ආමන්ත්‍රණයක් භාවිතා කරන්න.

Hi, Hey වැනි යෙදුම් භාවිතා කිරීම තුළින් ඔබගේ වෘත්තීමය භාවයේ අඩුවක් පෙන්නුම් කෙරේ. ඔබගේ ඊමේල් පණිවුඩය සෑම විටම පණිවුඩය ලබන්නාගේ නමට පෙර “Dear , දයාබර, සුභ උදෑසනක්, සුභ දවසක්, Greetings හෝ Hello” වැනි ආමන්ත්‍රණ භාවිතා කරමින් ආරම්භ කරන්න.

Reply Quickly - ඉක්මනින් පිළිතුරු සපයන්න.

පොදු අනුමත ක්‍රමය නම් පැය 24ක් තුළ ඊමේල් පණිවුඩයකට පිළිතුරු සැපයීමයි. යම් අයෙකු පැය 24කට වඩා පිළිතුරු බලාපොරොත්තුවෙන් හිඳීමට සැලැස්වීම අකාරුණික හා රළු ලෙස සැලකෙන අතර එය සමහර විට ඔබට එම ව්‍යාපාර අවස්ථාව අහිමි වීමටද හේතුවිය හැක.

ඔබ නොදැනුවත්ව යම් අයෙකු වැඩි කාලයක් පිළිතුරු අපේක්ෂාවෙන් සිටීමට සලස්වා ඇත්නම් ඔහු හෝ ඇයට ඒ පිළිබඳ කණගාටුව ප්‍රකාශ කරන්න.

එමෙන්ම ව්‍යාපාර කටයුතු පිළිබඳ විමසා එවන ඊමේල් වලට පැය ගණනක් ඇතුළත පිළිතුරු සැපයීම ඉතා වැදගත් වේ. උදාහරණයක් ලෙස නවාතැන් පහසුකම් පිළිබඳ විමසීම් වලට හැකි ඉක්මනින් පිළිතුරු සැපයීම අනාගත ගණුදෙනුකරුවන් බවට පත්විය හැකි පුද්ගලයින් පිළිබඳව ඔබගේ සැලකිල්ල විඳහා පෙන්වනු ඇත.

Write Professionally

වෘත්තීමය ලෙස ලියන්න.

ව්‍යාපාරික ඊමේල් පෞද්ගලික ඊමේල් වලට වඩා බෙහෙවින් වෙනස්ය. එමනිසා emojis කෙටියෙදුම් (LOL, OMG, BTW වැනි) හා වචන කෙටි කිරීම් උදාහරණයක් ලෙස You වෙනුවට "u" වැනි හා විරාම ලක්ෂණ රාශියක් භාවිතා කිරීම් (!!!) වැනි දේ වලින් වළකින්න. මෙවැනි දෑ මිතුරෙකුට පණිවිඩ යැවීමට සුදුසු වුවද ව්‍යාපාරික ඊමේල් සඳහා භාවිතා කිරීමෙන් අනිවාර්යයෙන්ම වැළකී සිටිය යුතුය.

Keep Attachment Small - කුඩා ඇමුණුම් භාවිතා කරන්න.

ලබන්නාගේ අනුමැතියකින් තොරව මෙගා බයිට් ප්‍රමාණය ඉතා වැඩි විශාල ලිපිගොනු යැවීමෙන් වළකින්න. ඉතා විශාල ඊමේල් ලැබීම Mail Box හි ගැටළු සහගත තත්වයක් ඇතිකළ හැකි අතර ඔබ සහ ඔබගේ ව්‍යාපාරය පිලිබඳව අයහපත් හැඟීමක් ඇතිකර ගත හැකිය.

ඔබට ඡායාරූප විශාල ප්‍රමාණයක් හෝ අනෙකුත් විශාල ලිපිගොනු යැවීමට අවශ්‍ය නම් DropBox වැනි ගොනු හුවමාරු කිරීමේ යෙදුමකට උඩුගත කිරීම හෝ යැවීමට පෙර ඡායාරූප Zip ගොනුවකට සම්පීඩනය කිරීම ආචාරශීලී ක්‍රමයයි.

Remember Your Signature

ඔබගේ අත්සන මතක තබා ගන්න.

ඔබ කවුරුන්ද හා ඔබව සම්බන්ධ කරගන්නේ කෙසේද යන්න පැවසෙන අත්සනක් සෑම ඊමේල් එකකම තිබිය යුතුය. ඔබ විසින් යවන සෑම ඊමේල් පණිවුඩයකට යටින්ම ඔබගේ අත්සන ස්වයංක්‍රීයව සඳහන් වන ලෙස ඔබගේ අත්සන සකසන්න. අත්සන සැකසීමේදී ඔබගේ ලිපිනය, විද්‍යුත් තැපැල් ලිපිනය සහ දුරකතන අංකය ආදී ඔබව සම්බන්ධ කර ගත හැකි සියළුම ආකාර සඳහන් කිරීමෙන් ඊමේල් පණිවුඩය ලබන්නාට මෙම තොරතුරු සොයා මහන්සි වීමට නොවේ. ඔබට ඔබගේ වෙබ් අඩවි ලිපිනය, සමාජ මාධ්‍ය ලිපින (Facebook, Instergram) සඳහන් කළ හැක. පහත දැක්වෙන්නේ හොඳ උදාහරණයකි. Gimmo භාවිතා කර ඔබගේ අත්සන සැකසීමට උත්සහ දරන්න.

Professional use of Massaging Apps

පණිවුඩකරණ යෙදුම් වල වෘත්තීමය භාවිතය

Facebook, Messenger හා WhatsApp යනු ලෝකය පුරා වැඩි වශයෙන් භාවිතා වන ඉතා ඉක්මන් හා ලාභදායී ආකාරයට පුද්ගලයන් සඳහා අදහස් හා තොරතුරු හුවමාරු කර ගැනීමට අවස්ථාව සපයන පණිවුඩකරණ යෙදුම් දෙකයි. ඔබ මතකයේ තබා ගත යුතු කරුණක් වන්නේ මෙම ක්‍රමයට තොරතුරු හුවමාරු කර ගැනීම සෑම පුද්ගලයෙකුටම එකම ආකාරයට පහසු කටයුත්තක් නොවන බවයි. උදාහරණයක් ලෙස සමහර යුරෝපීයානු හා ඇමරිකානු පුද්ගලයින් ඔවුන්ගේ Facebook Profile එක අන් අය සමඟ බෙදා ගැනීමට අකමැති අතර එම නිසා ඔවුන් Messenger භාවිතයට වැඩි කැමැත්තක් නැත. මේ වන විට ලෝකය පුරා පිළිගත් ක්ෂණිකව පණිවුඩ යැවිය හැකි යෙදුම වනුයේ WhatsApp වන අතර එය විශේෂයෙන්ම සංචාරක ගමන් මාර්ගය, යා යුතු ස්ථාන පිළිබඳව දැනුම් දීමට ඉතා ප්‍රයෝජනවත් යෙදුමකි.

ඊමේල් ආචාර විධි මෙන්ම මෙහිදීද වඩාත් විනිත සන්නිවේදන ක්‍රමයක් භාවිතා කිරීමට මතක තබා ගන්න. ඔබ යහළුවන් හා පණිවුඩ හුවමාරු කරගැනීමේදී භාවිතා කරන emoji's, කෙටියෙදුම් (LOL, OMG, BTW) හා වචන කෙටි කිරීම් (You වෙනුවට "u") හෝ විරාම ලක්ෂණ රාශියක් (!!!) භාවිතා කිරීමට වළකින්න.

පොදු නීතියක් වන්නේ ඔබගේ පාරිභෝගිකයින් ඔබ වෙතට සම්බන්ධ වීමට භාවිතා කළ මාධ්‍යයම ඔවුන් නැවත සම්බන්ධ කර ගැනීමට භාවිතා කරන්න යන්නයි. ඔවුන් ඔබට ඊමේල් හරහා සම්බන්ධ වූයේ නම් ඔවුන්ට ඊමේල් හරහා පිළිතුරු සපයන්න. ඔවුන් ඔබව සම්බන්ධ කරගත්තේ Messenger හරහා නම් ඒ හරහා ඔවුන්ට පිළිතුරු සපයන්න.

සාරාංශය - Summary

- ඔබගේ ව්‍යාපාරය පිළිබඳ යහපත් හැඟීමක් ඇතිකරවීමට නිවැරදි ඊමේල් හා පණිවුඩ යවන යෙදුම් භාවිතය ඉතා වැදගත් වේ.
- ඔබ Email යවන විට Bcc පෙදෙස භාවිතා කළ යුතු එකම අවස්ථාව වන්නේ එකිනෙකා නොහඳුනන පිරිසක් වෙත ඔබ එකම ඉලෙක්ට්‍රොනික පණිවිඩය යවන

අවස්ථා වලදීය. මෙමගින් ඔවුන්ගේ Email ලිපින අන් අය සමඟ හුවමාරු වීම වළකී

- ඔබගේ පාරිභෝගිකයන් ඔබව සම්බන්ධ කර ගැනීමට භාවිතා කළ මාධ්‍යයම ඔවුන්ට පිළිතුරු දීමට භාවිතා කරන්න.

Ex :- ඔවුන් ඔබව Email මගින් සම්බන්ධ කර ගත්තේ නම් ඔබත් ඊමේල් මගින් ද, WhatsApp / Messenger භාවිත කලේ නම් ඒ මගින් ද පිළිතුරු ලබා දෙන්න.

ICT and Security - තොරතුරු සන්නිවේදන තාක්ෂණය හා ආරක්ෂාව

මෙම පාඩමෙන් ඔබට ICT හා බැඳුණු අවදානම් හා ඒවා ලිහිල් කරගැනීමට හෝ මග හැරීමට ඇති ක්‍රම හඳුන්වාදෙනු ලැබේ.

පාඩම අවසානයේ දී ඔබට,

- ණයපත් වල තොරතුරු හැසිරවීම ඇතුළු අනෙකුත් සියළුම සැබෑ හා පරිකල්පිත අවදානම් සහ ඒවා ලිහිල් කර ගන්නා ආකාරය සාරාංශයක් ලෙස ඉදිරිපත් කිරීමට
- ඔබගේ සංචාරක ව්‍යාපාරයට දැනට පවතින හා ඉදිරියට පැමිණිය හැකි අවදානම් හඳුනා ගැනීමට හැකි විය යුතුයි.

Security - ආරක්ෂාව

මාර්ගගත මිලදී ගැනීම් වලින් පසු යම් පුද්ගලයින්ගේ බැංකු ගිණුම් සම්පූර්ණයෙන්ම හිස් වීම හෝ වෛරස ආක්‍රමණ නිසා පරිගණකයේ දත්ත සියල්ල අහිමි වීම වැනි භයානක සත්‍ය කතා කොතෙකුත් අසා ඇති නිසාවෙන් අන්තර්ජාලය හරහා ව්‍යාපාර කිරීමට ඔබ බියක් දක්වනවා ද එසේත් නැතිනම් ඕනෑම අවස්ථාවක අන්තර්ජාලය ස්ථ වසා දැමිය හැකි බව හා ඒ නිසා ඔබගේ දත්ත ඇතුළු සියල්ල අහිමි විය හැකි බව ඔබ සිතනවාද?

මේ සියල්ල ශක්‍යතාවයක් ඇති කරුණු වුවත් අප වගකීමෙන් යුතුව මාර්ගගත හැසිරීම තුළින් අපට අපගේ ආරක්ෂාව පිළිබඳ විශ්වාසය ඇති කරගත හැක.

මෙම කරුණු පිළිබඳ අවධානය යොමු කරමු.

Financial Risks - මූල්‍යමය අවදානම්

ඔබ පොදු ස්ථානයක ඔබගේ මුදල් පසුම්බිය දමා යන්නේ නැති සේම ඔබගේ මාර්ගගත බැංකු ගිණුම පිළිබඳව දැඩි අවධානයෙන් සිටිය යුතුය.

ඔබගේ පරිශීලන නාමය හා මුරපදය නොමැතිව ඔබගේ බැංකු ගිණුමට පිවිසිය නොහැකිය. එම නිසා මෙම තොරතුරු කිසිම පුද්ගලයෙකුට ලබා දීමෙන් වැළකී සිටිය යුතුය. ඔබගේ බැංකුවෙන් එවන ඊමේල් ලෙස පෙනෙන නමුත් ඔබගෙන් ඔබගේ බැංකු ගිණුමට අදාල පරිශීලන නාමය හා මුරපදය හෝ අනෙකුත් තොරතුරු විමසන ඊමේල් වංචා සහගත ඒවා වන අතර මෙම ඊමේල් විවෘත කිරීමෙන් හෝ තොරතුරු ලබා දීමෙන් වළකින්න. ඔබගේ බැංකුව හෝ වෙනත් ඕනෑම නෛතික ආයතනයක් කිසිම අවස්ථාවක ඔබගේ පරිශීලන නාමය හෝ මුරපදය විමසන්නේ නැත.

එමෙන්ම අන්තර්ජාල පහසුකම් සපයන ආයතනයක (Internet Cafe) හෝ වෙනත් පොදු පරිගණකයකින් කුමන අවස්ථාවක වත් ඔබගේ බැංකු ගිණුමට පිවිසීමෙන් වළකින්න. එයට හේතුව වන්නේ භාවිත කරන්නාගේ දත්ත රහසිගතව උපුටා ගන්නා මෘදුකාංගය මගින් ඔබගේ පරිශීලක නාමය හා මුර පදය උකහා ගත හැකි නිසාය. එම නිසා මෙම තොරතුරු අතිශය පෞද්ගලිකව හා රහසිගතව තබා ගැනීම තුළින් ඔබගේ බැංකු ගිණුම ආරක්ෂිතව තබා ගත හැක.

භාණ්ඩ හෝ සේවා මාර්ගගත මිලදී ගැනීම් වලදී ඔබගේ ණය පත් වලට අදාල විස්තර ඇතුළු කිරීමට ඔබව යොමු කරනු ඇත. මෙම වෙබ් අඩවිය ඔබට විශ්වාසවන්ත සන්නාමයකින් යුතු ආරක්ෂිත වෙබ් අඩවියක් නම් (එවැනි වෙබ් අඩවි වල පැබ්ලොක් සලකුණක් ඇති අතර එය "Secure" "ආරක්ෂිතයි" ලෙස සටහන් වී තිබේ.) ඔබගේ බැංකු ගිණුම සුරක්ෂිත වේ.

ඔබගේ ගිණුමෙන් ඔබගේ අනුදැනුමකින් තොරව මුදලක් අඩු වී තිබේ නම් වහාම ඔබගේ බැංකුව දැනුවත් කරන්න. බොහෝ අවස්ථා වලදී ඔවුන් එය විමර්ශනය කරන අතර යම් කිසි වංචනික සිදුවීමක් සිදු වී ඇත්නම් ඔවුන් නැවත මුදල් ඔබගේ ගිණුමට බැර කරනු ඇත.

Computer Virus and Malware

පරිගණක වෛරස හා අනිෂ්ඨ මෘදුකාංග

වෛරසයක් යනු තනිව එහි පිටපත් සාදමින් පරිගණකයක් ආසාදනය කළ හැකි පරිගණක වැඩසටහනකි. අභ්‍යන්තරජාල අන්තර්ජාල හෝ USB Drive ධාවක මගින් පරිගණකයට වෛරස සම්ප්‍රේෂණය විය හැක.

අනිෂ්ඨ මෘදුකාංග යනු පරිගණකයේ ක්‍රියාකාරීත්වයට බාධා කිරීමට හෝ නැවැත්වීමට මෙන්ම පරිගණක පද්ධතියෙහි පාලනය අත්පත් කරගැනීම වැනි කටයුතු සඳහා නිර්මාණය කරන ලද පරිගණක වැඩසටහන් වේ. බොහෝමයක් වෛරස් විරෝධී වැඩසටහන් වලට අනිෂ්ඨ මෘදුකාංග හඳුනා ගැනීමේ හා ඉවත් කිරීමේ හැකියාව නොමැති නිසා අනිෂ්ඨ මෘදුකාංග ස්කෑනරයක් භාවිතා කිරීම වඩාත් සුදුසු වේ.

ඔබගේ පරිගණකය වෛරස් හෝ අනිෂ්ඨ මෘදුකාංග වලින් ආසාදනය වී ඇති බව දක්වන සංඥා කිහිපයක් පහත දැක්වේ.

- ඔබගේ මෙහෙයුම් පද්ධතිය ඉතාමත් මන්දගාමී වේ.
- ඔබගේ පරිගණකයෙහි ඉතිරි වී ඇති මතකය හදිසියේම ඉතා අඩු අගයක් බවට පත් වේ.
- වැදගත් ලිපිගොනු විනාශ වේ.
- ඔබගේ පරිගණක තිරයෙහි අමුතු ආකාරයේ පණිවුඩ හා පිංතූර දිස්වීමට පටන් ගනී.
- අමුතු ආකාරයේ ලිපිගොනු හා වැඩසටහන් ඔබගේ පරිගණකය තුළ දැකිය හැකි වේ.
- ඔබගේ මෙහෙයුම් පද්ධතිය විවෘත නොවේ.
එසේත් නොමැති නම් බලාපොරොත්තු විරහිත ලෙස යම් කිසි කාල රාමුවක් තුළ නිතර නිතර විසන්ධි වේ.

How to Safe Guard Yourself ?

ඔබ ආරක්ෂිත වන්නේ කෙසේද?

Keep Your Computer Up to date - ඔබගේ පරිගණකය යාවත්කාලීනව පවත්වාගෙන යන්න. Adobe හා Java වැනි වැඩසටහන් යාවත්කාලීන කිරීමට අමතරව ඔබගේ පරිගණකයේ අනෙකුත් වැඩසටහන් සඳහාද ස්වයංක්‍රීය යාවත්කාලීන කිරීම් සකසා තබන්න. මෙම යාවත්කාලීන කිරීම් (Updates) බහුතරයක ඔබගේ පද්ධතියේ ඇති ආරක්ෂාව පිළිබඳ සිදුරු (Security holes) පිරවීම සඳහා අවශ්‍ය ආරක්ෂිත පැලෑස්තර (Security Patches) ඇතුළත් වේ.

Choose your Internet Browser ඔබගේ අන්තර්ජාල බ්‍රවුසරය තෝරාගන්න.

ඔබ කැමති අන්තර්ජාල බ්‍රවුසරය Chrome, Firefox Safari යන කුමක් වුවත් ඒ සෑම බ්‍රවුසරයක්ම Internet explorer ට වඩා ආරක්ෂිත වේ. Internet explorer හි අළුත්ම වෙළුම (version) පරණ ඒවාට වඩා විශාල ලෙස දියුණු කර තිබුණත් ඔබ ඊටත් වඩා Chrome, Firefox Safari හෝ සමඟ ආරක්ෂිත වේ.

Backup your computer - ඔබගේ පරිගණකයේ දත්ත පිටපත් කරගන්න. සමහර අවස්ථා වලදී වෛරස සමඟ පරිගණකය හානිකාරී කරනවාටත් වඩා වෛරස ඉවත් කිරීම මඟින් වැඩි හානි සිදුවන අවස්ථා ඇත. එවැනි අවස්ථා වලදී මෙහෙයුම් පද්ධතිය නැවත ස්ථාපිත කිරීමට සිදුවන අතර ඔබ ඔබගේ දත්ත නිසිලෙස පිටපත් කරගෙන තිබුණේ නම් මෙම ක්‍රියාවලිය වඩාත් ඉක්මන් සහ ලාභදායී වනු ඇත.

Anti Virus Basics - වෛරස විරෝධී වැඩසටහන් පිළිබඳ මූලික කරුණු

ඔබගේ පරිගණකයෙහි උසස් තත්වයෙහි වෛරස විරෝධී වැඩසටහනක් ස්ථාපිත කර තිබීම ඉතා වැදගත් වේ. මෙම වෛරස විරෝධී වැඩසටහන් ඵලදායී වන්නේ ඒවා නිරන්තරයෙන් වෛරසයක් යනු කුමක්ද යන්නට අදාල නිර්වචනයට අනුව යාවත්කාලීන වන්නේ නම් පමණි. මේ හේතු නිසා ඔබගේ වෛරස විරෝධී වැඩසටහන ස්වයංක්‍රීයව යාවත්කාලීන වන්නේද යන්න තහවුරු කර ගන්න. උසස් තත්වයේ වෛරස විරෝධී වැඩසටහනක් මිලදී ගැනීම මුදල් අපතේ යැවීමක් නොවේ.

Avoid suspicious websites

සැක කටයුතු වෙබ් අඩවි මගහරින්න.

ඔබ ඇතුළුවන වෙබ් අඩවි වල URL ලිපින පිළිබඳ හොඳින් අවධානය යොමු කරන්න.

උදා :-URL ලිපිනය Microsoft.tisur.com ලෙස දැක්වෙන්නේ නම් එය Microsoft.com නොවේ.

Be careful with e-mail attachments

ඊමේල් ඇමිණුම් පිළිබඳ සුපරීක්ෂාකාරී වන්න.

වෛරසයක් බොහෝ දුරට පතුරවා හරින්නේ ඊමේල් ඇමිණුම් ලෙස වන අතර එමගින් ඔබගේ ඊමේල් ගිණුම හැකර්වරුන් අතට පත්විය හැකිය. එය ඔවුන් අත්පත් කරගත් විට හැකර් හෝ හැකර් කණ්ඩායම විසින් ඔබගේ ඊමේල් ගිණුමෙහි ඇති ඊමේල් ලිපින ගබඩාව ආක්‍රමණය කරන අතර එහි ඇති ලිපින වලට විවිධාකාරයේ සත්‍ය නොවන තොරතුරු අන්තර්ගත ඊමේල් යවනු ලැබේ. ඔබ බලාපොරොත්තුවෙන් නොසිටි හා ඔබට නුපුරුදු වෙබ් අල්ලු (Link) සහිත ඊමේල් මත click කිරීමෙන් වැළකිය යුතු අතර විශේෂයෙන්ම exe ගොනු වලින් ප්‍රවේශම් විය යුතු අතර ඒවා විවෘත කිරීමෙන් වළකින්න.

Use a malware scanner - අනිෂ්ඨ මෘදුකාංග ස්කෑනරයක් භාවිතා කරන්න.

අනිෂ්ඨ මෘදුකාංග ස්කෑනර වෛරස විරෝධී වැඩසටහන් වලට වඩා වෙනස් වේ. මෙම යෙදුම් බොහෝමයක් නොමිලේ භාවිතා කළ හැක. වෛරස විරෝධී වැඩසටහනක් මෙන්ම මේවාද සතියකට වරක් ස්කෑන් වන ලෙස සැලසුම් කිරීම නිර්දේශිත වේ.

ඔබ මෙම මාර්ගෝපදේශ පිළිපදින්නේ නම් ඔබගේ දත්ත අහිමි වීමට ඵරෙහිව ඔබ ඔබට හැකි උපරිම ආකාරයට සුරක්ෂිතය.

Passwords – මුරපද

ඔබගේ සියළුම වැදගත් තොරතුරු විවෘත කිරීමට අවශ්‍ය යතුර වන්නේ ඔබගේ මුර පද වන බැවින් ඒවා ආරක්ෂිතව තබා ගන්න. මෙම මුරපද සාමාන්‍ය අකුරු හා ඉලක්කම් භාවිතයෙන් ඔබගේ පරිගණකයේ සුරැකීමෙන් වැළකිය යුතුය. මන්ද එසේ අනාරක්ෂිතව සඳහන් කර ඇති මුරපද හැකර් වරු විසින් හඳුනාගෙන ඒවා අවභාවිතා කිරීමට හැකියාව ඇති බැවිනි. එම නිසා 1 Password හෝ lastpass වැනි යෙදුම් සංකේතනය කරන ලද එකම ස්ථානයක ඔබගේ අත්‍යවශ්‍ය තොරතුරු සියල්ල ගබඩා කිරීම සඳහා අවකාශය ඇති යෙදුමක් භාවිතා කිරීමට සලකා බලන්න.

Create strong Passwords - ශක්තිමත් මුරපද නිර්මාණය කරන්න.

මුරපද අකුරු සංකේත හෝ ඉලක්කම් අවම වශයෙන් 11කින් සමන්විත වීම හා ඉන් එකක් Capital අකුරක් වීම සහ එයට එක් ඉලක්කමක්වත් අන්තර්ගත වීම මගින් මුරපදයේ ඔරොත්තු දීමේ හැකියාව වැඩි කළ හැක. ඉහත සඳහන් කළ යෙදුම් ඇතුළුව මුරපද යෙදුම් මගින් ශක්තිමත් මුරපද සපයන අතර ඒවා මතක තබා ගැනීම අවශ්‍ය නොවේ.

ඔබ එකම මුරපදය සැමතැනම භාවිතා කරන්නේද ? විවිධ සේවාවන් සඳහා එකම මුරපදය භාවිතා කිරීම ඔබට මහත් පහසුවක් වුවත් එය ඔබව දැඩි අවධානමකට දැමීමට හැකියාව ඇත. හැකර්වරුන් විසින් ඔවුන් සතුකරගන්නා ලද ඔබගේ විද්‍යුත් තැපැල් ලිපිනය හා මුරපදය විද්‍යුත් තැපෑල ලිපිනය භාවිතා කර ඔබ ලියාපදිංචි වී ඇති සියළුම සේවාවන් වලට පිවිසීම සඳහා භාවිතා කරනු ඇත.

උදාහරණයක් ලෙස ඔබගේ බැංකු මුරපදය ඔබගේ මුහුණු පොතෙහි මුරපදයට සමාන නම් ඔබගේ මුහුණු පොත ආක්‍රමණය කිරීම මගින් ඔබගේ බැංකු ගිණුම හැක් කිරීමේ අවදානමක් ඇත.

Leakbase හා have been pwnd වැනි සේවාවන් ඔබට ඔබගේ දත්ත කිසියම් ආකාරයකට ආරක්ෂාව උල්ලංඝනය වීම් වලට ලක්වී ඇත්දැයි පරීක්ෂා කර ගැනීමට පහසුව සලසයි. මෙම සේවා වල ඔබගේ තොරතුරු දක්නට ලැබුනොත් ඔබ වහාම ඔබගේ මුරපද වෙනස් කළ යුතුය.

මූලාශ්‍ර :- ඉංග්‍රීසි ලිපියකින් මූලාශ්‍ර තොරතුරු උපුටා ගන්නා ලදී

Summary - සාරාංශය

- අප වගකිව යුතු ලෙස මාර්ගගතව හැසිරෙන්නේ නම් අපගේ ආරක්ෂාව පිළිබඳව විශ්වාසය තබා ගත හැකිය.
- ඔබගේ බැංකු පරිශීලක නාමය හා මුරපදය නොමැතිව හැකර් වරුන්ට ඔබගේ බැංකු ගිණුමට පිවිසීමට නොහැක.
- වෛරස හා අනිෂ්ඨ මෘදුකාංග වලින් ඔබගේ පරිගණකය ආරක්ෂා කරගන්න.
- ඔබගේ සියළුම මාර්ගගත ගිණුම් සඳහා ශක්තිමත් ඒකීය මුරපද යොදන්න.

ICT & Privacy - තොරතුරු සන්නිවේදන තාක්ෂණය හා පෞද්ගලිකත්වය

මෙම පාඩම මඟින්,

- පෞද්ගලිකත්වය පිළිබඳ සැලකිලිමත් වීම් සහ විවාද පිළිබඳ දළ විශ්ලේෂණයක්
- පෞද්ගලිකත්වය සැකසීම් හා සීමා කිරීම් පිළිබඳව වටහා ගැනීමක්
- පාරිභෝගිකයන්ගේ දත්ත ගබඩා කරන විට හා බෙදා ගන්නා විට සිදු කළ යුතු සාම්ප්‍රධායික හොඳම පුරුදු සම්බන්ධ මූලධර්ම පිළිබඳව වටහා ගැනීමක් ලබා දෙනු ඇත.

මෙම පාඩම අවසාන වන විට ඔබට,

- සත්‍ය හා පරිකල්පිත ICT පෞද්ගලිකත්වය පිළිබඳ අවදානම් තත්ව හා ඒවා ලිහිල් කරගන්නා ආකාරය පිළිබඳ සාරාංශගත කිරීමට
- ඔබගේ සංචාරක ව්‍යාපාරය දැනට පවතින හා අනාගතයේදී ඇතිවිය හැකි පෞද්ගලිකත්වය සම්බන්ධ අවධානම් පිළිබඳ හඳුනාගැනීම.
- ආගන්තුකයින්ගේ තොරතුරු එකතු කිරීම සහ ඒවා මාර්ගගතව හෝ හොඳ මාධ්‍යයක ගබඩා කරතබා ගැනීම සිදු කරන විට එය සදාචාරාත්මක වගකීම් වලට අනුව සිදු කිරීම වැනි සංචාරක කර්මාන්ත ක්ෂේත්‍රයේදී පෞද්ගලිකත්වය පිළිබඳව අන්තර්ජාතික වශයෙන් හොඳම පුරුදු පිළිබඳව වටහා ගැනීම.

- ඔබගේ සංචාරක ව්‍යාපාරය තුළ සිදු කළ යුතු වෙනස්කම් මොනවාදැයි වටහා ගැනීම යන දෑ සිදු කිරීමට හැකියාව තිබිය යුතුය.

Your Privacy - ඔබගේ පෞද්ගලිකත්වය

මාර්ගගතව එකිනෙකා සමඟ සන්නිවේදනයේ දී ඔබගේ පෞද්ගලිකභාවය අහිමි වන බවට සහ ඔබගේ පෞද්ගලික තොරතුරු මාර්ගගත ඕනෑම අයෙකුට දැකිය හැකි බවට මතයක් ඇත. මෙය සිතීමටත් බිය ඇති කරන සිතුවිල්ලක් වුවද වගකීමෙන් කල්පනාකාරීව හැසිරීම තුළින් ඔබගේ මාර්ගගත හැසිරීම ඉතා ආරක්ෂිත අත්දැකීමක් බවට පත්කර ගතහැක.

විශේෂයෙන්ම අන්තර්ජාතික පුද්ගලිකත්වය ප්‍රත්පත්තිය 2019 මුල්භාගයේදී ක්‍රියාත්මක කරන්නට යෙදුණු වහාම ඔබ විසින් ලබා දෙන පෞද්ගලික දත්ත ඔබටම පාලනය කිරීමට හැකිවන බව තහවුරු කිරීම සඳහා වගකිව යුතු මාර්ගගත ආයතන මිණුම් දඬු හඳුන්වා දී ඇත. මෙහි තේරුම වන්නේ ඔබ විසින් යම් නිෂ්පාදනයක් හෝ සේවාවක් සඳහා ලියාපදිංචි වූ විට අදාළ ආයතන වලට / වෙබ් අඩවි වලට එම මිලදී ගැනීමට අදාළ නොවන ඔබගේ පෞද්ගලික තොරතුරු විමසීමට කිසිදු අයිතියක් නොමැති බවයි. එමෙන්ම ඕනෑම අවස්ථාවක ඔබගේ තොරතුරු මකාදමන මෙන් ඉල්ලා සිටීමට ඔබට පූර්ණ අයිතියක් ඇත.

Facebook, Instagram වැනි සමාජ මාධ්‍ය අනෙකුත් පුද්ගලයින්ට ඔබ ගැන පෝස්ට් දැමීමට සහ ඡායාරූප වලට ඔබව Tag කිරීමට අවසර දී ඇත. කෙසේ නමුත් ඔබට මෙහි පෙරනිමිති ලෙස සකසා ඇති පෞද්ගලිකත්ව සැකසුම් වෙනස් කළ හැකි බව දැන සිටියාද? ඡායාරූප වල ඔබව සලකුණු කිරීමට ඉඩ දෙනවාද නැද්ද යන්න තීරණය කිරීමට සහ ඔබගේ පෝස්ට් බලන්නට හැකියාව ඇත්තේ විශේෂිත සබඳතා ඇති අයට සියළුම යහළුවන්ට හෝ ඕනෑම අයෙකුටද යන්න තීරණය කිරීම ඔබට තීරණය කළ හැකිය.

- ඔබගේ පෞද්ගලිකත්වය ආරක්ෂා කර ගන්නා අකාරය වටහා ගැනීමට මුහුණු පොතෙහි පෞද්ගලිකත්වය සම්බන්ධ සැකසුම් සහ මෙවලම් දෙස හොඳින් අවදානය යොමු කරන්න.

Facebook Privacy & security settings මුහුණු පොතෙහි පෞද්ගලිකත්ව හා ආරක්ෂාව සම්බන්ධ සැකසුම්

නිරුවත් හා ලිංගික ක්‍රියා/ලිංගිකත්වය අන්තර්ගත දෑ (post) පිළිබඳව Facebook ඉතා මැනවින් අවදානය යොමු කරන අතර ඒවා ස්වයංක්‍රීයව ඉවත් කරනු ලැබේ. ඊට අමතරව ඔබට නුසුදුසු යැයි හැඟෙන ඕනෑම ඡායාරූපයක් ඉවත් කරන ලෙස ඉල්ලා සිටිය හැකිය.

ඔබගේ Facebook ව්‍යාපාර ගිණුම සෑම විටම ඔබගේ Facebook පෞද්ගලික ගිණුමෙන් වෙන්ව පවත්වා ගැනීම ඉතා වැදගත් කරුණකි.

Facebook for business ඔබ අන්අයට ඔබගේ ගිණුමෙහි post කරන්නට හෝ comment කරන්නට ඉඩ දෙනවාද නැද්ද යන්න තීරණය කරන්නට අවස්ථාව සලසා දී ඇති අතර ඔබ අකමැති comment ඉවත් කිරීමටද හැකියාව ලබා දී ඇත.

Your Customer's Privacy

ඔබගේ පාරිභෝගිකයන්ගේ පෞද්ගලිකතාවය

ඔබට ඔබගේ පෞද්ගලික දත්ත රහසිගතව තබා ගැනීමට අවශ්‍ය ලෙසම ඔබගේ පාරිභෝගිකයන්ගේ දත්ත ද සුරක්ෂිතව තබා ගැනීම අත්‍යවශ්‍ය කරුණකි. ඔබ හරහා යම්කිසි සංචාරක සේවාවන් වෙන් කර ගැනීම සඳහා පාරිභෝගිකයින් විසින් ලබා දෙන ඔවුන්ගේ නම් e-mail ලිපින සහ අනිකුත් සම්බන්ධ කරගත හැකි ක්‍රම, බැංකු තොරතුරු හා අනෙකුත් ඕනෑම පෞද්ගලික තොරතුරු රහසිගතව තබාගැනීම ඉතා වැදගත් වේ.

පාරිභෝගිකයෙකුගේ අවසරයකින් තොරව කිසි විටෙක ඔහුගේ/ඇයගේ තොරතුරු තුන්වැනි පාර්ශවයට ලබා දීමෙන් වළකින්න. ඔබගේ පාරිභෝගිකයාගේ තොරතුරු භාවිතා කිරීමට වඩාත් සුදුසු ක්‍රමය වන්නේ එම පාරිභෝගිකයා විසින් කිසියම් කටයුත්තක් සිදු කිරීම සඳහා ඔබට එම දත්ත ලබා දුන්නේ නම් එම කටයුත්ත සිදු කිරීම සඳහාම පමණි. උදාහරණයක් ලෙස කිසියම් පාරිභෝගිකයකු ඔබගේ නවාතැන්පල (Guesthouse) වෙන් කිරීමක් කළේ නම් ඔහු/ඇය හා සම්බන්ධ විමට අවශ්‍ය දුරකථන අංක, ඊමේල් ලිපින ආදිය සංචාරක ඒජන්සියට ලබා දීමෙන් වළකින්න. (ඔවුන් සංචාරයක් යෑමෙන් කොපමණ විනෝද වේවී යැයි ඔබට සිතන්න) ඒ වෙනුවට, ඔහු

හෝ ඇයගේ කැමැත්ත විමසා සිටීම හෝ සංචාරක ඒජන්සියේ තොරතුරු පාරිභෝගිකයාට ලබා දීම සිදු කළ හැක.

ආගන්තුකයෙකුට ලගාවිය හැකි තොරතුරු ලැබුණු පමණින් පෞද්ගලික අරමුණු සඳහා එම තොරතුරු යොදා ගැනීමෙන් වළකින ලෙස ඔබේ අවිවාහක පිරිමි සගයන්ට මතක් කර දෙන්න.

ඔබ පාරිභෝගිකයාගේ තොරතුරු මාර්ගගතව හෝ පෞද්ගලිකව මුණගැසී හෝ මොනයම් ආකාරයකින් ලබා දුන්නේ නම් එම තොරතුරු තුන්වැනි පාර්ශවයක් මගින් අවහාවිතා කිරීමෙන් වළකින ලෙස මතක තබා ගැනීම ඔබගේ වගකීමකි. එකිනෙකා නාදුනන පුද්ගලයින් සමූහයකට ඉලෙක්ට්‍රොනික ලිපි යවන විට, එකිනෙකාගේ පෞද්ගලිකත්වය සුරැකීමට හැකි විම BCC පෙදෙස භාවිතා කිරීමට එක් හේතුවකි.

How seriously do you take your customers Privacy?

- ඔබගේ පාරිභෝගිකයාගේ පෞද්ගලිකත්වය පිළිබඳව ඔබ කොපමණ බරපතල ලෙස සැලකිලිමත් වන්නේද?
- ඔබගේ පාරිභෝගිකයාගේ ණයපත්වල පිටපත් ඕනෑම අයෙකුට දැකිය හැකි පරිදි නොසැලකිල්ලෙන් තැන තැන දමන්නේද?
- ඔබ පාරිභෝගිකයාගේ e-mail ලිපින තුන්වන පාර්ශවයක් සඳහා හුවමාරු කරන්නේද?
(මෙම තොරතුරු පුද්ගලික බව හා ඒවා සුරැකිය යුතු බව වැටහුණාද?)
- අවසරලත් පුද්ගලයින්ට පමණක් ඔබගේ පාරිභෝගිකයන්ගේ දත්ත වලට පිවිසිය හැකි ලෙස ඔබගේ පරිගණකය මුර පදයක් යොදා ආරක්ෂා කර තිබේද?

Summary - සාරාංශය

- ඔබ කල්පානාකාරීව වගකීමක් ඇතිව හැසිරෙන්නේ නම්, ඔබගේ මාර්ගගත හැසිරීම් රටා ආරක්ෂිත බව තහවුරු කළ හැකිය.
- සියළුම වගකිව යුතු මාර්ගගත ආයතන ඔබ විසින් ඔවුන්ට ලබා දෙන දත්ත වල පෞද්ගලිකභාවය පාලනය කිරීමට ඔබට හැකියාව සලසා ඇත.

- Facebook වැනි සමාජ මාධ්‍ය වල ඔවුන් විසින් සකසා ඇති පෙරනිමි පුද්ගලිකත්ව සැකසුම් ඔබට අවශ්‍ය පරිදි වෙනස් කිරීමට අවශ්‍ය පහසුකම් සලසා ඇත.
- පාරිභෝගිකයෙකුගේ අවසරය නොමැතිව කිසි විටකත් ඔවුන්ගේ තොරතුරු වෙනත් පාර්ශවයකට ලබා දීමෙන් වළකින්න.

Your e-tourism action plan

ඔබගේ විද්‍යුත් සංචාරක කර්මාන්තය පිළිබඳ ක්‍රියා සැලසුම.

ඩිජිටල් යුගයේ සංචාරක කර්මාන්ත කළමනාකරණය පිළිබඳ මනා අවබෝධයක් ලබා දෙන මෙම පාඨමාලාව විවිධාකාර ගමනාන්ත වලට යමින් ලෝකය පොදුවේ විද්‍යුත් සංචාරක කර්මාන්තය දෙසට යන ගමනට නිසි මඟ පෙන්වමින් ඔබ කැඳවාගෙන යන සාංචාරකයාට සමානය.

මෙම දර්ශනය හා ඔබ සමග යන අනෙකුත් සංචාරකයින් වෙනස්වන හැම වෙලාවකම අදාළ වෙනස්කම් හෝ වැඩි දියුණු කිරීම් කරමින් ඔබ නැවත නැවත සංචාරය කරන සංචාරයක් බඳුවේ.

වෙනත් වචන වලින් පවසන්නේ නම් විද්‍යුත් සංචාරක කර්මාන්ත ක්‍රියා සැලසුම යනු,

Cyclical - චක්‍රීය

මෙහි ආරම්භයක් හා අවසානයක් නැති අතර සෘතු මෙන් එක සංරචකයක් අනෙක් සංරචකයට මාරු වීම සිදුවේ.

Intrative - පුනරාවර්ථනය

ඔබ නිරන්තරයෙන් ඔබගේ සැලැස්ම අනුව කටයුතු කරන විට වෙනස්වන තත්වයක් හා කොන්දේසි වලට අනුව කුඩා කුඩා වෙනස්කම් වැඩි දියුණු කිරීම් සිදු කරන විට ඒවා සියල්ල එකතු වී විශාල බොහෝ දුරට සුභවාදී වෙනස්කම්/ වැඩිදියුණු කිරීම් බවට පත්වේ.

The Components - කොටස්

මෙම ඩිජිටල් යුගයේදී “සංචාරක කර්මාන්ත කළමනාකරණය” යන විෂය මාලාවට ඇතුළත් එක් එක් කොටස් සඳහා සම්පූර්ණ අධ්‍යයන පාඨමාලාවක් අන්තර්ගත වේ. පහත අනුපිළිවෙලට අනුව අධ්‍යයන පාඨමාලාව හැඳෑරීම වඩාත් යෝග්‍ය වේ.

E- Tourism - විද්‍යුත් සංචාරක කර්මාන්තය

අප දැනටමත් සාකච්ඡා කර ඇති ආකාරයට සංචාරක කර්මාන්ත ක්ෂේත්‍රය තුළ තොරතුරු තාක්ෂණය හා විද්‍යුත් වාණිජමය විසඳුම් විශ්ලේෂණය, නිර්මාණය, ක්‍රියාත්මක කිරීම හා යෙදීම විද්‍යුත් සංචාරක කර්මාන්තය වේ.

E-Content - විද්‍යුත් අන්තර්ගතය

විද්‍යුත් අන්තර්ගතය අමුද්‍රව්‍ය වලට සමානය. මෙය ඔබ රොටියක් සෑදීමට භාවිතා කරන පිටි, තෙල් හා ජලයට සමානය.

ඔබ හොඳම ප්‍රමිතියෙන් යුතු අමුද්‍රව්‍ය භාවිතා කරන අතර මූලිකම සියල්ල එකට කලවම් කිරීම, තුනී කිරීම සහ රොටි සෑදීමද අවසානයේ පිළිගැන්වීමද සිදු කරයි.

අප විසින් අධ්‍යයනයට නියමිත විද්‍යුත් අන්තර්ගතයට අදාළ අමුද්‍රව්‍ය වන්නේ,

- නම
- සන්නාමය
- විස්තර
- ඡායාරූප

මෙහිදී ඔබද අන් අය භාවිතා කරන මූලික අමුද්‍රව්‍යයම භාවිතා කළත් ඔබටම අනන්‍ය පිරවුම සහ ඔබ එය පිළිගන්වන ආකාරය යන සියල්ල ඔබ ඔබගේ ව්‍යාපාර සන්නාමය නිර්මාණය, ගොඩනැගීම සහ කළමනාකරණය කරන ආකාරය වේ.

E-marketing - විද්‍යුත් අලෙවිකරණය

විද්‍යුත් අලෙවිකරණය, ඩිජිටල් අලෙවිකරණය සහ අන්තර්ජාල අලෙවිකරණය යන සියල්ල යම් ආකාරයකට අතිවිෂාදනය වන නමුත් මේවා එකිනෙකට තරමක් වෙනස් ප්‍රවේශයක් ගනු ලබයි. විද්‍යුත් අලෙවිකරණය, අන්තර්ජාල අලෙවිකරණයට වඩා බෙහෙවින් සබඳතා වලට නැඹුරුතාවයක් දක්වන අතර බොහෝ අවස්ථාවන් වලදී එය එක් දිශාවකට පමණක් තොරතුරු බෙදා හැරීමකි. අන්තර්ජාලයේ මුල් යුගයේදී මිනිසුන් පුවත්පත් වල සඟරාවල වෙළඳ දැන්වීම් පල කළ ආකාරයටම ඉතා විශාල බැනර් දැන්වීම් වෙබ් අඩවිවල පල කළේ එබැවිනි.

ඔබගේ විද්‍යුත් අලෙවිකරණ උපාය වන්නේ ඔබ ඉලක්ක කරන ප්‍රේක්ෂකයන් සමඟ වෙබ් අඩවි යු ටියුබ් වැනි සමාජ මාධ්‍යය හරහා ඉලෙක්ට්‍රොනික ආකාරයට සබඳතා ගොඩනගා ගැනීමයි.

මෙසේ ගොඩනගා ගන්නා සබඳතාවල සාර්ථකත්වය මනිනු ලබන්නේ ප්‍රේක්ෂකයන්ට ලගා වන ප්‍රමාණයත් ප්‍රේක්ෂකයින්ගේ ක්‍රියාකාරීත්වයත් සසඳා බැලීමෙනි. ඔබ විසින් මාර්ගගතව සිදුකරන සියළුම අලෙවිකරණයන් මැකීමට හැකි වන අතර කොපමණ පිරිසක් ඔබේ අලෙවිකරණ දැන්වීම් කියවීමට කොපමණ පිරිසක් ඔබගේ අල්ලුවලට පිවිසෙන්නේද? ඒවායේ අදහස් ප්‍රකාශ කලාද? ඔබගේ තොරතුරු ඔවුන්ගේ මිතුරන් සමඟ බෙදා හදා ගත්තේද යන සියල්ල ඔබට පහසුවෙන් සොයාගත හැකි වේ.

විද්‍යුත් අලෙවිකරණය එහි පුනරාවර්ති ශක්තිමත් ස්වභාවය අනුව වර්ගීකරණය කර ඇති අතර ඔබට ඉතා පහසුවෙන් සාර්ථකම ක්‍රමය හඳුනාගත හැකි අතර කළ යුත්තේ එම ක්‍රමය වැඩිපුර භාවිතා කිරීමයි.

E-Distribution - විද්‍යුත් බෙදාහැරීම

බෙදාහැරීමේ මාධ්‍යයක් යනු ඔබගේ සේවාවන් පාරිභෝගීයන් වෙත ලබා දෙන හා ඔවුන් ඒ සඳහා ඔබට ගෙවීම් සිදු කරන ආකාරයයි. මෙය වෙබ් අඩවියක් හරහා කරන සෘජුවම ඔබට මුදල් ගෙවීමක් හෝ තුන්වන පාර්ශවයක් වන නැවත විකුණන්නන් හරහා මුදල් ගෙවීමක් විය හැකිය.

ඔබ වෙළඳ මාධ්‍යය එකකට වඩා භාවිතා කරන්නට පටන්ගත් වහාම උදාහරණයක් ලෙස ඔබගේ වෙබ් අඩවිය සමඟ booking.com හෝ [Airbnb](http://airbnb.com) යන සියල්ල භාවිතයට ගන්නා විට එය ඉතා ඉක්මනින් පැටලිලි සහගතවනු ඇත. මෙම බෙදා හැරීමේ මාධ්‍යය බඩු

තොග සහ ගාස්තු යන සියල්ල කළමණාකරණය කිරීමේ ක්‍රියාවලියට අප භාවිතා කරන නම වන්නේ විද්‍යුත් බෙදා හැරීම යන්නයි.

මෙමගින් ඔබ විසින් එකම කාමරය බෙදා හැරීමේ මාධ්‍ය දෙකක් හරහා වෙනස් පාරිභෝගිකයින් දෙදෙනෙකුට අලෙවි කර නොමැති බව තහවුරු කළ හැකිය.

E-Operations - විද්‍යුත් මෙහෙයුම්

හොටල් හා නවාතැන් පොළවල් වල මෙහෙයුම් කළමණාකරුවන් එදිනෙදා කටයුතුභාරව සිටින අතර ඉතා සුමට මෙහෙයුම් මගින් උපරිම ලාභ ලැබීම සඳහා ගෘහපාලනය ආහාරපාන හා පිළිගැනීමේ කටයුතු ඇතුළු ඉදිරිපස ක්‍රියාකාරකම් සියල්ල අධීක්ෂණය කිරීම මෙහෙයුම් කළමණාකරුවන්ගේ වගකීමයි.

මෙම සාම්ප්‍රදායික මෙහෙයුම් තනතුරු තවදුරටත් පවතින නමුත් විද්‍යුත් මෙහෙයුම් කටයුතු වලදී කාර්යක්ෂමතාවය, නිවැරදිභාවය, පවත්වාගෙන යාම සඳහා ඩිජිටල් මෙවලම් භාවිතා කරයි. එමගින් වියදම් අඩුකර සේවා වෙන්කිරීම් පාරිභෝගික බිල්පත්, ගිණුම්කරණය හා මුදල් ගෙවීම් නිසි ලෙස කළමණාකරණය කිරීම මගින් ලාභ වැඩි කිරීම අරමුණ වේ.

E-Reputation - විද්‍යුත් කීර්තිය/ කීර්තිනාමය

ඔබගේ පෞද්ගලික ජීවිතයේ ඔබ සිදු කරන ආකාරයෙන්ම ඔබගේ ව්‍යාපාරික කීර්තිනාමය වැඩි කරගැනීමටද ඔබට කටයුතු කළ හැකිය. සාමාන්‍ය ජීවිතයේදී අයෙකු වැරදි තොරතුරු මත පදනම්ව ඔබ පිළිබඳව ඕපාදූප ප්‍රචාරය කරනවා නම් ඔවුන්ගේ මතය හෝ ඒවා අසන්නන්ගේ මතය වෙනස් කිරීමට ක්‍රම ඇත.

එමෙන්ම විද්‍යුත් කීර්තිනාමය යන්නෙහි දී ඔබගේ පාරිභෝගිකයන්ගේ සුභවාදී අදහස් හැකිතාක් පුළුල් ප්‍රේක්ෂකයන් පිරිසක් වෙත ගෙන යාමටත් ඔවුන්ගේ විවේචන වලට අවශ්‍ය පිළිතුරු දීමටත් සන්නාමය සහ ව්‍යාපාරය පිළිබඳ මත කළමණාකරණයටත් මාර්ගගත සමාලෝචන මෙවලම් භාවිතා කරනු ලැබේ.

