

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

ਪੰਜਾਬ ਸਕੂਲ ਸਿੱਖਿਆ ਬੋਰਡ
ਸਾਹਿਬਜ਼ਾਦਾ ਅਜੀਤ ਸਿੰਘ ਨਗਰ

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 ਮੱਦੇਨਜ਼ਰ 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 ਜ਼ਰੂਰਤ 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 ਪ੍ਰਚੁਨ' ਵਿਸ਼ਾ ਇਸ ਅਕਾਦਮਿਕ ਸਾਲ 2017-18 ਤੋਂ ਬਾਰ੍ਹਵੀਂ 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.ਕਿਊ.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।

ਚੇਅਰਮੈਨ
ਪੰਜਾਬ ਸਕੂਲ ਸਿੱਖਿਆ ਬੋਰਡ

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

ਸੰਗਠਿਤ ਪ੍ਰਚੂਨ ਵਿਕਰੀ
NVEQF ਲੈਵਲ 4 - ਕਲਾਸ-ਬਾਰੂਵੀਂ
ਵਿਕਰੀ ਪ੍ਰਬੰਧ (ਵਿਵਸਥਾ)
ਵਿਦਿਆਰਥੀ ਕਾਰਜ ਪੁਸਤਕ



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

© 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। ਅਗਾਊਂ ਲਿਖਤੀ ਇਜਾਜ਼ਤ ਤੋਂ ਬਿਨਾਂ ਵਰਜਿਤ ਹੈ ਜਾਂ ਆਗਿਆ ਨਹੀਂ ਹੈ।

ਭੂਮਿਕਾ

ਰਾਸ਼ਟਰੀ ਪਾਠਕ੍ਰਮ ਢਾਂਚਾ, 2005 ਇਹ ਸਿਫਾਰਸ਼ ਕਰਦਾ ਹੈ ਕਿ ਸਕੂਲ ਵਿੱਚ ਬੱਚਿਆਂ ਦੇ ਜੀਵਨ ਦਾ ਸੰਬੰਧ ਸਕੂਲ ਦੇ ਬਾਹਰ ਉਨ੍ਹਾਂ ਦੇ ਜੀਵਨ ਨਾਲ ਜੁੜਿਆ 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 ਗਿਆਰ੍ਹਵੀਂ 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 ਨੁਮਾਇੰਦਿਆਂ ਵਲੋਂ ਸੁਝਾਏ ਗਏ ਸਮਰੱਥਤਾ ਮਾਪਦੰਡਾਂ ਅਤੇ ਦਿਸ਼ਾ ਨਿਰਦੇਸ਼ਾਂ ਦਾ ਸਮੂਹ ਹਨ ਅਤੇ ਕੰਮਕਾਜ ਵਾਲੀ ਜਗ੍ਹਾ ਤੇ ਚੰਗੀ ਕੁਸ਼ਲਤਾ ਨਾਲ ਕੰਮ ਕਰਨ ਵਾਸਤੇ ਉਮੀਦਵਾਰਾਂ ਦੀ ਗੁਣਵੱਤਾ ਅਤੇ ਸਿੱਖਿਆ ਨੂੰ ਪਰਖਣ ਵਾਸਤੇ ਲੋੜੀਂਦੇ ਹਨ।

ਪੰਡਤ ਸੁੰਦਰ ਲਾਲ ਸਰਮਾ ਕੇਂਦਰੀ ਵਿਵਸਾਇਕ 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 ਹਿੱਸਿਆਂ ਵਿੱਚ ਪਾਠਕ੍ਰਮ ਅਤੇ ਸਿੱਖਿਆ ਸਮੱਗਰੀ ਵਿਕਸਿਤ ਕੀਤੀ ਹੈ। ਇਹ NVEQF ਦੇ ਪਹਿਲੇ ਤੋਂ ਚੌਥੇ ਤਲ ਵਾਸਤੇ ਹਨ ਚੌਥਾ ਤਲ (Level IV) ਬਾਰ੍ਹਵੀਂ 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 ਵਿਸ਼ਿਆਂ 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

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।

ਧੰਨਵਾਦੀ (Acknowledgement)

ਯੋਗਦਾਨੀਆਂ ਦੀ ਸੂਚੀ (Contributions)

ਸਲਾਹਕਾਰ (Advisers)

1. ਪ੍ਰੋ. R.B. ਸ਼ਿਵਾਗੁੰਡੇ ਸੰਯੁਕਤ ਡਾਇਰੈਕਟਰ PSSCIVE NCERT
2. ਪ੍ਰੋ. ਆਰ.ਕੇ. ਸ਼ੁਕਲਾ ਮੁੱਖੀ ਬਿਜਨੈਸ 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 ਪ੍ਰੋਡਕਸ਼ਨ 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 ਕਿੱਤਾਮੁੱਖੀ 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 ਆਫ ਕਮਰਸ ਡਿਕਸ਼ਨ ਰੋਡ ਵਿਖੇ ਪਾਰਨੇ (Parle) CEC ਮੁੰਬਈ - 400057 ਮਹਾਰਾਸ਼ਟਰ
 3. ਡਾ. ਕਿੰਨਰੀ (Kinari) ਠਾਕਰ ਸਹਾਇਕ ਪ੍ਰੋਫੈਸਰ ਕਮਰਸ ਵਿਭਾਗ ਮੁੰਬਈ ਯੂਨੀਵਰਸਿਟੀ ਵਿਦਿਆਨਗਰ ਕਲਿਨਾ (Kalina) ਸੈਂਟਕਰੂਜ ਮੁੰਬਈ 400098 (ਮਹਾਰਾਸ਼ਟਰ)
 4. ਮਿਸਟਰ ਸੁਨੀਲ ਐਸ. ਡਿਸਾਈ, ਕਿੱਤਾ ਮੁੱਖੀ ਅਧਿਆਪਕ ਮਾਰਕੀਟਿੰਗ ਅਤੇ ਸੈਲਜਮੈਨਸ਼ਿਪ ਜਗਰੁਤੀ ਜੂਨੀਅਰ ਕਾਲਜ ਆਫ ਵੋਕੇਸ਼ਨਲ ਗਾਂਡਗਿਲਜ਼ (Gandhinlag), ਕਿਲਾ ਕੋਹਲਾਪੁਰ-416502 ਮਹਾਰਾਸ਼ਟਰ
 5. Mrs. K.P. ਯਾਦਵ ਅਧਿਆਪਕ ਮਾਰਕੀਟਿੰਗ ਅਤੇ ਸੈਲਜਮੈਨਸ਼ਿਪ ਦਾ ਕੈਂਪ ਐਜੂਕੇਸ਼ਨ ਸੋਸਾਇਟੀਜ਼ ਜੂਨੀਅਰ ਕਾਲਜ, ਜਨ ਮੁਹੰਮਦ ਸਟਰੀਟ, ਬਾਬਾ ਜਨ ਚੌਕ, ਕੈਂਪ, ਪੂਣੇ-411001 (ਮਹਾਰਾਸ਼ਟਰ)
 6. ਡਾ. ਸਹਿਬਾ ਹੁਸੈਨ, ਸਹਾਇਕ ਪ੍ਰੋਫੈਸਰ, ਜੇ.ਆਈ.ਸੀ. ਐਸ. (JICM) ਦਾ ਗਰੀਨ ਬੋਲ (Bowl) 83/2 ਚੰਦਨਪੁਰਾ, ਭੋਪਾਲ (ਮੱਧ ਪ੍ਰਦੇਸ਼)
 7. ਸ਼੍ਰੀਮਤੀ ਲਲਿਤਾ ਪਿਲਾਈ, ਸੀਨੀਅਰ ਲੈਕਚਰਾਰ (ਮਾਡਰਨ ਆਰਟਸ ਮੈਨੇਜਮੈਂਟ) ਐਮ ਵੀ ਬਹੁਤਕਨੀਕੀ ਕਾਲਜ, ਸਿਆਮਲਾ ਹਿਲਜ਼, ਭੋਪਾਲ - 462002 (ਮੱਧ ਪ੍ਰਦੇਸ਼)
 8. ਡਾ. ਗਨੇਸ਼ਵਰ ਸਿੰਘ ਖੁਸ਼ਵਾਰਾ, ਸਹਾਇਕ ਪ੍ਰੋਫੈਸਰ, ਪ੍ਰਬੰਧਕੀ ਸਟੱਡੀਜ਼ ਵਿਭਾਗ, ਮੌਲਾਨਾ ਆਜ਼ਾਦ ਰਾਸ਼ਟਰੀ ਤਕਨੀਕੀ ਸੰਸਥਾ, ਡ੍ਰੀਮਡ ਯੂਨੀਵਰਸਿਟੀ ਭੋਪਾਲ - 462051 (ਮੱਧ ਪ੍ਰਦੇਸ਼) - 462051 (ਮੱਧ ਪ੍ਰਦੇਸ਼)
 9. ਡਾ. ਨਿੱਧੀ ਗੁਪਤਾ, ਸਹਾਇਕ ਪ੍ਰੋਫੈਸਰ (ਨੇਕਾ ਆਧਾਰ ਤੇ) ਬਿਜਨੈਸ ਅਤੇ ਵਣਜ ਵਿਭਾਗ, (ਪੀ.ਐਸ.ਐਸ. ਸੀ.ਆਈ.ਵੀ.ਈ.) ਸਿਆਮਲਾ ਹਿਲਜ਼ ਭੋਪਾਲ-4620013 (ਮੱਧ ਪ੍ਰਦੇਸ਼)
 10. ਪ੍ਰੋ. ਆਰ. ਕੇ. ਸ਼ੁਕਲਾ, ਮੁੱਖੀ ਅਤੇ ਰੀਸੋਰਸ ਪਰਸਨ, ਬਿਜਨੈਸ ਅਤੇ ਵਣਜ ਵਿਭਾਗ PSSCIVE ਸਿਆਮਲਾ ਹਿਲਜ਼ ਭੋਪਾਲ - 462013 (ਮੱਧ ਪ੍ਰਦੇਸ਼)।
 11. ਡਾ. ਪੀ. ਵੀਰਾਜਾ (Veeraja) ਸਹਾਇਕ ਪ੍ਰੋਫੈਸਰ (ਸਟੇਜ-3) ਅਤੇ ਪ੍ਰੋਗਰਾਮ ਕੋਆਰਡੀਨੇਟਰ ਬਿਜਨੈਸ ਅਤੇ ਵਣਜ ਵਿਭਾਗ PSSCIVE ਭੋਪਾਲ-462013 (ਮੱਧ ਪ੍ਰਦੇਸ਼)

ਨਿਰੀਖਣ ਅਤੇ ਅੰਤਿਮ ਰੂਪ ਦੇਣ ਵਾਲਾ ਗਰੁੱਪ

- A. ਮੋਡਿਊਲਸ ਕੰਪੀਟੈਂਸੀ 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. ਫੂਲਮਾਲੀ fulmali, ਸਹਾਇਕ ਪ੍ਰੋਫੈਸਰ ਐਮ.ਐਲ. ਡੇਹਨੂਕਰ (Dahanukar) ਕਾਲਜ ਆਫ 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 ਕੂਐਲਿਟੀ ਕੋਆਰਡੀਨੇਟਰ ਡਾਇਰੈਕਟਰ ਉਚੇਰੀ ਸਿੱਖਿਆ, ਲਾਲਧਾਨੀ, ਸ਼ਿਮਲਾ - 171001 (ਹਿਮਾਚਲ ਪ੍ਰਦੇਸ਼)
 7. ਸ਼੍ਰੀਮਤੀ ਨੀਰੁ ਕਲਹਰ - ਪ੍ਰਚੂਨ ਕਿੱਤਾਮੁੱਖੀ ਅਧਿਆਪਿਕਾ ਸਰਕਾਰੀ ਕੰਨਿਆ ਮਾਡਲ ਸੀਨੀਅਰ ਸੈਕੰਡਰੀ ਸਕੂਲ ਸੁਸ਼ਾਂਤ ਲੋਕ ਗੁੜਗਾਉ
 8. ਸ਼੍ਰੀਮਤੀ ਸੀਮਾ ਘਨਘਾਸ, ਰੀਟੇਲ ਵੋਕੇਸ਼ਨਲ ਟੀਚਰ ਸਰਕਾਰੀ ਸੰਧੀ ਸੈਕੰਡਰੀ ਸਕੂਲ ਬਲਬਗੜ ਜਿਲਾ ਫਰੀਦਾਬਾਦ (ਹਰਿਆਣਾ)
 9. ਮਿਸਟਰ ਕੁੰਦਨ ਕੁਮਾਰ, ਪ੍ਰਚੂਨ ਵੋਕੇਸ਼ਨਲ ਟੀਚਰ ਸਰਕਾਰੀ ਸੀਨੀ. ਸੈ. ਸਕੂਲ ਜਵਾਲਾਮੁੱਖੀ, ਕਾਂਗੜਾ (ਹਿਮਾਚਲ ਪ੍ਰਦੇਸ਼)-176047
 10. ਸ਼੍ਰੀਮਤੀ ਚੰਦਾ ਰਾਇ, ਸਟੇਰ ਮੈਨੇਜਰ ਕਲਾਈਮ ਟਰੈਂਡਜ਼, ਰੀਲਾਇੰਸ ਰੀਟੇਲ (ਪ੍ਰਚੂਨ) ਲਿਮਿਟਡ, ਡੀ.ਬੀ. ਸਿਟੀ ਮਾਲ ਐ.ਪੀ. ਨਗਰ ਭੋਪਾਲ ਮੱਧ ਪ੍ਰਦੇਸ਼।
 11. ਮਿਸਟਰ ਸੁਸ਼ੀਲ ਸਿੰਘ, ਸੀਨੀਅਰ ਮੈਨੇਜਰ ਆਪਰੇਸ਼ਨ, ਸਪੇਨਸਰਜ਼ ਰੀਟੇਲ ਲਿਮਿਟਡ PC-21 ਹੋਸ਼ੰਗਾਬਾਦ ਰੋਡ ਭੋਪਾਲ-462026 (ਐਮ.ਪੀ.)
 12. ਸ਼੍ਰੀਮਤੀ ਸ਼ਾਮਾ ਖਾਨ ਸ੍ਰੀ ਪੀ ਆਰ ਓ RRO ਐਨ ਨਾਰਟ ਰੀਟੇਲ (ਪੀ) ਲਿਮਿਟਡ ਰੋਆਇਲ ਪਲੇਸ, ਬੀ-282 ਸਰਪਰਧਰਮਾ (Sarvardharam) ਕਲੋਨੀ ਕਲੋਰ ਰੋਡ ਭੋਪਾਲ (ਮੱਧ ਪ੍ਰਦੇਸ਼)
 13. ਮਿਸਟਰ ਕਮਲ ਸਿੰਘ ਕੋਰਵ, ਮੈਨੇਜਰ ਐਡਮਿਨਿਸਟ੍ਰੇਸ਼ਨ ਅਤੇ ਨੈਟਵਰਕ ਡਿਵੈਲਪਮੈਂਟ, ਸਿਨਕੋਮ ਹੈਲਥ ਸੈਂਟਰ ਲਿਮਿਟਡ, ਸਿਨਕੋਮ ਹਾਊਸ 40, ਇੰਦੌਰ - 452010 (ਮੱਧ ਪ੍ਰਦੇਸ਼)
 14. ਮਿਸਟਰ ਅੰਕਿਤ ਸਾਗਰ, ਸਹਾਇਕ ਮੈਨੇਜਰ - (ਹਰਿਆਣਾ) ਸਪੈਂਸਰਜ਼ ਰੀਟੇਲ ਲਿਮਿਟਡ, ਪੀ.ਸੀ.21 ਹੋਸ਼ੰਗਾਬਾਦ ਰੋਡ ਭੋਪਾਲ 462026 (ਐਮ.ਪੀ.)
 15. ਪ੍ਰੋ. ਆਰ.ਕੇ. ਸ਼ੁਕਲਾ, ਹੈੱਡ ਐਂਡ ਰੀਸੋਰਸ ਪਰਸਨ, ਡਿਪਾਰਟਮੈਂਟ ਆਫ ਬਿਜਨੈਸ ਅਤੇ ਕਮਰਸ ਪੀ.ਐਸ.ਐਸ.ਸੀ.ਆਈ.ਵੀ.ਈ. ਭੋਪਾਲ - 462013 (ਮੱਧ ਪ੍ਰਦੇਸ਼)
 16. ਡਾ.ਪੀ. ਵੀਰਗਜਰ ਸਹਾਇਕ ਪ੍ਰੋਫੈਸਰ (Stage-3) ਅਤੇ ਪ੍ਰੋਗਰਾਮ ਕੋਆਰਡੀਨੇਟਰ, ਡਿਪਾਰਟਮੈਂਟ ਆਫ ਬਿਜਨੈਸ ਅਤੇ ਕਮਰਸ PSSCIVE ਭੋਪਾਲ - 462013 (ਐਮ.ਪੀ.)

ਸੰਪਾਦਨ ਅਤੇ ਕੋਆਰਡੀਨੇਸ਼ਨ

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

ਟਾਈਪਿੰਗ ਅਤੇ ਡਿਜ਼ਾਇਨਿੰਗ—

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

ਕਿਤਾਬ ਦੇ ਸੰਬੰਧੀ

ਰਿਟੈਲ ਮੈਨੇਜਮੈਂਟ ਸੰਬੰਧੀ ਇਹ ਕਾਰਜ ਪੁਸਤਕ ਇਕਾਈ RS401-RS408 ਤੱਕ, ਨਿਪੁੰਨਤਾਵਾਂ ਨੂੰ ਪੂਰਾ ਕਰਨ ਵਿੱਚ ਤੁਹਾਡੀ ਮਦਦ ਕਰਨ ਲਈ ਹੈ। ਤੁਹਾਨੂੰ ਇਸ ਕਿਤਾਬ ਰਾਹੀਂ ਕਲਾਸਰੂਮ ਵਿੱਚ ਆਪਣੇ ਕੰਮ ਵਾਲੇ ਸਥਾਨ ਆਪਣੇ ਸਮੇਂ ਅਨੁਸਾਰ ਆਪਣੇ ਜਮਾਤ ਅਧਿਆਪਕ ਦੀ ਅਗਵਾਈ/ਦੇਖ ਰੱਖ 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 ਮਦਦ ਨਾਲ ਤੁਸੀਂ ਵਿਸ਼ੇ ਨਾਲ ਸੰਬੰਧਤ 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 ਸ਼ਾਮਲ ਕੀਤੀਆਂ ਕਿਰਿਆਵਾਂ ਤੁਹਾਡੇ ਲਈ ਜ਼ਰੂਰੀ 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 ਅਨੁਬੰਧ (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 ਸ਼ਾਮਲ ਕੀਤੇ ਹਨ ਜੋ ਤੁਹਾਡੀ ਪ੍ਰਗਤੀ ਨੂੰ ਚੈਕ ਕਰਨ ਵਿੱਚ ਮਦਦ ਕਰਨਗੇ। ਅਗਲੇ ਕਾਰਜਕਾਲ ਵਿੱਚ ਜਾਣੇ ਲਓ ਪਹਿਲਾ ਤੁਹਾਨੂੰ ਸਾਰੇ ਪ੍ਰਸ਼ਨਾਂ ਦੇ ਉੱਤਰ ਦੇਣ ਦੇ ਜ਼ਰੂਰ ਯੋਗ ਹੋਣਾ ਚਾਹੀਦਾ ਹੈ।

ਇਸ ਕਿਤਾਬ ਨੂੰ ਸਾਲ 2013 ਵਿੱਚ ਹਰਿਆਣਾ Pilot ਪ੍ਰੋਜੈਕਟ ਦੀ ਬਹੁਤ ਜ਼ਰੂਰੀ ਲੋੜ ਲਈ ਵਿਕਸਿਤ ਕੀਤਾ ਸੀ। ਹੁਣ ਇਸ ਕਿਤਾਬ ਨੂੰ ਰੀਟੈਲਰ ਐਸੋਸੀਏਸ਼ਨ ਸਕਿੱਲ ਕੌਂਸਲ ਆਫ਼ 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।

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 |
| ਕਾਰਜਕਾਲ II : ਪ੍ਰਚੂਨ ਦੀ ਖੋਜ (Retail Research) | 17 |
| ਕਾਰਜਕਾਲ III: ਪ੍ਰਚੂਨ ਯੋਜਨਾ (Retail Strategy) | 26 |
| ਕਾਰਜਕਾਲ IV: ਪ੍ਰਚੂਨ ਉਪਭੋਗੀ ਵਿਵਹਾਰ (Retail Consumer Behave) | 33 |
| ਯੂਨਿਟ RS402: ਚਲ ਸਮਿਤੀ ਦੀ ਵੇਰਵੇਂ ਸਹਿਤ ਸੂਚੀ | 39 |
| ਜਾਣ-ਪਛਾਣ | 40 |
| ਕਾਰਜਕਾਲ I: ਵੇਰਵੇਂ ਸਹਿਤ ਸੂਚੀ ਦੀਆਂ ਕਿਸਮਾਂ | 41 |
| ਕਾਰਜਕਾਲ II: ਵੇਰਵੇਂ 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 |
| | |
| | |
| | |
| | |
| | |
| | |
| | |
| | |
| | |
| | |

RS401-NQ2014

ਪ੍ਰਚੂਨ ਵਿਕਰੀ ਵਿੱਚ ਵਾਧਾ

ਜਾਣ-ਪਛਾਣ (Introduction)

ਇਹ ਯਾਦ ਰੱਖਣ ਚਾਹੀਦਾ ਹੈ ਕਿ ਆਰਥਿਕ ਕਿਰਿਆ ਦਾ ਮੁੱਖ ਉਦੇਸ਼ ਉਪਭੋਗੀ ਜਾਂ ਗ੍ਰਾਹਕ ਦੀ ਸੰਤੁਸ਼ਟੀ ਕਰਨਾ ਹੈ ਕਿਉਂਕਿ 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 ਪਿੱਛੋਂ 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 ਕਈ 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 ਜ਼ਰੂਰੀ 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।

ਗੀਟੇਲ ਇੰਡਸਟਰੀ ਵਿੱਚ ਤਕਨੀਕੀ ਖੇਤਰ ਵਿੱਚ ਧਿਆਨ ਕੇਂਦਰਿਤ ਖੇਤਰਾਂ ਵਿੱਚ ਸੁਧਾਰ ਲਿਆਂਦਾ ਗਿਆ ਜਿਵੇਂ ਕਿ ਸਪਲਾਈ ਚੇਨ ਮੈਨੇਜਮੈਂਟ, 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।

ਸੈਸ਼ਨ - 1 ਪ੍ਰਚੂਨ ਸੰਗਠਿਤ ਢਾਂਚਾ(Retail Organisational Structure)

ਸਬੰਧਿਤ ਗਿਆਨ (Relevant Knowledge)

ਪ੍ਰਚੂਨ ਇੱਕ ਅਜਿਹੀ ਆਰਥਿਕ ਕਿਰਿਆ ਹੈ ਜਿਸ ਵਿੱਚ ਉਹ ਕੰਮ ਸ਼ਾਮਲ 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 ਜ਼ਰੂਰੀ 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 ਸ਼ਾਮਲ 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 ਸਟਾਫ਼ 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 ਜਿੰਮੇਵਾਰੀਆਂ ਨੂੰ ਵੰਡਣਾ

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

(ਸ) ਸੰਗਠਨ ਸੰਬੰਧੀ 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. — ਪ੍ਰੈਜ਼ੀਡੈਂਟ (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।

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) ਨਿਰਣੈ ਲੈਣ ਵਾਲੀ ਪ੍ਰਕਿਰਿਆ ਵਿੱਚ ਕਰਮਚਾਰੀ ਦੀ ਭਾਗੇਦਾਰੀ।
- (iv) ਸਭਿਆਚਾਰਕ ਅਤੇ ਸੰਗਠਿਤ ਵਾਤਾਵਰਨ



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

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 ਅਕਾਉਂਟੈਂਟ 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 ਸੱਠਅਤ ਸਟੋਰ ਸੱਭਿਆਚਾਰ ਅਤੇ ਵਿਕਰੀ ਕਾਰਜ ਵਿੱਚ ਆਪਸੀ ਸੰਬੰਧ 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 ?

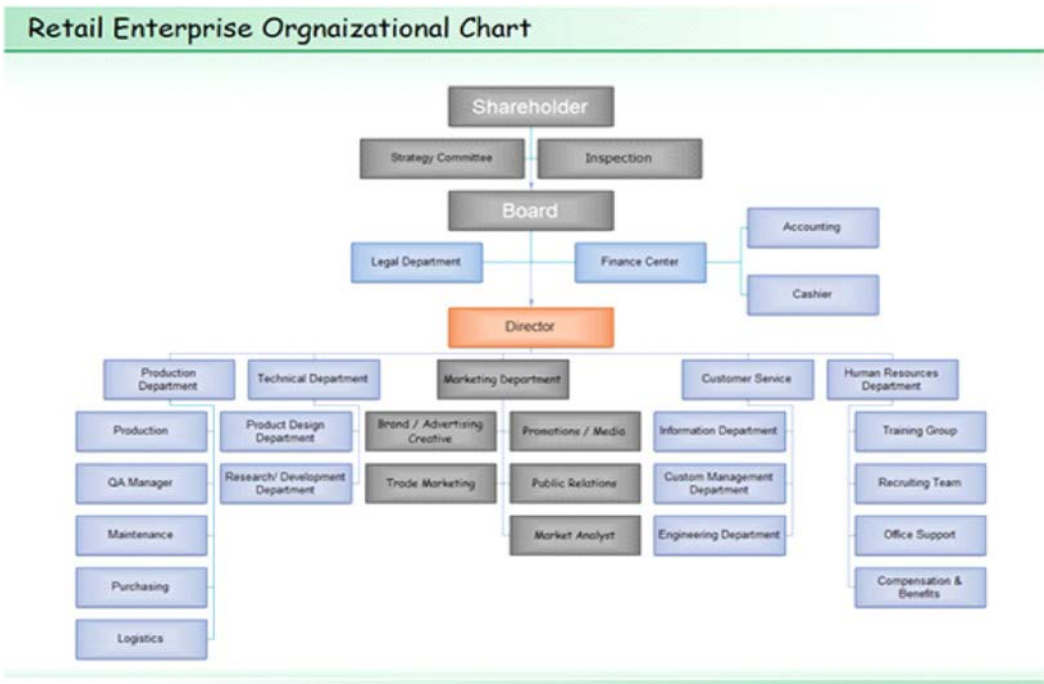
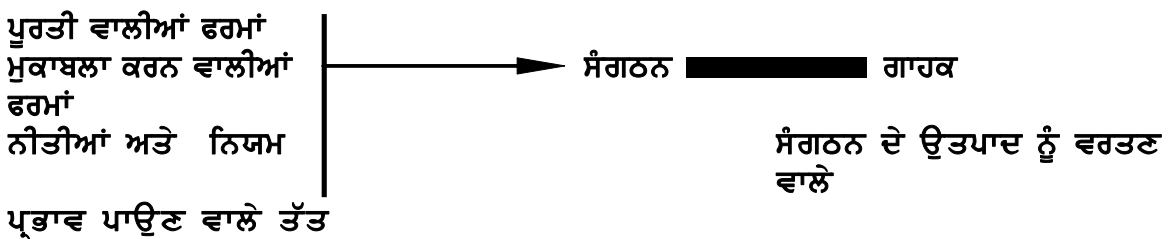
ਵਿਕਲਪ

(Options) ਹਨ:-

- (i) ਨੁਕਸ ਵਾਲੇ ਉਤਪਾਦ ਨੂੰ ਨਵੇਂ ਉਤਪਾਦ ਨਾਲ ਬਦਲੋ।
- (ii) ਮਿਲਦੇ-ਜੁਲਦੇ ਜਾਂ ਤੁਲਨਾਤਮਕ ਬਰੈਂਡ (ਬਰੈਂਡ ਵਾਧੂ ਕੀਮਤ ਵਸੂਲਿਆਂ)

- (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 ਇਜਾਜ਼ਤ ਦਿੰਦੇ ਹਨ।

ਸੱਭਿਆਚਾਰ ਤਬਦੀਲੀ ਤੇ ਪ੍ਰਭਾਵ ਪਾਉਣ ਵਾਲੇ ਤੱਤ



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) ਜਨਸੰਖਿਆ 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

- (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

ਇੱਕ ਮੁਲਾਂਕਣ ਪੱਧਰ ਵਿੱਚ ਸਮਝਣਾ ਹੈ।

| 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। | | |

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 ਸੰਬੰਧ ਹੁੰਦਾ ਹੈ।

ਪ੍ਰਚੂਨ ਖੋਜ ਇਨ੍ਹਾਂ ਨੂੰ ਮਦਦ ਕਰਦੀ ਹੈ:

- (i) ਮੰਡੀ/ਬਜ਼ਾਰ ਦੀਆਂ ਹਾਲਤਾਂ ਦਾ ਵਿਸ਼ਲੇਸ਼ਣ ਕਰਨ ਦੀ ਜ਼ਿੰਮੇਵਾਰੀ 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 ਤੇਜ਼ੀ ਨਾਲ ਬਦਲਾਅ ਹੋ ਰਿਹਾ ਹੈ, ਅਤੇ ਪਹਿਲਾ ਦੇ ਕਿਸੇ ਹੋਰ ਸਮੇਂ ਨਾਲੋਂ, ਅੱਜ ਅਸਲੀ ਸਮੇਂ ਦੀ ਮੰਡੀ/ਬਜ਼ਾਰ 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 ਜੜ੍ਹਾਂ 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 ਟੁਕੜਾ ਜਾਂ ਅਧਾਰ ਹੇਠ ਲਿਖੇ ਹਨ:-

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

ਮੁਕਾਬਲਾ (Competition) : ਇਹ ਪ੍ਰਚੂਨ ਬਜ਼ਾਰ 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 : —

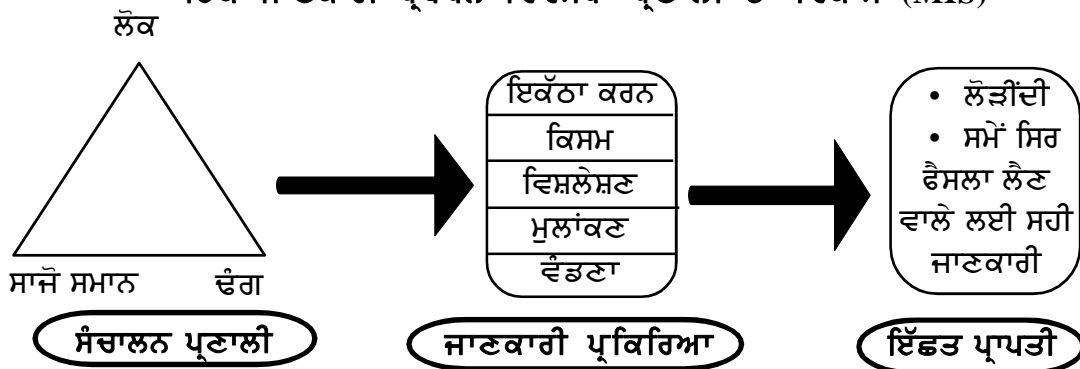
1. ਉਦਯੋਗ ਪ੍ਰਤੀਯੋਗਤਾ
2. ਉਤਪਾਦ ਦੀ ਕਿਸਮ ਪ੍ਰਤੀਯੋਗਤਾ
3. ਬਰੈਂਡ ਮੁਕਾਬਲਾ

4. ਕੀਮਤਾਂ ਪ੍ਰਤੀਯੋਗਤਾ
5. ਵਿਗਿਆਪਨ ਸਬੰਧੀ ਪ੍ਰਤੀਯੋਗਤਾ

ਮੰਡੀ ਬਾਜ਼ਾਰ ਜਾਣਕਾਰੀ ਪ੍ਰਣਾਲੀ (MIS)

ਇਹ ਪ੍ਰਣਾਲੀ (MIS) ਸੂਚਨਾਂ ਜਾਂ ਜਾਣਕਾਰੀ ਨੂੰ ਇਕੱਠਾ 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 (MIS) 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 ਰੋਜ਼ ਚਾਹੋਗੇ ? ਹਫ਼ਤੇਵਾਰੀ, ਮਹੀਨੇਵਾਰੀ, ਸਾਲਾਨਾ ?
- * ਤੁਸੀਂ 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।

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। ਇੰਟਰਨੈੱਟ ਅਤੇ ਵੈਬਸਾਈਟਸ ਇੱਕ ਬਹੁਤ ਮਹੱਤਵਪੂਰਨ 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 ਸਾਲਾਨਾ ਰਿਪੋਰਟ ਆਦਿ ਤੋਂ ਪ੍ਰਾਪਤ ਉਪਲਬਧ 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, ਕਦੇ 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।

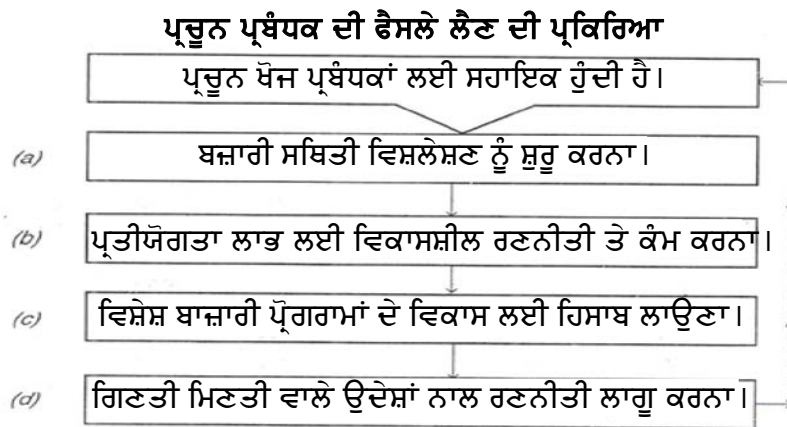
ਮੰਡੀਕਰਨ ਖੋਜ ਦੇ ਕੰਮ (Roles of Market Research) :

- 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 ਫੈਸਲੇ ਲੈਣ ਦੀ ਪ੍ਰਕਿਰਿਆ —

ਪ੍ਰਚੂਨ ਖੋਜ ਪ੍ਰਚੂਨ ਵਪਾਰੀਆਂ ਦੀ ਮਾਰਕੀਟ ਸਬੰਧੀ ਮਹੱਤਵਪੂਰਨ ਫੈਸਲੇ ਲੈਣ ਵਿੱਚ ਮੱਦਦ ਕਰਦੀ ਹੈ। ਜਿਵੇਂ ਕਿ ਮਾਰਕੀਟ ਦੀ ਸਥਿਤੀ, ਕਿਸੇ ਖਾਸ ਟਾਰਗੇਟ 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।



ਖੋਜੀ ਢੰਗਾਂ ਦੀਆਂ ਕਿਸਮਾਂ

1. ਗੁਣਾਤਮਕ ਖੋਜ ਤਰੀਕਾ (ਢੰਗ)

ਗੁਣਾਤਮਕ ਢੰਗ “ਉਪਭੋਗੀ ਦੇ ਮਨ ਵਿੱਚ ਕੀ ਹੈ” ਉਸਨੂੰ ਲੱਭਣ ਲਈ ਵਰਤੋਂ 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, ਖਰੀਦਦਾਰੀ ਦੀਆਂ ਲੋੜਾਂ ਅਤੇ ਮੰਗਾਂ, ਸਟਾਇਲ ਦੀਆਂ ਤਰਜੀਹਾਂ, ਕੁੱਝ ਹੋਰ ਜ਼ਰੂਰੀ ਗੱਲਾਂ ਅਤੇ ਮਨਾਹੀਆਂ ਆਦਿ।
3. ਟਾਰਗਟ ਗਰੁੱਪ ਨੂੰ ਆਕਰਸ਼ਿਤ ਕਰਨ ਲਈ, ਉੱਪ-ਲਕਸ਼ੀ ਮਾਰਕੀਟ 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 ਵਿਸ਼ੇਸ਼ਤਾਵਾਂ ਆਦਿ।

- 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, ਤਜਰਬੇ 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 ਤਜਰਬੇ 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।
- ਕੌਰ 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 :

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



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 ਵਰਤੋਂ 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 ਵਰਤੋਂ 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 ਹੇਤ ਨਾਲ ਸਬੰਧ ਪੈਦਾ ਕਰਦਾ ਹੈ।
 - (a) ਗਾਹਕ ਅਤੇ ਆਮ ਲੋਕਾਂ ਦੇ ਬਾਜ਼ਾਰ ਨਾਲ।
 - (b) ਆਮ ਲੋਕ ਅਤੇ ਗਾਹਕ ਦੇ ਬਾਜ਼ਾਰ ਨਾਲ।
 - (c) ਮੰਡੀ ਅਤੇ ਗਾਹਕਾਂ ਨਾਲ।
 - (d) ਪ੍ਰਚੂਨ ਵਪਾਰੀ ਅਤੇ ਬੈਂਕ ਵਿਕਰੇਤਾ ਨਾਲ।
3. ਪ੍ਰਚੂਨ ਖੋਜ ਵਿੱਚ ਹੇਠ ਲਿਖਿਆਂ ਵਿੱਚੋਂ ਹਰੇਕ ਨਾਲ ਸਬੰਧਤ ਹੈ।
 - (a) ਨਿਰਮਾਤਾ
 - (b) ਪੈਦਾ ਕਰਨ ਵਾਲਾ
 - (c) ਹਿੱਸੇਦਾਰੀ
 - (d) ਕਰਿਆਨਾ ਸਟੋਰ।

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 ਸੰਬੰਧਨ 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।

ਮੁਲਾਂਕਣ ਕਿਰਿਆ ਲਈ ਚੈਕ ਲਿਸਟ

ਭਾਗ - ਓ

ਹੇਠ ਲਿਖੀ ਚੈਕ ਲਿਸਟ ਦੀ ਵਰਤੋਂ 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 - ਬ

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। | | |

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 (Wholesaler) 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।

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 ਸ਼ਾਮਲ ਨਹੀਂ ਹੁੰਦਾ ਕਿਉਂਕਿ ਕਿਸੇ ਉਤਪਾਦ ਨੂੰ ਖ਼ੀਦਣ 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 ਜ਼ਰੂਰ ਉਪਲੱਬਧ ਕਰਵਾਉਣਾ ਚਾਹੀਦਾ ਹੈ ਜਦੋਂ ਉਪਭੋਗੀ ਖ਼ੀਦਣ 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 (Appeal) : 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 ਸੰਬੰਧੀ 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 ਵਿਸ਼ਵਾਸ ਰੱਖਦੀਆਂ ਹਨ।

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

- ਪ੍ਰਚੂਨ ਰਣਨੀਤੀ ਯੋਜਨਾ ਵਿੱਚ ਸ਼ਾਮਲ ਕਦਮਾਂ (Steps) ਦੀ ਲਿਸਟ ਬਣਾਓ।

- ਕਿਸੇ ਸੰਗਠਨ ਦੇ ਉਦੇਸ਼ੀ ਸਟੇਟਮੈਂਟ 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 ਸ਼ਾਮਲ ਹਨ। ਜਿਹਨਾਂ ਵਿੱਚ ਪ੍ਰਤੀਯੋਗਤਾ ਕਰਨੀ ਹੈ।



- ਪ੍ਰਚੂਨ ਸਥਿਤੀ ਕਰਨ ਰਣਨੀਤੀ (retail positioning strategy) ਦੇ ਹਿੱਸਿਆਂ ਦਾ ਪੁਨਰ ਵਿਚਾਰ ਕਰਨਾ।
 - ਰਣਨੀਤੀ ਦੇ ਲਾਗੂ ਕਰਨ ਨੂੰ ਸਮਝਣਾ
 - ਪ੍ਰਚੂਨ ਓਪਰੇਸ਼ਨ ਦੇ ਮੁਲਾਂਕਣ ਅਤੇ ਨਿਯੰਤਰਣ ਵਿੱਚ ਸ਼ਾਮਲ 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 ਮੁਲਾਂਕਣ | |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| ਅੰਦਰੂਨੀ ਮੁਲਾਂਕਣ | ਬਾਹਰੀ ਮੁਲਾਂਕਣ |
| ਸ਼ਕਤੀਆਂ | ਮੌਕੇ |
| <ul style="list-style-type: none"> • ਕੰਪਨੀ ਦੀ ਅਜੋਕੀ ਸਥਿਤੀ ਕੀ ਹੈ। • ਫਰਮ ਕਿਸ ਵਿੱਚ ਚੰਗੀ ਹੈ। • ਕਿਹੜੇ ਮੁੱਖ ਸਾਧਨ ਅਤੇ ਨਿਪੁੰਨਤਾਵਾਂ ਮੌਜੂਦ ਹਨ। | <ul style="list-style-type: none"> • ਕਿਸ ਖੇਤਰ (ਏਰੀਏ) ਵਿੱਚ ਸਫਲਤਾ ਮਿਲ ਸਕਦੀ ਹੈ/ਸੀ। • ਕਿਹੋ ਜਿਹਾ ਵਾਤਾਵਰਣਕ ਅਨੁਕੂਲ ਹੈ ? • ਮੰਡੀ ਕਿਸ ਤਰ੍ਹਾਂ ਵਿਕਾਸ ਕਰ ਰਹੀ ਹੈ। |
| ਕਮਜ਼ੋਰੀਆਂ | ਖਤਰੇ |
| <ul style="list-style-type: none"> • 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। | <ul style="list-style-type: none"> • 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 ਹਨ, 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 ਸ਼ਾਮਲ ਕਰ ਸਕਦਾ ਹੈ:

- 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 ਖ਼ੀਦਦਾਰੀ 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, ਖ਼ੀਦਦਾਰੀ 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 ਗਾਹਕਾਂ ਨੂੰ ਵੇਚਣ ਦੀ ਕੋਸ਼ਿਸ਼ ਕਰਨਾ।

ਉਦਾਹਰਨ ਦੇ ਤੌਰ ਤੇ ਇੱਕ ਵਿਕਰੇਤਾ ਨੇ ਹੁਣੇ ਹੀ ਪੈਂਟਾਂ ਦਾ ਜੋੜਾ 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 ਕੋਸ਼ਿਸ਼ਾਂ 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।

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 ਵਰਣਿਤ 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

ਟਾਰਗਟ 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 ਮਜ਼ਬੂਤ 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 ਜ਼ਰੂਰੀ ਹੈ।

ਓਪਰੇਸ਼ਨ ਦਾ ਕੰਟਰੋਲ ਅਤੇ ਮੁਲਾਂਕਣ ਕਰਨਾ: ਇੱਕ ਵਾਰ ਜਦੋਂ 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।

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 ਸ਼ਾਮਲ 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 ਜ਼ਰੂਰਤਾਂ ਪੂਰੀਆਂ ਕੀਤੀਆਂ ਹਨ।

Part A

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

- 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 ਤੌਰ ਤੇ ਦੱਸੋ | | |
| ਉਤਪਾਦਨ ਨਾਲ ਸਬੰਧਤ ਪ੍ਰਚੂਨ ਰਣਨੀਤੀ ਬਾਰੇ ਬਿਆਨ ਕਰੋ | | |

ਕਾਰਜਕਾਲ 4: ਪ੍ਰਚੂਨ ਉਪਭੋਗੀ ਦਾ ਵਿਵਹਾਰ

ਸਬੰਧਤ ਗਿਆਨ

ਗਾਹਕ ਜਿਆਦਾ ਸ਼ਕਤੀਸ਼ਾਲੀ, ਜਿਆਦਾ ਗਿਆਨਵਾਨ, ਜਿਆਦਾ 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 ਤਜਰਬੇ 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 ਤਜਰਬੇ 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 ਤਜਰਬੇ 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 ਖੋਜ 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 ਬਣਾਉਣ ਦੀ ਲੋੜ ਹੈ, ਨੂੰ ਸੁਨਿਸ਼ਚਤ ਕਰਨ ਵਿੱਚ ਮੱਦਦ ਮਿਲਦੀ ਹੈ।

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 ਫ਼ੈਸਲਿਆਂ ਨੂੰ ਸਮਝਣਾ

ਉਪਭੋਗੀ ਦੇ ਖਰੀਦ ਸਬੰਧੀ ਫ਼ੈਸਲਿਆਂ 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 ਫ਼ੈਸਲੇ 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, ਤਜਰਬਾ ਕੀਤਾ ਜਾਂ ਆਨੰਦ ਮਾਣਿਆ ਹੋ ਸਕਦਾ ਹੈ।

2. ਅਸਲ/ਅਮਲੀ ਤਜਰਬਾ : 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 ਰੂਚੀ 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 ਵਿਸ਼ਵਾਸ 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 ਤਜਰਬਾ 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 ਖੀਦਣ 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 ਖੀਦਣਾ ਚਾਹੁੰਦੇ ਹਨ, ਅਤੇ ਉਹ ਵੀ ਕੀਮਤ ਪੱਖੋਂ ਫਾਇਦੇ ਨਾਲ ਅਤੇ ਕਈ ਵਾਰ ਉਧਾਰ ਉੱਪਰ।



ਉਪਭੋਗੀ ਦਾ ਖ਼ੀਦਦਾਰੀ ਸਬੰਧੀ ਵਿਵਹਾਰ:—ਉਪਭੋਗੀਆਂ ਵਿਚਕਾਰ ਚਾਰ ਕਿਸਮ ਦੇ ਖ਼ੀਦਦਾਰੀ 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 ਖ਼ੀਦਦਾਰੀ ਵਿੱਚ ਬਹੁਤ ਜ਼ਿਆਦਾ ਸ਼ਮੂਲੀਅਤ ਕਰ ਲੈਂਦੇ ਹਨ, ਮਾਰਕਿਆਂ (Brands) ਅਤੇ ਗੁਣਾਤਮਕ ਭਿੰਨਤਾਵਾਂ ਨਾਲ ਆਪਣੇ ਆਪ ਨੂੰ ਜਾਣੂ ਕਰ ਲੈਂਦੇ ਹਨ।

- ਖ਼ੀਦਦਾਰ ਉਤਪਾਦ ਬਾਰੇ ਵਿਸ਼ਵਾਸ ਪੈਦਾ ਕਰ ਲੈਂਦਾ ਹੈ।
- ਖ਼ੀਦਦਾਰ 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) ਖ਼ੀਦਣਾ ਚਾਹੁੰਦਾ ਹੈ, ਦੇਖਣ ਅਤੇ ਤੁਲਨਾ ਕਰਨ ਲਈ ਉਤਪਾਦਾਂ ਦੇ ਬਹੁਤ ਸਾਰੀਆਂ ਵਿਸ਼ੇਸ਼ਤਾਈਆਂ ਹੁੰਦੀਆਂ ਹਨ, ਖਾਸ ਕਰਕੇ ਜੇਕਰ ਖ਼ੀਦਦਾਰ ਕੰਪਿਊਟਰਾਂ ਅਤੇ ਸਬੰਧਤ ਵਸਤੂਆਂ ਤੋਂ ਅਣਜਾਣ ਹੋਵੇ।

2. ਅਸਹਿਮਤੀ ਵਾਲਾ ਸੰਵਾਦ (Dissonance Reducing)

- ਜਦੋਂ ਖ਼ੀਦਿਆ ਜਾਣ ਵਾਲਾ ਉਤਪਾਦ ਮਹਿੰਗਾ ਹੋਵੇ, ਅਕਸਰ ਲੋੜੀਂਦਾ ਨਾ ਹੋਵੇ, ਖ਼ੀਦ ਨੂੰ ਉੱਚਾ (High) ਮੰਨਿਆ ਜਾਂਦਾ ਹੈ।
- ਗਾਹਕ ਨੂੰ ਉਤਪਾਦ ਦੀ ਕਿਸਮ ਬਾਰੇ ਜ਼ਿਆਦਾ ਜਾਣਕਾਰੀ ਨਹੀਂ ਹੁੰਦੀ।
- ਖ਼ੀਦ 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 ਤੁਲਨਾਤਮਕ 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 ਜਿਨ੍ਹਾਂ ਵਿੱਚ ਖ਼ੀਦਦਾਰੀ ਦੌਰਾਨ ਸ਼ਮੂਲੀਅਤ ਬਹੁਤ ਘੱਟ ਹੁੰਦੀ ਹੈ, ਪਰੰਤੂ ਬਾਅਦ ਵਿੱਚ ਮੁੱਢਲੀ ਖਪਤ ਦੇ ਦੌਰਾਨ ਜਾਂ ਉਸਤੋਂ ਬਾਅਦ ਇਹ ਮਹੱਤਵਪੂਰਨ ਬਣ ਜਾਂਦੀ ਹੈ।

ਵਾਰ-ਵਾਰ ਇਸ਼ਤਿਹਾਰਬਾਜ਼ੀ (ਨਾਲ ਵਸਤੂਆਂ ਨੂੰ ਯਾਦ ਕਰਵਾਉਣਾ) ਜਾਂ ਬਹੁਤ ਸਾਰੀਆਂ ਸ਼ੈਲੀਆਂ/ਵਸਤੂਆਂ ਨੂੰ ਰੱਖਣਾ ਜਾਂ ਵਸਤੂਆਂ ਦੀਆਂ ਕੀਮਤਾਂ ਘਟਾ ਕੇ ਗਾਹਕਾਂ ਨੂੰ ਖਿੱਚਣਾ ਜਾਂ ਮੁਕਾਬਲੇ ਵਾਲੇ ਉਤਪਾਦਾਂ ਦੀਆਂ ਨਵੀਆਂ ਅਤੇ ਖਾਸ ਵਿਸ਼ੇਸ਼ਤਾਈਆਂ ਨੂੰ ਪੇਸ਼ ਕਰਨਾ। ਉਦਾਹਰਣ ਦੇ ਤੌਰ ਤੇ (compaq) ਕੌਮਪੈਕ 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) ਖ਼ੀਦਦਾਰੀ ਕਰਦੇ ਸਮੇਂ ਅਸੀਂ ਕਦੇ ਵੀ ਆਪਣਾ ਦਿਮਾਗ ਨਹੀਂ ਲਾਉਂਦੇ ਤੇ ਸੋਚਦੇ ਨਹੀਂ, ਉਦਾਹਰਣ ਦੇ ਤੌਰ ਤੇ ਕਰਿਆਨੇ ਦੀਆਂ ਦੁਕਾਨਾਂ।

- ਸਾਡੇ ਕੋਲ ਫਿਕਸ/ਪੱਕੇ ਮਾਰਕੇ (Brands) ਹਨ ਜੋ ਕਿ ਸਾਲ ਦਰ ਸਾਲ ਖ਼ੀਦਦਾਰੀ ਤਜਰਬੇ ਰਾਹੀਂ ਪਰਖੇ ਅਤੇ ਸਵੀਕਾਰੇ ਗਏ ਹਨ।
- ਘੱਟ ਕੀਮਤ ਅਤੇ ਵਾਰ-ਵਾਰ ਖ਼ੀਦਦਾਰੀ ਵਿੱਚੋਂ ਘੱਟ ਸ਼ਮੂਲੀਅਤ ਦੀ ਆਦਤ ਪੈਦਾ ਹੁੰਦੀ ਹੈ।
- ਅਜਿਹੀਆਂ ਘੱਟ ਸ਼ਮੂਲੀਅਤ ਦੀਆਂ ਆਦਤਾਂ ਨੂੰ ਪੈਦਾ ਕਰਨ ਲਈ ਪ੍ਰਚੂਨ ਵਪਾਰੀ ਘੱਟ ਕੀਮਤ ਅਤੇ ਇਸ਼ਤਿਹਾਰਬਾਜ਼ੀ ਦਾ ਪ੍ਰਯੋਗ ਕਰਦੇ ਹਨ, ਟੈਲੀਵਿਜ਼ਨ 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, ਉਦਾਹਰਣ ਦੇ ਤੌਰ ਤੇ ਕੁਝ ਟੁੱਥਪੇਸਟਾਂ ਮਸ਼ੀਨਾਂ ਦੀ ਸੁਰੱਖਿਆ ਨਾਲ, ਇੱਕ ਖਾਣਾ ਪਕਾਉਣ ਵਾਲਾ ਤੇਲ ਕੋਲੈਸਟਰੋਲ ਨੂੰ ਘਟਾਉਣ ਨਾਲ ਅਤੇ ਇੱਕ ਬਰਤਨ ਧੋਣ ਵਾਲਾ ਸਾਬਣ ਭੋਜਨ ਦੇ ਧੱਬਿਆਂ ਨੂੰ ਪੂਰੀ ਤਰਾਂ ਹਟਾਉਣ ਨਾਲ।

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 ਫੈਸਲਾ ਕਰਦੇ ਹੋ ਤਾਂ ਇੱਕ ਚੰਗੀ ਜਾਂ ਮਜ਼ਬੂਤ ਉਧਾਰ ਬਿਨੈ-ਪੱਤਰ ਪ੍ਰਕਿਰਿਆ ਨੂੰ ਯਕੀਨੀ ਬਣਾਓ ਜਿਸ ਵਿੱਚ ਸ਼ਾਮਲ ਹੈ ਪ੍ਰਵਾਨਗੀ ਦੇਣ ਤੋਂ ਪਹਿਲਾਂ ਗਾਹਕ ਦੇ ਉਧਾਰ ਰੁਤਬਿਆਂ (Ratings) ਨੂੰ ਚੰਗੀ ਤਰਾਂ ਚੈੱਕ ਕਰਨਾ।

ਕੁਝ ਗਾਹਕਾਂ ਨੂੰ ਉਧਾਰ ਉੱਤੇ ਖਰੀਦਣ ਦੀ ਇਜ਼ਾਜ਼ਤ ਦੇਣਾ ਉਨ੍ਹਾਂ ਨੂੰ ਵਿਆਜ ਮੁਕਤ ਕਰਨਾ ਦੇਣ ਦੇ ਬਰਾਬਰ ਹੈ ਅਤੇ ਖਤਰੇ ਵਾਲੇ ਗਾਹਕਾਂ ਨੂੰ ਉਧਾਰ ਦੇਣਾ ਤੁਹਾਡੀ ਮਜ਼ਬੂਰੀ ਨਹੀਂ ਹੈ। ਗਾਹਕਾਂ ਨੂੰ ਭੁਗਤਾਨ ਵਿੱਚ ਦੇਰੀ ਕਰਨ ਦੀ ਇਜ਼ਾਜ਼ਤ 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 ਬਿਨੈ-ਪੱਤਰ ਦਾ ਵਿਕਾਸ ਕਰੋ:

ਇੱਕ ਉਧਾਰ ਸਬੰਧੀ ਬਿਨੈ-ਪੱਤਰ ਦੇ ਫਾਰਮ ਦਾ ਵਿਕਾਸ ਕਰੋ ਅਤੇ ਖਰੜਾ ਆਪਣੇ ਵਕੀਲ ਕੋਲੋਂ ਚੈੱਕ ਕਰਵਾਓ। ਉਧਾਰ ਬਿਨੈ ਪੱਤਰ ਅਤੇ ਪ੍ਰਵਾਨਗੀ ਪ੍ਰਕਿਰਿਆ ਵਿੱਚ ਹੇਠ ਲਿਖੇ ਪੜਾਅ ਸ਼ਾਮਲ 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), ਫੈਸਲਾ ਕਰਨ ਵਾਲੇ (Referees) ਅਤੇ ਵਪਾਰ ਵਿੱਚ ਵਰ੍ਹਿਆਂ ਦੀ ਸੰਖਿਆ ਬਾਰੇ ਬੇਨਤੀ ਹੋਵੇ।
- ਸਪਲਾਈ ਕਰਨ ਵਾਲਿਆਂ ਦੀ ਡੀਟੇਲ ਬਾਰੇ ਪੁੱਛਣਾ ਜਿਨ੍ਹਾਂ ਨੂੰ ਫੈਸਲੇ ਕਰਨ ਵਾਲਿਆਂ ਦੇ ਤੌਰ ਤੇ ਸੰਪਰਕ ਕੀਤਾ ਜਾ ਸਕਦਾ ਹੈ ਅਤੇ ਫਿਰ ਗਾਹਕ ਦੀਆਂ ਅਦਾਇਗੀ ਸਬੰਧੀ ਆਦਤਾਂ ਨੂੰ ਫੈਸਲੇ 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 ਸ਼ਾਮਲ 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 ਉਨ੍ਹਾਂ 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।

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 ਨਹੀਂ ਹੋਵੇਗੀ।
3. ਜਟਿਲ ਵਿਵਹਾਰ ਜਦੋਂ ਖਰੀਦ ਵਿੱਚ ਬਹੁਤ ਜ਼ਿਆਦਾ ਸ਼ਾਮਲ ਹੁੰਦੇ ਹਨ।
4. ਚੁਣਿੰਦਾ ਗਾਹਕ ਜੋ ਪ੍ਰਚੂਨ ਵਪਾਰ ਕਰਨ ਦੀ ਚੋਣ ਕਰਦੇ ਹਨ, ਨੂੰ ਦੀ ਪ੍ਰਵਾਨਗੀ ਦੇ ਕੇ ਵਿਕਰੀ ਵਧਾਉਣਾ।
5. ਗਾਹਕਾਂ ਨੂੰ ਟਾਲਣ ਦੀ ਇਜਾਜ਼ਤ ਜਾਂ ਖੁੱਲ੍ਹ ਦੇਣ ਨਾਲ ਵੱਧ ਕਰਜ਼ੇ ਦਾ ਖਤਰਾ 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 ਸ਼ਾਮਲ 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) ਉੱਪਰਲੇ ਸਾਰੇ (All of the above)

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 ਬਿਨੈ ਪੱਤਰ ਪ੍ਰਕਿਰਿਆ ਨੂੰ ਸਮਝਣ ਜਾਂ ਪਛਾਣਨ ਦੇ ਯੋਗ ਹੋਣਾ । | | |

RS402-NQ2014

**ਪ੍ਰਚੂਨ ਵਿੱਚ ਵਸਤੂ ਸੂਚੀ ਦੀ ਪ੍ਰਬੰਧ
ਵਿਵਸਥਾ**

ਜਾਣ-ਪਛਾਣ (Introduction)



ਸਟਾਕ ਦੀ ਪਰਿਭਾਸ਼ਾ ਵਸਤੂ ਦਾ ਭੰਡਾਰ ਹੈ। ਜਰੀਰਾਂ 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 ਜ਼ਰੂਰੀ ਹੈ। ਕਿਉਂਕਿ ਜੇਕਰ ਵਸਤੂ ਜਾਂ ਚੀਜ਼ਾਂ ਉਪਲਬੱਧ ਨਾ ਹੋਣ ਤਾਂ ਗਾਹਕ ਜਲਦੀ ਨਾਲ ਕਿਸੇ ਹੋਰ ਤੋਂ ਪ੍ਰਚੂਨ ਵਿਕਰੇਤਾ ਉਤਪਾਦ ਖਰੀਦ ਲਵੇਗਾ। ਆਮ ਤੌਰ 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 ਜ਼ਰੂਰੀ 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, ਜਖੀਰੇ ਦਾ ਪ੍ਰਬੰਧਕ, ਸਟਾਕ ਕੰਟਰੋਲ ਪ੍ਰਣਾਲੀ ਅਤੇ ਸਟਾਕ ਮੁਲੰਕਣ ਰਿਕਾਰਡ ਤੇ ਕੇਂਦ੍ਰਿਤ ਕਰਦੇ ਹਾਂ।

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 ਖੁੰਹਦ) ਵੀ ਸਟਾਕ ਦਾ ਹਿੱਸਾ ਹਨ। ਜਦੋਂ ਤੱਕ ਇਹ ਚੀਜ਼ਾਂ ਕੰਪਨੀ ਦੀ ਕਿਤਾਬਾਂ ਦੀ ਸੂਚੀ ਵਿੱਚ ਹਨ ਅਤੇ ਇਨ੍ਹਾਂ ਦੀ ਆਰਥਿਕ ਕੀਮਤ ਹੈ।



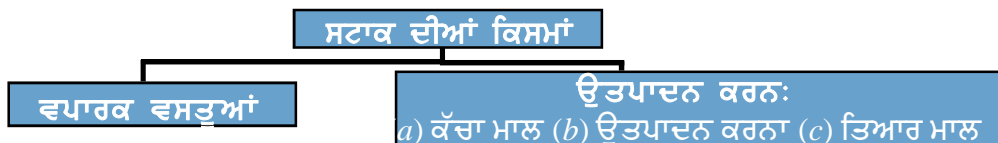
| ਨਿਵੇਸ਼ | ਪ੍ਰਕਿਰਿਆ (ਕੰਮ ਦੀ ਪ੍ਰਕਿਰਿਆ) | ਉਤਪਾਦਨ |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------|
| 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, ਕਿਊ.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 | | ਵਾਯੂ ਸਮਾਨ ਸਟਾਕ ਅਤੇ ਖਰੀਦੀਆ ਗਈਆਂ ਚੀਜ਼ਾਂ |
| | | ਥਰਾਬ, ਅਸਵੀਕਾਰ, ਆਪ ਵਿਕਿਆ ਚੀਜ਼ਾਂ ਦੀ ਵਾਪਸੀ |
| | | ਮੁਰੰਮਤ ਕੀਤਾ ਸਟਾਕ ਅਤੇ ਰਿਸੋ/ਭਾਗ |
| | | ਵਿਕਰੀ ਦੀ ਪਦਉ ਨਤੀ 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।

2. **ਕੰਮ ਦੀ ਪ੍ਰਕਿਰਿਆ:** ਇਸ ਵਿੱਚ ਮੂੰਗਫਲੀ ਨੂੰ ਕੱਟਣਾ 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,
ਮੌਸਮ ਦੀ ਕੁਲ ਯੋਜਨਾਬੰਧ ਵਿਕਰੀ

ਮਹੀਨੇ ਲਈ ਔਸਤ ਵਿਕਰੀ ਸਟਾਕ =
ਮੌਸਮ ਵਿੱਚ ਮਹੀਨਿਆਂ ਦੀ ਗਿਣਤੀ

ਮੌਸਮ ਦੀ ਕੁਲ ਯੋਜਨਾਬੰਧ ਵਿਕਰੀ

ਮੌਸਮ ਤੇ ਔਸਤਨ ਸਟਾਕ =

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 ਵਰਤਿਆ 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 $\times \frac{1}{2} [1 + \text{ਮਹੀਨੇ ਦੀ ਵਿਉਂਤਬੱਧ ਵਿਕਰੀ/ਔਸਤ ਮਹੀਨਾਵਾਰ ਵਿਕਰੀ}]$

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 ਸਟੋਕ ਕਰਨਾ ਹੈ।

4. **ਵਿਕਰੀ/ਸਟਾਕ ਅਨੁਪਾਤਿਕ ਤਰੀਕਾ:** ਇਹ ਤਰੀਕਾ ਵਰਤੋਂ ਲਈ ਬਹੁਤ ਸੌਖਾ ਹੈ। ਪ੍ਰੰਤੂ ਇਸ ਲਈ ਜ਼ਰੂਰੀ ਹੈ ਕਿ ਪ੍ਰਚੂਨ ਵਿਕਰੇਤਾ ਕੋਲ ਮਹੀਨੇ ਦੇ ਸ਼ੁਰੂ ਵਿੱਚ ਸਟੋਕ 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 ਜ਼ਰੂਰਤ ਹੈ। ਜੇ 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 ਰਫ਼ਤਾਰ 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 ਮਹੀਨੇ ਜਾਂ ਇੱਕ ਸਾਲ ਲਈ ਗਿਣੀ ਜਾਂਦੀ ਹੈ। ਇਸ ਨੂੰ ਹੇਠ ਲਿਖੇ ਫਾਰਮੂਲੇ ਨਾਲ ਗਿਣਿਆ ਜਾਂ ਮਿਣਿਆ ਜਾਂਦਾ ਹੈ:-

ਸਟਾਕ ਕਾਰੋਬਾਰ

ਯੋਜਨਾ ਬੱਧ ਔਸਤ ਵਿਕਰੀ (ਇੱਕ ਮਿਆਦ ਵਿੱਚ) =

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 ?

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 ਤਜਰਬਾ 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 ਪਾਠਟ 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 |

- (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। | | |

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।

ਸਫਲ ਸਟਾਕ ਇੰਤਜਾਮ ਵਿੱਚ ਸਟਾਕ ਦੀ ਕੀਮਤ ਨੂੰ ਸਟਾਕ ਦੇ ਲਾਭ ਨਾਲ ਸੰਤੁਲਨ ਕਰਨਾ ਸ਼ਾਮਲ 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 ਸ਼ਾਮਲ ਹੈ। ਇਹ ਜੁਰਮਾਨੇ ਦੀ ਲਾਇਨ ਲਈ ਕੇਵਲ ਬਹੁਤ ਜ਼ਿਆਦਾ ਸਟਾਕ ਰੱਖਣ ਅਤੇ ਕਾਫੀ ਸਟਾਕ ਵਾਲੇ ਪ੍ਰਬੰਧਕ ਦਾ ਹੀ ਸੰਬੰਧ ਨਹੀਂ ਇਸ ਵਿੱਚ ਹੋਰ ਵੀ ਸ਼ਾਮਲ 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 ਨਾਲੋਂ 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।

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 ਵਸਤੂਆਂ 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 ਵੰਗਾਂ ਨੂੰ ਜ਼ਰੂਰ ਸਥਾਪਿਤ ਕਰਨਾ ਚਾਹੀਦਾ ਹੈ। ਕਈ ਵਾਰ ਵਿਕਰੇਤਾ ਦਾ ਚਲਾਨ ਅਸਲ ਵਿੱਚ ਪ੍ਰਾਪਤ ਹੋਈਆਂ ਵਸਤੂਆਂ 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 ਨੋਟਿਸਜ਼ ਨੂੰ ਮੁੜ ਤਰਤੀਬ ਦਿੰਦਾ ਹੈ।

4. ਭੇਜਣ ਲਈ ਵਿਧੀਆਂ : ਸਟਾਕ ਨਿਗਰਾਨ ਨੂੰ ਭੇਜਣ ਵਾਲੀ ਆਇਟਮਜ਼ (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 ਇਸ਼ਤਿਹਾਰਬਾਜ਼ੀ 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।

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 ਸਟਾਕ 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 ਵੱਡਾ 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 (Anticipation Inventory)

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।

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 ਅੰਦਾਜ਼ਾ 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 ਤੇਜ਼ੀ 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 (Grocery Store) ਇੱਕ ਗਰੋਸਰੀ ਸਟੋਰ ਬਰੈਡ ਦੀ ਸਪਲਾਈ ਤਿੰਨ ਦਿਨ ਕਰਦਾ ਹੈ ਅਤੇ ਹਰ ਰੋਜ਼ ਔਸਤ 10 ਬਰੈਡ ਦੀ ਵਿਕਰੀ ਕਰਦਾ ਹੈ ਤੱਦ ਸਟਾਕ ਸੂਚੀ ਤਿਆਰ ਕਰਨੀ ਹੈ। ਇਸ ਤਰ੍ਹਾਂ ਗਿਣਤੀ ਕਰਨੀ ਹੈ:

$$\begin{aligned} \text{ਸਟਾਕ ਦਾ ਪੱਧਰ} &= \text{ਕਿੰਨੇ ਦਿਨ ਸਪਲਾਈ} \times \text{ਰੋਜ਼ਾਨਾ ਔਸਤ ਮੰਗ} \\ &= 3 \times 10 \\ \text{ਸਟਾਕ ਪੱਧਰ} &= 30 \end{aligned}$$

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 ਟੈਲੀਵਿਜ਼ਨ ਸੈਟ ਸਟਾਕ ਦੇ ਤੌਰ ਤੇ ਹਨ ਮਹੀਨੇ ਵਿੱਚ 40 ਯੂਨਿਟ ਟੈਲੀਵਿਜ਼ਨ 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।

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 ਸ਼ਾਮਲ 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/ਬੁੜ੍ਹਾ 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।

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।
- ਬੁੜ੍ਹ 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 | | |
| ਬੁੜ੍ਹਾਂ ਅਤੇ ਪੁਰਾਣੀਆਂ ਵਸਤਾਂ ਦੇ ਪੈਦਾ ਹੋਣ ਵਾਲੇ ਅੰਤਰ ਦੱਸਣ ਦੇ ਯੋਗ ਹੋਣਾ। | | |

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 ਸਟਾਕ 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 ਉਨ੍ਹਾਂ 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 ਵਾਇਰਲੈਸ 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, ਜ਼ਹਾਜ਼ 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 ਰੀਸੇਲ ਲਈ ਪ੍ਰਚੂਨ ਵਪਾਰੀ 10 ਜੋੜੇ ਜੁਗਾਬਾਂ ਦੇ ਲਈ ਆਰਡਰ ਦਿੰਦਾ ਹੈ ਪਰ 9 ਜੋੜੇ ਪ੍ਰਾਪਤ ਕਰਦਾ ਹੈ ਪੈਕੇਜ ਦੀਆਂ ਵਸਤਾਂ ਦਾ ਨਿਰੀਖਣ ਕਰਨ ਵੇਲੇ ਹੀ ਇਨ੍ਹਾਂ ਚੀਜ਼ਾਂ ਬਾਰੇ ਸਪੱਸ਼ਟ ਹੋਵੇਗਾ ਅਤੇ ਗਲਤੀ ਸੰਭਵ ਨਹੀਂ ਹੈ। ਦੂਸਰੇ ਪਾਸੇ ਕਿਹਾ

ਜਾਂਦਾ ਹੈ ਕਿ ਇੱਕ ਪੂਰਨ ਵਿਕਰੇਤਾ ਜੁਗਾਬਾਂ 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। ਇਨ੍ਹਾਂ ਪ੍ਰਚੂਨ ਸਟੋਰਾਂ ਵਿੱਚ ਇੱਕ ਸਟਾਕ ਕੰਟਰੋਲ ਪ੍ਰਚੂਨ ਵਪਾਰਕ ਵਸਤਾਂ ਦੀ ਚੋਰੀ ਨੂੰ ਲੱਭਣ ਵਿੱਚ ਮਦਦ ਕਰਦਾ ਹੈ। ਤੈਂ ਸਟੋਰ ਲਾਭ ਬਾਰੇ ਮਹੱਤਵਪੂਰਨ ਜਾਣਕਾਰੀ ਦਿੰਦਾ ਹੈ ਤੇ ਚੋਰੀ ਰੋਕਣ ਦੇ ਸਿਸਟਮ ਦੀ ਵੀ ਜਾਣਕਾਰੀ ਦਿੰਦਾ ਹੈ।



ਸਟਾਕ ਕੰਟਰੋਲ ਸਹਾਇਕ ਦੀਆਂ ਜ਼ਿੰਮੇਵਾਰੀਆਂ 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. ਸਟਾਕ 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 ਮੰਜੂਰ-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।

ਜ਼ਿੰਮੇਵਾਰੀਆਂ (Responsibilities)

1. ਰੋਜ਼ਾਨਾ ਜਾਂ ਹਫ਼ਤੇਵਾਰ ਅਕਾਉਂਟਿੰਗ ਅਤੇ ਖਾਤਿਆਂ ਦੇ ਭੌਤਿਕ ਸਟਾਕ ਕਾਰਜ ਵਿਚ ਤਾਲਮੇਲ ਕਰਨਾ।
2. ਅੰਦਰਲਾ ਸਟਾਕ ਅਤੇ ਜਾਂਦਾ ਹੋਇਆ ਜ਼ਹਾਜ਼ 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।

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 ਜ਼ਹਾਜ਼ 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 ਗੁਣੀਸ਼ੀਲ ਲੋੜਾਂ ਲਈ ਪੂਰਨ ਬਹੁ ਵਰਤੋਂ 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 ਉਨ੍ਹਾਂ ਚਿਰ ਅਸੀਂ ਉਹਨਾਂ ਤੇ ਵਿਸ਼ਵਾਸ ਨਹੀਂ ਕਰ ਸਕਦੇ ਅਤੇ ਨਾ ਹੀ ਕਦਰ-ਕੀਮਤਾਂ ਬਾਰੇ ਜਾਣ ਸਕਦੇ ਹਾਂ।

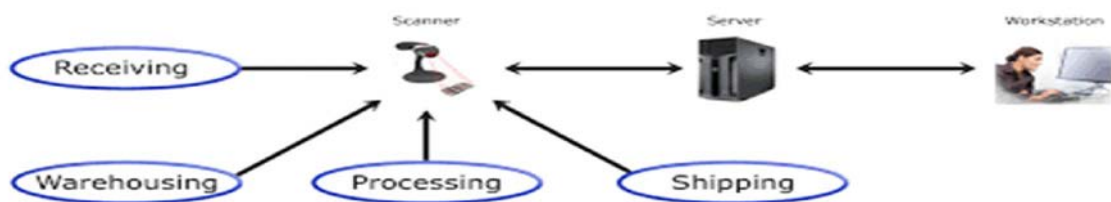
ਮਨਚਾਹੀਆਂ ਵਸਤਾਂ ਦੇ ਸਟਾਕ ਸਥਿਤੀ ਨੂੰ ਜਾਰੀ ਰੱਖਣ ਲਈ ਤੇ ਅਣਚਾਹੀਆਂ ਚੀਜ਼ਾਂ ਨੂੰ ਬਾਹਰ ਕੱਢਣਾ ਹੈ। ਆਰਡਰ ਉਤੇ ਸਟਾਕ ਤੇ ਉੱਚਿਤ ਕੰਟਰੋਲ ਸਥਾਪਿਤ ਕਰਨਾ ਬਹੁਤ ਜ਼ਰੂਰੀ ਹੈ ਅਤੇ ਸਟਾਕ ਵਿੱਚ ਅੰਦਰੂਨੀ ਸਟਾਕ ਕੰਟਰੋਲ ਲਈ ਬਹੁਤ ਸਾਰੇ ਮੁਲ ਤਰੀਕੇ ਹਨ।

ਸਟਾਕ ਕੰਟਰੋਲ ਕਰਨ ਦੇ ਢੰਗ

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

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

- **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 (Automatic) 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।



ਜਿਉਂ ਹੀ 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 ਆਧਿਐਨ ਲਈ ਜ਼ਰੂਰੀ ਤਰੀਕਿਆਂ ਦਾ ਅਨੁਸਰਨ ਕਰੋ।

5. ਪ੍ਰਚੂਨ ਸਟੋਰ ਤੇ ਜਾਓ ਅਤੇ ਸਟਾਕ ਕੰਟਰੋਲ ਐਸੋਸਿਏਟ ਦੀਆਂ ਜ਼ਿੰਮੇਵਾਰੀਆਂ 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 ਹੈਜੋ 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 ਜ਼ਿੰਮੇਵਾਰੀਆਂ 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।

ਮੁਲੰਕਣ ਕਿਰਿਆ ਦੀ ਚੈੱਕ ਲਿਸਟ:

ਹੇਠ ਲਿਖੀ ਸੂਚੀ ਦੀ ਵਰਤੋਂ ਇਹ ਦੇਖਣ ਲਈ ਕਰੋ ਕਿ ਜਦੋਂ ਤੁਸੀਂ ਮੁਲੰਕਣ ਕਿਰਿਆ ਨੂੰ ਕਰਨ ਲਈ ਸਾਰੀਆਂ ਜ਼ਰੂਰਤਾਂ 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 ਜ਼ਿੰਮੇਵਾਰੀਆਂ ਬਾਰੇ | | |
| ਸਟਾਕ ਕੰਟਰੋਲ ਵਿੱਚ ਹੋਣ ਵਾਲੇ ਜ਼ਰੂਰੀ ਯੰਤਰ ਬਾਰੇ | | |

ਕਾਰਜਕਾਲ 4: ਸਟਾਕ ਮੁੱਲ ਅਤੇ ਰਿਕਾਰਡਿੰਗ

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)।

$$\begin{aligned} \text{ਸਟਾਕ ਦੀ ਕੀਮਤ} &= \text{ਅਣਵਿਕੀਆਂ ਵਸਤਾਂ} \times \text{ਨਵੀਂ ਖਰੀਦ} \\ &= 8 \text{ kg} \times 110 = 880 \end{aligned}$$

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 ਜਿਨ੍ਹਾਂ 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 ਸਟਾਕ ਦਾ 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।

ਜਦੋਂ ਕਿ ਥੋਕ ਵਪਾਰੀ ਮਿਆਰੀ ਸਟਾਕ ਪ੍ਰਣਾਲੀ ਦੀ ਵਰਤੋਂ ਕਰਦੇ ਹੋਏ ਵਿਤਰਿਕ ਕੇਂਦਰਾਂ ਤੇ ਸਟਾਕ ਚੈਕ ਕਰਦੇ ਹਨ। ਸਥਾਈ ਸਟਾਕ ਵਿਧੀ ਹੀ ਸਟੋਰੇਜ 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 ਲੈਜ਼ਰ ਹਰੇਕ ਖਰੀਦ ਜਾਂ ਵੇਚ ਤੋਂ ਬਾਅਦ ਮੁਕੰਮਲ ਨਹੀਂ ਕੀਤਾ ਜਾਂਦਾ ਹੈ। ਸਟਾਕ ਦੀ ਗਿਣਤੀ ਨੂੰ ਲਗਾਤਾਰ ਮੁਕੰਮਲ ਨਹੀਂ ਕੀਤਾ ਜਾਂਦਾ।

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 ਪਹਿਲਾਂ।

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 ਜਿੰਮੇਵਾਰੀ ਲੈਂਦਾ ਹੈ।
2. **ਸਟਾਕ ਆਊਟ ਘਟਾ ਕੇ :** ਸਪਲਾਇਰ ਸਟਾਕ ਨੂੰ ਚੈਕ ਕਰਦੇ ਹੋਏ ਜਿੰਮੇਵਾਰੀ 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 ਕੰਪਿਊਟਰਾਇਜ਼ 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 ਡਿਲਵਰੀ ਨੋਟ ਤੇ ਨੋਟ ਕਰਨ ਅਤੇ ਆਪਣੀ ਕਾਪੀ ਤੇ ਡਰਾਈਵਰ ਦੇ ਹਸਤਾਖਰ ਕਰਵਾਉਣ।
- ਡਿਲਵਰੀ ਤੋਂ ਬਾਅਦ ਸਾਰੇ ਡੱਬਿਆਂ ਨੂੰ ਜਲਦੀ ਨਾਲ ਖੋਲਣਾ ਅਤੇ ਵਪਾਰਕ ਵਸਤਾਂ ਦਾ ਨਿਰੀਖਣ ਕਰਨਾ ਕਿ ਕੋਈ ਨੁਕਸਾਨ ਤਾਂ ਨਹੀਂ ਹੋਇਆ।

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 ਨਹੀਂ ਹੈ ਪਰ ਆਪਣੇ ਆਪ ਨੂੰ ਸੁਰੱਖਿਅਤ ਕਰਨ ਦਾ ਤਰੀਕਾ ਹੈ।

ਮਾਹਿਰ ਅਧਿਕਾਰੀ ਦੁਆਰਾ ਖਰਾਬ/ਤਬਾਹ ਹੋਈਆਂ ਵਸਤੂ ਦਾ ਨਿਰੀਖਣ –

- ਕੀ ਸਾਰੀਆਂ ਵਸਤੂਆਂ 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 ਪਹਿਲਾਂ ਧਿਆਨ ਨਾਲ ਪੜ੍ਹੋ।

ਨਿਰੀਖਣ ਤੋਂ ਬਾਅਦ – ਮਾਹਿਰ ਅਧਿਕਾਰੀ ਦੀ ਆਗਿਆ ਤੋਂ ਬਿਨਾਂ 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 ਬਿਨਾਂ 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. ਸਟਾਕ ਵਿਵਸਥਾ, 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।

D. ਬਹੁ ਵਿਕਲਪੀ ਪ੍ਰਸ਼ਨ

1. ਸੀਮਿੰਟ ਦੇ ਬੈਗਾਂ ਦੇ ਸਟਾਕ ਦਾ ਮੁਲਾਂਕਣ ਕਰਨ ਸਮੇਂ ਜਿਸ ਵਿਧੀ ਦੀ ਵਰਤੋਂ ਕੀਤੀ ਜਾਂਦੀ ਹੈ ਉਹ ਹੈ:-
 (a) ਫੀਫੋ (b) ਲੀਫੋ
 (c) ਐਸਤ 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) ਐਸਤ 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) ਐਸਤ 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। | | |