Downloaded from https:// www.studiestoday.com

ਸੰਗਠਿਤ ਪ੍ਰਚੂਨ
ਬਾਰ੍ਹਵੀਂ ਸ਼੍ਰੇਣੀ ਲਈ
ਵਿਦਿਆਰਥੀ ਕਾਰਜ-ਪੁਸਤਕ
(ਐੱਨ.ਵੀ.ਈ.ਕਿਊ.ਐੱਫ.ਪੱਧਰ-4)

ਪੰਜਾਬ ਸਕੂਲ ਸਿੱਖਿਆ ਬੋਰਡ
ਸਾਹਿਬਜ਼ਾਦਾ ਅਜੀਤ ਸਿੰਘ ਨਗਰ

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

ਦੋ ਸ਼ਬਦ

ਪੰਜਾਬ ਸਕੂਲ ਸਿੱਖਿਆ ਬੋਰਡ ਆਪਣੀ ਸਥਾਪਨਾ ਦੇ ਸਮੇਂ ਤੋਂ ਹੀ ਸਕੂਲ ਪੱਧਰ ਦੇ ਪਾਠ-ਕ੍ਰਮ ਨੂੰ ਆਧੁਨਿਕ ਸੋਚ ਅਤੇ ਖੋਜ ਅਨੁਸਾਰ ਢਾਲਣ ਅਤੇ ਇਨ੍ਹਾਂ ਪਾਠ--ਕ੍ਰਮਾਂ ਅਨੁਸਾਰ ਪਾਠ-ਪੁਸਤਕਾਂ ਤਿਆਰ ਕਰਨ ਲਈ ਨਿਰੰਤਰ ਯਤਨਸ਼ੀਲ ਰਿਹਾ ਹੈ। ਰਾਸ਼ਟਰੀ ਪੱਧਰ ਦੀ ਸੋਚ ਨੂੰ ਮੁੱਖ ਰੱਖਦੇ ਹੋਏ ਬੋਰਡ ਨੇ ਪੰਜਾਬ ਸਰਕਾਰ ਦੇ ਦਿਸ਼ਾ-ਨਿਰਦੇਸ਼ਾਂ ਅਨੁਸਾਰ ਵੋਕੇਸ਼ਨਲ ਸਿੱਖਿਆ ਨੂੰ ਪ੍ਰਫੁੱਲਤ ਕਰਨ ਦੇ ਉਲੀਕੇ ਵਿਸ਼ੇਸ਼ ਪ੍ਰੋਗਰਾਮ ਦੀ ਇਹ-ਪੁਸਤਕ ਇੱਕ ਕੜੀ ਹੈ।

ਵੱਧ ਰਹੀ ਜਨ-ਸੰਖਿਆ ਦੇ ਮੱਦੇਨਜਰ ਰੁਜ਼ਗਾਰ ਦੇ ਵਧੇਰੇ ਮੌਕੇ ਉਪਲੱਬਧ ਕਰਵਾਉਣ ਹਿੱਤ ਵੋਕੇਸ਼ਨਲ ਸਿੱਖਿਆ ਦੀ ਲੋੜ ਦਿਨੋ-ਦਿਨ ਵਧਦੀ ਜਾ ਰਹੀ ਹੈ ਕਿਉਂਕਿ ਵਿਗਿਆਨ ਅਤੇ ਤਕਨੀਕੀ ਉੱਨਤੀ ਦੇ ਯੁੱਗ ਵਿੱਚ ਕਾਰਜ ਕੁਸ਼ਲਤਾ ਵਧਾਉਣ ਲਈ ਵੋਕੇਸ਼ਨਲ ਸਿੱਖਿਆ ਦੀ ਲੋੜ ਹੈ। ਹੁਣ ਵਿਸ਼ਵ ਪੱਧਰ ਤੇ ਵੱਧ ਰਹੇ ਮੁਕਾਬਲੇ, ਉਤਪਾਦਨ ਦੀਆਂ ਬਦਲ ਰਹੀਆਂ ਤਕਨੀਕਾਂ ਅਤੇ ਕਾਰਜ ਖੇਤਰਾਂ ਦੀ ਮੁੜ ਵਿਉਂਤਬੰਦੀ ਲਈ ਵਿਦਿਆਰਥੀਆਂ ਨੂੰ ਢੁੱਕਵੇਂ ਹੁਨਰਾਂ ਰਾਹੀਂ ਰੁਜ਼ਗਾਰ ਪ੍ਰਾਪਤ ਕਰਨ ਦੇ ਯੋਗ ਬਣਾਉਣ ਦੀ ਜਰੂਰਤ ਹੈ।

ਕਾਰਜ ਖੇਤਰ ਵਿੱਚ ਪੜ੍ਹੇ-ਲਿਖੇ ਮਾਹਿਰ ਹੁਨਰ-ਮੰਦਾਂ ਦੀ ਸਖ਼ਤ ਜ਼ਰੂਰਤ ਹੋਣ ਦੇ ਕਾਰਨ ਕੇਂਦਰ ਸਰਕਾਰ ਦੁਆਰਾ **ਨੈਸ਼ਨਲ ਵੋਕੇਸ਼ਨਲ ਐਜੂਕੇਸ਼ਨ ਕੁਆਲੀਫਿਕੇਸ਼ਨ ਫਰੇਮਵਰਕ** ਤਿਆਰ ਕਰਕੇ 8 ਅਕਤੂਬਰ 2011 ਨੂੰ ਵੱਖ-ਵੱਖ ਰਾਜਾਂ ਵਿੱਚ ਲਾਗੂ ਕੀਤਾ ਗਿਆ। ਪੰਜਾਬ ਸਰਕਾਰ ਦੁਆਰਾ ਕੇਂਦਰ ਸਰਕਾਰ ਦੇ ਦਿਸ਼ਾ-ਨਿਰਦੇਸ਼ਾਂ ਅਨੁਸਾਰ ਇਹ ਫਰੇਮਵਰਕ ਅਕਾਦਮਿਕ ਸਾਲ 2014-15, 2015-16, ਅਤੇ 2016-17 ਤੋਂ **ਨੈਸ਼ਨਲ ਸਕਿੱਲ ਕੁਆਲੀਫਿਕੇਸ਼ਨ ਫਰੇਮਵਰਕ** ਤਹਿਤ ਪੰਜਾਬ ਰਾਜ ਦੇ ਕੁੱਝ ਚੋਣਵੇਂ ਸਕੂਲਾਂ ਵਿੱਚ ਨੌਵੀਂ, ਦਸਵੀਂ ਅਤੇ ਗਿਆਰ੍ਹਵੀਂ ਸ਼੍ਰੇਣੀ ਵਿੱਚ ਤਰਤੀਬਵਾਰ ਲਾਗੂ ਹੋ ਚੁੱਕਿਆ ਹੈ, ਪਰ **ਸੰਗਠਿਤ ਪ੍ਰਚੂਨ** ਵਿਸ਼ਾ ਇਸ ਅਕਾਦਮਿਕ ਸਾਲ 2017-18 ਤੋਂ ਬਾਰ੍ਹਵੀ ਸ਼੍ਰੇਣੀ ਵਿੱਚ ਲਾਗੂ ਕੀਤਾ ਗਿਆ ਹੈ ਅਤੇ ਇਸ ਵਿਸ਼ੇ ਨਾਲ ਸਬੰਧਤ ਇਹ ਪੁਸਤਕ ਵੀ ਤਿਆਰ ਕੀਤੀ ਗਈ ਹੈ। ਫਰੇਮਵਰਕ ਅਧੀਨ ਵੱਖ-ਵੱਖ ਟਰੇਡਜ਼ ਦੇ ਪ੍ਰੀਖਿਆਰਥੀਆਂ ਨੂੰ ਬੋਰਡ ਪ੍ਰੀਖਿਆ ਪਾਸ ਕਰਨ ਦੇ ਨਾਲ-ਨਾਲ ਨੈਸ਼ਨਲ ਸਕਿੱਲ ਡਿਵੈਲਪਮੈਂਟ ਕਾਰਪੋਰੇਸ਼ਨ (N.S.D.C)/ ਸੈਕਟਰ ਸਕਿੱਲਜ ਕਾਊਂਸਲ (S.S.C) ਵੱਲੋਂ ਪ੍ਰੀਖਿਆਰਥੀਆਂ ਦੀ ਹੁਨਰ ਦੀ ਮਹਾਰਤ ਨੂੰ ਪ੍ਰਮਾਣਿਤ ਕੀਤਾ ਜਾਵੇਗਾ। ਇਸ ਪ੍ਰਮਾਣ ਪੱਤਰ ਦੇ ਆਧਾਰ ਤੇ ਵਿਦਿਆਰਥੀ ਐੱਨ.ਐੱਸ.ਕਿਉ.ਐੱਫ. ਵੱਲੋਂ ਨਿਰਧਾਰਿਤ ਪੱਧਰ ਅਨੁਸਾਰ ਰੁਜ਼ਗਾਰ ਪ੍ਰਾਪਤ ਕਰਨ ਦੇ ਯੋਗ ਮੰਨਿਆ ਜਾਵੇਗਾ।

ਰਾਸ਼ਟਰੀ ਸੋਚ ਨੂੰ ਮੁੱਖ ਰੱਖਦੇ ਹੋਏ ਇਹ ਪੁਸਤਕ ਸਾਲ 2017-18 ਤੋਂ ਪਹਿਲੀ ਵਾਰ ਤਿਆਰ ਕੀਤੀ ਗਈ ਹੈ। ਇਹ ਪੁਸਤਕ ਕੇਂਦਰ ਸਰਕਾਰ ਦੁਆਰਾ ਤਿਆਰ ਕੀਤੀ ਅੰਗਰੇਜ਼ੀ ਪੁਸਤਕ ਦਾ ਪੰਜਾਬੀ ਅਨੁਵਾਦ ਹੈ। ਅਨੁਵਾਦ ਕਰਦੇ ਸਮੇਂ ਹਰ ਪੱਖੋਂ ਚਾਹੇ ਪੂਰਾ ਧਿਆਨ ਰੱਖਿਆ ਗਿਆ ਹੈ ਪਰ ਫਿਰ ਵੀ ਪੁਸਤਕ ਵਿੱਚ ਸੁਧਾਰ ਲਿਆਉਣ ਦੀ ਹਮੇਸ਼ਾ ਗੁੰਜਾਇਸ਼ ਹੁੰਦੀ ਹੈ। ਇਸ ਲਈ ਪੁਸਤਕ ਨੂੰ ਹੋਰ ਚੰਗੇਰਾ ਬਣਾਉਣ ਲਈ ਖੇਤਰ ਵਿੱਚੋਂ ਆਏ ਸੁਝਾਵਾਂ ਦਾ ਸਤਿਕਾਰ ਕੀਤਾ ਜਾਵੇਗਾ।

ਚੈਅਰਮੈਨ
ਪੰਜਾਬ ਸਕੂਲ ਸਿੱਖਿਆ ਬੋਰਡ

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

(c) ਪੰਜਾਬ ਸਰਕਾਰ

ਪਹਿਲਾ ਐਡੀਸ਼ਨ 2017

All rights including those of translation, reproduction and annotation etc. are reserved by the Punjab Government.

ਅਨੁਵਾਦਕ : ਸ਼੍ਰੀ ਰਣਬੀਰ ਸਿੰਘ, ਸਰਕਾਰੀ ਸੀ.ਸੈਕੰ.ਸਕੂਲ ਹੁਸ਼ਿਆਰਪੁਰ (ਐੱਸ.ਏ.ਐੱਸ.ਨਗਰ)

ਸੋਧਕ : 1. ਸ਼੍ਰੀਮਤੀ ਸ਼ਮਿੰਦਰ ਕੌਰ, ਸਰਕਾਰੀ ਸੀ.ਸੈ.ਸਕੂਲ ਝੰਜੇੜੀ (ਐੱਸ.ਏ.ਐੱਸ.ਨਗਰ)
2. ਸ਼੍ਰੀਮਤੀ ਡੇਜ਼ੀ ਰਾਣੀ, ਸਰਕਾਰੀ ਹਾਈ ਸਕੂਲ ਸੈਦਪੁਰ (ਐੱਸ.ਏ.ਐੱਸ.ਨਗਰ)
3. ਸ਼੍ਰੀਮਤੀ ਬਲਜੀਤ ਕੌਰ, ਸਰਕਾਰੀ ਸੀ.ਸੈ.ਸਕੂਲ ਬਨੂੰੜ (ਐੱਸ.ਏ.ਐੱਸ.ਨਗਰ)
4. ਸ਼੍ਰੀਮਤੀ ਕੁਲਦੀਪ ਕੌਰ, ਸਰਕਾਰੀ ਸੀ.ਸੈ.ਸਕੂਲ ਮਨੌਲੀ (ਐੱਸ.ਏ.ਐੱਸ.ਨਗਰ)
5. ਸ਼੍ਰੀਮਤੀ ਸੁਨੀਲਮ ਕੁਮਾਰੀ, ਸਰਕਾਰੀ ਸੀ.ਸੈ.ਸਕੂਲ ਸਹੌੜਾ (ਐੱਸ.ਏ.ਐੱਸ.ਨਗਰ)
6. ਸ਼੍ਰੀ ਜਸਵੀਰ ਸਿੰਘ, ਸਰਕਾਰੀ ਸੀ.ਸੈ.ਸਕੂਲ ਸਿੰਘਪੁਰਾ (ਐੱਸ.ਏ.ਐੱਸ.ਨਗਰ)
7. ਸ਼੍ਰੀ ਤੁਰਨ ਭਾਰਤੀ, ਸਰਕਾਰੀ ਕੰ.ਸੀ.ਸੈ.ਸਕੂਲ ਘੜੂੰਆਂ (ਐੱਸ.ਏ.ਐੱਸ.ਨਗਰ)
8. ਸ਼੍ਰੀਮਤੀ ਸਿਮਰਜੀਤ ਕੌਰ, ਸਰਕਾਰੀ ਮਾਡਲ ਸੀ.ਸੈ.ਸਕੂਲ ਖਰੜ (ਐੱਸ.ਏ.ਐੱਸ.ਨਗਰ)

ਵਿਸ਼ਾ ਸੋਧਕ : 1. ਸ਼੍ਰੀ ਪਰਮਜੀਤ ਸਿੰਘ (ਰਿਟੇਲ ਟਰੇਨਰ) ਸਰਕਾਰੀ ਸੀ.ਸੈ.ਸਕੂਲ ਬਿੰਲਗਾ, (ਜਲੰਧਰ)

1. ਕੋਈ ਵੀ ਏਜੰਸੀ-ਹੋਲਡਰ ਵਾਧੂ ਪੈਸੇ ਵਸੂਲਣ ਦੇ ਮੰਤਰ ਨਾਲ ਪਾਠ-ਪੁਸਤਕਾਂ ਤੇ ਜਿਲਦ ਸਾਜੀ ਨਹੀਂ ਕਰ ਸਕਦਾ। (ਏਜੰਸੀ-ਹੋਲਡਰਾਂ ਨਾਲ ਹੋਏ ਸਮਝੌਤੇ ਦੀ ਧਾਰਾ ਨੰ :7 ਅਨੁਸਾਰ)
2. ਪੰਜਾਬ ਸਕੂਲ ਸਿੱਖਿਆ ਬੋਰਡ ਦੁਆਰਾ ਛਪਾਈਆਂ ਅਤੇ ਪ੍ਰਕਾਸ਼ਿਤ ਪਾਠ-ਪੁਸਤਕਾਂ ਦੇ ਜਾਅਲੀ/ਨਕਲੀ ਪ੍ਰਕਾਸ਼ਨਾਂ (ਪਾਠ-ਪੁਸਤਕਾਂ) ਦੀ ਛਪਾਈ, ਸਟਾਕ ਕਰਨਾ, ਜਮ੍ਹਾਂ-ਖੋਰੀ ਜਾਂ ਵਿਕਰੀ ਆਦਿ ਕਰਨਾ ਭਾਰਤੀ ਦੰਡ ਪ੍ਰਣਾਲੀ ਦੇ ਅੰਤਰਗਤ ਫ਼ੌਜਦਾਰੀ ਜੁਰਮ ਹੈ।

(ਪੰਜਾਬ ਸਕੂਲ ਸਿੱਖਿਆ ਬੋਰਡ ਦੀਆਂ ਪਾਠ-ਪੁਸਤਕਾਂ ਬੋਰਡ ਦੇ 'ਵਾਟਰ ਮਾਰਕ' ਵਾਲੇ ਕਾਗਜ਼ ਉੱਪਰ ਹੀ ਛਪਾਈਆਂ ਜਾਂਦੀਆਂ ਹਨ।)

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

ਸੰਗਠਿਤ ਪ੍ਰਚੂਨ ਵਿਕਰੀ

NVEQF ਲੈਵਲ 4 - ਕਲਾਸ-ਬਾਰ੍ਹਵੀਂ

ਵਿਕਰੀ ਪ੍ਰਬੰਧ (ਵਿਵਸਥਾ)

ਵਿਦਿਆਰਥੀ ਕਾਰਜ ਪੁਸਤਕ

ਪੀ.ਐਸ.ਐਸ ਕੇਂਦਰੀ ਕਿੱਤਾ ਮੁਖੀ ਸਿੱਖਿਆ ਸੰਸਥਾਨ
(ਐਨ.ਸੀ.ਈ.ਆਰ.ਟੀ ਭੋਪਾਲ)

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

ਪੀ.ਐਸ.ਐਸ. ਕੇਂਦਰੀ ਕਿੱਤਾ ਮੁੱਖੀ ਸਿੱਖਿਆ ਸੰਸਥਾਨ, 2014

ਪ੍ਰਕਾਸ਼ਨ ਅਧਿਕਾਰ ਇਸ ਪ੍ਰਕਾਸ਼ਨ ਨੂੰ ਸੁਰੱਖਿਅਤ ਕਰਦਾ ਹੈ। ਪ੍ਰਕਾਸ਼ਨ ਅਧਿਕਾਰ ਐਕਟ ਜਿਨ੍ਹਾਂ ਉਦੇਸ਼ਾਂ ਦੀ ਆਗਿਆ ਦਿੰਦਾ ਹੈ। ਇਸ ਕਿਤਾਬ ਨੂੰ ਦੁਬਾਰਾ ਲਿਖਣਾ (ਪੈਦਾ ਕਰਨਾ), ਅਨੁਕੂਲਣ ਕਰਨਾ, ਇਲੈਕਟ੍ਰੋਨਿਕ ਸਟੋਰੇਜ ਕਰਨਾ, ਲੋਕ ਸੰਚਾਰ ਕਰਨਾ। ਅਗਾਊ ਲਿਖਤੀ ਇਜਾਜਤ ਤੋਂ ਬਿਨਾਂ ਵਰਜਿਤ ਹੈ ਜਾਂ ਆਗਿਆ ਨਹੀਂ ਹੈ।

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

ਭੂਮਿਕਾ

ਰਾਸ਼ਟਰੀ ਪਾਠਕ੍ਰਮ ਢਾਂਚਾ, 2005 ਇਹ ਸਿਫਾਰਸ਼ ਕਰਦਾ ਹੈ ਕਿ ਸਕੂਲ ਵਿੱਚ ਬੱਚਿਆਂ ਦੇ ਜੀਵਨ ਦਾ ਸੰਬੰਧ ਸਕੂਲ ਦੇ ਬਾਹਰ ਉਨ੍ਹਾਂ ਦੇ ਜੀਵਨ ਨਾਲ ਜੁੜਿਆਂ ਹੋਣਾ ਚਾਹੀਦਾ ਹੈ। ਇਹ ਸਿਧਾਂਤ ਕਿਤਾਬੀ ਸਿੱਖਿਆ ਦੀ ਪੁਰਾਣੀ ਵਿਰਾਸਤ ਨੂੰ ਪਿੱਛੇ ਛੱਡਦਾ ਹੈ, ਜਿਸਦੇ ਅਧਾਰ ਤੇ ਅੱਜ ਵੀ ਸਾਡਾ ਵਿਦਿਅਕ ਢਾਂਚਾ ਕੰਮ ਕਰ ਰਿਹਾ ਹੈ। ਸਿੱਟੇ ਵਜੋਂ ਸਾਡੇ ਸਕੂਲਾਂ, ਘਰਾਂ, ਭਾਈਚਾਰਿਆਂ ਅਤੇ ਕੰਮ-ਕਾਜ ਵਾਲੀ ਜਗ੍ਹਾ ਦੇ ਮਾਹੌਲ ਵਿੱਚ ਕਾਫੀ ਫਰਕ ਆ ਗਿਆ ਹੈ।

ਹੱਥ ਵਿੱਚਲੀ ਕਾਰਜ ਪੁਸਤਕ " ਪ੍ਰਚੂਨ ਪ੍ਰਬੰਧਨ " ਉਸ 'ਯੋਗਤਾ ਪ੍ਰਸਤਾਵ ' ਦਾ ਹਿੱਸਾ ਹੈ ਜਿਸ ਨੂੰ ਕਿ ਮਨੁੱਖੀ ਸੰਸਾਧਨ ਵਿਕਾਸ ਮੰਤਰਾਲੇ (MHRD) ਦੇ ਉੱਦਮ ਅਧੀਨ ਕੌਮੀ ਵਿਵਸਾਇਕ ਸਿੱਖਿਆ ਯੋਗਤਾ ਢਾਂਚੇ (NVEQF) ਨੂੰ ਅਮਲੀ ਜਾਮਾ ਪਹਿਨਾਉਣ ਲਈ ਵਿਕਸਿਤ ਕੀਤਾ ਗਿਆ ਹੈ। ਇਸ ਦਾ ਮੰਤਵ ਸਕੂਲਾਂ, ਕਾਲਜਾਂ, ਵਿਸਾਇਕ ਸਿੱਖਿਆ ਅਤੇ ਸਿਖਲਾਈ ਸੰਸਥਾਵਾਂ ਤਕਨੀਕੀ ਸਿੱਖਿਆ ਸੰਸਥਾਵਾਂ ਅਤੇ ਵਿਸ਼ਵ ਵਿਦਿਆਲਿਆਂ ਵਿੱਚ ਇੱਕ ਰਾਸ਼ਟਰੀ ਪੱਧਰ ਦੀ ਮਾਨਤਾ ਪ੍ਰਾਪਤ ਯੋਗਤਾ ਪ੍ਰਣਾਲੀ ਵਾਸਤੇ ਸਾਂਝੇ ਨਿਯਮ ਅਤੇ ਸੇਧਾਂ ਦਾ ਗਠਨ ਕਰਨਾ ਹੈ। ਇਹ ਅਨੁਮਾਨ ਲਗਾਇਆ ਜਾ ਰਿਹਾ ਹੈ ਕਿ NSQF ਰਾਹੀਂ ਯੋਗਤਾਵਾਂ ਦੀ ਪਾਰਦਰਸ਼ਤਾ, ਅੰਤਰ ਖੇਤਰੀ ਸਿੱਖਿਆ ਅਤੇ ਵਿਦਿਆਰਥੀ ਕੇਂਦਰਿਤ ਸਿੱਖਿਆ ਨੂੰ ਵਾਧਾ ਮਿਲੇਗਾ ਅਤੇ ਸਿੱਖਿਆ ਦੀ ਵੱਖ-ਵੱਖ ਯੋਗਤਾਵਾਂ ਵਿਚਾਲੇ ਗਤੀਸ਼ੀਲਤਾ ਨੂੰ ਸੁਖਾਲਾ ਕਰੇਗਾ ਅਤੇ ਸਿੱਖਿਆਰਥੀਆਂ ਨੂੰ ਜੀਵਨ ਭਰ ਵਾਸਤੇ ਸਿੱਖਿਆ ਮਿਲੇਗੀ।

ਇਹ ਕਾਰਜ ਪੁਸਤਕ ਜੋ ਕਿ ਗਿਆਰ੍ਹਵੀ ਜਾਂ ਉਸਦੇ ਬਰਾਬਰ ਦੀ ਜਮਾਤ ਪਾਸ ਕਰ ਚੁੱਕੇ ਵਿਦਿਆਰਥੀਆਂ ਵਾਸਤੇ ਬਣਾਏ ਗਏ ਵਿਵਸਾਇਕ ਯੋਗਤਾ ਪ੍ਰਸਤਾਵ ਦਾ ਇੱਕ ਹਿੱਸਾ ਹੈ, ਇੱਕ ਮਾਹਿਰ ਸਮੂਹ ਵਲੋਂ ਲਿਖੀ ਗਈ ਹੈ। ਰਾਸ਼ਟਰੀ ਕੌਸ਼ਲ ਵਿਕਾਸ ਨਿਗਮ ਦੁਆਰਾ ਪ੍ਰਵਾਨਿਤ ਭਾਰਤੀ ਕੌਸ਼ਲ ਪ੍ਰੀਸ਼ਦ ਦੀ ਪ੍ਰਚੂਨਕਾਰ ਸਭਾ (RASCI) ਅਤੇ ਸੰਗਠਿਤ ਪ੍ਰਚੂਨ ਉਦਯੋਗਾਂ ਨੇ ਆਪਣੀ ਸਹਿਯੋਗ ਨਾਲ ਰਾਸ਼ਟਰੀ ਵਿਵਸਾਇਕ ਮਾਪਦੰਡ (NOS) ਤਿਆਰ ਕੀਤੇ ਹਨ। ਇਹ ਮਾਪਦੰਡ ਸੰਗਠਿਤ ਪ੍ਰਚੂਨ ਖੇਤਰ ਦੇ ਨੁਮਾਂਦਿਆਂ ਵਲੋਂ ਸੁਝਾਏ ਗਏ ਸਮਰੱਥਤਾ ਮਾਪਦੰਡਾਂ ਅਤੇ ਦਿਸ਼ਾ ਨਿਰਦੇਸ਼ਾਂ ਦਾ ਸਮੂਹ ਹਨ ਅਤੇ ਕੰਮਕਾਜ ਵਾਲੀ ਜਗ੍ਹਾਂ ਤੇ ਚੰਗੀ ਕੁਸ਼ਲਤਾ ਨਾਲ ਕੰਮ ਕਰਨ ਵਾਸਤੇ ਉਮੀਦਵਾਰਾਂ ਦੀ ਗੁਣਵੱਤਾਂ ਅਤੇ ਸਿੱਖਿਆ ਨੂੰ ਪਰਖਣ ਵਾਸਤੇ ਲੋੜੀਂਦੇ ਹਨ।

ਪੰਡਤ ਸੁੰਦਰ ਲਾਲ ਸਰਮਾ ਕੇਂਦਰੀ ਵਿਵਸ਼ਾਇਕ ਸਿੱਖਿਆ ਸੰਸਥਾ (PSSCIVE), ਜੋ ਕਿ ਰਾਸ਼ਟਰੀ ਵਿਦਿਅਕ ਖੋਜ ਅਤੇ ਸਿਖਲਾਈ ਪ੍ਰੀਸ਼ਦ (NCERT) ਦਾ ਇੱਕ ਹਿੱਸਾ ਹੈ, ਨੇ SKSDC ਦੇ ਸਹਿਯੋਗ ਨਾਲ ਸੰਗਠਿਤ ਪ੍ਰਚੂਨ ਖੇਤਰ ਵਿੱਚ ਵਿਵਸਾਇਕ ਯੋਗਤਾ ਪ੍ਰਸਤਾਵ ਲਈ ਛੋਟੇ ਛੋਟੇ ਹਿੱਸਿਆ ਵਿੱਚ ਪਾਠਕ੍ਰਮ ਅਤੇ ਸਿੱਖਿਆ ਸਮੱਗਰੀ ਵਿਕਸਿਤ ਕੀਤੀ ਹੈ। ਇਹ NVEQF ਦੇ ਪਹਿਲੇ ਤੋਂ ਚੌਥੇ ਤਲ ਵਾਸਤੇ ਹਨ ਚੌਥਾ ਤਲ (Level IV) ਬਾਰ੍ਹਵੀ ਜਮਾਤ ਦੇ ਬਰਾਬਰ ਗਿਣਿਆ ਗਿਆ ਹੈ। ਪਾਠਕ੍ਰਮ ਅਤੇ ਸਿੱਖਿਆ ਇਕਾਈਆਂ (Units) ਤਿਆਰ ਕਰਨ ਲਈ NOS ਮਾਪਦੰਡਾਂ ਦੇ ਆਧਾਰ ਤੇ ਵਿਵਸਾਏ ਨਾਲ ਸੰਬੰਧਤ ਮੁੱਖ ਸਮਰੱਥਤਾਵਾਂ ਜਿਵੇਂ ਗਿਆਨ, ਕੁਸ਼ਲਤਾ, ਯੋਗਤਾ ਆਦਿ ਦੀ ਪਛਾਣ ਕੀਤੀ ਗਈ।

ਇਹ ਕਾਰਜ-ਪੁਸਤਕ ਵਿਦਿਆਰਥੀ ਦੇ ਰੱਟਾ ਲਾਉਣ ਤੋਂ ਵਰਜਦੀ ਹੈ ਅਤੇ ਪਾਠਕ੍ਰਮ ਨੂੰ ਜ਼ਿਆਦਾ ਲਚਕੀਲਾ ਬਣਾਉਂਦੀ ਹੈ ਤਾਂ ਜੋ ਵੱਖਰੇ-ਵੱਖਰੇ ਵਿਸ਼ਿਆ ਵਿਚਾਲੇ ਸੀਮਾਵਾਂ ਨੂੰ ਤੋੜਿਆ ਜਾ ਸਕੇ। ਇਸ ਪੁਸਤਕ ਵਿੱਚ ਸੋਚ ਵਿਚਾਰ ਅਤੇ ਛੋਟੇ ਸਮੂਹਾਂ ਵਿੱਚ ਵਾਦ-ਸੰਵਾਦ, ਚਰਚਾ ਅਤੇ ਤਜਰਬੇ ਨੂੰ ਵਧਾਉਣ ਵਾਲੀਆਂ ਕਿਰਿਆਵਾਂ ਨੂੰ ਜ਼ਿਆਦਾ ਮਹੱਤਵ ਦਿੱਤਾ ਗਿਆ ਹੈ। ਆਸ ਕੀਤੀ ਜਾਂਦੀ ਹੈ ਕਿ ਇਹ ਸਾਰੇ ਕਦਮ 1986 ਦੀ ਰਾਸ਼ਟਰੀ ਵਿਦਿਅਕ ਨੀਤੀ ਦੁਆਰਾ ਪ੍ਰਸਤਾਵਿਤ ਸਿੱਖਿਆਰਥੀ ਕੇਂਦਰਿਤ ਵਿੱਦਿਅਕ ਪ੍ਰਣਾਲੀ ਨੂੰ ਅੱਗੇ ਵਧਾਉਣ

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

ਦੀ ਦਿਸ਼ਾ ਵਿੱਚ ਸਾਡੀ ਮਹੱਤਵਪੂਰਨ ਸਹਾਇਤਾ ਕਰਨਗੇ।

ਇਸ ਕੋਸ਼ਿਸ਼ ਦੀ ਕਾਮਯਾਬੀ ਇਸ ਗੱਲ ਤੇ ਨਿਰਭਰ ਕਰੇਗੀ ਕਿ ਸਕੂਲਾਂ ਦੇ ਪ੍ਰਿੰਸੀਪਲ ਅਤੇ ਅਧਿਆਪਕ ਬੱਚਿਆਂ ਨੂੰ ਆਪਣੇ ਤੌਰ ਤੇ ਸਿੱਖਣ ਅਤੇ ਆਪਣੀ ਕਲਪਨਾ ਅਤੇ ਕਾਰਜ ਕਿਰਿਆਵਾਂ ਬਾਰੇ ਪ੍ਰਸ਼ਨ ਪੁੱਛਣ ਲਈ ਕਿੰਨੀ ਕੁ ਪ੍ਰੇਰਨਾ ਦਿੰਦੇ ਹਨ। ਕੁਸ਼ਲਤਾ ਵਿਕਾਸ ਕਿਰਿਆਵਾਂ ਵਿੱਚ ਸਿਖਿਆਰਥੀ ਦੀ ਸ਼ਮੂਲੀਅਤ ਅਤੇ ਗੁਣਾਂ ਅਤੇ ਰਚਨਾਤਮਿਕਤਾ ਨੂੰ ਗ੍ਰਹਣ ਕਰਨ ਤਾਂ ਹੀ ਸੰਭਵ ਹੋਵੇਗਾ, ਜੇਕਰ ਅਸੀਂ ਵਿਦਿਆਰਥੀ ਨੂੰ ਸਰੋਤੇ ਵਜੋਂ ਨਹੀਂ ਬਲਕਿ ਸਿਖਿਆ ਪ੍ਰਕਿਰਿਆ ਦੇ ਹਿੱਸੇਦਾਰ ਵਜੋਂ ਸ਼ਾਮਲ ਕਰਾਂਗੇ। ਇਹਨਾਂ ਟੀਚਿਆਂ ਦੀ ਪ੍ਰਾਪਤੀ ਲਈ ਸਕੂਲਾਂ ਦੇ ਨਿਤਨੇਮ ਅਤੇ ਕਾਰਜ ਵਿਧੀ ਵਿੱਚ ਕਾਫੀ ਤਰਮੀਮ ਕਰਨੀ ਪਵੇਗੀ। ਦੱਸਿਆਂ ਹੋਈਆਂ ਕਿਰਿਆਵਾਂ ਨੂੰ ਲਾਗੂ ਕਰਨ ਵਾਸਤੇ ਅਤੇ ਉਤਸ਼ਾਹ ਨੂੰ ਬਣਾਈ ਰੱਖਣ ਵਾਸਤੇ ਸਕੂਲ ਦੇ ਟਾਈਮ ਟੇਬਲ ਵਿੱਚ ਲਚਕੀਲਾਪਨ ਲਿਆਉਣਾ ਹੋਵੇਗਾ ਅਤੇ ਪਾਠਕ੍ਰਮ ਅਤੇ ਸਿਖਲਾਈ ਵਾਸਤੇ ਅਧਿਆਪਨ ਦਿਨਾਂ ਵਿੱਚ ਵਾਧਾ ਕਰਨਾ ਹੋਵੇਗਾ।

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

ਧੰਨਵਾਦੀ (Acknolwedgement)

ਯੋਗਦਾਨੀਆਂ ਦੀ ਸੂਚੀ (Contributions)

ਸਲਾਹਕਾਰ (Advisers)

1. ਪ੍ਰੋ. R.B. ਸ਼ਿਵਾਗੁੰਡੇ ਸੰਯੁਕਤ ਡਾਇਰੈਕਟਰ PSSCIVE NCERT
2. ਪ੍ਰੋ. ਆਰ.ਕੇ. ਸ਼ੁਕਲਾ ਮੁੱਖੀ ਬਿਜਨੈੱਸ ਅਤੇ ਕਮਰਸ ਵਿਭਾਗ PSSCIVE NCERT
3. ਡਾ. ਵੀ.ਐਸ. ਮਹਿਰੋਤਰਾ ਸਹਾਇਕ ਪ੍ਰੋਫੈਸਰ ਅਤੇ ਪਾਠਕ੍ਰਮ ਵਿਕਾਸ ਇੰਚਾਰਜ ਅਤੇ ਮੁਲਾਂਕਣ (ਸੈਂਟਰ) ਕੇਂਦਰ (CDEF), PSSCIVE, NCERT ਭੋਪਾਲ।

ਸਮੱਗਰੀ ਪ੍ਰੋਡੱਕਸ਼ਨ ਗਰੁੱਪ

A. ਵਿਦਿਆਰਥੀਆਂ ਦੀ ਕਾਰਜ ਪੁਸਤਕ ਅਤੇ ਅਧਿਆਪਕਾਂ ਦੀ Hand Book ਦੇ ਵਿਕਾਸ ਲਈ (-NVEQF ਪੱਧਰ-4 ਦੇ ਪ੍ਰਚੂਨ ਖੇਤਰ) ਕਾਰਜਕਾਰੀ ਗਰੁੱਪ ਦੀ ਸੀਟਿੰਗ 10 ਜੂਨ ਤੋਂ 14 ਜੂਨ 2013 ਤੱਕ ਪੀ. ਐਸ. ਐਸ. ਕੇਂਦਰੀ ਕਿੱਤਾਮੁਖੀ ਸਿੱਖਿਆ ਸੰਸਥਾ. ਭੋਪਾਲ ਵਿਖੇ ਹੋਈ ।

1. ਡਾ. ਪਰਾਗ ਦੂਬੇ ਪ੍ਰੋਫੈਸਰ ਮੰਡੀਕਰਨ ਅਤੇ ਨੀਤੀ ਕਲਾ ਮਾਰਕੀਟਿੰਗ ਅਤੇ ਕਾਰਜਨੀਤੀ(Strategy) ਪ੍ਰਬੰਧਨ ਵਿਭਾਗ, ਰਾਸ਼ਟਰੀ ਤਕਨੀਕੀ ਟੀਚਰ ਟ੍ਰੇਨਿੰਗ ਅਤੇ ਖੋਜ ਸੰਸਥਾ (NITTTR) ਸ਼ਾਂਨਥੀ ਮਾਰਗ ਹਿਲਜ਼ ਭੋਪਾਲ–4620002 (ਮੱਧ ਪ੍ਰਦੇਸ਼)
2. ਪ੍ਰੋ. ਕੰਚਨ ਐਸ. ਫੁਲਮਨੀ ਸਹਾਇਕ ਪ੍ਰੋਫੈਸਰ, ਐਮ.ਐਲ. ਦੇਰਨੂਕਰ (Dahaunkar) ਕਾਲਜ ਆਫ਼ ਕਮਰਸ ਡਿਕਸ਼ਨ ਰੋਡ ਵਿਖੇ ਪਾਰਨੇ (Parle) CEC ਮੁੰਬਈ - 400057 ਮਹਾਂਰਾਸ਼ਟਰ
3. ਡਾ. ਕਿੰਨਰੀ (Kinary) ਠਾਕਰ ਸਹਾਇਕ ਪ੍ਰੋਫੈਸਰ ਕਮਰਸ ਵਿਭਾਗ ਮੁੰਬਈ ਯੂਨੀਵਰਸਿਟੀ ਵਿਦਿਆਨਗਰ ਕਲਿਨਾ (Kalina) ਸੈਂਟਕਰੂਜ ਮੁੰਬਈ 400098 (ਮਹਾਂਰਾਸ਼ਟਰ)
4. ਮਿਸਟਰ ਸੁਨੀਲ ਐਸ. ਡਿਸਾਈ, ਕਿੱਤਾ ਮੁੱਖੀ ਅਧਿਆਪਕ ਮਾਰਕੀਟਿੰਗ ਅਤੇ ਸੈਲਜਮੈਨਸ਼ਿਪ ਜਗਰੁਤੀ ਜੂਨੀਅਰ ਕਾਲਜ ਆਫ਼ ਵੋਕੇਸ਼ਨਲ ਗੱਡਗਿਲਜ਼ (Gandhinlag), ਕਿਲਾ ਕੋਹਲਾਪੁਰ–416502 ਮਹਾਰਾਂਸ਼ਟਰ
5. Mrs. K.P. ਯਾਦਵ ਅਧਿਆਪਕ ਮਾਰਕੀਟਿੰਗ ਅਤੇ ਸੇਲਜਮੈਨਸ਼ਿਪ ਦਾ ਕੈਂਪ ਐਜੂਕੇਸ਼ਨ ਸੋਸਾਇਟੀਜ਼ ਜੂਨੀਅਰ ਕਾਲਜ, ਜਨ ਮੁਹੰਮਦ ਸਟਰੀਟ, ਬਾਬਾ ਜਨ ਚੌਕ, ਕੈਂਪ, ਪੂਣੇ–411001 (ਮਹਾਂਰਾਸ਼ਟਰ)
6. ਡਾ. ਸਹਿਬਾ ਹੁਸੈਨ, ਸਹਾਇਕ ਪ੍ਰੋਫੈਸਰ, ਜੇ.ਆਈ.ਸੀ. ਐਸ. (JICM) ਦਾ ਗਰੀਨ ਬੋਲ (Bowl) 83/ 2 ਚੰਦਨਪੁਰਾ, ਭੋਪਾਲ (ਮੱਧ ਪ੍ਰਦੇਸ਼)
7. ਸ੍ਰੀਮਤੀ ਲਲਿਤਾ ਪਿਲਾਈ, ਸੀਨੀਅਰ ਲੈਕਚਰਾਰ (ਮਾਡਰਨ ਆਫਿਸ ਮੈਨੇਜਮੈਂਟ) ਐਮ ਵੀ ਬਹੁਤਕਨੀਕੀ ਕਾਲਜ, ਸਿਆਮਲਾ ਹਿਲਜ਼, ਭੋਪਾਲ - 462002 (ਮੱਧ ਪ੍ਰਦੇਸ਼)
8. ਡਾ. ਗਨੇਸ਼ਵਰ ਸਿੰਘ ਖੁਸ਼ਵਾਗ, ਸਹਾਇਕ ਪ੍ਰੋਫੈਸਰ, ਪ੍ਰਬੰਧਕੀ ਸਟੱਡੀਜ਼ ਵਿਭਾਗ, ਮੌਲਾਨਾਂ ਆਜ਼ਾਦ ਰਾਸ਼ਟਰੀ ਤਕਨੀਕੀ ਸੰਸਥਾ, ਡ੍ਰੀਮਡ ਯੂਨੀਵਰਸਿਟੀ) ਭੋਪਾਲ - 462051 (ਮੱਧ ਪ੍ਰਦੇਸ਼) - 462051 (ਮੱਧ ਪ੍ਰਦੇਸ਼)
9. ਡਾ. ਨਿੱਧੀ ਗੁਪਤਾ, ਸਹਾਇਕ ਪ੍ਰੋਫੈਸਰ (ਠੇਕਾ ਆਧਾਰ ਤੇ) ਬਿਜਨੈਸ ਅਤੇ ਵਣਜ ਵਿਭਾਗ, (ਪੀ.ਐਸ.ਐਸ. ਸੀ.ਆਈ.ਵੀ.ਈ.) ਸ਼ਿਆਮਲਾ ਹਿਲਜ਼ ਭੋਪਾਲ–4620013 (ਮੱਧ ਪ੍ਰਦੇਸ਼)
10. ਪ੍ਰੋ. ਆਰ. ਕੇ ਸ਼ੁਕਲਾ, ਮੁੱਖੀ ਅਤੇ ਰੀਸੋਰਸ ਪਰਸਨ, ਬਿਜਨੈਸ ਅਤੇ ਵਣਜ ਵਿਭਾਗ PSSCIVE ਸ਼ਿਆਮਲਾ ਹਿਲਜ਼ ਭੋਪਾਲ - 462013 (ਮੱਧ ਪ੍ਰਦੇਸ਼)।
11. ਡਾ. ਪੀ. ਵੀਰਾਜਾ (Veeraja) ਸਹਾਇਕ ਪ੍ਰੋਫੈਸਰ (ਸਟੇਜ–3) ਅਤੇ ਪ੍ਰੋਗਰਾਮ ਕੋਆਰਡੀਨੇਟਰ ਬਿਜਨੈੱਸ ਅਤੇ ਵਣਜ ਵਿਭਾਗ PSSCIVE ਭੋਪਾਲ–462013 (ਮੱਧ ਪ੍ਰਦੇਸ਼)

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

ਨਿਰੀਖਣ ਅਤੇ ਅੰਤਿਮ ਰੂਪ ਦੇਣ ਵਾਲਾ ਗਰੁੱਪ

A. ਮੋਡਿਊਲਸ ਕੰਪੀਟੈਂਨਸੀ ਬੇਸਡ ਕਰੀਕੁਲਮ ਅਤੇ ਵਿਦਿਆਰਥੀ ਲਈ ਕਾਰਜ ਪੁਸਤਕ ਸਬੰਧੀ ਵਿਕਾਸ ਲਈ 2 ਸਤੰਬਰ ਤੋਂ 6 ਸਤੰਬਰ 2014 ਤੱਕ ਕਾਰਜਕਾਰੀ ਗਰੁੱਪ ਦੀ ਮੀਟਿੰਗ PSSCIVE ਭੋਪਾਲ ਵਿੱਚ ਹੋਈ।

1. ਡਾ. ਐਸ.ਐਸ. ਬੋਰਡੇ (Borhade), ਕਮਰਸ ਅਤੇ ਵਣਜ ਵਿਭਾਗ, ਭਰਾਡਨੀ (Bharadni) ਵਿਦਿਆਰਥੀ ਡੀਮਡ ਯੂਨੀਵਰਸਿਟੀ ਰਾਇ ਮੋਹਿਤੇ ਕਾਲਜ ਪੁਣੇ – 411038
2. ਪ੍ਰੋ. ਕੰਚਨ ਐਸ. ਫੁਲਮਾਲੀ fulmali, ਸਹਾਇਕ ਪ੍ਰੋਫੈਸਰ ਐਮ.ਐਲ. ਡੇਹਨੂਕਰ (Dahanukar) ਕਾਲਜ ਆਫ਼ ਕਮਰਸ, ਵਿਲੇ ਪਾਰਲੇ (E) ਮੁੰਬਈ – 57 (ਮਹਾਂਰਾਸ਼ਟਰ)
3. ਡਾ. ਏ.ਪੀ. ਸਿੰਘ ਮੁੱਖੀ ਅਪਲਾਈਡ ਅਰਥਸ਼ਾਸਤਰ ਅਤੇ ਬਿਜਨੈਸ ਮੈਨੇਜਮੈਂਟ ਵਿਭਾਗ ਸੋਫੀਆ ਕਾਲਜ, ਅਹਿਮਦਾਬਾਦ ਪਲੇਸ, ਭੋਪਾਲ - 462001 ਮੱਧ ਪ੍ਰਦੇਸ਼।
4. ਮਿਸਟਰ ਜਤਿੰਦਰ ਸ਼ਰਮਾ ਸਹਾਇਕ ਪ੍ਰੋਫੈਸਰ ਪੇਸ਼ਾਮੁੱਖੀ ਵਿੱਦਿਆ ਸੰਸਥਾ ਅਤੇ ਖੋਜ (IPER) ਮਿਸਰੋਡਰੋਡ, ਭੋਪਾਲ-26 ਮੱਧ ਪ੍ਰਦੇਸ਼
5. ਸ਼੍ਰੀਮਤੀ ਲਲਿਤਾ ਪਿਲਾਈ ਲੈਕਚਰਾਰ, ਐਮ.ਵੀ. ਸਰਕਾਰੀ ਬਹੁਤਕਨੀਕੀ ਕਾਲਜ ਸ਼ਿਆਮਲਾ ਹਿਲਜ਼ ਭੋਪਾਲ (ਮੱਧ ਪ੍ਰਦੇਸ਼)
6. ਮਿਸਟਰ ਤਿਲਕ ਧੀਮਾਨ ਸਟੇਟ ਪ੍ਰੋਜੈਕਟ ਅਤੇ ਕੁਐਲਿਟੀ ਕੋਆਰਡੀਨੇਂਟਰ ਡਾਇਰੈਕਟਰ ਉਚੇਰੀ ਸਿੱਖਿਆ, ਲਾਲਧਾਨੀ, ਸ਼ਿਮਲਾ – 171001 (ਹਿਮਾਚਲ ਪ੍ਰਦੇਸ਼)
7. ਸ੍ਰੀਮਤੀ ਨੀਰੂ ਕਲਹਰ — ਪ੍ਰਚੂਨ ਕਿੱਤਾਮੁੱਖੀ ਅਧਿਆਪਿਕਾ ਸਰਕਾਰੀ ਕੰਨਿਆ ਮਾਡਲ ਸੀਨੀਅਰ ਸੈਕੰਡਰੀ ਸਕੂਲ ਸੁਸ਼ਾਂਤ ਲੋਕ ਗੁੜਗਾਉ
8. ਸ੍ਰੀਮਤੀ ਸੀਮਾ ਘਨਘਾਸ, ਰੀਟੇਲ ਵੋਕੇਸ਼ਨਲ ਟੀਚਰ ਸਰਕਾਰੀ ਸੰਧੀ ਸੈਕੰਡਰੀ ਸਕੂਲ ਬਲ਼ਬਗੜ ਜਿਲਾ ਫਰੀਦਾਬਾਦ (ਹਰਿਆਣਾ।)
9. ਮਿਸਟਰ ਕੁੰਦਨ ਕੁਮਾਰ, ਪ੍ਰਚੂਨ ਵੋਕੇਸ਼ਨਲ ਟੀਚਰ ਸਰਕਾਰੀ ਸੀਨੀ. ਸੈ. ਸਕੂਲ ਜਵਾਲਾਮੁੱਖੀ, ਕਾਂਗੜਾ (ਹਿਮਾਚਲ ਪ੍ਰਦੇਸ਼)–176047
10. ਸ੍ਰੀਮਤੀ ਚੰਦਾ ਰਾਇ, ਸਟੋਰ ਮੈਨੇਜਰ ਕਲਾਈਮ ਟਰੈਂਡਜ, ਰੀਲਾਇੰਸ ਰੀਟੇਲ (ਪ੍ਰਚੂਨ) ਲਿਮਟਿਡ, ਡੀ.ਬੀ. ਸਿਟੀ ਮਾਲ ਐ.ਪੀ.ਨਗਰ ਭੋਪਾਲ ਮੱਧ ਪ੍ਰਦੇਸ਼।
11. ਮਿਸਟਰ ਸੁਸ਼ੀਲ ਸਿੰਘ, ਸੀਨੀਅਰ ਮੈਨੇਜਰ ਆਪਰੇਸ਼ਨ, ਸਪੇਨਸਰਜ਼ ਰੀਟੇਲ ਲਿਮਟਿਡ PC-21 ਹੋਸੰਗਾਬਾਦ ਰੋਡ ਭੋਪਾਲ–462026 (ਐਮ.ਪੀ.)
12. ਸ਼੍ਰੀਮਤੀ ਸ਼ਾਮਾ ਖਾਨ ਸ੍ਰੀ ਪੀ ਆਰ ਓ RRO ਐਨ ਨਾਰਟ ਰੀਟੇਲ (ਪੀ) ਲਿਮਟਿਡ ਰੋਆਇਲ ਪਲੇਸ, ਬੀ–282 ਸਰਪਰਧਰਮਾ (Sarvardharam) ਕਲੋਨੀ ਕਲੋਰ ਰੋਡ ਭੋਪਾਲ (ਮੱਧ ਪ੍ਰਦੇਸ਼)
13. ਮਿਸਟਰ ਕਮਲ ਸਿੰਘ ਕੋਰਵ, ਮੈਨੇਜਰ ਐਡਮਿਨਟ੍ਰੇਸ਼ਨ ਅਤੇ ਨੈਟਵਰਕ ਡਿਵੈਲਪਮੇਂਟ, ਸਿਨਕੋਮ ਹੈਲਥ ਸੈਂਟਰ ਲਿਮਟਿਡ, ਸਿਨਕੋਨ ਹਾਊਸ 40, ਇੰਦੌਰ – 452010 (ਮੱਧ ਪ੍ਰਦੇਸ਼)
14. ਮਿਸਟਰ ਅੰਕਿਤ ਸਾਗਰ, ਸਹਾਇਕ ਮੈਨੇਜਰ – (ਹਰਿਆਣਾ) ਸਪੈਂਸਰਜ਼ ਰੀਟੇਲ ਲਿਮਟਿਡ, ਪੀ.ਸੀ.21 ਹੋਸੰਗਾਬਾਦ ਰੋਡ ਭੋਪਾਲ 462026 (ਐਮ.ਪੀ.)
15. ਪ੍ਰੋ. ਆਰ.ਕੇ. ਸ਼ੁਕਲਾ, ਹੈਂਡ ਐਂਡ ਰੀਸੋਰਸ ਪਰਸਨ, ਡਿਪਾਰਟਮੈਂਟ ਆਫ ਬਿਜਨੈਸ ਅਤੇ ਕਮਰਸ ਪੀ.ਐਸ.ਐਸ.ਸੀ.ਆਈ.ਵੀ.ਈ. ਭੋਪਾਲ - 462013 (ਮੱਧ ਪ੍ਰਦੇਸ਼)
16. ਡਾ.ਪੀ. ਵੀਰਗਜਹ ਸਹਾਇਕ ਪ੍ਰੋਫੈਸਰ (Stage-3) ਅਤੇ ਪ੍ਰੋਗਰਾਮ ਕੋਆਰਡੀਨੇਟਰ,ਡਿਪਾਰਟਮੈਂਟ ਆਫ਼ ਬਿਨੈਜਸ ਅਤੇ ਕਮਰਸ PSSCIVE ਭੋਪਾਲ - 462013 (ਐਮ.ਪੀ.)

ਸੰਪਾਦਨ ਅਤੇ ਕੋਆਰਡੀਨੇਸ਼ਨ

1. ਡਾ. ਪੀ. ਵੀਰਾਜਹੁ, ਸਹਾਇਕ ਪ੍ਰੋਫੈਸਰ (ਸਟੇਜ–3) ਪ੍ਰੋਗਰਾਮ ਕੋਆਰਡੀਨੇਟਰ ਡਿਪਾਰਟਮੈਂਟ ਆਫ ਬਿਜ਼ਨਸ ਅਤੇ ਕਮਰਸ ਪੀ.ਐਸ.ਐਸ. ਐਮ ਸੀ. ਪਾਰਟੀ ਭੋਪਾਲ - 462013 (ਐਮ.ਪੀ.)
2. ਡਾ. ਨਿੱਧੀ ਗੁਪਤਾ, ਸਹਾਇਕ ਪ੍ਰੋਫੈਸਰ (ਠੇਕਾ ਅਪਸਤ) ਡਿਪਾਰਟਮੈਂਟ ਆਫ ਬਿਜ਼ਨਸ ਅਤੇ ਕਮਰਸ, ਪੀ.ਐਸ.ਐਸ.ਸੀ.ਵੀ., ਸ਼ਿਆਮਲਾ ਹਿਲਜ਼ 462013 (ਮੱਧ ਪ੍ਰਦੇਸ਼)

ਟਾਈਪਿੰਗ ਅਤੇ ਡਿਜ਼ਾਇਨਿੰਗ—

1. ਮਿਸਟਰ ਜੀ.ਐਮ. ਵਾਲਇਸ ਡਿਪਾਰਟਮੈਂਟ ਆਫ ਬਿਜ਼ਨਸ ਅਤੇ ਕਮਰਸ ਪੀ.ਐਸ.ਐਸ.ਸੀ.ਆਈ.ਵੀ. ਸ਼ਿਆਮਲਾ ਹਿਲਜ਼ ਭੋਪਾਲ – 462013 (ਐਮ.ਪੀ.)

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

ਕਿਤਾਬ ਦੇ ਸੰਬੰਧੀ

ਰਿਟੈਲ ਮੈਨੇਜਮੈਂਟ ਸਬੰਧੀ ਇਹ ਕਾਰਜ ਪੁਸਤਕ ਇਕਾਈ RS401-RS408 ਤੱਕ, ਨਿਪੁੰਨਤਾਵਾਂ ਨੂੰ ਪੂਰਾ ਕਰਨ ਵਿੱਚ ਤੁਹਾਡੀ ਮੱਦਦ ਕਰਨ ਲਈ ਹੈ। ਤੁਹਾਨੂੰ ਇਸ ਕਿਤਾਬ ਰਾਹੀਂ ਕਲਾਸਰੂਮ ਵਿੱਚ ਆਪਣੇ ਕੰਮ ਵਾਲੇ ਸਥਾਨ ਆਪਣੇ ਸਮੇਂ ਅਨੁਸਾਰ ਆਪਣੇ ਜਮਾਤ ਅਧਿਆਪਕ ਦੀ ਅਗਵਾਈ/ਦੇਖ ਰੇਖ ਹੇਠਾਂ ਕਰਨਾ ਚਾਹੀਦਾ ਹੈ। ਇਸ ਕਿਤਾਬ ਵਿੱਚ ਉਹ ਕਾਰਜਕਾਲ (Sessions) ਹਨ ਜੋ ਇਸ ਨਿਪੁੰਨਤਾ ਇਕਾਈ ਦੀ ਵੱਖ-ਵੱਖ ਪਹਿਲੂ ਤੇ ਸੰਬੰਧਤ ਗਿਆਨ ਅਤੇ ਹੁਨਰ (Soft or Hard) ਪ੍ਰਾਪਤ ਕਰਨ ਵਿੱਚ ਸਹਾਇਤਾ ਕਰਨਗੇ। ਹਰੇਕ ਕਾਰਜਕਾਲ ਕਾਫੀ ਛੋਟਾ ਹੈ। ਜਿਸਨੂੰ ਅਗਲੇ ਸੈਸ਼ਨ ਵਿੱਚ ਜਾਣ ਤੋਂ ਪਹਿਲਾਂ ਤੁਸੀਂ ਆਸਾਨੀ ਨਾਲ ਸਾਹਮਣਾ ਅਤੇ ਇਸਨੂੰ ਯਾਦ ਕਰ ਸਕਦੇ ਹੋ। ਚਲਿਤ ਤਸਵੀਰਾਂ ਅਤੇ ਫੋਟੋਗ੍ਰਾਫਜ਼ ਸ਼ਾਮਲ ਕੀਤੇ ਗਏ ਹਨ ਤਾਂ ਜੋ ਦੇਖਣ ਨੂੰ ਚੰਗਾ ਲੱਗੇ ਅਤੇ ਸਾਰਾ ਪਾਠ ਸੰਜੀਦਾ ਅਤੇ ਵਾਰਤਾਲਾਪ ਕਰਦਾ ਦਿਖੇ। ਆਪਦੀ ਸੋਚ ਅਤੇ ਆਪਣੇ ਅਧਿਆਪਕ ਦੀ ਮੱਦਦ ਨਾਲ ਤੁਸੀਂ ਵਿਸ਼ੇ ਨਾਲ ਸਬੰਧਤ ਆਪਣੀਆਂ ਉਦਾਹਰਣਾਂ ਸਪਸ਼ਟ ਕਰ ਸਕਦੇ ਹੋ।

ਸੈਕਸ਼ਨ 1: ਜਾਣ-ਪਛਾਣ

ਇਹ ਭਾਗ ਤੁਹਾਨੂੰ ਇਕਾਈ ਦੇ ਵਿਸ਼ਾ ਵਸਤੂ ਦੀ ਜਾਣਕਾਰੀ ਦਿੰਦਾ ਹੈ। ਇਹ ਭਾਗ ਤੁਹਾਨੂੰ ਇਹ ਵੀ ਦੱਸਦਾ ਹੈ ਕਿ ਇਸ ਇਕਾਈ ਵਿੱਚ ਸ਼ਾਮਲ ਕੀਤੇ ਗਏ ਵੱਖ-ਵੱਖ ਕਾਰਜਕਾਲਾਂ ਤੋਂ ਤੁਸੀਂ ਕੀ ਸਿੱਖੋਗੇ।

ਸੈਕਸ਼ਨ 2: ਢੁੱਕਵਾਂ ਗਿਆਨ (Relevant Knowledge)

ਇਹ ਭਾਗ ਇਸ ਕਾਰਜਕਾਲ ਵਿੱਚ ਸ਼ਾਮਲ ਕੀਤੇ ਗਏ ਪਾਠ ਦੀ ਢੁੱਕਵੀਂ ਸੂਚਨਾ ਪ੍ਰਦਾਨ ਕਰਦਾ ਹੈ। ਇਸ ਭਾਗ ਰਾਹੀਂ ਵਿਕਸਤ ਕੀਤਾ ਗਿਆਨ ਤੁਹਾਨੂੰ ਕੁਝ ਗਤੀਵਿਧੀਆਂ ਨਿਭਾਉਣ ਦੇ ਕਾਬਲ ਬਣਾਏਗਾ। ਅਭਿਆਸਾਂ ਨੂੰ ਪੂਰਾ ਕਰਨ ਤੋਂ ਪਹਿਲਾਂ ਪਾਠ ਦੇ ਵੱਖ-ਵੱਖ ਪਹਿਲੂਆਂ ਨੂੰ ਸਮਝਣ ਲਈ ਚੰਗੀ ਤਰ੍ਹਾਂ ਜਾਣਕਾਰੀ ਪ੍ਰਾਪਤ ਕਰ ਲੈਣੀ ਚਾਹੀਦੀ ਹੈ।

ਸੈਕਸ਼ਨ 3: ਅਭਿਆਸ (Exercise)

ਹਰ ਕਾਰਜਕਾਲ (ਸੈਸ਼ਨ) ਵਿੱਚ ਅਭਿਆਸ ਹਨ। ਜਿਨ੍ਹਾਂ ਨੂੰ ਤੁਸੀਂ ਸਮੇਂ ਤੇ ਪੂਰਾ ਕਰਨਾ ਹੈ। ਤੁਸੀਂ ਕਿਰਿਆਵਾਂ (Activate) ਨੂੰ ਜਮਾਤ ਦੇ ਕਮਰੇ ਵਿੱਚ, ਘਰ ਵਿੱਚ ਜਾਂ ਟੀਮ ਵਾਲੀ ਜਗ੍ਹਾ ਤੇ ਕਰੋਗੇ। ਇਸ ਭਾਗ (Section) ਵਿੱਚ ਸ਼ਾਮਿਲ ਕੀਤੀਆਂ ਕਿਰਿਆਵਾਂ ਤੁਹਾਡੇ ਲਈ ਜਰੂਰੀ ਗਿਆਨ ਹੁਨਰ ਅਤੇ ਵਿਵਹਾਰ (ਦ੍ਰਿਸ਼ਟੀਕੋਣ) ਨੂੰ ਵਿਕਸਿਤ ਕਰਨ ਵਿੱਚ ਮਦਦ ਕਰਨਗੀਆਂ ਜੋ ਤੁਹਾਡੇ ਲਈ ਕੰਮ ਵਾਲੀ ਜਗ੍ਹਾ ਤੇ ਨਿਪੁੰਨ ਬਣਨ ਲਈ ਤੁਹਾਨੂੰ ਲੋੜ ਹੈ। ਇਹ ਕਿਰਿਆਵਾਂ ਤੁਹਾਡੇ ਅਧਿਆਪਕ ਜਾਂ ਸਿਖਾਉਣ ਵਾਲੇ ਦੀ ਨਿਗਰਾਨੀ ਹੇਠ ਹੋਣੀਆਂ ਚਾਹੀਦੀਆਂ ਹਨ ਜੋ ਤੁਹਾਨੂੰ ਤੁਹਾਡਾ ਕੰਮ ਪੂਰਾ ਕਰਨ ਵਿੱਚ ਅਗਵਾਈ (guide) ਕਰੇਗਾ ਅਤੇ ਤੁਹਾਡੇ ਕੰਮ ਨੂੰ ਸੁਧਾਰਨ ਲਈ ਸਮੱਗਰੀ ਵੀ ਪ੍ਰਦਾਨ ਕਰੇਗਾ। ਇਸ ਨੂੰ ਪ੍ਰਾਪਤ (ਪੂਰਾ) ਕਰਨ ਲਈ ਤੁਸੀਂ ਆਪਣੇ ਅਧਿਆਪਕ ਜਾਂ ਸਿੱਖਿਆ ਦੇਣ ਵਾਲੇ ਦੀ ਸਲਾਹ ਨਾਲ ਸਮਾਂ ਸੂਚੀ (Time Table) ਤਿਆਰ ਕਰੋ ਅਤੇ ਉਨ੍ਹਾਂ ਅਨੁਬੰਦ (Stipulated) ਨਿਯਮਾਂ ਜਾਂ ਪੱਧਰ ਮਾਪਦੰਡਾਂ ਦੀ ਦ੍ਰਿੜਤਾ ਨਾਲ ਪਾਲਣਾ ਕਰੋ। ਜਿਹੜੀ ਚੀਜ਼ ਦੀ ਤੁਹਾਨੂੰ ਸਮਝ ਨਾ ਲੱਗੇ ਆਪਣੇ ਟੀਚਰ ਜਾਂ ਟਰੇਨਰ ਤੋਂ ਪੁੱਛਣ ਵਿੱਚ ਝਿਜਕਣਾ ਨਹੀਂ।

ਸੈਕਸ਼ਨ -4 : ਮੁਲਾਂਕਣ

(ਮੁੜ) ਪੁਨਰ ਵਿਚਾਰਨ ਯੋਗ ਪ੍ਰਸ਼ਨ ਨਿਰੀਖਣ ਵਿੱਚ ਕਰਨ ਯੋਗ ਪ੍ਰਸ਼ਨ ਸ਼ਾਮਿਲ ਕੀਤੇ ਹਨ ਜੋ ਤੁਹਾਡੀ ਪ੍ਰਗਤੀ ਨੂੰ ਚੈਕ ਕਰਨ ਵਿੱਚ ਮਦਦ ਕਰਨਗੇ। ਅਗਲੇ ਕਾਰਜਕਾਲ ਵਿੱਚ ਜਾਣ ਲਓ ਪਹਿਲਾ ਤੁਹਾਨੂੰ ਸਾਰੇ ਪ੍ਰਸਨਾਂ ਦੇ ਉੱਤਰ ਦੇਣ ਦੇ ਜਰੂਰ ਯੋਗ ਹੋਣਾ ਚਾਹੀਦਾ ਹੈ।

ਇਸ ਕਿਤਾਬ ਨੂੰ ਸਾਲ 2013 ਵਿੱਚ ਹਰਿਆਣਾ Pilot ਪ੍ਰੋਜੈਕਟ ਦੀ ਬਹੁਤ ਜਰੂਰੀ ਲੋੜ ਲਈ ਵਿਕਸਿਤ ਕੀਤਾ ਸੀ। ਹੁਣ ਇਸ ਕਿਤਾਬ ਨੂੰ ਰੀਟੇਲਰ ਐਸੋਸੀਏਸ਼ਨ ਸਕਿੱਲ ਕੌਂਸਲ ਆੱਫ਼ ਇੰਡੀਆ ਜੋ ਕਿ ਨੈਸ਼ਨਲ ਸਕਿੱਲ ਡਿਵੈਲਪਮੈਂਟ ਕਾਰਪੋਰੇਸ਼ਨ (NSDC) ਆਫ ਇੰਡੀਆ ਦੇ ਅਧੀਨ ਹੈ ਕਿ ਨਵੀਂ ਯੋਗਤਾ ਪੈਕਸ ਦੇ ਅਨੁਸਾਰ ਇਸ ਕਿਤਾਬ ਨੂੰ ਪੁਨਰ ਵਿਚਾਰ ਅਤੇ ਅੰਤਿਮ ਰੂਪ ਦਿੱਤਾ ਹੈ।

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

ਵਿਸ਼ਾ ਵਸਤੂ (Contents)

ਯੂਨਿਟ RS401 : ਪ੍ਰਚੂਨ ਵਿਕਰੀ ਵਿੱਚ ਵਾਧਾ (Advances in Retailing)	**09**
Introduction (ਜਾਣ-ਪਛਾਣ)	10
ਕਾਰਜਕਾਲ I: ਪ੍ਰਚੂਨ ਸੰਗਠਿਤ ਢਾਂਚਾ (Retail Organizational Structure)	11
ਕਾਰਜਾਕਲ II : ਪ੍ਰਚੂਨ ਦੀ ਖੋਜ (Retail Research)	17
ਕਾਰਜਕਾਲ III: ਪ੍ਰਚੂਨ ਯੋਜਨਾ (Retail Strategey)	26
ਕਾਰਜਕਾਲ IV: ਪ੍ਰਚੂਨ ਉਪਭੋਗੀ ਵਿਵਹਾਰ (Retail Consumer Behave)	33
ਯੂਨਿਟ RS402: ਚਲ ਸਮਿਤੀ ਦੀ ਵੇਰਵੇਂ ਸਹਿਤ ਸੂਚੀ	**39**
ਜਾਣ-ਪਛਾਣ	40
ਕਾਰਜਕਾਲ I: ਵੇਰਵੇ ਸਹਿਤ ਸੂਚੀ ਦੀਆਂ ਕਿਸਮਾਂ	41
ਕਾਰਜਕਾਲ II: ਵੇਰਵੇ ਸਹਿਤ ਸੂਚੀ ਦੀ ਪ੍ਰਬੰਧ ਵਿਵਸਥਾ ਕੰਟਰੋਲ	47
ਕਾਰਜਕਾਲ III: ਕੰਟਰੋਲ	53
ਕਾਰਜਕਾਲ IV: ਸਟਾਕ ਦਾ ਮੁਲੰਕਣ ਅਤੇ ਰੀਕਾਰਡਿੰਗ	59
ਯੂਨਿਟ RS403: ਪ੍ਰਚੂਨ ਵਿੱਚ ਸੁਰੱਖਿਆ ਸਾਭ ਸੰਭਾਲ, ਨਿਗਰਾਨੀ (House keeping)	**63**
ਜਾਣ-ਪਛਾਣ	64
ਕਾਰਜਕਾਲ I: ਸੁਰੱਖਿਆ ਦਾ ਕੰਮ ਅਤੇ ਨੁਕਤੇ	65
ਕਾਰਜਕਾਲ II ਸੁਰੱਖਿਆ ਅਤੇ ਚੌਕਸੀ ਦਾ ਸਾਜੋ ਸਮਾਨ	73

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

RS401-NQ2014

ਪ੍ਰਚੂਨ ਵਿਕਰੀ ਵਿੱਚ ਵਾਧਾ

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

ਜਾਣ-ਪਛਾਣ (Introduction)

ਇਹ ਯਾਦ ਰੱਖਣ ਚਾਹੀਦਾ ਹੈ ਕਿ ਆਰਥਿਕ ਕਿਰਿਆ ਦਾ ਮੁੱਖ ਉਦੇਸ਼ ਉਪਭੋਗੀ ਜਾਂ ਗ੍ਰਾਹਕ ਦੀ ਸੰਤੁਸ਼ਟੀ ਕਰਨਾ ਹੈ ਕਿਉਂ ਕਿ ਹੋਰ ਕੋਈ ਕਿਰਿਆ ਜਿਵੇਂ ਉਤਪਾਦਨ, ਵਟਾਂਦਰਾ, ਵੰਡ ਸਭ ਅਰਥਹੀਨ ਹਨ ਜੇਕਰ ਉਹ ਉਪਭੋਗੀ ਨੂੰ ਸੰਤੁਸ਼ਟ ਕਰਨ ਦੇ ਕਾਬਲ ਨਹੀਂ ਹਨ।

ਇਹ ਧਿਆਨ ਦੇਣ ਯੋਗ ਹੈ ਕਿ ਪ੍ਰਚੂਨ, ਪ੍ਰਕਿਰਿਆ ਦਾ ਆਖਰੀ ਕ੍ਰਮ ਹੈ ਜਿਸ ਵਿੱਚ ਕੋਈ ਵਸਤੂ (ਉਤਪਾਦ) ਉਤਪਾਦਨ ਦੇ ਭਿੰਨ ਭਿੰਨ ਸਾਧਨਾਂ ਦੁਆਰਾ ਪੈਦਾ ਕੀਤੀ ਜਾਂਦੀ ਉਸ ਪਿੱਛੋ ਇਹ ਆਖਰੀ ਉਪਭੋਗੀ ਨੂੰ ਭੇਜੀ ਜਾਂਦੀ ਹੈ।

ਆਪਣੇ ਉਪਭੋਗੀ ਦੇ ਸੰਗਠਨ ਢਾਂਚੇ ਨੂੰ ਸਮਝ ਕੇ ਤੁਸੀਂ ਛੋਟੀ ਬਿਜਨੈਸ ਰਣਨੀਤੀ ਦਾ ਵਿਕਾਸ (ਉੱਨਤੀ) ਕਰਨ ਦੇ ਯੋਗ ਹੋ ਜਾਂਦੇ ਹੋ ਜਿਹੜੀ ਕਿ ਉਪਭੋਗੀ ਦੀ ਕਾਰਜਕੁਸ਼ਲਤਾ ਵਿੱਚ ਸੁਧਾਰ ਕਰੇ। ਕੰਪਨੀ ਦਾ ਸੰਗਠਿਤ ਢਾਂਚਾ ਕੰਪਨੀ ਦੇ ਉਸ ਵਿਭਾਗ ਕੋਲ ਕੇਵਲ ਇੱਕ ਚਾਰਟ ਹੀ ਨਹੀਂ, ਇਸ ਕੋਲ ਰੋਲਜ਼, ਆਪਸੀ ਸਾਂਝ, ਕੰਟਰੋਲ ਅਤੇ ਬਜਟ ਦਾ ਢਾਂਚਾ ਹੁੰਦਾ ਹੈ।

ਪ੍ਰਚੂਨ ਖਰੀਦ ਦਾਰ ਦੇ ਸੰਗਠਿਤ ਢਾਂਚੇ ਪੂਰਨ ਰੂਪ ਵਿੱਚ ਕੰਪਨੀ ਦੀਆਂ ਪਹਿਲ ਕਦਮੀਆਂ ਨੂੰ ਪਰਿਭਾਸ਼ਾ ਦੇ ਸੰਬੰਧ ਇੱਕ ਬਹੁਤ ਮਹੱਤਵਪੂਰਨ ਤੱਥਾਂ ਵਿੱਚੋਂ ਇੱਕ ਹੈ ਅਤੇ ਕਰਮਚਾਰੀਆਂ (ਵਿਅਕਤੀਆਂ) ਵਾਸਤੇ ਵੀ ਜੋ ਕੰਪਨੀ ਵਿੱਚ ਵੱਖ-ਵੱਖ ਤਰ੍ਹਾਂ ਦੇ ਰੋਲ ਅਦਾ ਕਰਦੇ ਹਨ। ਕੰਪਨੀ ਵਿੱਚ ਕੰਮ ਕਰ ਰਹੇ ਅਲੱਗ-ਅਲੱਗ ਲੋਕ ਅਤੇ ਕੰਪਨੀ ਦੁਆਰਾ ਸਮੁੱਚੇ ਤੌਰ ਤੇ ਦਿੱਤੀ ਗਈ ਪਹਿਲ ਹੀ ਕੰਪਨੀ ਦੇ ਢਾਂਚੇ ਨੂੰ ਨਿਰਧਾਰਤ ਕਰਦੀ ਹੈ।

ਕਿਸੇ ਪ੍ਰਚੂਨ ਵਪਾਰੀ ਦੇ ਅੰਦਰੂਨੀ ਸੰਗਠਿਤ ਢਾਂਚੇ ਤੋਂ ਦੂਰ, ਪ੍ਰਚੂਨ ਵਪਾਰੀਆਂ ਲਈ ਇਹ ਗੱਲ ਬਹੁਤ ਤੇਜ਼ੀ ਨਾਲ ਆਮ ਹੋ ਗਈ ਹੈ ਕਿ ਉਹ ਬਾਹਰਲੀਆਂ ਫਰਮਾਂ ਦੇ ਨਾਲ ਸਾਂਝੇਦਾਰੀ ਦੇ ਮਹੱਤਵਪੂਰਨ ਰਿਸ਼ਤੇ ਕਾਇਮ ਕਰ ਲੈਂਦੇ ਹਨ ਅਤੇ ਇਹ ਫਰਮਾਂ ਉਹਨਾਂ ਨੂੰ ਲਗਾਤਾਰ ਚੱਲਣ ਵਾਲੀਆਂ ਕਈਂ ਪ੍ਰਕਾਰ ਦੀਆਂ ਸੇਵਾਵਾਂ ਪ੍ਰਦਾਨ ਕਰਦੀਆਂ ਹਨ। ਇੱਥੋਂ ਤੱਕ ਕਿ ਪ੍ਰਚੂਨ ਵਪਾਰੀ ਦੇ ਨਾਲ ਪੱਕੇ ਤੌਰ ਤੇ ਬਾਹਰ ਕੰਮ ਕਰਨ ਵਾਲੇ ਪੱਕੇ ਕਰਮਚਾਰੀਆਂ ਦੇ ਪ੍ਰਬੰਧ ਤੱਕ। ਇਹ ਬਹੁਤ ਸਾਰੇ ਕੰਮਾਂ ਵਿੱਚ ਆਮ ਹੈ ਜਿਵੇਂ ਕਿ ਆਈ.ਟੀ. ਮਾਰਕੀਟਿੰਗ (ਮੰਡੀਕਰਨ) ਅਤੇ ਹੋਰ ਖੇਤਰਾਂ ਵਿੱਚ। ਇਨ੍ਹਾਂ ਸਬੰਧਾਂ ਨੂੰ ਲੱਭਣਾ ਜਰੂਰੀ ਹੈ। ਇਨ੍ਹਾਂ ਨੂੰ ਪੂਰੀ ਤਰ੍ਹਾਂ ਨਾਲ ਸਮਝਣ ਲਈ ਕਿ ਪ੍ਰਚੂਨ ਵਪਾਰੀ ਕਿਸ ਤਰ੍ਹਾਂ ਕੰਮ ਕਰਦੇ ਹਨ।

ਸੰਗਠਿਤ ਢਾਂਚੇ ਦੀ ਚਰਚਾ ਵਿੱਚ, ਹੇਠਾਂ ਦਿੱਤੀ ਬਾਹਰੀ ਸਾਧਨਾਂ ਦੀ ਚਰਚਾ ਦੇਖੋ।

ਪ੍ਰਚੂਨ ਇੰਡਸਟਰੀ ਉਹ ਇੰਡਸਟਰੀ ਹੈ ਜਿਹੜੀ ਲਾਭ ਤੇ ਜੀਵਤ ਹੈ, ਪ੍ਰਬੰਧਕਾਂ ਦੀ ਲਗਾਤਾਰ ਇਹ ਖੋਜ ਰਹਿੰਦੀ ਹੈ ਕਿ ਆਮਦਨ ਨੂੰ ਕਿਵੇਂ ਵਧਾਉਣਾ ਹੈ ਅਤੇ ਖਰਚੇ ਕਿਵੇਂ ਘੱਟ ਕਰਨੇ ਹਨ। ਤਕਨੀਕ ਪ੍ਰਚੂਨ ਉਦਯੋਗ ਖੇਤਰ ਵਿੱਚ ਦੋਹਾਂ ਉਦੇਸ਼ਾਂ ਨੂੰ ਪੂਰਾ ਕਰਨ ਦਾ ਜ਼ਰੀਆ ਹੈ।

ਰੀਟੇਲ ਇੰਡਸਟਰੀ ਵਿੱਚ ਤਕਨੀਕੀ ਖੇਤਰ ਵਿੱਚ ਧਿਆਨ ਕੇਂਦਰਿਤ ਖੇਤਰਾਂ ਵਿੱਚ ਸੁਧਾਰ ਲਿਆਂਦਾ ਗਿਆ ਜਿਵੇਂ ਕਿ ਸਪਲਾਈ ਚੇਨ ਮੈਨਜਮੈਂਟ, ਇੰਨਵੈਂਟਰੀ ਮੈਨੇਜਮੈਂਟ, ਗਾਹਕ ਦਾ ਤਜ਼ਰਬਾ, ਖਰੀਦ ਵਿੱਚ ਬਚਾਅ। ਵਾਇਰਲੈਸ ਤਕਨੀਕ, ਜਿਸ ਨੇ ਲੋਕਾਂ ਅਤੇ ਉਪਕਰਨਾਂ ਵਿਚਕਾਰ ਸੰਚਾਰ ਕਰਵਾਉਣਾ ਅਤੇ ਬਿਨਾਂ ਕੇਬਲ, ਜਿਸ ਨੇ ਭੂਤਕਾਲ ਵਪਾਰਕ ਕਿਰਿਆਵਾਂ ਨੂੰ ਡਰਾਮੈਟਿਕ ਢੰਗ ਨਾਲ ਬਦਲਣ ਲਈ ਦੇ ਯੋਗ ਬਣਾਇਆ ਹੈ।

ਇਸ ਯੂਨਿਟ ਵਿੱਚ ਅਸੀਂ ਪ੍ਰਚੂਨ ਸੰਗਠਿਤ ਢਾਂਚੇ, ਪ੍ਰਚੂਨ ਖੋਜ, ਪ੍ਰਚੂਨ ਰਣਨੀਤੀ ਅਤੇ ਪ੍ਰਚੂਨ ਉਪਭੋਗੀ ਵਿਵਹਾਰ ਤੇ ਕੇਂਦ੍ਰਿਤ ਹਾਂ।

ਵਾਇਰਲੈਸ ਤਕਨੀਕ ਜਿਸ ਨੇ ਲੋਕਾਂ ਅਤੇ ਉਪਕਰਨਾਂ ਵਿਚਕਾਰ ਕਿਸੇ ਵੀ ਥਾਂ ਉੱਤੇ ਅਤੇ ਬਗੈਰ ਤਾਰਾਂ ਤੋਂ ਸੰਚਾਰ ਸੰਭਵ ਬਣਾਇਆ ਹੈ, ਨੇ ਭੂਤਕਾਲ ਵਿੱਚ ਵਪਾਰ ਪ੍ਰਕ੍ਰਿਆ ਵਿੱਚ ਬੇਮਿਸਾਲ ਬਦਲਾਓ ਲਿਆਂਦਾ ਹੈ ਅਤੇ ਅਜੇ ਵੀ ਲਿਆ ਰਿਹਾ ਹੈ।

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

ਸੈਸ਼ਨ – 1 ਪ੍ਰਚੂਨ ਸੰਗਠਿਤ ਢਾਂਚਾ(Retail Organisational Structure)

ਸਬੰਧਿਤ ਗਿਆਨ (Relevant Knowledge)

ਪ੍ਰਚੂਨ ਇੱਕ ਅਜਿਹੀ ਆਰਥਿਕ ਕਿਰਿਆ ਹੈ ਜਿਸ ਵਿੱਚ ਉਹ ਕੰਮ ਸ਼ਾਮਿਲ ਹਨ ਜਿਹਨਾਂ ਰਾਹੀਂ ਇੱਕ ਉਤਪਾਦ (ਵਸਤੂ ਅਤੇ ਸੇਵਾਵਾਂ) ਉਸ ਦੇ ਉਤਪਾਦਨ ਤੋਂ ਆਖਿਰ ਵਿੱਚ ਉਪਭੋਗੀ ਕੋਲ ਪਹੁੰਚਦੀ ਹੈ। ਇਹ ਵੰਡ ਪ੍ਰਣਾਲੀ ਦੀ ਪ੍ਰਕਿਰਿਆ ਹੈ।

ਇਹ ਯਾਦ ਰੱਖਣਾ ਜਰੂਰੀ ਹੈ ਕਿ ਸਾਰੀਆਂ ਆਰਥਿਕ ਕਿਰਿਆਵਾਂ ਦਾ ਅੰਤਿਮ ਉਦੇਸ਼ ਉਪਭੋਗੀ ਜਾਂ ਗਾਹਕ ਨੂੰ ਸੰਤੁਸ਼ਟ ਕਰਨਾ ਹੈ ਕਿਉਂਕਿ ਕੋਈ ਹੋਰ ਦੂਜੀ ਕਿਰਿਆ ਜਿਵੇਂ ਕਿ ਉਤਪਾਦਨ, ਵਟਾਂਦਰਾਂ, ਵੰਡ, ਸਭ ਅਰਥਹੀਣ ਹਨ ਜੇ ਉਹ ਉਪਭੋਗੀ ਜਾਂ ਗਾਹਕ ਨੂੰ ਸੰਤੁਸ਼ਟ ਕਰਨ ਦੇ ਯੋਗ ਨਹੀਂ ਹੈ।

ਪ੍ਰਚੂਨ ਸਟੋਰ ਦਾ ਸੰਗਠਿਤ ਢਾਂਚਾ ਵਪਾਰ ਦੇ ਅਕਾਰ ਅਤੇ ਕਿਸਮ ਦੇ ਹਿਸਾਬ ਨਾਲ ਭਿੰਨ ਹੁੰਦਾ ਹੈ। ਬਹੁਤ ਸਾਰੇ ਕੰਮ ਜੋ ਪ੍ਰਚੂਨ ਵਪਾਰ ਨੂੰ ਚਲਾਉਣ ਵਿੱਚ ਸ਼ਾਮਿਲ ਹਨ ਇਕੋ ਜਿਹੇ ਹੁੰਦੇ ਹਨ। ਪਰ ਛੋਟੇ ਜਾਂ ਸੁਤੰਤਰ ਪ੍ਰਚੂਨ ਸਟੋਰ ਕਈਆਂ ਇਕਾਈਆਂ (Sectors) ਨੂੰ ਇੱਕ ਹੀ ਮੰਡਲ (Division) ਅੰਦਰ ਇਕੱਠੇ ਜੋੜ ਸਕਦੇ ਹਨ ਜਦੋਂ ਕਿ ਵੱਡੇ ਸਟੋਰ ਖਾਸ ਕੰਮ ਲਈ ਪ੍ਰਬੰਧ ਵਿਵਸਥਾ ਦੀ ਬਹੁਤ ਸਾਰੀਆਂ ਇਕਾਈਆਂ ਦੇ ਨਾਲ ਕਈ ਮੰਡਲਾਂ (Divisions) ਦੀ ਰਚਨਾ ਕਰਦੇ ਹਨ। ਉਦਾਹਰਨ ਦੇ ਤੌਰ ਤੇ ਇੱਕ ਵਿਸ਼ੇਸ਼ ਛੋਟੀ ਦੁਕਾਨ ਤੇ ਜੋ ਸਾਰੇ ਮੁਲਾਜ਼ਮ ਕੰਮ ਕਰਦੇ ਹਨ ਉਹ ਸਾਰੇ ਇੱਕੋ ਕੈਟਾਗਰੀ ਦੇ ਹੁੰਦੇ ਹਨ ਉਸ ਨੂੰ ਸਟੋਰ ਓਪਰੇਸ਼ਨ ਕਹਿੰਦੇ ਹਨ। ਇੱਕ ਵੱਡੇ ਵਿਕਰੀ ਸਟੋਰ ਵਿੱਚ ਪੂਰਾ ਸਟਾਫ ਹੁੰਦਾ ਹੈ ਜਿਸ ਵਿੱਚ ਮੈਨੇਜਰ (ਪ੍ਰਬੰਧਕ), ਸਹਾਇਕ ਪ੍ਰਬੰਧਕ ਅਤੇ ਖੇਡਾਂ ਦੇ ਸਮਾਨ ਨਾਲ ਸੰਬੰਧਿਤ ਵਿਕਰੀ ਵਿਭਾਗ, ਘਰ ਅਤੇ ਬਾਗ, ਬਿਸਤਰ ਅਤੇ ਇਸ਼ਨਾਨ ਘਰ ਅਤੇ ਹਰੇਕ ਵਾਧੂ ਵਿਭਾਗ।

ਅਸੀਂ ਸਟੋਰ ਸੰਗਠਨ ਦੀ ਇਸ ਤਰ੍ਹਾਂ ਪਰਿਭਾਸ਼ਾ ਦੇ ਸਕਦੇ ਹਾਂ।

ਸਟੋਰ ਸੰਗਠਨ ਦੀ ਪਰਿਭਾਸ਼ਾ ਇਸ ਤਰ੍ਹਾਂ ਦੇ ਸਕਦੇ ਹਾਂ।

(ੳ) ਉਨ੍ਹਾਂ ਸਾਰੇ ਕੰਮਾਂ ਨੂੰ ਉਲੀਕਣਾ ਜਿਨ੍ਹਾਂ ਨੂੰ ਕਰਨਾ ਹੈ।

(ਅ) ਅਲੱਗ ਅਲੱਗ ਵਿਅਕਤੀਆਂ ਅਤੇ ਸਾਧਨਾਂ ਵਿੱਚ ਜ਼ਿੰਮੇਵਾਰੀਆਂ ਨੂੰ ਵੰਡਣਾ

(ੲ) ਹਰੇਕ ਕੰਮ ਨੂੰ ਉਸ ਦੇ ਰੁਤਬੇ ਅਤੇ ਕਿਸਮ ਅਨੁਸਾਰ ਵੰਡਣਾ ਅਤੇ ਗਰੁੱਪ (ਗੁੱਟ) ਬਣਾਉਣਾ।

(ਸ) ਸੰਗਠਨ ਸੰਬਧੀ ਚਾਰਟ ਉੱਨਤ ਕਰਨਾ।

ਪ੍ਰਚੂਨ ਵਿਕਰੀ ਦਾ ਢਾਂਚਾ–

ਹੇਠਾਂ ਪ੍ਰਚੂਨ ਸੰਗਠਨ ਵਿੱਚ ਕੁਝ ਮੰਡਲਾਂ ਦਾ ਖਰੜਾ ਸੰਖੇਪ ਰੂਪ ਵਿੱਚ ਦਿੱਤਾ ਗਿਆ ਹੈ।

ਮਾਲਕ/C.E.O. – ਪ੍ਰੈਜੀਡੈਂਟ (ਪ੍ਰਧਾਨ)

ਸਟੋਰ ਕਾਰਜਕਾਰੀ (Store Operator): ਪ੍ਰਬੰਧਕ, ਕੈਸ਼ੀਅਰ (ਖਜਾਨਚੀ), ਵਿਕਰੀ, ਪ੍ਰਾਪਤੀਆਂ, ਘਾਟਾ ਵਿਵਸਥਾ

ਮਾਰਕੀਟਿੰਗ(ਮੰਡੀਕਰਨ): ਚਿੱਤਰ ਪ੍ਰਦਰਸ਼ਨੀ, ਲੋਕ ਸੰਪਰਕ, ਵਿਕਾਸ (ਵਾਧਾ)

ਵਪਾਰਕ ਮਾਲ: ਯੋਜਨਾਵਾਂ, ਖਰੀਦ ਵਸਤੂ ਸੂਚੀ ਕੰਟਰੋਲ

ਮਨੁੱਖੀ ਸੰਬੰਧ: ਵਿਅਕਤੀ, ਟ੍ਰੇਨਿੰਗ

ਰਾਸ਼ੀ (ਧਨ): ਲੇਖਾ ਜੋਖਾ, ਜਮਾ ਰਕਮ।

ਤਕਨੀਕ(Technology): ਸੰਚਾਰ ਤਕਨੀਕ।

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

ਜਿਵੇਂ ਜਿਵੇਂ ਸਟੋਰ ਵੱਧਦਾ ਹੈ ਅਤੇ ਪ੍ਰਚੂਨ ਦਾ ਵਪਾਰ ਫੈਲਦਾ ਹੈ (ਵਿਕਸਤ ਹੁੰਦਾ ਹੈ) ਅਤੇ ਸੰਗਠਨ ਦੇ ਢਾਂਚੇ ਦੀ ਸ਼ਕਤੀ / ਗਤੀਸ਼ੀਲਤਾ ਵੀ ਬਦਲਦੀ ਹੈ। ਇਸ ਲਈ ਸਟੋਰ ਦੇ ਸੰਗਠਿਤ ਚਾਰਟ ਨੂੰ ਦੁਬਾਰਾ ਤਿਆਰ ਕਰਨਾ ਬਹੁਤ ਹੀ ਮਹੱਤਵਪੂਰਨ ਹੈ, ਜਿਹੜਾ ਨਿਰਣੈ ਸ਼ਕਤੀ, ਇਕਮਿਕਤਾ, ਸਹਿਯੋਗ, ਲੀਡਰਸ਼ਿਪ ਦੀ ਯੋਗਤਾ ਲਈ ਹੈ, ਜੋ ਵਪਾਰ ਦੇ ਦੌਰਾਨ ਅਤੇ ਵਪਾਰ ਪਿੱਛੋਂ ਬਹੁਤ ਜ਼ਰੂਰੀ ਹਨ।

ਸੰਗਠਿਤ ਢਾਂਚਾ

ਕੋਈ ਵੀ ਸੰਗਠਨ ਚਾਹੇ ਉਹ ਵੱਡਾ ਹੈ ਜਾਂ ਛੋਟਾ ਹੈ ਨੂੰ ਸੰਗਠਿਤ ਨਮੂਨੇ ਅਤੇ ਢਾਂਚੇ ਦੀ ਲੋੜ ਹੁੰਦੀ ਹੈ। ਸੰਗਠਿਤ ਢਾਂਚਾ ਇੱਕ ਬਾਹਰੀ ਨਮੂਨਾ (Format) ਹੈ, ਜਿਸ ਰਾਹੀਂ ਇੱਕ ਪ੍ਰਚੂਨ ਫਰਮ (Firm) ਫੈਕਟਰੀ ਦੇ ਟੀਚੇ ਨੂੰ ਪ੍ਰਾਪਤ ਕਰਨ ਲਈ ਕੰਮ, ਯੋਜਨਾਵਾਂ, ਸਾਧਨਾਂ, ਅਧਿਕਾਰ ਜਿੰਮੇਵਾਰੀਆਂ ਅਤੇ ਇਨਾਮ ਸੌਂਪਦੀ ਹੈ ਤੇ ਮਾਰਕੀਟ ਨਿਸ਼ਾਨੇ ਨੂੰ ਸੰਤੁਸ਼ਟ ਕਰਨ ਲਈ ਜ਼ਰੂਰੀ ਹੈ।

ਸੰਗਠਿਤ ਢਾਂਚੇ ਦੀ ਅਗਵਾਈ ਲਈ ਪੱਖ (Guidelines For O.S.)

1. ਮਾਰਕੀਟ ਜ਼ਰੂਰਤਾਂ ਨੂੰ ਪੂਰਾ ਕਰਨ ਦੀ ਲੋੜ

(*i*) ਉਚਿਤ ਉਪਭੋਗੀ ਸੇਵਾਵਾਂ ਦੇਣ ਲਈ ਉਚਿਤ ਸਟਾਫ/ਕਰਮਚਾਰੀਆਂ ਦਾ ਪ੍ਰਬੰਧ (ਪੂਰਤੀ)
(*ii*) ਸਟਾਫ ਗਿਆਨਵਾਨ ਅਤੇ ਸ਼ਿਸ਼ਟਾਚਾਰੀ ਹੋਣਾ ਚਾਹੀਦਾ ਹੈ।
(*iii*) ਸਟੋਰ ਵਿੱਚ ਸਹੂਲਤਾਂ ਦਾ ਵਧੀਆ ਪ੍ਰਬੰਧ ਹੋਣਾ ਚਾਹੀਦਾ ਹੈ।
(*iv*) ਬਰਾਂਚ ਦੇ ਉਪਭੋਗੀਆਂ ਨੂੰ ਖਾਸ ਜ਼ਰੂਰਤਾਂ ਚੰਗੀ ਤਰ੍ਹਾਂ ਦੇਣੀਆਂ

2. ਕਰਮਚਾਰੀ ਦੀਆਂ ਜ਼ਰੂਰਤਾਂ

(*i*) ਰੁਤਬੇ ਠੀਕ ਤਰ੍ਹਾਂ ਚੁਣੌਤੀ ਭਰਪੂਰ ਅਤੇ ਸੰਤੁਸ਼ਟੀ ਕਰਾਉਣ ਵਾਲੇ ਹਨ।
(*ii*) ਤਰਤੀਬਵਾਰ ਤਰੱਕੀ (Promotion) ਪ੍ਰੋਗਰਾਮ।
(*iii*) ਨਿਰਣੇ ਲੈਣ ਵਾਲੀ ਪ੍ਰਕਿਰਿਆ ਵਿੱਚ ਕਰਮਚਾਰੀ ਦੀ ਭਾਗੇਦਾਰੀ।
(*iv*) ਸਭਿਆਚਾਰਕ ਅਤੇ ਸੰਗਠਿਤ ਵਾਤਾਵਰਨ

ਪ੍ਰਚੂਨ ਵਪਾਰੀ ਦਾ ਉਦੇਸ਼ ਅੰਤਿਮ ਉਪਭੋਗੀ ਨੂੰ ਉਸਦੇ ਨਿਜੀ ਜਾਂ ਘਰੇਲੂ ਖਪਤ ਵਾਸਤੇ ਵਸਤੂਆਂ ਅਤੇ ਸੇਵਾਵਾਂ ਨੂੰ ਸਹੀ ਸਮੇਂ ਅਤੇ ਸਹੀ ਸਥਾਨ ਉੱਤੇ ਵੇਚਣਾ ਹੈ।

→ ਇਸ ਦੇ ਮਾਰਕੀਟ ਨਿਸ਼ਾਨੇ ਦੀ ਲੋੜ ਨੂੰ ਸੰਤੁਸ਼ਟ ਕਰਨਾ। →

ਹਰ ਸੰਗਠਨ ਚਾਹੇ ਉਹ ਵੱਡਾ ਹੈ ਜਾਂ ਛੋਟਾ ਹੈ ਉਸ ਨੂੰ ਸੰਗਠਿਤ ਨਮੂਨੇ ਅਤੇ ਢਾਂਚੇ ਦੀ ਲੋੜ ਹੁੰਦੀ ਹੈ। ਸੰਗਠਿਤ ਢਾਂਚਾ ਇੱਕ ਬਾਹਰੀ ਖਰੜਾ ਜਾਂ ਪ੍ਰਣਾਲੀ ਹੈ ਜਿਸ ਰਾਹੀਂ ਇਕ ਪ੍ਰਚੂਨ ਫਰਮ ਕੰਮ, ਨੀਤੀਆਂ, ਸਾਧਨ, ਅਧਿਕਾਰੀ ਜਿੰਮੇਵਾਰੀਆਂ ਅਤੇ ਇਨਾਮਾਂ ਦੇ ਟੀਚੇ ਨੂੰ ਪ੍ਰਾਪਤ ਕਰਨ ਹਿੱਤ ਸੌਂਪਦੀ ਹੈ।

ਸੰਗਠਿਤ ਢਾਂਚੇ ਨੂੰ ਪ੍ਰਭਾਵਿਤ ਕਰਨ ਵਾਲੇ ਤੱਤ।

ਸੰਗਠਿਤ ਢਾਂਚੇ ਦੀ ਰਚਨਾ ਨੂੰ ਪ੍ਰਭਾਵਿਤ ਕਰਨ ਵਾਲੇ ਵੱਖ-ਵੱਖ ਤੱਤ ਇਹ ਹੋ ਸਕਦੇ ਹਨ।

1. ਕੰਮ ਕਰਨ ਦਾ ਖੇਤਰ ਅਤੇ ਪੱਧਰ ਜਿਵੇਂ, ਲੋਕਲ (ਦੇਸੀ), ਖੇਤਰੀ, ਰਾਸ਼ਟਰੀ ਜਾਂ ਅੰਤਰਰਾਸ਼ਟਰੀ
2. ਵੇਚੀ ਹੋਈ ਵਸਤੂ ਦੀ ਕਿਸਮ ਅਤੇ ਸੁਭਾਅ
3. ਕਿਸਮ ਦਾ ਵਿਭਾਗੀਕਰਨ ਉਦਾਹਰਨ ਦੇ ਤੌਰ ਤੇ ਉਤਪਾਦਨ ਅਨੁਸਾਰ ਅਤੇ ਸਥਾਨ ਅਨੁਸਾਰ।
4. ਸੰਗਠਿਤ ਢਾਂਚਾ ਇੱਕ ਪ੍ਰਚੂਨ ਵਿਕਰੇਤਾ ਤੋਂ ਦੂਸਰੇ ਵਿਕਰੇਤਾ ਨਾਲੋਂ ਵੱਖਰਾ

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

ਪ੍ਰਚੂਨ ਢਾਂਚੇ ਦੀ ਬਣਤਰ (Structure of a Retail Store) ,ਚੇਨ (ਲੜੀ) ਵਿਭਾਗੀ ਸਟੋਰ (ਪ੍ਰਚੂਨ ਸਟੋਰ)

ਮਾਲਕ

ਮਾਲਕ/ਮੈਨੇਜਰ (ਪ੍ਰਬੰਧਕ)
ਜਿੰਮੇਵਾਰੀਆਂ, ਖਰੀਦ, ਪਦ ਉਨਤੀ, ਵਿਕਰੀਆਂ, ਮਨੁੱਖੀ ਸਰੋਤ, ਚਾਲੂ (ਕੰਮ) ਕੰਟਰੋਲ, ਸਧਾਰਣ ਪ੍ਰਬੰਧ ਵਿਵਸਥਾ।

ਪ੍ਰਬੰਧਕ

ਬਾਹਰਲੇ ਸਲਾਹਕਾਰ
ਵਕੀਲ, ਚਾਰਟਿਡ ਅਕਾਉਟੈਂਟ ਬੈਂਕਰ ਆਦਿ।

ਬੈਂਕ ਦੇ ਦਫਤਰੀ ਸਟਾਫ ਦੀਆਂ ਜਿੰਮੇਵਾਰੀਆਂ
ਖਾਤੇ ਅਤੇ ਰਿਕਾਰਡ ਦੀ ਸੰਭਾਲ, ਲੇਖਾ, ਡਾਟਾ ਐਂਟਰੀ, ਵਸਤੂ ਸੂਚੀ ਕੰਟਰੋਲ, ਖਰੀਦਣ ਦੇ ਸਮੇਂ ਦਾ ਪ੍ਰਬੰਧ, ਤਨਖਾਹ ਸੂਚੀ, ਸਹੂਲਤਾਂ ਪ੍ਰਬੰਧਨ

ਵਿਕਰੇਤਾ ਸਟਾਫ ਜਿੰਮੇਵਾਰੀਆਂ
ਗਾਹਕ ਸੇਵਾਵਾਂ, ਉਤਪਾਦ ਵੇਚਣਾ, ਵਪਾਰ ਸੁੰਗੜ ਕੰਟਰੋਲ, ਦਿਖਾਵਾ, ਦੁਬਾਰਾ ਪੂਰਤੀ।

ਸੱਭਿਆਚਾਰ ਅਤੇ ਸੰਗਠਿਤ ਵਾਤਾਵਰਨ

ਪ੍ਰਚੂਨ ਸੱਨਅਤ ਸਟੋਰ ਸੱਭਿਆਚਾਰ ਅਤੇ ਵਿਕਰੀ ਕਾਰਜ ਵਿੱਚ ਆਪਸੀ ਸਬੰਧ ਹੈ। ਵਿਕਰੀ ਦੇ ਵਾਧੇ ਨਾਲ ਸੰਬੰਧਤ ਹੈ। ਸੱਭਿਆਚਾਰ ਜਾਂ ਕਲਚਰ ਦਾ ਸੰਬੰਧ ਹੋਰ ਬਹੁਤ ਦ੍ਰਿਸ਼ਟੀਕੋਣਾਂ ਦੇ ਮਹੱਤਵਪੂਰਨ ਤੱਤਾਂ ਨਾਲ ਪਾਇਆ ਗਿਆ, ਜਿਸ ਵਿੱਚ ਸ਼ਾਮਿਲ ਹੈ ਸਖਤ ਮਿਹਨਤ ਕਰਨ ਦੀ ਭਾਵਨਾ, ਟੀਮ ਵਰਕ (ਇਕੱਠੇ ਕੰਮ ਕਰਨਾ), ਸੰਤੁਸ਼ਟੀ ਅਤੇ ਗਾਹਕ ਸੇਵਾ ਦਾ ਮੁਲਾਂਕਣ। ਉਦਾਹਰਨ ਦੇ ਤੌਰ ਤੇ ਬਹੁਤ ਸਾਰੇ ਸਮੇਂ ਲਈ ਸਟੋਰ ਵਾਸਤੇ ਗਾਹਕ ਬਹੁਤ ਮਹੱਤਵਪੂਰਨ ਗਰੁੱਪ ਹਨ। ਭਾਵੇਂ ਉਨ੍ਹਾਂ ਵਿੱਚੋਂ ਕੁਝ ਸਟਾਕ ਬਹੁਤ ਵਧੀਆ ਵਿਕਦਾ ਹੈ, ਫਿਰ ਵੀ ਉਹ ਘਾਟੇ ਵਿੱਚ ਚਲਿਆ ਜਾਂਦਾ ਹੈ।

ਸੰਗਠਿਤ ਢਾਂਚੇ ਨੂੰ ਜੋ ਤੱਤ ਪ੍ਰਭਾਵਿਤ ਕਰਦੇ ਹਨ।

1. ਵਾਤਾਵਰਨ ਵਿੱਚ ਸਥਿਰਤਾ/ਸਥਿਰ ਵਾਤਾਵਰਨ — ਵਾਤਾਵਰਨ ਵਿੱਚ ਬਦਲਾਓ ਅਕਸਰ ਜ਼ਿਆਦਾ ਅਤੇ ਤੇਜ਼ੀ ਨਾਲ ਹੰਦਾ ਹੈ।

2. ਵਾਤਾਵਰਨ ਵਿੱਚ ਅਸਥਿਰਤਾ—

(*i*) ਅਚਾਨਕ ਮੁਕਾਬਲੇ ਦਾ ਹੋਣਾ/ਦਿਖਾਈ ਦੇਣਾ

(*ii*) ਮੁਕਾਬਲੇ ਦਾ ਬੰਦ ਹੋਣਾ/ਦਿਖਾਈ ਦੇਣਾ।

(*iii*) ਉਤਪਾਦ ਵਿੱਚ ਨਿਯਮਿਤ ਦੋਸ਼/ਨੁਕਸ।

(*iv*) ਕਰਮਚਾਰੀਆਂ ਦਾ ਨਵਾਂ ਮੁਕਾਬਲਾ ਦੇਣ ਵਾਲੇ ਵੱਲ ਜਾਣਾ।

ਇਹੋ ਜਿਹੇ ਹਾਲਤਾਂ ਵਿੱਚ ਪ੍ਰਚੂਨ ਵਪਾਰੀ ਕੀ ਕਰ ਸਕਦਾ ਹੈ ?
ਵਿਕਲਪ

(Options) ਹਨ:-

(*i*) ਨੁਕਸ ਵਾਲੇ ਉਤਪਾਦ ਨੂੰ ਨਵੇਂ ਉਤਪਾਦ ਨਾਲ ਬਦਲੋ।

(*ii*) ਮਿਲਦੇ-ਜੁਲਦੇ ਜਾਂ ਤੁਲਨਾਤਮਕ ਬਰੈਂਡ (ਬਗੈਰ ਵਾਧੂ ਕੀਮਤ ਵਸੂਲਿਆਂ)

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

(*iii*) ਗਾਹਕ ਨੂੰ ਪੈਸੇ ਵਾਪਿਸ ਕਰੋ (ਰੀਤ ਜਾਂ ਪਰੰਪਰਾ ਵਿੱਚ ਬਦਲਾਓ)

(*iv*) ਇੱਕੋ ਜਿਹੀ ਕੀਮਤ ਵਾਲੇ ਤੁਲਨਾਤਕ ਬਰੈਂਡ ਬਾਰੇ ਗਾਹਕ ਨੂੰ ਦੱਸੋ ਜੇਕਰ ਕਿਸੇ ਖਾਸ ਉਤਪਾਦ ਦੀ ਸਪਲਾਈ ਬੰਦ ਹੋ ਗਈ ਹੈ। (ਉਤਪਾਦ ਨੂੰ ਬਦਲੋ)

3. **ਤਕਨੀਕੀ ਬਦਲਾਓ**: ਤਕਨੀਕ ਵਿੱਚ ਤੇਜ਼ੀ ਨਾਲ ਤਬਦੀਲੀ, ਸੰਗਠਨ ਵਿੱਚ ਤੇਜ਼ੀ ਨਾਲ ਤਬਦੀਲੀ ਦੀ ਮੰਗ ਕਰਦੀ ਹੈ। ਉਦਾਹਰਨ ਵੱਜੋਂ ਕੰਪਿਊਟਰ ਵਿੱਚ ਆਮ ਤਬਦੀਲੀਆਂ ਨੂੰ ਸਾਰੀ ਮੰਡੀਕਰਨ ਰਣਨੀਤੀ ਵਿੱਚ ਤਬਦੀਲੀ ਦੀ ਲੋੜ ਹੈ। ਜਿਵੇਂ ਕਿ ਦੇਖਭਾਲ ਕਰਨ ਦੀਆਂ ਸੇਵਾਵਾਂ, ਜਲਦੀ ਨਾਲ ਸੇਵਾਵਾਂ ਦੇਣੀਆਂ।

4. **ਸੰਗਠਨ ਦੀ ਗਤੀਸ਼ੀਲਤਾ ਵਿੱਚ ਲਚਕੀਲਾਪਣ (Time Flexible dynamic organizations):** ਅਸਥਿਰ/ਮੰਡੀਆਂ/ਮਾਰਕੀਟਸ ਬਦਲਦੀ ਤਕਨੀਕ ਸੰਗਠਨ ਵਿੱਚ ਢਿੱਲੇ ਢਾਂਚਿਆਂ ਅਤੇ ਢਿੱਲੇ ਆਪਸੀ ਸਬੰਧਾਂ ਦੀ ਮੰਗ ਕਰਦੇ ਹਨ, ਤਾਂ ਜੋ ਢਾਂਚੇ ਅਤੇ ਸਭਿਆਚਾਰ ਵਿੱਚ ਤੇਜ਼ੀ ਨਾਲ ਬਦਲਾਅ ਆ ਸਕੇ।

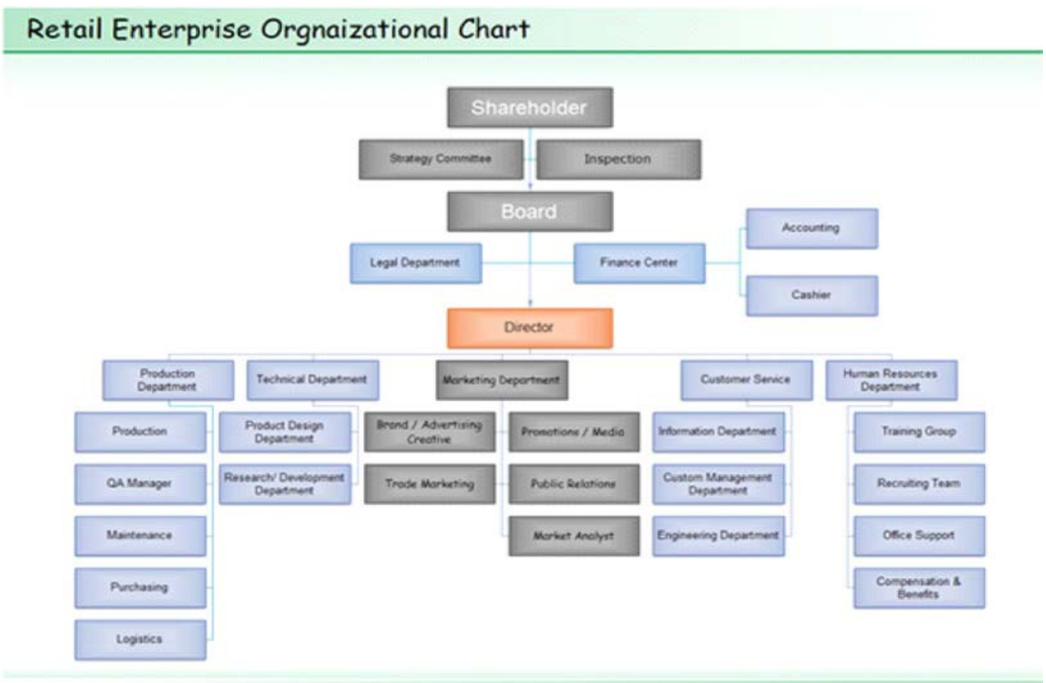
5. **ਅੰਤਰੀਵ-ਅੰਤਰ ਕਰਨਾ**: ਇਹ ਉਸ ਪ੍ਰਕਿਰਿਆ ਦਾ ਹਵਾਲਾ ਦਿੰਦੀ ਹੈ, ਜਿਸ ਦੁਆਰਾ ਇੱਕ ਸੰਗਠਨ ਲੋਕਾਂ ਅਤੇ ਸਾਧਨਾਂ ਵਿੱਚ ਸੰਗਠਨ ਦੇ ਕੰਮਾਂ ਦੀ ਵੰਡ ਕਰਦੀ ਹੈ ਅਤੇ ਕਾਰਜ ਅਧਿਕਾਰੀ ਦੇ ਸਬੰਧ ਸਥਾਪਿਤ ਕਰਦੀ ਹੈ ਜਿਹੜੇ ਸੰਗਠਨ ਦੇ ਉਦੇਸ਼ਾਂ ਨੂੰ ਪ੍ਰਾਪਤ ਕਰਨ ਦੀ ਇਜਾਜਤ ਦਿੰਦੇ ਹਨ।

ਸੱਭਿਆਚਾਰ ਤਬਦੀਲੀ ਤੇ ਪ੍ਰਭਾਵ ਪਾਉਣ ਵਾਲੇ ਤੱਤ

ਪੂਰਤੀ ਵਾਲੀਆਂ ਫਰਮਾਂ
ਮੁਕਾਬਲਾ ਕਰਨ ਵਾਲੀਆਂ ਫਰਮਾਂ → **ਸੰਗਠਨ** —— **ਗਾਹਕ**
ਨੀਤੀਆਂ ਅਤੇ ਨਿਯਮ

ਸੰਗਠਨ ਦੇ ਉਤਪਾਦ ਨੂੰ ਵਰਤਣ ਵਾਲੇ

ਪ੍ਰਭਾਵ ਪਾਉਣ ਵਾਲੇ ਤੱਤ



Downloaded from https:// www.studiestoday.com

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

ਅਭਿਆਸ:

1. ਕਿਸੇ ਪ੍ਰਚੂਨ ਸੰਗਠਨ ਜਾਂ ਦੁਕਾਨ ਤੇ ਜਾਓ ਅਤੇ ਤੁਸੀਂ ਉਸ ਕੋਲੋਂ ਪ੍ਰਚੂਨ ਪ੍ਰਕਿਰਿਆ ਬਾਰੇ ਜਾਣਕਾਰੀ ਲਓ। (ਹੇਠਾਂ ਦਿੱਤੇ ਪ੍ਰਸ਼ਨ ਪੁੱਛੋ ਅਤੇ ਉਨ੍ਹਾਂ ਦੇ ਜਵਾਬ 50 ਸ਼ਬਦਾਂ ਤੋਂ ਵੱਧ ਨਾ ਹੋਣ)
2. ਉਹ ਕਿਹੜੇ ਮੁੱਖ ਤੱਤ ਹਨ ਜੋ ਕਿਸੇ ਪ੍ਰਚੂਨ ਸੰਸਥਾ ਦੇ ਢਾਂਚੇ ਦਾ ਨਮੂਨਾ ਬਣਾਉਣ ਲਈ ਪ੍ਰਭਾਵ ਪਾਉਂਦੇ ਹਨ ?
3. ਉਹ ਕਿਹੜੇ ਮੁੱਖ ਤੱਤ ਹਨ ਜੋ ਕਿਸੇ ਪ੍ਰਚੂਨ ਸੰਗਠਨ ਦੇ ਵਾਤਾਵਰਨ ਅਤੇ ਸੱਭਿਆਚਾਰ ਤੇ ਪ੍ਰਭਾਵ ਪਾਉਂਦੇ ਹਨ ?

(*i*) ਉਹ ਕਿਹੜੇ ਭਿੰਨ ਭਿੰਨ ਕਿਸਮ ਦੇ ਉਤਪਾਦ ਹਨ ਜੋ ਪ੍ਰਚੂਨ ਦੀ ਦੁਕਾਨ ਵਿੱਚ ਪੇਸ਼ ਕੀਤੇ ਜਾਂਦੇ ਹਨ ?

____

(*ii*) ਜਨਸੰਖਿਆਂ ਨਾਲ ਸਬੰਧਤ ਗਾਹਕਾਂ ਦੀਆਂ ਉਹ ਕਿਹੜੀਆਂ ਵਿਸ਼ੇਸ਼ਤਾਵਾਂ ਹਨ, ਜੋ ਇਸ ਦੁਕਾਨ ਤੇ ਆਉਂਦੇ ਹਨ ?

____

(*iii*) ਪ੍ਰਚੂਨ ਸੰਗਠਨ ਵਿੱਚ ਚੀਜ਼ਾਂ ਨੂੰ ਵੇਚਣ ਦੇ ਕਿਹੜੇ ਢੰਗ ਤਰੀਕੇ ਵਰਤੇ ਜਾਂਦੇ ਹਨ ?

____

ਗਾਹਕਾਂ ਲਈ ਪ੍ਰਸ਼ਨ

(*i*) ਤੁਸੀਂ ਪ੍ਰਚੂਨ ਦੁਕਾਨ ਤੋਂ ਖਰੀਦਦਾਰੀ ਕੀਤੀ ਜੇ ਤੁਸੀਂ ਸੰਤੁਸ਼ਟ ਹੋ ਤਾਂ ਕਾਰਣ ਦੱਸੋ।

(*ii*) ਪ੍ਰਚੂਨ ਦੁਕਾਨ ਦੀਆਂ ਉਨ੍ਹਾਂ ਕੁੱਝ ਕਮੀਆਂ ਬਾਰੇ ਦੱਸੋ ਜਿਹਨਾਂ ਬਾਰੇ ਸੁਧਾਰ ਦੀ ਤੁਸੀਂ ਸਲਾਹ ਦਿੰਦੇ ਹੋ।

ਮੁਲਾਂਕਣ (Assessment)

A. ਖਾਲੀ ਥਾਵਾਂ ਭਰੋ।

1. .... ਵੰਡ ਪ੍ਰਣਾਲੀ ਦੀ ਪ੍ਰਕਿਰਿਆ ਹੈ।
2. ਪ੍ਰਚੂਨ ਵਪਾਰ ਦਾ ਉਦੇਸ਼ ਵਸਤੂਆਂ ਅਤੇ ਸੇਵਾਵਾਂ .... ਨੂੰ ਵੇਚਣਾ ਹੈ।
3. ਹਰੇਕ ਸੰਗਠਨ ਚਾਹੇ ਉਹ ਵੱਡਾ ਹੈ ਜਾਂ ਛੋਟਾ ਨੂੰ ਇੱਕ .... ਦੀ ਲੋੜ ਹੈ।
4. .... ਇੱਕ ਪ੍ਰਚੂਨ ਸਟੋਰ ਲਈ ਬਹੁਤ ਮਹੱਤਵਪੂਰਨ ਗਰੁੱਪ ਹਨ।

B. ਠੀਕ ਉੱਤਰ ਨੂੰ ਟਿੱਕ ਕਰੋ।

1. ਇੱਕ ਪ੍ਰਚੂਨ ਸੰਗਠਨ ਕਿਸ ਨੂੰ ਸਿੱਧੇ ਤੌਰ ਤੇ ਵਸਤੂ ਅਤੇ ਸੇਵਾਵਾਂ ਵੇਚਦਾ ਹੈ ?
   (*i*) ਉਤਪਾਦ ਬਣਾਉਣ ਵਾਲੇ
   (*ii*) ਵੱਡੇ ਵਪਾਰੀ

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

(*iii*) ਉਪਭੋਗੀ
(*iv*) ਉਤਪਾਦਕ

2. ਪ੍ਰਚੂਨ ਦੁਕਾਨ ਕਿਸ ਦੀ ਉਚਿਤ ਲੋੜ ਅਨੁਸਾਰ ਬਾਹਰੀ (ਅਕਾਰ) ਢਾਂਚਾ ਬਦਲਦਾ ਹੈ ?
(*i*) ਵਿਕਰੇਤਾ
(*ii*) ਉਤਪਾਦਕ
(*iii*) ਉਪਭੋਗੀ
(*iv*) ਟੈਕਸ ਅਦਾ ਕਰਨ ਵਾਲੇ ਲਈ

3. ਇਕ ਪ੍ਰਚੂਨ ਵਪਾਰੀ ਦੇ ਸਿੱਧੇ ਸਬੰਧ ਹਨ —
(*i*) ਉਪਭੋਗੀ ਅਤੇ ਪ੍ਰਚੂਨ ਵਪਾਰੀ
(*ii*) ਉਤਪਾਦਕ ਅਤੇ ਪੂਰਨ ਵਿਕਰੇਤਾ
(*iii*) ਉਤਪਾਦਕ ਅਤੇ ਉਪਭੋਗੀ ਵਿਚਕਾਰ
(*iv*) ਕਲਾਸ ਅਤੇ ਉਪਭੋਗੀ

ਮੁਲਾਂਕਣ ਕਿਰਿਆ ਲਈ ਨਿਰੀਖਣ ਸੂਚੀ

ਜੇ ਤੁਹਾਡੀਆਂ ਮੁਲਾਂਕਣ ਦੀਆਂ ਸਾਰੀਆਂ ਲੋੜਾਂ ਪੂਰੀਆਂ ਹੋਣ ਤਾਂ ਦੇਖਣ ਲਈ ਹੇਠਾਂ ਦਿੱਤੀ ਚੈਕ ਲਿਸਟ ਵਰਤੋਂ।

ਭਾਗ A:

- ਸੰਗਠਿਤ ਢਾਂਚੇ ਦੀ ਅਗਵਾਈ ਪਛਾਣੋ।
- ਉਨ੍ਹਾਂ ਤੱਤਾਂ ਦੀ ਸੂਚੀ ਬਣਾਓ ਜੋ ਸੰਗਠਿਤ ਢਾਂਚੇ ਨੂੰ ਪ੍ਰਭਾਵਿਤ ਕਰਦੇ ਹਨ।
- ਚਾਰਟ ਦੀ ਮੱਦਦ ਨਾਲ ਸੰਗਠਿਤ ਢਾਂਚੇ ਦਾ ਵਰਣਨ ਕਰੋ।

ਭਾਗ – B :

ਜਮਾਤ ਵਿੱਚ ਹੇਠ ਲਿਖਿਆਂ ਤੇ ਚਰਚਾ/ਵਿਚਾਰ ਵਟਾਂਦਰਾ ਕਰੋ:

- ਸੰਗਠਿਤ/ਸੰਗਠਨ ਢਾਂਚਾ ਕੀ ਹੈ ?
- ਸੰਗਠਨ ਢਾਂਚੇ ਦੀ ਕੀ ਮਹੱਤਤਾ ਹੈ ?
- ਸੰਗਠਨ ਨੂੰ ਵਾਤਾਵਰਨ ਕਿਵੇਂ ਪ੍ਰਭਾਵਿਤ ਕਰਦਾ ਹੈ ?
- ਸਭਿਆਚਾਰਕ ਤਬਦੀਲੀ ਨੂੰ ਪ੍ਰਭਾਵਿਤ ਕਰਨ ਵਾਲੇ ਤੱਤਾਂ ਦਾ ਵਰਣਨ ਕਰੋ।
- ਸੰਗਠਿਤ ਸੰਗਠਨ ਹੋਣ ਦੇ ਕੀ ਲਾਭ ਹਨ ?

ਭਾਗ – C :

ਕਾਰਜ ਪੱਧਰ/ਪ੍ਰਦਰਸ਼ਨ ਪੱਧਰ

ਪ੍ਰਦਰਸ਼ਨ ਪੱਧਰ	ਹਾਂ	ਨਾਂ
ਸੰਗਠਿਤ ਢਾਂਚੇ ਨੂੰ ਪ੍ਰਭਾਵਿਤ ਕਰਨ ਵਾਲੇ ਤੱਤਾਂ ਦੀ ਲਿਸਟ ਬਣਾਓ।		
ਸੰਗਠਿਤ ਢਾਂਚੇ ਦੀ ਲੋੜ ਪਛਾਣਨ ਦੇ ਕਾਬਲ ਬਣੋ।		
ਪ੍ਰਚੂਨ ਵਪਾਰ ਦੇ ਸੰਗਠਿਤ ਢਾਂਚੇ ਨੂੰ ਸਮਝਣ ਦੇ ਕਾਬਲ ਬਣੋ।		

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

ਕਾਰਜਕਾਲ 2: ਪ੍ਰਚੂਨ ਵਿੱਚ ਖੋਜ

ਢੁਕਵਾਂ ਗਿਆਨ

ਪ੍ਰਚੂਨ ਵਿੱਚ ਖੋਜ ਇੱਕ ਅਜਿਹਾ ਕੰਮ ਹੈ ਜਿਸ ਦਾ ਸੰਬੰਧ ਗਾਹਕ ਨਾਲ ਹੁੰਦਾ ਹੈ, ਅਤੇ ਗਾਹਕ ਅਤੇ ਆਮ ਲੋਕਾਂ ਦਾ ਮੰਡੀ (ਬਜ਼ਾਰ) ਨਾਲ ਸੂਚਨਾ ਰਾਹੀਂ ਸਬੰਧ ਹੁੰਦਾ ਹੈ।

ਪ੍ਰਚੂਨ ਖੋਜ ਇਨ੍ਹਾਂ ਨੂੰ ਮਦਦ ਕਰਦੀ ਹੈ:

(*i*) ਮੰਡੀ/ਬਜ਼ਾਰ ਦੀਆਂ ਹਾਲਤਾਂ ਦਾ ਵਿਸ਼ਲੇਸ਼ਣ ਕਰਨ ਦੀ ਜਿੰਮੇਵਾਰੀ ਵਿੱਚ
(*ii*) ਲਾਭ/ਫਾਇਦੇ ਨੂੰ ਬਣਾਏ ਰੱਖਣ ਲਈ ਵਿਕਾਸਸ਼ੀਲ ਰਣਨੀਤੀ ਤੇ ਕੰਮ ਕਰਨਾ
(*iii*) ਵਿਸ਼ੇਸ਼ ਮੰਡੀ ਦੇ ਵਿਕਾਸ ਪ੍ਰੋਗਰਾਮਾਂ ਦਾ ਹਿਸਾਬ ਲਗਾਉਣਾ।
(*iv*) ਮਿਣਤੀ ਯੋਗ ਉਦੇਸ਼ਾਂ ਨਾਲ ਰਣਨੀਤੀ ਨੂੰ ਲਾਗੂ ਕਰਨਾ।

ਮੰਡੀਕਰਣ ਖੋਜ ਦੀ ਜ਼ਰੂਰਤ

ਮੰਡੀਕਰਣ ਵਾਤਾਵਰਨ ਦਾ ਬੜੀ ਤੇਜੀ ਨਾਲ ਬਦਲਾਅ ਹੋ ਰਿਹਾ ਹੈ, ਅਤੇ ਪਹਿਲਾ ਦੇ ਕਿਸੇ ਹੋਰ ਸਮੇਂ ਨਾਲੋਂ, ਅੱਜ ਅਸਲੀ ਸਮੇਂ ਦੀ ਮੰਡੀ/ਬਾਜ਼ਾਰ ਦੀ ਜਾਣਕਾਰੀ ਦੀ ਬਹੁਤ ਜ਼ਿਆਦਾ ਲੋੜ ਹੈ।
ਗਾਹਕਾਂ ਦੀਆਂ ਮੰਗਾਂ ਵਿੱਚ ਬਦਲਾਅ ਨਜ਼ਰ ਆਉਂਦਾ ਹੈ। ਉਹ (ਗੁਣਾ) ਕੁਆਲਟੀ ਬਾਰੇ ਜ਼ਿਆਦਾ ਜਾਣਕਾਰ ਹਨ। ਉਹਨਾਂ ਕੋਲ ਦੁਕਾਨ ਤੇ ਸੌਦਾ ਲੈਣ ਦਾ ਸਮਾਂ ਘੱਟ ਹੀ ਹੁੰਦਾ ਹੈ।
ਦੂਜੇ ਪਾਸੇ ਅਰਥ ਵਿਵਸਥਾ ਅਤੇ ਸੰਸਾਰੀ ਕਰਣ ਦੇ ਖੁਲ੍ਹਣ ਨਾਲ ਬਜ਼ਾਰ ਵਿੱਚ ਬਹੁਤ ਸਾਰੇ ਵਿਦੇਸ਼ੀ ਉਤਪਾਦ ਸਮਾ ਗਏ ਹਨ ਜਿਸ ਨਾਲ ਘਰੇਲੂ ਉਤਪਾਦਨ ਦਾ ਉਨ੍ਹਾਂ ਨਾਲ ਮੁਕਾਬਲਾ ਔਖਾ ਹੋ ਗਿਆ ਹੈ। ਪ੍ਰਚੂਨ ਵਪਾਰ ਹੁਣ ਸੰਗਠਿਤ ਹੋ ਗਿਆ ਹੈ ਅਤੇ ਇਸ ਦੀਆਂ ਜੜਾਂ ਰਾਸ਼ਟਰੀ ਅਤੇ ਅੰਤਰਰਾਸ਼ਟਰੀ ਬਜ਼ਾਰ ਵਿੱਚ ਫੈਲ ਰਹੀਆਂ ਹਨ।

ਪ੍ਰਚੂਨ ਖੋਜ ਦੇ ਭਾਗ

ਮੰਡੀ ਦੇ ਹਿੱਸੇ — ਕੁੱਝ ਪਰਿਵਰਤਨਸ਼ੀਲ ਅਧਾਰ ਵੱਡੀ ਮੰਡੀ /ਬਜ਼ਾਰ ਨੂੰ ਇੱਕੋ ਜਿਹੇ (ਸਮਰੂਪੀ) ਛੋਟੇ ਹਿੱਸਿਆਂ/ਟੁਕੜਿਆਂ ਵਿੱਚ ਵੰਡਣ ਲਈ ਇੱਕ ਮਹੱਤਵਪੂਰਨ ਪ੍ਰਕਿਰਿਆ ਹਨ। ਪ੍ਰਚੂਨ ਬਜ਼ਾਰ ਵਿੱਚ ਮੌਜੂਦ ਸਭ ਤੋਂ ਸਧਾਰਣ ਪਰਿਵਰਤਨਸ਼ੀਲ ਟੁੱਕੜਾ ਜਾਂ ਅਧਾਰ ਹੇਠ ਲਿਖੇ ਹਨ:-

1. ਭੂਗੋਲਿਕ ਪਰਿਵਰਤਨਸ਼ੀਲ (Variable) ਜਿਵੇਂ ਰਾਜ, ਜਿਲ੍ਹਾ, ਮੰਡਲ, ਤਹਿਸੀਲ।
2. ਜਨ ਅੰਕੜਾ ਸ਼ਾਸਤਰ — ਉਮਰ, ਲਿੰਗ, ਸਿਖਿੱਆ, ਕਿੱਤਾ ਆਦਿ।
3. ਵਿਵਹਾਰਕ (Behavioural) : ਵਿਅਕਤੀਤਵ- ਰਹਿਣ ਸਹਿਣ ਦਾ ਢੰਗ।
4. ਮਨੋਵਿਗਿਆਨਿਕ — ਫਾਇਦੇ ਲੱਭਣਾ, ਖਰੀਦਣ ਲਈ ਤਿਆਰੀ ਵਾਲਾ ਪੱਧਰ।

ਮੁਕਾਬਲਾ (Competition) : ਇਹ ਪ੍ਰਚੂਨ ਬਾਜ਼ਾਰ ਦਾ ਅਨਿੱਖੜਵਾਂ ਭਾਗ ਹੈ। ਹਰੇਕ ਪ੍ਰਚੂਨ ਸਟੋਰ ਨੂੰ ਆਪਣੇ ਮੁਕਾਬਲੇ/ਪ੍ਰਤੀਯੋਗਤਾ ਬਾਰੇ ਜਾਣਨਾ ਬਹੁਤ ਜ਼ਰੂਰੀ ਹੈ। ਇਹ ਜਾਣਕਾਰੀ ਪ੍ਰਤੀਯੋਗੀ ਖੋਜ ਹੀ ਇਕੱਠੀ ਕਰ ਸਕਦੀ ਹੈ। ਇਸ ਖੋਜ ਰਾਹੀਂ ਸਾਨੂੰ ਪ੍ਰਤੀਯੋਗਤਾ ਦੇ ਪੱਧਰ ਦੇ ਹੇਠ ਲਿਖੇ ਅਧਾਰ ਪਤਾ ਲੱਗਦੇ ਹਨ : —

1. ਉਦਯੋਗ ਪ੍ਰਤੀਯੋਗਤਾ
2. ਉਤਪਾਦ ਦੀ ਕਿਸਮ ਪ੍ਰਤੀਯੋਗਤਾ
3. ਬਰੈਂਡ ਮੁਕਾਬਲਾ

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

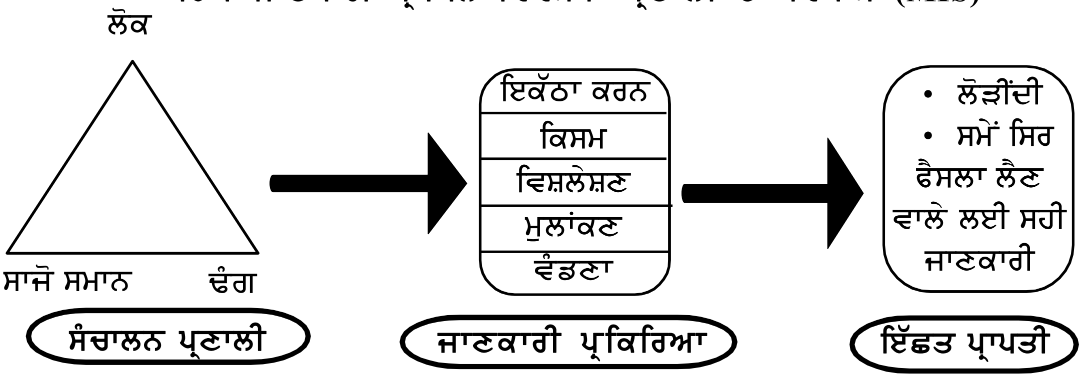
Downloaded from https:// www.studiestoday.com

4. ਕੀਮਤਾਂ ਪ੍ਰਤੀਯੋਗਤਾ
5. ਵਿਗਿਆਪਨ ਸਬੰਧੀ ਪ੍ਰਤੀਯੋਗਤਾ

ਮੰਡੀ ਬਾਜ਼ਾਰ ਜਾਣਕਾਰੀ ਪ੍ਰਣਾਲੀ (MIS)

ਇਹ ਪ੍ਰਣਾਲੀ (MIS) ਸੂਚਨਾਂ ਜਾਂ ਜਾਣਕਾਰੀ ਨੂੰ ਇਕੱਤਰ ਅਤੇ ਪ੍ਰਕਿਰਿਅਤ (process) ਕਰਨ ਲਈ ਲੋਕਾਂ, ਸਾਜੋ-ਸਮਾਨ ਅਤੇ ਢੰਗ ਤਰੀਕਿਆਂ ਦੀ ਪ੍ਰਣਾਲੀ ਹੈ। ਇਹ ਸੰਚਾਲਨ ਪ੍ਰਣਾਲੀ ਵਸਤੂਆਂ ਨੂੰ ਇਕੱਠਾ ਕਰਨ, ਕਿਸਮ, ਵਿਸ਼ਲੇਸ਼ਣ, ਮੁਲਾਂਕਣ ਅਤੇ ਜਾਣਕਾਰੀ ਦਾ ਪ੍ਰਬੰਧ ਕਰਦੀ ਹੈ ਅਤੇ ਲੋੜੀਂਦੀ ਜਾਣਕਾਰੀ ਠੀਕ ਸਮੇਂ ਅਤੇ ਠੀਕ ਵਿਅਕਤੀ ਨੂੰ ਵੰਡਣ ਉਦਾਹਰਨ ਲਈ ਫੈਸਲਾ ਲੈਣ ਵਾਲੇ (Decision Maker) ਨੂੰ ਠੀਕ ਸਮੇਂ ਤੇ ਲੋੜੀਂਦੀ ਅਤੇ ਠੀਕ ਜਾਣਕਾਰੀ ਦੇਣ ਦਾ ਪ੍ਰਬੰਧ ਕਰਦੀ ਹੈ। ਬਜ਼ਾਰ ਦੀ ਜਾਣਕਾਰੀ ਲਈ ਕਈ ਸਾਧਨ ਹਨ-ਰਿਕਾਰਡਜ਼ (ਖਬਰੀ ਆਇਟਮਾਂ, ਸਾਲਾਨਾ ਰਿਪੋਰਟ, ਜਾਣਕਾਰੀ ਕਿਤਾਬ, ਨਿਰੀਖਣ ਰਿਪੋਰਟ)

ਇੱਕ ਜਾਣਕਾਰੀ ਪ੍ਰਬੰਧਨ ਵਿਵਸਥਾ ਪ੍ਰਣਾਲੀ ਦਾ ਵਿਕਾਸ (MIS)



ਐਮ.ਆਈ.ਐਸ ਤਿੰਨ ਕਿਰਿਆਵਾਂ ਤੇ ਆਧਾਰਿਤ ਹੈ।

1. ਮੰਡੀਕਰਨ (ਬਜ਼ਾਰੀ) ਖੋਜ ਪ੍ਰਣਾਲੀ

ਪ੍ਰਚੂਨ ਸਟੋਰ ਵਿੱਚ ਸਟੋਰ ਸੰਚਾਲਣ ਦੀ ਪ੍ਰਭਾਵਸ਼ਾਲੀ ਪ੍ਰਬੰਧ ਵਿਵਸਥਾ ਲਈ ਉਸ ਦੇ ਮਾਲਕ ਜਾਂ ਪ੍ਰਬੰਧਕਾਂ ਨੂੰ ਲੋੜੀਂਦੀ ਜਾਣਕਾਰੀ ਐਮ.ਆਈ.ਐਸ (MIS) ਨੂੰ ਪ੍ਰਦਾਨ ਕਰਨੀ ਚਾਹੀਦੀ ਹੈ। ਇਹ ਉਨ੍ਹਾਂ ਸਵਾਲਾਂ ਦੇ ਜਵਾਬ ਪ੍ਰਦਾਨ ਕਰਦਾ ਹੈ ਜੋ ਪ੍ਰਬੰਧਕ ਨੂੰ ਪੁੱਛੇ ਜਾਂਦੇ ਹਨ ਜਿਵੇਂ —

* ਤੁਸੀਂ ਲਗਾਤਾਰ ਕਿਹੜੇ ਫੈਸਲੇ ਲੈਂਦੇ ਹੋ ?
* ਇਨ੍ਹਾਂ ਫੈਸਲਿਆਂ ਨੂੰ ਲੈਣ ਲਈ ਤੁਹਾਨੂੰ ਕਿਹੜੀ ਜਾਣਕਾਰੀ ਚਾਹੀਦੀ ਹੈ?
* ਤੁਸੀਂ ਕਿਹੜੀ ਜਾਣਕਾਰੀ ਲਗਾਤਾਰ ਪ੍ਰਾਪਤ ਕਰਦੇ ਹੋ ?
* ਤੁਸੀਂ ਕਿਹੜੀ ਖਾਸ ਪੜਾਈ ਸਮੇਂ ਸਮੇਂ ਤੇ ਕਰਨ ਦੀ ਬੇਨਤੀ ਕਰਦੇ ਹੋ ?
* ਤੁਸੀਂ ਕਿਹੜੀ ਜਾਣਕਾਰੀ ਚਾਹੋਗੇ ਜੋ ਤੁਸੀਂ ਅਜੇ ਤੱਕ ਪ੍ਰਾਪਤ ਨਹੀਂ ਕੀਤੀ?
* ਕਿਹੜੀ ਜਾਣਕਾਰੀ ਤੁਸੀਂ ਹਰ ਰੋਜ ਚਾਹੋਗੇ ? ਹਫ਼ਤੇਵਾਰੀ, ਮਹੀਨੇਵਾਰੀ, ਸਾਲਾਨਾ?
* ਤਸੀਂ ਕਿਹੜੇ ਮੈਗਜ਼ੀਨ ਅਤੇ ਵਪਾਰਕ ਰਿਪੋਰਟ ਨਿਯਮਿਤ ਰੂਪ ਵਿੱਚ ਵੇਖਣਾ ਚਾਹੋਗੇ?
* ਕਿਹੜੇ ਵਿਸ਼ਿਆਂ ਨੂੰ ਤੁਸੀਂ ਜਾਣਕਾਰੀ ਲਈ ਰੱਖਣਾ ਚਾਹੋਗੇ?
* ਤੁਸੀਂ ਕਿਹੋ ਜਿਹਾ ਪ੍ਰੋਗਰਾਮ ਵਿਸ਼ਲੇਸ਼ਣ ਕਰਨਾ ਚਾਹੋਗੇ?
* ਅਜੋਕੇ ਐਮ.ਆਈ.ਐਸ (MIS) ਵਿੱਚ ਕਿਹੜੇ ਚਾਰ ਮਦਦਗਾਰ ਸੁਧਾਰ ਕੀਤੇ ਜਾ ਸਕਦੇ ਹਨ?

2. ਮੰਡੀਕਰਨ ਸੂਚਨਾ ਪ੍ਰਣਾਲੀ: ਇਹ ਉਹ ਪ੍ਰਕਿਰਿਆ ਅਤੇ ਸਾਧਨਾਂ ਦਾ ਸੈਟ ਹੈ ਜਿਸਦੀ ਵਰਤੋਂ ਮਾਲਕ ਜਾਂ ਪ੍ਰਬੰਧਕ ਬਾਜ਼ਾਰੀ ਵਾਤਾਵਰਨ ਵਿੱਚ ਵਿਕਾਸ ਅਤੇ ਘਟਨਾ ਬਾਰੇ ਲਗਾਤਾਰ ਸੂਚਨਾ ਪ੍ਰਾਪਤ ਕਰਨ ਲਈ ਕਰਦੇ ਹਨ।

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

ਇਹ ਜਾਣਕਾਰੀ ਕਿਤਾਬਾਂ ਅਤੇ ਰਸਾਲੇ ਪੜ੍ਹਕੇ, ਅਖਬਾਰਾਂ ਵਪਾਰਕ ਪ੍ਰਕਾਸ਼ਨ, ਇਸ਼ਤਿਹਾਰਾਂ, ਗਾਹਕ ਨਾਲ ਗੱਲਾਂ ਕਰਕੇ, ਲੋੜੀਂਦੀ ਪੂਰਤੀ ਕਰਨ ਵਾਲੇ ਅਤੇ ਵੰਡਣ ਵਾਲੇ ਅਤੇ ਫਰਮ ਦੇ ਕਰਮਚਾਰੀਆਂ ਨਾਲ ਮੀਟਿੰਗਾਂ ਕਰਕੇ ਇਕੱਠੀ ਕੀਤੀ ਜਾ ਸਕਦੀ ਹੈ। ਇੰਟਰਨੈਟ ਅਤੇ ਵੈਬਸਾਈਟਸ ਇੱਕ ਬਹੁਤ ਮਹੱਤਵਪੂਰਣ ਸਾਧਨ ਹਨ। ਬਾਜ਼ਾਰ ਸਬੰਧੀ ਸੂਚਨਾ ਇੱਕ ਵਾਰ ਇਕੱਠੀ ਕਰਕੇ ਕੰਪਨੀ ਦੇ ਮਹੱਤਵਪੂਰਨ ਅਧਿਕਾਰੀਆਂ ਨੂੰ ਭੇਜੀ ਜਾਂਦੀ ਹੈ। ਇਹ ਸੂਚਨਾ ਕੰਪਨੀ ਦੀਆਂ ਸਾਲਾਨਾ ਰਿਪੋਰਟਾਂ ਵਰਗੇ ਦੂਜੇ ਸਰੋਤਾਂ ਰਾਹੀਂ ਉਪਲਬਧ ਅੰਕੜਿਆਂ/ਡਾਟਾ ਤੋਂ ਵੀ ਜਾਂਚੀ ਜਾਂਦੀ ਹੈ।

ਇਹ ਜਾਣਕਾਰੀ ਉਪਸਾਧਨਾਂ (Secondary) ਤੋਂ, ਜਿਵੇਂ ਕਿ ਕੰਪਨੀ ਦੀ ਸਲਾਨਾ ਰਿਪੋਰਟ ਆਦਿ ਤੋਂ ਪ੍ਰਾਪਤ ਉਪਲੱਬਧ ਡਾਟੇ ਤੋਂ ਤਸਦੀਕ ਕੀਤੀ ਜਾਂਦੀ ਹੈ।

3. ਕੰਪਨੀ ਦਾ ਅੰਦਰੂਨੀ ਰਿਕਾਰਡ — ਇਹ ਸੂਚਨਾ ਆਰਡਰਾਂ, ਸੇਲਜ਼, ਕੀਮਤਾਂ, ਖਰਚੇ ਅਤੇ ਖੋਜਾਂ, ਪ੍ਰਾਪਤੀਆਂ ਭੁਗਤਾਨਾਂ ਅਤੇ ਹੋਰ ਅੰਦਰੂਨੀ ਰਿਪੋਰਟਾਂ ਆਦਿ ਤੋਂ ਜਾਰੀ ਹੁੰਦੀ ਹੈ।

- ਵਿਕਰੀ ਵਿਭਾਗ, ਵਿਕਰੀ, ਤਰਜੀਹੀ ਵਸਤਾਂ, ਪੈਸੇ ਦੀ ਪ੍ਰਾਪਤੀ, ਗਾਹਕਾਂ ਦੀ ਗਿਣਤੀ ਆਦਿ ਦਾ ਰਖਵਾਲਾ ਹੈ।
- ਵਸਤੂ ਦੀ ਪ੍ਰਾਪਤੀ ਕਰਨ ਵਾਲਾ ਵਿਭਾਗ ਕੋਈ ਵਸਤੂ ਜਾਂ ਵਸਤੂਆਂ, ਕਦੋ ਅਤੇ ਕਿੱਥੋਂ ਪ੍ਰਾਪਤ ਹੋਇਆਂ ਵਸਤਾਂ ਦਾ ਡਾਟਾ (ਵੇਰਵਾ) ਪ੍ਰਦਾਨ ਕਰਦਾ ਹੈ।
- ਵਸਤੂ ਸੂਚੀ ਵਿਵਸਥਾ ਵਿਭਾਗ ਸਟਾਕ ਦੇ ਪੱਧਰ ਦਾ ਡਾਟਾ ਰੱਖਦਾ ਹੈ।
- ਦੁਕਾਨ ਤੇ ਕੰਮ ਕਰਨ ਵਾਲੇ ਕਰਮਚਾਰੀ ਗਾਹਕਾਂ ਦੀ ਗਿਣਤੀ ਘਟਣਾ, ਗਾਹਕਾਂ ਦੀ ਕਿਸਮ, ਗਾਹਕ ਦੀ ਤਰਜੀਹ, ਗਾਹਕ ਦੀਆਂ ਸ਼ਿਕਾਇਤਾਂ, ਉਤਪਾਦਕ ਦੀ ਤਰਜੀਹ ਆਦਿ ਸਬੰਧੀ ਡਾਟਾ ਪ੍ਰਦਾਨ ਕਰਦੇ ਹਨ। ਸ਼ਰਤ ਹੈ ਕਿ ਉਹ ਇਨ੍ਹਾਂ ਆਈਟਮਾਂ ਦਾ ਰਿਕਾਰਡ ਰੱਖਦੇ ਹੋਣ।

ਮੰਡੀਕਰਨ ਖੋਜ ਦੇ ਕੰਮ (Roles of Market Research) :

- ਬਜ਼ਾਰੀ ਖੋਜ ਫੈਸਲੇ ਲੈਣ ਦੀ ਪ੍ਰਕਿਰਿਆ ਵਿੱਚ ਆਪਣੇ ਰੋਲ ਤੇ ਚਾਨਣਾ ਪਾਉਂਦੀ ਹੈ।
- ਇਸ ਦਾ ਇੱਕ ਮਹੱਤਵਪੂਰਨ ਹਿੱਸਾ ਇਹ ਹੈ ਕਿ ਇਸ ਵਿੱਚ ਲੋੜੀਂਦੀ ਜਾਣਕਾਰੀ ਦੀ ਵਿਸ਼ੇਸ਼ਤਾ ਦਾ ਵਰਣਨ ਕਰਨਾ ਸ਼ਾਮਿਲ ਹੈ।
- ਮਾਰਕੀਟ ਸੂਚਨਾ ਜਾਂ ਜਾਣਕਾਰੀ ਦਾ ਅਨੋਖਾ, ਬੁੱਧੀਮਤਾ ਵਾਲਾ ਅਤੇ ਰਚਨਾਤਮਕ ਪ੍ਰਯੋਗ ਕਰਕੇ ਸੰਗਠਨ ਚਿਰ ਸਥਾਈ ਪ੍ਰਤੀਯੋਗੀ ਲਾਭ ਲੈ ਸਕਦੇ ਹਨ।
- ਪ੍ਰਚੂਨ ਖੋਜ ਦੀ ਮੱਦਦ ਨਾਲ, ਪ੍ਰਚੂਨ ਵਪਾਰੀ ਬਜ਼ਾਰ ਹਾਲਾਤ ਦੇ ਵਿਸ਼ਲੇਸ਼ਣ ਅਤੇ ਪ੍ਰਤੀਯੋਗੀ ਲਾਭ ਲੈਣ ਲਈ ਰਣਨੀਤੀ ਦਾ ਵਿਕਾਸ ਕਰ ਸਕਦੇ ਹਨ।

ਪ੍ਰਚੂਨ ਪ੍ਰਬੰਧਕਾਂ ਦੀ ਫ਼ੈਸਲੇ ਲੈਣ ਦੀ ਪ੍ਰਕਿਰਿਆ —

ਪ੍ਰਚੂਨ ਖੋਜ ਪ੍ਰਚੂਨ ਵਪਾਰੀਆਂ ਦੀ ਮਾਰਕੀਟ ਸਬੰਧੀ ਮਹੱਤਵਪੂਰਨ ਫੈਂਸਲੇ ਲੈਣ ਵਿੱਚ ਮੱਦਦ ਕਰਦੀ ਹੈ। ਜਿਵੇਂ ਕਿ ਮਾਰਕੀਟ ਦੀ ਸਥਿਤੀ, ਕਿਸੇ ਖਾਸ ਟਾਰਗਿਟ ਮਾਰਕੀਟ ਲਈ ਸਭ ਤੋਂ ਢੁੱਕਵੇਂ ਪ੍ਰਚੂਨ ਫੋਰਮੈਟ ਦੀ ਚੋਣ, ਸਮਾਨ ਜਾਂ ਉਤਪਾਦ ਦਾ ਸਭ ਤੋਂ ਵਧੀਆ ਪ੍ਰਦਰਸ਼ਨ ਆਦਿ।

ਪ੍ਰਚੂਨ ਪ੍ਰਬੰਧਕਾਂ ਦੀ ਫੈਸਲੇ ਲੈਣ ਦੀ ਪ੍ਰਕਿਰਿਆ/ਵਿਸ਼ਲੇਸ਼ਣ, ਰਣਨੀਤੀ ਦਾ ਵਿਕਾਸ, ਬਾਜ਼ਾਰੀ ਸਥਿਤੀ ਦਾ ਵਿਕਾਸ ਪ੍ਰੋਗਰਾਮ ਅਤੇ ਇਸ ਨੂੰ ਲਾਗੂ ਕਰਨ ਦੇ ਰੂਪ ਵਿੱਚ ਹੁੰਦੀ ਹੈ। ਇਹ ਆਮ ਕਰਕੇ ਨਿਰੰਤਰ ਪ੍ਰਕਿਰਿਆ ਹੈ, ਜਿਹੜੀ ਕਿ ਬਾਜ਼ਾਰ ਦੀ ਖਾਸ ਸਥਿਤੀ ਦੀ ਮੰਗ (ਲੋੜ) ਤੇ ਅਧਾਰਿਤ ਹੈ ਅਤੇ ਪ੍ਰਚੂਨ ਵਪਾਰੀ ਨੂੰ ਲਏ ਫੈਸਲੇ ਨੂੰ ਬਦਲਣਾ ਪੈ ਸਕਦਾ ਹੈ।

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

ਪ੍ਰਚੂਨ ਪ੍ਰਬੰਧਕ ਦੀ ਫੈਸਲੇ ਲੈਣ ਦੀ ਪ੍ਰਕਿਰਿਆ

ਪ੍ਰਚੂਨ ਖੋਜ ਪ੍ਰਬੰਧਕਾਂ ਲਈ ਸਹਾਇਕ ਹੁੰਦੀ ਹੈ।

(a) ਬਜ਼ਾਰੀ ਸਥਿਤੀ ਵਿਸ਼ਲੇਸ਼ਣ ਨੂੰ ਸ਼ੁਰੂ ਕਰਨਾ।

(b) ਪ੍ਰਤੀਯੋਗਤਾ ਲਾਭ ਲਈ ਵਿਕਾਸਸ਼ੀਲ ਰਣਨੀਤੀ ਤੇ ਕੰਮ ਕਰਨਾ।

(c) ਵਿਸ਼ੇਸ਼ ਬਾਜ਼ਾਰੀ ਪ੍ਰੋਗਰਾਮਾਂ ਦੇ ਵਿਕਾਸ ਲਈ ਹਿਸਾਬ ਲਾਉਣਾ।

(d) ਗਿਣਤੀ ਮਿਣਤੀ ਵਾਲੇ ਉਦੇਸ਼ਾਂ ਨਾਲ ਰਣਨੀਤੀ ਲਾਗੂ ਕਰਨਾ।

ਖੋਜੀ ਢੰਗਾਂ ਦੀਆਂ ਕਿਸਮਾਂ

1. ਗੁਣਾਤਮਕ ਖੋਜ ਤਰੀਕਾ (ਢੰਗ)

ਗੁਣਾਤਮਕ ਢੰਗ "ਉਪਭੋਗੀ ਦੇ ਮਨ ਵਿੱਚ ਕੀ ਹੈ" ਉਸਨੂੰ ਲੱਭਣ ਲਈ ਵਰਤੋ ਕੀਤਾ ਜਾਂਦਾ ਹੈ! ਗੁਣਾਤਮਕ ਖੋਜ ਰਾਹੀਂ ਪ੍ਰਚੂਨ ਵਪਾਰੀ ਉਪਭੋਗੀ ਦੀ ਗਤੀਵਿਧੀ ਅਤੇ ਸਰੋਕਾਰਾਂ ਦੇ ਵਿਸਤਾਰ ਅਤੇ ਜਟਿਲਤਾ ਤੋਂ ਜਾਣੂ ਹੋ ਸਕੇਗਾ। ਇਹੋ ਜਿਹਾ (ਡੈਟਾ)/ਅੰਕੜਾ ਪ੍ਰਚੂਨ ਵਪਾਰੀ ਨੂੰ ਆਮ ਤੌਰ ਤੇ ਇਨ੍ਹਾਂ ਚੀਜ਼ਾਂ ਬਾਰੇ ਹੋਰ ਜਾਣਨ ਵਿੱਚ ਮਦਦ ਕਰਦਾ ਹੈ (ਜਿਵੇਂ ਮਹਿਸੂਸ ਕਰਨਾ, ਵਿਚਾਰ, ਅੰਦਰੂਨੀ ਵਿਚਾਰ, ਪਿਛਲਾ ਵਿਵਹਾਰ ਆਦਿ) ਜਿਨ੍ਹਾਂ ਨੂੰ ਉਹ ਸਿੱਧੇ ਤੌਰ ਤੇ ਅਨੁਸਰਨ ਅਤੇ ਮਾਪ ਨਹੀਂ ਸਕਦਾ।

ਕਿਸੇ ਉਤਪਾਦ ਮਿਕਸ ਨੂੰ ਉਨਤ ਕਰਨ ਦੇ ਉਦੇਸ਼ ਨਾਲ ਫੋਕਸ ਗਰੁੱਪਾਂ ਨੂੰ ਨਿਸ਼ਾਨੇ ਵਾਲੇ ਬਾਜ਼ਾਰ ਵਿੱਚ ਮੁੱਖ ਹਿੱਸੇ ਵੱਜੋਂ ਵਿਚਾਰਿਆ ਜਾਂਦਾ ਹੈ ਅਤੇ ਉਨ੍ਹਾਂ ਦੀਆਂ ਉਤਪਾਦ ਤਰਜੀਹਾਂ ਨੂੰ ਪੜ੍ਹਿਆ ਜਾਂਦਾ ਹੈ। ਇਹ ਇਸ ਤਰ੍ਹਾਂ ਕੀਤਾ ਜਾਂਦਾ ਹੈ।

1. ਟੀਚਾ ਗਰੁੱਪ ਜਾਂ ਫੋਕਸ ਗਰੁੱਪ ਵਿੱਚ ਉਤਪਾਦ ਦੀ ਸਭ ਤੋਂ ਜ਼ਿਆਦਾ ਸੰਭਾਵਿਤ ਸਥਿਤੀ ਨੂੰ ਪਛਾਣਨਾ।
2. ਵੱਖ-ਵੱਖ ਵਿਸ਼ੇਸ਼ਤਾ ਦੇ ਸੰਕੇਤਾਂ ਨੂੰ ਪ੍ਰਾਪਤ ਕਰਨਾ ਜਿਹੜੇ ਖਰੀਦਦਾਰੀ ਦੀਆਂ ਵਿਸ਼ੇਸ਼ਤਾਈਆਂ ਨਾਲ ਸਬੰਧਤ ਹਨ, ਜਿਵੇਂ ਕਿ ਮਾਹੌਲ, ਖ੍ਰੀਦਦਾਰੀ ਦੀਆਂ ਲੋੜਾਂ ਅਤੇ ਮੰਗਾਂ, ਸਟਾਇਲ ਦੀਆਂ ਤਰਜੀਹਾਂ, ਕੁੱਝ ਹੋਰ ਜ਼ਰੂਰੀ ਗੱਲਾਂ ਅਤੇ ਮਨਾਹੀਆਂ ਆਦਿ।
3. ਟਾਰਗਿਟ ਗਰੁੱਪ ਨੂੰ ਆਕਰਸ਼ਿਤ ਕਰਨ ਲਈ, ਉੱਪ-ਲਕਸ਼ੀ ਮਾਰਕਿਟ ਵਿੱਚ ਤਰਜੀਹੀ ਪਹਿਲ ਕਦਮੀ ਉੱਪਰ ਨਾਂਹ-ਪੱਖੀ ਨਿਰੀਖਣ ਕਰੋ।

ਗੁਣਾਤਮਕ ਖੋਜ ਵਿੱਚ ਵਰਤੇ ਗਏ ਢੰਗ ਤਰੀਕੇ, ਮਿਆਰੀ ਪ੍ਰਸ਼ਨਾਵਲੀ ਅਧਾਰਿਤ ਇੰਟਰਵਿਊ ਨਾਲੋਂ ਘੱਟ ਸੰਗਠਤ ਅਤੇ ਵਧੇਰੇ ਤੇਜ਼ ਹੁੰਦੇ ਹਨ। ਲਕਸ਼ ਅਧੀਨ ਮਾਰਕੀਟ ਨੂੰ ਪ੍ਰਦਰਸ਼ਤ ਕਰਨ ਲਈ ਕੇਵਲ ਛੋਟੀ ਸੰਖਿਆ ਵਿੱਚ ਉਤਰਦੇਹੀਆਂ ਦਾ ਪ੍ਰਯੋਗ ਕੀਤਾ ਜਾਂਦਾ ਹੈ, ਜਿਸ ਨਾਲ ਉਹਨਾਂ ਦੀ ਸੰਗਠਤ ਅਤੇ ਵੱਡੇ ਪੱਧਰ ਦੀ ਪੜ੍ਹਾਈ ਦੀ ਭੂਮਿਕਾ ਤਿਆਰ ਹੁੰਦੀ ਹੈ।

(a) ਗੁਣਾਤਮਕ ਖੋਜ ਦੇ ਢੰਗ ਤਰੀਕਿਆਂ ਦੀਆਂ ਮੁੱਖ ਸ਼੍ਰੇਣੀਆਂ :-

- **ਸਮੱਸਿਆ ਦੀ ਵਿਸਥਾਰਪੂਰਕ ਪਰਿਭਾਸ਼ਾ ਦੇਣਾ।**
- **ਬਾਅਦ ਵਾਲੀ ਖੋਜ ਵਿੱਚ ਕਾਲਪਨਿਕ ਖੋਜ ਨੂੰ ਟੈਸਟ ਕਰਨ ਦਾ ਸੁਝਾਅ ਦੇਣਾ।**
- **ਨਵੇਂ ਉਤਪਾਦ ਜਾਂ ਸੇਵਾ ਧਾਰਨਾ ਨੂੰ ਪੈਦਾ ਕਰਨਾ ਸਮੱਸਿਆ ਦੇ ਹੱਲ, ਉਤਪਾਦ ਦੇ ਢੰਗ ਜਾਂ ਵਿਸ਼ੇਸਤਾਵਾਂ ਆਦਿ।**

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

- ਨਵੀਆਂ ਉਤਪਾਦ ਧਾਰਨਾਵਾਂ ਦੇ ਪ੍ਰਤੀ ਮੁੱਢਲੀ ਪ੍ਰਤੀਕਿਰਿਆ ਪ੍ਰਾਪਤ ਕਰਨਾ।
- ਸੰਗਠਿਤ ਪ੍ਰਸ਼ਨਾਵਲੀਆਂ ਨੂੰ ਪਹਿਲਾਂ ਪਰਖਣਾ।

(b) ਵਰਣਨ ਖੋਜ ਤਰੀਕੇ—

- ਉਪਭੋਗੀਆਂ ਦੇ ਚੰਗੇ ਵਿਚਾਰ ਅਤੇ ਗਿਆਨ (ਸ਼ਬਦਾਵਲੀ) ਦੀ ਜਾਣਕਾਰੀ ਲੈਣਾ।
- ਅਣਜਾਣ ਵਾਤਾਵਰਨ ਸੰਬੰਧੀ ਖੋਜੀਆਂ ਨੂੰ ਸਿੱਖਿਆ ਦੇਣਾ : ਇੱਛਾਵਾਂ ਅਤੇ ਲੋੜਾਂ, ਸੰਤੁਸ਼ਟੀ ਦਾ ਪੱਧਰ, ਵਰਤੋਂ ਕਰਨ ਦੀ ਸਥਿਤੀ ਅਤੇ ਸਮੱਸਿਆ।
- ਸਮੱਸਿਆ ਦੀ ਅੰਤਰ ਦ੍ਰਿਸ਼ਟੀ ਨੂੰ ਜਾਣਨਾ, ਜਿਸਦਾ ਬਣਤਰ ਖੋਜ ਤਰੀਕੇ ਨਾਲ ਪਿੱਛਾ ਕਰਨਾ ਅਸੰਭਵ ਹੈ।

ਗੁਣਾਤਮਕ ਖੋਜ ਨੂੰ ਇਸ ਰੂਪ ਵਿੱਚ ਲਾਗੂ ਕੀਤਾ ਜਾ ਸਕਦਾ ਹੈ।

- **ਵਿਅਕਤੀ ਦੀ ਡੂੰਘਾਈ ਵਿੱਚ ਇੰਟਰਵਿਊ**
- **ਫੋਕਸ ਗਰੁੱਪ ਵਿਚਾਰਵਟਾਂਦਰਾ (ਚਰਚਾ)** — ਉੱਤਰ ਦੇਣ ਵਾਲਿਆਂ ਦੇ ਗਰੁੱਪ ਨਾਲ ਜਿਵੇਂ ਕਿ ਖੋਜਾਤਮਕ ਫੋਕਸ ਗਰੁੱਪ, ਕਲਿਨੀਕਲ ਫੋਕਸ ਗਰੁੱਪ, ਤਜ਼ਰਬੇ ਵਾਲੇ ਫੋਕਸ ਗਰੁੱਪ।
- **ਪ੍ਰੋਜੈਕਟ ਤਕਨੀਕਾਂ** - ਕੋਈ ਅਸਪਸ਼ਟ ਬਣਾਈ ਹੋਈ ਵਸਤੂ ਕ੍ਰਿਆ ਜਾਂ ਵਿਅਕਤੀ ਨੂੰ ਪੇਸ਼ ਕਰਨਾ ਜੋ ਕਿ ਕਿਸੇ ਉਤਰ ਦੇਣ ਵਾਲੇ ਨੂੰ ਵਿਆਖਿਆ ਕਰਨ ਲਈ ਕਿਹਾ ਜਾਂਦਾ ਹੈ- ਸ਼ਬਦ-ਮੇਲ, ਪੂਰਤੀ ਟੈਸਟ, ਤਸਵੀਰ ਦੀ ਵਿਆਖਿਆ, ਤੀਜਾ ਪੁਰਖ ਤਕਨੀਕਾਂ, ਰੋਲ ਅਦਾਇਗੀ, ਕੇਸ ਅਧਿਐਨ ਆਦਿ।

2. ਸਰਵੇਖਣ (ਸਰਵੇ) ਰਾਹੀਂ ਮਾਤਰਾ ਸਬੰਧੀ ਖੋਜ

ਸਰਵੇਖਣ, ਕਈ ਰੂਪਾਂ ਵਿੱਚ, ਇੱਕ ਬਹੁਤ ਹੀ ਪ੍ਰਸਿੱਧ ਅਤੇ ਬਹੁਤ ਜ਼ਿਆਦਾ ਵਰਤੋਂ ਵਾਲੀਆਂ ਤਕਨੀਕਾਂ ਵਿੱਚੋਂ ਇੱਕ ਹੈ, ਜਿਹੜੀਆਂ ਸੰਚਾਰ ਰਾਹੀਂ, ਉੱਤਰ ਦੇਣ ਵਾਲੇ ਗਰੁੱਪਾਂ ਰਾਹੀਂ ਵਰਤੀਆਂ ਜਾਂਦੀਆਂ ਹਨ।

ਜਾਣਕਾਰੀ/ਸੂਚਨਾ ਉਪਭੋਗੀਆਂ ਦੇ ਵਿਵਹਾਰ ਨੂੰ ਜਾਂਚ ਕੇ ਜਾਂ ਉਨ੍ਹਾਂ ਤੋਂ ਸਵਾਲ ਪੁੱਛ ਕੇ ਪ੍ਰਾਪਤ ਕੀਤੀ ਜਾ ਸਕਦੀ ਹੈ। ਸ਼ਬਦ "ਉੱਤਰ ਦੇਣ ਵਾਲੇ" ਦਾ ਅੱਖਰੀਬੱਧ ਅਰਥ, "ਉਹ ਜੋ ਉੱਤਰ ਦਿੰਦਾ ਹੈ"।

ਮਾਤਰਾਤਮਕ ਸਰਵੇਖਣ ਟਾਰਗਟ ਜਨਮ ਅੰਕੜਾ ਗਰੁੱਪ ਦਾ ਅਧਿਐਨ, ਮੰਡੀ ਬਾਜ਼ਾਰ ਝੁਕਾਅ ਸਬੰਧੀ ਗਿਆਨ ਹਾਸਲ ਕਰਕੇ ਕਰਦਾ ਹੈ, ਜਿਹੜਾ ਲੋੜ ਦੇ ਅਧਾਰ ਤੇ ਉਸ ਦੇ ਵਿਵਹਾਰ ਅਨੁਸਾਰ ਹੁੰਦਾ ਹੈ ਅਤੇ ਇਸ ਲਈ ਉਹ ਟਾਰਗਟ ਮੰਡੀ ਦੀ ਸਹੀ ਰੂਪ ਰੇਖਾ ਨਿਰਧਾਰਿਤ ਕਰਦਾ ਹੈ। ਸਰਵੇਖਣ ਉਪਭੋਗੀ, ਪ੍ਰਚੂਨ ਵਪਾਰੀ, ਉਦਯੋਗ ਦੀ ਵਰਤੋਂ ਕਰਨ ਦੀ ਸੂਚਨਾ ਪ੍ਰਾਪਤ ਕਰਨ ਲਈ ਵਰਤਿਆ ਜਾ ਸਕਦਾ ਹੈ — ਉਹ ਸਾਰੇ ਹੀ ਸਮੱਸਿਆ ਦੇ ਹੱਲ ਸਬੰਧੀ ਗਿਆਨ ਰੱਖਦੇ ਹਨ। ਉਪਭੋਗੀਆਂ ਨੂੰ, ਵਿਅਕਤੀਗਤ ਇੰਟਰਵਿਊਆਂ, ਟੈਲੀਫੋਨ ਇੰਟਰਵਿਊ ਅਤੇ ਮੇਲ ਪ੍ਰਸ਼ਨਾਵਲੀ ਰਾਹੀਂ ਸੁਆਲ ਪੁੱਛੇ ਜਾ ਸਕਦੇ ਹਨ। ਖਾਸ ਤੌਰ ਤੇ ਸਰਵੇਖਣ, ਉਪਭੋਗੀਆਂ ਦਾ ਵਿਵਹਾਰ ਸਮਝਣ ਲਈ ਮੱਦਦ ਕਰਦਾ ਹੈ।

- ਅਜੋਕਾ ਖਰੀਦਦਾਰੀ ਰੁਝਾਨ, ਆਮ ਖਰੀਦਦਾਰੀ ਦੀ ਵਾਰਵਾਰਤਾ, ਖਰਚ ਕੀਤੀ ਰਕਮ, ਪ੍ਰਚੂਨ ਤਜ਼ਰਬੇ ਸਬੰਧੀ ਫੀਡਬੈਕ ਆਦਿ ਦੇ ਪੱਖ ਤੋਂ।
- ਟਾਰਗਟ ਮਾਰਕੀਟ ਹਿੱਸੇ ਦੇ ਆਕਾਰ ਨੂੰ ਜਾਣਨਾ।
- ਲੋੜ ਪੂਰਤੀ ਸਬੰਧੀ ਅਜੋਕੇ ਸਮੇਂ ਵਿੱਚ ਵਰਤੀ ਜਾ ਰਹੀ ਪ੍ਰਚੂਨ ਦੀ ਰੂਪ-ਰੇਖਾ।
- ਕੋਰ ਟਾਰਗਟ ਦਾ ਅਕਾਰ

ਉਦਾਹਰਨ ਦੇ ਤੌਰ ਤੇ ਮੰਨ ਲਉ ਕਿ HDFC ਬੈਂਕ ਆਪਣੇ ਮੌਜੂਦਾ ਗਾਹਕਾਂ ਨੂੰ ਕ੍ਰੈਡਿਟ ਕਾਰਡ ਬਿਜਲੀ ਦੇ ਬਿਲਾਂ ਦੀ ਅਤੇ ਹੋਰ ਉਪਯੋਕਤਾ ਬਿਲਾਂ ਦੀ ਸਿੱਧੀ ਅਦਾਇਗੀ ਕਰਨ ਦੀ ਸੇਵਾ ਦੇਣ ਬਾਰੇ ਸੋਚ ਰਿਹਾ ਹੈ। ਇਸ ਲਈ ਬੈਂਕ ਨੂੰ ਇੱਕ ਸਰਵੇਖਣ ਅਧਿਐਨ ਕਰਨਾ ਪਵੇਗਾ। ਇਹ ਨਿਰਧਾਰਿਤ ਕਰਨ ਲਈ ਕਿ ਕਿੰਨੇ ਅਜੋਕੇ ਗਾਹਕਾਂ ਨੂੰ ਇਸ ਪ੍ਰਕਾਰ ਦੀ ਸੇਵਾ ਬਾਰੇ ਪਤਾ ਸੀ, ਉਹਨਾਂ ਦੇ ਨਜ਼ਰੀਏ ਅਤੇ ਵਿਚਾਰ ਅਤੇ ਕੀ ਉਹ ਇਸ ਦਾ ਪ੍ਰਯੋਗ ਕਰਨਾ ਚਾਹੁੰਦੇ ਸਨ। ਇਸ ਪ੍ਰਕਾਰ ਇੱਛਤ ਜਾਣਕਾਰੀ ਪ੍ਰਾਪਤ ਕਰਨ ਵਿੱਚ ਸਰਵੇਖਣ ਖੋਜ ਕਰਤਾ ਦੀ ਮਦਦ ਕਰ ਸਕਦਾ ਹੈ।

3. ਖੋਜ ਦਾ ਆਬਜ਼ਰਵੇਸ਼ਨ ਤਰੀਕਾ :

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

ਆਬਜ਼ਰਵੇਸ਼ਨ ਤਰੀਕਾ ਇੱਕ ਅਜਿਹਾ (ਹੋਰ) ਡਾਟਾ ਇਕੱਠਾ ਕਰਨ ਦਾ ਤਰੀਕਾ ਹੈ ਜਿਸ ਵਿੱਚ ਉਪਭੋਗੀ ਨਾਲ ਸਬੰਧਤ ਵਿਵਹਾਰ ਵਿਚਾਰਿਆ ਜਾਂਦਾ ਹੈ। ਪਰ ਇਹ ਕੇਵਲ ਵਰਤਮਾਨ ਵਿਵਹਾਰ ਤੱਕ ਹੀ ਸੀਮਤ ਜਾਣਕਾਰੀ ਪ੍ਰਦਾਨ ਕਰਦਾ ਹੈ। ਭਾਵੇਂ ਇਹ ਇੱਕ ਅੜਚਣ (ਘਾਟ) ਹੈ, ਪਰ ਕਈ ਅਜਿਹੇ ਖੋਜੀ ਹਨ ਜੋ ਅਨੁਸਰਣ ਤਰੀਕੇ ਨੂੰ ਹੀ ਪਹਿਲ ਦਿੰਦੇ ਹਨ ਅਤੇ ਚਲ ਰਹੇ ਵਿਵਹਾਰ ਨੂੰ ਹੀ ਖੋਜ ਕੰਮ (ਨਮੂਨੇ) ਦਾ ਸਮੁੱਚਾ ਹਿੱਸਾ ਮੰਨਦੇ ਹਨ।

ਆਬਜ਼ਰਵੇਸ਼ਨ ਤਰੀਕੇ ਦੇ ਲਾਭ:

ਇਹ ਡਾਟਾ ਇਕੱਠਾ ਕਰਨ ਦਾ ਘੱਟ ਖਰਚੀਲਾ ਅਤੇ ਸਹੀ ਤਰੀਕਾ ਹੈ।

ਇਹ ਵਿਕਰੀ ਕੇਂਦਰ ਤੇ ਹੀ ਉਪਭੋਗੀ ਦੇ ਵਿਵਹਾਰ ਦੀ ਸਮੀਖਿਆ ਕਰ ਸਕਦਾ ਹੈ।

ਇਸ ਨਾਲ ਸਵਾਲਾਂ ਦੇ ਜਵਾਬ ਦੇਣਾ ਸੌਖਾ ਹੋਵੇਗਾ। ਜਿਵੇਂ ਕਿ —

ੳ) In Store Traffic Pattern ਕੀ ਹੈ ?

ਅ) ਉਪਭੋਗੀ ਦੀ ਮਾਲ ਦੀ ਪ੍ਰਦਰਸ਼ਨੀ ਅਤੇ ਦੇਖਣ ਸਬੰਧੀ ਕੀ ਪ੍ਰਤੀਕਿਰਿਆ ਹੈ ?

ੲ) ਉਪਭੋਗੀ ਦਾ ਉਪਭੋਗ ਸਟੋਰ ਵਿੱਚ ਘੁੰਮਣ ਫਿਰਨ ਦਾ ਕੀ ਤਰੀਕਾ ਹੈ ?

ਸ) ਖਰੀਦਦਾਰ ਦੇ ਬਰੈਂਡ (ਮਾਰਕਾ) ਸਬੰਧੀ ਉਹ ਕਿਹੜੇ ਮਾਰਕੇ ਹਨ ਜਿਨ੍ਹਾਂ ਨੂੰ ਉਪਭੋਗੀ ਨੇ ਵੱਧ ਤਰਜੀਹ ਦਿੱਤੀ ?

ਹ) ਉਪਭੋਗੀ ਦਾ ਪ੍ਰਾਈਵੇਟ ਜਾਂ ਸਟੋਰ ਵਿੱਚ ਲੇਬਲ ਸਬੰਧੀ ਕੀ ਪ੍ਰਤੀਕਿਰਿਆ ਹੈ ?

ਕ) ਉਪਭੋਗੀ ਦੁਆਰਾ ਕਿਹੜੇ ਸਵਾਲ (ਅਕਸਰ) ਆਮ ਤੌਰ ਤੇ ਪੁੱਛੇ ਗਏ ?

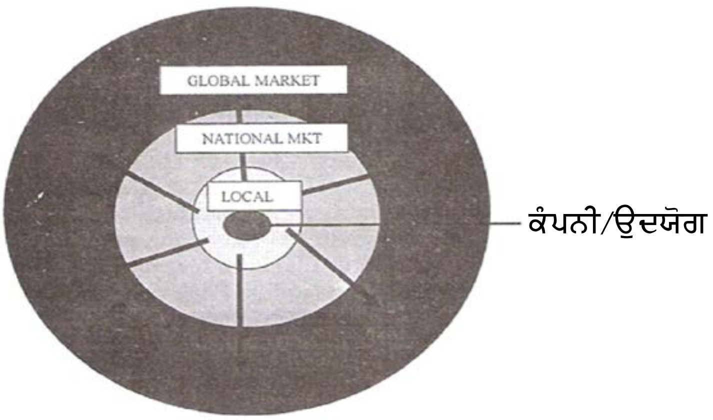
ਖ) ਉਪਭੋਗੀ ਦੁਆਰਾ ਸਟੋਰ ਵਿੱਚ ਆਉਣ ਦੀ ਵਾਰਵਾਰਤਾ ਕਿੰਨੀ ਹੈ ?

ਉਪਭੋਗੀ ਖਰੀਦਦਾਰ ਦੇ ਖਰੀਦਣ ਦੇ ਤਰੀਕੇ ਨੂੰ ਦੇਖਣ ਲਈ ਖਰੀਦ ਸਟੋਰ ਵਿੱਚ ਲੱਗੇ ਹੋਏ ਕੈਮਰੇ ਜੋ ਰਿਮੋਟ ਕੰਟਰੋਲ ਨਾਲ ਚੱਲਦੇ ਹੋਣ, ਦੁਆਰਾ ਚੈਕ ਕੀਤਾ ਜਾ ਸਕਦਾ ਹੈ।

ਸੰਸਾਰੀਕਰਣ (Globalization)

ਚਿੱਤਰ ਵਿੱਚ ਜਿਵੇਂ ਦਿਖਾਇਆ ਗਿਆ ਹੈ ਕਿ ਅੱਜਕਲ ਫਰਮਾਂ ਆਪਣੇ ਮੰਡੀ ਵਪਾਰ ਦਾ ਦਾਇਰਾ ਰਾਜ ਜਾਂ ਰਾਸ਼ਟਰ ਦੀਆਂ ਹੱਦਾਂ ਤੋਂ ਅੱਗੇ ਫੈਲਾਉਂਦੀਆਂ ਹਨ। ਸੰਗਠਿਤ ਪ੍ਰਚੂਨ ਵਪਾਰ ਨੇ ਵਪਾਰ ਨੂੰ ਸਿਲਸਿਲੇਵਾਰ (ਲੜੀਵਾਰ) ਢੰਗਾਂ ਨਾਲ ਅਤੇ ਰਾਸ਼ਟਰੀ ਸਰਹੱਦ ਪਾਰ ਕਰਕੇ ਕਰਨਾ ਸੰਭਵ ਬਣਾ ਦਿੱਤਾ ਹੈ। ਇਹ ਜਾਣਕਾਰੀ (ਸੂਚਨਾ) ਦੀ ਪ੍ਰਾਪਤੀ ਅਤੇ ਸੰਚਾਰ ਸਾਧਨਾ (ਤਕਨੀਕਾਂ) ਦੇ ਕਾਰਨ ਹੀ ਹੋਇਆ ਹੈ।

ਕੰਪਨੀ/ਉਦਯੋਗ ਦੀ ਖੋਜ ਦਾ ਵਿਸਥਾਰ



Downloaded from https:// www.studiestoday.com

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

ਅਭਿਆਸ (Exercise)

1. ਕਿਸੇ ਮਾਲ (ਵਪਾਰਕ ਕੇਂਦਰ) ਵਿੱਚ ਜਾ ਕੇ ਵਿਵਹਾਰਿਕ ਤੌਰ ਤੇ ਦੇਖੋ ਕਿਵੇਂ ਪ੍ਰਚੂਨ ਖੋਜ ਦਾ ਕੰਮ ਕੀਤਾ ਜਾਂਦਾ ਹੈ।
   (i) ਦੁਕਾਨਦਾਰ ਤੋਂ ਸਵਾਲ ਪੁੱਛੋ।
   (ii) ਖੋਜ ਕਰਨ ਲਈ ਉਹ ਕਿਹੜਾ ਢੰਗ ਵਰਤ ਰਹੇ ਹਨ।
2. ਸਰਵੇਖਣ ਜਾਂ ਖੋਜ ਦੇ ਤਰੀਕੇ ਨੂੰ ਕਰਨ ਲਈ ਗਰੁੱਪ ਵਿੱਚ ਕੰਮ ਕਰੋ ਅਤੇ ਇੱਕ ਪ੍ਰਸ਼ਨਾਵਲੀ ਤਿਆਰ ਕਰੋ ਜਿਸ ਵਿੱਚ 2 ਜਾਂ 3 ਪ੍ਰਸ਼ਨ ਹੋਣ। ਜਿਵੇਂ ਕਿ —
   (i) ਖੋਜ ਲਈ ਵਰਤੋ ਵਿੱਚ ਲਿਆਉਂਦੇ ਢੰਗ ਤਰੀਕੇ।
   (ii) ਤੁਹਾਡੀ ਖੋਜ ਕਿੰਨੀ ਵਿਵਹਾਰਿਕ ਹੈ?
   (iii) ਤੁਸੀਂ ਖੋਜ ਕਿਵੇਂ ਕੀਤੀ ਹੈ?
3. ਖਰੀਦਦਾਰੀ ਦੇ ਸਰਵੇ ਦੇ ਆਧਾਰ ਦਾ ਅਧਿਐਨ ਕਰੋ ਅਤੇ ਇਸ ਉੱਪਰ ਇੱਕ ਸੰਖੇਪ ਟਿੱਪਣੀ ਤਿਆਰ ਕਰੋ।
4. ਪ੍ਰਚੂਨ ਖਰੀਦਦਾਰੀ ਵਿੱਚ ਵਰਤੇ ਤਰੀਕੇ — ਤਜਰਬੇਕਾਰੀ ਨਾਲ ਫੀਲਡ (ਖੇਤਰ) ਵਿੱਚ ਕੰਮ ਕਰੋ ਅਤੇ ਉਨ੍ਹਾਂ ਖੋਜ ਤਰੀਕਿਆਂ ਨੂੰ ਆਪ ਵਰਤੋ ਜਿਹੜੇ ਪ੍ਰਚੂਨ ਵਪਾਰ ਵਿੱਚ ਵਰਤੇ ਗਏ ਹਨ।

ਮੁਲਾਂਕਣ (Assessment)

A. ਖਾਲੀ ਥਾਵਾਂ ਭਰੋ।

1. ਕਿਰਪਾ ਕਰਕੇ ਫਾਰਮ ਨੂੰ ਧਿਆਨ ਨਾਲ ਭਰੋ ਜੋ .... ਫੀਡਬੈਕ ਹੈ।
2. .... ਇੱਕ ਹੋਰ ਡੈਟਾ ਇਕੱਠਾ ਕਰਨ ਦਾ ਤਰੀਕਾ ਹੈ ਜਿੱਥੇ ਉਪਭੋਗੀ ਦੇ ਸਬੰਧਿਤ ਵਿਵਹਾਰ ਨੂੰ ਦੇਖਿਆ ਜਾਂਦਾ ਹੈ।
3. .... ਉਹ ਕੰਮ ਹੈ ਜੋ ਬਾਜ਼ਾਰ ਸੂਚਨਾ ਲਈ ਉਪਭੋਗ, ਗਾਹਕ ਅਤੇ ਆਮ ਲੋਕਾਂ ਵਿੱਚ ਸਬੰਧ ਪੈਦਾ ਕਰਦਾ ਹੈ।
4. .... ਦੀ ਵਰਤੋਂ ਉਪਭੋਗੀ ਦੇ ਮਨ ਵਿੱਚ ਕੀ ਹੈ ਨੂੰ ਲੱਭਣ ਲਈ ਕੀਤੀ ਜਾਂਦੀ ਹੈ।
5. ਪ੍ਰਚੂਨ ਖੋਜ ਵਿੱਚ ਸੂਚਨਾ .... ਤੋਂ ਪੈਦਾ ਕੀਤੀ ਜਾਂਦੀ ਹੈ।

B. (✓) ਸਹੀ ਦਾ ਨਿਸ਼ਾਨ ਲਗਾਓ।

1. ਪ੍ਰਚੂਨ ਖਰੀਦਦਾਰੀ ਖੋਜ ਕੰਮ ਨੂੰ ਇਹ ਬਣਾਉਣ ਵਿੱਚ ਮਦਦ ਕਰਦੀ ਹੈ।
   (i) ਅਰਾਮਦਾਇਕ (Comfortable)
   (ii) ਬੇਅਰਾਮਦਾਇਕ (Uncomfortable)
   (iii) ਗਿਣਤੀ ਮਿਣਤੀ ਯੋਗ
   (iv) ਗਿਣਤੀ ਗਿਣਤੀ ਨਾ ਕਰਨ ਯੋਗ
2. ਪ੍ਰਚੂਨ ਖੋਜ ਉਹ ਕਾਰਜ ਹੈ ਜੋ ਉਪਭੋਗੀ ਦੇ ਹੇਠ ਨਾਲ ਸਬੰਧ ਪੈਦਾ ਕਰਦਾ ਹੈ।
   (a) ਗਾਹਕ ਅਤੇ ਆਮ ਲੋਕਾਂ ਦੇ ਬਾਜ਼ਾਰ ਨਾਲ।
   (b) ਆਮ ਲੋਕ ਅਤੇ ਗਾਹਕ ਦੇ ਬਜ਼ਾਰ ਨਾਲ।
   (c) ਮੰਡੀ ਅਤੇ ਗਾਹਕਾਂ ਨਾਲ
   (d) ਪ੍ਰਚੂਨ ਵਪਾਰੀ ਅਤੇ ਥੋਕ ਵਿਕਰੇਤਾ ਨਾਲ।
3. ਪ੍ਰਚੂਨ ਖੋਜ ਵਿੱਚ ਹੇਠ ਲਿਖਿਆਂ ਵਿਚੋਂ ਹਰੇਕ .... ਨਾਲ ਸਬੰਧਤ ਹੈ।
   (a) ਨਿਰਮਾਤਾ *(b)* ਪੈਦਾ ਕਰਨ ਵਾਲਾ *(c)* ਹਿੱਸੇਦਾਰੀ *(d)* ਕਰਿਆਨਾ ਸਟੋਰ।

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

C. ਗਲਤ ਠੀਕ (True and False)

1. ਪ੍ਰਚੂਨ ਖਰੀਦ ਖੋਜ ਉਹ ਕਾਰਜ ਹੈ ਜੋ ਉਪਭੋਗੀ, ਗਾਹਕ ਅਤੇ ਆਮ ਲੋਕਾਂ ਵਿੱਚ ਲਿੰਕ/ਸਬੰਧ ਪੈਦਾ ਕਰਦਾ ਹੈ।
2. ਗੁਣਾਤਮਕ ਖੋਜ ਦੀ ਵਰਤੋਂ ਇਹ ਲੱਭਣ ਲਈ ਕੀਤੀ ਜਾਂਦੀ ਹੈ ਕਿ ਉਪਭੋਗੀ ਦੇ ਮਨ ਵਿੱਚ ਕੀ ਹੈ ?
3. ਪ੍ਰਚੂਨ ਖੋਜ ਮਸਲਿਆਂ ਨੂੰ ਸੰਬੋਧਨ ਕਰਨ ਲਈ ਲੋੜੀਂਦੀ ਜਾਣਕਾਰੀ ਨੂੰ ਵਿਸ਼ੇਸ਼ ਤੌਰ ਤੇ ਦੱਸਦਾ ਹੈ।
4. ਮੰਡੀਕਰਣ/ਬਜ਼ਾਰ ਦੇ ਵਾਤਾਵਰਨ ਵਿੱਚ ਤੇਜ਼ੀ ਨਾਲ ਤਬਦੀਲੀਆਂ ਆਈਆਂ ਹਨ ਜੋ ਕਿ ਅਸਲ ਸਮੇਂ ਦੀ ਲੋੜ ਹੈ।

D. ਹੇਠ ਦਿੱਤੇ ਸਵਾਲਾਂ ਦੇ ਜਵਾਬ ਤਿੰਨ ਤੋਂ ਚਾਰ ਲਾਈਨਾਂ ਵਿੱਚ ਦਿਓ।

1. ਪ੍ਰਚੂਨ ਖੋਜ ਕੀ ਹੈ ? ਉਦਾਹਰਨ ਸਹਿਤ ਵਿਆਖਿਆ ਕਰੋ।

2. ਪ੍ਰਚੂਨ ਖਰੀਦ ਦਾ ਕੀ ਉਦੇਸ਼ ਹੈ ?

3. ਸਰਵੇਖਣ ਰਾਹੀਂ ਮਾਤਰਾਤਮਕ ਖੋਜ ਦਾ ਸੰਖੇਪ ਵਿੱਚ ਵਰਣਨ ਕਰੋ।

4. ਖੋਜ ਦਾ ਵਾਚਣ (Observation) ਢੰਗ ਕਿਹੜਾ ਹੈ ? ਸੰਖੇਪ ਵਿਆਖਿਆ ਕਰੋ ।

5. ਖੋਜ ਤਰੀਕੇ ਲਈ ਕਿਹੜੇ ਢੰਗ ਵਰਤੇ ਜਾਂਦੇ ਹਨ ? ਕਿਸੇ ਇੱਕ ਢੰਗ ਦੀ ਸੰਖੇਪ ਵਿਆਖਿਆ ਕਰੋ।

6. ਪ੍ਰਚੂਨ ਖਰੀਦ ਖੋਜ ਵਿੱਚ ਵਾਚਣ (Observation) ਢੰਗ ਦੇ ਕੁਝ ਲਾਭਾਂ ਬਾਰੇ ਦੱਸੋ।

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

ਮੁਲਾਂਕਣ ਕਿਰਿਆ ਲਈ ਚੈਕ ਲਿਸਟ

ਭਾਗ -ੳ

ਹੇਠ ਲਿਖੀ ਚੈੱਕ ਲਿਸਟ ਦੀ ਵਰਤੋ ਕਰਕੇ ਇਹ ਦੇਖੋ ਕਿ ਤੁਸੀਂ ਮੁਲਾਂਕਣ ਕ੍ਰਿਆ ਦੀਆਂ ਸਾਰੀਆਂ ਜ਼ਰੂਰਤਾਂ ਪੂਰੀਆਂ ਕਰ ਲਈਆਂ ਹਨ।

- ਮਾਰਕੀਟਿੰਗ ਖੋਜ ਸਿਸਟਮ ਪ੍ਰਣਾਲੀ ਅਤੇ ਮਾਰਕੀਟਿੰਗ ਬੁੱਧੀਮਤਾ ਸੂਚਨਾ ਪ੍ਰਣਾਲੀ ਵਿੱਚ ਫਰਕ ਕੀਤਾ।
- ਗੁਣਾਤਮਕ ਅਤੇ ਮਾਤਰਾਤਮਕ ਸਾਧਨਾਂ ਵਿੱਚ ਫਰਕ ਕੀਤਾ।
- ਅੰਦਰੂਨੀ ਅਤੇ ਬਾਹਰੀ ਰਿਕਾਰਡ ਵਿੱਚ ਫਰਕ ਕੀਤਾ ?

ਭਾਗ - ਅ

ਜਮਾਤ ਵਿੱਚ ਹੇਠ ਲਿਖਿਆਂ ਉੱਤੇ ਚਰਚਾ ਕੀਤੀ:-

- ਖੋਜ ਦੇ ਕਿਹੜੇ ਹਿੱਸੇ ਹਨ ?
- ਪ੍ਰਚੂਨ ਖਰੀਦਦਾਰੀ ਖੋਜ ਤੋਂ ਕੀ ਭਾਵ ਹੈ ?
- ਬਾਜ਼ਾਰੀ ਬੁੱਧੀਮਤਾ ਕੀ ਹੈ ?
- ਗੁਣਾਤਮਕ ਖੋਜ ਪ੍ਰਕਿਰਿਆ ਦਾ ਵਰਣਨ ਕਰੋ।
- ਮਾਤਰਾਤਮਕ ਖੋਜ ਨੂੰ ਕਿਵੇਂ ਕੰਡਕਟ ਕਰੀਏ ?

ਭਾਗ - ੲ

ਪ੍ਰਦਰਸ਼ਨ ਪੱਧਰ

ਪ੍ਰਦਰਸ਼ਨ ਪੱਧਰਾਂ ਵਿੱਚ ਸ਼ਾਮਿਲ ਹੈ:

ਪ੍ਰਦਰਸ਼ਨ ਪੱਧਰ	**ਹਾਂ**	**ਨਾਂ**
ਖੋਜ ਤਰੀਕਿਆਂ ਦੀਆਂ ਕਿਸਮਾਂ ਨੂੰ ਪਛਾਣਨ ਦੇ ਯੋਗ ਹੋਣਾ।		
ਮਾਰਕੀਟਿੰਗ ਖੋਜ ਪ੍ਰਣਾਲੀ ਅਤੇ ਮਾਰਕੀਟਿੰਗ ਬੁੱਧੀਮਤਾ ਪ੍ਰਣਾਲੀ ਵਿੱਚ ਅੰਤਰ ਕਰੋ।		
ਗੁਣਾਤਮਕ ਅਤੇ ਮਾਤਰਾਤਮਕ ਖੋਜ ਤਰੀਕਿਆਂ ਵਿੱਚ ਅੰਤਰ ਦੱਸੋ।		

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

ਕਾਰਜਕਾਲ 3: ਪ੍ਰਚੂਨ ਰਣਨੀਤੀ

ਢੁੱਕਵਾਂ ਗਿਆਨ (Relevant Knowledge)

ਇਹ ਬਾਜ਼ਾਰੀ ਯੋਜਨਾ ਦਾ ਉਹ ਵਿਸਥਾਰ ਹੈ ਜੋ ਪ੍ਰਦਰਸ਼ਿਤ ਕਰਦਾ ਹੈ ਕਿ ਵਪਾਰੀ ਆਪਣੇ ਉਪਭੋਗੀ ਨੂੰ ਕਿਸ ਤਰ੍ਹਾਂ ਆਪਣੇ ਉਤਪਾਦ ਦੀਆਂ ਸੇਵਾਵਾਂ ਪ੍ਰਦਾਨ ਕਰਨਾ ਚਾਹੁੰਦਾ ਅਤੇ ਉਸਦੀ ਖਰੀਦਦਾਰੀ ਤੇ ਪ੍ਰਭਾਵ ਪਾਉਂਦਾ ਹੈ। ਉਦਾਹਰਨ ਦੇ ਤੌਰ ਤੇ ਇੱਕ ਗੁੰਝਲਦਾਰ (ਖਾਸ) ਪ੍ਰਚੂਨ ਰਣਨੀਤੀ ਇਹ ਵਿਆਖਿਆ ਕਰਦੀ ਹੈ ਕਿ ਕਿਸ ਤਰ੍ਹਾਂ ਇੱਕ ਦੁਕਾਨਦਾਰ (ਵਿਕਰੀ ਕੇਂਦਰ) ਆਪਣੀ ਕੰਪਨੀ ਦੇ ਸਮਾਨ ਨੂੰ ਕਿਸ ਤਰ੍ਹਾਂ ਰੱਖਦਾ ਹੈ ਅਤੇ ਉਤਪਾਦਾਂ ਨੂੰ ਕਿਵੇਂ ਦਿਖਾਉਂਦਾ ਹੈ ਅਤੇ ਕਿਸ ਤਰ੍ਹਾਂ ਆਪਣੇ ਸ਼ਿਸ਼ਟ ਉਪਭੋਗੀ ਦੀ ਦਿਲਚਸਪੀ ਜਾਂ ਧਿਆਨ ਨੂੰ ਸਥਾਨ ਵੱਲ ਆਕਰਸ਼ਿਤ ਕਰਦਾ ਹੈ ਜਿਵੇਂ ਕੀਮਤ ਵਿੱਚ ਕਟੌਤੀ, ਸਥਿਤੀ, ਪ੍ਰਚੂਨ ਖਰੀਦਦਾਰ ਨੂੰ ਪ੍ਰਲੋਭਨ ਅਤੇ ਲੱਛਣ।

ਪ੍ਰਚੂਨ ਰਣਨੀਤੀ

ਕਾਮਯਾਬ ਹੋਣ ਲਈ ਇੱਕ ਪ੍ਰਚੂਨ ਵਪਾਰੀ ਨੂੰ ਆਪਣੇ ਆਪ ਨੂੰ ਦੂਜੇ ਪ੍ਰਚੂਨ ਵਪਾਰੀ ਤੋਂ ਵੱਖਰਾ ਦਿਖਾਉਣਾ ਅਤੇ ਕਿਸੇ ਖਾਸ ਉਪਭੋਗੀ ਗਰੁੱਪ ਦੀਆਂ ਤਰਜੀਹਾਂ ਅਤੇ ਲੋੜਾਂ ਸੰਤੁਸ਼ਟ ਕਰਨ ਲਈ ਰਣਨੀਤੀ ਦਾ ਵਿਕਾਸ ਕਰਨਾ ਚਾਹੀਦਾ ਹੈ। ਇਸ ਰਣਨੀਤੀ ਨੂੰ ਪ੍ਰਚੂਨ ਮਿਕਸ ਕਿਹਾ ਜਾਂਦਾ ਹੈ ਜਿਸ ਵਿੱਚ ਧਿਆਨਪੂਰਵਕ ਸੋਚ ਵਿਚਾਰ ਸ਼ਾਮਿਲ ਹੈ।

1. ਉਤਪਾਦ ਨੂੰ ਵੇਚਣਾ।
2. ਕਿਸ ਮਾਤਰਾ ਵਿੱਚ ਉਤਪਾਦ ਨੂੰ ਉਪਲਬਧ ਕਰਵਾਉਣਾ।
3. ਉਤਪਾਦ ਨੂੰ ਕਿਸ ਜਗ੍ਹਾ ਤੇ ਵੇਚਣਾ।
4. ਕਿਸ ਸਮੇਂ ਉਤਪਾਦ ਨੂੰ ਉਪਲਬਧ ਕਰਵਾਉਣਾ।
5. ਉਪਭੋਗੀ ਦੇ interest ਨੂੰ ਖਿੱਚਣ ਲਈ ਆਕਰਸ਼ਨ ਪੈਦਾ ਕਰਨਾ।

ਉਤਪਾਦ— ਪ੍ਰਚੂਨ ਵਪਾਰੀ ਉਹਨਾਂ ਉਤਪਾਦਾਂ ਨੂੰ ਪੇਸ਼ ਕਰਨ ਦਾ ਚਾਹਵਾਨ ਹੋਵੇਗਾ ਜਿਹੜੀਆਂ ਉਪਭੋਗੀ ਦੇ ਸੁਆਦ (Taste) (ਕੰਮ ਦੀਆਂ) ਹੋਣ ਅਤੇ ਚੰਗੇ ਗੁਣਾਂ ਜਾਂ ਵਿਸ਼ੇਸ਼ਤਾ ਵਾਲੀਆਂ ਹੋਣ ਅਤੇ ਠੀਕ ਤਰ੍ਹਾਂ ਕੰਮ ਕਰਨ। ਕਦੇ ਕਦੇ ਉਤਪਾਦ ਮਨੋਵਿਗਿਆਨਿਕ ਅਤੇ ਭਾਵਨਾਤਮਕ ਲਾਭ ਪ੍ਰਦਾਨ ਕਰਦੇ ਹਨ। ਜਿਵੇਂ ਕਿ ਸਵੈਮਾਣ ਅਤੇ ਸੁਵਿਧਾ। ਉਦਾਹਰਨ ਦੇ ਤੌਰ ਤੇ ਇੱਕ ਕੀਮਤੀ ਘੜੀ ਜਿਸਦੇ ਬਰੈਂਡ ਦਾ ਨਾਮ ਇਸਦੇ ਮਾਲਕ ਵਿੱਚ ਸਵੈਮਾਣ ਦੀ ਭਾਵਨਾ ਪੈਦਾ ਕਰ ਸਕਦਾ ਹੈ।

ਮਾਤਰਾ (Quantity) ਥੋਕ ਵਿਕਰੇਤਾ (Wholesdler) ਜੋ ਆਪਣੀਆਂ ਵਸਤੂਆਂ ਨੂੰ ਅਕਸਰ ਬਹੁਤ ਵੱਡੀ ਮਾਤਰਾ ਵਿੱਚ ਵੇਚਦਾ ਹੈ, ਜੋ ਕਿ ਵਿਅਕਤੀਆਂ ਅਤੇ ਪਰਿਵਾਰਾਂ ਲਈ ਲਾਹੇਵੰਦ ਨਹੀਂ ਹੁੰਦੀ ਤੋਂ ਉਲਟ, ਪ੍ਰਚੂਨ ਵਪਾਰੀ ਆਪਣੇ ਉਤਪਾਦ ਨੂੰ ਥੋੜ੍ਹੀ ਮਾਤਰਾ ਵਿੱਚ ਵੇਚਦਾ ਹੈ ਜੋ ਕਿ ਉਪਭੋਗੀ ਲਈ ਜ਼ਿਆਦਾ ਸੁਖਾਵਾਂ ਹੁੰਦਾ ਹੈ। ਉਦਾਹਰਨ ਦੇ ਤੌਰ ਤੇ ਥੋਕ ਵਿਕਰੇਤਾ (Wholesaler) ਪ੍ਰਚੂਨ ਸਟੋਰ ਨੂੰ ਜੀਨਸ (Jeans) ਕਈ ਦਰਜਨ ਜੋੜਿਆ ਵਿੱਚ ਵੇਚ ਸਕਦਾ ਹੈ। ਫਿਰ ਪ੍ਰਚੂਨ ਵਪਾਰੀ ਉਪਭੋਗੀਆਂ ਨੂੰ ਇਹ ਜੀਨਾਂ ਇੱਕਲੇ ਜੋੜਿਆਂ ਵਿੱਚ ਵੇਚਦੇ ਹਨ।

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

ਸਥਾਨ (Locations) : ਪ੍ਰਚੂਨ ਵਿਕਰੇਤਾ ਲਈ ਜਗ੍ਹਾ ਉੱਚਿਤ ਅਤੇ ਸੁਖਾਵੀ ਹੋਣੀ ਚਾਹੀਦੀ ਹੈ। ਆਪਣੇ ਪ੍ਰਚੂਨ ਸਟੋਰ ਨੂੰ ਸਥਾਪਿਤ ਕਰਦੇ ਸਮੇਂ, ਪ੍ਰਚੂਨ ਵਪਾਰੀ ਕੁੱਝ ਗੱਲਾਂ ਨੂੰ ਧਿਆਨ ਵਿੱਚ ਰੱਖਦੇ ਹਨ, ਜਿਵੇਂ ਕਿ ਬਜ਼ਾਰ ਜਾਂ ਕਸਬਾ ਜਿਸ ਵਿੱਚ ਉਹ ਆਪਣਾ ਵਪਾਰ ਸਥਾਪਿਤ ਕਰਨਾ ਚਾਹੁੰਦੇ ਹਨ, ਕਸਬੇ ਦਾ ਹਿੱਸਾ ਅਤੇ ਪ੍ਰਚੂਨ ਸਟੋਰ ਦੀ ਅਸਲ ਸਥਿਤੀ। ਕੁੱਝ ਕੇਸਾਂ ਵਿੱਚ ਕੋਈ ਸਟੋਰ ਸ਼ਾਮਿਲ ਨਹੀਂ ਹੁੰਦਾ ਕਿਉਂਕਿ ਕਿਸੇ ਉਤਪਾਦ ਨੂੰ ਖ਼ਰੀਦਣ ਲਈ ਸਹੀ ਜਗ੍ਹਾ ਜਾਂ ਸਥਿਤੀ ਉਪਭੋਗੀ ਦਾ ਘਰ ਜਾਂ ਵਪਾਰਕ ਸਥਾਨ ਹੀ ਹੁੰਦਾ ਹੈ। ਇਹ ਪ੍ਰਚੂਨ ਵਪਾਰੀ ਜੋ ਕਿ ਬਿਨਾਂ ਸਟੋਰ ਦੇ ਹੁੰਦੇ ਹਨ, ਸਟੋਰ ਰਹਿਤ ਪ੍ਰਚੂਨ ਵਪਾਰੀ ਕਹਾਉਂਦੇ ਹਨ, ਇਹ ਸਿੱਧੇ ਪ੍ਰਚੂਨ ਵਿਕਰੇਤਾ ਦੇ ਤੌਰ ਤੇ ਕੰਮ ਕਰਦੇ ਹਨ ਅਤੇ ਗਾਹਕਾਂ ਨੂੰ ਮੇਲ, ਇੰਟਰਨੈਟ , ਟੈਲੀਵਿਜ਼ਨ ਜਾਂ ਹੋਰ ਸਾਧਨਾਂ ਰਾਹੀਂ ਸਿੱਧੇ ਤੌਰ ਤੇ ਸੰਪਰਕ ਕਰਦੇ ਹਨ।

ਸਮਾਂ (Time) : ਪ੍ਰਚੂਨ ਵਿਕਰੇਤਾ ਨੂੰ ਉਨ੍ਹਾਂ ਚੀਜ਼ਾਂ/ਉਤਪਾਦਾਂ ਨੂੰ ਉਸ ਸਮੇਂ ਜਰੂਰ ਉਪਲੱਬਧ ਕਰਵਾਉਣਾ ਚਾਹੀਦਾ ਹੈ ਜਦੋਂ ਉਪਭੋਗੀ ਖ਼ਰੀਦਣ ਦੇ ਕਾਬਲ ਹੋਵੇ ਅਤੇ ਖਰੀਦਣ ਦੀ ਇੱਛਾ ਰੱਖਦਾ ਹੋਵੇ। ਪ੍ਰਚੂਨ ਵਿਕਰੇਤਾ ਉਪਭੋਗੀ ਦੇ ਖਰੀਦਣ ਦੇ ਤਰੀਕੇ ਨੂੰ ਪਛਾਣਦਾ ਹੈ ਅਤੇ ਉਸਦੀ ਸੁਵਿਧਾ ਅਨੁਸਾਰ ਸਟੋਰ ਦਾ ਸਮਾਂ, ਵਸਤੂ ਵਿਵਸਥਾ ਪੱਧਰ, ਇਸ਼ਤਿਹਾਰ ਪ੍ਰੋਗਰਾਮ ਆਦਿ ਨੂੰ ਅਡਜਸਟ ਕਰਦਾ ਹੈ। ਪ੍ਰਚੂਨ ਵਿਕਰੇਤਾ ਅਜਿਹੇ ਵਿਸ਼ੇਸ਼ ਸਮੇਂ ਦੀ ਪਹਿਚਾਣ ਕਰਦਾ ਹੈ ਜੋ ਕਿ ਵਪਾਰਕ ਪਦਾਰਥਾਂ ਨੂੰ ਵੇਚਣ ਦੇ ਮੌਕੇ ਉਤਪੰਨ ਕਰਦਾ ਹੈ ਜਿਵੇਂ ਕਿ ਛੁੱਟੀਆਂ, ਮੌਸਮ ਦਾ ਬਦਲਣਾ, ਖਾਸ ਮੌਕੇ ਜਿਵੇਂ ਕਿ ਵਿਆਹ ਅਤੇ ਸਕੂਲਾਂ ਦੇ ਸਮੇਂ ਆਦਿ।

ਕੀਮਤਾਂ (Pricing) : ਪ੍ਰਚੂਨ ਵਿਕਰੇਤਾ ਭਿੰਨ-ਭਿੰਨ ਕੀਮਤਾਂ ਸੰਬੰਧੀ ਰਣਨੀਤੀਆਂ ਆਪਣੇ ਵੱਖ-ਵੱਖ ਗਾਹਕਾਂ ਨੂੰ ਆਕਰਸ਼ਿਤ ਕਰਨ ਲਈ ਵਰਤਦਾ ਹੈ। ਉਦਾਹਰਨ ਦੇ ਤੌਰ ਤੇ ਜਿਵੇਂ ਕੁਝ ਸਟੋਰ ਘੱਟ ਕੀਮਤਾਂ ਜਾਂ ਕੀਮਤ ਵਿੱਚ ਕਟੌਤੀ ਕਰਕੇ ਆਰਥਿਕਤਾ ਨੂੰ ਤਰਜੀਹ ਦੇਣ ਵਾਲੇ ਉਪਭੋਗੀਆਂ ਲਈ ਇਹ ਨੀਤੀ ਵਰਤਦੇ ਹਨ। ਕੁਝ ਸਟੋਰ ਉੱਚੀਆਂ ਕੀਮਤਾਂ ਰੱਖ ਕੇ ਉੱਚ ਪੱਧਰ ਪ੍ਰਭਾਵ ਦਰਸਾਉਂਦੇ ਹਨ।

ਅਪੀਲ A ਪ੍ਰਚੂਨ ਵਪਾਰੀ ਆਪਣੇ ਸਟੋਰ ਦਾ ਵਧੀਆ ਪ੍ਰਤੀਬਿੰਬ ਜਾਂ ਪ੍ਰਭਾਵ ਬਣਾਉਣ ਲਈ ਸਖ਼ਤ ਮਿਹਨਤ ਕਰਦੇ ਹਨ। ਜਿਸ ਨੂੰ ਗਾਹਕ ਸਹੀ ਸਮਝਦੇ ਹੋਣ। ਪ੍ਰਚੂਨ ਵਪਾਰੀ ਇਹੋ ਜਿਹੀ ਇਸ਼ਤਿਹਾਰ ਵਿਧੀ/ਤਕਨੀਕਾਂ ਵਰਤਦੇ ਹਨ, ਜਿਵੇਂ ਕਿ, ਵਿਗਿਆਪਨ ਦੇਣਾ, ਲੋਕ ਸੰਪਰਕ। ਇਸ ਨਾਲ ਲੋਕਾਂ ਵਿੱਚ ਆਪਣੇ ਉਤਪਾਦਾਂ ਸਬੰਧੀ ਜਾਗਰੂਕਤਾ ਅਤੇ ਦਿਲਚਸਪੀ ਪੈਦਾ ਕਰਦੇ ਹਨ।

ਇਹ ਤਕਨੀਕਾਂ, ਪ੍ਰਚੂਨ ਸਟੋਰਾਂ ਵੱਲ ਗਾਹਕਾਂ ਨੂੰ ਆਕਰਸ਼ਿਤ ਕਰਦੀਆਂ ਹਨ ਅਤੇ ਪ੍ਰਚੂਨ ਖਰੀਦਦਾਰ ਨੂੰ ਕੀਮਤੀ (ਲੋੜੀਂਦੀ) ਸੂਚਨਾ ਪ੍ਰਦਾਨ ਕਰਦੀਆਂ ਹਨ ਅਤੇ ਗਾਹਕਾਂ ਨੂੰ ਚੀਜ਼ਾਂ ਖਰੀਦਣ ਲਈ ਮਨਾਉਂਦੀਆਂ ਹਨ।

ਉਤਪਾਦਕਾਂ ਦੀ ਪ੍ਰਚੂਨ ਰਣਨੀਤੀ (Manufacturer Retail Strategy)

ਇਹ ਸੇਵਾ ਉਤਪਾਦਕਾਂ ਨੂੰ ਪ੍ਰਚੂਨ ਕਾਰਜ ਸਥਾਪਿਤ ਕਰਨ ਵਿੱਚ ਮਦਦ ਕਰਦੀ ਹੈ ਤਾਂ ਕਿ ਉਨ੍ਹਾਂ ਦੇ ਮਾਰਕੇ ਅਤੇ ਉਤਪਾਦ ਦੀ return ਆਮਦਨ ਵਧ ਸਕੇ।

ਕਿਸ ਲਈ ?

ਉਤਪਾਦਕ ਦੀ ਪ੍ਰਚੂਨ ਰਣਨੀਤੀ ਸੇਵਾ ਹੇਠ ਲਿਖੀਆਂ ਜ਼ਰੂਰਤਾਂ ਨੂੰ ਧਿਆਨ ਵਿੱਚ ਰੱਖਦੀ ਹੈ:-

- ਉਤਪਾਦਕ ਕੰਪਨੀਆਂ ਜੋ ਕਿ ਪ੍ਰਚੂਨ ਖੇਤਰ ਵਿੱਚ ਪ੍ਰਤੀਯੋਗਤਾ ਕਰਨ ਬਾਰੇ ਵਿਚਾਰ ਕਰਦੀਆਂ ਹਨ।
- ਉਤਪਾਦਕ ਜੋ ਕਿ ਪ੍ਰਚੂਨ ਖੇਤਰ ਨੂੰ ਆਪਣੇ ਵਿਕਾਸ ਅਤੇ ਬਦਲਾਅ ਦੀ ਰਣਨੀਤੀ ਦੇ ਰੂਪ ਵਿੱਚ ਦੇਖਦੇ ਹਨ।
- ਉਤਪਾਦਕ ਕੰਪਨੀਆਂ ਜੋ ਆਪਣੇ ਉਤਪਾਦਾਂ (Brands) ਦੇ ਰੀਟੇਲ ਅਪਰੇਸ਼ਨਾਂ ਨੂੰ ਨਿਯੰਤਰਿਤ ਕਰਨ ਰਾਹੀਂ ਗਾਹਕਾਂ ਨਾਲ ਰਲ ਕੇ ਕੀਮਤ ਪੈਦਾ ਕਰਨ ਵਿੱਚ ਵਿਸ਼ਵਾਸ਼ ਰੱਖਦੀਆਂ ਹਨ ।

ਪ੍ਰਚੂਨ ਰਣਨੀਤੀ ਦਾ ਵਿਕਾਸ: ਉੱਪਰ ਦਿੱਤੇ ਦੀ ਪੂਰੀ ਜਾਣਕਾਰੀ ਤੋਂ ਬਾਅਦ ਤੁਸੀਂ ਇਸ ਦੇ ਯੋਗ ਹੋ ਸਕਦੇ ਹੋ।

- ਪ੍ਰਚੂਨ ਰਣਨੀਤੀ ਯੋਜਨਾ ਵਿੱਚ ਸ਼ਾਮਿਲ ਕਦਮਾਂ (Steps) ਦੀ ਲਿਸਟ ਬਣਾਓ।
- ਕਿਸੇ ਸੰਗਠਨ ਦੇ ਉਦੇਸ਼ੀ ਸਟੇਟਮੇਂਟ ਦੀ ਧਾਰਨਾ ਨੂੰ ਸਮਝੋ।
- ਇੱਕ ਸਥਿਤੀ ਵਿਸ਼ਲੇਸ਼ਣ ਵਿੱਚ ਸ਼ਾਮਲ ਮਾਮਲਿਆਂ ਦਾ ਮੁਲਾਂਕਣ ਕਰਨਾ।
- ਪ੍ਰਚੂਨ ਵਿਕਰੇਤਾ ਨੂੰ ਉਪਲੱਬਧ ਮੁੱਖ ਰਣਨੀਤਿਕ ਪਰਿਵਰਤਨਾਂ ਦੀ ਪਛਾਣ ਕਰਵਾਉਣਾ।
- ਉਹਨਾਂ ਤੱਤਾਂ ਨੂੰ ਵਿਚਾਰਨਾ ਜੋ ਬਾਜ਼ਾਰ ਦੇ ਫੈਸਲਿਆਂ ਵਿੱਚ ਸ਼ਾਮਿਲ ਹਨ। ਜਿਹਨਾਂ ਵਿੱਚ ਪ੍ਰਤੀਯੋਗਤਾ ਕਰਨੀ ਹੈ।

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

- ਪ੍ਰਚੂਨ ਸਥਿਤੀ ਕਰਨ ਰਣਨੀਤੀ (retail positioning stategy) ਦੇ ਹਿੱਸਿਆਂ ਦਾ ਪੁਨਰ ਵਿਚਾਰ ਕਰਨਾ।
- ਰਣਨੀਤੀ ਦੇ ਲਾਗੂ ਕਰਨ ਨੂੰ ਸਮਝਣਾ
- ਪ੍ਰਚੂਨ ਓਪਰੇਸ਼ਨ ਦੇ ਮੁਲਾਂਕਣ ਅਤੇ ਨਿਯੰਤਰਣ ਵਿੱਚ ਸ਼ਾਮਿਲ ਮਾਮਲਿਆਂ ਨੂੰ ਵਿਚਾਰਨਾ।

ਪ੍ਰਚੂਨ ਵਿੱਚ ਟੀਚਿਆਂ ਨੂੰ (ਸੈੱਟ) ਕਰਨਾ: ਮਿਸ਼ਨ ਸਟੇਟਮੈਂਟ ਉੱਤੇ ਸਹਿਮਤੀ ਕਾਇਮ ਕਰਨ ਉਪਰੰਤ ਮੈਨੇਜਮੈਂਟ ਜਾਂ ਪ੍ਰਬੰਧਨ ਦਾ ਕੰਮ ਹੁੰਦਾ ਹੈ, ਟੀਚਿਆਂ ਨੂੰ ਸਥਾਪਿਤ ਕਰਨਾ। ਟੀਚੇ ਪ੍ਰਾਪਤ ਕਰਨ ਹਿੱਤ ਨਤੀਜਿਆਂ ਦੇ ਬਿਆਨ ਹੁੰਦੇ ਹਨ।

ਸਥਿਤੀ ਵਿਸ਼ਲੇਸ਼ਣ ਦੀ ਵਿਵਸਥਾ ਕਰਨਾ: ਇੱਕ ਵਾਰ ਜਦੋਂ ਨਤੀਜੇ ਸਥਾਪਿਤ ਹੋ ਜਾਂਦੇ ਹਨ, ਪ੍ਰਬੰਧ ਦਾ ਕੰਮ ਕੰਪਨੀ ਦੇ ਟੀਚੇ ਦੇ ਪ੍ਰਸੰਗ ਵਿੱਚ ਉਹਨਾਂ ਨੂੰ ਪ੍ਰਾਪਤ ਕਰਨ ਲਈ ਯੋਜਨਾ ਉੱਤੇ ਫੈਸਲਾ ਲੈਣਾ ਹੈ। ਇਹ ਯੋਜਨਾ ਸੰਗਠਨ ਦੀਆਂ ਤਾਕਤਾਂ ਅਤੇ ਕਮਜ਼ੋਰੀਆਂ ਅਤੇ ਵਾਤਾਵਰਨ ਦੇ ਖਤਰਿਆਂ ਅਤੇ ਮੌਕਿਆਂ ਦੇ ਵਿਸ਼ਲੇਸ਼ਣ ਉੱਤੇ ਅਧਾਰਿਤ ਹੁੰਦੀ ਹੈ। ਇਸ ਅੰਦਰੂਨੀ ਤਾਕਤਾਂ ਅਤੇ ਕਮਜ਼ੋਰੀਆਂ ਅਤੇ ਬਾਹਰੀ ਖਤਰਿਆਂ ਅਤੇ ਮੌਕਿਆਂ ਦੇ ਮੁਲਾਂਕਣ ਨੂੰ ਸਥਿਤੀ ਵਿਸ਼ਲੇਸ਼ਣ ਕਹਿੰਦੇ ਹਨ। ਜਿਸ ਨੂੰ ਖਾਸ ਤੌਰ ਤੇ SWOT ਵਿਸ਼ਲੇਸ਼ਣ (strengths, weaknesses, opportunities and threats) ਦੇ ਨਾਂ ਨਾਲ ਜਾਣਿਆ ਜਾਂਦਾ ਹੈ।

SWOT ਦਾ ਮੁਲਾਕਣ

ਅੰਦਰੂਨੀ ਮੁਲਾਂਕਣ	ਬਾਹਰੀ ਮੁਲਾਂਕਣ
ਸ਼ਕਤੀਆਂ • ਕੰਪਨੀ ਦੀ ਅਜੋਕੀ ਸਥਿਤੀ ਕੀ ਹੈ। • ਫਰਮ ਕਿਸ ਵਿੱਚ ਚੰਗੀ ਹੈ। • ਕਿਹੜੇ ਮੁੱਖ ਸਾਧਨ ਅਤੇ ਨਿਪੁੰਨਤਾਵਾਂ ਮੌਜੂਦ ਹਨ।	***ਮੌਕੇ*** • ਕਿਸ ਖੇਤਰ (ਏਰੀਏ) ਵਿੱਚ ਸਫਲਤਾ ਮਿਲ ਸਕਦੀ ਹੈ/ਸੀ। • ਕਿਹੋ ਜਿਹਾ ਵਾਤਾਵਰਣਕ ਅਨੁਕੂਲ ਹੈ ? • ਮੰਡੀ ਕਿਸ ਤਰ੍ਹਾਂ ਵਿਕਾਸ ਕਰ ਰਹੀ ਹੈ।
ਕਮਜ਼ੋਰੀਆਂ • ਕੰਪਨੀ ਦੀ ਵਰਤਮਾਨ ਹਾਲਤ ਕਿਹੋ ਜਿਹੀ ਹੈ। • ਕਿਹੜੀਆਂ ਮੁੱਖ ਸਮੱਸਿਆਵਾਂ ਦਾ ਮੁਕਾਬਲਾ ਕੀਤਾ ਹੈ। • ਕੰਪਨੀ ਕੀ ਕਰਨ ਵਿੱਚ ਮਾੜੀ ਹੈ। • ਕਿਹੜੇ ਮੁੱਖ ਸਾਧਨਾਂ ਅਤੇ ਨਿਪੁੰਨਤਾਵਾਂ ਦੀ ਕਮੀ ਹੈ।	***ਖਤਰੇ*** • ਕਾਰਜ ਕੁਸ਼ਲਤਾ ਕਿਹੜੀ ਥਾਂ ਮਾੜੀ ਹੋਣ ਦੀ ਸੰਭਾਵਨਾ ਹੈ। • ਪ੍ਰਤੀਯੋਗੀ ਕਿਸ ਪ੍ਰਕਾਰ ਵਿਕਾਸ ਅਤੇ ਵਿਵਹਾਰ ਕਰ ਰਹੇ ਹਨ। • ਕਿਹੜੇ ਮੰਦਭਾਗੇ ਵਾਤਾਵਰਣਕ ਰੁਝਾਨ ਮੌਜੂਦ ਹਨ।

ਮੰਡੀਕਰਨ/ਬਾਜ਼ਾਰੀ ਪ੍ਰਵੇਸ਼ ਕਰਨਾ: ਪ੍ਰਚੂਨ ਵਪਾਰੀ ਮੰਡੀ ਬਾਜ਼ਾਰ ਵਿੱਚ ਪ੍ਰਵੇਸ਼ ਕਰਨ ਦੀ ਰਣਨੀਤੀ ਤੇ ਚੱਲ ਰਹੇ ਹੈ, ਜਿਸ ਦਾ ਨਿਸ਼ਾਨਾ ਮੌਜੂਦਾ ਬਾਜ਼ਾਰ ਦੇ ਹਿੱਸੇ (ਟੁਕੜੇ) ਨਾਲ ਮੌਜੂਦਾ ਬਾਹਰੀ ਢਾਂਚਾ, ਮੁਕਾਬਲੇ ਉੱਤੇ ਅਲੱਗ ਲਾਭ ਲੱਭਦਾ ਹੈ, ਜੋ ਵਰਤਮਾਨ ਸ਼ਕਤੀਸ਼ਾਲੀ ਬਾਜ਼ਾਰ ਦੁਆਰਾ ਜਿਸ ਦੀ ਹੱਦ ਪੂਰਨਤਾ ਤੇ ਹੈ। ਪ੍ਰਚੂਨ ਵਿਕਰੇਤਾ ਦੁਆਰਾ ਅਕਸਰ ਬਾਜ਼ਾਰ/ਮੰਡੀ ਵਿੱਚ ਪ੍ਰਵੇਸ਼ ਕੀਤਾ ਜਾਂਦਾ ਹੈ। ਕਿਉਂਕਿ ਇਹ ਉਹ ਕੰਪਨੀਆਂ ਦੁਆਰਾ ਬਣਦੀ ਹੈ ਜੋ ਤਾਕਤ ਤੇ ਖੜੀਆਂ ਹਨ। ਜਿਨ੍ਹਾਂ ਦਾ ਅਜੋਕੇ ਗਾਹਕਾਂ ਦੇ ਗਿਆਨ, ਉਹਨਾਂ ਦੀਆਂ ਤਰਜੀਹਾਂ ਅਤੇ ਕੰਪਨੀਆਂ ਨਾਲ ਵਿਵਸਥਾ ਲਾਈਨ ਨਾਲ ਮੇਲ ਜੋਲ ਹੈ। ਇਹ ਰਣਨੀਤੀ ਗਾਹਕਾਂ ਦੀ ਗਿਣਤੀ ਵਧਾਉਣ ਲਈ, ਗਾਹਕਾਂ ਦੁਆਰਾ ਖਰੀਦੀ ਮਾਤਰਾ ਅਤੇ ਅਕਸਰ ਖਰੀਦ ਲਈ ਤਿਆਰ ਕੀਤੀ ਜਾਂਦੀ ਹੈ।

ਗਾਹਕਾਂ ਦੀ ਗਿਣਤੀ ਨੂੰ ਵਧਾਉਣਾ: ਰਣਨੀਤੀ ਨੂੰ ਗਾਹਕਾਂ ਦੀ ਗਿਣਤੀ ਵਧਾਉਣ ਲਈ ਤਿਆਰ ਕੀਤੀ ਜਾਂਦੀ ਹੈ ਜਿਹੜਾ ਇੱਕ ਵਿਕਰੀ ਅਤੇ ਲਾਭ ਨੂੰ ਵਧਾਉਣ ਦਾ ਰਸਤਾ ਹੈ। ਸਟੋਰਾਂ ਵਿੱਚ ਵਾਧਾ ਅਤੇ ਸਟੋਰਾਂ ਦੀ ਪੇਸ਼ਕਾਰੀ ਵਿੱਚ ਸੁਧਾਰ ਹੋਰ ਗਾਹਕਾਂ ਦੀ ਅਗਵਾਈ ਕਰ ਸਕਦਾ ਹੈ। ਇਸ ਤਰ੍ਹਾਂ, ਪ੍ਰਵੇਸ਼ ਰਣਨੀਤੀ ਪ੍ਰਚੂਨ ਨਾਲ Variables ਦੀ ਵਰਤੋਂ ਸ਼ਾਮਿਲ ਕਰ ਸਕਦਾ ਹੈ:

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

■ ਮਾਰਕੀਟ ਖੇਤਰ ਵਿੱਚ ਸਭ ਤੋਂ ਘੱਟ ਕੀਮਤ ਲਾਈਨਾਂ ਅਤੇ ਸਭ ਤੋਂ ਘੱਟ ਕੀਮਤਾਂ।

■ ਸਿਹਤ ਸੁੰਦਰਤਾ ਅਤੇ ਘਰੇਲੂ ਉਪਯੋਗ ਦੀਆਂ ਵਸਤਾਂ ਦੀ ਵਿਸ਼ਾਲ ਉਪਲਬਧਤਾ।

■ ਕੁੱਲ ਸੁਵਿਧਾਵਾਂ ਵਿੱਚ ਸ਼ਾਮਿਲ ਸਥਿਤੀ/ਸਥਾਨ, ਪਾਰਕਿੰਗ, ਸਮਾਂ/ਘੰਟੇ ਅਤੇ ਖ਼ਰੀਦਦਾਰੀ ਦੀ ਸਹੂਲੀਅਤ; ਵਿਸ਼ੇਸ਼ਤਾਈਆਂ ਜਿਵੇਂ ਕਿ ਸੁਪਰਮਾਰਕੀਟ ਵਰਗੇ ਮੂਹਰਲੇ ਪਾਸੇ, ਕੁੱਲ ਵਸਤਾਂ ਦਾ ਪ੍ਰਦਰਸ਼ਨ , ਲੰਘਣ ਵਾਸਤੇ ਚੌੜੀ ਥਾਂ, ਅਸਾਨੀ ਨਾਲ ਦੇਖਣ ਅਤੇ ਲੱਭਣਯੋਗ ਵਸਤਾਂ ਦੇ ਸਮੂਹ, ਖ਼ਰੀਦਦਾਰੀ ਕਰਨ ਵਾਸਤੇ ਰੇਹੜੀਆਂ ਅਤੇ ਆਮ ਤੌਰ ਤੇ ਇੱਕ ਹੀ ਛੱਤ ਹੇਠਾਂ ਕੁੱਲ ਪ੍ਰਦਰਸ਼ਨ।

ਖਰੀਦੀ ਮਾਤਰਾ ਨੂੰ ਵਧਾਉਣਾ: ਸਟੋਰ ਦੇ ਸਿਲਸਿਲੇਵਾਰ ਪ੍ਰਬੰਧ ਦਾ ਸੁਧਾਰ ਅਤੇ ਵਪਾਰਕ ਮਾਲ ਦੀ ਪੇਸ਼ਕਾਰੀ ਹਾਲਤਾਂ ਨੂੰ ਸੁਧਾਰਨ ਵਿੱਚ ਮਦਦ ਕਰਦੀ ਹੈ, ਜੋ ਕਿ ਖਰੀਦਦਾਰੀ ਨੂੰ ਸੁਖਾਲਾ ਬਣਾਉਂਦੀ ਹੈ। ਇੱਕ ਹੋਰ ਪਹੁੰਚ (Approach) ਹੁੰਦੀ ਹੈ ਵਿਕਰੇਤਾਵਾਂ ਨੂੰ ਅਤਿਰਿਕਤ/ਵਾਧੂ ਵਸਤਾਂ ਵੇਚਣ ਲਈ ਉਤਸਾਹਿਤ ਕਰਨ ਵਾਸਤੇ।

ਕਰਾਸ ਸੈਲ: ਇਸ ਵਿੱਚ ਸ਼ਾਮਿਲ ਹੈ ਇੱਕ ਡਿਪਾਰਟਮੈਂਟ ਦੇ ਵਿਕਰੇਤਾਵਾਂ ਦੁਆਰਾ ਦੂਜੇ ਡਿਪਾਰਟਮੈਂਟ ਦੀਆਂ ਅਤਿਰਿਕਤ ਵਸਤਾਂ ਆਪਣੇ ਗ੍ਰਾਹਕਾਂ ਨੂੰ ਵੇਚਣ ਦੀ ਕੋਸ਼ਿਸ਼ ਕਰਨਾ।

ਉਦਾਹਰਨ ਦੇ ਤੌਰ ਤੇ ਇੱਕ ਵਿਕਰੇਤਾ ਨੇ ਹੁਣੇ ਹੀ ਪੈਂਟਾਂ ਦਾ ਜੋੜਾਂ ਆਪਣੇ ਗਾਹਕ ਨੂੰ ਵੇਚਿਆ ਹੈ ਅਤੇ ਉਹ ਆਪਣੇ ਗਾਹਕ ਨੂੰ ਕਮੀਜ਼ ਅਤੇ ਟਾਈ ਵਾਲੇ ਵਿਭਾਗ ਵਿੱਚ ਲੈ ਕੇ ਜਾਵੇਗਾ ਤਾਂ ਇਹ ਜੋ ਆਪਣੇ ਗਾਹਕ ਨੂੰ ਪੈਂਟ ਦਾ ਪੂਰਕ ਕਮੀਜ਼ ਅਤੇ ਟਾਈ ਵੇਚ ਸਕੇ।

ਮੰਡੀ ਬਾਜ਼ਾਰ ਵੰਡ ਪ੍ਰਣਾਲੀ

ਪ੍ਰਬੰਧਕਾਂ ਦੁਆਰਾ ਚੁਣੇ ਹੋਏ ਮਾਰਕੀਟ ਦੇ ਹਿੱਸੇ ਹੇਠ ਅਨੁਸਾਰ ਹੋਣੇ ਚਾਹੀਦੇ ਹਨ।

■ ਮਿਣਤੀਯੋਗ: ਕੀ ਵਿਭਾਜਨ ਗਿਣਤੀ ਮਿਣਤੀ ਯੋਗ ਅਤੇ ਪਛਾਣ ਯੋਗ ਹੈ।

■ ਪਹੁੰਚ ਵਿੱਚ: ਕੀ ਕਿਸੇ ਖਾਸ ਮਾਰਕੀਟ ਦੇ ਹਿੱਸੇ ਉੱਤੇ ਧਿਆਨ ਕੇਂਦਰਤ ਕਰਨ ਦੀਆਂ ਮਾਰਕੀਟਿੰਗ ਦੀਆਂ ਕੋਸ਼ਿਸ਼ਾਂ ਨਾਲ ਇੱਛਤ ਹੁੰਗਾਰਾ ਪ੍ਰਾਪਤ ਕਰਨ ਵਿੱਚ ਸਕਾਰਾਤਮਕ ਪ੍ਰਭਾਵ ਪਵੇਗਾ?

■ ਆਰਥਿਕ ਤੌਰ ਤੇ ਵਿਵਹਾਰਕ ਹੋਣਾ: ਕੀ ਮਾਰਕੀਟ ਵਸਤਾਂ ਦਾ ਵਿਭਾਜਨ ਜਿਸ ਨੂੰ ਕਾਫੀ ਸਮਰਥ ਗਾਹਕਾਂ ਨੇ ਸਾਂਝਾ ਕੀਤਾ ਹੈ, ਉਸ ਹਿੱਸੇ ਉੱਤੇ ਮਾਰਕੀਟਿੰਗ ਦੀ ਕੀਮਤ ਅਤੇ ਮਾਰਕੀਟਿੰਗ ਸੰਬੰਧੀ ਕੀਤੀਆਂ ਗਈਆਂ ਕੋਸ਼ਿਸ਼ਾ ਨੂੰ ਸਹੀ ਸਾਬਿਤ ਕਰਦਾ ਹੈ?

■ ਸਥਿਰ: ਕੀ ਉਪਭੋਗੀ ਦੀਆਂ ਵਿਸ਼ੇਸ਼ਤਾਵਾਂ ਮਾਰਕੀਟ ਸ਼ਕਤੀ ਦਾ ਸੰਕੇਤ ਹਨ।

ਰਣਨੀਤੀ ਦੇ ਵਿਕਾਸ ਵਿੱਚ, ਉਪਭੋਗੀ ਨੂੰ ਤਿੰਨ ਰਸਤਿਆਂ ਵਿੱਚੋਂ ਇੱਕ ਤੇ ਵਿਚਾਰਿਆ ਜਾ ਸਕਦਾ ਹੈ ਜੋ ਕਿ ਪੇਸ਼ ਕੀਤੇ ਉਤਪਾਦ ਜਾਂ ਸੇਵਾ ਉੱਤੇ ਨਿਰਭਰ ਹਨ।

1. ਸਮਾਨਤਾ (Similarity) : ਸਾਰੇ ਉਪਭੋਗੀਆਂ ਨੂੰ ਮੂਲ ਰੂਪ ਵਿੱਚ ਇੱਕੋ ਜਿਹਾ ਵਿਚਾਰਿਆ ਜਾਂਦਾ ਹੈ। ਭਾਵੇਂ ਉਹਨਾਂ ਵਿੱਚ ਉਮਰ, ਆਮਦਨ, ਲੋੜਾਂ ਤਰਜੀਹਾਂ ਦੇ ਅੰਤਰ ਮੌਜੂਦ ਹਨ। ਇਨ੍ਹਾਂ ਅੰਤਰਾਂ ਨੂੰ ਕੰਪਨੀ ਦੀ ਖਾਸ ਉਤਪਾਦ ਜਮਾਤ ਖਰੀਦ ਉੱਤੇ ਮਹੱਤਵਪੂਰਨ ਪ੍ਰਭਾਵ ਪਾਉਂਦੇ ਨਹੀਂ ਸਮਝਿਆ ਜਾਂਦਾ। ਇੱਕ ਵਧੀਆ ਪੱਧਰ ਦਾ ਉਤਪਾਦ ਉਪਭੋਗੀਆਂ ਦੀ ਸੰਤੁਸ਼ਟੀ ਕਰੇਗਾ।

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

ਉਦਾਹਰਨ ਦੇ ਤੌਰ ਤੇ ਪ੍ਰਚੂਨ ਵਿੱਚ, ਸੁਵਿਧਾ ਸਟੋਰ ਮਿਲੀਆਂ-ਜੁਲੀਆਂ ਵਸਤਾਂ, ਬਹੁਤ ਜ਼ਿਆਦਾ ਕਿਸਮਾਂ, ਘੱਟ ਡੂੰਘਾਈ ਉਪਲਬਧ ਕਰਾਉਂਦੇ ਹਨ, ਇਹ ਸਾਰੇ ਗਾਹਕ ਦੇ ਸੁਵਿਧਾ ਸਟੋਰ ਉੱਤੇ ਖਰੀਦਦਾਰ ਕਰਨ ਅਤੇ ਅੰਤਰਾਂ ਨੂੰ ਨਜ਼ਰਅੰਦਾਜ਼ ਕਰਨ ਦੇ ਮੁੱਢਲੇ ਕਾਰਨ ਉੱਤੇ ਧਿਆਨ ਕੇਂਦਰਤ ਕਰਦੇ ਹਨ।

2. ਅੰਤਰ ਅਤੇ ਸਮਾਨਤਾ – ਉਪਭੋਗੀ ਵਿੱਚ ਅੰਤਰ ਅਤੇ ਸਮਾਨਤਾਵਾਂ ਬਾਜ਼ਾਰ ਦੀ ਮੰਗ ਤੇ ਪ੍ਰਭਾਵ ਪਾਉਣ ਦਾ ਮਹੱਤਵਪੂਰਨ ਸਾਧਨ ਹਨ। ਇਹ ਭਿੰਨਤਾਵਾਂ ਅਤੇ ਸਮਾਨਤਾਵਾਂ ਕੁੱਲ ਮਿਲਾ ਕੇ ਗਾਹਕਾਂ ਦੀ ਗੁੱਟ ਬੰਦੀ ਹੋਣ ਵਿੱਚ ਮਦਦ ਕਰਦੀਆਂ ਹਨ ਅਤੇ ਸਧਾਰਨ ਤੌਰ ਤੇ ਇਹਨਾਂ ਨੂੰ ਅਪੀਲ ਕਰਦੀਆਂ ਹਨ।

ਔਰਤਾਂ ਦੇ ਕਪੜਿਆਂ ਦੇ ਬਹੁਤ ਸਾਰੇ ਪ੍ਰਚੂਨ ਵਪਾਰੀਆਂ ਦਾ ਨਿਸ਼ਾਨਾ ਵੱਖ-ਵੱਖ ਕਾਰਕ ਜਾਂ ਤੱਤ ਹੁੰਦੇ ਹਨ। ਜਿਸ ਵਿੱਚ ਉਮਰ ਅਤੇ ਜਿੰਦਗੀ ਦਾ ਰਹਿਣ ਸਹਿਣ ਸ਼ਾਮਿਲ ਹੈ। ਡਾਲਮੀ ਦੀ ਕੜੀ ਜਿਸ ਵਿੱਚ ਵੱਖ-ਵੱਖ ਹਿੱਸਿਆਂ ਨੂੰ ਨਿਸ਼ਾਨਾ ਬਣਾਉਣ ਲਈ ਪੰਜ ਸਟੋਰ ਬੈਨਰਜ਼ ਹਨ ਨੇ ਡਾਲਮੀ ਦੀ ਡਵੀਜ਼ਨ ਲਈ ਆਪਣੇ ਨਿਸ਼ਾਨੇ ਜਾਂ ਟਾਰਗਟ ਨੂੰ ਮੱਧ-ਕੀਮਤ-ਮਾਰਕੀਟ ਵਿੱਚ ਜਵਾਨ ਫੈਸ਼ਨ ਪਸੰਦ ਔਰਤਾਂ ਦੇ ਰੂਪ ਵਿੱਚ ਵਰਨਿਤ ਕੀਤਾ ਹੈ।

3. ਅਨੋਖਾਪਨ (Uniqueness) : ਸਾਰੇ ਉਪਭੋਗੀਆਂ ਵਿੱਚ ਕੁੱਝ ਨਾ ਕੁੱਝ ਅੰਤਰ ਹੁੰਦਾ ਹੈ, ਉਹਨਾਂ ਵਿੱਚ ਇਹਨਾਂ ਅੰਤਰਾਂ ਦੇ ਕਾਰਨ ਇੱਕੋ ਮਿਆਰ ਦੀ ਕੋਈ ਪੇਸ਼ਕਾਰੀ ਅਸਵੀਕਾਰ ਹੋ ਜਾਂਦੀ ਹੈ। ਮਾਰਕੀਟ ਦੀਆਂ ਪੇਸ਼ਕਾਰੀਆਂ ਨੂੰ ਖਾਸ ਤੌਰ ਤੇ ਗਾਹਕਾਂ ਦੇ ਉਹਨਾਂ ਸਮੂਹਾਂ ਦੀਆਂ ਜ਼ਰੂਰਤਾਂ ਲਈ ਤਿਆਰ ਕੀਤਾ ਜਾਣਾ ਚਾਹੀਦਾ ਹੈ, ਜਿਹਨਾਂ ਬਾਰੇ ਬਹੁਤ ਛੋਟੇ ਰੂਪ ਵਿੱਚ ਵਰਣਨ ਕੀਤਾ ਗਿਆ ਹੈ। ਉਦਾਹਰਣ ਦੇ ਤੌਰ ਤੇ ਉੱਚ ਉਦੇਸ਼ ਵਾਲੇ ਆਦਮੀਆਂ ਦੇ ਕੱਪੜਿਆਂ ਦੇ ਪ੍ਰਚੂਨ ਵਿਕਰੇਤਾ, ਜਿਵੇਂ ਕਿ ਹੈਰੀ ਰੋਜ਼ਾਨਾ ਉਹਨਾਂ ਆਦਮੀਆਂ ਦੀਆਂ ਲੋੜਾਂ ਮੁਤਾਬਕ ਸੇਵਾਵਾਂ ਪ੍ਰਦਾਨ ਕਰਦੀਆਂ ਹਨ, ਜਿਹਨਾਂ ਦੀ ਪਹਿਰਾਵੇ ਸਬੰਧੀ ਖਾਸ ਲੋੜਾਂ ਹੋਣ।

Target Market Selection

ਟਾਰਗੇਟ ਮਾਰਕੀਟਾਂ, ਜਿਹਨਾਂ ਵਿੱਚ ਮੁਕਾਬਲਾ ਕਰਨਾ ਹੈ, ਨੂੰ ਚੁਣਨ ਲਈ ਕੋਈ ਇੱਕਲਾ ਸਭ ਤੋਂ ਵਧੀਆ ਤਰੀਕਾ ਮੌਜੂਦ ਨਹੀਂ ਹੈ। ਅਕਸਰ, ਪ੍ਰਬੰਧ-ਕਰਤਾ ਪੂਰੀ ਮਾਰਕੀਟ ਨੂੰ ਅਕਾਰ ਅਤੇ ਉਪਭੋਗੀਆਂ ਦੇ ਵਰਗ, ਜਿਹਨਾਂ ਨੂੰ ਇਹ ਅਪੀਲ ਕਰ ਸਕਦੀ ਹੈ, ਇਹਨਾਂ ਦੋਹਾਂ ਪੱਖਾਂ ਤੋਂ ਦੇਖਣ ਤੋਂ ਸ਼ੁਰੂ ਕਰਦੇ ਹਨ। ਸੰਭਾਵਿਤ ਮਾਰਕੀਟ ਦੇ ਟੀਚਿਆਂ ਦਾ ਮੁਲਾਂਕਣ ਹੇਠ ਲਿਖਿਆਂ ਨੂੰ ਨਿਸ਼ਚਿਤ ਕਰਨ ਰਾਹੀਂ ਹੁੰਦਾ ਹੈ।

1) ਹਰੇਕ ਤੱਤ ਦੇ ਭਾਰ/ਮਹੱਤਤਾ ਅਨੁਸਾਰ।
2) ਹਰੇਕ ਤੱਤ ਅਨੁਸਾਰ ਹਰੇਕ ਸੰਭਾਵਿਤ ਟਾਰਗੇਟ ਦੀ ਕੀ ਦਰ/ਮਹੱਤਤਾ ਹੈ।

ਇੱਕ ਵਾਰ ਜਦੋਂ ਪ੍ਰਚੂਨ ਵਪਾਰੀ ਟਾਰਗੇਟ ਮਾਰਕੀਟਾਂ, ਜਿਹਨਾਂ ਵਿੱਚ ਮੁਕਾਬਲਾ ਕਰਨਾ ਹੁੰਦਾ ਹੈ, ਨੂੰ ਚੁਣ ਲੈਂਦੇ ਹਨ ਤਾਂ ਟਾਰਗੇਟ ਉਪਭੋਗੀਆਂ ਨੂੰ ਆਕਰਸ਼ਿਤ ਕਰਨ ਲਈ ਇੱਕ ਯੋਜਨਾ ਜ਼ਰੂਰ ਤਿਆਰ ਕੀਤੀ ਜਾਣੀ ਚਾਹੀਦੀ ਹੈ। ਅਜਿਹੀ ਯੋਜਨਾ ਦਾ ਅਧਾਰ ਉਹਨਾਂ ਗਾਹਕਾਂ ਬਾਰੇ ਪੂਰੀ ਸਮਝ ਜਾਂ ਜਾਣਕਾਰੀ ਹੁੰਦੀ ਹੈ-ਉਹਨਾਂ ਦਾ ਵਿਵਹਾਰ, ਕਦਰਾਂ-ਕੀਮਤਾਂ, ਉਦੇਸ਼ ਅਤੇ ਉਮੀਦਾਂ ।

ਚਿੱਤਰ ਵਿੱਚ ਦਰਸਾਏ ਅਨੁਸਾਰ, ਪ੍ਰਚੂਨ ਦੀਆਂ ਮਿਲੀਆਂ-ਜੁਲੀਆਂ ਵਸਤਾਂ ਜਾਂ ਤੱਤਾਂ ਵਿੱਚ ਸ਼ਾਮਲ ਹਨ, ਉਤਪਾਦ, ਕੀਮਤ, ਪੇਸ਼ਕਾਰੀ, ਇਸ਼ਤਿਹਾਰਬਾਜ਼ੀ, ਨਿਜੀ ਪੱਧਰ ਤੇ ਵੇਚਣਾ ਅਤੇ ਗਾਹਕ ਸੇਵਾ।

ਰਣਨੀਤੀ ਦਾ ਲਾਗੂ ਕਰਨਾ: ਇੱਕ ਮਜਬੂਤ ਰਣਨੀਤੀ ਸਫਲਤਾ ਦੀ ਕੋਈ ਗਰੰਟੀ ਨਹੀਂ ਹੈ, ਜੇਕਰ ਉਸਨੂੰ ਚੰਗੀ ਤਰਾਂ ਲਾਗੂ ਨਾ ਕੀਤਾ ਗਿਆ ਹੋਵੇ। ਕੰਪਨੀ ਦੀ ਇੱਛਤ ਹਾਲਤ ਪ੍ਰਭਾਵਸ਼ਾਲੀ ਢੰਗ ਨਾਲ ਲਾਗੂ ਕਰਨ ਲਈ, ਟਾਰਗਟ ਮਾਰਕੀਟ ਅਨੁਸਾਰ ਸਟੋਰ ਦੇ ਹਰੇਕ ਪਹਿਲੂ ਤੇ ਧਿਆਨ ਕੇਂਦ੍ਰਿਤ ਕਰਨਾ ਜਰੂਰੀ ਹੈ।

ਓਪਰੇਸ਼ਨ ਦਾ ਕੰਟਰੋਲ ਅਤੇ ਮੁਲਾਂਕਣ ਕਰਨਾ: ਇੱਕ ਵਾਰ ਜਦੋ ਰਣਨੀਤੀ ਲਾਗੂ ਹੋ ਜਾਵੇ ਤਾਂ, ਪ੍ਰਬੰਧਕਾਂ ਨੂੰ ਨਵੀਂ ਰਣਨੀਤੀ ਦੇ ਪ੍ਰਦਰਸ਼ਨ ਬਾਰੇ ਪੁਸ਼ਟੀ ਦੀ ਲੋੜ ਹੁੰਦੀ ਹੈ। ਸੂਚਨਾ/ਜਾਣਕਾਰੀ ਦੀਆਂ ਕੁੱਝ ਕਿਸਮਾਂ, ਪ੍ਰਬੰਧਕਾਂ ਨੂੰ ਰੁਟੀਨ/ਰੋਜ਼ਾਨਾ ਜਾਂ ਚਾਲੂ ਪੱਧਰ ਤੇ ਇਸ ਲਈ ਲੋੜੀਂਦੀਆਂ ਹੁੰਦੀਆਂ ਹਨ ਤਾਂ ਜੋ ਉਹ ਇਹ ਨਿਰਧਾਰਿਤ ਕਰ ਸਕਣ ਕਿ ਕੀ ਉਦੇਸ਼ਾਂ ਦੀ ਪ੍ਰਾਪਤੀ ਹੋ ਗਈ ਹੈ।

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

ਅਭਿਆਸ : ਮੁਲਾਂਕਣ

1. ਆਪਣੇ ਮੁਹੱਲੇ ਦੀ ਕਿਸੇ ਪ੍ਰਚੂਨ ਦੀ ਦੁਕਾਨ ਤੇ ਜਾਓ ਅਤੇ ਦੁਕਾਨਦਾਰ ਨਾਲ ਜਾਣ-ਪਹਿਚਾਣ ਕਾਇਮ ਕਰੋ ਅਤੇ ਹੇਠਾਂ ਦਿੱਤੇ ਪ੍ਰਸ਼ਨ ਪੁੱਛੋ ਅਤੇ ਆਪਣੇ ਸਕੂਲ ਵਾਪਸ ਜਾਓ ਅਤੇ ਉਸ ਦੇ ਉੱਤਰ ਜੋ 50 ਸ਼ਬਦਾਂ ਤੋਂ ਵੱਧ ਨਾ ਹੋਣ ਲਿਖੋ।

ਦੁਕਾਨਦਾਰ ਲਈ ਸਵਾਲ:

(*i*) ਪ੍ਰਚੂਨ ਦੁਕਾਨਦਾਰ ਨੇ ਪ੍ਰਚੂਨ ਦਾ ਕੰਮ ਕਰਦੇ ਸਮੇਂ ਕਿਹੜੀਆਂ ਭਿੰਨ ਭਿੰਨ ਕਿਸਮ ਦੀਆਂ ਰਣਨੀਤੀਆਂ ਵਰਤੀਆਂ ?

____

____

____

(*ii*) ਦੁਕਾਨ ਵਿੱਚ ਪ੍ਰਚੂਨ ਦਾ ਕੰਮ ਕਰਦੇ ਹੋਏ ਮਾਰਕੀਟ ਰਣਨੀਤੀ ਦੇ ਕਿਹੜੇ ਭਿੰਨ ਭਿੰਨ ਲਾਭ ਹਨ ?

____

____

____

ਮੁਲਾਂਕਣ(Assessment)

A. ਖਾਲੀ ਥਾਵਾਂ ਭਰੋ:

(*i*)ਕਿਸੇ ਗਾਹਕਾਂ ਦੇ ਸਮੂਹ ਦੀ .... ਅਤੇ .... ਨੂੰ ਸੰਤੁਸ਼ਟ ਕਰਨ ਲਈ ਇੱਕ ਰਣਨੀਤੀ ਬਣਾਉ।

(*ii*) ਪ੍ਰਚੂਨ ਵਿਕਰੇਤਾ ਭਿੰਨ-ਭਿੰਨ ....ਨੂੰ ਆਕਰਸ਼ਿਤ ਕਰਨ ਲਈ ਵੱਖਰੀਆਂ ਕੀਮਤਾਂ ਸਬੰਧੀ ਰਣਨੀਤੀਆਂ ਦਾ ਪ੍ਰਯੋਗ ਕਰਦੇ ਹਨ।

(*iii*) ਪ੍ਰਚੂਨ ਵਪਾਰ ਵਿੱਚ ਸ਼ਾਮਿਲ ਹੈ ਗਾਹਕਾਂ ਨੂੰ ਉਹਨਾਂ ਦੇ ਨਿਜੀ ਅਤੇ ਪਰਿਵਾਰਕ ਪ੍ਰਯੋਗ ਵਾਸਤੇ .... ਅਤੇ .... ਵੇਚਣਾ।

B. ਸਹੀ ਅਤੇ ਗਲਤ: (True or False)

(*i*) ਪ੍ਰਚੂਨ ਵਿਕਰੇਤਾ ਉਹ ਉਤਪਾਦ ਆਪਣੇ ਗਾਹਕਾਂ ਨੂੰ ਪੇਸ਼ ਕਰਦਾ ਹੈ ਜਿਹੜੇ ਉਨ੍ਹਾਂ ਦੇ ਸੁਆਦ ਨੂੰ ਭਾਉਂਦੇ ਹੋਣ।

(*ii*) ਪ੍ਰਚੂਨ ਵਿਕਰੇਤਾ ਥੋੜ੍ਹੀ ਮਾਤਰਾ ਵਿੱਚ ਉਤਪਾਦ ਵੇਚਦਾ ਹੈ ਜਿਹੜੇ ਕਿ ਉਥੇ ਦੇ ਗਾਹਕਾਂ ਦੀ ਸੁਵਿਧਾ ਅਨੁਸਾਰ ਨਾ ਹੋਣ।

(*iii*) ਬਿਨਾਂ ਸਟੋਰ ਦੇ ਪ੍ਰਚੂਨ ਵਿਕਰੇਤਾ ਨੂੰ ..... ਸਟੋਰ-ਰਹਿਤ ਪ੍ਰਚੂਨ ਵਪਾਰ ਦੇ ਨਾਂ ਨਾਲ ਜਾਣਿਆ ਜਾਂਦਾ ਹੈ।

ਮੁਲਾਂਕਣ ਕਿਰਿਆ ਦੀ ਚੈੱਕ ਲਿਸਟ

ਹੇਠਾਂ ਦਿੱਤੀ ਚੈੱਕ ਲਿਸਟ ਦੀ ਵਰਤੋਂ ਇਹ ਦੇਖਣ ਲਈ ਕਰੋ ਕਿ ਤੁਸੀਂ ਮੁਲਾਂਕਣ ਦੀਆਂ ਉਹ ਸਾਰੀਆਂ ਜਰੂਰਤਾਂ ਪੂਰੀਆਂ ਕੀਤੀਆਂ ਹਨ।

Part A

- ਪ੍ਰਚੂਨ ਰਣਨੀਤੀ ਦੇ ਸਟੇਟਸ ਨੂੰ ਪਛਾਣੋ।
- ਪ੍ਰਚੂਨ ਰਣਨੀਤੀ ਦੇ ਜ਼ਰੂਰੀ ਤੱਤਾਂ ਨੂੰ ਖਾਸ ਤੌਰ ਤੇ ਦੱਸੋ।

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

ਉਤਪਾਦਨ ਨਾਲ ਸਬੰਧਤ ਪ੍ਰਚੂਨ ਰਣਨੀਤੀ ਬਾਰੇ ਦੱਸੋ।

Part - B

ਜਮਾਤ ਵਿੱਚ ਚਰਚਾ ਕਰੋ।

- ਪ੍ਰਚੂਨ ਰਣਨੀਤੀ ਕੀ ਹੈ ?
- ਪ੍ਰਚੂਨ ਰਣਨੀਤੀ ਦੇ ਕੁਝ ਜ਼ਰੂਰੀ ਅੰਗਾਂ ਬਾਰੇ ਬਿਆਨ ਕਰੋ।
- ਪ੍ਰਚੂਨ ਰਣਨੀਤੀ ਦਾ ਵਿਕਾਸ ਕਿਵੇਂ ਕਰਨਾ ਹੈ ?
- ਚਾਰਟ ਰਾਹੀਂ ਪ੍ਰਚੂਨ ਰਣਨੀਤੀ ਦੇ ਵਰਤੋਂ ਵਿਧੀ ਨੂੰ ਦਰਸਾਓ।
- ਪ੍ਰਚੂਨ ਰਣਨੀਤੀ ਵਿੱਚ ਵੰਡ ਪ੍ਰਣਾਲੀ (Segmentation) ਦੀ ਕੀ ਜ਼ਰੂਰਤ ਹੈ।

Part - C

ਪ੍ਰਦਰਸ਼ਨ ਪੱਧਰ

ਪ੍ਰਦਰਸ਼ਨ ਪੱਧਰ ਵਿੱਚ ਸ਼ਾਮਲ ਹੋ ਸਕਦੇ ਹਨ:	ਹਾਂ	ਨਾਂ
ਪ੍ਰਚੂਨ ਰਣਨੀਤੀ ਦੇ ਪੱਧਰ ਨੂੰ ਪਛਾਣੋ		
ਪ੍ਰਚੂਨ ਰਣਨੀਤੀ ਦੇ ਜ਼ਰੂਰੀ ਅੰਗ ਬਾਰੇ ਖਾਸ ਤੋਰ ਤੇ ਦੱਸੋ		
ਉਤਪਾਦਨ ਨਾਲ ਸਬੰਧਤ ਪ੍ਰਚੂਨ ਰਣਨੀਤੀ ਬਾਰੇ ਬਿਆਨ ਕਰੋ		

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

ਕਾਰਜਕਾਲ 4: ਪ੍ਰਚੂਨ ਉਪਭੋਗੀ ਦਾ ਵਿਵਹਾਰ

ਸਬੰਧਤ ਗਿਆਨ

ਗਾਹਕ ਜਿਆਦਾ ਸ਼ਕਤੀਸ਼ਾਲੀ, ਜ਼ਿਆਦਾ ਗਿਆਨਵਾਨ, ਜ਼ਿਆਦਾ ਜਟਿਲ ਜਾਂ ਉੱਚੀ ਪਸੰਦ ਵਾਲੇ ਬਣ ਰਹੇ ਹਨ ਅਤੇ ਪ੍ਰਚੂਨ ਸੈਕਟਰ ਲਈ ਆਧੁਨਿਕ ਉਪਭੋਗੀ ਦੇ ਵਿਵਹਾਰ ਸਬੰਧੀ ਖੋਜ ਦੀ ਮਹੱਤਤਾ ਬਹੁਤ ਵੱਧ ਰਹੀ ਹੈ। ਪ੍ਰਚੂਨ ਸਬੰਧੀ ਖੋਜ ਅਤੇ ਬਿਹਤਰ ਵਾਤਾਵਰਨ, ਸੇਵਾ ਅਤੇ ਨੀਤੀਆਂ ਰਾਹੀਂ ਉਪਭੋਗੀਆਂ ਨੂੰ ਆਕਰਸ਼ਿਤ ਕਰਨਾ, ਅੱਜ ਕੱਲ ਦੇ ਉਪਭੋਗੀ ਅਨੁਭਵ ਜਾਂ ਤਜ਼ਰਬੇ ਨੂੰ ਬਿਹਤਰ ਬਣਾਉਣ ਲਈ, ਖੋਜ ਦਾ ਇੱਕ ਮਹੱਤਵਪੂਰਨ ਖੇਤਰ ਹੈ।

ਉਪਭੋਗੀ ਦੇ ਵਿਵਹਾਰ ਦਾ ਨਮੂਨਾ

ਪ੍ਰਚੂਨ ਪ੍ਰਬੰਧਨ ਅਤੇ ਉਪਭੋਗੀ ਦਾ ਵਿਵਹਾਰ:-

- **ਡੀਸ਼ਾਪਿੰਗ/ਅਨੈਤਿਕ ਉਪਭੋਗੀ ਦਾ ਵਿਵਹਾਰ:** ਡੀਸ਼ਾਪਿੰਗ ਤੋਂ ਭਾਵ ਹੈ ਕੁਝ ਖਰੀਦਣਾ ਅਤੇ ਉਦੇਸ਼ ਪੂਰਤੀ ਤੋਂ ਬਾਅਦ ਇਸਨੂੰ ਵਾਪਸ ਕਰ ਦੇਣਾ ਉਦਾਹਰਣ ਲਈ ਇੰਟਰਵਿਊ ਲਈ ਇੱਕ ਸੂਟ ਖਰੀਦਣਾ ਅਤੇ ਬਾਅਦ ਵਿੱਚ ਇਸਨੂੰ ਵਾਪਸ ਕਰ ਦੇਣਾ। ਇਹ ਉਪਭੋਗੀ ਦਾ ਅਨੈਤਿਕ ਵਿਵਹਾਰ ਹੁੰਦਾ ਹੈ। ਆਨਲਾਇਨ ਸ਼ਾਪਿੰਗ ਅਤੇ ਵਾਪਸੀ ਦੇ ਵਿਕਾਸ ਜਾਂ ਵਾਧੇ ਨਾਲ ਆਨਲਾਇਨ ਡੀਸ਼ਾਪਿੰਗ ਵਿੱਚ ਹੋਰ ਪੜਚੋਲ ਕਰਨ ਦੀ ਲੋੜ ਹੈ। ਪ੍ਰਚੂਨ ਵਪਾਰੀ ਸੁੰਗੜਨ ਜਾਂ ਸ਼ਰਿੰਕਏਜ਼ ਨੂੰ ਕਿਵੇਂ ਘੱਟ ਕਰਦੇ ਹਨ ?
- **ਉਪਭੋਗੀ ਸੇਵਾ** : ਗਾਹਕ ਆਧੁਨਿਕ ਉਪਭੋਗੀ ਸੇਵਾ ਤਜ਼ਰਬੇ ਨੂੰ ਅਸਲ ਵਿੱਚ ਕਿਵੇਂ ਦੇਖਦੇ ਹਨ ? ਇਸਨੂੰ ਕਿਵੇਂ ਸੁਧਾਰਿਆ ਜਾ ਸਕਦਾ ਹੈ ?
- **ਪ੍ਰਚੂਨ ਵਾਤਾਵਰਨ ਜਾਂ ਮਾਹੌਲ** : ਪ੍ਰਚੂਨ ਵਾਤਾਵਰਨ ਜਾਂ ਮਾਹੌਲ ਖਰੀਦਦਾਰੀ ਦੇ ਵਿਵਹਾਰ ਨੂੰ ਕਿਵੇਂ ਪ੍ਰਭਾਵਿਤ ਕਰਦਾ ਹੈ ?
- **ਆਜ਼ਾਦ ਪ੍ਰਚੂਨ ਉਪਭੋਗੀ ਸੇਵਾ** : ਕੀ ਛੋਟੇ ਪ੍ਰਚੂਨ ਵਪਾਰੀਆਂ ਕੋਲ ਬਿਹਤਰ ਨਿਪੁੰਨਤਾ ਅਤੇ ਗਾਹਕਾਂ ਨਾਲ ਵਧੇਰੇ ਨਜ਼ਦੀਕੀ ਸਬੰਧ ਅਤੇ ਇਸ ਲਈ ਵਧੇਰੇ ਚੰਗੇ ਤਜ਼ਰਬੇ ਹੁੰਦੇ ਹਨ ? ਛੋਟੇ ਪ੍ਰਚੂਨ ਵਪਾਰੀ ਆਪਣੀ ਸੇਵਾ ਨੂੰ ਕਿਵੇਂ ਬਿਹਤਰ ਬਣਾ ਸਕਦੇ ਹਨ ?
- **ਆਨਲਾਇਨ ਉਪਭੋਗੀ ਵਿਵਹਾਰ** : ਆਨਲਾਇਨ ਖਰੀਦਦਾਰੀ ਦੇ ਵਿਕਾਸ ਦੇ ਕਾਰਨ ਇਸ ਖੇਤਰ ਵਿੱਚ ਬਹੁਤ ਜ਼ਿਆਦਾ ਖੋਜ਼ ਕੀਤੇ ਜਾਣ ਦੀ ਲੋੜ ਹੈ।

ਉਪਭੋਗੀ ਦੇ ਵਿਵਹਾਰ ਦੇ ਅਧਿਐਨ ਦੀ ਲੋੜ

ਉਪਭੋਗੀ ਦੀ ਲੋੜ ਦੀ ਸਹੀ ਸਮਝ ਹੋਣ ਨਾਲ ਰਣਨੀਤੀ ਬਣਾਉਣ ਵਿੱਚ ਮਦਦ ਮਿਲਦੀ ਹੈ। ਨਾ ਕੇਵਲ ਇਹ ਜਾਣਨਾ ਜ਼ਰੂਰੀ ਹੈ ਕਿ ਉਪਭੋਗੀਆਂ ਨੂੰ ਉਤਪਾਦ ਬਾਰੇ ਕੀ ਜਾਣਕਾਰੀ ਬਲਕਿ ਇਹ ਜਾਣਨਾ ਵੀ ਜ਼ਰੂਰੀ ਹੈ ਕਿ ਉਹਨਾਂ ਨੂੰ ਕਿਹੜੀ ਜਾਣਕਾਰੀ ਨਹੀਂ ਹੈ। ਇਸ ਨਾਲ ਸੰਚਾਰ ਦੇ ਮਾਧਿਅਮ ਅਤੇ ਉਪਭੋਗੀ ਦੀਆਂ ਲੋੜਾਂ ਨੂੰ ਪੂਰਾ ਕਰਨ ਲਈ ਕਿਹੜੇ ਉਤਪਾਦ ਬਨਾਉਣ ਦੀ ਲੋੜ ਹੈ, ਨੂੰ ਸੁਨਿਸ਼ਚਤ ਕਰਨ ਵਿੱਚ ਮੱਦਦ ਮਿਲਦੀ ਹੈ।

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

ਪ੍ਰਚੂਨ ਵਪਾਰੀਆਂ ਨੂੰ ਅਜਿਹੇ ਪ੍ਰਭਾਵਾਂ ਨੂੰ ਜਾਣਨ ਦੀ ਲੋੜ ਹੈ ਜਿਹੜੇ ਨਾ ਕੇਵਲ ਖਰੀਦਦਾਰੀ ਕਰਨ ਵਾਲੇ ਸਟੋਰ ਤੱਕ ਬਲਕਿ ਸਾਨੂੰ ਅਸਲ ਖਰੀਦ ਤੱਕ ਲੈ ਕੇ ਜਾਣ। ਇਸ ਵਿੱਚ ਸ਼ਾਮਿਲ ਹੈ ਬਾਹਰੀ ਅਤੇ ਅੰਦਰੂਨੀ ਪ੍ਰਭਾਵਾਂ ਵਾਲੇ ਸਮੂਹ ਨੂੰ ਦੇਖਣਾ ਜਾਂ ਵਿਚਾਰਨਾ। ਪ੍ਰਕਿਰਿਆ ਹੇਠ ਅਨੁਸਾਰ ਸ਼ੁਰੂ ਹੁੰਦੀ ਹੈ :-

- ਇਹ ਸਮਝਣਾ ਕਿ ਕਿਸੇ ਉਤਪਾਦ/ਸੇਵਾ ਦੀ ਲੋੜ ਕਿਵੇਂ ਨਿਰਧਾਰਤ ਕੀਤੀ ਗਈ ।
- ਇਹ ਸਮਝਣਾ ਕਿ ਉਪਭੋਗੀ ਦੁਆਰਾ ਜਾਣਕਾਰੀ ਕਿਵੇਂ ਮੰਗੀ ਗਈ।
- ਵੱਖ-ਵੱਖ ਉਤਪਾਦਾਂ ਅਤੇ ਸਟੋਰਾਂ ਦੇ ਮੁਲੰਕਣ ਦੀ ਪ੍ਰਕਿਰਿਆ
- ਅਦਾਇਗੀ ਪ੍ਰਕਿਰਿਆ
- ਖਰੀਦਦਾਰੀ ਤੋਂ ਬਾਅਦ ਦਾ ਵਿਵਹਾਰ
- ਉਪਭੋਗੀ ਦੇ ਖਰੀਦ ਸਬੰਧੀ ਫ਼ੈਂਸਲਿਆਂ ਨੂੰ ਸਮਝਣਾ

ਉਪਭੋਗੀ ਦੇ ਖਰੀਦ ਸਬੰਧੀ ਫ਼ੈਂਸਲਿਆਂ ਨੂੰ ਇਹ ਕਾਰਕ ਪ੍ਰਭਾਵਿਤ ਕਰਦੇ ਹਨ :-

1. **ਬਾਹਰੀ ਪ੍ਰਭਾਵ** : ਇਹ ਗੱਲ ਹੈਰਾਨ ਕਰਨ ਵਾਲੀ ਹੈ ਕਿ ਮੀਡੀਆ, ਮਿੱਤਰ, ਗੁਆਂਢੀ, ਸਹਿਕਾਮੇ ਅਤੇ ਹੋਰ ਪ੍ਰਭਾਵ ਪਾਉਣ ਵਾਲੇ ਤੱਤ, ਇਹ ਸਾਰੇ ਕਿਵੇਂ ਲੋਕਾਂ ਤੇ ਉਪਰ ਪ੍ਰਭਾਵ ਛੱਡਦੇ ਹਨ ਉਪਭੋਗੀ ਹਰ ਸਮੇਂ ਗੱਲ ਉੱਤੇ ਅਧਾਰਿਤ ਫ਼ੈਂਸਲੇ ਲੈਂਦੇ ਹਨ ਕਿ ਇਸ ਬਾਰੇ ਉਹਨਾਂ ਦਾ ਕੀ ਵਿਚਾਰ ਹੈ ਕਿ ਦੂਜੇ ਵਿਅਕਤੀ ਕੀ ਸੋਚਣਗੇ, ਅਤੇ ਨਾਲ ਹੀ ਇਸ ਗੱਲ ਉੱਪਰ ਅਧਾਰਿਤ ਕਿ ਉਹਨਾਂ ਨੇ ਇਹਨਾਂ ਬਾਹਰੀ ਪ੍ਰਭਾਵ ਪਾਉਣ ਵਾਲੇ ਤੱਤਾਂ ਤੋਂ ਕੀ ਦੇਖਿਆ, ਤਜ਼ਰਬਾ ਕੀਤਾ ਜਾਂ ਆਨੰਦ ਮਾਣਿਆ ਹੋ ਸਕਦਾ ਹੈ।

2. **ਅਸਲ/ਅਮਲੀ ਤਜ਼ਰਬਾ** : ਕੱਪੜੇ ਅਤੇ ਅਤਿਰਿਕਤ ਸਮਾਨ ਕੁਦਰਤੀ ਤੌਰ ਤੇ ਇਸ ਕਿਸਮ (Category) ਵਿੱਚ ਆਉਂਦੇ ਹਨ, ਪ੍ਰੰਤੂ ਦੂਸਰੇ ਪ੍ਰਚੂਨ ਸੈਕਟਰ ਲਈ ਤੁਹਾਨੂੰ ਜ਼ਿਆਦਾ ਰਚਨਾਤਮਕ ਹੋਣਾ ਪੈਂਦਾ ਹੈ। ਤੁਹਾਡੀਆਂ ਸਾਰੀਆਂ ਗਿਆਨ ਇੰਦਰੀਆਂ - ਦੇਖਣਾ, ਸੁਣਨਾ, ਸੁੰਘਣਾ, ਚੱਖਣਾ ਅਤੇ ਛੂਹਣ ਦੀ ਸ਼ਕਤੀ, ਇਸ ਵਿੱਚ ਇੱਕ ਰੋਲ ਅਦਾ ਕਰ ਸਕਦੀ ਹੈ। ਜਿਵੇਂ ਮੌਸਮ ਅਤੇ ਤੁਹਾਡੀ ਵਸਤੂ ਵਿਵਸਥਾ ਬਦਲਦੇ ਹਨ, ਪਰਤਦੇ ਗਾਹਕਾਂ ਲਈ ਵਸਤੂਆਂ ਨੂੰ ਰੁਚੀ ਪੂਰਨ ਰੱਖਣ ਲਈ ਵਸਤਾਂ ਦਾ ਰਲੇਵਾਂ ਕਰਨਾ ਯਾਦ ਰੱਖੋ।

3. **ਪ੍ਰਤੀਯੋਗਤਾ**:- ਪ੍ਰਤੀਯੋਗਤਾ ਵੱਡੀ ਹੈ, ਇਸ ਲਈ ਆਉ ਉਸ ਨਾਲ ਚੱਲੀਏ। ਇਹ ਮੰਨਦੇ ਹੋਏ ਕਿ ਤੁਹਾਡੇ ਕੋਲ ਕੁੱਝ ਸਥਾਨਕ ਪ੍ਰਤੀਯੋਗਤਾ ਹੈ ਅਤੇ ਇਹ ਵਿਸ਼ਵਾਸ਼ ਕਰਦੇ ਹੋਏ ਕਿ ਤੁਹਾਡੇ ਕੋਲ ਆਨ-ਲਾਈਨ ਪ੍ਰਤੀਯੋਗਤਾ ਹੈ, ਤੁਸੀਂ ਇਸ ਭੀੜ-ਭੜੱਕੇ ਵਾਲੀ ਪਾਰਟੀ ਜਾਂ ਝੁੰਡ ਵਿੱਚ ਕਿਵੇਂ ਖੜ੍ਹ ਸਕਦੇ ਹੋ ? ਗਾਹਕ ਸੇਵਾ, ਸਟੋਰ ਤਜ਼ਰਬਾ ਅਤੇ ਵਸਤੂ ਵਿਵਸਥਾ ਦੇ ਵਿਕਲਪਾਂ ਵਿੱਚ ਸਭ ਤੋਂ ਵਧੀਆ ਬਣਨ ਲਈ ਮਿਹਨਤ ਕਰੋ। ਦੂਜੇ ਸਟੋਰਾਂ ਦੀਆਂ ਤਾਕਤਾਂ ਨੂੰ ਸਵੀਕਾਰ ਕਰੋ, ਪਰ ਇੱਕ ਲੀਡਰ ਬਣਨ ਲਈ, ਮਾਰਕੀਟ ਖੇਤਰ ਵਿੱਚ ਆਪਣਾ ਸਥਾਨ ਪੱਕਾ ਕਰਨ ਲਈ ਸਖਤ ਮਿਹਨਤ ਵੀ ਕਰੋ।

4. **ਗਿਆਨ**: ਬਿਨਾਂ ਗਾਹਕਾਂ ਦੇ ਕੋਈ ਪ੍ਰਚੂਨ ਵਪਾਰ ਨਹੀਂ ਹੋਵੇਗਾ। ਪ੍ਰਚੂਨ ਵਿਕਰੇਤਾਵਾਂ ਦਾ ਇੱਕ ਮਹੱਤਵਪੂਰਨ ਰੋਲ ਹੁੰਦਾ ਹੈ ਗਾਹਕਾਂ ਨੂੰ ਆਕਰਸ਼ਿਤ ਕਰਨਾ ਅਤੇ ਉਹਨਾਂ ਨੂੰ ਪ੍ਰਚੂਨ ਉਤਪਾਦ ਖ਼੍ਰੀਦਣ ਲਈ ਪ੍ਰਭਾਵਿਤ ਕਰਨਾ। ਗਾਹਕਾਂ ਨੂੰ ਸਮਝਣਾ ਪ੍ਰਚੂਨ ਵਪਾਰੀਆਂ ਲਈ ਜ਼ਰੂਰੀ ਹੁੰਦਾ ਹੈ। ਭਾਰਤੀ ਗਾਹਕ ਬਾਹਰਲੇ ਗਾਹਕਾਂ ਨਾਲੋਂ ਕਾਫੀ ਵੱਖਰੇ ਹੁੰਦੇ ਹਨ।

ਕੇਸ(Case) "Reliance Fresh (ਰਿਲਾਇੰਸ ਫਰੈੱਸ਼)" ਜੋ ਕਿ ਇੱਕ ਭੋਜਨ ਪਦਾਰਥਾਂ ਦਾ ਡਿਪਾਰਟਮੈਂਟ ਸਟੋਰ ਹੈ, ਨੇ ਇੱਕ ਕਿਲੋ ਅਤੇ ਦੋ ਕਿਲੋ ਦੇ ਪੈਕਟਾਂ ਵਿੱਚ ਚਾਵਲ-ਅਨਾਜ ਦੀਆਂ ਤਿੰਨ ਵੱਖ-ਵੱਖ ਕਿਸਮਾਂ ਦਾ ਸਟਾਕ ਰੱਖਿਆ। ਇਹ ਤਿੰਨ ਕਿਸਮਾਂ ਉਹਨਾਂ ਵਰਗੀਆਂ ਹੀ ਸਨ, ਜੋ ਕਿ ਨੇੜਲੀਆਂ ਕਰਿਆਨੇ ਦੀ ਦੁਕਾਨਾਂ ਦੁਆਰਾ ਸਟਾਕ ਕੀਤੀਆਂ ਗਈਆਂ ਸਨ। ਕੀਮਤਾਂ ਵਿੱਚ ਕੋਈ ਅੰਤਰ ਨਹੀਂ ਸੀ। ਫਿਰ ਵੀ ਚਾਵਲ ਸੁਪਰਮਾਰਕੀਟ ਵਿਖੇ ਨਹੀਂ ਵਿਕਿਆ, ਕਾਫੀ ਵਿਸ਼ਲੇਸ਼ਣ ਤੋਂ ਬਾਅਦ ਸੁਪਰਮਾਰਕੀਟ ਨੇ ਅਹਿਸਾਸ ਕੀਤਾ ਕਿ ਇਲਾਕੇ ਦੇ ਜ਼ਿਆਦਾਤਰ ਪਰਿਵਾਰ ਇੱਕੋ ਸਮੇਂ ਤੇ ਵੱਡੀ ਮਾਤਰਾ ਵਿੱਚ ਭਾਵ 20 ਤੋਂ 25 ਕਿਲੋਗ੍ਰਾਮ ਖ਼੍ਰੀਦਣਾ ਚਾਹੁੰਦੇ ਹਨ, ਅਤੇ ਉਹ ਵੀ ਕੀਮਤ ਪੱਖੋਂ ਫਾਇਦੇ ਨਾਲ ਅਤੇ ਕਈ ਵਾਰ ਉਧਾਰ ਉੱਪਰ।

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

ਉਪਭੋਗੀ ਦਾ ਖ਼੍ਰੀਦਦਾਰੀ ਸਬੰਧੀ ਵਿਵਹਾਰ:-ਉਪਭੋਗੀਆਂ ਵਿਚਕਾਰ ਚਾਰ ਕਿਸਮ ਦੇ ਖ਼੍ਰੀਦਦਾਰੀ ਸਬੰਧੀ ਵਿਵਹਾਰ ਦੇਖਣ ਵਿੱਚ ਆਉਂਦੇ ਹਨ, ਜਿਹੜੇ ਕਿ ਪੇਚੀਦਾ (complex), ਅਸਹਿਮਤੀ ਵਾਲਾ ਸੰਵਾਦ (Dissonance), ਕਿਸਮ ਦੀ ਭਾਲ (Variety seeking) ਅਤੇ ਆਦੀ (Habitual) ਹਨ।

1. **ਪੇਚੀਦਾ (Complex)** ਅਜਿਹਾ ਵਿਵਹਾਰ ਉਦੋਂ ਵਾਪਰਦਾ ਹੈ, ਜਦੋਂ ਗਾਹਕ ਖ਼੍ਰੀਦਦਾਰੀ ਵਿੱਚ ਬਹੁਤ ਜ਼ਿਆਦਾ ਸ਼ਮੂਲੀਅਤ ਕਰ ਲੈਂਦੇ ਹਨ, ਮਾਰਕਿਆਂ (Brands) ਅਤੇ ਗੁਣਾਤਮਕ ਭਿੰਨਤਾਵਾਂ ਨਾਲ ਆਪਣੇ ਆਪ ਨੂੰ ਜਾਣੂ ਕਰ ਲੈਂਦੇ ਹਨ।

- ਖ਼੍ਰੀਦਦਾਰ ਉਤਪਾਦ ਬਾਰੇ ਵਿਸ਼ਵਾਸ ਪੈਦਾ ਕਰ ਲੈਂਦਾ ਹੈ।
- ਖ਼੍ਰੀਦਦਾਰ ਵਿੱਚ ਸਵੀਕਾਰ ਕਰਨ ਦੇ ਰਵੱਈਏ/ਚਾਹਤ ਪੈਦਾ ਹੋ ਜਾਂਦੇ ਹਨ।
- ਇੱਕ ਚੰਗੀ ਸੋਚੀ-ਸਮਝੀ ਚੋਣ ਕੀਤੀ ਜਾਂਦੀ ਹੈ।

ਉਦਾਹਰਣ ਲਈ ਇੱਕ ਵਿਅਕਤੀ PC ਜਾਂ Laptop (ਲੈਪਟਾਪ) ਖ਼੍ਰੀਦਣਾ ਚਾਹੁੰਦਾ ਹੈ, ਦੇਖਣ ਅਤੇ ਤੁਲਨਾ ਕਰਨ ਲਈ ਉਤਪਾਦਾਂ ਦੇ ਬਹੁਤ ਸਾਰੀਆਂ ਵਿਸ਼ੇਸ਼ਤਾਈਆਂ ਹੁੰਦੀਆਂ ਹਨ, ਖਾਸ ਕਰਕੇ ਜੇਕਰ ਖ਼੍ਰੀਦਦਾਰ ਕੰਮਪੀਊਟਰਾਂ ਅਤੇ ਸਬੰਧਤ ਵਸਤੂਆਂ ਤੋਂ ਅਣਜਾਣ ਹੋਵੇ।

2. **ਅਸਹਿਮਤੀ ਵਾਲਾ ਸੰਵਾਦ (Dissonance Reducing)**

- ਜਦੋਂ ਖ਼੍ਰੀਦਿਆ ਜਾਣ ਵਾਲਾ ਉਤਪਾਦ ਮਹਿੰਗਾ ਹੋਵੇ, ਅਕਸਰ ਲੋੜੀਂਦਾ ਨਾ ਹੋਵੇ, ਖ਼੍ਰੀਦ ਨੂੰ ਉੱਚਾ (High) ਮੰਨਿਆ ਜਾਂਦਾ ਹੈ।
- ਗਾਹਕ ਨੂੰ ਉਤਪਾਦ ਦੀ ਕਿਸਮ ਬਾਰੇ ਜ਼ਿਆਦਾ ਜਾਣਕਾਰੀ ਨਹੀਂ ਹੁੰਦੀ।
- ਖ਼੍ਰੀਦ ਤੋਂ ਬਾਅਦ ਗਾਹਕ ਉਤਪਾਦ ਅਤੇ ਇਸਦੇ ਕਮਜ਼ੋਰ ਪੱਖਾਂ ਬਾਰੇ ਹੋਰ ਅਹਿਸਾਸ ਕਰ ਸਕਦਾ ਹੈ ਅਤੇ ਕੁੱਝ ਦੁੱਖ ਜਾਂ ਪਛਤਾਵੇ ਦਾ ਅਨੁਭਵ ਕਰ ਸਕਦਾ ਹੈ। ਉਹ ਦੂਜੇ ਮਾਰਕਿਆਂ (Brands) ਬਾਰੇ ਕੁੱਝ ਤੁਲਨਾਤਮਿਕ ਲਾਭਾਂ ਬਾਰੇ ਸੁਣ ਸਕਦਾ ਹੈ। ਇਸ ਪਛਤਾਵੇ ਨੂੰ ਅਸਹਿਮਤੀ ਪ੍ਰਗਟਾਉਣ ਵਾਲਾ ਸੰਵਾਦ ਜਾਂ dissonance ਦੇ ਨਾਂ ਨਾਲ ਵੀ ਜਾਣਿਆ ਜਾਂਦਾ ਹੈ।

3. **ਕਿਸਮ ਦੀ ਭਾਲ (Variety seeking)** ਕੁਝ ਉਤਪਾਦ ਅਜਿਹੇ ਹੁੰਦੇ ਹਨ ਜਿਨਾਂ ਵਿੱਚ ਖਰੀਦਦਾਰੀ ਦੌਰਾਨ ਸ਼ਮੂਲੀਅਤ ਬਹੁਤ ਘੱਟ ਹੁੰਦੀ ਹੈ, ਪਰੰਤੂ ਬਾਅਦ ਵਿੱਚ ਮੁੱਢਲੀ ਖਪਤ ਦੇ ਦੌਰਾਨ ਜਾਂ ਉਸਤੋਂ ਬਾਅਦ ਇਹ ਮਹੱਤਵਪੂਰਨ ਬਣ ਜਾਂਦੀ ਹੈ।

ਵਾਰ-ਵਾਰ ਇਸ਼ਤਿਹਾਰਬਾਜੀ (ਨਾਲ ਵਸਤੂਆਂ ਨੂੰ ਯਾਦ ਕਰਵਾਉਣਾ) ਜਾਂ ਬਹੁਤ ਸਾਰੀਆਂ ਸ਼ੈਲਫਾਂ/ਵਸਤੂਆਂ ਨੂੰ ਰੱਖਣਾ ਜਾਂ ਵਸਤੂਆਂ ਦੀਆਂ ਕੀਮਤਾਂ ਘਟਾ ਕੇ ਗਾਹਕਾਂ ਨੂੰ ਖਿੱਚਣਾ ਜਾਂ ਮੁਕਾਬਲੇ ਵਾਲੇ ਉਤਪਾਦਾਂ ਦੀਆਂ ਨਵੀਆਂ ਅਤੇ ਖਾਸ ਵਿਸ਼ੇਸ਼ਤਾਈਆਂ ਨੂੰ ਪੇਸ਼ ਕਰਨਾ। ਉਦਾਹਰਨ ਦੇ ਤੌਰ ਤੇ (compaq) ਕੰਮਪੈਕ ਕੰਪਿਊਟਰਜ਼ ਜੋ ਕਿ ਇੱਕ ਬਹੁਰਾਸ਼ਟਰੀ ਹਾਰਡਵੇਅਰ ਕੰਪਨੀ ਹੈ, ਨੇ ਦੋ ਸਾਲਾਂ ਲਈ ਕੀਮਤਾਂ ਨੂੰ ਵੱਡੇ ਪੱਧਰ ਤੇ ਘਟਾ ਕੇ ਅਤੇ ਘੱਟ ਕੀਮਤ ਪੱਧਰ ਕਾਇਮ ਰੱਖ ਕੇ ਮਾਰਕੀਟ ਉੱਤੇ ਕਬਜ਼ਾ ਕੀਤਾ।

- ਕਮਿਸ਼ਨਾਂ ਨੂੰ ਘੱਟ ਤੋਂ ਘੱਟ ਕਰਕੇ ਘੱਟ ਕੀਮਤਾਂ ਪੈਦਾ ਕੀਤੀਆਂ।
- ਪ੍ਰਚੂਨ ਵਪਾਰੀ ਨੂੰ ਗਾਹਕ ਦਾ ਵਰਗੀਕਰਨ ਕਰਨ ਲਈ ਉਸਦੇ ਵਿਵਹਾਰ ਨੂੰ ਨਜ਼ਦੀਕੀ ਨਾਲ ਪਹਿਚਾਨਣਾ ਪੈਂਦਾ ਹੈ।

4. **ਆਦੀ (Habitual)** ਖਰੀਦਦਾਰੀ ਕਰਦੇ ਸਮੇਂ ਅਸੀਂ ਕਦੇ ਵੀ ਆਪਣਾ ਦਿਮਾਗ ਨਹੀਂ ਲਾਉਂਦੇ ਤੇ ਸੋਚਦੇ ਨਹੀਂ, ਉਦਾਹਰਨ ਦੇ ਤੌਰ ਤੇ ਕਰਿਆਨੇ ਦੀਆਂ ਦੁਕਾਨਾਂ।

- ਸਾਡੇ ਕੋਲ ਫਿਕਸ/ਪੱਕੇ ਮਾਰਕੇ (Brands) ਹਨ ਜੋ ਕਿ ਸਾਲ ਦਰ ਸਾਲ ਖਰੀਦਦਾਰੀ ਤਜ਼ਰਬੇ ਰਾਹੀਂ ਪਰਖੇ ਅਤੇ ਸਵਿਕਾਰੇ ਗਏ ਹਨ।
- ਘੱਟ ਕੀਮਤ ਅਤੇ ਵਾਰ-ਵਾਰ ਖਰੀਦਦਾਰੀ ਵਿੱਚੋਂ ਘੱਟ ਸ਼ਮੂਲੀਅਤ ਦੀ ਆਦਤ ਪੈਦਾ ਹੁੰਦੀ ਹੈ।
- ਅਜਿਹੀਆਂ ਘੱਟ ਸ਼ਮੂਲੀਅਤ ਦੀਆਂ ਆਦਤਾਂ ਨੂੰ ਪੈਦਾ ਕਰਨ ਲਈ ਪ੍ਰਚੂਨ ਵਪਾਰੀ ਘੱਟ ਕੀਮਤ ਅਤੇ ਇਸ਼ਤਿਹਾਰਬਾਜੀ ਦਾ ਪ੍ਰਯੋਗ ਕਰਦੇ ਹਨ, ਟੈਲੀਵਿਯਨ ਇਸ਼ਤਿਹਾਰ ਬਹੁਤ ਪ੍ਰਭਾਵਸ਼ਾਲੀ ਸਾਧਨ ਹਨ। 'ਪੀਜ਼ਾ ਹੱਟ' ਜਾਂ 'ਲਕਸ ਟਾਇਲਟ ਸੋਪ' ·
- ਸਭ ਤੋਂ ਪਹਿਲੀ ਗੱਲ ਹੁੰਦੀ ਹੈ ਉਤਪਾਦ ਨੂੰ ਕਿਸੇ ਸ਼ਮੂਲੀਅਤ ਵਾਲੇ ਮਸਲੇ ਨਾਲ ਜੋੜਨਾ, ਉਦਾਹਰਨ ਦੇ ਤੌਰ ਤੇ ਕੁਝ ਟੁੱਥਪੇਸਟਾਂ ਮਸੂੜਿਆਂ ਦੀ ਸੁਰੱਖਿਆ ਨਾਲ, ਇੱਕ ਖਾਣਾ ਪਕਾਉਣ ਵਾਲਾ ਤੇਲ ਕੋਲੈਸਟਰੌਲ ਨੂੰ ਘਟਾਉਣ ਨਾਲ ਅਤੇ ਇੱਕ ਬਰਤਨ ਧੋਣ ਵਾਲਾ ਸਾਬਣ ਭੋਜਨ ਦੇ ਧੱਬਿਆਂ ਨੂੰ ਪੂਰੀ ਤਰਾਂ ਹਟਾਉਣ ਨਾਲ।

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

ਖਰੀਦਦਾਰੀਆਂ ਲਈ ਉਧਾਰ ਬਿਨੈ-ਪੱਤਰ ਪ੍ਰਕਿਰਿਆ:-

ਕਈ ਵਾਰੀ ਸੰਭਵ ਹੁੰਦਾ ਹੈ ਕਿ ਚੁਣਵੇਂ ਗਾਹਕਾਂ , ਜਿਹੜੇ ਕਿ ਉਧਾਰ ਖਾਤੇ ਦੀ ਸੁਵਿਧਾ ਦੇ ਕਾਰਨ ਤੁਹਾਡੇ ਨਾਲ ਪ੍ਰਚੂਨ ਵਪਾਰ ਕਰਨਾ ਚੁਣਦੇ ਹਨ, ਨੂੰ ਉਧਾਰ ਦੇ ਕੇ ਵਿਕਰੀ ਵਧਾਈ ਜਾ ਸਕਦੀ ਹੈ। ਜੇਕਰ ਤੁਸੀਂ ਇਹ ਵਿਕਲਪ ਦੇਣ ਦਾ ਫੈਂਸਲਾ ਕਰਦੇ ਹੋ ਤਾਂ ਇੱਕ ਚੰਗੀ ਜਾਂ ਮਜ਼ਬੂਤ ਉਧਾਰ ਬਿਨੈ-ਪੱਤਰ ਪ੍ਰਕਿਰਿਆ ਨੂੰ ਯਕੀਨੀ ਬਣਾਓ ਜਿਸ ਵਿੱਚ ਸ਼ਾਮਿਲ ਹੈ ਪ੍ਰਵਾਨਗੀ ਦੇਣ ਤੋਂ ਪਹਿਲਾਂ ਗਾਹਕ ਦੇ ਉਧਾਰ ਰੁਤਬਿਆਂ (Ratings) ਨੂੰ ਚੰਗੀ ਤਰਾਂ ਚੈੱਕ ਕਰਨਾ।

ਕੁਝ ਗਾਹਕਾਂ ਨੂੰ ਉਧਾਰ ਉੱਤੇ ਖਰੀਦਣ ਦੀ ਇਜ਼ਾਜਤ ਦੇਣਾ ਉਨ੍ਹਾਂ ਨੂੰ ਵਿਆਜ ਮੁਕਤ ਕਰਜਾ ਦੇਣ ਦੇ ਬਰਾਬਰ ਹੈ ਅਤੇ ਖਤਰੇ ਵਾਲੇ ਗਾਹਕਾਂ ਨੂੰ ਉਧਾਰ ਦੇਣਾ ਤੁਹਾਡੀ ਮਜ਼ਬੂਰੀ ਨਹੀਂ ਹੈ। ਗਾਹਕਾਂ ਨੂੰ ਭੁਗਤਾਨ ਵਿੱਚ ਦੇਰੀ ਕਰਨ ਦੀ ਇਜ਼ਾਜਤ ਦੇਣ ਨਾਲ ਜ਼ਿਆਦਾ ਕਰਜ਼ੇ ਦਾ ਖਤਰਾ ਵਧ ਜਾਂਦਾ ਹੈ ਅਤੇ ਨਕਦੀ ਦੇ ਪ੍ਰਵਾਹ ਤੇ ਪ੍ਰਭਾਵ ਪੈਂਦਾ ਹੈ, ਇਸ ਲਈ ਇਹ ਜ਼ਰੂਰੀ ਜਾਂ ਮਹੱਤਵਪੂਰਨ ਹੈ ਕਿ ਤੁਸੀਂ ਚੰਗੇ ਗਾਹਕਾਂ ਦੀ ਪਹਿਚਾਣ ਕਰੋ ਅਤੇ ਉਧਾਰ ਸਬੰਧੀ ਮਾੜੇ ਇਤਿਹਾਸ ਵਾਲੇ ਵਪਾਰ ਨੂੰ ਪਹਿਚਾਣੋ ਜਿਸ ਨਾਲ ਕਰਜ਼ਾ ਘੱਟ ਤੋਂ ਘੱਟ ਹੋਵੇ ਅਤੇ ਨਕਦੀ ਦੀ ਪ੍ਰਵਾਹ ਸਬੰਧੀ ਸਮੱਸਿਆਵਾਂ ਨੂੰ ਟਾਲਿਆ ਜਾ ਸਕੇ।

ਉਧਾਰ ਬਿਨੈਪੱਤਰ ਦਾ ਵਿਕਾਸ ਕਰੋ:

ਇੱਕ ਉਧਾਰ ਸਬੰਧੀ ਬਿਨੈਪੱਤਰ ਦੇ ਫਾਰਮ ਦਾ ਵਿਕਾਸ ਕਰੋ ਅਤੇ ਖਰੜਾ ਆਪਣੇ ਵਕੀਲ ਕੋਲੋਂ ਚੈੱਕ ਕਰਵਾਓ। ਉਧਾਰ ਬਿਨੈ ਪੱਤਰ ਅਤੇ ਪ੍ਰਵਾਨਗੀ ਪ੍ਰਕਿਰਿਆ ਵਿੱਚ ਹੇਠ ਲਿਖੇ ਪੜਾਅ ਸ਼ਾਮਿਲ ਹੋ ਸਕਦੇ ਹਨ, ਪਰ ਸੀਮਿਤ ਨਹੀਂ।

- ਇੱਕ ਉਧਾਰ ਬਿਨੈ ਪੱਤਰ ਫਾਰਮ ਦੀ ਪੂਰਤੀ ਜਿਸ ਵਿੱਚ ਪੂਰੇ ਵਪਾਰ ਅਤੇ ਨਿੱਜੀ ਸੰਪਰਕ ਵਿਸਥਾਰ, ਵਪਾਰ ਦੇ ਨਾਂ, ਉਧਾਰ ਦੇ ਗਰੰਟਰ (credit guarantors), ਫੈਂਸਲਾ ਕਰਨ ਵਾਲੇ (Referees) ਅਤੇ ਵਪਾਰ ਵਿੱਚ ਵਰ੍ਹਿਆਂ ਦੀ ਸੰਖਿਆ ਬਾਰੇ ਬੇਨਤੀ ਹੋਵੇ।
- ਸਪਲਾਈ ਕਰਨ ਵਾਲਿਆਂ ਦੀ ਡੀਟੇਲ ਬਾਰੇ ਪੁੱਛਣਾ ਜਿਨਾਂ ਨੂੰ ਫੈਂਸਲੇ ਕਰਨ ਵਾਲਿਆਂ ਦੇ ਤੌਰ ਤੇ ਸੰਪਰਕ ਕੀਤਾ ਜਾ ਸਕਦਾ ਹੈ ਅਤੇ ਫਿਰ ਗਾਹਕ ਦੀਆਂ ਅਦਾਇਗੀ ਸਬੰਧੀ ਆਦਤਾਂ ਨੂੰ ਫੈਂਸਲੇ ਕਰਨ ਵਾਲਿਆਂ ਦੇ ਨਾਲ ਚੈੱਕ ਕਰਨਾ।
- ਬੈਂਕ ਦੇ ਹਵਾਲਿਆਂ ਸਬੰਧੀ ਬੇਨਤੀ ਕਰਨਾ
- ਗਾਹਕ ਨੂੰ ਕਹਿਣਾ ਕਿ ਉਹ ਕਿਸੇ ਡਾਇਰੈਕਟਰ ਦੀ ਗਰੰਟੀ ਉੱਤੇ ਹਸਤਾਖਰ ਕਰੇ (ਗਰੰਟੀ ਪਵਾ ਲਵੇ) ਜਿਸ ਨਾਲ ਕਿਸੇ ਕੰਪਨੀ ਦੇ ਡਾਇਰੈਕਟਰ ਤੁਹਾਡੇ ਵਪਾਰ ਵਿੱਚ ਆਏ ਕਿਸੇ ਵੀ ਪ੍ਰਕਾਰ ਦੇ ਕਰਜ਼ੇ ਲਈ ਨਿੱਜੀ ਤੌਰ ਤੇ ਜ਼ਿੰਮੇਵਾਰ ਹੋ ਜਾਂਦੇ ਹਨ।
- ਗਾਹਕ ਦੇ ਵਪਾਰ ਸਬੰਧੀ ਪੰਜੀਕਰਨ ਨੂੰ ਚੈੱਕ ਕਰਨਾ
- ਉਧਾਰ ਦੀ ਰਿਪੋਰਟ ਪ੍ਰਾਪਤ ਕਰਨਾ ਇਹ ਸੁਨਿਸ਼ਚਤ ਕਰਨ ਲਈ ਕਿ ਕੀ ਗਾਹਕ ਉਧਾਰ ਦੇਣ ਦੇ ਯੋਗ ਹੈ। ਵਪਾਰਕ ਸੂਚਨਾ ਦੇਣ ਵਾਲੇ ਦਲਾਲਾਂ ਤੋਂ ਵਿਸਥਾਰ ਪੂਰਵਕ ਉਧਾਰ ਸਬੰਧੀ ਰਿਪੋਰਟਾਂ ਪ੍ਰਾਪਤ ਕੀਤੀਆਂ ਜਾ ਸਕਦੀਆਂ ਹਨ ਅਤੇ ਸਮੇਂ ਸਮੇਂ ਤੇ ਤੁਹਾਡੇ ਮੌਜੂਦਾ ਉਧਾਰ ਲੈਣ ਵਾਲੇ ਗਾਹਕਾਂ ਦੇ ਉਧਾਰ ਰੁਤਬਿਆਂ ਦਾ ਮੁਲਾਂਕਣ ਕਰਨਾ।
- ਉਧਾਰ ਦੇਣ ਦੇ ਬਦਲਵੇਂ ਵਿਕਲਪ:- ਕੁਝ ਕੇਸਾਂ ਵਿੱਚ ਉਧਾਰ ਬਿਨੈ ਪੱਤਰਾਂ ਨੂੰ ਅਸਵਿਕਾਰ ਕਰਨਾ ਪ੍ਰਚੂਨ ਵਪਾਰੀ ਨੂੰ ਜ਼ਰੂਰੀ ਲੱਗ ਸਕਦਾ ਹੈ। ਬਜਾਏ ਕਿ ਤੁਸੀਂ ਆਪਣੇ ਗਾਹਕ ਨੂੰ ਪੂਰੀ ਤਰਾਂ ਸੇਵਾ ਲੈਣ ਦਾ ਖਤਰਾ ਉਠਾਓ, ਤੁਸੀਂ ਅਦਾਇਗੀ ਦੇ ਤਰੀਕਿਆਂ ਦੇ ਬਦਲਵੇਂ ਵਿਕਲਪਾਂ ਸਬੰਧੀ ਉਦੋਂ ਮਸ਼ਵਰਾ ਦੇ ਸਕਦੇ ਹੋ ਜਦੋਂ ਤੁਹਾਡਾ ਗਾਹਕ ਤੁਹਾਡੇ ਨਾਲ ਇੱਕ ਵਪਾਰਕ ਇਤਿਹਾਸ ਕਾਇਮ ਕਰ ਲਵੇ। ਕਿਸੇ ਖਾਸ ਵਪਾਰ ਦੀ ਮਾਤਰਾ, ਆਰਡਰਾਂ ਦੀ ਸੰਖਿਆ ਜਾਂ ਕਿਸੇ ਸਮੇਂ ਕਾਲ ਤੋਂ ਬਾਅਦ ਗਾਹਕ ਦੀ ਸਥਿਤੀ ਉੱਤੇ ਪੁਨਰ ਵਿਚਾਰ ਕਰੋ।

ਬਦਲਵੇਂ ਵਿਕਲਪਾਂ ਜਾਂ ਤਰੀਕਿਆਂ ਵਿੱਚ ਸ਼ਾਮਿਲ ਹੋ ਸਕਦਾ ਹੈ:-

- ਨਵੇਂ ਗਾਹਕਾਂ ਲਈ ਉਤਪਾਦ ਦੀ ਪ੍ਰਾਪਤੀ ਉੱਤੇ ਭੁਗਤਾਨ (cash on delivery/COD) ਦੀ ਬੇਨਤੀ ਕਰਨਾ ਜਦੋਂ ਤੱਕ ਕਿ ਇੱਕ ਵਪਾਰਕ ਇਤਿਹਾਸ ਕਾਇਮ ਨਾ ਹੋ ਜਾਵੇ।
- ਸਪਲਾਈ ਦੇਣ ਤੋਂ ਪਹਿਲਾਂ ਰਾਸ਼ੀ ਜਮਾ ਕਰਵਾਉਣਾ ਜਿਸ ਨਾਲ ਪਦਾਰਥਾਂ ਦੇ ਅਤੇ ਉਪਰਲੇ ਖਰਚੇ ਕਵਰ ਹੋ ਜਾਣ ਅਤੇ ਜਿਸ ਨਾਲ ਉਨਾਂ ਦੀ ਅਦਾਇਗੀ ਕਰਨ ਦੀ ਯੋਗਤਾ ਅਤੇ ਇਰਾਦੇ ਸਬੰਧੀ ਵੀ ਸੰਕੇਤ ਮਿਲ ਸਕੇ।
- ਅਗਲੀਆਂ ਅਦਾਇਗੀਆਂ ਜੋ ਕਿ ਮੁੱਖ ਜਾਂ ਵੱਡੇ ਮੀਲ ਪੱਥਰਾਂ ਦੀ ਪ੍ਰਾਪਤੀ ਨਾਲ ਜੁੜੀਆਂ ਹੁੰਦੀਆਂ ਹਨ ਨੂੰ ਇੱਕਠਾ ਕਰਨਾ, ਪ੍ਰਾਪਤ ਕਰਨਾ। ਅਗਲੀਆਂ ਅਦਾਇਗੀਆਂ (Progress Payments) ਨਿਰਮਾਣ ਉਦਯੋਗਾਂ ਵਿੱਚ ਆਮ ਹਨ।

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

ਅਭਿਆਸ ਲਈ ਕੰਮ : ਮੁਲਾਂਕਣ

1. ਇਕ ਪ੍ਰਚੂਨ ਬਜ਼ਾਰ/ਮੰਡੀ ਵਿੱਚ ਜਾਓ ਅਤੇ ਪ੍ਰਚੂਨ ਉਪਭੋਗੀ ਦੇ ਵਿਵਹਾਰ ਨੂੰ ਸਮਝੋ (ਉਸ ਨੂੰ ਹੇਠਾਂ ਦਿੱਤੇ ਪ੍ਰਸ਼ਨ ਪੁੱਛੋ ਅਤੇ ਉਸ ਦੇ ਉੱਤਰ 50 ਸ਼ਬਦਾਂ ਤੋਂ ਵੱਧ ਨਾ ਹੋਣ, ਲਿਖੋ।
   a. ਕਿਹੜੀਆਂ ਪ੍ਰਮੁੱਖ ਕਿਸਮਾਂ ਹਨ ਜੋ ਉਪਭੋਗੀ ਦੇ ਖਰੀਦ ਦੇ ਵਿਵਹਾਰ ਨੂੰ ਪ੍ਰਭਾਵਿਤ ਕਰਦੀਆਂ ਹਨ।
   b. ਉਪਭੋਗੀ ਦੇ ਖਰੀਦ ਫੈਸਲੇ ਨੂੰ ਕਿਹੜੇ ਕਿਹੜੇ ਪ੍ਰਮੁੱਖ ਤੱਤ ਹਨ ਜੋ ਪ੍ਰਭਾਵਿਤ ਕਰਦੇ ਹਨ ?

ਮੁਲਾਂਕਣ(Assessment)

A. ਖਾਲੀ ਥਾਵਾਂ ਭਰੋ:

1. ਸਹੀ ਸਮਝ .... ਉਪਭੋਗੀ ਨੂੰ ਸਮਝਣ ਵਿੱਚ ਮਦਦ ਕਰਦੀ ਹੈ।
2. .... ਤੋਂ ਬਿਨਾਂ ਕੋਈ ਪ੍ਰਚੂਨ ਵਿਕਰੀ ਨਹੀ ਹੋਵੇਗੀ।
3. ਜਟਿਲ ਵਿਵਹਾਰ ਜਦੋਂ .... ਖਰੀਦ ਵਿੱਚ ਬਹੁਤ ਜ਼ਿਆਦਾ ਸ਼ਾਮਿਲ ਹੁੰਦੇ ਹਨ।
4. ਚੁਣਿੰਦਾ ਗਾਹਕ ਜੋ ਪ੍ਰਚੂਨ ਵਪਾਰ ਕਰਨ ਦੀ ਚੌਣ ਕਰਦੇ ਹਨ, ਨੂੰ .... ਦੀ ਪ੍ਰਵਾਨਗੀ ਦੇ ਕੇ ਵਿਕਰੀ ਵਧਾਉਣਾ।
5. ਗਾਹਕਾਂ ਨੂੰ............... ਟਾਲਣ ਦੀ ਇਜਾਜਤ ਜਾਂ ਖੁੱਲ ਦੇਣ ਨਾਲ ਵੱਧ ਕਰਜ਼ੇ ਦਾ ਖਤਰਾਂ ਵਧ ਜਾਂਦਾ ਹੈ ਜਿਸ ਨਾਲ ਤੁਹਾਡਾ ਨਕਦੀ ਵਹਾਓ ਪ੍ਰਭਾਵਿਤ ਹੁੰਦਾ ਹੈ।

B. ਬਹੁਤੇ ਉੱਤਰਾਂ ਵਿੱਚੋਂ ਇੱਕ ਉੱਤਰ ਚੁਣਨ ਵਾਲੇ ਪ੍ਰਸ਼ਨ (Multiple Choice Questions)

1. ਉਪਭੋਗੀ ਵੱਖ-ਵੱਖ ਤਰੀਕਿਆਂ ਨਾਲ ਅਧਿਐਨ ਕਰ ਸਕਦਾ ਹੈ ਜਿਸ ਵਿੱਚ ਸ਼ਾਮਿਲ ਹਨ –
   (*i*) ਵਾਚਣਾ (Observation)
   (*ii*) ਇੰਟਰਵਿਊ
   (*iii*) ਪ੍ਰਯੋਗ (Experiment)
   (*iv*) ਉੱਪਰ ਦਿੱਤੇ ਸਾਰੇ (All the Above)
2. ਹੇਠ ਲਿਖੀਆਂ ਉਪਭੋਗੀ ਦੇ ਖਰੀਦ ਵਿਵਹਾਰ ਦੀਆਂ ਕਿਸਮਾਂ ਹਨ–
   (*i*) ਆਸਾਨ (Easy)
   (*ii*) ਜਟਿਲ (Complex)
   (*iii*) ਔਸਤ (Moderate)
   (*iv*) ਉੱਪਰ ਦਿੱਤੇ ਸਾਰੇ
3. ਇੱਕ (Credit) ਉਧਾਰ ਬਿਨੈ ਪੱਤਰ ਜਿਸ ਵਿੱਚ ਪੂਰੇ ਵਪਾਰ ਅਤੇ ਵਿਅਕਤੀਗਤ ਸੰਪਰਕ ਦਾ ਵਿਸਥਾਰ ਪੂਰਵਕ ਵਰਣਨ ਹੈ, ਵਿੱਚ ਸ਼ਾਮਲ ਹੈ–
   (*i*) ਵਪਾਰ ਦਾ ਨਾਂ (trading Name)
   (*ii*) ਉਧਾਰ ਲਈ ਗਰੰਟੀ ਦੇਣ ਵਾਲਾ (Credit guarantors)
   (*iii*) ਫੈਸਲਾ ਕਰਨ ਵਾਲਾ (referees)
   (*iv*) ਉਪਰਲੇ ਸਾਰੇ (All of the above)

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

ਮੁਲਾਂਕਣ ਕਿਰਿਆ ਲਈ ਚੈੱਕ ਲਿਸਟ

ਹੇਠਾਂ ਦਿੱਤੀ ਚੈੱਕ ਲਿਸਟ ਦੀ ਵਰਤੋਂ ਕਰੋ ਅਤੇ ਦੇਖੋ ਜੇਕਰ ਤੁਸੀਂ ਮੁਲਾਂਕਣ ਕਿਰਿਆ ਦੀਆਂ ਸਾਰੀਆਂ ਲੋੜਾਂ ਪੂਰੀਆਂ ਕਰ ਲਈਆਂ ਹਨ ।

Part - A

- ਉਪਭੋਗੀ ਅਤੇ ਗਾਹਕ ਵਿੱਚ ਅੰਤਰ ਪਤਾ ਕੀਤਾ ।
- ਵੰਨਗੀ ਚਾਹੁਣ ਵਾਲੇ ਵਿਵਹਾਰ (variety seeking behaviour) ਅਤੇ ਗਾਹਕ ਦੇ ਆਦੀ ਜਾਂ ਆਦਤਾਨਾ ਖਰੀਦਦਾਰੀ ਵਿਵਹਾਰ (Habitual customer Buying behaviour) ਵਿੱਚ ਅੰਤਰ ਪਤਾ ਕੀਤਾ।

Part - B

ਹੇਠਾਂ ਦਿੱਤਿਆਂ ਬਾਰੇ ਜਮਾਤ ਵਿੱਚ ਚਰਚਾ ਕੀਤੀ।

- ਉਪਭੋਗੀ ਵਿਵਹਾਰ ਤੋਂ ਤੁਹਾਡਾ ਕੀ ਭਾਵ ਹੈ ?
- ਉਪਭੋਗੀ ਦੇ ਖਰੀਦਦਾਰੀ ਫੈਸਲਿਆਂ ਨੂੰ ਕਿਵੇਂ ਸਮਝਿਆ ਜਾਵੇ, ਵਿਆਖਿਆ ਕਰੋ।
- ਗਾਹਕ ਦੇ ਖਰੀਦਦਾਰੀ ਵਿਵਹਾਰ ਦੀਆਂ ਕਿਸਮਾਂ ਦਾ ਨਿਰੀਖਣ ਕਰੋ।
- ਖਰੀਦਦਾਰੀ ਲਈ ਉਧਾਰ ਬਿਨੈ ਪੱਤਰ ਪ੍ਰਕਿਰਿਆ ਨੂੰ ਪਛਾਣੋ।

Part - C

ਪ੍ਰਦਰਸ਼ਨ ਪੱਧਰ

ਪ੍ਰਦਰਸ਼ਨ ਪੱਧਰ ਵਿੱਚ ਸ਼ਾਮਿਲ ਹੋ ਸਕਦਾ ਹੈ:

ਪ੍ਰਦਰਸ਼ਨ ਪੱਧਰ	ਹਾਂ	ਨਾਂ
ਉਪਭੋਗੀ ਦੇ ਖਰੀਦ ਫੈਸਲੇ ਨੂੰ ਸਮਝਣ ਦੇ ਯੋਗ ਹੋਣਾ।		
ਗਾਹਕ ਦੇ ਜਟਿਲ ਅਤੇ ਬੇਤੁੱਕੇ ਕਿਸਮ ਦੇ ਖਰੀਦ ਵਿਵਹਾਰ ਵਿੱਚ ਅੰਤਰ ਕਰਨ ਦੇ ਯੋਗ ਹੋਣਾ।		
ਖਰੀਦਣ ਲਈ ਉਧਾਰ ਬਿਨੈਪੱਤਰ ਪ੍ਰਕਿਰਿਆ ਨੂੰ ਸਮਝਣ ਜਾਂ ਪਛਾਣਨ ਦੇ ਯੋਗ ਹੋਣਾ।		

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

RS402-NQ2014

ਪ੍ਰਚੂਨ ਵਿੱਚ ਵਸਤੂ ਸੂਚੀ ਦੀ ਪ੍ਰਬੰਧ ਵਿਵਸਥਾ

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

ਜਾਣ-ਪਛਾਣ (Introduction)

ਸਟੱਕ ਦੀ ਪਰਿਭਾਸ਼ਾ ਵਸਤੂ ਦਾ ਭੰਡਾਰ ਹੈ। ਜਗੀਰਾਂ ਜਾਂ ਗਾਹਕਾਂ ਦੀਆਂ ਮੰਗਾਂ ਨੂੰ ਪੂਰਾ ਕਰਨ ਲਈ ਵਸਤੂਆਂ ਦਾ ਜਖੀਰਾ ਬਿਜਨੈਸ ਕਰਨ ਦੀ ਸਥਾਨ ਦੇ ਕੋਲ ਹੋਣਾ ਚਾਹੀਦਾ ਹੈ। ਪ੍ਰਚੂਨ ਵਿਕਰੇਤਾ ਲਈ ਵਸਤੂ ਦਾ ਜਖੀਰਾ ਹੋਣਾ ਬਹੁਤ ਜਰੂਰੀ ਹੈ। ਕਿਉਂਕਿ ਜੇਕਰ ਵਸਤੂ ਜਾਂ ਚੀਜ਼ਾਂ ਉਪਲਬੱਧ ਨਾ ਹੋਣ ਤਾਂ ਗਾਹਕ ਜਲਦੀ ਨਾਲ ਕਿਸੇ ਹੋਰ ਤੋਂ ਪ੍ਰਚੂਨ ਵਿਕਰੇਤਾ ਉਤਪਾਦ ਖਰੀਦ ਲਵੇਗਾ। ਆਮ ਤੋਂਰ ਪ੍ਰਚੂਨ ਵਪਾਰੀ ਨੂੰ ਤਿਆਰ ਵਸਤਾਂ ਦਾ ਜਖੀਰਾ ਰੱਖਣਾ ਪੈਂਦਾ ਹੈ ਤਾਂ ਕਿ ਉਹ ਗਾਹਕਾਂ ਦੀ ਮੰਗ ਨੂੰ ਪੂਰਾ ਕਰ ਸਕੇ। ਵਸਤੂ ਦਾ ਭੰਡਾਰ ਕਈ ਕਾਰਣਾਂ ਕਰਕੇ ਰੱਖਿਆ ਜਾਂਦਾ ਹੈ ਜਿਵੇਂ ਕਿ ਮੌਸਮੀ ਮੰਗਾਂ ਨੂੰ ਪੂਰਾ ਕਰਨਾ, ਭੌਤਿਕ ਲੋੜਾਂ ਨੂੰ ਚਾਲੂ ਰੱਖਣ ਦੇ ਉਦੇਸ਼ ਨਾਲ।

ਕਦੇ ਕਦੇ ਕੰਪਨੀ ਮੰਗ ਨੂੰ ਪੂਰਾ ਕਰਨ ਲਈ ਵੱਧ ਵਸਤੂ ਨੂੰ ਭੰਡਾਰ ਕਰਕੇ ਰੱਖ ਸਕਦਾ ਹੈ ਤਾਂ ਜੋ ਵਰਤਮਾਨ ਹਾਲਾਤਾਂ ਵਿੱਚ (ਹੇਠ) ਫੈਕਟਰੀ ਨੂੰ ਚਾਲੂ ਰੱਖਣ ਲਈ ਮੰਗ ਪੂਰੀ ਕੀਤੀ ਜਾ ਸਕੇ।
ਜੇ ਕਰ ਕੰਪਨੀ ਦੀ ਹੋਂਦ ਬਦਲਣਸ਼ੀਲ ਹਾਲਾਤ ਵਿੱਚ ਹੈ ਜਿੱਥੇ ਮੰਗ ਗਤੀਸ਼ੀਲ ਹੈ (ਉਦਾਹਰਨ ਦੇ ਤੌਰ ਤੇ ਮੰਗ ਦਾ ਜਲਦੀ ਨਾਲ ਵੱਧਣਾ ਜਾਂ ਘੱਟਣਾ)। ਅਚਾਨਕ ਮੰਗ ਦੇ ਬਦਲਣ ਵਿਰੁੱਧ ਹੱਥ ਵਿੱਚ ਸ਼ਕਤੀਸ਼ਾਲੀ ਸਟਾਕ ਤਿਆਰ ਰੱਖਿਆ ਜਾਂਦਾ ਹੈ। ਜੇਕਰ ਪੂਰਤੀ ਕਰਤਾ ਠੀਕ ਸਮੇਂ ਮਾਲ ਨੂੰ ਭੇਜਣਾ ਵਿੱਚ ਅਸਫਲ ਹੋ ਜਾਵੇ ਜਾਂ ਜੇਕਰ ਪੂਰਤੀ ਕਰਤਾ ਦੀ ਉਤਪਾਦ ਦੀ ਗੁਣਵੱਤਾ ਨਿਰੀਖਣ ਕਰਨ ਤੇ ਠੀਕ ਨਾ ਲੱਗੇ ਤਾਂ ਇਹ ਸ਼ਕਤੀਸ਼ਾਲੀ ਸਟਾਕ ਕੰਪਨੀ ਨੂੰ ਸੁਰੱਖਿਆ ਪ੍ਰਦਾਨ ਕਰਦਾ ਹੈ।

ਦੋ ਜਾਂ ਦੋ ਤੋਂ ਵੱਧ ਸ਼ਕਤੀਸ਼ਾਲੀ ਦੇਸ਼ਾਂ ਦੇ ਵਿਚਾਰ ਦੀ ਸਥਿਤੀ ਜਾਂ ਇਨ੍ਹਾਂ ਵਿੱਚੋਂ ਕੋਈ ਇਸ ਤੋਂ ਇਲਾਵਾ ਉਹ ਕੰਪਨੀ ਜਰੂਰੀ ਕੱਚੇ ਮਾਲ ਕਰਕੇ ਛੱਡ ਜਾਵੇ। ਵਾਧੂ ਸਟਾਕ ਰੱਖਣ ਲਈ ਹੋਰ ਕਾਰਣ ਸ਼ਾਮਲ ਹਨ ਜਿਵੇਂ ਕਿ ਮਾਤਰਾ ਵਿੱਚ ਕਟੌਤੀ (Discount) ਦਾ ਲਾਭ ਲੈਣ ਲਈ ਉਦਾਹਰਣ c ਦੇ ਤੌਰ ਤੇ ਜਿਆਦਾ ਖਰੀਦ ਦੁਆਰਾ ਕੰਪਨੀ ਨੇ ਬਚਤ ਕਰਨੀ ਜਾਂ ਭਵਿੱਖ ਵਿੱਚ ਕੀਮਤਾਂ ਦੇ ਵਾਧੇ ਤੋਂ ਬਚਣ ਲਈ ਵੱਡੀ ਮਾਤਰਾ ਵਿੱਚ ਆਰਡਰ ਦੇਣਾ।

ਇਸ ਯੂਨਿਟ ਵਿੱਚ ਆਪਣਾ ਧਿਆਨ ਜਖੀਰੇ ਦੀਆਂ ਕਿਸਮਾਂ, ਜਖੀਹੇ ਦਾ ਪ੍ਰਬੰਧਕ, ਸਟਾਕ ਕੰਟਰੋਲ ਪ੍ਰਣਾਲੀ ਅਤੇ ਸਟਾਕ ਮੁਲੰਕਣ ਰਿਕਾਰਡ ਤੇ ਕੇਂਦ੍ਰਿਤ ਕਰਦੇ ਹਾਂ।

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

ਕਾਰਜਕਾਲ 1: ਸਟਾਕ ਦੀਆਂ ਕਿਸਮਾਂ

ਢੁਕਵਾਂ ਗਿਆਨ

ਵਪਾਰ ਦੇ ਹਿਸਾਬ ਨਾਲ ਹੀ ਸਟਾਕ ਦੀਆਂ ਕਿਸਮਾਂ ਦਾ ਵਰਗੀਕਰਣ ਕੀਤਾ ਜਾਂਦਾ ਹੈ। ਮੁੱਖ ਤੌਰ ਤੇ ਤਿੰਨ ਤਰ੍ਹਾਂ ਦੇ ਸੰਗਠਨ ਹੁੰਦੇ ਹਨ। ਉਤਪਾਦਨ ਸੰਗਠਨ, ਵਪਾਰ ਸੰਗਠਨ (ਪ੍ਰਚੂਨ ਅਤੇ ਪੂਰਨ ਵਿਕ੍ਰੇਤਾ) ਅਤੇ ਸੇਵਾ ਸੰਗਠਨ। ਉਤਪਾਦਨ ਸੰਸਥਾਨ ਵਿੱਚ ਤਿੰਨ ਕਿਸਮ/ਤਰ੍ਹਾਂ ਦਾ ਸਟਾਕ ਹੁੰਦਾ ਹੈ।
ਥੋਕ ਵਪਾਰੀ ਅਤੇ ਪ੍ਰਚੂਨ ਵਿਕਰੇਤਾ ਨੂੰ ਤਿਆਰ ਮਾਲ ਦਾ ਸਟਾਕ ਰੱਖਣ ਦੀ ਲੋੜ ਹੁੰਦੀ ਹੈ।

ਸਟਾਕ ਦੀਆਂ ਕਿਸਮਾਂ

- ਇੱਕ ਉਤਪਾਦਨ ਸੰਸਥਾ ਉਤਪਾਦਨ ਲਈ ਕੱਚੇ ਮਾਲ ਅਤੇ ਉਪਭੋਗੀ ਵਸਤਾਂ ਦਾ ਸਟਾਕ ਰੱਖਦਾ ਹੈ। ਉਸਨੂੰ ਕਾਰਖਾਨੇ ਦੇ ਵੱਖ-ਵੱਖ ਵਿਭਾਗਾਂ ਵਿੱਚ ਵੱਖ-ਵੱਖ ਸਥਿਤੀਆਂ ਵਿੱਚ ਅੱਧੇ ਤਿਆਰ (Semi Finished) ਮਾਲ ਦਾ ਸਟਾਕ ਵੀ ਰੱਖਣਾ ਪੈਂਦਾ ਹੈ।
- ਤਿਆਰ ਮਾਲ ਨੂੰ ਕਾਰਖਾਨੇ ਵਿੱਚ, ਤਿਆਰ ਮਾਲ ਵਾਲੇ ਗੋਦਾਮ ਅਤੇ ਵੰਡ ਕੇਂਦਰਾਂ ਆਦਿ ਵਿੱਚ ਰੱਖਿਆ ਜਾਂਦਾ ਹੈ। ਇਸ ਅੱਗੇ ਕੱਚੇ ਮਾਲ ਅਤੇ ਤਿਆਰ ਚੀਜ਼ਾਂ ਨੇ ਜਿੱਥੇ ਵੱਖ-ਵੱਖ ਸਥਾਨਾਂ ਤੇ ਜਾਣਾ ਹੈ ਉੱਥੇ ਵੀ ਸਟਾਕ ਰੱਖਣਾ ਉਹ ਇਸ ਗੱਲ ਤੇ ਨਿਰਭਰ ਕਰਦਾ ਹੈ ਕਿ ਕਿਸੇ ਖਾਸ ਸੰਯੋਜਨ ਤੇ ਉਹ ਸਟਾਕ ਕੌਣ ਲੈਂਦਾ ਹੈ।

ਕੱਚੇ ਮਾਲ ਅਤੇ ਤਿਆਰ ਮਾਲ ਤੋਂ ਇਲਾਵਾ, ਸੰਗਠਨਾਂ ਨੂੰ ਉਤਪਾਦ ਸੇਵਾ ਦੇਣ ਲਈ ਸਪੇਅਰ ਪਾਰਟਸ ਦਾ ਸਟਾਕ ਵੀ ਰੱਖਣਾ ਪੈਂਦਾ ਹੈ। ਖਰਾਬ ਉਤਪਾਦ, ਖਰਾਬ ਹਿੱਸੇ ਅਤੇ ਟੁਕੜੇ (ਰਹਿੰਦ ਖੂੰਹਦ) ਵੀ ਸਟਾਕ ਦਾ ਹਿੱਸਾ ਹਨ। ਜਦੋਂ ਤੱਕ ਇਹ ਚੀਜ਼ਾਂ ਕੰਪਨੀ ਦੀ ਕਿਤਾਬਾਂ ਦੀ ਸੂਚੀ ਵਿੱਚ ਹਨ ਅਤੇ ਇਨ੍ਹਾਂ ਦੀ ਆਰਥਿਕ ਕੀਮਤ ਹੈ।

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

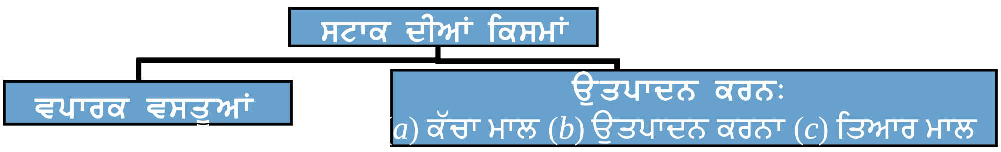
Downloaded from https:// www.studiestoday.com

ਨਿਵੇਸ਼	ਪ੍ਰਕਿਰਿਆ (ਕੰਮ ਦੀ ਪ੍ਰਕਿਰਿਆ)	ਉਤਪਾਦਨ
1.ਕੱਚਾ ਮਾਲ	ਵੱਖ-ਵੱਖ ਸਥਿਤੀਆਂ ਵਿੱਚ ਉਤਪਾਦਨ	ਤਿਆਰ ਮਾਲ
2.ਵਰਤੋਂ ਵਾਲੀਆਂ ਚੀਜ਼ਾਂ ਦੀ ਪ੍ਰਕਿਰਿਆ ਵਿੱਚ ਲੋੜ ਹੁੰਦੀ ਹੈ। ਉਦਾਹਰਨ ਵਜੋਂ ਬਾਲਣ, ਸਟੇਸ਼ਨਰੀ, ਪੇਚ, ਨੱਟ ਆਦਿ ਉਤਪਾਦਨ ਲਈ ਲੋੜੀਂਦੇ ਹਨ।	ਵੱਖ-ਵੱਖ ਵਿਭਾਗ ਕੋਲ ਪਿਆ ਹੁੰਦਾ ਹੈ, ਜਿਵੇਂ ਉਤਪਾਦਨ, ਡਬਲਿਊ ਆਈ ਪੀ (WIP) ਸਟੋਰ, ਕਿਉ.ਸੀ. ਅਖੀਰ ਜੋੜ, ਪੈਕਿੰਗ ਸਟੋਰ ਆਦਿ।	ਸਾਰੇ ਵੰਡ ਕੇਂਦਰਾਂ ਤੇ ਤਿਆਰ ਮਾਲ ਸਪਲਾਈ ਲੜੀ
3.ਸੁਰੱਖਿਆ ਚੀਜ਼ਾਂ/ਵਰਤੋਂ ਵਾਲੀਆਂ ਚੀਜ਼ਾਂ	ਉਤਪਾਦ ਦੇ ਟੁਕੜੇ ਅਤੇ ਖਰਾਬ ਸਮਾਨ	ਤਿਆਰ ਮਾਲ ਮਾਰਗ
4.ਪੈਕਟ(Packet) ਵਾਲਾ ਸਮਾਨ (ਪੈਕਿੰਗ)	ਨਾ ਮਨਜ਼ੂਰ ਅਤੇ ਨੁਕਸ ਵਾਲਾ ਸਮਾਨ	ਡੀਲਰਾਂ ਅਤੇ ਸਟਾਕ ਰੱਖਣ ਵਾਲਿਆਂ ਕੋਲ (ਭੰਡਾਰ)ਤਿਆਰ ਮਾਲ
5.ਉਤਪਾਦਨ ਲਈ ਵਸਤੂਆਂ ਦੀ ਖਰੀਦ		ਵਾਧੂ ਸਮਾਨ ਸਟਾਕ ਅਤੇ ਖਰੀਦੀਆ ਗਈਆਂ ਚੀਜ਼ਾਂ
		ਖਰਾਬ, ਅਸਵੀਕਾਰ, ਆਧ ਵਿਕਿਆ ਚੀਜ਼ਾਂ ਦੀ ਵਾਪਸੀ
		ਮੁਰੰਮਤ ਕੀਤਾ ਸਟਾਕ ਅਤੇ ਹਿੱਸੇ/ਭਾਗ
		ਵਿਕਰੀ ਦੀ ਪਦਉੱਨਤੀ ਅਤੇ ਸੈਂਪਲ ਸਟਾਕ।

ਦੋ ਮੂਲ ਕਿਸਮਾਂ ਹਨ — ਮਰਚਨਡਾਇਜ਼ ਅਤੇ ਉਤਪਾਦ, ਉਤਪਾਦਾਂ ਨੂੰ ਅੱਗੇ ਤਿੰਨ ਭਾਗਾਂ ਵਿੱਚ ਵੰਡਿਆ ਹੈ, ਕੱਚਾ ਮਾਲ, ਕਾਰਜ ਪ੍ਰਕਿਰਿਆ ਅਤੇ ਤਿਆਰ ਮਾਲ।

ਵਪਾਰਕ ਮਾਲ ਦਾ ਸਟਾਕ: ਜੇ ਚੀਜ਼ਾਂ ਨੂੰ ਕਿਸੇ ਹੋਰ ਹੁਨਰਮੰਦ ਜਾਂ ਕਰਾਫਟਰ ਤੋਂ ਵੇਚਣ ਲਈ ਆਪਣੀ ਗੈਲਰੀ ਜਾਂ ਦੁਕਾਨ ਤੋਂ ਖਰੀਦੀਆ ਹਨ ਤੁਹਾਨੂੰ ਉਸ ਨੂੰ ਵਪਾਰਕ ਮਾਲ ਸਟਾਕ ਵਿੱਚ ਰੱਖਣਾ ਪਵੇਗਾ।
ਚੇਤੇ ਰੱਖੋ ਜਿਹੜੀ ਵੀ ਆਈਟਮ ਤੁਹਾਡੀ ਦੁਕਾਨ ਵਿੱਚ ਸਮਾਨ ਭੇਜਣ ਦੀ ਕਿਰਿਆ ਵਿੱਚ/ਸਮਾਨ ਭੇਜਿਆ ਗਿਆ ਹੈ ਉਹ ਸਟਾਕ ਦਾ ਹਿੱਸਾ ਨਹੀਂ ਹੈ।

ਉਤਪਾਦਨ ਸਟਾਕ: ਜੇਕਰ ਤੁਸੀਂ ਖੁਦ ਆਪਣਾ ਹੁਨਰ ਅਤੇ ਦਸਤਕਾਰੀ ਕਰਦੇ ਹੋ ਤਾਂ ਤੁਹਾਡੇ ਕੋਲ ਉਤਪਾਦਕ ਸਟਾਕ ਹੈ। ਉਤਪਾਦਨ ਕਰਨਾ ਦਸਤਕਾਰੀ ਕਿਸਮ ਦੇ ਵਪਾਰ ਲਈ ਠੀਕ ਨਹੀਂ ਜਾਪਦਾ। ਪ੍ਰੰਤੂ ਇਸ ਵਰਗੀਕਰਨ ਵਿੱਚ ਤੇਜ਼ੀ ਨਾਲ ਪੁਨਰ ਵਿਚਾਰ ਇਸ ਰਿਸ਼ਤੇ ਨੂੰ ਸਪੱਸ਼ਟ ਕਰ ਦੇਵੇਗਾ।



ਇੱਕ ਉਤਪਾਦਨ ਸਟਾਕ ਵਿੱਚ ਤਿੰਨ ਭਾਗ ਹੁੰਦੇ ਹਨ — ਕੱਚਾ ਮਾਲ,
ਉਦਾਹਰਨ ਦੇ ਤੌਰ ਤੇ ਮੂੰਗਫਲੀ ਦੇ ਤੇਲ ਦੇ ਉਤਪਾਦਨ ਦਾ ਵਪਾਰ ਕਰਨ ਲਈ ਇੱਥੇ ਇਨ੍ਹਾਂ ਤਿੰਨਾਂ ਦੀ ਪਰਿਭਾਸ਼ਾ ਹੈ:-

1. ਕੱਚਾ ਮਾਲ: ਉਤਪਾਦ ਨੂੰ ਤਿਆਰ ਕਰਨ ਲਈ ਤੇਲ ਉਤਪਾਦਕ ਜੋ ਚੀਜ਼ਾਂ ਖਰੀਦਦਾ ਹੈ ਦਾ ਵਰਗੀਕਰਨ ਕਰਨ ਲਈ ਕੱਚਾ ਮਾਲ ਹੈ। ਕੱਚੇ ਮਾਲ ਦੇ ਸਟਾਕ ਵਿੱਚ ਉਹ ਆਈਟਮਾਂ ਹੁੰਦੀਆਂ ਹਨ ਜਿਨ੍ਹਾਂ ਨੂੰ ਹਾਲੇ ਤੱਕ ਉਤਪਾਦਨ ਪ੍ਰਕਿਰਿਆ ਵਿੱਚ ਨਹੀਂ ਪਾਇਆ ਹੁੰਦਾ ਹੈ।

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

2. **ਕੰਮ ਦੀ ਪ੍ਰਕਿਰਿਆ**: ਇਸ ਵਿੱਚ ਮੂੰਗਫਲੀ ਨੂੰ ਕੁੱਟਣਾ ਅਤੇ ਉਸਨੂੰ ਹੋਰ ਸਮੱਗਰੀ ਵਿੱਚ ਮਿਲਾਉਣਾ। ਇਸ ਪ੍ਰਕਿਰਿਆ ਵਿੱਚ ਅਸ਼ੁੱਧ ਤੇਲ ਦਾ ਉਤਪਾਦ ਹੁੰਦਾ ਹੈ।
3. **ਤਿਆਰ ਵਸਤਾਂ**: ਹੁਣ ਪੂਰੇ ਉਤਪਾਦ ਲਈ ਤਿਆਰ ਵਸਤਾਂ ਦੀ ਸਟਾਕ ਵਿੱਚ ਕੱਚੇ ਮਾਲ, ਮਜ਼ਦੂਰੀ, ਉਤਪਾਦਨ ਲਈ ਸਾਰੀਆਂ ਵਸਤਾਂ ਦੀ ਕੀਮਤ ਸ਼ਾਮਿਲ ਹੈ।

ਸਟਾਕ ਯੋਜਨਾ ਦੇ ਤਰੀਕੇ

ਵਪਾਰਕ ਮਾਲ ਦੀ ਯੋਜਨਾ ਨੂੰ ਅੱਗੇ ਵੱਧਣ ਲਈ ਸਟਾਕ ਯੋਜਨਾ ਦੇ ਤਰੀਕਿਆਂ ਨੂੰ ਅੰਤਿਮ ਰੂਪ ਦੇਣਾ ਜ਼ਰੂਰੀ ਹੈ।

ਸਟਾਕ ਯੋਜਨਾ ਦੇ ਤਰੀਕੇ:

1. ਮੂਲ ਰੂਪ ਵਿੱਚ ਸਟਾਕ ਕਰਨ ਦਾ ਤਰੀਕਾ
2. ਵੱਖਰੀ ਪ੍ਰਤੀਸ਼ਤਤਾ ਭਿੰਨਤਾ ਦਾ ਤਰੀਕਾ
3. ਹਫ਼ਤਾਵਾਰੀ ਸਪਲਾਈ ਦਾ ਢੰਗ
4. ਸਟਾਕ ਅਤੇ ਵਿਕਰੀ ਅਨੁਪਾਤ ਢੰਗ
5. ਸਟਾਕ ਦਾ ਪ੍ਰਾਪਤੀ ਰੇਟ ਤਰੀਕਾ

1. ਮੁੱਢਲੇ ਸਟਾਕ ਤਰੀਕੇ: ਸਟਾਕ ਯੋਜਨਾ ਦੇ ਤਰੀਕੇ ਉਸ ਵੇਲੇ ਵਰਤੇ ਜਾਂਦੇ ਹਨ ਜਦੋਂ ਪ੍ਰਚੂਨ ਵਿਕਰੇਤਾ ਇਹ ਵਿਸ਼ਵਾਸ ਕਰਦਾ ਹੈ ਕਿ ਹਰ ਵੇਲੇ ਹੱਥ ਵਿੱਚ ਸਧਾਰਣ ਪੱਧਰ ਦਾ ਸਟਾਕ ਹੋਣਾ ਜ਼ਰੂਰੀ ਹੈ। ਸਾਧਾਰਣ ਸਟਾਕ ਜਖੀਰੇ ਦੀ ਉਹ ਥੋੜ੍ਹੀ ਮਾਤਰਾ ਹੁੰਦੀ ਹੈ ਜਿਹੜੀ ਉਤਪਾਦ, ਕਿਸਮ ਅਤੇ ਸਟੋਰ ਕਰਨ ਲਈ ਲੋੜੀਂਦੀ ਹੈ, ਜਦੋਂ ਵਿਕਰੀ ਘੱਟ ਵੀ ਹੋਵੇ।

ਮੁੱਢਲਾ ਸਟਾਕ = ਮੌਸਮ ਦਾ ਔਸਤ ਸਟਾਕ – ਮੌਸਮ ਦੀ ਮਹੀਨਾ ਔਸਤ ਮਹੀਨਾਵਾਰ ਵਿਕਰੀ ਜਿੱਥੇ,

$$\text{ਮਹੀਨੇ ਲਈ ਔਸਤ ਵਿਕਰੀ ਸਟਾਕ} = \frac{\text{ਮੌਸਮ ਦੀ ਕੁਲ ਯੋਜਨਾਬੰਧ ਵਿਕਰੀ}}{\text{ਮੌਸਮ ਵਿੱਚ ਮਹੀਨੀਆਂ ਦੀ ਗਿਣਤੀ}}$$

$$\text{ਮੌਸਮ ਤੇ ਔਸਤਨ ਸਟਾਕ} = \frac{\text{ਮੌਸਮ ਦੀ ਕੁਲ ਯੋਜਨਾਬੰਧ ਵਿਕਰੀ}}{\text{ਮੌਸਮ ਦੀ ਅਨੁਮਾਨਿਤ ਸਟਾਕ ਟਰਨਓਵਰ}}$$

ਮਹੀਨੇ ਦੇ ਸ਼ੁਰੂ ਵਿੱਚ ਸਟਾਕ = ਵਿਉਂਤਬੱਧ ਮਹੀਨੇਵਾਰ ਵਿਕਰੀ + ਮੁੱਢਲਾ ਸਟਾਕ।

2. ਪ੍ਰਤੀਸ਼ਤਤਾ ਭਿੰਨਤਾ ਹੋਣ ਦਾ ਤਰੀਕਾ :– (The Percentage Variation Method)

ਇਹ ਤਰੀਕਾ ਆਮ ਤੌਰ ਤੇ ਉਸ ਸਮੇਂ ਵਰਤਿਆਂ ਜਾਂਦਾ ਹੈ ਜਦੋਂ ਸਟਾਕ ਟਰਨਓਵਰ ਸਾਲ ਵਿੱਚ 6 ਗੁਣਾ ਤੋਂ ਵੱਧ ਹੋਵੇ। ਸਟਾਕ ਯੋਜਨਾ ਦਾ ਪੂਰਾ ਆਧਾਰ ਇਹ ਹੈ ਕਿ ਸਟਾਕ ਪੱਧਰ ਸਾਨੂੰ ਅਸਲ (Sales) ਬਾਰੇ ਦੱਸੇ।

ਬੀ.ਓ.ਐਮ. ਸਟਾਕ(B.O.M. Stock) = ਮੌਸਮ ਦਾ ਔਸਤ ਸਟਾਕ × ½ [1 + ਮਹੀਨੇ ਦੀ ਵਿਉਂਤਬੱਧ ਵਿਕਰੀ/ ਔਸਤ ਮਹੀਨਾਵਾਰ ਵਿਕਰੀ)]

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

3. ਹਫ਼ਤਾਵਾਰੀ ਸਪਲਾਈ ਤਰੀਕਾ: ਪ੍ਰਚੂਨ ਵਿਕਰੇਤਾ ਜਿਹੜਾ ਹਫ਼ਤਾਵਾਰੀ ਆਧਾਰ ਤੇ ਸਟਾਕ ਦੀ ਯੋਜਨਾ ਬਣਾਉਂਦਾ ਹੈ, ਨਾ ਕਿ ਮਹੀਨੇਵਾਰ ਆਧਾਰ ਅਤੇ ਜਿਸ ਦੀ ਵਿਕਰੀ ਠੋਸ ਰੂਪ ਵਿੱਚ ਵੱਧਦੀ ਘੱਟਦੀ ਨਹੀਂ, ਉਹ ਜ਼ਿਆਦਾਤਰ ਹਫ਼ਤਾਵਾਰੀ ਸਪਲਾਈ ਤਰੀਕਾ ਵਰਤਦਾ ਹੈ।

ਸਟਾਕ ਕਰਨ ਦੀ ਹਫ਼ਤਿਆਂ ਦੀ ਗਿਣਤੀ = ਮਿਆਦ ਵਿੱਚ ਹਫ਼ਤਿਆਂ ਦੀ ਗਿਣਤੀ/ਸਟਾਕ ਕਾਰੋਬਾਰ ਮਿਆਦ ਦਾ ਰੇਟ

ਔਸਤ ਹਫ਼ਤਾਵਾਰੀ ਵਿਕਰੀ = ਕੁੱਲ ਮਿਆਦ ਦੀ ਅਨੁਮਾਨਿਤ ਵਿਕਰੀ/ਮਿਆਦ ਵਿੱਚ ਹਫ਼ਤਿਆਂ ਦੀ ਗਿਣਤੀ

BOM Stock = ਔਸਤ ਹਫ਼ਤਾਵਾਰੀ ਵਿਕਰੀ × ਜਿੰਨੇ ਹਫ਼ਤੇ ਸਟੌਕ ਕਰਨਾ ਹੈ।

4. ਵਿਕਰੀ/ਸਟਾਕ ਅਨੁਪਾਤਿਕ ਤਰੀਕਾ: ਇਹ ਤਰੀਕਾ ਵਰਤੋਂ ਲਈ ਬਹੁਤ ਸੋਖਾ ਹੈ। ਪ੍ਰੰਤੂ ਇਸ ਲਈ ਜ਼ਰੂਰੀ ਹੈ ਕਿ ਪ੍ਰਚੂਨ ਵਿਕਰੇਤਾ ਕੋਲ ਮਹੀਨੇ ਦੇ ਸ਼ੁਰੂ ਵਿੱਚ ਸਟੌਕ ਜਾਂ ਵਿਕਰੀ ਅਨੁਪਾਤ ਹੋਵੇ। ਇਸ ਵਿੱਚ ਸਟਾਕ ਪੱਧਰ ਵਿਕਰੀ ਦੀ ਇੱਕ ਖਾਸ ਅਨੁਪਾਤ ਰੱਖਣਾ (ਬਣਾਉਣਾ) ਸ਼ਾਮਿਲ ਹੈ। ਇਹ ਅਨੁਪਾਤ ਪ੍ਰਚੂਨ ਵਪਾਰੀ ਨੂੰ ਦੱਸੇਗਾ ਕਿ ਮਹੀਨੇ ਦੇ ਸ਼ੁਰੂ ਵਿੱਚ ਕਿੰਨੇ ਸਟਾਕ ਦੀ ਜਰੂਰਤ ਹੈ। ਜੋ ਕਿ ਮਹੀਨੇ ਦੀ ਅਨੁਮਾਨਿਤ ਵਿਕਰੀ ਲਈ ਸਹਾਇਕ ਹੈ।

ਸਟੋਕ ਦੀ ਔਸਤ ਵਿਕਰੀ = ਅਸਲੀ ਵਿਕਰੀ/ਸਟਾਕ ਦੀ ਕੀਮਤ।

ਯੋਜਨਾਬੱਧ BOM ਸਟਾਕ = ਸਟਾਕ ਦੀ ਔਸਤ ਵਿਕਰੀ × ਯੋਜਨਾ ਬੱਧ ਵਿਕਰੀ।

5. ਸਟੋਕ ਕਾਰੋਬਾਰ ਦਾ ਰੇਟ: ਕਿਸੇ ਦਿੱਤੇ ਹੋਏ ਸਮਾਂ ਕਾਲ ਲਈ ਉਤਪਾਦ ਜਾਂ ਵਪਾਰਕ ਵਸਤੂਆਂ ਕਿਸੇ Retail Store ਤੋਂ ਬਾਹਰ ਜਾਂ ਅੰਦਰ ਆਉਂਦੀਆਂ ਹਨ, ਉਸਦੀ ਰਫਤਾਰ ਨੂੰ ਮਾਪਣ ਦੀ ਇੱਕ ਪ੍ਰਭਾਵਸ਼ਾਲੀ ਮਾਪ ਇਕਾਈ ਹੁੰਦੀ ਹੈ ਸਟਾਕ ਕਾਰੋਬਾਰ ਰੇਟ। ਇਹ ਨਿੰਪੁਨਤਾ ਨੂੰ ਮਾਪਣ ਦੀ ਇੱਕ ਇਕਾਈ ਹੁੰਦੀ ਹੈ ਅਤੇ ਆਮ ਤੌਰ ਤੇ ਛੇ ਮਹਿਨੇ ਜਾਂ ਇੱਕ ਸਾਲ ਲਈ ਗਿਣੀ ਜਾਂਦੀ ਹੈ। ਇਸ ਨੂੰ ਹੇਠ ਲਿਖੇ ਫਾਰਮੂਲੇ ਨਾਲ ਗਿਣਿਆ ਜਾਂ ਮਿਣਿਆ ਜਾਂਦਾ ਹੈ:-

$$\text{ਯੋਜਨਾ ਬੱਧ ਔਸਤ ਵਿਕਰੀ (ਇੱਕ ਮਿਆਦ ਵਿੱਚ)} = \frac{\text{ਸਟਾਕ ਕਾਰੋਬਾਰ}}{\text{ਯੋਜਨਾ ਬੱਧ ਵਿਕਰੀ (ਇੱਕ ਮਿਆਦ ਵਿੱਚ)}}$$

ਸਟਾਕ ਕਾਰੋਬਾਰ ਰੇਟ ਸਟਾਕ ਨੂੰ ਸਹੀ ਮਾਤਰਾ ਵਿੱਚ ਮਾਪਨ ਲਈ ਵਰਤਿਆ ਜਾਂਦਾ ਹੈ। ਹਰੇਕ ਵਿਭਾਗ ਦਾ ਆਮ ਤੌਰ ਤੇ ਆਪਣਾ ਸਟਾਕ ਕਾਰੋਬਾਰ ਰੇਟ ਹੁੰਦਾ ਹੈ। ਕਿਉਂਕਿ ਵੱਖ-ਵੱਖ ਵਪਾਰਕ ਵਸਤੂਆਂ ਨੂੰ ਵਿਕਰੀ ਦੀ ਵੱਖਰੀ ਵੱਖਰੀ ਲੋੜ ਹੁੰਦੀ ਹੈ। ਪ੍ਰਬੰਧਕ ਦਾ ਉਦੇਸ਼ ਬਣਾਉਣ ਲਈ ਸਟਾਕ ਕਾਰੋਬਾਰ ਪੂਰੀ ਵਰਤੋਂ ਦੇ ਪੱਧਰ ਦਾ ਸੰਕੇਤ ਦਿੰਦਾ ਹੈ। ਉਦਾਹਰਨ ਦੇ ਤੌਰ ਤੇ ਸਟਾਕ ਲਈ ਪੈਸੇ ਦਾ ਬਦਲਾਓ, ਧਨ ਨੂੰ ਸਟਾਕ ਵਿੱਚ ਬਦਲਣਾ ਅਤੇ ਪ੍ਰਕਿਰਿਆ ਨੂੰ ਦੁਬਾਰਾ ਰੀਪੀਟ ਕਰਨਾ।

ਅਭਿਆਸ : ਮੁਲੰਕਣ

1. ਕਿਸੇ ਇੱਕ ਪ੍ਰਚੂਨ ਦੀ ਦੁਕਾਨ ਜਾਂ ਸੁਪਰ ਮਾਰਕੀਟ ਤੇ ਜਾਓ। ਦੁਕਾਨ/ਸਟੋਰ ਦੇ ਮਾਲਕ ਸਟੋਰ ਮੈਨੇਜਰ ਅਤੇ ਕਰਮਚਾਰੀਆਂ ਨੂੰ ਮਿਲੋ ਅਤੇ ਹੇਠਾਂ ਦਿੱਤੇ ਸਵਾਲ ਪੁੱਛੋ ਅਤੇ ਉਨ੍ਹਾਂ ਦੇ ਜਵਾਬ ਲਿਖੋ ਜੋ 50 ਸ਼ਬਦਾਂ ਤੋਂ ਵੱਧ ਨਾ ਹੋਣ।

A. **ਮਾਲਕ ਲਈ ਸਵਾਲ**

(*a*) ਤੁਹਾਡੇ ਕਰਮਚਾਰੀ ਵੱਖ-ਵੱਖ ਤਰ੍ਹਾਂ ਦੀ ਸਟਾਕ ਸੂਚੀ ਬਾਰੇ ਕੀ ਜਾਣਦੇ ਹਨ ?

____

(*b*) ਪ੍ਰਚੂਨ ਵਿੱਚ ਸਟਾਕ ਸੂਚੀ ਦੀ ਕੀ ਮਹੱਤਤਾ ਹੈ।

____

(*c*) ਸਟਾਕ ਸੂਚੀ ਦੇ ਰੱਖ-ਰੱਖਾਵ ਲਈ ਕਿਸ ਤਰ੍ਹਾਂ ਦਾ ਸਾਜੋ ਸਮਾਨ ਵਰਤਿਆ ਜਾਂਦਾ ਹੈ ?

____

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

B. ਕਰਮਚਾਰੀਆਂ ਲਈ ਸਵਾਲ

(*i*) ਕੀ ਤੁਹਾਡੇ ਲਈ ਕਿਸੇ ਵਿਸ਼ੇਸ਼ ਉਤਪਾਦ ਨੂੰ ਅਸਾਨੀ ਨਾਲ ਪਛਾਣਨਾ ਜਾਂ ਲੱਭਣਾ ਆਰਾਮਦਾਇਕ ਹੈ ?

ਕਰਮਚਾਰੀ A: ਹਾਂ/ਨਹੀਂ ਕਰਮਚਾਰੀ B: ਹਾਂ/ਨਹੀਂ

ਕਰਮਚਾਰੀ C: ਹਾਂ/ਨਹੀਂ ਕਰਮਚਾਰੀ D: ਹਾਂ/ਨਹੀਂ

ਕਰਮਚਾਰੀ E: ਹਾਂ/ਨਹੀਂ ਕਰਮਚਾਰੀ N: ਹਾਂ/ਨਹੀਂ

(*ii*) ਮਾਲਕ ਜਾਂ ਪ੍ਰਬੰਧਕ ਦੁਆਰਾ ਕਿਹੜੇ ਸੁਰੱਖਿਆ ਪ੍ਰਬੰਧ ਵਰਤੇ ਜਾਂਦੇ ਹਨ ਸਟਾਕ ਸੂਚੀ ਨੂੰ ਕਿਸੇ ਜੋਖਮ ਤੋਂ ਬਚਾਉਣ ਲਈ ਕਿਹੜੇ ਸੁਰੱਖਿਆ ਢੰਗ ਵਰਤੇ।

(*iii*) ਨਵੀਂ ਪਹੁੰਚ (new arrival) ਨੂੰ ਨੁਮਾਇਸ਼ ਲਈ ਤੁਸੀਂ ਕਿਵੇਂ ਦੁਬਾਰਾ ਤਰਤੀਬ/ਪ੍ਰਬੰਧ ਕਰਦੇ ਹੋ ?

(*iv*) ਵੱਖ ਵੱਖ ਮਸ਼ੀਨਾਂ ਅਤੇ ਸਾਜੋ ਸਮਾਨ ਲਈ ਤੁਹਾਡੇ ਕੋਲ ਕਿਹੜਾ ਤਜ਼ਰਬਾ ਹੈ ? ਤੁਸੀਂ ਕਿਨ੍ਹਾਂ ਤੋਂ ਵੱਧ ਜਾਣੂ ਹੋ ?

(*v*) ਸ਼ੈਲਫਾ ਅਤੇ ਰੈਕਸ ਨੂੰ ਸਾਫ਼ ਰੱਖਣ ਲਈ ਕਿਹੋ ਜਿਹੇ ਸਾਜੋ ਸਮਾਨ ਦੀ ਲੋੜ ਹੈ।

(*vi*) ਤੁਹਾਡੇ ਕੰਮ ਵਿੱਚ ਵਰਤੇ ਜਾਣ ਵਾਲੇ ਭਿੰਨ ਭਿੰਨ ਕਿਸਮਾਂ ਦੇ ਸਟਾਕ ਦੀ ਸੂਚੀ ਬਣਾਓ।

ਮੁਲੰਕਣ

A. ਖਾਲੀ ਥਾਵਾਂ ਭਰੋ:

1. .... ਵਸਤੂ ਦਾ ਸਟਾਕ ਹੈ।
2. ਸਟਾਕ ਟਰਨਓਵਰ ਰੇਟ ਇਕ................. ਦੀ ਮਿਣਤੀ ਜਾਂ ਮਾਪ ਹੈ।
3. ਨੁਕਸ ਵਾਲੇ ਉਤਪਾਦ ਅਤੇ ਟੁੱਟੇ ਪਾਰਟ .... ਰੂਪ ਬਣਾਉਂਦੇ ਹਨ।
4. ਪ੍ਰਤੀਸ਼ਤ ਵੇਰੀਏਸ਼ਨ ਢੰਗ ਹੇਠ ਸਟਾਕ ਸੂਚੀ ਲੈਵਲ ਨੂੰ .... ਵਿਚਾਰਨਾ ਚਾਹੀਦਾ ਹੈ।
5. .... ਆਈਆਂ ਦੁਕਾਨ ਵਿੱਚ ਆਈਟਮਾਂ ਸਟਾਕ ਸੂਚੀ ਦਾ ਭਾਗ ਨਹੀਂ ਬਣਾਉਂਦੀਆਂ।

B. ਬਹੁ ਚੋਣ ਵਾਲੇ ਪ੍ਰਸ਼ਨ

ਠੀਕ ਤੇ ਸਹੀ ਟਿੱਕ ਲਗਾਓ।

(*a*) ਮੁੱਢਲਾ ਸਟਾਕ ਤਰੀਕਾ (*b*) ਪ੍ਰਤੀਸ਼ਤ ਸਟਾਕ ਤਰੀਕਾ

(*c*) ਅਨੁਪਾਤ ਵਿਕਰੀ ਦਾ ਸਟਾਕ (*d*) ਉਪਰਲੇ ਵਿੱਚੋਂ ਕੋਈ ਨਹੀਂ

2. ਸਟਾਕ ਸੂਚੀ ਨੂੰ ਵਿਚਾਰਿਆ ਜਾ ਸਕਦਾ ਹੈ ਕਿ

(*a*) ਪੂੰਜੀ ਜਾਇਦਾਦ (*b*) ਜਿੰਮੇਵਾਰੀਆਂ

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

(*c*) ਲਾਭ (*d*) ਹਾਨੀ

3. ਇਨ੍ਹਾਂ ਦਿੱਤੇ ਵਿੱਚੋਂ ਕਿਹੜਾ ਸਟਾਕ ਸੂਚੀ ਦਾ ਭਾਗ ਪੈਦਾ ਕਰਨਾ ਹੈ।
   (*a*) ਕੱਚਾ ਮਾਲ (*b*) ਕੰਮ ਦੀ ਪ੍ਰਕਿਰਿਆ
   (*c*) ਨੁਕਸ ਵਾਲੀਆਂ ਵਸਤਾਂ (*d*) ਉਪਰਲੇ ਸਾਰੇ

C. ਗਲਤ ਅਤੇ ਠੀਕ—

1. ਪ੍ਰਚੂਨ ਵਿਕਰੇਤਾ ਜੋ ਸਟਾਕ ਸੂਚੀ ਦੀ ਹਫ਼ਤਾਵਾਰੀ ਯੋਜਨਾ ਬਣਾਉਂਦੇ ਹਨ, ਉਹ ਪ੍ਰਤੀਸ਼ਤ ਭਿੰਨਤਾ ਤਰੀਕਾ ਵਰਤਦੇ ਹਨ।
2. ਨੁਕਸ ਵਾਲੇ ਅਤੇ ਬੱਚਿਆ ਹੋਇਆ ਮਾਲ ਸਟਾਕ ਸੂਚੀ ਦਾ ਹਿੱਸਾ ਹੈ।
3. ਉਪਭੋਗਤਾ ਦੁਆਰਾ ਚੋਰੀ ਕੀਤੇ ਸਮਾਨ ਨੂੰ ਭੌਤਿਕ ਵਪਾਰ ਦਾ ਘਾਟਾ ਨਹੀਂ ਵਿਚਾਰਿਆ ਜਾਂਦਾ।

ਚੈਕ ਲਿਸਟ

ਕੀ ਤੁਹਾਡੇ ਵਿਦਿਆਰਥੀ ਨੂੰ ਮੁਲੰਕਣ ਲਈ ਸਾਰੀਆਂ ਜ਼ਰੂਰਤਾਂ ਨੂੰ ਪੂਰਾ ਕਰਦੇ ਹਨ ਹੇਠ ਲਿਖੀ ਚੈਕ ਲਿਸਟ ਦੀ ਵਰਤੋਂ ਕਰੋ।

Part - A

- ਯੋਜਨਾਬੱਧ ਸਟਾਕ ਯੋਜਨਾ ਅਤੇ ਸਟਾਕ ਸੂਚੀ ਦੀ ਮਹਾਨਤਾ ਵਿੱਚ ਅੰਤਰ ਦੱਸੋ ?

Part - B

ਹੇਠ ਲਿਖਿਆਂ ਦੀ ਸਵਾਲਾਂ ਦੀ ਚਰਚਾ ਕਰੋ।

- ਸਟਾਕ ਸੂਚੀ ਕੀ ਹੈ ?
- ਸਟਾਕ ਸੂਚੀ ਦੀ ਯੋਜਨਾ ਲਈ ਕਿਹੜੀ ਲੋੜ ਹੈ ?
- ਸਟਾਕ ਸੂਚੀ ਦੀਆਂ ਕਿਹੜੀਆਂ ਕਿਸਮਾਂ ਹਨ।
- ਸਟਾਕ ਸੂਚੀ ਯੋਜਨਾ ਲਈ ਕਿਹੜੇ ਵੱਖ-ਵੱਖ ਤਰੀਕੇ ਹਨ।

Part - C

ਕਾਰਜ ਦੇ ਪੱਧਰ

ਕਾਰਜ ਦੇ ਪੱਧਰ ਵਿੱਚ ਸ਼ਾਮਿਲ ਹੈ:

ਪ੍ਰਦਰਸ਼ਨ ਪੱਧਰ	ਹਾਂ	ਨਾਂ
ਵੱਖ-ਵੱਖ ਸਟਾਕ ਸੂਚੀ ਤਰੀਕਿਆਂ ਦੀ ਪਛਾਣ ਕਰਨ ਯੋਗ ਹੈ।		
ਸਟਾਕ ਸੂਚੀ ਪੱਧਰਾਂ ਨੂੰ ਸੰਭਾਲਣ ਲਈ ਯੋਗ ਹੈ।		

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

ਕਾਰਜਕਾਲ 2: ਸਟਾਕ ਪ੍ਰਬੰਧਕ

ਢੁਕਵਾਂ ਗਿਆਨ

ਸਟਾਕ ਪ੍ਰਬੰਧ ਨੂੰ ਸੰਖੇਪ ਰੂਪ ਇਸ ਤਰ੍ਹਾਂ ਵਰਣਨ ਕੀਤਾ ਜਾ ਸਕਦਾ:-

- ਜ਼ਿਆਦਾ ਜਾਂ ਘੱਟ ਭੰਡਾਰ ਨੂੰ ਭਰਨ ਲਈ ਉਚਿਤ ਸਪਲਾਈ ਨੂੰ ਪ੍ਰਾਪਤ ਕਰਨਾ।
- ਬੇਬੁਨਿਆਦੀ ਮੰਗ ਨੂੰ ਪੂਰਾ ਕਰਨ ਲਈ ਸੁਰੱਖਿਅਤ ਸਟਾਕ ਦਾ ਪ੍ਰਬੰਧ ਕਰਨਾ ਅਤੇ ਸਟਾਕ ਦੀ ਸਮੇਂ ਸਿਰ ਪ੍ਰਾਪਤੀ ਵਿੱਚ ਦੇਰੀ ਤੋਂ ਬੱਚਣ ਲਈ
- ਸਮੇਂ ਸਿਰ ਰਿਕਾਰਡਾਂ ਨੂੰ ਬਣਾਈ ਰੱਖਣਾ।

ਸਫ਼ਲ ਸਟਾਕ ਇੰਤਜਾਮ ਵਿੱਚ ਸਟਾਕ ਦੀ ਕੀਮਤ ਨੂੰ ਸਟਾਕ ਦੇ ਲਾਭ ਨਾਲ ਸੰਤੁਲਨ ਕਰਨਾ ਸ਼ਾਮਿਲ ਹੈ। ਬਹੁਤ ਸਾਰੇ ਛੋਟੇ ਵਪਾਰ ਦੇ ਮਾਲਕ ਸਟਾਕ ਨੂੰ ਖਰੀਦਣ ਦੀ ਅਗਲੀ ਕੀਮਤ/ਖਰਚੇ ਵਧਾਉਣ ਵਿੱਚ ਅਸਫਲ ਹੁੰਦੇ ਹਨ। ਉਸ ਵਿੱਚ ਕੇਵਲ ਸਟੋਰ ਕਰਨ ਦੇ ਸਿੱਧੇ ਖਰਚ, ਬੀਮਾ ਅਤੇ ਸਾਰੇ ਟੈਕਸ ਹੀ ਨਹੀਂ ਪ੍ਰੰਤੂ ਸਟਾਕ ਵਿੱਚ ਸ਼ਾਮਲ ਪੈਸੇ ਦਾ ਜੁਰਮਾਨਾ ਵੀ ਸ਼ਾਮਿਲ ਹੈ। ਇਹ ਜੁਰਮਾਨੇ ਦੀ ਲਾਇਨ ਲਈ ਕੇਵਲ ਬਹੁਤ ਜ਼ਿਆਦਾ ਸਟਾਕ ਰੱਖਣ ਅਤੇ ਕਾਫੀ ਸਟਾਕ ਵਾਲੇ ਪ੍ਰਬੰਧਕ ਦਾ ਹੀ ਸੰਬੰਧ ਨਹੀਂ ਇਸ ਵਿੱਚ ਹੋਰ ਵੀ ਸ਼ਾਮਿਲ ਹਨ।

- ਜ਼ਿਆਦਾ ਸਟਾਕ ਦਾ ਇੰਤਜਾਮ ਕਰਨਾ
- ਸਟਾਕ ਕਾਰੋਬਾਰ ਨੂੰ ਵਧਾਉਣਾ
- ਸਟਾਕ ਘੱਟ ਰੱਖਣਾ
- ਕੀਮਤ ਵਿਸਥਾਰਪੂਰਵਕ ਖਰੀਦ ਕਰਕੇ ਘੱਟ ਕੀਮਤਾਂ ਪ੍ਰਾਪਤ ਕਰਨਾ
- ਹੱਥ ਵਿੱਚ ਉਚਿਤ ਸਟਾਕ ਦਾ ਹੋਣਾ।

ਸਟਾਕ ਪ੍ਰਬੰਧ ਵਿਵਸਥਾ ਨੂੰ ਨਿਰੰਤਰ ਅਤੇ ਧਿਆਨਪੂਰਵਕ ਸਟਾਕ ਪ੍ਰਬੰਧ ਵਿਵਸਥਾ ਨੂੰ ਬਾਹਰਲੇ ਅਤੇ ਅੰਦਰੂਨੀ ਤੱਥਾਂ ਦੀ ਨਿਰੰਤਰ ਧਿਆਨਪੂਰਵਕ ਮੁਲਾਂਕਣ ਅਤੇ ਯੋਜਨਾ ਅਤੇ ਪੁਨਰ ਵਿਚਾਰ ਰਾਹੀਂ ਕੰਟਰੋਲ ਕਰਨ ਦੀ ਲੋੜ ਹੈ। ਬਹੁਤ ਸਾਰੇ ਸੰਗਠਨਾਂ ਕੋਲ ਵੱਖਰੇ ਵਿਭਾਗ ਅਤੇ ਕਾਰਜ ਸੰਪਾਦਨ ਹਨ। ਜਿਸ ਨੂੰ ਸਟਾਕ ਯੋਜਨਾਕਾਰ ਕਿਹਾ ਜਾਂਦਾ ਹੈ ਜੋ ਲਗਾਤਾਰ ਅਗਵਾਈ, ਕੰਟਰੋਲ ਅਤੇ ਸਟਾਕ ਦਾ ਪੁਨਰ ਵਿਚਾਰ ਕਰਦੇ ਹਨ ਅਤੇ ਉਤਪਾਦਨ, ਪੈਦਾਵਾਰ ਅਤੇ ਵਿਭਾਗ ਨਾਲ ਜੁੜੇ ਹੁੰਦੇ ਹਨ।

ਸਟਾਕ ਕਾਰੋਬਾਰ ਅਨੁਪਾਤ: ਇੱਕ ਸਮੇਂ ਦੌਰਾਨ ਸਟਾਕ ਕਿੰਨੀ ਵਾਰ ਵਿਕਰੀ ਵਿੱਚ ਬਦਲਦਾ ਹੈ ਉਸਨੂੰ ਸਟਾਕ ਕਾਰੋਬਾਰ ਅਨੁਪਾਤ ਕਿਹਾ ਜਾਂਦਾ ਹੈ। ਸਟਾਕ ਕਾਰੋਬਾਰ ਅਨੁਪਾਤ ਦਾ ਹਿਸਾਬ ਲਗਾਉਣਾ ਪ੍ਰਬੰਧਕੀ ਕਾਰਜ ਦਾ ਇੱਕ ਸਾਧਾਰਣ ਮਾਪ ਹੈ। ਇਹ ਕੀਮਤ ਇੱਕ ਅਨੁਮਾਨ ਦਿੰਦੀ ਹੈ, ਜਿਸ ਰਾਹੀਂ ਪ੍ਰਬੰਧਕ ਨਿਸ਼ਾਨ ਸੈੱਟ ਕਰ ਸਕਦੇ ਹਨ ਅਤੇ ਕਾਰਜ ਦਾ ਮੁਲੰਕਣ ਕਰ ਸਕਦੇ ਹਨ। ਪਰ ਇਹ ਜ਼ਰੂਰ ਮਹਿਸੂਸ ਕਰਨਾ ਚਾਹੀਦਾ ਹੈ ਕਿ ਕਾਰੋਬਾਰ ਰੇਟ ਸਟਾਕ ਦੇ ਕੰਮ ਤੋਂ ਅਤੇ ਵਪਾਰ ਦੀ ਕਿਸਮ ਨਾਲੋ ਵੱਖਰਾ ਹੁੰਦਾ ਹੈ।

ਸਟਾਕ ਪ੍ਰਬੰਧਕ ਪ੍ਰਣਾਲੀ ਦੇ ਉਦੇਸ਼ (Objectives of Management System)

ਇੱਕ ਪ੍ਰਭਾਵਸ਼ਾਲੀ ਸਟਾਕ ਪ੍ਰਬੰਧਕੀ ਪ੍ਰਣਾਲੀ ਦੇ ਉਦੇਸ਼

1. ਮਾਰਕਡਾਊਨਜ਼ ਦਾ ਇੱਕ ਕੰਟਰੋਲ ਪੱਧਰ।
2. ਬੇਬੁਨਿਆਦੀ ਸਟਾਕ ਵਿੱਚ ਘੱਟੋ ਘੱਟ ਨਿਵੇਸ਼।
3. ਸਟਾਕ ਦੀ (ਠੀਕ) ਉਚਿਤ ਕਾਰੋਬਾਰ (ਨਾ ਬਹੁਤ ਨਾ ਹੀ ਘੱਟ)
4. ਸਟੋਰ ਵਪਾਰਕ ਵਸਤਾਂ ਨਾਲ ਘੱਟ ਖਰਚਿਆਂ ਦਾ ਸੰਬੰਧ
5. ਸਟਾਕ ਦੇ ਬਰਾਬਰ ਵਿਕਰੀ ਦਾ ਸੰਤੁਲਨ।

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

6. ਸੀਜ਼ਨ ਤੋਂ ਪਹਿਲਾਂ ਘੱਟ ਤੋਂ ਘੱਟ ਵਪਾਰਕ ਵਸਤੂਆਂ ਲੈਣਾ
7. ਉਪਭੋਗੀ ਦੀਆਂ ਲੋੜਾਂ ਦੀ ਸੰਤੁਸ਼ਟੀ ਲਈ ਸਟਾਕ ਦੀ ਚੌੜਾਈ ਅਤੇ ਡੂੰਘਾਈ ਦੀ ਉਚਿਤ ਸਾਂਭ ਸੰਭਾਲ।
8. ਵੇਚਣ ਵਾਲੀਆਂ ਵਸਤਾਂ ਦੀ ਘੱਟ ਤੋਂ ਘੱਟ ਕਮੀ ਹੋਵੇ।

ਸਟਾਕ ਨਿਗਰਾਨ ਸੁਪਰਵਾਈਜ਼ਰ ਦਾ ਰੋਲ (ਭੂਮਿਕਾ) (Role of Inventory Supervisor) :

ਇੱਕ ਛੋਟੇ ਪ੍ਰਚੂਨ ਵਪਾਰ ਵਿੱਚ ਸਟਾਕ ਸੁਪਰਵਾਈਜ਼ਰ ਹੇਠਲੀ ਲਾਈਨ ਪੱਧਰ ਤੇ ਹਿੱਸਾ/ਯੋਗਦਾਨ ਪਾ ਸਕਦਾ ਹੈ। ਭਾਵੇਂ ਵਿਅਕਤੀ ਵਿਕਰੀ ਜਾਂ ਮਾਰਕੀਟ ਨਹੀਂ ਕਰਦਾ ਅਤੇ ਨਾ ਹੀ ਪੈਸਾ ਬਚਾਉਂਦਾ ਹੈ।

ਵੇਤਨ ਸੂਚੀ ਮੰਡੀਕਰਨ ਦੇ ਪਿੱਛੇ ਸਟਾਕ ਦੂਜਾ ਸਭ ਤੋਂ ਉੱਚਾ ਖਰਚ ਹੋ ਸਕਦਾ ਹੈ ਅਤੇ ਬਿਲਕੁਲ ਠੀਕ ਵਿਅਕਤੀ ਨੂੰ ਲਗਾਉਣਾ ਜੋ ਵਪਾਰ ਦੇ ਇਸ ਪੱਖ ਨੂੰ ਨਿਰੀਖਣ ਕਰਕੇ, ਕੀਮਤਾਂ ਦੇ ਕੰਟਰੋਲ ਵਿੱਚ ਮਦਦ ਕਰ ਸਕਦਾ ਹੈ।

ਸਟਾਕ ਸੁਪਰਵਾਈਜ਼ਰ (ਨਿਗਰਾਨ) ਸਟਾਕ ਦੀ ਸਾਂਭ ਸੰਭਾਲ ਕਰੇਗਾ। ਉਨ੍ਹਾਂ ਨੂੰ ਪ੍ਰੋਗਰਾਮ, ਮੁਲੰਕਣ ਪ੍ਰਕਿਰਿਆਵਾਂ ਅਤੇ ਰੂਪ ਰੇਖਾ ਸੁਧਾਰ ਲਈ ਸਿਫਾਰਿਸ਼ ਕਰ ਸਕਦਾ ਹੈ। ਉਸ ਦੀ ਰੋਲ ਭੂਮਿਕਾ ਹੇਠ ਅਨੁਸਾਰ ਹੈ :

1. ਚੈਕ ਕਰਨ ਦੇ ਤਰੀਕੇ ਸਥਾਪਿਤ ਕਰਨਾ (Establishing Check in Product) : ਸਟਾਕ ਨਿਗਰਾਨ ਨੂੰ ਮਾਲ ਪ੍ਰਾਪਤ ਕਰਨ ਦੇ ਢੰਗਾਂ ਨੂੰ ਜ਼ਰੂਰ ਸਥਾਪਿਤ ਕਰਨਾ ਚਾਹੀਦਾ ਹੈ। ਕਈ ਵਾਰ ਵਿਕਰੇਤਾ ਦਾ ਚਲਾਨ ਅਸਲ ਵਿੱਚ ਪ੍ਰਾਪਤ ਹੋਈਆਂ ਵਸਤਾਂ ਨਾਲ ਨਹੀਂ ਮਿਲਦਾ। ਨਿਗਰਾਨ ਨੂੰ ਇੱਕ ਸਿਸਟਮ ਪ੍ਰਣਾਲੀ ਲਾਗੂ ਕਰਨੀ ਚਾਹੀਦੀ ਹੈ ਕੇਵਲ ਮੰਡੀਆਂ ਦੀ ਚੈਕਿੰਗ ਲਈ ਹੀ ਨਹੀਂ ਜੋ ਅੰਦਰ ਆਉਂਦੀਆਂ ਹਨ ਪ੍ਰੰਤੂ ਵਾਧੇ ਘਾਟੇ ਦੀ ਰਿਪੋਰਟ ਵੀ ਪ੍ਰਬੰਧਕਾਂ ਨੂੰ ਦੇਣੀ ਬਣਦੀ ਹੈ।

2. ਮੁਲੰਕਣ ਢੰਗ ਤਰੀਕਾ ਸਥਾਪਿਤ ਕਰਨਾ (Establishing Valuation Method) : ਸਟਾਕ ਦਾ ਨਿਗਰਾਨ ਨੂੰ ਸਟਾਕ ਮੁਲੰਕਣ ਤਰੀਕਾ ਜਾਂ ਸਟਾਕ ਵਿੱਚ ਸੂਚੀ ਇਸ ਢੰਗ ਨਾਲ ਸਥਾਪਿਤ ਕਰਨੀ ਚਾਹੀਦੀ ਹੈ ਕਿ ਇਹ ਕੰਪਨੀ ਦੇ ਸਟਾਕ ਮੁਲੰਕਣ ਤਰੀਕੇ ਨਾਲ ਮਿਲਦਾ ਹੋਵੇ। ਜੇਕਰ ਸਟਾਕ ਨੂੰ ਪਹਿਲਾ ਅੰਦਰ ਪਹਿਲਾ ਬਾਹਰ (First in First out) ਤਰੀਕੇ ਦੇ ਨਾਲ ਕੱਢਣਾ ਹੈ ਤਾਂ ਨਿਗਰਾਨ ਨੂੰ ਇਹ ਯਕੀਨਨ ਬਣਾਉਣਾ ਪਵੇਗਾ ਕਿ ਪੁਰਾਣੇ ਸਟਾਕ ਨੂੰ ਪਹਿਲੀਆਂ ਸੈਲਫਾਂ ਵਿੱਚ ਰੱਖਣਾ ਹੈ। ਜੇਕਰ ਕੰਪਨੀ ਆਖਰੀ ਅੰਦਰ ਪਹਿਲਾ (Last in First out) ਬਾਹਰ ਤਰੀਕਾ ਵਰਤਦੀ ਹੈ ਤਾਂ ਨਿਗਰਾਨ ਨੂੰ ਚਾਹੀਦਾ ਹੈ ਕਿ ਨਵੇਂ ਮਾਲ ਨੂੰ ਅੱਗੇ ਰੱਖੇ।

3. ਸਟਾਕ ਚੁੱਕਣ ਵਾਲੇ ਤਰੀਕੇ ਦੀ ਰਚਨਾ ਕਰਨਾ: ਸਟੋਰ ਦੇ ਕਰਮਚਾਰੀ ਸਿੱਖਿਅਤ ਹੋਣੇ ਚਾਹੀਦੇ ਹਨ ਅਤੇ ਨਿਗਰਾਨੀ ਕਰਨ ਤਾਂ ਕਿ ਮੁੜ ਹਾਸਿਲ ਕੀਤੇ ਸਮਾਨ ਨੂੰ ਸਹੀ ਢੰਗ ਨਾਲ ਰੱਖੇ। ਨਿਗਰਾਨ ਇਹ ਯਕੀਨੀ ਬਣਾਵੇਗਾ ਕਿ ਕਰਮਚਾਰੀਆਂ ਮੁੜ ਹਾਸਿਲ ਕੀਤੇ ਸਮਾਨ ਨੂੰ ਸਟਾਕ ਕੰਟਰੋਲ ਸੋਫਟਵੇਅਰ ਸਿਸਟਮ ਵਿੱਚ ਇੰਟਰ ਕੀਤਾ ਹੈ। ਇਹ ਯਕੀਨੀ ਬਣਾਉਂਦਾ ਹੈ ਕਿ ਸੋਫਟਵੇਅਰ ਵਿੱਚ ਡਾਟਾ ਸਟਾਕ ਦੇ ਪੱਧਰ ਦੀ ਰਿਪੋਰਟ ਰੱਖਦਾ ਹੈ ਅਤੇ ਨੋਟਿਸਜ ਨੂੰ ਮੁੜ ਤਰਤੀਬ ਦਿੰਦਾ ਹੈ।

4. ਭੇਜਣ ਲਈ ਵਿਧੀਆਂ : ਸਟਾਕ ਨਿਗਰਾਨ ਨੂੰ ਭੇਜਣ ਵਾਲੀ ਆਇਟਮਜ (Ship Items) ਸਮਾਂ ਬੱਧ ਤਰੀਕੇ ਨਾਲ ਆਰਡਰ ਨੂੰ ਪੂਰਾ ਕਰਨ ਲਈ ਰੱਖਣਾ ਚਾਹੀਦਾ ਹੈ। ਭੇਜਣ ਦੇ ਤਰੀਕੇ ਵਿੱਚ ਕੇਵਲ ਦੁਬਾਰਾ ਪ੍ਰਾਪਤੀ ਵਾਲਾ ਸਮਾਨ ਹੀ ਨਹੀਂ ਪ੍ਰੰਤੂ ਰਿਕਾਰਡ ਰੱਖਣਾ ਵਿਕਰੀ ਵਿਭਾਗ ਨੂੰ ਸੂਚਨਾ ਦੇਣਾ ਕਿ ਗਾਹਕ ਨੂੰ ਕਿਹੜੀਆਂ ਚੀਜ਼ਾਂ ਭੇਜੀਆਂ ਹਨ। ਰਿਕਾਰਡ ਰੱਖਣਾ ਚਾਹੀਦਾ ਹੈ।

5. ਘੱਟ ਤੋਂ ਘੱਟ ਸਟਾਕ ਨੂੰ ਰੱਖਣਾ: ਸ਼ਾਇਦ ਸਟਾਕ ਨਿਗਰਾਨ ਦੀ ਇਹ ਬਹੁਤ ਜ਼ਰੂਰੀ ਭੂਮਿਕਾ ਹੈ ਕਿ ਸੰਭਵ ਸਮਾਨ ਦੀ ਘੱਟ ਤੋਂ ਘੱਟ ਮਾਤਰਾ ਰੱਖੇ। ਇਹ ਕੰਪਨੀ ਵਾਧੂ ਸਟਾਕ ਅਤੇ ਕਿਸੇ ਹੋਰ ਪਾਸੇ ਜਿਵੇਂ ਮੰਡੀਕਰਨ ਅਤੇ ਇਸ਼ਤਿਹਾਰਬਾਜੀ ਤੇ ਘੱਟ ਪੈਸੇ ਵਰਤਣ ਦੀ ਆਗਿਆ ਦਿੰਦੀ ਹੈ।

ਕਮੀਆਂ ਅਤੇ ਜ਼ਿਆਦਾ ਪੁਰਾਣਾ ਹੋਣਾ: ਭੌਤਿਕ ਸਟਾਕ ਆਧੁਨਿਕ ਪ੍ਰਚੂਨ ਕੀਮਤਾਂ ਨੂੰ ਕਾਉਂਟਿੰਗ ਸਮੇਂ ਦੇ ਅੰਤ ਵਿੱਚ ਲਿਆ ਜਾਂਦਾ ਹੈ।

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

ਪਰਿਭਾਸ਼ਾ (Definitions) : ਕਿਤਾਬੀ ਰਕਮ ਅਤੇ ਸਟਾਕ ਦੀ ਕੀਮਤ ਵਿੱਚ ਵਾਧੇ ਘਾਟੇ ਨੂੰ ਹੱਥ ਵਿਚਲੇ ਵਪਾਰਕ ਵਸਤੂ ਦੀ ਭੌਤਿਕ ਗਿਣਤੀ ਨਿਰਧਾਰਿਤ ਕਰਦੀ ਹੈ ਜਿਸਦਾ ਵੰਡ/ਵਰਗੀਕਰਣ ਨੂੰ ਕਮੀ ਜਾਂ ਪੁਰਾਣਾ ਸਟਾਕ ਕਿਹਾ ਜਾਂਦਾ ਹੈ। ਜਿਵੇਂ ਵਰਣਨ ਕੀਤਾ ਗਿਆ ਹੈ ਭੌਤਿਕ ਸਟਾਕ ਕਿਤਾਬੀ ਸਟਾਕ ਨਾਲੋਂ ਘੱਟ ਹੋਵੇ ਤਾਂ ਕਮੀ ਹੁੰਦੀ ਹੈ। ਪੁਰਾਣਾ ਸਟਾਕ ਤਾਂ ਹੁੰਦਾ ਹੈ ਜੇਕਰ ਭੌਤਿਕ ਗਿਣਤੀ ਸੰਖਿਅਕ ਗਿਣਤੀ ਤੋਂ ਵੱਧ ਹੈ।

ਵਪਾਰਕ ਕੰਮ ਨੂੰ 100% ਸਹੀ ਚਲਾਉਣਾ ਲਗਭਗ ਅਸੰਭਵ ਹੈ ਕਮੀ ਅਤੇ ਪੁਰਾਣਾ ਸਟਾਕ ਹੋਣ ਦੀ ਹਮੇਸ਼ਾਂ ਆਸ ਹੁੰਦੀ ਹੈ।

ਘਾਟ ਹੋਣੀ ਜਾਂ ਪੁਰਾਣਾ ਹੋਣ ਦੇ ਕਾਰਨ: ਕਮੀ ਪੇਸ਼ੀ ਦਾ ਮੁੱਖ ਕਾਰਣ ਸਮੇਂ ਸਿਰ ਰਿਕਾਰਡ ਨੂੰ ਚੈਕ ਨਹੀਂ ਕਰਨਾ ਹੈ। ਜਿਸ ਨੂੰ ਅਸਲੀਅਤ ਵਿੱਚ ਪੂਰੀ ਤਰ੍ਹਾਂ ਬਚਾਇਆ ਨਹੀਂ ਜਾ ਸਕਦਾ। ਸਟਾਕ ਦਾ ਪੁਰਾਣਾ ਹੋਣਾ ਗਲਤ ਰਿਕਾਰਡ ਰੱਖਣ ਦਾ ਦੋਸ਼ ਹੋ ਸਕਦਾ।

ਕਮੀ-ਪੇਸ਼ੀ ਜਾਂ ਪੁਰਾਣਾ ਹੋਣ ਦੇ ਕਾਰਨ

1. ਕਿਤਾਬਾਂ ਦੀ ਗਿਣਤੀ ਵਿੱਚ ਲਿਖਤੀ ਗਲਤੀਆਂ ਦਾ ਹੋਣਾ ਅਤੇ ਫਿਜ਼ੀਕਲ ਸਟਾੱਕ ਵਿੱਚ ਸਹੀ ਢੰਗ ਨਾਲ ਮਾਰਕ ਕਰਨ ਵਿੱਚ ਅਸਫਲ ਹੋਣਾ ਹੈ। ਪ੍ਰਚੂਨ ਚਲਾਨ ਦਾ ਗਲਤ ਹੋਣਾ, ਵਿਭਾਗ ਚਲਾਨ ਕੀਮਤ ਲੈਣ ਵਿੱਚ ਗਲਤੀ ਕਰਨਾ। ਰਿਕਾਰਡ ਬਦਲਣ ਵਿੱਚ ਗਲਤੀ ਹੋਣਾ, ਵਿਕਰੇਤਾ ਨੂੰ ਵਪਾਰ ਕਰਨ ਦੇ ਰਿਕਾਰਡ ਵਿੱਚ ਗਲਤੀ ਹੋਣਾ ਅਤੇ ਭੌਤਿਕ ਸਟਾਕ ਸੂਚੀ ਦੀ ਰੀਕਾਰਡਿੰਗ ਵਿੱਚ ਗਲਤੀ ਹੋਣਾ।
2. ਭੌਤਿਕ ਵਪਾਰਕ ਵਸਤੂਆਂ ਵਿੱਚ ਹਾਨੀ, ਜਿਸ ਵਿੱਚ ਗਾਹਕਾਂ ਜਾਂ ਕਰਮਚਾਰੀਆਂ ਦੁਆਰਾ ਚੋਰੀ ਵੀ ਸ਼ਾਮਿਲ ਹੈ, ਬਿਨਾਂ ਰਿਕਾਰਡ ਵਸਤੂ ਦਾ ਟੁੱਟਣਾ ਜਾਂ ਖਰਾਬ ਹੋਣਾ ਵਿਕਰੀ ਕਲਰਕ, ਵਿਕਰੀ ਰਿਕਾਰਡ ਵਿੱਚ ਗਲਤੀਆਂ, ਜ਼ਿਆਦਾ ਮਾਪਣਾ, ਵਪਾਰਕ ਵਸਤੂ ਦਾ ਉਧਾਰ ਲੈਣਾ ਆਦਿ।

ਬਹੁਤ ਜ਼ਿਆਦਾ ਸਟਾਕ (Buffer Inventory)

ਸਟਾਕ ਕਦੇ ਕਦੇ ਮੰਗ ਅਤੇ ਸਪਲਾਈ ਦੇ ਅਨਿਸ਼ਚਿਤ ਹੋਣ ਵਾਲੀਆਂ

ਬਿਨਾਂ ਸੋਚੀਆਂ ਘਟਨਾਵਾਂ ਤੋਂ ਬਚਾਉਣ ਲਈ ਜਿਵੇਂ ਕਿ ਸਮੇਂ ਸਿਰ ਸਾਮਾਨ

ਦਾ ਨਾ ਹੋਣਾ, ਸਪਲਾਈਰਜ ਦੇ ਸਪਲਾਈ ਕੀਤੇ ਖਰਾਬ ਉਤਪਾਦ। ਇਹੋ ਜਿਹੇ ਸਟਾਕ ਕੁਸ਼ਨਾਂ ਨੂੰ ਅਕਸਰ ਸੇਫਟੀ ਸਟਾਕ (Stock) .... ਕਿਹਾ ਜਾਂਦਾ ਹੈ।

ਪਰਿਭਾਸ਼ਾ: ਸੁਰੱਖਿਅਤ ਸਟਾਕ ਜਾਂ ਬਹੁਤ ਵੱਡਾ ਸਟਾਕ, ਹੱਥ ਵਿੱਚਲੇ ਸਟਾਕ ਦੀ ਕੋਈ ਵੀ ਗਿਣਤੀ ਵੱਧ ਘੱਟ ਹੈ ਜਿਹੜੀ ਮੰਗ ਨੂੰ ਪੂਰਾ ਕਰਨ ਵਿੱਚ ਵਰਤਮਾਨ ਲੋੜ ਹੈ। ਆਮ ਤੌਰ ਤੇ ਜਿੰਨਾਂ ਵੱਡੇ ਸਟਾਕ ਦਾ ਪੱਧਰ ਉੱਚਾ ਹੋਵੇਗਾ। ਉਨ੍ਹਾਂ ਹੀ ਕੰਪਨੀ ਦੇ ਗਾਹਕ ਦੀਆਂ ਸੇਵਾਵਾਂ ਵਧੀਆ ਹੋਣਗੀਆਂ। ਇਹ ਇਸ ਲਈ ਹੁੰਦਾ ਹੈ ਕਿਉਂਕਿ ਕੰਪਨੀ ਘੱਟ ਸਟਾਕ ਦੇ ਕੇ ਪੀੜਤ ਹੈ ਅਤੇ ਉਸ ਨੂੰ ਆਈਟਮ ਦਾ ਆਰਡਰ ਵਾਪਸ ਕਰਨ ਦੀ ਲੋੜ ਨਹੀਂ ਹੈ। ਗਾਹਕਾਂ ਨੂੰ ਅਗਲੇ ਆਰਡਰ ਦੀ ਉਡੀਕ ਕਰਨੀ ਪੈਂਦੀ ਹੈ ਜਾਂ ਇਸ ਤੋਂ ਵੀ ਵਧੀਆ ਗਾਹਕ ਨੂੰ ਖਾਲੀ ਹੱਥੀ ਵਾਪਸ ਜਾਣ ਅਤੇ ਹੋਰ ਉਤਪਾਦਕ ਲੱਭਣ ਦਾ ਕਾਰਨ ਬਣਦਾ ਹੈ। ਸਪੱਸ਼ਟ ਹੈ ਗਾਹਕ ਦੀਆਂ ਵਧੀਆ ਸੇਵਾਵਾਂ ਹੋਣਾ ਉਪਭੋਗਤਾ ਦੀ ਵੱਧ ਸੰਤੁਸ਼ਟੀ ਹੋਣਾ।

ਪੂਰਵ ਅਨੁਮਾਨ ਸਟਾਕ A

ਸਮੇਂ ਤੋਂ ਪਹਿਲਾ ਸਟਾਕ ਕੰਪਨੀ ਅਕਸਰ ਉਹ ਖਰੀਦੇਗੀ ਅਤੇ ਆਪਣੇ ਹੱਥ ਵਿੱਚ ਸਟਾਕ ਰੱਖੇਗੀ ਜਿਹੜੇ ਉਸ ਦੀ ਵਰਤਮਾਨ ਜ਼ਰੂਰਤ ਨਾਲੋਂ ਜ਼ਿਆਦਾ ਹੈ। ਮੌਸਮ ਅਨੁਸਾਰ ਮੰਗ ਵਿੱਚ ਵਾਧਾ ਅਤੇ ਕੀਮਤਾਂ ਵਿੱਚ ਵਾਧਾ ਜਾਂ ਮਜ਼ਦੂਰਾਂ ਦੀ ਹੜਤਾਲ ਵਿੱਚ ਵਾਧਾ, ਇਹ ਜੁਗਾੜ ਪ੍ਰਚੂਨ ਵਪਾਰੀਆਂ ਦੁਆਰਾ ਵਰਤਿਆ ਜਾਂਦਾ ਹੈ। ਜਿਹੜੇ ਆਪਣੀ ਆਦਤ ਅਨੁਸਾਰ ਆਪਣੇ ਉਤਪਾਦ ਦੀ ਇੱਕ ਮਹੀਨਾ ਪਹਿਲਾ ਸਟਾਕ ਸੂਚੀ ਬਣਾਉਂਦੇ ਹਨ।

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

ਜਿਹੜੀ ਅਸਧਾਰਣ ਰੂਪ ਵਿੱਚ ਹੋਵੇਗੀ। (ਉਦਾਹਰਨਾਂ ਦੇ ਤੌਰ ਤੇ ਦਿਵਾਲੀ ਦਾ ਤਿਉਹਾਰ, ਨਵਾਂ ਸਾਲ, ਮੌਨਸੂਨ ਦਾ ਮੌਸਮ ਆਦਿ।

ਉਤਪਾਦਕ ਆਮ ਤੌਰ ਤੇ ਆਉਂਦੇ ਹੀ ਮੰਗ ਦਾ ਅੰਦਾਜਾ ਲਗਾਉਂਦੇ ਹਨ ਅਤੇ ਆਪਣੇ ਉਤਪਾਦ ਨੂੰ ਮੰਗ ਦੇ ਵੱਧਣ ਦੀ ਆਸ ਤੋਂ ਬਹੁਤ ਪਹਿਲਾਂ ਹੀ ਬਣਾਉਂਦੇ ਹਨ ਤਾਂ ਕਿ ਵਸਤੂ ਲਗਾਤਾਰ ਭੇਜ ਸਕਣ ਦੀ ਵਿਵਸਥਾ ਕਰ ਸਕਣ। ਪ੍ਰਚੂਨ ਵਪਾਰੀ ਵੀ ਵਸਤੂਆਂ ਦਾ ਸਟਾਕ ਕਰ ਲੈਂਦੇ ਹਨ ਜਿਨ੍ਹਾਂ ਦੀ ਸੀਜ਼ਨ ਅਤੇ ਤਿਉਹਾਰਾਂ ਦੇ ਮੌਕੇ ਬਹੁਤ ਜ਼ਿਆਦਾ ਮੰਗ ਹੁੰਦੀ ਹੈ।

ਸਟਾਕ ਫਿਰ ਤੋਂ ਭਰਨਾ (Inventory Replenishment): ਸਟਾਕ ਪ੍ਰਬੰਧ ਵਿਵਸਥਾ ਦਾ ਜ਼ਰੂਰੀ ਪਹਿਲੂਆਂ ਵਿੱਚੋਂ ਇੱਕ ਹੈ। ਸੰਤੁਲਿਤ ਸਟਾਕ ਵਿਵਸਥਾ ਲਈ ਹੇਠ ਦਿੱਤੇ ਸਵਾਲਾਂ ਦੇ ਉੱਤਰ ਦੇਣੇ ਚਾਹੀਦੇ ਹਨ।

1. ਕੀ ਆਰਡਰ ਦੇਣਾ ਹੈ ?
2. ਕਦੋਂ ਆਰਡਰ ਦੇਣਾ ਹੈ ?
3. ਕਿੰਨਾ ਆਰਡਰ ਦੇਣਾ ਹੈ ?

ਪਹਿਲਾਂ ਸਵਾਲ ਕਿਹੜੇ ਆਰਡਰ ਕਰਨਾ ਹੈ ਦਾ ਜਵਾਬ ਤੇਜੀ ਨਾਲ ਚੱਲਣ ਵਾਲੀਆਂ ਚੀਜ਼ਾਂ ਨੂੰ ਪਛਾਣ ਕੇ ਦਿੱਤਾ ਜਾ ਸਕਦਾ ਹੈ। ਜੇਕਰ ਉਤਪਾਦ ਦੀ ਮੰਗ ਜ਼ਿਆਦਾ ਹੈ ਤਾਂ ਅਜਿਹੀਆਂ ਚੀਜ਼ਾਂ ਦਾ ਜ਼ਿਆਦਾ ਸਟਾਕ ਕਰਨਾ ਜ਼ਰੂਰੀ ਹੈ।

ਦੂਸਰਾ ਸਵਾਲ ਕਦੋਂ ਆਰਡਰ ਕਰਨਾ ਹੈ ਦਾ ਜਵਾਬ ਚੀਜ਼ਾਂ ਦੀ ਗਤੀ ਤੇ ਪੁਨਰ ਵਿਚਾਰ ਕਰਕੇ ਪਹਿਲਾਂ ਵਿਕੀਆਂ ਚੀਜ਼ਾਂ ਦੇ ਆਧਾਰ ਤੇ ਕੀਤਾ ਜਾ ਸਕਦਾ ਹੈ।

ਪਹਿਲਾਂ ਸਮੇਂ ਦਾ ਵਰਣਨ ਦਿਨਾਂ ਦੀ ਗਿਣਤੀ, ਹਫ਼ਤੇ ਜਾਂ ਮਹੀਨਿਆਂ ਦੁਆਰਾ ਕੀਤੀ ਜਾ ਸਕਦੀ ਹੈ।

ਉਦਾਹਰਨ ਦੇ ਤੌਰ: ਜੇ ਇੱਕ ਪੀਣ ਵਾਲੀਆਂ ਚੀਜ਼ਾਂ ਦਾ ਸਟੋਰ (Grocerry Store) ਇੱਕ ਗਰੋਸਰੀ ਸਟੋਰ ਬਰੈਡ ਦੀ ਸਪਲਾਈ ਤਿੰਨ ਦਿਨ ਕਰਦਾ ਹੈ ਅਤੇ ਹਰ ਰੋਜ ਔਸਤ 10 ਬਰੈਡ ਦੀ ਵਿਕਰੀ ਕਰਦਾ ਹੈ ਤੱਦ ਸਟਾਕ ਸੂਚੀ ਤਿਆਰ ਕਰਨੀ ਹੈ। ਇਸ ਤਰ੍ਹਾਂ ਗਿਣਤੀ ਕਰਨੀ ਹੈ:

ਸਟਾਕ ਦਾ ਪੱਧਰ = ਕਿੰਨੇ ਦਿਨ ਸਪਲਾਈ × ਰੋਜ਼ਾਨਾ ਔਸਤ ਮੰਗ
= 3 × 10
ਸਟਾਕ ਪੱਧਰ = 30

ਜੇ ਬਰੈਡ ਦਾ ਉਪਲੱਬਧ ਸਟਾਕ 14 ਯੂਨਿਟ ਹੈ ਤਾਂ ਗਰੋਸਰ ਨੂੰ (30 -14) = 16 ਬਰੈਡ ਖਰੀਦਣੀਆਂ ਪੈਣਗੀਆਂ। ਜੇ ਸਪਲਾਈ ਕੰਮ ਮੈਨੇਜਮੈਂਟ ਤੇਜ਼ ਹੈ ਤਾਂ ਸਟੋਕ ਵਿੱਚ 30 ਬਰੈਡ ਦੀ ਵਿਵਸਥਾ ਕਰਨ ਦੀ ਲੋੜ ਨਹੀਂ ਹੈ। ਗਰੋਸਰ ਆਪਣੀਆਂ ਰੋਜ਼ ਦੀਆਂ ਲੋੜਾਂ ਨੂੰ ਪੂਰਾ ਕਰਨ ਲਈ 10 ਬਰੈਡ ਹੋਲ ਸੇਲ ਵਪਾਰੀ ਤੋਂ ਖਰੀਦ ਸਕਦਾ ਹੈ।

ਬੰਦ ਸਟਾਕ ਦਾ ਹਿਸਾਬ ਕਿਤਾਬ (Calculation of Closing Inventory) : ਸਟਾਕ ਦੇ ਪੱਧਰ ਲਗਾਤਾਰ ਬਦਲਦੇ ਹਨ। ਜਿਵੇਂ ਵਸਤੂਆਂ ਵੇਚੀਆਂ ਜਾਂਦੀਆਂ ਹਨ ਸਟਾਕ ਘਟਦਾ ਹੈ। ਸਟਾਕ ਦੀ ਸਟਾਕ ਬੰਦ (closing) ਦਾ ਹਿਸਾਬ ਕਿਤਾਬ ਕਰਨਾ ਹੇਠ ਲਿਖੇ ਅਨੁਸਾਰ ਹੈ।

ਸ਼ੁਰੂ ਵਿੱਚ ਸਟਾਕ + ਸਮੇਂ ਦੌਰਾਨ ਜਮ੍ਹਾਂ ਸਟਾਕ (-) ਸਮੇਂ ਦੌਰਾਨ ਕਟੌਤੀ = ਅੰਤਿਮ ਵਿੱਚ ਸਟਾਕ

ਉਦਾਹਰਨ ਦੇ ਤੌਰ ਤੇ ਕਿਸੇ ਪ੍ਰਚੂਨ ਵਪਾਰੀ ਕੋਲ ਪਹਿਲੀ ਅਪ੍ਰੈਲ ਨੂੰ 150 ਟੈਲੀਵਿਜਨ ਸੈਟ ਸਟਾਕ ਦੇ ਤੌਰ ਤੇ ਹਨ ਮਹੀਨੇ ਵਿੱਚ 40 ਯੂਨਿਟ ਟੈਲੀਵੀਜ਼ਨ ਦੇ ਵੇਚ ਦਿੰਦਾ ਹੈ ਅਤੇ 30 ਯੂਨਿਟ ਖਰੀਦਦਾ ਹੈ। ਬੰਦ ਹੋਣ ਸਮੇਂ ਬੰਦ ਹੋਣ ਵਾਲੇ ਸਟਾਕ (Closing Inventory) ਇਸ ਦਾ ਇਸ ਤਰ੍ਹਾਂ ਹਿਸਾਬ ਕਿਤਾਬ ਲਗਾਉਂਦੇ ਹਨ:

ਬੰਦ ਹੋਇਆ ਸਟਾਕ = 150 + 30 – 40 = 140 ਯੂਨਿਟ।

ਉਸੇ ਸਮੇਂ 'ਕਿਤਾਬ ਸਟਾਕ' ਪ੍ਰਚੂਨ ਵਿੱਚ ਭੌਤਿਕ ਗਿਣਤੀ ਦੀ ਕੀਮਤ ਨਾਲ ਐਡਜੈਸਟ ਕੀਤਾ ਜਾਂਦਾ ਹੈ।

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

ਅਭਿਆਸ : ਮੁਲੰਕਣ

1. ਪ੍ਰਚੂਨ ਸਟੋਰ ਤੇ ਜਾਓ ਅਤੇ ਵਪਾਰ ਵਸਤਾਂ ਲਈ ਸਟਾਕ ਸੂਚੀ ਦੀ ਲੋੜ ਦਾ ਅਨੁਸਰਨ ਕਰੋ।
2. ਪ੍ਰਚੂਨ ਸਟੋਰ ਤੇ ਜਾਓ ਅਤੇ ਸਟਾਕ ਪ੍ਰਬੰਧਕ ਵਿਵਸਥਾ ਦੀਆਂ ਲੋੜਾਂ ਦਾ ਅਨੁਸਰਨ ਕਰੋ।
3. ਕਿਸੇ ਪ੍ਰਚੂਨ ਸਟੋਰ ਤੇ ਜਾਓ ਅਤੇ ਸਟਾਕ ਐਸੋਸੀਏਟ ਦੁਆਰਾ ਕੀਤੇ ਕਾਰਜਾਂ ਦਾ ਅਨੁਸਰਨ ਕਰੋ।

ਮੁਲੰਕਣ

A. ਖਾਲੀ ਥਾਵਾਂ ਭਰੋ

1. ਸਫਲ .... ਸਟਾਕ ਦੀ ਕੀਮਤ ਦਾ ਸੰਤੁਲਨ ਸ਼ਾਮਿਲ ਹੈ।
2. ਸਟਾਕ ਟਰਨਓਵਰ (turnover) ਅਨੁਪਾਤ ਇੱਕ ਸਾਧਾਰਣ ਮਿਣਤੀ ਦੀ .... ਪ੍ਰਫੋਰਮੈਂਸ ਹੈ।
3. ਭੌਤਿਕ ਸਟਾਕ ਤੇ .... ਪ੍ਰਚੂਨ ਕੀਮਤ ਗਿਣਤੀ ਮਿਆਦ ਦੇ ਬਾਅਦ ਲਈ ਜਾਂਦੀ ਹੈ।
4. ਸਹੀ ਨਾ ਹੋਣ ਦੀ ਕਮੀ................ ਜਾਂ ਨੁਕਸਦਾਰ ਭੌਤਿਕ ਗਿਣਤੀ।

B. ਬਹੁ ਚੋਣ ਵਾਲੇ ਪ੍ਰਸ਼ਨ

1.
   (*a*) ਸਟੋਰ ਕਰਨ ਤੇ ਕੀਮਤ ਵਿੱਚ ਵਾਧਾ ਭੰਡਾਰ
   (*b*). ਸਟਾਕ ਦੀ ਕੀਮਤ ਵਿੱਚ ਸੰਤੁਲਨ
   (*c*). ਟੈਕਸ ਤੋਂ ਬਚਣਾ
   (*d*) ਉਪਰਲਿਆਂ ਵਿੱਚੋਂ ਕੋਈ ਨਹੀਂ
2. ਕਮੀ/ਥੁੜ੍ਹ ਉਸ ਵੇਲੇ ਹੁੰਦੀ ਹੈ ਜਦੋਂ ਭੌਤਿਕ ਸਟਾਕ ਥੋੜ੍ਹਾ ਹੋਵੇ।
   (*a*) ਸਟਾਕ ਦੀ ਕੀਮਤ
   (*b*) ਭੌਤਿਕ ਗਿਣਤੀ
   (*c*) ਕਿਤਾਬੀ ਸਟਾਕ
   (*d*) ਉਪਰਲਿਆਂ ਵਿੱਚੋਂ ਕੋਈ ਨਹੀਂ
3. ਅਨੁਪਾਤ ਵੇਰੀਏਸ਼ਨ (ਵਾਧੇ ਘਾਟੇ) ਢੰਗ ਹੇਠ, ਸਟਾਕ ਲੈਵਲ ਤੇ ਵਿਚਾਰ ਕਰਨੀ ਚਾਹੀਦੀ ਹੈ ਜਦੋਂ –
   (*a*) ਅਸਲੀ ਵਿਕਰੀ
   (*b*) ਅਨੁਮਾਨਿਤ ਵਿਕਰੀ
   (*c*) ਯੋਜਨਾਬੱਧ ਵਿਕਰੀ
   (*d*) ਉਪਰਲਿਆਂ ਵਿੱਚੋਂ ਕੋਈ ਨਹੀਂ
4. ਸਟਾਕ ਕੁਸ਼ਲ ਦਾ ਇਸ ਤਰਾਂ ਵੀ ਹਵਾਲਾ ਦਿੱਤਾ ਜਾਂਦਾ ਹੈ।
   (*a*) ਵੱਧ ਤੋਂ ਵੱਧ ਸਮਾਨ
   (*b*) ਸੁਰੱਖਿਅਤ ਸਟਾਕ
   (*c*) ਸਟਾਕ ਬਾਹਰ
   (*d*) ਉਪਰੋਕਤ ਵਿੱਚੋਂ ਕੋਈ ਨਹੀਂ
5. ਬੇਅਰਥ ਉੱਚਾ ਸਟਾਕ ਰੱਖਣ ਦੀ ਲੋੜ ਨੂੰ
   (*a*) ਸ਼ਕਤੀਸ਼ਾਲੀ ਸਟਾਕ
   (*b*) ਪੂਰਵ ਅਨੁਮਾਨ ਸਟਾਕ
   (*c*) ਉਤਮ ਸਭ ਤੋਂ ਵੱਧ ਸਟਾਕ
   (*d*) ਉਪਰੋਕਤ ਵਿੱਚੋਂ ਕੋਈ ਨਹੀਂ

C. ਛੋਟੇ ਪ੍ਰਸ਼ਨ ਉੱਤਰ

1. ਸਟਾਕ ਪ੍ਰਬੰਧ ਵਿਵਸਥਾ (ਪ੍ਰਣਾਲੀ) ਦੇ ਪੰਜ ਉਦੇਸ਼ਾਂ ਦੀ ਲਿਸਟ ਬਣਾਓ।
2. ਪ੍ਰਚੂਨ ਦੀ ਦੁਕਾਨ ਤੇ ਜਾਓ ਜਾਂ ਵਿਭਾਗੀ ਸਟੋਰ ਅਤੇ ਸਟਾਕ ਵਿੱਚ ਕਮੀਆਂ (Shortages) ਦੇ ਕਾਰਨਾਂ ਨੂੰ ਪਛਾਣੋ।

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

3. ਸ਼ਕਤੀਸ਼ਾਲੀ ਸਟਾਕ ਦੀ ਮਹੱਤਤਾ ਬਾਰੇ ਵਰਣਨ ਕਰੋ।
4. ਸਟਾਕ ਮੁਲੰਕਣ ਦੇ ਤਰੀਕਿਆਂ ਦਾ ਵਰਣਨ ਕਰੋ।

ਮੁਲੰਕਣ ਕਿਰਿਆ ਦੀ ਚੈਕ ਲਿਸਟ:

ਹੇਠ ਦਿੱਤੀ ਚੈਕਲਿਸਟ ਦੀ ਵਰਤੋਂ ਕਰੋ ਅਤੇ ਦੇਖੋ ਜੇਕਰ ਤੁਸੀਂ ਮੁਲੰਕਣ ਦੀਆਂ ਸਾਰੀਆਂ ਸ਼ਰਤਾਂ ਪੂਰੀਆਂ ਕਰਦੇ ਹੋ।

Part - A

- ਸਟਾਕ ਪ੍ਰਬੰਧ ਵਿਵਸਥਾ ਦੀ ਧਾਰਨਾ ਨੂੰ ਸਮਝਿਆ।
- ਪ੍ਰਭਾਵਸ਼ਾਲੀ ਸਟਾਕ ਦੇ ਉਦੇਸ਼ਾਂ ਦੀ ਲਿਸਟ ਬਣਾਓ।
- ਥੁੜ ਅਤੇ ਪੁਰਾਣੀਆਂ ਚੀਜ਼ਾਂ ਦਾ ਵਰਣਨ ਕਰੋ
- ਪੁਨਰ ਅਨੁਮਾਨਿਤ ਸਟਾਕ ਦੀ ਧਾਰਨਾ ਦਾ ਵਰਣਨ ਕਰੋ।

Part - B

ਹੇਠ ਦਿੱਤੇ ਲਿਖਿਆਂ ਦੀ ਜਮਾਤ ਵਿੱਚ ਚਰਚਾ ਕਰੋ।

- ਸਟਾਕ ਪ੍ਰਬੰਧ ਵਿਵਸਥਾ ਦੀ ਮਹੱਤਤਾ ਕੀ ਹੈ ?
- ਪ੍ਰਭਾਵਸ਼ਾਲੀ ਸਟਾਕ ਪ੍ਰਬੰਧ ਵਿਵਸਥਾ ਦੀ ਲੋੜ ਦਾ ਵਰਣਨ ਕਰੋ।
- ਘੱਟ ਅਤੇ ਪੁਰਾਣੀਆਂ ਵਸਤਾਂ (overages) ਕਿਉਂ ਪੈਦਾ ਹੁੰਦੀਆਂ ਹਨ ?

Part - C

ਕਾਰਜ ਪੱਧਰ

ਕਾਰਜ ਪੱਧਰ ਵਿੱਚ ਸ਼ਾਮਿਲ ਹੈ:

ਪ੍ਰਦਰਸ਼ਨ ਪੱਧਰ	ਹਾਂ	ਨਾਂ
ਸਟਾਕ ਪ੍ਰਬੰਧ ਵਿਵਸਥਾ ਦੀ ਪਛਾਣ ਅਤੇ ਉਦੇਸ਼ ਵਰਣਨ ਕਰਨ ਦੇ ਯੋਗ ਹੋਣਾ		
ਥੁੜ੍ਹਾਂ ਅਤੇ ਪੁਰਾਣੀਆਂ ਵਸਤਾਂ ਦੇ ਪੈਦਾ ਹੋਣ ਵਾਲੇ ਅੰਤਰ ਦੱਸਣ ਦੇ ਯੋਗ ਹੋਣਾ।		

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

ਕਾਰਜਕਾਲ 3: ਸਟਾਕ ਸੂਚੀ ਕੰਟਰੋਲ

ਢੁਕਵਾਂ ਗਿਆਨ

ਸਟਾਕ ਸੂਚੀ ਕੰਟਰੋਲ ਸਿਸਟਮ (ਪ੍ਰਣਾਲੀ) ਹਾਰਡਵੇਅਰ ਅਤੇ ਸੋਫਟਵੇਅਰ (Software) ਤੇ ਅਧਾਰਿਤ ਇੱਕ ਸੈਟ ਹੈ ਜੋ ਸਟਾਕ (ਵਸਤੂ ਸੂਚੀ) ਨੂੰ ਆਪਣੇ ਆਪ ਰਾਹ ਪਾਉਂਦਾ ਹੈ। ਸਟਾਕ ਸੂਚੀ ਕੰਟਰੋਲ ਪ੍ਰਣਾਲੀ ਨਾਲ ਲੱਭੀਆਂ ਜਾਂ ਪਤਾ ਕੀਤੀਆਂ ਗਈਆਂ ਸਟਾਕ ਸੂਚੀਆਂ ਦੀਆਂ ਕਿਸਮਾਂ ਵਿੱਚ ਕਿਸੇ ਵੀ ਪ੍ਰਕਾਰ ਦੀ ਮਾਤਰਾ ਮਿਣਨਯੋਗ ਵਸਤੂ ਸ਼ਾਮਲ ਹੋ ਸਕਦੀ ਹੈ ਜਿਵੇਂ ਕਿ ਰੋਟੀ (ਖਾਣਾ) ਕੱਪੜੇ, ਕਿਤਾਬਾਂ, ਸਾਜੋ ਸਮਾਨ ਅਤੇ ਹੋਰ ਸਕੀਮਾਂ ਜਿੰਨ੍ਹਾਂ ਨੂੰ ਉਪਭੋਗਤਾ, ਪ੍ਰਚੂਨ ਵਪਾਰੀ ਜਾਂ ਪੂਰਨ ਵਿਕਰੇਤਾ ਖਰੀਦ ਸਕਦੇ ਹਨ।

ਆਧੁਨਿਕ ਸਟੱਕ ਕੰਟਰੋਲ ਪ੍ਰਣਾਲੀਆਂ ਲਗਭਗ ਪੂਰੀ ਤਰ੍ਹਾਂ ਬਾਰਕੋਡ ਟੈਕਨੋਲੋਜੀ (Barcode Technology) ਤੇ ਅਧਾਰਿਤ ਹਨ। ਭਾਵੇਂ ਬਾਰਕੋਡ ਪ੍ਰਣਾਲੀ ਸ਼ੁਰੂ ਵਿੱਚ ਗਰੋਸਰੀ (ਪੀਣ ਵਾਲੇ ਪਦਾਰਥ) ਸਟੋਰਾਂ ਨੂੰ ਚੈਕ ਕਰਨ ਵਾਸਤੇ ਉੱਨਤ ਹੋਈਆਂ ਹਨ, ਪਰ ਉਨ੍ਹਾਂ ਦੀ ਬਹੁਤ ਸਾਰੀ ਤਰ੍ਹਾਂ ਦੇ ਅੱਖਰਾਂ ਅਤੇ ਸੰਬੰਧਕ ਚਿੰਨ੍ਹਾਂ ਨੂੰ ਸੰਕੇਤਕ ਕਰਨ ਦੀ ਯੋਗਤਾ ਕਰਕੇ ਉਹਨਾਂ ਨੂੰ ਵਪਾਰਕ ਵਸਤਾਂ ਦੇ ਸਟਾਕ ਦੀ ਵਰਤੋਂ ਕਰਨ ਦਾ ਆਦਰਸ਼ ਬਣਾਇਆ।

ਸਟਾਕ ਸੂਚੀ ਪ੍ਰਣਾਲੀ ਦਾ ਸੂਚਨਾ ਨੂੰ ਸੰਚਾਰ ਕਰਨ ਲਈ ਵਾਇਰਲੈਸ ਤਕਨੋਲੋਜੀ ਦੀ ਵਰਤੋਂ ਸਹੀ ਸਮੇਂ ਤੇ ਕੰਮ ਕਰਨਾ ਹੈ। ਸਟਾਕ ਕੰਟਰੋਲ ਪ੍ਰਣਾਲੀ ਦਾ ਕੰਮ ਸਹੀ ਸਮੇਂ ਤੇ ਵਾਰਿਲੈਸ ਤਕਨੀਕ ਦੀ ਵਰਤੋਂ ਕਰਨਾ ਹੈ ਜੋ ਸੂਚਨਾ ਦਾ ਪ੍ਰਸਾਰਣ ਸੈਂਟਰਲ ਕੰਪਿਊਟਰ ਪ੍ਰਣਾਲੀ ਨੂੰ ਕਰਦੀ ਹੈ ਜਦੋਂ ਲੈਣ ਦੇਣ ਹੁੰਦਾ ਹੈ।

ਸਟਾਕ ਕੰਟਰੋਲ ਪ੍ਰਣਾਲੀ ਦੀ ਵਰਤੋਂ ਬਹੁਤ ਸਾਰੀਆਂ ਵਸਤੂਆਂ ਤੇ ਵਰਤਣ ਲਈ ਹੁੰਦੀ ਹੈ। ਪ੍ਰੰਤੂ ਉਹ ਸਾਰੀਆਂ ਵਸਤੂਆਂ ਸਪੁਰਦਗੀ ਦੇ ਮਾਰਗ ਤੇ ਗਾਹਕ ਨੂੰ ਘੁੰਮਾਉਂਦੀਆਂ ਹਨ। ਸਟਾਕ ਦਾ ਕੰਟਰੋਲ ਪ੍ਰਚੂਨ ਸਟੋਰ ਲਈ ਬੜਾ ਗੰਭੀਰ ਹੈ।

ਖਾਸ ਕਰਕੇ ਉਨ੍ਹਾਂ ਲਈ ਜਿਹੜੇ ਬਹੁਤ ਜ਼ਿਆਦਾ ਜਾਂ ਬਹੁਤ ਕਿਸਮ ਦੀਆਂ ਵਪਾਰਕ ਵਸਤਾਂ ਵੇਚਦੇ ਹਨ। ਸਟਾਕ ਕੰਟਰੋਲ ਸਿਸਟਮ ਨੂੰ ਗੁਦਾਮਾਂ ਵਿੱਚ ਆਰਡਰ ਅਤੇ ਵਸਤਾਂ ਭੇਜਣ ਲਈ ਮਾਰਗ ਚਿੰਨ ਲਈ ਵਰਤਿਆ ਜਾਂਦਾ ਹੈ ਅਤੇ ਆਪਣੇ ਆਪਣੇ ਆਰਡਰ ਪ੍ਰਕ੍ਰਿਆ ਲਈ। ਸਟਾਕ ਕੰਟਰੋਲ ਪ੍ਰਣਾਲੀ ਦੀ ਵਰਤੋਂ ਦੇ ਹੋਰ ਮਹੱਤਵਪੂਰਨ ਤਰੀਕੇ ਹਨ, ਉਤਪਾਦਨ ਵਿੱਚ, ਜ਼ਹਾਜ ਦੀ ਆਵਾਜਾਈ ਅਤੇ ਪ੍ਰਾਪਤ ਕਰਨ ਲਈ।

ਇੱਕ ਚੰਗਾ ਸਟਾਕ ਕੰਟਰੋਲ ਸਿਸਟਮ ਪ੍ਰਚੂਨ ਵਿਕਰੇਤਾ ਨੂੰ ਚੌਕਸ ਕਰਦਾ ਹੈ ਕਿ ਕਦੋਂ ਆਰਡਰ ਦਾ ਸਮਾਂ ਹੈ। ਸਟਾਕ ਕੰਟਰੋਲ ਪ੍ਰਣਾਲੀ ਜ਼ਿਆਦਾ ਮਾਲ ਭੇਜਣ ਲਈ ਆਪਣੇ ਆਪ ਮਾਰਗ ਚਿੰਨ ਦਾ ਮਹੱਤਵਪੂਰਨ ਸਾਧਨ ਹੈ।

ਉਦਾਹਰਨ ਦੇ ਤੌਰ ਜਦੋਂ ਗੀਸੇਲ ਲਈ ਪ੍ਰਚੂਨ ਵਪਾਰੀ 10 ਜੋੜੇ ਜ਼ੁਰਾਬਾਂ ਦੇ ਲਈ ਆਰਡਰ ਦਿੰਦਾ ਹੈ ਪਰ 9 ਜੋੜੇ ਪ੍ਰਾਪਤ ਕਰਦਾ ਹੈ ਪੈਕੇਜ ਦੀਆਂ ਵਸਤਾਂ ਦਾ ਨਿਰੀਖਣ ਕਰਨ ਵੇਲੇ ਹੀ ਇਨਾਂ ਚੀਜ਼ਾਂ ਬਾਰੇ ਸਪੱਸ਼ਟ ਹੋਵੇਗਾ ਅਤੇ ਗਲਤੀ ਸੰਭਵ ਨਹੀਂ ਹੈ। ਦੂਸਰੇ ਪਾਸੇ ਕਿਹਾ ਜਾਂਦਾ ਹੈ ਕਿ ਇੱਕ ਪੂਰਨ ਵਿਕਰੇਤਾ ਜ਼ੁਰਾਬਾਂ ਦੇ 100,000 ਜੋੜਿਆਂ ਦਾ ਆਰਡਰ ਦਿੰਦਾ ਹੈ ਅਤੇ 10,000 ਨਹੀਂ ਸਨ। ਹਰ ਇੱਕ ਜੋੜੇ ਦੀ ਹੱਥ ਨਾਲ ਗਿਣਤੀ ਕਰਨ ਨਾਲ ਗਲਤੀ ਹੋਣਾ ਸੁਭਾਵਿਕ ਲਾਜ਼ਮੀ ਹੈ।

ਇੱਕ ਮਸ਼ੀਨ ਨਾਲ ਆਪਣੇ ਆਪ ਸਟਾਕ ਕੰਟਰੋਲ ਕਰਨਾ, ਗਲਤੀ ਹੋਣ ਦੇ ਖਤਰੇ ਨੂੰ ਘੱਟ ਕਰਨ ਵਿੱਚ ਮਦਦ ਕਰਦਾ ਹੈ। ਇਨਾਂ ਪ੍ਰਚੂਨ ਸਟੋਰਾਂ ਵਿੱਚ ਇੱਕ ਸਟਾਕ ਕੰਟਰੋਲ ਪ੍ਰਚੂਨ ਵਪਾਰਕ ਵਸਤਾਂ ਦੀ ਚੋਰੀ ਨੂੰ ਲੱਭਣ ਵਿਚ ਮਦਦ ਕਰਦਾ ਹੈ। ਤੇ ਸਟੋਰ ਲਾਭ ਬਾਰੇ ਮਹੱਤਵਪੂਰਨ ਜਾਣਕਾਰੀ ਦਿੰਦਾ ਹੈ ਤੇ ਚੋਰੀ ਰੋਕਣ ਦੇ ਸਿਸਟਮ ਦੀ ਵੀ ਜਾਣਕਾਰੀ ਦਿੰਦਾ ਹੈ।

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

ਸਟਾਕ ਕੰਟਰੋਲ ਸਹਾਇਕ ਦੀਆਂ ਜਿੰਮੇਵਾਰੀਆਂ ਅਤੇ ਕਰਤੱਵ

ਸਟਾਕ ਕੰਟਰੋਲ ਸਹਾਇਕ ਦਾ ਉਦੇਸ਼ ਸਟਾਕ ਚੱਕਰ ਅਤੇ ਸੰਗਠਨ ਗਿਆਨ ਦੇ ਮੁਤਾਬਿਕ ਮਾਲ ਅਤੇ ਉਤਪਾਦ ਦੇ ਉਚਿਤ ਢੰਗ ਨਾਲ ਸਟਾਕ ਕਰਨਾ ਯਕੀਨੀ, ਬਣਾਉਣਾ ਹੈ ।

ਕਰਤੱਵ (Duties) :

1. ਸਟਾਫ ਦੀ ਤਾਲ ਮੇਲ ਪ੍ਰਕਿਰਿਆ, ਕਾਰਜ ਪ੍ਰਣਾਲੀ ਵੱਧ ਸਟਾਕ ਦਾ ਸਹੀ ਉਦੇਸ਼ ਟੀਚਾ ਅਤੇ DC ਬਣਾਏ ਰੱਖਣ ਵਿੱਚ ਸਹਾਇਤਾ ਕਰਨਾ।
2. ਡਾਟੇ ਦਾ ਵਿਸ਼ਲੇਸ਼ਣ ਕਰਨਾ ਅਤੇ ਰਿਪੋਰਟਾਂ ਪ੍ਰਕਾਸ਼ਿਤ ਕਰਨਾ।
3. ਖੇਤਰ (Area) ਸਹੀ ਰਾਹ ਚਿੰਨ ਦਾ ਪ੍ਰਦਰਸ਼ਨ, ਸਮੱਸਿਆਵਾਂ ਦਾ ਨਿਰਧਾਰਣ, ਮੁੱਲ ਕਾਰਣ, ਨਤੀਜਾ ਸੰਚਾਰ ਅਤੇ ਉਚਿਤ ਕਿਰਿਆ ਦੀ ਸਿਫਾਰਿਸ਼।
4. ਵਰਤਮਾਨ ਸਟਾਕ ਪ੍ਰੋਗਰਾਮ ਲਈ ਸਾਰੀ ਮੰਜ਼ੂਰ-ਸ਼ੁਦਾ ਤਬਦੀਲੀਆਂ ਨੂੰ ਲਾਗੂ ਕਰਨਾ ਅਤੇ ਅਸਲੀ ਰੂਪ ਦੇਣਾ।
5. ਅੰਕੜਾ ਅਧਾਰਿਤ ਗਿਣਤੀ ਦੇ ਚੱਕਰ ਦਾ ਕੰਮ, ਅਨੁਮਾਨਿਤ ਸੰਖਿਅਕ ਨਮੂਨੇ ੱਤੇ ਵਿੱਤੀ ਸਮਾਪਤੀ ਦਾ ਤਾਲਮੇਲ ਕਰਨਾ।
6. ਸਿਸਟਮ ਡਾਟਾ ਦੀ ਅਖੰਡਤਾ ਨੂੰ ਕਾਇਮ ਰੱਖਣਾ।
7. ਯਕੀਨੀ ਬਣਾਉਣਾ ਕਿ ਸੂਖਮ ਚੇਤਨਾ ਵਾਲੇ ਉਤਪਾਦਨ ਦੀ ਖਾਤਮੇ ਦੀ ਮਿਤੀ ਚੈਕ ਕੀਤੀ ਹੈ।ਮਾਤਰਾਵਾਂ ਠੀਕ ਹਨ ਅਤੇ ਸਮੇਂ ਸਿਰ ਚੀਜ਼ਾਂ ਦੀ ਹਰਕਤ (movement) ਨੂੰ ਨਿਪਟਾ ਲਿਆ ਹੈ ।
8. ਕਿਸ ਸਥਿਤੀ ਵਿੱਚ ਸਟਾਕ ਰੱਖਣ ਵਾਲੇ ਯੂਨਿਟ (Sku) ਨੂੰ ਸਥਾਪਿਤ ਕੀਤਾ ਹੈ ਜਾਂ ਬਦਲਿਆ ਹੈ।
9. ਯਕੀਨੀ ਬਣਾਉਣਾ ਕਿ ਸਾਰੀ ਗਿਣਤੀ ਚੱਕਰ ਦੀ ਸੂਚੀ ਬਣਾਈ ਹੈ ਅਤੇ ਸਟੈਂਡਰਡ ਓਪਰੇਟਿੰਗ ਕਾਰਜ ਪ੍ਰਣਾਲੀ ਦੀ ਇੱਛਾ ਅਨੁਸਾਰ ਗਿਣਤੀ ਸਹੀ ਸਮੇਂ ਨਾਲ ਪੂਰੀ ਕੀਤੀ ਹੈ।
10. ਰੋਜ਼ਾਨਾ ਸਟਾਕ ਅਤੇ ਜਨਰਲ ਵਿਚਕਾਰ ਵਖਰੇਵਿਆਂ ਨਾਲ ਸੰਬੰਧਤ ਖੋਜਾਂ ਅਤੇ ਮਾਮਲਿਆਂ ਨੂੰ ਸੁਲਝਾਉਣਾ।
11. ਚੁਣੇ ਹੋਏ ਵੰਡ ਸਟੋਰ ਦੀ ਨਿਪੁੰਨਤਾ ਦੀ ਅਗਵਾਈ ਅਤੇ ਉਤਪਾਦ ਪ੍ਰੋਫਾਈਲਿੰਗ ਨੂੰ ਕਾਇਮ ਰੱਖਣਾ।

ਜਿੰਮੇਵਾਰੀਆਂ (Responsibilities)

1. ਰੋਜ਼ਾਨਾ ਜਾਂ ਹਫ਼ਤੇਵਾਰ ਅਕਾਉਂਟਸ ਅਤੇ ਖਾਤਿਆਂ ਦੇ ਭੌਤਿਕ ਸਟਾਕ ਕਾਰਜ ਵਿਚ ਤਾਲਮੇਲ ਕਰਨਾ।
2. ਅੰਦਰਲਾ ਸਟਾਕ ਅਤੇ ਜਾਂਦਾ ਹੋਇਆ ਜ਼ਹਾਜ ਦੀ ਢੋਣ ਢੋਆਈ ਦਾ ਸਹੀ ਅਤੇ ਸਮੇਂ ਸਿਰ ਪ੍ਰੋੜਤਾ ਕਰਨ ਲਈ ਪੁਨਰ ਵਿਚਾਰ ਅਤੇ ਅਗਵਾਈ ਕਰਨਾ।
3. ਨਵਾਂ ਸਟਾਕ ਕਾਰਜ ਪ੍ਰਣਾਲੀ ਵਿਕਾਸ ਅਤੇ ਲਾਗੂ ਕਰਨ ਦੀ ਸ਼ਪਸਟਤਾ ਵਿਚ ਸੁਧਾਰ ਲਿਆਉਣਾ।
4. ਸਟਾਕ ਅੰਤਰ ਭਿੰਨਤਾ ਦਾ ਨਿਰੀਖਣ ਕਰਨਾ।
5. ਗਾਹਕ ਦੀ ਮਾਲ ਵਾਪਸੀ ਜਿਸ ਵਿੱਚ, ਜ਼ਿਆਦਾ, ਘੱਟ ਅਤੇ ਖਰਾਬੀ ਅਗਵਾਈ ਕਿਰਿਆ ਨਾਲ ਸੰਬੰਧਤ ਸ਼ਾਮਿਲ ਹਨ।
6. ਪ੍ਰਬੰਧਕੀ ਸਭਾ ਦੁਆਰਾ ਸੌਂਪੇ ਹੋਰ ਕਰਤੱਵਾਂ ਨਾਲ ਸੰਬੰਧਿਤ ਹੋਰ ਕਾਰਜ ਕਰਨਾ।

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

7. ਸਟਾਕ ਭਿੰਨਤਾ/ਅੰਤਰ ਨਿਰੀਖਣ ਕਾਇਮ ਰੱਖਣ ਲਈ ਅਤੇ ਭੌਤਿਕ ਸਟਾਕਾਂ ਨੂੰ ਸਥਾਪਿਤ ਕਰਨਾ।
8. ਸਟਾਕ ਪੱਧਰਾਂ ਅਤੇ ਉਚਿਤ ਕੰਟਰੋਲ ਜਾਰੀ ਰੱਖਣ ਲਈ ਰਿਪੋਰਟ ਤਿਆਰ ਕਰਨੀ।

ਸਟਾਕ ਕੰਟਰੋਲ ਲਈ ਸਾਜੋ ਸਮਾਨ

ਇਸ ਕੰਮ ਵਿੱਚ ਸਟਾਕ ਕੰਟਰੋਲ ਪ੍ਰਣਾਲੀ ਭਿੰਨ ਭਿੰਨ ਕੰਮਾਂ ਦੀ ਸੇਵਾ ਕਰ ਸਕਦੀ ਹੈ। ਇਹ ਇੱਕ ਵਰਕਰ ਨੂੰ ਗੋਦਾਮ ਵਿੱਚ ਪਈਆਂ ਵਸਤਾਂ ਨੂੰ ਤਰਤੀਬ ਲਿਸਟ ਅਨੁਸਾਰ ਲੱਭਣ ਵਿੱਚ ਮਦਦ ਕਰ ਸਕਦੀ ਹੈ। ਇਹ ਜ਼ਹਾਜ ਦੀ ਢੋਣ ਢੋਆਈ ਦੀ ਸੂਚਨਾ ਨੂੰ ਸੰਕੇਤਕ ਵਿਵਸਥਾ ਕਰਨਾ ਜਿਵੇਂ ਨੰਬਰ ਨੂੰ ਮਾਰਗ ਚਿੰਨ ਅਤੇ ਸਪੁਰਦਗੀ ਪਤਾ ਅਤੇ ਇਹ ਸਟੋਕ ਵਿੱਚ ਪਈਆਂ ਆਈਟਮਾਂ ਦੀ ਸਹੀ ਗਿਣਤੀ ਰੱਖਣ ਲਈ ਸਟਾਕ ਵਿੱਚ ਇਨ੍ਹਾਂ ਚੀਜ਼ਾਂ ਨੂੰ ਕੱਢਣ ਲਈ ਕੀਤੀ ਜਾ ਸਕਦੀ ਹੈ।

ਆਪਣੇ ਆਪ (ਮਸ਼ੀਨ ਰਾਹੀਂ) ਸਟਾਕ ਕੰਟਰੋਲ ਪ੍ਰਣਾਲੀਆਂ ਬਾਰਕੋਡ (Barcode) ਜਾਂ ਵਸਤਾਂ ਜਾਂਚ ਕਰਕੇ ਕੰਮ ਕਰਦੀ ਹੈ।

- **ਬਾਰਕੋਡ ਪੜਚੋਲ ਕਰਨ ਵਾਲਾ** ਬਾਰਕੋਡ ਪੜਚੋਲ ਕਰਨ ਵਾਲਾ ਬਾਰਕੋਡ ਨੂੰ ਪੜਕੇ ਵਰਤਿਆ ਜਾਂਦਾ ਹੈ ਅਤੇ ਜੋ ਸੂਚਨਾ ਅਤੇ ਬਾਰਕੋਡ ਦੁਆਰਾ ਸੰਕੇਤ ਕੀਤੀ ਸੂਚਨਾ ਮਸ਼ੀਨ ਦੁਆਰਾ ਪੜ੍ਹੀ ਜਾਂਦੀ ਹੈ। ਇਹ ਸੂਚਨਾ ਫਿਰ ਸੈਂਟਰਲ ਕੰਪਿਊਟਰ ਪ੍ਰਣਾਲੀ ਰਾਹੀਂ ਖੋਜ ਕੀਤੀ ਜਾਂਦੀ ਹੈ। ਉਦਾਹਰਨਾਂ ਦੇ ਤੌਰ ਤੇ ਇੱਕ ਖਰੀਦ ਆਰਡਰ ਵਿੱਚ ਆਈਟਮਾਂ ਦੀ ਲਿਸਟ ਹੁੰਦੀ ਹੈ ਜਿਹੜੀ ਪੈਕਿੰਗ ਅਤੇ ਭੇਜਣ ਲਈ ਤਿਆਰ ਕੀਤੀ ਜਾਣੀ ਹੈ।

- **ਸਟਾਕ ਸੋਫਟਵੇਅਰ** 1. ਸਟਾਕ ਸਾਫਟਵੇਅਰ ਕੰਟਰੋਲ ਅਤੇ ਗੁਦਾਮ ਦਾ ਪਦ ਚਿੰਨ ਅਤੇ ਵਿਕਰੀ ਕੇਂਦਰ। ਇਸ ਨੂੰ ਪੂਰਨ ਸਟਾਕ ਪ੍ਰਬੰਧ ਵਿਵਸਥਾ ਪ੍ਰਣਾਲੀ ਹੋਣ ਲਈ ਬਾਰਕੋਡ ਪੜਚੋਲ ਹਾਰਡਵੇਅਰ ਨਾਲ ਜੋੜਿਆ ਜਾਂਦਾ ਹੈ।

- **ਮੋਬਾਇਲ ਕੰਪਿਊਟਰਾਂ ਅਤੇ ਪੋਰਟੇਬਲ ਡਾਟਾ ਟਰਮੀਨਲ:** ਇਹ ਐਡਵਾਂਸਡ ਡਾਟਾ ਪ੍ਰਾਪਤ ਕਰਨ ਅਤੇ ਗੁਤੀਸ਼ੀਲ ਲੋੜਾਂ ਲਈ ਪੂਰਨ ਬਹੁ ਵਰਤੋ ਯੰਤਰ (Tool) ਹੈ।

ਸਟਾਕ ਤੇ ਕੰਟਰੋਲ ਕਰਨਾ (Controlling Inventory) : ਸਟਾਕ ਸੰਬੰਧ ਤੋਂ ਭਾਵ ਕਿਸੇ ਵੀ ਵਸਤੂ ਵਪਾਰ ਲਈ ਇਹ ਸਟਾਕ ਵਪਾਰ ਵਿੱਚ ਨਿਵੇਸ਼ ਦਾ ਇੱਕ ਵੱਡੇ ਭਾਗ ਪ੍ਰਤੀਨਿਧਤਾ ਕਰਦੇ ਹਨ ਅਤੇ ਲਾਭ ਨੂੰ ਵਧਾਉਣ ਲਈ ਬਹੁਤ ਚੰਗੀ ਤਰ੍ਹਾਂ ਪ੍ਰਬੰਧ ਕਰਨੇ ਚਾਹੀਦੇ ਹਨ। ਅਸਲ ਵਿੱਚ ਬਹੁਤ ਸਾਰੇ ਛੋਟੇ ਵਪਾਰ ਆਪਣੇ ਵਿੱਚ ਘਟੀਆ ਸਟਾਕ ਪ੍ਰਬੰਧ ਵਿਵਸਥਾ ਕਰਕੇ ਪੈਦਾ ਹੋਏ ਘਾਟਿਆਂ ਨੂੰ ਪੂਰਾ ਨਹੀਂ ਕਰ ਸਕਦੇ। ਜਿੰਨਾਂ ਚਿਰ ਸਟਾਕ ਤੇ ਕੰਟਰੋਲ ਨਹੀਂ ਹੁੰਦਾ ਉਨਾਂ ਚਿਰ ਅਸੀਂ ਉਹਨਾਂ ਤੇ ਵਿਸ਼ਵਾਸ ਨਹੀਂ ਕਰ ਸਕਦੇ ਅਤੇ ਨਾ ਹੀ ਕਦਰ-ਕੀਮਤਾਂ ਬਾਰੇ ਜਾਣ ਸਕਦੇ ਹਾਂ।

ਮਨਚਾਹੀਆਂ ਵਸਤਾਂ ਦੇ ਸਟਾਕ ਸਥਿਤੀ ਨੂੰ ਜਾਰੀ ਰੱਖਣ ਲਈ ਤੇ ਅਣਚਾਹੀਆਂ ਚੀਜ਼ਾਂ ਨੂੰ ਬਾਹਰ ਕੱਢਣਾ ਹੈ। ਆਰਡਰ ਉਤੇ ਸਟਾਕ ਤੇ ਉੱਚਿਤ ਕੰਟਰੋਲ ਸਥਾਪਿਤ ਕਰਨਾ ਬਹੁਤ ਜ਼ਰੂਰੀ ਹੈ ਅਤੇ ਸਟਾਕ ਵਿੱਚ ਅੰਦਰੂਨੀ ਸਟਾਕ ਕੰਟਰੋਲ ਲਈ ਬਹੁਤ ਸਾਰੇ ਮੂਲ ਤਰੀਕੇ ਹਨ।

ਸਟਾਕ ਕੰਟਰੋਲ ਕਰਨ ਦੇ ਢੰਗ

ਇਸ ਦੀ ਲਿਸਟ ਹੇਠਾਂ ਦਿੱਤੀ ਗਈ ਹੈ ਬਹੁਤ ਸਾਧਾਰਨ ਤੋਂ ਲੈ ਕੇ ਬਹੁਤ ਗੁੰਝਲਦਾਰ ਤੱਕ।

- **ਦੇਖਣਯੋਗ ਕੰਟਰੋਲ (Visual Control) :** ਇਕ ਪ੍ਰਬੰਧਕ ਨੂੰ ਇਹ ਸਟਾਕ ਦੇਖ ਕੇ ਨਿਰੀਖਣ ਕਰਨ ਦੇ ਯੋਗ ਬਣਾਉਂਦਾ ਹੈ ਕਿ ਕਿਹੜੇ ਵਾਧੂ ਸਟਾਕ ਦੀ ਲੋੜ ਹੈ। ਇਕ ਬਹੁਤ ਹੀ ਛੋਟੇ ਵਪਾਰ ਵਿੱਚ ਜਿੱਥੇ ਇਹ ਤਰੀਕਾ ਵਰਤਿਆ ਜਾਂਦਾ ਹੈ, ਕਦੇ ਵੀ ਰਿਕਾਰਡ ਦੀ ਲੋੜ ਨਹੀਂ ਪੈਂਦੀ ਜਾਂ ਕੇਵਲ ਬਹੁਤ ਛੋਟੀਆਂ ਜਾਂ ਮਹਿੰਗੀਆਂ ਵਸਤਾਂ ਲਈ।

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

- **ਟਿਕਲਰ ਕੰਟਰੋਲ (Tickler Control) :** ਇਹ ਪ੍ਰਬੰਧਕ ਨੂੰ ਸਟਾਕ ਦੇ ਇੱਕ ਛੋਟੇ ਭਾਗ ਨੂੰ ਭੌਤਿਕ ਤੌਰ ਤੇ ਗਿਣਤੀ ਕਰਨ ਦੇ ਯੋਗ ਬਣਾਉਂਦਾ ਹੈ। ਸਟਾਕ ਦਾ ਹਰ ਭਾਗ (ਹਿੱਸੇ) ਨੂੰ ਲਗਾਤਾਰ ਕਈ ਦਿਨ ਗਿਣਿਆ ਜਾਂਦਾ ਹੈ।
- **ਕਲਿਕ ਸ਼ੀਟ ਕੰਟਰੋਲ:** ਜਦੋਂ ਵਸਤੂ ਦੀ ਵਰਤੋਂ ਕੀਤੀ ਜਾਂਦੀ ਹੈ ਤਾਂ ਪ੍ਰਬੰਧਕ ਇਸ ਦਾ ਰਿਕਾਰਡ ਪੇਪਰ ਸ਼ੀਟ ਤੇ ਰੱਖਣ ਦੇ ਯੋਗ ਹੁੰਦਾ ਹੈ।
- **ਸਟੱਬ ਕੰਟਰੋਲ** (**ਪ੍ਰਚੂਨ ਵਪਾਰੀ ਦੀ ਵਰਤੋਂ**): ਜਦੋਂ ਵਸਤੂ ਵੇਚੀ ਜਾਂਦੀ ਹੈ ਤਾਂ ਪ੍ਰਬੰਧਕ ਟਿਕਟ ਦੀ ਕੀਮਤ ਦਾ ਇੱਕ ਹਿੱਸਾ ਆਪਣੇ ਕੋਲ ਰੱਖਣ ਯੋਗ ਹੁੰਦਾ ਹੈ। ਫਿਰ ਵੇਚੀ ਹੋਈ ਚੀਜ਼ ਦੇ ਰਿਕਾਰਡ ਨੂੰ ਰੱਖਣ ਲਈ ਪ੍ਰਬੰਧਕ ਸਟੱਬ ਦੀ ਵਰਤੋਂ ਕਰ ਸਕਦਾ ਹੈ।
- **ਵਿਕਰੀ ਸਮਾਪਤੀ ਦੇ ਨੁਕਤੇ:** ਹਰੇਕ ਵਸਤੂ ਜੋ ਵਰਤੀ ਅਤੇ ਵੇਚੀ ਜਾਂਦੀ ਹੈ ਉਸ ਦੀ ਸੂਚਨਾ ਦਾ ਪ੍ਰਸਾਰਣ ਕਰਦਾ ਹੈ। ਪ੍ਰਬੰਧਕ ਨਿਰੰਤਰ ਵਿਚਾਰ ਅਤੇ ਕਿਰਿਆ ਲਈ ਸੂਚਨਾ ਦੀ ਕੰਪਿਊਟਰ ਰਾਹੀਂ ਛਾਪੀ ਲਿਖਤ (Printout) ਪ੍ਰਾਪਤ ਕਰਦਾ ਹੈ।
- **ਆਫ ਲਾਈਨ (Offline) :** ਇਹ ਸਿੱਧੇ ਸਪਲਾਈ ਕਰਨ ਵਾਲੇ ਦੇ ਕੰਪਿਊਟਰ ਤੇ ਸੂਚਨਾ ਪ੍ਰਸਾਰਿਤ ਕਰਦਾ ਹੈ। ਜਿਹੜਾ ਆਪਣੇ ਆਪ (Automatical) ਵਾਧੂ ਆਈਟਮਾਂ ਦੀ ਵਰਤੋਂ ਕਰਕੇ ਖਰੀਦਦਾਰ ਸਟਾਕ ਮੈਨੇਜਰ ਨੂੰ ਭੇਜਣ ਲਈ ਕਰਦਾ ਹੈ।
- ਸਟਾਕ ਕੰਟਰੋਲ ਦਾ ਅਖੀਰਲਾ ਤਰੀਕਾ ਬਾਹਰੀ ਏਜੰਸੀ ਦੁਆਰਾ ਕੀਤਾ ਜਾਂਦਾ/ਵਰਤਿਆ ਜਾਂਦਾ ਹੈ। ਉਤਪਾਦਕ ਦਾ ਪ੍ਰਤੀਨਿਧ ਸੂਚੀਬੱਧ ਤਰੀਕੇ ਨਾਲ ਵੱਡੀ ਪ੍ਰਚੂਨ ਦੀ ਦੁਕਾਨ ਤੇ ਜਾਂਦਾ ਹੈ। ਸਟਾਕ ਦੀ ਗਿਣਤੀ ਕਰਦਾ ਹੈ ਅਤੇ ਦੁਬਾਰਾ ਆਰਡਰ ਕਰਦਾ ਹੈ। ਅਣਚਾਹੀਆ ਵਪਾਰਕ ਵਸਤੂਆਂ ਨੂੰ ਸਟਾਕ ਵਿੱਚੋਂ ਹਟਾਉਂਦਾ ਹੈ ਅਤੇ ਉਤਪਾਦਕ ਨੂੰ ਪਹਿਲਾ ਨਿਰਧਾਰਿਤ ਅਤੇ ਪ੍ਰਮਾਣਿਤ ਕਾਰਜ ਪ੍ਰਣਾਲੀ ਰਾਹੀਂ ਵਾਪਸ ਭੇਜਦਾ ਹੈ।

ਜਿਉ ਹੀਂ ਵਪਾਰ ਵੱਧਦਾ ਹੈ ਇਸ ਨੂੰ ਬਹੁਤ ਹੀ ਵਧੀਆ ਅਤੇ ਤਕਨੀਕੀ ਕਿਸਮ ਦੇ ਸਟਾਕ ਕੰਟਰੋਲ ਦੀ ਜ਼ਰੂਰਤ ਹੁੰਦੀ ਹੈ। ਅੱਜਕੱਲ੍ਹ ਸਟਾਕ ਕੰਟਰੋਲ ਕਰਨ ਲਈ ਕੰਪਿਊਟਰ ਦੀ ਵਰਤੋਂ ਛੋਟੇ ਵਪਾਰ ਵਿੱਚ ਪਹਿਲਾਂ ਨਾਲੋਂ ਜ਼ਿਆਦਾ ਦੇਖਣ ਨੂੰ ਮਿਲਦੀ ਹੈ । ਸੰਸਥਾਵਾਂ ਵਿੱਚ ਕੰਪਿਊਟਰ ਸੇਵਾਵਾਂ ਦੀ ਹੋਂਦ ਅਤੇ ਛੋਟੇ ਅਕਾਰ ਦੇ ਕੰਪਿਊਟਰ ਦੀ ਕੀਮਤ ਘੱਟ ਹੋਣ ਕਰਕੇ। ਅਕਸਰ ਇਹੋ ਜਿਹੇ ਕੰਪਿਊਟਰ ਅਧਾਰਿਤ ਪ੍ਰਣਾਲੀ ਲਈ ਨਿਆਸੰਗਤ ਹੈ।

ਅਭਿਆਸ : ਮੁਲੰਕਣ

1. ਸਟਾਕ ਕੰਟਰੋਲ ਪ੍ਰਣਾਲੀ ਲਈ ਵਰਤੇ ਗਏ ਸਾਜੋ ਸਮਾਨ ਦੀ ਲਿਸਟ ਬਣਾਓ।
2. ਕਿਸੇ ਪ੍ਰਚੂਨ ਦੀ ਦੁਕਾਨ ਜਾਂ ਡਿਪਾਰਟਮੈਂਟਲ ਸਟੋਰ ਤੇ ਜਾਓ ਅਤੇ ਉਥੇ ਵਰਤੇ ਜਾਂਦੇ ਸਟਾਕ ਕੰਟਰੋਲ ਤਰੀਕੇ ਦੀ ਚਰਚਾ ਕਰੋ।
3. ਪ੍ਰਚੂਨ ਸੈਂਟਰ ਤੇ ਜਾਓ ਸਟਾਕ ਕੰਟਰੋਲ ਦੀ ਪ੍ਰਕਿਰਿਆ ਅਤੇ ਸਟਾਕ ਪ੍ਰਬੰਧ ਵਿਵਸਥਾ ਪਤਾ ਕਰੋ ਇਸ ਤੋਂ ਇਲਾਵਾ ਇਸਦਾ ਪ੍ਰਚੂਨ ਸਫਲਤਾ ਵਿੱਚ ਯੋਗ ਦਾ ਪਤਾ ਕਰੋ।
4. ਪ੍ਰਚੂਨ ਸਟੋਰ ਤੇ ਜਾਓ ਤੇ ਭਿੰਨ ਭਿੰਨ ਪ੍ਰਚੂਨ ਸਟੋਰਾਂ ਦੇ ਸਟਾਕ ਕੰਟਰੋਲ ਅਤੇ ਪ੍ਰਚੂਨ ਵਿਵਸਥਾ ਦੇ ਅਧਿਐਨ ਲਈ ਜ਼ਰੂਰੀ ਤਰੀਕਿਆਂ ਦਾ ਅਨੁਸਰਨ ਕਰੋ।

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

5. ਪ੍ਰਚੂਨ ਸਟੋਰ ਤੇ ਜਾਓ ਅਤੇ ਸਟਾਕ ਕੰਟਰੋਲ ਐਸੋਸਿਏਟ ਦੀਆਂ ਜਿੰਮੇਵਾਰੀਆਂ ਦੇ ਕਾਰਜ ਸੰਬੰਧੀ ਦੱਸੋ।
6. ਸਟਾਕ ਕੰਟਰੋਲ ਪ੍ਰਣਾਲੀ ਦੇ ਪੰਜ ਉਦੇਸ਼ਾਂ ਦਾ ਵਰਣਨ ਕਰੋ।

ਮੁਲੰਕਣ

A. ਖਾਲੀ ਥਾਵਾਂ ਭਰੋ —

1. ਸਟਾਕ ਕੰਟਰੋਲ ਪ੍ਰਣਾਲੀ ਪੂਰਨ ਤੌਰ .... ਤਕਨੀਕ ਤੇ ਆਧਾਰਿਤ ਹੈ।
2. ਇੱਕ ਚੰਗੀ ਸਟਾਕ ਕੰਟਰੋਲ ਪ੍ਰਣਾਲੀ ਆਪਣੇ ਪ੍ਰਚੂਨ ਵਪਾਰ ਨੂੰ ਸੁਚੇਤ ਕਰਦੀ ਹੈ ਜਦੋਂ ਇਹ .... ਕਰਨ ਦਾ ਸਮਾਂ ਹੁੰਦਾ ਹੈ।
3. ਇੱਕ ਆਪਣੇ ਆਪ ਸਟਾਕ ਕੰਟਰੋਲ ਪ੍ਰਣਾਲੀ ਹੈ ....ਜੋ ਗਲਤੀ ਦੇ ਜੋਖਮ .... ਮਦਦ ਕਰਦੀ ਹੈ।
4. ਇੱਕ ਸਟਾਕ ਕੰਟਰੋਲ ਪ੍ਰਣਾਲੀ ਚੋਰੀ ਨੂੰ ਕੰਟਰੋਲ .... ਦੀ ਮਦਦ ਕਰਦੀ ਹੈ।
5. ਬਾਰ ਕੋਡ .... ਕੰਪਿਊਟਰ ਪ੍ਰਣਾਲੀ ਦੁਆਰਾ ਮਾਰਗ ਚਿੰਨ ਹੈ।

B. ਬਹੁਵਿਕਲਪੀ ਪ੍ਰਸ਼ਨ

1. ਸਟਾਕ ਦੇ ਚੰਗੀ ਤਰ੍ਹਾਂ ਪ੍ਰਬੰਧ ਇਸ ਲਈ ਕਰਨ ਚਾਹੀਦਾ ਹੈ —
   (*a*) ਨੁਕਸਾਨ ਨੂੰ ਘੱਟ ਕਰਨਾ।
   (*b*) ਕਾਰਜਕੁਸ਼ਲਤਾ ਨੂੰ ਸੁਧਾਰਨਾ
   (*c*) ਲਾਭ ਵਧਾਉਣਾ
   (*d*) ਉਪਰੋਕਤ ਸਾਰੇ
2. ਵਿਜੁਅਲ ਕੰਟਰੋਲ ਪਰਖਣ ਦੇ ਯੋਗ ਬਣਾਉਂਦਾ ਹੈ ਜੇਕਰ —
   (*a*) ਸਟਾਕ ਨੂੰ ਘੱਟ ਕਰਨਾ ਹੋਵੇ
   (*b*) ਵਾਧੂ ਸਟਾਕ ਦੀ ਲੋੜ
   (*c*) ਚੋਰੀ ਤੇ ਕੰਟਰੋਲ
   (*d*) ਉਪਰੋਕਤ ਕੋਈ ਨਹੀਂ
3. ਸਟਾਕ ਕੰਟਰੋਲ ਕਰਨ ਲਈ ਕੰਪਿਊਟਰ ਦੀ ਵਰਤੋਂ —
   (*a*) ਮਹਿੰਗੀ
   (*b*) ਪ੍ਰਬੰਧ ਯੋਗ ਉਚਿਤ
   (*c*) ਵਿਸ਼ਵਾਸ ਯੋਗ ਨਹੀਂ
   (*d*) ਨਿਆਸੰਗਤ ਨਹੀਂ

C. ਛੋਟੇ ਸਵਾਲ-ਜਵਾਬ

1. ਸਟਾਕ ਕੰਟਰੋਲ ਪ੍ਰਣਾਲੀ ਦੀ ਮਹੱਤਤਾ ਦਾ ਵਰਣਨ ਕਰੋ।
2. ਸਟਾਕ ਕੰਟਰੋਲ ਸਭਾ ਦੀਆਂ ਜਿੰਮੇਵਾਰੀਆਂ ਅਤੇ ਡਿਊਟੀ ਬਾਰੇ ਲਿਸਟ ਬਣਾਓ।
3. ਸਟਾਕ ਕੰਟਰੋਲ ਦੇ ਸਾਜੋਸਮਾਨ ਦੀ ਵਰਤੋਂ ਦਾ ਵਰਣਨ ਕਰੋ।
4. ਪ੍ਰਚੂਨ ਵਿੱਚ ਸਟਾਕ ਕੰਟਰੋਲ ਪ੍ਰਣਾਲੀ ਦੇ ਤਰੀਕਿਆਂ ਦਾ ਪਤਾ ਕਰੋ।

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

ਮੁਲੰਕਣ ਕਿਰਿਆ ਦੀ ਚੈੱਕ ਲਿਸਟ:

ਹੇਠ ਲਿਖੀ ਸੂਚੀ ਦੀ ਵਰਤੋਂ ਇਹ ਦੇਖਣ ਲਈ ਕਰੋ ਕਿ ਜਦੋਂ ਤੁਸੀਂ ਮੁਲੰਕਣ ਕਿਰਿਆ ਨੂੰ ਕਰਨ ਲਈ ਸਾਰੀਆਂ ਜਰੂਰਤਾਂ ਨੂੰ ਪੂਰਾ ਕਰ ਲਿਆ ਹੈ।

Part - A

- ਸਟਾਕ ਕੰਟਰੋਲ ਪ੍ਰਣਾਲੀ ਦੀ ਧਾਰਨਾ ਦਾ ਵਰਣਨ ਕੀਤਾ ਹੈ।
- ਸਟਾਕ ਕੰਟਰੋਲ ਪ੍ਰਣਾਲੀ ਦੀ ਮਹੱਤਤਾ ਦੀ ਚਰਚਾ ਕੀਤੀ ਹੈ।
- ਸਟਾਕ ਕੰਟਰੋਲ ਪ੍ਰਣਾਲੀ ਵਿੱਚ ਜੋ ਸਾਜੋ ਸਮਾਨ ਵਰਤਿਆ ਹੈ। ਉਸੀ ਦੀ ਲਿਸਟ ਬਣਾਈ ਹੈ।
- ਸਟਾਕ ਜਾਰੀ ਰੱਖਣ ਦੇ ਫਾਇਦਿਆਂ ਦੀ ਚਰਚਾ ਕੀਤਾ ਹੈ।

Part - B

- ਪ੍ਰਚੂਨ ਸਟੋਰ ਵਿੱਚ ਇੱਕ ਸਟਾਕ ਕੰਟਰੋਲ ਸਿਸਟਮ ਕਿਉਂ ਹੋਣਾ ਚਾਹੀਦਾ ਹੈ।
- ਬਾਰਕੋਡ ਸਕੈਨ ਦੇ ਫਾਇਦਿਆਂ ਦੀ ਲਿਸਟ ਤਿਆਰ ਕਰੋ।
- ਸਟਾਕ ਕੰਟਰੋਲ ਤਰੀਕਿਆਂ ਦਾ ਵਰਣਨ ਕਰੋ।
- ਸੰਤੁਲਿਤ ਸਟਾਕ ਪੱਧਰ ਕਾਇਮ ਰੱਖਣ ਦੇ ਫਾਇਦੇ ਹਨ।

Part - C

ਕਾਰਜ ਪੱਧਰ

ਕਾਰਜ ਪੱਧਰ ਵਿੱਚ ਸ਼ਾਮਿਲ ਹੈ:

ਪ੍ਰਦਰਸ਼ਨ ਪੱਧਰ	ਹਾਂ	ਨਾਂ
ਸਟਾਕ ਕੰਟਰੋਲ ਪ੍ਰਣਾਲੀ ਦੀ ਲੋੜ ਅਤੇ ਮਹੱਤਤਾ ਸਮਝਣ ਦੇ ਯੋਗ ਹੋਣਾ।		
ਸਟਾਕ ਕੰਟਰੋਲ ਪ੍ਰਣਾਲੀ ਨੂੰ ਚੈੱਕ ਕਰਨ ਦੇ ਤਰੀਕੇ ਬਾਰੇ		
ਸਟਾਕ ਕੰਟਰੋਲ ਪ੍ਰਣਾਲੀ ਨੂੰ ਚੈੱਕ ਕਰਨ ਦੇ ਕੰਮ ਅਤੇ ਜਿੰਮੇਵਾਰੀਆਂ ਬਾਰੇ		
ਸਟਾਕ ਕੰਟਰੋਲ ਵਿੱਚ ਹੋਣ ਵਾਲੇ ਜ਼ਰੂਰੀ ਯੰਤਰ ਬਾਰੇ		

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

ਕਾਰਜਕਾਲ 4: ਸਟਾਕ ਮੁੱਲ ਅਤੇ ਰਿਕਾਰਡਿਗ

ਢੁਕਵਾਂ ਗਿਆਨ

ਸਟਾਕ ਦਾ ਮੁੱਲ ਆਮ ਤੌਰ ਖਰਚੇ ਤੇ ਮੁੱਲ ਕੱਢਿਆ ਜਾਂਦਾ ਹੈ। ਮੁਲੰਕਣ ਕਰਨ ਦਾ ਤਰੀਕਾ/ਢੰਗ ਵਸਤੂ ਦੀ ਕਿਸਮ ਤੇ ਨਿਰਭਰ ਕਰਦਾ ਹੈ। ਸਟਾਕ ਦੇ ਮੁਲੰਕਣ ਦੀਆਂ ਤਿੰਨ ਵਿਧੀਆਂ ਹਨ।

1. **ਪਹਿਲਾ ਅੰਦਰ ਪਹਿਲਾ ਬਾਹਰ (First In First Out) ਵਿਧੀ**: ਇਹ ਵਿਧੀ ਖਰਾਬ ਹੋਣ ਵਾਲੀਆਂ ਵਸਤਾਂ ਅਤੇ ਮਿਆਦ ਖਤਮ ਹੋਣ ਵਾਲੀਆਂ ਵਸਤਾਂ ਲਈ ਵਰਤੀ ਜਾਂਦੀ ਹੈ। ਇਸ ਵਿਧੀ ਅਨੁਸਾਰ ਸਮਾਪਤ ਸਟਾਕ ਦਾ ਮੁਲੰਕਣ ਬਾਅਦ ਵਿੱਚ ਖਰੀਦੀ ਵਸਤੂ ਦੇ ਆਧਾਰਿਤ ਕੀਤਾ ਜਾਂਦਾ ਹੈ। ਖਰਾਬ ਹੋਣ ਵਾਲੀ ਵਸਤੂ ਦੇ ਕੇਸ ਵਿੱਚ ਜਿਵੇਂ ਕਿ ਫਲ ਅਤੇ ਸਬਜ਼ੀਆਂ ਵਰਗੀਆਂ ਵਸਤਾਂ ਜੋ ਪਹਿਲਾਂ ਖਰੀਦੀਆਂ ਹੁੰਦੀਆਂ ਹਨ ਉਹ ਪਹਿਲਾਂ ਵੇਚੀਆਂ ਜਾਂਦੀਆਂ ਹਨ। ਉਦਾਹਰਨ ਦੇ ਤੌਰ ਤੇ (ਪਹਿਲਾਂ ਅੰਦਰ ਆਈਆਂ ਪਹਿਲਾਂ ਬਾਹਰ) ਇਸ ਲਈ ਬਿਨਾਂ ਵੇਚੀਆਂ ਵਸਤਾਂ ਦਾ ਵਰਤਮਾਨ ਕੀਮਤ ਦੇ ਮੁਲੰਕਣ ਕੀਤਾ ਜਾਂਦਾ ਹੈ। ਉਦਾਹਰਨ ਦੇ ਤੌਰ ਤੇ ਇੱਕ ਪ੍ਰਚੂਨ ਸਟੋਰ ਸੋਮਵਾਰ ਨੂੰ 20 ਕਿਲੋ ਸੇਬ 100 ਰੁਪਏ ਦੇ ਹਿਸਾਬ ਖਰੀਦਦਾ ਹੈ ਅਤੇ ਮੰਗਲਵਾਰ ਨੂੰ 10 ਕਿਲੋ ਸੇਬ 110 ਰੁਪਏ ਦੇ ਹਿਸਾਬ ਨਾਲ ਖ੍ਰੀਦੇ ਅਤੇ 22 ਕਿਲੋ ਸੇਬ 125 ਰੁਪਏ ਦੇ ਹਿਸਾਬ ਨਾਲ ਵੇਚੇ । ਬਾਕੀ ਬਚੇ 8 ਕਿਲੋ ਸੇਬਾਂ ਦਾ ਮੁਲੰਕਣ ਵਰਤਮਾਨ ਖਰੀਦ ਦੇ ਅਨੁਸਾਰ ਕੀਤਾ ਜਾਵੇਗਾ ਉਦਾਹਰਨ ਦੇ ਤੌਰ ਤੇ (110 ਰੁਪਏ ਪ੍ਰਤੀ ਕਿਲੋ ਹਿਸਾਬ ਨਾਲ)।

   ਸਟਾਕ ਦੀ ਕੀਮਤ = ਅਣਵਿਕੀਆਂ ਵਸਤਾਂ × ਨਵੀਂ ਖਰੀਦ

   = 8 kg × 110 = 880

2. **ਅਖੀਰੀ ਅੰਦਰ ਪਹਿਲਾ ਬਾਹਰ (Last In First Out) :** ਇਹ ਵਿਧੀ ਖਰਾਬ ਨਾ ਹੋਣ ਵਾਲੀਆਂ ਚੀਜ਼ਾਂ ਲਈ ਵਰਤੀ ਜਾਂਦੀ ਹੈ। ਇਸ ਵਿਧੀ ਅਨੁਸਾਰ ਜਿਹੜੀਆਂ ਵਸਤੂਆਂ ਬਾਅਦ ਵਿੱਚ ਖਰੀਦੀਆਂ ਹਨ ਉਨ੍ਹਾਂ ਨੂੰ ਪਹਿਲਾਂ ਵੇਚਿਆਂ ਜਾਂਦਾ ਹੈ। ਉਹ ਵਸਤੂਆਂ ਜਿੰਨ੍ਹਾਂ ਦੀ ਮਿਆਦ ਜਲਦੀ ਖਤਮ ਹੋਣ ਵਾਲੀ ਨਾ ਹੋਵੇ ਉਨ੍ਹਾਂ ਦਾ ਮੁਲੰਕਣ ਇਸ ਤਰੀਕੇ ਦੇ ਆਧਾਰ ਤੇ ਕੀਤਾ ਜਾਂਦਾ ਹੈ। ਉਦਾਹਰਨ – ਜਦੋਂ ਪ੍ਰਚੂਨ ਵਪਾਰੀ ਦੁਆਰਾ ਸੀਮਿੰਟ ਦੇ ਬੋਰੇ ਖਰੀਦੇ ਜਾਂਦੇ ਹਨ ਉਨ੍ਹਾਂ ਨੂੰ ਇੱਕ ਉੱਪਰ ਦੂਜਾ ਰੱਖ ਕੇ ਸਟੋਰ ਕੀਤਾ ਜਾਂਦਾ ਹੈ। ਵਿਕਰੀ ਵੇਲੇ ਜਿਹੜਾ ਥੈਲਾ ਬਾਅਦ ਵਿੱਚ ਖਰੀਦਿਆ ਸੀ ਉਸ ਨੂੰ ਪਹਿਲਾ ਵੇਚਿਆਂ ਗਿਆਂ ਕਿਉਂਕਿ ਇਸ ਨੂੰ ਸਭ ਤੋਂ ਵੱਧ ਉੱਪਰ ਰੱਖਿਆ ਸੀ। ਇਹ ਅਖੀਰੀ ਅੰਦਰ ਅਖੀਰੀ ਬਾਹਰ ਢੰਗ (Last in Last out method) ਹੈ। ਇਸ ਵਿਧੀ ਅਨੁਸਾਰ ਬੰਦ ਹੋਣ ਸਮੇਂ ਸਟਾਕ ਦੇ ਮੁਲੰਕਣ ਦਾ ਅਧਾਰ ਪਹਿਲਾ ਖਰੀਦੀਆ ਵਸਤਾਂ ਦੇ ਆਧਾਰ ਤੇ ਕੀਤਾ ਜਾਂਦਾ ਹੈ।

3. **ਔਸਤ ਭਾਰ ਵਾਲੀ ਵਿਧੀ (Weighted Average Method) :** ਔਸਤ ਭਾਰ ਵਿਧੀ ਰਾਹੀਂ, ਦੋਵੇਂ, ਸਟਾਕ ਅਤੇ ਵੇਚੀਆਂ ਹੋਈਆਂ ਵਸਤੂ ਦੀ ਕੀਮਤ ਉਸ ਸਮੇਂ ਦੌਰਾਨ ਖਰੀਦੀਆਂ ਸਾਰੀਆਂ ਇਕਾਈਆਂ ਦੀ ਔਸਤ ਕੀਮਤ ਦੇ ਆਧਾਰ ਤੇ ਹੈ।

ਸਟਾਕ ਦੀ ਰਿਕਾਰਡਿੰਗ (Stock Recording) ਲੇਖਾ ਪ੍ਰਣਾਲੀ ਵਿੱਚ ਸਟਾਕ ਦਾ ਪੂਰਾ ਰਿਕਾਰਡ ਰੱਖਣ ਦੇ ਦੋ ਅਲੱਗ-ਅਲੱਗ ਢੰਗ ਹਨ :

1. ਸਥਾਈ ਸਟਾਕ ਪ੍ਰਣਾਲੀ: ਇਸ ਪ੍ਰਣਾਲੀ ਰਾਹੀਂ ਹਰ ਖਰੀਦ ਅਤੇ ਵੇਚ ਤੋਂ ਬਾਅਦ ਸਟਾਕਦਾ ਲੇਖਾ ਪੂਰਾ ਕੀਤਾ ਜਾਂਦਾ। ਸਟਾਕ ਦਾ ਸਹਾਇਕ ਹਿਸਾਬ-ਕਿਤਾਬ ਵੀ ਹਰ ਲੈਣ ਦੇਣ ਤੋਂ ਬਾਅਦ ਪੂਰਾ ਕੀਤਾ ਜਾਂਦਾ ਹੈ। ਸਟਾਕ ਦੀ ਗਿਣਤੀ ਸਮੇਂ ਸਮੇਂ ਤੇ ਪੂਰੀ ਕੀਤੀ ਜਾਂਦੀ ਹੈ।

2. ਮਿਆਦੀ ਸਟਾਕ ਪ੍ਰਣਾਲੀ: ਇਹ ਪ੍ਰਣਾਲੀ ਖਰੀਦੇ ਅਤੇ ਵਿਕਰੀ ਹੋਏ ਸਟਾਕ ਦਾ ਲੇਖਾ, ਖਰੀਦ ਲੇਖਾ ਵਿੱਚ ਰੱਖਦੀ ਹੈ। ਖਰੀਦ ਲੇਖਾ ਲਗਾਤਾਰ ਮੁਕੰਮਲ ਕੀਤਾ ਜਾਂਦਾ ਹੈ। ਹਰੇਕ ਲੇਖਾ ਪੀਰੀਅਡ ਦੇ ਅੰਤ ਵਿੱਚ ਸਟਾਕ ਅਕਾਉਂਟ ਨੂੰ ਸੀਮਾਬੱਧ ਤਰੀਕੇ ਨਾਲ ਮੁਕੰਮਲ ਕੀਤਾ ਜਾਂਦਾ ਹੈ। ਉਦਾਹਰਨ ਦੇ ਤੌਰ ਤੇ ਹਰ ਮਹੀਨੇਵਾਰ, ਹਰ ਤੀਜੇ ਮਹੀਨੇਵਾਰ।

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

ਜਦੋਂ ਕਿ ਥੋਕ ਵਪਾਰੀ ਮਿਆਰੀ ਸਟਾਕ ਪ੍ਰਣਾਲੀ ਦੀ ਵਰਤੋ ਕਰਦੇ ਹੋਏ ਵਿਤਰਿਕ ਕੇਂਦਰਾਂ ਤੇ ਸਟਾਕ ਚੈਕ ਕਰਦੇ ਹਨ। ਸਥਾਈ ਸਟਾਕ ਵਿਧੀ ਹੀ ਸਟੋਰਜ਼ ਵਿੱਚ ਅਤੇ ਵਿਤਰਿਕ ਕੇਂਦਰਾਂ ਵਿੱਚ ਸਮੇਂ-ਸਮੇਂ ਤੇ ਸਟਾਕ ਚੈਕ ਕਰਨ ਦਾ , ਪ੍ਰਚੂਨ ਕੰਪਨੀਆਂ ਦੁਆਰਾ ਵਰਤਿਆ ਜਾਣ ਵਾਲਾ ਸਭ ਤੋਂ ਵਧੀਆ ਢੰਗ ਹੈ।

ਸਟਾਕ ਸਬਸਿਡੀ ਲੈਜਰ ਹਰੇਕ ਖਰੀਦ ਜਾਂ ਵੇਚ ਤੋਂ ਬਾਅਦ ਮੁਕੰਮਲ ਨਹੀਂ ਕੀਤਾ ਜਾਂਦਾ ਹੈ। ਸਟਾਕ ਦੀ ਗਿਣਤੀ ਨੂੰ ਲਗਾਤਾਰ ਮੁਕੰਮਲ ਨਹੀਂ ਕੀਤਾ ਜਾਂਦਾ।

ÃàÅÕ ç ÆÇ ä å ÆÜ Ç Á Åç Æ(Period) ਸਮੇਂ ਵਿੱਚ ਮੁਕੰਮਲ ਕੀਤਾ ਜਾਂਦਾ ਹੈ। ਪ੍ਰਚੂਨ ਇੰਡਸਟਰੀ ਵਿੱਚ ਸਟੋਰਾਂ ਵਿੱਚ ਸਟਾਕ ਮੁਲੰਕਣ ਕਰਨ ਲਈ ਮਿਆਦੀ ਸਟਾਕ ਢੰਗ (Method) ਵੀ ਵਰਤਿਆ ਜਾਂਦਾ ਹੈ।

ਇੱਕ ਆਦਰਸ਼ ਸੰਸਾਰ ਵਿੱਚ ਸਥਾਈ ਸਟਾਕ ਵਿਧੀ ਹੀ ਠੀਕ ਅਤੇ ਸਹੀ ਸਮੇਂ ਤੇ ਸਟਾਕ ਸੂਚਨਾ ਪ੍ਰਦਾਨ ਕਰਦੀ ਹੈ। ਪਰ ਸਾਰਿਆਂ ਨੂੰ ਇਕੱਠਾ ਖਰੀਦਦਾਰੀਆਂ, ਵਿਕਰੀ, ਸੁੰਘੜਪੁਣਾ ਅਤੇ ਹੋਰ ਮੰਡੀ ਤੱਥਾਂ ਗੁੰਝਲਦਾਰੀਆਂ ਕਰਕੇ, ਪ੍ਰਚੂਨ ਕੰਪਨੀਆਂ ਨੂੰ ਇਹ ਸਲਾਹ ਦਿੱਤੀ ਜਾਂਦੀ ਹੈ ਕਿ ਨਤੀਜਿਆਂ ਦੇ ਵਿਸ਼ਲੇਸ਼ਣ ਅਤੇ ਪੁਨਰ ਵਿਚਾਰ ਲਈ ਮਿਆਦੀ ਲੇਖਾ ਵਿਧੀ ਦੀ ਵਰਤੋਂ ਕਰਨ ਅੰਦਰੂਨੀ ਅਤੇ ਬਾਹਰਲੀਆਂ ਏਜੰਸੀਆਂ ਨੂੰ ਜਿਵੇਂ ਕਿ ਸ਼ੇਅਰ ਹੋਲਡਰ ਅਤੇ ਇਨਕਮ ਟੈਕਸ ਅਧਿਕਾਰੀਆਂ ਨੂੰ ਸਟਾਕ ਮੁਲੰਕਣ ਦਾ ਨਤੀਜਾ ਪੇਸ਼ ਕਰਨ ਤੋਂ ਪਹਿਲਾ।

ਸਟਾਕ ਕਾਇਮ/ਜਾਰੀ ਰੱਖਣ ਦੇ ਲਾਭ (Benefits of Stock Maintenance) :

ਪ੍ਰਚੂਨ ਵਪਾਰੀ ਸਟਾਕ ਨੂੰ ਜਾਰੀ ਰੱਖਣ ਲਈ ਹੇਠਾਂ ਦਿੱਤੇ ਲਾਭ ਪ੍ਰਾਪਤ ਕਰਦਾ ਹੈ :

1. ਸਟਾਕ ਘਟਾ ਕਰਕੇ: ਸਪਲਾਇਰ ਆਰਡਰ ਨੁਕਤੇ (Point) ਦੇ ਲੀਡ ਟਾਈਮ ਹਿੱਸਾ (component) ਨੂੰ ਇੱਕ ਗਾਹਕ ਜਿਸ ਨੇ ਹਜ਼ਾਰਾਂ ਸਪਲਾਇਰਜ਼ ਨੂੰ ਡੀਲ ਕਰਨਾ ਹੁੰਦਾ ਹੈ, ਨਾਲੋਂ ਵਧੇਰੇ ਚੰਗੇ ਢੰਗ ਨਾਲ ਕੰਟਰੋਲ ਜਾਂ ਨਿਯੰਤਰਿਤ ਕਰ ਸਕਦਾ ਹੈ। ਇਸ ਦੇ ਨਾਲ-ਨਾਲ, ਸੁਰੱਖਿਅਤ ਸਟਾਕ ਦੀ ਲੋੜ ਨੂੰ ਘਟਾਉਂਦੇ ਹੋਏ ਸਪਲਾਈ ਕਰਨ ਵਾਲਾ ਵਸਤਾਂ ਨੂੰ ਲੋੜ ਵੇਲੇ ਮੁਹੱਈਆ ਕਰਵਾਉਣ ਦੀ ਜ਼ਿੰਮੇਵਾਰੀ ਲੈਂਦਾ ਹੈ।

2. ਸਟਾਕ ਆਊਟ ਘਟਾ ਕੇ : ਸਪਲਾਇਰ ਸਟਾਕ ਨੂੰ ਚੈਕ ਕਰਦੇ ਹੋਏ ਜ਼ਿੰਮੇਵਾਰੀ ਲੈਂਦਾ ਹੈ ਕਿ ਵਸਤਾਂ ਸਮੇਂ ਤੇ ਮੁਹੱਈਆ ਹੋਣ ਨਤੀਜੇ ਵਜੋਂ ਸਟਾਕ ਘੱਟਦਾ ਹੈ ਅਤੇ ਗਾਹਕ ਸੰਤੁਸ਼ਟੀ ਵਧਦੀ ਹੈ।

3. ਵਿਕਰੀ ਵਿੱਚ ਵਾਧਾ: ਸਟਾਕ ਆਊਟ ਹਾਲਤਾਂ ਦੇ ਦੌਰਾਨ ਗਾਹਕ ਠੀਕ ਸਮੇਂ ਦੌਰਾਨ ਠੀਕ ਵਸਤੂ ਲੱਭੇਗਾ। ਗਾਹਕ ਅਕਸਰ ਸਟੋਰਾਂ ਤੇ ਜਾ ਸਕਦਾ ਹੈ ਇਸ ਲਈ ਵਿਕਰੀ ਵਿੱਚ ਵਾਧਾ ਹੋਵੇਗਾ।

4. ਨੁਕਸਾਨ, ਟੁੱਟ-ਭੱਜ ਅਤੇ ਖਰਾਬੀਆਂ ਦੀ ਪਹਿਚਾਣ: ਸਟਾਕ ਦੀ ਸਹੀ ਮੇਨਟੇਨਸ ਨੁਕਸਾਨ, ਟੁੱਟ ਭੱਜ ਅਤੇ ਖਰਾਬੀਆਂ ਦੀ ਸਮੇਂ ਤੇ ਪਹਿਚਾਣ ਕਰਵਾਉਣ ਵਿੱਚ ਮੱਦਦ ਕਰਦੀ ਹੈ।

5. **ਦਫ਼ਤਰੀ ਲਾਹਪ੍ਰਵਾਹੀ ਘਟਣਾ** : ਗਲਤੀਆਂ ਨੂੰ ਅਸੀਂ ਕੰਪਿਊਟਰਾਇਜ ਰਿਕਾਰਡਿੰਗ ਆਫ ਇੰਵੈਟਰੀ ਨਾਲ ਘੱਟ ਕਰ ਸਕਦੇ ਹਾਂ ।ਇਹ ਸਰੀਰਕ ਤੌਰ ਤੇ ਸਟਾਕ ਦਾ ਮੁਲਾਂਕਣ ਕਰਦੇ ਸਮੇਂ ਗਲਤੀਆਂ ਰੋਕਦਾ ਹੈ।

ਵਧੀਆਂ ਸਟਾਕ ਪ੍ਰਬੰਧ ਲਈ ਕੁਝ ਨੁਕਤੇ:

ਸਪੁਰਦੀ ਕਰਦੇ ਸਮੇਂ

- ਇਹ ਯਕੀਨਨ ਬਣਾਉਣਾ ਕਿ ਡਿਲਵਰੀ ਲਿਸਟ ਵਿੱਚ ਜਿੰਨੇ ਡੱਬੇ (Cartons) ਦਿੱਤੇ ਹਨ ਉਨੇ ਹੀ ਪ੍ਰਾਪਤ ਕੀਤੇ ਹਨ ।
- ਹਰ ਡੱਬੇ ਦਾ ਦਿਸ ਰਹੀ ਖਰਾਬੀ ਲਈ ਧਿਆਨ ਨਾਲ ਨਿਰੀਖਣ ਕਰਨਾ। ਜੇਕਰ ਖਰਾਬੀ ਦਿਖਣਯੋਗ ਹੈ ਉਸ ਨੂੰ ਡਿਲਵਿਰੀ ਨੋਟ ਤੇ ਨੋਟ ਕਰਨ ਅਤੇ ਆਪਣੀ ਕਾਪੀ ਤੇ ਡਰਾਈਵਰ ਦੇ ਹਸਤਾਖਰ ਕਰਵਾਉਣ।
- ਡਿਲਵਰੀ ਤੋਂ ਬਾਅਦ ਸਾਰੇ ਡੱਬਿਆ ਨੂੰ ਜਲਦੀ ਨਾਲ ਖੋਲਣਾ ਅਤੇ ਵਪਾਰਕ ਵਸਤਾਂ ਦਾ ਨਿਰੀਖਣ ਕਰਨਾ ਕਿ ਕੋਈ ਨੁਕਸਾਨ ਤਾਂ ਨਹੀਂ ਹੋਇਆ।

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

ਜਦੋਂ ਨੁਕਸਾਨ ਹੋਣ ਦਾ ਪਤਾ ਲੱਗਦਾ :

- ਖਰਾਬ ਵਸਤੂ ਨੂੰ ਪ੍ਰਾਪਤ ਕਰੋ। ਸਾਰੇ ਖਰਾਬ ਹੋਏ ਮਾਲ ਨੂੰ ਪ੍ਰਾਪਤੀ ਵਾਲੇ ਸਥਾਨ ਤੇ ਰੱਖਣ ਚਾਹੀਦਾ ਹੈ।
- ਮਾਹਿਰ ਅਧਿਕਾਰੀ (Carrier) ਨੂੰ ਬੁਲਾਓ ਤਬਾਹ ਹੋਈ ਵਸਤੂ ਜਾਂਚ ਕਰਨ ਬਾਰੇ ਕਹੋ।
- ਲਿਖਤੀ ਰੂਪ ਵਿੱਚ ਕਾਲ ਨੂੰ ਕਨਫਰਮ ਕਰੋ। ਇਹ ਕਾਨੂੰਨੀ ਤੌਰ ਤੇ ਜ਼ਰੂਰੀ ਨਹੀ ਹੈ ਪਰ ਆਪਣੇ ਆਪ ਨੂੰ ਸੁਰੱਖਿਅਤ ਕਰਨ ਦਾ ਤਰੀਕਾ ਹੈ।

ਮਾਹਿਰ ਅਧਿਕਾਰੀ ਦੁਆਰਾ ਖਰਾਬ/ਤਬਾਹ ਹੋਈਆਂ ਵਸਤੂ ਦਾ ਨਿਰੀਖਣ –

- ਕੀ ਸਾਰੀਆਂ ਵਸਤਾਂ ਪ੍ਰਾਪਤੀ ਖੇਤਰ ਵਿੱਚ ਹਨ। ਇਹ ਯਕੀਨੀ ਬਣਾਓ ਕਿ ਉਸ ਖੇਤਰ ਤੋਂ ਇਹ ਚੀਜ਼ਾਂ ਮਾਹਿਰ ਅਧਿਕਾਰੀ ਦੁਆਰਾ ਨਿਰੀਖਣ ਤੋਂ ਪਹਿਲਾਂ ਕਿਤੇ ਹੋਰ ਨਹੀਂ ਲਿਜਾਈਆਂ ਗਈਆਂ।
- ਨਿਰੀਖਣ ਤੋਂ ਬਾਅਦ ਹੋਏ ਨੁਕਸਾਨ ਦੀ ਰਿਪੋਰਟ ਕਰੋ, ਦਸਤਖਤ ਕਰਨ ਤੋਂ ਪਹਿਲਾ ਧਿਆਨ ਨਾਲ ਪੜ੍ਹੋ।

ਨਿਰੀਖਣ ਤੋਂ ਬਾਅਦ – ਮਾਹਿਰ ਅਧਿਕਾਰੀ ਦੀ ਆਗਿਆ ਤੋਂ ਬਿਨ੍ਹਾਂ ਖਰਾਬ ਹੋਏ ਮਟੀਰੀਅਲ ਨੂੰ ਨਾ ਹੀ ਵਰਤਿਆ ਜਾਣਾ ਚਾਹੀਦਾ ਹੈ ਅਤੇ ਨਾ ਹੀ ਉਸਨੂੰ ਤਬਾਹ ਕਰਨ ਦੀ ਆਗਿਆ ਹੈ। ਸਪਲਾਈ ਕਰਨ ਵਾਲੇ ਜਾਂ ਕੈਰੀਅਰ ਤੋਂ ਲਿਖਤੀ ਅਧਿਆਰ ਲਏ ਤੋਂ ਬਿਨ੍ਹਾਂ ਚੀਜ਼ਾਂ ਨੂੰ ਵਾਪਸ ਨਾ ਕਰੋ।

ਅਭਿਆਸ : ਮੁਲਾਂਕਣ

1. ਪਛਾਣ ਕਰੋ ਕਿ ਕਿਹੜਾ ਸਟਾਕ ਮੁਲਾਂਕਣ ਤਰੀਕਾ ਗ੍ਰਹਿਣ ਕੀਤਾ ਗਿਆ ਹੈ ਉਸ ਵਿਧੀ ਦੇ ਗੁਣਾਂ ਦਾ ਵਰਣਨ ਕਰੋ।
2. ਕਿਸੇ ਬਹੁਤ ਚਲ ਰਹੇ ਪ੍ਰਚੂਨ ਬਜ਼ਾਰ ਵਿੱਚ ਜਾਓ ਅਤੇ ਅਨੁਸਰਨ ਕਰੋ ਉਹ ਸਟਾਕ ਨੂੰ ਕਿਵੇਂ ਕੰਟਰੋਲ ਕਰਦਾ ਹੈ ਅਤੇ ਰਿਕਾਰਡ ਕਰਨ ਲਈ ਕਿਹੜਾ ਤਰੀਕਾ ਵਰਤਿਆ ਰਿਹਾ ਹੈ।

ਮੁਲਾਂਕਣ

B. ਖਾਲੀ ਥਾਵਾਂ ਭਰੋ

1. ਸਟਾਕ ਜਾਰੀ ਰੱਖਣ ਸਟਾਕ ਪੱਤਰ ਵਿੱਚ .... ਘਟਾਉਣ ਦਾ ਯੋਗਦਾਨ ਪਾਉਂਦਾ ਹੈ।
2. ਸਟਾਕ ਵਿਵਸਥਾ .... ਦਾ (ਸਕੋਪ) ਖੇਤਰ ਘਟਾਉਂਦਾ ਹੈ।

C. ਠੀਕ ਅਤੇ ਗਲਤ (True or False)

1. ਠੀਕ ਢੰਗ ਨਾਲ ਸਟਾਕ ਦੀ ਮੈਨਟੇਨੈਂਸ + ਸਟਾਕ ਦੇ ਘਣਤਾ ਨੂੰ ਘੱਟ ਕਰਨ ਦੀ ਅਗਵਾਈ ਕਰਦੀ ਹੈ।
2. ਸਟਾਕ ਵਿਵਸਥਾ ਸੁਰੱਖਿਅਤ ਸਟਾਕ ਦੀ ਲੋੜ ਨੂੰ ਪਛਾਣ ਦੇ ਯੋਗ ਬਣਾਉਂਦਾ ਹੈ।
3. ਸਟਾਕ ਵਿਵਸਥਾ ਭਵਿੱਖਬਾਣੀ ਕਰਨ ਅਤੇ ਖਰੀਦਦਾਰੀ ਕਿਰਿਆ ਲਈ ਕੀਮਤਾਂ ਨੂੰ ਵਧਾਉਂਦਾ ਹੈ।
4. ਸਟਾਕਵਿਵਸਥਾ, ਗਾਹਕਾਂ ਨੂੰ ਠੀਕ ਉਤਪਾਦ ਠੀਕ ਸਮੇਂ ਤੇ ਲੱਭਣ ਵਿੱਚ ਮਦਦ ਕਰਦਾ ਹੈ।
5. ਸਹੀ ਸਟਾਕ ਵਿਵਸਥਾ ਨਾਲ ਅਕਸਰ ਸਟਾਕ ਆਉਟ ਦੀ ਸਥਿਤੀ ਸਾਹਮਣੇ ਆਉਂਦੀ ਹੈ।

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

D. ਬਹੁ ਵਿਕਲਪੀ ਪ੍ਰਸ਼ਨ

1.ਸੀਮਿੰਟ ਦੇ ਬੈਗਾਂ ਦੇ ਸਟਾਕ ਦਾ ਮੁਲਾਂਕਣ ਕਰਨ ਸਮੇਂ ਜਿਸ ਵਿਧੀ ਦੀ ਵਰਤੋ ਕੀਤੀ ਜਾਂਦੀ ਹੈ ਉਹ ਹੈ:-

(*a*) ਫੀਫੋ (*b*) ਲੀਫੋ

(*c*) ਔਸਤ ਭਾਰ (*d*) ਉਪਰ ਦਿੱਤੇ ਸਾਰੇ।

2. ਖਰਾਬ ਹੋਣ ਯੋਗ ਵਸਤੂ ਦੇ ਬੰਦ ਹੋਣ ਵਾਲੇ ਸਟਾਕ ਦਾ ਮੁਲਾਂਕਣ ਕਰਨ ਲਈ ਕਿਹੜੀ ਵਿਧੀ ਵਰਤੀ ਜਾਂਦੀ ਹੈ।

(*a*) ਫੀਫੋ (*b*) ਲੀਫੋ

(*c*) ਔਸਤ ਭਾਰ (*d*) ਉਪਰੋਕਤ ਕੋਈ ਨਹੀਂ

3. ਸਟਾਕ ਅਤੇ ਵੇਚੀਆਂ ਗਈਆਂ ਵਸਤਾਂ ਦੀ ਖਰਚ ਕੀਮਤ ਦੇਣ ਲਈ ਕਿਹੜੀ ਵਿਧੀ ਵਰਤੀ ਜਾਂਦੀ ਹੈ।

(*a*) FIFO ਫੀਫੋ (*b*) Lifo ਲੀਫੋ

(*c*) ਔਸਤ ਭਾਰ (*d*) ਉਪਰ ਦਿੱਤੇ ਸਾਰੇ।

ਮੁਲਾਂਕਣ ਕਿਰਿਆ ਲਈ ਚੈੱਕ ਲਿਸਟ

ਹੇਠ ਦਿੱਤੀ ਚੈੱਕ ਲਿਸਟ ਨੂੰ ਦੇਖੋ ਕਿ ਕੀ ਤੁਸੀਂ ਮੁਲਾਂਕਣ ਕਿਰਿਆ ਦੀਆਂ ਸਾਰੀਆਂ ਸ਼ਰਤਾਂ ਪੂਰੀਆਂ ਕਰ ਲਈਆਂ ਹਨ।

Part - A

- ਸਟਾਕ ਵਿਵਸਥਾ ਦੇ ਫਾਇਦਿਆਂ ਦੀ ਚਰਚਾ ਕੀਤੀ।

Part - B

ਹੇਠ ਲਿਖਿਆਂ ਦੀ ਜਮਾਤ ਵਿੱਚ ਚਰਚਾ ਕੀਤੀ।

- ਸੰਤੁਲਿਤ ਸਟਾਕ ਪੱਧਰ ਦੀ ਵਿਵਸਥਾ ਦੇ ਕੀ ਫਾਇਦੇ ਹਨ।

Part - C

ਕਾਰਜ ਪੱਧਰ (Performance Standard)

ਪ੍ਰਦਰਸ਼ਨ ਪੱਧਰ	ਹਾਂ	ਨਾਂ
ਸਟਾਕ ਨੂੰ ਕਾਇਮ ਰੱਖਣ ਦੇ ਫਾਇਦਿਆਂ ਨੂੰ ਪ੍ਰਦਰਸ਼ਿਤ ਕਰਨ ਦੇ ਯੋਗ ਹੋਣਾ।		
ਸਟਾਕ ਮੁਲਾਂਕਣ ਢੰਗ ਦੇ ਲਈ ਵਰਤੇ ਗਏ ਤਰੀਕੇ ਦੀ ਪਹਿਚਾਣ ਕਰਨ ਦੇ ਯੋਗ ਹੋਣਾ ਅਤੇ ਉਸ ਢੰਗ ਦੇ ਗੁਣ ਦੱਸਣੇ।		
ਸਟਾਕ ਪ੍ਰਬੰਧਕੀ ਪ੍ਰਣਾਲੀ ਦੀ ਮੈਨਟੇਨੈਂਸ ਦੇ ਫਾਇਦੇ ਪਤਾ ਕਰਨ ਦੇ ਯੋਗ ਹੋਣਾ।		

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

RS403-NQ2014

ਪ੍ਰਚੂਨ ਵਿੱਚ ਸੁਰੱਖਿਆ ਅਤੇ ਘਰੇਲੂ ਪ੍ਰਬੰਧ ਦੀ ਨਿਗਰਾਨੀ

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

ਜਾਣ-ਪਛਾਣ (Introduction)

ਪ੍ਰਾਈਵੇਟ ਸਰੁੱਖਿਆ ਏਜੰਸੀ ਬਹੁਤ ਜ਼ਿਆਦਾ ਸੇਵਾਵਾਂ ਪੇਸ਼ ਕਰਦੀ ਹੈ। ਜਿਸ ਵਿੱਚ ਵਪਾਰਕ, ਇੰਡਸਟਰੀ ਅਤੇ ਮੁਸਹੂਰ ਵਿਅਕਤੀਆਂ, ਚਲਾਨ ਅਤੇ ਕੇਸ ਦੇ ਨਾਲ ; ਸ਼ੌਪਿੰਗ ਮਾਲ ਤੇ ਆਉਣ ਵਾਲਿਆਂ ਦੀ ਹਰਕਤ (ਹਿਲਜੁੱਲ) ਦੀ ਅਗਵਾਈ ਕਰਨਾ, ਇਮਾਰਤੀ ਅਦਾਰਿਆਂ ਆਦਿ ਅਤੇ ਪੁਲਿਸ ਦੀ ਮਦਦ ਕਰਨਾ ਸ਼ਾਮਿਲ ਹੈ। ਉਹ ਵਿਅਕਤੀ ਜਿਸਨੂੰ ਅੱਜਕਲ (ਵਰਤਮਾਨ ਸਮੇਂ) ਚੌਂਕੀਦਾਰ ਕਿਹਾ ਜਾਂਦਾ ਸੀ, ਦੀ ਉੱਨਤੀ ਪ੍ਰਾਈਵੇਟ ਸੁਰੱਖਿਆ ਗਾਰਡ ਜਾਂ ਪ੍ਰਾਈਵੇਟ ਸੁਰੱਖਿਆ ਅਫਸਰ ਵਜੋਂ ਹੋਈ ਹੈ।

ਇੱਕ ਪ੍ਰਾਈਵੇਟ ਸੁਰੱਖਿਆ ਗਾਰਡ ਨੂੰ ਬਹੁਤ ਸਾਰੇ ਕੰਮ ਕਰਨੇ ਪੈਂਦੇ ਹਨ ਜਿਸ ਵਿੱਚ ਲੋਕਾਂ ਨੂੰ ਅਨੁਸਰਨ ਕਰਨਾ ਅਤੇ ਅਗਵਾਈ , ਉਨ੍ਹਾਂ ਦੀ ਪਹੁੰਚ ਤੇ ਕੰਟਰੋਲ, ਐਮਰਜੈਂਸੀ ਅਤੇ ਧਮਕੀਆਂ ਪ੍ਰਤੀ ਉੱਤਰਦਾਈ ਹੋਣਾ, ਉਨ੍ਹਾਂ ਦੇ ਗੈਰਕਾਨੂੰਨੀ ਅਤੇ ਅਣਅਧਿਕਾਰਤ ਪ੍ਰਵੇਸ਼ ਪ੍ਰਤੀ ਉਚਿਤ ਢੰਗਾਂ ਦੀ ਵਰਤੋਂ ਕਰਨਾ ਆਦਿ ਸਬੰਧਿਤ ਹੈ।

ਸੁਰੱਖਿਆ ਇੰਡਸਟਰੀ ਦਾ ਸ਼ੁਰੂ ਵਿੱਚ ਬਹੁਤ ਤੇਜ਼ੀ ਨਾਲ ਵਿਕਾਸ ਹੋਇਆ। ਜਦੋਂ ਸੰਸਾਰੀਕਰਨ ਨੇ ਭਾਰਤ ਵਿੱਚ ਜਗਾ ਬਣਾਈ। ਕਾਰਪੋਰੇਟ ਸੈਕਟਰ ਅਤੇ ਮਲਟੀ ਨੈਸ਼ਨਲ ਕੰਪਨੀਆਂ ਨੇ ਸੁਰੱਖਿਆ ਸੇਵਾਵਾਂ ਦੀ ਬਹੁਤ ਜ਼ਿਆਦਾ ਮੰਗ ਪੈਦਾ ਕੀਤੀ। ਪ੍ਰਾਈਵੇਟ ਸੁਰੱਖਿਆ ਸੈਕਟਰ ਨੇ ਭਾਰਤ ਵਿੱਚ ਸਾਲਾਨਾ 25% ਕੰਪਾਊਂਡ ਔਸਤ ਰੇਟ ਨਾਲ ਵਿਕਾਸ/ਉਤਪਤੀ ਕੀਤੀ ਅਤੇ 12 ਹਜ਼ਾਰ ਸਾਲਾਨਾ ਨਾਲੋਂ ਵੀ ਜ਼ਿਆਦਾ ਨੌਕਰੀਆਂ ਦੀ ਉਤਪਤੀ ਕੀਤੀ।

ਘਰੇਲੂ ਪ੍ਰਬੰਧ (House keeping) ਕਿਰਿਆ ਦੇ ਗਰੁੱਪ ਨੂੰ ਹਵਾਲਾ ਦਿੰਦੀ ਹੈ ਜਿਸ ਵਿੱਚ ਘਰ ਦੇ ਗੰਦੇ ਧਰਾਤਲ ਨੂੰ ਸਾਫ ਕਰਨਾ, ਝੜਾਈ, ਗੰਦਗੀ ਨੂੰ ਬਾਹਰ ਸੁੱਟਣਾ, ਵੈਕਿਊਮ ਮਿੰਜ ਆਦਿ ਸ਼ਾਮਿਲ ਹੈ। ਇਹ ਸਾਰੀਆਂ ਕਿਰਿਆਵਾਂ ਘਰੇਲੂ ਪ੍ਰਬੰਧ (House keeping) ਦੇ ਵਿਸ਼ੇ ਹੇਠਾਂ ਆਉਂਦੀਆਂ ਹਨ ਅਤੇ ਇਨ੍ਹਾਂ ਨੂੰ ਬਹੁਤ ਸਾਰੇ ਲੋਕ ਥੋੜਾ ਬਹੁਤਾ ਸਮੇਂ ਸਮੇਂ ਤੇ ਕਰਦੇ ਹਨ।

ਘਰੇਲੂ ਪ੍ਰਬੰਧ ਨਾਲ ਸਬੰਧਤ ਭਿੰਨ ਭਿੰਨ ਸੰਦ ਹਨ ਜਿਨ੍ਹਾਂ ਵਿੱਚ ਸ਼ਾਮਿਲ ਝਾੜੂ, ਸਪੰਜਾ, ਵੈਕਿਊਮ ਨਾਲ ਸਫਾਈ, ਪਾਣੀ ਖਿਚਣ ਵਾਲੇ ਸ਼ਾਮਿਲ ਹਨ। ਇਨ੍ਹਾਂ ਨਾਲ ਸਫਾਈ ਕਰਨ ਵਾਲੇ ਉਤਪਾਦ ਜਿਵੇਂ ਕਿ ਬਲੀਚਿੰਗ ਏਜੰਟ ਸਾਬਣ (detergents) ਅਤੇ ਅਣਪ੍ਰਭਾਵੀ ਵਸਤੂਆਂ (disinfectant) ਆਦਿ ਸ਼ਾਮਿਲ ਹਨ। ਘਰੇਲੂ ਪ੍ਰਬੰਧ ਘਰ ਨੂੰ ਨਾ ਕੇਵਲ ਵਧੀਆਂ ਦਿਖਾਈ ਦੇਣ ਲਈ ਹੀ ਨਹੀਂ ਕੀਤਾ ਜਾਂਦਾ। ਸਗੋਂ ਇਸ ਨੂੰ ਸਿਹਤਮੰਦ ਬਣਾਉਣ ਲਈ ਅਤੇ ਇਸ ਵਿੱਚ ਆਰਾਮ ਨਾਲ ਰਹਿਣ ਲਈ ਵੀ ਕੀਤਾ ਜਾਂਦਾ ਹੈ। ਚੰਗੇ ਢੰਗ ਦਾ ਘਰੇਲੂ ਪ੍ਰਬੰਧ ਸਿਲ ਵਾਲੇ ਖੇਤਰ ਵਿੱਚ ਉਲੀ ਲੱਗਣ ਤੋਂ ਟੂਟੀਆਂ ਉਤੇ ਚੂਨ ਹੰਮ, ਬਦਬੂਦਾਰ ਗੁਸਲ ਖਾਨਿਆਂ ਤੋਂ ਮੱਕੜੀ ਦੇ ਜਾਲੇ ਲੱਗਣ (ਪੈਦਾ ਹੋਣੀ) ਪਾਥੀਆਂ ਦਾ ਬਦਬੂਦਾਰ ਹੋਣਾ, ਮੱਕੜੀ ਦਾ ਜਾਲਾ ਨਾ ਲੱਗਣ ਦੇਣਾ, ਗੰਦਗੀ ਤੇ ਬੈਕਟੀਰੀਆ ਜਰਮ ਦਾ ਪੈਦਾ ਹੋਣ ਤੋਂ ਬਚਾਉਂਦੇ ਹਨ।

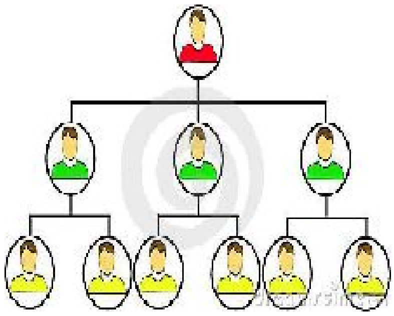
ਇਸ ਯੂਨਿਟ ਵਿੱਚ ਤੁਸੀਂ ਪ੍ਰਚੂਨ ਸਟੋਰ ਵਿੱਚ ਸੁਰੱਖਿਆ ਕਰਮਚਾਰੀਆ ਦੇ ਕੰਮ, ਘਰੇਲੂ ਪ੍ਰਬੰਧ ਨਾਲ ਸਬੰਧਤ ਰੱਖ ਰਖਾ, ਪ੍ਰਚੂਨ ਵਿੱਚ ਘਰੇਲੂ ਪ੍ਰਬੰਧ ਦੀਆਂ ਵਿਧੀਆਂ ਨੂੰ ਅਪਣਾਉਣ ਆਦਿ ਬਾਰੇ ਪੜ੍ਹੋਂਗੇ।

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

ਸੈਸ਼ਨ-1 ਸੁਰੱਖਿਆ ਦੇ ਕਾਰਜ ਅਤੇ ਨੁਕਤੇ

ਸਬੰਧਿਤ ਗਿਆਨ (Relevant Knowledge)



ਪ੍ਰਾਈਵੇਟ ਸੁਰੱਖਿਆ ਵਿੱਚ ਆਮ ਤੌਰ ਤੇ ਵਿਅਕਤੀ ਦੀ ਸੁਰੱਖਿਆ, ਜਾਇਦਾਦ ਅਤੇ ਸੂਚਨਾ ਨੂੰ ਕਵਰ ਕਰਦੀ ਹੈ। ਪ੍ਰਾਈਵੇਟ ਸੁਰੱਖਿਆ ਦਾ ਮੁੱਢਲਾ ਉਦੇਸ਼ (ਨਿਸ਼ਾਨਾ) ਕਰਮਚਾਰੀਆਂ ਨੂੰ ਆਪਣੀਆਂ ਡਿਊਟੀਆ ਨਿਭਾਉਣ ਲਈ ਸੁਰੱਖਿਆ ਅਤੇ ਸਹੀ ਵਾਤਾਵਰਨ ਪ੍ਰਦਾਨ ਕਰਦਾ ਹੈ। ਜਦੋਂਕਿ ਲੋਕਾਂ ਦੀ ਸੁਰੱਖਿਆ ਸਬੰਧੀ ਇਛਾਵਾ ਬਹੁਤ ਜ਼ਿਆਦਾ ਹਨ। ਸਰਕਾਰ ਲਈ ਵਾਸਤਵਿਕ ਰੂਪ ਵਿੱਚ ਸੁਰੱਖਿਆ ਸਬੰਧੀ ਸਾਰੀਆਂ ਜਰੂਰਤਾਂ ਪੂਰੀਆਂ ਕਰਨਾ ਸੋਖਾ ਕੰਮ ਨਹੀਂ ਹੈ।

ਸੁਰੱਖਿਆ ਦੇ ਨੁਕਤੇ :- ਭਾਰਤ ਵਿੱਚ ਪ੍ਰਾਈਵੇਟ ਸੁਰੱਖਿਆ ਦੇ ਖੇਤਰ ਵਿੱਚ ਪੋਲਸੀਆਂ ਅਤੇ ਕਾਨੂੰਨ ਨੂੰ ਲਾਗੂ ਕਰਨਾ ਸ਼ਾਮਿਲ ਨਹੀਂ ਹੈ ਅਤੇ ਇਹ ਹੇਠ ਲਿਖੇ ਸਾਧਨਾਂ ਦੁਆਰਾ ਸੁਰੱਖਿਆ ਨੂੰ ਯਕੀਨਨ ਬਣਾਉਣ ਅਤੇ ਨੁਕਸਾਨ ਨੂੰ ਹੋਣ ਤੋਂ ਬਚਾਉਣ ਤਕ ਸੀਮਤ ਹੈ।

- **ਬਚਾਓ** (Prevention) :- ਸਧਾਰਨ ਤਾਲੇ ਤੋਂ ਸ਼ੁਰੂ ਹੋ ਕੇ, ਕੰਧ ਦੀਆਂ ਦੀਵਾਰਾਂ, ਰੇਖਾਵਾਂ ਤਕ ਸੁਰੱਖਿਆ ਗਾਰਡ ਕਰਮਚਾਰੀਆਂ, ਜਾਇਦਾਦ, ਸੂਚਨਾ ਦੇ ਨੁਕਸਾਨ ਅਤੇ ਤਬਾਹੀ (ਖਰਾਬ) ਨੂੰ ਬਚਾਉਣ ਲਈ ਉਹ ਸਾਰੇ ਸਾਧਨ ਹਨ।
- **ਸੂਹ ਲਗਾਉਣੀ :-** ਕੋਈ ਘੁਸਪੈਠੀਆ ਜਦੋਂ ਸੁਰੱਖਿਆ ਬੈਰੀਅਰ (ਨਾਕੇ) ਨੂੰ ਪਾਰ ਕਰਦਾ ਹੈ ਪ੍ਰੰਤੂ ਉਹ ਅਜੇ ਤਕ ਆਪਣੀ ਯੋਜਨਾ ਵਿੱਚ ਸ਼ਤੁੰਸਟ ਨਹੀਂ ਹੈ ਉਸ ਨੇ ਸੂਹੀਆ ਅਤੇ ਚੇਤਨਾ (ਚੌਕਸੀ) ਪ੍ਰਣਾਲੀ ਦੁਆਰਾ ਸਾਰੇ ਸੁਰੱਖਿਆ ਸਾਜੋ ਸਮਾਨ ਨੂੰ ਚੋਕਸ ਕਰ ਸਕਦਾ ਹੈ।
- **ਦਖਲਅੰਦਾਜ਼ੀ** (Interference) :- ਇੱਕ ਵਾਰ ਵਿਵਸਥਾ ਵਿਗੜ ਜਾਵੇ ਅਤੇ ਕਾਨੂੰਨ ਦੀ ਉਲੰਘਣਾ ਲੱਭ ਜਾਵੇ ਤਾਂ ਘੁਸਪੈਸੀਆ ਨੂੰ ਉਸਦੀ ਯੋਜਨਾ (Designs) ਨੂੰ ਪੂਰੀ ਤਰ੍ਹਾਂ ਲਾਗੂ ਕਰਨ ਤੋਂ ਬਚਾਉਣ ਲਈ ਛੇਤੀ ਨਾਲ Active ਹੋ ਕੇ ਉਸ ਦੀ ਯੋਜਨਾ ਵਿੱਚ ਦਖਲ ਅੰਦਾਜ਼ੀ ਕਰਨੀ ਚਾਹੀਦੀ ਹੈ।
- **ਦੇਰੀ** (Delay) :- ਜ਼ਿਆਦਾ ਵਧੀਆਂ (ਤਾਕਤਵਰ) ਸੁਰੱਖਿਆ ਪ੍ਰਣਾਲੀ ਹੋਵੇ ਤਾਂ ਘੁਸਪੈਠੀਆਂ ਲਈ ਉੱਨੀ ਜ਼ਿਆਦਾ ਦੇਰੀ ਹੋਵੇਗੀ ਅਤੇ ਉਨੇ ਹੀ ਸੂਹ ਲਗਾਉਣ (ਲੱਭਣ) ਦੇ ਮੌਕੇ ਵੱਧਣਗੇ।

ਇਕ ਵਾਰ ਪਤਾ ਲੱਗ ਜਾਵੇ ਕਿ ਜਾਇਦਾਦ ਨੂੰ ਸੁਰੱਖਿਆ ਦੀ ਲੋੜ ਹੈ ਤਾਂ ਸੁਰੱਖਿਆ ਯੋਜਨਾ (ਹਿਸਾਬ) ਲਗਾਇਆ ਜਾਂਦਾ ਹੈ। ਇੱਕ ਸਫਲ ਸੁਰੱਖਿਆ ਪ੍ਰੋਗਰਾਮ ਨੂੰ ਲਾਗੂ ਕਰਨ ਲਈ ਸੁਰੱਖਿਆ ਆਦਮੀਆਂ ਵਿੱਚ ਇਮਾਨਦਾਰੀ, ਅਖੰਡਤਾ ਅਤੇ ਵਫਾਦਾਰੀ ਦਾ ਵਿਸ਼ਵਾਸ਼ ਕਰਨਾ ਪਵੇਗਾ ਅਤੇ ਉਨ੍ਹਾਂ ਕਰਮਚਾਰੀਆਂ ਤੇ ਵੀ ਜਿਨ੍ਹਾਂ ਨੇ ਵਿਧੀਆਂ ਅਤੇ ਪ੍ਰਣਾਲੀ ਤਿਆਰ ਕੀਤੀ ਹੈ।

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

ਸੁਰੱਖਿਆ ਗਾਰਡ ਲਈ ਯੋਗਤਾ :-

ਇਕ ਵਿਅਕਤੀ ਨੂੰ ਸੁਰੱਖਿਆ ਗਾਰਡ ਦੀ ਨੌਕਰੀ ਲੈਣ ਲਈ ਯੋਗ ਤਾਂ ਹੋਵੇਗਾ, ਜੇਕਰ ਉਹ PSARA ਐਕਟ 2005 ਵਿੱਚ ਵਰਣਨ ਕੀਤੀ ਸਰੀਰਕ ਫਿਟਨਿਸ ਕੁਸ਼ਲਤਾ ਦੇ ਪੱਧਰ ਨੂੰ ਪੂਰਾ ਕਰਦਾ ਹੈ। ਜਿਸ ਦਾ ਵੇਰਵਾ ਹੇਠ ਦਿੱਤਾ ਹੈ।

(i) ਲੰਬਾਈ ਆਦਮੀਆਂ ਵਾਸਤੇ 160 ਸੈ.ਮੀ. ਅਤੇ ਔਰਤਾਂ ਵਾਸਤੇ 150 ਸੈ.ਮੀ.

(ii) **ਭਾਰ (Weight)** ਉਸਦੀ ਲੰਬਾਈ ਅਤੇ ਭਾਰ ਦੇ ਸਟੈਂਡਰਡ ਟੇਬਲ ਅਨੁਸਾਰ ਛਾਤੀ 4 ਸੈ.ਮੀ. ਫੁਲਾ ਕੇ 80 ਸੈ.ਮੀ. ਹੋਣੀ ਚਾਹੀਦੀ ਹੈ। ਔਰਤਾਂ ਲਈ ਛਾਤੀ ਦੀ ਮਿਣਤੀ ਘੱਟੋ ਘੱਟ ਹੋਣੀ ਜ਼ਰੂਰੀ ਨਹੀਂ ਹੈ।

(iii) **ਅੱਖਾਂ ਦੀ ਦ੍ਰਿਸ਼ਟੀ :-** ਦੂਰ ਦੀ ਦ੍ਰਿਸ਼ਟੀ 6/6 ਅਤੇ ਨੇੜੇ ਦੀ ਦ੍ਰਿਸ਼ਟੀ 0.6/0.6 ਨਾਲ ਜਾਂ ਬਿਨ੍ਹਾਂ ਠੀਕ ਹੋਣ ਵਾਲਾ ਰੰਗਾਂ ਪ੍ਰਤੀ ਅੰਨ੍ਹਾ ਨਹੀਂ ਹੋਣਾ ਚਾਹੀਦਾ। ਉਹ ਸੁਰੱਖਿਆ ਦੇ ਸਾਜੋ ਸਮਾਨ ਦੇ ਰੰਗਾਂ ਦੀ ਪਹਿਚਾਣ ਅਤੇ ਅੰਤਰ ਨੂੰ ਪਛਾਣਨ ਦੇ ਯੋਗ ਹੋਵੇ।

- ਉਹ ਅਗਰੇਜ਼ੀ ਦੀ ਵਰਣਮਾਲਾ ਅਤੇ ਅਰਬੀ ਦੀ ਗਿਣਤੀ ਸਮਝ ਅਤੇ ਪੜ੍ਹ ਸਕਦਾ ਹੋਵੇ।
- ਉਸਦੇ ਗੋਡੇ ਭਿੜਦੇ ਨਾ ਹੋਣ ਅਤੇ ਪੈਰ ਪੱਧਰੇ ਨਾ ਹੋਣਾ। ਉਹ 6 ਮਿੰਟਾਂ ਵਿੱਚ ਇਕ ਕਿਲੋਮੀਟਰ ਭੱਜਣ ਦੇ ਯੋਗ ਹੋਵੇ।

ਸੁਣਨਾ :- ਉਸ ਵਿੱਚ ਸੁਣਨ ਦਾ ਕੋਈ ਨੁਕਸ ਨਹੀਂ ਹੋਣਾ ਚਾਹੀਦਾ। ਉਹ ਅਵਾਜ਼ ਸੁਣਨ ਦੇ ਅਤੇ ਬੋਲੇ ਹੋਏ ਸ਼ਬਦਾ ਦਾ ਜਵਾਬ ਦੇਣ ਦੇ ਯੋਗ ਹੋਵੇ ਅਤੇ ਸੁਰੱਖਿਆ ਸਾਜੋ ਸਮਾਨ ਦੇ ਦੁਆਰਾ ਪੈਦਾ ਕੀਤੀ ਆਵਾਜ਼ ਨੂੰ ਸੁਣ ਸਕਦਾ ਹੋਵੇ।

- ਉਮੀਦਵਾਰ ਕਿਸੇ ਛੂਤ ਦੀ ਬਿਮਾਰੀ ਤੋਂ ਪ੍ਰਭਾਵਿਤ ਨਾ ਹੋਵੇ। ਉਹ ਉਸ ਬਿਮਾਰੀ ਤੋਂ ਪੀੜਤ ਨਾ ਹੋਵੇ ਜਿਸ ਨਾਲ ਪਬਲਿਕ ਨੂੰ ਖਤਰਾ ਹੋਣ ਦੀ ਸੰਭਾਵਨਾ ਹੋਵੇ।

ਸੁਰੱਖਿਆ ਬਲ ਦੀਆਂ ਕਿਸਮਾਂ :-

1. **ਵਿਅਕਤੀਗਤ ਸੁਰੱਖਿਆ ਬਲ :-** ਇਨ੍ਹਾਂ ਦਾ ਮੰਤਵ ਕਰਮਚਾਰੀਆਂ ਨੂੰ ਸਰੀਰਕ ਸੁਰੱਖਿਆ ਦੇਣਾ ਹੈ ਇਨ੍ਹਾਂ ਨੂੰ ਕਾਲੀ ਬਿੱਲੀਆ (Black cats) ਦੇ ਨਾਂ ਨਾਲ ਜਾਣਿਆ ਜਾਂਦਾ ਹੈ ਜਾਂ ਬਾਊਂਸਰ ਅਤੇ ਉਹ ਆਪਣੇ ਕਰਮਚਾਰੀਆਂ ਨਾਲ ਹਰ ਜਗ੍ਹਾਂ ਨਾਲ ਹੁੰਦੇ ਹਨ।
2. **ਰਹਾਇਸ਼ੀ ਤੇ ਸੁਰੱਖਿਆ ਬਲ:-** ਉਹ ਰਿਹਾਇਸ਼ੀ ਕਲੋਨੀਆ, ਪੁਰਾਣੇ ਘਰਾਂ ਅਤੇ ਹੋਰ ਰਿਹਾਇਸ਼ੀ ਖੇਤਰਾਂ ਦੀ ਸੁਰੱਖਿਆ ਲਈ ਆਪਣੇ ਗਾਹਕਾਂ ਨੂੰ ਸੁਰੱਖਿਆ ਪ੍ਰਦਾਨ ਕਰਦੇ ਹਨ।
3. **ਸਯੁੰਕਤ ਸੁਰੱਖਿਆ ਬਲ :-** ਇਹ ਅੰਦਰੂਨੀ ਅਤੇ ਬਾਹਰੀ ਜਾਇਦਾਦ ਦੀ ਸੁਰੱਖਿਆ ਲਈ ਲਗਾਏ ਜਾਂਦੇ ਹਨ। ਸੰਯੁਕਤ ਸੁਰੱਖਿਆ ਵਿੱਚ ਸਯੁਕਤ ਬਿਲਡਿਗਾਂ, ਸ਼ਾਪਿੰਗ ਮਾਲ, ਪ੍ਰਾਈਵੇਟ ਸਰਵਿਸ ਹਸਪਤਾਲ ਆਦਿ ਦੀ ਸੁਰੱਖਿਆ ਸ਼ਾਮਿਲ ਹੈ।
4. **ਪ੍ਰਾਈਵੇਟ ਸੁਰੱਖਿਆ :-** ਇਹ ਪ੍ਰਾਈਵੇਟ ਸੁਰੱਖਿਆ ਲਈ ਵਪਾਰਕ ਅਦਾਰਿਆ ਅਤੇ ਉਦਾਸੀਆਂ ਨੂੰ ਦਿੱਤੀਆਂ ਜਾਂਦੀਆਂ ਹਨ।
5. **ਗਤੀਸ਼ੀਲ ਸੁਰੱਖਿਆ ਗਾਰਡ :-** ਇਹ ਖੇਤਰ ਦੇ ਦੁਆਲੇ ਘੁੰਮਦੇ ਹਨ ਅਤੇ ਇਹ ਸੁਰੱਖਿਆ ਬਲ ਸ਼ੱਕੀ ਵਿਅਕਤੀ ਦੇ ਵਿਵਹਾਰ ਅਤੇ ਕਿਰਿਆਵਾਂ ਆਦਿ ਤੇ ਨਜ਼ਰ ਰੱਖਦੇ ਹਨ।
6. **ਸਥਿਰ ਸੁਰੱਖਿਆ ਬਲ :-** ਇਹ ਗਤੀਸ਼ੀਲ ਸੁਰੱਖਿਆ ਬੱਲ੍ਹਾਂ ਵਾਗੂ ਨਹੀਂ ਸਗੋਂ ਇਕ ਜਗ੍ਹਾਂ ਤੇ ਰਹਿ ਕੇ ਸਮਾਨ ਅਤੇ ਲੋਕਾਂ ਦੀ ਸੁਰੱਖਿਆ ਲਈ ਅਗਵਾਈ ਕਰਦੇ ਹਨ। ਉਹ ਕੰਮ ਕਰਨ ਲਈ ਇਲੈਕਟ੍ਰੋਨਿਕ ਸਰਵੀਸੈਂਸ ਪ੍ਰਣਾਲੀ ਦੀ ਵਰਤੋਂ ਕਰਦੇ ਹਨ।

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

ਕੰਮ ਲਈ ਕਰਤੱਵ :- ਸੁਰੱਖਿਆ ਕਰਮਚਾਰੀ ਨੂੰ ਬਿਲਡਿੰਗਾਂ, ਗਰਾਉਂਡ, ਜਾਇਦਾਦਾ ਅਤੇ ਕਬਜਿਆ ਵਾਲਿਆ ਜਿਸ ਵਿੱਚ ਆਉਣ ਜਾਣ ਵਾਲੇ ਵੀ ਸ਼ਾਮਿਲ ਹਨ ਦੀ ਸੁਰੱਖਿਆ ਦਾ ਕੰਮ ਦਿੱਤਾ ਜਾਂਦਾ ਹੈ। ਪ੍ਰਾਈਵੇਟ ਸੁਰੱਖਿਆ ਸਗੰਠਨ ਦੀਆਂ ਮੁੱਖ ਅਦਾਵਾ (ਕੰਮਾਂ), ਸੁਰੱਖਿਆ ਬੱਲ (ਵੱਖੋ ਵੱਖਰੀ ਕਿਸਮ ਦੇ), ਸੁਰੱਖਿਆ ਨਿਗਰਾਨ, ਸੁਰੱਖਿਆ ਅਫ਼ਸਰ ਅਤੇ ਪ੍ਰਬੰਧਕ ਸ਼ਾਮਿਲ ਹਨ।

ਇਕ ਸੁਰੱਖਿਆ ਗਾਰਡ ਨੂੰ ਹੇਠਾਂ ਦਿੱਤੇ ਕਰਤੱਵ ਕਰਨੇ ਪੈਂਦੇ ਹਨ:-

(i) **ਪ੍ਰਵੇਸ਼ ਦੁਆਰ ਤੇ ਜਿੰਮੇਵਾਰੀਆਂ :-** ਰੀਸੈਪਸ਼ਨ ਤੇ ਸੁਰੱਖਿਆ ਗਾਰਡ ਨੂੰ ਹੇਠ ਲਿਖੀਆਂ ਕਰਤੱਵ (ਜਿੰਮੇਵਾਰੀਆਂ) ਨਿਭਾਉਂਣੀਆਂ ਪੈਂਦੀਆਂ ਹਨ।

1. ਇਹ ਯਕੀਨੀ ਬਣਾਉਣਾ ਕਿ ਕੰਮ ਸ਼ੁਰੂ ਕਰਨ ਤੋਂ ਪਹਿਲਾ ਉਥੇ ਸਾਰੇ ਉਪਕਰਨ ਚਾਲੂ ਹਨ ਅਤੇ ਪੂਰੇ ਕਾਗਜ਼ ਪੱਤਰ ਮੌਜ਼ੂਦ ਹਨ।
2. ਇਹ ਯਕੀਨੀ ਬਣਾਉਣਾ ਕਿ ਸਾਰੇ ਮਿਲਣ ਵਾਲਿਆ ਨੇ ਵਿਜ਼ਟਰ (Visitor) ਬੁਕ ਵਿੱਚ ਆਪਣੇ ਵੇਰਵੇ (Particular) ਦਰਜ ਕੀਤੇ ਹਨ।
3. ਜੇਕਰ ਅਗਾਉ ਸੂਚਨਾ ਨਹੀਂ ਮਿਲੀ ਤਾਂ ਯਕੀਨੀ ਬਣਾਉਣਾ ਕਿ ਵਿਜ਼ਟਰ ਅਫ਼ਸਰ(Visitor officer) ਦੁਆਰਾ ਚੈਕ ਕਰਨ ਤੋਂ ਬਾਅਦ ਬੈਜ ਅਤੇ ਵਿਜ਼ਟਰ ਸਲਿਪਾਂ (Visitor Slips) ਜਾਰੀ ਕੀਤੀਆਂ ਹਨ।
4. ਇਹ ਯਕੀਨੀ ਬਣਾਉਣਾ ਕਿ ਮਿਲਣ ਵਾਲਿਆਂ ਨੂੰ ਹੇਠ ਲਿਖਿਆਂ ਦੀ ਵਰਤੋਂ ਕਰਨ ਲਈ ਕੰਪਨੀ ਦੇ ਨਿਯਮਾਂ ਅਤੇ ਨੀਤੀਆਂ ਬਾਰੇ ਜਾਣੂ ਕਰਵਾਇਆ ਹੈ
   (i) ਮੋਬਾਈਲ ਫੋਨ
   (ii) ਲੈਪਟੋਪ ਅਤੇ ਪੈਨ ਡਰਾਈਵ
   (iii) ਕੈਮਰਾਂ

ਗੇਟ 'ਤੇ ਜਿੰਮੇਵਾਰੀਆਂ :-

ਕੰਪਨੀ ਨਾਲ ਪਹਿਲੇ ਪੁਆਇੰਟ 'ਤੇ ਸਪੰਰਕ ਕਰਨ ਲਈ ਖੇਤਰ ਵਿੱਚੇ ਪ੍ਰਵੇਸ਼ ਕਰਨ ਲਈ ਸਟਾਫ ਅਤੇ ਮਿਲਣ ਵਾਲਿਆਂ ਲਈ ਗੇਟ ਤੇ ਡਿਊਟੀ :

ਗੇਟ ਡਿਊਟੀ ਵਿੱਚ ਹੇਠ ਲਿਖੇ ਸ਼ਾਮਿਲ ਹਨ

(i) ਗੱਡੀਆਂ ਪ੍ਰਵੇਸ਼ ਕਰਨ ਵਾਲੇ ਅਤੇ ਬਾਹਰ ਜਾਣ ਵਾਲਿਆਂ ਨੂੰ ਰੋਕਣਾ।
(ii) ਪ੍ਰਵੇਸ਼ ਕਰਨ ਅਤੇ ਬਾਹਰ ਜਾਣ ਵਾਲੀਆਂ ਗੱਡੀਆਂ ਦੀ ਤਲਾਸ਼ੀ ਲੈਣਾ।
(iii) ਰੋਕਣਾ ਅਤੇ ਤਲਾਸ਼ੀ ਵਾਲੀਆਂ ਸਾਰੀਆਂ ਘਟਨਾਵਾਂ ਦੇ ਰਿਕਾਰਡ ਕਰਨਾ।
(iv) ਜਿੰਨੀ ਛੇਤੀ ਸੰਭਵ ਹੋਵੇ ਕਿ ਸੰਭਵ ਬਣਾਇਆ ਜਾਵੇ ਕਿ ਸਾਰੇ ਦਸਤਾਵੇਜ਼ਾਂ ਨੂੰ ਪੂਰਾ ਕਰ ਲਿਆ ਹੈ।

ਸਮਾਨ ਨੂੰ ਸੰਭਾਲਣਾ :- ਡਿਊਟੀ 'ਤੇ ਤੈਨਾਤ ਸਕਿਊਰਟੀ ਗਾਰਡ ਸੰਸਥਾ ਦੇ ਅੰਦਰ ਅਤੇ ਬਾਹਰ ਹੇਠ ਲਿਖੇ ਅਨੁਸਾਰ ਆਪਣੀ ਜਿੰਮੇਵਾਰੀ ਨਿਭਾਉਂਦਾ ਹੈ।

(i) ਉਹ ਇਹ ਯਕੀਨੀ ਬਣਾਵੇ ਕਿ ਸਮਾਨ ਖ੍ਰੀਦ ਆਰਡਰ ਅਤੇ ਚਲਾਨ ਦੇ ਅਨੁਸਾਰ ਹੈ।

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

(ii) ਬਾਹਰ ਜਾਣ ਵਾਲਾ ਸਮਾਨ ਅਧਿਕਾਰਤ ਹਸਤਾਖਰੀ ਦੀ ਮਨਜ਼ੂਰੀ, ਆਗਿਆ ਤੋਂ ਬਾਅਦ ਹੀ ਜਾ ਰਿਹਾ ਹੈ।
(iii) ਜਦੋਂ ਵੀ ਵਿਵਹਾਰਕ (ਸੰਭਵ) ਹੋਵੇ ਯਕੀਨਨ ਬਣਾਇਆ ਜਾਵੇ ਅੰਦਰ ਜਾਣ ਵਾਲੇ ਅਤੇ ਬਾਹਰ ਆਉਣ ਵਾਲੇ ਸਮਾਨ ਨਾਲ ਸਬੰਧਿਤ ਸਾਰੇ ਦਸਤਾਵੇਜ਼ ਪੂਰੇ ਹਨ।
(iv) ਵਾਪਸ ਆਉਣ ਵਾਲੀਆਂ ਵਸਤਾਂ ਦਾ ਅਲੱਗ ਰਜਿਸਟਰ ਤਿਆਰ ਕੀਤਾ ਜਾਵੇ।
(v) ਜਦੋਂ ਗੱਡੀਆਂ ਅਤੇ ਬੈਗਾਂ ਦੀ ਤਲਾਸ਼ੀ ਲਈ ਜਾਵੇ ਤਾਂ ਡਰਾਈਵਰ ਜਾਂ ਮਾਲਕ ਨਾਲ ਅਸਲੀ ਪਹਿਲੂ ਦੀ ਭੌਤਿਕ ਤਲਾਸ਼ੀ ਲਈ ਸਪੰਰਕ ਕਰੋ।

ਗਸ਼ਤ (Patrolling) :- ਇਮਾਰਤ ਦੀ ਚਾਰ ਦੀਵਾਰੀ ਦੀ ਗਸ਼ਤ ਸੁਰੱਖਿਆ ਕਰਮਚਾਰੀਆਂ ਦੀ ਜਿੰਮੇਵਾਰੀਆਂ ਵਿੱਚੋ ਇਕ ਬਹੁਤ ਹੀ ਮਹੱਤਵਪੂਰਨ ਜ਼ਿਮੇਵਾਰੀ ਹੈ। ਸੁਰੱਖਿਆ ਗਸ਼ਤ ਦੇ ਪ੍ਰਮੁੱਖ ਗਰੁੱਪ ਹਨ :-

(i) ਗਤੀਸ਼ੀਲ ਗਸ਼ਤ
(ii) ਸਥਿਰ ਸੁਪਰਦਰਸੀ ਗਸ਼ਤ

ਗਤੀਸ਼ੀਲ ਗਸ਼ਤ :-

(i) **ਗਤੀਸ਼ੀਲ ਸੁਰੱਖਿਆ :-** ਕਿਸੇ ਵੀ ਸੁਰੱਖਿਆ ਪ੍ਰਣਾਲੀ ਵਿੱਚ ਸੁਰੱਖਿਆ ਕਰਮਚਾਰੀਆਂ ਦੀ ਗਸ਼ਤ ਬਹੁਤ ਹੀ ਮਹੱਤਵਪੂਰਨ ਤੱਤਾਂ ਵਿੱਚੋ ਇਕ ਤੱਤ ਹੈ।
(ii) ਗਾਹਕ ਦੀ ਜਾਇਦਾਦ ਤੇ ਵੱਖ ਵੱਖ ਵੱਖਵਿਆ ਵਿੱਚ ਗਤੀਸ਼ੀਲ ਗਸ਼ਤ ਕੀਤੀ ਜਾਂਦੀ ਹੈ।
(iii) ਹਰ ਸ਼ਿਫਟ ਤੇ ਗਾਹਕ ਦੀ ਸਹਿਮਤੀ ਨਾਲ ਕਈ ਗਸ਼ਤਾਂ ਕੀਤੀਆਂ ਜਾਂਦੀਆਂ ਹਨ।

ਸਥਿਰ ਸੁਪਰਦਰਸ਼ੀ ਗਸ਼ਤ :-

(i) ਦੋਵੇਂ ਅੰਦਰੂਨੀ ਅਤੇ ਬਾਹਰੀ ਚੈਕਿੰਗ ਲਈ ਸਥਿਰ ਸਥਾਨਾ ਤੇ ਗਸ਼ਤ ਲਗਾਤਾਰਤਾ ਤੇ ਅਧਾਰਤ ਹੈ।
(ii) ਇਕ ਪ੍ਰਭਾਵਸ਼ਾਲੀ ਸੁਰੱਖਿਆ (ਬਲ) ਗਾਰਡ ਦੇ ਲਈ ਬਦਲਾਓ, ਦਿਲਚਸਪੀ ਅਤੇ ਪੂਰਨਤਾ ਕੁਝ ਜ਼ਰੂਰੀ ਗੁਣ ਹਨ।

ਕੰਟਰੋਲ ਰੂਮ ਤੇ ਜਿਮੇਵਾਰੀਆਂ :- ਕੰਟਰੋਲ ਰੂਮ ਉਹ ਰੂਮ ਹੈ ਜਿਹੜਾ ਕਾਰਜ ਕੇਂਦਰ ਵਜੋਂ ਕੰਮ ਕਰਦਾ ਹੈ ਜਿਥੇ ਸਹੂਲਤਾਂ ਅਤੇ ਸੇਵਾਵਾਂ ਦੀ ਅਗਵਾਈ ਅਤੇ ਕੰਟਰੋਲ ਕੀਤਾ ਜਾਂਦਾ ਹੈ। ਕੰਟਰੋਲ ਰੂਮ ਦੀ, ਪ੍ਰੀਭਾਸ਼ਾ ਵਿਆਖਿਆ ਸੁਰੱਖਿਆ ਸਬੰਧੀ ਹਵੇਗੀ ਕਿ ਪ੍ਰਬੰਧ ਵਿਵਸਥਾ ਵਿਧੀਆਂ ਲਈ ਸਹਾਇਤਾ, ਗਾਰਡ ਕਰਨ ਲਈ ਸਲਾਹ, ਗਤੀਸ਼ੀਲ ਗਸ਼ਤ ਅਤੇ ਰੋਜ਼ਾਨਾ ਗਤੀਸ਼ੀਲ ਸਟਾਫ ਅਤੇ ਐਮਰਜੈਂਸੀ ਹਾਲਤਾਂ ਲਈ ਸਹੂਲਤਾਂ ਪ੍ਰਦਾਨ ਕਰਦਾ ਹੈ।

ਇਸ ਲਈ ਕੰਟਰੋਲਰ ਦੀਆਂ ਜਿਮੇਵਾਰੀਆਂ ਅਤੇ ਕੰਮ ਹੇਠ ਦਿੱਤੇ ਅਨੁਸਾਰ ਪ੍ਰਬੰਧ ਕਰਨਾ ਹੈ :

- ਗਾਰਡਾ, ਗਸ਼ਤ ਕਰਨ ਵਾਲਿਆ ਅਤੇ ਗਤੀਸ਼ੀਲ ਨਿਰੀਖਣ ਸਟਾਫ ਦੀ ਪ੍ਰਭਾਵਸ਼ਾਲੀ ਅਗਵਾਈ ਲਈ ਠੀਕ ਢੰਗ ਨਾਲ ਦਸਤਾਵੇਜ਼ਾ, ਟੈਲੀਫੋਨ, ਰੇਡੀਓ ਜਾਂ ਹੋਰ ਸੰਚਾਰ ਦੇ ਸਾਧਨਾਂ ਨਾਲ ਸਖਤੀ ਨਾਲ ਨਿਯਮਾਂ ਦੀ ਪਾਲਣਾ ਕਰਨਾ।
- ਕੰਪਨੀ ਦੀਆਂ ਠੇਕੇ ਦੀਆਂ ਜਿਮੇਵਾਰੀਆਂ ਨੂੰ ਛੇਤੀ ਅਤੇ ਯੋਗ ਢੰਗ ਨਾਲ ਚਲਾਣ ਲਈ ਰੋਜ਼ਾਨਾ ਅਤੇ ਐਮਰਜੈਂਸੀ ਕੰਮ ਦੀ ਸਹੀ ਢੰਗ ਨਾਲ ਰਿਕਾਰਡਿੰਗ ਕਰਨਾ।
- ਸਹੂਲਤਾਂ ਲਈ ਸਾਰੀਆਂ ਕੁੰਜੀਆਂ ਨੂੰ ਰੱਖਣ ਲਈ ਰਜਿਸਟਰ ਲਗਾਉਣਾ।
- ਸੀ.ਸੀ.ਟੀ.ਵੀ ਰਾਹੀ ਠੀਕ ਚੌਕਸੀ ਯਕੀਨ ਬਣਾਉਣਾ।
- ਸੁਰੱਖਿਆ ਸਬੰਧੀ ਹੱਥ ਲਿਖਤ ਜਾਂ ਕਾਪੀ ਜਾਂ ਕਾਰਜਵਿਧੀ ਦੇ ਵਧੀਆਂ ਢੰਗ ਅਤੇ ਮੁਲੰਕਣ ਸ਼ਰਤਾਂ ਲਈ ਹਦਾਇਤਾਂ ਹਰ ਸਮੇਂ ਕੰਟਰੋਲ ਰੂਮ ਤੇ ਉਪਲੱਬਧ ਹੋਣੀਆਂ ਚਾਹੀਦੀਆਂ ਹਨ। ਰਿਪੋਰਟ ਕੀਤੀਆਂ ਗਈਆਂ ਘਟਨਾਵਾਂ ਦੀਆਂ ਸਾਰੀਆਂ ਰਿਪੋਰਟਾਂ ਦਾ ਵਿਸਥਾਰ ਅੱਗੇ ਲਿਖੇ ਅਨੁਸਾਰ ਹੈ :-

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

(i) ਘਟਨਾਂ ਦੀ ਤਾਰੀਖ, ਸਮਾਂ ਅਤੇ ਜਗ੍ਹਾਂ ਬਾਰੇ।
(ii) ਰਿਪੋਰਟ ਕਰਨ ਦੀ ਤਾਰੀਖ ਅਤੇ ਸਮਾਂ ਅਤੇ ਰਿਪੋਰਟ ਕਿਸ ਦੁਆਰਾ ਕੀਤੀ ਗਈ ਹੈ।
(iii) ਘਟਨਾ ਦੀ ਕਿਸਮ।
(iv) ਲਿਆ ਗਿਆ ਐਕਸ਼ਨ ਜਿਸ ਵਿੱਚ ਅਗਲੀ ਰਿਪੋਰਟਿੰਗ ਸ਼ਾਮਿਲ ਹੈ।
(v) ਜੋ ਐਕਸ਼ਨ ਲੈਣਾ ਹੈ।
(vi) ਹਾਜ਼ਰ ਸਾਰੇ ਵਿਅਕਤੀਆਂ ਦੇ ਨਾਂ ਅਤੇ ਪਤਾ

ਜ਼ਰੂਰੀ ਹਦਾਇਤਾਂ (Assignment Instruction)

ਸੁਰੱਖਿਆ ਕੰਮਾਂ ਨੂੰ ਜਾਰੀ ਰੱਖਣ ਲਈ ਸਭ ਤੋਂ ਮਹੱਤਵਪੂਰਨ ਪਹਿਲੂ ਇਹ ਹੈ ਕਿ ਵਿਅਕਤੀ ਨੂੰ ਜਿੰਮੇਵਾਰੀਆਂ ਸਬੰਧੀ ਸੁਚੇਤ ਹੋਣਾ ਚਾਹੀਦਾ ਹੈ ਜਿਨ੍ਹਾਂ ਸਬੰਧੀ ਲਿਖਤੀ ਹਦਾਇਤਾਂ ਮੌਜੂਦ ਹੋਣ। ਉਹ ਇਸ ਗੱਲ ਦਾ ਸੰਕੇਤ ਹੋਣ ਕਿ ਸੁਰੱਖਿਆ ਕਰਮਚਾਰੀ ਨੇ ਅਸਾਈਨਮੈਂਟ ਤੇ ਕੀ ਕਰਨਾ ਹੈ। ਕਿਥੇ ਜਾਣਾ ਹੈ, ਭਿੰਨ ਭਿੰਨ ਸਥਿਤੀਆ ਤੇ ਕੀ ਜਵਾਬ ਦੇਣਾ ਹੈ। ਗਸ਼ਤ ਦਾ ਸਮਾਂ ਅਤੇ ਰਸਤੇ, ਸੰਚਾਰ ਲਾਈਨਾਂ, ਅਸਾਈਨਮੈਂਟ (Assigment) ਦੀ ਵਿਸਥਾਰਪੂਰਵਕ ਟੀਮ ਜਿਮੇਵਾਰੀ ਅਤੇ ਗਿਣਤੀ ਸਬੰਧੀ ਸੰਖੇਪ ਹਦਾਇਤਾ, ਕੰਮ ਦੇ ਘੰਟੇ, ਕਾਰਜ ਵਿਧੀਆ ਨੂੰ ਸੰਭਾਲਣਾ ਅਤੇ Handel ਕਰਨਾ ਹੈ ਅਸਾਈਨਮੈਂਟ (Assigment) ਹਦਾਇਤਾਂ ਸੁਰੱਖਿਆ ਸਟਾਫ ਦੀਆਂ ਕੰਮ ਅਤੇ ਜਿਮੇਵਾਰੀਆ ਹਨ ਜਿਹੜੀ ਸਪੁਰਦਗੀ ਪ੍ਰਬੰਧਨ ਨਾਲ ਸਹਿਮਤੀ ਹੈ ਅਤੇ ਉਸ ਵਿੱਚ ਹੇਠ ਲਿਖੇ ਸ਼ਾਮਿਲ ਹਨ :

- **ਅੰਦਰੂਨੀ (Internal) ਸੰਗਠਣ ਚਾਰਟ :-** ਇਹ ਸੁਰੱਖਿਆ ਗਾਰਡ ਨੂੰ ਇਹ ਜ਼ਰੂਰੀ ਸੂਚਨਾ ਦਿੰਦਾ ਹੈ ਕਿ ਸੰਸਥਾ ਵਿੱਚ ਕੌਣ ਕੀ ਹੈ। ਇਹ ਉਨ੍ਹਾਂ ਦੇ ਦਫਤਰਾਂ ਦੇ ਨਾਲ ਸਬੰਧਤ ਜਾਣਕਾਰੀ ਵੀ ਦਿੰਦਾ ਹੈ ਤਾਂ ਜੋ ਜਦੋਂ ਉਹ ਅਹਾਤੇ ਦੀ ਗਸ਼ਤ ਕਰਦਾ ਹੋਵੇ ਤਾਂ ਉਨ੍ਹਾਂ ਦੀ ਲੋੜ ਮੁਤਾਬਿਕ ਪੂਰਾਂ ਧਿਆਨ ਦਿੱਤਾ ਜਾ ਸਕੇ। ਇਕ ਅੰਦਰੂਨੀ ਟੈਲੀਫੋਨ ਡਾਇਰੈਕਟਰੀ ਵੀ ਸ਼ਾਮਿਲ ਹੋਣੀ ਚਾਹੀਦੀ ਹੈ।
- **ਕੰਪਨੀ ਦੀ ਰੱਖਿਆ ਸਟੇਟਮੈਂਟ :-** ਇਹ ਸਟੇਟਮੈਂਟ ਯਕੀਨੀ ਬਣਾਉਂਦੀ ਹੈ ਕਿ ਸੁਰੱਖਿਆ ਸਟਾਫ ਕੰਮ ਸਮੇਂ ਰੱਖਿਆ, ਸਿਹਤ, ਕਲਿਆਣ ਸਾਰੇ ਖਤਰਿਆ ਤੋਂ ਚੋਕਸ ਹੈ ਅਤੇ ਭਿੰਨ ਭਿੰਨ ਖਤਰਿਆ ਨਾਲ ਸਬੰਧਤ ਪ੍ਰਬੰਧਕੀ ਯੋਜਨਾਵਾਂ ਰੱਖਿਆ ਸਟੇਟਮੈਂਟ ਠੇਕੇਦਾਰਾ ਅਤੇ ਹੋਰ ਵਿਅਕਤੀ ਜੋ ਅਦਾਰੇ ਵਿੱਚ ਕੰਮ ਕਰਦੇ ਹਨ ਉਨ੍ਹਾਂ ਲਈ ਲਾਭਦਾਇਕ ਹਨ। ਉਹ ਕੰਮ ਵਾਲੀ ਜਗ੍ਹਾਂ ਅਤੇ ਕਾਰਜਾ ਵਿਧੀਆ ਤੇ ਖਤਰਿਆ ਨੂੰ ਖਤਮ ਕਰਨ ਲਈ ਚੇਤੰਨ ਹੋਣੇ ਚਾਹੀਦੇ ਹਨ।
- **ਸਟੈਂਡਿਗ ਹਦਾਇਤਾਂ :-** ਇਨ੍ਹਾਂ ਵਿੱਚ ਰੋਜ਼ਾਨਾ ਕੰਮ ਕਰਨ ਅਤੇ ਕਾਰਜਧਾਰਿਕ ਵਿਵਸਥਾਵਾਂ ਸ਼ਾਮਿਲ ਹਨ।
- **ਐਮਰਜੈਂਸੀ ਯੋਜਨਾ :-** ਇਹ ਯੋਜਨਾ ਕਿਸੇ ਗੰਭੀਰ ਸਮੱਸਿਆ ਨੂੰ ਕਿਵੇਂ ਲੈਣਾ ਹੈ ਦੇ ਬਾਰੇ ਵਰਣਨ ਕਰਦੀ ਹੈ। ਜਿਵੇਂ ਕਿ ਅੱਗ ਅਤੇ ਭੁਚਾਲ, ਬੰਬ ਦੀ ਧਮਕੀ ਡਰ, ਇਮਾਰਤ ਨੂੰ ਪਾਸ ਕਰਵਾਉਣਾ, ਹੱਥਿਆਰਾ ਦੀ ਚੋਰੀ ਅਤੇ ਅਸਾਈਨਮੈਂਟ ਨੂੰ ਹੋਰ ਗੰਭੀਰ ਖਤਰੇ।
- **ਖਾਲੀ ਕਰਨ ਸੰਬੰਧੀ ਹਦਾਇਤਾਂ :-** ਇਹ ਹਦਾਇਤਾਂ ਹਨ ਜੋ ਇਹ ਸੰਕੇਤ ਦਿੰਦੀਆਂ ਹਨ ਕਿ ਐਮਰਜੈਂਸੀ ਸਮੇਂ ਐਕਸ਼ਨ ਲੈਣਾ ਹੈ। ਇਕੱਠ ਹੋਣ ਵਾਲੇ ਸਥਾਨ ਦੀ ਸਥਿਤੀ ਫਾਇਰ ਵਾਰਡਨ ਦੀ ਸਥਿਤੀ ਅਤੇ ਐਮਰਜੈਂਸੀ ਜਵਾਬੀ ਬੀਮਾ ਦੇ ਮੈਂਬਰਾਂ ਅਤੇ ਹੋਰ ਵਿਅਕਤੀਆ ਦੀ ਲਿਸਟ।
- **ਮੁੱਖ ਕਰਮਚਾਰੀਆਂ ਦੇ ਨਾਂ ਅਤੇ ਪਤਾ :-** ਇਸ ਵਿੱਚ ਸੀਨੀਅਰ ਕਰਮਚਾਰੀਆਂ ਦਾ ਵਿਸਥਾਰਪੂਰਵਕ ਵੇਰਵਾ ਸ਼ਾਮਿਲ ਹੈ ਤਾਂ ਕਿ ਕਿਸੇ ਘਟਨਾ ਹੋਣ ਸਮੇਂ ਜਾਂ ਕੋਈ ਵੱਡੀ ਘਟਨਾਂ ਸਮੇਂ ਉਨ੍ਹਾਂ ਨਾਲ ਸਬੰਧ ਸਥਾਪਿਤ ਕੀਤਾ ਜਾ ਸਕੇ ਅਤੇ ਉਨ੍ਹਾਂ ਨੂੰ ਘੱਟਣਾ ਹੋਣ ਦੀ ਵਿਸਥਾਰ ਬਾਰੇ ਸੂਚਨਾ ਦਿੱਤੀ ਜਾ ਸਕੇ। ਇਹੋ ਜਿਹੀਆ ਘਟਨਾਵਾਂ ਸਬੰਧੀ ਮੌਕਿਆ ਤੇ ਉਹ ਸੁਰੱਖਿਆ ਕਰਮਚਾਰੀਆਂ ਨੂੰ ਜਾਂ ਇਹ ਸਲਾਹ ਦੇ ਸਕਦੇ ਹਨ ਕਿ ਕਿਹੜਾ ਐਕਸ਼ਨ ਲੈਣਾ ਹੈ ਜਾਂ ਇਹ ਕਿ ਖੁਦ ਜਾਂ ਕੇ ਘਟਨਾ ਨੂੰ ਦੇਖਣਾ। ਇਨ੍ਹਾਂ ਕਰਮਚਾਰੀਆਂ ਨਾਲ ਸਪੰਰਕ ਲਈ ਟੈਲੀਫੋਨ

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

ਨੰਬਰ ਜਿਸ ਵਿੱਚ ਇਨ੍ਹਾਂ ਦੇ ਘਰ ਦੇ ਨੰਬਰ ਅਤੇ ਮੋਬਾਇਲ ਨੰਬਰ ਅਤੇ ਕਈ ਹੋਰ ਨੰਬਰ ਸ਼ਾਮਿਲ ਹੈ।

ਇਨ੍ਹਾਂ ਅਸਾਈਨਮੈਂਟ ਹਦਾਇਤਾਂ ਤੋਂ ਇਲਾਵਾ ਬਹੁਤ ਸਾਰੇ ਸੁਰੱਖਿਆ ਨਿਗਰਾਨ ਨੂੰ ਪਹਿਲਾ ਹੀ ਹਦਾਇਤਾਂ ਜਾਰੀ ਕਰ ਦਿੰਦੇ ਹਨ ਜਿਹੜੀਆਂ ਸਪੁਰਦਗੀ ਹਦਾਇਤਾਂ ਵਿਅਕਤੀਆਂ ਨੂੰ ਦੇਣੀਆਂ ਜਰੂਰੀ ਹਨ।

ਸੁਰੱਖਿਆ ਗਾਰਡ ਇਨ੍ਹਾਂ ਪੂਰਵ ਹਦਾਇਤਾਂ ਨੂੰ ਹਰ ਸਮੇਂ ਆਪਣੀ ਕਮੀਜ਼ ਦੀ ਜੇਬ ਵਿੱਚ ਰੱਖੀ ਫਿਰਦੇ ਹਨ।

- **ਅਪਾਤਕਾਲ ਜਵਾਬ ਦੇਣਾ :-** ਸੁਰੱਖਿਆ ਕਰਮਚਾਰੀ, ਅਪਾਤਕਾਲ ਸਥਿਤੀ ਨੂੰ ਦੇਖਣੇ ਦੀ ਪ੍ਰਤੀਕਿਰਿਆ ਕਰਦੇ ਹਨ ਅਤੇ ਅਪਾਤਕਾਲ ਘਟਨਾਂ ਦੁਆਰਾ ਹੋਏ ਪ੍ਰਭਾਵ ਨੂੰ ਕੰਮ ਵਾਲੇ ਸਥਾਨ ਤੇ ਹੀ ਘੱਟ ਕਰਦੇ ਹਨ।

ਸੁਰੱਖਿਆ ਕਰਮਚਾਰੀਆ ਦੀ ਟ੍ਰੇਨਿੰਗ ਵਿੱਚ ਹੇਠ ਦਿੱਤੀਆਂ ਸ਼ਾਮਿਲ ਹੋਣਾ ਚਾਹੀਦਾ ਹੈ।

- ਅਲਾਰਮ ਪ੍ਰਣਾਲੀ ਦੀ ਅਗਵਾਈ ਕਰਨਾ ਅਤੇ ਉਤਰ ਲਈ ਜ਼ਰੂਰਤ ਨੂੰ ਨਿਰਧਾਰਿਤ ਅਤੇ ਪੂਰਾ ਕਰਨਾ।
- ਐਮਰਜੈਂਸੀ ਅਲਾਰਮ ਦਾ ਜ਼ਵਾਬ ਦੇਣਾ।
- ਘਟਨਾ ਦੀ ਵਿਸਥਾਰਪੂਰਵਕ ਜਾਣਕਾਰੀ ਸੰਚਾਰ ਕਰਨਾ।
- ਐਮਰਜੈਂਸੀ ਸੀਨ ਦਾ ਇਕੱਲਾਪਨ
- ਅਪਾਤਕਾਲ ਸਥਿਤੀ ਸਮੇਂ ਪ੍ਰਬੰਧ ਕਰਨਾ।

ਕਿਸੇ ਮਾਲ, ਦਫਤਰ, ਫੈਕਟਰੀ ਜਾਂ ਸੰਸਥਾ ਵਿੱਚ ਜਾਓ ਤਾਂ ਸਭ ਤੋਂ ਪਹਿਲਾ ਜਿਹੜੀ ਚੀਜ਼ ਤੁਹਾਨੂੰ ਦਿਖਾਈ ਦਿੰਦੀ ਹੈ ਉਹ ਸੁਰੱਖਿਆ ਗਾਰਡ ਹੈ।ਉਹ ਆਪਣੀ ਵਰਦੀ ਕਾਰਨ ਪਛਾਣੇ ਜਾਂਦੇ ਹਨ ਅਤੇ ਉਨ੍ਹਾਂ ਦੀ ਗਿਣਤੀ ਘੱਟ ਹੁੰਦੀ ਹੈ।ਸੁਰੱਖਿਆ ਦੀ ਦਿਨ ਪਰ ਦਿਨ ਮਹੱਤਤਾਂ ਬਹੁਤ ਵੱਧ ਰਹੀ ਹੈ ਕਿਉਂਕਿ ਜਾਇਦਾਦ ਕੀਮਤਾਂ ਅਤੇ ਇਸ ਸਬੰਧੀ ਚਣੌਤੀ ਵਿੱਚ ਬਹੁਤ ਵਾਧਾ ਹੋਇਆ ਹੈ, ਜਿਵੇਂ ਇਮਾਰਤਾਂ ਦਾ ਅਕਾਰ ਅਤੇ ਅਦਾਰਿਆ ਵਿੱਚ ਵਾਧਾ ਹੋਇਆ ਹੈ। ਸੁਰੱਖਿਆ ਦਾ ਕਾਰਜ ਬਹੁਤ ਹੀ ਪੇਚੀਦਾ ਅਤੇ ਤਕਨੀਕੀ ਬਣ ਗਿਆ ਹੈ।

ਸੁਰੱਖਿਆ ਕਰਮਚਾਰੀਆਂ ਦੇ ਕੰਮ (Function of security Personnel) :-

ਸੁਰੱਖਿਆ ਗਾਰਡ ਦੀ ਪਰਿਭਾਸ਼ਾ ਇਹ ਹੈ ਕਿ ਕੋਈ ਆਦਮੀ ਜੋ ਪ੍ਰਾਈਵੇਟ ਸੁਰੱਖਿਆ ਹਥਿਆਰਾ ਨਾਲ ਜਾਂ ਹਥਿਆਰਾਂ ਤੋਂ ਹੈ। ਬਿਨ੍ਹਾਂ ਦੂਸਰੇ ਆਦਮੀ ਜਾਂ ਜਾਇਦਾਦ ਜਾਂ ਦੋਵਾਂ ਨੂੰ ਸੁਰੱਖਿਆ ਪ੍ਰਦਾਨ ਕਰਦਾ ਹੈ। ਇਸ ਵਿੱਚ ਨਿਗਰਾਨ ਅਮਲਾ ਵੀ ਸ਼ਾਮਿਲ ਹੈ। (PSARA ACT 2005) ਉਹ ਜੋ ਸੁਰੱਖਿਆ ਨਿਗਰਾਨ ਦੀ ਨਿਗਰਾਨੀ ਹੇਠ ਕੰਮ ਕਰਦਾ ਹੈ।

SOPS ਸਟੇਂਡਰਡ ਕਾਰਜ ਵਿਧੀ :- ਸੁਰੱਖਿਆ ਗਾਰਡ ਲਈ SOPS ਐਸ.ਓ.ਪੀ.ਐਸ ਕੰਮ ਦੀ ਕਿਸਮ ਅਨੁਸਾਰ ਵੱਖਰਾਂ ਹੁੰਦਾ ਹੈ, ਜੋ ਕੰਮ ਨੂੰ ਗਾਰਡ ਕਰਦਾ ਹੈ।ਉਸ ਨੂੰ ਹੇਠ ਲਿਖੇ ਆਮ ਕੰਮ ਅਤੇ ਰੋਲ ਕਰਨੇ ਪੈਂਦੇ ਹਨ।

(i) ਸਾਫ ਸੁਥਰੀ ਵਰਦੀ ਪਾਉਣਾ।

(ii) ਦੂਸਰੇ ਸੁਰੱਖਿਆ ਗਾਰਡਾਂ ਨੂੰ ਜੋ ਹਦਾਇਤਾ ਅਤੇ ਆਰਡਰ ਨਿਗਰਾਨ ਤੋਂ ਮਿਲੇ ਹਨ ਉਨ੍ਹਾਂ ਨੂੰ ਦੂਸਰੇ ਸੁਰੱਖਿਆ ਗਾਰਡਾਂ ਨੂੰ ਭੇਜਣੇ ਅਤੇ ਆਗਿਆ ਦਾ ਪਾਲਣ ਕਰਨਾ।

(iii) ਵਿਦਿਆਰਥੀ, ਸਟਾਫ ਅਤੇ ਆਉਣ ਵਾਲਿਆ ਨਾਲ ਹਲੀਮੀ ਨਾਲ ਗੱਲ ਕਰਨਾ ਅਤੇ ਉਨ੍ਹਾਂ ਨੂੰ ਸੰਸਥਾ ਸਬੰਧੀ ਜਾਣਕਾਰੀ ਲੈਣ ਲਈ ਮਦਦ ਕਰਨਾ।

(iv) ਪ੍ਰਵੇਸ਼, ਕਿਰਿਆ, ਵੈਂਡਨ ਜਾਂ ਪ੍ਰਾਈਵੇਟ ਜਾਇਦਾਦ ਦੀ ਰਾਖੀ ਕਰਨਾ।

(v) ਰਾਤ ਗਸ਼ਤ ਸਮੇਂ ਚੋਕਸ ਰਹਿਣਾ, ਸਾਰੇ ਸ਼ੱਕੀ ਵਿਅਕਤੀਆਂ ਨੂੰ ਚੈਕ ਕਰਨਾ ਅਤੇ ਢੁਕਵੇ ਅਧਿਕਾਰਾ ਤੋਂ ਬਿਨ੍ਹਾਂ ਕਿਸੇ ਨੂੰ ਗੇਟ ਪਾਰ ਨਹੀਂ ਕਰਨ ਦੇਣਾ।

(vi) ਵਿਅਕਤੀ ਸਗੰਠਨ ਦੀ ਵਧੀਆ ਸੁਰੱਖਿਆ ਯਕੀਨਨ ਬਣਾਉਣ ਲਈ ਅਤੇ ਇਕ ਦੂਜੇ ਨਾਲ ਅਕਸਰ ਸੰਚਾਰ ਕਰਦੇ ਸਮੇਂ ਦੂਸਰੇ ਸੁਰੱਖਿਆ ਕਰਮਚਾਰੀਆ ਨਾਲ ਟੀਮ ਦੇ ਤੌਰ ਤੇ ਕੰਮ ਕਰਨਾ।

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

(vii) ਯਾਤਰੂ ਲਾਗ ਪੁਸਤਕ ਵਿੱਚ ਸਹੀ ਪ੍ਰਵੇਸ਼ ਦਰਜ ਕਰਨਾ ਅਤੇ ਖ਼ੀਦਦਾਰ ਯਾਤਰੂ ਤੋਂ ਫੋਟੋ ਪਹਿਚਾਨ ਪੱਤਰ ਲੈਣਾ ।
(viii) ਚੋਰੀ, ਨੁਕਸਾਨ, ਘਪਲੇਬਾਜੀ, ਉਨਤਾਈਆ ਅਤੇ ਵਪਾਰਕ ਵਸਤਾਂ ਨੂੰ ਲੁਕਾਉਣਾ, ਪੈਸਾ, ਕੀਮਤੀ ਸਮਾਨ, ਦਸਤਾਵੇਜ਼ ਅਤੇ ਪੇਪਰਾਂ ਨੂੰ ਬਚਾਉਣਾ ਅਤੇ ਲੱਭਣਾ।
(ix) ਦੂਸਰੇ ਸੁਰੱਖਿਆ ਗਾਰਡ ਨੂੰ ਚਾਰਜ ਦੇ ਕੇ ਫਿਰ ਜਾਣਾ।
(x) ਕੰਪਨੀ ਦੇ ਸਥਾਪਿਤ ਨਿਯਮਾਂ ਨੀਤੀਆਂ ਅਤੇ ਅਭਿਆਸ ਨੂੰ ਲਾਗੂ ਕਰਨ। ਅਤੇ ਢਿਲਾ ਕਰਨਾ।
(xi) ਵਿਧੀ ਅਨੁਸਾਰ ਘਟਨਾਵਾਂ ਦੀ ਰਿਪੋਰਟ ਕਰਨਾ।

ਅਭਿਆਸ : ਮੁਲੰਕਣ

1. ਕਿਸੇ ਸੁਰੱਖਿਆ ਕੰਪਨੀ ਵਿੱਚ ਜਾਵੋ ਅਤੇ ਸਗੰਠਨ ਦੀ ਬਣਤਰ ਦਾ ਅਤੇ ਕੰਪਨੀ ਦੁਆਰਾ ਕਿਹੜੇ ਦਸਤਾਵੇਜ਼ ਰੱਖੇ ਹਨ ਦਾ ਅਧਿਐਨ ਕਰੋ।
2. ਪ੍ਰਾਈਵੇਟ ਸੁਰੱਖਿਆ ਪੇਸ਼ੇਵਾਰਾ ਦੇ ਕੰਮਾਂ ਅਤੇ ਰੋਲ ਦਾ ਇਕ ਤੁਲਨਾਤਕ ਚਾਰਟ ਹੇਠ ਲਿਖੇ ਸਥਾਨਾਂ ਲਈ ਤਿਆਰ ਕਰੋ
   (i) ਮਾਲਜ਼ (ii) ਹਸਪਤਾਲ (iii) ਇਮਾਰਤੀ ਸਥਾਨਾ (iv) ਸੁਪਰ ਮਾਰਕੀਟਾਂ (v) ਉਤਪਾਦਨ ਯੂਨਿਟਾਂ (vi) ਪ੍ਰਾਈਵੇਟ ਹੋਮ ਅਲਾਰਮ ਮੁਰੰਮਤ

ਮੁਲੰਕਣ

(ੳ) ਖਾਲੀ ਥਾਵਾਂ ਭਰੋ

1. ਪ੍ਰਾਈਵੇਟ ਸੁਰੱਖਿਆ ਆਮ ਤੌਰ ਤੇ ________________ , ਜਾਇਦਾਦ ਅਤੇ ਸੂਚਨਾ ਦੀ ਸੁਰੱਖਿਆ ਜ਼ਰੂਰ ਕਰਦੀ ਹੈ।
2. ਪ੍ਰਾਈਵੇਟ ਸੁਰੱਖਿਆ ਦਾ ਮੁਢਲਾ ਉਦੇਸ਼ _____________ ਪ੍ਰਦਾਨ ਕਰਨਾ ਹੈ ਅਤੇ ਵਾਤਾਵਰਣ ਨੂੰ ਸੁਰੱਖਿਅਤ ਰੱਖਣਾ ਹੈ।
3. ਕਰੀਮੀਨਲ ਪ੍ਰੋਸੀਜ਼ਰ ਦਾ ਸੈਕਸ਼ਨ _____________ ਆਮ ਆਦਮੀ ਨੂੰ ਕੈਂਦ ਕਰਨ ਦੀ ਸ਼ਕਤੀ ਪ੍ਰਦਾਨ ਕਰਦਾ ਹੈ ਜੇ ਇਹ ਕਾਨੂੰਨੀ ਕਾਰਵਾਈ ਕਰਨ ਯੋਗ ਅਪਰਾਧ ਉਸ ਦੀ ਹਾਜ਼ਰੀ ਵਿੱਚ ਕੀਤਾ ਹੈ।
4. ਸੁਰੱਖਿਆ ਗਸ਼ਤ ਦੇ ਮੁੱਖ ਦੋ ਗਰੁੱਪ ਹੁੰਦੇ ਹਨ ਜਿਵੇਂ ਕਿ _____________, ਗਸ਼ਤ ਅਤੇ ਸਥਿਰ ਅਸਾਈਨਮੈਂਟ ਗਸ਼ਤ।
5. ਸੀ.ਸੀ.ਟੀ C.C.T.V.ਵੀ ਦਾ ਭਾਵ _____________ ਟੈਲੀਵਿਜਨ ਹੈ।
6. ਹਰ ਰੋਜ਼ ਕੰਮ ਅਤੇ ਕਾਰਜਵਿਧੀ ਦੀਆਂ ਲੋੜਾਂ ਸਬੰਧੀ ਹਦਾਇਤਾਂ ਨੂੰ _____________ ਹਦਾਇਤਾਂ ਕਿਹਾ ਜਾਂਦਾ ਹੈ।
7. ਯੋਜਨਾ ਜੋ ਕਿਸੇ ਗੰਭੀਰ ਘਟਨਾ ਜਿਵੇਂ ਕਿ ਅੱਗ ਜਾਂ ਤੁਫਾਨ ਦੇ ਹੋਣ ਬਾਰੇ ਵਰਣਨ ਕਰੇ ਉਸਨੂੰ _____________ ਯੋਜਨਾ ਕਿਹਾ ਜਾਂਦਾ ਹੈ।

ਸੰਖੇਪ ਉਤਰਾਂ ਵਾਲੇ ਪ੍ਰਸ਼ਨ (Short Answer Questions)

(i) ਸਗੰਠਨ ਦੀ ਬਣਤਰ ਦੇ ਅਨੁਸਾਰ ਸੁਰੱਖਿਆ ਨੁਕਤਿਆ ਦੀ ਪਛਾਣ ਕਰੋ ?
(ii) ਸੁਰੱਖਿਆ ਗਾਰਡ ਦੀ ਯੋਗਤਾ ਦੀਆ ਵਿਸ਼ੇਸ਼ਤਾਵਾਂ ਦਾ ਵਰਣਨ ਕਰੋ ?
(iii) ਸੁਰੱਖਿਆ ਗਾਰਡ ਦੀਆਂ ਕਿਸਮਾਂ ਦਾ ਵਰਗੀਕਰਨ ਕਰੋ ?

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

(iv) ਸੁਰੱਖਿਆ ਕਰਮਚਾਰੀ ਦੇ ਕੰਮ, ਰੋਲਾਂ ਅਤੇ ਜ਼ਿਮੇਵਾਰੀਆਂ ਦਾ ਵਰਣਨ ਕਰੋ ?
(v) ਜਦੋਂ ਡਿਊਟੀ ਨਿਭਾਈ ਜਾਂਦੀ ਹੈ ਤਾਂ ਕਿੰਨ੍ਹਾਂ ਹਦਾਇਤਾਂ ਦੀ ਵਰਤੋਂ ਕੀਤੀ ਜਾਂਦੀ ਹੈ ?
(vi) ਸੁਰੱਖਿਆ ਕਰਮਚਾਰੀ ਦੇ ਕੰਮਾਂ ਬਾਰੇ ਦੱਸੋ ?

ਮੁਲੰਕਣ ਕਿਰਿਆ ਲਈ ਚੈਕਲਿਸਟ

ਹੇਠ ਲਿਖੀ ਚੈਕ ਲਿਸਟ ਦੀ ਵਰਤੋਂ ਇਹ ਦੇਖਣ ਲਈ ਕਰੋ ਕਿ ਤੁਸੀਂ ਮੁਲੰਕਣ ਕਿਰਿਆ ਦੀਆਂ ਸਾਰੀਆਂ ਜ਼ਰੂਰਤਾਂ ਪੂਰੀਆਂ ਕਰਦੇ ਹੋ।

ਭਾਗ ੳ

ਪ੍ਰਾਈਵੇਟ ਸੁਰੱਖਿਆ ਦੇ ਰੋਲ ਅਤੇ ਕੰਮਾਂ ਵਿੱਚ ਅੰਤਰ ਦਾ ਪਤਾ ਕੀਤਾ

ਭਾਗ (ਅ)

ਹੇਠ ਲਿਖਿਆ ਦੀ ਜਮਾਤ ਵਿੱਚ ਚਰਚਾ ਕਰੋ

1. ਭਾਰਤ ਵਿੱਚ ਪ੍ਰਾਈਵੇਟ ਸੁਰੱਖਿਆ ਦਾ ਕੀ ਸਕੋਪ ਹੈ।
2. ਸਗੰਠਨ ਦੇ ਅਕਾਰ ਅਨੁਸਾਰ ਸੁਰੱਖਿਆ ਦੇ ਨੁਕਤੇ ਪਛਾਣੋ।
3. ਸੁਰੱਖਿਆ ਗਾਰਡ ਦੀਆਂ ਯੋਗਤਾਵਾਂ ਦੀ ਵਿਸ਼ੇਸ਼ਤਾ ਵਰਣਨ ਕਰੋ।
4. ਸੁਰੱਖਿਆ ਗਾਰਡ ਦੀਆਂ ਕਿਸਮਾਂ ਦਾ ਵਰਗੀਕਰਣ ਕਰੋ।
5. ਸੁਰੱਖਿਆ ਕਰਮਚਾਰੀ ਦੀਆਂ ਜਿਮੇਵਾਰੀਆਂ ਅਤੇ ਕੰਮ ਅਦਾ ਕਰਨ ਦਾ ਵਰਣਨ ਕਰੋ।
6. ਜਦੋਂ (ਕੰਮ) ਜਿਮੇਵਾਰੀਆਂ ਨਿਭਾਈਆਂ ਜਾਂਦੀਆਂ ਹਨ ਕਿਹੜੀਆਂ ਹਦਾਇਤਾਂ ਨੂੰ ਮੰਨਿਆਂ ਜਾਂਦਾ ਹੈ।
7. ਸੁਰੱਖਿਆ ਕਰਮਚਾਰੀ ਦੇ ਕੰਮ ਬਾਰੇ ਦੱਸੋ।

ਭਾਗ (ੲ)

ਕਾਰਜ ਪੱਧਰ :-

ਕਾਰਜ ਕਰਨ ਦੇ ਪੱਧਰ ਵਿੱਚ ਸ਼ਾਮਿਲ ਹੈ	ਹਾਂ	ਨਹੀਂ
• ਸੁਰੱਖਿਆ ਕਰਮਚਾਰੀ ਦੀਆਂ ਜ਼ਿਮੇਵਾਰੀਆਂ ਅਤੇ ਕੰਮ ਬਾਰੇ ਪ੍ਰਦਸ਼ਨ ਕਰਨ ਦੇ ਯੋਗ ਹੋਣਾ।		
• ਪ੍ਰਾਈਵੇਟ ਸੁਰੱਖਿਆ ਗਾਰਡ ਦੇ ਕੰਮਾਂ ਅਤੇ ਰੋਲ ਨੂੰ ਪਛਾਣਨ ਦੇ ਯੋਗ ਹੋਣਾ।		
• ਸਗੰਠਨ ਦੀ ਬਣਤਰ ਦੇ ਅਨੁਸਾਰ ਸੁਰੱਖਿਆ ਨੁਕਤਿਆ ਨੂੰ ਪਹਿਚਾਣਨਾ।		
• ਸੁਰੱਖਿਆ ਗਾਰਡ ਦੀਆਂ ਯੋਗਤਾਵਾਂ ਦੀ ਵਿਸ਼ੇਸ਼ਤਾਵਾਂ ਬਾਰੇ ਪਤਾ ਕਰਨਾ ਦੇ ਯੋਗ ਹੈ।		
• ਸੁਰੱਖਿਆ ਗਾਰਡ ਦੀਆਂ ਕਿਸਮਾਂ ਦਾ ਵਰਗੀਕਰਣ ਦੇ ਯੋਗ ਹੋਣਾ।		

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

ਸੈਸ਼ਨ 2 ਸੁਰੱਖਿਆ ਅਤੇ ਬਿਜਲਈ ਸੁਰੱਖਿਆ ਉਪਕਰਨ

ਸਬੰਧਿਤ ਗਿਆਨ (Relevant Knowledge)

ਭਾਰਤ ਵਿੱਚ ਸਕਿਉਰਟੀ ਮੈਟਲ ਡੀਟੈਕਟਰ ਦੇ ਉਤਪਾਦਕ ਅਤੇ ਸਪਲਾਈ ਕਰਨ ਵਾਲੇ ਬਹੁਤ ਜਿਆਦਾ ਮੌਜੂਦ ਹਨ। ਜਿਵੇਂ ਕਿ

1. ਡੋਰ ਫਰੇਮ ਮੈਟਲ ਡੀਟੈਕਟਰ (ਵਿਅਕਤੀਆਂ ਦੀ ਗਿਣਤੀ ਲਈ)
2. ਡੋਰ ਫਰੇਮ ਮੈਟਲ ਡੀਟੈਕਟਰ
3. ਹੈਂਡ ਹੈਲਡ ਮੈਟਲ ਡੀਟੈਕਟਰ
4. ਵਾਕ ਥਰੂ ਮੈਟਲ ਡੀਟੈਕਟਰ
5. ਮਾਈਕਰੋ ਕੰਟਰੋਲ ਬੇਸਡ ਡੋਰ ਫਰੇਮ ਮੈਟਲ ਡੀਟੈਕਟਰ

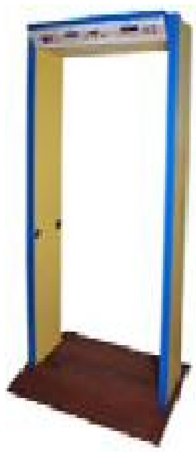
(ੳ) ਡੋਰ ਫਰੇਮ ਮੈਟਲ ਡੀਟੈਕਟਰ (ਵਿਅਕਤੀਆਂ ਦੀ ਗਿਣਤੀ ਲਈ)

A. ਲੋਹੇ ਅਤੇ ਬਿਨ੍ਹਾਂ ਲੋਹੇ ਵਾਲੀਆਂ ਧਾਤਾਂ ਦਾ ਪਤਾ ਲਗਾਉਣਾ
2. ਕਿਸੇ ਵੀ ਤਾਪਮਾਨ ਨੂੰ ਆਪਣੇ ਆਪ ਸਤੁੰਲਨ ਕਰਨਾ
3. ਚੱਲਣ/ ਰੁਕਣ ਵਾਲਾ ਸੰਕੇਤਕ
4. ਡੀਟੈਕਸ਼ਨ Detection ਤੇ ਤੁਰੰਤ ਰਿਕਵਰੀ
5. ਲਗਾਤਾਰ ਮਿਨਤੀ (ਨਾਪ)

ਐਲ.ਸੀ.ਡੀ ਬਾਰ ਗਰਾਫ :- ਡਿਟੈਕਟਰ ਦੁਆਰਾ ਧਾਤਾਂ ਦੀ ਸਹੂਲਤ ਦੀ ਮਾਤਰਾ (Volume) ਨੂੰ ਦਿਖਾਉਣਾ

(i) ਵਰਤੋਂ ਕਰਨ ਵਾਲੇ ਸੰਕੇਤਕ ਪੱਧਰ 0.9 ਤੱਕ
(ii) ਬਹੁਤ ਜ਼ਿਆਦਾ ਵਿਸਵਾਸ਼ ਯੋਗ (ਬਹੁਤ ਉੱਚਾ MTBF)
(iii) Detailtor ਡੀਟੈਕਸ਼ਨ ਤੇ ਤਤਕਾਲੀ ਪਤਾ ਲਗਾਉਣਾ

- ਇਨ ਬਿਲਟ ਆਈ ਆਰ IR ਸੈਨਸ਼ਰ
- 6 ਡਿਜੀਟਲ ਇੰਨ ਅਤੇ ਆਉਟ ਅਤੇ ਨੈਟ ਕਾਉਂਟ ਡਿਸਪਲੇਅ
- ਸਥਿਰਤਾ ਲਈ ਲਕੜੀ ਦਾ ਚਬੂਤਰਾਂ ਜੋੜਿਆਂ ਹੁੰਦਾ ਹੈ।



ਤਕਨੀਕੀ ਵਿਸਥਾਰਪੂਰਵਕ ਵਿਆਖਿਆ

- ਰਸਤੇ ਦੀ ਸਫਾਈ ਰਾਹ ਸਫਾਈ -27"x24"x75" (WxDxH)
- ਸੂਖਮ ਚੇਤਨਾ – ਛੋਟੀਆਂ ਅਤੇ ਵੱਡੀਆਂ ਧਾਤੀ ਵਸਤਾਂ
- ਸਪਲਾਈ – 240 VAL, 50 H_Z, 2 AMP
- ਭਾਰ –– 30 ਕਿਲੋਗਰਾਮ (ਲਗਭਗ)

(Areas of Application) ਵਰਤੋਂ ਦੇ ਖੇਤਰ

- ਬੈਕਾਂ, ਥੇਟਰਾਂ, ਸਟੇਡੀਅਮਾਂ, ਇਮਬੈਸੀਆ, ਮਾਲਜ਼
- ਗਰੋਮਿੰਟ ਬਿਲਡਿਗਾਂ, ਹਵਾਈ ਅੱਡਾ, ਡੋਕਸ, ਪਾਵਰ ਪਲਾਂਟਸ

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

- ਸ਼ੁੱਧੀਕਰਨ ਵਾਲੀਆਂ ਮਸ਼ੀਨਾਂ, ਪ੍ਰਦਰਸ਼ਨੀਆਂ, ਘਟਨਾਵਾਂ, ਹੋਟਲ ਅਤੇ ਆਡੀਟੋਰੀਅਮ (Auditoriums)

(ਅ) ਡੋਰ ਫਰੇਮ ਧਾਤੂ ਸੂਹ ਲਗਾਉਣ ਬਲ ਯੰਤਰ

ਲੱਛਣ (ਅੰਗ) :-

- ਲੋਹੇ ਅਤੇ ਬਿਨ੍ਹਾਂ ਲੋਹੇ ਵਾਲੀਆਂ ਧਾਤਾਂ ਦਾ ਪਤਾ ਲਗਾਉਣਾ
- ਬਾਰ ਗਰਾਫ ਡੀਟੈਕਟਰ ਰਾਹੀਂ ਧਾਤ ਦੀ ਘਣਫਲ ਨੂੰ ਜੱਜ ਕਰਨਾ
- ਕਿਸੇ ਵੀ ਤਾਪਮਾਨ ਦਾ ਆਪਣੇ ਆਪ ਸਤੁੰਲਨ ਪੈਦਾ ਕਰਨਾ
- ਚਲਣਾ/ਰੁਕਣਾ ਸੰਕੇਤਕ
- ਡਿਟੈਕਸ਼ਨ ਤੇ ਤਤਕਾਲ ਮੁੜ ਪ੍ਰਾਪਤੀ (ਰਿਕਵਰੀ)
- ਸਥਿਰਤਾ ਲਈ ਲਕੜੀ ਦਾ ਚਬੂਤਰਾਂ ਜੁੜਿਆ ਹੋਣਾ

ਤਕਨੀਕ ਦੀ ਵਿਸਥਾਰਪੂਰਵਕ ਵਿਆਖਿਆ

- ਰਾਹ ਪੱਧਰਾਂ ਪਣ – 27"x24"75" (WxDxH)
- ਸੂਖਮ ਚੇਤਨਾ – ਛੋਟੀਆਂ ਅਤੇ ਵੱਡੀਆਂ ਧਾਤੂ ਵਸਤਾਂ
- ਸਪਲਾਈ – 240 VAC, 56 HZ 2AMP
- ਭਾਰ – 30 ਕਿਲੋਗਰਾਮ (ਲਗਭਗ)

ਵਰਤੋਂ ਦੇ ਖੇਤਰ

- ਬੈਕਾਂ, ਥੇਟਰਾਂ, ਸਟੇਡੀਅਮ, ਇਮਬੈਸੀਆ, ਮਾਲਜ਼
- ਸਰਕਾਰੀ ਬਿਲਡਿਗਾਂ, ਹਵਾਈ ਅੱਡੇ, ਡੋਕਸ, ਪਾਵਰ ਪਲਾਟ
- ਸਫਾਈ ਵਾਲੀਆਂ ਮਸ਼ੀਨਾਂ, ਪ੍ਰਦਰਸ਼ਨੀਆ, ਘਟਨਾਵਾਂ, ਹੋਟਲ, ਆਡੀਟੋਰੀਅਮ

(ੲ) ਹੱਥ ਨਾਲ ਫੜਣ ਵਾਲਾ ਮੈਟਲ ਡਿਟੈਕਟਰ

ਹੈਂਡ ਹੈਲਡ ਮੈਟਲ ਡੀਟੈਕਟਰ ਵਿਲੱਖਣ (ਅਯਾਤ)

ਇਹ ਲੋਹੇ ਅਤੇ ਬਿਨ੍ਹਾਂ ਲੋਹੇ ਦੀਆਂ ਸਾਰੀ ਤਰ੍ਹਾਂ ਦੀਆਂ ਚੀਜ਼ਾਂ ਬਾਰੇ ਪਤਾ ਲਗਾਉਂਦਾ ਹੈ।

- ਧੁਨੀ (ਅਲਾਰਮ) ਵਾਲਾ ਜਾਂ ਸ਼ਾਂਤ ਹਿਲਜੁਲ ਵਾਲਾ ਅਲਾਰਮ
- ਵਰਤੋਂ ਲਈ ਅਸਾਨ, ਪਾਵਰ ਲਈ 3 ਪੋਜ਼ੀਸਨ ਸਵਿਚ, ਧੁਨੀ ਅਤੇ ਹਿਲਜੁਲ
- ਉੱਚੇ ਪੱਧਰ ਤੇ ਚੇਤਨਤਾਂ ਦੀ ਸੈਟਿੰਗ ਕਿਸੇ ਵੀ ਟੂਨਿੰਗ ਦੀ ਲੋੜ ਨਹੀਂ ਹੈ
- ਇਕ 9 ਵੋਲਟ ਦੀ ਬੈਟਰੀ ਦੀ ਵਰਤੋਂ
- ਘੱਟ ਬੈਟਰੀ ਲਈ ਸੰਕੇਤਕ
- ਛੇਤੀ ਬਦਲਾਓ ਲਈ ਬੈਟਰੀ ਕੰਪਾਰਟਮੈਂਟ
- ਚਾਰਜਰ ਜੈਕ

(ਸ) ਹੈਂਡ ਹੈਲਡ ਸੁਰੱਖਿਆ ਮੈਟਲ ਡੀਟੈਕਟਰ

ñ ÛÁä (Á¾) :-

- ਬਹੁਤ ਜ਼ਿਆਦਾ ਚੇਤਨਤਾ
- ਲੋਹੇ ਅਤੇ ਬਿਨ੍ਹਾਂ ਲੋਹੇ ਦੀਆਂ ਵਸਤਾਂ ਦੀ ਸੂਹ

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

- ਬਿਨ੍ਹਾਂ ਬਿਲਟ ਬੈਂਟਰੀ ਚਾਰਜਰ ਨਾਲ ਮੁੜ ਚਾਰਜ ਹੋਣ ਵਾਲੀ ਬੈਟਰੀ
- ਆਡੀਓ ਵਿਜੂਅਲ ਅਲਾਰਮ
- ਘੱਟ ਬੈਟਰੀ ਲਈ ਸੰਕੇਤਰ
- ਹਲਕੇ ਭਾਰ ਵਾਲੀ

ਲੱਛਣ (ਅੰਗ) :-

1. ਲੋਹੇ ਅਤੇ ਬਿਨ੍ਹਾਂ ਲੋਹੇ ਤੋਂ ਬਣੀਆ ਧਾਤਾਂ ਦਾ ਪਤਾ ਲਗਾਉਣਾ
2. ਡੀਟੈਕਟਰ ਰਾਹੀਂ ਮੈਟਲ ਲੈ ਜਾਣ ਦੇ ਘਣਤਰ ਨੂੰ ਪਰਖਣ ਲਈ ਬਾਰ ਗਰਾਫ
3. ਕਿਸੇ ਵੀ ਤਾਪਮਾਨ ਤੇ ਆਪਣੇ ਆਪ ਹੀ ਸਤੁੰਲਣ ਬਣਾਉਣਾ
4. ਚਲਣ/ਰੁਕਣ ਵਾਲਾ ਸੰਕੇਤ
5. ਡੀਟੈਕਟਰ ਤੇ ਤਤਕਾਲ ਰੀਕਵਰੀ
6. ਲਗਾਤਾਰ ਮਿਣਤੀ

(ਕ) **ਡੋਰ ਫਰੇਮ ਮੈਟਲ ਡੀਟੈਕਟਰ ਤੇ ਅਧਾਰਤ ਮਾਈਕਰੋ ਕੰਟਰੋਲ**

- ਲੋਹੇ ਅਤੇ ਬਿਨ੍ਹਾਂ ਲੋਹੇ ਦੀਆਂ ਧਾਤਾਂ ਦਾ ਪਤਾ ਕਰਨ ਲਈ।
- ਬਾਰ ਗਰਾਫ ਡੀਟੈਕਟਰ ਰਾਹੀਂ ਲਿਜਾਏ ਜਾਣ ਵਾਲੀ ਧਾਤ ਦੀ ਘਣਫਲ ਨੂੰ ਜੱਜ ਕਰਨ ਲਈ ਬਾਰ ਗਰਾਫ
- ਕਿਸੇ ਵੀ ਤਾਪਮਾਨ ਤੇ ਆਪਣੇ ਆਪ ਸਤੁੰਲਣ ਕਰਨਾ
- ਚੱਲਣ ਅਤੇ ਰੁਕਣ ਵਾਲਾ ਸੰਕੇਤਕ
- ਡੀਟੈਕਸ਼ਨ ਤੇ ਤਤਕਾਲ ਰਿਕਵਰੀ
- ਲਗਾਤਾਰ ਮਿਣਤੀ

ਤਕਨੀਕੀ ਵਿਆਖਿਆ

- ਪੈਸਜ਼ ਕਲੀਅਰੈਂਸ 27"x24"x75" (WxDxH)
- ਸੁਖਮ ਚੇਤਨਾ – ਵੱਡੇ ਅਤੇ ਛੋਟੇ ਧਾਤੂ ਵਸਤਾਂ
- ਸਪਲਾਈ – 240 VAC, 50Hz, 2AMP
- ਭਾਰ – 30 ਕਿਲੋ (ਤਕਰੀਬਨ)

ਸੁਰੱਖਿਆ ਜੈਕਟ – ਸੁਰੱਖਿਆ ਜੈਕਟਾਂ ਦਾ ਉਤਪਾਦਕ ਅਤੇ ਸਪਲਾਈਰ ਜਿਵੇਂ ਕਿ ਰਿਫਲੈਕਟਿਵ ਜੈਕਟ, ਰੋਡਵੇ ਸੇਫਟੀ ਜੈਕਟ ਅਤੇ ਟਰੈਫਿਕ ਬੈਟਨ

ਵਾਧੂ ਤਲਾਸ਼ੀ ਕਰਨ ਵਾਲਾ ਸ਼ੀਸ਼ਾ :- Extra search mirror

- ਹਲਕਾ ਭਾਰ
- ਉਪਰ ਤੋਂ ਹੇਠਾਂ ਤਕ ਜਾਂਚ ਪੜਤਾਲ
- ਦੂਰਬੀਨ ਦੀ ਸ਼ਕਲ ਵਰਗੀ ਰੋਡ (5 ਫੁੱਟ ਤੱਕ ਵਾਧਾ)
- ਅਕਾਰ 9 ਇੰਚ x 6 ਇੰਚ

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

ਵਰਤੋਂ ਖੇਤਰ :- ਮਾਲ ਦਾ ਪਾਰਕਿੰਗ ਖੇਤਰ, ਮੂਵੀ ਹਾਲ, ਹੋਟਲ ਦਫਤਰ, ਖੇਤਰ ਅਤੇ ਕਾਰਗੋ ਟਰਮੀਨਲ

ਅੱਗ ਬਝਾਊ ਅਲਾਰਮ ਪ੍ਰਣਾਲੀ :- ਅੱਗ ਅਲਾਰਮ ਪ੍ਰਣਾਲੀ ਇਕ ਚੁਸਤ ਅੱਗ ਬਚਾਓ ਪ੍ਰਣਾਲੀ ਹੈ ਜੋ ਅੱਗ ਲੱਗਣ ਦਾ ਜਾਂ ਅੱਗ ਦੇ ਪ੍ਰਭਾਵ ਦਾ ਪਤਾ ਲਗਾਉਂਦੀ ਹੈ ਅਤੇ ਨਤੀਜੇ ਵਜੋਂ ਹੇਠਾਂ ਦਿੱਤਿਆ ਵਿੱਚੋਂ ਇਕ ਜਾਂ ਜਿਆਦਾ ਬਚਾਓ ਪ੍ਰਦਾਨ ਕਰਦੀ ਹੈ।

1. ਮਾਲਕ ਨੂੰ ਸੂਚਨਾ ਦਿੰਦੀ ਹੈ।
2. ਨੇੜੇ ਦੇ ਆਲੇ ਦੁਆਲੇ ਖੇਤਰ ਦੇ ਲੋਕਾਂ ਨੂੰ ਖਬਰ ਦਿੰਦੀ ਹੈ।
3. ਅੱਗ ਸਬੰਧੀ ਸੇਵਾਵਾਂ ਦੇਣ ਵਾਲੀਆਂ ਨੂੰ ਸੁਨੇਹਾ ਭੇਜਦੀ ਹੈ।
4. ਬਿਲਡਿਗ ਵਿੱਚ ਸਾਰੀ ਅੱਗ ਵਾਲੇ ਅਲਾਰਮ ਤੇ ਕੰਟਰੋਲ ਰੱਖਦੀ ਹੈ।

ਸਟੈਂਡ ਅਲੋਨ ਡੀ.ਵੀ.ਆਰ (D.V.R) :-

ਸਟੈਂਡ ਅਲੋਨ ਡੀ.ਵੀ.ਆਰ (ਜਾਂਚ ਉਪਕਰਨ) ਦੇ ਵਿੱਚ ਵਧੀਆਂ ਕੁਆਲਟੀ ਦੇ ਆਡੀਓ ਅਤੇ ਵੀਡੀਓ ਹੁੰਦੇ ਹਨ ਇਹ ਉਪਕਰਨ ਜੋ ਵੀਡੀਓ ਨੂੰ ਗਿਰਿਫਤ ਵਿੱਚ ਲੈਂਦਾ ਹੈ ਅਤੇ ਇਹ ਦੋਵਾਂ ਡਿਸਕ ਤੋਂ ਅਤੇ ਡਿਸਕ ਵੱਲ ਪਲੇਅਬੈਕ ਕਰਨ ਵਿੱਚ ਉਸ ਦੀ ਮਦਦ ਕਰਦਾ ਹੈ। ਇਸ ਤੋਂ ਇਲਾਵਾ ਇਹ ਸ਼ਕਤੀਸ਼ਾਲੀ ਸੰਚਾਰ ਨੈਟਵਰਕ ਤੇਜ਼ ਅਤੇ ਵਧੀਆਂ ਕੁਆਲਟੀ ਦੀ ਤਸਵੀਰ ਦੀਆਂ ਸਹੂਲਤਾਂ ਦਿੰਦਾ ਹੈ ਅਤੇ ਇਸ ਨੂੰ ਲਗਾਉਣਾ ਆਸਾਨ ਹੈ।

ਹੱਥ ਨਾਲ ਫੜਣ ਵਾਲੀ ਤੇਜ਼ ਰੋਸ਼ਨੀ ਵਾਲੀ ਲੈਂਪ :-

ਇਹ ਹੱਥ ਨਾਲ ਫੜਨ ਵਾਲੀ ਲੈਂਪ ਦਾ ਮਜ਼ਬੂਤੀ ਨਾਲ ਪਕੜਨ ਵਾਲਾ ਇੱਕ ਸੰਯੁਕਤ ਹੈਂਡਲ ਹੁੰਦਾ ਹੈ। ਨਾਈਲੋਨ ਦੇ ਸਮਾਨ ਨਾਲ ਭਰਿਆ ਜ਼ਿਆਦਾ ਮੋਟਾ ਗਿਲਾਸ ਵਰਤ ਕੇ ਬਣਾਇਆ ਹੁੰਦਾ ਹੈ ਜਿਸ ਦੀ ਮੋਟਾਈ 3 ਐਮ.ਐਮ ਹੁੰਦੀ ਹੈ।

ਸੁਰੱਖਿਆ ਅਤੇ ਜਾਂਚ ਲਈ ਉਪਕਰਨਾਂ ਵਿੱਚ ਸ਼ਾਮਿਲ ਹੈ :-

(i) ਸੁਰੱਖਿਆ ਚਿੰਨ

(ii) ਪ੍ਰਤੀਬਿੰਬ (ਅਕਸ) ਬਣਾਉਣ ਵਾਲੀਆਂ ਜੈਕਟਾਂ

(iii) ਰੱਖਿਆ ਸਾਜੋ ਸਮਾਨ

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

(iv) ਸੀ.ਸੀ.ਟੀ.ਵੀ. ਕੈਮਰਾ

(v) ਮੈਟਲ ਡੀਟੈਕਟਰ ਸੇਫਟੀ ਹੈਲਮਟ

(ੳ) ਰੱਖਿਆ ਚਿੰਨ :- ਰੋਸ਼ਨੀ ਦੀ ਪ੍ਰਦਰਸ਼ਨੀ, ਇਹ ਰੋਸ਼ਨੀ ਦੇਣ ਵਾਲੀ ਫੋਟੋ ਦਾ ਸਮਾਨ, ਕੁਦਰਤੀ ਜਾਂ ਬਣਾਵਟੀ ਰੋਸ਼ਨੀ ਨੂੰ ਜ਼ਜਬ ਕਰਦਾ ਹੈ ਅਤੇ ਰੋਸ਼ਨੀ ਦੀ ਉਰਜਾ ਨੂੰ ਸਟੋਰ ਕਰਦਾ ਹੈ ਅਤੇ ਫਿਰ ਰੋਸ਼ਨੀ ਲਈ ਅਣ ਜਹਿਰੀਲੇ ਰਸਾਇਣਾ ਰਾਹੀਂ ਰੋਸ਼ਨੀ ਛੱਡ ਕੇ ਰੋਸ਼ਨੀ ਦੀ ਚਮਕ ਪੈਦਾ ਕਰਦਾ ਹੈ। ਇਹਨਾਂ ਦਾ ਜੀਵਨ ਲੰਬਾ ਹੁੰਦਾ ਹੈ ਅਤੇ ਕਿਸੇ ਤਰ੍ਹਾਂ ਦੀ ਮੁਰੰਮਤ ਦੀ ਲੋੜ ਨਹੀਂ ਪੈਂਦੀ ਹੈ।

(ਅ) ਪ੍ਰਤੀਬਿੰਬ ਬਣਾਉਣ ਵਾਲੀਆਂ ਜੈਕਟਾਂ :- ਜਦੋਂ ਰਾਤ ਨੂੰ ਦੌੜਦੇ ਸਮੇਂ ਇਨ੍ਹਾਂ ਜੈਕਟਾ ਰਾਹੀਂ ਆਪਣੀ ਦ੍ਰਿਸ਼ਟਤਾ ਨੂੰ ਵਧਾ ਸਕਦੇ ਹੋ। ਇਹ ਪ੍ਰਤੀਬਿੰਬ ਵਾਲੀਆ ਜੈਕਟਾ ਰਾਤ ਸਮੇਂ ਦੌੜਨ ਲਈ ਸਰੀਰ ਨਾਲ ਫਿਟ ਰਹਿਣ ਲਈ ਤਿਆਰ ਕੀਤੀਆਂ ਗਈਆਂ ਹਨ। ਤੁਸੀਂ ਬੜੇ ਵਿਸਵਾਸ਼ ਨਾਲ ਦੌੜ ਸਕਦੇ ਹੋ ਕਿ ਸੰਸਾਰ ਤੁਹਾਨੂੰ ਸਾਫ ਸਾਫ ਦੇਖ ਰਿਹਾ ਹੈ ਜਿਵੇਂ ਕਿ ਰੋਸ਼ਨੀ ਵਿੱਚ ਵਾਲੀ ਦ੍ਰਿਸ਼ਟਤਾ ਅਤੇ ਜਿਹੜਾ ਕਿ ਰਾਤ ਸਮੇਂ ਅਤੇ ਬਾਹਰੀ ਸਰਗਰਮੀਆਂ ਕਰਕੇ ਜੋ ਸੰਭਵ ਖਤਰਾਂ ਹੁੰਦਾ ਹੈ ਉਸ ਦੇ ਵਿਰੁੱਧ ਸੁਰੱਖਿਆ ਕਰਦਾ ਹੈ।

(ੲ) ਰੱਖਿਆ ਪੱਟੀਆ :- ਗਲੋਬਲ ਪੱਧਰ ਦਰਸਾਉਂਦਾ ਹੈ ਕਿ ਬਹੁਤ ਸਾਰੇ ਖਤਰੇ ਉਨ੍ਹਾਂ ਨਾਲ ਸਬੰਧਿਤ ਹਨ ਜੋ ਲੋਕ ਉੱਚੀਆਂ ਜਗ੍ਹਾ ਤੇ ਕੰਮ ਕਰਦੇ ਹਨ। ਇਹ ਖਤਰੇ ਉਨ੍ਹਾਂ ਕੰਮਾਂ ਦੀ ਕਿਸਮ (ਰੂਪ) ਅਤੇ ਔਖੇ ਸਥਾਨ ਦੇ ਅਨੁਸਾਰ ਵੱਖਰੇ ਵੱਖਰੇ ਹੁੰਦੇ ਹਨ।

ਨਿਰੀਖਣ ਅਤੇ ਦੇਖਭਾਲ :- ਹਰ ਵਰਤੋਂ ਤੋਂ ਬਾਅਦ ਸੁਰੱਖਿਆ ਪੱਟੀਆ ਦਾ ਬੜੇ ਧਿਆਨ ਨਾਲ ਨਿਰੀਖਣ ਕਰਨਾ ਚਾਹੀਦਾ ਹੈ। ਨਸ਼ਟ ਹੋਏ ਨੁਕਸ ਵਾਲੇ ਅਤੇ ਬਹੁਤ ਜ਼ਿਆਦਾ ਖਰਾਬ ਹੋਏ ਸਾਧਕ ਨੂੰ ਵਰਤਣ ਤੋਂ ਪ੍ਰਹੇਜ਼ ਕਰਨਾ ਚਾਹੀਦਾ ਹੈ। ਸਿਲਾਈ ਤੇ ਖਿਚੇ ਹੋਏ ਅਤੇ ਘਸੇ ਹੋਏ ਧਾਗਿਆ ਨੂੰ ਚੈਕ ਕਰੋ। ਖਰਾਬ ਹੋਏ ਰੰਗ ਨੂੰ ਧਿਆਨ ਵਿੱਚ ਰੱਖੋ ਇਹ ਰਸਾਇਣਕ ਖਰਾਬੀ ਦਾ ਸੰਕੇਤ ਹੈ। ਕਿਸੇ ਵੀ ਧਾਤੂ ਦੇ ਪੁਰਜੇ ਵਿਚਲੀਆਂ ਤਰੇੜਾਂ ਅਤੇ ਖੁਰਦਰੇ ਕਿਨਾਰੇ ਦਾ ਧਿਆਨ ਰੱਖੋ।

ਪੱਟੀਆਂ ਨੂੰ ਗਿਲੀ ਸਪੰਜ, ਹਲਕੇ ਸਾਬਣ ਅਤੇ ਪਾਣੀ ਦੇ ਘੋਲ ਨਾਲ ਸਾਫ ਕਰੋ।

ਪੱਟੀਆਂ ਨੂੰ ਤੋਲੀਏ ਨਾਲ ਨਿਚੋੜੋ।

ਪੱਟੀਆਂ ਨੂੰ ਧੁੱਪ ਨਾਲੋਂ ਹਵਾ ਵਿੱਚ ਜਿਆਦਾ ਉੱਚ ਤਾਪਮਾਨ ਵਿੱਚ ਸੁਕਣ ਦਿਓ।

ਇਸ ਉਪਕਰਨ ਨੂੰ ਉਥੇ ਰੱਖੋ ਜਿਥੇ ਉਹ ਤੀਵਰ ਨਾਸ਼ਕ ਅਤੇ ਖਰਾਬ ਚੀਜ਼ਾਂ ਦੇ ਸਪੰਰਕ ਵਿੱਚ ਨਾ ਆਏ।

ਚਿਤਾਵਨੀ (Warning) :-

ਇਕ ਕਾਮੇ ਲਈ ਇਹ ਸੁਰੱਖਿਅਤ ਨਹੀਂ ਕਿ ਉਹ ਡਿੱਗਣ ਤੋਂ ਬਾਅਦ ਸੁਰੱਖਿਆ ਪੱਟੀ ਵਿੱਚ ਲਟਕਿਆ ਰਹੇ। ਕਿਸੇ ਸਿੱਖਿਅਤ ਕਰਮਚਾਰੀ ਵਲੋਂ ਜਲਦੀ ਨਾਲ ਬਚਾਅ ਸ਼ੁਰੂ ਕਰਨਾ ਚਾਹੀਦਾ ਹੈ ਤਾਂ ਕਿ ਲਟਕਾਅ ਤੋਂ ਬੱਚਿਆ ਜਾ ਸਕੇ। ਪੱਟੀਆਂ ਬਹੁਤ ਜ਼ਿਆਦਾ ਕਾਰਜਗੁਜਾਰੀ ਪ੍ਰਦਾਨ ਕਰਦੀਆਂ ਹਨ।

ਸਬੰਧਤ ਉਦਯੋਗ

ਇਮਾਰਤ	ਰੱਖਿਆ
ਸਟੀਲ	ਜਨਹਿੱਤ ਕਾਰਜ
ਖੁਦਾਈ	ਦੂਰ ਸੰਚਾਰ
ਪ੍ਰਸਾਰ	

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

(ਸ) **ਸੀ.ਸੀ.ਟੀ.ਵੀ. ਕੈਮਰਾ** ਇਹ ਉੱਥੇ ਲਗਾਏ ਜਾ ਸਕਦੇ ਹਨ ਜਿੱਥੇ ਚੋਰੀ ਦੇ ਜ਼ਿਆਦਾ ਮੌਕੇ ਬਣਦੇ ਹੋਣ ਜਾਂ ਉਹਨਾਂ ਮਹੱਤਵਪੂਰਨ ਸਥਾਨਾਂ ਦੇ ਕੋਨਿਆਂ ਵਿੱਚ ਜਿੱਥੇ ਜਾਂਚ ਦੀ ਮੰਗ ਬਹੁਤ ਪ੍ਰਭਾਵਸ਼ਾਲੀ ਹੋਵੇ। ਇਹਨਾਂ ਨੂੰ ਛੱਤਾਂ ਤੇ ਲਗਾਉਣ ਲਈ ਪੇਸ਼ਕਸ਼ ਕੀਤੀ ਜਾ ਸਕਦੀ ਹੈ ਜਾਂ ਕੰਧਾਂ ਉਤਲੇ ਗੁੰਬਦਾਂ ਵਿੱਚ ਲਗਾਏ ਜਾ ਸਕਦੇ ਹਨ। ਇਹ ਕਾਲੇ ਅਤੇ ਚਿੱਟੇ ਰੰਗ ਵਿੱਚ ਉਪਲਬੱਧ ਹਨ ਜਾਂ ਕਿਸੇ ਹੋਰ ਤਰਜੀਹੀ ਰੰਗਾਂ ਵਿੱਚ ਵੀ ਮਿਲਦੇ ਹਨ। ਇਹ 360 ਡਿਗਰੀ ਦੇ ਘੁਮਾਓ ਨਾਲ ਵੱਖ ਵੱਖ ਗਤੀਆਂ ਜੋ 0.25 ਪ੍ਰਤੀ ਸਕਿੰਟ ਦੀ ਦਰ ਤੇ ਨਜਰਸਾਨੀ ਕਰਦੇ ਹਨ। ਇਹ ਕੈਮਰੇ ਗਤੀਸ਼ੀਲ ਵਸਤੂਆਂ ਨੂੰ ਵੀ ਪਕੜ ਸਕਦੇ ਹਨ।

ਲਾਭ

- 24 ਘੰਟੇ ਨਿਗਰਾਨੀ
- ਘਟ ਸ਼ਕਤੀ ਦੀ ਖਪਤ
- ਉਨੱਤ ਇਲੈਕਟਰੌਨਿਕ ਤਕਨੀਕ ਤੇ ਆਧਾਰਿਤ
- ਘੱਟ ਕੀਮਤ
- ਸਾਂਭ ਸੰਭਾਲ ਅਤੇ ਆਸਾਨ ਵਰਤੋਂ

(ਹ) **ਸੁਰੱਖਿਆ ਹੈਲਮਟ** ਦੁਕਾਨਦਾਰ ਗਾਹਕਾਂ ਨੂੰ ਚੰਗੀ ਕੁਆਲਟੀ ਦੇ ਹੈਲਮਟਾਂ ਦੀ ਪੇਸ਼ਕਸ਼ ਕਰਦੇ ਹਨ ਜਿਹੜੇ ਕਿ 6 ਵਾਲਟ ਦੀ ਲਾਈਟ (ਬੱਲਬ) ਸਮੇਤ ਚਾਰਜਰ ਅਤੇ ਬੈਟਰੀ ਸੈਟਅੱਪ ਲੱਗਿਆ ਹੁੰਦਾ ਹੈ। ਇਹਨਾਂ ਹੈਲਮਟਾਂ ਤੇ ਲੱਗੀ ਟਾਰਚ ਅੱਗ ਰੋਧੀ ਹੁੰਦੀ ਹੈ ਜਿਹੜੀ ਕਿ ਤਿੰਨ ਸੈਲ ਜਾਂ ਦੋ ਸੈਲਾਂ ਵਾਲੀ ਦੀ ਬਣੀ ਹੁੰਦੀ ਹੈ।

ਅਭਿਆਸ :

1. ਕਿਸੇ ਸੁਰੱਖਿਆ ਵਿੱਚ ਜਾਓ ਅਤੇ ਸੁਰੱਖਿਆ ਨਿਗਰਾਨੀ ਲਈ ਵਰਤੇ ਗਏ ਸਾਰੀਆਂ ਕਿਸਮਾਂ ਦੇ ਉਪਕਰਨਾਂ ਨੂੰ ਸਮਝੋ। ਸੁਰੱਖਿਆ ਨਿਗਰਾਨੀ ਦੀਆਂ ਸਾਰੀਆਂ ਕਿਸਮਾਂ ਦੇ ਉਪਕਰਨਾਂ ਦੀ ਦੁਕਾਨ ਪਤਾ ਕਰੋ। ਸੁਰੱਖਿਆ ਨਿਗਰਾਨੀ ਉਪਕਰਨਾਂ ਤੇ ਅਸਾਈਨਮੈਂਟ ਤਿਆਰ ਕਰੋ ਅਤੇ ਤਸਵੀਰਾਂ ਸਹਿਤ ਹਰੇਕ ਬਾਰੇ 50 ਸ਼ਬਦਾਂ ਵਿੱਚ ਲਿਖੋ।
2. ਕਿਸੇ ਪ੍ਰਚੂਨ ਸਟੋਰ ਤੇ ਜਾਓ ਅਤੇ ਉਨ੍ਹਾਂ ਦੁਆਰਾ ਵਰਤੇ ਗਏ ਨਿਯਮਾਂ ਦੀ ਲਿਸਟ ਬਣਾਓ ਅਤੇ ਠੀਕ ਢੰਗ ਨਾਲ ਸਲਾਹ ਦਿਓ।
3. ਪ੍ਰਚੂਨ ਸਟੋਰ ਤੇ ਜਾਓ ਅਤੇ ਸੁਰੱਖਿਆ ਕਰਮਚਾਰੀਆਂ ਦੇ ਵਿਵਹਾਰ, ਦ੍ਰਿਸ਼ਟੀਕੋਣ ਅਤੇ ਚਰਿੱਤਰ ਬਾਰੇ ਅਨੁਸਰਨ ਕਰੋ।
4. ਟੀਮ ਵਿੱਚ ਲੋਕਾਂ ਦਾ ਅਤੇ ਉੱਚ ਅਧਿਕਾਰੀਆਂ ਦਾ ਸਾਹਮਣਾ ਕਰਨਾ, ਦ੍ਰਿਸ਼ਟੀਕੋਣ, ਰੋਲ ਪਲੇਅ ਅਤੇ ਕੇਸ ਸਟੱਡੀ ਤਿਆਰ ਕਰਨਾ।
5. ਸੁੱਰਖਿਆ ਸਬੰਧੀ ਪ੍ਰਚੂਨ ਸਟੋਰ ਵਿੱਚ ਨਿਯਮਾਂ ਅਤੇ ਸਿਧਾਂਤ ਦੇ ਪ੍ਰਭਾਵ ਬਾਰੇ ਵਿਦਿਆਰਥੀ ਨਾਲ ਸਾਂਝੀ ਵਿਚਾਰ ਚਰਚਾ ਕਰਨਾ।

ਮੁਲੰਕਣ

(ੳ) **ਖਾਲੀ ਥਾਵਾਂ ਭਰੋ।**

1. ਡੋਰ ਫਰੇਮ ਮੈਟਲ ਡਿਟੈਕਟਰ ਨਿਰੰਤਰ ____________ ਅੰਗ ਹੈ।
2. ਐਲ.ਸੀ.ਡੀ (LCD) ਬਾਰ ਗ੍ਰਾਫ ਵਰਤੋਂ ਕਰਨ ਵਾਲੇ ਦੀ ਚੇਤਨਾ ____________ ਦੇ ਪੱਧਰ ਨੂੰ ਦਰਸਾਉਣ ਦੀ ਸਮਰੱਥਾ ਰੱਖਦੀ ਹੈ।

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

3. ਹੈਂਡ ਹੈਲਡ ਮੈਟਲ ਡਿਟੈਕਟਰ ਵਿੱਚ _________ ਵੋਲਟ ਬੈਟਰੀ _____________ ਬੈਟਰੀ ਇੰਡੀਕੇਟਰ ਦੀ ਵਰਤੋਂ ਹੁੰਦੀ ਹੈ।
4. ____________ ਇਕੋਂ ਸਮੇਂ 16 ਕਾਰਨਾਂ ਨੂੰ ਰਿਕਾਰਡ ਕਰ ਸਕਦਾ ਹੈ।

(ਅ) ਸਹੀ ਜਾਂ ਗਲਤ

1. ਵੀਡੀਓ ਕੈਸਟ ਰਿਕਾਰਡਰ ਘਟਨਾ ਨੂੰ 48 ਘੰਟੇ ਤੋਂ ਉਪਰ ਗਤੀ ਨਾਲ ਰਿਕਾਰਡ ਕਰ ਸਕਦਾ ਹੈ।
2. ਗਲੋਬਲ ਪੱਧਰ ਦੇ ਮੁਤਾਬਕ ਬਹੁਤ ਸਾਰੇ ਭਿਆਨਕ ਖਤਰੇ ਉਹਨਾਂ ਲੋਕਾਂ ਨਾਲ ਸਬੰਧ ਰੱਖਦੇ ਹਨ ਜੋ ਉਚਾਈ ਤੇ ਕੰਮ ਕਰਦੇ ਹਨ।
3. ਸੁਰੱਖਿਆ ਪੱਟੀਆਂ ਨੂੰ ਹਰ ਵਾਰ ਵਰਤੋਂ ਕਰਨ ਤੋਂ ਪਹਿਲਾਂ ਦ੍ਰਿਸ਼ਟੀ ਨਿਰੀਖਣ ਦੀ ਲੋੜ ਹੁੰਦੀ ਹੈ।
4. ਫੋਟੋ ਲੁਮੀਨਿਸੈਂਟ ਮੈਟੀਰੀਅਲ ਨੂੰ ਬੈਟਰੀ ਪਾਵਰ ਦੀ ਲੋੜ ਨਹੀਂ ਹੁੰਦੀ ਜਾਂ ਚਮਕ ਦੇ ਨਿਕਾਸ ਵਾਲੇ ਕਿਸੇ ਸਰੋਤ ਦੀ ਲੋੜ ਨਹੀਂ ਹੁੰਦੀ।
5. ਜਿੱਥੇ ਵੱਡੇ ਕੈਮਰੇ ਫਿੱਟ ਹੋਏ ਹੋਣ ਕੁਝ ਕਾਰਨਾਂ ਨੂੰ ਕਿਸੇ ਵੀ ਸਥਾਨ ਤੇ ਵਧਾਇਆ ਜਾ ਸਕਦਾ ਹੈ।

(ੲ) ਸੰਖੇਪ ਉੱਤਰਾਂ ਵਾਲੇ ਪ੍ਰਸ਼ਨ

1. ਕਿਸੇ ਪ੍ਰਾਈਵੇਟ ਸੁਰੱਖਿਆ ਵਿੱਚ ਉਪਲਬਧ ਸੁਰੱਖਿਆ ਨਿਗਰਾਨੀ ਦੇ ਉਪਕਰਨਾਂ ਦਾ ਵਰਣਨ ਕਰੋ।
2. ਸੁਰੱਖਿਆ ਮੈਟਲ ਡਿਟੈਕਟਰ ਦੇ ਅੰਗਾਂ ਦਾ ਪਤਾ ਕਰੋ।
3. ਸੁਰੱਖਿਆ ਅਤੇ ਨਿਗਰਾਨੀ ਉਪਕਰਨਾਂ ਦੇ ਕਾਰਜਾਂ ਦਾ ਵਰਣਨ ਕਰੋ।
4. ਹੇਠ ਲਿਖਿਆਂ ਤੇ ਸੰਖੇਪ ਨੋਟ ਲਿਖੋ।
   (ੳ) ਕੰਟਰੋਲ ਰੂਮ
   (ਅ) ਗਸ਼ਤ
   (ੲ) ਪਹੁੰਚ ਕੰਟਰੋਲ ਪ੍ਰਣਾਲੀ

ਮੁਲੰਕਣ ਕਿਰਿਆ ਲਈ ਚੈਕਲਿਸਟ

ਹੇਠਾਂ ਦਿੱਤੀ ਚੈਕ ਲਿਸਟ ਨੂੰ ਇਹ ਦੇਖਣ ਲਈ ਵਰਤੋਂ ਕਰੋ ਜੇ ਤੁਸੀਂ ਮੁਲਾਂਕਣ ਕਿਰਿਆ ਦੀਆਂ ਸਾਰੀਆਂ ਲੋੜਾਂ ਪੂਰੀਆਂ ਕਰ ਲਈਆਂ ਹਨ।

ਭਾਗ (ੳ)

- ਭਿੰਨ ਭਿੰਨ ਤਰ੍ਹਾਂ ਦੇ ਸੁਰੱਖਿਆ ਨਿਗਰਾਨੀ ਉਪਕਰਨਾਂ ਵਿੱਚ ਅੰਤਰ ਦੱਸਿਆ।

ਭਾਗ (ਅ)

ਹੇਠਾਂ ਦਿੱਤਿਆਂ ਦੀ ਜਮਾਤ ਵਿੱਚ ਚਰਚਾ ਕੀਤੀ

- ਸੁਰੱਖਿਆ ਨਿਗਰਾਨੀ ਉਪਕਰਨ
- ਹੱਥ ਵਿੱਚ ਫੜਨ ਵਾਲਾ ਮੈਟਲ ਡਿਟੈਕਟਰ
- ਸੀ.ਸੀ.ਟੀ.ਵੀ. ਕੈਮਰਾ

ਭਾਗ (ੲ)

ਕਾਰਗੁਜਾਰੀ ਪੱਧਰ

ਕਾਰਗੁਜਾਰੀ ਪੱਧਰ ਵਿੱਚ ਸ਼ਾਮਲ ਹੋ ਸਕਦਾ ਹੈ।

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

ਕਾਰਜ ਕਰਨ ਦੇ ਪੱਧਰ ਵਿੱਚ ਸ਼ਾਮਿਲ ਹੈ	ਹਾਂ	ਨਹੀਂ
• ਸੁਰੱਖਿਆ ਨਿਰੀਖਣ ਉਪਕਰਨਾਂ ਨੂੰ ਪਛਾਨਣ ਦੇ ਯੋਗ ਹੋ		
• ਸੁਰੱਖਿਆ ਮੈਟਲ ਡਿਟੈਕਟਰ ਦੇ ਅੰਗਾਂ ਦਾ ਪਤਾ ਕਰਨ ਦੇ ਯੋਗ ਹੋ		
• ਸੁਰੱਖਿਆ ਅਤੇ ਨਿਰੀਖਣ ਉਪਕਰਨਾਂ ਦੇ ਕਾਰਜਾਂ ਨੂੰ ਪਛਾਨਣ ਦੇ ਯੋਗ ਹੋ		

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

ਸੈਸ਼ਨ-3 ਮਾਲ ਦਾ ਪ੍ਰਬੰਧ ਅਤੇ ਘਰ ਪ੍ਰਬੰਧ ਲਈ ਉਪਕਰਨ

ਸਬੰਧਿਤ ਗਿਆਨ (Relevant Knowledge)

ਪ੍ਰਭਾਵਸ਼ਾਲੀ ਘਰ ਪ੍ਰਬੰਧ ਕੁਝ ਕੰਮ ਵਾਲੇ ਸਥਾਨ ਤੇ ਖਤਰਿਆ ਨੂੰ ਖਤਮ ਕਰ ਸਕਦਾ ਹੈ ਅਤੇ ਸੁਰੱਖਿਆ ਅਤੇ ਸਹੀ ਤਰੀਕੇ ਨਾਲ ਕੰਮ ਕਰਵਾਉਣ ਵਿੱਚ ਮਦਦ ਕਰਦਾ ਹੈ। ਘਟੀਆਂ ਘਰ ਪ੍ਰਬੰਧ ਅਕਸਰ ਛੁੱਪੇ ਹੋਏ ਖਤਰਿਆ ਨੂੰ ਜੋ ਨੁਕਸਾਨ ਦਾ ਕਾਰਨ ਹੁੰਦੇ ਹਨ ਇਹ ਯੋਗਦਾਨ ਪਾਉਂਦੇ ਹਨ।

ਇਹ ਬਹੁਤ ਵੱਡਾ ਸ਼ਬਦ ਜਿਹੜਾ ਦੋਵੇਂ ਘਰ ਅੰਦਰਲੇ ਸਫਾਈ ਅਤੇ ਬਾਹਰਲੇ ਕੰਮਾਂ ਵਿੱਚ ਜਿਵੇਂ ਕਿ ਧੁਲਾਈ, ਖਿੜਕੀਆਂ ਅਤੇ ਡੋਰਮੈਟਸ ਨੂੰ ਸਾਫ ਕਰਨ ਲਈ ਵਰਤਿਆ ਜਾਂਦਾ ਹੈ।

ਸਟੋਰ ਦੀ ਸਫਾਈ ਪ੍ਰਚੂਨ ਵਿੱਚ ਇਕ ਮਹੱਤਵਪੂਰਨ ਹਿਸਾ ਹੈ। ਗਾਹਕ ਸਾਫ ਅਤੇ ਅੱਛੀ ਰੋਸ਼ਨੀ ਵਾਲੇ ਸਟੋਰ ਵਿੱਚ ਖ੍ਰੀਦ ਕਰਨਾ ਚਾਹੁੰਦਾ ਹੈ ਤਾਂ ਉਨ੍ਹਾਂ ਨੂੰ ਵਿਸਵਾਸ਼ ਹੋ ਜਾਂਦਾ ਹੈ ਜੋ ਵਪਾਰਕ ਵਸਤਾਂ ਉਹ ਖ੍ਰੀਦ ਰਹੇ ਹਨ ਉਹ ਸਾਫ ਸੁਥਰੀਆਂ ਅਤੇ ਚੰਗੇ ਗੁਣਾਂ ਵਾਲੀਆ ਹਨ।

ਘਰ ਪ੍ਰਬੰਧ ਵਿੱਚ ਕੰਮ ਕਰਨ ਵਾਲੇ ਖੇਤਰ ਨੂੰ ਸਾਫ ਸੁਥਰਾ ਤਰਤੀਬ ਵਿੱਚ ਰੱਖਣਾ ਅਤੇ ਹਾਲ (Hall) ਅਤੇ ਉਸਦੇ ਫਰਸ਼ਾ ਨੂੰ ਤਿਲਕਣ ਦੇ ਜੌਖਿਮ ਤੋਂ ਮੁਕਤ ਰਖਣਾ ਹੈ ਅਤੇ ਫਾਲਤੂ ਸਮਾਨ ਨੂੰ ਸੁਟਣਾ (ਦੂਰ ਕਰਨਾ) ਅਤੇ ਕੰਮ ਕਰਨ ਵਾਲੇ ਖੇਤਰ ਨੂੰ ਅੱਗ ਲੱਗਣ ਦੇ ਖਤਰੇ ਤੋਂ ਬਚਾਉਣਾ ਸ਼ਾਮਿਲ ਹੈ। ਘਰ ਪ੍ਰਬੰਧਨ ਵਿੱਚ ਕੁਝ ਮਹੱਤਵਪੂਰਨ ਵਿਵਰਣਾ ਵੱਲ ਵਿਸਥਾਰਪੂਰਵਕ ਧਿਆਨ ਦੇਣ ਦੀ ਲੋੜ ਹੈ ਜਿਵੇਂ ਕਿ ਕੰਮ ਕਰਨ ਵਾਲੇ ਸਥਾਨ ਦੀ ਯੋਜਨਾ ਬਨਾਉਣਾ, ਗਲਿਆਰਿਆ ਦਾ ਅੰਕੜ, ਸਟੋਰ ਕਰਣ ਦੀ ਵੱਧੀਆ ਸਹੁੱਲਤਾ ਅਤੇ ਰੱਖ ਰਖਾਵ ਆਦਿ। ਚੰਗਾ ਘਰ ਪ੍ਰਬੰਧਨ ਦੁਰਘਟਨਾ ਅਤੇ ਅੱਗ ਤੋਂ ਬਚਾਓ ਦਾ ਮੁੱਡਲਾ ਹਿੱਸਾ ਹੈ।

ਚੰਗੀ ਸੁਰੱਖਿਆ ਵਾਲਾ ਘਰ ਪ੍ਰਬੰਧ ਕਿਸੇ ਵੀ ਪ੍ਰਕਾਰ ਦੇ ਕੰਮ ਵਾਲੇ ਵਾਤਾਵਰਣ ਨੂੰ ਸੱਟਾਂ ਅਤੇ ਦੁਰਘਟਨਾਵਾਂ ਨੂੰ ਘਟਾਉਂਦਾ ਹੈ। ਇਸ ਨਾਲ ਸਬੰਧਤ ਕੋਈ ਵੀ ਖਤਰਾ, ਚੰਗੀਆਂ ਆਦਤਾਂ ਦਾ ਵਿਕਾਸ ਕਰਕੇ ਅਤੇ ਕੰਮ ਵਾਲੇ ਵਾਤਾਵਰਣ ਵਿੱਚ ਚੇਤਨ ਹੋ ਕੇ ਕਰਮਚਾਰੀ ਵਧੀਆ ਸੁਰੱਖਿਅਤ ਕੰਮ ਵਾਲਾ ਸਥਾਨ ਪੈਦਾ ਕਰਨ ਵਿੱਚ ਮਦਦ ਕਰ ਸਕਦਾ ਹੈ।

ਪ੍ਰਭਾਵਸ਼ਾਲੀ ਘਰੇਲੂ ਪ੍ਰਬੰਧ ਦੇ ਨਤੀਜੇ :-

1. ਸਮਾਨ ਦੇ ਵਹਾਓ ਨੂੰ ਸੁਖਾਲਾ ਕਰਨ ਲਈ ਪ੍ਰਬੰਧ ਨੂੰ ਘਟਾਉਣਾ
2. ਢੇਰ ਅਤੇ ਛੜਕਾਓ ਮੁਕਤ ਖੇਤਰ ਵਿੱਚ ਤਿਲਕਣਾ ਅਤੇ ਠੋਕਰ ਖਾਣਾ ਘੱਟ ਹੋਣਾ
3. ਖਤਰਨਾਕ ਚੀਜ਼ਾ ਤੋਂ ਘੱਟ ਕੰਮ ਕਰਨ ਵਾਲਿਆ ਦਾ ਪ੍ਰਦਰਸ਼ਨ ਔਜ਼ਾਰ ਤੇ ਵਧੀਆਂ ਕੰਟਰੋਲ ਅਤੇ ਸਮਾਨ ਜਿਸ ਵਿੱਚ ਵਸਤੂ ਸੂਚੀ ਅਤੇ ਸਪਲਾਈ ਸ਼ਾਮਿਲ ਹੈ।
4. ਵਧੀਆਂ ਯੋਗ ਢੰਗ ਨਾਲ ਉਪਕਰਨਾਂ ਦੀ ਸਫਾਈ ਅਤੇ ਰੱਖ ਰਖਾਵ
5. ਸੁਥਰੀ ਸਿਹਤ ਲਈ ਵਧੀਆ ਸਿਹਤਮੰਦ ਹਾਲਾਤ
6. ਬਚਾਓ ਵਾਲੇ ਰੱਖ ਰਖਾਵ ਨਾਲ ਸੰਪਤੀ ਨਸ਼ਟ ਹੋਣ ਨੂੰ ਘੱਟ ਕਰਨਾ
7. ਸੁਧਾਰ ਵਾਲੀ ਨੈਤਿਕਤਾ
8. ਸੁਧਾਰ ਵਾਲੀ ਉਤਪਾਦਕਤਾਂ (ਔਜ਼ਾਰ ਅਤੇ ਸਮਾਨ ਅਸਾਨੀ ਨਾਲ ਲੱਭਣਾ ਹੋਵੇਗਾ)

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

ਘਰੇਲੂ ਪ੍ਰਬੰਧ ਦੇ ਕੰਮਾਂ ਨੂੰ ਕਈਆ ਖੇਤਰਾਂ ਵਿੱਚ ਗਰੁੱਪ (ਵੰਡਿਆ) ਕੀਤਾ ਜਾ ਸਕਦਾ ਹੈ :-

- ਪੇਸ਼ਾਵਰ ਸਿਹਤ ਅਤੇ ਸੁਰੱਖਿਆ
- ਸੁਰੱਖਿਅਤ ਸਫਾਈ ਪ੍ਰਬੰਧ
- ਤਬਾਹੀ ਤੋਂ ਦੂਰੀ
- ਅੱਗ ਤੋਂ ਬਚਾਓ ਅਤੇ ਸੁਰੱਖਿਆ
- ਸੁਰੱਖਿਆ, ਸੁਰੱਖਿਅਤ ਭੰਡਾਰ ਕਰਨ ਦੀ ਪ੍ਰਣਾਲੀ
- ਲਗਾਤਾਰ ਨਿਰੀਖਣ
- ਸਟਾਕ ਤੇ ਕੰਟਰੋਲ
- ਵਿਅਕਤੀਗਤ ਸਿਹਤ ਅਤੇ ਦਿੱਖ
- ਘਰੇਲੂ ਪ੍ਰਬੰਧ ਦੇ ਉਪਕਰਨ ਦਾ ਭੰਡਾਰੀਕਰਨ ਅਤੇ ਪ੍ਰਬੰਧ (ਰੱਖ ਰਖਾਵ)

ਸਧਾਰਨ ਘਰੇਲੂ ਪ੍ਰਬੰਧ ਦੇ ਕੰਮ ਹਨ :-

- ਵੈਕਿਊਮ ਕਲੀਨਿੰਗ
- ਪੇਂਟਿੰਗ
- ਵੀਡਿੰਗ
- ਮੁਰੰਮਤ
- ਗੰਦਗੀ ਹਟਾਉਣਾ

ਮਾਲ ਦਾ ਪ੍ਰਬੰਧ :-

ਮਾਲ ਦਾ ਪ੍ਰਬੰਧ ਵਿੱਚ ਢੋਆ ਢੁਆਈ ਜਾਂ ਇਕ ਜਾਂ ਜ਼ਿਆਦਾ ਕਾਮਿਆ ਦੁਆਰਾ ਮਦਦ ਹੈ। ਇਸ ਵਿੱਚ ਭਾਰ ਚੁੱਕਣਾ, ਪਕੜਣਾ, ਹੇਠਾ ਲਾਉਣਾ, ਧੱਕਣਾ, ਖਿਚਣਾ ਲੈ ਕੇ ਜਾਣਾ ਅਤੇ ਹਿਲਾਉਣਾ ਹੈ।

ਜਦੋਂ ਭਾਰ ਦਾ ਪ੍ਰਬੰਧ ਕਰਨਾ ਹੈ ਤਾਂ ਤੁਹਾਨੂੰ ਯਕੀਨੀ ਬਣਾਉਣਾ ਪਵੇਗਾ ਕਿ ਸਮਾਨ ਦਾ ਸੁਰੱਖਿਅਤ ਢੰਗ ਨਾਲ ਚਿਤਿਆ ਗਿਆ ਹੈ। ਬਲਾਕ ਵਿੱਚ ਵੰਡਿਆ ਅਤੇ ਆਪਸ ਵਿੱਚ ਬੰਨਿਆ ਹੈ। ਸਾਰੇ ਭੰਡਾਰੀਕਰਨ ਖੇਤਰ ਨੂੰ ਨਿਸ਼ਾਨ ਲਗਾਏ ਹਨ। ਸਾਰੇ ਕਾਮਿਆਂ ਨੂੰ ਸਮਾਨ ਦੇ ਭੰਡਾਰੀਕਰਨ ਅਤੇ ਵਰਤੋਂ ਕਰਨ ਦਾ ਢੰਗ ਦੀ ਸਮਝ ਹੈ। ਸਮਾਨ ਨੂੰ ਉਸ ਖੇਤਰ ਵਿੱਚ ਸਟੋਰ ਕੀਤਾ ਹੈ ਜਿਥੇ ਕਾਮਿਆ ਦੀ ਦਖਲ ਅੰਦਾਜ਼ੀ ਨਹੀਂ ਹੈ ਜਾਂ ਮਾਲ ਦੀ ਚੋਰੀ ਦਾ ਡਰ ਨਹੀਂ ਹੈ। ਖਤਰਨਾਕ ਮਾਲ ਨੂੰ ਪ੍ਰਮਾਣਿਤ ਕੰਨਟੇਨਰ ਵਿੱਚ ਰੱਖਿਆ ਹੈ ਅਤੇ ਅੱਗ ਲੱਗਣ ਵਾਲਾ ਸਾਧਨਾਂ ਤੋਂ ਦੂਰ ਵਿਅਕਤੀ ਨੇ ਦੇਖਣਾ ਹੈ ਕਿ ਉਪਕਰਨ ਚਲਦੀ ਹਾਲਤ ਵਿੱਚ ਹਨ। ਸਾਰੇ ਜ਼ਰੂਰੀ ਰੱਖਿਅਕ ਜਾਂ ਸੁਰੱਖਿਆ ਦੇ ਸਾਧਨ ਚਾਲੂ ਜਾਂ ਅਪਣੀ ਜਗ੍ਹਾਂ ਤੇ ਹਨ। ਸਾਰੇ ਔਜ਼ਾਰ ਅਤੇ ਮਸ਼ੀਨਰੀ ਦਾ ਲੀਕ ਅਤੇ ਫੁਟਣ ਤੋਂ ਲਗਾਤਾਰ ਨਿਰੀਖਣ ਕੀਤਾ ਗਿਆ ਹੈ। ਇਨ੍ਹਾਂ ਮਸ਼ੀਨਾਂ ਅਤੇ ਔਜਾਰਾਂ ਨੂੰ ਰੋਜ਼ਾਨਾ ਸਾਫ ਕੀਤਾ ਜਾਂਦਾ ਹੈ। ਕੰਮ ਵਾਲੇ ਖੇਤਰ ਦਾ ਸਾਫ ਸੁਥਰਾ ਅਤੇ ਸੁਰੱਖਿਅਤ ਢੰਗ ਨਾਲ ਰੱਖ ਰਖਾਵ ਸਟੋਰ ਦੀ ਦਿੱਖ ਨੂੰ ਸਹੀ ਬਣਾਉਂਦਾ ਹੈ ਅਤੇ ਉਸ ਵਾਤਾਵਰਣ ਦੀ ਰਚਨਾ ਕਰਦਾ ਹੈ ਜਿਹੜੀ ਗਾਹਕ ਲਈ ਖੁਸ਼ਗਵਾਰ ਅਤੇ ਵਿਕਰੀ ਲਈ ਸਹਾਈ ਹੋਵੇ।

ਸਟੋਰ ਦੇ ਕਈ ਖੇਤਰ ਹੁੰਦੇ ਹਨ ਜਿਨ੍ਹਾਂ ਨੂੰ ਵਿਚਾਰਨ ਦੀ ਜ਼ਰੂਰਤ ਹੈ ਉਹ ਹਨ :-

- ਵਿਕਰੀ ਕੇਂਦਰ
- ਕਾਊਟਰ
- ਚਲਤ ਮਾਰਗ
- ਵਪਾਰਕ ਵਸਤੂ
- ਫਿਟਿੰਗ ਅਤੇ ਫਿਕਸ ਕਰਨ ਵਾਲੀਆ ਚੀਜ਼ਾਂ

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

- ਸਟੋਰ ਕਰਨ ਵਾਲੇ ਕਮਰੇ
- ਫਿਟਿੰਗ ਕਮਰੇ
- ਸਵਾਗਤੀ ਕਟੇਹਿਰਾ

ਘਰੇਲੂ ਪ੍ਰਬੰਧ ਲਈ ਸਮਾਨ

ਸਫਾਈ ਕਰਨ ਵਾਲੇ ਰਸਾਇਣ ਅਕਸਰ ਖਤਰਨਾਕ ਹੁੰਦੇ ਹਨ ਅਤੇ ਜਿਸ ਦੀ ਪਛਾਣ ਉਸ ਦੇ ਲੇਬਲ ਤੋਂ ਹੁੰਦੀ ਹੈ। ਬਹੁਤ ਸਾਰੇ ਔਜਾਰ ਅਤੇ ਸਾਜੋ-ਸਮਾਨ ਵਾਲੀਆ ਆਈਟਮਾਂ ਜਿਨ੍ਹਾਂ ਦੀ ਸਫਾਈ ਲਈ ਲੋੜ ਹੁੰਦੀ ਹੈ ਦੀ ਵਰਤੋਂ ਕਰਨ ਵਾਲਿਆਂ ਦੀ ਸੁਰੱਖਿਆ ਲਈ ਗਾਰਡ ਤਾਇਨਾਤ ਹੁੰਦੇ ਹਨ।

ਬਿਨਾਂ ਗਾਰਡਾਂ ਤੋਂ ਉਪਕਰਨ ਕਦੇ ਨਹੀਂ ਵਰਤਣੇ ਚਾਹੀਦੇ ਅਤੇ ਉਪਕਰਨਾਂ ਦੀ ਸੁਰੱਖਿਅਤ ਵਰਤੋਂ ਕਰਨ ਲਈ ਉਤਪਾਦਕਾਂ ਦੀ ਹਦਾਇਤਾਂ ਦੀ ਪਾਲਣਾ ਕਰਨੀ ਚਾਹੀਦੀ ਹੈ। ਸਾਰੇ ਘਰੇਲੂ ਪ੍ਰਬੰਧ ਦੇ ਉਪਕਰਨਾਂ ਨੂੰ ਸੁਰੱਖਿਅਤ ਢੰਗ ਨਾਲ ਉਤਪਾਦਕਾਂ ਦੀ ਹਦਾਇਤਾਂ ਅਨੁਸਾਰ ਸਟੋਰ ਕਰਨਾ ਚਾਹੀਦਾ ਹੈ।

ਇਹ ਸਟਾਫ, ਗਾਹਕਾਂ ਅਤੇ ਹੋਰ ਦੂਜੇ ਮਿਲਣ ਵਾਲਿਆ ਲਈ ਸਟੋਰ ਕਰਨ ਲਈ ਸੁਰੱਖਿਅਤ ਵਾਤਾਵਰਣ ਯਕੀਨ ਬਣਾਵੇਗਾ। ਸਫਾਈ ਕਰਨ ਵਾਲੇ ਉਪਕਰਨ ਸਟੋਰ ਤੋਂ ਸਟੋਰ ਵੱਖਰੇ ਵੱਖਰੇ ਹੁੰਦੇ ਹਨ। ਭਾਵੇਂ ਕੁਝ ਉਪਕਰਨ ਸਾਰੀਆਂ ਪ੍ਰਚੂਨ ਦੁਕਾਨਾਂ ਤੇ ਵਰਤੇ ਜਾਂਦੇ ਹਨ।

ਸਧਾਰਨ ਉਪਕਰਨਾ ਵਿੱਚ ਸ਼ਾਮਿਲ ਹੈ :-

ਮੋਪਸ, ਬਾਲਟੀਆ, ਝਾੜੂ, ਕਪੜੇ, ਡਸਟਰ, ਡਸਟਬਿਨ, ਬਲੇਡ, ਸਪਰੇਅ ਕਲੀਨਰ, ਬਾਰੀਆ ਸਾਫ ਕਰਨ ਵਾਲੇ, ਸਫਾਈ ਵਾਲੇ ਰਸਾਇਣ, ਫਰਸ਼ ਪਾਲਸ਼ ਕਰਨ ਵਾਲੇ, ਖਤਰੇ ਦੀ ਚਿਤਾਵਨੀ ਵਾਲੇ ਨਿਸ਼ਾਨ, ਡਸਟ ਪੈਨ ਅਤੇ ਬੁਰਸ਼, ਪੌੜੀਆਂ, ਟਰਾਲੀਆ, ਵੈਕਇਊਮ ।

ਜਦੋਂ ਘਰੇਲੂ ਪ੍ਰਬੰਧ ਦੇ ਲਈ ਢੰਗ ਤਰੀਕੇ ਆਪਣੇ ਕਾਊਟਰ ਖੇਤਰ ਵਿੱਚ ਵਰਤਣੇ ਹਨ ਤਾਂ ਪੰਜ ਨੁਕਤਿਆ ਨੂੰ ਜ਼ਰੂਰ ਵਿਚਾਰਨਾ ਚਾਹੀਦਾ ਹੈ।

- ਸਫਾਈ
- ਸੁਰੱਖਿਆ
- ਢੇਰ ਦਾ ਨਾ ਹੋਣਾ
- ਚੰਗੀ ਤਰ੍ਹਾਂ ਸਗੰਠਿਤ
- ਗਾਹਕਾਂ ਨਾਲ ਮਿਤ੍ਰਤਾ

ਇਨ੍ਹਾਂ ਪੰਜ ਨੁਕਤਿਆ ਨੂੰ ਹਰ ਸਮੇਂ ਦਿਮਾਗ ਵਿੱਚ ਰੱਖਣ ਨਾਲ ਇਹ ਗੱਲ ਯਕੀਨੀ ਬਣੇਗੀ ਕਿ ਤੁਹਾਡਾ ਕਾਊਂਟਰ ਖੇਤਰ ਸਾਰੇ ਪੇਸ਼ੇ ਲਈ ਯੋਗ ਚਾਲ ਪਾਉਂਦਾ ਹੈ ਅਤੇ ਤੁਹਾਡਾ ਸਟੋਰ ਸਹੀ ਦਿਸ਼ਾ ਪੇਸ਼ ਕਰਦਾ ਹੈ।

ਘਰ ਪ੍ਰਬੰਧ ਦੇ ਤਰੀਕੇ :-

ਸੁਰੱਖਿਆ ਲਈ ਕੰਮ ਵਾਲੀ ਜਗ੍ਹਾਂ ਦਾ ਸਾਫ ਹੋਣਾ ਜ਼ਰੂਰੀ ਹੈ। ਸੁਰੱਖਿਆ ਲਈ ਚੰਗਾ ਘਰੇਲੂ ਪ੍ਰਬੰਧ ਤੁਹਾਡੇ ਧੰਦੇ ਦਾ ਇੱਕ ਹਿੱਸਾ ਹੈ। ਖੁਸ਼ਹਾਲ ਅਤੇ ਸੁਰੱਖਿਅਤ ਕੰਮ ਦੇ ਸਥਾਨ ਲਈ ਹਰੇਕ ਨੂੰ ਪਲਾਂਟ ਠੀਕ ਅਤੇ ਸਾਫ ਰੱਖਣ ਲਈ ਹਿੱਸਾ ਪਾਉਣਾ ਚਾਹੀਦਾ ਹੈ :-

1. ਫਰਸ਼ ਤੇ ਡਿੱਗੇ ਪੇਂਟ, ਗਰੀਸ, ਤੇਲ ਅਤੇ ਪਾਣੀ ਆਦਿ ਨੂੰ ਜਲਦੀ ਨਾਲ ਸਾਫ ਕਰੋ। ਕੋਈ ਡਿਗ ਸਕਦਾ ਹੈ ਅਤੇ ਗੰਭੀਰ ਸੱਟ ਲਗ ਜਾਂਦੀ ਹੈ।
2. ਫਾਲਤੂ ਚੀਜ਼ਾ, ਆਰੇ ਦੇ ਘੱਟੇ ਆਦਿ ਨੂੰ ਚੁਕੋ ਅਤੇ ਇਸ ਨੂੰ ਸਕੇਪ ਨੰਬਰ ਬਿਨ ਵਿੱਚ ਪਾਓ।
3. ਫਾਲਤੂ ਅਤੇ ਡੱਬਿਆ ਨੂੰ ਉਠਾ ਕੇ ਖਾਸ ਗੰਦਗੀ ਰੱਖਣ ਵਾਲੇ ਬਰਤਣ ਵਿੱਚ ਜਾਂ ਦੁਬਾਰਾ ਵਰਤੋਂ ਵਾਲੀਆਂ

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

ਚੀਜ਼ਾਂ ਵਾਲੇ ਬਰਤਣ ਵਿੱਚ ਪਾਓ।

4. ਸੰਗਠਿਤ ਟੇਬਲ ਅਤੇ ਕੰਮ ਕਰਨ ਵਾਲੇ ਸਟੇਸ਼ਨ ਜਿਸ ਦੀ ਵਰਤੋਂ ਤੁਸੀਂ ਕਰ ਚੁੱਕੇ ਹੋ ਉਸ ਨੂੰ ਸਾਫ ਕਰੋ ਤਾਂ ਕਿ ਅਗਲਾ ਆਦਮੀ ਸਾਫ ਖੇਤਰ ਵਿੱਚ ਆਪਣਾ ਕੰਮ ਸ਼ੁਰੂ ਕਰ ਸਕੇ।
5. ਵਰਤੋਂ ਕਰਨ ਤੋਂ ਬਾਦ ਕਿਸੇ ਮਸ਼ੀਨ ਜਾਂ ਆਲੇ ਦੁਆਲੇ ਦੇ ਖੇਤਰ ਨੂੰ ਸਾਫ ਕਰੋ।
6. ਵਰਤੋਂ ਕਰਨ ਤੋਂ ਬਾਦ ਜਾਂ ਸ਼ਿਫਟ ਬਦਲਣ ਤੋਂ ਬਾਅਦ ਸਾਰੇ ਹੱਥ ਵਰਤੋਂ ਕਰਨ ਵਾਲੇ ਔਜ਼ਾਰਾਂ ਨੂੰ ਠੀਕ ਸਥਾਨ ਤੇ ਰੱਖੋ।
7. ਸਾਰੇ ਚੱਲਣ ਵਾਲੇ ਰਸਤਿਆਂ ਅਤੇ ਸੜਕਾਂ ਜੋ ਅੱਗ ਬੁਝਾਓ ਯੰਤਰ ਅਤੇ ਬਿਜਲੀ ਪੈਨਲ ਬਕਸਿਆ ਦੇ ਸਾਹਮਣੇ ਹਨ ਨੂੰ ਰੁਕਾਵਟ ਤੋਂ ਦੂਰ ਰੱਖੋ।
8. ਆਪਣੇ ਅਰਾਮ ਘਰਾਂ (ਕਮਰਿਆ) ਅਤੇ ਦੁਪਹਿਰ ਨੂੰ ਖਾਣਾ ਖਾਣ ਵਾਲੇ ਕਮਰਿਆ ਨੂੰ ਸਾਫ ਸੁਥਰਾ ਰੱਖੋ। ਸਾਰੀ ਗੰਦਗੀ ਨੂੰ ਗੰਦਗੀ ਰੱਖਣ ਵਾਲੇ ਬਰਤਣ ਵਿੱਚ ਪਾਓ। ਪਖਾਨਿਆ ਵਿੱਚ ਪੇਪਰ ਤੋਲੀਏ ਨਾ ਰੱਖੋ।
9. ਤਰੰਗੀ ਨਾਲ ਚੁੱਕਣ ਵਾਲੀ ਗੱਡੀ ਵਾਲਾ ਖੇਤਰ ਸਾਫ ਰੱਖੋ। ਟਰਾਂਸਪੋਰਟ ਅਤੇ ਸਟੋਰ ਵਾਲੀਆਂ ਵਸਤੂਆਂ ਨੂੰ ਗੱਡੀ (Cab) ਵਿੱਚ ਨਾ ਰੱਖੋ।
10. ਫਰਸ਼ ਤੇ ਕਦੇ ਵੀ ਹੁੱਕਾਂ ਅਤੇ ਹੈਗਰਾਂ ਨੂੰ ਨਾ ਛੱਡੋ ਅਤੇ ਹਮੇਸ਼ਾ ਇਨ੍ਹਾਂ ਨੂੰ ਠੀਕ ਜਗ੍ਹਾਂ ਤੇ ਰੱਖੋ।
11. ਸਿਫਟ ਤੋਂ ਪਹਿਲਾਂ ਗੰਦਗੀ ਰੱਖਣ ਵਾਲੇ ਡਸਟਬਿਨ ਵਿੱਚ ਗੰਦਗੀ ਵਾਲੇ ਕੈਨ ਖਾਲੀ ਕਰੋ ਅਤੇ ਡਸਟਬਿਨ ਨੂੰ ਬਾਹਰ ਖਿੱਚ ਕੇ ਰੱਖੋ।
13. ਵਰਤੋਂ ਤੋਂ ਬਾਅਦ ਝਾੜ ਅਤੇ ਬੇਲਚਿਆਂ ਨੂੰ ਹਮੇਸ਼ਾ ਠੀਕ ਸਥਾਨ ਤੇ ਰੱਖੋ।
14. ਕੰਪਿਊਟਰ ਨੂੰ ਘੱਟੋ ਘੱਟ ਹਫਤੇ ਵਿੱਚ ਇਕ ਵਾਰ ਸਾਫ ਕਰਨ ਵਾਲੇ ਫਲੂਅਡ ਨਾਲ ਸਾਫ ਕਰੋ।
15. ਤੁਸੀਂ ਲੋਕਰ ਅਤੇ ਬਦਲਦੇ ਖੇਤਰ ਨੂੰ ਸਾਫ ਸੁਥਰਾ ਰੱਖੋ।

ਫਾਲਤੂ ਮਾਲ ਨੂੰ ਹਟਾਉਣਾ ਅਤੇ ਖਤਮ ਕਰਨਾ ( )

ਭੀੜ ਵਾਲੇ ਪ੍ਰਚੂਨ ਵਾਤਾਵਰਣ ਵਿੱਚ, ਫਾਲਤੂ ਮਾਲ ਨੂੰ ਇਕੱਠਾ ਕਰਨਾ ਆਮ ਗੱਲ ਹੈ। ਆਮ ਮਾਲ ਵਿੱਚ ਸ਼ਾਮਿਲ ਹੈ :-

- ਲਪੇਟਣ ਵਾਲਾ ਸਮਾਨ
- ਗੰਦਗੀ
- ਟੁੱਟੇ ਅਤੇ ਨਸ਼ਟ ਹੋਏ ਵਪਾਰਕ ਪਦਾਰਥ
- ਕਾਗਜ
- ਗਲਾਸ
- ਪਲਾਸਟਿਕ

ਜੇਕਰ ਪ੍ਰਚੂਨ ਵਪਾਰੀ ਖਾਣ ਵਾਲੇ ਭੋਜਨ ਨਾਲ ਸਬੰਧ ਰੱਖਦਾ ਹੈ, ਹੋਰ ਭੋਜਨ ਅਤੇ ਤਰਲ ਬੇਅਰਥ ਸਮਾਨ ਵਿੱਚ ਸ਼ਾਮਿਲ ਹੈ।

- ਭੋਜਨ ਦੇ ਪਦਾਰਥ
- ਚਰਬੀ
- ਤੇਲ

ਸਾਰੀਆਂ ਬੇਕਾਰ ਵਸਤੂਆਂ ਨੂੰ ਸੁਰੱਖਿਅਤ ਢੰਗ ਨਾਲ ਹਟਾਉਣਾ ਅਤੇ ਵਾਤਾਵਰਣ ਲਈ ਦੋਸਤਾਨਾ ਢੰਗ ਨਾਲ ਖਤਮ ਕਰਨਾ ਚਾਹੀਦਾ ਹੈ। ਬੇਕਾਰ ਵਸਤੂਆਂ ਨੂੰ ਹਟਾਉਣ ਅਤੇ ਖਤਮ ਕਰਨ ਦੀਆਂ ਨੀਤੀਆ ਵੱਖ ਵੱਖ ਸਟੋਰਾਂ ਵਿੱਚ ਵੱਖ ਵੱਖ ਹਨ ਇਹ ਉਨ੍ਹਾਂ ਦੇ ਵਰਤਮਾਨ ਘਰੇਲੂ ਪ੍ਰਬੰਧ ਦੀਆਂ ਨੀਤੀਆ ਅਤੇ ਢੰਗ ਤਰੀਕੀਆਂ ਤੇ ਨਿਰਭਰ ਹੈ। ਐਨ.ਐਸ. ਡਬਲਿਊ ਵਿੱਚ ਵਾਤਾਵਰਣ ਸੁਰੱਖਿਆ ਅਧਿਕਾਰੀ (Environment Protection Authority) ਨੂੰ ਪ੍ਰਚੂਨ ਵਪਾਰੀਆ ਨਾਲ ਉਚਿਤ ਢੰਗ ਨਾਲ ਬੇਕਾਰ ਚੀਜ਼ਾਂ ਨੂੰ ਖਤਮ ਕਰਨ ਦੀ ਰਣਨੀਤੀ ਨੂੰ ਲਾਗੂ ਕਰਨ ਲਈ ਕੰਮ ਕਰਨਾ ਚਾਹੀਦਾ ਹੈ।

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

ਜਦੋਂ ਆਮ ਬੇਕਾਰ ਵਸਤੂਆਂ ਨੂੰ ਹਟਾਉਣਾ ਹੈ ਤਾਂ ਇਹ ਜ਼ਰੂਰੀ ਹੈ

- ਚੁੱਕਣ ਲਈ ਸਹੀ ਤਕਨੀਕ ਦੀ ਵਰਤੋਂ ਕਰੋ
- ਦਸਤਾਨੇ ਪਹਿਨੋ ਜਾਂ ਹੋਰ ਵਿਅਕਤੀਗਤ ਸੁਰੱਖਿਆ ਵਾਲੇ ਉਪਕਰਨ ਕਿਉਂਕਿ ਗੰਦਗੀ ਨੂੰ ਹੋਲੀ ਹੋਲੀ ਹਟਾਓ ਅਤੇ ਜਲਦੀ ਨਾ ਕਰੋ।
- ਬੇਕਾਰ ਚੀਜ਼ਾਂ ਨੂੰ ਗਾਹਕ ਦੀ ਦ੍ਰਿਸ਼ਟੀ ਤੋਂ ਹਟਾਓ।
- ਪ੍ਰਭਾਵਸ਼ਾਲੀ ਮੁੜ ਵਰਤਣ ਚੀਜ਼ਾਂ ਨੂੰ ਬਣਾਉਣ ਲਈ ਸਟੋਰ ਦੀਆਂ ਨੀਤੀਆ ਅਤੇ ਸਹੀ ਢੰਗਾਂ ਅਨੁਸਾਰ ਬੇਕਾਰ ਵਸਤਾਂ ਨੂੰ ਵੱਖਰਾ ਕਰੋ।

ਇਕ ਹੋਰ ਵਿਚਾਰਯੋਗ ਗੱਲ ਵਾਤਾਵਰਣ ਹੈ ਕੁਦਰਤੀ ਤੌਰ ਤੇ ਤੁਸੀਂ ਇਹ ਗੱਲ ਯਕੀਨੀ ਬਣਾਉਣੀ ਚਾਹੁੰਦੇ ਹੋ ਕਿ ਵਾਤਾਵਰਣ ਨੂੰ ਦੋਸਤਾਨਾ ਢੰਗ ਨਾਲ ਗੰਦਗੀ ਨੂੰ ਹਟਾਉਣ ਲਈ ਵਰਤ ਰਹੇ ਹੋ।

ਸ਼ਹਿਰ ਜਾਂ ਪਿੰਡ ਦੇ ਦੁਆਲੇ ਧਰਤੀ ਪੂਰਨ ਵਾਲੇ ਖੇਤਰ ਹਨ ਜਿਨ੍ਹਾਂ ਵਿੱਚ ਗੰਦਗੀ ਸੁੱਟੀ ਜਾਂਦੀ ਹੈ। ਇਨ੍ਹਾਂ ਖੇਤਰਾਂ ਨੇ ਬਹੁਤ ਸਾਰਾ ਏਰੀਆਂ ਮੱਲਿਆ ਹੋਇਆ ਹੈ ਅਤੇ ਕੁਝ ਮਾਮਲਿਆ ਵਿੱਚ ਗੰਦਗੀ ਖੇਤਰ ਨੂੰ ਦੂਸ਼ਿਤ ਕਰ ਦਿੰਦੀ ਹੈ। ਇਸ ਸਾਰੇ ਖੇਤਰ ਨੂੰ ਬਹੁਤ ਸਾਲ ਵਰਤੋਂ ਵਿੱਚ ਨਹੀਂ ਲਿਆਾਦਾ ਜਾ ਸਕਦਾ।

ਇਹ ਅੰਦਾਜ਼ਾ ਲਗਾਇਆ ਗਿਆ ਹੈ ਕਿ 50% ਤੋਂ ਵੱਧ ਵਾਲਾ ਖੇਤਰ ਵਰਤਮਾਨ ਸਮੇਂ ਲੈਂਡ ਫਿਲ ਏਰੀਆਂ ਨੇ ਮੱਲਿਆ ਹੋਇਆ ਹੈ ਨੂੰ ਦੁਬਾਰਾ ਵਰਤਣ ਯੋਗ ਬਣਾਇਆ ਜਾ ਸਕਦਾ ਹੈ ਕਿ ਜੇਕਰ ਲੋਕ ਜਿਮੇਵਾਰੀ ਨਾਲ ਗੰਦਗੀ ਨੂੰ ਹਟਾਉਣ ਅਤੇ ਖਤਮ ਕਰਨ ਦਾ ਤਰੀਕਾ ਅਪਣਾ ਲੈਣ।

ਅਭਿਆਸ : ਮੁਲੰਕਣ

1. ਕਿਸੇ ਮਾਲ ਜਾਂ ਕੰਮ ਵਾਲੇ ਸਥਾਨ ਤੇ ਜਾਵੋ। ਜਿੱਥੇ ਪ੍ਰਚੂਨ ਸਟੋਰ ਵਿੱਚ ਘਰੇਲੂ ਪ੍ਰਬੰਧ ਦੇ ਸਮਾਨ ਨੂੰ ਹੈਂਡਲ ਕੀਤਾ ਜਾਂਦਾ ਹੈ ਅਤੇ ਤਰਜਬੇਕਾਰ ਤੋਂ ਤਰਜਰਬੇ ਸਿਖੋ।
2. ਕਿਸੇ ਪ੍ਰਚੂਨ ਸੰਸਥਾ ਵਿੱਚ ਜਾਓ ਅਤੇ ਹਾਊਸ ਕੀਪਿੰਗ ਸੁਪਰਵਾਈਜਰ ਨਾਲ ਰਾਬਤਾ ਕਾਇਮ ਕਰੋ ਜਿਹੜਾ ਘਰੇਲੂ ਪ੍ਰਬੰਧ ਦੀ ਸਾਂਭ ਸੰਭਾਲ, ਸਿਹਤ ਖਤਰਿਆ ਵਿੱਚ ਕੁਸ਼ਲਤਾ, ਅਤੇ ਸੁਰੱਖਿਆ ਉਪਕਰਨਾਂ ਨੂੰ ਹੈਂਡਲ ਕਰਦਾ ਹੈ।
3. ਕਿਸੇ ਮਾਲ ਜਾਂ ਪ੍ਰਚੂਨ ਦੀ ਦੁਕਾਨ ਤੇ ਜਾਓ ਅਤੇ ਸਫਾਈ ਕਰਨ ਦੀ ਪ੍ਰੀਕ੍ਰਿਆ ਦਾ ਅਨੁਸਰਨ ਕਰੋ।
4. ਕਿਸੇ ਵਿਕਰੀ ਕੇਂਦਰ, ਕਾਊਂਟਰਾਂ, ਵਪਾਰਕ ਵਸਤਾਂ, ਸਟੋਰ ਕਮਰਿਆ ਵਿੱਚ ਜਾਓ ਅਤੇ ਘਰੇਲੂ ਪ੍ਰਬੰਧ ਉਪਕਰਨਾ ਬਾਰੇ ਸਿੱਖੋ।
5. ਘਰੇਲੂ ਪ੍ਰਬੰਧ ਕੰਮ ਦੇ ਕੰਮ ਸੰਬੰਧੀ ਜਿੰਮੇਵਾਰੀਆਂ ਤੇ ਰੋਲ ਪਲੇਅ ਕਰੋ।
6. ਕਿਸੇ ਪ੍ਰਚੂਨ ਸਟੋਰ ਵਿੱਚ ਜਾਓ ਅਤੇ ਘਰੇਲੂ ਪ੍ਰਬੰਧ ਦੇ ਉਪਕਰਨਾਂ ਨੂੰ ਅਭਿਆਸ ਕਰਕੇ ਸਿਖੋ।
7. ਕਿਸੇ ਪ੍ਰਚੂਨ ਸਟੋਰ ਵਿੱਚ ਜਾਓ ਅਤੇ ਘਰੇਲੂ ਪ੍ਰਬੰਧ ਦੇ ਉਪਕਰਨਾਂ ਨੂੰ ਸਾਫ ਕਰਨ ਲਈ ਹਦਾਇਤਾਂ ਦਾ ਅਨੁਸਰਨ ਕਰੋ।
8. ਪ੍ਰਚੂਨ ਸਟੋਰ ਵਿੱਚ ਘਰੇਲੂ ਪ੍ਰਬੰਧ ਦੇ ਕੰਮਾਂ ਅਤੇ ਜਿੰਮੇਵਾਰੀਆਂ ਸਬੰਧੀ ਰੋਲ ਪਲੇਅ ਕਰੋ।
9. ਕਿਸੇ ਪ੍ਰਚੂਨ ਸਟੋਰ ਵਿੱਚ ਜਾਓ ਅਤੇ ਅਨੁਸਰਨ ਕਰੋ ਕਿ ਪ੍ਰਚੂਨ ਸਟੋਰ ਵਿੱਚ ਘਰੇਲੂ ਪ੍ਰਬੰਧ ਵਿੱਚ ਕਿਸ ਕਿਸਮ ਦੇ ਤਰੀਕੇ ਵਰਤਣੇ ਹਨ।
10. ਕਿਸੇ ਮਾਲ, ਸੁਪਰ ਮਾਰਕੀਟ ਜਾਂ ਉਦਯੋਗ ਵਿੱਚ ਜਾਓ ਅਤੇ ਸੰਸਥਾ ਇੰਡਸਟਰੀ ਅਤੇ ਕਰਮਚਾਰੀਆ ਨਾਲ ਰਾਬਤਾ ਕਾਇਮ ਕਰੋ ਅਤੇ ਹੇਠਾਂ ਦਿੱਤੇ ਪ੍ਰਸ਼ਨ ਪੁੱਛੋ ਅਤੇ ਉਨ੍ਹਾਂ ਦਾ ਉੱਤਰ 50 ਸ਼ਬਦਾਂ ਤੋਂ ਵੱਧ ਨਾ ਹੋਵੇ।

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

(ੳ) ਮਾਲਕਾ ਲਈ ਪ੍ਰਸ਼ਨ

1. ਤੁਹਾਡੇ ਕਰਮਚਾਰੀਆਂ ਨੂੰ ਸਮਾਨ ਸਟੋਰ ਕਰਨ ਅਤੇ ਪ੍ਰਬੰਧ ਕਰਨ ਤੋਂ ਪਹਿਲਾ ਕੀ ਜਾਨਣਾ ਚਾਹੀਦਾ ਹੈ ?
2. ਪ੍ਰਚੂਨ ਵਿੱਚ ਕਾਮਿਆ ਲਈ ਖਤਰਿਆ ਦੀ ਸੰਭਾਵਨਾ ਕਿੰਨੀ ਹੈ ?
3. ਸਮਾਨ ਦੇ ਸਟੋਰ ਲਈ ਕਿਸ ਕਿਸਮ ਦੇ ਉਪਕਰਨਾ ਦੀ ਲੋੜ ਹੈ ?
4. ਘਰੇਲੂ ਪ੍ਰਬੰਧ ਦੇ ਉਪਕਰਨਾ ਦੀ ਚੈਕਲਿਸਟ ਤਿਆਰ ਕਰੋ ਜੋ ਪ੍ਰਚੂਨ ਸਟੋਰ ਵਿੱਚ ਘਰੇਲੂ ਪ੍ਰਬੰਧ ਦੀਆਂ ਕਿਰਿਆ ਕਰਨ ਲਈ ਆਮ ਤੌਰ ਤੇ ਵਰਤੀ ਜਾਂਦੀ ਹੈ ?
5. ਕਿਸੇ ਮਾਲ ਜਾਂ ਵਿਭਾਗੀ ਸਟੋਰ ਵਿੱਚ ਜਾਓ ਅਤੇ ਤੁਹਾਡੇ ਦੁਆਰਾ ਤਿਆਰ ਕੀਤੀ ਚੈਕ ਲਿਸਟ ਦੀ ਵਰਤੋਂ ਕਰੋ। ਹਾਊਸਕੀਪਿੰਗ ਉਪਕਰਨਾ ਨੂੰ ਚੈਕ ਕਰੋ ਜੋ ਪ੍ਰਚੂਨ ਸਟੋਰ ਵਿੱਚ ਘਰੇਲੂ ਪ੍ਰਬੰਧ ਕਰਨ ਲਈ ਮਾਲ ਜਾਂ ਵਿਭਾਗੀ ਸਟੋਰ ਵਿੱਚ ਮੌਜੂਦ ਹਨ ?
6. ਕੋਈ ਪੰਜ ਉਪਕਰਨਾ ਦੀ ਲਿਸਟ ਬਣਾਓ ਜੋ ਰੋਜਾਨਾ ਦੇ ਘਰੇਲੂ ਪ੍ਰਬੰਧ ਕਰਨ ਲਈ ਵਰਤੇ ਜਾਂਦੇ ਹਨ ?

(ਅ) ਕਰਮਚਾਰੀਆਂ ਲਈ ਪ੍ਰਸ਼ਨ :-

(i) ਕੀ ਤੁਸੀਂ ਖੁਸ਼ ਹੋ ਜਿਹੜੇ ਪ੍ਰਬੰਧ ਤੁਹਾਡੀ ਸਰੀਰਕ ਅਤੇ ਸੁਰੱਖਿਆ ਦੀਆਂ ਲੋੜਾਂ ਨੂੰ ਪੂਰਾ ਕਰਨ ਲਈ ਕੰਮ ਦੇ ਸਥਾਨ ਤੇ ਕੀਤੇ ਜਾਂਦੇ ਹਨ।

ਕਰਮਚਾਰੀ (ੳ) — ਹਾਂ/ਨਹੀਂ   ਕਰਮਚਾਰੀ (ਅ) — ਹਾਂ/ਨਹੀਂ

ਕਰਮਚਾਰੀ (ੲ) — ਹਾਂ/ਨਹੀਂ   ਕਰਮਚਾਰੀ (ਸ) — ਹਾਂ/ਨਹੀਂ

ਕਰਮਚਾਰੀ (ਹ) — ਹਾਂ/ਨਹੀਂ   ਕਰਮਚਾਰੀ (ਕ) — ਹਾਂ/ਨਹੀਂ

(ii) ਉਹ ਕਿਹੜੇ ਖਤਰਨਾਕ ਰਸਾਇਣ ਹਨ ਜਿਨ੍ਹਾਂ ਨੂੰ ਕਰਮਚਾਰੀ ਸੋਚਦੇ ਹਨ ਕਿ ਉਹ ਉਨ੍ਹਾਂ ਦੇ ਕੰਮ ਵਾਲੇ ਸਥਾਨ ਤੇ ਸਰੀਰਕ ਤੰਦਰੁਸਤੀ ਤੇ ਪ੍ਰਭਾਵ ਪਾ ਰਹੇ ਹਨ ?

(iii) ਸਮਾਨ ਦੀ ਸਾਂਭ ਸੰਭਾਲ ਲਈ ਕਿਹੜੀਆਂ ਸੁਰੱਖਿਅਤ ਲੋੜਾਂ ਹਨ ?

(iv) ਤੁਸੀਂ ਵੱਖ ਵੱਖ ਤਰ੍ਹਾਂ ਦੀਆਂ ਮਸ਼ੀਨਾਂ /ਵੱਖ ਵੱਖ ਕਿਸਮਾਂ ਦੇ ਉਪਕਰਨ ਦੀ ਵਰਤੋਂ ਕਰਕੇ ਕਿਹੋ ਜਿਹਾ ਤਜੁਰਬਾ ਹਾਸਿਲ ਕੀਤਾ ਹੈ ? ਜਿਨ੍ਹਾਂ ਤੋਂ ਤੁਸੀਂ ਵੱਧ ਜਾਣੂ ਹੋ, ਇਨ੍ਹਾਂ ਦੀ ਲਿਸਟ ਬਣਾਓ।

(v) ਸਫਾਈ ਰੱਖਣ ਲਈ ਤੁਹਾਨੂੰ ਕਿਹੜੀਆਂ ਆਈਟਮਾਂ ਅਤੇ ਉਪਕਰਣਾ ਦੀ ਲੋੜ ਹੈ ?

(vi) ਵਿਚਾਰਨ ਲਈ ਪੰਜ ਮੁਖ ਨੁਕਤਿਆਂ ਦੇ ਨਾਂ ਦੱਸੋ ਜਿਹੜੇ ਤੁਸੀਂ ਆਪਣੇ ਕਾਊਂਟਰ ਖੇਤਰ ਵਿੱਚ ਘਰੇਲੂ ਪ੍ਰਬੰਧ ਪ੍ਰਕਿਰਿਆ ਲਈ ਵਰਤੋਗੇ ?

ਮੁਲੰਕਣ

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

(ੳ) **ਖਾਲੀ ਥਾਵਾਂ ਭਰੋ**

1. ਹਾਊਸ ਕੀਪਿੰਗ ਇਕ __________ ਕੰਮ ਹੈ।
2. ਪ੍ਰਭਾਵਸ਼ਾਲੀ ____________ ਕੰਮ ਦੇ ਸਥਾਨ ਤੇ ਖਤਰਿਆ ਨੂੰ ਖਤਮ ਕਰ ਸਕਦੇ ਹਨ।
3. ____________ ਮਾਲ ਪ੍ਰਮਾਨਿਤ ਭਾਂਡਿਆ ਵਿੱਚ ਸਟੋਰ ਕੀਤਾ ਸਮਾਨ ਅਤੇ ਅੱਗ ਵਾਲੇ ਸਾਧਨ ਤੋਂ ਦੂਰ ਰੱਖਿਆ ਜਾਂਦਾ ਹੈ।
4. ਚੰਗਾ ਘਰੇਲੂ ਪ੍ਰਬੰਧ ਅਤੇ _________ ਜ਼ਿਆਦਾ ਘਟਾ ਸਕਦਾ ਹੈ।
5. ਮਾਲ ਖਤਰਨਾਕ ਹੈ ਤਾਂ ਇਹ ਜਾਂ ਥੋੜ੍ਹੇ ਜਾਂ ਲੰਮੇ ਸਮੇ ਤੇ ਵਿਅਕਤੀ ਦੀ ਸਿਹਤ ਤੇ _________ ਕਰ ਸਕਦਾ ਹੈ।
6. ਚੰਗੇ ਘਰੇਲੂ ਪ੍ਰਬੰਧ ਦੀਆ ਕੋਸ਼ਿਸ ਪ੍ਰਚੂਨ ਦਾ __________ ਹਿਸਾ ਹੈ ਸੁਰੱਖਿਆ ਅਤੇ __________ ਸੁਰੱਖਿਆ ਪ੍ਰਣਾਲੀ ਪ੍ਰੋਗਰਾਮ।
7. ਫਿਸਲਣਾ, ਟੱਕਰਾਉਣਾ ਅਤੇ ਡਿਗਣਾ __________ ਦੁਰਘਟਨਾਵਾਂ ਹਨ ਜੋ ਕੰਮ ਵਾਲੇ ਸਥਾਨ ਤੇ ਹੁੰਦੀਆਂ ਹਨ ਅਤੇ ਇਨ੍ਹਾਂ ਨਾਲ ਗੰਭੀਰ ਚੋਟਾਂ ਆਉਂਦੀਆਂ ਹਨ।

(ਅ) **ਬਹੁ ਵਿਕੱਲਪੀ ਪ੍ਰਸ਼ਨ**

(i) ਸਹੀ ਤੇ ਟਿਕ ਲਗਾਓ

(ii) ਥੋੜ੍ਹੀ ਦੂਰੀ ਦੀ ਸਮਾਨ ਦੀ ਹਰਕਤ ਦੋ ਜਾਂ ਵੱਧ ਕੇਂਦਰਾਂ ਨੂੰ ਸਿਫਾਰਸ਼ ਕਰਦੀ ਹੈ
- ਵੇਅਰ ਹਾਉਸਿੰਗ
- ਆਵਾਜਾਈ
- ਸਮਾਨ ਦੀ ਸਾਂਭ ਸੰਭਾਲ
- ਸਾਜੋ/ਸਮਾਨ ਦਾ ਪ੍ਰਬੰਧਨ

(iii) ਹੇਠ ਦਿੱਤਿਆ ਵਿੱਚੋਂ ਹਰੇਕ ਪ੍ਰਸ਼ਨ ਸਮਾਨ ਸੰਭਾਲ ਨਾਲ ਸਬੰਧਤ ਹੈ ਪ੍ਰੰਤੂ ਇਸ ਤੋਂ ਇਲਾਵਾ
- ਉਤਪਾਦ ਨੂੰ ਕਿਵੇਂ ਹੈਂਡਲ ਕੀਤਾ ਜਾਵੇਗਾ ?
- ਸਮਾਨ ਨੂੰ ਹੈਂਡਲ ਕਰਨ ਲਈ ਕਿਹੜੇ ਕਿਸਮ ਦੇ ਉਪਕਰਨਾਂ ਦੀ ਲੋੜ ਹੈ ?
- ਉਤਪਾਦ ਕਿਸ ਕਿਸਮ ਦਾ ਹੋਵੇਗਾ ?
- ਉਤਪਾਦ ਕਿਨ੍ਹਾਂ ਵਧੀਆਂ ਜਾਂ ਗੁਣਕਾਰੀ ਹੈ ?

(iii) ਹੇਠ ਲਿਖਿਆ ਵਿੱਚੋਂ ਕਿਹੜੀ ਕਿਰਿਆ ਘਰੇਲੂ ਪ੍ਰਬੰਧ ਅੰਦਰ ਆਉਂਦੀ ਹੈ
- ਸਕੂਲ ਵਿੱਚ ਦਾਖਲਾ
- ਫਰਸ਼ ਦੀ ਸਫਾਈ
- ਸਮਾਨ ਖਰੀਦਣਾ
- ਫਲੈਟ ਦੀ ਵਿਕਰੀ

(iv) ਹੇਠ ਲਿਖਿਆ ਵਿੱਚੋਂ ਤੁਸੀਂ ਕਿਸਨੂੰ ਚੈਂਕ ਕਰਨ ਲਈ ਦੇਖੋਗੇ ਕਿ ਸਮਾਨ ਖਤਰਨਾਕ ਸਮਝਿਆ ਹੈ ?
- ਉਤਪਾਦ ਦਾ ਲੇਬਲ
- ਖ੍ਰੀਦ ਰਿਕਾਰਡ
- ਸਮਾਨ ਸੁਰੱਖਿਆ ਦੀ ਡਾਟਾ ਸ਼ੀਟ
- ਖਤਰਨਾਕ ਸਮਾਨ ਦੀ ਸੂਚੀ

ਸਹੀ ਜਾਂ ਗਲਤ

- ਸਮਾਨ ਦੀ ਸੰਭਾਲ ਦਾ ਦੋ ਜਾਂ ਵਧੇਰੇ ਕੇਂਦਰਾਂ ਵਿਚਕਾਰ ਥੋੜ੍ਹੀ ਦੂਰੀ ਨਾਲ ਚੱਲਣ ਨਾਲ ਸਬੰਧ ਹੈ।
- ਉਪਕਰਨ ਨੂੰ ਉਥੇ ਨਹੀਂ ਰੱਖਣਾ ਚਾਹੀਦਾ ਜਿਥੇ ਉਹ ਅਸਾਨੀ ਨਾਲ ਡਿੱਗ ਸਕਣ ਜਾਂ ਕਾਊਂਟਰ ਵੱਲ ਖਿਚੇ ਜਾ ਸਕਣ।
- ਹਲਕੇ ਅਤੇ ਛੇਤੀ ਵਾਲੇ ਕੰਮ ਜਿਵੇਂ ਕਿ ਸਾਫ ਕਰਨਾ, ਰਗੜਨਾ ਆਦਿ ਦੁਕਾਨ ਖੋਲ੍ਹਣ ਤੋਂ ਪਹਿਲਾਂ ਅਤੇ

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

ਅਖੀਰ ਵਿੱਚ ਕਰਨੇ ਚਾਹੀਦੇ ਹਨ।

- ਸਾਰੇ ਘਰੇਲੂ ਕੰਮ ਸਟੋਰ ਨੀਤੀ ਵਿੱਚ ਅਤੇ ਮੈਨੂਅਲ ਢੰਗ ਦੇ ਪੱਧਰ ਵਿੱਚ ਕਰਨੇ ਚਾਹੀਦੇ ਹਨ।
- ਇਹ ਮਾਲਕ ਦੀ ਜ਼ਿੰਮੇਵਾਰੀ ਹੈ ਕਿ ਜਿੱਥੋਂ ਤੱਕ ਹੋ ਸਕੇ ਕੰਮ ਕਰਨ ਲਈ ਵਧੀਆ ਵਾਤਾਵਰਣ ਪ੍ਰਦਾਨ ਕਰੇ।

ਸੰਖੇਪ ਪ੍ਰਸ਼ਨ ਉੱਤਰ

1. ਖ੍ਰੀਦ ਘਰ ਵਿੱਚ ਸਫਾਈ ਕਰਨ ਦਾ ਕਿਹੜਾ ਢੰਗ ਅਪਣਾਉਣਾ ਚਾਹੀਦਾ ਹੈ ?
2. ਜਦੋਂ ਟੁੱਟੇ ਹੋਏ ਸ਼ੀਸ਼ੇ ਨੂੰ ਚੁੱਕਣਾ ਹੈ ਤਾਂ ਕੀ ਪਹਿਨਣਾ ਚਾਹੀਦਾ ਹੈ ?
3. ਅੱਠ ਤਰ੍ਹਾਂ ਦੀ ਆਮ ਗੰਦਗੀ ਦੇ ਨਾਂ ਦੱਸੋ।
4. ਘੱਟੋ ਘੱਟ 6 ਭਿੰਨ ਭਿੰਨ ਤਰ੍ਹਾਂ ਦੀ ਮਸ਼ੀਨਾ ਦੀ ਲਿਸਟ ਬਣਾਓ ਜਿਹੜੀਆਂ ਪ੍ਰਚੂਨ ਇੰਡਸ਼ਟਰੀ ਵਿੱਚ ਤੁਹਾਡੇ ਸਪੰਰਕ ਵਿੱਚ ਆ ਸਕਦੀਆਂ ਹਨ।
5. ਘਰ ਪ੍ਰਬੰਧ ਦੇ ਪ੍ਰਭਾਵਸ਼ਾਲੀ ਨਤੀਜੇ ਲੱਭੋ ?
6. ਹਾਊਸ ਕੀਪਿੰਗ ਕਾਰਜ ਵਿੱਚ ਸਮਾਨ ਨੂੰ ਸੰਭਾਲਣ ਲਈ ਤਰੀਕਿਆ ਦੀ ਪਛਾਣ ਕਰੋ ?
7. ਹਾਊਸ ਕੀਪਿੰਗ ਪ੍ਰਕ੍ਰਿਆ ਵਿੱਚ ਕਿਹੜੇ ਕਿਹੜੇ ਕਦਮ ਸ਼ਾਮਿਲ ਹਨ ?
8. ਗੰਦਗੀ ਨੂੰ ਕਿਵੇਂ ਹਟਾਉਣਾ ਹੈ ਅਤੇ ਉਚਿਤ ਸਥਾਨ ਤੇ ਸੁਟਣਾ ਹੈ ?
9. ਇਹ ਫੈਸਲਾ ਕਰੋ ਕਿ ਹੇਠਾਂ ਦਿੱਤੀ ਲਿਸਟ ਵਿੱਚੋਂ ਕੰਮ ਨੂੰ ਹਰ ਰੋਜ, ਹਫਤੇਵਾਰ ਜਾਂ ਮਹੀਨੇਵਾਰ ਕਰਨਾ ਹੈ।

ਕਿਸੇ ਗਲਾਸ ਨੂੰ ਸਾਫ ਕਰਨਾ
ਡਿਸਪਲੇਅ ਨੂੰ ਸਾਫ ਕਰਨਾ
ਵਿਕਰੀ ਖੇਤਰ ਨੂੰ ਸਾਫ ਕਰਨਾ
ਖਿੜਕੀਆ ਨੂੰ ਸਾਫ ਕਰਨਾ
ਕੰਧਾ ਧੋਣੀਆ
ਪਾਲਿਸ਼ ਕਰਨਾ
ਸਟਾਕ ਦੀ ਵਾਪਸੀ
ਸ਼ੈਲਫਾਂ ਨੂੰ ਸਾਫ ਕਰਨਾ
ਅੰਦਰ ਖਿਚ ਕੇ ਸਾਫ ਕਰਨਾ
ਕਾਊਂਟਰ ਨੂੰ ਸਾਫ ਕਰਨਾ
EFTPOS ਉਪਕਰਨ ਨੂੰ ਸਾਫ ਕਰਨਾ
ਫਰਿਜ ਨੂੰ ਸਾਫ ਕਰਨਾ
ਤੁਰਨ ਦੇ ਰਸਤਿਆਂ (Walk ways) ਨੂੰ ਸਾਫ ਕਰਨਾ
ਡਿਸਪਲੇਅ ਨੂੰ ਝਾੜਨਾ
ਗੰਦਗੀ ਹਟਾਉਣਾ
ਝਾੜੂ ਲਗਾਉਣਾ
ਸਟੋਰ ਰੂਮ ਨੂੰ ਸਾਫ ਕਰਨਾ
ਫਿਟਿੰਗ ਅਤੇ ਫਿਕਚਰ ਨੂੰ ਸਾਫ ਕਰਨਾ

ਰੋਜ਼ਾਨਾ	ਹਫਤਾਵਰ	ਮਹੀਨੇਵਾਰ

ਮੁਲੰਕਣ ਕਿਰਿਆ ਲਈ ਚੈਕਲਿਸਟ

ਹੇਠਾਂ ਦਿੱਤੀ ਚੈਕ ਲਿਸਟ ਨੂੰ ਇਹ ਦੇਖਣ ਲਈ ਵਰਤੋਂ ਕਿ ਤੁਸੀਂ ਮੁਲੰਕਣ ਕਿਰਿਆ ਦੀਆਂ ਸਾਰੀਆਂ ਸ਼ਰਤਾਂ ਪੂਰੀਆਂ ਕਰ ਲਈਆਂ ਹਨ।

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

ਭਾਗ (ੳ)

1 ਖਤਰਨਾਕ ਅਤੇ ਬੇਖਤਰਨਾਕ ਸਮਾਨ ਵਿੱਚ ਅੰਤਰ ਦਾ ਪਤਾ ਕੀਤਾ।
2 ਤਿੰਨ ਵੱਖ ਵੱਖ ਭਿੰਨ ਕਿਸਮਾਂ ਦੇ ਮਾਲ ਦਾ ਅੰਤਰ ਪਤਾ ਕਰੋ।
3 ਭਿੰਨ ਭਿੰਨ ਤਰ੍ਹਾਂ ਦੇ ਖਤਰਿਆ ਅਤੇ ਰਸਾਇਣਾ ਦਾ ਅੰਤਰ ਪਤਾ ਕੀਤਾ।
4 ਘਰੇਲੂ ਪ੍ਰਬੰਧ ਦੀ ਪ੍ਰੀਕ੍ਰਿਆ ਦਾ ਵਰਣਨ ਕੀਤਾ।
5 ਗੰਦਗੀ ਨੂੰ ਹਟਾਉਣ, ਸੁੱਟਣ ਅਤੇ ਖਤਮ ਕਰਨ ਦੇ ਅੰਤਰ ਦਾ ਪਤਾ ਕਰੋ ?

ਭਾਗ (ਅ)

ਹੇਠ ਲਿਖਿਆ ਦੀ ਜਮਾਤ ਵਿੱਚ ਚਰਚਾ ਕਰੋ।

- ਘਰੇਲੂ ਪ੍ਰਬੰਧ ਕੀ ਹੈ ?
- ਪ੍ਰਭਾਵਸ਼ਾਲੀ ਘਰੇਲੂ ਪ੍ਰਬੰਧ ਦੀ ਮਹੱਤਤਾ ਕੀ ਹੈ ?
- ਘਰੇਲੂ ਪ੍ਰਬੰਧ ਲਈ ਹਰ ਰੋਜ਼ ਅਭਿਆਸ ਦੀ ਕੀ ਲੋੜ ਹੈ ?
- ਮਾਲ ਨੂੰ ਸੰਭਾਲਣਾ ਕੀ ਹੈ ?
- ਭਿੰਨ ਭਿੰਨ ਤਰ੍ਹਾਂ ਦਾ ਖਤਰਨਾਕ ਸਮਾਨ ਕਿਹੜਾ ਹੈ ?
- ਘਰੇਲੂ ਪ੍ਰਬੰਧ ਦੀ ਕੀ ਪ੍ਰਕ੍ਰਿਆ ਹੈ।
- ਵਧੀਆਂ ਘਰੇਲੂ ਪ੍ਰਬੰਧ ਕੀ ਹੈ।
- ਘਰੇਲੂ ਪ੍ਰਬੰਧ ਪ੍ਰਕ੍ਰਿਆ ਵਿੱਚ ਕਿਹੜੇ ਆਮ ਤੱਤ ਸ਼ਾਮਿਲ ਹਨ।

ਭਾਗ (ੲ)

ਕਾਰਗੁਜਾਰੀ ਪੱਧਰ ਵਿੱਚ ਸ਼ਾਮਿਲ ਹੋ ਸਕਦਾ ਹੈ।

ਕਾਰਗੁਜਾਰੀ ਕਰਨ ਦੇ ਪੱਧਰ ਵਿੱਚ ਸ਼ਾਮਿਲ ਹੈ	ਹਾਂ	ਨਹੀਂ
• ਘਰੇਲੂ ਪ੍ਰਬੰਧ ਦਾ ਸਮਾਨ ਅਤੇ ਉਪਕਰਨ ਦੀ ਪਛਾਣ ਦੇ ਯੋਗ ਹੋ।		
• ਹਾਊਸ ਕੀਪਿੰਗ ਦੇ ਪ੍ਰਬੰਧ ਦੇ ਪ੍ਰਦਰਸ਼ਨ ਦੇ ਯੋਗ ਹੋ।		
• ਘਰੇਲੂ ਪ੍ਰਬੰਧ ਵਿੱਚ ਸਮਾਨ ਨੂੰ ਸੰਭਾਲਣ ਦੇ ਢੰਗ ਤਰੀਕਿਆ ਦੀ ਪ੍ਰਕ੍ਰਿਆ ਨੂੰ ਪਛਾਣਨ ਦੇ ਯੋਗ ਹੋ।		
• ਘਰੇਲੂ ਪ੍ਰਬੰਧ ਦੀ ਪ੍ਰਕ੍ਰਿਆ ਦੇ ਕਦਮਾਂ ਨੂੰ ਅਪਣਾਉਣ ਦੇ ਯੋਗ ਹੋ।		
• ਗੰਦਗੀ ਨੂੰ ਉਚਿਤ ਜਗ੍ਹਾਂ ਤੇ ਕਿਵੇਂ ਹਟਾਉਣਾ ਅਤੇ ਖਤਮ ਕਰਨਾ ਹੈ ਲੱਭਣ ਦੇ ਯੋਗ ਹੋ।		

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

ਸੈਸ਼ਨ 4 ਸੁਰੱਖਿਆ ਅਤੇ ਘਰੇਲੂ ਪ੍ਰਬੰਧ ਨਾਲ ਸਬੰਧਤ ਕਰਤੱਵ ਅਤੇ ਜਿਮੇਵਾਰੀਆਂ

ਸਬੰਧਿਤ ਗਿਆਨ (Relevant Knowledge)

ਸੁਰੱਖਿਆ ਐਸੋਸੀਏਟ ਗਾਰਡਾਂ ਤੇ ਨਜ਼ਰ ਰੱਖਦੇ ਹਨ ਜੋ ਪ੍ਰਾਈਵੇਟ ਸੰਪਤੀ ਨੂੰ ਚੋਰੀ ਅਤੇ ਖਰਾਬ ਹੋਣ ਤੋਂ ਬਚਾਉਂਦੇ ਹਨ। ਸਕਿਉਰਟੀ ਅਫਸਰ ਵੀ ਆਪਣੇ ਮਾਲਕ ਦੇ ਅਦਾਰੇ ਵਿੱਚ ਲੋਕਾਂ ਦੀ ਸੁਰੱਖਿਆ ਨੂੰ ਯਕੀਨਨ ਬਣਾਉਂਦੇ ਹਨ। ਸੁਰੱਖਿਆ ਕਰਮਚਾਰੀ ਦਫਤਰਾਂ ਦੀ ਬਿਲਡਿੰਗ, ਪ੍ਰਚੂਨ ਸਟੋਰਾਂ ਅਤੇ ਹੋਰ ਜਨਤਕ ਬਿਲਡਿਗਾਂ ਵਿੱਚ ਕੰਮ ਕਰਦੇ ਹਨ। ਉਹ ਪਬਲਿਕ ਆਯਾਤ ਸਥਾਨਾ ਜਿਵੇਂ ਕਿ ਏਅਰਪੋਰਟ ਅਤੇ ਬੱਸ ਅੱਡਿਆਂ ਉਤੇ ਵੀ ਕੰਮ ਕਰਦੇ ਹਨ। ਜੋ ਸਟਾਫ ਦੇ ਅਕਾਰ ਤੇ ਨਿਰਭਰ ਕਰਦਾ ਹੈ, ਸੁਰੱਖਿਆ ਨਿਗਰਾਨ ਗਸ਼ਤ ਵੀ ਕਰਦਾ ਹੈ ਜਾਂ ਉਸ ਦਾ ਕੰਮ ਮੁਢਲੇ ਰੂਪ ਵਿੱਚ ਪ੍ਰਸ਼ਾਸ਼ਨਿਕ ਹੁੰਦਾ ਹੈ।

ਸੁਰੱਖਿਆ ਐਸੋਸੀਏਟ ਲਈ ਜ਼ਰੂਰਤਾਂ :-

(i) ਸੁਰੱਖਿਆ ਐਸੋਸੀਏਟ ਲਈ ਸਕਿਉਰਟੀ ਗਾਰਡ, ਪੁਲਿਸ ਅਫਸਰ ਜਾਂ ਮਿਲਟਰੀ ਅਫਸਰ ਦੇ ਤੌਰ ਤੇ ਤਜਰਬਾ ਹੋਣਾ ਜ਼ਰੂਰੀ ਹੈ।

(ii) ਸੁਰੱਖਿਆ ਐਸੋਸੀਏਟ ਕੋਲ ਟ੍ਰੈਨਿੰਗ ਅਤੇ ਇਲੈਕ੍ਟ੍ਰੋਨਿਕ ਮੋਨੀਟਰਰਿੰਗ ਸਿਸਟਮ ਦਾ ਤਜਰਬਾ ਹੋਣਾ ਚਾਹੀਦਾ ਹੈ ਸਿੱਖਿਆ ਸਬੰਧੀ ਸ਼ਰਤਾਂ ਅਲੱਗ ਹੁੰਦੀਆਂ ਹਨ।

(iii) ਸੁਰੱਖਿਆ ਐਸੋਸੀਏਟ ਕੋਲ ਘੱਟੋ ਘੱਟ ਬਿਜਲੀ ਜਾਂ ਕੰਪਿਊਟਰ ਦਾ ਡਿਪਲੋਮਾ ਹੋਣਾ ਚਾਹੀਦਾ ਹੈ।

(iv) ਯੋਗ ਉਮੀਦਵਾਰ ਕੋਲ ਜਾਇਜ ਡਰਾਈਵਿੰਗ ਲਾਇਸੈਂਸ ਹੋਣਾ ਚਾਹੀਦਾ ਹੈ ਅਤੇ ਉਸ ਦਾ ਰਿਕਾਰਡ ਅਪਰਾਧਿਕ ਨਾ ਹੋਵੇ।

(v) ਉਸ ਕੋਲ ਲਿਖਤੀ ਜਾਂ ਜਬਾਨੀ ਗੱਲ ਕਰਨ ਦਾ ਹੁਨਰ ਹੋਣਾ ਚਾਹੀਦਾ ਹੈ।

ਇਕ ਸਕਿਉਰਟੀ ਐਸੋਸੀਏਟ ਉਨ੍ਹਾਂ ਨਾਲ ਆਟੋ ਤੇ ਜਾਂ ਪੈਦਲ ਗਸ਼ਤ ਕਰਕੇ ਉਨ੍ਹਾਂ ਦੀ ਅਗਵਾਈ ਕਰ ਸਕਦਾ ਹੈ। ਨਿਗਰਾਨ ਅਦਾਰੇ ਵਿੱਚ ਵਰਤੇ ਜਾਣ ਵਾਲੇ ਇਲੈਕਟ੍ਰੋਨਿਕ ਸਰਵੇ ਲੈਂਸ (surveillance) ਉਪਕਰਨ ਦੀ ਅਗਵਾਈ ਕਰਨ ਦਾ ਜਿੰਮੇਵਾਰ ਵੀ ਹੈ।

ਸੁਰੱਖਿਆ ਐਸੋਸੀਏਟ ਦਾ ਕੰਮ :-

ਉਹ ਨਿਰਦੇਸ਼ ਅਧੀਨ ਯੋਜਨਾਵਾਂ ਲਈ ਨਿਸ਼ਚਿਤ ਜਿੰਮੇਵਾਰੀ ਨਿਭਾਉਂਦਾ ਹੈ ਅਤੇ ਚੌਵੀ ਘੰਟੇ ਸੁਰੱਖਿਆ ਉਪਰੇਸ਼ਨ ਅਤੇ ਹਥਿਆਰ ਬੰਦ ਸੁਰੱਖਿਆ ਸਟਾਫ ਨੂੰ ਨਿਰਦੇਸ਼ ਦਿੰਦਾ ਹੈ। ਉਹ ਏਰੀਆ ਦੇ ਆਪਣੇ ਨੀਚਲੇ ਹੇਠਲੇ ਸਟਾਫ ਨੂੰ ਟ੍ਰੇਡ ਕਰਦਾ ਹੈ, ਨਿਰਖੀਕਣ ਕਰਦਾ ਹੈ। ਪੋਟੈਸ਼ਨ (Potential) ਸੁਰੱਖਿਆ ਸਮੱਸਿਆ ਨੂੰ ਦੇਖਦਾ ਹੈ ਅਤੇ ਉਨ੍ਹਾਂ ਨੂੰ ਤਕਨੀਕੀ ਸਲਾਹ ਦਿੰਦਾ ਹੈ। ਜੇ ਲੋੜ ਹੋਵੇ ਤਾਂ ਹੋਰ ਕੰਮ ਵੀ ਕਰਦਾ ਹੈ।

ਇਹ ਮੁਕਾਬਲਾ ਪੂਰਨ ਵਰਗੀਕਰਣ ਹੈ।

- ਸਹੀ ਅਧਿਕਾਰਤ ਕਰਮਚਾਰੀਆਂ ਦੀਆਂ ਸਹੂਲਤਾਂ ਦਾ ਪੱਧਰ ਕੰਟਰੋਲ ਕਰਨ ਲਈ ਇਮਾਰਤ ਦੇ ਕੰਪਿਊਟਰ ਵਿੱਚ ਸਾਂਭ ਸੰਭਾਲ ਡਾਟਾ ਅਤੇ ਪ੍ਰੋਗਰਾਮ ਸ਼ਾਮਲ ਕਰੋ।

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

- ਸਕਿਊਰਟੀ ਸੁਰੱਖਿਆ ਦੀਆ ਲੋੜਾਂ ਦਾ ਅਨੁਮਾਨ ਲਾਉਣਾ ਅਤੇ ਯਾਤਰੂਆ ਦੀ ਬਿਲਡਿਗ ਅਤੇ ਸੰਪਤੀ ਤੱਕ ਪਹੁੰਚ ਤੇ ਕੰਟਰੋਲ ਕਰਨਾ ਅਤੇ ਉਨ੍ਹਾਂ ਨੂੰ ਅਧਿਕਾਰਤ ਤੋਰ ਤੇ ਪ੍ਰਵੇਸ਼ ਕਰਵਾਉਣਾ ਯਕੀਨੀ ਬਣਾਉਣਾ ਹੈ।
- ਯਾਤਰੂਆ ਅਤੇ ਕਰਮਚਾਰੀਆਂ ਨੂੰ ਸਹਾਇਤਾ ਦੇਣ ਲਈ ਮਿਲਣਾ।
- ਬਹੁਵਕੱਲਪੀ CCTV ਮੋਨੀਟਰਾਂ ਅਤੇ ਕੈਮਰਿਆਂ ਨੂੰ ਚਲਾਉਣਾ ਅਤੇ ਅਗਵਾਈ ਕਰਨ ਦੇ ਲਈ ਵੀਡੀਓ ਸਰਵੇ ਲੈਂਸ (surveillance) ਨੂੰ ਕੰਟਰੋਲ ਕਰਨਾ ਅਤੇ ਸਰਵਿਸ ਸਟੇਸ਼ਨ ਤੋਂ ਭਿੰਨ ਭਿੰਨ ਜਗ੍ਹਾਂ ਦੀਆਂ ਕਿਰਿਆਵਾਂ ਭੇਟ ਕਰਨਾ।
- ਆਪਣੇ ਅਧੀਨ ਕਰਮਚਾਰੀਆ ਨੂੰ ਕੰਮ ਦੇਣਾ ਅਤੇ ਆਪਣੇ ਅਧੀਨ ਕਰਮਚਾਰੀਆ ਦੇ ਕੰਮ ਦੀਆਂ ਕਿਰਿਆਵਾਂ ਦੀ ਨਿਗਰਾਨੀ ਕਰਨਾ।
- ਗਰਾਉਂਡਾ ਅਤੇ ਬਿਲਡਿੰਗ ਦੀ ਗਸ਼ਤ ਕਰਨਾ, ਅਸਾਧਰਣ ਘਟਨਾਵਾਂ ਦਾ ਜਵਾਬ ਦੇਣਾ ਅਤੇ ਉਨ੍ਹਾਂ ਦੀ ਰਿਪੋਰਟ ਦੇਣਾ ਹੈ। ਉਨ੍ਹਾਂ ਨੂੰ ਘਟਾਉਣ ਲਈ ਜਾਂ ਖਤਰਿਆ ਜਾਂ ਖਤਰਨਾਕ ਹਾਲਤਾਂ ਨੂੰ ਖਤਮ ਕਰਨਾ।
- ਰਾਜਪੱਧਰੀ ਅਲਾਰਮ ਪ੍ਰਣਾਲੀ ਦੀ ਅਗਵਾਈ ਅਤੇ ਕੰਟਰੋਲ ਕਰਨਾ।
- ਅਸਧਾਰਣ ਘਟਨਾਵਾਂ ਦੀ ਦਸਤਾਵੇਜੀ ਸੂਚਨਾ ਦੇਣਾ, ਮੈਨੂਅਲ ਸਥਾਪਿਤ ਕਰਨਾ, ਪੈਦਾ ਕਰਨਾ ਅਤੇ ਪੂਰਾ ਕਰਨਾ, ਆਪਣੇ ਆਪ ਭਰਨ ਦੀ ਪ੍ਰਣਾਲੀ ਅਤੇ ਗੁਪਤ ਸੂਚਨਾ ਦੀ ਪਹੁੰਚ ਤੇ ਕੰਟਰੋਲ ਕਰਨਾ।
- ਨਵੇਂ ਸੁਰੱਖਿਆ ਕਰਮਚਾਰੀਆ ਨੂੰ ਨੌਕਰੀ ਸਬੰਧੀ ਟ੍ਰੇਨਿਗ ਦੇਣਾ ਅਤੇ ਸਟਾਫ ਦੀ ਟ੍ਰੇਨਿੰਗ ਸਬੰਧੀ ਲੋੜ ਦਾ ਮੁਲਾਂਕਣ ਕਰਨਾ
- ਕਰਮਚਾਰੀਆਂ ਦੀ ਕਾਰਜ ਸੈਲੀ ਸਬੰਧੀ ਦਸਤਾਵੇਜ਼ ਅਤੇ ਮੁਲਾਂਕਣ ਕਰਨਾ ਅਤੇ ਉਨ੍ਹਾਂ ਦੀ ਰਿਪੋਰਟ ਭੇਜਣਾ ਹੈ।
- ਦੂਜੇ ਸੁਰੱਖਿਆ ਕਰਮਚਾਰੀਆ ਨਾਲ ਨਿਰੰਤਰ ਰੇਡੀਓ ਸਬੰਧ ਰੱਖਣ ਲਈ ਦੋ ਰਾਸਤੀ ਅੰਦਾਜ਼ ਪ੍ਰਣਾਲੀ ਨੂੰ ਜਾਰੀ ਰੱਖਣਾ ਅਤੇ ਚਲਾਉਣਾ ਹੈ।
- ਉਚੀ ਸੁਰੱਖਿਆ ਜੋਖਮ ਭਰੇ ਖੇਤਰਾਂ ਵਿੱਚ ਸਪੈਸ਼ਲ ਸੁਰੱਖਿਆ ਦਾ ਮੁਲਾਂਕਣ ਕਰਨਾ ਅਤੇ ਉਨ੍ਹਾਂ ਨੂੰ ਤਕਨੀਕੀ ਸਲਾਹ ਦੇਣਾ।
- ਬਿਲਡਿੰਗ ਅਤੇ ਗਰਾਉਂਡਾ ਤੇ ਗਸ਼ਤ ਕਰਨਾ ਅਸਾਧਾਰਣ ਘਟਨਾਵਾਂ ਦਾ ਜਵਾਬ ਦੇਣਾ ਅਤੇ ਉਨ੍ਹਾਂ ਦੀ ਰਿਪੋਰਟ ਦੇਣਾ

ਸੁਰੱਖਿਆ ਐਸੋਸੀਏਟ ਦੇ ਕੰਮ ਬਾਰੇ ਵਿਸਥਾਰ

ਕਿਸੇ ਸੰਪਤੀ ਵਿੱਚ ਨਵੇਂ ਸਾਈਟ ਸੁਰੱਖਿਆ ਐਸੋਸੀਏਟ ਨੂੰ ਨਿਯੁਕਤ ਕਰਨ ਤੋਂ ਪਹਿਲਾਂ ਉਸ ਦੇ ਰੋਲ ਦੀਆ ਜ਼ਰੂਰਤਾਂ ਅਤੇ ਉਮੀਦਾਂ ਦਾ ਮੁਲੰਕਣ ਕਰਨਾ ਬਹੁਤ ਜ਼ਰੂਰੀ ਹੈ। ਇਕ ਸਧਾਰਣ ਸਕਿਊਰਟੀ ਐਸੋਸੀਏਟ ਨੌਕਰੀ ਦੇ ਕੰਮ ਦਾ ਵਰਣਨ ਕੀਤਾ ਗਿਆ ਹੈ ਜੋ ਕਿਸੇ ਵੱਡੇ ਵਪਾਰਕ ਸੰਪਤੀ ਵਿੱਚ ਖਾਲੀ ਪਈ ਨੌਕਰੀ ਮਦਦਗਾਰ ਹੋ ਸਕਦੀ ਹੈ ਜਦੋਂ ਤੁਸੀਂ ਇੱਕ ਨਵੀਂ ਭਰਤੀ ਤੇ ਵਿਚਾਰ ਕਰਨਾ ਹੋਵੇ।

ਸਾਈਟ ਤੇ ਅਧਾਰਤ ਸੁਰੱਖਿਆ ਟੀਮ ਨੂੰ ਹਰ ਰੋਜ਼ ਚੱਲਣ ਵਾਲੇ ਅਦਾਰੇ ਨੂੰ ਪ੍ਰਭਾਵਸ਼ਾਲੀ ਅਤੇ ਸਹੀ ਚੱਲਣ ਨੂੰ ਯਕੀਨੀ ਬਣਾਉਣ ਲਈ ਲਾਈਨ ਮਨੈਜਰ ਨੂੰ ਘਟਨਾ ਬਾਰੇ ਸੂਚਿਤ ਕਰਨ ਲਈ ਅਤੇ ਇਹ ਯਕੀਨੀ ਬਣਾਉਣ ਲਈ ਕਿ ਸੇਵਾਵਾਂ ਘੱਟ ਤੋਂ ਘੱਟ ਸਹਿਮਤੀ ਲੈਵਲ ਅਤੇ ਠੇਕਾ ਅਧਾਰਤ ਜ਼ਰੂਰਤ ਨੂੰ ਪੂਰਾ ਕੀਤਾ ਹੈ।

ਜ਼ਿੰਮੇਵਾਰੀਆ ਅਤੇ ਜਵਾਬਦੇਹੀਆ :-

- ਇਹ ਯਕੀਨੀ ਬਣਾਉਣਾ ਕਿ ਸ਼ਿਫਟ ਤੇ ਸਾਰੇ ਅਫਸਰ ਹਾਜ਼ਰ ਹਨ। ਉਹ ਕੰਮ ਵਿੱਚ ਰੁਝੇ ਹਨ ਅਤੇ ਉਨ੍ਹਾਂ ਨੂੰ ਜ਼ਿੰਮੇਵਾਰੀ ਸੌਂਪੀ ਗਈ ਹੈ।
- ਇਹ ਯਕੀਨੀ ਬਣਾਉਣਾ ਕਿ ਹਰੇਕ ਸ਼ਿਫਟ ਦੇ ਸ਼ੁਰੂ ਹੋਣ ਤੇ ਉਨ੍ਹਾਂ ਨੂੰ ਡਿਊਟੀ ਲਈ ਉਚਿਤ ਵਰਦੀ ਵਿੱਚ ਹਨ।

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

- ਇਹ ਯਕੀਨੀ ਬਣਾਉਣਾ ਕਿ ਸਟਾਫ ਕੋਲ ਵਿਅਕਤੀਗਤ ਮੋਬਾਇਲ ਫੋਨ ਅਤੇ ਚਿੰਗਮ ਅਤੇ ਇਮਾਰਤ ਨਾਲ ਢੋਅ ਨਹੀਂ ਲਗਾਈ।
- ਸਟਾਫ ਦੀ ਰੋਟੇਸ਼ਨ ਦਾ ਪ੍ਰਬੰਧ ਕਰਨ ਲਈ ਤਾਂ ਕਿ ਸਾਰੀਆਂ ਪੋਜੀਸ਼ਨਾਂ ਭਰੀਆ ਹਨ ਅਤੇ ਸਾਰੇ ਸਟਾਫ ਨੂੰ ਹਰ ਰੋਜ਼ ਨਿਰਧਾਰਿਤ ਕੀਤੀ ਬਰੇਕ ਮਿਲੀ ਹੈ।
- ਦਿੱਤੀਆ ਹੋਈਆਂ ਹਦਾਇਤਾਂ ਸਬੰਧੀ ਉਨ੍ਹਾਂ ਦੇ ਗਿਆਨ ਨੂੰ ਬਣਾਈ ਰੱਖਣਾ।
- ਇਲੈਕਟ੍ਰੋਨਿਕ ਸੁਰੱਖਿਆ ਪ੍ਰਣਾਲੀ ਦੀ ਅਗਵਾਈ ਕਰਨਾ ਜਿਸ ਵਿੱਚ ਅੱਗ ਲੱਗਣ ਵਾਲੇ ਅਲਾਰਮ, ਸੀ.ਸੀ.ਟੀ.ਵੀ ਅਤੇ ਰਾਹਤ ਪ੍ਰਬੰਧ ਸ਼ਾਮਿਲ ਹਨ ਅਤੇ ਕਿਸੇ ਪ੍ਰਣਾਲੀ ਦੀ ਦੁਰਵਰਤੋਂ ਦੀ ਛੇਤੀ ਨਾਲ ਰਿਪੋਰਟ ਕਰਨਾ।
- ਦਿੱਤੀ ਗਈ ਕਿਤਾਬ ਵਿੱਚ ਰੋਜ਼ਾਨਾ ਦੀਆ ਘਟਨਾਵਾਂ ਦਰਜ ਕਰਨਾ।
- ਜੇ ਲੋੜ ਹੋਵੇ ਤਾਂ ਨਿਰੀਖਣ ਨੂੰ ਜਾਰੀ ਰੱਖਣਾ ਅਤੇ ਇਸ ਗੱਲ ਨੂੰ ਯਕੀਨੀ ਬਣਾਉਣਾ ਕਿ ਲਾਈਨ ਮੈਨੇਜਰ ਦੀ ਰਿਪੋਰਟਾ ਤਿਆਰ ਕਰਨਾ।
- ਜਿਹੜਾ ਸਟਾਫ ਕਲਿਆਣ ਦੇ ਕੰਮਾਂ ਵਿੱਚ ਕੋਈ ਔਖਿਆਈ ਅਨੁਭਵ ਕਰ ਰਿਹਾ ਹੈ ਉਸ ਨੂੰ ਸਹਾਇਤਾ ਦੇਣਾ। ਜੇ ਹੱਲ ਕਰਨ ਵਿੱਚ ਅਯੋਗ ਹੋਵੇ ਤਾਂ ਲਾਈਨ ਮਨੈਜਰ ਨੂੰ ਰਿਪੋਰਟ ਕਰਨਾ।
- ਜੇ ਲੋੜ ਹੋਵੇ ਕੰਪਨੀ ਦੇ ਅਨੁਸ਼ਾਸਨਿਕ ਕਾਰਜਾਂ ਨੂੰ ਸ਼ੁਰੂ ਕਰਨਾ ਅਤੇ ਯਕੀਨੀ ਬਣਾਉਣਾ ਕਿ ਲਾਈਨ ਮੈਨੇਜਰ ਨੂੰ ਸੁਚੇਤ ਕੀਤਾ ਹੈ।
- ਗਸ਼ਤ ਪ੍ਰਣਾਲੀ ਤੋਂ ਡਾਟਾ ਰਿਕਾਰਡ ਕਰਨਾ ਅਤੇ ਪ੍ਰਕਿਰਿਆ ਕਰਨੀ।
- ਇਹ ਯਕੀਨੀ ਬਣਾਉਣਾ ਕਿ ਸਾਰੇ ਅਦਾਰੇ ਦਾ ਰਿਕਾਰਡ ਤਿਆਰ ਕੀਤਾ ਹੈ ਅਤੇ ਮਹੀਨਾਵਾਰ ਸੂਚਨਾ ਲਈ ਜ਼ਰੂਰੀ ਸਾਰੀਆਂ ਸੂਚਨਾਵਾਂ ਤਿਆਰ ਹਨ।
- ਲੋੜ ਅਨੁਸਾਰ ਸਾਈਟ ਸਕਿਊਰਟੀ ਮੈਨੇਜਰ ਨੂੰ ਭੇਜਣਾ।
- ਸ਼ਿਫਟ ਅਫਸਰ ਲਈ ਪਹਿਲੀ ਕਤਾਰ ਦੇ ਮਦਦਗਾਰ ਹੋਣ ਵਜੋਂ ਕੰਮ ਕਰਨਾ ਜੋ ਘਟਨਾਵਾਂ ਜਾਂ ਅਧਿਕਾਰੀਆ ਦਾ ਸਾਹਮਣਾ ਕਰ ਰਿਹਾ ਹੈ ਅਤੇ ਉਚਿਤ ਪ੍ਰਬੰਧ ਕਰਨ ਵਿੱਚ ਮਦਦ ਕਰਨਾ।

ਵਿਸ਼ੇਸ ਕਰਤੱਵ :-

- ਸ਼ਿਫਟ ਟੀਮ ਦੇ ਸਾਰੇ ਮੈਂਬਰਾਂ ਦਾ ਰੋਜ਼ਾਨਾ ਨਿਰੀਖਣ ਕਰਨਾ ਅਤੇ ਸਾਰੀਆਂ ਇਕੋ ਜਿਹੀਆ ਨਵੀਆਂ ਬੇਨਤੀਆਂ ਨੂੰ ਪੂਰਾ ਕਰਨਾ।
- ਰੋਜ਼ਾਨਾ ਅਦਾਰੇ ਨੂੰ ਸੌਂਪੇ ਲੋਗ ਨੂੰ ਪੂਰਾ ਕਰਨਾ।
- ਸਾਰੇ ਲੇਟ ਆਉਣ ਵਾਲੇ ਅਤੇ ਗੈਰ ਹਾਜ਼ਰ ਦਾ ਰਿਕਾਰਡ ਰੱਖਣਾ।
- ਸ਼ਿਫਟ ਵੇਲੇ ਸਟਾਫ ਨੂੰ ਸਹੀਂ ਬੁੱਕ ਕਰਨਾ।
- ਸਾਰੀਆਂ ਦਿੱਤੀਆਂ ਚਾਬੀਆਂ ਅਤੇ ਵਾਪਸ ਹੋਈਆਂ ਚਾਬੀਆਂ ਦੀ ਗਿਣਤੀ ਕਰਨਾ।
- ਅੱਗ ਚਿਤਾਵਨੀ ਵਾਲੇ ਟੈਸਟਾਂ ਨੂੰ ਕਰਨਾ।
- ਟੀਮ ਮੈਂਬਰਾਂ ਦੇ ਗਿਆਨ ਦਾ ਨਿਰੰਤਰ ਮੁਲੰਕਣ ਕਰਨਾ ਅਤੇ ਤਰਜਬੇਦਾਰ ਬਣਾਉਣਾ।
- ਸਾਰੇ ਨਵੇਂ ਸਟਾਫ ਦੀ ਅਦਾਰੇ ਵਿੱਚ ਟ੍ਰੇਨਿੰਗ ਕਰਵਾਉਣ ਵਿੱਚ ਮਦਦ ਕਰਨਾ।
- ਸਾਰੇ ਸਿਸਟਮ ਵਿੱਚ ਆਏ ਦੋਸ਼ਾ ਦੀ ਰਿਪੋਰਟ ਕਰਨਾ।
- ਪ੍ਰਬੰਧਕੀ ਰਿਪੋਰਟ ਲਈ ਸਾਰਾ ਜ਼ਰੂਰੀ ਡਾਟਾ ਇਕੱਠਾ ਕਰਨਾ।
- ਸਾਈਟ ਤੇ ਮੌਜੂਦ ਸਟਾਫ ਵਿਚਕਾਰ ਸੰਚਾਰ ਦਾ ਪ੍ਰਬੰਧ ਕਰਨਾ ਅਤੇ ਸਪੰਰਕ ਲਿਸਟ ਅਨੁਸਾਰ ਪੂਰਾ ਕਰਨਾ।
- ਸ਼ਿਫਟ ਨੂੰ ਪੂਰਾ ਕਰਨਾ ਅਤੇ ਹਰੇਕ ਸ਼ਿਫਟ ਦੀ ਰਿਪੋਰਟ ਨੂੰ ਦੇਣਾ ਅਤੇ ਸ਼ਿਫਟ ਦੇ ਸ਼ੁਰੂ ਹੋਣ ਤੋਂ 15 ਮਿੰਟ ਪਹਿਲਾ ਪਹੁੰਚਣਾ।

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

• ਸਟਾਫ ਨੂੰ ਡਿਊਟੀਆ ਵੰਡਣਾ ਅਤੇ ਟੀਮ ਵਿੱਚ ਵਾਧੂ ਕੰਮ ਦੀ ਮੰਗ ਨੂੰ ਵੰਡਣਾ।
• ਗਾਹਕ ਦੀ ਬੇਨਤੀ ਤੇ ਉਚਿਤ ਵਾਧੂ ਕੰਮ ਕਰਨਾ।

ਗਿਆਨ/ਹੁਨਰ ਅਤੇ ਤਜਰਬਾ (Knowledge/Skills/Experience) :-

• ਮਾਈਕਰੋਸੋਫਟ ਆਫਿਸ
• ਲੀਡਰਸ਼ਿਪ ਅਤੇ ਪ੍ਰਬੰਧ
• ਸੰਚਾਰ
• ਸਟਾਫ ਦਾ ਮੁਲਾਂਕਣ
• ਅਨੁਸ਼ਾਸਨਿਕ ਪ੍ਰਕ੍ਰਿਆ
• ਗਾਹਕ ਤੇ ਨਜ਼ਰ

ਫਾਇਦੇਮੰਦ (Desirerble) :-

• ਵੱਡੀ ਸੁਰੱਖਿਆ ਟੀਮ ਵਿੱਚ ਪੁਰਾਣਾ ਪਿਛਲਾ ਤਜਰਬਾ
• ਟ੍ਰੇਨਿਗ ਤਜਰਬਾ
• ਸਿਹਤ ਅਤੇ ਸੁਰੱਖਿਆ ਸਬੰਧੀ ਤਜਰਬਾ

ਵਿਵਹਾਰਿਕ ਮੁਕਾਬਲੇ (Behavioural Competencies) :-

• ਟੀਮ ਬਣਾਉਣ ਵਾਲਾ ਹੋਵੇ
• ਸ਼ਾਂਤੀ ਦਬਾਓ ਵਿੱਚ ਸ਼ਾਤੀ
• ਪ੍ਰਬੰਧਕ ਦੀ ਪ੍ਰਕ੍ਰਿਆ, ਸੁਧਾਰ ਅਤੇ ਕੁਆਲਟੀ

ਸੁਰੱਖਿਆ ਨਿਰੀਖਣ/ਹੈਂਡ ਗਾਰਡ (Security Supervisor/Head Guard) :-

ਸੁਰੱਖਿਆ ਨਿਗਰਾਨ ਪ੍ਰਬੰਧ ਵਿੱਚ ਪਹਿਲੀ ਕਤਾਰ ਦਾ ਵਿਅਕਤੀ ਹੁੰਦਾ ਹੈ ਜਿਹੜਾ ਕਰਮਚਾਰੀਆਂ ਨੂੰ ਸੌਂਪੇ ਗਏ ਕੰਮ ਨੂੰ ਕਰਵਾਉਣ ਵਿੱਚ ਉਨ੍ਹਾਂ ਦੀ ਅਗਵਾਈ ਅਤੇ regulates ਨਿਯੰਤਰਨ ਕਰਦਾ ਹੈ। ਸਧਾਰਣ ਤੋਰ ਤੇ ਇਕ ਅਦਾਰੇ ਵਿੱਚ ਜਿਥੇ 15 ਸੁਰੱਖਿਆ ਕਰਮਚਾਰੀ ਹੁੰਦੇ ਹਨ ਤੇ ਇਕ ਸੁਰੱਖਿਆ ਨਿਗਰਾਨ ਲਗਾਇਆ ਜਾਂਦਾ ਹੈ। ਭਾਵੇਂ ਕਿ ਇਕ ਤਜਰਬੇਦਾਰ ਅਤੇ ਯੋਗ ਵਿਅਕਤੀ ਨੂੰ ਮੁੱਖ ਗਾਰਡ ਲਗਾਇਆ ਜਾਂਦਾ ਹੈ ਜੋ 10 ਤੋਂ ਘੱਟ ਵਿਅਕਤੀ ਵਾਲੀ ਸ਼ਿਫਟ ਵਿੱਚ ਸੁਪਰਵਾਈਜਰ ਦੀ ਡਿਊਟੀ ਨਿਭਾਉਂਦਾ ਹੈ।

ਸੁਰੱਖਿਆ ਨਿਰੀਖਕ ਦੀ ਭੂਮਿਕਾ ਅਤੇ ਜਿਮੇਵਾਰੀਆਂ ਵਿੱਚ ਹੇਠ ਲਿਖੀਆਂ ਗੱਲਾਂ ਸ਼ਾਮਿਲ ਹਨ :-

• ਕੰਪਨੀ ਦੀਆਂ ਨੀਤੀਆਂ ਅਤੇ ਨਿਯਮਾਂ ਅਨੁਸਾਰ ਸੁਰੱਖਿਆ ਸਟਾਫ ਦੀ ਨਿਗਰਾਨੀ ਕਰਨਾ।
• ਪ੍ਰਬੰਧਕਾ ਵੱਲੋਂ ਪ੍ਰਮਾਣਿਤ ਭਿੰਨ ਭਿੰਨ ਤਰੀਕਿਆ ਅਤੇ ਪ੍ਰਣਾਲੀਆ ਅਨੁਸਾਰ ਸਿਖਿਆ ਦੇਣਾ।
• ਸੁਰੱਖਿਆ ਸਟਾਫ ਲਈ ਟ੍ਰੇਨਿੰਗ ਕਿਰਿਆਵਾਂ ਨੂੰ ਕਰਵਾਉਣਾ।
• ਸੁਰੱਖਿਆ ਉਪਕਰਨਾਂ ਅਤੇ ਸਾਜੋ ਸਮਾਨ ਦਾ ਪ੍ਰਬੰਧ ਕਰਨਾ

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

- ਵਧੀਆ ਵਰਤੋਂ ਲਈ ਸੁਰੱਖਿਆ ਕਰਮਚਾਰੀ ਲਗਾਉਣੇ ਤਾਂ ਜੋ ਸੰਸਥਾ, ਸਗੰਠਨ ਅਤੇ ਰਹਾਇਸ਼ੀ ਕਲੋਨੀ ਵਿੱਚ ਪੂਰੀ ਸੁਰੱਖਿਆ ਯਕੀਨੀ ਬਣੇ।
- ਪ੍ਰਵੇਸ਼ ਅਤੇ ਬਾਹਰ ਜਾਣ ਦੇ ਰਸਤੇ ਮੁਰੰਮਤ ਯਕੀਨੀ ਬਣਾਉਣਾ
- ਸਾਰੀਆਂ ਰੋਜ਼ਾਨਾ ਸੁਰੱਖਿਆ ਰਿਪੋਰਟ ਤੇ ਹਸਤਾਖਰ ਕਰਵਾਉਣ ਅਤੇ ਪੂਰਾ ਕਰਨਾ।
- ਅੰਦਰੋ ਅਤੇ ਬਾਹਰੋ ਚੀਜ਼ਾਂ ਨੂੰ ਪ੍ਰਬੰਧ ਅਤੇ ਹੋਰ ਵਸਤਾਂ ਨੂੰ ਲੱਦਣ ਵਿੱਚ ਅਗਵਾਈ ਕਰਨਾ।
- ਸੰਸਥਾ ਵਿੱਚ ਹੋਣ ਵਾਲੀਆ ਸਾਰੀਆਂ ਕਾਨੂੰਨ ਅਤੇ ਨਿਯਮਾਂ ਸਬੰਧੀ ਉਲਝਣਾ ਦੀ ਰਿਪੋਰਟ ਕਰਨ ਅਤੇ ਸੁਰੱਖਿਆ ਹੈਂਡ ਨੂੰ ਸਪੈਸ਼ਲ ਆਰਡਰ ਦੇਣਾ।
- ਇਹ ਵਿਅਕਤੀ ਨੀਤੀਆਂ ਨੂੰ ਲਾਗੂ ਕਰਵਾਉਣ ਵਿੱਚ ਸੁਰੱਖਿਆ ਕੰਪਨੀ ਦੇ ਪ੍ਰਬੰਧ ਲਈ ਜਿਮੇਵਾਰ ਹਨ।

ਖੇਤਰੀ ਅਫਸਰ/ ਨਿਗਰਾਨ :- ਇਹ ਉਹ ਵਿਅਕਤੀ ਹਨ ਜੋ ਕੰਪਨੀ ਦੀ ਸੁਰੱਖਿਆ ਪ੍ਰਬੰਧਨ ਦੀਆਂ ਨੀਤੀਆ ਨੂੰ ਲਾਗੂ ਕਰਨ ਲਈ ਜਿਮੇਵਾਰ ਹੁੰਦੇ ਹਨ।

ਐਸਿਸਟੈਂਟ ਸੁਰੱਖਿਆ ਅਫਸਰ :- ਐਸਿਸਟੈਂਟ ਸੁਰੱਖਿਆ ਅਨੁਸਾਰ ਸੁਰੱਖਿਆ ਕੰਪਨੀ ਦੀ ਪੇ ਰੋਲ ਤੇ ਉਹ ਵਿਅਕਤੀ ਹੈ ਜੋ ਕਰਮਚਾਰੀਆ ਤੇ ਸੋਪੇ ਗਏ ਕੰਮ ਕਰਵਾਉਣ ਲਈ ਉਨ੍ਹਾਂ ਦੀ ਅਗਵਾਈ ਅਤੇ ਸੰਚਾਲਣ ਕਰਦਾ ਹੈ। ਆਮ ਤੌਰ ਤੇ ASO ਉਸ ਸਮੇਂ ਲਗਾਇਆ ਜਾਂਦਾ ਹੈ ਜਦੋਂ ਕਰਮਚਾਰੀਆ ਦੀ ਗਿਣਤੀ 15 ਵਿਅਕਤੀਆ ਤੋਂ ਵੱਧ ਹੋਵੇ ਜਾਂ ਹਰ ਸ਼ਿਫਟ ਵਿੱਚ ਇਸ ਤੋਂ ਜ਼ਿਆਦਾ। ਉਹ ਮੁੱਖ ਮਾਲਕ ਅਤੇ ਸੁਰੱਖਿਆ ਕੰਪਨੀ ਵਿਚਕਾਰ ਸਹਿਯੋਗੀ ਦਾ ਕੰਮ ਕਰਦਾ ਹੈ ਅਤੇ ਕਸਟਮਰ ਕੇਅਰ ਦਾ ਰੋਲ ਕਰਦਾ ਹੈ।

ਪ੍ਰਾਈਵੇਟ ਸੁਰੱਖਿਆ ਇੰਡਸਰੀ ਵਿੱਚ ਤਨਖਾਹ ਅਤੇ ਹੋਰ ਲਾਭ (Carry Home employments and benefits in the private security Industry) :-

ਤਨਖਾਹ ਅਤੇ ਭੱਤੇ :- ਸੁਰੱਖਿਆ ਵਿਭਾਗ ਵਿੱਚ ਉਸ ਦੀ ਤਨਖਾਹ ਕੰਪਨੀ ਅਤੇ ਉਸ ਦੀ ਪੁਜ਼ੀਸ਼ਨ ਤੇ ਨਿਰਭਰ ਕਰਦੀ ਹੈ। ਆਮ ਤੋਰ ਤੇ ਇਸ ਦੀ ਤਨਖਾਹ ਸਟੇਟ ਦੀ ਘੱਟ ਤੋਂ ਘੱਟ ਉਕਰਤਾ ਐਕਟ ਅਨੁਸਾਰ ਹੁੰਦੀ ਹੈ।

ਪ੍ਰੋਵੀਡੇਟ ਫੰਡ :- ਇਕ ਕਰਮਚਾਰੀ ਆਪਣੀ ਬੇਸਿਕ ਤਨਖਾਹ ਦਾ 12% ਬਚਾਉਂਦਾ ਹੈ ਅਤੇ ਇਸ ਦੇ ਬਰਾਬਰ ਮਾਲਕ ਹਿਸਾ ਪਾਉਂਦਾ ਹੈ। 8.33% ਪੈਨਸ਼ਨ ਵਿੱਚ ਅਤੇ 3.67% ਹਿਸਾ ਪ੍ਰੋਵੀਡੇਟ ਫੰਡ ਵਿੱਚ ਹਿਸੇਦਾਰੀ ਦੇ 10 ਸਾਲ ਪੂਰੇ ਹੋਣ ਉਪਰੰਤ ਸਾਰੇ ਕਰਮਚਾਰੀ 58 ਸਾਲ ਦੀ ਨੋਕਰੀ ਪੂਰੀ ਹੋਣ ਪੈਨਸ਼ਨ ਦਾ ਲਾਭ ਪ੍ਰਾਪਤ ਕਰਨ ਦੇ ਹੱਕਦਾਰ ਹੁੰਦੇ ਹਨ। ਪੈਨਸ਼ਨ ਫੰਡ ਵਿੱਚ ਇਕੱਠੇ ਹੋਏ ਚੰਦੇ ਤੇ ਨਿਰਭਰ ਕਰਦਾ ਹੈ।

ਕੁਝ ਪ੍ਰਾਪਤ ਹੋਣ ਵਾਲੇ ਲਾਭ ਹੇਠਾਂ ਲਿਖੇ ਹਨ :-

(i) ਰਿਟਾਇਰਮੈਂਟ ਹੋਣ ਤੇ ਜਾਂ ਨੋਕਰੀ ਛੱਡਣ ਤੇ ਵਿਆਜ ਸਮੇਤ ਪੂਰੀ ਰਕਮ।

(ii) ਨੋਕਰੀ ਦੁਰਾਨ ਕੁਝ ਵਿਸ਼ੇਸ਼ ਉਦੇਸ਼ਾਂ ਲਈ ਆਂਸ਼ਿਕ ਰਕਮ ਕਢਵਾਉਣਾ

(iii) ਪਹਿਲਾ ਪੈਨਸ਼ੈਨ ਲੈਣ ਦਾ ਪ੍ਰਬੰਧ ਹੈ ਪ੍ਰੰਤੂ 50 ਸਾਲ ਦੀ ਉਮਰ ਪੂਰੀ ਹੋਣ ਤੋਂ ਪਹਿਲਾ ਨਹੀਂ।

(iv) Deposit linked insurance scheme :- ਸਰਵਿਸ ਦੋਰਾਨ ਮੌਤ ਹੋਣ ਤੇ ਪੀ.ਐਫ ਵਿੱਚ ਜਮ੍ਹਾਂ ਰਕਮ ਦੇ ਬਰਾਬਰ ਦੇ ਵਾਧੂ ਪੈਸੇ ਦੇਣੇ 60,000 ਤੋਂ ਵੱਧ ਨਾ ਹੋਣ।

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

(v) ਕਰਮਚਾਰੀ ਦੀ ਪੈਨਸ਼ਨ ਸਕੀਮ :- ਮੈਂਬਰ ਨੂੰ ਸੇਵਾ ਮੁੱਕਤੀ ਉਪਰੰਤ ਪੈਨਸ਼ਨ।
(vi) ਮੈਂਬਰ ਦੀ ਮੌਤ ਤੋਂ ਬਾਅਦ ਪਰਿਵਾਰ ਦੇ ਮੈਂਬਰ ਨੂੰ ਪੈਨਸ਼ਨ।

ਈ.ਐਸ.ਆਈ.ਸੀ (ESIC) ਇਸ ਸਕੀਮ ਦੇ ਅਧੀਨ ਕਰਮਚਾਰੀ ਦੀ ਬੇਸਿਕ ਤਨਖਾਹ ਦਾ ਕੰਟਰੀਬਿਊਟਰੀ ਇੰਨਸੁਰੈਸ਼ਨ Contributing Insurance 1.75% ਉਪਲੱਬਧ ਹੁੰਦਾ ਹੈ।

ਮੈਡੀਕਲ ਲਾਭ :- ਜਿਸ ਦਿਨ ਤੋਂ ਕਰਮਚਾਰੀ ਬੀਮਾ ਯੋਜਨਾ ਰੋਜ਼ਗਾਰ ਵਿੱਚ ਪ੍ਰਵੇਸ਼ ਕਰਦਾ ਹੈ ਤਾਂ ਉਸ ਨੂੰ ਅਤੇ ਉਹਨਾਂ ਦੇ ਪਰਿਵਾਰ ਨੂੰ ਉਸੇ ਦਿਨ ਤੋਂ ਹੀ ਮੈਡੀਕਲ ਹਿਫਾਜਤ ਉਪਲੱਬਧਤ ਹੋਣ ਲੱਗ ਜਾਂਦੀ ਹੈ। ਬੀਮੇ ਵਾਲੇ ਵਿਅਕਤੀ ਅਤੇ ਉਸ ਦੇ ਪਰਿਵਾਰ ਨੂੰ ਬੀਮਾਰੀ ਉੱਤੇ ਲੱਗੇ ਖਰਚ ਦੀ ਕੋਈ ਪਾਬੰਧੀ ਨਹੀਂ ਹੁੰਦੀ। ਰਿਟਾਇਰਡ ਅਤੇ ਪੂਰੀ ਤਰ੍ਹਾਂ ਅਪੰਗ ਬੀਮਾ ਕਰਮਚਾਰੀ ਅਤੇ ਉਸਦੀ ਪਤਨੀ ਨੂੰ ਸਲਾਨਾ ਕਿਸਤ 120/- ਦੇਣ ਤੇ ਮੈਡੀਕਲ ਸਹੂਲਤ ਪ੍ਰਾਪਤੀ ਹੁੰਦੀ ਹੈ।

ਬਿਮਾਰੀ ਸਮੇਂ ਅਪੰਗਤਾ ਦੇ ਲਾਭ :- ਮਜਦੂਰੀ/ਤਨਖਾਹ ਦੀ 70% ਦੇ ਹਿਸਾਬ ਨਾਲ ਬੀਮਾ ਕਰਮਚਾਰੀ ਨੂੰ ਕਿਸੇ ਤਸਦੀਕ ਸੁਦਾ ਬੀਮਾਰੀ ਦੇ ਦੌਰਾਨ ਸਾਲ ਵਿੱਚ 91 ਦਿਨਾਂ ਦਾ ਕੇਸ ਮੁਆਵਜਾ ਮਿਲਦਾ ਹੈ। ਬੀਮਾ ਕਰਮਚਾਰੀ ਦੇ ਬਿਮਾਰੀ ਲਈ ਲਾਭ ਦੇ ਲਈ (Qualify) ਯੋਗ ਹੋਣ ਲਈ 6 ਮਹੀਨੀਆ ਦੇ ਚੰਦੇ ਵਿੱਚੋਂ 78 ਦਿਨ ਦਾ ਚੰਦਾ ਹੋਣਾ ਜ਼ਰੂਰੀ ਹੈ।

(ੳ) **ਬਿਮਾਰੀ ਸਮੇਂ ਸਹੂਲਤਾਂ ਨੂੰ ਵਧਾਉਣਾ (Extended sickness benefits (ESB)) :-** ਈ.ਐਸ.ਬੀ ਨੂੰ 34 ਮਾਲਿਗਨੰਟ (malignant) ਦੇ ਕੇਸ ਵਿੱਚ ਦੋ ਸਾਲ ਲਈ ਵਧਾਇਆ ਜਾ ਸਕਦਾ ਹੈ। ਲੰਮੀਆ ਬਿਮਾਰੀਆਂ ਲਈ ਤਨਖਾਹ ਦਾ 80% ਵਧਾਇਆ ਜਾਂਦਾ ਹੈ।

(ਅ) **ਬਿਮਾਰੀ ਲਈ ਵਧਾਏ ਗਏ ਲਾਭ (Enhance sickness benefits) :-** ਬੀਮਾਰੀ ਸਮੇਂ ਵਧਾਏ ਗਏ ਲਾਭ ਬੀਮਾ ਹੋਏ ਕਰਮਚਾਰੀ ਦੀ ਪੂਰੀ ਤਨਖਾਹ ਦੇ ਬਰਾਬਰ ਅਦਾਇਗੀ ਦੇ ਯੋਗ ਹਨ ਜਿਨ੍ਹਾਂ ਨੇ ਨਸਬੰਦੀ ਕਰਵਾਈ ਹੈ। ਮਰਦ (ਨਰ) ਲਈ 7 ਦਿਨ ਅਤੇ ਮਾਦਾ (ਔਰਤ) ਲਈ 14 ਦਿਨ ਹੈ।

ਜਨੇਪਾ ਲਾਭ (Meterinity benefit (MB)) :- ਜਨੇਪਾ ਲਾਭ ਗਰਭਵਤੀ ਔਰਤ ਲਈ ਤਿੰਨ ਮਹੀਨਿਆ ਦਾ ਹੈ ਜਿਸਨੂੰ ਮੈਡੀਕਲ ਸਲਾਹ ਦੇ ਅਨੁਸਾਰ ਇਕ ਮਹੀਨਾ ਹੋਰ ਪੂਰੀ ਤਨਖਾਹ ਤੇ ਇਸ ਸੂਰਤ ਤੇ ਵਧਾਇਆ ਜਾ ਸਕਦਾ ਹੈ ਕਿ ਸਾਲ ਦੇ ਸ਼ੁਰੂ ਵਿੱਚ 70 ਦਿਨ ਕੰਮ ਕੀਤਾ ਹੋਵੇ।

ਅਪੰਗਤਾ ਸਮੇਂ ਲਾਭ (Disablement benefits) :-

(ੳ) **ਅਸਥਾਈ ਅਪੰਗਤਾ ਲਾਭ :-** ਇਹ ਲਾਭ ਉਸੇ ਦਿਨ ਤੋਂ ਜਿਸ ਦਿਨ ਤੋਂ ਉਸ ਕਰਮਚਾਰੀ ਬੀਮਾ ਹੋਇਆ ਤੋਂ ਉਪਲੱਬਧ ਹੋਵੇਗਾ। ਇਸ ਤੋਂ ਬਿਨ੍ਹਾਂ ਕਿ ਜਖਮੀ ਹੋਣ ਦੇ ਕੇਸ ਵਿੱਚ ਕੋਈ ਯੋਗਦਾਨ ਦਿੰਦਾ ਹੋਵੇ। ਜਿਨਾਂ ਚਿਰ ਅਯੋਗਤਾ ਜਾਰੀ ਰਹੇਗੀ ਉਨਾਂ ਚਿਰ ਤਨਖਾਹ ਦਾ 90% ਅਸਥਾਈ ਲਾਭ ਮਿਲੇਗਾ।

(ਅ) **ਸਥਾਈ ਅਯੋਗਤਾ ਲਾਭ :-** ਤਨਖਾਹ ਦਾ ਇਹ ਲਾਭ ਉਸ ਨੂੰ ਮਹੀਨਾਵਾਰ ਤਨਖਾਹ ਦੇ ਰੂਪ ਵਿੱਚ 90 ਪ੍ਰਤੀਸ਼ਤ ਦੇ ਹਿਸਾਬ ਨਾਲ ਦਿੱਤੇ ਜਾਣਗੇ ਪਰ ਇਹ ਮੈਡੀਕਲ ਬੋਰਡ ਦੁਆਰਾ ਪ੍ਰਮਾਣਿਤ ਘਾਟੇ ਦੀ ਹੱਦ ਕਮਾਈ ਦੀ ਯੋਗਤਾ ਤੇ ਨਿਰਭਰ ਕਰਦੀ ਹੈ।

(ੲ) **ਆਸਰਿਤ ਲਈ ਲਾਭ :-** ਇਹ ਲਾਭ ਮਰੇ ਹੋਏ ਬੀਮਾ ਕਰਮਚਾਰੀ ਦੇ ਆਸ਼ਰਿਤ ਨੂੰ ਮਹੀਨਾਵਾਰ ਤਨਖਾਹ ਦੇ ਰੂਪ ਵਿੱਚ ਤਨਖਾਹ ਦਾ 90 ਪ੍ਰਤੀਸ਼ਤ ਹਿਸਾ ਮਿਲਦਾ ਹੈ। ਉਸ ਕੇਸ ਵਿੱਚ ਜਿਥੇ ਮੌਤ ਕੰਮ ਕਰਦੇ ਹੋਏ ਜਖਮੀ ਹੋਣ ਕਰਕੇ ਜਾਂ ਕਿਤਾਮੁੱਖੀ ਖਤਰਿਆ ਕਰਕੇ ਹੋਈ ਹੈ।

ਹੋਰ ਲਾਭ (Other benefits):-

ਅੰਤਿਮ ਕਿਰਿਆਵਾਂ ਦੇ ਖਰਚੇ :-

10,000/- ਰੁਪਏ ਦੀ ਰਕਮ ਉਸ ਦਿਨ ਤੋਂ ਜਿਸ ਦਿਨ ਤੋਂ ਉਸਦਾ ਬੀਮਾ ਹੋਇਆ ਹੈ ਉਸ ਦੇ ਆਸ਼ਰਿਤ

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

(dependent) ਜਾਂ ਉਸ ਵਿਅਕਤੀ ਨੂੰ ਜਿਸ ਨੂੰ ਉਸ ਦੀਆਂ ਅੰਤਿਮ ਕ੍ਰਿਆਵਾਂ ਕੀਤੀਆ ਹਨ ਨੂੰ ਦਿਤੀ ਜਾਂਦੀ ਹੈ।

ਗਰਭ ਖਰਚੇ (Confinenment expenses) :-

ਕਿਸੇ ਬੀਮਾ ਹੋਈ ਔਰਤ ਜਾਂ ਬੀਮਾ ਹੋਏ ਵਿਅਕਤੀ ਦੇ ਸਬੰਧ ਵਿੱਚ ਉਸ ਦੀ ਪਤਨੀ ਨੂੰ ਹਰ ਕੇਸ ਲਈ 1000 ਰੁਪਏ ਜਨੇਪਾ ਹੋਣ ਸਮੇਂ ਦਿੱਤੇ ਜਾਣਗੇ ਪਰ ਸ਼ਰਤ ਹੈ ਕਿ ਉਹ ਜਨੇਪਾ ਉਸ ਸਥਾਨ ਤੇ ਹੋਵੇ ਜਿਥੇ ਈ.ਐਸ.ਆਈ ਅਧੀਨ ਮੈਡੀਕਲ ਸਹੂਲਤਾਂ ਉਪਲੱਬਧ ਨਹੀਂ ਹਨ। ਉਦਾਹਰਣ ਵਜੋਂ ਜਿਸ ਈ.ਐਸ.ਆਈ ਸੰਸਥਾ ਜਨੇਪਾ ਕਰਵਾਉਣ ਦੀਆਂ ਸਹੂਲਤਾਂ ਉਪਲੱਬਧ ਨਹੀਂ ਹਨ। ਇਹ ਵੀ ਹੈ ਕਿ ਸਿਰਫ ਦੋ ਜਨੇਪਿਆ ਲਈ ਹੀ ਜਨੇਪਾ ਖਰਚੇ ਦਿੱਤੇ ਜਾਣਗੇ।

ਰਾਜੀਵ ਗਾਂਧੀ ਸ਼੍ਰਮਿਕ ਸਮਾਜਿਕ ਕਲਿਆਣ ਯੋਜਨਾ 2005 (Rajiv Gandhi Shramik Kalyan ojana 2005):-

ਇਕ ਬੀਮਾ ਹੋਇਆ ਵਿਅਕਤੀ ਜੋ ਤਿੰਨ ਜਾਂ ਜ਼ਿਆਦਾ ਸਾਲ ਬੀਮਾ ਕਰਵਾਉਣ ਤੋਂ ਬਾਅਦ ਕੰਪਨੀ ਦੇ ਬੰਦ ਹੋਣ ਜਾਂ ਜਬਰੀ ਰਿਟਾਇਰਡ ਜਾਂ ਸਥਾਈ ਤੌਰ ਮਿਆਦ ਖਤਮ ਹੋਣ ਕਰਕੇ ਬੇਰੁਜ਼ਗਾਰ ਹੋ ਗਿਆ ਹੈ ਉਹ ਹੇਠ ਲਿਖੇ ਲਾਭ ਲੈਣ ਦੇ ਯੋਗ ਹੈ

1. ਉਹ ਬੇਰੁਜ਼ਗਾਰੀ ਭੱਤਾ ਤਨਖਾਹ ਦੇ 50 ਪ੍ਰਤੀਸ਼ਤ ਦੇ ਬਰਾਬਰ ਵੱਧ ਤੋਂ ਵੱਧ ਇਕ ਸਾਲ ਲਈ ਲੈ ਸਕਦਾ ਹੈ।
2. ਉਹ ਬੇਰੁਜ਼ਗਾਰੀ ਭੱਤਾ ਲੈਂਦਾ ਹੈ ਉਨ੍ਹਾਂ ਚਿਰ ਉਹ ਆਪਣੇ ਅਤੇ ਪਰਿਵਾਰ ਦੀ ਮੈਡੀਕਲ ਸਹੂਲਤ ਈ.ਐਸ.ਆਈ ਜਾਂ ਹਸਪਤਾਲ ਜਾਂ ਡਿਸਪੈਸਰੀ ਤੋਂ ਪ੍ਰਾਪਤ ਕਰ ਸਕਦਾ ਹੈ।
3. ਹੁਨਰ ਦਾ ਪੱਧਰ ਵਧਾਉਣ ਲਈ ਕਿਤਾਮੁੱਖੀ ਟ੍ਰੇਨਿੰਗ ਲੈਣ ਲਈ ਫੀਸ ਅਤੇ ਯਾਤਰਾਂ ਭੱਤਾਂ ਈ.ਐਸ.ਆਈ.ਸੀ ਸਹਿਣ ਕਰੇਗਾ।

ਮਜ਼ਦੂਰ ਨੂੰ ਮੁਆਵਜਾ (Workman compensection):-

ਜੇਕਰ ਮਜ਼ਦੂਰ ਦੁਰਘਟਨਾ ਕਰਕੇ ਵਿਅਕਤੀਗਤ ਤੌਰ ਤੇ ਜਖਮੀ ਹੋ ਜਾਦਾ ਹੈ ਅਤੇ ਉਸ ਦੀ ਰੁਜਗਾਰ ਦੇ ਦੌਰਾਨ ਉਸ ਦੇ ਮਾਲਕ ਦੀ ਇਹ ਜਿਮੇਵਾਰੀ ਬਣਦੀ ਹੈ ਕਿ ਉਹ ਕਾਨੂੰਨ ਅਧੀਨ 30 ਦਿਨਾਂ ਦੇ ਵਿੱਚ ਜਦੋਂ ਇਹ ਦਿਨ ਪੂਰੇ ਹੁੰਦੇ ਹਨ ਉਸ ਨੂੰ ਮੁਆਵਜਾ ਦੇਵੇ ਜਾਂ ਫਿਰ ਉਹ ਵਿਆਜ ਜਾਂ ਜੁਰਮਾਨਾ ਵੀ ਦੇਵੇਗਾ।

ਬੋਨਸ ਦੀ ਅਦਾਇਗੀ (Bonus Payment):-

ਕੋਈ ਵੀ ਕਰਮਚਾਰੀ ਜਿਸਦੀ ਮਹੀਨਾਵਾਰ ਤਨਖਾਹ ਜਾਂ ਮਜ਼ਦੂਰੀ ਤਿੰਨ ਹਜ਼ਾਰ ਪੰਜ ਸੋ ਰੁਪਏ ਤੋਂ ਵੱਧ ਨਾ ਹੋਵੇ ਜੋ ਕਿਸੇ ਵੀ ਇੰਡਸਟਰੀ ਵਿੱਚ ਕੰਮ ਕਰਦੇ ਹੋਣ ਅਤੇ ਕੋਈ ਹੁਨਰਮੰਦ ਜਾਂ ਬਿਨ ਹੁਨਰਵਾਲੀ, ਹੱਥ ਨਾਲ ਨਿਰੀਖਣ, ਪ੍ਰਬੰਧਕੀ, ਪ੍ਰਸ਼ਾਸ਼ਨਿਕ ਤਕਨੀਕੀ ਜਾਂ ਕਲਰੀਕਲ ਕੰਮ ਮਜ਼ਦੂਰੀ ਤੇ ਇਨਾਮ ਵਜੋਂ ਕਰਦੇ ਹੋਣ ਜਿਨ੍ਹਾਂ ਦੀ ਰੋਜਗਾਰ ਸਬੰਧੀ ਸਮੇਂ ਸਪਸ਼ਟ ਅਤੇ ਵਰਣਿਤ ਹੋਵੇ ਉਹ 10,000 ਰੁਪਏ ਤਕ ਵੱਧ ਤੋਂ ਵੱਧ ਬੋਨਸ ਲੈਣ ਦੇ ਯੋਗ ਹਨ।

ਛੁੱਟੀ (Leave) :- ਸਾਰੇ ਕਰਮਚਾਰੀ ਜੋ ਕੰਪਨੀ ਦੀ ਪਾਲਿਸ਼ੀ ਜਾਂ ਲੇਬਰ ਲਾਅ ਦੇ ਅਧੀਨ ਆਉਂਦੇ ਹਨ ਜੋ ਰਾਜ ਵਿੱਚ ਲਾਗੂ ਹੈ, ਛੁੱਟੀ ਲੈ ਸਕਦੇ ਹਨ।

ਹਾਊਸਕੀਪਿੰਗ ਸਹਾਇਕ ਦੀਆਂ ਜਿਮੇਵਾਰੀਆਂ ਅਤੇ ਕਰਤੱਵ (Duties and responsibilities of Housekeeping Associate) :- ਇਕ ਔਸਤ ਘਰੇਲੂ ਪ੍ਰਬੰਧ ਦਾ ਮੁੱਖ ਕਰਤੱਵ ਸਫਾਈ ਕਰਨਾ ਜਾਂ ਕਿਸੇ ਖਾਸ ਖੇਤਰ ਨੂੰ ਸਗੰਠਿਤ ਕਰਨਾ ਜਾਂ ਕਿਸੇ ਖਾਸ ਖੇਤਰ ਦਾ ਪ੍ਰਬੰਧ ਕਰਨਾ ਹੈ। ਹਾਊਸਕੀਪਰ ਕਿਰਾਏ ਤੇ ਪੂਰਾ ਸਮੇਂ ਜਾਂ ਅਲਪ ਸਮੇਂ ਦੇ ਅਧਾਰ ਤੇ ਕਿਸੇ ਮਕਾਨ ਮਾਲਕ, ਹੋਸਟਲ, ਹਸਪਤਾਲ ਜਾਂ ਨਰਸਿੰਗ ਵਿੱਚ ਹੋ ਸਕਦਾ ਹੈ। ਅੱਗੇ ਲਿਖੀਆ ਹਦਾਇਤਾਂ ਹਨ :-

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

1. ਆਪਣੇ ਘਰੇਲੂ ਪ੍ਰਬੰਧ ਦਾ ਕਰਤੱਵ ਬਾਥਰੂਮਜ ਤੋਂ ਸ਼ੁਰੂ ਕਰੋ । ਬਾਥ ਰੂਮ ਨੂੰ ਆਮ ਕਰਕੇ ਸਫਾਈ ਵਾਲੇ ਉਤਪਾਦਕ ਦੀ ਲੋੜ ਹੁੰਦੀ ਹੈ ਜਿਵੇਂ ਸ਼ਾਵਰ (ਫੁਹਾਰਾਂ) ਅਤੇ ਪਖਾਨੇ ਵਾਲੇ ਭਾਂਡੇ ਨੂੰ 10 ਜਾਂ 15 ਮਿੰਟ ਤਕ ਭਿਓ ਕੇ ਰੱਖਣਾ।
2. ਫਰਨੀਚਰ ਤੋਂ ਮਿੱਟੀ ਘੱਟਾ ਹਟਾਉਣਾ ਅਤੇ ਹੋਰ ਪੱਕੇ ਧਰਾਤਲ ਜਿਵੇਂ ਕਿ ਕਾਉਂਟਰ ਦੇ ਟਾਪ ਝਾੜਨਾ। ਇਹ ਕਦਮ ਸਫਾਈ ਕਰਨ ਤੋਂ ਅਤੇ ਵੈਕੂਅਮ ਨਾਲ ਫਰਸ਼ਾਂ ਨੂੰ ਸਾਫ ਕਰਨ ਤੋਂ ਪਹਿਲਾਂ ਪੂਰਾ ਕਰਨਾ ਹੈ। ਜਾਂ ਫਰਸਾਂ ਨੂੰ ਵੈਕ੍ਰਅਮ (Vacuum) ਨਾਲ ਸਾਫ ਕਰਨਾ ਹੈ। ਮੰਨ ਲਓ ਫਰਸ਼ ਦੇ ਮੈਟ ਨੂੰ ਵੈਕਿਊਮ ਨਾਲ ਸਾਫ ਕਰਨਾ ਹੈ ਅਤੇ ਉਸੇ ਤੇ ਮਿੱਟੀ ਦੇ ਝੰਡ ਜੰਮੇ ਹਨ ਸਾਫ ਕਰਨ ਲੱਗਿਆ ਉਸ ਦੀ ਮਿੱਟੀ ਸਾਫ ਕੀਤੇ ਖੇਤਰ ਤੇ ਪਵੇਗੀ।
3. ਫਿਰ ਬਾਥਰੂਮ ਨੂੰ ਵਾਪਸ ਜਾਓ ਅਤੇ ਸ਼ਾਵਰ ਪਖਾਨਾ, ਕਾਊਟਰ ਅਤੇ ਸ਼ੀਸ਼ਿਆ ਨੂੰ ਸਾਫ ਕਰੋ। ਸਾਵਰ ਫੁਹਾਰੇ ਵਿੱਚ ਚੂਨੇ ਦੀਆਂ ਢੇਲੀਆ ਅਤੇ ਸਾਬਣ, ਪਾਣੀ ਦੇ ਮਾੜੇ ਧੱਬਿਆ ਵੱਲ ਵਿਸ਼ੇਸ਼ ਧਿਆਨ ਦੇਵੋ। ਤੁਹਾਡਾ ਨੌਕਰ ਇਸ ਚੀਜ਼ ਦੀ ਆਸ ਰੱਖਦਾ ਹੈ ਕਿ ਤੁਸੀਂ ਫੁਹਾਰੇ ਅਤੇ ਟੱਬ ਦੀ ਕੰਧਾਂ ਨੂੰ ਖੁਦ ਆਪ ਸਾਫ ਕਰੋ। ਪੁਰਾਤਨ ਪ੍ਰੰਪਰਾਗਤ ਉਤਪਾਦਨ ਤੋਂ ਇਲਾਵਾ ਸਪੰਜ ਅਤੇ ਮੈਜਿਕ ਈਰੇਜ਼ਰ ਦੀ ਵਰਤੋਂ ਕਰੋ। ਜਦੋਂ ਪਾਖਾਨੇ ਨੂੰ ਸਾਫ ਕਰਦੇ ਹੋ ਤਾਂ ਇਸ ਗੱਲ ਨੂੰ ਯਕੀਨੀ ਬਣਾਓ ਕਿ ਫਿਕਸਚਰ ਹੇਠਲੇ ਅਧਾਰ ਦੇ ਦੁਆਲੇ ਨੂੰ ਸਾਫ ਕਰੋ ਇਸ ਤੋਂ ਇਲਾਵਾ ਪਾਖਾਨੇ ਦੇ ਬਾਊਲ ਕਲੀਨਰ ਅਤੇ ਫਿਕਸਚਰ (fixture) ਨੂੰ ਅੰਦਰੋ ਬੁਰੱਸ਼ ਨਾਲ ਸਾਫ ਕਰੋ।
4. ਸਾਰੇ (ਟਰੇਸ਼) ਕੂੜਾਦਾਨਾਂ ਨੂੰ ਸਾਰੇ ਘਰ ਅਤੇ ਕਮਰਿਆ ਵਿੱਚੋਂ ਖਾਲੀ ਕਰੋ।
5. ਸਾਰੇ ਫਰਸ਼ਾਂ ਨੂੰ ਵੈਕਿਊਮ ਕਰਕੇ ਜਾਂ ਝਾੜੂ ਨਾਲ ਜਾਂ ਮੋਪਰ ਨਾਲ ਸਾਫ ਕਰੋ। ਇਹ ਕਦਮ ਸਫਾਈ ਕਰਨ ਵਾਲੇ ਦਾ ਡਿਊਟੀ ਛੱਡਣ ਤੋਂ ਪਹਿਲਾਂ ਅਖੀਰਲਾ ਕਦਮ ਹੁੰਦਾ ਹੈ। ਜਦੋਂ ਤੁਸੀਂ ਆਪਣੀ ਸਫਾਈ ਦੀ ਡਿਊਟੀ ਨਿਭਾਉਂਦੇ ਹੋ ਤਾਂ ਕੋਈ ਤੁਕ ਨਹੀਂ ਬਣਦੀ ਕਿ ਤੁਸੀਂ ਫਰਸ਼ਾਂ ਨੂੰ ਪਹਿਲਾਂ ਸਾਫ ਕਰੋ ਅਤੇ ਬਾਅਦ ਵਿੱਚ ਵਾਧੂ ਧੂੜ ਅਤੇ ਗੰਦਗੀ ਨੂੰ ਹਟਾਓ। ਤੁਹਾਡੇ ਮਾਲਕ ਕੋਲ ਸਾਰੇ ਵਿਸ਼ੇਸ਼ ਉਪਕਰਨ ਹੋ ਸਕਦੇ ਹਨ ਜਿਵੇਂ ਕਿ ਵੇਕਿਊਮ ਕਲੀਨਰ, ਦਰੀ ਦੇ ਸੈਪੂਅਰਜ ਜਾਂ ਸਪੈਸ਼ਲ ਫਰਸ ਸਾਫ ਕਰਨ ਵਾਲੇ ਉਤਪਾਦ ਵਰਤੋਂ ਲਈ ਉਥੇ ਹੋਣੇ ਚਾਹੀਦੇ ਹਨ।

ਹਾਊਸ ਕੀਪਿੰਗ ਦਾ ਪ੍ਰਬੰਧ ਕਿਵੇਂ ਕਰਨਾ ਹੈ (How to organize Housekeeping) :- ਚੰਗਾ ਘਰੇਲੂ ਪ੍ਰਬੰਧ ਸਾਰੇ ਕੰਮਾਂ ਦਾ ਮਿਸ਼ਰਣ ਹੈ। ਤੁਹਾਡੇ ਘਰ ਵਿੱਚ ਸਫਾਈ ਕਰਨ ਦੀਆਂ ਸਾਰੀਆ ਡਿਊਟੀਆ ਦਾ ਪ੍ਰਬੰਧ ਕਰਨ ਵਿੱਚ ਮਦਦ ਕਰ ਸਕਦਾ ਹੈ। ਇਸ ਲਈ ਕੁਝ ਕੰਮ ਹਮੇਸ਼ਾ ਹਫਤੇ ਦੇ ਖਾਸ ਦਿਨਾਂ ਵਿੱਚ ਕੀਤੇ ਜਾਂਦੇ ਹਨ। ਹਾਊਸ ਕੀਪਿੰਗ ਦਾ ਪ੍ਰਬੰਧ ਕਰਨ ਲਈ ਕੁਝ ਹਦਾਇਤਾਂ ਇਸ ਤਰ੍ਹਾਂ ਹਨ :-

1. ਤੁਹਾਡੇ ਘਰ ਵਿੱਚ ਹਫਤੇ ਤੇ ਅਧਾਰਤ ਜ਼ਰੂਰੀ ਕੀਤੇ ਜਾਣ ਵਾਲੇ ਸਫਾਈ ਦੇ ਕੰਮਾਂ ਦੀ ਲੋੜ ਵਾਲੀ ਲਿਸਟ ਬਣਾਓ ਇਸ ਵਿੱਚ ਹਰ ਰੋਜ਼ (ਆਮ ਤੌਰ ਤੇ) ਕਰਨ ਵਾਲੇ ਉਨ੍ਹਾਂ ਕੰਮਾਂ ਨੂੰ ਹੀ ਸ਼ਾਮਿਲ ਕਰੋ ਜੋ ਅਕਸਰ ਕੀਤੇ ਜਾਂਦੇ ਹਨ ਜਿਵੇਂ ਕਿ ਬਾਥਰੂਮ, ਵੇਕਿਉਮਿੰਗ ਅਤੇ ਰਸੋਈ ਦੇ ਫਰਸ਼ ਨੂੰ ਮੋਪਰ ਨਾਲ ਸਾਫ ਕਰਨਾ। ਸਫਾਈ ਦੇ ਕੰਮ ਜਿਨ੍ਹਾਂ ਨੂੰ ਸਮੇਂ ਸਮੇਂ ਤੇ ਕਰਨਾ ਹੈ ਜਿਵੇਂ ਕਿ ਆਪਣੀ ਅਲਮਾਰੀ ਦਾ ਪ੍ਰਬੰਧ ਕਰਨਾ, ਓਵਨ ਨੂੰ ਸਾਫ ਕਰਨਾ, ਨੂੰ ਲਿਸਟ ਵਿੱਚ ਸ਼ਾਮਿਲ ਨਹੀਂ ਕਰਨਾ ਕਿਉਂਕਿ ਇਹ ਹਫਤੇ ਬਾਅਦ ਨਹੀਂ ਕਰਨੇ ਹਨ।
2. ਫੈਸਲਾ ਕਰੋ ਕਿ ਹਫਤੇ ਦੇ ਕਿਹੜੇ ਦਿਨ ਤੁਸੀਂ ਸਫਾਈ ਦੇ ਕੰਮ ਕਰਨੇ ਹੋ। ਇਨ੍ਹਾਂ ਨੂੰ ਖਲਾਰ ਦੇਵੋ ਤਾਂ ਕਿ ਤੁਸੀਂ ਹਰ ਰੋਜ਼ ਥੋੜ੍ਹੀ ਬਹੁਤੀ ਸਫਾਈ ਕਰ ਸਕੋ ਜਾਂ ਤੁਸੀਂ ਹਫਤੇ ਦੇ ਕੁਝ ਦਿਨਾਂ ਨੂੰ ਸਫਾਈ ਕਰਨ ਵਾਸਤੇ ਨਿਸ਼ਚਿਤ ਕਰ ਸਕਦੇ ਹੋ।

ਆਪਣੀ ਹਫਤਾਵਾਰ ਸਫਾਈ ਵਾਲੀ ਲਿਸਟ ਲਵੋ ਅਤੇ ਇਸਨੂੰ ਆਪਣੇ ਨਿਸ਼ਚਿਤ ਕੀਤੇ ਹੋਏ ਦਿਨਾਂ ਨਾਲ ਲਗਾਓ। ਲਿਖੋ ਕਿ ਕਿਨ੍ਹਾਂ ਦਿਨਾਂ ਵਿੱਚ ਤੁਸੀਂ ਸਫਾਈ ਡਿਊਟੀ ਪੂਰੀ ਕਰਨ ਦਾ ਫੈਸਲਾ ਕੀਤਾ ਹੈ।

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

ਚੰਗੇ ਘਰੇਲੂ ਪ੍ਰਬੰਧ ਲਈ ਸਫਾਈ ਦੇ ਨੁਕਤੇ (Good housekeeping cleaning Tips):- ਬਹੁਤ ਸਾਰੇ ਲੋਕ ਆਪਣੇ ਸਟੋਰ ਨੂੰ ਪੂਰਨਤਾਂ ਦੇ ਪੱਧਰ ਤਕ ਪਹੁੰਚਾਉਣ ਦੀ ਇਛਾ ਰੱਖਦੇ ਹਨ ਤਾਂ ਕਿ ਉਹ ਹਾਉਸਕੀਪਿੰਗ ਦੇ ਚੰਗੇ ਮੈਗਜ਼ੀਨ ਦੇ ਪੰਨਿਆ ਤੇ ਸਜ਼ਾ ਸਕਣ। ਇਨ੍ਹਾਂ ਸਧਾਰਣ ਨੁਕਤਿਆ ਨੂੰ ਅਪਣਾ ਕੇ ਭਵਿੱਖ ਵਿੱਚ ਘੱਟ ਗੰਦਗੀ ਵਾਲੇ, ਜਿਆਦਾ ਸੰਗਠਿਤ ਅਤੇ ਸਫਾਈ ਵਾਲੇ ਬਣ ਸਕਦੇ ਹਾਂ।

ਸਫਾਈ ਅਤੇ ਹਰ ਰੋਜ਼ ਸਟ੍ਰੇਟਨ ਕਰਨਾ (clean and straighten every day) :- ਸਟੋਰ ਦੇ ਖੇਤਰਾਂ ਨੂੰ ਸਾਫ ਕਰਨਾ ਜਿਸਦੀ ਤੁਸੀਂ ਹਰ ਰੋਜ਼ ਵਰਤੋਂ ਕਰਦੇ ਹੋ।

ਸਫਾਈ ਲਈ ਸਮਾਂ ਨਿਸ਼ਚਿਤ ਕਰੋ (Set a timer for cleaning) :- ਔਖੀ ਸਫਾਈ ਨੂੰ ਕਰਨ ਤੋਂ ਪਹਿਲਾ ਟਾਈਮਰ ਨੂੰ ਸੈਟ ਕਰ ਲਵੋ ਜਾਂ ਕੰਮ ਦੀ ਸੇਧ ਕਰ ਲਵੋ ਜਾਂ ਆਪਣੇ ਆਪ ਨੂੰ ਟ੍ਰੈਕ ਅਖਾੜੇ ਤੇ ਖੜਾ ਕਰੋ ਜਦੋਂ ਤੁਸੀਂ ਬਹੁਤ ਸਾਰੇ ਕਮਰਿਆ ਦੀ ਹਲਕੀ ਸਫਾਈ ਕਰ ਰਹੇ ਹੋਵੋ। ਟਾਈਮਰ ਤੁਹਾਨੂੰ (ਟ੍ਰੇਕ) ਤੇ ਖੜੇ ਹੋਣ ਦੀ ਇਜ਼ਾਜ਼ਤ ਦੇਵੇਗਾ ਅਤੇ ਇਸ ਦੀ ਬਜਾਏ ਕਿ ਤੁਹਾਨੂੰ ਉਸ ਖੇਤਰ ਤੋਂ ਅਣ-ਅਕਰਸ਼ਿਤ ਕਰੇ ਜਿਸ ਨੂੰ ਤੁਸੀਂ ਹੁਣ ਕਰਨਾ ਚਾਹੁੰਦੇ ਹੋ। ਕਿਉਂਕਿ ਬਹੁਤ ਸਾਰੇ ਲੋਕ ਵੀ ਡੈਡਲਾਈਨ ਦੇ ਹੇਠਾਂ ਤੇਜ਼ੀ ਨਾਲ ਵਧੀਆ ਕੰਮ ਕਰਦੇ ਹਨ ਟਾਈਮਰ ਥੋੜੇ ਸਮੇਂ ਵਿੱਚ ਜ਼ਿਆਦਾ ਕੰਮ ਕਰਨ ਵਿੱਚ ਤੁਹਾਡੀ ਮਦਦ ਕਰੇਗਾ।

ਜੋਨਾ ਦੁਆਰਾ ਵਧੀਆ ਸਫਾਈ (Deep clean by ones) :- ਆਪਣੇ ਹਰ ਸਟੋਰ ਨੂੰ ਬਹੁ ਜੋਨਾ ਵਿੱਚ ਵੰਡੋ ਅਤੇ ਹਰ ਜੋਨ ਦੇ ਪਤੇ ਵਾਲੇ ਵਿਸ਼ੇਸ਼ ਖੇਤਰ ਤੇ ਰੋਜ਼ਾਨਾ ਦੇ ਅਧਾਰ ਤੇ ਸਫਾਈ ਕਰੋ। ਬਹੁ ਜੋਨਾ ਵਿੱਚ ਵਾਰੀ ਸਿਰ ਵਧੀਆਂ (ਡੂੰਘੀ) ਸਫਾਈ ਕਰਨ ਨਾਲ ਤੁਸੀਂ ਇਹ ਯਕੀਨੀ ਬਣਾ ਸਕਦੇ ਹੋ ਕਿ ਤੁਹਾਡਾ ਸਾਰਾ ਸਟੋਰ ਸੰਸਥਾ ਵਿੱਚ ਸਫਾਈ ਲਈ ਉਪਰਲੇ ਪੱਧਰ ਤੇ ਹੈ।

ਹਰ ਸ਼ੀਜ਼ਨ ਵਿੱਚ ਇਕ ਵਾਰ ਡੀਕਲੱਟਰ ਕਰਨਾ (Declutter once per season) :- ਹਰ ਵਾਰ ਮੌਸਮ ਬਦਲਦਾ ਹੈ ਅਤੇ ਉਹ ਕੁਝ ਸਮਾਂ ਕਲੱਟਰ ਨੂੰ ਸੰਬੋਧਨ ਕਰਦਾ ਹੈ ਜੋ ਸਟੋਰ ਵਿੱਚ ਤਿੰਨ ਮਹੀਨੇ ਪਹਿਲਾਂ ਇਕੱਠਾ ਹੋਇਆ ਹੈ।

ਘਰੇਲੂ ਪ੍ਰਬੰਧ ਸਹਾਇਕ ਦੀਆਂ ਜਿਮੇਵਾਰੀਆ (House keeping Associate responsibilities) :- ਘਰੇਲੂ ਪ੍ਰਬੰਧ ਸਹਾਇਕ ਕੰਪਨੀ ਦੇ ਵਿਭਾਗ ਦੇ ਘਰੇਲੂ ਪ੍ਰਬੰਧ ਦਾ ਪ੍ਰਬੰਧ ਕਰਦਾ ਹੈ। ਉਹ ਹੋਟਲਾਂ, ਹਸਪਤਾਲਾ, ਬਿਲਡਿੰਗ ਦੇ ਕਮਰਿਆ, ਦਫਤਰਾਂ ਅਤੇ ਨਰਸਿੰਗ ਹੋਮਾਂ ਵਿੱਚ ਕੰਮ ਕਰਦੇ ਹਨ। ਉਹ ਘਰੇਲੂ ਨੌਕਰਾਂ ਦਾ ਨਿਰੀਖਣ ਕਰਦੇ ਹਨ ਅਤੇ ਇਹ ਯਕੀਨੀ ਬਣਾਉਂਦੇ ਹਨ ਕਿ ਉਨ੍ਹਾਂ ਦੁਆਰਾ ਕੀਤਾ ਕੰਮ ਠੀਕ ਅਤੇ ਸੁਰੱਖਿਅਤ ਹੈ।

ਕਰਮਚਾਰੀਆ ਭਾੜੇ (ਮਜ਼ਦੂਰੀ) ਤੇ ਲਿਆਉਣਾ ਅਤੇ ਟ੍ਰੇਨ ਕਰਨਾ (Hire and train new employes) :-

ਕੁਝ ਕੰਮਾਂ ਵਿੱਚ ਘਰੇਲੂ ਪ੍ਰਬੰਧ ਸਹਾਇਕ ਉਮੀਦਵਾਰਾ ਦੀਆ ਨੌਕਰੀਆਂ ਲਈ ਬਿਨੈ ਪੱਤਰਾ ਨੂੰ ਵਿਚਾਰਦੇ ਹਨ, ਉਮੀਦਵਾਰਾਂ ਦੀ ਇੰਟਰਵਿਊ ਲੈਂਦੇ ਹਨ, ਉਨ੍ਹਾਂ ਨੂੰ (ਭਾੜੇ) ਮਜ਼ਦੂਰੀ ਤੇ ਲਿਆਉਂਦੇ ਹਨ ਅਤੇ ਟ੍ਰੇਨ ਕਰਦੇ ਹਨ। ਸਹਾਇਕ ਨਵੇਂ ਕਰਮਚਾਰੀਆ ਨੂੰ ਉਨ੍ਹਾਂ ਦੇ ਭਿੰਨ ਭਿੰਨ ਕੰਮਾਂ ਨੂੰ ਦਿਖਾਉਂਦਾ ਹੈ ਜੋ ਉਸ ਦੇ ਦਿਨ ਦੇ ਅੰਤ ਤਕ ਪੂਰਾ ਕਰਨਾ ਹੁੰਦਾ ਹੈ ਅਤੇ ਉਹ ਜੋ ਸਵਾਲ ਪੁਛਦੇ ਹਨ ਉਨ੍ਹਾਂ ਦਾ ਉੱਤਰ ਦੇਣਾ ਹੁੰਦਾ ਹੈ।

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

1.ਖੇਤਰ ਦਾ ਟੂਰ ਲਗਾਉਣਾ (Tour the area) :- ਹਾਊਸ ਕੀਪਿੰਗ ਸਹਾਇਕ ਕਰਮਚਾਰੀਆ ਨੂੰ ਦਿੱਤੇ ਗਏ ਕਮਰਿਆਂ ਦੇ ਕੰਮ ਨੂੰ ਜਾ ਕੇ ਚੈਂਕ ਕਰਨਾ ਹੁੰਦਾ ਹੈ ਅਤੇ ਇਹ ਯਕੀਨੀ ਬਣਾਉਂਦੇ ਹਨ ਕਿ ਉਨ੍ਹਾਂ ਨੇ ਸਹੀ ਢੰਗ ਨਾਲ ਆਪਣਾ ਕੰਮ ਪੂਰਾ ਕੀਤਾ ਹੈ। ਉਦਾਹਰਣ ਦੇ ਤੌਰ ਤੇ ਹੋਟਲ ਦੇ ਸੁਪਰਵਾਇਜ਼ਰ ਨੇ ਇਹ ਦੱਸਣਾ ਹੁੰਦਾ ਹੈ ਕਿ ਕੁਝ ਪਾਖਾਣੇ ਚੰਗੀ ਤਰ੍ਹਾਂ ਸਾਫ ਨਹੀਂ ਕੀਤੇ ਗਏ ਹਨ।

2.ਸਫਾਈ ਲਈ ਕਰਤੱਵ (Cleaning duties) :- ਹਾਊਸ ਕੀਪਿੰਗ ਸਹਾਇਕ ਸਫਾਈ ਕਰਨ ਦੀਆਂ ਕੁਝ ਡਿਊਟੀਆ ਨਿਭਾਉਂਦਾ ਹੈ ਉਦਾਹਰਣ ਦੇ ਤੌਰ ਤੇ ਇਕ ਹੋਟਲ ਦਾ ਹਾਊਸ ਕੀਪਿੰਗ ਦਿਨ ਦਾ ਕੁਝ ਸਮਾਂ ਤੌਲੀਆ ਨੂੰ ਧੋਣ ਅਤੇ ਉਨ੍ਹਾਂ ਨੂੰ ਸਾਫ ਕਰਕੇ ਕਮਰਿਆ ਵਿੱਚ ਵਾਪਸ ਲੈ ਕੇ ਜਾਣ ਵਿੱਚ ਲਗਾਉਂਦਾ ਹੈ ਅਤੇ ਫਿਰ ਦਿਨ ਦਾ ਬਾਕੀ ਸਮਾਂ ਕੂੜੇ ਕਰਕਟ ਵਾਲੇ ਬੈਗਾਂ ਨੂੰ ਬਦਲਣ ਵਿੱਚ ਲਗਾਉਂਦਾ ਹੈ।

3.ਟ੍ਰੇਨਿੰਗ (Traning) :- ਹਾਊਸ ਕੀਪਿੰਗ ਸਹਾਇਕ ਨੇ ਆਮ ਤੌਰ ਤੇ ਹਾਈ ਸਕੂਲ ਦਾ ਡਿਪਲੋਮਾ ਕੀਤਾ ਹੁੰਦਾ ਹੈ ਅਤੇ ਹਾਊਸ ਕੀਪਰ ਦੀ ਕੰਮ ਦੀ ਨੌਕਰੀ ਕੀਤੀ ਹੁੰਦੀ ਹੈ ਪਰ ਕੁਝ ਮਹੀਨੇ ਇਸ ਨੋਕਰੀ ਤੇ ਕੰਮ ਕਰਨ ਤੋਂ ਬਾਅਦ ਪਦ ਉਨਤ ਹੋ ਕੇ ਇਸ ਅਹੁੱਦੇ ਤੇ ਆਇਆ ਹੁੰਦਾ ਹੈ। ਸੁਪਰ ਵਾਇਜਰ ਨੂੰ ਹਾਊਸ ਕੀਪਿੰਗ ਤਕਨੀਕਾਂ ਤੇ ਕੇਂਦ੍ਰਿਤ ਕਰਨ ਲਈ ਕੰਪਨੀ ਦੁਆਰਾ ਕਰਵਾਏ ਜਾਣ ਵਾਲੇ ਕੋਰਸ ਕਰਨ ਦੀ ਲੋੜ ਹੁੰਦੀ ਹੈ।

4.ਹਾਊਸ ਕੀਪਿੰਗ ਸੁਪਰਵਾਈਜਰ ਦੀਆ ਡਿਊਟੀਆਂ (Duties of a housekeeping supervisor) :- ਹਾਊਸ ਕੀਪਿੰਗ ਸੁਪਰਵਾਈਜਰ ਆਪਣੀਆ ਧਿਆਨ ਰੱਖਣ ਵਾਲੀਆਂ ਅੱਖਾਂ ਨਾਲ ਕਰਮਚਾਰੀਆ ਦੀ ਅਨੁਸਰਨ ਤੋਂ ਇਲਾਵਾ ਹੋਰ ਬਹੁਤ ਸਾਰੇ ਕੰਮ ਕਰਦਾ ਹੈ। ਜਿਵੇਂ ਹਾਊਸ ਕੀਪਰ ਦੀ ਤਰ੍ਹਾਂ ਹਾਊਸਕੀਪਿੰਗ ਸੁਪਰਵਾਈਜਰ ਕਈਆਂ ਪ੍ਰਬੰਧਾਂ ਵਿੱਚ ਕੰਮ ਕਰਦਾ ਹੈ। ਜਿਵੇਂ ਹਸਪਤਾਲ, ਹੋਟਲਾਂ ਅਤੇ ਨਰਸਿੰਗ ਹੋਮ ਹਾਊਸਕੀਪਿੰਗ ਸੁਪਰਵਾਈਜਰ ਨੂੰ ਮਿਹਨਤੀ ਅਤੇ ਨਿਰਭਰ ਹੋਣਾ ਚਾਹੀਦਾ ਹੈ ਅਤੇ ਚੰਗੀ ਸਿਹਤ ਅਤੇ ਦੂਜਿਆ ਨਾਲ ਚੰਗੇ ਸਬੰਧ ਵੀ ਹੋਣੇ ਚਾਹੀਦੇ ਹਨ। ਉਹ ਜਦੋਂ ਆਪਣੀਆ ਹੇਠ ਲਿਖੀਆ ਸਾਰੀਆਂ ਜਿਮੇਵਾਰੀਆ ਪੂਰੀਆਂ ਕਰ ਰਿਹਾ ਹੋਵੇ।

5. **ਡਿਊਟੀਆ ਸੌਂਪਣੀਆ ਅਤੇ ਨਿਰੀਖਣ ਕਰਨਾ** (Assign duties and inspect) :- ਹਾਊਸਕੀਪਿੰਗ ਸੁਪਰਵਾਈਜ਼ਰ ਆਮ ਤੌਰ ਤੇ ਕੰਮ ਦਾ, ਹਾਉਸਕੀਪਿੰਗ ਸਹਾਇਕ ਅਤੇ ਹਾਉਸਕੀਪਰਾਂ ਨੂੰ ਡਿਉਟੀਆਂ ਸੌਂਪਣ ਦੇ ਵੀ ਜਿਮੇਵਾਰ ਹੁੰਦੇ ਹਨ। ਉਨ੍ਹਾਂ ਨੂੰ ਉਹ ਡਿਊਟੀਆਂ ਸੌਂਪਦਾ ਹੈ ਜਿਵੇਂ ਕਿ ਬਾਥਰੂਮਜ਼ ਨੂੰ ਸਾਫ ਕਰਨਾ, ਹੋਟਲਾਂ ਅਤੇ ਰਿਜੋਰਟਾ ਦੀਆ ਲੋਬੀ ਖੇਤਰਾਂ ਨੂੰ ਸਾਫ ਕਰਨਾ ਜਾਂ ਕੂੜਾ ਕਰਕਟ ਨੂੰ ਬਾਹਰ ਕੱਢਣਾ। ਕੰਮ ਪੂਰਾ ਹੋਣ ਤੋਂ ਬਾਅਦ ਇਹ ਯਕੀਨੀ ਬਣਾਉਣ ਲਈ ਨਿਰੀਖਣ ਕਰਦਾ ਹੈ ਕਿ ਕੰਮ ਵਾਲੇ ਸਥਾਨ ਲਈ ਸਫਾਈ ਦਾ ਕੰਮ ਉਚਿਤ ਪੱਧਰ ਦਾ ਹੈ।

6.ਸਡਿਊਲ ਅਤੇ ਨਿਗਰਾਨੀ :- ਦੂਜੇ ਹਾਊਸ ਕੀਪਿੰਗ ਸਹਾਇਕ ਅਤੇ ਹਾਊਸ ਕੀਪਿੰਗ ਸਹਾਇਕਾ ਅਤੇ ਕੰਮ ਜੋ ਹਾਊਸ ਕੀਪਰਜ ਸਡਿਊਲ ਅਨੁਸਾਰ ਹਰ ਰੋਜ਼ ਕਰਦੇ ਹਨ ਅਤੇ ਬਿਲਡਿੰਗ ਦੇ ਕਿਸੇ ਭਾਗ ਵਿੱਚ ਕੰਮ ਕਰ ਸਕਦੇ ਹਨ। ਜੇਕਰ ਉਹ ਕਿਸੇ ਵੱਡੇ ਕੰਮ ਅਦਾਰੇ ਵਿੱਚ ਕੰਮ ਕਰਦੇ ਹਨ ਜਿਵੇਂ ਕਿ ਰਿਜੋਰਟ, ਹੋਟਲ ਜਾਂ ਕਾਰਪੋਰੇਸ਼ਨ ਇਕ ਹੋਰ ਮਹੱਤਵਪੂਰਨ ਕਰਤੱਵ ਇਹ ਹੈ ਕਿ ਹਾਊਸ ਕੀਪਿੰਗ ਨਿਰੀਖਕ ਇਹ ਯਕੀਨੀ ਬਣਾਉਂਦਾ ਹੈ ਕਿ ਦੂਜੇ ਸਫਾਈ ਕਰਨ ਵਾਲੇ ਆਪਣੇ ਕੰਮ ਵਿੱਚ ਧਿਆਨ ਦਿੰਦੇ ਹਨ ਅਤੇ ਇਹ ਯਕੀਨੀ ਬਣਾਉਂਦਾ ਹੈ ਕਿ ਬਿਲਡਿੰਗ ਨੂੰ ਤਰਤੀਬ ਵਿੱਚ ਸਾਫ ਕਰਦੇ ਹਨ।

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

ਵਸਤੂ ਸੂਚੀ (**ਸਟੋਰ**) **ਨੂੰ ਕਾਇਮ ਰੱਖਣਾ ਅਤੇ ਭਾੜੇ ਤੇ ਲੈਣਾ** (**Maintain inventory and Hire**) **:-**
ਹਾਊਸ ਕੀਪਿੰਗ ਸੁਪਰਵਾਈਜਰ ਆਮ ਤੌਰ ਤੇ ਕਲੀਨਿੰਗ ਦਾਇਰੇ ਲਈ ਸਪਲਾਈ ਉਪਕਰਨ ਅਤੇ ਵਸਤੂ ਦੇ ਮੁੜ (ਆਰਡਰ) ਆਦੇਸ਼ ਦਿੰਦਾ ਹੈ ਜਦੋਂ ਉਨ੍ਹਾਂ ਦੀ ਕਮੀ ਹੋਵੇ। ਉਸ ਨੂੰ ਨਿਰੰਤਰ ਅਧਾਰ ਤੇ ਵਸਤੂ ਸੂਚੀ ਨੂੰ ਰੱਖਣਾ ਚਾਹੀਦਾ ਹੈ ਇਹ ਯਕੀਨੀ ਬਣਾਉਣ ਲਈ ਕਿ ਠੀਕ ਸਮੇਂ ਅਤੇ ਉਚਿਤ ਢੰਗ ਨਾਲ ਸਫਾਈ ਸੇਵਾ ਦਿੱਤੀ ਜਾ ਰਹੀ ਹੈ।

ਅਭਿਆਸ : ਮੁਲੰਕਣ

1. ਕਿਸੇ ਸੁਰੱਖਿਆ ਸੰਸਥਾ ਵਿੱਚ ਜਾਓ ਅਤੇ ਸਕਿਊਰਟੀ ਸਹਿਯੋਗੀ ਦਾ ਇਕ ਦਿਨ ਅਨੁਸਰਨ ਕਰੋ। ਜੇਕਰ ਕੋਈ ਪੁੱਛਗਿੱਛ ਹੈ ਤਾਂ ਸਕਿਊਰਟੀ ਸਹਿਯੋਗੀ ਤੋਂ ਸਪਸ਼ਟ ਕਰੋ। ਆਪਣੀ ਛਾਣ ਬੀਨ ਦੇ ਅਧਾਰ ਤੇ ਰਿਪੋਰਟ ਲਿਖੋ ਅਤੇ ਬਿਨ੍ਹਾਂ ਬਣਤਰ ਵਾਲੇ ਪ੍ਰਸ਼ਨ ਦਾ ਕਰਤੱਵਾਂ, ਗਿਆਨ ਦਾ ਹੁਨਰ, ਜਿਮੇਵਾਰੀਆ ਅਤੇ ਇਸ ਕਿੱਤੇ ਵਿੱਚ ਤਜ਼ਰਬਾ ਕਿਵੇਂ ਨਜ਼ਰ ਆਉਂਦਾ ਹੈ ਦੇ ਅਧਾਰ ਤੇ ਰਿਪੋਰਟ ਤਿਆਰ ਕਰੋ। ਇਨ੍ਹਾਂ ਸਾਰਿਆ ਦਾ ਵਰਣਨ ਅਸਲੀ ਜਿੰਦਗੀ ਦੀ ਉਦਾਹਰਣ ਵਜੋਂ ਦਿਓ। ਕੰਮ ਅਤੇ ਆਪਣੀਆਂ ਸਲਾਹਾ ਸਥਿਤੀ ਦੇ ਅਧਾਰ ਸ਼ਾਮਿਲ ਕਰਨ ਦੀ ਕੋਸ਼ਿਸ਼ ਕਰੋ।
2. ਕਿਸੇ ਮਾਲ ਜਾਂ ਸਟੋਰ ਤੇ ਜਾਓ ਅਤੇ ਹਾਊਸਕੀਪਿੰਗ ਸਹਿਯੋਗੀ ਨੂੰ ਅਨੁਸਰਨ ਕਰੋ ਅਸਲੀ ਤਸਵੀਰ ਸਹਿਤ ਅਸਾਈਨਮੈਂਟ ਤਿਆਰ ਕਰੋ ਅਤੇ ਹਾਊਸਕੀਪਿੰਗ ਕਿਰਿਆ ਦੀਆਂ ਜਿਮੇਵਾਰੀਆਂ, ਕਰਤੱਵਾਂ ਨੂੰ ਪੂਰੀਆਂ (ਕਵਰ) ਕਰਨ ਦੀ ਕੋਸ਼ਿਸ ਕਰੋ ਅਤੇ ਚੰਗੇ ਹਾਊਸਕੀਪਿੰਗ ਦੇ ਨੁਕਤੇ ਦੱਸੋ।

ਮੁਲੰਕਣ

ਖਾਲੀ ਥਾਵਾਂ ਭਰੋ

1. ਰਾਜੀਵ ਗਾਂਧੀ ਸ਼੍ਰਮਿਕ ਕਲਿਆਣ ਯੋਜਨਾ 2005 ਵਿੱਚ ਬੋਨਸ ਅਦਾਇਗੀ ਦੀ ਵੱਧ ਤੋਂ ਵੱਧ ਰਕਮ ____________ ਹੁੰਦੀ ਹੈ।
2. ਪ੍ਰਪੱਕਤਾ ਲਾਭ ਜਨੇਪਾ ਗਰਭਵਤੀ ਸਹੂਲਤਾਂ ਲਾਭਾ ਦੀ ਅਦਾਇਗੀ ______________ ਲਈ ਕੀਤੀ ਜਾਂਦੀ ਹੈ ਜਿਸਨੂੰ ਅੱਗੇ ____________ ਮਹੀਨੇ __________ ਦੀ ਸਲਾਹ ਤੇ ਵਧਾਇਆ ਜਾ ਸਕਦਾ ਹੈ।
3. ਰਾਜ ਕਰਮਚਾਰੀ ਬੀਮਾ ਸਕੀਮ ਦਾ ਕਵਰੇਜ (ਘੇਰਾ) ਮਾਰਜਨਲ 1.75% ਹਿਸੇ _____________ ਤੇ ਉਪਲੱਬਧ ਹੈ।
4. ਬੀਮਾਰੀ ਲਈ ਲਾਭ ਦੇ ਅਧੀਨ ਨਕਦ ਮੁਆਵਜਾ ___________ ਪ੍ਰਤੀਸ਼ਤ ਉਜਰਤ ਦੇ ਹਿਸਾਬ ਨਾਲ ਬੀਮਾ ਹੋਏ ਵਰਕਰ ਨੂੰ ਅਦਾਇਗੀ ਕੀਤੀ ਜਾਂਦੀ ਹੈ।
5. _________ ਸਾਲ ਪੂਰੇ ਹੋਣ ਤੇ ਫੰਡ ਦਾ ਚੰਦਾ ਸਾਰੇ ਕਰਮਚਾਰੀਆ ਨੂੰ ਲੈਣ _____________ ਰਿਟਾਇਰਮੈਂਟ ਦੀ ____________ ਸਾਲਾਂ ਪੂਰੇ ਹੋਣ ਤੇ।
6. ਔਸਤ ਹਾਊਸਕੀਪਿੰਗ ਦੇ ਮੁੱਖ ਕਰਤੱਵ ਸਾਫ ਕਰਨਾ ਹੈ ਜਾਂ ਇਕ ਖਾਸ ਖੇਤਰ ਨੂੰ ___________
7. ਸਾਰੇ ਫਰਸਾਂ ਨੂੰ ਵੈਕਿਉਮਿੰਗ ਦੁਆਰਾ ___________ ਜਾਂ ਸਾਫ ਕਰਨਾ ਅਤੇ ਮੌਪਿੰਗ ਕਰਨਾ ਹੈ ਇਹ ਕਦਮ ਡਿਊਟੀ ਦਾ __________ ਹੋਣਾ ਚਾਹੀਦਾ ਹੈ ਜਿਸ ਨੂੰ ਹਾਊਸਕੀਪਿੰਗ ਆਪਣੀ ਡਿਊਟੀ ਖਤਮ ਹੋਣ ਤੋਂ ਪਹਿਲਾ ਕਰਦਾ ਹੈ।
8. ਹਾਊਸਕੀਪਿੰਗ ਦੀ ਕਿਰਿਆ ਦੇ ਪ੍ਰਬੰਧ ਲਈ, ਹਾਊਸਕੀਪਿੰਗ ਦੇ ਸਾਰੇ ਕੰਮਾਂ ਨੂੰ _________ ਜ਼ਰੂਰਤ ਹੈ।

(ਅ) ਬਹੁ ਵਕਲੱਪੀ ਪ੍ਰਸ਼ਨ

ਸਹੀ ਉਤਰ ਤੇ ਨਿਸ਼ਾਨ ਲਗਾਓ

1. ਵਿਅਕਤੀਗਤ ਸੁਰੱਖਿਆ ਗਾਰਡਾ ਨੂੰ ਇਹ ਵੀ ਕਿਹਾ ਜਾਂਦਾ ਹੈ

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

(i) ਬਲੈਕ ਕੈਟਸ (ਸੂਹੀਏ)

(ii) ਬਾਊਸਰਜ (ਰੱਖਿਅਕ)

(iii) ਏ ਅਤੇ ਬੀ ਦੋਵੇ

(iv) ਉਪਰਲਿਆ ਵਿੱਚੋਂ ਕੋਈ ਵੀ ਨਹੀਂ

2. ਬਾਊਸਰ (ਰੱਖਿਅਕ)

(i) ਆਲੇ ਦੁਆਲੇ ਘੁੰਮਣ ਵਾਲੇ

(ii) ਪ੍ਰਾਈਵੇਟ ਸੁਰੱਖਿਆ

(iii) ਅੰਦਰੂਨੀ ਅਤੇ ਬਾਹਰਲੇ ਵਪਾਰ ਲਈ

(iv) ਵਿਅਕਤੀਗਤ ਸੁਰੱਖਿਆ

3. ਸਕਿਊਰਟੀ ਗਾਰਡ ਇਕ ਸਥਾਨ ਤੇ ਰੁਕਦੇ ਹਨ ਅਤੇ ਲੋਕਾਂ ਦੀ ਅਗਵਾਈ ਇਲੈਕਟੋਨਿਕ ਕੈਮਰੇ ਪ੍ਰਣਾਲੀ ਦੁਆਰਾ ਕਰਦੇ ਹਨ

(i) ਸਥਿਰ ਲੋਕ (ਅਗਤੀਸ਼ੀਲ ਲੋਕ)

(ii) ਵਿਅਕਤੀਗਤ ਸਕਿਊਰਟੀ

(iii) ਪ੍ਰਾਈਵੇਟ ਸੁਰੱਖਿਆ

(iv) ਸਹਿਕਾਰੀ ਸੁਰੱਖਿਆ

4. ਇਹ ਕਰਮਚਾਰੀ ਇੰਨਸੋਰੈਂਸ ਸਕੀਮ ਦੇ ਘੇਰੇ ਹੇਠ ਨਹੀਂ ਆਉਂਦੇ

(i) ਮੈਡੀਕਲ ਲਾਭ

(ii) ਮਜਦੂਰਾਂ ਨੂੰ ਮੁਆਵਜਾ

(iii) ਬਿਮਾਰੀ ਲਈ ਲਾਭ

(iv) ਕੰਨਫਾਈਨਮੈਂਟ ਖਰਚੇ

ਏ) ਸੰਖੇਪ ਪ੍ਰਸ਼ਨ ਉੱਤਰ

1. ਪ੍ਰਾਈਵੇਟ ਸੁਰੱਖਿਆ ਵਿੱਚ ਕਰੀਅਰ ਦੇ ਮੌਕਿਆ ਦਾ ਵਰਣਨ ਕਰੋ।
2. ਸੁਰੱਖਿਆ ਸਹਿਯੋਗੀ ਦੀਆਂ ਜਿਮੇਵਾਰੀਆਂ ਅਤੇ ਕਰਤੱਵਾਂ ਬਾਰੇ ਲਿਖੋ।
3. ਸਕਿਊਰਟੀ ਸਹਿਯੋਗੀ ਦੇ ਗਿਆਨ, ਹੁਨਰ ਅਤੇ ਤਜਰਬੇ ਦੀਆਂ ਜ਼ਰੂਰਤਾਂ ਬਾਰੇ ਪਛਾਣ ਦਿਓ।
4. ਸਕਿਊਰਟੀ ਸੁਪਰਵਾਈਜਰ ਦੇ ਕਰਤੱਵ ਅਤੇ ਜਿਮੇਵਾਰੀਆ ਬਾਰੇ ਵਰਣਨ ਕਰੋ।

ਹੇਠਾਂ ਲਿਖਿਆ ਤੇ ਸੰਖੇਪ ਨੋਟ ਲਿਖੋ।

- ਕੰਟਰੋਲ ਰੂਮ
- ਗਸ਼ਤ
- ਕੰਟਰੋਲ ਸਿਸਟਮ ਤੇ ਪਹੁੰਚ
- ਹਾਊਸ ਕੀਪਿੰਗ ਕਿਰਿਆ ਦਾ ਸੰਗਠਨ
- ਚੰਗੇ ਹਾਊਸਕੀਪਿੰਗ ਵਿੱਚ ਸਫਾਈ ਦੇ ਨੁਕਤੇ।

5. ਹਾਊਸਕੀਪਿੰਗ ਸਹਿਯੋਗੀ ਦੇ ਕਰਤੱਵ ਅਤੇ ਜਿਮੇਵਾਰੀਆ ਨੂੰ ਲੱਭੋ।

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

ਮੁਲੰਕਣ ਕਿਰਿਆ ਲਈ ਚੈਕਲਿਸਟ

ਭਾਗ (ੳ)

ਹੇਠ ਲਿਖੀ ਚੈਕ ਲਿਸਟ ਨੂੰ ਇਹ ਦੇਖਣ ਲਈ ਵਰਤੋਂ ਕਿ ਤੁਸੀਂ ਸਾਰੀਆਂ ਜ਼ਰੂਰਤਾਂ ਪੂਰੀਆਂ ਕਰ ਲਈਆ ਹਨ।

- ਸਕਿਉਰਟੀ ਗਾਰਡ ਦੀਆਂ ਕਿਸਮਾਂ ਬਾਰੇ ਅੰਤਰ ਸਪਸ਼ਟ ਕਰੋ।
- ਪ੍ਰਚੂਨ ਵਾਤਾਵਰਣ ਵਿੱਚ ਸਕਿਉਰਟੀ ਸਹਿਯੋਗੀ ਦੇ ਕਾਰਜਾਂ ਦਾ ਰੋਲ ਪਛਾਣੋ।
- ਹਾਉਸਕੀਪਿੰਗ ਸਹਿਯੋਗੀ ਦੇ ਕਾਰਜਾ, ਕਰਤੱਵਾਂ ਅਤੇ ਜਿਮੇਵਾਰੀਆ ਨੂੰ ਲੱਭੋ।

ਭਾਗ (ਅ)

ਜਮਾਤ ਵਿੱਚ ਚਰਚਾ ਕੀਤੀ

- ਭਾਰਤ ਵਿੱਚ ਸਕਿਉਰਟੀ ਗਾਰਡ ਦੀ ਪੋਸਟ (ਨੌਕਰੀ) ਦੀ ਨਿਯੁਕਤੀ ਲਈ ਯੋਜਨਾਵਾਂ ਸਿਧਾਂਤ ਕੀ ਹੈ ?
- ਪਤਾ ਕਰੋ ਸੇਵਾ ਦੌਰਾਨ ਸਕਿਉਰਟੀ ਗਾਰਡ ਕਿਹੜੇ ਮੁਢਲੇ ਲਾਭ ਅਤੇ ਤਨਖਾਹ ਲੈਂਦੇ ਹਨ ?

ਭਾਗ (ੲ)

ਕਾਰਗੁਜਾਰੀ ਪੱਧਰ

ਕਾਰਗੁਜਾਰੀ ਕਰਨ ਦੇ ਪੱਧਰ ਵਿੱਚ ਸ਼ਾਮਿਲ ਹੈ	ਹਾਂ	ਨਹੀਂ
• ਪ੍ਰਚੂਨ ਵਾਤਾਵਰਣ ਵਿੱਚ ਸਕਿਉਰਟੀ ਸਹਿਯੋਗੀ ਦਾ ਰੋਲ ਅਤੇ ਕਾਰਜਾਂ ਨੂੰ ਪਛਾਣ ਦੇ ਯੋਗ ਹੋਣਾ।		
• ਸਕਿਉਰਟੀ ਸੁਪਰਵਾਇਜਰ ਦੇ ਕਰਤੱਵਾਂ ਅਤੇ ਜਿਮੇਵਾਰੀਆ ਨੂੰ ਵਰਣਨ ਕਰਨ ਦੇ ਯੋਗ ਹੋ।		
• ਹਾਉਸਕੀਪਿੰਗ ਸਹਿਯੋਗੀ ਦੇ ਕੰਮਾਂ, ਕਰਤੱਵਾਂ ਅਤੇ ਜਿਮੇਵਾਰੀਆ ਨੂੰ ਵਰਣਨ ਕਰਨ ਦੇ ਯੋਗ ਹੋ।		
• ਹਾਉਸਕੀਪਿੰਗ ਸੁਪਰਵਾਇਜਰ ਦੇ ਕਰਤੱਵਾਂ ਅਤੇ ਜਿਮੇਵਾਰੀਆ ਨੂੰ ਪਛਾਣ ਦੇ ਯੋਗ ਹੋ।		

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

RS404-NQ2014

ਪ੍ਰਚੂਨ ਵਿਕਰੀ ਪ੍ਰਬੰਧ

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

ਜਾਣ-ਪਛਾਣ (Introduction)

ਪ੍ਰਚੂਨ ਵਿੱਚ ਵਿਕਰੀ ਕਰਨ ਵਾਲੇ ਲੋਕ ਪ੍ਰਚੂਨ ਵਪਾਰੀ ਦੇ ਮਾਰਕੀਟਿੰਗ ਮਿਕਸ ਵਿੱਚ ਮਹੱਤਵਪੂਰਨ ਭੂਮਿਕਾ ਨਿਭਾਉਂਦੇ ਹਨ। ਮਨੁੱਖੀ ਸੰਸਾਧਨਾਂ ਦਾ ਨਿਯੰਤਰਣ ਇਹਨਾਂ ਸਾਰਿਆਂ ਵਿੱਚ ਬਹੁਤ ਮਹੱਤਵਪੂਰਨ ਹੈ। ਇਹ ਨਿਰੀਖਣ ਦੀ ਪ੍ਰਕਿਰਿਆ ਦੁਆਰਾ ਕੀਤਾ ਜਾਂਦਾ ਹੈ। ਸੁਪਰ (Super) ਦਾ ਅਰਥ ਹੈ ਉੱਪਰ ਅਤੇ ਵਿਜ਼ਨ (vision) ਦਾ ਅਰਥ ਹੈ ਦੂਜਿਆਂ ਦੇ ਕੰਮ ਨੂੰ ਦੇਖਣਾ। ਸੁਪਰਵਿਜ਼ਨ ਨਿਰੀਖਕ ਹੇਠ ਕੰਮ ਕਰਨ ਵਾਲਿਆ ਕਰਮਚਾਰੀਆ/ ਕਾਮਿਆ ਦੇ ਕੰਮ ਨੂੰ ਦੇਖਣ ਦੀ ਉਹ ਕਿਰਿਆ ਹੈ ਜਿਹੜੀ ਇਹ ਯਕੀਨੀ ਬਣਾਉਂਦੀ ਹੈ ਕਿ ਜਿਵੇਂ ਚਾਹੀਦਾ ਹੈ ਕੰਮ ਉਸ ਤਰ੍ਹਾਂ ਕੀਤਾ ਗਿਆ ਹੈ। ਪ੍ਰਬੰਧਨ ਸੈਟ ਅੱਪ ਵਿੱਚ ਨਿਰੀਖਕ ਮਹੱਤਵਪੂਰਨ ਭੂਮਿਕਾ ਨਿਭਾਉਂਦਾ ਹੈ।

ਨਿਰੀਖਕ ਉਹ ਵਿਅਕਤੀ ਹੁੰਦਾ ਹੈ ਜਿਸ ਦਾ ਸਿੱਧਾ ਸੰਬੰਧ ਰੈਂਕ ਅਤੇ ਫਾਈਲ ਜਾਂ ਅਧੀਨ ਕਰਮਚਾਰੀਆ ਨਾਲ ਹੁੰਦਾ ਹੈ ਅਤੇ ਪ੍ਰਬੰਧਕਾਂ ਅਤੇ ਅਧੀਨ ਕਰਮਚਾਰੀਆਂ ਵਿਚਕਾਰ ਕੜੀ ਦਾ ਕੰਮ ਕਰਦਾ ਹੈ।

ਕਾਮਿਆਂ ਨੂੰ ਹਰ ਕਦਮ ਤੇ ਆਪਣੀਆਂ ਉਲਝਣਾ ਨੂੰ ਦੂਰ ਕਰਨ ਲਈ ਨਿਰੀਖਕ ਦੀ ਅਗਵਾਈ ਦੀ ਲੋੜ ਪੈਂਦੀ ਹੈ। ਉਨ੍ਹਾਂ ਤੋਂ ਵਧੀਆ ਕੰਮ ਲੈਣ ਲਈ ਉਹ ਉਚਿਤ ਤਰੀਕੇ ਦੱਸਦਾ ਹੈ। ਉਹ ਯੋਜਨਾਕਾਰ ਅਤੇ ਗਾਈਡ ਦਾ ਕੰਮ ਕਰਦਾ ਹੈ। ਨਿਰੀਖਕ ਆਪਣੇ ਅਧੀਨ ਕਰਮਚਾਰੀਆਂ ਲਈ ਉਤਪਾਦਨ ਦਾ ਨਿਸ਼ਾਨਾ ਨਿਸ਼ਚਿਤ ਕਰਦਾ ਹੈ ਅਤੇ ਸਵੈ ਇੱਛਤ ਨਤੀਜਿਆਂ ਲਈ ਢੰਗ ਤਰੀਕੇ ਨਿਰਧਾਰਿਤ ਕਰਦਾ ਹੈ। ਨਿਰੀਖਕ ਬਹੁਤ ਸਾਰਾ ਸਮਾਂ ਨਿਰੀਖਣ ਵਿੱਚ ਲਗਾਉਂਦਾ ਹੈ।

ਉਹ ਆਪਣੇ ਗਰੁੱਪ ਲਈ ਕਿਰਿਆਵਾਂ ਅਤੇ ਸੰਸਾਧਨਾਂ ਦਾ ਤਰਤੀਬਵਾਰ ਪ੍ਰਬੰਧ ਕਰਦਾ ਹੈ। ਉਹ ਆਪਣੇ ਅਧੀਨ ਹਰੇਕ ਕਰਮਚਾਰੀ ਨੂੰ ਕੰਮ ਸੌਂਪਦਾ ਹੈ ਅਤੇ ਉਨ੍ਹਾਂ ਨੂੰ ਉਚਿਤ ਅਧਿਕਾਰ ਦੇ ਕੇ ਆਪਣੇ ਪ੍ਰਤੀਨਿਧ ਬਣਾਉਂਦਾ ਹੈ। ਨਿਰੀਖਕ ਸੰਸਥਾ ਵਿੱਚ ਰੁਤਬੇ ਦੇ ਅਨੁਸਾਰ ਰਣਨੀਤਿਕ ਸਥਿਤੀ ਹਾਸਿਲ ਕਰਦਾ ਹੈ। ਉਹ ਸੰਸਥਾ ਦੇ ਕਾਨੂੰਨ ਨੂੰ ਸਿੱਧੇ ਤੌਰ ਤੇ ਲਾਗੂ ਕਰਨ ਲਈ ਜਿੰਮੇਵਾਰ ਹੁੰਦਾ ਹੈ। ਨਿਰੀਖਕ ਸ਼ੁਰੂਆਤੀ ਕੜੀ ਹੈ ਜੋ ਵਪਾਰਕ ਅਦਾਰੇ ਦੇ ਇੰਜਣ ਨੂੰ ਚਲਾਉਂਦੀ ਹੈ ਅਤੇ ਪ੍ਰਬੰਧਕੀ ਗਤੀ ਨੂੰ ਹਰਕਤ ਵਿੱਚ ਰੱਖਦੀ ਹੈ।

ਇਸ ਯੂਨਿਟ ਵਿੱਚ ਅਸੀਂ ਉਤਪਾਦਾਂ ਵਸਤਾਂ ਦੀ ਪ੍ਰਦਸ਼ਰਨੀ ਅਤੇ ਗਾਹਕਾਂ ਦੀਆਂ ਲੋੜਾਂ ਨੂੰ ਪੂਰਾ ਕਰਨਾ, ਉਤਪਾਦ ਦੀ ਵਿਕਰੀ ਅਤੇ ਸਪੁਰਦਗੀ, ਸਟੋਰ ਖੇਤਰਾਂ ਨੂੰ ਬਣਾਈ ਰੱਖਣਾ ਅਤੇ ਸਟੇਕ ਹੋਲਡਰ (ਹਿੱਸੇਦਾਰ) ਨਾਲ ਪ੍ਰਭਾਵਸ਼ਾਲੀ ਗੱਲਬਾਤ ਕਰਨਾ ਅਤੇ ਪ੍ਰਚੂਨ ਵਿਕਰੀ ਐਸੋਸੀਏਟ ਦੀਆਂ ਜਿੰਮੇਵਾਰੀਆਂ ਅਤੇ ਕਰਤੱਵ ਅਤੇ ਪ੍ਰਚੂਨ ਵਿਕਰੀ ਦੇ ਨਿਰੀਖਕ ਬਾਰੇ ਜਾਣਕਾਰੀ ਲਵਾਂਗੇ।

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

ਸੈਸ਼ਨ-1 ਉਤਪਾਦਕ ਵਸਤੂਆਂ ਦੀਆਂ ਪ੍ਰਦਰਸ਼ਨੀ ਅਤੇ ਗਾਹਕ ਦੀਆਂ ਲੋੜਾਂ ਨੂੰ ਪੂਰਾ ਕਰਨਾ

ਸੰਬੰਧਿਤ ਗਿਆਨ (Relevant Knowledge)

ਪ੍ਰਚੂਨ ਸਟੋਰ ਤੇ ਵਸਤੂਆਂ ਦਾ ਪ੍ਰਦਰਸ਼ਨ ਅਤੇ ਪ੍ਰਬੰਧ

ਪ੍ਰਦਰਸ਼ਨੀਆਂ, ਦਾ ਪ੍ਰਬੰਧ ਅਤੇ ਸ਼ੁਰੂਆਤ, ਗਾਹਕ ਦੀਆਂ ਲੋੜਾਂ ਨੂੰ ਪੂਰਾ ਕਰਨ ਲਈ ਕੀਤਾ ਜਾਂਦਾ ਹੈ। ਇਹ ਮੌਜੂਦਾ ਗਾਹਕਾਂ ਤੋਂ ਵਪਾਰ ਦੇ ਨਿਰੰਤਰ ਚਲਦੇ ਰਹਿਣ ਨੂੰ ਯਕੀਨੀ ਬਣਾਉਂਦੀ ਹੈ ਅਤੇ ਤੁਹਾਡੇ ਸੰਭਾਵੀ ਗਾਹਕਾਂ ਨੂੰ ਤੁਹਾਡੇ ਕੋਲੋ ਖ਼੍ਰੀਦਨ ਲਈ ਉਤਸ਼ਾਹਿਤ ਕਰਦੀ ਹੈ। ਇਸ ਗੱਲ ਨੂੰ ਧਿਆਨ ਵਿੱਚ ਰੱਖਣਾ ਜ਼ਰੂਰੀ ਹੈ ਕਿ ਤੁਸੀਂ ਆਪਣੇ ਗਾਹਕਾਂ ਅਤੇ ਸਮਾਜ ਨੂੰ ਕਿਹੋ ਜਿਹਾ ਪੇਸ਼ੇਵਰ ਪ੍ਰਭਾਵ (ਪ੍ਰਤੀਬਿੰਬ) ਦੇਣਾ ਚਾਹੁੰਦੇ ਹੋ ਜਦੋਂ ਤੁਸੀਂ ਉਨ੍ਹਾਂ ਲਈ ਸੁਵਿਧਾ ਦੀ ਰਚਨਾ ਅਤੇ ਪ੍ਰਬੰਧ ਕਰਦੇ ਹੋ। ਜਿਹੜਾ ਪ੍ਰਭਾਵ ਤੁਸੀਂ ਆਪਣੇ ਸਮਾਜ ਵਿੱਚ ਸਥਾਪਿਤ ਕਰਨਾ ਚਾਹੁੰਦੇ ਹੋ ਉਸ ਦਾ ਮੁਲਾਂਕਣ ਕਰਨ ਲਈ ਹੇਠ ਲਿਖੇ ਪ੍ਰਸ਼ਨਾਂ ਤੇ ਵਿਚਾਰ ਕਰੋ :-

- ਮੈ ਕੀ ਚਾਹੁੰਦਾ ਹਾਂ ਕਿ ਲੋਕ ਮੇਰੇ ਸਟੋਰ ਤੇ ਪਹੁੰਚਣ ਤੋਂ ਪਹਿਲਾਂ ਇਸ ਬਾਰੇ ਕੀ ਸੋਚਣ ?
- ਮੇਰਾ ਸਟੋਰ ਅਤੇ ਪ੍ਰਦਰਸ਼ਨੀਆ ਇਸ ਪ੍ਰਭਾਵ ਲਈ ਕਿਵੇਂ ਸਹਾਇਤਾ ਕਰਦੀਆਂ ਹਨ ?
- ਦੂਜੇ ਲੋਕ ਮੇਰੇ ਸਟੋਰ ਬਾਰੇ ਕਿਵੇਂ ਪ੍ਰਤੀਕ੍ਰਮ ਕਰਦੇ ਹਨ ?
- ਲੋਕ ਕੀ ਕਹਿੰਦੇ ਹਨ ਜਦੋਂ ਉਨ੍ਹਾਂ ਨੂੰ ਮੇਰੇ ਸਟੋਰ ਦੀ ਸੁਵਿਧਾ, ਸਟਾਫ ਅਤੇ ਸੇਵਾਵਾਂ ਬਾਰੇ ਪੁਛਿਆ ਜਾਂਦਾ ਹੈ ?
- ਕਿਹੜੀ ਗੱਲ ਮੇਰੇ ਸਟੋਰ ਅਤੇ ਉਤਪਾਦ ਬਾਰੇ ਮੈਨੂੰ ਨਿਰਾਸ਼ ਕਰਦੀ ਹੈ ?

ਕਿਸੀ ਵਸਤੂ ਦੀ ਵਿਕਰੀ ਵਧਾਉਣ ਲਈ ਅਤੇ ਗਾਹਕਾਂ ਨੂੰ ਆਕਰਸ਼ਿਤ ਕਰਨ ਲਈ ਮੌਸਮ ਦੇ ਮੁਤਾਬਿਕ ਸੇਲ ਲਗਾਉਣਾ ਜਾਂ ਵਸਤਾਂ ਦਾ ਆਕਰਸ਼ਕ ਢੰਗ ਨਾਲ ਪ੍ਰਦਰਸ਼ਨ ਕੀਤਾ ਜਾ ਸਕਦਾ ਹੈ। ਜੇਕਰ ਤੁਹਾਡੇ ਸਟੋਰ ਦਾ ਅੱਗਲਾ ਹਿੱਸਾ ਵਧੀਆ ਹੈ ਜਿਸ ਦੀਆਂ ਇਕ ਜਾਂ ਇਕ ਤੋਂ ਵੱਧ ਖਿੜਕੀਆਂ ਨੁਮਾਇਸ਼ ਲਈ ਹਨ ਤਾਂ ਤੁਹਾਡੇ ਕੋਲ ਚੀਜਾਂ ਲਈ ਵਿਗਿਆਪਨ ਦਾ ਬਹੁਤ ਵਧੀਆ (ਘੱਟ ਲਾਗਤ ਵਾਲਾ) ਤਰੀਕਾ ਹੈ। ਕਿਸੇ ਮਾਲ ਵਿੱਚ ਕੁਝ ਸਟੋਰ ਅਜਿਹੇ ਹੋਣਗੇ ਜਿੱਥੇ ਖਿੜਕੀਆਂ ਦੀ ਘਾਟ ਹੋਵੇਗੀ ਪਰ ਨਿਰਾਸ਼ ਹੋਣ ਦੀ ਜ਼ਰੂਰਤ ਨਹੀਂ ਹੈ। ਵਧੀਆ ਪ੍ਰਦਰਸ਼ਨੀ ਲਈ ਸਟੋਰ ਵਿੱਚ ਹੋਰ ਬਹੁਤ ਜ਼ਿਆਦਾ ਜਗ੍ਹਾਂ ਹੁੰਦੀਆਂ ਹਨ। ਆਪਣੇ ਸਟੋਰ ਵੱਲ ਆਵਾਜਾਈ ਦਾ ਪ੍ਰਵਾਹ ਦੇਖੋ। ਕੀ ਕੋਈ ਅਜਿਹੀ ਜਗ੍ਹਾ ਹੈ ਜੋ ਕਿ ਗਾਹਕ ਲਈ ਕੇਂਦਰ ਬਿੰਦੂ ਹੋਵੇ ?

ਵਪਾਰ ਵਿੱਚ ਪ੍ਰਭਾਵਸ਼ਾਲੀ ਦ੍ਰਿਸ਼ (ਨੁਮਾਇਸ਼) ਸਿਰਜਣ ਲਈ ਮਹੱਤਵਪੂਰਨ ਤੱਤ :-

ਸਤੁੰਲਨ :- ਪ੍ਰਦਰਸ਼ਨੀ ਦਾ ਤਰਤੀਬਵਾਰ ਨਾਲੋਂ ਬੇਤਰਤੀਬਾ ਸੰਤੁਲਨ

ਵਸਤੂ ਦਾ ਅਕਾਰ :- ਵੱਡੇ ਅਕਾਰ ਦੀ ਵਸਤੂ ਨੂੰ ਪ੍ਰਦਰਸ਼ਨੀ ਵਿੱਚ ਅੱਗੇ ਰੱਖੋ।

ਰੰਗ :- ਮੂਡ ਅਤੇ ਭਾਵਨਾਵਾਂ ਨੂੰ ਠੀਕ ਰੱਖਣ ਵਿੱਚ ਮੱਦਦਗਾਰ।

ਕੇਂਦਰ ਬਿੰਦੂ :-ਜਿੱਥੇ ਉਤਪਾਦ, ਤੇ ਜਿਆਦਾ ਸੰਕੇਤਕ ਅਤੇ ਪਿੱਠ ਭੂਮਿ ਪ੍ਰਭਾਵਸ਼ਾਲੀ ਢੰਗ ਨਾਲ ਇਕੱਠੇ ਹੁੰਦੇ ਹਨ।

ਰੋਸ਼ਨੀ :- ਜੇ ਸੰਭਵ ਹੋਵੇ ਤਾਂ ਕੇਂਦਰੀ ਬਿੰਦੂ

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

ਸਧਾਰਨ :- ਘੱਟ ਵੀ ਪ੍ਰਭਾਵਸ਼ਾਲੀ ਹੁੰਦਾ ਹੈ, ਇਸਲਈ ਰੁਕਣਾ ਹੈ, ਇਸਦਾ ਪਤਾ ਹੋਵੇ ਅਤੇ ਜ਼ਿਆਦਾ ਵਸਤਾਂ ਨਾ ਜੋੜੋ।

ਇਕ ਵਾਰ ਨੁਮਾਇਸ਼ ਪੂਰੀ ਹੋ ਜਾਵੇ ਤਾਂ ਵਧੀਆ ਸੰਕੇਤਕ ਲਗਾਓ। ਪ੍ਰਦਰਸ਼ਨੀ ਦੀ ਫੋਟੋ ਲਵੋ ਅਤੇ ਪ੍ਰਦਰਸ਼ਨੀ ਸਮੇਂ ਉਤਪਾਦਾਂ ਦੀ ਵਿਕਰੀ ਦਾ ਰਿਕਾਰਡ ਰੱਖੋ। ਅਸਾਨ ਹਵਾਲੇ ਲਈ ਆਪਣੀ ਸੂਚਨਾ ਕਿਸੇ ਫਾਈਲ ਫੋਲਡਰ ਵਿੱਚ ਸਾਂਭੋ। ਇਸ ਦੀ ਸਫਲਤਾ ਦੇ ਦਸਤਾਵੇਜ਼ ਰਾਹੀ ਤੁਸੀਂ ਪ੍ਰਦਰਸ਼ਨੀ ਨੂੰ ਅਗਲੇ ਸਾਲ ਦੁਬਾਰਾ ਤਿਆਰ ਕਰ ਸਕਦੇ ਹੋ ਜੇ ਇਹ ਅਸਫਲ ਹੋ ਜਾਵੇ ਤਾਂ ਇਹ ਗਲਤੀ ਨੂੰ ਦੁਬਾਰਾ ਨਾ ਦੁਹਰਾਉਣਾ ਯਕੀਨੀ ਬਣਾ ਸਕਦੇ ਹੋ। ਆਪਣੇ ਪ੍ਰਚੂਨ ਸਟੋਰ ਤੇ ਉਤਪਾਦਾਂ ਦੇ ਪ੍ਰਦਰਸ਼ਨ ਰਾਹੀਂ ਵਪਾਰ ਦੇ ਲਾਭ ਵਧਾਉਣ ਖਾਤਿਰ ਆਕਰਸ਼ਕ ਅਤੇ ਨਵੇਂ ਢੰਗਾਂ ਨਾਲ ਉਤਪਾਦਾਂ ਦੀ ਨੁਮਾਇਸ਼ ਕਰਦੇ ਰਹੋ।

ਸ਼ੈਲਫ ਦਾ ਰੱਖ ਰਖਾਅ

ਤੁਸੀਂ ਸਟੋਰ ਦੀਆਂ ਸ਼ੈਲਫਾ ਤੇ ਕਿੱਥੇ ਵਸਤਾਂ ਰੱਖਦੇ ਹੋ ਉਹ ਤੁਹਾਡੇ ਗਾਹਕਾਂ ਨੂੰ ਚੀਜ਼ਾਂ ਖ਼ਰੀਦਣ ਲਈ ਇਕ ਠੋਸ ਨਿਸ਼ਾਨਾ ਬਣਾ ਸਕਦਾ ਹੈ।

- ਕੀਮਤੀ ਉਤਪਾਦ ਆਮ ਤੌਰ ਤੇ ਉੱਚੀਆਂ ਸ਼ੈਲਫਾਂ ਤੇ ਰੱਖਿਆ ਜਾਂਦਾ ਹੈ। ਇਹ ਢੰਗ (topshelf) ਸ਼ਬਦ ਦੀ ਉਤਪਤੀ ਕਰਦਾ ਹੈ। ਹੇਠਲੀਆਂ ਸ਼ੈਲਫਾਂ ਤੇ ਪਹੁੰਚ (ਨਿਸ਼ਾਨੇ) ਵਾਲੀਆਂ ਵਸਤਾਂ ਰੱਖਣੀਆ ਚਾਹੀਦੀਆ ਹਨ ਜਾਂ ਜਿਨ੍ਹਾਂ ਨੂੰ ਲੋਕ ਲੱਭਦੇ ਹਨ ਅਤੇ ਕੀਮਤ ਜਾਂ ਵਾਧੇ ਦੀ ਪਰਵਾਹ ਕੀਤੇ ਬਿਨ੍ਹਾਂ ਖਰੀਦਦੇ ਹਨ।
- ਘੱਟ ਪ੍ਰਸਿੱਧੀ ਵਾਲੀਆਂ ਜਾਂ ਸਧਾਰਨ ਵਸਤਾਂ ਨੂੰ ਸਭ ਤੋਂ ਹੇਠਲੀ ਸ਼ੈਲਫ ਤੇ ਰੱਖਣਾ ਚਾਹੀਦਾ ਹੈ।
- ਜਿਹੜੀਆਂ ਸ਼ੈਲਫਾ ਅੱਖ ਦੇ ਨਿਸ਼ਾਨੇ ਤੇ ਹੁੰਦੀਆਂ ਹਨ ਜਾਂ ਉਹ ਪਹੁੰਚ ਵਿੱਚ ਹਨ, ਉੱਥੇ ਉਹ ਉਤਪਾਦ ਰੱਖਣੇ ਚਾਹੀਦੇ ਹਨ। ਜਿਹੜੇ ਮੁਕਾਬਲੇ ਵਾਲੇ ਹੁੰਦੇ ਹਨ ਅਤੇ ਉਨ੍ਹਾਂ ਦੀ ਕੀਮਤ ਜ਼ਿਆਦਾ ਹੁੰਦੀ ਹੈ ਜਾਂ ਉਹ ਜਿਹੜੇ ਗਾਹਕਾਂ ਨੂੰ ਜ਼ਿਆਦਾ ਉਤਸ਼ਾਹਿਤ ਕਰਦੇ ਹਨ।
- ਛੋਟੀ ਕਿਸਮ ਦੀਆਂ ਚੀਜ਼ਾਂ ਜਿਨ੍ਹਾਂ ਨੂੰ ਤੁਸੀਂ ਆਮ ਵਸਤਾਂ ਵਾਂਗ ਅੱਗੇ ਵਧਾਉਣਾ ਚਾਹੁੰਦੇ ਹੋ ਉਨ੍ਹਾਂ ਨੂੰ ਸਟੋਰ ਦੀਆਂ ਰਾਸ਼ਟਰੀ ਮਹੱਤਤਾ (National Premium Brands) ਵਾਲੀਆਂ ਵਸਤਾਂ ਦੇ ਨੇੜੇ ਰੱਖੋ।
- ਮੁਕਾਬਲੇ ਵਾਲੀਆਂ ਵਸਤੂਆਂ ਨੂੰ ਉੱਚਾਈ ਵੱਲ ਅਤੇ ਇਨ੍ਹਾਂ ਨਾਲ ਸਬੰਧਿਤ ਵਸਤਾਂ ਨੂੰ ਕਰੌਸ ਕਰਕੇ ਰੱਖੋ ਤਾਂ ਕਿ ਤੁਹਾਡੇ ਗਾਹਕ ਉਨ੍ਹਾਂ ਨੂੰ ਬਿਨ੍ਹਾਂ ਹੇਠਾਂ ਉੱਪਰ ਕਰਦਿਆਂ ਉਨ੍ਹਾਂ ਸਬੰਧੀ ਵਿਚਾਰ ਕਰ ਸਕਣ।

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

ਪ੍ਰਚਾਰ ਜਾਂ ਵਧਾਵੇ ਲਈ ਸਥਾਨ ਦੀ ਚੋਣ

ਗਾਹਕ ਤੁਹਾਡੇ ਸਟੋਰ ਦੀ ਕੈਪ ਐਂਡ ਵਿੱਚ ਪ੍ਰਚਲਿਤ ਉਤਪਾਦ ਦੇਖਣਾ ਚਾਹੁੰਦਾ ਹੈ ਅਤੇ ਆਮਤੌਰ ਤੇ ਉਨ੍ਹਾਂ ਚੀਜ਼ਾਂ ਨੂੰ ਖਰੀਦਣਾ ਚਾਹੁੰਦੇ ਹਨ। ਵਧੀਆ ਪ੍ਰਗਤੀ ਜਾਂ ਘੱਟ ਕੀਮਤਾਂ ਵਾਲੀਆਂ ਵਸਤਾਂ ਦੀ ਬਜਾਏ, ਉਨ੍ਹਾਂ ਪ੍ਰਗਤੀਸ਼ੀਲ ਵਸਤਾਂ ਨੂੰ ਉਥੇ ਰੱਖਣਾ ਯਕੀਨੀ ਬਣਾਓ ਜਿਹੜੀਆਂ ਤੁਹਾਡੇ ਵਪਾਰ ਦੇ ਲਈ ਵਧੀਆ ਲਾਭ ਦੇਣ ਵਾਲੀਆਂ ਹੋਣ। ਖਤਮ ਹੋ ਰਹੀਆਂ ਵਸਤਾਂ ਲਈ ਡੰਪ ਬਿਨਜ਼ ਜਾਂ ਆਫਰ ਬਿਨਜ਼ ਦੀ ਵਰਤੋਂ ਕਰੋ। ਕਿਉਂਕਿ ਗਾਹਕ ਇਹਨਾਂ ਵਸਤਾਂ ਨੂੰ ਸਸਤਾ ਸਮਝ ਕੇ ਆਕਰਸ਼ਿਤ ਹੁੰਦੇ ਹਨ।

ਤਾਜ਼ਾ ਭੋਜਨ ਪ੍ਰਦਰਸ਼ਨੀ :-

- ਜਦੋਂ ਪ੍ਰਦਰਸ਼ਨੀ ਲਗਾਈ ਗਈ ਹੋਵੇ ਤਾਂ ਗਾਹਕ ਦੀਆਂ ਨਜ਼ਰਾਂ ਟਿਕਾਉਣ ਲਈ ਹਮੇਸ਼ਾਂ ਹਰੀਆ ਸ਼ਬਜੀਆਂ ਨੂੰ ਚਮਕਦੇ ਰੰਗ ਵਾਲੇ ਉਤਪਾਦ ਨਾਲ ਰੱਖੋ ਜਿਵੇਂ ਕਿ ਗਾਜਰ ਜਾਂ ਲਾਲ ਮਿਰਚਾ।
- ਬੇਕਰੀ ਵਾਲੀਆਂ ਚੀਜ਼ਾਂ ਦਾ ਪ੍ਰਦਰਸ਼ਨ ਚਿੱਟੀ ਪਿੱਠ ਭੂਮਿ ਨਾਲੋਂ ਕਾਲੀ ਪਿੱਠ ਭੂਮਿ ਵਿੱਚ ਕਰੋ ਅਤੇ ਯਕੀਨੀ ਬਣਾਓ ਕਿ ਪਕਾਈਆਂ ਹੋਈਆਂ ਚੀਜ਼ਾਂ ਹਰਮਨ ਪਿਆਰੀਆ ਲੱਗਣ।
- ਪ੍ਰਦਰਸ਼ਨੀ ਲਈ ਸ਼ੀਸ਼ੇ ਦੀਆਂ ਸ਼ੈਲਫਾ ਨੂੰ ਵਰਤਿਆ ਜਾਵੇ ਅਤੇ ਉਨ੍ਹਾਂ ਨੂੰ ਚਮਕਦੇ ਰੰਗ ਦੇ ਕੱਪੜੇ ਨਾਲ ਢੱਕਿਆ ਜਾਵੇ ਤਾਂ ਕਿ ਵਪਾਰਕ ਵਸਤੂ ਦੀ ਦਿੱਖ ਵਧੀਆ ਹੋ ਸਕੇ।
- ਸੰਕੇਤਕ ਜਿਵੇਂ ਕਿ ਫੁੱਲ ਜਾਂ ਸ਼ਰਾਬ ਦੀਆਂ ਬੋਤਲਾਂ ਨੂੰ ਸਜਾਵਟ ਲਈ ਵਰਤੋਂ ਤਾਂ ਜੋ ਗਾਹਕਾਂ ਨੂੰ ਭਾਵਨਾਤਮਕ ਤਰੀਕੇ ਨਾਲ ਖਰੀਦਦਾਰੀ ਕਰਨ ਲਈ ਉਤਸ਼ਾਹਿਤ ਕੀਤਾ ਜਾ ਸਕੇ।

ਸਟੋਰ ਲਈ ਯੋਜਨਾ :-

ਸਟੋਰ ਦੇ ਦੁਰਾਡੇ ਵਾਲੇ ਕੋਨੇ ਵਿੱਚ ਰੋਜ਼ਾਨਾ ਜ਼ਰੂਰਤ ਵਾਲੀਆਂ ਚੀਜ਼ਾਂ ਜਿਵੇਂ ਕਿ ਦੁੱਧ, ਅੰਡੇ ਅਤੇ ਬਰੈਡ ਨੂੰ ਰੱਖੋ। ਉਨ੍ਹਾਂ ਚੀਜ਼ਾਂ ਨੂੰ ਪ੍ਰਾਪਤ ਕਰਨ ਲਈ ਉਪਭੋਗਤਾ ਨੂੰ ਤੁਰਨਾ ਪੈਂਦਾ ਹੈ ਅਤੇ ਇਹ ਰਾਹ ਵਿੱਚ ਆਉਂਦੀਆਂ ਹੋਰ ਵਾਧੂ ਚੀਜ਼ਾਂ ਨੂੰ ਖ਼੍ਰੀਦਣ ਲਈ ਵਧੀਆਂ ਮੌਕਾ ਹੁੰਦਾ ਹੈ। ਮਨ ਮੌਜ਼ ਵਾਲੀਆਂ ਵਸਤਾਂ ਜਿਵੇਂ ਕਿ ਮੈਗਜ਼ੀਨ ਅਤੇ ਕੈਂਡੀ (ਟੋਫੀਆਂ) ਨੂੰ ਕੈਸ਼ ਰਜਿਸਟਰ ਕੋਲ ਰੱਖਣਾ ਚਾਹੀਦਾ ਹੈ। ਜਦੋਂ ਉਪਭੋਗਤਾ ਖ਼੍ਰੀਦੀਆਂ ਵਸਤਾਂ ਦੇ ਪੈਸੇ ਦੇਣ ਲਈ ਇੰਤਜ਼ਾਰ ਕਰਦਾ ਹੈ ਤਾਂ ਇਹ ਪ੍ਰਦਰਸ਼ਨ ਹੋਰ ਚੀਜ਼ਾਂ ਖ਼੍ਰੀਦਣ ਦੀ ਖਿੱਚ ਪੈਦਾ ਕਰਦਾ ਹੈ।

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

ਉਦਾਹਰਣ ਦੇ ਤੌਰ ਤੇ :-

- ਆਖਰੀ ਵਾਰ ਅਜਿਹਾ ਕਦੋਂ ਹੋਇਆ ਸੀ ਕਿ ਤੁਸੀਂ ਕਰਿਆਨਾ ਸਟੋਰ ਤੋਂ ਸਿਰਫ ਇੱਕ ਹੀ ਵਸਤੂ ਲੈ ਕੇ ਆ ਗਏ ਸੀ ? ਤੁਸੀਂ ਦੁੱਧ ਲੈਣ ਲਈ ਸਟੋਰ ਤੇ ਜਾਂਦੇ ਹੋ ਪਰ ਤੁਸੀਂ ਅਜਿਹੀਆਂ ਬਹੁਤ ਸਾਰੀਆਂ ਵਸਤਾਂ ਨੂੰ ਲੈਂਦੇ ਹੋ ਜਿਨ੍ਹਾਂ ਨੂੰ ਖਰੀਦਣ ਦੀ ਪਹਿਲਾਂ ਤੁਹਾਡੀ ਕੋਈ ਯੋਜਨਾ ਨਹੀਂ ਸੀ। ਅਜਿਹਾ ਹਰ ਵਿਅਕਤੀ ਨਾਲ ਹੁੰਦਾ ਹੈ। ਕਰਿਆਨਾ ਸਟੋਰ ਦੇ ਅੰਦਰ ਜਾ ਕੇ ਹੀ ਇਹ ਫੈਸਲਾ ਲਿਆ ਜਾਂਦਾ ਹੈ ਕਿ ਕਿਹੜੀਆਂ ਕਿਹੜੀਆਂ ਵਸਤਾਂ ਦੀ ਖਰੀਦਦਾਰੀ ਕਰਨੀ ਹੈ। ਇਹ ਕੋਈ ਸੰਯੋਗ ਨਹੀਂ ਹੈ ਕਿ ਉਤਪਾਦਾ ਦੀਆਂ ਪ੍ਰਦਰਸ਼ਨੀਆਂ ਬਹੁਤ ਪ੍ਰਭਾਵਸ਼ਾਲੀ ਹੁੰਦੀਆਂ ਹਨ।
- ਤੁਸੀਂ ਆਪਣੀ ਲੋਕਲ ਸੁਪਰ ਮਾਰਕੀਟ ਤੇ ਨਜ਼ਰ ਮਾਰ ਕੇ ਪ੍ਰਦਰਸ਼ਨੀ ਬਾਰੇ ਬਹੁਤ ਕੁਝ ਸਿੱਖ ਸਕਦੇ ਹੋ। ਸਭ ਤੋਂ ਵਧੀਆ ਹੈ ਉੱਚੀ ਕੀਮਤ ਦੀਆਂ (ਚਟੋਰਾ) ਖਾਣ ਪੀਣ ਵਾਲੀਆਂ ਮਾਰਕੀਟ ਵਿੱਚ ਜਾਣਾ। ਇੱਥੇ ਪ੍ਰਦਰਸ਼ਨੀਆਂ ਬਹੁਤ ਪ੍ਰਭਾਵਸ਼ਾਲੀ ਅਤੇ ਹੈਰਾਨ ਕਰਨ ਵਾਲੀਆਂ ਹਨ। ਇਹ ਗ੍ਰਾਹਕਾਂ ਨੂੰ ਵਸਤਾਂ ਖਰੀਦਣ ਲਈ ਮਜ਼ਬੂਰ ਕਰ ਦਿੰਦੇ ਹਨ।

ਪ੍ਰਚੂਨ ਲਗਜ਼ਰੀ ਉਤਪਾਦਾਂ ਦੀ ਪ੍ਰਦਰਸ਼ਨੀ ਦੇ ਤਰੀਕੇ :-

ਲਗਜ਼ਰੀ ਉਤਪਾਦ ਵੇਚਣ ਦਾ ਕੀ ਢੰਗ ਹੈ। ਅਜਿਹੇ ਔਖੇ ਆਰਥਿਕ ਸਮਿਆਂ ਦੌਰਾਨ ਵੀ ਲਗਜ਼ਰੀ ਉਤਪਾਦਾਂ ਦੀਆਂ ਕੰਪਨੀਆਂ ਆਪਣੇ ਆਪ ਨੂੰ ਬਚਾ ਲੈਂਦੀਆ ਹਨ ਅਤੇ ਨਾ ਜ਼ਰੂਰੀ ਪਰ ਦਿਲਖਿੱਚਵੇਂ ਉਤਪਾਦ ਵੇਚਣ ਵਿੱਚ ਸਫਲ ਹੋ ਜਾਂਦੀਆਂ ਹਨ।

ਖਿੜਕੀਆਂ ਅਤੇ ਸਟੋਰਾਂ ਸਾਹਮਣੇ ਪ੍ਰਦਰਸ਼ਨੀ :-

ਖਿੜਕੀਆਂ ਅਤੇ ਸਟੋਰਾਂ ਸਾਹਮਣੇ ਪ੍ਰਦਰਸ਼ਨੀ ਦਾ ਮੁੱਖ ਉਦੇਸ਼ ਹੁੰਦਾ ਹੈ ਕਿ ਉਹ ਉੱਥੇ ਲੰਘ ਰਹੇ ਲੋਕਾਂ ਨੂੰ ਆਕਰਸ਼ਿਕ ਕਰਕੇ ਉਨ੍ਹਾਂ ਤੋਂ ਪੈਸੇ ਖਰਚਾਵੇ ਅਤੇ ਇੱਕ ਆਕਰਸ਼ਕ ਦਿੱਖ ਵਾਲਾ ਸਟੋਰ ਉਨ੍ਹਾਂ ਨੂੰ ਅੰਦਰ ਵਲ ਖਿੱਚੇਗਾ।

ਪ੍ਰਸਿੱਧ ਹਸਤੀਆਂ ਦੁਆਰਾ ਨਮਾਇਸ਼

ਆਪਣੇ ਉਤਪਾਦਾਂ ਦੀ ਮੰਗ ਵਧਾਉਣ ਅਤੇ ਉਹਨਾਂ ਦੇ ਪ੍ਰਚਾਰ ਲਈ ਕੁਝ ਡਿਜ਼ਾਈਨਰ ਉਤਪਾਦਾਂ ਦਾ ਮਸ਼ਹੂਰ ਹਸਤੀਆਂ ਰਾਹੀਂ ਪ੍ਰਦਰਸ਼ਨ ਕਰਦੇ ਹਨ।

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

ਵਪਾਰਕ ਵਸਤਾਂ ਦਾ ਪ੍ਰਭਾਵਸ਼ਾਲੀ ਪ੍ਰਦਰਸ਼ਨ ਤੁਹਾਡੀ ਮਦਦ ਕਿਵੇਂ ਕਰਦਾ ਹੈ?

ਵਿਕਰੀਯੋਗ ਉਤਪਾਦਾਂ ਅਤੇ ਵਪਾਰਕ ਵਸਤਾਂ ਦਾ ਇਸ ਅਧਿਆਇ ਵਿੱਚ ਅਧਿਐਨ ਕਰਕੇ ਤੁਸੀਂ ਸਾਰੇ ਸਟੋਰ ਦੀ ਵਿਕਰੀ ਵਿੱਚ ਵਾਧਾ ਕਰ ਸਕਦੇ ਹੋ। ਅਧਿਐਨ ਤੁਹਾਡੀ ਵਿਅਕਤੀਗਤ ਮਦਦ ਵੀ ਕਰੇਗਾ ਜੇਕਰ ਤੁਸੀਂ ਜੋ ਸਿਖਿਆ ਹੈ ਉਸਦਾ ਰੋਜ਼ਾਨਾ ਅਭਿਆਸ ਕਰਦੇ ਹੋ।

- ਚੰਗੀਆਂ ਵਪਾਰਕ ਵਸਤਾਂ ਤੁਹਾਡੇ ਵਿਕਰੀ ਦੇ ਕੰਮ ਨੂੰ ਸੁਖਾਲਾ ਬਣਾਉਂਦੀਆਂ ਹਨ।
- ਸੰਕੇਤਕ, ਪ੍ਰਦਰਸ਼ਨੀਆਂ, ਵਪਾਰਕ ਵਸਤਾਂ ਦਾ ਪ੍ਰਬੰਧ ਤੁਹਾਡਾ ਜ਼ਿਆਦਾ ਵਿਕਰੀ ਦਾ ਕੰਮ ਕਰ ਦਿੰਦਾ ਹੈ।

  ਇਹ ਕਿਰਿਆ ਤੁਹਾਨੂੰ ਵਿਕਰੀ ਸਬੰਧੀ ਹੋਰ ਗਤੀਵਿਧੀਆਂ ਲਈ ਮੁਕਤ ਕਰਦੀ ਹੈ।
- ਪ੍ਰਭਾਵਸ਼ਾਲੀ ਵਪਾਰਕ ਸਮਾਨ ਬਹੁਤ ਸਾਰੇ ਖ਼ੀਦਦਾਰਾਂ ਨੂੰ ਆਪ ਹੀ ਆਪਣੀ ਸੇਵਾ ਲਈ ਉਤਸ਼ਾਹਿਤ ਕਰਦਾ ਹੈ ਇਸ ਤਰ੍ਹਾਂ ਉਹ ਵੱਡੇ ਟਿਕਟ ਵਾਲੇ ਖ਼ੀਦਦਾਰ ਦੀ (ਮਦਦ) ਸਹਾਇਤਾ ਕਰਨ ਲਈ ਤੁਹਾਨੂੰ ਮੁਕਤ ਕਰਦਾ ਹੈ ਜਿਨ੍ਹਾਂ ਨੂੰ ਤੁਹਾਡੀ ਮਦਦ ਦੀ ਹਕੀਕਤ ਵਿੱਚ ਲੋੜ ਹੈ।
- ਪ੍ਰਤੀ ਗਾਹਕ ਤੁਹਾਡੀ ਵਿਕਰੀ ਵੱਧਦੀ ਹੈ। ਜਦੋਂ ਤੁਸੀਂ ਕਿਸੇ ਗਾਹਕ ਦੀ ਖਿਦਮਤ ਕਰਦੇ ਹੋ ਤਾਂ ਇਕ ਆਕਰਸ਼ਕ ਪ੍ਰਦਰਸ਼ਨ ਵਸਤਾਂ ਦਾ ਵਧੀਆ ਪ੍ਰਬੰਧ ਤੁਹਾਡੀ ਵਿਕਰੀ ਵਿੱਚ ਵਾਧਾ ਕਰਦਾ ਹੈ ਪ੍ਰਤੀ ਗਾਹਕ ਤੁਹਾਡੀ ਵਿਕਰੀ ਵੱਧਦੀ ਹੈ ਇਹ ਤੁਹਾਡੇ ਵਿਕਰੀ ਰਿਕਾਰਡ ਨੂੰ ਰਾਸਟਰੀ ਪ੍ਰਤੀਸ਼ਤ ਤੋਂ ਉਪਰ ਕਰਦਾ ਹੈ।
- ਸਵੈ ਦੀ ਸੇਵਾ ਵਾਲੀ ਪ੍ਰਦਰਸ਼ਨੀ ਤੁਹਾਨੂੰ ਹੋਰ ਪ੍ਰਚੂਨ ਵਿਕਰੀ ਕਿਰਿਆਵਾਂ ਵਿੱਚ ਸ਼ਾਮਿਲ ਹੋਣ ਦਾ ਸਮਾਂ ਦਿੰਦੀ ਹੈ ਜਿਹੜੀ ਤੁਹਾਡੇ ਉਪਰ ਉਠਣ, ਅੱਗੇ ਵੱਧਣ ਅਤੇ ਵਿਕਰੀ ਵਿੱਚ ਵਾਧੇ ਦੀ ਗਤੀ ਵਧਾਵੇਗੀ।
- ਤੁਹਾਡੀ ਕੁਲ ਵਿਕਰੀ ਦਾ ਵਾਧਾ ਹੁੰਦਾ ਹੈ।
- ਨਵੇਂ ਹੁਨਰ ਦਾ ਵਿਕਾਸ ਕਰਨ ਲਈ ਸਮਾਂ ਦਿੰਦੀ ਹੈ। ਜਦੋਂ ਤੁਸੀਂ ਚੰਗੇ ਵਪਾਰੀ ਬਣ ਜਾਂਦੇ ਹੋ ਤਾਂ ਤੁਸੀਂ ਉਪਰ ਦੱਸੇ ਸੂਖਮ ਅਤੇ ਵਿਅਕਤੀਗਤ ਲਾਭ ਪ੍ਰਾਪਤ ਕਰ ਲੈਂਦੇ ਹੋ।

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

ਵਿਕਰੀ ਨਾਲ ਸੰਬੰਧਤ ਜਗ੍ਹਾ :-
ਵੱਧ ਤੋਂ ਵੱਧ ਵਿਕਰੀ ਲਈ ਇਕ ਵਿਭਾਗ ਦੁਆਰਾ ਘੇਰਿਆ ਗਿਆ ਸਥਾਨ ਉਸ ਵਿਭਾਗ ਨੇ ਜਿੰਨੀ ਵਿਕਰੀ ਕੀਤੀ ਹੈ ਉਹ ਉਸ ਨਾਲ ਸਬੰਧਤ ਹੋਣਾ ਚਾਹੀਦਾ ਹੈ। ਇਹ ਗੱਲ ਦਿਮਾਗ ਵਿੱਚ ਰੱਖੋ ਕਿ ਉਸਦੀ ਪ੍ਰਦਰਸ਼ਨੀ ਕਰੋ ਜੋ ਤੁਹਾਡਾ ਗਾਹਕ ਚਾਹੁੰਦਾ ਹੈ। ਜੇਕਰ ਸਟੋਰ ਕਿਸੇ ਵਿਭਾਗ ਨੂੰ ਬਹੁਤ ਜ਼ਿਆਦਾ ਥਾਂ ਅਲਾਟ ਕਰਦਾ ਹੈ ਤਾਂ ਪ੍ਰਤੀ ਸਕੇਅਰ ਫੁੱਟ ਵਿਕਰੀ ਘੱਟ ਜਾਂਦੀ ਹੈ। ਜੇਕਰ ਸਟੋਰ ਬਹੁਤ ਘੱਟ ਥਾਂ ਦਿੰਦਾ ਹੈ ਤਾਂ ਵਿਕਰੀ ਘੱਟ ਹੋ ਜਾਂਦੀ ਹੈ। ਕਿਸੇ ਵਿਭਾਗ ਨੂੰ ਕਿੰਨੀ ਜਗ੍ਹਾ ਦੇਣੀ ਹੈ, ਇਹ ਜਾਨਣ ਦਾ ਇਕੋ ਤਰੀਕਾ ਹੈ ਕਿ ਰੋਜ਼ਾਨਾ ਲਗਾਤਾਰ ਸਟੋਰ ਦੀ ਪ੍ਰਤੀ ਸੁਕੇਅਰ ਫੁੱਟ ਵਿਕਰੀ ਦਾ ਰਿਕਾਰਡ ਜਾਂਚ ਕੇ ਉਸ ਅਨੁਸਾਰ ਵਿਭਾਗ ਨੂੰ ਜਗ੍ਹਾ ਦਿੱਤੀ ਜਾਵੇ।

ਵਿਕਰੀ ਉੱਤੇ ਮੌਸਮੀ ਪ੍ਰਭਾਵ :- ਸਟੋਰ ਜੋ ਵਿਭਾਗ ਨੂੰ ਜਗਾ ਅਲਾਟ ਕਰਦਾ ਹੈ। ਉਹ ਨਿਰਸੰਦੇਹ ਉਸ ਨੂੰ ਨਿਰੰਤਰ ਬਦਲਣੀ ਚਾਹੀਦੀ ਹੈ। ਹਰ ਵਿਭਾਗ ਉੱਤੇ ਮੌਸਮ ਦਾ ਥੋੜ੍ਹਾਂ ਜਾਂ ਬਹੁਤਾ ਪ੍ਰਭਾਵ ਪੈਂਦਾ ਹੈ ਅਤੇ ਕੁਝ ਕੇਸਾਂ ਵਿੱਚ ਬਹੁਤ ਜ਼ਿਆਦਾ ਪ੍ਰਭਾਵ ਪੈਦਾ। ਉਦਾਹਰਣ ਦੇ ਤੌਰ ਤੇ ਇਕ ਪਰੰਪਰਾਗਤ ਸਟੋਰ ਹਰ ਤਰ੍ਹਾਂ ਦੇ ਬੀਜ ਅਤੇ ਖਾਦਾਂ ਅੱਠ ਹਫਤਿਆਂ ਦੇ ਸਮੇਂ ਵਿੱਚ ਵੇਚਦਾ ਹੈ। ਜ਼ਿਆਦਾ ਲਾਭ ਕਮਾਉਣ ਵਾਲਾ ਸਟੋਰ ਜ਼ਿਆਦਾ ਵਿਕਣ ਵਾਲੀਆਂ ਮੌਸਮ ਦੇ ਅਨੁਸਾਰ ਵਪਾਰਕ ਵਸਤਾਂ ਨੂੰ ਵੱਧ ਆਵਾਜਾਈ ਵਾਲੇ ਸਥਾਨ ਤੇ ਜਗ੍ਹਾ ਦਿੰਦਾ ਹੈ ਅਤੇ ਲਗਾਤਾਰ ਮੌਸਮ ਅਨੁਸਾਰ ਪ੍ਰਦਰਸ਼ਨ ਲਈ ਉਤਪਾਦ ਬਦਲਦਾ ਰਹਿੰਦਾ ਹੈ।

ਪ੍ਰਭਾਵਸ਼ਾਲੀ ਵਪਾਰ :- ਪ੍ਰਭਾਵਸ਼ਾਲੀ ਵਪਾਰ ਮੰਗ ਕਰਦਾ ਹੈ ਇਕ ਯੋਜਨਾਬੱਧ ਵਿਕਰੀ ਸਥਾਨ ਦੀ। ਹਰੇਕ ਵਿਭਾਗ ਨੂੰ ਪ੍ਰਦਰਸ਼ਨੀ ਲਈ ਵਿਸ਼ੇਸ਼ ਜਗ੍ਹਾਂ ਸੋਪੋਂ। ਵਪਾਰਕ ਵਸਤਾਂ ਦੀ ਪ੍ਰਦਰਸ਼ਨੀ ਲਈ ਸਾਜੋ ਸਮਾਨ ਅਤੇ ਫਿਕਸਚਰ ਖਾਸ ਢੰਗ ਨਾਲ ਡਿਜਾਇਨ ਕੀਤੇ ਹੁੰਦੇ ਹਨ। ਫਿਕਸਚਰ ਤੇ ਪ੍ਰਦਰਸ਼ਨ ਉਤਪਾਦ ਵਪਾਰਕ ਵਸਤੂਆਂ ਨਾਲੋਂ ਜਿਆਦਾ ਮਹੱਤਵ ਰੱਖਦਾ ਹੈ। ਵਸਤੂਆਂ ਸਾਫ ਸੁਥਰੀਆ ਹੋਣੀਆ ਚਾਹੀਦੀਆਂ ਹਨ। ਪ੍ਰਦਰਸ਼ਨੀ ਪੂਰੀ ਹੋਵੇ (ਜਿਸ ਤੋਂ ਭਾਵ ਹੈ ਕਿ ਸਾਜੋ ਸਮਾਨ ਨੂੰ ਦੁਬਾਰਾ ਲਗਾਤਾਰ ਭਰਿਆ ਜਾਵੇ) ਅਤੇ ਵਾਧੂ ਲੋੜੀਂਦੇ ਸਮਾਨ ਨੂੰ ਨੇੜਲੀ ਜਗ੍ਹਾਂ ਤੇ ਰੱਖਿਆ ਜਾਵੇ।

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

ਪ੍ਰਦਰਸ਼ਨੀ ਦੇ ਅੰਤਮ ਪੜਾਅ ਦੀ ਪ੍ਰਭਾਵਸ਼ਾਲੀ ਵਰਤੋਂ :- ਹਰ ਗੰਡੋਲ ਚਾਲ ਦੇ ਅੰਤ ਵਿੱਚ ਪਰਦਰਸ਼ਤ ਵਸਤੂ ਨੂੰ ਫੀਚਰ ਐਂਡ ਜਾਂ ਐਂਡ ਕੈਪ ਕਿਹਾ ਜਾਂਦਾ ਹੈ। ਜੋ ਕਿ ਬਹੁਤ ਪ੍ਰਭਾਵਸ਼ਾਲੀ ਹੁੰਦਾ ਹੈ। ਨਿਯਮਿਤ ਤੌਰ ਤੇ ਇਕ ਫੀਚਰ ਐਂਡ ਤੇ ਪ੍ਰਦਰਸ਼ਨ ਵਸਤੂ ਕਿਸੇ ਹੋਰ ਜਗ੍ਹਾ ਤੇ ਪ੍ਰਦਰਸ਼ਤ ਉਸੇ ਵਸਤੂ ਨਾਲੋਂ ਘੱਟੋ ਘੱਟ ਦੋ ਗੁਣਾ ਵਿਕੇਗੀ। ਇਸ ਦਾ ਪ੍ਰਭਾਵ ਨਿਰਭਰ ਕਰਦਾ ਹੈ :

- ਪ੍ਰਦਰਸ਼ਨੀ ਦਾ ਆਕਰਸ਼ਨ
- ਵਪਾਰਕ ਵਸਤਾਂ ਦਾ ਮੌਸਮੀ ਢੁਕਵਾਂਪਣ
- ਸਟੋਰ ਵਿੱਚ ਸਥਿਤੀ
- ਆਲੇ ਦੁਆਲੇ ਦੀਆਂ ਵਪਾਰਕ ਵਸਤਾਂ ਨਾਲ ਸਬੰਧ
- ਕਿੰਨੀ ਅੱਛੀ ਤਰ੍ਹਾਂ ਇਸ ਦਾ ਵਿਗਿਆਪਨ ਅਤੇ ਪ੍ਰਚਾਰ ਕੀਤਾ ਗਿਆ ਹੈ।
- ਪਹੁੰਚ ਵਿੱਚ ਆਸਾਨੀ

ਸ਼ੈਲਫ ਦੀ ਜਗ੍ਹਾਂ ਦੀ ਪ੍ਰਭਾਵਸ਼ਾਲੀ (ਅਸਰਦਾਰ) ਢੰਗ ਨਾਲ ਵਰਤੋਂ :- ਹਾਰਡਵੇਅਰ ਸਟੋਰ ਅਤੇ ਹੋਮ ਸੈਂਟਰ ਫਰਸ਼ਾਂ ਦੀ ਜਗ੍ਹਾਂ ਬੇਅਰਥ ਨਹੀਂ ਕਰਦੇ ਜਿਨ੍ਹਾਂ ਕਿ ਅਕਸਰ ਉਹ ਕੰਧ ਫਿਕਸਚਰ ਅਤੇ ਗੰਡੋਲਾ ਦੀ ਸ਼ੈਲਫ ਸਪੇਸ ਨੂੰ ਗੁਆਂਦੇ ਹਨ।

ਸ਼ੈਲਫਾਂ ਦੀ ਜਗ੍ਹਾਂ ਉਸ ਸਮੇਂ ਬੇਕਾਰ ਹੁੰਦੀ ਹੈ ਜਦ ਕਿ ਸਟੋਰ

- ਇਕ ਵਸਤੂ ਦਾ ਲੋੜੋ ਵੱਧ ਸਟਾਕ ਜਦੋਂ ਹੋਰ੍ਹਾਂ ਦਾ ਘੱਟ ਸਟਾਕ ਰੱਖਦਾ ਹੈ।
- ਸੈਲਫਾਂ ਨੂੰ ਦੁਬਾਰਾ ਭਰਨ ਵਿੱਚ ਅਸਫਲ ਹੁੰਦਾ ਹੈ। ਜਦੋਂ ਮੁੱਢਲਾ ਸਟਾਕ ਘੱਟ ਜਾਂਦਾ ਹੈ।
- ਇਕ ਹੀ ਕਿਸਮ ਦੀ ਵਸਤੂ ਨੂੰ ਕਈ ਜਗ੍ਹਾਂ ਤੇ ਸਟਾਕ ਕਰਦਾ ਹੈ।
- ਗਲਤ ਸ਼ੈਲਫਾ ਦੀ ਵਰਤੋਂ ਕਰਦਾ ਹੈ।
- ਸ਼ੈਲਫ ਦੀ ਜਗ੍ਹਾਂ ਨੂੰ ਗਾਹਕਾ ਦੀ ਮੰਗ ਦੇ ਵਾਧੇ ਘਾਟੇ ਨਾਲ ਨਹੀ ਜੋੜਦਾ ਹੈ।

ਉਦਾਹਰਣ ਵਜੋਂ ਵਪਾਰਕ ਵਸਤਾਂ ਨੂੰ ਕਾਲਮਾ ਵਿੱਚ ਰੱਖਣਾ ਜ਼ਿਆਦਾ ਪ੍ਰਭਾਵਸ਼ਾਲੀ ਹੈ। ਇਸ ਦਾ ਅਰਥ ਇਹ ਹੈ ਕਿ ਇਕੋਂ ਜਿਹੀਆਂ ਵਸਤਾਂ ਨੂੰ ਉਪਰ ਹੇਠਾਂ, ਸ਼ੈਲਫਾ ਉਤੇ ਰੱਖਣਾ ਬਜਾਇ ਕਿ ਇਹ ਪਤਲੀ ਲੰਮੀ ਕਿਸ਼ਤੀ ਦੀ ਤਰ੍ਹਾਂ ਫੈਲਾ ਕੇ ਰੱਖਣਾ। ਖ੍ਰੀਦਣ ਵਾਲਾ ਇਕ ਜਗ੍ਹਾਂ ਤੇ ਖੜਾ ਹੋ ਜੋ ਚਾਹੇ ਉਸ ਨੂੰ ਚੁੱਕ ਸਕਦਾ ਹੈ। ਇਸ ਤਰ੍ਹਾਂ ਦਾ ਪ੍ਰਦਰਸ਼ਨ ਜ਼ਿਆਦਾ ਅਕਰਸ਼ਕ ਹੈ ਅਤੇ ਦੁਬਾਰਾ ਆਰਡਰ ਅਤੇ ਦੁਬਾਰਾ ਸਟਾਕ ਕਰਨਾ ਜ਼ਿਆਦਾ ਸੌਖਾ ਹੁੰਦਾ ਹੈ।

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

ਵਿਕਰੀ ਬਿੰਦੂ ਦੇ ਚਿੰਨ੍ਹ :- ਜੇਕਰ ਤੁਸੀਂ ਇਕ ਵਧੀਆ ਯੋਜਨਾਬੱਧ ਪ੍ਰਦਰਸ਼ਨੀ ਦੇ ਨੇੜੇ ਖੜੇ ਹੋ ਜੋ ਆਕਰਸ਼ਕ ਕੀਮਤ ਵਾਲੀਆਂ ਮੌਸਮੀ ਵਪਾਰਕ ਵਸਤੂਆਂ ਨਾਲ ਭਰੀ ਹੋਈ ਹੈ ਅਤੇ ਹਰੇਕ ਖ੍ਰੀਦਦਾਰ ਨੂੰ ਖ੍ਰੀਦਣ ਲਈ ਕਹਿੰਦੇ ਹੋ, ਤੁਸੀਂ ਹਰ ਰੋਜ਼ ਬਹੁਤ ਸਾਰੀਆਂ ਵਸਤਾਂ ਵੇਚੋਗੇ। ਤੁਸੀਂ ਇਹ ਨਹੀਂ ਕਰ ਸਕਦੇ ਹੋ ਪਰ ਇਕ ਚੰਗਾ ਵਿਕਰੀ ਕੇਂਦਰੀ ਬਿੰਦੂ ਦਾ ਚਿੰਨ ਨਿਰਸਦੇਹ ਇਹ ਕਰ ਸਕਦਾ ਹੈ। ਇਹ ਖ੍ਰੀਦਣ ਲਈ ਬੋਲ ਕੇ ਨਹੀਂ ਕਹਿ ਸਕਦਾ ਪਰ ਜੇਕਰ ਚੰਗਾ ਪ੍ਰਦਰਸ਼ਨ ਕੀਤਾ ਜਾਵੇ ਤਾਂ ਵਾਧੂ ਖ੍ਰੀਦ ਨੂੰ ਉਤਸ਼ਾਹਿਤ ਕਰੇਗਾ। ਇਕ ਪ੍ਰਭਾਵਸ਼ਾਲੀ ਵਿਕਰੀ ਕੇਂਦਰ ਬਿੰਦੂ ਇਹ ਕਰੇਗਾ

- ਖ੍ਰੀਦਦਾਰ ਦਾ ਧਿਆਨ ਆਕਰਸ਼ਿਤ ਕਰੇਗਾ
- ਪੇਸ਼ ਕੀਤੀ ਗਈ ਵਸਤੂ ਜਾਂ ਸੇਵਾ ਦੀ ਪਛਾਣ ਦੱਸੇਗਾ।
- ਵਰਣਨ ਕਰੇਗਾ ਕਿ ਕਿਹੜੀ ਵਸਤੂ ਖ੍ਰੀਦਦਾਰ ਲਈ ਕੀ ਕੁਝ ਕਰ ਸਕਦੀ ਹੈ।
- ਕੀਮਤ ਅਤੇ ਬਚਤਾਂ ਦੱਸੇਗਾ

ਵਪਾਰ ਦੇ ਮੁਢਲੇ ਨਿਯਮ (Basic Rules) :-
ਹੇਠਾ ਇਸ ਪਾਠ ਦਾ ਸੰਖੇਪ ਵਿਵਰਣ ਦਿੱਤਾ ਗਿਆ ਹੈ ਜੋ ਕਿ ਤੁਹਾਨੂੰ ਕੁਝ ਮੁਢਲੇ ਨਿਯਮ ਯਾਦ ਰੱਖਣ ਵਿੱਚ ਮਦਦ ਕਰੇਗਾ।

- ਹੋਲੀ ਚੱਲਣ ਅਤੇ ਘੱਟ ਕੀਮਤ ਵਾਲੀਆਂ ਵਸਤਾਂ ਦੀ ਗਾਹਕਾਂ ਦੀ ਪਹੁੰਚ ਤੋਂ ਦੂਰ ਪ੍ਰਦਰਸ਼ਨੀ ਕਰੋ।
- ਹਮੇਸ਼ਾ ਜ਼ਿਆਦਾ ਮੰਗ, ਮੌਸਮੀ, ਮਨ ਨੂੰ ਢੁੱਕਵੀਆਂ ਜਾਂ ਪ੍ਰਚਲਤ ਵਸਤਾਂ ਲਈ ਮੁੱਖ ਪ੍ਰਦਰਸ਼ਨੀ ਵਾਲੀ ਥਾਂ ਦੀ ਵਰਤੋਂ ਕਰੋ।
- ਹਰ ਵਿਭਾਗ ਵਿੱਚ ਹੌਟ ਆਈਟਮ (ਜ਼ਿਆਦਾ ਵਿਕਣ ਵਾਲੀਆ) ਵੱਲ ਧਿਆਨ ਖਿਚਣ ਲਈ ਵਿਕਰੀ ਚਿਨ੍ਹਾਂ ਦੀ ਵਰਤੋਂ ਕਰੋ।
- ਕਿਸੇ ਵੀ ਪ੍ਰਦਰਸ਼ਨੀ ਤੇ ਵਧੀਆਂ ਵਿਕਰੀ ਵਾਲੀਆਂ ਵਸਤਾਂ ਅੱਖਾਂ ਅਤੇ ਬੈਲਟ ਦੇ ਲੈਵਲ ਤਕ ਦੀ ਉਚਾਈ ਦੇ ਵਿਚਕਾਰ ਹੋਣੀਆਂ ਚਾਹੀਦੀਆਂ ਹਨ।
- ਕਿਰਿਆ, ਰੋਸ਼ਨੀ, ਰੰਗ ਕਿਸੇ ਵੀ ਪ੍ਰਦਰਸ਼ਨੀ ਵਿੱਚ ਗਾਹਕ ਦੇ ਧਿਆਨ ਨੂੰ ਖਿਚਦੇ ਹਨ।
- ਕੋਈ ਵੀ ਪ੍ਰਦਰਸ਼ਨੀ ਉਨ੍ਹਾਂ ਚਿਰ ਪੂਰੀ ਤਰ੍ਹਾਂ ਪ੍ਰਭਾਵਸ਼ਾਲੀ ਅਤੇ ਪੂਰੀ ਨਹੀਂ ਹੁੰਦੀ ਜਿਨਾਂ ਚਿਰ ਵਪਾਰਕ ਵਸਤਾਂ ਦੀ ਕੀਮਤ ਨਾ ਲਿਖੀ ਹੋਵੇ ਨਾ ਕੇਵਲ ਕੀਮਤਾਂ ਹੀ ਜ਼ਰੂਰੀ ਹਨ ਪ੍ਰੰਤੂ ਕੀਮਤਾਂ ਨਿਰੰਤਰ ਸਥਿਤ ਰਹਿਣ ।
- ਜੇਕਰ ਪ੍ਰਦਰਸ਼ਨੀ ਦੇ ਤੱਤ (ਰੂਪ) ਆਲੇ ਦੁਆਲੇ ਦੀਆਂ ਪ੍ਰਦਰਸ਼ਨੀਆਂ ਨਾਲ ਨਾ ਜੁੜੇ ਹੋਣ ਤਾਂ ਉਹ ਗਾਹਕ ਨੂੰ ਆਕਰਸ਼ਿਤ ਕਰਨ ਦੀ ਬਜਾਇ ਭਜਾਉਣਗੇ।
- ਸਟਾਕ ਨੂੰ ਸਾਫ ਸੁੱਥਰਾ ਅਤੇ ਭਰਿਆ ਰੱਖਣਾ ਵਪਾਰਕ ਵਸਤਾਂ ਲਈ ਬਹੁਤ ਹੀ ਪ੍ਰਭਾਵਸ਼ਾਲੀ ਟਰਿਕ ਹੈ। ਅਖੀਰਲੀ ਚੀਜ਼ ਜੋ ਤੁਸੀਂ ਹਰ ਰੋਜ਼ ਰਾਤ ਨੂੰ ਕਰਨੀ ਹੈ ਜਾਂ ਚੀਜ਼ ਜੋ ਤੂੰ ਹਰ ਰੋਜ਼ ਸਵੇਰੇ ਕਰਨੀ ਹੈ ਉਹ ਸੈਲਫ ਅੱਗੇ ਪੈਕਟਾਂ ਨੂੰ ਪਹੁੰਚਾਉਣ ਹੈ ਅਤੇ ਆਪਣੀ ਪ੍ਰਦਰਸ਼ਨੀ ਨੂੰ ਪੂਰੀ ਅਤੇ ਸਾਫ ਸੁਥਰੀ ਬਣਾਓ।

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

ਵਿਗਿਆਪਨ ਸਬੰਧੀ ਕਿਰਿਆਵਾਂ (Promotional Activities) :-

ਭਾਵੇਂ ਹਾਰਡਵੇਅਰ ਸਟੋਰ ਅਤੇ ਹੋਮ ਸੈਂਟਰ ਉਨਾਂ ਵਿਗਿਆਪਨ ਨਹੀਂ ਕਰਦੇ ਜਿਨੇ ਕਿ ਬਹੁਤ ਸਾਰੇ ਪ੍ਰਚੂਨ ਵਪਾਰੀ ਉਹ ਕਿਉਂ ਪ੍ਰਚਾਰ ਨਹੀਂ ਕਰ ਸਕਦੇ ਜਿਸ ਦਾ ਕੋਈ ਕਾਰਣ ਨਹੀਂ ਹੈ ਅਤੇ ਬਹੁਤ ਕਾਮਯਾਬ ਵਿਗਿਆਪਨ ਕਿਰਿਆਵਾਂ ਨਿਰੰਤਰ ਕਰਦੇ ਹਨ ? ਪ੍ਰਚਾਰ ਕਿਉਂ ਜਰੂਰੀ ਹੈ ? ਕਿਉਂਕਿ ਤੁਸੀਂ ਜ਼ਿਆਦਾ ਲੋਕਾਂ ਨੂੰ ਸਟੋਰ ਵੱਲ ਆਕਰਸ਼ਿਤ ਕਰਨਾ ਚਾਹੁੰਦੇ ਹੋ। ਜਦ ਕਿ ਬਿਨ੍ਹਾਂ ਉਨਤ ਕਿਰਿਆਵਾਂ ਤੇ ਘੱਟ ਲੋਕ ਸਟੋਰ ਵੱਲ ਅਕਰਸ਼ਤ ਹੋਣਗੇ।
1. ਤੁਸੀਂ ਦੋ ਚੀਜ਼ਾਂ ਦੀ ਕੋਸ਼ਿਸ਼ ਕਰ ਰਹੇ ਹੋ। ਆਪਣੀ ਔਸਤ ਵਿਕਰੀ ਪ੍ਰਤੀ ਗਾਹਕ ਕਾਇਮ ਰੱਖਣ ਦੀ ਅਤੇ ਵਿਕਰੀ ਦੀ ਗਿਣਤੀ ਵਧਾਓਣ ਦੀ। ਜਿੰਨੇ ਜ਼ਿਆਦਾ ਲੋਕ ਤੁਹਾਡੇ ਸਟੋਰ ਤੇ ਆਉਣਗੇ, ਉਨੀ ਹੀ ਜ਼ਿਆਦਾ ਤੁਹਾਡੀ ਵਿਕਰੀ ਹੋਵੇਗੀ।

ਇਕ ਵਿਗਿਆਪਨ ਕੀ ਕਰ ਸਕਦਾ ਹੈ ਇਕ ਚੰਗੀ ਯੋਜਨਾਬੱਧ ਸੇਲ ਜਾਂ ਪ੍ਰਚਾਰ :-

- ਸਟੋਰ ਲਈ ਨਵੇਂ ਗਾਹਕ ਪੈਦਾ ਕਰ ਸਕਦੀ ਹੈ।
- ਵਿਕਰੀ ਨੂੰ ਦੁਬਾਰਾ ਕਰਨ ਲਈ ਉਤਸ਼ਾਹਿਤ ਕਰੇਗੀ
- ਮੁਕਾਬਲੇ ਦੀ ਕਾਰਵਾਈ ਦਾ ਸਾਹਮਣਾ ਕਰ ਸਕਦੀ ਹੈ।
- ਨਵੇਂ ਜਾਂ ਸੁਧਰੇ ਉਤਪਾਦ ਲਿਆਵੇਗੀ/ਪੇਸ਼ ਕਰੇਗੀ।
- ਮੌਸਮੀ ਜਾਂ ਭਗੋਲਿਕ ਲਾਭਾ ਉੱਤੇ ਪੂੰਜੀ ਲਾਏਗੀ।
- ਵਿਕਰੀ ਸਟੋਰ ਤੇ ਕੰਮ ਕਰਦੇ ਲੋਕਾਂ ਵਿਚ ਉਤਸ਼ਾਹ ਪੈਦਾ ਕਰ ਸਕਦਾ ਹੈ।
- ਫਾਲਤੂ ਸਟਾਕ ਨੂੰ ਘੱਟ ਕਰ ਸਕਦੀ ਹੈ।

ਪ੍ਰਚਾਰ ਲਈ ਯੋਜਨਾ (Promotion Plan) :-

- ਪ੍ਰਚਾਰ ਦੇ ਉਦੇਸ਼ਾਂ ਨੂੰ ਕਾਇਮ ਕਰਨਾ
- ਕਿਹੜੀ ਪ੍ਰਚਾਰ ਸਮੱਗਰੀ ਅਸੀਂ ਵਰਤ ਸਕਦੇ ਹਾਂ ?
- ਸੇਲ ਲਈ ਸਟੋਰ ਨੂੰ ਤਿਆਰ ਕਰਨਾ
- ਖਿੜਕੀ ਪ੍ਰਦਰਸ਼ਨੀ ਸਥਾਪਿਤ ਕਰਨਾ
- ਆਪਣੇ ਆਪ ਨੂੰ ਸੇਲ ਲਈ ਤਿਆਰ ਕਰਨਾ।

ਗਾਹਕ ਦੀਆਂ ਲੋੜਾਂ ਸਥਾਪਿਤ (ਪ੍ਰਬੰਧ) ਕਰਨਾ (Establishing Customer Needs) :-

ਜਦੋਂ ਗਾਹਕ ਕਿਸੇ ਚੀਜ਼ ਨੂੰ ਖ਼ੀਦਣ ਲਈ ਸੋਚਦੇ ਹਨ ਤਾਂ ਉਨ੍ਹਾਂ ਕੋਲ ਕਈ ਬਦਲ ਹੁੰਦੇ ਹਨ। ਉਦਾਹਰਣ ਦੇ ਤੌਰ ਤੇ ਬਹੁਤ ਸਾਰੇ ਗਾਹਕ ਡਿਸਕਾਉਟ ਸਟੋਰ ਅਤੇ ਹੋਮ ਸੈਂਟਰ ਵਿਚਕਾਰ ਅੰਤਰ ਨਹੀਂ ਦੇਖਦੇ। ਉਹ ਹੋਮ ਸੈਂਟਰ ਨੂੰ ਸਪੈਸ਼ਲ ਡਿਸਕਾਉਂਟ ਸੈਂਟਰ ਵਜੋਂ ਵੇਖਦੇ ਹਨ। ਅੱਜ ਕੱਲ੍ਹ ਇਕ ਚਣੌਤੀ ਇਹ ਹੈ ਕਿ ਹਾਰਡਵੇਅਰ ਸਟੋਰ ਅਤੇ ਹੋਮ ਸੈਂਟਰ ਡਿਸਕਾਉਟ ਚੈਨ ਸਟੋਰਾਂ ਤੋਂ ਵੱਖਰੀ ਦਿਖਾਈ ਦੇਣ।

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

ਪਿਛਲੇ 30 ਸਾਲਾ ਦੌਰਾਨ, ਪ੍ਰਚੂਨ ਵਪਾਰੀਆਂ ਨੇ ਪੂਰਤੀ ਵਾਲੇ ਪਾਸੇ ਮਹੱਤਵਪੂਰਨ ਉਨਤੀ ਕੀਤੀ ਹੈ। ਉਨ੍ਹਾਂ ਨੇ ਉਤਪਾਦ ਵਿਤਰਕ ਪ੍ਰਣਾਲੀ ਵਪਾਰਕ ਵਸਤੂਆਂ ਦੇ ਸੂਚੀ ਪ੍ਰਬੰਧ, ਯੋਗ ਢੰਗ ਨਾਲ ਸ਼ੈਲਫਾ ਦੇ ਸਥਾਨ ਦੀ ਵੰਡ, ਸਮੇਂ ਦੇ ਅਧਾਰਤ ਸਟਾਕ ਨੂੰ ਪੂਰੀ ਤਰ੍ਹਾਂ ਭਰ ਦੇਣ ਲਈ ਇਕ ਵਧੀਆ ਯੋਜਨਾਬੰਦੀ ਦੀ ਪ੍ਰਣਾਲੀ ਵਿਕਸਿਤ ਕੀਤੀ ਹੈ। ਅੱਜ ਦੇ ਸਮੇਂ ਵਿੱਚ ਸਟੋਰ ਗਾਹਕਾ ਨੂੰ ਸਹੀ ਵਸਤੂ ਸਹੀ ਜਗ੍ਹਾਂ ਅਤੇ ਸਹੀ ਸਮੇਂ ਉੱਤੇ ਪਹੁੰਚਾਉਣ ਦਾ ਬਹੁਤ ਵਧੀਆਂ ਕੰਮ ਕਰ ਸਕਦਾ ਹੈ।

ਇਹਨ੍ਹਾਂ ਮਹੱਤਵਪੂਰਨ ਵਪਾਰ ਵਧਾਉਣ ਵਾਲੇ ਨਿਯਮਾਂ ਨੂੰ ਬਹੁਤ ਪ੍ਰਭਾਵਸ਼ਾਲੀ ਢੰਗ ਨਾਲ ਲਾਗੂ ਕਰਨ ਦਾ ਨਤੀਜਾ ਉਸ ਸਮੇਂ ਮਿਲਦਾ ਹੈ ਜਦੋਂ ਪ੍ਰਚੂਨ ਵਪਾਰੀ ਅਤੇ ਉਤਪਾਦਕ ਆਪਣੇ ਸਹਿਯੋਗੀ ਗਾਹਕਾਂ ਦੀਆਂ ਜ਼ਰੂਰਤਾਂ ਦੀ ਪੂਰਤੀ ਲਈ ਬਹੁਤ ਜ਼ਿਆਦਾ ਮਿਲਜੁਲ ਕੇ ਕੰਮ ਕਰਦੇ ਹਨ। ਭੂਤਕਾਲ ਵਿੱਚ ਸਟੋਰ ਅਤੇ ਉਨ੍ਹਾਂ ਦੇ ਸਪਲਾਈਰ ਦੇ ਆਮ ਤੌਰ ਤੇ ਅਨਮੇਲ ਖਾਂਦੇ ਯਤਨਾਂ ਦੀ ਜਗ੍ਹਾਂ ਹੁਣ ਇਨ੍ਹਾਂ ਦੋਨਾਂ ਗਰੁੱਪਾਂ ਨੂੰ ਸਹਿਯੋਗ ਕਰਨਾ ਚਾਹੀਦਾ ਹੈ ਤਾਂ ਜੋ ਲਾਭ ਅਰਜਿਤ ਕਰਨ ਦੇ ਉਦੇਸ਼ ਨਾਲ ਗਤੀਵਿਧੀਆਂ ਕੀਤੀਆਂ ਜਾ ਸਕਣ ਜਿਵੇਂ :-

- ਉਤਪਾਦਨ ਨੂੰ ਦਿਖਾਉਣਾ
- ਅਸਰਦਾਰ ਪਹੁੰਚ ਸਹਾਇਤਾ ਪ੍ਰਦਾਨ ਕਰਨਾ
- ਉਤਪਾਦ ਦੇ ਪ੍ਰਬੰਧ ਅਤੇ ਪੇਸ਼ਕਾਰੀ ਨੂੰ ਅਸਾਨ ਬਣਾਉਣਾ
- ਉਤਪਾਦ ਨੂੰ ਵੱਧ ਤੋਂ ਵੱਧ ਖ੍ਰੀਦਣ ਯੋਗ ਬਣਾਉਣਾ
- ਅਵਿਵਸਥਾ ਨੂੰ ਘੱਟ ਤੋਂ ਘੱਟ ਕਰਨਾ
- ਨਵੀਂਆ ਵਸਤਾਂ ਅਤੇ ਨਵੇਂ ਵਿਚਾਰਾਂ ਨੂੰ ਦਿਖਾਉਣਾ
- ਖ੍ਰੀਦ ਤਜਰਬੇ ਨੂੰ ਸੁਖਾਲਾ ਬਣਾਉਣਾ
- ਅਧਿਕਾਰੀ ਨਾਲ ਗੱਲਬਾਤ ਕਰਨਾ
- ਪ੍ਰਚੂਨ ਖ੍ਰੀਦਦਾਰੀ ਦਾ ਪ੍ਰਬੰਧ ਕਰਨਾ
- ਲਚਕੀਲੇਪਣ ਨੂੰ ਕਾਇਮ ਰੱਖਣਾ।

ਗਾਹਕ ਦੇ ਤੁਹਾਡੇ ਸਟੋਰ ਵਿੱਚ ਪ੍ਰਵੇਸ਼ ਕਰਨ ਸਮੇਂ ਤਕ ਉਹ ਤੁਹਾਡੇ ਵਿਗਿਆਪਨ, ਮੂੰਹ ਦੇ ਸ਼ਬਦਾ, ਤੁਹਾਡੇ ਸਟੋਰ ਦੇ ਮੁਹਰਲੇ ਹਿਸੇ, ਅਤੇ ਤੁਹਾਡੀ ਉਤਪਾਦ ਦੀ ਪ੍ਰਦਰਸ਼ਨੀ ਬਾਰੇ ਕਈ ਪ੍ਰਕਾਰ ਦੇ ਪ੍ਰਭਾਵ ਲੈਂਦਾ ਹੈ। ਇਹ ਤੁਹਾਡਾ ਚੰਗੇ ਪ੍ਰਭਾਵ ਪਾਉਣ ਲਈ ਆਖਰੀ ਮੌਕਾ ਹੁੰਦਾ ਹੈ। ਇਹ ਨਿਸ਼ਚਿਤ ਕਰਨ ਪਿਛੋਂ ਕਿ ਤੁਸੀਂ ਆਪਣੇ ਸਟੋਰ ਦਾ ਆਪਣੀ ਬਰਾਦਰੀ ਅਤੇ ਆਪਣੇ ਗਾਹਕਾਂ ਤੇ ਕਿਸ ਤਰ੍ਹਾਂ ਦਾ ਪ੍ਰਭਾਵ ਪਾਉਣਾ ਚਾਹੁੰਦੇ ਹੋ, ਤੁਸੀਂ ਪ੍ਰਭਾਵਸ਼ਾਲੀ ਪ੍ਰਦਰਸ਼ਨੀ ਦੀ ਰਚਨਾ ਕਰ ਸਕਦੇ ਹੋ। ਕੁਝ ਪ੍ਰਚੂਨ ਵਾਲੇ ਆਪਣੀਆਂ ਵਪਾਰਕ ਵਸਤਾਂ ਦਾ ਗੈਰ ਰਸਮੀ ਦੇਸੀ ਵਾਤਾਵਰਨ ਅਨੁਸਾਰ ਪੇਸ਼ ਕਰਨ ਨੂੰ ਤਰਜੀਹ ਦਿੰਦੇ ਹਨ ਅਤੇ ਕਈ ਵਪਾਰੀ ਐਡਵਾਂਸ ਤਕਨੀਕੀ ਸਿਖਿਆ ਅਨੁਸਾਰ ਜਾਂ ਪ੍ਰਦਰਸ਼ਨੀ ਕੇਂਦਰ ਤੇ ਵਪਾਰਕ ਵਸਤਾਂ ਨੂੰ ਪੇਸ਼ ਕਰਨ ਦੀ ਤਰਜੀਹ ਦਿੰਦੇ ਹਨ। ਉਸ ਕੰਮ ਲਈ ਜਦੋਂ ਤੁਸੀਂ ਉਤਪਾਦਾ ਦੀ ਅਸਰਦਾਰ ਪ੍ਰਦਰਸ਼ਨੀ ਬਣਾਉਣੀ ਹੈ ਤਾਂ ਹੇਠ ਲਿਖੀਆ ਗੱਲਾਂ ਨੂੰ ਵਿਚਾਰਨਾ ਹੈ :-

- ਗਾਹਕ ਨੂੰ ਸਿੱਧਾ ਉਤਪਾਦਾ ਦੀ ਪ੍ਰਦਰਸ਼ਨੀ ਕਰਨੀ ਜ਼ਿਆਦਾ ਸੌਖੀ ਹੁੰਦੀ ਹੈ।
- ਯੋਜਨਾ ਬਣਾਓ ਕਿ ਕਿਵੇਂ ਤੁਹਾਡੇ ਗਾਹਕ ਕੁਝ ਪਦਾਰਥਾਂ ਦੀ ਵਿਕਰੀ ਵਧਾਉਣ ਲਈ ਸਟੋਰ ਵਿੱਚ ਆਉਂਦੇ ਹਨ ਜ਼ਿਆਦਾ ਭੀੜ ਵਾਲੇ ਖੇਤਰ ਵਿੱਚ ਵਸਤੂ ਨੂੰ ਪ੍ਰਦਰਸ਼ਤ ਕਰੋ।
- ਪ੍ਰਦਰਸ਼ਨੀ ਵਾਲੇ ਉਤਪਾਦ ਨੂੰ ਲੱਭਣਾ ਸੌਖਾ ਹੋਵੇ। ਠੀਕ ਢੰਗ ਨਾਲ ਰੱਖੇ ਪਦ ਚਿਨ ਗਾਹਕਾ ਦੀ ਅਗਵਾਈ ਕਰਨ ਵਿੱਚ ਮਦਦਗਾਰ ਹਨ ਅਤੇ ਉਤਪਾਦਕ ਨੂੰ ਲੱਭਣਾ ਉਹਨਾਂ ਲਈ ਸੁਖਾਲਾ ਅਤੇ ਸੋਹਾਵਨਾ ਬਣਾਉਂਦੇ ਹਨ ਤਾਂ ਜੋ ਉਹਨਾਂ ਦੇ ਅਕਾਰ, ਕੀਮਤ ਅਤੇ ਰੂਪ ਰੇਖਾ ਦੀ ਤੁਲਨਾ ਕਰ ਸਕਣ ਅਤੇ ਵਿਕਰੇਤਾ ਨੂੰ ਉਤਪਾਦ ਵੇਚਣਾ ਅਰਾਮਦਾਇਕ ਅਤੇ ਅਸਾਨ ਹੋ ਜਾਵੇ। ਪ੍ਰਦਰਸ਼ਨੀ, ਤਰਕਸੰਗ ਕੀਮਤ ਬਿੰਦੂ ਵੱਲ ਜਾਣਾ ਸੌਖਾਲਾ ਬਣਾਉਂਦੀ ਹੈ।
- ਮਾਡਲਾ ਦੀ ਪ੍ਰਦਰਸ਼ਨੀ ਵਧਾਉਣ ਨਾਲ ਤੁਹਾਡੇ ਗਾਹਕਾਂ ਤੇ ਇਹ ਪ੍ਰਭਾਵ ਪੈਂਦਾ ਹੈ ਕਿ ਤੁਸੀਂ ਵਪਾਰ ਪ੍ਰਤੀ ਵਚਨਬੱਧ ਹੋ, ਕੀਮਤ ਮੁਕਾਬਲੇਵਾਲੀ ਹੈ ਅਤੇ ਉਹ ਜੋ ਸਟੋਰ ਵਿੱਚ ਲੈਣਾ ਚਾਹੁੰਦੇ ਹਨ, ਲੱਭ ਸਕਦੇ ਹਨ। ਕਿਸੇ ਖਲੋਨਿਆ ਵਾਲੇ ਸਟੋਰ ਵਿੱਚ ਜਾ ਕੇ ਪ੍ਰਦਰਸ਼ਨੀ ਦੇ ਡੂੰਘੇ ਪ੍ਰਭਾਵ ਨੂੰ ਦੇਖੋ। ਇਹ ਧਿਆਨ ਵਿੱਚ

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

ਰੱਖਣਾ ਜਰੂਰੀ ਹੈ ਕਿ ਢੁੱਕਵਾਂ ਸਟੱਕ ਪ੍ਰਬੰਧਨ ਕੀਤਾ ਜਾਵੇ।

- ਜਗ੍ਹਾਂ ਨੂੰ ਵਧਾਉਣ ਲਈ ਵਸਤਾਂ ਕਾਲਮ ਵਾਈਜ ਰੱਖੀਆ ਜਾਣ ਜਿਥੇ ਬਿਲਟ ਇਨ ਰੇਂਜ ਅਤੇ ਮਾਈਕਰੋਵੇਵ ਆਦਿ ਲਈ ਉਚਿਤ ਖੇਤਰ ਬਣੇ ਹੋਣ।
- ਤੁਹਾਡੇ ਸਟੋਰ ਦੀ ਜਗ੍ਹਾਂ ਖ੍ਰੀਦਦਾਰੀ ਲਈ ਅਰਾਮਦਾਇਕ ਅਤੇ ਢੁਕਵੀਂ ਹੋਵੇ ।
- ਉਪਕਰਨਾ ਦੀ ਪ੍ਰਦਰਸ਼ਨੀ ਲਈ ਫਿਕਸਚਰ ਵਰਤੋਂ ਕਰੋ। ਆਪਣੀ ਪ੍ਰਦਰਸ਼ਨੀ ਅਤੇ ਤੁਹਾਡੇ ਪ੍ਰਤੀਬਿੰਬ ਨੂੰ ਵਧਾਉਣ ਲਈ ਰੋਸ਼ਨੀ ਦਾ ਖਾਸ ਪ੍ਰਬੰਧ ਕਰੋ।
- ਮਾਪਿਆਂ ਦੀ ਸਹੂਲਤ ਲਈ ਛੋਟੇ ਬੱਚਿਆ ਦੇ ਖੇਲਣ ਲਈ ਖਾਸ ਛੋਟਾ ਖੇਤਰ ਨਿਸ਼ਚਿਤ ਕਰੋ ਅਤੇ ਖਲੌਣੇ ਲਗਾਓ ਤਾਂ ਕਿ ਜਦੋਂ ਮਾਪੇ ਵੱਡੀ ਖ੍ਰੀਦ ਲਈ ਰੁਕੇ ਹੋਣ ਤਾਂ ਉਨ੍ਹਾਂ ਲਈ ਮਦਦਗਾਰ ਹੋਵੇ।

ਸਫਲ ਉਤਪਾਦ ਪ੍ਰਦਰਸ਼ਨੀ (Successful Product Deminstration) :-

ਕਿਸੇ ਵੀ ਹਫਤੇ ਦੇ ਅੰਤ ਵਿੱਚ ਵਿਭਾਗੀ ਸਟੋਰ ਵਿੱਚ ਜਾਓ ਅਤੇ ਤੁਸੀਂ ਉਤਪਾਦ ਮਾਹਿਰਾਂ ਨੂੰ ਵੇਖੋਗੇ ਜੋ ਕਿ ਉਤਪਾਦ ਦੀ ਪਰਦਰਸ਼ਨੀ ਅਤੇ ਵਿਕਰੀ ਕਰ ਰਹੇ ਹੋਣਗੇ। ਹਰ ਚੀਜ਼ ਫਿਟਨੈਸ ਉਪਕਰਨ ਇਲੈਕਟ੍ਰੋਨਿਕਸ, ਰਸੋਈ ਦੇ ਸਮਾਨ ਅਤੇ ਖਡੋਣੇ ਆਦਿ ਗਾਹਕ ਦੀ ਪਰਖ ਲਈ ਉਪਲੱਬਧ ਹਨ। ਉਤਪਾਦਕ ਨੂੰ ਪਤਾ ਹੁੰਦਾ ਹੈ ਕਿ ਗਾਹਕ ਬਿਨਾਂ ਦਬਾਓ ਵਾਲੇ ਵਾਤਾਵਰਨ ਵਿੱਚ ਉਤਪਾਦ ਨੂੰ ਦੇਖਣਾ ਅਤੇ ਟੈਸਟ ਕਰਨਾ ਚਾਹੁੰਦਾ ਹੈ। ਪ੍ਰਚੂਨ ਉਤਪਾਦ ਦੀ ਪ੍ਰਦਰਸ਼ਨੀ ਪ੍ਰਚੂਨ ਵਿਕਰੀ ਵਿੱਚ ਸੁਧਾਰ, ਬਰੈਂਡ ਚੇਤਨਤਾ ਵਿੱਚ ਵਾਧਾ ਅਤੇ ਗਾਹਕ ਦੀ ਸਤੁੰਸ਼ਟੀ ਵਿੱਚ ਵਾਧਾ ਕਰਦੀ ਹੈ। ਜੇ ਤੁਸੀਂ ਵਿਕਰੀ ਪ੍ਰਬੰਧ ਕਰਕੇ ਜ਼ਿਆਦਾ ਉਤਪਾਦ ਵੇਚਣਾ ਚਾਹੁੰਦੇ ਹੋ ਜਾਂ ਤੁਸੀਂ ਪ੍ਰਦਰਸ਼ਨੀਕਾਰ ਦੇ ਰੂਪ ਵਿੱਚ ਪੈਸਾ ਕਮਾਉਣਾ ਚਾਹੁੰਦੇ ਹੋ ਤਾਂ ਇਹ 10 ਨੁਕਤੇ ਹਨ ਜੋ ਸਟੋਰ ਵਿੱਚ ਪ੍ਰਚੂਨ ਵਿਕਰੇਤਾ ਦੀ ਪ੍ਰਦਰਸ਼ਨੀ ਨੂੰ ਜ਼ਿਆਦਾ ਪ੍ਰਭਾਵਸ਼ਾਲੀ ਬਣਾਉਣ ਲਈ ਹਨ :-

- **ਤਿਆਰ ਰਹੋ :-** ਉਤਪਾਦ ਦੀ ਪ੍ਰਦਰਸ਼ਨੀ ਲਈ ਉਤਪਾਦ ਮਾਹਿਰ ਨੂੰ ਤਿਆਰ ਰਹਿਣ ਦੀ ਲੋੜ ਹੈ। ਦੇਖਣ ਨੂੰ ਪ੍ਰਦਰਸ਼ਨੀ ਵਾਲਾ ਖੇਤਰ ਸਾਫ ਸੁਥਰਾ ਅਤੇ ਸਮਾਨ ਨਾਲ ਭਰਿਆ, ਕਪੜੇ ਸਾਫ ਅਤੇ ਪ੍ਰੈਸ ਹੋਏ ਹੋਣ, ਵਾਲ ਵਾਹੇ ਹੋਣ ਅਤੇ ਬੂਟ ਚਮਕਦੇ ਹੋਣ। ਦੱਸਣ ਲਈ, ਸਿਖਾਉਣ ਲਈ (ਉਤਪਾਦ ਦਾ ਗਿਆਨ ਹੋਵੇ ਉਤਪਾਦ ਚਾਲੂ ਹਾਲਤ ਵਿੱਚ ਹੋਵੇ ਪੇਸ਼ਕਾਰੀ ਕਰਨ ਦਾ ਤਜਰਬਾ ਹੋਵੇ) ਜੇਕਰ ਉਤਪਾਦ ਅਸਫਲ ਹੋ ਜਾਵੇ ਤਾਂ ਦੂਸਰੇ ਉਤਪਾਦ ਦੀ ਯੋਜਨਾ ਹੋਵੇ ਕੀ ਤੁਸੀਂ ਉਤਪਾਦ ਦੇ ਵਿਰੋਧ ਨੂੰ ਹੈਡਲ ਕਰ ਸਕਦੇ ਹੋ। ਕੀ ਤੁਸੀਂ ਅਰਾਮ ਕੀਤਾ ਹੈ, ਕਾਮਯਾਬ ਦਿਸਦੇ ਹੋ ਅਤੇ ਤੁਹਾਨੂੰ ਆਤਮ ਵਿਸ਼ਵਾਸ ਹੈ ?
- **ਪ੍ਰਦਰਸ਼ਨੀ ਸਮੇਂ ਖੜੋ :-** ਅਕਸਰ ਅਤੇ ਆਮ ਤੌਰ ਤੇ ਦਿਨ ਦੀ ਲੰਬੀ ਪ੍ਰਦਰਸ਼ਨੀ ਦੇ ਅੰਤ ਵਿੱਚ ਸਟੋਰ ਦੇ ਅੰਦਰ ਵਾਲ ਪ੍ਰਦਰਸ਼ਨੀਕਾਰ ਬੈਠਣਾ ਚਾਹੇਗਾ। ਅਜਿਹਾ ਨਹੀਂ ਕਰਨਾ। ਤੁਹਾਡਾ ਗਾਹਕ ਇਸ ਨੂੰ ਗੈਰ ਦਿਲਚਸਪੀ ਦਾ ਚਿੰਨ ਸਮਝੇਗਾ। ਇਕ ਪੇਸ਼ਕਾਰ ਦੇ ਰੂਪ ਵਿੱਚ ਜੇਕਰ ਤੁਸੀਂ ਖੜੇ ਹੋ, ਤੁਸੀਂ ਜ਼ਿਆਦਾ ਕਮਾਂਡ ਵਿੱਚ ਅਤੇ ਕੰਟਰੋਲ ਵਿੱਚ ਰਹੋਗੇ। ਬੈਠਣ ਤੋਂ ਭਾਵ ਹੈ ਸੁਸਤੀ, ਗੈਰਦਿਲਚਸਪੀ ਅਤੇ ਥਕਾਵਟ। ਜਦੋਂ ਤੁਸੀਂ ਖੜੇ ਹੋ ਤਾਂ ਗਾਹਕ ਦੇ ਧਿਆਨ ਨੂੰ ਅਸਾਨੀ ਨਾਲ ਸਮਝੋਗੇ। ਜੇਕਰ ਤੁਹਾਡੇ ਕੋਲ ਗਾਹਕਾਂ ਨੂੰ ਦੇਣ ਲਈ ਕਿਤਾਬ ਹੈ ਤਾਂ ਉਨ੍ਹਾਂ ਨੂੰ ਨਾ ਫੜਾਓ ਜਿਨ੍ਹਾਂ ਚਿਰ ਪਦਰਸ਼ਨੀ ਖਤਮ ਨਹੀਂ ਹੁੰਦੀ। ਜਦੋਂ ਉਹ ਕੰਪਨੀ ਦਾ ਸੰਦੇਸ਼ ਪੜ ਰਹੇ ਹਨ ਤਾਂ ਉਨ੍ਹਾਂ ਦੇ ਧਿਆਨ ਨੂੰ ਖਿੱਚਣਾ ਮੁਸ਼ਕਿਲ ਹੋਵੇਗਾ।
- **ਗਾਹਕ ਨੂੰ ਰੁਝਾ ਕੇ ਰੱਖੋ :-** ਭਾਵੇਂ ਤੁਹਾਨੂੰ ਤਿਆਰ ਲਿਖਤੀ ਪੇਸ਼ਕਾਰੀ ਦਿੱਤੀ ਹੈ ਗਾਹਕ ਨੂੰ ਪ੍ਰਦਰਸ਼ਨੀ ਦਾ ਨਿਰਦੇਸ਼ ਕਰਨ ਦਿਓ। ਪ੍ਰਦਰਸ਼ਨੀ ਨੂੰ ਭਾਸ਼ਨ ਦੀ ਬਜਾਇ ਗੱਲਬਾਤ ਵਿੱਚ ਬਦਲੋ। ਉਹ ਸਵਾਲ ਪੁੱਛੋ ਜਿਨ੍ਹਾਂ ਦਾ ਕੋਈ ਮਤਲਬ ਹੈ ਅਤੇ ਇਹ ਤੁਹਾਨੂੰ ਹੋਰ ਪ੍ਰਸ਼ਨ ਅਤੇ ਚਰਚਾ ਵੱਲ ਲੈ ਜਾਵੇਗੀ। ਜਿਵੇਂ ਇਸ ਵਿਸ਼ੇਸ਼ਤਾਂ ਕਰਕੇ ਬਹੁਤ ਸਾਰੇ ਲੋਕ ਇਸਦੀ ਚਰਚਾ ਕਰ ਰਹੇ ਹਨ। ਕੀ ਤੁਸੀਂ ਇਸ ਨੂੰ ਹਰ ਰੋਜ਼ ਵਰਤੋਗੇ ?

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

• **ਗਾਹਕ ਨੂੰ ਵੀ ਸ਼ਾਮਲ ਕਰੋ :-** ਕੰਫਿਊਸ਼ੀਅਸ ਨੇ ਬਹੁਤ ਵਧੀਆਂ ਕਿਹਾ ਹੈ, ਮੈਨੂੰ ਦੱਸੋ ਅਤੇ ਮੈਂ ਭੁੱਲ ਜਾਵਾਂਗਾ। ਮੈਨੂੰ ਦਿਖਾਵੋ ਮੈਨੂੰ ਸ਼ਾਇਦ ਯਾਦ ਆਏਗਾ, ਮੈਨੂੰ ਸ਼ਾਮਲ ਕਰੋ ਮੈ ਸਮਝ ਜਾਵਾਂਗਾ। ਜਦੋਂ ਇਹ ਵਸਤੂਆਂ ਦੀ ਪ੍ਰਦਰਸ਼ਨੀ ਲਈ ਆਉਦਾ ਹੈ ਤਾਂ ਗਾਹਕ ਨੂੰ ਕੇਵਲ ਇਹ ਦਿਖਾਉਣਾ ਮਸ਼ੀਨ ਕਿਵੇਂ ਚਲਦੀ ਹੈ ਕਾਫੀ ਨਹੀਂ ਹੈ ਤੁਹਾਡੀ ਪ੍ਰਦਰਸ਼ਨੀ ਤੋਂ ਵਧੀਆਂ ਨਤੀਜੇ ਲਈ, ਗਾਹਕ ਨੂੰ ਵਸਤੂ ਨੂੰ ਫੜਨ ਦਿਓ, ਉਨ੍ਹਾਂ ਨੂੰ ਬਟਨ ਦਬਾਣ ਦਿਓ ਉਨ੍ਹਾਂ ਨੂੰ ਨਤੀਜੇ ਖੁਦ ਸਮਝਣ ਦਿਓ। ਅਗਲੀ ਵਾਰ ਜਦੋਂ ਗਾਹਕ ਪੁੱਛਦਾ ਹੈ, "ਇਹ ਮਸ਼ੀਨੀ ਕੰਮ ਕਰ ਸਕਦੀ ਹੈ, ਤੁਹਾਡਾ ਜਵਾਬ ਹੋਣਾ ਚਾਹੀਦਾ ਹੈ। ਆਓ, ਆਪ ਚਲਾ ਕੇ ਦੇਖੋ, ਮੈਂ ਪ੍ਰਕਿਰਿਆ ਵਿੱਚ ਤੁਹਾਡੇ ਨਾਲ ਹਾਂ।"

• **ਗਾਹਕ ਨਾਲ ਇਮਾਨਦਾਰ ਬਣੋ :-** ਆਪਣੇ ਲਈ ਸੈਮੀਨਾਰ ਵਿੱਚ ਇਹ ਕਹਾਵਤ ਆਮ ਹੈ ਕਿ ਜੇਕਰ ਕੁਝ ਨਹੀਂ ਵੀ ਜਾਣਦੇ ਤਾਂ ਆਤਮ ਵਿਸ਼ਵਾਸ਼ ਨਾਲ ਇਸ ਤਰ੍ਹਾਂ ਦਾ ਆਭਾਸ ਕਰਵਾਓ ਕਿ ਤੁਸੀਂ ਸਭ ਜਾਣਦੇ ਹੋ। ਪ੍ਰੰਤੂ ਉਤਪਾਦ ਪ੍ਰਦਰਸ਼ਨੀ ਵਿੱਚ ਇਹ ਕੰਮ ਨਹੀਂ ਕਰਦਾ ਹੈ। ਗਾਹਕ ਤੁਹਾਨੂੰ ਪ੍ਰਸ਼ਨ ਪੁਛਦਾ ਹੈ ਤੁਸੀਂ ਉਸ ਦਾ ਉਤਰ ਨਹੀਂ ਜਾਣਦੇ ਉਸ ਨੂੰ ਗਲਤ ਨਾ ਦੱਸੋ। ਗਾਹਕ ਨਾਲ ਵਾਅਦਾ ਕਰੋ ਕਿ ਉਤਰ/ਜਵਾਬ ਸਹਿਤ ਦੁਬਾਰਾ ਮਿਲੋਗੇ ਅਜਿਹਾ ਕਰਨਾ ਨਾ ਭੁਲੋ ਜਾਂ ਜਿਥੋਂ ਉਤਰ ਮਿਲ ਸਕਦਾ ਹੈ ਉਥੇ ਭੇਜੋ। ਜਿਵੇਂ ਤੁਸੀਂ ਸਾਡੀ ਕੰਪਨੀ ਦੀ ਵੈਬਸਾਈਟ ਤੇ ਕੰਪਨੀ ਬਾਰੇ ਜ਼ਿਆਦਾ ਜਾਣਕਾਰੀ ਪ੍ਰਾਪਤ ਕਰ ਸਕਦੇ ਹੋ। ਜੇਕਰ ਤੁਹਾਨੂੰ ਯਕੀਨ ਨਹੀਂ ਹੈ ਕਿ ਉਤਪਾਦ ਕਿਵੇਂ ਕੰਮ ਕਰਦਾ ਹੈ। ਗਾਹਕ ਨਾਲ ਇਸ ਸਮੱਸਿਆ ਨਾਲ ਇਸ ਦਾ ਹੱਲ ਕਰਨ ਦੀ ਕੋਸ਼ਿਸ਼ ਨਾ ਕਰੋ। ਜੇਕਰ ਤੁਹਾਨੂੰ ਉਤਰ ਅਸਾਨੀ ਨਾਲ ਨਹੀਂ ਮਿਲਦਾ ਤਾਂ ਉਤਪਾਦ ਜਟਿਲ ਨਜਰ ਆਵੇਗਾ ਅਤੇ ਪ੍ਰਦਰਸ਼ਨੀਕਾਰ ਅਯੋਗ।

• **ਗਾਹਕ ਦੇ ਪ੍ਰਸ਼ਨਾਂ ਲਈ ਤਿਆਰ ਰਹੋ :-** ਗਾਹਕ ਦੇ ਸਵਾਲ ਦਾ ਉੱਤਰ ਦੇਣ ਤੋਂ ਪਹਿਲਾ ਸਵਾਲ ਨੂੰ ਦੁਹਰਾਓ ਜਾਂ ਜੇ ਲੋੜ ਹੋਵੇ ਤਾਂ ਸਪਸ਼ਟੀਕਰਨ ਮੰਗੋ। ਉਦਾਹਰਣ ਦੇ ਤੌਰ ਤੇ ਜੇਕਰ ਗਾਹਕ ਪੁਛਦਾ ਹੈ ਕਿ ਕੀ ਇਹ ਲਾਲ ਰੰਗ ਵਿੱਚ ਆਉਂਦਾ ਹੈ। ਇਕ ਬੁਧੀਮਾਨ (ਸਿਆਣਾ) ਪ੍ਰਦਰਸ਼ਨੀ ਵਾਲਾ ਸਪਸ਼ਟੀਕਰਨ ਲਈ ਪ੍ਰਸ਼ਨ ਪੁਛੇਗਾ ਜਿਵੇਂ ਕਿ ਕੀ ਤੁਸੀਂ ਇਸ ਨੂੰ ਲਾਲ ਰੰਗ ਵਿੱਚ ਚਾਹੁੰਦੇ ਹੋ ਜਾਂ ਤੁਸੀਂ ਕਹਿ ਰਹੇ ਹੋ ਕੀ ਕੋਈ ਹੋਰ ਰੰਗ ਤੁਹਾਡੇ ਲਈ ਨਹੀਂ ਚਲੇਗਾ। ਇਕ ਗਾਹਕ ਦੇ ਸਵਾਲ ਅਤੇ ਵਿਰੋਧ ਨੂੰ ਅਸਾਨੀ ਨਾਲ ਖਤਮ ਕੀਤਾ ਜਾ ਸਕਦਾ ਹੈ ਜੇ ਤੁਸੀਂ ਉਸ ਲਈ ਪੂਰੀ ਤਰ੍ਹਾਂ ਤਿਆਰ ਹੋ। ਪੁਛੇ ਜਾਣ ਵਾਲੇ ਸਵਾਲਾਂ ਅਤੇ ਉਨ੍ਹਾਂ ਦੇ ਢੁਕਵੇਂ ਜਵਾਬ ਲਈ ਲਿਸਟ ਬਣਾਓ। ਠੀਕ ਉਤਰਾਂ ਦਾ ਅਭਿਆਸ ਕਰੋ ਜਦ ਤਕ ਉਹ ਤੁਹਾਡੀ ਜਬਾਨ ਤੇ ਕੁਦਰਤੀ ਤੌਰ ਤੇ ਵਿਸ਼ਵਾਸ ਨਾਲ ਨਹੀਂ ਚੜਦੇ। ਉਤਪਾਦ ਦੀ ਕੀਮਤ ਦੇ ਟੈਗ ਬਾਰੇ ਇਤਰਾਜ ਲਈ ਜੇਕਰ ਤੁਸੀਂ ਪਹਿਲਾ ਹੀ ਜਬਾਬ ਤਿਆਰ ਕੀਤਾ ਤਾਂ ਇਸ ਨੂੰ ਕੁਦਰਤੀ ਅਤੇ ਵਿਸ਼ਵਾਸ਼ ਪੂਰਨ ਢੰਗ ਨਾਲ ਸੰਭਾਲ ਸਕਦੇ ਹੋ। ਹਰੇਕ ਸਵਾਲ ਅਤੇ ਇਤਰਾਜ ਦਾ ਜਵਾਬ ਦੇਣ ਲਈ ਤਿਆਰੀ ਕਰੋ।

• **ਮਹਾਨਤਾ ਦਾ ਪ੍ਰਦਰਸ਼ਨ ਜਾਂ ਮਹਾਨਤਾ ਨਿਸ਼ਚਿਤ ਕਰਨਾ :-** ਇਕ ਛੋਟਾ ਜਿਹਾ ਰਹੱਸ ਹੈ। ਤੁਹਾਡੇ ਵਿਰੋਧੀ ਦੀ ਵੈਬਸਾਈਟ ਇਹ ਕਲੇਮ ਕਰਦੀ ਹੈ ਉਨ੍ਹਾਂ ਦਾ ਕੰਮ (ਵਪਾਰ) ਵਧੀਆ ਹੈ। ਕੀ ਤੁਸੀਂ ਜਾਣਦੇ ਹੋ ਉਨ੍ਹਾਂ ਦੀ ਉਤਪਾਦ ਕਿਤਾਬ ਦੱਸਦੀ ਹੈ ਕਿ ਉਸ ਦਾ ਉਤਪਾਦ ਸਭ ਤੋਂ ਵਧੀਆ ਅਤੇ ਬਾਕੀਆਂ ਨਾਲੋਂ ਬਿਹਤਰ ਜਦੋਂ ਉਤਪਾਦ ਨੂੰ ਦਿਖਾਓ (ਪੇਸ਼ ਕਰੋ) ਗਾਹਕ ਨੂੰ ਉਸਦੀਆਂ ਵਿਸ਼ੇਸ਼ਤਾਵਾਂ ਦੱਸਣ ਦੀ ਬਜਾਇ ਦਿਖਾਓ।

• **ਗਾਹਕ ਨੂੰ ਚੱਕਰ ਵਿੱਚ ਨਾ ਪਾਓ (ਪ੍ਰਦਰਸ਼ਨੀ ਕਰੋ ਟ੍ਰੇਨ ਨਾ ਕਰੋ) :-** ਇਹ ਇਕ ਬਹੁਤ ਵਧੀਆਂ ਵਿਚਾਰ ਹੈ। ਜਦੋਂ ਤੁਸੀਂ ਕਿਸੇ ਉਤਪਾਦ ਨੂੰ ਦਿਖਾਓ (ਪੇਸ਼ ਕਰੋ) ਕੇਵਲ ਇਸ ਨੂੰ ਪੇਸ਼ ਕਰੋ। ਤੁਹਾਡਾ ਕੰਮ ਖ੍ਰੀਦਦਾਰ/ਗਾਹਕ ਨੂੰ ਉਤਪਾਦ ਦਿਖਾਉਣਾ ਹੈ ਉਸ ਨੂੰ ਟ੍ਰੇਨ ਨਹੀਂ ਕਰਨਾ ਕਿ ਕਿਵੇਂ ਉਸਨੂੰ ਚਲਾਉਣਾ ਹੈ। ਇਕ ਵਧੀਆਂ ਲਾਈਨ ਹੈ, ਮੈਂ ਜਾਣਦਾ ਹਾਂ, ਪ੍ਰੰਤੂ ਇਹ ਜ਼ਿਆਦਾ ਵਿਸ਼ਿਸ਼ਟ ਹੈ। ਉਦਾਹਰਣ ਦੇ ਤੌਰ ਤੇ ਜਦੋਂ ਤੁਸੀਂ ਪ੍ਰਦਰਸ਼ਨੀ ਲਈ ਕਾਰ ਚਲਾਉਂਦੇ ਹੋ ਤਾਂ ਤੁਹਾਨੂੰ ਪਤਾ ਲਗਦਾ ਹੈ ਕਿ ਉਸ ਨੂੰ ਕਿਵੇਂ ਹੈਂਡਲ ਕਰਨਾ ਹੈ, ਕਿਵੇਂ ਇਹ ਮਹਿਸੂਸ ਹੁੰਦੀ ਹੈ ਅਤੇ ਕਿਵੇਂ ਦਿਖਦੀ ਹੈ। ਇਹ ਉਦੋਂ ਤਕ ਨਹੀਂ ਜਦ ਤਕ ਤੁਸੀਂ ਇਸਨੂੰ ਘਰ ਨਹੀਂ ਲੈ ਜਾਂਦੇ।

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

ਮਾਲਕ ਦਾ ਸਿਖਲਾਈ ਮੈਨੂਅਲ ਖੋਲ ਕੇ ਨਹੀਂ ਸਿੱਖਦੇ ਕਿ ਕਿਵੇਂ ਰੇਡੀਓ ਨੂੰ ਪ੍ਰੋਗਰਾਮ ਕਰਨਾ ਹੈ। ਇੱਕ ਗਾਹਕ ਅਖੀਰਤਕ ਮੈਨਿਊ ਸਕਰੀਨ, ਆਈਕਨ ਅਤੇ ਕਰਸਰ ਵੇਖਦੇ ਹੋਏ ਆਪਣਾ ਧਿਆਨ ਖੋ ਸਕਦਾ ਹੈ ਅਤੇ ਇਸ ਨਾਲ ਖਰੀਦ ਨੂੰ ਛੱਡ ਸਕਦਾ ਹੈ। ਤੁਸੀਂ ਕਿਸੇ ਨੂੰ ਨਹੀਂ ਦਿਖਾ ਸਕਦੇ ਕਿ ਤੁਹਾਡੇ ਉਤਪਾਦ ਦੀ ਵਰਤੋਂ ਕਰਨੀ ਕਿਨੀ ਸੋਖੀ ਹੈ ਜਦੋਂ ਕਿ ਇਹ ਦੇਖਣ ਨੂੰ ਜਟਿਲ ਬਣਾਇਆ ਹੋਇਆ ਹੈ।

- **ਯੋਜਨਾ ਆਪ ਮੁਹਾਰਤ ਹੋਣੀ ਚਾਹੀਦੀ ਹੈ :-** ਜਦੋਂ ਤੁਸੀਂ ਆਪਣੇ ਅਸਲੀ ਵਿਚਾਰਾਂ, ਉਦਾਹਰਣਾਂ ਅਤੇ ਕਹਾਣੀਆਂ ਨੂੰ ਪ੍ਰਦਰਸ਼ਨ ਨਾਲ ਜੋੜੋਗੇ। ਤੁਸੀਂ ਆਪਣੇ ਗਾਹਕ ਦੇ ਧਿਆਨ ਨੂੰ ਅਕਰਸ਼ਿਤ ਕਰੋਗੇ। ਇਕ ਦਿਲਚਸਪ ਕਹਾਣੀ ਗਾਹਕ ਦੇ ਸਵਾਲ ਅਤੇ ਇਤਰਾਜ ਦਾ ਉੱਤਰ ਦੇ ਸਕੇਗੀ।

ਸਵਾਭਾਵਿਕ ਪ੍ਰਦਰਸ਼ਨੀ ਲਈ ਆਪਣੇ ਵਿਅਕਤਗਤ ਤਜਰਬੇ ਦੀ ਵਰਤੋਂ ਕਰੋ ਜਾਂ ਜਦੋਂ ਜ਼ਰੂਰਤ ਹੋਵੇ ਤਾਂ ਗੱਲਬਾਤ ਵਿੱਚ ਜੋੜਨ ਲਈ ਪਹਿਲਾ ਹੀ ਸੰਖੇਪ ਕਹਾਣੀ ਸੋਚ ਲਵੋ। ਪਿਛਲੇ ਹਫਤੇ ਮੈਨੂੰ ਗਾਹਕ ਦੀ ਕੱਾਲ ਆਈ ਸੀ ਜਿਸ ਨੇ ਪਿਛਲੇ ਸਾਲ ਇਹ ਜਿਹੀ ਹੀ ਯੁਨਿਟ ਖ੍ਰੀਦੀ ਸੀ। ਮੇਰੇ ਕੋਲ ਘਰ ਇਹੋ ਜਿਹੀ ਮਸ਼ੀਨ ਹੈ ਅਤੇ ਮੇਰੇ ਪ੍ਰਤੀ ਜਿਨੀ ਤਿਆਰੀ ਤੁਹਾਡੀ ਹੋਵੇਗੀ ਉਨੀ ਹੀ ਵਸਤੂ ਦੀ ਪ੍ਰਦਰਸ਼ਨੀ ਵਿੱਚ ਤੁਸੀਂ ਅਨੰਦ ਮਾਣੋਗੇ। ਜਿਨ੍ਹਾਂ ਜ਼ਿਆਦਾ ਅਨੰਦ ਆਵੇਗਾ। ਉਨ੍ਹੀ ਹੀ ਤੁਹਾਡੀ ਵਿਕਰੀ ਵਧੇਗੀ।

ਗਾਹਕ ਦੀ ਚੋਣ ਨੂੰ ਪ੍ਰਭਾਵਿਤ ਕਰਨ ਵਾਲੇ ਤੱਤ (Factors influencing customers choosing a product) :-

ਪ੍ਰਚੂਨ ਵਪਾਰੀ ਲਈ ਇਹ ਬਹੁਤ ਮਹੱਤਵਪੂਰਨ ਤੱਥ ਵਿਚਾਰਨ ਲਈ ਹੈ ਕਿ ਕੀ ਉਤਪਾਦ ਵਧੀਆ ਵਿਕੇਗਾ। ਤੁਹਾਨੂੰ ਇਹ (ਸਮਝਣਾ) ਵਿਚਾਰਨਾ ਪਵੇਗਾ ਕਿ ਤੁਹਾਡੇ ਮਾਲ ਵਿੱਚ ਉਪਭੋਗਤਾ ਉਮਰ, ਸੈਕਸ, ਆਮਦਨ ਅਤੇ ਹੋਰ ਚੀਜ਼ਾਂ ਦੇ ਅਧਾਰ ਤੇ ਦੀ ਚੀਜ਼ਾਂ ਖ੍ਰੀਦਣਗੇ। ਦੇਖੋ ਕਿਹੜਾ ਸਟੋਰ ਸਭ ਤੋਂ ਬਿਜੀ ਹੈ। (ਦੇਖੋ ਕਿਹੜੇ ਸਟੋਰ ਤੇ ਭੀੜ ਹੈ) ਅਤੇ ਨੋਟ ਕਰੋ ਉਸ ਦੇ ਕਿਹੜੇ ਖ੍ਰੀਦਦਾਰ ਹਨ ਫਿਰ ਦੇਖੋ ਕਿ ਕਿਹੜੀਆਂ ਵਸਤੂਆਂ ਉਨ੍ਹਾਂ ਗਾਹਕਾਂ ਨੂੰ ਅਪੀਲ ਕਰਦੀਆਂ ਹਨ।

- ਉਤਪਾਦ ਲਾਈਨ ਨੂੰ ਘੱਟ ਤੋਂ ਘੱਟ 300 % ਨੰਬਰ ਦੇਣਾ ਪਵੇਗਾ। ਤੁਹਾਨੂੰ ਵਿਸ਼ਵਾਸ ਪੂਰਣ ਹੋਣਾ ਪਵੇਗਾ ਕਿ ਉਤਪਾਦ ਵਿਕਰੀ ਦੀ ਮਾਤਰਾ ਤੁਹਾਡੇ ਕਿਰਾਏ ਤੋਂ ਘੱਟੋ ਘੱਟ ਪੰਜ ਗੁਣਾ ਬਰਾਬਰ ਹੋਵੇਗੀ। ਜੇਕਰ ਤੁਹਾਡਾ ਉਤਪਾਦ ਇਹ ਦੋਵੇ ਤਰੀਕੇ ਪੂਰੇ ਕਰਦਾ ਹੈ ਤਾਂ ਤੁਸੀਂ ਜੇਤੂ ਹੋ।
- ਤੁਹਾਨੂੰ ਘੱਟੋ ਘੱਟ ਸ਼ੁਰੂਆਤੀ ਆਰਡਰ ਅਤੇ ਪ੍ਰਦਰਸਿਤ ਕੀਮਤ ਸਥਾਪਿਤ ਕਰਨ ਦੀ ਵਿਚਾਰ ਕਰਨੀ ਪਵੇਗੀ। ਤੁਹਾਨੂੰ ਦਿਖਾਈ ਦੇਣ ਵਾਲੀ (ਪੇਸ਼ ਕਰਨ) ਉਤਪਾਦਾਂ ਦੀ ਪ੍ਰਦਰਸ਼ਨੀ ਤੇ ਜ਼ਿਆਦਾ ਪੈਸਾ ਲਗਾਉਣਾ ਪਵੇਗਾ ਤਾਂ ਕਿ ਜੋ ਤੁਸੀਂ ਕਰਦੇ ਹੋ ਉਸ ਦਾ ਪ੍ਰਭਾਵ ਪਵੇ। ਇਹ ਜਾਣਨ ਲਈ ਥੋੜੇ ਸਮੇਂ ਦੀ ਵਪਾਰਕ ਯੋਜਨਾ ਬਣਾਓ ਕਿ ਤੁਹਾਡੇ ਨਿਵੇਸ਼ ਦੇ ਹਰ ਕੇਸ ਵਿੱਚ ਕਿਨ੍ਹਾਂ ਲੰਮਾ ਸਮਾਂ ਲਾਭ ਪ੍ਰਾਪਤ ਕਰਨ ਨੂੰ ਲੱਗੇਗਾ।
- ਪ੍ਰੋਡਕਟ ਮਿਕਸ ਨੂੰ ਚੁਣੋ ਜਿਸਦੇ ਬਾਰੇ ਤੁਸੀਂ ਭਾਵਨਾਤਮਕ ਹੋ। ਉਸ ਦਾ ਜੋ ਵੀ ਭਾਵ ਜਾਂ ਝੁਕਾਅ ਹੈ ਜੋ ਇਹ ਯਕੀਨੀ ਬਣਾਉ ਕਿ ਤੁਸੀਂ ਅਨੰਦ ਮਾਣ ਰਹੇ ਹੋ ਕਿ ਤੁਸੀਂ ਵਪਾਰ ਵਿੱਚ ਨਿਵੇਸ਼ ਆਪਣੇ ਆਪ ਨੂੰ ਕਰ ਰਹੇ ਹੋਵੇਗੇ। ਕੋਈ ਵੀ ਤੁਹਾਡੇ ਵਪਾਰ ਦੀ ਉਸ ਤਰ੍ਹਾਂ ਪ੍ਰਵਾਹ ਨਹੀਂ ਕਰੇਗਾ। ਜਿਸ ਤਰ੍ਹਾਂ ਤੁਸੀਂ ਕਰਦੇ ਹੋ। ਕਿਸੇ ਨੇ ਕਦੇ ਕਿਹਾ ਸੀ ਜਿਨ੍ਹਾਂ ਗੁੜ ਪਾਵੇਗੇ ਉਨ੍ਹਾਂ ਮਿੱਠਾ ਹੋਵੇਗਾ ਇਹ ਇਸ ਗੱਲ ਵਿੱਚ ਠੀਕ ਸਾਬਿਤ ਹੋਵੇਗਾ।
- ਧਿਆਨ ਦੇਵੋ ਜਿਹੜੀ ਜਗ੍ਹਾਂ ਤੁਹਾਨੂੰ ਮਿਲੀ ਹੈ ਉਸ ਵਿੱਚ ਕੀ ਕੁਝ ਹੋ ਸਕਦਾ ਹੈ। ਇਹ ਤੁਹਾਨੂੰ ਸਗੰਠਿਤ ਰੱਖੇਗਾ ਅਤੇ ਆਪਣੇ ਆਪ ਨੂੰ ਜ਼ਿਆਦਾ ਵਧਾਉਣ ਤੋਂ ਵਰਜੇਗਾ। ਇਹ ਮੁਨਾਸਬ ਹੋਵੇਗਾ ਕਿ ਲਿਖਤੀ ਯੋਜਨਾ ਬਣਾਓ। ਅਤੇ ਟ੍ਰੈਕ ਤੇ ਰਹਿਣ ਲਈ ਦ੍ਰਿਸ਼ (ਬਨਾਵਟੀ) ਦੀ ਰਚਨਾ ਕਰੋ।
- ਇਕ ਵਾਰ ਇੱਛਾ, ਨਿਸਚਾ ਅਤੇ ਭਾਵਨਾ ਸਥਾਪਿਤ ਹੋ ਗਏ, ਅਤੇ ਫਿਰ ਵਪਾਰ ਦੇ ਦੂਜੇ ਹਿਸਿਆ ਤੇ ਧਿਆਨ ਕੇਦਰਿਤ ਕਰਨਾ ਸੌਖਾ ਹੋ ਜਾਵੇਗਾ। ਤੁਹਾਡਾ ਬਹੁਤ ਜ਼ਿਆਦਾ ਵਸਤਾਂ ਵੱਲੋਂ ਧਿਆਨ ਨਹੀਂ ਹੋਵੇਗਾ ਅਤੇ ਆਪਣੇ ਉਤਪਾਦ ਲਈ ਵਧੀਆਂ ਮਾਰਕੀਟ, ਜਗ੍ਹਾਂ, ਅਤੇ ਕੀਮਤ ਚੁਣਨ ਵੱਲ ਧਿਆਨ ਕੇਂਦਰਿਤ ਕਰ ਸਕਦੇ ਹੋ।

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

- ਆਪਣੇ ਸਾਧਨਾਂ ਦੀ ਵਰਤੋਂ ਕਰੋ ਅਤੇ ਉਤਪਾਦਾਂ ਲਈ ਦੂਸਰੇ ਬਾਜਾਰਾਂ ਤੱਕ ਪਹੁੰਚ ਬਣਾਓ। ਸਿਰਫ ਆਪਣੇ ਸ਼ਹਿਰ ਦੇ ਹੋਲ ਸੇਲ ਵਪਾਰੀਆਂ ਤੇ ਨਿਰਭਰ ਨਾ ਕਰੋ। ਇਹ ਵੀ ਵਿਚਾਰ ਕਰੋ ਕਿ ਸਾਰੇ ਖਰਚਿਆ ਨੂੰ ਪੂਰਾ ਕਰਨ ਲਈ ਕਿਨੀ ਵਿਕਰੀ ਦੀ ਲੋੜ ਹੈ। ਇਹ ਜਾਣਨਾ ਤੁਹਾਡੇ ਵਪਾਰ ਦੀ ਕਿਰਾਏ ਤੋਂ ਵਿਕਰੀ ਦਰ ਅਤੇ ਤੁਹਾਡਾ ਨੈਟ (Net) ਲਾਭ ਬਣਾਉਣ ਵਿੱਚ ਮਦਦ ਕਰੇਗਾ।
- ਜਦੋਂ ਕਿਸੇ ਵਿਸ਼ੇਸ਼ ਉਤਪਾਦ ਵੱਲ ਧਿਆਨ ਕੇਂਦਰਿਤ ਕਰਨਾ ਹੈ ਫਿਰ ਹੋਰ ਵਸਤਾਂ ਬਾਰੇ ਪੁਛੋ ਜੋ ਤੁਹਾਡੇ ਆਦਾਨ ਪ੍ਰਦਾਨ ਨੂੰ ਪੂਰਾ ਕਰਨ ਲਈ ਵਿਕਰੀ ਵਧਾ ਸਕਦੀਆਂ ਹਨ। (ਉਦਾਹਰਨ ਦੇ ਤੌਰ ਤੇ ਜੇ ਤੁਸੀਂ ਕੈਮਰਾ ਵੇਚਦੇ ਹੋ ਤਾਂ ਉਸ ਨਾਲ ਬੈਟਰੀਆਂ, ਫਲੈਸ ਡਰਾਈਵ, ਵੀ ਵੇਚੋ) ਇਹ ਦੇਖੋ ਕਿ ਤੁਹਾਡਾ ਉਤਪਾਦ ਲੰਮੇ ਸਮੇਂ ਤਕ ਵਿਕਰੀ ਹੁੰਦੀ ਹੈ ਜਾਂ ਕੁਝ ਸਮੇਂ ਦੇ ਰੁਝਾਨ ਵਾਲੀ ਵਸਤੂ ਜਿਹੜੀ ਕਿ ਕੁਝ ਹਫਤੇ ਜਾਂ ਮਹੀਨੇ ਚੱਲਦੀ ਹੈ ਅੰਤ ਵਿੱਚ ਆਪਣੇ ਹੋਲ ਸੈਲਰ ਜਾਂ ਉਤਪਾਦਕ ਨੂੰ ਆਪਣੇ ਉਤਪਾਦ ਦੇ ਵਾਧੇ ਲਈ ਪੁਛੋ ਜਾਂ ਹੋਰ ਵੇਚਣ ਵਾਲੇ ਸਾਧਨ ਜਿਵੇਂ ਕਿ ਸਾਈਨ ਬੋਰਡ, ਵੀਡੀਓ, ਅਤੇ ਪ੍ਰਦਰਸ਼ਨੀ ਲਈ ਸਾਜੋ ਸਮਾਨ।
- ਇਕ ਖੇਤਰ ਵਿੱਚ ਗਾਹਕਾਂ ਦੇ ਜਨ ਅੰਕੜੇ ਬਾਰੇ ਖੋਜ ਨੂੰ ਨਿਸ਼ਚਿਤ ਬਣਾਓ। ਤੁਹਾਡਾ ਲੋਕਲ ਚੈਬਰ ਆਫ ਕਮਰਸ ਤੁਹਾਡੇ ਗਾਹਕਾਂ ਪ੍ਰਤੀ ਬਹੁਤ ਸਾਰੀ ਜਾਣਕਾਰੀ ਪ੍ਰਦਾਨ ਕਰਨਾ ਹੈ। ਜਿਵੇਂ ਕਿ ਉਮਰ ਆਮਦਨ ਸਿਖਿਆ, ਜਿਪ ਕੋਡ ਆਦਿ। ਇਹ ਜਾਨਣਾ ਕਿ ਇਸ ਸਮਾਜਕ ਚੌਗਿਰਦੇ ਵਿੱਚ ਨੌਜਵਾਨ ਅਮੀਰ ਪ੍ਰਰਿਵਾਰ ਵੱਸ ਰਹੇ ਹਨ ਜਾਂ ਸਮਾਨ ਵਿੱਚ ਸਮਾਜ ਵਿੱਚ ਚੰਗੇ ਸਥਾਪਿਤ ਬਜੁਰਗ, ਤੁਹਾਨੂੰ ਚੰਗੀ ਅਤੇ ਕੁਸ਼ਲ ਖ੍ਰੀਦਦਾਰੀ ਵਿੱਚ ਮੱਦਦਗਾਰ ਹੋਵੇਗਾ।
- ਇਕ ਵਾਰ ਤੁਸੀਂ ਜੋ ਵੇਚਣਾ ਚਾਹੁੰਦੇ ਹੋ ਉਸ ਕਿਸਮ ਦਾ ਵਪਾਰ ਚੁਣ ਲਿਆ, ਫਿਰ ਤੁਸੀਂ ਆਪਣੇ ਵਪਾਰ ਨੂੰ ਕਾਮਯਾਬ ਕਰਨ ਲਈ ਇਨ੍ਹਾਂ ਵਸਤੂਆਂ ਦੀ ਵਸਤੂ ਸੂਚੀ ਦੀ ਗਹਿਰਾਈ ਅਤੇ ਵਿਸਥਾਰ ਬਾਰੇ ਵਿਚਾਰ ਕਰੋ।

ਅਭਿਆਸ : ਮੁਲੰਕਣ

1. ਕਿਸੇ ਪ੍ਰਚੂਨ ਸਟੋਰ ਤੇ ਜਾਓ ਅਤੇ ਅਨੁਸਰਨ ਕਰੋ ਕਿਵੇਂ ਕਿਸੇ ਪ੍ਰਚੂਨ ਸਟੋਰ ਉੱਤੇ ਉਤਪਾਦ ਪ੍ਰਦਰਸ਼ਨ ਕਰਨਾ ਹੈ।
2. ਕਿਸੇ ਤੇਜ਼ (ਗਰਮ) ਪ੍ਰਚੂਨ ਮਾਰਕੀਟ ਵਿੱਚ ਕੰਮ ਦੇ ਸਮੇਂ ਜਾਓ ਤੇ ਵੇਖੋ ਗਾਹਕ ਦੀਆਂ ਲੋੜਾਂ ਅਤੇ ਸਤੁੰਸ਼ਟੀ ਲਈ ਉਤਪਾਦ ਨੂੰ ਕਿਵੇਂ ਪੇਸ਼ ਕਰਨਾ ਅਤੇ ਪ੍ਰਦਰਸ਼ਿਤ ਕਰਨਾ ਹੈ।

ਮੁਲੰਕਣ

ਖਾਲੀ ਥਾਵਾਂ ਭਰੋ

1. ਸਟੋਰ ਵਾਸਤੇ ਨਵੇਂ ਗਾਹਕਾਂ ਨੂੰ ਲਿਆਉਣ ਵਿੱਚ _______________ ਮਦਦ ਕਰਦੀ ਹੈ।
2. ____________ ਵਿਕਰੀ ਨੂੰ ਦੁਰਹਾਉਣ ਵਿੱਚ ਮਦਦ ਕਰੇਗਾ।
3. ____________ਦੇ ਪ੍ਰਦਰਸ਼ਨ ਸਥਾਨ ਦੀ ਰਣਨੀਤੀ ਤੁਹਾਡੇ ਗਾਹਕਾਂ ਨੂੰ ਸਪਸ਼ਟ ਰੂਪ ਵਿੱਚ ਦੱਸੇਗੀ ਕਿਵੇਂ ਤੁਸੀਂ ਵਪਾਰ ਚਲਾਉਣ ਲਈ ਯੋਜਨਾ ਬਣਾਈ ਹੈ।
4. __________ ਸਟੋਰ ਵਿੱਚ ਵਿਕਰੀ ਕਰਨ ਵਾਲੇ ਆਦਮੀਆਂ ਵਿੱਚ ਉਤਸ਼ਾਹ ਪੈਦਾ ਕਰ ਸਕਦੀ ਹੈ।
5. ____________ ਵਧਾਉਣ ਲਈ ਖੜਵੀ ਪ੍ਰਦਰਸ਼ਨੀ ਦੀ ਵਰਤੋਂ ਅਤੇ ਬਿਲਟ ਇਨ ਰੇਂਜ, ਮਾਈਕਰੋਵੇਵ (microwave) ਆਦਿ ਲਈ ਉਚਿਤ ਖੇਤਰ ਦੀ ਵਰਤੋਂ ਕਰਨੀ ਚਾਹੀਦੀ ਹੈ।
6. ____________ ਦੀ ਵਰਤੋਂ ਦੁਆਰਾ ਉਤਪਾਦ ਦੀ ਵਿਕਰੀ ਵਧਦੀ ਹੈ ਜਿਵੇਂ ਕਿ ਮੁਖ ਲਾਭ ਜਾਂ ਖਾਸ

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

ਲਾਭ ਨੂੰ ਦਰਸਾਉਣਾ।

7. ਤੁਹਾਡਾ ਸਟੋਰ ____________ ਖ਼ੀਦਦਾਰੀ ਲਈ ਅਤੇ ਅਰਾਮਦਾਇਕ ਜਗ੍ਹਾਂ ਹੋਣੀ ਚਾਹੀਦੀ ਹੈ।

8. _____________ ਦੀ ਪ੍ਰਦਰਸ਼ਨੀ ਲਈ ਫਿਕਸਚਰ ਦੀ ਵਰਤੋਂ ਕਰੋ ਅਤੇ ਲਾਈਟ ਦਾ ਖਾਸ ਪ੍ਰਬੰਧ ਕਰੋ ਜੋ ਤੁਹਾਡੀ ਪ੍ਰਦਰਸ਼ਨੀ ਅਤੇ ਤੁਹਾਡੇ ਪ੍ਰਤੀਬਿੰਬ ਦੇ ਪ੍ਰਭਾਵ ਨੂੰ ਵਧਾਉਂਦਾ ਹੈ।

9. ਸ਼ਪਸ਼ਟ/ਠੀਕ/ਸਹੀਂ ਉੱਤਰ ਦਾ ਅਭਿਆਸ ਕਰੋ ਜਦੋਂ ਤੱਕ ਉਹ ਜਬਾਨ ਤੇ ________ਅਤੇ ________ ਨਹੀਂ ਚੜਦਾ।

10. ਜਦੋਂ ਕਿਸੇ ਖਾਸ ਉਤਪਾਦ ਤੇ ਧਿਆਨ ਕੇਦ੍ਰਿਤ ਹੈ __________ ਵਸਤੂਆਂ ਦੇ ਬਾਰੇ ਪੁਛੋ ਜਿੰਨਾ ਦੀ ਅਦਾਨ ਪ੍ਰਦਾਨ ਨੂੰ ਵਧਾਉਣ ਲਈ ਵਿਕਰੀ ਕਰ ਸਕਦੇ ਹੋ।

(ਅ) **ਸਹੀ ਗਲਤ**

1. ਘੱਟ ਚੱਲਣ ਵਾਲੀਆਂ ਅਤੇ ਘੱਟ ਕੀਮਤ ਵਾਲੀਆਂ ਵਸਤੂਆਂ ਗਾਹਕ ਦੀ ਪਹੁੰਚ ਨੇੜੇ ਪ੍ਰਦਰਸ਼ਿਤ ਕਰੋ।
2. ਜ਼ਿਆਦਾ ਮੰਗ, ਮੌਸਮੀ, ਭਾਵਨਾਤਮਕ ਜਾਂ ਪ੍ਰਚਲਤ ਵਸਤਾਂ ਨੂੰ ਦੂਰੀ ਦੇ ਪ੍ਰਦਰਸ਼ਨੀ ਸਥਾਨ ਤੇ ਰੱਖੋ।
3. ਹਰ ਵਿਭਾਗ ਵਿੱਚ ਤੇਜ਼ੀ ਨਾਲ ਵਿਕਣ ਵਾਲੀਆਂ ਚੀਜ਼ਾਂ ਤੇ ਗਾਹਕ ਦਾ ਧਿਆਨ ਖਿਚਣ ਲਈ ਵਿਕਰੀ ਕੇਂਦਰ ਚਿੰਨਾਂ ਦੀ ਵਰਤੋਂ ਕਰਨੀ ਹੈ।
4. ਕਿਸੇ ਵੀ ਪ੍ਰਦਰਸ਼ਨੀ ਵਿੱਚ ਵਧੀਆਂ ਪ੍ਰਦਰਸ਼ਨ ਲਈ ਉਚਾਈ ਅੱਖ ਅਤੇ ਬੈਲਟ ਵਿਚਕਾਰ ਹੁੰਦੀ ਹੈ।
5. ਕਿਰਿਆ, ਰੋਸ਼ਨੀ ਅਤੇ ਰੰਗ ਕਿਸੇ ਵੀ ਪ੍ਰਦਰਸ਼ਨੀ ਵੱਲ ਧਿਆਨ ਨੂੰ ਨਹੀਂ ਖਿਚਦੇ ਹਨ।
6. ਕੋਈ ਵੀ ਪ੍ਰਦਰਸ਼ਨੀ ਪੂਰੀ ਤਰ੍ਹਾਂ ਪ੍ਰਭਾਵਸ਼ਾਲੀ ਜਾਂ ਪੂਰੀ ਨਹੀਂ ਹੁੰਦੀ ਜਦੋਂ ਤਕ ਵਪਾਰਕ ਵਸਤੂ ਦੀ ਕੀਮਤ ਨਹੀਂ ਲੱਗੀ ਹੁੰਦੀ।
7. ਜੇਕਰ ਪ੍ਰਦਰਸ਼ਨੀ ਦੇ ਨਕਸ ਨੁਹਾਰ ਆਲੇ ਦੁਆਲੇ ਦੀਆਂ ਦੂਜੀਆਂ ਪ੍ਰਦਰਸ਼ਨੀਆਂ ਨਾਲ ਨਹੀਂ ਮਿਲਦੇ। ਉਹ ਗਾਹਕ ਨੂੰ ਖਿਚਣ ਦੀ ਬਜਾਇ ਦੂਰ ਕਰਦੀ ਹੈ।
8. ਪ੍ਰਦਰਸ਼ਨੀ ਨੂੰ ਸਾਫ ਸੁਥਰਾ ਅਤੇ ਪੂਰਾ ਚੰਗੇ ਸਟਾਕ ਰੱਖਣਾ ਚੰਗੇ ਵਪਾਰ ਦੀ ਬਹੁਤ ਪ੍ਰਭਾਵਸ਼ਾਲੀ ਯੁਕਤੀ ਹੈ।
9. ਪ੍ਰਚੂਨ ਉਤਪਾਦ ਦੀ ਪ੍ਰਦਰਸ਼ਨੀ, ਸੁਧਰੀ ਹੋਈ ਵਿਕਰੀ ਗਾਹਕ ਵਿੱਚ ਨਵੇਂ ਬਰੈਂਡ ਦੀ ਚੈਤਨਾ ਵਿੱਚ ਵਾਧਾ ਅਤੇ ਗਾਹਕ ਦੀ ਸਤੁੰਸ਼ਟੀ ਵਿੱਚ ਵਾਧੇ ਦਾ ਮੁੱਖ ਕਾਰਣ ਹੋ ਸਕਦੀ ਹੈ।
10. ਇਕ ਵਾਰ ਇੱਛਾ, ਨਿਸਚਾ ਅਤੇ ਭਾਵਨਾ ਸਥਾਪਿਤ ਹੋ ਜਾਣ ਤੇ ਵਪਾਰ ਦੇ ਹੋਰ ਭਾਗਾਂ ਵਿੱਚ ਧਿਆਨ ਕੇਂਦ੍ਰਿਤ ਨਹੀਂ ਹੋਣਾ ਸੋਖਾ ਹੋ ਜਾਂਦਾ ਹੈ।

(ੲ) **ਕਿਰਿਆਵਾਂ (Activity)**

ਮੰਨ ਲਓ ਤੁਸੀਂ ਕਿਸੇ ਪ੍ਰਚੂਨ ਦੀ ਦੁਕਾਨ ਤੇ ਕੰਮ ਕਰਦੇ ਹੋ ਅਤੇ ਤੁਹਾਨੂੰ ਵਪਾਰਕ ਵਸਤਾਂ ਦੀ ਪ੍ਰਭਾਵਸ਼ਾਲੀ ਦਿੱਖ ਬਣਾਉਣ ਦਾ ਕੰਮ ਸੌਂਪਿਆ ਹੈ। ਤੁਸੀਂ ਇਸ ਕੰਮ ਨੂੰ ਕਿਵੇਂ ਪੂਰਾ ਕਰੋਗੇ।

(ਸ) **ਹੇਠ ਲਿਖਿਆ ਤੇ ਵਿਚਾਰ ਚਰਚਾ ਕਰੋ (Discuss the Following)**

1. ਸੈਂਪਲ ਵਿਕਰੀ ਦੀ ਯੋਜਨਾ (Sample sales floor plan)
2. ਸ਼ੈਲਫ ਦੀ ਸਥਾਪਤੀ/ ਜਗ੍ਹਾ
3. ਸਟੋਰ ਦੀ ਯੋਜਨਾ
4. ਸਟੋਰ ਵਿੱਚ ਪ੍ਰਦਰਸ਼ਨੀ ਦੇ ਅਸਰ ਨੂੰ ਵਧਾਉਣ ਲਈ ਨੁਕਤਿਆ ਦਾ ਵਰਣਨ ਕਰੋ।
5. ਗਾਹਕ ਦੇ ਉਤਪਾਦ ਦੀ ਚੋਣ ਕਰਨ ਵਿੱਚ ਪ੍ਰਭਾਵੀ ਤੱਥਾਂ ਦੀ ਲਿਸਟ ਬਣਾਵੋ ?

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

ਮੁਲੰਕਣ ਕਿਰਿਆ ਲਈ ਚੈਕਲਿਸਟ

ਹੇਠਾਂ ਦਿੱਤੀ ਚੈਕ ਲਿਸਟ ਨੂੰ ਇਹ ਦੇਖਣ ਲਈ ਵਰਤੋਂ ਕਿ ਤੁਸੀਂ ਮੁਲੰਕਣ ਕਿਰਿਆ ਦੀਆਂ ਸਾਰੀਆਂ ਲੋੜਾਂ ਪੂਰੀਆਂ ਕਰ ਲਈਆਂ ਹਨ।

ਭਾਗ (ੳ)

- ਸਧਾਰਣ ਵਪਾਰ ਅਤੇ ਦਿੱਖ ਵਪਾਰ ਵਿੱਚ ਅੰਤਰ ਦੱਸੋ।
- ਸਟੋਰ ਯੋਜਨਾ ਦੇ ਤਰੀਕੇ ਦਾ ਵਿਸ਼ਲੇਸ਼ਣ ਕਰੋ।
- ਸਟੋਰ ਵਿੱਚ ਪ੍ਰਦਰਸ਼ਨੀ ਦੇ ਪ੍ਰਭਾਵ ਨੂੰ ਵਧਾਉਣ ਦੇ ਨੁਕਤਿਆ ਦਾ ਵਰਣਨ ਕਰੋ।
- ਗਾਹਕ ਦੇ ਉਤਪਾਦ ਦੀ ਚੋਣ ਨੂੰ ਪ੍ਰਭਾਵਿਤ ਕਰਨ ਵਾਲੇ ਤੱਥਾਂ ਦੀ ਸੂਚੀ ਬਣਾਓ।
- ਗਾਹਕ ਦੀਆਂ ਲੋੜਾਂ ਅਤੇ ਖਾਹਿਸ਼ਾ ਵਿੱਚ ਅੰਤਰ ਸ਼ਪਸ਼ਟ ਕਰੋ।

ਭਾਗ (ਅ)

ਹੇਠਾਂ ਲਿਖਿਆ ਦੀ ਕਲਾਸ ਵਿੱਚ ਚਰਚਾ ਕੀਤੀ ਗਈ : **(Discussed in class the following)**

- ਉਤਪਾਦ ਪ੍ਰਦਰਸ਼ਨੀ ਤੋਂ ਕੀ ਭਾਵ ਹੈ ?
- ਦਿਸਣ ਵਾਲੀ ਪ੍ਰਦਰਸ਼ਨੀ ਲਈ ਕਿਹੜੇ ਸਾਧਨ ਵਰਤੇ ਜਾਂਦੇ ਹਨ ?
- ਪ੍ਰਭਾਵਸ਼ਾਲੀ ਦਿਖ ਵਪਾਰ ਦੇ ਤੱਤਾਂ ਦਾ ਵਰਣਨ ਕਰੋ ?
- ਸਟੋਰ ਯੋਜਨਾ ਤਕਨੀਕ ਬਾਰੇ ਚਾਨਣਾ ਪਾਓ ?
- ਪ੍ਰਚੂਨ ਲਗਜ਼ਰੀ ਉਤਪਾਦਾ ਦੀ ਪ੍ਰਦਰਸ਼ਨੀ ਕਰਨ ਵਾਲੇ ਤਰੀਕੇ ਕਿਹੜੇ ਹਨ ?
- ਵਪਾਰ ਪ੍ਰਭਾਵਸ਼ਾਲੀ ਦਾ ਮੁਲੰਕਣ ਕਿਵੇਂ ਕਰਨਾ ਹੈ ਅਤੇ ਵਪਾਰ ਲਈ ਖਾਸ ਸੁਝਾਅ ਦਿਓ।
- ਜਦੋਂ ਵਸਤੂਆਂ ਦੀ ਪ੍ਰਦਰਸ਼ਨੀ ਕਰਨੀ ਹੈ ਕਿਹੜੀ ਕਿਸਮ ਦੇ ਵਪਾਰਕ ਨਿਯਮਾਂ ਦੀ ਪਾਲਣਾ ਕਰਨੀ ਹੈ।
- ਗਾਹਕਾਂ ਨੂੰ ਆਕਰਸ਼ਿਤ ਕਰਨ ਲਈ ਪ੍ਰਚਾਰ ਵਾਲੀਆ ਕਿਰਿਆ ਦਾ ਵਰਣਨ ਕਰੋ।
- ਗਾਹਕ ਦੀਆਂ ਲੋੜਾਂ ਦਾ ਅੰਦਾਜ਼ਾ ਕਿਵੇਂ ਲਗਾਉਣਾ ਹੈ।

ਭਾਗ (ੲ)

ਕਾਰਗੁਜਾਰੀ ਪੱਧਰ

ਕਾਰਗੁਜਾਰੀ ਪੱਧਰ	ਹਾਂ	ਨਹੀਂ
• ਆਮ ਅਤੇ ਦਿਖ ਪ੍ਰਦਰਸ਼ਨੀ ਵਿੱਚ ਸਾਧਨਾ ਅਤੇ ਤਕਨੀਕਾ ਦਾ ਅੰਤਰ ਪਤਾ ਕੀਤਾ ਹੈ।		
• ਪ੍ਰਚੂਨ ਸਟੋਰ ਵਿੱਚ ਪ੍ਰਦਰਸ਼ਨੀ ਤਕਨੀਕਾ ਦੀ ਪਛਾਣ ਕੀਤੀ ਹੈ।		
• ਗਾਹਕ ਦੀ ਲੋੜ ਦਾ ਅੰਦਾਜ਼ਾ ਅਤੇ ਸਹੀ ਪਛਾਣ ਕਰਨ ਦੀ ਯੋਗਤਾ ਹੈ।		
• ਪ੍ਰਚੂਨ ਸਟੋਰ ਅੰਦਰ ਪ੍ਰਦਰਸ਼ਨੀ ਦੇ ਪ੍ਰਭਾਵਾ ਨੂੰ ਵਧਾਉਣ ਦੇ ਨੁਕਤਿਆ ਦਾ ਵਰਣਨ ਕਰਨ ਦੇ ਯੋਗ ਹੈ।		
• ਗਾਹਕ ਦੁਆਰਾ ਉਤਪਾਦ ਦੀ ਚੋਣ ਨੂੰ ਪ੍ਰਭਾਵਿਤ ਕਰਨ ਵਾਲੇ ਤੱਤਾਂ ਦੀ ਸੂਚੀ ਬਣਾਉਣ ਦੇ ਯੋਗ ਹੈ।		

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

ਸੈਸ਼ਨ 2 ਵਿਕਰੀ ਅਤੇ ਉਤਪਾਦ ਦੀ ਸਪੁਰਦਗੀ (SALE AND DELIVER OF PRODUCTS)

ਸਬੰਧਿਤ ਗਿਆਨ (Relevant Knowledge)

ਉਤਪਾਦ ਵਿਕਰੀ ਪ੍ਰਕ੍ਰਿਆ :-

ਗਾਹਕਾਂ ਨੇ ਆਪਣੀ ਖ਼੍ਰੀਦ ਪ੍ਰਕ੍ਰਿਆ ਦਾ ਵਿਕਾਸ ਕੀਤਾ ਹੈ ਅਤੇ ਖੋਜ ਦੇ ਕਈ ਰਸਤੇ (ਚੈਨਲ) ਵਰਤੇ ਹਨ ਅਤੇ ਉਤਪਾਦ ਅਤੇ ਸੇਵਾਵਾਂ ਦੀ ਤੁਲਨਾ ਕਰਕੇ ਖ਼੍ਰੀਦ ਕੀਤੀ ਹੈ। ਉਦਾਹਰਣ ਦੇ ਤੌਰ ਤੇ ਜਿਨ੍ਹਾਂ 40% ਗਾਹਕਾਂ ਕੋਲ ਸਮਾਰਟ ਫੋਨ ਹਨ ਉਹਨਾਂ ਵਿੱਚੋਂ 70% ਗਾਹਕਾਂ ਨੇ ਸਟੋਰ ਵਿੱਚ ਖ਼੍ਰੀਦ ਕਰਦਿਆ ਉਨਾਂ ਦੀ ਵਰਤੋਂ ਕੀਤੀ ਹੈ ਜਦੋਂ ਕਿ ਔਨ ਲਾਈਨ ਖ਼੍ਰੀਦ ਸਥਾਨਾਂ ਨੇ ਅਜਿਹੇ ਸਾਧਨਾਂ ਦਾ ਪ੍ਰਸਾਰ ਕੀਤਾ ਜੋ ਗਾਹਕਾਂ ਨੂੰ ਖ਼੍ਰੀਦ ਪ੍ਰਕ੍ਰਿਆ ਕਰਨ ਲਈ ਅੰਤਰ ਦ੍ਰਿਸ਼ਟੀ ਪੈਦਾ ਕਰਨ ਵਿੱਚ ਸਹਾਇਕ ਹਨ। ਪ੍ਰਚੂਨ ਵਪਾਰੀਆਂ ਨੇ ਵੀ ਸਟੋਰ ਵਿੱਚ ਇਹੋ ਜਿਹੇ ਕੁਝ ਸਾਧਨ ਪ੍ਰਦਾਨ ਕੀਤੇ ਹਨ। ਗਾਹਕਾਂ ਨੇ ਸਟੋਰਾਂ ਵਿੱਚ ਫੈਸਲੇ ਲੈਣ ਲਈ ਸਹਾਈ ਆਪਣੇ ਉਪਕਰਨਾ (ਤਰੀਕਿਆ) ਵੱਲ ਰੁੱਖ ਮੋੜਿਆ ਹੈ ਅਤੇ ਜਿਵੇਂ ਕਿ ਸਮਾਰਟ ਫੋਨ ਖ਼੍ਰੀਦਦਾਰੀ ਤਜਰਬੇ ਦਾ ਇਕ ਜ਼ਰੂਰੀ ਅੰਗ ਬਣ ਗਿਆ ਹੈ।

ਪ੍ਰਚੂਨ ਵਪਾਰ ਲਈ ਅਗਲੀ ਵੱਡੀ ਚਣੌਤੀ ਇਹ ਨਿਸ਼ਚਾ ਕਰਨਾ ਹੈ ਕਿ ਗਾਹਕ ਨਾਲ ਜੁੜਨ ਲਈ ਕਿਵੇਂ ਸਮਾਰਟ ਫੋਨ ਦੀ ਵਰਤੋਂ ਕਰਨੀ ਹੈ ਅਤੇ ਖ਼੍ਰੀਦਦਾਰੀ ਚਲਾਉਣ ਲਈ ਪੂਰੀ ਪ੍ਰਕ੍ਰਿਆ ਵਿੱਚ ਫੈਸਲਾ ਲੈਣ ਲਈ ਕਿਵੇਂ ਅੰਤਰ ਦ੍ਰਿਸ਼ਟੀ ਦੀ ਕੁੰਜੀ ਪ੍ਰਦਾਨ ਕਰਨੀ ਹੈ। ਪ੍ਰਚੂਨ ਵਪਾਰੀ ਜਿਹੜੇ ਪ੍ਰਭਾਵਸ਼ਾਲੀ ਫੈਸਲਾ ਲੈਣ ਦੇ ਸਾਧਨਾ ਦੀ ਵਰਤੋਂ ਸਟੋਰ ਦੇ ਅੰਦਰ ਗਾਹਕਾਂ ਨੂੰ ਪ੍ਰਦਾਨ ਕਰ ਸਕਦੇ ਹਨ ਉਹ ਨਵੇਂ ਰਸਤੇ ਖੋਲਣਗੇ ਜਿਸ ਨਾਲ ਉਹ ਸਹੀ ਮਾਰਕੀਟ ਅਤੇ ਵਿਕਰੀ ਕਰ ਸਕਣ।

ਉਦਾਹਰਣ ਦੇ ਤੌਰ ਤੇ ਐਕਸੈਨਚਰ ਨੇ ਗਾਹਕਾਂ ਵਿੱਚ ਅੰਤਰ ਦ੍ਰਿਸ਼ਟੀ ਪੈਦਾ ਕਰਨ ਲਈ ਇਕ ਅਜਿਹੇ ਰਸਤੇ ਦਾ ਵਿਕਾਸ ਕੀਤਾ, ਜਿਸ ਵਿੱਚ ਉਸਨੇ ਨਵੀਂ ਕਿਸਮ ਦੇ ਗਾਹਕਾਂ ਦੇ ਡਾਟੇ ਨੂੰ ਪੁਰਾਣੇ (ਪ੍ਰੰਪਰਾਗਤ) ਗਾਹਕਾ ਨਾਲ ਮਿਲਾ ਦਿੱਤਾ ਹੈ (ਅਤੇ ਗਾਹਕਾ ਵਿੱਚ ਖ਼੍ਰੀਦ ਫੈਸਲਾ ਪ੍ਰਕ੍ਰਿਆ ਵਿੱਚ ਮਦਦ ਕਰਨ ਲਈ ਸੇਵਾਵਾਂ ਦੇ ਇਕ ਸੈਟ ਦੀ ਰਚਨਾ ਕੀਤੀ ਹੈ ਜੋ ਗਾਹਕ ਦੇ ਨਵੇਂ ਵਿਚਾਰ ਦਾ ਨਤੀਜਾ ਹੈ।)

ਇਹ ਪਹੁੰਚ ਸੋਸ਼ਲ ਮੀਡੀਆ, ਪ੍ਰੋਫਾਈਲ ਡਾਟਾ, ਗਾਹਕ ਦੀ ਖ਼੍ਰੀਦ ਹਿਸਟਰੀ, ਅਤੇ ਗਾਹਕ ਦੇ ਵਿਹਾਰ ਦੇ ਮਿਸ਼ਰਨ ਦੀ ਵਰਤੋਂ ਕਰਦੀ ਹੈ। ਗਾਹਕ ਦੇ ਵਿਵਰਨ ਲਈ ਹਵਾਲੇ ਦੀ ਨਵੀਂ ਕਿਸਮ ਸ਼ੋਸ਼ਲ ਪ੍ਰੋਫਾਈਲ ਡਾਟਾ ਸਹੀ ਰੂਪ ਵਿੱਚ ਗਾਹਕ ਦੀ ਪ੍ਰੋਫਾਈਲ ਪ੍ਰਦਾਨ ਕਰਦਾ ਹੈ ਅਤੇ ਸੂਚਨਾ ਦਾ ਸਾਧਨ ਹੈ। ਭਾਵੇਂ ਗਾਹਕ ਦੇ ਵਿਚਾਰਾਂ ਬਾਰੇ ਔਨ ਲਾਈਨ ਖੋਜ਼ ਕੀਤੀ ਜਾਂਦੀ ਹੈ ਪਰ ਸਟੋਰ ਵਿੱਚ ਦੈਨਿਕ ਕਾਰਜ ਕ੍ਰਮ ਵਿੱਚ ਗਾਹਕ ਦੇ ਵਿਵਹਾਰ ਦਾ ਪਤਾ ਨਹੀਂ ਲੱਗਦਾ। ਸ਼ੋਸ਼ਲ ਪ੍ਰੋਫਾਈਲ ਗਾਹਕ ਦੇ ਵਿਚਾਰ ਅਤੇ ਖ਼੍ਰੀਦ ਹਿਸਟਰੀ ਦੇ ਡਾਟਾ ਦਾ ਮਿਸ਼ਰਣ ਗਾਹਕ ਦੇ ਅਸਲ ਵਿਵਹਾਰ ਦੀ ਤਸਵੀਰ ਪੇਸ਼ ਕਰ ਸਕਦਾ ਹੈ। ਜਿਸ ਨਾਲ ਪ੍ਰਚੂਨ ਵਪਾਰੀ ਗਾਹਕਾਂ ਦੀ ਵਧੀਆ ਢੰਗ ਨਾਲ ਵੰਡ ਕਰ ਸਕਦਾ ਹੈ। ਉਸ ਵੰਡ ਦੇ ਅਧਾਰ ਤੇ ਗਾਹਕ ਲਈ ਨਿਰਣਾ ਲੈਣ ਵਾਲੀਆ ਸਹਾਇਕ ਸੇਵਾਵਾਂ ਪੈਦਾ ਕੀਤੀਆ ਜਾ ਸਕਦੀਆਂ ਹਨ ਜਿਹੜੀਆਂ :-

- ਸਹੀ ਉਤਪਾਦਾ ਨੂੰ ਲੱਭਣਾ ਅਤੇ ਉਸ ਨੂੰ ਜ਼ਰੂਰਤ ਅਨੁਸਾਰ ਬਦਲਣ ਵਿੱਚ ਮਦਦ ਕਰਨਾ।
- ਵਿਕਰੀ ਤਜਰਬੇ ਨਾਲੋਂ ਵੱਧ, ਪ੍ਰੰਤੂ ਉਹ ਸੇਵਾ ਜੋ ਗਾਹਕ ਦੀ ਹਥੇਲੀ ਵਿੱਚ ਖ਼੍ਰੀਦ ਸਹਾਇਤਾ ਰੱਖਦੀ ਹੈ।
- ਇਕ ਨਵੇਂ ਰਸਤੇ ਨੂੰ ਸਥਾਪਿਤ ਕਰਨਾ ਜਿਹੜਾ ਪ੍ਰਚੂਨ ਵਪਾਰੀ ਨਾਲ ਸਿੱਧਾ ਸੰਚਾਰ ਕਰਨ ਦੇ ਯੋਗ ਬਣਾਉਂਦਾ ਹੈ।

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

ਇਹ ਚੈਨਲ ਪ੍ਰਚੂਨ ਵਪਾਰੀਆਂ ਨੂੰ ਗਾਹਕ ਸਬੰਧੀ ਨਿਰੰਤਰ ਜਾਣਕਾਰੀ ਹਾਸਿਲ ਕਰਨ ਦੀ ਸੁਵਿਧਾ ਦਿੰਦਾ ਹੈ। ਅਤੇ ਸਟੋਰ ਵਿੱਚ ਉਸਦੇ ਮੁਤਾਬਿਕ ਬਦਲਾਵ ਪੈਦਾ ਕਰਦਾ ਹੈ।

ਗਾਹਕਾਂ ਨੂੰ ਉਤਪਾਦ ਪਹੁੰਚਾਣਾ (Delivery of products to customers) :-

ਵੱਧਦੇ ਨਵੇਂ ਤਰੀਕਿਆਂ ਨਾਲ ਆਪਣੇ ਸਾਥੀਆਂ ਅਤੇ, ਪ੍ਰਚੂਨ ਵਪਾਰੀਆ ਨਾਲ ਜਾਣਕਾਰੀ ਸਾਂਝੀ ਕਰਨ ਕਾਰਨ ਗਾਹਕ ਇਹ ਜਾਣਦੇ ਹਨ ਨੂੰ ਉਹ ਕੀ ਚਾਹੁੰਦੇ ਹਨ, ਕਦੋ ਚਾਹੁੰਦੇ ਹਨ। ਅਤੇ ਕਿਵੇਂ ਪ੍ਰਾਪਤ ਕਰਨਾ ਚਾਹੁੰਦੇ ਹਨ ਅਤੇ ਇਸ ਤੋਂ ਘੱਟ ਲੈਣ ਲਈ ਰਜ਼ਾਮੰਦ ਨਹੀਂ ਹਨ। ਪ੍ਰਚੂਨ ਵਪਾਰੀ ਇਨਾਂ ਮੰਗਾਂ ਦੀ ਪਛਾਣ ਕਰਕੇ ਜ਼ਰੂਰ ਹੁੰਗਾਰਾ ਦਿੰਦਾ ਹੈ ਅਤੇ ਇਨ੍ਹਾਂ ਦੀ ਬੜੀ ਸਚੁੱਜੇ, ਪ੍ਰਭਾਵਸ਼ਾਲੀ ਅਤੇ ਨਵੀਂ ਰੀਤੀ ਨਾਲ ਪੂਰਤੀ ਕਰਦੇ ਹਨ। ਹੇਠ ਦਿੱਤੀਆਂ ਤਿੰਨ ਰਣਨੀਤੀਆ ਕੁਝ ਬਹੁਤ ਹੀ ਮਹੱਤਵਪੂਰਨ ਤਰੀਕਿਆ ਤੇ ਰੋਸ਼ਨੀ ਪਾਉਂਦੀਆਂ ਹਨ। ਜਿਨ੍ਹਾਂ ਰਾਹੀਂ ਪ੍ਰਚੂਨ ਵਪਾਰੀ ਉਪਭੋਗਤਾ ਦੀ ਜ਼ਿੰਦਗੀ ਦਾ ਇਕ ਅਰਥ ਪੂਰਨ ਹਿਸਾ ਬਣ ਸਕਦਾ ਹੈ।

1. **ਬਰੈਂਡ ਹੋਣ ਦੇ ਵਾਇਦੇ ਨਾਲ ਭੇਜਣਾ :-** ਪ੍ਰਚੂਨ ਵਪਾਰੀ ਲਈ ਲੰਮੇ ਸਮੇਂ ਤੱਕ ਸਹਾਈ ਹੋਣ ਲਈ ਹੱਥ ਵਿੱਚ ਚੰਗੇ (ਸਹੀ) ਸਾਧਨ ਦਾ ਹੋਣਾ ਇਹ ਯਕੀਨੀ ਬਣਾਉਂਦਾ ਹੈ ਕਿ ਉਨ੍ਹਾਂ ਉਤਪਾਦ ਅਤੇ ਕੀਮਤਾਂ ਪੇਸ਼ ਕਰ ਰਹੇ ਹਨ ਜੋ ਉਨ੍ਹਾਂ ਦੇ ਬਰੈਂਡ ਵਾਇਦੇ ਨੂੰ ਪੂਰਾ ਕਰਦੇ ਹਨ। ਜੇਕਰ ਖ਼ੀਦਦਾਰ ਨੂੰ ਜ਼ਿਆਦਾ ਯਕੀਨ ਹੋਵੇ ਕਿ ਉਤਪਾਦ ਉਪਲੱਬਧ ਹੋਵੇਗਾ ਅਤੇ ਸਟਾਕ ਵਿੱਚ ਹੈ ਜਦੋਂ ਉਹ ਵਸਤੂ ਨੂੰ ਖ਼ੀਦਣਾ ਚਾਹੇਗਾ ਤਾਂ ਉਨ੍ਹਾਂ ਦੀ ਉਸ ਪ੍ਰਚੂਨ ਸਟੋਰ ਅਤੇ ਬਰੈਂਡ ਵਿੱਚ ਦੁਬਾਰਾ ਆਉਣ ਦੀ ਜ਼ਿਆਦਾ ਸੰਭਾਵਨਾ ਹੈ।
2. **ਕਰਾਸ ਚੈਨਲ ਪ੍ਰਚੂਨ ਨੂੰ ਧਾਰਨ ਕਰਨਾ :-** ਅੱਜ ਕੱਲ ਦੇ ਪ੍ਰਚੂਨ ਵਪਾਰੀ ਲਈ ਬਹੁਤ ਜਰੂਰੀ ਹੈ ਇਹ ਸਮਝਣਾ ਕਿ ਇਕ ਚੈਨਲ ਖ਼ੀਦਦਾਰ ਨਾਲੋਂ ਕਰਾਸ ਚੈਨਲ ਖ਼ੀਦਦਾਰ ਜ਼ਿਆਦਾ ਲਾਭਦਾਇਕ ਹੈ। ਇਨ੍ਹਾਂ ਕਰਾਸ ਲਾਈਨ ਖ਼ੀਦਦਾਰਾਂ ਦੀ ਮੰਗ ਦੀ ਪੂਰਤੀ ਲਈ, ਪ੍ਰਚੂਨ ਵਪਾਰੀਆਂ ਨੂੰ ਆਪਣੇ ਗਾਹਕਾ ਅਤੇ ਵਸਤੂ ਸੂਚੀ ਡਾਟਾ ਨੂੰ ਕਰਾਸ ਚੈਨਲ ਦੇ ਨਾਲ ਕੇਂਦਰਿਤ ਇਸ ਉਦੇਸ਼ ਨਾਲ ਕਰਨਾ ਚਾਹੀਦਾ ਹੈ ਕਿ ਉਹ ਸਥਾਈ ਬਰੈਂਡ ਅਨੁਭਵ ਆਪਣੇ ਗਾਹਕ ਨੂੰ ਦੇਣਗੇ।
3. **ਸਟੋਰ ਵਿੱਚ ਖ਼ੀਦ ਤਜਰਬੇ ਤੇ ਕੇਂਦ੍ਰਿਤ ਹੋਣ ਨੂੰ ਨਵਿਆਉਣਾ :-** ਚੁਸਤ ਅਤੇ ਜ਼ਿਆਦਾ ਮੰਗ ਵਾਲੇ ਖ਼ੀਦਦਾਰ ਦਾ ਗਰੀਬ ਗਾਹਕ ਨਾਲ ਮਿਸ਼ਰਣ ਅਜੋਕੇ ਸਾਲਾਂ ਵਿੱਚ ਪ੍ਰਚੂਨ ਵਪਾਰੀ ਲਈ ਬਹੁਤ ਹੀ ਚਣੌਤੀ ਭਰੇ ਦ੍ਰਿਸ਼ ਦੀ ਪੇਸ਼ਕਾਰੀ ਹੈ, ਚੁਸਤ ਉਪਭੋਗੀ ਪ੍ਰਚੂਨ ਵਪਾਰੀ ਨੂੰ ਆਧੁਨਿਕ ਅਤੇ ਨਵੀਆਂ ਤਕਨੀਕਾਂ ਵਾਲੇ ਉਤਪਾਦ ਅਤੇ ਭੇਜਣ ਦੇ ਤਰੀਕੇ ਵੱਲ ਖਿਚਦਾ ਹੈ। ਜਦੋਂ ਕਿ ਗਰੀਬ ਗਾਹਕ ਪ੍ਰਚੂਨ ਵਪਾਰੀ ਨੂੰ ਉਸਦੇ ਨਿਵੇਸ਼ ਤੇ ਹੋਣ ਵਾਲੇ ਫਾਇਦਿਆਂ ਨੂੰ ਜਲਦ ਸੰਭਵ ਕਰਨ ਲਈ ਪ੍ਰਭਾਵਿਤ ਕਰਦਾ ਹੈ।

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

" ROI ਆਰ.ਓ.ਆਈ ਪ੍ਰਦਾਨ ਕਰਨ ਦੀ ਚਣੌਤੀ ਸਟੋਰ ਵਿਚਲੇ ਤਜਰਬੇ ਸੁਧਾਰਨ ਅਤੇ ਨਵੀਆਂ ਤਕਨੀਕਾਂ ਨੂੰ ਲਾਗੂ ਕਰਨ ਵਿੱਚ ਇਕ ਬਹੁਤ ਵੱਡੀ ਰੁਕਾਵਟ ਹੈ।"

ਗਾਹਕ ਕੇਂਦ੍ਰਿਤ ਹੋਣ ਤੋਂ ਕੀ ਭਾਵ ਹੈ :-

- ਸੰਗਠਨ ਅਤੇ ਸਟੋਰ ਗਾਹਕ ਦੇ ਅੰਦਰ ਦੇ ਪ੍ਰਰਿਪੇਖ ਮੁਤਾਬਿਕ ਬਣੇ ਹਨ ਨਾ ਕਿ ਪ੍ਰਚੂਨ ਵਪਾਰੀ ਦੇ ਬਾਹਰੀ ਪਰਿਪੇਖ ਮੁਤਾਬਿਕ
- ਖ੍ਰੀਦਦਾਰੀ ਪ੍ਰਕ੍ਰਿਆ ਨੂੰ ਸਮਝਣਾ ਬੜਾ ਸੋਖਾ ਹੈ। ਗਾਹਕ ਦਾ ਪੂਰੇ ਪ੍ਰਚੂਨ ਤਜਰਬੇ ਤੇ ਜ਼ਿਆਦਾ ਕੰਟਰੋਲ ਹੁੰਦਾ ਹੈ।
- ਖ੍ਰੀਦਦਾਰੀ ਤਜਰਬਾ ਵਧਾਉਣ ਲਈ ਗਾਹਕ ਦੀ ਉਚਿਤ ਜਾਣਕਾਰੀ ਦੋਹਾਂ ਗਾਹਕਾਂ ਅਤੇ ਪ੍ਰਚੂਨ ਵਪਾਰੀਆਂ ਦੁਆਰਾ ਸਹੀ ਢੰਗ ਨਾਲ ਵਰਤੀ ਜਾਂਦੀ ਹੈ।
- ਖ੍ਰੀਦਦਾਰੀ ਤਜਰਬਾ ਵੱਖ ਵੱਖ ਗਾਹਕਾਂ ਦੀਆ ਲੋੜਾਂ ਅਤੇ ਖ੍ਰੀਦ ਮੌਕਿਆਂ ਦੇ ਅਨੁਸਾਰ ਬਣਾਇਆ ਜਾਂਦਾ ਹੈ।

ਹੇਠ ਲਿਖੀਆਂ ਚਾਰ ਰਣਨੀਤੀਆਂ ਨੂੰ ਲਾਗੂ ਕਰਨਾ ਚਾਹੀਦਾ ਹੈ :-

ਇਕ ਅਜਿਹਾ ਸਗੰਠਨ ਬਣਾਓ ਜਿੱਥੇ ਖ੍ਰੀਦ ਤਜਰਬਾ ਗਾਹਕ ਦੀਆਂ ਬਦਲਦੀਆਂ ਉਮੀਦਾਂ ਅਨੁਸਾਰ ਹੋਵੇ। ਪ੍ਰਚੂਨ ਵਪਾਰੀ ਨੂੰ ਅਜਿਹੇ ਗਤੀਸ਼ੀਲ ਸਗੰਠਨ ਬਣਾਉਣ ਦੀ ਜ਼ਰੂਰਤ ਹੁੰਦੀ ਹੈ, ਜਿਸ ਦਾ ਮੰਤਵ ਵਿਕਸਿਤ ਗਾਹਕ ਨੂੰ ਸੁਣਨਾ ਅਤੇ ਗਾਹਕ ਦੀ ਸਤੁੰਸ਼ਟੀ ਨਿਰੰਤਰ ਵਧਾਉਣਾ ਹੈ। ਇਸ ਲਈ ਨਵੀਆਂ ਰੀਤਾਂ ਅਤੇ ਨਵੀਆਂ ਧਾਰਨਾਵਾਂ ਅਤੇ ਪੇਸ਼ਕਾਰੀਆਂ ਨਾਲ ਤਜਰਬੇ ਦੀ ਵਚਨਬੱਧਤਾ ਜਰੂਰੀ ਹੈ।

- **ਵਧੀਆਂ ਅਰਾਮਦਾਇਕ ਖ੍ਰੀਦ ਤਜਰਬਾ ਪ੍ਰਦਾਨ ਕਰਨਾ :-** ਸਟੋਰਾਂ ਨੂੰ ਅਜਿਹਾ ਵਾਤਾਵਰਣ ਬਣਾਉਣਾ ਚਾਹੀਦਾ ਹੈ ਜਿਥੇ ਖ੍ਰੀਦ ਕਰਨਾ ਸੌਖਾ ਹੋਵੇ ਅਤੇ ਸੂਚਨਾ ਹਿੱਤ ਅਤੇ ਵਿਸ਼ਵਾਸਯੋਗ ਖ੍ਰੀਦ ਲਈ ਗਾਹਕਾਂ ਨੂੰ ਜ਼ਰੂਰੀ ਸਾਧਨ, ਜਾਣਕਾਰੀ ਅਤੇ ਸੇਵਾਵਾਂ ਪ੍ਰਦਾਨ ਹੋਣ।
- **ਗਾਹਕ ਨੂੰ ਜੋੜਨ ਦੀ ਦ੍ਰਿਸ਼ਟੀ (ਵਿਚਾਰ) ਨੂੰ ਵਿਕਸਿਤ ਕਰੋ :-** ਪ੍ਰਚੂਨ ਵਪਾਰੀ ਨੇ ਗਾਹਕ ਦੀ ਮੁਢਲੇ ਪੱਧਰ ਦੀ ਜਾਣਕਾਰੀ ਨੂੰ ਜੋੜਣਾ ਹੈ। ਜਿਸ ਵਿੱਚ ਗਾਹਕ ਦੇ ਬੇਲੋੜੇ ਡਾਟੇ ਨੂੰ ਮਿਟਾਉਣਾ ਅਤੇ ਗਾਹਕ ਦੇ ਸਾਰੇ ਕੇਂਦਰਾਂ ਅਤੇ ਰਸਤਿਆਂ ਤੋਂ ਪ੍ਰਾਪਤ ਕੀਤੇ ਡਾਟੇ ਨੂੰ ਇਕੱਠਾ ਕਰਨਾ ਸ਼ਾਮਿਲ ਹੈ।
- **ਪੇਸ਼ਕਾਰੀ ਲਈ ਲਚਕੀਲੇ ਪਦਾਰਥਾਂ ਅਤੇ ਸੇਵਾਵਾਂ :-** ਪ੍ਰਚੂਨ ਵਪਾਰੀਆਂ ਨੂੰ ਗਾਹਕਾਂ ਦੀਆਂ ਲੋੜਾਂ ਪੂਰੀਆਂ ਕਰਨ ਲਈ ਵੱਖ ਵੱਖ ਕਿਸਮਾਂ, ਲੋਕਲ ਬਜ਼ਾਰ, ਖ੍ਰੀਦ ਮੌਕਿਆ ਅਤੇ ਉਤਪਾਦ ਦੀਆਂ ਕਿਸਮਾਂ ਮੁਤਾਬਿਕ ਪੇਸ਼ਕਾਰੀਆ ਨੂੰ ਅਨੁਕੂਲ ਬਣਾਉਣ ਦੀ ਯੋਗਤਾ ਦੀ ਲੋੜ ਹੁੰਦੀ ਹੈ। ਸਟੋਰ ਦੀ ਬਣਤਰ ਅਤੇ ਕਾਰਜਸ਼ੈਲੀ ਲਚਕੀਲੀ ਹੋਣੀ ਚਾਹੀਦੀ ਹੈ ਜਿਹੜੀ ਗਾਹਕ ਨੂੰ ਉਸ ਤਰੀਕੇ ਨਾਲ ਖ੍ਰੀਦ ਕਰਨ ਦੀ ਆਗਿਆ ਦੇਵੇ, ਜਿਸ ਤਰੀਕੇ ਨਾਲ ਉਹ ਖ੍ਰੀਦ ਕਰਨਾ ਚਾਹੁੰਦਾ ਹੈ।
- **ਸਗੰਠਨ ਅਤੇ ਸਟੋਰ ਨੂੰ ਬਦਲਣਾ :-** ਹਰੇਕ ਪ੍ਰਚੂਨ ਵਪਾਰੀ ਨੂੰ ਅਗਾਂਹ ਵਧੂ ਯੋਜਨਾ ਵਿਕਸਿਤ ਕਰਨੀ ਚਾਹੀਦੀ ਹੈ ਜਿਹੜੀ ਇਸ ਦੀ ਵਿਸ਼ੇਸ ਪ੍ਰਸਤਾਵਤ ਕੀਮਤ ਨੂੰ ਅਤੇ ਇਸ ਦੇ ਗਾਹਕਾਂ ਦੀਆਂ ਲੋੜਾਂ ਨੂੰ ਜੋੜੇ।

ਸਾਡੀ ਪਹੁੰਚ ਗਾਹਕ ਕੇਂਦਰਿਤ ਅਤੇ ਅਗਾਂਹ ਵਧੂ ਬਣਾਉਣ ਵਿੱਚ ਤਿੰਨ ਕਦਮ ਸ਼ਾਮਿਲ ਹਨ :-

- **ਗਾਹਕ ਦੇ ਤਜਰਬੇ ਦੀ ਦ੍ਰਿਸ਼ਟੀ ਨੂੰ ਨਿਰਧਾਰਣ ਕਰਨਾ ਹੈ :-** ਆਪਣੇ ਆਦਰਸ਼ ਖ੍ਰੀਦਦਾਰੀ ਤਜਰਬੇ ਨੂੰ ਕੰਪਨੀ ਦੀ ਅੰਦਰੂਨੀ ਪ੍ਰਸਤਾਵਤ ਕੀਮਤ ਅਤੇ ਤੁਹਾਡੇ ਗਾਹਕ ਦੀਆਂ ਲੋੜਾਂ ਅਤੇ ਇੱਛਾਵਾ ਨਾਲ ਜੋੜੋ। ਗਾਹਕ ਦੀ ਸੋਚ ਅਤੇ ਤੁਹਾਡੀ ਪ੍ਰਾਪਤੀ ਕਰਨ ਦੀ ਕੋਸ਼ਿਸ ਵਿਚਲੇ ਅੰਤਰ ਨੂੰ ਨਿਰਧਾਰਿਤ ਕਰੋ। ਫਿਰ ਆਪਣੀਆਂ ਚਾਰ ਗਾਹਕ ਕੇਦ੍ਰਿਤ ਰਣਨੀਤੀਆਂ ਦੇ ਆਧਾਰ ਤੇ ਯੋਗਤਾ ਨਿਰਧਾਰਣ ਕਰੋ। ਗਾਹਕ ਕੇਦ੍ਰਿਤ ਸਟੋਰ IBM ਵਪਾਰਕ ਸੇਵਾਵਾਂ ਸਬੰਧੀ ਸਲਾਹ ਦਿੰਦਾ ਹੈ।
- **ਮੁਲੰਕਣ ਕਰਨਾ ਅਤੇ ਆਪਣੇ ਨਿਵੇਸ਼ ਨੂੰ ਤਰਜੀਹ ਦੇਣਾ :-** ਵਿਸ਼ੇਸ਼ ਸ਼ੁਰੂਆਤਾ ਨੂੰ ਪਛਾਣੋ ਜਿਹੜੀਆਂ ਕੰਪਨੀ ਦੇ ਟੀਚੇ ਨੂੰ ਪ੍ਰਾਪਤ ਕਰਨ ਵਿੱਚ ਮਦਦ ਕਰ ਸਕਦੀਆਂ ਹੋਣ। ਇਸ ਨਿਵੇਸ਼ ਦੇ ਲਈ ROI ਨੂੰ ਸਮਝੋ ਅਤੇ ਇਹ ਵਪਾਰ ਨੂੰ ਕਿਵੇਂ ਥੋੜੇ ਸਮੇਂ ਅਤੇ ਲੰਮੇ ਸਮੇਂ ਵਿੱਚ ਪ੍ਰਭਾਵਿਤ ਕਰਨਗੇ। ਆਪਣੇ ਨਿਵੇਸ਼ ਰੁਤਬੇ ਲਈ ਆਪਣੇ ਆਪ ਫੰਡ ਦੇਣ ਦੀ ਪਹੁੰਚ ਰੱਖੋ।

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

- **ਬਦਲਾਵ ਯੋਜਨਾ ਨੂੰ ਵਿਕਸਿਤ ਕਰੋ :-** ਪ੍ਰਬੰਧਨ ਪ੍ਰਣਾਲੀ ਅਤੇ ਸੰਚਾਰ ਯੋਜਨਾ ਵਿੱਚ ਬਦਲਾਵ ਜਲਦੀ ਲਾਗੂ ਕਰਨਾ ਸ਼ੁਰੂ ਕਰੋ। ਜਿਹੜੀ ਇਹ ਯਕੀਨੀ ਬਣਾਉਣ ਵਿੱਚ ਮਦਦ ਕਰੇ ਕਿ ਹਰ ਪੱਧਰ ਤੇ ਕੰਪਨੀ ਦੀ ਰੂਪ ਰੇਖਾ ਬਦਲਣਾ ਸਫਲ ਹੋਵੇਗਾ। ਲਾਭ ਕਮਾਉਣ ਦੀ ਜਿਮੇਵਾਰੀ ਸੀਨੀਅਰ ਆਗੂ ਨੂੰ ਸੌਂਪੋ ਅਤੇ ਫਾਇਦੇ ਦੀ ਪ੍ਰਾਪਤੀ ਨੂੰ ਭਵਿੱਖ ਵਿਚਲੇ ਬਜਟ ਵਿੱਚ ਜੋੜੋ। ਅਖੀਰ ਵਿੱਚ ਪਹਿਲਕਦਮੀਆਂ ਦੇ ਪ੍ਰਭਾਵ ਨੂੰ ਮਾਪਣ ਲਈ ਅਤੇ ਵਿਕਾਸ ਪ੍ਰਬੰਧਨ ਲਈ ਮਾਪਦੰਡ ਅਤੇ ਸੰਚਾਲਨ ਪ੍ਰਣਾਲੀ ਤਿਆਰ ਕਰੋ।

ਸਿੱਧੀ ਸਪੁਰਦਗੀ ਵਾਲੇ ਵਪਾਰ ਦੇ ਮੁੱਖ ਤੱਤ (Key elements of a successful direct delivery business) :-

- ਵਧੀਆ ਸੰਗਠਿਤ ਗਾਹਕਾਂ ਦੀ ਲਿਸਟ ਦਾ ਪ੍ਰਬੰਧ
- ਨਿਰੰਤਰ ਅਤੇ ਵਧੀਆ ਨਮੂਨੇ ਵਾਲਾ ਮਾਰਕੀਟਿੰਗ ਮਾਲ ਜਿਹੜੇ ਤੁਹਾਡੇ ਫਾਰਮ ਵਪਾਰ ਨੂੰ ਵੱਖਰਾ ਬਣਾਉਣ ਵਿੱਚ ਵਧੀਆ ਕੰਮ ਕਰਦਾ ਹੈ।
- ਪ੍ਰਭਾਵਸ਼ਾਲੀ ਗਾਹਕ ਸੇਵਾਵਾਂ
- ਨਿਰੰਤਰ ਗੁਣਵੱਤਤਾ ਵਾਲੇ ਉਤਪਾਦ
- ਸਾਫ ਸੁਥਰਾ ਅਤੇ ਵਧੀਆਂ ਲੇਬਲ ਦੀ ਪੈਕੇਜਿੰਗ ਅਤੇ ਵਿਤਰਨ (Delivery) ਪ੍ਰਣਾਲੀ

ਉਚਿਤ ਲੇਬਲਿੰਗ ਅਤੇ ਲਾਇਸੰਸ ਬਹੁਤ ਸਾਰੀਆਂ ਵਸਤਾਂ ਉਤਪਾਦਨ ਕੇਂਦਰ (ਫੈਕਟਰੀ ਜਾਂ ਫਾਰਮ) ਤੋਂ ਭੇਜੀਆਂ ਜਾਂਦੀਆਂ ਹਨ। ਇਹ ਵਸਤਾਂ ਇਕ ਜਾਂ ਦੋ ਗੋਦਾਮ ਕੇਂਦਰਾਂ ਰਾਹੀਂ ਵਿਕਰੀ ਕੇਂਦਰਾਂ (ਪ੍ਰਚੂਨ ਸਟੋਰ) ਨੂੰ ਭੇਜੀਆਂ ਜਾਂਦੀਆਂ ਹਨ। ਜਿਥੋਂ ਉਪਭੋਗਤਾ ਚੀਜ਼ ਖ਼ੀਦਦਾ ਹੈ ਅਤੇ ਖਪਤ ਕੇਂਦਰ ਤਕ ਢੋਆ ਢੋਆਈ ਲਈ ਜਿੰਮੇਵਾਰ ਹੁੰਦਾ ਹੈ। ਵਿਸ਼ੇਸ਼ ਕਿਸਮ ਦੀਆਂ ਚੀਜ਼ਾਂ ਮੁਤਾਬਿਕ ਇਸ ਮਾਡਲ ਵਿੱਚ ਬਹੁਤ ਸਾਰੀਆਂ ਭਿੰਨਤਾਵਾਂ ਹੁੰਦੀਆਂ ਹਨ ਅਤੇ ਵੇਚਣ ਦੇ ਢੰਗਾਂ ਵਸਤੂ ਸੂਚੀ ਜਾਂ ਇੰਟਰਨੈਂਟ ਰਾਹੀਂ ਵਿਕਰੀ ਉਤਪਾਦ ਜਾਂ ਗੋਦਾਮਾਂ ਤੋਂ ਸਿੱਧੀ ਉਪਭੋਗਤਾ ਦੇ ਘਰ ਜਾਂ ਕਿਸੇ ਸਵੈ ਚਾਲਤ ਵਿਤਰਨ ਬੂਥ ਨੂੰ ਭੇਜੀ ਜਾਂਦੀ ਹੈ।

ਛੋਟੇ ਉਤਪਾਦਕ ਆਪਣਾ ਉਤਪਾਦ ਗੋਦਾਮਾਂ ਤੇ ਭੇਜਣ ਤੋਂ ਬਿਨ੍ਹਾਂ ਹੀ ਸਿੱਧਾ ਪ੍ਰਚੂਨ ਵਪਾਰੀਆਂ ਨੂੰ ਭੇਜ਼ ਦਿੰਦੇ ਹਨ। ਕੁਝ ਉਤਪਾਦਕ ਫੈਕਟਰੀ ਵਿੱਚ ਵਿਕਰੀ ਨਿਕਾਸ (Outlet) ਬਣਾਉਂਦੇ ਹਨ। ਜਿਹੜੇ ਗੋਦਾਮਾਂ ਅਤੇ ਪ੍ਰਚੂਨ ਸਟੋਰ ਦੀ ਸੇਵਾ ਨਿਭਾਉਂਦੇ ਹਨ ਅਤੇ ਉਪਭੋਗਤਾ ਨੂੰ ਹੋਲ ਸੇਲ ਕੀਮਤ ਤੇ ਸਿਧਾ ਉਤਪਾਦ ਵੇਚਦੇ ਹਨ। (ਭਾਵੇਂ ਬਹੁਤ ਸਾਰੇ ਪ੍ਰਚੂਨ ਸਟੋਰ ਫੈਕਟਰੀ ਨਿਕਾਸ ਹੋਣ ਦਾ ਝੂਠਾ ਪ੍ਰਚਾਰ ਕਰਦੇ ਹਨ।)

ਫਾਸਟ ਫੂਡ ਅਤੇ ਹੋਰ ਅਰਾਮਦਾਇਕ ਪਦਾਰਥਾਂ ਦੀ ਘਰ ਪਹੁੰਚਾਉਣ ਦੀ ਸੁਵਿਧਾ ਆਮ ਤੌਰ ਤੇ ਉਪਲੱਬਧ ਹੁੰਦੀ ਹੈ। ਜਿਵੇਂ ਕਿ ਪੀਜਾ ਭੇਜਣਾ ਕਦੇ ਕਦੇ ਸੁਪਰਮਾਰਕੀਟ ਵਸਤੂਆਂ ਦੀ ਘਰ ਪਹੁੰਚਾਉਣ ਦੀ ਸੁਵਿਧਾ ਸੰਭਵ ਹੁੰਦੀ ਹੈ। ਮਿਲਕ ਫਲੋਟ ਇਕ ਛੋਟੀ ਬੈਟਰੀ ਵਾਲੀ ਗੱਡੀ ਹੈ ਜਿਹੜੀ ਖਾਸ ਕਰਕੇ ਦੁੱਧ ਭੇਜਣ ਲਈ ਬਣਾਈ ਗਈ ਹੈ।

ਉਪਭੋਗੀ ਦੀ ਸਹੀ ਉਤਪਾਦ, ਸਹੀ ਕੀਮਤ ਤੇ ਸਹੀ ਸਥਾਨ ਦੀ ਚੋਣ ਲਈ ਮਦਦ ਕਰੋ। (Help the customer to choose the right product, At right price, in the right Place)

ਆਧੁਨਿਕ ਪ੍ਰਚੂਨ ਸਟੋਰਾਂ ਵਿੱਚ ਤੁਸੀਂ ਆਕਰਸ਼ਕ ਕੀਮਤਾਂ ਤੇ ਵਧੀਆਂ ਗੁਣਵੱਤਾ ਵਾਲੇ ਉਤਪਾਦਾਂ ਦੀ ਚੋਣ ਕਰ ਸਕਦੇ ਹੋ। ਇਹ ਮੁਢਲੀਆਂ ਚੀਜ਼ਾਂ ਪ੍ਰਚੂਨ ਵਪਾਰੀ ਦੇ ਵਪਾਰਕ ਮਾਡਲ ਦੀ ਠੋਸ ਬੁਨਿਆਦ ਹਨ ਅਤੇ ਉਨ੍ਹਾਂ ਦੇ ਵਧੀਆਂ ਸੰਤੁਲਿਤ ਮਿਕਸ ਦੀ ਪੇਸ਼ਕਾਰੀ ਦੇ ਵਾਅਦੇ ਲਈ ਗਾਈਡਿੰਗ ਸਿਧਾਂਤ ਹਨ ਜੋ ਗਾਹਕਾਂ ਦੀਆ ਲੋੜਾਂ ਮੁਤਾਬਿਕ ਉਚਿਤ ਹੈ।

ਹਰੇਕ ਉਪਭੋਗਤਾ ਦੇ ਬਜਟ, ਦਿਲਚਸਪੀ ਅਤੇ ਜ਼ਰੂਰਤ ਅਨੁਸਾਰ ਹੱਲ ਪੇਸ਼ ਕਰਨਾ ਅਤੇ ਵਧੀਆਂ ਕੁਆਲਟੀ ਯਕੀਨੀ ਬਣਾਉਣ ਰੋਜ਼ ਦੀ ਮੰਗ ਹੈ, ਜਿਸ ਲਈ ਸਟੋਰ ਦੀ ਸੇਲ ਲਈ ਸਟੋਰ ਟੀਮ ਵਿੱਚ ਹੁਨਰ ਹੋਣ ਦੀ ਜ਼ਰੂਰਤ ਹੈ। ਪ੍ਰਚੂਨ ਸਟੋਰ ਦੀ ਵਚਨਬੱਧਤਾ ਸਧਾਰਣ ਹੈ ਜੋ ਗਾਹਕਾਂ ਨੂੰ ਸਹੀ ਉਤਪਾਦ ਸਹੀ ਸਥਾਨ ਤੇ ਸਹੀ ਕੀਮਤ ਵਿੱਚ ਲੱਭਣ ਦੇ ਯੋਗ ਬਣਾਉਂਦਾ ਹੈ। ਜਿਵੇਂ ਕਿ ਤਾਜ਼ਾ ਉਤਪਾਦ, ਨਾ ਖਾਣ ਵਾਲੇ ਉਤਪਾਦ, ਉਪਭੋਗੀ ਵਸਤਾਂ ਨੈਸਨਲ ਬਰੈਂਡ (ਮਾਰਕੇ) ਅਤੇ ਲੋਕਲ ਬਰੈਂਡ ਆਦਿ।

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

ਉਤਪਾਦਾਂ ਦੀ ਸੰਤੁਲਿਤ ਚੋਣ ਦੀ ਪੇਸ਼ਕਸ ਹਰ ਸਟੋਰ ਅਤੇ ਹਰ ਲੋਕਲ ਸਥਿਤੀ ਵਿੱਚ ਗਾਹਕ ਦੀਆਂ ਲੋੜਾਂ ਮੁਤਾਬਿਕ ਗਾਹਕ ਲਈ ਉਚਿਤ ਹੈ। ਆਧੁਨਿਕ ਪ੍ਰਚੂਨ ਸਟੋਰ ਸਾਰੀਆਂ ਕਿਸਮਾਂ ਦੇ ਗਾਹਕਾਂ ਜਿਵੇਂ ਕਿ ਸ਼ਹਿਰੀ ਜਾਂ ਪੇਂਡੂ, ਵੱਡੇ ਪਰਿਵਾਰਾਂ ਜਾਂ ਇਕੱਲੇ, ਜਵਾਨ ਜਾਂ ਬਜ਼ੁਰਗ ਸਾਰਿਆਂ ਦੀ ਸੇਵਾ ਕਰਦੇ ਹਨ। ਉਨ੍ਹਾਂ ਦੀਆ ਵੱਖ-ਵੱਖ ਘਰੇਲੂ ਮੰਗਾਂ ਪੂਰੀਆਂ ਕਰਨ ਲਈ ਪ੍ਰਚੂਨ ਸਟੋਰ ਅਨੇਕਾਂ ਪ੍ਰਕਾਰ ਦੀਆਂ ਵਸਤਾਂ ਦੀ ਚੋਣ ਕਰਦੇ ਹਨ। ਜੋ ਸਥਾਨਕ ਉਮੀਦਾਂ ਪੂਰੀਆਂ ਕਰਦੀ ਹੈ।

ਆਪਣੇ ਸਾਰੇ ਗਾਹਕਾਂ ਦੀ ਸੰਤੁਸ਼ਟੀ ਅਤੇ ਵਫਾਦਾਰੀ ਬਣਾਉਣਾ ਹਮੇਸ਼ਾ ਇਹੀ ਉਦੇਸ਼ ਹੁੰਦਾ ਹੈ। ਪ੍ਰਚੂਨ ਸਟੋਰ ਦੀ ਸ਼ਕਤੀ ਇਸ ਦੇ ਪ੍ਰਬੰਧ ਦੇ ਪੂਰਕ ਸੁਭਾਅ ਵਿੱਚ ਪਾਈ ਜਾਂਦੀ ਹੈ, ਜਿਸ ਵਿੱਚ ਹਰੇਕ ਸਟੋਰ ਬਹੁ ਲੋੜਾਂ ਅਤੇ ਖ੍ਰੀਦਣ ਦੇ ਸੁਭਾਅ ਨੂੰ ਹੁੰਗਾਰਾ ਦਿੰਦਾ ਹੈ, ਜਿਵੇਂ ਸੁਪਰਮਾਰਕੀਟ, ਤੇਜ ਮਾਰਕੀਟ, ਸਹੂਲਤਾਂ ਵਾਲੇ ਸਟੋਰ, ਮਲਟੀਚੈਨਲ ਪ੍ਰਚੂਨ ਸਟੋਰਾਂ ਅਤੇ ਕੈਸ਼ ਐਂਡ ਕੈਰੀ ਸਟੋਰ। ਹਰੇਕ ਪ੍ਰਚੂਨ ਸਟੋਰ ਭਰਪੂਰ ਚੋਣ ਪੇਸ਼ ਕਰਦਾ ਹੈ ਜਿਹੜੀ ਉਸ ਦੀ ਖਾਸ ਵਿਸ਼ੇਸ਼ਤਾ ਤੇ ਨਿਰਭਰ ਕਰਦੀ ਹੈ, ਜਿਸ ਦਾ ਉਦੇਸ਼ ਭੋਜਨ ਅਤੇ ਗੈਰ ਭੋਜਨ ਵਾਲੇ ਉਤਪਾਦਾ ਮੁੱਖ ਮਾਰਕ ਵਾਲੇ (ਬਰੈਂਡ), ਲੋਕਲ ਉਤਪਾਦਾ ਅਤੇ ਆਪਣੀ ਬਰੈਂਡ ਦੇ ਉਤਪਾਦਾ ਅਤੇ ਸਥਾਈ ਅਤੇ ਮੌਸਮੀ ਉਤਪਾਦਾਂ ਆਦਿ ਵਿੱਚ ਆਦਰਸ਼ ਸਤੁੰਲਨ ਪੈਦਾ ਕਰਨਾ ਹੈ।

ਇਕ ਸ਼ਹਿਰੀ ਮਾਰਕੀਟ ਜਿਹੜੀ ਸ਼ਹਿਰ ਦੀ ਅਬਾਦੀ ਅਤੇ ਸਿਟੀ ਸੈਂਟਰ ਦੇ ਨੇੜੇ ਹੈ ਉਹ ਉਸ ਤਰ੍ਹਾਂ ਦੇ ਉਤਪਾਦ ਨਹੀਂ ਪੇਸ਼ ਕਰ ਸਕਦੀ, ਜਿਹੜੀ ਸਬ ਅਰਬਨ ਵਿੱਚ ਸਥਿਤ ਸਟੋਰ ਪੇਸ਼ ਕਰ ਸਕਦੇ ਹਨ। ਹਰੇਕ ਸਟੋਰ ਵਿੱਚ ਟੀਮ ਕੋਲ ਆਪਣੇ ਉਤਪਾਦ ਅਤੇ ਸੇਵਾਵਾਂ ਨੂੰ ਆਪਣੀ ਮਰਜ਼ੀ ਨਾਲ ਐਡਜੈਸਟ ਕਰਨ ਦੀ ਸ਼ਕਤੀ ਹੁੰਦੀ ਹੈ ਤਾਂ ਕਿ ਇਸ ਨੂੰ ਲੋਕਲ ਲੋੜਾਂ ਅਤੇ ਉਮੀਦਾਂ ਪੂਰੀਆ ਕਰਨ ਲਈ ਯੋਗ ਬਣਾਵੇ।

ਗਾਹਕ ਦੁਆਰਾ ਚੋਣ ਦਾ ਨਵੀਂ ਨੀਤੀ ਅਨੁਸਾਰ ਵਿਸਥਾਰ ਹੁੰਦਾ ਹੈ, ਦੋਹਾਂ ਉਤਪਾਦ ਅਤੇ ਸੇਵਾਵਾਂ ਦੇ ਸਬੰਧ ਵਿੱਚ ਵੀ ਅਤੇ ਵਿਭਾਗਾਂ ਅਤੇ ਉਤਪਾਦਾਂ ਦੇ ਪ੍ਰਦਰਸ਼ਨ ਕਰਕੇ ਵੀ। ਸਟੋਰ ਮੇਨੈਜਰ ਰਾਸ਼ਟਰੀ ਅਤੇ ਅੰਤਰ ਰਾਸ਼ਟਰੀ ਅਤੇ ਲੋਕਲ ਬਰੈਂਡਾ ਦੁਆਰਾ ਨਵੇਂ ਉਤਪਾਦਾਂ ਦੀ ਪੇਸ਼ਕਸ਼ ਨੂੰ ਪ੍ਰਚਲਤ ਕਰਨ ਵਿੱਚ ਬਚਨਬੱਧ ਹੁੰਦਾ ਹੈ। ਇਸ ਢੰਗ ਨਾਲ ਹਰੇਕ ਸਟੋਰ ਆਪਣੇ ਉਤਪਾਦਾ ਨੂੰ ਸਿਧੇ ਅਤੇ ਮਾਰਕੀਟ ਕੇਂਦਰਿਤ ਵਪਾਰ ਰਾਹੀਂ ਗਾਹਕਾਂ ਦੇ ਮੁਤਾਬਿਕ ਉਜਾਗਰ ਕਰਦਾ ਹੈ। 2013 ਦੀ ਪਹਿਲ ਕਦਮੀ ਜਿਸ ਵਿੱਚ ਹਰੇਕ ਦੇਸ਼ ਦੁਆਰਾ ਲੋਕਲ ਉਤਪਾਦ ਨੂੰ ਉੱਪਰ ਚੁੱਕਿਆ ਗਿਆ ਹੈ ਅਤੇ ਸਟੇਸ਼ਨਰੀ ਵਿਭਾਗ ਦਾ ਪੂਰੀ ਤਰ੍ਹਾਂ ਦੁਬਾਰਾ ਨਿਯੋਜਨ ਕੀਤਾ ਗਿਆ।

ਪ੍ਰਚੂਨ ਸਟੋਰ ਇਕੋ ਸਮੇਂ ਉਤਪਾਦ ਦੇ ਗੁਣ ਅਤੇ ਸੁਰੱਖਿਆ ਜ਼ਰੂਰਤਾਂ ਨੂੰ ਹਰ ਪੱਧਰ ਤੇ ਅਤੇ ਹਰ ਸਟੇਜ ਤੇ ਪੂਰਾ ਕਰਦੇ ਹਨ। ਸਾਰੇ ਉਤਪਾਦ ਮੰਗ ਦੀ ਪੂਰਤੀ ਕਰਦੇ ਹਨ ਅਤੇ ਮੁਢਲੀਆਂ ਸ਼ਰਤਾਂ ਦੀ ਉਲੰਘਣਾ ਨਹੀਂ ਕਰਦੇ ਹਨ। ਪੂਰਤੀ ਕਰਤਾ ਸਖਤ ਨਿਰਧਾਰਿਤ ਹੁਕਮਾਂ ਦੀ ਤਮੀਲ ਕਰਦਾ ਹੈ, ਜਿਹੜੇ ਗੁਣਵੱਤਾ ਪੱਧਰ ਨੂੰ ਪੂਰਾ ਕਰਨ, ਵਰਤੇ ਗਏ ਕੱਚੇ ਮਾਲ ਦੀ ਉਤਪਤੀ ਅਤੇ ਰੂਪ ਵਿੱਚ ਆਪਣੇ ਉਤਪਾਦਨ ਦੇ ਢੰਗਾਂ ਬਾਰੇ ਨਿਸ਼ਚਿਤ ਰੂਪ ਵਿੱਚ ਬਿਆਨ ਕਰਦੀ ਹੈ।

ਕਿਉਂਕਿ ਇਹ ਆਪਣੇ ਉਤਪਾਦਾ ਅਤੇ ਢੰਗ ਤਰੀਕਿਆ ਨੂੰ ਸੁਧਾਰਦੀ ਹੈ, ਪ੍ਰਚੂਨ ਸਟੋਰ ਨਿਰੰਤਰ ਇਸ ਦੀ ਨਿਗਰਾਨੀ ਕਰਦੇ ਹਨ ਅਤੇ ਆਪਣੇ ਗਾਹਕਾਂ ਨੂੰ ਗਾਹਕ ਸੇਵਾ ਵਿਭਾਗ ਰਾਹੀਂ ਸੁਣਦੇ ਹਨ। ਇਕ ਵਿਸਥਾਰਪੂਰਵਕ ਅਤੇ ਜਵਾਬੀ ਪ੍ਰਕ੍ਰਿਆ ਲਾਗੂ ਕੀਤੀ ਗਈ ਹੈ ਤਾਂ ਕਿ ਮੁਸ਼ਕਿਲ ਸਮੇਂ ਸਾਰੇ ਸਟੋਰਾਂ ਨੂੰ ਸੂਚਿਤ ਕੀਤਾ ਜਾ ਸਕੇ ਅਤੇ ਜਦੋਂ ਜ਼ਰੂਰਤ ਹੋਵੇ ਤਾਂ ਜਿਨੀ ਛੇਤੀ ਹੋ ਸਕੇ ਉਤਪਾਦ ਨੂੰ ਸ਼ੈਲਫਾਂ ਤੋਂ ਹਟਾਇਆ ਜਾ ਸਕੇ।

ਪ੍ਰਚੂਨ ਸਟੋਰ ਆਪਣੇ ਗਾਹਕਾਂ ਨੂੰ ਸਪੱਸ਼ਟ ਅਤੇ ਵਿਸਤਰਿਤ ਸੂਚਨਾ ਪ੍ਰਦਾਨ ਕਰਨ ਲਈ ਬਚਨਬੱਧ ਹਨ। ਜਿਸ ਲਈ ਪ੍ਰਭਾਵਸ਼ਾਲੀ ਲੇਬਲ ਦਾ ਵਿਕਾਸ ਕਰਕੇ ਪੌਸ਼ਟਿਕ ਸੂਚਨਾ ਅਤੇ ਉਤਪਾਦ ਦੀ ਉਤਪਤੀ ਦੀ ਸੂਚਨਾ ਦਿੱਤੀ ਜਾਂਦੀ ਹੈ। ਉਤਪਾਦ ਦੀ ਗੁਣਵੱਤਾ ਅਤੇ ਸੁਰੱਖਿਆ ਪ੍ਰਤੀ ਵਚਨਬੱਧ, ਚੇਤਨ ਮੁਹਿੰਮ ਸਹਾਰਾ ਦਿੰਦੀ ਹੈ। ਜਿਹੜੀ ਵਿਭਿੰਨ ਅਤੇ ਸਤੁੰਲਿਤ ਖੁਰਾਕ ਨੂੰ ਪ੍ਰਚੱਲਤ ਕਰਨ ਵਿੱਚ ਮਹੱਤਵਪੂਰਨ ਹੈ।

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

ਅਭਿਆਸ : ਮੁਲੰਕਣ

1. ਸਟੋਰ ਕਰਮਚਾਰੀ ਗਾਹਕ ਕੇਂਦ੍ਰਿਤ ਦ੍ਰਿਸ਼ਟੀ ਨੂੰ ਪ੍ਰਾਪਤ ਕਰਨ ਲਈ ਸਗੰਠਨਾ ਦੀ ਯੋਗਤਾ ਲਈ ਮਹੱਤਵਪੂਰਨ ਹਨ। ਇਸ ਕਥਨ ਦੀ ਵਿਆਖਿਆ ਕਰੋ।
2. ਪ੍ਰਚੂਨ ਸਟੋਰ ਵਿੱਚ ਜਾਓ ਅਤੇ ਉਤਪਾਦ ਵਿਕਰੀ ਪ੍ਰਕਿਰਿਆ ਦਾ ਅਨੁਸਰਨ ਕਰੋ।
3. ਪ੍ਰਚੂਨ ਸਟੋਰ ਤੇ ਜਾਓ ਅਤੇ ਗਾਹਕਾਂ ਨੂੰ ਉਤਪਾਦਾਂ ਦੀ ਸਪੁਰਦਗੀ ਬਾਰੇ ਅਨੁਸਰਨ ਕਰੋ।
4. ਬਿੱਗ ਬਜ਼ਾਰ ਜਾਓ ਅਤੇ ਅਨੁਸਰਨ ਕਰੋ ਕਿ ਉਹ ਕਿਵੇਂ ਗਾਹਕਾਂ ਦੇ ਪ੍ਰਸ਼ਨਾਂ ਅਤੇ ਪੁੱਛ-ਗਿੱਛ ਨਿਪਾਉਂਦੇ ਹਨ।

ਮੁਲੰਕਣ

(ੳ) ਖਾਲੀ ਥਾਵਾਂ ਭਰੋ

1. ਬਹੁਤ ਸਾਰੀਆਂ ਖਪਤ ਵਸਤੂਆਂ ਉਤਪਾਦਨ ਕੇਂਦਰ ਤੋਂ ਇਕ ਜਾਂ ਜ਼ਿਆਦਾ _______ ਕੇਂਦਰਾਂ ਰਾਹੀਂ ਵਿਕਰੀ ਕੇਂਦਰ ਨੂੰ ਭੇਜੀ ਜਾਂਦੀਆਂ ਹਨ।
2. ਵਿਸ਼ਾ ਸੂਚੀ ਜਾਂ ਇੰਟਰਨੈਟ ਦੁਆਰਾ ਉਤਪਾਦ ਵੇਚਣ ਸਮੇਂ ਉਤਪਾਦ ਸਿੱਧਾ ਗੁਦਾਮਾਂ ਜਾਂ ਉਤਪਾਦਕਾਂ ਤੋਂ ਗਾਹਕ ਦੇ ਘਰ ਜਾਂ ਇਕ ___________ ਨੂੰ ਭੇਜੇ ਜਾਂਦੇ ਹਨ।
3. ਕੁਝ ਬਹੁਤ ਜਲਦੀ ਨਸ਼ਟ ਹੋਣ ਵਾਲੀਆਂ ਜਾਂ ਖਤਰਨਾਕ ਵਸਤਾਂ ਜਿਵੇਂ ਕਿ ਰੇਡੀਓ ਆਈਸੋਟੋਪਸ ਜਿੰਨ੍ਹਾਂ ਦੀ ਮੈਡੀਕਲ ਪ੍ਰਤੀਬਿੰਬਾ ਵਿੱਚ ਵਰਤੋਂ ਹੁੰਦੀ ਹੈ ਨੂੰ ਉਤਪਾਦਕਾ ਤੋਂ ਉਪਭੋਗਤਾ ਤਕ __________ ਭੇਜਿਆ ਜਾਂਦਾ ਹੈ।
4. __________ ਧਾਰਨਾ ਵਿੱਚ ਇਕ ਵਿਅਕਤੀ ਜਿਹੜਾ ਜ਼ਰੂਰੀ ਨਹੀਂ ਹੈ ਕਿ ਵੈਂਡਰ (Vender) ਦੁਆਰਾ ਨਿਯੁਕਤ ਹੋਵੇ, ਵਸਤੂਆਂ ਨੂੰ ਸਹੀ ਜਗ੍ਹਾ ਤੇ ਪਹੁੰਚਾਉਂਦਾ ਹੈ।
5. ਪ੍ਰਚੂਨ ਸਟੋਰ ਦਾ ਵਾਅਦਾ ਸਧਾਰਣ ਹੈ ਜਿਹੜਾ ਗਾਹਕਾਂ ਨੂੰ ਸਹੀ ____________ ਸਹੀ ਕੀਮਤ ਵਿੱਚ ਸਹੀ ਸਥਾਨ ਤੇ ਲੱਭਣ ਯੋਗ ਬਣਾਉਂਦਾ ਹੈ।
6. ਪ੍ਰਚੂਨ ਸਟੋਰ ਦੀ ਤਾਕਤ ਇਸ ਦੇ ਪੂਰਕ ਪ੍ਰਬੰਧ ਵਿੱਚ ਹੁੰਦੀ ਹੈ ਉਨ੍ਹਾਂ ਵਿੱਚੋਂ ਹਰ ਇਕ ____________ ਦੀਆਂ ਲੋੜਾਂ ਅਤੇ ਖ਼ੀਦ ਆਦਤਾਂ ਨੂੰ ਹੁੰਗਾਰਾ ਦਿੰਦਾ ਹੈ।
7. ਗਾਹਕ ਦੁਆਰਾ ਚੋਣ ਦਾ ਵਿਸਥਾਰ ਨਵੀਆਂ ਖੋਜਾਂ ਕਾਰਨ ਹੁੰਦਾ ਹੈ, ਦੋਹਾਂ _____________ ਅਤੇ ____________ ਦੇ ਸਬੰਧ ਵਿੱਚ
8. ਪ੍ਰਚੂਨ ਸਟੋਰ ਆਪਣੇ ਵਪਾਰਕ ਉਤਪਾਦਾ ਨੂੰ ____________ ਅਤੇ ___________ਵਪਾਰ ਰਾਹੀਂ ਗਾਹਕ ਦੇ ਅਧਾਰ ਤੇ ਉਜਾਗਰ ਕਰਦੇ ਹਨ।
9. ਪੂਰਤੀ ਕਰਤਾ ਸਖਤ ਹਦਾਇਤਾਂ ਨੂੰ ਮੰਨਣ ਲਈ ਵਚਨਬੱਧ ਹੈ ਜਿਹੜੀਆਂ __________ ਪੱਧਰ ਨੂੰ ਪੂਰਾ ਕਰਨ ਦਾ ਬਿਆਨ ਕਰਦੀਆਂ ਹਨ।
10. ਪ੍ਰਚੂਨ ਸਟੋਰ ਗਾਹਕ ਨੂੰ ___________ ਅਤੇ _________ ਸੂਚਨਾ ਪ੍ਰਦਾਨ ਕਰਨ ਲਈ ਵਚਨਬੱਧ ਹਨ।

(ਅ) ਸਹੀ/ ਗਲਤ

1. ਵਿਕਰੀ ਬਿੰਦੂ ਉਹ ਸਥਾਨ ਹੈ ਜਿਥੇ ਗਾਹਕ ਆਪਣੀ ਖ਼ੀਦ ਦੀ ਅਦਾਇਗੀ ਕਰਨ ਆਉਂਦਾ ਹੈ।
2. ਪ੍ਰਚੂਨ ਵਪਾਰੀ ਨੂੰ ਗਾਹਕ ਦੀ ਜ਼ਿਆਦਾ ਸਤੁੰਸ਼ਟੀ ਅਤੇ ਵਫਾਦਾਰੀ ਬਣਾਉਣ ਲਈ ਖਾਸ ਗਾਹਕ ਹਿੱਸਿਆ ਜਾਂ ਗਰੁੱਪਾਂ ਨੂੰ ਢੁੱਕਵੀਂ ਪੇਸ਼ਕਸ਼ ਪ੍ਰਦਾਨ ਕਰਨੀ ਚਾਹੀਦੀ ਹੈ।
3. ਪ੍ਰਚੂਨ ਵਿਕਰੇਤਾ ਨੂੰ ਗਾਹਕਾਂ ਨੂੰ ਕਿਸੇ ਖਾਸ ਮੌਕੇ ਜਾਂ ਕਿਸੇ ਖਾਸ ਦਿਨ ਉਹਨਾਂ ਦੀ ਇੱਛਾ ਮੁਤਾਬਿਕ ਖਰੀਦ ਕਰਨ ਦੀ ਪੇਸ਼ਕਸ਼ ਦੇ ਕੇ ਬਾਸਕਟਸਾਈਜ ਵਧਾਉਣ ਦੀ ਕੋਸ਼ਿਸ਼ ਨਹੀਂ ਕਰਨੀ ਚਾਹੀਦੀ।

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

4. ਪ੍ਰਚੂਨ ਵਪਾਰੀ ਨੂੰ ਗਾਹਕ ਦੀਆਂ ਮੰਗਾਂ ਪਛਾਣ ਕੇ ਹੁੰਗਾਰਾ ਨਹੀਂ ਦੇਣਾ ਚਾਹੀਦਾ ਅਤੇ ਉਹਨਾਂ ਨੂੰ ਯੋਗ, ਅਸਰਦਾਰ ਅਤੇ ਨਵੀਂ ਖੋਜ ਰਾਹੀਂ ਪੂਰਾ ਨਹੀਂ ਕਰਨਾ ਚਾਹੀਦਾ ਹੈ।
5. ਕੁਝ ਛੋਟੇ ਉਤਪਾਦਕ ਗੋਦਾਮਾਂ ਤੋਂ ਬਿਨ੍ਹਾਂ ਆਪਣਾ ਉਤਪਾਦ ਸਿਧਾ ਪ੍ਰਚੂਨ ਸਟੋਰਾਂ ਨੂੰ ਭੇਜ਼ ਦਿੰਦੇ ਹਨ।
6. ਗਾਹਕਾਂ ਦੀਆਂ ਵਿਭਿੰਨ ਜ਼ਰੂਰਤਾਂ ਨੂੰ ਸੰਬੋਧਨ ਕਰਕੇ ਪ੍ਰਚੂਨ ਸਟੋਰ ਉਹ ਉਤਪਾਦ ਚੁਣਦੇ ਹਨ ਜਿਹੜੇ ਲੋਕਲ ਉਮੀਦਾਂ ਨੂੰ ਚੰਗੀ ਤਰ੍ਹਾਂ ਪੂਰਾ ਕਰਦੇ ਹਨ।
7. ਇਕ ਸ਼ਹਿਰੀ ਤੇਜ ਮਾਰਕੀਟ ਜਿਹੜੀ ਸਯੁੰਕਤ ਹੈ ਅਤੇ ਸਿਟੀ ਸੈਂਟਰ ਦੇ ਨੇੜੇ ਹੈ ਉਹੋ ਜਿਹਾ ਉਤਪਾਦ ਪੇਸ਼ ਕਰੇਗੀ ਜਿਹੜਾ ਪੇਂਡੂ ਖੇਤਰ ਵਿੱਚ ਸਥਿਤ ਸਟੋਰ ਕਰਦਾ ਹੈ।
8. ਪ੍ਰਚੂਨ ਸਟੋਰ ਉਤਪਾਦ ਦੀ ਗੁਣਵੱਤਤਾ ਅਤੇ ਸੁਰੱਖਿਆ ਜ਼ਰੂਰਤਾਂ ਨੂੰ ਹਰ ਪੱਧਰ ਅਤੇ ਹਰ ਕਦਮ ਤੇ ਬਣਾਈ ਰੱਖਦੇ ਹਨ।
9. ਪ੍ਰਚੂਨ ਸਟੋਰ ਨਿਰੰਤਰ ਨਿਗਰਾਨੀ ਕਰਦੇ ਹਨ ਅਤੇ ਗਾਹਕ ਸੇਵਾ ਵਿਭਾਗ ਦੁਆਰਾ ਗਾਹਕਾਂ ਦੀ ਗੱਲ ਸੁਣਦੇ ਹਨ।
10. ਪ੍ਰਚੂਨ ਸਟੋਰ ਉਤਪਾਦ ਗੁਣਵੱਤਾ ਅਤੇ ਸੁਰੱਖਿਆ ਨੂੰ ਪ੍ਰਦਾਨ ਕਰਨ ਵਿੱਚ ਵਚਨਬੱਧ ਨਹੀਂ ਹਨ।

ਮੁਲਾਂਕਣ ਕਿਰਿਆ ਲਈ ਚੈਕਲਿਸਟ

ਹੇਠ ਲਿਖੀ ਚੈਕਲਿਸਟ ਨੂੰ ਇਹ ਦੇਖਣ ਲਈ ਵਰਤੋਂ ਕਿ ਮੁਲਾਂਕਣ ਕਿਰਿਆ ਲਈ ਸਾਰੀਆਂ ਲੋੜਾਂ ਪੂਰੀਆਂ ਹੋ ਚੁੱਕੀਆਂ ਹਨ।

ਭਾਗ (ੳ)

ਪ੍ਰਚੂਨ ਵਪਾਰ ਵਿੱਚ ਗਾਹਕਾਂ ਨੂੰ ਉਤਪਾਦ ਦੀ ਸਪੁਰਦਗੀ (Delivery) ਅਤੇ ਉਤਪਾਦ ਦੀ ਆਵਾਜਾਈ (Transpotation) ਵਿੱਚ ਅੰਤਰ ਸਪਸ਼ਟ ਕੀਤਾ।

ਭਾਗ (ਅ)

ਜਮਾਤ ਵਿੱਚ ਚਰਚਾ ਕੀਤੀ।

- ਉਤਪਾਦ ਵਿਕਰੀ ਦੀ ਕਿਹੜੀ ਪ੍ਰਕ੍ਰਿਆ ਹੈ ?
- ਗਾਹਕ ਨੂੰ ਉਤਪਾਦ ਭੇਜਣ (Delivery) ਦੇ ਕਿਹੜੇ ਢੰਗ ਹਨ ?
- ਗਾਹਕ ਨੂੰ ਸਹੀ ਉਤਪਾਦ, ਸਹੀ ਕੀਮਤ ਅਤੇ ਸਹੀ ਸਥਾਨ ਦੀ ਚੋਣ ਕਰਨ ਵਿੱਚ ਕਿਵੇਂ ਮਦਦ ਕਰਨੀ ਹੈ।

ਭਾਗ (ੲ)

ਕਾਰਗੁਜਾਰੀ ਪੱਧਰ

ਕਾਰਗੁਜਾਰੀ ਦੇ ਪੱਧਰ ਵਿੱਚ ਸ਼ਾਮਿਲ ਹੈ

ਕਾਰਗੁਜਾਰੀ ਪੱਧਰ	ਹਾਂ	ਨਹੀਂ
• ਗਾਹਕਾਂ ਨੂੰ ਉਤਪਾਦ ਸਪੁਰਦਗੀ (Delivery) ਦੇ ਬਾਰੇ ਪ੍ਰਦਰਸ਼ਨੀ ਕਰਨ ਯੋਗ ਹਨ।		
• ਗਾਹਕਾਂ ਨੂੰ ਉਤਪਾਦ ਭੇਜਣ ਦੇ ਤਰੀਕਿਆਂ ਦੀ ਪਛਾਣ ਕਰਨ ਦੇ ਯੋਗ ਹਨ।		
• ਗਾਹਕਾਂ ਨੂੰ ਸਹੀ ਉਤਪਾਦ, ਸਹੀ ਕੀਮਤ ਅਤੇ ਸਹੀ ਸਥਾਨ ਦੀ ਚੋਣ ਕਰਨ ਵਿੱਚ ਮਦਦ ਕਰਨ ਵਿੱਚ ਯੋਗ ਹਨ।		

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

ਸੈਸ਼ਨ 3 ਸਟੋਰ ਖੇਤਰ ਦੀ ਦੇਖ ਭਾਲ ਅਤੇ ਸਟੇਕ ਹੋਲਡਰ ਨਾਲ ਪ੍ਰਭਾਵਸ਼ਾਲੀ ਢੰਗ ਨਾਲ ਅਦਾਨ ਪ੍ਰਦਾਨ (ਸੰਚਾਰ)

ਸਬੰਧਿਤ ਗਿਆਨ (Relevant Knowledge)

ਸਟੋਰ ਖੇਤਰ ਦੀ ਸਫਾਈ ਅਤੇ ਦੇਖਭਾਲ (Maintenance and cleaning of store Area) :-
ਇਸ ਵਿੱਚ ਉਹ ਕਿਰਿਆਵਾਂ ਸ਼ਾਮਿਲ ਹਨ ਜਿਵੇਂ ਕਿ ਘਰ ਦੀ ਸਫਾਈ ਕਰਨਾ, ਗੰਦਗੀ ਨੂੰ ਸੁਟਣਾ, ਗੰਦੀ ਸਤ੍ਹਾ ਨੂੰ ਸਾਫ ਕਰਨਾ, ਝਾੜ ਫੰਬ ਅਤੇ ਮਿੱਟੀ ਘੱਟਾ ਚੁਕ ਕੇ ਸਫਾਈ ਕਰਨਾ ਸ਼ਾਮਿਲ ਹੈ। ਇਸ ਵਿੱਚ ਕੁਝ ਬਾਹਰਲੇ ਕੰਮ ਜਿਵੇਂ ਕਿ ਵਰਖਾ ਵਾਲੇ ਗਟਰਾਂ ਵਿੱਚੋਂ ਪੱਤਿਆ ਦਾ ਹਟਾਉਣਾ, ਖਿੜਕੀਆ ਸਾਫ ਕਰਨਾ ਅਤੇ ਡੋਰਮੈਟ ਨੂੰ ਸਾਫ ਕਰਨਾ ਸ਼ਾਮਿਲ ਹੈ।

ਦੇਖ ਭਾਲ ਕਰਨ ਵਾਲੀਆਂ ਸੰਸਥਾਵਾਂ ਦੇ ਉਦੇਸ਼ ਅਤੇ ਟੀਚੇ (Goals and objectives of maintenance organisation) :-
ਦੇਖ ਭਾਲ ਕਰਨ ਵਾਲੀਆਂ ਸੰਸਥਾਵਾਂ ਦੇ ਟੀਚੇ ਅਤੇ ਉਦੇਸ਼ ਹੀ ਨਿਰਧਾਰਿਤ ਕਰਦੇ ਹਨ ਕਿ ਦੇਖ ਭਾਲ ਵਾਲੀ ਸਥਾਪਿਤ ਸੰਸਥਾ ਦੀ ਕਿਸਮ ਕਿਹੋ ਜਿਹੀ ਹੈ। ਜੇਕਰ ਟੀਚੇ ਅਤੇ ਉਦੇਸ਼ ਪ੍ਰਗਤੀਸ਼ੀਲ ਹਨ ਅਤੇ ਇਸਨੂੰ ਸਮੂਹਕ ਤੌਰ ਤੇ ਸਹਿਯੋਗੀ ਵਜੋਂ ਮਾਨਤਾ ਦਿੱਤੀ ਜਾਂਦੀ ਹੈ ਤਾਂ ਕੁਝ ਜ਼ਿਆਦਾ ਰਵਾਇਤੀ ਸੰਗਠਿਤ ਢਾਂਚਿਆ ਵਿੱਚ ਵਿਭਿੰਨਤਾ ਕਰਕੇ ਵਰਤਿਆ ਜਾ ਸਕਦਾ ਹੈ। ਦੇਖ ਭਾਲ ਸੰਸਥਾ ਦੇ ਮੁੱਖ ਟੀਚੇ ਅਤੇ ਉਦੇਸ਼ ਦੀ ਲਿਸਟ ਹੇਠ ਦਿੱਤੇ ਅਨੁਸਾਰ ਹੈ: ਦੇਖਭਾਲ ਦੇ ਪ੍ਰਬੰਧ ਕਰਨ ਲਈ ਕਾਰਗੁਜ਼ਾਰੀ ਸੰਕੇਤਾ ਦਾ ਵਿਕਾਸ ਕਰਨਾ ਘੱਟ ਕੀਮਤ ਤੇ ਉਤਪਾਦਨ ਵਧਾਉਣਾ, ਵਧੀਆ ਗੁਣਵੱਤਾ ਅਤੇ ਉਤਮ ਸੁਰੱਖਿਆ ਪੱਧਰਾਂ ਦੇ ਵਿੱਚ ਵਾਧਾ ਕਰਨਾ ਹੈ। ਇਹ ਬਿਆਨ ਬਹੁਤ ਵਿਸਥਾਰਪੂਰਵਕ ਹੈ। ਫਿਰ ਵੀ ਇਸ ਦੀਆਂ ਕਿਰਿਆਵਾਂ ਤੇ ਕੇਂਦ੍ਰਿਤ ਹੋਣ ਲਈ ਦੇਖ ਭਾਲ ਅਨੁਕੂਲ ਕਿਰਿਆ ਦ੍ਰਿਸ਼ਟੀ ਮਦਦ ਕਰਦਾ ਹੈ। ਇਸ ਕਥਨ ਨੂੰ ਕਿਸੇ ਵੀ ਸਮੂਹਕ ਉਦੇਸ਼ਾਂ ਨਾਲ ਜੋੜਨਾ ਚਾਹੀਦਾ ਹੈ। ਇਸ ਨੂੰ ਛੋਟੇ ਛੋਟੇ ਭਾਗਾਂ ਵਿੱਚ ਤੋੜਿਆ ਜਾ ਸਕਦਾ ਹੈ।

(ੳ) **ਮੌਜੂਦਾ ਉਪਕਰਨਾਂ ਅਤੇ ਸਹੂਲਤਾਂ ਨੂੰ ਕਾਇਮ ਰੱਖਣਾ:-** ਦੇਖ ਭਾਲ ਸੰਸਥਾ ਦੀ ਮੌਜੂਦਗੀ ਲਈ ਇਹ ਕਿਰਿਆ ਮੁਢਲਾ ਕਾਰਣ ਹੈ। ਸੰਸਥਾ ਨੂੰ ਖਰਾਬ (ਨਾ ਚੱਲਣ ਵਾਲੇ) ਉਪਕਰਨਾ ਅਤੇ ਸਹੂਲਤਾਂ ਰੱਖਣ ਦਾ ਕੋਈ ਫਾਇਦਾ ਨਹੀਂ ਹੈ, ਇਹ ਹਿੱਸਾ "ਚਾਲੂ ਰੱਖਣਾ" ਦੇਖ ਭਾਲ ਦਾ ਚਾਰਟਰ ਹੈ।

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

(ਅ) **ਉਪਕਰਨਾ ਅਤੇ ਸਹੂਲਤਾਂ ਦੀ ਨਿਗਰਾਨੀ ਅਤੇ ਸੇਵਾਵਾਂ :-** ਅਚਾਨਕ ਬੰਦ ਹੋਣ ਅਤੇ ਸੇਵਾਵਾਂ ਵਿੱਚ ਵਿਘਣ ਪੈਣ ਨੂੰ ਘਟਾਉਣ ਲਈ ਇਹ ਕਿਰਿਆਵਾਂ ਉਪਕਰਨ ਅਤੇ ਸਹੂਲਤਾਂ ਦੀ ਉਪਲੱਬਧਤਾ ਨੂੰ ਵਧਾਉਂਦੀਆਂ ਹਨ।

(ੲ) **ਉਪਕਰਨ ਲਗਾਉਣਾ ਅਤੇ ਤਬਦੀਲੀਆਂ :-** ਆਮ ਤੌਰ ਤੇ ਉਪਕਰਨਾਂ ਨੂੰ ਲਗਾਉਣਾ ਅਤੇ ਬਦਲਣਾ ਦੇਖ ਭਾਲ (Maintence) ਸੰਸਥਾ ਦੇ ਅਧਿਕਾਰ ਹੇਠ ਨਹੀਂ ਹੈ। ਇਹ ਆਮ ਤੌਰ ਤੇ ਬਾਹਰਲੇ ਠੇਕੇਦਾਰ ਤੇ ਆਦਮੀਆਂ ਦੁਆਰਾ ਕੀਤਾ ਜਾਂਦਾ ਹੈ। ਇਹ ਸੰਸਥਾ ਫਿਰ ਵੀ ਉਪਕਰਨਾਂ ਦੀ ਸਾਂਭ ਸੰਭਾਲ ਰੱਖਣ ਦਾ ਕੰਮ ਕਰਦੀ ਹੈ ਤਾਂ ਕਿ ਇਨ੍ਹਾਂ ਨੂੰ ਕਿਸੇ ਉਪਕਰਨ ਲਗਾਉਣ ਜਾਂ ਤਬਦੀਲੀ ਵਿੱਚ ਸ਼ਾਮਿਲ ਕੀਤਾ ਜਾ ਸਕੇ।

ਸਾਂਭ ਸੰਭਾਲ ਅਤੇ ਸੰਪਤੀ ਪ੍ਰਬੰਧਨ ਰਣਨੀਤੀ ਨੂੰ ਵਿਕਸਿਤ ਕਰਨਾ (Developing Maintenance and asset management strategies) :-

ਸਾਂਭ ਸੰਭਾਲ ਪ੍ਰਬੰਧਨ ਦੇ ਉਦੇਸ਼ (Objectives of maintenance management) :-

- ਘੱਟ ਕੀਮਤ ਤੇ ਵੱਧ ਤੋਂ ਵੱਧ ਉਤਪਾਦ, ਉਤਮ ਗੁਣਵੱਤਾ ਅਤੇ ਉਤਮ ਸੁਰੱਖਿਆ ਦੇ ਘੇਰੇ ਵਿੱਚ।
- ਕੀਮਤ ਘਟਾਉਣ ਲਈ ਜਿੰਮੇਵਾਰ ਤੱਤ ਪਛਾਣਨਾ ਅਤੇ ਲਾਗੂ ਕਰਨਾ।
- ਉਪਕਰਨ ਦੀ ਮੁਰੰਮਤ ਸਬੰਧੀ ਸਹੀ ਰਿਕਾਰਡ ਪ੍ਰਦਾਨ ਕਰਨਾ।
- ਜ਼ਰੂਰੀ ਮੁਰੰਮਤ ਖਰਚ ਸੂਚਨਾ ਨੂੰ ਇਕੱਠਾ ਕਰਨਾ।
- ਮੁਰੰਮਤ ਸਾਧਨਾਂ ਨੂੰ ਉਤਮ ਬਣਾਉਣਾ।
- ਮੁਖ ਉਪਕਰਨਾਂ ਦੀ ਜ਼ਿੰਦਗੀ ਨੂੰ ਵਧਾਉਣਾ।
- ਊਰਜਾ ਵਰਤੋਂ ਨੂੰ ਘੱਟ ਕਰਨਾ।
- ਹੱਥ ਵਿਚਲੀ ਵਸਤੂ ਸੂਚੀ ਨੂੰ ਘੱਟ ਕਰਨਾ।
- ਉਤਪਾਦਨ ਨੂੰ ਵਧਾਉਣਾ।

ਕੀਮਤ ਨੂੰ ਘੱਟ ਕਰਨਾ ਕਦੇ ਕਦੇ ਸਾਂਭ ਸੰਭਾਲ ਦਾ ਅਣਦੇਖਿਆ ਪਹਿਲੂ ਹੁੰਦਾ ਹੈ :- ਭਾਵੇਂ ਦੇਖ ਭਾਲ ਕਰਨ ਵਾਲੀ ਸੰਸਥਾ ਕੰਪਨੀ ਦੇ ਖਰਚੇ ਘੱਟ ਕਰਨ ਵਿੱਚ ਕਈ ਤਰੀਕਿਆ ਨਾਲ ਮਦਦ ਕਰ ਸਕਦੀ ਹੈ। ਕੀਮਤ ਘੱਟ ਕਰਨ ਦੀ ਐਡਜੈਸਟਮੈਂਟ ਕਰਨ ਤੋਂ ਪਹਿਲਾ, ਬਦਲਾਵ ਤੋਂ ਪਹਿਲਾਂ ਅਤੇ ਬਾਦ ਵਾਲੇ ਨਤੀਜੇ ਦਿਖਾਉਣ ਲਈ ਅਧਿਐਨ ਕਰਨਾ ਚਾਹੀਦਾ ਹੈ।

ਉਪਕਰਨ ਮੁਰੰਮਤ ਦਾ ਸਹੀ ਰਿਕਾਰਡ ਪ੍ਰਦਾਨ ਕਰਨਾ :- ਮੁਰੰਮਤ ਦਾ ਰਿਕਾਰਡ ਸਹੀ ਢੰਗ ਨਾਲ ਪ੍ਰਦਾਨ ਕਰਨਾ ਇਕ ਕੰਪਨੀ ਨੂੰ ਉਪਕਰਨ ਨੂੰ ਸਹੀ ਢੰਗ ਨਾਲ ਟਰੈਕ ਕਰਨ ਵਿੱਚ ਜਿਸ ਨੂੰ ਇੰਜੀਨੀਅਰਿੰਗ ਟਰਮ ਅਨੁਸਾਰ ਅਸਫਲਤਾ ਅਤੇ ਮੁਰੰਮਤ ਸਮੇਂ ਵਿਚਕਾਰ ਦਾ ਔਸਤ ਸਮਾਂ ਕਹਿੰਦੇ ਹਨ, ਮਦਦ ਕਰਦਾ ਹੈ।

ਉਦਾਹਰਣ ਦੇ ਤੌਰ ਤੇ :- ਇਹ ਰਿਕਾਰਡ ਕਰਨਾ ਕਿ ਹਫਤੇ ਵਿੱਚ ਕਿੰਨੀ ਵਾਰ ਮੋਟਰ ਨੂੰ ਚਲਾਉਣ ਵਿੱਚ ਸਰਕਟ ਬਰੇਕ ਨੂੰ ਦੁਬਾਰਾ ਸੈਟ ਕੀਤਾ ਹੈ, ਵਰਕ ਆਰਡਰ ਵਿੱਚ ਕੁਝ ਘੱਟ ਮਹੱਤਵਪੂਰਨ ਦਿਖਾਈ ਦਿੰਦਾ ਹੈ। ਜੇਕਰ ਸਾਂਭ ਸੰਭਾਲ ਸੰਸਥਾ ਨੇ ਆਪਣੀ ਜਿਮੇਵਾਰੀ ਨੂੰ ਪੂਰੀ ਤਰ੍ਹਾਂ ਨਿਭਾਉਂਦਾ ਹੈ ਤਾਂ ਮੁਰੰਮਤ ਦਾ ਰਿਕਾਰਡ ਰੱਖਣਾ ਅਤਿ ਜ਼ਰੂਰੀ ਹੈ।

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

ਸਾਂਭ ਸੰਭਾਲ ਦੇ ਪ੍ਰਬੰਧ ਲਈ ਕਾਰਗੁਜ਼ਾਰੀ ਦੇ ਸੰਕੇਤਾਂ ਦਾ ਵਿਕਾਸ :- ਲੋੜੀਂਦੀ ਮੁਰੰਮਤ ਦੇ ਖਰਚੇ ਦੀ ਸੂਚਨਾ ਨੂੰ ਇਕੱਠਾ ਕਰਨਾ ਕੰਪਨੀ ਨੂੰ ਇਜੀਨੀਅਰਿੰਗ ਸੂਚਨਾ ਦਾ ਪਤਾ ਕਰਨ ਵਿੱਚ ਸਹਾਈ ਹੁੰਦਾ ਹੈ। ਉਦਾਹਰਣ ਦੇ ਤੌਰ ਤੇ ਜੀਵਨ ਚੱਕਰ ਖਰਚੇ ਦੀ ਸੂਚਨਾ ਦੀ ਵਰਤੋਂ ਕਰਕੇ ਕੰਪਨੀਆਂ ਸ਼ੁਰੂਆਤੀ ਘੱਟ ਖਰਚੇ ਨਾਲੋਂ ਵੀ ਘੱਟ ਖਰਚੇ ਵਾਲੀਆਂ ਜੀਵਨ ਚੱਕਰ ਸੰਪਤੀਆਂ ਨੂੰ ਖ਼੍ਰੀਦ ਸਕਦੀਆਂ ਹਨ। ਸਾਰੇ ਜੀਵਨ ਚੱਕਰ ਖਰਚੇ ਨੂੰ ਸਹੀ ਢੰਗ ਨਾਲ ਟਰੈਕ ਕਰਨ ਲਈ, ਸਾਰੀ ਮਜ਼ਦੂਰੀ, ਸਮਾਨ (ਮਾਲ), ਠੇਕੇਦਾਰੀ ਅਤੇ ਹੋਰ ਫੁਟਕਲ ਖਰਚੇ ਉਪਕਰਨ ਲੈਵਲ ਤੇ ਸਹੀ ਢੰਗ ਨਾਲ ਪਤਾ ਕਰਨੇ ਚਾਹੀਦੇ ਹਨ। ਇਹ ਜਾਣਕਾਰੀ ਇਕੱਠੀ ਕਰਨਾ ਮੁਢਲੇ ਤੌਰ ਤੇ ਸਾਂਭ ਸੰਭਾਲ ਵਿਭਾਗ ਦੀ ਇਕ ਕਿਰਿਆ ਹੈ।

ਉਪਕਰਨ ਸੇਵਾ ਪੱਧਰ :- ਉਪਕਰਨ ਸੇਵਾ ਪੱਧਰ ਇਸ ਗੱਲ ਦਾ ਸੰਕੇਤ ਦਿੰਦਾ ਹੈ ਕਿ ਇੱਛਤ ਸੇਵਾ ਪ੍ਰਾਪਤ ਕਰਨ ਲਈ ਕਿੰਨੇ ਸਮੇਂ ਲਈ ਉਪਕਰਨ ਉਪਲੱਬਧ ਹੁੰਦਾ ਹੈ। ਉਪਕਰਨ ਤੋਂ ਕਿੰਨੀ ਸੇਵਾ ਲੋੜੀਂਦੀ ਹੈ, ਫਲਸਰੂਪ ਇਸਦੇ ਖਰਚੇ ਸਾਂਭ ਸੰਭਾਲ ਫਲਾਸਫੀ ਨੂੰ ਨਿਰਧਾਰਿਤ ਕਰਦੇ ਹਨ, ਜਿਸ ਨੂੰ ਕੰਪਨੀ ਗ੍ਰਹਿਣ ਕਰੇਗੀ।

ਸਟੇਕ ਹੋਲਡਰ ਨਾਲ ਪ੍ਰਭਾਵਸ਼ਾਲੀ ਢੰਗ ਨਾਲ ਸੂਚਨਾ ਅਦਾਨ ਪ੍ਰਦਾਨ ਕਰਨਾ (Communicate effectively with stake holders) :

ਸਟਾਫ ਅਤੇ ਪ੍ਰਬੰਧਕਾਂ ਨਾਲ ਸੰਚਾਰ ਯੋਗ ਬਣਾਉਣ ਲਈ ਬਹੁਤ ਸਾਰੀਆਂ ਐਪਲੀਕੇਸ਼ਨਾਂ ਪ੍ਰਦਾਨ ਕੀਤੀਆਂ ਜਾ ਸਕਦੀਆਂ ਹਨ। ਜਿਸ ਨਾਲ ਸਟੋਰ ਸਹਿਯੋਗੀਆਂ ਨੂੰ ਜ਼ਿਆਦਾ ਪ੍ਰਭਾਵਸ਼ਾਲੀ ਢੰਗ ਨਾਲ ਅਤੇ ਪੂਰਤੀ ਵਿੱਚ ਇਕੱਠੇ ਕੰਮ ਕਰਨ ਦਾ ਅਵਸਰ ਮਿਲਦਾ ਹੈ। ਪ੍ਰਚੂਨ ਵਪਾਰੀ ਦੀ ਸੰਚਾਰ ਨੀਤੀ ਵਿੱਚ ਵਿਕਾਸ ਹੋਇਆ ਕਿਉਂਕਿ ਉਪਭੋਗਤਾ ਮੀਡੀਆ ਵਿੱਚ ਬਦਲਾਅ ਹੋਇਆ ਹੈ। ਪ੍ਰੰਪਰਾਗਤ ਤੌਰ ਤੇ ਪ੍ਰਚੂਨ ਵਪਾਰੀ ਆਪਣੇ ਸਟੋਰ ਵੱਲ ਗਾਹਕਾਂ ਨੂੰ ਅਕਰਸ਼ਿਤ ਕਰਨ ਲਈ ਵਿਗਿਆਪਨ ਅਤੇ ਵਪਾਰ ਵਿੱਚ ਵਾਧਾ ਕਰਦੇ ਹਨ। ਲਾਇਲਟੀ ਕਾਰਡਾਂ ਦੀ ਅਰੰਭਤਾ ਨਾਲ ਪ੍ਰਚੂਨ ਵਪਾਰੀਆਂ ਨੂੰ ਗਾਹਕਾਂ ਨਾਲ ਸਬੰਧ ਬਣਾਉਣ ਅਤੇ ਨਿਰੰਤਰ ਸੂਚਨਾ ਦਾ ਅਦਾਨ ਪ੍ਰਦਾਨ ਕਰਨ ਦਾ ਮੌਕਾ ਦਿੱਤਾ ਹੈ। ਸਮਾਜਿਕ ਮੀਡੀਆ ਅਤੇ ਮੋਬਾਇਲ ਸੰਚਾਰ ਨੇ ਗਾਹਕਾਂ ਨਾਲ ਸਬੰਧ ਬਣਾਉਣ ਦੇ ਨਵੇਂ ਰਸਤੇ ਖੋਲ ਦਿੱਤੇ ਹਨ। ਜਦੋਂ ਗਾਹਕਾਂ ਦੀ ਸਟੋਰ ਨਾਲ ਨੇੜਤਾ ਹੁੰਦੀ ਹੈ ਤਾਂ ਉਹ ਉਨ੍ਹਾਂ ਨੂੰ ਸਮੇਂ ਸਿਰ ਪੇਸ਼ਕਸ਼ ਕਰਦੇ ਹਨ। ਬਹੁਤ ਪ੍ਰਭਾਵਸ਼ਾਲੀ ਸੰਚਾਰ ਨੀਤੀਆ ਇਹ ਹਨ :-

- **ਸੁਚੇਤਤਾ/ਚੇਤਨਤਾ :-** ਬਹੁਤ ਜ਼ਿਆਦਾ ਮਹੱਤਵਪੂਰਨ ਸੰਚਾਰ ਰਣਨੀਤੀ ਇਹ ਹੈ ਕਿ ਸੰਭਾਵਿਤ ਗਾਹਕਾਂ ਨੂੰ ਤੁਹਾਡੇ ਸਟੋਰ ਅਤੇ ਜਿਹੜੇ ਉਤਪਾਦ ਤੁਸੀਂ ਪੇਸ਼ ਕਰਨੇ ਹਨ ਉਸ ਸਬੰਧੀ ਜਾਗਰੂਕ ਕਰਨਾ ਹੈ। ਲੋਕਲ ਅਖਬਾਰਾਂ ਅਤੇ ਪ੍ਰਿੰਟਿਡ ਡਾਇਰੈਕਟਰੀਆਂ ਰਾਹੀਂ ਜਿਵੇਂ ਕਿ ਟੈਲੀਫੋਨ ਬੁੱਕ, ਤੁਸੀਂ ਆਪਣੇ ਗਾਹਕਾਂ ਲਈ ਸਟੋਰ ਲੱਭਣ ਨੂੰ ਸੋਖਾਲਾ ਬਣਾ ਸਕਦੇ ਹੋ।
- **ਸਬੰਧ :-** ਆਪਣੇ ਗਾਹਕ ਆਧਾਰ ਨੂੰ ਸੁਰੱਖਿਅਤ ਰੱਖਣ ਅਤੇ ਦੁਬਾਰਾ ਵਿਕਰੀ ਨੂੰ ਵਧਾਉਣ ਲਈ ਲਾਇੱਲਟੀ ਪ੍ਰੋਗਰਾਮ ਅਧਾਰਤ ਇਕ ਸੰਚਾਰ ਰਣ ਨੀਤੀ ਗ੍ਰਹਿਣ ਕਰੋ। ਮੁੱਖ ਪ੍ਰਚੂਨ ਗਰੁੱਪ ਪ੍ਰੋਗਰਾਮ ਚਲਾਦੇ ਹਨ ਜੋ ਲਾਇੱਲਟੀ ਕਾਰਡ ਤੇ ਵਰਤਦੇ ਹਨ। ਗਾਹਕ ਚੈਕ ਆਊਟ ਤੇ ਜਾ ਕੇ ਕਾਰਡ ਸਵਾਈਪ ਕਰਦੇ ਹਨ ਅਗਲੀਆ ਖ਼੍ਰੀਦਦਾਰੀਆ ਕਰਨ ਲਈ ਇਨਾਮ ਪੁਆਇੰਟ ਪ੍ਰਾਪਤ ਕਰਦੇ ਹਨ। ਕਾਰਡ, ਪ੍ਰਚੂਨ ਵਪਾਰੀਆਂ ਨੂੰ ਗਾਹਕ ਦੀਆਂ ਖ਼੍ਰੀਦ ਤਰਜੀਹਾਂ ਸਬੰਧੀ ਡਾਟਾ ਪਤਾ ਕਰਨ ਅਤੇ ਉਤਪਾਦਾਂ ਉੱਤੇ ਆਪਣੀਆਂ ਨਿੱਜੀ ਪੇਸ਼ਕਸ਼ਾਂ ਬਣਾਉਣ ਯੋਗ ਕਰਦਾ ਹੈ ਜਿਨਾ ਨੂੰ ਗਾਹਕ ਨਿਰੰਤਰ ਖ਼੍ਰੀਦਦੇ ਹਨ। ਇਸ ਤਰ੍ਹਾਂ ਉਹ ਆਪਣੇ ਵਪਾਰ ਨੂੰ ਦੁਹਰਾਉਣ ਲਈ ਗਾਹਕਾਂ ਨੂੰ ਉਤਸ਼ਾਹਿਤ ਕਰਦੇ ਹਨ। ਤੁਸੀਂ ਲਾਇੱਲਟੀ ਪ੍ਰੋਗਰਾਮ ਦੇ ਸਿਧਾਤਾਂ ਨੂੰ ਅਪਣਾ ਸਕਦੇ ਹੋ, ਡਾਟਾਬੇਸ ਤੱਤ ਤੋਂ

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

ਬਿਨ੍ਹਾਂ, ਭਵਿੱਖ ਵਿਚਲੀ ਖ਼ੀਦਦਾਰੀ ਲਈ, ਡਿਸਕਾਊਂਟ ਜਾਂ ਗਾਹਕ ਵਾਊਚਰ ਦੀ ਪੇਸ਼ਕਸ਼ ਕਰਕੇ।

- **ਮੋਬਾਇਲ :-** ਮੋਬਾਇਲ ਫੋਨ ਤੇ ਸਟੋਰ ਸਬੰਧੀ ਜਾਣਕਾਰੀ ਉਤਪਾਦਾਂ ਅਤੇ ਲੋਕਲ ਡੀਲ ਲਈ ਮੋਬਾਇਲ ਫੋਨ ਦੀ ਵਰਤੋਂ ਕਰਨ ਵਾਲਿਆਂ ਦੀ ਗਿਣਤੀ ਵਧਣ ਨਾਲ, ਤੁਸੀਂ ਇਕ ਮੋਬਾਇਲ ਵਪਾਰਕ ਰਣਨੀਤੀ ਨੂੰ ਆਪਣੇ ਖੇਤਰ ਵਿੱਚ ਗਾਹਕਾ ਨਾਲ ਸੰਚਾਰ ਕਰਨ ਲਈ ਉਨਤ ਕਰ ਸਕਦੇ ਹੋ।
- **ਸੋਸ਼ਲ :-** ਇਕ ਸੋਸ਼ਲ ਮੀਡੀਆ ਸੰਚਾਰ ਰਣਨੀਤੀ ਤੁਹਾਡੀ ਗਾਹਕਾਂ ਨਾਲ ਗੱਲਬਾਤ ਕਰਨ ਵਿੱਚ ਵਾਧਾ ਕਰ ਸਕਦੀ ਹੈ ਅਤੇ ਤੁਸੀਂ ਆਪਣੇ ਉਤਪਾਦ ਅਤੇ ਉਪਭੋਗਤਾ ਸੇਵਾਵਾਂ ਸਬੰਧੀ ਕੀਮਤੀ ਜਾਣਕਾਰੀ ਪ੍ਰਾਪਤ ਕਰ ਸਕਦੇ ਹੋ। ਤੁਸੀਂ ਆਪਣੀ ਵੈਬਸਾਈਟ ਤੇ ਟਿੱਪਣੀ ਪੰਨਾ (comment page) ਸਥਾਪਿਤ ਕਰ ਸਕਦੇ ਹੋ ਜਿਥੇ ਗਾਹਕ ਆਪਣੇ ਵਿਚਾਰਾ ਨੂੰ ਪ੍ਰਗਟ ਕਰ ਸਕਦੇ ਹਨ।
- **ਕਰਮਚਾਰੀ :-** ਆਪਣੀ ਸੰਚਾਰ ਨੀਤੀ ਵਿੱਚ ਕਰਮਚਾਰੀਆਂ ਨੂੰ ਸ਼ਾਮਿਲ ਕਰਨਾ ਨਾ ਭੁੱਲੋ। ਸਟੋਰ ਵਿੱਚ ਨਵੀਆਂ ਵਿਕਾਸ ਕਿਰਿਆਵਾਂ ਸਬੰਧੀ ਸੂਚਨਾ, ਗਾਹਕਾਂ ਨੂੰ ਸਪੈਸ਼ਲ ਪੇਸ਼ਕਸ਼ਾ ਅਤੇ ਉਤਪਾਦ ਦੀਆਂ ਹੋਰ ਖਬਰਾਂ ਉਹਨਾਂ ਨੂੰ ਦੇਣ ਨਾਲ ਤੁਹਾਨੂੰ ਇਹ ਯਕੀਨ ਹੋਵੇਗਾ ਕਿ ਤੁਹਾਡੇ ਗਾਹਕਾਂ ਨੂੰ ਉਹ ਸਹੀ ਸੰਦੇਸ਼ ਸੰਚਾਰ ਕਰ ਰਹੇ ਹਨ।

ਸਾਡਾ ਤਜਰਬਾ ਇਹ ਸੁਝਾਅ ਦਿੰਦਾ ਹੈ ਪ੍ਰਭਾਵਸ਼ਾਲੀ ਸੰਪਰਕ ਨੀਤੀ ਵਿੱਚ 6 ਮੁੱਖ ਵਿਸ਼ੇਸ਼ਤਾਵਾਂ ਹੁੰਦੀਆਂ ਹਨ:-

- ਇਹ ਗਾਹਕ ਦੀਆਂ ਜ਼ਰੂਰਤਾਂ, ਉਤਪਾਦਾਂ, ਵਪਾਰਕ ਜ਼ਰੂਰਤਾਂ, ਚੈਨਲ ਹੁਨਰਾਂ ਅਤੇ ਯੋਗਤਾਵਾਂ ਨੂੰ ਜੋੜਦੀ ਹੈ।
- ਇਹ ਸਾਰੇ ਉਤਪਾਦਾਂ ਅਤੇ ਰਸਤਿਆਂ (ਚੈਨਲਾਂ) ਨੂੰ ਪਾਰ ਕਰਦੀ ਹੈ ਅਤੇ ਕੇਂਦਰਿਤ ਯੋਜਨਾ ਤੋਂ ਅੱਗੇ ਵੱਧਦੀ ਹੈ। ਇਹ ਪ੍ਰੰਪਰਾਗਤ ਉਤਪਾਦਾ ਅਤੇ ਸਥਾਪਿਤ ਪ੍ਰਚੂਨ ਵਪਾਰ ਤੋਂ ਭਿੰਨ ਹੈ।
- ਇਹ ਪਛਾਣਦੀ ਹੈ ਕਿ ਅੱਲਗ ਅਲੱਗ ਚੈਨਲਾਂ ਦੀਆਂ ਅਲੱਗ ਅਲੱਗ ਯੋਗਤਾਵਾਂ ਹਨ ਅਤੇ ਇਸ ਲਈ ਭਿੰਨ ਭਿੰਨ ਤਰ੍ਹਾਂ ਦੀ ਵਰਤੋ ਹੈ। ਉਦਾਹਰਣ ਵਜੋਂ ਸਿਧੀ ਡਾਕ ਨਾਲੋਂ ਇਨਬਾਉਂਡ ਚੈਨਲਾਂ ਦੀ ਵਰਤੋਂ ਨਾਲ ਸਬੰਧ ਜਿਆਦਾ ਪ੍ਰਭਾਵਸ਼ਾਲੀ ਬਣਾਉਣੇ ਸੰਭਵ ਹਨ।
- ਇਹ ਜਾਣਿਆ ਗਿਆ ਹੈ ਕਿ ਸਬੰਧਾਂ ਦੀ ਹੱਦ ਹਰ ਗਾਹਕ ਲਈ ਭਿੰਨ ਭਿੰਨ ਹੁੰਦੀ ਹੈ ਅਤੇ ਵਿਸ਼ਾ, ਵਸਤੂ, ਗੱਲਬਾਤ ਦਾ ਸਮਾਂ ਅਤੇ ਗਾਹਕ ਵਾਰਤਾ ਦੇ ਉਦੇਸ਼ ਸਬੰਧ ਨੂੰ ਮਾਨਤਾ ਦਿੰਦੇ ਹਨ।
- ਇਹ ਲਈ ਯਤਨਸ਼ੀਲ ਹੈ। ਗਾਹਕ ਲਈ ਕੀ ਠੀਕ ਹੈ ਅਤੇ ਸੰਸਥਾ ਲਈ ਕੀ ਠੀਕ ਹੈ, ਵਿੱਚ ਸਤੁੰਲਨ ਪੈਦਾ ਕਰਨ।
- ਇਹ ਪ੍ਰੇਰਕਾਂ ਅਤੇ ਕਾਰਗੁਜਾਰੀ ਟੀਚਿਆਂ ਨਾਲ ਵਪਾਰਕ ਉਦੇਸ਼ਾਂ ਅਤੇ ਗਾਹਕਾਂ ਦੀਆਂ ਲੋੜਾਂ ਨੂੰ ਮਿਲਾਉਂਦੀ ਹੈ।

ਅਸੀਂ ਆਮ ਤੌਰ ਤੇ ਪ੍ਰਭਾਵਸ਼ਾਲੀ ਸੰਪਰਕ ਰਣਨੀਤੀ ਨੂੰ ਲਾਗੂ ਕਰਨ ਲਈ ਲੋੜੀਂਦੇ ਉਪਰੋਕਤ ਤੱਥਾਂ ਅਤੇ ਗਾਹਕ ਨਾਲ ਸਬੰਧਤ ਅਸਲ ਹਾਲਾਤ ਦੇ ਵਿਚਕਾਰ ਮਹੱਤਵਪੂਰਨ ਅੰਤਰ ਦਾ ਸਾਹਮਣਾ ਕਰਦੇ ਹਾਂ।

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

ਅਭਿਆਸ : ਮੁਲਾਂਕਣ

1. ਕਿਸੇ ਪ੍ਰਚੂਨ ਸਟੋਰ ਤੇ ਜਾਓ ਅਤੇ ਸਟੋਰ ਖੇਤਰ ਦੀ ਸਾਂਭ ਸੰਭਾਲ ਅਤੇ ਸਫਾਈ ਪ੍ਰਕ੍ਰਿਆ ਨੂੰ ਜਾਣੋ।
2. ਕਿਸੇ ਤੇਜ (hyper) ਮਾਰਕੀਟ ਵਿੱਚ ਜਾਵੋ ਅਤੇ ਅਨੁਸਰਨ ਕਰੋ ਕਿ ਸਟੇਕ ਹੋਲਡਰਾਂ ਨਾਲ ਪ੍ਰਭਾਵਸ਼ਾਲੀ ਸੰਚਾਰ ਸੂਚਨਾ ਕਰਨ ਲਈ ਕਿਹੜੇ ਸੰਚਾਰ ਦੇ ਤਰੀਕੇ ਵਰਤੇ ਜਾਂਦੇ ਹਨ।

ਮੁਲੰਕਣ

(ੳ) ਖਾਲੀ ਥਾਵਾਂ ਭਰੋ

1. ਸਟੋਰ ਵਿੱਚ ਵਿਕਾਸ ਕਿਰਿਆਵਾਂ ਸੰਬੰਧੀ ਖਾਸ ਗਾਹਕ ਪੇਸ਼ਕਸ਼ ਅਤੇ ਹੋਰ ਉਤਪਾਦਾਂ ਦੀਆਂ ਖਬਰਾਂ ਬਾਰੇ __________ ਨੂੰ ਸੂਚਿਤ ਕਰਕੇ ਤੁਹਾਨੂੰ ਵਿਸ਼ਵਾਸ਼ ਹੋ ਜਾਵੇਗੇ ਕਿ ਤੁਸੀਂ ਗਾਹਕ ਨੂੰ ਸਹੀ ਸੰਦੇਸ਼ ਸੰਚਾਰ ਕੀਤਾ ਹੈ।
2. ਇਕ ____________ ਕਰਮਚਾਰੀਆਂ ਨੂੰ ਸਮੇਂ ਦਾ ਹਾਣੀ ਰੱਖਦਾ ਹੈ ਜਦੋਂ ਇਕ ਕਰਮਚਾਰੀ ਫੋਰਮ ਤੁਹਾਡੇ ਵੈਬਸਾਈਟ ਤੇ ਕਰਮਚਾਰੀਆ ਨੂੰ ਆਪਣੇ ਵਿਚਾਰ ਸੇਅਰ ਕਰਨ ਲਈ ਉਤਸ਼ਾਹ ਦਿੰਦੀ ਹੈ ਅਤੇ ਗਾਹਕ ਸੇਵਾ ਵਿੱਚ ਸੁਧਾਰ ਕਰਨ ਲਈ ਨੁਕਤੇ (Tips) ਦਿੰਦੀ ਹੈ।
3. ਇਕ ਪ੍ਰਭਾਵਸ਼ਾਲੀ _____________ ਗਾਹਕ ਦੀਆਂ ਜ਼ਰੂਰਤਾਂ, ਉਤਪਾਦਾਂ ਵਪਾਰਕ ਜ਼ਰੂਰਤਾ ਅਤੇ ਚੈਨਲ ਹੁਨਰ ਅਤੇ ਯੋਗਤਾਵਾਂ ਨੂੰ ਮਿਲਾਉਂਦਾ ਹੈ।

(ਅ) ਸਹੀ/ਗਲਤ

1. ਇਕ ਪ੍ਰਭਾਵਸ਼ਾਲੀ ਸੰਪਰਕ ਰਣ ਨੀਤੀ ਗਾਹਕ ਲਈ ਕੀ ਠੀਕ ਹੈ ਅਤੇ ਸੰਸਥਾ ਲਈ ਕੀ ਠੀਕ ਹੈ ਵਿਚਕਾਰ ਸੰਤੁਲਨ ਬਣਾਉਣ ਦੀ ਕੋਸ਼ਿਸ਼ ਕਰਦੀ ਹੈ।
2. ਇਕ ਪ੍ਰਭਾਵਸ਼ਾਲੀ ਸੰਪਰਕ ਰਣ ਨੀਤੀ ਪ੍ਰੇਰਕਾ ਅਤੇ ਕਾਰਜ ਟੀਚਿਆਂ ਨੂੰ ਵਪਾਰਕ ਉਦੇਸ਼ਾਂ ਅਤੇ ਗਾਹਕਾਂ ਦੀਆ ਜ਼ਰੂਰਤਾਂ ਨਾਲ ਨਹੀਂ ਜੋੜਦੀ।

(ੲ) ਪ੍ਰਭਾਵਸ਼ਾਲੀ ਸਪੰਰਕ ਨੀਤੀ ਵਿੱਚ ਹੇਠ ਲਿਖੀਆਂ ਚੀਜ਼ਾਂ ਦੀ ਭੂਮਿਕਾ ਬਾਰੇ ਵਰਣਨ ਕਰੋ :-

- ਲੋਕ ਅਤੇ ਸੰਸਥਾ
- ਪ੍ਰਕ੍ਰਿਆ
- ਸੂਚਨਾ ਪ੍ਰਬੰਧਨ
- ਸਹਾਇਕ ਤਕਨੀਕ

ਮੁਲਾਂਕਣ ਕਿਰਿਆ ਲਈ ਚੈਕਲਿਸਟ

ਹੇਠ ਲਿਖੀ ਚੈਕ ਲਿਸਟ ਇਹ ਦੇਖਣ ਲਈ ਵਰਤੋਂ ਕਿ ਤੁਹਾਡੀ ਮੁਲੰਕਣ ਕਿਰਿਆ ਲਈ ਸਾਰੀਆਂ ਲੋੜਾਂ ਪੂਰੀਆਂ ਹੋ ਗਈਆਂ ਹਨ।

ਭਾਗ (ੳ)

- ਸਟੋਰ ਖੇਤਰ ਦੀ ਦੇਖ ਭਾਲ ਅਤੇ ਸਫਾਈ ਵਿੱਚ ਅੰਤਰ ਸਪਸ਼ਟ ਕੀਤਾ।

ਭਾਗ (ਅ)

ਹੇਠਾ ਲਿਖਿਆ ਦੀ ਜਮਾਤ ਵਿੱਚ ਚਰਚਾ ਕੀਤੀ

- ਸਫਾਈ ਅਤੇ ਦੇਖ ਭਾਲ ਦੀਆਂ ਕਿਹੜੀਆਂ-ਕਿਹੜੀਆਂ ਕਿਰਿਆਵਾਂ ਹਨ ?
- ਦੇਖ ਭਾਲ ਜਾਂ ਸਾਂਭ ਸੰਭਾਲ ਸੰਸਥਾਵਾਂ ਦੇ ਉਦੇਸ਼ ਦਾ ਵਰਣਨ ਕਰੋ ?

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

- ਸਾਂਭ ਸੰਭਾਲ ਅਤੇ ਸੰਪਤੀ ਪ੍ਰਬੰਧਨ ਵਿਕਸਿਤ ਕਰਨ ਲਈ ਮੁੱਖ ਰਣ ਨੀਤੀਆ ਦਾ ਵਰਣਨ ਕਰੋ।
- ਵਿਸ਼ਲੇਸ਼ਣ ਕਰੋ ਕਿ ਕਿਵੇਂ ਸਟੇਕ ਹੋਲਡਰਾਂ ਨੂੰ ਪ੍ਰਭਾਵਸ਼ਾਲੀ ਢੰਗ ਨਾਲ ਜਾਣਕਾਰੀ ਦਿੱਤੀ ਜਾਂਦੀ ਹੈ।

ਭਾਗ (ੲ)

ਕਾਰਗੁਜਾਰੀ ਪੱਧਰ

ਕਾਰਗੁਜਾਰੀ ਪੱਧਰਾਂ ਵਿੱਚ ਸ਼ਾਮਿਲ ਹੋ ਸਕਦਾ ਹੈ

ਕਾਰਗੁਜਾਰੀ ਪੱਧਰ ਵਿੱਚ	ਹਾਂ	ਨਹੀਂ
• ਦੇਖ ਭਾਲ ਅਤੇ ਸਫਾਈ ਸਬੰਧੀ ਕਿਰਿਆਵਾਂ ਨੂੰ ਪਛਾਣਨ ਲਈ ਯੋਗ ਹੋ।		
• ਸਾਂਭ ਸੰਭਾਲ ਅਤੇ ਸੰਪਤੀ ਪ੍ਰਬੰਧਨ ਨੂੰ ਉਨਤ ਕਰਨ ਲਈ ਉਚਿਤ ਰਣਨੀਤੀਆਂ ਦੀ ਚੋਣ ਕਰਨ ਯੋਗ ਹੋ।		
• ਸਟੇਕ ਹੋਲਡਰਾਂ ਨੂੰ ਸੂਚਨਾ ਦਾ ਸੰਚਾਰ ਕਰਨ ਲਈ ਪ੍ਰਭਾਵਸ਼ਾਲੀ ਸੰਚਾਰ ਸਾਧਨਾਂ ਨੂੰ ਲੱਭਣ ਦੇ ਯੋਗ ਹੋ।		

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

ਸੈਸ਼ਨ 4 ਵਿਕਰੀ ਸਹਿਯੋਗੀ ਦੀਆਂ ਜਿਮੇਵਾਰੀਆਂ ਅਤੇ ਕਰਤਵ

ਸਬੰਧਿਤ ਗਿਆਨ (Relevant Knowledge)

ਪ੍ਰਚੂਨ ਸੰਸਾਰ ਦਾ ਵਿਕਰੀ ਸਹਾਇਕਾਂ ਦੇ ਮਹੱਤਵਪੂਰਨ ਯੋਗਦਾਨ ਤੋਂ ਬਿਨਾ ਚੱਲਣਾ ਸੰਭਵ ਨਹੀਂ ਹੈ। (ਭੂਮਿਕਾ) ਵਿਕਰੀ ਸਹਾਇਕ ਪ੍ਰਦਾਨ ਕਰਦੇ ਹਨ। ਪ੍ਰਚੂਨ ਸਥਾਪਨਾ ਵਿੱਚ ਮੁੱਢਲੇ ਤੌਰ ਤੇ ਕੰਮ ਕਰਨ ਵਿੱਚ ਵਿਕਰੀ ਸਹਾਇਕ ਦਾ ਰੋਲ ਪ੍ਰਮੁੱਖ ਹੈ। ਵਿਸ਼ੇਸ਼ ਰੂਪ ਵਿੱਚ ਗਾਹਕ ਨਾਲ ਰਾਬਤਾ ਕਾਇਮ ਕਰਨ ਵਾਲੇ ਪਹਿਲੇ ਲੋਕ ਹੁੰਦੇ ਹਨ ਜਦੋਂ ਉਹ ਪ੍ਰਚੂਨ ਦੁਕਾਨ (ਸਥਾਪਨਾ) ਵਿੱਚ ਪ੍ਰਵੇਸ਼ ਕਰਦੇ ਹਨ। ਉਹ ਉਤਪਾਦ ਅਤੇ ਉਸ ਨਾਲ ਸਬੰਧਤ ਸੇਵਾਵਾਂ ਬਾਰੇ ਜਾਣਕਾਰੀ ਪ੍ਰਦਾਨ ਕਰਦੇ ਹਨ ਅਤੇ ਉਨ੍ਹਾਂ ਦੇ ਮੁੱਢਲੇ ਸਵਾਲਾਂ ਦਾ ਜਵਾਬ ਦਿੰਦੇ ਹਨ।

ਵਿਕਰੀ ਸਹਾਇਕ ਦਾ ਉਦੇਸ਼ ਕੰਪਨੀ ਦੇ ਉਤਪਾਦਾ ਨੂੰ ਉਸ ਦੇ ਚੰਗੇ ਗੁਣਾਂ ਦੀ ਵਕਾਲਤ ਕਰਕੇ ਵੇਚਣਾ ਹੁੰਦਾ ਹੈ। ਉਹ ਇਹ ਵੀ ਯਕੀਨੀ ਬਣਾਉਣ ਲਈ ਜਿੰਮੇਵਾਰ ਹੁੰਦੇ ਹਨ ਕਿ ਗਾਹਕ ਉਤਪਾਦ ਦੇ ਸਾਰੇ ਵਾਧੇ (ਸਕੀਮਾਂ) ਪ੍ਰਤੀ ਚੋਕਸ ਹਨ, ਜਿਹੜੇ ਉਸ ਖਾਸ ਸਮੇਂ ਤੇ ਵਿਕ ਰਹੇ ਹਨ, ਇਸ ਦੇ ਨਾਲ ਨਾਲ ਉਹ ਗਾਹਕ ਆਪਣੇ ਮਨਪਸੰਦ ਉਤਪਾਦਾ ਦੀ ਚੋਣ ਲਈ ਅਗਵਾਈ ਕਰਦੇ ਹਨ। ਵੱਡੇ ਪ੍ਰਚੂਨ ਸਟੋਰਾਂ ਵਿੱਚ ਨਵੇਂ ਗਾਹਕ ਹਮੇਸ਼ਾ ਘਬਰਾ ਜਾਂਦੇ ਹਨ ਕਿਉਂਕਿ ਉਹ ਇਹ ਨਹੀਂ ਜਾਣਦੇ ਕਿ ਜੋ ਉਹ ਚਾਹੁੰਦੇ ਹਨ ਉਹ ਕਿੱਥੇ ਹੈ। ਇਹ ਵਿਕਰੀ ਸਹਾਇਕ ਦੀ ਜਿੰਮੇਵਾਰੀ (ਕਰਤੱਵ) ਹੁੰਦੀ ਹੈ ਕਿ ਇਹ ਯਕੀਨੀ ਬਣਾਉਣ ਕਿ ਹਰੇਕ ਗਾਹਕ ਨੂੰ ਜਿਥੇ ਉਹ ਜਾਣਾ ਚਾਹੁੰਦੀ ਹੈ/ਚਾਹੁੰਦਾ ਹੈ ਉਸਦੇ ਮੁਤਾਬਿਕ ਨਿਰਦੇਸ਼ ਦੇਣ। ਨਿਯਮ ਅਨੁਸਾਰ ਵਿਕਰੀ ਸਹਾਇਕ ਸਹੀ ਸਥਾਨ ਵੱਲ ਗਾਹਕ ਦੀ ਅਗਵਾਈ ਕਰਦਾ ਹੈ।

ਪ੍ਰਚੂਨ ਵਿਕਰੀ ਸਹਾਇਕ (Retail sales Association):-

ਜੋ ਵਿਅਕਤੀ ਵਿਕਰੀ ਸਹਾਇਕ ਦੇ ਤੌਰ ਤੇ ਕੰਮ ਕਰਦਾ ਹੈ ਉਸ ਦਾ ਮੁੱਖ ਉਦੇਸ਼ ਵਿਕਰੀ ਕਰਨਾ ਹੁੰਦਾ ਹੈ। ਉਹ ਕਿਸੇ ਵੀ ਇੰਡਸਟਰੀ ਵਿੱਚ ਕੰਮ ਕਰਦਾ ਹੋਵੇ, ਜੁੱਤੀਆਂ ਵੇਚਣ ਤੋਂ ਲੈ ਕੇ ਕਾਰਾਂ ਵੇਚਣ ਤਕ, ਉਸ ਵਿਅਕਤੀ ਦੀ ਕੰਪਨੀ ਦੇ ਉਤਪਾਦ ਬਾਰੇ ਬਹੁਤ ਜ਼ਿਆਦਾ ਜਾਣਕਾਰੀ ਦਾ ਹੋਣਾ, ਵਿਕਰੀ ਦਾ ਗਿਆਨ ਅਤੇ ਗਾਹਕ ਕੇਂਦ੍ਰਿਤ ਹੋਣਾ ਜ਼ਰੂਰੀ ਹੈ।

ਜਦੋਂ ਗਾਹਕ ਸਟੋਰ ਵਿੱਚ ਪ੍ਰਵੇਸ਼ ਕਰਦਾ ਹੈ ਤਾਂ ਸਭ ਤੋਂ ਪਹਿਲਾਂ ਆਮ ਤੌਰ ਤੇ ਵਿਕਰੀ ਸਹਾਇਕ ਨੂੰ ਮਿਲਦਾ ਹੈ। ਆਪਣੇ ਵਿਕਰੀ ਟੀਚਿਆਂ ਨੂੰ ਪ੍ਰਾਪਤ ਕਰਨ ਲਈ ਉਹਨਾਂ ਤੋਂ ਗਾਹਕ ਨਾਲ ਲੰਮੇ ਸਮੇਂ ਤਕ ਰਿਸ਼ਤਾ ਬਣਾਉਣ ਅਤੇ ਕਾਇਮ ਰੱਖਣ ਦੀ ਉਮੀਦ ਕੀਤੀ ਜਾਂਦੀ ਹੈ ਅਤੇ ਗਾਹਕ ਦੇ ਖ੍ਰੀਦਣ/ਵਪਾਰ ਲਈ ਮੁੜ ਆਉਣਾ ਯਕੀਨੀ ਬਣਾਉਣ ਲਈ ਸਟੋਰ ਦੀ ਸਕਾਰਾਤਮਕ ਢੰਗ ਨਾਲ ਪੇਸ਼ਕਾਰੀ ਕਰਦੇ ਹਨ। ਉਹ ਵਸਤੂਆਂ ਦੀ ਚੋਣ ਲਈ ਗਾਹਕ ਦੀ ਮਦਦ ਕਰਨ ਲਈ ਵੀ ਜਿਮੇਵਾਰ ਹੁੰਦੇ ਹਨ ਅਤੇ ਉਨ੍ਹਾਂ ਨੂੰ ਵਸਤੂ ਲੱਭਣ ਵਿੱਚ ਵੀ ਮਦਦ ਕਰਦੇ ਹਨ ਅਤੇ ਨਾਲ ਹੀ ਉਤਪਾਦ ਦੀ ਜਾਣਕਾਰੀ ਪ੍ਰਦਾਨ ਕਰਦੇ ਹਨ।

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

ਕੁਝ ਵਪਾਰਕ ਕੇਂਦਰਾਂ ਵਿੱਚ, ਇਕ ਪ੍ਰਚੂਨ ਵਿਕਰੀ ਸਹਾਇਕ ਨੂੰ ਇਕ ਵਾਰ ਵਿਕਰੀ ਦਾ ਕੰਮ ਖਤਮ ਕਰਨ ਮਗਰੋਂ ਕੈਸ਼ ਰਜਿਸਟਰ ਵੀ ਤਿਆਰ ਕਰਨ ਦੀ ਜ਼ਰੂਰਤ ਹੁੰਦੀ ਹੈ। ਕੋਈ ਵੀ ਵਿਅਕਤੀ ਜੋ ਇਸ ਪਦਵੀ ਤੇ ਕੰਮ ਕਰਦਾ ਹੈ ਉਸ ਦਾ ਕੰਮ ਇਥੇ ਖਤਮ ਨਹੀਂ ਹੁੰਦਾ ਹੈ। ਇਨ੍ਹਾਂ ਪੇਸ਼ਾਵਰਾਂ ਤੋਂ ਵਸਤੂ ਸੂਚੀ (ਸਟਾਕ), ਸਟਾਕ ਆਰਡਰ ਅਤੇ ਸਟਾਕ ਸੈਲਫਾ ਦਾ ਪ੍ਰਬੰਧ ਕਰਨ ਦੀ ਉਮੀਦ ਵੀ ਕੀਤੀ ਜਾਂਦੀ ਹੈ। ਜਦੋਂ ਕੋਈ ਨਵਾਂ ਉਤਪਾਦ ਆਉਂਦਾ ਹੈ ਜਾਂ ਜਦੋਂ ਕਿਸੇ ਵਸਤੂ ਦੀ ਕੀਮਤ ਬਦਲਦੀ ਹੈ ਤਾਂ ਉਨ੍ਹਾਂ ਨੂੰ ਉਤਪਾਦ ਦੀਆਂ ਕੀਮਤਾਂ ਲਗਾਉਣ ਅਤੇ ਸ਼ੈਲਫਾਂ ਨੂੰ ਨਵੇਂ ਸਿਰੇ ਤੋਂ ਪੂਰਾ ਕਰਨ ਦੀ ਲੋੜ ਹੁੰਦੀ ਹੈ।

ਵਿਕਰੀ ਸਹਾਇਕ ਗਾਹਕਾਂ ਦੇ ਨੇੜੇ ਤੋਂ ਕੰਮ ਕਰਦੇ ਹੋਣ ਕਾਰਣ ਉਹ ਗਾਹਕਾਂ ਦੀਆਂ ਸ਼ਿਕਾਇਤਾਂ ਨੂੰ ਸ਼ੰਤੁਸ਼ਟੀ ਪੂਰਵਕ ਢੰਗ ਨਾਲ ਹੱਲ ਕਰਨ ਦੇ ਯੋਗ ਹਨ। ਉਹ ਉਤਪਾਦ ਦੀ ਵਿਸ਼ੇਸ਼ਤਾ ਸਬੰਧੀ ਗਾਹਕ ਨੂੰ ਜਾਣਕਾਰੀ ਪ੍ਰਦਾਨ ਕਰਦੇ ਹਨ ਅਤੇ ਸਪੈਸ਼ਲ ਡਿਸਕਾਉਂਟ ਦੇ ਨਾਲ ਨਾਲ ਵਰੰਟੀ ਜਾਂ ਜੋ ਉਤਪਾਦ ਨਾਲ ਜੁੜੀ ਡੀਲ। ਸਕੀਮ ਸਬੰਧੀ ਗਾਹਕ ਨੂੰ ਜਾਣਕਾਰੀ ਪ੍ਰਦਾਨ ਕਰਦੇ ਹਨ। ਉਹ ਸਟੋਰ ਪ੍ਰਦਰਸ਼ਨੀ ਦਾ ਗਾਹਕਾਂ ਦੇ ਝੁਕਾਅ, ਬਾਜਾਰ ਵਿੱਚ ਪ੍ਰਚਲਤ ਫੈਸ਼ਨ ਮੁਤਾਬਿਕ ਅਗਾਂਹਵਧੂ ਪ੍ਰਬੰਧ ਕਰਕੇ ਸਟੋਰ ਦੀ ਦਿੱਖ ਨੂੰ ਕਾਇਮ ਰੱਖਦੇ ਹਨ।

ਪ੍ਰਚੂਨ ਸਹਾਇਕ ਦੀਆਂ ਡਿਊਟੀਆਂ (ਕਰਤੱਵ) (Duties of retail sales associate) :-

- ਗਾਹਕ ਦੇ ਪਹੁੰਚਣ ਤੇ ਉਨ੍ਹਾਂ ਦਾ ਮੁਸਕਰਾ ਕੇ ਜੀ ਆਇਆਂ ਕਰਨਾ।
- ਗਾਹਕ ਨੂੰ (ਜੀ ਆਇਆ ਕਰਨਾ) ਜਾਂ ਮਿਲਣਾ ਅਤੇ ਉਨ੍ਹਾਂ ਦੀਆਂ ਜ਼ਰੂਰਤਾਂ ਅਤੇ ਖਾਹਸ਼ਾਂ ਨੂੰ ਨਿਰਧਾਰਿਤ ਕਰਨਾ।
  - ਪੁਛਣਾ ਕਿ ਉਹ ਉਨ੍ਹਾਂ ਦੀ ਕਿਸ ਤਰ੍ਹਾਂ ਮਦਦ ਕਰ ਸਕਦੇ ਹਨ।
  - ਜੋ ਉਤਪਾਦ ਉਹ ਚਾਹੁੰਦੇ ਹਨ ਉਸ ਬਾਰੇ ਜਾਣਕਾਰੀ ਪ੍ਰਦਾਨ ਕਰਨਾ।
- ਗਾਹਕਾਂ ਨੂੰ ਸਹੀ ਸਥਾਨ ਵੱਲ ਅਗਵਾਈ ਕਰਨੀ ਹੈ।
- ਉਤਪਾਦ ਦੀ ਕਿਸਮ, ਗੁਣਾਂ (ਵਿਸ਼ੇਸ਼ਤਾਵਾਂ) ਅਤੇ ਉਨ੍ਹਾਂ ਨੂੰ ਕਿੰਨੀਆਂ ਵਸਤਾਂ ਚਾਹੀਦੀਆਂ ਹਨ ਬਾਰੇ ਚਰਚਾ ਕਰਨਾ।
  - ਉਤਪਾਦ ਦੀਆਂ ਵਿਸ਼ੇਸ਼ਤਾਵਾਂ ਅਤੇ ਵਰੰਟੀ ਇਕਰਾਰਨਾਮੇ ਬਾਰੇ ਵਰਣਨ ਕਰਨਾ ਹੈ।
- ਜਦੋਂ ਗਾਹਕ ਕਹੇ ਤਾਂ ਉਤਪਾਦ ਦੇ ਚਲਣ (ਕੰਮ ਕਰਨ) ਦੀ ਪ੍ਰਦਰਸ਼ਨੀ ਕਰੋ।
- ਰੋਜ਼ਾਨਾ ਦੀ ਵਪਾਰ ਡੀਲ ਅਤੇ ਖਾਸ ਸਕੀਮਾਂ ਬਾਰੇ ਗਾਹਕ ਨੂੰ ਜਾਣਕਾਰੀ ਦਿਓ।
- ਯਕੀਨੀ ਬਣਾਓ ਕਿ ਸਾਰੇ ਉਤਪਾਦਾ ਨੂੰ ਚੰਗੀ ਤਰ੍ਹਾਂ ਰੱਖਿਆ ਹੈ ਅਤੇ ਅਸਾਨੀ ਨਾਲ ਪਹੁੰਚ ਵਿੱਚ ਹਨ।
- ਜਿਹੜੇ ਉਤਪਾਦ ਅਸਾਨੀ ਨਾਲ ਪਹੁੰਚ ਵਿੱਚ ਨਹੀਂ ਹਨ ਉਨ੍ਹਾਂ ਨੂੰ ਹੇਠਾ ਉਤਾਰਣ ਵਿੱਚ ਗਾਹਕ ਦੀ ਮਦਦ ਕਰਨੀ ਹੈ।
- ਵਿਅਕਤੀਗਤ ਲੋੜਾਂ ਤੇ ਅਧਾਰਤ ਵਸਤੂ ਦੀ ਸ਼ਿਫਾਰਸ ਕਰਨੀ ਹੈ।
- ਗਾਹਕ ਨੂੰ ਵਸਤੂ ਦੀ ਸੰਭਾਲ ਅਤੇ ਵਰਤੋਂ ਬਾਰੇ ਸੁਝਾਅ ਸਲਾਹ ਦੇਣੀ।
- ਵਿਸ਼ੇਸ਼ ਉਤਪਾਦਾ ਅਤੇ ਸੇਵਾਵਾਂ ਦੇ ਬਾਰੇ ਗਾਹਕ ਨੂੰ ਸਲਾਹ ਪ੍ਰਦਾਨ ਕਰਨੀ ਹੈ।
- ਵਸਤੂ ਦੀ ਵਰਤੋਂ ਅਤੇ ਫਾਇਦੇ ਬਾਰੇ ਵਰਣਨ ਕਰਨਾ ਹੈ।
- ਗਾਹਕ ਦੀ ਪੁੱਛਤਾਸ਼ ਅਤੇ ਸਬੰਧਤ ਸਵਾਲਾਂ ਦਾ ਜਵਾਬ ਦੇਣਾ ਹੈ।
- ਵਸਤੂ ਨੂੰ ਚਲਾ ਕੇ ਦਿਖਾਉਣਾ ਹੈ।
- ਗਾਹਕ ਨੂੰ ਕੀਮਤਾਂ, ਡਿਸਕਾਊਂਟ ਅਤੇ ਉਧਾਰ ਦੇਣ ਦੀਆਂ ਸ਼ਰਤਾਂ, ਵਪਾਰਕ ਭੱਤੇ ਵਰੰਟੀਆਂ, ਉਤਪਾਦ ਭੇਜਣ ਦੀ ਤਾਰੀਖ ਬਾਰੇ ਦੱਸਣਾ।
- ਵਿਕਰੀ ਠੇਕਾ ਤਿਆਰ ਕਰਨਾ, ਪੈਸੇ ਦੀ ਅਦਾਇਗੀ ਨਕਦ, ਚੈਕ ਜਾਂ ਕਰੈਡਿਟ ਕਾਰਡ ਰਾਹੀਂ ਲੈਣੀ।
- ਵਸਤੂ ਦੀ ਪ੍ਰਦਰਸ਼ਨੀ ਕਰਨ ਵਿੱਚ ਮਦਦ ਕਰਨਾ।
- ਸਟਾਕ ਕੰਟਰੋਲ ਲਈ ਵਿਕਰੀ ਰਿਕਾਰਡ ਨੂੰ ਕਾਇਮ ਕਰਨਾ

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

– ਇਹ ਯਕੀਨੀ ਬਣਾਉਣਾ ਕਿ ਕੰਮ ਵਾਲਾ ਖੇਤਰ ਅਤੇ ਸਥਾਨ ਸਾਫ ਸੁਥਰਾ ਹੈ ਅਤੇ ਸ਼ੈਲਫਾ ਨੂੰ ਚੰਗੀ ਤਰ੍ਹਾਂ ਝਾੜਿਆ ਹੈ।
– ਗਾਹਕ ਦੀਆਂ ਬੇਨਤੀਆਂ ਅਤੇ ਸਬੰਧਤ ਸਵਾਲਾਂ ਦਾ ਸੂਝ ਬੂਝ ਨਾਲ ਜਵਾਬ ਦੇਣਾ।
– ਵੇਚੀਆਂ ਹੋਈਆਂ ਵਸਤੂਆਂ ਦੇ ਬਦਲੇ ਕੈਸ਼ ਜਾਂ ਕਰੈਡਿਟ ਕਾਰਡ ਰਾਹੀਂ ਅਦਾਇਗੀ ਲਈ ਕੈਸ਼ੀਅਰ ਦੀ ਡਿਊਟੀ ਕਰਨਾ।
– ਉਤਪਾਦ ਵਾਪਸੀਆਂ ਜਾਂ ਬਦਲੀਆਂ ਦਾ ਪ੍ਰਬੰਧ ਕਰਨਾ।
– ਇਹ ਯਕੀਨੀ ਬਣਾਉਣਾ ਕਿ ਗਾਹਕਾਂ ਨੂੰ ਸਾਰੀਆਂ ਖ਼ੀਦੀਆਂ ਵਸਤਾਂ ਤੁਰੰਤ ਭੇਜੀਆਂ ਗਈਆ ਹਨ।
– ਔਨਲਾਈਨ ਆਰਡਰਾਂ ਲਈ ਉਤਪਾਦਾਂ ਨੂੰ ਰਾਖਵਾਂ ਰੱਖਣਾ।
– ਨਿਰੰਤਰ ਚੌਕਸੀ ਵਾਲੀ ਨਜਰ ਰਾਹੀਂ ਦੁਕਾਨ ਤੋਂ ਚੁੱਕੀਆ ਜਾਣ ਵਾਲੀਆਂ ਵਸਤੂਆਂ ਨੂੰ ਰੋਕੋ।
– ਸ਼ੈਲਫ਼ਾਂ ਉੱਤੇ ਸਾਫ ਸੁਥਰੇ ਢੰਗ ਨਾਲ ਉਤਪਾਦਾਂ ਦੀ ਤਰਤੀਬ ਬਣਾਉਣਾ।
– ਸ਼ਿਪਿੰਗ ਲਈ ਵਸਤੂ ਚੁੱਕਣਾ ਅਤੇ ਪੈਕ ਕਰਨਾ।
- ਸਟਾਕ ਵਿੱਚੋਂ ਖ਼ਤਮ ਵਸਤੂ ਲਈ ਸਮੇਂ ਸਿਰ ਆਰਡਰ ਭੇਜਣਾ।

ਵਿਕਰੀ ਸਹਾਇਕ ਦੀਆਂ ਜਿੰਮੇਵਾਰੀਆਂ (Responsibilities of retail sales associate) :-

ਵਿਕਰੀ ਪੈਦਾ ਕਰਨਾ (Sales Generation) :-

- ਵਿਕਰੀ ਟੀਚਿਆਂ ਨੂੰ ਪੂਰਾ ਕਰਨਾ।
- ਵਿਕਰੀ ਕਾਰਗੁਜਾਰੀ ਨੂੰ ਵਧਾਉਣ ਲਈ ਵਿਕਰੀ ਅਤੇ ਸੇਵਾਵਾਂ ਦੇ ਵਧੀਆ ਉਤਮ ਪੱਧਰਾਂ ਦੀ ਵਰਤੋਂ ਕਰਨਾ।
- ਵਪਾਰਕ ਵਸਤੂਆਂ ਦੀ ਡੂੰਘਾਈ ਨਾਲ ਜਾਣਕਾਰੀ ਹੋਣ ਦਾ ਪ੍ਰਦਰਸ਼ਨ ਕਰਨਾ।
- ਵਿਕਰੀ ਨੂੰ ਖਤਮ ਕਰਨ ਤੋਂ ਬਾਅਦ, ਸਾਰੀਆਂ (ਵਿਸਥਾਰ) ਚੀਜ਼ਾਂ ਦੀ ਨਿਗਰਾਨੀ ਕਰਨਾ ਜਿਸ ਵਿੱਚ (shipping) ਭੇਜਣਾ, ਤਬਦੀਲੀਆਂ (ਜੇ ਲਾਗੂ ਹੋਣ) ਅਤੇ ਗਾਹਕ ਦੀ ਸਤੁੰਸ਼ਟੀ ਲਈ ਸਾਰੀਆਂ ਖਾਸ ਬੇਨਤੀਆਂ ਨੂੰ ਯਕੀਨੀ ਬਣਾਉਣਾ।
- ਵਿਕਰੀ ਨਾਲ ਸਬੰਧਤ ਸਾਰੀਆਂ ਨੀਤੀਆਂ ਅਤੇ ਤਰੀਕਿਆਂ ਨਾਲ ਜਾਣੂ ਹੋਣਾ।
- ਫੈਸ਼ਨ ਇੰਡਸਟਰੀ ਅਤੇ ਮਾਰਕੀਟ ਦੇ ਰੁਝਾਨ ਵੱਲ ਡੂੰਘੀ ਦਿਲਚਸਪੀ ਕਾਇਮ ਕਰਨਾ।

ਗਾਹਕ ਸੇਵਾ (Customer service) :-

- ਉਚ ਪੱਧਰ ਦੀ ਗਾਹਕ ਸੇਵਾ ਪ੍ਰਦਾਨ ਕਰਨਾ।
- ਗਾਹਕ ਵਰਗ ਬਣਾਉਣਾ ਅਤੇ ਕਾਇਮ ਕਰਨਾ, ਗਾਹਕ ਬੁੱਕ ਦੀ ਵਰਤੋਂ ਕਰਨਾ।
- ਗਾਹਕ ਦੀਆਂ ਸਾਰੀਆਂ ਸਮੱਸਿਆਵਾਂ ਅਤੇ ਸ਼ਿਕਾਇਤਾਂ ਦਾ, ਛੇਤੀ ਅਤੇ ਪ੍ਰਭਾਵਸ਼ਾਲੀ ਢੰਗ ਨਾਲ ਹੱਲ ਕਰਨਾ ਅਤੇ ਗਾਹਕ ਸੰਤੁਸ਼ਟੀ, ਯਕੀਨੀ ਬਣਾਉਣਾ।

ਉਪਰੇਸ਼ਨ (ਕਾਰਜ) (Operations) :-

- ਵਿਕਰੀ ਵਾਲੀ ਜਗ੍ਹਾਂ ਅਤੇ ਵਸਤੂਆਂ ਨੂੰ ਸਾਫ, ਸਗੰਠਿਤ ਅਤੇ ਭਰਿਆ ਰੱਖਣਾ।
- ਵਿਕਰੀ ਵਾਲੇ ਸਥਾਨ ਅਤੇ ਸਟਾਕ ਰੂਮ ਵਿੱਚ ਸਾਰੀਆਂ ਵਸਤੂ ਸੂਚੀਆਂ ਨੂੰ ਕਾਇਮ ਰੱਖਣ ਵਿੱਚ ਸਹਾਇਤਾ ਕਰਨਾ।
- ਸਟਾਕ ਦੇ ਸਾਰੇ ਖੇਤਰਾਂ, ਸ਼ਿਪਿੰਗ ਅਤੇ ਸ਼ਿਪਿੰਗ ਨਾਲ ਸਬੰਧਿਤ ਪੇਪਰ ਬਣਾਉਣ ਵਿੱਚ ਮਦਦ ਕਰਨਾ।
- ਉਤਪਾਦ ਸੂਚੀਆਂ ਬਣਾਉਣ ਵਿੱਚ ਹਿੱਸਾ ਲੈਣਾ।
- ਵਿਕਰੀ ਕੇਂਦਰਾਂ ਦੀਆਂ ਸਾਰੀਆਂ ਨੀਤੀਆਂ ਅਤੇ ਢੰਗਾਂ ਦਾ ਪਾਲਣ ਕਰਨਾ।
- ਸਾਰੇ ਸਬੰਧਤ ਰਜਿਸਟਰ ਕਾਰਜਾਂ ਨੂੰ ਠੀਕ ਢੰਗ ਨਾਲ ਪੂਰਾ ਕਰਨਾ।

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

- ਕਾਰਜ ਸੂਚੀ, ਸਮਾਂ ਅਤੇ ਹਾਜ਼ਰੀ ਨਾਲ ਜੁੜੇ ਰਹਿਣਾ।
- ਸਾਰੀਆਂ ਸਬੰਧਤ ਟ੍ਰੇਨਿੰਗਾਂ ਅਤੇ ਵਿਕਾਸ ਸਬੰਧੀ ਸੈਮੀਨਾਰਾਂ, ਪ੍ਰੋਗਰਾਮਾ ਅਤੇ ਮੀਟਿੰਗਾਂ ਵਿੱਚ ਹਿੱਸਾ ਲੈਣਾ ਜਿਵੇਂ ਸਟੋਰ ਪ੍ਰਬੰਧਕਾਂ ਨੇ ਨਿਰਦੇਸ਼ ਦਿੱਤੇ ਹੋਣ।

ਪ੍ਰਚੂਨ ਵਿਕਰੀ ਸੁਪਰਵਾਇਜ਼ਰ (Retail sales supervisor) :-

ਵਿਕਰੀ ਸਹਾਇਕ ਦੀ ਅਗਲੀ ਤਰੱਕੀ ਵਿਕਰੀ ਸੁਪਰਵਾਇਜ਼ਰ ਦੇ ਤੌਰ ਤੇ ਹੈ। ਪ੍ਰਚੂਨ ਵਿਕਰੀ ਸੁਪਰਵਾਇਜ਼ਰ ਦੀ (ਸਟੋਰ) ਵਪਾਰ ਵਿੱਚ ਪ੍ਰਚੂਨ ਸਟਾਫ ਦਾ ਪ੍ਰਬੰਧ ਕਰਨ ਦੀ ਜਿੰਮੇਵਾਰੀ ਹੁੰਦੀ ਹੈ। ਵਸਤੂਆਂ ਨੂੰ ਭੇਜਣ ਵਿੱਚ ਸਹਿਯੋਗ, ਪ੍ਰਦਰਸ਼ਨੀਆਂ ਸਥਾਪਿਤ ਕਰਨਾ, ਗਾਹਕਾਂ ਅਤੇ ਸਟਾਫ ਦੀ ਵਪਾਰਿਕ ਘੰਟਿਆ ਵਿੱਚ ਸਹਾਇਤਾ ਕਰਨਾ ਹੈ।

ਵਿਕਰੀ ਸੁਪਰਵਾਇਜ਼ਰ ਦੇ ਕਰਤੱਵ (Duties of sales supervisors) :-

- ਪ੍ਰਚੂਨ ਸਟਾਫ ਜਿਸ ਵਿੱਚ ਕੈਸ਼ੀਅਰ ਅਤੇ ਗਰਾਉਂਡ ਤੇ ਕੰਮ ਕਰਦੇ ਲੋਕ ਸ਼ਾਮਿਲ ਹਨ ਦਾ ਪ੍ਰਬੰਧ ਕਰਨਾ ਹੈ।
- ਸਲਾਨਾ ਬਜਟ ਤਿਆਰ ਕਰਕੇ ਵਿੱਤੀ ਉਦੇਸ਼ਾਂ ਨੂੰ ਪੂਰਾ ਕਰਨ, ਖਰਚਿਆਂ ਦੀ ਸੂਚੀ ਤਿਆਰ ਕਰਨਾ, ਵਿਭਿੰਨਤਾ ਦਾ ਵਿਸ਼ਲੇਸ਼ਣ ਕਰਨਾ, ਸਹੀ ਕਿਰਿਆਵਾਂ ਸ਼ੁਰੂ ਕਰਨਾ ਹੈ।
- ਕੀਮਤ ਨਿਰਧਾਰਿਤ ਕਰਨ ਸਬੰਧੀ ਨੀਤੀਆਂ ਨੂੰ ਬਣਾਉਣਾ।
- ਰੋਜ਼ਾਨਾ ਕੂਪਨਾ ਨੂੰ ਨਿਰਧਾਰਤ ਕਰਨਾ।
- ਯਕੀਨੀ ਬਣਾਉਣਾ ਕਿ ਕੀਮਤਾਂ ਠੀਕ ਹਨ।
- ਸਟੋਰ ਪ੍ਰਦਰਸ਼ਨੀ ਤੇ ਕੰਮ ਕਰਨਾ।
- ਨਵੀਆਂ ਕੀਮਤਾਂ ਅਤੇ ਉਤਪਾਦਾਂ ਨੂੰ ਪਛਾਣਨ ਲਈ ਟਰੇਡ ਸੋ ਅਟੈਂਡ ਕਰਨਾ।
- ਕਾਰਜ ਕੁਸ਼ਲਤਾ ਦਾ ਮੁਲਾਂਕਣ ਕਰਨਾ।
- ਆਧੁਨਿਕ ਅਤੇ ਭਵਿੱਖ ਸਬੰਧੀ ਰੁਝਾਅ ਜੋ ਗਾਹਕ ਨੂੰ ਭਾਉਂਦੇ ਹੋਣ ਨੂੰ ਜਾਣਨਾ।
- ਕਰਮਚਾਰੀਆਂ ਨੂੰ ਕੋਚਿੰਗ, ਮਸ਼ਵਰਾ, ਨਿਯੁਕਤੀ, ਟ੍ਰੇਨ ਕਰਨਾ ਅਤੇ ਅਨੁਸ਼ਾਸ਼ਨ ਵਿੱਚ ਰੱਖਣਾ।
- ਇਹ ਯਕੀਨੀ ਬਣਾਉਣਾ ਕਿ ਵਪਾਰਕ ਵਸਤੂਆਂ ਸਾਫ ਸੁਥਰੀਆਂ ਹਨ ਅਤੇ ਪ੍ਰਦਰਸ਼ਨੀ ਲਈ ਤਿਆਰ ਹਨ।
- ਵੇਚਣ ਵਾਲਿਆਂ ਨਾਲ ਡੀਲ/ ਕੰਟਰੈਕਟ ਨੂੰ ਮਾਨਤਾ ਦੇਣੀ।
- ਸਟਾਕ ਦਾ ਪ੍ਰਬੰਧ ਕਰਨਾ ਅਤੇ ਯਕੀਨੀ ਬਣਾਉਣਾ ਵਸਤਾਂ ਸਟਾਕ ਵਿੱਚ ਹਨ।
- ਮੰਗ ਅਤੇ ਪੂਰਤੀ ਦੇ ਵਧਣ ਘੱਟਣ ਨਾਲ ਸਥਿਰਤਾ ਬਣਾਈ ਰੱਖਣਾ।
- ਲਾਭ ਦੇ ਅਨੁਪਾਤ ਜਾਣਨ ਲਈ ਕਾਰਜਕਾਰੀ ਅਤੇ ਵਿਤੀ ਬਿਆਨਾਂ (ਲਿਸਟਾਂ) ਦਾ ਵਿਸ਼ਲੇਸ਼ਣ ਕਰਨਾ।
- ਯਕੀਨੀ ਬਣਾਉਣਾ ਕਿ ਵਾਧੇ ਲਈ ਸਕੀਮਾਂ ਸਹੀ ਹਨ ਅਤੇ ਵਪਾਰਕ ਵਸਤਾਂ ਕੰਪਨੀ ਦੇ ਪੱਧਰ ਅਨੁਸਾਰ ਹਨ।
- ਵਿਕਰੀ ਇਕਾਈਆਂ, ਡਾਟਾ ਵਿਸ਼ਲੇਸ਼ਣ ਅਤੇ ਅਗਲੇਰੀ ਯੋਜਨਾ ਨੂੰ ਰਿਕਾਰਡ ਕਰਨ ਲਈ ਸੂਚਨਾ ਤਕਨੀਕ ਦੀ ਵਰਤੋਂ ਕਰਨਾ।

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

- ਯਕੀਨੀ ਬਣਾਉਣਾ ਕਿ ਗੁਣਵੱਤਾ, ਗਾਹਕ ਸੇਵਾ, ਸਿਹਤ ਅਤੇ ਸੁਰੱਖਿਆ ਦਾ ਪੱਧਰ ਪੂਰਾ ਕਰ ਲਿਆ ਹੈ।
- ਲੋਕਲ ਮੁਕਾਬਲਾ ਕਰਨ ਵਾਲਿਆ ਦੀ ਨਿਗਰਾਨੀ ਕਰਨਾ।
- ਇਹ ਯਕੀਨੀ ਬਣਾਉਣਾ ਕਿ ਕੰਮਕਾਜ ਦੇ ਘੰਟੇ ਲੋਕਲ ਕਾਨੂੰਨ ਦੇ ਮੁਤਾਬਿਕ ਹਨ।
- ਸਟੋਰ ਦੀ ਸਫਾਈ ਅਤੇ ਸਿਹਤ ਸੁਰੱਖਿਆ ਯੋਜਨਾ ਨੂੰ ਕਾਇਮ ਰੱਖਣਾ।
- ਸਟਾਫ ਸੂਚੀ ਦਾ ਪ੍ਰਬੰਧ ਅਤੇ ਵੰਡ ਕਰਨਾ।
- ਸਟਾਫ ਮੀਟਿੰਗਾਂ ਦੀ ਪ੍ਰਧਾਨਗੀ ਕਰਨਾ।
- ਵਿਕਰੀ ਸਟਾਫ ਦੀ ਵਿਕਰੀ ਟੀਚੇ ਪੂਰੇ ਕਰਨ ਵਿੱਚ ਮਦਦ ਕਰਨਾ।
- ਸਟੋਰ ਵਿੱਚਲੇ ਵੱਖ ਵੱਖ ਵਿਭਾਗਾਂ ਦਾ ਪ੍ਰਬੰਧ ਕਰਨਾ।
- ਗਾਹਕ ਦੇ ਸਵਾਲਾਂ, ਸ਼ਿਕਾਇਤਾਂ ਅਤੇ ਮਾਮਲਿਆਂ ਨੂੰ ਸੰਭਾਲਣਾ।

ਵਿਕਰੀ ਸੁਪਰਵਾਈਜ਼ਰ ਦੀਆਂ ਜ਼ਿਮੇਵਾਰੀਆਂ (Responsibilities of sales supervisors):-

ਵਿਕਰੀ ਪੈਦਾ ਕਰਨਾ (Sales Generation)

- ਵਿਅਕਤੀਗਤ ਅਤੇ ਸਟੋਰ ਵਿਕਰੀ ਦੇ ਟੀਚੇ ਪੂਰੇ ਕਰਨੇ।
- ਵਿਕਰੀ ਨੂੰ ਵਧਾਉਣ ਲਈ ਵਿਅਕਤੀਗਤ ਵਿਕਰੀ ਤਕਨੀਕਾਂ ਦਾ ਵਿਕਾਸ ਅਤੇ ਵਿਕਰੀ ਸਹਾਇਕਾਂ ਦੀਆਂ ਵਿਕਰੀ ਤਕਨੀਕਾਂ ਦੇ ਵਿਕਾਸ ਵਿੱਚ ਨਿਰੰਤਰ ਸਹਾਇਤਾ ਕਰਨਾ।
- ਵਿਕਰੀ ਕਾਰਜ ਕਰਮ ਨੂੰ ਵਧਾਉਣ ਲਈ ਵਿਕਰੀ ਦੇ ਉੱਤਮ ਪੱਧਰ ਅਤੇ ਸੇਵਾ ਦੀ ਵਰਤੋਂ ਕਰਨਾ।
- ਵਪਾਰਕ ਵਸਤਾਂ ਦੇ ਪ੍ਰਤੀ ਡੂੰਘੇ ਗਿਆਨ ਦਾ ਪ੍ਰਦਰਸ਼ਨ ਕਰਨਾ।
- ਵਿਕਰੀ ਬੰਦ ਹੋਣ ਤੋਂ ਬਾਅਦ, ਸਾਰੇ ਕੰਮਾਂ ਦੀ ਨਿਗਰਾਨੀ ਕਰਨਾ: ਚੀਜ਼ਾਂ ਭੇਜਣਾ, ਤਬਦੀਲੀਆ (ਜੇ ਲਾਗੂ ਹੋਵੇ), ਗਾਹਕ ਦੀ ਸੰਤੁਸ਼ਟੀ ਬਣਾਉਣ ਲਈ ਵਿਸ਼ੇਸ਼ ਬੇਨਤੀਆਂ ਪੂਰੀਆਂ ਕਰਨਾ।
- ਯਕੀਨੀ ਬਣਾਉਣਾ ਕਿ ਵਿਕਰੀ ਨਾਲ ਸਬੰਧਤ ਸਾਰੀਆਂ ਨੀਤੀਆ ਅਤੇ ਤਰੀਕਿਆ ਨੂੰ ਬਣਾਈ ਰੱਖਿਆ ਹੈ।
- ਫੈਸ਼ਨ ਇੰਡਸਟਰੀ ਅਤੇ ਬਜ਼ਾਰ ਦੇ ਰੁਝਾਨ ਵਿੱਚ ਡੂੰਘੀ ਦਿਲਚਸਪੀ ਕਾਇਮ ਰੱਖਣਾ।

ਗਾਹਕ ਸੇਵਾ (Customer Service)

- ਗਾਹਕਾਂ ਨੂੰ ਉੱਤਮ ਕਿਸਮ ਦੀ ਸੇਵਾ ਪ੍ਰਦਾਨ ਕਰਨ ਲਈ ਸਟਾਫ ਨੂੰ ਉਤਸ਼ਾਹਿਤ ਅਤੇ ਮਦਦ ਕਰਨਾ।
- ਵਿਅਕਤੀਗਤ ਗਾਹਕ ਬੁੱਕ (ਕਿਤਾਬ) ਦੀ ਵਰਤੋਂ ਕਰਕੇ ਗਾਹਕ ਬਣਾਉਣਾ ਅਤੇ ਕਾਇਮ ਰੱਖਣਾ ਅਤੇ ਸਟਾਫ ਨੂੰ ਆਪਣੀ ਗਾਹਕਾ ਵਾਲੀ ਕਿਤਾਬ ਵਰਤੋਂ ਕਰਨ ਵਿੱਚ ਮਦਦ ਕਰਨਾ।
- ਗਾਹਕ ਦੀਆਂ ਸਾਰੀਆਂ ਸਮੱਸਿਆਵਾਂ ਅਤੇ ਸ਼ਿਕਾਇਤਾਂ ਨੂੰ ਛੇਤੀ ਅਤੇ ਪ੍ਰਭਾਵਸ਼ਾਲੀ ਢੰਗ ਨਾਲ ਹੱਲ ਕਰਨਾ ਅਤੇ ਗਾਹਕ ਦੀ ਸਤੁੰਸ਼ਟੀ ਯਕੀਨੀ ਬਣਾਉਣਾ।
- ਵਿਕਰੀ ਸਹਾਇਕ ਦੀ ਵੱਖ ਵੱਖ ਗਾਹਕ ਸੇਵਾ ਮਸਲਿਆਂ (ਜਿਵੇਂ ਗਾਹਕ ਦੀਆਂ ਸੁੰਤਸ਼ਟੀ, ਵਾਪਸੀਆਂ, ਖਰਾਬ ਵਪਾਰਕ ਵਸਤੂਆਂ) ਵਿੱਚ ਸਹਾਇਤਾ ਕਰਨਾ।

(**ਕਾਰਜ**) **ਉਪਰੇਸ਼ਨ** (Operations)

- ਸਟੋਰ ਮਨੈਜਰ ਨਾਲ ਜੋਖਿਮ ਪ੍ਰਬੰਧਨ ਸਰੀਰਕ ਸੁਰੱਖਿਆ, ਸਟੋਰ ਕੈਸ਼ ਕੰਟਰੋਲ ਅਤੇ ਸਟਾਕ ਪ੍ਰਬੰਧ ਦੇ ਖੇਤਰਾਂ ਵਿੱਚ ਮਿਲ ਕੇ ਕੰਮ ਕਰਨਾ।
- ਉਚਿਤ ਢੰਗ ਨਾਲ ਰਜਿਸਟਰ ਦੀ ਵਰਤੋਂ ਅਤੇ ਪ੍ਰਬੰਧਨ ਲਈ ਵਿਕਰੀ ਸਟਾਫ ਦੀ ਹਰ ਖੇਤਰ ਵਿੱਚ ਟ੍ਰੇਨਿੰਗ ਵਿੱਚ ਮਦਦ ਕਰਨਾ।
- ਸਾਰੇ ਪ੍ਰਬੰਧਨ ਰਜਿਸਟਰਾਂ ਦੇ ਕੰਮਾਂ ਨੂੰ ਸਮਝਣ ਅਤੇ ਸਹੀ ਢੰਗ ਨਾਲ ਲਾਗੂ ਕਰਨਾ।

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

- ਸਟਾਕ, ਸਮਾਨ ਭੇਜਣ, ਸੰਧੀਆਂ/ਨੀਤੀਆਂ ਨੂੰ ਪ੍ਰਾਪਤ ਕਰਨ, ਕਾਰਜ ਢੰਗਾਂ ਅਤੇ (ਸ਼ਿਪਿੰਗ ਮਾਲ ਭੇਜਣਾ ਅਤੇ ਪ੍ਰਾਪਤ ਕਰਨਾ) ਨਾਲ ਸਬੰਧਤ ਪੇਪਰ ਵਰਕ ਕਰਨ ਦੇ ਸਾਰੇ ਖੇਤਰ ਦੇ ਕੰਮਾਂ ਵਿੱਚ ਮਦਦ ਕਰਨਾ ਹੈ।
- ਸਟਾਕ (ਵਸਤੂ ਸੂਚੀਆਂ) ਵਿੱਚ ਭਾਗ ਲੈਣਾ।
- ਕੇਵਲ ਦੂਰ ਦਰਾਡੇ ਜਾਣ ਵਾਲੇ ਡਰਾਇਵਰ ਲਈ ਲਾਗੂ : ਉਤਪਾਦ ਨੂੰ ਜ਼ਰੂਰਤ ਅਨੁਸਾਰ ਦੂਰ ਦੁਰਾਡੇ ਤੋਂ ਲੈ ਕੇ ਆਉਣ ਲੈ ਕੇ ਜਾਣ ਦੀ ਜ਼ਿੰਮੇਵਾਰੀ।

ਦਿਸਣ ਵਾਲੀਆਂ ਵਸਤੂਆਂ ਦਾ ਵਪਾਰ (Marchandising visual)

- ਯਕੀਨੀ ਬਣਾਉਣਾ ਕਿ ਧਰਾਤਲ ਸਾਫ ਸੁਥਰਾ ਹੈ, ਸੰਗਠਿਤ ਹੈ, ਸਮਾਨ ਨਾਲ ਭਰਿਆ ਹੈ ਅਤੇ ਹਰ ਸਮੇਂ ਸਹੀ ਦਿੱਖ ਪੇਸ਼ ਕਰਦਾ ਹੈ।
- ਸਾਰੇ ਵਪਾਰਕ ਨਿਰਦੇਸ਼ਾਂ ਨੂੰ ਲਾਗੂ ਕਰਨ ਅਤੇ ਕਾਇਮ ਰੱਖਣ ਵਿੱਚ ਮਦਦ ਕਰਦਾ ਹੈ।
- ਸਮੇਂ ਅਨੁਸਾਰ ਸਮਾਨ ਪਹੁੰਚਾਉਣ ਦੀ ਪ੍ਰਕ੍ਰਿਆ ਉਚਿਤ ਹੈ, ਯਕੀਨੀ ਬਣਾਉਂਦਾ ਹੈ।
- ਸਮੇਂ ਅਨੁਸਾਰ ਉਤਪਾਦ ਸਬੰਧੀ ਪਹਿਚਾਣ ਕਰਨਾ।
- ਵਪਾਰਕ ਟੀਚੇ ਨੂੰ ਪੂਰਾ ਕਰਨ ਲਈ ਸਟਾਕ ਜ਼ਰੂਰਤਾਂ ਪੂਰੀਆਂ ਕਰਨ ਵਿੱਚ ਸਹਾਇਤਾ ਕਰਨ ਲਈ ਸੰਚਾਰ ਕਰਨਾ।

ਮਨੁੱਖੀ ਸਰੋਤ (Human Resource)

- ਯਕੀਨੀ ਬਣਾਉ ਕਿ ਪ੍ਰਤੀਬਿੰਬ ਅਤੇ ਸਿਖਲਾਈ ਦੇਣ ਦੇ ਪੱਧਰ ਪੇਸ਼ੇਵਰ ਹਨ ਅਤੇ ਹਰ ਸਮੇਂ ਬਰੈਂਡ (ਮਾਰਕੇ) ਦਾ ਪ੍ਰਤੀਬਿੰਬ ਦਿੰਦੇ ਹਨ।
- ਕੰਮ ਦੀ ਸੂਚੀ ਦਾ ਪਾਲਣ ਕਰਨਾ ਜਿਸ ਵਿੱਚ ਸਮੇਂ ਅਤੇ ਹਾਜ਼ਰੀ ਸ਼ਾਮਿਲ ਹੈ।
- ਸਾਰੀਆਂ ਟ੍ਰੇਨਿੰਗਾਂ ਅਤੇ ਸੈਮੀਨਾਰਾਂ ਨੂੰ ਪੂਰਾ ਕਰਨ ਵਿੱਚ ਸਹਾਇਤਾ ਕਰਨੀ ਅਤੇ ਸਹਿਯੋਗ ਦੇਣਾ।

ਪ੍ਰਚੂਨ ਇੰਡਸਟਰੀ (ਵਪਾਰ) ਵਿੱਚ ਮਹੱਤਵਪੂਰਨ ਅਗਵਾਈ ਦੀਆਂ ਵਿਸ਼ੇਸ਼ਤਾਵਾਂ (Critical headership attributes in the retail industry) :-

ਪ੍ਰਚੂਨ ਸੈਕਟਰ ਵਿੱਚ ਵਰਤਮਾਨ ਅਤੇ ਸੰਭਾਵਿਤ ਅਗਵਾਈ ਕਰਨ ਦੇ ਮੁੱਖ ਗੁਣਾਂ ਵਿੱਚ ਸ਼ਾਮਿਲ ਹੈ :

- ਵਿਅਕਤੀਗਤ ਪ੍ਰਭਾਵ (Personal effectiveness) :- ਆਪਣੇ ਆਪ ਨੂੰ ਸਮਝਣ ਅਤੇ ਕੰਟਰੋਲ ਕਰਨ ਦੀ ਯੋਗਤਾ ਹੋਣਾ, ਹਮਦਰਦੀ ਦਿਖਾਉਣਾ ਅਤੇ ਸਬੰਧਾਂ ਨੂੰ ਕਾਇਮ ਰੱਖਣ ਦੀ ਯੋਗਤਾ ਹੋਣੀ।
- ਚਲਾਉਣਾ (Drive) :- ਨਤੀਜੇ ਪ੍ਰਾਪਤ ਕਰਨ ਲਈ ਜ਼ਿਆਦਾ ਉਰਜਾ ਅਤੇ ਉਤਸ਼ਾਹ ਭਰਨ ਦੀ ਯੋਗਤਾ ਹੋਣੀ।
- ਸੰਚਾਰ (Communication) :- ਸਬੰਧ ਬਣਾਉਣ ਵਿੱਚ ਪ੍ਰਭਾਵਸ਼ਾਲੀ ਸੰਚਾਰ ਦੀ ਵਰਤੋਂ ਕਰਨ ਦੇ ਯੋਗ ਹੋਣਾ ਅਤੇ ਦੂਜਿਆ ਨੂੰ ਨਤੀਜੇ ਦੇਣ ਦੇ ਯੋਗ ਬਣਾਉਣਾ।
- ਉਦਾਹਰਣਾ ਦੇ ਕੇ ਅਗਵਾਈ ਕਰਨ ਦੇ ਯੋਗ ਹੋਣਾ ਅਤੇ ਦੂਜਿਆ ਲਈ ਰੋਲ ਮਾਡਲ ਬਣਨਾ।
- ਲੋਕਾਂ ਦਾ ਵਿਕਾਸ ਕਰਨ ਵਾਲਾ
- ਲੋਕਾਂ ਨੂੰ ਸਿੱਖਿਆ ਦੇਣਾ, ਲੋਕਾਂ ਵਿੱਚ ਯੋਗਤਾ ਪੈਦਾ ਕਰਨ ਦੀ ਯੋਗਤਾ ਰੱਖਣਾ।
- ਪ੍ਰੇਰਣਾ ਸ਼ਕਤੀ :- ਦੂਜਿਆ ਨੂੰ ਪ੍ਰੇਰਣਾ ਅਤੇ ਉਤਸ਼ਾਹਿਤ ਕਰਕੇ ਵਧੀਆ ਕੰਮ ਕਰਾਉਣ ਦੀ ਯੋਗਤਾ ਰੱਖਣਾ।
- ਰਣਨੀਤੀ (Strategy) :- ਨਿਰਦੇਸ਼ ਦੇਣ ਅਤੇ ਸੰਭਾਵਨਾਵਾਂ ਪੈਦਾ ਕਰਨ ਦੀ ਯੋਗਤਾ ਰੱਖਣਾ।
- ਪ੍ਰਬੰਧਕੀ ਅਤੇ ਤਕਨੀਕੀ ਹੁਨਰ (managerial and technical skills) :- ਵਪਾਰ ਚਲਾਉਣ ਲਈ ਪ੍ਰਬੰਧਕੀ ਹੁਨਰ ਦੀ ਵਰਤੋਂ ਕਰਨ ਦੇ ਯੋਗ ਹੋਣਾ।
- ਉਦਮੀ (Entrepreneurship) :- ਵਪਾਰ ਦੇ ਨਵੇਂ ਮੌਕੇ ਪੈਦਾ ਕਰਨ ਲਈ ਖੇਤਰ ਤੋਂ ਬਾਹਰ ਸੋਚਣ ਦੀ ਯੋਗਤਾ

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

ਰੱਖਣਾ।

- ਗਾਹਕ ਤੇ ਕੇਂਦ੍ਰਿਤ (Customer Centric) :- ਗਾਹਕ ਦੀਆਂ ਜ਼ਰੂਰਤਾਂ ਨੂੰ ਸਮਝਣ ਅਤੇ ਪੂਰੀਆਂ ਕਰਨ ਦੀ ਯੋਗਤਾ ਰੱਖਣਾ।

ਅਭਿਆਸ : ਮੁਲਾਂਕਣ

1. ਕਿਸੇ ਨੇੜੇ ਪ੍ਰਚੂਨ ਸਟੋਰ ਤੇ ਜਾਓ ਅਤੇ ਅਨੁਸਰਨ ਕਰੋ ਕਿ ਕਿਵੇਂ ਉਤਪਾਦ ਬਾਰੇ ਵਿਕਰੀ ਸਹਾਇਕ ਆਪਣੇ ਗਾਹਕਾ ਦੀ ਮਦਦ ਕਰਦੇ ਹਨ, ਉਨ੍ਹਾਂ ਨੂੰ ਜਾਣਕਾਰੀ ਪ੍ਰਦਾਨ ਕਰਕੇ, ਉਨ੍ਹਾਂ ਦੇ ਸਵਾਲਾਂ ਦੇ ਜਵਾਬ ਦੇ ਕੇ, ਵਸਤੂ ਬੇਨਤੀ ਮੁਤਾਬਿਕ ਪ੍ਰਾਪਤ ਕਰਕੇ, ਅਦਾਇਗੀ ਦੇ ਅਦਾਨ ਪ੍ਰਦਾਨ ਨੂੰ ਪੂਰਾ ਕਰਕੇ, ਸਪੁਰਦਗੀ ਲਈ ਵਪਾਰਕ ਵਸਤੂ ਨੂੰ ਤਿਆਰ ਕਰਦੇ ਹਨ।
2. ਕਿਸੇ ਪ੍ਰਚੂਨ ਸਟੋਰ ਵਿੱਚ ਜਾਓ ਅਤੇ ਅਨੁਸਰਨ ਕਰੋ ਕਿ ਪ੍ਰਚੂਨ ਵਿਕਰੀ ਸਹਾਇਕ ਪ੍ਰਚੂਨ ਸਟੋਰ ਵਿੱਚ ਕਿਹੋ ਜਿਹਾ ਕੰਮ ਕਰਦੇ ਹਨ।
3. ਕਿਸੇ ਪ੍ਰਚੂਨ ਸਟੋਰ ਵਿੱਚ ਜਾਓ ਅਤੇ ਪ੍ਰਚੂਨ ਵਿਕਰੀ ਸਹਾਇਕ ਦੀਆਂ ਡਿਊਟੀਆਂ ਅਤੇ ਜਿਮੇਵਾਰੀਆਂ ਬਾਰੇ ਅਨੁਸਰਨ ਕਰੋ।
4. ਕਿਸੇ ਪ੍ਰਚੂਨ ਸਟੋਰ ਤੇ ਜਾਓ ਅਤੇ ਦੇਖੋ ਕਿ ਉਹ ਕਿਵੇਂ ਕਿਸੇ ਖਾਸ ਉਤਪਾਦ ਦੀਆਂ ਵਿਸ਼ੇਸ਼ਤਾਵਾਂ, ਕਾਰਜ ਅਤੇ ਉਸ ਦੇ ਹਿੱਸਿਆਂ ਨੂੰ ਪ੍ਰਦਰਸ਼ਿਤ ਕਰਦੇ ਹਨ।
5. ਵਿਕਰੀ ਨੂੰ ਵਧਾਉਣ ਸਬੰਧੀ ਪ੍ਰੋਜੈਕਟ (ਯੋਜਨਾ) ਤਿਆਰ ਕਰੋ ਅਤੇ ਵਸਤੂ ਵੇਚਣ ਤੋਂ ਬਾਦ ਪ੍ਰਦਾਨ ਕੀਤੀਆਂ ਜਾਂਦੀਆਂ ਸੇਵਾਵਾਂ ਦਾ ਸਰਵੇਖਣ ਕਰੋ।
6. ਕਿਸੇ ਪ੍ਰਚੂਨ ਮਾਲ ਵਿੱਚ ਜਾਓ ਅਤੇ ਗਾਹਕਾਂ ਨਾਲ (ਸੰਚਾਰ) ਕਰਨ ਦੇ ਤਜਰਬੇ ਵਿੱਚ ਸ਼ਾਮਿਲ ਹੋਵੋ ਅਤੇ ਕੰਪਨੀ ਦੀਆਂ ਹਦਾਇਤਾਂ ਦੇ ਮੁਤਾਬਿਕ ਹੀ ਉਨ੍ਹਾਂ ਦੀਆਂ ਸਮੱਸਿਆਵਾਂ ਦਾ ਹੱਲ ਕਰੋ।

ਮੁਲਾਂਕਣ

(ੳ) ਖਾਲੀ ਥਾਵਾਂ ਭਰੋ।

1. ਪ੍ਰਚੂਨ ਵਿਕਰੀ ਸਹਾਇਕ ਤੋਂ ਉਮੀਦ ਕੀਤੀ ਜਾਂਦੀ ਹੈ ਕਿ ਵਿਕਰੀ ਟੀਚੇ ਪ੍ਰਾਪਤ ਕਰਨ ਲਈ ਉਹ ਗਾਹਕਾਂ ਨਾਲ ਲੰਮੇ ਸਮੇਂ ਲਈ ਸਬੰਧ ____________ ਅਤੇ __________ ਰੱਖੇ।
2. ਪ੍ਰਚੂਨ ਸਹਾਇਕ (ਵਿਕਰੀ) _______________ ਦੀ ਚੰਗੇ ਤਰੀਕੇ ਨਾਲ ਪੇਸ਼ਕਾਰੀ ਕਰਦੇ ਹਨ। ਜਦੋਂ ਉਹ ਗਾਹਕਾਂ ਦੁਆਰਾ ਮੁੜ ਵਪਾਰ ਕਰਨ ਨੂੰ ਯਕੀਨੀ ਬਣਾਉਂਦੇ ਹਨ।
3. ਵਿਕਰੀ ਸੁਪਰਵਾਇਜ਼ਰ ਦੇ ਨੌਕਰੀ ਵਿਵਰਨ ਵਿੱਚ ਮੁੱਖ ਰੂਪ ਵਿੱਚ ਪ੍ਰਚੂਨ ਸਟੋਰ ਦੇ ਵਿਕਰੀ ਉਦੇਸ਼ਾ ਨੂੰ ਪ੍ਰਾਪਤ ਕਰਨ ਲਈ ਸੇਲ ਕਰਮਚਾਰੀ ਦੀ ___________ਅਤੇ ___________ ਸ਼ਾਮਿਲ ਹੈ।
4. ਸੇਲ ਵਿਕਰੀ ਸੁਪਰਵਾਇਜ਼ਰ ਪ੍ਰਾਚੀਨ ਪਰੰਪਰਾਗਤ ਪ੍ਰਬੰਧਕਾ ਨਾਲੋਂ _________ ਵਰਗੇ ਜਿਆਦਾ ਹਨ।
5. ਵਿਕਰੀ ਕਰਨ ਵਾਲੇ ਲੋਕਾਂ ਨੂੰ _____________ ਅਤੇ ______________ ਸੰਚਾਰ ਹੁਨਰ ਦੀ ਲੋੜ ਹੈ।
6. ਕਿ ਉਹ ਉਤਪਾਦ ___________ ਦਾ ਪ੍ਰਬੰਧਨ ਕਰੇ ਚਾਹੇ ਉਨ੍ਹਾਂ ਦੀ ਲੋੜ ਖਾਸ ਵਿਕਰੀ ਮੌਕਿਆਂ ਤੇ ਹੀ ਪੈਂਦੀ ਹੈ।

(ਅ) ਸਹੀ ਜਾਂ ਗਲਤ

1. ਜਦੋਂ ਕਿ ਵਿਕਰੀ ਖਤਮ ਹੋ ਜਾਵੇ ਤਾਂ ਪ੍ਰਚੂਨ ਵਿਕਰੀ ਸਹਾਇਕ ਨੂੰ ਕੇਸ਼ ਰਜਿਸਟਰ ਤਿਆਰ ਕਰਨ ਦੀ ਜ਼ਰੂਰਤ ਹੁੰਦੀ ਹੈ।
2. ਪ੍ਰਚੂਨ ਵਿਕਰੀ ਸਹਾਇਕ ਰੋਜ਼ਾਨਾ ਦੀ ਵਪਾਰ ਡੀਲ ਅਤੇ ਵਾਧੇ (ਸਕੀਮਾਂ) ਦੀ ਜਾਣਕਾਰੀ ਗਾਹਕਾਂ ਨੂੰ ਨਹੀਂ ਪ੍ਰਦਾਨ ਕਰਦਾ ਹੈ।
3. ਪ੍ਰਚੂਨ ਸੁਪਰਵਾਇਜਰ ਨੂੰ ਅਜਿਹੀਆ ਡਿਉਟੀਆਂ ਕਰਕੇ ਜਿਵੇਂ ਕਿ ਅਖਬਾਰਾਂ, ਰੇਡੀਓ ਅਤੇ ਟੈਲੀਵੀਜਨ

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

ਵਿੱਚ ਵਿਗਿਆਪਣ ਦੇ ਅਤੇ ਟ੍ਰੇਡ-ਸ਼ੋ ਦੇਖ ਕੇ ਸਟੋਰ ਵਿੱਚ ਵਾਧਾ ਕਰਨਾ ਚਾਹੀਦਾ ਹੈ।

4. ਪ੍ਰਚੂਨ ਸੁਪਰਵਾਇਜਰ ਵੇਚਣ ਲਈ ਉਤਪਾਦ ਖ਼੍ਰੀਦਣ ਅਤੇ ਪੂਰਤੀ ਲਈ ਜਿਮੇਵਾਰ ਨਹੀਂ ਹੈ।

5.ਵਿਕਰੀ ਸੁਪਰਵਾਇਜਰ ਉਤਪਾਦ ਪ੍ਰਦਰਸ਼ਨੀ ਲਈ ਉਤਪਾਦ ਨੂੰ ਕਾਇਮ ਰੱਖਣ ਜਾਂ ਉਨ੍ਹਾਂ ਨੂੰ ਬਦਲਣ ਲਈ ਜਿੰਮੇਵਾਰ ਹੁੰਦਾ ਹੈ ਚਾਹੇ ਉਹਨਾਂ ਦੀ ਲੋੜ ਖਾਸ ਵਿਕਰੀ ਮੌਕਿਆਂ ਤੇ ਹੀ ਪੈਂਦੀ ਹੈ।

6. ਗਾਹਕਾਂ ਵਿੱਚ ਸਟੋਰ ਪ੍ਰਤੀ ਚੰਗੀ ਭਾਵਨਾ ਪੈਦਾ ਕਰਨਾ ਅਤੇ ਇਸ ਨੂੰ ਕਾਇਮ ਰੱਖਣਾ ਗਾਹਕ ਦੀਆਂ ਜਿਮੇਵਾਰੀਆ ਹੁੰਦੀਆਂ ਹਨ।

ਮੁਲਾਂਕਣ ਕਿਰਿਆ ਲਈ ਚੈਕਲਿਸਟ

ਹੇਠ ਲਿਖੀ ਚੈਕ ਲਿਸਟ ਨੂੰ ਇਹ ਦੇਖਣ ਲਈ ਵਰਤੋਂ ਕਿ ਮੁਲਾਂਕਣ ਕਿਰਿਆ ਦੀਆਂ ਸਾਰੀਆ ਲੋੜਾਂ ਪੂਰੀਆਂ ਹੋ ਗਈਆਂ ਹਨ।

ਭਾਗ (ੳ)

- ਪ੍ਰਚੂਨ ਵਿਕਰੀ ਸਹਾਇਕ ਅਤੇ ਵਿਕਰੀ ਸੁਪਰਵਾਇਜਰ ਦੀਆਂ ਡਿਊਟੀਆਂ ਵਿੱਚ ਅੰਤਰ ਸਪਸ਼ਟ ਕੀਤਾ।
- ਪ੍ਰਚੂਨ ਵਿਕਰੀ ਸਹਾਇਕ ਅਤੇ ਪ੍ਰਚੂਨ ਵਿਕਰੀ ਸੁਪਰਵਾਇਜਰ ਦੀਆਂ ਜਿਮੇਵਾਰੀਆਂ ਵਿੱਚ ਅੰਤਰ ਸਪਸ਼ਟ ਕੀਤਾ।

ਭਾਗ (ਅ)

ਜਮਾਤ ਵਿੱਚ ਹੇਠ ਲਿਖਿਆਂ ਦੀ ਚਰਚਾ ਕੀਤੀ :

- ਪ੍ਰਚੂਨ ਵਿਕਰੀ ਸਹਾਹਿਕ ਦੇ ਮੁੱਖ ਉਦੇਸ਼ ਕਿਹੜੇ ਹਨ ?
- ਪ੍ਰਚੂਨ ਵਿਕਰੀ ਸਹਾਇਕ ਦੀਆਂ ਕਿਹੜੀਆਂ ਕਿਹੜੀਆਂ ਡਿਊਟੀਆਂ ਹਨ ?
- ਪ੍ਰਚੂਨ ਵਿਕਰੀ ਸਹਾਇਕ ਦੀਆਂ ਕਿਹੜੀਆਂ ਕਿਹੜੀਆਂ ਜਿੰਮੇਵਾਰੀਆਂ ਹਨ ?
- ਪ੍ਰਚੂਨ ਵਿਕਰੀ ਸੁਪਰਵਾਇਜਰ ਦੀਆਂ ਕਿਹੜੀਆਂ ਕਿਹੜੀਆਂ ਡਿਊਟੀਆਂ ਹਨ ?
- ਪ੍ਰਚੂਨ ਵਿਕਰੀ ਸੁਪਰਵਾਇਜਰ ਦੀਆਂ ਕਿਹੜੀਆਂ ਕਿਹੜੀਆਂ ਜਿੰਮੇਵਾਰੀਆਂ ਹਨ ?
- ਪ੍ਰਚੂਨ ਸੈਕਟਰ ਵਿੱਚ ਆਗੂਆਂ ਦੇ ਵਰਤਮਾਨ ਅਤੇ ਸੰਭਾਵੀ ਅਗਵਾਈ ਕਰਨ ਵਾਲੇ ਗੁਣਾਂ ਦਾ ਵਰਣਨ ਕਰੋ।

ਭਾਗ (ੲ)

ਕਾਰਗੁਜਾਰੀ ਪੱਧਰ (Performance Standards)

ਕਾਰਗੁਜਾਰੀ ਪੱਧਰ ਵਿੱਚ ਸ਼ਾਮਿਲ ਹੋ ਸਕਦਾ ਹੈ (The performance standards may includes)

ਕਾਰਗੁਜਾਰੀ ਪੱਧਰ	ਹਾਂ	ਨਹੀਂ
• ਪ੍ਰਚੂਨ ਵਿਕਰੀ ਸਹਾਇਕ ਦੇ ਕੰਮਾਂ ਅਤੇ ਰੋਲ ਭੂਮਿਕਾ ਨੂੰ ਜਾਣਨ ਦੇ ਯੋਗ ਹੋ।		
• ਪ੍ਰਚੂਨ ਵਿਕਰੀ ਸਹਾਇਕ ਦੀਆਂ ਡਿਊਟੀਆਂ ਅਤੇ ਜਿੰਮੇਵਾਰੀਆਂ ਨੂੰ ਜਾਣਨ ਦੇ ਯੋਗ ਹੋ।		
• ਪ੍ਰਚੂਨ ਵਿਕਰੀ ਸੁਪਰਵਾਇਜਰ ਦੀਆਂ ਜਿੰਮੇਵਾਰੀਆਂ ਅਤੇ ਕੰਮ ਦੀ ਲਿਸਟ ਬਣਾਉਣ ਦੇ ਯੋਗ ਹੋ।		
• ਪ੍ਰਚੂਨ ਸੈਕਟਰ ਵਿੱਚ ਆਗੂਆਂ ਵਾਲੇ ਗੁਣਾਂ ਨੂੰ ਪਛਾਨਣ ਦੇ ਯੋਗ ਹੋ।		

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

RS405-NQ2014

ਪ੍ਰਚੂਨ ਵਿੱਚ ਚੇਨ ਪ੍ਰਬੰਧ ਪੂਰਤੀ

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

ਜਾਣ-ਪਛਾਣ (Introduction)

ਚੈਨਲ (ਰਸਤੇ) ਖਰੀਦਦਾਰਾਂ ਅਤੇ ਵੇਚਣ ਵਾਲਿਆਂ ਦਾ ਇਕ ਸੰਗਠਿਤ ਢਾਂਚਾ ਹੈ ਜੋ ਉਤਪਾਦਕਾਂ ਅਤੇ ਗਾਹਕਾਂ ਦੇ ਵਿਚਕਾਰ ਸਮੇਂ ਅਤੇ ਸਥਾਨ ਦੇ ਅੰਤਰ ਤੇ ਪੁਲ ਦਾ ਕੰਮ ਕਰਦਾ ਹੈ। ਗਾਹਕਾਂ ਨੂੰ ਵਸਤੂਆਂ ਅਤੇ ਸੇਵਾਵਾਂ ਵੇਚਣ ਦੇ ਸੈਂਕੜੇ ਤਰੀਕੇ ਹੋ ਸਕਦੇ ਹਨ। ਕੋਈ ਇਕ ਵੰਡ ਪ੍ਰਣਾਲੀ ਹਰੇਕ ਫਰਮ ਦੀਆਂ ਲੋੜਾਂ ਨੂੰ ਪੂਰੀਆਂ ਨਹੀਂ ਕਰ ਸਕਦੀ। ਇਸ ਲਈ ਬਜ਼ਾਰ ਦੇ ਭਿੰਨ ਭਿੰਨ ਹਿੱਸਿਆਂ ਤੱਕ ਪਹੁੰਚਣ ਲਈ ਭਿੰਨ-ਭਿੰਨ ਰਸਤੇ (ਚੈਨਲ) ਹਨ।

ਲੌਜਿਸਟਿਕ ਅਤੇ ਪੂਰਤੀ ਚੇਨ ਪ੍ਰਬੰਧਨ (**Logistic and supply chain management**) **:-** ਲੌਜਿਸਟਿਕ ਅਤੇ ਪੂਰਤੀ ਚੈਨਲ ਵਿਵਸਥਾ ਉਤਪਾਦ ਸਰੋਤ ਤੋਂ ਅਖੀਰਲੇ ਉਪਭੋਗੀ ਤੱਕ ਮਾਲ ਅਤੇ ਉਤਪਾਦ ਪ੍ਰਵਾਹਣ ਦੇ ਪ੍ਰਬੰਧਨ ਦੀ ਕਲਾ ਹੈ। ਇਸ ਪ੍ਰਣਾਲੀ ਵਿੱਚ ਪੂਰੇ ਮਾਲ ਦਾ ਪ੍ਰਵਾਹਣ ਠੀਕ ਕੱਚੇ ਮਾਲ ਦੀ ਉਪਲੱਬਧਤਾ ਦੇ ਪੱਧਰ ਤੋਂ ਲੈ ਕੇ ਗਾਹਕ ਨੂੰ ਤਿਆਰ ਮਾਲ ਭੇਜਣ ਤੱਕ ਸ਼ਾਮਿਲ ਹੈ। ਲੌਜਿਸਟਿਕ ਪ੍ਰਣਾਲੀ ਵਿੱਚ ਭੌਤਿਕ ਵੰਡ ਅਤੇ ਵਸਤਾਂ ਅਤੇ ਸੇਵਾਵਾਂ ਦੀ ਭੌਤਿਕ ਪੂਰਤੀ (Supply) ਸ਼ਾਮਿਲ ਹਨ। ਭੌਤਿਕ ਵੰਡ ਅਤੇ ਪੂਰਤੀ ਵਿੱਚ ਅੰਤਰ ਕੇਵਲ ਇੰਨਾ ਹੈ ਕਿ ਭੌਤਿਕ ਵੰਡ ਵਿੱਚ ਵਸਤੂਆਂ ਅਤੇ ਸੇਵਾਵਾਂ ਦਾ ਬਾਹਰੀ ਸੰਚਾਲਣ (ਗਤੀ) ਜਦੋਂ ਕਿ ਭੌਤਿਕ ਪੂਰਤੀ ਵਿੱਚ ਵਸਤੂਆਂ ਅਤੇ ਸੇਵਾਵਾਂ ਦਾ ਅੰਦਰੂਨੀ ਸੰਚਾਲਣ (ਮਾਲ ਭੇਜਣ ਵਾਲੇ ਕੇਂਦਰ ਤੱਕ) ਹੈ। ਇਕ ਪ੍ਰਭਾਵਸ਼ਾਲੀ ਲੌਜਿਸਟਿਕ ਵਿਵਸਥਾ ਕੰਪਨੀ ਦੀ ਕਾਰਗੁਜ਼ਾਰੀ ਵਿੱਚ ਦੋਹਾਂ ਖਰਚ (ਕੀਮਤ) ਅਤੇ ਗਾਹਕ ਸੇਵਾ ਨੂੰ ਸੁਧਾਰ ਸਕਦੀ ਹੈ।

ਪ੍ਰਣਾਲੀ ਸਧਾਰਣ ਸ਼ਬਦਾਂ ਵਿੱਚ (ਵੰਡ ਦਾ ਚੈਨਲ)/ ਵੰਡ ਪ੍ਰਣਾਲੀ ਲੌਜਿਸਟਿਕ ਅਤੇ ਪੂਰਤੀ ਚੇਨ ਵਿਵਸਥਾ ਅਖੀਰਲੇ ਗਾਹਕ ਤਕ ਉਤਪਾਦ ਅਤੇ ਸੇਵਾਵਾਂ ਪ੍ਰਦਾਨ ਕਰਨ ਵਿੱਚ ਮਹੱਤਵਪੂਰਨ ਹੈ। ਮਾਰਕੀਟਿੰਗ ਚੈਨਲਜ਼ (ਰਸਤੇ) ਵਸਤੂਆਂ ਨੂੰ ਉਤਪਾਦਕਾਂ ਤੋਂ ਗਾਹਕਾਂ ਤੱਕ ਲੈ ਕੇ ਜਾਣ ਦਾ ਕਾਰਜ ਕਰਦੇ ਹਨ। ਇਹ ਸਮਾਂ, ਸਥਾਨ ਅਤੇ ਪ੍ਰਾਪਤੀ ਦੇ ਵਕਫੇ ਨੂੰ ਖਤਮ ਕਰਦੇ ਹਨ। ਜਿਹੜਾ ਵਸਤੂਆਂ ਅਤੇ ਸੇਵਾਵਾਂ ਨੂੰ ਉਨ੍ਹਾਂ ਦੇ ਚਾਹੁਣ ਵਾਲਿਆਂ ਤੋਂ ਵੱਖ ਕਰਦਾ ਹੈ। ਵੰਡ ਪ੍ਰਣਾਲੀ ਉਤਪਾਦਾਂ ਦੀ ਕੀਮਤ ਨੂੰ ਪ੍ਰਭਾਵਿਤ ਕਰਦੀ ਹੈ ਅਤੇ ਵਿਸ਼ੇਸ਼ ਇਲਾਕੇ ਵਿੱਚ ਉਤਪਾਦਾਂ ਦੀ ਉਪਲੱਬਧਤਾ ਨੂੰ ਅਸਾਨ ਬਣਾਉਂਦੀ ਹੈ।

ਪੂਰਤੀ ਚੇਨ ਵਿਵਸਥਾ (SCM) ਵਿਕਸਿਤ ਯੋਜਨਾ ਬੰਦੀ ਅਤੇ ਸਮਾਂ ਸੂਚੀ ਦਾ ਇਕ ਹੋਰ ਪਹਿਲੂ ਹੈ। ਇਹ ਵਿਵਸਥਾ ਪੂਰਤੀ ਚੈਨਲ ਰਾਹੀਂ ਪੂਰਤੀ, ਲੌਜਿਸਟਿਕ, ਸੇਵਾਵਾਂ ਅਤੇ ਜਾਣਕਾਰੀ ਦੇ ਪ੍ਰਵਾਹਨ ਨੂੰ ਪੂਰਤੀ ਕਰਤਾ, ਉਤਪਾਦਕ, ਉਪ ਠੇਕੇਦਾਰ, ਸਟੋਰਾਂ ਅਤੇ ਵੰਡ/ਵਿਤਰਨ ਕਰਨ ਵਾਲਿਆਂ ਤੋਂ ਗਾਹਕਾਂ ਅਤੇ ਮੂਲ ਉਪਭੋਗਤਾਵਾਂ ਤੱਕ ਪਹੁਚਾਉਣ ਦਾ ਨਿਯੰਤਰਣ ਕਰਦੀ ਹੈ। ਇਸ ਵਿੱਚ ਵਪਾਰ ਰਣਨੀਤੀ, ਜਾਣਕਾਰੀ ਦਾ ਪ੍ਰਵਾਹਣ ਅਤੇ ਅਨੁਰੂਪਤਾ ਪ੍ਰਣਾਲੀ ਸ਼ਾਮਿਲ ਹੈ।

ਪੂਰਤੀ ਚੈਨ ਵਿਵਸਥਾ ਤੋਂ ਪੈਦਾ ਹੋਣ ਵਾਲੇ ਫ਼ਾਇਦਿਆ ਵਿੱਚ ਸ਼ਾਮਿਲ ਹੈ :-

- ਪੂਰਤੀ ਕਰਨ ਵਾਲਿਆਂ ਅਤੇ ਗਾਹਕਾਂ ਵਿਚਕਾਰ ਸੁਧਰੀ ਜਾਣਕਾਰੀ : ਮੰਗ ਵਿੱਚ ਆਈਆਂ ਤਬਦੀਲੀਆਂ ਨੂੰ ਛੇਤੀ ਜਵਾਬ ਹੁੰਗਾਰਾ ਮਿਲਣਾ।
- ਗਿਆਨ ਵਿੱਚ ਹਿੱਸੇਦਾਰੀ : ਵਿਅਰਥ ਅਤੇ ਸਟਾਕ ਨੂੰ ਘੱਟ ਕਰਕੇ ਉਤਪਾਦਾਂ ਅਤੇ ਸੇਵਾਵਾਂ ਦੀ ਗੁਣਵੱਤਤਾ ਵਿੱਚ ਸੁਧਾਰ।
- ਗਾਹਕਾਂ, ਪੂਰਤੀ ਕਰਤਾਵਾਂ ਅਤੇ ਵਿਅਕਤੀਗਤ ਲਾਭ ਲਈ ਸਿੱਖਣ ਲਈ ਨੈੱਟਵਰਕ ਦਾ ਲੰਮੇ ਸਮੇਂ ਦਾ ਵਿਕਾਸ ਕਰਨਾ।

ਇਸ ਯੂਨਿਟ ਵਿੱਚ, ਤੁਸੀਂ ਪੂਰਤੀ ਚੇਨ ਵਿਵਸਥਾ ਸੰਬੰਧੀ ਜਾਣਕਾਰੀ, ਪੂਰਤੀ ਚੇਨ ਵਿਵਸਥਾ ਦੇ ਸਿਧਾਂਤਾਂ, ਪੂਰਤੀ ਚੈਨ ਵਿਵਸਥਾ ਦੀ ਪ੍ਰਕ੍ਰਿਆ ਵਿੱਚ ਹਿੱਸਾ ਲੈਣ ਵਾਲਿਆ ਅਤੇ ਪੂਰਤੀ ਚੇਨ ਵਿਵਸਥਾ, ਦੇ ਪੜਾਵਾਂ ਬਾਰੇ ਪੜ੍ਹੋਗੇ।

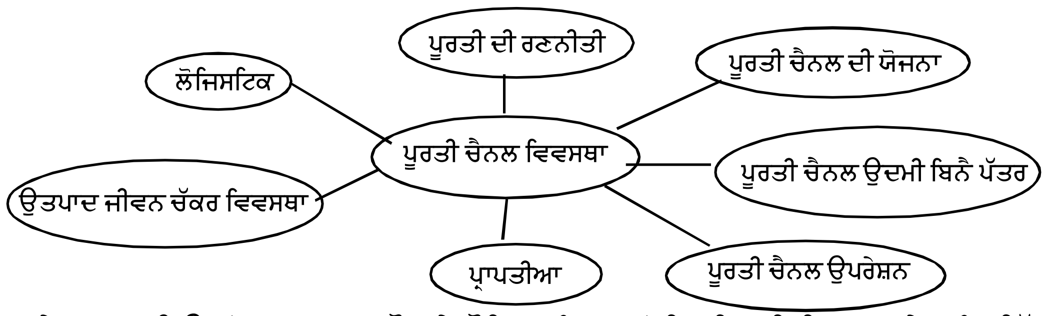
Downloaded from https:// www.studiestoday.com

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

ਸੈਸ਼ਨ 1 ਐਸ.ਸੀ.ਐਮ ਬਾਰੇ ਜਾਣਕਾਰੀ

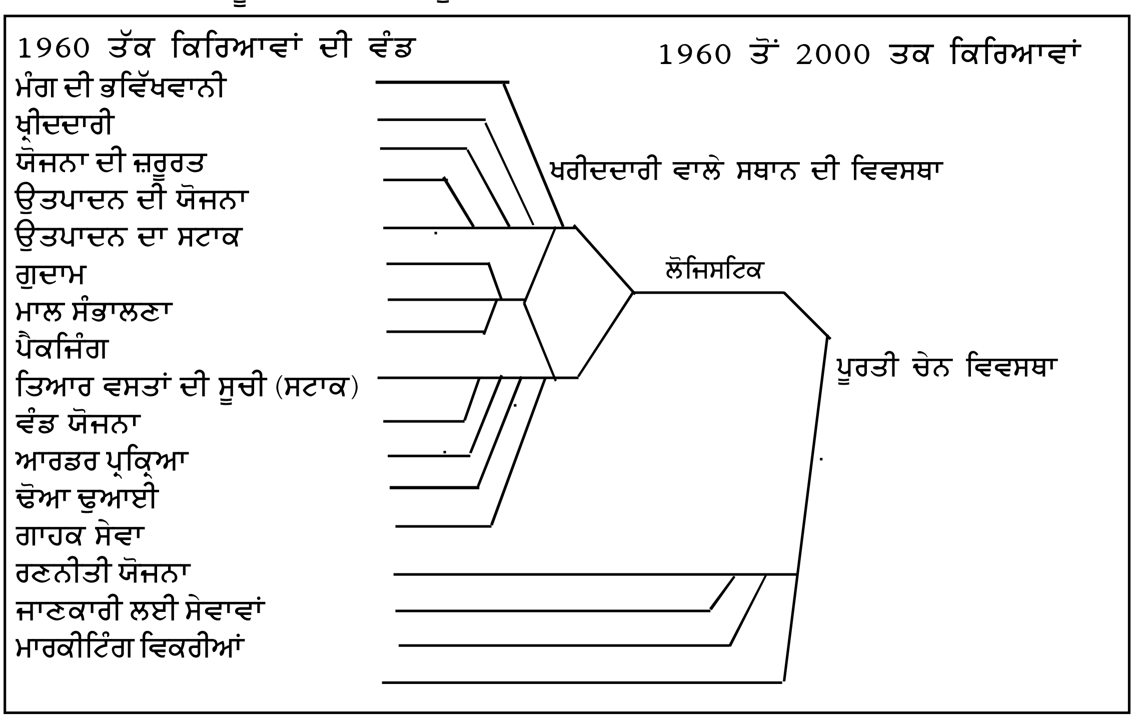
ਸਬੰਧਿਤ ਗਿਆਨ (Relevant Knowledge)

ਫਿਲਿਪ ਕੋਟਲਰ (Philip Kotler) ਦੇ ਅਨੁਸਾਰ, ñਚੈਨਲ (ਰਸਤੇ) ਅੰਤਰ ਨਿਰਭਰਤਾ ਸੰਗਠਨ ਦੇ ਉਹ ਸੈੱਟ ਹਨ ਜੋ ਉਪਭੋਗਤਾ ਲਈ ਜਾਂ ਵਰਤੋਂ ਲਈ ਉਤਪਾਦ ਬਣਾਉਣ ਦੀ ਪ੍ਰਕ੍ਰਿਆ ਜਾਂ ਸੇਵਾਵਾਂ ਉਪਲੱਬਧ ਕਰਵਾਉਣ ਵਿੱਚ ਸ਼ਾਮਿਲ ਹਨ।ò



ਸਮੇਂ ਅਤੇ ਸਥਾਨ ਦੀ ਉਪਯੋਗਤਾ ਆਮ ਤੌਰ ਤੇ ਭੌਤਿਕ ਵੰਡ ਜਾਂ ਲੋਜਿਸਟਿਕ ਕਿਰਿਆਵਾਂ ਦੇ ਸਬੰਧ ਵਿੱਚ ਹੁੰਦੀ ਹੈ। ਭਾਵੇਂ ਮਾਰਕੀਟਿੰਗ ਅਤੇ ਉਤਪਾਦਨ ਦੇ ਕੰਮ ਵਪਾਰ ਵਿੱਚ ਹੀ ਸਥਾਪਿਤ ਸਨ ਅਤੇ ਉਹ ਭੌਤਿਕ ਵੰਡ ਦਾ ਦਾਵਾ (Claim) ਕਰਦੇ ਸਨ ਪ੍ਰੰਤੂ ਉਨ੍ਹਾਂ ਦੇ ਧਿਆਨ ਵਿੱਚ ਕਮੀ ਹੋਣ ਕਰਕੇ ਭੌਤਿਕ ਵੰਡ ਨੂੰ ਇਕ ਅਲੱਗ ਤੱਤ (ਹੋਂਦ) ਵਜੋਂ ਅਤੇ ਫਰਮ ਦੀ ਸਗੰਠਿਤ ਬਣਤਰ ਵਿੱਚ ਨਵੇਂ ਕੰਮ ਦੇ ਵਾਂਗ ਵਿਕਸਿਤ ਕਰਨ ਦੀ ਅਗਵਾਈ ਮਿਲੀ।

ਤਸਵੀਰ 3 ਪੂਰਤੀ ਚੇਨ ਦੀ ਉੱਤਪਤੀ



Downloaded from https:// www.studiestoday.com

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

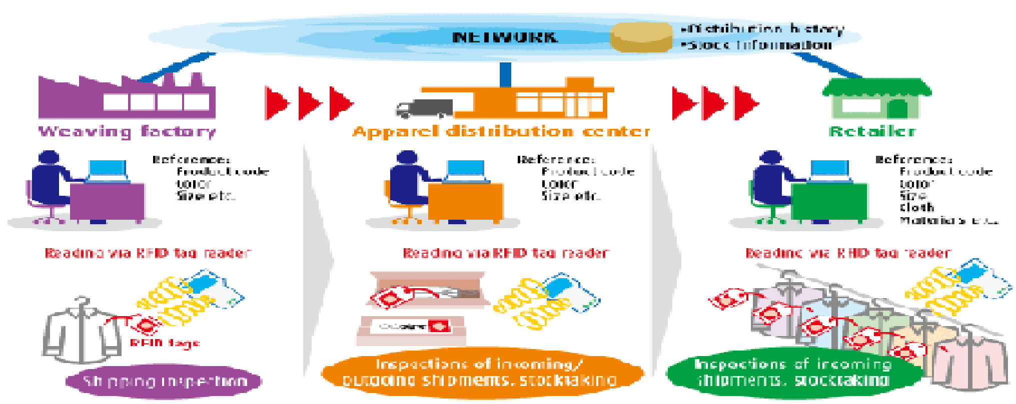
ਪੂਰਤੀ ਚੇਨ ਵਿਵਸਥਾ ਇੱਕ ਬਹੁਤ ਵੱਡੀ ਧਾਰਣਾ ਹੈ ਜਿਸ ਵਿੱਚ ਭੌਤਿਕ ਵੰਡ ਅਤੇ ਲੌਜਿਸਟਿਕ ਵੀ ਸ਼ਾਮਿਲ ਹਨ।

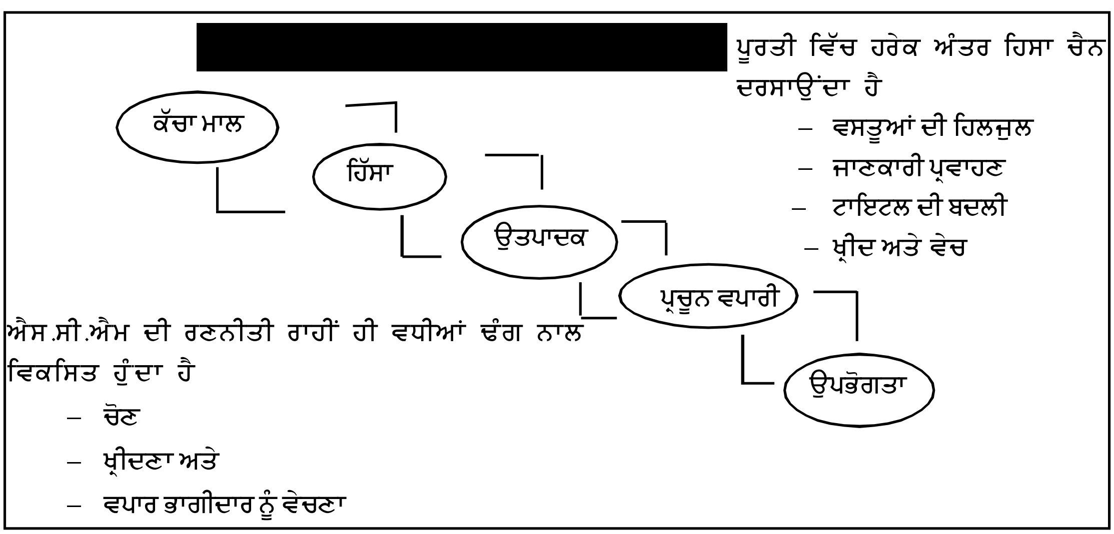
ਐਸ.ਸੀ.ਐਮ ਦੇ ਤੱਤ (**Element of SCM**)

- ਵਿਤਰਣ
- ਭੌਤਿਕ ਵੰਡ
- ਲੌਜਿਸਟਿਕ
- ਵਪਾਰਕ ਲੌਜਿਸਟਿਕ
- ਜੁੜਿਆ ਹੋਇਆਂ ਲੌਜਿਸਟਿਕ
- ਮਾਲ ਵਿਵਸਥਾ
- ਕੀਮਤ ਲੜੀ

ਪੂਰਤੀ ਚੇਨ ਵਿਵਸਥਾ ਦੀ ਮਹੱਤਤਾ :-

ਕਿਸੇ ਵੀ ਚੈਨਲ ਜਾਂ ਲੌਜਿਸਟਿਕ ਨੂੰ ਖਤਮ ਕੀਤਾ ਜਾਂ ਬਦਲਿਆ ਜਾ ਸਕਦਾ ਹੈ ਪ੍ਰੰਤੂ ਉਨ੍ਹਾਂ ਦੇ ਕੰਮਾਂ ਨੂੰ ਨਹੀਂ ਬਦਲਿਆ ਜਾ ਸਕਦਾ ਹੈ। ਦੂਜਿਆਂ ਦੀ ਵਰਤੋਂ (ਅਭਿਆਸ) ਲਈ ਉਨ੍ਹਾਂ ਨੂੰ ਚੈਨ ਵਿੱਚ ਅੱਗੇ ਪਿਛੇ ਕੀਤਾ ਜਾ ਸਕਦਾ ਹੈ।





Downloaded from https:// www.studiestoday.com

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

ਐਸ.ਸੀ.ਐਮ ਦੇ ਲਾਭ (ਗੁਣ) :-

- ਮਾਰਕੀਟ ਰਿਪੋਰਟਿੰਗ, ਵਿਸ਼ੇਸ਼ ਕਾਰਜ ਕੁਸ਼ਲਤਾ, ਗਾਹਕ ਨਾਲ ਸਪੰਰਕ ਅਤੇ ਘੱਟ ਲਾਗਤ।
- ਪ੍ਰਭਾਵਸ਼ਾਲੀ ਮਾਰਕੀਟਿੰਗ ਰਣਨੀਤੀ ਨੂੰ ਬਣਾਉਣ ਅਤੇ ਲਾਗੂ ਕਰਨ ਦੀ ਸਹੂਲਤ ਪ੍ਰਦਾਨ ਕਰਨਾ।
- ਪ੍ਰਭਾਵਸ਼ਾਲੀ ਮਾਰਕੀਟਿੰਗ ਦੀ ਜਾਣਕਾਰੀ, ਮਾਰਕਿਟ ਦੀ ਵੰਡ ਅਤੇ ਵੇਚਣ ਦਾ ਹੁਨਰ।
- ਪ੍ਰਭਾਵਸ਼ਾਲੀ ਭੇਜਣ ਦਾ ਪ੍ਰਬੰਧ, ਗਾਹਕ ਸੇਵਾ (ਖਰੀਦ ਤੋਂ ਪਹਿਲਾ ਅਤੇ ਬਾਅਦ ਵਿੱਚ) ਅਤੇ ਉਤਪਾਦਕ ਦੀਆਂ ਸੇਵਾਵਾਂ।
- ਐਸ.ਸੀ.ਐਮ ਨੂੰ ਜਦੋਂ ਪ੍ਰਭਾਵਸ਼ਾਲੀ ਢੰਗ ਨਾਲ ਵਰਤਿਆ ਜਾਂਦਾ ਹੈ। ਵਿਚੋਲੀਏ ਜ਼ਿਆਦਾ ਕੀਮਤੀ ਯੋਗਦਾਨ ਦੇ ਸਕਦੇ ਹਨ। ਇਸ ਤਰ੍ਹਾਂ ਉਨ੍ਹਾਂ ਦੇ ਵਿਸ਼ੇਸ਼ ਹੁਨਰਾਂ ਅਤੇ ਸਹੂਲਤਾਂ ਨੂੰ ਵਰਤ ਕੇ ਉਨ੍ਹਾਂ ਦੇ ਯੋਗਦਾਨ ਨੂੰ ਵਧਾਉਣ ਲਈ ਵਧੀਆਂ ਚੋਣ ਅਤੇ ਪ੍ਰਬੰਧਨ ਕੀਤਾ ਜਾ ਸਕਦਾ ਹੈ।
- ਵਪਾਰ ਚੇਨ ਵਿੱਚ ਭਾਗ ਲੈਣ ਵਾਲੇ ਪ੍ਰਤੀਭਾਗੀਆਂ ਵਿੱਚ ਕੀਮਤੀ ਰਿਸ਼ਤੇ ਨੂੰ ਬਣਾਉਣਾ ਮਹੱਤਵਪੂਰਨ ਹੈ।
- ਇਸ ਅੰਤਰ ਸੰਗਠਿਤ ਪੂਰਤੀ ਨੈਟਵਰਕ ਨੂੰ ਇਕ ਨਵੀਂ ਕਿਸਮ ਦੀ ਸੰਸਥਾ ਵਜੋਂ ਸਵੀਕਾਰ ਕਰਨਾ ਹੈ।
- ਐਸ.ਸੀ.ਐਮ ਦੇ ਕਾਰਨ ਗਾਹਕ ਸੇਵਾਵਾਂ ਅਤੇ ਵਸਤੂਆਂ ਨੂੰ ਆਪਣੇ ਘਰ ਬੈਠੇ ਛੇਤੀ ਤੋ ਛੇਤੀ ਪ੍ਰਾਪਤ ਕਰਦੇ ਹਨ।
- ਇਹ ਸੰਸਥਾ ਨੂੰ ਸਹਾਇਕ (ਸਹਿਯੋਗੀ) ਪ੍ਰਤੀਬਿੰਬ ਪ੍ਰਦਾਨ ਕਰਨ ਵਿੱਚ ਮੱਦਦ ਕਰਦੀ ਹੈ।
- ਐਸ.ਸੀ.ਐਮ ਬਹੁਤ ਜ਼ਿਆਦਾ ਲੈਣ ਦੇਣ ਜੋ ਵਸਤੂਆਂ (ਚੀਜ਼ਾਂ) ਦੇ ਬਹੁਤ ਸਾਰੇ ਭਿੰਨ ਭਿੰਨ ਉਤਪਾਦਕਾਂ ਤੋਂ ਬਹੁਤ ਜ਼ਿਆਦਾ ਗਾਹਕਾਂ ਤੱਕ ਪਹੁੰਚਣ ਲਈ ਜ਼ਰੂਰੀ ਹੈ, ਨੂੰ ਘਟਾ ਕੇ ਯੋਗਤਾਵਾਂ ਪੈਦਾ ਕਰਦਾ ਹੈ।

ਕਮੀਆਂ (**Limitations**)

- ਜੇਕਰ ਚੇਨ ਵੱਡੀ ਹੈ ਤਾਂ ਇਹ ਵਿਵਸਥਾ ਵੱਧ ਸਮਾਂ ਖ਼ਚਾਉਂਦੀ ਹੈ।
- ਇਹ ਸੰਭਾਵਨਾ ਹੈ ਕਿ ਵਿਚੋਲੀਏ ਵਧੀਆ ਯੋਗਦਾਨ ਦੇਣ ਦੀ ਬਜਾਏ ਨੁਕਸਾਨ ਪਹੁੰਚਾਉਣ।
- ਸੰਭਾਵਿਤ ਵਿਵਸਥਾ ਪ੍ਰਣਾਲੀ ਵਿੱਚ ਪੇਚੀਦਾ ਨੈਟਵਰਕ ਬਣਤਰ ਵਿਅਕਤੀਗਤ ਕੰਪੋਨੈਟ ਭਾਗਾਂ ਜਾਂ ਫਰਮਾ ਵਿੱਚ ਵੰਡੀ ਜਾ ਸਕਦੀ ਹੈ।
- ਜੇਕਰ ਪ੍ਰਬੰਧਕ ਉਤਪਾਦਾਂ ਅਤੇ ਸੇਵਾਵਾਂ ਦੀ ਪੂਰਤੀ ਕਰਨ ਲਈ ਵੱਡੀ ਜਾਂ ਗਲਤ ਚੇਨ ਦੀ ਚੋਣ ਕਰਦਾ ਹੈ ਤਾਂ ਇਹ ਮਹਿੰਗਾ ਢਾਂਚਾ ਸਾਬਤ ਹੋ ਸਕਦਾ ਹੈ।

ਅਭਿਆਸ

1. ਕਿਸੇ ਲੋਜਿਸਟਿਕ ਕੰਪਨੀ ਵਿੱਚ ਜਾਓ ਅਤੇ ਚੱਲ ਰਹੇ ਕੰਮ ਦਾ ਅਨੁਸਰਨ ਕਰੋ ਅਤੇ ਵੰਡ ਪ੍ਰਣਾਲੀ (Distribution Channel) ਦੀ ਰਿਪੋਰਟ ਤਿਆਰ ਕਰੋ।
2. ਜੇਕਰ ਤੁਸੀਂ ਮੁਬੰਈ ਵਿੱਚ ਸਥਿਤ ਕੱਪੜੇ ਦੇ ਉਤਪਾਦਕ ਹੋ ਤੁਸੀਂ ਕਿਹੜੀ ਵੰਡ ਪ੍ਰਣਾਲੀ ਅਤੇ ਐਸ.ਸੀ.ਐਮ ਨੂੰ ਵਰਤੋਗੇ। ਇਸ ਕੇਸ ਦਾ ਅਧਿਐਨ ਕਰਕੇ ਹੇਠ ਲਿਖੇ ਪ੍ਰਸ਼ਨਾਂ ਦੇ ਉੱਤਰ ਦਿਓ ਜੋ 50 ਸ਼ਬਦਾਂ ਤੋਂ ਵੱਧ ਨਾ ਹੋਣ।
   (i) ਆਪਣੀ ਵੰਡ ਪ੍ਰਣਾਲੀ ਬਾਰੇ ਵਰਣਨ ਕਰੋ।
   (ii) ਤੁਸੀਂ ਇਨ੍ਹਾਂ ਚੈਨਲਾਂ ਦੀ ਕਿਉਂ ਵਰਤੋਂ ਕਰਦੇ ਹੋ ?
   (iii) ਉਹ ਕਿਹੜੀਆਂ ਸਮੱਸਿਆਵਾਂ ਹਨ ਜਿਨ੍ਹਾਂ ਦਾ ਤੁਸੀਂ ਸਾਹਮਣਾ ਕਰੋਗੇ ?
   (iv) ਕੱਚੇ ਮਾਲ ਦੀ ਪ੍ਰਾਪਤੀ ਲਈ ਕਿਹੜੀਆਂ ਸਮੱਸਿਆਵਾਂ ਦਾ ਸਾਹਮਣਾ ਕਰਨਾ ਪਵੇਗਾ ?
   (v) ਆਵਾਜਾਈ ਦੇ ਦੌਰਾਨ ਕਿਹੜੀਆਂ ਸਮੱਸਿਆਵਾਂ ਪੇਸ਼ ਆਉਣਗੀਆਂ ?
   (vi) ਉਤਪਾਦਕ ਨੂੰ ਗੁਦਾਮ ਵਿੱਚ ਸਮਾਨ ਰੱਖਣ ਸਮੇਂ ਕਿਹੜੀਆਂ-ਕਿਹੜੀਆਂ ਸਮੱਸਿਆਵਾਂ ਦਾ ਸਾਹਮਣਾ ਕਰਨਾ ਪੈਂਦਾ ਹੈ ?

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

ਮੁਲਾਂਕਣ

(ੳ) ਖਾਲੀ ਥਾਵਾਂ ਭਰੋ।

1. ਐਸ. ਸੀ.ਐਮ (ਪੂਰਤੀ ਚੇਨ ਵਿਵਸਥਾ) ਇਹ ਯਕੀਨੀ ਬਣਾਉਂਦੀ ਹੈ ਕਿ ਗਾਹਕਾਂ ਦੇ ਹੱਥਾਂ ਵਿੱਚ ਕੱਚੇ ਮਾਲ ਤੋਂ ਤਿਆਰ ਵਸਤਾਂ ਦਾ ਪ੍ਰਵਾਹਣ _________ ਅਤੇ ___________ ਹੋਵੇ।
2. ਪੂਰਤੀ ਚੇਨ ਵਿਵਸਥਾ ਵਿੱਚ ਵਸਤੂਆਂ ਨੂੰ ___________ ਪੱਧਰ ਤੋਂ ___________ ਤੱਕ ਲੈ ਕੇ ਜਾਣ ਵਾਲੀਆਂ ਸਾਰੀਆਂ ਗਤੀਵਿਧੀਆਂ ਆਉਂਦੀਆਂ ਹਨ।
3. ਐਸ.ਸੀ.ਐਮ (SCM) ਨੂੰ ਜਦੋਂ ਪ੍ਰਭਾਵਸ਼ਾਲੀ ਢੰਗ ਨਾਲ ਵਰਤਿਆ ਜਾਂਦਾ ਹੈ, ___________ ਇਸ ਪ੍ਰੀਕਿਆ ਵਿੱਚ ਕੀਮਤੀ ਯੋਗਦਾਨ ਦੇ ਸਕਦੇ ਹਨ।
4. ___________ ਅਤੇ ___________ ਦੀ ਉਪਯੋਗਤਾ ਆਮ ਤੌਰ ਤੇ ਭੌਤਿਕ ਵੰਡ ਜਾਂ ਲੌਜਿਸਟਿਕ ਕਿਰਿਆਵਾਂ ਦੇ ਸੰਬੰਧ ਵਿੱਚ ਹੁੰਦੀ ਹੈ।
5. ਰੀਟੇਲ (ਪ੍ਰਚੂਨ) ਸੰਗਠਨ ਲਈ ਖਰੀਦਦਾਰੀ ਦਾ ਅਰਥ ਹੈ, ਬਹੁਗਿਣਤੀ ਵਿੱਚ ਉਤਪਾਦਾਂ ਅਤੇ __________ ਪੂਰਤੀ ਕਰਤਾਵਾਂ ਨਾਲ ਸੰਬੰਧ ਸਥਾਪਿਤ ਕਰਨਾ।

(ਅ) ਬਹੁਵਿਕਲਪੀ ਪ੍ਰਸ਼ਨ ਉਤਰ (ਸਹੀ ਉੱਤਰ ਨੂੰ ਚੁਣੋ)

1. ਉਤਪਾਦਾਂ ਅਤੇ ਸੇਵਾਵਾਂ, ਹਰ ਗਾਹਕ ਦੀਆਂ ਲੋੜਾਂ, ਕਿਸੇ ਵੀ ਭੌਤਿਕ ਉਤਪਾਦ ਦੀ ਪੂਰਤੀ ਚੇਨ ਅਤੇ ਲੈਣ ਦੇਣ ਕਿਰਿਆਵਾਂ ਦੀ ਪੂਰਤੀ ਲਈ __________ ਦਾ ਪ੍ਰਬੰਧਨ ਜ਼ਰੂਰੀ ਹੈ।
   (ੳ) ਕੱਚਾ ਮਾਲ
   (ਅ) ਤਿਆਰ ਵਸਤੂਆਂ
   (ੲ) ਸੰਸਾਧਨ
   (ਸ) ਮਨੁੱਖੀ ਸੰਸਾਧਨ
2. ਇਹ ਸੰਭਾਵਨਾ ਹੈ ਕਿ ਪਰਤੀ ਚੇਨ ਵਿਵਸਥਾ ਵਿੱਚ _________ ਵਧੀਆ ਯੋਗਦਾਨ ਦੇਣ ਦੀ ਬਜਾਏ ਨੁਕਸਾਨ ਪਹੁੰਚਾਉਣਗੇ।
   (ੳ) ਮਜ਼ਦੂਰ
   (ਅ) ਪ੍ਰਬੰਧਕ
   (ੲ) ਸੁਪਰ ਵਾਈਜ਼ਰ
   (ਸ) ਦਲਾਲ
3. ਉਤਪਾਦਕਾਂ ਵੱਲੋਂ ਘੱਟ ਧਿਆਨ ਦੇਣ ਕਾਰਨ ___________ ਇਕ ਵੱਖਰੇ ਕਾਰਜ ਵਾਂਗ ਵਿਕਸਿਤ ਕੀਤਾ ਗਿਆ।
   (ੳ) ਭੌਤਿਕ ਵੰਡ
   (ਅ) ਵਿਗਿਆਪਨ
   (ੲ) ਮਿਆਰੀਕਰਨ
4. __________ ਵਿੱਚ ਭਾਗ ਲੈਣ ਵਾਲੇ ਹਰ ਪ੍ਰਤੀਭਾਗੀ ਲਈ ਵਧੀਆ ਰਿਸ਼ਤੇ ਬਣਾਉਣਾ ਮਹੱਤਵਪੂਰਨ ਹੈ।
   (ੳ) ਉਤਪਾਦ ਦਾ ਲੇਬਲ
   (ਅ) ਵਪਾਰ ਚੇਨ
   (ੲ) ਮਾਲ ਪ੍ਰਬੰਧਨ
   (ਸ) ਵਸਤੂ ਸੂਚੀ ਪ੍ਰਬੰਧਨ

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

(ੲ) ਸਹੀ ਜਾਂ ਗਲਤ

1. ਐਸ.ਸੀ.ਐਮ, ਭੌਤਿਕ ਵੰਡ ਅਤੇ ਲੋਜਿਸਟਿਕ ਨਾਲੋਂ ਵੱਖਰਾ ਹੈ।
2. ਐਸ.ਸੀ.ਐਮ ਕੇਵਲ ਉਤਪਾਦਾਂ ਦੀ ਵੰਡ ਦੇ ਲੈਵਲ ਤੱਕ ਹੀ ਮਹੱਤਵਪੂਰਨ ਹੈ।
3. ਲੋਜਿਸਟਿਕ ਵਿੱਚ ਗੋਦਾਮਾ ਵਿੱਚ ਮਾਲ ਰੱਖਣ ਦਾ ਕੰਮ ਉਤਪਾਦਕ ਕਰਦਾ ਹੈ।
4. ਜੇਕਰ ਚੇਨ ਵੱਡੀ ਹੈ ਤਾਂ ਐਸ.ਸੀ.ਐਮ ਵੱਧ ਸਮਾਂ ਖਪਤ ਕਰਨ ਵਾਲਾ ਹੈ।
5. ਵਪਾਰ ਲੋਜਿਸਟਿਕ ਦੋਹਾਂ ਭੌਤਿਕ ਸਪਲਾਈ ਅਤੇ ਭੌਤਿਕ ਵੰਡ ਨਾਲ ਸੰਬੰਧਤ ਹੈ।

ਮੁਲਾਂਕਣ ਕਿਰਿਆ ਲਈ ਚੈਕਲਿਸਟ

ਹੇਠ ਲਿਖੀ ਲਿਸਟ ਨੂੰ ਇਹ ਦੇਖਣ ਲਈ ਵਰਤੋਂ ਕਿ ਤੁਸੀਂ ਮੁਲਾਂਕਣ ਕਿਰਿਆ ਲਈ ਲੋੜੀਂਦੀਆ ਸਾਰੀਆਂ ਜ਼ਰੂਰਤਾਂ ਪੂਰੀਆਂ ਕਰ ਲਈਆਂ ਹਨ।

ਭਾਗ (ੳ)

- ਭੌਤਿਕ ਵੰਡ/ਲੋਜਿਸਟਿਕ ਅਤੇ ਐਸ.ਸੀ.ਐਮ ਵਿੱਚ ਕੀ ਅੰਤਰ ਹੈ ਵਰਣਨ ਕਰੋ।
- ਸੰਸਥਾ ਵਿਚ ਐਸ.ਸੀ.ਐਮ ਦੀ ਮਹੱਤਤਾ ਦੱਸੋ।
- ਪ੍ਰਬੰਧਕਾਂ ਨੂੰ ਐਸ.ਸੀ.ਐਮ ਦੇ ਕੀ ਲਾਭ ਹੁੰਦੇ ਹਨ।
- ਐਸ.ਸੀ.ਐਮ ਦੇ ਤੱਤਾਂ ਦਾ ਵਰਣਨ ਕਰੋ।
- ਐਸ.ਸੀ.ਐਮ ਦੇ ਮਾਡਲ ਦਾ ਵਰਣਨ ਕਰੋ।
- ਐਸ.ਸੀ.ਐਮ ਦੀਆਂ ਵੱਖਰੀਆਂ-ਵੱਖਰੀਆਂ ਧਾਰਣਾਵਾਂ ਦਾ ਵਰਣਨ ਕਰੋ।

ਭਾਗ (ਅ)

ਜਮਾਤ ਵਿੱਚ ਹੇਠ ਲਿਖਿਆਂ ਉੱਤੇ ਚਰਚਾ ਕੀਤੀ ਗਈ।

- ਐਸ.ਸੀ.ਐਮ ਤੋਂ ਤੁਸੀਂ ਕੀ ਸਮਝਦੇ ਹੋ ?
- ਐਸ.ਸੀ.ਐਮ ਦੇ ਲਾਭ ਅਤੇ ਕਮੀਆਂ ਕਿਹੜੀਆਂ-ਕਿਹੜੀਆਂ ਹਨ।

ਭਾਗ (ੲ) ਕਾਰਗੁਜ਼ਾਰੀ ਪੱਧਰ

ਕਾਰਗੁਜ਼ਾਰੀ ਪੱਧਰਾਂ ਵਿੱਚ ਸ਼ਾਮਿਲ ਹੈ

ਕਾਰਗੁਜ਼ਾਰੀ ਪੱਧਰ	ਹਾਂ	ਨਹੀਂ
• ਐਸ.ਸੀ.ਐਮ ਦੇ ਲਾਭਾਂ ਨੂੰ ਪਛਾਣਨ ਦੀ ਯੋਗਤਾ ਹੈ।		
• ਐਸ.ਸੀ.ਐਮ ਦੀਆਂ ਕਮੀਆਂ ਨੂੰ ਲੱਭਣ ਦੀ ਯੋਗਤਾ ਹੈ।		

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

ਸੈਸ਼ਨ 2 ਪੂਰਤੀ ਚੇਨ ਵਿਵਸਥਾ ਦੇ ਸਿਧਾਂਤ

ਸਬੰਧਿਤ ਗਿਆਨ (Relevant Knowledge)

ਸਫਲ ਪੂਰਤੀ ਚੇਨ ਵਿਵਸਥਾ ਮੂਲ ਗਾਹਕਾਂ (ਉਪਭੋਗਤਾ) ਨੂੰ ਉਤਪਾਦਾਂ ਦੀ ਵੰਡ ਦਾ ਇਕ ਪੇਚੀਦਾ ਢੰਗ ਹੈ। ਇਕ ਵੱਡੀ ਪੂਰਤੀ ਚੇਨ ਵਿਵਸਥਾ ਵਿੱਚ ਬਹੁਤ ਜ਼ਿਆਦਾ ਛੋਟੀਆਂ ਪੂਰਤੀ ਚੇਨਾਂ ਹੋ ਸਕਦੀਆਂ ਹਨ ਜਿਨ੍ਹਾਂ ਨੂੰ ਪ੍ਰਬੰਧਨ ਦੀ ਲੋੜ ਹੁੰਦੀ ਹੈ। ਇਸ ਵਿੱਚ ਪੂਰਤੀ ਕਰਤਾਵਾਂ ਵੀ, ਉਤਪਾਦਕਾਂ, ਵੰਡਣਕਾਰਾਂ ਅਤੇ ਗਾਹਕਾਂ ਦਾ ਵਿਵਹਾਰ ਸ਼ਾਮਿਲ ਹੁੰਦਾ ਹੈ ਜਿਵੇਂ ਕਿ ਉਹ ਇਕੋ ਕੰਪਨੀ ਦਾ ਹਿੱਸਾ ਹੋਣ। ਕੇਵਲ ਇਸੇ ਤਰੀਕੇ ਨਾਲ ਉਹ ਚੇਨ ਦੇ ਇਕ ਪਾਸੇ ਤੋਂ ਦੂਜੇ ਪਾਸੇ ਤਕ ਕਾਰਗੁਜ਼ਾਰੀ ਨੂੰ ਮਹੱਤਵਪੂਰਨ ਢੰਗ ਨਾਲ ਵਧਾ ਸਕਦੇ ਹਨ।

ਐਸ.ਸੀ.ਐਮ ਦੇ ਸੱਤ ਸਿਧਾਂਤ ਹਨ :-

ਪਹਿਲਾ ਸਿਧਾਂਤ :- ਅਲੱਗ-ਅਲੱਗ ਗਰੁੱਪਾਂ ਦੁਆਰਾ ਲੋੜੀਦੀਆਂ ਸੇਵਾਵਾਂ ਤੇ ਅਧਾਰਿਤ ਗਾਹਕਾਂ ਨੂੰ ਵੰਡਣਾ ਅਤੇ ਪੂਰਤੀ ਚੇਨ ਨੂੰ ਇਨ੍ਹਾਂ ਗਰੁੱਪਾਂ ਨੂੰ ਲਾਭਦਾਇਕ ਢੰਗ ਨਾਲ ਸੇਵਾ ਪ੍ਰਦਾਨ ਕਰਨ ਲਈ ਅਨੁਕੂਲ ਬਣਾਉਣਾ।

ਦੂਜਾ ਸਿਧਾਂਤ :- ਲੋਜਿਸਟਿਕ ਨੈੱਟਵਰਕ ਨੂੰ ਇਨ੍ਹਾਂ ਵਿਸ਼ੇਸ਼ ਗਾਹਕ ਗਰੁੱਪਾਂ ਦੀਆਂ ਲੋੜਾਂ ਅਤੇ ਫਾਇਦੇ ਲਈ ਬਣਾਉਣਾ।

ਤੀਸਰਾ ਸਿਧਾਂਤ :- ਮਾਰਕਿਟ ਦੇ ਸੰਕੇਤ ਸਮਝਣਾ (ਸੁਣਨਾ) ਅਤੇ ਮੰਗ ਯੋਜਨਾ ਨੂੰ ਪੂਰਤੀ ਚੇਨ ਵਿੱਚ ਨਿਰੰਤਰ ਭਵਿੱਖਬਾਣੀ ਤੇ ਨਜ਼ਰ ਰੱਖਦੇ ਹੋਏ ਅਤੇ ਸਰੋਤਾਂ ਦੀ ਉੱਤਮ ਵੰਡ ਮੁਤਾਬਿਕ ਜੋੜਨਾ।

ਚੌਥਾ ਸਿਧਾਂਤ :- ਗਾਹਕਾਂ ਦੇ ਮੁਤਾਬਿਕ ਉਤਪਾਦ ਵਿੱਚ ਭਿੰਨਤਾ ਲਿਆਉਣਾ ਅਤੇ ਸਪਲਾਈ ਚੇਨ ਦੇ ਇਕ ਹਿਸੇ ਤੋਂ ਦੂਜੇ ਹਿਸੇ ਤੱਕ ਗਤੀ ਨੂੰ ਤੇਜ਼ ਕਰਨਾ।

ਪੰਜਵਾਂ ਸਿਧਾਂਤ :- ਮਾਲ ਅਤੇ ਸੇਵਾਵਾਂ ਪ੍ਰਾਪਤ ਕਰਨ ਵਿੱਚ ਆਉਣ ਵਾਲੇ ਕੁੱਲ ਖਰਚੇ ਨੂੰ ਘੱਟ ਕਰਨ ਲਈ ਪੂਰਤੀ ਦੇ ਸਰੋਤਾਂ ਦਾ ਯੋਗ ਰਣਨੀਤੀ ਅਨੁਸਾਰ ਪ੍ਰਬੰਧਨ ਕਰਨਾ।

ਛੇਵਾਂ ਸਿਧਾਂਤ :- ਪੂਰਤੀ ਚੇਨ ਨੂੰ ਤਕਨੀਕੀ ਰਣਨੀਤੀ ਅਨੁਸਾਰ ਵਿਕਸਿਤ ਕਰਨਾ ਜਿਹੜੀ ਕਿ ਕਈ ਪੱਧਰਾਂ ਤੇ ਫੈਸਲਾ ਲੈਣ ਵਿੱਚ ਮਦਦ ਕਰੇ ਅਤੇ ਉਤਪਾਦਾਂ ਸੇਵਾਵਾਂ ਅਤੇ ਜਾਣਕਾਰੀ ਦੇ ਪ੍ਰਵਾਹਨ ਨੂੰ ਸਪਸ਼ਟ ਪੇਸ਼ ਕਰੇ।

ਸੱਤਵਾਂ ਸਿਧਾਂਤ :- ਮੂਲ ਗਾਹਕਾਂ (ਵਰਤਣ ਵਾਲਿਆ) ਤੱਕ ਪ੍ਰਭਾਵਸ਼ਾਲੀ ਅਤੇ ਯੋਜਨਾ ਪੂਰਨ ਢੰਗ ਨਾਲ ਪਹੁੰਚਣ ਵਿੱਚ ਮਿਲੀ ਪੂਰਨ ਸਫਲਤਾ ਨੂੰ ਮਾਪਣ ਲਈ ਚੈਨਲ ਸਪੈਨਿਗ ਕਾਰਗੁਜ਼ਾਰੀ ਮਾਧਿਅਮ ਨੂੰ ਅਪਣਾਉ।

ਸਪਲਾਈ ਚੇਨ ਵਿਵਸਥਾ ਦੇ ਸੱਤ ਸਿਧਾਂਤ ਹਨ :-

1. ਗਾਹਕ ਰਾਜਾ ਹੈ :- ਪ੍ਰਬੰਧਕਾਂ ਨੂੰ ਗਾਹਕ ਬਾਰੇ ਜ਼ਰੂਰ ਵਿਚਾਰਨਾ (ਸੋਚਣਾ) ਚਾਹੀਦਾ ਹੈ ਕਿਉਂਕਿ ਜੇ ਉਨ੍ਹਾਂ ਦੀਆਂ ਜ਼ਰੂਰਤਾਂ ਨੂੰ ਪੂਰਾ ਨਹੀਂ ਕੀਤਾ ਤਾਂ ਹਰ ਵਪਾਰਕ ਕਾਰਜ ਅਰਥਹੀਨ ਹੈ। ਵਿਸ਼ਿਸ਼ਟ ਗਾਹਕ ਗਰੁੱਪ ਗਰੁੱਪਾਂ ਦੁਆਰਾ ਲੋੜੀਂਦੀਆਂ ਸੇਵਾਵਾਂ/ ਉਤਪਾਦਾਂ ਤੇ ਅਧਾਰਤ ਹੁੰਦੇ ਹਨ।
2. ਲੋਜਿਸਟਿਕ ਦੀ ਵਿਵਸਥਾ :- ਲੋਜਿਸਟਿਕ ਨੈੱਟ ਵਰਕ ਨੂੰ ਸੇਵਾ ਅਤੇ ਉਤਪਾਦ ਦੀਆਂ ਲੋੜਾਂ ਮੁਤਾਬਿਕ ਬਣਾਉਣਾ ਜੋ ਕਿ ਫਾਇਦੇਮੰਦ ਵੀ ਹੋਵੇ। ਇਸ ਲਈ ਯੋਜਨਾ ਬਣਾਉਣ ਲਾਗੂ ਕਰਨ ਅਤੇ ਸਾਰੀ ਚੇਨ ਵਿੱਚ ਸੰਚਾਲਨ ਕਰਨ ਦੀ ਲੋੜ ਹੁੰਦੀ ਹੈ। ਇਸ ਵਿੱਚ ਵੰਡ ਵਾਸਤੇ ਸਥਾਨ ਦਾ ਨਿਰਧਾਰਣ, ਸਟਾਕ ਦੀ ਵਿਵਸਥਾ ਅਤੇ ਢੋਅ ਢੁਆਈ ਆਦਿ ਸ਼ਾਮਿਲ ਹੈ।
3. ਗਾਹਕ ਵਿਵਸਥਾ :- ਮਾਰਕੀਟ ਸੰਕੇਤਾਂ ਅਨੁਸਾਰ ਸਾਰੀਆਂ ਪੂਰਤੀ ਚੇਨਾਂ ਨੂੰ ਹੁਕਮਾਂ ਅਧੀਨ ਜੋੜਨਾ ਜ਼ਰੂਰੀ ਹੋ

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

ਸਕਦਾ ਹੈ ਤਾਂ ਕਿ ਸਯੁੰਕਤ ਪ੍ਰਾਪਤੀ ਗਾਹਕ ਦੀਆਂ ਲੋੜਾਂ ਨੂੰ ਪੂਰੀ ਕਰਦੀ ਹੈ।

4. ਪ੍ਰਕ੍ਰਿਆਵਾਂ ਦਾ ਜੋੜਨਾ **:-** ਇਥੇ ਸਮਾਂ ਅਤੇ ਸਪੀਡ ਬਹੁਤ ਜ਼ਰੂਰੀ ਹੈ। ਇਸ ਦੀ ਸਫਲਤਾ ਲਈ ਚੇਨ ਦੇ ਹਿੱਸੇ ਤੋਂ ਦੂਜੇ ਹਿੱਸੇ ਤੱਕ ਚੇਨ ਦੇ ਹਿੱਸੇਦਾਰਾ ਵਿਚਕਾਰ ਸਮੇਂ ਤੇ ਸੂਚਨਾ ਦਾ ਅਦਾਨ ਪ੍ਰਦਾਨ ਪੂਰਵ ਅਨੁਮਾਨਾਂ ਅਨੁਸਾਰ ਯੋਜਨਾਵੀ ਦੀ ਲੋੜ ਹੁੰਦੀ ਹੈ।

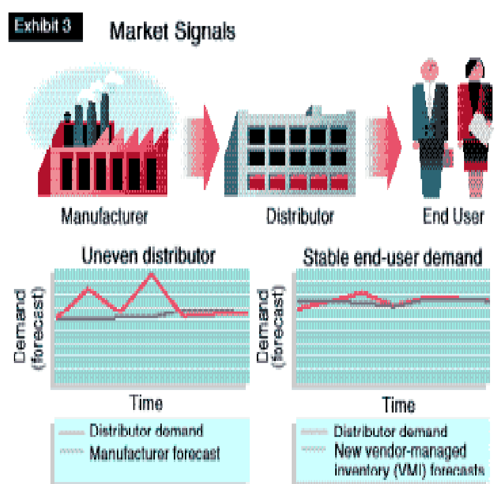
5. ਉਤਪਾਦਾਂ ਅਤੇ ਸਰੋਤਾਂ ਦੀ ਵਿਵੇਕਪੂਰਨ ਅਤੇ ਉਚਿਤ ਵਰਤੋਂ ਉਚਿਤ ਰਣਨੀਤਕ ਵਿਵਸਥਾ ਦੁਆਰਾ ਉਤਪਾਦਨ ਦੇ ਖਰਚੇ ਨੂੰ ਘਟਾਇਆ ਜਾ ਸਕਦਾ ਹੈ। ਸਪਲਾਈ ਚੇਨਵਿਵਸਥਾ ਦਾ ਹਿੱਸਾ ਹੁੰਦੇ ਹੋਏ ਵੀ ਫਰਮਾਂ ਲਈ ਇਹ ਮੁਸ਼ਕਿਲ ਨਹੀਂ ਹੁੰਦਾ ਕਿ ਉਹ ਲੋੜੀਂਦੀ ਹਰ ਵਸਤੂ ਅਤੇ ਸੇਵਾ ਆਪਣੇ ਪੱਧਰ ਤੇ ਪੈਦਾ ਕਰ ਸਕਣ। ਇਸ ਲਈ ਸਰੋਤਾਂ/ਸਾਧਨਾਂ ਦਾ ਬਾਹਰ ਤੋਂ ਪ੍ਰਬੰਧ ਕਰਨਾ (Out Sourcing) ਸਰੋਤਾਂ ਅਤੇ ਉਤਪਾਦਨ ਵਿੱਚ ਘੱਟ ਤੋਂ ਘੱਟ ਵੇਸਟੇਜ਼ (Wastage) ਕਰਨਾ (Lean manufacturing) ਅਤੇ ਪੂਰਵ ਅਨੁਮਾਨ ਮੁਤਾਬਿਕ ਸਹੀ ਸਮੇਂ ਤੇ ਸਹੀ ਮਾਤਰਾ ਵਿੱਚ ਉਤਪਾਦ/ਸੇਵਾ ਲੈਣਾ (Just-in-time) ਆਦਿ ਤਰੀਕੇ ਅਪਣਾਉਣਾ ਜ਼ਰੂਰੀ ਹੈ। ਇਹਨਾਂ ਤਕਨੀਕਾਂ ਤੋਂ ਇੱਛਤ ਨਤੀਜੇ ਪ੍ਰਾਪਤ ਕਰਨ ਲਈ ਹਰ ਯੂਨਿਟ ਦਾ ਦੂਜੀ ਨਾਲ ਠੀਕ ਤਰ੍ਹਾਂ ਜੁੜੇ ਹੋਣਾ ਜ਼ਰੂਰੀ ਹੈ।

6. ਰਣਨੀਤਕ ਗਠਜੋੜ ਅਤੇ ਸੰਬੰਧ ਵਿਵਸਥਾ ਹਰੇਕ ਚੇਨ ਭਾਗੀਦਾਰ ਨੂੰ ਆਪਣੇ ਦ੍ਰਿਸ਼ਟੀਕੋਣ ਨਾਲ ਵੇਖਦਾ ਹੈ, ਜਿਸ ਨਾਲ ਪੂਰਤੀ ਚੇਨ ਦੇ ਇਕ ਸਿਰੇ ਤੋਂ ਦੂਸਰੇ ਤੱਕ ਰਣਨੀਤਕ ਗਠਜੋੜ ਬਣਦੇ ਹਨ। ਇਕ ਵਾਰ ਗਠਜੋੜ ਬਣਨ ਤੇ ਪ੍ਰਭਾਵਸ਼ਾਲੀ ਸੰਬੰਧ ਵਿਵਸਥਾ ਰਾਹੀਂ ਇਹਨਾਂ ਰਿਸ਼ਤਿਆਂ ਨੂੰ ਮਜ਼ਬੂਤ ਕਰਨ ਦੀ ਜ਼ਰੂਰਤ ਹੁੰਦੀ ਹੈ।

7. ਕਾਰਗੁਜ਼ਾਰੀ ਲਈ ਪੈਮਾਨਾ ਵਿਕਸਿਤ ਕਰਨਾ ਕਾਰਗੁਜ਼ਾਰੀ ਲਈ ਪੈਮਾਨੇ ਦਾ ਮੂਲ ਰੂਪ ਵਿੱਚ ਕਾਰਗੁਜ਼ਾਰੀ ਦੇ ਪੱਧਰਾਂ ਨੂੰ ਵਧਾਉਣਾ ਹੈ ਅਤੇ ਪੂਰਤੀ ਚੇਨ ਵਿੱਚ ਕਾਰਗੁਜ਼ਾਰੀ ਨੂੰ ਮਾਪਣ ਦੇ ਤਰੀਕੇ ਵਿਕਸਿਤ ਕਰਨਾ ਹੈ ਤਾਂ ਜੋ ਸਾਰੀ ਚੇਨ ਦੀ ਕਾਰਗੁਜ਼ਾਰੀ ਨੂੰ ਉੱਤਮ ਬਣਾਉਣ ਲਈ ਉਚਿਤ ਕਾਰਜ ਦੀ ਸ਼ੁਰੂਆਤ ਕੀਤੀ ਜਾ ਸਕੇ।

ਪੂਰਤੀ ਚੇਨ ਵਿਵਸਥਾ ਦੇ ਸਿਧਾਂਤਾਂ ਦਾ ਸਾਰੰਸ਼ ਇਹ ਹੈ ਕਿ ਇਹ ਸਿਧਾਂਤ ਗਾਹਕ ਅਤੇ ਗਾਹਕਾਂ ਦੀ ਸਤੁੰਸ਼ਟੀ ਲਈ ਚੈਨ ਦੀ ਯੋਗਤਾ ਦੇ ਦੁਆਲੇ ਘੁੰਮਦੇ ਹਨ।

ਐਸ.ਸੀ.ਐਮ ਦੀ ਸਹੀ ਕਾਰਜਸ਼ੈਲੀ ਪਿੱਛੇ ਮੁੱਖ ਉਦੇਸ਼ ਅਤੇ ਇੱਛਾ, ਸਹੀ ਚੀਜ਼ਾਂ ਨੂੰ ਸਹੀ ਸਮੇਂ ਤੇ ਸਹੀ ਕੀਮਤ ਦੇ ਕੇ ਖਰੀਦਣ ਨੂੰ ਉਤਸ਼ਾਹਿਤ ਕਰਨਾ ਹੈ ਜਿਸ ਦਾ ਮੰਤਵ ਮੰਗ ਚੱਕਰ ਆਰਡਰ ਸਾਈਕਲ ਨੂੰ ਘਟਾਉਣਾ ਅਤੇ ਲਚਕੀਲੇਪਣ ਨੂੰ ਯਕੀਨੀ ਬਣਾਉਣਾ ਹੈ। ਵੱਡੀਆਂ ਪ੍ਰਚੂਨ ਚੇਨਾਂ ਜਿਵੇਂ ਕਿ ਵਾਲ ਮਾਰਟ, ਸੇਫ਼ਵੇਅ ਅਤੇ ਦ ਗੈਪ ਨੇ ਰਣਨੀਤਕ ਤੌਰ ਐਸ.ਸੀ.ਐਮ ਨੂੰ ਲਾਗੂ ਕੀਤਾ ਹੈ ਅਤੇ ਨਤੀਜੇ ਵਜੋਂ ਵਿਕਸਿਤ ਹੋਈਆਂ ਹਨ।



ਐਸ.ਸੀ.ਐਮ (ਸਪਲਾਈ ਚੇਨ ਮੈਨਜਮੈਂਟ) ਦੇ ਕਈ ਸਿਧਾਂਤ ਹਨ, ਜਿਨ੍ਹਾਂ ਦੀ ਪਾਲਣਾ ਵਿਚੋਲੀਏ ਜਾਂ ਸਾਂਝੀਦਾਰ, ਉਤਪਾਦਾਂ ਅਤੇ ਸੇਵਾਵਾਂ ਨੂੰ ਬਿਨਾਂ ਰੁਕਾਵਟ ਦੇ ਖਪਤਕਾਰਾਂ ਤੱਕ ਪਹੁੰਚਾਉਣ ਲਈ ਕਰਦੇ ਹਨ। ਇਹ ਸਿਧਾਂਤ ਹਨ

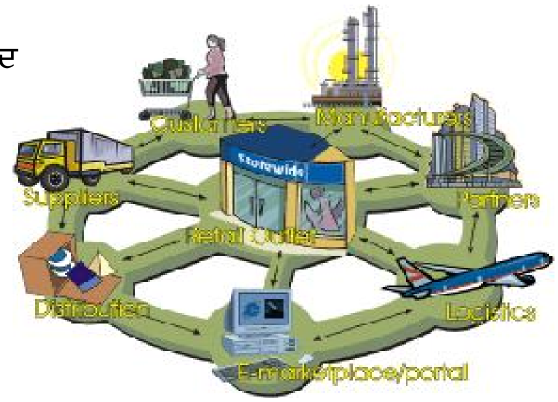
1. ਉਤਪਾਦ ਵਿਸ਼ੇਸ਼ਤਾਵਾਂ ਅਤੇ ਉਪਭੋਗੀ ਨੂੰ ਜਾਣਕਾਰੀ।
2. ਵਿਕਰੀ ਦਾ ਅਕਾਰ ਅਤੇ ਕੀਮਤ ਵਿਕਰੀ ਪ੍ਰਾਪਤੀ/ਵਸੂਲੀ ਦੀ ਹੱਦ।
3. ਮਾਰਕਿਟ ਖੇਤਰ ਉਪਭੋਗਤਾ ਖੇਤਰ, ਪ੍ਰਚੂਨ ਵਪਾਰੀ ਅਤੇ ਹੋਰ ਵਪਾਰੀ।
4. ਵਿਤਰਣ ਦੇ ਮੌਜੂਦਾ ਤਰੀਕੇ ਪ੍ਰਭਾਵ, ਲਾਭ ਅਤੇ ਹਾਨੀਆਂ।
5. ਲੋੜੀਦੀਆਂ ਕੋਸ਼ਿਸ਼ਾ ਉਪਭੋਗਤਾ ਤੱਕ ਪਹੁੰਚ, ਵਿਤਰਕਾਂ ਨੂੰ ਪ੍ਰਭਾਵਿਤ ਕਰਨ ਵਾਲਾ, ਲਾਗਤ ਕੁਸ਼ਲਤਾ

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

ਅਤੇ ਵਿਕਰੀ ਪ੍ਰਾਪਤੀ/ਵਸੂਲੀ।

ਕੰਪਨੀ ਨੂੰ ਵਿਤਰਨ ਰਣਨੀਤੀ ਨੂੰ ਲਾਗੂ ਕਰਨ ਲਈ ਹੇਠ ਲਿਖੇ ਸਿਧਾਂਤਾਂ ਦੇ ਆਧਾਰ ਤੇ ਸਿੱਧੇ ਅਤੇ ਅਸਿੱਧੇ ਵਿਤਰਨ ਵਿੱਚ ਮੁਕਾਬਲਾ ਕਰਨਾ ਚਾਹੀਦਾ ਹੈ।



1. ਖਰਚਾ ਇਸ ਤੱਥ ਵਿੱਚ ਵਿਵਰਨ ਦੇ ਖਰਚੇ ਉਤਪਾਦ ਦੇ ਨਾ ਉਪਲੱਬਧ ਹੋਣ ਦੀ ਸੂਰਤ ਵਿੱਚ ਵਿਤਰਨ ਦੀ ਪ੍ਰੀਕ੍ਰਿਆ ਦੌਰਾਨ ਆਈ ਮੌਕਾ ਲਾਗਤ, ਸਟਾਕ ਰੱਖਣ ਅਤੇ ਮਾਲ ਦੀ ਵਿੱਚ ਸ਼ਾਮਿਲ ਹਨ।
2. ਉਤਪਾਦ ਦੀਆਂ ਵਿਸ਼ੇਸ਼ਤਾਵਾਂ (**Product characteristics**) **:-** ਉਤਪਾਦ ਦੇ ਗੁਣਾ ਨੂੰ ਵਾਪਸੀਕਰਨ ਦੇ ਰੇਟ ਕੁਲ (ਪੂਰੇ) ਲਾਭ ਸੇਵਾਵਾਂ ਦੀ ਜ਼ਰੂਰਤ ਅਤੇ ਉਤਪਾਦ ਦੀ ਖੋਜ਼ ਕਰਨ ਲੱਗੇ ਸਮੇਂ ਨਾਲ ਸਬੰਧਿਤ ਕਾਰਜ ਦੁਆਰਾ ਮਾਪਿਆ ਜਾਂਦਾ ਹੈ।
3. ਕੰਟਰੋਲ ਕਰਨ ਦੀ ਡਿਗਰੀ (**Degree of control**)**:-** ਜਦੋਂ ਸਿਧਾ ਵਿਤਰਣ ਨੂੰ ਅਪਣਾਉਣਾ ਹੋਵੇ ਤਾਂ ਕੰਟਰੋਲ ਕਰਨ ਦਾ ਪੱਧਰ ਜ਼ਿਆਦਾ (ਉੱਚਾ) ਹੁੰਦਾ ਹੈ।
4. ਹੋਰ ਤੱਥ (**Other Features**) **:-** ਅਨੁਕੂਲਤਾ ਤਕਨੀਕੀ ਤਬਦੀਲੀਆ ਸਮਾਜਿਕ ਅਤੇ ਸਭਿਆਚਾਰਕ ਕਦਰਾਂ ਕੀਮਤਾ ਨੂੰ ਵਿਚਾਰਨਾ ਚਾਹੀਦਾ ਹੈ।

ਸਮੇਂ ਦੀ ਅਗਵਾਈ (**Lead time**)

ਇਨ੍ਹਾਂ ਤੋਂ ਇਲਾਵਾ ਤਿੰਨ ਹੋਰ ਗੰਭੀਰ ਸਮੇਂ ਦੀ ਅਗਵਾਈ ਕਰਨ ਵਾਲੇ ਹਨ ਜਿਨ੍ਹਾਂ ਦਾ ਪ੍ਰਬੰਧ ਸੰਸਥਾ ਨੂੰ ਜੋ ਪ੍ਰਚੂਨ ਵਪਾਰ ਵਿੱਚ ਪੂਰਨ ਸਫਲਤਾ ਪ੍ਰਾਪਤ ਕਰਨਾ ਚਾਹੁੰਦੀ ਹੈ ਕਰਨ ਪੈਂਦਾ ਹੈ।

1. ਸਮੇਂ ਨਾਲ ਮਾਰਕੀਟ ਕਰਨਾ (**Time to market**) **:-** ਉਹ ਸਮਾਂ ਜੋ ਇਹ ਮਾਰਕੀਟ ਮੌਕੇ ਨੂੰ ਵਪਾਰਕ ਮਾਨਤਾ ਪ੍ਰਾਪਤ ਕਰਨ ਨੂੰ ਲੱਗਦਾ ਹੈ ਉਸ ਨੂੰ ਉਤਪਾਦ ਵਿੱਚ ਬਦਲਿਆ ਜਾਂਦਾ ਹੈ ਜਾਂ ਮਾਰਕੀਟ ਵਿੱਚ ਲਿਆਉਣ ਦੀ ਸੇਵਾ ਵਿੱਚ ਬਦਲਿਆ ਜਾਂਦਾ ਹੈ।
2. ਸੇਵਾ ਕਰਨ ਦਾ ਸਮਾਂ (**Time to service**) **:-** ਉਹ ਸਮਾਂ ਜਿਸ ਵਿੱਚ ਗਾਹਕ ਦੇ ਆਰਡਰ ਨੂੰ ਪ੍ਰਾਪਤ ਕਰਨਾ ਅਤੇ ਪ੍ਰਚੂਨ ਗਾਹਕ ਦੀ ਸੰਤੁਸ਼ਟੀ ਲਈ ਉਤਪਾਦ ਨੂੰ ਭੇਜਣਾ ਹੁੰਦਾ ਹੈ।
3. ਪ੍ਰਤੀਕਿਰਿਆ ਕਰਨ ਦਾ ਸਮਾਂ (**Time to react**) **:-** ਸਮਾਂ ਜੋ ਵਪਾਰਕ ਉਪਲੱਬਧੀ (ਪ੍ਰਾਪਤੀ) ਨੂੰ ਐਡਜੈਟ ਕਰਨ ਵਿੱਚ ਲੱਗਦਾ ਹੈ।

ਅਭਿਆਸ

1. ਕਿਸੇ ਮਾਲ ਵਿੱਚ ਜਾਓ ਐਸ.ਸੀ.ਐਮ ਦੇ ਲੋਜਿਸਟਿਕ ਸੈਂਟਰ ਤੇ ਕੰਮ ਤੇ ਸ਼ਾਮਿਲ ਹੋਵੇ ਅਤੇ ਇਹ ਲੱਭੋ ਕਿ ਸਿਧੀ ਅਤੇ ਅਸਿਧੀ ਵਸਤੂ ਦੀਆਂ ਸੇਵਾਵਾਂ ਦੇ ਵਿਤਰਣ ਵਿੱਚ ਕਿਹੜੇ ਤੱਥ ਪ੍ਰਭਾਵਿਤ ਕਰਦੇ ਹਨ।
2. ਕਿਸੇ ਵੱਡੇ ਮਾਲ ਵਿੱਚ ਜਾਓ ਅਤੇ ਇਹ ਪਤਾ ਕਰੋ ਕਿ ਉਨ੍ਹਾਂ ਦੁਆਰਾ ਪੈਰਾਮੀਟਰਾਂ ਦੀ ਪ੍ਰਾਪਤੀ ਕੀਤੀ ਜਾਂਦੀ ਹੈ। ਖਰਚ, ਉਤਪਾਦ ਦੀਆਂ ਵਿਸ਼ੇਸ਼ਤਾਵਾਂ, ਕੰਟਰੋਲ ਦੀ ਡਿਗਰੀ ਅਤੇ ਤਕਨੀਕ ਆਦਿ।
   (ੳ) ਖਰਚ
   (ਅ) ਉਤਪਾਦ ਦੀਆਂ ਵਿਸ਼ੇਸ਼ਤਾਵਾਂ
   (ੲ) ਕੰਟਰੋਲ ਕਰਨ ਦੀ ਤਿਆਰ
   (ਸ) ਤਕਨੀਕ (ਢੰਗ)

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

3. ਕਿਸੇ ਸੰਸਥਾ ਜਾਂ ਡਿਪਾਰਟਮੈਂਟਲ (ਵਿਭਾਗੀ) ਸਟੋਰ ਤੇ ਜਾਓ ਅਤੇ ਪਤਾ ਲਗਾਓ ਕਿ ਉਹ ਰੋਜ਼ਾਨਾ ਦੇ ਅਦਾਨ ਪ੍ਰਦਾਨ ਵਿੱਚ ਕਿਹੜੇ ਸਿਧਾਂਤ ਦੀ ਪੈਰਵਾਈ ਕਰਦੇ ਹਨ।

ਮੁਲੰਕਣ

(ੳ) ਖਾਲੀ ਥਾਵਾਂ ਭਰੋ

1. ਖਰਚੇ ਤੇ ਤੱਥ ਵਿੱਚ __________ ਅਤੇ __________ ਵਿਤਰਣ ਦੀ ਪ੍ਰਕਿਰਿਆ ਵਿੱਚ ਪੈਦਾ ਹੋਏ ਖਰਚੇ ਲਈ ਉਸ ਕੇਸ ਵਿੱਚ ਜਿਥੇ ਉਤਪਾਦ ਦੀ ਉਪਲੱਬਧੀ ਨਾ ਹੋਵੇ।
2. ___________ ਉਹ ਸਮਾਂ ਵਿੱਚ ਗਾਹਕ ਦੇ ਆਰਡਰ ਨੂੰ ਪਕੜਨਾ (ਗ੍ਰਿਫਿਤ ਕਰਨਾ) ਅਤੇ ਪ੍ਰਚੂਨ ਵਪਾਰੀ ਦੀ ਸੰਤੁਸ਼ਟੀ ਲਈ ਉਤਪਾਦ ਨੂੰ ਭੇਜਣਾ।
3. __________ ਜਦੋਂ ਸਿਧੇ ਵਿਵਰਣ ਨੂੰ ਅਪਣਾਇਆ ਜਾਂਦਾ ਹੈ ਨਾਲੋਂ ਆਮ ਤੌਰ ਤੇ ਵੱਡਾ ਹੁੰਦਾ ਹੈ।

(ਅ) ਬਹੁਵੈਕਲਪੀ ਪ੍ਰਸ਼ਨ

1. ਇਨ੍ਹਾਂ ਨੂੰ ਅਪਣਾਉਣਾ ਐਸ.ਸੀ.ਐਮ ਦੇ ਸਿਧਾਂਤ ਨਹੀਂ ਹਨ
   (ੳ) ਗਾਹਕ ਰਾਜੇ ਵਰਗਾ
   (ਅ) ਪ੍ਰਬੰਧਕੀ ਲੋਜਿਸਟਿਕ
   (ੲ) ਗਾਹਕ ਪ੍ਰਬੰਧਕ
   (ਸ) ਮਾਲਕਾ ਨੂੰ ਸੇਵਾਵਾਂ ਦੇਣਾ
2. ___________ ਬਹੁਤ ਜ਼ਰੂਰੀ ਹਿਸਾ ਹੈ ਜਿਸ ਤੇ ਸਾਰੀ ਪੂਰਤੀ ਚੇਨ ਅਭਿਆਸ ਦੀ ਸਫਲਤਾ ਤੇ ਨਿਰਭਰ ਕਰਦੀ ਹੈ।
   (ੳ) ਪ੍ਰਕ੍ਰਿਆ ਦਾ ਸਗੰਠਨ
   (ਅ) ਬਰੈਂਡਿੰਗ
   (ੲ) ਜੋੜਨਾ (ਇਕੱਠਾ ਕਰਨਾ)
   (ਸ) ਵਿਗਿਆਪਣ ਕੀਮਤ
3. ਸਪਲਾਈ ਚੈਨ ਪ੍ਰਬੰਧਕ ਵਿੱਚ ਵਿਤਰਣ ਦਾ ਤਰੀਕਾ ਹੈ ਜਿਹੜਾ ਉਤਪਾਦ ਨੂੰ ਮੂਲ ਗਾਹਕ ਤਕ ਪਹੁੰਚਦਾ ਹੈ।
   (ੳ) ਸਧਾਰਣ
   (ਅ) ਅਜ਼ਾਦ
   (ੲ) ਪੇਚੀਦਾ
   (ਸ) ਖਰਚੀਲਾ
4. ________ ਤੁਹਾਡੇ ਹੁਕਮ ਵਿੱਚ ਸਾਰੀ ਪੂਰਤੀ ਚੇਨ ਨੂੰ ਜੋੜਨ ਦੀ ਜ਼ਰੂਰਤ ਹੋ ਸਕਦੀ ਹੈ ਤਾਂ ਕਿ ਉਨ੍ਹਾਂ ਦੀ ਮਿਸ਼ਰਣ ਪ੍ਰਾਪਤੀ ਗਾਹਕ ਦੀਆਂ ਵਿਸ਼ੇਸ਼ ਲੋੜ ਕਰ ਸਕੇ।
   (ੳ) ਲੇਬਰ ਪ੍ਰਬੰਧਕ
   (ਅ) ਗਾਹਕ ਪ੍ਰਬੰਧਕ
   (ੲ) ਸੇਵਾ ਪ੍ਰਬੰਧਕ
   (ਸ) ਉਪਰੋਕਤ ਵਿੱਚੋਂ ਸਾਰੇ।

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

ਮੁਲਾਂਕਣ ਕਿਰਿਆ ਲਈ ਚੈਕਲਿਸਟ

ਇਹ ਦੇਖਣ ਲਈ ਹੇਠ ਲਿਖੀ ਚੈਕ ਲਿਸਟ ਦੀ ਵਰਤੋਂ ਕਿ ਤੁਸੀਂ ਮੁਲਾਂਕਣ ਕਿਰਿਆ ਲਈ ਸਾਰੀਆਂ ਸ਼ਰਤਾਂ ਪੂਰੀਆਂ ਕਰ ਲਈਆਂ ਹਨ।

ਭਾਗ (ੳ)

- ਵਿਤਰਣ ਦੇ ਸਭ ਤੋਂ ਛੋਟੇ ਚੈਨਲ ਦਾ ਵਰਣਨ ਕਰੋ।
- ਐਸ.ਸੀ.ਐਮ ਵਿੱਚ ਡੀਲਰਾਂ ਅਤੇ ਵਿਤਰਕਾਂ ਦੀ ਨਿਯੁਕਤੀ ਦੇ ਕੀ ਲਾਭ ਹਨ।
- ਐਸ.ਸੀ.ਐਮ ਨੂੰ ਖਰਚ ਤੱਥ ਕਿਵੇਂ ਪ੍ਰਭਾਵਿਤ ਕਰਦਾ ਹੈ।
- ਐਸ.ਸੀ.ਐਮ ਵਿੱਚ ਥੋਕ ਵਪਾਰੀ ਦੀ ਕੀ ਭੂਮਿਕਾ ਹੈ ?
- ਸਫਲ ਪ੍ਰਚੂਨ ਵਪਾਰ ਵਿੱਚ ਤਿੰਨ ਸਮੇਂ ਸੀਮਾਵਾਂ ਦੀ ਕੀ ਜਿਮੇਵਾਰੀ ਹੈ ?
- ਐਸ.ਸੀ.ਐਮ ਦੇ ਸੱਤ ਸਿਧਾਂਤਾ ਦਾ ਵਰਣਨ ਕਰੋ।

ਭਾਗ (ਅ)

ਜਮਾਤ ਵਿੱਚ ਚਰਚਾ ਕੀਤੀ ਗਈ।

- ਐਸ.ਸੀ.ਐਮ ਦੇ ਕਿਹੜੇ ਸਿਧਾਂਤ ਹਨ।
- ਵਿਤਰਣ ਰਣਨੀਤੀ ਨੂੰ ਲਾਗੂ ਕਰਨ ਬਾਰੇ ਵਰਣਨ ਕਰੋ।

ਭਾਗ (ੲ)

ਕਾਰਗੁਜ਼ਾਰੀ ਦਾ ਪੱਧਰ

ਕਾਰਜ ਪੱਧਰ ਵਿੱਚ ਸ਼ਾਮਿਲ ਹੈ

ਕਾਰਗੁਜ਼ਾਰੀ ਪੱਧਰ	ਹਾਂ	ਨਹੀਂ
• ਆਪਣੇ ਵਪਾਰ ਵਿਤਰਕ ਨੂੰ ਨਿਯੁਕਤ ਕਰਨ ਦੇ ਫ਼ਾਇਦਿਆਂ ਨੂੰ ਪਛਾਨਣ ਦੇ ਯੋਗ ਹੈ।		
• ਐਸ.ਸੀ.ਐਮ ਦੇ ਸੱਤ ਸਿਧਾਂਤਾਂ ਨੂੰ ਵਰਣਨ ਕਰਨ ਦੇ ਯੋਗ ਹੈ।		

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

ਸੈਸ਼ਨ 3 ਐਸ.ਸੀ.ਐਮ ਪ੍ਰਕ੍ਰਿਆ ਵਿੱਚ ਭਾਗ ਲੈਣ ਵਾਲੇ

ਸਬੰਧਿਤ ਗਿਆਨ (Relevant Knowledge)

ਸਪਲਾਈ ਚੇਨ ਪ੍ਰਬੰਧਨ ਵਪਾਰਕ ਰਣਨੀਤੀ, ਵਪਾਰਕ ਪ੍ਰਕ੍ਰਿਆ ਅਤੇ ਸੂਚਨਾ ਤਕਨੀਕਾਂ ਦਾ ਮਿਸ਼ਰਣ ਹੈ ਜੋ ਕੱਚੇ ਮਾਲ ਜਾਂ ਜਰੂਰੀ ਹਿੱਸਿਆ ਦੀ ਪੂਰਤੀ ਕਰਨ ਵਾਲੇ, ਉਤਪਾਦਕਾ, ਪੂਰਨ ਉਤਪਾਦ ਦੇ ਹਿਸਿਆ ਨੂੰ ਜੋੜਣ ਵਾਲੇ ਅਤੇ ਉਤਪਾਦ ਅਤੇ ਸੇਵਾਵਾਂ ਦੇ ਵਿਤਰਕਾਂ ਨੂੰ ਇਕ ਪ੍ਰੀਕ੍ਰਿਆ ਵਿੱਚ (ਜੋੜਦੇ) ਇਕੱਠੇ ਕਰਦੇ ਹਨ। ਇਸ ਪ੍ਰਕ੍ਰਿਆ ਵਿੱਚ ਮੰਗ ਸੰਬੰਧੀ ਭਵਿੱਖਬਾਣੀ ਮਾਲ ਦੀ ਪ੍ਰਾਪਤੀ ਆਰਡਰ ਪੂਰਾ ਕਰਨਾ ਦੀ ਪ੍ਰਕ੍ਰਿਆ, ਆਰਡਰ ਪੂਰਾ ਕਰਨਾ, ਢੋਆ ਢੁਆਈ ਦੀਆਂ ਸੇਵਾਵਾਂ, ਮਾਲ ਪ੍ਰਾਪਤ ਕਰਨਾ, ਪ੍ਰਾਪਤੀ ਦਾ ਚਲਾਨ ਭੇਜਣਾ, ਪੈਸੇ ਦੇਣ ਦੀਆਂ ਪ੍ਰਕ੍ਰਿਆਵਾਂ ਸ਼ਾਮਿਲ ਹਨ।

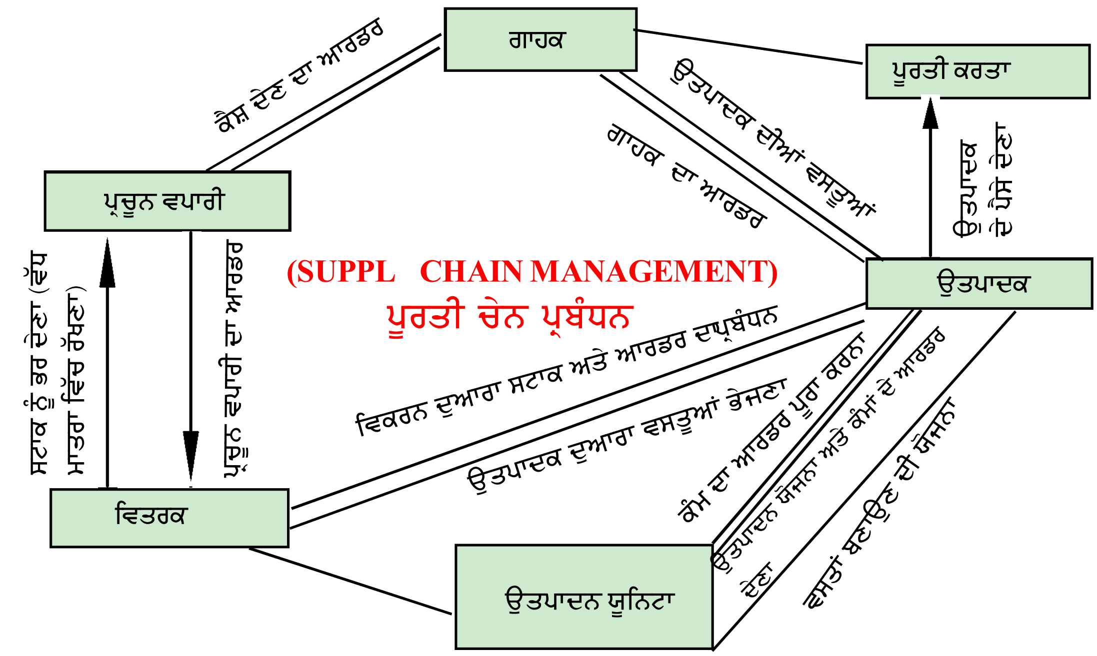
ਸਪਲਾਈ ਚੇਨ ਵਿੱਚ ਭਾਗੀਦਾਰ (**Participants in supply chain**) :-

- ਪੂਰਤੀ ਕਰਤਾ (**Suppliers**) :- ਪੂਰਤੀ ਕਰਤਾ ਉਤਪਾਦਕਾਂ ਅਤੇ ਵੰਡਣ ਕਰਤਾ ਨੂੰ ਉਤਪਾਦਨ ਦੇ ਉਦੇਸ਼ ਜਾਂ ਵਪਾਰਕ ਉਦੇਸ਼ ਨਾਲ ਵਸਤੂਆਂ ਅਤੇ ਸੇਵਾਵਾਂ ਪ੍ਰਦਾਨ ਕਰਦੇ ਹਨ। ਅਕਸਰ ਪੂਰਤੀ ਕਰਤਾ ਸ਼ਬਦ ਨੂੰ ਵਿਕਰੇਤਾ ਨਾਲ ਸਮਾਨ ਰੂਪ ਵਿੱਚ ਵਰਤਿਆਂ ਜਾਂਦਾ ਹੈ ਪ੍ਰੰਤੂ ਇਹ ਅੰਦਰੂਨੀ ਕੰਪਨੀ ਸਰੋਤਾਂ ਦੇ ਸਬੰਧ ਵਿੱਚ ਵੀ ਵਰਤਿਆ ਜਾ ਸਕਦਾ ਹੈ।
- ਉਤਪਾਦਕ (**Manufacturers**) :- ਉਤਪਾਦਕ ਉਹ ਪ੍ਰਬੰਧਕ ਜਾਂ ਵਪਾਰੀ ਹਨ, ਜਿਹੜੇ ਅਸਲੀ ਉਤਪਾਦਨ ਵਿੱਚ, ਕੱਚੇ ਮਾਲ, ਉਪਕਰਨ, ਲੇਬਰ ਅਤੇ ਸੇਵਾਵਾਂ ਆਦਿ ਦਾ ਪ੍ਰਬੰਧ ਕਰਨ ਵਿੱਚ ਜੁਟੇ ਹੁੰਦੇ ਹਨ। ਉਹ ਉਨ੍ਹਾਂ ਉਤਪਾਦਾਂ ਜਾਂ ਸੇਵਾਵਾਂ ਦੇ ਖਰੀਦਦਾਰ ਵੀ ਹੁੰਦੇ ਹਨ। ਜਿਨ੍ਹਾਂ ਦਾ ਕੰਪਨੀ ਦੀਆਂ ਵਿਸ਼ੇਸ਼ ਲੋੜਾਂ ਦੇ ਅਨੁਸਾਰ ਉਤਪਾਦਨ ਜ਼ਰੂਰੀ ਹੁੰਦਾ ਹੈ।
- ਉਤਪਾਦਨ ਯੂਨਿਟਾ (**Production Unts**) :- ਇਨ੍ਹਾਂ ਯੂਨਿਟਾ ਵਿੱਚ ਉਤਪਾਦਕ ਕਈ ਸਾਧਨਾਂ ਜਿਵੇਂ ਕਿ ਮਨੁੱਖੀ ਸ਼ਕਤੀ , ਮਸ਼ੀਨਾਂ ਧਨ ਅਤੇ ਭੌਤਿਕ ਪਦਾਰਥਾਂ ਆਦਿ ਦੀ ਮਦਦ ਨਾਲ ਉਤਪਾਦਾਂ ਦਾ ਉਤਪਾਦਨ ਕਰਦੇ ਹਨ।
- ਵਿਤਰਕ (**Distributions**) :- ਵਿਤਰਕ ਪੂਰਤੀ ਕਰਤਾ ਜਾਂ ਉਤਪਾਦਕਾਂ ਦੇ ਉਤਪਾਦਾਂ, ਸੇਵਾਵਾਂ ਦੇ ਮੰਡੀਕਰਣ ਵਿੱਚ ਮਦਦ ਕਰਦੇ ਹਨ ਅਤੇ ਗਾਹਕਾਂ ਤੋਂ ਅਦਾਇਗੀਯੋਗ ਰਕਮ ਇਕੱਠੀ ਕਰਦੇ ਹਨ। ਵਿਤਰਕ ਪੂਰਤੀ ਕਰਤਾ ਜਾਂ ਉਤਪਾਦਕਾਂ ਦੇ ਉਤਪਾਦਾਂ ਦਾ ਸਟਾਕ ਵੀ ਸੰਭਾਲਦੇ ਹਨ।
- ਥੋਕ ਵਿਕ੍ਰੇਤਾ (**Whole sales**) :- ਥੋਕ ਵਿਕ੍ਰੇਤਾ ਭੌਤਿਕ ਵਿਤਰਣ ਦੀਆਂ ਮਹੱਤਵਪੂਰਨ ਕੜੀਆਂ ਵਿੱਚੋਂ ਇਕ ਹੈ। ਥੋਕ ਵਿਕ੍ਰੇਤਾ ਨੂੰ ਵਿਚੋਲੀਆਂ ਵੀ ਆਖਿਆ ਜਾ ਸਕਦਾ ਹੈ ਜੋ ਕਿ ਉਤਪਾਦਕਾਂ (ਜਿਨ੍ਹਾਂ ਤੋਂ ਉਤਪਾਦ ਖਰੀਦਦਾ ਹੈ) ਅਤੇ ਪ੍ਰਚੂਨ ਵਪਾਰੀਆਂ (ਜਿਨ੍ਹਾਂ ਨੂੰ ਸਮਾਨ ਵੇਚਦਾ ਹੈ) ਵਿੱਚ ਕੜੀ ਦਾ ਕੰਮ ਕਰਦਾ ਹੈ। ਇਹ ਲੋਕ ਵੱਡੀ ਮਾਤਰਾ ਵਿੱਚ ਸਮਾਨ, ਤਿਆਰ ਉਤਪਾਦ ਜਾਂ ਸੇਵਾਵਾਂ ਖਰੀਦਦੇ ਹਨ ਅਤੇ ਪ੍ਰਚੂਨ ਵਪਾਰੀਆਂ ਨੂੰ ਵੇਚਦੇ ਹਨ ਤਾਂ ਕਿ ਇਹ ਮੂਲ ਗਾਹਕਾਂ ਤੱਕ ਪਹੁੰਚ ਸਕੇ।
- ਪ੍ਰਚੂਨ ਵਪਾਰੀ (**Retailers**) :- ਇਹ ਚੇਨ ਵਿੱਚ ਆਖਰੀ ਵਿਅਕਤੀ ਹੁੰਦਾ ਹੈ ਜੋ ਆਪਣੇ ਉਤਪਾਦ ਅਤੇ ਸੇਵਾਵਾਂ ਗਾਹਕਾਂ ਨੂੰ ਵੇਚਦਾ ਹੈ। ਪ੍ਰਚੂਨ ਵਪਾਰੀ ਪੂਰਤੀ ਚੇਨ ਜਾਂ ਸੰਗਠਿਤ ਪ੍ਰਣਾਲੀ ਦਾ ਭਾਗ ਹੁੰਦੇ ਹਨ। ਪ੍ਰਚੂਨ ਵਪਾਰੀ ਉਤਪਾਦਕਾਂ ਜਾਂ ਥੋਕ ਵਪਾਰੀਆਂ ਤੋਂ ਬਹੁਤ ਜ਼ਿਆਦਾ ਮਾਤਰਾ ਵਿੱਚ ਵਸਤੂਆਂ ਤੇ ਉਤਪਾਦ ਸਿਧੇ ਖ੍ਰੀਦਦੇ ਹਨ ਅਤੇ ਲਾਭ ਪ੍ਰਾਪਤ ਕਰਨ ਲਈ ਗਾਹਕਾਂ ਨੂੰ ਥੋੜੀ ਮਾਤਰਾ ਵਿੱਚ ਵੇਚਦੇ ਹਨ। ਪ੍ਰਚੂਨ ਵਪਾਰ ਕਿਸੇ ਨਿਸ਼ਚਿਤ ਜਗ੍ਹਾਂ ਜਾਂ (ਆੱਨ ਲਾਈਨ) ਇੰਟਰਨੈੱਟ ਸੇਵਾਵਾਂ ਰਾਹੀਂ ਕੀਤਾ ਜਾਂਦਾ ਹੈ। ਪ੍ਰਚੂਨ ਵਪਾਰ ਵਿੱਚ ਸਹਾਇਕ ਸੇਵਾਵਾਂ ਜਿਵੇਂ ਮਾਲ ਨੂੰ ਭੇਜਣਾ ਵੀ ਸ਼ਾਮਿਲ ਹੈ।

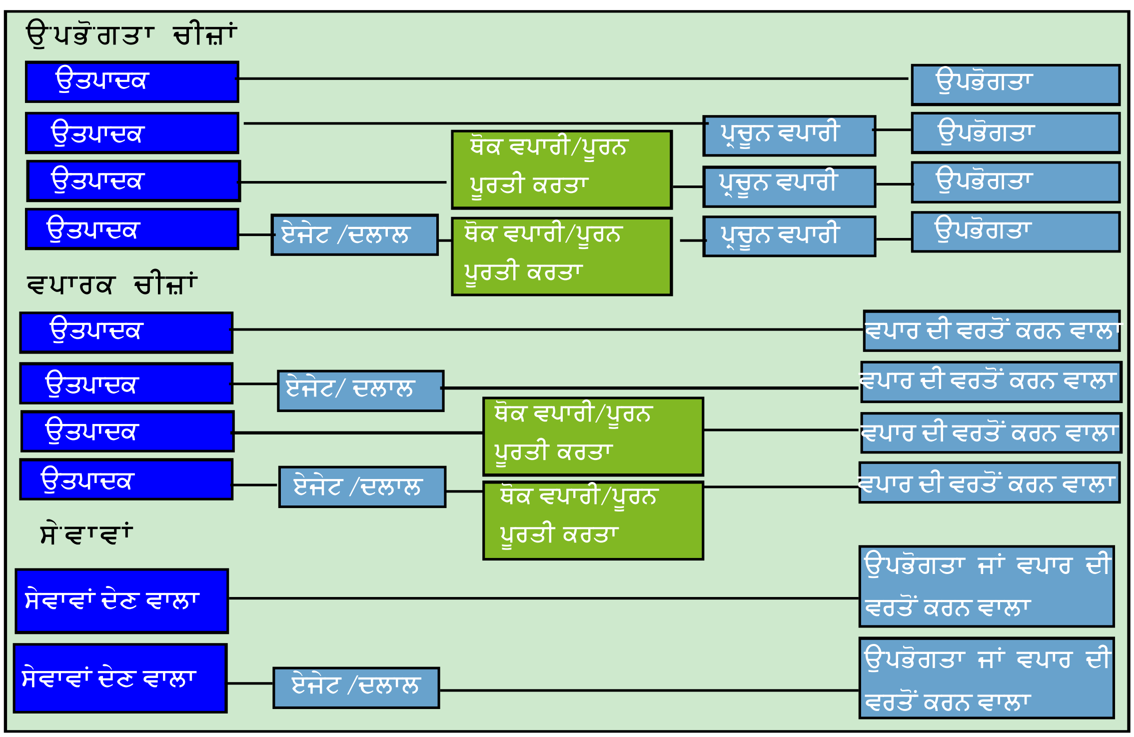
Downloaded from https:// www.studiestoday.com

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

ਹਿਸਾ ਲੈਣ ਵਾਲਿਆ ਦੇ ਆਪਸੀ ਸਬੰਧ (**Relations with Participants**):-



ਵਿਤਰਕ ਦੇ ਚੈਨਲ (**Channel of Distribution**) :-



Downloaded from https:// www.studiestoday.com

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

ਅਭਿਆਸ : ਸੌਂਪਿਆ ਗਿਆ ਕੰਮ

1. ਲੌਜਿਸਟਿਕ ਸੈਂਟਰਾਂ ਅਤੇ ਕੰਪਨੀਆਂ ਵਿੱਚ ਸੇਵਾਵਾਂ ਦੇ ਵਿਤਰਣ ਲਈ ਉਚਿਤ ਚੈਨਲ ਪਤਾ ਕਰਨ ਜਾਓ।
2. ਲੌਜਿਸਟਿਕ ਸੈਂਟਰਾਂ ਅਤੇ ਕੰਪਨੀਆਂ ਵਿੱਚ ਵਿਚੋਲੀਏ ਦੀਆਂ ਕਿਸਮਾਂ ਅਤੇ ਉਨ੍ਹਾਂ ਦੀ ਕਾਰਜ ਭੂਮਿਕਾ ਦਾ ਅਨੁਸਰਨ ਕਰਨ ਲਈ ਜਾਓ।
3. ਪ੍ਰਚੂਨ ਵਿਕਰੀ ਏਜੰਟਾਂ ਲਈ ਜ਼ਰੂਰੀ ਹੁਨਰਾਂ ਅਤੇ ਗੁਣਾਂ ਬਾਰੇ ਇਕ ਲਿਸਟ ਤਿਆਰ ਕਰੋ।
   (ੳ) ਪ੍ਰਚੂਨ ਵਪਾਰੀ
   (ਅ) ਥੋਕ ਵਪਾਰੀ
   (ੲ) ਇੰਟਰਵਿਊ ਲੈਣ ਲਈ ਪ੍ਰਸ਼ਨਾਵਲੀ ਤਿਆਰ ਕਰੋ।

ਮੁਲਾਂਕਣ

(ੳ) ਖਾਲੀ ਥਾਵਾਂ ਭਰੋ।

1. ਉਤਪਾਦਾਂ ਨੂੰ _________ ਤੋਂ _________ ਤੱਕ ਲੈ ਕੇ ਜਾਣ ਦੇ ਕਾਰਜ ਵਿੱਚ ਵੱਖ ਵੱਖ ਚੈਨਲ ਗਤੀਵਿਧੀਆਂ ਸ਼ਾਮਿਲ ਹਨ।
2. _________ ਪੂਰਤੀ ਕਰਤਾ ਜਾਂ ਉਤਪਾਦਕ ਦੀ ਮਾਰਕਿਟ ਵਿੱਚ ਸਿੱਧੇ ਤੌਰ ਤੇ ਵਸਤਾਂ ਅਤੇ ਸੇਵਾਵਾਂ ਵੇਚਣ (ਮੰਡੀਕਰਨ) ਵਿੱਚ ਸਹਾਇਤਾ ਪ੍ਰਦਾਨ ਕਰਦੇ ਹਨ।
3. __________ ਪ੍ਰਬੰਧਕ ਜਾਂ ਵਪਾਰੀ ਹਨ, ਜਿਹੜੇ ਅਸਲੀ ਉਤਪਾਦਨ ਵਿੱਚ, ਕੱਚੇ ਮਾਲ, ਉਪਕਰਨ, ਲੇਬਲ ਅਤੇ ਸੇਵਾਵਾਂ ਦਾ ਪ੍ਰਬੰਧ ਕਰਨ ਵਿੱਚ ਜੁਟੇ ਹੁੰਦੇ ਹਨ।
4. ਪੂਰਤੀ ਚੇਨ ਪ੍ਰਬੰਧਨ ਵਿੱਚ ਭਿੰਨ-ਭਿੰਨ ਤਰ੍ਹਾਂ ਦੇ ਭਾਗੀਦਾਰ ਜੁੜੇ ਹੁੰਦੇ ਹਨ ਜੋ ਉਤਪਾਦਨ ਦੀ ਪ੍ਰਕ੍ਰਿਆ ਤੱਕ ਸ਼ਾਮਿਲ ਹੁੰਦੇ ਹਨ।
5. ਪ੍ਰਚੂਨ ਵਪਾਰੀ ਉਤਪਾਦਕਾਂ ਤੋਂ __________ ਵਿੱਚ ਵਸਤੂਆਂ ਤੇ ਉਤਪਾਦ ਸਿੱਧੇ ਖਰੀਦਦੇ ਹਨ ਅਤੇ ਲਾਭ ਪ੍ਰਾਪਤ ਕਰਨ ਲਈ ਗਾਹਕਾਂ ਨੂੰ ___________ ਵਿੱਚ ਵੇਚਦੇ ਹਨ।

ਬਹੁ ਵਿਕਲਪੀ ਪ੍ਰਸ਼ਨ

1. ਪੂਰਤੀ ਕਰਤਾ ਸ਼ਬਦ ਨੂੰ _________ ਨਾਲ ਸਮਾਨ ਰੂਪ ਵਿੱਚ ਵਰਤਿਆ ਜਾਂਦਾ ਹੈ ਪ੍ਰੰਤੂ ਇਹ ਅੰਦਰੂਨੀ ਕੰਪਨੀ ਸਰੋਤਾਂ ਦੇ ਸਬੰਧ ਵਿੱਚ ਵੀ ਵਰਤਿਆ ਜਾ ਸਕਦਾ ਹੈ।
   (ੳ) ਵਿਕ੍ਰੇਤਾ (Vendor)
   (ਅ) ਥੋਕ ਵਿਕ੍ਰੇਤਾ (Wholesaler)
   (ੲ) ਪ੍ਰਚੂਨ ਵਪਾਰੀ (Retailer)
   (ਸ) ਉਤਪਾਦਕ (Producer)
2. ___________ ਉਹ ਯੂਨਿਟਾਂ ਹਨ ਜਿਨ੍ਹਾਂ ਵਿੱਚ ਉਤਪਾਦਕ ਕਈ ਸਾਧਨਾਂ ਜਿਵੇਂ ਕਿ ਮਨੁੱਖੀ ਸ਼ਕਤੀ, ਮਸ਼ੀਨਾਂ ਧਨ ਅਤੇ ਪਦਾਰਥਾਂ ਆਦਿ ਦੀ ਮਦੱਦ ਨਾਲ ਉਤਪਾਦਾਂ ਦਾ ਉਤਪਾਦਨ ਕਰਦੇ ਹਨ।
   (ੳ) ਪ੍ਰਬੰਧਨ (Management)
   (ਅ) ਢੰਗ ਤਰੀਕੇ (Procedures)
   (ੲ) ਉਤਪਾਦਨ ਯੂਨਿਟਾਂ (Manufacturing Units)

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

(ਸ) ਸਹਿਯੋਗੀ ਕਾਮੇ (Co- Workers)

3. _____________ ਗਾਹਕਾਂ ਤੋਂ ਅਦਾਇਗੀ ਯੋਗ ਰਕਮ ਇਕੱਠੀ ਕਰਦੇ ਹਨ ਅਤੇ ਪੂਰਤੀ ਕਰਤਾ ਜਾਂ ਉਤਪਾਦਾਂ ਦੇ ਉਤਪਾਦਕਾਂ ਦੇ ਸਟਾਕ ਦਾ ਪ੍ਰਬੰਧ ਕਰਦੇ ਹਨ।

(ੳ) ਉਤਪਾਦਕ (Manufacturer)

(ਅ) ਪ੍ਰਚੂਨ ਵਪਾਰੀ (Retailer)

(ੲ) ਪੂਰਤੀ ਕਰਤਾ (Whole Saler)

(ਸ) ਵਿਤਰਕ (Distributor)

4._____________ ਚੇਨ ਵਿੱਚ ਆਖਰੀ ਵਿਅਕਤੀ ਹੁੰਦਾ ਹੈ ਜੋ ਆਪਣੇ ਉਤਪਾਦ ਅਤੇ ਸੇਵਾਵਾਂ ਗਾਹਕ ਨੂੰ ਵੇਚਦਾ ਹੈ।

(ੳ) ਏਜੰਟ (Agent)

(ਅ) ਪ੍ਰਚੂਨ ਵਪਾਰੀ (Retailer)

(ੲ) ਡੀਲਰ (dealer)

(ਸ) ਉਤਪਾਦਕ (Manufacturer)

ਮੁਲਾਂਕਣ ਕਿਰਿਆ ਲਈ ਚੈਕਲਿਸਟ

ਹੇਠ ਲਿਖੀ ਚੈਕ ਲਿਸਟ ਨੂੰ ਇਹ ਦੇਖਣ ਲਈ ਵਰਤੋਂ ਕਿ ਤੁਸੀਂ ਮੁਲਾਂਕਣ ਕਿਰਿਆ ਦੀਆਂ ਸ਼ਰਤਾਂ ਪੂਰੀਆਂ ਕਰ ਲਈਆਂ ਹਨ।

ਭਾਗ (ੳ)

- ਸੇਵਾ ਉਦਯੋਗ ਲਈ ਐਸ.ਸੀ.ਐਮ ਨੂੰ ਵਰਣਨ ਕਰੋ।
- ਉਤਪਾਦ ਨੂੰ ਉਤਪਾਦਕ ਤੋਂ ਅੰਤਿਮ ਉਪਭੋਗੀ ਤੱਕ ਪਹੁੰਚਾਉਣ ਵਿੱਚ ਕਿਹੜੇ ਕਿਹੜੇ ਕਾਰਜ ਸ਼ਾਮਿਲ ਹਨ?
- ਮਾਲ ਅਤੇ ਤਿਆਰ ਉਤਪਾਦ ਨੂੰ ਸੰਭਾਲਣ ਵਿੱਚ ਕਿਹੜੀਆਂ-ਕਿਹੜੀਆਂ ਮੁਸ਼ਕਿਲਾਂ ਪੇਸ਼ ਆਉਂਦੀਆਂ ਹਨ?

ਭਾਗ (ਅ)

ਜਮਾਤ ਵਿੱਚ ਚਰਚਾ ਕੀਤੀ ਗਈ।

- ਐਸ.ਸੀ.ਐਮ ਵਿੱਚ ਕਿਹੜੇ ਭਾਗੀਦਾਰ ਹਨ।
- ਐਸ.ਸੀ.ਐਮ ਵਿੱਚ ਕਿਹੜੇ ਬਦਲ ਮਾਰਕਿਟ ਚੈਨਲ ਹਨ।

ਭਾਗ (ੲ)

ਕਾਰਗੁਜ਼ਾਰੀ ਪੱਧਰ

ਕਾਰਗੁਜ਼ਾਰੀ ਪੱਧਰ ਵਿੱਚ ਸ਼ਾਮਿਲ ਹਨ।

ਕਾਰਗੁਜ਼ਾਰੀ ਪੱਧਰ	ਹਾਂ	ਨਹੀਂ
• ਐਸ.ਸੀ.ਐਮ ਵਿੱਚ ਸ਼ਾਮਿਲ ਭਾਗੀਦਾਰਾਂ ਨੂੰ ਪਛਾਣਨ ਦੀ ਯੋਗਤਾ ਹੈ।		
• ਐਸ.ਸੀ.ਐਮ ਵਿੱਚ ਬਦਲਵੇ ਮਾਰਕਿਟ ਚੈਨਲਾਂ ਨੂੰ ਲੱਭਣ ਦੇ ਯੋਗ ਹੋ।		

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

ਸੈਸ਼ਨ 4 ਸਪਲਾਈ ਚੇਨ ਪ੍ਰਬੰਧਨ ਵਿੱਚ ਪੜਾਅ

ਸੰਬੰਧਿਤ ਗਿਆਨ (Relevant Knowledge)

ਐਸ.ਸੀ.ਐਮ ਸਪਲਾਈ ਚੈਨ ਪ੍ਰਬੰਧਨ ਦੀ ਸ਼ੁਰੂਆਤ ਪੂਰਤੀ ਕਰਤਾਵਾਂ ਨਾਲ ਸੌਦੇ ਬਾਜੀ ਅਤੇ ਲੰਮੇ ਸਮੇਂ ਦੇ ਸਬੰਧਾਂ ਨਾਲ ਹੁੰਦੀ ਹੈ। ਮਾਰਕੀਟਿੰਗ ਵਿਭਾਗ ਕਿਸੇ ਵਿਸ਼ੇਸ਼ ਉਤਪਾਦ ਲਈ ਗਾਹਕਾਂ ਦੀਆਂ ਲੋੜਾਂ ਅਤੇ ਮੰਗਾਂ ਦਾ ਵਿਸ਼ਲੇਸ਼ਣ ਕਰਦਾ ਹੈ। ਜਿਸਦੇ ਨਤੀਜੇ ਵਜੋਂ ਪੂਰਤੀ ਕਰਤਾਵਾਂ ਨਾਲ ਸਹੀ ਗੱਲਬਾਤ ਹੋ ਜਾਂਦੀ ਹੈ। ਪੂਰਤੀ ਪ੍ਰਬੰਧਨ ਦਾ ਉਦੇਸ਼ ਵਿਸ਼ੇਸ਼ ਉਤਪਾਦਾਂ ਦੀ ਪ੍ਰਾਪਤੀ ਅਤੇ ਖ਼ੀਦ ਹੁੰਦਾ ਹੈ ਜੋ ਕਿ ਪੂਰਤੀ ਕਰਤਾ ਨਾਲ ਹਿੱਸੇਦਾਰੀ ਤੇ ਅਧਾਰਤ ਹੁੰਦਾ ਹੈ।ਲੋਜਿਸਟਿਕ ਤੋਂ ਭਾਵ ਉਤਪਾਦਾਂ ਦੀ ਅਸਲ ਗਤੀਸ਼ੀਲ ਅਵਸਥਾ ਜਾਂ ਉਤਪਾਦਾਂ ਦੀ ਅਦਾਇਗੀ ਹੈ। ਇਸ ਵਿੱਚ ਪ੍ਰਚੂਨ ਵਿਤਰਣ ਸੈਟਰਾਂ ਦੇ ਅੰਦਰ ਅਤੇ ਬਾਹਰ ਅਤੇ ਪ੍ਰਚੂਨ ਸਟੋਰਾਂ ਵਿੱਚ ਉਤਪਾਦਾਂ ਦੀ ਗਤੀ ਜਾਂ ਚਾਲ ਸ਼ਾਮਿਲ ਹੈ। ਉਪਰੇਸ਼ਨ ਉਹ ਕਿਰਿਆਵਾਂ ਹਨ ਜਿਨ੍ਹਾਂ ਦੁਆਰਾ ਪੂਰਤੀ ਕਰਤਾਵਾਂ ਦੁਆਰਾ ਉਪਲੱਬਧ ਕਰਵਾਏ ਉਤਪਾਦਾਂ ਨੂੰ ਪ੍ਰਚੂਨ ਗਾਹਕਾਂ ਨੂੰ ਵੇਚੇ ਗਏ ਉਤਪਾਦਾਂ ਵਿੱਚ ਤਬਦੀਲ ਕੀਤਾ ਜਾਂਦਾ ਹੈ।

ਪੂਰਤੀ ਚੇਨ ਪ੍ਰਬੰਧਨ ਦੀ ਪ੍ਰਕ੍ਰਿਆਵਾਂ (**Processes of supply chain Management**) **:-**
ਕੋਈ ਵਿਅਕਤੀ ਦੂਜੀਆਂ ਮਹੱਤਵਪੂਰਨ ਪੂਰਤੀ ਵਪਾਰਕ ਪ੍ਰਕ੍ਰਿਆਵਾਂ ਨੂੰ ਲੈਮਬਰਟ ਦੁਆਰਾ ਬਿਆਨ ਕੀਤੀਆਂ ਹੇਠ ਲਿਖਿਤ ਪ੍ਰਕ੍ਰਿਆਵਾਂ ਨਾਲ ਜੋੜ ਸਕਦਾ ਹੈ।

(ੳ) ਗਾਹਕ ਸੇਵਾ ਪ੍ਰਬੰਧਨ ਪ੍ਰਕ੍ਰਿਆ ( )
ਗਾਹਕ ਸਬੰਧ ਵਿਵਸਥਾ ਦਾ ਜੋੜ (ਸਬੰਧ) ਸੰਸਥਾ ਅਤੇ ਇਸ ਦੇ ਗਾਹਕਾ ਵਿਚਕਾਰ ਸਬੰਧਾਂ ਨਾਲ ਹੁੰਦਾ ਹੈ। ਗਾਹਕ ਸੇਵਾ ਹੀ ਗਾਹਕ ਲਈ ਜਾਣਕਾਰੀ ਦਾ ਸਰੋਤ ਹੈ।

(ਅ) ਪ੍ਰਾਪਤੀ ਪ੍ਰਕ੍ਰਿਆ ( ) ਪੂਰਤੀ ਕਰਤਾ ਨਾਲ ਬਣਾਈਆਂ ਰਣਨੀਤੀ ਯੋਜਨਾਵਾਂ ਉਤਪਾਦਨ ਪ੍ਰਬੰਧਨ ਪ੍ਰਕ੍ਰਿਆ ਅਤੇ ਨਵੇਂ ਉਤਪਾਦਾਂ ਦੇ ਵਿਕਾਸ ਵਿੱਚ ਸਹਾਈ ਹੁੰਦੀਆਂ ਹਨ।

(ੲ) ਉਤਪਾਦ ਦਾ ਵਿਕਾਸ ਅਤੇ ਵਪਾਰੀਕਰਨ (**Product development and commercialization**)
:- ਗਾਹਕਾਂ ਅਤੇ ਪੂਰਤੀ ਕਰਤਾਵਾਂ ਦਾ ਉਤਪਾਦ ਵਿਕਾਸ ਪ੍ਰਕ੍ਰਿਆ ਵਿੱਚ ਸੁਮੇਲ ਹੋਣਾ ਜ਼ਰੂਰੀ ਹੈ ਤਾਂ ਕਿ ਉਤਪਾਦ ਦੇ ਮੰਡੀਕਰਨ (Marketing) ਵਿੱਚ ਸਮੇਂ ਦੀ ਲਾਗਤ ਘਟਾਈ ਜਾ ਸਕੇ।

(ਸ) ਉਤਪਾਦਨ ਪ੍ਰਵਾਹ ਪ੍ਰਬੰਧਨ ਪ੍ਰਕ੍ਰਿਆ ( )
ਭੂਤਕਾਲ ਵਿੱਚ ਹੋਈਆਂ ਭਵਿੱਖਬਾਣੀਆਂ ਤੇ ਅਧਾਰਤ ਉਤਪਾਦਨ ਪ੍ਰਕ੍ਰਿਆ ਉਤਪਾਦ ਪੈਦਾ ਕਰਦੀ ਹੈ ਅਤੇ ਵਿਤਰਣ ਚੈਨਲਾਂ ਵਿੱਚ ਪੂਰਤੀ ਕਰਦੀ ਹੈ।ਮਾਰਕੀਟ ਵਿੱਚ ਆਈਆਂ ਤਬਦੀਲੀਆਂ ਨੂੰ ਹੁੰਗਾਰਾ (ਜਵਾਬ) ਦੇਣ ਲਈ ਇਸਦਾ ਲਚਕੀਲਾ ਹੋਣਾ ਜ਼ਰੂਰੀ ਹੈ ਤਾਂ ਕਿ ਬਹੁ ਗਿਣਤੀ ਵਿੱਚ ਗਾਹਕਾਂ ਦੀਆਂ ਲੋੜਾਂ ਮੁਤਾਬਿਕ ਬਦਲਾਵ ਲਿਆਏ ਜਾ ਸਕਣ।

(ਹ) ਸਰੋਤਾਂ ਸਾਧਨਾਂ ਦਾ ਬਾਹਰ ਤੋਂ ਪ੍ਰਬੰਧ ਕਰਨਾ ਜਾਂ ਹਿੱਸੇਦਾਰੀਆਂ ( )
ਇਹ ਸਿਰਫ ਮਾਲ ਅਤੇ ਹਿੱਸਿਆਂ ਦੀ ਬਾਹਰੀ ਸਰੋਤਾਂ ਤੋਂ ਪ੍ਰਾਪਤੀ ਨਹੀਂ ਹੈ ਸਗੋਂ ਸੇਵਾਵਾਂ ਦੀ ਵੀ ਬਾਹਰੀ ਸਰੋਤਾਂ ਤੋਂ ਪ੍ਰਾਪਤੀ ਹੈ ਜੋ ਪ੍ਰੰਪਰਾਗਤ ਰੂਪ ਵਿੱਚ ਸੰਸਥਾ ਵਿੱਚ ਹੀ ਪ੍ਰਦਾਨ ਕੀਤੀਆਂ ਜਾਂਦੀਆਂ ਸਨ। ਇਸ ਰੁਝਾਨ ਦਾ

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

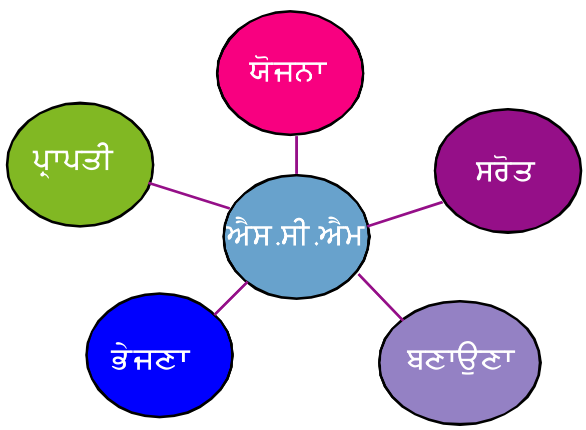
Downloaded from https:// www.studiestoday.com

ਕਾਰਨ ਇਹ ਹੈ ਕਿ ਕੰਪਨੀ ਕੀਮਤ ਚੈਨ ਵਿੱਚ ਉਨ੍ਹਾਂ ਕਿਰਿਆਵਾਂ ਤੇ ਵਧੇਰੇ ਕੇਂਦ੍ਰਿਤ ਹੋਵੇਗੀ ਜਿਨ੍ਹਾਂ ਵਿੱਚ ਵਿਸ਼ੇਸ਼ ਲਾਭ ਪ੍ਰਾਪਤੀ ਦੇ ਅਵਸਰ ਹੋਣਗੇ ਅਤੇ ਹੋਰ ਮਾਲ ਅਤੇ ਸੇਵਾਵਾਂ ਦਾ ਪ੍ਰਬੰਧ ਬਾਹਰੀ ਸੋਮਿਆਂ ਤੋਂ ਕੀਤਾ ਜਾਵੇਗਾ।

(ਕ) ਕਾਰਗੁਜ਼ਾਰੀ ਮਾਪਦੰਡ :- ਗਾਹਕਾਂ ਦੇ ਸੰਬੰਧ ਵਿੱਚ ਦੋਵੇ ਪੂਰਤੀ ਕਰਤਾਵਾਂ ਦੀ ਯੋਗਤਾ ਅਤੇ ਪੂਰਤੀ ਚੈਨ ਪਰਿਪੇਖ ਫਰਮ ਦੀ ਕਾਰਗੁਜ਼ਾਰੀ ਵਿੱਚ ਸਹਿਯੋਗੀ ਹੋ ਸਕਦੇ ਹਨ। ਕਿਉਂਕਿ ਲੋਜਿਸਟਿਕ ਦੀ ਸਮਰੱਥਾ ਯੋਗ ਲਾਭ ਪੈਦਾ ਕਰਨ ਅਤੇ ਕਾਇਮ ਰੱਖਣ ਵਿੱਚ ਇਹ ਇਕ ਗੰਭੀਰ ਤੱਥ ਬਣ ਸਕਦੀ ਹੈ।

(ਖ) ਗੋਦਾਮ (ਰੂਪਰੇਖਾ) ਦਾ ਪ੍ਰਬੰਧਨ (**Warehousing Management**) :- ਕੰਪਨੀ ਪੱਧਰ ਤੇ ਪੂਰਨ ਸਟੋਰ ਭੰਡਾਰਨ ਨਾਲ ਮਨੁੱਖੀ ਸ਼ਕਤੀ (ਲੇਬਰ) ਦੇ ਖਰਚੇ ਘਟਾਉਣ, ਮਾਲ ਨੂੰ ਸਮੇਂ ਸਿਰ ਡਿਸਪੈਚ ਅਤੇ ਡਿਲਿਵਰ ਤੋਰਨ ਅਤੇ ਪਹੁੰਚਾਉਣ ਖਾਸ ਖੇਤਰ ਵਿੱਚ ਸਮਾਨ ਲੱਦਣ ਅਤੇ ਲਹਾਉਣ ਦੀਆਂ ਸਹੂਲਤਾਂ, ਸਰਵਿਸ ਸਟੇਸ਼ਨ ਦੇ ਖੇਤਰ, ਸਟਾੱਕ ਪ੍ਰਬੰਧਨ ਪ੍ਰਣਾਲੀ ਆਦਿ ਵਿੱਚ ਮਦਦ ਮਿਲਦੀ ਹੈ।

ਸਪਲਾਈ ਚੈਨ ਪ੍ਰਬੰਧਨ (ਐਸ.ਸੀ.ਐਮ) ਕਲਾ ਅਤੇ ਵਿਗਿਆਨ ਦਾ ਮਿਸ਼ਰਣ ਜਿਸਦਾ ਮੁੱਖ ਕਾਰਜ ਕੰਪਨੀ ਦੁਆਰਾ ਕਿਸੇ ਉਤਪਾਦ ਜਾਂ ਸੇਵਾ ਉਤਪਾਦਨ ਵਿੱਚ ਵਰਤੇ ਜਾਣ ਵਾਲੇ ਕੱਚੇ ਮਾਲ ਦੀ ਖਰੀਦ ਜਾਂ ਬੁਨਿਆਦੀ ਢਾਂਚੇ ਦੀ ਉਸਾਰੀ ਤੋਂ ਲੈ ਕੇ ਗਾਹਕਾਂ ਨੂੰ ਪਹੁੰਚਾਉਣ ਤੱਕ ਹਰ ਤਰੀਕੇ ਵਿੱਚ ਸੁਧਾਰ ਲਿਆਉਣਾ ਹੈ। ਹੇਠ ਲਿਖੇ ਪੰਜ ਮੂਲ ਹਿੱਸੇ ਹਨ ਜੋ ਐਸ.ਸੀ.ਐਮ ਦੇ ਪੜਾਵਾ ਵਿੱਚ ਸ਼ਾਮਿਲ ਹਨ :-



1. ਯੋਜਨਾ (   )   ਸਪਲਾਈ ਚੈਨ ਪ੍ਰਬੰਧਨ ਦੀ ਸਫਲਤਾ ਵਿੱਚ ਸਹੀ ਮੰਗ ਦੀ ਭਵਿੱਖਬਾਣੀ ਨੂੰ ਮੁੱਖ ਤੱਥ ਮੰਨਿਆ ਜਾਂਦਾ ਹੈ। ਕੰਪਨੀ ਨੂੰ ਉਨ੍ਹਾਂ ਸਾਰੇ ਸਰੋਤਾਂ ਦੇ ਪ੍ਰਬੰਧਨ ਵਿੱਚ ਰਣਨੀਤੀ ਦੀ ਲੋੜ ਹੁੰਦੀ ਹੈ ਜੋ ਗਾਹਕ ਦੀ ਮੰਗ ਦੇ ਉਤਪਾਦ ਜਾਂ ਸੇਵਾ ਦੀ ਪੂਰਤੀ ਵਿੱਚ ਸਹਾਇਕ ਹੁੰਦੇ ਹਨ। ਐਸ.ਸੀ.ਐਮ ਯੋਜਨਾ ਦਾ ਇਕ ਵੱਡਾ ਹਿੱਸਾ ਮਾਪਦੰਡਾਂ ਦੀ ਉਸਾਰੀ ਹੈ ਤਾਂ ਕਿ ਨਿਸ਼ਚਿਤ ਕੀਤਾ ਜਾ ਸਕੇ ਕਿ ਪੂਰਤੀ ਚੈਨ ਕੁਸ਼ਲ, ਕਿਫਾਇਤੀ ਅਤੇ ਗਾਹਕਾਂ ਨੂੰ ਵਧੀਆ ਗੁਣਵੱਤਾ ਅਤੇ ਕੀਮਤ ਦੇਣ ਵਾਲੀ ਹੈ। ਮੰਗ ਸਬੰਧੀ ਭਵਿੱਖਬਾਣੀ ਕਰਨਾ ਇਕ ਨਿਰੰਤਰ ਪ੍ਰਕ੍ਰਿਆ ਹੈ।
2. ਸਰੋਤ (ਸਾਧਨ) (**Source**) :- ਇਹ ਪੂਰਤੀ ਕਰਤਾਵਾਂ ਨੂੰ ਚੁਣਨ ਦੀ ਪ੍ਰਕ੍ਰਿਆ ਹੈ ਜੋ ਉਹਨਾਂ ਚੀਜ਼ਾਂ ਅਤੇ ਸੇਵਾਵਾਂ ਨੂੰ ਪ੍ਰਦਾਨ ਕਰਦੇ ਹਨ ਜੋ ਉਤਪਾਦਨ ਵਸਤਾਂ ਨੂੰ ਜੋੜਨ ਜਾਂ ਸੇਵਾਵਾਂ ਨੂੰ ਪੈਦਾ ਕਰਨ ਵਿੱਚ ਲੋੜੀਂਦੇ ਹਨ। ਇਸ ਵਿੱਚ ਕੀਮਤ ਸਬੰਧੀ ਗੱਲਬਾਤ ਕਰਨਾ, ਵਸਤੂਆਂ ਪ੍ਰਾਪਤ ਅਤੇ ਤਸਦੀਕ ਕਰਨਾ, ਪ੍ਰਾਪਤ ਵਸਤਾਂ ਨੂੰ ਉਤਪਾਦ ਯੂਨਿਟਾਂ ਤੱਕ ਬਦਲੀ ਕਰਨਾ ਅਤੇ ਪੂਰਤੀ ਕਰਤਾਵਾਂ ਨੂੰ ਪੇਮੈਂਟ/ਅਦਾਇਗੀ ਲਈ ਅਧਿਕਾਰਤ ਕਰਨਾ ਹੈ।

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

3. ਬਣਾਉਣਾ (**Make**) ਇਹ ਵਸਤੂਆਂ ਦੇ ਉਤਪਾਦਨ ਅਤੇ ਉਹਨਾਂ ਨੂੰ ਇਕੱਠੇ ਕਰਨ ਦਾ ਪੜਾਅ ਹੈ। ਉਤਪਾਦ ਦੇ ਹਿੱਸਿਆਂ ਨੂੰ ਇਕੱਠੇ ਕਰਕੇ ਮੁੱਖ ਉਤਪਾਦ ਬਣਾਇਆ ਜਾਂਦਾ ਹੈ ਜਾਂ ਕੱਚੇ ਮਾਲ ਤੋਂ ਵਸਤੂਆਂ ਦਾ ਉਤਪਾਦਨ ਕੀਤਾ ਜਾਂਦਾ ਹੈ। ਪੂਰਤੀ ਚੈਨ ਪ੍ਰਬੰਧਨ ਉਤਪਾਦਨ ਪ੍ਰੀਖਣ, ਪੈਕਿੰਗ ਅਤੇ ਭੇਜਣ ਦੀ ਤਿਆਰੀ ਲਈ ਰੂਪ ਰੇਖਾ ਉਸਾਰਦੇ ਹਨ।

4. ਭੇਜਣਾ (**Delivery**) **:-** ਉਤਪਾਦ ਅਤੇ ਸੇਵਾਵਾਂ ਉਪਭੋਗਤਾ ਨੂੰ ਭੇਜੀਆਂ ਜਾਂਦੀਆਂ ਹਨ। ਵਿਤਰਣ ਵਿੱਚ ਵਸਤੂਆਂ ਦੀ ਗੋਦਾਮਾਂ ਵਿੱਚ ਸੰਭਾਲ (ਸਟੋਰੇਜ), ਵਸਤੂਆਂ ਨੂੰ ਭੇਜਣਾ, ਚਲਾਣ ਅਤੇ ਰਕਮ ਇਕੱਠੀ ਕਰਨਾ ਸ਼ਾਮਿਲ ਹੈ। ਇਹ ਉਹ ਹਿੱਸਾ ਹੈ ਜਿਸ ਨੂੰ ਬਹੁਤ ਸਾਰੇ ਐਸ.ਸੀ.ਐਮ ਲੋਜਿਸਟਿਕ ਜਾਂ ਯੋਜਨਾਬੰਦੀ ਕਹਿੰਦੇ ਹਨ ਜਿਸਦਾ ਉਦੇਸ਼ ਗੋਦਾਮਾਂ ਦੇ ਨੈਟਵਰਕ ਨੂੰ ਉਨਤ ਕਰਨਾ, ਗਾਹਕ ਤੱਕ ਉਤਪਾਦ ਨੂੰ ਪਹੁੰਚਾਉਣ ਲਈ ਉਤਪਾਦ ਨੂੰ ਲੈ ਕੇ ਜਾਣ ਦੀ ਉਚਿਤ ਵਿਵਸਥਾ ਕਰਨਾ ਅਦਾਇਗੀ ਰਕਮ ਪ੍ਰਾਪਤ ਕਰਨ ਦੀ ਪ੍ਰਣਾਲੀ ਸਥਾਪਿਤ ਕਰਨਾ ਹੈ।

5. ਪ੍ਰਾਪਤੀ (ਵਾਪਸੀ) (**Return**) **:-**ਉਤਪਾਦ ਅਤੇ ਪੈਸੇ ਵਾਪਸ ਕਰਨਾ ਪੂਰਤੀ ਚੈਨ ਪ੍ਰਬੰਧਨ ਦਾ ਵੀ ਮਹੱਤਵਪੂਰਨ ਭਾਗ ਹਨ ਅਤੇ ਸਮੱਸਿਆ ਵੀ ਹਨ। ਖਰਾਬ ਅਤੇ ਵਾਧੂ ਉਤਪਾਦ ਗਾਹਕਾਂ ਤੋਂ ਵਾਪਿਸ ਲੈਣ ਲਈ ਅਤੇ ਗਾਹਕ ਜਿਨ੍ਹਾਂ ਨੂੰ ਭੇਜੇ ਹੋਏ ਉਤਪਾਦਾਂ ਤੋਂ ਸਮੱਸਿਆ ਹੋਵੇ ਉਹਨਾਂ ਦੀ ਮਦਦ ਲਈ ਪੂਰਤੀ ਚੈਨ ਯੋਜਨਾ ਕਰਤਾਵਾਂ ਨੂੰ ਉੱਤਰਦਾਈ ਅਤੇ ਲਚਕੀਲੇ ਨੈਟ ਵਰਕ ਦੀ ਰਚਨਾ ਕਰਨੀ ਪੈਂਦੀ ਹੈ।

ਅਭਿਆਸ : ਸੌਂਪਿਆ ਗਿਆ ਕੰਮ

1. ਹਰੇਕ ਕਦਮ ਤੇ ਇਕ ਵਿਦਿਆਰਥੀ ਨੂੰ ਖੜਾ ਕਰੋ ਅਤੇ ਹਰ ਵਿਦਿਆਰਥੀ ਦਰਸਾਏ ਪੜਾਅ ਨੂੰ ਪ੍ਰਦਰਸ਼ਿਤ ਕਰੇਗਾ।
2. ਪੋਸਟਰਾਂ ਅਤੇ ਹੋਰ ਸਬੰਧਤ ਸਮੱਗਰੀ ਦੀ ਸਹਾਇਤਾ ਨਾਲ ਪੰਜ ਵਿਦਿਆਰਥੀ ਯੋਜਨਾ, ਸਰੋਤ, ਬਣਾਉਣਾ, ਭੇਜਣਾ ਅਤੇ ਵਾਪਸੀ ਦੀਆਂ ਭੂਮਿਕਾਵਾਂ ਅਦਾ ਕਰ ਸਕਦੇ ਹਨ।
3. ਕਿਸੇ ਪ੍ਰਚੂਨ ਸੰਸਥਾ/ਪ੍ਰਚੂਨ ਸਟੋਰ ਯੂਨਿਟ ਵਿੱਚ ਜਾਓ ਅਤੇ ਪੂਰਤੀ ਚੈਨ ਦੇ ਹਿੱਸਿਆ ਦਾ ਅਨੁਸਰਨ ਕਰੋ।

ਮੁਲਾਂਕਣ

(ੳ) ਖਾਲੀ ਥਾਵਾਂ ਭਰੋ।

1. __________ ਦਾ ਉਦੇਸ਼ ਕਿਸੇ ਖਾਸ (ਵਿਸ਼ੇਸ਼) ਉਤਪਾਦਾਂ ਦੀ ਖ੍ਰੀਦ ਵਿੱਚ ਅਤੇ ਪ੍ਰਾਪਤ ਹੁੰਦਾ ਹੈ ਜੋ ਕਿ ਪੂਰਤੀ ਕਰਤਾ ਨਾਲ ਹਿੱਸੇਦਾਰੀ ਤੇ ਅਧਾਰਤ ਹੁੰਦਾ ਹੈ।
2. ਸਹੀ ___________ ਪੂਰਤੀ ਚੈਨ ਪ੍ਰਬੰਧਨ ਦੀ ਸਫਲਤਾ ਵਿੱਚ ਗੰਭੀਰ ਤੱਥ ਮੰਨਿਆ ਜਾਂਦਾ ਹੈ।
3. __________ ਵਿੱਚ ਵਸਤੂਆਂ ਦੀ ਗੋਦਾਮ ਵਿੱਚ ਸੰਭਾਲ ਵਸਤੂਆਂ ਨੂੰ ਭੇਜਣਾ ਚਲਾਨ ਅਤੇ ਅਦਾਇਗੀ ਰਕਮ ਇਕੱਠੀ ਕਰਨਾ ਸ਼ਾਮਿਲ ਹੈ ਇਹ ਉਹ ਹਿੱਸਾ ਹੈ ਜਿਸ ਨੂੰ ਬਹੁਤ ਸਾਰੇ ਐਸ.ਸੀ.ਐਮ ਵਿੱਚ ਸੰਭਾਲ ਲੋਜਿਸਟਿਕ ਜਾਂ ਯੋਜਨਾ ਬੰਦੀ ਕਹਿੰਦੇ ਹਨ।
4. ___________ ਲਈ ਪੂਰਤੀ ਕਰਤਾ ਨਾਲ ਕੀਮਤ ਨੂੰ ਸੈਟ ਕਰਨਾ, ਉਤਪਾਦਾਂ ਨੂੰ ਭੇਜਣਾ ਰਕਮ ਅਦਾਇਗੀ ਪ੍ਰਕ੍ਰਿਆ ਨੂੰ ਵਿਕਸਿਤ ਕਰਨਾ ਅਤੇ ਸੰਬੰਧਾਂ ਵਿੱਚ ਸੁਧਾਰ ਲਈ ਮਾਪਦੰਡ ਨਿਸ਼ਚਿਤ ਕਰਨਾ ਜ਼ਰੂਰੀ ਹੈ।
5. __________ ਮਨੁੱਖੀ ਸ਼ਕਤੀ ਦੇ ਖਰਚੇ ਘਟਾਉਣ, ਮਾਲ ਨੂੰ ਸਮੇਂ ਸਿਰ ਤੋਰਨ ਅਤੇ ਪਹੁੰਚਾਉਣ (Deliver and dispatch) ਵਿੱਚ ਮਦਦ ਕਰੇਗਾ।

(ਅ) ਸਹੀ ਜਾਂ ਗਲਤ

1. ਯੋਜਨਾ ਐਸ.ਸੀ.ਐਮ ਦਾ ਪਹਿਲਾ ਪੜਾਅ ਹੈ।
2. ਸਮਾਨ ਭੇਜਣਾ ਐਸ.ਸੀ.ਐਮ ਦਾ ਆਖਰੀ ਕਦਮ ਹੈ।

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

3. ਹਰੇਕ ਸੰਸਥਾ ਨੂੰ ਐਸ.ਸੀ.ਐਮ ਵਿੱਚ ਸ਼ਾਮਿਲ ਕਦਮਾਂ ਦੀ ਪਾਲਣਾ ਕਰਨੀ ਚਾਹੀਦੀ ਹੈ।
4.ਚੈਨਲ ਵਿੱਚ ਕਿਸੇ ਵੀ ਇਕ ਚੇਨ ਨੂੰ ਖਤਮ ਕਰਨਾ ਭੌਤਿਕ ਵਿਤਰਣ ਪ੍ਰਣਾਲੀ ਵਿੱਚ ਪਰੇਸ਼ਾਨੀ ਪੈਦਾ ਕਰੇਗਾ।
5. ਸਰੋਤ ਨੂੰ ਪ੍ਰਾਪਤੀ ਵੀ ਕਿਹਾ ਜਾਂਦਾ ਹੈ।

(ੲ) ਮਿਲਾਨ ਕਰੋ।

ੳ	ਅ
1. ਮਾਲ ਭੇਜਣਾ	1. ਵਸਤੂਆਂ ਦਾ ਭੌਤਿਕ ਵਿਤਰਣ
2. ਪੂਰਨ ਵਿਕਰੀ ਏਜੰਟ	2. ਲੌਜਿਸਟਿਕ/ਯੋਜਨਾਬੰਦੀ
3. ਗੋਦਾਮ	3. ਐਸ.ਸੀ.ਐਮ ਵਿੱਚ ਪੜਾਅ
4. ਸਮਾਂ	4. ਸਿਧੀ ਚੇਨ
5. ਉਤਪਾਦਕ ਤੋਂ ਉਪਭੋਗਤਾ	5. ਐਸ.ਸੀ.ਐਮ ਦੇ ਸਿਧਾਂਤ

(ਸ) ਸੰਖੇਪ ਪ੍ਰਸ਼ਨ ਉੱਤਰ

1. ਐਸ.ਸੀ.ਐਮ ਵਿੱਚ ਭਿੰਨ ਭਿੰਨ ਪੜਾਵਾਂ ਦੇ ਨਾਂ ਦੱਸੋ।
2. ਵੱਡੇ ਬਜ਼ਾਰ (Big Bazar) ਲਈ ਐਸ.ਸੀ.ਐਮ ਦਾ ਮਡਿਊਲ ਤਿਆਰ ਕਰੋ।
3. ਕਿਸੇ ਇਕ ਵਪਾਰਕ ਮਾਡਲ ਦੀ ਸਹਾਇਤਾ ਨਾਲ ਐਸ.ਸੀ.ਐਮ ਲਈ ਲੈਮਬਰਟ ਦੀ ਪ੍ਰੀਕ੍ਰਿਆ ਦਾ ਵਰਣਨ ਕਰੋ।

ਮੁਲਾਂਕਣ ਕਿਰਿਆ ਲਈ ਚੈਕਲਿਸਟ

ਹੇਠਾ ਦਿੱਤੀ ਚੈਕ ਲਿਸਟ ਦੀ ਵਰਤੋਂ ਇਹ ਦੇਖਣ ਲਈ ਕਰੋ ਕਿ ਤੁਸੀਂ ਮੁਲਾਂਕਣ ਕਿਰਿਆ ਲਈ ਸਾਰੀਆਂ ਜ਼ਰੂਰਤਾਂ ਪੂਰੀਆਂ ਕਰ ਲਈਆਂ ਹਨ।

ਭਾਗ (ੳ)

- ਉਤਪਾਦ ਦੇ ਵਿਕਾਸ ਲਈ ਲਏ ਕਦਮਾਂ ਦਾ ਵਰਣਨ ਕਰੋ।
- ਗਾਹਕਾਂ ਦੇ ਆਰਡਰ ਪੂਰਨ ਕਰਨ ਲਈ ਕਿਹੜੇ-ਕਿਹੜੇ ਕਦਮ ਲਏ ਜਾਂਦੇ ਹਨ।
- ਐਸ.ਸੀ.ਐਮ ਵਿੱਚ ਖ੍ਰੀਦਦਾਰਾਂ ਦੇ ਵਿਵਹਾਰ ਦੇ ਅਧਿਐਨ ਦੀ ਲੋੜ ਦਾ ਵਰਣਨ ਕਰੋ।

ਭਾਗ (ਅ)

ਜਮਾਤ ਵਿੱਚ ਚਰਚਾ ਕੀਤੀ ਗਈ।

- ਐਸ.ਸੀ.ਐਮ ਵਿੱਚ ਸ਼ਾਮਿਲ ਪੜਾਅ ਕਿਹੜੇ ਹਨ।

ਭਾਗ (ੲ)

ਕਾਰਗੁਜ਼ਾਰੀ ਪੱਧਰ

ਕਾਰਗੁਜ਼ਾਰੀ ਪੱਧਰ ਵਿੱਚ ਸ਼ਾਮਿਲ ਹਨ।

ਕਾਰਗੁਜ਼ਾਰੀ ਪੱਧਰ	ਹਾਂ	ਨਹੀਂ
• ਐਸ.ਸੀ.ਐਮ ਦੇ ਹਰੇਕ ਪੜਾਅ ਦੀ ਪਛਾਣ ਅਤੇ ਹਰੇਕ ਪੜਾਅ ਦੀ ਪ੍ਰੀਕ੍ਰਿਆ ਦਾ ਵਰਣਨ ਕਰਨ ਯੋਗ ਹੋ।		
• ਐਸ.ਸੀ.ਐਮ ਦੇ ਭਾਗਾਂ ਦਾ ਪਤਾ ਲਗਾਉਣ ਅਤੇ ਵੱਖ ਵੱਖ ਭਾਗਾਂ ਦੀਆਂ ਵਿਸ਼ੇਸ਼ਤਾਵਾਂ ਦਾ ਵਿਸ਼ਲੇਸ਼ਨ ਕਰਨ ਦੇ ਯੋਗ ਹੋਣਾ।		

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

RS406-NQ2014
ਨਾਨ ਸਟੋਰ ਪ੍ਰਚੂਨ ਵਪਾਰ

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

ਜਾਣ-ਪਛਾਣ (Introduction)

ਵਿਸ਼ਵੀਕਰਨ ਦੇ ਇਸ ਯੁੱਗ ਵਿੱਚ ਉਤਪਾਦਾਂ ਨੂੰ ਸਿੱਧੇ ਤੌਰ ਤੇ ਗ੍ਰਾਹਕਾਂ ਨੂੰ ਵੇਚਣ ਲਈ ਆਨ-ਲਾਈਨ ਪ੍ਰਚੂਨ ਵਿਵਸਥਾ ਇੱਕ ਮਜ਼ਬੂਤ ਸਾਧਨ ਵੱਜੋਂ ਪ੍ਰਫੁੱਲਤ ਹੋ ਰਹੀ ਹੈ। ਕੰਪਿਊਟਰ ਅਤੇ ਸਮਾਰਟ ਫੋਨ ਦੀ ਆਮ ਵਰਤੋਂ ਨਾਲ ਆਨ-ਲਾਈਨ ਪ੍ਰਚੂਨ ਵਿਵਸਥਾ ਆਮ ਅਤੇ ਆਸਾਨੀ ਨਾਲ ਹਰ ਖੇਤਰ ਵਿੱਚ ਉਪਲੱਬਧ ਹੋ ਰਹੀ ਹੈ।

ਅੱਜ ਕੱਲ ਭਾਰਤੀ ਉਪਭੋਗਤਾ ਉਤਪਾਦਾਂ ਤੇ ਸੇਵਾਵਾਂ ਦੀ ਧਾਰਨਾ ਤੋਂ ਚੰਗੀ ਤਰ੍ਹਾਂ ਜਾਣੂ ਹਨ। ਇਹਨਾਂ ਮੰਗਾਂ ਦਾ ਭਾਰਤੀ ਅਰਥ-ਵਿਵਸਥਾ ਦੇ ਪ੍ਰਚੂਨ ਖੇਤਰ ਤੇ ਪ੍ਰਭਾਵ ਪ੍ਰਤੱਖ ਹੈ। ਆਨ-ਲਾਈਨ ਪ੍ਰਚੂਨ ਵਪਾਰ ਨੂੰ ਆਨ-ਲਾਈਨ ਖਰੀਦਦਾਰੀ ਨਾਲ ਵੀ ਜਾਣਿਆ ਜਾਂਦਾ ਹੈ ਜੋ ਕਿ ਇਲੈਕਟ੍ਰੌਨਿਕ ਵਪਾਰ ਦੀ ਇੱਕ ਕਿਸਮ ਹੈ। ਜਿਹੜੀ ਉਪਭੋਗਤਾ ਨੂੰ ਇੰਟਰਨੈਟ ਤੇ ਵੈਬ ਬਰਾਊਜ਼ਰ ਦੀ ਵਰਤੋਂ ਰਾਹੀਂ ਆਨ-ਲਾਈਨ ਚੈਨਲਾਂ ਦੁਆਰਾ ਵਿਕਰੇਤਾ ਤੋਂ ਸਿੱਧੀਆਂ ਵਸਤਾਂ ਅਤੇ ਸੇਵਾਵਾਂ ਮੁਢਲੇ ਤੌਰ ਤੇ ਖਰੀਦਣ ਦੀ ਇਜ਼ਾਜ਼ਤ ਦਿੰਦੀ ਹੈ। ਆਨ-ਲਾਈਨ ਪ੍ਰਚੂਨ ਵਪਾਰ ਇਸਦੀ 24 ਘੰਟੇ ਉਪਲਬਧਤਾ, ਇਸਦੀ ਵਿਸ਼ਾਲ ਪਹੁੰਚ ਅਤੇ ਨਿਪੁੰਨ ਗ੍ਰਾਹਕ ਸੇਵਾ ਕਰਕੇ ਸੁੱਖਦਾਇਕ ਮੰਨਿਆ ਜਾਂਦਾ ਹੈ।

ਆਨ-ਲਾਈਨ ਪ੍ਰਚੂਨ ਵਪਾਰ ਇਲੈਕਟ੍ਰੌਨਿਕ ਵਪਾਰ ਦਾ ਇਕ ਸਬਸੈਟ ਹੈ ਅਤੇ ਇਸਦਾ ਸਬੰਧ ਉਪਭੋਗਤਾ ਅਤੇ ਪ੍ਰਚੂਨ ਵਪਾਰੀ ਵਿਚਕਾਰ ਇੰਟਰਨੈਟ ਦੀ ਵਰਤੋਂ ਕਰਕੇ ਵਸਤੂਆਂ ਦੀ ਖ੍ਰੀਦ ਵੇਚ ਦੇ ਨਾਲ ਹੈ ਅਤੇ ਇਸ ਨੂੰ ਉਪਭੋਗਤਾ ਬਾਜ਼ਾਰ ਵਿੱਚ ਵਪਾਰ ਦੇ ਨਾਂ ਨਾਲ ਵੀ ਜਾਣਿਆ ਜਾਂਦਾ ਹੈ। ਆਨ-ਲਾਈਨ ਪ੍ਰਚੂਨ ਸੰਸਥਾਵਾਂ ਪਾਰਦਰਸ਼ੀ ਵਪਾਰ ਦਾ ਰੂਪ ਧਾਰਨ ਕਰ ਰਹੀਆਂ ਹਨ ਜੋ ਕਿ ਕਿਸੇ ਵਿਸ਼ੇਸ਼ ਕਿਸਮ ਦੀਆਂ ਪ੍ਰਚੂਨ ਸੇਵਾਵਾਂ ਕੇਵਲ ਆਨ-ਲਾਈਨ ਪ੍ਰਦਾਨ ਕਰਦੀਆਂ ਹਨ। ਜਾਂ ਬਹੁ ਚੈਨਲ ਸੰਸਥਾਵਾਂ ਦੇ ਰੂਪ ਵਿੱਚ ਜਿਥੇ ਆਨ-ਲਾਈਨ ਕਿਰਿਆਵਾਂ ਨੂੰ ਆਪਸ ਵਿੱਚ ਜੋੜਿਆ ਜਾਂਦਾ ਹੈ। ਇੰਟਰਨੈਟ ਨਾਲ ਜਾਣ-ਪਹਿਚਾਣ ਅਤੇ ਇਸ ਵਿੱਚ ਲੋਕਾਂ ਦਾ ਵਧਦਾ ਵਿਸਵਾਸ਼ ਵੱਖ ਵੱਖ ਪੱਧਰ ਦੀਆਂ ਗਤੀਵਿਧੀਆਂ ਲਈ ਇੰਟਰਨੈਟ ਦੀ ਵਰਤੋਂ ਨਾਲ ਆਨ-ਲਾਈਨ ਖਰੀਦਦਾਰੀ ਦਾ ਵਿਕਾਸ ਹੋਇਆ ਹੈ। ਇਹ ਸੱਭਿਆਚਾਰਕ ਬਦਲਾਅ ਦਾ ਚਿੰਨ੍ਹ ਜੋ ਕਿ ਸਮਾਜ ਵਿੱਚ ਆਰਥਿਕ ਆਦਾਨ-ਪ੍ਰਦਾਨ ਦੇ ਤੌਰ ਤਰੀਕਿਆਂ ਵਿੱਚ ਆਏ ਬਦਲਾਅ ਨੂੰ ਦਰਸਾਉਂਦਾ ਹੈ। ਇੰਟਰਨੈਟ ਦੀ ਵਧਦੀ ਘਰੇਲੂ ਪਹੁੰਚ ਅਤੇ ਇਸਦੀ ਤਕਨੀਕੀ ਸਮਰੱਥਾ ਵਿੱਚ ਆਏ ਸੁਧਾਰ ਸਮਾਜ ਵਿੱਚ ਇਲੈਕਟ੍ਰੌਨਿਕ ਵਪਾਰ ਲਈ ਇੰਟਰਨੈਟ ਦੀ ਵਰਤੋਂ ਨੂੰ ਪ੍ਰਫੁੱਲਤ ਕਰਦਾ ਹੈ।

ਕੁਝ ਹੱਦ ਤੱਕ ਵਸਤਾਂ ਅਤੇ ਸੇਵਾਵਾਂ ਦੀਆਂ ਨਵੀਆਂ ਕਿਸਮਾਂ ਜਿਹੜੀਆਂ ਕਿ ਭੌਤਿਕ ਪ੍ਰਚੂਨ ਖੇਤਰ ਵਿੱਚ ਸਿੱਧੇ ਰੂਪ ਚ ਉਪਲੱਬਧ ਨਹੀਂ ਹੁੰਦੀਆਂ (ਜਿਵੇਂ ਮੋਬਾਇਲ ਐਪਸ ਅਤੇ ਆਨ-ਲਾਈਨ ਖੇਡਾਂ) ਵੀ ਈ-ਰਿਟੇਲਿੰਗ ਨੂੰ ਵਧਾਉਣ ਲਈ ਜ਼ਿੰਮੇਵਾਰ ਹਨ। ਸੋਚਣਾ ਅਤੇ ਆਨ-ਲਾਈਨ ਖੇਡ ਪਰ ਬਹੁਤ ਸਾਰੇ ਭਾਗ ਲਈ ਇਹ ਇੰਟਰਨੈਟ ਤੇ ਅਧਾਰਤ ਵਿਕਰੀ ਸਧਾਰਣ ਤੌਰ ਤੇ ਮਾਰਕੀਟ ਵਿੱਚ ਹਿਸੇਦਾਰ ਵਸਤੂਆਂ ਤੇ ਆਪਣੀ ਪਕੜ ਬਣਾਉਂਦੀਆਂ ਹਨ ਜਿਹੜੀਆਂ ਪਹਿਲੇ ਜਾਂ ਤਾਂ ਫੋਨ ਉਪਰ ਸੂਚੀਆਂ ਰਾਹੀਂ ਜਾਂ ਭੌਤਿਕ ਸਟੋਰਾਂ ਵਿੱਚ ਪ੍ਰੰਪਰਾਗਤ ਤੌਰ-ਤਰੀਕੇ ਨਾਲ ਵੇਚੀਆਂ ਗਈਆਂ ਹਨ। ਇਸ ਯੂਨਿਟ ਵਿੱਚ ਵਿਦਿਆਰਥੀ ਇਲੈਕਟ੍ਰੌਨਿਕ ਪ੍ਰਚੂਨ ਯੋਜਨਾ ਬੰਦੀ ਇਲੈਕਟ੍ਰੌਨਿਕ ਮਾਰਕੀਟਿੰਗ ਧਾਰਨਾ ਤੇ ਆਧਾਰਿਤ ਸੰਚਾਰ ਮਾਰਕੀਟਿੰਗ ਪਹਿਲੂਆਂ ਅਤੇ ਇੰਟਰਨੈਟ ਬਿਜਨਸ ਬਾਰੇ ਪੜਨਗੇ।

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

ਸੈਸ਼ਨ 1 ਇਲੈਕਟ੍ਰੌਨਿਕ ਪ੍ਰਚੂਨ

ਸਬੰਧਿਤ ਗਿਆਨ (Relevant Knowledge)

ਉਪਭੋਗਤਾ ਆਪਣੀ ਰੁਚੀ ਅਨੁਸਾਰ ਉਤਪਾਦ ਜਾਂ ਤਾਂ ਪ੍ਰਚੂਨ ਦੀ ਵੈਬਸਾਈਟ ਤੇ ਸਿੱਧਾ ਜਾ ਕੇ ਚੁਣਦੇ ਹਨ ਜਾਂ ਵਿਕ੍ਰੇਤਾ ਖਰੀਦਦਾਰੀ ਸਰਚ ਇੰਜਨ ਤੇ ਵੱਖ-ਵੱਖ ਵਿਕਰੇਤਾਵਾਂ ਦੁਆਰਾ ਉਪਲੱਬਧ ਉਤਪਾਦ ਵਿੱਚੋਂ ਚੁਣਦੇ ਹਨ।

ਇਕ ਵਾਰ ਪ੍ਰਚੂਨ ਵਪਾਰੀ ਦੀ ਵੈਬਸਾਈਟ ਤੋਂ ਕੋਈ ਵਿਸ਼ੇਸ਼ ਵਸਤੂ ਲੱਭ ਜਾਂਦੀ ਹੈ। ਬਹੁਤ ਸਾਰੇ ਔਨ ਲਾਈਨ ਪ੍ਰਚੂਨ ਵਪਾਰੀ ਸ਼ਾਪਿੰਗ ਕਾਰਡ ਸਾਫਟਵੇਅਰ ਦੀ ਵਰਤੋਂ ਉਪਭੋਗਤਾ ਨੂੰ ਬਹੁਵਿਕੱਲਪੀ ਚੀਜ਼ਾਂ ਇਕੱਠੀ ਕਰਨ ਦੀ ਇਜ਼ਾਜ਼ਤ ਲਈ ਕਰਦੇ ਹਨ ਅਤੇ ਮਾਤਰਾ ਨੂੰ ਐਡਜੈਸਟ ਕਰਨ ਲਈ ਕਰਦੇ ਹਨ। ਜਿਵੇਂ ਕਿ ਸ਼ਾਪਿੰਗ ਕਾਰਡ ਨੂੰ ਭਰਨਾ ਜਾਂ ਰਿਵਾਇਤੀ ਸਟੋਰ ਵਿੱਚ ਟੋਕਰੀ ਭਰਨਾ। ਇਕ (ਚੈਕ ਆਉਟ) ਚੈਕ ਕਰਨ ਦੀ ਪ੍ਰੀਕ੍ਰਿਆ ਨੂੰ ਮੰਨਣਾ ਪੈਂਦਾ ਹੈ। ਭੌਤਿਕ ਸਟੋਰ ਦੀ ਸਮਾਨਤਾ ਨੂੰ ਜਾਰੀ ਰੱਖਣਾ (Continuing the physical store analogy) ਜਿਸ ਵਿੱਚ ਜੇਕਰ ਜ਼ਰੂਰੀ ਹੋਵੇ ਅਦਾਇਗੀ ਅਤੇ ਸਮਾਨ ਭੇਜਣ ਸਬੰਧੀ ਜਾਣਕਾਰੀ ਇਕੱਠੀ ਕੀਤੀ ਜਾਂਦੀ ਹੈ। ਕਈ ਸਟੋਰ ਉਪਭੋਗਤਾ ਨੂੰ ਪੱਕਾ ਆਨ ਲਾਈਨ ਅਕਾਊਂਟ (ਖਾਤਾ) ਸਾਈਨ ਕਰਨ ਦੀ ਇਜ਼ਾਜਤ ਦਿੰਦੇ ਹਨ ਤਾਂ ਕਿ ਕੁਝ ਜਾਂ ਸਾਰੀਆਂ ਜਾਣਕਾਰੀਆਂ ਨੂੰ ਇਕੋ ਵਾਰ ਇੰਦਰਾਜ ਕੀਤਾ ਜਾ ਸਕੇ। ਇਕ ਵਾਰ ਅਦਾਨ ਪ੍ਰਦਾਨ ਪੂਰਾ ਹੋ ਜਾਣ ਤੇ ਅਕਸਰ ਉਪਭੋਗਤਾ ਈ ਮੇਲ ਰਾਹੀਂ ਪੁਸ਼ਟੀ ਪ੍ਰਾਪਤ ਕਰਦਾ ਹੈ।

ਘੱਟ ਮਹੱਤਤਾ ਵਾਲੇ ਸਟੋਰ ਉਤਭੋਗਤਾ ਦੇ ਆਰਡਰ ਫੋਨ ਜਾਂ ਈ ਮੇਲ ਰਾਹੀਂ ਪ੍ਰਾਪਤ ਕਰਦੇ ਹਨ (ਸੁਰੱਖਿਆ ਕਾਰਨਾਂ ਕਰਕੇ ਪੂਰਾ ਕਰੈਡਿਟ ਕਾਰਡ ਨੰਬਰ, ਖਤਮ ਹੋਣ ਦੀ ਮਿਤੀ ਅਤੇ ਕਾਰਡ ਦਾ ਸਕਿਊਰਟੀ ਕੋਡ ਜਾਂ ਬੈਂਕ ਦਾ ਖਾਤਾ ਨੰਬਰ ਅਤੇ ਰੂਟ ਨੰਬਰ ਈ ਮੇਲ ਦੁਆਰਾ ਪ੍ਰਵਾਨ ਨਹੀਂ ਕੀਤਾ ਜਾਂਦਾ।

ਇਲੈਕਟ੍ਰੌਨਿਕ ਪ੍ਰਚੂਨ ਵਪਾਰ ਲਈ ਅਦਾਇਗੀ ਦੇ ਤਰੀਕੇ (**Payment method in E-Retailing**) **:-** ਆਨ ਲਾਈਨ ਖ੍ਰੀਦਦਾਰ ਆਮ ਤੌਰ ਤੇ ਆਰਡਰ ਦੀ ਅਦਾਇਗੀ ਕਰਨ ਲਈ ਕਰੈਡਿਟ ਕਾਰਡ ਜਾਂ ਪੇਪਾਲ ਖਾਤਾ (ਈ-ਵੈਲਟ) ਦੀ ਵਰਤੋਂ ਕਰਦੇ ਹਨ। ਭਾਵੇਂ ਕਿ ਕੁਝ ਸਿਸਟਮ ਉਪਭੋਗਤਾਵਾਂ ਨੂੰ ਖਾਤੇ ਖੋਲਣ ਅਤੇ ਹੋਰ ਵੱਖਰੇ ਤਰੀਕਿਆਂ ਨਾਲ ਅਦਾਇਗੀ ਕਰਨ ਦੀ ਸਹੂਲਤ ਦਿੰਦੇ ਹਨ।

- ਮੋਬਾਇਲ ਫੋਨ ਅਤੇ ਲੈਂਡ ਲਾਈਨ ਰਾਹੀਂ ਬਿਲਿੰਗ
- ਡਿਲਵਰੀ ਕਰਨ ਤੇ ਕੈਸ਼ ਦੇਣਾ (COD)
- ਚੈਕ ਰਾਹੀਂ
- ਡੈਬਿੱਟ ਕਾਰਡ
- ਕੁਝ ਦੇਸ਼ਾਂ ਵਿੱਚ ਸਿਧਾ ਡੈਬਿਟ
- ਕਈ ਕਿਸਮਾਂ ਦੀ ਇਲੈਕਟ੍ਰੌਨਿਕ ਮਨੀ
- ਗਿਫਟ ਕਾਰਡ
- ਪੋਸਟਲ ਮਨੀ ਆਰਡਰ
- ਕੁਝ ਦੇਸ਼ਾਂ ਅਤੇ ਮਾਰਕੀਟਾਂ ਵਿੱਚ ਚਲਾਨ ਵੀ ਪ੍ਰਚੱਲਿਤ ਹਨ ਜਿਵੇਂ ਕਿ ਸਵਿਟਰਜ਼ਰਲੈਂਡ

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

ਆਨ ਲਾਈਨ ਦੁਕਾਨਾਂ (ਵਪਾਰ) ਇੰਟਰਨੈਸ਼ਨਲ ਕਾਰਡਾਂ ਨੂੰ ਸਵੀਕਾਰ ਨਹੀਂ ਕਰਨਗੇ। ਕੁਝ ਨੂੰ ਆਨ ਲਾਈਨ ਸ਼ੋਪ ਅਧਾਰਤ ਅਪਰੇਸ਼ਨ ਕਰਨ ਲਈ ਦੋਵੇਂ ਖ੍ਰੀਦਦਾਰ ਦੀ ਬਿਲਿੰਗ ਅਤੇ ਸ਼ਿਪਿੰਗ ਐਡਰੈਸ ਇਕੋ ਹੀ ਦੇਸ਼ ਵਿਚਲੇ ਚਾਹੀਦੇ ਹਨ। ਕੁਝ ਆਨ ਲਾਈਨ ਦੁਕਾਨਾਂ ਗਾਹਕਾਂ ਨੂੰ ਕਿਸੇ ਵੀ ਦੇਸ਼ ਤੋਂ ਕਿਸੇ ਵੀ ਜਗ੍ਹਾ ਗਿਫਟ (ਤੋਹਫੇ) ਭੇਜਣ ਦੀ ਆਗਿਆ ਦਿੰਦੀਆਂ ਹਨ।

ਈ-ਸ਼ਾਪ ਦੀਆਂ ਮਹੱਤਵਪੂਰਨ ਵਿਸ਼ੇਸ਼ਤਾਵਾਂ (**Important Features of an E-shop**) :-

1. ਆਨ ਲਾਈਨ ਵਸਤੂ ਦੀ ਸੂਚੀ, ਆਰਡਰ ਪ੍ਰੀਕ੍ਰਿਆ ਨਾਲ ਜੋੜਿਆ ਜਾਂਦਾ ਹੈ।
2. ਉਤਪਾਦਾਂ ਦੀ ਖੋਜ ਲਈ ਸਰਚ ਇੰਜਣ ਦੀ ਉਪਲੱਬਧਤਾ
3. ਵਧੀਆਂ ਚੋਣ ਲਈ ਸਾਪਿੰਗ ਕਾਰਟ ਸੁਵਿਧਾ ਅਤੇ ਸਵੈ-ਚਾਲਿਤ ਕੀਮਤ ਨਿਰਧਾਰਣ
4. ਵਿਅਕਤੀਗਤ ਪੱਧਰ ਤੇ ਸਟੋਰ ਨਮੂਨੇ ਦੀ ਵਿਵਸਥਾ, ਪਦ ਉਨਤੀ ਅਤੇ ਮਾਰਕੀਟਿੰਗ
5. ਇਕ ਆਨ ਲਾਈਨ ਸੰਪਰਕ ਵਿਅਕਤੀ
6. ਆਰਡਰ ਦਾ ਸਟੇਟਸ ਚੈਕ ਕਰਨ ਦੀ ਸਹੂਲਤ
7. ਏਜੰਸੀਆਂ ਅਤੇ ਗਾਹਕ ਕਮਿਊਨਟੀਜ਼ ਦੀ ਵਰਤੋਂ।

ਸੰਚਾਰ ਦੇ ਵਿਤੀ ਹਿਸੇ ਦੀ ਪ੍ਰਕਿਰਿਆ ਨਾਲੋਂ-ਨਾਲ ਹੋ ਸਕਦੀ ਹੈ। ਉਦਾਹਰਣ ਵੱਜੋਂ ਉਪਭੋਗਤਾ ਨੂੰ ਇਹ ਜਾਣਨ ਦੇਣਾ ਕਿ ਉਨ੍ਹਾਂ ਦੇ ਲੌਗ ਆਫ ਹੋਣ ਤੋਂ ਪਹਿਲਾ ਕਰੈਡਿਟ ਕਾਰਡ ਦੁਆਰਾ ਭੁਗਤਾਨ ਦੀ ਪ੍ਰਕ੍ਰਿਆ ਪੂਰੀ ਹੋ ਚੁੱਕੀ ਹੈ। ਜਾਂ ਪ੍ਰਕਿਰਿਆ ਪੂਰੀ ਹੋਣ ਤੋਂ ਬਾਅਦ ਵਿੱਚ ਕੀਤੀ ਜਾ ਸਕਦੀ ਹੈ।

ਉਤਪਾਦ ਭੇਜਣ ਦੀ ਕਿਰਿਆ (**Product Delivery**) :-

ਇਕ ਵਾਰ ਅਦਾਇਗੀ ਸਵੀਕਾਰ ਹੋ ਜਾਵੇ ਤਾਂ ਵਸਤੂਆਂ ਅਤੇ ਸੇਵਾਵਾਂ ਨੂੰ ਹੇਠਾਂ ਦਿੱਤੇ ਤਰੀਕਿਆ ਨਾਲ ਭੇਜਿਆ ਜਾ ਸਕਦਾ ਹੈ।

- ਡਾਊਨ ਲੋਡਿੰਗ (**Downloading**) :- ਇਹ ਤਰੀਕਾ ਆਮ ਤੌਰ ਤੇ ਡਿਜੀਟਲ ਮੀਡੀਆ ਉਤਪਾਦਾਂ ਜਿਵੇਂ ਕਿ ਸਾਫਟਵੇਅਰ, ਸੰਗੀਤ, ਫਿਲਮਾਂ ਜਾਂ ਤਸਵੀਰਾਂ ਆਦਿ ਵਿੱਚ ਵਰਤਿਆ ਜਾਂਦਾ ਹੈ।
- ਸਮਾਨ ਭੇਜਣਾ (**Drop shipping**) :- ਇਸ ਵਿੱਚ ਆਰਡਰ ਉਤਪਾਦਕ ਜਾਂ ਤੀਜੀਧਿਰ ਵਿਤਰਕ ਨੂੰ ਭੇਜਿਆ ਜਾਂਦਾ ਹੈ ਜੋ ਉਪਭੋਗਤਾ ਨੂੰ ਸਿੱਧਾ ਉਪਲਬਧ ਕਰਵਾਉਂਦੇ ਹਨ ਜਿਸ ਵਿੱਚ ਪ੍ਰਚੂਨ ਵਿਕੇਤਾ ਸ਼ਾਮਿਲ ਨਾ ਹੋਣ ਕਰਕੇ ਸਮੇਂ ਪੈਸੇ ਅਤੇ ਸਾਧਨਾਂ ਦੀ ਬੱਚਤ ਹੁੰਦੀ ਹੈ।
- ਸਟੋਰ ਵਿੱਚੋਂ ਮਾਲ ਲਜਾਉਣਾ (**In store pick up**) :- ਉਪਭੋਗਤਾ ਲੋਕੇਟਰ ਸੋਫਟ ਵੇਅਰ ਦੁਆਰਾ ਲੋਕਲ ਸਟੋਰ ਦੀ ਚੋਣ ਕਰਦੇ ਹਨ ਅਤੇ ਭੇਜੇ ਗਏ ਉਤਪਾਦ ਨੂੰ ਚੁਣੀ ਗਈ ਜਗ੍ਹਾਂ ਤੋਂ ਪ੍ਰਾਪਤ ਕਰਦੇ ਹਨ।
- ਪ੍ਰਿੰਟ ਕੱਢਣਾ (**Printing out**) :- ਕੁਝ ਵਸਤਾਂ ਲਈ ਕੋਡ ਦੀ ਵਿਵਸਥਾ ਜਾਂ ਦਾਖਲਾ ਟਿਕਟਾਂ, ਗਿਫਟ ਸਰਟੀਫਿਕੇਟ ਅਤੇ ਕੂਪਨ ਆਦਿ ਈਮੇਲ ਦੁਆਰਾ ਭੇਜਣ ਦੀ ਵਿਵਸਥਾ ਹੁੰਦੀ ਹੈ। ਟਿਕਟਾਂ, ਕੋਡ ਜਾਂ ਕੂਪਨ ਕਿਸੇ ਉਚਿਤ ਭੌਤਿਕ ਜਾਂ ਔਨ ਲਾਈਨ ਅਦਾਰਿਆਂ ਤੇ ਛੁਡਾਏ ਜਾਂਦੇ ਹਨ ਅਤੇ ਉਨ੍ਹਾਂ ਦਾ ਵਿਸ਼ਾ ਯੋਗ ਹੋਣ ਲਈ ਛਾਣਬੀਨ ਕਰਕੇ ਵਿਚਾਰਿਆ ਜਾਂਦਾ ਹੈ। (ਉਦਾਹਰਣ ਲਈ ਦਾਖਲੇ ਦਾ ਅਧਿਕਾਰ ਸਹੀ ਸਮਾਂ ਅਤੇ ਸਥਾਨ ਛਡਾਉਣ ਦੀ ਵਰਤੋਂ, ਸਹੀ ਡਾਲਰ ਰਕਮ ਲਈ ਅਤੇ ਸਹੀ ਵਰਤੋਂ ਦੀ ਗਿਣਤੀ ਨੂੰ ਯਕੀਨੀ ਬਣਾਉਣਾ।
- ਸਮਾਨ ਭੇਜਣਾ (**Shipping**) :- ਗਾਹਕ ਨੂੰ ਦਰਸਾਏ ਗਏ ਪਤੇ ਤੇ ਉਤਪਾਦ ਭੇਜਿਆ ਜਾਂਦਾ ਹੈ।

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

ਗਾਹਕ ਦੀਆਂ ਲੋੜਾਂ ਅਤੇ ਉਮੀਦਾਂ (**Customer needs and Expectation**)

ਇਕ ਸਫਲ ਵੈਬ ਸਟੋਰ ਜਿਵੇਂ ਵੱਖ-ਵੱਖ ਸਰਚ ਇੰਜਣਾਂ ਵਿੱਚ ਦਰਸਾਇਆ ਜਾਂਦਾ ਹੈ। ਕੇਵਲ ਗਤੀਸ਼ੀਲ ਤਕਨੀਕ ਲੱਭਣ ਵਾਲੀ ਦਿਖ ਦਾ ਹੀ ਨਹੀਂ ਹੋਣਾ ਚਾਹੀਦਾ। ਇਸ ਤੋਂ ਇਲਾਵਾ ਇਸ ਨੂੰ ਗਾਹਕਾਂ ਨਾਲ ਸਬੰਧ ਬਣਾਉਣ ਅਤੇ ਪੈਸਾ ਕਮਾਉਣ ਵਾਲਾ ਹੋਣਾ ਚਾਹੀਦਾ ਹੈ।

ਵਪਾਰਕ ਅਦਾਰੇ ਅਕਸਰ ਆਨ ਲਾਈਨ ਤਕਨੀਕਾਂ ਨੂੰ ਸਮਝਣ ਤੋਂ ਬਿਨ੍ਹਾਂ ਹੀ ਅਪਣਾ ਲੈਂਦੇ ਹਨ ਅਤੇ ਜਾਂ ਕਿਸੇ ਠੋਸ ਮਾਡਲ ਤੋਂ ਬਿਨ੍ਹਾਂ ਆਪਣਾ ਲੈਂਦੇ ਹਨ। ਕਈ ਵਾਰ ਵਪਾਰਕ ਅਦਾਰੇ ਵੈਬ ਸਟੋਰ ਤਿਆਰ ਕਰਦੇ ਹਨ ਜੋ ਸੰਸਥਾ ਦੇ ਸਭਿਆਚਾਰ ਅਤੇ ਮਾਰਕਾ ਦੇ ਨਾਂ ਦਾ ਸਮਰਥਨ ਕਰਦਾ ਹੈ ਪ੍ਰੰਤੂ ਗਾਹਕ ਦੀਆਂ ਉਮੀਦਾਂ ਤੇ ਖਰਾ ਨਹੀਂ ਉਤਰਦਾ। ਗਾਹਕਾਂ ਦੀਆਂ ਲੋੜਾਂ ਅਤੇ ਜ਼ਰੂਰਤਾਂ ਨੂੰ ਸਮਝਣਾ ਬਹੁਤ ਜ਼ਰੂਰੀ ਹੈ। ਕੰਪਨੀ ਦੀ ਪ੍ਰਤਿਗਿਆ (ਵਾਅਦੇ) ਗਾਹਕ ਦੇ ਦੁਬਾਰਾ ਆਉਣ ਦਾ ਕਾਰਣ ਹੁੰਦਾ ਹੈ ਅਤੇ ਉਨ੍ਹਾਂ ਦੀਆਂ ਉਮੀਦਾਂ ਨੂੰ ਪੂਰਾ ਕਰਨਾ ਉਨ੍ਹਾਂ ਦਾ ਸੰਸਥਾ ਨਾਲ ਜੁੜੇ ਰਹਿਣ ਦਾ ਕਾਰਣ ਹੁੰਦਾ ਹੈ। ਇਹ ਮਹੱਤਵਪੂਰਨ ਹੈ ਕਿ ਵੈਬਸਾਈਟ ਆਪਣੇ ਗ੍ਰਾਹਕਾਂ ਦੀ ਮਹੱਤਤਾ ਦਾ ਧਿਆਨ ਰੱਖਣ ਦਾ ਸੰਚਾਰ ਕਰਦੀ ਹੈ।

ਹਰ ਗਾਹਕ ਦੀਆਂ ਲੋੜਾਂ ਅਤੇ ਉਮੀਦਾਂ ਇਕੋ ਜਿਹੀਆਂ ਨਹੀਂ ਹੁੰਦੀਆਂ। ਉਮਰ, ਲਿੰਗ, ਤਜਰਬਾ ਅਤੇ ਸਭਿਆਚਾਰ ਸਾਰੇ ਜ਼ਰੂਰੀ ਲੱਛਣ ਹੁੰਦੇ ਹਨ। ਉਦਾਹਰਣ ਦੇ ਤੌਰ ਤੇ ਜਪਾਨੀ ਸਭਿਆਚਾਰਕ ਸਿਧਾਂਤ ਵਰਤੋਂ ਕਰਤਾਵਾਂ ਨੂੰ ਇਹ ਅਹਿਸਾਸ ਕਰਵਾਉਂਦੇ ਹਨ ਕਿ ਖਰੀਦ ਸਾਈਟਾਂ ਤੇ ਗੁਣਵੱਤਤਾ ਬਹੁਤ ਮਹੱਤਵਪੂਰਨ ਅਤੇ ਗੰਭੀਰ ਵਿਸ਼ਾ ਹੈ। ਵਿੱਤੀ ਪੈਨਸ਼ਨ ਸਾਈਟਾਂ ਤੇ ਭਾਵਨਾਤਮਕ ਤੌਰ ਤੇ ਸ਼ਾਮਲ ਹੋਣਾ ਬਹੁਤ ਜ਼ਰੂਰੀ ਹੈ। ਵਰਤੋਂ ਕਰਤਾਵਾਂ ਦਾ ਆਨ ਲਾਈਨ ਦਾ ਜ਼ਿਆਦਾ ਤਜਰਬਾ ਭਿੰਨਤਾਵਾਂ ਤੇ ਜਿਆਦਾ ਕੇਂਦ੍ਰਿਤ ਹੁੰਦਾ ਹੈ ਜੋ ਕੰਮ ਨੂੰ ਸਿਧਾ ਪ੍ਰਭਾਵਿਤ ਕਰਦਾ ਹੈ।

ਆਨ ਲਾਈਨ ਖ੍ਰੀਦ ਵਧਾਉਣ ਲਈ ਵਪਾਰਕ ਅਦਾਰੇ ਨੂੰ ਅਰਥ ਪੂਰਨ ਸਮਾਂ ਅਤੇ ਪੈਸਾ ਇਸ ਦੀ ਪਰਿਭਾਸ਼ਾ, ਡਿਜਾਇਨ (ਨਮੂਨੇ), ਵਿਕਾਸ, ਟੈਸਟ, ਲਾਗੂ ਕਰਨ ਅਤੇ ਵੈਬ ਸਾਈਟ ਕਾਇਮ ਰੱਖਣ ਤੇ ਖਰਚਣਾ ਚਾਹੀਦਾ ਹੈ। ਗਾਹਕ ਬਣਾਉਣ ਨਾਲੋਂ ਗੁਆਉਣਾ ਸੌਖਾ ਹੈ। ਇਸ ਤੋਂ ਇਲਾਵਾ ਇਕ ਬਹੁਤ ਵਧੀਆ ਵੈਬਸਾਈਟ ਕਾਮਯਾਬ ਨਹੀਂ ਹੋ ਸਕਦੀ ਜੇਕਰ ਉਹ ਗ੍ਰਾਹਕਾਂ ਦੀ ਈ-ਮੇਲ ਦਾ ਸਮੇਂ ਸਿਰ ਜਵਾਬ ਦੇਣਾ, ਗ੍ਰਾਹਕਾਂ ਦੀਆਂ ਸਮੱਸਿਆਵਾਂ ਦਾ ਨਿਪਟਾਰਾ, ਇਮਾਨਦਾਰ ਹੋਣਾ ਅਤੇ ਗ੍ਰਾਹਕਾਂ ਦੇ ਡਾਟੇ ਦੀ ਪੂਰੀ ਜਾਣਕਾਰੀ ਰੱਖਣ ਵਿੱਚ ਅਸਫਲ ਰਹਿੰਦੀ ਹੈ।

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

ਕਿਉਂਕਿ ਵੈਬਸਾਈਟ ਦੁਆਰਾ ਆਪਣੀਆਂ ਗਲਤੀਆਂ ਨੂੰ ਸੁਧਾਰਨਾ ਅਤੇ ਆਨ ਲਾਈਨ ਗਾਹਕਾਂ ਤਕ ਪਹੁੰਚ ਕਰਨਾ ਜ਼ਰੂਰੀ ਹੈ। ਕਈ ਵੈਬ ਸ਼ਾਪ ਡਿਜਾਇਨਰ ਉਪਭੋਗਤਾ ਦੀਆਂ ਉਮੀਦਾਂ ਦਾ ਅਧਿਐਨ ਕਰਦੇ ਹਨ।

ਈ ਪ੍ਰਚੂਨ ਵਪਾਰ ਦੀਆਂ ਕਮੀਆਂ ਅਤੇ ਗੁਣ (**Advantage shortcoming of E-retailing**)

ਈ ਪ੍ਰਚੂਨ ਵਪਾਰ ਦੇ ਗੁਣ (**Advantage of E-retailing for retailers**)

- ਸਥਾਨ ਮਹੱਤਵਪੂਰਨ ਨਹੀਂ ਹੈ।
- ਅਕਾਰ ਦੀ ਵਧੇਰੇ ਮਹੱਤਤਾ ਨਹੀਂ।
- ਮਜ਼ਦੂਰੀ ਅਤੇ ਅਦਾਰੇ ਦੇ ਖਰਚਿਆ ਨੂੰ ਬਚਾਉਂਦਾ ਹੈ।
- ਜਿਆਦਾ ਗਾਹਕਾਂ ਤੱਕ ਪਹੁੰਚ ਰੱਖੋ।
- ਔਸਤ ਨਾਲੋਂ ਵੱਧ ਖਰਚਣ ਯੋਗ ਆਮਦਨ ਦਾ ਹੱਥ ਵਿੱਚ ਹੋਣਾ।
- 24 ਘੰਟੇ ਵਿੱਚ ਆਰਡਰ ਸਵੀਕਾਰ ਕਰਨਾ।
- ਸੀ ਆਰ ਐਮ (CRM) ਅਤੇ ਮਾਈਕਰੋ ਮਾਰਕੀਟਿੰਗ ਕਰਾਸ ਅਤੇ ਅੱਪ ਸੈਲਿੰਗ ਲਈ ਵੱਧ ਮੌਕੇ।

ਪ੍ਰਚੂਨ ਵਪਾਰੀਆਂ ਲਈ ਈ-ਪ੍ਰਚੂਨ ਦੇ ਅਗੁਣ (ਦੋਸ਼)

- ਤਕਨੀਕ ਨੂੰ ਵਰਤਣ ਦੀ ਘੱਟ ਜਾਣਕਾਰੀ
- ਠੋਸ ਸਥਾਪਨਾ, ਨਿਵੇਸ਼ ਅਤੇ ਚਲ ਰਹੇ ਖਰਚੇ
- ਪੂਰਨਤਾ ਦੀ ਗੁੰਝਲਦਾਰ ਯੋਜਨਾਬੰਦੀ ਅਤੇ ਤਾਲਮੇਲ।
- ਈ-ਵਿਕਰੀ ਆਮੋ ਸਾਹਮਣੇ ਵਿਕਰੀ ਨਾਲੋਂ ਘੱਟ ਸ਼ਕਤੀਸ਼ਾਲੀ
- ਸੁੰਘ ਕੇ, ਚੱਖ ਕੇ ਚੁਣੀਆਂ ਜਾਣ ਵਾਲੀਆਂ ਵਸਤਾਂ ਨੂੰ ਸਮਝਣ ਵਿੱਚ ਕਮੀ।
- ਘੱਟ ਅਵੇਗਸ਼ੀਲ ਖ਼੍ਰੀਦਦਾਰੀ।
- ਕਾਨੂੰਨੀ ਸਮੱਸਿਆਵਾਂ।
- ਪਰੰਪਰਾਗਤ ਹਾਈ ਸਟਰੀਟ ਪ੍ਰਚੂਨ ਤਜਰਬੇਕਾਰੀ ਦਾ ਘੱਟ ਰੋਲ
- ਲਾਭ ਅਤੇ ਕੀਮਤਾਂ ਦਾ ਦਬਾਓ
- ਵਿਕਰੀ ਤੋਂ ਬਾਅਦ ਧਿਆਨ ਰੇਖਣ ਵਿੱਚ ਔਖਿਆਈਆਂ

ਗਾਹਕ ਲਈ ਈ-ਪ੍ਰਚੂਨ ਵਪਾਰ ਦੇ ਲਾਭ

- ਅਰਾਮਦਾਇਕ
- ਵਧੀਆ ਜਾਣਕਾਰੀ
- ਮੁਕਾਬਲੇ ਦੀਆਂ ਕੀਮਤਾਂ
- ਗਾਹਕੀਕਰਣ
- ਕਿਤੇ ਵੀ ਅਤੇ ਕਿਸੇ ਵੀ ਸਮੇਂ ਖ਼੍ਰੀਦਦਾਰੀ

ਈ-ਖ਼੍ਰੀਦਦਾਰੀ ਦੀਆਂ ਗਾਹਕ ਲਈ ਔਗੁਣ (ਹਾਨੀਆਂ)

- ਕਰੈਡਿਟ ਕਾਰਡ ਅਤੇ ਸੁਰੱਖਿਆ ਦੀਆਂ ਚਿੰਤਾਵਾਂ
- ਵਿਅਕਤੀਗਤ ਅਤੇ ਸਮਾਜਿਕ ਅਦਾਨ ਪ੍ਰਦਾਨ ਦੀ ਕਮੀ
- ਵਪਾਰਕ ਵਸਤੂਆਂ ਨੂੰ ਦੇਖ ਜਾਂ ਮਹਿਸੂਸ ਨਹੀਂ ਕਰ ਸਕਦੇ
- ਜਾਣਕਾਰੀ ਦੀ ਘਾਟ
- ਪ੍ਰਾਪਤੀ ਲਈ ਘਰ ਵਿੱਚ ਗ੍ਰਾਹਕ ਦੀ ਉਪਲੱਬਧਤਾ
- ਵਸਤੂ ਦੀ ਪ੍ਰਾਪਤੀ ਲਈ ਖਰਚਾ
- ਵਸਤੂਆਂ ਅਤੇ ਪੈਸੇ ਦੀ ਵਾਪਸੀ ਵਿੱਚ ਮੁਸ਼ਕਲ

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

ਸੂਚਨਾ ਅਤੇ ਸੰਚਾਰ ਤਕਨੀਕ ਦਾ ਰੋਲ (ਆਈ.ਸੀ.ਟੀਜ) :-
ਇਸ ਵਿੱਚ ਕੋਈ ਸ਼ੱਕ ਨਹੀਂ ਕਿ ਵਿਸ਼ਵ ਅਰਥ ਵਿਵਸਥਾ ਨੂੰ ਚਲਾਉਣ ਅਤੇ ਮੌਜੂਦਾ ਵਪਾਰਕ ਢਾਂਚੇ ਨੂੰ ਨਵਾਂ ਰੂਪ ਦੇਣ ਵਿੱਚ ਸੂਚਨਾ ਅਤੇ ਸੰਚਾਰ ਤਕਨੀਕ ਦਾ ਬਹੁਤ ਮਹੱਤਵਪੂਰਨ ਰੋਲ ਹੈ। ਵਪਾਰ ਤੋਂ ਵਪਾਰ (B2B) ਆਦਾਨ-ਪ੍ਰਦਾਨ ਸਾਰੇ ਈ ਵਪਾਰ ਦਾ 95% ਹੈ।

- ਪ੍ਰਚੂਨ ਸੇਵਾਵਾਂ ਵਿੱਚ ਆਈ.ਸੀ.ਟੀਜ ਦਾ ਵਿਸ਼ੇਸ਼ ਪ੍ਰਭਾਵ ਪੈ ਚੁੱਕਾ ਹੈ।
- ਇੰਟਰਨੈੱਟ ਕੰਪਨੀਆਂ ਨੂੰ ਜ਼ਿਆਦਾ ਖਰਚ, ਪ੍ਰਭਾਵਿਤ ਸਥਿਤੀਆਂ (ਸਥਾਨਾਂ) ਜਾਂ ਵਿਦੇਸ਼ੀ ਮਾਰਕੀਟ ਵਿੱਚ ਨਵੇਂ ਗਾਹਕ ਤੱਕ ਪਹੁੰਚ ਬਣਾਉਣ ਲਈ ਬਾਹਰਲੇ ਸਰੋਤਾਂ ਦੀਆਂ ਸੇਵਾਵਾਂ ਪ੍ਰਾਪਤ ਕਰ ਰਿਹਾ ਹੈ।
- ਪ੍ਰਚੂਨ ਕਿਰਿਆਵਾਂ ਵਿੱਚ ਤੇਜ਼ੀ ਨਾਲ ਵਿਕਾਸ ਅਤੇ ਉਪਭੋਗਤਾ ਦੇ ਵਧਦੇ ਪੱਧਰ ਨਾਲ ਆਦਾਨ-ਪ੍ਰਦਾਨ ਵਿੱਚ ਤੇਜ਼ੀ ਆਈ ਹੈ। ਇਸ ਦੇ ਸਿੱਟੇ ਵੱਜੋਂ ਪ੍ਰਚੂਨ ਵਿਕ੍ਰੇਤਾਵਾਂ ਦੁਆਰਾ ਆਈ.ਟੀ. ਸੇਵਾਵਾਂ ਲਾਗੂ ਕਰਨ ਦੀ ਜ਼ਰੂਰਤ ਮਹਿਸੂਸ ਕੀਤੀ ਗਈ ਹੈ।

ਈ-ਪ੍ਰਚੂਨ ਦੀ ਸਫਲਤਾ ਦੇ ਤੱਥ (**Success factors for E-retailing**):-

ਈ ਪ੍ਰਚੂਨ ਗਾਹਕਾਂ ਨੂੰ ਆਕਰਸ਼ਿਤ ਕਰ ਸਕਦਾ ਹੈ ਜੇਕਰ ਉਹ ਆਸਾਨੀ ਨਾਲ ਵਰਤੋਂ ਕਰਤਾਵਾਂ ਦੀਆਂ ਜ਼ਰੂਰਤਾਂ ਨੂੰ ਪੂਰਾ ਕਰ ਸਕਦਾ ਹੋਵੇ। ਜਿਹੜੇ ਸਥਾਨ ਮੁਢਲੇ ਤੌਰ ਤੇ ਉਤਪਾਦ ਵੇਚਣ ਲਈ ਮੌਜੂਦ ਹਨ। ਉਨ੍ਹਾਂ ਲਈ ਵਿਕਰੀ ਨੂੰ ਦੇਖਣਾ ਬਹੁਤ ਸੁਖਾਲਾ ਹੈ ਅਤੇ ਜਦੋਂ ਵੈਬਸਾਈਟ ਦੀ ਸਫਲਤਾ ਦਾ ਮੁਲੰਕਣ ਕਰਨਾ ਹੋਵੇ ਤਾਂ ਉਹ ਇਕ ਪੈਮਾਨਾ ਵਰਤਦੇ ਹਨ। ਭਾਵੇਂ ਈ ਪ੍ਰਚੂਨ ਦੀ ਸਫਲਤਾ ਨੂੰ ਪ੍ਰਭਾਵਿਤ ਕਰਨ ਵਾਲੇ ਬਹੁਤ ਸਾਰੇ ਤੱਥ ਹਨ ਅਤੇ ਮਜਬੂਤ ਅਤੇ ਕਮਜ਼ੋਰ ਤੱਥਾਂ ਨੂੰ ਲੱਭਣਾ ਹਮੇਸ਼ਾ ਸੌਖਾ ਨਹੀਂ ਹੁੰਦਾ।

ਈ-ਪ੍ਰਚੂਨ ਦੀ ਖਾਸ ਤੌਰ ਤੇ ਈ-ਪ੍ਰਚੂਨ ਸਾਈਟਾਂ ਨੂੰ ਲਾਉਣ ਲਈ ਸਫਲਤਾ ਦੇ ਕੁਝ ਹੇਠ ਲਿਖੇ ਨੁਕਤੇ ਹਨ :-

1. ਖੋਜ ਇੰਜਣ ਦੀ ਉੱਤਮਤਾ (**Search Engine Optimization**) :-
   - ਸਥਿਤ ਸੂਚੀ ਪੱਖੋਂ ਤਾਂ ਸਰਚ ਇੰਜਣ ਵਧੀਆਂ ਹਨ ਪਰੰਤੂ ਆਪਣੀਆਂ ਸ਼ੰਕਾਵਾਂ ਸਬੰਧੀ ਜੋ ਇੰਜ ਹੁੰਦੇ ਹਨ ਉਸ ਪੱਖ ਤੋਂ ਵਧੀਆਂ ਸੇਵਾ ਨਹੀਂ ਦਿੰਦੇ।
   - ਸਵੈ ਚਾਲਿਤ ਕੀ ਸ਼ਬਦ ਉਤਪਾਦ ਅਤੇ ਕੈਟੇਗਰੀ ਦੇ ਨਾ ਤੇ ਅਧਾਰਿਤ ਵਿਸ਼ਾਲ ਸਰਵ ਪ੍ਰਮਾਣਿਤ ਸਰੋਤ ਖੋਜਕਾਰ (URL)
2. ਸਾਈਟ ਦਾ ਪ੍ਰਬੰਧਨ (**Site management**)
   - ਪ੍ਰਬੰਧਕਾਂ ਦੀ ਆਗਿਆ ਦਾ ਰੋਲ ਅਤੇ ਵਰਤੋਂ ਕਰਤਾ
   - ਸੁਤੰਤਰ ਸਿਸਟਮ ਸੇਲ ਟੈਕਸ ਦੀ ਗਣਨਾ ਖੇਤਰੀ ਪੱਧਰ ਤੇ ਕਰਦੇ ਹੋਏ ਜ਼ਿੱਪ ਕੋਡ ਦਾ ਨਿਰਮਾਣ ਕਰਦਾ।
   - ਇਕ ਵਾਰੀ ਡਾਟਾ ਸੈਂਟਰ ਵਿੱਚ ਦਾਖਲ ਹੋਣ ਤੋਂ ਬਾਅਦ ਸਵੈ-ਚਾਲਿਤ ਅੱਪਗ੍ਰੇਡ।
   - ਪ੍ਰਦਰਸ਼ਿਤ ਸੂਚੀ ਇੰਦਰਾਜ ਮੁਨਿਆਦ ਖਤਮ ਹੋਣ ਦੀ ਮਿਤੀ ਨਾਲ ਹੀ ਦਰਜ ਕੀਤਾ ਜਾ ਸਕਦਾ ਹੈ ਜਿਹੜੀ ਨਿਸ਼ਚਿਤ ਮਿਤੀ ਤੋਂ ਬਾਅਦ ਆਪਣੇ ਆਪ ਖਤਮ ਹੋ ਜਾਵੇਗੀ। ਵਿਕਰੀ ਅਤੇ ਗੁਣਵੱਤਤਾ ਲਈ ਇਹ ਉੱਤਮ ਹੈ। ਸੂਚਨਾ ਪੰਨਿਆਂ ਲਈ ਵਿਕਸਿਤ ਵਿਸ਼ਾ ਪ੍ਰਬੰਧਨ ਸਿਸਟਮ।

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

3. ਮਾਰਕੀਟਿੰਗ ਦਾ ਪ੍ਰਚਾਰ ਅਤੇ ਸਾਧਨ (**Marketing Promotions and Tools**)
- ਉਤਪਾਦ ਅਤੇ ਕੀਮਤ ਪੱਧਰ (ਪ੍ਰਚੂਨ ਅਤੇ ਪੂਰਨ ਵਿਕਰੇਤਾ) ਦੁਆਰਾ ਬੰਦਸ਼ ਦੀ ਖਾਸੀਅਤ ਨਾਲ ਲਚਕੀਲਾ ਕੀਮਤ ਪ੍ਰਬੰਧਨ ਡਿਸਕਾਉਟ (ਕਟੌਤੀ) ਦੀ ਪ੍ਰਤੀਸ਼ੱਤਤਾ, ਨਿਸ਼ਚਿਤ ਰਕਮ ਕਟੌਤੀ ਅਤੇ ਮੁਫਤ ਮਾਲ ਭੇਜਣਾ।
- ਐਂਟਰੀਆਂ ਨੂੰ ਅਜੋਕੇ, ਬਹੁਤ ਵਿਚਾਰ ਦੇਣ ਵਾਲੀ, ਬਹੁਤ ਵਿਚਾਰਣ ਦੁਆਰਾ ਲਈ ਜਾ ਸਕਦੀ ਹੈ।
- ਬਹੁ ਡਾਟਾ ਪੇਸ਼ ਅਨੁਵਾਦ ਪ੍ਰਾਪਤੀ
- ਬਹੁ ਉਤਪਾਦ ਵਿਚਾਰਾਂ ਲਈ ਸਹਾਇਕ
- ਇਕ ਦੋਸਤ ਨੂੰ ਭੇਜਣਾ।

4. ਸ਼ਾਪਿੰਗ ਕਾਰਟ
- ਗਾਹਕ ਪ੍ਰਬੰਧਨ
- ਉਤਪਾਦ ਪ੍ਰਬੰਧਨ
- ਅਦਾਇਗੀ ਵਿੱਚ ਵਿਭਿੰਨਤਾ ਅਤੇ ਭੇਜਣ ਦੇ ਢੰਗ
- ਆਰਡਰ ਰਸੀਦ ਈ ਮੇਲ

5. ਚੈਕ ਆਊਟ (**Check out**)
- ਆਉਣ ਵਾਲਿਆਂ ਨੂੰ ਚੈਕ ਕਰਨਾ
- ਪਤੇ ਵਾਲੀ ਕਿਤਾਬ
- ਸਵੈ ਚਲਿਤ ਗਾਹਕ ਸਤੁੰਲਨ ਦਾ ਆਰਡਰ ਕਰਨਾ
- ਰਾਜ, ਦੇਸ਼ ਅਤੇ ਮਿਊਂਸੀਪੈਲਿਟੀ ਅਧਾਰਤ ਜਿਪ ਕੋਡ ਰਾਹੀਂ ਵਿਕਰੀ ਕਰ

6. ਵਿਸ਼ਾਵਾਰ ਪੰਨੇ (**Content managed pages**)
- ਆਪਣੇ ਵੈਬਸਾਈਟ ਤੇ ਅਸੀਮਤ ਪੰਨੇ ਜੋੜਨਾ
- ਅਸੀਮਿਤ ਵੈਬ-ਪ੍ਰਕਾਰ ਪੈਦਾ ਕਰਨਾ
- ਰਸਤਿਆਂ ਨੂੰ ਬਦਲਣ ਦੀ ਲਚਕਤਾ
- ਆਪਣੇ ਪੰਨਿਆਂ ਨੂੰ ਅਸੀਮਿਤ ਹਿਸਿਆਂ ਵਿੱਚ ਵੰਡ ਕੇ ਪ੍ਰਸਤੁਤ ਕਰਨਾ

7. ਸੁਰੱਖਿਆ (**Security**)
- ਪੀ ਸੀ ਆਈ ਡੀ ਐਸ ਐਸ ਦਾ ਜੋੜ ਅਤੇ ਸੀ.ਆਈ.ਐਸ.ਪੀ ਤਸਦੀਕ ਸ਼ੁੱਦਾ ਲੇਵਲ -1
- ਰੋਜ਼ਾਨਾ ਸੁਰੱਖਿਅਤ ਸੰਭਾਲ
- ਬਹੁ ਵਕੱਲਪੀ ਡਾਟਾ ਬੇਸ ਦੀ ਸੁਰੱਖਿਆ ਦੀ ਸੰਭਾਲ
- ਕਲਸਟਰ ਹਾਰਡਵੇਅਰ ਭੇਦੀ ਕਾਰਕਾਂ ਨੂੰ ਅਸਫਲ ਕਰਨਾ।
- ਜੀਵ ਅੰਕੜਾ ਪ੍ਰਣਾਲੀ ਰਾਹੀਂ ਡਾਟਾ ਸੈਂਟਰ ਤੱਕ ਪਹੁੰਚ ਨੂੰ ਨਿਯੰਤਰਿਤ ਕਰਨਾ

8. ਵਿਸ਼ਾ ਪ੍ਰਬੰਧਨ ਦੇ ਭਾਗ (**Content management components**)
- ਅਸੀਮਿਤ ਸ਼੍ਰੇਣੀਆਂ ਉਤਪਾਦਾਂ ਅਤੇ ਸੂਚਨਾ ਪੇਜਾਂ ਵਿੱਚ ਬਦਲਾਅ ਕਰਨਾ, ਨਵੀਆਂ ਕਿਸਮਾਂ ਪਾਉਣਾ, ਪੁਰਾਣੀਆਂ ਐਟਰੀਆਂ ਮਿਟਾਉਣਾ ਆਦਿ।
- ਗਤੀਸ਼ੀਲ ਕਿਸਮਾਂ
- ਉਤਪਾਦਾਂ ਦੀ ਵਿਸਤ੍ਰਤ ਸੂਚੀ
- ਸਬੰਧਤ ਅਸਾਮੀਆਂ
- ਵੱਧ ਵਿਕਰੀ ਸਹੂਲਤਾਂ

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

9. ਬਹੁਮੰਤਰੀ ਸਟੋਰ
- ਇਕੋ ਹੀ ਪ੍ਰਸ਼ਾਸ਼ਨ ਹੇਠਾਂ ਅਤੇ ਇਕ ਹੀ ਉਤਪਾਦ ਲਈ ਵੱਖ-ਵੱਖ ਕੀਮਤਾਂ, ਵੱਖ-ਵੱਖ ਭਾਸ਼ਾਵਾਂ ਅਧੀਨ ਅਤੇ ਵੱਖ-ਵੱਖ ਸਥਾਨਾਂ ਤੇ ਪ੍ਰਬੰਧ ਕਰਨਾ।
- ਇੱਕ ਹੀ ਉਤਪਾਦ ਦੇ ਵੱਖ ਵੱਖ ਬ੍ਰਾਂਡ ਜਾਂ ਹੋਰ ਵੱਖਰੇ ਉਤਪਾਦਾਂ ਨੂੰ ਪੇਸ਼ ਕਰਨਾ।
- ਗਾਹਕਾਂ ਨੂੰ ਸੰਤੁਸ਼ਟ ਕਰਨ ਦੇ ਭਰਪੂਰ ਮੌਕੇ ਦੇਣਾ

10. ਰਿਪੋਰਟ ਕਰਨਾ (**Reporting**)
- ਵੈਬ ਪੰਨੇ ਤੇ ਬਿਨ੍ਹਾਂ ਕੋਈ ਵੀ ਕੋਡ ਜੋੜੇ ਸਹੀ ਤੇ ਸਪੱਸ਼ਟ ਰਿਪੋਰਟ ਤਿਆਰ ਰੱਖਣਾ।
- ਵਿਕਰੀ, ਅਦਾਇਗੀ, ਢੋਆ ਢੁਆਈ ਅਤੇ ਕਟੌਤੀ ਕੋਡ ਨੂੰ ਚਿੰਨ੍ਹ ਕੇਂਦਰਿਤ ਕਰਨਾ।
- ਉਪਭੋਗਤਾ ਦੀ ਵਿਸਥਾਰਪੂਰਵਕ ਰਿਪੋਰਟ ਜਿਸ ਵਿੱਚ ਨਵੇਂ ਅਤੇ ਵਾਪਸ ਆਏ ਗਾਹਕ ਸ਼ਾਮਿਲ ਹਨ।
- ਉਤਪਾਦਾਂ ਨੂੰ ਤਰਜੀਹੀ ਤਰਤੀਬ ਦੇ ਆਧਾਰ ਤੇ ਵਿਵਸਥਿਤ ਕਰਨਾ।
- ਆਰਡਰ ਮੁਤਾਬਿਕ ਕਰੰਸੀ ਦੀ ਚੋਣ ਕੀਤੀ ਜਾ ਸਕਦੀ ਹੈ।

ਧੋਖੇਬਾਜੀ ਅਤੇ ਸਕਿਊਰਟੀ ਨਾਲ ਸਬੰਧਤ ਕੰਮ (**Fraud and security**)

ਹੇਠਾਂ ਦਿਤਾ ਗਿਆ ਹੈ ਕਿ ਖ਼ੀਦਦਾਰੀ ਤੋਂ ਪਹਿਲਾਂ ਵਪਾਰਕ ਵਸਤਾਂ ਦਾ ਨਿਰੀਖਣ ਕਰਨ ਦੀ ਘਾਟ ਕਰਕੇ ਉਪਭੋਗਤਾ ਨੂੰ ਆਮੋ ਸਾਹਮਣੇ ਆਦਾਨ ਪ੍ਰਦਾਨ ਨਾਲੋਂ ਉਪਭੋਗਤਾ ਨੂੰ ਬਹੁਤ ਜ਼ਿਆਦਾ ਜ਼ੋਖਮ ਉਠਾਉਣਾ ਪੈਂਦਾ ਹੈ। ਵਪਾਰੀ ਵੀ ਧੋਖੇਬਾਜੀ ਵਾਲੀ ਖ਼ੀਦਦਾਰੀ ਵਿੱਚ ਚੋਰੀ ਕੀਤੇ ਗਏ ਕਰੈਡਿਟ ਕਾਰਡ ਦੀ ਵਰਤੋਂ ਵਾਲਿਆਂ ਦਾ ਜੋਖਮ ਉਠਾਉਦੇ ਹਨ ਜਾਂ ਆਨ ਲਾਈਨ ਖ਼ੀਦਦਾਰੀ ਦਾ ਖੰਡਨ ਕਰਦੇ ਹਨ। ਫਿਰ ਵੀ ਵਪਾਰੀਆਂ ਨੂੰ ਗੋਦਾਮਾਂ ਦੀ ਵਰਤੋਂ ਕਰਨ ਕਰਕੇ ਪ੍ਰਚੂਨ ਸਟੋਰਾਂ ਵਿੱਚ ਹੋਣ ਵਾਲੀ ਚੋਰੀ ਨਾਲੋਂ ਘੱਟ ਜੋਖਮ ਉਠਾਉਂਣਾ ਪੈਂਦਾ ਹੈ।

ਸਕਿਊਰ ਸੌਕਟ ਲੇਅਰ (ਐਸ ਐਸ ਐਲ) ਦੀ ਕੋਡਿੰਗ ਨੇ ਉਪਭੋਗਤਾ ਅਤੇ ਵਪਾਰੀ ਵਿਚਾਲੇ ਅਦਾਨ-ਪ੍ਰਦਾਨ ਲਈ ਵਰਤੇ ਜਾਣ ਵਾਲੇ ਕਰੈਡਿਟ ਕਾਰਡ ਦੀ ਸਮੱਸਿਆ ਨੂੰ ਕਾਫੀ ਹੱਦ ਤੱਕ ਸੁਲਝਾ ਦਿੱਤਾ ਹੈ। ਕੰਪਿਊਟਰਕ੍ਰਿਤ ਸਿਸਟਮ ਨੂੰ ਹੈਕ ਕਰਨ ਵਾਲੇ ਵਪਾਰੀ ਦੀ ਵੈਬਸਾਈਟ ਨੂੰ ਸੰਨ ਲਾਉਂਦੇ ਹਨ ਅਤੇ ਉਸਦਾ ਨਾਂ, ਪਤਾ ਅਤੇ ਕਰੈਡਿਟ ਕਾਰਡ ਨੰਬਰਾਂ ਨੂੰ ਚੋਰੀ ਕਰਦੇ ਹਨ ਭਾਵੇਂ ਅਦਾਇਗੀ ਕਾਰਡ ਇੰਡਸਟਰੀ ਡੈਟਾ ਸਕਿਉਡਟੀ ਸਟੈਂਡਰਡ ਇਹੋ ਜਿਹੀਆਂ ਚੋਰੀਆਂ ਨੂੰ ਘਟਾਉਣਾ ਚਾਹੁੰਦਾ ਹੈ। ਵਿਅਕਤੀਗਤ ਪਛਾਣ ਚਿਨ੍ਹਾਂ ਦੀ ਚੋਰੀ ਹਾਲੇ ਵੀ ਉਪਭੋਗਤਾ ਲਈ ਚਿੰਤਾ ਦਾ ਵਿਸ਼ਾ ਹੈ। ਕੰਪਿਉਟਰ ਦੀ ਸੁਰੱਖਿਆ ਵਪਾਰੀ ਅਤੇ ਈ-ਵਪਾਰ ਸੇਵਾਵਾਂ ਦੇਣ ਵਾਲੇ ਲਈ ਇਕ ਪ੍ਰਮੁੱਖ ਵਿਸ਼ਾ ਬਣ ਗਈ ਹੈ।

ਉਹ ਆਪਣੇ ਨੈਟ ਵਰਕ ਨੂੰ ਸੁਰੱਖਿਅਤ ਰੱਖਣ ਲਈ ਬਹੁਤੇ ਸਾਰੇ ਹੋਰ ਤਰੀਕੇ ਜਿਵੇਂ ਕਿ ਫਾਇਰਵਾਲਜ਼ ਅਤੇ ਐਂਟੀ ਵਾਇਰਸ ਸਾਫਟਵੇਅਰ ਦਾ ਇਸਤੇਮਾਲ ਕਰਦੇ ਹਨ।

ਜਾਲਸਾਜ਼ੀ ਇਕ ਹੋਰ ਖਤਰਾ ਹੈ ਜਿਸ ਅਨੁਸਾਰ ਉਪਭੋਗਤਾ ਨੂੰ ਮੂਰਖ ਬਣਾਇਆ ਜਾਂਦਾ ਹੈ ਕਿ ਉਹ ਬੜੇ ਮਸ਼ਹੂਰ (ਪ੍ਰਸਿੱਧੀ ਵਾਲੇ) ਪ੍ਰਚੂਨ ਵਪਾਰੀ ਨਾਲ ਵਪਾਰ ਕਰ ਰਹੇ ਹਨ। ਜਦੋਂ ਕਿ ਉਹ ਅਸਲ ਵਿੱਚ ਕਿਸੇ ਜਾਲਸਾਜ਼ੀ ਪਾਰਟੀ ਦੁਆਰਾ ਵਰਤੇ ਜਾ ਰਹੇ ਸਿਸਟਮ ਵਿੱਚ ਆਪਣੀ ਵਿਅਕਤੀਗਤ ਜਾਣਕਾਰੀ ਫੀਡ ਕਰ ਰਹੇ ਹਨ।

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

ਖਰੀਦਦਾਰੀ ਵੈਬ ਪੇਜ਼ ਤੇ ਗੁਣਵੱਤਾ ਸੀਲ ਵੀ ਲਗਾਈ ਜਾ ਸਕਦੀ ਹੈ ਜੇਕਰ ਵੈਬਸਾਈਟ ਸੀਲ ਪ੍ਰਦਾਨ ਕਰਨ ਵਾਲੀ ਕੰਪਨੀ ਦੀਆਂ ਸਾਰੀਆਂ ਸ਼ਰਤਾਂ ਪੂਰੀਆਂ ਕਰਦੀਆਂ ਹੋਵੇ ਅਤੇ ਕਸੌਟੀਆਂ ਤੇ ਖਰੀ ਉਤਰਦੀ ਹੋਵੇ। ਇਨ੍ਹਾਂ ਸੀਲਾਂ ਦਾ ਉਦੇਸ਼ ਆਨ-ਲਾਈਨ ਉਪਭੋਗਤਾ ਦਾ ਵਿਸ਼ਵਾਸ਼ ਵਧਾਉਣਾ ਹੈ। ਆਨ ਲਾਈਨ ਪ੍ਰਚੂਨ ਸੇਵਾਵਾਂ ਦੀ ਵਰਤੋਂ ਕਰਦੇ ਹੋਏ ਉਪਭੋਗਤਾ ਆਪਣੇ ਆਪ ਨੂੰ ਕਿਵੇਂ ਸੁਰੱਖਿਅਤ ਰੱਖ ਸਕਦੇ ਹਨ ਇਸ ਸਬੰਧੀ ਵੱਖ-ਵੱਖ ਸਰੋਤਾਂ ਤੋਂ ਹੇਠ ਲਿਖੇ ਅਨੁਸਾਰ ਸਲਾਹ ਦਿੱਤੀ ਜਾਂਦੀ ਹੈ :

- ਜਾਣ ਪਛਾਣ ਵਾਲੇ ਸਟੋਰਾਂ ਨਾਲ ਜੁੜੇ ਰਹਿਣਾ ਜਾਂ ਉਪਭੋਗਤਾ ਦੇ ਤਜ਼ਰਬਿਆਂ ਦੇ ਆਧਾਰ ਤੇ ਉਹਨਾਂ ਦੀਆਂ ਟਿਪੱਣੀਆਂ ਨੂੰ ਵਿਚਾਰਨਾ ਅਤੇ ਯਕੀਨੀ ਬਣਾਉਣਾ ਕਿ ਸੇਵਾ ਦੀ ਵਰਤੋਂ ਕਰਨ ਤੋਂ ਪਹਿਲਾਂ ਵੈਬਸਾਈਟ ਤੇ ਵਿਸਥਾਰਿਤ ਸਪੰਰਕ ਜਾਣਕਾਰੀ ਉਪਲਬਧ ਹੈ ਅਤੇ ਇਹ ਜਾਣਨਾ ਕਿ ਪ੍ਰਚੂਨ ਵਪਾਰੀ ਉਦਯੋਗ ਨਿਰੀਖਣ ਪ੍ਰੋਗਰਾਮ ਵਿੱਚ ਦਰਜ ਹੈ ਜਿਵੇਂ ਕਿ ਟਰੱਸਟ ਸੀਲ ਜਾਂ ਟਰੱਸਟ ਮਾਰਕ।
- ਨਵੀਂ ਕੰਪਨੀ ਤੋਂ ਕੁਝ ਵੀ ਖ਼ੀਦਣ ਤੋਂ ਪਹਿਲਾਂ ਕੁਝ ਗੱਲਾਂ ਦਾ ਧਿਆਨ ਰੱਖਦੇ ਹੋਏ ਵੈਬਸਾਈਟ ਦਾ ਮੁਲੰਕਣ ਕਰਨਾ। ਜਿਵੇਂ ਕਿ ਸਾਈਟ ਦਾ ਉਪਭੋਗਤਾ ਕੇਂਦਰਿਤ ਅਤੇ ਕਿੱਤਾ ਮੁਖੀ ਹੋਣਾ, ਕੀ ਕੰਪਨੀ ਨੇ ਟੈਲੀਫੋਨ ਨੰਬਰਾਂ ਦੀ ਲਿਸਟ ਜਾਰੀ ਕੀਤੀ ਹੈ ਅਤੇ ਜਾਂ ਈ ਸੰਪਰਕ ਜਾਣਕਾਰੀ ਦੇ ਨਾਲ ਨਾਲ ਪਤਾ ਦੱਸਿਆ, ਕਿ ਕੀ ਸਾਫ ਸੁਥਰੀ ਅਤੇ ਤਰਕ ਯੋਗ ਪੈਸੇ ਵਾਪਸੀ ਨੀਤੀ ਨੂੰ ਸਪਸ਼ਟ ਦਰਸਾਇਆ ਹੈ ਅਤੇ ਕੀ ਢੁੱਕਵੀਂ ਕੀਮਤ ਤੋਂ ਇਲਾਵਾ ਕੋਈ ਛੁਪੀ ਕੀਮਤ ਤਾਂ ਨਹੀਂ ਜਿਵੇਂ ਕਿ ਵਾਧੂ ਢੋਆ ਢੁਆਈ ਅਤੇ ਸਾਭ ਸੰਭਾਲ ਦੇ ਖਰਚੇ।
- ਇਹ ਯਕੀਨੀ ਬਣਾਉਣਾ ਕਿ ਪ੍ਰਚੂਨ ਵਪਾਰੀ ਨੇ ਸਵੀਕਾਰਤ ਪ੍ਰਾਈਵੇਸੀ ਨੀਤੀ ਨੂੰ ਦਰਜ ਕੀਤਾ ਹੈ। ਉਦਾਹਰਣ ਦੇ ਤੌਰ ਤੇ ਇਹ ਦੇਖਣਾ ਕਿ ਪ੍ਰਚੂਨ ਵਪਾਰੀ ਨੇ ਉਪਭੋਗਤਾ ਦੀ ਸਹਿਮਤੀ ਤੋਂ ਬਿਨ੍ਹਾਂ ਉਸਦੀ ਗੁਪਤ ਜਾਣਕਾਰੀ ਕਿਸੇ ਨਾਲ ਵੀ ਸਾਂਝੀ ਨਹੀਂ ਕੀਤੀ ਇਹ ਗੱਲ ਉਪਭੋਗਤਾ ਨੂੰ ਸਪੱਸ਼ਟ ਕਰੇਗਾ।
- ਜਦੋਂ ਕਰੈਡਿਟ ਕਾਰਡ ਜਾਣਕਾਰੀ ਨੂੰ ਦਰਜ ਕੀਤਾ ਜਾਂਦਾ ਹੈ ਤਾਂ ਇਹ ਯਕੀਨੀ ਬਣਾਉਣਾ ਕਿ ਪ੍ਰਚੂਨ ਵਪਾਰੀ ਦਾ ਪਤਾ ਐਸ ਐਸ ਐਲ ਤੇ ਸੁਰੱਖਿਅਤ ਹੈ। ਜੇਕਰ ਉਸ ਨੇ ਕਰੈਡਿਟ ਕਾਰਡ ਤੇ ਜਾਣਕਾਰੀ ਦਰਜ ਕੀਤੀ ਹੈ ਤਾਂ ਐਂਟਰੀ ਸਕਰੀਨ (HTTPS) ਐਚ.ਟੀ.ਟੀ.ਪੀ.ਐਸ ਨਾਲ ਸ਼ੁਰੂ ਹੋਵੇਗੀ।
- ਬਿਨ੍ਹਾਂ ਵਿਅਕਤੀਗਤ ਸੂਚਨਾ ਤੋਂ ਮਜ਼ਬੂਤ ਪਾਸਵਰਡ ਦੀ ਵਰਤੋਂ ਕਰਨਾ। ਦੂਜਾ ਵਿਕਲਪ ਇਕ ਪਾਸ ਫਰੇਜ਼ ਜਿਹੜਾ ਕਿ ਇਕ ਲਾਈਨ ਦੀ ਤਰ੍ਹਾਂ ਹੋ ਸਕਦਾ ਹੈ। (ਜਿਵੇਂ ñI shop 4 good a buyò) ਇਸ ਵਿੱਚ ਕਈ ਵਿਭਿੰਨਤਾਵਾਂ ਹੁੰਦੀਆਂ ਹਨ ਜਿਵੇਂ ਵੱਡੇ ਅੱਖਰ ਛੋਟੇ ਅੱਖਰ, ਸਪੈਸ਼ਲ ਚਿੰਨ ਅਤੇ ਇਹਨਾਂ ਨੂੰ ਯਾਦ ਰੱਖਣਾ ਵੀ ਸੌਖਾ ਹੈ ਦੂਜਾ ਇਹਨਾਂ ਨੂੰ ਆਸਾਨੀ ਨਾਲ ਹੈਕ ਨਹੀਂ ਕੀਤਾ ਜਾ ਸਕਦਾ।

ਅਭਿਆਸ : ਮੁਲਾਂਕਣ

1. ਕਿਸੇ ਈ ਪ੍ਰਚੂਨ ਸਟੋਰ ਜਾਓ ਅਤੇ ਉਨ੍ਹਾਂ ਉਤਪਾਦਾਂ ਜਾਂ ਸੇਵਾਵਾਂ ਦੀ ਲਿਸਟ ਬਣਾਓ ਜਿਹੜੀਆਂ ਈ ਪ੍ਰਚੂਨ ਪ੍ਰਦਾਨ ਕਰਦੀਆਂ ਹਨ।
2. ਸਿੱਖਿਆ ਸੇਵਾਵਾਂ ਤੇ ICT ਦੇ ਪ੍ਰਭਾਵ ਦੀ ਸੰਖੇਪ ਰਿਪੋਰਟ ਤਿਆਰ ਕਰੋ।
3. ਕਿਸੇ ਈ-ਪ੍ਰਚੂਨ ਸੈਂਟਰ ਜਾਓ ਅਤੇ ਸਟੋਰ ਦੇ ਮਨੈਜਰ ਜਾਂ ਸੁਪਰਵਾਇਜਰ ਨੂੰ ਮਿਲੋ। ਉਨ੍ਹਾਂ ਤੋਂ ਹੇਠ ਲਿਖੀ ਜਾਣਕਾਰੀ ਲੈਣ ਲਈ ਇਟਰਵਿਊ ਲਵੋ।
   - ਪੇਸ ਕੀਤੇ ਜਾਂਦੇ ਵਿਭਿੰਨ ਉਤਪਾਦ
   - ਕਵਰ ਕਰਨ ਦਾ ਖੇਤਰ (ਕਰਵਰਜ ਉਤਪਾਦ ਲਈ ਲੋਕਲ, ਰਾਸ਼ਟਰੀ, ਅੰਤਰਰਾਸ਼ਟਰੀ, ਗਲੋਬਲ)
4. ਰੋਜ਼ਾਨਾ ਈ-ਪ੍ਰਚੂਨ ਵਿੱਚ ਨਵੇਂ ਇਲੈਕਟ੍ਰਾਨਿਕ ਤਰੀਕੇ, ਵਿਵਾਦ ਅਤੇ ਚੁਣੌਤੀਆਂ
5. ਈ-ਪ੍ਰਚੂਨ ਵਿੱਚ ਧੋਖਾ ਅਤੇ ਸੁਰੱਖਿਆ ਸਬੰਧੀ ਵਿਸਥਾਰਪੂਰਵਕ ਨੋਟ ਲਿਖੋ।

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

ਮੁਲਾਂਕਣ

(ੳ) ਖਾਲੀ ਥਾਵਾਂ ਭਰੋ :

1. ਭਾਵੇਂ ____________ ਦੇ ਲਾਭ ਵਿਚਾਰ ਯੋਗ ਹਨ ਜਦੋਂ ਪ੍ਰਕਿਰਿਆ ਚਲਦੀ ਹੈ ਤਾਂ ਔਖੇ ਸਮੇਂ ਪੈਦਾ ਕਰ ਸਕਦੀ ਹੈ।
2. ਪ੍ਰਦਰਸ਼ਿਤ ਸੂਚੀ ਇੰਦਰਾਜ __________ ਨਾਲ ਕੀਤੀ ਜਾ ਸਕਦੀ ਹੈ ਜਿਹੜੀ ਕਿ ਨਿਸ਼ਚਿਤ ਮਿਤੀ ਤੋਂ ਬਾਅਦ ਆਪਣੇ ਆਪ ਖਤਮ ਹੋ ਜਾਵੇਗੀ। ਵਿਕਰੀ ਅਤੇ ਗੁਣਵੱਤਾ ਲਈ ਇਹ ਉੱਤਮ ਹੈ। _________ ਪੰਨਿਆਂ ਲਈ ਵਿਕਸਿਤ ਵਿਸ਼ਾ ਪ੍ਰਬੰਧਨ ਸਿਸਟਮ।
3. ਇਸ ਵਿੱਚ ਕੋਈ ਸ਼ੱਕ ਨਹੀਂ ਕਿ ਵਿਸ਼ਵ ਅਰਥ ਵਿਵਸਥਾ ਨੂੰ ਚਲਾਉਣ ਅਤੇ ਮੌਜੂਦਾ ਵਪਾਰਕ ਢਾਂਚੇ ਨੂੰ ਨਵਾਂ ਰੂਪ ਦੇਣ ਵਿੱਚ _________ ਦਾ ਮਹੱਤਵਪੂਰਨ ਰੋਲ ਹੈ।
4. ________ ਦੀ ਕੋਡਿੰਗ ਨੇ _________ ਅਤੇ ਵਪਾਰੀ ਵਿਚਾਲੇ ਆਦਾਨ ਪ੍ਰਦਾਨ ਲਈ ਵਰਤੇ ਜਾਣ ਵਾਲੇ ਕਰੈਡਿਟ ਕਾਰਡ ਦੀ ਸਮੱਸਿਆ ਨੂੰ ਕਾਫੀ ਹੱਦ ਤੱਕ ਸੁਲਝਾ ਦਿੱਤਾ ਹੈ।
5. ਈ ਪ੍ਰਚੂਨ ਸਾਈਟ ____________ ਨੂੰ ਅਕਰਸ਼ਿਤ ਕਰ ਸਕਦਾ ਹੈ ਜੇਕਰ ਉਹ ਵਰਤੋਂ ਕਰਨ ਵਾਲਿਆਂ ਦੀਆਂ ਜ਼ਰੂਰਤਾਂ ਨੂੰ ਪੂਰੀਆਂ ਕਰਦਾ ਹੈ।

(ਅ) ਬਹੁ ਵਕੱਲਪੀ ਪ੍ਰਸ਼ਨ

1. ਹੇਠ ਲਿਖਿਆਂ ਵਿੱਚੋਂ ਕਿਹੜਾ ਸ਼ਾਪਿੰਗ ਕਾਰਡ ਦਾ ਉਪ ਹਿਸਾ ਨਹੀਂ ਹੈ।
   (ੳ) ਐਸ.ਐਸ.ਐਲ ਸੁਰੱਖਿਆ
   (ਅ) ਗਾਹਕ ਪ੍ਰਬੰਧਨ
   (ੲ) ਉਤਪਾਦ ਪ੍ਰਬੰਧਨ
   (ਸ) ਅਦਾਇਗੀ ਅਤੇ ਢੋਆ ਢੋਆਈ ਵਿੱਚ ਵਿਭਿੰਨਤਾ।
2. ਈ ਪ੍ਰਚੂਨ ਵਪਾਰ ਵਿੱਚ ਗਾਹਕ ਲਈ ਸਹੂਲਤਾਂ ਲਾਭ ਸ਼ਾਮਿਲ ਹਨ।
   (ੳ) ਲਾਭ ਤੇ ਦਬਾਓ ਅਤੇ ਸਟੋਰ ਵਿਚਲੀਆਂ ਕੀਮਤਾਂ
   (ਅ) ਵਿਕਰੀ ਤੋਂ ਬਾਅਦ ਸੰਭਾਲ ਦੀਆਂ ਸਮੱਸਿਆਵਾਂ
   (ੲ) ਵਧੀਆ ਜਾਣਕਾਰੀ
   (ਸ) ਪਹੁੰਚਾਉਣ ਲਈ ਪੈਸੇ ਲੈਣਾ
3. ਉਪਭੋਗਤਾ ਅਤੇ ਪ੍ਰਚੂਨ ਵਪਾਰੀਆਂ ਵਿਚਕਾਰ ਵਸਤੂਆਂ ਦੀ ਖਰੀਦ ਅਤੇ ਵੇਚ ਇੰਟਰਨੈਟ ਦੁਆਰਾ ਕਰਨ ਨੂੰ ਕਿਹਾ ਜਾਂਦਾ ਹੈ।
   (ੳ) ਬੀ ਟੁ ਬੀ ਮਾਰਕੀਟ
   (ਅ) ਬੀ ਟੁ ਸੀ ਮਾਰਕੀਟ
   (ੲ) ਬੀ ਟੁ ਏ ਮਾਰਕੀਟ
   (ਸ) ਬੀ ਟੁ ਕੇ ਮਾਰਕੀਟ

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

4. ਹੇਠ ਲਿਖਿਆਂ ਵਿੱਚ ਕਿਹੜਾ ਇਕ ਮਾਰਕੀਟਿੰਗ ਪ੍ਰਚਾਰ ਅਤੇ ਸਾਧਨ ਦਾ ਈ ਪ੍ਰਚੂਨ ਵਪਾਰ ਵੈਬਸਾਈਟ ਦਾ ਹਿਸਾ ਹੈ।
   (ੳ) ਆਰ.ਐਸ.ਐਸ ਫੀਡ ਦੀ ਵਰਤੋਂ ਕਰਤਾ ਨੂੰ ਸਤੁੰਸ਼ਟੀ ਫੀਡ ਦੇਣ ਦੀ ਆਗਿਆ ਦਿੰਦੀ ਹੈ।
   (ਅ) ਬਹੁ ਡੈਟਾ ਪੇਸ਼ ਅਨੁਵਾਦ ਪ੍ਰਾਪਤੀ
   (ੲ) ਅਸਫਲ ਹੋਣਾ
   (ਸ) ਬਾਇਓਮੈਟ੍ਰਕਿ ਡਾਟਾ ਕੰਟਰੋਲ ਤੇ ਪਹੁੰਚ ਡਾਟਾ ਸੈਂਟਰ ਤੇ ਬਾਇਓਮੈਟਿਕ ਪਹੁੰਚ ਕੰਟਰੋਲ।

ਮੁਲੰਕਣ ਕਿਰਿਆ ਲਈ ਚੈਕਲਿਸਟ

ਹੇਠਾਂ ਦਿੱਤੀ ਚੈਕ ਲਿਸਟ ਦੀ ਵਰਤੋਂ ਇਹ ਦੇਖਣ ਲਈ ਕਰੋ ਕਿ ਕੀ ਤੁਸੀਂ ਮੁਲੰਕਣ ਕਿਰਿਆ ਦੀਆਂ ਸਾਰੀਆਂ ਜ਼ਰੂਰਤਾਂ ਪੂਰੀਆਂ ਕਰ ਲਈਆਂ ਹਨ।

ਭਾਗ (ੳ)

- ਈ ਪ੍ਰਚੂਨ ਦੀ ਮੁਢਲੀ ਧਾਰਨਾ ਅਤੇ ਅਰਥ ਸਮਝ ਲਿਆ ਹੈ।
- ਈ ਪ੍ਰਚੂਨ ਵਪਾਰ ਦੀ ਮਹੱਤਤਾ ਅਤੇ ਇਸਦੀਆਂ ਖਾਮੀਆਂ ਦੀ ਪਛਾਣ ਕਰੋ।
- ਈ ਪ੍ਰਚੂਨ ਦੀ ਸਫਲਤਾ ਲਈ ਭਿੰਨ ਭਿੰਨ ਤੱਥਾਂ ਦੀ ਲਿਸਟ ਬਣਾਓ।

ਭਾਗ (ਅ)

ਜਮਾਤ ਵਿੱਚ ਚਰਚਾ ਕਰੋ।

- ਈ ਪ੍ਰਚੂਨ ਵਪਾਰ ਕੀ ਹੈ।
- ਈ ਪ੍ਰਚੂਨ ਗਾਹਕ ਤਕ ਅੰਤਿਮ ਪਹੁੰਚ ਲਈ ਕਿਵੇਂ ਪ੍ਰਭਾਵਸ਼ਾਲੀ ਰੂਪ ਵਿੱਚ ਉਭਰਿਆ ਹੈ।
- ਵਿਕ੍ਰੇਤਾ ਲਈ ਈ ਪ੍ਰਚੂਨ ਵਪਾਰ ਦੇ ਲਾਭ ਅਤੇ ਹਾਨੀਆਂ ਕਿਹੜੀਆਂ ਕਿਹੜੀਆਂ ਹਨ।
- ਈ ਪ੍ਰਚੂਨ ਦੀ ਸਫਲਤਾ ਦੇ ਭਿੰਨ ਭਿੰਨ ਤੱਥਾਂ ਬਾਰੇ ਦੱਸੋ।

ਭਾਗ (ੲ)

ਕਾਰਗੁਜ਼ਾਰੀ ਪੱਧਰ

ਕਾਰਗੁਜ਼ਾਰੀ ਪੱਧਰ ਵਿੱਚ ਹੇਠ ਲਿਖਿਆ ਸ਼ਾਮਿਲ ਹੋ ਸਕਦਾ ਹੈ ਪਰ ਇਸ ਨੂੰ ਸਿਰਫ ਇਹਨਾਂ ਤੱਕ ਸੀਮਿਤ ਨਹੀਂ ਜਾ ਸਕਦਾ।

ਕਾਰਜ ਕਰਨ ਦੇ ਪੱਧਰ ਵਿੱਚ ਸ਼ਾਮਿਲ ਹੈ	ਹਾਂ	ਨਹੀਂ
• ਈ ਪ੍ਰਚੂਨ ਵਪਾਰ ਦੀਆਂ ਕਿਰਿਆਵਾਂ ਨੂੰ ਸਮਝਣ ਦੇ ਯੋਗ ਹੈ		
• ਈ ਪ੍ਰਚੂਨ ਵਪਾਰ ਦੇ ਗੁਣਾਂ ਨੂੰ ਪਛਾਣਨ ਦੇ ਯੋਗ ਹੈ		
• ਈ ਪ੍ਰਚੂਨ ਵਪਾਰ ਦੀਆਂ ਹਾਨੀਆਂ ਨੂੰ ਪਛਾਣਨ ਦੇ ਯੋਗ ਹੈ		
• ਆਈ ਸੀ ਟੀ ਦੀ ਮਹੱਤਤਾ ਨੂੰ ਵਿਚਾਰਨ ਯੋਗ ਹੈ		
• ਈ ਪ੍ਰਚੂਨ ਵਪਾਰ ਦੀ ਸਫਲਤਾ ਦੇ ਤੱਥਾਂ ਨੂੰ ਦਰਸਾਉਣ ਦੇ ਯੋਗ ਹੈ		

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

ਆਨ ਲਾਈਨ ਵਿਕ੍ਰੇਤਾ ਜਿਵੇਂ ਜਾਬੌਂਗ, ਮੰਤਰਾਂ ਭਾਰਤ ਵਿੱਚ ਗਾਹਕ ਮਾਰਕੇ (brands) ਲਈ ਮਹੱਤਵਪੂਰਨ ਵਿਕਰੀ ਚੈਨਲ ਦੇ ਤੌਰ ਤੇ ਉਭਰੇ ਹਨ। ਰਾਧਿਕਾ ਪੀ. ਨਾਇਰ, ਈ ਟੀ ਬਿਊਰੋ 22 ਮਈ, 2013,05:38 ਏ ਐਮ (IST) ਆਈ.ਐਸ.ਟੀ, ਬੰਗਲੌਰ।

ਆਨ ਲਾਈਨ ਵਿਕ੍ਰੇਤਾ ਦੇਸ਼ ਵਿੱਚ ਗਾਹਕ ਮਾਰਕੇ ਲਈ ਮਹੱਤਵਪੂਰਨ ਵਿਕਰੀ ਚੈਨਲ ਦੇ ਤੌਰ ਤੇ ਉਭਰੇ ਹਨ ਕਿਉਂਕਿ ਬਹੁਤ ਸਾਰੇ ਭਾਰਤੀ ਇੰਟਰਨੈਟ ਤੇ ਸ਼ੌਪਿੰਗ ਕਰ ਰਹੇ ਹਨ। ਕੱਪੜੇ ਅਤੇ ਸਹਾਇਕ ਹੋਰ ਵਸਤਾਂ ਦੇ ਬਰਾਂਡ ਜਿਵੇਂ ਕਿ ਪਿਊਮਾ, ਨਾਈਕ, ਰੈਂਗਲਰ ਨੂੰ ਪਿਛਲੇ ਸਾਲਾਂ ਵਿੱਚ ਆਨਲਾਈਨ ਵਪਾਰ ਵਿੱਚ ਤੇਜ਼ ਗਤੀ ਦਰਜ ਹੋਈ ਹੈ। ਛੋਟੇ ਕਸਬਿਆਂ ਅਤੇ ਸ਼ਹਿਰਾਂ ਤੋਂ ਵੱਡੀ ਖ਼੍ਰੀਦਦਾਰੀ ਵਿੱਚ ਤੇਜ਼ ਗਤੀ ਨਾਲ ਵਾਧਾ ਕੀਤਾ ਹੈ ਜਿਸ ਨਾਲ ਉਪਭੋਗਤਾ ਨੇ ਇਨ੍ਹਾਂ ਉਤਪਾਦਾਂ ਦੀ ਪੂਰੀ ਕੀਮਤ ਅਦਾ ਕੀਤੀ ਹੈ। ñਤਿੰਨ ਸਾਲ ਪਹਿਲਾਂ ਲਗਭਗ 1% ਵਿਕਰੀ ਆਨ ਲਾਈਨ ਚੈਨਲਾਂ ਤੋਂ ਹੀ ਹੋਈ ਹੈ। ਹੁਣ ਇਹ ਵਿਕਰੀ 15% ਹੋ ਗਈ ਹੈ।ò ਇਹ ਗੱਲ ਰਾਜੀਵ ਮਹਿਤਾ ਪਿਊਮਾ ਦੇ ਸਾਊਥ ਏਸ਼ੀਆ ਦੇ ਮੈਨੇਜਿੰਗ ਡਾਇਰੈਕਟਰ ਨੇ ਕਹੀ। ਹੁਣ ਕੋਈ ਵੀ ਬਰਾਂਡ ਆਨ ਲਾਈਨ ਖ਼੍ਰੀਦਦਾਰੀ ਨੂੰ ਅੱਖੋ ਪਰੋਖੇ ਨਹੀਂ ਕਰਦਾ। ਇਸ ਦੇ ਬਦਲੇ ਈ ਕਾਮਰਸ (ਈ ਵਪਾਰ ਨੇ) ਕੰਪਨੀਆਂ ਵੱਖ-ਵੱਖ ਬਰਾਡਾਂ ਨੂੰ ਵੇਚ ਰਹੀਆਂ ਹਨ। ਇਸ ਵਿੱਚ ਵੱਡੀ (ਤੇਜ਼) ਉਨਤੀ ਨੂੰ ਦੇਖ ਰਹੀਆਂ ਹਨ। ਉਦਾਹਰਣ ਦੇ ਤੌਰ ਤੇ ਮਲਟੀ ਬਰਾਂਡ ਪ੍ਰਚੂਨ ਵਪਾਰ ਦਾ 90% ਹਿੱਸਾ ਕੇਵਲ ਫੈਸ਼ਨ ਵਸਤਾਂ ਦਾ ਹੈ। ਮੰਤਰਾ (Mantra) ਵਿਤੀ ਸਾਲ 2014 ਵਿੱਚ ਆਪਣਾ ਦੋਹਰਾ ਮਾਲੀਆ ਹੋਣ ਦਾ ਟੀਚਾ ਸੀ। ਇਸ ਤੋਂ ਪਹਿਲਾਂ ਉੱਚ ਬਰਾਂਡ ਵਾਲੇ ਆਨ ਲਾਈਨ ਵਪਾਰ ਵਿੱਚ ਵਿਸ਼ਵਾਸ਼ ਨਹੀਂ ਰੱਖਦੇ ਸਨ ਹੁਣ ਇਹ ਉਨ੍ਹਾਂ ਦੀ ਰਣਨੀਤੀ ਦਾ ਮੁੱਖ ਹਿੱਸਾ ਬਣ ਗਿਆ ਹੈ। ਇਹ ਗੱਲ ਮੁਕੇਸ਼ ਬਾਂਸਲ ਨੇ ਕਹੀ ਜੋ 2007 ਵਿੱਚ ਮੰਤਰਾਂ ਦਾ ਸਹਿਯੋਗੀ ਨਿਰਮਾਤਾ ਸੀ।

ਆਨ ਲਾਈਨ ਚੈਨਲਾਂ ਵੱਡੀ ਪਲਾਂਘ ਪੁੱਟੀ ਅਸਲ ਵਿੱਚ (ਪਿਊਮਾ ਵਾਸਤੇ) ਆਨ ਲਾਈਨ ਚੈਨਲ ਆਫ ਲਾਈਨ ਮਲਟੀ ਬਰੈਂਡਡ ਪ੍ਰਚੂਨ ਚੈਨਲਾਂ ਨਾਲੋਂ ਵੱਡਾ ਹੈ। ñਪਿਛਲੇ ਸਾਲ ਪਿਊਮਾ ਦਾ 35% ਵਿਕਾਸ ਹੋਇਆ ਅਤੇ ਸਾਡਾ ਆਨ ਲਾਈਨ ਚੈਨਲ 60% ਵਧਿਆò ਮਹਿਤ ਨੇ ਕਿਹਾ। ਡੈਨਮ ਬਰੈਂਡ ਰੈਂਗਲਰ ਜਿਸ ਨੇ ਹੁਣ ਲਗਭਗ 35% ਵਿਕਰੀ ਆਨ ਲਾਈਨ ਸਾਈਟ ਤੋਂ ਕੀਤੀ ਹੈ ਅਗਲੇ ਪੰਜ ਸਾਲਾਂ ਵਿੱਚ ਪੂਰੇ ਮਾਲੀਆ ਲਈ ਇਸ ਚੈਨਲ ਦਾ ਮਹੱਤਵਪੂਰਨ ਯੋਗਦਾਨੀ ਬਣਨ ਦੀ ਸੰਭਾਵਨਾ ਰੱਖਦਾ ਹੈ। ਔਨ ਲਾਈਨ ਚੈਨਲ ਥੋੜੇ ਮਹੀਨਿਆਂ ਵਿੱਚ ਬਹੁਤ ਗੁਣਾ ਵਧਿਆ ਹੈ। ਇਹ ਹੈਰਾਨੀ ਵਾਲੀ ਗੱਲ ਹੈ। ਇਹ ਗੱਲ ਪੁਨੀਤ ਖੋਸਲਾ ਨੇ ਕਹੀ। ਜਿਹੜਾ ਰੈਂਗਲਰ ਵਪਾਰ ਦਾ ਮੁੱਖੀ ਹੈ।

2021 ਤਕ ਭਾਰਤ ਵਿੱਚ ਆਨ ਲਾਈਨ ਪ੍ਰਚੂਨ ਵਪਾਰ ਦਾ ਵਿਕਾਸ 76 ਬਿਲੀਅਨ ਡਾਲਰ ਹੋਣ ਦੀ ਸੰਭਾਵਨਾ ਹੈ। ਟੈਕੋ ਪਾਰਕ ਸੇਵਾਵਾਂ ਫਰਮ ਦੀ ਸਲਾਹਕਾਰ ਦੀ ਰਿਪੋਰਟ ਦੇ ਮੁਤਾਬਿਕ ਭਾਰਤੀ ਪ੍ਰਚੂਨ ਇੰਡਸਟਰੀ 5% ਤੋਂ ਉਪਰ ਗਿਣੀ ਜਾਵੇਗੀ। ਇਹ ਤੇਜ਼ੀ ਨਾਲ ਹੋਇਆ ਵਿਕਾਸ ਵੱਡੀਆਂ ਕੰਪਨੀਆਂ ਨੂੰ ਵੱਧ ਵਪਾਰ ਲਈ ਪ੍ਰੇਰਿਤ ਕਰ ਰਿਹਾ ਹੈ। ਸ਼ੁਰੂ ਵਿੱਚ ਮੋਬਾਇਲ ਬਰਾਂਡਾਂ ਨੇ ਆਨ ਲਾਈਨ ਵਿਕਰੀ ਵਿੱਚ ਜ਼ਿਆਦਾ ਦਿਲਚਸਪੀ ਵਿਖਾਈ ਹੈ। ਹੁਣ ਅਯੂਰਵੇਦ ਤੋਂ ਗਹਿਣੇ ਅਤੇ ਫੈਸ਼ਨ ਤਕ ਦੇ ਵਪਾਰ ਦੀ ਇਸ ਵਿੱਚ ਦਿਲਚਸਪੀ ਹੈ। ਇਹ ਗੱਲ ਸ਼ੁਭਾਂਕਰ ਸਰਕਾਰ ਨੇ ਕਹੀ ਜਿਹੜਾ ਭਾਰਤੀ ਟਾਈਮਜ਼ ਸ਼ੋਪਿੰਗ ਦਾ ਮੁੱਖ ਅਪਰੇਟਿੰਗ ਅਫਸਰ ਨੇ ਕਹੀ ਹੈ। ਦੋ ਸਾਲ ਪਹਿਲਾਂ ਇਹ ਕੰਪਨੀ ਨੋਕੀਆ ਦੀ ਆਨ ਲਾਈਨ ਭਾਈਵਾਲ ਬਣੀ ਅੱਜ ਕੱਲ ਇਹ ਗੀਤਾਂਜਲੀ ਜਿਊਲ ਦਾ ਆਨ ਲਾਈਨ ਸਟੋਰ ਚਲਾ ਰਹੀ ਹੈ। ਤਜਰਬੇਕਾਰਾਂ ਨੂੰ ਭਰੋਸਾ ਹੈ ਕਿ ਇਹ ਪੈਦਾਵਾਰ (ਵਿਕਾਸ) ਛੋਟੇ ਸ਼ਹਿਰਾਂ ਦੇ ਉਪਭੋਗਤਾ ਦੀ ਖ਼੍ਰੀਦ ਸ਼ਕਤੀ ਵਧਾ ਕੇ ਕੀਤੀ ਜਾਵੇਗੀ। ਜਿਨ੍ਹਾਂ ਦੀ ਉੱਚ ਬਰਾਂਡਾਂ ਲਈ ਆਫ ਲਾਈਨ ਸਟੋਰਾਂ ਤਕ ਪਹੁੰਚ ਨਹੀਂ ਹੈ। ਲਗਭਗ 50 ਪ੍ਰਤੀਸ਼ਤ ਆਨ ਲਾਈਨ ਵਿਕਰੀ ਉਪਰਲੇ ਮਹਾਂਨਗਰ ਤੋਂ ਇਲਾਵਾ ਸ਼ਹਿਰਾਂ ਅਤੇ ਕਸਬਿਆ ਵਿੱਚੋਂ ਹੰਦੀ ਹੈ। ਪਰੱਗਿਆ ਸਿੰਘ ਨੇ ਕਿਹਾ ਜਿਹੜਾ ਟੈਕਨੋਪਾਰਕ ਪਰੈਡਰਡ ਦਾ ਅਸੋਸੀਏਟ ਡਰਾਇਰੈਕਟਰ ਹੈ। ਵੱਡੀਆਂ ਕੰਪਨੀਆਂ ਆਨ ਲਾਈਨ ਭਾਗੀਦਾਰਾਂ ਨੂੰ ਨਿਯੁਕਤ ਕਰਨ ਨੂੰ ਪਹਿਲ ਦਿੰਦੀਆਂ ਹਨ। ਜਦੋਂ ਅਸੀਂ ਤਰਜੀਹੀ ਹਿਸੇਦਾਰ ਬਣ ਜਾਂਦੇ ਹਾਂ ਤਾਂ ਬਰਾਡਾਂ ਦੀ ਮਾਰਕੀਟਿੰਗ ਅਤੇ ਯੋਜਨਾਬੰਦੀ ਟੀਮ ਸਾਡੀ ਟੀਮ ਦੇ ਬਹੁਤ ਨਜਦੀਕ ਹੋ ਕੇ ਕੰਮ ਕਰਦੀ

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

ਹੈ। ਬਰਾਡ ਸਰੋਤਾਂ ਦਾ ਨਿਵੇਸ਼ ਕਰਦਾ ਹੈ, ਉਤਪਾਦਾ ਨੂੰ ਚੁਣਨ ਦਾ ਅਧਿਕਾਰ ਦਿੰਦਾ ਹੈ ਅਤੇ (ਸਟੋਰ ਦਾ ਨਿਰਮਾਣ ਲਾਂਚ ਕਰਦੀ ਹੈ ਅਤੇ ਪ੍ਰਚਾਰ ਕਰਦੀ ਹੈ) ਗਨੇਸ਼ ਸੁਭਰਾਮਨੀਅਮ ਨੇ ਕਿਹਾ ਜੋ ਮੰਤਰਾ ਵਿੱਚ ਵਪਾਰ ਵਸਤੂਆਂ ਦਾ ਮੁੱਖੀ ਅਫਸਰ ਹੈ। ਉਦਾਹਰਣ ਦੇ ਤੌਰ ਤੇ ਜੁੱਤੀਆਂ ਦਾ ਬਰਾਂਡ ਨਾਈਕ ਕੇਵਲ ਆਨ-ਲਾਈਨ ਵਿਕ੍ਰੇਤਾ ਜਿਵੇਂ ਮੰਤਰ ਅਤੇ ਜਾਬੌਂਗ ਦੁਆਰਾ ਹੀ ਵਪਾਰ ਕਰਦਾ ਹੈ ਅਤੇ ਆਪਣੀ ਕਿਸਮ ਦੀ ਪਹਿਲੀ ਸ਼ੁਰੂਆਤ ਵਿੱਚ ਇਹਨਾਂ ਨੇ ਹੁਣੇ ਕ੍ਰਿਕੇਟ ਖੇਡ ਵਸਤੂਆਂ ਦਾ ਨਵਾਂ ਦਾਇਰਾ ਜਾਬੌਂਗ ਤੇ ਹੀ ਪੇਸ਼ ਕੀਤਾ ਹੈ। ਇਹੋ ਜਿਹੇ ਹਿੱਸੇਦਾਰੀ ਵਧੀਆ ਕੰਮ ਕਰਦੀ ਹੈ ਕਿਉਂ ਜੋ ਆਨ-ਲਾਈਨ ਵਿਕ੍ਰੇਤਾ ਭੌਤਿਕ ਸਟੋਰ ਨਾਲੋਂ ਜ਼ਿਆਦਾ ਵਧੀਆ ਦਿੱਖ ਪ੍ਰਦਾਨ ਕਰਦੇ ਹਨ। 10,000 ਤਰਜੀਹਾਂ ਪੇਸ਼ ਕਰਦਾ ਹੈ ਜਦੋਂ ਕਿ ਇਕ ਭੌਤਿਕ ਸਟੋਰ ਦਿੱਤੀ ਹੋਈ ਰੇਂਜ ਦਾ ਕੇਵਲ 20% ਹਿੱਸਾ ਹੀ ਪੇਸ਼ ਕਰ ਸਕਦਾ ਹੈ। ਇਹ ਗੱਲ ਸ੍ਰੀ ਸ਼ਿਵਾਨੰਦਨ ਪਾਰੇ, ਮਧੁਰਾ ਲਾਈਫ ਸਟਾਈਲ ਅਤੇ ਫੈਸ਼ਨ ਦੇ ਈ-ਵਪਾਰ ਦੇ ਮੁਖੀ ਨੇ ਕਹੀ।

ਸਰੋਤ *http://articles.economictimes.indiatimes.com/2013-05-22/news/39445483_1 myntra-mukesh-bansal-online-sales.*

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

ਸੈਸ਼ਨ 2 ਈ ਮਾਰਕੀਟਿੰਗ

ਸਬੰਧਿਤ ਗਿਆਨ (Relevant Knowledge)

ਈ ਮਾਰਕੀਟਿੰਗ ਨੂੰ ਪ੍ਰਭਾਸ਼ਿਤ ਕਰਨ ਲਈ ਗਾਹਕ ਦੇ ਆਨ-ਲਾਈਨ ਉਤਪਾਦ ਅਨੁਭਵ ਜਿਸ ਵਿੱਚ ਮੁਕਾਬਲੇ ਦੁਆਰਾ ਖਰੀਦ ਤੋਂ ਲੈ ਕੇ ਡਿਲੀਵਰ ਹੋਣ ਤੱਕ ਅਤੇ ਇਸ ਤੋਂ ਬਾਅਦ ਦੇ ਪ੍ਰਬੰਧ ਨੂੰ ਸ਼ਾਮਿਲ ਕੀਤਾ ਜਾ ਸਕਦਾ ਹੈ। ਡਿਜੀਟਲ ਵਪਾਰੀ ਨੂੰ ਉਪਭੋਗਤਾ ਦੇ ਆਨ ਲਾਈਨ ਤਜਰਬੇ ਨੂੰ ਧਿਆਨ ਵਿੱਚ ਰੱਖਣਾ ਚਾਹੀਦਾ ਹੈ, ਕਿਉਂਕਿ ਉਨ੍ਹਾਂ ਵਿੱਚੋਂ ਸਾਰੇ ਚੰਗੇ, ਮਾੜੇ ਅਤੇ ਉਦਾਸੀਨ, ਕਿਸੇ ਬ੍ਰਾਂਡ ਜਾਂ ਉਤਪਾਦ ਸਬੰਧੀ ਉਪਭੋਗਤਾ ਦੀ ਧਾਰਨਾ ਨੂੰ ਪ੍ਰਭਾਵਿਤ ਕਰਦੇ ਹਨ। ਵੈਬ ਕੰਪਨੀਆਂ ਦੀ ਮਲਕੀਅਤ ਅਤੇ ਗਾਹਕਾਂ ਨਾਲ ਸਾਰੀ ਗੱਲਬਾਤ ਦੇ ਨਿਯੰਤਰਣ ਦੀ ਸੁਵਿਧਾ ਦਿੰਦੀ ਹੈ ਅਤੇ ਇਸ ਲਈ ਉਨ੍ਹਾਂ ਦੇ ਸਾਰੇ ਤਜਰਬੇ ਦੇ ਸੁਧਾਰ ਲਈ ਜ਼ਰੂਰਤ ਸਮਰੱਥਾ ਦੋਹਾਂ ਦੀ ਰਚਨਾ ਕਰਦੀ ਹੈ। ਇਕ ਈ ਮਾਰਕੀਟਿੰਗ ਕੋਸ਼ਿਸ਼ ਲਗਭਗ ਸਾਰਾ ਸਮਾਂ ਗਾਹਕ ਦੇ ਅਧਾਰ ਬਣਾਉਣ ਵਿੱਚ ਯਤਨਸ਼ੀਲ ਰਹਿੰਦੀ ਹੈ। ਹੈਲਪ ਡੈਸਕ ਅਤੇ ਡੈਸਕ ਸਹੂਲਤਾਂ ਦੀ ਮਦਦ, ਮੁਸ਼ਕਲ (ਔਖਿਆਈ ਟਿਕਟ) ਟਿਕਟ ਜੋ ਤਰਜੀਹਾਂ ਨੂੰ ਉਪਰ ਉਠਾਉਂਦੀ ਹੈ ਅਤੇ ਉਹ ਗਾਹਕਾਂ ਲਈ ਆਨ ਲਾਈਨ ਬਾਹਰਲੇ ਸਰੋਤਾਂ ਦੀ ਤਰਜੀਹ ਨੂੰ ਜ਼ਿਆਦਾ ਸੁਖਦਾਇਕ ਬਣਾਉਂਦੀ ਹੈ। ਸੁਵਿਧਾ ਨੇ ਟਿਕਟਾਂ ਪ੍ਰਾਪਤ ਕਰਨ ਦੇ ਔਖੇ ਕੰਮ ਨੂੰ ਬਾਹਰੀ ਸ੍ਰੋਤਾਂ ਦੀਆਂ ਸੇਵਾਵਾਂ ਨਾਲ ਆਨ-ਲਾਈਨ ਚੋਣ ਦੀ ਸਹੂਲਤ ਨੂੰ ਗ੍ਰਾਹਕ ਲਈ ਸੌਖਾ ਬਣਾ ਦਿੱਤਾ ਹੈ। ਬਹੁਤ ਸਾਰੇ ਮਾਰਕਿਟ ਉੱਦਮ ਜੋ ਸੰਗਠਿਤ ਸੈਕਟਰ ਨੂੰ ਪ੍ਰਫੁੱਲਤ ਕਰਦੇ ਹਨ। ਦਿਨ ਵਿੱਚ 25 ਘੰਟੇ ਅਤੇ ਹਫਤੇ ਦੇ 7 ਦਿਨ ਖੁੱਲੇ ਰਹਿੰਦੇ ਹਨ। ਇਸ ਤੋਂ ਇਲਾਵਾ ਪਹੁੰਚ ਵਿਸ਼ਵ ਵਿਆਪੀ ਹੈ ਅਤੇ ਗਾਹਕ ਕਿਸੇ ਵੀ ਸਮੇਂ ਖਰੀਦਦਾਰੀ ਅਤੇ ਵਿਚਾਰ ਵਟਾਂਦਰਾ ਕਰਨ ਵਿੱਚ ਆਸਾਨੀ ਮਹਿਸੂਸ ਕਰਦੇ ਹਨ।

ਈ ਮਾਰਕੀਟ ਦੀਆਂ ਵਿਸ਼ੇਸ਼ਤਾਵਾਂ :-

1. ਹਰੇਕ ਤੱਕ ਵਿਅਕਤੀਗਤ ਪਹੁੰਚ (**One to one approach**) :- ਕੇਂਦਰਿਤ ਉਪਭੋਗਤਾ ਇਕੱਠੇ ਆਪਣੇ ਆਪ ਹੀ ਇੰਟਰਨੈੱਟ ਨੂੰ ਚਲਾਉਂਦੇ ਹਨ ਇਸ ਲਈ ਮਾਰਕੀਟਿੰਗ ਜਾਣਕਾਰੀ ਸ਼ੰਦੇਸ਼ ਵਿਅਕਤੀਗਤ ਰੂਪ ਵਿੱਚ ਉਨ੍ਹਾਂ ਤਕ ਪਹੁੰਚਦਾ ਹੈ। ਇਸ ਪਹੁੰਚ ਨੂੰ ਖੋਜ ਮਾਰਕੀਟ ਲਈ ਵਰਤਿਆ ਜਾਂਦਾ ਹੈ ਜਿੱਥੇ ਵਿਗਿਆਪਨ ਵਰਤੋਂ ਕਰਤਾ ਦੁਆਰਾ ਸਰਚ ਇੰਜਣ ਦੁਆਰਾ ਲਿਖੇ ਗਏ ਖੋਜ ਸ਼ਬਦਾਂ ਤੇ ਆਧਾਰਤ ਵਿਗਿਆਪਨ ਮੌਜੂਦ ਹੁੰਦੇ ਹਨ।
2. ਵਿਸ਼ੇਸ਼ ਦਿਲਚਸਪੀ ਦਾ ਧਿਆਨ (**Appeal to specific interests**) :- ਈ ਮਾਰਕੀਟਿੰਗ ਇਕ ਵੱਡੇ ਪੱਧਰ ਤੇ ਜ਼ਿਆਦਾ ਲੋਕਾਂ ਤੱਕ ਪਹੁੰਚ ਕਰਨ ਦੀ ਬਜਾਏ ਕੁਝ ਖਾਸ ਰੁਚੀਆਂ ਜਾਂ ਵਿਵਹਾਰਾਂ ਦੀ ਮਾਰਕੀਟਿੰਗ ਤੇ ਜ਼ੋਰ ਦਿੰਦੀ ਹੈ ਕਿਉਂਕਿ ਵਿਗਿਆਪਨ ਕਰਤਾ ਨੂੰ ਕੇਂਦਰਿਤ ਸਰੋਤਿਆਂ ਦੀ ਜਾਣਕਾਰੀ ਹੁੰਦੀ ਹੈ। ਅਜਿਹੇ ਲੋਕ ਤਸਵੀਰਾਂ ਨੂੰ ਅਪਲੋਡ ਕਰਨਾ ਅਤੇ ਬਲੌਗ ਲਿਖਣ ਵਿੱਚ ਯੋਗਦਾਨ ਦਿੰਦੇ ਹਨ। ਕੰਪਨੀ ਇਸ ਆਸ ਤੇ ਨਿਰਭਰ ਨਹੀਂ ਰਹਿੰਦੀ ਕਿ ਇਕ ਖਾਸ ਗਰੁੱਪ ਦੇ ਲੋਕ ਉਹਨਾਂ ਦੇ ਨਵੇਂ ਉਤਪਾਦ ਜਾਂ ਸੇਵਾ ਵਿੱਚ ਰੁਚੀ ਵਿਖਾਉਣਗੇ।
3. ਭੂਗੋਲਿਕ ਉਦੇਸ਼ (**Geo targeting**) :- ਭੂ ਉਦੇਸ਼ ਅਤੇ ਮਾਰਕੀਟਿੰਗ ਭੂ ਲੋਕੇਸ਼ਨ ਸਾਫਟਵੇਅਰ ਦੀ ਮਦਦ ਨਾਲ ਵੈਬਸਾਈਟ ਯਾਤਰੂਆਂ ਦੀ ਭੌਤਿਕ ਸਥਿਤੀ ਨੂੰ ਨਿਰਧਾਰਿਤ ਕਰਨ ਵਾਲੇ ਤਰੀਕੇ ਹਨ ਅਤੇ ਉਸਦੀ ਸਥਿਤੀ ਅਨੁਸਾਰ ਯਾਤਰੂਆਂ ਨੂੰ ਭਿੰਨ ਭਿੰਨ ਵਸਤੂਆਂ ਪਹੁੰਚਾਉਂਦੇ ਹਨ। ਜਿਵੇਂ ਕਿ ਦੇਸ਼, ਖੇਤਰ, ਰਾਜ, ਸ਼ਹਿਰ, ਮੈਟਰੋ ਕੋਡ/ਜਿਪ ਕੋਡ। ਸੰਸਥਾ, ਇੰਟਰਨੈਟ ਪ੍ਰੋਟੋਕੋਲ ਦਾ ਪਤਾ ਲਗਾਉਣਾ।
4. ਚੋਣ ਲਈ ਭਿੰਨ ਭਿੰਨ ਸਮੱਗਰੀ (**Different content by choice**) :- ਵਰਤੋਂ ਕਰਤਾ ਨੇ ਆਪਣੇ ਦੇਸ਼ ਦੀ ਸਥਿਤੀ ਦੀ ਪਹਿਲਾਂ ਚੋਣ ਕਰਨੀ ਹੁੰਦੀ ਹੈ ਅਤੇ ਫਿਰ ਭਿੰਨ ਭਿੰਨ ਸਾਈਟਾਂ ਜਾਂ ਵਸਤੂ ਦੀ ਸਮੱਗਰੀ ਉਨ੍ਹਾਂ ਦੀ ਚੋਣ ਦੇ ਅਧਾਰ ਤੇ ਪੇਸ਼ ਕੀਤੀ ਜਾਂਦੀ ਹੈ।

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

5. ਸਵੈਚਲਿਤ ਵਿਸ਼ਾ ਵਸਤੂ (ਸਮੱਗਰੀ) (**Automated content**) **:-** ਇੰਟਰਨੈਂਟ ਮਾਰਕੀਟਿੰਗ ਵਿੱਚ ਸਵੈ ਚਾਲਿਤ ਵੱਖ ਵੱਖ ਸਮੱਗਰੀ ਦੀ ਪਹੁੰਚ ਭੂਗੋਲਿਕ ਸਥਿਤੀ ਦੇ ਅਧਾਰਤ ਹੁੰਦੀ ਹੈ ਅਤੇ ਹੋਰ ਵਿਅਕਤੀਗਤ ਜਾਣਕਾਰੀ ਦੇ ਆਧਾਰ ਤੇ ਸਵੈ-ਚਾਲਿਤ ਹੁੰਦੀ ਹੈ।

ਈ ਮਾਰਕੀਟਿੰਗ ਦੀਆਂ ਕਿਸਮਾਂ (**E-Marketing types**)

ਈ ਮਾਰਕੀਟਿੰਗ ਭਿੰਨ ਭਿੰਨ ਕਿਸਮ ਦੀਆਂ ਈਮੇਲਾਂ ਦੁਆਰਾ ਕੀਤੀ ਜਾਂਦੀ ਹੈ।

ਆਦਾਨ ਪ੍ਰਦਾਨ ਕਰਨ ਵਾਲੀਆਂ ਈਮੇਲਾਂ (**Transactional E-mail**) **:-** ਆਦਾਨ ਪ੍ਰਦਾਨ (ਸੰਚਾਰ) ਕਰਨ ਵਾਲੀਆਂ ਈਮੇਲਾਂ ਆਮ ਤੌਰ ਤੇ ਕੰਪਨੀ ਅਤੇ ਗਾਹਕ ਦੀ ਆਪਸੀ ਕਿਰਿਆ ਨਾਲ ਸਬੰਧਤ ਹੈ। ਭੇਜੇ ਜਾ ਚੁੱਕੇ ਸੰਚਾਰ ਸੰਦੇਸ਼ ਵਿੱਚ ਸ਼ਾਮਿਲ ਹੈ (ਟੋਕਰੀ ਵਿੱਚ ਸੰਦੇਸ਼ ਪਾਉਣਾ) ਖ੍ਰੀਦ ਜਾਂ ਆਰਡਰ ਦੀ ਪੁਸ਼ਟੀ ਲਈ ਈ ਮੇਲ ਅਤੇ ਈਮੇਲ ਰਸੀਦਾਂ ਸ਼ਾਮਿਲ ਹੁੰਦੀਆਂ ਹਨ।

ਇਸਦਾ ਮੁਢਲਾ ਮਕਸਦ ਕੀਤੀ ਗਈ ਕਿਰਿਆ ਸਬੰਧੀ ਜਾਣਕਾਰੀ ਦੇਣਾ ਹੈ। ਪ੍ਰੰਤੂ ਇਹਨਾਂ ਈਮੇਲ ਨੂੰ ਪੜਨ ਵਾਲਿਆਂ ਦੀ ਪ੍ਰਤੀਸ਼ਤਤਾ, ਈ-ਮੇਲ ਨਿਊਜ਼ ਲੈਟਰ ਨਾਲੋਂ ਜ਼ਿਆਦਾ ਹੋਣ ਕਰਕੇ ਆਦਾਨ ਪ੍ਰਦਾਨ ਵਾਲੀਆਂ ਈਮੇਲਾਂ ਗਾਹਕਾਂ ਨੂੰ ਜੋੜਨ, ਆਪਣੇ ਗਾਹਕਾਂ ਅਤੇ ਉਪਭੋਗਤਾਵਾਂ ਨਾਲ ਨਵੇਂ ਸਬੰਧ ਬਣਾਉਣਾ ਜਾਂ ਪੁਰਾਣੇ ਸਬੰਧਾਂ ਨੂੰ ਵਧਾਉਣਾ, ਉਹਨਾਂ ਦੇ ਪ੍ਰਸ਼ਨਾਂ ਦਾ ਜਾਵਾਬ ਦੇਣ ਅਤੇ ਉਤਪਾਦਾ ਜਾਂ ਸੇਵਾਵਾਂ ਦੀ ਵੱਧ ਵਿਕਰੀ ਲਈ ਸੁਨਹਿਰੀ ਮੌਕਾ ਹੈ।

ਬਹੁਤ ਸਾਰੇ ਈਮੇਲ ਨਿਊਜ਼ਲੈਟਰ (ਖਬਰਾਂ ਵਾਲੇ ਪੱਤਰ) ਸੋਫਟਵੇਅਰ ਵੇਚਣ ਵਾਲੇ ਲੈਣ ਦੇਣ ਵਾਲੇ ਈ ਮੇਲ ਦੇ ਸਹਾਇਕ ਦੀ ਪੇਸ਼ਕਸ਼ ਕਰਦੇ ਹਨ। ਜੋ ਕੰਪਨੀ ਨੂੰ ਲੈਣ ਦੇਣ ਵਾਲੀਆਂ ਈ ਮੇਲਾਂ ਦੀ ਬਾਡੀ (ਬਣਤਰ) ਵਿੱਚ ਪ੍ਰੋਤਸਾਹਨ ਸੰਦੇਸ਼ਾਂ ਨੂੰ ਸ਼ਾਮਿਲ ਕਰਨ ਦੀ ਯੋਗਤਾ ਨੂੰ ਪ੍ਰਦਾਨ ਕਰਦੇ ਹਨ। ਅਜਿਹੇ ਵੀ ਸੋਫਟਵੇਅਰ ਵੇਚਣ ਵਾਲੇ ਹਨ ਜੋ ਕਿ ਵਿਸ਼ੇਸ਼ (ਖਾਸ) ਲੈਣ ਦੇਣ ਵਾਲੀਆਂ ਈਮੇਲ ਮਾਰਕੀਟਿੰਗ ਸੇਵਾਵਾਂ ਦੀ ਪੇਸ਼ਕਸ਼ ਕਰਦੇ ਹਨ। ਜਿਨ੍ਹਾਂ ਵਿੱਚ ਟੀਚੇ ਵਾਲੀਆਂ ਅਤੇ ਵਿਅਕਤੀਗਤ ਲੈਣ ਦੇਣ ਵਾਲੀਆਂ ਈ ਮੇਲ ਰਾਹੀਂ ਸੰਦੇਸ਼ ਪ੍ਰਦਾਨ ਕਰਨਾ ਅਤੇ ਵਿਸ਼ੇਸ਼ ਮਾਰਕੀਟਿੰਗ ਮੁਹਿੰਮ ਚਲਾਉਣਾ (ਜਿਵੇਂ ਕਿ ਗਾਹਕ ਹਵਾਲੇ ਵਾਲੇ ਪ੍ਰੋਗਰਾਮ) ਸ਼ਾਮਿਲ ਹੈ।

ਸਿਧੀ ਈਮੇਲ (**Direct E-Mail**) **:-** ਸਿਧੀ ਈਮੇਲ ਵਿੱਚ ਕੇਵਲ ਪ੍ਰੋਤਸਾਹਨ ਸੰਦੇਸ਼ ਸੰਚਾਰ ਕਰਨ ਲਈ ਕੇਵਲ ਇਕ ਈਮੇਲ ਭੇਜਣਾ ਸ਼ਾਮਿਲ ਹੈ।(ਉਦਾਹਰਣਾ ਵਜੋਂ ਕਿਸੇ ਸਪੈਸ਼ਲ ਆਫਰ ਦੀ ਪੇਸ਼ਕਸ਼ ਜਾਂ ਉਤਪਾਦ ਦੀ ਸੂਚੀ) ਕੰਪਨੀਆਂ ਆਮ ਤੌਰ ਤੇ ਗਾਹਕਾਂ ਦੀ ਲਿਸਟ ਇਕੱਠੀਆਂ ਕਰਦੀਆਂ ਹਨ ਜਾਂ ਸਿੱਧੇ ਪ੍ਰੋਤਸਾਹਨ ਸੰਦੇਸ਼ਾਂ ਨੂੰ ਭੇਜਣ ਲਈ ਈਮੇਲ ਪਤਾ ਲੱਭਦੀਆਂ ਹਨ ਜਾਂ ਸਰਵਿਸ ਕੰਪਨੀਆਂ ਤੋਂ ਈਮੇਲ ਸਰਨਾਵੇਂ ਦੀ ਉਧਾਰੀ ਲੈ ਸਕਦੀਆਂ ਹਨ।

ਈ ਪ੍ਰਚੂਨ ਵਪਾਰ ਦੇ ਲਾਭ ਅਤੇ ਹਾਨੀਆਂ (**Advantage or disadvantage of E-Retailing**) **:-**

1. ਕਿਸੇ ਵੀ ਸੰਸਥਾ ਵਿੱਚ ਵਿਗਿਆਪਨ ਦੇ ਖਰਚੇ ਵਪਾਰ ਸੰਸਥਾ ਨੂੰ ਚਲਾਉਣ ਵਾਲੇ ਖਰਚੇ ਦਾ ਪ੍ਰਮੁੱਖ ਖਰਚਾ ਹੈ। ਫਿਰ ਵੀ ਇੰਟਰਨੈਟ ਮਾਰਕੀਟਿੰਗ ਨੇ ਵਿਗਿਆਪਨ ਦੇ ਖਰਚੇ ਨੂੰ ਘਟਾਉਣ ਦੀ ਪ੍ਰਤਿਗਿਆ ਕੀਤੀ ਹੈ ਉਦਾਹਰਣ ਦੇ ਤੌਰ ਤੇ ਈਮੇਲ ਪਤਿਆਂ ਨੂੰ ਇਕੱਠਾ ਕਰਨਾ ਅਤੇ ਇੰਟਰਨੈਟ ਰਾਹੀਂ ਨਿਊਜ਼ਲੈਟਰਜ਼ ਭੇਜਣਾ ਪ੍ਰੰਪਰਾਗਤ ਮਾਰਕੀਟਿੰਗ ਰਣਨੀਤੀ ਦੇ ਮੁਕਾਬਲੇ ਬਹੁਤ ਸਸਤਾ ਹੈ।
2. ਅਜੋਕੇ ਸੰਸਾਰ ਵਿੱਚ ਇੰਟਰਨੈਟ ਦੀ ਲੋਕਪ੍ਰਿਅਤਾ ਕਾਰਨ ਲਗਭਗ ਸਾਰੀਆਂ ਸੰਸਥਾਵਾਂ ਕੋਲ ਵੈਬਸਾਈਟ ਹੈ। ਵੈਬਸਾਈਟ ਦੀ ਚੰਗੇ ਢੰਗ ਨਾਲ ਵਰਤੋਂ ਕਰਨ ਨਾਲ ਵਿਗਿਆਪਨ ਦੀ ਲਾਗਤ ਨੂੰ ਘੱਟ ਕੀਤਾ ਜਾ ਸਕਦਾ ਹੈ।
3. ਨਿਵੇਸ਼ ਤੇ ਪ੍ਰਾਪਤੀ ਦਰ ਦੇ ਪੈੜ ਚਿੰਨਾਂ ਨੂੰ ਦੇਖਣ ਵਿੱਚ ਰੱਖਣ ਲਈ ਸੰਸਥਾ ਦੀ ਯੋਗਤਾ ਹੈ। ਉਦਾਹਰਣ ਦੇ ਤੌਰ ਤੇ ਸੁਝਾਅ ਰਾਹੀਂ ਕਲਿਕ ਕਰਕੇ ਅਤੇ ਗਾਹਕਾਂ ਤੋਂ ਈਮੇਲ ਹੁੰਗਾਰਾ ਵੀ ਸੰਸਥਾ ਨੂੰ ਮਾਰਕੀਟ ਰਣਨੀਤੀ ਦੇ ਪ੍ਰਭਾਵਾਂ ਦੀ ਦਰ ਵਧਾਉਣ ਦੇ ਯੋਗ ਬਣਾਉਂਦੇ ਹਨ।
4. ਸੰਦੇਸ਼ਾਂ ਦੀ ਤੁਰੰਤ ਪਹੁੰਚ ਸੰਸਥਾ ਦੀ ਮਾਰਕੀਟਿੰਗ ਮੁਹਿੰਮ ਨੂੰ ਤੇਜ ਕਰਦੀ ਹੈ ਅਤੇ ਜਲਦੀ ਜਵਾਬ ਦੇਣ ਅਤੇ

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

ਗਾਹਕਾਂ ਅਤੇ ਗਾਹਕ ਸੇਵਾਵਾਂ ਵਿਭਾਗ ਵਿਚਾਲੇ ਸੰਚਾਰ ਨੂੰ ਸਹੂਲੀਅਤ ਪ੍ਰਦਾਨ ਕਰਦੀ ਹੈ।

5. ਇਹ ਇਕ ਸੰਸਥਾ ਨੂੰ ਸੰਦੇਸ਼ਾਂ ਨੂੰ ਵਿਅਕਤੀਗਤ ਕਰਨ ਜਾਂ ਕੇਂਦਰਿਤ ਗਾਹਕਾਂ ਦੀ ਜ਼ਿਆਦਾ ਪ੍ਰਭਾਵਸ਼ਾਲੀ ਚੋਣ ਕਰਨ ਦੇ ਯੋਗ ਬਣਾਉਂਦੀ ਹੈ। ਉਦਾਹਰਣ ਦੇ ਤੌਰ ਤੇ ਨੌਜਵਾਨਾ ਕੰਮਕਾਜੀ ਅਤੇ ਹੋਰ ਕਿਸਮ ਦੇ ਗਾਹਕਾਂ ਲਈ ਵੱਖ ਵੱਖ ਤਰ੍ਹਾਂ ਦੀ ਇਲੈਕਟ੍ਰੌਨਿਕ ਰਣਨੀਤੀਆਂ ਨੂੰ ਬਣਾਉਣ ਲਈ ਵਰਤੋਂ ਵਿੱਚ ਲਿਆਂਦਾ ਜਾ ਸਕਦਾ ਹੈ।
6. ਇਸ ਨੂੰ ਪਰੰਪਰਾਗਤ ਮਾਰਕੀਟਿੰਗ ਰਣਨੀਤੀਆਂ ਨਾਲ ਪ੍ਰਭਾਵਸ਼ਾਲੀ ਅਤੇ ਸੌਖੇ ਢੰਗ ਨਾਲ ਜੋੜਿਆ ਜਾ ਸਕਦਾ ਹੈ। ਉਦਾਹਰਣ ਤੇ ਤੌਰ ਤੇ ਪ੍ਰਕਾਸ਼ਿਤ ਸੰਚਾਰ ਦੁਆਰਾ ਮੀਡੀਆ ਤੇ ਇਕ ਸੰਖੇਪ ਵਿਗਿਆਪਨ ਇਕ ਸੰਭਾਵੀ ਗਾਹਕ ਦੀ ਕੰਪਨੀ ਦੀ ਵੈਬਸਾਈਟ ਉਤਪਾਦ ਦੀ ਜ਼ਿਆਦਾ ਵਿਸਥਾਰਪੂਰਵਕ ਜਾਣਕਾਰੀ ਲਈ ਅਗਵਾਈ ਕਰ ਸਕਦਾ ਹੈ।

ਹਾਨੀਆਂ (**Disadvantage**)

1. ਗਾਹਕ ਦੀ ਇੰਟਰਨੈਟ ਸੇਵਾਵਾਂ ਦੀ ਵਰਤੋਂ ਅਤੇ ਪਹੁੰਚ ਦੀ ਯੋਗਤਾ ਇਲੈਕਟ੍ਰੌਨਿਕ ਮਾਰਕੀਟਿੰਗ ਦੀ ਹੱਦਬੰਦੀ ਕਰ ਸਕਦੀ ਹੈ। ਅੱਜ ਦੇ ਯੁੱਗ ਸੰਸਾਰ ਵਿੱਚ ਇੰਟਰਨੈਂਟ ਸੇਵਾਵਾਂ ਦੀ ਲੋਕਪ੍ਰਿਅਤਾ ਭਾਵੇਂ ਵੱਧ ਰਹੀ ਹੈ। ਪਰੰਤੂ ਅੱਜ ਵੀ ਬਹੁਤ ਵੱਡੀ ਗਿਣਤੀ ਵਿੱਚ ਗਾਹਕ ਇੰਟਰਨੈਟ ਦੀ ਵਰਤੋਂ ਕਰਨ ਦੇ ਯੋਗ ਨਹੀਂ ਹਨ ਜਾਂ ਉਹਨਾਂ ਦੀ ਇੰਟਰਨੈਂਟ ਸੇਵਾਵਾਂ ਤਕ ਪਹੁੰਚ ਨਹੀਂ ਹੈ।
2. ਇਹ ਨੋਟ ਕਰਨਾ ਜ਼ਰੂਰੀ ਹੈ ਕਿ ਅਣਚਾਹੇ ਫਿਲਟਰ ਜੋ ਜ਼ਿਆਦਾ ਗਿਣਤੀ ਵਿੱਚ ਵਰਤੋਂ ਕਰਨ ਵਾਲਿਆਂ ਲਈ ਅਤੀ ਜ਼ਰੂਰੀ ਹਨ। ਈ ਮਾਰਕੀਟਿੰਗ ਦੀ ਪ੍ਰਭਾਵਸ਼ੀਲਤਾ ਲਈ ਪ੍ਰਮੁੱਖ ਰੁਕਾਵਟ ਹਨ। ਇਨ੍ਹਾਂ ਦਾ ਸਬੰਧ ਬਹੁਤ ਗਿਣਤੀ ਵਿੱਚ ਵਪਰਕ ਸੰਦੇਸ਼ਾਂ ਨੂੰ ਵੱਖਰੇ ਕਰਨ ਨਾਲ ਹੈ। ਕਿਉਂਕਿ ਅਣਚਾਹੇ ਫਿਲਟਰ ਇਨ੍ਹਾਂ ਨੂੰ ਗੈਰ ਕਾਨੂੰਨੀ ਮੰਨਦੇ ਹਨ।
3. ਇਨ੍ਹਾਂ ਨੇ ਮੁਕਾਬਲੇ ਦੀ ਰਫਤਾਰ ਨੂੰ ਤੇਜ਼ ਕੀਤਾ ਹੈ। ਜਿਹੜਾ ਗਲੋਬਲ ਮਾਰਕੀਟ ਵਿੱਚ ਨਵੇਂ ਪ੍ਰਵੇਸ਼ ਕਰਨ ਵਾਲਿਆਂ ਲਈ ਮੁੱਖ ਤੌਰ ਤੇ ਅੜਚਣ ਹੈ।

ਈ ਮਾਰਕੀਟਿੰਗ ਵਿੱਚ ਸੱਤ ਸੀ.ਐਸ (**The seven C.S of E- Marketing**) :-

ਇੰਟਰਨੈਟ ਸਾਰੇ ਵਿਕਰੀ ਚੱਕਰ ਨੂੰ ਇਕ ਮੀਡੀਆ ਰਾਹੀਂ ਲਗਭਗ ਤਤਕਾਲੀਨ ਆਧਾਰ ਤੇ ਮਾਧਿਅਮ ਹੋਣ ਦੀ ਆਗਿਆ ਦਿੰਦਾ ਹੈ। ਉਪਭੋਗਤਾ ਨੂੰ ਉਤਪਾਦ ਪ੍ਰਤੀ ਚੇਤੰਨ ਕਰਨ ਤੋਂ ਆਖਰੀ ਖ੍ਰੀਦ ਦੇ ਅਦਾਨ ਪ੍ਰਦਾਨ ਨੂੰ ਕਰਨ ਲਈ ਵਾਧੂ ਜਾਣਕਾਰੀ ਪ੍ਰਦਾਨ ਕਰਨ ਤੱਕ ਇੰਟਰਨੈਟ ਇਸ ਸਾਰੇ ਨੂੰ ਸਫਲਤਾ ਪੂਰਵਕ ਸੰਪਨ ਕਰ ਸਕਦਾ ਹੈ। ਇੰਟਰਨੈਟ ਇਕ ਵੱਡੇ ਕੇਂਦਰ ਦੀ ਪੇਸ਼ਕਸ਼ ਵਰਗਾ ਹੈ। ਜਿੱਥੇ ਉਤਪਾਦ ਵਿਕਰੀ ਲਈ ਪਹੁੰਚ ਸੁਖਾਲੀ ਹੋ ਜਾਂਦੀ ਹੈ ਅਤੇ ਮਨਭਾਉਂਦੀ ਖ੍ਰੀਦਦਾਰੀ ਦੀ ਯੋਗਤਾ ਪ੍ਰਦਾਨ ਕੀਤੀ ਹੁੰਦੀ ਹੈ। ਮਨੋਵੇਗ ਅਨੁਸਾਰ ਬਦਲਣ ਵਾਲੇ ਵਿਅਕਤੀ ਨੇ ਇੰਟਰਨੈਟ ਨੂੰ ਇਕ ਵਧੀਆ ਦੋਸਤ ਲੱਭਿਆ ਹੈ। ਉਤਪਾਦ ਪ੍ਰਤੀ ਚੇਤਨਾ ਹੋਣ ਦੇ ਮਿੰਟਾਂ ਵਿੱਚ ਗਾਹਕ ਇਸ ਨੂੰ ਇੰਟਰਨੈਟ ਤੇ ਖ੍ਰੀਦ ਸਕਦਾ ਹੈ। ਇਸ ਤੋਂ ਹੋਰ ਅੱਗੇ ਫਾਰਗੇਟਿੰਗ ਤਕਨੀਕ ਵਿਗਿਆਪਨ ਦੇਣ ਵਾਲੇ ਨੂੰ ਉਪਲੱਬਧ ਹੋਣ ਕਰਕੇ, ਉਪਭੋਗਤਾ ਉਤਪਾਦ ਨੂੰ ਪ੍ਰਚੂਨ ਕਰ ਸਕਦਾ ਹੈ। ਕਿਉਂਕਿ ਉਸਨੂੰ ਕੀਮਤ ਦੀ ਪਛਾਣ ਹੋ ਗਈ ਹੈ ਅਤੇ ਸਪੈਸ਼ਲ ਪੇਸ਼ਕਸ਼ ਖ੍ਰੀਦ ਦੇ ਨਤੀਜੇ ਵਜੋਂ ਸਪੈਸ਼ਲ ਪੇਸ਼ਕਸ਼ ਕਰ ਸਕਦਾ ਹੈ। ਠੀਕ ਹੱਥਾਂ ਵਿੱਚ, ਠੀਕ ਸਾਧਨਾਂ ਨਾਲ, ਇੰਟਰਨੈਟ ਅਸਲ ਵਿੱਚ ਵਿਗਿਆਪਨ ਕਰਤਾ ਦੇ ਸੁਪਨੇ ਸੱਚੇ ਕਰਨ ਵਾਲਾ ਹੈ।

ਪੀ ਐਸ 4 ਦੇ ਇੱਕ ਅਤੇ ਸਾਰੀਆ ਮਾਰਕੀਟਿੰਗ ਦੇ ਉਲਟ ਈ ਮਾਰਕੀਟਿੰਗ ਦੇ ਖੇਤਰ ਦੀ ਬਦਲਵੀ ਦਿੱਖ ਨੂੰ ਈ ਮਾਰਕੀਟਿੰਗ ਦੇ 7 ਸੀ ਦੇ ਅਧਾਰ ਤੇ ਵਰਣਨ ਕੀਤਾ ਜਾ ਸਕਦਾ ਹੈ।

ਸੀ -1 ਇਕਰਾਰਨਾਮਾ (**C-1 Content**) :- ਈ ਵਪਾਰੀ ਦਾ ਪਹਿਲਾ ਉਦੇਸ਼ ਕੇਂਦਰਿਤ ਉਪਭੋਗਤਾ ਨੂੰ ਭਾਉਂਦੀ ਅਸਲੀ ਕੀਮਤ ਤਜਵੀਜ਼ ਲਈ ਪ੍ਰਤਿੱਗਿਆ ਦਾ ਸੰਚਾਰ ਕਰਨਾ।

ਸੀ -2 ਵਿਸ਼ਾ ਵਸਤੂ (**C-2 Content**) :- ਵਿਸ਼ਾ ਵਸਤੂ ਉਹ ਹੈ ਜੋ ਆਪਣੇ ਆਪ ਆਪਣੀ ਵੈਬਸਾਈਟ ਤੇ ਅਤੇ ਹੋਰ ਦੂਜੀਆਂ ਸਾਈਟਾਂ ਤੇ ਜੁੜ ਕਿ ਦਿਖਾਈ ਦਿੰਦਾ ਹੈ। ਜੇ ਉਚਿੱਤ ਢੰਗ ਨਾਲ ਚੁਣਿਆ ਜਾਵੇ ਤਾਂ ਇਹ ਬਰਾਊਜ਼ਰ ਨੂੰ ਖਰੀਦਦਾਰਾਂ ਵਿੱਚ ਬਦਲਣ ਦੀ ਦਰ ਅਤੇ ਉਨ੍ਹਾਂ ਦੇ ਆਦਾਨ ਪ੍ਰਦਾਨ ਦੀਆਂ ਦਰਾਂ ਨੂੰ ਵਧਾਉਣ ਵਿੱਚ ਲਾਹੇਵੰਦ ਹੋ ਸਕਦਾ।

ਸੀ -3 ਇਕਰਾਰਨਾਮਾ (**C-3 Construction**) :- ਜੋ ਵਾਅਦੇ ਈ ਵਪਾਰੀਆਂ ਦੁਆਰਾ ਕੀਤੇ ਜਾਂਦੇ ਹਨ। ਉਹ ਇੰਟਰਨੈਟ ਲਈ ਅਨੋਖੇ ਨਹੀਂ ਹੁੰਦੇ ਪਰ ਮਾਧਿਅਮ ਦੇ ਅੰਤਰ ਮਿਲਾਪ ਕਰਨ ਦੀ ਯੋਗਤਾ ਨੇ ਉਨ੍ਹਾਂ ਲਈ ਆਪਣੇ

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

ਵਾਅਦਿਆਂ ਨੂੰ ਜਲਦੀ, ਭਰੋਸੇਯੋਗ ਅਤੇ ਉਤਸ਼ਾਹ ਨਾਲ ਪੂਰਾ ਕਰਨ ਵਿੱਚ ਸੁਖਾਲਾ ਬਦਾਉਂਦੀ ਹੈ। ਅਭਿਆਸ ਵਜੋਂ ਇਸ ਦਾ ਮਤਲਬ ਹੈ ਕਿ ਵਪਾਰੀਆ ਨੂੰ ਵਿਸ਼ੇਸ਼ ਅਦਾਨ ਪ੍ਰਦਾਨ ਵਾਲੇ ਕਾਰਜਾਂ ਵਿੱਚ ਬਦਲਿਆ ਜਾਣਾ ਚਾਹੀਦਾ ਹੈ ਅਤੇ ਵੈਬ ਡਿਜਾਇਨ ਦੀਆਂ ਵਿਸ਼ੇਸ਼ਤਾਵਾਂ ਉਪਭੋਗਤਾ ਨੂੰ ਇਕੱਠਿਆਂ ਇਕਸਾਰਤਾ ਦਾ ਤਜਰਬਾ ਤਜਰਬਾ ਦਿੰਦੀਆਂ ਹਨ। ਇਹੋ ਜਿਹੀਆਂ ਡਿਜਾਇਨ ਵਿਸ਼ੇਸ਼ਤਾਵਾਂ ਜਿਵੇਂ ਇਕ ਵਾਰ ਕਲਿਕ ਕਰਕੇ ਆਰਡਰ ਕਰੇ ਅਤੇ ਆਪਣੇ ਆਪ ਖ਼ੀਦਦਾਰੀ ਅਰਾਮਦਾਇਕ ਖ਼ੀਦਦਾਰੀ ਦੇ ਵਾਅਦੇ ਨੂੰ ਪੂਰਾ ਕਰਨ ਵਿੱਚ ਮਦਦ ਕਰਦੀ ਹੈ।

ਸੀ -4 ਕਮਿਊਨਟੀ (**C-4 Community**) **:-** ਸਾਈਟ ਤੋਂ ਵਰਤੋਂ ਕਰਤਾ ਰਾਹੀਂ ਅਤੇ ਵਰਤੋਂ ਕਰਨ ਵਾਲੇ ਤੋਂ ਵਰਤੋਂ ਕਰਨ ਵਾਲੇ ਤਕ ਅੰਤਰ ਕਿਰਿਆ ਨੂੰ ਕਿਰਿਆਸ਼ੀਲ ਬਣਾਉਂਦੀ ਹੈ। (ਜਿਵੇਂ ਚੈਟ ਬੂਮਜ਼), ਈ ਵਪਾਰੀ ਦਿਲੋਂ ਸਮਰਪਿਤ ਗਾਹਕਾਂ ਦੇ ਆਧਾਰ ਨੂੰ ਵਿਕਸਿਤ ਕਰ ਸਕਦੇ ਹਨ ਜੋ ਕਿ ਸਾਈਟ ਦੇ ਉਤਸ਼ਾਹਿਤ ਮਾਰਕੀਟਰ ਵੀ ਬਣ ਜਾਂਦੇ ਹਨ।

ਸੀ -5 ਇਕਾਗਰਤਾ (**C-5 Concentration**) **:-** ਆਨ ਲਾਈਨ ਵਿਵਹਾਰ ਰੇਖਾ ਚਿੱਤਰ ਰਾਹੀਂ ਟੀਚਾ ਬਣਾਉਣਾ। ਉਪਭੋਗਤਾ ਦੇ ਭੂਤਕਾਲੀ ਖ਼ੀਦਦਾਰੀ ਦਿਲਚਸਪੀਆ ਪਸੰਦ/ਨਾ ਪਸੰਦ ਅਤੇ ਜਨਰਲ ਵਿਵਹਾਰ ਕਿਸੇ ਵਿਗਿਆਪਨ ਕਰਤਾ ਨੂੰ ਜ਼ਿਆਦਾ ਪ੍ਰਭਾਵਸ਼ਾਲੀ ਵਿਗਿਆਪਨ ਤਿਆਰ ਕਰਨ ਵਿੱਚ ਸਹਾਈ ਹੁੰਦਾ ਹੈ। ਕਰੈਡਿਟ ਕਾਰਡ ਕੰਪਨੀਆਂ ਵਿਵਹਾਰ ਕੇਂਦਰਿਤ ਜਾਣਕਾਰੀ ਲਈ ਬੁਨਿਆਦੀ ਇਕੱਠ ਕਰਨ ਵਾਲੀਆਂ ਹੁੰਦੀਆਂ ਹਨ। ਉਹ ਕਾਰਡ ਧਾਰਕ ਦੀ ਭੂਤਕਾਲ ਆਦਾਨ ਪ੍ਰਦਾਨ ਦਾ ਵੱਡਾ ਡਾਟਾ ਬੇਸ ਤਿਆਰ ਕਰਦੇ ਹਨ ਅਤੇ ਉਹ ਡਾਟਾ ਦੀਆਂ ਲਿਸਟਾਂ ਵਿਗਿਆਪਨ ਦੇਣ ਵਾਲਿਆਂ ਨੂੰ ਵੇਚਦੇ ਹਨ।

ਸੀ -6 ਕੇਂਦਰ ਮੁਖਤਾ (**C-6 Convergence**) **:-** ਬਰੌਡ ਬੈਂਡ ਤਕਨੀਕ ਟੈਲੀਵਿਜ਼ਨ ਅਤੇ ਇੰਟਰਨੈਂਟ ਵੱਲ ਝੁਕਾਅ ਦੀ ਇਜ਼ਾਜ਼ਤ ਦੇਵੇਗੀ। ਮੁੱਢਲੇ ਤੌਰ ਤੇ ਵਰਤੋਂ ਕਰਨ ਵਾਲਾ ਟੈਲੀਵਿਜ਼ਨ ਦੀ ਸਕਰੀਨ ਨੂੰ ਦੇਖੇਗਾ। ਜਿਹੜੀ ਤਿੰਨ ਡਿਗਰੀ ਪੁਰਾਤਨ ਟੈਲੀਵਿਜ਼ਨ ਹੈ। ਪ੍ਰੰਤੂ ਉਸ ਵਿੱਚ ਇਕ ਫਰੇਮ ਵਿੱਚ ਜਿਸ ਵਿੱਚ ਇੰਟਰਨੈਟ ਵਰਤਣ ਦੀ ਯੋਗਤਾ ਹੋਵੇਗੀ। ਈ ਵਪਾਰੀਆਂ ਲਈ ਜ਼ਿਆਦਾ ਮਹੱਤਵਪੂਰਨ ਇਹ ਹੈ ਕਿ ਇਸਨੂੰ ਦੇਖਣ ਵਾਲੇ ਜਿਸ ਵਿਗਿਆਪਨ ਕਰਤਾ ਦਾ ਵਿਗਿਆਪਨ ਵਿਖਾਇਆ ਜਾ ਰਿਹਾ ਹੈ ਉਸਦੀ ਸਾਈਟ ਤੇ ਸਿੱਧੇ ਜਾ ਸਕਦੇ ਹਨ। ਇਸ ਸਾਈਟ ਤੇ ਵਰਤੋਂ ਕਰਤਾ ਉਤਪਾਦ ਬਾਰੇ ਹੋਰ ਜਾਣਕਾਰੀ ਲੈ ਸਕਦਾ ਹੈ ਅਤੇ ਆਰਡਰ ਕਰ ਸਕਦਾ ਹੈ।

ਸੀ -7 ਵਪਾਰ (**C-7 Commerce**) **:-** ਈ ਮਾਰਕੀਟਿੰਗ ਦੀ ਅਖੀਰਲੀ ਬੁਨਿਆਦ ਵਪਾਰ ਹੈ ਭਾਵੇਂ ਉਹ ਵਸਤੂ ਅਤੇ ਸੇਵਾਵਾਂ ਨੂੰ ਸਿਧੇ ਤੌਰ ਤੇ ਪੇਸ਼ ਕਰਦਾ ਹੈ ਜਾਂ ਉਸਦਾ ਹੋਰ ਕੰਪਨੀਆਂ ਫੀਸ ਲੈ ਕੇ/ਬੁਜ਼ਾਰੀਕਰਨ ਕਰਦਾ ਹੈ। ਇਸ ਤਰ੍ਹਾਂ ਉਹ ਸਾਈਟ ਉਪਰੇਸ਼ਨ ਦੇ ਨਿਰਧਾਰਿਤ ਖਰਚਿਆਂ ਨੂੰ ਪੂਰਾ ਕਰਨ ਵਿੱਚ ਮਦਦ ਕਰਦਾ ਹੈ ਅਤੇ ਗਾਹਕ ਦੇ ਪ੍ਰਾਪਤੀ (ਉਪਲੱਬਧੀ) ਦੇ ਖਰਚਿਆਂ ਨੂੰ ਪੂਰਾ ਕਰਦਾ ਹੈ। ਇੰਟਰਨੈਟ ਤੇ ਕਾਮਯਾਬ ਹੋਣ ਲਈ ਈ ਵਪਾਰੀਆਂ ਨੂੰ ਆਪਣੇ ਆਪ ਲਾਈਨ ਬਿਜ਼ਨੈਸ ਮਾਡਲ ਨੂੰ ਆਨ ਲਾਈਨ ਮਾਡਲ ਵਿੱਚ ਪੁਨਰ ਉਤਪਾਦਿਤ ਕਰਨ ਤੋਂ ਇਲਾਵਾ ਵੀ ਬਹੁਤ ਕੁਝ ਕਰਨਾ ਹੋਵੇਗਾ। ਕਿਉਂਕਿ ਇਹ ਵਪਾਰ ਮਾਡਲ ਕੇਵਲ ਵਿਚਾਰਸ਼ੀਲ ਸਕੇਲ ਤੇ ਕੰਮ ਕਰਦੇ ਹਨ।

ਪ੍ਰੰਪਰਾਗਤ ਮਾਰਕੀਟਿੰਗ ਬਨਾਮ ਈ ਮਾਰਕੀਟਿੰਗ (**Traditional marketing Vs E- Marketing**)**:-** ਤਕਨੀਕ ਮਾਰਕੀਟਿੰਗ ਦੇ ਤਰੀਕਿਆਂ ਨੂੰ ਤਿੰਨ ਢੰਗਾਂ ਨਾਲ ਪ੍ਰਭਾਵਿਤ ਕਰਦੀ ਹੈ। ਆਈ ਟੀ ਮਾਰਕੀਟਿੰਗ ਦੀ ਯੋਗਤਾ ਨੂੰ ਵਧਾਉਂਦੀ ਹੈ ਇਹ ਮਾਰਕੀਟਿੰਗ ਰਣਨੀਤੀ ਰਣਨੀਤੀ ਵਿੱਚ ਸੁਧਾਰ ਕਰਦੀ ਹੈ ਅਤੇ ਇਹ ਉਪਭੋਗਤਾ ਕੋਲ ਤਕਨੀਕ ਵਰਤਣ ਵਾਲੀਆਂ ਫਰਮਾਂ ਕੋਲ ਬਦਲਣ ਦੀ ਸ਼ਕਤੀ ਹੋਣ ਕਰਕੇ ਉਪਭੋਗਤਾ ਦੇ ਵਿਵਹਾਰ ਨੂੰ ਬਦਲਦੀ ਹੈ। ਪ੍ਰੰਪਰਾਗਤ ਮਾਰਕੀਟਿੰਗ ਦੇ ਮੁਕਾਬਲੇ ਈ–ਮਾਰਕੀਟਿੰਗ ਦੇ ਹੇਠ ਲਿਖੇ ਅਨੁਸਾਰ ਲਾਭ ਹਨ। ਈ-ਮੇਲ ਮਾਰਕੀਟਿੰਗ (ਇੰਟਰਨੈਟ ਅਨੁਸਾਰ) ਕੰਪਨੀਆਂ ਵਿੱਚ ਕਈ ਕਾਰਣਾ ਕਰਕੇ ਮਸ਼ਹੂਰ ਹੈ।

- ਨਿਵੇਸ਼ ਤੇ ਠੀਕ ਪ੍ਰਾਪਤੀ ਨੂੰ ਚਿੰਨ੍ਹਤ ਕਰ ਸਕਦੀ ਹੈ ਅਤੇ ਜਦੋਂ ਇਸਨੂੰ ਠੀਕ ਢੰਗ ਨਾਲ ਕੀਤਾ ਜਾਂਦਾ ਹੈ। ਉਦੋਂ ਉੱਚ ਪੱਧਰੀ ਸਿਧ ਹੁੰਦਾ ਹੈ।
- ਈ ਮਾਰਕੀਟਿੰਗ ਪ੍ਰੰਪਰਾਗਤ ਮੇਲ ਨਾਲੋਂ ਬਹੁਤ ਜ਼ਿਆਦਾ ਸ਼ਸਤੀ ਹੈ ਅਤੇ ਤੇਜ਼ ਅਤੇ ਮੁੱਖ ਤੌਰ ਤੇ

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

ਪ੍ਰੰਪਰਾਗਤ ਮੇਲ ਮੁਹਿੰਮ ਵਿੱਚ ਆਰਟ ਵਰਕ ਦੇ ਉਤਪਾਦਨ, ਛਪਾਈ, ਸਰਨਾਵੇਂ ਅਤੇ ਡਾਕ ਭੇਜਣ ਵਿੱਚ ਬਹੁਤ ਜ਼ਿਆਦਾ ਸਮੇਂ ਤੇ ਖਰਚੇ ਦੀ ਲੋੜ ਹੈ।

- ਵਿਗਿਆਪਨ ਦੇਣ ਵਾਲੇ ਲੋਕ ਵੱਡੀ ਗਿਣਤੀ ਵਿੱਚ ਈਮੇਲ ਉਪਭੋਗਤਾਵਾਂ ਤਕ ਪਹੁੰਚ ਕਰ ਸਕਦੇ ਹਨ ਜਿਨ੍ਹਾਂ ਨੇ ਆਪਣੀ ਰੁਚੀ ਅਧਾਰਤ ਵਿਸ਼ਿਆਂ ਤੇ ਈਮੇਲ ਸੰਚਾਰ ਪ੍ਰਾਪਤ ਕਰਨ ਦੀ ਸਹਿਮਤੀ ਦਿੱਤੀ ਹੈ।

ਈਮੇਲ ਮਾਰਕੀਟਿੰਗ ਦੇ ਅਗੁਣ (ਹਾਨੀਆਂ) ਹਨ (**Disadvantages over traditional marketing are**) :-

ਈਮੇਲ ਸੇਵਾਵਾਂ ਕੰਪਨੀ ਵੱਲੋਂ ਜਾਰੀ ਕੀਤੀ ਗਈ ਰਿਪੋਟ Return Path, ਅਨੁਸਾਰ 2008 ਦੇ ਮੱਧ ਤਕ ਈਮੇਲ ਭੇਜਣਾ ਅਜੇ ਤਕ ਜਾਇਜ ਮਾਰਕੀਟਰਾਂ ਦਾ ਮੁੱਦਾ ਹੈ। ਰਿਪੋਰਟ ਦੇ ਅਨੁਸਾਰ ਜ਼ਾਇਜ ਈਮੇਲ ਕਰਨ ਵਾਲਿਆ ਦਾ ਔਸਤ ਡਿਲਵਰੀ ਰੇਟ 56% ਹੈ ਜਿਸ ਵਿੱਚੋਂ 20% ਸੰਦੇਸ਼ ਨਾ ਮਨਜੂਰ ਹੋਏ ਅਤੇ 8 % ਖਤਮ ਹੋ ਗਏ ਹਨ। ਇਸ ਤੋਂ ਅੱਗੇ ਹੋਰਵੀ ਬਹੁਤ ਸਾਰੇ ਅੰਤਰ ਹਨ ਜਿਨ੍ਹਾਂ ਨੂੰ ਈ ਮਾਰਕੀਟਿੰਗ ਦੀ ਪ੍ਰੰਪਰਾਗਤ ਮਾਰਕੀਟਿੰਗ ਨਾਲ ਤੁਲਨਾ ਕਰਕੇ ਕੁਝ ਵਿਚਾਰਾ ਰਾਹੀਂ ਦਿਖਾਇਆ ਜਾ ਸਕਦਾ ਹੈ।

ਈ ਮਾਰਕੀਟਿੰਗ ਅਤੇ ਪ੍ਰੰਪਰਾਗਤ ਮਾਰਕੀਟਿੰਗ ਦਾ ਅੰਤਰ :-

ਅੰਤਰ	ਈ ਮਾਰਕੀਟਿੰਗ	ਪ੍ਰੰਪਰਾਗਤ ਮਾਰਕੀਟਿੰਗ
ਸੰਪਰਕ	ਸੰਚਾਰ ਨਾਲ ਆਸਾਨ ਸੰਪਰਕ ਅਤੇ ਗਾਹਕਾਂ ਨਾਲ ਸਿੱਧੇ ਸੰਪਰਕ ਨੇ ਗਾਹਕਾਂ ਨਾਲ ਸਬੰਧਤ ਬੇਨਤੀਆਂ ਅਤੇ ਸ਼ਕਾਇਤਾ ਪ੍ਰਾਪਤ ਕਰਨ ਅਤੇ ਉਨ੍ਹਾਂ ਨਾਲ ਸੰਪਰਕ ਜਾਰੀ ਰੱਖਣ ਨੂੰ ਯਕੀਨੀ ਬਣਾਉਣਾ।	ਇਕ ਪਾਸੇ ਦਾ ਸੰਪਰਕ
ਸਬੰਧ	ਲੰਮੇ ਸਮੇਂ ਲਈ ਸੰਪਰਕ ਬਣਾਇਆ ਜਾਂਦਾ ਹੈ।	ਇਕ ਡੀਲ ਨੂੰ ਲਾਗੂ ਕੀਤਾ ਹੈ।
ਚੀਜ਼ਾਂ ਦੀ ਪੇਸ਼ਕਾਰੀ	ਜਿਹੜੇ ਉਤਪਾਦ ਅਤੇ ਸੇਵਾਵਾਂ ਨੂੰ ਤੁਸੀਂ ਇਹਨਾਂ ਦੀ ਵੈਬਸਾਈਟ ਦੁਆਰਾ ਪੇਸ਼ ਕਰਕੇ ਵਪਾਰ ਕਰਨਾ ਚਾਹੁੰਦੇ ਹੋ, ਪੇਸ਼ ਕਰ ਸਕਦੇ ਹੋ। ਗਿਣਤੀ ਅਤੇ ਵਿਭਿੰਨਤਾ ਦੀ ਕੋਈ ਬੇਸਿਸ਼ ਕਹੀਂ।	ਪ੍ਰੰਪਰਾਗਤ ਮਾਰਕੀਟਿੰਗ ਨੂੰ ਜੇ ਸਥਾਨ ਆਗਿਆ ਨਾ ਦੇਵੇ ਤਾ ਉਹ ਇਹ ਨਹੀਂ ਕਰ ਸਕਦੇ।
ਜਾਣਕਾਰੀ	ਉਨ੍ਹਾਂ ਨੂੰ ਸਿਧਾ ਵਸਤੂਆਂ ਅਤੇ ਸੇਵਾਵਾਂ ਲਈ ਕੀਮਤ ਦੀ ਜਾਣਕਾਰੀ ਪ੍ਰਦਾਨ ਕਰਨਾ	ਉਤਪਾਦ ਅਤੇ ਸੇਵਾਵਾਂ ਸਬੰਧੀ ਸੀਮਿਤ ਜਾਣਕਾਰੀ ਪ੍ਰਦਾਨ ਕਰਨਾ।
ਖਰਚ	ਡਿਜੀਟਲ ਮਾਰਕੀਟਿੰਗ ਦਾ ਤਰੀਕਾ ਘੱਟ ਖ੍ਰਚੀਲਾਂ ਅਤੇ ਅਸਾਨੀ ਨਾਲ ਲਾਗੂ ਕੀਤਾ ਜਾ ਸਕਦਾ ਹੈ।	ਪ੍ਰੰਪਰਾਗਤ ਮਾਰਕੀਟਿੰਗ ਦੇ ਤਰੀਕੇ ਜ਼ਿਆਦਾ ਖਰਚੀਲੇ ਹਨ।
ਕੇਂਦਰਿਤ ਉਪਭੋਗਤਾ	ਟੀਚੇ ਅਨੁਸਾਰ ਗਾਹਕਾਂ ਤੱਕ ਪਹੁੰਚ ਬਣਾਉਣਾ	ਕੇਂਦਰਿਤ ਉਪਭੋਗਤਾ ਤਕ ਪਹੁੰਚਣਾ ਮੁਸ਼ਕਲ ਹੈ।
ਪ੍ਰਚਾਰ	ਇਸਦੀ ਪਹੁੰਚ ਗਾਹਕਾਂ ਦੀ ਮਦਦ ਕਰਨ ਲਈ ਲੋਕਲ ਬਾਰਡਰ ਤੋਂ ਅੰਤਰਰਾਸ਼ਟਰੀ ਮਾਰਕੀਟ	ਕੇਵਲ ਇਕ ਨਿਸ਼ਚਿਤ ਸਮੇਂ ਅਤੇ ਸਥਾਨ ਲਈ ਹੀ ਉਪਯੁਕਤ ਹੈ।

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

	ਤਕ ਅਸੀਮਤ ਹੈ। ਉਸ ਦੀ ਸਥਿਤੀ ਲਈ ਖੇਤਰੀ ਹੱਦ ਨੂੰ ਅੱਖੋ ਪਰੋਖ ਕਰਨਾ। ਜਿਹੜੀਆਂ ਉਸਦੀਆਂ ਵਸਤੂਆਂ ਜਾਂ ਸੇਵਾਵਾਂ ਨੂੰ ਜ਼ਿਆਦਾ ਮਸ਼ਹੂਰ ਹੋਣ ਨੂੰ ਯਕੀਨੀ ਬਣਾਵੇ।	
ਪ੍ਰਾਪਤੀ ਨੂੰ ਮਾਪਣਾ	ਨਿਵੇਸ਼ ਤੇ ਪ੍ਰਾਪਤੀ ਨੂੰ ਮਾਪਣਾ ਆਸਾਨ ਹੈ।	ਨਿਵੇਸ਼ ਤੇ ਪ੍ਰਾਪਤੀ ਨੂੰ ਮਾਪਣਾ ਔਖਾ ਹੈ।
ਕਾਮਯਾਬੀ ਨੂੰ ਮਾਪਣਾ	ਕਿਸੇ ਵੀ ਵਿਗਿਆਪਨ ਵਾਲੀ ਮੁਹਿੰਮ ਨੂੰ ਮਾਪਿਆ ਅਤੇ ਮੁਲੰਕਣ ਕੀਤਾ ਜਾ ਸਕਦਾ ਹੈ ਅਤੇ ਉਸਦੀ ਤਾਕਤ ਨੂੰ ਪਛਾਣਿਆ ਜਾ ਸਕਦਾ ਹੈ।	ਇਸ ਨੂੰ ਮਾਪਣਾ ਔਖਾ ਹੈ ਜਦੋਂ ਪ੍ਰੰਪਰਾਗਤ ਮਾਰਕੀਟਿੰਗ ਦੀ ਵਰਤੋਂ ਕਰਨੀ ਹੋਵੇ।

ਅਭਿਆਸ : ਮੁਲਾਂਕਣ

1. ਉਨ੍ਹਾਂ ਪੰਜ ਕੰਪਨੀਆਂ ਦੀ ਸੰਖੇਪ ਲਿਸਟ ਬਣਾਓ ਜਿਹੜੀਆਂ ਈ ਮਾਰਕੀਟਿੰਗ ਵਿੱਚ ਰੁਝੀਆਂ ਹੋਈਆਂ ਹਨ।
2. ਈ ਮਾਰਕੀਟਿੰਗ ਦੇ ਗੁਣ ਅਤੇ ਔਗੁਣ ਦੀ ਚਰਚਾ ਲਈ ਗਰੁੱਪ ਬਣਾਓ ਅਤੇ ਰਿਪੋਰਟ ਤਿਆਰ ਕਰੋ।
3. ਆਪਣੇ ਸਾਥੀਆਂ ਨਾਲ ਇਕ ਸੈਮੀਨਾਰ ਦੁਆਰਾ ਈ ਮਾਰਕੀਟਿੰਗ ਦੀ ਪ੍ਰੰਪਰਾਗਤ ਤੋਂ ਉਤਪਤੀ, ਧਾਰਨਾ, ਗੁਣਾ, ਔਗੁਣਾ ਦੀ ਚਰਚਾ ਕਰੋ ਅਤੇ ਜੋ ਤੁਸੀਂ ਸਿਖਿਆ ਹੈ ਉਸ ਦੀ ਇਕ ਵਿਸਥਾਰ ਪੂਰਵਕ ਰਿਪੋਰਟ ਤਿਆਰ ਕਰੋ।

ਮੁਲਾਂਕਣ

(ੳ) ਖਾਲੀ ਥਾਵਾ ਭਰੋ।

1. ਵਧੀਆਂ ਮੀਡੀਏ ਨੂੰ __________ ਦੁਆਰਾ ਲਿਆਂਦਾ ਗਿਆ ਹੈ ਜੋ ਕਿ ਵਿਗਿਆਪਨ ਕਰਤਾ ਨੂੰ ਇੰਟਰਨੈਟ ਵਿੱਚ ਨਵੀਂ ਤਰ੍ਹਾਂ ਦੀਆਂ __________ ਲਿਆ ਕੇ ਜਿਆਦਾ ਵਧੀਆਂ ਰਚਨਾਤਮਕਤਾ ਦੀ ਖੁੱਲ ਦਿੰਦਾ ਹੈ ਅਤੇ ਨਾਲ ਹੀ ਪਰੰਪਰਾਗਤ ਤਰੀਕਿਆਂ ਨੂੰ ਹੋਰ ਵਧਾਉਣਾ ਹੈ। ਬਰੋਡਬੈਂਡ ਤਕਨੀਕ ਟੈਲੀਵਿਜਨ ਅਤੇ ਇੰਟਰਨੈਟ ਵੱਲ ਝੁਕਾਅ ਨੂੰ ਇਜਾਜਤ ਦੇਵੇਗੀ।
2. __________ ਵੱਡੀ ਗਿਣਤੀ ਵਿੱਚ ਈਮੇਲ ਉਪਭੋਗਤਾ ਤੱਕ ਪਹੁੰਚ ਕਰ ਸਕਦੇ ਹਨ ਜਿਨ੍ਹਾਂ ਨੇ ਆਪਣੀ ਰੁਚੀ ਅਧਾਰਿਤ ਵਿਸ਼ਿਆ ਤੇ ਈਮੇਲ __________ ਪ੍ਰਾਪਤ ਕਰਨ ਦੀ ਸਹਿਮਤੀ ਦਿੱਤੀ ਹੈ।
3. __________ ਦੀ ਇਕ ਆਮ ਉਦਾਹਰਣ ਇਕ ਨਿਊਜਪ੍ਰੈਟਰ ਹੈ ਜੋ ਕਿ ਵਿਗਿਆਪਨ ਫਰਮ ਦੇ __________ ਨੂੰ ਭੇਜਿਆ ਜਾਂਦਾ ਹੈ।
4. ਇੰਟਰਨੈਟ ਮਾਰਕੀਟਿੰਗ ਵਿੱਚ __________ ਵੱਖ ਵੱਖ ਸਮੱਗਰੀ ਦੀ ਪਹੁੰਚ __________ ਅਤੇ ਵਿਅਕਤੀਗਤ ਜਾਣਕਾਰੀ ਦੇ ਆਧਾਰ ਤੇ ਸਵੈ ਚਾਲਿਤ ਹੁੰਦੀ ਹੈ।

(ਅ) ਸਹੀ ਜਾਂ ਗਲਤ

1. ਉਪਭੋਗਤਾ ਦੀ ਇੰਟਰਨੈਟ ਸੇਵਾਵਾਂ ਦੀ ਵਰਤੋਂ ਅਤੇ ਪਹੁੰਚ ਦੀ ਯੋਗਤਾ ਇਲੈਕਟੋਨਿਕ ਮਾਰਕੀਟਿੰਗ ਨੂੰ ਸੀਮਿਤ ਕਰਦੀ ਹੈ।
2. ਪ੍ਰੰਪਰਾਗਤ ਮਾਰਕੀਟਿੰਗ ਤਰੀਕੇ ਕਿਸੇ ਸਗੰਠਨ ਸੰਦੇਸ਼ ਵਿਅਕਤੀਗਤ ਕਰਨ ਦੇ ਯੋਗ ਬਣਾਉਂਦੇ ਹਨ ਜਾਂ ਕੇਂਦਰਿਤ ਗਾਹਕਾਂ ਨੂੰ ਜ਼ਿਆਦਾ ਪ੍ਰਭਾਵਸ਼ਾਲੀ ਢੰਗ ਨਾਲ ਚੁਣਨ ਦੇ ਯੋਗ ਬਣਾਉਂਦੇ ਹਨ।
3. ਈ ਮਾਰਕੀਟਿੰਗ ਨੇ ਮੁਕਾਬਲੇ ਨੂੰ ਕਮਜੋਰ ਕੀਤਾ ਹੈ ਜਿਸ ਨੇ ਗਲੋਬਲ ਬਜਾਰ ਵਿੱਚ ਨਵੇਂ ਦਾਖਲਿਆਂ ਤੋਂ ਵੱਡੀਆਂ ਰੋਕਾਂ ਨੂੰ ਹਟਾ ਦਿੱਤਾ ਹੈ।
4. ਈ ਮਾਰਕੀਟਿੰਗ ਨੂੰ ਬੜੀ ਆਸਾਨੀ ਨਾਲ ਪ੍ਰਭਾਵਸ਼ਾਲੀ ਢੰਗ ਨਾਲ ਪਰੰਪਰਾਗਤ ਮਾਰਕੀਟਿੰਗ ਰਣਨੀਤੀਆਂ ਨਾਲ ਜੋੜਿਆ ਜਾ ਸਕਦਾ ਹੈ।

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

5. ਅਧੁਨਿਕ ਯੁੱਗ ਵਿੱਚ ਇੰਟਰਨੈਂਟ ਦੀ ਅਪ੍ਰਸਿਧੀ ਦੇ ਕਾਰਣ ਕੇਵਲ ਕੁਝ ਸੰਸਥਾਵਾਂ ਦੀ ਵੈਬਸਾਈਟ ਹੈ।
6. ਭੌਤਿਕ ਮਾਰਕੀਟਿੰਗ ਦੀ ਪੀਪਸ ਦੇ ਉਲਟ ਈ ਮਾਰਕੀਟਿੰਗ ਦੇ ਖੇਤਰ ਦੀ ਦਿਖ ਦੇ ਬਦਲਾਅ ਨੂੰ ਮਾਰਕੀਟਿੰਗ ਦੇ 6CS ਦੇ ਅਧਾਰ ਤੇ ਵਰਲਿਤ ਕੀਤਾ ਜਾ ਸਕਦਾ ਹੈ।

(ੲ) ਛੋਟੇ ਪ੍ਰਸ਼ਨ ਉਤਰ

1. ਈ ਮਾਰਕੀਟਿੰਗ ਦੀਆਂ ਕਿਹੜੀਆਂ ਭਿੰਨ ਭਿੰਨ ਵਿਸ਼ੇਸ਼ਤਾਵਾਂ ਹਨ। ਉਚਿਤ ਉਦਾਹਰਣਾ ਸਹਿਤ ਵਰਣਨ ਕਰੋ।
2. ਈ ਮਾਰਕੀਟਿੰਗ ਦੀਆਂ ਕਿਸਮਾਂ ਦਾ ਵਰਣਨ ਕਰੋ।
3. ਈ ਮਾਰਕੀਟਿੰਗ ਅਤੇ ਪ੍ਰੰਪਰਾਗਤ ਮਾਰਕੀਟਿੰਗ ਦਾ ਅੰਤਰ ਦੱਸੋ।
4. ਈ ਮਾਰਕੀਟਿੰਗ ਦੀਆਂ (ਸੱਤ ਸੀ.ਐਸ) ਦੀ ਮਹੱਤਤਾ ਬਾਰੇ ਵਰਣਨ ਕਰੋ।
5. ਈ ਮਾਰਕੀਟਿੰਗ ਦੇ ਕੀ ਲਾਭ, ਗੁਣ ਅਤੇ ਔਗੁਣ ਹਨ।

ਮੁਲੰਕਣ ਕਿਰਿਆ ਲਈ ਚੈਕਲਿਸਟ

ਹੇਠ ਲਿਖੇ ਚੈਕ ਲਿਸਟ ਨੂੰ ਇਹ ਦੇਣ ਲਈ ਵਰਤੋਂ ਕਿ ਤੁਸੀਂ ਮੁਲੰਕਣ ਕਿਰਿਆ ਦੀਆਂ ਸਾਰੀਆਂ ਜ਼ਰੂਰਤਾਂ ਪੂਰੀਆਂ ਕਰ ਲਈਆਂ ਹਨ।

ਭਾਗ (ੳ)

- ਈ ਮਾਰਕੀਟਿੰਗ ਦਾ ਅਰਥ ਸਮਝ ਲਿਆ ਹੈ।
- ਈ ਮਾਰਕੀਟਿੰਗ ਦੀਆਂ ਵਿਸ਼ੇਸ਼ਤਾਵਾਂ ਜਾਣਦੇ ਹੋ।
- ਈ ਮਾਰਕੀਟਿੰਗ ਦੇ ਗੁਣਾਂ ਅਤੇ ਔਗੁਣਾਂ ਦੀ ਚਰਚਾ ਕਰ ਸਕਦੇ ਹੋ।
- ਈ ਮਾਰਕੀਟਿੰਗ ਦੇ ਸੀ.ਐਸ ਬਾਰੇ ਦਸ ਸਕਦੇ ਹੋ।
- ਪ੍ਰੰਪਰਾਗਤ ਮਾਰਕੀਟਿੰਗ ਅਤੇ ਈ ਮਾਰਕੀਟਿੰਗ ਵਿੱਚ ਅੰਤਰ ਦਸ ਸਕਦੇ ਹੋ।

ਭਾਗ (ਅ)

ਜਮਾਤ ਵਿੱਚ ਹੇਠ ਲਿਖਿਆ ਦੀ ਚਰਚਾ ਕਰੋ।

- ਈ ਮਾਰਕੀਟਿੰਗ ਕੀ ਹੈ।
- ਈ ਮਾਰਕੀਟਿੰਗ ਦੀਆਂ ਭਿੰਨ ਭਿੰਨ ਵਿਸ਼ੇਸ਼ਤਾਵਾਂ ਕੀ ਹਨ।
- ਈ ਮਾਰਕੀਟਿੰਗ ਦੇ ਭਿੰਨ ਭਿੰਨ ਗੁਣਾ ਅਤੇ ਔਗੁਣਾ ਬਾਰੇ ਵਰਣਨ ਕਰੋ।
- ਈ ਮਾਰਕੀਟਿੰਗ ਦਾ 7CS ਕਿਹੜੀਆਂ ਹਨ।
- ਪ੍ਰੰਪਰਾਗਤ ਮਾਰਕੀਟਿੰਗ ਅਤੇ ਈ ਮਾਰਕੀਟਿੰਗ ਵਿੱਚ ਕੀ ਅੰਤਰ ਹੈ।

ਭਾਗ (ੲ)

ਕਾਰਗੁਜ਼ਾਰੀ ਦਾ ਪੱਧਰ

ਕਾਰਗੁਜ਼ਾਰੀ ਦੇ ਪੱਧਰ ਵਿੱਚ ਸ਼ਾਮਿਲ ਹੈ।

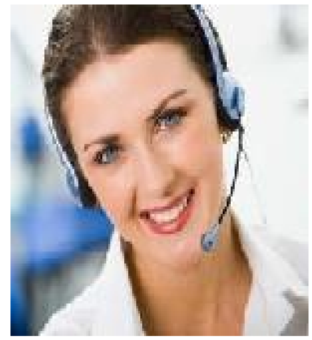
ਕਾਰਜ ਕਰਨ ਦੇ ਪੱਧਰ ਵਿੱਚ ਸ਼ਾਮਿਲ ਹੈ	ਹਾਂ	ਨਹੀਂ
• ਈ ਮਾਰਕੀਟਿੰਗ ਦਾ ਅਰਥ ਜਾਣਨ ਦੇ ਯੋਗ ਹੋ।		
• ਈ ਮਾਰਕੀਟਿੰਗ ਦੀਆਂ ਵਿਸ਼ੇਸ਼ਤਾਵਾਂ ਦੀ ਚਰਚਾ ਕਰਨ ਦੇ ਯੋਗ ਹੋ।		
• ਈ ਮਾਰਕੀਟਿੰਗ ਦੇ ਗੁਣਾਂ ਨੂੰ ਪਛਾਣਨ ਦੇ ਯੋਗ ਹੋ।		
• ਈ ਮਾਰਕੀਟਿੰਗ ਦੀ ਔਗੁਣਾ ਨੂੰ ਪਛਾਣਨ ਦੇ ਯੋਗ ਹੋ।		
• ਈ ਮਾਰਕੀਟਿੰਗ ਦੇ 7CS ਦਾ ਵਰਣਨ ਕਰਨ ਦੇ ਯੋਗ ਹੋ।		

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

ਸੈਸ਼ਨ 3 ਦੂਰ (ਟੈਲੀ) ਮਾਰਕੀਟਿੰਗ

ਸਬੰਧਿਤ ਗਿਆਨ (Relevant Knowledge)



ਟੈਲੀ ਮਾਰਕੀਟਿੰਗ, ਦੂਰ ਬਜ਼ਾਰੀਕਰਨ ਲਗਭਗ ਬਹੁਤ ਸਾਲਾਂ ਤੋਂ ਚਲ ਰਿਹਾ ਹੈ, ਅਤੇ ਅੱਜ ਵੀ ਗਾਹਕਾਂ ਦੀਆਂ ਰੁਚੀਆਂ ਨੂੰ ਪਛਾਨਣ ਅਤੇ ਵਿਕਰੀ ਦਾ ਸ਼ਕਤੀਸ਼ਾਲੀ ਸਾਧਨ ਹੈ ਜੇਕਰ ਇਸ ਨੂੰ ਚੰਗੀ ਤਰ੍ਹਾਂ ਕੀਤਾ ਜਾਵੇ। ਟੈਲੀ ਮਾਰਕੀਟਿੰਗ ਤੁਰੰਤ ਨਤੀਜਾ ਦੇ ਸਕਦਾ ਹੈ ਅਤੇ ਵੱਡੇ ਪੱਧਰ ਤੇ ਉਦੇਸ਼ਾਂ ਦੀ ਪੂਰਤੀ ਲਈ ਵਰਤਿਆ ਜਾ ਸਕਦਾ ਹੈ। ਭਾਵੇਂ ਇਹ ਗਾਹਕਾਂ ਦੀ ਰੁਚੀ ਸਬੰਧੀ ਜਾਣਕਾਰੀ ਲੈਣਾ, ਨਿਯੁਕਤੀ ਸੈਟਿੰਗ, ਸੈਮੀਨਾਰ ਅਟੈਂਡ ਕਰਨ ਵਾਲੇ ਗਾਹਕ ਸਰਵੇਖਣ ਜਾਂ ਡਾਟਾ ਦੀ ਸੁਧਾਈ ਦਾ ਕੰਮ ਹੋਵੇ। ਇਹ ਦੂਜੇ ਵਪਾਰਾਂ ਨਾਲ ਉਨ੍ਹਾਂ ਨੂੰ ਬਿਨ੍ਹਾਂ ਨੁਕਸਾਨ ਪਹੁੰਚਾਏ, ਗੈਰ ਵਪਾਰਕ ਢੰਗ ਨਾਲ ਗੱਲ ਕਰਨ ਦਾ ਮੌਕਾ ਹੈ। ਟੈਲੀ ਮਾਰਕੀਟਿੰਗ, ਸਧਾਰਣ ਤੌਰ ਤੇ ਦੂਰ ਸੰਚਾਰ ਰਾਹੀਂ ਮਾਰਕੀਟਿੰਗ ਕਰਨਾ ਹੈ।

ਟੈਲੀਮਾਰਕੀਟਿੰਗ ਕੀ ਹੈ (**What is tele marketing**) :- ਇਸ ਦਾ ਕੰਮ ਸੰਭਾਵੀ ਗਾਹਕਾਂ ਤੱਕ ਵਸਤੂਆਂ ਅਤੇ ਸੇਵਾਵਾਂ ਦੀ ਮਾਰਕੀਟਿੰਗ ਟੈਲੀਫੋਨ ਤੇ ਕਰਨਾ ਹੈ। ਟੈਲੀ ਮਾਰਕੀਟਿੰਗ ਦੀ ਸਭ ਤੋਂ ਸਧਾਰਣ ਪ੍ਰੀਭਾਸ਼ਾ ਟੈਲੀਫੋਨ ਤੇ ਵਿਕਰੀ ਹੈ।

ਟੈਲੀ ਮਾਰਕੀਟਿੰਗ ਦੀ ਮਹੱਤਤਾ (**Importance of tele marketing**) :- ਬਹੁਤ ਘੱਟ ਕੰਪਨੀਆਂ ਵਿਕਰੀ ਤੋਂ ਬਿਨ੍ਹਾਂ ਜੀਵਿਤ ਰਹਿ ਸਕਦੀਆਂ ਹਨ ਅਤੇ ਬਹੁਤ ਸਾਰੀਆਂ ਕੰਪਨੀਆਂ ਲਈ ਟੈਲੀ ਮਾਰਕੀਟਿੰਗ ਵਿਕਰੀ ਪ੍ਰੀਕ੍ਰਿਆ ਦੀ ਪਹਿਲੀ ਸਟੇਜ (ਸਥਿਤੀ) ਹੈ ਅਤੇ ਹੋਣੀ ਚਾਹੀਦੀ ਹੈ। ਇਸ ਨੂੰ ਡਾਟਾਬੇਸ ਬਣਾਉਣ, ਗਾਹਕ ਰੁਚੀ ਦੀ ਪਹਿਲ ਗਾਹਕਾਂ ਦੀ ਠਹਿਰ, ਪਹਿਲਾਂ ਖਰੀਦੇ ਉਤਪਾਦ ਨਾਲ ਸਬੰਧਤ ਹੋਰ ਉਤਪਾਦ ਵੇਚਣਾ ਅਤੇ ਮੰਡੀ ਦੀ ਖੋਜ ਕਰਨ ਲਈ ਵਰਤਿਆ ਜਾ ਸਕਦਾ ਹੈ। ਟੈਲੀ ਮਾਰਕੀਟਿੰਗ ਦੇ ਲਾਭ (ਗੁਣਾਂ) ਦੀ ਲਿਸਟ ਬਹੁਤ ਲੰਮੀ ਹੈ। ਟੈਲੀ ਮਾਰਕੀਟਿੰਗ ਦੀ ਗਿਰਾਵਟ ਦੇ ਕਾਰਣ ਹਨ ਜਿਵੇਂ ਠੀਕ ਢੰਗ ਨਾਲ ਕੰਮ ਨਾ ਕਰਨਾ, ਖਰਚੀਲਾ, ਜ਼ਿਆਦਾ ਸਟਾਫ ਦਾ ਹੋਣਾ, ਮਾੜੇ ਨਤੀਜੇ ਅਤੇ ਅੰਤ ਵਿੱਚ ਬਰੈਂਡ ਦਾ ਖਾਤਮਾ ਅਤੇ ਘੱਟ ਵਿਕਰੀ।

ਟੈਲੀ ਮਾਰਕੀਟਿੰਗ ਭਰੋਸੇ ਯੋਗ ਜਾਣਕਾਰੀ ਛੇਤੀ ਨਾਲ ਦਿੰਦਾ ਹੈ ਅਤੇ ਤੁਹਾਡੀ ਵਿਕਰੀ ਕਰਨ ਵਾਲੀ ਟੀਮ ਨੂੰ ਆਪਣੇ ਸਮੇਂ ਨੂੰ ਵਧੀਆਂ ਤਰੀਕੇ ਨਾਲ ਵਰਤੋਂ ਕਰਨ ਦੀ ਇਜ਼ਾਜ਼ਤ ਦਿੰਦਾ ਹੈ। ਟੈਲੀ ਮਾਰਕੀਟਿੰਗ ਉਹਨਾਂ ਅੰਕੜਿਆਂ ਨੂੰ ਇਕੱਠਾ ਕਰਦਾ ਹੈ। ਜਿਸਦੀ ਤੁਹਾਡੀ ਵਿਕਰੀ ਟੀਮ ਨੂੰ ਮੰਦੇ ਦੀ ਹਾਲਤ ਵਿੱਚ ਲੋੜ ਹੁੰਦੀ ਹੈ। ਟੈਲੀਮਾਰਕੀਟਿੰਗ ਤੁਹਾਡੇ ਗਾਹਕਾ ਅਤੇ ਸੰਭਾਵੀ ਗਾਹਕਾਂ ਦੀਆਂ ਲੋੜਾਂ ਅਤੇ ਠੀਕ ਜ਼ਰੂਰਤਾਂ ਨੂੰ ਪਛਾਣਦਾ ਹੈ। ਟੈਲੀ ਮਾਰਕੀਟਿੰਗ ਦੇ ਨਤੀਜੇ ਪੂਰੀ ਤਰ੍ਹਾਂ ਮਿਣਤੀ ਯੋਗ, ਠੀਕ ਅਤੇ ਤਤਕਾਲੀ ਹੁੰਦੇ ਹਨ। ਭਾਵੇਂ ਤੁਸੀਂ ਵਿਕਰੀ ਕਰੋ ਜਾਂ ਨਾ ਕਰੋ, ਪਰੰਤੂ ਇਕ ਹੁੰਗਾਰਾ ਪ੍ਰਾਪਤ ਕਰੋਗੇ ਜੋ ਕਿ ਡਾਟਾ ਨੂੰ ਇਕੱਠਾ ਕਰਨ ਅਤੇ ਡਾਟਾ ਰਿਕਾਰਡ ਕਰਨ ਵਿੱਚ ਸਹਾਈ ਹੋਵੇਗਾ। ਇਨ੍ਹਾਂ ਹੁੰਗਾਰਿਆਂ ਦਾ ਰਿਕਾਰਡ ਗਾਹਕ ਸਬੰਧ ਪ੍ਰਬੰਧਨ ਦੀ ਯੋਜਨਾ ਸਮੇਂ ਤੁਹਾਡੀ ਸਹਾਇਤਾ ਕਰੇਗਾ।

ਟੈਲੀ ਮਾਰਕੀਟਿੰਗ ਪੂਰੀ ਤਰ੍ਹਾਂ ਨਾਲ ਅੰਤਰ ਕਿਰਿਆਸ਼ੀਲ ਮਾਧਿਅਮ ਹੈ। ਇਹ ਸਹੀ ਲੋਕਾਂ ਨਾਲ ਬੋਲਣ ਦਾ ਅਤੇ ਉਨ੍ਹਾਂ ਨੂੰ ਇਸ ਗੱਲ ਤੋਂ ਜਾਣੂ ਕਰਾਉਣ ਦਾ ਸਭ ਤੋਂ ਵਧੀਆਂ ਢੰਗ ਹੈ। ਕਿ ਤੁਸੀਂ ਕੌਣ ਹੋ ਅਤੇ ਤੁਸੀਂ ਕੀ ਕਰਦੇ ਹੋ। ਸੰਚਾਰ ਪੂਰੀ ਤਰ੍ਹਾਂ ਵਿਅਕਤੀਗਤ ਹੈ। ਕਿਉਂਕਿ ਇਹ ਇਨ੍ਹਾਂ ਉਦੇਸ਼ ਕੇਂਦਰਿਤ ਹੁੰਦਾ ਹੈ ਕਿ ਤੁਸੀਂ ਠੀਕ

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

ਤਰ੍ਹਾਂ ਜਾਣਦੇ ਹੋ। ਕਿ ਤੁਸੀਂ ਕਿਸ ਨਾਲ ਸਪੰਰਕ ਕਰਦੇ ਹੋ ਅਤੇ ਇਸ ਲਈ ਉਨ੍ਹਾਂ ਦੇ ਨਾਂ ਤੇ ਉਹਨਾਂ ਦੇ ਪਿਛਲੇ ਸਪੰਰਕ ਦਾ ਹਵਾਲਾ ਦਿੱਤਾ ਜਾ ਸਕਦਾ ਹੈ।

ਵਿਕਤੀਗਤ ਕਰਨ ਨੂੰ ਅਵਿਅਕਤੀਗਤ ਸੰਦੇਸ਼ਾਂ ਨਾਲੋਂ ਤਿੰਨ ਗੁਣਾ ਜ਼ਿਆਦਾ ਵਿਕਰੀ ਵਧਾਉਣ ਲਈ ਉੱਤਮ ਮੰਨਿਆ ਜਾਂਦਾ ਹੈ। 80% ਗਾਹਕ ਵੀ ਫੋਨ ਤੇ ਬਿਜਨਸ ਕਰਨਾ ਪਸੰਦ ਕਰਦੇ ਹਨ। ਵਪਾਰੀ ਸਫਲਤਾ ਦਰਾਂ ਨੂੰ ਵਧਾਉਣ ਲਈ ਵਿਅਕਤੀਆਂ (ਗਾਹਕਾਂ) ਲਈ ਟੈਲੀਮਾਰਕੀਟਿੰਗ ਪਟਕਥਾ ਤਿਆਰ ਕਰ ਸਕਦਾ ਹੈ। ਉਦਾਹਰਣ ਦੇ ਤੌਰ ਤੇ ਨਵੇਂ ਅਤੇ ਕੀਮਤੀ ਗਾਹਕਾਂ ਲਈ ਖਾਸ ਤਜ਼ਵੀਜ਼ ਦੇਣਾ ਟੈਲੀ ਮਾਰਕੀਟਿੰਗ ਦੀਆਂ ਵਿਸ਼ੇਸ਼ਤਾਵਾਂ ਗਾਹਕਾਂ ਨਾਲ ਸਬੰਧ ਸਥਾਪਿਤ ਕਰਨ ਦੀ ਇਜ਼ਾਜ਼ਤ ਦਿੰਦੀਆਂ ਹਨ ਅਤੇ ਵਫਾਦਾਰੀ ਵਿੱਚ ਵਾਧਾ ਕਰਦੀਆਂ ਹਨ। ਟੈਲੀ ਮਾਰਕੀਟਿੰਗ ਵਾਰਤਾਲਾਪ ਸਮੇਂ ਗਾਹਕ ਨੂੰ ਆਪਣੀਆਂ ਸ਼ੰਕਾਵਾਂ ਨੂੰ ਦੂਰ ਕਰਨ ਲਈ ਪ੍ਰਸ਼ਨ ਪੁੱਛਣ ਦੀ ਖੁੱਲ ਦਿੰਦਾ ਹੈ ਅਤੇ ਨਾਲ ਹੀ ਜਵਾਬ ਦੇ ਕੇ ਸਮਝਦਾਰੀ ਅਤੇ ਭਰੋਸੇ ਨੂੰ ਸਥਾਪਿਤ ਕਰਦਾ ਹੈ।

ਟੈਲੀ ਮਾਰਕੀਟਿੰਗ ਨੂੰ ਜਦੋਂ ਇਕੱਤਰਿਤ ਕੀਤਾ ਜਾਂਦਾ ਹੈ ਤਾਂ ਬਹੁਤ ਪ੍ਰਭਾਵਸ਼ਾਲੀ ਹੁੰਦੀ ਹੈ। ਈ ਮੇਲ ਮਾਰਕੀਟਿੰਗ ਮੁਹਿੰਮ ਜਾਂ ਸਿੱਧੀ ਮਾਰਕੀਟਿੰਗ ਮੁਹਿੰਮ ਦੁਆਰਾ ਜੁੜੇ ਗਾਹਕਾਂ ਦਾ ਅਨੁਸਰਣ ਟੈਲੀਮਾਰਕੀਟਿੰਗ ਦੁਆਰਾ ਕਰਨ ਨਾਲ ਇਹ ਨਵੇਂ ਗਾਹਕਾਂ ਦੀ ਗਿਣਤੀ ਦੱਸ ਗੁਣਾ ਤੱਕ ਵਧਾ ਦੇਵੇਗੀ। ਟੈਲੀਮਾਰਕੀਟਿੰਗ ਦੀ ਵਰਤੋਂ ਕਰਕੇ ਬਹੁਪੱਖੀ ਉਦੇਸ਼ਾਂ ਨੂੰ ਸਮੇਂ ਪੂਰਾ ਕੀਤਾ ਜਾ ਸਕਦਾ ਹੈ। ਉਦਾਹਰਣ ਵਜੋਂ ਟੈਲੀ ਮਾਰਕੀਟਿੰਗ ਕਿਸੇ ਸੰਪਰਕ ਨੂੰ ਫੋਨ ਕਰ ਸਕਦੀ ਹੈ ਅਤੇ ਚੈਕ ਕਰਦੀ ਹੈ ਕਿ ਸਿਸਟਮ ਵਿੱਚ ਡਾਟਾ ਠੀਕ ਹੈ। ਇਹ ਕਰਨ ਸਮੇਂ, ਉਹ ਵਿਕਰੀ ਲਈ ਕਾਲ ਵੀ ਨਾਲੋ ਨਾਲ ਕਰ ਸਕਦੇ ਹਨ।

ਟੈਲੀਮਾਰਕੀਟਿੰਗ ਦੀਆਂ ਵਿਧੀਆਂ :-

ਟੈਲੀ ਮਾਰਕੀਟਿੰਗ ਕੰਪਨੀ ਦੇ ਦਫਤਰ, ਕਾਲਾਂ ਸੈਂਟਰ ਜਾਂ ਘਰ ਤੋਂ ਕੀਤੀ ਜਾ ਸਕਦੀ ਹੈ। ਇਕ ਪ੍ਰਭਾਵਸ਼ਾਲੀ ਟੈਲੀਮਾਰਕੀਟਿੰਗ ਪ੍ਰੀਕ੍ਰਿਆ ਵਿੱਚ ਅਕਸਰ ਦੋ ਜਾਂ ਦੋ ਤੋਂ ਵੱਧ ਕਾਲਾਂ ਸ਼ਾਮਿਲ ਹੁੰਦੀਆਂ ਹਨ।

- ਪਹਿਲੀ ਕਾਲ (ਜਾਂ ਕਾਲਾਂ ਦੀ ਲੜੀ) ਗਾਹਕ ਦੀਆਂ ਲੋੜਾਂ ਨੂੰ ਨਿਰਧਾਰਿਤ ਕਰਦੀ ਹੈ।
- ਆਖਰੀ ਕਾਲਾਂ ਦੌਰਾਨ ਵੱਖ-ਵੱਖ ਸਾਧਨਾਂ ਨਾਲ ਸੰਭਾਵੀ ਗਾਹਕ ਨੂੰ ਪਛਾਣਿਆ ਜਾਂਦਾ ਹੈ। ਜਿਸ ਵਿੱਚ ਪਿਛਲੀ ਖ੍ਰੀਦ ਹਿਸਟਰੀ, ਜਾਣਕਾਰੀ ਲਈ ਪਹਿਲੀਆਂ ਬੇਨਤੀਆਂ, ਕਰੈਡਿਟ ਹੱਦ, ਮੁਕਾਬਲੇ ਲਈ ਪ੍ਰਵੇਸ਼ ਫਾਰਮ ਅਤੇ ਬਿਨੈ ਪੱਤਰ ਦੇ ਫਾਰਮ ਸ਼ਾਮਿਲ ਹਨ।)

ਨਾਵਾਂ ਨੂੰ ਕਿਸੇ ਹੋਰ ਕੰਪਨੀ ਦੇ ਉਪਭੋਗਤਾ ਦੇ ਡਾਟਾਬੇਸ ਤੋਂ ਖਰੀਦਿਆ ਜਾ ਸਕਦਾ ਹੈ ਜਾਂ ਟੈਲੀਫੋਨ ਡਾਇਰੈਕਟਰੀ ਤੋਂ ਪ੍ਰਾਪਤ ਕੀਤੇ ਜਾ ਸਕਦਾ ਹੈ ਜਾਂ ਕਿਸੇ ਪਬਲਿਕ ਲਿਸਟ ਵਿੱਚੋਂ ਪ੍ਰਾਪਤ ਕੀਤਾ ਜਾ ਸਕਦਾ ਹੈ। ਯੋਗਤਾ ਪ੍ਰਕ੍ਰਿਆ ਇਹ ਨਿਰਧਾਰਿਤ ਕਰਦੀ ਹੈ ਕਿ ਕਿਹੜੇ ਗਾਹਕਾਂ ਦੀ ਉਤਪਾਦ ਜਾਂ ਸੇਵਾ ਖਰੀਦਣ ਦੀ ਸੰਭਾਵਨਾ ਜਿਆਦਾ ਹੈ। ਟੈਲੀਮਾਰਕੀਟਿੰਗ ਤਕਨੀਕਾਂ ਨੂੰ ਵੀ ਹੋਰ ਕਿਸਮਾਂ ਦੀਆਂ ਇਲੈਕਟੋਨਿਕ ਮਾਰਕੀਟਿੰਗ ਲਈ ਈ ਮੇਲ ਜਾਂ ਫੋਕਸ ਸੰਦੇਸ਼ ਦੀ ਵਰਤੋਂ ਕਰਕੇ ਵੀ ਵਰਤਿਆ ਜਾਂਦਾ ਹੈ।ਅਕਸਰ ਇਨ੍ਹਾਂ ਸੰਦੇਸ਼ਾਂ ਨੂੰ ਪ੍ਰਾਪਤ ਕਰਤਾਵਾਂ ਦੁਆਰਾ ਅਣਲੋੜੀਂਦੇ ਕਰਾਰ ਕੀਤਾ ਜਾਂਦਾ ਹੈ।

ਟੈਲੀਮਾਰਕੀਟਿੰਗ ਦੇ ਗੁਣ ਅਤੇ ਦੋਸ਼ (**Advantages and disadvantages of telemarkiting**) :-

ਟੈਲੀਮਾਰਕੀਟਿੰਗ ਦੀ ਵਰਤੋਂ ਦੇ ਲਾਭ :- ਟੈਲੀਮਾਰਕੀਟਿੰਗ ਦੀ ਵਰਤੋਂ ਕਰਕੇ ਆਪਣੇ ਬਿਜਨਸ ਦਾ ਪ੍ਰਚਾਰ ਕਰਨ ਦਾ ਮੁੱਖ ਲਾਭ ਇਹ ਹੈ ਕਿ ਇਹ ਤੁਹਾਨੂੰ ਛੇਤੀ ਨਾਲ ਗਾਹਕ ਦੀਆਂ ਤੁਹਾਡੇ ਉਤਪਾਦ ਜਾਂ ਸੇਵਾ ਪ੍ਰਤੀ ਦਿਲਚਸਪੀ ਦੇ ਪੱਧਰ ਨੂੰ ਮਿਣਨ ਦੀ ਇਜ਼ਾਜ਼ਤ ਦੇਂਦੀ ਹੈ। ਇਸ ਤੋਂ ਇਲਾਵਾ ਇਹ ਤੁਹਾਨੂੰ ਹੇਠ ਲਿਖਿਆ ਦੀ ਇਜ਼ਾਜ਼ਤ ਦਿੰਦੀ ਹੈ :-

- ਜ਼ਿਆਦਾ ਵਿਅਕਤੀਗਤ ਵਿਕਰੀ ਸੇਵਾ ਸਪੰਰਕ ਪ੍ਰਦਾਨ ਕਰਨਾ।
- ਗਾਹਕਾਂ ਨਾਲ ਜਲਦ ਰਾਬਤਾ ਕਾਇਮ ਕਰਨਾ।
- ਤਕਨੀਕੀ ਮਾਮਲਿਆਂ ਨੂੰ ਜ਼ਿਆਦਾ ਸਪਸ਼ਟਤਾ ਨਾਲ ਬਿਆਨ ਕਰਨਾ।
- ਨਵੇਂ ਗਾਹਕਾਂ ਨੂੰ ਜੋੜਨ ਲਈ ਪਹਿਲਕਦਮੀ ਕਰਨਾ ਅਤੇ ਨਿਯੁਕਤੀਆਂ ਕਰਨਾ।
- ਦੂਰੀ ਤੋਂ ਵਿਕਰੀ ਦੁਆਰਾ ਵਿਕਰੀ ਖੇਤਰ ਨੂੰ ਵਧਾਉਣਾ।
- ਵਿਅਕਤੀਗਤ ਪਹੁੰਚ ਨਾਲੋਂ ਟੈਲੀਮਾਰਕੀਟਿੰਗ ਦੁਆਰਾ ਜ਼ਿਆਦਾ ਗਾਹਕਾਂ ਤਕ ਪਹੁੰਚ।
- ਸਥਾਈ ਅਤੇ ਨਵੇਂ ਦੋਵੇਂ ਗਾਹਕਾਂ ਲਈ ਵਿਕਰੀ।
- ਉਨ੍ਹਾਂ ਨਤੀਜਿਆਂ ਨੂੰ ਪ੍ਰਾਪਤ ਕਰਨਾ ਜਿਨ੍ਹਾਂ ਨੂੰ ਮਾਪਿਆ ਜਾ ਸਕਦਾ ਹੈ।

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

ਟੈਲੀਮਾਰਕੀਟਿੰਗ ਦੀਆਂ ਹਾਨੀਆਂ (**Disadvantages of telemarketing**) :-

ਟੈਲੀਮਾਰਕੀਟਿੰਗ ਦੇ ਜਿੱਥੇ ਲਾਭ ਹਨ ਉੱਥੇ ਇਸ ਦੀਆਂ ਹਾਨੀਆਂ ਵੀ ਹਨ। ਇਸ ਕਰਕੇ ਤੁਹਾਨੂੰ ਇਨ੍ਹਾਂ ਨੂੰ ਵਿਚਾਰਨਾ ਚਾਹੀਦਾ ਹੈ :-

- ਟੈਲੀਮਾਰਕੀਟਿੰਗ ਲੋਕਾਂ ਨੂੰ ਉਦੋਂ ਵਧੇਰੇ ਨਿਰਾਸ਼ ਕਰਦੀ ਹੈ। ਖਾਸ ਕਰਕੇ ਜਦੋਂ ਵਪਾਰ ਤੋਂ ਗਾਹਕ ਨਾਲ ਸਬੰਧ ਜੋੜਨ ਲਈ ਸ਼ਾਮ ਨੂੰ ਫੋਨ ਕਾਲਾਂ ਕੀਤੀਆਂ ਜਾਦੀਆਂ ਹਨ।
- ਗਾਹਕਾਂ ਦੀਆਂ ਲਿਸਟਾਂ ਹਮੇਸ਼ਾਂ ਸਪੱਸ਼ਟ ਅਤੇ ਤਰਜੀਹੀ ਨਹੀਂ ਹੋ ਸਕਦੀਆਂ ਹਨ। ਇਹ ਤੁਹਾਨੂੰ ਕਾਨੂੰਨ ਨੂੰ ਤੋੜਨ ਦੇ ਸੰਭਾਵਿਤ ਜੋਖਮ ਵਿਚ ਪਾ ਸਕਦੀਆਂ ਹਨ।
- ਗਾਹਕਾਂ ਵਾਲੀ ਲਿਸਟ ਬਹੁਤ ਮਹਿੰਗੀ ਹੋ ਸਕਦੀ ਹੈ।
- ਟੈਲੀਮਾਰਕੀਟਿੰਗ ਦਾ ਨਾਪੱਖੀ ਪ੍ਰਤੀਬਿੰਬ ਇਹ ਹੈ ਕਿ ਜੇਕਰ ਇਸ ਨੂੰ ਸੂਝ ਨਾਲ ਨਾ ਵਰਤਿਆ ਜਾਵੇ ਤਾਂ ਤੁਹਾਡੇ ਵਪਾਰ ਦੇ ਮਾਣ ਸਤਿਕਾਰ ਨੂੰ ਖਤਮ ਕਰ ਸਕਦਾ ਹੈ।
- ਟੈਲੀਮਾਰਕੀਟਿੰਗ ਵਿਕਰੀ ਟੀਮ ਨੂੰ ਬਦਲਣ ਦੀ ਸਮਰੱਥਾ ਰੱਖਦੀ ਹੈ ਜਿਸ ਕਰਕੇ ਕਰਮਚਾਰੀਆਂ ਅੰਦਰ ਨਾ ਪੱਖੀ ਭਾਵਨਾ ਪੈਦਾ ਹੋ ਜਾਂਦੀ ਹੈ।
- ਟਰੇਨਿੰਗ ਸਟਾਫ ਸਮਾਂ ਖਪਤ ਕਰਨ ਵਾਲਾ ਅਤੇ ਮਹਿੰਗਾ ਹੋ ਸਕਦਾ ਹੈ।
- ਬਾਹਰੀ ਸਰੋਤ ਤੋਂ ਸੇਵਾ ਪ੍ਰਾਪਤ ਕਰਨ ਦਾ ਸਿੱਟਾ ਇਹ ਹੋ ਸਕਦਾ ਹੈ ਕਿ ਤੁਸੀਂ ਆਪਣੀ ਵਿਕਰੀ ਪ੍ਰਕਿਰਿਆ ਤੇ ਨਿਯੰਤਰਣ ਖੋ ਦੇਵੋ ਕਿਉਂਕਿ ਕੰਮ ਕਰਨ ਵਾਲੇ ਤੁਹਾਡੇ ਆਪਣੇ ਕਰਮਚਾਰੀ ਨਹੀਂ ਹਨ।

ਵਪਾਰ ਤੋਂ ਵਪਾਰ ਟੈਲੀਮਾਰਕੀਟਿੰਗ (**Business to business telemarketing**) :-

ਟੈਲੀਮਾਰਕੀਟਿੰਗ ਵਿਕਰੀ ਅਤੇ ਮਾਰਕੀਟਿੰਗ ਮੁਹਿੰਮ ਦਾ ਇਕ ਅਨਿਖੜਵਾਂ ਅੰਗ ਹੈ, ਭਾਵੇਂ ਇਹ ਡਾਟਾ ਇਕੱਠਾ ਕਰਨ ਵਾਲਾ ਸਾਧਨ ਹੋਵੇ ਜਿਹੜਾ ਕਿ ਤੁਹਾਡੇ ਸਿਧੀ ਮਾਰਕੀਟਿੰਗ ਦੀ ਪਹੁੰਚ ਦੀ ਬੁਨਿਆਦ ਹੋਵੇ, ਹੋਰ ਦੂਜੀਆਂ ਸਿਧੀ ਮਾਰਕੀਟਿੰਗ ਦੇ ਹੋਰ ਤਰੀਕਿਆਂ ਦਾ ਅਨੁਸਰਨ ਪੈਰਵੀ (Follow up) ਕਰਨ ਵਾਲਾ ਹੋਵੇ। ਜਾਂ ਤੁਹਾਡੇ ਸੰਭਾਵੀ ਉੱਚ ਵਿਕਰੀ ਉਮੀਦਾਂ ਨੂੰ ਪਛਾਣਨ ਵਾਲਾ ਮੋਹਰੀ ਸਾਧਨ ਹੋਵੇ।

ਬਿਜਨਸ ਤੋਂ ਬਿਜਨਸ ਆਊਟਬਾਊਂਡ ਟੈਕੀਮਾਰਕੀਟਿੰਗ ਦੇ ਕੰਮ :- ਬਿਸਨਸ ਤੋਂਬਿਜਨਸ ਆਊਟਬਾਊਂਡ ਟੈਲੀਮਾਰਕੀਟਿੰਗ ਦੇ ਕੰਮ ਵਿੱਚ ਸ਼ਾਮਿਲ ਹੈ।

- ਮਾਰਕੀਟਿੰਗ ਡਾਟੇ ਵਿੱਚ ਸੁਧਾਰ (**Improving marketing data**) :- ਮੁਢਲੇ ਪੱਧਰ ਤੇ ਇਸ ਵਿੱਚ ਫੈਸਲਾ ਲੈਣ ਵਾਲਿਆਂ ਦੀ ਸਪੰਰਕ ਸੂਚੀ ਇਕੱਠਾ ਕਰਨਾ ਅਤੇ ਉਨ੍ਹਾਂ ਦਾ ਤੁਹਾਡੀ ਮਾਰਕੀਟ ਨਾਲ ਸਬੰਧਤ ਉਤਪਾਦਾਂ ਅਤੇ ਸੇਵਾਵਾਂ ਦੀ ਵਰਤੋਂ ਕਰਨਾ ਸ਼ਾਮਿਲ ਹੈ। ਪ੍ਰੰਤੂ ਅਗਲੇਰੀ ਛਾਣ-ਬੀਣ ਜ਼ਿਆਦਾ ਡੂੰਘਾਈ ਵਿੱਚ ਜਾਣਕਾਰੀ ਦੇ ਸਕਦੀ ਹੈ। ਉਦਾਹਰਣ ਦੇ ਤੌਰ ਤੇ ਵਿਤਰਕ ਚੈਨਲ।
- ਤੁਹਾਡੇ ਮੌਜੂਦਾ ਡਾਟਾ ਨੂੰ ਦੂਰਸੰਚਾਰ ਰਾਹੀਂ ਸੋਧਣਾ (**Tele- cleaning your existing data**) :- ਟੈਲੀਮਾਰਕੀਟਰਜ਼ ਦੀ ਕਿੱਤਾਮੁੱਖੀ ਟੀਮ ਇਹ ਯਕੀਨੀ ਬਣਾਉਂਦੀ ਹੈ ਕਿ ਤੁਹਾਡਾ ਡਾਟਾ ਤੁਹਾਡੀ ਸ਼ਰਮਿੰਦਗੀ ਦਾ ਕਾਰਨ ਤਾਂ ਨਹੀ ਹੈ ਜਾਂ ਤੁਹਾਨੂੰ ਹੇਠਾਂ ਨਹੀਂ ਆਉਣ ਦਿੰਦਾ।
- ਸੰਭਾਵੀ ਗਾਹਕਾਂ ਦੀ ਸੂਚੀ ਇਕੱਠੀ ਕਰਨਾ :- ਸਮਰਪਿਤ ਟੈਲੀਮਾਰਕੀਟਿੰਗ ਟੀਮ ਦੀ ਵਰਤੋਂ ਕਰਕੇ ਹੀ ਇਹ ਔਖਾ ਕੰਮ ਕੀਤਾ ਜਾਂਦਾ ਹੈ। ਜ਼ਿਆਦਾ ਮਹਿੰਗੇ ਖੇਤਰੀ ਵਿਕਰੀ ਜਾਂ ਦੂਰ ਸੰਚਾਰ ਵਿਕਰੀ ਕਾਰਜਕਾਰੀ ਅਧਿਕਾਰੀ ਨੂੰ ਸੰਭਾਵੀ ਗਾਹਕਾਂ ਦੀ ਭਾਲ ਦੀ ਬਜਾਏ ਵਿਕਰੀ, ਕੇਂਦਰਿਤ ਕਰਕੇ ਕੀਮਤ ਦਾ ਸਹੀ ਇਸਤੇਮਾਲ ਕੀਤਾ ਜਾ ਸਕਦਾ ਹੈ।
- ਈਵੇਂਟ ਯੋਜਨਾ (**Event Planning**) :- ਜੇ ਤੁਸੀਂ ਮਾਰਕੀਟਿੰਗ ਈਵੇਂਟ ਤੇ ਪੈਸਾ ਨਿਵੇਸ਼ ਕਰ ਰਹੇ ਹੋ। ਸ਼ਾਇਦ ਇਕ ਸੈਮੀਨਾਰ ਤੁਹਾਡੀ ਕੰਪਨੀ ਨੂੰ ਕੇਂਦਰਿਤ ਮਾਰਕੀਟ ਵਿੱਚ ਸੰਭਾਵੀ ਵਿਕਰੀ ਲਈ ਜਾਣ ਪਛਾਣ ਦੇਵੇ ਜਾਂ ਸੰਭਾਵਿਤ ਗਾਹਕਾਂ ਨੂੰ ਨਵੇਂ ਉਤਪਾਦ ਅਤੇ ਸੇਵਾਵਾਂ ਪੇਸ਼ ਕਰੇ ਟੈਲੀਮਾਰਕੀਟਿੰਗ ਇਕ ਪ੍ਰਭਾਵਸ਼ਾਲੀ ਤਰੀਕਾ ਹੈ ਜੋ ਇਹ ਯਕੀਨੀ ਬਣਾਉਂਦਾ ਹੈ ਕਿ ਸਹੀ ਲੋਕ ਲੋੜੀਂਦੀ ਗਿਣਤੀ ਵਿੱਚ ਜੁੜੇ ਹਨ। ਇਹ ਢੰਗ

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

ਅਕਸਰ ਮੇਲਿੰਗ ਟੀਚੇ ਦੀ ਪੈਰਵੀ ਕਰਨ ਲਈ ਵਰਤਿਆ ਜਾਂਦਾ ਹੈ।

- ਸਿਧੀ ਮੇਲ ਦੀ ਪੈਰਵੀ :- ਮੇਲਿੰਗ ਦੀ ਟੈਲੀਫੋਨ ਰਾਹੀਂ ਪੈਰਵੀ ਪ੍ਰਾਪਤੀ ਨੂੰ ਤਿੰਨ ਗੁਣਾ ਤੋਂ ਲੈ ਕੇ ਸੱਤ ਗੁਣਾ ਤੱਕ ਵਧਾਉਣ ਲਈ ਸਹੀ ਸਾਬਤ ਹੁੰਦੀ ਹੈ।

- ਵਿਕਰੀ ਵਧਾਉਣ ਦਾ ਕੇਂਦਰ (**Point to sales promotion**) :- ਬਹੁ ਚੈਨਲਾਂ ਰਾਹੀਂ ਉਤਪਾਦ ਵਿਤ੍ਰਕਾਂ ਲਈ, ਵਿਤ੍ਰਕਾਂ ਅਤੇ ਪੁਨਰ ਵਿਕ੍ਰੇਤਾਵਾਂ ਨਾਲ ਲਗਾਤਾਰ ਸੰਪਰਕ ਬਣਾਉਣ ਦੇ ਬਹੁਤ ਸਾਰੇ ਲਾਭ ਹਨ। ਇਹ ਯਕੀਨੀ ਬਣਾਉਂਦਾ ਹੈ ਕਿ ਉਹ ਤੁਹਾਡੇ ਉਤਪਾਦਾਂ ਤੋਂ ਪੂਰੀ ਤਰ੍ਹਾਂ ਜਾਣੂ ਹਨ ਅਤੇ ਉਨ੍ਹਾਂ ਕੋਲ ਸਹੀ ਮਾਰਕੀਟਿੰਗ ਉਤਪਾਦ ਸਫਲਤਾ ਪੂਰਵਕ ਵੇਚਣ ਲਈ ਹਨ ਅਤੇ ਉਹ ਤੁਹਾਡੇ ਉਤਪਾਦ/ਸੇਵਾ ਨੂੰ ਪਹਿਲ ਦੇਣ ਦੇ ਔਖੇ ਟੀਚੇ ਨੂੰ ਪ੍ਰਾਪਤ ਕਰ ਸਕਦੇ ਹਨ।

- ਕੰਪਨੀ ਦੀ ਰੂਪ ਰੇਖਾ (**Company profile**) :- ਇਹ ਬਹੁਤੇ ਬਿਜ਼ਨਸਾਂ ਦੁਆਰਾ ਸਤਹੀ ਪੱਧਰ ਤੇ ਇਕੱਠੇ ਕੀਤੇ ਜਾਂਦੇ ਡਾਟਾ ਤੋਂ ਵੀ ਹੋਰ ਵਧ ਕੇ ਜਾਣਕਾਰੀ ਇਕੱਠੀ ਕਰਨ ਦਾ ਮੌਕਾ ਪ੍ਰਦਾਨ ਕਰਦਾ ਹੈ ਅਤੇ ਇਸ ਗੱਲ ਦੀ ਜਾਣਕਾਰੀ ਪ੍ਰਾਪਤ ਕਰਨਾ ਕਿ ਗਾਹਕ ਕਿਵੇਂ ਵਰਤੋਂ ਕਰਦੇ ਹਨ। ਇਹਨਾਂ ਪਹਿਲੂਆਂ ਦੀ ਜਾਣਕਾਰੀ ਜਿਵੇਂ ਕਿ ਫੈਸਲਾ ਲੈਣ ਦੀ ਪ੍ਰਕ੍ਰਿਆ ਅਤੇ ਉਹ ਅੱਜਕੱਲ ਕਿੱਥੋਂ ਖ੍ਰੀਦਦਾਰੀ ਕਰਦੇ ਹਨ, ਵਿਕਰੀ ਅਤੇ ਮਾਰਕੀਟਿੰਗ ਪਹੁੰਚ ਨੂੰ ਵਧੀਆ ਢੰਗ ਨਾਲ ਕੰਮ ਦੇ ਯੋਗ ਬਣਾਉਂਦੇ ਹਨ।
- ਗਾਹਕਾਂ ਨਾਲ ਸੰਪਰਕ (**Customer Contact**) :- ਸਾਰੇ ਉਪਰ ਦਿੱਤੇ ਕੰਮ ਮੌਜੂਦਾ ਅਤੇ ਸੰਭਾਵਿਤ ਗਾਹਕਾਂ ਨਾਲ ਸਬੰਧਿਤ ਹਨ, ਫਿਰ ਵੀ ਟੈਲੀਮਾਰਕੀਟਿੰਗ ਦੀ ਵਰਤੋਂ ਦੇ ਜ਼ਿਆਦਾ ਰਚਨਾਤਮਕ ਅਵਸਰ ਹਨ ਜਿਹਨਾਂ ਦਾ ਮਜੌਂਦਾ ਅਤੇ ਪਹਿਲੇ ਗਾਹਕਾਂ ਨਾਲ ਵਿਸ਼ੇਸ਼ ਸਬੰਧ ਹੈ। ਉਦਾਹਰਣ ਦੇ ਤੌਰ ਤੇ ਤੁਸੀਂ ਵੈਬਸਾਈਟ ਦੀ ਸਥਾਪਨਾ ਕੀਤੀ ਹੈ। ਇਸ ਲਈ ਆਪਣੇ ਗਾਹਕ ਨੂੰ ਕਾਲ ਕਰਕੇ ਨਵੇਂ ਤਰੀਕੇ ਨਾਲ ਉਨ੍ਹਾਂ ਨਾਲ ਵਪਾਰ ਕਰਨ ਬਾਰੇ ਜਾਣਕਾਰੀ ਦਿਓ ਜਾਂ ਜੇ ਤੁਸੀਂ ਕੰਪਨੀ ਦੀ ਜਗ੍ਹਾਂ ਜਾਂ ਨਾਂ ਦੀ ਤਬਦੀਲੀ ਕੀਤੀ ਹੈ। ਆਪਣੇ ਗਾਹਕਾਂ ਨੂੰ ਲਿਖਿਆ ਵੀ ਹੈ। ਉਨ੍ਹਾਂ ਨੂੰ ਕਾਲ ਕਰੋ ਅਤੇ ਆਪਣੇ ਨਵੇਂ ਉਤਪਾਦ ਜਾਂ ਵਿਸ਼ੇਸ਼ ਪੇਸ਼ਕਸ਼ ਦੀ ਜਾਣਕਾਰੀ ਨੂੰ ਅੱਗੇ ਭੇਜਣ ਦਾ ਮੌਕਾ ਨਾ ਛੱਡੋ।

ਬੀ 2 ਸੀ ਰਣਨੀਤੀ (**B2C strategies**) :- ਬੀ 2 ਸੀ (B2C) ਮਾਰਕੀਟਿੰਗ ਦੀ ਪਿਛਲੇ ਸੈਕਸ਼ਨ (ਭਾਗ) ਵਿੱਚ ਵੀ ਚਰਚਾ ਕੀਤੀ ਗਈ ਹੈ। ਇਸ ਦੀ ਪ੍ਰੀਭਾਸ਼ਾ ਇਸ ਤਰ੍ਹਾਂ ਦਿੱਤੀ ਜਾ ਸਕਦੀ ਹੈ ਕਿ ਕੰਪਨੀ ਉਪਭੋਗਤਾ ਆਧਾਰਿਤ ਮਾਰਕੀਟ ਵਿੱਚ ਵਸਤੂਆਂ ਜਾਂ ਸੇਵਾਵਾਂ ਪ੍ਰਦਾਨ ਕਰਦੀ ਹੈ। ਬੀ2ਸੀ ਮਾਰਕੀਟਿੰਗ ਦੀ ਉਦਾਰਹਣ ਵਿੱਚ ਕੇਂਦਰਿਤ ਮਾਰਕੀਟਿੰਗ ਤੋਂ ਪ੍ਰਚੂਨ ਉਪਭੋਗਤਾ ਦੁਆਰਾ ਆਨ-ਲਾਈਨ ਸਟੋਰ ਤੋਂ ਖਰੀਦਦਾਰੀ ਸ਼ਾਮਿਲ ਹੈ। ਅੱਜਕੱਲ ਸ਼ਬਦ ਕਟੌਤੀ ਮਾਰਕੀਟਿੰਗ ਬੀ2ਸੀ ਦੀ ਵਰਤੋਂ ਬਹੁਤ ਘੱਟ ਕੀਤੀ ਜਾਂਦੀ ਹੈ। ਪਰ ਬਿਨ੍ਹਾਂ ਸ਼ੱਕ ਦੇ 20ਵੀਂ ਸਦੀ ਦੇ ਅੰਤ ਤੱਕ ਵਪਾਰ ਦੇ ਵਿਕਾਸ ਅਤੇ ਤੇਜ਼ੀ ਨਾਲ ਉਨਤੀ ਵਿੱਚ ਇਕ ਮਹੱਤਵਪੂਰਨ ਰੋਲ ਅਦਾ ਕਰਦੀ ਹੈ। ਬਾਅਦ ਵਿੱਚ ਜਦੋਂ ਕੈਪੀਟਲ ਮਾਰਕੀਟ ਦੀ ਚਾਲ ਘੱਟ ਹੋਈ ਬਹੁਤ ਸਾਰੀਆਂ ਕੰਪਨੀਆਂ ਜੋ ਕਿ ਬੀ2ਸੀ ਮਾਰਕੀਟਿੰਗ ਕਰਦੀਆਂ ਸਨ। ਉਨ੍ਹਾਂ ਨੇ ਕੰਪਨੀਆਂ ਨੂੰ ਮਾਰਕੀਟਿੰਗ ਵਪਾਰ ਤੋਂ ਵਪਾਰ (B2B) ਵਿੱਚ ਬਦਲ ਲਿਆ।

ਕੁਝ ਲਾਭਦਾਇਕ ਬੀ 2 ਸੀ ਮਾਰਕੀਟਿੰਗ ਰਣਨੀਤੀਆਂ (**Some useful B2C marketing strategies**) :-

ਇਹ ਸ਼ਪਸ਼ਟ ਹੈ ਕਿ ਇਨ੍ਹਾਂ ਰਣਨੀਤੀਆਂ ਦਾ ਅਧਾਰ ਉਪਭੋਗਤਾ ਦੇ ਅਨੁਕੂਲ ਹੋਣਾ ਚਾਹੀਦਾ ਹੈ। ਜਿਵੇਂ ਕਿ ਪਹਿਲਾਂ ਵੀ ਵਰਣਨ ਕੀਤਾ ਗਿਆ ਹੈ ਤਦ ਹੀ ਮਾਰਕੀਟਿੰਗ ਰਣਨੀਤੀ ਸਫਲ ਹੋ ਸਕਦੀ ਹੈ। ਹੇਠਾਂ ਕੁਝ ਰਣਨੀਤੀਆਂ ਦਿੱਤੀਆਂ ਗਈ ਹਨ। ਜਿਨ੍ਹਾਂ ਨੂੰ ਕੁਝ ਵਪਾਰਕ ਅਦਾਰਿਆਂ ਨੇ ਉਪਭੋਗਤਾ ਮਾਰਕੀਟ ਟੀਚੇ ਤੇ ਪਹੁੰਚ

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

ਲਈ ਵਪਾਰਕ ਸਫਲਤਾ ਲਈ ਸਵੀਕਾਰ ਕੀਤਾ ਹੈ।

- ਮਾਰਕੀਟਿੰਗ ਮੁਹਿੰਮਾਂ (**marketing compaigns**) **:-** (ਵਿਗਿਆਪਨ) ਪ੍ਰਚਾਰ ਨੇ ਹਮੇਸ਼ਾ ਹੀ ਮਾਰਕੀਟ ਟੀਚੇ ਤੇ ਪਹੁੰਚਣ ਲਈ ਉਤਪਾਦ ਦੇ ਗੁਣਾਂ ਬਾਰੇ ਚੋਕਸ ਕਰਨ ਅਤੇ ਯੂ ਐਸ ਪੀ ਵਿੱਚ ਮਦਦ ਕੀਤੀ ਹੈ। ਸਫਲ ਹੋਈ ਮਾਰਕੀਟਿੰਗ ਉਤਪਾਦ ਦੀ ਮੁਹਿੰਮ ਨੇ B2C ਮਾਰਕੀਟਿੰਗ ਦੇ ਕੰਮਾਂ ਵਿੱਚ ਵੀ ਵਾਧਾ ਕੀਤਾ ਹੈ ਕਿਉਂ ਜੋ ਕੰਪਨੀਆਂ ਦੇ ਪ੍ਰਤੀਨਿਧੀਆਂ ਦੇ ਤੌਰ ਤੇ ਉਹ ਸਿੱਧੇ ਕੰਪਨੀ ਦੇ ਸੰਭਾਵੀ ਉਪਭੋਗਤਾ ਕੋਲ ਜਾਂਦੇ ਹਨ ਅਤੇ ਉਤਪਾਦ/ਸੇਵਾਵਾਂ ਜੋ ਕੰਪਨੀ ਨੇ ਪੇਸ਼ ਕੀਤੀਆਂ ਹਨ ਦੇ ਬਾਰੇ ਜਾਣਕਾਰੀ ਦਿੰਦੇ ਹਨ। ਇਹ ਮੁੱਖ ਤੌਰ ਤੇ ਬੀ2ਸੀ ਮਾਰਕੀਟਿੰਗ ਵਿੱਚ ਆਫਲਾਈਨ ਕੀਤਾ ਜਾਂਦਾ ਹੈ।
- ਆਨ ਲਾਈਨ ਵਿਗਿਆਪਨ ਰਣਨੀਤੀਆਂ (**Online advertisement strategies**) **:-** ਆਨ ਲਾਈਨ ਵਿਗਿਆਪਨ ਰਣਨੀਤੀ ਜਿਵੇਂ ਕਿ ਪੀ.ਪੀ.ਸੀ (PPC) ਅਤੇ ਪੋਡਕਾਸਟ ਕੁਝ ਸਰੋਤ ਹਨ ਜੋ ਭਿੰਨ ਭਿੰਨ ਖੋਜ ਇਜਣਾਂ ਦੇ ਸਹਿਯੋਗ ਨਾਲ ਆਨ ਲਾਈਨ ਵਿਗਿਆਪਨ ਲਈ ਬਹੁਤ ਹੀ ਨਿਪੁੰਨ ਅਤੇ ਪ੍ਰਭਾਵਸ਼ਾਲੀ ਹਨ।
- ਹੋਰ ਰਣਨੀਤੀਆਂ ਜਿਵੇਂ ਕਿ ਸ਼ੋਸ਼ਲ ਮਾਰਕੀਟਿੰਗ, ਚੈਨਲ ਮਾਰਕੀਟਿੰਗ ਆਦਿ ਜੋ ਸਬੰਧਤ ਬਰਾਡਾਂ ਦੇ ਬਾਰੇ ਖ੍ਰੀਦਦਾਰਾਂ ਨੂੰ ਲਾਭਦਾਇਕ ਚੇਤਨਤਾ ਪੈਦਾ ਕਰਨ ਲਈ ਪ੍ਰਭਾਵੀ ਹਨ।

ਟੈਲੀਮਾਰਕੀਟਿੰਗ ਦੀ ਸਫਲਤਾ ਦੇ ਤੱਥ (**success factors of tele marketing**) **:-**

ਕੁਝ ਲੋਕਾਂ ਨੂੰ ਇੱਕ ਵਿਸ਼ੇਸ਼ ਤਰ੍ਹਾਂ ਦੀ ਟੈਲੀਮਾਰੀਟਿੰਗ ਦੀ ਕੀਮਤ ਅਨੁਸਾਰ ਲਾਭਾਂ ਸਬੰਧੀ ਸ਼ੰਕਾ ਹੈ ਅਤੇ ਬਹੁਤ ਸਾਰੇ ਮਾਰਕੀਟਰਜ਼ ਮਜ਼ੂੰਦਾ ਗਾਹਕਾਂ ਨਾਲ ਵਪਾਰ ਕਰਨਾ ਬਹੁਤ ਸਹੀ ਸਮਝਦੇ ਹਨ ਪ੍ਰੰਤੂ ਉਹ ਲੋਕ ਜਿਹੜੇ ਉਚਿੱਤ ਮੌਕਿਆਂ ਨੂੰ ਨਹੀਂ ਸੰਭਾਲਦੇ ਉਹ ਮੌਕਾ ਗਵਾ ਦਿੰਦੇ ਹਨ। ਟੈਲੀਮਾਰਕੀਟਿੰਗ ਮਾਰਕੀਟ ਬਾਰੇ ਹੋਰ ਸਰੋਤਾਂ ਨਾਲੋਂ ਤੁਹਾਨੂੰ ਵਧੀਆ ਕਿਸਮ ਦੀ ਜਾਣਕਾਰੀ ਦਿੰਦੇ ਹਨ। ਟੈਲੀਮਾਰਕੀਟਿੰਗ ਦਾ ਸਾਰਾ ਕੇਂਦਰ ਬਿੰਦੂ ਇਹ ਹੈ ਕਿ ਇਹ ਤੁਹਾਨੂੰ ਲੋਕਾਂ ਨਾਲ ਵਿਅਕਤੀਗਤ ਤੌਰ ਤੇ ਗੱਲ ਕਰਨ ਦੇ ਅਧਾਰ ਦੀ ਇਜ਼ਾਜ਼ਤ ਦਿੰਦੀ ਹੈ ਅਤੇ ਡੂੰਘਾਈ ਤਕ ਦੀ ਜਾਣਕਾਰੀ ਇਕੱਠੀ ਕਰਨ ਅਤੇ ਸਹੀ ਜਾਣਕਾਰੀ ਜੋ ਤੁਸੀਂ ਕਿਤੋ ਵੀ ਪ੍ਰਾਪਤ ਕਰਨ ਦੇ ਯੋਗ ਨਹੀਂ ਹੋ ਸਕਦੇ ਦਾ ਮੌਕਾ ਦਿੰਦੀ ਹੈ। ਪ੍ਰੰਤੂ ਸਟੀਵ ਇਨ੍ਹਾਂ ਮੌਕਿਆਂ ਤੇ ਬਹੁਤ ਜ਼ਿਆਦਾ ਫਜ਼ੂਲ ਖਰਚੀ ਮਹਿਸੂਸ ਕਰਦਾ ਹੈ। ਸਮੱਸਿਆ ਇਹ ਹੈ ਕਿ ਬਹੁਤ ਸਾਰੇ ਲੋਕ ਇਸ ਦੀ ਸਹੀ ਵਰਤੋਂ ਨਹੀਂ ਕਰਦੇ। ਉਹ ਜ਼ਿਆਦਾ ਟੀਚਾ ਨਹੀਂ ਮਿਥਦੇ ਅਤੇ ਤਕਨੀਕ ਦੀ ਦੁਰਵਰਤੋਂ ਕਰਦੇ ਹਨ। ਜਿਹੜੀ ਬਹੁਤ ਲੋਕਾਂ ਨੂੰ ਅਖੀਰ ਵਿੱਚ ਨਿਰਾਸ਼ ਕਰਦੀ ਹੈ।

ਟੈਲੀਮਾਰਕੀਟਿੰਗ ਵਿੱਚ ਨਿਵੇਸ਼ ਕਰਕੇ ਚੰਗੀ ਪ੍ਰਾਪਤੀ ਲਈ ਜ਼ਰੂਰੀ ਹੋਵੇਗਾ **:-**

- ਯੋਜਨਾ (**Planning**) **:-** ਕੰਪਨੀ ਨੂੰ ਇਸਦੇ ਬਜਟ, ਡਾਟੇ ਦੀ ਗਿਣਤੀ/ ਗੁਣਵੱਤਤਾ ਦੇ ਉਦੇਸ਼ ਜੋ ਵੀ ਉਹ ਆਪਣੇ ਕੋਲ ਉਪਲਬਧ ਸਰੋਤਾਂ ਤੋਂ ਲੈ ਸਕਦੇ ਹਨ, ਮਾਨਵ-ਸ਼ਕਤੀ, ਕੁਸ਼ਲਤਾਵਾਂ ਅਤੇ ਕਿਸੇ ਬਾਹਰੀ ਏਜੰਸੀ ਦੀ ਵਰਤੋਂ ਕਰਕੇ ਉਪਕਰਣ ਦੇ ਖਰਚੇ ਦੀ ਤੁਲਨਾ ਆਦਿ ਜ਼ਰੂਰੀ ਹੁੰਦੀ ਹੈ।
- ਟੈਲੀਮਾਰਕੀਟਿੰਗ ਬਹੁਤ ਘੱਟ ਆਪਣੇ ਪੈਰਾਂ ਤੇ ਖੜਦੀ ਹੈ (**Tele marketing rarely stands on its own**) **:-** ਸੰਸਥਾ ਨੂੰ ਸਥਾਪਿਤ ਹੋਣ ਲਈ ਜ਼ਰੂਰੀ ਹੈ ਕਿ ਉਹ ਆਪਣੀ ਹੋਰ ਵਿਕਰੀ ਅਤੇ ਮਾਰਕੀਟਿੰਗ ਕਿਰਿਆਵਾਂ ਨੂੰ ਕਿਵੇਂ ਜੋੜਦੀ ਹੈ।

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

• ਸਹੀ ਡਾਟਾ (**Accurate data**) **:-** ਜਿਵੇਂ ਕਿ ਸਾਰੇ ਸਿੱਧੀ ਮਾਰਕੀਟਿੰਗ ਦੇ ਤਰੀਕਿਆਂ ਵਿੱਚ ਸਹੀ ਡਾਟਾ ਸਫਲਤਾ ਦੀ ਬੁਨਿਆਦ ਲਈ ਜ਼ਰੂਰੀ ਹੈ। ਕੁਦਰਤੀ ਤੌਰ ਤੇ ਸਫਲ ਟੀਚੇ ਦੀ ਪ੍ਰਾਪਤੀ ਠੀਕ ਫੈਸਲਾ ਲੈਣ ਵਾਲਿਆਂ ਨਾਲ ਗੱਲਬਾਤ ਕਰਨ ਤੇ ਨਿਰਭਰ ਕਰਦੀ ਹੈ। ਇਸ ਤਰ੍ਹਾਂ ਦਾ ਡਾਟਾ ਪ੍ਰਾਪਤ ਕਰਨ ਵਿੱਚ ਖਰਚਾ ਜ਼ਿਆਦਾ ਹੋ ਸਕਦਾ ਹੈ ਪ੍ਰੰਤੂ ਇਸਦੇ ਨਤੀਜੇ ਲਗਾਤਾਰ ਲਾਭਦਾਇਕ ਹੁੰਦੇ ਹਨ।

• ਚੰਗੀ ਕਲਮਬੱਧਤਾ**:-** ਇਕ ਪ੍ਰਭਾਵਸ਼ਾਲੀ ਟੈਲੀਮਾਰਕੀਟਿੰਗ ਲਿਖਤ ਅਸਲ ਵਿੱਚ ਵਧੀਆਂ ਲਿਖਤ ਹੀ ਨਹੀਂ ਹੁੰਦੀ। ਸਗੋਂ ਚਰਚਾ ਲਈ ਇਕ ਅਗਵਾਈ ਹੈ ਜਿਹੜੀ ਸਰੋਤੇ ਉਸ ਦਿਸ਼ਾ ਵੱਲ ਮੋੜਦੀ ਹੈ ਜਿਸ ਦਿਸ਼ਾ ਵੱਲ ਤੁਸੀਂ ਚਾਹੁੰਦੇ ਹੋ। ਇਹ ਕੇਂਦਰਿਤ ਸਰੋਤੇ ਨੂੰ ਧਿਆਨ ਵਿੱਚ ਰੱਖਕੇ ਤਿਆਰ ਕੀਤੀ ਜਾਣੀ ਚਾਹੀਦੀ ਹੈ, ਸਰੋਤੇ ਨਾਲ ਕੁਝ ਹੀ ਸਕਿੰਟਾਂ ਦੀ ਗੱਲਬਾਤ ਨਾਲ ਉਸਦਾ ਧਿਆਨ ਖਿੱਚੇ ਅਤੇ ਬਹੁਤ ਹੀ ਅੰਤਰ ਸਬੰਧਤ ਹੋਵੇ। ਜਾਣਕਾਰੀ ਦੀ ਲੰਮੀ ਪੇਸ਼ਕਾਰੀ ਸਰੋਤੇ ਲਈ ਨਿਰਾਸ਼ਾ ਜਨਕ ਹੋ ਸਕਦੀ ਹੈ। ਜਿਹੜੀ ਕਿ ਉਸ ਮੁੱਦੇ ਤੇ ਸਰੋਤੇ ਦਾ ਧਿਆਨ ਘੱਟ ਕੇਂਦਰਿਤ ਕਰੇਗੀ। ਸਰੋਤਿਆਂ ਦੀ ਅਨੁਕਿਰਿਆ ਦੇ ਆਧਾਰ ਤੇ ਗਾਈਡ ਜਾ ਲਿਖਤ ਨੂੰ ਮੁਹਿੰਮ ਦੀਆਂ ਪਹਿਲੀਆਂ ਸਟੇਜਾਂ ਤੇ ਹੀ ਸ਼ੁੱਧ ਕਰ ਦੇਣਾ ਚਾਹੀਦਾ ਹੈ।

• ਨਿਪੁੰਨ ਟੈਲੀਮਾਰਕੀਟਰਜ਼ ਫਰਜ (**Skilled tele marketing**) **:-** ਕੋਈ ਗੱਲ ਨਹੀਂ ਕਾਲ ਕਿੰਨੀ ਵੀ ਉਦੇਸ਼ ਕੇਂਦਰਿਤ ਹੋਵੇ, ਲਿਖਤ ਕਿਨ੍ਹੀ ਵੀ ਵਧੀਆਂ ਹੋਵੇ, ਇਕ ਕਠੋਰ ਅਤੇ ਸਖਤ ਕਾਲ ਕਰਨ ਵਾਲਾ ਚੀਜ਼ਾਂ ਨੂੰ ਨਹੀਂ ਭੇਜ ਸਕਦਾ। ਇੱਛਤ ਨਤੀਜਿਆਂ ਨੂੰ ਪ੍ਰਾਪਤ ਕਰਨ ਲਈ ਟੈਲੀਮਾਰਕੀਟਰ ਨੂੰ ਕੰਪਨੀ ਬਾਰੇ ਅਤੇ ਉਤਪਾਦ ਸੇਵਾਵਾਂ ਜਿਹੜੀਆਂ ਉਹ ਪੇਸ਼ ਕਰਦੇ ਹਨ। ਬਾਰੇ ਚੰਗੀ ਜਾਣਕਾਰੀ ਹੋਣਾ ਜ਼ਰੂਰੀ ਹੈ। ਲਿਖਤ ਦੇ ਦੁਆਲੇ ਰਹਿ ਕੇ ਬੁੱਧੀਮਾਨੀ ਨਾਲ ਗੱਲ ਕਰਨ ਦੇ ਯੋਗ ਹੋਣਾ ਟਰੈਕ ਤੋਂ ਦੂਰ ਹੋਣ ਤੋਂ ਬਗੈਰ, ਸਾਰੇ ਨਾਂਹ-ਪੱਖੀ ਜਵਾਬਾਂ ਨੂੰ ਜਜਬ ਕਰਨਾ ਅਤੇ ਸਾਰੇ ਪੱਧਰਾਂ ਦੇ ਲੋਕਾਂ ਨਾਲ ਸ਼ਾਤਮਈ ਤਰੀਕਿਆਂ ਨਾਲ ਗੱਲ ਕਰਨਾ ਵੀ ਸ਼ਾਮਿਲ ਹੈ।

ਅਭਿਆਸ : ਮੁਲਾਂਕਣ

1. ਟੈਲੀਮਾਰਕੀਟਿੰਗ ਤਕਨਾਲੋਜੀ ਦੀ ਵਰਤੋਂ ਬਾਰੇ ਇਕ ਗਰੁੱਪ ਚਰਚਾ ਦਾ ਵਰਣਨ ਕਰੋ ਅਤੇ ਇਕ ਰਿਪੋਰਟ ਤਿਆਰ ਕਰੋ।
2. ਕਿਸੇ ਕਾਲ ਸੈਂਟਰ ਤੇ ਜਾਓ ਅਤੇ ਕਿਸਮਾਂ ਦਾ ਅਨੁਸਰਨ ਕਰੋ ਅਤੇ B2C ਅਤੇ B2B ਤੇ ਇਕ ਸੰਖੇਪ ਰਿਪੋਰਟ ਲਿਖੋ।
3. ਅਸਲ ਜ਼ਿੰਦਗੀ ਵਿੱਚੋਂ ਕਿਸੇ ਸਫਲ ਟੈਲੀਮਾਰਕੀਟਿੰਗ ਕੰਪਨੀ ਦੀ ਉਦਾਹਰਣ ਦੇ ਕੇ ਬਿਜਨਸ ਤੋਂ ਬਿਜਨਸ ਟੈਲੀਮਾਰਕੀਟਿੰਗ ਦਾ ਵਰਣਨ ਕਰੋ।

ਮੁਲਾਂਕਣ

(ੳ) ਖਾਲੀ ਥਾਵਾਂ ਭਰੋ।

1. ਟੈਲੀਮਾਰਕੀਟਿੰਗ __________ ਦਾ ਇਕ ਅਨਿੱਖੜਵਾਂ ਅੰਗ ਹੈ, ਭਾਵੇਂ ਇਹ ਡਾਟਾ ਇਕੱਠਾ ਕਰਨ ਵਾਲਾ ਸਾਧਨ ਹੋਵੇ, ਜਿਹੜਾ ਕਿ ਤੁਹਾਡੇ __________ ਦੀ ਬੁਨਿਆਦ ਹੋਵੇਗੀ।
2. ਇਕ ਪ੍ਰਭਾਵਸ਼ਾਲੀ __________ ਅਸਲ ਵਿੱਚ ਵਧੀਆ ਲਿਖਤ ਹੀ ਨਹੀਂ ਹੁੰਦੀ, ਸਗੋਂ __________ ਲਈ ਅਗਵਾਈ ਹੈ ਜਿਹੜੀ ਸਰੋਤੇ ਨੂੰ ਉਸ ਦਿਸ਼ਾ ਵਿੱਚ ਮੋੜਦੀ ਹੈ ਜਿਸ ਦਿਸ਼ਾ ਵੱਲ ਤੁਸੀਂ ਉਸਨੂੰ ਲੈ ਕੇ ਜਾਣਾ ਚਾਹੁੰਦੇ ਹੋ।
3. ਟੈਲੀਮਾਰਕੀਟਿੰਗ ਭਰੋਸੇਯੋਗ __________ ਛੇਤੀ ਨਾਲ ਦਿੰਦੀ ਹੈ ਅਤੇ ਤੁਹਾਡੀ ਵਿਕਰੀ ਕਰਨ ਵਾਲੀ ਟੀਮ ਨੂੰ ਆਪਣੇ ਸਮੇਂ ਨੂੰ ਵਧੀਆ ਢੰਗ ਨਾਲ ਵਰਤੋਂ ਕਰਨ ਦੀ ਆਗਿਆ ਦਿੰਦੀ ਹੈ।
4. ਮਾਰਕੀਟਰ__________ ਲਿਖਤ ਨੂੰ ਸਫਲਤਾ ਦਰ ਨੂੰ ਵੱਧ ਤੋਂ ਵੱਧ ਉਤਸ਼ਾਹ ਦੇਣ ਲਈ ਡਿਜ਼ਾਇਨ ਕਰ ਸਕਦਾ ਹੈ।

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

5. ਟੈਲੀਮਾਰਕੀਟਰਜ਼ ਦੀ _____________ ਟੀਮ ਇਹ ਯਕੀਨੀ ਬਣਾਉਂਦੀ ਹੈ ਕਿ ਤੁਹਾਡਾ ਡਾਟਾ ਤੁਹਾਡੀ ਸ਼ਰਮਿੰਦਗੀ ਦਾ ਕਾਰਨ ਤਾਂ ਨਹੀਂ ਹੈ ਜਾਂ ਤੁਹਾਨੂੰ ਹੇਠਾਂ ਨਹੀਂ ਆਉਣ ਦਿੰਦਾ।
6. ਕੁਝ ਪਹਿਲੂਆਂ ਦੀ ਜਾਣਕਾਰੀ ਜਿਵੇਂ ਫੈਸਲਾ ਲੈਣ ਦੀ ਪ੍ਰਕਿਰਿਆ ਅਤੇ ਉਹ ਅੱਜ ਕੱਲ ਕਿੱਥੋਂ ਖਰੀਦਦਾਰੀ ਕਰਦੇ ਹਨ _________ ਅਤੇ __________ ਪਹੁੰਚ ਨੂੰ ਵਧੀਆ ਢੰਗ ਨਾਲ ਕੰਮ ਦੇ ਯੋਗ ਬਣਾਉਂਦੇ ਹਨ।
7. ਆਨ ਲਾਈਨ ਵਿਗਿਆਪਨ ਰਣਨੀਤੀ ਜਿਵੇਂ ਕਿ ਪੀ.ਪੀ.ਸੀ. ਅਤੇ ਪੌਡਕਾਸਟ ਕੁਝ ਅਜਿਹੇ ਸਰੋਤ ਹਨ ਜੋ ਭਿੰਨ ਭਿੰਨ ਖੋਜ ਇੰਜਣਾਂ ਦੇ ਸਹਿਯੋਗ ਨਾਲ ਆਨ ਲਾਈਨ ਵਿਗਿਆਪਨ ਲਈ ਬਹੁਤ ਹੀ __________ ਅਤੇ __________ ਹਨ।
8. ਟੈਲੀਮਾਰਕੀਟਿੰਗ ___________ ਬਾਰੇ ਹੋਰ ਸਰੋਤਾਂ ਨਾਲੋਂ ਤੁਹਾਨੂੰ ਵਧੀਆਂ ਕਿਸਮ ਦੀ ਜਾਣਕਾਰੀ ਦਿੰਦੇ ਹਨ।

(ਅ) ਬਹੁਵਿਕਲਪੀ ਪ੍ਰਸ਼ਨ

1. ਟੈਲੀਮਾਰਕੀਟਿੰਗ ਨਿਵੇਸ਼ ਤੋਂ ਚੰਗੀ ਪ੍ਰਾਪਤੀ ਕਰਨ ਲਈ ਕਿਹੜੀ ਜ਼ਰੂਰਤ ਹੋਵੇਗੀ।
   (i) ਲੋਜਿਸਟਿਕ ਪੂਰਤੀ
   (ii) ਕਾਲ ਸੈਂਟਰ ਦੀ ਤਕਨਾਲੋਜੀ
   (iii) ਬਰਾਂਡ ਵਫਾਦਾਰੀ
   (iv) ਯੋਜਨਾ
2. B2B ਆਊਟਬਾਉਡ ਟੈਲੀਮਾਰਕੀਟਿੰਗ ਦੇ ਕੁਝ ਮੁੱਖ ਕੰਮਾਂ ਵਿੱਚ ਕਿਹੜਾ ਸ਼ਾਮਿਲ ਨਹੀਂ ਹੈ :-
   (i) ਸੰਭਾਵੀ ਗਾਹਕਾਂ ਦਾ ਡਾਟਾ ਇਕੱਠਾ ਕਰਨਾ
   (ii) ਸੰਪਰਕ ਪ੍ਰਬੰਧਨ
   (iii) ਈਵੈਂਟ ਯੋਜਨਾ
   (iv) ਕੰਪਨੀ ਦੀ ਰੂਪ ਰੇਖਾ
3. ਹੇਠ ਲਿਖਿਆ ਵਿੱਚੋਂ ਕਿਹੜਾ ਇਕ ਲਾਭ ਟੈਲੀਮਾਰਕੀਟਿੰਗ ਦਾ ਨਹੀਂ ਹੈ।
   (i) ਆਪਣਾ ਵਿਕਰੀ ਖੇਤਰ ਵਧਾਉਣ ਲਈ ਦੂਰੀ ਤੋਂ ਵਿਕਰੀ ਕਰਨਾ
   (ii) ਵਿਅਕਤੀਗਤ ਪਹੁੰਚ ਨਾਲੋਂ ਜ਼ਿਆਦਾ ਗਾਹਕਾਂ ਤੱਕ ਪਹੁੰਚ।
   (iii) ਮੌਜੂਦਾ ਅਤੇ ਨਵੇਂ ਗਾਹਕਾਂ ਦੋਵਾਂ ਨੂੰ ਵਿਕਰੀ ਕਰਨਾ
   (iv) ਤੁਹਾਨੂੰ ਹਸਤ ਲਿਪੀ ਤਿਆਰ ਕਰਨ ਦੀ ਲੋੜ ਹੋ ਸਕਦੀ ਹੈ।
4. ਖਰੀਦਦਾਰਾਂ ਵਿੱਚ ਸਬੰਧਿਤ ਬਰਾਂਡਾਂ ਬਾਰੇ ਚੇਤਨਾ ਪੈਦਾ ਕਰਨ ਲਈ ਹੇਠ ਲਿਖਿਆਂ ਵਿੱਚੋਂ ਕਿਹੜੀ ਰਣਨੀਤੀ ਹੈ
   (i) ਸਮਾਜਿਕ ਮਾਰਕੀਟਿੰਗ
   (ii) ਚੈਨਲ ਮਾਰਕੀਟਿੰਗ
   (iii) ਉਪਰੋਕਤ ਵਿੱਚੋਂ ਕੋਈ ਨਹੀਂ
   (iv) ਸਾਰੇ ਹੀ।

ਮੁਲਾਂਕਣ ਕਿਰਿਆ ਲਈ ਚੈਕਲਿਸਟ

ਹੇਠ ਲਿਖੀ ਚੈਕ ਲਿਸਟ ਨੂੰ ਇਹ ਦੇਖਣ ਲਈ ਵਰਤੋ ਕਿ ਤੁਸੀਂ ਇਸ ਦੇ ਮੁਲਾਂਕਣ ਲਈ ਸਾਰੀਆਂ ਲੋੜਾਂ ਪੂਰੀਆਂ ਕਰ ਲਈਆਂ ਹਨ।

ਭਾਗ (ੳ)

- ਟੈਲੀਮਾਰਕੀਟਿੰਗ ਦਾ ਅਰਥ ਸਮਝਣਾ
- ਟੈਲੀਮਾਰਕੀਟਿੰਗ ਦੇ ਲਾਭ, ਹਾਨੀਆਂ ਅਤੇ ਮਹੱਤਤਾ ਨੂੰ ਪਛਾਣਨਾ

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

- ਟੈਲੀਮਾਰਕੀਟਿੰਗ ਦੀ ਕਾਰਜਵਿਧੀ ਦਾ ਵਿਸ਼ਲੇਸ਼ਣ ਕਰਨਾ
- ਟੈਲੀਮਾਰਕੀਟਿੰਗ ਦੀ ਤਕਨਾਲੋਜੀ ਨੂੰ ਪਛਾਣਨਾ
- ਟੈਲੀਮਾਰਕੀਟਿੰਗ ਦੇ ਬੀ2ਬੀ ਅਤੇ ਬੀ2ਸੀ ਤਰੀਕਿਆਂ ਵਿੱਚ ਅੰਤਰ ਪਤਾ ਕਰਨਾ
- ਟੈਲੀਮਾਰਕੀਟਿੰਗ ਦੀ ਸਫਲਤਾ ਦੇ ਤੱਥਾਂ ਨੂੰ ਸਮਝਣਾ

ਭਾਗ (ਅ)

ਹੇਠ ਲਿਖਿਆਂ ਦੀ ਜਮਾਤ ਵਿੱਚ ਚਰਚਾ ਕਰੋ।

- ਟੈਲੀਮਾਰਕੀਟਿੰਗ ਕੀ ਹੈ।
- ਟੈਲੀਮਾਰਕੀਟਿੰਗ ਅਤੇ ਸਬੰਧਤ ਮੁੱਦਿਆਂ ਦੀ ਕੀ ਮਹੱਤਤਾ ਹੈ।
- ਟੈਲੀਮਾਰਕੀਟਿੰਗ ਤਕਨੀਕਾਂ ਸਬੰਧੀ ਮੁੱਦੇ
- ਬੀ2ਬੀ ਅਤੇ ਬੀ2ਸੀ ਟੈਲੀਮਾਰਕੀਟਿੰਗ ਰਣਨੀਤੀਆਂ
- ਟੈਲੀਮਾਰਕੀਟਿੰਗ ਦੀ ਸਫਲਤਾ ਦੇ ਤੱਥ

ਭਾਗ (ੲ)

ਕਾਰਗੁਜ਼ਾਰੀ ਪੱਧਰ

ਕਾਰਗੁਜ਼ਾਰੀ ਪੱਧਰ ਵਿੱਚ ਸ਼ਾਮਿਲ ਹੋ ਸਕਦਾ ਹੈ।

ਕਾਰਜ ਕਰਨ ਦੇ ਪੱਧਰ ਵਿੱਚ ਸ਼ਾਮਿਲ ਹੈ	ਹਾਂ	ਨਹੀਂ
• ਟੈਲੀਮਾਰਕੀਟਿੰਗ ਦੇ ਅਰਥ ਨੂੰ ਸਮਝਣ ਦੇ ਯੋਗ ਹੋ।		
• ਟੈਲੀਮਾਰਕੀਟਿੰਗ ਦੀ ਮਹੱਤਤਾ ਬਾਰੇ ਚਰਚਾ ਕਰਨ ਦੇ ਯੋਗ ਹੋ।		
• ਟੈਲੀਮਾਰਕੀਟਿੰਗ ਤਕਨਾਲੋਜੀ ਨੂੰ ਪਛਣਨ ਦੇ ਯੋਗ ਹੋ।		
• ਟੈਲੀਮਾਰਕੀਟਿੰਗ ਦੇ ਗੁਣਾਂ ਅਤੇ ਔਗੁਣਾਂ ਨੂੰ ਪਛਾਣ ਦੇ ਯੋਗ ਹੋ।		
• ਟੈਲੀਮਾਰਕੀਟਿੰਗ ਦੇ ਬੀ2ਬੀ ਅਤੇ ਬੀ2ਸੀ ਰਣਨੀਤੀ ਵਿੱਚ ਅੰਤਰ ਸ਼ਪਸ਼ਟ ਕਰਨ ਦੇ ਯੋਗ ਹੋ।		
• ਟੈਲੀਮਾਰਕੀਟਿੰਗ ਦੀ ਸਫਲਤਾ ਦੇ ਤੱਥਾਂ ਬਾਰੇ ਚਰਚਾ ਕਰਨ ਦੇ ਯੋਗ ਹੋ।		

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

ਸੈਸ਼ਨ 4 ਇੰਟਰਨੈੱਟ ਵਪਾਰ

ਸਬੰਧਿਤ ਗਿਆਨ (Relevant Knowledge)

ਇਲੈਕਟ੍ਰੌਨਿਕ ਵਪਾਰ ਜਾਂ ਈ ਵਪਾਰ ਨੂੰ ਵਪਾਰਕ ਕਿਰਿਆਵਾਂ ਦੇ ਸਮਰਥਨ ਲਈ ਵਪਾਰ ਵਿੱਚ ਸੂਚਨਾ ਅਤੇ ਸੰਚਾਰ ਤਕਨੀਕਾਂ (ICT) ਦੀ ਵਰਤੋਂ ਕਰਨ ਦੇ ਰੂਪ ਵਿੱਚ ਪਰਿਭਾਸ਼ਿਤ ਕੀਤਾ ਜਾ ਸਕਦਾ ਹੈ।

ਵਣਜ, ਵਪਾਰਕ ਗਰੁੱਪਾਂ ਅਤੇ ਵਿਅਕਤੀਆਂ ਵਿਚਕਾਰ ਉਤਪਾਦਾਂ ਅਤੇ ਸੇਵਾਵਾਂ ਦੇ ਵਟਾਂਦਰੇ ਨੂੰ ਕਿਹਾ ਜਾਂਦਾ ਹੈ ਅਤੇ ਕਿਸੇ ਵਪਾਰ ਦੀ ਜ਼ਰੂਰੀ ਕਿਰਿਆਵਾਂ ਦੇ ਰੂਪ ਵਿੱਚ ਦੇਖਿਆ ਜਾ ਸਕਦਾ ਹੈ। ਇਲੈਕਟ੍ਰੌਨਿਕ ਵਣਜ ਆਈ.ਸੀ.ਟੀ ਦੀ ਵਰਤੋਂ ਤੇ ਕੇਂਦ੍ਰਿਤ ਹੈ ਜਿਹੜੀ ਬਾਹਰਲੀਆਂ ਕਿਰਿਆਵਾਂ ਅਤੇ ਵਿਅਕਤੀਆਂ, ਗਰੁੱਪਾਂ ਅਤੇ ਹੋਰ ਵਪਾਰਾਂ ਵਿੱਚ ਵਪਾਰਕ ਸਬੰਧ ਸਥਾਪਿਤ ਕਰਨ ਦੇ ਯੋਗ ਹੁੰਦਾ ਹੈ।

ਈ ਬਿਜਨਸ ਨੂੰ ਇੰਡਸਟਰੀ, ਵਪਾਰ ਅਤੇ ਵਣਜ ਦੇ ਲਈ ਕੰਪਿਊਟਰ ਨੈਟਵਰਕ ਦੀ ਵਰਤੋਂ ਕਰਨ ਦੇ ਰੂਪ ਵਿੱਚ ਪਰਿਭਾਸ਼ਿਤ ਕੀਤਾ ਜਾ ਸਕਦਾ ਹੈ। ਈ ਬਿਜਨਸ ਸ਼ਬਦ ਨੂੰ 1996 ਵਿੱਚ IBM ਮਾਰਕੀਟਿੰਗ ਅਤੇ ਇੰਟਰਨੈਟ ਟੀਮ ਨੇ ਵਰਤਿਆ ਸੀ।

ਈ ਬਿਜਨਸ ਦੇ ਢੰਗ ਕੰਪਨੀਆਂ ਨੂੰ ਉਨ੍ਹਾਂ ਦੇ ਅਤੇ ਬਾਹਰਲੇ ਡਾਟਾ ਪ੍ਰੀਕ੍ਰਿਆ ਸਿਸਟਮ ਨੂੰ ਜ਼ਿਆਦਾ ਯੋਗ ਅਤੇ ਲਚਕੀਲੇ ਢੰਗ ਨਾਲ ਜੋੜਨ ਯੋਗ ਬਣਾਉਂਦੇ ਹਨ। ਆਪਣੇ ਪੂਰਤੀ ਕਰਤਾਵਾਂ ਅਤੇ ਹਿਸੇਦਾਰਾਂ ਨੂੰ ਜ਼ਿਆਦਾ ਨੇੜੇ ਹੋ ਕੇ ਕੰਮ ਕਰਨ ਅਤੇ ਆਪਣੇ ਗਾਹਕਾਂ ਦੀਆਂ ਲੋੜਾਂ ਅਤੇ ਉਮੀਦਾਂ ਨੂੰ ਚੰਗੇ ਢੰਗ ਨਾਲ ਸੁਤੰਸ਼ਟ ਕਰਨ ਦੇ ਯੋਗ ਬਣਾਉਂਦੇ ਹਨ। ਇੰਟਰਨੈਟ ਲੋਕਾਂ ਲਈ ਇਕ ਅਸਾਨ ਤਰੀਕਾ ਹੈ।

ਵਿਵਹਾਰਕ ਰੂਪ ਵਿੱਚ ਈ-ਬਿਜਨਸ, ਈ-ਵਣਜ ਨਾਲੋਂ ਕਿਤੇ ਜਿਆਦਾ ਹੈ। ਈ-ਬਿਜਨਸ ਜਿਆਦਾ ਰਣਨੀਤੀ ਕੇਂਦਰਿਤ ਹੈ ਅਤੇ ਇਲੈਕਟ੍ਰੌਨਿਕ ਸਾਧਨਾਂ ਦੀ ਵਰਤੋਂ ਨਾਲ ਕੀਤੀਆਂ ਜਾਣ ਵਾਲੀਆਂ ਕਿਰਿਆਵਾਂ ਤੇ ਜ਼ੋਰ ਦਿੰਦਾ ਹੈ ਜਦੋਂ ਕਿ ਈ-ਵਣਜ ਪੂਰੀ ਈ-ਬਿਜਨਸ ਰਣਨੀਤੀ ਦਾ ਕੇਵਲ ਇਕ ਉਪਭਾਗ ਹੈ।

ਈ ਬਿਜਨਸ ਵਿੱਚ ਵਪਾਰ ਦੀਆਂ ਸਾਰੀਆਂ ਪ੍ਰਕਿਰਿਆਵਾਂ ਸ਼ਾਮਿਲ ਹਨ ਜੋ ਸਾਰੀ ਕੀਮਤ ਲੜੀ ਨੂੰ ਪਾਰ ਕਰਦੀ ਹੈ। ਇਲੈਕਟ੍ਰੌਨਿਕ ਖ੍ਰੀਦਦਾਰੀ ਅਤੇ ਪੂਰਤੀ ਲੜੀ ਪ੍ਰਬੰਧਨ, ਇਲੈਕਟੋਨਿਕ ਤਰੀਕੇ ਨਾਲ ਆਰਡਰਾਂ ਦੀ ਪ੍ਰਕ੍ਰਿਆ ਨੂੰ ਪੂਰੀ ਕਰਨਾ, ਗਾਹਕ ਸੇਵਾਵਾਂ ਨੂੰ ਸੰਭਾਲਣਾ, ਵਪਾਰਕ ਭਾਈਵਾਲਾਂ ਨਾਲ ਸਹਿਯੋਗ ਦੇਣਾ ਹੈ। ਈ ਬਿਜਨਸ ਲਈ ਖਾਸ ਟੈਕਨੀਕਲ ਪੱਧਰ ਤੇ ਕੰਪਨੀਆਂ ਵਿਚਕਾਰ ਡਾਟੇ ਦਾ ਵਟਾਦਰਾਂ ਕਰਨ ਦੀ ਸਹੂਲਤ ਦੇਣਾ ਹੈ। ਈ ਬਿਜਨਸ ਸਾਫਟਵੇਅਰ ਹੱਲ ਅੰਤਰ ਫਰਮਾਂ ਅਤੇ ਫਰਮਾਂ ਦੀਆਂ ਅੰਦਰੂਨੀਆਂ ਪ੍ਰੀਕ੍ਰਿਆਵਾਂ ਨੂੰ ਜੋੜਨ ਦੀ ਇਜ਼ਾਜ਼ਤ ਦਿੰਦਾ ਹੈ। ਈ ਬਿਜਨਸ ਵੈਬ, ਇੰਟਰਨੈਟ, ਇੰਟਰਾਨੈਟ, ਐਕਸਟਰਾਨੈਟ ਜਾਂ ਇਨ੍ਹਾਂ ਦੇ ਹੋਰ ਸੰਯੋਜਕ ਦੁਆਰਾ ਕੀਤਾ ਜਾ ਸਕਦਾ ਹੈ।

ਇਲੈਕਟ੍ਰੌਨਿਕ ਵਣਜ (**Electronic Commerce**) **:-** ਇਲੈਕਟੋਨਿਕ ਕਮਰਸ ਖ੍ਰੀਦਦਾਰੀ, ਬਦਲੀ ਜਾਂ ਉਤਪਾਦ ਵਟਾਦਰਾਂ, ਸੇਵਾਵਾਂ ਅਤੇ ਜਾਣਕਾਰੀ ਪ੍ਰਾਪਤੀ ਜਾਂ ਕੰਪਿਊਟਰ ਨੈਟਵਰਕ ਜਾਂ ਇੰਟਰਨੈਟ ਰਾਹੀਂ ਕਰਨ ਦੀ ਪ੍ਰਕ੍ਰਿਆ ਹੈ। ਈ.ਸੀ (EC) ਕਈ ਪੱਖਾਂ ਤੋਂ ਫਾਇਦੇਮੰਦ ਹੋ ਸਕਦਾ ਹੈ। ਜਿਸ ਵਿੱਚ ਬਿਜਨਸ ਪ੍ਰੀਕ੍ਰਿਆ ਸੇਵਾ, ਸਿਖਣਾ, ਮਿਲਾਪ (ਜੋੜ) ਕਮਿਊਨਿਟੀ ਸ਼ਾਮਿਲ ਹੈ। EC ਨੂੰ ਅਕਸਰ ਈ ਬਿਜਨਸ ਨਾਲ ਜੋੜਿਆ ਜਾਂਦਾ ਹੈ।

ਇੰਟਰਨੈੱਟ ਬਿਜਨਸ ਉਪਸੈਟ ï ਐਪਲੀਕੇਸ਼ਨ ਨੂੰ ਤਿੰਨ ਕਿਸਮਾਂ ਵਿੱਚ ਵੰਡਿਆ ਜਾ ਸਕਦਾ ਹੈ।

1. ਇੰਟਰਨੈਟ ਬਿਜਨਸ ਸਿਸਟਮ (**Internet Business Systems**) **:-**
   - ਗਾਹਕ ਨਾਲ ਸਬੰਧ ਪ੍ਰਬੰਧਨ (CRM)
   - ਉਦਮੀ ਸਰੋਤ ਯੋਜਨਾ (ERP)

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

- ਦਸਤਾਵੇਜ਼ ਪ੍ਰਬੰਧਨ ਸਿਸਟਮ (DMS)
- ਮਨੁੱਖੀ ਸਰੋਤਾਂ ਦਾ ਪ੍ਰਬੰਧਨ (HRM)

2. ਉੱਦਮ ਸੰਚਾਰ ਅਤੇ ਸਹਿਯੋਗ (**Enterprise Communication and Collaboration**) :-
- ਵਿਸ਼ਾ ਵਸਤੂ ਪ੍ਰਬੰਧ ਸਿਸਟਮ
- ਈ ਮੇਲ
- ਵਾਇਸ ਮੇਲ (Voice-mail)
- ਵੈਬ ਸੰਮੇਲਨ
- ਡਿਜੀਟਲ ਵਰਕ ਫਲੋਜ (ਬਿਜਨਸ ਪ੍ਰੀਕ੍ਰਿਆ ਪ੍ਰਬੰਧਨ)

3. ਇਲੈਕਟ੍ਰੌਨਿਕ ਵਣਜ :- ਬਿਜਨਸ ਤੋਂ ਬਿਜਨਸ ਇਲੈਕਟ੍ਰੌਨਿਕ ਵਣਜ (ਬੀ2ਬੀ) ਜਾਂ ਬਿਜਨਸ ਤੋਂ ਉਪਭੋਗਤਾ ਇਲੈਕਟੋਨਿਕ ਵਣਜ
- ਇਟਰਨੈਟ ਦੁਕਾਨ
- ਪੂਰਤੀ ਲੜੀ ਪ੍ਰਬੰਧਨ
- ਆਨਲਾਈਨ ਮਾਰਕੀਟਿੰਗ (Online-marketing)
- ਆਫਲਾਈਨ ਮਾਰਕੀਟਿੰਗ (offline-marketing)

ਇੰਟਰਨੈਟ ਬਿਜਨਸ ਮਾਡਲ (**Internet Business model**) :-

ਜਦੋਂ ਸੰਸਥਾਵਾਂ ਆਨਲਾਈਨ ਚਲਦੀਆਂ ਹਨ। ਉਨ੍ਹਾਂ ਨੂੰ ਇਹ ਫੈਸਲਾ ਲੈਣਾ ਪੈਂਦਾ ਹੈ ਕਿ ਕਿਹੜਾ ਈ ਬਿਜਨਸ ਮਾਡਲ ਉਨ੍ਹਾਂ ਦੇ ਟੀਚੇ ਲਈ ਢੁੱਕਵਾਂ ਹੈ। ਇਕ ਬਿਜਨਸ ਮਾਡਲ ਨੂੰ ਉਤਪਾਦ, ਸੇਵਾ ਅਤੇ ਸੂੰਚਨਾ ਸੰਚਾਰ ਦੀ ਵਿਵਸਥਾ ਮਾਲੀ ਸਰੋਤ ਅਤੇ ਪੂਰਤੀ ਕਰਤਾਵਾਂ ਅਤੇ ਗਾਹਕਾਂ ਦਾ ਫਾਇਦੇ ਦੇ ਸੰਗਠਨ ਦੇ ਰੂਪ ਵਿੱਚ ਪਰਿਭਾਸ਼ਿਤ ਕੀਤਾ ਜਾ ਸਕਦਾ ਹੈ। ਈ ਬਿਜਨਸ ਮਾਡਲ ਦੀ ਧਾਰਨਾ ਇਕੋ ਜਿਹੀ ਹੈ ਪ੍ਰੰਤੂ ਇਸਨੂੰ ਆਨ ਲਾਈਨ ਦੀ ਹਾਜ਼ਰੀ ਵਿੱਚ ਵਰਤਿਆ ਜਾਂਦਾ ਹੈ। ਹੇਠ ਅਜੋਕੇ ਸਮੇਂ ਵਿੱਚ ਵਰਤੇ ਜਾਣ ਵਾਲੇ ਈ ਬਿਜਨਸ ਮਾਡਲਾਂ ਦੀ ਲਿਸਟ ਦਿੱਤੀ ਹੋਈ ਹੈ ਜਿਵੇਂ ਕਿ

- ਈ ਦੁਕਾਨਾਂ (E-Shop)
- ਈ ਕਾਮਰਸ (E-Commerce)
- ਈ ਖਰੀਦ (E-Procurement)
- ਈ ਮੇਲ (E-mail)
- ਈ ਨਿਲਾਮੀ (E-auction)
- ਅਸਲੀ ਦਿੱਖ ਵਾਲੀਆਂ ਕਮਿਊਨਟੀਆਂ (Virtual Communities)

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

ਪ੍ਰਬੰਧਕ ਵਿਵਸਥਾ ਕਰਨ ਵਾਲਿਆਂ (ਉਤਪਾਦਕ) ਅਤੇ ਉਪਭੋਗਤਾ ਦੁਆਰਾ ਵਰਗੀਕਰਣ (Classification by Provider and Consumers) :-

ਸੰਸਾਰ ਨੂੰ ਲਗਭਗ ਪ੍ਰਬੰਧਕਾਂ/ਉਤਪਾਦਕਾਂ ਅਤੇ ਉਪਭੋਗਤਾ/ ਗਾਹਕਾਂ ਵਿੱਚ ਵੰਡ ਕੇ ਈ ਬਿਜਨਸ ਨੂੰ ਹੇਠ ਲਿਖਿਆਂ ਵਰਗਾਂ ਵਿੱਚ ਵੰਡਿਆ ਜਾ ਸਕਦਾ ਹੈ।

- ਬਿਜਨਸ ਤੋਂ ਬਿਜਨਸ (B2B)
- ਬਿਜਨਸ ਤੋਂ ਉਪਭੋਗਤਾ (B2C)
- ਬਿਜਨਸ ਤੋਂ ਕਰਮਚਾਰੀ (B2E)
- ਬਿਜਨਸ ਤੋਂ ਸਰਕਾਰ (B2G)
- ਸਰਕਾਰ ਤੋਂ ਸਰਕਾਰੀ (G2C)
- ਸਰਕਾਰ ਤੋਂ ਨਾਗਰਿਕ
- ਉਪਭੋਗਤਾ ਤੋਂ ਉਪਭੋਗਤਾ (C2C)
- ਉਪਭੋਗਤਾ ਤੋਂ ਬਿਜਨਸ (C2B)

ਇੰਟਰਨੈੱਟ ਬਿਜਨਸ ਮੁੱਦੇ (Internet Business issues) :-

ਭਾਵੇਂ ਕਿ ਇੰਟਰਨੈੱਟ ਅਧਾਰਿਤ ਵਣਜ ਦੇ ਆਰਥਿਕ ਫਾਇਦਿਆਂ ਬਾਰੇ ਬਹੁਤ ਕੁਝ ਲਿਖਿਆ ਗਿਆ ਹੈ ਪਰੰਤੂ ਇਹ ਵੀ ਸੱਚ ਹੈ ਕਿ ਇੰਟਰਨੈਟ ਦੇ ਬਹੁਤ ਸਾਰੇ ਪਹਿਲੂ ਜਿਵੇਂ ਕਿ ਨਕਸ਼ੇ ਅਤੇ ਸਥਿਤੀ ਚੋਕਸ ਕਰਨ ਵਾਲੀਆਂ ਸੇਵਾਵਾਂ ਆਰਥਿਕ ਅਸਮਾਨਤਾ ਅਤੇ ਡਿਜ਼ੀਟਲ ਵੰਡ ਦਾ ਸਮਰਥਨ ਕਰਦੀਆਂ ਹਨ।

- **ਸੁਰੱਖਿਆ (Security) :-** ਪ੍ਰੰਪਰਾਗਤ ਬਿਜਨਸ ਸਿਸਟਮ ਨਾਲੋਂ ਈ ਬਿਜਨਸ ਸਿਸਟਮ ਦੇ ਕੁਦਰਤੀ ਤੌਰ ਤੇ ਬਹੁਤ ਸੁਰੱਖਿਆ ਜੋਖਮ ਹਨ। ਇਸ ਲਈ ਇਹ ਜਰੂਰੀ ਹੈ ਕਿ ਈ ਬਿਜਨਸ ਸਿਸਟਮ ਨੂੰ ਇਨ੍ਹਾਂ ਤੋਂ ਸੁਰੱਖਿਅਤ ਕੀਤਾ ਜਾਵੇ। ਉਨ੍ਹਾਂ ਵਿੱਚ ਹੈਕਰ (ਸੰਨ ਲਾਉਣ ਵਾਲੇ) ਦਾ ਈ ਬਿਜਨਸ ਦੀ ਸੁਰੱਖਿਆ ਨੂੰ ਬਹੁਤ ਜ਼ਿਆਦਾ ਖਤਰਾ ਹੈ। ਈ ਬਿਜਨਸ ਦੀ ਸੁਰੱਖਿਆ ਦੇ ਆਮ ਮੁੱਦਿਆਂ ਵਿੱਚ ਸ਼ਾਮਿਲ ਹਨ : ਬਿਜਨਸ ਅਤੇ ਗਾਹਕਾ ਸਬੰਧੀ ਡਾਟਾ ਦੀ ਸੂਚਨਾ ਨੂੰ ਪ੍ਰਾਈਵੇਟ ਅਤੇ ਗੁਪਤ ਰੱਖਣਾ, ਡਾਟੇ ਦੀ ਪ੍ਰਮਾਣਿਕਤਾ ਰੱਖਣਾ ਅਤੇ ਡਾਟਾ ਨੂੰ ਜੋੜ ਕੇ ਰੱਖਣਾ ਸ਼ਾਮਿਲ ਹੈ। ਈ ਬਿਜਨਸ ਦੀ ਸੁਰੱਖਿਆ ਨੂੰ ਬਚਾਉਣ ਅਤੇ ਸੂਚਨਾ ਨੂੰ ਸੁਰੱਖਿਅਤ ਕਰਨ ਦੇ ਕੁਝ ਤਰੀਕਿਆਂ ਵਿੱਚ (ਭੌਤਿਕ) ਸਰੀਰਕ ਸੁਰੱਖਿਆ ਮਾਪ ਦੰਡ ਅਤੇ ਡਾਟਾ ਸੰਭਾਲਣ, ਡਾਟਾ ਦਾ ਸੰਚਾਰ ਕਰਨ, ਸਾਫਟਵੇਅਰ ਵਾਇਰਸ ਪ੍ਰਤੀਰੋਧਕ, ਫਾਇਰਵਾਲਜ਼, ਆਦਿ ਸ਼ਾਮਿਲ ਹਨ।
- **ਇਕੱਲ ਅਤੇ ਗੁਪਤਤਾ (Privacy and Confidentiality) :-** ਗੁਪਤਤਾ ਉਹ ਹੱਦ ਹੈ ਜਿਸ ਅਨੁਸਾਰ ਬਿਜਨਸ ਜਾਤੀ ਸੂਚਨਾ ਹੋਰ ਵਪਾਰਕ ਅਦਾਰਿਆਂ ਅਤੇ ਵਿਅਕਤੀਆਂ ਨੂੰ ਉਪਲੱਬਧ ਕਰਵਾਉਣਾ ਹੈ। ਕਿਸੇ ਵੀ ਵਪਾਰ ਨਾਲ ਸਬੰਧਤ ਗੁਪਤ ਸੂਚਨਾ ਸੁਰੱਖਿਅਤ ਰਹਿਣੀ ਚਾਹੀਦੀ ਹੈ ਅਤੇ ਕੇਵਲ ਚਾਹੁੰਣ ਵਾਲਿਆ ਦੀ ਹੀ ਪਹੁੰਚ ਵਿੱਚ ਹੋਣੀ ਚਾਹੀਦੀ ਹੈ।
- **ਪ੍ਰਮਾਣਿਕਤਾ (Authenticity) :-** ਈ ਬਿਜਨਸ ਦਾ ਅਦਾਨ ਪ੍ਰਦਾਨ ਪ੍ਰਮਾਣਿਕਤਾ ਸਥਾਪਿਤ ਕਰਨ ਵਿੱਚ ਜ਼ਿਆਦਾ ਚੁਣੌਤੀਆਂ ਖੜੀਆਂ ਕਰਦਾ ਹੈ। ਜਿਸ ਦਾ ਕਾਰਣ ਇਲੈਕਟ੍ਰੌਨਿਕ ਸੂਚਨਾ ਦਾ ਅਸਾਨੀ ਨਾਲ ਬਦਲੀ ਅਤੇ ਨਕਲ ਕੀਤੀ ਜਾ ਸਕਣਾ ਹੈ। ਦੋਨੋਂ ਪਾਰਟੀਆਂ ਈ ਵਪਾਰ ਵਿੱਚ ਅਦਾਨ ਪ੍ਰਦਾਨ ਵਿੱਚ ਯਕੀਨੀ ਹੋਣਾ ਚਾਹੁੰਦੀਆਂ ਹਨ ਕਿ ਦੂਜੀ ਪਾਰਟੀ ਉਹੀ ਹੈ ਜਿਸ ਦਾ ਉਹ ਦਾਅਵਾ ਕਰਦੀ ਹੈ। ਖਾਸ ਕਰਕੇ ਉਦੋਂ ਜਦੋਂ ਕੋਈ ਗਾਹਕ ਆਰਡਰ ਦਿੰਦਾ ਹੈ ਅਤੇ ਜਦੋਂ ਉਹ ਇਲੈਕਟ੍ਰੋਨਿਕ ਤਰੀਕੇ ਨਾਲ ਪੈਸੇ ਅਦਾ ਕਰਦਾ ਹੈ। ਜਦੋਂ ਤਕਨੀਕਾਂ ਦੇ ਮਿਸ਼ਰਣ (ਜੋੜ) ਦੀ ਵਰਤੋਂ ਕੀਤੀ ਜਾਂਦੀ ਹੈ ਤਾਂ ਪ੍ਰਮਾਣਿਕਤਾ ਦੀ

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

ਸਥਾਪਨਾ ਬਹੁਤ ਜ਼ਰੂਰੀ ਹੁੰਦੀ ਹੈ ਅਤੇ ਇਨ੍ਹਾਂ ਤਕਨੀਕਾਂ ਵਿੱਚ ਚੈਕਿੰਗ ਸ਼ਾਮਿਲ ਹੈ। ñਤੁਸੀਂ ਕੁਝ ਜਾਣਦੇ ਹੋ ñ (ਉਦਾਹਰਣ ਦੇ ਤੌਰ ਤੇ ਪਾਸਵਰਡ ਜਾਂ ਪਿੰਨ ਕੋਡ) ñਤੁਹਾਨੂੰ ਕੁਝ ਲੋੜੀਂਦਾ ਹੈò (ਉਦਾਹਰਣ ਦੇ ਤੌਰ ਤੇ ਕਰੈਡਿਟ ਕਾਰਡ) ਜਾਂ ñਤੁਸੀਂ ਕੀ ਹੋ (ਡਿਜੀਟਲ ਹਸਤਾਖਰ ਜਾਂ ਆਵਾਜ ਪਛਾਣਨਾ ਆਦਿ)ò

- ਡਾਟਾ ਅਖੰਡਤਾ (**Data Integrity**) **:-** ਡਾਟਾ ਅਖੰਡਤਾ ਇਸ ਸਵਾਲ ਦਾ ਜਵਾਬ ਹੈ ਕਿ ਕੀ ਸੂਚਨਾ ਨੂੰ ਬਦਲਿਆ ਜਾਂ ਕਿਸੇ ਢੰਗ ਨਾਲ ਖਰਾਬ ਕੀਤਾ ਜਾ ਸਕਦਾ ਹੈ। ਇਕ ਵਪਾਰ ਨੂੰ ਯਕੀਨੀ (ਵਿਸ਼ਵਾਸ) ਹੋਣਾ ਚਾਹੀਦਾ ਹੈ ਕਿ ਡਾਟਾ ਸੰਚਾਰ ਵਿੱਚ ਬਦਲਿਆ ਨਹੀਂ ਜਾ ਸਕਦਾ ਚਾਹੇ ਸੋਚ ਸਮਝਕੇ ਜਾਂ ਅਚਾਨਕ। ਡਾਟੇ ਦੀ ਅਖੰਡਤਾ ਦੀ ਮਦਦ ਵਿਚ ਫਾਇਰਵਾਲਜ਼ ਸਟੋਰ ਹੋਏ ਡਾਟੇ ਨੂੰ ਅਣਧਿਕਾਰਤ ਪਹੁੰਚ ਤੋਂ ਸੁਰੱਖਿਅਤ ਕਰ ਸਕਦੀਆਂ ਹਨ। ਜਦੋਂ ਕਿ ਸਧਾਰਣ ਤੌਰ ਤੇ ਸੁਰੱਖਿਅਤ ਡਾਟਾ ਨੂੰ ਬਚਾਉਣ ਲਈ ਡਾਟੇ ਦੇ ਵਪਾਰੀ ਨੂੰ ਇਜ਼ਾਜਤ ਦਿੰਦਾ ਹੈ ਜਾਂ ਡਾਟਾ ਉਪਕਰਨ ਖਤਮ (ਨਸ਼ਟ) ਹੋ ਜਾਂਦਾ ਹੈ।
- ਸਵੀਕਾਰ ਕਰਨਾ (**Non-Repudiation**) **:-** ਇਸ ਦਾ ਸਬੰਧ ਅਦਾਨ ਪ੍ਰਦਾਨ ਕਰਨ ਵਿੱਚ ਸਬੂਤ ਦੇ ਮੌਜੂਦ ਹੋਣ ਨਾਲ ਹੈ। ਇਕ ਵਪਾਰ ਬਿਜਨਸ ਨੂੰ ਵਿਸ਼ਵਾਸ ਹੋਣਾ ਚਾਹੀਦਾ ਹੈ ਕਿ ਮਿਲਣ ਵਾਲੀ ਪਾਰਟੀ ਜਾਂ ਖ਼ੀਦਦਾਰ ਇਸ ਗੱਲ ਤੋਂ ਨਾ ਮੁਕਰੇ ਕਿ ਅਦਾਨ ਪ੍ਰਦਾਨ ਹੋਇਆ ਹੈ। ਇਸ ਦਾ ਭਾਵ ਇਹ ਹੈ ਕਿ ਅਦਾਨ ਪ੍ਰਦਾਨ ਹੋਣ ਦਾ ਉਚਿਤ ਸਬੂਤ ਹੋਣਾ ਜ਼ਰੂਰੀ ਹੈ। ਸਵੀਕਰਨ ਕਮਾਉਣ ਦਾ ਇਕ ਹੋਰ ਤਰੀਕਾ ਡਿਜ਼ੀਟਲ ਹਸਤਾਖਰ ਹੈ। ਡਿਜ਼ੀਟਲ ਹਸਤਾਖਰ ਕੇਵਲ ਇਸ ਗੱਲ ਦਾ ਯਕੀਨ ਹੀ ਨਹੀਂ ਦਿਵਾਉਂਦੇ ਕਿ ਸੰਦੇਸ਼ ਜਾਂ ਦਸਤਾਵੇਜ਼ ਤੇ ਇਲੈਕਟ੍ਰੋਨਿਕ ਢੰਗ ਨਾਲ ਵਿਅਕਤੀ ਦੇ ਹਸਤਾਖਰ ਹੋਏ ਹਨ ਪਰ ਕਿਉਂਕਿ ਡਿਜ਼ੀਟਲ ਹਸਤਾਖਰ ਕੇਵਲ ਇਕ ਵਿਅਕਤੀ ਦੁਆਰਾ ਹੀ ਕੀਤੇ ਜਾ ਸਕਦੇ ਹਨ ਅਤੇ ਉਹ ਬਾਦ ਵਿੱਚ ਮਨਾ ਨਹੀਂ ਕਰ ਸਕਦਾ ਕਿ ਉਸ ਨੇ ਹਸਤਾਖਰ ਕੀਤੇ ਹਨ।
- ਪਹੁੰਚ ਤੇ ਕੰਟਰੋਲ (**Access Control**) **:-** ਜਦੋਂ ਕੁਝ ਇਲੈਕਟ੍ਰੋਨਿਕ ਸਰੋਤਾਂ ਅਤੇ ਸੂਚਨਾ ਨੂੰ ਕੁਝ ਅਧਿਕਾਰਤ ਵਿਅਕਤੀਆਂ ਤੱਕ ਸੀਮਤ ਕੀਤਾ ਜਾਂਦਾ ਹੈ, ਇਕ ਵਪਾਰ ਜਾਂ ਇਸਦੇ ਗਾਹਕ ਨੂੰ ਇਹ ਯਕੀਨ ਹੁੰਦਾ ਹੈ ਕਿ ਕੋਈ ਹੋਰ ਵਿਅਕਤੀ ਸਿਸਟਮ ਜਾਂ ਸੂਚਨਾ ਤਕ ਪਹੁੰਚ ਨਹੀਂ ਕਰ ਸਕਦਾ ਹੈ। ਕਿਸਮਤ ਨਾਲ ਬਹੁਤ ਸਾਰੀਆਂ ਤਕਨੀਕਾਂ ਹਨ ਜੋ ਇਸ ਨਾਲ ਸਬੰਧਤ ਹਨ। ਜਿਸ ਵਿੱਚ ਫਾਇਰਵਾਲਜ਼, ਵਿਸ਼ੇਸ਼ ਅਧਿਕਾਰ ਵਾਲਿਆਂ ਦੀ ਪਹੁੰਚ, ਵਰਤੋਂ ਕਰਨ ਵਾਲੇ ਦੀ ਪਹਿਚਾਣ ਅਤੇ ਪ੍ਰਮਾਣਿਕਤਾ ਦੀ ਤਕਨੀਕ ਜਿਵੇਂ ਕਿ ਪਾਸਵਰਡ, ਡਿਜੀਟਲ ਸਰਟੀਫਿਕੇਟ ਆਦਿ।
- ਉਪਲੱਬਧਤਾ (**Availability**) **:-** ਇਹ ਵਪਾਰਕ ਸੰਸਥਾ ਖਾਸਕੇ ਵਪਾਰ ਗਾਹਕਾ ਨਾਲ ਸਬੰਧਤ ਹੈ ਕਿਉਂਕਿ ਜਦੋਂ ਗਾਹਕਾਂ ਨੂੰ ਲੋੜ ਹੋਵੇ ਤਾਂ ਲੋੜੀਂਦੀ ਸੂਚਨਾ ਉਪਲੱਬਧ ਹੋਣੀ ਚਾਹੀਦੀ ਹੈ। ਸੰਦੇਸ਼ ਜ਼ਰੂਰ ਹੀ ਵਿਸ਼ਵਾਸ਼ਯੋਗ ਢੰਗ ਅਤੇ ਸਮੇਂ ਦੇ ਅਨੁਸਾਰ ਭੇਜਣੇ ਚਾਹੀਦੇ ਹਨ ਅਤੇ ਸੂਚਨਾ ਨੂੰ ਸਟੋਰ ਕਰਨਾ ਚਾਹੀਦਾ ਹੈ ਤਾਂ ਜੋ ਲੋੜ ਪੈਣ ਤੇ ਸੂਚਨਾ ਨੂੰ ਦੁਬਾਰਾ ਕੱਢਿਆ ਜਾ ਸਕੇ। ਕਿਉਂਕਿ ਸੇਵਾਵਾਂ ਦੀ ਉਪਲੱਬਤਾ ਈ ਬਿਜਨਸ ਵੈਬਸਾਈਟ ਲਈ ਮਹੱਤਵਪੂਰਨ ਹੈ। ਸੇਵਾ ਵਿੱਚ ਵਿਘਨ ਪਾਉਣ ਵਾਲੇ ਤੱਤ ਜਿਵੇਂ ਬਿਜਲੀ ਦੇ ਕੱਟ ਅਤੇ ਭੌਤਿਕ ਢਾਂਚੇ ਦਾ ਨੁਕਸਾਨ ਆਦਿ ਤੋਂ ਬਚਾਉਣ ਲਈ ਠੋਸ ਕਦਮ ਉਠਾਉਣੇ ਚਾਹੀਦੇ ਹਨ।

ਸਧਾਰਣ ਸੁਰੱਖਿਆ ਵਿਧੀਆਂ (**Common Security Measures**) **:-**

ਈ ਬਿਜਨਸ ਲਈ ਸੁਰੱਖਿਆ ਦੀਆਂ ਬਹੁਤ ਸਾਰੀਆਂ ਕਿਸਮਾਂ ਮੌਜੂਦ ਹਨ। ਕੁਝ ਸਧਾਰਣ ਸੁਰੱਖਿਆ ਦਿਸ਼ਾ ਨਿਰਦੇਸ਼ ਜਿਨ੍ਹਾਂ ਵਿੱਚ ਭੌਤਿਕ ਸੁਰੱਖਿਆ ਡਾਟਾ ਦੀ ਸੰਭਾਲ, ਡਾਟਾ ਸੰਚਾਰ, ਐਪਲੀਕੇਸ਼ਨ ਉੱਨਤੀ, ਸਿਸਟਮ ਦਾ ਪ੍ਰਬੰਧਨ ਆਦਿ ਸ਼ਾਮਿਲ ਹਨ।

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

ਭੌਤਿਕ ਸੁਰੱਖਿਆ (**Physical Security**) **:-** ਈ ਬਿਜਨਸ ਵਿੱਚ ਬਿਜਨਸ ਆਨ ਲਾਈਨ ਕੀਤੇ ਜਾਣ ਦੇ ਬਾਵਜੂਦ ਵੀ ਕੁਝ ਭੌਤਿਕ ਸੁਰੱਖਿਆ ਵਿਧੀਆਂ ਹਨ ਜਿਹੜੀਆਂ ਸਾਰੇ ਬਿਜਨਸ ਨੂੰ ਸੁਰੱਖਿਅਤ ਰੱਖਣ ਲਈ ਅਪਣਾਈਆਂ ਜਾ ਸਕਦੀਆਂ ਹਨ। ਭਾਵੇਂ ਬਿਜਨਸ ਆਨ ਲਾਈਨ ਕੀਤਾ ਜਾਂਦਾ ਹੈ ਪਰ ਜਿਸ ਬਿਲਡਿੰਗ ਵਿੱਚ ਸਰਵਰ ਅਤੇ ਕੰਪਿਊਟਰ ਰੱਖੇ ਜਾਂਦੇ ਹਨ ਉਹ ਜਰੂਰ ਸੁਰੱਖਿਅਤ ਹੋਣੀ ਚਾਹੀਦੀ ਹੈ ਅਤੇ ਕਰਮਚਾਰੀਆਂ ਅਤੇ ਦੂਜੇ ਵਿਅਕਤੀਆਂ ਦੀ ਪਹੁੰਚ ਵੀ ਸੀਮਿਤ ਹੋਣੀ ਚਾਹੀਦੀ ਹੈ। ਉਦਾਹਰਣ ਦੇ ਤੌਰ ਤੇ ਇਸ ਕਮਰੇ ਵਿੱਚ ਕੇਵਲ ਅਧਿਕਾਰਤ ਵਿਅਕਤੀਆਂ ਨੂੰ ਪ੍ਰਵੇਸ਼ ਕਰਨ ਦੀ ਇਜ਼ਾਜਤ ਹੋਣੀ ਚਾਹੀਦੀ ਹੈ ਅਤੇ ਇਹ ਯਕੀਨੀ ਬਣਾਉਣਾ ਚਾਹੀਦਾ ਹੈ ਖਿੜਕੀਆਂ ਘਟੀਆਂ ਛੱਤਾਂ (dropped ceiling) ਹਵਾਦਾਰ ਅਤੇ ਉੱਚੇ ਚੁੱਕੇ ਫਰਸ਼ ਆਸਾਨੀ ਨਾਲ ਅਧਿਕਾਰਤ ਵਿਅਕਤੀਆਂ ਦੀ ਪਹੁੰਚ ਦੀ ਇਜ਼ਾਜਤ ਨਹੀਂ ਦਿੰਦੇ। ਇਨ੍ਹਾਂ ਮਹੱਤਵਪੂਰਨ ਚੀਜ਼ਾਂ ਨੂੰ ਪਹਿਲ ਦੇ ਅਧਾਰ ਤੇ ਬਿਨਾਂ ਖਿੜਕੀਆਂ ਤੋਂ ਏਅਰ ਕਨਡੀਸ਼ਨਡ ਕਮਰੇ ਵਿੱਚ ਰੱਖਣਾ ਚਾਹੀਦਾ ਹੈ।

ਡਾਟਾ ਸਟੋਰ ਕਰਨਾ (ਸੰਭਾਲਣਾ) (**Data Storage**) **:-** ਡਾਟੇ ਨੂੰ ਸੁਰੱਖਿਅਤ ਢੰਗ ਨਾਲ ਸਟੋਰ ਕਰਨਾ ਸਾਰੇ ਵਪਾਰਾਂ ਲਈ ਬਹੁਤ ਜ਼ਰੂਰੀ ਹੈ। ਪਰ ਖਾਸ ਕਰਕੇ ਈ ਬਿਜਨਸ ਜਿਥੇ ਬਹੁਤ ਸਾਰਾ ਡਾਟਾ ਇਲੈਕਟ੍ਰੋਨਿਕ ਢੰਗ ਨਾਲ ਸਟੋਰ ਕੀਤਾ ਜਾਂਦਾ ਹੈ। ਜਿਹੜਾ ਡਾਟਾ ਬਹੁਤ ਗੁਪਤ ਹੁੰਦਾ ਹੈ। ਉਨ੍ਹਾਂ ਨੂੰ ਈ ਬਿਜਨਸ ਸਰਵਰ ਵਿੱਚ ਸਟੋਰ ਨਹੀਂ ਕਰਨਾ ਚਾਹੀਦਾ। ਪ੍ਰੰਤੂ ਇਸ ਦੀ ਬਜਾਇ ਕਿਸੇ ਹੋਰ ਭੌਤਿਕ ਮਸ਼ੀਨ ਵਿੱਚ ਸਟੋਰ ਕਰਨ ਲਈ ਭੇਜਣਾ ਚਾਹੀਦਾ ਹੈ। ਜੇ ਸੰਭਵ ਹੋਵੇ ਤਾਂ ਇਹ ਮਸ਼ੀਨ ਸਿੱਧੀ ਇੰਟਰਨੈਟ ਦੇ ਨਾਲ ਜੁੜੀ ਨਹੀਂ ਹੋਣੀ ਚਾਹੀਦੀ ਅਤੇ

ਇਸ ਨੂੰ ਕਿਸੇ ਸੁਰੱਖਿਅਤ ਜਗ੍ਹਾਂ ਤੇ ਸੰਭਾਲਣਾ ਚਾਹੀਦਾ ਹੈ। ਇਸ ਸੂਚਨਾ ਨੂੰ ਗੁਪਤ ਫਾਰਮੇਟ ਵਿੱਚ ਸਟੋਰ ਕਰਨਾ ਚਾਹੀਦਾ ਹੈ।

ਡਾਟਾ ਸੰਚਾਰ ਅਤੇ ਐਪਲੀਕੇਸ਼ਨ ਪਸਾਰ **:-** ਸਾਰੀ ਸੰਵੇਦਨਸ਼ੀਲ ਸੂਚਨਾ ਜਿਸ ਦਾ ਸੰਚਾਰ ਕੀਤਾ ਜਾਣਾ ਹੈ ਉਸ ਨੂੰ ਗੁਪਤ ਕੋਡ ਵਿੱਚ ਰੱਖਣਾ ਚਾਹੀਦਾ ਹੈ। ਵਪਾਰ ਉਨ੍ਹਾਂ ਗਾਹਕਾਂ ਨੂੰ ਮਨਾ ਕਰਨ ਨੂੰ ਤਰਜੀਹ ਦੇ ਸਕਦੇ ਹਨ ਜੋ ਇਸ ਗੁਪਤ ਕੋਡ ਦੇ ਪੱਧਰ ਨੂੰ ਸਵੀਕਾਰ ਨਹੀਂ ਕਰਦੇ ਗੁਪਤ ਅਤੇ ਸੰਵੇਦਨਸ਼ੀਲ ਸੂਚਨਾ ਨੂੰ ਈ ਮੇਲ ਰਾਹੀਂ ਨਹੀਂ ਭੇਜਿਆ ਜਾਣਾ ਚਾਹੀਦਾ ਹੈ। ਜੇਕਰ ਜ਼ਰੂਰੀ ਹੋਵੇ ਇਸ ਨੂੰ ਗੁਪਤ ਕੋਡ ਰਾਹੀਂ ਭੇਜਣਾ ਚਾਹੀਦਾ ਹੈ।

ਸੁਰੱਖਿਅਤ ਸੂਚਨਾ ਦੀ ਤਬਦੀਲੀ ਅਤੇ ਪੇਸ਼ਕਸ਼ ਘੱਟ ਤੋਂ ਘੱਟ ਹੋਣੀ ਚਾਹੀਦੀ ਹੈ। ਇਸ ਨੂੰ ਕਰੈਡਿਟ ਕਾਰਡ ਦਾ ਨੰਬਰ ਕਦੇ ਵੀ ਨਾ ਦਿਖਾ ਕੇ ਕੀਤਾ ਜਾ ਸਕਦਾ ਹੈ। ਇਨ੍ਹਾਂ ਵਿਚੋਂ ਕੁਝ ਹੀ ਨੰਬਰਾਂ ਨੂੰ ਦਿਖਾਇਆ ਜਾ ਸਕਦਾ ਹੈ। ਇਸ ਸੂਚਨਾ ਵਿੱਚ ਤਬਦੀਲੀ ਬਿਨ੍ਹਾਂ ਨੰਬਰ ਦਿਖਾਏ ਕੀਤੀ ਜਾ ਸਕਦੀ ਹੈ। ਇਸ ਸੂਚਨਾ ਨੂੰ ਆਨ ਲਾਈਨ ਦੁਬਾਰਾ ਦਿਖਾਉਣਾ ਵੀ ਅਸੰਭਵ ਹੋਣਾ ਚਾਹੀਦਾ ਹੈ।

ਸਰੋਤ ਕੋਡ ਨੂੰ ਵੀ ਕਿਸੇ ਵੀ ਸੁਰੱਖਿਅਤ ਜਗ੍ਹਾਂ ਤੇ ਰੱਖਣਾ ਚਾਹੀਦਾ ਹੈ। ਇਹ ਆਮ ਲੋਕਾਂ ਨੂੰ ਨਹੀਂ ਦਿਸਣਾ

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

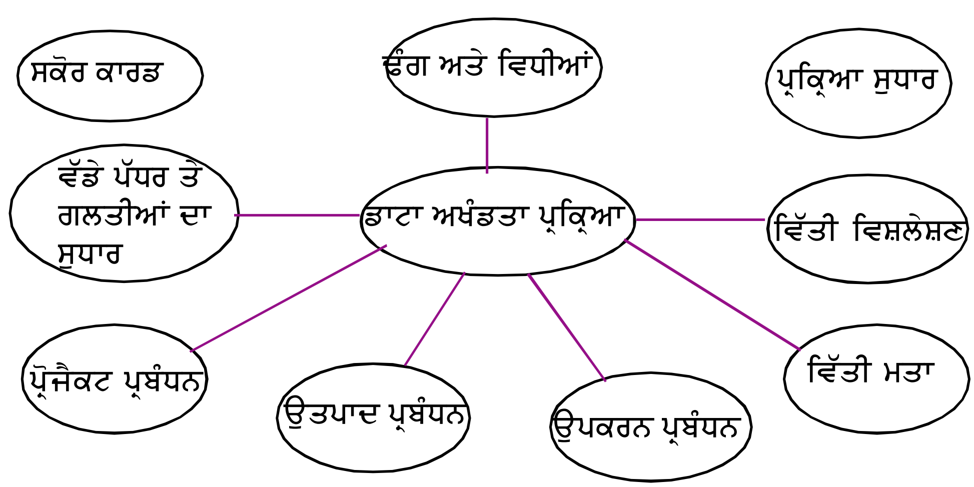
Downloaded from https:// www.studiestoday.com

ਚਾਹੀਦਾ।ਐਪਲੀਕੇਸ਼ਨ ਅਤੇ ਤਬਦੀਲੀਆਂ ਨੂੰ ਆਨ ਲਾਈਨ ਕਰਨ ਤੋਂ ਪਹਿਲਾ ਵਿਸ਼ਵਾਸ਼ਯੋਗਤਾ ਅਤੇ ਅਨੁਕੂਲਤਾ ਟੈਸਟ ਕਰ ਲੈਣੀ ਚਾਹੀਦੀ ਹੈ।

ਸਿਸਟਮ ਪ੍ਰਬੰਧਨ (**System Administration**) **:-** ਮੂਲ ਰੂਪ ਵਿੱਚ ਚਲਾਏ ਜਾ ਰਹੇ ਸਿਸਟਮ (default operating system) ਦੀ ਸੁਰੱਖਿਆ ਛੇਤੀ ਨਾਲ ਵਧਾ ਦੇਣੀ ਚਾਹੀਦੀ ਹੈ।ਸਾਰੇ ਸਿਸਟਮ ਦੀ ਰੂਪ ਰੇਖਾ ਵਿਚਲੀਆਂ ਤਬਦੀਲੀਆਂ ਨੂੰ ਲੌਗ (log) ਵਿੱਚ ਰੱਖਣਾ ਚਾਹੀਦਾ ਹੈ ਅਤੇ ਜਲਦੀ ਅਪਡੇਟ ਕਰਨਾ ਚਾਹੀਦਾ ਹੈ।

ਸਿਸਟਮ ਪ੍ਰਬੰਧਕਾਂ ਨੂੰ ਵਿਚਲੀਆਂ ਸ਼ੱਕੀ ਕਿਰਿਆਵਾਂ ਤੇ ਨਜਰ ਲੌਗ ਫਾਈਲਾਂ ਦਾ ਨਿਰੀਖਣ ਕਰਕੇ ਅਤੇ ਬਾਰ-ਬਾਰ ਲਾਗ ਆਨ ਅਸਫਲਤਾ ਦੀ ਖੋਜ ਕਰਕੇ ਰੱਖਣੀ ਚਾਹੀਦੀ ਹੈ।ਉਹ ਈ ਬਿਜਨਸ ਸਿਸਟਮ ਦਾ ਨਿਰੀਖਣ ਕਰ ਸਕਦੇ ਹਨ ਅਤੇ ਸੁਰੱਖਿਆ ਮਾਪ ਦੰਡ ਵਿੱਚ ਚੋਰ ਮੋਰੀਆਂ ਨੂੰ ਦੇਖ ਸਕਦੇ ਹਨ।ਸੁਰੱਖਿਆ ਲਈ ਯੋਜਨਾ ਦਾ ਬਣਾਉਣਾ ਬਹੁਤ ਜ਼ਰੂਰੀ ਹੈ। ਪ੍ਰੰਤੂ ਉਨ੍ਹਾਂ ਸੁਰੱਖਿਆ ਮਾਪ ਦੰਡਾਂ ਨੂੰ ਟੈਸਟ ਕਰਨਾ ਯਕੀਨੀ ਬਣਾਉਣਾ ਵੀ ਜਰੂਰੀ ਹੈ। ਸਾਫਟਵੇਅਰ ਨੂੰ ਸਮੇਂ ਸਿਰ ਅਪਡੇਟ ਕਰਨਾ ਚਾਹੀਦਾ ਹੈ ਅਤੇ ਸਮੇਂ ਸਮੇਂ ਤੇ ਬਗ ਫਿਕਸਿਜ਼ ਲਗਾਉਣੇ ਚਾਹੀਦੇ ਹਨ। ਹੈ।ਸਮਾਜਿਕ ਇੰਜਨੀਅਰਿੰਗ ਦੀ ਵਰਤੋਂ ਕਰਕੇ ਗਲਤ ਲੋਕ ਗੁਪਤ ਸੂਚਨਾ ਨੂੰ ਪ੍ਰਾਪਤ ਕਰ ਸਕਦੇ ਹਨ।ਇਸ ਦੀ ਸੁਰੱਖਿਆ ਲਈ ਸਟਾਫ ਨੂੰ ਸਮਾਜਿਕ ਇੰਜੀਨੀਰਿੰਗ ਸਬੰਧੀ ਚੋਕਸ ਕੀਤਾ ਜਾ ਸਕਦਾ ਹੈ ਅਤੇ ਸੰਵੇਦਨਸ਼ੀਲ ਸੂਚਨਾ ਨੂੰ ਠੀਕ ਢੰਗ ਨਾਲ ਸੰਭਾਲਣ ਲਈ ਸਿਖਿਅਤ ਕਰਨਾ ਚਾਹੀਦਾ ਹੈ।

ਈ ਬਿਜਨਸ ਕਰਮਚਾਰੀ ਲਾਗ-ਆਨ ਲਈ ਸੁਰੱਖਿਅਤ ਸੂਚਨਾ ਤੱਕ ਪਹੁੰਚ ਲਈ ਜਾਂ ਗ੍ਰਾਹਕਾਂ ਰਾਹੀਂ ਲਾਗ-ਆਨ ਲਈ ਪਾਸਵਰਡ ਦੀ ਵਰਤੋਂ ਕਰ ਸਕਦੇ ਹਨ।ਪਾਸਵਰਡ ਅਜਿਹੇ ਹੋਣੇ ਚਾਹੀਦੇ ਹਨ ਜਿਨ੍ਹਾਂ ਦਾ ਅੰਦਾਜਾ ਲਾਉਣਾ ਅਸੰਭਵ ਹੋਵੇ।ਇਹ ਅੰਕਾਂ ਅਤੇ ਸ਼ਬਦਾਂ ਵਿੱਚ ਹੋਣਾ ਚਾਹੀਦਾ ਹੈ ਅਤੇ ਘੱਟ ਤੋਂ ਘੱਟ ਸੱਤ ਜਾਂ ਅੱਠ ਅੰਕਾਂ (digit) ਦਾ ਲੰਮਾ ਹੋਣਾ ਚਾਹੀਦਾ ਹੈ। ਪਾਸਵਰਡ ਵਿੱਚ ਕੋਈ ਨਾਮ, ਜਨਮ ਤਰੀਕ ਆਦਿ ਸ਼ਾਮਿਲ ਨਹੀਂ ਹੋਣੇ ਚਾਹੀਦੇ। ਪਾਸਵਰਡ ਛੇਤੀ ਛੇਤੀ ਬਦਲੇ ਜਾਣੇ ਚਾਹੀਦੇ ਹਨ ਅਤੇ ਹਰ ਵਾਰ ਅਨੋਖੇ ਹੋਣੇ ਚਾਹੀਦੇ ਹਨ। ਕੇਵਲ ਪਾਸਵਰਡ ਦੀ ਵਰਤੋਂ ਕਰਨ ਵਾਲੇ ਨੂੰ ਹੀ ਪਾਸਵਰਡ ਦਾ ਪਤਾ ਹੋਣਾ ਚਾਹੀਦਾ ਹੈ।ਇਸ ਨੂੰ ਕਿਤੇ ਵੀ ਲਿਖਿਆ ਜਾਂ ਸਟੋਰ ਨਹੀਂ ਕੀਤਾ ਜਾਣਾ ਚਾਹੀਦਾ। ਪਾਸਵਰਡ ਦਾ ਅੰਦਾਜਾ ਲਗਾਉਣ ਤੋਂ ਰੋਕਣ ਲਈ ਨਿਸ਼ਚਿਤ ਵਾਰੀ ਅਸਫਲ ਲਾਗ-ਆਨ ਹੋਣ ਤੇ ਵਰਤੋਂ ਕਰਤਾ ਨੂੰ ਲਾਗ-ਆਨ ਕਰਨ ਦੀ ਇਜਾਜਤ ਨਹੀਂ ਹੋਣੀ ਚਾਹੀਦੀ ਭਾਵ ਉਸ ਤੇ ਰੋਕ ਲੱਗਣੀ ਚਾਹੀਦੀ ਹੈ।ਇੰਟਰਨੈਟ ਬਿਜਨਸ ਵਿੱਚ ਡਾਟਾ ਅਖੰਡਤਾ ਪ੍ਰਕ੍ਰਿਆ ਦੇ ਖੇਤਰ ਹੇਠ ਲਿਖੇ ਅਨੁਸਾਰ ਹਨ



Downloaded from https:// www.studiestoday.com

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

ਅਭਿਆਸ : ਮੁਲਾਂਕਣ

1. ਵੈਬਸਾਈਟ ਦੁਆਰਾ ਇਕ ਉਤਪਾਦ ਖਰੀਦੋ ਅਤੇ ਦੇਖੋ ਕੰਪਨੀਆਂ ਇੰਟਰਨੈਟ ਦੁਆਰਾ ਆਪਣੇ ਉਤਪਾਦ ਕਿਵੇਂ ਵੇਚਦੀਆਂ ਹਨ।
2. ਇੰਟਰਨੈਟ ਬਿਜਨਸ ਸੈਂਟਰ ਵਿੱਚ ਕੰਮ ਕਰਕੇ ਇੰਟਰਨੈਟ ਬਿਜਨਸ ਦੇ ਵੱਖ ਵੱਖ ਉਪਹਿਸਿਆਂ ਦਾ ਅਭਿਆਸ ਕਰੋ।
3. ਇੰਟਰਨੈਟ ਬਿਜਨਸ ਸੈਂਟਰ ਵਿੱਚ ਕੰਮ ਕਰਕੇ ਇੰਟਰਨੈਟ ਬਿਜਨਸ ਦੁਆਰਾ ਈ ਪ੍ਰਚੂਨ ਵਪਾਰ ਦੀਆਂ ਸਮੱਸਿਆਵਾਂ ਨੂੰ ਹੱਲ ਕਰੋ।

ਮੁਲਾਂਕਣ

(ੳ) ਖਾਲੀ ਥਾਵਾਂ ਭਰੋ

1. ____________ ਦਾ ਸਬੰਧ ਆਦਾਨ ਪ੍ਰਦਾਨ ਵਿੱਚ ਸਬੂਤ ਦੇ ਮੌਜੂਦ ਹੋਣ ਨਾਲ ਹੈ।
2. ਜਿਹੜਾ ਡਾਟਾ ____________ ਹੁੰਦਾ ਹੈ ਉਸ ਨੂੰ ਈ ਬਿਜਨਸ ਸਰਵਰ ਤੇ ਸਟੋਰ ਨਹੀਂ ਕਰਨਾ ਚਾਹੀਦਾ ਸਗੋਂ ਇਸ ਦੀ ਬਜਾਏ ਕਿਸੇ ਹੋਰ ____________ ਵਿੱਚ ਸਟੋਰ ਕਰਨ ਲਈ ਭੇਜਣਾ ਚਾਹੀਦਾ ਹੈ।
3. ਈ ਬਿਜਨਸ ਵਿੱਚ ਬਿਜਨਸ ____________ ਕੀਤੇ ਜਾਣ ਦੇ ਬਾਵਜੂਦ ਵੀ ਕੁਝ ਭੌਤਿਕ ਸੁਰੱਖਿਆ ਮਾਪਦੰਡ ਹਨ ਜਿਹਨਾਂ ਦੀ ਵਰਤੋਂ ਸਾਰੇ ਬਿਜਨਸ ਨੂੰ ____________ ਲਈ ਕੀਤੀ ਜਾ ਸਕਦੀ ਹੈ।
4. ____________ ਉਹ ਹੱਦ ਹੈ ਜਿਸ ਤੱਕ ਬਿਜਨਸ ਵਿਅਕਤੀਗਤ ਸੂਚਨਾ ਹੋਰ ____________ ਅਤੇ ਵਿਅਕਤੀਆਂ ਨੂੰ ਉਪਲੱਬਧ ਕਰਵਾਈ ਜਾਂਦੀ ਹੈ।
5. ____________ ਜਿਆਦਾ ਰਣਨੀਤੀ ਕੇਂਦਰਿਤ ਹੈ ਅਤੇ ਇਲੈਕਟ੍ਰਾਨਿਕ ਸਾਧਨਾਂ ਦੀ ਵਰਤੋਂ ਨਾਲ ਕੀਤੀਆਂ ਜਾਣ ਵਾਲੀਆਂ ਕ੍ਰਿਆਵਾਂ ਤੇ ਜੋਰ ਦਿੰਦਾ ਹੈ ਜਦੋਂ ਕਿ ____________ ਪੂਰੀ ਈ ਬਿਜਨਸ ਰਣਨੀਤੀ ਦਾ ਕੇਵਲ ਇਕ ਉਪਭਾਗ ਹੈ।

(ਅ) ਸਹੀ ਜਾਂ ਗਲਤ ਦੱਸੋ

1. ਡਾਟਾ ਦੀ ਕੋਡਿੰਗ, ਜੋ ਅਸਲ ਵਿੱਚ ਕੋਡਿੰਗ ਡੀ ਕੋਡਿੰਗ ਦਾ ਇਕ ਹਿੱਸਾ ਹੈ, ਵਿੱਚ ਲਿਖਤਾਂ ਜਾਂ ਸੰਦੇਸ਼ਾਂ ਨੂੰ ਨਾ ਪੜ੍ਹ ਸਕਣ ਯੋਗ ਕੋਡਾਂ ਵਿੱਚ ਬਦਲਣਾ ਸ਼ਾਮਿਲ ਨਹੀਂ ਹੈ।
2. ਈ ਬਿਜਨਸ ਕਰਮਚਾਰੀ ਲਾਗ-ਆਨ ਲਈ ਸੁਰੱਖਿਅਤ ਸੂਚਨਾ ਤੱਕ ਪਹੁੰਚ ਲਈ ਜਾਂ ਗਾਹਕਾਂ ਦੁਆਰਾ ਲਾਗ-ਆਨ ਲਈ ਪਾਸਵਰਡ ਦੀ ਵਰਤੋਂ ਕਰ ਸਕਦੇ ਹਨ।
3. ਈ ਬਿਜਨਸ ਆਦਾਨ ਪ੍ਰਦਾਨ ਅਸਾਨੀ ਨਾਲ ਇਲੈਕਟ੍ਰੋਨਿਕ ਸੂਚਨਾ ਬਦਲ ਸਕਣ ਨਾ ਨਕਲ ਕਰਨ ਕਰਕੇ ਪ੍ਰਮਾਣਿਕਤਾ ਸਥਾਪਿਤ ਕਰਨ ਲਈ ਕੋਈ ਚੁਣੌਤੀ ਖੜੀ ਨਹੀਂ ਕਰਦਾ।
4. ਕੁਝ ਕੁ ਈ ਬਿਜਨਸਾਂ ਵਿੱਚ ਡਾਟਾ ਨੂੰ ਸੁਰੱਖਿਅਤ ਢੰਗ ਨਾਲ ਸਟੋਰ ਕਰਨਾ ਬਹੁਤ ਜਰੂਰੀ ਹੈ ਜਿਥੇ ਜਿਆਦਾ ਡਾਟਾ ਇਲੈਕਟ੍ਰੋਨਿਕ ਤਰੀਕੇ ਨਾਲ ਸਟੋਰ ਕੀਤਾ ਜਾਂਦਾ ਹੈ।
5. ਇਨ੍ਹਾਂ ਬੈਕਅਪ ਨੂੰ ਅਲੱਗ ਸੁਰੱਖਿਅਤ ਥਾਂ ਤੇ ਰੱਖਿਆ ਜਾਣਾ ਚਾਹੀਦਾ ਹੈ ਤਾਂ ਜੋ ਮੁੱਖ ਸਥਾਨ ਤੇ ਕੁਦਰਤੀ ਆਫਤ ਜਾਂ ਸੁਰੱਖਿਆ ਭੇਦਨ ਤੋਂ ਬਾਅਦ ਵੀ ਡਾਟਾ ਸੁਰੱਖਿਅਤ ਰਹੇ।

(ੲ) ਛੋਟੇ ਉੱਤਰਾਂ ਵਾਲੇ ਪ੍ਰਸ਼ਨ

1. ਸੰਗਠਨਾਂ ਦੁਆਰਾ ਲੋੜੀਂਦੀਆਂ ਟੈਲੀਮਾਰਕੀਟਿੰਗ ਤਕਨੀਕਾਂ ਦਾ ਵਿਸਥਾਰ ਪੂਰਵਕ ਵਰਣਨ ਕਰੋ।
2. ਅੱਜ ਦੇ ਦੌਰ ਵਿੱਚ ਇੰਟਰਨੈਟ ਮਾਰਕੀਟਿੰਗ ਸੰਬੰਧਿਤ ਮੁੱਦਿਆਂ ਤੇ ਇਕ ਨੋਟ ਲਿਖੋ।
3. ਢੁੱਕਵੀਆਂ ਉਦਾਹਰਣਾਂ ਦੀ ਸਹਾਇਤਾ ਨਾਲ ਇੰਟਰਨੈਟ ਬਿਜਨਸ ਮਾਡਲਾਂ ਦੀ ਵਿਆਖਿਆ ਕਰੋ।

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

4. ਇੰਟਰਨੈਟ ਬਿਜਨਸ ਮੁੱਦੇ ਲੱਭੋ।
5. ਇੰਟਰਨੈਟ ਬਿਜਨਸ ਵਿੱਚ ਆਮ ਸੁਰੱਖਿਆ ਵਿਧੀਆਂ ਦੀ ਉਪਯੋਗਤਾ ਬਾਰੇ ਦੱਸੋ।

ਮੁਲਾਂਕਣ ਕਿਰਿਆ ਲਈ ਚੈਕਲਿਸਟ

ਹੇਠਾਂ ਦਿੱਤੀ ਚੈਕਲਿਸਟ ਨੂੰ ਦੇਖੋ ਕਿ ਕੀ ਤੁਸੀਂ ਮੁਲਾਂਕਣ ਕਿਰਿਆ ਦੀਆਂ ਸਾਰੀਆਂ ਜਰੂਰਤਾਂ ਨੂੰ ਪੂਰਾ ਕਰ ਲਿਆ ਹੈ।

ਭਾਗ (ੳ)

- ਈ ਬਿਜਨਸ ਦਾ ਅਰਥ ਸਮਝਣਾ।
- ਈ ਬਿਜਨਸ ਦੇ ਸਬ ਸੈਟਾਂ ਨੂੰ ਜਾਣਨਾ।
- ਵੱਖ ਵੱਖ ਤਰ੍ਹਾਂ ਦੇ ਈ ਬਿਜਨਸ ਮਾਡਲਾਂ ਦੀ ਚਰਚਾ ਕਰਨਾ।
- ਇੰਟਰਨੈਟ ਬਿਜਨਸ ਨਾਲ ਸਬੰਧਿਤ ਮੁਦਿੱਆਂ ਦਾ ਵਿਸ਼ਲੇਸ਼ਣ ਕਰਨਾ।

ਭਾਗ (ਅ)

ਹੇਠਾਂ ਲਿਖਿਆਂ ਤੇ ਜਮਾਤ ਵਿੱਚ ਚਰਚਾ ਕੀਤੀ

- ਈ ਬਿਜਨਸ ਜਾਂ ਇੰਟਰਨੈਟ ਬਿਜਨਸ ਕੀ ਹੈ।
- ਇੰਟਰਨੈਟ ਬਿਜਨਸ ਦੇ ਸਬ ਸੈਟ ਕਿਹੜੇ ਕਿਹੜੇ ਹਨ।
- ਅੱਜ ਦੇ ਬਿਜਨਸ ਦੇ ਦੌਰ ਵਿੱਚ ਈ ਬਿਜਨਸ ਨਾਲ ਸਬੰਧਿਤ ਮੁਦਿੱਆਂ ਤੇ ਚਰਚਾ ਕਰੋ।

ਭਾਗ (ੲ)

ਕਾਰਗੁਜਾਰੀ ਪੱਧਰ

ਕਾਰਗੁਜਾਰੀ ਪੱਧਰ ਵਿੱਚ ਸ਼ਾਮਿਲ ਕੀਤਾ ਜਾ ਸਕਦਾ ਹੈ:

ਕਾਰਗੁਜਾਰੀ ਪੱਧਰ	ਹਾਂ	ਨਹੀਂ
ਈ ਬਿਜਨਸ ਦੇ ਅਰਥ ਸਮਝਣ ਯੋਗ ਹੈ।		
ਈ ਬਿਜਨਸ ਦੀ ਮਹੱਤਤਾ ਦੀ ਚਰਚਾ ਕਰਨ ਯੋਗ ਹੈ।		
ਈ ਬਿਜਨਸ ਨਾਲ ਸਬੰਧਿਤ ਮੁੱਦਿਆ ਦੀ ਵਿਆਖਿਆ ਕਰਨ ਦੇ ਯੋਗ ਹੋ।		

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

RS407-NQ2014

ਪ੍ਰਚੂਨ ਵਪਾਰ ਵਿੱਚ ਈਵੇਂਟ (ਗਤੀਵਿਧੀ) ਪ੍ਰਬੰਧਨ

(   )

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

ਜਾਣ-ਪਛਾਣ (Introduction)

ਅੱਜ ਦੇ ਵਪਾਰਕ ਯੁੱਗ ਵਿੱਚ ਈਵੇਂਟ ਪ੍ਰਬੰਧਨ ਨੂੰ ਗਾਹਕ ਦੇ ਨਾਲ ਸਬੰਧ ਪੈਦਾ ਕਰਨ ਵਿੱਚ ਇਕ ਔਜਾਰ ਮੰਨਿਆ ਜਾਂਦਾ ਹੈ ਅਤੇ ਇਹ ਮਾਰਕੀਟਿੰਗ ਲਈ ਇਕ ਹਥਿਆਰ ਹੈ ਅਤੇ ਸਾਰੇ ਆਕਾਰਾਂ ਦੀਆਂ ਕੰਪਨੀਆ ਲਈ ਸੰਚਾਰ ਦਾ ਸਾਧਨ ਹੈ। ਬਹੁਤ ਸਾਰੀਆਂ ਕੰਪਨੀਆ ਹਨ ਜਿਹੜੀਆਂ ਈਵੇਂਟ ਨੂੰ ਸ਼ੁਰੂ ਕਰਕੇ ਉਹਨਾਂ ਰਾਹੀ ਉਤਪਾਦ ਅਤੇ ਸੇਵਾਵਾਂ ਪ੍ਰਦਾਨ ਕਰਦੀਆਂ ਹਨ ਅਤੇ ਗਾਹਕ ਦੇ ਧਿਆਨ ਨੂੰ ਅਕਰਸ਼ਿਤ ਕਰਦੀਆਂ ਹਨ। ਇੱਥੇ ਈਵੇਂਟ ਪ੍ਰਬੰਧਨ ਰਾਹੀਂ ਕੰਪਨੀਆਂ ਪ੍ਰੋਗਰਾਮਾਂ ਦਾ ਪ੍ਰਬੰਧ ਕਰਦੀਆਂ ਹਨ ਜਿਵੇਂ ਕਿ ਫੈਸ਼ਨ ਸ਼ੋਅ, ਉਤਪਾਦ ਅਤੇ ਉਨ੍ਹਾਂ ਦੀਆਂ ਸੇਵਾਵਾਂ ਸ਼ੁਰੂ ਕਰਨਾ, ਜਨਮ ਦਿਨ ਦੀਆਂ ਪਾਰਟੀਆਂ, ਵਿਆਹ, ਰਿਸੈਪਸ਼ਨਜ਼, ਖੇਡਾਂ ਦੀਆਂ ਕਿਰਿਆਵਾਂ, ਮੀਟਿੰਗ ਦਾ ਪ੍ਰਬੰਧ ਕਰਨਾ, ਪ੍ਰੈਸ ਕਾਨਫਰੈਸਾਂ ਬਣਾਉਣਾ ਆਦਿ। ਉਹ ਨਿਊਜ਼ ਮੀਡੀਆ ਦੀ ਵਰਤੋਂ ਕਰਕੇ ਆਪਣੇ ਸਰੋਤਿਆ ਨੂੰ ਟੀਚਾ ਬਣਾਉਂਦੀਆਂ ਹਨ। ਮੀਡੀਆ ਕਵਰੇਜ਼ ਨੂੰ ਪੈਦਾ ਕਰਨ ਦੀ ਆਸ ਨਾਲ ਉਹ ਹਜ਼ਾਰਾ, ਲੱਖਾ ਲੋਕਾਂ ਤੱਕ ਪਹੁੰਚੇਗਾ। ਜੇਕਰ ਉਹ ਕਿਸੇ ਠੋਸ ਈਵੇਂਟ ਤੱਕ ਪਹੁੰਚਣਾ ਚਾਹੁੰਦੇ ਹਨ ਉਹਨਾਂ ਨੂੰ ਚਾਹੀਦਾ ਹੈ ਕਿ ਉਹ ਸਰੋਤਿਆ ਨੂੰ ਈਵੇਂਟ ਤੇ ਬਲਾਉਣ।

ਈਵੇਂਟ ਪ੍ਰਬੰਧਨ ਪ੍ਰਜੈਕਟ ਪ੍ਰਬੰਧਨ ਦੀ ਰਚਨਾ ਕਰਨ ਅਤੇ ਈਵੇਂਟ ਅਤੇ ਕਾਨਫਰੰਸਾ ਦਾ ਵਿਕਾਸ ਕਰਨ ਲਈ ਵਰਤੋਂ ਹੈ। ਮੰਨਿਆ ਈਵੇਂਟ ਪ੍ਰਬੰਧਨ ਵਿੱਚ ਟੀਚਾ (ਟਾਰਗੈਟਿਗ) ਸਰੋਤਿਆ ਦੀ ਪਛਾਣ ਕਰਨਾ, ਈਵੇਂਟ ਧਾਰਨਾ ਨੂੰ ਜੁਗਤੀ ਬਣਾਉਣਾ, ਲੋਜਿਸਟਿਕ (ਯੋਜਨਾਬੰਦੀ) ਦੀ ਯੋਜਨਾ ਬਣਾਉਣਾ ਸ਼ਾਮਿਲ ਹੈ। ਸੁਝਾਅ ਦਿੱਤੇ ਗਏ ਈਵੇਂਟ ਦੀ ਕਿਰਿਆ ਭਾਵ ਸੂਚਕ ਤੋਂ ਪਹਿਲਾ ਤਕਨੀਕੀ ਪਹਿਲੂ ਨੂੰ ਸਯੁਕਤ ਕਰਨ ਵਿੱਚ ਤਾਲਮੇਲ ਪੈਦਾ ਕਰਦਾ ਹੈ।

ਈਵੇਂਟ ਪ੍ਰਬੰਧਨ ਸਗੰਠਨ ਕਰਨ, ਵਿਸ਼ਲੇਸ਼ਨ ਕਰਨ, ਯੋਜਨਾ ਨਾਲ ਸਰੋਤਾ ਨੂੰ ਜੋੜਨ, ਮਾਰਕੀਟਿੰਗ ਅਤੇ ਪਦ ਉਨੱਤੀ ਈਵੇਂਟ ਪੈਦਾ ਕਰਨ ਦੀ ਪ੍ਰੀਕ੍ਰਿਆ ਹੈ। ਇਹ ਉਤਪਾਦ ਸੇਵਾ ਜਾਂ ਵਿਚਾਰ ਕਰਨ ਦਾ ਅਲੱਗ ਤਰੀਕਾ ਹੈ। ਇਹ ਗਾਹਕ ਨੂੰ ਕੰਮ ਤੋਂ ਸਤੁੰਸ਼ਟੀ, ਖੁਸ਼ੀ ਅਤੇ ਅਰਾਮ ਪ੍ਰਦਾਨ ਕਰਦਾ ਹੈ।

ਇਸ ਯੂਨਿਟ ਵਿੱਚ ਤੁਸੀਂ ਈਵੇਂਟ ਪ੍ਰਬੰਧਨ ਦੇ ਦਸਤਾਵੇਜ਼ਾ ਨੂੰ ਸਮਝਣ ਬਾਰੇ ਪੜ੍ਹੋਗੇ ਜਿਸ ਵਿੱਚ ਈਵੇਂਟ, ਲੋਜਿਸਟਿਕ (ਯੋਜਨਾਬੰਦੀ) ਅਤੇ ਸਟੈਂਡਰਡ ਅਪਰੇਟਿੰਗ ਤਰੀਕਿਆ ਅਤੇ ਈਵੇਂਟ ਦਾ ਨਿਰੀਖਣ ਕਰਨਾ ਹੁੰਦਾ ਹੈ।

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

ਸੈਸ਼ਨ 1 ਈਵੇਂਟ (ਗਤੀਵਿਧੀ) ਪ੍ਰਬੰਧਨ ਨੂੰ ਸਮਝਣਾ

ਵਿਸ਼ੇ ਨਾਲ ਸਬੰਧਤ ਜਾਣਕਾਰੀ :-

ਪ੍ਰਚੂਨ ਵਪਾਰ ਵਿੱਚ ਈਵੇਂਟ ਪ੍ਰਬੰਧਨ ਨੂੰ ਸੰਭਾਲਣਾ ਬਹੁਤ ਔਖਾ ਕੰਮ ਹੈ। ਜੇਕਰ ਕੰਪਨੀ ਆਪਣੇ ਗਾਹਕਾਂ ਨੂੰ ਜ਼ਿਆਦਾ ਸਤੁੰਸਟੀ ਦੇਣਾ ਚਾਹੁੰਦੀ ਹੈ ਤਾਂ ਉਨ੍ਹਾਂ ਨੂੰ ਗਾਹਕ ਨਾਲ ਸਹੀ ਸੰਚਾਰ ਪੈਦਾ ਕਰਨਾ ਚਾਹੀਦਾ ਹੈ। ਪ੍ਰਚੂਨ ਵਪਾਰੀਆਂ ਲਈ ਵਪਾਰਕ ਖਰਚਾ ਇੱਕ ਸ਼ਕਤੀਸ਼ਾਲੀ ਤਰੀਕਾ ਹੈ ਪਰ ਪ੍ਰਚਾਰ ਨੂੰ ਸੁਧਾਰਨਾ ਅਤੇ ਵਿਕਰੀ ਵਧਾਉਣ ਦਾ ਈਵੇਂਟ ਨੇ ਬਰਾਂਡ ਪ੍ਰਚਾਰ ਪਦ ਉਨਤੀ ਕਿਰਿਆ ਨੂੰ ਤਰਜੀਹੀ ਸਾਧਨ ਵਜੋਂ ਲਿਆ ਹੈ। ਟੀ.ਵੀ ਚੈਨਲਾਂ ਅਤੇ ਅਖਬਾਰਾਂ ਦੀ ਉਨਤੀ ਦਾ ਅਰਥ ਹੈ ਕਿ ਵਿਗਿਆਪਨ ਨੇ ਵੱਡੇ ਪੱਧਰ ਤੇ ਮਾਰਕੀਟਿੰਗ ਕਿਰਿਆਵਾਂ ਨੂੰ ਅਪਣਾ ਲਿਆ ਹੈ। ਇਸ ਤੋਂ ਉਪਭੋਗਤਾ ਨਾਲ ਸਿਧੇ ਈਵੇਂਟ ਰਾਹੀਂ ਰਾਬਤਾ ਦਿਖਾਈ ਦਿੰਦਾ ਹੈ। ਇਹ ਪੁਰਾਣੇ (ਪਰੰਪਰਾਂਗਤ) ਵਿਗਿਆਪਨ ਦੀਆਂ ਕਿਸਮਾਂ ਨਾਲੋਂ ਵਧੀਆ ਅਤੇ ਛੇਤੀ ਨਤੀਜੇ ਦੇਣ ਦੀ ਸੰਭਾਵਨਾ ਵਾਲੇ ਹੈ।

ਈਵੇਂਟ ਪ੍ਰਬੰਧਨ ਵਿੱਚ ਬਰਾਂਡ ਦੇ ਬਾਰੇ ਵਿੱਚ ਵਿਸਥਾਰ ਨਾਲ ਅਧਿਐਨ ਕਰਨਾ, ਟਾਰਗੈਟਿੰਡ ਸਰੋਤਿਆ ਨੂੰ ਪਛਾਣਨਾ, ਈਵੇਂਟ ਦੀ ਧਾਰਨਾ ਦਾ ਸੁਝਾਅ ਦੇਣਾ, ਲੌਜਿਸਟਿਕ ਦੀ ਯੋਜਨਾ, ਅਤੇ ਅਸਲ ਵਿੱਚ ਈਵੇਂਟ ਸ਼ੁਰੂ ਕਰਨ ਤੋਂ ਪਹਿਲਾ ਤਕਨੀਕੀ ਪਹਿਆ ਨੂੰ ਸੰਯੋਜਨਾ ਕਰਨਾ ਸ਼ਾਮਿਲ ਹੈ। ਈਵੇਂਟ ਇੰਡਸਟਰੀ ਵਿੱਚ ਈਵੇਂਟ ਦਾ ਪਹਿਲਾ ਵਿਸ਼ਲੇਸ਼ਣ ਕਰਨਾ ਅਤੇ ਨਿਵੇਸ਼ ਤੇ ਪ੍ਰਾਪਤੀ ਨੂੰ ਯਕੀਨੀ ਬਣਾਉਣਾ ਇੱਕ ਮਹੱਤਵਪੂਰਨ ਚਾਲਕ ਹੈ। ਅਜਿਹੀਆ ਕੰਪਨੀਆਂ ਹਨ, ਜੋ ਈਵੇਂਟ ਮਜੈਨਮੈਟ ਨੂੰ ਪ੍ਰਚੂਨ ਵਪਾਰੀਆ ਵਿੱਚ ਅਪਣਾ ਰਹੀਆ ਹਨ ਅਤੇ ਪ੍ਰਚੂਨ ਵਪਾਰੀਆ ਨੂੰ ਵੱਧ ਤੋਂ ਵੱਧ ਲਾਭ ਲੈਣ ਲਈ ਵੈਂਡਰ ਟਰੇਡ ਪ੍ਰੋਗਰਾਮਾ ਨੂੰ ਸਟਰੀਮਲਾਈਨ ਕਰਨ ਦੇ ਯੋਗ ਬਣਾ ਰਹੀਆਂ ਹਨ। ਈਵੇਂਟ ਪ੍ਰਬੰਧਨ ਵਿੱਚ ਸਾਰੇ ਤਰ੍ਹਾਂ ਦੇ ਈਵੇਂਟ, ਦਸ ਵਪਾਰਕ ਲੋਕਾਂ ਨਾਲ ਉਲੰਪਿਕ ਈਵੇਂਟ ਤੋਂ ਨਾਸ਼ਤਾ ਮੀਟਿੰਗ ਤਕ ਸ਼ਾਮਿਲ ਹਨ। ਬਹੁਤ ਸਾਰੇ ਚਾਹਵਾਨ ਗਰੁੱਪ ਆਪਣੇ ਆਪ ਨੂੰ ਮਾਰਕੀਟ ਵਿੱਚ ਸ਼ਾਮਿਲ ਕਰਨ ਲਈ ਹਰ ਪ੍ਰਕਾਰ ਦੇ ਈਵੇਂਟ ਕਰਦੇ ਹਨ। ਵਪਾਰਕ ਰਿਸ਼ਤੇ ਬਣਾਉਂਦੇ ਹਨ, ਚੰਦਾ ਇਕੱਠਾ ਕਰਦੇ ਹਨ ਅਤੇ ਗਾਹਕ ਨੂੰ ਸੰਤੁਸ਼ਟ ਕਰਨ ਦੀ ਕੌਸ਼ਿਸ਼ ਕਰਦੇ ਹਨ।

ਈਵੇਂਟ (ਗਤੀਵਿਧੀ) ਦੀਆ ਕਿਸਮਾਂ (Types of event)

ਈਵੇਂਟ ਨੂੰ ਉਹਨਾਂ ਦੇ ਉਦੇਸ਼ਾ ਅਤੇ ਟੀਚਿਆ ਦੇ ਅਧਾਰ ਤੇ ਚਾਰ ਵੱਡੇ ਭਾਗਾਂ ਵਿੱਚ ਵੰਡਿਆ ਜਾ ਸਕਦਾ ਹੈ।

(i) ਫੁਰਸਤ ਵਾਲੇ ਈਵੇਂਟਸ (**Leisure events**) ਉਦਾਹਰਨ ਦੇ ਤੌਰ ਤੇ - ਫੁਰਸਤ ਵਾਲੀਆ ਖੇਡਾਂ (ਮਿਊਜਿਕ) ਸੰਗੀਤ, ਮਨ ਪਰਚਾਵਾ

(ii) ਸੱਭਿਆਚਾਰਕ ਈਵੇਂਟ (**Cultural Event**)- ਰਸਮੀ, ਧਾਰਮਿਕ, ਕਲਾ, ਵਿਰਾਸਤੀ, ਲੋਕ ਗੀਤ, ਲੋਕ ਕਥਾਵਾਂ

(iii) ਵਿਅਕਤੀਗਤ ਈਵੇਂਟਸ (**Personal Events**)- ਵਿਆਹ ਸ਼ਾਦੀਆ, ਜਨਮ ਦਿਨ, ਵਰ੍ਹੇਗੰਢ

(iv) ਸੰਸਥਾਗਤ ਈਵੇਂਟਸ (**Organizationl Event**)- ਵਪਾਰਕ, ਰਾਜਨੀਤਕ, ਦਾਨੀ, ਵਿਕਰੀ, ਉਤਪਾਦਾ ਦੀ ਸ਼ੁਰੂਆਤ, ਪ੍ਰਦਰਸ਼ਨੀ

(v) ਸਮਾਜਿਕ ਈਵੇਂਟਸ (**Social Event**)- ਗਨੇਸ਼ ਉਤਸਵ, ਗਾਂਧੀ ਜਯੰਤੀ, ਸ਼ਿਵ ਜਯੰਤੀ।

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

ਈਵੇਂਟ ਦੀਆਂ ਕਿਸਮਾਂ (Types of Events)

- ਫੁਰਸਤ
  - ਖੇਡਾਂ
  - ਸੰਗੀਤ
  - ਮਨ ਪ੍ਰਚਾਵਾ
- ਸਭਿਆਚਾਰਕ
  - ਰਸਮੀ
  - ਧਾਰਮਿਕ
  - ਕਲਾ
  - ਵਿਰਾਸਤੀ
  - ਲੋਕ-ਕਥਾਵਾਂ
- ਵਿਅਕਤੀਗਤ
  - ਵਿਆਹ
  - ਜਨਮ ਦਿਨ
  - ਵਰ੍ਹੇਗੰਢ
- ਸੰਸਥਾਗਤ
  - ਵਪਾਰਕ
  - ਰਾਜਨੀਤਿਕ
  - ਦਾਨੀ
  - ਉਤਪਾਦ ਦੀ ਸ਼ੁਰੂਆਤ
  - ਪ੍ਰਦਰਸ਼ਨੀ
- ਸਮਾਜਿਕ
  - ਗਣੇਸ਼ ਉਤਸਵ
  - ਗਾਂਧੀ ਜਯੰਤੀ
  - ਸ਼ਿਵ ਜਯੰਤੀ

ਯੋਜਨਾ ਅਤੇ ਡਿਜ਼ਾਇਨਿੰਗ (ਰੂਪ-ਰੇਖਾ) ਈਵੇਂਟ (Planned and Designing Event)

ਈਵੇਂਟ ਪ੍ਰਬੰਧਨ ਯੋਜਨਾ ਦੀ ਰਚਨਾ ਇੱਕ ਲਗਾਤਾਰ ਚੱਲਣ ਵਾਲਾ ਚੱਕਰ ਹੈ ਸ਼ੁਰੂਆਤੀ ਪੇਸ਼ਕਸ਼ ਕਰਨਾ, ਸੂਚਨਾ ਇਕੱਠੀ ਕਰਨਾ ਅਤੇ ਸਲਾਹ ਦੇਣਾ ਅਤੇ ਫੈਸਲਾ ਲੈਣਾ ਸ਼ਾਮਿਲ ਹੈ। ਜਿਸ ਵਿੱਚ ਵਿਸਥਾਰਪੂਰਵਕ ਈਵੇਂਟ ਪ੍ਰਬੰਧਨ ਯੋਜਨਾ ਦੇ ਪਹਿਲੇ ਖਰੜੇ ਦੀ ਰਚਨਾ ਤੋਂ ਪਹਿਲਾਂ ਸਾਰੀਆਂ ਈਵੇਂਟਾ ਸੰਸਥਾਵਾਂ ਨੂੰ ਕੰਪਨੀ, ਗਾਹਕਾਂ ਅਤੇ ਮਨੁਖੀ ਸ਼ਕਤੀਆਂ ਦੀ ਯੋਜਨਾ ਸਮੱਗਰੀ ਬਾਰੇ ਸੂਚਿਤ ਕੀਤਾ ਜਾਣਾ ਚਾਹੀਦਾ ਹੈ। ਯੋਜਨਾ ਦਾ ਢਾਂਚਾ ਸਾਫ, ਸੰਖੇਪ ਅਤੇ ਅਸਾਨੀ ਨਾਲ ਪੜਿਆ ਜਾਣ ਵਾਲਾ ਹੋਣਾ ਚਾਹੀਦਾ ਹੈ। ਕਾਨੂੰਨੀ ਏਜੰਸੀਆ, ਅਪਾਤਕਾਲੀਨ (emergency) ਸੇਵਾਵਾਂ ਦੁਆਰਾ ਜੋ ਸਲਾਹਾ ਅਤੇ ਜਾਣਕਾਰੀਆ ਦਿੱਤੀਆਂ ਜਾਂਦੀਆਂ ਹਨ ਨੂੰ ਸ਼ਾਮਲ ਕਰਨਾ ਚਾਹੀਦਾ ਅਤੇ ਈਵੇਂਟ ਯੋਜਨਾ ਵਿੱਚ ਵਿਚਾਰਨਾ ਚਾਹੀਦਾ ਹੈ।

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

ਇਕ ਵਿਸਥਾਰਪੂਰਵਕ ਈਵੇਂਟ ਯੋਜਨਾ ਪ੍ਰਬੰਧਨ ਵਿੱਚ ਚਾਰ ਵਿਸ਼ੇਸ ਭਾਗ ਹੁੰਦੇ ਹਨ। ਹਰੇਕ ਭਾਗ ਵਿਸ਼ੇਸ਼ ਈਵੇਂਟ ਦੇ ਖਾਸ ਪਹਿਲੂ ਨਾਲ ਵਿਵਹਾਰ (Deals) ਕਰਦਾ ਹੈ। ਇਕ ਮੁਢਲੀ ਯੋਜਨਾ ਵਿੱਚ ਹੇਠ ਲਿਖੇ ਤੱਤ ਹੋਣੇ ਚਾਹੀਦੇ ਹਨ

(i) ਈਵੇਂਟ ਬਾਰੇ ਵੇਰਵੇ (Event details)
(ii) ਈਵੇਂਟ ਦੀ ਸੁਰੱਖਿਆ (Event Safety)
(iii) ਅਪਾਤਕਾਲ ਕਾਰਵਾਈ (Emergancy Action)

ਈਵੇਂਟ ਦਾ ਅਕਾਰ, ਕਿਸਮ, ਸਮਾਂ ਅਤੇ ਪੇਚੀਦਾਪਨ ਈਵੇਂਟ ਦੇ ਹਰ ਹਿੱਸੇ ਦੇ ਵੇਰਵੇ ਦੇ ਪੱਧਰ ਨੂੰ ਨਿਰਧਾਰਿਤ ਕਰਦਾ ਹੈ।

ਜਦੋਂ ਯੋਜਨਾ ਦਾ ਖਰੜਾ ਪੂਰਾ ਹੋ ਜਾਂਦਾ ਹੈ, ਇਹ ਏਜੰਸੀਆਂ ਨੂੰ ਜਿਮੇਵਾਰੀ ਨਾਲ ਲੋਕਾਂ ਦੀ ਸੁਰੱਖਿਆ ਦਾ ਨਿਰੀਖਣ ਕਰਨ ਦੀ ਇਜਾਜ਼ਤ ਦਿੰਦਾ ਹੈ ਅਤੇ ਈਵੇਂਟ ਨੂੰ ਚਲਾਉਣ ਲਈ ਸਲਾਹ, ਲਾਈਸੈਂਸ ਬਿਨੈ ਪੱਤਰ ਅਤੇ ਪ੍ਰਵਾਨਗੀ ਦੀ ਪੇਸ਼ਕਸ਼ ਕਰਦਾ ਹੈ।

ਈਵੇਂਟ ਯੋਜਨਾ ਵਿੱਚ ਹੇਠ ਲਿਖੇ ਕਦਮ ਸ਼ਾਮਿਲ ਹਨ :

ਈਵੇਂਟ ਵਿਚਲੇ ਕਦਮ (**Steps in event**) :-

1. ਖੋਜ /ਧਾਰਨਾ (**Research/ Concept**):- ਜਿਸ ਈਵੇਂਟ ਦਾ ਸਗੰਠਨ ਹੋਣਾ ਹੈ ਉਸ ਦਾ ਵਿਸਥਾਰਪੂਰਵਕ ਅਧਿਐਨ ਕਰਨਾ ਹੈ ਅਤੇ ਲੋੜੀਂਦੇ ਸਰੋਤਾਂ ਦਾ ਪ੍ਰਬੰਧ ਕਰਨਾ ਹੈ। ਸਬੰਧਤ ਈਵੇਂਟ ਦੀ ਧਾਰਨਾ ਨੂੰ ਸਪਸ਼ਟ ਕਰਨਾ ਹੈ ਅਤੇ ਜਿਨ੍ਹਾਂ ਉਦੇਸ਼ਾਂ ਦੀ ਗਾਹਕ ਪ੍ਰਾਪਤੀ ਕਰਨਾ ਚਾਹੁੰਦਾ ਹੈ ਉਨ੍ਹਾਂ ਦੀ ਭਾਲ ਕਰਨਾ ਹੈ।

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

2. ਬਜਟ ਦੀ ਯੋਜਨਾ ਅਤੇ ਕੰਟਰੋਲ (**Planning for budget and control**) :- ਈਵੇਂਟਾਂ ਲਈ ਬਜਟ ਈਵੇਂਟ ਮੈਨੇਜਰ (ਪ੍ਰਬੰਧਕ) ਦੁਆਰਾ ਤਿਆਰ ਕੀਤਾ ਜਾਂਦਾ ਹੈ ਜਿਸ ਵਿੱਚ ਭੋਜਨ ਤੇ ਖਰਚ, ਸਜਾਵਟ, ਸਥਾਨ, ਲੋਜਿਸਟਿਕ (ਯੋਜਨਾਬੰਦੀ) ਨਿਰੀਖਣ, ਮਜ਼ਦੂਰੀ ਆਦਿ ਸ਼ਾਮਿਲ ਹੈ। ਬਜਟ ਫਰਮ ਦੇ ਕੰਟਰੋਲ ਹੇਠਾਂ ਹੋਣਾ ਚਾਹੀਦਾ ਹੈ ਤਾਂ ਜੋ ਸੋਮਿਆਂ ਦੀ ਦੁਰਵਰਤੋਂ ਨਾ ਹੋ ਸਕੇ।
3. ਸਰੋਤ ਅਤੇ ਸੰਧੀਆ (**Resources and Alliances**) :- ਈਵੇਂਟ ਅਨੁਸਾਰ ਸਰੋਤਾਂ ਨੂੰ ਇਕੱਠੇ ਕਰੋ ਜਿਹਨਾਂ ਦੀ ਲੋੜ ਹੈ। ਮਜ਼ਦੂਰਾਂ ਦਾ ਇਤਜ਼ਾਮ ਕਰੋ।
4. ਕੋਲੈਟਰਲ (ਸਮਾਨਾਂਤਰ) ਸਬੰਧੀ ਚੀਜ਼ਾਂ ਦਾ ਉਤਪਾਦਨ (**Production of Collatoral**) :- ਈਵੇਂਟ ਪ੍ਰਬੰਧਨ ਨਾਲ ਸਬੰਧਤ ਸਰਕਾਰ ਦੀਆਂ ਨੀਤੀਆ ਅਤੇ ਕਿਸਮਾਂ ਵਾਤਾਵਰਣ ਨਾਲ ਸਬੰਧਿਤ ਨਿਯਮਾਂ ਨੂੰ ਲੱਭਣ ਲਈ ਸਮਾਂਨਤਰ ਪ੍ਰਬੰਧਨ ਦੀ ਜ਼ਰੂਰਤ ਹੈ ਤਾਂ ਕਿ ਗਾਹਕ ਵਾਤਾਵਰਣ ਨੂੰ ਖਰਾਬ ਨਾ ਕਰ ਸਕੇ।
5. ਮੰਡੀਕਰਨ ਅਤੇ ਪ੍ਰਚਾਰ (**Marketing and Promotions**) :- ਜੇਕਰ ਇਹ ਵਪਾਰਕ ਈਵੇਂਟ ਹੈ ਤਾਂ ਮੰਡੀਕਰਨ ਅਤੇ ਪ੍ਰਚਾਰ ਦੀ ਲੋੜ ਹੈ ਉਸ ਹਾਲਤ ਵਿੱਚ ਮੀਡੀਆ ਦੇ ਚੰਗੇ ਅਤੇ ਬੁਰੇ ਪ੍ਰਭਾਵਾਂ ਨੂੰ ਦੇਖਦੇ ਹੋਏ ਕਈ ਤਰ੍ਹਾਂ ਦਾ ਮੀਡੀਆ ਚੁਣਿਆ ਜਾ ਸਕਦਾ ਹੈ। ਪ੍ਰੰਤੂ ਜੇਕਰ ਈਵੇਂਟ ਸਮਾਜਿਕ ਹੈ ਤਾਂ ਪ੍ਰਚਾਰ ਦੀ ਲੋੜ ਨਹੀਂ ਹੈ।

ਵਿਕਰੀ ਅਤੇ ਇੰਦਰਾਜ ਕਰਨਾ (**Sales and Registration**)

ਕਈ ਈਵੇਂਟ ਅਜਿਹੇ ਹੁੰਦੇ ਹਨ ਜਿਨ੍ਹਾਂ ਦੀ ਵਿਕਰੀ ਵਧਾਉਣ ਦੀ ਲੋੜ ਹੁੰਦੀ ਹੈ ਉਦਾਹਰਣ ਦੇ ਤੌਰ ਤੇ ਕ੍ਰਿਕਟ ਦਾ ਮੈਚ। ਇੱਥੇ ਈਵੇਂਟਾ ਦੀ ਯੋਜਨਾ ਬਣਾਉਣੀ ਪੈਂਦੀ ਹੈ, ਇਨ੍ਹਾਂ ਦਾ ਇਸ਼ਤਿਹਾਰ ਦੇਣਾ ਪੈਦਾ ਹੈ ਅਤੇ ਸਬੰਧਤ ਅਧਿਕਾਰੀਆ ਅਤੇ ਸਰਕਾਰ ਕੋਲ ਰਜਿਸਟਰ (ਦਰਜ) ਕਰਵਾਉਣਾ ਪੈਂਦਾ ਹੈ।

6. ਲੋਜਿਸਟਿਕ (ਯੋਜਨਾਬੰਦੀ) ਅਤੇ ਪ੍ਰਸ਼ਾਸ਼ਨ (**Logistic and Administration**) :- ਜਿਹੜੇ ਸਰੋਤ ਲੋੜੀਦੇ ਹੁੰਦੇ ਹਨ ਉਨ੍ਹਾਂ ਨੂੰ ਈਵੇਂਟ ਦੇ ਸਥਾਨ ਤੇ ਲਿਜਾਇਆ ਜਾਣਾ ਚਾਹੀਦਾ ਹੈ। ਉਸ ਨੂੰ ਠੀਕ ਢੰਗ ਨਾਲ ਠੀਕ ਸਥਾਨ ਤੇ ਰੱਖਿਆ ਜਾਣਾ ਚਾਹੀਦਾ ਹੈ। ਸਰੋਤਾਂ ਨੂੰ ਉਚਿਤ ਸਥਿਤੀ ਵਿੱਚ ਲੋੜ ਅਨੁਸਾਰ ਪ੍ਰਸ਼ਾਸ਼ਨ ਦੀ ਸਹਾਇਤਾ ਨਾਲ ਵੰਡਿਆ ਜਾਂਦਾ ਹੈ।
7. ਮੌਕੇ ਤੇ ਪ੍ਰਬੰਧਨ (ਮੌਕੇ ਦੇ ਸਥਾਨ) (**Onsite Management**):- ਈਵੇਂਟ ਮੌਕੇ ਤੇ ਸਥਾਨ ਦਾ ਪ੍ਰਬੰਧਨ ਜਾਂ ਨਿਰੀਖਣ ਮੁੱਖ ਵਿਅਕਤੀ ਦੁਆਰਾ ਕੀਤਾ ਜਾਂਦਾ ਹੈ।
8. ਈਵੇਂਟ ਤੋਂ ਬਾਅਦ ਅਤੇ ਪੁਨਰਵਿਚਾਰ (**Post Event and Review**) :- ਈਵੇਂਟ ਪ੍ਰਬੰਧਕਾ ਨੂੰ ਈਵੇਂਟ ਤੋਂ ਬਾਅਦ ਸਬੰਧਤ ਪ੍ਰੋਗਰਾਮ ਨੂੰ ਵੇਖਣਾ ਚਾਹੀਦਾ ਹੈ ਅਤੇ ਗਾਹਕਾਂ ਤੋਂ ਉਸ ਬਾਰੇ ਪ੍ਰਤੀਪੁਸ਼ਟੀ ਲਈ ਜਾਣੀ ਚਾਹੀਦੀ ਹੈ। ਜੇਕਰ ਕੋਈ ਮਸਲਾ ਪੈਦਾ ਹੁੰਦਾ ਹੈ ਤਾਂ ਉਹ ਕਾਨੂੰਨੀ ਸਲਾਹਕਾਰ ਦੀ ਨਿਗਰਾਨੀ ਹੇਠ ਉਸ ਸਮੱਸਿਆਂ ਦਾ ਹਲ ਲੱਭਣਗੇ। ਉਨ੍ਹਾਂ ਨੂੰ ਸਰੋਤਾਂ ਦੇ ਮਾਲਕਾਂ ਨੂੰ ਬਿਲ ਅਦਾ ਕਰਨਾ ਪਵੇਗਾ ਅਤੇ ਹਰ ਆਦਮੀ ਦੇ ਬਿਲਾਂ ਦਾ ਭੁਗਤਾਨ ਕਰਨਾ ਪਵੇਗਾ।

ਪ੍ਰਚੂਨ ਪ੍ਰਚਾਰ ਦੇ ਨੁਕਤੇ (**Retail promotion Tips**)

- ਹੇਠ ਲਿਖੇ ਨੁਕਤਿਆਂ ਦੀ ਈਵੇਂਟ ਪ੍ਰਬੰਧਕ ਨੂੰ ਪਾਲਣਾ ਕਰਨੀ ਪੈਦੀ ਹੈ।
- ਇਸ਼ਤਿਹਾਰ ਦੀ ਚੋਣ ਕਰੋ ਅਤੇ ਜਿਹੜਾ ਪ੍ਰਚਾਰ ਈਵੇਂਟ ਲਈ ਠੀਕ ਹੈ, ਦਰਸ਼ਕਾਂ ਨੂੰ ਧਿਆਨ ਵਿੱਚ ਰੱਖਦੇ ਹੋਏ ਅਤੇ ਈਵੇਂਟਾਂ ਦੇ ਉਦੇਸ਼ਾਂ ਦੇ ਅਨੁਕੂਲ ਹੋਵੇ।
- ਸਾਰੀਆਂ ਸੁਯੋਜਿਤ ਅਤੇ ਅਸਲ ਪ੍ਰਚਾਰ ਈਵੇਂਟਾਂ ਦੀ ਇਕ ਡਾਇਰੀ ਨੂੰ ਬਣਾਓ।
- ਸਥਾਨਕ ਸਮਾਜਿਕ ਈਵੇਂਟਾਂ ਨੂੰ ਯੋਜਨਾ ਵਿੱਚ ਸ਼ਾਮਿਲ ਕਰਨਾ ਨਾ ਭੁੱਲੋ।
- ਪ੍ਰਭਾਵਸ਼ਾਲੀ ਪ੍ਰਚਾਰ ਦੀ ਰਚਨਾ ਲਈ 3 ਤੋਂ 6 ਮਹੀਨੇ ਪਹਿਲਾਂ ਹੀ ਈਵੇਂਟਾ ਦੀ ਸਮਾਂ ਸਾਰਣੀ ਤਿਆਰ ਕਰੋ।
- ਫਾਈਨਲ (ਆਖਰੀ) ਨਤੀਜੇ ਤੇ ਪੁਨਰ ਵਿਚਾਰ ਕਰੋ
- ਰਿਕਾਰਡ ਰੱਖਣ ਲਈ ਇੱਕ ਫੋਲਡਰ ਅਤੇ ਫਾਈਲ ਤਿਆਰ ਕਰੋ।

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

- ਆਪਣੇ ਖ਼੍ਰੀਦ ਸ਼ਕਤੀ ਨੂੰ ਵਧਾਓ ਅਤੇ ਸਪੈਸ਼ਲ ਈਵੇਂਟਾ ਲਈ ਵਾਧੂ ਵਸਤੂ ਸੂਚੀ ਖ਼੍ਰੀਦੋ।

ਗਿਆਨ/ਸਮਝਦਾਰੀ (**Understanding**) **:-**

ਈਵੇਂਟ ਪ੍ਰਬੰਧਨ ਲਈ ਸਮਝਦਾਰੀ (**Understanding the event Management**)**:-** ਈਵੇਂਟ ਪ੍ਰਬੰਧਨ ਕੰਪਨੀਆ ਇੱਕ ਆਦਮੀ ਦੁਆਰਾ ਚਲਿਤ ਜਾਂ ਬਹੁਤ ਸਾਰੇ ਆਦਮੀਆ ਦੇ ਸੰਗਠਨ ਵੱਲੋਂ ਸਥਾਪਿਤ ਹੋ ਸਕਦੀਆ ਹਨ। ਇਸ ਛੋਟੇ ਛੋਟੇ ਪੱਧਰ ਦੇ ਵਪਾਰ ਵਿੱਚ ਵਪਾਰ ਨੂੰ ਸ਼ੁਰੂ ਕਰਨ ਲਈ ਥੋੜੀ ਪੂੰਜੀ ਦੀ ਜ਼ਰੂਰਤ ਹੁੰਦੀ ਹੈ। ਦੂਜੇ ਵਪਾਰਾਂ ਦੇ ਮੁਕਾਬਲੇ ਵਿੱਚ ਇਹ ਵਪਾਰ ਘੱਟ ਜ਼ੋਖਮ ਉਠਾਉਂਦਾ ਹੈ। ਉਨ੍ਹਾਂ ਲਈ ਜੋ ਇਸ ਵਪਾਰ ਵਿੱਚ ਪ੍ਰਵੇਸ਼ ਕਰਨ ਦੀ ਯੋਜਨਾ ਬਣਾਉਂਦੇ ਹਨ ਉਹਨਾਂ ਲਈ ਕੁਝ ਤਕਨੀਕਾ ਹਨ :-

ਯੋਜਨਾ ਅਤੇ ਸਮਾਂ ਪ੍ਰਬੰਧਨ ਤਕਨੀਕ ਨੂੰ ਸਿੱਖੋ (**Learn Planning and time Management Technique**)**:-** ਇਸ ਵਪਾਰ ਵਿੱਚ ਸਮਾਂ ਦੇ ਪ੍ਰਬੰਧਨ ਦਾ ਬਹੁਤ ਮਹੱਤਵ ਹੈ (ਜ਼ਰੂਰੀ ਹੈ) ਥੋੜੇ ਸਮੇਂ ਵਿੱਚ ਇੱਕ ਵਿਅਕਤੀ ਨੂੰ ਬਹੁਤ ਸਾਰੇ ਈਵੇਂਟ ਦਾ ਪ੍ਰਬੰਧ ਕਰਨਾ ਪੈਂਦਾ ਹੈ।

ਭਾਵੇਂ ਹਰ ਵਿਅਕਤੀ ਚੰਗੇ ਸਮੇਂ ਪ੍ਰਬੰਧਨ ਦਾ ਵਧੀਆ ਫਾਇਦਾ ਲੈ ਸਕਦਾ ਹੈ, ਈਵੇਂਟ ਪ੍ਰਬੰਧਨ ਵਪਾਰ ਵਿੱਚ ਇਸ ਦੀ ਲੋੜ ਗੰਭੀਰ ਹੁੰਦੀ ਹੈ। ਜਿੱਥੇ ਬਹੁਤ ਸਾਰੀਆਂ ਚੀਜ਼ਾਂ ਇਕੋ ਸਮੇਂ ਵਾਪਰਦੀਆਂ ਹਨ। ਇਥੇ, ਵੀ ਛੋਟੇ ਵੇਰਵਿਆਂ ਲਈ ਯੋਜਨਾ ਬਣਾਉਣ ਦੀ ਯੋਗਤਾ ਇਕ ਮਹੱਤਵਪੂਰਨ ਕਲਾ ਹੈ, ਜਿਹੜੀ ਕਿ ਇਕ ਕਾਮਯਾਬ ਈਵੇਂਟ ਲਈ ਜ਼ਰੂਰੀ ਹੈ।

ਲਾਭ ਵਾਲੇ ਸਰੋਤ (**Profit Source**)**:-**

ਈਵੇਂਟ ਸੰਸਥਾ ਗਾਹਕ ਤੋਂ ਫੀਸ ਦੇ ਇਲਾਵਾ ਪੈਸੇ ਵੀ ਲਵੇਗੀ। ਹੋਰ ਵੀ ਬਹੁਤ ਸਾਰੇ ਸੰਭਵ ਲਾਭ ਵਾਲੇ ਸਰੋਤ ਹੁੰਦੇ ਹਨ। ਉਦਾਹਰਣ ਵਜੋਂ ਸਰਪਰਸਤੀ ਜਾਂ ਕੁਝ ਵਸਤਾਂ ਦਾ ਪੂਰਤੀ ਕਰਤਾ ਬਨਣਾ ਜਾਂ ਈਵੇਂਟ ਵਿੱਚ ਸੇਵਾਵਾਂ ਕਰਨਾ।

ਗਾਹਕ ਲਈ ਇਕਰਾਰਨਾਮੇ ਦਾ ਨਮੂਨਾ ਬਣਾਉਣਾ (**Pattern to draft contracts for the client**)**:-** ਜਿਵੇਂ ਕਿ ਬਹੁਤ ਸਾਰੀਆਂ ਇਡੰਸਟ੍ਰੀਆਂ ਵਿੱਚ ਕੁਝ ਉੱਚ ਪੱਧਰ ਦੇ ਇਕਰਾਰਨਾਮੇ ਹੁੰਦੇ ਹਨ ਜਿਹੜੇ ਖਾਸ ਕਰਕੇ ਈਵੇਂਟ ਪ੍ਰਬੰਧਕਾਂ ਲਈ ਲਿਖੇ ਜਾਂਦੇ ਹਨ। ਇਹ ਈਵੇਂਟ ਸੰਸਥਾ ਅਤੇ ਗਾਹਕ ਵਿਚਕਾਰ ਕਾਨੂੰਨੀ ਦਸਤਾਵੇਜ ਹੁੰਦੇ ਹਨ। ਸੰਭਵ ਤੌਰ ਤੇ ਇਸ ਇਕਰਾਰਨਾਮੇ ਵਿੱਚ ਵਿਵਸਥਾ ਹੁੰਦੀ ਹੈ ਜੋ ਤੁਹਾਨੂੰ ਬਹੁਤ ਸਾਰੀਆਂ ਮੁਸ਼ਕਲਾਂ ਤੋਂ ਸੁਰੱਖਿਅਤ ਕਰਦੀ ਹੈ।

ਵਿਸਥਾਰਪੂਰਵਕ ਚੈਕਲਿਸਟ ਤਿਆਰ ਕਰੋ (**Prepare detailed check list**) **:-** ਯਾਦਦਾਸ਼ਤ ਤੇ ਯਕੀਨ ਨਾ ਕਰੋ।

ਜਿਹੜੀ ਚੀਜ਼ ਨੂੰ ਚੈੱਕ ਕਰਨ ਦੀ ਲੋੜ ਹੈ ਉਸ ਗੱਲ ਨੂੰ ਯਕੀਨੀ ਬਣਾਉਣ ਲਈ ਲਿਖ ਲਵੋ ਕਿ ਉਹ ਭੁਲੇ ਨਾ ਟਿਕ ਮਾਰਕ (Tick Mark) ਲਈ ਉਸ ਦੀ ਇੱਕ ਲਿਸਟ ਬਣਾਉਣੀ ਚਾਹੀਦੀ ਹੈ।

ਸੁਰੱਖਿਆ ਦੀ ਲੋੜ (**Safety needs**) **:-** ਆਉਣ ਵਾਲਿਆ (Attendees) ਦੀ ਸਰੁੱਖਿਆ ਦੀ ਤੁਹਾਡੀ ਜ਼ਿਮੇਵਾਰੀ ਹੁੰਦੀ ਹੈ। ਤੁਹਾਨੂੰ ਸੁਰੱਖਿਆ ਦੀ ਪ੍ਰਕ੍ਰਿਆ ਅਤੇ ਸੁਰੱਖਿਆ ਦੇ ਤਰੀਕਿਆਂ ਦੀ ਜਾਣਕਾਰੀ ਹੋਣੀ ਚਾਹੀਦੀ ਹੈ।

ਈਵੇਂਟ ਨਾਲ ਸਬੰਧਿਤ ਕਾਨੂੰਨੀ ਪਹਿਲੂ (**Legal aspects related to event**) **:-** ਈਵੇਂਟ ਸੰਚਾਲਣ ਦੇ ਬਹੁਤ ਸਾਰੇ ਕਾਨੂੰਨ ਹਨ ਵੱਡੇ ਈਵੇਂਟ ਲਈ ਇਹ ਕਾਨੂੰਨ ਬਹੁਤ ਗੰਭੀਰ ਹਨ ਜਿਥੇ ਦੁਰਘਟਨਾ ਦੇ ਹੋਣ ਦੀ ਜ਼ਿਆਦਾ ਸੰਭਾਵਨਾ ਹੁੰਦੀ ਹੈ। ਫਿਰ ਵੀ, ਛੋਟੇ ਈਵੇਂਟਾ ਲਈ ਵੀ ਠੀਕ ਸੁਰੱਖਿਆ ਅਤੇ ਕਾਨੂੰਨੀ ਸਾਵਧਾਨੀਆਂ ਹੋਣੀਆ ਚਾਹੀਦੀਆਂ ਹਨ।

ਬਹੁ ਵਕੱਲਪੀ ਹੋਣਾ (**Have multiple Back ups**)**:-** ਉਨ੍ਹਾਂ ਨੂੰ ਹਮੇਸ਼ਾ ਖਰਾਬ ਹੋਣ ਤੋਂ ਬਚਣ ਲਈ ਬਹੁਵਿਕਲਪ ਰੱਖਣੇ ਚਾਹੀਦੇ ਹਨ। ਦੋ ਜ਼ਰੂਰੀ ਵਸਤਾਂ ਜਿਨ੍ਹਾਂ ਲਈ ਮੁੱਖ ਤੌਰ ਤੇ ਵਿਕਲਪ ਦੀ ਜ਼ਰੂਰਤ ਹੈ, ਉਹ ਹਨ

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

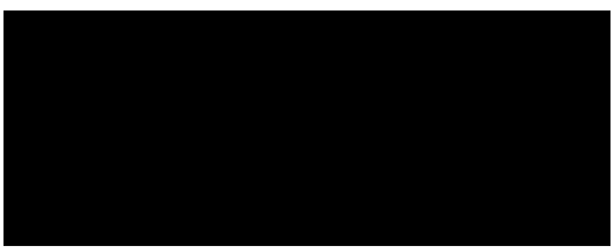
ਬਿਜਲੀ ਪੂਰਤੀ (Power Supply) ਅਤੇ ਧੁਨੀ ਯੰਤਰ (Sound System) ।

ਈਵੇਂਟ ਲਈ ਲੋੜੀਂਦੇ ਬਜਟ ਦਾ ਅਨੁਮਾਨ ਕਿਵੇਂ ਲਾਉਣਾ ਹੈ ਉਸ ਨੂੰ ਲਿਖੋ (**Learn how to estimate the needed budget for an event**):- ਸਭ ਤੋਂ ਪਹਿਲੀ ਗੱਲ ਜਿਹੜੀ ਇਕ ਸੰਭਾਵਿਤ ਗਾਹਕ ਦੁਆਰਾ ਪੁੱਛੀ ਜਾਵੇਗੀ, ਉਹ ਇਹ ਹੈ ਕਿ ਈਵੇਂਟ ਦਾ ਬਜਟ ਕਿੰਨਾ ਹੋਵੇਗਾ। ਇਸ ਗੱਲ ਦੀ ਬਹੁਤ ਸੰਭਾਵਨਾ ਹੈ ਕਿ ਤੁਹਾਨੂੰ ਕੰਮ ਕਰਨ ਲਈ ਬਜਟ ਦੇ ਦਿੱਤਾ ਜਾਵੇਗਾ। ਤੁਹਾਨੂੰ ਇਸ ਗੱਲ ਦੀ ਜਾਣਕਾਰੀ ਹੋਣੀ ਚਾਹੀਦੀ ਹੈ ਕਿ ਕਿਸੇ ਵਸਤੂ ਦੀ ਕੀਮਤ ਕਿਸ ਤਰ੍ਹਾਂ ਤੈਅ ਕਰਨੀ ਹੈ ਕਿ ਅੰਤ ਵਿੱਚ ਤੁਹਾਨੂੰ ਇਕ ਉਚਿਤ ਮੁਨਾਫਾ ਮਿਲ ਸਕੇ।

ਈਵੇਂਟ ਪ੍ਰਬੰਧਨ ਦੀਆਂ ਸੇਵਾਵਾਂ (**Event management Services**) **:-** ਈਵੇਂਟ ਪ੍ਰਬੰਧਨ ਦੀਆਂ ਬਹੁਤ ਸਾਰੀਆਂ ਸੇਵਾਵਾਂ ਹਨ ਜੋ ਇਕ ਫਰਮ ਆਪਣੇ ਗਾਹਕ ਨੂੰ ਦਿੰਦੀ ਹੈ।

(i) ਬਿਜਨਸ ਲਈ ਸਲਾਹ (Business Advisory)
(ii) ਸਮੂਹਿਕ ਦਿਖਾਵਾ (Corporate Shows)
(iii) ਸਮੂਹਿਕ ਈਵੇਂਟ ਪ੍ਰਬੰਧਕ (Corporate event organisor)
(iv) ਉਤਪਾਦ ਦਾ ਉਦਘਾਟਣ ਅਤੇ ਸਮੂਹਕ ਸੰਚਾਰ (Product launchings and corporate Communication)
(v) ਖਾਸ ਮਾਰਕੀਟ (Specific Market)
(vi) ਉਤਪਾਦਾ ਦੀ ਸ਼ੁਰੂਆਤ ਅਤੇ ਪ੍ਰਚਾਰ (Products launching and promotions)
(vii) ਸਮਾਗਮ (Conferance)
(viii) ਪ੍ਰਦਰਸ਼ਨੀਆ ਅਤੇ ਮਾਰਕੀਟਿੰਗ (Exhibitions and Marketing)

ਇਹ ਇਕਸਾਰ ਮਾਰਕੀਟਿੰਗ ਹਲ ਵੀ ਦਿੰਦੇ ਹਨ, ਜਿਵੇਂ ਈਵੇਂਟ (ਯਾਦਗਾਰ ਪੱਲਾ ਦੀ ਰਚਨਾ), ਝੱਲਕੀਆਂ, ਗੱਲਬਾਤ (ਤੁਹਾਡਾ ਡਿਜੀਟਲ ਵਿਅਤਿਤਵ) ਸਬੰਧ (ਡਾਇਲਾਗ ਦੁਆਰਾ), ਪ੍ਰਚੂਨ ਅਤੇ ਪ੍ਰਦਰਸ਼ਕੀਆਂ। ਹਰੇਕ ਸੇਵਾ ਜੋ ਸਾਡੇ ਦੁਆਰਾ ਕੀਤੀ ਜਾਂਦੀ ਹੈ ਉਸਨੂੰ ਯੋਗਤਾ ਅਨੁਸਾਰ ਕਰਨ ਦੀ ਗਰੰਟੀ ਦੇਣਾ ਹੈ ਅਤੇ ਸਮੇਂ ਅਨੁਸਾਰ ਪੂਰਾ ਕਰਨਾ।



Downloaded from https:// www.studiestoday.com

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

ਅਭਿਆਸ : ਮੁਲਾਂਕਣ

ਹੇਠ ਦਿੱਤੇ ਕਿਸੇ ਇਕ ਈਵੇਂਟ ਦੀ ਯੋਜਨਾ ਬਣਾਓ

(i) ਵਿਆਹ (Wedding)

(ii) ਜਨਮ ਦਿਨ (Birthday)

(iii) ਇਲੈਕਟ੍ਰੋਨਿਕ ਉਤਪਾਦਾ ਦੀ ਪ੍ਰਦਰਸ਼ਨੀ

(iv) ਇਕ ਸੰਸਥਾ ਦੀ ਮੀਟਿੰਗ

(v) ਗਣੇਸ਼ ਉਤਸਵ (Ganesh Utsav)

ਕਿਸੇ ਪ੍ਰਚੂਨ ਸਟੋਰ ਦੀ ਯਾਤਰਾ ਕਰੋ ਅਤੇ ਭਿੰਨ ਭਿੰਨ ਸਮੱਸਿਆਵਾਂ ਅਤੇ ਯੋਜਨਾਵਾਂ ਅਤੇ ਨਮੂਨੇ ਜੋ ਪ੍ਰਚੂਨ ਪ੍ਰਬੰਧਨ ਵਿੱਚ ਹੁੰਦੇ ਹਨ ਉਨ੍ਹਾਂ ਦੀ ਲਿਸਟ ਬਣਾਓ।

ਮੁਲਾਂਕਣ

(ੳ) ਖਾਲੀ ਥਾਵਾਂ ਭਰੋ ।

1. ਬਹੁਤ ਸਾਰੀਆ ਕੰਪਨੀਆ ਜਿਹੜੀਆਂ ________________ ਦਾ ਪ੍ਰਚਾਰ ਕਰਦੀਆਂ ਹਨ ਅਤੇ ____________ ਦੁਆਰਾ ਈਵੇਂਟ ਸ਼ੁਰੂ ਕਰਦੀਆਂ ਹਨ ਅਤੇ ਗਾਹਕ ਦਾ ਧਿਆਨ ਅਕਰਸ਼ਿਤ ਕਰਦੀਆਂ ਹਨ।
2. _____________ ਪ੍ਰਜੈਕਟ ਪ੍ਰਬੰਧਨ ਦੀ ਵਰਤੋਂ ਹੈ ਜੋ ਈਵੇਂਟ ਮੇਲਿਆ ਅਤੇ ਕਾਨਫਰੰਸਾ ਦੀ ਰਚਨਾ ਅਤੇ ਵਿਕਾਸ ਕਰਦੀ ਹੈ।
3. ਸਾਰੀਆਂ ਈਵੇਂਟ ਸੰਸਥਾਵਾਂ ਨੂੰ ਯੋਜਨਾਵਾਂ ਦੇ ਵਿਸ਼ੇ ਸਬੰਧੀ ___________ ਅਤੇ _________ ਨੂੰ ਸੂਚਿਤ ਕਰਨਾ ਚਾਹੀਦਾ ਹੈ।
4. ਵਾਤਾ ਵਰਣਿਕ ਨਿਯਮਾਂ ਦਾ ਅਧਿਐਨ ਕੀਤਾ ਜਾਂਦਾ ਹੈ ਤਾਂ ਜੋ ਗਾਹਕ ____________ ਦਾ ਸ਼ੋਸ਼ਣ ਨਾ ਕਰ ਸਕਣ।
5. ਇਕ ਆਦਰਸ਼ _________ਦੀ ਮਦਦ ਨਾਲ ਦੁਆਰਾ ਸਰੋਤਾਂ ਨੂੰ ਜਰੂਰਤ ਅਨੁਸਾਰ ਸਹੀ ਦਿਸ਼ਾ ਵੱਲ ਵੰਡਿਆਂ ਜਾਂਦਾ ਹੈ।

(ਅ) ਸਹੀ ਜਾਂ ਗਲਤ (True or False)

(i) ਈਵੇਂਟ ਨੂੰ ਕਰਨ ਸਬੰਧੀ ਬਹੁਤ ਸਾਰੇ ਨਿਯਮ ਹਨ।

(ii) ਉਥਲ ਪੁਥਲ ਤੋਂ ਬਚਣ ਲਈ ਬੈਕ ਅਪ (Back up) ਉਪਕਰਨ ਨਹੀਂ ਹੋਣੇ ਚਾਹੀਦੇ।

(iii) ਈਵੇਂਟ ਪ੍ਰਬੰਧਨ ਸਯੰਕਤ ਮਾਰਕੀਟਿੰਗ ਹੱਲ (Solutions) ਪੇਸ਼ ਕਰਦਾ ਹੈ ਜਿਵੇਂ ਕਿ ਯਾਦਗਾਰੀ ਘੜੀਆਂ ਦੀ ਰਚਨਾ ਕਰਨਾ।

(iv) ਈਵੇਂਟ ਪ੍ਰਬੰਧਨ ਵਿੱਚ ਟਾਈਮ (ਸਮਾਂ) ਪ੍ਰਬੰਧਨ ਜ਼ਿਆਦਾ ਮਹੱਤਵਪੂਰਨ ਨਹੀਂ ਹੈ।

(v) ਈਵੇਂਟ ਪ੍ਰਬੰਧਨ ਨੂੰ ਟਿੱਕ ਮਾਰਕਿੰਗ (Tick marking) ਲਈ ਇਕ ਚੈਕ ਲਿਸਟ ਤਿਆਰ ਕਰਨੀ ਚਾਹੀਦੀ ਹੈ।

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

(ੲ) ਕਾਲਮਾ ਨੂੰ ਮਿਲਾਉਣਾ (**Match the Coloums**) :-

ਸੈਕਸ਼ਨ (ੳ)	ਸੈਕਸ਼ਨ (ਅ)
(i) ਫੁਰਸਤ ਗਤੀਵਿਧੀਆਂ	(i) ਗਣੇਸ਼ ਉਤਸਵ, ਗਾਂਧੀ ਜਾਂ ਸਿਵ ਜਯੰਤੀ
(ii) ਸਭਿਆਚਾਰਕ ਈਵੇਂਟ	(ii) ਫੁਰਸਤ ਵਾਲੀਆ ਖੇਡਾਂ, ਮਿਊਜਕ (ਸੰਗੀਤ) ਮਨਪ੍ਰਚਾਵਾ
(iii) ਵਿਅਕਤੀਗਤ ਈਵੇਂਟ	(iii) ਵਪਾਰਕ, ਰਾਜਨੀਤਕ, ਦਾਨਯੋਗ, ਵਿਕਰੀ
(iv) ਸੰਸਥਾਗਤ ਈਵੇਂਟ	(iv) ਵਿਆਹ, ਜਨਮਦਿਨ, ਵਰ੍ਹੇਗੰਢ
(v) ਸਮਾਜਿਕ ਈਵੇਂਟ	(v) ਰਸਮੀ, ਧਾਰਮਿਕ, ਕਲਾ, ਵਿਰਾਸਤੀ ਆਦਿ

ਚੈਕ ਲਿਸਟ (ਮੁਲਾਂਕਣ ਗਤੀਵਿਧੀ ਲਈ)

(i) ਹੇਠ ਦਿੱਤੀ ਚੈਕਲਿਸਟ ਨੂੰ ਇਹ ਦੇਖਣ ਲਈ ਵਰਤੋਂ ਕਿ ਤੁਸੀਂ ਮੁਲਾਂਕਣ ਕਿਰਿਆ ਦੀਆ ਸਾਰੀਆਂ ਲੋੜਾਂ ਪੂਰੀਆ ਕਰਦੇ ਹੋ।

ਭਾਗ (ੳ)

(i) ਈਵੇਂਟ ਪ੍ਰਬੰਧਨ ਤੋਂ ਤੁਹਾਡਾ ਕੀ ਭਾਵ ਹੈ ?

(ii) ਈਵੇਂਟ ਪ੍ਰਬੰਧਨ ਵਿੱਚ ਸ਼ਾਮਿਲ ਕਦਮਾਂ ਬਾਰੇ ਵਰਣਨ ਕਰੋ ?

(iii) ਈਵੇਂਟ ਪ੍ਰਬੰਧਨ ਦੇ ਵੱਖ ਵੱਖ ਪ੍ਰਚੁਨ ਪ੍ਰਚਾਰ ਲਈ ਨੁਕਤਿਆ ਦੀ ਸੂਚੀ ਬਣਾਓ ?

(iv) ਈਵੇਂਟ (ਕਿਰਿਆ) ਨੂੰ ਸੰਗਠਿਤ (ਚਲਾਉਣ) ਕਰਨ ਲਈ ਈਵੇਂਟ ਪ੍ਰਬੰਧਨ ਦੁਆਰਾ ਕਿਹੜੀਆ ਕਿਹੜੀਆ ਤਕਨੀਕਾ ਵਰਤੀਆ ਜਾਂਦੀਆਂ ਹਨ ?

(v) ਈਵੇਂਟ ਨੂੰ ਸੰਚਾਲਿਤ ਕਰਨ ਲਈ ਕਿਸ ਕਿਸਮ ਦੀ ਸਹਾਇਤਾ (backup) ਦੀ ਲੋੜ ਪੈਂਦੀ ਹੈ।

(vi) ਈਵੇਂਟ ਪ੍ਰਬੰਧਨ ਦੁਆਰਾ ਕੀਤੀਆਂ ਜਾਣ ਵਾਲੀਆ ਸੇਵਾਵਾਂ ਦਾ ਵਰਣਨ ਕਰੋ ?

ਭਾਗ (ਅ)

ਹੇਠ ਲਿਖਿਆ ਦੀ ਜਮਾਤ ਵਿੱਚ ਚਰਚਾ ਕਰੋ

(i) ਈਵੇਂਟ ਨੂੰ ਕਰਨ ਲਈ ਕਿਹੜੇ ਕਿਹੜੇ ਕਦਮ ਵਰਤੇ ਜਾਂਦੇ ਹਨ ?

(ii) ਈਵੇਂਟ ਪ੍ਰਬੰਧਨ ਦੀ ਪ੍ਰਕਿਰਿਆ ਨੂੰ ਕਿਵੇਂ ਸਮਝਣਾ ਹੈ ?

(iii) ਈਵੇਂਟ ਪ੍ਰਬੰਧਨ ਤੋਂ ਤੁਹਾਡਾ ਕੀ ਭਾਵ ਹੈ ?

(iv) ਈਵੇਂਟ ਪ੍ਰਬੰਧਕ ਦੁਆਰਾ ਦਿੱਤੀਆ ਸੇਵਾਵਾਂ ਦਾ ਵਰਣਨ ਕਰੋ ?

ਭਾਗ (ੲ)

ਕਾਰਗੁਜਾਰੀ ਦੇ ਪੱਧਰ

ਕਾਰਗੁਜਾਰੀ ਦੇ ਪੱਧਰ ਵਿੱਚ ਸ਼ਾਮਿਲ ਹੈ

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

ਕਾਰਗੁਜਾਰੀ ਪੱਧਰ	ਹਾਂ	ਨਾਂ
(i) ਈਵੇਂਟ ਕਰਨ ਲਈ ਲੋੜੀਂਦੇ ਯਤਨਾਂ ਦੀ ਪਛਾਣ ਕਰਨ ਦੇ ਯੋਗ ਹੈ।		
(ii) ਈਵੇਂਟ ਪ੍ਰਬੰਧਨ ਵਿੱਚ ਪ੍ਰਚਾਰ ਲਈ ਪ੍ਰਚੂਨ ਨੁਕਤਿਆ ਦੀ ਲਿਸਟ ਬਣਾਉਣ ਦੇ ਯੋਗ ਹੈ।		

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

ਸੈਸ਼ਨ 2 ਈਵੇਂਟ (ਕਿਰਿਆ) ਕਰਨ ਲਈ ਦਸਤਾਵੇਜ਼ (Documention for conducting Event)

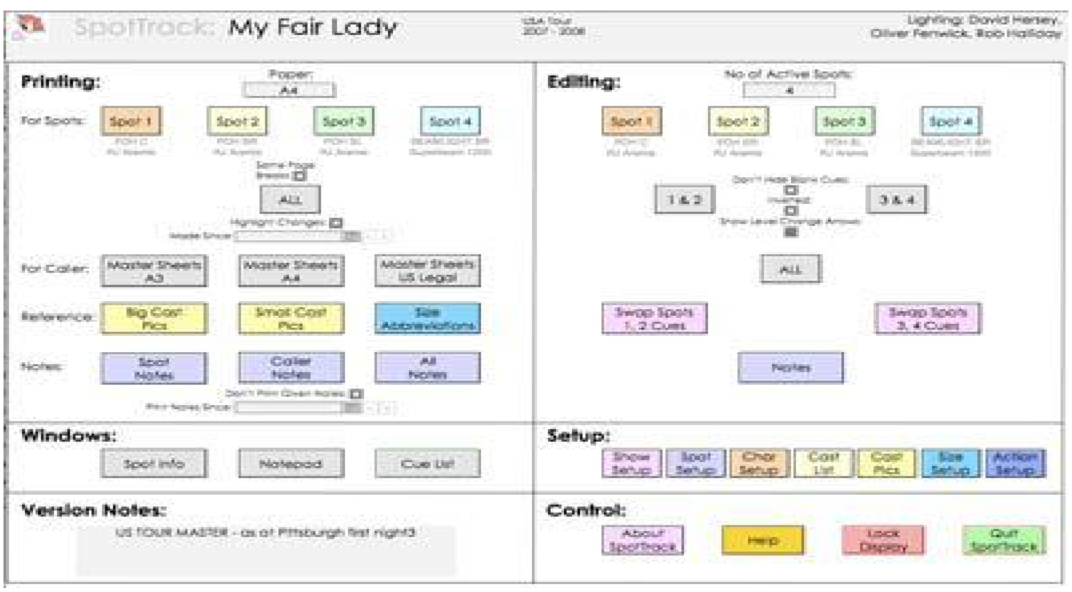
ਵਿਸ਼ੇ ਨਾਲ ਸਬੰਧਤ ਜਾਣਕਾਰੀ :-

ਵਪਾਰਕ ਜਾਂ ਸਮਾਜਿਕ ਸੰਸਾਰ ਵਿੱਚ ਕੋਈ ਈਵੇਂਟ ਕਰਨ ਲਈ ਪ੍ਰਬੰਧਕ ਨੂੰ ਪ੍ਰਮਾਣਿਕਤਾ ਲਈ ਵੱਖ ਵੱਖ ਦਸਤਾਵੇਜ਼ਾ ਦਾ ਪ੍ਰਬੰਧ ਕਰਨਾ ਪੈਦਾ ਹੈ। ਦਸਤਾਵੇਜ਼ ਇਕ ਈਵੇਂਟ ਨੂੰ ਸਫਲਤਾਪੂਰਵਕ ਪੂਰਾ ਕਰਨ ਲਈ ਇਕ ਸਬੂਤ ਹੈ।

ਦਸਤਾਵੇਜ਼ਾ ਦੀ ਲਿਸਟ (List of Documents) :-

ਇਕਰਾਰਨਾਮਾ (**Contract**) **:-** ਇਹ ਇਕ ਕਾਗਜ਼ ਜਾਂ ਦਸਤਾਵੇਜ਼ ਹੈ ਜੋ ਗਾਹਕ ਅਤੇ ਪ੍ਰਬੰਧ ਵਿਚਕਾਰ ਇਕ ਸਮਝੋਤਾ (ਇਕਰਾਰਨਾਮਾ) ਹੈ ਜਿੱਥੇ ਗਾਹਕ ਕੁਝ ਸ਼ਰਤਾ ਰੱਖਦਾ ਹੈ ਜਿਨ੍ਹਾਂ ਤੇ ਪ੍ਰਬੰਧਕ ਨੂੰ ਕੋਈ ਵਿਸ਼ੇਸ਼ ਈਵੇਂਟ ਕਰਨ ਲਈ ਚੱਲਣਾ ਪੈਦਾ ਹੈ। ਹੇਠ ਲਿਖੇ ਦਸਤਾਵੇਜ਼ ਉਸ ਈਵੇਂਟ ਦੇ ਪ੍ਰਬੰਧ ਕਰਨ ਵਿੱਚ (ਮਹੱਤਵਪੂਰਨ) ਜਾਂ ਜ਼ਰੂਰੀ ਹਨ।

ਏ.ਵੀ ਸੰਕੇਤ ਸ਼ੀਟ (**A.V cue sheet**) **:-** ਏ.ਵੀ ਕਿਊ ਸ਼ੀਟ ਦਾ ਅਰਥ ਹੈ ਆਡੀਓ ਵਿਜ਼ੂਅਲ ਟੀਮ ਲਈ ਇੱਕ ਲਿਖਤੀ ਸ਼ੀਟ, ਜਿਹੜੀ ਉਨ੍ਹਾਂ ਦੀ ਸਫਲਤਾ ਵਿੱਚ ਮਦਦ ਕਰਦੀ ਹੈ। ਇਹ ਉਤਪਾਦ ਦੀਆਂ ਸੰਗੀਤਕ ਵਸਤਾਂ ਦੀ ਵਿਸ਼ਾ ਸੂਚੀ ਬਣਾਉਂਦੀ ਹੈ ਹਰੇਕ ਹਿਸੇ ਦੀ ਸਮਾਂ ਹੱਦ ਅਤੇ ਇਸ ਦੀ ਵਰਤੋਂ ਅਤੇ ਸੰਗੀਤ ਬਣਾਉਣ ਵਾਲੇ ਪ੍ਰਕਾਸ਼ਨ ਕਰਨ ਵਾਲੇ ਦੀ ਸਪਸ਼ਟ ਪਹਿਚਾਣ ਰੱਖਦੀ ਹੈ। ਇਹ ਉਹ ਸਾਰੀਆਂ ਸੂਚਨਾਵਾਂ ਰੱਖਦੀ ਹੈ ਕਿ ਕੌਣ ਇਸ ਦੀ ਹੱਕ ਮਾਲਕੀ (Royalties) ਪ੍ਰਾਪਤ ਕਰਨ ਦੇ ਯੋਗ ਹੈ।



ਬਜਟ (**Budget**) **:-** ਇਹ ਉਹ ਦਸਤਾਵੇਜ਼ ਹੈ ਜੋ ਈਵੇਂਟ ਦੇ ਖਰਚੇ ਕੰਟਰੋਲ ਕਰਨ ਅਤੇ ਇਸ ਰਾਹੀਂ ਬੱਚਤ ਕਰਨ ਦੇ ਨੁਕਤਿਆ ਦੀ ਜਾਣਕਾਰੀ ਦਿੰਦਾ ਹੈ।

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

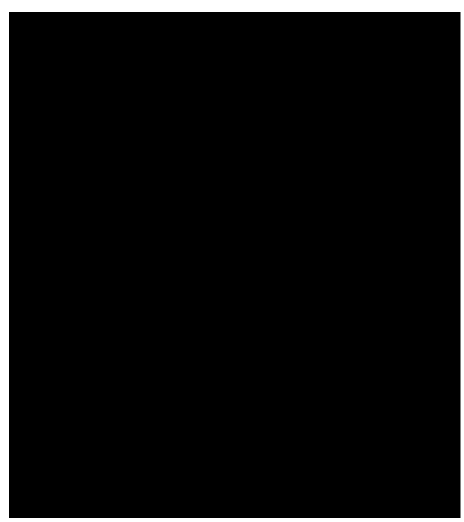
ਮਸ਼ਹੂਰ ਹੱਸਤੀਆਂ ਦੇ ਹਿੱਸਾ ਲੈਣ ਸਬੰਧੀ ਦਸਤਾਵੇਜ਼ (**Celebrity Participation Documents**) **:-** ਇਹ ਦਸਤਾਵੇਜ਼ ਸਾਨੂੰ ਇਹ ਜਾਣੂ ਕਰਵਾਉਂਦਾ ਹੈ ਕਿ ਕਿਹੜੀਆਂ ਮਸ਼ਹੂਰ ਹੱਸਤੀਆਂ ਈਵੇਂਟ ਵਿੱਚ ਹਿੱਸਾ ਲੈ ਰਹਿਆਂ ਹਨ। ਦਾਨ ਵਾਲੇ ਈਵੇਂਟ ਵਿੱਚ ਆਉਣ ਵਾਲੀਆਂ ਮਸ਼ਹੂਰ ਹੱਸਤੀਆਂ ਦੇ ਪਹੁੰਚਣ ਦੀ ਪੁਸ਼ਟੀ ਕਰਨਾ ਇਕ ਔਖਾ ਕੰਮ ਹੈ ਜੋ ਬਹੁਤ ਸਾਰੀਆ ਕੋਸ਼ਿਸ਼ਾ ਕਰਵਾਉਂਦਾ ਹੈ।

ਇਹ ਇਕ ਸ਼ੀਟ ਹੈ ਜੋ ਈਵੇਂਟ ਮਨੈਜਰ ਦੇ ਕੰਮ ਨੂੰ ਸੋਖਾਲਾ ਬਣਾ ਦੇਵੇਗੀ।

ਮਾਸਟਰ ਸਪਰੈਡਸ਼ੀਟ (**Master Spread Sheet**) **:-** ਇਸ ਨੂੰ ਕਾਨਫਰੰਸ ਪ੍ਰਬੰਧਨ ਔਜ਼ਾਰ ਵੀ (Tool) ਕਿਹਾ ਜਾਂਦਾ ਹੈ। ਜੇਕਰ ਈਵੇਂਟ ਮਨੈਜਰ ਆਉਣ ਵਾਲੇ ਸੰਗਠਿਤ ਈਵੇਂਟ ਲਈ ਸੈਕੜੇ ਮੇਹਮਾਨਾਂ ਦਾ ਰਿਕਾਰਡ ਰੱਖਣਾ ਚਾਹੁੰਦਾ ਹੈ ਤਾਂ ਉਸ ਨੂੰ ਤਾਂ ਉਸਨੂੰ ਇਕ ਮਾਸਟਰ ਸਪਰੈਡ ਸ਼ੀਟ ਤਿਆਰ ਚਾਹੀਦੀ ਹੈ ਜਿਸ ਵਿੱਚ ਉਸਦੀ ਮਰਜ਼ੀ ਹੈ ਕਿ ਉਹ ਕਿਸੇ ਕਾਲਮ ਨੂੰ ਈਵੇਂਟ ਦੇ ਅਨੁਸਾਰ ਜੋੜੇ ਜਾਂ ਕੱਟ ਦੇਵੇ।

Location	Theater Capacity	Banquet Capacity	Classroom Capacity	Booth Capacity	Reception Capacity	Square Feet	Ceiling Height	Dimensions
Arena	10,000	1,400	1,100	160	3,200	29,000	61' 10"	204' x 146'
Ballroom	1,400	600	750	84	1,500	14,500	20'	146' x 100'
Pee Dee	120	80	50	19	200	2,000	10'	40' x 50'
Waccamaw	80	40	36	10	120	1,250	10'	25' x 50'
Santee	120	80	50	19	200	2,000	10'	40' x 50'
Pee Dee/ Waccamaw	190	120	190	29	320	3,250	10'	65' x 50'
Santee/ Waccamaw	190	120	190	29	320	3,250	10'	65' x 50'
Combined Meeting Rooms	480	200	170	48	520	5,250	10'	105' x 50'
Ballroom/ Meeting Rooms	1,500	1,000	975	152	2,020	19,750		
Entire Facility				330		50,000		

ਕਾਨਫਰੰਸ ਸਮਾਂ ਸੂਚੀ (**Conference Time Line**) **:-** ਹਰ ਈਵੇਂਟ ਵਿੱਚ ਉਪ ਈਵੇਂਟ ਹੁੰਦੇ ਹਨ ਜਿਥੇ ਈਵੇਂਟ ਮੇਨੇਜਰ ਨੂੰ ਸਮਾਂ ਸੂਚੀ ਦੀ ਪਾਲਨਾ ਕਰਨੀ ਹੈ। ਇਸ ਸੂਚੀ ਲਈ ਸਾਰਣੀ ਬਣਾਉਂਣੀ ਪੈਦੀ ਹੈ ਅਤੇ ਈਵੇਂਟ ਦੀ ਕਾਮਯਾਬੀ ਲਈ ਇਸ ਦੀ ਪਾਲਣਾ ਕੀਤੀ ਜਾਂਦੀ ਹੈ।



ਦੁਪਹਿਰ ਦਾ ਖਾਣਾ/ਰਾਤ ਦਾ ਖਾਣਾ ਪਾਰਟੀ ਲਈ ਬਜਟ ਸ਼ੀਟ **:-** ਈਵੇਂਟ ਪ੍ਰਬੰਧਨ ਕੋਲ (ਖਾਣ ਪੀਣ) ਰਸੋਈ ਦਾ ਬਜਟ ਹੁੰਦਾ ਹੈ। ਇਹ ਈਵੇਂਟ ਦੀ ਕਿਸਮ ਤੇ ਨਿਰਭਰ ਕਰਦਾ ਹੈ ਅਤੇ ਗਾਹਕ ਦੀ ਤਰਜੀਹ ਤੇ ਅਤੇ ਉਸ ਦੇ ਖਰਚ ਕਰਨ ਦੀ ਸਮਰੱਥਾ ਤੇ ਨਿਰਭਰ ਕਰਦਾ ਹੈ। ਈਵੇਂਟ ਮੇਨੇਜਰ ਨੂੰ ਬਜਟ ਤੇ ਕੰਟਰੋਲ ਰੱਖਣਾ ਅਤੇ ਖਰਚੇ ਨੂੰ ਬਚਾਉਣਾ ਚਾਹੀਦਾ ਹੈ।

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

ਈਵੇਂਟ ਸੰਕੇਤਕ ਲਿਸਟ (**Event signage list**) :- ਈਵੇਂਟ ਨੂੰ ਸਾਫ ਸੁਥਰੇ ਨਿਰਦੇਸ਼ਕ ਸੰਕੇਤ ਚਾਹੀਦੇ ਹਨ। ਇਹ ਮੁਢਲੇ ਸੰਕੇਤਾਂ ਦੀ ਲਿਸਟ ਹੈ ਅਤੇ ਸੁਲਝਾਏ ਹੋਏ ਅਕਾਰਾਂ ਦੀ ਜਿਸ ਵਿੱਚ ਅਗਲਾ ਫਕੰਸ਼ਨ ਵੀ ਸ਼ਾਮਿਲ ਹੈ। ਪ੍ਰਵੇਸ਼ ਨੂੰ ਸੰਕੇਤ ਤੇ ਚੈਕ ਕਰੋ।

ਈਵੇਂਟ ਸੱਮਰੀ (ਸਾਰ) ਫਾਰਮ (**Event Summary Form**) :- ਇਕ ਵਾਰ ਈਵੇਂਟ ਖਤਮ ਹੋ ਗਿਆ ਹੋਵੇ ਤਾਂ ਈਵੇਂਟ ਮੇਨੇਜਰ ਨੂੰ ਕੁਝ ਹੋਰ ਘੰਟਿਆ ਬਾਦ ਯਾਦ ਰੱਖਣਾ ਯਕੀਨੀ ਹੋਵੇਗਾ ਕਿ ਕੀ ਚੰਗਾ ਹੋਇਆ ਹੈ ਅਤੇ ਅਗਲੀ ਵਾਰ ਕੀ ਬਦਲਣ ਦੀ ਜਰੂਰਤ ਹੈ। ਈਵੇਂਟ ਰੈਪ ਅੱਪ (Event wrap-ups) ਵੀ ਮਾਰਕੀਟ ਮੁੱਖੀ,

ਕਾਰਜਕਾਰੀ ਮੇਜ਼ਬਾਨ ਅਤੇ ਉਹ ਜੋ ਬਜਟ ਨੂੰ ਕੰਟਰੋਲ ਕਰਦਾ ਹੈ, ਲਈ ਵਧੀਆਂ ਦਸਤਾਵੇਜ ਹੈ।

ਈਵੇਂਟ ਵਿਕਰੇਤਾ ਦੀ ਸ਼ੀਟ (**Event vendor's one sheet**) :- ਇਕ ਈਵੇਂਟ ਦੇ ਪ੍ਰਬੰਧ ਕਰਨ ਲਈ ਇੱਕ ਤੋਂ ਵੱਧ ਵਿਕਰੇਤਾ (Vendors) ਦੀ ਲੋੜ ਹੁੰਦੀ ਹੈ। ਸਾਰੇ ਵਿਕਰੇਤਾਵਾਂ ਦੇ ਨਾਂ, ਪਤਾ ਅਤੇ ਮੋਬਾਇਲ ਨੰਬਰਾਂ ਦੀ ਇਕ ਸੂਚੀ ਹੋਣੀ ਚਾਹੀਦੀ ਹੈ ਤਾਂ ਕਿ ਕਿਸੇ ਵੀ ਤਰ੍ਹਾਂ ਦੀ ਪਰੇਸ਼ਾਨੀ ਤੋਂ ਬਚਿਆ ਜਾ ਸਕੇ ਅਤੇ ਜਦੋਂ ਵੀ ਜਰੂਰਤ ਹੈ। ਉਹਨਾਂ ਨਾਲ ਸਪੰਰਕ ਕੀਤਾ ਜਾ ਸਕੇ। ਇਹ ਦਸਤਾਵੇਜ਼ ਉਹਨਾਂ ਸਾਰਿਆਂ ਟੀਮ ਮੈਂਬਰਾਂ ਨੂੰ ਵੰਡ ਦੇਣਾ ਚਾਹੀਦਾ ਹੈ, ਜਿਹੜੇ ਕਿ ਕੰਮ ਨੂੰ ਅਸਾਨ ਬਣਾਉਂਦੇ ਹਨ।

ਮੈਨਇਉ ਕਾਰਡ ਰੱਖਣਾ (**Menu Card Template**) :- ਇਸ ਦਸਤਾਵੇਜ਼ ਵਿੱਚ ਜੋ ਕੁਝ ਵੀ ਟੇਬਲ ਤੇ ਵਰਤਾਇਆਂ ਜਾਣਾ ਹੈ ਉਹਨਾਂ ਵਸਤਾਂ ਦੀ ਸੂਚੀ ਹੁੰਦੀ ਹੈ। ਜੋ ਕਿ ਮੇਹਮਾਨਾ ਨੂੰ ਆਪਣਾ ਮੈਨਿਉ ਚੁਨਣ ਵਿੱਚ ਮਦਦ ਕਰਦੀ ਹੈ। ਇਹ ਈਵੇਂਟ ਨੂੰ ਰਸਮੀ ਦਿੱਖ ਪ੍ਰਦਾਨ ਕਰਦੀ ਹੈ। ਜਿਸ ਦੇ ਸੈਕੜੇਂ ਤਰੀਕੇ ਹਨ ਜਿਵੇਂ ਕਿ ਇਕ ਬੈਠ

ਕੇ ਕੀਤੇ ਜਾਣ ਵਾਲੇ ਰਾਤ ਦੇ ਖਾਣੇ ਦੇ ਦਸਤਾਵੇਜ਼ ਦੀ ਰੁਪਰੇਖਾ ਦਾ ਮਾਪ 5.5x8.5 ਇੰਚ ਹੋ ਸਕਦਾ ਹੈ।

ਧੰਨਵਾਦ ਨੋਟ ਕਾਰਡ (**Thank you Note Card**) :- ਈਵੇਂਟ ਖਤਮ ਹੋਣ ਤੋਂ ਬਾਅਦ ਗੇਟ ਤੇ ਧੰਨਵਾਦ ਨੋਟ ਵੰਡਿਆ ਜਾਂਦਾ ਹੈ ਇਹ ਧੰਨਵਾਦ ਦੀ ਨਿਸ਼ਾਨੀ ਹੁੰਦੀ ਹੈ। ਇਹ ਗੈਰ ਜ਼ਰੂਰੀ ਹੈ।

ਅਖ਼ਬਾਰਾਂ ਵਿੱਚ ਪ੍ਰਕਾਸ਼ਣ :- ਈਵੇਂਟ ਦੇ ਸ਼ੁਰੂ ਹੋਣ ਤੋਂ ਪਹਿਲਾ, ਈਵੇਂਟ ਪ੍ਰਬੰਧਕ ਨੂੰ ਉਸ ਈਵੇਂਟ ਦੇ ਪ੍ਰਚਾਰ ਲਈ ਪ੍ਰੈਸ ਰਾਹੀਂ ਪ੍ਰਕਾਸ਼ਿਤ ਕਰਨਾ ਚਾਹੀਦਾ ਹੈ। ਇਹ ਈਵੇਂਟਾ ਵਿੱਚ ਦਾਨ ਈਵੇਂਟ (Charity Event) ਮੌਜ ਮੇਲੇ ਵਾਲਾ ਈਵੇਂਟ, ਸਭਿਆਚਾਰਕ ਈਵੇਂਟ, ਸੰਸਥਾਵਾਂ ਦੇ ਈਵੇਂਟ, ਸਮਾਜਿਕ ਈਵੇਂਟ ਸ਼ਾਮਿਲ ਹਨ। ਈਵੇਂਟ ਖਤਮ ਹੋਣ ਤੋਂ ਬਾਦ ਈਵੇਂਟ ਨੂੰ ਸਮਾਪਤ ਕਰਨ ਲਈ ਇਕ ਪ੍ਰੈਸ ਨੋਟ ਦਿਤਾ ਜਾਂਦਾ ਹੈ ਅਤੇ ਪੱਤਰਕਾਰਾਂ ਨੂੰ ਬੁਲਾਇਆ ਜਾਂਦਾ ਹੈ।

ਟੈਂਟ ਸਬੰਧੀ ਕਿਰਾਇਆ ਸੂਚੀ (**Tent Rental Card**) :- ਜਦੋਂ ਅਸੀਂ ਕਿਸੀ ਈਵੇਂਟ ਦੇ ਟੈਂਟ ਕਿਰਾਇਆ ਸੂਚੀ ਦੀ ਗੱਲ ਕਰਦੇ ਹਾਂ ਤਾਂ ਟੈਂਟ ਦੇ ਡਿਜਾਇਨ ਦੀ ਚੋਣ ਅਤੇ ਇਸ ਵਰਗੇ ਹੋਰ ਬਹੁਤ ਸਾਰੇ ਸਵਾਲ ਅਤੇ ਸੰਭਾਵਨਾਵਾਂ ਸਾਡੇ ਸਾਹਮਣੇ ਹੁੰਦੀਆਂ ਹਨ। ਟੈਂਟ ਦਾ ਕਿਰਾਇਆ ਮੁੱਖ ਤੌਰ ਤੇ ਉਸਦੇ ਡਿਜਾਇਨ ਉਤੇ ਨਿਰਭਰ ਕਰਦਾ ਹੈ।

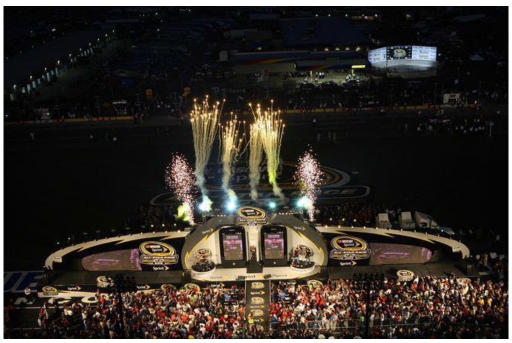
ਸਥਾਨ ਦੀ ਚੈਕ ਲਿਸਟ (**Vanue check list**) :- ਜਗਾ ਦੀ ਚੋਣ ਕਰਨਾ ਇਕ ਬਹੁਤ ਮਹੱਤਵਪੂਰਨ ਅਤੇ ਮੁਸ਼ਕਿਲ ਭਰਿਆ ਫੈਸਲਾ ਹੈ। ਜਗਾ ਦੀ ਚੈਕ ਲਿਸਟ ਮੇਨੇਜਰ ਨੂੰ ਅਜਿਹਾ ਕਰਨ ਵਿੱਚ ਮਹੱਤਵਪੂਰਨ ਵਿਚਾਰ ਪ੍ਰਦਾਨ ਕਰਦੀ ਹੈ। ਇਸ ਲਈ ਜਿਹੜੀ ਤੁਹਾਡੀਆ ਲੋੜਾਂ ਲਈ ਬਿਲਕੁਲ ਅਨੁਕੂਲ ਹੈ।

ਵੀਡੀਓ ਬਣਾਉਣ ਦੇ ਖਰਚੇ ਦੀ ਬਚਤ (**Video Production Cost Saving**) :- ਕਾਨਫਰੰਸਾ ਜਾਂ ਕੋਈ ਸਮਾਜਿਕ ਅਤੇ ਵਪਾਰਕ ਈਵੇਂਟਾ ਦੀ ਵੀਡੀਓ ਬਣਾਉਣਾ ਬਹੁਤ ਗੰਭੀਰ ਨਿਵੇਸ਼ ਹੈ। ਬਜਟ ਗਾਹਕ ਦੇ ਦ੍ਰਿਸ਼ਟੀਕੋਣਾ ਅਤੇ ਵੀਡੀਓ ਬਣਾਉਣ ਦੇ ਡਿਜ਼ਾਇਨ ਤੇ ਨਿਰਭਰ ਕਰਦਾ ਹੈ।

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

ਵਿਆਹ ਈਵੇਂਟ ਬਜਟ ਟੂਲ (Wedding event Budget Tool) :- ਸ਼ਾਦੀ ਦੀ ਯੋਜਨਾ ñਤੁਹਾਡੀ ਜ਼ਿੰਦਗੀ ਦਾ ਸਭ ਤੋਂ ਵਧੀਆ ਦਿਨ ਹੈ, ਪਰ ਅਕਸਰ ਹੈ ਪੈਸੇ ਕਰਕੇ ਇਹ ਬਹੁਤ ਤਨਾਅਪੂਰਨ ਪਰੀਕਿਰਿਆ ਬਣ ਸਕਦਾ ਹੈ। ਭਾਵੇਂ ਇਹ ਸ਼ਾਦੀ ਦਾ ਬਜਟ ਖਾਕਾ ਖਰਚਿਆਂ ਨੂੰ ਜਮ੍ਹਾਂ ਨਹੀਂ ਕਰਦਾ, ਪਰ ਇਹ ਸਾਰੇ ਖਰਚਿਆ ਦਾ ਅਨੁਮਾਨ ਲਗਾਉਣ ਵਿੱਚ ਮਦਦ ਕਰੇਗਾ ਅਤੇ ਫੈਸਲਾ ਕਰੇਗਾ ਕਿ ਕਿੰਨੀ ਅੱਛੀ ਤਰ੍ਹਾਂ ਤੁਹਾਡੇ ਫੰਡਾਂ ਨੂੰ ਵੰਡਣਾ ਹੈ।



ਅਭਿਆਸ : ਮੁਲਾਂਕਣ

1. ਜਿਸ ਸਥਾਨ ਤੇ ਈਵੇਂਟ ਚਲ ਰਿਹਾ ਹੈ, ਉਸ ਸਥਾਨ ਦਾ ਦੌਰਾ ਕਰੋ ਅਤੇ ਪ੍ਰਚੂਨ ਵਿੱਚ ਵਰਤੇ ਜਾਣ ਵਾਲੇ ਕਾਨੂੰਨੀ ਨਿਯਮਾਂ ਅਤੇ ਪ੍ਰਬੰਧਾਂ ਬਾਰੇ ਜਾਇਜਾ ਲਵੋ।
2. ਹਾਲਾਤਾ ਦਾ ਵਿਸ਼ਲੇਸ਼ਣ ਕਰੋ ਜੋ ਗਾਹਕ ਤੋਂ ਕਾਨੂੰਨ ਮਨਜ਼ੂਰੀ ਪ੍ਰਾਪਤ ਕਰਨ ਤੇ ਜ਼ੋਰ ਦਿੰਦਾ ਹੈ।
3. ਕਿਸੇ ਇਕ ਈਵੇਂਟ ਵਿੱਚ ਸ਼ਾਮਿਲ ਵੱਖ ਵੱਖ ਦਸਤਾਵੇਜ਼ਾ ਨੂੰ ਇਕੱਠੇ ਕਰੋ ਅਤੇ ਉਸ ਦੀ ਮਹੱਤਤਾ ਦਾ ਵਰਣਨ ਕਰੋ।

ਮੁਲੰਕਣ

ਖਾਲੀ ਥਾਵਾਂ ਭਰੋ :-

1. ਈਵੇਂਟ ਨੂੰ ਸਫਲਤਾਪੂਰਵਕ ਕਰਵਾਉਣ ਅਤੇ ਪੂਰਾ ਕਰਨ ਵਿੱਚ ______________ ਇਕ ਸਬੂਤ ਹੈ।
2. ਦਾਨ ਈਵੇਂਟ ਤੇ ____________ ਦੀ ਪੁਸ਼ਟੀ ਕਰਨਾ, ਬਹੁਤ ਹੀ ਕੋਸ਼ਿਸ਼ ਵਾਲਾ ਕੰਮ ਹੈ।
3. ਇਸ __________ ਵਿੱਚ ਜੋ ਕੁਝ ਵੀ ਟੇਬਲ ਤੇ ਵਰਤਿਆ ਜਾ ਰਿਹਾ ਹੈ, ਉਸ ਦੀ ਇੱਕ ਸੂਚੀ ਹੁੰਦੀ ਹੈ ਜੋ ਕਿ ਮਹਿਮਾਨਾ ਨੂੰ ਆਪਣਾ ਮੈਨਿਊ ਚੁਣਨ ਵਿੱਚ ਮਦਦ ਕਰਦੀ ਹੈ।
4. ਈਵੇਂਟ ਖਤਮ ਹੋਣ ਤੋਂ ਬਾਅਦ ਇਕ ______________ ਗੇਟ ਤੇ ਦਿੱਤੀ ਜਾਂਦੀ ਹੈ ਜੋ ਸ਼ੁਕਰਗੁਜਾਰੀ ਦੀ ਨਿਸ਼ਾਨੀ ਹੈ।
5. ਜਦੋਂ ਈਵੇਂਟ ਨੂੰ ਦੇਖਿਆ ਜਾਂਦਾ ਹੈ ___________ ਕਈ ਪ੍ਰਸ਼ਨ ਅਤੇ ਚੋਣਾ ਹੁੰਦੀਆਂ ਹਨ ਜਿਸ ਵਿੱਚ ਟੈਂਟ ਸਬੰਧੀ ਡਿਜਾਇਨ ਵੀ ਹੁੰਦਾ ਹੈ।

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

ਬਹੁਵਿੱਕਲਪੀ ਪ੍ਰਸ਼ਨ :-

1. ਏ.ਵੀ ਸੰਕੇਤ ਸ਼ੀਟ ਦਾ ਭਾਵ ______________ ਸ਼ੀਟ ਹੈ।
   (i) ਮੁਲਾਂਕਣ ਅਤੇ ਦ੍ਰਿਸ਼ਟੀ
   (ii) ਸੁਣਨ ਅਤੇ ਦ੍ਰਿਸ਼ਟੀ
   (iii) ਸੁਣਨ ਅਤੇ ਸਥਾਨ
   (iv) ਉਪਰਲੇ ਵਿੱਚੋਂ ਕੋਈ ਨਹੀਂ
2. ___________ ਨੂੰ ਕਾਨਫਰੰਸ ਪ੍ਰਬੰਧਨ ਯੰਤਰ ਵੀ ਕਿਹਾ ਜਾਂਦਾ ਹੈ।
   (i) ਮਾਸਟਰ ਸਪਰੈਡ ਸ਼ੀਟ
   (ii) ਕਾਨਫਰੰਸ ਸਮਾਂ ਸਾਰਨੀ
   (iii) ਮੈਨਿਊ ਕਾਰਡ
   (iv) ਪ੍ਰੈਸ ਨੋਟ
3. ____________ ਮੰਡੀਕਰਨ ਮੁੱਖੀ, ਕਾਰਜਕਾਰੀ ਮੇਜ਼ਬਾਨ ਅਤੇ ਜੋ ਪੂਰੇ ਬਜਟ ਤੇ ਕੰਟਰੋਲ ਕਰਨ ਵਾਲੇ ਨਾਲ ਸਾਂਝਾ ਕਰਨ ਲਈ ਮਹੱਤਵਪੂਰਨ ਦਸਤਾਵੇਜ਼ ਹਨ।
   (i) ਸਥਾਨ ਚੈਕ ਲਿਸਟ
   (ii) ਧੰਨਵਾਦੀ ਨੋਟ
   (iii) ਈਵੇਂਟ ਰੈਪ ਅੱਪ
   (iv) ਵਿਆਹ ਦੇ ਬਜਟ ਦਾ ਸਾਧਨ
4. ਈਵੇਂਟ ਪੂਰਾ ਹੋਣ ਤੇ ਇੱਕ ___________ ਪ੍ਰੈਸ ਨੂੰ ਈਵੇਂਟ ਦੀ ਸਮਾਪਤੀ ਲਈ ਦਿੱਤਾ ਜਾਂਦਾ ਹੈ।
   (i) ਕਾਨਫਰੰਸ ਸਮਾਂ ਲਾਈਨ
   (ii) ਸਥਾਨ ਚੈਕ ਲਿਸਟ
   (iii) ਧੰਨਵਾਦ
   (iv) ਪ੍ਰੈਸ ਨੋਟ
5. ___________ ਦੇ ਵਿੱਚ ਦਸਤਾਵੇਜ਼ ਬਜਟ ਗਾਹਕ ਦੇ ਵਿਵਹਾਰ ਅਤੇ ਵੀਡੀਓ ਬਣਾਉਣ ਦੇ ਡਿਜ਼ਾਇਨ ਤੇ ਨਿਰਭਰ ਕਰਦਾ ਹੈ।
   (i) ਵੀਡੀਓ ਬਣਾਉਣ ਦਾ ਖਰਚ
   (ii) ਈਵੇਂਟ ਰੈਪ ਐਪਸ
   (iii) ਸ਼ਾਦੀ ਦੇ ਬਜਟ ਦਾ ਸਾਧਨ
   (iv) ਏ.ਵੀ ਨੁਕਤਾ ਸ਼ੀਟ

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

ਕਾਲਮਾ ਨੂੰ ਮਿਲਾਓ

ਸੈਕਸ਼ਨ ਏ	ਸੈਕਸ਼ਨ ਬੀ
i) ਇਕਰਾਰਨਾਮਾ (Contracts)	(i) ਈਵੇਂਟ ਦੀ ਸਮਾਂ ਸਾਰਨੀ
(ii) ਬਜਟ (Budget)	(ii) ਕਾਨਫਰੰਸ ਪ੍ਰਬੰਧਨ ਸਾਧਨ
(iii) ਮਾਸਟਰ ਸਪਰੈਡ ਸ਼ੀਟ (Master Spread Sheet)	(iii) ਦਸਤਾਵੇਜ਼ ਜੋ ਕੰਟਰੋਲ ਕਰਦੇ ਹਨ
(iv) ਕਾਨਫਰੰਸ ਸਮਾਂ ਲਾਈਨ (Conference Time Line)	(iv) ਫਾਲਤੂ ਖਰਚੇ
(v) ਈਵੇਂਟ ਸੰਕੇਤਕ ਲਿਸਟ (Event Signage List)	(v) ਮੁਢਲੇ ਚਿੰਨ੍ਹਾਂ ਦੀ ਲਿਸਟ
	(vi) ਗਾਹਕ ਅਤੇ ਈਵੇਂਟ ਪ੍ਰਬੰਧਨ ਵਿਚਕਾਰ ਸਮਝੋਤਾ

ਮੁਲਾਂਕਣ ਕਿਰਿਆ ਦੀ ਚੈਕ ਲਿਸਟ:

ਹੇਠਾਂ ਦਿੱਤੀ ਚੈਕ ਲਿਸਟ ਨੂੰ ਇਹ ਦੇਖਣ ਲਈ ਵਰਤੋਂ ਕਿ ਉਹ ਤੁਹਾਡੀਆਂ ਸਾਰੀਆਂ ਮੁਲਾਂਕਣ ਕਿਰਿਆਵਾਂ ਦੀ ਜਰੂਰਤਾਂ ਨੂੰ ਪੂਰਾ ਕਰਦੀ ਹੈ।

ਭਾਗ (ੳ)

(i) ਈਵੇਂਟ ਪ੍ਰਬੰਧ ਲਈ ਵਰਤੇ ਗਏ ਦਸਤਾਵੇਜ਼ਾ ਦੀ ਲਿਸਟ ਬਣਾਓ ?
(ii) ਮਾਸਟਰ ਸਪਰੈਡ ਸ਼ੀਟ ਈਵੇਂਟ ਦਾ ਪ੍ਰਬੰਧ ਕਰਨ ਵਿੱਚ ਈਵੇਂਟ ਮੈਨੇਜਰ ਦੀ ਕਿਵੇਂ ਮਦਦ ਕਰਦੀ ਹੈ ?
(iii) ਜਦੋਂ ਈਵੇਂਟ ਪ੍ਰਬੰਧਨ ਦਾ ਸਗੰਠਨ (ਪ੍ਰਬੰਧ) ਕੀਤਾ ਜਾਂਦਾ ਹੈ ਤਾਂ ਇਕਰਾਰ ਕਰਨਾ ਕਿਉਂ ਜ਼ਰੂਰੀ ਹੈ ?
(iv) ਬਜਟ ਨੋਟ ਖਰਚੇ ਤੇ ਕੰਟਰੋਲ ਕਰਨ ਵਿੱਚ ਕਿਵੇਂ ਮਦਦਗਾਰ ਹੈ ?
(v) ਈਵੇਂਟ ਵਿਕਰੇਤਾਵਾਂ ਦੀ ਸੂਚੀ ਬਣਾਉਣੀ ਕਿਉਂ ਜ਼ਰੂਰੀ ਹੈ ?

ਭਾਗ (ਅ)

ਹੇਠਾਂ ਦਿੱਤੀਆਂ ਦੀ ਜਮਾਤ ਵਿੱਚ ਚਰਚਾ ਕੀਤੀ ਗਈ (Discussed in class)

(i) ਈਵੇਂਟ ਦਾ ਪ੍ਰਬੰਧ ਕਰਨ ਲਈ ਕਿਹੜੇ ਦਸਤਾਵੇਜ਼ ਵਰਤੇ ਜਾਂਦੇ ਹਨ ?
(ii) ਈਵੇਂਟ ਪ੍ਰਬੰਧਨ ਵਿੱਚ ਦਸਤਾਵੇਜ਼ਾ ਨੂੰ ਕਿਵੇਂ ਰੱਖਿਆ ਜਾਂਦਾ ਹੈ ?

ਭਾਗ (ੲ)

ਕਾਰਜਸ਼ੈਲੀ ਦਾ ਪੱਧਰ (**Performance Standard**)

ਕਾਰਜਸ਼ੈਲੀ ਵਿੱਚ ਸ਼ਾਮਲ ਹਨ (**The Performance Standard may include**) ਵਿੱਚ ਸ਼ਾਮਲ ਹਨ

ਕਾਰਜਸ਼ੈਲੀ ਦਾ ਪੱਧਰ	ਹਾਂ	ਨਾਂ
(i) ਈਵੇਂਟ ਦੇ ਪ੍ਰਬੰਧ ਕਰਨ ਲਈ ਦਸਤਾਵੇਜ਼ਾ ਦੀ ਸ਼ਨਾਖਤ ਕਰਨ ਦੇ ਯੋਗ ਹੋ।		
(ii) ਈਵੇਂਟ ਪ੍ਰਬੰਧਨ ਵਿੱਚ ਦਸਤਾਵੇਜ਼ਾ ਨੂੰ ਰੱਖਣ ਦੀ ਸਹੂਲਤਾਂ ਨੂੰ ਲੱਭਣ ਦੇ ਯੋਗ ਹੋ।		

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

ਸੈਸ਼ਨ 3 Logistics and Standard operating Procedures (SOPs)

ਸਬੰਧਤ ਗਿਆਨ :-

(ਯੋਜਨਾਬੰਦੀ) ਲੌਜਿਸਟਿਕ ਵਸਤੂ ਨੂੰ ਇਕ ਸਰੋਤ ਤੋਂ ਖਾਸ ਨਿਸ਼ਾਨੇ ਤੇ ਤਬਦੀਲ ਕਰਨ ਦੇ ਕੰਮ ਵਿੱਚ ਤਾਲਮੇਲ ਅਤੇ ਪ੍ਰਬੰਧ ਦਾ ਨਾਮ ਹੈ। ਆਵਾਜਾਈ, ਯੋਜਨਾਬੰਦੀ ਦਾ ਬਹੁਤ ਜ਼ਰੂਰੀ ਭਾਗ ਹੈ ਕਿਉਂਕਿ ਵਸਤੂਆਂ ਨੂੰ ਇਕ ਸਥਾਨ ਤੋਂ ਦੂਜੇ ਸਥਾਨ ਤੇ ਲਿਜਾਉਣ ਲਈ ਟਰੱਕਾਂ ਅਤੇ ਸਮੁੰਦਰੀ ਜਹਾਜਾਂ ਦੀ ਜਰੂਰਤ ਹੁੰਦੀ ਹੈ।

ਈਵੇਂਟ ਪ੍ਰਬੰਧਨ ਵਿੱਚ ਲੌਜਿਸਟਿਕ ਜ਼ਰੂਰੀ ਰੋਲ ਅਦਾ ਕਰਦਾ ਹੈ, ਈਵੇਂਟ ਵਿੱਚ ਸਥਾਨਕ ਆਵਾਜਾਈ ਸਾਰੇ ਸਰੋਤਾਂ ਨੂੰ ਸਹੀ ਸਮਾਂ ਅਤੇ ਸਹੀ ਨਿਸ਼ਾਨਾ ਪ੍ਰਦਾਨ ਕਰਦੀ ਹੈ।

ਜਿਵੇਂ ਕਿ ਬਹੁਤ ਸਾਰੇ ਈਵੇਂਟਾ ਜਿਵੇਂ ਕਿ ਲਾਈਟਿੰਗ, ਸਟੇਜਿੰਗ ਅਤੇ ਧੁਨੀ ਉਪਕਰਨ ਆਦਿ ਦੀ ਯੋਜਨਾਬੰਦੀ ਦੀ ਜਰੂਰਤ ਹੁੰਦੀ ਹੈ। ਇਸ ਨਾਲ ਕੋਈ ਫਰਕ ਨਹੀਂ ਪੈਂਦਾ ਕਿ ਤੁਹਾਨੂੰ ਕਿਸ ਤਰ੍ਹਾਂ ਦਾ ਮਨੋਰੰਜਨ ਚਾਹੀਦਾ ਹੈ। ਮਨੋਰੰਜਨ ਤੁਹਾਡੇ ਈਵੇਂਟ ਨੂੰ ਸਹੀ ਢੰਗ ਨਾਲ ਚਲਾਉਣ ਵਿੱਚ (ਪੂਰਨ ਸਥਾਪਨ) ਪੂਰਨ ਪ੍ਰਬੰਧ ਕਰ ਸਕਣ ਨੂੰ ਯਕੀਨੀ ਬਣਾਏਗਾ।

ਈਵੇਂਟ ਅਤੇ ਸਥਾਨ ਦੀ ਸਜਾਵਟ (dressing) ਬਹੁਤ ਜ਼ਰੂਰੀ ਹੁੰਦੀ ਹੈ ਜੇ ਈਵੇਂਟ ਪ੍ਰਬੰਧਕ ਆਪਣੇ ਮੇਹਮਾਨਾਂ ਨੂੰ ਪ੍ਰਭਾਵਿਤ ਕਰਨਾ ਚਾਹੁੰਦਾ ਹੈ। ਈਵੇਂਟ ਦੀ ਸਜਾਵਟ ਸਧਾਰਣ ਜਾਂ ਫਜ਼ੂਲ ਖਰਚੀ ਵਾਲੀ ਹੋ ਸਕਦੀ ਹੈ ਜਿੰਨੀ ਪ੍ਰਬੰਧਕ ਚਾਹੁੰਦਾ ਹੈ। ਹਰ ਕੋਈ ਆਦਮੀ ਉਸ ਨਾਲ ਕੰਮ ਕਰ ਸਕਦਾ ਹੈ ਜੋ ਇਸ ਨੂੰ ਉਸ ਦੇ ਮੁੱਖ ਉਦੇਸ਼ (Theme) ਦੇ ਫਿਟ ਬਣਾਉਣ ਨੂੰ ਯਕੀਨੀ ਬਣਾਏ ਜੋ ਉਹ ਗਾਹਕ ਈਵੇਂਟ ਲਈ ਪੈਦਾ ਕਰਨਾ ਚਾਹੁੰਦਾ ਹੈ।

ਈਵੇਂਟ ਪ੍ਰਬੰਧਨ ਦੇ ਨਿਯਮ (**Principles of event management**) :- ਹੇਠ ਲਿਖੇ ਨਿਯਮਾਂ ਦੀ ਪਾਲਣਾ ਈਵੇਂਟ ਮੈਨੇਜਰ ਦੁਆਰਾ ਕੀਤੀ ਜਾਂਦੀ ਹੈ ਜਦੋਂ ਉਹ ਕਿਸੇ ਈਵੇਂਟ (Event) ਦਾ ਆਯੋਜਨ ਕਰਦਾ ਹੈ।

1. ਉਸ ਖੇਤਰ ਦੇ ਸਬੰਧੀ ਚੰਗਾ ਸਥਾਨਕ ਗਿਆਨ ਹੋਣਾ (**Excellent local knowledge of the regions**) :- ਈਵੇਂਟ ਪ੍ਰਬੰਧਕ ਲਈ ਇਹ ਬਹੁਤ ਮਹੱਤਵਪੂਰਨ ਹੈ ਕਿ ਉਹ ਗਾਹਕ ਦੇ ਈਵੇਂਟ ਲਈ ਸਭ ਤੋਂ ਉਚਿਤ ਹੋਟਲ, ਰੈਸਤਰਾਂ ਅਤੇ ਸਥਾਨ ਦੀ ਚੋਣ ਕਰੇ। ਉਨ੍ਹਾਂ ਦੀ ਕੀਮਤ ਸਬੰਧੀ ਗੱਲਬਾਤ ਅਤੇ ਲੋਕਲ ਹਿਸੇਦਾਰਾ ਨਾਲ ਰੋਜ਼ਾਨਾ ਮੇਲ ਜੋਲ ਜੋ ਗਾਹਕ ਸੇਵਾਵਾਂ ਦੀਆਂ ਕਦਰਾਂ ਕੀਮਤਾਂ ਦੇ ਭਾਗੀਦਾਰ ਹਨ। ਸੈਮੀਨਾਰ ਹੋਟਲਾਂ, ਕਾਨਫਰੰਸ ਸੈਂਟਰਾਂ, ਰੈਸਤਰਾ ਅਤੇ ਪੀਣ ਲਈ ਪਾਰਟੀਆਂ ਅਤੇ ਸ਼ਾਮ ਦੇ ਉਤਸਵ।

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

[redacted]

2. ਪੇਸ਼ੇਵਰ ਗਵਾਹੀ **(Professional Guarantees) :-** ਯੋਜਨਾਬੰਦੀ ਸੰਸਥਾ ਦੀ ਸਾਰੀ ਜਾਣਕਾਰੀ, ਯਾਤਰਾਂ ਏਜੰਸੀ ਦਾ ਲਾਇਸੰਸ, ਬੈਂਕ ਗਰੰਟੀ, ਕਿਤਾਮੁੱਖੀ ਜਿੰਮੇਵਾਰੀ ਲਾਇਸੰਸ, ਟਰੈਵਲ ਏਜੰਟਾ ਦੀ ਮੈਂਬਰਸ਼ਿਪ ਆਦਿ।

. ਈਵੇਂਟ ਦੀ ਕਿਸਮ ਬਾਰੇ ਜਾਣਕਾਰੀ (**Information about type of event**) **:-** ਈਵੇਂਟ ਪ੍ਰਬੰਧਕ ਨੂੰ ਈਵੇਂਟ ਦੀ ਕਿਸਮ ਬਾਰੇ ਜਾਣਨਾ ਚਾਹੀਦਾ ਹੈ ਜਿਵੇਂ ਕਿ ਸੈਮੀਨਾਰ, ਕਾਨਫਰੰਸ, ਪ੍ਰੇਰਕ ਈਵੇਂਟ, ਟੀਮ ਬਣਾਉਣ ਦੀ ਕਿਰਿਆ, ਕਾਰਜਕਾਰੀ ਕਮੇਟੀ ਦੀ ਮੀਟਿੰਗ, ਵੀ.ਆਈ.ਪੀ ਈਵੇਂਟ , ਇਨਾਮ ਯਾਤਰਾਂ (Reward Trip etc) ਆਦਿ।

4. ਸਲਾਹ ਅਤੇ ਬੁਕਿੰਗ (**Advice and Booking**) **:-** ਸਾਰੀਆਂ ਕਿਸਮਾਂ ਦੀਆਂ ਰਹਿਣ ਦੀਆਂ ਥਾਵਾਂ ਵਿੱਚੋਂ, 5 ਤਾਰਾ ਹੋਟਲ ਤੋਂ ਲੈ ਕੇ ਉਚ ਪਹਾੜੀ ਰਿਹਾਇਸ਼ਾਂ ਜਿਨ੍ਹਾਂ ਵਿੱਚ ਕਿਲੇ, ਸੈਮੀਨਾਰ ਹੋਟਲ, ਅਤੇ ਮਨਮੋਹਕ ਦ੍ਰਿਸ਼ਾਂ ਵਾਲੇ ਹੋਟਲ ਆਦਿ, ਜੋ ਗਾਹਕ ਦੇ ਉਦੇਸ਼ਾਂ ਅਤੇ ਬਜਟ ਤੇ ਖਰੇ ਉਤਰਦੇ ਹਨ, ਦਾ ਪ੍ਰਬੰਧ ਕਰਨਾ ਈਵੇਂਟ ਪ੍ਰਬੰਧਕ ਦੀ ਜਿੰਮੇਵਾਰੀ ਹੈ।

5. ਮਨੋਰੰਜਨ ਸਥਾਨਾਂ ਦੀ ਬੁਕਿੰਗ (**Booking og Entertainment Places**) **:-** ਨਿਜੀ ਮਹੱਤਤਾ ਵਾਲੇ ਜਿਵੇਂ ਕਿ ਵਿਲਾ, ਮਿਊਜੀਅਮ, ਬੇੜੀ ਦੀ ਯਾਤਰਾਂ ਆਦਿ ਅਤੇ ਅਸਲੀ (ਪੱਕੇ) ਸਥਾਨ ਜਿਵੇਂ ਕਿ ਚਿੜੀਆ ਘਰ, ਥੀਮ ਪਾਰਕ, ਕਿਲੇ, ਨਿਰੀਖਣ ਸ਼ਾਲਾ ਆਦਿ ਅਤੇ ਖਾਣਾ ਬਨਾਉਣ ਵਾਲਿਆਂ ਨਾਲ ਖਾਣੇ ਬਾਰੇ ਸਲਾਹ ਮਸ਼ਵਰਾ, ਗਾਲਾ ਡੀਨਰ, ਕਾਕਟੇਲ ਪਾਰਟੀ ਅਤੇ ਸੰਗਠਿਤ ਕਿਰਿਆਵਾਂ, ਈਵੇਂਟ ਮੇਨੇਜਰ ਦੁਆਰਾ ਵਿਚਾਰ ਕਰਨ ਯੋਗ ਹਨ।

6. ਹੋਟਲ ਬਾਰੇ ਜਾਣਕਾਰੀ (**Hotel Information**) **:-** ਈਵੇਂਟ ਮੈਨੇਜਰ ਨੂੰ ਸਵਾਗਤਕਰਤਾ ਟੀਮਾਂ, ਹੋਟਲ ਦੀ ਸਵਾਗਤੀ ਅਤੇ ਆਵਾਜਾਈ ਹਿਤ ਯੋਜਨਾਬੰਦੀ ਸੰਗਠਨ, ਹੋਟਲ ਦੇ ਸਵਾਗਤੀ ਡੈਸਕ, ਗਾਹਕ ਦੀ ਲੋੜਾਂ ਅਨੁਸਾਰ ਮੀਟਿੰਗ ਕਮਰੇ ਬਾਰੇ ਜਾਣਕਾਰੀ ਹੋਣੀ ਚਾਹੀਦੀ ਹੈ।

7. ਖੇਡਾਂ ਅਤੇ ਮਨਪ੍ਰਚਾਵੇ ਦੀਆਂ ਕਿਰਿਆਵਾਂ (**Sports and recreational Activities**) **:-** ਗਾਹਕਾਂ ਦੇ ਉਤਸ਼ਾਹ ਲਈ ਜਾਂ ਟੀਮ ਬਣਾਉਣ ਦੇ ਪ੍ਰੋਗਰਾਮਾ ਲਈ ਈਵੇਂਟ ਮਨੈਜਰ ਨੂੰ ਕਿਸੇ ਪੜੇ ਲਿਖੇ ਯੋਗ ਵਿਅਕਤੀ ਤੋਂ ਨਿਰੀਖਣ ਕਰਵਾਉਣਾ ਚਾਹੀਦਾ ਹੈ। ਨਾ ਹਿੱਸਾ ਲੈਣ ਵਾਲੇ ਅਤੇ ਹਿੱਸਾ ਲੈਣ ਵਾਲੇ ਹਿੱਸੇਦਾਰਾਂ ਦੀਆਂ ਅਸਲ ਕਿਰਿਆਵਾਂ, ਜਿਸ ਵਿੱਚ ਵੱਖ-ਵੱਖ ਭਾਸ਼ਾਵਾਂ ਦੀਆਂ ਸਭਿਆਚਾਰਕ ਯਾਤਰਾਵਾਂ ਜਿਹੜੀਆਂ ਕਿ ਯੋਗ ਮਾਰਗ ਦਰਸ਼ਕਾਂ ਦੁਆਰਾ ਨਿਰੀਖਣ ਕੀਤੀਆਂ ਜਾਂਦੀਆਂ ਹਨ, ਭਲਾਈ ਪ੍ਰੋਗਰਾਮ ਅਤੇ ਕਲਾਤਮਕ ਜਾਂ ਖੇਡ ਕਿਰਿਆਵਾਂ ਦਾ ਪ੍ਰਬੰਧ ਵੀ ਈਵੇਂਟ ਮੈਨੇਜਰ ਦੁਆਰਾ ਕੀਤਾ ਜਾਂਦਾ ਹੈ। ਵਪਾਰਕ ਸੰਸਾਰ ਦੀ ਕਾਰਗੁਜਾਰੀ ਨਾਲ ਸਬੰਧਤ ਵਿਸ਼ੇ ਬਾਰੇ ਸਿੱਖਿਅਕ, ਕਲਾਕਾਰ ਜਾਂ ਖੇਡ ਹੱਸਤੀਆਂ ਜੋ ਕਿ ਆਪਣੇ ਬਾਰੇ ਜਾਂ ਸਿੱਖਲਾਈ ਸਬੰਧੀ ਜਾਣਕਾਰੀ ਦੇ ਸਕਣ, ਨਾਲ ਸੰਪਰਕ ਸਥਾਪਤ ਕਰਨ।

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

ਕਾਨੂੰਨ ਅਤੇ ਕਾਨੂੰਨੀ ਪਹਿਲੂ (**Legal and statutory Aspects**):-

1. ਲਾਇਸੰਸ ਅਤੇ ਮਨਜ਼ੂਰੀਆਂ (**Licences and Permissions**) :- ਲਾਇਸੰਸ ਅਤੇ ਮਨਜ਼ੂਰੀਆਂ ਜਾਰੀ ਕਰਨ ਵਾਲੀ ਅਧਿਕਾਰ ਪ੍ਰਕਿਰਿਆ ਦੀ ਬਾਹਰ ਕੀਤੀ ਜਾਣ ਵਾਲੀ ਈਵੇਂਟ ਕਰਵਾਉਣ ਲਈ ਜ਼ਰੂਰਤ ਪੈਂਦੀ ਹੈ। ਵੱਖ-ਵੱਖ ਤਰ੍ਹਾਂ ਦੇ ਈਵੇਂਟ ਜਿਵੇਂ ਕਿ ਬਿਨ੍ਹਾਂ ਛੱਤ ਵਾਲਾ ਢਾਚਾ ਬਦਲਵੀ ਛੱਤ ਵਾਲਾ ਢਾਂਚਾ, ਟੈਂਟ ਜਾਂ ਇਸ ਤਰ੍ਹਾਂ ਦੇ ਹੋਰ ਅਸਥਾਈ ਢਾਚਿਆ ਦੇ ਵੱਖ-ਵੱਖ ਤਰ੍ਹਾਂ ਦੇ ਲਾਇਸੰਸ ਦੀ ਜਰੂਰਤ ਹੁੰਦੀ ਹੈ।

2. ਸਾਊਂਡ ਲਈ ਮਨਜ਼ੂਰੀ (**Permission for Sound**) :- ਈਵੇਂਟਾ ਵਿੱਚ ਮਿਊਜਿਕ, ਡਾਂਸ, ਲੋਕਾਂ ਲਈ ਮਨੋਰੰਜਨ ਦੀ ਪੇਸ਼ਕਾਰੀ ਅਤੇ ਇਹੋ ਜਿਹੀਆ ਹੋਰ ਕਿਰਿਆਵਾਂ ਕੀਤੀਆਂ ਜਾਂਦੀਆਂ ਹਨ। ਇਸ ਲਈ ਲਾਇਸੰਸ ਦੀ ਲੋੜ ਪੈਂਦੀ ਹੈ ਅਤੇ ਉਨ੍ਹਾਂ ਦੀ ਪਾਲਣਾ ਲੋਕਲ ਅਧਿਕਾਰੀ ਦੇ ਨਿਯਮ ਅਨੁਸਾਰ ਕਰਨੀ ਪੈਂਦੀ ਹੈ। ਉਦਾਹਰਣ ਦੇ ਤੌਰ ਤੇ 60 ਡੈਸੀਬਲ ਸਾਊਂਡ ਈਵੇਂਟ ਲਈ ਮੰਜੂਰਸ਼ੁਦਾ ਹੈ। ਸਰਕਾਰ ਵੱਲੋਂ 10 ਵਜੇ ਤੱਕ ਆਗਿਆ ਹੈ।

3. ਮੀਡੀਆ (**Media**) :- ਸਥਾਨਕ ਅਧਿਕਾਰੀਆਂ ਨੂੰ ਅਖਬਾਰ ਰਾਹੀਂ ਇਸ਼ਤਿਹਾਰ ਦੇਣਾ ਜੋ ਕਿ 16 ਹਫਤਿਆਂ ਤੋਂ ਘੱਟ ਸਮੇਂ ਦਾ ਨਾ ਹੋਵੇ। ਈਵੇਂਟ ਪ੍ਰਬੰਧਕ ਯੋਜਨਾਬੰਦੀ ਖਰਚਾ, ਕਾਨੂੰਨੀ ਅਧਿਕਾਰੀਆਂ ਨਾਲ ਸਲਾਹ-ਮਸ਼ਵਰਾ, ਬਿਨੈ-ਪੱਤਰ ਦੀ ਫੀਸ ਅਤੇ ਹੋਰ ਖਰਚਿਆਂ ਦੀ ਅਦਾਇਗੀ ਜੋ ਕਿ ਮੀਡੀਆ ਜਿਵੇਂ ਕਿ ਅਖਬਾਰਾਂ ਲਈ ਸਥਾਨਕ ਅਧਿਕਾਰੀਆਂ ਨੂੰ ਦਿੱਤੀ ਜਾਂਦੀ ਹੈ।

4. ਸਬੂਤ (**Proof**) :- ਬੀਮੇ ਦਾ ਸਬੂਤ, ਅਖਬਾਰੀ ਇਸ਼ਤਿਹਾਰ, ਜਗ੍ਹਾਂ ਦੇ ਮਾਲਕ ਦੀ ਸਹਿਮਤੀ ਦਾ ਸਰਟੀਫਿਕੇਟ ਅਤੇ ਅੰਦਰੂਨੀ ਈਵੇਂਟ ਲਈ ਅਸਥਾਈ ਢਾਂਚੇ ਦਾ ਵਿਵਰਣ ਸਥਾਨਕ ਅਧਿਕਾਰੀ ਕੋਲ ਜਮ੍ਹਾਂ ਕਰਵਾਉਣਾ ਪੈਂਦਾ ਹੈ।

5. ਜਗ੍ਹਾਂ (**Venue**) :- ਕਿਸੀ ਇਮਾਰਤ ਦੇ ਅੰਦਰ ਹੋਣ ਵਾਲੇ ਈਵੇਂਟ ਜਿਵੇਂ ਕਿ ਸੰਗੀਤ, ਗੀਤ ਗਾਇਨ, ਨਾਚ ਜਾਂ ਮਨੋਰੰਜਨ ਦੀਆਂ ਹੋਰ ਕਿਰਿਆਵਾਂ ਦੀ ਜਗ੍ਹਾਂ ਦੀ ਚੋਣ ਵੇਲੇ, ਬਾਹਰ ਹੋਣ ਵਾਲੇ ਈਵੇਂਟ ਨਾਲ ਸਬੰਧਤ ਲਾਇਸੰਸ ਨਿਯਮ ਲਾਗੂ ਨਹੀਂ ਹੁੰਦੇ।

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

6. ਅੱਗ ਬੁਝਾਉ ਅਧਿਕਾਰੀ :- ਅੱਗ ਬੁਝਾਓ ਅਧਿਕਾਰੀਆਂ ਜਾਂ ਉਹ ਵਿਅਕਤੀ ਜਿਹਨਾਂ ਨੂੰ ਅੱਗ ਬੁਝਾਉ ਅਧਿਕਾਰੀਆਂ ਨੇ ਅਧਿਕਾਰ ਦਿੱਤਾ ਹੈ, ਨੂੰ ਬਿਨੈ ਪੱਤਰ ਦੇਣਾ ਪੈਂਦਾ ਹੈ
7. ਸ਼ਰਾਬਨੋਸ਼ੀ ਦੀ ਆਗਿਆ (**Permission for alcohal**) :- ਈਵੇਂਟ ਪ੍ਰਬੰਧਕ ਨੂੰ ਸਥਾਨਕ ਅਧਿਕਾਰੀਆਂ ਨੂੰ, ਈਵੇਂਟ ਵਿੱਚ ਸ਼ਰਾਬ ਦੀ ਵਰਤੋਂ ਲਈ ਫੀਸ ਸਮੇਤ ਬਿਨੈ ਪੱਤਰ ਦੇਣਾ ਪੈਂਦਾ ਹੈ। ਸ਼ਰਾਬ ਦੀ ਵਿਕਰੀ ਲਈ ਆਰਜੀ ਸਹੂਲਤਾਂ, ਜਨਤਕ ਸਥਾਨ ਤੇ ਸ਼ਰਾਬ ਵੀ ਵਰਤੋਂ ਲਈ ਲਾਈਸੰਸ ਦੀ ਲੋੜ ਹੁੰਦੀ ਹੈ। ਮਾਲੀਆਂ ਅਧਿਕਾਰੀ ਨੂੰ, ਕਾਨੂੰਨ ਤੋਂ ਰਾਹਤ ਲੈਣ ਲਈ (6) ਛੇ ਹਫਤੇ ਪਹਿਲਾਂ ਬਿਨੈ ਪੱਤਰ ਦੇਣਾ ਪੈਦਾ ਹੈ।
8. ਆਤਸ਼ਬਾਜੀ (**Fireworks**) :- ਆਤਸ਼ਬਾਜੀ ਚਲਾਉਣ ਲਈ ਇਜ਼ਾਜਤ ਲੈਣ ਦੀ ਲੋੜ ਹੁੰਦੀ ਹੈ।ਆਤਸ਼ਬਾਜੀ ਦਾ ਸਟਾਕ ਰੱਖਣ ਲਈ ਅੱਗ ਬੁਝਾਓ ਅਧਿਕਾਰੀਆਂ ਤੋਂ ਇਜ਼ਾਜਤ ਪ੍ਰਾਪਤ ਕਰਨੀ ਪੈਦੀ ਹੈ।
9. ਅਸਥਾਈ ਤੌਰ ਤੇ ਸੜਕ ਬੰਦ ਕਰਨਾ (**Temporary Road Closure**) :- ਈਵੇਂਟ ਮੈਨੇਜਰ ਨੂੰ ਸਥਾਨਕ ਅਧਿਕਾਰੀ ਤੋਂ ਪਬਲਿਕ ਹਾਈਵੇਅ ਈਵੇਂਟ ਕਰਨ ਦੇ ਵਿਸ਼ੇਸ਼ ਸਮੇਂ ਦੌਰਾਨ ਪਬਲਿਕ ਹਾਈ ਵੇ ਬੰਦ ਕਰਨ ਦੀ ਇਜ਼ਾਜਤ ਲੈਣੀ ਪੈਂਦੀ ਹੈ। ਸੜਕ ਬੰਦ ਕਰਨ ਤੋਂ ਪਹਿਲਾ ਬੀਮਾ ਮੁਆਵਜੇ ਦਾ ਬਿਨੈ ਪੱਤਰ, ਜਨਤਕ ਵਿਗਿਆਪਨ ਦੀ ਫੀਸ ਅਤੇ ਹੋਰ ਖਰਚੇ ਜੋ ਕਿ ਸੜਕ ਦੀ ਵਰਤੋਂ ਦੌਰਾਨ ਹੁੰਦੇ ਹਨ, ਪੂਰੇ ਕਰਨੇ ਜ਼ਰੂਰੀ ਹਨ।
10. ਤਿਆਰੀ ਜਾਂ ਭੋਜਨ ਉਤਪਾਦਾ ਦੀ ਵਿਕਰੀ ਅਤੇ ਸਿਹਤ ਨਾਲ ਸਬੰਧਤ ਮਾਮਲੇ (**Preparation and or sale of food products and health issues**) :- ਪ੍ਰਦਰਸ਼ਨੀ ਦੇ ਸਬੰਧ ਵਿੱਚ ਹੈਲਥ ਬੋਰਡ ਤੋਂ ਮਨਜ਼ੂਰੀ ਦੀ ਜ਼ਰੂਰਤ ਹੁੰਦੀ ਹੈ ਜਿੱਥੇ ਮੀਟ ਅਤੇ ਮੀਟ ਉਤਪਾਦਾ (ਮੱਛੀ ਅਤੇ ਮੱਛੀ ਉਤਪਾਦ ਤੋਂ ਇਲਾਵਾ) ਦੀ ਵਿਕਰੀ ਹੁੰਦੀ ਹੈ ਜਾਂ ਜਿੱਥੇ ਭੋਜਨ ਤਿਆਰ ਹੁੰਦਾ ਹੈ, ਪਕਾਇਆ ਜਾਂਦਾ ਹੈ ਜਾਂ ਪਬਲਿਕ ਨੂੰ ਸਿਧੇ ਰੂਪ ਵਿੱਚ ਵੇਚਣ ਲਈ ਗਰਮ ਕੀਤਾ ਜਾਂਦਾ ਹੈ। ਜਿਸ ਵਿੱਚ ਸਾਫਟ ਆਈਸ ਕਰੀਮ ਸਟਾਲ, ਹਾਟ ਡੋਗ ਸਟਾਲ, ਆਲੂਆਂ ਦੇ ਪਕਵਾਨ ਵਾਲੇ ਸਟਾਲ, ਬਰਗਰ/ਤਲੀ ਹੋਈ ਮੱਛੀ/ਚਿਪਸ, ਚਾਈਨਿਜ਼, ਰਿਵਾਇਤੀ ਭੋਜਨ ਦੇ ਹੋਰ ਸਟਾਲ ਸ਼ਾਮਿਲ ਹਨ।

ਸਟਾਲ ਦੇ ਮਾਲਕ ਨੂੰ ਪੂਰਨ ਬਿਨੈ ਪੱਤਰ ਦਾ ਫਾਰਮ ਭੋਜਨ ਸਟਾਲ ਲਈ ਲਾਇਸੰਸ ਲੈਣ ਲਈ ਹੈਲਥ ਬੋਰਡ ਤੋਂ ਈਵੇਂਟ ਦੇ ਸ਼ੁਰੂ ਹੋਣ ਤੋਂ ਦੋ ਮਹੀਨੇ ਪਹਿਲਾਂ ਜਮ੍ਹਾਂ ਕਰਵਾਉਣਾ ਹੁੰਦਾ ਹੈ।

11. ਜਨਤਕ ਸਥਾਨ ਦੀ ਵਰਤੋਂ ਕਰਨਾ (**Use of Public space**) :- ਜਨਤਕ ਸਥਾਨ ਜਿਵੇਂ ਕਿ ਸੜਕਾਂ, ਫੁੱਟਪਾਥ, ਪਾਰਕ ਜਾਂ ਜਨਤਕ ਮੈਦਾਨ ਤੇ ਈਵੇਂਟ ਕਰਵਾਉਣ ਲਈ ਈਵੇਂਟ ਪ੍ਰਬੰਧਕ ਨੂੰ ਸਥਾਨਕ ਅਧਿਕਾਰੀਆਂ ਨੂੰ ਇਕ ਬਿਨੈ ਪੱਤਰ ਦੇਣਾ ਪੈਂਦਾ ਹੈ, ਜਿਸ ਵਿੱਚ ਉਹ ਈਵੇਂਟ ਦੀ ਵਿਸਥਾਰਪੂਰਵਕ ਜਾਣਕਾਰੀ, ਬੀਮਾ ਮੁਆਵਜਾ ਸਰਟੀਫਿਕੇਟ ਅਤੇ ਆਰਜੀ ਢਾਂਚੇ ਦੀ ਵਿਸ਼ੇਸ਼ ਬਣਤਰ ਬਾਰੇ ਜਾਣਕਾਰੀ ਸ਼ਾਮਲ ਹੁੰਦੀ ਹੈ।
12. ਇਸ਼ਤਿਹਾਰ (ਵਿਗਿਆਪਨ) ਸਬੰਧੀ ਮਾਮਲੇ (**Advertising Issues**) :- ਵਿਗਿਆਪਨ ਲਈ ਬੈਨਰਜ਼, ਸੰਕੇਤ ਝੰਡੀਆਂ ਨੂੰ ਜਨਤਕ ਸਥਾਨਾਂ ਤੇ ਲਗਾਉਣਾ ਅਤੇ ਜਨਤਕ ਸਥਾਨਾਂ ਵਿੱਚ ਸਾਹਿਤ ਆਦਿ ਦੇ ਇਸ਼ਤਿਹਾਰ ਵੰਡਣ ਲਈ ਸਥਾਨਕ ਅਧਿਕਾਰੀਆ ਤੋਂ ਲਿਖਤੀ ਆਗਿਆ ਮੰਗਣ ਲਈ ਬਿਨੈ ਪੱਤਰ (ਵੇਸਟ ਐਕਟ ਦੇ ਸੈਕਸ਼ਨ 18) ਦੇਣਾ ਹੁੰਦਾ ਹੈ। (ਪ੍ਰੀਵੈਨਸ਼ਨ ਆਫ ਲਿਟਰ 381B) ਦੇ ਤਹਿਤ ਝੰਡੀਆਂ ਅਤੇ ਬੈਨਰਾ ਦੀ ਜਾਣਕਾਰੀ ਦੇਣੀ ਹੁੰਦੀ ਹੈ, ਅਸਥਾਈ ਢਾਂਚੇ ਨਾਲ ਜੁੜੀਆਂ ਮੁਸ਼ਕਲਾਂ, ਵਿਸ਼ੇਸ਼ ਸੰਕੇਤ, ਵਿਗਿਆਪਣ ਦੇ ਬੈਨਰ, ਇਹਨਾਂ ਦੀ ਜਾਣਕਾਰੀ ਅਧਿਕਾਰੀਆਂ ਨੂੰ ਦੇਣੀ ਹੁੰਦੀ ਹੈ।

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

ਕਿਸੇ ਵੀ ਅਸਲੀ (ਮੌਲਿਕ) ਆਈਟਮ ਨੂੰ ਬਿਨ੍ਹਾਂ ਨਿਰੀਖਣ ਇੰਜੀਨਿਅਰ ਦੀ ਸਹਿਮਤੀ ਤੋਂ ਨਹੀਂ ਲਗਾਉਣਾ ਹੈ।

13. ਗੰਦਗੀ ਨੂੰ ਇੱਕਠਾ ਕਰਨਾ (**Accumulation of Rubbish**) :- ਢਾਂਚੇ ਦੇ ਅੰਦਰ (ਹੇਠਾਂ) ਗੰਦਗੀ ਦਾ ਇੱਕਠਾ ਹੋਣਾ, ਸਿਹਤ ਵਿਰੋਧੀ ਅਤੇ ਅੱਗ ਲੱਗਣ ਦੇ ਖਤਰੇ ਨਾਲ ਭਰਪੂਰ ਹੋ ਸਕਦਾ ਹੈ। ਈਵੇਂਟ ਪ੍ਰਬੰਧਕ ਨੂੰ ਇਸ ਦਾ ਧਿਆਨ ਰੱਖਣਾ ਚਾਹੀਦਾ ਹੈ।
14. ਤਿਖੇ ਕਿਨਾਰਿਆ ਵਾਲੀ ਵਾੜ (**Barriers sharp edges**) :- ਬਹੁਤ ਸਾਰੇ ਸਟੀਲ ਦੇ ਢਾਂਚੇ ਖਾਸ ਕਰਕੇ ਨਵੇਂ ਬੈਰੀਅਰ ਦੇ ਤਿਖੇ ਕਿਨਾਰੇ ਜੋ ਕਿ ਪਰਤ ਚੜਾਉਦੇ ਸਮੇਂ ਤਿੱਖੇ ਹੀ ਰਹਿ ਜਾਂਦੇ ਹਨ, ਜੇ ਇਹਨਾਂ ਦਾ ਆਕਾਰ ਛੋਟੇ ਬੱਚਿਆਂ ਦੇ ਮੂੰਹ ਦੇ ਬਰਾਬਰ ਹੈ ਤਾਂ ਇਹ ਹਾਨੀਕਾਰਕ ਹੋ ਸਕਦੇ ਹਨ। ਈਵੇਂਟ ਮਨੈਜਰ ਨੂੰ ਇਸ ਬਾਰੇ ਵਿਚਾਰਨਾ ਚਾਹੀਦਾ ਹੈ।
15. ਈਵੇਂਟ ਦੌਰਾਨ ਖੋਦੇ ਟੋਇਆਂ ਦੀ ਪੂਰਤੀ (**Openings and gaps**) :- ਈਵੇਂਟ ਮੈਨੇਜਰ ਨੂੰ ਪ੍ਰੋਗਰਾਮ ਦੌਰਾਨ ਖੁਦਾਈ ਬਾਰੇ ਚੌਕਸ ਰਹਿਣਾ ਚਾਹੀਦਾ ਹੈ ਤਾਂ ਜੋ ਕੋਈ ਬੱਚਾ ਇਹਨਾਂ ਟੋਇਆ ਵਿੱਚ ਡਿੱਗ ਨਾ ਸਕੇ। ਲੋਹੇ ਦੇ ਜੰਗਲੇ ਅਤੇ ਲਕੜੀ ਦੇ ਫੱਟਿਆਂ ਦੀ ਵਰਤੋਂ ਇਹਨਾਂ ਟੋਇਆ ਨੂੰ ਖਤਮ ਕਰਨ ਲਈ ਕੀਤੀ ਜਾ ਸਕਦੀ ਹੈ।

ਅਭਿਆਸ : ਮੁਲੰਕਣ

1. ਈਵੇਂਟ ਵਾਲੇ ਸਥਾਨ ਤੇ ਜਾਓ ਅਤੇ ਕੰਮ ਨਾਲ ਸਬੰਧਤ ਨਿਰੀਖਣ ਅਤੇ ਭਿੰਨ ਭਿੰਨ ਏਜੰਸੀਆਂ ਨਾਲ ਸੰਪਰਕ ਕਰੋ ਅਤੇ ਰਿਪੋਰਟ ਕਰੋ।
2. ਲੋਜਿਸਟਿਕ ਦੇ ਨਿਯਮਾਂ ਦੀ ਵਿਸਥਾਰਪੂਰਵਕ ਲਿਸਟ ਬਣਾਓ।
3. ਕਿਸੇ ਇਕ ਈਵੇਂਟ ਦਾ ਅਨੁਸਰਨ ਕਰੋ ਅਤੇ ਕਾਨੂੰਨੀ ਰੁਕਾਵਟਾ ਨੂੰ ਲੱਭੋ।

ਮੁਲੰਕਣ

ਖਾਲੀ ਥਾਵਾਂ ਭਰੋ

1. ____________ ਦਾ ਵਧੀਆਂ ਸਥਾਨਕ ਗਿਆਨ ਹੈ ਇਹ ਈਵੇਂਟ ਮੈਨੇਜਰ ਨੂੰ ਬਹੁਤ ਢੁੱਕਵਾਂ ਹੋਟਲ ਚੁਨਣ ਵਿੱਚ ਮਹੱਤਵਪੂਰਨ ਮਦਦ ਕਰਦਾ ਹੈ।
2. ਵੱਖ ਵੱਖ ਕਿਸਮਾਂ ਦੀਆਂ ____________ ਲਈ ਵੱਖ ਵੱਖ ਈਵੇਂਟਾ ਦੀ ਜ਼ਰੂਰਤ ਹੈ।
3. ਅੱਗ ਦੇ ਖਤਰੇ ਦੀ ____________ ਨੂੰ ਬਿਨੈ ਪੱਤਰ ਦਿੱਤਾ ਜਾਂਦਾ ਹੈ।
4. ਈਵੇਂਟ ਮੈਨੇਜਰ ਨੂੰ ਜਨਤਕ ਮਾਰਗ ਬੰਦ ਕਰਨ ਲਈ ____________ ਤੋਂ ਮਨਜ਼ੂਰੀ ਲੈਣੀ ਪੈਦੀ ਹੈ।
5. ਈਵੇਂਟ ਮੈਨੇਜਰ ਨੂੰ ____________ ਜਮਾਂ ਕਰਨ ਲਈ ਫਾਇਰ ਅਧਿਕਾਰੀਆ ਤੋਂ ਮਨਜ਼ੂਰੀ ਪ੍ਰਾਪਤ ਕਰਨੀ ਚਾਹੀਦੀ ਹੈ।

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

ਬਹੁਵਿਕੱਲਪੀ ਪ੍ਰਸ਼ਨ

1.ਅਖਬਾਰ ਨੂੰ ਵਿਗਿਆਪਨ ਦੇਣ ਲਈ ________ ਤੋਂ ਘੱਟ ਲੋਕਲ ਅਧਿਕਾਰੀ ਨੂੰ ਨੋਟਿਸ ਨਹੀਂ ਦੇਣਾ ਚਾਹੀਦਾ।

(i) 8 ਦਿਨ (ii) 16 ਦਿਨ (iii) ਇਕ ਮਹੀਨਾ (iv) 6 ਮਹੀਨੇ

2. __________ ਨੂੰ ਵੇਚਣ ਲਈ ਸਿਹਤ ਬੋਰਡ ਤੋਂ ਮਨਜ਼ੂਰੀ ਲੈਣ ਦੀ ਲੋੜ ਹੈ।

(i) ਫੁੱਲਾਂ ਨੂੰ (ii) ਮੱਛੀ ਉਤਪਾਦ (iii) ਸਜਾਵਟ ਦਾ ਸਮਾਨ (iv) ਮੀਟ ਅਤੇ ਮੀਟ ਦੇ ਉਤਪਾਦ

3. ਸਿੱਖਿਅਕ (trainer), ਕਲਾਕਾਰ (actors) ਅਤੇ ਖੇਡ ਹੱਸਤੀਆਂ (sports personalities) ਜੋ ਕਿ ਵਪਾਰਕ ਸੰਸਾਰ ਨਾਲ ਸਬੰਧਤ ਵਿਸ਼ੇ ਤੇ ਨਿਜੀ ਵੇਰਵੇ ਜਾਂ _________ ਦੇ ਸਕਣ ਨਾਲ ਸੰਪਰਕ ਕਰਦਾ ਹੈ।

(i) ਕੋਚਿੰਗ ਸਬੰਧੀ ਗੱਲਬਾਤ, (ii) ਕਾਨੂੰਨੀ ਸਲਾਹ, (iii) ਦਸਤਾਵੇਜ਼ (iv) ਉਪ ਕਾਨੂੰਨ

4. ਜਨਤਕ ਸਥਾਨ ਤੇ ਸ਼ਰਾਬ ਦੀ ਵਰਤੋਂ ਲਈ ਮਾਲ ਕਮਿਸ਼ਨਰ ਨੂੰ ਲਾਇਸੰਸ ਲੈਣ ਲਈ ਬਿਨੈ ਪੱਤਰ _________ ਦੇਣਾ ਚਾਹੀਦਾ ਹੈ। ਤਾਂ ਜੋ ਲੋਕਲ ਅਥਾਰਟੀ ਨੂੰ ਉਪ ਨਿਯਮ ਦੇ ਪ੍ਰਬੰਧਾਂ ਵਿੱਚ ਸਹੂਲਤ ਮਿਲ ਸਕੇ।

(i) 6 ਹਫਤੇ ਪਹਿਲਾਂ (ii) 8 ਹਫਤੇ ਪਹਿਲਾਂ (iii) 1 ਮਹੀਨਾ ਪਹਿਲਾਂ (iv) 3 ਹਫਤੇ ਪਹਿਲਾਂ

5. ਵਿਗਿਆਪਨ ਦੇ ਬੈਨਰ, ਦ੍ਰਿਸ਼, ਝੰਡੀਆ ਨੂੰ ਜਨਤਕ ਸਥਾਨ ਤੇ ਲਾਉਣ ਲਈ ਜਾਂ ਕਿਸੇ ________ ਤੇ ਲਗਾਉਣ ਲਈ ਲੋਕਲ ਅਧਿਕਾਰੀ ਤੋਂ ਲਿਖਤੀ ਮਨਜ਼ੂਰੀ ਲੈਣ ਲਈ ਬਿਨੈ ਪੱਤਰ ਦੇਣਾ ਪੈਂਦਾ ਹੈ।

(i) ਪ੍ਰਾਈਵੇਟ (ਨਿੱਜੀ) ਕਮਰਾ (ii) ਜਨਤਕ ਬਿਲਡਿੰਗ (iii) ਪ੍ਰਾਈਵੇਟ (ਨਿੱਜੀ) ਬਿਲਡਿੰਗ (iv) ਝੋਪੜੀ

ਸਹੀ ਜਾਂ ਗਲਤ (**True or False**)

1. ਸਟਾਲ ਦੇ ਮਾਲਕ ਨੂੰ ਖਾਣ ਪੀਣ ਵਾਲੇ ਸਟਾਲ ਲਈ ਲਾਇਸੰਸ ਲੈਣ ਲਈ ਈਵੇਂਟ ਸ਼ੁਰੂ ਹੋਣ ਤੋਂ ਦੋ ਮਹੀਨੇ ਪਹਿਲਾ ਹੈਲਥ ਬੋਰਡ ਨੂੰ ਬਿਨੈ-ਪੱਤਰ ਫਾਰਮ ਪੂਰਾ ਭਰ ਕੇ ਦੇਣਾ ਪੈਂਦਾ ਹੈ।
2. ਸੜਕ ਬੰਦ ਕਰਨ ਤੋਂ ਪਹਿਲਾ ਬੀਮਾ ਮੁਆਵਜੇ ਦਾ ਬਿਨੈ-ਪੱਤਰ, ਜਨਤਕ ਵਿਗਿਆਪਨ ਦੀ ਫੀਸ ਅਤੇ ਹੋਰ ਖਰਚੇ ਜੋ ਕਿ ਸੜਕ ਦੀ ਵਰਤੋਂ ਦੌਰਾਨ ਹੁੰਦੇ ਹਨ, ਪੂਰੇ ਕਰਨੇ ਜਰੂਰੀ ਹਨ।
3. ਸਥਾਨ ਦੀ ਚੋਣ ਲਈ ਅੰਦਰੂਨੀ (Indoor) ਈਵੇਂਟ ਲਈ ਲਾਇਸੰਸ ਨਿਯਮ ਲਾਗੂ ਨਹੀਂ ਹੁੰਦੇ।
4. ਯੋਜਨਾਬੰਦੀ ਵਿੱਚ ਮੰਨੋਰੰਜਨ ਸਥਾਨਾ ਦੀ ਬੁਕਿੰਗ ਸ਼ਾਮਿਲ ਹੈ।
5. ਜੇਕਰ ਈਵੇਂਟ ਮੈਨੇਜਰ ਆਪਣੇ ਗਾਹਕਾਂ ਨੂੰ ਪ੍ਰਭਾਵਿਤ ਕਰਨਾ ਚਾਹੁੰਦਾ ਹੈ ਤਾਂ ਖਿਡਾਰੀਆਂ ਨੂੰ ਵਰਦੀ ਵਿੱਚ ਹੋਣਾ ਚਾਹੀਦਾ ਹੈ।

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

ਮੁਲਾਂਕਣ ਕਿਰਿਆ ਲਈ ਚੈੱਕ ਲਿਸਟ

ਹੇਠਾਂ ਦਿੱਤੀ ਚੈਕ ਲਿਸਟ ਨੂੰ ਇਹ ਦੇਖਣ ਲਈ ਵਰਤੋਂ ਕਰੋ ਕਿ ਤੁਸੀਂ ਮੁਲਾਂਕਣ ਕਿਰਿਆ ਦੀਆਂ ਸਾਰੀਆਂ ਸ਼ਰਤਾਂ ਪੂਰੀਆਂ ਕਰ ਲਈਆਂ ਹਨ।

ਭਾਗ (ੳ)

(i) ਲੋਜਿਸਟਿਕ ਦੇ ਸਿਧਾਂਤ ਦਾ ਵਰਣਨ ਕਰੋ।

(ii) ਈਵੇਂਟ ਨੂੰ ਕਰਨ ਤੋਂ ਪਹਿਲਾ ਕਿਹੜੀਆਂ ਮਨਜ਼ੂਰੀਆ ਲੈਣੀਆ ਹਨ।

(iii) ਈਵੇਂਟ ਸਥਾਨ ਤੇ ਬੱਚਿਆਂ ਲਈ ਕਿਹੜੀਆਂ ਸਾਵਧਾਨੀਆਂ ਲੈਣੀਆ ਹਨ।

(iv) ਭੋਜਨ (ਖਾਣ-ਪੀਣ) ਨਾਲ ਸਬੰਧਤ ਈਵੇਂਟ ਪ੍ਰਬੰਧਨ ਵਿੱਚ ਸਿਹਤ ਨਾਲ ਜੁੜੇ ਮਸਲਿਆਂ ਨੂੰ ਕਿਵੇਂ ਸੰਭਾਲੋਗੇ।

(v) ਗੰਦਗੀ ਦੇ ਮਾਮਲੇ ਬਾਰੇ ਵਿੱਚ ਈਵੇਂਟ ਪ੍ਰਬੰਧਨ ਨੇ ਕਿਵੇਂ ਸਾਹਮਣਾ ਕਰਨਾ ਹੈ।

ਭਾਗ (ਅ)

ਹੇਠਾਂ ਦਿੱਤੀਆਂ ਦੀ ਜਮਾਤ ਵਿੱਚ ਚਰਚਾ ਕੀਤੀ ਗਈ।

(i) ਈਵੇਂਟ ਨੂੰ ਕਰਨ ਲਈ ਕਿਹੜੇ ਕਿਹੜੇ ਲੋਜਿਸਟਿਕ ਦੀ ਲੋੜ ਹੈ।

(ii) ਈਵੇਂਟ ਪ੍ਰਬੰਧਨ ਵਿੱਚ ਕਿਹੜੇ ਕਿਹੜੇ ਕਾਨੂੰਨੀ ਪਹਿਲੂਆਂ ਦੀ ਜਰੂਰਤ ਹੈ।

ਭਾਗ (ੲ)

Performance Standards)

ਕਾਰਜ ਪੱਧਰ	ਹਾਂ	ਨਾਂ
(i) ਈਵੇਂਟ ਕਰਨ ਲਈ ਲੋਜਿਸਟਿਕਾਂ ਨੂੰ ਪਛਾਣਨ ਦੇ ਯੋਗ ਹੈ		
(ii) ਈਵੇਂਟ ਪ੍ਰਬੰਧਨ ਵਿੱਚ ਲੋੜੀਂਦੇ ਕਾਨੂੰਨੀ ਪਹਿਲੂਆ ਨੂੰ ਲੱਭਣ ਦੇ ਯੋਗ ਹੈ।		

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

ਸੈਸ਼ਨ 4 ਈਵੇਂਟ ਦੀ ਨਿਗਰਾਨੀ ਜਾਂ ਪ੍ਰਬੰਧ ਕਰਨਾ

ਸਬੰਧਤ ਗਿਆਨ

ਈਵੇਂਟ ਮੈਨੇਜਰ ਕੰਪਨੀ ਨੇ ਆਪਣੇ ਗਾਹਕਾਂ ਲਈ, ਜਿਸ ਈਵੇਂਟ ਦਾ ਪ੍ਰਬੰਧ ਕੀਤਾ ਹੈ, ਉਸਦਾ ਅਨੁਸਰਨ ਈਵੇਂਟ ਮੈਨੇਜਰ ਦੀ ਜਿੰਮੇਵਾਰੀ ਹੈ ਤਾਂ ਜੋ ਈਵੇਂਟ ਵਿਚਲੀਆਂ ਖਾਮੀਆਂ ਨੂੰ ਘੱਟ ਕਰਕੇ ਈਵੇਂਟ ਦੀ ਸਫਲਤਾ ਨੂੰ ਸੁਧਾਰਿਆ ਜਾ ਸਕੇ।

ਈਵੇਂਟ ਦੇ ਵਧੀਆ ਵਿਕਾਸ ਲਈ ਈਵੇਂਟ ਪ੍ਰਬੰਧਕ ਲਈ ਹੇਠਾਂ ਦਿੱਤੀ ਚੈਕ ਲਿਸਟ ਲਾਭਦਾਇਕ ਹੈ।

ਈਵੇਂਟ ਮੈਨੇਜਰ ਲਈ ਚੈਕ ਲਿਸਟ (**Check list for event manager**) :-

ਸਥਾਨ/ਜਗ੍ਹਾਂ ਦੀ ਚੋਣ (**Site Selection**)

ਖੋਜ ਸਥਾਨ (**Research Venues**):-

(i) ਈਵੇਂਟ ਮੈਨੇਜਰ ਨੂੰ ਜਗ੍ਹਾਂ ਦੀ ਵਧੀਆਂ (ਸੰਪੂਰਨ) ਸਥਿਤੀ ਨੂੰ ਚੈਕ ਕਰਨਾ ਚਾਹੀਦਾ ਹੈ।

(ii) ਪ੍ਰਸਤਾਵ ਪ੍ਰਾਪਤ ਕਰਨਾ (**Get proposals**) :- ਉਸ ਨੂੰ ਗਾਹਕਾ ਦੇ ਪ੍ਰਸਤਾਵਾ ਨੂੰ ਦੇਖਣਾ ਚਾਹੀਦਾ ਹੈ।

(iii) ਇਕਰਾਰਨਾਮਾ ਸਬੰਧੀ ਵਾਰਤਾ :- ਉਸਨੂੰ ਗਾਹਕ ਅਤੇ ਗਾਹਕ ਦੀਆਂ ਲੋੜਾਂ ਮੁਤਾਬਿਕ ਗੱਲਬਾਤ ਕਰਨੀ ਚਾਹੀਦੀ ਹੈ।

ਇਕਰਾਰਨਾਮੇ ਤੇ ਹਸਤਾਖਰ :- ਜੇ ਇਕਰਾਰਨਾਮਾ ਆਪਸ ਵਿੱਚ ਹੈ ਤਾਂ ਈਵੇਂਟ ਪ੍ਰਬੰਧਕ ਨੂੰ ਇਕਰਾਰਨਾਮੇ ਤੇ ਹਸਤਾਖਰ ਕਰਨੇ ਜਾਂ ਕਰਵਾਉਣੇ ਚਾਹੀਦੇ ਹਨ।

ਵਿਕਰੇਤਾ ਦੀ ਚੋਣ (**Vender Selection**):- ਈਵੇਂਟ ਮੈਨੇਜਰ ਨੂੰ ਈਵੇਂਟ ਲਈ ਸਭ ਤੋਂ ਵਧੀਆਂ ਵਿਕਰੇਤਾ ਲਭਣੇ ਚਾਹੀਦੇ ਹਨ ਜਿਵੇਂ

(i) ਤਕਨੀਕ (ਦੇਖਣ ਸੁਣਨ ਵਾਲਾ, ਰੋਸ਼ਨੀ, ਜੀਵਤ ਧਾਰਾ ਦਾ ਦ੍ਰਿਸ਼)।

(ii) ਸਜਾਵਟ (**Decoration**) :- ਸਭ ਤੋਂ ਵਧੀਆਂ ਡਿਜ਼ਾਇਨਰਾ (ਨਮੂਨਾਕਾਰ) ਨਾਲ ਗੱਲਬਾਤ।

(iii) ਸਟੇਜਿੰਗ (**Staging**) :- ਸਭ ਤੋਂ ਵਧੀਆਂ ਲੋਕਾਂ ਨਾਲ ਗੱਲਬਾਤ।

(iv) ਫੋਟੋਗ੍ਰਾਫੀ/ਵੀਡੀਓ ਗਰਾਫੀ (**Photography/videography**) ਵੀਡੀਓਗਰਾਫੀ ਅਤੇ ਫੋਟੋਗਰਾਫੀ ਵਾਲੇ ਨਾਲ ਇਕਰਾਰਨਾਮਾ

(vi) ਮਨੋਰੰਜਨ (**Entertainment**) :- ਮਨੋਰੰਜਨ ਕਲਾਕਾਰ ਗਰੁੱਪਾ ਨੂੰ ਸਹੂਲਤ ਦੇਣਾ ਅਤੇ ਕਲਾਕਾਰਾਂ ਲਈ ਪ੍ਰਬੰਧ ਕਰਨਾ।

(vii) ਬੁਲਾਰੇ (**Speaker**) :- ਈਵੇਂਟ ਲਈ ਚੰਗੇ ਬੁਲਾਰਿਆ ਨੂੰ ਲੱਭਣਾ।

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

ਸਥਾਨ/ਜਗ੍ਹਾਂ ਦਾ ਪ੍ਰਬੰਧਨ (**Venue Management**)

(i) ਕਮਰਿਆਂ ਵਾਲੇ ਬਲਾਕਾਂ ਦਾ ਜ਼ਾਇਜ਼ਾ ਲੈਣਾ ਅਤੇ ਵਿਵਸਥਾ ਕਰਨਾ (**Monitor and Adjust room Block**):- ਸਮਾਰੋਹ ਸਥਾਨ ਤੇ ਉਪਲੱਬਧ ਕਮਰਿਆਂ ਦਾ ਪ੍ਰਬੰਧ ਕਰਨਾ।

(ii) ਮੀਟਿੰਗ ਅਤੇ ਰਜਿਸਟ੍ਰੇਸ਼ਨ ਸਥਾਨ ਦਾ ਪ੍ਰਬੰਧ ਕਰਨਾ (**Meeting and registration Area room setup**) :- ਮੀਟਿੰਗ ਅਤੇ ਰਜਿਸਟਰੇਸ਼ਨ ਸਥਾਨ ਨੂੰ ਪਹਿਲ ਦਵੋ।

(iii) ਈਵੇਂਟ ਵਿੱਚ ਖਾਣ ਅਤੇ ਪੀਣ ਲਈ ਮੈਨਿਊ ਦੀ ਚੋਣ ਕਰਨਾ (**Menu selection for food and Beverage events**) :- ਇਹ ਗਾਹਕ ਦੀ ਮਰਜ਼ੀ (ਚੋਣ) ਦੇ ਮੁਤਾਬਿਕ ਹੁੰਦੀ ਹੈ।

ਕਾਨੂੰਨੀ ਪਹਿਲੂ (**Legal Aspects**)

1. ਅੱਗ ਦੇ ਖਤਰੇ (**Fire hazards**) :- ਸਥਾਨਕ ਅੱਗ ਬੁਝਾਉ ਅਧਿਕਾਰੀ (fire officers) ਨੂੰ ਬਿਨੈ ਪੱਤਰ ਦੇਣਾ।
2. ਭੋਜਨ ਅਤੇ ਸਿਹਤ (**Food and Health**) :- ਭੋਜਨ ਵਾਲੀਆ ਵਸਤਾਂ ਨੂੰ ਵੇਚਣ ਲਈ, ਇਜ਼ਾਜਤ ਲੈਣਾ ਅਤੇ ਇਸ ਗੱਲ ਦਾ ਧਿਆਨ ਰੱਖਣਾ ਕਿ ਈਵੇਂਟ ਤੋਂ ਬਾਅਦ ਫੈਲੀ ਹੋਈ ਗੰਦਗੀ ਨੂੰ ਸਾਫ ਕਰਵਾਇਆ ਜਾਵੇ।
3. ਧੁੰਨੀ ਪ੍ਰਦੂਸ਼ਣ (**Sound Pollution**) :- ਲੋਕਲ ਅਧਿਕਾਰੀ ਨੂੰ ਸਾਊਡ ਸਬੰਧੀ ਬਿਨੈ ਪੱਤਰ ਦੇਣਾ।
4. ਆਵਾਜਾਈ ਸਮੱਸਿਆਵਾਂ (**Traffic Problem**) :- ਆਵਾਜਾਈ ਸਮੱਸਿਆ ਸਬੰਧੀ ਇਜ਼ਾਜਤ ਲੈਣਾ।

ਫੁੱਟਕਲ (**Miscellaneous**)

1. ਮੌਕੇ ਤੇ ਈਵੇਂਟ ਪ੍ਰਬੰਧਨ
2. ਵਿਕਰੇਤਾ ਪ੍ਰਬੰਧਨ
3. ਈਵੇਂਟ ਨੂੰ ਸਥਾਪਿਤ ਕਰਨਾ ਅਤੇ ਖਤਮ ਕਰਨਾ
4. ਬੁਲਾਰੇ ਦਾ ਪ੍ਰਬੰਧ ਕਰਨਾ
5. ਬੈਕ ਚੈਨਲ ਮੋਨੀਟਰਿੰਗ (ਟਵਿਟਰ, ਸ਼ੋਸ਼ਲ ਮੀਡੀਆ) ਆਪਣੇ ਈਵੇਂਟ ਦਾ ਮੰਡੀਕਰਨ ਜਾਂ ਪ੍ਰਚਾਰ ਅਤੇ ਗਾਹਕਾਂ ਦੇ ਖਰੀਦਨ ਲਈ ਵਸਤੂਆਂ ਪੈਦਾ ਕਰਨਾ, ਤੁਹਾਨੂੰ ਤੁਹਾਡੇ ਈਵੇਂਟ ਦੇ ਲਾਭ ਪੈਦਾ ਕਰਨ ਵਾਲੇ

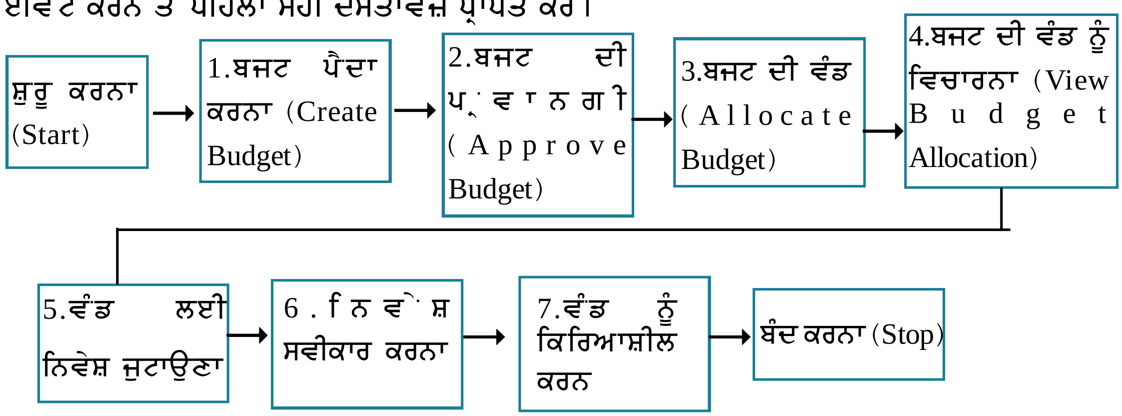
ਪਹਿਲੂਆ ਤੇ ਇਕਾਗਰ ਹੋਣ ਦੀ ਇਜ਼ਾਜਤ ਦਿੰਦਾ ਹੈ। ਈਵੇਂਟ ਪ੍ਰਬੰਧਕ ਨੂੰ ਹੇਠ ਦਿੱਤੀ ਸੂਚੀ ਦੇਖਣੀ ਚਾਹੀਦੀ ਹੈ ਅਤੇ ਕੁੱਝ ਖਾਸ ਤਰ੍ਹਾਂ ਦੇ ਕੰਮ ਇਸ ਗੱਲ ਤੇ ਨਿਰਭਰ ਕਰਦੇ ਹਨ ਕਿ ਈਵੇਂਟ ਕਿਸ ਪ੍ਰਕਾਰ ਦਾ ਹੈ। ਇਸ ਲਈ ਉਹ ਆਮ ਯੋਜਨਾਬੰਧਕ ਜਿੰਮੇਵਾਰੀਆਂ ਦੀ ਹੇਠ ਲਿਖੀ ਸੂਚੀ ਦਾ ਨਿਰੀਖਣ ਕਰੇਗਾ।

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

1.ਯੋਜਨਾਬੰਦੀ ਬਜਟ (**Logistic Budget**):- ਬਹੁਤ ਸਾਰੇ ਈਵੇਂਟ ਦੇ ਹੋਣ ਵਾਲੇ ਖਰਚ ਦਾ ਕੇਂਦਰ ਬਿੰਦੂ ਯੋਜਨਾਬੰਦੀ ਹੋਵੇਗਾ। ਸਾਊਂਡ ਅਤੇ ਰੋਸ਼ਨੀ ਦੇ ਪ੍ਰਬੰਧ, ਸਮਾਰੋਹ ਸਥਾਨ ਦਾ ਪ੍ਰਬੰਧ, ਸਟੇਜ ਦਾ ਪ੍ਰਬੰਧ, ਕੇਟਰਿੰਗ ਦੀ ਬੁਕਿੰਗ ਆਦਿ ਬਹੁਤ ਸਾਰੀ ਅਜਿਹੀਆਂ ਚੀਜ਼ਾਂ ਹਨ ਜਿਹਨਾਂ ਤੇ ਪੈਸਾ ਖਰਚ ਕਰਨਾ ਬਹੁਤ ਆਸਾਨ ਹੈ। ਈਵੇਂਟ ਪ੍ਰਬੰਧਕ ਕੋਲ ਸੀਮਤ ਬਜਟ ਹੈ ਤਾਂ ਉਹ ਵਿਕਰੇਤਾ ਜਾਂ ਕੰਪਨੀਆਂ ਨਾਲ ਮਿਲ ਕੇ ਸਮਝੌਤਾ ਕਰ ਸਕਦਾ ਹੈ। ਇਸ ਨਾਲ ਉਹ ਵਾਧੂ ਖਰਚੇ ਤੋਂ ਬਚ ਜਾਵੇਗਾ।

2. ਦਸਤਾਵੇਜ਼ (**Documentation**) :- ਈਵੇਂਟ ਨੂੰ ਚਲਾਉਣ ਲਈ ਉਸਨੂੰ ਕਿਹੜੀ ਕਿਸਮ ਦੇ ਦਸਤਾਵੇਜ਼ਾ ਦੀ ਲੋੜ ਹੈ। ਉਦਾਹਰਣ ਦੇ ਤੌਰ ਤੇ ਜੇ ਇਹ ਮੇਲਾ (Festival) ਬਾਹਰ ਹੁੰਦਾ ਹੈ ਤਾਂ ਉਸ ਟ੍ਰੈਫਿਕ ਪ੍ਰਬੰਧਾਂ, ਸੜਕ ਨੂੰ ਬੰਦ ਕਰਨਾ, ਸਰੁੱਖਿਆ ਆਦਿ ਲਈ ਸਥਾਨਕ ਕਾਊਂਸਲ ਤੋਂ ਪ੍ਰਵਾਨਗੀ ਲੈਣ ਦੀ ਲੋੜ ਪੈਂਦੀ ਹੈ। ਈਵੇਂਟ ਕਰਨ ਤੋਂ ਪਹਿਲਾ ਸਹੀ ਦਸਤਾਵੇਜ਼ ਪ੍ਰਾਪਤ ਕਰੋ।



3. ਕਾਨੂੰਨੀ ਮਾਮਲੇ (**Legal Matters**) :- ਈਵੇਂਟ ਨਿਰੀਖਕ ਕਾਨੂੰਨੀ ਮਾਮਲਿਆ ਦਾ ਨਿਰੀਖਣ ਕਰੇਗਾ ਅਤੇ ਉਨ੍ਹਾਂ ਦਾ ਹਲ ਲੱਭੇਗਾ ਜਾਂ ਅੱਖੋ ਪਰੋਖ ਕਰੇਗਾ।

ਉਦਾਰਹਣ ਦੇ ਤੌਰ ਤੇ ਜੇਕਰ ਉਹ ਮਿਊਜਿਕ ਜਾਂ ਫਿਲਮ ਨੂੰ ਚੈਰਟੀ ਸ਼ੋ ਤੇ ਦਿਖਾਉਣਾ ਚਾਹੁੰਦਾ ਹੈ ਤਾਂ ਉਸ ਨੂੰ ਕਾਨੂੰਨੀ ਅਧਿਕਾਰ (Copy right) ਜਾਰੀ ਕਰਾਉਣ ਦੀ ਲੋੜ ਹੈ ਜਾਂ ਅਗਲੇ ਸਲਾਹ ਮਸ਼ਵਰੇ ਲਈ ਕਾਨੂੰਨੀ ਤਜੁਰਬੇਕਾਰ ਨਾਲ ਸਲਾਹ ਕਰੇਗਾ।

4. ਸਥਾਨ (**Venues**) :- ਉਸ ਨੂੰ ਨਿਗਰਾਨੀ ਕਰਨੀ ਪਵੇਗੀ ਕਿ ਚੈਰਟੀ ਈਵੇਂਟ ਕਿਥੇ ਕਰਨਾ ਹੈ ਅਤੇ ਗਾਹਕ ਸਥਾਨ/ਜਗ੍ਹਾਂ ਤੇ ਕਿੰਨਾ ਖਰਚ ਕਰੇਗਾ। ਕੀ ਉਸ ਸਥਾਨ ਤੇ ਚੈਰਟੀ ਈਵੇਂਟ ਲਈ ਪੂਰੀਆਂ ਸਹੂਲਤਾਂ ਹਨ। (ਜਿਵੇਂ ਕਿ ਪ੍ਰੋਜੈਕਸ਼ਨ ਸਕਰੀਨ, ਬੈਨਰਾ ਦਾ ਪ੍ਰਬੰਧ, ਕਮਰਿਆ ਦੀ ਸਮਰੱਥਾ ਆਦਿ) ਕੀ ਸਥਾਨ/ਜਗ੍ਹਾਂ ਦੇ ਮਾਲਕ ਕੋਲ ਇਸਦਾ ਬੀਮਾ ਹੈ। ਇਸ ਨੂੰ ਕਰਨ ਲਈ ਇਹ ਪਹਿਲੀ ਗੱਲ ਦੀ ਜ਼ਰੂਰਤ ਹੈ ਨਹੀਂ ਤਾਂ ਉਸ ਬਾਕੀ ਦੀ ਚੈਰਟੀ ਟੀਮ ਲਈ ਘਾਟਾ ਹੈ।

5. ਪ੍ਰਬੰਧ (ਵਿਵਸਥਾ) (**Provisions**) :- ਇਨ੍ਹਾਂ ਸਾਰੇ ਪ੍ਰਬੰਧਾਂ ਲਈ ਲੋਜਿਸਟਿਕ (ਯੋਜਨਾਬੰਦੀ) ਵਿਭਾਗ ਜਿੰਮੇਵਾਰ ਹੁੰਦਾ ਹੈ ਜੋ ਕਿ ਸਾਰੇ ਈਵੇਂਟ ਨੂੰ ਚਲਾਉਂਦਾ ਹੈ। ਉਸ ਵਿੱਚ ਕੈਟਰਿੰਗ ਦਾ ਪ੍ਰਬੰਧ ਸ਼ਾਮਿਲ ਹੈ (ਸਾਰੇ ਪ੍ਰਹੋਣਿਆ ਅਤੇ ਸਟਾਫ ਲਈ) ਸਾਜੋ ਸਮਾਨ ਨੂੰ ਕਿਰਾਏ ਤੇ ਲੈਣਾ। (ਜਿਵੇਂ ਕਿ ਆਡੀਓ ਵਿਜੂਅਲ ਉਪਕਰਨ, ਪੂਰਾ ਸਾਜੋ ਸਮਾਨ, ਫੁੱਲ, ਟੇਬਲ ਕਲਾਥ (ਮੇਜ਼ ਲਈ ਕੱਪੜਾ), ਸੰਚਾਰ ਦੇ ਸਾਧਨ, ਇਥੋਂ ਤੱਕ ਕਿ ਨਾਵਾਂ ਦੇ ਟੈਗ ਜੇਕਰ ਉਨ੍ਹਾਂ ਦੀ ਲੋੜ ਹੋਵੇ। ਜੇਕਰ ਈਵੇਂਟ ਨੂੰ ਥੋੜਾ ਜਿਹਾ ਧਿਆਨ ਨਾਲ ਕਰੀਏ ਤਾਂ ਇਸ ਦਾ ਬਹੁਤ ਜਿਆਦਾ ਫਾਇਦਾ ਹੋ ਸਕਦਾ ਹੈ। ਅਤੇ ਇਹ ਈਵੇਂਟ ਨੂੰ ਬਹੁਤ ਮਹੱਤਵਪੂਰਨ ਛੂਹ ਦੇਵੇਗਾ, ਜੋ ਬਾਕੀ ਦੇ ਈਵੇਂਟਾ ਤੋਂ ਅਲੱਗ ਹੋਵੇਗਾ।

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

6. ਸੰਚਾਰ (**Communication**) :- ਈਵੇਂਟ ਵਾਲੇ ਦਿਨ ਉਹਨਾਂ ਦੇ ਸਟਾਫ, ਠੇਕੇਦਾਰਾਂ ਅਤੇ ਸਵੈ-ਸੇਵਕਾਂ ਨਾਲ ਕਿਸ ਤਰ੍ਹਾਂ ਸੰਪਰਕ ਸਥਾਪਤ ਕਰਨਾ ਹੈ ਜਿਵੇਂ ਕਿ (ਰੇਡੀਓ ਜਾਂ ਵਾਕੀ-ਟਾਕੀ) ਦੁਆਰਾ ?

ਸਾਊਡ ਉਪਕਰਨ ਨੂੰ ਕਿਰਾਏ ਤੇ ਲੈਣ ਲਈ ਕਿਨ੍ਹਾਂ ਖਰਚ ਆਏਗਾ। ਜੇਕਰ ਉਹ ਤਸਵੀਰਾਂ ਨੂੰ ਭਵਿੱਖ ਵਿੱਚ ਮਾਰਕੀਟਿੰਗ ਉਦੇਸ਼ ਲਈ ਵਰਤਣਾ ਚਾਹੁੰਦੇ ਹਨ ਤਾਂ ਉਹਨਾਂ ਨੂੰ ਈਵੇਂਟ ਦੇ ਦਸਤਾਵੇਜ ਤਿਆਰ ਕਰਨ ਲਈ ਪੇਸ਼ੇਵਰ ਈਵੇਂਟ ਫੋਟੋਗ੍ਰਾਫਰ ਦੀਆਂ ਸੇਵਾਵਾਂ ਲੈਣ ਬਾਰੇ ਵੀ ਸੋਚਣਾ ਪਵੇਗਾ।

7. ਆਰਡਰ ਦੇਣਾ (**Running Order**) :- ਉਸ ਦਿਨ ਹਰ ਇਕ ਚੀਜ਼ ਨੂੰ ਕਿਵੇਂ ਚਲਾਉਣਾ ਹੈ ਇਸ ਵਿੱਚ ਕੰਮ ਦੇ ਸ਼ੁਰੂ ਹੋਣ ਤੋਂ ਅੰਤ ਤਕ ਦਾ ਹਰ ਤੱਥ ਸ਼ਾਮਿਲ ਹੈ। ਜੇਕਰ ਤੁਸੀਂ ਈਵੇਂਟ ਸਥਾਨ ਤੋਂ ਵਸਤੂਆਂ ਨੂੰ ਸਿਧਾ ਭੇਜਣਾ ਜਾਂ ਉੱਤਰਵਾਉਣਾ ਹੈ ਤਾਂ ਤੁਹਾਨੂੰ ਉਚਿਤ ਢੰਗ ਨਾਲ ਰੱਖਣਾ ਯਕੀਨੀ ਬਣਾਉਣਾ ਹੈ ਤਾਂ ਕਿ ਈਵੇਂਟ ਪ੍ਰਬੰਧਕਾਂ ਨੂੰ ਢੋਆਂ ਢੁਆਈ (Loading) ਸਬੰਧੀ ਕੋਈ ਪਰੇਸ਼ਾਨੀ ਨਾ ਹੋਵੇ। ਠੇਕੇਦਾਰਾ, ਵਲੰਟੀਅਰਾਂ, ਸਫਾਈ ਕਰਮਚਾਰੀਆਂ, ਹਰੇਕ ਆਦਮੀ ਜੋ ਸਾਰਾ ਦਿਨ ਉਸ ਦਿਨ ਸਥਾਨ ਤੇ ਹੈ ਉਹਨਾਂ ਦੇ ਵੇਰਵੇ ਦਰਜ ਕਰਨਾ ਹੈ।

8. ਬੀਮਾਂ (**Insurance**) :- ਇਸ ਵਿੱਚ ਪਬਲਿਕ ਦੀ ਜਿਮੇਵਾਰੀ, ਜਾਇਦਾਦ, ਕਾਮਿਆਂ ਦਾ ਮੁਆਵਜਾ ਅਤੇ ਪੇਸ਼ਾਮੁੱਖੀ ਗਵਾਹੀ ਦੀ ਜਿਮੇਵਾਰੀ ਸ਼ਾਮਿਲ ਹੈ। (ਖਾਸ ਕਰਕੇ ਜੇਕਰ ਠੇਕਾ ਲਿਆ ਹੋਵੇ) ਸਥਾਨ ਅਤੇ ਜਾਇਦਾਦ ਦੇ ਮਾਲਕ, ਵਲੰਟੀਅਰ ਅਤੇ ਹੋਰ ਆਦਿ ਦਾ ਬੀਮਾ ਯਕੀਨੀ ਬਣਾਉ। ਜੇਕਰ ਤੁਹਾਨੂੰ ਈਵੇਂਟ ਦੇ ਲਈ ਬੀਮਾ ਦੀਆਂ ਵੱਖ-ਵੱਖ ਕਿਸਮਾਂ ਬਾਰੇ ਜਾਣਕਾਰੀ ਨਹੀਂ ਹੈ ਤਾਂ ਬੀਮੇ ਮਾਹਿਰਾ ਦੀ ਸਲਾਹ ਲਵੋ। ਮਦਦ ਲਈ ਨੁਕਤੇ: ਕਿਸੇ ਵੀ ਚੀਜ਼ ਲਈ ਘੱਟੋ ਘੱਟ ਤਿਨ ਪੇਸ਼ਕਸ਼ਾ ਲਵੋ ਜਿਵੇਂ ਕਿ ਕਿਰਾਇਆ, ਕੈਟਰਿੰਗ ਅਤੇ ਸਥਾਨ ਆਦਿ ਤਾਂ ਕਿ ਉਹ ਗਾਹਕ ਦੀ ਤਰਜੀਹ ਨੂੰ ਅੱਛੀ ਤਰ੍ਹਾਂ ਸਮਝ ਲਵੇ। ਫਿਰ ਵੀ ਜੇਕਰ ਉਹ ਜਗ੍ਹਾਂ ਮੁਫਤ ਜਾਂ ਹਿੱਸੇਵਾਲੀ ਹੋਵੇ ਤਾਂ ਉਹ ਇਹ ਯਕੀਨੀ ਬਣਾਏਗਾ ਕਿ ਉਹ ਆਪਣੇ ਈਵੇਂਟ ਦੀ ਵਧੀਆਂ ਕੀਮਤ ਲੈ ਰਿਹਾ ਹੈ।

ਜੇ ਕਿਸੇ ਈਵੇਂਟ ਦਾ ਪ੍ਰਬੰਧ ਕਰਨਾ ਹੋਵੇ ਤਾਂ ਇਨ੍ਹਾਂ ਨੁਕਤਿਆ ਨੂੰ ਦਿਮਾਗ ਵਿੱਚ ਰੱਖੋ।

(i) ਗਿਆਨ ਹੀ ਸ਼ਕਤੀ ਹੈ
(ii) ਸਟੇਜ ਨੂੰ ਲਗਾਓ
(iii) ਅੱਜ ਤਿਆਰ ਕਰੋ ਅਤੇ ਕੱਲ ਕਾਰਜ ਕਰੋ
(iv) ਠੀਕ ਸਮੇਂ ਤੇ ਕਰੋ
(v) ਵਪਾਰ ਦੇ ਔਜਾਰ
(vi) ਨਿਯਮਾਂ ਨੂੰ ਨਾ ਤੋੜੋ
(vii) ਟੀਮ ਵਿੱਚ ñ ਮੈਂ ñ ਸ਼ਬਦ ਨਾ ਹੋਵੇ
(viii) ਜੇਕਰ ਕੋਈ ਚੀਜ਼ ਗਲਤ ਚਲ ਸਕਦੀ ਹੈ ਤਾਂ ਚੱਲਣ ਦਿਓ
(ix) ਸੁਰੱਖਿਆ ਹੀ ਸਭ ਤੋਂ ਉਪਰ ਹੈ।
(x) ਮੁਸਕਰਾਹਟ

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

ਅਭਿਆਸ : ਮੁਲਾਂਕਣ

1. ਕਿਸੇ ਈਵੇਂਟ ਦੀ ਜਗ੍ਹਾਂ ਤੇ ਜਾਓ ਅਤੇ ਅਨੁਸਰਨ ਕਰੋ ਕਿ ਕਿਵੇਂ ਪ੍ਰਬੰਧਕੀ ਕਿਰਿਆਵਾਂ ਦਾ ਨਿਰੀਖਣ ਕਰਨਾ ਹੈ।
2. ਈਵੇਂਟ ਦਾ ਨਿਰੀਖਣ ਕਰੋ ਅਤੇ ਕਮੀਆ ਨੂੰ ਲੱਭੋ ਅਤੇ ਉਨੱਤੀ ਲਈ ਸਲਾਹ ਦਿਓ।

ਮੁਲਾਂਕਣ

1. ਸਥਾਨਕ ਅਥਾਰਟੀ ਦੀ ਟ੍ਰੈਫਿਕ ਪ੍ਰਬੰਧਾ ਲਈ ਆਗਿਆ __________ ਈਵੇਂਟ ਲਈ ਚਾਹੀਦੀ ਹੈ।
2. ______________ ਕਾਨੂੰਨੀ ਮੁੱਦਿਆ ਦਾ ਹੱਲ ਲੱਭਣਾ ਹੈ।
3. ਕਿਰਾਏ ਸਬੰਧੀ, ਧੁੰਨੀ ਅਤੇ ਰੋਸ਼ਨੀ ਦੇ ਸਾਜੋ ਸਮਾਨ ਜਗ੍ਹਾਂ ਦਾ ਇੰਤਜਾਮ, ਸਟੇਜ ਲਗਾਉਣਾ ਆਦਿ _______________ ਦੇ ਕੰਮ ਹਨ।
4. ਨਿਰੀਖਣ/ਨਿਗਰਾਨੀ ਸਮੇਂ ਜੇਕਰ ਈਵੇਂਟ ਮੈਨੇਜਰ ਕੋਲ ਸੀਮਿਤ ਬਜਟ ਹੈ ਉਸਨੂੰ ਵਿਕਰੇਤਾਵਾਂ ਅਤੇ ਕੰਪਨੀ ਨਾਲ _______________ ਕਰਨ ਬਾਰੇ ਸੋਚਣਾ ਚਾਹੀਦਾ ਹੈ।
5. _____________ ਉਹ ਜਗ੍ਹਾਂ ਹੈ ਜਿਥੇ ਈਵੇਂਟ ਹੋਣਾ ਹੈ।

ਸਹੀ ਜਾਂ ਗਲਤ (True or False)

1. ਈਵੇਂਟ ਪ੍ਰਬੰਧਕ ਈਵੇਂਟ ਦਾ ਨਿਗਰਾਨ ਹੁੰਦਾ ਹੈ।
2. ਈਵੇਂਟ ਪ੍ਰਬੰਧਨ ਵਿੱਚ ਬਜਟ ਮੁੱਖ ਤੱਤ ਹੁੰਦਾ ਹੈ।
3. ਸਮਾਜਿਕ ਈਵੇਂਟ ਕਰਨ ਸਮੇਂ ਸਥਾਨਕ ਅਥਾਰਟੀ ਤੋਂ ਮਨਜ਼ੂਰੀ ਲੈਣ ਦੀ ਕੋਈ ਲੋੜ ਨਹੀਂ ਹੁੰਦੀ ਹੈ।
4. ਗਾਹਕਾਂ ਦੀ ਸਲਾਹ ਤੋਂ ਬਿਨ੍ਹਾਂ ਹੀ ਜਗ੍ਹਾਂ ਦੀ ਚੋਣ ਕੀਤੀ ਜਾਂਦੀ ਹੈ।
5. ਲੋਜਿਸਟਿਕ (ਯੋਜਨਾਬੰਦੀ) ਵਿਭਾਗ ਈਵੇਂਟ ਨਾਲ ਸਬੰਧਿਤ ਸਾਰੀਆਂ ਵਿਵਸਥਾਂਵਾ ਲਈ ਜਿੰਮੇਵਾਰ ਹੈ।

ਕਾਲਮਾ ਨੂੰ ਮੈਚ ਕਰੋ।

ੳ	ਅ
1. ਜਗ੍ਹਾਂ ਦੀ ਚੋਣ	1. ਸਸਤਾ ਤੇ ਪ੍ਰਭਾਵਸ਼ਾਲੀ
2. ਸਜਾਵਟ	2. ਡਿਜ਼ਾਇਨ ਬਣਾਉਣ ਵਾਲਾ
3. ਵਿਕਰੇਤਾ ਦੀ ਚੋਣ	3. ਨਿਰਦੇਸ਼ ਅਤੇ ਪ੍ਰਬੰਧ
4. ਕਾਨੂੰਨੀ ਪੱਖ	4. ਗਾਹਕ ਦੀ ਸਹੂਲਤ
5. ਨਿਗਰਾਨੀ	5. ਧੁੰਨੀ ਪ੍ਰਦੂਸ਼ਣ

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

ਮੁਲਾਂਕਣ ਕਿਰਿਆ ਲਈ ਚੈਕ ਲਿਸਟ:

ਹੇਠਾਂ ਲਿਖੀ ਚੈਕ ਲਿਸਟ ਦੀ ਵਰਤੋਂ ਇਹ ਦੇਖਣ ਲਈ ਕਰੋ ਕਿ ਤੁਸੀਂ ਮੁਲੰਕਣ ਕਿਰਿਆਂ ਦੀਆਂ ਸਾਰੀਆਂ ਸ਼ਰਤਾਂ ਪੂਰੀਆਂ ਕੀਤੀਆਂ ਹਨ।

ਭਾਗ (ੳ)

1. ਤੁਸੀਂ ਕਿਵੇਂ ਈਵੇਂਟ ਸਟਾਫ ਦੇ ਠੇਕੇਦਾਰ ਅਤੇ ਵਲੰਟੀਅਰ ਨਾਲ ਸੰਪਰਕ ਕਰੋਗੇ।
2. ਈਵੇਂਟ ਕਰਦੇ ਸਮੇਂ ਕਿਸ ਕਿਸਮ ਦੀ ਬੀਮਾ ਯੋਜਨਾ ਲੈਣੀ ਚਾਹੀਦੀ ਹੈ।
3. ਸਥਾਨ (Venue) ਪ੍ਰਬੰਧਨ ਦੇ ਤੱਤਾਂ ਬਾਰੇ ਦੱਸੋ।
4. ਵਿਕਰੇਤਾ ਚੋਣ ਵਿੱਚ ਕਿਹੜੇ ਕਿਹੜੇ ਨੁਕਤਿਆ ਨੂੰ ਵਿਚਾਰਨਾ ਹੈ।
5. ਜਗ੍ਹਾਂ ਦੀ ਚੋਣ ਵਿੱਚ ਕੀ ਵਿਸ਼ੇਸ਼ਤਾਵਾਂ ਹੋਣੀਆਂ ਚਾਹੀਦੀਆਂ ਹਨ।

ਭਾਗ (ਅ)

ਹੇਠ ਲਿਖਿਆ ਦੀ ਜਮਾਤ ਵਿੱਚ ਚਰਚਾ ਕੀਤੀ ਗਈ

1. ਈਵੇਂਟ ਨਿਰੀਖਕ ਦੀਆਂ ਕਿਹੜੀਆਂ ਜਿੰਮੇਵਾਰੀਆਂ ਅਤੇ ਕਰਤੱਵ ਹਨ।
2. ਸਹਾਇਕ ਸਟਾਫ ਨਾਲ ਈਵੇਂਟ ਦਾ ਨਿਰੀਖਣ ਕਿਵੇਂ ਕਰਨਾ ਹੈ।

ਭਾਗ (ੲ)

ਕਾਰਜ ਪੱਧਰ (**Performance Standards**)

ਕਾਰਜ ਪੱਧਰ ਵਿੱਚ ਸ਼ਾਮਿਲ ਹੋ ਸਕਦਾ ਹੈ

ਕਾਰਜ ਪੱਧਰ	ਹਾਂ	ਨਾਂ
1. ਈਵੇਂਟ ਦਾ ਨਿਰੀਖਣ ਕਰਨ ਸਮੇਂ ਚੈਕ ਲਿਸਟ ਕਿਰਿਆਵਾਂ ਦੀ ਪਛਾਣ ਕਰਨਾ		
2. ਅਸਾਨੀ ਨਾਲ ਈਵੇਂਟ ਕਰਨ ਲਈ ਈਵੇਂਟ ਸਹਾਇਕਾ ਨੂੰ ਪ੍ਰਦ੍ਰਸ਼ਨੀ ਕਰਨਾ, ਸਿਖਾਉਣ ਦੇ ਯੋਗ ਹੈ।		

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

RS408-NQ2014

ਪ੍ਰਚੂਨ ਵਿੱਚ ਲੇਖਾ ਪ੍ਰਕ੍ਰਿਆ

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

ਸੈਸ਼ਨ -1 ਪ੍ਰਚੂਨ ਵਪਾਰ ਵਿੱਚ ਕੈਸ਼ ਨਕਦ ਪ੍ਰਬੰਧਨ ਕਰਨਾ (Managing cash in retail)

ਸਬੰਧਿਤ ਗਿਆਨ (Relevant Knowledge)

ਨਕਦ ਪ੍ਰਬੰਧਨ ਪ੍ਰਣਾਲੀ (Cash Management System)

ਵਰਤਮਾਨ ਸਮੇਂ ਵਿੱਚ ਪ੍ਰਚੂਨ ਵਪਾਰ ਖੇਤਰ ਵਿੱਚ ਕੈਸ਼ ਪ੍ਰਬੰਧਨ ਪ੍ਰਣਾਲੀ ਪ੍ਰਚੂਨ ਉਦਯੋਗਾਂ, ਬੈਕਾਂ ਅਤੇ ਨਕਦ ਲੈਣ ਦੇਣ ਵਾਲੀਆਂ ਕੰਪਨੀਆਂ ਦੇ ਧਿਆਨ ਦਾ ਕੇਂਦਰ ਬਣੀ ਹੋਈ ਹੈ। ਵਿਕਰੀ ਦੇ ਸਮੇਂ ਤੋਂ ਲੈ ਕੇ ਪ੍ਰਚੂਨ ਵਪਾਰੀ ਦੇ ਬੈਂਕ ਖਾਤੇ ਵਿੱਚ ਪੈਸੇ ਪਹੁੰਚਣ ਤੱਕ, ਅੱਜ ਕੱਲ੍ਹ ਵਧੇਰੇ ਵਰਤੀ ਜਾਣ ਵਾਲੀ ਹੱਥੀ ਨਕਦ ਲੈਣ ਦੇਣ ਪ੍ਰਣਾਲੀ ਸਾਰੀ ਪ੍ਰਕਿਆ ਚੈਨ ਵਿੱਚ ਵਧੀਆ ਉਤਪਾਦਕਤਾ ਲਈ ਸਮਰੱਥਾ ਸੰਭਾਵਨਾ ਪ੍ਰਦਾਨ ਕਰਦੀ ਹੈ।

ਪ੍ਰਚੂਨ ਉਦਯੋਗ ਵਿੱਚ ਨਕਦੀ ਲਗਾਤਾਰ ਇਕ ਪ੍ਰਭਾਵਸ਼ਾਲੀ ਭੂਮਿਕਾ ਅਦਾ ਕਰਦੀ ਆ ਰਹੀ ਹੈ। ਨਕਦ ਰਹਿਤ (Cashless) ਅਦਾਇਗੀ ਪ੍ਰਣਾਲੀ ਸ਼ੁਰੂ ਹੋਣ ਤੋਂ ਵੀਹ ਸਾਲ ਬਾਅਦ ਵੀ ਬਹੁਤੇ ਦੇਸ਼ਾਂ ਵਿੱਚ 50% ਤੋਂ ਵੱਧ ਲੈਣ ਦੇਣ ਅਜੇ ਵੀ ਨਕਦੀ ਕੀਤਾ ਜਾਂਦਾ ਹੈ। ਇਸ ਲੈਣ ਦੇਣ ਵਿੱਚ ਵੱਖਰਾਪਨ ਖੇਤਰ, ਉਦਯੋਗ ਅਤੇ ਵਿਕਰੀ ਦੇ ਰੂਪ ਤੇ ਨਿਰਭਰ ਕਰਦਾ ਹੈ। ਆਮ ਤੌਰ ਤੇ ਥੋੜ੍ਹੀ ਖਰੀਦਦਾਰੀ ਵਿਸ਼ੇਸ਼ ਤੌਰ ਤੇ ਨਕਦ ਅਦਾਇਗੀ ਨਾਲ ਕੀਤੀ ਜਾਂਦੀ ਹੈ। ਨਕਦੀ ਦਾ ਪ੍ਰਬੰਧਨ ਪ੍ਰਚੂਨ ਕੰਪਨੀਆਂ ਲਈ ਮਹਿੰਗੀ ਪ੍ਰਕਿਆ ਹੈ ਅਤੇ ਉਤਪਾਦਕਤਾ ਵਿੱਚ ਸੁਧਾਰ ਲਿਆਉਣ ਲਈ ਸਮਰੱਥ ਸੰਭਾਵਨਾਵਾਂ ਪ੍ਰਦਾਨ ਕਰਦੀ ਹੈ।

ਇਕ ਵਧੀਆ ਪ੍ਰਚੂਨ ਨਕਦ ਪ੍ਰਬੰਧਨ ਪ੍ਰਣਾਲੀ ਰਾਹੀਂ, ਪ੍ਰਚੂਨ ਵਪਾਰੀ ਆਮਦਨ ਵਧਾ ਸਕਦੇ ਹਨ, ਲਾਗਤ ਨੂੰ ਘਟਾ ਸਕਦੇ ਹਨ, ਗਾਹਕ ਸੇਵਾਵਾਂ ਵਿੱਚ ਸੁਧਾਰ ਅਤੇ ਸੁਰੱਖਿਆ ਵਿੱਚ ਵਾਧਾ ਕਰ ਸਕਦੇ ਹਨ। ਡਾਟਾ ਇਹ ਦੱਸਦਾ ਹੈ ਕਿ ਬਦਲਵੇਂ ਇਲੈਕਟ੍ਰੋਨਿਕ ਢੰਗਾਂ ਨਾਲੋਂ ਨਕਦੀ ਅਦਾਇਗੀ ਦਾ ਢੰਗ ਸਸਤਾ, ਤੇਜ਼ ਅਤੇ ਵਧੇਰੇ ਪਸੰਦ ਕੀਤੇ ਜਾਣ ਵਾਲਾ ਹੈ। ਇਹ ਪਤਾ ਕਰੋ ਕਿ ਸਹੀ ਕੈਸ਼ ਰਜਿਸਟਰ ਦੀ ਚੋਣ ਕਿਵੇਂ ਕਰਨੀ ਹੈ, ਵਿਕਰੀ ਬਿੰਦੂ ਪ੍ਰਣਾਲੀ (POS) ਦੇ ਫਾਇਦਿਆ ਨੂੰ ਸਮਝੋ, POS ਦੇ ਕੈਸ਼ ਰਜਿਸਟਰ ਦੇ ਭਾਗਾਂ ਨੂੰ ਜਾਣੋ ਅਤੇ ਪਤਾ ਕਰੋ ਕਿ ਤਿਜੋਰੀ ਵਿੱਚ ਕਿੰਨੀ ਧਨ ਰਾਸ਼ੀ ਰੱਖੀ ਜਾਣੀ ਹੈ।

ਨਕਦ ਪ੍ਰਬੰਧਨ ਪ੍ਰਣਾਲੀ ਦੀ ਚੋਣ ਕਰਨਾ (choosing s cash management system)

ਕੈਸ਼ ਰਜਿਸਟਰ ਇੱਕ ਅਜਿਹੀ ਵਸਤੂ ਹੈ, ਜਿਸ ਦੇ ਬਗੈਰ ਇਕ ਵਪਾਰੀ ਪ੍ਰਚੂਨ ਸਟੋਰ ਵਿੱਚ ਕੰਮ ਨਹੀਂ ਕਰ ਸਕਦਾ। ਹਰ ਸਟੋਰ ਵਿੱਚ ਸੇਲ ਪ੍ਰਕ੍ਰਿਆ ਲਈ ਇੱਕ ਮਸ਼ੀਨ ਦੀ ਲੋੜ ਹੁੰਦੀ ਹੈ। ਚਾਹੇ ਇਹ ਰਵਾਇਤੀ ਹੋਵੇ ਜਾਂ ਇਲੈਕਟ੍ਰੋਨਿਕ ਨਕਦ ਪ੍ਰਬੰਧਨ ਪ੍ਰਣਾਲੀ ਹੋਵੇ ਜਾਂ ਇਕ ਵਿਸਤ੍ਰਿਤ ਕੰਪਿਊਟਰੀ ਕ੍ਰਿਤ ਵਿਕਰੀ ਬਿੰਦੂ ਪ੍ਰਣਾਲੀ (POS)।

ਇਕ ਕੈਸ਼ ਰਜਿਸਟਰ ਜਾਂ ਵਿਕਰੀ ਬਿੰਦੂ ਪ੍ਰਣਾਲੀ (POS) ਚੁਣਨ ਲਈ ਪੂਰੀ ਜਾਣਕਾਰੀ ਲਵੋ।

(POS) ਪ੍ਰਣਾਲੀ ਦੇ ਭਾਗ (Parts of a POS System)

ਪ੍ਰਚੂਨ ਵਪਾਰੀ ਆਪਣੇ ਵਪਾਰ ਲਈ ਸਹੀ ਵਿਕਰੀ ਬਿੰਦੂ ਪ੍ਰਣਾਲੀ ਨਹੀਂ ਚੁਣ ਸਕਦੇ ਜੇਕਰ ਉਹਨਾਂ ਨੂੰ ਵਿਕਰੀ ਬਿੰਦੂ ਪ੍ਰਣਾਲੀ ਦੇ ਕੈਸ਼ ਰਜਿਸਟਰ ਦੇ ਹਿੱਸਿਆਂ ਬਾਰੇ ਪਹਿਲਾਂ ਤੋਂ ਜਾਣਕਾਰੀ ਨਹੀਂ ਹੈ। ਵਿਕਰੀ ਬਿੰਦੂ ਪ੍ਰਣਾਲੀ ਨਾਲ ਜੁੜੀਆਂ ਵਸਤੂਆਂ (POS Hardware) ਨੂੰ ਸਮਝਣ ਲਈ ਹੇਠ ਲਿਖਿਤ ਦਿਸ਼ਾ ਬਿੰਦੂ ਹਨ :-

- ਪੀ.ਓ.ਐਸ (POS) ਕੰਪਿਊਟਰ
- ਨਕਦੀ ਦਰਾਜ
- ਗਾਹਕ ਪੋਲ ਡਿਸਪਲੇਅ
- ਪੀ.ਓ.ਐਸ ਮੋਨੀਟਰ
- ਕੀ.ਬੋਰਡ
- ਸਕੈਨਰ
- ਹਸਤਾਖ਼ਰ ਹਾਸਿਲ ਕਰਨ ਵਾਲੀਆਂ ਮਸ਼ੀਨਾਂ

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

- ਰਸੀਦ ਪ੍ਰਿੰਟਰ (Receipt Printer)

ਹੋਰ ਪ੍ਰਿੰਟਰ ਹਾਰਡਵੇਅਰ (**More POS Hardware**)

ਮੁੱਢਲੀ ਬਿੰਦੂ ਵਿਕਰੀ ਪ੍ਰਣਾਲੀ ਵਿੱਚ ਇਕ ਨਕਦੀ ਦਰਾਜ਼, ਰਸੀਦ ਪ੍ਰਿੰਟਰ ਅਤੇ ਇਕ ਇੰਨਪੁਟ ਯੰਤਰ ਆਉਂਦੇ ਹਨ। ਪ੍ਰਚੂਨ ਵਪਾਰੀ ਟੱਚ ਸਕਰੀਨ, ਪ੍ਰੋਗਰਾਮ ਯੋਗ ਕੀ ਬੋਰਡ, ਸਕੈਨਰ ਜਾਂ POS ਪ੍ਰਣਾਲੀ ਵਿੱਚ ਡਾਟਾ ਦਰਜ ਕਰਨ ਲਈ ਹੋਰ ਤੱਥ ਨਾਲ ਵਰਤੇ ਜਾਣ ਵਾਲੇ ਯੰਤਰਾਂ ਦੀ ਵਰਤੋਂ ਕਰ ਸਕਦੇ ਹਨ।

ਪੀ.ਓ.ਐਸ ਸਾਫਟਵੇਅਰ (**POS Software**)

ਪੀ.ਓ.ਐਸ. ਸਾਫਟਵੇਅਰ ਵਿਕਰੀ ਪ੍ਰਚੂਨ ਵਪਾਰੀ ਲਈ ਗਾਹਕ ਦੀਆਂ ਮੁਢਲੀਆਂ ਲੈਣ ਦੇਣ ਦੀਆਂ ਵਸਤੂਆਂ ਦੀ ਪ੍ਰਕ੍ਰਿਆ ਕਰਦਾ ਹੈ ਜਿਸ ਵਿੱਚ ਵਸਤੂਆ ਦੀ ਵਿਸਤਾਰ, ਕੀਮਤਾਂ ਜੋੜਿਆ ਗਿਆ ਟੈਕਸ ਵੱਡੀਆਂ ਅਤੇ ਹੋਰ ਨਕਦੀ ਰਜਿਸਟਰ ਦੇ ਕਾਰਜ ਸ਼ਾਮਿਲ ਹਨ ।

_ਵਿਕਰੀ ਬਿੰਦੂ ਪੀ .ਓ.ਐੈਸ. ਸਾਫਟਵੇਅਰ ਦੀ ਹੋਰ ਵਿਕਸਤ ਕਾਰਜਵਿਧੀ ਵਿੱਚ ਰਿਟਰਨ ਭਰਨ ਦੀ ਪ੍ਰੀਕ੍ਰਿਆ ਕੂਪਨ, ਕੀਮਤਾਂ ਦਾ ਬਦਲਾਵ, ਵਸਤੂਆਂ ਦੀ ਟਰੈਕਿੰਗ ਅਤੇ ਪ੍ਰਚੂਨ ਰਿਪੋਟਾਂ ਦਾ ਲੇਖਾ ਜੋਖਾ ਸ਼ਾਮਿਲ ਹੈ। ਹੇਠਾਂ ਵਿਕਰੀ ਪ੍ਰਣਾਲੀ ਸਾਫਟਵੇਅਰ ਦੇ ਕੁਝ ਨੁਕਤੇ ਦਿੱਤੇ ਹਨ ।

(1) ਰਜਿਸਟਰ ਵਿੱਚ ਕਿੰਨੇ ਪੈਸੇ ਰੱਖਣ ਹਨ ? (How much money to keep in Register)

ਵਪਾਰਕ ਪਰਿਯੋਜਨਾ ਪੱਧਰ ਤੇ ਥੋੜੇ ਨਕਦੀ ਦਾ ਪ੍ਰਚੂਨ ਉਤਪਾਦਾਂ ਹੈ। ਜਦੋ ਅੰਦਰੂਨੀ ਪ੍ਰਕ੍ਰਿਆ ਪੈਦਾ ਕਰਨੀ ਹੋਵੇ ਪ੍ਰਚੂਨ ਵਪਾਰੀ ਦੀ ਹੱਥ ਵਿੱਚ ਕਿੰਨੀ ਰਕਮ ਰੱਖਣੀ ਹੈ । ਇਹ ਵਪਾਰ ਦੀ ਮਾਤਰਾ ਦੀ ਭਿੰਨਤਾ ਤੇ ਨਿਰਭਰ ਹੋਵੇਗੀ। ਕਿੰਨੇ ਪੈਸੇ ਸੁਰੱਖਿਅਤ ਰੱਖਣ ਦੀ ਯੋਗਤਾ ਹੈ ਅਤੇ ਕਿਸ ਕਿਸਮ ਦਾ ਭੁਗਤਾਨ ਪ੍ਰਚੂਨ ਵਪਾਰੀ ਗਾਹਕ ਤੋ ਪ੍ਰਾਪਤ ਕਰਦਾ ਹੈ।

ਰੋਜਾਨਾ ਨਕਦੀ ਪ੍ਰਾਪਤੀ (**Daily cash Receipt**)

ਪੈਸੇ ਦੀ ਗਿਣਤੀ ਦੀ ਪ੍ਰਕਿਆ, ਪ੍ਰਾਪਤੀਆ ਦਾ ਮਿਲਾਉਣਾ ਨਕਦੀ ਦਰਾਜ ਦਾ ਸਤੁਲਨ ਦਿਨ ਦੇ ਲੈਣ ਦੈਣ ਦੀ ਪ੍ਰਕ੍ਰਿਆ ਦੀ ਰਚਨਾ ਕਰਦਾ ਹੈ। ਦਿਨ ਦੀ ਵਿਕਰੀ ਦਾ ਪਤਾ ਕਰਨ ਲਈ ਨਕਦੀ ਰਜਿਸਟਰ ਦਰਾਜ ਦੇ ਸੰਤੁਲਨ ਲਈ ਹੇਠ ਦਿੱਤੀ ਸੂਚਨਾ ਦੀ ਵਰਤੋਂ ਕਰੋ।

(1) ਪ੍ਰਚੂਨ ਸਟੋਰ ਵਿੱਚ ਨਕਦੀ ਸੰਭਾਲਣ ਦੀ ਪ੍ਰਕਿਰਿਆ (**Cash Handling precedure in Retail)**
ਨਕਦੀ ਸੰਭਾਲਣ ਦੀ ਪ੍ਰਕ੍ਰਿਆ ਅਤੇ ਕਿਸੇ ਪ੍ਰਚੂਨ ਵਾਤਾਵਰਨ ਦੀ ਸੁਰੱਖਿਅਤਾ ਬਾਰੇ ਸਿੱਖੋ। ਪਤਾ ਕਰੋ ਕਿ ਕਿੱਥੋ ਨਕਦੀ ਰਜਿਸਨਰ ਨਕਦੀ ਸੰਭਾਲਣ ਦੇ ਉਪਕਰਨ ਖਰੀਦਣ ਹਨ। ਨਕਦੀ ਦਰਾਜ ਦਾ ਸਤੁੰਲਣ ਲਈ ਫਾਰਮ ਪ੍ਰਿੰਟ ਕਰੋ। ਗੱਲੇ ਵਿੱਚ ਕਿੰਨੇ ਪੈਸੇ ਰੱਖਣੇ ਹਨ।

ਨਕਦੀ ਰਜਿਸਟਰ ਇਕ ਸਤੁੰਲਨ (**Balancing cash Register)**

ਪ੍ਰਚੂਨ ਵਪਾਰੀ ਸਟੋਰ ਵਿਚਲੀ ਨਕਦੀ ਦੇ ਹਿਸਾਬ ਰੱਖਣ ਦੀ ਇੱਕ ਪ੍ਰਕਿਆ ਪੈਦਾ ਕਰਕੇ ਬਹੁਤ ਜਿਆਦਾ ਲਾਭ ਲਵੇਗਾ। ਇਹ ਬਹੁਤ ਅੰਦਰੂਨੀ ਕੰਟਰੌਲ ਅਤੇ (ਕਾਬੂ) ਪੈਸੇ ਦੀ ਦੁਰਵਰਤੋ ਰੋਕਣ ਲਈ ਅਤੇ ਹੋਰ ਸੰਪਤੀ ਨੂੰ ਹਾਨੀ ਤੋਂ ਬਚਾਉਣ ਅਤੇ ਉਸ ਦੀ ਸੁਰੱਖਿਆ ਲਈ ਬਹੁਤ ਜ਼ਰੂਰੀ ਹਨ। ਇਹ ਕੇਵਲ ਅੰਦਰੂਨੀ ਮਜ਼ਬੂਤੀ ਨਹੀ ਬਣਾਉਂਦੇ ਸਗੋ ਕਾਰਜ ਕੁਸ਼ਲਤਾ ਨੂੰ ਵੀ ਵਧਾਉਦੇ ਹਨ।ਉਹ ਭਰੋਸੇਯੋਗ ਲੇਖਾਂ ਅਤੇ ਰਿਕਾਰਡ ਵੀ ਯਕੀਨੀ ਬਣਾਉਂਦੇ ਹਨ।ਪੈਸੇ ਨੂੰ ਗਿਣਨ ਦੀ ਪ੍ਰਕ੍ਰਿਆ ਪ੍ਰਾਪਤੀਆਂ ਦਾ ਮਿਲਾਉਣ ਅਤੇ ਨਕਦੀ ਦਾ (ਬਕਾਇਆ) ਕਿਸ ਦੇ ਲੈਣ ਦੈਣ ਦੀ ਪ੍ਰਕ੍ਰਿਆ ਦੀ ਜਿੰਮੇਵਾਰੀ ਪੈਦਾ ਕਰਦਾ ਹੈ। ਜਦੋਂ ਸਟੋਰ ਨੀਤੀਆਂ ਬਣਾਈਆ ਜਾਦੀਆ ਹਨ। ਤਾਂ ਉਸੇ ਸਮੇਂ (ਕੇਸ) ਨਕਦੀ ਪ੍ਰਬੰਧਨ ਪ੍ਰਣਾਲੀ ਵੀ ਪੈਦਾ ਕੀਤੀ ਜਾਦੀ ਹੈ। (ਬਕਾਇਆ)

ਸਤੁੰਲਣ ਕਿਉਂ (**Why Balance)**

ਸਟੋਰ ਪ੍ਰਬੰਧਕ ਜਾ ਕੈਸ਼ੀਅਰ ਸ਼ਿਫਟ ਦੇ ਕਿਸੇ ਸਮੇਂ ਵੀ ਵਿਕਰੀ ਰਿਪੋਟਰ ਮੰਗਵਾ ਸਕਦੇ ਹਨ।ਰੋਜਾਨਾ ਵਿਕਰੀ ਅੰਕੜੇ ਵਿੱਚ ਦੁਰਾਜ ਦੀ ਸ਼ੁਰੂਆਤ ਰਕਮ ਜੋੜਕੇ, ਇੱਕ ਪ੍ਰਚੂਨ ਵਪਾਰੀ ਸਹੀ ਢੰਗ ਨਾਲ ਜਾਣ ਜਾਣੇਗਾ ਕਿ ਕਿਸੇ

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

ਵੀ ਦਿੱਤੇ ਸਮੇ ਵਿੱਚ ਕੈਸ ਰਜਿਸਟਰ ਵਿੱਚ ਕਿੰਨੇ ਪੈਸੇ ਹੋਣੇ ਚਾਹੀਦੇ ਹਨ। ਇਹ ਬਹੁਤ ਲਾਭਦਾਇਕ ਹੋਵੇਗਾ

(1) ਵਿਕਰੀ ਸਥਾਨ ਤੇ ਬਹੁਤ ਜਿਆਦਾ ਨਕਦੀ ਰੱਖਣ ਤੋਂ ਗੁਰੇਜ਼ ਕਰੋ

(2) ਜੇਕਰ ਸਟੋਰ ਲੁਟਿਆ ਗਿਆ ਹੈ।

(3) ਜਦੋ ਗਾਹਕ ਬਹੁਤ ਥੋੜੇ ਬਦਲ ਦੀ ਸਕਾਇਤ ਕਰੋ ।

(4) ਕਿਸੇ ਖਾਸ ਕੈਸ਼ੀਅਰ ਕੋਲੋਂ ਤੇ ਪੁਰਾਣੀ ਜਾਂ ਘੱਟ ਰਕਮ ਲੈਣ ਲਈ।

(5) ਬਿਨਾ ਦਸਤਾਵੇਜ ਤੋਂ ਦਰਾਜ ਵਿੱਚ ਕੈਸ਼ ਕੱਢਣਾ ਦੇ ਲਾਭ ਨੂੰ ਦੂਰ ਕਰਨ ਲਈ।

(ਨਕਦੀ ਦਰਾਜ ਦਾ ਬਕਾਇਆ ਕਿਵੇਂ ਕਰਨਾ)

ਕੈਸ਼ ਰਜਿਸਟਰ ਦਾ (ਬਕਾਇਆ) ਆਮ ਤੋਰ ਤੇ ਦਿਨ ਦੇ ਅਖੀਰ ਵਿੱਚ ਜਾਂ ਸ਼ਿਫ਼ਟ ਦੇ ਅਖੀਰ ਵਿੱਚ ਕੀਤਾ ਜਾਦਾ ਹੈ। ਰਿਪੋਟਾਂ ਤਿਆਂਰ ਕਰਨ ਲਈ ਕੈਸ਼ ਦਰਾਜ ਨੂੰ ਅਤੇ ਸਬੰਧਤ ਸਮੱਗਰੀ ਨੂੰ ਦਫਤਰ ਵਿੱਚ ਜਾਂ ਕਿਸੇ ਇਕਾਂਤ ਸਥਾਨ ਤੇ ਲਿਜਾਣਾ ਚਾਹੀਦਾ ਹੈ ਜੇਕਰ ਸਟੋਰ ਬੰਦ ਹੋਣ ਤੋਂ ਬਾਅਦ ਦਰਾਜ ਵਿਚਲਾ ਬਕਾਇਆ ਕੱਢਣਾ ਹੈ ਤਾਂ ਇਹ ਯਕੀਨੀ ਹੋਣਾ ਚਾਹੀਦਾ ਹੈ ਕਿ ਵਿਕਰੀ ਸਥਾਨ ਦੀਆ ਰੌਸ਼ਨੀਆਂ ਬੰਦ ਹਨ ਅਤੇ ਦਰਵਾਜੇ ਨੂੰ ਜਿੰਦਾ ਲੱਗਾਂ ਹੈ। ਥੋੜੀ ਜਿਹੀ ਗਲਤੀ ਅਤੇ ਥੋੜੀ ਰਕਮ ਲਈ ਮਨੁੱਖੀ ਗਲਤੀਆਂ ਨੂੰ ਮੰਨਣਾ ਚਾਹੀਦਾ ਹੈ। ਬਾਰ-ਬਾਰ ਹੋਈਆਂ ਗਲਤੀਆਂ ਕਰਮਚਾਰੀ ਦੁਆਰਾ ਧੋਖਾਧੜੀਆਂ ਜਾਂ ਟ੍ਰੇਨਿੰਗ ਦੀ ਅਵਹੇਂਦ ਨੂੰ ਦਰਸ਼ਾਉਂਦਾ ਹੈ। ਸੁਰੂ ਵਾਲੀ ਹੱਥਾਂ ਵਿੱਚਲੀ ਨਕਦੀ ਨੂੰ ਕੈਸ਼ ਦਰਾਜ ਵਿੱਚ ਪਾ ਦਿੱਤਾ ਜਾਦਾ ਹੈ। ਅਤੇ ਸ਼ਾਮ ਲਈ ਸਟੋਰ ਕੀਤੀ ਜਾਂਦੀ ਹੈ। ਜਦੋਂ ਬੈਂਕ ਲਈ ਜਮਾ ਕਰਵਾਉਣ ਦੀ ਤਿਆਰੀ ਹੋਵੇ। ਸਾਰੀਆ ਕ੍ਰੈਡਿਟ ਕਾਰਡ ਸਲਿਪਾਂ, ਟਰਮੀਨਲ ਰਿਪੋਟਾਂ ਅਤੇ ਹੋਰ ਰਜਿਸਟਰ ਦੀਆਂ ਪ੍ਰਾਪਤੀਆਂ ਨੂੰ ਰੋਜਾਨਾ ਨਕਦੀ ਦਰਾਜ ਰਿਪੋਟਾਂ ਨਾਲ ਨੱਥੀ ਕੀਤੀਆ ਜਾਂ ਸਕਦੀਆ ਹਨ ਅਤੇ ਤਰੀਖ ਲਿਖਣੀ ਚਾਹੀਦੀ ਹੈ।

ਡਿਊਟੀਆ ਨੂੰ ਵੱਖ ਕਰਨਾ (**Separation of Duties**)

ਹੋਰ ਜਿਆਦਾ ਜਿੰਮੇਵਾਰੀ ਲਈ ਕੈਸ਼ ਰਜਿਸਟਰ ਵਿੱਚ ਬਕਾਇਆ ਦੇਖਣ ਲਈ ਦੋ ਆਦਮੀਆਂ ਦੀ ਲੋੜ ਹੈ। ਇਕ ਆਦਮੀ ਦਰਾਜ ਵਿਚਲੀ ਰਕਮ ਦੀ ਗਿਣਤੀ ਕਰੇਗਾ ਅਤੇ ਰੋਜਾਨਾ ਰਿਪੋਟਰ ਤਿਆਰ ਕਰੇਗਾ। ਜਦੋਂ ਕਿ ਦੂਜਾ ਆਦਮੀ ਬੇਂਕ ਵਿੱਚ ਜਮਾ ਰਕਮ ਦੀ ਰਿਪੋਟਰ ਤਿਆਰ ਕਰੇਗਾ। ਦੋਨੇ ਹੀ ਆਦਮੀ ਰਿਪੋਰਟ ਤੇ ਹਸਤਾਖਰ ਕਰਨਗੇ ਜੋ ਇਹ ਸੰਕੇਤ ਦਿੰਦਾ ਹੈ ਕਿ ਰਕਮ ਲਈ ਦੋਵੇਂ ਜਿੰਮੇਵਾਰ ਹਨ। ਭਾਵੇਂ ਕੋਈ ਪ੍ਰਨਾਲੀ ਹੇਰਾ ਫੇਰੀ ਤੇ ਰੋਕ ਨਹੀਂ ਲਗਾ ਸਕਦੀ ਪ੍ਰੰਤੂ ਇਹ ਆਡਿਟ, ਕਰਮਚਾਰੀਆਂ ਵਿੱਚ ਕਪਟੀ (ਜਾਲ ਸਾਜੀ) ਨੂੰ ਘਟਾਉਣ ਵਿੱਚ ਮਦਦ ਕਰੇਗਾ।

ਅਗਲੀ ਸ਼ਿਫਟ ਦੇ ਸ਼ੁਰੂਆਤ ਵਿੱਚ ਹਰੇਕ ਕੈਸ਼ੀਅਰ ਨੂੰ ਆਪਣਾ ਕੈਸ਼ ਦਰਜ ਸੋਂਪਿਆ ਜਾਂਦਾ ਹੈ । ਸ਼ੁਰੂਆਤੀ ਬਕਾਏ ਨੂੰ ਤਸਦੀਕ ਕਰਨ (verify) ਲਈ ਕੈਸ਼ੀਅਰ (Enddlge) ਕੈਸ਼ ਦੀ ਗਿਣਤੀ ਚੈੱਕ ਕਰਦਾ ਹੈ। ਜੇਕਰ ਗਾਹਕਾ ਤੋ ਚੈੱਕ ਲਏ ਜਾਂਦੇ ਹਨ ਤਾ ਕੋਈ ਪ੍ਰਨਾਲੀ (ਸਿਸਟਮ) ਬਣਾਉ ਕਿ ਸਾਰੇ ਚੈਕ ਜੋ ਪ੍ਰਾਪਤ ਹੁੰਦੇ ਹਨ ਉਨਾ ਨੂੰ ਪੂਰੀ ਤਰ੍ਹਾਂ ਤੁਰੰਤ ਤਸਦੀਕ (Endorse) ਕੀਤਾ ਜਾ ਸਕੇ। ਕੰਮ ਦੇ ਬਕਾਏ ਲਈ ਅੰਦਰੂਨੀ ਕੰਟਰੋਲ ਰਜਿਸਟਰ ਸ਼ੁਰੂ ਕਰੋ।

ਮਾਮੂਲੀ ਨਕਦੀ ਅਤੇ ਨਕਦੀ ਦਰਾਜ (**Petty cash and the cash Drawer)**

ਜਿਹੜੇ ਪ੍ਰਚੂਨ ਵਪਾਰੀ ਕੈਸ਼ ਨਾਲੋਂ ਜਿਆਦਾ ਕਰੈਡਿਟ ਅਤੇ ਡੈਬਿਟ ਕਾਰਡ ਰਾਹੀਂ ਭੁਗਤਾਨ ਲੈਂਦੇ ਹਨ ਜਾਂ ਚੈੱਕ ਲੈਂਦੇ ਹਨ ਉਹਨਾਂ ਹਾਲਤਾਂ ਵਿੱਚ ਜਿਆਦਾ ਭਾਨ (change) ਹੱਥ ਵਿੱਚ ਰੱਖਣ ਦੀ ਲੋੜ ਨਹੀਂ ਹੁੰਦੀ ਹੈ। ਇਹ ਸਿਆਣਪ ਹੋਵੇਗੀ। ਕਿ ਜਿੰਨੀ ਤੁਹਾਨੂੰ ਲੋੜ ਹੈ। ਉਸ ਤੋ ਥੋੜੀ ਜਿਆਦਾ ਰੱਖੋ। ਪਰ ਕੋਸ਼ਿਸ ਕਰੋ। ਕਿ ਸਟੋਰ ਵਿੱਚ ਬਹੁਤ ਜਿਆਦਾ ਕੈਸ਼ਨਾ ਹੋਵੇ। ਇਸਨੂੰ ਅੱਗ ਤੋ ਸੇਫ(ਦਰਾਜ਼) ਵਿੱਚ ਜਾਂ ਰਾਤ ਦੇ ਸਮੇਂ ਸਟੋਰ ਵਿੱਚ ਸੁਰੱਖਿਅਤ ਜਗਾ ਬਣਾਓ। ਸ਼ੁਰੂ ਵਿੱਚ ਰਜਿਸਟਰ ਵਿੱਚ ਕੈਸ਼ ਵਾਲੀ ਰਕਮ ਦੀ ਬਜਾਇ ਵੱਧ ਤੋ ਵੱਧ ਰਕਮ ਰੱਖਣੀ ਨਿਧਾਰਿਤ ਕਰ ਲਵੋ। ਸ਼ਿਫਟ ਦੇ ਸਮੇਂ, ਕੈਸ਼ ਦਰਾਜ ਵਿੱਚੋ ਜਿਆਦਾ ਪੈਸੇ ਖਿੱਚਣ ਨਾਲ, ਕਈ ਬਾਰ ਕੈਸ਼ ਡਿੱਗ ਪੈਂਦੀ

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

ਹੈ। ਕੈਸ਼ ਦਾ ਚੰਗਾ ਪ੍ਰਬੰਧਨ ਵਿਕਰੀ ਸਥਾਨ ਤੋਂ ਰਕਮ ਦਾ ਘਟਾਉਣਾ ਹੈ। ਇਹ ਪ੍ਰੀਕਿਆ ਖਾਸ ਕਰਕੇ ਜ਼ਿਆਦਾ ਵਿਕਰੀ ਸਮੇਂ ਲਾਭਦਾਇਕ ਹੁੰਦੀ ਹੈ। ਜਿਵੇਂ ਕਿ ਕਰਿਸਮਸ, ਰਮਜਾਨ ਅਤੇ ਦਿਵਾਲੀ ਸੋਪਿੰਗ ਮੋਸਮ ਵਿੱਚ।

ਬਕਾਇਆ ਰਕਮ **(Balanced Amount)**

ਬਿਲਾ ਵਾਲੀ ਰਕਮ ਦਾ ਨਿਰੀਖਣ ਕਰੋ ਅਤੇ ਹਰ ਰੋਜ ਇਹ ਯਕੀਨੀ ਬਣਾਉ ਕਿ ਤੁਹਾਡੇ ਸਟੋਰ ਵਿੱਚ ਸਿੱਕਿਆਂ ਦੀ ਕਮੀ ਤਾਂ ਨਹੀਂ। ਜੇਕਰ ਤੁਹਾਨੂੰ ਪਤਾ ਲੱਗੇ ਤੁਸੀ ਨਿਰੰਤਰ ਇਕ ਚੌਥਾਈ ਘੱਟ ਰਹੇ ਹੈ ਤਾਂ ਹੋਰ ਸਿੱਕਿਆਂ ਦਾ ਪ੍ਰਬੰਧ ਕਰੋ। ਸਾਰੀ ਨਕਦੀ ਕੈਸ਼ ਨੂੰ ਰਜਿਸ਼ਟਰ ਵਿੱਚ ਨਾ ਰੱਖੋ। ਪ੍ਰਚੂਨ ਵਪਾਰੀ ਧਾਤੂ ਸਿੱਕਿਆ ਨੂੰ ਵੱਧ ਰੱਖਣਾ ਚਾਹੁੰਦੇ ਹਨ ਅਤੇ ਦੂਜੀ ਕੈਸ ਨੂੰ ਸੇਫ ਵਿਚੋਂ ਜਿਵੇਂ ਕਿ ਬੈਂਕ ਸਟੋਰ ਵਿੱਚ।

ਰੋਜ਼ਾਨਾ ਜਮਾ ਰਕਮ (**Daily Deposit**)

ਹਰ ਰੋਜ ਰਾਤ ਨੂੰ ਬੰਦ ਕਰਨ ਸਮੇਂ ਕੈਸ਼ ਦਰਾਜ ਨੂੰ ਮੁੜ ਸ਼ੁਰੂ ਵਾਲੀ ਰਕਮ ਵਿੱਚ ਲਿਆਇਆ ਜਾਂਦਾ ਹੈ। ਆਪਣੀ ਕਾਰਜ ਪ੍ਰੀਕਿਆ ਮੁਤਾਬਿਕ ਰੋਜਾਨਾ ਰਾਸ਼ੀ ਜਮਾਂ ਕਰਨ ਦੀ ਤਿਆਰੀ ਕਰੋ। ਬਹੁਤ ਸਾਰੇ ਪ੍ਰਚੂਨ ਵਪਾਰੀ ਰਾਤ ਸਮੇਂ ਹੀ ਜਮਾ ਰਕਮ ਲੈ ਲੈਂਦੇ ਹਨ। ਪ੍ਰੰਤੂ ਮੇਰੀ ਰਾਇ ਹੈ ਕਿ ਸਾਰੀ ਰਾਤ ਪੈਸੇ ਦੀ ਸੁਰੱਖਿਆ ਰੱਖਣ ਨਾਲੋਂ ਦਿਨ ਵੇਲੇ ਬੈਂਕ ਵੱਲ ਚੱਕਰ ਲਗਾਓ। ਕਿਉਂਕਿ ਤੁਹਾਡੀ ਸੁਰੱਖਿਆ ਪੈਸੇ ਨਾਲੋਂ ਜਿਆਦਾ ਮੱਹਤਵਪੂਰਨ ਹੈ।

ਕਾਊਂਟਰ ਤੇ ਹੀ ਨਗਦ ਰਾਸ਼ੀ ਦਾ ਪ੍ਰਬੰਧਨ -ਹੈੱਡ ਕੈਸ਼ੀਅਰ ਦਾ ਰੋਲ (**cash counter management-(role to head cashier)** ਗਾਹਕ ਨੇ ਸਬੰਧ ਪ੍ਰਚੂਨ ਸਟੋਰ ਵਿੰਚ ਕੈਸ਼ ਕਾਊਂਟਰ ਦਾ ਸਾਹਮਣਾ ਕਰਨਾ ਹੈ। ਇਸ ਲਈ ਕੈਸ਼ ਕਾਊਂਟਰ ਨੂੰ ਬਹੁਤ ਯੋਗ ਬਣਾਉਣਾ ਮਹੱਤਵਪੂਰਨ ਬਣ ਜਾਂਦਾ ਹੈ ਅਤੇ ਹਰ ਸਮੇ ਉਸ ਵਿਅਕਤੀ ਦਾ ਉਥੇ ਹੋਣਾ ਜ਼ਰੂਰੀ ਹੈ। ਇਕ ਪ੍ਰਭਾਵਸ਼ਾਲੀ ਅਤੇ ਸਾਫ ਸੁਥਰੇ ਕੈਸ਼ ਕਾਊਂਟਰ ਕਿੱਤਾਮੁੱਖੀ ਸਟੋਰ ਪ੍ਰਬੰਧਨ ਦੀ ਨਿਸ਼ਾਨੀ ਹੈ। ਇਹ ਕਾਊਟਰ ਇੰਚਾਰਜ ਜਾਂ ਮੁੱਖ ਕੈਸ਼ੀਅਰ ਦੀ ਜਿਮੇਵਾਰੀ ਹੈ ਕਿ ਉਹ ਇਹ ਦੇਖੇ ਕਿ ਹਰੇਕ ਕਾਊਟਰ ਦਾ ਠੀਕ ਢੰਗ ਨਾਲ ਪ੍ਰਬੰਧ ਹੈ। ਵਪਾਰ ਦੇ ਅੰਤ ਵਿੱਚ ਇਹ ਮਹੱਤਵਪੂਰਨ ਹੈ ਕਿ ਕੈਸ਼ੀਅਰ ਨੂੰ ਹੇਠ ਲਿਖੇ ਨੁਕਤੇ ਦੇਖਣ ਲਈ ਖਾਸ ਕੈਸ਼ ਕਾਊਟਰ ਸੋਪਣ ਦੀ ਲੋੜ ਹੈ।

ਕੈਸ਼ ਕਾਊਂਟਰ ਸਾਫ ਸੁਥਰਾ ਹੈ (**The cash counter is neat and tidy)-** ਕੈਸ਼ ਕਾਊਂਟਰ ਗੰਦਾ ਨਹੀਂ ਹੋਣਾ ਚਾਹੀਦਾ ਹੈ ਕਿਉਂਕਿ ਇਹ ਵਿਕਰੀ (point) ਬਿੰਦੂ ਤੋਂ ਬਹੁਤ ਸੰਵੇਦਨਸ਼ੀਲ ਜਗ੍ਹਾ ਹੈ। ਇਹ ਉਹ ਜਗ੍ਹਾ ਹੈ। ਜਿਥੇ ਗਾਹਕ ਅੰਦਰੂਨੀ ਦ੍ਰਿਸ਼ਟੀ ਨਾਲ ਫੈਸਲੇ ਲੈਂਦਾ ਹੈ। ਗੰਦਾ ਕੈਸ਼ ਕਾਊਂਟਰ ਗਾਹਕ ਨੂੰ ਖਿਝ ਮਚਾ ਸਕਦਾ ਹੈ ਵਿਕਰੀ ਵਿੱਚ ਕਮੀ ਦਾ ਇਹ ਇੱਕ ਪ੍ਰਮੁੱਖ ਕਾਰਨ ਹੋ ਸਕਦਾ ਹੈ।

ਇਹ ਯਕੀਨੀ ਬਣਾਉਣਾ ਕਿ ਕੈਸ਼ ਵਾਲਾ ਗੱਲਾਂ/ਪੀ.ਓ.ਐਸ ਮਸ਼ੀਨ ਚੱਲਦੀ ਹੈ (**To Ensure the cash till or pos Machine is working)** ਗਾਹਕਾਂ ਨੂੰ ਬਿਲਿੰਗ ਲਈ ਤੁਹਾਡੇ ਕਾਊਂਟਰ ਤੇ ਜਾਣ ਦੇਣ ਤੋਂ

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

ਪਹਿਲਾਂ ਕੈਸ਼ੀਅਰ ਨੂੰ ਇਹ ਯਕੀਨੀ ਬਣਾਉਣਾ ਚਾਹੀਦਾ ਹੈ ਕਿ ਪੀ.ਓ.ਸੀ ਚੱਲ ਰਿਹਾ ਹੈ। ਤੇ ਕੋਈ ਸਮੱਸਿਆ ਤਾਂ ਨਹੀ ਹੈ। ਕੈਸ਼ੀਅਰ ਨੂੰ ਦਿਨ ਦੀਆਂ ਸਾਰੀਆਂ ਸਕੀਮਾਂ ਅਤੇ ਪੇਸ਼ਕਸ਼ਾ ਪ੍ਰੋਸੋਨਲ ਪ੍ਰਣਾਲੀ ਦੀ ਮਦਦ ਨਾਲ ਚੈਕ ਅਤੇ ਪੂਰਾ ਕਰਨ ਦੀ ਲੋੜ ਹੈ । ਇਹ ਬਿਲਇੰਗ ਕਰਨ ਵਿੱਚ ਕੁਸ਼ਲਤਾ ਲਿਆਵੇਗੀ ਅਤੇ ਲੰਬੀ ਲਾਈਨ ਨੂੰ ਅਤੇ ਕਾਊਟਰ ਤੇ ਦੇਰੀ ਹੋਣ ਨੂੰ ਘਟਾਵੇਗੀ।

ਚੈਕ ਕਰਨਾ ਕਿ ਸਾਰੀਆ ਟੈਲੀਫੋਨ ਲਾਈਨਾ ਅਤੇ ਈ.ਡੀ.ਸੀ. ਮਸ਼ੀਨਾ ਕੰਮ ਕਰਦੀਆਂ ਹਨ। (**To check all telephone lines and machines are working.)** ਕੈਸ਼ੀਅਰ ਨੂੰ ਇਹ ਚੈੱਕ ਕਰਨਾ ਦੀ ਲੋੜ ਹੈ ਕਿ ਸਾਰੇ ਫੋਨ ਦੀਆਂ ਸਾਰੀਆਂ ਲਾਈਨਾਂ ਅਤੇ ਈ.ਡੀ.ਸੀ ਮਸ਼ੀਨਾਂ ਕੰਮ ਕਰਦੀਆਂ ਹਨ। ਕਾਰਣ ਇਹ ਹੈ ਕਿ ਜੇਕਰ ਕੋਈ ਗਾਹਕ ਕਰੈਡਿਟ ਕਾਰਡ ਰਾਹੀਂ ਭੁਗਤਾਨ ਕਰਨਾ ਚਾਹੁੰਦਾ ਹੈ ਅਤੇ ਕੈਸ਼ੀਅਰ ਨੂੰ ਉਸ ਕਾਰਡ ਨੂੰ ਈ.ਡੀ.ਸੀ.ਮਸ਼ੀਨ ਤੇ ਸਵਾਈਪ ਕਰਨਾ ਹੈ ਅਤੇ ਬੈਂਕਾ ਤੋਂ ਅਧਿਕਾਰ ਪ੍ਰਾਪਤ ਕਰਨਾ ਹੈ ਕਿ ਟੈਲੀਫੋਨ ਲਾਈਨਾ ਦੇ ਚੱਲਣ ਨੂੰ ਚਾਲੂ ਹੋਣ ਦੀ ਲੋੜ ਹੈ।ਹਫਤੇ ਦੇ ਆਖਰੀ ਦਿਨਾ ਅਤੇ ਸੀਜਨ ਦੇ ਜੋਰ ਸਮੇਂ ਸਟੋਰ ਗਾਹਕਾ ਨਾਲ ਭਰੇ ਹੁੰਦੀ ਹੈ ਅਤੇ ਕੈਸ਼ ਕਾਉਂਟਰ ਦੇ ਸਾਹਮਣੇ ਲਾਈਨ ਲੱਗੀ ਹੁੰਦੀ ਹੈ। ਇਸ ਸਮੇਂ ਜੇਕਰ ਟੈਲੀਫੋਨ ਮਸ਼ੀਨ ਜਾਂ ਈ.ਡੀ.ਸੀ. (EDC) ਮਸ਼ੀਨ ਕੰਮ ਨਹੀਂ ਕਰ ਰਹੀ ਤਾਂ ਕੈਸ਼ੀਅਰ ਲਈ ਇਹ ਇੱਕ ਡਰਾਉਣਾ ਸੁਪਣਾ ਹੋਵੇਗਾ ਅਤੇ ਉਸ ਨੇ ਗਾਹਕਾ ਦੇ ਗੁੱਸੇ ਦਾ ਸਾਹਮਣਾ ਕਰਨਾ ਪਵੇਗਾ। ਇਸ ਲਈ ਬਿਲਇੰਗ ਪ੍ਰੀਕਿਆਂ ਤੋ ਪਹਿਲਾ ਟੈਲੀਫੋਨ ਲਾਈਨਾ ਅਤੇ ਈ.ਡੀ.ਸੀ. ਮਸ਼ੀਨਾ ਨੂੰ ਚੈੱਕ ਕਰਨਾ ਇੱਕ ਮੱਹਤਵਪੂਰਨ ਕੰਮ ਬਣਾ ਗਿਆ ਹੈ।

ਇਹ ਯਕੀਨੀ ਬਣਾਉਣਾ ਸ਼ਟੇਸ਼ਨਰੀ ਉਪਲੱਬਧ ਹੈ (**To Ensure stationery is available**) ਕੈਸ਼ੀਅਰ ਨੇ ਇਹ ਯਕੀਨੀ ਬਣਾਉਣਾ ਹੈ ਕਿ ਸਟੇਸ਼ਨਰੀ ਜਿਵੇ ਕਿ ਪੈਨ,ਸਟੈਪਲਰ,ਰਬਰ ਮੋਹਰਾ, ਕੈਲਕੁਲੇਟਰ, ਮੈਨੂਅਲ, ਬਿਲ ਬੁਕ ਆਦਿ ਕੈਸ਼ ਕਾਉਂਟਰ ਤੇ ਉਪਲੱਬਧ ਹਨ। ਇਹ ਸਟੇਸ਼ਮਰੀ ਦੀਆਂ ਜ਼ਰੂਰੀ ਵਸਤਾ ਹਨ ਅਤੇ ਬਿਲਇੰਗ ਪ੍ਰੀਕਿਆ ਦੌਰਾਨ ਸਾਰਾ ਸਮਾਂ ਚਾਹੀਦੀਆਂ ਹਨ। ਜੇ ਉਨ੍ਹਾਂ ਵਿੱਚੋ ਕੋਈ ਇਕ ਵਸਤੂ ਉਸ ਸਮੇਂ ਉਪਲੱਬਧ ਨਹੀ ਹੈ। ਇਹ ਲੈਣ ਦੇਣ ਵਿੱਚ ਦੇਰੀ ਕਰਦੀ ਅਤੇ ਇਹ ਵੀ.ਕਿ ਇਹ ਗਾਹਕ ਨੂੰ ਕਿਤਾ ਮੁੱਖੀ ਗੱਲ ਨਹੀ ਲੱਗੇਗੀ ਅਤੇ ਇਸ ਦੇਰੀ ਦੌਰਾਨ ਗਾਹਕ ਨੂੰ ਖਿੱਚ ਆਵੇਗੀ। ਇਹ ਘੱਟ ਵਿਕਰੀ ਹੋਣ ਦਾ ਕਾਰਣ ਵੀ ਬਣ ਸਕਦੀਹੈ।

ਇਹ ਯਕੀਨੀ ਬਣਾਉਣਾ ਕਿ ਮੁੜ ਕੇ ਆਈਆਂ ਵਸੁਤ ਨੂੰ ਵਾਪਸ ਭੇਜ ਦਿੱਤਾ ਹੈ (**To Ensure retums are sent back)** ਬਹੁਤ ਬਾਰ ਗਾਹਕ ਇਹ ਫੈਸਲਾ ਲੈਂਦੇ ਹਨ ਕਿ ਵਸਤਾਂ ਦੀ ਬਿਲਇੰਗ ਨਹੀ ਕਰਵਾਉਣ ਅਤੇ ਉਹ ਉਸ ਵਸਤਾ ਨੂੰ ਕਾਊਟਰ ਤੇ ਹੀ ਛੱਡ ਜਾਦੇ ਹਨ। ਜੇਕਰ ਇਸ ਵੱਲ ਧਿਆਨ ਨਹੀ ਦਿੱਤਾ ਤਾ ਇਸ ਨਾਲ ਕਾਊਟਰ ਤੇ ਢੇਰ ਲੱਗ ਜਾਵੇਗਾ ਅਤੇ ਇਹ ਜਗਾ ਗਾਹਕਾ ਲਈ ਅਤੇ ਕੈਸ਼ੀਅਰ ਲਈ ਅਣਸੁਖਾਵੀਂ ਬਣਾਉਂਦਾ ਹੈ। ਇਸ ਲਈ ਹਰੇਕ ਅੱਧ ਵਿੱਚ ਇਸ ਗੱਲ ਵੱਲ ਧਿਆਨ ਦੇਣਾ ਪਵੇਗਾ ਅਤੇ ਸਮਾਨ ਨੂੰ ਵਾਪਸ ਵਿਭਾਗ ਵਿੱਚ ਜਾ ਸਕੈਸ਼ਨ ਵਿੱਚ ਭੇਜਣਾ ਹੈ ਜਿੱਥੇ ਉਸਦਾ ਸਬੰਧ ਹੈ।

ਲਾਈਨ ਮਨੈਜਰ ਆਪਣੇ ਜਗ੍ਹਾ ਤੇ (**cp.manager in place**) ਇਹ ਯਕੀਨੀ ਬਣਾਉਣਾ ਪਵੇਗਾ ਕਿ ਲਾਈਨ ਮੈਨਜ਼ਰ ਕੈਸ਼ ਕਾਊਂਟਰ ਦੇ ਸਾਹਮਣੇ ਆਪਣੀ ਜਗਾ ਤੇ ਹੈ ਤਾਂ ਕਿ ਉਹ ਗਾਹਕਾਂ ਦੀ ਭੀੜ ਨੂੰ ਕੈਸ਼ ਡੈਸਕ ਤੋਂ ਦੂਰ ਕਰ ਸਕੇ। ਲਾਈਨ ਮਨੈਜਰ ਗਾਹਕਾਂ ਦੀ ਮਦਦ ਵੀ ਲਾਈਨ ਠੀਕ ਕਰਨ ਵਿੱਚ ਮਦਦ ਕਰੇਗਾ ਤਾਂ ਤਾਂ ਕਿ ਸਾਰੇ ਗਾਹਕ ਆਪਣੀ ਵਾਰੀ ਸਿਰ ਬਿਨ੍ਹਾਂ ਸਮੱਸਿਆ ਕੈਸ਼ ਕਾਊਟਰ ਤੋਂ ਬਿਲ ਪ੍ਰਾਪਤ ਕਰ ਸਕਣ।

ਹੈੱਡ ਕੈਸ਼ੀਅਰ ਦੁਆਰਾ ਰਿਪੋਟਰਾਂ ਜਾਰੀ ਕਰਨਾ (**Reports Generated by the head cashier)** ਆਮ ਤੌਰ ਤੇ ਉਮੀਦ ਕੀਤੀ ਜਾਂਦੀ ਹੈ ਕਿ ਹੈਡ ਕੈਸ਼ੀਅਰ ਇੱਕ ਰਿਪੋਟਰ ਜਾਰੀ ਕਰੇ ਜਿਹੜੀ ਇਹ ਦੱਸੇ ਕਿ ਸਾਰੇ ਕੈਸ਼ ਕਾਊਂਟਰਾ ਵਿੱਚ ਕਿੰਨੀਆਂ ਲੈਣ ਦੇਣ ਦਾਰੀਆ ਹੋਣੀਆਂ ਹਨ ਵਿਸਥਾਰਪੂਰਨ ਐਸ ਕੇ ਯੂ ਵਾਈਜ ਰਿਪੋਰਟਾਂ, ਇਕ ਵਿਸਥਾਰਪੂਰਨ ਟੈਂਡਰ ਵਾਈਜ਼ ਰਿਪੋਰਟ, ਹਰ ਵਿਅਕਤੀਗਤ ਕੈਸ਼ ਕਾਉਂਟਰਾਂ ਦੀ ਰਿਪੋਰਟ ਜਿਹੜੀ ਇਹ

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

ਦਰਸਾਵੇਗੀ ਕਿ ਵਾਪਸ ਕਰ ਦਿੱਤੀਆ ਹਨ ਅਤੇ ਬਿਲਇੰਗ ਤੋਂ ਇਲਾਵਾ ਹੋਰ ਕੋਈ ਵਿਸ਼ੇਸ਼ ਲੈਣ ਦੇਣ ਹੋਇਆ ਹੈ। ਇਨਾ ਰਿਪੋਰਟਾਂ ਦੇ ਅਧਾਰ ਤੇ ਹੀ ਮੁੱਖ ਕੇਸ਼ੀਅਰ ਨੂੰ ਆਪਣੀ ਰੋਜਾਨਾ ਦੀ ਰਿਪੋਰਟ ਸਟੋਰ ਮਨੈਜਰ ਨੂੰ ਦੇਣੀ ਹੁੰਦੀ ਹੈ। ਇਨ੍ਹਾਂ ਰਿਪੋਰਟਾਂ ਦੇ ਅਧਾਰ ਤੇ ਹੀ ਸਾਰੇ ਨਿਰੀਖਣ ਕੀਤੇ ਜਾਂਦੇ ਹਨ। ਕੁਝ ਸਾਫਟਵੇਅਰ ਵਿੱਚ ਇਹ ਯੋਗਤਾ ਹੈ ਕਿ ਉਹ ਸਮੇਂ ਵਾਰ ਰਿਪੋਰਟਾਂ ਜਾਰੀ ਕਰੇ। ਮਿਤੀਵਾਰ ਤੋਂ ਇਲਾਵਾ ਸਮੇਂ ਵਾਰ ਵੀ ਰਿਪੋਰਟਾਂ ਜਾਰੀ ਕਰੇ ਉਦਾਹਰਨਾ ਵਜੋਂ ਦਿਨ ਖਾਸ਼ ਸਮੇਂ, ਵਿਅਕਤਗੀਗਤ ਤੌਰ ਤੇ ਸਾਰੇ ਕੈਸ਼ ਕਾਊਂਟਰਾ ਤੋਂ ਜਿਨੀ ਵਿਸਥਾਰਪੂਰਨ ਰਿਪੋਰਟ ਹੋਵੇਗੀ ਉਨਾ ਹੀ ਹੈੱਡ ਕੈਸ਼ੀਅਰ ਲਈ ਕੈਸ਼ ਲਈ ਕੈਸ਼ ਦੀ ਛਾਣਬੀਨ ਕਰਨੀ ਸੌਖਾਲੀ ਹੋਵੇਗੀ।

ਬੈਂਕ ਦੀ ਪ੍ਰਕ੍ਰਿਆ (**banking process**) ਰੋਜ਼ਾਨਾ ਵਿਕਰੀ ਦੀ ਬੈਂਕਿੰਗ ਕਰਨਾ ਹੈੱਡ ਕੈਸ਼ੀਅਰ ਦੀ ਜ਼ਿੰਮੇਵਾਰੀ ਹੈ। ਹੈੱਡ ਕੈਸ਼ੀਅਰ ਲਈ ਇਹ ਬਹੁਤ ਅਨੋਖਾ ਹੈ ਕਿ ਉਹ ਸਾਰੀ ਭੌਤਿਕ ਸਟਾਕ ਦੀ ਸਿਸਟਮ ਰਿਪੋਰਟ ਨਾਲ ਮਿਲਾਨ ਕਰੇ ਅਤੇ ਉਸ ਦਿਨ ਦੇ ਕੈਸ਼ ਨਾਲ ਜਾਂ ਛੇਤੀ ਨਾਲ ਕੈਸ਼ ਵਿੱਚ ਕਮੀ ਦੀ ਰਿਪੋਰਟ ਉਸ ਦਿਨ ਦੇ ਕੈਸ਼ੀਅਰ ਨੂੰ ਕਰੇ। ਇੱਕ ਵਾਰੀ ਸਾਰੇ ਕੈਸ਼ੀਅਰਾਂ ਕੋਲੋਂ ਸਾਰੀ ਕੈਸ਼ ਇਕੱਠੀ ਕਰਕੇ ਹੈਡ ਕੈਸ਼ੀਅਰ ਅਗਲੇ ਦਿਨ ਸਵੇਰ ਬੈਂਕਿੰਗ ਪ੍ਰਕ੍ਰਿਆ ਕਰਦਾ ਹੈ।

1. ਉਹ ਪਹਿਲਾਂ ਕਰੰਸੀ ਨੋਟਾਂ ਅਨੁਸਾਰ ਬੰਡਲ ਬਣਾਵੇਗਾ ਅਤੇ ਉਨ੍ਹਾਂ ਨੂੰ ਗਿਣੇਗਾ ਅਤੇ ਬੈਂਕ ਜਮ੍ਹਾਂ ਸਲਿੱਪ ਤੇ ਰਿਕਾਰਡ ਕਰੇਗਾ।
2. ਸੰਸਥਾ ਦਾ ਪੈਨ ਨੰਬਰ ਨੋਟ ਕਰਨਾ ਬਹੁਤ ਜ਼ਰੂਰੀ ਅਤੇ ਕਾਨੂੰਨੀ ਹੈ ਜਦੋਂ ਭਾਰਤ ਵਿੱਚ 50,000 ਰੁ. ਤੋਂ ਉਪਰ ਰਾਸ਼ੀ ਜਮ੍ਹਾਂ ਕਰਵਾਈ ਜਾਂਦੀ ਹੈ।
3. ਇਕ ਵਾਰ ਪੈਸਾ ਜਮਾਂ ਹੋ ਜਾਂਦਾ ਹੈ। ਉਸ ਬੈਕ ਤੋਂ ਪ੍ਰਾਪਤ ਰਸੀਦ ਨੂੰ ਫਾਈਲ ਕਰਨਾ ਹੈ। ਰੋਜ਼ਾਨਾ ਅਧਾਰ ਤੇ ਸਟੋਰ ਮਨੈਜਰ ਤੋਂ ਹਸਤਾਖਰ ਕਰਵਾਉਣੇ ਹੁੰਦੇ ਹਨ। ਜਿਸ ਕੇ ਨਾਲ ਪਿਛਲੇ ਦਿਨਾਂ ਦੀ ਇੱਕਤਰ ਰਕਮ ਦਾ ਮਿਲਾਣ ਵੀ ਕਰਨਾ ਹੈ।

ਸਟੋਰ ਮੈਨੇਜਰ ਨੂੰ ਇਕੱਤਰ ਕੀਤੀ ਰਕਮ ਨੂੰ ਚੈਕ ਕਰਨ ਦੀ ਲੋੜ ਹੁੰਦੀ ਹੈ ਕਿ ਜੋ ਬੈਂਕ ਵਿੱਚ ਰਕਮ ਜਮਾ ਕਰਵਾਈ ਹੈ ਉਹ ਉਨੀ ਹੀ ਹੈ ਅਤੇ ਕਿਸੇ ਸਮੇਂ ਅੰਤਰ ਨਹੀਂ ਹੋਣਾ ਚਾਹੀਦਾ। ਹੈੱਡ ਕੈਸ਼ੀਅਰ ਨੂੰ ਸਟੋਰ ਵਿੱਚ ਪਈ ਮਾਮੂਲੀ ਕੈਸ਼ ਦਾ ਧਿਆਨ ਰੱਖਣ ਦੀ ਲੋੜ ਹੈ। ਸਟੋਰ ਦੇ ਸਾਰੇ ਖਰਚਿਆ ਲਈ ਮਾਮੂਲੀ ਰਕਮ ਵੱਲ ਧਿਆਨ ਦੇਣਾ ਹੈ। ਰੋਜ਼ਾਨਾ ਵਿਕਰੀ ਤੋਂ ਪ੍ਰਾਪਤ ਕੈਸ਼ ਨੂੰ ਸਟੋਰ ਦੇ ਦਿਨ ਪਰ ਦੇ ਖਰਚਿਆ ਲਈ ਵਰਤੋਂ ਨਹੀ ਕਰਨਾ ਚਾਹੀਦਾ।

ਉਸ ਨੂੰ ਇਹ ਯਕੀਨੀ ਬਣਾਉਣ ਦੀ ਲੋੜ ਹੈ ਕਿ ਰੋਜ਼ਾਨਾ ਵਿਕਰੀ ਤੋਂ ਇੱਕਤਰ ਸਾਰੀ ਰਕਮ ਨੂੰ ਛੇਤੀ ਨਾਲ ਅਗਲੇ ਦਿਨ ਬੈਂਕ ਵਿੱਚ ਜ਼ਮਾ ਕੀਤਾ ਹੈ।

ਹੈਡ ਕੈਸ਼ੀਅਰ ਦੀਆ ਜ਼ਿਮਵਾਰੀਆ ਅਤੇ ਕਰੱਤਵ **(Duties and responsibilities of head cashier)**

1. ਕੰਪਨੀਆ ਦੀਆ ਨੀਤੀਆਂ ਅਨੁਸਾਰ ਕੈਂਸ਼ ਦੇ ਲੈਣ ਦੇਣ ਨੂੰ ਦੇਖਣਾ ਅਤੇ ਹੋਰ ਲੇਖਾ ਕਰਤਵਾਂ ਨੂੰ ਕਰਨਾ।
2. ਗਾਹਕਾ ਦੁਆਰਾ ਦੋਵੇ ਕੈਸ਼ ਅਤੇ ਕਾਰਡ ਭੁਗਤਾਨ ਦੇ ਲੈਣ ਦੇਣ ਦਾ ਪ੍ਰਬੰਧ ਕਰਨਾ
3. ਨਵੇਂ ਰੱਖੇ ਕੈਸ਼ੀਅਰ ਨੂੰ ਲੇਖਾ ਪ੍ਰੀਕਿਆਵਾ ਅਤੇ ਕੰਪਨੀ ਦੀ ਨੀਤੀਆ ਦੇ ਅਨੁਸਾਰ ਟ੍ਰੇਨ (ਸਿਖਿਆ) ਕਰਨਾ
4. ਰੋਜ਼ਾਨਾ ਚੈਕ ਆਊਟ ਸ਼ਟੇਸ਼ਨਾ ਦੀ ਨਿਗਰਾਨੀ ਕਰਨਾ
5. ਸਬੰਧਤ ਕੈਸ਼ੀਅਰ ਦੀ ਕਾਰਗੁਜ਼ਾਰੀ ਦਾ ਮੁਲਾਂਕਣ ਕਰਨਾ ਅਤੇ ਪ੍ਰਾਪਤੀਆ ਪ੍ਰਦਾਨ ਕਰਨਾ
6. ਯਕੀਨੀ ਬਣਾਓਣਾ ਕਿ ਗਾਹਕਾਂ ਦੀਆ ਦੇਣ ਅਤੇ ਲੈਣਦਾਰੀਆ ਦੀ ਜ਼ਲਦੀ ਨਾਲ ਅਤੇ ਸਹੀ ਪ੍ਰਕਿਆ ਕੀਤੀ ਹੈ।
7. ਕੈਸ਼ ਨਾਲ ਸਬੰਧਿਤ ਦਸਤਾਵੇਜਾ ਅਤੇ ਲੇਖੇ ਦੀ ਰਿਪੋਰਟਾ ਜਾਰੀ ਕਰਨਾ।
8. ਸਟੋਰ ਮਨੈਜਰ ਦੀ ਗੈਰ ਹਾਜ਼ਰੀ ਵਿੱਚ ਸਟੋਰ ਦੇ ਕਾਰਜ ਦਾ ਪ੍ਰਬੰਧ ਕਰਨਾ।
9. ਬੈਂਕ ਵਿੱਚ ਪੈਸੇ ਜਮ੍ਹਾਂ ਕਰਵਾਉਣਾ ਅਤੇ ਕਢਾਉਣ ਦੇ ਕਾਰਜਾ ਨੂੰ ਸਥਾਪਿਤ ਪਾਲਸੀਆਂ ਅਨੁਸਾਰ ਕਰਨਾ।
10. ਲੇਖੇ ਨਾਲ ਸਬੰਧਤ ਮਾਮਲਿਆ ਦਾ ਪ੍ਰਬੰਧਕਾ ਨਾਲ ਜਲਦੀ ਨਾਲ ਸੰਚਾਰ ਅਤੇ ਪਛਾਣ ਕਰਨਾ। ਪ੍ਰਚੂਨ ਬਿਲਇੰਗ ਦੀਆ ਮੁੱਖ ਵਿਸ਼ੇਸ਼ਤਾ ਹੇਠ ਲਿਖੇ ਅਨੁਸਾਰ ਹਨ।

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

1. ਚਲਾਨ ਵਿੱਚ ਵਾਧੂ ਸੂਚਨਾ ਪ੍ਰਾਪਤ ਕਰਨ ਦਾ ਪ੍ਰਬੰਧ ਕਰਨਾ ਹੈ। ਡਿਲਿਵਰੀ ਦੇ ਕੇਸਾਂ ਨੂੰ ਚੰਗੀ ਢੰਗ ਨਾਲ ਕਰਨ ਵਿੱਚ ਮਦਦ ਕਰਨਾ।
2. ਉਤਪਾਦ ਖੋਜ਼ ਇੰਟਰਫੇਸ ਦੀ ਸੁਖਾਲੀ ਵਰਤੋਂ ਛੇਤੀ ਅਤੇ ਨਿਪੁੰਨ ਉਤਪਾਦਾ ਖੋਜ਼ ਜੋ ਭਿੰਨ ਭਿੰਨ ਪੈਰਾਮੀਟਰਾਂ ਤੇ ਅਧਾਰਤ ਹਨ ਜਿਵੇਂ ਕਿ ਉਤਪਾਦ ਕੋਡ ਨਾਉ ਅਤੇ ਬਾਰ ਕੋਡ ਦੀ ਮਦਦਗਾਰ ਹੈ।
3. ਕਸਟਮ ਡਿਜਾਇਨ ਬਾਰ ਕੌਡ ਵਿੱਚ ਮਦਦ ਕਰਦੀ ਹੈ।
5. ਪਾਰਸਲ ਐਂਟਰੀ ਟ੍ਰੈਕਿੰਗ ਲਈ ਸਾਫਟਵੇਅਰ ਵਿੱਚ ਜ਼ਰੂਰੀ ਦਸਤਾਵੇਜ਼ਾ ਦੀਆ ਕਾਪੀਆ ਸਕੈਨ ਕਰਨ ਦੀ ਸਹੂਲਤਾ ਦਾ ਪ੍ਰਬੰਧ ਰੱਖਣਾ
6. ਬਿਲਇੰਗ ਵਿੱਚ ਵਟਾਦਰੇ ਦੇ ਤੱਥਾ ਅਤੇ ਸਕੀਮਾਂ ਨੂੰ ਪ੍ਰਭਾਵਿਤ ਕਰਨ ਵਿੱਚ ਮਦਦ ਕਰਨਾ। ਕੰਡੀਸ਼ਨ ਦੇ ਅਧਾਰ ਤੇ ਬਹੁ ਵਟਾਦਰਾ ਕੀਮਤ ਨੂੰ ਪ੍ਰਭਾਸ਼ਿਤ ਕੀਤਾ ਜਾ ਸਕਦਾ ਹੈ ਉਸੇ ਉਤਪਾਦ ਦਾ ਕਡੀਸ਼ਨ ਦੇ ਅਧਾਰ ਤੇ।
7. ਪ੍ਰਚੂਨ ਅਤੇ ਟੈਕਸ ਚਲਾਨਾ ਦੀ ਸਹਾਇਤਾ ਕਰਨਾ
8. ਵਿਕਰੀ ਬਿਲ ਬਦਲਾਓ ਲਈ ਕੁਟੇਸ਼ਨ, ਪ੍ਰਫੋਰਮਾ, ਸੇਲ ਆਰਡਰ, ਡੀਐਨ
10. ਜੇਕਰ ਸ਼ਰਤਾਂ ਠੀਕ ਨਹੀਂ ਹੈ ਤਾਂ ਆਪਣੇ ਆਪ ਰਿਕਵਰੀ ਅਤੇ ਆਫ ਲਾਈਨ ਬਿਲਇੰਗ ਕਰਨਾ ਦਾ ਸੰਭਵ ਹੋਣਾ।
11. ਸੇਲ ਮਨੈਜਰ ਦੀ ਮਦਦ ਕਰਨਾ ਜਿਸ ਕੋਲ ਸਾਰੀ ਸੇਲ ਦਾ ਰਿਕਾਰਡ, ਦਾ ਵਿਸਥਾਰ ਅਤੇ ਕੈਸ਼ ਆਦਿ ਦੀ ਸਹੂਲਤਾ ਹੁੰਦੀ ਹੈ।
12. ਵਟਾਦਰੇ ਵਾਲੇ ਬਕਾਏ ਵਿੱਚ ਮਦਦ ਕਰਨਾ
13. ਬਕਾਇਆ ਬਿਲਾਂ ਦਾ ਭੁਗਤਾਨ ਤੱਥ ਉਥਲੇ ਬਿਲ ਦੀ ਪ੍ਰੀਕਿਆ ਕਰਨ ਦੀ ਆਗਿਆ ਦਿੰਦਾ ਹੈ।
14. ਉਤਪਾਦਕ, ਪੂਰਤੀ ਕਰਤਾ ਅਤੇ ਤੁਹਾਡੇ ਆਪਣੇ ਉਤਪਾਦ ਲੋੜ ਨੂੰ ਰੱਖਣ ਵਿੱਚ ਸਹੂਲਤ ਦਿੰਦਾ ਹੈ।

ਦੂਰ ਸਚਾਰ ਬਿਲਿੰਗ (**Telecom Retail**) ਦੂਰ ਸੰਚਾਰ ਬਿਲਇੰਗ ਵਰਤੀਆਂ ਚੀਜਾਂ ਨੂੰ ਇੱਕਠਾ ਕਰਨ, ਜੋੜ ਲਗਾਉਣ, ਲੋੜੀਂਦੀਆ ਵਰਤੋਂ ਕਰਨ ਵਾਲੀਆ ਚੀਜ਼ਾ ਅਤੇ ਕਿਰਾਏ ਤੇ ਖਰਚੇ ਅਤੇ ਅਖੀਰ ਵਿੱਚ ਗਾਹਕਾ ਲਈ ਚਲਾਣ ਜਾਰੀ ਕਰਨ ਦੀ ਪ੍ਰੀਕਿਆ ਹੈ। ਦੂਰ ਸੰਚਾਰ ਬਿਲਇੰਗ ਵਿੱਚ ਭੁਗਤਾਨ ਪ੍ਰਾਪਤ ਕਰਨ ਅਤੇ ਰਿਕਾਰਡ ਕਰਨ ਦੀ ਪ੍ਰੀਕਿਆ ਵੀ ਸ਼ਾਮਿਲ ਹੈ।

ਪ੍ਰਚੂਨ ਬਿਲਇੰਗ ਦਾ ਆਖਰੀ ਗਾਹਕਾ ਨਾਲ ਸਿੱਧਾ ਸਬੰਧ ਹੈ। ਅਤੇ ਆਖਰੀ ਗਾਹਕਾਂ ਦੀਆਂ ਇਛਾਵਾ ਦੀ ਪੂਰਤੀ ਕਰਨ ਲਈ ਇਕ ਵੱਡੀ ਚੁਨੌਤੀ ਨਾਲ ਆਉਂਦਾ ਹੈ ਅਤੇ ਅਨੁਸ਼ਾਸ਼ਨਿਕ ਬੰਧਣ ਹੈ। ਬਿਲਇੰਗ ਨੂੰ ਤਾਂ ਹੀ ਸਫਲ ਸਮਝਿਆ ਜਾਂਦਾ ਹੈ। ਜਿਨਾ ਚਿਰ ਉਹ ਹੇਠਾਂ ਦਿੱਤੇ ਨਿਯਮਾਂ ਦੀ ਪੂਰਤੀ ਨਹੀਂ ਕਰਦਾ ।

ਸਮੇਂ ਸਿਰ ਬਿਲਇੰਗ (**Timely Billing**) ਆਖਰੀ ਗਾਹਕ ਦਾ ਚਲਾਨ ਸਮੇ ਸਿਰ ਜਾਰੀ ਕੀਤਾ ਜਾਂਦਾ ਹੈ। ਉਹ ਉਦਾਹਰਨਾ ਵਜੋ -ਆਮ ਤਾਰੀਖ ਨੂੰ ਕੁਝ ਅਜਿਹੇ ਹਾਲਾਤ ਵੀ ਹੋ ਸਕਦੀ ਹਨ ਜਦੋਂ ਆਖਰੀ ਗਾਹਕ ਨੂੰ ਸਮੇਂ ਸਿਰ (ਬਿਨ) ਚਲਾਨ ਪ੍ਰਾਪਤ ਨਹੀ ਕਰਦਾ ਕਿਉਕਿ ਕੁਝ ਲੋਜਿਜ਼ਟਿਕ ਮਾਮਲੇ ਹੁੰਦੇ ਹਨ। ਪ੍ਰੰਤੂ ਬਕਾਇਆ ਬਿਲਾਂ ਨੂੰ ਸਮੇ ਸਿਰ ਜਾਰੀ ਕਰਨਾ ਆਈ.ਟੀਜ਼.ਦੀ ਜਿਮੇਵਾਰੀ ਹੁੰਦੀ ਹੈ।

ਬਿਲਇੰਗ ਦਾ ਸਹੀ ਹੋਣਾ (**Accuracy**) ਗਾਹਕ ਦੀ ਸਤੁਸਟੀ ਲਈ ਇਹ ਇਕ ਬਹੁਤ ਮਹੱਤਵਪੂਰਨ ਤੱਤ ਹੁੰਦਾ ਹੈ ਅਤੇ ਕਾਨੂੰਨੀ ਬੰਦਿਸ਼ਾ ਨਾਲ ਦੀ ਦ੍ਰਿਸਟੀਕੋਣ ਤੋ ਵੀ ਜੇਕਰ ਬਿਲਇੰਗ ਪ੍ਰਣਾਲੀ ਸਹੀ ਬਿਲ ਜਾਰੀ ਨਹੀ ਕਰਦੀ ਤਦ ਇਹ ਕਾਨੂੰਨ ਤੋਰ ਤੇ ਵਪਾਰ ਨੂੰ ਗੰਭੀਰ ਮਾਮਲੇ ਵੱਲ ਲੈ ਜਾ ਸਕਦਾ ਹੈ ਅਤੇ ਗਾਹਕਾ ਇਸ ਨੂੰ ਨਾ ਖੁਸ਼ੀ (ਉਦਾਸੀ ਵਾਲੇ) ਸਥਿਤੀ ਤੇ ਛੱਡ ਜਾਵੇਗਾ ।

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

ਪ੍ਰਚੂਨ ਵਰਸਿਸ ਹੋਲ ਸੇਲ ਬਿਲਿੰਗ (**Retail vs wholesale Billing**) ਪ੍ਰਚੂਨ ਬਿਲਿੰਗ ਆਖਰੀ ਗਾਹਕਾਂ ਨਾਲ ਸਬੰਧ ਰੱਖਦੀ ਹੈ ਅਤੇ ਇਕ ਵਿਅਗਤੀਗਤ ਬਿਲਿੰਗ ਕਰਦੀ ਹੈ। ਜਦੋ ਕਿ ਪੂਰਨ ਵਿਕਰੀ (Whole sale) ਬਿਲਿੰਗ ਦਾ ਸਬੰਧ ਹੇਠਾ ਦਿਤੀਆਂ ਦੀ ਬਿਲਿੰਗ ਨਾਲ ਹੈ। ਜੋ ਵਪਾਰ ਦੀ ਸਥਿਤੀ ਅਤੇ ਕਿਸਮ ਤੇ ਨਿਰਭਰ ਕਰਦਾ ਹੈ।

1. ਮੁੜ ਵਿਕਰੀ ਬਿਲਇੰਗ ਦੂਰ ਸੰਚਾਰ ਅਪਰੇਟਰਾਂ ਨਾਲ ਸਬੰਧਿਤ ਹੈ ।
2. ਬਿਲਿੰਗ ਹਿੱਸੇਦਾਰਾਂ ਦਾ ਅੰਤਰ ਬਣਾਉਂਦਾ ਹੈ ਉਸ ਦਾ ਅੰਤਰ ਸਬੰਧ ਪ੍ਰਾਦਨ ਕਰਦੀ ਹੈ ਕਿ ਉਹ ਦੂਜੇ ਅਪਰੇਟਰਾਂ ਦੇ ਗਾਹਕਾਂ ਨਾਲ ਕਾਲ ਕਰ ਸਕਣ।
3. ਚੱਲਦੇ ਫਿਰਦੇ ਹਿਸੇਦਾਰਾ ਦੀ ਬਿਲਿੰਗ ਕਰਨ ਤਾਂ ਕਿ ਦੂਜੇ ਗਾਹਕਾ ਨੂੰ ਸੇਵਾਵਾਂ ਪ੍ਰਦਾਨ ਕਰ ਸਕਣ ਜਦੋ ਉਹ ਅਪਰੇਟਰਾ ਦੇ ਅਧੀਨ ਖੇਤਰ ਵਿੱਚ ਘੁੰਮ ਰਹੇ ਹੋਣ ।

ਪੂਰਨ ਵਿਕਰੀ (Whole sale) ਬਿਲਿੰਗ ਪ੍ਰਚੂਨ ਬਿਲਿੰਗ ਦੇ ਮੁਕਾਬਲੇ ਵਿੱਚ ਜ਼ਿਆਦਾ ਸੋਖੀ ਹੈ। ਜਿਹੜੀ ਕਿ ਵੱਡੇ ਪੱਧਰ ਤੇ ਸਹਿਣਸ਼ੀਲਤਾ ਪ੍ਰਦਾਨ ਕਰਦੀ ਹੈ। ਜਦੋ ਕਿ ਪ੍ਰਚੂਨ ਬਿਲਿੰਗ ਨੂੰ 100% ਸਪਸ਼ਟਤਾ (ਸਹੀ) ਦੀ ਲੋੜ ਹੁੰਦੀ ਹੈ ਪੂਰਨ ਵਿਕਰੀ ਬਿਲਿੰਗ ਕਦੀ 100% ਸਹੀ ਨਹੀ ਹੁੰਦੀ ਕਿਉਂਕਿ ਇਸ ਦੇ ਕਈ ਕਾਰਣ ਹਨ ਜਿਵੇਂ ਕਿ ਕੀਮਤਾ ਵਿੱਚ ਅੰਤਰ ਦੇ ਅਪਰੇਟਰਾਂ ਦੇ ਸਿਸਟਮ ਨੂੰ ਰੂਪ (ਸ਼ਕਲ) ਦਿੰਦਾ ਹੈ। ਬਹੁਤ ਸਾਰੀਆ ਕਾਲਾਂ ਦੇ ਰੇਟ ਵਿੱਚ ਅੰਤਰ ਕਿਉਂਕਿ ਕੁਝ ਕਾਲਾਂ ਕਿਸੇ ਵੀ ਨੈੱਵਰਕ ਤੱਤ ਤੋਂ (ਖਤਮ) ਗਾਇਬ ਹੋ ਸਕਦੀਆਂ ਹਨ।

ਕੁਝ ਵਿਸੇਸ਼ ਬਿਲਿੰਗ ਪ੍ਰਣਾਲੀਆਂ ਹਨ ਜਿਹੜੀਆਂ ਪ੍ਰਚੂਨ ਬਿਲਿੰਗ ਦਾ ਸਾਹਮਣਾ ਕਰਨ ਲਈ ਵਰਤੀਆ ਜਾਂਦੀਆਂ ਹਨ ਜਿਵੀ ਕਿ ਕਨਵਰਾਜਿਸ (convergys and ਐਮਡੋਕਸ Amdocs ਬਿਲਿੰਗ ਪ੍ਰਣਾਲੀਆ ਪ੍ਰਚੂਨ ਬਿਲਿੰਗ ਲਈ ਬਹੁਤ ਮਸ਼ਹੂਰ ਹਨ

ਜਦੋ ਕਿ ਅਸਕੇਡ (ASC ADE)ਅਤੇ ਇਨਟੈਕ (INTEC) ਪ੍ਰਣਾਲੀਆ ਪੁਰਨ ਵਿਕਰੀ (Whel sela) ਲਈ ਮਸਹੂਰ ਹਨ ਸਧਾਰਣ ਰਿਪੋਟਰਾਂ ਦੀ ਵਰਤੋਂ ਕਰਕੇ

ਪੂਰਨ ਵਿਕਰੀ ਬਿਲਿੰਗ ਪ੍ਰਣਾਲੀ ਦੀ ਵਰਤੋਂ ਨਾਲ ਪ੍ਰਚੂਨ ਬਿਲਿੰਗ ਪ੍ਰਣਾਲੀ ਸਥਾਪਿਤ ਕੀਤੀ ਜਾ ਸਕਦੀ ਹੈ ਕਿਉਂਕਿ ਉਹ ਬਹੁਤ ਸਾਰੇ ਡਿਸਕਾਉਂਟ ਅਤੇ ਹੋਰ ਉਨਤੀਆਂ ਨਾਲ ਸਬੰਧ ਨਹੀਂ ਰੱਖਦੀਆਂ। ਜਦੋਂ ਪ੍ਰਚੂਨ ਬਿਲਿੰਗ ਨੂੰ ਇਸ ਸਾਰੀਆ ਮੁਸ਼ਕਿਲਾਂ ਨਾਲ ਸਬੰਧ ਰੱਖਣਾ ਪੈਂਦਾ ਹੈ। ਅਤੇ ਇਨ੍ਹਾਂ ਦਾ ਸਾਹਮਣਾ ਪੂਰਨ ਵਿਕਰੀ ਬਿਲਿੰਗ ਪ੍ਰਣਾਲੀ ਦੀ ਵਰਤੋਂ ਨਾਲ ਨਹੀਂ ਹੋ ਸਕਦਾ।

ਅਭਿਆਸ : ਮੁਲੰਕਣ

(1) ਕੈਸ਼ ਪ੍ਰਬੰਧਨ ਪ੍ਰਣਾਲੀ ਬਾਰੇ ਪੁੱਛਣ ਲਈ ਪ੍ਰਚੂਨ ਸਟੋਰ ਵਿੱਚ ਜਾਉ ਅਤੇ ਪਛਾਣ ਕਰੋ ਕਿ ਉਸ ਸਿਸਟਮ ਨੂੰ ਚਲਾਉਣ ਲਈ ਕਿਹੜੇ ਉਪਕਰਨ ਚਾਹੀਦੇ ਹਨ।
(2) ਕੈਸ਼ ਸੰਭਾਲਣ ਅਤੇ ਸੁਰੱਖਿਆ ਨੂੰ ਸਮਝਣ ਲਈ ਕਿਸੇ ਪ੍ਰਚੂਨ ਪ੍ਰਕ੍ਰਿਆ ਮਾਲ ਵਿਚ ਜਾਵੋ ਅਤੇ ਲੱਭੋ ਖ੍ਰੀਦ ਕੈਸ਼ ਰਜਿਸਟਰ ਅਤੇ ਹੋਰ ਕੈਸ਼ ਸੰਭਾਲਣ ਦੇ ਉਪਰਸ਼ਨ ਨੂੰ ਕਿੱਥੋਂ ਖਰੀਦਣਾ ਹੈ।
(3) ਕਿਸੇ ਪ੍ਰਚੂਨ ਸਟੋਰ ਵਿੱਚ ਇਹ ਅਨੁਸਰਨ ਕਰਨ ਲਈ ਜਾਵੋ ਕਿ ਕੈਸ਼ ਕਾਊਟਰ ਪ੍ਰਬੰਧ ਕਿਵੇਂ ਕਰਨਾ ਹੈ ਅਤੇ ਕੈਸ਼ ਕਾਊਟਰ ਪ੍ਰਬੰਧਨ ਵਿੱਚ ਹੈਡ ਕੈਸ਼ੀਅਰ ਦੇ ਕਰਤਬਾਂ ਅਤੇ ਜਿਮੇਵਾਰੀਆਂ ਦਾ ਪਤਾ ਕਰੋ।
(4) ਕਿਸੇ ਬਿੱਗ ਬਜ਼ਾਰ ਜਾਉ ਅਤੇ ਪ੍ਰਚੂਨ ਬਿਲਿੰਗ ਦੇ ਪ੍ਰਮੱਖ ਵਿਸ਼ੇਸ਼ਤਾ ਦਾ ਪਤਾ ਕਰੋ ਅਤੇ ਕਿਸੇ ਉਤਪਾਦਕ ਦੀ ਜਦੋ ਬਿਲਿੰਗ ਕਰਨੀ ਹੈ ਤਾ ਕਿਹੜੀਆਂ ਸਮੱਸਿਆਵਾ ਦਾ ਸਾਹਮਣਾ ਕਰਨਾ ਪੈਂਦਾ ਹੈ।

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

ਮੁਲੰਕਣ

ਖਾਲੀ ਥਾਵਾਂ ਭਰੋ (**fill in the Blanks**)

1. ਇਸ ਨੂੰ ਦੇਖਣਾ ਦੀ ਜਿੰਮੇਵਾਰੀ __________ ਦੀ ਹੈ ਕਿ ਹਰ ਕੈਸ਼ ਕਾਊਟਰ ਸਹੀ ਢੰਗ ਨਾਲ ਪ੍ਰਬੰਧ ਕੀਤਾ ਗਿਆ ਹੈ।
2. ਪ੍ਰਚੂਨ ਕੰਪਨੀਆਂ ਵਿੱਚ ਕੈਸ਼ ਸੰਭਾਲਣਾ ਦੀ ਇੱਕ __________ ਪ੍ਰਕ੍ਰਿਆ ਹੈ।
3. ਪ੍ਰਚੂਨ ਵਪਾਰੀ ਆਪਣੇ ਵਪਾਰ ਲਈ ਸਹੀ ਵਿਕਰੀ ਕੇਦਰ ਚੁਣ ਨਹੀਂ ਸਕਦਾ ਜੇਕਰ ਉਸ ਨੂੰ ਪੀ.ਓ.ਐਸ ਕੈਸ਼ ਰਾਜਿਸਟਰ ਦੀ ________ ਜਾਣਕਾਰੀ ਨਹੀਂ ਹੁੰਦੀ ਹੈ।
4. ਸਾਫਟਵੇਅਰ ਵਿਕਰੀ ਕੇਂਦਰ ________ ਮੂਲ ਗਾਹਕ ਦਾ ________ ਪ੍ਰਚੂਨ ਵਾਸਤੇ।
5. ਜਦੋ______ ਪ੍ਰੀਕਿਆ ਪੈਦਾ ਕਰਦਾ ਹੈ ਤਾਂ ਮਾਮੂਲੀ ਕੇਸ਼ ਦੇ ਪ੍ਰਚੂਨ ਨੂੰ _________ ਸਮੇ ਦੌਰਾਨ ਸਬੋਧ ਕਰਨਾ ਚਾਹੀਦਾ ਹੈ _________ ਯੋਜਨਾ ਪੱਧਰ ਤੇ ।
6. ਸਟੋਰ ਪ੍ਰਬੰਧਕ ਜਾਂ ਕੈਸ਼ੀਅਰ ਵਿਕਰੀ ਨੂੰ ਸ਼ਿਫਟ ਦੌਰਾਨ ਕਿਸੇ ਵੀ ਸਮੇਂ _________ ਕਰ ਸਕਦਾ ਹੈ।
7. ਸ਼ੁਰੂ ਵਿੱਚ ਹੱਥ ਵਿਚਲੀ ਕੈਸ਼ ਨੂੰ ਦੌਰਾਨ ਕੈਸ਼ __________ ਵਿੱਚ ਪਾਇਆ ਜਾਂਦਾ ਹੈ ਅਤੇ ਸ਼ਾਮ ਲਈ ________ ਜਦੋਂ ਕਿ ਜਮਾ ਕਰਨ ਲਈ ਰਕਮ ਬੈਂਕ ਲਈ ਤਿਆਰ ਹੁੰਦੀ ਹੈ।
8. ਬਹੁਤ ਜਿਆਦਾ _________ ਆਪਸੀ ਕਿਰਿਆਵਾਂ ਹਨ ਜ਼ਿਆਦਾ ਪ੍ਰਚੂਨ ਸਟੋਰ ਵਪਾਰ ਵਿੱਚ ਸਾਹਮਣਾ ਕਰਨਾ ਹੁੰਦਾ ਹੈ _________ ਕਾਊਂਟਰ ਹੈ।
9. ਦੂਰਸੰਚਾਰ ਬਿਲਇੰਗ ਪ੍ਰਕਿਰਿਆ ਵਿੱਚ ਸ਼ਾਮਿਲ ਹੈ ________ ਅਤੇ ________ ਗਾਹਕਾਂ ਤੋਂ ਭੁਗਤਾਨ
10. ਪੂਰਨ ਵਿਕਰੀ ਬਿਲਇੰਗ ___________ ਦੀ ਵਰਤੋਂ ਕਰਕੇ ਨਜਿੱਠੇ ਜਾ ਸਕਦੇ ਹਨ।

ਬਹੁ-ਵਕੱਲਪੀ ਪ੍ਰਸ਼ਨ (**Multiple choice Questions**)

1) ਨਿਯੁਕਤ ਹੋਏ ਕੈਸ਼ੀਅਰ ਨੂੰ ਰਿਪੋਰਟ ਜਾਰੀ ਕਰਨੀ ਹੁੰਦੀ ਹੈ ਜਿਹੜੀ ਇਹ ਦਿਖਾਉਂਦੀ ਹੈ ਕਿ __________ ਕੁੱਲ ਲੈਣ ਦੇਣ ਹੋ ਗਿਆ ਹੈ।
   1. ਵਿਸਥਾਰਪੂਰਵਕ ਐਸ.ਕੇ.ਯੂ ਵਾਈਜ (SKU-wise) ਰਿਪੋਰਟ
   2. ਟੈਂਡਰ ਵਾਈਜ਼ ਵਿਸਥਾਰਪੂਰਵਕ ਰਿਪੋਰਟ
   3. ਉਪਰਲਿਆਂ ਸਾਰੀਆ

Q2. ਪ੍ਰਚੂਨ ਸੈਕਟਰ ਉਪਰਲਿਆਂ ਵਿੱਚ ਕੈਸ਼ ਪ੍ਰਬੰਧਕ ਕਿਰਿਆਵਾਂ ਅੱਜਕੱਲ ਕੇਂਦਰਿਤ ਹਨ
   1. ਬੈਂਕਾ (11) ਕੈਸ਼ ਇਨ ਟ੍ਰਾਂਜਿਟ ਕੰਪਨੀਆਂ
   2. ਪ੍ਰਚੂਨ ਉੱਦਮ ਵਿੱਚ
   3. ਉਪਰਲੇ ਸਾਰੇ।

Q3. ਵਧੀਆਂ ਪ੍ਰਚੂਨ ਪ੍ਰਬੰਧਨ ਪ੍ਰਣਾਲੀ ਵਿੱਚ ਪ੍ਰਚੂਨ ਵਪਾਰੀ ਆਮਦਨ ਵਧਾ ਸਕਦਾ ਹੈ। ਖਰਚੇ ਘਟਾ ਸਕਦਾ ਹੈ, ਗਾਹਕਾ ਸੇਵਾ ਵਿੱਚ ਸੁਧਾਰ ਕਰ ਸਕਦਾ ਹੈ ਅਤੇ ਸੁਰੱਖਿਆ ਵਧਾ ਸਕਦਾ ਹੈ।
   1) ਖਰਚੇ ਵਧਾ ਸਕਦਾ ਹੈ।
   2) ਆਮਦਨ ਘਟਾ ਸਕਦਾ ਹੈ।
   3) ਆਮਦਨ ਵਧਾ ਸਕਦਾ ਹੈ
   4) ਉਪਰਲਿਆਂ ਵਿੱਚੋ ਕੋਈ ਨਹੀ।

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

Q 4.(ਮੁੱਢਲੀ ਵਿਕਰੀ ਕੇਂਦਰ ਪ੍ਰਣਾਲੀ) ਬੇਸਿਕ ਪੁਆਇੰਟ ਆੱਫ ਸੇਲ (POS) ਪ੍ਰਣਾਲੀ ਵਿੱਚ ਕੈਸ਼ ਦਰਾਜ, ਰਸੀਦ , ਪਿੰਟਰ, ਮੋਨੀਟਰ ਅਤੇ ਇਨਪੁਟ ਡਿਵਾਈਸ ਹੁੰਦੀ ਹੈ।

1. ਕੈਸ਼ ਦਰਾਜ
2.ਰਸੀਦ ਪ੍ਰਿੰਟਰ
3. ਮੋਨੀਟਰ ਅਤੇ ਇਨਪੁਟ ਡਿਵਾਈਸ
4. ਉਪਰਲਿਆਂ ਵਿੱਚੋ ਸਾਰੇ।

Q5. ਜ਼ਿਆਦਾ ਉਨਤ ਕਾਰਜਸ਼ੀਲ ਪੀ.ਓ.ਐਸ਼. ਸਾਫਟਵੇਅਰ ਵਿੱਚ ਇਹ ਕਰਨ ਦੀ ਯੋਗਤਾ ਹੈ।

1. ਪ੍ਰਾਈਸ ਅੰਦਰ ਰਾਈਡ
2. ਪ੍ਰੋਸੈਸ ਰੀਟਰਨਜ ਅਤੇ ਕੂਪਨ
3. ਨੋਨ ਟਰੈਕਿੰਗ ਵਸਤੂ ਸੂਚੀ
4. ਉਪਰਲਿਆਂ ਵਿੱਚੋਂ ਸਾਰੇ

Q.6 ਦਿਨ ਦੇ ਲੈਣ ਦੇਣ ਵਿੱਚ ਪ੍ਰਕ੍ਰਿਆ ਜਿੰਮੇਵਾਰੀ ਪੈਦਾ ਕਰਦੀ ਹੈ

1. ਰਸੀਦਾਂ ਦਾ ਮਿਲਾਣ (Reconciling the receipts)
2. ਪੈਸੇ ਦੀ ਗਿਣਤੀ (Counting the money)
3. ਕੈਸ਼ ਦਰਾਜ ਦਾ ਬਕਾਇਆ (Balancing the cash drawer)
4. ਉਪਰਲਿਆ ਵਿੱਚੋ ਸਾਰੇ।

Q.7 ਕੈਸ਼ ਰਜਿਸਟਰ ਦਾ ਬਕਾਇਆ ਆਮ ਤੌਰ ਤੇ ਹੁੰਦਾ ਹੈ

1. ਦਿਨ ਦੇ ਸ਼ੁਰੂ ਵਿੱਚ (Starting of the day)
2 .ਦਿਨ ਦੇ ਅੰਤ ਵਿੱਚ (Ending of the day)
3 ਉਪਰਲਿਆਂ ਵਿੱਚ ਕੋਈ ਨਹੀ
4.ਉਪਰਲਿਆਂ ਵਿੱਚੋ ਸਾਰੇ ।

Q8 ਬਿਲਾ ਦੀ ਰਕਮ ਦਾ ਸਮੀਖਿਆ ਕਰਨਾ ਅਤੇ ਹੱਥ ਵਿਚਲੇ ਪੈਸੇ ਨੂੰ ਹਰ ਰੋਜ਼ ਹੱਥ ਮਾਰਨਾ ਤੁਹਾਡੇ ਸਟੋਰ ਨੂੰ ਯਕੀਨੀ ਬਣਾਵੇਗਾ ਕਿ

1. ਘਾਟੇ ਵਿੱਚ (Run short)
2. ਕਦੇ ਵੀ ਵਾਧੇ ਵਿੱਚ ਨਹੀ ਹੈ। (Never Run High)
3. ਕਦੇ ਵੀ ਘਾਟੇ ਵਿੱਚ ਨਹੀ ਹੈ। (Never Run Short)
4. ਉਪਰਲਿਆਂ ਵਿੱਚੋ ਸਾਰੇ

Q.9 ਕੈਸ਼ੀਅਰ ਨੂੰ ਸਾਰੀਆ ਸਕੀਮਾਂ ਦੀ __________ ਦੀ ਲੋੜ ਹੁੰਦੀ ਹੈ। ਸਾਰੇ ਦਿਨ ਦੀਆ ਪੇਸ਼ਕਸ਼ਾ ਪ੍ਰਸੋਨਲ ਪਣਾਲੀ ਦੀ ਮਦਦ ਦੇ ਨਾਲ

(1) ਚੈੱਕ ਕਰਨਾ ਅਤੇ ਪੂਰਾ ਕਰਨਾ (Check and update)
(2) ਚੈੱਕ ਅਤੇ ਪੂਰਾ ਨਹੀ ਕਰਨਾ (Not to check and update) ਅਤੇ ਪੂਰਾ ਕਰਨਾ
(3) ਕਦੇ ਵੀ ਚੈੱਕ ਅਤੇ ਪੂਰਾ ਕਰਨ ਨਹੀ ਕੀਤਾ
(4) ਉਪਰੋਕਤਾ ਵਿੱਚੋ ਕੋਈ ਨਹੀ

Q.10 ਸਟੋਰ ਗਾਹਕਾਂ ਨਾਲ ਭਰਿਆ ਹੁੰਦਾ ਹੈ। ਅਤੇ ਕੈਸ਼ ਕਾਊਂਟਰ ਦੇ ਸਾਹਮਣੇ ਗਾਹਕਾਂ ਦੀ ਲੰਮੀ ਕਤਾਰ ਹੁੰਦੀ ਹੈ ਜਦੋਂ

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

1. ਹਫਤੇ ਦੇ ਸ਼ੁਰੂ ਦੌਰਾਨ (During week start)
2. ਹਫਤੇ ਦੇ ਅੰਤ ਦੌਰਾਨ (During weekend)
3. ਸ਼ੀਜਨ ਦੀ ਅਣਤੇਜ਼ੀ (During unpeak seasons) ਦੌਰਾਨ
4. ਉਪਰਲਿਆ ਵਿੱਚੋ ਸਾਰੇ - (All of the Above)

(c) ਛੋਟੇ ਪ੍ਰਸ਼ਨ -ਉੱਤਰ (short Answers and Questions)

1 ਪ੍ਰਚੂਨ ਸੈਕਟਰ ਵਿੱਚ ਕੈਸ਼ ਪ੍ਰਬੰਧਨ ਪ੍ਰਕ੍ਰਿਆ ਦਾ ਵਰਣਨ ਕਰੋ।

2 ਕਿਸੇ ਵੀ ਪ੍ਰਚੂਨ ਵਪਾਰ (ਵਾਤਾਵਰਣ)ਵਿੱਚ ਕੈਸ਼ ਸੰਭਾਲਣ ਅਤੇ ਸੁੱਰਖਿਆ ਪ੍ਰਕਿਰਿਆਵਾਂ ਨੂੰ ਕਿਵੇਂ ਸਿਖਿਆ ਜਾ ਸਕਦਾ ਹੇ।

3 ਕੈਸ਼ ਨੂੰ ਸੰਭਾਲਣ ਲਈ ਹੈੱਡ ਕੈਸ਼ੀਅਰ ਦੀਆ ਡਿਊਟੀਆ ਅਤੇ ਜ਼ਿੰਮੇਵਾਰੀਆ ਬਾਰੇ ਪਤਾ ਕਰੋ

4 ਕੈਸ਼ ਕਾਊਂਟਰ ਤੇ ਪ੍ਰਚੂਨ ਬਿਲਿੰਗ ਦੀਆਂ ਮੁੱਖ ਵਿਸ਼ੇਸਤਾਵਾਂ ਬਾਰੇ ਦੱਸੋ ?

5 ਦੂਰ ਸੰਚਾਰ ਬਿਲਿੰਗ ਪ੍ਰਕ੍ਰਿਆ ਦਾ ਵਰਣਨ ਕਰੋ

ਮੁਲੰਕਣ ਕਿਰਿਆ ਲਈ ਚੈਕਲਿਸਟ

ਹੇਠਾ ਦਿੱਤੀ ਚੈਕ ਲਿਸਟ ਦੀ ਵਰਤੋ ਇਹ ਪਤਾ ਕਰਨ ਲਈ ਵਰਤੋ ਕਿ ਤੁਸੀ ਮੁਲੰਕਣ ਕਿਰਿਆ ਦੀਆ ਸਾਰੀਆ ਜ਼ਰੂਰਤਾਂ ਪੂਰੀਆ ਕਰ ਲਈਆ ਹਨ।

(ਭਾਗ ਏ)

- ਪ੍ਰਚੂਨ ਵਪਾਰ ਵਿੱਚ ਆਧੁਨਿਕ ਅਤੇ ਪੁਰਾਣੇ (ਰਿਵਾਇਤੀ) ਕੈਸ਼ ਪ੍ਰਬੰਧਨ ਦੀਆਂ ਪ੍ਰੀਕ੍ਰਿਆਵਾਂ ਦਾ ਅੰਤਰ ਦੱਸੋ।
- ਵੱਖ-ਵੱਖ ਪ੍ਰਚੂਨ ਵਾਤਾਵਰਣ ਵਿੱਚ ਸੁੱਰਖਿਆ ਅਤੇ ਕੈਸ਼ ਸੰਭਾਲਣ ਦੀ ਪ੍ਰਕ੍ਰਿਆ ਵਿੱਚ ਅੰਤਰ ਦੱਸੋ
- ਕੈਸ਼ ਸੰਭਾਲਣ ਲਈ ਹੈੱਡ ਕੈਸ਼ੀਅਰ ਦੇ ਕਰਤਵਾਂ ਅਤੇ ਜ਼ਿੰਮੇਵਾਰੀਆ ਦਾ ਪਤਾ ਕਰੋ।
- ਪੂਰਨ ਵਿਕਰੀ (Whole Sale) ਅਤੇ ਪ੍ਰਚੁਨ ਵਪਾਰ ਬਿਲਿੰਗ ਪ੍ਰਕ੍ਰਿਆ ਦਾ ਅੰਤਰ ਦੱਸੋ ?

B. ਹੇਠ ਦਿਤਿਆ ਦੀ ਜਮਾਤ ਚਰਚਾ ਕੀਤੀ ਗਈ **(Following discusssed in the class)**

- ਕੈਸ਼ ਪ੍ਰਬੰਧਨ ਪ੍ਰਣਾਲੀ ਤੋਂ ਤੁਹਾਡਾ ਕਿ ਭਾਵ ਹੈ।?
- ਬਿਲਿੰਗ ਇੰਚਾਰਜ ਦੀਆਂ ਕੀ ਜ਼ਿੰਮਵਾਰੀਆਂ ਹਨ ?
- ਪ੍ਰਚੂਨ ਬਿਲਿੰਗ ਦੇ ਮੁੱਖ ਅੰਗ ਕਿਹੜੇ ਹਨ ?
- ਦੁਰ ਸੰਚਾਰ ਬਿਲਿੰਗ ਪ੍ਰਕ੍ਰਿਆ ਦਾ ਵਰਣਨ ਕਰੋ ?

ਕਾਰਗੁਜਾਰੀ ਪੱਧਰ (**performance standard)**

ਕਾਰਜ ਪੱਧਰ ਵਿੱਚ ਸ਼ਾਮਿਲ ਹੋ ਸਕਦਾ ਹੈ। **(The performance standard may include :-)**

ਕਾਰਗੁਜ਼ਾਰੀ ਪੱਧਰ	ਹਾਂ	ਨਹੀਂ
• ਪ੍ਰੰਪਰਾਗਤ ਅਤੇ ਆਧੁਨਿਕ ਕੈਸ਼ ਪ੍ਰਬੰਧਨ ਪ੍ਰੀਕ੍ਰਿਆਵਾਂ ਦਾ ਪ੍ਰਚੂਨ ਸੈਕਟਰ (ਪੁਰਾਤਨ) ਵਿੱਚ ਅੰਤਰ ਦੱਸਣ ਦੇ ਯੋਗ ਹੈ।		

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

• ਵੱਖ ਵੱਖ ਪ੍ਰਚੂਨ ਵਾਤਾਵਰਣ ਵਿੱਚ ਕੈਸ਼ ਸੰਭਾਲਣ ਅਤੇ ਸੁਰੱਖਿਆ ਦੇ ਅੰਤਰ ਨੂੰ ਸੰਭਾਲਣ ਦੇ ਯੋਗ ਹੋ।		
• ਕੈਸ਼ ਸੰਭਾਲਣ ਲਈ ਹੈਡ ਕੈਸ਼ੀਅਰ ਦੀਆਂ ਜਿਮੇਵਾਰੀਆਂ ਅਤੇ ਕਰਤਵਾਂ ਨੂੰ ਜਾਨਣ ਦੇ ਯੋਗ ਹੈ ?		
• ਹੋਲ ਸੇਲ ਅਤੇ ਪ੍ਰਚੂਨ ਬਿਲਿੰਗ ਪ੍ਰਕ੍ਰਿਆ ਦਾ ਅੰਤਰ ਦੱਸਣ ਯੋਗ ਹੈ।		
• ਪ੍ਰਚੂਨ ਬਿਲਿੰਗ ਦੇ ਮੁੱਖ ਅੰਗਾਂ ਨੂੰ ਜਾਣਨ ਦੇ ਯੋਗ ਹੋ ?		
• ਬਿਲਿੰਗ ਕੈਸ਼ੀਅਰ, ਇੰਨਚਾਰਜ ਦੀਆਂ ਜਿਮੇਵਾਰੀਆਂ ਅਤੇ ਕਰਤੱਵਾਂ ਨੂੰ ਜਾਨਣ ਦੇ ਯੋਗ ਹੋ ?		

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

ਸੈਸ਼ਨ -2 ਲੇਖਾ ਪ੍ਰਣਾਲੀ ਦੇ ਸਿਧਾਂਤ (**Fundamental of Accounting**)

ਸਬੰਧਿਤ ਗਿਆਨ (**Relevant Knowledge**)

ਲੇਖਾ ਪ੍ਰਣਾਲੀ ਕਿਸੇ ਸੰਸਥਾ ਦੇ ਵਿੱਤੀ ਲੈਣ ਦੇਣ ਦਾ ਵਿਸ਼ਲੇਸ਼ਣ ਵਰਗੀਕਰਨ ਅਤੇ ਸਾਰਾਂਸ਼ ਕਰਨ ਦੀ ਕਲਾ ਅਤੇ ਵਿਗਿਆਨ ਹੈ। ਲੈਣ ਦੇਣ ਰਿਕਾਰਡਿੰਗ ਦੀ ਲੋੜ ਇਸ ਲਈ ਪੈਦਾ ਹੋਈ ਕਿਉਕਿ ਇਕ ਅਵਧੀ (ਸਮਾਂ ਖੰਡ) ਵਿਚ ਹੋਣ ਵਾਲੀਆਂ ਸਾਰੀਆਂ ਲੈਣ ਦੇਣਦਾਰੀਆਂ ਨੂੰ ਯਾਦ ਰੱਖਣਾ ਅਸੰਭਵ ਹੈ।

ਲੇਖਾ ਪ੍ਰਣਾਲੀ ਦਾ ਮੁਖ ਉਦੇਸ਼ ਵਿਤੀ ਲੈਣ ਦੇਣ ਦਾ ਰਿਕਾਰਡ ਰਖਣਾ ਹੈ ਤਾਂ ਕਿ ਕਿਸੇ ਖਾਸ ਅਵਸੀ (ਸਮਾਂ ਖੰਡ) ਦੌਰਾਨ ਵਪਾਰ ਵਿਚ ਹੋਏ ਲਾਭ ਅਤੇ ਘਾਟੇ ਦਾ ਪਤਾ ਲਗਾਇਆ ਜਾ ਸਕੇ ਅਤੇ ਇਹ ਵੀ ਜਾਣਨਾ ਕਿ ਖਾਸ ਮਿਤੀ ਨੂੰ ਵਪਾਰ ਦੀ ਵਿਤੀ ਸਥਿਤੀ ਕੀ ਸੀ। ਇਸ ਵਿਚ ਬਹੁਤ ਸਾਰੀਆਂ ਸ਼ਾਖਾਵਾਂ ਸ਼ਾਮਿਲ ਹਨ ਜਿਵੇਂ ਕਿ ਵਿੱਤੀ (ਲੇਖਾ), ਖਰਚ ਲੇਖਾ, ਪ੍ਰਬੰਧਕੀ ਲੇਖਾ।

ਲੇਖਾ ਪ੍ਰਣਾਲੀ ਦਾ ਸੰਬੰਧ ਵੱਖ-ਵੱਖ ਵਰਤੋਂ ਕਰਤਾਵਾਂ ਜਿਵੇਂ ਕਿ ਮੈਨੇਜਰ, ਮਾਲਕ, ਸ਼ੇਅਰਹੋਲਡਰ, ਕਰੈਡਿਟਰ, ਬੈਂਕਰ, ਉਪਭੋਗਤਾ ਅਤੇ ਸਰਕਾਰ ਦੇ ਲਾਭ ਹਿੱਤ ਵਿੱਤੀ ਡਾਟਾ ਨੂੰ ਇਕੱਠਾ ਕਰਨ, ਰਿਕਾਡਿੰਗ ਕਰਨ, ਡਾਟੇ ਦਾ ਵਰਗੀਕਰਨ, ਸੰਖੇਪਿਤ ਕਰਨ ਅਤੇ ਉਸਦੀ ਪੇਸ਼ਕਾਰੀ ਨਾਲ ਹੈ।

ਲੇਖਾ ਪ੍ਰਣਾਲੀ ਦੇ ਉਦੇਸ (**Objectives of Accounting**)

ਲੇਖਾ ਪ੍ਰਣਾਲੀ ਦੇ ਹੇਠਾਂ ਦਿੱਤੇ ਮੁੱਖ ਉਦੇਸ਼ ਹਨ।

- ਕਿਸੇ ਵਪਾਰ ਦਾ ਰਿਕਾਰਡ ਤਿਆਰ ਕਰਨਾ (**To maintain the records of business**) **:-** ਇਸ ਦਾ ਮੁੱਖ ਉਦੇਸ਼ ਕ੍ਰਮਬਧ ਤਰੀਕੇ ਨਾਲ ਕਿਸੇ ਸੰਸਥਾ ਦਾ ਰਿਕਾਰਡ ਰੱਖਣਾ ਹੈ। ਇਸ ਨੂੰ ਬੁਕ ਕੀਪਿਗ ਦੇ ਨਾਂ ਨਾਲ ਜਾਣਿਆ ਜਾਂਦਾ ਹੈ।
- ਲਾਭ ਅਤੇ ਹਾਨੀ ਦਾ ਪਤਾ ਕਰਨਾ (**To ascertain Profit & Loss**) **:-** ਕਿਸੇ ਖਾਸ ਸਮੇਂ ਵਿਚ ਵਪਾਰ ਵਿੱਚ ਹੋਏ ਲਾਭ ਅਤੇ ਹਾਨੀ ਦਾ (ਆਮ ਤੌਰ ਤੇ ਇਕ ਸਾਲ ਦੇ ਸਮੇਂ ਵਿੱਚ) ਲੇਖਾ ਕਿਤਾਬ ਤੋਂ ਹਿਸਾਬ ਲਗਾਇਆ ਜਾਂਦਾ ਹੈ।
- ਵਿੱਤੀ ਸਥਿਤੀ ਦਾ ਪਤਾ ਲਗਾਉਣਾ (**To ascertain Financial Positions**) **:-** ਵਿਤੀ ਸਟੇਟਮੈਂਟ ਜਿਵੇਂ ਕਿ ਲਾਭ ਅਤੇ ਹਾਨੀ ਲੇਖਾ ਅਤੇ ਬੈਂਲਸ ਸ਼ੀਟ ਤਿਆਰ ਕਰਕੇ ਵਿਤੀ ਸਥਿਤੀ ਦਾ ਆਸਾਨੀ ਨਾਲ ਅਨੁਮਾਨ ਲਗਾਇਆ ਜਾ ਸਕਦਾ ਹੈ। ਇਨ੍ਹਾਂ ਸਟੇਟਮੈਂਟਾ ਤੋਂ ਲਾਭ ਜਾਂ ਹਾਨੀ, ਫਰਮ ਦੁਆਰਾ ਪ੍ਰਾਪਤ ਕੀਤੀ ਹੋਈ ਸੰਪਤੀ ਅਤੇ ਫਰਮ ਦੀਆਂ ਜਿਮੇਵਾਰੀਆਂ ਬਾਰੇ ਪਤਾ ਜਾਨਣਾ ਸੰਭਵ ਹੈ।
- ਵਿੱਤੀ ਸੂਚਨਾ ਦਾ ਸੰਚਾਰ ਕਰਨਾ (**To Communicate Financial information**)**:-** ਲੇਖਾ ਪ੍ਰਣਾਲੀ ਨੂੰ ਵਪਾਰ ਦੀ ਭਾਸ਼ਾ ਕਿਹਾ ਜਾਂਦਾ ਹੈ। ਇਹ ਵੱਖ ਵੱਖ ਰੁਚੀ ਰੱਖਣ ਵਾਲੀਆਂ ਪਾਰਟੀਆਂ ਨੂੰ ਵਿੱਤੀ ਸੂਚਨਾ ਦਾ ਸੰਚਾਰ ਕਰਦੀ ਹੈ।

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

ਲੇਖਾ ਪ੍ਰਣਾਲੀ ਦੀਆਂ ਵਿਸੇਸ਼ਤਾਵਾਂ (**Characteristics of Accounting**)

ਗਣਨਾ ਦੀਆਂ ਹੇਠਾਂ ਲਿਖੀਆਂ ਵਿਸੇਸ਼ਤਾਂਵਾਂ ਹਨ।

- ਸਮਝਣਯੋਗ ਬਣਾਉਣਾ (**Understand ability**): ਲੇਖਾ ਸੂਚਨਾ ਨੂੰ ਇਸ ਤਰਾਂ ਪੇਸ਼ ਕਰਨਾ ਕਿ ਉਹ ਵਰਤੋ ਕਰਤਾ ਦੇ ਸਮਝਣਯੋਗ ਹੋਵੇ।
- ਸੰਬੰਧਤਾ (ਅਨੁਰੂਪਤਾ) (**Relavance**) : ਲੇਖਾ ਸੂਚਨਾ ਵਰਤੋਂ ਕਰਤਾ ਨੂੰ ਫੈਸਲਾ ਲੈਣ ਵਿੱਚ ਮਦਦ ਕਰਦੀ ਹੈ। ਇਹੋ ਜਿਹੀ ਪ੍ਰਦਾਨ ਕੀਤੀ ਸੂਚਨਾ ਕਿਸੇ ਵਿਸ਼ੇਸ ਸਥਿਤੀ ਨਾਲ ਸਬੰਧਤ ਹੋਵੇ।
- ਇਕਸਾਰਤਾ (**Consistency**): ਕਿਸੇ ਫਰਮ ਦੁਆਰਾ ਅਪਣਾਈਆਂ ਗਈਆਂ ਲੇਖਾ ਪ੍ਰਣਾਲੀਆਂ ਵਿੱਚ ਇਕਸਾਰਤਾ ਹੋਣੀ ਚਾਹੀਦੀ ਹੈ।
- ਵਿਸਵਾਸ਼ ਯੋਗਤਾ (**Reliability**) : ਲੇਖਾ ਪ੍ਰਣਾਲੀ ਨੂੰ ਫਰਮ ਦੀ ਸਹੀ ਅਤੇ ਸੱਚੀ ਤਸਵੀਰ ਪੇਸ ਕਰਨੀ ਚਾਹੀਦੀ ਹੈ।
- ਤੁਲਨਾਤਮਕਤਾ (**comparability**):ਫਰਮ ਦੁਆਰਾ ਪ੍ਰਦਾਨ ਕੀਤੀ ਗਈ ਸੂਚਨਾ ਸਮੇਂ ਦੀ ਅਵਧੀ ਵਿੱਚ ਉਹੀ ਜਿਹੀ ਫਰਮ ਦੇ ਤੁਲਨਾਤਮਕ ਹੋਣੀ ਚਾਹੀਦੀ ਹੈ ।
- ਉਦੇਸ਼ਤਾ (**objectivity**): ਲੇਖਾ ਜਾਂ ਗਣਨਾ ਦਾ ਮੁੱਖ ਵਿਸ਼ੇਸ਼ਤਾ ਇਹ ਹੈ ਕਿ ਇਹ ਵਿਤਕਰੇ (ਗਲਤ) ਵਾਲੀ ਨਹੀ ਹੋਣੀ ਚਾਹੀਦੀ ਹੈ ਅਤੇ ਲੇਖਾ ਨਿਰਪੱਖ ਹੋਣੀਆਂ ਚਾਹੀਦੀਆਂ ਹਨ।

ਲੇਖਾ ਪ੍ਰਣਾਲੀ ਦੇ ਕੰਮ (**functions of accounting**):

ਲੇਖਾ ਪ੍ਰਣਾਲੀ ਪ੍ਰਬੰਧਕਾਂ ਅਤੇ ਹੋਰ ਵਰਤੋਂ ਕਰਤੱਵਾਂ ਦੇ ਲਈ ਵੀ ਲਾਭਦਾਇਕ ਹੁੰਦੀ ਹੈ। ਜਿਵੇਂ ਕਿ ਮਾਲਕ, ਉਧਾਰ ਦੇਣ ਵਾਲੇ, ਨਿਵੇਸ਼ਕ , ਸਰਕਾਰ ਅਤੇ ਹੋਰ। ਇਹ ਸੰਸਥਾ ਦੇ ਰੁਤਬੇ ਅਤੇ ਸੰਸਥਾ ਦੇ ਕਾਰਜ ਦੇ ਨਤੀਜੇ ਨਾਲ ਸੰਬਧਤ ਜਾਣਕਾਰੀ ਪ੍ਰਦਾਨ ਕਰਦੀ ਹੈ। ਲੇਖਾ ਪ੍ਰਣਾਲੀ ਦੇ ਹੇਠ ਦਿੱਤੇ ਕਾਰਜ ਹਨ।

- ਸੂਚਨਾ ਦੀ ਰਿਕਾਰਡਿੰਗ ਕਰਨਾ (**Recording of information**) ਸੂਚਨਾ ਰਿਕਾਰਡਿੰਗ ਕਰਨਾ ਵੀ ਇਕ ਕਲਾ ਹੈ। ਕਿਉਂਕਿ ਸਾਰੀ ਲੇਣਦਾਰੀਆਂ ਅਤੇ ਦੇਣਦਾਰੀਆਂ ਨੂੰ ਯਾਦ ਰੱਖਣਾ ਬਹੁਤ ਅਸੰਭਵ ਹੈ ਇਹ ਇਨਸਾਨ ਦੀ ਯਾਦ ਸ਼ਕਤੀ ਵਿੱਚ ਸਹਾਇਕ ਦਾ ਕੰਮ ਕਰਦੀ ਹੈ। ਸੂਚਨਾ ਨੂੰ ਵੱਖ ਵੱਖ ਕਿਤਾਬਾਂ ਵਿੱਚ ਰਿਕਾਰਡ ਕੀਤਾ ਜਾਂਦਾ ਹੈ। ਕਿਸੇ ਸੰਸਥਾ ਵਿੱਚ ਸੰਭਾਲੀਆਂ ਜਾਂਦੀਆਂ ਕਿਤਾਬਾਂ ਵਿੱਚ ਖਰੀਦ ਬੁੱਕ (purchase book) ਵਿਕਰੀ ਬੁੱਕ, ਖਰੀਦ ਰਿਟਰਨ ਬੁੱਕ, ਵਿਕਰੀ ਰਿਟਰਨ ਬੁੱਕ, ਕੈਸ਼ ਬੁੱਕ (cash book) ਆਦਿ ਦਾ ਪ੍ਰਬੰਧ ਹੋਣਾ ਚਾਹੀਦਾ ਹੈ।
- ਡਾਟੇ ਦਾ ਵਰਗੀਕਰਨ (**classification of data**): ਡਾਟੇ ਦਾ ਵਰਗੀਕਰਨ ਤੋਂ ਭਾਵ ਹੈ ਕਿ ਇਕ ਕਿਸਮ ਦਾ ਡਾਟਾ ਇਕ ਜਗ੍ਹਾਂ ਰੱਖਿਆ ਜਾਂਦਾ ਹੈ। ਉਹ ਉਸ ਕਿਤਾਬ ਵਿੱਚ ਕੀਤਾ ਜਾਦਾ ਹੈ ਜਿਸਨੂੰ ਲੈਜਰ (ledger) ਕਿਹਾ ਜਾਂਦਾ ਹੈ। ਉਦਾਹਰਨ ਦੇ ਤੌਰ ਤੇ ਸੈਲਰੀ (ਤਨਖਾਹ) ਕਿਰਾਇਆ, ਵਿਆਜ ਸੰਪਤੀ ਅਤੇ ਦੇਣਦਾਰੀਆਂ ਆਦਿ। ਇਹ ਖਾਤੇ ਖਾਤੇ ਵੱਖ ਵੱਖ ਹੈਡਾਂ ਅਧੀਨ ਲੈਜਰ ਵਿੱਚ ਖੋਲ੍ਹੇ ਜਾਂਦੇ ਹਨ। ਇਨਾਂ ਖਾਤਿਆਂ ਨਾਲ ਸੰਬੰਧਤ ਐਂਟਰੀਆਂ ਇਹਨਾਂ ਖਾਤਿਆਂ ਵਿੱਚ ਕੀਤੀਆਂ ਜਾਂਦੀਆਂ ਹਨ।
- ਸਾਰਾਂਸ਼ ਬਣਾਉਣਾ (**summaries making**): ਵਿੱਤੀ ਗਣਨਾ ਦਾ ਹੋਰ ਕਾਰਜ ਰਿਕਾਰਡਿੰਗ ਡਾਟੇ ਦਾ ਸਾਰਾਂਸ਼ ਬਣਾਉਦਾ ਹੈ। ਇਹ ਵਰਗੀਕ੍ਰਿਤ ਡਾਟਾ ਫਾਈਨਲ ਅਕਾਂਉਟ ਬਣਾਉਣ ਲਈ ਵਰਤਿਆ ਜਾਂਦਾ ਹੈ। ਉਦਾਹਰਨ ਦੇ ਤੌਰ ਤੇ ਲਾਭ ਅਤੇ ਹਾਨੀ ਖਾਤਾ ਅਤੇ ਬੈਲਸ ਸ਼ੀਟ । ਲਾਭ ਅਤੇ ਹਾਨੀ ਖਾਤਾ ਵੱਖ ਵੱਖ ਮਾਲੀ ਆਈਟਮਾਂ ਅਤੇ ਵਰਤਣ ਵਾਲੀਆਂ ਵਸਤਾਂ ਦਾ ਸਾਰਾਂਸ਼ ਹੈ ਅਤੇ ਬੈਲਸ ਸ਼ੀਟ ਭਿੰਨ ਭਿੰਨ ਸੰਪਤੀਆਂ ਅਤੇ ਦੇਣਦਾਰੀਆਂ ਦਾ ਸਾਰਾਸ਼ ਹੈ ।
- ਵਿੱਤੀ ਲੈਣ ਦੇਣ ਨਾਲ ਸੰਬੰਧ (**dealing with financial transactions**): ਉਹ ਲੈਣ ਦੇਣ ਜਿਨਾਂ ਨੂੰ

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

ਪੈਸੇ ਨਾਲ ਮਾਪਿਆਂ ਜਾਂਦਾ ਹੈ ਦੀ ਰਿਕਾਰਡਿੰਗ ਕੀਤੀ ਜਾਂਦੀ ਹੈ। ਜਿਹੜੀ ਚੀਜਾਂ ਪੈਸੇ ਨਾਲ ਸੰਬੰਧਿਤ ਨਹੀਂ ਹਨ ਉਹ ਵਿੱਤੀ ਗਣਨਾ ਦਾ ਹਿੱਸਾ ਨਹੀ ਬਣਦੀਆਂ।

- ਵਿੱਤੀ ਸੂਚਨਾ ਦੀ ਵਿਆਖਿਆ (**interpreting financial information**): ਲੇਖਾ ਸੂਚਨਾ ਦਾ ਆਧੁਨਿਕ ਕਰਨ ਨੂੰ ਇਸ ਤਰੀਕੇ ਨਾਲ ਸੋਧਿਆ ਜਾਂਦਾ ਹੈ ਕਿ ਇਸ ਦੀ ਵਿਆਖਿਆ ਵਰਤੋ ਕਰਨ ਵਾਲੇ ਦੁਆਰਾ ਨਤੀਜੇ ਕੱਢਣ ਲਈ ਕੀਤੀ ਜਾਂਦੀ ਹੈ। ਵਰਤੋ ਕਰਨ ਵਾਲੇ ਜਿਵੇਂ ਕਿ ਕਰਡਿਟਰ, ਨਿਵੇਸ਼ਕ, ਬੈਂਕਰ, ਸ਼ੇਅਰਹੋਲਡਰ, ਲਾਭ ਅਤੇ ਵਪਾਰ ਦੀ ਵਿੱਤੀ ਸਥਿਤੀ ਸਬੰਧੀ ਵਿਚਾਰ ਬਣਾਉਣ ਦੇ ਯੋਗ ਹੋ ਜਾਂਦੇ ਹਨ ।
- ਨਤੀਜਿਆਂ ਦਾ ਸੰਚਾਰ (**communicating results**): ਵਿੱਤੀ ਗਣਨਾ ਕੇਵਲ ਡਾਟਾ ਰਿਕਾਰਡਿੰਗ ਨਾਲ ਹੀ ਸਬੰਧਿਤ ਨਹੀ ਹੈ ਪ੍ਰੰਤੂ ਨਤੀਜਿਆਂ ਦਾ ਸੰਚਾਰ ਦੇ ਸੰਚਾਰ ਨਾਲ ਵੀ ਸੰਬੰਧ ਰੱਖਦੀ ਹੈ। ਸੰਸਥਾ ਦੀ ਵਿੱਤੀ ਅਤੇ ਲਾਭਦਾਇਕ ਸਥਿਤੀ ਦਾ ਲਾਭ ਅਤੇ ਹਾਨੀ ਲੇਖਾ ਅਤੇ ਬੈਂਲਸ ਸ਼ੀਟ ਦੁਆਰਾ ਸੰਚਾਰ ਦੇ ਹੋਣ ਤੋ ਹੀ ਪਤਾ ਲਗਦਾ ਹੈ। ਇਹ ਸੂਚਨਾ ਨਿਯਮਿਤ ਅੰਤਰਾਲਾਂ ਤੇ ਪ੍ਰਦਾਨ ਕੀਤੀ ਜਾਂਦੀ ਹੈ ।
- ਭਰੋਸੇਯੋਗ ਸੂਚਨਾ (**reliable information**): ਵਿੱਤੀ ਲੇਖੇ ਦਾ ਇਕ ਹੋਰ ਮੁੱਖ ਕਾਰਜ ਸੂਚਨਾ ਨੂੰ ਜਿਆਦਾ ਭਰੋਸੇਯੋਗ ਅਤੇ ਲਾਭਦਾਇਕ ਬਣਾਉਣਾ ਹੈ । ਇਸਨੂੰ ਲੇਖਾ ਤਿਆਰ ਕਰਨ ਲਈ ਅੰਤਰਰਾਸ਼ਟਰੀ ਸਵੀਕਾਰਤ ਗਣਨਾ ਪੱਧਰ ਅਪਣਾ ਕੇ ਕੀਤਾ ਜਾ ਸਕਦਾ ਹੈ ।

ਲੇਖਾਕਾਰ ਦੇ ਕੰਮ (**function of an accountant**) ਲੇਖਾਕਾਰ ਦੀ ਨੌਕਰੀ ਵਿੱਚ ਹੇਠਾ ਦਿੱਤੀ ਕਿਸਮ ਦੇ ਲੇਖਾ-ਜੋਖਾ ਕਰਨ ਦੇ ਕੰਮ ਸ਼ਾਮਿਲ ਹਨ ।

ਕੰਮ ਦਾ ਨਮੂਨਾ ਤਿਆਰ ਕਰਨਾ (**designing the work**):ਇਸ ਵਿੱਚ ਲੇਖਾ ਪ੍ਰਣਾਲੀ ਦਾ ਨਮੂਨਾ ਤਿਆਰ ਕਰਨਾ, ਸ਼ਨਾਖਤ ਦਾ ਅਧਾਰ ਅਤੇ ਵਿੱਤੀ ਲੈਣ ਦੇਣ ਦਾ ਵਰਗੀਕਰਨ ਕਰਨਾ, ਗਤੀਵਿਧੀਆਂ ਤਰੀਕਿਆਂ ਅਤੇ ਪ੍ਰਕਿਰਿਆਵਾਂ ਦਾ ਬਣਾਉਣਾ ਸ਼ਾਮਿਲ ਹੈ ।

ਕੰਮ ਦਾ ਰਿਕਾਰਡਿੰਗ(**recording work**): ਵਿਤੀ ਅਦਾਨ ਪਰਦਾਨ ਦੀ ਸ਼ਨਾਖਤ , ਵਰਗੀਕਰਨ ਅਤੇ ਲੇਖੇ ਦੀ ਵੱਖ-ਵੱਖ ਕਿਤਾਬਾਂ ਵਿੱਚ ਰਿਕਾਰਡ ਕਰਨ ਨੂੰ ਬੁਕ ਕੀਪਿੰਗ ਦੇ ਨਾਂ ਨਾਲ ਜਾਣਿਆ ਜਾਂਦਾ ਹੈ।

ਕੰਮ ਨੂੰ ਸੰਖੇਪਿਤ ਕਰਨਾ (**Summarizing of work**) ਰਿਕਾਰਡ ਕੀਤੇ ਅਦਾਨ ਪ੍ਰਦਾਨ ਨੂੰ ਵੱਖ ਵੱਖ ਸਟੇਟਮੈਂਟ ਵਿੱਚ ਸੰਖੇਪਿਤ ਕਰਨਾ ਉਦਾਹਰਣ ਵਜੋਂ ਲਾਭ ਅਤੇ ਹਾਨੀ ਦਾ ਅਕਾਉਟ ਬੈਂਲਸ ਸ਼ੀਟ, ਫੰਡਾ ਦਾ ਫਲੋ ਦੀ ਸਟੇਟਮੈਂਟ ਅਤੇ ਰਾਸ਼ੀ ਫਲੋ ਸਟੇਟਮੈਂਟ ਆਦਿ।

ਵਿਸ਼ਲੇਸ਼ਣ ਅਤੇ ਵਿਆਖਿਆ ਕਰਨ ਦਾ ਕੰਮ (**Analysis and interpretation marks**) **:-** ਵਿਤੀ ਸਟੇਟਮੈਂਟ ਦਾ ਵਿਸ਼ਲੇਸ਼ਣ ਸਾਧਨਾਂ ਦੀ ਵਰਤੋਂ ਕਰਕੇ ਵਿਸ਼ਲੇਸ਼ਣ ਕੀਤਾ ਜਾਂਦਾ ਹੈ। ਜਿਵੇਂ ਕਿ ਅਨੁਪਾਤ ਵਿਸ਼ਲੇਸ਼ਣ, ਬਰੇਕ ਈਵਨ ਵਿਸ਼ਲੇਸ਼ਣ, ਤੁਲਨਾਤਮਕ ਸਟੇਟਮੈਂਟ, ਆਮ ਆਕਾਰ ਦੀਆਂ ਸਟੇਟਮੈਂਟ ਆਦਿ।

ਰਿਪੋਰਟਿੰਗ ਦੇ ਕੰਮ (**Reporting works**) **:-** ਵਿਸ਼ਲੇਸ਼ਣ ਸਹਿਤ ਸਟੇਟਮੈਂਟ, ਭਿੰਨ ਭਿੰਨ ਵਰਤੋਂ ਕਰਤਾਵਾਂ ਨੂੰ ਸੰਚਾਰਿਤ ਕੀਤੀਆ ਜਾਂਦੀਆਂ ਹਨ ਜਿਵੇਂ ਕਿ ਕਰੈਡਿਟਰ ਸ਼ੇਅਰ ਹੋਲਡਰ, ਨਿਵੇਸ਼ਕ, ਸਰਕਾਰ ਆਦਿ।

ਬਜਟ ਤਿਆਰ ਕਰਨਾ (**Preparation of Budget**) **:-** ਲੇਖਾਕਾਰ ਦਾ ਇਕ ਹੋਰ ਮਹੱਤਵਪੂਰਨ ਕੰਮ ਵੱਖ ਵੱਖ ਬੱਜਟਾਂ ਨੂੰ ਤਿਆਰ ਕਰਨਾ ਹੈ, ਜਿਵੇਂ ਕਿ ਕੈਸ਼ ਬੱਜਟ, ਕੈਪੀਟਲ ਬਜਟ, ਖ੍ਰੀਦ ਬਜਟ, ਵਿਕਰੀ ਬਜਟ ਆਦਿ।

ਕਰ ਸਬੰਧੀ ਕੰਮ (**Taxation Works**) **:-** ਲੇਖਾਕਾਰ ਨੂੰ ਭਿੰਨ ਭਿੰਨ ਸਟੇਟਮੈਂਟ ਤਿਆਰ ਕਰਨੀਆਂ ਪੈਦੀਆਂ ਹਨ ਅਤੇ ਇਨਕਮ ਨਾਲ ਸਬੰਧਤ ਰਿਟਰਨਾ ਆਮਦਨ ਕਰ, ਵਿਕਰੀ ਕਰ, ਐਕਸਾਈਜ ਅਤੇ ਕਸਟਮ ਡਿਊਟੀਆਂ ਨਾਲ ਸਬੰਧਤ ਕੰਮ ਕਰਨੇ ਪੈਦੇ ਹਨ।

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

ਨਿਰੀਖਣ ਕਰਨਾ (**Auditing**) **:-** ਲੇਖਾਕਾਰ ਨੂੰ ਸਟੇਟਮੈਂਟ ਅਤੇ ਰਿਪੋਰਟਾਂ ਦਾ ਸਹੀ ਹੋਣਾ ਯਕੀਨੀ ਬਣਾਉਣ ਲਈ ਲੇਖਾ ਕਿਤਾਬਾਂ ਦੀ ਪੜਤਾਲ ਕਰਨੀ ਪੈਂਦੀ ਹੈ।

ਬੁਕ ਕੀਪਿੰਗ ਅਤੇ ਅਕਾਊਟਿੰਗ (**Book keeping and Accounting**) **:-** ਬੁਕ ਕੀਪਿੰਗ ਅਤੇ ਲੇਖਾ ਪ੍ਰਣਾਲੀ ਸ਼ਬਦਾਂ ਨੂੰ ਇਕ ਦੂਜੇ ਦੀ ਜਗ੍ਹਾਂ ਵਰਤਿਆ ਜਾਂਦਾ ਹੈ ਪ੍ਰੰਤੂ ਇਹ ਦੋਵੇ ਵੱਖੋ ਵੱਖਰੇ ਹਨ।

ਬੁਕ ਕੀਪਿੰਗ (**Book keeping**) **:-** ਬੁਕ ਕੀਪਿੰਗ (ਮਨੀਮੀ) ਵਿੱਚ ਇਕ ਸੰਸਥਾ ਦੀ ਮਿਤੀ ਕ੍ਰਮ ਅਨੁਸਾਰ ਵਿਤੀ, ਲੈਣ ਦੇਣ ਦੇ ਰਿਕਾਰਡ ਨੂੰ ਸਿਲਸਿਲੇਵਾਰ ਕਿਤਾਬਾਂ ਦੇ ਸੈੱਟ ਵਿੱਚ ਰੱਖਣ ਦੀ ਪ੍ਰਕ੍ਰਿਆ ਸ਼ਾਮਿਲ ਹੈ। ਮੁਨੀਮ ਦਾ ਮੁੱਖ ਕੰਮ ਸਹੀ ਐਂਟਰੀ ਦੀਆਂ ਕਿਤਾਬਾਂ ਦਾ ਰੱਖ-ਰਖਾਵ ਹੈ। ਜਿਵੇਂ ਕਿ ਰੋਜਨਾਮਚਾ (ਵਹੀਖਾਤਾ), ਲੈਜਰ ਆਦਿ।

ਲੇਖਾ (ਗਣਨਾ) (**Accounting**) **:-** ਦੂਸਰੇ ਪਾਸੇ ਗਣਨਾ ਸ਼ਬਦ ਜ਼ਿਆਦਾ ਵਿਸ਼ਾਲ ਹੈ ਜਿਸ ਵਿੱਚ ਰਿਕਾਰਡਿੰਗ, ਵਰਗੀਕਰਣ ਕਰਨਾ ਅਤੇ ਵਿਤੀ ਲੈਣ ਦੇਣ ਨੂੰ ਸੰਖੇਪਿਤ ਕਰਨਾ ਹੈ ਅਤ ਵਪਾਰ ਦੇ ਨਤੀਜਿਆਂ ਦੀ ਵਿਆਖਿਆ ਕਰਨਾ ਵੀ ਹੈ ਅਤੇ ਉਪਭੋਗਤਾ ਨੂੰ ਰਿਪੋਰਟ ਪੇਸ਼ ਕਰਨਾ ਹੈ।

ਦੋਹਰੀ ਐਂਟਰੀ (ਇੰਦਰਾਜ) ਬੁਕ ਕੀਪਿੰਗ ਪ੍ਰਣਾਲੀ (**Double Entry Book keeping System**) **:-** ਲੇਖੇ ਵਾਲੀਆ ਕਿਤਾਬਾਂ ਵਿੱਚ ਲੈਣ ਦੇਣ ਰਿਕਾਰਡਿੰਗ ਕਰਨ ਦਾ ਪ੍ਰਬੰਧ ਕਰਨ ਦੀ ਇਹ ਵਿਗਿਆਪਕ ਪ੍ਰਣਾਲੀ ਹੈ। ਦੋਹਰੀ ਇੰਦਰਾਜ ਮੁਨੀਮੀ ਪ੍ਰਣਾਲੀ ਅਧੀਨ ਲੈਣ ਦੇਣ (ਪ੍ਰਬੰਧ) ਦੇ ਦੋਹਾਂ ਪਹਿਲੂਆਂ ਨੂੰ ਰਿਕਾਰਡ ਕੀਤਾ ਜਾਂਦਾ ਹੈ। ਦੋਹਰੇ ਇੰਦਰਾਜ ਤੋਂ ਭਾਵ ਲੈਣ ਦੇਣ ਦੀ ਦੋਹਰੀ ਰਿਕਾਰਡਿੰਗ ਕਰਨਾ ਹੈ। ਇਕ ਲੈਣ ਦੇਣ ਦੋ ਲੇਖਿਆ ਨੂੰ ਵਿਰੋਧੀ ਦਿਸ਼ਾ ਵਿੱਚ ਪ੍ਰਭਾਵਿਤ ਕਰਦਾ ਹੈ। ਜੇਕਰ ਇਕ ਖਾਤੇ ਵਿੱਚੋਂ ਉਧਾਰ (ਖਰਚ) ਹੁੰਦਾ ਹੈ ਤਾਂ ਦੂਜੇ ਖਾਤੇ ਵਿੱਚ ਉਨੀ ਰਕਮ ਜਮ੍ਹਾਂ ਹੁੰਦੀ ਹੈ। ਇਸ ਲਈ ਹਰੇਕ ਡੈਬਿਟ ਦੇ ਸਮਰੂਪ ਇਕ ਕ੍ਰੈਡਿਟ ਵੀ ਹੁੰਦਾ ਹੈ।

- ਦੋ ਪਾਰਟੀਆਂ ਦਾ ਹੋਣਾ ਜ਼ਰੂਰੀ ਹੈ।
- ਲੈਣ ਦੇਣ ਵਿੱਚ ਲਾਭ ਪ੍ਰਾਪਤ ਕਰਨ ਦਾ ਪ੍ਰਭਾਵ ਹੋਣਾ ਚਾਹੀਦਾ ਹੈ ਅਤੇ ਇਹ ਜਿਹੜੇ ਲਾਭ ਦੇਣੇ ਹਨ ਉਨ੍ਹਾਂ ਨੂੰ ਪੈਸੇ ਦੇ ਰੂਪ ਵਿੱਚ ਗਿਣਿਆ (ਮਿਣਿਆ) ਜਾ ਸਕਦਾ ਹੋਵੇ।
- ਹਰੇਕ ਖਾਤੇ ਦੇ ਦੋ ਪਾਸੇ ਹੁੰਦੇ ਹਨ ਡੈਬਿਟ ਸਾਈਡ ਅਤੇ ਕ੍ਰੈਡਿਟ ਸਾਈਡ ਲਾਭ ਪ੍ਰਾਪਤੀ ਨੂੰ (Debit) ਵਾਲੇ ਪਾਸੇ ਰਿਕਾਰਡ ਕਰਨਾ ਹੈ ਅਤੇ ਲਾਭ ਦੇਣ ਨੂੰ Credit ਸਾਈਡ ਰਿਕਾਰਡ ਕਰਨਾ ਹੈ।
- ਲੈਣ ਦੇਣ ਦੇ ਦੋਹਾਂ ਪ੍ਰਭਾਵਾਂ ਨੂੰ ਇਕੋ ਸਮੇਂ ਰਿਕਾਰਡ ਕਰਨਾ ਹੈ।
- ਹਰੇਕ ਖਾਤੇ ਦਾ ਨਤੀਜਾ ਯਕੀਨੀ ਨਿਰਧਾਰਿਤ ਹੋਣਾ ਚਾਹੀਦਾ ਹੈ।

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

ਖਾਤਿਆਂ (ਲੇਖਿਆ) ਦਾ ਵਰਗੀਕਰਨ (**Classification of Accounts**) **:-** ਦੋਹਰੀ ਇੰਦਰਾਜ ਬੁਕ ਕੀਪਿੰਗ ਪ੍ਰਣਾਲੀ ਵਿੱਚ ਖਾਤਿਆਂ ਦਾ ਹੇਠ ਦਿੱਤੇ ਤਿੰਨ ਕਿਸਮ ਦੇ ਖਾਤਿਆਂ ਵਿੱਚ ਵਰਗੀਕਰਨ ਕੀਤਾ ਜਾਂਦਾ ਹੈ।

1. ਵਿਅਕਤੀਗਤ ਖਾਤੇ (**Personal Accounts**) **:-** ਇਹ ਖਾਤੇ ਵਿਅਕਤੀਗਤ, ਫਰਮਾਂ, ਕੰਪਨੀਆਂ, ਬੈਂਕ ਕੋਅਪਰੇਟਿਵ ਸੋਸਾਇਟੀਆਂ ਦੇ ਨਾਵਾਂ ਨਾਲ ਸਬੰਧਤ ਹੁੰਦੇ ਹਨ।
2. ਅਸਲੀ ਖਾਤੇ (**Real Accounts**) **:-** ਇਹ ਖਾਤੇ ਵਪਾਰਕ ਜਾਇਦਾਦ (ਸੰਪਤੀਆਂ) ਦੇ ਨਾਵਾਂ ਨਾਲ ਹੁੰਦੇ ਹਨ। ਜਿਵੇਂ ਕਿ ਪਲਾਂਟ ਅਤੇ ਮਸ਼ੀਨਰੀ, ਫਰਨੀਚਰ, ਭੂਮੀ ਅਤੇ ਬਿਲਡਿੰਗ, ਨਕਦੀ ਅਤੇ ਵਸਤੂਆਂ ਆਦਿ।
3. ਨੋਮੀਨਲ ਖਾਤੇ (**Nominal Accounts**) **:-** ਇਹ ਖਾਤੇ ਹਨ ਖਰਚੇ ਵਾਲੇ, ਆਮਦਨ ਵਾਲੇ ਲਾਭ ਅਤੇ ਹਾਨੀਆਂ ਵਾਲੇ ਖਾਤੇ।

(i) ਵਿਅਕਤੀਗਤ ਖਾਤਾ (**Personal Account**) **:-** ਡੈਬਿਟ ï ਲਾਭ ਪ੍ਰਾਪਤ ਕਰਨ ਖਾਤਾ
ਕ੍ਰੈਡਿਟ ï ਲਾਭ ਦੇਣ ਵਾਲਾ ਖਾਤਾ

(**ii**) ਅਸਲੀ ਖਾਤਾ (**Real Accounts**) **:-** ਡੈਬਿਟ ï ਜੋ ਅੰਦਰ ਆਉਂਦਾ ਹੈ।
ਕ੍ਰੈਡਿਟ ï ਜੋ ਬਾਹਰ ਜਾਂਦਾ ਹੈ।

(**iii**) ਨੋਮੀਨਲ (**Nominal Account**) **:-** ਡੈਬਿਟ ï ਖਰਚਿਆਂ ਅਤੇ ਹਾਨੀਆਂ ਨੂੰ ਡੈਬਿਟ ਕਰਨਾ
ਕ੍ਰੈਡਿਟ ï ਆਮਦਨ ਅਤੇ ਲਾਭ ਨੂੰ ਕ੍ਰੈਡਿਟ ਕਰਨਾ

ਨਿਯਮਾਂ ਨੂੰ ਲਾਗੂ ਕਰਨ ਲਈ ਪੜਾਅ (**Steps in Application of Rules**)

(i) ਪਤਾ ਕਰੋ ਕਿਹੜੇ ਦੋ ਪ੍ਰਭਾਵ/ ਲੈਣ ਦੇਣ, ਖਾਤੇ ਨੂੰ ਪ੍ਰਭਾਵਿਤ ਕਰਦੇ ਹਨ।

(ii) ਪਤਾ ਕਰੋ ਕਿ ਉਪਰੋਕਤ ਖਾਤਾ ਕਿਸ ਵਰਗ ਸ਼੍ਰੇਣੀ ਨਾਲ ਸਬੰਧਤ ਹੈ (ਵਿਅਕਤੀਗਤ, ਅਸਲੀ, ਨੋਮੀਨਲ)

(iii) ਸਬੰਧਤ ਨਿਯਮਾਂ ਨੂੰ ਲਾਗੂ ਕਰੋ ਅਤੇ ਫੈਸਲਾ ਕਰੋ ਕਿਹੜੇ ਖਾਤੇ ਨੂੰ ਡੈਬਿਟ ਕਰਨਾ ਹੈ ਅਤੇ ਕਿਹੜੇ ਖਾਤੇ ਨੂੰ ਕ੍ਰੈਡਿਟ ਕਰਨਾ ਹੈ।

ਲੇਖਾ ਪ੍ਰਣਾਲੀ ਦੀਆਂ ਕਿਸਮਾਂ (**Types of Accounting**) **:-**

ਲੇਖੇ ਦੀਆਂ ਮਹੱਤਵਪੂਰਨ ਸ਼ਾਖਾਵਾਂ ਹਨ (i) ਵਿਤੀ ਲੇਖਾ (ii) ਕੀਮਤ (ਖਰਚ) ਲੇਖਾ ਅਤੇ (iii) ਪ੍ਰਬੰਧਕੀ ਲੇਖਾ

(**i**) ਵਿਤੀ ਲੇਖਾ (**Financial Accounting**) **:-** ਵਿਤੀ ਲੇਖੇ ਦਾ ਉਦੇਸ਼ ਕਿਸੇ ਫਰਮ ਦੇ ਵਿਤੀ ਨਤੀਜੇ ਨੂੰ ਨਿਰਧਾਰਿਤ ਕਰਨਾ ਹੈ। ਭਾਵ ਕਿਸੇ ਖਾਸ ਸਮੇਂ ਵਿੱਚ ਪ੍ਰਕਿਰਿਆ ਦੌਰਾਨ ਹੋਣ ਵਾਲੇ ਲਾਭ ਜਾਂ ਹਾਨੀ ਇਸ ਦਾ ਉਦੇਸ਼ ਵਿਤੀ ਸਥਿਤੀ ਤੋਂ ਜਾਣੂ ਹੋਣਾ ਹੈ। ਉਦਾਹਰਣ ਵਜੋਂ ਸੰਪਤੀ ਅਤੇ ਦੇਣਦਾਰੀਆਂ ਦੀ ਸਥਿਤੀ ਨੂੰ ਕਿਸੇ ਵਿਸ਼ੇਸ਼ ਮਿਤੀ ਨੂੰ ਜਾਣਨ ਸਬੰਧੀ। ਇਹ ਪ੍ਰਬੰਧਕਾਂ ਨੂੰ ਨਿਰਣਾ ਲੈਣ ਦੇ ਉਦੇਸ਼ ਨਾਲ ਸਬੰਧਤ ਸੂਚਨਾ ਪ੍ਰਦਾਨ ਕਰਦਾ ਹੈ। ਇਹ ਵਪਾਰਕ ਉਪਰੇਸ਼ਨ ਵਿੱਚ ਯੋਜਨਾ ਅਤੇ ਕੰਟਰੋਲ ਕਰਨ ਲਈ ਮਦਦਗਾਰ ਹੈ।

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

(**ii**) ਕੀਮਤ ਲੇਖਾ (**Cost Accounting**) **:-** ਖਰਚ ਲੇਖੇ ਦਾ ਉਦੇਸ਼ ਖਰਚੇ ਦਾ ਵਿਸ਼ਲੇਸ਼ਣ ਕਰਨਾ ਹੈ ਤਾਂ ਕਿ ਕਿਸੇ ਫਰਮ ਦੁਆਰਾ ਉਤਪਾਦਨ ਕੀਤੇ ਗਏ ਭਿੰਨ ਭਿੰਨ ਵਸਤਾਂ ਦੇ ਖਰਚੇ ਨੂੰ ਨਿਰਧਾਰਿਤ (ਨਿਸ਼ਚਿਤ) ਕੀਤਾ ਜਾ ਸਕੇ ਅਤੇ ਕੀਮਤਾਂ ਨਿਰਧਾਰਿਤ ਕੀਤੀਆਂ ਜਾ ਸਕਣ। ਪ੍ਰਬੰਧਕ ਨੂੰ ਫੈਸਲਾ ਲੈਣ ਦੇ ਉਦੇਸ਼ ਨਾਲ ਜ਼ਰੂਰੀ ਖਰਚ ਸੂਚਨਾ ਪ੍ਰਦਾਨ ਕਰਕੇ ਖਰਚ ਕੰਟਰੋਲ ਵਿੱਚ ਮਦਦ ਕਰਦੀ ਹੈ।

(**iii**) ਪ੍ਰਬੰਧਕੀ ਲੇਖਾ (**Management Accounting**) **:-** ਪ੍ਰਬੰਧਕੀ ਲੇਖੇ ਦਾ ਉਦੇਸ਼ ਪ੍ਰਬੰਧਕਾਂ ਨੂੰ ਤਰਕਸੰਗਤ (ਬੁੱਧੀ ਸੰਗਤ) ਫੈਸਲੇ ਲੈਣ ਵਿੱਚ ਮਦਦ ਕਰਨਾ ਹੈ। ਉਦਾਹਰਣ ਵਜੋਂ ਕੀਮਤ ਸਬੰਧੀ ਫੈਸਲੇ ਜਾਂ ਖ੍ਰੀਦ ਸਬੰਧ ਫੈਸਲੇ, ਪੂੰਜੀ ਖਰਚੇ ਸਬੰਧੀ ਫੈਸਲੇ ਆਦਿ। ਲੇਖੇ ਦੀ ਇਸ ਸ਼ਾਖਾ ਦਾ ਮੁੱਢਲਾ ਉਦੇਸ਼ ਪ੍ਰਬੰਧਕਾਂ ਨੂੰ ਫੰਡਾਂ, ਖਰਚਿਆਂ ਅਤੇ ਫਾਇਦਿਆਂ ਸਬੰਧੀ ਜ਼ਰੂਰੀ ਸੂਚਨਾ ਪ੍ਰਦਾਨ ਕਰਨਾ ਹੈ।

ਲੇਖੇ ਦੀਆਂ ਪ੍ਰਣਾਲੀਆਂ (**System of Accounting**) **:-** ਲੇਖੇ ਦੀਆਂ ਹੇਠਾਂ ਦਿੱਤੀ ਗਈਆਂ ਤਿੰਨ ਪ੍ਰਮੁੱਖ ਪ੍ਰਣਾਲੀਆਂ ਹਨ।

1. ਲੇਖੇ ਦੀ ਕੈਸ਼ (ਨਕਦੀ) ਪ੍ਰਣਾਲੀ (**Cash system of Accounting**) **:-** ਇਸ ਪ੍ਰਣਾਲੀ ਵਿੱਚ ਜਦੋਂ ਕੈਸ਼ (ਨਕਦੀ) ਪ੍ਰਾਪਤ ਹੋਵੇ ਜਾਂ ਭੁਗਤਾਨ ਕੀਤਾ ਜਾਵੇ ਤਾਂ ਕੇਵਲ ਉਸ ਸਮੇਂ ਹੀ ਇੰਦਰਾਜ ਕੀਤਾ ਜਾਂਦਾ ਹੈ। ਉਦੋਂ ਤਕ ਕੋਈ ਇੰਦਰਾਜ ਨਹੀਂ ਕੀਤਾ ਜਾਂਦਾ ਜਦੋਂ ਤਕ ਅਦਾਇਗੀ ਜਾਂ ਪ੍ਰਾਪਤੀ ਦਾ ਬਕਾਇਆ ਰਹਿੰਦਾ ਹੋਵੇ ਭਾਵ (ਰਕਮ) ਦੇਣ ਯੋਗ ਜਾਂ ਲੈਣ ਯੋਗ ਹੋਵੇ। ਸਰਕਾਰੀ ਲੇਖਾ ਪ੍ਰਣਾਲੀ ਇਸ ਪ੍ਰਣਾਲੀ ਤੇ ਅਧਾਰਿਤ ਹੈ। ਆਮ ਤੌਰ ਤੇ ਬਿਨ੍ਹਾਂ ਲਾਭ ਕਮਾਉਣ ਵਾਲੀਆਂ ਸੰਸਥਾਵਾਂ ਵਿਸ਼ੇਸ਼ ਕਰਕੇ ਕਿਤਾ ਮੁੱਖੀ ਇਸ ਪ੍ਰਣਾਲੀ ਦੇ ਅਧਾਰ ਤੇ ਹੀ ਪ੍ਰਾਪਤੀਆਂ ਅਤੇ ਅਦਾਇਗੀਆਂ ਕਰਦੇ ਹਨ।

2. ਲੇਖੇ ਦੀ ਵਪਾਰਕ ਪ੍ਰਣਾਲੀ (**Marcantile system of Accounting**) **:-** ਇਹ ਲੇਖੇ ਦੀ ਐਕਰੁਅਲ (accrual) ਪ੍ਰਣਾਲੀ ਦੇ ਨਾਂ ਨਾਲ ਵੀ ਜਾਣੀ ਜਾਂਦੀ ਹੈ। ਇਸ ਪ੍ਰਣਾਲੀ ਅਧੀਨ ਇੰਦਰਾਜ ਉਸ ਸਮੇਂ ਕੀਤਾ ਜਾਂਦਾ ਹੈ ਜਦੋਂ ਰਕਮ ਅਦਾਇਗੀ ਦੇਣ ਜਾਂ ਪ੍ਰਾਪਤ ਕਰਨ ਲਈ ਬਕਾਇਆ ਬਣ ਗਈ ਹੋਵੇ।

ਇਹ ਪ੍ਰਣਾਲੀ ਲੈਣ ਦੇਣ ਦੀ ਪ੍ਰਕ੍ਰਿਆ ਦੇ ਵਿਤੀ ਪ੍ਰਭਾਵ ਨੂੰ ਰਿਕਾਰਡ ਕਰਨ, ਫਰਮ ਦੀਆਂ ਗਤੀਵਿਧੀਆਂ ਅਤੇ ਹਾਲਾਤਾਂ ਨੂੰ ਉਸ ਸਮੇਂ ਰਿਕਾਰਡ ਕਰਨ ਦੀ ਕੋਸ਼ਿਸ਼ ਕਰਦੀ ਹੈ ਜਿਸ ਸਮੇਂ ਇਹ ਵਾਪਰੇ ਹੋਣ। ਜਿਸ ਇਸ ਪ੍ਰਣਾਲੀ ਦਾ ਉਦੇਸ਼ ਦੇ ਮਾਲੀਏ ਨੂੰ (ਖਰਚ) ਨਾਲ ਜੋੜਨਾ ਹੈ ਤਾਂ ਕਿ ਰਿਪੋਰਟ ਕੀਤੀ ਗਈ ਨੈਟ ਆਮਦਨੀ ਇਕ ਸਮੇਂ ਦੌਰਾਨ ਫਰਮ ਦੀ ਕਾਰਗੁਜਾਰੀ ਨੂੰ ਮਾਪ ਸਕੇ। ਨਾ ਕਿ ਉਹ ਕੇਵਲ ਨਕਦੀ ਪ੍ਰਾਪਤੀ ਅਤੇ ਭੁਗਤਾਨ ਦੀ ਲਿਸਟ ਪੇਸ਼ ਕਰੇ।

3.ਸਥਿਰ ਪ੍ਰਣਾਲੀ (**Fixed system**) **:-** ਇਹ ਪ੍ਰਣਾਲੀ ਨਕਦੀ ਪ੍ਰਣਾਲੀ ਅਤੇ ਵਪਾਰਕ ਪ੍ਰਣਾਲੀ ਦਾ ਮਿਸ਼ਰਣ ਹੈ। ਇਸ ਪ੍ਰਣਾਲੀ ਅਧੀਨ ਆਮਦਨ ਨੂੰ ਨਕਦੀ ਦੇ ਅਧਾਰ ਤੇ ਰਿਕਾਰਡ ਕੀਤਾ ਜਾਂਦਾ ਹੈ ਅਤੇ ਖਰਚੇ ਐਕਰੁਅਨ ਦੇ ਅਧਾਰ ਤੇ ਰਿਕਾਰਡ ਕੀਤੇ ਜਾਂਦੇ ਹਨ। ਵਾਸਤਵਿਕ (ਸ਼ੁੱਧ) ਆਮਦਨ ਖਰਚਿਆ ਨੂੰ Accrual ਪ੍ਰਣਾਲੀ ਦੇ ਅਧਾਰ ਤੇ ਅਤੇ ਆਮਦਨ ਨੂੰ ਕੈਸ਼ ਪ੍ਰਣਾਲੀ ਦੇ ਅਧਾਰ ਤੇ ਮਿਲਾਣ ਕਰਕੇ ਨਿਸ਼ਚਿਤ ਕੀਤੀ ਜਾਂਦੀ ਹੈ।

ਲੇਖਾ ਸੂਚਨਾ ਦੀ ਵਰਤੋਂ ਕਰਨ ਵਾਲੇ (**Users of Accounting information**)

ਭਿੰਨ ਭਿੰਨ ਵਰਤੋਂ ਕਰਤਾਵਾਂ ਨੂੰ ਭਿੰਨ ਭਿੰਨ ਉਦੇਸ਼ਾਂ ਲਈ ਭਿੰਨ ਭਿੰਨ ਕਿਸਮਾਂ ਦੀ ਸੂਚਨਾ ਦੀ ਲੋੜ ਹੁੰਦੀ ਹੈ। ਲੇਖਾ ਸੂਚਨਾ ਵਰਤੋਂ ਕਰਤਾਵਾਂ ਨੂੰ ਦੋ ਕਿਸਮਾਂ ਵਿੱਚ ਵੰਡਿਆ ਜਾ ਸਕਦਾ ਹੈ। (i) ਅੰਦਰੂਨੀ ਵਰਤੋਂ ਕਰਤਾ ਅਤੇ (ii) ਬਾਹਰੀ ਵਰਤੋਂ ਕਰਤਾ

ਅੰਦਰੂਨੀ ਵਰਤੋਂ ਕਰਤਾ (**Internal users**)**:-**

(i) ਪ੍ਰਬੰਧਕ (**Managers**) ਇਹ ਉਹ ਵਿਅਕਤੀ ਹੁੰਦੇ ਹਨ ਜੋ ਵੱਖ ਵੱਖ ਪੱਧਰਾਂ ਤੇ ਵਪਾਰ ਨੂੰ ਸੰਭਾਲਦੇ ਹਨ। ਉਦਾਹਰਣ ਵਜੋਂ ਉਪਰਲਾ ਪੱਧਰ, ਮੱਧਮ ਪੱਧਰ ਅਤੇ ਹੇਠਲਾ ਪੱਧਰ। ਉਨ੍ਹਾਂ ਦੀਆਂ ਸੂਚਨਾ ਸਬੰਧੀ ਲੋੜਾਂ

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

ਵੱਖ ਵੱਖ ਹੁੰਦੀਆਂ ਹਨ ਕਿਉਂਕਿ ਉਹ ਅਲੱਗ ਅਲੱਗ ਕਿਸਮ ਦੇ ਫੈਸਲੇ ਲੈਂਦੇ ਹਨ।

(**ii**) ਕਰਮਚਾਰੀ (**Employees**) **:-** ਕਰਮਚਾਰੀ ਉਚੀਆਂ ਦਰਾਂ ਤੇ ਤਨਖਾਹ ਅਤੇ ਹੋਰ ਸਹੂਲਤਾਂ ਦੀ ਮੰਗ ਕਰਨ ਲਈ ਕੰਪਨੀ ਦੀ ਵਿਤੀ ਸਥਿਤੀ ਨੂੰ ਜਾਣਨ ਵਿੱਚ ਦਿਲਚਸਪੀ ਲੈਂਦੇ ਹਨ।

ਅੰਦਰੂਨੀ ਵਰਤੋਂ ਕਾਰ (**Internal Users**)

(i) ਪ੍ਰਬੰਧਕ
(ii) ਅਧਿਕਾਰੀ ਅਤੇ ਡਾਇਰੈਕਟਰ
(iii) ਅੰਦਰੂਨੀ ਨਿਰੀਖਣ

(i) ਵਿਕਰੀ ਸਟਾਫ
(ii) ਬਜਟ ਅਫਸਰ ਕੰਟਰੋਲ
(iii) ਕੰਟਰੋਲਰ

2. ਬਾਹਰੀ ਵਰਤੋਂ ਕਰਤਾ (**External Users**)

(**i**) ਨਿਵੇਸ਼ਕ (**Investors**) **:-** ਜੋ ਕੰਪਨੀ ਦੇ ਸ਼ੇਅਰ ਖ੍ਰੀਦਣ ਵਿੱਚ ਦਿਲਚਸਪੀ ਰੱਖਦੇ ਹਨ। ਉਹ ਆਪਣੇ ਪਹਿਲਾਂ ਕੀਤੇ ਨਿਵੇਸ਼ ਦੀ ਸੁਰੱਖਿਆ ਲਈ ਕੰਪਨੀ ਦੀ ਵਿਤੀ ਸਥਿਤੀ ਬਾਰੇ ਜਾਣਨਾ ਚਾਹੁੰਦੇ ਹਨ। ਉਨ੍ਹਾਂ ਦੇ ਪ੍ਰਸਤਾਵਿਤ ਨਿਵੇਸ਼ ਕਿੰਨੇ ਸਰੁੱਖਿਅਤ ਹਨ।

(**ii**) ਉਧਾਰ ਦੇਣ ਵਾਲੇ (**Creditors**) **:-** ਉਧਾਰ ਦੇਣ ਵਾਲੇ ਇਹ ਜਾਣਨ ਵਿੱਚ ਦਿਲਚਸਪੀ ਰੱਖਦੇ ਹਨ ਕਿ ਉਨ੍ਹਾਂ ਦਾ ਕਰਜਾ, ਮੂਲ ਰਕਮ, ਵਿਆਜ ਸਮੇਂ ਤੇ ਵਾਪਸ ਦਿੱਤਾ ਜਾਵੇਗਾ। ਪੂਰਤੀ ਕਰਤਾ ਅਤੇ ਉਧਾਰ ਦੇਣ ਫਰਮ ਦੀ ਸਮੇਂ ਤੇ ਉਧਾਰ ਢੁਕਾਉਣ ਦੀ ਯੋਗਤਾ ਨੂੰ ਜਾਨਣ ਵਿੱਚ ਰੁਚੀ ਲੈਂਦੇ ਹਨ।

(**iii**) ਸਰਕਾਰ (**Government**) **:-** ਸਾਰੇ ਸੰਸਾਰ ਦੀਆਂ ਸਰਕਾਰਾਂ ਆਪਣੀ ਰਾਸ਼ਟਰੀ ਆਮਦਨ ਲੇਖੇ ਤਿਆਰ ਕਰਨ ਲਈ ਵਿਤੀ ਸਟੇਟਮੈਂਟਾਂ ਬਣਾਉਦੀਆਂ ਹਨ। ਵਿੱਤੀ ਸਟੇਟਮੈਂਟਾਂ ਟੈਕਸ ਅਧਿਕਾਰੀਆਂ ਨੂੰ ਵੀ ਟੈਕਸ ਗਣਨਾ (Calculate) ਕਰਨ ਵਿੱਚ ਲਾਭਦਾਇਕ ਹਨ।

(**iv**) ਆਮ ਜਨਤਾ (**Public**) **:-** ਆਮ ਜਨਤਾ ਵੀ ਫਾਰਮ ਦੇ ਕਾਰਜ ਬਾਰੇ ਦਿਲਚਸਪੀ ਰੱਖਦੀ ਹੈ ਕਿਉਂਕਿ ਇਹ ਕਈ ਤਰੀਕਿਆਂ ਨਾਲ ਲੋਕਲ ਆਰਥਿਕਤਾ ਵਿੱਚ ਮਹੱਤਵਪੂਰਨ ਯੋਗਦਾਨ ਪਾਉਂਦੀ ਹੈ।

(**v**) ਖੋਜ ਕਰਤਾ (**Researchers**) **:-** ਵਿਤੀ ਸਟੇਟਮੈਂਟਾ ਵੱਖ ਵੱਖ ਪਹਿਲੂ ਦੀ ਖੋਜ ਸਮੇਂ ਖੋਜਕਾਰੀਆਂ ਲਈ ਲਾਭਦਾਇਕ ਹੁੰਦੀਆਂ ਹਨ।

(**vi**) ਗੈਰ ਸਰਕਾਰੀ ਸਗੰਠਨ (**N.G.O**) **:-** ਗੈਰ ਸਰਕਾਰੀ ਸਗੰਠਨ ਦੀ ਵੱਖ ਵੱਖ ਪਹਿਲੂਆਂ ਵਿੱਚ ਦਿਲਚਸਪੀ ਲੈਂਦੇ ਹਨ ਜਿਵੇਂ ਕਿ ਸੰਯੁਕਤ ਸਮਾਜਿਕ ਜਿੰਮੇਵਾਰੀ।

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

ਲੇਖੇ ਦੇ ਸਿਧਾਂਤ (**Accounting Principles**)

ਲੇਖੇ ਦੇ ਸਿਧਾਂਤਾਂ ਨੂੰ ਵਿਸਤ੍ਰਿਤ ਰੂਪ ਵਿੱਚ ਦੋ ਕਿਸਮਾਂ ਵਿੱਚ ਵੰਡਿਆ ਗਿਆ ਹੈ।

1. ਲੇਖੇ ਦੀਆਂ ਧਾਰਨਾਵਾਂ (**Accounting Concepts**) :-
   (ੳ) ਵਪਾਰਕ ਹੋਂਦ ਦੀ ਧਾਰਨਾ (Business entity concept)
   (ਅ) ਪ੍ਰਚਲਿਤ ਧਾਰਨਾ (Going concern concept)
   (ੲ) ਕੀਮਤ ਧਾਰਨਾ (Cost concept)
   (ਸ) ਦੋਹਰੇ ਪਹਿਲੂ ਦੀ ਧਾਰਨਾ (Dual aspect concept)
   (ਹ) ਧਨ ਮਾਪਕ ਧਾਰਨਾ (Money measuring concept)
   (ਕ) ਲੇਖਾ ਅਵਧੀ ਧਾਰਨਾ (Accounting period concept)
   (ਖ) ਅਨੁਭਵ ਧਾਰਨਾ (Realization concept)
   (ਗ) ਖਰਚੇ ਅਤੇ ਮਾਲੀਏ ਦੀ ਸਮਾਨਤਾ ਧਾਰਨਾ (Matching of costs and revenues concept)
   (ਗ) ਇਤਿਹਾਸਿਕ ਰਿਕਾਰਡ ਧਾਰਨਾ (Historical record concept)
2. ਲੇਖੇ ਦੀਆਂ ਰਵਾਇਤਾਂ (**Accounting Conventions**)
   (ੳ) ਪ੍ਰਗਟੀਕਰਨ
   (ਅ) ਭੌਤਿਕਤਾ (Materiality)
   (ੲ) ਅਨੁਰੂਪਤਾ
   (ਸ) ਪੁਰਾਤਨਵਾਦ (Conseratism)

ਲੇਖੇ ਦੀਆਂ ਧਾਰਨਾਵਾਂ (**Accounting Concepts**) :-

ਹੇਠਾ ਦਿੱਤੀਆਂ ਧਾਰਨਾਵਾਂ ਨੂੰ ਆਮ ਤੌਰ ਤੇ ਰਿਕਾਰਡਿੰਗ ਪੱਧਰ ਤੇ ਦੇਖਿਆ ਜਾਂਦਾ ਹੈ।

1. ਵਪਾਰਕ ਹੋਂਦ ਧਾਰਨਾ (**Business Entity Concept**) **:-** ਵਪਾਰ ਦੀ ਇਸ ਧਾਰਨਾ ਦੇ ਅਨੁਸਾਰ ਵਪਾਰ ਮਾਲਕ ਤੋਂ ਵੱਖਰਾ ਹੁੰਦਾ ਹੈ। ਲੇਖਾ ਧਾਰਨਾ ਵਪਾਰ ਅਤੇ ਮਾਲਕ ਵਿੱਚ ਅੰਤਰ ਦਰਸਾਉਂਦੀ ਹੈ। ਵਪਾਰ ਕਾਨੂੰਨ ਦੁਆਰਾ ਸਥਾਪਿਤ ਕੀਤਾ ਜਾਂਦਾ ਹੈ ਅਤੇ ਸਯੁਕਤ ਹੋਂਦ ਬਣ ਜਾਂਦਾ ਹੈ ਅਤੇ ਬਰਾਬਰ ਦਾ ਯੋਗਦਾਨ ਪਾਉਣ ਵਾਲੇ ਵਿਅਕਤੀ ਹੁੰਦੇ ਹਨ। ਵਿਅਕਤੀਆਂ ਅਤੇ ਵਪਾਰ ਨਾਲ ਸਬੰਧਿਤ ਲੈਣ ਦੇਣ ਨੂੰ ਰਿਕਾਰਡ ਕੀਤਾ ਜਾਂਦਾ ਹੈ ਅਤੇ ਅਲੱਗ ਅਲੱਗ ਤਰ੍ਹਾਂ ਹੀ ਵਿਚਾਰਿਆ ਜਾਂਦਾ ਹੈ। ਜੇਕਰ ਮਾਲਕ ਵਪਾਰ ਵਿੱਚੋਂ ਵਸਤੂਆਂ ਦਾ ਕੋਈ ਕੈਸ਼ ਲੈਂਦਾ ਹੈ ਤਾਂ ਕਢਾਉਣ ਵਾਲਾ ਖਾਤਾ ਡੈਬਿਟ ਹੁੰਦਾ ਹੈ ਅਤੇ ਕੈਸ਼ ਜਾਂ ਵਸਤੂ ਦੇ ਖਾਤੇ ਕ੍ਰੈਡਿਟ ਕੀਤਾ ਜਾਂਦਾ ਹੈ।
2. ਪ੍ਰਚਲਿਤ ਫਰਮ ਧਾਰਨਾ (**Going Concern Concept**) **:-** ਲੇਖੇ ਦੇ ਇਸ ਸਿਧਾਂਤ ਦੀ ਇਹ ਧਾਰਨਾ ਹੈ ਕਿ ਵਪਾਰ ਹਮੇਸ਼ਾ ਚਲਦਾ ਰਹਿਣਾ ਹੈ। ਇਸ ਧਾਰਨਾਂ ਦੇ ਨਾਲ ਹੀ ਸਥਾਈ ਸੰਪਤੀ ਨੂੰ ਉਸ ਦੀ ਅਸਲੀ ਕੀਮਤ ਅਨੁਸਾਰ ਲੇਖੇ ਦੀ ਕਿਤਾਬ ਵਿੱਚ ਰਿਕਾਰਡ ਕੀਤਾ ਜਾਂਦਾ ਹੈ। ਇਸ ਵਿਚਾਰ ਨੂੰ ਮੱਦੇ ਨਜਰ ਰੱਖ ਕੇ ਪਹਿਲਾਂ ਅਦਾ ਕੀਤੇ ਖਰਚਿਆਂ ਨੂੰ ਸਮੇਂ ਦੌਰਾਨ ਵਿੱਚ ਨਹੀਂ ਜੋੜਿਆ ਜਾਂਦਾ। ਇਹ ਮੰਨਿਆਂ ਜਾਂਦਾ ਹੈ ਕਿ ਵਪਾਰ ਇਕ ਲਾਭ ਪ੍ਰਾਪਤ ਕਰਦਾ ਹੈ।

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

3. ਕੀਮਤ ਧਾਰਨਾ (**Cost Concept**) **:-** ਆਮ ਤੌਰ ਤੇ ਸਾਰਾ ਲੈਣ ਦੇਣ ਕਿਤਾਬਾਂ ਵਿੱਚ ਕੀਮਤ ਅਨੁਸਾਰ ਰਿਕਾਰਡ ਕੀਤਾ ਜਾਂਦਾ ਹੈ। ਫਿਰ ਵੀ ਹਰ ਸਾਲ ਦੇ ਅੰਤ ਵਿੱਚ ਲੇਖਾਕਾਰ ਸੰਪਤੀ ਦੀ ਘਸਾਈ ਨੂੰ ਧਿਆਨ ਵਿੱਚ ਰੱਖ ਕੇ ਘਟੀ ਹੋਈ ਕੀਮਤ ਦਰਸਾਉਂਦਾ ਹੈ। ਇਸ ਧਾਰਨਾ ਨੂੰ ਪਹਿਲ ਦਿੱਤੀ ਜਾਂਦੀ ਹੈ ਕਿਉਂਕਿ ਮਾਰਕੀਟ ਦੀ ਕੀਮਤ ਨਿਰਧਾਰਨ ਕਰਨ ਲਈ ਇਹ ਬਹੁਤ ਔਖੀ ਅਤੇ ਸਮਾਂ ਲੈਣ ਵਾਲੀ ਧਾਰਨਾ ਹੈ।
4. ਦੋਹਰੇ ਪਹਿਲੂ ਦੀ ਧਾਰਨਾ (**Dual Aspect Concept**) **:-** ਇਹ ਧਾਰਨਾ ਇਸ ਬਿੰਦੂ ਤੇ ਚਾਨਣਾ ਪਾਉਂਦੀ ਹੈ ਕਿ ਹਰੇਕ ਲੈਣ ਦੇਣ ਦਾ ਅਸਰ ਦੋਹਰਾਂ ਹੁੰਦਾ ਹੈ ਜਿਵੇਂ ਕਿ ਲਾਭ ਪ੍ਰਾਪਤ ਕਰਨਾ ਅਤੇ ਦੇਣਾ। ਲਾਭ ਪ੍ਰਾਪਤੀ ਵਾਲੇ ਪਹਿਲੂ ਨੂੰ ÓਡੈਬਿਟÔ ਅਤੇ ਲਾਭ ਦੇਣ ਵਾਲੇ ਨੂੰ Óਕ੍ਰੈਡਿਟÔ ਦਾ ਨਾਂ ਦਿੱਤਾ ਜਾਂਦਾ ਹੈ।
5. ਧੰਨ (ਪੈਸਾ) ਮਾਪ ਧਾਰਨਾ (**Money measuring Concept**) **:-** ਜਦੋਂ ਵਪਾਰਕ ਲੈਣ ਦੇਣ ਰਿਕਾਰਡ ਕੀਤਾ ਜਾਂਦਾ ਹੈ। ਅਸੀਂ ਇਸ ਨੂੰ ਕਿਲੋਗ੍ਰਾਮਾਂ, ਕੁਇੰਟਲਾਂ, ਮੀਟਰਾਂ ਅਤੇ ਲੀਟਰਾਂ ਵਿੱਚ ਰਿਕਾਰਡ ਨਹੀਂ ਕਰਦੇ। ਅਸੀਂ ਉਨ੍ਹਾਂ ਨੂੰ ਆਮ ਤੌਰ ਤੇ ਇਕ ਸਾਂਝੇ ਮਾਪਦੰਡ ਨਾਲ ਕਰਦੇ ਹਾਂ ਤਾਂ ਜੋ ਇਹ ਇਕਸਾਰ ਅਤੇ ਅਰਥਪੂਰਨ ਹੋਣ ਪੈਸਾ ਇਹ ਕਾਰਜ ਕਰਦਾ ਹੈ। ਸਾਰਾ ਧੰਨ ਜਾਂ ਧੰਨ (ਪੈਸਾ) ਯੋਗ ਲੈਣ ਦੇਣ ਵਪਾਰ ਦਾ ਇਕ ਮਹੱਤਵਪੂਰਨ ਹਿੱਸਾ ਬਣਦਾ ਹੈ। ਸਾਰੇ ਤਰ੍ਹਾਂ ਦਾ ਲੈਣ ਦੇਣ ਪੈਸੇ ਨਾਲ ਸਬੰਧਤ ਹੈ ਅਤੇ ਇਸ ਮੁਤਾਬਿਕ ਹੀ ਰਿਕਾਰਡ ਕੀਤੇ ਜਾਂਦੇ ਹਨ। ਇਸਨੂੰ ਇਕ ਸਾਂਝੀ ਮਾਪਕ ਇਕਾਈ ਦੇ ਰੂਪ ਵਿੱਚ ਅਪਣਾਇਆ ਜਾਂਦਾ ਹੈ। ਇਸ ਲਈ ਰਿਕਾਰਡਿਗ ਉਪਦੇਸ਼ ਦੀ ਸਟੈਂਡਰਡ ਕਰੰਸੀ ਨਾਲ ਕੀਤੀ ਜਾਂਦੀ ਹੈ ਜਿਥੇ ਵਪਾਰ ਸਥਾਪਿਤ ਹੁੰਦਾ ਹੈ।
6. ਲੇਖਾ ਅਵਧੀ ਧਾਰਨਾ (**Accounting period concept**) **:-** ਲੇਖਾ ਅਵਧੀ ਉਹ ਅਵਧੀ ਹੈ ਜਿਸ ਦੀ ਇਕ ਵਪਾਰਕ ਅਦਾਰਾ ਲਾਭ ਅਤੇ ਹਾਨੀ ਦਾ ਪਤਾ ਕਰਨ ਲਈ ਖਾਤੇ ਕਾਇਮ ਕਰਨ ਲਈ ਪੈਰਵੀ ਕਰਦਾ ਹੈ। ਆਮ ਤੌਰ ਤੇ ਇਕ ਸਾਲ ਲੇਖੇ ਦੀ ਅਵਧੀ ਹੋਵੇਗੀ ਜੋ ਇਕ ਅਪਰੈਲ ਤੋਂ 31 ਮਾਰਚ (ਵਿਤੀ ਸਾਲ) ਜਾਂ ਇਕ ਜਨਵਰੀ ਤੋਂ 31 ਦਸੰਬਰ ਤਕ (ਕਲੰਡਰ ਸਾਲ) ਹੁੰਦਾ ਹੈ। ਇਸ ਸਮੇਂ ਦੀ ਲਾਭ ਜਾਂ ਹਾਨੀ ਨੂੰ ਨਿਰਧਾਰਿਤ ਕੀਤਾ ਜਾਂਦਾ ਹੈ। ਜਦੋਂ ਲਾਭ ਨੂੰ ਮਾਪਿਆਂ ਜਾਂਦਾ ਹੈ ਤਾਂ ਉਸ ਸਮੇਂ ਦੇ ਹੀ ਆਮਦਨ ਅਤੇ ਖਰਚ ਨੂੰ ਵਿਚਾਰਿਆ ਜਾਂਦਾ ਹੈ।
7.ਅਨੁਭਵ ਧਾਰਨਾ **(Realization of concept) :-** ਇਹ ਧਾਰਨਾ ਮਾਲੀਏ ਦੀ ਪ੍ਰਾਪਤੀ ਨਾਲ ਸਬੰਧਿਤ ਹੈ। ਮਾਲੀਆਂ ਵਸਤਾਂ ਦੀ ਵਿਕਰੀ ਸੇਵਾਵਾਂ ਪ੍ਰਦਾਨ ਕਰਕੇ ਪ੍ਰਾਪਤ ਹੁੰਦਾ ਹੈ ਅਕਰੂਅਲ ਪ੍ਰਣਾਲੀ ਉਹ ਤਰੀਕਾ ਹੈ ਜਿਸ ਦੁਆਰਾ ਮਾਲੀਏ ਅਤੇ ਖਰਚ ਨੂੰ ਵਿਸ਼ੇਸ਼ ਸਮੇਂ ਵਿੱਚ ਜਿਵੇਂ ਕਿ ਮਹੀਨਾਂ ਛੇ ਮਹੀਨੇ ਜਾਂ ਸਾਲ ਵਿੱਚ ਪਤਾ ਲਗਾਇਆ ਜਾਂਦਾ ਹੈ। ਲੇਖੇ ਦੀ ਇਸ ਧਾਰਨਾ ਤੋਂ ਇਕ ਮੁੱਖ ਸਮੱਸਿਆ ਉਤਪੰਨ ਹੁੰਦੀ ਹੈ ਜਿਵੇਂ ਕਿ ਪੂੰਜੀ ਅਤੇ ਮਾਲੀਏ ਨੂੰ ਵੱਖ-ਵੱਖ ਕਰਨਾ। ਮਾਲਕ ਦੀ ਆਮਦਨ ਵਿੱਚ ਕੋਈ ਵਾਧਾ ਜੋ ਬਿਜਨਸ ਚੱਲਣ ਤੋਂ ਪ੍ਰਾਪਤ ਹੋਇਆ ਹੈ ਉਸਨੂੰ ਮਾਲੀਆ ਕਿਹਾ ਜਾਂਦਾ ਹੈ ਅਤੇ ਘਟਣ ਨੂੰ ਖਰਚ, ਘਾਟਾ ਕਿਹਾ ਜਾਂਦਾ ਹੈ। ਇਸ ਲਈ ਖਰਚੇ ਤੋਂ ਵੱਧ ਮਾਲੀਏ ਨੂੰ ਆਮਦਨ ਕਿਹਾ ਜਾਂਦਾ ਹੈ ਅਤੇ ਜੇਕਰ ਖਰਚੇ ਮਾਲੀਏ ਤੋਂ ਵੱਧ ਜਾਣ ਤਾਂ ਇਹ ਘਾਟਾ ਹੁੰਦਾ ਹੈ।
8. ਖਰਚੇ ਅਤੇ ਮਾਲੀਏ ਦੀ ਸਮਾਨਤਾ ਦੀ ਧਾਰਨਾ(**Matching of costs and revenue Concept**) **:-** ਇਸ ਸਿਧਾਂਤ ਦੇ ਮੁਤਾਬਿਕ ਇਕ ਲੇਖਾ ਅਵਧੀ ਵਿੱਚ ਜੋ ਖਰਚ ਉਤਪੰਨ ਹੁੰਦੇ ਹਨ ਉਹ ਉਸ ਸਮੇਂ ਦੇ ਮਾਲੀਏ ਨਾਲ ਮੇਲ ਖਾਣੇ ਚਾਹੀਦੇ ਹਨ। ਉਦਾਹਰਣ ਵਜੋਂ ਜੇਕਰ ਮਾਲੀਆ ਕਿਸੇ ਸਮੇਂ ਦੌਰਾਨ ਵੇਚੀਆਂ ਸਾਰੀਆਂ ਵਸਤਾਂ ਦਾ ਪ੍ਰਮਾਣਿਤ ਹੋਇਆ ਹੈ ਉਨ੍ਹਾਂ ਵਿਕਰੀ ਹੋਈਆਂ ਵਸਤਾਂ ਦਾ ਖਰਚਾ ਵੀ ਉਸ ਸਮੇਂ ਦਾ ਹੀ ਲੈਣਾ ਚਾਹੀਦਾ ਹੈ। ਹੋਰ ਸਾਰੇ ਖਰਚੇ ਜਿਵੇਂ ਕਿ ਅੱਗ ਰਾਹੀਂ ਦਾ ਨੁਕਸਾਨ, ਪੂੰਜੀ ਸੰਪਤੀ ਦੀ ਵਿਕਰੀ ਆਦਿ ਭਾਵੇਂ ਉਸ ਸਮੇਂ ਦੇ ਮਾਲੀਏ ਪੈਦਾਵਾਰ ਨਾਲ ਸਬੰਧਤ ਨਹੀਂ ਹੈ, ਉਸ ਸਮੇਂ ਦੀ ਨੈਟ ਆਦਮਨ ਬਣਾਉਣ ਤੋਂ ਪਹਿਲਾਂ ਮਾਲੀਏ ਵਿੱਚੋਂ ਘਟਾਉਣਾ ਚਾਹੀਦਾ ਹੈ। ਦੂਜੇ ਸ਼ਬਦਾਂ ਵਿੱਚ ਸਮੇਂ ਦੌਰਾਨ ਸਾਰੀ ਕਮਾਈ ਗਈ ਆਮਦਨ ਨੂੰ ਉਸ ਸਮੇਂ ਦੌਰਾਨ ਪੈਦਾ ਹੋਏ ਸਾਰੇ ਖਰਚਿਆ ਨਾਲ ਲਾਭ ਜਾਂ ਹਾਨੀ ਨੂੰ ਲੱਭਣ ਲਈ ਤੁਲਨਾ ਕਰਨੀ ਚਾਹੀਦੀ ਹੈ।
9. ਇਤਹਾਸਿਕ ਰਿਕਾਰਡ ਦੀ ਧਾਰਨਾ (**Historical Record Concept**) **:-** ਲੇਖਾਕਾਰ ਕੇਵਲ ਉਸ ਲੈਣ ਦੇਣ ਨੂੰ ਦਿਖਾਵੇਗਾ ਜੋ ਅਸਲ ਵਿੱਚ ਹੋਏ ਹਨ ਅਤੇ ਉਨ੍ਹਾਂ ਨੂੰ ਨਹੀਂ ਜੋ ਆਉਣ ਵਾਲੇ ਸਮੇਂ ਵਿੱਚ ਹੋਣੇ ਹਨ। ਇਸ

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

ਦਾ ਮਤਲਬ ਹੈ ਕਿ ਸਾਰੇ ਲੈਣ ਦੇਣ ਦਾ ਇਤਹਾਸਕ ਰਿਕਾਰਡ ਤਿਆਰ ਕਰਨਾ ਹੈ। ਇਸ ਲਈ ਇਸ ਧਾਰਨਾ ਨੂੰ ਇਤਹਾਸਿਕ ਰਿਕਾਰਡ ਧਾਰਨਾ ਕਿਹਾ ਜਾਂਦਾ ਹੈ।

ਲੇਖਾ ਪ੍ਰਣਾਲੀ ਦੇ ਲਾਭ ਅਤੇ ਸੀਮਾਵਾਂ (**Advertages and Limitations of Accounting**) **:-**

ਲੇਖੇ ਦੇ ਲਾਭ (**Advantages of Accounting**)

ਲੇਖੇ ਦਾ ਰੋਲ ਕੇਵਲ ਸਾਰੇ ਲੈਣ ਦੇਣ ਨੂੰ ਲੇਖੇ ਦੀਆਂ ਕਿਤਾਬਾਂ ਵਿੱਚ ਰਿਕਾਰਡ ਕਰਨ ਤੋਂ ਬਦਲ ਕੇ ਵਰਤਮਾਨ ਵਿੱਚ ਵਿਸ਼ਲੇਸ਼ਣ ਕਰਨਾ, ਪੇਸ਼ਕਸ਼ ਕਰਨਾ ਅਤੇ ਰਿਪੋਰਟਿੰਗ ਕਰਨਾ ਹੋ ਚੁੱਕਾ ਹੈ। ਅੱਜ ਕੱਲ ਇਸਨੂੰ ਸੂਚਨਾ ਪ੍ਰਣਾਲੀ ਦੇ ਤੋਰ ਤੇ ਸਵੀਕਾਰ ਕੀਤਾ ਜਾਂਦਾ ਹੈ, ਜਿਹੜਾ ਫੈਸਲਾ ਲੈਣ ਦੇ ਉਦੇਸ਼ ਨਾਲ ਬਹੁਤ ਜਿਆਦਾ ਲਾਭਦਾਇਕ ਹੈ।

ਲੇਖਾ ਪ੍ਰਣਾਲੀ ਦੇ ਹੇਠ ਲਿਖੇ ਲਾਭ ਹਨ

1. ਰਿਕਾਰਡ ਸੰਭਾਲਣਾ (**Maintain Records**) **:-** ਕਿਉਂਕਿ ਸਾਰੇ ਵਿਤੀ ਲੈਣ ਦੇਣ ਨੂੰ ਕਿਤਾਬਾਂ ਵਿੱਚ ਦਰਜ ਕੀਤਾ ਜਾਂਦਾ ਹੈ, ਯਾਦਦਾਸ਼ਤ ਤੇ ਨਿਰਭਰ ਰਹਿਣ ਦੀ ਲੋੜ ਨਹੀਂ ਹੈ। ਕੋਈ ਲੋੜੀਂਦੀ ਸੂਚਨਾ ਇਸ ਰਿਕਾਰਡ ਤੋਂ ਤੁਰੰਤ ਉਪਲੱਬਧ ਹੁੰਦੀ ਹੈ।
2. ਵਿੱਤੀ ਸਟੇਟਮੈਂਟਾਂ ਨੂੰ ਤਿਆਰ ਕਰਨਾ (**Preparation of financial statement**) **:-** ਵਿਤੀ ਸਟੇਟਮੈਂਟਾ ਜਿਵੇਂ ਕਿ ਲਾਭ ਅਤੇ ਹਾਨੀ ਲੇਖਾ ਅਤੇ ਬੈਲਸ ਸ਼ੀਟ ਇਸ ਸੂਚਨਾ ਦੀ ਸਹਾਇਤਾ ਨਾਲ ਅਸਾਨੀ ਨਾਲ ਤਿਆਰ ਕੀਤੀ ਜਾ ਸਕਦੀ ਹੈ ਜੋ ਰਿਕਾਰਡ ਵਿੱਚ ਉਪਲੱਬਧ ਹੈ। ਇਹ ਵਪਾਰੀ ਨੂੰ ਇਕ ਲੇਖਾ ਅਵੱਧੀ ਦੌਰਾਨ ਵਪਾਰ ਦੇ ਚੱਲਣ ਦਾ ਨੈਟ ਨਤੀਜਾ ਜਾਨਣ ਦੇ ਯੋਗ ਬਣਾਉਂਦੀ ਹੈ ਅਤੇ ਲੇਖਾ ਅਵੱਧੀ ਦੇ ਅੰਤ ਵਿੱਚ ਵਪਾਰ ਦੀ ਵਿਤੀ ਸਥਿਤੀ ਜਾਨਣ ਦੇ ਯੋਗ ਬਣਾਉਂਦੀ ਹੈ।
3. ਸੰਪਤੀ ਤੇ ਕੰਟਰੋਲ ਪ੍ਰਦਾਨ ਕਰਦੀ ਹੈ (**Provides Control over Assets**) **:-** ਲੇਖਾ ਹੱਥ ਵਿੱਚ ਨਕਦੀ, ਬੈਂਕ ਵਿੱਚ ਕੈਸ਼, ਵਸਤਾਂ ਦਾ ਸਟਾਕ, ਭਿੰਨ ਭਿੰਨ ਪਾਰਟੀਆਂ ਤੋਂ ਮਿਲਣ ਯੋਗ ਲੇਖਾ ਅਤੇ ਹੋਰ ਸੰਪਤੀ ਵਿੱਚ ਨਿਵੇਸ਼ ਕੀਤੀ ਰਕਮ ਸਬੰਧੀ ਸੂਚਨਾ ਪ੍ਰਦਾਨ ਕਰਦੀ ਹੈ। ਕਿਉਂਕਿ ਵਪਾਰੀ ਸੰਪਤੀ ਦੀ ਕੀਮਤ ਬਾਰੇ ਜਾਣਦਾ ਹੈ। ਇਸ ਲਈ ਉਸਦਾ ਇਨ੍ਹਾਂ ਤੇ ਨਿਯੰਤਰਣ ਰਹੇਗਾ।
4. ਲੋੜੀਂਦੀ ਸੂਚਨਾ ਪ੍ਰਦਾਨ ਕਰਨਾ (**Provides the required information**) **:-** ਦਿਲਚਸਪੀ ਰੱਖਣ ਵਾਲੀਆਂ ਪਾਰਟੀਆਂ ਜਿਵੇਂ ਕਿ ਮਾਲਕ, ਨਿਵੇਸ਼ਕ, ਉਧਾਰ ਦੇਣ ਵਾਲੇ ਆਦਿ ਛੋਟੇ ਅੰਤਰਾਲਾਂ ਤੇ ਜਰੂਰੀ ਸੂਚਨਾ ਪ੍ਰਾਪਤ ਕਰ ਸਕਦੇ ਹਨ।
5. ਤੁਲਨਾਤਮਕ ਅਧਿਐਨ (**Comparative study**) **:-** ਇਹ ਸੰਸਥਾ ਦੀ ਵਰਤਮਾਨ ਕਾਰਗੁਜਾਰੀ ਨੂੰ ਇਸ ਦੀ ਭੂਤਕਾਲ ਕਾਰਗੁਜਾਰੀ ਨਾਲ ਤੁਲਨਾ ਕਰਨ ਦੀ ਸਹੂਲਤ ਦਿੰਦੀ ਹੈ। ਇਹ ਪ੍ਰਬੰਧਕਾਂ ਨੂੰ ਲਾਭਦਾਇਕ ਸਿੱਟੇ ਪ੍ਰਾਪਤ ਕਰਨ ਲਈ ਹੈ ਅਤੇ ਠੀਕ ਫੈਸਲਾ ਲੈਣ ਲਈ ਵੀ ਯੋਗ ਬਣਾਉਂਦੀ ਹੈ।
6. ਧੋਖਾਧੜੀ ਅਤੇ ਚੋਰੀ ਦਾ ਘੱਟ ਮੌਕਾ (**Less scope of frand or theft**) **:-** ਧੋਖਾਧੜੀ ਅਤੇ ਚੋਰੀ ਆਦਿ ਨੂੰ ਛੁਪਾਉਣਾ ਔਖਾ ਹੈ। ਕਿਉਂਕਿ ਸਮਾਖੰਡ ਵਿੱਚ ਲੇਖਾ ਕਿਤਾਬਾਂ ਨੂੰ ਸਤੁੰਲਿਤ ਕਰਨਾ ਹੁੰਦਾ ਹੈ। ਕਿਉਂਕਿ ਕੰਮ ਨੂੰ ਬਹੁਤ ਸਾਰੇ ਲੋਕਾਂ ਵਿੱਚ ਵੰਡਿਆ ਹੁੰਦਾ ਹੈ। ਇਸ ਲਈ ਚੈਕ ਅਤੇ ਪ੍ਰਤੀ ਚੈਕ ਹੋਵੇਗਾ।
7. ਟੈਕਸ ਪਹਿਲੂ (**Tax Aspects**) **:-** ਉਚਿਤ ਢੰਗ ਨਾਲ ਰੱਖਿਆ ਬੁੱਕ ਕੀਪਿੰਗ ਰਿਕਾਰਡ ਟੈਕਸ ਅਧਿਕਾਰੀਆਂ ਨਾਲ ਟੈਕਸ ਦੇ ਮਾਮਲਿਆਂ ਨੂੰ ਨਜਿੱਠਣ ਵਿੱਚ ਮਦਦ ਕਰੇਗਾ।
8. ਬਿਜਨਸ ਦੀ ਕੀਮਤ ਨਿਰਧਾਰਣ ਕਰਨਾ (**Ascertaining value of business**) **:-** ਲੇਖੇ ਦਾ ਰਿਕਾਰਡ ਵਪਾਰ ਦੀ ਸਹੀ ਕੀਮਤ ਨਿਰਧਾਰਣ ਕਰਨ ਦੇ ਵਿੱਚ ਮਦਦ ਕਰਦਾ ਹੈ। ਇਹ ਵਪਾਰ ਦੀ ਵਿਕਰੀ ਅਤੇ ਖ਼੍ਰੀਦ ਗਤੀਵਿਧੀ ਵਿੱਚ ਮਦਦ ਕਰਦਾ ਹੈ।

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

9. ਦਸਤਾਵੇਜ਼ੀ ਸਬੂਤ (**Documentary Evidence**) **:-** ਲੇਖਾ ਰਿਕਾਰਡ ਕੋਰਟ ਵਿੱਚ ਵਪਾਰ ਦੇ ਕਲੇਮ ਨੂੰ ਠੋਸ ਬਣਾਉਣ ਲਈ ਸਬੂਤ ਵਜੋਂ ਵਰਤਿਆ ਜਾ ਸਕਦਾ ਹੈ। ਇਹ ਰਿਕਾਰਡ ਦਸਤਾਵੇਜ਼ੀ ਸਬੂਤਾਂ ਦਾ ਅਧਾਰ ਹਨ। ਹਰ ਇਕ ਇੰਦਰਾਜ ਸਹੀ ਵਾਊਚਰ ਨਾਲ ਸਬੰਧਤ ਹੁੰਦਾ ਹੈ। ਇਸ ਲਈ ਅਦਾਲਤ ਇਨ੍ਹਾਂ ਰਿਕਾਰਡਾਂ ਨੂੰ ਸਬੂਤ ਦੇ ਤੌਰ ਤੇ ਸਵੀਕਾਰ ਕਰਦੀ ਹੈ।
10. ਪ੍ਰਬੰਧਕਾਂ ਲਈ ਮਦਦਗਾਰ (**Helpful to management**) **:-** ਲੇਖਾ ਪ੍ਰਬੰਧਕਾਂ ਲਈ ਕਈ ਢੰਗ ਨਾਲ ਲਾਭਦਾਇਕ ਹੈ। ਇਹ ਪ੍ਰਬੰਧਕਾਂ ਨੂੰ ਇਨ੍ਹਾਂ ਦੀ ਕਾਰਗੁਜ਼ਾਰੀ ਦੀ ਪ੍ਰਾਪਤੀ ਨੂੰ ਨਿਰਧਾਰਿਤ ਕਰਨ ਦੇ ਯੋਗ ਬਣਾਉਂਦਾ ਹੈ। ਵਪਾਰ ਦੀ ਕਮਜ਼ੋਰੀ ਨੂੰ ਪਛਾਣਿਆ ਜਾ ਸਕਦਾ ਹੈ ਅਤੇ ਸਹੀ ਮਾਪਦੰਡ ਨੂੰ ਲੇਖੇ ਦੀ ਮਦਦ ਨਾਲ ਇਨ੍ਹਾਂ ਕਮਜ਼ੋਰੀਆਂ ਨੂੰ ਹਟਾਉਣ ਲਈ ਲਾਗੂ ਕੀਤਾ ਜਾ ਸਕਦਾ ਹੈ।

ਲੇਖੇ ਦੀਆਂ ਸੀਮਾਵਾਂ (ਊਣਤਾਈਆਂ) (**Limitation of Accounting**) **:-** ਲੇਖੇ ਦੀਆਂ ਹੇਠਾਂ ਦਿੱਤੀਆਂ ਊਣਤਾਈਆਂ ਹਨ

1. ਸਾਰੀਆਂ ਗਤੀਵਿਧੀਆਂ ਦਾ ਰਿਕਾਰਡ ਨਹੀਂ ਕਰਦੀ (**Does record all the event**) **:-** ਕੇਵਲ ਵਿਤੀ ਲੈਣ ਦੇਣ ਨੂੰ ਰਿਕਾਰਡ ਕਰਦੀ ਹੈ।
2. ਅਜੋਕੀ ਕੀਮਤ ਨਹੀਂ ਦਰਸਾਉਂਦੀ (**Does not reflect corrent value**) **:-** ਬੁਕ ਕੀਪਿੰਗ ਅਧੀਨ ਉਪਲੱਬਧ ਡਾਟਾ ਇਤਹਾਸਿਕ ਕਿਸਮ ਦਾ ਹੁੰਦਾ ਹੈ। ਇਸ ਲਈ ਉਹ ਵਰਤਮਾਨ ਕੀਮਤਾਂ ਨੂੰ ਨਹੀਂ ਦਰਸਾਉਂਦਾ।
3. ਅੰਦਾਜਾ ਵਿਅਕਤੀਗਤ ਨਿਰਣੇ ਤੇ ਅਧਾਰਿਤ ਹੈ (**Estimates based on personal judgement**) **:-** ਭਿੰਨ ਭਿੰਨ ਵਸਤਾਂ ਦੀ ਕੀਮਤ ਨਿਰਧਾਰਣ ਕਰਨ ਲਈ ਵਰਤੇ ਗਏ ਅੰਦਾਜੇ ਠੀਕ ਨਹੀਂ ਹੋ ਸਕਦੇ। ਉਦਾਹਰਣ ਵਜੋਂ ਉਧਾਰ ਲੈਣ ਵਾਲੇ ਦਾ ਇੱਕਤਰਿਤ ਤੌਰ ਤੇ ਅੰਦਾਜਾ ਲਗਾਇਆ ਜਾਂਦਾ ਹੈ। ਨਿਵੇਸ਼ਕ ਮੰਡੀਕਰਨ ਯੋਜਨਾ ਤੇ ਅਧਾਰਤ ਹੁੰਦੇ ਹਨ ਅਤੇ ਸਥਾਈ ਸੰਪਤੀ ਵਿਅਕਤੀਗਤ ਜਿੰਦਗੀ ਦੀ ਵਰਤੋਂ ਤੇ ਅਧਾਰਤ ਹੈ। ਇਹ ਸਾਰੇ ਅੰਦਾਜੇ ਵਿਅਕਤੀਗਤ ਨਿਰਣੇ ਤੇ ਅਧਾਰਤ ਹਨ ਅਤੇ ਇਸ ਲਈ ਕਦੇ ਕਦੇ ਠੀਕ ਨਹੀਂ ਹੋ ਸਕਦੇ।
4. ਖਰਚੇ ਅਤੇ ਲਾਭ ਸੰਬੰਧੀ ਅਣਉਚਿਤ ਸੂਚਨਾ (**Inadequate information on costs and profits**) **:-** ਬੁਕ ਕੀਪਿੰਗ ਕੇਵਲ ਸਮੁੱਚੇ ਵਪਾਰ ਦੇ ਲਾਭ ਬਾਰੇ ਸੂਚਨਾ ਦਿੰਦੀ ਹੈ। ਉਤਪਾਦਾਂ ਜਾਂ ਵੱਖ-ਵੱਖ ਪੱਧਰਾਂ ਦੀਆਂ ਭਿੰਨ ਭਿੰਨ ਕਿਰਿਆਵਾਂ ਦੇ ਖਰਚੇ ਜਾਂ ਲਾਭ ਬਾਰੇ ਕੋਈ ਸੂਚਨਾ ਪ੍ਰਦਾਨ ਨਹੀਂ ਕਰਦੀ।

ਅਭਿਆਸ : ਮੁਲੰਕਣ

1. ਕਿਸੇ ਪ੍ਰਚੂਨ ਸਟੋਰ ਤੇ ਜਾਓ ਅਤੇ ਅਨੁਸਰਨ ਕਰੋ ਕਿਹੜੀ ਕਿਸਮ ਦੀ ਲੇਖਾ ਪ੍ਰਣਾਲੀ ਦੇ ਕਿਹੜੇ ਸਿਧਾਂਤ ਪ੍ਰਚੂਨ ਵਪਾਰਕ ਲੇਖਾ ਤਿਆਰ ਕਰਨ ਲਈ ਵਰਤੇ ਗਏ ਹਨ।
2. ਕਿਸੇ ਪ੍ਰਚੂਨ ਮਾਲ ਤੇ ਜਾਓ ਅਤੇ ਪ੍ਰਚੂਨ ਮਾਰਕੀਟ ਇੱਕ ਲੇਖਾਕਾਰ ਦੇ ਕਾਰਜਾਂ ਵਿੱਚ ਸ਼ਾਮਿਲ ਹੋਵੋ।
3. ਪ੍ਰਚੂਨ ਸਟੋਰ ਤੇ ਜਾਓ ਅਤੇ ਅਨੁਸਰਨ ਕਰੋ ਹਰ ਬੁਕ ਕੀਪਿੰਗ ਅਤੇ ਲੇਖੇ ਵਿੱਚ ਕਿਹੜੇ-ਕਿਹੜੇ ਨਿਯਮਾਂ ਦਾ ਪਾਲਣ ਕੀਤਾ ਗਿਆ ਹੈ।
4. ਕਿਸੇ ਪ੍ਰਚੂਨ ਸੁਪਰ ਮਾਰਕੀਟ ਵਿੱਚ ਜਾਓ ਅਤੇ ਅਨੁਸਰਨ ਕਰੋ ਕਿ ਲੇਖਾ ਸੂਚਨਾ ਦੀ ਵਰਤੋਂ ਕਰਨ ਵਾਲੇ ਕੌਣ ਹਨ।
5. ਕਿਸੇ ਪ੍ਰਚੂਨ ਸਟੋਰ ਤੇ ਜਾਓ ਅਤੇ ਅਨੁਸਰਨ ਕਰੋ ਕਿ ਪ੍ਰਚੂਨ ਵਪਾਰ ਵਿੱਚ ਕਿਸ ਕਿਸਮ ਦੇ ਲੇਖਾ ਸਿਧਾਂਤ ਵਰਤੇ ਜਾਂਦੇ ਹਨ।

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

ਮੁਲਾਂਕਣ

(ੳ) ਛੋਟੇ ਉੱਤਰਾਂ ਵਾਲੇ ਪ੍ਰਸ਼ਨ

1. ਲੇਖਾ ਪ੍ਰਣਾਲੀ ਦੀ ਪ੍ਰੀਭਾਸ਼ਾ ਦਿਓ ?
2. ਲੇਖੇ ਦੀਆਂ ਮੁੱਖ ਤਿੰਨ ਪ੍ਰਣਾਲੀਆਂ ਕਿਹੜੀਆਂ ਹਨ ?
3. ਲੇਖੇ ਦੀਆਂ ਰਵਾਇਤਾਂ ਦੀ ਲਿਸਟ ਬਣਾਓ।
4. ਲੇਖੇ ਦੇ ਕੰਮਾਂ ਦੀ ਲਿਸਟ ਬਣਾਓ ?
5. ਲੇਖੇ ਦੇ ਗੁਣਾਂ (ਲਾਭ) ਬਾਰੇ ਦੱਸੋ ?
6. ਲੇਖੇ ਦੀਆਂ ਸੀਮਾਵਾਂ ਦੀ ਲਿਸਟ ਬਣਾਓ।
7. ਪ੍ਰਚਲਿੱਤ ਫਰਮ ਧਾਰਨਾ ਕੀ ਹੈ ?

(ਅ) ਬਹੁਵਿਕਲਪੀ ਪ੍ਰਸ਼ਨ :-

1. ਹੇਠ ਲਿਖਿਆਂ ਵਿੱਚੋਂ ਕਿਹੜੀਆਂ ਲੇਖਾ ਧਾਰਨਾ ਨਹੀਂ ਹੈ
   (i) ਪ੍ਰਚਲਿੱਤ ਫਰਮ ਧਾਰਨਾ
   (ii) ਧਨ ਮਾਪਕ ਧਾਰਨਾ
   (iii) ਅਨੁਰੂਪਤਾ ਧਾਰਨਾ
   (iv) ਲਾਭ ਧਾਰਨਾ
2. ਲੇਖਾ ਪ੍ਰਬੰਧਕਾਂ ਅਤੇ ਹੋਰ ਵਰਤੋਂ ਕਰਤਾਵਾਂ ਲਈ ਵੀ ਲਾਹੇਵੰਦ ਹੈ ਜਿਵੇਂ ਕਿ
   (i) ਮਾਲਕਾਂ ਅਤੇ ਨਿਵੇਸ਼ਕਾਂ
   (ii) ਕ੍ਰੈਡਿਟਰਜ਼
   (iii) ਸਰਕਾਰ ਅਤੇ ਹੋਰ
   (iv) ਉਪਰੋਕਤ ਸਾਰੇ
3. ਵਿਤੀ ਲੇਖੇ ਦਾ ਸਬੰਧ ___________ ਨਾਲ ਹੈ
   (i) ਡਾਟੇ ਦੀ ਰਿਕਾਰਡਿੰਗ
   (ii) ਨਤੀਜਿਆ ਨੂੰ ਸੰਚਾਰਿਤ ਨਹੀਂ ਕਰਨਾ
   (iii) ਸਰਕਾਰ ਪ੍ਰਤੀ ਜਿਮੇਵਾਰੀ ਨਹੀਂ
   (iv) ਉਪਰੋਕਤ ਵਿੱਚੋਂ ਸਾਰੇ
4. ਵਿਤੀ ਲੈਣ ਦੇਣ ਨੂੰ ਸਮਝਣਾ, ਵਰਗੀਕਰਨ ਕੀਤਾ ਅਤੇ ਰਿਕਾਰਡ ਕਰਨ ਦਾ ਕੰਮ ਕੀਤਾ ਜਾਂਦਾ ਹੈ।
   (i) ਲੇਖੇ ਦੀ ਸਹੀ ਕਿਤਾਬਾਂ ਵਿੱਚ
   (ii) ਲੇਖੇ ਦੀਆਂ ਅਣਉਚਿਤ ਕਿਤਾਬਾਂ ਵਿੱਚ
   (iii) ਲੇਖੇ ਦੀਆਂ ਘੱਟ ਉਚਿਤ ਕਿਤਾਬਾਂ
   (iv) ਉਪਰੋਕਤ ਵਿੱਚੋਂ ਕੋਈ ਨਹੀਂ
5. ਹੇਠ ਲਿਖਿਆ ਵਿੱਚੋਂ ਕਿਹੜਾ ਲੇਖੇ ਦਾ ਗੁਣ (ਲਾਭ) ਹੈ
   (i) ਸੂਚਨਾ ਪ੍ਰਦਾਨ ਕਰਨਾ
   (ii) ਡਾਟਾ ਪ੍ਰਦਾਨ ਕਰਨਾ
   (iii) ਵਿਤੀ ਸਟੇਟਮੈਂਟਾਂ ਜਾਰੀ ਕਰਨਾ
   (iv) ਉਪਰੋਕਤ ਸਾਰੇ

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

6. ਹੇਠ ਲਿਖਿਆ ਵਿੱਚੋਂ ਕਿਹੜਾ ਲੇਖੇ ਦਾ ਕੰਮ ਨਹੀਂ ਹੈ।
   (i) ਲੇਖੇ ਦਾ ਵਰਗੀਕਰਨ ਕਰਨਾ
   (ii) ਵਿਤੀ ਸਟੇਟਮੈਂਟਾ ਤਿਆਰ ਕਰਨਾ
   (iii) ਫੈਸਲੇ ਲੈਣਾ
   (iv) ਵਿੱਤੀ ਸਟੇਟਮੈਂਟਾ ਦਾ ਵਿਸ਼ਲੇਸ਼ਣ ਕਰਨਾ
7. ਲੇਖੇ ਦੀਆਂ ਮਹੱਤਵਪੂਰਨ ਸ਼ਾਖਾਵਾਂ ਹਨ
   (i) ਵਿੱਤੀ ਲੇਖਾ
   (ii) ਖਰਚ ਲੇਖਾ
   (iii) ਪ੍ਰਬੰਧਕੀ ਲੇਖਾ
   (iv) ਉਪਰੋਕਤ ਸਾਰੇ
8. ਲੇਖਾਕਾਰ ਦੁਆਰਾ ਲੇਖੇ ਦੀਆਂ ਕਿਤਾਬਾਂ, ਸਟੇਟਮੈਂਟਾ ਅਤੇ ਰਿਪੋਰਟਾਂ ਦੇ ਸਹੀ ਹੋਣਾ ਯਕੀਨੀ ਬਣਾਉਣ ਲਈ ਤਸਦੀਕ ਕਰਨ ਨੂੰ ਕਿਹਾ ਜਾਂਦਾ ਹੈ।
   (i) ਵਿੱਤੀ ਲੇਖਾ
   (ii) ਖਰਚ ਲੇਖਾ
   (iii) ਪ੍ਰਬੰਧਕੀ ਲੇਖਾ
   (iv) ਆਡਿਟ
9. óਦੋਹਰੇ ਇੰਦਰਾਜô ਤੋਂ ਭਾਵ ਨੂੰ ਰਿਕਾਰਡ ਕਰਨਾ ਹੈ
   (i) ਲੈਣ ਦੇਣ ਦਾ ਇਕਹਿਰਾ ਪਹਿਲੂ
   (ii) ਲੈਣ ਦੇਣ ਦਾ ਦੋਹਰਾ ਪਹਿਲੂ
   (iii) ਲੈਣ ਦੇਣ ਦਾ ਤੀਹਰਾ ਪਹਿਲੂ
   (iv) ਉਪਰੋਕਤ ਵਿੱਚੋਂ ਕੋਈ ਨਹੀਂ
10. ਦੋਹਰੇ ਇੰਦਰਾਜ ਬੁਕ-ਕੀਪਿੰਗ ਪ੍ਰਣਾਲੀ ਵਿੱਚ ਲੇਖੇ ਦਾ ਵਰਗੀਕਰਨ ਵਿੱਚ ਕੀਤਾ ਜਾਂਦਾ ਹੈ
   (i) ਵਿਅਕਤੀਗਤ ਖਾਤਾ
   (ii) ਅਸਲੀ ਖਾਤਾ
   (iii) ਨੋਮੀਨਲ ਖਾਤਾ
   (iv) ਉਪਰੋਕਤ ਸਾਰੇ

(ਏ) ਖਾਲੀ ਥਾਵਾਂ ਭਰੋ

1. ਲੇਖਾ ਪ੍ਰਣਾਲੀ ਕਿਸੇ ਸੰਸਥਾ ਦੇ ਵਿਤੀ ਲੈਣ ਦੇਣ ਦੀ ਰਿਕਾਰਡਿੰਗ ਦਾ ਵਰਗੀਕਰਨ ਅਤੇ ਸਾਰਾਸ਼ ਕਰਨ ਦੀ __________ ਅਤੇ __________ ਹੈ।
2. ਲੇਖੇ ਦਾ ਮੁੱਖ ਉਦੇਸ਼ __________ ਲੈਣ ਦੇਣ ਦਾ ਰਿਕਾਰਡ ਰੱਖਣਾ ਹੈ।
3. __________ ਡਾਟਾ ਦਾ ਅਰਥ ਕਿ ਇਕ ਕਿਸਮ ਦੇ ਡਾਟੇ ਨੂੰ ਇਕ ਜਗ੍ਹਾ ਰੱਖਣਾ ਹੈ।
4. ਲੇਖਾ ਸੂਚਨਾ ਨੂੰ ਇਸ ਤਰ੍ਹਾਂ ਠੀਕ ਕੀਤਾ ਜਾਂਦਾ ਹੈ ਕਿ ਇਸ ਨੂੰ ਵਰਤੋਂ ਕਰਤਾ ਦੁਆਰਾ __________ ਨਤੀਜਾ ਕੱਢਣ ਲਈ ਕੀਤੀ ਜਾਂਦੀ ਹੈ।
5. ਸ਼ਬਦ __________ ਅਤੇ __________ ਦੀ ਵਰਤੋਂ ਇਕ ਦੂਜੇ ਦੀ ਜਗ੍ਹਾਂ ਤੇ ਕੀਤੀ ਜਾਂਦੀ ਹੈ, ਪ੍ਰੰਤੂ ਇਹ ਇਕ ਦੂਜੇ ਤੋਂ ਵੱਖਰੇ ਹਨ।
6. ਖਰਚ ਲੇਖੇ ਦਾ ਉਦੇਸ਼ __________ ਦਾ ਵਿਸ਼ਲੇਸ਼ਣ ਕਰਨਾ ਹੈ ਤਾਂ ਕਿ ਫਰਮ ਦੁਆਰਾ ਬਣਾਏ ਗਏ ਵੱਖ ਵੱਖ ਉਤਪਾਦਾਂ ਦਾ ਖਰਚ ਨਿਸ਼ਚਿਤ ਕਰ ਸਕੇ ਅਤੇ ਕੀਮਤ ਨਿਰਧਾਰਿਤ ਕੀਤੀ ਜਾ ਸਕੇ।

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

7. _________ ਲੇਖੇ ਦਾ ਉਦੇਸ਼ ਪ੍ਰਬੰਧਕਾ ਦੀ ਤਰਕਸੰਗਤ ਫੈਸਲਾ ਲੈਣ ਵਿੱਚ ਸਹਾਇਤਾ ਕਰਨਾ ਹੈ।
8. ਸਥਾਈ ਪ੍ਰਣਾਲੀ __________ ਪ੍ਰਣਾਲੀ ਅਤੇ _________ ਦਾ ਮਿਸ਼ਰਣ ਹੈ।
9. ਪ੍ਰਬੰਧਕ ਉਹ ਵਿਅਕਤੀ ਹੁੰਦੇ ਹਨ ਜਿਹੜੇ ________ ਦਾ ਪ੍ਰਬੰਧ ਵੱਖ ਵੱਖ ਪੱਧਰਾਂ ਤੇ ਕਰਦੇ ਹਨ।
10. _________ ਅਤੇ _________ ਫਰਮ ਦੇ ਬਕਾਇਆ ਅਦਾਇਗੀ ਨੂੰ ਸਮੇਂ ਸਿਰ ਭੁਗਤਾਨ ਕਰਨ ਦੀ ਯੋਗਤਾ ਨੂੰ ਜਾਣਨ ਵਿੱਚ ਵੀ ਦਿਲਚਸਪੀ ਰੱਖਦੇ ਹਨ।

ਮੁਲਾਂਕਣ ਕਿਰਿਆ ਲਈ ਚੈਕਲਿਸਟ

ਹੇਠਾ ਦਿੱਤੀ ਚੈਕ ਲਿਸਟ ਦੀ ਵਰਤੋਂ ਇਹ ਦੇਖਣ ਲਈ ਕਰੋ ਜੋ ਤੁਸੀਂ ਮੁਲਾਂਕਣ ਕਿਰਿਆ ਲਈ ਸਾਰੀਆਂ ਜ਼ਰੂਰਤਾਂ ਪੂਰੀਆਂ ਕਰ ਲਈਆਂ ਹਨ।

ਭਾਗ (ੳ)

- ਵੱਖ ਵੱਖ ਤਰ੍ਹਾਂ ਦੇ ਖਾਤਿਆਂ ਵਿੱਚ ਅੰਤਰ ਦੱਸੋ ਅਤੇ ਜੋ ਨਿਯਮ ਲਾਗੂ ਕੀਤੇ ਗਏ ਹਨ ਉਨ੍ਹਾਂ ਦਾ ਅਨੁਸਰਨ ਕਰੋ।
- ਲੇਖਾ ਧਰਨਾ ਅਤੇ ਰਵਾਇਤਾਂ ਵਿੱਚ ਅੰਤਰ ਦੱਸੋ।
- ਲੇਖੇ ਦੇ ਲਾਭ ਅਤੇ ਹਾਨੀਆਂ ਦੱਸੋ।

ਭਾਗ (ਅ)

ਹੇਠਾ ਦਿੱਤਿਆਂ ਦੀ ਜਮਾਤ ਵਿੱਚ ਚਰਚਾ ਕੀਤੀ ਗਈ

- ਲੇਖਾ ਪ੍ਰਣਾਲੀ ਕੀ ਹੈ ?
- ਲੇਖਾ ਪ੍ਰਣਾਲੀ ਦੇ ਕਿਹੜੇ ਕਾਰਜ ਹੈ ?
- ਵੱਖ ਵੱਖ ਕਿਸਮ ਦੇ ਖਾਤੇ ਕਿਹੜੇ ਹਨ ?
- ਲੇਖਾ ਪ੍ਰਣਾਲੀਆਂ ਦਾ ਵਿਸ਼ਲੇਸ਼ਣ ਕਰੋ ?
- ਲੇਖਾ ਪ੍ਰਣਾਲੀ ਦੇ ਲਾਭ ਕੀ ਹਨ ?
- ਲੇਖਾ ਪ੍ਰਣਾਲੀ ਦੀਆਂ ਕਿਹੜੀਆਂ ਸੀਮਾਵਾਂ ਹਨ ?

ਭਾਗ (ੲ)

ਕਾਰਗੁਜ਼ਾਰੀ ਪੱਧਰ (**Performance standards**)

ਕਾਰਗੁਜ਼ਾਰੀ ਪੱਧਰ ਵਿੱਚ ਸ਼ਾਮਿਲ ਹੋ ਸਕਦਾ ਹੈ

ਕਾਰਗੁਜ਼ਾਰੀ ਪੱਧਰ	ਹਾਂ	ਨਹੀਂ
• ਲੇਖਾ ਪ੍ਰਕ੍ਰਿਆ ਨੂੰ ਅਪਣਾਉਣ ਦੇ ਯੋਗ ਹੋ।		
• ਲੇਖਾ ਨਿਯਮਾਂ ਦੀ ਪਾਲਣਾ ਕਰਨ ਦੇ ਯੋਗ ਹੋ।		
• ਵੱਖ ਵੱਖ ਕਿਸਮਾਂ ਦੇ ਖਾਤਿਆਂ ਦਾ ਅੰਤਰ ਦੱਸਣ ਅਤੇ ਲਾਗੂ ਕੀਤੇ ਨਿਯਮਾਂ ਦਾ ਅਨੁਸਰਨ ਕਰਨ ਦੇ ਯੋਗ ਹੋ।		
• ਲੇਖਾ ਪ੍ਰਣਾਲੀ ਦੀਆਂ ਧਾਰਨਾਵਾਂ ਅਤੇ ਰਵਾਇਤਾਂ ਵਿੱਚ ਅੰਤਰ ਸਪਸ਼ਟ ਕਰਨ ਦੇ ਯੋਗ ਹੋ।		
• ਲੇਖਾ ਪ੍ਰਣਾਲੀ ਦੇ ਲਾਭ ਅਤੇ ਹਾਨੀਆਂ ਨੂੰ ਜਾਨਣ ਦੇ ਯੋਗ ਹੋ।		

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

ਸਬੰਧਿਤ ਗਿਆਨ (Relevant Knowledge)

ਵਪਾਰਕ ਅਦਾਰੇ ਦਾ ਆਕਾਰ ਇਸ ਗੱਲ ਦਾ ਫ਼ੈਸਲਾ ਕਰਦਾ ਹੈ ਕਿ ਉਸ ਦੁਆਰਾ ਲੇਖੇ ਦੀਆਂ ਕਿਨੀਆਂ ਕਿਤਾਬਾਂ ਦਾ ਪ੍ਰਤਿਪਾਦਨ ਕਰਨਾ ਜ਼ਰੂਰੀ ਹੈ। ਆਮ ਤੌਰ ਤੇ ਇਕ ਸੰਸਥਾ ਵੱਲੋਂ ਲੇਖੇ ਦੀਆਂ ਦੋ ਮੁੱਖ ਕਿਤਾਬਾਂ ਤਿਆਰ ਕੀਤੀਆਂ ਜਾਂਦੀਆਂ ਹਨ।

ਉਹ ਹਨ ਰੋਜਨਾਮਚਾ ਅਤੇ ਲੈਜਰ ਹਨ

ਰੋਜਨਾਮਚਾ :- ਇਹ ਰੋਜ਼ਾਨਾ ਰਿਕਾਰਡ ਦੀ ਕਿਤਾਬ ਹੈ। ਲੈਣ ਦੇਣ ਦੀ ਪ੍ਰਕ੍ਰਿਆ ਦਾ ਪਹਿਲਾ ਰਿਕਾਰਡ ਨੂੰ ਇਸ ਕਿਤਾਬ ਵਿੱਚ ਦਰਜ ਕੀਤਾ ਜਾਵੇਗਾ। ਇਸ ਲਈ ਇਸ ਨੂੰ óਅਸਲੀ ਇੰਦਰਾਜ ਦੀ ਕਿਤਾਬô ਜਾਂ óਮੁਢਲੀ ਇੰਦਰਾਜ ਦੀ ਕਿਤਾਬô ਕਿਹਾ ਜਾਂਦਾ ਹੈ।

ਰੋਜ਼ਨਾਮਚੇ ਦੇ ਮੁੱਖ ਅੰਗ (**Important Feature of Journal**) :-

1. ਹਰ ਰੋਜ਼ ਦੀ ਪ੍ਰੀਕ੍ਰਿਆ ਨੂੰ ਮਿਤੀ ਕ੍ਰਮ ਅਨੁਸਾਰ ਰਿਕਾਰਡ ਕੀਤਾ ਜਾਂਦਾ ਹੈ ਉਦਾਹਰਣ ਵਜੋਂ ਇਸ ਕਿਤਾਬ ਦੀ ਮਿਤੀ ਅਨੁਸਾਰ।
2. ਇਕੋ ਹੀ ਜਗ੍ਹਾਂ ਤੇ ਲੈਣ ਦੇਣ ਪ੍ਰੀਕ੍ਰਿਆ ਦੇ ਦੋਵੇਂ ਪੱਖ ਰਿਕਾਰਡ ਕੀਤੇ ਜਾਂਦੇ ਹਨ।
3. ਹਰ ਇੰਦਰਾਜ ਦੇ ਅੰਤ ਵਿੱਚ, ਵਿਆਖਿਆ ਕਥਨ ਲਿਖਿਆ ਜਾਦਾ ਹੈ ਜੋ ਲੈਣ ਦੇਣ ਦਾ ਸੰਖੇਪ ਵਿੱਚ ਵਰਣਨ ਹੁੰਦੀ ਹੈ।
4. ਇਹ ਲੈਣ ਦੇਣ ਦੀ ਪ੍ਰਕ੍ਰਿਆ ਦੀ ਕਰਾਸ ਚੈਕਿੰਗ ਲਈ ਸਹਾਈ ਹੁੰਦੀ ਹੈ।
5. ਮਿਤੀਕ੍ਰਮ ਇੰਦਰਾਜ ਛੇਤੀ ਹਵਾਲੇ ਲਈ ਸਹਾਈ ਹੁੰਦਾ ਹੈ।

ਰੋਜ਼ਨਾਮਚੇ ਦਾ ਪ੍ਰਫੋਰਮਾ (**Proforma of a journal**)

ਮਿਤੀ	ਵੇਰਵਾ (ਬਿਓਰਾ)	ਲੈਂਜਰ ਪੰਨਾ	ਡੈਬਿਟ ਰਕਮ	ਕਰੈਡਿਟ ਰਕਮ

ਰੋਜ਼ਨਾਮਚੇ ਦੇ ਵਿਸ਼ਾ ਵਸਤੂ (**Contents of the journal**)

1	ਮਿਤੀ ਕਾਲਮ	:	ਪਹਿਲਾ ਸਾਲ ਲਿਖਣਾ ਚਾਹੀਦਾ ਹੈ, ਫਿਰ ਮਹੀਨਾ ਅਤੇ ਮਿਤੀ ਨੂੰ ਮਿਤੀਕ੍ਰਮ ਅਨੁਸਾਰ ਲਿਖਿਆ ਜਾ ਸਕਦਾ ਹੈ।
2	ਬਿਓਰਾ ਕਾਲਮ	:	ਜਿਸ ਖਾਤੇ ਵਿੱਚੋਂ ਡੈਬਿਟ ਹੋਣਾ ਹੈ, ਉਸ ਨੂੰ ਪਹਿਲਾਂ ਲਿਖ ਕੇ ਉਸ ਦੇ ਅੰਤ ਵਿੱਚ Dr. ਸੰਖੇਪਕ ਲਿਖਣਾ ਹੈ। ਦੂਜੀ ਲਾਈਨ ਵਿੱਚ ਕੁਝ ਜਗ੍ਹਾਂ ਛੱਡ ਕੇ óToôਨਾਲ ਸ਼ੁਰੂ ਕਰਕੇ ਜਿਸ ਦੇ ਖਾਤੇ (ਲੇਖੇ) ਵਿੱਚ ਹੋਣਾ ਹੈ ਉਹ ਲਿਖਣਾ ਹੈ।
3	ਕਥਨ ਦਾ ਸੰਖੇਪ ਸਾਰ	:	ਲੈਣ ਦੇਣ (Transaction) ਦੀ ਪ੍ਰਕ੍ਰਿਆ ਦਾ ਕਰੈਡਿਟ ਜੋ ਇੰਦਰਾਜ ਕੀਤਾ ਹੈ ਉਸ ਬਾਰੇ ਸੰਖੇਪ ਵਰਣਨ (ਬਿਆਨ) ਕਰਨਾ ਹੈ ਸੰਖੇਪ ਬਿਆਨ ਨੂੰ óbeing or forôਨਾਲ ਸ਼ੁਰੂ ਕਰਕੇ ਵਿਸ਼ੇਸ਼ ਕਾਲਮ ਵਿੱਚ ਲਿਖਣਾ ਹੈ ਦੋ ਲਾਈਨਾਂ ਵਾਹ ਕੇ ਐਂਟਰੀ ਨੂੰ ਪੂਰਾ ਕਰਨਾ ਹੈ।

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

4	ਲੈਜਰ ਦਾ ਪੰਨਾ	:	ਜਦੋਂ ਸੰਬੰਧਤ ਲੈਜਰ ਖਾਤੇ ਵਿੱਚ ਇੰਦਰਾਜ ਚੜਾਇਆ ਜਾਣਾ ਹੈ ਤਾਂ ਉਸ ਖਾਤੇ ਦਾ ਪੰਨਾ ਨੰਬਰ ਰੋਜ਼ਨਾਮਚੇ ਵਿੱਚ ਰਿਕਾਰਡ ਕੀਤਾ ਜਾਂਦਾ ਹੈ।
5	ਰਕਮ ਕਾਲਮ	:	ਦੋਵੇਂ ਡੈਬਿਟ ਅਤੇ ਕਰੈਡਿਟ ਖਾਨਿਆਂ ਵਿੱਚ ਉਹੀ ਰਕਮ ਰਿਕਾਰਡ ਕੀਤੀ ਜਾਂਦੀ ਹੈ।
6	ਰੋਜ਼ਨਾਮਚਾ ਭਰਮ	:	ਇਹ ਲੈਣ ਦੇਣ ਦਾ ਰਿਕਾਰਡ ਰੱਖਣ ਦੀ ਪ੍ਰੀਕ੍ਰਿਆ ਹੈ ਜਿਸ ਕਿਤਾਬ ਵਿੱਚ ਡੈਬਿਟ ਅਤੇ ਕਰੈਡਿਟ ਨਿਯਮਾਂ ਦੀ ਪਾਲਣਾ ਕੀਤੀ ਜਾਂਦੀ ਹੈ। ਉਸ ਨੂੰ ਰੋਜਨਾਮਚਾ ਕਿਹਾ ਜਾਂਦਾ ਹੈ।
7	ਰੋਜ਼ਨਾਮਚਾ ਇੰਦਰਾਜ	:	ਜਦੋਂ ਲੈਣ ਦੇਣ ਦੀ ਪ੍ਰੀਕ੍ਰਿਆ ਦਾ ਰੋਜ਼ਨਾਮਚੇ ਵਿੱਚ ਇੰਦਰਾਜ ਕੀਤਾ ਜਾਂਦਾ ਹੈ ਤਾਂ ਉਸ ਨੂੰ ਰੋਜ਼ਨਾਮਚੇ ਵਿੱਚ ਇੰਦਰਾਜ ਕਿਹਾ ਜਾਂਦਾ ਹੈ।

ਉਦਾਹਰਣ 1

ਹੇਠਾਂ ਦਿੱਤੇ ਲੈਣ ਦੇਣ ਨੂੰ **Transactions** ਨੂੰ ਰੋਜ਼ਨਾਮਚੇ ਵਿੱਚ ਭਰੋ।

2012				
April	1	ਸ਼੍ਰੀ ਵਿਜੈ ਨੇ ਪ੍ਰਚੂਨ ਵਪਾਰ ਕੈਸ਼ (ਨਕਦ) ਸ਼ੁਰੂ ਕੀਤਾ	Rs	1,00,000
	2	ਕਾਰਪੋਰੇਸ਼ਨ ਬੈਂਕ ਵਿੱਚ ਨਕਦ ਪੈਸੇ ਜਮ੍ਹਾਂ ਕਰਵਾ ਕੇ ਖਾਤਾ ਖੋਲਿਆ	Rs	80,000
	3	ਨਕਦ ਕੈਸ਼ ਨਾਲ ਵਸਤੂਆਂ ਖਰੀਦਿਆ	Rs	10,000
	4	ਸੰਤੋਸ਼ ਤੋਂ ਚੀਜ਼ਾਂ ਖਰੀਦਿਆ	Rs	20,000
	5	(ਕੈਸ਼) ਨਕਦ ਫਰਨੀਚਰ ਖਰੀਦਿਆ	Rs	5,000
	6	ਵਸਤੂ ਦੀ ਨਕਦ ਵਿਕਰੀ ਕੀਤੀ	Rs	20,000
	7	ਮਹੇਸ਼ ਨੂੰ ਵਸਤੂਆਂ ਵੇਚੀਆਂ	Rs	10,000
	8	ਬਸਵਾ ਰਾਜ ਤੋਂ ਵਸਤੂਆਂ ਖਰੀਦੀਆ ਚੈਕ ਦੁਆਰਾ ਭੁਗਤਾਨ ਕੀਤਾ	Rs	25,000
	9	ਵਿਅਕਤੀਗਤ ਵਰਤੋਂ ਲਈ ਪੈਸਾ ਕਢਵਾਇਆ	Rs	2,000
	11	ਕੈਸ਼ ਵਿਕਰੀ	Rs	5,000
	15	ਮਜ਼ਦੂਰੀ ਦਾ ਭੁਗਤਾਨ ਕੀਤਾ	Rs	5,000
	17	ਚੈਕ ਰਾਹੀਂ ਸੰਤੋਸ਼ ਦੇ ਖਾਤੇ ਵਿੱਚ ਭੁਗਤਾਨ ਕੀਤਾ	Rs	15,000
	20	ਨਕਦ (ਕੈਸ਼) ਵਸਤੂਆਂ ਵੇਚੀਆਂ	Rs	10,000
	23	ਮਹੇਸ਼ ਤੋਂ ਅਕਾਊਟ ਵਿੱਚ ਕੈਸ਼ ਪ੍ਰਾਪਤ ਕੀਤਾ	Rs	5,000
	25	ਕੈਸ਼ ਮਸ਼ੀਨਰੀ ਖਰੀਦੀ	Rs	500
	30	ਕਰਮਚਾਰੀਆਂ ਨੂੰ ਵੇਤਨ ਦਿੱਤਾ	Rs	1500

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

ਹੱਲ (**Solution**)

ਮਿਤੀ	ਵੇਰਵੇ	ਲੈਜਰ ਦਾ ਪੰਨਾ	ਡੈਬਿਟ ਰਕਮ	ਕਰੈਡਿਟ ਰਕਮ
2 0 1 2 ਅਗਸਤ 1	ਕੈਸ਼ ਖਾਤਾ ਨੰ ਠ ਠ ਠ ਠ ਡੈਬਿਟ ਕੈਪੀਟਲ ਖਾਤੇ ਵਿੱਚ ਨਕਦ, ਵਪਾਰ ਵਿੱਚ ਨਿਵੇਸ਼ ਹੋਣ ਕਰਕੇ	—	1,00000	1,00000
2	ਬੈਂਕ ਖਾਤਾ ਠ ਠ ਠ ਡੈਬਿਟ ਕੈਸ਼ ਖਾਤੇ ਵਿੱਚ ਕੈਸ਼ ਬੈਂਕ ਵਿੱਚ ਜਮ੍ਹਾਂ ਕਰਵਾਈ ਗਈ	—	80,000	80,000
3	ਖਰੀਦ ਖਾਤਾ ਠ ਠ ਠ ਡੈਬਿਟ ਤੋਂ ਕੈਸ਼ ਖਾਤੇ ਵਿੱਚ ਕੈਸ਼ ਏ ਕੇ ਵਸਤੂਆਂ ਖਰੀਦੀਆ ਗਈਆਂ	—	10,000	10,000
4	ਖਰੀਦ ਖਾਤਾ ਠ ਠ ਠ ਡੈਬਿਟ ਤੋਂ ਸੰਤੋਸ਼ ਦੇ ਖਾਤੇ ਵਿੱਚ ਸੰਤੋਨ ਤੋਂ ਵਸਤੂਆਂ ਉਧਾਰ ਖ੍ਰੀਦੀਆ ਗਈਆਂ ਬਿਲ ਨੰਠ ਠ ਮੁਤਾਬਿਕ	—	20,000	20,000
5	ਫਰਨੀਚਰ ਖਾਤਾ ਠ ਠ ਕੈਸ਼ ਅਕਾਊਟ ਵਿੱਚ ਕੈਸ਼ ਫਰਨੀਚਰ ਖ੍ਰੀਦੀਆ ਬਿਲ ਨੰ ਠ -ਮੁਤਾਬਿਕ	—	5000	5000
6	ਕੈਸ਼ ਖਾਤਾ ਠ ਠ ਠ ਠ ਠ ਡੈਬਿਟ ਵਿਕਰੀ ਖਾਤੇ ਵਿੱਚ ਵਸਤੂਆਂ ਕੈਸ਼ ਵੇਚੀਆਂ ਗਈਆਂ ਆਰ.ਨੰ.______ ਮੁਤਾਬਿਕ	—	20,000	20,000
7	ਮਹੇਸ਼ ਖਾਤਾ ਨੰ ਠ ਠ ਠ ਡੈਬਿਟ ਵਿਕਰੀ ਖਾਤੇ ਵਿੱਚ ਚਲਾਨ ਵਸਤੂਆਂ ਮਹੇਸ਼ ਨੂੰ ਉਧਾਰ ਵੇਚੀਆਂ ਗਈਆਂ (invioce) ਨੰਬਰ ________ ਮੁਤਾਬਿਕ	—	10,000	10,000

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

8	ਖ਼੍ਰੀਦ ਖਾਤਾ ਠ ਠ ਠ ਠ ਠ ਠ ਠ ਡੈਬਿਟ ਬੈਂਕ ਅਕਾਊਂਟ ਵਿੱਚ ਵਸਤੂਆਂ ਖ਼੍ਰੀਦੀਆਂ ਅਤੇ ਚੈੱਕ ਰਾਹੀ ਭੁਗਤਾਨ ਕੀਤਾ	—	25,000	25,000
2012 ਅਗਸਤ 9	ਡਰਾਇਗ (Drawing) ਖਾਤਾ ਨੰ ਠ ਠ ਠ ਠ ਡੈਬਿਟ ਕੈਸ਼ ਅਕਾਊਟ ਵਿੱਚ ਵਿਅਕਤੀਗਤ ਵਰਤੋਂ ਲਈ ਕੈਸ਼ ਕਢਵਾਇਆ ਗਿਆ	—	2000	2000
11	ਕੈਸ਼ ਖਾਤਾ ਠ ਠ ਠ ਠ ਠ ਠ ਡੈਬਿਟ ਵਿਕਰੀ ਖਾਤੇ ਵਿੱਚ ਵਸਤੂਆਂ ਨੂੰ ਕੈਸ਼ ਵੇਚਿਆ ਗਿਆ ਆਰ.ਨੰ._____ ਮੁਤਾਬਿਕ	—	5000	5000
15	ਵੇਤਨ ਖਾਤਾ ਠ ਠ ਠ ਠ ਠ ਠ ਠ ਡੈਬਿਟ ਕੈਸ਼ ਖਾਤੇ ਵਿੱਚ ਵਰਕਰਾ ਨੂੰ ਵੇਤਨ ਦਿਤਾ ਗਿਆ	—	500	500
17	ਸੰਤੋਸ਼ ਖਾਤਾ ਠ ਠ ਠ ਠ ਠ ਠ ਡੈਬਿਟ ਬੈਂਕ ਖਾਤੇ ਵਿੱਚ ਸੰਤੋਸ਼ ਨੂੰ ਚੈਕ ਦੁਆਰਾ ਭੁਗਤਾਨ ਕੀਤਾ ਗਿਆ	—	15,000	15,000
20	ਕੈਸ਼ ਖਾਤਾ ਨੰ ਠ ਠ ਠ ਠ ਠ ਠ ਡੈਬਿਟ ਵਿਕਰੀ ਖਾਤੇ ਵਿੱਚ ਕੈਸ਼ ਵਸਤੂਆਂ ਵੇਚੀਆਂ ਗਈਆਂ ਆਰ.ਨੰ.__ ਮੁਤਾਬਿਕ	—	10,000	10,000
23	ਕੈਸ਼ ਖਾਤਾ ਨੰ ਠ ਠ ਠ ਠ ਠ ਠ ਠ ਡੈਬਿਟ ਮਹੇਸ਼ ਦੇ ਖਾਤੇ ਵਿੱਚ ਮਹੇਸ਼ ਨੇ ਖਾਤੇ ਵਿੱਚ ਕੈਸ਼ ਪ੍ਰਾਪਤ ਕੀਤਾ	—	5000	5000
25	ਮਸ਼ੀਨਰੀ ਖਾਤਾ ਨੰ ਠ ਠ ਠ ਠ ਠ ਠ ਡੈਬਿਟ ਕੈਸ਼ ਖਾਤੇ ਵਿੱਚ ਕੈਸ਼ ਮਸ਼ੀਨਰੀ ਖ਼੍ਰੀਦੀ	—	500	500
30	ਵੇਤਨ ਖਾਤਾ ਨੰ ਠ ਠ ਠ ਠ ਠ ਠ ਠ ਡੈਬਿਟ ਕੈਸ਼ ਅਕਾਊਟ ਵਿੱਚ ਅਪਰੈਲ ਮਹੀਨੇ ਦੀ ਕਰਮਚਾਰੀ ਨੂੰ ਤਨਖਾਹ ਦਿੱਤੀ ਗਈ	—	1500	1500
			3,09,500	3,09,500

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

ਲੈਜਰ (ਵਹੀਖਾਤਾ) (**Ledger**) :-

ਲੈਜਰ ਲੇਖੇ ਦੀ ਕਿਤਾਬ ਹੁੰਦੀ ਹੈ। ਲੈਜਰ ਵਿੱਚ ਮੁੱਖ ਜਾਂ ਅਖੀਰਲੇ ਇੰਦਰਾਜ ਹੁੰਦੇ ਹਨ। ਇਹ ਜਿਲਦ ਵਾਲੀ ਕਿਤਾਬ ਹੈ ਜਿਸ ਵਿੱਚ ਸਾਰੇ ਤਰ੍ਹਾਂ ਦੇ ਖਾਤੇ ਹੁੰਦੇ ਹਨ। ਉਹ ਜਿਵੇਂ ਕਿ ਵਿਅਕਤੀਗਤ, ਅਸਲੀ ਅਤੇ ਮਾਮੂਲੀ ਖਾਤੇ। ਇਨ੍ਹਾਂ ਖਾਤਿਆਂ ਨੂੰ ਤਰਤੀਬ ਵਿੱਚ ਖੋਲਿਆ ਜਾਂਦਾ ਹੈ ਅਤੇ ਪਹਿਲੇ ਪੰਨੇ ਤੇ ਵਿਸ਼ਾ ਸੂਚੀ ਪ੍ਰਦਾਨ ਕੀਤੀ ਹੁੰਦੀ ਹੈ। ਜਿਸ ਤੋਂ ਇਹ ਪਤਾ ਲੱਗਦਾ ਹੈ ਕਿ ਕਿਹੜੇ ਪੰਨੇ ਤੇ ਕਿਹੜਾ ਖਾਤਾ ਰਿਕਾਰਡ ਕੀਤਾ ਗਿਆ ਹੈ। ਸੋਖੇ ਹਵਾਲੇ ਲਈ ਖਾਤੇ ਦੇ ਪੰਨਾ ਨੂੰ ਰੋਜ਼ਨਾਮਚੇ ਦੇ ਲੈਜਰ ਫੋਲੀਓ ਕਾਲਮ ਵਿੱਚ ਦਰਸਾਇਆ ਗਿਆ ਹੁੰਦਾ ਹੈ। ਜਦੋਂ ਲੈਣ ਦੇਣ ਦੀਆਂ ਪ੍ਰੀਕ੍ਰਿਆਵਾਂ (ਕਾਰਜ) ਜ਼ਿਆਦਾ ਗਿਣਤੀ ਵਿੱਚ ਹੋਣ ਤਾਂ ਇਕ ਕਿਤਾਬ ਦੀ ਬਜਾਇ ਤਿੰਨ (ਕਿਤਾਬਾ) ਲੈਜਰ ਕਾਇਮ (ਤਿਆਰ) ਕੀਤੇ ਜਾਂਦੇ ਹਨ। ਉਹ ਹਨ :-

- ਜਨਰਲ ਲੈਜਰ :- ਜਿਸ ਵਿੱਚ ਸਾਰੀਆਂ ਅਸਲੀ ਅਤੇ ਮਾਮੂਲੀ ਖਾਤੇ ਹੁੰਦੇ ਹਨ।
- ਡੈਬਿਟਰ ਲੈਜਰ :- ਜਿਸ ਵਿੱਚ ਪ੍ਰਾਪਤੀ ਕਰਨ ਦੇ ਖਾਤੇ ਹੁੰਦੇ ਹਨ।
- ਕ੍ਰੈਡਿਟਰ ਲੈਜਰ :- ਜਿਸ ਵਿੱਚ ਭੁਗਤਾਨ ਦੇਣ ਵਾਲੇ ਖਾਤੇ ਹੁੰਦੇ ਹਨ।

ਲੈਜਰ ਦੀ ਜ਼ਰੂਰਤ (**Necessity of Ledger**)

ਜਰਨਲ (Journal) ਰੋਜ਼ਨਾਮਚਾ ਜਾਂ ਕੈਸ਼, ਵਿਅਕਤੀ, ਖਰਚ ਅਤੇ ਸੰਪੱਤੀ (ਪੂੰਜੀ) ਦੀ ਇਕੱਠੀ ਜਾਂ ਸੰਖੇਪ ਰੂਪ ਵਿੱਚ ਸੂਚਨਾ ਦੇਣ ਵਿੱਚ ਅਸਫਲ ਹੁੰਦਾ ਹੈ। ਇਨ੍ਹਾਂ ਖਾਮੀਆਂ ਨੂੰ ਦੂਰ ਕਰਨ ਲਈ ਰੋਜ਼ਨਾਮਚੇ ਤੋਂ ਲੈਜਰ (ਵਹੀਖਾਤੇ) ਵਿੱਚ ਇੰਦਰਾਜ ਦਰਜ ਕੀਤੇ ਜਾਂਦੇ ਹਨ। ਲੈਜਰ ਖਾਤੇ ਆਮ ਤੌਰ ਤੇ ਟੀ (ਰੂਪ) ਵਿੱਚ ਹੁੰਦੇ ਹਨ। ਖੱਬੇ ਪਾਸੇ ਡੈਬਿਟ ਦੀ ਡੀਟੇਲ ਰਿਕਾਰਡ ਕਰਨ ਲਈ ਵਰਤਿਆ ਜਾਂਦਾ ਹੈ ਅਤੇ ਸੱਜਾ ਪਾਸਾ ਕ੍ਰੈਡਿਟ ਡੀਟੇਲ ਰਿਕਾਰਡ ਕਰਨ ਲਈ ਵਰਤਿਆ ਜਾਂਦਾ ਹੈ।

ਡੈਬਿਟ ਖਾਤੇ ਦਾ ਹੈੱਡ (**Head of Account**) ਕ੍ਰੈਡਿਟ

ਮਿਤੀ	ਵਿਸ਼ੇਸ਼ਤਾਵਾ	**J.F**	ਰਕਮ	ਮਿਤੀ	ਵਿਸ਼ੇਸ਼ਤਾਵਾਂ	**J.F**	ਰਕਮ
	Toð ð A/Cਨੂੰ ð ð ð ਖਾਤਾ ਨੂੰ		—		By ð ð A/C ਦੁਆਰਾ ð ð ਖਾਤਾ ਨੂੰ		—

ਅਕਾਊਟ ਦਾ ਹੈੱਡ :- ਇਥੇ ਅਕਾਊਂਟ ਦਾ ਨਾਂ ਲਿਖਿਆ ਜਾਂਦਾ ਹੈ।

ਜਿਵੇਂ ਕਿ ਮਹੇਸ਼ ਅਕਾਊਂਟ, ਸਟੇਸ਼ਨਰੀ ਅਕਾਊਂਟ ਬਿਲਡਿੰਗ ਅਕਾਊਂਟ ਆਦਿ।

ਖੱਬਾ ਪਾਸਾ (**Left side**) :- ਖੱਬੇ ਪਾਸੇ ਦੇ ਸਭ ਤੋਂ ਉੱਪਰ ਅਖੀਰ ਵਿੱਚ ਸੰਖੇਪਕ ਸ਼ਬਦ ñDr.ò ਡੈਬਿਟ ਪਾਸੇ ਨੂੰ ਸੂਚਿਤ ਕਰਨ ਲਈ ਲਿਖਿਆ ਜਾਂਦਾ ਹੈ।

ਸੱਜਾ ਪਾਸਾ (**Right side**) :- ਸੱਜੇ ਪਾਸੇ ਦੇ ਅਖ਼ੀਰ ਵਿੱਚ ਸਭ ਤੋਂ ਉਪਰ ਸੰਖੇਪਕ ਸ਼ਬਦ ñCr.ò ਕ੍ਰੈਡਿਟ ਪਾਸੇ ਵੱਲ ਇਸ਼ਾਰਾ ਕਰਦਾ ਹੈ।

ਜਦੋਂ ਡੈਬਿਟ ਸਾਈਡ ਤੇ ਵਿਸ਼ੇਸ਼ ਕਾਲਮ ਵਿੱਚ ਲਿਖਿਆ ਜਾਂਦਾ ਹੈ ਤਾਂ ਉਹ ਇਸ ਤਰ੍ਹਾਂ ਲਿਖਿਆ ਜਾਂਦਾ ਹੈ :-

To ð ð ð ð ð ð ð Account

ਕ੍ਰੈਡਿਟ ਸਾਈਡ ਵਿੱਚ ਇਸ ਤਰ੍ਹਾਂ ਲਿਖਿਆ ਜਾਂਦਾ ਹੈ

By ð ð ð ð ð ð Account

(J.F) ਰੋਜ਼ਨਾਮਚਾ ਪੰਨੇ ਵਾਲੇ ਕਾਲਮ ਵਿੱਚ :- ਜਰਨਲ ਕਿਤਾਬ ਦਾ ਪੰਨਾ ਨੰਬਰ ਜਿਸ ਤੋਂ ਇੰਦਰਾਜ ਦਰਜ ਕੀਤਾ ਗਿਆ, ਉਹ ਦਰਸਾਇਆ ਹੁੰਦਾ ਹੈ।

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

ਦਰਜ ਕਰਨਾ **(Posting):-** ਇਹ (ਜਰਨਲ) ਰੋਜ਼ਨਾਮਚੇ ਤੋਂ ਲੈਜ਼ਰ (ਵਹੀਖਾਤੇ) ਵਿੱਚ ਇੰਦਰਾਜ ਦਰਜ ਕਰਨ ਦੀ ਪ੍ਰਕ੍ਰਿਆ ਹੈ। ਜਰਨਲ ਦੀ ਡੈਬਿਟ ਰਕਮ ਨੂੰ ਖਾਤੇ ਦੇ ਡੈਬਿਟ ਸਾਈਡ ਤੇ ਦਰਜ ਕੀਤਾ ਜਾਂਦਾ ਹੈ ਅਤੇ ਕਰੈਡਿਟ ਨੂੰ ਕਰੈਡਿਟ ਵਾਲੇ ਪਾਸੇ ਦਰਜ ਕੀਤਾ ਜਾਂਦਾ ਹੈ।

ਖਾਤਿਆ ਦਾ ਬਕਾਇਆ (**Balancing of Account**) :- ਦਿੱਤੀ ਹੋਈ ਤਾਰੀਖ ਨੂੰ ਹਰ ਪਾਸੇ ਦੇ ਜੋੜ ਦਾ ਪਤਾ ਕੀਤਾ ਜਾਂਦਾ ਹੈ। ਦੋਵਾਂ ਪਾਸਿਆਂ ਦੇ ਜੋੜ ਦੇ ਅੰਤਰ ਨੂੰ ਬਕਾਇਆ ਨਾਂ ਨਾਲ ਜਾਣਿਆ ਜਾਂਦਾ ਹੈ। ਰਕਮ ਵਿਚਲੇ ਫ਼ਰਕ ਨੂੰ ਉਸ ਪਾਸੇ ਲਿਖਿਆ ਜਾਂਦਾ ਹੈ ਜਿਥੇ ਕਮੀ ਹੁੰਦੀ ਹੈ ਅਤੇ ਇਸ ਨੂੰ (Balanced Carried Down) ਕਿਹਾ ਜਾਂਦਾ ਹੈ। ਹੁਣ ਦੋਹਾਂ ਪਾਸਿਆਂ ਦਾ ਜੋੜ ਮਿਲ ਜਾਵੇਗਾ। ਬਕਾਇਆ ਰਕਮ ਦਰਸਾਉਂਦੀ ਹੈ :-

ਵਿਅਕਤੀਗਤ ਖਾਤਾ :- ਡੈਬਿਟ ਬਕਾਏ ਤੋਂ ਭਾਵ ਹੈ ਕਿ ਵਿਅਕਤੀ ਨੇ ਸਾਨੂੰ ਪੈਸੇ ਦੇਣੇ ਹਨ।
ਕ੍ਰੈਡਿਟ ਬਕਾਏ ਤੋਂ ਭਾਵ ਹੈ ਕਿ ਅਸੀਂ ਵਿਅਕਤੀ ਨੂੰ ਪੈਸੇ ਦੇਣੇ ਹਨ।

ਮਾਮੂਲੀ ਖਾਤਾ (**Nominel Account**) :- ਡੈਬਿਟ ਬਕਾਇਆ ਖ਼ਰਚੇ ਅਤੇ ਘਾਟੇ ਦਿਖਾਉਂਦਾ ਹੈ।
ਕ੍ਰੈਡਿਟ ਬਕਾਇਆ ਲਾਭ ਅਤੇ ਪ੍ਰਾਪਤੀਆਂ ਦਿਖਾਉਂਦਾ ਹੈ।

ਅਸਲੀ ਖਾਤਾ (**Real Account**) :- ਹਮੇਸ਼ਾ ਡੈਬਿਟ ਬਕਾਇਆ ਵਪਾਰ ਵਿੱਚ ਸੰਪੱਤੀ ਦੇ ਮੁੱਲ ਨੂੰ ਦਰਸਾਉਂਦਾ ਹੈ। ਇਹੋ ਜਿਹਾ ਬਕਾਇਆ ਆਮ ਤੌਰ ਤੇ ਹਫਤੇ ਬਾਅਦ ਮਹੀਨੇ ਬਾਅਦ, ਤਿੰਨ ਮਹੀਨੇ ਬਾਅਦ, ਛੇ ਮਹੀਨੇ ਜਾਂ ਸਾਲ ਬਾਅਦ ਦਿਖਾਇਆ ਜਾਂਦਾ ਹੈ ਜਾਂ ਜਦੋਂ ਵਪਾਰੀ ਆਪਣੀ ਸਥਿਤੀ ਨਿਸ਼ਚਿਤ ਕਰਨਾ ਜਾਂ ਦੇਖਣਾ ਚਾਹੁੰਦਾ ਹੋਵੇ।

ਲੈਜਰ ਦੇ ਲਾਭ (**Uses of Ledger**) :- ਦਿੱਤੀ ਹੋਈ ਤਾਰੀਖ਼ ਨੂੰ ਇਕ ਵਪਾਰੀ ਇਹ ਨਿਸ਼ਚਿਤ ਕਰਦਾ ਹੈ ਕਿ ਉਸਦੀਆਂ ਕਿੰਨੀਆ ਲੈਣ ਦਾਰੀਆਂ ਅਤੇ ਦੇਣਦਾਰੀਆਂ ਹਨ ਹਰੇਕ ਹੈੱਡ ਦਾ ਕੁੱਲ ਕੀ ਖਰਚਾ ਹੈ ਅਤੇ ਹਰੇਕ ਹੈੱਡ ਦੀਆਂ ਕਿੰਨੀਆਂ ਪ੍ਰਾਪਤੀਆਂ ਹਨ ਅਤੇ ਇਹ ਵੀ ਕਿ ਸੰਪੱਤੀਆਂ ਅਤੇ ਜਿੰਮੇਵਾਰੀਆਂ ਦਾ ਕੀ ਮੁੱਲ ਹੈ।

ਲੈਜਰ ਨੂੰ ਤਿਆਰ ਕਰਨ ਦੇ ਨੁਕਤੇ :-

1. ਹਰੇਕ ਲੈਣ ਦੇਣ ਦਾ ਇੰਦਰਾਜ ਜੋ ਜਰਨਲ ਵਿੱਚ ਦਰਜ ਹੈ, ਉਸ ਲਈ ਲੈਜਰ ਕਿਤਾਬ ਵਿੱਚ ਵੱਖਰਾ ਖਾਤਾ ਖੋਲਿਆ ਜਾਂਦਾ ਹੈ।
2. ਕਿਸੇ ਵਿਸ਼ੇਸ਼ ਖਾਤੇ ਨਾਲ ਸੰਬੰਧਤ ਲੈਣ-ਦੇਣ (Transaction) ਦਾ ਉਸ ਦੇ ਪਹਿਲੇ ਖੁੱਲੇ ਖਾਤੇ ਵਿੱਚ ਹੀ ਰਿਕਾਰਡ ਹੋਣਾ ਚਾਹੀਦਾ ਹੈ। ਉਸੇ ਨਾਮ ਦਾ ਕੋਈ ਨਵਾਂ ਖਾਤਾ ਲੈਜਰ ਵਿੱਚ ਨਹੀਂ ਖੋਲਣਾ ਚਾਹੀਦਾ।
3. ਜਰਨਲ ਇੰਦਰਾਜ ਨੂੰ ਲੈਜਰ ਖਾਤੇ ਵਿੱਚ ਮਿਤੀ ਕ੍ਰਮ ਅਨੁਸਾਰ ਦਰਜ ਕਰਨਾ ਚਾਹੀਦਾ ਹੈ।
4. ਡੈਬਿਟ ਸਾਈਡ ਵਿੱਚ ਦਰਜ ਕਰਦੇ ਸਮੇਂ ਜਿਸ ਖਾਤੇ ਦੇ ਨਾਂ ਕਰੈਡਿਟ ਹੋਣਾ ਹੈ ਉਸ ਨੂੰ ਟੂ óToô ਨਾਲ ਸ਼ੁਰੂ ਕਰਕੇ ਲਿਖਣਾ ਹੈ। ਖਾਤੇ ਦੀ ਕਰੈਡਿਟ ਸਾਈਡ ਜਿਸ ਦੇ ਖਾਤੇ ਵਿੱਚ ਡੈਬਿਟ ਹੋਣਾ ਹੈ ਨੂੰ ਬਾਏ óByô ਨਾਲ ਸ਼ੁਰੂ ਕਰਕੇ ਲਿਖਣਾ ਹੈ।

ਉਦਾਹਰਣ 2

ਹੇਠ ਦਿੱਤੀਆ ਲੈਣ ਦੇਣਦਾਰੀਆ ਦੇ ਕਾਰਜ ਨੂੰ ਰੋਜ਼ਨਾਮਚੇ ਵਿੱਚ ਲਿਖਣਾ ਹੈ। ਫਿਰ ਉਨ੍ਹਾਂ ਨੂੰ ਲੈਜਰ ਵਿੱਚ ਦਰਜ ਕਰਨਾ ਹੈ ਅਤੇ 31 ਅਗਸਤ 2012 ਤਕ ਖਾਤੇ ਦਾ ਬਕਾਇਆ ਦੱਸਣਾ ਹੈ।

ਅਗਸਤ 1 ਪ੍ਰਕਾਸ਼ ਨੇ 50,000 ਰੁ. ਦੇ ਕੈਸ਼ ਨਾਲ ਵਪਾਰ ਸ਼ੁਰੂ ਕੀਤਾ।
2 ਪ੍ਰਕਾਸ਼ ਨੇ 5000 ਰੁ. ਦਾ ਫ਼ਰਨੀਚਰ ਖ਼੍ਰੀਦਿਆ।
3 ਉਸਨੇ 8,000 ਰੁ. ਦੀਆ ਸੁਰੇਸ਼ ਤੋਂ ਚੀਜ਼ਾਂ ਖ਼੍ਰੀਦੀਆ।
4 ਉਸਨੇ 5,000 ਰੁ. ਦੀਆਂ ਸੰਜੇ ਨੂੰ ਚੀਜ਼ਾਂ ਵੇਚੀਆਂ।

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

14 ਉਸਨੇ 3000 ਰੁ. ਸੰਜੇ ਤੋਂ ਕੈਸ਼ ਪ੍ਰਾਪਤ ਕੀਤਾ।
18 ਉਸਨੇ 12,000 ਰੁ. ਦੀਆਂ ਨਕਦ ਚੀਜ਼ਾਂ ਖ਼੍ਰੀਦੀਆ।
25 ਉਸਨੇ 3000 ਰੁ. ਦੀਆਂ ਕੈਸ਼ ਚੀਜ਼ਾਂ ਵੇਚੀਆਂ।
28 ਉਸਨੇ 1200 ਰੁ. ਕਿਰਾਇਆ ਦਿੱਤਾ।
31 ਉਸਨੇ 3000 ਰੁ. ਸੁਰੇਸ਼ ਦੇ ਖਾਤੇ ਵਿੱਚ ਪਾਇਆ।

ਰੋਜ਼ਨਾਮਚੇ ਵਿੱਚ ਇੰਦਰਾਜ (**Journal Entries**)

ਮਿਤੀ	ਵੇਰਵਾ	ਪੰਨਾ ਨੰ	ਡੈਬਿਟ	ਕਰੈਡਿਟ
2012 ਅਗਸਤ 1	ਕੈਸ਼ ਖਾਤਾ ਡੈਬਿਟ ਪੂੰਜੀ ਖਾਤੇ ਵਿੱਚ ਸ਼ੁਰੂਆਤੀ ਪੂੰਜੀ		50,000	50,000
2	ਫਰਨੀਚਰ ਖਾਤਾ ਡੈਬਿਟ ਕੈਸ਼ ਖਾਤੇ ਵਿੱਚ (ਫ਼ਰਨੀਚਰ ਦੇ ਕੇ ਖ਼੍ਰੀਦਣ ਲਈ)		5000	5000
3	ਖ਼੍ਰੀਦ ਖਾਤਾ ਡੈਬਿਟ ਸੁਰੇਸ਼ ਦੇ ਖਾਤੇ ਵਿੱਚ (ਸੁਰੇਸ਼ ਤੋਂ ਚੀਜਾਂ ਖ਼੍ਰੀਦੀਆਂ)		8000	8000
4	ਸੰਜੇ ਦਾ ਖਾਤਾ ਡੈਬਿਟ ਵਿਕਰੀ ਖਾਤੇ ਵਿੱਚ (ਸੰਜੇ ਨੂੰ ਚੀਜ਼ਾਂ ਵੇਚੀਆਂ)		5000	5000
14	ਕੈਸ਼ ਖਾਤਾ ਡੈਬਿਟ ਸੰਜੇ ਦੇ ਖਾਤੇ ਵਿੱਚ (ਸੰਜੇ ਤੋਂ ਕੈਸ਼ ਪ੍ਰਾਪਤ ਕੀਤੀ)		3000	3000
18	ਖ਼੍ਰੀਦ ਖਾਤਾ ਡੈਬਿਟ ਕੈਸ਼ ਖਾਤੇ ਵਿੱਚ (ਕੈਸ਼ ਖ਼੍ਰੀਦਦਾਰੀ)		12,000	12,000
25	ਕੈਸ਼ ਖਾਤਾ ਡੈਬਿਟ ਵਿਕਰੀ ਖਾਤੇ ਵਿੱਚ (ਕੈਸ਼ ਵਿਕਰੀ)		8000	8000
28	ਕਿਰਾਏ ਦਾ ਖਾਤਾ ਡੈਬਿਟ ਕੈਸ਼ ਖਾਤੇ ਵਿੱਚ (ਮਹੀਨੇ ਦਾ ਕਰਾਇਆ ਦਿੱਤਾ)		1200	1200

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

31	ਸੁਰੇਸ਼ ਦਾ ਖਾਤਾ ਡੈਬਿਟ ਕੈਸ਼ ਖਾਤੇ ਵਿੱਚ (ਸੁਰੇਸ਼ ਦੇ ਖਾਤੇ ਵਿੱਚ)		3000	3000

ਲੈਜਰ ਵਿੱਚ ਇੰਦਰਾਜ (**ledger Posting**)

ਡੈਬਿਟ ਕਰੈਡਿਟ

ਮਿਤੀ	ਵੇਰਵਾ	ਪੰਨਾ ਨੰ	ਅਮਾਊਂਟ	ਮਿਤੀ	ਵੇਰਵਾ	ਪੰਨਾ ਨੰ	ਅਮਾਊਂਟ
2012 ਅਗਸਤ				2012 ਅਗਸਤ			
1	ਪੂੰਜੀ ਖਾਤੇ ਵਿੱਚ	—	50000	2	ਫਰਨੀਚਰ ਖਾਤੇ ਵਿੱਚੋਂ	—	5000
14	ਸੰਜੇ ਦੇ ਖਾਤੇ ਵਿੱਚ	—	3000	18	ਖ੍ਰੀਦਦਾਰੀ ਖਾਤੇ ਵਿੱਚੋਂ	—	12000
25	ਵਿਕਰੀ ਖਾਤੇ ਵਿੱਚ	—	8000	28	ਕਿਰਾਏ ਦੇ ਖਾਤੇ ਵਿੱਚੋਂ	—	1200
				31	ਸੁਰੇਸ਼ ਦੇ ਖਾਤੇ ਵਿੱਚੋਂ	—	3000
				31	ਬਕਾਇਆ ਕਰੈਡਿਟ ਅਤੇ ਡੈਬਿਟ	—	39800
			61000				61000

ਡੈਬਿਟ ਪ੍ਰਕਾਸ਼ ਦਾ ਪੂੰਜੀ ਖਾਤਾ ਕਰੈਡਿਟ

ਮਿਤੀ	ਵੇਰਵਾ	ਪੰਨਾ ਨੰ	ਅਮਾਊਂਟ	ਮਿਤੀ	ਵੇਰਵਾ	ਪੰਨਾ ਨੰ	ਅਮਾਊਂਟ
2012 ਅਗਸਤ 31	ਬਕਾਇਆ C/D		50,000	2012 ਅਗਸਤ 1	ਕੈਸ਼ ਖਾਤੇ ਵਿੱਚੋਂ		50,000
			50,000				50,000

ਡੈਬਿਟ ਫਰਨੀਚਰ ਖਾਤਾ 2012 ਕਰੈਡਿਟ

ਮਿਤੀ	ਵੇਰਵਾ	ਪੰਨਾ ਨੰ	ਅਮਾਊਂਟ	ਮਿਤੀ	ਵੇਰਵਾ	ਪੰਨਾ ਨੰ	ਅਮਾਊਂਟ
2012 ਅਗਸਤ 2	ਕੈਸ਼ ਖਾਤੇ ਵਿੱਚ		5000	2012 ਅਗਸਤ 31	ਬਕਾਇਆ C/D ਵਿੱਚੋਂ		5000
			5000				5000

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

ਡੈਬਿਟ ਖ਼ਰੀਦ ਖਾਤਾ 2012 ਕਰੈਡਿਟ

ਮਿਤੀ	ਵੇਰਵਾ	ਪੰਨਾ ਨੰ	ਅਮਾਊਂਟ	ਮਿਤੀ	ਵੇਰਵਾ	ਪੰਨਾ ਨੰ	ਅਮਾਊਂਟ
2012 ਅਗਸਤ 3	ਸੁਰੇਸ਼ ਖਾਤੇ ਵਿੱਚ		8000	2012 ਅਗਸਤ 31	ਬਕਾਇਆ C/D ਖਾਤੇ ਵਿੱਚੋਂ		20,000
31	ਕੈਸ਼ ਖਾਤੇ ਵਿੱਚ		12000				
			20,000				20,000

ਡੈਬਿਟ ਸੁਰੇਸ਼ ਦਾ ਖਾਤਾ 2012 ਕਰੈਡਿਟ

ਮਿਤੀ	ਵੇਰਵਾ	ਪੰਨਾ ਨੰ	ਅਮਾਊਂਟ	ਮਿਤੀ	ਵੇਰਵਾ	ਪੰਨਾ ਨੰ	ਅਮਾਊਂਟ
2012 ਅਗਸਤ 31	ਕੈਸ਼ ਖਾਤੇ ਵਿੱਚ		3000	2012 ਅਗਸਤ 3	ਖ਼ਰੀਦ ਖਾਤੇ ਵਿੱਚੋਂ		8000
31	ਬਕਾਇਆ C/D ਵਿੱਚ		5000				
			8000				8000

ਡੈਬਿਟ ਵਿਕਰੀ ਖਾਤਾ ਕਰੈਡਿਟ

ਮਿਤੀ	ਵੇਰਵਾ	ਪੰਨਾ ਨੰ	ਅਮਾਊਂਟ	ਮਿਤੀ	ਵੇਰਵਾ	ਪੰਨਾ ਨੰ	ਅਮਾਊਂਟ
2012 ਅਗਸਤ 31	ਬਕਾਇਆ C/D ਵਿੱਚੋਂ		13,000	2012 ਅਗਸਤ 4	ਸੰਜੇ ਦੇ ਖਾਤੇ ਵਿੱਚੋਂ		5000
				25	ਕੈਸ਼ ਖਾਤੇ ਵਿੱਚੋਂ		8000
			13,000				13000

ਡੈਬਿਟ ਸੰਜੇ ਦਾ ਖਾਤਾ 2012 ਕਰੈਡਿਟ

ਮਿਤੀ	ਵੇਰਵਾ	ਪੰਨਾ ਨੰ	ਅਮਾਊਂਟ	ਮਿਤੀ	ਵੇਰਵਾ	ਪੰਨਾ ਨੰ	ਅਮਾਊਂਟ
2012 ਅਗਸਤ 4	ਵਿਕਰੀ ਖਾਤੇ ਵਿੱਚ		5000	2012 ਅਗਸਤ 4	ਕੈਸ਼ ਖਾਤੇ ਵਿੱਚੋਂ		3000
				31	ਬਾਈ ਬਕਾਇਆ C/D ਵਿੱਚੋਂ		2000
			5000				5000

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

ਡੈਬਿਟ ਕਿਰਾਇਆ ਖਾਤਾ ਕਰੈਡਿਟ

ਮਿਤੀ	ਵੇਰਵਾ	ਪੰਨਾ ਨੰ	ਅਮਾਊਂਟ	ਮਿਤੀ	ਵੇਰਵਾ	ਪੰਨਾ ਨੰ	ਅਮਾਊਂਟ
2012 ਅਗਸਤ 28	ਕੈਸ਼ ਖਾਤੇ ਵਿੱਚ		1200	2012 ਅਗਸਤ 31	ਬਕਾਇਆ C/D ਵਿੱਚੋਂ		1200
			1200				1200

ਅਭਿਆਸ : ਮੁਲੰਕਣ

1. ਨੇੜੇ ਦੇ ਪ੍ਰਚੂਨ ਸਟੋਰ ਵਿੱਚ ਜਾਓ ਅਤੇ ਅਨੁਸਰਨ ਕਰੋ ਕਿ ਰਿਕਾਰਡ ਕਿਵੇਂ ਤਿਆਰ ਕੀਤਾ ਜਾਂਦਾ ਹੈ।
2. ਕਿਸੇ ਤੇਜ਼ ਪ੍ਰਚੂਨ ਮਾਰਕੀਟ ਵਿੱਚ ਜਾਓ ਅਤੇ ਕੰਮ ਕਰਦੇ ਹੋਏ ਪ੍ਰਚੂਨ ਲੈਣ ਦੇਣ ਤੇ ਰੋਜ਼ਨਾਮਚਾ ਤਿਆਰ ਕਰੋ।
3. ਕਿਸੇ ਤੇਜ਼ ਪ੍ਰਚੂਨ ਮਾਰਕੀਟ ਵਿੱਚ ਜਾਓ, ਕੰਮ ਤੇ ਲੈਜਰ ਵਿੱਚ ਪ੍ਰਚੂਨ ਲੇਖੇ ਦੇ ਇੰਦਰਾਜ ਦਰਜ ਕਰੋ।
4. ਇਲੈਕਟਰੋਨਿਕ ਦੀ ਦੁਕਾਨ ਤੇ ਜਾਓ ਅਤੇ ਉਨ੍ਹਾਂ ਦੁਆਰਾ ਤਿਆਰ ਕੀਤੀ ਲੇਖਾ ਸਟੇਟਮੈਂਟ ਦੀ ਲਿਸਟ ਬਣਾਓ।
5. ਕਿਸੇ ਵੀ ਪ੍ਰਚੂਨ ਸਟੋਰ ਤੇ ਜਾਓ ਅਤੇ ਪਤਾ ਕਰੋ ਕਿ ਉਨ੍ਹਾਂ ਨੇ ਕਿਹੜੀ ਕਿਸਮ ਦੇ ਲੇਖਾ ਲੈਜਰ ਤਿਆਰ ਕੀਤੇ ਹਨ।

ਮੁਲੰਕਣ

(ੳ) ਸਹੀ ਜਾਂ ਗਲਤ

1. ਜਰਨਲ ਰੋਜ਼ਨਾਮਚੇ ਨੂੰ ਮੁੱਢਲੇ ਇੰਦਰਾਜ ਦੀ ਕਿਤਾਬ ਕਹਿੰਦੇ ਹਨ।
2. ਦਰਜ ਕਰਨ ਦੀ ਪ੍ਰਕ੍ਰਿਆ ਇੰਦਰਾਜ ਨੂੰ ਲੈਜਰ ਤੋਂ ਰੋਜਨਾਮਚਾ ਵਿੱਚ ਤਬਦੀਲ ਕਰਦੀ ਹੈ।
3. ਜੋ ਇੰਦਰਾਜ ਸਬੰਧਿਤ ਲੈਜਰ ਵਿੱਚ ਦਰਜ ਕੀਤਾ ਜਾਂਦਾ ਹੈ ਰੋਜਨਾਮਚੇ ਵਿੱਚ ਉਸ ਖਾਤੇ ਦਾ ਪੰਨਾ ਨੰਬਰ ਲੈਜਰ ਫੋਲੀਓ ਦੇ ਰੂਪ ਵਿੱਚ ਦਰਜ ਕੀਤਾ ਜਾਂਦਾ ਹੈ।
4. ਸੱਜੇ ਪਾਸੇ ਸਭ ਤੋਂ ਉੱਪਰ ਅਖ਼ੀਰ ਵਿੱਚ ਸੰਖੇਪਕ ਸ਼ਬਦ ਡੈਬਿਟ (Dr.) ਸਾਈਡ ਦਾ ਸੰਕੇਤ ਦੇਣ ਲਈ ਲਿਖਿਆ ਜਾਂਦਾ ਹੈ।
5. ਸੱਜੇ ਪਾਸੇ ਸਭ ਤੋਂ ਉੱਪਰ ਅਖ਼ੀਰ ਵਿੱਚ (Cr) ਸੰਖੇਪਕ ਸ਼ਬਦ ਇਹ ਸੰਕੇਤ ਦੇਣ ਲਈ ਲਿਖਿਆ ਜਾਂਦਾ ਹੈ ਕਿ ਇਹ ਕਰੈਡਿਟ ਸਾਈਡ ਹੈ।
6. ਵਿਅਕਤੀਗਤ ਖਾਤੇ ਦੇ ਨਿਯਮ ਮੁਤਾਬਿਕ ਡੈਬਿਟ ਬੈਂਲਸ ਦਾ ਅਰਥ ਹੈ ਕਿ ਉਸ ਆਦਮੀ ਨੇ ਸਾਨੂੰ ਪੈਸੇ ਦੇਣੇ ਹਨ ਅਤੇ ਕਰੈਡਿਟ ਬਕਾਏ ਦਾ ਅਰਥ ਹੈ ਕਿ ਅਸੀਂ ਉਸ ਵਿਅਕਤੀ ਨੂੰ ਪੈਸੇ ਦੇਣੇ ਹਨ।
7. ਜਦੋਂ ਕਰੈਡਿਟ ਸਾਈਡ ਤੇ ਇੰਦਰਾਜ ਕਰਨਾ ਹੈ ਉਸ ਸਮੇਂ ਖਾਤੇ ਦਾ ਨਾਂ ਜਿਸ ਨੇ ਡੈਬਿਟ ਹੋਣਾ ਹੈ ਦੀ ਸ਼ੁਰੂਆਤ (To) ਨਾਲ ਲਿਖਣੀ ਹੈ।
8. ਕਿਸੇ ਵਿਸ਼ੇਸ਼ ਖਾਤੇ ਨਾਲ ਸਬੰਧਿਤ ਲੈਣ ਦੇਣ ਨੂੰ ਲੈਜਰ ਵਿੱਚ ਪਹਿਲਾਂ ਹੀ ਖੁੱਲੇ ਖਾਤੇ ਵਿੱਚ ਰਿਕਾਰਡ ਕਰਨਾ ਚਾਹੀਦਾ ਹੈ।

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

(ਅ) ਖਾਲੀ ਥਾਵਾਂ ਭਰੋ

1. ਇਕ ਸੰਸਥਾ ਦੁਆਰਾ ਪ੍ਰਮੁੱਖ ਤੌਰ ਤੇ ਲੇਖੇ ਦੀਆਂ ਦੋ ਕਿਤਾਬਾ ਆਮ ਤੌਰ ਤੇ ਤਿਆਰ ਕੀਤੀਆ ਜਾਂਦੀਆਂ ਹਨ ਜਿਹੜੀਆਂ __________ ਅਤੇ ____________ ਹਨ।
2. ਹਰ ਰੋਜ ਦੀ ਦੇਣ ਅਤੇ ਲੈਣ ਨੂੰ ___________ ਕਿਤਾਬ ਵਿੱਚ ਮਿਤੀਕ੍ਰਮ ਅਨੁਸਾਰ ਦਰਜ ਕੀਤਾ ਜਾਂਦਾ ਹੈ।
3. ____________ ਦੇ ਡੈਬਿਟ ਅਤੇ ਕਰੈਡਿਟ ਦੇ ਦੋਹਾਂ ਕਾਲਮਾ ਵਿੱਚ ਵਿਸ਼ੇਸ਼ ਇੰਦਰਾਜ ਲਈ ਉਹੀ ਰਕਮ ਰਿਕਾਰਡ ਕੀਤੀ ਜਾਂਦੀ ਹੈ।
4. ਜਦੋਂ ਲੈਣ ਦੇਣ ਦੀ ਪ੍ਰਕ੍ਰਿਆ ਬਹੁਤ ਜ਼ਿਆਦਾ ਹੋਵੇ ਤਾਂ ਇਕ ਕਿਤਾਬ ਦੀ ਬਜਾਏ ___________ ਲੈਜਰ ਕਿਤਾਬਾਂ ਤਿਆਰ ਕੀਤੀਆਂ ਜਾਂਦੀਆਂ ਹਨ।
5. ਖਾਤੇ ਦੇ ਨਿਯਮਾਂ ਮੁਤਾਬਿਕ ਹਮੇਸ਼ਾਂ ਡੈਬਿਟ ਬਕਾਇਆ ਵਪਾਰ ਵਿੱਚ ਸੰਪੱਤੀ ________ ਖਾਤੇ ਦੇ ________ ਦੇ ਮੁੱਲ ਦਾ ਸੰਕੇਤ ਦਿੰਦਾ ਹੈ।
6. ਰੋਜਨਾਮਚੇ ਵਿੱਚ ਦਰਜ ਹਰ __________ ਲਈ ਲੈਜਰ ਬੁੱਕ ਵਿੱਚ ਅਲੱਗ ਖਾਤਾ ਖੋਲ੍ਹਿਆਂ ਜਾਂਦਾ ਹੈ।
7. ਰੋਜਨਾਮਚੇ ਦੇ ਇੰਦਰਾਜਾਂ ਨੂੰ ਮਿਤੀਕ੍ਰਮ ਅਨੁਸਾਰ __________ ਖਾਤੇ ਵਿੱਚ ਦਰਜ ਕਰਨਾ ਹੁੰਦਾ ਹੈ।
8. ਜਦੋਂ ___________ ਪਾਸੇ ਇੰਦਰਾਜ ਹੋਣਾ ਹੈ ਤਾਂ ਖਾਤੇ ਦੇ ਨਾਮ ਨੂੰ ਜਿਸ ਨੇ ਕਰੈਡਿਟ ਹੋਣਾ ਹੈ ਨੂੰ (To) ਨਾਲ ਲਿਖਿਆ ਜਾਂਦਾ ਹੈ।

(ੲ) ਬਹੁ ਵਿਕੱਲਪੀ ਪ੍ਰਸ਼ਨ

1. ਲੈਣ ਦੇਣ ਦੀ ਪ੍ਰੀਕ੍ਰਿਆ ਨੂੰ ਜਿਸ ਕਿਤਾਬ ਵਿੱਚ ਪਹਿਲੀ ਵਾਰ ਰਿਕਾਰਡ ਕੀਤਾ ਜਾਂਦਾ ਹੈ ਤਾਂ ਉਸ ਨੂੰ ਕਹਿੰਦੇ ਹਨ :-
   (ੳ) ਰੋਜ਼ਨਾਮਚਾ
   (ਅ) ਕੈਸ਼ ਬੁੱਕ
   (ੲ) ਲੈਜਰ
   (ਸ) ਉਪਰੋਕਤ ਸਾਰੇ
2. ਕਥਨ ਜਿਹੜਾ ਕਿ ਲੈਣ ਦੇਣ ਦੀ ਪ੍ਰਕ੍ਰਿਆ ਦੀ ਸੰਖੇਪ ਵਿਆਖਿਆ ਹੈ ਨੂੰ ਹਰੇਕ ਇੰਦਰਾਜ ਦੇ _________ ਵਿੱਚ ਦਿੱਤਾ ਜਾਂਦਾ ਹੈ।
   (ੳ) ਹਰੇਕ ਇੰਦਰਾਜ ਦੀ ਸ਼ੁਰੂਆਤ
   (ਅ) ਹਰੇਕ ਇੰਦਰਾਜ ਦਾ ਅਖ਼ੀਰ
   (ੲ) ਹਰੇਕ ਇੰਦਰਾਜ ਦਾ ਮੱਧ ਭਾਗ
   (ਸ) ਉਪਰੋਕਤ ਵਿੱਚੋਂ ਕੋਈ ਨਹੀਂ
3. ਜਦੋਂ ਲੈਣ- ਦੇਣ ਦੀ ਪ੍ਰਕ੍ਰਿਆ ਨੂੰ ਰੋਜ਼ਨਾਮਚੇ ਵਿੱਚ ਦਰਜ ਕੀਤਾ ਜਾਂਦਾ ਹੈ, ਇਹ ਕਿਹਾ ਜਾਂਦਾ ਹੈ।
   (ੳ) ਮੁੱਢਲਾ ਇੰਦਰਾਜ
   (ਅ) ਜਰਨਲ ਇੰਦਰਾਜ
   (ੲ) ਲੈਜਰ ਇੰਦਰਾਜ
   (ਸ) ਉਪਰੋਕਤ ਸਾਰੇ
4. ਕਿਸੇ ਵਿਸ਼ੇਸ਼ ਲੇਖੇ ਦਾ ਪੰਨਾ ਨੰਬਰ ਲੈਜਰ ਦੇ ਕਾਲਮ ਵਿੱਚ ਵਰਣਨ ਕੀਤਾ ਜਾਂਦਾ ਹੈ।
   (ੳ) ਜਰਨਲ ਫੋਲੀਓ
   (ਅ) ਲੈਜਰ ਫੋਲੀਓ

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

(ੲ) ਉਪਰੋਕਤ ਵਿੱਚੋਂ ਕੋਈ ਨਹੀਂ
(ਸ) ਉਪਰੋਕਤ ਸਾਰੇ

5. ਹੇਠਾਂ ਦਿੱਤੇ ਖਾਤੇ ਦੇ ਨਿਯਮ ਮੁਤਾਬਿਕ, ਡੈਬਿਟ ਬਕਾਇਆ ਖਰਚੇ ਅਤੇ ਘਾਟੇ ਦਿਖਾਉਂਦਾ ਹੈ ਅਤੇ ਕਰੈਡਿਟ ਬਕਾਇਆ ਲਾਭ ਅਤੇ ਫ਼ਾਇਦੇ ਦਿਖਾਉਂਦਾ ਹੈ।
(ੳ) ਵਿਅਕਤੀਗਤ ਖਾਤਾ
(ਅ) ਅਸਲੀ ਖਾਤਾ
(ੲ) ਮਾਮੂਲੀ ਖਾਤਾ
(ਸ) ਉਪਰੋਕਤ ਸਾਰੇ

6. ਦਿੱਤੀ ਹੋਈ ਤਰੀਖ਼ ਤੇ ਇਕ ਵਪਾਰੀ ਨਿਸ਼ਚਿਤ ਕਰ ਸਕਦਾ ਹੈ।
(ੳ) ਉਸਦੇ ਲੈਣਦਾਰ ਅਤੇ ਦੇਣਦਾਰ ਕੌਣ ਹਨ ?
(ਅ) ਹਰ ਇਕ ਹੈੱਡ ਦੇ ਕੁੱਲ ਕਿੰਨੇ ਖ਼ਰਚੇ ਅਤੇ ਪ੍ਰਾਪਤੀਆ ਹਨ ?
(ੲ) ਉਸ ਦੀ ਸੰਪੱਤੀ ਅਤੇ ਲੈਣਦਾਰੀਆਂ ਦੇਣਦਾਰੀਆਂ ਦਾ ਮੁੱਲ ਕੀ ਹੈ ?
(ਸ) ਉਪਰੋਕਤ ਸਾਰੇ

(ਸ) ਛੋਟੇ ਪ੍ਰਸ਼ਨ ਉੱਤਰ

1. ਜਰਨਲ ਰੋਜ਼ਨਾਮਚੇ ਦੇ ਕਿਹੜੇ ਮੁੱਖ ਤੱਤ ਹਨ ?
2. ਕਿਨੀ ਤਰ੍ਹਾਂ ਦੀਆਂ ਲੈਜਰ ਕਿਤਾਬਾਂ ਤਿਆਰ ਰੱਖਣ ਦੀ ਲੋੜ ਹੈ ?
3. ਲੈਜਰ ਦੇ ਕਿਹੜੇ ਫ਼ਾਇਦੇ ਹਨ ?
4. ਜਰਨਲ (ਰੋਜ਼ਨਾਮਚੇ) ਦਾ ਖਰੜਾ ਤਿਆਰ ਕਰੋ ਅਤੇ ਲੈਣ ਦੇਣ ਪ੍ਰੀਕ੍ਰਿਆਵਾਂ ਨੂੰ ਕਰਨ ਦੇ ਢੰਗਾਂ ਦਾ ਵਰਣਨ ਕਰੋ ?
5. ਲੈਜਰ ਦਾ ਖਰੜਾ ਤਿਆਰ ਕਰੋ ਅਤੇ ਲੈਜਰ ਵਿੱਚੋਂ ਇੰਦਰਾਜਾ ਨੂੰ ਦਰਜ ਕਰਨ ਦੇ ਤਰੀਕੇ ਦਾ ਵਰਣਨ ਕਰੋ ?

(ਹ) ਅਭਿਆਸ ਲਈ ਸਮੱਸਿਆਵਾਂ

1. ਹੇਠਾਂ ਦਿੱਤੇ ਲੈਣ ਦੇਣ ਦਾ ਰੋਜ਼ਨਾਮਚਾ ਬਣਾਓ ਅਤੇ ਇਨ੍ਹਾਂ ਨੂੰ ਲੈਜਰ ਵਿੱਚ ਦਰਜ ਕਰੋ ਅਤੇ 31 ਮਾਰਚ 2015 ਤੱਕ ਦਾ ਖਾਤਿਆ ਦਾ ਬਕਾਇਆ ਕੱਢੋ।

2015				
ਜਨਵਰੀ	1	ਸ਼੍ਰੀ ਰਾਮਾ ਨੇ ਪ੍ਰਚੂਨ ਵਪਾਰ ਕੈਸ਼ ਨਾਲ ਸ਼ੁਰੂ ਕੀਤਾ	Rs	10,000
	1	ਬੈਕ ਵਿੱਚ ਕੈਸ਼ ਜਮ੍ਹਾਂ ਖਾਤੇ ਵਿੱਚ ਜਮ੍ਹਾਂ ਕਰਵਾਇਆ	Rs	5000
	3	ਫਰਨੀਚਰ ਖਰੀਦਿਆ	Rs	900
	4	ਮੋਹਨ ਅਤੇ ਕੰਪਨੀ ਤੋਂ ਕੈਸ਼ ਚੀਜ਼ਾਂ ਖਰੀਦਿਆ	Rs	4000
	5	ਵਸਤੂ ਵੇਚੀਆਂ	Rs	1700
	7	ਸਾਲ ਦਾ ਟੈਲੀਫੋਨ ਬਿਲ ਦਿੱਤਾ	Rs	400
	8	ਬੀਰ ਅਤੇ ਕੰਪਨੀ ਤੋਂ ਵਸਤੂਆਂ ਖ਼ੀਦੀਆ	Rs	1000
	10	ਚੈਂਕ ਦੁਆਰਾ ਵਿਗਿਆਪਨ ਦਾ ਭੁਗਤਾਨ ਕੀਤਾ	Rs	160

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

	11	ਉਧਾਰੀ ਤੇ ਯੁਨੀਵਰਸ ਟਾਈਪਰਾਈਟਰ ਅਤੇ ਕੰਪਨੀ ਤੋਂ ਇਕ ਟਾਈਪ ਰਾਈਟਰ ਖ਼੍ਰੀਦੀਆ	Rs	750
	12	ਬੇਦੀ ਅਤੇ ਕੰਪਨੀ ਨੂੰ ਵਸਤੂਆਂ ਵੇਚੀਆਂ	Rs	2900
	14	ਨਿੱਜੀ ਵਰਤੋਂ ਲਈ ਬੈਂਕ ਤੋਂ ਪੈਸੇ ਕਢਵਾਏ	Rs	350
	16	ਓਮੇਗਾ ਅਤੇ ਕੰਪਨੀ ਨੂੰ ਕੈਸ਼ ਵਸਤੂਆਂ ਵੇਚੀਆਂ	Rs	650
	25	ਬੇਦੀ ਅਤੇ ਕੰਪਨੀ ਤੋਂ ਕੈਸ਼ ਪ੍ਰਾਪਤ ਕੀਤਾ 50 ਰੁ. ਡਿਸਕਾਉਂਟ ਦਿੱਤਾ	Rs	2850
	26	ਬੈਂਕ ਵਿੱਚ ਪੈਸੇ ਜਮ੍ਹਾਂ ਕਰਵਾਏ	Rs	2500
	31	ਜਨਵਰੀ ਮਹੀਨੇ ਦਾ ਮਕਾਨ ਮਾਲਕ ਨੂੰ ਕਰਾਇਆ ਦਾ ਚੈੱਕ ਜਾਰੀ ਕੀਤਾ	Rs	500
	31	ਸਟਾਫ ਨੂੰ ਵੇਤਨ ਦਿੱਤਾ।	Rs	600
	31	ਬੀਰ ਅਤੇ ਕੰਪਨੀ ਦੇ ਲਈ ਚੈੱਕ ਜਾਰੀ ਕੀਤਾ। ਉਨ੍ਹਾਂ ਦੇ ਅਕਾਊਂਟ ਦਾ ਹਿਸਾਬ-ਕਿਤਾਬ ਕੀਤਾ।	Rs	950

2. ਪਾਲ ਨੇ ਕੰਨਸਲਟਿੰਗ ਫਰਮ ਖੋਲੀ (ਸਲਾਹ ਮਸ਼ਵਰਾ ਵਾਲੀ) ਅਤੇ ਜਨਵਰੀ 2012 ਵਿੱਚ ਲੈਣ ਦੇਣ ਦੀ ਪ੍ਰੀਕ੍ਰਿਆ ਨੂੰ ਪੂਰਾ ਕੀਤਾ।
   - ਪਾਲ ਕੰਨਸਲਟਿੰਗ ਕੰਪਨੀ ਨੇ ਵਪਾਰ ਵਿੱਚ 4,00000 ਰੁ.ਨਕਦ ਦਾ ਨਿਵੇਸ਼ ਕੀਤਾ ਅਤੇ ਦਫ਼ਤਰੀ ਸਾਜੋ -ਸਮਾਨ 1,50,000 ਰੁਪਏ ਵਿੱਚ ਖਰਚਿਆ।
   - ਜ਼ਮੀਨ ਅਤੇ ਛੋਟੀ ਦਫ਼ਤਰੀ ਬਿਲਡਿੰਗ ਖਰੀਦੀ, ਭੂਮੀ ਦਾ ਮੁੱਲ 1,50,000 ਰੁਪਿਆ ਸੀ ਅਤੇ ਬਿਲਡਿੰਗ ਦਾ ਮੁੱਲ 3,50,000 ਰੁਪਿਆ ਸੀ।ਖ਼ਰੀਦ ਕਿਸ਼ਮ ਵਿੱਚੋਂ 2,00,000 ਰੁਪਏ ਨਕਦ ਦਿੱਤੇ ਅਤੇ 8,00,000 ਰੁਪਏ ਦਾ ਭੁਗਤਾਨ ਲੰਬੇ ਸਮੇਂ ਲਈ ਰੱਖਿਆ ਗਿਆ।
   - 12000 ਰੁ. ਦੀ ਦਫ਼ਤਰੀ ਸਪਲਾਈ ਕਰੈਡਿਟ ਤੇ ਖ਼੍ਰੀਦੀ।
   - ਪਾਲ ਨੇ ਮੋਟਰ ਕਾਰ ਦੀ ਵਰਤੋਂ ਵਪਾਰ ਵਿੱਚ ਕੀਤੀ ਮੋਟਰ ਕਾਰ ਦਾ ਮੁੱਲ 90,000 ਸੀ।
   - ਉਧਾਰੀ ਤੇ 30,000 ਦਾ ਵਾਧੂ ਦਫ਼ਤਰੀ ਸਾਜੋ ਸਮਾਨ ਖ਼੍ਰੀਦਿਆ।
   - ਦਫ਼ਤਰੀ ਮੈਨੇਜਰ ਨੂੰ 75,000 ਵੇਤਨ ਦਿੱਤਾ।
   - ਗਾਹਕ ਨੂੰ ਸੇਵਾਵਾਂ ਪ੍ਰਦਾਨ ਕੀਤੀਆਂ ਅਤੇ 30,000 ਇਕੱਠਾ ਕੀਤਾ
   - ਮਹੀਨੇ ਦਾ ਫੁਟਕਲ ਖਰਚਿਆਂ ਲਈ 4000 ਦਾ ਭੁਗਤਾਨ ਕੀਤਾ
   - ਸਪਲਾਈ ਦੇਣ ਵਾਲੀਆਂ ਦਾ ਭੁਗਤਾਨ ਕੀਤਾ।
   - ਰੁਪਏ 93,000 ਨਕਦ ਦੇ ਨਵੇਂ ਦਫ਼ਤਰੀ ਉਪਕਰਨ ਖ਼੍ਰੀਦੇ।
   - ਪੁਰਾਣੇ ਉਪਕਰਨਾਂ ਦੀ 7000 ਦਾ ਕੀਮਤ ਦਾ ਵਪਾਰ ਕੀਤਾ
   - 2600 ਰੁ. ਦੀਆਂ ਗਾਹਕ ਸੇਵਾਵਾਂ ਪੂਰੀਆਂ ਕੀਤੀਆ ਇਹ ਰਕਮ 30 ਦਿਨਾਂ ਵਿੱਚ ਦੇਣੀ ਹੈ।
   - ਗਾਹਕ ਤੋਂ 19,000 ਰੁ. ਪ੍ਰਾਪਤ ਕੀਤੇ K ਟਰਾਂਜੈਕਸ਼ਨ ਪੈਦਾ ਕੀਤੀ।

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

o ਬੋਬੀ ਨੇ 20,000 ਰੁਪਏ ਵਪਾਰ ਵਿੱਚੋਂ ਕਢਵਾਏ। ਉਪਰ ਦਿੱਤੀ ਟਰਾਂਜੈਕਸ਼ਨ ਦਾ ਵਿਸ਼ਲੇਸ਼ਣ ਕਰੋ। ਹੇਠਾਂ ਦਿੱਤਾ T ਖਾਤਾ ਖੋਲੋ, ਨਕਦ, ਗਾਹਕ, ਦਫ਼ਤਰ ਦੀ ਸਪਲਾਈ, ਮੋਟਰ ਕਾਰ, ਬਿਲਡਿੰਗ, ਭੂਮੀ, ਲੰਮੇ ਸਮੇਂ ਦੀਆਂ ਦੇਣਦਾਰੀਆਂ, ਪੂੰਜੀ ਕਢਵਾਈ ਰਕਮ, ਤਨਖਾਹ, ਖਰਚ ਅਤੇ ਉਪਯੋਗਿਤਾ ਖਰਚੇ ਅਤੇ ਲੈਣ ਦੇਣ ਦਾ ਰੋਜ਼ਨਾਮਚਾ ਬਣਾਓ।

3. ਦਿਨੇਸ਼ ਦੀਆਂ ਕਿਤਾਬਾ ਵਿੱਚ ਲੈਣ ਦੇਣ ਪ੍ਰੀਕ੍ਰਿਆ ਨੂੰ ਰੋਜ਼ਨਾਮਚੇ ਵਿੱਚ ਲਿਖੋ।

2012 ਦਸੰਬਰ 1, ਨਕਦ 75,000 ਰੁ. ਨਾਲ ਵਪਾਰ ਸ਼ੁਰੂ ਕੀਤਾ
ਦਸੰਬਰ 7, ਨਕਦ 10,000 ਰੁ. ਦੀਆਂ ਵਸਤਾਂ ਖਰੀਦਿਆ
ਦਸੰਬਰ 9 5000 ਰੁ. ਦੀਆਂ ਵਸਤਾਂ ਨਰੇਸ਼ ਨੂੰ ਵੇਚੀਆਂ
ਦਸੰਬਰ 12 3000 ਰੁ. ਦਾ ਫਰਨੀਚਰ ਖਰੀਦਿਆ
ਦਸੰਬਰ 18 ਪੂਰੇ ਨਿਪਟਾਰੇ ਲਈ, 4000 ਰੁ. ਨਰੇਸ਼ ਤੋਂ ਪ੍ਰਾਪਤ ਕੀਤੇ।
ਦਸੰਬਰ 25 1000 ਰੁ. ਕਿਰਾਇਆ ਦਿੱਤਾ
ਦਸੰਬਰ 30 1500 ਰੁਪਏ ਵੇਤਨ ਦਿੱਤਾ

4. ਰਾਨੂ ਦੇ ਵਹੀਖਾਤੇ ਵਿੱਚ ਹੇਠਾਂ ਦਿੱਤੀਆਂ ਟਰਾਂਜੈਕਸ਼ਨ ਦਾ ਇੰਦਰਾਜ ਕਰੋ।

2013 ਜਨਵਰੀ 01 ਨਕਦ 175,000 ਰੁ. ਨਾਲ ਵਪਾਰ ਸ਼ੁਰੂ ਕੀਤਾ।
ਜਨਵਰੀ 01 100000 ਰੁ. ਬਿਲਡਿਗ ਲਈ
ਜਨਵਰੀ 02 ਨਕਦ 75,000 ਦੀਆਂ ਵਸਤਾਂ ਖਰੀਦਿਆ
ਜਨਵਰੀ 03 ਬਾਨੂ ਨੂੰ 30,000 ਰੁ. ਦੀਆਂ ਵਸਤਾਂ ਵੇਚੀਆਂ
ਜਨਵਰੀ 04 500 ਰੁ. ਵੇਤਨ ਦਿੱਤਾ
ਜਨਵਰੀ 06 10,000 ਰੁ. ਨਕਦ ਦੀਆਂ ਵਸਤਾਂ ਵੇਚੀਆਂ
ਜਨਵਰੀ 10 700 ਰੁਪਏ ਦੇ ਵਪਾਰਕ ਖਰਚੇ
ਜਨਵਰੀ 12 ਬਾਨੂੰ ਤੋਂ 29,500 ਨਕਦ ਪ੍ਰਾਪਤ ਕੀਤਾ 500 ਰੁ.ਦਾ ਡਿਸਕਾਊਟ ਦਿੱਤਾ
ਜਨਵਰੀ 14 27000 ਰੁ. ਦੀਆਂ ਸੋਨੂੰ ਤੋਂ ਵਸਤਾਂ ਖ੍ਰੀਦੀਆ
ਜਨਵਰੀ 18 ਭਾੜਾ 1000 ਰੁ. ਦਿੱਤਾ
ਜਨਵਰੀ 20 ਆਪਣੀ ਨਿੱਜੀ ਵਰਤੋਂ ਵਾਸਤੇ 5,000 ਕੈਸ਼ ਕਢਵਾਏ
ਜਨਵਰੀ 22 ਘਰੇਲੂ ਵਰਤੋਂ ਲਈ 2000 ਰੁ. ਵਸਤਾਂ ਖਰੀਦਿਆਂ
ਜਨਵਰੀ 25 ਸੋਨੂੰ ਨੂੰ 26700 ਰੁ. ਨਕਦ ਦਿੱਤੇ 300 ਰੁ. ਦਾ ਮੁਨਾਫ਼ਾ ਦਿੱਤਾ

5. ਹੇਠ ਲੈਣ ਦੇਣ ਦਾ ਵਹੀਖਾਤਾ ਬਣਾਓ

2012 ਦਸੰਬਰ 01 ਰਾਮੂ ਨੇ ਨਕਦ 1,00,000 ਰੁ. ਨਾਲ ਵਪਾਰ ਸ਼ੁਰੂ ਕੀਤਾ
ਦਸੰਬਰ 02 ਸਟੇਟ ਬੈਂਕ ਆਫ ਇੰਡੀਆ ਵਿੱਚ ਨਕਦ 30,000 ਰੁਪਏ ਨਾਲ ਖਾਤਾ ਖੋਲਿਆ
ਦਸੰਬਰ 04 ਲਛਮਣ ਤੋਂ 20,000 ਰੁ. ਦੀਆਂ ਵਸਤਾਂ ਖਰੀਦਿਆਂ
ਦਸੰਬਰ 06 ਸੀਥਾ ਨੂੰ ਨਕਦ 15,000 ਰੁ. ਦੀਆਂ ਵਸਤਾਂ ਵੇਚੀਆਂ
ਦਸੰਬਰ 10 ਤਾਰਾ ਤੋਂ ਨਕਦ 40,000 ਦੀਆਂ ਵਸਤਾਂ ਖਰੀਦਿਆਂ
ਦਸੰਬਰ 13 ਹਰਮਨ ਨੂੰ 20,000 ਰੁ. ਦੀਆਂ ਵਸਤਾਂ ਵੇਚੀਆਂ
ਦਸੰਬਰ 16 ਹਰਮਨ ਤੋਂ 19500 ਰੁ. ਦਾ ਚੈੱਕ ਲਿਆ ਅਤੇ 500 ਰੁ. ਮੁਨਾਫ਼ਾ ਦਿੱਤਾ
ਦਸੰਬਰ 20 ਲਛਮਣ ਨੂੰ 10,000 ਰੁਪਏ ਦਾ ਚੈੱਕ ਦਿੱਤਾ।

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

ਦਸੰਬਰ 22 ਚੈੱਕ ਦੁਆਰਾ 2,000 ਰੁ. ਕਿਰਾਇਆ ਦਿੱਤਾ।

ਦਸੰਬਰ 23 ਬੈਂਕ ਵਿੱਚ 16,000 ਰੁਪਏ ਜਮ੍ਹਾਂ ਕਰਵਾਏ।

ਦਸੰਬਰ 25 10,000 ਰੁ. ਦੀ ਭਾਰਤ ਤੋਂ ਮਸ਼ੀਨ ਖਰੀਦੀ।

ਦਸੰਬਰ 26 ਵਪਾਰਕ ਖਰਚੇ 2000 ਰੁਪਏ।

ਦਸੰਬਰ 28 ਭਾਰਤ ਨੂੰ 10,000 ਰੁਪਏ ਦਾ ਚੈੱਕ ਦਿੱਤਾ।

ਦਸੰਬਰ 29 1200 ਰੁਪਏ ਦੇ ਟੈਲੀਫੋਨ ਖਰਚੇ ਚੈੱਕ ਦੁਆਰਾ ਦਿੱਤੇ।

ਦਸੰਬਰ 31 4500 ਰੁਪਏ ਤਨਖਾਹ ਵੱਜੋਂ ਦਿੱਤੇ।

6. ਸ਼ੰਕਰ ਟਰੇਡ੍ਰਰ ਦੀਆਂ ਕਿਤਾਬਾਂ ਦਾ ਹੇਠ ਲੈਣ ਦੇਣ ਦਾ ਵਹੀਖਾਤਾ ਤਿਆਰ ਕਰੋ।
- ਮਾਮਥਾ ਟਰੇਡਰਜ਼ ਤੋਂ ਆਉਣ ਵਾਲੇ ਡੁੱਬੇ ਹੋਏ ਕਰਜੇ ਦਾ 1,000 ਰੁਪਏ।
- ਮਾਲਕ ਦੁਆਰਾ 2000 ਦੇ ਕੀਮਤ ਦੀਆਂ ਵਸਤਾਂ ਵਰਤੀਆਂ ਗਈਆਂ।
- 10% ਪ੍ਰਤੀ ਸਲਾਨਾ ਦਰ ਦੇ ਹਿਸਾਬ ਨਾਲ ਦੋ ਮਹੀਨਿਆਂ ਦੇ ਮਸ਼ੀਨੀ ਵਰਤੋਂ ਖਰਚੇ 30,000 ਰੁ.
- 6% ਪ੍ਰਤੀ ਸਾਲਾਨਾ ਦਰ ਦੇ ਹਿਸਾਬ ਨਾਲ 9 ਮਹੀਨਿਆਂ ਦਾ 1,50,000 ਪੂੰਜੀ ਤੇ ਵਿਆਜ ਦਿੱਤਾ।
- ਸਮਾਥਾ ਟਰੇਡਰਜ਼ ਜੋ ਕਿ ਦਿਵਾਲੀਆ ਹੋ ਗਏ ਉਹਨਾਂ ਵੱਲੋਂ 2000 ਰੁਪਏ ਦੇ ਅੰਤਿਮ ਲਾਭ ਅੰਸ਼ ਵਿੱਚੋਂ 1 ਰੁਪਏ ਦੇ 60 ਪੈਸੇ ਭਾਗ ਦਿੱਤੇ ਗਏ।

7. ਹੇਠਾਂ ਦਿੱਤੀ ਲੈਣ ਦੇਣ ਦਾ ਵਹੀਖਾਤਾ ਤਿਆਰ ਕਰੋ
- ਮਸ਼ੀਨ ਦੀ ਲਵਾਈ ਲਈ 500 ਰੁ. ਨਕਦ ਦਿੱਤਾ
- 2000 ਰੁ. ਦੀਆਂ ਵਸਤਾਂ ਦਾਨ ਦੇ ਰੂਪ ਵਿੱਚ ਦਿੱਤੀ
- ਪੂਜੀ ਦੀ ਕੁੱਲ 70,000 ਰੁਪਏ ਕੀਮਤ ਉੱਪਰ ਪ੍ਰਤੀਸਾਲ 7% ਦੇ ਹਿਸਾਬ ਨਾਲ ਵਿਆਜ ਦਿੱਤਾ।
- ਪਿਛਲੇ ਸਾਲ ਦੇ ਡੁੱਬੇ ਹੋਏ 1200 ਰੁ. ਪ੍ਰਾਪਤ ਕੀਤਾ, ਹਿਸਾਬ ਕਿਤਾਬ ਖਤਮ ਕੀਤਾ
- ਅੱਗ ਲੱਗਣ ਕਰਕੇ, 2000 ਰੁ. ਦੀਆਂ ਵਸਤਾਂ ਨਸ਼ਟ ਹੋ ਗਈਆਂ
- 1,000 ਰੁ. ਕਿਰਾਏ ਦਾ ਬਕਾਇਆ
- 900 ਰੁ. ਦਾ ਵਿਆਜ
- ਮਹੇਸ਼ ਨੇ ਮੇਰੇ ਕੋਲੋਂ 3000 ਰੁ. ਲਿਆ ਸੀ। ਉਹ ਵਾਪਸ ਕਰਨ ਵਿੱਚ ਅਸਫਲ ਰਿਹਾ। ਇਸ ਲਈ ਉਸ ਨੇ ਮੈਨੂੰ 1 ਰੁ. ਪਿਛੇ 45 ਪੈਸੇ ਹਰਜਾਨਾ ਦਿੱਤਾ।
- 7000 ਰੁ. ਦਾ ਕਮਿਸ਼ਨ ਅਡਵਾਂਸ ਵੱਜੋਂ (ਪਹਿਲੇ) ਪ੍ਰਾਪਤ ਕੀਤਾ

8. ਹੇਠ ਲਿਖੇ ਟਰਾਂਜੈਕਸ਼ਨਾਂ ਦਾ ਰੋਜ਼ਨਾਮਚਾ ਬਣਾ ਕੇ ਵਹੀਖਾਤੇ ਵਿੱਚ ਇੰਦਰਾਜ ਕਰੋ।

2013 ਨਵੰਬਰ 1 ਵਪਾਰ ਨਕਦ 1,50,000 ਅਤੇ 50,000 ਰੁਪਏ ਦੀਆਂ ਵਸਤਾਂ ਨਾਲ ਸ਼ੁਰੂ ਕੀਤਾ।

ਨਵੰਬਰ 03 ਹਰੀਸ਼ ਤੋਂ 30,000 ਰੁ. ਦੀਆਂ ਵਸਤਾਂ ਖਰੀਦਿਆਂ

ਨਵੰਬਰ 5 12,000 ਰੁ. ਦੀਆਂ ਵਸਤਾਂ ਵੇਚੀਆਂ

ਨਵੰਬਰ 8 5000 ਰੁ. ਨਕਦ ਦਾ ਫਰਨੀਚਰ ਖਰੀਦੀਆਂ

ਨਵੰਬਰ 10 ਖਾਤੇ ਵਿੱਚੋਂ ਰਮੇਸ਼ ਨੂੰ 15,000 ਰੁ. ਨਕਦ ਦਿੱਤਾ

ਨਵੰਬਰ 13 ਫੁਟਕਲ ਖਰਚੇ 200 ਰੁ.

ਨਵੰਬਰ 15 ਨਕਦ ਵਿਕਰੀ 15,000 ਰੁ.

ਨਵੰਬਰ 18 ਬੈਂਕ ਵਿੱਚ 5000 ਰੁ. ਜਮ੍ਹਾਂ ਕਰਵਾਏ

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

ਨਵੰਬਰ 20 ਵਿਅਕਤਗਤ ਖਰਚੇ ਲਈ 1000 ਰੁ. ਕਢਵਾਏ
ਨਵੰਬਰ 22 ਰਮੇਸ਼ ਨੂੰ ਅਕਾਊਟ ਵਿੱਚੋਂ 14700 ਰੁ. ਕੈਸ਼ ਭੁਗਤਾਨ ਕੀਤਾ ਅਤੇ ਖਾਤਾ ਬੰਦ ਕੀਤਾ।
ਨਵੰਬਰ 25 7000 ਰੁ. ਦੀਆਂ ਮਹੇਸ਼ ਨੂੰ ਵਸਤਾਂ ਵੇਚੀਆਂ
ਨਵੰਬਰ 26 200 ਰੁ. ਢੋਆ ਢੁਆਈ ਦਾ ਖਰਚਾ
ਨਵੰਬਰ 27 1,500 ਰੁ. ਕਿਰਾਇਆ ਦਿੱਤਾ
ਨਵੰਬਰ 29 ਮਹੇਸ਼ ਤੋਂ 6800 ਰੁ. ਨਕਦ ਪ੍ਰਾਪਤ ਕੀਤੇ ਅਤੇ 200 ਰੁ. ਮੁਨਾਫਾ ਦਿੱਤਾ
ਨਵੰਬਰ 30 3000 ਰੁ. ਦਾ ਵੇਤਨ ਦਿੱਤਾ

9. ਹੇਠਾਂ ਦਿੱਤੇ ਲੈਣ ਦੇਣ ਦਾ ਰੋਜ਼ਨਾਮਚਾ ਭਰੋ। ਇਹ ਰੋਜ਼ਨਾਮਚਾ ਮੈਸਰਜ ਰਾਕੇਸ਼ ਟਰੇਡਰਜ਼ ਦਾ ਹੈ।

2014 ਜਨਵਰੀ 01 1,65,000 ਰੁ. ਨਾਲ ਕੈਸ਼ ਬਿਜਨਸ ਸ਼ੁਰੂ ਕੀਤਾ
ਜਨਵਰੀ 02 ਪੰਜਾਬ ਨੈਸ਼ਨਲ ਬੈਂਕ ਵਿੱਚ 80,000 ਰੁ. ਨਾਲ ਖਾਤਾ ਖੋਲਿਆ
ਜਨਵਰੀ 04 ਰੈਮਜ ਤੋਂ 22,000 ਰੁ. ਦੀਆਂ ਵਸਤਾਂ ਖ੍ਰੀਦੀਆ
ਜਨਵਰੀ 05 30,000 ਰੁ. ਦੀਆਂ ਕੈਸ਼ ਵਸਤਾ ਖ੍ਰੀਦੀਆ
ਜਨਵਰੀ 08 12,000 ਰੁ. ਦੀਆਂ ਮਹੇਸ਼ ਨੂੰ ਵਸਤਾਂ ਵੇਚੀਆਂ
ਜਨਵਰੀ 10 22,000 ਰੁ. ਰਮੇਸ਼ ਨੂੰ ਦਿੱਤਾ
ਜਨਵਰੀ 15 ਮਹੇਸ਼ ਤੋਂ 11,700 ਰੁ. ਕੈਸ਼ ਪ੍ਰਾਪਤ ਕੀਤਾ ਅਤੇ 300 ਰੁ. ਦਾ ਡਿਸਕਾਉਂਟ ਦਿੱਤਾ
ਜਨਵਰੀ 16 200 ਰੁ. ਵੇਤਨ ਦਿੱਤਾ
ਜਨਵਰੀ 18 ਦਫ਼ਤਰ ਲਈ 5000 ਰੁ. ਦਾ ਫਰਨੀਚਰ ਖਰੀਦਿਆ
ਜਨਵਰੀ 20 ਆਪ ਦੀ ਵਰਤੋਂ ਲਈ ਬੈਂਕ ਵਿੱਚੋਂ 4000 ਰੁ. ਕਢਵਾਏ
ਜਨਵਰੀ 23 ਘਰੇਲੂ ਉਦੇਸ਼ ਲਈ 2000 ਰੁ. ਦਾ ਸਮਾਨ ਜਾਰੀ ਕਰਵਾਇਆ
ਜਨਵਰੀ 22 3000 ਰੁ. ਦਾ ਚੈੱਕ ਕਿਰਾਏ ਲਈ ਜਾਰੀ ਕੀਤਾ
ਜਨਵਰੀ 24 6000 ਰੁ. ਦਾ ਦਫ਼ਤਰੀ ਵਰਤੋਂ ਲਈ ਕੈਸ਼ ਕਢਵਾਇਆ
ਜਨਵਰੀ 26 1000 ਰੁ. ਕਮਿਸ਼ਨ ਪ੍ਰਾਪਤ ਕੀਤਾ
ਜਨਵਰੀ 27 ਬੈਂਕ ਦੇ ਖਰਚੇ 200 ਰੁ.
ਜਨਵਰੀ 28 3000 ਰੁ. ਦਾ ਬੀਮਾ ਕਿਸਤ ਲਈ ਚੈੱਕ ਰਾਹੀਂ ਭੁਗਤਾਨ
ਜਨਵਰੀ 29 7000 ਰੁ. ਵੇਤਨ ਭੁਗਤਾਨ ਲਈ
ਜਨਵਰੀ 30 10,000 ਦੀ ਕੈਸ਼ ਵਿਕਰੀ ਕੀਤੀ

10. ਨਰੇਸ਼ ਦੇ ਰੋਜ਼ਨਾਮਚੇ ਵਿੱਚ ਇੰਦਰਾਜ ਕਰੋ। ਹੇਠਾਂ ਦਿੱਤੇ ਲੈਣ ਦੇਣ ਨੂੰ ਵਹੀਖਾਤੇ ਵਿੱਚ ਦਰਜ ਕਰੋ।

2013 ਅਗਸਤ 1 ਨਕਦ 10,000 ਰੁ. ਨਾਲ ਵਪਾਰ ਸ਼ੁਰੂ ਕੀਤਾ
ਅਗਸਤ 2 ਐਚ.ਡੀ. ਐਫ.ਸੀ ਬੈਂਕ ਵਿੱਚ 50,000 ਰੁ. ਦਾ ਬੈਂਕ ਖਾਤਾ ਖੋਲਿਆ
ਅਗਸਤ 3 20,000 ਰੁ. ਦਾ ਫਰਨੀਚਰ ਖਰੀਦੀਆਂ
ਅਗਸਤ 7 ਮਹੇਸ਼ ਤੋਂ 30,000 ਰੁ. ਦੀਆਂ ਨਕਦ ਵਸਤਾਂ ਖਰੀਦੀਆਂ
ਅਗਸਤ 8 ਸੋਮੇਸ਼ ਤੋਂ 42,000 ਰੁ. ਦੀਆਂ ਚੀਜ਼ਾਂ ਖ੍ਰੀਦੀਆ
ਅਗਸਤ 10 30,000 ਰੁ. ਦੀਆਂ ਨਕਦ ਵਸਤਾਂ ਵੇਚੀਆਂ
ਅਗਸਤ 14 ਰਮੇਸ਼ ਨੂੰ ਉਧਾਰੀ ਤੇ 12,000 ਰੁ. ਚੀਜ਼ਾਂ ਵੇਚੀਆਂ
ਅਗਸਤ 16 4000 ਰੁ. ਕਿਰਾਇਆ ਦਿੱਤਾ

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

ਅਗਸਤ 18 1000 ਰੁ. ਤੋਂ ਵਪਾਰਕ ਖਰਚੇ ਅਦਾ ਕੀਤੇ।
ਅਗਸਤ 20 ਰਮੇਸ਼ ਤੋਂ 12000 ਰੁਪਏ ਨਕਦ ਪ੍ਰਾਪਤ ਕੀਤਾ
ਅਗਸਤ 22 ਸੋਮੇਸ਼ ਨੂੰ 2000 ਰੁਪਏ ਦੀ ਚੀਜ਼ਾਂ ਵਾਪਿਸ ਕੀਤੀਆ
ਅਗਸਤ 23 ਸੋਮੇਸ਼ ਨੂੰ 40,000 ਨਕਦ ਭੁਗਤਾਨ ਕੀਤਾ
ਅਗਸਤ 25 100 ਰੁ. ਦੀ ਡਾਕ ਟਿਕਟਾਂ ਖਰੀਦਿਆ
ਅਗਸਤ 30 ਰਾਨੂੰ ਨੂੰ 4000 ਰੁ. ਵੇਤਨ ਦਿੱਤਾ

11. ਹੇਠਾਂ ਦਿੱਤੇ ਵਪਾਰਕ ਲੈਣ-ਦੇਣ ਨੂੰ ਮੈਸਰਜ ਰਾਨੂੰ ਟਰੇਡਰਜ ਦੇ ਰੋਜਨਾਮਚੇ ਵਿੱਚ ਲਿਖੋ ਅਤੇ ਵਹੀਖਾਤੇ ਵਿੱਚ ਦਰਜ ਕਰੋ।

2013 ਦਸੰਬਰ 1 92,000 ਰੁ. ਨਕਦ ਨਾਲ ਵਪਾਰ ਸ਼ੁਰੂ ਕੀਤਾ
ਦਸੰਬਰ 2 60,000 ਰੁ. ਬੈਂਕ ਵਿੱਚ ਜਮ੍ਹਾਂ ਕਰਵਾਏ
ਦਸੰਬਰ 4 ਮੈਸਰਜ ਸੋਨੂੰ ਟਰੇਡਰਜ ਤੋਂ 40,000 ਰੁ. ਉਧਾਰੀ ਤੇ ਵਸਤੂਆਂ ਖਰੀਦੀਆਂ
ਦਸੰਬਰ 6 20,000 ਰੁ. ਦੀਆਂ ਨਕਦ ਵਸਤੂਆਂ ਖ੍ਰੀਦੀਆ
ਦਸੰਬਰ 8 ਸੋਨੂ ਟਰੇਡਰਜ਼ ਨੂੰ 4000 ਰੁ. ਦੀਆਂ ਵਸਤੂ ਵਾਪਸ ਕੀਤੀਆ
ਦਸੰਬਰ 10 20,000 ਰੁ. ਦੀਆਂ ਨਕਦ ਵਸਤੂਆ ਵੇਚੀਆਂ
ਦਸੰਬਰ 14 36,000 ਰੁ. ਦਾ ਮੈਸਰਜ਼ ਸੋਨੂੰ ਟਰੇਡਰਜ ਨੂੰ ਚੈਂਕ ਦਿੱਤਾ
ਦਸੰਬਰ 17 ਸੋਨੂੰ ਟਰੇਡਰਜ ਨੂੰ 35000 ਰੁ. ਦੀਆਂ ਵਸਤੂਆਂ ਵੇਚੀਆਂ
ਦਸੰਬਰ 19 ਨਿੱਜੀ ਵਰਤੋਂ ਲਈ 2000 ਰੁ. ਬੈਂਕ ਵਿੱਚੋ ਕਢਵਾਇਆ
ਦਸੰਬਰ 21 ਮੈਸਰਜ਼ ਸੋਨੂੰ ਟਰੇਡਰਜ ਨੇ 3500 ਰੁ. ਦੀਆਂ ਵਸਤੂਆਂ ਵਾਪਸ ਕੀਤੀਆ
ਦਸੰਬਰ 22 20,000 ਰੁ.ਨਕਦ ਬੈਂਕ ਵਿੱਚ ਕੈਸ਼ ਜਮ੍ਹਾਂ ਕਰਵਾਏ
ਦਸੰਬਰ 26 ਮੈਸਰਜ਼ ਸੋਨੂੰ ਟਰੇਡਰਜ ਤੋਂ 31500 ਰੁ. ਦਾ ਚੈੱਕ ਪ੍ਰਾਪਤ ਕੀਤਾ
ਦਸੰਬਰ 28 2000 ਰੁ. ਦੀਆਂ ਵਸਤੂਆਂ ਦਾਨ ਦਿੱਤੀਆਂ
ਦਸੰਬਰ 29 3000 ਰੁ. ਕਿਰਾਇਆ ਦਿੱਤਾ
ਦਸੰਬਰ 30 7000 ਰੁ. ਵੇਤਨ ਦਿੱਤਾ
ਦਸੰਬਰ 31 3000 ਰੁ. ਦੀ ਨਕਦ ਦਫ਼ਤਰ ਲਈ ਮਸ਼ੀਨ ਖਰੀਦੀ

12. ਅਸ਼ੋਕ ਦੀਆਂ ਕਿਤਾਬਾ ਵਿੱਚ ਹੇਠ ਲਿਖੇ ਲੈਣ ਦੇਣ 2013 ਦਰਜ ਕਰੋ ਅਤੇ ਇਸ ਨੂੰ ਲੈਜਰ ਵਿੱਚ ਵੀ ਦਰਜ ਕਰੋ।

2013 ਦਸੰਬਰ 1 2,00000 ਰੁ. ਨਾਲ ਵਪਾਰ ਸ਼ੁਰੂ ਕੀਤਾ
ਦਸੰਬਰ 2 30,000 ਰੁ. ਦਾ ਦਫ਼ਤਰੀ ਫ਼ਰਨੀਚਰ ਖਰੀਦੀਆਂ
ਦਸੰਬਰ 3 1,00,000 ਰੁ. ਬੈਂਕ ਵਿੱਚ ਕਰੰਟ ਖਾਤਾ ਖੋਲਣ ਲਈ ਭੁਗਤਾਨ ਕੀਤਾ
ਦਸੰਬਰ 5 ਕੰਪਿਊਟਰ ਖਰੀਦਿਆ ਅਤੇ 2,50,000 ਦੇ ਚੈੱਕ ਰਾਹੀ ਭੁਗਤਾਨ ਕੀਤਾ
ਦਸੰਬਰ 6 ਰਿਤਿਕਾ ਤੋਂ 60,000 ਰੁ. ਦੀਆਂ ਉਧਾਰੀ ਤੇ ਵਸਤਾਂ ਖਰੀਦੀਆਂ
ਦਸੰਬਰ 8 30,000 ਰੁ. ਦੀ ਨਕਦ ਵਿਕਰੀ ਕੀਤੀ
ਦਸੰਬਰ 9 25,000 ਰੁ. ਦੀਆਂ ਵਸਤਾਂ ਉਧਾਰੀ ਤੇ ਕ੍ਰਿਸ਼ਨਾ ਨੂੰ ਵੇਚੀਆਂ
ਦਸੰਬਰ 12 ਮਾਨਸੀ ਨੂੰ 30,000 ਨਕਦ ਭੁਗਤਾਨ ਕੀਤਾ
ਦਸੰਬਰ 14 ਰਿਤਿਕਾ ਨੂੰ 2000 ਰੁ. ਦੀਆਂ ਵਸਤਾਂ ਵਾਪਿਸ ਕੀਤੀਆ

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

ਦਸੰਬਰ 15 3000 ਰੁ. ਦੀ ਕੈਸ਼ ਸਟੇਸ਼ਨਰੀ ਖਰੀਦੀ
ਦਸੰਬਰ 16 1000 ਰੁ. ਵੇਤਨ ਦਿੱਤਾ
ਦਸੰਬਰ 18 ਕ੍ਰਿਸ਼ਨਾ ਨੇ 2000 ਰੁ. ਦੀਆਂ ਵਸਤਾਂ ਵਾਪਿਸ ਕੀਤੀਆ
ਦਸੰਬਰ 20 28,000 ਰੁ. ਦਾ ਰਿਤਿਕਾ ਨੂੰ ਚੈਕ ਦਿੱਤਾ
ਦਸੰਬਰ 22 ਕ੍ਰਿਸ਼ਨਾ ਤੋਂ ਅਕਾਊਂਟ ਵਿੱਚ 15,000 ਰੁ. ਨਕਦ ਪ੍ਰਾਪਤ ਕੀਤਾ
ਦਸੰਬਰ 24 ਚੈਕ ਰਾਹੀਂ 4000 ਰੁ. ਦੀ ਬੀਮਾ ਦੀ ਕਿਸ਼ਤ ਦਿੱਤੀ
ਦਸੰਬਰ 26 8000 ਰੁ. ਕ੍ਰਿਸ਼ਨਾ ਤੋਂ ਚੈੱਕ ਪ੍ਰਾਪਤ ਕੀਤਾ
ਦਸੰਬਰ 28 3000 ਰੁ. ਦੇ ਚੈੱਕ ਦੁਆਰਾ ਕਿਰਾਏ ਦਾ ਭੁਗਤਾਨ ਕੀਤਾ
ਦਸੰਬਰ 29 20,000 ਰੁ. ਦੀ ਮੀਨਾ ਟਰੇਡਰਜ਼ ਤੋਂ ਉਧਾਰੀ ਤੇ ਵਸਤੂਆਂ ਖ੍ਰੀਦੀਆ
ਦਸੰਬਰ 30 14,000 ਰੁ. ਦੀ ਨਕਦ ਵਿਕਰੀ ਕੀਤੀ

13. ਰਾਮਾ ਦੀਆਂ ਕਿਤਾਬਾ ਵਿੱਚ ਹੇਠ ਲਿਖੇ ਲੈਣ ਦੇਣ ਦਾ ਰੋਜਨਾਮਚਾ ਭਰੋ ਅਤੇ ਵਹੀਖਾਤੇ ਵਿੱਚ ਦਰਜ ਕਰੋ।

2014 ਜਨਵਰੀ 1 ਹੱਥ ਵਿੱਚ 6,000 ਰੁ., ਬੈਂਕ ਵਿੱਚ 55,000 ਰੁ. ਵਸਤੂਆਂ ਦਾ ਸਟਾਕ 40,000 ਰੁ., ਲਕਸ਼ਮਨ ਦਾ ਬਕਾਇਆ 6000ਰੁ., ਭਾਰਥ ਤੋਂ 10,000 ਰੁ. ਦਾ ਬਕਾਇਆ
ਜਨਵਰੀ 3 ਹਰਮਨ ਨੂੰ 15,000 ਰੁ. ਦੀਆਂ ਵਸਤਾਂ ਵੇਚੀਆਂ
ਜਨਵਰੀ 4 ਨਕਦ ਵਿਕਰੀ 10,000 ਰੁ.
ਜਨਵਰੀ 6 ਸੀਥਾ ਨੂੰ 5,000 ਰੁ. ਦੀਆਂ ਵਸਤਾਂ ਵੇਚੀਆਂ
ਜਨਵਰੀ 8 ਸ਼ਤਰਗਨ ਤੋਂ 30,000 ਰੁ. ਦੀਆਂ ਚੀਜ਼ਾਂ ਖ੍ਰੀਦੀਆ
ਜਨਵਰੀ 10 ਹਨਮਨ ਤੋਂ 2000 ਰੁ. ਦੀਆਂ ਵਸਤਾਂ ਵਾਪਸ ਲਈਆਂ
ਜਨਵਰੀ 14 ਹਰਮਨ ਤੋਂ 13,000 ਰੁ. ਨਕਦ ਪ੍ਰਾਪਤ ਕੀਤਾ
ਜਨਵਰੀ 15 ਲਕਸ਼ਮਨ ਨੂੰ 6000 ਰੁ. ਦਾ ਚੈੱਕ ਦਿੱਤਾ
ਜਨਵਰੀ 16 ਸੀਥਾ ਤੋਂ 3000 ਰੁ. ਦਾ ਚੈੱਕ ਪ੍ਰਾਪਤ ਕੀਤਾ
ਜਨਵਰੀ 20 ਭਾਰਥ ਤੋਂ 10,000 ਦਾ ਚੈੱਕ ਪ੍ਰਾਪਤ ਕੀਤਾ
ਜਨਵਰੀ 22 ਸ਼ੀਥਾ ਤੋਂ 2,000 ਰੁ. ਦਾ ਚੈੱਕ ਪ੍ਰਾਪਤ ਕੀਤਾ
ਜਨਵਰੀ 25 ਸ਼ਤਰਗਨ ਨੂੰ 18,000 ਰੁ. ਨਕਦ ਦਿੱਤਾ
ਜਨਵਰੀ 26 1000 ਰੁ. ਢੋਆ ਢੁਆਈ ਦਾ ਭੁਗਤਾਨ ਕੀਤਾ
ਜਨਵਰੀ 27 8000 ਰੁ. ਵੇਤਨ ਦਿੱਤਾ
ਜਨਵਰੀ 28 7000 ਰੁ. ਦੀ ਕੈਸ਼ ਵਿਕਰੀ ਕੀਤੀ
ਜਨਵਰੀ 29 12,000 ਰੁ. ਦਾ ਸ਼ਤਰਗਨ ਨੂੰ ਚੈੱਕ ਦਿੱਤਾ
ਜਨਵਰੀ 30 4000 ਰੁ. ਦੀਆਂ ਰਾਮ ਨੇ ਆਪਣੀ ਵਰਤੋਂ ਲਈ ਵਸਤਾਂ ਲਈਆਂ
ਜਨਵਰੀ 31 500 ਰੁ. ਆਮ ਖਰਚੇ ਲਈ ਭੁਗਤਾਨ ਕੀਤਾ

ਮੁਲਾਂਕਣ ਕਿਰਿਆ ਲਈ ਚੈਕਲਿਸਟ

ਹੇਠਾਂ ਦਿੱਤੀ ਚੈਕ ਲਿਸਟ ਨੂੰ ਇਹ ਦੇਖਣ ਲਈ ਵਰਤੋਂ ਕਿ ਤੁਸੀਂ ਮੁਲਾਂਕਣ ਕਿਰਿਆ ਲਈ ਸਾਰੀਆਂ ਲੋੜਾਂ ਪੂਰੀਆਂ ਕਰ ਲਈਆਂ ਹਨ।

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

ਭਾਗ (ੳ)

- ਜਰਨਲ (ਰੋਜ਼ਨਾਮਚੇ) ਦੇ ਮੁੱਖ ਤੱਤ ਕਿਹੜੇ-ਕਿਹੜੇ ਹਨ ?
- ਖਾਤੇ ਦੇ ਭਿੰਨ-ਭਿੰਨ ਵਰਗੀਕਰਣ ਕਿਹੜੇ ਹਨ ?
- ਲੈਜਰ (ਵਹੀਖਾਤਾ) ਦੇ ਕੀ-ਕੀ ਫ਼ਾਇਦੇ ਹਨ ?

ਭਾਗ (ਅ)

ਜਮਾਤ ਵਿੱਚ ਹੇਠਾਂ ਦਿੱਤਿਆ ਦੀ ਚਰਚਾ ਕੀਤੀ

- ਲੈਣ ਦੇਣ ਨੂੰ ਰੋਜ਼ਨਾਮਚਾ ਵਿੱਚ ਕਿਵੇਂ ਦਰਜ ਕੀਤਾ ਜਾਂਦਾ ਹੈ ?
- ਵਹੀ ਖਾਤੇ ਵਿੱਚ ਲੈਣ ਦੇਣ ਨੂੰ ਕਿਵੇਂ ਦਰਜ ਕਰਨਾ ਹੈ ?

ਭਾਗ (ੲ)

ਕਾਰਜਗੁਜ਼ਾਰੀ ਦਾ ਪੱਧਰ

ਕਾਰਜਗੁਜ਼ਾਰੀ ਪੱਧਰ ਵਿੱਚ ਸ਼ਾਮਿਲ ਹੋ ਸਕਦਾ ਹੈ :

ਕਾਰਗੁਜ਼ਾਰੀ ਪੱਧਰ	ਹਾਂ	ਨਹੀਂ
• ਰੋਜ਼ਨਾਮਚੇ ਅਤੇ ਵਹੀਖਾਤੇ ਵਿੱਚ ਅੰਤਰ ਸਮਝਣ ਦੇ ਯੋਗ ਹੋ।		
• ਵਪਾਰਕ ਪ੍ਰਕ੍ਰਿਆ ਨੂੰ ਰੋਜ਼ਨਾਮਚੇ ਭਰਨ ਦੀ ਜਾਣਕਾਰੀ ਹੈ।		
• ਵਹੀਖਾਤੇ ਵਿੱਚ ਇੰਦਰਾਜ ਦੀ ਪ੍ਰਕ੍ਰਿਆ ਬਾਰੇ ਜਾਣਕਾਰੀ ਹੈ।		
• ਦਿੱਤੀ ਹੋਈ ਵਪਾਰਕ ਲੈਣ ਦੇਣ ਰੋਜ਼ਨਾਮਚਾ ਵਿੱਚ ਭਰਨ ਦੇ ਯੋਗ ਹੋ।		
• ਵਹੀਖਾਤੇ ਖਾਤੇ ਵਿੱਚ ਇੰਦਰਾਜ ਦਰਜ ਕਰਨ ਦੇ ਯੋਗ ਹੋ।		

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

ਸੈਸ਼ਨ 4 ਸਹਾਇਕ ਕਿਤਾਬਾ ਦੀ ਤਿਆਰੀ ਅਤੇ ਬੈਂਕ ਨਾਲ ਮਿਲਾਣ (ਸਮਝੌਤਾ) ਸਟੇਟਮੈਂਟ (Prepration of Subsidiary Books and Bank Reconciliation Statement)

ਸਬੰਧਿਤ ਗਿਆਨ (Relevant Knowledge)

ਸਹਾਇਕ ਕਿਤਾਬਾ (**Subsidiary Books**) **:-** ਹਰੇਕ ਲੈਣ ਦੇਣ ਦਾ ਰੋਜ਼ਨਾਮਚਾ ਬਣਾਉਣ ਦੀ ਪ੍ਰਕ੍ਰਿਆ ਅਤੇ ਉਨ੍ਹਾਂ ਨੂੰ ਸੰਬੰਧਤ ਲੈਜਰ ਦੇ ਖਾਤੇ ਵਿੱਚ ਦਰਜ ਕਰਨਾ ਛੋਟੇ ਵਪਾਰ ਵਿੱਚ ਥੋੜੀਆਂ ਲੈਣ ਦੇਣਦਾਰੀਆਂ ਲਈ ਅਰਾਮਦਾਇਕ ਹੈ। ਸੰਸਥਾ ਵਿੱਚ ਬਹੁਤ ਸਾਰੇ ਕੰਮ ਨਾਲ ਇਹ ਪ੍ਰੀਕ੍ਰਿਆ ਬਹੁਤ ਅਰੋਚਕ ਅਤੇ ਸਥੂਲਤਾ ਵਾਲੀ ਅਤੇ ਜ਼ਿਆਦਾ ਟਾਈਮ ਲੈਣ ਵਾਲੀ ਪ੍ਰੀਕ੍ਰਿਆ ਬਣ ਜਾਂਦੀ ਹੈ। ਇਸ ਲਈ ਬਹੁਤ ਅਭਿਆਸਕ ਅਰਾਮਦਾਇਕ ਪ੍ਰੀਕ੍ਰਿਆ ਦਾ ਵਿਕਾਸ ਹੋਇਆ ਹੈ ਜਿਵੇਂ ਕਿ ਜਰਨਲ (ਰੋਜ਼ਨਾਮਚੇ) ਦੀ ਉਪ ਵੰਡ ਭਿੰਨ-ਭਿੰਨ ਸਹਾਇਕ ਕਿਤਾਬਾਂ ਵਿੱਚ ਹੋਈ ਹੈ।

ਸਹਾਇਕ ਕਿਤਾਬਾਂ ਅਸਲੀ ਇੰਦਰਾਜ ਵਾਲੀਆਂ ਕਿਤਾਬਾ ਹਨ। ਪ੍ਰੰਤੂ ਇਸ ਪ੍ਰੀਕ੍ਰਿਆ ਵਿੱਚ ਰੋਜ਼ਨਾਮਚੇ ਨੂੰ ਦੂਰ ਰੱਖਿਆ ਜਾਂਦਾ ਹੈ। ਇਕੋ ਜਿਹੀ ਕਿਸਮ ਦੀਆਂ ਲੈਣ ਦੇਣ ਦੀਆਂ ਪ੍ਰੀਕ੍ਰਿਆ ਨੂੰ ਇਕ ਹੀ ਕਿਤਾਬ ਵਿੱਚ ਰਿਕਾਰਡ ਕੀਤਾ ਜਾਂਦਾ ਹੈ ਅਤੇ ਉਨ੍ਹਾਂ ਨੂੰ ਸਿਧੇ ਰੂਪ ਵਿੱਚ ਵਹੀਖਾਤੇ (ਲੈਜਰ) ਵਿੱਚ ਦਰਜ ਕੀਤਾ ਜਾਂਦਾ ਹੈ। ਇਹ ਸਮੇਂ ਨੂੰ ਅਤੇ ਰੋਜ਼ਨਾਮਚਾ ਭਰਨ ਅਤੇ ਦਰਜ ਕਰਨ ਵਿੱਚ ਲੱਗੀ ਮਿਹਨਤ ਨੂੰ ਵੀ ਬਚਾਉਂਦਾ ਹੈ।

ਸਹਾਇਕ ਕਿਤਾਬਾ ਦੇ ਲਾਭ (**Advantages of Subsidiay Back**) **:-**

1. ਬਹੁਤ ਸਾਰਾ ਸਮਾਂ ਅਤੇ ਮਿਹਨਤ ਬਚਦੀ ਹੈ।
2. ਕਿਉਂਕਿ ਵੱਖ-ਵੱਖ ਕਲੱਰਕਾ ਵਿੱਚ ਕੰਮ ਸੋਂਪਿਆ ਜਾ ਸਕਦਾ ਹੈ। ਅੰਦਰੂਨੀ ਚੈਕਿੰਗ ਦਾ ਕੰਮ ਜ਼ਿਆਦਾ ਪ੍ਰਭਾਵਸ਼ਾਲੀ ਹੋਵੇਗਾ।
3. ਇਹ ਹਰ ਸਮੇਂ ਸੋਖਾ ਹਵਾਲਾ ਦੇਣ ਵਿੱਚ ਸਹੂਲਤ ਦਿੰਦਾ ਹੈ ਜਦੋਂ ਸੂਚਨਾ ਦੀ ਲੋੜ ਹੋਵੇ ਤਾਂ ਸਾਰੇ ਰੋਜ਼ਾਨਚੇ ਨੂੰ ਦੇਖਣ ਦੀ ਲੋੜ ਨਹੀਂ ਹੁੰਦੀ।
4. ਲੈਣ ਦੇਣ ਦਾ ਜ਼ਿਆਦਾ ਵਿਸਥਾਰ ਸਹਾਇਕ ਕਿਤਾਬਾਂ ਵਿੱਚ ਰਿਕਾਰਡ (ਦਰਜ) ਕੀਤਾ ਜਾ ਸਕਦਾ ਹੈ ਜਿਹੜਾ ਰੋਜ਼ਨਾਮਚੇ ਵਿੱਚ ਸੰਭਵ ਨਹੀਂ ਹੈ।
5. ਵਿਸ਼ਲੇਸ਼ਨ ਕਰਨ ਲਈ ਲੈਣ ਦੇਣ ਦਾ ਵਰਗੀਕਰਨ ਉਪਲੱਬਧ ਹੋਵੇਗਾ।

ਰੋਜ਼ਨਾਮਚੇ ਦੀ ਉਪਵੰਡ ਦੀ ਲੋੜ (**Need for subdivision of Journal**) **:-** ਰੋਜ਼ਨਾਮਚੇ ਵਿੱਚ ਕਮੀਆ ਦੇ ਕਾਰਣ ਹੀ ਸਹਾਇਕ ਕਿਤਾਬਾਂ ਦੇ ਪ੍ਰਤਿਪਾਦਨ ਦੀ ਲੋੜ ਪਈ। ਇਨ੍ਹਾਂ ਕਮੀਆਂ ਨੂੰ ਸਹਾਇਕ ਕਿਤਾਬਾਂ ਦੇ ਪ੍ਰਬੰਧ ਕਰਨ ਨਾਲ ਦੂਰ ਕੀਤਾ ਜਾ ਸਕਦਾ ਹੈ। ਉਹ ਇਹ ਹਨ

1. ਇਕੋ ਕਿਸਮ ਦਾ ਸਮਾਖੰਡ (ਅਵਰਤੀ) ਕੁੱਲ ਲੈਣ ਦੇਣ ਬਿਨਾਂ ਕਿਸੇ ਮੁਸ਼ਕਿਲ ਦੇ ਉਪਲੱਬਧ ਹੁੰਦਾ ਹੈ। ਉਦਾਹਰਣ ਵਜੋਂ ਆਵਰਤੀ ਕ੍ਰੈਡਿਟ ਖ਼੍ਰੀਦਦਾਰੀਆ, ਕਰੈਡਿਟ ਵਿਕਰੀਆਂ, ਬਿਲਾਂ ਦੀਆਂ ਪ੍ਰਾਪਤੀਆ, ਬਿਲਾਂ ਦੀ ਭੁਗਤਾਨਯੋਗ, ਸਾਰੇ ਮਾਮੂਲੀਆਂ ਖਰਚਿਆ ਦੇ ਕੁੱਲ ਕੈਸ਼ ਆਦਿ।
2. ਹਰੇਕ ਲੈਣ-ਦੇਣ ਨੂੰ ਰੋਜ਼ਨਾਮਚੇ ਬਣਾਉਣਾ ਹੱਥ ਵਿਚਲੀ ਤੋਂ ਦੂਰ ਰੱਖਿਆ ਜਾਂਦਾ ਹੈ। ਇਸ ਲਈ ਇਹ ਸਮੇਂ ਅਤੇ ਮਿਹਨਤ ਨੂੰ ਬਚਾਉਂਦੀ ਹੈ।
3. ਸਹਾਇਕ ਕਿਤਾਬਾਂ ਤੋਂ ਸਿਧੇ ਤੌਰ ਤੇ ਇੰਦਰਾਜ ਕੀਤਾ ਜਾ ਸਕਦਾ ਹੈ।
4. ਜੇਕਰ ਰੋਜ਼ਨਾਮਚੇ ਵਿੱਚ ਸਾਰੀਆਂ ਲੈਣ ਦੇਣਦਾਰੀਆਂ ਨੂੰ ਦਰਜ ਕੀਤਾ ਜਾਵੇ ਤਾਂ ਕਿਤਾਬਾਂ ਬਹੁਤ ਵੱਡੀ ਅਤੇ ਸਥੂਲਤਾ ਵਾਲੀ ਬਣ ਜਾਵੇਗੀ।
5. ਗਲਤੀਆਂ ਹੋਣ ਦੇ ਮੌਕੇ ਘੱਟ ਹੁੰਦੇ ਹਨ।
6. ਇਹ ਅੰਦਰੂਨੀ ਚੈਕ ਕਰਨ ਵਿੱਚ ਸਹਾਇਤਾ ਦਿੰਦਾ ਹੈ।

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

ਸਹਾਇਕ ਕਿਤਾਬਾਂ ਦੀਆਂ ਕਿਸਮਾਂ (**Types of Subsidiary Books**) :-
ਹੇਠਾਂ ਦਿੱਤੀਆਂ ਸਹਾਇਕ ਕਿਤਾਬਾਂ ਹਨ।

1. ਖ਼੍ਰੀਦ ਬੁੱਕ
2. ਵਿਕਰੀ ਬੁੱਕ
3. ਖ਼੍ਰੀਦ ਵਾਪਸੀ ਬੁੱਕ
4. ਵਿਕਰੀ ਵਾਪਸੀ ਕਿਤਾਬ
5. ਕੈਸ਼ ਬੁੱਕ
6. ਬਿਲ ਪ੍ਰਾਪਤੀ ਕਿਤਾਬ
7. ਬਿਲ ਭੁਗਤਾਨ ਕਿਤਾਬ
8. ਛੋਟੀ ਕੈਸ਼ ਕਿਤਾਬ
9. ਖ਼ਾਸ ਰੋਜ਼ਨਾਮਚਾ

1. ਖ਼੍ਰੀਦਦਾਰੀਆਂ ਵਾਲੀ ਕਿਤਾਬ (**Purchases Book**)

ਇਸ ਕਿਤਾਬ ਵਿੱਚ ਵੱਖ ਵੱਖ ਪਾਰਟੀਆਂ ਤੋਂ ਕ੍ਰੈਡਿਟ ਤੇ ਖ਼੍ਰੀਦੀਆ ਵਸਤਾਂ ਨੂੰ ਮਿਤੀ ਕ੍ਰਮ ਵਿੱਚ ਦਰਜ ਕੀਤਾ ਜਾਂਦਾ ਹੈ। ਅੰਦਰੂਨੀ ਚਲਾਨਾਂ ਨੂੰ ਮਿਤੀ ਕ੍ਰਮ ਅਨੁਸਾਰ ਫਾਈਲ ਕੀਤੀਆ ਜਾਂਦੀਆਂ ਹਨ। (ਚਲਾਨ ਇਕ ਵਿਸਥਾਰਿਕ ਸਟੇਟਮੈਂਟ ਹੁੰਦੀ ਹੈ ਜਿਸ ਵਿੱਚ ਸਪਲਾਈ ਦੀ ਮਾਤਰਾ, ਬਰੈਂਡ (ਮਾਰਕਾ) ਰੇਟ, ਰਕਮ ਅਤੇ ਅਲਾਓ ਕੀਤਾ ਡਿਕਾਊਟ ਹੁੰਦਾ ਹੈ। ਜਦੋਂ ਵਿਕਰੇਤਾ ਵਪਾਰੀ ਨੂੰ ਚਲਾਨ ਭੇਜਦਾ ਹੈ ਇਸ ਨੂੰ ਅੰਦਰੂਨੀ ਚਲਾਨ ਕਿਹਾ ਜਾਂਦਾ ਹੈ।

ਚਲਾਨ ਦਾ ਪ੍ਰੋਫੋਰਮਾ (**Performa of Invoice**)

ਨੰ :__________ ਮੁਕੈਮਬਿਕਾ ਆਇਲਜ਼ ਲਿਮਟਿਡ ਫੋਨ ਨੰ :__________
ਖਾਣੇ ਵਾਲੇ ਤੇਲਾਂ ਦੇ ਪੂਰਨ ਵਿਕਰੇਤਾ (Whole sale) ਗਰਾਮ _______
ਗੋਵਿੰਦਪੁਰਾ ਭੋਪਾਲ ਮਿਤੀ _________

ਸੇਵਾ ਵਿਖੇ
ਵੀਰ ਭਾਦੇਸ਼ਵਰ ਟਰੇਡਰਜ਼
ਇੰਦੌਰ

ਸੀਰੀ ਨੰ	ਬਿਓਰਾ	ਮਾਤਰਾ	ਰੇਟ	ਰਕਮ
1	200 ਟੀਨ ਗਿਰੀ ਦਾ ਤੇਲ10% ਡਿਸਕਾਊਟ ਘਟਾਉਂਦਾ ਹੈਕੇਵਲ ਪੰਜ ਹਜ਼ਾਰ ਚਾਰ ਸੋ	200 ਟੀਨ	300 /ਪ੍ਰਤੀ ਟੀਨ	6000 600
	ਕੁੱਲ			5400

ਪ੍ਰਤੀ ਵੀਅਰਐਲ ਸੇਵਾ ਵੀਰ ਭੱਦਸ਼ੇਵਰ ਟਰੇਡਰਜ਼ ਲਈ
ਹਸਤਾਖ਼ਰ

ਖ਼੍ਰੀਦ ਬੁੱਕ ਦਾ ਨਮੂਨਾ (**Specimen of purchase Book**)

ਮਿਤੀ	ਵੇਰਵਾ	ਲੈਜਰ ਪੰਨਾ	ਅੰਦਰ ਵੱਲ ਚਲਾਨ	ਮਾਤਰਾ	ਰੇਟ	ਰਕਮ

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

1. ਮਿਤੀ ਵਾਲੇ ਕਾਲਮ ਵਿੱਚ ਚਲਾਨ ਪ੍ਰਾਪਤ ਕਰਨ ਦੀ ਮਿਤੀ ਅਤੇ ਮਿਤੀਵਾਰ ਵਸਤਾਂ ਦਾ ਰਿਕਾਰਡ ਕਰਨਾ ਹੈ।
2. ਵੇਰਵੇ ਵਾਲੇ ਕਾਲਮ ਵਿੱਚ ਪੂਰੇ ਪਤੇ ਨਾਲ ਪਾਰਟੀ ਦਾ ਨਾਮ ਜਿਸ ਤੋਂ ਵਸਤਾਂ ਕ੍ਰੈਡਿਟ ਤੇ ਖ੍ਰੀਦੀਆ ਹਨ ਲਿਖਣਾ ਚਾਹੀਦਾ ਹੈ।
3. ਲੈਜਰ ਪੰਨਾ ਵਾਲੇ ਕਾਲਮ ਵਿੱਚ ਲੈਜਰ ਦਾ ਪੰਨਾ ਨੰਬਰ ਜਿਸ ਵਿੱਚ ਇਸ ਦਾ ਇੰਦਰਾਜ ਹੋਇਆ ਹੈ ਲਿਖਣਾ ਹੈ।
4. ਅੰਦਰ ਵੱਲ ਚਲਾਨ ਦਰਜ ਕਰਨਾ ਚਾਹੀਦਾ ਹੈ ਅਤੇ ਉਸਨੂੰ ਸੀਰੀਅਲ ਨੰਬਰ ਅਨੁਸਾਰ ਪ੍ਰਬੰਧ ਕਰਨਾ ਹੈ ਅਤੇ ਭਵਿੱਖ ਵਿੱਚ ਕੋਈ ਹਵਾਲਾ ਦੇਣ ਲਈ ਫਾਈਲ ਕਰਨਾ ਹੈ।
5. ਮਾਤਰਾ ਵਾਲੇ ਕਾਲਮ :- ਖ੍ਰੀਦੀ ਗਈ ਮਾਤਰਾ ਦਾ ਵਿਸਥਾਰ ਲਿਖਣਾ ਚਾਹੀਦਾ ਹੈ।
6. ਰੇਟ ਕਾਲਮ ਵਿੱਚ ਖ੍ਰੀਦੀ ਗਈ ਪ੍ਰਤੀ ਯੂਨਿਟ ਦਾ ਰਿਕਾਰਡ ਇਸ ਵਿੱਚ ਦਰਜ ਕਰਨਾ ਹੈ।
7. ਕੁੱਲ ਰਕਮ ਵਾਲੇ ਕਾਲਮ ਵਿੱਚ ਟ੍ਰੇਡ ਡਿਸਕਾਉਂਟ ਦੇਣ ਤੋਂ ਪੂਰੀ ਰਕਮ ਲਿਖਣੀ ਚਾਹੀਦੀ ਹੈ।
8. ਵਿਸ਼ੇਸ਼ ਹਫਤੇ ਜਾਂ ਮਹੀਨੇ ਦੇ ਅੰਤ ਵਿੱਚ ਕੁੱਲ ਰਕਮ ਖ੍ਰੀਦ ਖਾਤੇ ਵਿੱਚ ਦਰਜ ਕੀਤੀ ਜਾਵੇਗੀ।

ਅਭਿਆਸ 1

ਹੇਠਾਂ ਦਿੱਤੇ ਲੈਣ ਦੇਣ ਨੂੰ ਖ੍ਰੀਦ ਬੁੱਕ ਵਿੱਚ ਦਰਜ ਕਰੋ ਅਤੇ ਸੰਬੰਧਤ ਲੈਜਰ ਖਾਤੇ ਵਿੱਚ ਦਰਜ ਕਰੋ।

2012 ਮਈ 1	ਪ੍ਰਿਸਿਜਨ ਪਲਾਸਟਿਕ ਨਿਮ ਮੁਬਈ ਤੋਂ ਪੰਜ ਬੇਡਲ ਪੀ.ਵੀ.ਸੀ ਪਾਈਪਾ @ 850/- ਦੇ ਹਿਸਾਬ ਨਾਲ ਖ੍ਰੀਦੀਆ ਅਤੇ ਪ੍ਰਤੀ ਬੀਡਲ 50/- ਰੁ. ਡਿਸਕਾਊਟ ਪ੍ਰਾਪਤ ਕੀਤਾ (ਚਲਾਨ ਨੰ 3)
15	ਐਕਰ ਲਿਮ ਬੰਗਲੋਰ ਤੋਂ 500 ਜੰਕਸ਼ਨ ਬਾਕਸ @ 8/- ਪ੍ਰਤੀ ਦੇ ਹਿਸਾਬ ਨਾਲ ਖ੍ਰੀਦੇ ਚਲਾਨ ਨੰ 6
20	ਮਸੂਰ ਲੈਪਸ ਲਿਮ ਤੋਂ 1500.60 ਵਾਟ ਦੇ ਬਲੱਬ, ਬੰਗਲੋਰ @ 9/- (ਚਲਾਨ ਨੰ 7)
25	ਜਯੋਤੀ ਇੰਡਸਟਰੀ ਤੋਂ 6 ਬੰਡਲ ਤਾਰਾਂ ਖ੍ਰੀਦੀਆ, ਬੈਲਗਾਮ @ 400 ਰੁ. ਦੇ ਹਿਸਾਬ ਨਾਲ

ਖ੍ਰੀਦ ਬੁੱਕ (**Purchase Book**)

ਮਿਤੀ	ਵੇਰਵਾ	ਪੰਨਾ ਨੰ	ਚਲਾਨ ਨੰ	ਮਾਤਰਾ	ਦਰ	ਰਕਮ
1	ਪ੍ਰਿਸਿਜਨ ਪਲਾਸਟਿਕ ਲਿਮ ਮੁੰਬਈ	11	03	5 ਬੇਡਲ ਪਾਇਪਾ	850 50ਰੁ. ਡਿਸਕਾਉਂਟ ਘੱਟ ਕਰਕੇ	4000
15	ਐਕਰ ਲਿਮ. ਬੰਗਲੋਰ	12	06	500 ਜੰਕਸ਼ਨ ਬਾਕਸ	8-00	4000
20	ਮਸੂਰ ਲੈਪਸ ਲਿਮ ਬੰਗਲੋਰ	13	07	1500.60 ਵਾਟ ਬਲੱਬ	9-00	13500
29	ਜਯੋਤੀ ਇੰਡਸਟਰੀਜ਼ ਬੇਲਗਾਮ	14	09	6 ਬੰਡਲ ਤਾਰਾਂ	4000/-	24,000
						45,500

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

ਲੈਜਰ ਵਿੱਚ ਇੰਦਰਾਜ (**Ledger Posting**)

ਡੈਬਿਟ ਪ੍ਰਿਸਿਜਨ ਪਲਾਸਟਿਕ ਲਿਮ ਮੁਬੰਈ ਦਾ ਖਾਤਾ ਕ੍ਰੈਡਿਟ

ਮਿਤੀ	ਵੇਰਵਾ	ਪੰਨਾ ਨੰ	ਰਕਮ	ਮਿਤੀ	ਬਿਓਰਾ	ਪੰਨਾ ਲੈਜਰ	ਰਕਮ
				2012 ਮਈ 1	ਬਾਈ ਖ੍ਰੀਦ ਖਾਤਾ		4000

ਡੈਬਿਟ ਐਕਰ ਲਿਮ ਬੰਗਲੋਰ ਦਾ ਖਾਤਾ ਕ੍ਰੈਡਿਟ

ਮਿਤੀ	ਵੇਰਵਾ	ਪੰਨਾ ਨੰ	ਰਕਮ	ਮਿਤੀ	ਬਿਓਰਾ	ਪੰਨਾ ਲੈਜਰ	ਰਕਮ
				2012 ਮਈ 15	ਬਾਈ ਖ੍ਰੀਦ ਖਾਤਾ		4000

ਡੈਬਿਟ ਮੈਸੂਰ ਲੈਪਸਲਿਮ ਬੰਗਲੋਰ ਦਾ ਖਾਤਾ ਕ੍ਰੈਡਿਟ

ਮਿਤੀ	ਵੇਰਵਾ	ਪੰਨਾ ਨੰ	ਰਕਮ	ਮਿਤੀ	ਬਿਓਰਾ	ਪੰਨਾ ਲੈਜਰ	ਰਕਮ
				2012 ਮਈ 20	ਬਾਈ ਖ੍ਰੀਦ ਖਾਤਾ		13500

ਡੈਬਿਟ ਜੋਯਤੀ ਇੰਡਸਟਰੀਜ਼ ਬੇਲਗਰਾਮ ਦਾ ਖਾਤਾ ਕ੍ਰੈਡਿਟ

ਮਿਤੀ	ਵੇਰਵਾ	ਪੰਨਾ ਨੰ	ਰਕਮ	ਮਿਤੀ	ਬਿਓਰਾ	ਪੰਨਾ ਲੈਜਰ	ਰਕਮ
				2012 ਮਈ 29	ਬਾਈ ਖ੍ਰੀਦ ਖਾਤਾ		24000

ਡੈਬਿਟ ਖ੍ਰੀਦ ਖਾਤਾ (**Purchase Account**) ਕ੍ਰੈਡਿਟ

ਮਿਤੀ	ਵੇਰਵਾ	ਪੰਨਾ ਨੰ	ਰਕਮ	ਮਿਤੀ	ਬਿਓਰਾ	ਪੰਨਾ ਲੈਜਰ	ਰਕਮ
2012 ਮਈ 31	ਟੂ ਫੁਟਕਲ ਕ੍ਰੈਡਿਟ ਖਾਤਾ		45000				

ਉਪਰ ਦਿੱਤੀ ਵਿਆਖਿਆ ਵਿੱਚੋਂ ਹੇਠਾਂ ਦਿੱਤੇ ਨੁਕਤੇ ਲਏ ਜਾ ਸਕਦੇ ਹਨ

1. ਖ੍ਰੀਦ ਬੁੱਕ ਵਿਚਲੇ ਇੰਦਰਾਜ ਪੂਰਤੀ ਕਰਤਾਵਾਂ ਦੇ ਪਤੇ ਖ੍ਰੀਦੀ ਮਾਤਰਾ ਆਦਿ ਬਾਰੇ ਜ਼ਿਆਦਾ ਵਿਸਥਾਰਪੂਰਵਕ ਸੂਚਨਾ ਦੇ ਸਕਦੇ ਹਨ।
2. ਹਰੇਕ ਲੈਣ ਦੇਣ ਦਾ ਇੰਦਰਾਜ ਰੋਜ਼ਨਾਮਚੇ ਵਿੱਚ ਇੰਦਰਾਜ ਦਾ ਬਦਲਾਵ ਹੈ।
3. ਖ੍ਰੀਦ ਬੁੱਕ ਤੋਂ ਸਿੱਧੇ ਲੈਜਰ ਵਿੱਚ ਇੰਦਰਾਜ ਕੀਤਾ ਜਾ ਸਕਦਾ ਹੈ।

ਨੋਟ (**Note**) :- ਵਪਾਰੀ (ਟ੍ਰੇਡਰ) ਦੀ ਸਹੂਲਤ ਅਨੁਸਾਰ ਖ੍ਰੀਦ ਬੁੱਕ ਦੇ ਕਾਲਮਾ ਨੂੰ ਵਧਾਇਆ ਜਾਂ ਘਟਾਇਆ ਜਾ ਸਕਦਾ ਹੈ। ਕੈਡਿਟਰ ਦੀ ਕੁਲ ਰਕਮ ਓਮੰਡਰੀ ਕ੍ਰੈਡਟਰਾਂ੦ਦੇ ਤੌਰ ਤੇ ਖ੍ਰੀਦ ਖਾਤੇ ਵਿੱਚ ਦਿਖਾਈ ਜਾ ਸਕਦੀ ਹੈ।

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

2. ਵਿਕਰੀ ਵਾਲੀ ਕਿਤਾਬ (**Sales Book**) **:-**

ਇਸ ਕਿਤਾਬ ਵਿੱਚ ਕੇਵਲ ਕ੍ਰੈਡਿਟ ਵਿਕਰੀ ਹੀ ਰਿਕਾਰਡ ਕੀਤੀ ਜਾਂਦੀ ਹੈ। ਹਰ ਕ੍ਰੈਡਿਟ ਵਿਕਰੀ ਲਈ ਡੁਪਲੀਕੇਟ ਬਾਹਰੀ ਚਲਾਨ ਤਿਆਰ ਕੀਤਾ ਜਾਂਦਾ ਹੈ। ਇਹ ਬਾਹਰੀ ਚਲਾਨ ਜਿਲਦ ਵਾਲੀ ਕਿਤਾਬ ਵਿੱਚ ਹੋਣਗੇ।

ਕਿਤਾਬ ਦਾ ਖਰੜਾ (**Format of Sales Book**)

ਮਿਤੀ	ਵੇਰਵਾ	ਪੰਨਾ ਨੰ	ਚਲਾਨ ਨੰ	ਮਾਤਰਾ	ਰੇਟ	ਰਕਮ

1. ਮਿਤੀ ਕਾਲਮ ਵਿੱਚ ਚਲਾਨ ਵਿੱਚ ਦਰਸਾਈ ਮਿਤੀਆਂ ਦੇ ਅਨੁਸਾਰ ਹੀ ਮਿਤੀ ਦਰਜ ਕੀਤੀ ਜਾਂਦੀ ਹੈ।
2. ਵੇਰਵੇ ਵਾਲੇ ਕਾਲਮ ਵਿੱਚ ਖ਼੍ਰੀਦਦਾਰ ਦਾ ਨਾਮ ਅਤੇ ਪਤਾ ਵਰਣਨ ਹੁੰਦਾ ਹੈ।
3. ਲੈਜਰ ਪੰਨਾ ਕਾਲਮ ਵਿੱਚ ਲੈਜਰ ਦਾ ਪੰਨਾ ਨੰਬਰ ਜਿਥੇ ਪਾਰਟੀ ਦਾ ਇੰਦਰਾਜ ਦਿਖਾਇਆ ਗਿਆ ਹੈ।
4. ਭਵਿੱਖ ਵਿੱਚ ਕੋਈ ਹਵਾਲਾ ਦੇਣ ਲਈ ਬਾਹਰ ਵੱਲ ਚਲਾਨ ਦਾ ਨੰਬਰ ਲਿਖਿਆ ਜਾਂਦਾ ਹੈ।
5. ਮਾਤਰਾ ਕਾਲਮ ਵਿੱਚ ਮਾਤਰਾ ਦਾ ਵਿਸਥਾਰ ਯੂਨਿਟ ਅਤੇ ਬਰੈਂਡ ਦਾ ਵਰਣਨ ਕੀਤਾ ਹੁੰਦਾ ਹੈ। ਰੇਟ ਕਾਲਮ ਵਿੱਚ ਪ੍ਰਤੀ ਯੂਨਿਟ ਰੇਟ ਰਿਕਾਰਡ ਹੁੰਦਾ ਹੈ।
6. ਰਕਮ ਵਾਲੇ ਕਾਲਮ ਵਿੱਚ ਖ਼੍ਰੀਦਦਾਰ ਵੱਲ ਕੁਲ ਬਕਾਇਆ ਰਕਮ ਲਿਖੀ ਜਾਂਦੀ ਹੈ।

ਅਭਿਆਸ 2

ਵਿਕਰੀ ਕਿਤਾਬ ਵਿਚ ਹੇਠਾਂ ਦਿੱਤੀ ਲੈਣ ਦੇਣ ਦਰਜ ਕਰੋ ਅਤੇ ਇਸ ਦਾ ਇੰਦਰਾਜ ਸੰਬੰਧਤ ਵਹੀਖਾਤੇ ਵਿੱਚ ਕਰੋ।

2012

ਮਈ 1 ਤ੍ਰਿਪਤੀ ਕੰਟਰੈਕਟਰ ਲਿਮ. ਹੁਬਲੀ ਨੂੰ ਪ੍ਰਿਸ਼ਿਨ ਮਾਰਕੇ ਦੀਆਂ ਦੋ ਬੰਡਲ ਪਲਾਸਟਿਕ ਪਾਈਪਾਂ 1000 ਰੁ. ਪ੍ਰਤੀ ਬੰਡਲ ਹਿਸਾਬ ਨਾਲ ਵੇਚੀਆਂ

5 ਨਾਈਕ ਅਤੇ ਕੰਪਨੀ ਬਿਲਡਰਜ਼ ਧਰਵਾਡ ਨੂੰ 10 ਜੰਕਸ਼ਨ ਬਾਕਸ @ 10/- ਵੇਚੇ।

25 ਕੇ.ਆਈ.ਐਸ.ਐਸ ਹੁਬਲੀ ਨੂੰ 1000, @ 11-00 ਦੇ ਹਿਸਾਬ ਨਾਲ 60 ਵਾਟ ਦੇ ਬਲੱਬ ਵੇਚੇ

30 ਅਕਸ਼ੇ ਬਿਲਡਰਜ਼ ਹੁਬਲੀ ਨੂੰ 4500 ਰੁ. ਦੇ ਹਿਸਾਬ ਨਾਲ 2 ਬੰਡਲ ਤਾਰਾਂ ਵੇਚੀਆ

ਵਿਕਰੀ ਕਿਤਾਬ (**Sales Books**)

ਮਿਤੀ	ਵੇਰਵਾ	ਪੰਨਾ ਨੰ	ਚਲਾਨ ਨੰ.	ਮਾਤਰਾ	ਰੇਟ	ਰਕਮ
2012 ਮਈ 1	ਤ੍ਰਿਪਤੀ ਕੰਨਸਟਕੰਸ਼ਨ ਲਿਮ ਹੁਬਲੀ	20	2	2 ਬੰਡਲ ਪਲਾਸਟਿਕ ਪਾਈਪ	1000	2000
5	ਨਾਇਕ, ਕੰਪਨੀ ਧਰਵਾਡ	21	03	10 ਜੰਕਸ਼ਨ ਬਕਸੇ	10	1000
25	ਕੇ.ਆਈ.ਐਮ.ਐਸ ਹੁਬਲੀ	22	04	1000 ਬਲਬ 60 ਵਾਟ	11	11000
30	ਅਕਸੈ ਬਿਲਡਰਜ਼ ਹੁਬਲੀ	23	05	2 ਬੰਡਲ ਤਾਰਾਂ	4500	9000
						23000

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

ਲੈਜਰ ਇੰਦਰਾਜ (**Ledger Posting**)

ਡੈਬਿਟ ਤ੍ਰਿਪਤੀ ਕੰਨਸਟਰੇਕਸ਼ਨ ਲਿਮ. ਹੁਬਲੀ ਖਾਤਾ ਕ੍ਰੈਡਿਟ

ਮਿਤੀ	ਵੇਰਵਾ	ਪੰਨਾ ਨੰ	ਰਕਮ	ਮਿਤੀ	ਬਿਓਰਾ	ਪੰਨਾ ਲੈਜਰ	ਰਕਮ
2012 ਮਈ 1	ਟੂ ਵਿਕਰੀ ਖਾਤਾ		2000				

ਡੈਬਿਟ ਨਾਇਕ ਅਤੇ ਕੰਪਨੀ ਧਰਵਾਡ ਖਾਤਾ ਕ੍ਰੈਡਿਟ

ਮਿਤੀ	ਵੇਰਵਾ	ਪੰਨਾ ਨੰ	ਰਕਮ	ਮਿਤੀ	ਬਿਓਰਾ	ਪੰਨਾ ਲੈਜਰ	ਰਕਮ
2012 ਮਈ 5	ਟੂ ਵਿਕਰੀ ਖਾਤਾ		1000				

ਡੈਬਿਟ ਕੇ.ਆਈ.ਐਮ.ਐਮ ਹੁਬਲੀ ਖਾਤਾ ਕ੍ਰੈਡਿਟ

ਮਿਤੀ	ਵੇਰਵਾ	ਪੰਨਾ ਨੰ	ਰਕਮ	ਮਿਤੀ	ਬਿਓਰਾ	ਪੰਨਾ ਲੈਜਰ	ਰਕਮ
2012 ਮਈ 25	ਟੂ ਵਿਕਰੀ ਖਾਤਾ		11000				

ਡੈਬਿਟ ਅਕਸ਼ੈ ਬਿਲਡਰ ਹੁਬਲੀ ਖਾਤਾ ਕ੍ਰੈਡਿਟ

ਮਿਤੀ	ਵੇਰਵਾ	ਪੰਨਾ ਨੰ	ਰਕਮ	ਮਿਤੀ	ਬਿਓਰਾ	ਪੰਨਾ ਲੈਜਰ	ਰਕਮ
2012 ਮਈ 30	ਟੂ ਵਿਕਰੀ ਖਾਤਾ		9000				

ਡੈਬਿਟ ਵਿਕਰੀ ਖਾਤਾ ਕ੍ਰੈਡਿਟ

ਮਿਤੀ	ਵੇਰਵਾ	ਪੰਨਾ ਨੰ	ਰਕਮ	ਮਿਤੀ	ਬਿਓਰਾ	ਪੰਨਾ ਲੈਜਰ	ਰਕਮ
				2012 ਮਈ 30	ਬਾਈ ਸੰਡਰੀ ਕਰੈਡਿਟ ਖਾਤਾ		23000

3. ਖ੍ਰੀਦਦਾਰੀ ਪ੍ਰਤਿਗਮਨ (ਵਪਾਰੀ) ਬੁੱਕ (**Purchases Return Book**)

ਇਸ ਕਿਤਾਬ ਵਿੱਚ ਕੇਵਲ ਪੂਰਤੀ ਕਰਤਾ (Supplier) ਨੂੰ ਵਾਪਿਸ ਕੀਤੀਆਂ ਵਸਤਾਂ ਦਾ ਰਿਕਾਰਡ ਕਰਨਾ ਹੁੰਦਾ ਹੈ। ਜਦੋਂ ਵਸਤੂਆਂ, ਸਪਲਾਇਰ ਨੂੰ ਵਾਪਸ ਕੀਤੀਆਂ ਜਾਂਦੀਆਂ ਹਨ ਤਾਂ ਉਨ੍ਹਾਂ ਨੂੰ ਸੂਚਨਾ ਦੇਣੀ ਹੁੰਦੀ ਹੈ ਕਿ ਤੁਹਾਡੇ ਖਾਤੇ ਵਿੱਚੋਂ ਵਾਪਸ ਕੀਤੀਆਂ ਵਸਤਾਂ ਦੀ ਕੀਮਤ ਘਟਾ ਦਿੱਤੀ ਹੈ। ਇਕ ਡੈਬਿਟ ਨੋਟ ਤਿਆਰ ਕੀਤਾ ਜਾਂਦਾ ਹੈ। ਇਸ ਡੈਬਿਟ ਨੋਟ ਇਕ ਸਟੇਟਮੈਂਟ ਹੈ ਜੋ ਖ੍ਰੀਦਦਾਰ ਤੋਂ ਵਿਕਰੀ ਕਰਤਾ ਨੂੰ ਸੂਚਨਾ ਹਿਤ ਭੇਜੀ ਜਾਂਦੀ ਹੈ ਕਿ ਵਸਤੂਆਂ ਦੀ ਗਿਣਤੀ ਅਤੇ ਵਾਪਸ ਕੀਤੀਆਂ ਵਸਤੂਆਂ ਦੀ ਕੀਮਤ ਅਤੇ ਇਹ ਵੀ ਸੂਚਨਾ ਭੇਜੀ ਜਾਂਦੀ ਹੈ ਕਿ ਇਹ ਰਕਮ ਤੁਹਾਡੇ ਖਾਤੇ ਵਿੱਚੋਂ ਘਟਾ ਦਿੱਤੀ ਗਈ ਹੈ। ਡੈਬਿਟ ਨੋਟ ਦੀ ਡੁਪਲੀਕੇਟ ਕਾਪੀ ਵੀ ਤਿਆਰ ਕੀਤੀ ਜਾਂਦੀ ਹੈ। ਇਕ ਕਾਪੀ ਪੂਰਤੀ ਕਰਤਾ ਨੂੰ ਅਤੇ ਇਕ ਕਾਪੀ ਹਵਾਲਾ ਦੇਣ ਲਈ ਫਾਈਲ ਵਿੱਚ ਲਗਾਈ

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

ਜਾਂਦੀ ਹੈ।

ਡੈਬਿਟ ਨੋਟ ਦਾ ਨਮੂਨਾ (**Specimen of Debit Note**)

ਨੰ :__________ ਡੈਬਿਟ ਨੋਟ __________		ਹੁਬਲੀ
ਮੈਸਰਜ਼ ਤ੍ਰਿਪਤੀ ਟਰੇਡਰਜ਼, ਧਰਵਾਤ		1 ਮਈ
ਡੈਬਿਟ ਟੂ ਦੱਤਾ ਇਲੈਕਟਰੀਕਲ ਧਰਵਾਦ		
ਟੂ ਰੀਟਰਣ (Return)	ਦੋ ਬੰਡਲ ਤਾਰਾਂ @ 4500 ਰੁ.	9000
		ਵੱਲੋਂ ਤ੍ਰਿਪਤੀ ਟਰੇਡਰਜ਼ ਹਸਤਾਖ਼ਰ

ਖ੍ਰੀਦ ਵਾਪਸੀ ਕਿਤਾਬ ਦਾ ਨਮੂਨਾ (**Specimen of Purchases Return Books**)

ਮਿਤੀ	ਵੇਰਵਾ	ਡੈਬਿਟ ਨੋਟ ਨੰ.	ਪੰਨਾ ਲੈਜਰ	ਰਕਮ (ਰੁਪਏ)

ਹੱਥੀ ਅਭਿਆਸ (**Hand on Experience**) :-

ਹੇਠ ਦਿੱਤੇ ਲੈਣ ਦੇਣ ਨੂੰ ਵਿਕਰੀ ਬੁੱਕ ਵਿੱਚ ਦਰਜ ਕਰੋ ਅਤੇ ਸੰਬੰਧਤ ਵਹੀਖਾਤਿਆਂ ਵਿੱਚ ਦਰਜ ਕਰੋ।

2012

ਜੂਨ 5 ਪ੍ਰਿਸੀਜਨ ਲਿਮ ਨੂੰ ਵਸਤਾਂ ਵਾਪਸ ਕੀਤੀਆ, ਮੁਬੰਈ, ½ ਬੰਡਲ ਪੀ.ਵੀ.ਸੀ ਪਾਈਪਾਂ ਕੀਮਤ 425 ਰੁਪਏ

25 ਐਂਕਰ ਲਿਮ ਬੰਗਲੋਰ, 50 ਜੰਕਸ਼ਨ ਬਾਕਸ 9 ਰੁਪਏ ਹਿਸਾਬ ਨਾਲ ਪ੍ਰਾਪਤ ਕੀਤੇ।

31 ਜੋਯਤੀ ਇੰਡੇਸਟਰੀ ਨੂੰ ਅੱਧਾ (1/2) ਬੰਡਲ ਤਾਰਾਂ 1000 ਰੁ. ਦੇ ਹਿਸਾਬ ਨਾਲ ਵਾਪਸ ਕੀਤੀਆਂ।

ਖ੍ਰੀਦ ਵਾਪਸੀ ਕਿਤਾਬ

ਮਿਤੀ	ਵੇਰਵਾ	ਪੰਨਾ ਨੰ, ਲੈਜਰ	ਚਲਾਨ	ਰਕਮ
2012 ਜੁਲਾਈ				
5	ਪ੍ਰਿਸਿਜ਼ਨ ਪਲਾਸਟਿਕ ਲਿਮ ਮੁੰਬਈ	11	01	425=00
25	ਐਂਕਰ ਲਿਮ ਬੰਗਲੋਰ	13	02	400=00
30	ਜੋਯਤੀ ਇੰਡਟਸਟੀਜ਼ ਬੈਲਗਾਮ	15	03	1000=00
				1825=00

ਵਹੀਖਾਤਾ ਇੰਦਰਾਜ (**Ledger Posting**)

ਡੈਬਿਟ ਪ੍ਰਿਸਿਜ਼ਨ ਪਲਾਸਟਿਕ ਲਿਮ .ਮੁਬੰਈ ਖਾਤਾ ਕਰੈਡਿਟ

ਮਿਤੀ	ਵੇਰਵਾ	ਪੰਨਾ ਨੰ	ਰਕਮ	ਮਿਤੀ	ਬਿਓਰਾ	ਪੰਨਾ ਲੈਜਰ	ਰਕਮ
2012 ਜੂਨ 5	ਟੂ ਖ੍ਰੀਦ ਵਾਪਸੀ ਖਾਤਾ		425				

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

ਡੈਬਿਟ ਐਂਕਰ ਲਿਮ. ਬੰਗਲੌਰ ਖਾਤਾ ਕਰੈਡਿਟ

ਮਿਤੀ	ਵੇਰਵਾ	ਪੰਨਾ ਨੰ	ਰਕਮ	ਮਿਤੀ	ਬਿਓਰਾ	ਪੰਨਾ ਲੈਜਰ	ਰਕਮ
2012 ਜੂਨ 30	ਟੂ ਖ੍ਰੀਦ ਵਾਪਸੀ ਖਾਤਾ		400				

ਡੈਬਿਟ ਜਯੋਤੀ ਇੰਡਸਟਰੀਜ਼ ਬੇਲਗਾਮ ਖਾਤਾ ਕਰੈਡਿਟ

ਮਿਤੀ	ਵੇਰਵਾ	ਪੰਨਾ ਨੰ	ਰਕਮ	ਮਿਤੀ	ਬਿਓਰਾ	ਪੰਨਾ ਲੈਜਰ	ਰਕਮ
2012 ਜੂਨ 30	ਟੂ ਖ੍ਰੀਦ ਵਾਪਸੀ ਖਾਤਾ		1000				

ਡੈਬਿਟ ਖ੍ਰੀਦ ਵਾਪਸੀ ਖਾਤਾ ਕਰੈਡਿਟ

ਮਿਤੀ	ਵੇਰਵਾ	ਪੰਨਾ ਨੰ	ਰਕਮ	ਮਿਤੀ	ਬਿਓਰਾ	ਪੰਨਾ ਲੈਜਰ	ਰਕਮ
				2012 ਜੂਨ 30	ਬਾਈ ਸੰਡਰੀ ਕ੍ਰੈਡਿਟਰਸਾ ਖਾਤਾ (ਖ੍ਰੀਦ ਵਾਪਸੀ ਖਾਤੇ ਮੁਤਾਬਿਕ)		1825

4. ਵਿਕਰੀ ਵਾਪਸੀ ਬੁੱਕ (**Sales Return Books**)

ਇਸ ਕਿਤਾਬ ਨੂੰ ਅੰਦਰ ਵੱਲ ਵਾਪਸੀ ਕਿਤਾਬ ਵੀ ਕਿਹਾ ਜਾਂਦਾ ਹੈ। ਇਸ ਕਿਤਾਬ ਵਿੱਚ ਉਸ ਵੇਲੇ ਇੰਦਰਾਜ ਕੀਤਾ ਜਾਂਦਾ ਹੈ ਜਦੋਂ ਸਾਡੇ ਦੁਆਰਾ ਭੇਜੀਆ (ਵੇਚੀਆਂ) ਚੀਜ਼ਾਂ ਸਾਨੂੰ ਵਾਪਸ ਆ ਜਾਂਦੀਆਂ ਹਨ। ਕਾਰਣ ਘਾਟਾ/ ਵਾਧਾ ਜਾਂ ਮਾਤਰਾ /ਗਿਣਤੀ, ਗੁਣਵੱਤਤਾ ਵਿੱਚ ਅੰਤਰ ਹੋ ਸਕਦਾ ਹੈ।

ਖ੍ਰੀਦਦਾਰ ਡੈਬਿਟ ਨੋਟ ਦੇ ਨਾਲ ਵਸਤਾਂ ਭੇਜ ਦੇਵੇਗਾ। (ਜਿਵੇਂ ਪਹਿਲਾ ਵਰਣਨ ਕੀਤਾ ਹੈ) ਜਦੋਂ ਵਸਤੂਆਂ ਅਤੇ ਡੈਬਿਟ ਨੋਟ ਪ੍ਰਾਪਤ ਹੋ ਜਾਂਦਾ ਹੈ ਤਾਂ ਵਿਕਰੇਤਾ ਨੂੰ ਉਸੇ ਦੀ ਕਰੈਡਿਟ ਨੋਟ ਦੀ ਰਸੀਦ ਭੇਜਣੀ ਪੈਂਦੀ ਹੈ।

ਕਰੈਡਿਟ ਨੋਟ ਉਹ ਸਟੇਟਮੈਂਟ ਹੈ ਜੋ ਵਿਕਰੇਤਾ ਦੁਆਰਾ ਖ੍ਰੀਦਦਾਰ ਨੂੰ ਭੇਜੀ ਜਾਂਦੀ ਹੈ। ਜਿਸ ਨੇ ਉਸ ਦੁਆਰਾ ਪ੍ਰਾਪਤ ਕੀਤੀਆ ਵਸਤੂਆਂ ਦੀ ਵਿਸਥਾਰ ਭੇਜੀ ਹੈ ਅਤੇ ਖ੍ਰੀਦਦਾਰ ਨੂੰ ਸੂਚਨਾ ਭੇਜੀ ਹੈ ਕਿ ਉਸ ਦੇ ਖਾਤੇ ਵਿੱਚ ਰਕਮ ਕ੍ਰੈਡਿਟ ਕਰ ਦਿੱਤੀ ਹੈ। ਦੋਵੇਂ ਕਰੈਡਿਟ ਨੋਟ ਅਤੇ ਡੈਬਿਟ ਨੋਟ ਲੜੀ ਨੰ. ਅਨੁਸਾਰ ਭਵਿੱਖ ਵਿੱਚ ਹਵਾਲਾ ਦੇਣ ਲਈ ਫਾਈਲ ਕਰ ਦਿੱਤੇ ਹਨ।

ਕ੍ਰੈਡਿਟ ਨੋਟ ਦਾ ਨਮੂਨਾ (**Speciman of credit Note**)

ਕਰੈਡਿਟ ਨੋਟ ਮੈਸਰਜ ਦੱਤਾ ਇਲੈਕਟਰੀਕਲ ਧਰਵਾਦ ਕਰੈਡਿਟ ਨੋਟ ਟੂ ਪ੍ਰਿਸਿਜਨ ਪਲਾਸਟਿਕ ਲਿਮ ਮੁੰਬਈ	ਹੁਬਲੀ 1 ਜੂਨ 2012
ਬਾਈ (ਵਾਪਸੀ) (By return)	4000
	ਫਾਰ ਦੱਤਾ ਇਲੈਕਟਰੀਕਲ ਧਰਵਾਦ ਹਸਤਾਖਰ ਮੈਨੇਜਰ

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

ਹੱਥੀ ਅਭਿਆਸ (**Hand On Experience**)

ਹੇਠ ਦਿੱਤੇ ਲੈਣ ਦੇਣ ਦਾ ਵਿਕਰੀ ਵਾਪਸੀ ਕਿਤਾਬ ਵਿੱਚ ਰਿਕਾਰਡ ਕਰੋ ਅਤੇ ਵਹੀਖਾਤੇ ਵਿੱਚ ਦਰਜ ਕਰੋ।

2012

ਜੂਨ 6 ਤ੍ਰਿਪਤੀ ਕੰਨਸਟੇਕਸ਼ਨ ਲਿਮ ਹੁਬਲੀ ਨੇ 1000 ਰੁ. ਪ੍ਰਤੀ ਬੰਡਲ ਦੇ ਹਿਸਾਬ ਨਾਲ ਅੱਧਾ ਬੰਡਲ ਪਲਾਸਟਿਕ ਪਾਇਪਾ ਵਾਪਸ ਭੇਜੀਆਂ 500 ਰੁ.

9 ਨਾਇਕ ਅਤੇ ਕੰਪਨੀ ਧਰਵਾਦ ਨੇ 20 ਜੰਕਸ਼ਨ ਬਾਕਸ 10 ਪ੍ਰਤੀ ਬਾਕਸ ਦੇ ਹਿਸਾਬ ਨਾਲ ਵਾਪਸ ਕੀਤਾ

30 ਕੇ.ਆਈ.ਐਮ.ਐਸ ਹੁਬਲੀ ਨੇ 60 ਵਾਟ ਦੇ 200 ਬਲਬ 11 ਰੁ. ਪ੍ਰਤੀ ਬਲੱਬ ਦੇ ਹਿਸਾਬ ਨਾਲ ਵਾਪਸ ਭੇਜੇ।

ਵਿਕਰੀ ਵਾਪਸੀ ਕਿਤਾਬ (**Sales Return Books**)

ਮਿਤੀ	ਵੇਰਵੇ	ਪੰਨਾ ਨੰ	ਕਰੈਡਿਟ ਨੰ	ਰਕਮ
2012				
ਜੂਨ 6	ਤ੍ਰਿਪਤੀ ਕੰਨਸਟਰੱਕਸ਼ਨ ਕੰਪਨੀ ਲਿਮ. ਹੁਬਲੀ	1	1	500
9	ਨਾਇਕ ਅਤੇ ਕੰਪਨੀ ਧਰਵਾਤ	1	2	200
3	ਕਿਮਜ਼ ਹੁਬਲੀ	1	03	2200
				2900

ਲੈਜਰ ਇੰਦਰਾਜ (**Ledger Posting**)

ਡੈਬਿਟ ਤ੍ਰਿਪਤੀ ਕੰਨਸਟਰੱਸ਼ਨ ਕੰਪਨੀ ਲਿਮ ਹੁਬਲੀ ਖਾਤਾ ਕਰੈਡਿਟ

ਮਿਤੀ	ਵੇਰਵਾ	ਪੰਨਾ ਨੰ	ਰਕਮ	ਮਿਤੀ	ਬਿਓਰਾ	ਪੰਨਾ ਲੈਜਰ	ਰਕਮ
				2012 ਜੂਨ 6	ਦੁਆਰਾ ਵਿਕਰੀ ਵਾਪਸੀ ਖਾਤਾ		500

ਡੈਬਿਟ ਨਾਇਕ ਅਤੇ ਕੰਪਨੀ ਧਰਵਾਦ ਲਿਮ ਖਾਤਾ ਕਰੈਡਿਟ

ਮਿਤੀ	ਵੇਰਵਾ	ਪੰਨਾ ਨੰ	ਰਕਮ	ਮਿਤੀ	ਬਿਓਰਾ	ਪੰਨਾ ਲੈਜਰ	ਰਕਮ
				2012 ਜੂਨ 9	ਦੁਆਰਾ ਵਿਕਰੀ ਵਾਪਸੀ ਖਾਤਾ		200

ਡੈਬਿਟ ਕੇ.ਆਈ.ਐਮ.ਐਸ ਹੁਬਲੀ ਖਾਤਾ ਕਰੈਡਿਟ

ਮਿਤੀ	ਵੇਰਵਾ	ਪੰਨਾ ਨੰ	ਰਕਮ	ਮਿਤੀ	ਬਿਓਰਾ	ਪੰਨਾ ਲੈਜਰ	ਰਕਮ
				2012 ਜੂਨ 30	ਦੁਆਰਾ ਵਿਕਰੀ ਵਾਪਸੀ ਖਾਤਾ		2200

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

ਡੈਬਿਟ ਵਿਕਰੀ ਵਾਪਸੀ ਖਾਤਾ ਕਰੈਡਿਟ

ਮਿਤੀ	ਵੇਰਵਾ	ਪੰਨਾ ਨੰ	ਰਕਮ	ਮਿਤੀ	ਬਿਓਰਾ	ਪੰਨਾ ਲੈਜਰ	ਰਕਮ
2012 ਜੂਨ 30	ਟੂ ਸੰਡਰੀ ਡੈਬਿਟਰ (ਵਿਕਰੀ ਵਾਪਸੀ ਬੁੱਕ ਮੁਤਾਬਿਕ)		2900				

ਹੱਥੀ ਅਭਿਆਸ

ਹੇਠਾਂ ਦਿੱਤੇ ਵੇਰਵਿਆ ਤੋਂ, ਵਿਕਰੀ ਬੁੱਕ, ਖ਼ੀਦ ਬੱਕ ਅਤੇ ਵਾਪਸੀ ਕਿਤਾਬਾਂ ਤਿਆਰ ਕਰੋ ਅਤੇ ਲੈਣ ਦੇਣ ਦੀ ਪ੍ਰੀਕ੍ਰਿਆ ਨੂੰ ਸੰਬੰਧਤ ਲੈਜਰ ਵਿੱਚ ਦਰਜ ਕਰੋ।

2012

ਸਤੰਬਰ 1 ਸੰਨੀ ਕੰਪਨੀ ਮੁੰਬਈ ਤੋਂ 10, 14 ਇੰਚੀ ਕਲਰ ਟੀ.ਵੀ 4500 ਰੁ. ਪ੍ਰਤੀ ਟੀ. ਵੀ ਦੇ ਹਿਸਾਬ ਨਾਲ 10% ਕਟੌਤੀ ਤੇ ਖ਼ੀਦੇ।

4 20 ਐਨਟੀਨਾ 1500 ਰੁ. ਦੇ ਹਿਸਾਬ ਨਾਲ ਅਸ਼ਵਿਸ ਲਿਮ ਤੋਂ ਖ਼ੀਦੇ

10 ਓਮੇਗਾ ਕੰਪਨੀ ਲਿਮ ਤੋਂ 100 ਸਟੈਬਲਾਈਜ਼ਰ @ 200 ਪ੍ਰਤੀ ਸਟੋਬਲਾਈਜਰ ਦੇ ਹਿਸਾਬ ਨਾਲ ਖ਼ੀਦੇ

12 5 ਕਲਰ ਟੀ.ਵੀ @ 5000, 5 ਐਨਟੀਨਾ @ 2000, 5 ਸਟੈਬ ਲਾਈਜਰ ਨਾਦੇਸਵਰ ਟਰੈਡਰਜ ਧਰਵਾਦ ਨੂੰ ਵੇਚੇ

15 5 ਟੀ.ਵੀ @ 5000 ਦੇ ਹਿਸਾਬ ਨਾਲ ਗਣੇਸ਼ ਟ੍ਰੇਡ ਲਿੰਕਸ ਨੂੰ ਵੇਚੇ।

17 ਮੈਮਰਜ ਮਾਨੇ ਨੂੰ 25 ਸਟੈਬਲਾਈਜਰ @ 250, ਅਤੇ 10 ਐਨਟੀਨਾ @ 2000 ਦੇ ਹਿਸਾਬ ਨਾਲ ਵੇਚੇ।

24 ਗਣੇਸ਼ ਟਰੇਡ ਲਿੰਕਸ ਨੂੰ ਇਕ ਟੀ.ਵੀ ਵਾਪਸ ਭੇਜਿਆ

25 ਸੰਨੀ ਕੰਪਨੀ ਮੁਬੰਈ ਨੂੰ ਇਕ ਕਲਰ ਟੀ.ਵੀ ਵਾਪਸ ਭੇਜਿਆ ਕਿਉਂਕਿ ਉਹ ਖ਼ਰਾਬ ਸੀ।

26 ਓਮੇਗਾ ਕੰਪਨੀ ਨੂੰ 10 ਸਟੈਬਲਾਈਜਰ ਵਾਪਸ ਭੇਜੇ ਕਿਉਂਕਿ ਉਹ ਸੰਚਾਰ ਸਮੇਂ ਨਸ਼ਟ ਹੋ ਗਏ ਸਨ।

27 ਨਾਦੇਸ਼ਵਰ ਟਰੈਡਰਜ ਨੇ 1 ਐਨਟੀਨਾ ਅਤੇ ਇਕ ਸਟੈਬਲਾਈਜਰ ਵਾਪਸ ਭੇਜੇ ਕਿਉਂਕਿ ਉਹ ਖਰਾਬ ਸਨ।

ਡੈਬਿਟ ਖ਼ੀਦ ਬੁੱਕ (**Purchase Book**) ਕਰੈਡਿਟ

ਮਿਤੀ	ਵੇਰਵਾ	ਪੰਨਾ ਨੰ	ਚਲਾਨ ਨੰ	ਮਾਤਰਾ	ਰੇਟ	ਰਕਮ
2012 ਸਤੰਬਰ 1	ਸੰਨੀ ਕੰਪਨੀ ਮੁਬੰਈ 10 % ਟਰੇਡ ਕਟੌਤੀ	1	1	10 ਕਲਰ ਟੀ.ਵੀ 14ò	4500	45000 4500 40500
4	ਅਸ਼ਵਿਨ ਲਿਮ ਧਰਵਾਦ	12	4	20 ਐਨਟੀਨਾ		
10	ਓਮੇਗਾ ਕੰਪਨੀ ਲਿਮ ਚਨੇਈ	3	7	100 ਸਟੈਬਲਾਈਜ਼ਰ	200	20000
						90500

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

ਵਿਕਰੀ ਕਿਤਾਬ (**Sales Book**)

ਮਿਤੀ	ਵੇਰਵਾ	ਪੰਨਾ ਨੰ, ਲੈਜਰ	ਚਲਾਨ ਨੰ	ਮਾਤਰਾ	ਰੇਟ	ਰਕਮ
2012 ਸਤੰਬਰ 2	ਨਾਦੇਸ਼ਵਰ ਟਰੈਡਰਜ	5	9	5 ਕਲਰ ਟੀ.ਵੀ , 5 ਸਟੈਬਲਾਈਜ਼ਰ, 5 ਐਨਟੀਨਾ	5000 250 2000	25000 1250 10,000
4	ਗਣੇਸ਼ ਟ੍ਰੇਡ ਲਿੰਕਸ	7	22	5 ਟੀ.ਵੀ	5000	25,000
10	ਮੈਸਰਜ ਮਾਨੇ	8	23	25 ਸਟੈਬਲਾਈਜ਼ਰ 10 ਐਨਟੀਨਾ	250 2000	6250 20,000
						87500

ਖ੍ਰੀਦ ਵਾਪਸੀ ਕਿਤਾਬ (**Purchase Returns Book**)

ਮਿਤੀ	ਵੇਰਵਾ	ਪੰਨਾ ਨੰ, ਲੈਜਰ	ਕਰੈਡਿਟ ਨੋਟ ਨੰ	ਰਕਮ
2012 ਸਤੰਬਰ 25	ਸੰਨੀ ਕੰਪਨੀ ਮੁਬੰਈ 1 ਟੀ.ਵੀ @ 4500 ਵਾਪਸ ਕੀਤਾ		1	4500
26	ਓਮੇਗਾ ਕੰਪਨੀ ਲਿਮ ਚੇਨਈ 10 ਸਟੈਬਲਾਈਜਰ ਵਾਪਸ ਭੇਜੇ		10	2000
				6500

ਵਿਕਰੀ ਵਾਪਸੀ ਬੁੱਕ (**Sales Return Book**)

ਮਿਤੀ	ਵੇਰਵਾ	ਪੰਨਾ ਨੰ, ਲੈਜਰ	ਕਰੈਡਿਟ ਨੋਟ ਨੰ	ਰਕਮ
2012 ਸਤੰਬਰ 24	ਨੰਦੇਸ਼ਵਰ ਟ੍ਰੇਡਰਜ ਹੁਬਲੀ	5	1	2200
27	ਗਣੇਸ਼ ਟਰੇਡ ਲਿੰਕਸ ਲਿਮ 1 ਟੀ.ਵੀ, 1 ਐਨਟੀਨਾ, 1 ਸਟੈਬਲਾਈਜਰ ਵਾਪਸ ਭੇਜਿਆ	7	2	5000 250
				7250

ਲੈਜਰ ਇੰਦਰਾਜ (**Ledger Postings**)

ਡੈਬਿਟ ਸੰਨੀ ਕੰਪਨੀ ਮੁੰਬਈ ਖਾਤਾ (**Suny Co. Mumbai Account**) ਕ੍ਰੈਡਿਟ

ਮਿਤੀ	ਵੇਰਵੇ	ਪੰਨਾ ਨੰ	ਰਕਮ	ਮਿਤੀ	ਵੇਰਵੇ	ਪੰਨਾ ਨੰ	ਰਕਮ
2012 ਜੂਨ 30	ਟੂ ਸੰਡਰੀ ਡੈਬ੍ਰਿਟਰਜ ਖਾਤਾ (ਵਿਕਰੀ ਵਾਪਸੀ ਕਿਤਾਬ ਮੁਤਾਬਿਕ)		40500	2012 ਸਤੰਬਰ 1	ਬਾਈ ਖ੍ਰੀਦ ਖਾਤਾ		40500

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

ਡੈਬਿਟ ਅਸ਼ਵਿਨਜ਼ ਲਿਮ ਧਰਵਾਦ ਖਾਤਾ ਕ੍ਰੈਡਿਟ

ਮਿਤੀ	ਵੇਰਵੇ	ਪੰਨਾ ਨੰ	ਰਕਮ	ਮਿਤੀ	ਵੇਰਵੇ	ਪੰਨਾ ਨੰ	ਰਕਮ
				2012 ਸਤੰਬਰ 4	ਦੁਆਰਾ ਖ੍ਰੀਦ ਖਾਤਾ		30000

ਡੈਬਿਟ ਓਮੇਗਾ ਕੰਪਨੀ ਚੇਨਈ ਖਾਤਾ ਕ੍ਰੈਡਿਟ

ਮਿਤੀ	ਵੇਰਵੇ	ਪੰਨਾ ਨੰ	ਰਕਮ	ਮਿਤੀ	ਵੇਰਵੇ	ਪੰਨਾ ਨੰ	ਰਕਮ
2012 ਸਤੰਬਰ 26	ਟੂ ਖ੍ਰੀਦ ਵਾਪਸੀ ਖਾਤਾ		20,000	2012 ਸਤੰਬਰ 10	ਦੁਆਰਾ ਖ੍ਰੀਦ ਖਾਤਾ		20,000

ਡੈਬਿਟ ਨੰਦੇਸ਼ਵਰ ਟਰੇਡਰਜ਼, ਧਾਰਵਰਡ ਖਾਤਾ ਕਰੈਡਿਟ

ਮਿਤੀ	ਵੇਰਵੇ	ਪੰਨਾ ਨੰ	ਰਕਮ	ਮਿਤੀ	ਵੇਰਵੇ	ਪੰਨਾ ਨੰ	ਰਕਮ
2012 ਸਤੰਬਰ 12	ਟੂ ਵਿਕਰੀ ਖਾਤਾ		36250	2012 ਸਤੰਬਰ 27	ਦੁਆਰਾ ਖ੍ਰੀਦ ਖਾਤਾ		2250

ਡੈਬਿਟ ਗਣੇਸ਼ ਟਰੇਡ ਲਿੰਕਸ ਹੁੱਬਲੀ ਖਾਤਾ ਕਰੈਡਿਟ

ਮਿਤੀ	ਵੇਰਵੇ	ਪੰਨਾ ਨੰ	ਰਕਮ	ਮਿਤੀ	ਵੇਰਵੇ	ਪੰਨਾ ਨੰ	ਰਕਮ
2012 ਸਤੰਬਰ 15	ਟੂ ਵਿਕਰੀ ਖਾਤਾ		25000	2012 ਸਤੰਬਰ 24	ਦੁਆਰਾ ਵਿਕਰੀ ਵਾਪਸੀ ਖਾਤਾ		5000

ਡੈਬਿਟ ਮੈਸਰਜ ਮਾਨੇ ਧਾਰਵਡ ਖਾਤਾ (**M/S Mane, Dharward**) ਕਰੈਡਿਟ

ਮਿਤੀ	ਵੇਰਵੇ	ਪੰਨਾ ਨੰ	ਰਕਮ	ਮਿਤੀ	ਵੇਰਵੇ	ਪੰਨਾ ਨੰ	ਰਕਮ
2012 ਸਤੰਬਰ 17	ਟੂ ਵਿਕਰੀ ਖਾਤਾ		26250				

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

ਡੈਬਿਟ ਖ੍ਰੀਦ ਵਾਪਸੀ ਖਾਤਾ (**Purchase Return Account**) ਕਰੈਡਿਟ

ਮਿਤੀ	ਵੇਰਵੇ	ਪੰਨਾ ਨੰ	ਰਕਮ	ਮਿਤੀ	ਵੇਰਵੇ	ਪੰਨਾ ਨੰ	ਰਕਮ
				2012 ਸਤੰਬਰ 30	ਬਾਈ ਸੰਡਰੀ (ਫੁਟਕਲ) ਕਰੈਡਿਟ ਖਾਤਾ (ਖ੍ਰੀਦ ਵਾਪਸੀ ਬੁੱਕ ਅਨੁਸਾਰ)		6500

ਡੈਬਿਟ ਵਿਕਰੀ ਵਾਪਸੀ ਖਾਤਾ (**Sales Return Account**) ਕਰੈਡਿਟ

ਮਿਤੀ	ਵੇਰਵੇ	ਪੰਨਾ ਨੰ	ਰਕਮ	ਮਿਤੀ	ਵੇਰਵੇ	ਪੰਨਾ ਨੰ	ਰਕਮ
2012 ਸਤੰਬਰ 12	ਟੂ ਫੁਟਕਲ ਕ੍ਰੈਡਿਟਰ ਖਾਤਾ (ਵਿਕਰੀ ਵਾਪਸੀ ਕਿਤਾਬਾ ਮੁਤਾਬਿਕ)		7250				

ਡੈਬਿਟ ਖ੍ਰੀਦ ਖਾਤਾ (**Purchase Account**) ਕਰੈਡਿਟ

ਮਿਤੀ	ਵੇਰਵੇ	ਪੰਨਾ ਨੰ	ਰਕਮ	ਮਿਤੀ	ਵੇਰਵੇ	ਪੰਨਾ ਨੰ	ਰਕਮ
2012 ਸਤੰਬਰ 12	ਟੂ ਸੰਡਰੀ (Sunday) (ਫੁਟਕਲ) ਖਾਤਾ ਖ੍ਰੀਦ ਕਿਤਾਬ ਦੇ ਮੁਤਾਬਿਕ		90500				

ਡੈਬਿਟ ਵਿਕਰੀ ਖਾਤਾ (**Sales Account**) ਕਰੈਡਿਟ

ਮਿਤੀ	ਵੇਰਵੇ	ਪੰਨਾ ਨੰ	ਰਕਮ	ਮਿਤੀ	ਵੇਰਵੇ	ਪੰਨਾ ਨੰ	ਰਕਮ
				2012 ਸਤੰਬਰ 30	ਟੂ ਫੁਟਕਲ ਡੈਬਿਟਰ ਖਾਤਾ (ਵਿਕਰੀ ਕਿਤਾਬ ਮੁਤਾਬਿਕ)		87500

ਡੈਬਿਟ ਨੋਟ ਅਤੇ ਕ੍ਰੈਡਿਟ ਨੋਟ ਵਿੱਚ ਅੰਤਰ (**Distinction between Debit Note and Credit Note**)

1. ਡੈਬਿਟ ਨੋਟ ਉਸ ਵਿਅਕਤੀ ਦੁਆਰਾ ਬਣਾਇਆ ਜਾਂਦਾ ਹੈ ਜਿਸ ਨੇ ਵਸਤੂਆਂ ਖ੍ਰੀਦੀਆ ਹਨ ਅਤੇ ਉਸ ਨੇ ਸਾਰੀਆਂ ਜਾਂ ਕੁਝ ਹਿੱਸਾ ਵਾਪਸ ਕਰਨਾ ਹੁੰਦਾ ਹੈ। ਕ੍ਰੈਡਿਟ ਨੋਟ ਉਸ ਵਿਅਕਤੀ ਦੁਆਰਾ ਤਿਆਰ ਕੀਤਾ ਜਾਂਦਾ ਹੈ ਜਿਸ ਨੇ ਵਾਪਸ ਹੋਈਆਂ ਚੀਜ਼ਾਂ ਪ੍ਰਾਪਤ ਕੀਤੀਆਂ ਹਨ।
2. ਡੈਬਿਟ ਨੋਟ ਵਾਪਸ ਕੀਤੀਆਂ ਗਈਆਂ ਵਸਤਾਂ ਬਾਰੇ ਵਿਕਰੇਤਾ ਨੂੰ ਸੂਚਨਾ ਹੁੰਦੀ ਹੈ। ਕ੍ਰੈਡਿਟ ਨੋਟ ਵਾਪਸ ਆਈਆਂ ਚੀਜਾਂ ਦੀ ਪ੍ਰਾਪਤੀ ਦੀ ਪੁਸ਼ਟੀ ਹੈ।

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

3. ਡੈਬਿਟ ਨੋਟ ਵਿਅਕਤੀ ਨੂੰ ਸੂਚਨਾ ਪ੍ਰਦਾਨ ਕਰਦਾ ਹੈ ਕਿ ਤੁਹਾਡਾ ਖਾਤਾ ਡੈਬਿਟ ਹੋ ਗਿਆ ਹੈ। ਕ੍ਰੈਡਿਟ ਨੋਟ ਉਸ ਵਿਅਕਤੀ ਨੂੰ ਸੂਚਨਾ ਪ੍ਰਦਾਨ ਕਰਦਾ ਹੈ ਜਿਸ ਨੇ ਵਸਤੂਆਂ ਵਾਪਸ ਕੀਤੀਆ ਹਨ ਕਿ ਤੁਹਾਡਾ ਖਾਤਾ ਕ੍ਰੈਡਿਟ ਹੋ ਗਿਆ ਹੈ।
4. ਡੈਬਿਟ ਨੋਟ ਖ੍ਰੀਦ ਵਾਪਸੀ ਕਿਤਾਬ ਵਿੱਚ ਦਰਜ ਹੁੰਦਾ ਹੈ ਅਤੇ ਕ੍ਰੈਡਿਟ ਨੋਟ ਵਿਕਰੀ ਰਿਟਰਨ ਕਿਤਾਬ ਵਿੱਚ ਦਰਜ ਹੁੰਦਾ ਹੈ।
5. ਆਮ ਤੌਰ ਤੇ ਡੈਬਿਟ ਨੋਟ ਅਤੇ ਕ੍ਰੈਡਿਟ ਨੋਟ ਵੱਖ ਵੱਖ ਰੰਗਾਂ ਵਿੱਚ ਪ੍ਰਿੰਟ ਹੁੰਦੇ ਹਨ।

5. ਕੈਸ਼ ਬੁੱਕ (**Cash Book**)

ਇਸ ਕਿਤਾਬ ਵਿੱਚ ਕੈਸ਼ ਦੀ ਪ੍ਰਾਪਤੀ ਅਤੇ ਭੁਗਤਾਨ ਰਿਕਾਰਡ ਕੀਤਾ ਜਾਂਦਾ ਹੈ। ਇਹ ਅਸਲੀ ਇੰਦਰਾਜਾ ਵਾਲੀ ਕਿਤਾਬ ਹੈ। ਇਸ ਲਈ ਇਸ ਨੂੰ ਫੁਟਕਲ ਜਾਂ (ਨਿੱਕ ਸੁੱਕ) ਦੀ ਕਿਤਾਬ ਕਿਹਾ ਜਾਂਦਾ ਹੈ। ਇਕ ਵਾਰ ਕੈਸ਼ ਬੁੱਕ ਤਿਆਰ ਹੋ ਜਾਵੇ ਤਾਂ ਕੈਸ਼ ਲੇਖਾ ਲੈਜਰ ਵਿੱਚ ਤਿਆਰ ਕਰਨ ਦੀ ਲੋੜ ਨਹੀਂ ਹੁੰਦੀ। ਇਹ ਦੋਵੇਂ ਉਦੇਸ਼ਾਂ ਦੀ ਸੇਵਾ ਪੂਰਤੀ ਕਰਦਾ ਹੈ।

ਕੈਸ਼ ਬੁੱਕ ਨੂੰ ਹਮੇਸ਼ਾ ਕਾਲਮਾਂ ਦੇ ਰੂਪ ਵਿੱਚ ਤਿਆਰ ਕੀਤਾ ਜਾਂਦਾ ਹੈ। ਕੈਸ਼ ਬੁੱਕ ਅਤੇ ਕੈਸ਼, ਬੈਕ ਕੈਸ਼ ਅਤੇ ਕਟੌਤੀ ਜਾਂ ਬੈਂਕ ਅਤੇ ਡਿਸਕਾਊਟ ਕਾਲਮ ਪ੍ਰਦਾਨ ਕਰ ਸਕਦਾ ਹੈ। ਕੈਸ਼ ਦੀ ਪ੍ਰਾਪਤੀ ਅਤੇ ਕੈਸ਼ ਦੇ ਭੁਗਤਾਨ ਨੂੰ ਸਿੱਧੇ ਰੂਪ ਵਿੱਚ ਇਸ ਵਿੱਚ ਦਰਜ ਕੀਤਾ ਜਾਂਦਾ ਹੈ। ਇਸ ਕਿਤਾਬ ਤੋਂ ਕਿਸੇ ਭਿੰਨ ਭਿੰਨ ਵਹੀਖਾਤਿਆ ਵਿੱਚ ਇੰਦਰਾਜ ਕੀਤੇ ਜਾਦਾ ਹੈ। ਇਹੋ ਜਿਹੀ ਕੈਸ਼ ਬੁੱਕ ਸਧਾਰਣ ਲੇਖੇ ਦੀ ਕਿਤਾਬ ਲੱਗਦੀ ਹੈ ਜਿਸ ਦੇ ਦੋਵੇ ਪਾਸਿਆ ਤੇ ਰਕਮ ਦਾ ਕਾਲਮ ਹੁੰਦਾ ਹੈ। ਖੱਬੇ ਹੱਥ ਵਾਲੇ ਪਾਸੇ ਕੈਸ਼ ਪ੍ਰਾਪਤੀ ਦਰਜ ਕੀਤੀ ਜਾਂਦੀ ਹੈ ਅਤੇ ਸੱਜੇ ਪਾਸੇ ਭੁਗਤਾਨ ਦਰਜ ਕੀਤੇ ਜਾਦੇ ਹਨ।

ਦੋਹਰੇ ਕਾਲਮਾਂ ਵਾਲੀ ਕੈਸ਼ ਬੁੱਕ (**Double Column Cash Book**)

ਕੈਸ਼ ਬੁੱਕ ਦੋਵੇ ਹਰ ਪਾਸੇ ਇਕ ਹੋਰ ਕਾਲਮ ਕਟੌਤੀ ਦੀ ਪ੍ਰਾਪਤੀ ਜਾਂ ਕਟੌਤੀ ਦੀ ਆਗਿਆ ਰਿਕਾਰਡ ਕਰਨ ਲਈ ਜੋੜਿਆ ਜਾਂਦਾ ਹੈ। ਇਸ ਨੂੰ ਦੋਹਰੀ ਕਾਲਮਾਂ ਵਾਲੀ ਕੈਸ਼ ਬੁੱਕ ਕਿਹਾ ਜਾਂਦਾ ਹੈ। ਕੈਸ਼ ਡਿਸਕਾਊਂਟ (ਕਟੌਤੀ) ਇਕ ਭੱਤਾ ਹੈ ਜਿਹੜਾ ਕੰਪਨੀਆ (ਨਕਦ) ਕੈਸ਼ ਭੁਗਤਾਨ ਲਈ ਜੁੜਦਾ ਹੈ। ਜਦੋਂ ਕਦੇ ਕੈਸ਼ ਪ੍ਰਾਪਤੀ ਹੁੰਦੀ ਹੈ ਤਾਂ ਉਸ ਨੂੰ ਡੈਬਿਟ ਸਾਈਡ ਵਾਲੇ ਪਾਸੇ ਦਰਜ ਕੀਤਾ ਜਾਂਦਾ ਹੈ। ਉਸਨੂੰ ਵੀ ਡੈਬਿਟ ਸਾਈਡ ਕਟੌਤੀ ਵਾਲੇ ਕਾਲਮ ਵਿੱਚ ਦਰਜ ਕੀਤਾ ਜਾਂਦਾ ਹੈ। ਭਾਵੇਂ ਅਭਿਆਸਕ (ਵਿਵਹਾਰਕ) ਉਦੇਸ਼ ਲਈ ਕੈਸ਼ ਬੁੱਕ ਵਿੱਚ ਕੈਸ਼ ਕਾਲਮ ਅਤੇ ਬੈਂਕ ਕਾਲਮ ਹੁੰਦਾ ਹੈ। ਇਸ ਲਈ ਇਸ ਨੂੰ ਦੋਹਰੇ ਕਾਲਮ ਵਾਲੀ ਕੈਸ਼ ਬੁੱਕ ਕਿਹਾ ਜਾਂਦਾ ਹੈ।

ਇਸੇ ਹੀ ਢੰਗ ਨਾਲ ਜਦੋਂ ਕੈਸ਼ ਦਾ ਭੁਗਤਾਨ ਕੀਤਾ ਜਾਂਦਾ ਹੈ। ਇਸ ਨੂੰ ਕ੍ਰੈਡਿਟ ਵਾਲੇ ਪਾਸੇ ਦਰਜ ਕੀਤਾ ਜਾਂਦਾ ਹੈ। ਜੇਕਰ ਕੋਈ ਡਿਸਕਾਊਟ/ ਕਟੌਤੀ ਮਿਲੇ ਇਸ ਨੂੰ ਉਹੀ ਪਾਸੇ ਕਟੌਤੀ ਕਾਲਮ ਵਿੱਚ ਦਰਜ ਕੀਤਾ ਜਾਂਦਾ ਹੈ।

ਤਿਨਾਂ ਕਾਲਮਾਂ ਵਾਲੀ ਕੈਸ਼ ਬੁੱਕ (**Three Columns Cash Book**)

ਅੱਜ ਕੱਲ ਕੈਸ਼ ਭੁਗਤਾਨ ਨਾਲੋਂ ਜ਼ਿਆਦਾ ਅਤੇ ਕੈਸ਼ ਦੀ ਪ੍ਰਾਪਤੀ, ਭੁਗਤਾਨ ਬੈਂਕ ਦੁਆਰਾ ਕੀਤਾ ਜਾਂਦਾ ਹੈ ਜਾਂ ਰਕਮ ਚੈੱਕ ਦੇ ਰਾਹੀਂ ਪ੍ਰਾਪਤ ਕੀਤੀ ਜਾਂਦੀ ਹੈ, ਜਿਸ ਨੂੰ ਕੇਵਲ ਬੈਂਕ ਦੁਆਰਾ ਲਿਆ ਜਾਂਦਾ ਹੈ। ਇਸ ਲਈ ਇਹ ਜ਼ਿਆਦਾ ਸੁਖਾਲਾ ਹੈ ਕਿ ਕੈਸ਼ ਬੁੱਕ ਦੇ ਹਰੇਕ ਪਾਸੇ ਬੈਂਕ ਕਾਲਮ ਹੋਵੇ। ਇਸ ਲਈ ਬੈਂਕ ਕਾਲਮ ਤੇ ਡੈਬਿਟ ਵਾਲੇ ਪਾਸੇ ਜਮ੍ਹਾਂ ਕੀਤੀ ਰਕਮ ਨੂੰ ਹੀ ਦਰਜ ਕੀਤਾ ਜਾਂਦਾ ਹੈ ਅਤੇ ਕੈਸ਼ ਬੁੱਕ ਵਿੱਚ ਬੈਂਕ ਵਾਲੇ ਕਾਲਮ ਦੇ ਸੱਜੇ ਪਾਸੇ (ਕ੍ਰੈਡਿਟ ਵਾਲੇ ਪਾਸੇ) ਬੈਂਕ ਰਾਹੀਂ ਕੀਤੇ ਭੁਗਤਾਨ ਨੂੰ ਦਰਜ ਕੀਤਾ ਜਾਂਦਾ ਹੈ ਜਾਂ ਬੈਂਕ ਵਿੱਚੋਂ ਕਢਵਾਈ ਰਕਮ ਨੂੰ ਦਰਜ ਕੀਤਾ ਜਾਂਦਾ ਹੈ।

ਉਸ ਦਿੱਤੀ ਹੋਈ ਤਰੀਖ ਨੂੰ ਬੈਂਕ ਕਾਲਮ ਦਾ ਬਕਾਇਆ ਕੱਢ ਕੇ ਬੈਂਕ ਵਿੱਚ ਪਈ ਰਕਮ ਦਾ ਪਤਾ ਲਗਾਇਆ। ਕੈਸ਼ ਕਾਲਮਾਂ ਵਿੱਚ ਬਕਾਇਆ ਕੱਢ ਕੇ ਦਫਤਰ ਵਿੱਚ ਉਪਲੱਬਧ ਕੈਸ਼ ਦਾ ਪਤਾ ਲਗਾਇਆ ਜਾ ਸਕਦਾ ਹੈ।

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

ਜ਼ਰੂਰੀ ਚੀਜ਼ਾਂ (**Requisities**)

ਕੈਸ਼ ਰਸੀਦ (**Cash Receipts**) **:-** ਜਦੋਂ ਵਪਾਰੀ ਰਕਮ ਪ੍ਰਾਪਤ ਕਰਦਾ ਹੈ ਉਹ ਦਸਤਾਵੇਜ਼ੀ ਰਸੀਦ ਉਸ ਵਿਅਕਤੀ ਨੂੰ (ਜਾਰੀ ਕਰਤਾ) ਜਿਸ ਤੋਂ ਰਕਮ ਲਈ ਹੁੰਦੀ ਹੈ ਇਸ ਨੂੰ ਕੈਸ਼ ਰਸੀਦ ਕਿਹਾ ਜਾਂਦਾ ਹੈ। ਇਸ ਵਿੱਚ ਜਾਰੀ ਕਰਨ ਵਾਲੀ ਪਾਰਟੀ ਦਾ ਨਾਂ ਹੁੰਦਾ ਹੈ, ਮਿਤੀ ਅਤੇ ਪ੍ਰਾਪਤ ਕੀਤੀ ਰਕਮ ਅੰਕਾਂ ਵਿੱਚ ਅਤੇ ਅੱਖਰ ਵਿੱਚ ਅਤੇ ਜਿਸ ਨੂੰ ਪੈਸੇ ਦਿੱਤੇ ਹੁੰਦੇ ਹਨ ਉਸ ਦੇ ਹਸਤਾਖ਼ਰ ਹੁੰਦੇ ਹਨ।

ਕੈਸ਼ ਰਸੀਦ ਦਾ ਨਮੂਨਾ (**Specimen of cash receipt**)

____

____

ਫਰਮ ਦਾ ਨਾਂ

ਨੰ ________

ਮਿਤੀ ________ ਤੋਂ ਪ੍ਰਾਪਤ ਕੀਤਾ ________________________

ਰਕਮ ਚੈਕ ਜਾਂ ਕੈਸ਼ ਰਕਮ ਦਾ ਹਿੱਸਾ, ਪੂਰੀ ਰਕਮ ________________ ਦੇ ਲਈ

ਪ੍ਰਾਪਤ ਕੀਤੇ ______________ ਰੁਪਏ

ਹਸਤਾਖ਼ਰ

ਰਸੀਦ ਪ੍ਰੋਫੋਰਮਾ ਭਿੰਨ ਭਿੰਨ ਹੋ ਸਕਦਾ ਹੈ ਪ੍ਰੰਤੂ ਵਿਸ਼ਾ ਵਸਤੂ ਉਹ ਹੀ ਹੁੰਦੀ ਹੈ। ਭਵਿੱਖ ਵਿੱਚ ਹਵਾਲਾ ਦੇਣ ਲਈ ਕੈਸ਼ ਬੁੱਕ ਵਿੱਚ ਰਸੀਦ ਨੰਬਰ ਆਮ ਤੌਰ ਤੇ ਦਰਜ ਕੀਤਾ ਜਾਂਦਾ ਹੈ।

ਕੈਸ਼ ਮੀਮੋ (**Cash Memo**) **:-** ਜਦੋਂ ਕੈਸ਼ ਵਿਕਰੀ ਹੁੰਦੀ ਹੈ ਤਾਂ ਕੈਸ਼ ਮੀਮੋ ਜਾਰੀ ਕੀਤੀ ਜਾਂਦੀ ਹੈ। ਆਮ ਤੌਰ ਤੇ ਇਹ ਡੁਪਲੀਕੇਟ (ਦੋਹਰੀ) ਹੋਵੇਗੀ। ਇਸ ਦੀ ਅਸਲੀ ਕਾਪੀ ਦਫ਼ਤਰੀ ਉਦੇਸ਼ ਲਈ ਰੱਖੀ ਜਾਂਦੀ ਹੈ ਅਤੇ ਇਸ ਦਾ ਨੰਬਰ ਕੈਸ਼ ਬੁੱਕ ਵਿੱਚ ਲਿਖਿਆ ਜਾਵੇਗਾ।

ਕੈਸ਼ ਮੀਮੋ ਦਾ ਨਮੂਨਾ (**Specimen of cash memo**)

ਕੈਸ਼ ਮੀਮੋ

ਫਰਮ ਦਾ ਨਾਂ

ਨੰ:

ਮਿਤੀ

ਲੜੀ ਨੰ	ਵੇਰਵੇ	ਰੇਟ (ਦਰ)	ਮਾਤਰਾ	ਰਕਮ

ਈ ਅਤੇ ਓਈ

ਵਾਊਚਰ (**Voucher**) **:-** ਜੋ ਪਾਰਟੀ ਰਕਮ ਪ੍ਰਾਪਤ ਕਰਦੀ ਹੈ ਦੇ ਹਸਤਾਖਰਾਂ ਅਧੀਨ ਦਸਤਾਵੇਜ਼ੀ ਸਬੂਤ ਜਾਰੀ ਕਰਦੀ ਹੈ। ਉਸ ਨੂੰ ਵਾਊਚਰ ਪ੍ਰਮਾਣ ਕਿਹਾ ਜਾਂਦਾ ਹੈ। ਕੈਸ਼ ਬੁੱਕ ਵਿੱਚ ਵਾਊਜਰ ਨੰ ਵੀ ਰਿਕਾਰਡ ਕੀਤਾ ਜਾਂਦਾ ਹੈ।

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

ਵਾਊਚਰ ਦਾ ਨਮੂਨਾ (Specimen of Voucher)

____

____

ਫਰਮ ਦਾ ਨਾਂ

ਵਾਊਚਰ ਨੰ __________ ਮਿਤੀ _____________

_____________ ਤੋਂ ________________ ਰੁ: ______________ ਦੇ ਲਈ ਪ੍ਰਾਪਤ ਕੀਤੇ

ਲੇਖਾਕਾਰ ਦੇ ਹਸਤਾਖਰ ਰਕਮ ਪ੍ਰਾਪਤ ਕਰਨ ਵਾਲੇ ਦੇ ਹਸਤਾਖ਼ਰ

ਕੈਸ਼ ਬੁੱਕ ਦਾ ਫਾਰਮ (**Form of cash Book**) :-

ਡੈਬਿਟ ਸਧਾਰਣ ਕੈਸ਼ ਬੁੱਕ (**Simple cash book**) ਕਰੈਡਿਟ

ਮਿਤੀ	ਵੇਰਵੇ	ਰਸੀਦ ਨੰ	ਲੈਜਰ ਨੰਬਰ	ਰਕਮ	ਮਿਤੀ	ਵੇਰਵੇ	ਵਾਊਚਰ ਨੰ	ਪੰਨਾ	ਰਕਮ

ਦੋਹਰੇ ਕਾਲਮ ਵਾਲੀ ਕੈਸ਼ ਬੁੱਕ ਦੇ ਮਾਮਲੇ ਵਿੱਚ ਇਹ ਹੋਰ ਕਾਲਮ ਦੋਹਾਂ ਪਾਸਿਆਂ ਤੇ ਜੋੜਿਆ ਜਾਵੇਗਾ। (ਜਿਵੇਂ ਕਿ ਕਟੋਤੀ ਕਾਲਮ) (Discount Column), ਤਿੰਨ ਕਾਲਮਾ ਵਾਲੀ ਕੈਸ਼ ਬੁੱਕ ਦੇ ਮਾਮਲੇ ਵਿੱਚ ਦੋਵੇਂ ਪਾਸੇ ਇਕ ਹੋਰ ਕਾਲਮ ਜੋੜਿਆ ਜਾਂਦਾ ਹੈ ਜਿਵੇਂ ਕਿ ਬੈਂਕ ਕਾਲਮ।

ਕੈਸ਼ ਬੁੱਕ ਦੇ ਡੈਬਿਟ ਸਾਈਡ ਵਾਲੇ ਪਾਸੇ ਪ੍ਰਾਪਤੀ ਸਾਈਡ ਹੁੰਦੀ ਹੈ (Recept side) ਸਾਰੀ ਕੈਸ਼ ਪ੍ਰਾਪਤੀ ਇਸ ਪਾਸੇ ਦਰਜ ਕੀਤੀ ਜਾਂਦੀ ਹੈ। ਕਟੌਤੀ ਕਾਲਮ ਵਿੱਚ ਕੈਸ਼ ਪ੍ਰਾਪਤੀ ਤੇ ਜੋ ਕਟੌਤੀ (Discount) ਮਿਲੀ ਹੈ ਉਸ ਨੂੰ ਦਰਜ ਕੀਤਾ ਜਾਵੇਗਾ। ਬੈਂਕ ਕਾਲਮ ਵਿੱਚ ਜਦੋਂ ਰਕਮ ਬੈਂਕ ਵਿੱਚ ਜਮ੍ਹਾਂ ਕਰਵਾਈ ਜਾਂਦੀ ਹੈ। ਬੈਂਕ ਕਾਲਮ ਵਿੱਚ ਇੰਦਰਾਜ ਕੀਤਾ ਜਾਵੇਗਾ। ਇਸੇ ਤਰ੍ਹਾਂ ਕ੍ਰੈਡਿਟ ਵਾਲੇ ਪਾਸੇ ਸਾਰੀਆਂ ਭੁਗਤਾਨ ਕੀਤੀਆਂ ਰਕਮਾਂ ਕਟੌਤੀ ਕਾਲਮ ਵਿੱਚ ਕਰਨੀਆਂ ਪੈਣਗੀਆਂ। ਜਦੋਂ ਰਕਮ ਨੂੰ ਬੈਂਕ ਵਿੱਚੋਂ ਕਢਵਾਉਣੀ ਹੈ ਅਤੇ ਦੂਜੀਆਂ ਪਾਰਟੀਆਂ ਨੂੰ ਚੈਕ ਜਾਰੀ ਕਰਨੇ ਹਨ ਅਤੇ ਬੈਂਕ ਕਾਲਮ ਵਿੱਚ ਇੰਦਰਾਜ ਕੀਤਾ ਜਾਵੇਗਾ।

ਡੈਬਿਟ ਵਾਲੇ ਪਾਸੇ, ਹਰ ਇੰਦਰਾਜ ਵਿਸ਼ੇਸ਼ ਕਾਲਮ ਵਿੱਚ (ਟੂ) (To) ਨਾਲ ਸ਼ੁਰੂ ਹੋਵੇਗਾ ਅਤੇ ਕਰੈਡਿਟ ਵਾਲੇ ਪਾਸੇ (ਬਾਏ) (By) ਨਾਲ ਸ਼ੁਰੂ ਹੋਵੇਗਾ। ਇੰਦਰਾਜ ਖਤਮ ਹੋਣ ਤੋਂ ਬਾਦ ਸੰਖੇਪ ਵਿਵਰਨ ਕਰਨਾ ਹੁੰਦਾ ਹੈ।

ਕੈਸ਼ ਬੁੱਕ ਵਿੱਚ ਬਕਾਇਆ ਕਿਸੇ ਸੁਖਾਵੀਂ ਮਿਤੀ ਨੂੰ ਕੀਤਾ ਜਾ ਸਕਦਾ ਹੈ। ਕੈਸ਼ ਕਾਲਮ ਹਮੇਸ਼ਾ ਡੈਬਿਟ ਸਾਈਡ ਵੱਲ ਦਰਸਾਇਆ ਜਾਂਦਾ ਹੈ ਅਤੇ ਇਹੋ ਜਿਹਾ ਬਕਾਇਆ ਜਿਵੇਂ ਕਿ ਡੈਬਿਟ ਸਾਈਡ ਕਰੈਡਿਟ ਸਾਈਡ ਤੋਂ ਵੱਧ ਹੋਵੇ। ਇਹ ਬਕਾਇਆ ਕੁਝ ਨਹੀਂ ਹੁੰਦਾ।

ਪ੍ਰੰਤੂ ਵਪਾਰ ਵਿੱਚ ਕੈਸ਼ ਉਪਲੱਬਧ ਹੈ। ਕਟੌਤੀ ਵਾਲੇ ਕਾਲਮ ਵਿੱਚ ਕੋਈ ਵੀ ਬਕਾਇਆ ਦਿਖਾਇਆ ਜਾ ਸਕਦਾ ਹੈ। ਜੇਕਰ ਇਹ ਡੈਬਿਟ ਬਕਾਇਆ ਦਿਖਾਉਂਦਾ ਹੈ ਤਾਂ ਇਹ ਖਰਚੇ ਜਾਂ ਘਾਟੇ ਨੂੰ ਕਟੌਤੀ ਦੇ ਰੂਪ ਵਿੱਚ ਦਿਖਾਉਂਦਾ ਹੈ। ਕਰੈਡਿਟ ਸਾਈਡ ਵਾਲੇ ਪਾਸੇ ਕੁੱਲ ਪ੍ਰਾਪਤ ਕੀਤੀ ਕਟੌਤੀ ਦਿਖਾਈ ਜਾਂਦੀ ਹੈ। ਬੈਂਕ ਕਾਲਮ ਵਿੱਚ ਬਕਾਇਆ ਦਿਖਾਉਣ ਲਈ ਜੇਕਰ ਇਹ ਬਕਾਇਆ ਡੈਬਿਟ ਦਿਖਾਉਂਦਾ ਹੈ ਤਾਂ ਇਹ ਬੈਂਕ ਦੇ ਕੋਲ ਰਕਮ ਹੈ ਅਤੇ ਜੇਕਰ ਇਹ ਕਰੈਡਿਟ ਬਕਾਇਆ ਦਿਖਾਉਂਦੀ ਹੈ ਤਾਂ ਬੈਂਕ ਤੋਂ ਵਾਧੂ ਰਕਮ ਲਈ ਹੈ।

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

ਕੈਸ਼ ਬੁੱਕ ਤੋਂ ਇੰਦਰਾਜ (**Posting from cash book**) **:- (i)** ਡੈਬਿਟ ਵਾਲੇ ਪਾਸੇ ਦਿਖਾਏ ਗਏ ਸਾਰੇ ਖਾਤੇ ਵਹੀਖਾਤੇ (ਲੈਜਰ) ਦੇ ਵਿੱਚ ਕ੍ਰੈਡਿਟ ਹੁੰਦੇ ਹਨ।

(ii) ਕ੍ਰੈਡਿਟ ਵਾਲੇ ਪਾਸੇ ਦਿਖਾਏ ਗਏ ਸਾਰੇ ਖਾਤੇ ਲੈਜਰ ਵਿੱਚ ਡੈਬਿਟ ਹੁੰਦੇ ਹਨ।

ਹੱਥੀ ਅਭਿਆਸ ਕਰਨਾ (**Hands on Experience**)

2012 ਹੇਠਾਂ ਦਿੱਤੇ ਲੈਣ ਦੇਣ ਦਾ ਸਧਾਰਣ ਕੈਸ਼ ਬੁੱਕ ਇੰਦਰਾਜ ਕਰੋ।

2012 ਸਤੰਬਰ ï ਹੱਥ ਵਿੱਚ ਰਕਮ 5000/- ਰੁਪਏ

-3 ਤੇਜਸ ਤੋਂ 500 ਰੁਪਏ ਪ੍ਰਾਪਤ ਕੀਤਾ

-6 ਨਗੰਦਰਾਂ ਤੋਂ 370 ਰੁਪਏ ਪ੍ਰਾਪਤ ਕੀਤੇ

-8 ਮਹੇਸ਼ ਨੂੰ ਅਕਾਊਟ ਤੋਂ 75 ਰੁਪਏ ਦਿੱਤੇ

-10 1500 ਰੁਪਏ ਦੀ ਨਕਦ ਖ਼੍ਰੀਦਦਾਰੀ ਕੀਤੀ।

-17 350 ਰੁਪਏ ਦੀ ਸਾਨੇ ਨੂੰ ਵਸਤਾਂ ਵੇਚੀਆਂ

-20 1000 ਰੁਪਏ ਦਾ ਬੈਂਕ ਵਿੱਚੋਂ ਭੁਗਤਾਨ ਕੀਤਾ

-22 300 ਰੁਪਏ ਦਾ ਦਫ਼ਤਰ ਲਈ ਫ਼ਰਨੀਚਰ ਖ਼੍ਰੀਦਿਆ

-25 300 ਰੁਪਏ ਦਾ ਪ੍ਰਤਿਗਿਆ ਪੱਤਰ ਤੋਂ ਵਿਆਜ ਪ੍ਰਾਪਤ ਕੀਤਾ।

-27 25 ਰੁਪਏ ਬਿਜਲੀ ਦੇ ਖਰਚੇ ਦਿੱਤੇ

-29 150 ਰੁਪਏ ਕਿਰਾਇਆ ਦਿੱਤਾ

-30 570 ਰੁਪਏ ਸਟਾਫ਼ ਨੂੰ ਵੇਤਨ ਦਿੱਤਾ

ਸਧਾਰਣ ਕੈਸ਼ ਬੁੱਕ (**Simple cash book**)

ਡੈਬਿਟ ਕਰੈਡਿਟ

ਮਿਤੀ	ਵੇਰਵਾ	ਰਸੀਦ ਨੰ	ਪੰਨਾ ਨੰ	ਰਕਮ	ਮਿਤੀ	ਵੇਰਵਾ	ਰਸੀਦ ਨੰ	ਪੰਨਾ ਨੰ	ਰਕਮ
2012 ਸਤੰਬਰ 1	ਬਕਾਇਆ ਬਾਕੀ ਬੀ.ਡੀ ਵਿੱਚ	—			2012 ਸਤੰਬਰ 8	ਮਹੇਸ਼ ਦੇ ਖਾਤੇ ਵਿੱਚ (ਮਹੇਸ਼ ਨੂੰ ਦਿੱਤਾ)	4	26	750/-
3	ਤੇਜ਼ਸ ਦੇ ਖਾਤੇ ਵਿੱਚ (ਕੈਸ਼ ਪ੍ਰਾਪਤੀ ਤੇਜ਼ਸ ਤੋਂ)	1	22	5600	10	ਖ਼੍ਰੀਦ ਖਾਤੇ ਵਿੱਚੋਂ (ਨਕਦ ਖਰੀਦਦਾਰੀ)	5	27	1500
6	ਨਗਿੰਦਰਾ ਦੇ ਖਾਤੇ ਵਿੱਚ (ਨਗਿੰਦਰਾ ਤੋਂ ਕੈਸ਼ ਪ੍ਰਾਪਤੀ)	2	23	500 370	20	ਬੈਕ ਖਾਤੇ ਵਿੱਚੋਂ (ਜਮਾਂ)	6	28	1000
17	ਵਿਕਰੀ ਖਾਤੇ ਵਿੱਚ (ਵਿਕਰੀ ਤੋਂ ਪ੍ਰਾਪਤੀ ਕੈਸ਼)	3	24	350	22	ਫਰਨੀਚਰ ਖਾਤੇ ਵਿੱਚੋਂ (ਫਰਨੀਚਰ ਖ਼੍ਰੀਦਿਆ)	7	29	300
25	ਪ੍ਰਤਿਗਿਆ ਪੱਤਰ ਤੇ ਵਿਆਜ	4	25	75	27		8	30	25

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

						ਬਿਜਲੀ ਖਰਚਾ ਖਾਤੇ ਵਿੱਚੋਂ (ਡੈਬਿਟ ਤੇ ਵਿਆਜ ਪ੍ਰਾਪਤੀ)			
					29	ਕਿਰਾਇਆ ਖਾਤੇ ਵਿੱਚੋਂ (ਮਹੀਨੇ ਦਾ ਕਿਰਾਇਆ ਦਿੱਤਾ)	9	31	150
					30	ਵੇਤਨ ਖਾਤੇ ਵਿੱਚੋਂ (ਮਹੀਨੇ ਦਾ ਵੇਤਨ)	10	32	570
					30	ਬਕਾਇਆ ਜੀ/ਡੀ ਵਿੱਚੋਂ			2000
				6295					6295

ਵਿਆਖਿਆ :-

ਹੇਠ ਦਿੱਤੀ ਲੈਣ ਦੇਣ ਦੀ ਪ੍ਰੀਕ੍ਰਿਆ ਨੂੰ ਦੋਹਰੀ ਕਾਲਮ ਕੈਸ਼ ਬੁੱਕ ਵਿੱਚ ਦਰਜ ਕਰੋ ਅਤੇ ਸੰਬੰਧਤ ਵਹੀ ਖਾਤੇ ਵਿੱਚ ਉਤਾਰੋ।

2012

ਸਤੰਬਰ 1 11000 ਰੁਪਏ ਦਾ ਪਿਛਲਾ ਬਕਾਇਆ

4 1500 ਰੁਪਏ ਦੀਆਂ ਸੁਰੇਸ਼ ਨੂੰ ਵਸਤੂਆਂ ਵੇਚੀਆਂ, ਅਤੇ 5% ਕਟੌਤੀ ਦੇਣ ਤੋਂ ਬਾਦ ਕੈਸ਼ ਰਕਮ ਪ੍ਰਾਪਤ ਕੀਤੀ ਗਈ।

7 2700 ਰੁਪਏ ਦੀਆਂ ਵਸਤਾਂ ਖ਼੍ਰੀਦੀਆਂ

9 600 ਰੁਪਏ ਦਫ਼ਤਰ ਦਾ ਕਿਰਾਇਆ ਦਿੱਤਾ

15 100 ਰੁਪਏ ਹਿੰਦੁਸਤਾਨ ਲਿਵਰ ਲਿਮਟਿਡ ਦੇ ਸ਼ੇਅਰ ਵੇਚ ਕੇ ਪ੍ਰਾਪਤ ਕੀਤੇ।

17 280 ਰੁਪਏ ਦਾ ਮਹਾਂਦੇਵ ਨੂੰ ਭੁਗਤਾਨ ਕੀਤਾ ਅਤੇ 20 ਰੁ. ਕਟੌਤੀ ਪ੍ਰਾਪਤ ਕੀਤੀ।

20 ਗੋਖਲੇ ਤੋਂ 190 ਰੁਪਏ, 10 ਰੁਪਏ ਕਟੌਤੀ ਦੇ ਕੇ ਪ੍ਰਾਪਤ ਕੀਤੇ।

25 180 ਰੁਪਏ ਕਮਿਸ਼ਨ ਪ੍ਰਾਪਤ ਕੀਤਾ

29 195 ਰੁਪਏ ਨਿਰੰਜਨ ਤੋਂ ਪ੍ਰਾਪਤ ਕੀਤੇ ਅਤੇ ਉਸ ਨੂੰ 5 ਰੁਪਏ ਕਟੌਤੀ ਦਿੱਤੀ।

30 500 ਰੁਪਏ ਬੈਂਕ ਨੂੰ ਭੁਗਤਾਨ ਕੀਤਾ

ਦੋਹਰੇ ਕਾਲਮਾ ਵਾਲੀ ਕੈਸ਼ ਬੁੱਕ (**Double column cash book**)

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

ਡੈਬਿਟ ਕ੍ਰੈਡਿਟ

ਮਿਤੀ	ਵੇਰਵੇ	ਵਾਊਚਰ ਨੰ	ਪੰਨਾ	ਕਟੌਤੀ (ਰੁਪਏ)	ਕੈਸ਼ (ਰੁਪਏ)	ਮਿਤੀ	ਵੇਰਵੇ	ਵਾਊਚਰ ਨੰ	ਪੰਨਾ	ਕਟੌਤੀ (ਰੁਪਏ)	ਕੈਸ਼ (ਰੁਪਏ)
2012 ਸਤੰਬਰ 1	ਬਕਾਇਆ ਬੀ/ਡੀ	—	—	—	11000	2012 ਸਤੰਬਰ					2700
						7	ਖ਼ਰੀਦ ਖਾਤਾ (ਨਕਦ ਖ਼ਰੀਦਿਆ ਗਿਆ)	—	—	—	600
4	ਵਿਕਰੀ ਖਾਤੇ ਵਿੱਚੋਂ	—	—	75	1425						
15	ਸ਼ੇਅਰ ਖਾਤਾ (ਸ਼ੇਅਰ ਵਿਕਰੀ ਕੀਤੇ)	—	—	—	100	9	ਕਿਰਾਏ ਲਈ ਮਹਾਂਦੇਵ ਦੇ ਖਾਤੇ ਵਿੱਚ (ਮਹਾਂਦੇਵ ਭੁਗਤਾਨ, ਕਟੌਤੀ)	—	—	—	280
20	ਗੋਖਲੇ ਦੇ ਖਾਤੇ (ਗੋਖਲੇ ਤੋਂ ਪ੍ਰਾਪਤੀ ਅਤੇ ਕਟੌਤੀ ਦਿੱਤੀ)	—	—	10	190						
25	ਕਮਿਸ਼ਨ ਖਾਤਾ (ਕਮਿਸ਼ਨ ਪ੍ਰਾਪਤ ਕੀਤਾ)	—	—	—	180	17	ਬੈਂਕ ਖਾਤਾ (ਬੈਂਕ ਵਿੱਚ ਜਮ੍ਹਾਂ)	—	—	20	500
29	(ਨਰਿੰਜਨ ਖਾਤਾ ਨਰਿੰਜਨ ਤੋਂ ਪ੍ਰਾਪਤ ਕੀਤੇ ਅਤੇ ਕਟੌਤੀ ਦਿੱਤੀ)	—	—	5	195	30	ਬਕਾਇਆ ਸੀ/ਡੀ	—	—	—	9010
				90	13090					20	13090

ਲੈਜਰ ਉਤਾਰਾ (**Ledger for Posting**)

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

ਡੈਬਿਟ ਵਿਕਰੀ ਖਾਤਾ ਕ੍ਰੈਡਿਟ

ਮਿਤੀ	ਵੇਰਵਾ	ਪੰਨਾ ਨੰ	ਰਕਮ	ਮਿਤੀ	ਵੇਰਵਾ	ਪੰਨਾ ਲੈਜਰ	ਰਕਮ
				2012 ਸਤੰਬਰ 4	ਕੈਸ਼ ਖਾਤਾ		1425

ਡੈਬਿਟ ਸ਼ੇਅਰ ਖਾਤਾ (**Shares Account**) ਕ੍ਰੈਡਿਟ

ਮਿਤੀ	ਵੇਰਵਾ	ਪੰਨਾ ਨੰ	ਰਕਮ	ਮਿਤੀ	ਵੇਰਵਾ	ਪੰਨਾ ਲੈਜਰ	ਰਕਮ
				2012 ਸਤੰਬਰ 15	ਕੈਸ਼ ਖਾਤਾ		100

ਡੈਬਿਟ ਗੋਖਲੇ ਦਾ ਖਾਤਾ (**Gokhale Account**) ਕ੍ਰੈਡਿਟ

ਮਿਤੀ	ਵੇਰਵਾ	ਪੰਨਾ ਨੰ	ਰਕਮ	ਮਿਤੀ	ਵੇਰਵਾ	ਪੰਨਾ ਲੈਜਰ	ਰਕਮ
				2012 ਸਤੰਬਰ 20	ਕੈਸ਼ ਖਾਤਾ		190
				20	ਕਟੌਤੀ		10

ਡੈਬਿਟ ਕਮਿਸ਼ਨ ਖਾਤਾ (**Commission Account**) ਕ੍ਰੈਡਿਟ

ਮਿਤੀ	ਵੇਰਵਾ	ਪੰਨਾ ਨੰ	ਰਕਮ	ਮਿਤੀ	ਵੇਰਵਾ	ਪੰਨਾ ਲੈਜਰ	ਰਕਮ
				2012 ਸਤੰਬਰ 25	ਕੈਸ਼ ਖਾਤਾ		180

ਡੈਬਿਟ ਨਿਰੰਜਨ ਖਾਤਾ (**Niranjan Account**) ਕ੍ਰੈਡਿਟ

ਮਿਤੀ	ਵੇਰਵਾ	ਪੰਨਾ ਨੰ	ਰਕਮ	ਮਿਤੀ	ਵੇਰਵਾ	ਪੰਨਾ ਲੈਜਰ	ਰਕਮ
				2012 ਸਤੰਬਰ 29	ਕੈਸ਼ ਖਾਤਾ		195
					ਕਟੌਤੀ ਖਾਤੇ ਵਿੱਚੋਂ		5

ਡੈਬਿਟ ਦਫ਼ਤਰੀ ਕਿਰਾਇਆ ਖਾਤਾ (**Office rent Account**) ਕ੍ਰੈਡਿਟ

ਮਿਤੀ	ਵੇਰਵਾ	ਪੰਨਾ ਨੰ	ਰਕਮ	ਮਿਤੀ	ਵੇਰਵਾ	ਪੰਨਾ ਲੈਜਰ	ਰਕਮ
2012 ਸਤੰਬਰ 9	ਕੈਸ਼ ਖਾਤਾ		600				

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

ਡੈਬਿਟ ਮਹਾਦੇਵ ਖਾਤਾ (**Mahadev Account**) ਕ੍ਰੈਡਿਟ

ਮਿਤੀ	ਵੇਰਵਾ	ਪੰਨਾ ਨੰ	ਰਕਮ	ਮਿਤੀ	ਵੇਰਵਾ	ਪੰਨਾ ਲੈਜਰ	ਰਕਮ
2012 ਸਤੰਬਰ 12	ਕੈਸ਼ ਖਾਤਾ ਕਟੌਤੀ ਖਾਤੇ ਵਿੱਚੋਂ		280 20				

ਡੈਬਿਟ ਬੈਂਕ ਖਾਤਾ (**Bank Account**) ਕ੍ਰੈਡਿਟ

ਮਿਤੀ	ਵੇਰਵਾ	ਪੰਨਾ ਨੰ	ਰਕਮ	ਮਿਤੀ	ਵੇਰਵਾ	ਪੰਨਾ ਲੈਜਰ	ਰਕਮ
2012 ਸਤੰਬਰ 30	ਕੈਸ਼ ਖਾਤਾ		500				

ਡੈਬਿਟ ਖ੍ਰੀਦ ਖਾਤਾ (**Purchase Account**) ਕ੍ਰੈਡਿਟ

ਮਿਤੀ	ਵੇਰਵਾ	ਪੰਨਾ ਨੰ	ਰਕਮ	ਮਿਤੀ	ਵੇਰਵਾ	ਪੰਨਾ ਲੈਜਰ	ਰਕਮ
2012 ਸਤੰਬਰ 30	ਕੈਸ਼ ਖਾਤਾ		2700				

ਬੈਂਕ ਵਿੱਚ ਲੈਣ ਦੇਣ (Bank Transaction) :- ਅੱਜ ਦੇ ਯੁੱਗ ਵਿੱਚ ਬੈਂਕ ਰਾਹੀਂ ਲੈਣ ਦੇਣ ਬਹੁਤ ਜ਼ਰੂਰੀ ਹੋ ਗਿਆ ਹੈ। ਬੈਂਕ ਰਾਹੀਂ ਕਾਰਜ ਕਰਨ ਨਾਲ ਵਪਾਰੀ ਨੂੰ ਕਈ ਫਾਇਦੇ ਹੁੰਦੇ ਹਨ।

1. ਪੈਸਾ ਸੁਰੱਖਿਅਤ ਰਹਿੰਦਾ ਹੈ।
2. ਆਪਣੇ ਕੋਲ ਬਹੁਤਾ ਕੈਸ਼ ਰੱਖਣ ਦੀ ਲੋੜ ਨਹੀਂ ਹੁੰਦੀ।
3. ਚੈਕ ਰਾਹੀਂ ਭੁਗਤਾਨ ਕੀਤਾ ਜਾ ਸਕਦਾ ਹੈ ਜਿਸ ਨਾਲ ਭੁਗਤਾਨ ਦੇਣ ਦਾ ਸਬੂਤ ਵੀ ਹੁੰਦਾ ਹੈ।
4. ਚੈਕ ਰਾਹੀਂ ਪੈਸੇ ਪ੍ਰਾਪਤ ਕੀਤੇ ਜਾਂਦੇ ਹਨ ਅਤੇ ਸੁਰੱਖਿਅਤ ਢੰਗ ਨਾਲ ਬੈਂਕ ਵਿੱਚ ਜਮ੍ਹਾਂ ਵੀ ਹੋ ਜਾਂਦੇ ਹਨ।
5. ਨਿਰੰਤਰ ਭੁਗਤਾਨ ਕਰਨ ਲਈ ਬੈਂਕ ਨੂੰ ਪੂਰਵ ਨਿਰਧਾਰਿਤ ਹਦਾਇਤਾਂ ਹੁੰਦੀਆਂ ਹਨ ਜਿਵੇਂ ਕਿ ਕਿਰਾਇਆ, ਬਿਜਲੀ ਦਾ ਬਿੱਲ, ਬੀਮਾ ਕਿਸ਼ਤ ਆਦਿ।
6. ਬੈਂਕ ਵਿੱਚ ਪਏ ਪੈਸਿਆਂ ਨਾਲੋਂ ਜ਼ਿਆਦਾ ਪੈਸਾ ਕਢਾਉਣ ਦੀ ਸਹੂਲਤ।
7. ਬੈਂਕ ਨੂੰ ਸੂਚਨਾ ਪ੍ਰਦਾਨ ਕਰਨ ਵਾਲੇ ਦੇ ਤੌਰ ਤੇ ਵੀ ਵਰਤਿਆ ਜਾ ਸਕਦਾ ਹੈ।

ਜਮ੍ਹਾਂ ਖਾਤਿਆਂ ਦੀਆਂ ਕਿਸਮਾਂ (Types of Deposit Accounts) :-

ਹੇਠਾਂ ਲਿਖੀ ਕਿਸਮ ਦੇ ਜਮ੍ਹਾਂ ਖਾਤੇ ਹੁੰਦੇ ਹਨ :-

1. **ਸਥਿਰ ਅਵਧੀ ਵਾਲਾ ਖਾਤਾ (Fixed Deposit) :-** ਇਸ ਖਾਤੇ ਵਿੱਚ ਰਕਮ ਕੁਝ ਸਮੇਂ ਸਥਿਰ ਅਵਧੀ ਲਈ ਜਮ੍ਹਾਂ ਕਰਵਾਈ ਜਾਂਦੀ ਹੈ। ਇਸ ਅਵਧੀ ਦੇ ਖ਼ਤਮ ਹੋਣ ਤੋਂ ਬਾਅਦ ਹੀ ਰਕਮ ਕਢਵਾਈ ਜਾ ਸਕਦੀ ਹੈ। ਆਮ ਤੌਰ ਤੇ ਇਸ ਵਿੱਚ ਵਿਆਜ ਦੀ ਦਰ ਦੂਜਿਆਂ ਨਾਲੋਂ ਜ਼ਿਆਦਾ ਹੁੰਦੀ ਹੈ।
   ਜੇਕਰ ਮਿਆਦ ਪੂਰੀ ਹੋਣ ਤੋਂ ਪਹਿਲਾਂ ਰਕਮ ਕਢਵਾਈ ਜਾਂਦੀ ਹੈ ਤਾਂ ਜਮ੍ਹਾਂ ਕਰਤਾ ਨੂੰ ਵਿਆਜ ਛੱਡਣਾ ਪੈਂਦਾ ਹੈ। ਇਹ ਉਨ੍ਹਾਂ ਵਿਅਕਤੀਆਂ ਲਈ ਉਚਿਤ ਹੈ ਜਿਨ੍ਹਾਂ ਕੋਲ ਬਹੁਤ ਜ਼ਿਆਦਾ ਪੈਸਾ ਹੁੰਦਾ ਹੈ ਅਤੇ ਉਸ ਨੂੰ ਜਲਦੀ ਵਰਤਣ ਦੀ ਲੋੜ ਨਹੀਂ ਹੈ।

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

2. ਬੱਚਤ ਖਾਤਾ :- ਇਹ ਖਾਤਾ ਮੱਧ ਸ਼੍ਰੇਣੀ ਦੇ ਲੋਕਾਂ ਲਈ ਠੀਕ ਹੈ। ਇਸ ਵਿੱਚ ਰਕਮ ਹਫ਼ਤੇ ਵਿੱਚ ਕੁੱਝ ਵਾਰ ਕਢਵਾਈ ਜਾ ਸਕਦੀ ਹੈ। ਇਸ ਦੀ ਵਿਆਜ ਦਰ ਸਥਿਰ ਅਵਧੀ ਖਾਤਾ ਦਰ ਨਾਲੋਂ ਘੱਟ ਹੁੰਦੀ ਹੈ।

3. ਚਾਲੂ ਖਾਤਾ (**Current Account**) :- ਇਹ ਖਾਤਾ ਵਪਾਰੀਆਂ ਲਈ ਬੜਾ ਸੁਖਦਾਈ ਹੈ ਜਿਨ੍ਹਾਂ ਨੇ ਦਿਨ ਵਿੱਚ ਕਈ ਵਾਰ ਲੈਣ ਦੇਣ ਕਰਨਾ ਹੁੰਦਾ ਹੈ ਅਤੇ ਕੋਈ ਪਾਬੰਦੀ ਨਹੀਂ ਹੁੰਦੀ, ਦਿਨ ਵਿੱਚ ਪੈਸੇ ਕਢਵਾਉਣ ਦੀ ਕੋਈ ਗਿਣਤੀ ਨਹੀਂ ਹੈ। ਇਨ੍ਹਾਂ ਖਾਤਿਆ ਤੇ ਕੋਈ ਵਿਆਜ ਨਹੀਂ ਦਿੱਤਾ ਜਾਂਦਾ।

4. ਆਵਰਤੀ ਜਮ੍ਹਾਂ ਖਾਤਾ (**Recurring Deposit**) :- ਇਹ ਉਨ੍ਹਾਂ ਲੋਕਾਂ ਲਈ ਹੁੰਦਾ ਹੈ ਜਿਨ੍ਹਾਂ ਦੀ ਆਮਦਨ ਲਗਾਤਾਰ ਹੁੰਦੀ ਰਹਿੰਦੀ ਹੈ ਅਤੇ ਉਹ ਉਸ ਦਾ ਕੁਝ ਹਿੱਸਾ ਬਚਾਉਣਾ ਚਾਹੁੰਦੇ ਹਨ।

ਬੱਚਤ ਖਾਤਾ ਅਤੇ ਚੱਲਤ ਖਾਤਾ ਖੋਲਣ ਤੇ ਬੈਂਕ ਹੇਠਾਂ ਦਿੱਤੀਆਂ ਚੀਜ਼ਾਂ ਜਾਰੀ ਕਰਦਾ ਹੈ।

(**i**) ਚੈੱਕ ਬੁੱਕ (**Cheque Book**) :- ਇਹ ਉਹ ਸੁਵਿਧਾ ਹੈ ਜਿਸ ਵਿੱਚ ਲਿਖਤੀ ਤੌਰ ਤੇ ਬਿਨ੍ਹਾਂ ਸ਼ਰਤ ਬੈਂਕ ਨੂੰ ਆਰਡਰ ਹੁੰਦਾ ਹੈ ਕਿ ਕੁਝ ਰਕਮ ਕਿਸੇ ਵਿਅਕਤੀ ਨੂੰ ਉਸ ਦੇ ਖਾਤੇ ਵਿੱਚੋਂ ਦਿੱਤੀ ਜਾਵੇ।

- ਜਿਹੜਾ ਵਿਅਕਤੀ ਪੈਸੇ ਕਢਵਾਉਂਦਾ ਹੈ ਉਸ ਨੂੰ ਕਢਵਾਉਣ ਵਾਲੇ ਨੂੰ Drawer ਆਖਦੇ ਹਨ।
- ਜਿਸਦੇ ਪੱਖ ਵਿੱਚੋਂ ਪੈਸੇ ਕਢਵਾਏ ਜਾਂਦੇ ਹਨ ਉਸਨੂੰ Payee ਕਿਹਾ ਜਾਂਦਾ ਹੈ।
- ਜਿਸ ਵਿਅਕਤੀ ਨੂੰ ਪੈਸੇ (ਚੈਕ) ਪ੍ਰਾਪਤ ਹੋਣੇ ਹਨ ਉਸ ਨੂੰ ôDraweeô ਕਿਹਾ ਜਾਂਦਾ ਹੈ।

2. ਪਾਸ ਬੁੱਕ (**Pass Book**) :- ਇਹ ਬੈਂਕ ਦੇ ਵਹੀਖਾਤੇ ਅਨੁਸਾਰ ਗਾਹਕ ਦੇ ਖਾਤੇ ਦਾ ਸਾਰ ਹੁੰਦਾ ਹੈ। ਇਹ ਗਾਹਕ ਨੂੰ ਪ੍ਰਦਾਨ ਕੀਤੀ ਜਾਂਦੀ ਹੈ ਅਤੇ ਇਸ ਤੋਂ ਜਮ੍ਹਾਂ ਹੋਈ ਰਕਮ, ਕਢਵਾਈ ਰਕਮ ਅਤੇ ਖਾਤੇ ਵਿੱਚ ਬਕਾਇਆ ਰਕਮ ਦੀ ਵਿਸਥਾਰਿਤ ਜਾਣਕਾਰੀ ਦਾ ਪਤਾ ਲਗਾ ਸਕਦਾ ਹੈ।

3. ਪੇ-ਇਨ ਸਲਿਪ (**Pay-in Slip**) :- ਇਹ ਖੁਲੇ ਪੱਤਰੇ ਜਾਂ ਕਿਤਾਬ ਗਾਹਕ ਨੂੰ ਪ੍ਰਦਾਨ ਕੀਤੀ ਜਾਂਦੀ ਹੈ ਤਾਂ ਕਿ ਉਹ ਪੈਸੇ ਜਾਂ ਚੈੱਕ ਜਮ੍ਹਾਂ ਕਰਵਾਉਣ ਲਈ ਵਰਤ ਸਕੇ।

ਅਭਿਆਸ :- ਹੇਠਾਂ ਦਿੱਤੇ ਲੈਣ ਦੇਣ ਨੂੰ ਦੋ ਕਾਲਮਾ ਵਾਲੀ ਕੈਸ਼ ਬੁੱਕ ਵਿੱਚ ਦਰਜ ਕਰੋ ਅਤੇ ਬੈਂਕ ਨਾਲ ਹੋਏ ਲੈਣ ਦੇਣ ਦਾ ਬਕਾਇਆ ਵੀ ਦੱਸੋ।

2002

ਅਕਤੂਬਰ1 ਬਕਾਇਆ ਕੈਸ਼ 5000 ਰੁਪਏ

2 ਪਿਤਾ ਜੀ ਤੋਂ ਪ੍ਰਾਪਤੀ ਅਤੇ ਬੈਂਕ ਵਿੱਚ ਜਮ੍ਹਾਂ 10000 ਰੁਪਏ

5 ਵਸਤਾਂ ਵੇਚੀਆਂ ਬੈਂਕ ਵਿੱਚ 4000 ਰੁਪਏ ਕੈਸ਼ ਜਮ੍ਹਾਂ ਕਰਵਾਇਆ

8 ਸਤੀਸ਼ ਨੂੰ 5700 ਰੁਪਏ ਦਾ ਚੈਕ ਦੁਆਰਾ ਭੁਗਤਾਨ ਕੀਤਾ ਅਤੇ ਉਸ ਨੇ 300 ਰੁਪਏ ਕਟੌਤੀ ਦਿੱਤੀ।

10 ਵਸਤੂਆਂ ਖ੍ਰੀਦੀਆਂ ਅਤੇ 3000 ਰੁਪਏ ਦਾ ਚੈਕ ਰਾਹੀ ਭੁਗਤਾਨ ਕੀਤਾ।

12 ਖਾਤੇ ਵਿੱਚ ਬੇਪਾਰੀ ਕੋਲੋ ਕੈਸ਼ 6000 ਰੁਪਏ ਲਿਆ ਅਤੇ ਉਸ ਨੂੰ 400 ਰੁਪਏ ਦੀ ਕਟੌਤੀ ਦਿੱਤੀ।

15 ਸਚਿਨ ਤੋਂ ਚੈੱਕ ਪ੍ਰਾਪਤ ਕੀਤਾ ਅਤੇ ਬੈਂਕ ਵਿੱਚ 2500 ਰੁਪਏ ਜਮ੍ਹਾਂ ਕਰਵਾਇਆ।

17 ਸਚਿਨ ਦਾ 2500 ਰੁਪਏ ਦਾ ਚੈਕ Dishonor ਹੋਣ ਕਰਕੇ ਵਾਪਸ ਕੀਤਾ ਗਿਆ।

18 1000 ਰੁਪਏ ਵਿਗਿਆਪਨ ਲਈ ਕੈਸ਼ ਭੁਗਤਾਨ ਕੀਤਾ।

20 ਸਤੀਸ਼ ਤੋਂ 2000 ਰੁਪਏ ਕੈਸ਼ ਕਮਿਸ਼ਨ ਪ੍ਰਾਪਤ ਕੀਤਾ।

21 ਇਨਫੋਸਿਸ ਲਿਮ ਦੇ ਸ਼ੇਅਰ ਖ੍ਰੀਦੇ ਅਤੇ 7000 ਰੁਪਏ ਚੈਕ ਦੁਆਰਾ ਦਿੱਤੇ।

23 ਪ੍ਰਾਈਵੇਟ ਵਰਤੋਂ ਲਈ 5000 ਰੁਪਏ ਦਾ ਟੀ.ਵੀ ਖ੍ਰੀਦਿਆ

25 1500 ਰੁਪਏ ਦੀ ਜੀਵਨ ਬੀਮਾ ਕਿਸ਼ਤ ਦਾ ਬੈਂਕ ਨੇ ਮਾਲਕ ਨੂੰ ਸਿੱਧਾ ਭੁਗਤਾਨ ਕੀਤਾ

27 ਬੈਂਕ ਨੇ ਸਾਡੇ ਖਾਤੇ ਵਿੱਚੋਂ 100 ਰੁਪਏ ਕਮਿਸ਼ਨ ਕੱਟਿਆ।

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

28 ਬੈਂਕ ਨੇ 200 ਰੁਪਏ ਸਾਡੇ ਖਾਤੇ ਵਿੱਚ ਵਿਆਜ ਜਮ੍ਹਾਂ ਕੀਤਾ

29 4500 ਰੁਪਏ ਕਿਰਾਏ ਲਈ ਚੈਕ ਜਾਰੀ ਕੀਤਾ

30 3000 ਰੁਪਏ ਵੇਤਨ ਲਈ ਭੁਗਤਾਨ ਕੀਤਾ

ਕੈਸ਼ ਬੁੱਕ ਸਮੇਤ ਕਟੌਤੀ ਅਤੇ ਕੈਸ਼ ਕਾਲਮ / ਦੋਹਰੇ ਕਾਲਮ ਵਾਲੀ ਕੈਸ਼ ਬੁੱਕ (Cash book with Discount and cash column/ Double column cash book)

ਡੈਬਿਟ ਕ੍ਰੈਡਿਟ

ਮਿਤੀ	ਵੇਰਵੇ	ਕਟੌਤੀ	ਕੈਸ਼	ਮਿਤੀ	ਵੇਰਵੇ	ਕਟੌਤੀ	ਕੈਸ਼
2012 ਅਕਤੂਬਰ 1	ਬਕਾਇਆ B/D	—	5000	2012 ਅਕਤੂਬਰ 2	ਬੈਂਕ ਖਾਤੇ ਵਿੱਚੋਂ (ਜਮ੍ਹਾਂ ਰਕਮ)	—	10,000
2	ਪੂੰਜੀ ਖਾਤੇ ਵਿੱਚ	—	10,000	5	ਬੈਂਕ ਖਾਤਾ (ਬੈਂਕ ਵਿੱਚ ਜਮ੍ਹਾਂ ਰਕਮ)	—	4000
5	ਵਿਕਰੀ ਖਾਤੇ ਵਿੱਚ	—	4000	8	ਖ੍ਰੀਦ ਖਾਤੇ ਦੁਆਰਾ (ਸਤੀਸ਼ ਨੂੰ ਭੁਗਤਾਨ ਅਤੇ ਉਸ ਨੇ ਕਟੌਤੀ ਦਿੱਤੀ)	300	5700
8	ਬੈਂਕ ਖਾਤਾ (ਬੈਂਕ ਵਿੱਚੋ ਕਢਾਈ ਰਕਮ)	—	5700	10	ਖ੍ਰੀਦ ਖਾਤੇ ਤੋਂ ਚੈਕ ਰਾਹੀਂ ਭੁਗਤਾਨ	—	3000
10	ਬੈਂਕ ਖਾਤੇ ਵਿੱਚ (ਕਢਵਾਈ ਰਕਮ)	—	3000	15	ਚੈਕ ਭੇਜਿਆ ਸਚਿਨ ਦਾ ਚੈਕ ਭੇਜਿਆ ਗਿਆ	—	2500
12	ਬੇਪਾਰੀ ਖਾਤੇ ਵਿੱਚ	400	6000	18	ਵਿਗਿਆਪਨ ਖਾਤੇ ਵਿੱਚੋਂ	—	1000
15	ਸਚਿਨ ਦੇ ਖਾਤੇ ਵਿੱਚ ਵਾਪਸ ਹੋਇਆ ਚੈਕ	—	2500	21	ਸ਼ੇਅਰ ਖਾਤੇ ਵਿੱਚੋਂ	—	7000
20	ਕਮਿਸ਼ਨ ਖਾਤੇ ਵਿੱਚ	—	2000	23	ਕਢਵਾਉਣ ਵਾਲੇ ਖਾਤੇ ਵਿੱਚੋਂ	—	5000
21	ਬੈਂਕ ਖਾਤੇ ਵਿੱਚ (ਇਨਫੋਸਿਸ ਨੂੰ ਭੁਗਤਾਨ ਦੇਣ ਲਈ)	—	7000	25	ਕਢਵਾਉਣ ਵਾਲੇ ਖਾਤੇ ਵਿੱਚੋਂ (ਬੈਂਕ ਨੇ ਸਿੱਧੀ ਐਲ.ਆਈ.ਸੀ ਕਿਸ਼ਤ ਦਿੱਤੀ)	—	1500
25	ਬੈਂਕ ਖਾਤੇ ਵਿੱਚ (ਬੈਂਕ ਵਿੱਚੋਂ ਕਢਵਾਏ)	—	1500	27	ਕਮਿਸ਼ਨ ਖਾਤੇ ਵਿੱਚੋਂ	—	100

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

27	ਬੈਂਕ ਖਾਤੇ ਵਿੱਚ (ਸਾਡੇ ਖਾਤੇ ਵਿੱਚ ਕਮਿਸ਼ਨ ਡੈਬਿਟ ਕੀਤਾ)	—	100	28	ਬੈਂਕ ਖਾਤੇ ਵਿੱਚੋਂ (ਸਾਡੇ ਖਾਤੇ ਵਿੱਚ ਵਿਆਜ ਕ੍ਰੈਡਿਟ ਕੀਤਾ)	—	200
28	ਵਿਆਜ ਖਾਤੇ ਵਿੱਚ	—	200	29	ਕਿਰਾਇਆ ਖਾਤੇ ਵਿੱਚੋਂ		4500
29	ਬੈਂਕ ਖਾਤੇ ਵਿੱਚ	—	4500	30	ਵੇਤਨ ਖਾਤੇ ਵਿੱਚੋਂ		3000
30	ਬੈਂਕ ਖਾਤੇ ਵਿੱਚ	—	3000	30	ਬਕਾਇਆ ਸੀ/ ਡੀ		7000
		400	54500			300	54500

ਨੋਟ ਕਰਨ ਵਾਲੇ ਨੁਕਤੇ (**Points to be Noted**) :-

1. ਹਰ ਵਾਰ (ਸਮੇਂ) ਜਦੋਂ ਚੈਕ ਦੂਜੀਆਂ ਪਾਰਟੀਆਂ ਤੋਂ ਪ੍ਰਾਪਤ ਕਰਨਾ ਹੈ। ਇਸ ਨੂੰ ਕੈਸ਼ ਪ੍ਰਤੀ ਵਾਗੂੰ ਸਮਝਣਾ ਹੈ। ਕੈਸ਼ ਖਾਤਾ ਡੈਬਿਟ ਹੋਣਾ ਹੈ ਅਤੇ ਪਾਰਟੀ ਦਾ ਖਾਤਾ ਕ੍ਰੈਡਿਟ ਹੋਣਾ ਹੈ। ਜਦੋਂ ਇਕੱਠ ਕਰਨ ਲਈ ਜਦੋਂ ਉਸੇ ਚੈਕ ਦਾ ਭੁਗਤਾਨ ਹੁੰਦਾ ਹੈ ਤਾਂ ਬੈਂਕ ਅਕਾਊਂਟ ਡੈਬਿਟ ਹੁੰਦਾ ਹੈ ਅਤੇ ਕੈਸ਼ ਖਾਤਾ ਕ੍ਰੈਡਿਟ ਹੁੰਦਾ ਹੈ।
2. ਜਦੋਂ ਦੂਜੀਆਂ ਪਾਰਟੀਆਂ ਨੂੰ ਚੈਕ ਜਾਰੀ ਕਰਨਾ ਹੁੰਦਾ ਹੈ। ਇਹ ਮੰਨਿਆ ਜਾਂਦਾ ਹੈ ਬੈਂਕ ਵਿੱਚੋਂ ਪੈਸੇ ਨਿਕਲੇ ਹਨ ਅਤੇ ਕੈਸ਼ ਅਕਾਊਂਟ ਡੈਬਿਟ ਹੋਇਆ ਹੈ। ਬੈਂਕ ਅਕਾਊਂਟ ਕ੍ਰੈਡਿਟ ਕੀਤਾ ਜਾਂਦਾ ਹੈ। ਇਸ ਤੋਂ ਬਾਅਦ (ਅੱਗੇ) ਚੈੱਕ ਜਾਰੀ ਹੋਣ ਤੇ ਪਾਰਟੀ ਦਾ ਖਾਤਾ ਡੈਬਿਟ ਕੀਤਾ ਜਾਂਦਾ ਹੈ ਅਤੇ ਕੈਸ਼ ਅਕਾਊਂਟ ਕ੍ਰੈਡਿਟ ਕੀਤਾ ਜਾਂਦਾ ਹੈ।
3. ਜਦੋਂ ਬੈਂਕ ਅਕਾਊਂਟ ਵਿੱਚੋਂ ਸਿੱਧਾ ਭੁਗਤਾਨ ਕਰਨਾ ਹੈ ਜਿਵੇਂ ਕਿ ਪੂਰਵ ਨਿਰਧਾਰਿਤ ਹਦਾਇਤਾਂ ਹੁੰਦੀਆਂ ਹਨ। ਇਸ ਲਈ ਇਹ ਮੰਨਿਆ ਜਾਂਦਾ ਹੈ ਕਿ ਕੈਸ਼ ਬੈਂਕ ਵਿੱਚੋਂ ਕਢਵਾਇਆ ਗਿਆ ਹੈ। ਇਸ ਲਈ ਕੈਸ਼ ਅਕਾਊਟ ਡੈਬਿਟ ਕੀਤਾ ਜਾਂਦਾ ਹੈ ਅਤੇ ਬੈਂਕ ਅਕਾਊਂਟ ਕ੍ਰੈਡਿਟ ਕੀਤਾ ਜਾਂਦਾ ਹੈ। ਫਿਰ ਕੈਸ਼ ਅਕਾਊਟ ਕ੍ਰੈਡਿਟ ਕੀਤਾ ਜਾਂਦਾ ਹੈ ਅਤੇ ਸੰਬੰਧਤ ਖਾਤਾ ਜਿਸ ਵਿੱਚ ਰਕਮ ਦਿੱਤੀ ਹੈ। ਉਹ ਡੈਬਿਟ ਹੁੰਦਾ ਹੈ।
4. ਜਦੋਂ ਬੈਂਕ ਸਾਡੇ ਅਕਾਊਂਟ ਵਿੱਚ ਵਿਆਜ ਕਰੈਡਿਟ ਕਰਦਾ ਹੈ। ਇਹ ਮੰਨਿਆ ਜਾਂਦਾ ਹੈ ਕਿ ਰਕਮ ਬੈਂਕ ਤੋਂ ਪ੍ਰਾਪਤ ਕੀਤੀ ਗਈ ਹੈ। ਇਸ ਲਈ ਕੈਸ਼ ਅਕਾਊਟ ਡੈਬਿਟ ਕੀਤਾ ਜਾਂਦਾ ਹੈ ਅਤੇ ਬੈਂਕ ਅਕਾਊਂਟ ਕ੍ਰੈਡਿਟ ਕੀਤਾ ਜਾਂਦਾ ਹੈ। ਅੱਗੋਂ ਇਹ ਮੰਨਿਆ ਜਾਦਾ ਹੈ ਕਿ ਉਨ੍ਹੀ ਰਕਮ ਬੈਂਕ ਵਿੱਚ ਜਮ੍ਹਾਂ ਹੋ ਗਈ ਹੈ। ਇਸ ਲਈ ਬੈਂਕ ਅਕਾਊਂਟ ਡੈਬਿਟ ਕੀਤਾ ਜਾਂਦਾ ਹੈ ਅਤੇ ਕੈਸ਼ ਅਕਾਊਂਟ ਕ੍ਰੈਡਿਟ ਕੀਤਾ ਜਾਂਦਾ ਹੈ।

ਇਸ ਲਈ ਹੇਠ ਲਿਖੇ ਕੇਸਾਂ ਵਿੱਚ ਕੁਝ ਬੈਂਕ ਦੇ ਲੈਣ ਦੇਣ ਦੋਨੋਂ ਪਾਸੇ ਦਿਖਾਏ ਜਾਂਦੇ ਹਨ

1. ਦੂਜਿਆ ਨੂੰ ਚੈੱਕ ਰਾਹੀਂ ਭੁਗਤਾਨ
2. ਚੈੱਕ ਰਾਹੀਂ ਪ੍ਰਾਪਤੀਆਂ ਕਰਨੀਆਂ ਅਤੇ ਉਸੇ ਦਿਨ ਬੈਂਕ ਵਿੱਚ ਜਮ੍ਹਾਂ ਕਰਵਾਉਣਾ।
3. ਜਦੋਂ ਦੂਜੀਆਂ ਪਾਰਟੀਆਂ ਸਿੱਧਾ ਸਾਡੇ ਅਕਾਊਟ ਵਿੱਚ ਰਕਮ ਜਮ੍ਹਾਂ ਕਰਵਾਉਂਦੀਆਂ ਹਨ।
4. ਜਦੋਂ ਚੈੱਕ ਰੱਦ ਹੁੰਦਾ ਹੈ (ਇਹ ਉਦੋਂ ਹੁੰਦਾ ਹੈ ਜਦੋਂ ਕਨੈਕਸ਼ਨ ਕਰਨ ਲਈ ਭੇਜਿਆ ਜਾਂਦਾ ਹੈ ਖਾਤਾ ਖੁਲਿਆ ਨਹੀਂ ਹੁੰਦਾ ਹੈ)।

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

ਉਦਾਹਰਣ (**Illustration**)

ਹੇਠ ਲਿਖੇ ਵੇਰਵਿਆ ਤੋਂ ਕੈਸ਼ ਬੁੱਕ, ਕੈਸ਼ ਬੈਂਕ ਅਤੇ ਕਟੌਤੀ ਕਾਲਮਾਂ ਸਹਿਤ ਤਿਆਰ ਕਰੋ।

2002

ਨਵੰਬਰ1 ਹੱਥ ਵਿੱਚ ਰਕਮ 200 ਰੁਪਏ

2 ਵਾਧੂ ਕਢਵਾਈ ਰਕਮ 3000 ਰੁਪਏ

3 2500 ਰੁਪਏ ਦਾ ਚੈਕ ਰਾਮਚੰਦਰ ਦੇ ਪੱਖ ਵਿੱਚ ਜਾਰੀ ਕੀਤਾ 2600 ਰੁਪਏ ਦੇ ਕੁੱਲ ਨਿਪਟਾਰੇ ਲਈ।

5 3300 ਰੁਪਏ ਦੇ ਕੁੱਲ ਨਿਪਟਾਰੇ ਲਈ ਸੋਮੇਸ਼ ਤੋਂ 3250 ਰੁਪਏ ਦਾ ਚੈਕ ਪ੍ਰਾਪਤ ਕੀਤਾ ਅਤੇ ਬੈਂਕ ਵਿੱਚ ਜਮ੍ਹਾਂ ਕਰਵਾਇਆ

7 ਬੈਂਕ ਤੋਂ ਸਲਾਹ ਪ੍ਰਾਪਤ ਹੋਈ ਕਿ ਬੈਂਕ ਨੇ 250 ਰੁਪਏ ਅੱਗ ਬੀਮਾ ਦੀ ਕਿਸ਼ਤ ਲਈ ਭੁਗਤਾਨ ਕੀਤਾ

9 100 ਰੁਪਏ ਮਾਮੂਲੀ ਕੈਸ਼ ਦਾ ਭੁਗਤਾਨ ਕੀਤਾ

11 ਵਿਕਰੀ ਕੈਸ਼ 3500 ਰੁਪਏ

12 ਖ੍ਰੀਦ ਕੈਸ਼ 900 ਰੁਪਏ

15 7000 ਰੁਪਏ ਦੀ ਮਸ਼ੀਨਰੀ ਖ੍ਰੀਦੀ ਅਤੇ ਰਕਮ ਦਾ ਭੁਗਤਾਨ ਚੈਕ ਦੁਆਰਾ ਕੀਤਾ ਗਿਆ।

19 4800 ਰੁਪਏ ਜਾਵੀਦ ਨੇ ਸਿੱਧਾ ਜਮ੍ਹਾਂ ਕਰਵਾਇਆ

19 2200 ਦੇ ਪੂਰੇ ਨਿਪਟਾਰੇ ਲਈ 2000 ਰੁਪਏ ਅਤੇ ਬੈਂਕ ਨੂੰ ਕਲੈਕਸ਼ਨ ਲਈ ਭੇਜਿਆ

ਕੈਸ਼ ਬੁੱਕ ਕਟੌਤੀ ਨਾਲ, ਬੈਂਕ ਅਤੇ ਕੈਸ਼ ਕਾਲਮ/ਤਿੰਨਾਂ ਕਾਲਮਾਂ ਵਾਲੀ ਕੈਸ਼ ਬੁੱਕ (**Cash book win discount, book cash column/Triple column cash box**)

ਡੈਬਿਟ ਕ੍ਰੈਡਿਟ

ਮਿਤੀ	ਵੇਰਵੇ	ਪੰਨਾ ਨੰ	ਕਟੌਤੀ (ਰੁਪਏ)	ਬੈਂਕ (ਰੁਪਏ)	ਕੈਸ਼	ਮਿਤੀ	ਵੇਰਵੇ	ਪੰਨਾ ਨੰ	ਬੈਂਕ (ਰੁਪਏ)	ਕਟੌਤੀ (ਰੁਪਏ)	ਕੈਸ਼
2002 ਨਵੰਬਰ 1	ਬਕਾਇਆ ਬੀ/ ਡੀ ਵਿੱਚ		—		200	2002 ਨਵੰਬਰ 1	ਬਕਾਇਆ ਬੀ/ ਡੀ ਵਿੱਚ (ਵਾਧੂ)	—		3000	—
5	ਸੋਮੇਸ਼ ਦੇ ਖਾਤੇ ਵਿੱਚ (ਚੈਕ ਪ੍ਰਾਪਤੀ ਅਤੇ ਬੈਂਕ ਵਿੱਚ ਜਮ੍ਹਾਂ)		50	3250		3	ਰਾਮਚੰਦਰ ਦੇ ਖਾਤੇ ਵਿੱਚ (ਚੈਕ ਜਾਰੀ ਕੀਤਾ)	—	100	2500	—
11	ਵਿਕਰੀ ਖਾਤੇ ਵਿੱਚੋਂ					7	ਬੀਮਾ ਕਿਸ਼ਤ ਖਾਤੇ ਵਿੱਚੋਂ (ਬੀਮਾ ਕਿਸ਼ਤ ਸਿਧੀ ਬੈਂਕ ਦੁਆਰਾ ਜਮ੍ਹਾਂ ਕੀਤੀ)	—		250	100

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

19	ਜਾਵੀਦ ਦੇ ਖਾਤੇ ਵਿੱਚੋਂ			4800	3500	9	ਮਾਮੂਲੀ ਕੈਸ਼ ਖਾਤਾ ਵਿੱਚੋਂ	—			900
						11	ਖ੍ਰੀਦ ਖਾਤੇ ਵਿੱਚੋਂ	—		7000	
26	ਪ੍ਰੀਤਮ ਖਾਤੇ ਵਿੱਚੋਂ (ਕਰਾਸ ਕੀਤਾ ਚੈਕ ਅਤੇ ਕਟੌਤੀ ਦਿੱਤੀ)		200	2000		15	ਮਸ਼ੀਨਰੀ ਖਾਤੇ ਵਿੱਚੋਂ	—			300
						28	ਦਫਤਰੀ ਖਰਚੇ ਦੇ ਖਾਤੇ ਵਿੱਚੋਂ ਕਿਰਾਇਆ	—		350	
30	ਬਕਾਇਆ ਬੀ /ਡੀ ਵਿੱਚ			3050		30	ਖਾਤੇ ਵਿੱਚੋਂ (ਚੈਕ ਬੁੱਕ) (ਬਕਾਇਆ ਸੀ /ਡੀ ਵਿੱਚੋਂ)	—			2400
			250	13100	3700				100	13100	3700

ਖਾਤੇ ਦੀਆਂ ਹੋਰ ਕਿਤਾਬਾਂ (**Other Book of Accounts**):-

1. ਪ੍ਰਾਪਤੀ ਬਿਲ ਬੁੱਕ (**Bill Receivable Book**) **:-** ਇਸ ਕਿਤਾਬ ਵਿੱਚ ਗਾਹਕਾਂ ਦੁਆਰਾ ਸਵੀਕਾਰ ਕੀਤੀਆਂ ਬਦਲੀਆਂ ਵਸਤਾਂ ਦੇ ਬਿਲ ਦਰਜ ਕੀਤੇ ਜਾਂਦੇ ਹਨ।
2. ਅਦਾਇਗੀਯੋਗ ਬਿਲ ਬੁੱਕ (**Bill of Payable Book**) **:-** ਜੋ ਬਿੱਲ ਵਪਾਰੀਆਂ ਦੁਆਰਾ ਸਵੀਕਾਰ ਕੀਤੇ ਜਾਂਦੇ ਹਨ। ਇਸ ਕਿਤਾਬ ਵਿੱਚ ਦਰਜ ਹੋਣਗੇ।
3. ਛੋਟੀ ਕੈਸ਼ ਬੁੱਕ (**Petty Cash Book**) **:-** ਇਸ ਕਿਤਾਬ ਵਿੱਚ ਮਾਮੂਲੀ (ਛੋਟੇ) ਭੁਗਤਾਨ ਦਰਜ ਕੀਤੇ ਜਾਂਦੇ ਹਨ। ਵੱਖ ਵੱਖ ਕਿਸਮਾਂ ਦੇ ਭੁਗਤਾਨ ਦਰਜ ਕਰਨ ਲਈ ਇਨ੍ਹਾਂ ਨੂੰ ਕਾਲਮਾਂ ਵਾਲੇ ਫਾਰਮ ਵਿੱਚ ਲਿਖਿਆ ਜਾਵੇਗਾ। ਇਹ ਮੁੱਖ ਕੈਸ਼ੀਆ ਦਾ ਬੋਝ ਘਟਾਉਂਦੀ ਹੈ। ਆਮ ਤੌਰ ਤੇ ਇਸ ਨੂੰ ñਇਮਪਰੈਸਟ (Imprest system) ਪ੍ਰਣਾਲੀò ਨਾਲ ਰੱਖਿਆ ਜਾਂਦਾ ਹੈ।
4. ਰੋਜ਼ਨਾਮਚਾ (**Journal Proper**) **:-** ਇਸ ਕਿਤਾਬ ਵਿੱਚ ਉਹ ਸਾਰੇ ਲੈਣ ਦੇਣ ਦਰਜ ਹੋ ਸਕਦੇ ਹਨ। ਜਿਹੜੇ ਉਪਰ ਦਿੱਤੀਆਂ ਕਿਤਾਬਾਂ ਵਿੱਚ ਦਰਜ ਨਹੀਂ ਹੋ ਸਕਦੇ। ਆਮ ਤੌਰ ਤੇ ਇਹ ਕਿਤਾਬ ਸ਼ੁਰੂ ਵਾਲੇ ਇੰਦਰਾਜਾ ਨੂੰ ਦਰਜ ਕਰਨ ਲਈ ਵੀ ਵਰਤੀਆਂ ਜਾਂਦੀਆਂ ਹਨ, ਬਦਲਣ ਵਾਲੇ ਇੰਦਰਾਜ, ਐਡਜੈਸਟਮੈਂਟ ਵਾਲੇ ਇੰਦਰਾਜ, ਬੰਦ ਹੋਣ ਵਾਲੇ ਇੰਦਰਾਜ ਅਤੇ ਸਹੀ ਹੋਣ ਵਾਲੇ ਇੰਦਰਾਜ ਲਈ ਵਰਤੀਆਂ ਜਾਂਦੀਆਂ ਹਨ।

ਬੈਂਕ ਮਿਲਾਣ ਸਟੇਟਮੈਂਟ (**Bank Reconciliation Statement**) **:-** ਕੈਸ਼ ਬੁੱਕ ਦੇ ਬੈਂਕ ਕਾਲਮ ਜਾਂ ਅਲੱਗ ਅਲੱਗ ਤਿਆਰ ਕੀਤੇ ਬੈਂਕ ਖਾਤੇ ਇਕ ਦਿੱਤੀ ਹੋਈ ਤਾਰੀਖ ਨੂੰ ਬੈਂਕ ਵਿਚਲਾ ਬਕਾਇਆ ਦਰਸਾਉਂਦੇ ਹਨ। ਇਸੇ ਤਰ੍ਹਾਂ ਪਾਸ ਬੁੱਕ ਜਾਂ ਬੈਂਕ ਦੁਆਰਾ ਜਾਰੀ ਕੀਤੀ ਆਵਰਤੀ ਸਟੈਟਮੈਂਟ ਮਿੱਥੀ ਹੋਈ ਤਾਰੀਖ਼ ਨੂੰ ਗਾਹਕ ਦਾ ਬਕਾਇਆ ਦਿਖਾਉਂਦੀ ਹੈ। ਅਸਲ ਵਿੱਚ ਦੋਹਾਂ ਨੂੰ ਇਕੋ ਜਿਹੀ ਰਕਮ ਦਰਸਾਉਣੀ ਚਾਹੀਦੀ ਹੈ। ਪ੍ਰੰਤੂ ਬਹੁਤੀ ਵਾਰੀ ਹੇਠਾਂ ਵਰਣਨਿਤ ਕਾਰਣਾਂ ਕਰਕੇ ਇਨ੍ਹਾਂ ਦੇ ਬਕਾਏ ਭਿੰਨ ਭਿੰਨ ਹੁੰਦੇ ਹਨ। ਇਨ੍ਹਾਂ ਬਕਾਇਆ ਦੀ ਭਿੰਨਤਾ ਦੇ ਕਾਰਨਾਂ ਨੂੰ ਲੱਭ ਕੇ ਇਨ੍ਹਾਂ ਦੇ ਮਿਲਾਣ ਦੀ ਇਕ ਸਟੇਟਮੈਂਟ ਤਿਆਰ ਕੀਤੀ ਜਾਂਦੀ ਹੈ। ਇਸ ਸਟੇਟਮੈਂਟ ਨੂੰ ਬੈਂਕ ਮਿਲਾਣ ਸਟੇਟਮੈਂਟ ਕਿਹਾ ਜਾਂਦਾ ਹੈ।

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

(ਅੰਤਰ) ਭਿੰਨਤਾ ਦੇ ਕਾਰਣ (**Reasons for Difference**) :-

1. ਚੈਕ ਜਾਰੀ ਕੀਤੇ ਗਏ ਪ੍ਰੰਤੂ ਭੁਗਤਾਨ ਲਈ ਪੇਸ਼ ਨਹੀਂ ਕੀਤੇ ਗਏ (**Cheques issued but not presented for Payment**) **:-** ਦੂਜਿਆ ਨੂੰ ਚੈਕ ਜਾਰੀ ਹੋਣ ਦੀ ਤਾਰੀਖ ਨੂੰ ਕੈਸ਼ ਬੁੱਕ ਦੇ ਬੈਂਕ ਕਾਲਮ ਜਾਂ ਬੈਕ ਖਾਤੇ ਵਿੱਚ ਕ੍ਰੈਡਿਟ ਇੰਦਰਾਜ ਕੀਤਾ ਜਾਂਦਾ ਹੈ। ਇਹ ਬੈਂਕ ਵਿੱਚ ਬਕਾਇਆ ਘਟਾਉਂਦਾ ਹੈ। ਪ੍ਰੰਤੂ ਵਿਵਹਾਰਕ ਤੋਰ ਤੇ ਜਿਹੜੀ ਪਾਰਟੀ ਚੈਕ ਪ੍ਰਾਪਤ ਕਰਦੀ ਹੈ, ਉਹ ਉਸੇ ਤਾਰੀਖ ਨੂੰ ਚੈਕ ਨੂੰ ਕੈਸ਼ ਕਰਵਾਉਣ ਲਈ ਪੇਸ਼ ਨਹੀਂ ਕਰ ਸਕਦੀ। ਉਹ ਕਿਸੇ ਭਵਿੱਖ ਵਾਲੀ ਤਰੀਖ਼ ਨੂੰ ਪੇਸ਼ ਕਰ ਸਕਦੀ ਹੈ। ਪ੍ਰੰਤੂ ਜਦ ਤਕ ਚੈਕ ਪੇਸ਼ ਨਹੀਂ ਕੀਤਾ ਜਾਂਦਾ ਅਤੇ ਕੈਸ਼ ਨਹੀਂ ਹੋ ਜਾਂਦਾ। ਬੈਂਕ ਰਿਕਾਰਡ ਦੇ ਮੁਤਾਬਿਕ (ਜਿਵੇਂ ਪਾਸ ਬੁੱਕ ਵਿੱਚ) ਬੈਂਕ ਬਕਾਇਆ ਨਹੀਂ ਘਟੇਗਾ। ਇਸ ਲਈ ਕੈਸ਼ ਪ੍ਰਾਪਤ ਹੋਣ ਦੀ ਮਿਤੀ ਤੱਕ ਦੋਹਾਂ ਬਕਾਇਆ ਵਿੱਚ ਫ਼ਰਕ ਰਹੇਗਾ।
2. ਚੈਕ ਪ੍ਰਾਪਤ ਕੀਤਾ ਗਿਆ ਅਤੇ ਬੈਂਕ ਵਿੱਚ ਅਦਾ ਕੀਤਾ ਗਿਆ ਪ੍ਰੰਤੂ ਕਲੀਅਰ ਨਹੀਂ ਹੋਇਆ (**Cheque received and paid into book**) **:-** ਜਦੋਂ ਤਕ ਭੁਗਤਾਨ ਹੋਏ ਚੈੱਕ ਨੂੰ ਲਿਆ ਨਹੀਂ ਜਾਂਦਾ। ਉਸ ਰਕਮ ਨੂੰ ਗਾਹਕਾਂ ਦੇ ਖਾਤੇ ਵਿੱਚ ਕਰੈਡਿਟ ਨਹੀਂ ਕਰੇਗਾ। ਪ੍ਰੰਤੂ ਜਿਸ ਤਰੀਖ਼ ਨੂੰ ਚੈੱਕ ਦਾ ਬੈਂਕ ਵਿੱਚ ਭੁਗਤਾਨ ਹੋ ਜਾਂਦਾ ਹੈ ਤਾਂ ਗਾਹਕ ਦੇ ਖਾਤੇ ਵਾਲੀ ਕਿਤਾਬ ਵਿੱਚ ਇੰਦਰਾਜ ਹੋ ਜਾਵੇਗਾ ਅਤੇ ਬੈਂਕ ਵਿੱਚ ਰਕਮ ਜਮ੍ਹਾਂ ਹੋ ਜਾਵੇਗੀ। ਇਹ ਬੈਂਕ ਵਿੱਚ ਬਕਾਏ ਨੂੰ ਵਧਾਏਗੀ। ਇਸ ਲਈ ਇਨ੍ਹਾਂ ਦੋਹਾਂ ਬਕਾਇਆ ਵਿੱਚ ਅੰਤਰ ਹੋਵੇਗਾ, ਜਦੋਂ ਤਕ ਪੈਸੇ ਪ੍ਰਾਪਤ (ਇਕੱਠਾ) ਨਹੀਂ ਕੀਤੇ ਜਾਂਦੇ ਅਤੇ ਗਾਹਕ ਦੇ ਖਾਤੇ ਵਿੱਚ ਕ੍ਰੈਡਿਟ ਨਹੀਂ ਹੋ ਜਾਂਦੇ।
3. ਚੈੱਕ ਪ੍ਰਾਪਤ ਕੀਤੇ ਗਏ ਪਰ ਬੈਂਕ ਵਿੱਚ ਜਮ੍ਹਾਂ ਨਹੀਂ ਕੀਤੇ ਗਏ (**Cheque received but not deposited in the bank**) **:-** ਕਈ ਵਾਰ ਗਾਹਕ ਚੈਕ ਪ੍ਰਾਪਤ ਹੋਣ ਸਾਰ ਹੀ ਆਪਣੀ ਬੁੱਕ ਵਿੱਚ ਇੰਦਰਾਜ ਦਰਜ ਕਰ ਦਿੰਦਾ ਹੈ ਅਤੇ ਇਹ ਬੈਂਕ ਵਿੱਚ ਬਕਾਇਆ ਵਧਾ ਦਿੰਦਾ ਹੈ। ਪ੍ਰੰਤੂ ਬੈਂਕ ਅਜਿਹੇ ਚੈਕ ਦਾ ਕੋਈ ਰਿਕਾਰਡ ਨਹੀਂ ਹੁੰਦਾ। ਇਸ ਲਈ ਬਕਾਏ ਦਾ ਅੰਤਰ ਰਹਿੰਦਾ ਹੈ।
4. ਬੈਂਕ ਦੁਆਰਾ ਵਿਆਜ ਆਗਿਆ (**Interest allowed by the bank**) **:-** ਜੇਕਰ ਬੈਂਕ ਨੇ ਗਾਹਕ ਨੂੰ ਵਿਆਜ ਦੀ ਆਗਿਆ ਦਿੱਤੀ ਹੈ ਤਾਂ ਗਾਹਕ ਦੇ ਖਾਤੇ ਵਿੱਚ ਇੰਦਰਾਜ ਕੀਤਾ ਜਾਵੇਗਾ ਅਤੇ ਬਾਦ ਵਿੱਚ ਬੈਂਕ ਸਟੇਟਮੈਂਟ ਵਿੱਚ ਦਿਖਾਇਆ ਜਾਵੇਗਾ। ਗਾਹਕ ਨੂੰ ਇਹ ਇੰਦਰਾਜ ਕੇਵਲ ਸਟੇਟਮੈਂਟ ਪ੍ਰਾਪਤ ਕਰਨ ਤੇ ਹੀ ਪਤਾ ਲੱਗਦਾ ਹੈ ਕਿ ਉਹ ਆਪਣੀ ਕੈਸ਼ ਬੁੱਕ ਵਿੱਚ ਇੰਦਰਾਜ ਦਰਜ ਕਰੇਗਾ।
5. ਬੈਂਕ ਦੁਆਰਾ ਵਿਆਜ ਅਤੇ ਖਰਚੇ ਲਗਾਉਣਾ (**Interest and Expenses charged by the book**) **:-** ਵਿਆਜ ਪ੍ਰਾਪਤ ਕਰਕੇ ਜਾਂ ਖਰਚੇ ਦੇ ਕੇ ਜੋ ਗਾਹਕ ਦੇ ਵੱਲੋਂ ਪਾਏ ਜਾਂਦੇ ਹਨ ਤਾਂ ਉਨ੍ਹਾਂ ਦਾ ਗਾਹਕ ਦੇ ਖਾਤੇ ਵਾਲੀ ਕਿਤਾਬ ਵਿੱਚ ਇੰਦਰਾਜ ਕੀਤਾ ਜਾਂਦਾ ਹੈ। ਪ੍ਰੰਤੂ ਗਾਹਕ ਨੂੰ ਉਸ ਦਾ ਕੇਵਲ (ਰਸੀਦ) ਸਟੇਟਮੈਂਟ ਪ੍ਰਾਪਤ ਕਰਕੇ ਹੀ ਪਤਾ ਲੱਗਦਾ ਹੈ ਅਤੇ ਕਿਤਾਬਾਂ ਵਿੱਚ ਇੰਦਰਾਜ ਕਰਦਾ ਹੈ। ਉਸ ਦਿਨ ਤਕ ਰਕਮ ਦਾ ਬਕਾਇਆ ਅਲੱਗ ਹੋਵੇਗਾ।
6. ਬੈਂਕ ਦੁਆਰਾ ਵਿਆਜ ਅਤੇ ਸ਼ੇਅਰ ਨੂੰ ਇਕੱਠਾ ਕਰਨਾ (**Interests and dividends collected by the bank**) **:-** ਕਦੇ ਕਦੇ ਨਿਵੇਸ਼ ਜਿਵੇਂ ਕਿ ਬਾਂਡ, ਸ਼ੇਅਰ ਅਤੇ ਪ੍ਰਤਿਗਿਆ ਪੱਤਰਾਂ ਨੂੰ ਬੈਂਕ ਵਿੱਚ ਸੁਰੱਖਿਆ ਲਈ ਰੱਖਿਆ ਜਾਂਦਾ ਹੈ। ਬੈਂਕ ਆਪ ਵਿਆਜ ਲੈਂਦਾ ਹੈ ਅਤੇ ਇਹੋ ਜਿਹੇ ਨਿਵੇਸ਼ਾਂ ਤੋਂ ਸ਼ੇਅਰ ਲੈਂਦਾ ਹੈ ਅਤੇ ਗਾਹਕ ਦੇ ਖਾਤੇ ਵਿੱਚ ਇੰਦਰਾਜ ਕਰਦਾ ਹੈ। ਇਸ ਗੱਲ ਬਾਰੇ ਗਾਹਕਾਂ ਨੂੰ ਉਦੋਂ ਤੱਕ ਪਤਾ ਨਹੀਂ ਹੁੰਦਾ, ਜਦੋਂ ਤਕ ਉਨ੍ਹਾਂ ਨੂੰ ਸਟੇਟਮੈਂਟ ਨਹੀਂ ਮਿਲਦੀ। ਉਸ ਤਾਰੀਖ਼ ਤੱਕ ਬਕਾਏ ਵਿੱਚ ਅੰਤਰ ਰਹੇਗਾ।
7. ਬੈਂਕ ਤੋਂ ਸਿੱਧਾ ਭੁਗਤਾਨ (**Direct Payment from the Bank**) **:-** ਗਾਹਕਾਂ ਤੋਂ ਪ੍ਰਾਪਤ ਪੂਰਨ ਨਿਰਧਾਰਿਤ ਹਦਾਇਤਾਂ ਅਨੁਸਾਰ ਜਿਵੇਂ ਕਿ ਬੀਮੇ ਦੀ ਕਿਸ਼ਤ ਆਦਿ। ਇਸ ਲਈ ਸਟੇਟਮੈਂਟ ਬੈਂਕ ਵਿੱਚ ਇੰਦਰਾਜ ਹੋਵੇ ਅਤੇ ਗਾਹਕ ਦੀ ਕਿਤਾਬ ਵਿੱਚ ਅਲੱਗ ਮਿਤੀ ਨੂੰ ਹੋਵੇਗੀ। ਉਸ ਦਿਨ ਤਕ ਬਕਾਏ ਵਿੱਚ ਅੰਤਰ ਰਹੇਗਾ।

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

8. ਬੈਂਕ ਵਿੱਚ ਹੋਰਨਾਂ ਪਾਰਟੀਆਂ ਤੋਂ ਸਿੱਧਾ ਭੁਗਤਾਨ (**Direct Payment by the parties into bank**) :- ਜਦੋਂ ਹੋਰ ਪਾਰਟੀਆਂ ਸਿਧੇ ਤੌਰ ਤੇ ਬੈਂਕ ਵਿੱਚ ਪੈਸੇ ਜਮ੍ਹਾਂ ਖਾਤੇ ਵਾਲੇ ਦੇ ਖਾਤੇ ਵਿੱਚ ਕ੍ਰੈਡਿਟ ਹੋਣ ਲਈ ਕਰਵਾਉਂਦੀਆ ਹਨ, ਕੁਦਰਤੀ ਖਾਤੇ ਵਾਲੇ ਨੂੰ ਕੇਵਲ ਉਦੋਂ ਪਤਾ ਲੱਗੇਗਾ, ਜਦੋਂ ਉਨ੍ਹਾਂ ਨੂੰ ਬੈਂਕ ਸਟੇਟਮੈਂਟ ਪ੍ਰਾਪਤ ਹੋਵੇਗੀ। ਉਦੋਂ ਤਕ (ਉਸ ਤਰੀਖ਼ ਤਕ) ਬਕਾਏ ਵਿੱਚ ਅੰਤਰ ਰਹੇਗਾ।
9. ਬਿਲ੍ਹਾਂ ਦੇ ਰੱਦ ਹੋਣ ਤੇ ਬੈਂਕ ਦੁਆਰਾ ਕਟੌਤੀ (**Dishonor of bills discounted with bank**) :- ਬੈਂਕ ਸਹੂਲਤ ਪ੍ਰਦਾਨ ਕਰਦਾ ਹੈ (ਬਿਲ ਜਾਂ ਪ੍ਰਤਿਗਿਆ ਨੋਟ ਵਿੱਚੋਂ ਉਸ ਸਮੇਂ ਦੇ ਵਿਆਜ ਦੀ ਰਕਮ ਕੱਟਣ ਤੋਂ ਬਾਅਦ ਭੁਗਤਾਨ) ਬਿਨਾਂ ਦੇ ਵਟਾਂਦਰੇ ਜਾਂ ਪ੍ਰਤਿਗਿਆ ਨੋਟਾਂ ਵਿੱਚੋਂ ਕਟੌਤੀ ਕਰਨ ਦੀ। ਇਹ ਪੈਸੇ ਕਢਵਾਉਣ ਵਾਲੇ ਨੂੰ ਮਿਆਦ ਪੂਰੀ ਹੋਣ ਤੇ ਪੇਸ਼ ਕਰਦਾ ਹੈ। ਜੇਕਰ ਪੈਸੇ ਕਢਵਾਉਣ ਵਾਲਾ ਬੈਂਕ ਨੂੰ ਪੈਸੇ ਨਹੀਂ ਦਿੰਦਾ ਤਾਂ ਬੈਂਕ ਉਸ ਦੇ ਖਾਤੇ ਵਿੱਚੋਂ ਉਨ੍ਹੀ ਰਕਮ ਡੈਬਿਟ ਕਰੇਗਾ। ਇਸ ਗੱਲ ਦਾ ਪਤਾ ਖਾਤਾ ਧਾਰਕ ਨੂੰ ਕੇਵਲ ਸਟੇਟਮੈਂਟ ਮਿਲਣ ਤੇ ਹੀ ਲੱਗੇਗਾ। ਉਸ ਤਾਰੀਖ਼ ਤੱਕ ਦਿਖਾਏ ਬਕਾਏ ਵਿੱਚ ਅੰਤਰ ਹੋਵੇਗਾ।
10. ਬੈਂਕ ਵਿੱਚ ਅਦਾ ਹੋਏ ਚੈਕ ਦਾ ਰੱਦ ਹੋਣਾ (**Dishonor of cheque paid into bank**) :- ਜਦੋਂ ਦੂਜੀਆਂ ਪਾਰਟੀਆਂ ਦੇ ਚੈਕ ਬੈਂਕ ਵਿੱਚ ਅਦਾ ਕੀਤਾ ਜਾਂਦਾ ਹੈ ਤਾਂ ਉਸ ਦੇ ਮੁਤਾਬਿਕ ਹੀ ਬੈਂਕ ਕਾਲਮ ਜਾਂ ਬੈਂਕ ਖਾਤੇ ਵਿੱਚ ਇੰਦਰਾਜ ਹੁੰਦੇ ਹਨ ਜਿਸ ਦਿਨ ਬੈਂਕ ਵਿੱਚ ਜਮ੍ਹਾਂ ਹੁੰਦੇ ਹਨ। ਜਦੋਂ ਬੈਂਕ ਇਨ੍ਹਾਂ ਚੈਕ ਨੂੰ ਕੁਲੈਕਸ਼ਨ ਲਈ ਭੇਜਦਾ ਹੈ ਅਤੇ ਦੂਜੀ ਪਾਰਟੀ ਇਸ ਨੂੰ ਰੱਦ ਕਰਦੀ ਹੈ ਅਤੇ ਬੈਂਕ ਇਸ ਰਕਮ ਦਾ ਇੰਦਰਾਜ ਗਾਹਕ ਦੇ ਖਾਤੇ ਵਿੱਚ ਨਹੀਂ ਕਰੇਗਾ। ਪ੍ਰੰਤੂ ਗਾਹਕ ਆਪਣੀਆਂ ਕਿਤਾਬਾਂ ਵਿੱਚ ਪਹਿਲਾ ਹੀ ਇੰਦਰਾਜ ਕਰ ਚੁੱਕਾ ਹੈ। ਇਸ ਨਾਲ ਅੰਤਰ ਪੈਦਾ ਹੋ ਜਾਂਦਾ ਹੈ। ਬਹੁਤ ਵਾਰ ਬੈਂਕ ਵੀ ਚੈਕ ਭੁਗਤਾਨ ਲਈ ਆਉਣ ਤੇ ਇੰਦਰਾਜ ਕਰ ਲੈਂਦੇ ਹਨ ਅਤੇ ਵਿਸ਼ਵਾਸ਼ ਤੇ ਪਾਸ ਬੁੱਕ ਵਿੱਚ ਦਰਜ ਕਰ ਦਿੰਦੇ ਹਨ। ਬਾਅਦ ਵਿੱਚ ਜੇਕਰ ਚੈਕ ਦਾ ਪਾਰਟੀ ਦੁਆਰਾ ਰੱਦ ਦਾ ਬਾਅਦ ਵਿੱਚ ਪਤਾ ਲੱਗਦਾ ਹੈ ਤਾਂ ਬੈਂਕ ਇਕ ਉਲਟ ਇੰਦਰਾਜ ਦਰਜ ਕਰਦਾ ਹੈ। ਜਿਸ ਦਾ ਗਾਹਕ ਨੂੰ ਬਾਅਦ ਵਿੱਚ ਪਤਾ ਲੱਗੇਗਾ। ਇਨ੍ਹਾਂ ਕੇਸਾ ਵਿੱਚ ਵੀ ਬਕਾਏ ਵਿੱਚ ਅੰਤਰ ਆ ਜਾਵੇਗਾ।
11. ਕੈਸ਼ ਬੁੱਕ ਜਾਂ ਪਾਸ ਬੁੱਕ ਵਿੱਚ ਗਲਤੀਆਂ (**Mistakes in cash book or pass book**) :- ਕੈਸ਼ ਬੁੱਕ ਵਿੱਚ ਗਾਹਕ ਦੁਆਰਾ ਜਾਂ ਪਾਸ ਬੁੱਕ ਵਿੱਚ ਗਾਹਕ ਦੁਆਰਾ ਇੰਦਰਾਜ ਗਲਤ ਕੀਤੇ ਜਾ ਸਕਦੇ ਹਨ ਜਦੋਂ ਤੱਕ ਗਲਤੀਆਂ ਠੀਕ ਨਹੀਂ ਕੀਤੀਆਂ ਜਾਂਦੀਆਂ ਉਦੋਂ ਤੱਕ ਅੰਤਰ ਰਹੇਗਾ।

ਮਿਲਾਣ (**Reconciliation**) :- ਉਪੱਰ ਦਿੱਤੇ ਕਾਰਣਾ ਵਿੱਚੋਂ ਕਿਸੇ ਦੀ ਵੀ ਅਣਹੋਂਦ ਕਰਕੇ ਬੈਂਕ ਸਟੇਟਮੈਂਟ ਵਿੱਚ ਜਾਂ ਪਾਸ ਬੁੱਕ ਅਤੇ ਕੈਸ਼ ਬੁੱਕ ਵਿੱਚ ਬਕਾਇਆ ਬਰਾਬਰ ਹੋਵੇਗਾ। ਕਿਸੇ ਦਿੱਤੀ ਹੋਈ ਤਰੀਕ ਤੇ ਜੇ ਕੋਈ ਅਸਹਿਮਤੀ ਹੈ ਤਾਂ ਠੀਕ ਕਾਰਣ ਲੱਭਣਾ ਚਾਹੀਦਾ ਹੈ ਅਤੇ ਦੋਹਾਂ ਬਕਾਇਆ ਦਾ ਮਿਲਾਣ ਕਰਨਾ ਚਾਹੀਦਾ ਹੈ।
ਮਿਲਾਣ ਦੇ ਹੇਠ ਲਿਖੇ ਲਾਭ ਹਨ (**The advantage of reconciliation**) :-
1. ਇਹ ਕਿਸੇ ਵੀ ਗਲਤੀ ਨੂੰ ਬਾਹਰ ਕੱਢਦਾ ਹੈ ਜੋ ਜਾਂ ਤਾਂ ਕੈਸ਼ ਬੁੱਕ ਜਾਂ ਬੈਂਕ ਸਟੇਟਮੈਂਟ ਵਿਚ ਹੁੰਦੀ ਹੋਵੇ।
2. ਕੋਈ ਜਿਆਦਾ ਦੇਰੀ ਚੈਕ ਦੀ ਕਲੀਅਰੈਂਸ ਵਿੱਚ ਹੋਵੇ ਉਹ ਮਿਲਾਣ ਦੁਆਰਾ ਸੁਨਿਸ਼ਚਿਤ ਹੋਵੇਗੀ।
3. ਨਿਰੰਤਰ ਮਿਲਣ ਗਾਹਕ ਦੇ ਸਟਾਫ ਜਾਂ ਉਸ ਬੈਂਕ ਨੂੰ ਘੱਪਲਾਂ ਹੋਣ ਤੋਂ ਨਿਰਉਤਸ਼ਾਹਿਤ ਕਰਨਾ ਹੈ। (ਜਿਵੇਂ ਕੈਸ਼ ਬੁੱਕ ਵਿੱਚ ਬਿਨ੍ਹਾਂ ਪੈਸੇ ਜਮ੍ਹਾਂ ਕਰਵਾਇਆ ਇੰਦਰਾਜ ਕਰਨਾ)

ਮਿਲਾਣ ਦੇ ਤਰੀਕੇ (**Procedure of Reconcitiation**) :- ਕੈਸ਼ ਬੁੱਕ ਵਿੱਚ ਡੈਬਿਟ ਸਾਈਡ ਤੇ ਹੋਇਆ ਇੰਦਰਾਜ ਪਾਸ ਬੁੱਕ ਦੇ ਕ੍ਰੈਡਿਟ ਸਾਈਡ ਦਿਖਾਈ ਦੇਵੇਗਾ ਅਤੇ ਉਸੇ ਤਰ੍ਹਾਂ ਕੈਸ਼ ਬੁੱਕ ਦੇ ਕ੍ਰੈਡਿਟ ਸਾਈਡ ਤੇ ਹੋਇਆ ਇੰਦਰਾਜ ਪਾਸ ਬੁੱਕ ਦੇ ਡੈਬਿਟ ਸਾਈਡ ਤੇ ਹੋਵੇਗਾ। ਮਿੱਥੇ ਹੋਏ ਸਮੇਂ ਦੀ ਨਿਸ਼ਚਿਤ ਤਰੀਖ਼ ਨੂੰ ਕੈਸ਼ ਬੁੱਕ ਅਤੇ ਪਾਸ ਬੁੱਕ ਦੇ ਦੋਹਾਂ ਇੰਦਰਾਜ ਤੇ ਟਿੱਕ (ਸਹੀ) ਲਗਣੀ ਚਾਹੀਦੀ ਹੈ। ਬਿਨ੍ਹਾਂ ਸਹੀ ਦੇ ਨਿਸ਼ਾਨ ਤੇ ਇੰਦਰਾਜ ਦੋਹਾਂ ਬਕਾਇਆ ਵਿਚਲੇ ਅੰਤਰ ਦਾ ਕਾਰਣ ਹਨ। ਦੋਹਾਂ ਵਿੱਚੋਂ ਇਕ ਦਾ ਬਕਾਇਆ ਲੈ ਕੇ ਸਟੇਟਮੈਂਟ ਤਿਆਰ ਹੋਣੀ

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

ਚਾਹੀਦੀ ਹੈ। ਭਾਵ ਜੇ ਕੈਸ਼ ਦਾ ਬਕਾਇਆ ਕੈਸ਼ ਬੁੱਕ ਅਨੁਸਾਰ ਲੈਣਾ ਹੈ ਤਾਂ ਐਡਜੈਸਟਮੈਂਟ ਤੋਂ ਬਾਅਦ (ਜਿਵੇਂ ਕੈਸ਼ ਹੈ ਉਸ ਨੂੰ ਜਮ੍ਹਾਂ ਜਾਂ ਘਟਾਉਣਾ) ਕੈਸ਼ ਬੁੱਕ ਮੁਤਾਬਿਕ ਬਕਾਇਆ ਆ ਜਾਵੇਗਾ।

ਕਦਮ (**Steps**) **:-**

1. ਸ਼ੁਰੂਆਤੀ ਬਿੰਦੂ ਦੇ ਤੌਰ ਤੇ ਇਕ ਕਿਤਾਬ ਦਾ ਬਕਾਇਆ ਲਵੋ।
2. ਦੋਹਾਂ ਕਿਤਾਬਾਂ ਦੀ ਤੁਲਨਾ ਕਰਕੇ ਅੰਤਰ ਦੇ ਕਾਰਣਾ ਨੂੰ ਲੱਭੋ। ਜਿਵੇਂ ਕਿ ਬਿਨ੍ਹਾਂ ਟਿੱਕ ਕੀਤੀਆਂ ਆਈਟਮਾਂ ਫੜੋ।
3. ਬਕਾਏ ਵਿੱਚ ਅੰਤਰ ਦੇ ਵਿਸ਼ੇਸ਼ ਕਾਰਣਾ ਦੇ ਪ੍ਰਭਾਵਾਂ ਦਾ ਅਧਿਐਨ ਕਰੋ।
4. ਜੇਕਰ ਬਿਨ੍ਹਾਂ ਟਿਕ ਕੀਤੀਆ ਆਈਟਮਾਂ ਨਾਲ ਦੂਜੀ ਕਿਤਾਬ ਵਿੱਚ ਦਿਖਾਏ ਬਕਾਏ ਵਿੱਚ ਵਾਧਾ ਹੁੰਦਾ ਹੈ ਅਤੇ ਇਹੋ ਜਿਹੀ ਵਧੀ ਰਕਮ ਨੂੰ ਬਕਾਏ ਵਿੱਚ ਜੋੜ ਦੇਵੋ। ਜਿਸ ਨੂੰ ਸ਼ੁਰੂਆਤੀ ਬਿੰਦੂ ਲਿਆ ਹੈ।
5. ਜੇਕਰ ਦੂਜੀ ਕਿਤਾਬ ਵਿੱਚ ਦਿਖਾਏ ਗਏ ਬਕਾਏ ਵਿੱਚ ਬਿਨਾਂ ਟਿੱਕ ਕੀਤੀਆਂ ਆਈਟਮਾਂ ਵਿੱਚ ਨਤੀਜੇ ਵੱਜੋਂ ਬਕਾਏ ਵਿੱਚ ਘਾਟਾ ਹੈ ਤਾਂ ਇਸ ਘਾਟੇ ਦੀ ਰਕਮ ਬਕਾਏ ਵਿੱਚੋਂ ਘਟਾਉਣੀ ਹੈ। ਜਿਹੜੀ ਸ਼ੁਰੂਆਤੀ ਪੁਆਇੰਟ ਵਜੋਂ ਲਈ ਸੀ।
6. ਅਖੀਰ ਵਿੱਚ ਦੂਜੀ ਕਿਤਾਬ ਵਿੱਚ ਦਿਖਾਏ ਬਕਾਏ ਤੇ ਪਹੁੰਚੋ।
7. ਜੇਕਰ ਦੂਜੀ ਕਿਤਾਬ ਦੇ ਮੁਤਾਬਿਕ ਮਿਲਿਆ ਬਕਾਇਆ ਠੀਕ (ਸਹਿਮਤ) ਹੈ ਤਾਂ ਇਹ ਦਿਖਾਉਂਦਾ ਹੈ ਕਿ ਕੇਵਲ ਕਾਰਣ ਹਨ ਪਰ ਕੋਈ ਗਲਤੀ ਨਹੀਂ ਹੈ।

ਬੈਂਕ ਮਿਲਾਣ ਸਟੇਟਮੈਂਟ ਕਿਵੇਂ ਤਿਆਰ ਕਰਨੀ ਹੈ (**How to prepare a bank reconciliation statement**)

ਫਾਰਮੂਲਾ (**Formula**) **:-** ਕੈਸ਼ ਬੁੱਕ ਦੀ ਪ੍ਰਾਪਤੀ ਵਾਲੇ ਪਾਸੇ ਬੈਂਕ ਕਾਲਮ ਵਿਚਲੇ ਇੰਦਰਾਜਾ ਨੂੰ ਪਾਸ ਬੁੱਕ ਵਿਚਲੇ ਕ੍ਰੈਡਿਟ ਵਾਲੇ ਪਾਸੇ ਬੈਂਕ ਦੁਆਰਾ ਜੋ ਇੰਦਰਾਜ ਕੀਤਾ ਹੈ, ਉਸ ਨਾਲ ਤੁਲਨਾ ਕਰੋ। ਇਸੇ ਤਰ੍ਹਾਂ ਕੈਸ਼ ਬੁੱਕ ਦੇ ਬੈਂਕ ਕਾਲਮ ਵਿੱਚ ਭੁਗਤਾਨ ਵਾਲੇ ਪਾਸੇ ਕੀਤੇ ਇੰਦਰਾਜਾ ਦਾ ਪਾਸ ਬੁੱਕ ਵਿੱਚ ਬੈਂਕ ਵੱਲੋਂ ਕੀਤੇ ਡੈਬਿਟ ਪਾਸੇ ਵਾਲੇ ਇੰਦਰਾਜਾ ਨਾਲ ਮੁਕਾਬਲਾ ਕਰੋ। ਤੁਲਨਾ ਕਰਨ ਤੋਂ ਬਾਅਦ ਵਾਧਾ ਘਾਟਾ ਨੋਟ ਕਰੋ। ਜੇਕਰ ਹੈ ਤਾਂ ਹੇਠ ਦਿੱਤੇ ਫਾਰਮੂਲੇ ਨੂੰ ਲਾਗੂ ਕਰੋ।

(ੳ) ਜਦੋਂ ਕੈਸ਼ ਬੁੱਕ ਅਨੁਸਾਰ ਬਕਾਇਆ ਦਿੱਤਾ ਹੈ (**When the balance as per cash book is given**)

ਜਮ੍ਹਾਂ ਕਰੋ (**Add**) **:-**
1. ਚੈੱਕ ਜਾਰੀ ਹੋਏ ਪਰ ਭੁਗਤਾਨ ਵਾਸਤੇ ਪੇਸ਼ ਨਹੀਂ ਕੀਤੇ।
2. ਵਿਆਜ ਅਤੇ ਨਫਾ ਬੈਂਕ ਦੁਆਰਾ ਇਕੱਠਾ ਕੀਤਾ ਗਿਆ ਪਰ ਕੈਸ਼ ਬੁੱਕ ਵਿੱਚ ਦਰਜ ਨਹੀਂ ਕੀਤੇ।
3. ਬੈਂਕ ਅਕਾਊਂਟ ਵਿੱਚ ਗਾਹਕ ਨੇ ਸਿੱਧੇ ਪੈਸੇ ਜਮ੍ਹਾਂ ਕਰਵਾਏ ਹਨ।
4. ਬੈਂਕ ਨੇ ਜਮ੍ਹਾਂ ਰਾਸ਼ੀ ਤੇ ਵਿਆਜ ਦਿੱਤਾ ਹੈ ਪਰ ਕੈਸ਼ ਬੁੱਕ ਵਿੱਚ ਦਰਜ ਨਹੀਂ ਕੀਤਾ ।

ਘਟਾਓ (**Less**) **:-**
1. ਬੈਂਕ ਵਿੱਚ ਚੈਕ ਜਮ੍ਹਾਂ ਹੋਏ ਹਨ ਪ੍ਰੰਤੂ ਵਸੂਲੀ ਨਹੀਂ ਹੋਈ।
2. ਬੈਂਕ ਨੇ ਕਮਿਸ਼ਨ ਲੈ ਲਿਆ ਹੈ ਪ੍ਰੰਤੂ ਕੈਸ਼ ਬੁੱਕ ਵਿੱਚ ਇੰਦਰਾਜ ਨਹੀਂ ਹੋਇਆ।
3. ਬੈਂਕ ਖਰਚਿਆ ਨੂੰ ਪਾਸ ਬੁੱਕ ਵਿੱਚ ਡੈਬਿਟ ਕੀਤਾ ਹੈ ਪ੍ਰੰਤੂ ਕੈਸ਼ ਬੁੱਕ ਵਿੱਚ ਦਰਜ ਨਹੀਂ ਕੀਤਾ।
4. ਬੈਂਕ ਦੁਆਰਾ ਬੀਮਾ ਕਿਸ਼ਤ ਦਾ ਭੁਗਤਾਨ ਕੀਤਾ ਹੈ ਪ੍ਰੰਤੂ ਕੈਸ਼ ਬੁੱਕ ਵਿੱਚ ਸੂਚਨਾ ਨਾ ਮਿਲਣ ਕਰਕੇ ਦਰਜ ਨਹੀਂ ਕੀਤਾ।

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

5. ਰੱਦ ਹੋਏ ਚੈਕ ਅਤੇ ਰੱਦ ਹੋਏ ਪ੍ਰਾਪਤੀ ਯੋਗ ਬਿਲ ਪਾਸ ਬੁੱਕ ਵਿੱਚ ਡੈਬਿਟ ਹੋਏ ਪ੍ਰੰਤੂ ਕੈਸ਼ ਬੁੱਕ ਵਿੱਚ ਦਰਜ ਨਹੀਂ ਹੋਏ।

ਨੋਟ (**N.B**) **:-** ਉਪੱਰ ਦਿੱਤਾ ਫਾਰਮੂਲਾ ਤਾਂ ਹੀ ਲਾਗੂ ਹੋਣਾ ਚਾਹੀਦਾ ਹੈ ਜੇਕਰ ਪਾਸ ਬੁੱਕ ਵਿੱਚ ਓਵਰਡਰਾਫਟ ਦਿੱਤੀ ਗਈ ਹੈ।

ਜਦੋਂ ਪਾਸ ਬੁੱਕ ਅਨੁਸਾਰ ਬਕਾਇਆ ਦਿੱਤਾ ਗਿਆ ਹੈ (**When balance as per the pass book is given**) **:-**

ਜਮ੍ਹਾਂ ਕਰੋ (**Add**) 1. ਚੈਕ ਬੈਂਕ ਵਿੱਚ ਜਮ੍ਹਾਂ ਕਰਵਾਏ ਗਏ ਪ੍ਰੰਤੂ ਵਾਪਸ ਨਹੀਂ ਕੀਤੇ ਗਏ।

2. ਬੈਂਕ ਦੇ ਖਰਚੇ, ਕਮਿਸ਼ਨ, ਵਿਆਜ, ਪਾਸ ਬੁੱਕ ਵਿੱਚੋਂ ਡੈਬਿਟ ਹੋਏ ਪਰ ਕੈਸ਼ ਬੁੱਕ ਵਿੱਚ ਦਰਜ ਨਹੀਂ ਕੀਤੇ ਗਏ।

3. ਬੀਮੇ ਦੀ ਕਿਸ਼ਤ ਬੈਂਕ ਦੁਆਰਾ ਅਦਾ ਕੀਤੀ ਗਏ ਅਤੇ ਪਾਸ ਬੁੱਕ ਵਿੱਚ ਡੈਬਿਟ ਹੋਈ ਪਰ ਕੈਸ਼ ਬੁੱਕ ਵਿੱਚ ਦਰਸਾਈ ਨਹੀਂ ਗਈ।

4. ਰੱਦ ਹੋਏ ਚੈਕ ਅਤੇ ਰੱਦ ਹੋਏ ਪ੍ਰਾਪਤੀ ਯੋਗ ਬਿਲ ਪਾਸ ਬੁੱਕ ਵਿੱਚ ਡੈਬਿਟ ਹੋਏ ਪਰ ਕੈਸ਼ ਬੁੱਕ ਵਿੱਚ ਦਰਜ ਨਹੀਂ ਕੀਤੇ।

ਘਟਾਓ (**Less**) 1. ਚੈਕ ਜਾਰੀ ਹੋਏ ਪਰ ਭੁਗਤਾਨ ਲਈ ਨਹੀਂ ਦਿੱਤੇ ਗਏ।

2. ਬੈਂਕ ਦੁਆਰਾ ਵਿਆਜ ਅਤੇ ਨਫਾ ਇਕੱਠਾ ਕੀਤਾ ਗਿਆ ਪਰ ਕੈਸ਼ ਬੁੱਕ ਵਿੱਚ ਦਰਜ ਨਹੀਂ ਕੀਤਾ ਗਿਆ।

3. ਬੈਂਕ ਖਾਤੇ ਵਿੱਚ ਗਾਹਕ ਦੁਆਰਾ ਸਿੱਧੀ ਰਾਸ਼ੀ ਜਮ੍ਹਾਂ ਕਰਵਾਈ ਗਈ।

4. ਜਮ੍ਹਾਂ ਰਾਸ਼ੀ ਤੇ ਵਿਆਜ ਬੈਂਕ ਦੁਆਰਾ ਲਗਾਇਆ ਗਿਆ ਪਰ ਕੈਸ਼ ਬੁੱਕ ਵਿੱਚ ਦਰਜ ਨਹੀਂ ਕੀਤਾ ਗਿਆ।

ਨੋਟ (**N.B**) **:-** ਉਪਰੋਕਤ ਫਾਰਮੂਲਾ ਤੋਂ ਹੀ ਲਾਗੂ ਹੋਣਾ ਚਾਹੀਦਾ ਹੈ ਜੇਕਰ ਕੈਸ਼ ਬੁੱਕ ਮੁਤਾਬਿਕ ਓਵਰਡਰਾਫਟ ਹੋਵੇ।

ਫਾਈਨਲ ਅਕਾਊਟਸ ਨੂੰ ਤਿਆਰ ਕਰਨ ਲਈ ਪਹਿਲਾ ਕਦਮ ਟਰਾਇਲ ਬੈਂਲਸ ਨੂੰ ਤਿਆਰ ਕਰਨਾ ਹੈ।

(ਅ) ਟਰਾਇਲ ਬੈਂਲਸ **:-** ਟਰਾਇਲ ਬੈਂਲਸ ਵੱਖ ਵੱਖ ਖਾਤਿਆ ਦੇ ਡੈਬਿਟ ਅਤੇ ਕਰੈਡਿਟ ਬੈਂਲਸ ਦੀ ਸਟੇਟਮੈਂਟ ਹੈ। ਦੋਹਰੇ ਇੰਦਰਾਜ ਵਾਲੀ ਬੁੱਕ ਕੀਪਿੰਗ ਪ੍ਰਣਾਲੀ ਵਿੱਚ ਹਰ ਡੈਬਿਟ ਲਈ ਕ੍ਰੈਡਿਟ ਹੋਵੇਗਾ ਅਤੇ ਡੈਬਿਟ ਤੋਂ ਬਿਨ੍ਹਾਂ ਕੋਈ ਕ੍ਰੈਡਿਟ ਨਹੀਂ ਹੋਵੇਗਾ। ਜਦੋਂ ਇਹ ਸਿਧਾਂਤ ਅਕਾਊਂਟਸ ਦੀਆਂ ਕਿਤਾਬਾਂ ਲਿਖਣ ਲਈ ਵਰਤਿਆ ਜਾਵੇਗ ਤਾਂ ਸਾਰੇ ਡੈਬਿਟਾਂ ਦੀ ਕੁਲ ਰਕਮ ਕ੍ਰੈਡਿਟਾਂ ਦੇ ਬਰਾਬਰ ਹੋਵੇਗੀ। ਟਰਾਇਲ ਬੈਲੇਂਸ ਵਿਸ਼ੇਸ਼ ਮਿਤੀ ਨੂੰ ਲੇਖੇ ਦੀਆਂ ਕਿਤਾਬਾਂ ਦੀ ਅੰਕ ਗਣਿਤਕ ਸੋਧਤਾ ਦੀ ਚੈਕਿੰਗ ਦੇ ਉਦੇਸ਼ ਨਾਲ ਤਿਆਰ ਕੀਤਾ ਜਾਂਦਾ ਹੈ। ਟਰਾਇਲ ਬੈਂਲੇਸ ਵਿੱਚ ਆਮ ਤੌਰ ਤੇ ਅਖੀਰਲਾ ਸਟਾਕ ਨਹੀਂ ਲਿਆ ਜਾਂਦਾ ਹੈ।

ਟਰਾਈਲ ਬੈਂਲਸ ਦਾ ਮਿਲਾਣ ਕਰਨ ਤੋਂ ਬਾਅਦ ਹੀ ਕੋਈ ਫਾਈਲ ਅਕਾਊਟਸ ਤਿਆਰ ਕਰ ਸਕਦਾ ਹੈ। ਟਰਾਈਲ ਬੈਲਸ ਦਾ ਹੇਠਾ ਦਿੱਤਾ ਪ੍ਰੋਫਾਰਮਾ ਹੈ।

ਸ਼੍ਰੀ ਮਿੱਤਲ ਦਾ ਟਰਾਈਲ ਬੈਂਲਸ (**Trial balance of Shri. mittal**)

ਲੜੀ ਨੰ	ਅਕਾਊਂਟ ਦਾ ਨਾਂ	ਡੈਬਿਟ (ਰੁ)	ਕਰੈਡਿਟ (ਰੁ)
1	ਕੈਸ਼ (ਨਕਦ)	1,70,000	
2	ਪੂੰਜੀ		180,000
3	ਗੋਵਿੰਦ		20,000
4	ਵਿਕਰੀ		93,000
5	ਵੇਤਨ	20,000	
6	ਹਰੀਸ਼	1,000	

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

7	ਵਿਆਜ	2,000	
8	ਖ਼੍ਰੀਦ	1,00,000	
		2,93,000	2,93,000

ਟਰਾਈਲ ਬੈਂਲਸ ਦੇ ਲਾਭ (Advantage of Trial balance) :-

ਟਰਾਇਲ ਬੈਲੇਂਸ ਨੂੰ ਤਿਆਰ ਕਰਨ ਦੇ ਹੇਠ ਲਿਖੇ ਲਾਭ ਹਨ।

1. ਟਰਾਇਲ ਬੈਲੇਂਸ ਲੇਖੇ ਦੀਆਂ ਕਿਤਾਬਾਂ ਵਿੱਚ ਗਣਿਤਕ ਸ਼ੁੱਧਤਾ ਦੀ ਚੈਕਿੰਗ ਕਰਨ ਵਿੱਚ ਮਦਦ ਕਰਦਾ ਹੈ।
2. ਟਰਾਇਲ ਬੈਲੇਂਸ ਅਖੀਰਲੇ ਲੇਖੇ ਨੂੰ ਤਿਆਰ ਕਰਨ ਵਿੱਚ ਮਦਦ ਕਰਦਾ ਹੈ।
3. ਇਹ ਗਲਤੀਆਂ ਨੂੰ ਲੱਭਣ ਵਿੱਚ ਮਦਦ ਕਰਦਾ ਹੈ।
4. ਟਰਾਇਲ ਬੈਲੇਂਸ ਗਲਤੀਆਂ ਦੇ ਠੀਕ ਕਰਨ ਦੇ ਕੰਮ ਨੂੰ ਕਰਨ ਵਿੱਚ ਇਕ ਔਜ਼ਾਰ ਦੇ ਰੂਪ ਵਿੱਚ ਕੰਮ ਕਰਦਾ ਹੈ।
5. ਟਰਾਇਲ ਬੈਲੇਂਸ ਇਕ ਹੀ ਸਥਾਨ ਤੇ ਵੱਖ ਵੱਖ ਲੇਖਿਆ ਦਾ ਬੈਲੇਂਸ ਕੱਢਣ ਵਿੱਚ ਸਹਾਇਤਾ ਕਰਦਾ ਹੈ।

ਅਭਿਆਸ : ਮੁਲੰਕਣ

1. ਪ੍ਰਚੂਨ ਸਟੋਰ ਵਿੱਚ ਜਾਓ। ਕੰਮ ਤੇ ਟ੍ਰੇਨਿੰਗ ਕਰਦੇ ਹੋਏ ਪ੍ਰਚੂਨ ਵਪਾਰ ਦੇ ਲੈਣ ਦੇਣ ਤੋਂ ਸਹਾਇਕ (Subsidiary books) ਕਿਤਾਬਾਂ ਤਿਆਰ ਕਰੋ।
2. ਕਿਸੇ ਤੇਜ਼ ਪ੍ਰਚੂਨ ਮਾਰਕੀਟ ਵਿੱਚ ਜਾਓ ਅਤੇ ਕੰਮ ਕਰਦੇ ਹੋਏ ਵੱਖ ਵੱਖ ਕਿਸਮਾਂ ਦੀਆਂ ਕੈਸ਼ ਬੁੱਕ ਤਿਆਰ ਕਰੋ ਅਤੇ ਠੀਕ ਤਰ੍ਹਾਂ ਬਕਾਇਆ ਕੱਢੋ।
3. ਪ੍ਰਚੂਨ ਸਟੋਰ ਤੇ ਜਾਓ ਅਤੇ ਕੰਮ ਕਰਦੇ ਹੋਏ ਬੈਕ ਮਿਲਾਣ ਦੀ ਸਟੇਟਮੈਂਟ ਤਿਆਰ ਕਰੋ।

ਮੁਲੰਕਣ

(ੳ) ਸਹੀ ਜਾਂ ਗਲਤ

1. ਵਪਾਰਕ ਕਟੌਤੀ (Trade Discount) ਨੂੰ ਲੇਖੇ ਦੀਆਂ ਕਿਤਾਬਾਂ ਵਿੱਚ ਦਰਜ ਨਹੀਂ ਕੀਤਾ ਜਾਂਦਾ ਹੈ।
2. ਖ਼੍ਰੀਦ ਉੱਤੇ ਕਟੌਤੀ ਪੂਰਤੀ ਕਰਤਾ ਨੂੰ ਕ੍ਰੈਡਿਟ ਕੀਤੀ ਜਾਂਦੀ ਹੈ।
3. ਖ਼੍ਰੀਦ ਕਿਤਾਬ ਸਾਰੀਆਂ ਖ਼੍ਰੀਦਾ ਨੂੰ ਰਿਕਾਰਡ ਕਰਦੀ ਹੈ।
4. ਰਿਟਰਨ ਬੁੱਕ (Purchases returns book) ਵਿੱਚ ਇੰਦਰਾਜ ਲਈ ਦਸਤਾਵੇਜੀ ਸਰੋਤ ਨੂੰ ਡੈਬਿਟ ਨੋਟ ਕਿਹਾ ਜਾਂਦਾ ਹੈ।
5. ਵਿਕਰੀ ਕਿਤਾਬ ਵਪਾਰ ਦੇ ਸਾਰੇ ਵਿਕਰੀ ਕ੍ਰੈਡਿਟ ਦਰਜ ਕਰਦਾ ਹੈ।
6. ਵਿਕਰੀ ਰਿਟਰਨ ਕਿਤਾਬ ਵਿੱਚ ਸਥਾਈ ਸੰਪਤੀ ਰਿਟਰਨ ਨੂੰ ਦਰਜ ਕਰਦੀ ਹੈ।
7. ਕ੍ਰੈਡਿਟ ਨੋਟ ਉਸ ਗਾਹਕ ਨੂੰ ਭੇਜਿਆ ਜਾਂਦਾ ਹੈ ਜੋ ਵਸਤੂ ਵਾਪਸ ਕਰਦਾ ਹੈ।
8. ਜਦੋਂ ਭੁਗਤਾਨ ਤੁਰੰਤ ਪ੍ਰਾਪਤ ਕੀਤੇ ਜਾਂਦੇ ਹਨ ਤਾਂ ਵਪਾਰਕ ਕਟੌਤੀ ਛੇਤੀ ਨਾਲ ਦਿੱਤੀ ਜਾਂਦੀ ਹੈ।
9. ਖ਼੍ਰੀਦ ਰਿਟਰਨ ਕਿਤਾਬ ਦੀ ਕੁਲ ਖ਼੍ਰੀਦ, ਖ਼੍ਰੀਦ ਖਾਤੇ ਵਿੱਚ ਡੈਬਿਟ ਕੀਤੀ ਜਾਂਦੀ ਹੈ।
10. ਵਿਅਕਤੀਗਤ ਅਕਾਊਂਟਸ ਤੋਂ ਰਿਟਰਨ ਆਊਟ ਵਰਡ ਬੁੱਕ ਵਿੱਚ ਡੈਬਿਟ ਕੀਤੇ ਜਾਂਦੇ ਹਨ।
11. ਕ੍ਰੈਡਿਟ ਤੇ ਸਥਿਰ ਸੰਪੱਤੀ ਦੀ ਖ਼੍ਰੀਦ ਨੂੰ ਖਾਸ ਜਰਨਲ ਵਿੱਚ ਦਰਜ ਕੀਤਾ ਜਾਂਦਾ ਹੈ।
12. ਖ਼੍ਰੀਦ ਕਿਤਾਬ ਅਤੇ ਖ਼੍ਰੀਦ ਲੇਖਾ ਇਕੋ ਸਮਾਨ ਹਨ।

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

13. ਬੈਂਕ ਅਕਾਊਟ ਅਸਲੀ ਅਕਾਊਂਟ ਹੁੰਦਾ ਹੈ।
14. ਕੈਸ਼ ਅਕਾਊਟ ਅਸਲੀ ਅਕਾਊਂਟ ਹੁੰਦਾ ਹੈ।
15. ਕੈਸ਼ ਬੁੱਕ, ਇਕ ਲੈਜਰ ਖਾਤਾ ਅਤੇ ਸਹਾਇਕ ਬੁੱਕ ਹੁੰਦੀ ਹੈ।
16. ਇਕ ਕੋਂਟਰਾ (Contra) ਇੰਦਰਾਜ ਉਹ ਹੁੰਦਾ ਹੈ ਜਿਸ ਦੀ ਲੈਜਰ ਵਿੱਚ ਦਰਜ ਕਰਨ ਦੀ ਲੋੜ ਨਹੀਂ ਹੁੰਦੀ।
17. ਕੋਟਰਾਂ ਇੰਦਰਾਜ ਕੈਸ਼ ਬੁੱਕ ਦੇ ਦੋਹਾਂ ਪਾਸਿਆਂ ਤੇ ਦਰਸਾਇਆ ਜਾਂਦਾ ਹੈ।
18. ਬੈਂਕ ਮਿਲਾਣ ਸਟੇਟਮੈਂਟ ਕੈਸ਼ ਬੁੱਕ ਦਾ ਹਿੱਸਾ ਹੈ।
19. ਬੈਂਕ ਮਿਲਾਣ ਸਟੇਟਮੈਂਟ ਬੈਂਕ ਦੁਆਰਾ ਬਣਾਈ ਜਾਂਦੀ ਹੈ।
20. ਬੈਂਕ ਮਿਲਾਣ ਸਟੇਟਮੈਂਟ ਲੈੈਜਰ ਅਕਾਊਂਟ ਨਹੀਂ ਹੈ।
21. ਇਕ ਬੈਂਕ ਮਿਲਾਣ ਸਟੇਟਮੈਂਟ ਨੂੰ ਇਸ ਲਈ ਤਿਆਰ ਕੀਤਾ ਜਾਂਦਾ ਹੈ ਕਿ ਉਹ ਕੈਸ਼ ਬੁੱਕ ਕਾਲਮ ਵਿੱਚ ਦਿਖਾਏ ਗਏ ਬਕਾਏ ਅਤੇ ਪਾਸ ਬੁੱਕ ਵਿੱਚ ਅੰਤਰ ਦੇ ਕਾਰਨ ਨੂੰ ਲੱਭੇ।
22. ਸਹਾਇਕ ਕਿਤਾਬ ਵਿੱਚ ਦਰਜ ਗਲਤੀਆਂ ਟਰਾਇਲ ਬੈਲੇਂਸ ਤੇ ਕੋਈ ਪ੍ਰਭਾਵ ਨਹੀਂ ਪਾਉਂਦੀਆਂ।
23. ਸਹਾਇਕ ਕਿਤਾਬਾਂ ਵਿੱਚਲਾ ਜੋੜ ਟਰਾਇਲ ਬੈਲੇਂਸ ਤੇ ਪ੍ਰਭਾਵ ਨਹੀਂ ਪਾਉਂਦਾ।
24. ਸਥਿਰ ਸੰਪੱਤੀ ਦੀ ਖ਼੍ਰੀਦ ਅਤੇ ਵੇਚ ਖਾਸ ਜਰਨਲ ਵਿੱਚ ਦਰਜ ਕੀਤੀਆਂ ਜਾਂਦੀਆਂ ਹਨ।
25. ਮਲਕੀਅਤ ਦੇ ਰੂਪ ਵਿੱਚ ਲਿਆਉਂਦੀ ਪੂੰਜੀ ਖਾਸ ਜਰਨਲ ਵਿੱਚ ਦਰਜ ਕੀਤੀ ਜਾਂਦੀ ਹੈ।

(ਅ) ਖਾਲੀ ਥਾਵਾਂ ਭਰੋ

1. ਮਸ਼ੀਨਰੀ ਦੀ ਉਧਾਰ ਖ਼੍ਰੀਦਦਾਰੀ _________ ਵਿੱਚ ਰਿਕਾਰਡ ਹੋਣੀ ਹੁੰਦੀ ਹੈ।
2. ਨਕਦ ਖ਼੍ਰੀਦਿਆ ਫਰਨੀਚਰ ਅਤੇ ਚੀਜ਼ਾਂ _________ ਵਿੱਚ ਰਿਕਾਰਡ ਹੋਣੇ ਹੁੰਦੇ ਹਨ।
3. ਕ੍ਰੈਡਿਟ ਨੋਟ _________ ਬੁੱਕ ਦਰਜ ਕਰਨ ਦਾ ਅਧਾਰ ਹੈ।
4. ਡੈਬਿਟ ਨੋਟ _________ ਬੁੱਕ ਰਿਕਾਰਡਿੰਗ ਕਰਨ ਦਾ ਅਧਾਰ ਹੈ।
5. __________ ਖ਼੍ਰੀਦ ਬੁੱਕ ਦਰਜ ਕਰਨ ਦਾ ਅਧਾਰ ਹੈ।
6. ਬਾਹਰਲੀ ਚਲਾਨ __________ ਬੁੱਕ ਰਿਕਾਰਡਿੰਗ ਦਾ ਅਧਾਰ ਹੈ।
7. ਕੈਸ਼ ਬੁੱਕ ਇਕ ___________ ਬੁੱਕ ਹੈ।
8. ਕੇਵਲ ___________ ਲੈਣ ਦੇਣ ਹੀ ਕੈਸ਼ ਬੁੱਕ ਵਿੱਚ ਰਿਕਾਰਡ ਕੀਤਾ ਜਾਂਦਾ ਹੈ।
9. ਕੈਸ਼ ਬੁੱਕ ਕੈਸ਼ ਅਕਾਊਂਟ ਲਈ ___________ ਵੀ ਹੈ ਅਤੇ ਇਕ __________ ਵੀ ਹੈ।
10. ਕਟੌਤੀ ਦੀ ਪ੍ਰਾਪਤੀ ਕੈਸ਼ ਬੁੱਕ ਵਿੱਚ ___________ ਕੀਤੀ ਜਾਂਦੀ ਹੈ।
11. ਜਦੋਂ ਕੈਸ਼ ਬੈਂਕ ਵਿੱਚ ਜਮ੍ਹਾਂ ਹੁੰਦੀ ਹੈ ਅਤੇ ਬੈਂਕ ਵਿੱਚੋਂ ਕਢਾਈ ਜਾਂਦੀ ਹੈ, ਕੈਸ਼ ਬੁੱਕ ਵਿੱਚ ਇਸ ਦੇ ਇੰਦਰਾਜ ਨੂੰ _________ ਨਾਂ ਨਾਲ ਜਾਣਿਆ ਜਾਂਦਾ ਹੈ।
12. ਛੋਟੇ ਖਰਚਿਆ ਨੂੰ ਦਰਜ ਕਰਨ ਲਈ ਤਿਆਰ ਕੀਤੀ ਕੈਸ਼ ਬੁੱਕ ਨੂੰ __________ ਨਾਂ ਨਾਲ ਜਾਣਿਆ ਜਾਂਦਾ ਹੈ।
13. ਬਿਨ੍ਹਾਂ ਕੈਸ਼ ਕਾਲਮ ਦੇ ਕੈਸ਼ ਬੁੱਕ ਨੂੰ ________ ਕਿਹਾ ਜਾਂਦਾ ਹੈ।
14. ਵਪਾਰ ਲਈ ਓਵਰਡਰਾਫਟ ਦਾ ਅਰਧ ___________ ਬੁੱਕ ਦੇ ਅਨੁਸਾਰ ਕ੍ਰੈਡਿਟ ਬੈਲੇਂਸ ਹੈ।
15. ਬੈਂਕ ਸਟੇਟਮੈਂਟ _______ ਦੇ ਦੁਆਰਾ __________ ਨੂੰ ਭੇਜੀ ਜਾਂਦੀ ਹੈ।
16. ਚੈਂਕ ਜਮ੍ਹਾਂ ਹੋਏ ਪ੍ਰੰਤੂ ਕਲੀਅਰ ਨਹੀਂ ਹੋਏ ਨੂੰ _________ ਬੈਲੇਂਸ ਵਿੱਚ ਜਮ੍ਹਾਂ ਹੋਵੇਗਾ, ਦੇ ਨਾਲ ________

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

ਬੈਲਸ ਦਾ ਮਿਲਾਨ ਹੋਵੇਗਾ।

17. ਮਿਲਾਣ ਦੇ ਉਦੇਸ਼ ਨਾਲ ਕੇਵਲ ਕੈਸ਼ ਬੁੱਕ ਦੇ __________ ਕਾਲਮ ਨੂੰ ਵਿਚਾਰਿਆ ਜਾਦਾ ਹੈ।
18. ਪਾਸ ਬੁੱਕ ਵਿੱਚ ___________ ਬਕਾਏ ਨੂੰ ਹੀ ਬੈਂਕ ਓਵਰਡਰਾਫ਼ਟ ਦਿਖਾਇਆ ਜਾਂਦਾ ਹੈ।
19. ਟਰਾਇਲ ਬੈਲੇਂਸ ਬੁੱਕ ਕੀਪਿੰਗ ਦੇ ___________ ਦਾ ਪਹਿਲਾ ਸਬੂਤ ਹੈ।
20. ਸਾਰਿਆਂ ਖਾਤਿਆਂ ਦੇ ਡੈਬਿਟ ਅਤੇ ਕ੍ਰੈਡਿਟ ਪਾਸਿਆਂ ਦੇ ਜੋੜ ਨੂੰ _________ ਟਰਾਇਲ ਬੈਲੇਂਸ ਵਿੱਚ ਲਿਜਾਇਆ ਜਾਂਦਾ ਹੈ।

(ੲ) ਬਹੁ ਵਿਕਲਪੀ ਪ੍ਰਸ਼ਨ

1. ਖ਼੍ਰੀਦ ਕਿਤਾਬ ਨੂੰ __________ ਦਰਜ ਕਰਨ ਲਈ ਤਿਆਰ ਕੀਤਾ ਜਾਂਦਾ ਹੈ।
   (ੳ) ਵਸਤੂਆਂ ਦੀ ਖ਼੍ਰੀਦ
   (ਅ) ਸਾਰੀ ਕੈਸ਼ ਖ਼੍ਰੀਦਦਾਰੀ
   (ੲ) ਸਾਰੀਆਂ ਕ੍ਰੈਡਿਟ ਤੇ ਖ਼੍ਰੀਦਆਂ ਵਸਤੂਆਂ
   (ਸ) ਉਪਰੋਕਤ ਸਾਰੇ।
2. ਖ਼੍ਰੀਦ ਬੁੱਕ ਦੇ ਆਵਰਤੀ ਜੋੜ ਨੂੰ ਦਰਜ ਕੀਤਾ ਜਾਦਾ ਹੈ।
   (ੳ) ਵਿਕਰੀ ਅਕਾਊਟ ਦੇ ਡੈਬਿਟ ਵਿੱਚ
   (ਅ) ਖ਼੍ਰੀਦ A/C ਦੇ ਡੈਬਿਟ ਵਿੱਚ
   (ੲ) ਖ਼੍ਰੀਦ ਅਕਾਊਟ ਦੇ ਕ੍ਰੈਡਿਟ ਵਿੱਚ
   (ਸ) ਉਪਰੋਕਤ ਵਿੱਚੋਂ ਕੋਈ ਨਹੀਂ।
3. ਵਿਕਰੀ ਬੁੱਕ ਦੇ ਆਵਰਤੀ ਜੋੜ ਨੂੰ ਦਰਜ ਕੀਤਾ ਜਾਂਦਾ ਹੈ।
   (ੳ) ਵਿਕਰੀ ਅਕਾਊਟ ਦੇ ਡੈਬਿਟ ਵਿੱਚ
   (ਅ) ਵਿਕਰੀ ਅਕਾਊਟ ਦੇ ਕ੍ਰੈਡਿਟ ਵਿੱਚ
   (ੲ) ਉਪਰੋਕਤ ਸਾਰੇ।
4. ਰਿਟਰਨ ਇਨਵਾਰਡ ਬੱਕ ਦੇ ਆਵਰਤੀ ਜੋੜ ਨੂੰ ਦਰਜ ਕੀਤਾ ਜਾਂਦਾ ਹੈ।
   (ੳ) ਰਿਟਰਨ ਇਨਵਾਰਡ ਬੁੱਕ ਅਕਾਊਂਟ ਦੇ ਕ੍ਰੈਡਿਟ ਵਿੱਚ।
   (ਅ) ਰਿਟਰਨ ਇਨਵਾਰਡ ਬੁੱਕ ਅਕਾਊਂਟ ਦੇ ਡੈਬਿਟ ਵਿੱਚ।
   (ੲ) ਰਿਟਰਨ ਆਊਟ ਵਰਡ ਰਿਟਰਨ ਬੁੱਕ ਅਕਾਊਂਟ ਦੇ ਕ੍ਰੈਡਿਟ ਵਿੱਚ
   (ਸ) ਰਿਟਰਨ ਆਊਂਟ ਵਰਡ ਬੁੱਕ ਅਕਾਊਂਟ ਦੇ ਡੈਬਿਟ ਵਿੱਚ
5. ਰਿਟਰਨ ਆਓਟਵਾਰਡ ਬੁੱਕ ਦੇ ਆਵਰਤੀ ਜੋੜ ਨੂੰ _____ ਵਿੱਚ ਦਰਜ ਕੀਤਾ ਜਾਂਦਾ ਹੈ।
   (ੳ) ਰਿਟਰਨ ਇਨਵਾਰਡ ਬੁੱਕ ਅਕਾਊਂਟ ਦੇ ਕ੍ਰੈਡਿਟ ਵਿੱਚ
   (ਅ) ਰਿਟਰਨ ਇਨਵਾਰਡ ਬੁੱਕ ਅਕਾਊਂਟ ਦੇ ਡੈਬਿਟ ਵਿੱਚ
   (ੲ) ਰਿਟਰਨ ਆਊਂਟਵਰਡ ਬੁੱਕ ਅਕਾਊਂਟ ਦੇ ਕ੍ਰੈਡਿਟ ਵਿੱਚ
   (ਸ) ਰਿਟਰਨ ਆਊਂਟਵਾਰਡ ਬੁੱਕ ਅਕਾਊਂਟ ਦੇ ਡੈਬਿਟ ਵਿੱਚ
6. ਕੈਸ਼ ਬੁੱਕ ਵਿੱਚ ਬੈਂਕ ਕਾਲਮ ਦੇ ਡੈਬਿਟ ਸਾਈਡ ਦਾ ਬਕਾਇਆ ਸੰਕੇਤ ਦਿੰਦਾ ਹੈ।
   (ੳ) ਬੈਂਕ ਵਿੱਚੋਂ ਕਢਵਾਈ ਗਈ ਕੁਲ ਰਕਮ
   (ਅ) ਬੈਂਕ ਵਿੱਚੋਂ ਜਮ੍ਹਾਂ ਕੀਤੀ ਕੁਲ ਰਕਮ
   (ੲ) ਬੈਂਕ ਵਿੱਚ ਕੈਸ਼

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

(ਸ) ਉਪਰੋਕਤ ਸਾਰੇ

7. ਕੈਸ਼ ਕਾਲਮ ਦਾ ਬਕਾਇਆ ਹਮੇਸ਼ਾ ਦਰਸਾਉਂਦਾ ਹੈ।
  (ੳ) ਡੈਬਿਟ ਬਕਾਇਆ
  (ਅ) ਕ੍ਰੈਡਿਟ ਬਕਾਇਆ
  (ੲ) ਕੈਸ਼ ਬਕਾਇਆ
  (ਸ) ਉਪਰੋਕਤ ਸਾਰੇ

8. ਛੋਟੀ ਕੈਸ਼ ਬੁੱਕ ਬਕਾਇਆ ਹੁੰਦਾ ਹੈ।
  (ੳ) ਜਿੰਮੇਵਾਰੀ
  (ਅ) ਇਕ ਖਰਚਾ
  (ੲ) ਸੰਪੱਤੀ
  (ਸ) ਉਪਰੋਕਤ ਸਾਰੇ

9. ਬੁੱਕ ਕੀਪਿੰਗ ਵਿੱਚ ਕੈਸ਼ ਬੁੱਕ ਵਿੱਚ ਦਰਜ ਹੁੰਦਾ ਹੈ।
  (ੳ) ਵਸਤਾਂ ਦੀ ਕੈਸ਼ ਅਤੇ ਕ੍ਰੈਡਿਟ ਤੇ ਹੋਈ ਵਿਕਰੀ।
  (ਅ) ਸਾਰੀਆਂ ਪ੍ਰਾਪਤੀਆਂ ਅਤੇ ਕੈਸ਼ ਭੁਗਤਾਨ
  (ੲ) ਵਸਤੂਆਂ ਦੀਆਂ ਸਾਰੀਆਂ ਉਧਾਰ ਅਤੇ ਨਕਦ ਖ਼੍ਰੀਦਦਾਰੀਆਂ
  (ਸ) ਉਪਰੋਕਤ ਸਾਰੇ।

10. ਕੈਸ਼ ਕਟੌਤੀ ਪ੍ਰਦਾਨ ਕੀਤੀ ਜਾਂਦੀ ਹੈ।
  (ੳ) ਵਿਕਰੀ ਤੇ
  (ਅ) ਜਲਦੀ ਭੁਗਤਾਨ ਤੇ
  (ੲ) ਖ਼੍ਰੀਦਦਾਰੀਆਂ
  (ਸ) ਉਪਰੋਕਤ ਵਿੱਚੋਂ ਕੋਈ ਨਹੀਂ

11. ਬੈਂਕ ਪਾਸ ਬੁੱਕ ਕਾਪੀ ਹੈ।
  (ੳ) ਗਾਹਕ ਦੇ ਬੈਂਕ ਵਿੱਚ ਖਾਤੇ ਦੀ
  (ਅ) ਬੈਂਕ ਕਾਲਮ ਨਾਲ ਸੰਬੰਧਿਤ ਕੈਸ਼ ਬੁੱਕ ਦੀ
  (ੲ) ਕੈਸ਼ ਕਾਲਮ ਨਾਲ ਸੰਬੰਧਿਤ ਕੈਸ਼ ਬੁੱਕ ਦੀ
  (ਸ) ਉਪਰੋਕਤ ਸਾਰੇ।

12. ਬੈਂਕ ਮਿਲਾਣ ਸਟੇਟਮੈਂਟ ਹੈ।
  (ੳ) ਕੈਸ਼ ਬੁੱਕ ਦਾ ਹਿੱਸਾ
  (ਅ) ਬੈਂਕ ਬੁੱਕ ਦਾ ਹਿੱਸਾ
  (ੲ) ਉਪਰੋਕਤ ਵਿੱਚੋਂ ਕੋਈ ਨਹੀਂ
  (ਸ) ਉਪਰੋਕਤ (ੳ) ਅਤੇ (ਅ)

13. ਬੈਂਕ ਮਿਲਾਣ ਸਟੇਟਮੈਂਟ ________ ਦੀ ਮਦਦ ਨਾਲ ਤਿਆਰ ਕੀਤੀ ਜਾਂਦੀ ਹੈ।
  (ੳ) ਬੈਂਕ ਪਾਸ ਬੁੱਕ ਅਤੇ ਕੈਸ਼ ਬੁੱਕ ਦੇ ਬੈਂਕ ਕਾਲਮ ਦੀ
  (ਅ) ਬੈਂਕ ਪਾਸ ਬੁੱਕ ਅਤੇ ਕੈਸ਼ ਬੁੱਕ ਦੇ ਕੈਸ਼ ਕਾਲਮ ਦੀ
  (ੲ) ਬੈਂਕ ਪਾਸ ਬੁੱਕ ਅਤੇ ਪਾਸ ਬੁੱਕ ਦੇ ਬੈਂਕ ਕਾਲਮ ਦੀ

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

(ਸ) ਉਪਰੋਕਤ ਸਾਰੇ

A D . ਟਰਾਇਲ ਬੈਲੇਂਸ ਨੂੰ ਕਿਸ ਦਾ ਪਤਾ ਲਗਾਉਣ ਲਈ ਤਿਆਰ ਕੀਤਾ ਜਾਂਦਾ ਹੈ।

(ੳ) ਇੰਦਰਾਜ ਹੋਣ ਤੋਂ ਰਹਿਣ ਕਰਕੇ ਹੋਈ ਗਲਤੀ

(ਅ) ਨਿਯਮਾਂ ਦੀਆਂ ਗਲਤੀਆਂ

(ੲ) ਕਮਿਸ਼ਨ ਦੀਆਂ ਗਲਤੀਆਂ

(ਸ) ਉਪਰੋਕਤ ਸਾਰੇ

15. ਟਰਾਇਲ ਬੈਲੇਂਸ ਹੈ

(ੳ) ਅਸਲੀ ਖਾਤਾ

(ਅ) ਬਕਾਇਆਂ ਦੀ ਲਿਸਟ

(ੲ) ਮਾਮੂਲੀ ਖਾਤਾ

(ਸ) ਵਿਅਕਤੀਗਤ ਖਾਤਾ

(ਸ) ਛੋਟੇ ਪ੍ਰਸ਼ਨ ਉੱਤਰ

1. ਖ੍ਰੀਦ ਬੁੱਕ ਕੀ ਹੈ ?
2. ਬੈਂਕ ਮਿਲਾਣ ਸਟੇਟਮੈਂਟ ਦੀ ਕੀ ਲੋੜ ਹੈ।
3. ਸੰਖੇਪ ਵਿੱਚ ਦੱਸੋ ਕਿ ਕੈਸ਼ ਬੁੱਕ ਦੋਵੇ ਜਰਨਲ ਅਤੇ ਲੈਜਰ ਕਿਵੇਂ ਹੈ।
4. ਕੋਟਰਾਂ ਇੰਦਰਾਜ ਦਾ ਕੀ ਉਦੇਸ਼ ਹੈ।
5. ਖਾਸ ਉਦੇਸ਼ ਕਿਤਾਬਾਂ ਕੀ ਹਨ ?
6. ਛੋਟੀ ਕੈਸ਼ ਬੁੱਕ ਕੀ ਹੈ ਅਤੇ ਕਿਵੇਂ ਤਿਆਰ ਕੀਤੀ ਜਾਂਦੀ ਹੈ।
7. ਜਰਨਲ ਇੰਦਰਾਜ ਦੇ ਉਤਾਰੇ ਦਾ ਅਰਥ ਸੰਖੇਪ ਵਿੱਚ ਦੱਸੋ।
8. ਸਹਾਇਕ ਜਰਨਲ ਤਿਆਰ ਕਰਨ ਦੇ ਉਦੇਸ਼ ਦੀ ਪ੍ਰੀਭਾਸ਼ਾ ਦਿਓ।
9. ਰਿਟਰਨ ਇਨਵਾਰਡਸ ਅਤੇ ਰਿਟਰਨ ਆਊਂਟਵਾਰਡਸ ਵਿੱਚ ਅੰਤਰ ਲਿਖੋ।
10. ਲੈਜਰ ਫੋਲੀਓ (ਵਹੀਖਾਤੇ ਦਾ ਪੰਨਾ) ਤੋਂ ਤੁਸੀਂ ਕੀ ਸਮਝਦੇ ਹੋ।
11. ਟ੍ਰੇਡ ਕਟੌਤੀ ਅਤੇ ਕੈਸ਼ ਕਟੌਤੀ ਵਿੱਚ ਕੀ ਅੰਤਰ ਹੈ।
12. ਰੋਜ਼ਨਾਮਚੇ ਤੋਂ ਵਹੀ ਖਾਤਾ ਤਿਆਰ ਕਰਨ ਦੀ ਪ੍ਰਕ੍ਰਿਆ ਲਿਖੋ।
13. ਛੋਟੀ ਕੈਸ਼ ਬੁੱਕ ਵਿੱਚ ਪੇਸ਼ਗੀ ਰਕਮ ਤੋਂ ਕੀ ਭਾਵ ਹੈ।
14. ਬੈਂਕ ਮਿਲਾਣ ਸਟੇਟਮੈਂਟ ਤਿਆਰ ਕਰਨ ਦੀ ਲੋੜ ਬਾਰੇ ਬਿਆਨ ਕਰੋ।
15. ਬੈਂਕ ਓਵਰ ਡਰਾਫਟ ਕੀ ਹੈ।
16. ਉਦਾਹਰਣ ਸਹਿਤ ਸੰਖੇਪ ਵਿੱਚ ਵਰਣਨ ਕਰੋ, õਬੈਂਕ ਦੁਆਰਾ ਗਲਤੀ ਨਾਲ ਡੈਬਿਟ ਹੋਣਾô।
17. ਸਮੇਂ ਦੇ ਪਛੱੜਣ ਦੇ ਕਾਰਣ ਪੈਦਾ ਹੋਏ ਅੰਤਰ ਦੇ ਕਾਰਨ ਦੱਸੋ।
18. ਕੈਸ਼ ਬੈਂਕ ਅਨੁਸਾਰ ਪੱਖ ਵਿੱਚ ਬਕਾਇਆਂ ਦਾ ਸੰਖੇਪ ਵਿੱਚ ਵਰਣਨ ਕਰੋ।
19. ਕੈਸ਼ ਬੁੱਕ ਵਿੱਚ ਸਹੀ ਬੈਲੇਂਸ ਨੂੰ ਸੁਨਿਸ਼ਚਿਤ ਕਰਨ ਲਈ ਕਦਮਾਂ ਦਾ ਵਰਣਨ ਕਰੋ।
20. ਟਰਾਇਲ ਬੈਲੇਂਸ ਦੇ ਅੰਗਾਂ ਦਾ ਵਰਣਨ ਕਰੋ।

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

(ਹ) ਅਭਿਆਸ

1. ਹੇਠ ਦਿੱਤੇ ਲੈਣ ਦੇਣ ਨੂੰ ਮਿਸਜ ਮਾਮਥਾ ਟਰੇਡਰਜ਼ 2013 ਦੇ ਖ੍ਰੀਦ ਵਹੀ ਖਾਤੇ ਵਿੱਚ ਦਰਜ ਕਰੋ।

01. ਮਲਕ ਟਰੇਡਰਜ ਤੋਂ ਚਲਾਨ ਨੰ 20041 ਦੇ ਅਨੁਸਾਰ 40 ਰਜਿਸਟਰ @ 60 ਪ੍ਰਤੀ ਰਜਿਸਟਰ ਦੇ ਹਿਸਾਬ 80 ਜੈਲ ਪੈਨ @ 15 ਰੁਪਏ ਦੇ ਹਿਸਾਬ ਨਾਲ, 50 ਕਾਪੀਆਂ @ 20 ਰੁਪਏ ਦੇ ਹਿਸਾਬ ਨਾਲ ਖ੍ਰੀਦੀਆ। ਟ੍ਰੇਡ ਕਟੌਤੀ 10 % ਹੈ।

15 ਕਰੁਨਾ ਟਰੈਡਰਜ ਤੋਂ ਚਲਾਨ ਨੰ 1132 ਦੇ ਅਨੁਸਾਰ 40 ਇੰਚ ਪੈਡ @ 8/- ਰੁਪਏ ਦੇ ਹਿਸਾਬ ਨਾਲ 50 ਫਾਈਲਾਂ @ 10/- ਰੁਪਏ ਦੇ ਹਿਸਾਬ ਨਾਲ 20 ਕਲਰਜ਼ ਬੁਕਸ @ 20 ਦੇ ਹਿਸਾਬ ਨਾਲ ਖ੍ਰੀਦੀਆ। ਟ੍ਰੇਡ ਕਟੌਤੀ 5% ਹੈ।

23 ਅਰਜਨ ਫਰਨੀਚਰ ਤੋਂ ਚਲਾਨ ਨੰ 3201 ਦੇ ਅਨੁਸਾਰ 2 ਕੁਰਸੀਆਂ @ 600/- 1 ਟੇਬਲ @ 1000/- ਦੇ ਹਿਸਾਬ ਨਾਲ ਖ੍ਰੀਦਿਆ

25 ਇਦੋਰ ਟਰੇਡਰਜ ਤੋਂ ਚਲਾਨ ਨੰ 1111 ਦੇ ਅਨੁਸਾਰ 10 ਪੇਪਰ ਰਿਮ @ 100/- 400 ਡਰਾਇੰਗ ਸ਼ੀਟਾਂ @ 3/- 20 ਪੈਕਟ ਵਾਟਰ ਕੂਲਰ @ 40/- ਦੇ ਹਿਸਾਬ ਨਾਲ ਖ੍ਰੀਦੀਆ

(ਉੱਤਰ ਖ੍ਰੀਦ ਬੁੱਕ ਦਾ ਕੁਲ ਜੋੜ 8299)

2. ਹੇਠ ਦਿੱਤੇ ਲੈਣ ਦੇਣ ਨੂੰ ਮਿਸਜ ਗੋਇਲ ਇਲੈਕਟ੍ਰੋਨਿਕਸ ਦੇ ਵਹੀਖਾਤੇ ਵਿੱਚ ਦਰਜ ਕਰੋ।

ਸਤੰਬਰ 2012

01 ਰਾਮਾ ਟ੍ਰੇਡਰਜ ਨੂੰ ਬਿਲ ਨੰ 4321 ਦੇ ਅਨੁਸਾਰ ਵਿਕਰੀ ਕੀਤਾ 20 ਪੋਕਟ ਰੇਡੀਓ @ 70/-, 2 ਟੀ.ਵੀ ਸੈਟ @ 800/-

ਸਤੰਬਰ 10 ਅਨਿਲ ਇਲੈਕਟ੍ਰੋਨਿਕਸ ਨੂੰ ਬਿਲ ਨੰ 4351 ਦੇ ਅਨੁਸਾਰ 5 ਟੀ.ਵੀ ਸੈਟ @ 3000/- 2 ਟੀ.ਵੀ ਸੈਟ ਦਾ ਵਾਲਕਮੈਨ @ 300/-

28 ਵੇਚਿਆ ਗਿਆ ਮੁੰਨੀ ਟਰੇਡਰਜ ਬਿਲ ਨੰ 4430 ਦੇ ਅਨੁਸਾਰ 10 ਮਿਕਸਰ ਗਰਾਇੰਡਰ @ 800/-

(ਉਤਰ- ਸੇਲ ਬੁੱਕ ਦਾ ਜੋੜ 43100/-)

3. ਹੇਠ ਦਿੱਤੇ ਲੈਣ ਦੇਣ ਤੋਂ ਜਨਵਰੀ 2013 ਲਈ ਜਨਵਰੀ ਖ੍ਰੀਦ ਵਾਪਸੀ ਵਹੀਖਾਤਾ ਤਿਆਰ ਕਰੋ।

05 ਸੁਮਿੱਤਰਾ ਟ੍ਰੇਡਰਜ਼ ਨੂੰ 1200 ਰੁਪਏ ਦੀ ਵਸਤਾਂ ਵਾਪਸ ਭੇਜੀਆਂ

10 ਸੁਮਿੱਤਰਾਂ ਟਰੇਡਰਜ਼ ਨੂੰ 2500 ਰੁਪਏ ਦੀ ਵਸਤਾਂ ਵਾਪਸ ਭੇਜੀਆਂ

17 ਕੋਸ਼ਲਿਆ ਟਰੇਡਰਜ਼ ਨੂੰ ਵਸਤਾਂ ਵਾਪਸ ਭੇਜੀਆਂ। ਲਿਸਟ ਕੀਮਤ 2000 ਅਤੇ 10% ਟ੍ਰੇਡ ਕਟੌਤੀ ਹੈ।

28 ਮਿਸਰਜ ਕਨੱਈਆਂ ਟਰੇਡਰਜ਼ ਨੂੰ ਰਿਟਰਨ ਆਨਵਾਰਡ 550/-

(ਉੱਤਰ ਖ੍ਰੀਦ ਵਾਪਸੀ ਕਿਤਾਬ ਦਾ ਜੋੜ 6050 ਰੁਪਏ)

4. ਹੇਠਾਂ ਦਿੱਤੇ ਲੈਣ ਦੇਣ ਤੋਂ ਮਿਸਜ ਸੁਭੱਦਰਾਂ ਇਲੈਕਟ੍ਰੋਨਿਕਸ ਦਾ ਨਵੰਬਰ 2013 ਦਾ ਰਿਟਰਨ ਇਨਵਾਰਡ ਜਰਨਲ (ਬੁੱਕ) ਤਿਆਰ ਕਰੋ।

04 ਲੰਕਾ ਟਰੇਡਰਜ ਨੇ 1500 ਰੁਪਏ ਦੀਆਂ ਵਸਤਾਂ ਵਾਪਿਸ ਭੇਜੀਆਂ।

10 ਮੈਸਰਜ ਪਾਲੀ ਟਰੇਡਰਜ ਨੇ 800 ਦੀਆਂ ਵਸਤਾਂ ਭੇਜੀਆਂ

18 ਮੈਸਰਜ ਮਲਿਕ ਟਰੇਡਰਜ ਨੇ 1200

28 ਸ਼ਸ਼ੀ ਟਰੇਡਰਜ ਨੇ 1000 ਰੁਪਏ ਦੀਆਂ ਵਸਤਾਂ ਭੇਜੀਆਂ

(ਉੱਤਰ ਕੁਲ ਵਿਕਰੀ ਵਾਪਸੀ 4500)

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

5. ਸਹਾਇਕ ਕਿਤਾਬਾ ਤਿਆਰ ਕਰੋ ਅਤੇ ਉਨ੍ਹਾਂ ਦਾ ਉਤਾਰਾ ਵਹੀਖਾਤੇ ਵਿੱਚ ਕਰੋ। ਫਰਵਰੀ 2012

ਫਰਵਰੀ 2012 01 ਕਲਪਨਾ ਨੂੰ 5000 ਰੁਪਏ ਦੀਆਂ ਵਸਤਾਂ ਵੇਚੀਆਂ
ਫਰਵਰੀ 2012 04 ਮਮਤਾ ਟਰੇਡਰਜ਼ ਤੋਂ 2480 ਰੁ. ਦੀਆਂ ਵਸਤਾਂ ਖ਼੍ਰੀਦੀਆ
ਫਰਵਰੀ 2012 06 ਮਨੀਸ਼ ਟਰੇਡਰਜ਼ 2100 ਰੁਪਏ ਦੀਆਂ ਵਸਤਾਂ ਵੇਚੀਆਂ
ਫਰਵਰੀ 2012 07 ਕਲਪਨਾ ਨੇ 600 ਰੁਪਏ ਵਸਤਾਂ ਵਾਪਸ ਕੀਤੀਆਂ
ਫਰਵਰੀ 2012 08 ਮਮਤਾ ਟਰੇਡਰਜ਼ ਨੂੰ 280 ਰੁਪਏ ਵਸਤਾਂ ਵਾਪਸ ਕੀਤੀਆਂ
ਫਰਵਰੀ 2012 10 ਰਵੀ ਨੂੰ 3300 ਰੁਪਏ ਵਸਤਾਂ ਵੇਚੀਆਂ
ਫਰਵਰੀ 2012 14 ਕਾਇਆ ਟਰੇਡਰਜ਼ ਤੋਂ 5200 ਰੁਪਏ ਵਸਤਾਂ ਖਰੀਦਿਆ
ਫਰਵਰੀ 2012 15 ਨਗੇਸ ਤੋਂ 3200 ਰੁਪਏ ਫਰਨੀਚਰ ਖਰੀਦਿਆ
ਫਰਵਰੀ 2012 17 ਪਰਮੇਸ਼ ਤੋਂ 4060 ਰੁ. ਦੀ ਖਰੀਦ ਕੀਤੀ
ਫਰਵਰੀ 2012 20 ਕਵੀਆ ਟਰੇਡਰਜ਼ ਨੂੰ 200 ਰੁਪਏ ਵਾਪਸ ਕੀਤਾ
ਫਰਵਰੀ 2012 22 ਰਵੀ ਤੋਂ 250 ਅੰਦਰੂਨੀ ਵਾਪਸੀ ਕੀਤੀ
ਫਰਵਰੀ 2012 24 ਪੱਟੀ ਤੋਂ ਲਿਸਟ ਕੀਮਤ ਮੁਤਾਬਿਕ 5700 ਰੁਪਏ ਦੀਆਂ ਵਸਤਾਂ ਖਰੀਦਿਆ 10% ਟਰੇਡ ਕਟੌਤੀ ਦਿੱਤੀ।
ਫਰਵਰੀ 2012 25 6600 ਰੁਪਏ ਦੀ ਰਾਮਾ ਨੂੰ ਵਸਤਾਂ ਵੇਚੀਆ ਅਤੇ 5% ਟ੍ਰੇਡ ਕਟੌਤੀ ਘਟਾਈ
ਫਰਵਰੀ 2012 26 ਗੋਕੂਲ ਨੂੰ 4000 ਰੁਪਏ ਵਸਤਾਂ ਵੇਚੀਆਂ
ਫਰਵਰੀ 2012 27 ਪੱਟੀ ਨੂੰ 10 ਪ੍ਰਤੀਸ਼ਤ ਘੱਟ ਮੁਨਾਫੇ ਨਾਲ 10,00 ਰੁਪਏ ਦੀ ਬਾਹਰੀ ਵਾਪਿਸੀ ਦਿੱਤੀ।
ਫਰਵਰੀ 2012 28 ਗੋਕੂਲ ਨੇ 500 ਰੁਪਏ ਵਸਤਾਂ ਵਾਪਸ ਭੇਜੀਆਂ

(ਉੱਤਰ- ਵਿਕਰੀ ਬੁੱਕ ਵਿੱਚ ਕੁੱਲ 20670 ਰੁਪਏ, ਖਰੀਦ ਬੁੱਕ ਵਿੱਚ 16870 ਰੁਪਏ ਖਰੀਦ ਵਾਪਸੀ ਕਿਤਾਬ ਵਿੱਚ 1380 ਰੁਪਏ, ਵਿਕਰੀ ਵਾਪਸੀ ਬੁੱਕ ਵਿੱਚ 1350 ਰੁਪਏ)

6. ਮੈਸਰਜ ਪ੍ਰਭੂ ਟਰੇਡਰਜ ਦੇ ਅ੍ਰਪੈਲ 01 2012 ਦੇ ਹੇਠ ਦਿੱਤੇ ਵਹੀਖਾਤੇ ਦੇ ਬਕਾਏ ਹਨ। ਹੱਥ ਵਿੱਚ ਨਕਦ 6000, ਬੈਂਕ ਵਿੱਚ ਨਕਦ 12,000 ਪ੍ਰਾਪਤੀ ਯੋਗ ਬਿਲ 7000, ਗੋਕੂਲ (ਉਧਾਰੀ) 3000/- , ਵਸਤੂਆ ਦਾ ਸਟਾਕ 5400/-, ਭੁਗਤਾਨਯੋਗ ਬਿਲ 2000, ਪ੍ਰਤਾਪ (ਡੈਬਿਟ) 9700 ਰੁਪਏ, ਪੱਲਵੀ ਵੱਧ (ਡੈਬਿਟ) 10,000, ਮਹੀਨੇ ਦਾ ਲੈਣ ਦੇਣ।

2012 ਅਪਰੈਲ

2012 ਅਪਰੈਲ 01 ਮਹੇਸ਼ ਨੂੰ 3000/- ਦੀਆਂ ਵਸਤਾਂ ਵੇਚੀਆਂ
2012 ਅਪਰੈਲ 02 ਗੋਕੂਲ ਤੋਂ 8000 ਰੁਪਏ ਵਸਤਾਂ ਖਰੀਦਿਆ
2012 ਅਪਰੈਲ 03 ਪੂਰਨ ਨਿਪਟਾਰੇ ਲਈ ਪ੍ਰਤਾਪ ਤੋਂ 92,00 ਰੁਪਏ ਨਕਦ ਪ੍ਰਾਪਤ ਕੀਤੇ
2012 ਅਪਰੈਲ 05 ਪਲਵੀ ਤੋਂ ਖਾਤੇ ਵਿੱਚ 4000 ਰੁਪਏ ਕੈਸ਼ ਪ੍ਰਾਪਤ ਕੀਤੇ
2012 ਅਪਰੈਲ 06 ਚੈਕ ਰਾਹੀਂ ਗੋਕੂਲ ਨੂੰ 6000 ਰੁਪਏ ਭੁਗਤਾਨ ਦਿੱਤਾ
2012 ਅਪਰੈਲ 08 ਚੈਕ ਰਾਹੀਂ 1200 ਰੁਪਏ ਕਿਰਾਇਆ ਦਿੱਤਾ
2012 ਅਪਰੈਲ 10 ਰਾਮਾ ਤੋਂ 3000 ਕੈਸ਼ ਪ੍ਰਾਪਤ ਕੀਤਾ
2012 ਅਪਰੈਲ 12 6000 ਰੁਪਏ ਦੀ ਕੈਸ਼ ਵਿਕਰੀ ਕੀਤੀ
2012 ਅਪਰੈਲ 14 ਗੋਕੂਲ ਨੂੰ 1000 ਰੁਪਏ ਦੀਆਂ ਵਸਤਾਂ ਵਾਪਸ ਕੀਤੀਆ

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

2012 ਅਪਰੈਲ 15 ਪੂਰੇ ਨਿਪਟਾਰੇ ਲਈ ਗੋਕੁਲ ਨੂੰ 3700 ਰੁਪਏ ਦਾ ਭੁਗਤਾਨ ਕੀਤਾ ਅਤੇ 300 ਕਟੌਤੀ ਪ੍ਰਾਪਤ ਕੀਤੀ

2012 ਅਪਰੈਲ 18 ਰਾਜੂ ਨੂੰ 10,000 ਦੀਆਂ ਵਸਤਾਂ ਵੇਚੀਆਂ

2012 ਅਪਰੈਲ 20 200 /- ਵਪਾਰਕ ਖਰਚੇ ਅਦਾ ਕੀਤੇ।

2012 ਅਪਰੈਲ 21 1000 ਰੁ. ਵਿਅਕਤੀਗਤ ਖਰਚੇ ਲਈ ਕਢਵਾਏ

2012 ਅਪਰੈਲ 22 ਰਾਜੂ ਤੋਂ 1200 ਰੁਪਏ ਦੀਆਂ ਵਸਤਾਂ ਵਾਪਸ ਲਈਆਂ

2012 ਅਪਰੈਲ 24 ਰਾਜੂ ਤੋਂ 6000 ਰੁਪਏ ਕੈਸ਼ ਪ੍ਰਾਪਤ ਕੀਤਾ

2012 ਅਪਰੈਲ 26 100 ਰੁਪਏ ਸਟੇਸ਼ਨਰੀ ਦਾ ਦਿੱਤਾ

2012 ਅਪਰੈਲ 27 60 ਰੁਪਏ ਡਾਕ ਦਾ ਖਰਚਾ

2012 ਅਪਰੈਲ 28 2500 ਰੁਪਏ ਵੇਤਨ ਦਾ ਭੁਗਤਾਨ ਕੀਤਾ

2012 ਅਪਰੈਲ 29 7000 ਰੁਪਏ ਦੀਆਂ ਸੁਰੇਸ਼ ਤੋਂ ਵਸਤਾਂ ਖ੍ਰੀਦੀਆ

2012 ਅਪਰੈਲ 30 ਕਲਿਆਨੀ ਨੂੰ 6000 ਰੁਪਏ ਦੀਆਂ ਵਸਤਾਂ ਵੇਚੀਆਂ, ਵੀਨਾ ਤੋਂ 5000 ਰੁਪਏ ਦੀਆਂ ਵਸਤਾਂ ਖ੍ਰੀਦੀਆ

ਉੱਪਰ ਦਿੱਤੇ ਲੈਣ ਦੇਣ ਦਾ ਵਹੀਖਾਤਾ ਬਣਾਓ ਅਤੇ ਇਸ ਦਾ ਉਤਾਰਾ ਲੈਜਰ ਵਿੱਚ ਕਰੋ।

7. ਦਸੰਬਰ 2013 ਲਈ ਹੇਠ ਦਿੱਤੇ ਲੈਣ ਦੇਣ ਨੂੰ ਸਧਾਰਣ ਕੈਸ਼ ਬੁੱਕ ਵਿੱਚ ਦਰਜ ਕਰੋ।

ਦਸੰਬਰ 2013 01 ਹੱਥ ਵਿੱਚ ਰਕਮ 12,000 ਰੁਪਏ

ਦਸੰਬਰ 2013 05 ਰਾਜੂ ਤੋਂ 4000 ਰੁਪਏ ਦਾ ਭੁਗਤਾਨ ਪ੍ਰਾਪਤ ਕੀਤਾ

ਦਸੰਬਰ 2013 07 2000 ਰੁਪਏ ਕਿਰਾਏ ਦਾ ਭੁਗਤਾਨ ਕੀਤਾ

ਦਸੰਬਰ 2013 10 ਰਵੀ ਤੋਂ 6000 ਰੁਪਏ ਦੀ ਕੈਸ਼ ਵਸਤਾਂ ਖ੍ਰੀਦੀਆ

ਦਸੰਬਰ 2013 15 9000 ਰੁਪਏ ਦੀਆਂ ਕੈਸ਼ ਵਸਤਾਂ ਵੇਚੀਆਂ

ਦਸੰਬਰ 2013 18 300 ਰੁਪਏ ਦੀ ਸਟੇਸ਼ਨਰੀ ਖ੍ਰੀਦੀ

ਦਸੰਬਰ 2013 22 ਔਨ ਅਕਾਉਂਟ ਬਾਲੂ ਨੂੰ 2000 ਰੁਪਏ ਕੈਸ਼ ਭੁਗਤਾਨ ਕੀਤਾ

ਦਸੰਬਰ 2013 28 1000 ਰੁਪਏ ਵੇਤਨ ਦਿੱਤਾ

ਦਸੰਬਰ 2013 30 500 ਰੁਪਏ ਕਿਰਾਇਆ ਦਿੱਤਾ

(ਉੱਤਰ ï ਹੱਥ ਵਿੱਚ 13,200 ਰੁਪਏ ਕੈਸ਼)

8. ਨਵੰਬਰ 2012 ਲਈ ਹੇਠਾਂ ਦਿੱਤੇ ਲੈਣ ਦੇਣ ਨੂੰ ਸਧਾਰਣ ਕੈਸ਼ ਬੁੱਕ ਵਿੱਚ ਦਰਜ ਕਰੋ।

ਨਵੰਬਰ 2012 01 ਹੱਥ ਵਿੱਚ ਰਕਮ 12500 ਰੁਪਏ

ਨਵੰਬਰ 2012 04 ਸੋਨੂੰ ਨੂੰ 600 ਰੁਪਏ ਕੈਸ਼ ਭੁਗਤਾਨ ਕੀਤਾ

ਨਵੰਬਰ 2012 07 800 ਰੁਪਏ ਦੀਆਂ ਕੈਸ਼ ਵਸਤਾਂ ਖ੍ਰੀਦੀਆ

ਨਵੰਬਰ 2012 12 ਬਾਨੂੰ ਤੋਂ 1960 ਰੁਪਏ ਕੈਸ਼ ਪ੍ਰਾਪਤ ਕੀਤੇ

ਨਵੰਬਰ 2012 16 800 ਰੁਪਏ ਕੈਸ਼ ਵਸਤਾਂ ਵੇਚੀਆ

ਨਵੰਬਰ 2012 20 590 ਰੁਪਏ ਸਤੀਸ਼ ਨੂੰ ਅਦਾ ਕੀਤੇ

ਨਵੰਬਰ 2012 25 100 ਰੁਪਏ ਕਿਰਾਇਆ ਦਿੱਤਾ

ਨਵੰਬਰ 2012 31 1000 ਰੁਪਏ ਵੇਤਨ ਦਿੱਤਾ

(ਉੱਤਰ ਹੱਥ ਵਿੱਚ ਕੈਸ਼ 12,170 ਰੁਪਏ)

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

9. ਦਸੰਬਰ 2013 ਲਈ ਹੇਠਾ ਦਿੱਤੇ ਲੈਣ ਦੇਣ ਨੂੰ ਸਧਾਰਣ ਕੈਸ਼ ਬੁੱਕ ਵਿੱਚ ਦਰਜ ਕਰੋ।

ਦਸੰਬਰ 2013 01 ਹੱਥ ਵਿੱਚ ਕੈਸ਼ 7,750 ਰੁਪਏ
ਦਸੰਬਰ 2013 06 ਪਲਵੀ ਨੂੰ 45 ਰੁਪਏ ਦਾ ਭੁਗਤਾਨ ਕੀਤਾ
ਦਸੰਬਰ 2013 08 600 ਰੁਪਏ ਦੀਆ ਵਸਤਾਂ ਖ਼੍ਰੀਦੀਆ
ਦਸੰਬਰ 2013 15 ਪੂਜਾ ਤੋਂ 960 ਰੁਪਏ ਕੈਸ਼ ਪ੍ਰਾਪਤ ਕੀਤੇ
ਦਸੰਬਰ 2013 20 500 ਰੁਪਏ ਦੀ ਕੈਸ਼ ਵਿਕਰੀ ਕੀਤੀ
ਦਸੰਬਰ 2013 25 ਰਵੀ ਨੂੰ 1200 ਰੁਪਏ ਦਾ ਭੁਗਤਾਨ ਕੀਤਾ
ਦਸੰਬਰ 2013 30 600 ਰੁਪਏ ਕਿਰਾਇਆ ਦਿੱਤਾ
(ਉੱਤਰ- ਹੱਥ ਵਿੱਚ ਕੈਸ਼ 6765 ਰੁਪਏ) ਬੈਂਕ ਕਾਲਮ ਕੈਸ਼ ਬੁੱਕ

10. ਦਸੰਬਰ 2012 ਲਈ ਕੈਸ਼ ਬੁੱਕ ਦੇ ਬੈਂਕ ਕਾਲਮ ਵਿੱਚ ਹੇਠ ਦਿੱਤੇ ਲੈਣ ਦੇਣ ਦਰਜ ਕਰੋ।

ਦਸੰਬਰ 2012 01 80000 ਰੁਪਏ ਨਾਲ ਵਪਾਰ ਸ਼ੁਰੂ ਕੀਤਾ
ਦਸੰਬਰ 2012 04 ਬੈਂਕ ਵਿੱਚ 50000 ਰੁਪਏ ਜਮ੍ਹਾਂ ਕਰਵਾਏ
ਦਸੰਬਰ 2012 10 ਕਾਵਿਆ ਤੋਂ 1000 ਰੁਪਏ ਕੈਸ਼ ਪ੍ਰਾਪਤ ਕੀਤਾ
ਦਸੰਬਰ 2012 15 8000 ਰੁਪਏ ਦੀਆਂ ਨਕਦ ਵਸਤੂਆਂ ਖਰੀਦੀਆਂ
ਦਸੰਬਰ 2012 22 10000 ਰੁਪਏ ਚੈਕ ਰਾਹੀਂ ਵਸਤੂਆਂ ਖਰੀਦੀਆਂ
ਦਸੰਬਰ 2012 25 ਪਾਲ ਨੂੰ 20000 ਰੁਪਏ ਕੈਸ਼ ਭੁਗਤਾਨ ਕੀਤਾ
ਦਸੰਬਰ 2012 30 ਦਫਤਰੀ ਵਰਤੋਂ ਲਈ 2000 ਰੁਪਏ ਕਢਵਾਏ
ਦਸੰਬਰ 2012 31 ਚੈਕ ਰਾਹੀਂ 1000 ਰੁਪਏ ਕਿਰਾਇਆ ਦਿੱਤਾ
(ਉਤਰ ï 5000 ਰੁਪਏ ਕੈਸ਼ ਹੱਥ ਵਿੱਚ, ਬੈਂਕ ਵਿੱਚ ਕੈਸ਼ 37000 ਰੁਪਏ)

11. ਹੇਠਾਂ ਦਿੱਤੀ ਸੂਚਨਾ ਨਾਲ ਦਸੰਬਰ 2013 ਦੀ ਮਦਦ ਨਾਲ ਦੋਹਰੇ ਕਾਲਮ ਵਾਲੀ ਕੈਸ਼ ਬੁੱਕ ਤਿਆਰ ਕਰੋ।

ਦਸੰਬਰ 2013 01 ਕੈਸ਼ 1,20,000 ਨਾਲ ਵਪਾਰ ਸ਼ੁਰੂ ਕੀਤਾ
ਦਸੰਬਰ 2013 03 50,000 ਕੈਸ਼ ਦਾ ਬੈਂਕ ਨੂੰ ਭੁਗਤਾਨ ਕੀਤਾ
ਦਸੰਬਰ 2013 05 ਮਾਮਥਾ ਤੋਂ 20,000 ਰੁਪਏ ਦੀਆਂ ਵਸਤਾਂ ਖ਼੍ਰੀਦੀਆ
ਦਸੰਬਰ 2013 06 ਰਵੀ ਨੂੰ ਵਸਤਾਂ ਵੇਚੀਆਂ ਅਤੇ 20,000 ਰੁਪਏ ਦਾ ਚੈਕ ਪ੍ਰਾਪਤ ਕੀਤਾ
ਦਸੰਬਰ 2013 10 ਮਾਮਥਾ ਨੂੰ ਕੈਸ਼ 20,000 ਰੁਪਏ ਦਿੱਤੇ
ਦਸੰਬਰ 2013 14 6 ਦਸੰਬਰ 2010 ਨੂੰ ਚੈਕ ਪ੍ਰਾਪਤ ਕੀਤਾ ਅਤੇ ਬੈਂਕ ਵਿੱਚ ਜਮ੍ਹਾਂ ਕਰਵਾਇਆ
ਦਸੰਬਰ 2013 18 12000 ਰੁਪਏ ਦੀਆਂ ਭਾਸਕਰ ਨੂੰ ਵਸਤਾਂ ਵੇਚੀਆਂ
ਦਸੰਬਰ 2013 20 ਕੈਸ਼ 500 ਰੁਪਏ ਕਿਰਾਇਆ ਦਿੱਤਾ
ਦਸੰਬਰ 2013 22 12000 ਰੁਪਏ ਭਾਸਕਰ ਤੋਂ ਕੈਸ਼ ਪ੍ਰਾਪਤ ਕੀਤਾ
ਦਸੰਬਰ 2013 27 5000 ਰੁਪਏ ਕਮਿਸ਼ਨ ਪ੍ਰਾਪਤ ਕੀਤਾ
ਦਸੰਬਰ 2013 30 ਵਿਅਕਤੀਗਤ ਵਰਤੋਂ ਲਈ 2000 ਕੈਸ਼ ਕਢਵਾਇਆ
(ਉੱਤਰ ï ਹੱਥ ਵਿੱਚ ਰਕਮ ਕੈਸ਼ 64,500 ਬੈਂਕ ਵਿੱਚ ਕੈਸ਼ 70,000)

12. ਮੈਂਸਰਜ ਮੋਰੀਆਂ ਟਰੇਡਰਜ ਦੀ ਨਵੰਬਰ 2012 ਲਈ ਹੇਠ ਦਿੱਤੇ ਲੈਣ ਦੇਣ ਨੂੰ ਦੋਹਰੇ ਕਾਲਮ ਵਾਲੀ ਕੈਸ਼ ਵਿੱਚ ਦਰਜ ਕਰੋ।

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

ਨਵੰਬਰ 2012 01 50,000 ਕੈਸ਼ ਨਾਲ ਬਿਜ਼ਨਸ ਸ਼ੁਰੂ ਕੀਤਾ
ਨਵੰਬਰ 2012 03 30,000 ਰੁਪਏ ਨਾਲ ਕੇਨਰਾ ਬੈਂਕ ਵਿੱਚ ਖਾਤਾ ਖੋਲਿਆ
ਨਵੰਬਰ 2012 05 ਕੈਸ਼ 10,000 ਰੁਪਏ ਦੀਆਂ ਵਸਤਾਂ ਖ੍ਰੀਦੀਆ
ਨਵੰਬਰ 2012 10 5000 ਰੁਪਏ ਦੀ ਨਗਦ ਦਫ਼ਤਰੀ ਮਸ਼ੀਨਰੀ ਖਰੀਦੀ
ਨਵੰਬਰ 2012 15 ਰਵੀ ਨੂੰ ਕ੍ਰੈਡਿਟ ਤੇ ਵਸਤਾਂ ਵੇਚੀਆਂ ਅਤੇ 7000 ਰੁਪਏ ਦਾ ਚੈੱਕ ਲਿਆ
ਨਵੰਬਰ 2012 18 8000 ਰੁਪਏ ਦੀ ਕੈਸ਼ ਵਿਕਰੀ
ਨਵੰਬਰ 2012 20 ਰਵੀ ਦਾ ਚੈੱਕ ਬੈਂਕ ਵਿੱਚ ਜਮ੍ਹਾਂ ਕਰਵਾਇਆ
ਨਵੰਬਰ 2012 22 500 ਰੁਪਏ ਚੈਕ ਰਾਹੀਂ ਕਿਰਾਇਆ ਦਿੱਤਾ
ਨਵੰਬਰ 2012 25 ਨਿੱਜੀ ਵਰਤੋਂ ਲਈ 2000 ਰੁਪਏ ਕਢਵਾਇਆ
ਨਵੰਬਰ 2012 30 1000 ਰੁਪਏ ਦਾ ਚੈੱਕ ਦੁਆਰਾ ਕਿਰਾਇਆ ਦਿੱਤਾ
(ਉੱਤਰ ï 11000 ਰੁਪਏ ਕੈਸ਼ ਹੱਥ ਵਿੱਚ ਅਤੇ ਬੈਂਕ ਵਿੱਚ 35,500 ਕੈਸ਼)

13. ਸਤੰਬਰ 2013 ਦੀ ਹੇਠ ਦਿੱਤੀ ਸੂਚਨਾ ਤੋਂ ਡਬਲ ਕਾਲਮ ਕੈਸ਼ ਬੁੱਕ ਤਿਆਰ ਕਰੋ।

ਸਤੰਬਰ 2013 01 ਹੱਥ ਵਿੱਚ 7500 ਰੁਪਏ ਕੈਸ਼ ਵਾਧੂ ਰਕਮ 3500 ਰੁਪਏ
ਸਤੰਬਰ 2013 03 200 ਰੁਪਏ ਵੇਤਨ ਦਿੱਤਾ
ਸਤੰਬਰ 2013 05 7000 ਰੁਪਏ ਕੈਸ਼ ਵਿਕਰੀ
ਸਤੰਬਰ 2013 10 ਬੈਂਕ ਵਿੱਚ 4000 ਰੁਪਏ ਜਮ੍ਹਾਂ ਕਰਵਾਇਆ
ਸਤੰਬਰ 2013 15 ਵਸਤੂਆ ਖ੍ਰੀਦੀਆ ਅਤੇ ਚੈੱਕ ਰਾਹੀਂ 2000 ਰੁਪਏ ਦਾ ਭੁਗਤਾਨ ਕੀਤਾ
ਸਤੰਬਰ 2013 20 500 ਰੁਪਏ ਕਿਰਾਇਆ ਦਿੱਤਾ
ਸਤੰਬਰ 2013 25 400 ਰੁਪਏ ਵਿਅਕਤੀਗਤ ਵਰਤੋਂ ਲਈ ਕਢਵਾਇਆ
ਸਤੰਬਰ 2013 30 1000 ਰੁਪਏ ਵੇਤਨ ਦਿੱਤਾ
(ਉੱਤਰ ï ਹੱਥ ਵਿੱਚ ਕੈਸ਼ 8800, ਵਾਧੂ ਰਕਮ 1900)

14. ਧੰਕਜ ਟਰੇਡਰਜ਼ ਦੀ ਜਨਵਰੀ 2014 ਲਈ ਹੇਠ ਦਿੱਤੇ ਲੈਣ ਦੇਣ ਤੋਂ ਡਬਲ ਕਾਲਮ ਕੈਸ਼ ਬੁੱਕ ਤਿਆਰ ਕਰੋ।

ਜਨਵਰੀ 2014 01 ਹੱਥ ਵਿੱਚ ਕੈਸ਼ 3500 ਰੁ. ਬੈਂਕ ਵਿੱਚੋਂ ਵਾਧੂ ਰਕਮ 2300 ਕਢਵਾਏ
ਜਨਵਰੀ 2014 03 ਕੈਸ਼ 1200 ਰੁ. ਦੀਆ ਵਸਤਾਂ ਖ੍ਰੀਦੀਆ
ਜਨਵਰੀ 2014 05 200 ਰੁ. ਵੇਤਨ ਦਿੱਤਾ
ਜਨਵਰੀ 2014 10 8000 ਰੁਪਏ ਕੈਸ਼ ਵਿਕਰੀ
ਜਨਵਰੀ 2014 15 ਬੈਂਕ ਵਿੱਚ 6000 ਰੁਪਏ ਜਮ੍ਹਾਂ ਕਰਵਾਏ
ਜਨਵਰੀ 2014 22 2000 ਰੁਪਏ ਦੀਆਂ ਚੈਕ ਰਾਹੀਂ ਵਸਤਾਂ ਵੇਚੀਆਂ ਅਤੇ ਉਸੇ ਦਿਨ ਚੈਕ ਬੈਂਕ ਵਿੱਚ ਜਮ੍ਹਾਂ ਕਰਵਾਇਆ
ਜਨਵਰੀ 2014 25 1200 ਰੁ. ਚੈਕ ਰਾਹੀਂ ਕਿਰਾਇਆ ਦਿੱਤਾ
ਜਨਵਰੀ 2014 28 ਵਿਅਕਤੀਗਤ ਵਰਤੋਂ ਲਈ 1000 ਰੁ. ਕਢਵਾਇਆ
ਜਨਵਰੀ 2014 31 ਚੈੱਕ ਰਾਹੀਂ 1000 ਰੁ. ਦੀਆਂ ਵਸਤਾਂ ਖਰੀਦੀਆਂ
(ਉੱਤਰ ï ਹੱਥ ਵਿੱਚ ਕੈਸ਼ 4100 ਰੁ. ਬੈਂਕ ਵਿੱਚ 2500 ਰੁ.)

15. ਹੇਠਾਂ ਦਿੱਤੇ ਲੈਣ ਦੇਣ ਤੋਂ ਦਸੰਬਰ 2012 ਲਈ ਡਬਲ ਕਾਲਮ ਕੈਸ਼ ਬੁੱਕ ਤਿਆਰ ਕਰੋ।

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

ਦਸੰਬਰ 2012 01 ਹੱਥ ਵਿੱਚ ਕੈਸ਼ 17500 ਰੁ. ਅਤੇ ਬੈਂਕ ਵਿੱਚ ਕੈਸ਼ 5000 ਰੁ.
ਦਸੰਬਰ 2012 03 3000 ਰੁ. ਕੈਸ਼ ਨਾਲ ਵਸਤਾਂ ਖ੍ਰੀਦੀਆ
ਦਸੰਬਰ 2012 05 ਮੁੱਲਾਂ ਤੋਂ 10,000 ਰੁ. ਦਾ ਚੈੱਕ ਪ੍ਰਾਪਤ ਕੀਤਾ
ਦਸੰਬਰ 2012 08 7000 ਰੁ. ਦੀਆਂ ਕੈਸ਼ ਵਸਤਾਂ ਵੇਚੀਆਂ
ਦਸੰਬਰ 2012 10 ਮੁੱਲਾਂ ਦਾ ਚੈੱਕ ਬੈਂਕ ਵਿੱਚ ਜਮ੍ਹਾਂ ਕਰਵਾਇਆ
ਦਸੰਬਰ 2012 12 ਵਸਤੂਆਂ ਖ੍ਰੀਦੀਆਂ ਅਤੇ 20,000 ਰੁ. ਚੈੱਕ ਰਾਹੀ ਭੁਗਤਾਨ ਕੀਤਾ
ਦਸੰਬਰ 2012 15 1000 ਰੁ. ਬੈਂਕ ਰਾਹੀ ਸੰਸਥਾ ਦਾ ਖਰਚਾ ਦਿੱਤਾ
ਦਸੰਬਰ 2012 18 7000 ਰੁ. ਕੈਸ਼ ਵਿਕਰੀ
ਦਸੰਬਰ 2012 20 ਬੈਂਕ ਵਿੱਚ 10,000 ਰੁ. ਜਮ੍ਹਾਂ ਕਰਵਾਏ
ਦਸੰਬਰ 2012 24 500 ਰੁ. ਵਪਾਰਕ ਖਰਚੇ ਦੇ ਦਿੱਤੇ
ਦਸੰਬਰ 2012 27 ਚੈਕ ਰਾਹੀਂ 6000 ਰੁ. ਦਾ ਕਮਿਸ਼ਨ ਪ੍ਰਾਪਤ ਕੀਤਾ
ਦਸੰਬਰ 2012 29 2000 ਰੁ. ਕਿਰਾਇਆ ਦਿੱਤਾ
ਦਸੰਬਰ 2012 30 ਆਪਣੇ ਵਰਤੋਂ ਲਈ 1200 ਰੁ. ਕਢਵਾਇਆ
ਦਸੰਬਰ 2012 31 6000 ਰੁ. ਵੇਤਨ ਦਿੱਤਾ
(ਉੱਤਰ ï ਹੱਥ ਵਿੱਚ ਕੈਸ਼ 8800 ਰੁ. ਅਤੇ ਬੈਂਕ ਵਿੱਚ ਕੈਸ਼ 10,000 ਰੁ.)

16. ਮੈਸਰਜ ਗਾਇਤਰੀ ਟਰੇਡਰਜ਼ ਨੇ ਹੇਠ ਦਿੱਤੇ ਬਕਾਇਆ ਨਾਲ ਦਸੰਬਰ 2012 ਵਿੱਚ ਆਪਣੀ ਕੈਸ਼ ਬੁੱਕ ਸ਼ੁਰੂ ਕੀਤੀ।

ਦਸੰਬਰ 2012 01 ਹੱਥ ਵਿੱਚ ਰਕਮ 1354 ਰੁ. ਬੈਂਕ ਵਿੱਚ ਕਰੰਟ ਖਾਤੇ ਵਿੱਚ 7560 ਰੁ. ਮਹੀਨਾ ਦਸੰਬਰ 2012 ਵਿਚ ਉਸ ਕੋਲ ਹੇਠਾਂ ਦਿੱਤਾ ਲੈਣ-ਦੇਣ ਸੀ।
ਦਸੰਬਰ 2012 03 2300 ਰੁ. ਕੈਸ਼ ਵਿਕਰੀ
ਦਸੰਬਰ 2012 05 ਵਸਤੂਆਂ ਖ੍ਰੀਦੀਆ ਅਤੇ ਚੈਕ ਰਾਹੀ 6000 ਰੁਪਏ ਦਾ ਭੁਗਤਾਨ ਕੀਤਾ
ਦਸੰਬਰ 2012 08 10000 ਰੁ. ਦੀ ਵਿਕਰੀ ਕੀਤੀ
ਦਸੰਬਰ 2012 12 700 ਰੁ. ਟ੍ਰੇਡ ਖਰਚੇ ਦਿੱਤੇ
ਦਸੰਬਰ 2012 15 ਵਸਤਾਂ ਵੇਚੀਆਂ ਅਤੇ ਚੈਕ ਪ੍ਰਾਪਤ ਕੀਤਾ ਉਸੇ ਦਿਨ 20,000ਰੁ. ਦਾ ਚੈਕ ਜਮ੍ਹਾਂ ਕਰਵਾਇਆ
ਦਸੰਬਰ 2012 18 ਮੋਟਰ ਕਾਰ 15000 ਰੁ. ਦੇ ਚੈਕ ਦੁਆਰਾ ਖ੍ਰੀਦੀ
ਦਸੰਬਰ 2012 20 10000 ਰੁ. ਦਾ ਮਧੂ ਤੋਂ ਚੈਕ ਪ੍ਰਾਪਤ ਕੀਤਾ ਅਤੇ ਉਸੇ ਦਿਨ ਜਮ੍ਹਾਂ ਕਰਵਾਇਆ
ਦਸੰਬਰ 2012 22 7000 ਰੁ. ਕੈਸ਼ ਵਿਕਰੀ
ਦਸੰਬਰ 2012 25 ਮਧੂ ਦਾ ਚੈਕ ਰੱਦ ਹੋ ਕੇ ਵਾਪਸ ਆਇਆ
ਦਸੰਬਰ 2012 28 2000 ਰੁ. ਕਿਰਾਇਆ ਦਿੱਤਾ
ਦਸੰਬਰ 2012 29 500 ਰੁ. ਚੈਕ ਦੁਆਰਾ ਟੈਲੀਫੋਨ ਦਾ ਖਰਚਾ ਦਿੱਤਾ
ਦਸੰਬਰ 2012 31 ਆਪਣੀ ਵਰਤੋਂ ਲਈ 2000 ਰੁ. ਕਢਵਾਏ ਅਤੇ ਬੈਂਕ ਕਾਲਮ ਕੈਸ਼ ਬੁੱਕ ਤਿਆਰ ਕੀਤੀ।
(ਉੱਤਰ ï ਹੱਥ ਵਿੱਚ ਕੈਸ਼ 15,954 ਰੁ. ਅਤੇ ਬੈਂਕ ਵਿੱਚ 6060 ਛੋਟੀ ਕੈਸ਼ ਬੁੱਕ)

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

17. ਹੇਠਾਂ ਦਿੱਤੇ ਲੈਣ ਦੇਣ ਤੋਂ ਛੋਟੀ ਕੈਸ਼ ਬੁੱਕ ਤਿਆਰ ਕਰੋ ਅਤੇ ਪੇਸ਼ਗੀ ਕਾਲਮ 2000 ਰੁ.
2013 ਜਨਵਰੀ

2013 ਜਨਵਰੀ 01 ਕਿਰਾਇਆ 50 ਰੁ. ਦਿੱਤਾ
2013 ਜਨਵਰੀ 02 ਬੱਸ ਦਾ ਕਿਰਾਇਆ 20 ਰੁ.
2013 ਜਨਵਰੀ 02 ਐਸ.ਟੀ.ਡੀ ਖਰਚਾ 40 ਰੁ.
2013 ਜਨਵਰੀ 03 ਡਾਕ ਖਰਚਾ 30 ਰੁ.
2013 ਜਨਵਰੀ 04 ਕਰਮਚਾਰੀਆ ਲਈ ਰੀਫਰੈਸਮੈਂਟ 80 ਰੁ.
2013 ਜਨਵਰੀ 06 ਕੋਰੀਅਰ ਦੇ ਖਰਚੇ 30 ਰੁ.
2013 ਜਨਵਰੀ 08 ਗਾਹਕਾ ਲਈ ਰੀਫਰੈਸਮੈਂਟ 50 ਰੁ.
2013 ਜਨਵਰੀ 10 ਕਿਰਾਇਆ 35 ਰੁ.
2013 ਜਨਵਰੀ 15 ਮੈਨੇਜਰ ਦਾ ਟੈਕਸੀ ਦਾ ਕਿਰਾਇਆ 70 ਰੁ.
2013 ਜਨਵਰੀ 18 ਸਟੇਸ਼ਨਰੀ 65 ਰੁ.
2013 ਜਨਵਰੀ 20 ਬੱਸ ਦਾ ਕਿਰਾਇਆ 10 ਰੁ.
2013 ਜਨਵਰੀ 22 ਫੈਕਸ ਦੇ ਖਰਚੇ 30 ਰੁ.
2013 ਜਨਵਰੀ 25 ਟੈਲੀਗਰਾਮ ਦੇ ਖਰਚੇ 35 ਰੁ.
2013 ਜਨਵਰੀ 27 200 ਰੁ. ਡਾਕ ਦੀਆਂ ਟਿਕਟਾਂ
2013 ਜਨਵਰੀ 29 ਫਰਨੀਚਰ ਦੀ ਰਿਪੇਅਰ 105 ਰੁ.
2013 ਜਨਵਰੀ 30 ਧੋਬੀ ਦੇ ਖਰਚੇ 115 ਰੁ.
2013 ਜਨਵਰੀ 31 ਫੁਟਕਲ ਖਰਚੇ 100 ਰੁ.

(ਉੱਤਰ ï ਕੈਸ਼ ਬਕਾਇਆ 925 ਰੁ.)

18. ਦਸੰਬਰ 30, 2012 ਦੇ 500 ਰੁ. ਹਫਤੇ ਦੀ ਪੇਸ਼ਗੀ ਰਕਮ ਨਾਲ ਹਫਤੇ ਦੇ ਅੰਤ ਦੌਰਾਨ ਹੇਠਾਂ ਦਿੱਤੇ ਲੈਣ ਦੇਣ ਨੂੰ ਦਰਜ ਕਰੋ।

ਦਸੰਬਰ 2012
ਦਸੰਬਰ 2012 24 ਸਟੇਸ਼ਨਰੀ 100 ਰੁ.
ਦਸੰਬਰ 2012 25 ਬੱਸ ਕਿਰਾਇਆ 12.25 ਢੋਆ ਢੋਆਈ ਦਾ ਖਰਚਾ 40 ਰੁ.
ਦਸੰਬਰ 2012 26 ਟੈਕਸ ਦਾ ਕਿਰਾਇਆ 80 ਰੁ.
ਦਸੰਬਰ 2012 27 ਅਸਥਾਈ ਮਜ਼ਦੂਰ ਨੂੰ ਵੇਤਨ 90 ਰੁ.
ਦਸੰਬਰ 2012 29 ਡਾਕ ਖਰਚਾ 80 ਰੁ.

(ਉੱਤਰ ï ਬਕਾਇਆ ਕੈਸ਼ 98 ਰੁ.)

19. ਹੇਠਾਂ ਦਿੱਤੇ ਵੇਰਵਿਆ ਤੋਂ 31 ਮਾਰਚ 2012 ਦੀ ਬੈਂਕ ਮਿਲਾਣ ਸਟੇਟਮੈਂਟ ਤਿਆਰ ਕਰੋ।

- ਕੈਸ਼ ਬੁੱਕ ਮੁਤਾਬਿਕ ਬਕਾਇਆ 3200 ਰੁ.
- ਚੈੱਕ ਜਾਰੀ ਕੀਤਾ ਗਿਆ ਪ੍ਰੰਤੂ 1800 ਰੁ. ਦੀ ਅਦਾਇਗੀ ਲਈ ਪੇਸ਼ ਨਹੀਂ ਕੀਤਾ।
- 2000 ਰੁਪਏ ਦਾ ਚੈਕ ਜਮ੍ਹਾਂ ਕਰਵਾਇਆ, 31 ਮਾਰਚ 2014 ਤਕ ਨਹੀਂ ਲਿਆ
- ਬੈਂਕ ਦੁਆਰਾ 150 ਰੁਪਏ ਡੈਬਿਟ ਕੀਤੇ

(ਉੱਤਰ ï ਪਾਸ ਬੁੱਕ ਅਨੁਸਾਰ 2800 ਰੁ. ਬਕਾਇਆ)

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

20. 31 ਮਾਰਚ 2013 ਨੂੰ ਕੈਸ਼ ਬੁੱਕ ਨੇ 3700 ਰੁ. ਦਾ ਬਕਾਇਆ ਬੈਂਕ ਵਿੱਚ ਦਿਖਾਇਆ ਪ੍ਰੰਤੂ ਪਾਸ ਬੁੱਕ ਜੋ ਉਸੇ ਤਾਰੀਖ ਨੂੰ ਬਣਾਈ ਉਹ ਦਿਖਾਉਂਦੀ ਹੈ।

- 700 ਰੁ., 300 ਰੁ. ਅਤੇ 180 ਰੁ. ਦੇ ਚੈਕ ਤਰਤੀਬਵਾਰ ਭੁਗਤਾਨ ਲਈ ਬੈਂਕ ਵਿੱਚ ਪੇਸ਼ ਨਹੀਂ ਕੀਤੇ ਗਏ।
- 1200 ਰੁ. ਦੇ ਚੈਕ ਵੀ ਬੈਂਕ ਖਾਤੇ ਵਿੱਚ ਜਮ੍ਹਾਂ ਕਰਵਾਏ ਪ੍ਰੰਤੂ ਕ੍ਰੈਡਿਟ ਨਹੀਂ ਹੋਏ।
  ਬੈਂਕ ਮਿਲਾਣ ਸਟੇਟਮੈਂਟ ਤਿਆਰ ਕਰੋ।
  (ਉੱਤਰ ï ਪਾਸ ਬੁੱਕ ਅਨੁਸਾਰ ਬਕਾਇਆ 3680 ਰੁ.)

21. ਕੈਸ਼ ਬੁੱਕ 7800 ਰੁ. ਦਾ ਬਕਾਇਆ ਦਿਖਾਉਂਦੀ ਹੈ। ਕੈਸ਼ ਬੁੱਕ ਅਤੇ ਪਾਸ ਬੁੱਕ ਦਾ ਮਿਲਾਣ ਕਰਨ ਤੇ ਹੇਠ ਦਿੱਤਾ ਵਾਧਾ ਘਾਟਾ ਨੋਟ ਕੀਤਾ ਗਿਆ।

- ਬੈਂਕ ਵਿੱਚ 3000 ਰੁ. ਦਾ ਚੈਕ ਜਮ੍ਹਾਂ ਕਰਵਾਇਆ ਪ੍ਰੰਤੂ ਕਰੈਡਿਟ ਨਹੀਂ ਹੋਇਆ
- ਚੈਕ ਜਾਰੀ ਕੀਤਾ ਪ੍ਰੰਤੂ 1500 ਰੁ. ਦੇ ਭੁਗਤਾਨ ਲਈ ਚੈਕ ਪੇਸ਼ ਨਹੀਂ ਕੀਤਾ
- 2000 ਰੁ. ਦੇ ਬੈਂਕ ਦੁਆਰਾ ਬੀਮਾ ਕਿਸ਼ਤ ਦਿੱਤੀ ਗਈ
- 400 ਰੁ. ਦਾ ਬੈਂਕ ਦੁਆਰਾ ਵਿਆਜ ਕ੍ਰੈਡਿਟ ਕੀਤਾ
- 100 ਰੁ. ਬੈਂਕ ਖਰਚ
- 4000 ਰੁ. ਗਾਹਕ ਦੁਆਰਾ ਸਿਧਾ ਜਮ੍ਹਾਂ ਕਰਵਾਇਆ ਗਿਆ
  ਉੱਤਰ ï (ਪਾਸ ਬੁੱਕ ਅਨੁਸਾਰ 8600 ਰੁ. ਬਕਾਇਆ)

22. 31 ਦਸੰਬਰ 2012 ਨੂੰ ਨਾਗਰਾਜ਼ ਦੀ ਕੈਸ਼ ਬੁੱਕ ਦੁਆਰਾ 40,000 ਰੁ. ਬੈਂਕ ਵਿੱਚ ਬਕਾਇਆ ਦਿਖਾਇਆ ਗਿਆ।

- ਇਹ ਪਾਇਆ ਗਿਆ ਕਿ ਤਿੰਨ ਚੈਕ 2000 ਰੁ., 5000 ਰੁ. ਅਤੇ 8000 ਰੁ. ਕ੍ਰਮਵਾਰ ਦਸੰਬਰ ਮਹੀਨੇ ਵਿੱਚ ਜਮ੍ਹਾਂ ਕਰਵਾਏ ਗਏ ਪ੍ਰੰਤੂ 02 ਜਨਵਰੀ 2013 ਤਕ ਪਾਸ ਬੁੱਕ ਵਿੱਚ ਕ੍ਰੈਡਿਟ ਨਹੀਂ ਹੋਏ।
- 28 ਦਸੰਬਰ ਨੂੰ ਦੋ ਚੈਕ 7000 ਰੁ. ਅਤੇ 8000 ਰੁ. ਦੇ ਜਾਰੀ ਹੋਏ ਪ੍ਰੰਤੂ ਉਨ੍ਹਾਂ ਨੂੰ 3 ਜਨਵਰੀ 2013 ਤਕ ਭੁਗਤਾਨ ਲਈ ਪੇਸ਼ ਨਹੀਂ ਕੀਤਾ।
- ਇਕ ਤੋਂ ਇਲਾਵਾ ਬੈਂਕ ਨੂੰ ਨਾਗਰਾਜ਼ ਨੂੰ 325 ਰੁ. ਦਾ ਵਿਆਜ ਕ੍ਰੈਡਿਟ ਕਰ ਦਿੱਤਾ ਅਤੇ 50 ਰੁ. ਬੈਂਕ ਖਰਚੇ ਡੈਬਿਟ ਕਰ ਲਏ। ਜਿਨ੍ਹਾਂ ਦੀ ਕੈਸ਼ ਬੁੱਕ ਵਿੱਚ ਕੋਈ ਇੰਦਰਾਜ ਨਹੀਂ ਹੈ।
  (31 ਦਸੰਬਰ 2012 ਤੱਕ ਦੀ ਬੈਂਕ ਮਿਲਾਣ ਸਟੇਟਮੈਂਟ ਤਿਆਰ ਕਰੋ)
  ਉੱਤਰ ï (ਬੈਂਕ ਦੀ ਪਾਸ ਬੁੱਕ ਅਨੁਸਾਰ 40,245 ਰੁ. ਬਕਾਇਆ ਹੈ।)

23. ਸੁਰੀਆ ਦੀ ਕੈਸ਼ ਬੁੱਕ ਅਤੇ ਪਾਸ ਬੁੱਕ ਦਾ ਮਿਲਾਣ ਕੀਤਾ ਗਿਆ ਇਹ ਪਾਇਆ ਗਿਆ ਹੈ ਕਿ 31 ਮਾਰਚ 2013 ਤੱਕ ਕੈਸ਼ ਬੁੱਕ ਵਿੱਚ ਜਿਹੜਾ 40960 ਰੁ. ਦਾ ਬਕਾਇਆ ਦਿਖਾਇਆ ਗਿਆ ਹੈ। ਉਹ ਹੇਠਾਂ ਲਿਖਿਆ ਦੇ ਸਬੰਧ ਵਿੱਚ ਕੈਸ਼ ਬੁੱਕ ਵਿੱਚ ਵੱਖਰਾ ਸੀ।

- 31 ਮਾਰਚ 2013 ਨੂੰ 100 ਰੁ. ਬੈਂਕ ਖਰਚਾ, ਕੈਸ਼ ਬੁੱਕ ਵਿੱਚ ਦਰਜ ਨਹੀਂ ਹੈ।
- 21 ਮਾਰਚ 2013 ਨੂੰ ਕਿ ਉਧਾਰ ਦੇਣ ਵਾਲੇ ਵਿਅਕਤੀ ਨੇ 2000 ਰੁ. ਕੰਪਨੀ ਦੇ ਨਿਪਟਾਰਾ ਖਾਤੇ ਵਿੱਚ ਜਮ੍ਹਾਂ ਕਰਵਾਏ। ਪ੍ਰੰਤੂ ਕੰਪਨੀ ਦੀ ਕੈਸ਼ ਬੁੱਕ ਵਿੱਚ ਇਸ ਸਬੰਧੀ ਕੋਈ ਇੰਦਰਾਜ ਨਹੀਂ ਹੋਇਆ।
- ਕੰਪਨੀ ਦੁਆਰਾ 12980 ਰੁ. ਦਾ ਚੈਕ ਜਾਰੀ ਹੋਏ ਅਤੇ 31 ਮਾਰਚ 2013 ਤੋਂ ਪਹਿਲਾ ਕੈਸ਼ ਬੁੱਕ ਵਿੱਚ ਬਕਾਇਆ ਜਮ੍ਹਾਂ ਹੋਏ। ਪ੍ਰੰਤੂ ਉਸ ਤਰੀਕ ਤੋਂ ਪਿਛੋਂ ਭੁਗਤਾਨ ਲਈ ਬੈਂਕ ਵਿੱਚ ਪੇਸ਼ ਨਹੀਂ ਕੀਤੇ ਗਏ।

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

- 6900 ਰੁ. ਦੇ ਬਿਲ ਬੈਂਕ ਦੇ ਹਿਸਾਬ ਵਿੱਚ ਨਹੀਂ ਆਏ ਪਰ ਕੈਸ਼ ਬੁੱਕ ਵਿੱਚ ਦਰਜ ਹੋਏ ਜਿਸ ਤੇ 800 ਰੁ. ਡਿਸਕਾਉਟ ਚਾਰਜ ਰਿਕਾਰਡ ਕੀਤਾ ਗਿਆ।

- 31 ਮਾਰਚ 2013 ਨੂੰ ਬੈਂਕ ਵਿੱਚ ਜਮ੍ਹਾਂ ਕਰਵਾਉਣ ਦੇ ਤੌਰ ਤੇ 3520 ਰੁ. ਕੈਸ਼ ਬੁੱਕ ਵਿੱਚ ਦਰਜ ਕੀਤੇ ਗਏ ਪ੍ਰੰਤੂ ਬੈਂਕ ਦੁਆਰਾ ਉਸ ਤਰੀਖ ਤਕ ਕ੍ਰੈਡਿਟ ਨਹੀਂ ਕੀਤੇ।

- 15 ਮਾਰਚ 2013 ਨੂੰ 650 ਰੁ. ਦਾ ਚੈਕ ਕਾਵਿਆ ਤੋਂ ਪ੍ਰਾਪਤ ਕੀਤਾ ਜਿਸ ਦੇ ਰੱਦ ਹੋਣ ਸੰਬੰਧੀ ਰਿਕਾਰਡ ਕੈਸ਼ ਬੁੱਕ ਦਰਜ ਨਹੀਂ ਕੀਤਾ ਗਿਆ

31 ਮਾਰਚ 2013 ਦੀ ਮਿਲਾਣ ਸਟੇਟਮੈਂਟ ਤਿਆਰ ਕਰੋ।

ਉੱਤਰ ਼ (ਪਾਸ ਬੁੱਕ ਅਨੁਸਾਰ 50870 ਰੁ. ਦਾ ਬਕਾਇਆ)

24. 31 ਦਸੰਬਰ 2012 ਦੀ ਬੈਂਕ ਮਿਲਾਣ ਸਟੇਟਮੈਂਟ ਤਿਆਰ ਕਰੋ। ਉਸ ਦਿਨ ਮਿਸਟਰ ਰਵੀ ਦੀ ਪਾਸ ਬੁੱਕ 7000 ਰੁ. ਦਾ ਬਕਾਇਆ ਦਿਖਾਉਂਦੀ ਹੈ।
    - ਗਾਹਕ ਦੁਆਰਾ 1000 ਰੁ. ਦੇ ਚੈਕ ਸਿਧੇ ਜਮ੍ਹਾਂ ਕਰਵਾਏ ਗਏ।
    - 700 ਰੁ. ਵਿਆਜ ਬੈਂਕ ਦੁਆਰਾ ਰਵੀ ਨੂੰ ਕ੍ਰੈਡਿਟ ਕੀਤਾ ਹੈ।
    - ਦਸੰਬਰ ਮਹੀਨੇ 3000 ਰੁ. ਦੇ ਚੈਕ ਜਾਰੀ ਹੋਏ ਸਨ ਪ੍ਰੰਤੂ ਇਹਨਾਂ ਵਿੱਚੋਂ 1000 ਰੁ. ਦੇ ਚੈਕ ਦਸੰਬਰ ਮਹੀਨੇ ਵਿੱਚ ਪੇਸ਼ ਨਹੀਂ ਕੀਤੇ ਗਏ ਹਨ।

    (ਉੱਤਰ ਼ ਕੈਸ਼ ਬੁੱਕ ਅਨੁਸਾਰ 3300 ਰੁ. ਦਾ ਬਕਾਇਆ)
25. ਹੇਠ ਦਿੱਤੇ ਗਏ ਵੇਰਵਿਆ ਤੋਂ ਬੈਂਕ ਮਿਲਾਣ ਸਟੇਟਮੈਂਟ ਤਿਆਰ ਕਰੋ। ਜੋ 31 ਦਸੰਬਰ 2013 ਦੀ ਕੈਸ਼ ਬੁੱਕ ਦੇ ਅਨੁਸਾਰ ਬਕਾਇਆ ਦਿਖਾਵੇ।
    - ਦੋ ਚੈਕ 2000 ਰੁ. ਅਤੇ 5000 ਰੁ. ਦਾ ਅਕਤੂਬਰ 2013 ਨੂੰ ਬੈਂਕ ਵਿੱਚ ਅਦਾ ਕੀਤੇ। ਪ੍ਰੰਤੂ ਦਸੰਬਰ ਦੇ ਮਹੀਨੇ ਵਿੱਚ ਬੈਂਕ ਦੁਆਰਾ ਕ੍ਰੈਡਿਟ ਨਹੀਂ ਹੋਏ।
    - 800 ਰੁ. ਦਾ ਚੈਕ ਜਿਹੜਾ ਗਾਹਕ ਤੋਂ ਪ੍ਰਾਪਤ ਹੋਇਆ ਨੂੰ ਦਸੰਬਰ 2013 ਵਿੱਚ ਕੈਸ਼ ਬੁੱਕ ਦੇ ਕੈਸ਼ ਕਾਲਮ ਵਿੱਚ ਦਰਜ ਕੀਤਾ ਗਿਆ ਪ੍ਰੰਤੂ ਦਸੰਬਰ 2014 ਵਿੱਚ ਪ੍ਰਕਿਰਿਆ ਹੋਣ ਤੋਂ ਰਹਿ ਗਿਆ।
    - 10,000 ਦੇ ਚੈਕ ਨਵੰਬਰ 2013 ਵਿੱਚ ਜਾਰੀ ਕੀਤੇ ਗਏ ਪ੍ਰੰਤੂ ਬੈਂਕ ਵੱਲੋਂ ਤਾਂ ਦਸੰਬਰ 2013 ਤੱਕ ਕ੍ਰੈਡਿਟ ਨਹੀਂ ਕੀਤੇ ਗਏ।
    - 1000 ਰੁ. ਦਾ ਨਿਵੇਸ਼ ਤੇ ਵਿਆਜ ਬੈਕ ਨੇ ਲੈ ਲਿਆ ਜੋ ਪਾਸ ਬੁੱਕ ਤੇ ਦਿਖਾਈ ਦਿੰਦਾ ਹੈ। ਪਾਸ ਬੁੱਕ ਅਨੁਸਾਰ 50000 ਰੁ. ਬਕਾਇਆ।

    (ਉੱਤਰ ਼ ਕੈਸ਼ ਬੁੱਕ ਅਨੁਸਾਰ 47800 ਰੁ. ਬਕਾਇਆ ਹੈ।)

    26. ਸ਼੍ਰੀ ਭਾਸਕਰ ਦਾ ਪਾਸ ਬੁੱਕ ਅਨੁਸਾਰ 3000 ਰੁ. ਬਕਾਇਆ ਹੈ।
    - ਚੈਕ ਦਾ ਬੈਂਕ ਵਿੱਚ ਜਮ੍ਹਾਂ ਹੋਇਆ ਪ੍ਰੰਤੂ ਪ੍ਰਭੂ ਦੇ 1000 ਰੁ. ਅਤੇ ਪਲਵੀ ਦੇ 500 ਰੁ. ਅੱਜੇ ਤੱਕ ਕਲੀਅਰ ਨਹੀਂ ਹੋਏ
    - ਬੈਂਕ ਦੇ ਖਰਚੇ 300 ਰੁ.
    - ਸੁਕਰਾਮ ਨੂੰ 2000 ਰੁ. ਅਤੇ ਪ੍ਰਿਆ ਨੂੰ 500 ਰੁ. ਦੇ ਚੈਕ ਜਾਰੀ ਕੀਤੇ ਗਏ ਪ੍ਰੰਤੂ ਬੈਂਕ ਵਿੱਚ ਪੇਸ਼ ਨਹੀਂ ਕੀਤੇ ਗਏ।

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

- 100 ਰੁ. ਵਿਆਜ ਪਾਸ ਬੁੱਕ ਵਿੱਚ ਦਰਜ ਹੋ ਗਿਆ ਸੀ ਪ੍ਰੰਤੂ ਕੈਸ਼ ਬੁੱਕ ਵਿੱਚ ਦਰਜ ਨਹੀਂ ਹੋਇਆ। ਬੈਂਕ ਮਿਲਾਣ ਸਟੇਟਮੈਂਟ ਤਿਆਰ ਕਰੋ।

  (ਉੱਤਰ ï ਕੈਸ਼ ਬੁੱਕ ਅਨੁਸਾਰ 2,200 ਰੁ. ਬਕਾਇਆ)

27. ਰਵੀ ਦੀ ਪਾਸ ਬੁੱਕ ਦਾ ਚਾਲੂ ਖਾਤਾ 31 ਦਸੰਬਰ 2012 ਨੂੰ 20,000 ਰੁ. ਦਾ ਕ੍ਰੈਡਿਟ ਬਕਾਇਆ ਦਿਖਾਉਂਦਾ ਹੈ। ਹੇਠਾਂ ਦਿੱਤੀ ਸੂਚਨਾ ਅਨੁਸਾਰ ਬੈਂਕ ਮਿਲਾਣ ਸਟੇਟਮੈਂਟ ਤਿਆਰ ਕਰੋ।
   - 400 ਰੁ. ਚੈਕ ਉਸ ਦੇ ਬਚਤ ਖਾਤੇ ਵਿੱਚੋ ਕਢਾਇਆ ਗਿਆ ਅਤੇ ਚਾਲੂ ਖਾਤੇ ਵਿੱਚ ਦਿਖਾਇਆ ਗਿਆ।
   - ਉਸ ਨੇ ਦੋ ਚੈਕ 300 ਰੁ. ਅਤੇ 500 ਰੁ. ਦੇ 25 ਦਸੰਬਰ ਦਾ ਜਾਰੀ ਕੀਤੇ ਪ੍ਰੰਤੂ ਕੇਵਲ ਪਹਿਲਾ ਚੈਕ ਭੁਗਤਾਨ ਲਈ ਪੇਸ਼ ਕੀਤਾ।
   - 25 ਦਸੰਬਰ ਨੂੰ 500 ਰੁ. ਦਾ ਚੈਕ ਰਵੀ ਦੁਆਰਾ ਜਾਰੀ ਕੀਤਾ ਗਿਆ ਪ੍ਰੰਤੂ ਇਸ ਨੂੰ ਭੁਗਤਾਨ ਲਈ ਪੇਸ਼ ਨਹੀਂ ਕੀਤਾ ਗਿਆ। ਪ੍ਰੰਤੂ ਇਸ ਨੂੰ ਦੋ ਵਾਰ ਕੈਸ਼ ਬੁੱਕ ਵਿੱਚ ਦਰਜ ਕੀਤਾ ਗਿਆ।

     (ਉੱਤਰ ï ਕੈਸ਼ ਬੁੱਕ ਅਨੁਸਾਰ 18900 ਰੁ. ਦਾ ਬਕਾਇਆ ਹੈ।)

28. 1 ਜਨਵਰੀ 2013 ਨੂੰ ਭਾਸਕਰ ਨੇ 8000 ਰੁ. ਵਾਧੂ ਕਢਵਾਇਆ ਜੋ ਉਸ ਦੀ ਕੈਸ਼ ਬੁੱਕ ਦਿਖਾਉਂਦੀ ਹੈ।
   - ਉਸ ਦੁਆਰਾ 2000 ਰੁ. ਦੇ ਚੈਕ ਬੈਂਕ ਵਿੱਚ ਅਦਾਇਗੀ ਲਈ ਦਿੱਤੇ ਪ੍ਰੰਤੂ ਬੈਂਕ ਵੱਲੋਂ 01 ਜਨਵਰੀ 2014 ਤੱਕ ਪ੍ਰਾਪਤੀ ਨਹੀਂ ਕੀਤੀ ਗਈ।
   - ਉਸ ਨੇ 800 ਰੁ. ਦਾ ਚੈਂਕ ਜਾਰੀ ਕੀਤਾ ਜਿਹੜਾ ਉਸ ਦਿਨ ਤਕ ਭੁਗਤਾਨ ਲਈ ਪੇਸ਼ ਨਹੀਂ ਕੀਤਾ ਗਿਆ।
   - ਉਸ ਦੀ ਪਾਸ ਬੁੱਕ ਵਿੱਚ ਵਿਆਜ ਦੇ 60 ਰੁ. ਡੈਬਿਟ ਹੋਏ ਅਤੇ 100 ਰੁ. ਬੈਂਕ ਖਰਚਾ।ਦੋਹਾਂ ਬਕਾਇਆ ਦੀ ਤੁਲਨਾ ਕਰਨ ਲਈ ਬੈਂਕ ਮਿਲਾਣ ਸਟੇਟਮੈਂਟ ਤਿਆਰ ਕਰੋ।

     (ਉੱਤਰ ï ਪਾਸ ਬੁੱਕ ਅਨੁਸਾਰ ਵਾਧੂ ਕਢਵਾਏ 9,360)

29. ਬੈਂਕ ਮਿਲਾਣ ਸਟੇਟਮੈਂਟ ਤਿਆਰ ਕਰੋ।
   - 31 ਦਸੰਬਰ 2012 ਨੂੰ 10,000 ਰੁ. ਵਾਧੂ ਕਢਵਾਇਆ ਕੈਸ਼ ਬੁੱਕ ਦਿਖਾ ਰਹੀ ਹੈ।
   - ਪਾਸ ਬੁੱਕ ਵਿੱਚੋਂ 100 ਰੁ. ਉਪਰ ਦੱਸੀ ਤਰੀਖ਼ ਨੂੰ ਬੈਂਕ ਖਰਚਾ ਡੈਬਿਟ ਕੀਤਾ ਗਿਆ।
   - 31 ਦਸੰਬਰ 2012 ਨੂੰ 380 ਰੁ. ਜੋ 6 ਮਹੀਨਿਆਂ ਦੇ ਅੰਤ ਤਕ ਵਾਧੂ ਕਢਵਾਈ ਦਾ ਵਿਆਜ ਪਾਸ ਬੁੱਕ ਵਿੱਚੋਂ ਡੈਬਿਟ ਕੀਤਾ।
   - ਚੈਕ ਜਾਰੀ ਕੀਤਾ ਗਿਆ ਪ੍ਰੰਤੂ 2150 ਰੁਪਏ 31 ਦਸੰਬਰ 2012 ਤੋਂ ਪਹਿਲਾ ਕੈਸ਼ ਨਹੀਂ ਕਰਵਾਇਆ ਗਿਆ।
   - ਬੈਂਕ ਦੁਆਰਾ ਨਿਵੇਸ਼ ਤੇ ਵਿਆਜ ਲਿਆ ਗਿਆ ਅਤੇ ਪਾਸ ਬੁੱਕ ਵਿੱਚ 600 ਰੁ. ਦਾ ਕ੍ਰੈਡਿਟ ਕੀਤਾ।
   - 1100 ਰੁਪਏ ਦਾ ਚੈਕ ਬੈਂਕ ਵਿੱਚ ਜਮ੍ਹਾਂ ਹੋਇਆ 31 ਦਸੰਬਰ 2012 ਤੋਂ ਪਹਿਲਾ ਕਲੀਅਰ ਨਹੀਂ ਹੋਏ।

     (ਉੱਤਰ ï ਪਾਸ ਬੁੱਕ ਅਨੁਸਾਰ ਵਾਧੂ ਕਢਵਾਈ ਰਕਮ 8830 ਰੁ.)

30. ਰਵੀ ਨੂੰ ਪਤਾ ਲੱਗਾ ਕਿ 31 ਦਸੰਬਰ 2013 ਨੂੰ ਉਸ ਦੀ ਕੈਸ਼ ਬੁੱਕ 90,600 ਰੁ. ਦਾ ਬਕਾਇਆ ਦਿਖਾ ਰਹੀ ਹੈ। ਪ੍ਰੰਤੂ ਪਾਸ ਬੁੱਕ ਵਿੱਚ ਹੇਠ ਲਿਖੇ ਕਾਰਨਾਂ ਕਰਕੇ ਫਰਕ ਹੈ।
   - 1000 ਰੁ. ਦਾ (ਤਰੀਖ਼ ਤੋਂ ਪਹਿਲਾਂ) ਚੈਕ ਕੈਸ਼ ਬੁੱਕ ਦੇ ਬੈਂਕ ਕਾਲਮ ਵਿੱਚੋਂ ਡੈਬਿਟ ਕੀਤਾ ਜਾ ਚੁੱਕਾ ਹੈ। ਪ੍ਰੰਤੂ ਭੁਗਤਾਨ ਲਈ ਬੈਂਕ ਵਿੱਚ ਪੇਸ਼ ਨਹੀਂ ਕੀਤਾ।
   - ਇਹ ਵੀ ਕਿ 8000 ਰੁ. ਦਾ ਚੈਕ ਭਾਸਕਰ ਦੇ ਪੱਖ ਵਿੱਚ ਡੈਬਿਟ ਕੀਤਾ ਗਿਆ ਅਤੇ ਉਸ ਨੂੰ ਭੁਗਤਾਨ

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

ਲਈ ਪੇਸ਼ ਨਹੀਂ ਕੀਤਾ।

- ਬੈਂਕ ਵਿੱਚ 1500 ਰੁ. ਚੈਕ ਜਮ੍ਹਾਂ ਕਰਵਾਇਆ ਪ੍ਰੰਤੂ ਅਜੇ ਤਕ ਲਿਆ ਨਹੀਂ ਅਤੇ 5000 ਰੁ. ਦਾ ਚੈਕ ਰੱਦ ਹੋਇਆ।

  (ਉੱਤਰ ï ਪਾਸ ਬੁੱਕ ਅਨੁਸਾਰ 1,03,600 ਦੀ ਵਾਧੂ ਰਕਮ)

31. 31 ਦਸੰਬਰ 2012 ਕਾਨਿਆਂ ਟਰੇਡਰਜ਼ ਦੀ ਕੈਸ਼ ਬੁੱਕ 6920 ਰੁ. ਦੀ ਵਾਧੂ ਰਕਮ ਕਢਵਾਈ ਰਕਮ ਦਿਖਾਉਂਦੀ ਹੈ। ਹੇਠਾਂ ਦਿੱਤੇ ਵਰੇਵਿਆ ਤੋਂ ਬੈਂਕ ਮਿਲਾਣ ਸਟੇਟਮੈਂਟ ਤਿਆਰ ਕਰੋ ਅਤੇ ਪਾਸ ਬੁੱਕ ਅਨੁਸਾਰ ਬਕਾਇਆ ਨਿਰਧਾਰਿਤ ਕਰੋ।

- ਵਾਧੂ ਰਕਮ ਤੇ 200 ਰੁ. ਵਿਆਜ ਦੇ ਕਾਰਣ ਬੈਂਕ ਨੇ ਡੈਬਿਟ ਕੀਤੇ ਅਤੇ 80 ਰੁ. ਬਿਲ ਇਕੱਠੇ ਕਰਨ ਦੇ ਕਾਰਣ ਡੈਬਿਟ ਕੀਤੇ।
- ਚੈਕ ਕਢਵਾਇਿਆ ਗਿਆ ਪ੍ਰੰਤੂ 4000 ਰੁ. 31 ਦਸੰਬਰ 2012 ਤੋਂ ਪਹਿਲਾ ਕੈਸ਼ ਨਹੀਂ ਕਰਵਾਏ।
- ਬੈਂਕ ਨੇ ਵਿਆਜ ਲਿਆ ਅਤੇ ਪਾਸ ਬੁੱਕ ਵਿੱਚ 600 ਰੁ. ਕ੍ਰੈਡਿਟ ਕੀਤਾ।
- 700 ਰੁ. ਦੇ ਪ੍ਰਾਪਤ ਹੋਣ ਯੋਗ ਬਿਲ ਜੋ ਪਹਿਲਾ ਬੈਂਕ ਦੇ ਹਿਸਾਬ ਵਿੱਚ ਨਹੀਂ ਸਨ ਉਹ ਦਾ ਰੱਦ ਹੋਇਆ ਅਤੇ ਪਾਸ ਬੁੱਕ ਵਿੱਚੋਂ ਡੈਬਿਟ ਕੀਤੇ।
- 6000 ਰੁਪਏ ਦੇ ਚੈਕ ਬੈਂਕ ਵਿੱਚ ਭੁਗਤਾਨ ਲਈ ਦਿੱਤੇ 31 ਦਸੰਬਰ 2012 ਤੋਂ ਪਹਿਲਾ ਕ੍ਰੈਡਿਟ ਨਹੀਂ ਕੀਤੇ ਗਏ।

  (ਉਤਰ ï ਪਾਸ ਬੁੱਕ ਅਨੁਸਾਰ 9270 ਰੁ. ਵਾਧੂ ਕਢਵਾਇਆ)

32. 31 ਦਸੰਬਰ 2013 ਨੂੰ ਨਰਾਇਣ ਦੀ ਬੈਂਕ ਮਿਲਾਣ ਸਟੇਟਮੈਟ ਤਿਆਰ ਕਰੋ।

- ਪਾਸ ਬੁੱਕ ਵਿੱਚ ਦੋ ਵਾਰ 550 ਰੁ. ਦੇ ਭੁਗਤਾਨ ਦਾ ਚੈਕ ਦਰਜ ਕੀਤਾ।
- ਪਾਸ ਬੁੱਕ ਦੇ ਪੈਸੇ ਕਢਵਾਉਣ ਵਾਲੇ ਕਾਲਮ ਵਿੱਚ 200 ਰੁ. ਦਰਜਵੀਰ (Under Cast)
- ਕੈਸ਼ ਬੁੱਕ ਦੇ ਬੈਂਕ ਕਾਲਮ ਵਿੱਚ 200 ਰੁ. ਦਾ ਚੈਕ ਡੈਬਿਟ ਕੀਤਾ ਹੈ ਪ੍ਰੰਤੂ ਬੈਂਕ ਵਿੱਚ ਨਹੀਂ ਭੇਜਿਆ ਗਿਆ।
- ਪਾਸ ਬੁੱਕ ਦੇ ਬੈਂਕ ਕਾਲਮ ਵਿੱਚ 300 ਰੁ. ਦਾ ਚੈਕ ਡੈਬਿਟ ਕੀਤਾ ਪ੍ਰੰਤੂ ਬੈਂਕ ਨਹੀਂ ਭੇਜਿਆ ਗਿਆ ਸੀ।
- ਪਾਸ ਬੁੱਕ ਵਿੱਚ 500 ਰੁ. ਦਾ ਰੱਦ ਹੋਏ ਚੈਕ ਦੇ ਦਰਜ ਕੀਤਾ ਸੀ ਪ੍ਰੰਤੂ ਕੈਸ਼ ਬੁੱਕ ਵਿੱਚ ਦਰਜ ਨਹੀਂ ਹੋਇਆ।

  ਪਾਸ ਬੁੱਕ ਅਨੁਸਾਰ 20,000 ਵਾਧੂ ਕਢਾਈ

  (ਉੱਤਰ ï ਕੈਸ਼ ਬੁਕ ਮੁਤਾਬਿਕ ਵਾਧੂ ਕਢਾਈ ਰਕਮ 20350)

33. ਪਲਵੀ ਦੀ ਪਾਸ ਬੁੱਕ 20,000 ਰੁ. ਵਾਧੂ ਕਢਵਾਏ ਦਿਖਾਉਂਦੀ ਹੈ। 31 ਦਸੰਬਰ 2012 ਦੀ ਬੈਂਕ ਮਿਲਾਣ ਸਟੇਟਮੈਂਟ ਤਿਆਰ ਕਰੋ।

- ਬੈਂਕ ਦੇ ਖਰਚੇ ਪਾਸ ਬੁੱਕ ਅਨੁਸਾਰ 500 ਰੁ. ਡੈਬਿਟ ਕੀਤੇ।
- ਕੈਸ਼ ਬੁੱਕ ਵਿੱਚ ਚੈਕ ਦਰਜ ਕੀਤਾ ਗਿਆ ਪ੍ਰੰਤੂ 2,500 ਰੁ. ਲੈਣ ਲਈ ਬੈਂਕ ਨਹੀਂ ਭੇਜਿਆ ਗਿਆ।
- 4600 ਰੁ. ਸਿਧਾ ਗਾਹਕ ਕੋਲੋ ਭੁਗਤਾਨ ਲਿਆ।
- 6980 ਰੁ. ਦੇ ਚੈਕ ਜਾਰੀ ਕੀਤਾ ਗਿਆ ਪ੍ਰੰਤੂ ਭੁਗਤਾਨ ਲੈਣ ਲਈ ਪੇਸ਼ ਨਹੀਂ ਕੀਤਾ ਗਿਆ।
- 100 ਰੁ. ਬੈਂਡ ਨੇ ਵਿਆਜ ਕ੍ਰੈਡਿਟ ਕੀਤਾ।
- 2500 ਰੁ. ਦਾ ਭੁਗਤਾਨ ਬੈਂਕ ਐਲ.ਆਈ.ਸੀ ਨੂੰ ਕੀਤਾ।

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

- 3500 ਰੁ. ਦਾ ਚੈਕ ਬੈਂਕ ਵਿੱਚ ਚੈਕ ਜਮ੍ਹਾਂ ਕਰਵਾਇਆ ਪ੍ਰੰਤੂ ਲਿਆ ਨਹੀਂ ਗਿਆ।

  (ਉੱਤਰ ï ਕੈਸ਼ ਬੁੱਕ ਅਨੁਸਾਰ 22680 ਵਾਧੂ ਕਢਵਾਇਆ ਗਿਆ)

34. ਮਮਥਾ ਟਰੇਡਰਜ ਦੇ ਦੋ ਬੈਂਕ ਖਾਤੇ ਹਨ ਖਾਤਾ ਨੰ ਅਤੇ ਖਾਤਾ ਨੰ 2 ਹੇਠ ਲਿਖਿਆਂ ਤੋਂ ਖਾਤਾ ਨੰ 1 ਦਾ ਬਕਾਇਆ 31 ਦਸੰਬਰ 2013 ਨੂੰ ਫਰਮ ਦੀ ਕੈਸ਼ ਬੁੱਕ ਅਨੁਸਾਰ ਕੱਢੋ।
   - 31 ਦਸੰਬਰ 2013 ਤੋਂ ਪਹਿਲਾਂ ਬੈਂਕ ਵਿੱਚ ਚੈਕ ਜਮ੍ਹਾਂ ਹੋਏ ਪ੍ਰੰਤੂ 10,000 ਰੁ. ਕ੍ਰੈਡਿਟ ਨਹੀਂ ਹੋਇਆ।
   - 31 ਦਸੰਬਰ 2013 ਨੂੰ ਖਾਤਾ ਨੰ 2 ਵਿੱਚੋਂ ਖਾਤਾ ਨੰ 1 ਵਿੱਚ ਫੰਡ ਟਰਾਂਸਫਰ ਬੈਂਕ ਨੇ ਰਿਕਾਰਡ ਕੀਤੇ। ਪ੍ਰੰਤੂ ਕੈਸ਼ ਬੁੱਕ ਵਿੱਚ 8000 ਰੁ. ਉਸ ਤਰੀਖ ਦੇ ਪਿਛੋ ਦਰਜ ਕੀਤੇ।
   - 31 ਦਸੰਬਰ 2013 ਤੋਂ ਪਹਿਲਾ ਚੈਕ ਜਾਰੀ ਕੀਤੇ ਪ੍ਰੰਤੂ 7429 ਰੁ. ਉਸ ਤਰੀਖ ਤੋਂ ਪਿਛੋ ਪੇਸ਼ ਨਹੀਂ ਕੀਤੇ ਗਏ।
   - ਬੈਂਕ ਦੁਆਰਾ ਬੈਂਕ ਖਰਚੇ ਡੈਬਿਟ ਕੀਤੇ ਪ੍ਰੰਤੂ 200 ਦਾ ਇੰਦਰਾਜ ਕੈਸ਼ ਬੁੱਕ ਵਿੱਚ ਦਰਜ ਨਹੀਂ ਕੀਤਾ।
   - ਬੈਂਕ ਨੇ ਵਿਆਜ ਡੈਬਿਟ ਕੀਤਾ ਪ੍ਰੰਤੂ 580 ਰੁ. ਕੈਸ਼ ਬੁੱਕ ਵਿੱਚ ਦਰਜ ਨਹੀਂ ਕੀਤਾ।
   - ਪਾਸ ਬੁੱਕ ਅਨੁਸਾਰ ਵਾਧੂ ਕਢਵਾਇਆ 18990 ਰੁ.

   (ਉੱਤਰ ï ਕੈਸ਼ ਬੁੱਕ ਅਨੁਸਾਰ 23,639 ਰੁ. ਵਾਧੂ ਕਢਾਈ ਰਕਮ)

35. ਹੇਠਾਂ ਦਿੱਤੇ ਵੇਰਵਿਆ ਤੋਂ ਬੈਂਕ ਮਿਲਾਣ ਸਟੇਟਮੈਂਟ ਤਿਆਰ ਕਰੋ ਅਤੇ ਕੈਸ਼ ਬੁੱਕ ਅਨੁਸਾਰ ਬਕਾਇਆ ਦਿਖਾਓ।
   - 31 ਦਸੰਬਰ 2013 ਨੂੰ ਪਾਸ ਬੁੱਕ ਅਨੁਸਾਰ ਬਕਾਇਆ ਵਾਧੂ ਕਢਾਈ ਰਕਮ 20,000 ਰੁ.
   - ਕੈਸ਼ ਬੁੱਕ ਵਿੱਚ ਵਾਧੂ ਕਢਾਈ ਰਕਮ ਤੇ ਵਿਆਜ 2000 ਰੁ. ਦਰਜ ਨਹੀਂ ਕੀਤਾ
   - ਬੈਂਕ ਨੇ 200 ਰੁ. ਬੀਮਾ ਕਿਸ਼ਤ ਦਾ ਭੁਗਤਾਨ ਕੀਤਾ ਪ੍ਰੰਤੂ ਕੈਸ਼ ਬੁੱਕ ਵਿੱਚ ਦਰਜ ਨਹੀਂ ਕੀਤਾ।
   - ਦਸੰਬਰ 2013 ਦੇ ਆਖਰੀ ਹਫਤੇ ਚੈਕ ਲਗਾਇਆ, ਪ੍ਰੰਤੂ ਅੱਜਤਕ 3000 ਰੁ. ਅਤੇ 3500 ਰੁ. ਕਲੀਅਰ ਨਹੀਂ ਹੋਇਆ।
   - ਨਵੰਬਰ 2013 ਨੂੰ ਬੈਂਕ ਵਿੱਚ ਚੈਕ ਜਮ੍ਹਾਂ ਹੋਇਆ ਪ੍ਰੰਤੂ 31 ਦਸੰਬਰ 2013 ਤਕ 6000 ਰੁ. ਕ੍ਰੈਡਿਟ ਨਹੀਂ ਹੋਇਆ।
   - 500 ਰੁ. ਬੈਂਕ ਦੁਆਰਾ ਗਲਤੀ ਨਾਲ ਡੈਬਿਟ ਹੋ ਗਿਆ।

   (ਉੱਤਰ ï ਕੈਸ਼ ਬੁੱਕ ਅਨੁਸਾਰ 17800 ਰੁ. ਵਾਧੂ ਕਢਵਾਇਆ)

36. 31 ਮਾਰਚ 2012 ਨੂੰ ਪੰਕਜ ਦੀ ਕੈਸ਼ ਬੁੱਕ 40,950 ਰੁ. ਦਾ ਓਵਰਡਰਾਫਟ ਦਿਖਾਉਂਦੀ ਹੈ 31 ਮਾਰਚ 2012 ਦੀ ਬੈਂਕ ਮਿਲਾਣ ਸਟੇਟ ਬਣਾਓ।
   - ਚੈਕ ਰਾਹੀਂ 8000 ਰੁ. ਦੀ ਰਕਮ ਬੈਂਕ ਵਿੱਚੋਂ ਮਾਰਚ 27 ਨੂੰ ਪੰਕਜ ਨੇ ਕਢਵਾਈ, ਪਰ 3000 ਰੁ. ਦੇ ਚੈੱਕ ਅਪਰੈਲ 2012 ਕੈਸ਼ ਕਢਵਾਏ।
   - 3800 ਰੁ. ਦੇ ਵਿਆਜ ਦੀ ਰਕਮ ਉਨ੍ਹਾਂ ਦੁਆਰਾ ਲਈ ਬੈਂਕ ਨੇ ਕਰੈਡਿਟ ਕੀਤੀ ਪ੍ਰੰਤੂ ਰਕਮ ਕੈਸ਼ ਬੁੱਕ ਵਿੱਚ ਦਰਜ ਨਹੀਂ ਕੀਤੀ।
   - 10,900 ਰੁ. ਪੰਕਜ ਨੂੰ ਕੈਸ਼ ਦਿੱਤੇ ਅਤੇ 31 ਮਾਰਚ ਨੂੰ ਚੈਕ ਦੁਆਰਾ ਦਿੱਤੇ, ਅਪਰੈਲ 7 ਨੂੰ 3800 ਰੁ. ਦੇ ਚੈਕ ਪ੍ਰਾਪਤ ਕੀਤੇ ਗਏ।
   - ਮਾਰਚ 28 ਨੂੰ 780 ਰੁ. ਦਾ ਚੈਕ ਪਾਸ ਬੁੱਕ ਵਿੱਚ ਕ੍ਰੈਡਿਟ ਕੀਤਾ। ਅਪਰੈਲ 1,2012 ਨੂੰ ਦੁਬਾਰਾ ਚੈਕ ਰੱਦ ਹੋਣ ਤੇ ਡੈਬਿਟ ਕੀਤਾ।

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

ਪ੍ਰੰਤੂ 15 ਅਪਰੈਲ ਤਕ ਚੈਕ ਦੇ ਰੱਦ ਹੋਣ ਦਾ ਕੈਸ਼ ਬੁੱਕ ਵਿੱਚ ਕੋਈ ਇੰਦਰਾਜ ਨਹੀਂ ਹੈ।
(ਉੱਤਰ ï ਕੈਸ਼ ਬੁੱਕ ਅਨੁਸਾਰ 36350 Over draft ਹੈ।)

ਮੁਲੰਕਣ ਕਿਰਿਆ ਲਈ ਚੈਕਲਿਸਟ

ਹੇਠ ਦਿੱਤੀ ਚੈਕ ਲਿਸਟ ਨੂੰ ਇਹ ਦੇਖਣ ਲਈ ਵਰਤੋਂ ਕਿ ਤੁਸੀਂ ਮੁਲਾਂਕਣ ਕਿਰਿਆ ਕਰਨ ਦੀਆਂ ਸਾਰੀਆਂ ਲੋੜਾਂ ਪੂਰੀਆਂ ਕੀਤੀਆਂ ਹਨ।

ਭਾਗ (ੳ)

1. ਖਾਸ ਜਰਨਲ ਅਤੇ ਸਹਾਇਕ ਕਿਤਾਬਾ ਵਿੱਚ ਅੰਤਰ ਦੱਸੋ।
2. ਖ੍ਰੀਦ ਬੁੱਕ ਅਤੇ ਵਿਕਰੀ ਬੁੱਕ ਵਿੱਚ ਕੀ ਅੰਤਰ ਹੈ।
3. ਖ੍ਰੀਦ ਵਾਪਸੀ ਬੁੱਕ ਅਤੇ ਵਿਕਰੀ ਵਾਪਸੀ ਬੁੱਕ ਵਿੱਚ ਕੀ ਅੰਤਰ ਹੈ।
4. ਬਿਲ ਪ੍ਰਾਪਤੀ ਕੈਸ਼ ਬੁੱਕ ਅਤੇ ਬਿਲ ਭੁਗਤਾਨਯੋਗ ਕਿਤਾਬ ਵਿੱਚ ਅੰਤਰ ਦੱਸੋ।
5. ਜਨਰਲ ਕੈਸ਼ ਬੁੱਕ ਅਤੇ ਛੋਟੀ ਕੈਸ਼ ਬੱਕ ਵਿੱਚ ਅੰਤਰ ਦੱਸੋ।
6. ਵਰਣਨ ਕਰੋ ਕਿ ਕਿਵੇਂ ਬੈਂਕ ਮਿਲਾਣ ਸਟੇਟਮੈਂਟ ਤਿਆਰ ਕੀਤੀ ਜਾਂਦੀ ਹੈ।
7. ਟ੍ਰਾਈਲ ਬੈਲੇਂਸ ਦੇ ਭਾਗਾਂ ਦਾ ਪਤਾ ਕਰੋ।

ਭਾਗ (ਅ)

ਜਮਾਤ ਵਿੱਚ ਚਰਚਾ ਕੀਤੀ ਗਈ।

1. ਸਹਾਇਕ ਕਿਤਾਬਾਂ ਦੇ ਕੀ ਲਾਭ ਹਨ ?
2. ਜਮ੍ਹਾਂ ਖਾਤੇ ਕਿਨੀ ਕਿਸਮ ਦੇ ਹਨ ?
3. ਬੈਂਕ ਮਿਲਾਣ ਸਟੇਟਮੈਂਟ ਦੇ ਕੀ ਲਾਭ ਹਨ ?
4. ਖ੍ਰੀਦ ਬੁੱਕ ਕੀ ਹੈ ?
5. ਬੈਂਕ ਮਿਲਾਣ ਸਟੇਟਮੈਂਟ ਦੀ ਕੀ ਲੋੜ ਹੈ ?
6. ਸੰਖੇਪ ਵਿੱਚ ਬਿਆਨ ਕਰੋ ਕਿ ਕੈਸ਼ ਬੁੱਕ ਕਿਵੇਂ ਜਰਨਲ ਅਤੇ ਲੈਜਰ ਦੋਵੇਂ ਹੈ।
7. ਕੋਂਟਰਾਂ ਐਟਰੀ ਦਾ ਕੀ ਉਦੇਸ਼ ਹੈ।
8. ਖਾਸ ਉਦੇਸ਼ ਕਿਤਾਬਾਂ ਹਨ ?
9. ਛੋਟੀ ਕੈਸ਼ ਬੁੱਕ ਕੀ ਹੈ ਇਹ ਕਿਵੇਂ ਤਿਆਰ ਕੀਤੀ ਜਾਂਦੀ ਹੈ।
10. ਜਰਨਲ ਇੰਦਰਾਜਾ ਦੇ ਉਤਾਰੇ ਦਾ ਅਰਥ ਵਰਣਨ ਕਰੋ।
11. ਸਹਾਇਕ ਜਰਨਲ ਬਣਾਉਣ ਦੇ ਉਦੇਸ਼ਾਂ ਦੀ ਪਰਿਭਾਸ਼ਾ ਦਿਓ।
12. ਰਿਟਰਨ ਇਨਵਰਡ ਅਤੇ ਰਿਟਰਨ ਆਊਟਵਰਡ ਵਿੱਚ ਅੰਤਰ ਦੱਸੋ।
13. ਲੈਜਰ ਪੰਨਾ ਦੇ ਬਾਰੇ ਤੁਹਾਡੀ ਕੀ ਜਾਣਕਾਰੀ ਹੈ।
14. ਟ੍ਰੇਡ ਕਟੌਤੀ ਅਤੇ ਕੈਸ਼ ਕਟੌਤੀ ਵਿੱਚ ਕੀ ਅੰਤਰ ਹੈ।
15. ਜਰਨਲ ਤੋਂ ਲੈਜਰ ਬਣਾਉਣ ਦੀ ਪ੍ਰੀਕ੍ਰਿਆ ਲਿਖੋ।
16. ਛੋਟੀ ਕੈਸ਼ ਬੁੱਕ ਵਿੱਚ ਪੇਸ਼ਗੀ ਰਕਮ ਤੋਂ ਤੁਸੀਂ ਕੀ ਸਮਝਦੇ ਹੋ।
17. ਬੈਂਕ ਮਿਲਾਣ ਸਟੇਟਮੈਂਟ ਤਿਆਰ ਕਰਨ ਦੀ ਜ਼ਰੂਰਤ ਬਾਰੇ ਬਿਆਨ ਕਰੋ।
18. ਬੈਂਕ ਓਵਰ ਡਰਾਫਟ ਕੀ ਹੈ।
19. ਉਦਾਹਰਣ ਸਹਿਤ ਸੰਖੇਪ ਵਿੱਚ ਵਰਣਨ ਕਰੋ, ö ਬੈਂਕ ਦੁਆਰਾ ਗਲਤੀ ਨਾਲ ਡੈਬਿਟô।

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

Downloaded from https:// www.studiestoday.com

20. ਸਮੇਂ ਦੇ ਲਮਕਾਅ ਦੇ ਕਾਰਣ ਜੋ ਅੰਤਰ ਪੈਦਾ ਹੁੰਦਾ ਹੈ ਬਾਰੇ ਬਿਆਨ ਕਰੋ।
21. ੴਕੈਸ਼ ਬੁੱਕ ਅਨੁਸਾਰ ਪੱਖ ਵਿੱਚ ਬਕਾਇਆô ਸ਼ਬਦ ਦਾ ਸੰਖੇਪ ਵਿੱਚ ਵਰਣਨ ਕਰੋ।
22. ਠੀਕ ਕੈਸ਼ ਬੁੱਕ ਬਕਾਇਆ ਨਿਸ਼ਚਿਤ ਕਰਨ ਦੇ ਕਦਮਾਂ ਦਾ ਬਿਆਨ ਕਰੋ।
23. ਟਰਾਈਲ ਬੈਲੇਂਸ ਦੇ ਭਾਗਾਂ ਦਾ ਵਰਣਨ ਕਰੋ।

ਭਾਗ (ੲ)

ਕਾਰਗੁਜਾਰੀ ਪੱਧਰ

ਕਾਰਗੁਜਾਰੀ ਪੱਧਰ ਵਿੱਚ ਸ਼ਾਮਿਲ ਹੋ ਸਕਦਾ ਹੈ

ਕਾਰਗੁਜਾਰੀ ਪੱਧਰ	ਹਾਂ	ਨਹੀਂ
• ਖਾਸ ਜਰਨਲ ਅਤੇ ਸਹਾਇਕ ਕਿਤਾਬਾਂ ਵਿੱਚ ਅੰਤਰ ਸਮਝਣ ਦੇ ਯੋਗ ਹੋ।		
• ਖ਼੍ਰੀਦ ਕਿਤਾਬ ਅਤੇ ਵਿਕਰੀ ਕਿਤਾਬ ਦਾ ਅੰਤਰ ਦੱਸਣ ਯੋਗ ਹੋ।		
• ਖ਼੍ਰੀਦ ਵਾਪਸੀ ਕਿਤਾਬ ਅਤੇ ਵਿਕਰੀ ਵਾਪਸੀ ਕਿਤਾਬ ਦਾ ਅੰਤਰ ਦੱਸਣ ਯੋਗ ਹੋ।		
• ਬਿੱਲ ਪ੍ਰਾਪਤੀ ਬੁੱਕ ਅਤੇ ਬਿਲ ਭੁਗਤਾਨ ਬੁੱਕ ਵਿੱਚ ਅੰਤਰ ਦੱਸਣ ਦੇ ਯੋਗ ਹੋ।		
• ਜਰਨਲ ਕੈਸ਼ ਬੁੱਕ ਅਤੇ ਛੋਟੀ ਕੈਸ਼ ਬੁੱਕ ਵਿੱਚ ਅੰਤਰ ਦੱਸਣ ਯੋਗ ਹੋ।		
• ਬੈਂਕ ਮਿਲਾਣ ਸਟੇਟਮੈਂਟ ਤਿਆਰ ਕਰਨ ਦੀ ਲੋੜ ਦੀ ਪਛਾਣ ਕਰਨ ਯੋਗ ਹੋ।		

Downloaded from https:// www.studiestoday.com