୨୧

ବିଜ୍ଞାପନ ଏବଂ ବିକ୍ରୟକଳା

(Advertising and Salesmanship)

ଟିଭି, ରେଡ଼ିଓ, ସିନେମାହଲ, ଖବର କାଗଜ, ପତ୍ରିକାରେ ଆମେ ବହୁତ ବିଜ୍ଞାପନ ଦେଖିଥାଉ । ଏହି ବିଜ୍ଞାପନ ଗୁଡ଼ିକ ଆମ ନିତ୍ୟ ବ୍ୟବହୃତ ଜିନିଷ ଯେପରିକି ତେଲ, ସାବୁନ, ଶାମ୍ପୁ, ଲୁଗାପଟା ଠାରୁ ଆରମ୍ଭ କରି ଟିଭି, ଫ୍ରିଜ୍, ଗାଡ଼ି ପର୍ଯ୍ୟନ୍ତ ଜିନିଷଗୁଡ଼ିକ ସମ୍ପର୍କରେ ଅଟେ । ପ୍ରତିଜିନିଷ ପାଇଁ ବହୁତ ଗୁଡିଏ କମ୍ପାନୀ ସେମାନଙ୍କ ବ୍ରାଣ୍ଡର ବିଜ୍ଞାପନ ଦେଇଥାନ୍ତି । ଉଦାହରଣ ସ୍ୱରୂପ ଲୁଗାସଫା ପାଉଡ଼ର ପାଇଁ ସର୍ଫ(Surf) ଏରିଏଲ (Ariel), ହୁଇଲ(Wheel), ଡକ୍ଟର (Doctor), ନିର୍ମା (Nirma) ଇତ୍ୟାଦି ଏବଂ ଟି.ଭି. ପାଇଁ ଭିଡ଼ିଓକନ୍ (Videocon), ଏଲ୍‌ଜି (L.G), ବିପିଏଲ୍ (BPL), ସୋନି (Sony) ଇତ୍ୟାଦି କମ୍ପାନୀ ବିଜ୍ଞାପନ ଦେଇଥାନ୍ତି ।

ବିଜ୍ଞାପନର ମୂଳଲକ୍ଷ୍ୟ ହେଲା କ୍ରେତା ମାନଙ୍କୁ ପ୍ରତି ଜିନିଷର ଉପଯୁକ୍ତ ମାନ, ମୂଲ୍ୟ, ଗୁଣ ଇତ୍ୟାଦି ଜଣାଇବା ଏବଂ ସେମାନଙ୍କୁ ସେହି ଜିନିଷ କିଣିବାକୁ ପ୍ରବର୍ତ୍ତାଇବା । ବିଜ୍ଞାପନ ଛଡ଼ା ବିକ୍ରି ପ୍ରୋତ୍ସାହନ ଓ ନିଜସ୍ୱ ବିକ୍ରି ଉପରେ ମଧ୍ୟ କମ୍ପାନୀ ମାନେ ଗୁରୁତ୍ୱ ନିଅନ୍ତି । ଏହି ଭାଗରେ ଆମେ ବିକ୍ରି ପ୍ରୋତ୍ସାହନ ର ବିଭିନ୍ନ ଦିଗ ଉପରେ ଆଲୋକପାତ କରିବା ।

ଉଦ୍ଦେଶ୍ୟ

ଏହି ପାଠଟି ପଢ଼ିବା ପରେ ତୁମେ

- ବିଜ୍ଞାପନମାନେ କଣ ବୁଝାଏ ତାହା ବୁଝାଇ ପାରିବ;
- 'ବିଜ୍ଞାପନ' ଓ 'ପ୍ରଚାର' ମଧ୍ୟରେ ଫରକ ବୁଝାଇ ପାରିବ;
- ବିଜ୍ଞାପନର ଉଦ୍ଦେଶ୍ୟ ବର୍ଣ୍ଣନା କରିପାରିବ;
- ବିଜ୍ଞାପନର ଉପକାରିତା ଓ ସୀମାବଦ୍ଧତା ବୁଝାଇ ପାରିବ;
- ବିଭିନ୍ନ ବିଜ୍ଞାପନ ସଂସ୍ଥା ଏବଂ ସେମାନଙ୍କ ଉପଯୁକ୍ତତାକୁ ଚିହ୍ନଟ କରିପାରିବ;
- ନିଜସ୍ୱ ବିକ୍ରିର ଅର୍ଥ ଓ ଗୁରୁତ୍ୱ ବର୍ଣ୍ଣନା କରିପାରିବ;
- ଜଣେ ଉତ୍ତମ ପଣ୍ୟ ବିକ୍ରେତା (Salesman) ର ଲକ୍ଷଣ ବୁଝାଇ ପାରିବ;
- ବିକ୍ରି ପ୍ରୋତ୍ସାହନର ଅର୍ଥ ଓ ଉଦ୍ଦେଶ୍ୟ ବୁଝାଇ ପାରିବ; ଏବଂ
- ବିକ୍ରି ପ୍ରୋତ୍ସାହନରେ ବ୍ୟବହୃତ ବିଭିନ୍ନ ସାଧନ (Tool s) ଚିହ୍ନଟ କରିପାରବ ।

୨୧.୧ ବିଜ୍ଞାପନ

ଆମେ ଘରେ ଟି.ଭି. କିମ୍ବା ସିନେମାହଲ୍‌ରେ ସିନେମା ଦେଖିଲା ବେଳେ ଦେଖୁ ଯେ ମଝିରେ କିଛି ସମୟ ବିରତି ହୋଇଥାଏ ଏବଂ ସେ ସମୟରେ କିଛି ଜିନିଷର ମୂଲ୍ୟ, ବିଶେଷ ଗୁଣ ଇତ୍ୟାଦିର ପ୍ରଚାର ହୋଇଥାଏ। ଏମିତି ବିଭିନ୍ନପ୍ରକାର ଜିନିଷର ପ୍ରଦର୍ଶନ ହୋଇଥାଏ ଯାହାକୁ ଆମେ ବିଜ୍ଞାପନ କହୁ। ବିଭିନ୍ନ ପ୍ରକାର କ୍ରେତା ମାନଙ୍କୁ ଆଖି ଆଗରେ ରଖି ଏହା କରାଯାଇଥାଏ। ଏଥିରୁ କ୍ରେତା ମାନେ ଜିନିଷର ମାନ, ମୂଲ୍ୟ, ଗୁଣ ଓ ଉପଲବ୍ଧତା ଇତ୍ୟାଦି ବିଷୟରେ ଜାଣିପାରିଥାନ୍ତି। ବହୁତ ଗୁଡ଼ିଏ ବିଜ୍ଞାପନ ଖବର କାଗଜ ଓ ପତ୍ରିକାରେ ମଧ୍ୟ ଦିଆଯାଇଥାଏ। ଏଗୁଡ଼ିକ କିଛି ମୂଲ୍ୟ ବିନିମୟରେ କମ୍ପାନୀ ସେମାନଙ୍କ ଗ୍ରାହକ ମାନଙ୍କ ପାଇଁ ଦେଇଥାନ୍ତି।

ଆମେରିକାନ୍ ମାର୍କେଟିଙ୍ଗ୍ ଆସୋସିଏସନ୍ ଅନୁଯାୟୀ ବିଜ୍ଞାପନ ହେଉଛି ଏକ ସୁପରିଚିତ ପ୍ରାୟୋଜକ (Sponsor) ଦ୍ୱାରା କିଛି ଚିନ୍ତନ, ଦ୍ରବ୍ୟ ଓ ସେବାର ଦେୟ-ଯୁକ୍ତ ବ୍ୟକ୍ତି-ରହିତ ଉପସ୍ଥାପନା ଏବଂ ପ୍ରୋତ୍ସାହନ।

ଅତଃ, ବିଜ୍ଞାପନ ହେଉଛି

(i) **ଦେୟଯୁକ୍ତ ଯୋଗାଯୋଗ:** ଖବର କାଗଜ, ଟିଭି, ସିନେମାହଲ୍‌ରେ ଆସୁଥିବା ବିଜ୍ଞାପନ ଦେୟଯୁକ୍ତ ଅଟେ। କମ୍ପାନୀ ମାନେ ବିପୁଳ ପଇସା ଦେଇ ଖବର କାଗଜରେ ନିଜ ପାଇଁ ସ୍ଥାନ ନିଅନ୍ତି ଏବଂ T.V ସିନେମା ଆଦିରେ ସମୟ ଅନୁଯାୟୀ ଅର୍ଥ ଦିଆଯାଇଥାଏ।

(ii) **ବ୍ୟକ୍ତି ରହିତ ସନ୍ଦେଶ ଉପସ୍ଥାପନା:** ଏହି ପ୍ରକାର ବିଜ୍ଞାପନରେ ବ୍ୟକ୍ତିଗତ ବିକ୍ରିପରି ସାମ୍ନାସାମ୍ନି ଯୋଗାଯୋଗ ହୋଇନଥାଏ। ଏହି ପ୍ରକ୍ରିୟାରେ ବିଭିନ୍ନ ଗଣମାଧ୍ୟମରେ ଉପସ୍ଥାପନା କରାଯାଏ। ଏହା ସମ୍ପୂର୍ଣ୍ଣ ବ୍ୟକ୍ତିରହିତ।

(iii) **ଜିନିଷ ବା ସେବାର ଉନ୍ନତି ସାଧନ ପାଇଁ ଏକ ଚିନ୍ତନ :** ବିଜ୍ଞାପନର ମୂଳ ଉଦ୍ଦେଶ୍ୟ ଜିନିଷ ବା ସେବାର ଉନ୍ନତି ବିଧାନ କରିବା ଏବଂ ସେଗୁଡ଼ିକର ବିକ୍ରି ବଢ଼ାଇବା।

(iv) **ଏକ ପରିଚିତ ପ୍ରାୟୋଜକ ଦ୍ୱାରା ଜାରି :** ବିଜ୍ଞାପନ ଦାତା ଯେ କି ବିଜ୍ଞାପନର ପ୍ରାୟୋଜକ (Sponsor) ହୋଇଥାନ୍ତି ସେ ନିଜକୁ ସନ୍ଦେଶ ଦ୍ୱାରା ଚିହ୍ନିତ କରିଥାନ୍ତି। ଉଦାହରଣ ସ୍ୱରୂପ:- ଟିଭିରେ ଲାଇଫ୍‌ବୟ (Lifebuoy) ସାବୁନର ବିଜ୍ଞାପନରେ ତା'ର ପ୍ରାୟୋଜକ ହିନ୍ଦୁସ୍ଥାନ ୟୁନିଲିଭର ଲିମିଟେଡ୍ (HUL) ର ନାମ ସଙ୍କେତ ମଧ୍ୟ ଦେଖାଯାଇଥାଏ।

ଉତ୍ପାଦ (Product)	ପ୍ରାୟୋଜକ (Sponsor)	ଗଣମାଧ୍ୟମ (Media)
ଲାଇଫ୍‌ବୟ	ହିନ୍ଦୁସ୍ଥାନ ୟୁନିଲିଭର ଲିମିଟେଡ	ଟିଭି / ରେଡିଓ / ଖବର କାଗଜ
ଚ୍ୟବନ୍‌ପ୍ରାଶ୍	ଡାବର ଇଣ୍ଡିଆ ଲିମିଟେଡ	ଟିଭି / ଖବରକାଗଜ
ଟାଇଡ୍	ପ୍ରୋକ୍ଟର ଏବଂ ଗ୍ୟାମ୍ବଲ	ଟିଭି /ଖବରକାଗଜ

ଟିପ୍ପଣୀ

୨୧.୧.୧ ବିଜ୍ଞାପନ ଓ ପ୍ରଚାର ମଧ୍ୟରେ ପାର୍ଥକ୍ୟ

ବିଜ୍ଞାପନ ଠାରୁ ଲୋକପ୍ରଚାର ସଂପୂର୍ଣ୍ଣ ଅଲଗା । ଲୋକପ୍ରଚାର ହେଉଛି ଦେୟମୁକ୍ତ ବ୍ୟକ୍ତିରହିତ ସୂଚନା (କୌଣସି କମ୍ପାନୀ କିମ୍ବା ଏହାର ଉତ୍ପାଦ ବିଷୟରେ) କମ୍ପାନୀ ବା ଏହାର ଉତ୍ପାଦ, ସେବା କିମ୍ବା ବ୍ୟାବସାୟିକ ଅନୁଷ୍ଠାନ ବିଷୟରେ ସ୍ୱେଚ୍ଛାକୃତ ଭାବରେ ସୂଚନା ଦେବାକୁ ବୁଝାଇଥାଏ । ଲୋକଙ୍କୁ ବିଭିନ୍ନ ଖବର କାଗଜ, ପତ୍ର ପତ୍ରିକା, ଟିଭି, ରେଡିଓ ଆଦିରେ ବିତର୍କ, ଆଲୋଚନା, ଖବର, ସମ୍ପାଦକୀୟ ଲେଖା ରୂପରେ ବିନାମୂଲ୍ୟରେ ସୂଚନା ଦିଆଯାଇଥାଏ । ଏଥିପାଇଁ ଗଣମାଧ୍ୟମ କୌଣସି ଦେୟ ନେଇନଥାଏ । ନିମ୍ନ ଉଦାହରଣଗୁଡ଼ିକ ଦେଖ :

୧. ଖବରକାଗଜ ପଢ଼ିଲାବେଳେ ତୁମେ ଦେଖ ଯେ ତୁମ ରାଜ୍ୟରେ ବିକ୍ରି ମେଳା ହେବାର ଅଛି । ସେଇଠି କ'ଣ ଜିନିଷ ପ୍ରଦର୍ଶନ ହେବ ଏବଂ କେଉଁ ସବୁ କମ୍ପାନୀ ଯୋଗଦାନ ଦେବେ ଏହା ଦର୍ଶାଯାଇଥାଏ । ଏହି ଖବର ପଢ଼ିଲା ବେଳେ ତୁମେବି ସେଇଠି ଯାଇ କିଛି ଜିନିଷ କିଣାକିଣି ବା ଦେଖିବାର ଇଚ୍ଛା ପ୍ରକାଶ କରିଥାଅ ।

୨. ଖବର କାଗଜରେ ସିନେମା ସମୀକ୍ଷା ଉଦ୍ଦେଶ୍ୟରେ ଏକ ନିର୍ଦ୍ଦିଷ୍ଟ ସ୍ତମ୍ଭ ବା ଜାଗା ଥାଏ । ସମାଲୋଚକ ମାନେ ବିଭିନ୍ନ ସିନେମାଗୁଡ଼ିକୁ ବିଭିନ୍ନ ବର୍ଗୀକରଣ କରିଥାନ୍ତି । ଏସବୁ ପଢ଼ି ତୁମକୁ ଏକ ନିର୍ଦ୍ଦିଷ୍ଟ ସିନେମା ଦେଖିବାକୁ ଇଚ୍ଛା ପ୍ରକଟ ହୋଇପାରେ ।

୩. ଟେଲିଭିଜନରେ ସମ୍ବାଦରୁ ଆମେ ବେଳେବେଳେ ବିଭିନ୍ନ କମ୍ପାନୀର ତ୍ରୈମାସିକ ବିତ୍ତୀୟ ଫଳାଫଳ ଜାଣିଥାଉ ଯାହାକି ଆମକୁ ସେହି କମ୍ପାନୀର ଅଂଶଧନ କିଣିବାକୁ ଉତ୍ସାହିତ କରିଥାଏ ।

ଉପରୋକ୍ତ ସମସ୍ତ ଉଦାହରଣରେ ଆମେ ବିଭିନ୍ନ ଉତ୍ପାଦ କିମ୍ବା ସେବା କିମ୍ବା ସଂସ୍ଥା ବିଷୟରେ ଛପା କିମ୍ବା ଇଲେକ୍ଟ୍ରୋନିକ ମାଧ୍ୟମ ଜରିଆରେ ସୂଚନା ପାଇଥାଉ ଯାହାକି ଲୋକମାନଙ୍କ ଦ୍ୱାରା ଆଦୃତ ହୋଇଥାଏ । ଏଗୁଡ଼ିକୁ ବିଜ୍ଞାପନ କୁହାଯାଇ ପାରିବ କି ? କିନ୍ତୁ ଏସବୁ ପାଇଁ କିଛି ମୂଲ୍ୟ ଦିଆଯାଇନଥାଏ । ଏହା କୌଣସି ପ୍ରାୟୋଜକଙ୍କ କମ୍ପାନୀ ଦ୍ୱାରା ହୋଇନଥାଏ । ଏହା ବିଭିନ୍ନ ଗଣମାଧ୍ୟମ ଦ୍ୱାରା ଲୋକଙ୍କ ହିତ ପାଇଁ ଦିଆଯାଇଥାଏ । ଏହା ବିଜ୍ଞାପନ ନୁହେଁ, ଏହା ହେଉଛି ଲୋକପ୍ରଚାର ।

ବିଜ୍ଞାପନ ଓ ଲୋକପ୍ରଚାର ମଧ୍ୟରେ ଫରକ:

	ବିଜ୍ଞାପନ	ଲୋକପ୍ରଚାର
(୧) **ପ୍ରଦତ୍ତ ଅର୍ଥ**	ବିଜ୍ଞାପନ ହେଉଛି ସୂଚନାର ବିକିରଣ ଯାହାପାଇଁ କମ୍ପାନୀକୁ ସମୟ ଓ ସ୍ଥାନର ବ୍ୟବହାର ଅନୁଯାୟୀ ମୂଲ୍ୟ ଦେବାକୁ ପଡିଥାଏ ।	ଲୋକପ୍ରଚାର ପାଇଁ ପ୍ରଯୋଜକଙ୍କୁ କୌଣସି ଦାମ୍ ଦେବାକୁ ପଡ଼େ ନାହିଁ ଯେହେତୁ ଲୋକପ୍ରଚାର ହେଉଛି ଗଣ ମାଧ୍ୟମରେ ସ୍ୱେଚ୍ଛାକୃତଭାବେ ସୂଚନାର ପ୍ରଚାର/ବିକିରଣ ।

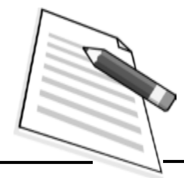
(୨) ସୁପରିଚିତ ପ୍ରାୟୋଜକ	ବିଜ୍ଞାପନରେ ଜଣେ ନିର୍ଦ୍ଦିଷ୍ଟ ପ୍ରାୟୋଜକ (sponsor) ଥାଆନ୍ତି ଯେ ନିଜ ଉତ୍ପାଦର ବିଜ୍ଞାପନ ଦେବାକୁ ଚାହାଁନ୍ତି।	(୨) ଲୋକପ୍ରଚାର ପାଇଁ କେହି ସୁପରିଚିତ ପ୍ରାୟୋଜକ(sponsor) ନଥାନ୍ତି। ଗଣମାଧ୍ୟମ ନିଜ ଇଚ୍ଛାରେ ଏହି ସୂଚନା ପ୍ରଦାନ କରନ୍ତି କାରଣ ଏହାକୁ ସେମାନେ ଆବଶ୍ୟକ ସମ୍ବାଦ ଭାବନ୍ତି।
(୩) ନିୟନ୍ତ୍ରଣ	ବିଜ୍ଞାପନ ଦାତାଙ୍କର ବିଜ୍ଞାପନର ସମୟ, ଆକାର, ବିଷୟବସ୍ତୁ, ଓ କେତେଥର ଦିଆଯିବ ଏହି ସବୁ ଉପରେ ନିୟନ୍ତ୍ରଣ ଥାଏ।	(୩) କମ୍ପାନୀର ଏହି ସୂଚନା ଉପରେ କୌଣସି ନିୟନ୍ତ୍ରଣ ନଥାଏ।
(୪) ଉଦ୍ଦେଶ୍ୟ	କମ୍ପାନୀ ତରଫରୁ ଏହା ନିଶ୍ଚିତ କରାଯାଇଥାଏ ଯେ ସେମାନଙ୍କ ସପକ୍ଷରେ ସକାରାତ୍ମକ ସୂଚନା ଦିଆଯିବ।	(୪) କମ୍ପାନୀ ଓ ଏହାର ଉତ୍ପାଦର ଅନୁକୂଳ ଓ ପ୍ରତିକୂଳ ସୂଚନା ଜନସାଧାରଣଙ୍କୁ ଦିଆଯାଇପାରେ।

୨୧.୧.୨ ବିଜ୍ଞାପନର ଉଦ୍ଦେଶ୍ୟ

ବିଜ୍ଞାପନର ମୁଖ୍ୟ ଉଦ୍ଦେଶ୍ୟ ହେଲା ଗୋଟିଏ ବ୍ୟବସାୟର ଉତ୍ପାଦର ବିକ୍ରି ବଢ଼ାଇବା ଏବଂ ଏହାକୁ କିଣିବାକୁ ଲୋକଙ୍କୁ ପ୍ରୋତ୍ସାହିତ କରିବା। ବିଜ୍ଞାପନ ସାହାଯ୍ୟରେ ଆହୁରି ବହୁତ କିଛି ଲକ୍ଷ୍ୟ ହାସଲ କରାଯାଇଥାଏ। ବିଜ୍ଞାପନ ଦ୍ୱାରା ହାସଲ ହେଉଥିବା ଉଦ୍ଦେଶ୍ୟ ଗୁଡ଼ିକ ହେଲା:-

(୧) **ନୂଆ ଉତ୍ପାଦର ବଜାର ପ୍ରବେଶ :** ବ୍ୟବସାୟ ସଂସ୍ଥାମାନେ ନୂଆନୂଆ ଉତ୍ପାଦ ବଜାରକୁ ଆଣିଥାନ୍ତି। ଏହିସବୁ ଜିନିଷର ବିଶେଷତା, ମୂଲ୍ୟ, ଉପଯୋଗ, ଉପଲବ୍ଧତା ଆଦି ଭାବୀ ଗ୍ରାହକ ମାନଙ୍କୁ ଜଣାଇବାକୁ ପଡ଼ିଥାଏ। ବିଜ୍ଞାପନ କେବଳ ସେମାନଙ୍କର ଧ୍ୟାନ ଆକର୍ଷଣ କରିନଥାଏ ବରଂ ଏହା ସେମାନଙ୍କୁ କିଛି କିଣିବା ଆଗରୁ ଭଲଭାବେ ଚିନ୍ତାକରି ସେହି ଜିନିଷଟି କିଣିବାରେ ସାହାଯ୍ୟ କରିଥାଏ।

(୨) **ବିକ୍ରି ବୃଦ୍ଧି:** ବିଜ୍ଞାପନ ବ୍ୟବସାୟର ଜିନିଷ ବିକ୍ରି ବୃଦ୍ଧିରେ ସହାୟକ ହୋଇଥାଏ।ଏହା ନୂଆ ଗ୍ରାହକ ସୃଷ୍ଟିରେ ମଧ୍ୟ ସାହାଯ୍ୟ କରିଥାଏ ଏବଂ ପ୍ରତିଯୋଗିତା ମୂଳକ ବଜାରରେ ନିଜ ସ୍ଥିତି ବଜାୟ ରଖିଥାଏ। ବ୍ୟବସାୟିକ ସଂସ୍ଥାମାନେ ବିଜ୍ଞାପନ ସାହାଯ୍ୟରେ ଖାଉଟିମାନଙ୍କୁ ନିଜ ଜିନିଷର ଲାଭଜନକ ଗୁଣ ଓ ଉତ୍କର୍ଷତା ସମ୍ବନ୍ଧରେ ଜଣାଇଥାନ୍ତି।



ଟିପ୍ପଣୀ

(୩) **ଆଗରୁ ରହିଥିବା କ୍ରେତାଙ୍କୁ ବଜାୟ ରଖିବା:** ଆଜିକାଲି ବିଭିନ୍ନ ନୂଆ ନୂଆ ଜିନିଷ ବହୁତ ଶୀଘ୍ର ବଜାରକୁ ଆସୁଛି ଏବଂ ଗ୍ରାହକମାନେ ମଧ୍ୟ ନୂଆ ଜିନିଷ ପ୍ରତି ଆକର୍ଷିତ ହେଉଛନ୍ତି। ବିଜ୍ଞାପନ ପୁରୁଣା ଗ୍ରାହକ ମାନଙ୍କୁ ନିଜ ଦ୍ରବ୍ୟ କିମ୍ବା ସେବା କିପରି ଏବେ ମଧ ସେମାନଙ୍କ ପାଇଁ ଉପଯୋଗୀ ଅଟେ ଏବଂ ବଜାରରେ ବିଶ୍ୱସନୀୟତାର ସହିତ ଉପଲବ୍ଧ ଅଛି ସେ ବିଷୟରେ ସୂଚନା ଦିଏ। ଏହାର ମୁଖ୍ୟ ଉଦ୍ଦେଶ୍ୟ ହେଲା ବଜାରରେ ନିଜ ଜିନିଷର ଚାହିଦା ହ୍ରାସକୁ ରୋକିବା।

(୪) **ବ୍ୟବସାୟର ସୁନାମର ସୃଜନ ଓ ବର୍ଦ୍ଧନ :** ବ୍ୟବସାୟ ସଂସ୍ଥାର ଖ୍ୟାତି ସୃଜନରେ ବିଜ୍ଞାପନ ସାହାଯ୍ୟ କରିଥାଏ। ବିଜ୍ଞାପନ ଦ୍ୱାରା ସଂସ୍ଥା ଗ୍ରାହକ ମାନଙ୍କୁ ନିଜର ସଫଳତା ପ୍ରାପ୍ତି ସମ୍ବନ୍ଧରେ ଜଣାଇ ପାରିଥାଏ। ସଂସ୍ଥା କିମ୍ବା ତା'ର ଉତ୍ପାଦ ପ୍ରତି ଗ୍ରାହକଙ୍କର କିଛି ସନ୍ଦେହ ଯଦି ଥାଏ ଏହା ଦୂରୀଭୂତ ହୋଇଥାଏ। ଏହାଦ୍ୱାରା ସଂସ୍ଥା ତା'ର ଉପଭୋକ୍ତା ବା ଗ୍ରାହକ, କର୍ମଚାରୀ, ନିବେଶକ, ସରକାର ଇତ୍ୟାଦିଙ୍କ ପାଖରେ ନିଜର ଉତ୍ତମ ଭାବମୂର୍ତ୍ତି ସୃଷ୍ଟି କରି ପାରିଥାଏ।

(୫) **ବ୍ୟବସାୟୀଙ୍କୁ ସମର୍ଥନ / ସାହାଯ୍ୟ :** ବିଜ୍ଞାପନର ଅନ୍ୟ ଏକ ଉଦ୍ଦେଶ୍ୟ ହେଲା ସେହି ସଂସ୍ଥାର ଖୁଚୁରା ବ୍ୟବସାୟୀଏବଂ ବିତରକଙ୍କୁ ସେହି ଉତ୍ପାଦ ବିକ୍ରିରେ ଆବଶ୍ୟକୀୟ ସମର୍ଥନ ପ୍ରଦାନ କରିବା। ତେଣୁ କିଛି ବିଜ୍ଞାପନରେ ଉତ୍ପାଦର ବୈଶିଷ୍ଟ୍ୟ, ଦାମ୍ ଇତ୍ୟାଦିର ସୂଚନା ସହିତ ବ୍ୟବସାୟୀ ଓ ବିତରକ ମାନଙ୍କର ତାଲିକା ମଧ ଦିଆ ଯାଇଥାଏ।

(୬) **ବ୍ରାଣ୍ଡ୍‌ର ଉଜ୍ଜ୍ୱଳ ଛବି ଗଠନ ଓ ବର୍ଦ୍ଧନ:** ଉତ୍ପାଦ ପ୍ରତି ଗ୍ରାହକଙ୍କ ନିଷ୍ଠା ନିର୍ମାଣରେ ସାହାଯ୍ୟ କରିବା ନିମନ୍ତେ ସେମାନଙ୍କ ମନରେ ଏକ ବ୍ରାଣ୍ଡ୍ ଛବି ସୃଷ୍ଟି କରିବା ପାଇଁ ବିଜ୍ଞାପନ ବ୍ୟବହୃତ ହୁଏ। ଯେତେବେଳେ ଗୋଟିଏ ବ୍ରାଣ୍ଡ୍ ପ୍ରତି ଗ୍ରାହକମାନେ ନିଷ୍ଠାବାନ୍ ହୋଇ ଯାଆନ୍ତି ସେମାନେ ସହଜରେ ନିଜ ବ୍ରାଣ୍ଡ୍ ବଦଳାଇ ଅନ୍ୟ ବ୍ରାଣ୍ଡ୍ ପ୍ରତି ମନ ବଳାନ୍ତି ନାହିଁ। ବାରମ୍ବାର ବିଜ୍ଞାପନ କରିବା ଦ୍ୱାରା ବ୍ରାଣ୍ଡ୍ ଛବି ପରିବର୍ଦ୍ଧିତ ହୋଇଥାଏ।

(୭) **ନିଜସ୍ୱ ବିକ୍ରି (personal selling) ପାଇଁ ସାହାଯ୍ୟକାରୀ :** ବିଜ୍ଞାପନ ନିଜସ୍ୱ ବିକ୍ରି ପ୍ରକ୍ରିୟାକୁ ସହଜ କରିଥାଏ। ଏହାଦ୍ୱାରା ପଣ୍ୟ ବିକ୍ରେତା(salesman) ମାନଙ୍କ କାର୍ଯ୍ୟ ସୁବିଧା ଜନକ ହୋଇଥାଏ କାରଣ ଗ୍ରାହକ ବିଜ୍ଞାପନରୁ ଉତ୍ପାଦ ବିଷୟରେ ସବୁ ଜାଣିଥାନ୍ତି। ଗ୍ରାହକ ଆଗରୁ ଉତ୍ପାଦ ସଂପର୍କରେ ଜାଣିଥିବାରୁ ପଣ୍ୟ ବିକ୍ରେତାଙ୍କ ପ୍ରତି ଅଧିକ ଗ୍ରହଣଶୀଳ ହୋଇଥାନ୍ତି।

ପାଠଗତ ପ୍ରଶ୍ନାବଳୀ ୨୧ କ

୧. ତଳେ ଦିଆଯାଇଥିବା ବାକ୍ୟ ଗୁଡ଼ିକରେ ବିଜ୍ଞାପନ ଓ ଲୋକପ୍ରଚାରର ଉଦ୍ଦେଶ୍ୟ ଓ ବିଶେଷ ଗୁଣ ଦିଆଯାଇଛି। ପ୍ରତି ବାକ୍ୟ ପାଖରେ ପ୍ରଦତ୍ତ ବାକ୍ସ ମଧରେ ବିଜ୍ଞାପନ ପାଇଁ (ବି) ଏବଂ ଲୋକପ୍ରଚାର ପାଇଁ (ପ୍ର) ଚିହ୍ନିତ କର।

(a) ଏହା ହେଉଛି ମୂଲ୍ୟଯୁକ୍ତ ସୂଚନାର ବିକିରଣ। [ ]

(b) ଏହା ପାଇଁ କେହି ସ୍ଥିରୀକୃତ ପ୍ରାୟୋଜକ (Sponsor) ନ ଥାନ୍ତି। [ ]

(c) ଏହା ପାଇଁ ସ୍ଥିରୀକୃତ ପ୍ରାୟୋଜକ (Sponsor) ରହିଥାନ୍ତି ।

(d) ଏହା ଲୋକମାନଙ୍କୁ କମ୍ପାନୀ ଓ ଏହାର ଉତ୍ପାଦର ଅନୁକୂଳ ଓ ପ୍ରତିକୂଳ ସୂଚନା ଦେଇଥାଏ ।

୨. ତଳେ ଦିଆଯାଇଥିବା ବାକ୍ୟ ପଢ଼ ଏବଂ ଦର୍ଶାଅ ଯେ କମ୍ପାନୀ, ବିଜ୍ଞାପନର କେଉଁ ଲକ୍ଷ୍ୟ ହାସଲ ନିମନ୍ତେ ଚେଷ୍ଟା କରୁଛି ?

(a) ଗୋଟିଏ ଲୁଗାସଫା ପାଉଡ଼ର ତିଆରି କମ୍ପାନୀ କନ୍ୟା ସନ୍ତାନଙ୍କ ସୁରକ୍ଷା ଉପରେ ଏକ ବିଜ୍ଞାପନ ଦେଉଛି ।

(b) ଖାଉଟିଙ୍କ ଦୀର୍ଘକାଳୀନ ଉପଯୋଗୀ ଉତ୍ପାଦ ନିର୍ମାଣକାରୀ କମ୍ପାନୀ ବିଜ୍ଞାପନରେ ନିଜର ସମସ୍ତ ବ୍ୟବସାୟୀ ଏବଂ ବିତରକଙ୍କ ତାଲିକା ଦର୍ଶାଉଅଛି ।

(c) ଗୋଟିଏ କମ୍ପାନୀ ତା'ର ଉତ୍ପାଦର ବିଜ୍ଞାପନରେ ଖାତି ସମ୍ପନ୍ନ ଲୋକଙ୍କୁ ବ୍ୟବହାର କରୁଅଛି ।

(d) ଗୋଟିଏ ପ୍ରଯୁକ୍ତି ସମ୍ପନ୍ନ ଉତ୍ପାଦ ତିଆରି କମ୍ପାନୀ ବିଜ୍ଞାପନରେ ନିଜ ଉତ୍ପାଦର ବ୍ୟବହାର ଓ ଏହାର ପ୍ରୟୋଗ ବିଧି ଦର୍ଶାଉଅଛି ।

୨୧.୧.୩ ବିଜ୍ଞାପନର ଉପକାରିତା (ଲାଭ)

ଆଜିର ପ୍ରତିଦ୍ୱନ୍ଦ୍ୱିତା ମୂଳକ ଦୁନିଆରେ ବହୁସଂଖ୍ୟକ ଉତ୍ପାଦ ନିଜର ସ୍ଥିତି ପାଇଁ ପରସ୍ପର ଭିତରେ ପ୍ରତିଯୋଗିତା କରୁଛନ୍ତି । ସେଥିପାଇଁ ଉତ୍ପାଦର ବୈଶିଷ୍ଟ୍ୟ, ମୂଲ୍ୟ, ଉପଲବ୍ଧତା ଆଦି ବିଷୟରେ ଖାଉଟିଙ୍କୁ ବାରମ୍ବାର ସୂଚନା ଦେବା ଦରକାର ଯାହାଦ୍ୱାରା ଉତ୍ପାଦନକାରୀ ପାଇଁ ଏକ ଭଲ ବଜାର ଅଂଶ ସୁନିଶ୍ଚିତ ହୋଇପାରିବ । କେବଳ ସେତିକି ନୁହେଁ, ଏହା ଖାଉଟିଙ୍କୁ ଭଲ ଜିନିଷ ବାଛିବାରେ ମଧ୍ୟ ସହାୟକ ହୋଇଥାଏ । ତେଣୁ ଆଜି ବିଜ୍ଞାପନ କେବଳ ନିଜ ଉତ୍ପାଦନକାରୀ ବ୍ୟବସାୟକୁ ଲାଭ ଯୋଗାଏନି ବରଂ ତା ସଙ୍ଗରେ ଖାଉଟି ଏବଂ ସମାଜକୁ ମଧ୍ୟ ଲାଭ ପ୍ରଦାନ କରିଥାଏ । ଆସ, ଆମେ ବର୍ତ୍ତମାନ ବିଜ୍ଞାପନ କିପରି ଉତ୍ପାଦନକାରୀ, ଖାଉଟି ଓ ସମାଜର ଉପକାର (ଲାଭ) କରିଥାଏ ତାହା ସଂକ୍ଷେପରେ ଜାଣିବା ।

ବିଜ୍ଞାପନ ଦ୍ୱାରା ଉତ୍ପାଦନକାରୀଙ୍କ ଲାଭ

ବିଜ୍ଞାପନ ଦ୍ୱାରା ଉତ୍ପାଦନକାରୀର ବହୁତ ଲାଭ ହୋଇଥାଏ । ଯେପରିକି ନୂଆ ଉତ୍ପାଦର ବଜାର ପ୍ରବେଶ, ବିଦ୍ୟମାନ ଉତ୍ପାଦ ଉପରେ ଖାଉଟିଙ୍କ ବିଶ୍ୱାସ ବଜାୟ ରଖିବା ଏବଂ ନୂଆ ଗ୍ରାହକ ସୃଷ୍ଟି କରି ସେଗୁଡ଼ିକର ବିକ୍ରୀ ବୃଦ୍ଧି କରିବା। ବିଜ୍ଞାପନ ବ୍ୟବସାୟର ସୁନାମ ସୃଜନ ଓ ବର୍ଦ୍ଧନରେ ମଧ୍ୟ ସହାୟତା କରିଥାଏ। ବିଜ୍ଞାପନ ଦ୍ୱାରା ପଣ୍ୟ ବିକ୍ରେତାଙ୍କ କାର୍ଯ୍ୟ ସହଜ ହୋଇଥାଏ କାରଣ ଗ୍ରାହକ ମାନଙ୍କର ଜିନିଷ ଉପରେ ଆଗରୁ ଧାରଣା ଥାଏ । ଆଜିକାଲି ବଜାରରେ ପ୍ରତିଦ୍ୱନ୍ଦ୍ୱିତାର ସଫଳ ମୁକାବିଲା ପାଇଁ ବିଜ୍ଞାପନ ଗୋଟିଏ ଜରୁରୀ ସାଧନ ହୋଇଛି । କାରଣ ଏହା ଗ୍ରାହକମାନଙ୍କୁ ନିଜର ଜିନିଷ ସହିତ ପ୍ରତିଦ୍ୱନ୍ଦ୍ୱୀଙ୍କର ଜିନିଷର ତୁଳନା କରି କିଣିବାର ସୁବିଧା ଦେଇଥାଏ ।

ଟିପ୍ପଣୀ

ବିଜ୍ଞାପନଦ୍ୱାରା ଖାଉଟିମାନଙ୍କ ଲାଭ :

ବିଜ୍ଞାପନ ଖାଉଟିମାନଙ୍କୁ ଉତ୍ପାଦ, ଏହାର ଦାମ୍, ଗୁଣ, ବିକ୍ରୟ ସର୍ତ୍ତାବଳୀ ବିକ୍ରିପର ସେବା ଆଦି ବିଷୟରେ ଉପଯୋଗୀ ସୂଚନା ପ୍ରଦାନ କରିଥାଏ । ଏହିସବୁ ତଥ୍ୟ ଦେବା ବ୍ୟତୀତ ବିଜ୍ଞାପନ ଗ୍ରାହକମାନଙ୍କୁ ଜିନିଷର ସଠିକ୍ ବ୍ୟବହାର ବିଷୟରେ ସୂଚନା ଦେଇଥାଏ । ଏହା ସେମାନଙ୍କୁ ଉତ୍ପାଦର ତୁଳନାତ୍ମକ ବିଶ୍ଳେଷଣ କରିବା ଓ ଚୟନ କରିବାରେ ସାହାଯ୍ୟ କରିଥାଏ । କେବଳ ସେତିକି ନୁହେଁ ବିଜ୍ଞାପନ ଦୂରଦୂରାନ୍ତ ଅଞ୍ଚଳରେ ରହୁଥିବା ଲୋକଙ୍କ ପାଇଁ ସୂଚନାର ଏକ ମୁଖ୍ୟ ଉତ୍ସ ହୋଇଥାଏ ଯେଉଁମାନଙ୍କ ପାଖରେ ପଣ୍ୟବିକ୍ରେତାମାନେ ସହଜରେ ପହଞ୍ଚି ପାରନ୍ତି ନାହିଁ ।

ବିଜ୍ଞାପନ ଦ୍ୱାରା ସମାଜର ଲାଭ

ବିଜ୍ଞାପନ ଦ୍ୱାରା ବିଭିନ୍ନ ଉତ୍ପାଦନକାରୀଙ୍କ ମଧ୍ୟରେ ପ୍ରତିଯୋଗିତା ବଢ଼େ । ଏହାଦ୍ୱାରା ସେମାନେ ନିଜର ସ୍ଥିତି ରକ୍ଷା କରିବାକୁ ଗବେଷଣା ଓ ବିକାଶ ପ୍ରକ୍ରିୟା ମାଧ୍ୟମରେ ଗୁଣବତ୍ତା ବଢ଼ାଇବାକୁ ଚେଷ୍ଟା କରନ୍ତି । ଏହା ଲୋକଙ୍କୁ ତଥା ସମାଜକୁ ଲାଭଜନକ ହୋଇଥାଏ । ଖାଉଟିମାନେ ଉତ୍ତମ ଜିନିଷ ପାଇଥାନ୍ତି । ବିଜ୍ଞାପନ ଲୋକମାନଙ୍କୁ ବହୁତ ଜିନିଷ ଏବଂ ତାହାର ବ୍ୟବହାର ଜାଣିବାରେ ସାହାଯ୍ୟ କରିଥାଏ । ବିଜ୍ଞାପନ ଦ୍ୱାରା ବିଜ୍ଞାପନ କ୍ଷେତ୍ରରେ ବହୁତ ଲୋକ ରୋଜଗାର ପାଇଥାନ୍ତି । ଏହାଦ୍ୱାରା ପ୍ରିଣ୍ଟ୍ ଏବଂ ଇଲେକ୍ଟ୍ରୋନିକ୍ ଗଣମାଧ୍ୟମ ପାଇଁ ବହୁତ ରାଜସ୍ୱ ଆଦାୟ ହୋଇଥାଏ । ଲୋକମାନଙ୍କୁ ଖବରକାଗଜ, ପତ୍ରିକା, ଟିଭି ଆଦି ପାଇଁ କମ୍ ଖର୍ଚ୍ଚ ପଡ଼ିଥାଏ ।

୨୧.୧.୪ ବିଜ୍ଞାପନର ସୀମାବଦ୍ଧତା (limitaton)

ବହୁତ ଲୋକ ବିଜ୍ଞାପନକୁ ସମାଜ ଏବଂ ଲୋକଙ୍କ ପାଇଁ ହାନିକାରକ ବୋଲି ବିଚାର କରନ୍ତି । ସେମାନଙ୍କ ତର୍କ ଅନୁସାରେ ବିଜ୍ଞାପନର ସୀମାବଦ୍ଧତାଗୁଡ଼ିକ ହେଉଛି :

(i) **ବିଜ୍ଞାପନ ଅଭାବ ବୃଦ୍ଧି କରେ :** ବିଜ୍ଞାପନ ଦେଖିବା ଦ୍ୱାରା ଲୋକଙ୍କୁ ସେହି ଜନିଷଟି କିଣିବା ପାଇଁ ଇଚ୍ଛା ହୁଏ ଯଦିବା ସେହି ଜିନିଷର ବିଶେଷ ଆବଶ୍ୟକତା ନଥାଏ ବା ସମ୍ବଳ ନଥାଏ । ଏହି ଇଚ୍ଛା ବୃଦ୍ଧି ସେମାନଙ୍କୁ ଅର୍ଥହାନୀ ତଥା ମାନସିକ ଚିନ୍ତାଗ୍ରସ୍ତ କରିଥାଏ ।

(ii) **ବିଜ୍ଞାପନ ଦ୍ୱାରା ଜିନିଷର ପରିବ୍ୟୟ ଓ ଦର ବୃଦ୍ଧିପାଏ :** ବିଜ୍ଞାପନ ପାଇଁ କମ୍ପାନୀ ଯେଉଁ ଅର୍ଥ ଖର୍ଚ୍ଚ କରେ ତାହା ସେ ଗ୍ରାହକମାନଙ୍କ ଉପରେ ଲଦିଦିଏ । ଯାହାଦ୍ୱାରା ଜିନିଷଟିର ଦାମ୍ ବଢ଼ିଯାଏ । ତୁମେ ଦେଖିଥିବ ଯେ ଯେଉଁ ଜିନିଷଟିର ବିଜ୍ଞାପନ ବେଶୀ ପ୍ରସାରିତ ହୁଏ ତାହାର ଦାମ୍ ଅନ୍ୟ ଜିନିଷ ତୁଳନାରେ ଅଧିକ ହୋଇଥାଏ ।

(iii) **ଏକ ଋଟିଆ କାରବାର (Monopoly)**

ଯେଉଁ କମ୍ପାନୀ ଅଧିକ ବିଜ୍ଞାପନ ପ୍ରସାରିତ କରିପାରିଲା ସେ ଗ୍ରାହକମାନଙ୍କ ଦ୍ୱାରା ଅଧିକ ଆଦୃତ ହୋଇପାରିବ । ଏହାଦ୍ୱାରା ସେହି କମ୍ପାନୀ ବଜାରର ଗୋଟିଏ ବୃହତ ଭାଗ ନିଜ ଅକ୍ତିଆରକୁ ଆଣିଥାଏ । ଏହା ଏକଛତ୍ରବାଦ ସୃଷ୍ଟି କରିଥାଏ । ଏକଛତ୍ରବାଦ ଦ୍ୱାରା ଛୋଟିଆ ଉତ୍ପାଦନକାରୀମାନେ ବହୁତ କ୍ଷତିଗ୍ରସ୍ତ ହୋଇଥାନ୍ତି । ସେମାନଙ୍କର ବଜାରରେ କୌଣସି ସ୍ଥାନ ନଥାଏ । ସେମାନେ ବଡ଼ ଉତ୍ପାଦନକାରୀଙ୍କ ସହ ପ୍ରତିଯୋଗିତା କରିପାରନ୍ତି ନାହିଁ ।

(iv) ବିଜ୍ଞାପନର ସାମାଜିକ ମୂଲ୍ୟବୋଧ ଉପରେ ପ୍ରଭାବ : ବେଳେବେଳେ ବିଜ୍ଞାପନ ଦ୍ୱାରା ନୂଆ ବିଚାର ସମାଜକୁ ଆସିଥାଏ ଯାହାକି ଆମ ସମାଜ ଉପରେ କୁପ୍ରଭାବ ପକାଇଥାଏ । ଲୋକମାନଙ୍କୁ ଆକୃଷ୍ଟ କରିବାକୁ ବେଳେବେଳେ ଆପତ୍ତିଜନକ କଥା ଯେପରିକି ସେକ୍ସ, ଆତଙ୍କ ଆଦି ବ୍ୟବହାର ହୋଇଥାଏ । ଆମର ଏସବୁ ସାମାଜିକ ମୂଲ୍ୟବୋଧ ଉପରେ ଖରାପ ପ୍ରଭାବ ପକାଇଥାଏ ।

(v) ଭୁଲ୍ ବା ବିପଦପୂର୍ଣ୍ଣ କାମ ପାଇଁ ପ୍ରୋତ୍ସାହନ ଦେବା : ସିଗାରେଟ୍, ପାନ, ମସଲା, ଗୁଟ୍‌ଖା, ମଦ ଆଦିର ବ୍ୟବହାର ବିଜ୍ଞାପନରେ ଦେଖାଯାଇଥାଏ ଯାହାକି ଲୋକମାନଙ୍କୁ ଏହି ସବୁ ଜିନିଷର ବ୍ୟବହାର ପାଇଁ ଉତ୍ସାହିତ କରିଥାଏ । ଏହାର ବ୍ୟବହାର ସ୍ୱାସ୍ଥ୍ୟ ପାଇଁ କ୍ଷତିକାରକ । ମଡ଼େଲମାନେ ବିଭିନ୍ନ ବିପଦପୂର୍ଣ୍ଣ ଖେଳ ଦେଖାଇବା, ଯେପରିକି ପାହାଡ଼ ଉପରୁ ଡେଇଁବା, ଆଦି ବିଜ୍ଞାପନରେ ପ୍ରସାରିତ ହୋଇଥାଏ । ଏହାକୁ ପିଲାମାନେ ଦେଖି ଅନୁକରଣ କରନ୍ତି ଏବଂ ଦୁର୍ଘଟଣାର ସମ୍ମୁଖୀନ ହୋଇଥାନ୍ତି ।

(vi) ବିଜ୍ଞାପନ ସାମଗ୍ରିକ ଚାହିଦା ବୃଦ୍ଧି କରିନପାରେ : ବିଜ୍ଞାପନ ସବୁବେଳେ ଲୋକଙ୍କ ଚାହିଦା ବୃଦ୍ଧି କରିନଥାଏ । ଅନେକ କ୍ଷେତ୍ରରେ, ଏକା ଭଳି ଉତ୍ପାଦ ନିର୍ମାଣ କରୁଥିବା କିଛି ସଂଖ୍ୟକ ସଂସ୍ଥା ଜୋର୍‌ଦାର୍ ବିଜ୍ଞାପନ ଦେଇପାରନ୍ତି । ଏହାଦ୍ୱାରା ଉତ୍ପାଦର ମୋଟ (ସାମଗ୍ରିକ) ଚାହିଦାରେ ବୃଦ୍ଧି ହୋଇ ନ ପାରେ, ବରଂ ଲୋକମାନେ କେବଳ ଗୋଟିଏ ବ୍ରାଣ୍ଡ୍‌ର ଉତ୍ପାଦକୁ ଛାଡ଼ି ଅନ୍ୟ ଏକ ବ୍ରାଣ୍ଡ୍‌ର ଉତ୍ପାଦକୁ ଆପଣାଇଥାନ୍ତି ।

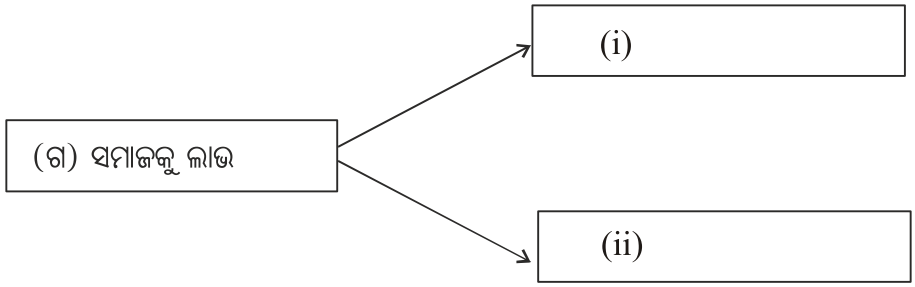
ପାଠଗତ ପ୍ରଶ୍ନାବଳୀ ୨୧ ଖ

୧. ତଳେ ଦିଆଯାଇଥିବା ପ୍ରବାହ ସାରଣୀ (flow chart) ରେ ବିଜ୍ଞାପନର ଲାଭ ତିନୋଟି ବାକ୍ସରେ ଦିଆଯାଇଛି । ତୁମେ ପ୍ରତି ଶୀର୍ଷକ ପାର୍ଶ୍ୱରେ ଦୁଇଟି ମୁଖ୍ୟ ଲାଭ ଉଲ୍ଲେଖ କର :

(କ) ଉତ୍ପାଦନକାରୀଙ୍କ ଲାଭ → (i) → (ii)

(ଖ) ଖାଉଟିଙ୍କୁ ଲାଭ → (i) → (ii)

ଟିପ୍ପଣୀ



୨. ବିଜ୍ଞାପନର ଯେକୌଣସି ଚାରୋଟି ସୀମାବଦ୍ଧତା (limitation) ଲେଖ ।

(କ) ______________________________

(ଖ) ______________________________

(ଗ) ______________________________

(ଘ) ______________________________

୨୧.୧.୫ ବିଜ୍ଞାପନର ବିଭିନ୍ନ ମାଧ୍ୟମ

ବିଜ୍ଞାପନ ପ୍ରଦାନକାରୀ ସଂସ୍ଥା ତରଫରୁ ଭାବୀ ଗ୍ରାହକଙ୍କ ପାଖକୁ ଉତ୍ପାଦ ଓ ସେବା ଆଦିର ବିବରଣୀ ଯେଉଁ ସାଧନ ଦ୍ୱାରା ପହଞ୍ଚା ଯାଇଥାଏ ତାହାକୁ ବିଜ୍ଞାପନର ମାଧ୍ୟମ କୁହାଯାଏ । ବିଜ୍ଞାପନ ପାଇଁ ବିଭିନ୍ନ ପ୍ରକାର ମାଧ୍ୟମ ଅଛି । ତାହା ତଳେ ବର୍ଣ୍ଣନା କରାଯାଇଛି ।

ଖବରକାଗଜ : ବିଜ୍ଞାପନ ପାଇଁ ଖବରକାଗଜ ଏକ ଭଲମାଧ୍ୟମ କାରଣ ଏହା ଆମ ଦେଶ ଲୋକସଂଖ୍ୟାର ଏକ ବିରାଟ ଭାଗଙ୍କ ଦ୍ୱାରା ବ୍ୟବହୃତ ହୋଇଥାଏ । ତତ୍‌ସହ ଏହା ବିଭିନ୍ନ ଭାଷା ଯଥା-ଇଂରେଜୀ, ହିନ୍ଦୀ ଓ ବିଭିନ୍ନ ଆଞ୍ଚଳିକ ଭାଷାରେ ପ୍ରକାଶିତ ହୋଇଥାଏ ।

ବିଭିନ୍ନ ନିତ୍ୟବ୍ୟବହୃତ ଖାଉଟି ଉତ୍ପାଦ ଯଥା-ସାବୁନ୍, ଶାମ୍ପୁ, ତେଲ ଟିଭି, ଫ୍ରିଜ୍, ସାଇକଲ୍, ସ୍କୁଟର, ଲୁଗାଧୁଆ ମେସିନ୍ ଇତ୍ୟାଦିର ବିଜ୍ଞାପନ ପାଇଁ ଖବରକାଗଜ ଏକ ଉତ୍ତମ ମାଧ୍ୟମ ଅଟେ । ବ୍ୟାଙ୍କିଙ୍ଗ୍, ବୀମା, ପରିବହନ ଆଦି ସେବାର ବିଜ୍ଞାପନ ପାଇଁ ମଧ୍ୟ ଖବରକାଗଜ ଉତ୍ତମ ମାଧ୍ୟମ ଅଟେ । ପରନ୍ତୁ, ଯେଉଁ ଜିନିଷର ଗ୍ରାହକ ସଂଖ୍ୟା କମ୍‌ଥାନ୍ତି ସେହି ଜିନିଷ ପାଇଁ ଖବରକାଗଜ ବିଜ୍ଞାପନର ଉପଯୁକ୍ତ ମାଧ୍ୟମ ନୁହେଁ । ସେହିପରି କିଛି ଜିନିଷ ହେଲା ଆର୍ଟକ୍ରାଫ୍ଟ, ଆସବାବପତ୍ର, ଗହଣା ଆଦିର ଗ୍ରାହକ ବହୁତ କମ୍ ତେଣୁ ଏହି ସବୁର ବିଜ୍ଞାପନ ପାଇଁ ଖବରକାଗଜ ଉପଯୁକ୍ତ ନୁହଁ ।

ଟେଲିଭିଜନ୍ : ଆମୋଦପ୍ରମୋଦ ପାଇଁ ଟେଲିଭିଜନ୍ ଏକ ଉପଯୁକ୍ତ ମାଧ୍ୟମ । ଏହା ମାଧ୍ୟମରେ ପ୍ରତିଦିନ ଚବିଶ ଘଣ୍ଟା ବିଭିନ୍ନ ଚାନେଲ୍‌ରେ ଭିନ୍ନ ଭିନ୍ନ ଭାଷାରେ ବହୁତ କାର୍ଯ୍ୟକ୍ରମ ପ୍ରସାରଣ ହୋଇଥାଏ । ତେଣୁ ବିଭିନ୍ନ ବର୍ଗର ଲୋକମାନଙ୍କ ପାଇଁ ଭିନ୍ନ ପ୍ରକାର ଉତ୍ପାଦର ବିଜ୍ଞାପନ ଦେବାକୁ ସୁବିଧା ହୋଇଥାଏ । ଯେପରିକି ପିଲାଙ୍କ ପାଇଁ ପ୍ରସାରିତ କାର୍ଯ୍ୟକ୍ରମରେ ପିଲାଙ୍କ ବ୍ୟବହୃତ ଜିନିଷର ବିଜ୍ଞାପନ ଦେବା । ଉଦାହରଣ

ସ୍ୱରୂପ ଚକୋଲେଟ୍, ବିସ୍କୁଟ୍, ସ୍କୁଲ୍‌ବ୍ୟାଗ୍, ଖେଳନା ଆଦିର ବିଜ୍ଞାପନ ପିଲାଙ୍କ କାର୍ଯ୍ୟକ୍ରମ ଯେପରିକି କାର୍ଟୁନ୍ ଆଦି ସମୟରେ ଦେବା । ଘର ବ୍ୟବହୃତ ଜିନିଷ, ପ୍ରସାଧାନ ସାମଗ୍ରୀ ଆଦିର ବିଜ୍ଞାପନ ସ୍ତ୍ରୀଲୋକମାନେ ଦେଖୁଥିବା କାର୍ଯ୍ୟକ୍ରମ ସମୟରେ ଦେବା । ଟେଲିଭିଜନ୍ ଏପରି ଏକ ମାଧ୍ୟମ ଯାହା ବହୁତ ପ୍ରକାର ଲୋକଙ୍କ ପାଖରେ ପହଞ୍ଚିଥାଏ । ଅଶିକ୍ଷିତ ଲୋକମାନଙ୍କ ପାଇଁ ଏକ ଉପଯୁକ୍ତ ମାଧ୍ୟମ । ବିଜ୍ଞାପନ ପାଇଁ ଖବରକାଗଜ ଏବଂ ରେଡ଼ିଓ ଅପେକ୍ଷା ଏହା ବହୁତ ଗ୍ରହଣୀୟ କାରଣ ଏଥିରେ ଲୋକମାନେ ଜିନିଷ ଦେଖିପାରିଥାନ୍ତି । ଖବରକାଗଜ ପରି ଟେଲିଭିଜନ୍ ମଧ୍ୟ ନିତ୍ୟବ୍ୟବହୃତ ଜିନିଷର ବିଜ୍ଞାପନ ପାଇଁ ବହୁଳ ବ୍ୟବହୃତ । କିନ୍ତୁ କିଛି ବିଶେଷ ଧରଣର ଜିନିଷ ବା ସେବା ଯାହାକି ଅଳ୍ପ କିଛି ଲୋକଙ୍କ ପାଇଁ ଉଦ୍ଦିଷ୍ଟ ସେମାନଙ୍କ କ୍ଷେତ୍ରରେ ଏହି ମାଧ୍ୟମ ପ୍ରଯୁଜ୍ୟ ନୁହଁ । ଏକ ନୂଆ ଜିନିଷର ବଜାର ପ୍ରବେଶ ପାଇଁ ଟେଲିଭିଜନ୍‌ରେ ବାରମ୍ବାର ବିଜ୍ଞାପନ ଦେବା ଜିନିଷଟିକୁ ଲୋକମାନଙ୍କ ପାଖରେ ପହଞ୍ଚାଇବାରେ ସାହାଯ୍ୟ କରିଥାଏ । ଏହି ମାଧ୍ୟମ ମହଙ୍ଗା ପଡୁଥିବାରୁ ସମସ୍ତେ ବ୍ୟବହାର କରନ୍ତି ନାହିଁ । କେବଳ ବଡ଼ ବଡ଼ କମ୍ପାନୀ ବିଜ୍ଞାପନ ପାଇଁ ଏହି ମାଧ୍ୟମ ବ୍ୟବହାର କରନ୍ତି ।

ରେଡ଼ିଓ : ଗ୍ରାମାଞ୍ଚଳ ଲୋକଙ୍କ ବେତାର ଏକ ପ୍ରିୟ ଆମୋଦପ୍ରମୋଦର ମାଧ୍ୟମ । ବର୍ତ୍ତମାନ ଏଫ୍.ଏମ୍. ରେଡ଼ିଓ ବେତାର ଲୋକପ୍ରିୟତା ଆହୁରି ବଢ଼ାଇଦେଇଛି । ଏଥିରେ କାର୍ଯ୍ୟକ୍ରମ ଆଗରୁ, ପରେ ଏବଂ ମଝିରେ ବିଜ୍ଞାପନ ଦିଆଯାଇଥାଏ । ଉଦାହରଣ ସ୍ୱରୂପ, କୃଷି ସନ୍ଦେଶ ପ୍ରୋଗ୍ରାମ୍ ଯାହାକି କୃଷକମାନଙ୍କ ପାଇଁ ଉଦ୍ଦିଷ୍ଟ, ସେଥିରେ କୃଷକ ମାନଙ୍କ ଉପଯୋଗୀ ଜିନିଷ ଯଥା ସାର, କୀଟନାଶକ, ଟ୍ରାକ୍ଟର ଆଦିର ବିଜ୍ଞାପନ ଦିଆଯାଇଥାଏ । ବେତାର ମାଧ୍ୟମରେ ବିଜ୍ଞାପନ ଦେବା ଆମ ଦେଶରେ ବହୁତ ଲୋକପ୍ରିୟ । କାରଣ ଗ୍ରାମାଞ୍ଚଳରେ ବିଦ୍ୟୁତ୍ ଏବଂ ଟେଲିଭିଜନ୍‌ର ସୁବିଧା ଭଲନଥାଏ । ଟେଲିଭିଜନ୍ ପରି ବେତାର ମଧ୍ୟ ଆମୋଦପ୍ରମୋଦର ଏକ ମାଧ୍ୟମ । କିନ୍ତୁ ଟେଲିଭିଜନ୍‌ର ଲୋକପ୍ରିୟତା ଆଗରେ ଆଜିକାଲି ରେଡ଼ିଓର ଲୋକପ୍ରିୟତା କମିଗଲାଣି ଏବଂ ଏଥିରେ ବିଜ୍ଞାପନ ଦେବା ମଧ୍ୟ କମିଗଲାଣି ।

FM: Frequency Modulation

ପତ୍ରପତ୍ରିକା : ପତ୍ରପତ୍ରିକା ବିଜ୍ଞାପନର ଆଉ ଏକ ମାଧ୍ୟମ । ଏଗୁଡ଼ିକ ସାପ୍ତାହିକ, ପାକ୍ଷିକ, ମାସିକ ବା ବାର୍ଷିକ ହୋଇଥାଏ । ଏଗୁଡ଼ିକର ପ୍ରସାର ସୀମିତ ଥାଏ । ପ୍ରାୟ ପତ୍ରପତ୍ରିକା କିଛି ନିର୍ଦ୍ଦିଷ୍ଟ ଭାଗ ଲୋକଙ୍କୁ ଲକ୍ଷ୍ୟରେ ରଖି କରାଯାଇଥାଏ । ଉଦାହରଣ ସ୍ୱରୂପ, ସ୍ୱାସ୍ଥ୍ୟଜନିତ ଜିନିଷର ବିଜ୍ଞାପନ ସ୍ୱାସ୍ଥ୍ୟ ସମ୍ପର୍କିତ ପତ୍ରିକା ତଥା ଖେଳକୁଦରେ ବ୍ୟବହୃତ ଜିନିଷର ବିଜ୍ଞାପନ ଖେଳ ସମ୍ପର୍କିତ ପତ୍ରିକାରେ ଦିଆଯାଇଥାଏ । ଭେଷଜ ଜନିତ ଯନ୍ତ୍ରପାତିର ବିଜ୍ଞାପନ ଚିକିତ୍ସା ସମ୍ପର୍କିତ ପତ୍ରିକାରେ ଦିଆଯାଇଥାଏ ।

ସିନେମା : ଭାରତରେ ସିନେମା ଆମୋଦ ପ୍ରମୋଦର ଏକ ପ୍ରମୁଖ ମାଧ୍ୟମ । ସିନେମାର ଆରମ୍ଭ, ଶେଷ ଏବଂ ମଧ୍ୟବିରତିରେ ବିଜ୍ଞାପନ ଦିଆଯାଇଥାଏ । ସବୁ ବର୍ଗର ଲୋକ ସିନେମା ଦେଖିଥାନ୍ତି । ତାହାକୁ ଦୃଷ୍ଟିରେ ରଖି ବହୁଳ ବ୍ୟବହୃତ ଜିନିଷ ଯେପରିକି ପ୍ରସାଧନ, ଔଷଧ ଆଦିର ବିଜ୍ଞାପନ ଏଥିରେ ଦିଆଯାଇଥାଏ । ଅନ୍ୟ ତୁଳନାରେ ଏହି ବିଜ୍ଞାପନ ମାଧ୍ୟମ ଅଧିକ ଖର୍ଚ୍ଚ ସାପେକ୍ଷ ।

ବାହ୍ୟବିଜ୍ଞାପନ (Outdoor Advertising): ତୁମେ ବସ୍, ଟ୍ରେନ୍ ଆଦିରେ ଯାତ୍ରାକଲାବେଳେ ଦେଖିବାକୁ ପାଅ ଯେ ରାସ୍ତା କାନ୍ଥ, ଟ୍ରେନ୍, ବସ୍‌ର ବାହାର କାନ୍ଥ ଆଦିରେ ବିଜ୍ଞାପନ ଲେଖା ହୋଇଥାଏ । ରାସ୍ତାରେ ଯାଉଥିବା ଅଟୋ, ସ୍କୁଟର, ଆଦିର ପଛରେ ମଧ୍ୟ ବିଜ୍ଞାପନ ଲେଖା ହୋଇଥାଏ । ଏସବୁ ବାହ୍ୟ ବିଜ୍ଞାପନର ଉଦାହରଣ । ବିଭିନ୍ନ ଜିନିଷ ଯେପରିକି, ଜୋତା, କ୍ରିମ୍, ସାଇକଲ୍, ଫ୍ୟାନ୍ ଇତ୍ୟାଦିର ବିଜ୍ଞାପନ ବଡ଼ ବଡ଼

ଟିପ୍ପଣୀ

ଲାଇଟ୍ ଲଗା ହୋର୍ଡିଂରେ ରାସ୍ତାକଡ଼ରେ ଦିଆଯାଇଥାଏ । ଏସବୁ ବାହ୍ୟ ବିଜ୍ଞାପନର ଉଦାହରଣ । ଏଥିପାଇଁ ବିଦ୍ୟୁତ୍ ବ୍ୟବହାର କରାଯାଇଥାଏ । କମ୍ପାନୀର ନିଜସ୍ୱ ଗାଡ଼ି ଚାରିପଟେ ସେହି ଉତ୍ପାଦ ବିଷୟରେ ବର୍ଣ୍ଣନା ଗ୍ରାହକଙ୍କୁ ଉତ୍ପାଦର ମୂଲ୍ୟ, ଗୁଣ, ମାନ ଆଦି ଜାଣିବାରେ ସହାୟକ ହୋଇଥାଏ । ବାହ୍ୟବିଜ୍ଞାପନରେ ବ୍ୟବହୃତ ହୋର୍ଡ଼ିଂ ପାଇଁ ପ୍ରଥମ ପର୍ଯ୍ୟାୟରେ ବହୁତ ଖର୍ଚ୍ଚ ହୋଇଥାଏ । ହୋଡ଼ିଂ ରଖିବା ସ୍ଥାନ ମଧ୍ୟ ଭଡ଼ାରେ ନେବାକୁ ପଡ଼ିଥାଏ । ତଥାପି ବାହ୍ୟ ବିଜ୍ଞାପନ ଅନ୍ୟ ବିଜ୍ଞାପନଠୁ କମ୍ ଖର୍ଚ୍ଚରେ ହୋଇଥାଏ । କିନ୍ତୁ ଏହା ବହୁତ କମ୍ ଲୋକଙ୍କ ପାଖରେ ପହଞ୍ଚିଥାଏ ।

ପାଠଗତ ପ୍ରଶ୍ନାବଳୀ ୨୧ ଗ

୧. ତଳେ ଦିଆଯାଇଥିବା ସାରଣୀଟିକୁ ପ୍ରଦତ୍ତ ବିଭିନ୍ନ ମାଧ୍ୟମ ଦ୍ୱାରା ସବୁଠାରୁ ଅଧିକ ବିଜ୍ଞାପିତ ହେଉଥିବା ଜିନିଷ ବା ଉତ୍ପାଦର ନାମ ପୂରଣ କର ।

ମାଧ୍ୟମ	ବିଜ୍ଞାପିତ ହେଉଥିବା ଉତ୍ପାଦ
ଖବରକାଗଜ	(1)
	(2)
	(3)
ଟେଲିଭିଜନ	(1)
	(2)
	(3)
ରେଡ଼ିଓ	(1)
	(2)
	(3)
ପତ୍ରପତ୍ରିକା	(1)
	(2)
	(3)

୨. ନିମ୍ନ କ୍ଷେତ୍ରରେ କେଉଁ ବିଜ୍ଞାପନ ମାଧ୍ୟମ ସବୁଠାରୁ ଉପଯୁକ୍ତ ହେବ ?

(କ) ସମାଜର ସବୁ ବର୍ଗର ଲୋକଙ୍କ ପାଇଁ ଉଦ୍ଦିଷ୍ଟ ବହୁଳ ଉପଭୋଗ ହେଉଥିବା ଉତ୍ପାଦଗୁଡ଼ିକର ବିଜ୍ଞାପନ ପାଇଁ ।

(ଖ) ପାଠକଙ୍କର ଏକ ବିଶେଷ ବର୍ଗ / ସମୂହଙ୍କ ପାଖରେ ପହଞ୍ଚିବା ପାଇଁ ।

(ଗ) ଟ୍ରାଫିକ୍ ଭିଡ଼ ବେଳେ, ଟ୍ରାଫିକ୍‌ରେ ଲାଲ୍‌ବତୀ ଜଳୁଥିବା ବେଳେ ଅଟକି ଥିବା ବ୍ୟକ୍ତି କିମ୍ବା ଟ୍ରେନ୍‌ରେ ଯାତ୍ରା କରୁଥିବା ଲୋକଙ୍କ ଧ୍ୟାନ ଆକର୍ଷଣ କରିବା ପାଇଁ ।

(ଘ) ନିରକ୍ଷର ଖାଉଟିଙ୍କ ନିକଟରେ ପହଞ୍ଚିବା ପାଇଁ ଏବଂ ଦୃଶ୍ୟମାନ ମାଧ୍ୟମ ଫଳପ୍ରଦ ଭାବେ ବ୍ୟବହାର କରିବା ପାଇଁ।

(ଙ) ଦେଶର ବହୁସଂଖ୍ୟକ ଶିକ୍ଷିତ ଲୋକଙ୍କ ପାଖରେ ପହଞ୍ଚିବା ପାଇଁ

(ଚ) ଗ୍ରାମାଞ୍ଚଳ, ଅର୍ଦ୍ଧ-ସହରାଞ୍ଚଳ ଓ ସହରାଞ୍ଚଳ ଲୋକମାନଙ୍କ ନିମନ୍ତେ ବିଜ୍ଞାପନ ପାଇଁ

୨୧.୨ ବିକ୍ରୟ କଳା (Salesmanship)

ଥରେ ତୁମ ସାଙ୍ଗ ଗୋଟିଏ ରେଡ଼ିମେଡ଼ ପୋଷାକ ଦୋକାନକୁ ଯାଇଥିଲେ ସାନଭାଇ ପାଇଁ ପ୍ୟାଣ୍ଟ କିଣିବାକୁ। ବିକ୍ରି କରୁଥିବା ବ୍ୟକ୍ତି ଜଣକ ବହୁତ ନୂଆ ପୋଷାକ ଦେଖାଇଲେ। ପ୍ୟାଣ୍ଟ ବାଛିବା ଭିତରେ ସାଙ୍ଗ ଜଣକ ନିଜପାଇଁ ବି ଖଣ୍ଡେ କିଣି ଆଣିଲେ। ଆଗରୁ କିଛି ଯୋଜନା ନ କରି ଜିନିଷ କିଣିବାର କାରଣ ଥିଲା ବିକ୍ରୟ କଳାର ପ୍ରଭାବ। ପ୍ରଥମେ ବିକ୍ରେତା ଜଣକ ତାଙ୍କ ନୂଆ ପୋଷାକ କିଣିବାର ଇଚ୍ଛାକୁ ଆକଳନ କଲେ ଏବଂ ତା'ପରେ ତାଙ୍କୁ କିଣିବା ପାଇଁ ପ୍ରବର୍ତ୍ତାଇଲେ। ଆମର ଆବଶ୍ୟକତାର ଆକଳନ କରିବା, ତାକୁ ସକ୍ରିୟ କରାଇବା ଏବଂ ଶେଷରେ ଉତ୍ପାଦ ବିକ୍ରି ମାଧ୍ୟମରେ ତା'ର ପରିପୂରଣ କରିବା ଜନିତ ସାମଗ୍ରିକ ପ୍ରକ୍ରିୟାକୁ ବିକ୍ରୟକଳା ବା ବ୍ୟକ୍ତିଗତ ବିକ୍ରି କୁହାଯାଏ। ଏହା ଏକ ପ୍ରକ୍ରିୟା ଯାହାଦ୍ୱାରା ମୁହାଁ ମୁହିଁ ଭାବେ ବିକ୍ରେତା ଗ୍ରାହକଙ୍କୁ କିଣିବାରେ ସାହାଯ୍ୟ ତଥା ଉତ୍ସାହିତ କରେ। ଅନ୍ୟଭାବରେ ବ୍ୟାପାରିକ କଳା ହେଉଛି ନିଜସ୍ୱ କଥାବାର୍ତ୍ତାର ଶୈଳୀ ଦ୍ୱାରା ଜିନିଷ ବିକ୍ରି କରିବା । ସଫଳ ବିକ୍ରିପାଇଁ ବିକ୍ରେତା ଏକ ପ୍ରକ୍ରିୟାରେ ଗତି କରନ୍ତି ଯାହା ସାତଟି ସୋପାନ ଦେଇ ଯାଇଥାଏ।

(i) ସମ୍ଭାବନା ଅନ୍ୱେଷଣ କରିବା

↓

(ii) ପୂର୍ବ କାର୍ଯ୍ୟ ନିର୍ବାହ ଶୈଳୀ

↓

(iii) କାର୍ଯ୍ୟ ନିର୍ବାହ ଶୈଳୀ

↓

(iv) ଉପସ୍ଥାପନା ଓ ପ୍ରଦର୍ଶନ

↓

(v) ବିଭିନ୍ନ ଅନୁସନ୍ଧିତ୍ସୁ ପ୍ରଶ୍ନ, ଆପତ୍ତିଜନକ ପ୍ରଶ୍ନ ଗୁଡ଼ିକର ଉତ୍ତର ଦେବା ଓ ସେଗୁଡ଼ିକର ସ୍ପଷ୍ଟୀକରଣ ଦେବା

↓

(vi) ବିକ୍ରି ପ୍ରକ୍ରିୟା ଶେଷ କରିବା

↓

(vii) ବିକ୍ରି ପର ସେବା ଯୋଗାଇଦେବା

ପ୍ରଥମେ ସେହି ସ୍ଥାନର ସମ୍ଭାବ୍ୟ କ୍ରେତାମାନଙ୍କୁ ଅନୁସନ୍ଧାନ କରାଯାଇଥାଏ । ସେମାନଙ୍କ ବିଷୟରେ ଦରକାରୀ ତଥ୍ୟ ସଂଗ୍ରହ କରାଯାଇଥାଏ । ଯେପରିକି ସେମାନଙ୍କ କିଣିବାର ସକ୍ଷମତା, ଜିନିଷ ପ୍ରତି ଆଗ୍ରହ ଇତ୍ୟାଦି । ଏହା ପରେ ପୂର୍ବ କାର୍ଯ୍ୟନିର୍ବାହୀ ପ୍ରଣାଳୀରେ କ୍ରେତାଙ୍କ ଧ୍ୟାନ ଆକର୍ଷଣ କରାଯାଇଥାଏ ଏବଂ ଉତ୍ପାଦର ମୂଲ୍ୟ, ଗୁଣ, ମାନ ଇତ୍ୟାଦି ଅବଗତ କରାଯାଇଥାଏ । ଏହାପରେ ସେମାନଙ୍କୁ ଜିନିଷଟି ଉପସ୍ଥାପନାକରି ତାହାର ଉପାଦେୟତା ବୁଝାଇ ଦିଆଯାଇଥାଏ । କ୍ରେତାଙ୍କ ଉତ୍ପାଦ ବିଷୟରେ ବିଭିନ୍ନ ଜିଜ୍ଞାସାର ଉତ୍ତର ଦିଆଯାଇ ଜିନିଷଟି କିଣିବାକୁ ପ୍ରବର୍ତ୍ତାଯାଇଥାଏ । ଏହିସବୁ ପ୍ରକ୍ରିୟା ଶେଷରେ ସେମାନଙ୍କୁ ଧନ୍ୟବାଦ ଦେଇ ଜିନିଷ ବିକ୍ରିକରି ଅର୍ଥସଂଗ୍ରହ କରାଯାଏ । ସବାଶେଷରେ ସେମାନଙ୍କୁ ଜିନିଷ ଦିଆଯାଇ ବିକ୍ରିପର ସେବା ଯୋଗାଇ ଦିଆଯାଇଥାଏ ।

୨୧.୨.୧ ବିକ୍ରୟ କଳାର ଗୁରୁତ୍ୱ

ପଣ୍ୟ ବିକ୍ରେତାଙ୍କ ସମ୍ପୃକ୍ତି ବିନା ଉତ୍ପାଦକଙ୍କଠାରୁ ଖାଉଟି ମାନଙ୍କ ପାଖକୁ ଆସୁଥିବା ଜିନିଷର ପ୍ରବାହ ଅସମ୍ଭବ । ବିକ୍ରି ପ୍ରକ୍ରିୟାରେ ପଣ୍ୟ ବିକ୍ରେତା ମୁଖ୍ୟ ଅଟନ୍ତି । ଖାଉଟିଙ୍କ ସହ କଥାବାର୍ତ୍ତା କରିବାଠୁ ଆରମ୍ଭ କରି ବିକ୍ରି ପର୍ଯ୍ୟନ୍ତ ସବୁକ୍ଷେତ୍ରରେ ସେମାନଙ୍କର ବହୁତ ଗୁରୁତ୍ୱ ରହିଛି । ସେମାନେ ଜିନିଷ ବିକ୍ରି କରିବା ସହ ଖାଉଟିଙ୍କ ସନ୍ତୋଷ ଭାଜନ ହୋଇପାରନ୍ତି । ବିକ୍ରୟ କଳାଯୋଗୁଁ କେବଳ ସମ୍ପୃକ୍ତ ବ୍ୟବସାୟ ସଂସ୍ଥା ନୁହେଁ ବରଂ ଖାଉଟି ଏବଂ ସମାଜ ମଧ୍ୟ ଲାଭବାନ୍ ହୋଇଥାନ୍ତି । ବିକ୍ରୟକଳାର ଲାଭ ତଳେ ବର୍ଣ୍ଣନା କରାଯାଇଛି ।

1. **ଖାଉଟିଙ୍କ ଲାଭ :** ପଣ୍ୟ ବିକ୍ରେତା ଖାଉଟିଙ୍କ ପାଇଁ ଜଣେ ସାଙ୍ଗ ତଥା ଜଣେ ପଥ ପ୍ରଦର୍ଶକ ମଧ୍ୟ । ଖାଉଟି ତାଙ୍କଠାରୁ କିଣିଥିବା ଜିନିଷ ଏବଂ ତାର ବ୍ୟବହାର ଇତ୍ୟାଦି ବିଷୟରେ ତଥ୍ୟ ହାସଲ କରିଥାନ୍ତି । କମ୍ପାନୀ ଏବଂ ତାର ଉତ୍ପାଦ ବିଷୟ କହି ଖାଉଟି ମାନଙ୍କର କମ୍ପାନୀ ପ୍ରତି ବିଶ୍ୱାସ ଜଣାଇ ଥାନ୍ତି ଏବଂ ନୂଆ ଜିନିଷ ଯାହା ଖାଉଟିଙ୍କୁ ଶସ୍ତା ଏବଂ ଭଲ ହେବ ତାହା ଜଣାଇ ଥାନ୍ତି । ପଣ୍ୟ ବିକ୍ରେତା ଖାଉଟିମାନଙ୍କୁ ବିକ୍ରିପର ସେବା ଯୋଗାଇଥାନ୍ତି ।

2. **ବ୍ୟବସାୟ ପାଇଁ ଲାଭ:** ବିକ୍ରୟ କଳା ବ୍ୟବସାୟର ବିକ୍ରି ବୃଦ୍ଧିରେ ସାହାଯ୍ୟ କରିଥାଏ । ନିଜସ୍ୱ ବିକ୍ରିଦ୍ୱାରା ନୂଆ ଗ୍ରାହକ ସୃଷ୍ଟି ହୁଅନ୍ତି ଏବଂ ସେମାନଙ୍କୁ ଜିନିଷ କିଣିବାକୁ ପ୍ରବର୍ତ୍ତାଇ ହୁଏ । ଯେହେତୁ ପଣ୍ୟ ବିକ୍ରେତା ଖାଉଟିଙ୍କ ପ୍ରତ୍ୟକ୍ଷ ସଂସ୍ପର୍ଶରେ ଆସିଥାନ୍ତି ସେମାନେ ଖାଉଟିଙ୍କ ଆବଶ୍ୟକତା ଓ ପ୍ରାଥମିକତା ବୁଝିଥାନ୍ତି, ଏବଂ ସେହି ଅନୁସାରେ ବ୍ୟବସାୟୀଙ୍କୁ ନିଜ ଉତ୍ପାଦରେ ଉନ୍ନତି ଆଣିବାରେ ଏବଂ ଠିକ୍ ଜିନିଷ ଉତ୍ପାଦନ କରିବାରେ ସାହାଯ୍ୟ କରିଥାଏ ।

   ଯାନ୍ତ୍ରିକ ଜିନିଷ ହେଲେ ପଣ୍ୟ ବିକ୍ରେତାଙ୍କର କାର୍ଯ୍ୟ ଆହୁରି ଦରକାରୀ ହୋଇଉଠେ । ସେ ଖାଉଟିଙ୍କୁ ଜିନିଷଟି କିପରି ବ୍ୟବହାର କରାଯାଇପାରିବ ଏବଂ କ'ଣ ସାବଧାନତା ଅବଲମ୍ବନ କରାଯିବ ଏସବୁ ବିଷୟରେ ଭଲଭାବରେ ବୁଝାଇଥାନ୍ତି । ଏହା ଖାଉଟିଙ୍କୁ ସେହି ଜିନିଷଟିକୁ ଠିକ୍‌ରେ ବ୍ୟବହାର କରିବାକୁ ସାହାଯ୍ୟ କରିଥାଏ ଏବଂ ଏହାଦ୍ୱାରା ଖାଉଟି ନିଜର ଜିନିଷଟିକୁ ଉପଯୁକ୍ତ ପସନ୍ଦ ବୋଲି ମନେ କରିଥାଏ ।

3. **ସମାଜ ପାଇଁ ଲାଭ:** ବିକ୍ରୟ କଳା ଜିନିଷଟିର ଉତ୍ପାଦନ, ବଣ୍ଟନ ଏବଂ ବ୍ୟବହାରକୁ ତ୍ୱରାନ୍ୱିତ କରିଥାଏ । ପଣ୍ୟବିକ୍ରେତା, ବଜାର ସୂଚନା ସଂଗ୍ରହ କରନ୍ତି, ଜିନିଷ ଖାଉଟିଙ୍କ ପାଖରେ ପହଞ୍ଚାଇ ଥାନ୍ତି ଏବଂ ପ୍ରାପ୍ୟ ପାଇଥାନ୍ତି । ଏହା ଚାହିଦା ଏବଂ ଯୋଗାଣରେ ସମନ୍ୱୟ ରଖିଥାଏ ଏବଂ ଏଥିରୁ

ଖାଉଟିଙ୍କ ପ୍ରୟୋଜନ ଜଣାପଡିଥାଏ । ସେମାନେ ଖାଉଟିଙ୍କୁ ନୂଆଜିନିଷ ବିଷୟରେ ସୂଚନା ଦେଇଥାନ୍ତି ଏବଂ ବ୍ୟବସାୟ ବଢ଼ାଇବାରେ ସାହାଯ୍ୟ କରିଥାନ୍ତି ।

୨୧.୨.୨ ଉତ୍ତମ ପଣ୍ୟ ବିକ୍ରେତାଙ୍କ ଗୁଣ

ବଜାରରେ ଆମେ ବହୁତଗୁଡିଏ ଦୋକାନ ଦେଖିଥାଉ କିନ୍ତୁ ଆମେ ଗୋଟିଏ ନିର୍ଦ୍ଦିଷ୍ଟ ଦୋକାନକୁ ଯାଉ । କାହିଁକି ? କାରଣ ପ୍ରଥମତଃ ଆମକୁ ସେହି ଦୋକାନୀଙ୍କ ବ୍ୟବହାର ଭଲ ଲାଗେ । କାଉଣ୍ଟରରେ ଥିବା ପଣ୍ୟ ବିକ୍ରେତାଙ୍କ ହସ ହସ ମୁହଁ ଏବଂ ବିଭିନ୍ନ ପ୍ରକାର ଜିନିଷ ବିଷୟରେ ବୁଝାଇବା ପାଇଁ ଆଗ୍ରହ ଯାହା ଆମକୁ ଜିନିଷ କିଣିବାରେ ସାହାଯ୍ୟ କରିଥାଏ । ଏହାଛଡ଼ା ଜଣେ ଭଲ ପଣ୍ୟ ବିକ୍ରେତାଙ୍କ ମୂଳ ଗୁଣ ହେଲା ଗ୍ରାହକଙ୍କୁ ନିଜ ଦୋକାନକୁ ଆକର୍ଷିତ କରିବା । ପଣ୍ୟ ବିକ୍ରେତାଙ୍କ ଋକିରୀ ପାଇଁ ଭଲ ଶାରୀରିକ ଏବଂ ମାନସିକ ସ୍ଥିତି ଥିବା ଦରକାର । କିଛି ଗୁଡ଼ାଏ ସାଧାରଣ ଗୁଣ ଯାହା ଏକ ପଣ୍ୟ ବିକ୍ରେତାଙ୍କ ପାଇଁ ନିହାତି ଆବଶ୍ୟକ ତାହା ତଳେ ବର୍ଣ୍ଣନା କରାଗଲା ।

(କ) **ଭଲ ବ୍ୟକ୍ତିତ୍ୱ :** ବ୍ୟକ୍ତିତ୍ୱ ହେଉଛି ମଣିଷର ଶାରୀରିକ ଗଠନ, କଥା କହିବାର ଶୈଳୀ, ଧ୍ୱନି ସ୍ୱର, ଅଭ୍ୟାସ, ପିନ୍ଧିବା ଶୈଳୀ ଏବଂ ଗୁଣର ମିଶ୍ରଣ । ପଣ୍ୟ ବିକ୍ରେତା ଏପରି ହେବା ଦରକାର ଯେପରିକି ଖାଉଟି ଯେତେବେଳେ ତାଙ୍କ ସଂସ୍ପର୍ଶରେ ଆସିବେ କଥାବାର୍ତ୍ତା ହେବାକୁ ଚାହିଁବେ ।

(ଖ) **ମାନସିକ ଗୁଣମାନ:** ଜଣେ ପଣ୍ୟ ବିକ୍ରେତା ସର୍ବଦା ସଚେତନ, ଦୂରଦୃଷ୍ଟି ସମ୍ପନ୍ନ, କଳ୍ପନା ଶକ୍ତି ଯୁକ୍ତ ହେବା ଦରକାର । ସେ ଖାଉଟିଙ୍କ ମନ ପଢ଼ିପାରି ସେହି ଅନୁସାରେ କାମ କରିବା ଉଚିତ୍ । ଖାଉଟିଙ୍କ ମନରେ କିଣୁଥିବା ଜିନିଷ ବିଷୟରେ ଜାଣିବାକୁ ବହୁତ କିଛି ପ୍ରଶ୍ନ ଥାଏ । ସୁସ୍ଥ ମାନସିକ ପ୍ରକୃତିର ଲୋକ ହିଁ ଏହିସବୁ ସମାଧାନ କରିପାରିଥାଏ । ଜଣେ ଭଲ ପଣ୍ୟ ବିକ୍ରେତା ହିଁ ଖାଉଟିଙ୍କ ଆବଶ୍ୟକତା ଏବଂ କିଣିବାର ସାମର୍ଥ୍ୟ ଦେଖି ସେହି ଅନୁସାରେ ଜିନିଷ ବାଛିବାରେ ସାହାଯ୍ୟ କରିଥାନ୍ତି ।

(ଗ) **ଭଲ ବ୍ୟବହାର :** ଜଣେ ପଣ୍ୟବିକ୍ରେତା ଭଲ ବ୍ୟବହାର ସମ୍ପନ୍ନ ବ୍ୟକ୍ତି ହେବା ଦରକାର ଯେ କି ଖାଉଟିଙ୍କ ସହ ସହଜରେ କଥାବାର୍ତ୍ତା କରିପାରନ୍ତି । ସେ ଧୈର୍ଯ୍ୟର ସହ ସବୁ ପ୍ରଶ୍ନର ଉତ୍ତର ଦେବା ଆବଶ୍ୟକ । ଧୈର୍ଯ୍ୟ ଏବଂ ମାନସିକତା ହିଁ ଖାଉଟିଙ୍କ ବିଶ୍ୱାସ ଜିତିବାରେ ସାହାଯ୍ୟ କରିଥାଏ ଏବଂ ଜିନିଷ ବିକ୍ରି କରିବାରେ ସାହାଯ୍ୟ କରିଥାଏ ।

(ଘ) **ଜ୍ଞାନ :** ଟେଲିଭିଜନ କିଣିଲାବେଳେ ଆମେ ତାହାର ନୂଆ ମଡ଼େଲ ଏବଂ ବ୍ୟବହାର ବିଷୟରେ ଜାଣିବାକୁ ପଣ୍ୟବିକ୍ରେତାଙ୍କୁ ବହୁତ ଗୁଡ଼ିଏ ପ୍ରଶ୍ନ ପଋରିଥାଉ । ଯଦି ଆମେ ତାହାଙ୍କ ଉତ୍ତରରେ ସନ୍ତୁଷ୍ଟି ପାଉ ତେବେ ଜିନିଷଟି କିଣିଥାଉ ନଚେତ ଅନ୍ୟ ଦୋକାନକୁ ଋଲିଯାଉ ଯେଉଁଠାରେ ପଣ୍ୟବିକ୍ରେତା ସବୁ ପ୍ରଶ୍ନର ଉତ୍ତର ଦେଇ ଆମର ଜିନିଷଟି ଉପରେ ଧାରଣା ସୃଷ୍ଟି କରିଥାନ୍ତି । ତେଣୁ ଭଲ ପଣ୍ୟବିକ୍ରେତାଙ୍କର ସେହି ଜିନିଷ ଉପରେ ଭଲ ଜ୍ଞାନ ଥିବା ଦରକାର । ସେ କାମ କରୁଥିବା କମ୍ପାନୀ ଏବଂ ତା'ର ଜିନିଷ ଉପରେ ଭଲ ଜ୍ଞାନ ଥିବା ଦରକାର । ସେ ଜିନିଷଟିର ବିଭିନ୍ନ ଉପାଦେୟତା ଭଲଭାବରେ ବୁଝାଇପାରୁଥିବା ଦରକାର । ସେହି ଜିନିଷର ଅନ୍ୟ ପ୍ରତିଯୋଗିତା ମୂଳକ ଜିନିଷ ବିଷୟରେ ମଧ୍ୟ ଜ୍ଞାନ ଥିବା ଦରକାର ଯାହାଦ୍ୱାରାକି ସେ ନିଜ ଜିନିଷଟିକୁ ସବୁଠାରୁ ଭଲ ବୋଲି ଦେଖାଇପାରିବେ ।

(ଙ) **ବ୍ୟକ୍ତ କରିବା ଏବଂ ପ୍ରବର୍ତ୍ତାଇବା ଗୁଣ :** ଜଣେ ଭଲ ପଣ୍ୟ ବିକ୍ରେତା ଗ୍ରାହକଙ୍କୁ ଠିକ୍ ଭାବେ କଥାବାର୍ତ୍ତା କରି ସେମାନଙ୍କ ସନ୍ଦେହ ଦୂର କରିବା ଦରକାର। ପଣ୍ୟ ବିକ୍ରେତା ନିଜ ଆତ୍ମବିଶ୍ୱାସ ସହ ସ୍ପଷ୍ଟ ଭାବରେ କହିବା ଦରକାର। ଭଲ ଭାବରେ ଜିନିଷ ଉପରେ ଜ୍ଞାନ ଏବଂ କଥାବାର୍ତ୍ତାର ଶୈଳୀ ଗ୍ରାହକଙ୍କୁ ଜିନିଷ କିଣିବାକୁ ପ୍ରବର୍ତ୍ତାଇଥାଏ।

(ଚ) **ଅବିଚଳିତ / ଅଟଳତ୍ୱ / ଦୃଢ଼ତା :** ପଣ୍ୟ ବିକ୍ରେତା ଦୃଢ଼ ପ୍ରୟାସୀ ହେବା ଦରକାର ଯେପରିକି ସେ ଗ୍ରାହକଙ୍କୁ ଜିନିଷ କିଣିବା ପାଇଁ ଯେଉଁପରି ଉପାୟରେ ମଧ୍ୟ ପ୍ରବର୍ତ୍ତାଇ ପାରିବେ। ଗ୍ରାହକଙ୍କୁ ନିଜ ଦୃଢ଼ ପ୍ରୟାସ ଯୋଗୁଁ ଜିନିଷଟି ବିକ୍ରି କରିପାରିବେ।

ପାଠଗତ ପ୍ରଶ୍ନାବଳୀ ୨୧. ଘ

1. ପ୍ରବାହ ସାରଣୀ (Flow chart) ଟିକୁ ସମ୍ପୂର୍ଣ୍ଣ କର।

[କ]

↓

ପୂର୍ବ କାର୍ଯ୍ୟ ନିର୍ବାହ ଶୈଳୀ

↓

କାର୍ଯ୍ୟ ନିର୍ବାହ ଶୈଳୀ

[ଖ]

↓

ବିଭିନ୍ନ ଅନିସନ୍ଧିତ୍ସୁ ପ୍ରଶ୍ନର ଉତ୍ତର ଦେବା ଓ ସେଗୁଡ଼ିକର ସ୍ପଷ୍ଟୀକରଣ ଦେବା

↓

[ଗ]

↓

ବିକ୍ରିପର ସେବା

2. ସଂକ୍ଷେପରେ ବର୍ଣ୍ଣନା କର – ବିକ୍ରୟ କଳା ଦ୍ୱାରା ଲାଭ :

(କ) ଖାଉଟି ମାନଙ୍କୁ ____________________

(ଖ) ବ୍ୟବସାୟକୁ ____________________

(ଗ) ସମାଜକୁ ____________________

3. ଜଣେ ଭଲ ପଣ୍ୟ ବିକ୍ରେତା ହେବା ପାଇଁ ଆବଶ୍ୟକ ଛଅଟି ଗୁଣ ଲେଖ –

(କ) ____________________

(ଖ) ______________________

(ଗ) ______________________

(ଘ) ______________________

(ଙ) ______________________

(ଚ) ______________________

୨୧.୩. ବିକ୍ରି ପ୍ରୋତ୍ସାହନ : (Sales promotion)

ବଜାରରେ ଆମେ ଦେଖୁ ଯେ ବେଳେ ବେଳେ ଗୋଟିଏ ଜିନିଷ କିଣିଲେ ଆଉ ଗୋଟିଏ ଜିନିଷ ମାଗଣାରେ ମିଳିଥାଏ । ଚା ୨୫୦ ଗ୍ରାମ କିଣିଲେ ୫୦ ଗ୍ରାମ ଅଧିକ ମିଳିଥାଏ ଏବଂ ୫୦୦ ଗ୍ରାମ୍ ଚା ରେ କାଚ ଗ୍ଲାସ ବା ଗିନା ମିଳିଥାଏ । ଏପରି ବହୁତ ଉଦାହରଣ ଅଛି ଯେଉଁଠାରେ ଉତ୍ପାଦନକାରୀ ବା ବିକ୍ରେତା ରିହାତି, ଅତିରିକ୍ତ ପରିମାଣ କିମ୍ବା ବଡ଼ ପୁରସ୍କାର ଜିତିବାର ସୁଯୋଗ ଆଦିର ଘୋଷଣା କରି ତାଙ୍କ ଉତ୍ପାଦ କିଣିବା ନିମନ୍ତେ ତୁମକୁ ପ୍ରଲୋଭିତ କରିବାର ପ୍ରୟାସ କରିଥାନ୍ତି । ଏହିସବୁ କାର୍ଯ୍ୟକଳାପକୁ ବିକ୍ରି ପ୍ରୋତ୍ସାହନ କୁହାଯାଏ ।

ବିଜ୍ଞାପନ, ବିକ୍ରୟ କଳା ଏବଂ ପ୍ରଚାରକୁ ଛାଡ଼ି ବାକି ସବୁ ପ୍ରୋତ୍ସାହନକୁ ଯାହାଦ୍ୱାରା ବଜାରରେ ଉତ୍ପାଦର ଚାହିଦା ବଢ଼ି ଥାଏ ସେଗୁଡ଼ିକୁ ବିକ୍ରି ପ୍ରୋତ୍ସାହନ କୁହାଯାଏ । ଏହା ବାରମ୍ବାର ଦିଆଯାଏନି । American Marketing Association ଅନୁଯାୟୀ ବିକ୍ରୟ ପ୍ରୋତ୍ସାହନ ହେଉଛି ବିଜ୍ଞାପନ, ବ୍ୟକ୍ତିଗତ ବିକ୍ରୟ ଏବଂ ପ୍ରଚାରକୁ ଛାଡ଼ି ଅନ୍ୟସବୁ କାର୍ଯ୍ୟ ଯେପରିକି ପ୍ରଦର୍ଶନୀ, ଆଡ଼ମ୍ବର ପୂର୍ଣ୍ଣ ଜିନିଷ ପ୍ରଦର୍ଶନ, ଲିଖିତ ପ୍ରମାଣ ଆଦି ବାରମ୍ବାର ହେଉ ନଥିବା ବିକ୍ରି ପ୍ରକ୍ରିୟା ଯାହାକି ଖାଉଟି ଏବଂ ବ୍ୟାପାରିଙ୍କୁ ଜିନିଷ କିଣିବାରେ ଉତ୍ସାହିତ କରେ ।

ପ୍ରୋତ୍ସାହନ ମିଶ୍ରଣର ସମସ୍ତ ଉପାଦାନ ଯଥା ନିଜସ୍ୱ ବିକ୍ରି, ବିଜ୍ଞାପନ, ପ୍ରଚାର ଏସବୁ ଖାଉଟିଙ୍କୁ ଉତ୍ପାଦର ଉପଲବ୍ଧତା, ତାହାର ଗୁଣ, ମାନ, ବ୍ୟବହାର ଇତ୍ୟାଦି ଜଣାଇବାକୁ ତଥା ଲୋକଙ୍କ ମନରେ ଉତ୍ପାଦ କିଣିବା ପାଇଁ ଆଗ୍ରହ ସୃଷ୍ଟି କରିବା ନିମନ୍ତେ ବ୍ୟବହାର କରାଯାଇଥାଏ । ବିକ୍ରି ପ୍ରୋତ୍ସାହନ ମିଶ୍ରଣର ମୁଖ୍ୟ ଉପାଦାନ ଅଟେ ଯାହାକି ପ୍ରଦର୍ଶନ, ମାଗଣା ଜିନିଷ ଦେବା, ବ୍ୟବସାୟିକ ପ୍ରଦର୍ଶନୀ, ବିଭିନ୍ନ ଛାଡ଼ କୁପନ ଇତ୍ୟାଦିର ସମ୍ମିଶ୍ରଣ ।

୨୧.୩.୧ ବିକ୍ରି ପ୍ରୋତ୍ସାହନର ଉଦ୍ଦେଶ୍ୟ :

ବିଭିନ୍ନ ବିକ୍ରି ପ୍ରୋତ୍ସାହନ ସାଧନର ବିଭିନ୍ନ ଲକ୍ଷ୍ୟ ଥାଏ । ଯେପରିକି ମାଗଣା ନମୁନା (Sample) ଗ୍ରାହକଙ୍କୁ ନୂଆ ଏକ ଜିନିଷ ପ୍ରଥମ ଥର ପାଇଁ କିଣିବାକୁ ପ୍ରବର୍ତ୍ତାଇଥାଏ । ମାଗଣା check-up ମିଳିବା ଦ୍ୱାରା ଲୋକେ ଭବିଷ୍ୟତରେ ପୁଣି ସେହି ଜିନିଷ କିଣିବାକୁ ଇଚ୍ଛାପ୍ରକାଶ କରିଥାନ୍ତି ।

ବିକ୍ରି ପ୍ରୋତ୍ସାହନର କିଛି ଲକ୍ଷ୍ୟ ତଳେ ବର୍ଣ୍ଣନା କରାଯାଇଛି ।

ଟିପ୍ପଣୀ

୧. **ଖାଉଟିଙ୍କ ପାଇଁ ସୂଚନା :** ବିକ୍ରି ପ୍ରୋତ୍ସାହନ ଖାଉଟି ମାନଙ୍କୁ ଉତ୍ପାଦର ବ୍ୟବହାର, ବିଭିନ୍ନ ଲକ୍ଷଣ, ଲଭ୍ୟତା ଇତ୍ୟାଦି ବିଷୟରେ ସୂଚନା ପ୍ରଦାନ କରିଥାଏ। ଏହା ବିଭିନ୍ନ ପ୍ରୋତ୍ସାହନ କାମ ଯେପରିକି ବିଜ୍ଞାପନ, ପ୍ରଚାର ଏବଂ ବ୍ୟାପାରିକ କଳା ଆଦିକୁ ଅଧିକ ସାହାଯ୍ୟ କରିଥାଏ।

୨. **ଖାଉଟିଙ୍କୁ ପ୍ରବର୍ତ୍ତାଇବା :** ବିକ୍ରି ପ୍ରୋତ୍ସାହନର ମୂଳ ଲକ୍ଷ୍ୟ ଖାଉଟି ମାନଙ୍କୁ ସେହି ଜିନିଷ କିଣିବାକୁ ପ୍ରବର୍ତ୍ତାଇବା ବା ତାଙ୍କ ମନରେ ଇଚ୍ଛା ସୃଷ୍ଟି କରିବା।

୩. **ବିକ୍ରି ବୃଦ୍ଧି :** ଏହାର ଲକ୍ଷ୍ୟ ବିକ୍ରି ବୃଦ୍ଧି କରିବା। ଏହା ବିଶେଷତଃ ନିର୍ଦ୍ଦିଷ୍ଟ ସମୟରେ ହୋଇଥାଏ ଯେତେବେଳେ ଗ୍ରାହକ ସେହି ଜିନିଷ କିଣିବାକୁ ଆଗ୍ରହୀ ନଥାଏ, ଉଦାହରଣ ସ୍ୱରୂପ ଶୀତଦିନେ Cooler ଏବଂ ଖରାଦିନେ Room heater ର ବିକ୍ରି। ଏହି ସମୟରେ ବିକ୍ରି ପାଇଁ ଏବଂ ଗ୍ରାହକଙ୍କ ଇଚ୍ଛାକୁ ଜାଗ୍ରତ କରିବା ପାଇଁ ବିକ୍ରି ପ୍ରୋତ୍ସାହନ ସାହାଯ୍ୟ କରିଥାଏ।

୪. **ବ୍ୟାପାରୀଙ୍କୁ ପ୍ରୋତ୍ସାହନ :** ବିକ୍ରି ପ୍ରୋତ୍ସାହନର ଆଉ ଏକ ଲକ୍ଷ୍ୟ ହେଲା ଖୁଚୁରା ବ୍ୟବସାୟୀଙ୍କୁ ପ୍ରୋତ୍ସାହନ ଦେବା। ଏହା ବିକ୍ରିକୁ ସହଜ କରିଥାଏ। ନୂଆ ଖୁଚୁରା ବ୍ୟବସାୟ ଦୋକାନ ପାଇଁ ଏହା ସାହାଯ୍ୟ କରିଥାଏ।

୫. **ଉତ୍ପାଦର ନିଜସ୍ୱ ପରିଚୟ ସୃଷ୍ଟି କରିବା :** ବଜାରରେ ଗୋଟିଏ ଜିନିଷ ବହୁତ ଗୁଡ଼ିଏ ବ୍ରାଣ୍ଡ୍‌ର ଦେଖିବାକୁ ମିଳେ। ଯେହେତୁ ବିଭିନ୍ନ ବ୍ରାଣ୍ଡ୍‌ର ମିଳୁଥିବା ଏକା ଜିନିଷଟିର ମୂଲ୍ୟ, ଲକ୍ଷଣ ଆଦି ପ୍ରାୟ ସମାନ ଥାଏ, କେଉଁ ବ୍ରାଣ୍ଡ୍‌ର ଜିନିଷଟି କିଣିବା ଏହା ସ୍ଥିର କରିବା ଅତ୍ୟନ୍ତ କଷ୍ଟସାଧ୍ୟ।

ବିକ୍ରି ପ୍ରୋତ୍ସାହନ ଉତ୍ପାଦ ସହ ଅତିରିକ୍ତ ସୁବିଧା, ଆକର୍ଷଣୀୟ ଉପହାର ଇତ୍ୟାଦିକୁ ସଂଶ୍ଳିଷ୍ଟ କରି ଉତ୍ପାଦର ନିଜର ପରିଚୟ ସୃଷ୍ଟି କରିଥାଏ। ଏହା ଖାଉଟିଙ୍କୁ ସେହି ଉତ୍ପାଦ କିଣିବାକୁ ପ୍ରବର୍ତ୍ତାଇଥାଏ।

୨୧.୩.୨ ବିଜ୍ଞାପନ ଓ ବିକ୍ରି ପ୍ରୋତ୍ସାହନ ମଧ୍ୟରେ ପ୍ରଭେଦ

ଆଧାର	ବିଜ୍ଞାପନ	ବିକ୍ରି ପ୍ରୋତ୍ସାହନ
(କ) ଉଦ୍ଦେଶ୍ୟ	ବିଜ୍ଞାପନର ଉଦ୍ଦେଶ୍ୟ ଉତ୍ପାଦ ପ୍ରତି ଏକ ସକାରାତ୍ମକ ବିବେଚନା ସୃଷ୍ଟି କରିବା।	ବିକ୍ରି ପ୍ରୋତ୍ସାହନର ମୂଳ ଉଦ୍ଦେଶ୍ୟ ଗ୍ରାହକମାନଙ୍କୁ ସେହି ଉତ୍ପାଦ କିଣିବାକୁ ଆଗ୍ରହୀ କରିବା।
(ଖ) ପ୍ରଭାବ	ଏହାର ପ୍ରଭାବ ବହୁତଦିନ ପର୍ଯ୍ୟନ୍ତ ରହିଥାଏ।	ଏହାର ପ୍ରଭାବ ଅଳ୍ପଦିନ ପାଇଁ ଥାଏ ଏବଂ ଏହା ତତ୍କାଳ-ବିକ୍ରୀ ବୃଦ୍ଧି କରିଥାଏ।
(ଗ) ସ୍ୱଭାବ	ବିଜ୍ଞାପନ ପୁନଃପୌନିକ ଅଟେ।	ଏହା ପୁନଃପୌନିକ ନୁହଁ। ଥରେ ମାତ୍ର ଏହା କରାଯାଇଥାଏ।

୨୧.୩.୩ ବିକ୍ରି ପ୍ରୋତ୍ସାହନରେ ବ୍ୟବହୃତ ବିଭିନ୍ନ ସାଧନ :

ବେଳେବେଳେ ଆମେ ଛୋଟ ଶାମ୍ପୁ, ସାବୁନ, ଚ଼ ଗୁଣ୍ଡ ଆଦି କମ୍ପାନୀ ତରଫରୁ ମାଗଣାରେ ପାଇଥାଉ । କେବେ ଭାବିଛ କି କମ୍ପାନୀ ତରଫରୁ ଏମିତି ମାଗଣାରେ କାହିଁକି ଦିଆଯାଉଅଛି ? କାରଣ ସେମାନଙ୍କ ମୂଳ ଲକ୍ଷ୍ୟ ଖାଉଟିଙ୍କୁ ସେହି ଜିନିଷ ପ୍ରତି ଆକୃଷ୍ଟ କରିବା ଏବଂ ସେମାନଙ୍କୁ ସେହି ଜିନିଷ କିଣିବାକୁ ଆଗ୍ରହୀ କରାଇବା । ଏହା ବିକ୍ରି ପ୍ରୋତ୍ସାହନର ଏକ ସାଧନ । ଏହିପରି କିଛି ସାଧନ ତଳେ ବର୍ଣ୍ଣନା କରାଯାଇଛି ।

୧. **ମାଗଣାରେ ନମୁନା ବଣ୍ଟନ:** ଉପରେ ଦର୍ଶାଯାଇଥିବା ପରି ମାଗଣାରେ ନମୁନା (Sample) ବାଣ୍ଟିବା ବିକ୍ରି ପ୍ରୋତ୍ସାହନର ଏକ ସାଧାରଣ ସାଧନ । ବଜାରରେ ନୂଆ ଉତ୍ପାଦର ବଜାର ପ୍ରବେଶ ପାଇଁ ଏହା ଏକ ଉତ୍ତମ ସାଧନ । ଏହିପରି ନମୁନା (Sample) ଘର ଘର ବୁଲି, ପ୍ରଦର୍ଶନୀ ଦ୍ୱାରା କିମ୍ବା Retailer ଙ୍କ ଦ୍ୱାରା ଦିଆଯାଇଥାଏ ।

୨. **ବୋନସ ପ୍ରସ୍ତାବ :** ବେଳେବେଳେ କମ୍ପାନୀ ତରଫରୁ ସେତିକି ପଇସାରେ ଅଧିକ ପରିମାଣର ଜିନିଷ ମିଳିଥାଏ । ଏହି ଅତିରିକ୍ତ ଜିନିଷ ପାଇଁ କିଛି ଅଧିକ ଦାମ୍ ଦେବାକୁ ପଡ଼ି ନଥାଏ । ଉଦାହରଣ ସ୍ୱରୂପ, ଟୁଥ୍ ପେଷ୍ଟ୍ (tooth paste) ରେ ବ୍ରଶ୍ ମାଗଣା ଏବଂ ଲୁଗାସଫା ପାଉଡ଼ରର ଏକ ବଡ଼ ପ୍ୟାକ୍ ସାଙ୍ଗରେ ବାଲ୍‌ଟି ମାଗଣା ମିଳିବା ।

୩. **ଦର ହ୍ରାସ :** ବିକ୍ରି ବୃଦ୍ଧି ପାଇଁ, ପ୍ରତିଯୋଗିତା କମାଇବା ପାଇଁ ବହୁତ କମ୍ପାନୀ ମୂଲ୍ୟ କମାଇଦେଇଥାନ୍ତି । ବିକ୍ରି ଋତୁ ନଥିଲା ବେଳେ ମଧ୍ୟ ବିକ୍ରି ବୃଦ୍ଧି ପାଇଁ ମୂଲ୍ୟ କମାଯାଇଥାଏ ।

୪. **ବିନିମୟ ପ୍ରସ୍ତାବ:** ଏହି ପ୍ରସ୍ତାବ ଅନୁଯାୟୀ କମ୍ପାନୀ ଗ୍ରାହକ ମାନଙ୍କୁ ଆକୃଷ୍ଟ କରିବା ପାଇଁ ସେମାନଙ୍କଠୁ ପୁରୁଣା ଜିନିଷ ନେଇ କମ୍ ମୂଲ୍ୟରେ ନୂତନ ଜିନିଷ ଦେଇଥାନ୍ତି । ତୁମେ ଟିଭି ରେ ନିଶ୍ଚୟ ଏହିପରି ବିକ୍ରି ପ୍ରୋତ୍ସାହନର ବିଜ୍ଞାପନ ଦେଖିଥିବ । ଉଦାହରଣ ସ୍ୱରୂପ, ଟିଭି, ଫ୍ରିଜ୍, ଲୁଗାସଫା ମେସିନ୍, କାର୍ ଇତ୍ୟାଦି ।

୫. **ମେଳା ଏବଂ ପ୍ରଦର୍ଶନୀ:** ବ୍ୟବସାୟୀକ ମେଳା, ପ୍ରଦର୍ଶନୀ, ଫେସନ ଶୋ ଇତ୍ୟାଦି ବିକ୍ରି ପ୍ରୋତ୍ସାହନର ବିଭିନ୍ନ ସାଧନ । ଏହା ଜିନିଷର ପ୍ରଦର୍ଶନ ପାଇଁ ସହାୟକ ହୋଇଥାଏ । ଉତ୍ପାଦ ବିଷୟରେ ସବିଶେଷ ଭାବରେ କାଗଜରେ ଲେଖା ହୋଇ ଗ୍ରାହକଙ୍କୁ ଜଣାଯାଇଥାଏ । ଯାନ୍ତ୍ରିକ ଉତ୍ପାଦ ଯେପରିକି କମ୍ପ୍ୟୁଟର ଇତ୍ୟାଦିର ପୂରା ପ୍ରଦର୍ଶନ ଗ୍ରାହକମାନଙ୍କର ଉପସ୍ଥିତିରେ କରାଯାଇଥାଏ । ଏହା ଗ୍ରାହକଙ୍କୁ ଉତ୍ପାଦ ପ୍ରତି ଆଗ୍ରହ ସୃଷ୍ଟି କରିଥାଏ ।

୬. **ମାଗଣା ଉପହାର :** ବହୁତ କମ୍ପାନୀ ଗ୍ରାହକଙ୍କୁ ଆକୃଷ୍ଟ କରିବାକୁ ମାଗଣା ଉପହାର ଦେଇଥାନ୍ତି । ସେମାନେ ମୁଖ୍ୟ ଉତ୍ପାଦ ସଙ୍ଗରେ ସେହିପରି କିଛି ଛୋଟ ଜିନିଷ ଉପହାର ଦେଇଥାନ୍ତି । ଉଦାହରଣ ସ୍ୱରୂପ ପ୍ଲାଜମା T.V ସଙ୍ଗରେ VCR /VCD.

୭. **ପଇସା ଫେରସ୍ତ ପ୍ରସ୍ତାବ :** କିଛି କମ୍ପାନୀ ଗ୍ରାହକଙ୍କ ବିଶ୍ୱାସଭାଜନ ହେବାପାଇଁ ପଇସା ଫେରସ୍ତ ଯୋଜନା ଆପଣାଇଥାନ୍ତି । ଏହାଦ୍ୱାରା ଯଦି ଗ୍ରାହକ କିଣିଥିବା ଜିନିଷରେ ସନ୍ତୁଷ୍ଟ ହୋଇ ନପାରିବେ

ତେବେ ସେମାନଙ୍କୁ ସେମାନଙ୍କ ପୂରା ପଇସା ଫେରସ୍ତ କରି ଦିଆଯିବ। ଏହିପରି ଯୋଜନା ଗ୍ରାହକଙ୍କୁ କେବଳ ଆକୃଷ୍ଟ କରେ ନାହିଁ ବରଂ ଥରେ କିଣି ବ୍ୟବହାର କରିବାକୁ ଆଗ୍ରହୀ କରିଥାଏ।

୮. **ରିହାତି (ଡିସ୍‌କାଉଣ୍ଟ) କୁପନ :** ଡିସ୍‌କାଉଣ୍ଟ କୁପନ ଦ୍ୱାରା କିଛି ଉତ୍ପାଦ କିଣିବା ସମୟରେ ତାହାର ମୂଲ୍ୟରେ ଛାଡ଼ ଦିଆଯାଏ। ଏହି ଡିସ୍‌କାଉଣ୍ଟ କୁପନ କମ୍ପାନୀ ଦ୍ୱାରା ଖୁଚୁରା ବ୍ୟବସାୟୀଙ୍କ ପାଖକୁ ପଠାଯାଇଥାଏ। ଏଗୁଡ଼ିକ ଖବରକାଗଜ ଦ୍ୱାରା ମଧ୍ୟ ଦିଆଯାଇଥାଏ।

୯. **ବିଳମ୍ବିତ ଅର୍ଥ ପ୍ରଦାନ ଯୋଜନା :** ୧୯୮୦ ଦଶକରେ କିଛି ବିମାନ କମ୍ପାନୀ ଏହି ବିଳମ୍ବିତ ଅର୍ଥ ପ୍ରଦାନ ଯୋଜନା ଆରମ୍ଭ କରିଥିଲେ। ଯଥା "ଆଜି ଯାତ୍ରା କର ପରେ ଅର୍ଥ ପ୍ରଦାନ କର"। ଏହି ବିକ୍ରି ପ୍ରୋତ୍ସାହନ ସଫଳ ସାବ୍ୟସ୍ତ ହୋଇଥିଲା। ଏହି ଯୋଜନା ଏବେ ଟିଭି ଓ ଶୀତ-ତାପ ନିୟନ୍ତ୍ରଣ ଯନ୍ତ୍ର ଆଦି ପାଇଁ ସାଧାରଣ ହୋଇଗଲାଣି।

୧୦. **ପ୍ରତିଯୋଗିତା :** ଉତ୍ପାଦ ବିଷୟରେ କୁଇଜ୍ ପ୍ରତିଯୋଗିତା ବା ସ୍ଲୋଗାନ୍ ଲେଖିବା ପ୍ରତିଯୋଗିତା କରାଯାଇଥାଏ। ଏହାର ପ୍ରଶ୍ନ ଗୁଡ଼ିକ ଏପରି କରାଯାଇଥାଏ ଯେପରି ଏହି ପ୍ରତିଯୋଗିତାରେ ବିଜୟୀ ହେବା ପାଇଁ ଗ୍ରାହକ ସେହି କମ୍ପାନୀ ଏବଂ ତାର ଉତ୍ପାଦ ବିଷୟରେ ଜାଣିବାକୁ ବାଧ୍ୟ ହେବ। ଏହି ପ୍ରତିଯୋଗିତା ଟିଭି, ରେଡ଼ିଓ ଏବଂ ବିଭିନ୍ନ ପତ୍ରପତ୍ରିକା ମାଧ୍ୟମରେ କରାଯାଇଥାଏ।

କାର୍ଯ୍ୟ :

ଯେତେବେଳେ ତୁମେ ଖବରକାଗଜ ପଢ଼ ବା ଟିଭି ଦେଖ ସେତେବେଳେ ଏଥିରୁ ବିଭିନ୍ନ ବିକ୍ରି ପ୍ରୋତ୍ସାହନର ସାଧନ (tools) ଲେଖି ରଖ। ଏପରି ପାଞ୍ଚଟି ସାଧନ ବିଶଦ ଭାବରେ ଲେଖ।

ପାଠଗତ ପ୍ରଶ୍ନାବଳୀ ୨୧ ଙ

୧. ବିକ୍ରି ପ୍ରୋତ୍ସାହନର ମୂଳ ଉଦ୍ଦେଶ୍ୟ କ'ଣ ଲେଖ।

(କ) ______________________

(ଖ) ______________________

(ଗ) ______________________

(ଘ) ______________________

(ଙ) ______________________

୨. ଏଠାରେ ଦିଆଯାଇଥିବା ବାକ୍ୟରେ କେଉଁ ବିକ୍ରି ପ୍ରୋତ୍ସାହନ ସାଧନକୁ ସୂଚାଇ ଦିଆଯାଇଛି ତା'ର ନାମ ଲେଖ :

(କ) ଗୋଟିଏ ପତ୍ରିକା ସହ ନୂଆ ବ୍ରାଣ୍ଡର ଏକ ଛୋଟ ସାମ୍ପୁ ପ୍ୟାକେଟଟିଏ ପାଠକଙ୍କ ବ୍ୟବହାର ପାଇଁ ଦିଆଯାଇଛି।

(ଖ) ୨୫୦ ଗ୍ରାମ୍‌ର ଟାଲକମ୍ ପାଉଡ଼ରର ଏକ ପ୍ୟାକ୍‌ରେ ୧୦ ପ୍ରତିଶତ ପାଉଡ଼ର ଅଧିକ ଦିଆଯାଇଛି।

(ଗ) ପିଲାମାନଙ୍କ ପାଇଁ ନୂଆ ପତ୍ରିକା ସଂପର୍କରେ ଏକ crossword puzzle ଦିଆଯାଇଛି।

(ଘ) ଗୋଟିଏ ବୋତଲ କେଶ ତୈଳ ସହ ପାନିଆ ମାଗଣାରେ।

(ଙ) ତୁମ ସହରରେ ବାର୍ଷିକ ପୁସ୍ତକ ମେଳାରେ ବହି ବିକ୍ରି।

(ଚ) ଶୀତଦିନେ ପଙ୍ଖାର ବିକ୍ରି ଉପରେ ରିହାତି ମୂଲ୍ୟ ରହିବା।

୨୧.୪ ତୁମେ ଯାହା ଶିଖିଲ

- ବିଜ୍ଞାପନ ହେଉଛି ଏକ ସ୍ଥିରୀକୃତ sponsor ବା କମ୍ପାନୀ ଦ୍ୱାରା ଦେୟ ଏକ ବ୍ୟକ୍ତି ରହିତ ଉପସ୍ଥାପନା ଏବଂ ଜିନିଷ ଓ ସେବାର ପ୍ରୋତ୍ସାହନ।

- ଲୋକପ୍ରଚାର ହେଉଛି ବିନା ମୂଲ୍ୟରେ ସ୍ୱେଚ୍ଛାକୃତ ଭାବରେ ଉତ୍ପାଦ ଏବଂ ଏହାର ସେବା ଆଦି ସୂଚନା ଦେବା।

- ବିଜ୍ଞାପନର ମୂଳ ଉଦ୍ଦେଶ୍ୟ : ବିଜ୍ଞାପନର ମୂଳ ଉଦ୍ଦେଶ୍ୟ ହେଲା କମ୍ପାନୀକୁ ତାହାର ଉତ୍ପାଦ ବିକ୍ରି ବୃଦ୍ଧିରେ ସହାୟକ ହେବା। ନୂଆ ଉତ୍ପାଦର ବଜାର ପ୍ରବେଶରେ ଏହା ସାହାଯ୍ୟ କରିଥାଏ ଏବଂ ବଜାରରେ ନିଜ ସ୍ଥିତି ସୁଦୃଢ଼ ରଖିଥାଏ। ଏହା ଗ୍ରାହକଙ୍କ ମନରେ କମ୍ପାନୀ ପ୍ରତି ଏକ ସକରାତ୍ମକ ଭାବନା ଆଣିଥାଏ ତତ୍‌ସହିତ ଖୁଚୁରା ବ୍ୟବସାୟୀଙ୍କୁ ମଧ୍ୟ ସାହାଯ୍ୟ କରିଥାଏ। ଏହା ନିଜସ୍ୱ ବିକ୍ରିକୁ ବଢ଼ାଇବା ସହ କମ୍ପାନୀର ବ୍ୟବସାୟିକ ନିଦର୍ଶନ (Brand image) ବଜାୟ ରଖିଥାଏ।

- ବିଜ୍ଞାପନର ଉପକାର : ବିଜ୍ଞାପନ ନୂଆ ଉତ୍ପାଦର ବଜାର ପ୍ରବେଶ କରିବାରେ ସାହାଯ୍ୟ କରିଥାଏ ଏବଂ ପୁରୁଣା ଜିନିଷର ଚାହିଦା ବଜାୟ ରଖିଥାଏ। ଏହା ନୂଆ ଗ୍ରାହକଙ୍କୁ ଆକୃଷ୍ଟ କରିଥାଏ। ଏହାଦ୍ୱାରା ଗ୍ରାହକ ମାନେ ଉତ୍ପାଦ ବିଷୟରେ ତଥ୍ୟ ଯଥା ଏହାର ମାନ, ମୂଲ୍ୟ, ଗୁଣ ଆଦି ଜାଣିପାରନ୍ତି। ଏହା ଗ୍ରାହକଙ୍କୁ ତୁଳନାତ୍ମକ ବିଶ୍ଳେଷଣ କରି ସଠିକ୍ ଜିନିଷ କିଣିବାରେ ସାହାଯ୍ୟ କରିଥାଏ।

- ବିଜ୍ଞାପନ ଦେଶ ପାଇଁ ଯଥେଷ୍ଟ ରାଜସ୍ୱ ଓ ନିଯୁକ୍ତି ସୁଯୋଗ ସୃଷ୍ଟି କରିଥାଏ। ଏହା ପ୍ରତିଦ୍ୱନ୍ଦିତା ବଢ଼ାଇଥାଏ ଏବଂ ଉତ୍ପାଦନପକାରୀଙ୍କୁ ଅନୁସନ୍ଧାନ ଓ ବିକାଶର ଉପଲବ୍ଧ ଗୁଡ଼ିକର ଉପଯୋଗ କରି ବିଦ୍ୟମାନ (ବର୍ତ୍ତମାନ) ଉତ୍ପାଦର ଉନ୍ନତର ବିକଳ୍ପ ଉତ୍ପାଦନ ପାଇଁ ପ୍ରୋତ୍ସାହିତ କରିଥାଏ।

- ବିଜ୍ଞାପନର ସୀମା ବଦ୍ଧତା ବା ଅପକାରିତା : ଏହା ଗ୍ରାହକଙ୍କ ଇଚ୍ଛାକୁ ବହୁଗୁଣିତ କରେ। ଏହା ଦ୍ୱାରା ଜିନିଷଟିର ପ୍ରକୃତ ମୂଲ୍ୟ ବଢ଼ିଯାଏ, କାରଣ ବିଜ୍ଞାପନର ଖର୍ଚ୍ଚକୁ ସେଥିରେ ମିଶାଯାଇଥାଏ। ଏହା ଏକଛତ୍ରବାଦୀ ବଜାରକୁ ସୁଯୋଗ ଦିଏ। ପ୍ରକୃତରେ ଏହା ବିକ୍ରି ବଢ଼ାଇ ନଥାଏ ବରଂ ଗୋଟିଏ ନିର୍ଦ୍ଦିଷ୍ଟ ମାର୍କା କମ୍ପାନୀର ଚାହିଦାକୁ ଅନ୍ୟ ମାର୍କା କମ୍ପାନୀକୁ ବଦଳ କରିଥାଏ। ବେଳେବେଳେ କିଛି ଅହିତକର ଜିନିଷର ବିଜ୍ଞାପନ ଦେଖି ଲୋକମାନେ ତା ଆଡ଼କୁ ଆକୃଷ୍ଟ ହୁଅନ୍ତି। ଯାହାକି ଆମର ସମାଜର ନୈତିକ ମୂଲ୍ୟର ଅବକ୍ଷୟ କରିଥାଏ।

- ବିଜ୍ଞାପନର ବିଭିନ୍ନ ମାଧ୍ୟମ

  – ଖବର କାଗଜ

ଟିପ୍ପଣୀ

- ଟେଲିଭିଜନ

- ପତ୍ର ପତ୍ରିକା

- ସିନେମା

- ବାହ୍ୟ ବିଜ୍ଞାପନ

• ନିଜସ୍ୱ ବିକ୍ରି ହେଉଛି ଏପରି ଏକ ପ୍ରକ୍ରିୟା ଯାହାଦ୍ୱାରା ମୁହାଁ ମୁହିଁ ଭାବରେ ଗ୍ରାହକଙ୍କୁ ନିଜ ଉତ୍ପାଦ କିଣିବାକୁ ପ୍ରବର୍ତ୍ତାଯାଇଥାଏ । ଏହା ଗ୍ରାହକଙ୍କୁ ସଠିକ୍ ଜିନିଷ କିଣିବାରେ ସାହାଯ୍ୟ କରିଥାଏ । ଏହା ଉତ୍ପାଦର ବିକ୍ରି ବୃଦ୍ଧିରେ ସହାୟକ ହୋଇଥାଏ । ଏହା ବଜାରର ବିଭିନ୍ନ ସୂଚନା, ଜିନିଷର ବିକ୍ରି, ଅର୍ଥ ଆଦାୟ ଆଦି ସଂପର୍କିତ ସୂଚନା ସଂଗ୍ରହରେ ସାହାଯ୍ୟ କରେ ।

• ଜଣେ ଉତ୍ତମ ପଣ୍ୟବିକ୍ରେତାଙ୍କ ଗୁଣ:

- ଉତ୍ତମ ବ୍ୟକ୍ତିତ୍ୱ

- ମାନସିକ ପ୍ରକୃତି ଯେପରିକି ସଚେତନ, ଉଚ୍ଚ ଦୂରଦୃଷ୍ଟି ସମ୍ପନ୍ନ, କଳ୍ପନା ଶକ୍ତି ଯୁକ୍ତ ହୋଇଥିବା ଦରକାର ।

- ଭଲ ବ୍ୟବହାର

- ଉତ୍ପାଦ ବିଷୟରେ ଉତ୍ତମ ଜ୍ଞାନ

- ବ୍ୟକ୍ତ କରିବା ଏବଂ ପ୍ରବର୍ତ୍ତାଇବା ଗୁଣ

• ବିକ୍ରି ପ୍ରୋତ୍ସାହନ : ବିଜ୍ଞାପନ, ବ୍ୟାପାରିକ କଳା ଏବଂ ପ୍ରଚାରକୁ ଛାଡ଼ି ବାକି ସବୁ ସାଧନ ଯାହା ଉତ୍ପାଦର ଚାହିଦା ବୃଦ୍ଧିକରେ ତାହା ବିକ୍ରି ପ୍ରୋତ୍ସାହନ ।

• ବିକ୍ରି ପ୍ରୋତ୍ସାହନର ଉଦ୍ଦେଶ୍ୟ

- ସମ୍ଭାବ୍ୟ ଗ୍ରାହକଙ୍କୁ ସୂଚନା ଦେବା

- ଗ୍ରାହକଙ୍କୁ ପ୍ରବର୍ତ୍ତାଇବା

- ବିକ୍ରି ବୃଦ୍ଧି କରିବା

- ଖୁଚୁରା ବ୍ୟବସାୟୀଙ୍କୁ ପ୍ରୋତ୍ସାହନ ଯୋଗାଇବା

- ଉତ୍ପାଦର ନିଜସ୍ୱ ପରିଚୟ ସୃଷ୍ଟି କରିବା ।

• ବିକ୍ରି ପ୍ରୋତ୍ସାହନରେ ବ୍ୟବହୃତ ସାଧନ : ସାଧାରଣ ଭାବେ ବ୍ୟବହୃତ ବିଭିନ୍ନ ସାଧନଗୁଡ଼ିକ ହେଲା ମାଗଣା ନମୁନା, ବୋନସ୍ ପ୍ରସ୍ତାବ, ଦର ହ୍ରାସ, ବିନିମୟ ପ୍ରସ୍ତାବ, ମେଳା ଓ ପ୍ରଦର୍ଶନୀ, ମାଗଣା ଉପହାର, ପଇସା ଫେରସ୍ତ ପ୍ରସ୍ତାବ, ରିହାତି କୁପନ୍, ବିଳମ୍ବିତ ପୈଠ ଯୋଜନା, ପ୍ରତିଯୋଗିତା ଇତ୍ୟାଦି ।

୨୧.୫ ମୁଖ୍ୟ ଶବ୍ଦ

ବିଜ୍ଞାପନ	ବୋନସ୍ ପ୍ରସ୍ତାବ	ଡିସ୍କାଉଣ୍ଟ କୁପନ
ସିନେମା ବିଜ୍ଞାପନ	ପଇସା ଫେରସ୍ତ ପ୍ରସ୍ତାବ	ବାହ୍ୟ ବିଜ୍ଞାପନ
ଦର ହ୍ରାସ	ଲୋକ ପ୍ରଚାର	ବିକ୍ରି ପ୍ରୋତ୍ସାହନ
ବିକ୍ରୟ କଳା	ପ୍ରାୟୋଜକ (sponsor)	

୨୧.୬ ପାଠଗତ ପ୍ରଶ୍ନାବଳୀ

ଅତି କ୍ଷୁଦ୍ର ଉତ୍ତର ମୂଳକ ପ୍ରଶ୍ନ

୧. ବିଜ୍ଞାପନର ସଂଜ୍ଞା ଦିଅ ।

୨. ଲୋକ ପ୍ରଚାର କ'ଣ ?

୩. ନିଜସ୍ୱ ବିକ୍ରିର ସଂଜ୍ଞା ଦିଅ ।

୪. ବିକ୍ରି ପ୍ରୋତ୍ସାହନର ଅର୍ଥ କ'ଣ ?

୫. ବିକ୍ରି ପ୍ରୋତ୍ସାହନର ଗୋଟିଏ ସାଧନ ରୂପରେ 'ବୋନସ୍ ପ୍ରସ୍ତାବ' ବର୍ଣ୍ଣନା କର ।

କ୍ଷୁଦ୍ର ଉତ୍ତରମୂଳକ ପ୍ରଶ୍ନ :

୬. ବିଜ୍ଞାପନର ମୂଳ ଉଦ୍ଦେଶ୍ୟ କ'ଣ ? ସଂକ୍ଷେପରେ ବର୍ଣ୍ଣନା କର ।

୭. ଲୋକପ୍ରଚାର ବିଜ୍ଞାପନଠାରୁ କିପରି ଅଲଗା ବୁଝାଅ ।

୮. 'ପତ୍ର ପତ୍ରିକା' ଏବଂ 'ସିନେମା'ରେ ବିଜ୍ଞାପନ ପାଇଁ ଉପଯୁକ୍ତ ଚାରୋଟି (ପ୍ରତ୍ୟେକ ପାଇଁ) ଜିନିଷର ନାମ ଲେଖ ।

୯. ବିଜ୍ଞାପନର ସୀମାବଦ୍ଧତା ବା ଅପକାରିତା କ'ଣ ?

୧୦. ସମାଜ ପାଇଁ ନିଜସ୍ୱ ବିକ୍ରିର କ'ଣ ଗୁରୁତ୍ୱ ରହିଛି ?

ଦୀର୍ଘ ଉତ୍ତରମୂଳକ ପ୍ରଶ୍ନ :

୧୧. ବିଜ୍ଞାପନ କିପରି ବ୍ୟବସାୟ ଓ ସମାଜ ପାଇଁ ଗୁରୁତ୍ୱପୂର୍ଣ୍ଣ ବର୍ଣ୍ଣନା କର ।

୧୨. ଖାଉଟିଙ୍କ ନିତ୍ୟ ବ୍ୟବହୃତ ଜିନିଷ ପାଇଁ ବିଜ୍ଞାପନର କେଉଁ ମାଧ୍ୟମ ସଠିକ୍ ବର୍ଣ୍ଣନା କର ।

୧୩. ଗୋଟିଏ କମ୍ପାନୀ ଯେ କି ଲୁଗା ସଫା ପାଉଡ଼ର ତିଆରି କରେ ସେ ନିଜ ନୂଆ ଲୁଗାସଫା ସାବୁନ ବଜାରକୁ ଛାଡ଼ିଲା । ଏଥିପାଇଁ କେଉଁ ପ୍ରୋତ୍ସାହନ ସାଧନ ବ୍ୟବହାର କଲେ ଗ୍ରାହକ ଏହାପ୍ରତି ଆକୃଷ୍ଟ ହେବେ । ନିଜ ଉତ୍ତର ସପକ୍ଷରେ କାରଣ ଦର୍ଶାଅ ।

୧୪. ଗୋଟିଏ ନାମଜାଦା କମ୍ପାନୀ ନିଜ ଷ୍ଟୋର ପାଇଁ ପଣ୍ୟ ବିକ୍ରେତା ଆବଶ୍ୟକ କରୁଛନ୍ତି । ତୁମେ ଚିହ୍ନିତ କର ଯେ ପଣ୍ୟ ବିକ୍ରେତା ପାଇଁ କେଉଁ ସବୁ ଗୁଣ ସେ ଦେଖିବା ଉଚିତ୍ ।

ଟିପ୍ପଣୀ

୧୫. ବିକ୍ରି ପ୍ରୋତ୍ସାହନର ମୂଳ ଉଦ୍ଦେଶ୍ୟ କ'ଣ ? ଲୋକପ୍ରିୟ ବିକ୍ରି ପ୍ରୋତ୍ସାହନ ସାଧନ ମାନଙ୍କର ଏକ ତାଲିକା ଦେଇ ସଂକ୍ଷେପରେ ବର୍ଣ୍ଣନା କର ।

୨୧.୭ ପାଠଗତ ପ୍ରଶ୍ନର ଉତ୍ତର

୨୧.କ ୧. (a) ବି (b) ପ୍ର (c) ବି (d) ପ୍ର

୨. (a) କମ୍ପାନୀର ସୁନାମ ତିଆରି କରିବା ଏବଂ ଏହାକୁ ବୃଦ୍ଧି କରିବା

(b) ଖୁଚୁରା ବ୍ୟବସାୟୀଙ୍କୁ ସାହାଯ୍ୟ

(c) ନିଜ କମ୍ପାନୀର ବ୍ରାଣ୍ଡ ଛବି (ମାର୍କା) ତିଆରି କରିବା ଓ ଏହାକୁ ବୃଦ୍ଧି କରିବା

(d) ନିଜସ୍ୱ ବିକ୍ରିକୁ ସାହାଯ୍ୟ

୨୧. ଖ

୧.(a) ଉତ୍ପାଦନକାରୀର ଲାଭ
- (i) ନୂଆ ଉତ୍ପାଦର ବଜାର ପ୍ରବେଶ
- (ii) ସୁନାମ ତିଆରି କରିବା ଓ ଏହାକୁ ବୃଦ୍ଧି କରିବା

(b) ଖାଉଟିଙ୍କୁ ଲାଭ
- (i) ଉତ୍ପାଦ, ତାହାର ମୂଲ୍ୟ ଇତ୍ୟାଦିର ସୂଚନା
- (ii) ଗ୍ରାହକଙ୍କୁ ଜିନିଷର ବ୍ୟବହାର କରିବାକୁ ମାର୍ଗ ଦର୍ଶନ କରିବା

(c) ସମାଜକୁ ଲାଭ
- (i) (ରୋଜଗାରୀ ବଢ଼ାଏ) ନିଯୁକ୍ତି ସୁଯୋଗ ସୃଷ୍ଟି କରେ
- (ii) ପ୍ରିଣ୍ଟ୍ ଓ ଇଲେକ୍ଟ୍ରୋନିକ ଗଣମାଧ୍ୟମ ପାଇଁ ରାଜସ୍ୱ ଆଦାୟ

୨. (କ) ବିଜ୍ଞାପନ ଅଭାବକୁ ବହୁଗୁଣିତ କରେ

(ଖ) ବିଜ୍ଞାପନ ଉତ୍ପାଦର ପରିବ୍ୟୟ ଓ ଦର ବୃଦ୍ଧି କରେ

(ଗ) ଏକଛତ୍ରବାଦୀ ସୃଷ୍ଟି କରେ

(ଘ) ଭୁଲ୍ କିମ୍ବା ବିପଦପୂର୍ଣ୍ଣ କାର୍ଯ୍ୟକୁ ଉତ୍ସାହିତ କରେ

୨୧. ଗ

୨. (କ) ସିନେମା ବିଜ୍ଞାପନ

(ଖ) ପତ୍ରପତ୍ରିକା

(ଗ) ବାହ୍ୟ ବିଜ୍ଞାପନ

(ଘ) ଟେଲିଭିଜନ

(ଙ) ଖବରକାଗଜ

(ଚ) ରେଡ଼ିଓ

୨୧. ଘ

୧. (କ) ଅନୁସନ୍ଧାନ କରିବା (ସମ୍ଭାବନା ଅନ୍ୱେଷଣ କରିବା)

(ଖ) ଉପସ୍ଥାପନା ଓ ପ୍ରଦର୍ଶନ

(ଗ) ବିକ୍ରି ପ୍ରକ୍ରିୟା ଶେଷ କରିବା

୩. (କ) ଉତ୍ତମ ବ୍ୟକ୍ତିତ୍ୱ

(ଖ) ମାନସିକତା

(ଗ) ଉତ୍ତମ ବ୍ୟବହାର

(ଘ) ଜ୍ଞାନ

(ଙ) ବ୍ୟକ୍ତ କରିବା ଏବଂ ପ୍ରବର୍ତ୍ତାଇବା ଗୁଣ

(ଚ) ଅବିଚଳତତା

୨୧. ଙ

୧. (କ) ଗ୍ରାହକଙ୍କୁ ସୁଚନା ଦେବା

(ଖ) ଗ୍ରାହକଙ୍କୁ ପ୍ରବର୍ତ୍ତାଇବା

(ଗ) ବିକ୍ରି ବୃଦ୍ଧି

(ଘ) ଖୁଚୁରା ବ୍ୟବସାୟୀଙ୍କୁ ପ୍ରୋତ୍ସାହନ ଯୋଗାଇବା

(ଙ) ଉତ୍ପାଦର ନିଜସ୍ୱ ପରିଚୟ ସୃଷ୍ଟି କରିବା

୨. (କ) ମାଗଣା ସାମ୍ପୁଲ୍‌ର ବଣ୍ଟନ

(ଖ) ବୋନସ୍ ପ୍ରସ୍ତାବ

(ଗ) ପ୍ରତିଯୋଗିତା ଏବଂ କୁଇଜ୍

(ଘ) ବୋନସ୍ ଯୋଜନା

(ଙ) ମେଳା ଓ ପ୍ରଦର୍ଶନୀ

(ଚ) ଦର ହ୍ରାସ

କର ଏବଂ ଶିଖ

୧. ଗୋଟିଏ ନିର୍ଦ୍ଦିଷ୍ଟ ଜିନିଷ (ଯେପରିକି ପୋଷାକ ବା ଯାନ୍ତ୍ରିକ ଜିନିଷ) ବିକୁଥିବା ଦୁଇଜଣ ବ୍ୟବସାୟୀଙ୍କ ଦୋକାନ ଯାଅ। ବିଭିନ୍ନ ପ୍ରକାର ପଣ୍ୟବିକ୍ରେତାଙ୍କର ଗୁଣ ଲେଖି ରଖ। ଗୋଟିଏ ତୁଳନାତ୍ମକ ତାଲିକା ପ୍ରସ୍ତୁତ କର ଏବଂ ଦୁଇଟି ଦୋକାନର ବିକ୍ରୟ କଳା ଉଚିତ୍ କାରଣ ଦେଇ ଚିତ୍ରିତ କର।

୨. ଦଶଟି ବିଭିନ୍ନ ପ୍ରକାର ଜିନିଷର ତାଲିକା ପ୍ରସ୍ତୁତ କର। ବିଜ୍ଞାପନର କେଉଁ ମାଧ୍ୟମ ସେମାନେ ବ୍ୟବହାର କରିଛନ୍ତି ବାହାର କର ଏବଂ ବିକ୍ରି ପ୍ରୋତ୍ସାହନ ପାଇଁ କେଉଁ ସାଧନ ବ୍ୟବହାର କରିଛନ୍ତି ବାହାର କର। ସେସବୁ ନେଇ ଏକ ସାରଣୀ ପ୍ରସ୍ତୁତ କର।

ଉତ୍ପାଦର ନାମ	ବିଜ୍ଞାପନର ମାଧ୍ୟମ	ବ୍ୟବହୃତ ବିକ୍ରି ପ୍ରୋତ୍ସାହନ ସାଧନ
ବଲ୍ ପେନ୍	ଖବରକାଗଜ, ଟେଲିଭିଜନ	ମେଳା ଓ ପ୍ରଦର୍ଶନୀ
1.		
2.		
3.		
4.		
5.		
6.		
7.		
8.		
9.		
10.		

ନାଟ୍ୟାଭିନୟ (Role play)

ଅଭୟ ଗୁପ୍ତାର ଗୋଟେ ଛୋଟ କାରଖାନା ଅଛି ଯେଉଁଥିରେ ବିସ୍କୁଟ୍ ତିଆରି ହୁଏ। ସୂର୍ଯ୍ୟକାନ୍ତ ଅଭୟ ଗୁପ୍ତାର ସାଙ୍ଗ ଏବଂ ଜଣେ ସଦ୍ୟ MBA ଡିଗ୍ରୀଧାରୀ ଅଟେ। ଦୁଇଜଣ ଅଭୟର ଉତ୍ପାଦର ପ୍ରୋତ୍ସାହନ ବିଷୟ ଆଲୋଚନା କରୁଛନ୍ତି।

ଅଭୟ : ଲୋକମାନେ ମୋ ବ୍ରାଣ୍ଡ (ମାର୍କା) ର ବିସ୍କୁଟ୍ ବିଷୟରେ କମ୍ ଜାଣିଛନ୍ତି। ମୁଁ ମୋର ବିକ୍ରି କିପରି ବୃଦ୍ଧି କରିବି ?

ସୂର୍ଯ୍ୟକାନ୍ତ : ସରଳ, ତୁମ ଉତ୍ପାଦର ବିଜ୍ଞାପନ ଦିଅ।

ଅଭୟ : କିନ୍ତୁ ବିଜ୍ଞାପନ ଖର୍ଚ୍ଚ ବହୁଳ ଅଟେ।

ସୂର୍ଯ୍ୟକାନ୍ତ : ନା, ନା। କିନ୍ତୁ ତୁମକୁ ଠିକ୍ ମାଧ୍ୟମ ବାଛିବାକୁ ପଡ଼ିବ। ତୁମେ ତୁମର ଲୋକାଲ୍ କେବୁଲ୍ ଚାନେଲ୍‌ରେ ପ୍ରଥମେ ବିଜ୍ଞାପନ ଦିଅ। ପରେ ଅନ୍ୟାନ୍ୟ ଲୋକପ୍ରିୟ ଟିଭି ଚାନେଲ୍‌ରେ ବିଜ୍ଞାପନ ଦେବ।

ଅଭୟ : ଆଉ କିଛି ଉପାୟ ଅଛି କି ମୋ'ର ବିକ୍ରି ବୃଦ୍ଧି କରିବାକୁ ?

ସୂର୍ଯ୍ୟକାନ୍ତ : ହଁ। ବିଭିନ୍ନ ବିକ୍ରି ପ୍ରୋତ୍ସାହନ ସାଧନ ବ୍ୟବହାର କର। ଲୋକଙ୍କୁ ଘର ଘର ବୁଲି ବିକ୍ରି ପାଇଁ ପଠାଅ।

ଅଭୟ : କିନ୍ତୁ ଏହା ସବୁ କଷ୍ଟ ସାଧ୍ୟ ମନେହେଉଛି।

ଦୁଇଜଣ ସାଙ୍ଗ ବସି ଉତ୍ପାଦର ପ୍ରୋତ୍ସାହନ ପାଇଁ ବିଭିନ୍ନ ଦିଗ ବିଷୟରେ ଆଲୋଚନା କଲେ। କେତେ ଖର୍ଚ୍ଚ ଲାଗିବ କେତେ ଲାଭ ମିଳିବ ଏବଂ ବିଭିନ୍ନ ବିକ୍ରି ପ୍ରୋତ୍ସାହନ ଯୋଜନା, ବିକ୍ରୟ କଳା ଇତ୍ୟାଦି ଉପରେ ଆଲୋଚନା ହେଲା।

ତୁମେ ନିଜେ ସୂର୍ଯ୍ୟକାନ୍ତ ହୋଇ ନିଜ ସାଙ୍ଗକୁ ଅଭୟର ଭୂମିକା ଦେଇ ଏହି ଆଲୋଚନା ଜାରି ରଖ।

ଅଧ୍ୟାୟ- ଏକ ଦୃଷ୍ଟିରେ

୨୧.୧ ବିଜ୍ଞାପନ

- ୨୧.୧.୧ ବିଜ୍ଞାପନ ଓ ଲୋକପ୍ରଚାରର ମଧ୍ୟରେ ପାର୍ଥକ୍ୟ
- ୨୧.୧.୨ ବିଜ୍ଞାପନର ଉଦ୍ଦେଶ୍ୟ
- ୨୧.୧.୩ ବିଜ୍ଞାପନର ଉପକାରିତା
- ୨୧.୧.୪ ବିଜ୍ଞାପନର ସୀମାବଦ୍ଧତା
- ୨୧.୧.୫ ବିଜ୍ଞାପନର ବିଭିନ୍ନ ମାଧ୍ୟମ

୨୧.୨. ବିକ୍ରୟ କଳା

- ୨୧.୨.୧ ବିକ୍ରୟ କଳାର ଗୁରୁତ୍ୱ
- ୨୧.୨.୨ ଉତ୍ତମ ପଣ୍ୟ ବିକ୍ରେତାଙ୍କର ଗୁଣ

୨୧.୩ ବିକ୍ରି ପ୍ରୋତ୍ସାହନ

- ୨୧.୩.୧ ବିକ୍ରି ପ୍ରୋତ୍ସାହନର ଉଦ୍ଦେଶ୍ୟ
- ୨୧.୩.୨ ବିଜ୍ଞାପନ ଓ ବିକ୍ରି ପ୍ରୋତ୍ସାହନ ମଧ୍ୟରେ ପ୍ରଭେଦ
- ୨୧.୩.୩ ବିକ୍ରି ପ୍ରୋତ୍ସାହନରେ ବ୍ୟବହୃତ ସାଧନ

୨୨

ଆଭ୍ୟନ୍ତରୀଣ ବ୍ୟାପାର

(INTERNAL TRADE)

ତୁମେ ଦୈନନ୍ଦିନ ଜୀବନରେ ବିଭିନ୍ନ ପ୍ରକାର ସାମଗ୍ରୀ ବ୍ୟବହାର କରୁଥିବ, ନୋଟ୍ ବୁକ୍, କଲମ, ସାବୁନ, ପୋଷାକ,ପନିପରିବା, ଫଳ ଇତ୍ୟାଦିଠାରୁ ଆରମ୍ଭ କରି ରେଡ଼ିଓ, ଟେଲିଭିଜନ, ଫ୍ୟାନ୍ ଓ ଆସବାବ ପତ୍ର ପର୍ଯ୍ୟନ୍ତ । ତୁମେ ଏହି ସବୁ ଉତ୍ପାଦ କେଉଁଠାରୁ କିଣୁଛ ? ତୁମେ ଉତ୍ତରରେ କହିବ – ଆଖପାଖ ବଜାରରୁ କ୍ରୟ କରୁଛ ବୋଲି । ବେଳେବେଳେ ସ୍ୱତନ୍ତ୍ର ଉତ୍ସବ ଯଥା ବିବାହ ବା ପର୍ବପର୍ବାଣୀ ଅବସରରେ ଆମ ଘରଠାରୁ ଦୂରରେ ଥିବା ବଜାରରୁ ଜିନିଷ କିଣିବାକୁ ଆମେ ପସନ୍ଦ କରିଥାଉ । ଏବେ ପ୍ରଶ୍ନ ଉଠୁଛି– ଏହିସବୁ ଜିନିଷ ସେହିସବୁ ବଜାରରେ କେମିତି ପହଞ୍ଚୁଛି ? ଉତ୍ପାଦଗୁଡ଼ିକୁ ଉତ୍ପାଦନ ସ୍ଥଳରୁ ବଜାରକୁ ଆଣିବା ଏବଂ ଅନ୍ତିମ ଖାଉଟିଙ୍କ ପାଇଁ ଉପଲବ୍ଧ କରାଇବା କାର୍ଯ୍ୟକଳାପରେ ସଂଖ୍ୟାଧିକ ଫାର୍ମ ବା ବ୍ୟକ୍ତିବିଶେଷ ସମ୍ପୃକ୍ତ । ସେମାନେ ଉତ୍ପାଦନକାରୀ ଏବଂ ଖାଉଟିଙ୍କ ମଧ୍ୟରେ ସେତୁ ବା ସଂଯୋଗ ସଦୃଶ କାର୍ଯ୍ୟ କରିଥାନ୍ତି । ଏହି ପାଠରେ ଆମେ ଏକ ନିର୍ଦ୍ଦିଷ୍ଟ ରାଷ୍ଟ୍ରରେ ଉତ୍ପାଦନକାରୀ ଏବଂ ଖାଉଟିକୁ ଯୋଡୁଥିବା ଫାର୍ମ ଏବଂ ବ୍ୟକ୍ତିବିଶେଷଙ୍କ ସମ୍ପର୍କରେ ତଥା ଖାଉଟିମାନେ ସେମାନଙ୍କର ଉପଭୋଗ ପାଇଁ ଉତ୍ପାଦ କ୍ରୟ କରିବା ସକାଶେ ସେମାନଙ୍କ ପାଇଁ ଉପଲବ୍ଧ ବିଭିନ୍ନ ବିକଳ୍ପ ସମ୍ବନ୍ଧରେ ଜାଣିବା ଏବଂ ବ୍ୟବହାର ପାଇଁ ଖାଉଟିଙ୍କ ନିମନ୍ତେ ଉପଲବ୍ଧ ସୁଯୋଗ ସମ୍ପର୍କରେ ଆମେ ଏହି ପାଠରେ ଜାଣିବା ।

ଉଦ୍ଦେଶ୍ୟ

ଏହି ବିଷୟ ପାଠ ପରେ ତୁମେ :

- ଆଭ୍ୟନ୍ତରୀଣ ବ୍ୟାପାରର ସଂଜ୍ଞା ନିର୍ଦ୍ଧାରଣ କରିପାରିବ;
- ପାଇକାରୀ ବ୍ୟାପାର ଏବଂ ଖୁଚୁରା ବ୍ୟାପାରର ଅର୍ଥ ଏବଂ ବୈଶିଷ୍ଟ୍ୟ ବୁଝାଇ ପାରିବ;
- ଆଭ୍ୟନ୍ତରୀଣ ବ୍ୟାପାରରେ ମଧ୍ୟସ୍ଥିର ଭୂମିକା ବର୍ଣ୍ଣନା କରିପାରିବ;
- ପାଇକାରୀ ବ୍ୟାପାର ଏବଂ ଖୁଚୁରା ବ୍ୟାପାର ମଧ୍ୟରେ ପ୍ରଭେଦ ଦର୍ଶାଇ ପାରିବ;
- ବିଭିନ୍ନ ପ୍ରକାର ଖୁଚୁରା ବ୍ୟାପାର ଓ ସେସବୁର ଭୂମିକାର ପରିଚୟ ପାଇପାରିବ;
- ବୃହଦାକାର ଖୁଚୁରା ବ୍ୟାପାରର ଅବଧାରଣାକୁ ବୁଝାଇ ପାରିବ;
- ବିଭିନ୍ନ ପ୍ରକାରର ବୃହଦାକାର ଖୁଚୁରା ବ୍ୟାପାରର ଉପାଦେୟତା ଏବଂ ସୀମାବଦ୍ଧତାର ବ୍ୟାଖ୍ୟା କରିପାରିବ; ଏବଂ

ଟିପ୍ପଣୀ

- ବିତରଣର ସାମ୍ପ୍ରତିକ ବ୍ୟବସ୍ଥା ଯଥା - ପ୍ରତ୍ୟକ୍ଷ ବିପଣନ, ଟେଲି ବିପଣନ ଏବଂ ଇଣ୍ଟରନେଟ୍ ବିପଣନ ସଂକ୍ରାନ୍ତରେ ବର୍ଣ୍ଣନା କରି ପାରିବ।

୨୨.୧ ଆଭ୍ୟନ୍ତରୀଣ ବ୍ୟାପାର ର ଅର୍ଥ

ତୁମେ ଜାଣ ଯେ ଏକ ଦେଶରେ ଉତ୍ପାଦିତ ସାମଗ୍ରୀ ସେହି ଦେଶରେ ବା ଦେଶ ବାହାରେ ବିକ୍ରି ହୋଇଥାଏ। ଯେତେବେଳେ ଦ୍ରବ୍ୟ ଓ ସେବାର କିଣାବିକା ଏକ ରାଷ୍ଟ୍ରର ଭୌଗୋଳିକ ସୀମା ମଧ୍ୟରେ ହୋଇଥାଏ ତାହାକୁ ଅନ୍ତର୍ବାଣିଜ୍ୟ ବା ଆଭ୍ୟନ୍ତରୀଣ ବ୍ୟାପାର କହନ୍ତି। ଏହା ଗୋଟିଏ ଅଞ୍ଚଳ, ଗ୍ରାମ, ସହର ବା ନଗରର କ୍ରେତା ଓ ବିକ୍ରେତା ବା ବିଭିନ୍ନ ପ୍ରଦେଶର କ୍ରେତା ବିକ୍ରେତାଙ୍କ ମଧ୍ୟରେ ହୋଇଥାଏ। ମାତ୍ର ଏହା ନିଶ୍ଚିତ ଭାବେ କୌଣସି ରାଷ୍ଟ୍ରର ସୀମା ମଧ୍ୟରେ ହେବା ଜରୁରୀ। ଆଭ୍ୟନ୍ତରୀଣ ବ୍ୟାପାରକୁ ଘରୋଇ ବ୍ୟାପାର ବା ସ୍ୱଦେଶୀ ବ୍ୟାପାର ମଧ୍ୟ କହିଥାନ୍ତି।

ଆଭ୍ୟନ୍ତରୀଣ ବ୍ୟାପାରର ଅବଧାରଣାକୁ ଅଧିକ ସ୍ପଷ୍ଟ କରିବା ପାଇଁ ଆସ ଏହାର ବୈଶିଷ୍ଟ୍ୟ ବିଷୟରେ ଜାଣିବା।

ଆଭ୍ୟନ୍ତରୀଣ ବ୍ୟାପାରର ବୈଶିଷ୍ଟ୍ୟ :

(କ) ଦ୍ରବ୍ୟ ଗୁଡ଼ିକର କ୍ରୟ ଓ ବିକ୍ରୟ ଗୋଟିଏ ରାଷ୍ଟ୍ରର ଭୌଗୋଳିକ ସୀମା ମଧ୍ୟରେ ହୋଇଥାଏ।

(ଖ) ଘରୋଇ ରାଷ୍ଟ୍ରର ପ୍ରଚଳିତ ମୁଦ୍ରା ଅନୁସାରେ ଦ୍ରବ୍ୟ ଓ ସେବାର ମୂଲ୍ୟ ପ୍ରଦାନ କରାଯାଇଥାଏ।

(ଗ) ଏଥିରେ ଉତ୍ପାଦନକାରୀ, ଖାଉଟି ଏବଂ ମଧ୍ୟସ୍ଥିଙ୍କ ମଧ୍ୟରେ କାରବାର ସଂଶ୍ଳିଷ୍ଟ ଥାଏ।

(ଘ) ଦ୍ରବ୍ୟ ଏବଂ ସେବା ବିନିମୟରେ ନିୟୋଜିତ ମଧ୍ୟସ୍ଥି ଓ ଏଜେନ୍ସୀଙ୍କର ଏହା ଏକ ବିତରଣ ଶୃଙ୍ଖଳ ଅଟେ।

୨୨.୨ ଆଭ୍ୟନ୍ତରୀଣ ବ୍ୟାପାରର ଶ୍ରେଣୀ ବିଭାଜନ

ସାଧାରଣତଃ ଆମେ ଆମର ନିତ୍ୟ ବ୍ୟବହାର୍ଯ୍ୟ ସାମଗ୍ରୀ ସ୍ଥାନୀୟ ଦୋକାନୀଠାରୁ କିଣିଥାଉ। ସେହିସବୁ ଦୋକାନୀମାନେ ମୋଟା ପରିମାଣରେ ଜିନିଷ କିଣନ୍ତି ଏବଂ ଆମର ଆବଶ୍ୟକତା ଅନୁସାରେ ଆମକୁ ବିକ୍ରୀ କରିଥାନ୍ତି। କିନ୍ତୁ ତୁମେ ଜାଣିଛ କି ସେହି ଦୋକାନୀମାନେ କେଉଁଠାରୁ ଜିନିଷସବୁ କିଣିଥାନ୍ତି ? ସେମାନେ ସାଧାରଣତଃ ଉତ୍ପାଦନକାରୀଙ୍କଠାରୁ ସିଧାସଳଖ ମୋଟାପରିମାଣରେ ଜିନିଷ କିଣିଥାନ୍ତି ବା ଅଧିକ ପରିମାଣରେ ଜିନିଷ ବିକ୍ରି କରୁଥିବା କୌଣସି ଅନ୍ୟ ଦୋକାନରୁ କିଣିଥାନ୍ତି। ଅତଃ, ଆମେ ଦେଖୁ ଯେ କେତେକ ଦୋକାନୀ ଅଧିକ ପରିମାଣର ଜିନିଷ କିଣି ଅନ୍ୟମାନଙ୍କୁ ଅଧିକ ପରିମାଣରେ ବିକ୍ରି କରିଥାନ୍ତି, ଯେତେବେଳେ କି ଅନ୍ୟ କିଛି ଦୋକାନୀ ଅଧିକ ପରିମାଣର ଜିନିଷ କିଣି ଗ୍ରାହକଙ୍କ ଆବଶ୍ୟକତା ଅନୁସାରେ ଅଳ୍ପ ଅଳ୍ପ ପରିମାଣରେ ବିକ୍ରି କରିଥାନ୍ତି। ଏଣୁ ଜିନିଷର ପରିମାଣ ଅନୁସାରେ ଆଭ୍ୟନ୍ତରୀଣ ବ୍ୟାପାରକୁ ନିମ୍ନମତେ ବିଭକ୍ତ କରାଯାଇପାରେ :

୧. ପାଇକାରୀ ବ୍ୟାପାର /ବ୍ୟବସାୟ, ଏବଂ

୨. ଖୁଚୁରା ବ୍ୟାପାର /ବ୍ୟବସାୟ

ଆସ, ଏବେ ଏହି ଦୁଇ ପ୍ରକାରର ଆଭ୍ୟନ୍ତରୀଣ ବ୍ୟାପାର ବିଷୟରେ ଅଧିକ ଜାଣିବା।

୨୨.୨.୧ ପାଇକାରୀ ବ୍ୟାପାର

ଉତ୍ପାଦନକାରୀ ବା ବିନିର୍ମାତାଙ୍କ ଠାରୁ ସିଧାସଳଖ ଅଧିକ ପରିମାଣର ଜିନିଷ କିଣି ଅନ୍ୟ ବ୍ୟାପାରୀ ବା ଦୋକାନୀଙ୍କୁ ଅଳ୍ପ ଅଳ୍ପ ବିକ୍ରି କରିବାକୁ ପାଇକାରୀ ବ୍ୟାପାର କରନ୍ତି। ପାଇକାରୀ ବ୍ୟାପାରରେ ସମ୍ପୃକ୍ତ ବ୍ୟକ୍ତି ବିଶେଷଙ୍କୁ ପାଇକାରୀ ବିକ୍ରେତା / ବ୍ୟାପାରୀ କହନ୍ତି। ସେମାନେ ଉତ୍ପାଦନକାରୀ ବା ବିନିର୍ମାତା ଏବଂ କ୍ଷୁଦ୍ର ବ୍ୟବସାୟୀଙ୍କ ମଧ୍ୟରେ ସେତୁ ବା ସଂଯୋଗ ଅଟନ୍ତି। ସାଧାରଣତଃ ସେମାନେ ଗୋଟିଏ ବା ଅଳ୍ପ କିଛି ଉତ୍ପାଦରେ ବିଶେଷତା ଲାଭ କରିଥାନ୍ତି ଏବଂ କାରବାର କରିଥାନ୍ତି।

ପାଇକାରୀ ବ୍ୟାପାରର ବିଶେଷତ୍ୱ

ନିମ୍ନଲିଖିତ ଉକ୍ତି ଗୁଡ଼ିକ ପାଇକାରୀ ବ୍ୟାପାରର ବିଶେଷତ୍ୱ ଅଟେ:

(କ) ପାଇକାରୀ ବିକ୍ରେତା ସାଧାରଣତଃ ଗୋଟିଏ ପ୍ରକାରର ବା ଅଳ୍ପ କେତେକ ପ୍ରକାର ସାମଗ୍ରୀର କାରବାର କରିଥାନ୍ତି। ସେ ଏକ ନିର୍ଦ୍ଦିଷ୍ଟ ବ୍ୟବସାୟ ଯଥା - ଯନ୍ତ୍ରାଂଶ, ବୟନ ଶିଳ୍ପ, ଔଷଧ ଆଦିରେ ବିଶେଷଜ୍ଞ ବ୍ୟାପାରୀ ହୋଇଥାନ୍ତି।

(ଖ) ପାଇକାରୀ ବିକ୍ରେତା ଉତ୍ପାଦନକାରୀ ଏବଂ ବିନିର୍ମାତାଙ୍କ ଠାରୁ ଅଧିକ ପରିମାଣର ଜିନିଷ କିଣି ଖୁଚୁରା ବ୍ୟବସାୟୀଙ୍କୁ ଏବଂ ବେଳେବେଳେ ସିଧାସଳଖ ଖାଉଟିଙ୍କୁ ବିକ୍ରି କରିଥାନ୍ତି।

(ଗ) ପାଇକାରୀ ବ୍ୟବସାୟରେ ଅଧିକ ପରିମାଣର ପୁଞ୍ଜିନିବେଶ କରିବା ଆବଶ୍ୟକ। କାରଣ, ଅଧିକ ପରିମାଣରେ କିଣିବାକୁ ପଡ଼େ, ଉତ୍ପାଦନକାରୀଙ୍କୁ ଅଗ୍ରୀମ ଦେବାକୁ ପଡ଼ିଥାଏ ଏବଂ ଜିନିଷ ସାଧାରଣତଃ ବାକିରେ ବିକିବାକୁ ପଡ଼େ। ଏହା ବ୍ୟତୀତ ଜିନିଷ ମହଜୁଦ ରଖିବା ପାଇଁ ଅଧିକ ସ୍ଥାନ ମଧ୍ୟ ଆବଶ୍ୟକ।

(ଘ) ସାଧାରଣତଃ ଏକା ପ୍ରକାରର ଦ୍ରବ୍ୟର ପାଇକାରୀ ବ୍ୟବସାୟ କରୁଥିବା ଲୋକମାନେ ଖୁଚୁରା ବିକ୍ରେତାଙ୍କ ସୁବିଧା ପାଇଁ ଏକା ଅଞ୍ଚଳରେ ସେମାନଙ୍କ ବ୍ୟବସାୟ ପ୍ରତିଷ୍ଠାନ କରିଥାନ୍ତି। ଉଦାହରଣ ସ୍ୱରୂପ, ପାଇକାରୀ ଖାଦ୍ୟଶସ୍ୟ ବଜାର, ପାଇକାରୀ କାଗଜ ବଜାର ଇତ୍ୟାଦି। ଏସବୁ ଗୋଟିଏ ନିର୍ଦ୍ଦିଷ୍ଟ ଉତ୍ପାଦର ପାଇକାରୀ ବଜାର ଅଟେ।

(ଙ) ବିକ୍ରୟ ବ୍ୟତୀତ ପାଇକାରୀ ବ୍ୟାପାରୀମାନେ ଅନ୍ୟାନ୍ୟ କାର୍ଯ୍ୟକଳାପ ଯଥା - ପ୍ୟାକେଟ କରିବା, ଗ୍ରେଡ଼ିଂ (ବର୍ଗୀ କରଣ), ବିଜ୍ଞାପନ, ବଜାର ଗବେଷଣା ଆଦି କାର୍ଯ୍ୟ ମଧ୍ୟ କରିଥାନ୍ତି। ପାଇକାରୀ ବ୍ୟାପାର ସମ୍ବନ୍ଧରେ କିଛି ଧାରଣା ହେବା ପରେ ଆସ ଆମେ ଏବେ ଖୁଚୁରା ବ୍ୟାପାର ସମ୍ବନ୍ଧରେ ଜାଣିବା।

୨୨.୨.୨ ଖୁଚୁରା ବ୍ୟବସାୟ

ଖୁଚୁରା ବ୍ୟବସାୟ ଅର୍ଥ ହେଲା, ଉତ୍ପାଦନକାରୀ ବା ପାଇକାରୀ ବିକ୍ରେତାଙ୍କ ଠାରୁ ଜିନିଷ କିଣି ତାହାକୁ ସର୍ବଶେଷ ଖାଉଟିଙ୍କୁ ବିକ୍ରି କରିବା। ଖୁଚୁରା ବ୍ୟବସାୟୀ ସାଧାରଣତଃ ବିଭିନ୍ନ ପ୍ରକାର ଜିନିଷ କାରବାର କରିଥାନ୍ତି। ଯେଉଁମାନେ ଖୁଚୁରା ବ୍ୟବସାୟରେ ସମ୍ପୃକ୍ତ ସେମାନଙ୍କୁ ଖୁଚୁରା ବ୍ୟବସାୟୀ କୁହାଯାଏ। ଖାଉଟିଙ୍କ ଆବଶ୍ୟକତା ଅନୁସାରେ ଖୁଚୁରା ବ୍ୟବସାୟୀମାନେ ଅଳ୍ପ ଅଳ୍ପ ପରିମାଣରେ ଜିନିଷ ବିକ୍ରି କରିଥାନ୍ତି।

ଖୁଚୁରା ବ୍ୟବସାୟର ବୈଶିଷ୍ଟ୍ୟ :

ଖୁଚୁରା ବ୍ୟବସାୟର ବୈଶିଷ୍ଟ୍ୟଗୁଡ଼ିକ ହେଲା :

(କ) ଖୁଚୁରା ବ୍ୟବସାୟରେ ସାଧାରଣତଃ ବିଭିନ୍ନ ପ୍ରକାର ସାମଗ୍ରୀରେ କାରବାର ସଂଶ୍ଳିଷ୍ଟ ଥାଏ।

(ଖ) ଜଣେ ଖୁଚୁରା ବ୍ୟବସାୟୀ ଉତ୍ପାଦନକାରୀ ବା ପାଇକାରୀ ବିକ୍ରେତାଙ୍କ ଠାରୁ ଅଧିକ ପରିମାଣର ସାମଗ୍ରୀ କିଣି ଖାଉଟିମାନଙ୍କୁ ଅଳ୍ପ ଅଳ୍ପ ପରିମାଣରେ ବିକ୍ରୀ କରିଥାନ୍ତି।

(ଗ) ଖୁଚୁରା ବ୍ୟବସାୟ ସାଧାରଣତଃ ମୁଖ୍ୟ ବଜାରରେ ବା ଏହାର ଆଖପାଖରେ କରାଯାଇଥାଏ।

(ଘ) ସାଧାରଣତଃ ଖୁଚୁରା ବ୍ୟବସାୟରେ ପାଇକାରୀ ବିକ୍ରେତାଙ୍କ ଠାରୁ ବାକିରେ ଜିନିଷ କିଣାଯାଇଥାଏ ଏବଂ ତାହାକୁ ନଗଦ ଅର୍ଥ ବଦଳରେ ଖାଉଟିଙ୍କୁ ବିକ୍ରି କରାଯଇଥାଏ।

(ଙ) ଜଣେ ଖୁଚୁରା ବ୍ୟବସାୟୀ ଉତ୍ପାଦକଙ୍କ ସହ ପରୋକ୍ଷରେ (ପାଇକାରୀ ବ୍ୟବସାୟୀଙ୍କ ମାଧ୍ୟମରେ) ଏବଂ ଖାଉଟିଙ୍କ ସହ ପ୍ରତ୍ୟକ୍ଷରେ ଜଡ଼ିତ।

ପାଠଗତ ପ୍ରଶ୍ନାବଳୀ ୨୨ କ

୧. 'ଆଭ୍ୟନ୍ତରୀଣ ବ୍ୟାପାର'ର ଦୁଇଟି ବିଶେଷତ୍ୱ ଉଲ୍ଲେଖ କର।

(କ) ______________________________

(ଖ) ______________________________

୨. ନିମ୍ନଲିଖିତ ବାକ୍ୟାଂଶଗୁଡ଼ିକୁ ଚିହ୍ନଟ କରି ପାଇକାରୀ ବ୍ୟବସାୟ ପାଇଁ 'ପାବ୍ୟ' ଏବଂ ଖୁଚୁରା ବ୍ୟବସାୟ ପାଇଁ 'ଖୁବ୍ୟ' ଉଲ୍ଲେଖ କର।

(କ) ସୀମିତ ପ୍ରକାରର ଉତ୍ପାଦରେ କାରବାର [ ]

(ଖ) ପୁନଃବିକ୍ରି ଉଦ୍ଦେଶ୍ୟରେ ପାଇକାରୀ ବିକ୍ରେତାଙ୍କ ଠାରୁ ଜିନିଷ କ୍ରୟ [ ]

(ଗ) ପ୍ୟାକେଜିଂ ଏବଂ ଗ୍ରେଡ଼ିଂ ପରି ସୁବିଧାମାନ ଯୋଗାଣ [ ]

(ଘ) ଉତ୍ପାଦକଙ୍କଠାରୁ ଅଧିକ ପରିମାଣର ଜିନିଷର କ୍ରୟ [ ]

(ଙ) ଆବାସିକ ଅଞ୍ଚଳ ଆଖପାଖରେ ବ୍ୟାପାରିକ କାର୍ଯ୍ୟକଳାପ ଚଳାଇବା [ ]

୨୨.୩ ଆଭ୍ୟନ୍ତରୀଣ ବ୍ୟାପାରରେ ମଧ୍ୟସ୍ଥି

ଉତ୍ପାଦ ବିତରଣ ଶୃଙ୍ଖଳରେ ଉଭୟ ପାଇକାରୀ ବିକ୍ରେତା ଏବଂ ଖୁଚୁରା ବିକ୍ରେତା ଉତ୍ପାଦନକାରୀ ଏବଂ ଖାଉଟିଙ୍କ ମଧ୍ୟରେ ଯୋଗସୂତ୍ରର ମାଧ୍ୟମ ହୋଇଥାନ୍ତି। ସେମାନଙ୍କୁ ମଧ୍ୟସ୍ଥି କୁହାଯାଏ ଯେହେତୁ ସେମାନେ ମଝିରେ ଅର୍ଥାତ୍ ଉତ୍ପାଦକ ଏବଂ ଖାଉଟିଙ୍କ ମଝିରେ ଆସୁଛନ୍ତି।

ଉତ୍ପାଦନକାରୀ → ପାଇକାରୀ ବିକ୍ରେତା → ଖୁଚୁରା ବିକ୍ରେତା → ଖାଉଟି

ବିତରଣ ଶୃଙ୍ଖଳ

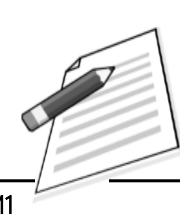
ମଧ୍ୟସ୍ଥି ଉଭୟ ଉତ୍ପାଦନକାରୀ ଏବଂ ଖାଉଟିଙ୍କୁ ଉପଯୋଗୀ ସେବା ଯୋଗାଇଥାନ୍ତି । ସେମାନେ ଉତ୍ପାଦକକୁ ବହୁଳ ମାତ୍ରାରେ ପରିବହନ, ପଣ୍ୟାଗାରରେ ମହଜୁଦକରଣ ବିତ୍ତୀୟନ ଏବଂ ବିପଣନ ଆଦିର ଜଟିଳତାରୁ ମୁକ୍ତି ଦେଇଥାନ୍ତି । ଉତ୍ପାଦନକାରୀଙ୍କ ଉତ୍ତରଦାୟିତ୍ୱ କେବଳ ଜିନିଷର ଉତ୍ପାଦନ ମଧ୍ୟରେ ସୀମିତ ହୋଇଯାଏ । ବିଶେଷ ଭାବେ ଜନିଷର ବିକ୍ରି ଓ ବିତରଣ ପାଇଁ ସବୁ ପଦକ୍ଷେପ ମଧ୍ୟସ୍ଥିମାନେ ହିଁ ତୁଲାଇଥାନ୍ତି । ସେହିପରି ଖାଉଟିଙ୍କ ପାଇଁ ମଧ୍ୟ ମଧ୍ୟସ୍ଥିମାନେ ଉପକାରୀ ହୋଇଥାନ୍ତି ଯେହେତୁ ସେମାନେ ଖାଉଟିଙ୍କ ସୁବିଧା ଜନକ ସମୟ ଓ ସ୍ଥାନରେ ଉତ୍ପାଦ ଗୁଡିକ ଉପଲବ୍ଧ କରାଇଥା'ନ୍ତି ।

ଏବେ ଆସ ବିତରଣ ଶୃଙ୍ଖଳରେ ପାଇକାରୀ ବିକ୍ରେତା ଏବଂ ଖୁଚୁରା ବିକ୍ରେତାଙ୍କ ଭୂମିକା ସମ୍ପର୍କରେ ବିଶଦ ଆଲୋଚନା କରିବା ।

୨୨.୩.୧ ଦ୍ରବ୍ୟ ବିତରଣରେ ମଧ୍ୟସ୍ଥିଙ୍କ ଭୂମିକା

(କ) **ପାଇକାରୀ ବିକ୍ରେତାଙ୍କ ଭୂମିକା:** ପାଇକାରୀ ବିକ୍ରେତାମାନେ ସେମାନଙ୍କ ସେବା ଦ୍ୱାରା ଉତ୍ପାଦନକାରୀ ଏବଂ ଖାଉଟି ମାନଙ୍କୁ ଅନେକ ପ୍ରକାରର ସୁବିଧା ଯୋଗାଇଥାନ୍ତି । ସେମାନେ ଉତ୍ପାଦନକାରୀଙ୍କ ସମୟ ଓ ଶ୍ରମ ବଞ୍ଚାଇବା ସହ ଦ୍ରବ୍ୟ ଉତ୍ପାଦନ ଉପରେ ଅଧିକ ଧ୍ୟାନ ଦେବାକୁ ଉତ୍ପାଦନକାରୀଙ୍କୁ ସାହାଯ୍ୟ କରିଥାନ୍ତି ଯେତେବେଳେ କି ପାଇକାରୀ ବିକ୍ରେତାମାନେ ବିତରଣର ଯତ୍ନ ନେଇଥାନ୍ତି । ସେମାନେ ଅଧିକ ପରିମାଣରେ ଜିନିଷର କାରବାର କରନ୍ତି ଏବଂ ମାତ୍ରା ଜନିତ ମିତବ୍ୟୟିତାର ସୁବିଧା ପାଇଥାନ୍ତି । ସେମାନେ ଖାଉଟିଙ୍କୁ ଅପେକ୍ଷାକୃତ କମ୍ ପରିମାଣର ଜିନିଷ ଯୋଗାଇଥାନ୍ତି ଏବଂ ବାକି ବା ଉଧାର ସୁବିଧା ମଧ୍ୟ ଦେଇଥାନ୍ତି । ସେମାନେ ଉପଭୋକ୍ତାଙ୍କ ପସନ୍ଦ, ପରିବର୍ତ୍ତିତ ରୁଚି ଓ ଫ୍ୟାସନ୍, ବଜାର ଚାହିଦା ଏବଂ ପରିବର୍ତ୍ତିତ ପସନ୍ଦ ସମ୍ପର୍କରେ ଉତ୍ପାଦନକାରୀଙ୍କୁ ସୂଚନା ପ୍ରଦାନ କରିଥାନ୍ତି । ଜିନିଷ ମହଜୁଦ କରି ରଖିବା ଏବଂ ଏହାର ପରିବହନ ଜନିତ ଆଶଙ୍କାକୁ ମଧ୍ୟ ପାଇକାରୀ ବିକ୍ରେତା ବହନ କରିଥାନ୍ତି ।

(ଖ) **ଖୁଚୁରା ବିକ୍ରେତାଙ୍କ ଭୂମିକା:** ଖୁଚୁରା ବିକ୍ରେତାମାନେ ଅନ୍ତିମ-ବ୍ୟବହାରକାରୀ ବା ଖାଉଟିଙ୍କୁ ଉତ୍ପାଦ ବିକ୍ରି କରିବା କାର୍ଯ୍ୟରେ ନିୟୋଜିତଥାନ୍ତି । ଖାଉଟିଙ୍କ ଚାହିଦା ଅନୁସାରେ ସେମାନେ ବିଭିନ୍ନ ସ୍ଥାନରୁ ବିଭିନ୍ନ ପ୍ରକାରର ଜିନିଷ ସଂଗ୍ରହ କରି ବିକ୍ରୟ କରିଥାନ୍ତି । ଖୁଚୁରା ବିକ୍ରେତା ମଧ୍ୟ ଗ୍ରାହକକୁ ବାକିରେ ଜିନିଷ ଯୋଗାଇଥାନ୍ତି । ସେମାନେ ମଧ୍ୟ ବିକ୍ରୟ ପୂର୍ବ ଓ ପରବର୍ତ୍ତୀ ସେବା ଯୋଗାଇଥାନ୍ତି ଏବଂ ଉତ୍ପାଦର ବ୍ୟବହାର ଓ ବୈଷୟିକ ଜ୍ଞାନକୌଶଳ ସମ୍ପର୍କରେ ଖାଉଟିଙ୍କୁ ସୂଚନା ପ୍ରଦାନ କରିଥାନ୍ତି । ସେମାନେ ଉତ୍ପାଦର ବିକାଳି ପରି କାର୍ଯ୍ୟ କରନ୍ତି ଏବଂ ଦ୍ରବ୍ୟ ଓ ସେବାର କ୍ରୟ ପାଇଁ ଖାଉଟିଙ୍କୁ ପ୍ରବର୍ତ୍ତାଇଥାନ୍ତି । ଉତ୍ପାଦ ସମ୍ପର୍କରେ ଖାଉଟିଙ୍କ ପ୍ରତିକ୍ରିୟା ଏବଂ ଟିପ୍‌ପଣୀ ଆଦିକୁ ସେମାନେ ଉତ୍ପାଦନକାରୀ ଏବଂ ପାଇକାରୀ ବିକ୍ରେତାକୁ ଅବଗତ କରାଇଥାନ୍ତି ।



୨୨.୩.୨ ବିତରଣ ଶୃଙ୍ଖଳରେ ମଧ୍ୟସ୍ଥିଙ୍କ ଭୂମିକାର ମୂଲ୍ୟାୟନ :

ଉପରେ ବର୍ଣ୍ଣିତ ହେବା ପରି, ମଧ୍ୟସ୍ଥିମାନେ ବିତରଣ ପ୍ରକ୍ରିୟାରେ ଅନେକ ସେବା ଯୋଗାନ୍ତି। ସେଥିପାଇଁ ସେମାନେ ଅର୍ଥ ଦାବି କରନ୍ତି କି ? ହଁ, ମଧ୍ୟସ୍ଥିଙ୍କ ଏହିସବୁ ସେବା ବିନାମୂଲ୍ୟରେ ମିଳି ନ ଥାଏ। ସେମାନେ ଯୋଗାଉଥିବା ସେବା ବଦଳରେ ଉତ୍ପାଦ ଉପରେ ସେମାନଙ୍କର ଲାଭାଂଶ ଲାଗୁ କରନ୍ତି। ଫଳରେ ଉତ୍ପାଦନ ମୂଲ୍ୟ ତୁଳନାରେ ଉତ୍ପାଦର ମୂଲ୍ୟ ମାତ୍ରାଧିକ ଭାବେ ବୃଦ୍ଧି ପାଇଥାଏ। ଉଦାହରଣ ସ୍ୱରୂପ, ଗୋଟିଏ କଲମ ପ୍ରସ୍ତୁତ କରିବା ପାଇଁ ନିର୍ମାତାଙ୍କୁ ପାଞ୍ଚଟଙ୍କା ଲାଗୁଥିଲେ ହେଁ ସେମାନେ ଏହାକୁ ପାଇକାରୀ ବିକ୍ରେତାଙ୍କ କ୍ଷେତ୍ରରେ ୬ ଟଙ୍କା ଲାଗୁ କରିଥାନ୍ତି। ସେହିପରି ପାଇକାରୀ ବିକ୍ରେତା ଖୁଚୁରା ବିକ୍ରେତାଙ୍କୁ ୭ ଟଙ୍କାରେ ଏବଂ ଖୁଚୁରା ବିକ୍ରେତା ଖାଉଟିଙ୍କୁ ୮.୫୦ରେ ବିକ୍ରି କରିଥାନ୍ତି। ଫଳରେ ମଧ୍ୟସ୍ଥିଙ୍କ ଲାଭାଂଶ ଟ. ୨.୫୦ (ଟ.୧.୦୦ + ଟ.୧.୫୦) ହୋଇଥାଏ ଏବଂ ଉତ୍ପାଦର ମୂଲ୍ୟ ଯଥେଷ୍ଟ ବଢ଼ିଯାଏ।

ଉତ୍ପାଦନକାରୀ ୫ଟଙ୍କା → ପାଇକାରୀ ବିକ୍ରେତା (୬ ଟଙ୍କା) → ଖୁଚୁରା ବିକ୍ରେତା (୭ ଟଙ୍କା) → ଖାଉଟି (ଟ.୮.୫୦)

(ବିତରଣ ଶୃଙ୍ଖଳରେ ଉତ୍ପାଦର ମୂଲ୍ୟ)

ବେଳେ ବେଳେ ମଧ୍ୟ ଯୁକ୍ତି କରାଯାଏ କି, ମଧ୍ୟସ୍ଥିମାନେ କୌଣସି ଉପଯୋଗୀ ଭୂମିକା ତୁଲାନ୍ତି ନାହିଁ, ପରନ୍ତୁ ଅନାବଶ୍ୟକ ଭାବେ ଉତ୍ପାଦର ମୂଲ୍ୟ ବଢ଼ାଇଥାନ୍ତି। ମାତ୍ର ଆମେ ଭୁଲିଯିବା ଉଚିତ ନୁହେଁ ଯେ ସେମାନେ ଉତ୍ପାଦନକାରୀ ଏବଂ ଖାଉଟିଙ୍କ ପାଇଁ ବେଶ୍ ଉପଯୋଗୀ ସେବା ଯୋଗାଇଥାନ୍ତି। ସେହି କାରଣରୁ ଉତ୍ପାଦ ବିକ୍ରିରୁ ସେମାନେ ସେମାନଙ୍କ ଲାଭାଂଶ ପାଇବା ଯୁକ୍ତିସଂଗତ। ମାତ୍ର ଏହା ଯଥୋଚିତ ହେବା ଉଚିତ୍। ଲାଭାଂଶ ଭାର ଅଧିକ କରି ଖାଉଟିଙ୍କ ଉପରେ ବୋଝ କରାଯିବା ଅନୁଚିତ।

ବିତରଣ ପ୍ରକ୍ରିୟାରେ ମଧ୍ୟସ୍ଥିଙ୍କ ଉପସ୍ଥିତି ଯୋଗୁଁ କେତେକ ସମସ୍ୟା ମଧ୍ୟ ଉପୁଜିଥାଏ ଯାହାକୁ ଆମେ ଅଣଦେଖା କରିବା ଅନୁଚିତ୍।

ଯଦି ନିର୍ମାତା ଏବଂ ଖାଉଟିଙ୍କ ମଧ୍ୟରେ ଅଧିକ ସଂଖ୍ୟକ ମଧ୍ୟସ୍ଥି ରହିବେ ଏବଂ ସେମାନେ ନିଜ ନିଜର ଲାଭାଂଶ ବା କମିଶନ ଲାଗୁ କରିବେ, ତେବେ ସର୍ବଶେଷ ଖାଉଟିଙ୍କ ପାଇଁ ଜିନିଷର ମୂଲ୍ୟ ଯଥେଷ୍ଟ ଅଧିକ ହେବ। ବ୍ୟବସାୟରୁ ଅଧିକ ଲାଭ ପାଇବା ଲକ୍ଷ୍ୟରେ କେତେକ ବ୍ୟବସାୟୀ (ମଧ୍ୟସ୍ଥି) ଅପମିଶ୍ରଣ, ଗୋପନରେ ମହଜୁଦ କରିବା ଆଦି ଅନୁଚିତ ବ୍ୟାପାରିକ କାର୍ଯ୍ୟ କରିଥାନ୍ତି। ସେମାନେ ସମୟେ ସମୟେ ଅଧିକ ଲାଭ ଆଶାରେ ନିମ୍ନମାନର ସାମଗ୍ରୀର ପ୍ରବର୍ତ୍ତନ କରିଥାନ୍ତି ଏବଂ ଖାଉଟିଙ୍କୁ ଶୋଷଣ କରିଥାନ୍ତି। ମଧ୍ୟସ୍ଥିମାନେ ମଧ୍ୟ ହରତାଳ, ତାଲାବନ୍ଦ, ଫ୍ୟାସନ୍‌ରେ ପରିବର୍ତ୍ତନ ଓ ଖାଉଟିଙ୍କ ପସନ୍ଦ ଆଦିରେ ପରିବର୍ତ୍ତନ ଯୋଗୁଁ ହେଉଥିବା କ୍ଷତିକୁ ବହନ କରନ୍ତି ନାହିଁ। ଏହିସବୁ ଆଶଙ୍କା ଓ କ୍ଷତିକୁ ଉତ୍ପାଦନକାରୀଙ୍କୁ ବହନ କରିବାକୁ ପଡିଥାଏ। ବେଳେବେଳେ ଜଣେ ମଧ୍ୟସ୍ଥିଙ୍କ ଠାରୁ ଆଉ ଜଣେ ମଧ୍ୟସ୍ଥିଙ୍କୁ ଜିନିଷ ହସ୍ତାନ୍ତରଣ ଯୋଗୁଁ ଦ୍ରବ୍ୟର ପ୍ରବାହ ସୁଗମ ହେବା ପରିବର୍ତ୍ତେ ବରଂ ବିଳମ୍ବିତ ହୋଇଥାଏ।

ମଧ୍ୟସ୍ଥିଙ୍କ ଯୋଗୁଁ ହେଉଥିବା ଲାଭ କ୍ଷତିକୁ ତୁଳନାକଲେ ଆମେ ଦେଖିବା ଯେ ନିଶ୍ଚିତଭାବେ ଲାଭ ଅଧିକ ହୋଇଥାଏ। ଉପସଂହାରରେ ଏହା କୁହାଯାଇପାରେ ଯେ ବିତରଣ ପ୍ରକ୍ରିୟାରେ ମଧ୍ୟସ୍ଥିମାନେ ଉତ୍ପାଦନକାରୀ ଏବଂ ଖାଉଟିଙ୍କ ମଧ୍ୟରେ ଗୁରୁତ୍ୱପୂର୍ଣ୍ଣ ସଂଯୋଗ ସ୍ଥାପନ କରିଥାନ୍ତି।

ଟିପ୍ପଣୀ

ଏବେ ଆସ ଆମେ ପାଇକାରୀ ବ୍ୟବସାୟ ଏବଂ ଖୁଚୁରା ବ୍ୟବସାୟ ମଧ୍ୟରେ ତୁଳନା କରିବା: :

୨୨.୩.୩ ପାଇକାରୀ ବ୍ୟାପାର ଏବଂ ଖୁଚୁରା ବ୍ୟାପାର ମଧ୍ୟରେ ପାର୍ଥକ୍ୟ

ନିମ୍ନଲିଖିତ ଗୁଡ଼ିକ ପାଇକାରୀ ବ୍ୟାପାର ଏବଂ ଖୁଚୁରା ବ୍ୟାପାର ମଧ୍ୟରେ ଗୁରୁତ୍ୱପୂର୍ଣ୍ଣ ପ୍ରଭେଦ ଅଟେ:

କ୍ରମିକ ସଂଖ୍ୟା	ଆଧାର	ପାଇକାରୀ ବ୍ୟାପାର	ଖୁଚୁରା ବ୍ୟାପାର
୧.	ଦ୍ରବ୍ୟର ପ୍ରକାର	ଅଳ୍ପ ପ୍ରକାର	ବିଭିନ୍ନ ପ୍ରକାର
୨.	କିଣା-ବିକା ହେଉଥିବା ଦ୍ରବ୍ୟର ପରିମାଣ	ଅଧିକ	କମ୍
୩.	କ୍ରୟର ଉତ୍ସ	ଉତ୍ପାଦନକାରୀ	ପାଇକାରୀ /ଉତ୍ପାଦନକାରୀ
୪.	ମୁଖ୍ୟ କାର୍ଯ୍ୟକଳାପ	ପୁନଃ ବିକ୍ରି ପାଇଁ ଦ୍ରବ୍ୟର ବିକ୍ରିବଟା	ଉପଭୋଗ ବା ଚୂଡ଼ାନ୍ତ ବ୍ୟବହାର ପାଇଁ ଦ୍ରବ୍ୟ ବିକ୍ରି
୫.	ଆବଶ୍ୟକ ପୁଞ୍ଜି ପରିମାଣ	ଅଧିକ	କମ୍
୬.	ଉତ୍ପାଦନକାରୀ /ଖାଉଟିଙ୍କ ସହ ସମ୍ପର୍କ	ଉତ୍ପାଦନକାରୀଙ୍କ ସହ ପ୍ରତ୍ୟକ୍ଷ ଏବଂ ଖାଉଟିଙ୍କ ସହ ପରୋକ୍ଷ ସମ୍ପର୍କ	ଉତ୍ପାଦନକାରୀଙ୍କ ସହ ପରୋକ୍ଷ ଏବଂ ଖାଉଟିଙ୍କ ସହ ପ୍ରତ୍ୟକ୍ଷ ସମ୍ପର୍କ
୭.	ଅବସ୍ଥିତି	ଏକା ପ୍ରକାର ଦ୍ରବ୍ୟ କାରବାର କରୁଥିବା ପାଇକାରୀ ବିକ୍ରେତାଙ୍କ ନିକଟରେ ବା ସମାନ ଅଞ୍ଚଳରେ ଅବସ୍ଥିତ ସବିଶେଷ ପ୍ରଦର୍ଶନ	ଆବାସିକ ସ୍ଥାନରେ ବା ଜନବସତି ଅଞ୍ଚଳରେ ଅବସ୍ଥିତ
୮.	ପ୍ରଦର୍ଶନ	ଅନାବଶ୍ୟକ	ଆକର୍ଷଣୀୟ ପ୍ରଦର୍ଶନ ଆବଶ୍ୟକ

ପାଠଗତ ପ୍ରଶ୍ନାବଳୀ ୨୨ ଖ

୧. ମଧ୍ୟସ୍ଥି ଲୋପ ପାଇବା ଉଚିତ୍ । ଏ କଥାରେ ତୁମେ ଏକମତ କି ? ଗୋଟିଏ କାରଣ ଲେଖ ।

____

୨. ନିମ୍ନ ବାକ୍ୟ ଗୁଡ଼ିକ ଯଦି ଭୁଲ୍ ଥାଏ ତେବେ ସଂଶୋଧନ କର ।

(କ) ଖାଉଟିଙ୍କ ସହ ଜଣେ ପାଇକାରୀ ବିକ୍ରେତାଙ୍କ ପ୍ରତ୍ୟକ୍ଷ ସମ୍ପର୍କ ଥାଏ ।

____

(ଖ) ପାଇକାରୀ ବ୍ୟାପାର କ୍ଷେତ୍ରରେ କମ୍ ପରିମାଣର ପୁଞ୍ଜି ଆବଶ୍ୟକ ।

____

(ଗ) ବିତରଣ ପ୍ରକ୍ରିୟାରେ ଉତ୍ପାଦନକାରୀ ଜଣେ ମଧ୍ୟସ୍ଥି ଅଟନ୍ତି ।

____

(ଘ) ଅନେକ ମଧ୍ୟସ୍ଥିଙ୍କ ଅବସ୍ଥିତି ଯୋଗୁଁ ଉତ୍ପାଦର ମୂଲ୍ୟ ବୃଦ୍ଧି ପାଏ ।

____

(ଙ) ପାଇକାରୀ ବିକ୍ରେତା ଖୁଚୁରା ବିକ୍ରେତାଙ୍କ ଠାରୁ ଦ୍ରବ୍ୟ କ୍ରୟ କରନ୍ତି ।

____

୨୨.୪ ଖୁଚୁରା ବ୍ୟାପାରର ପ୍ରକାର

ପୂର୍ବ ଭାଗରେ ତୁମେ ଖୁଚୁରା ବ୍ୟାପାର ସମ୍ପର୍କରେ ପଢ଼ିଛ । ତୁମ ଗାଁରେ ବା ସହରରେ ନିକଟସ୍ଥ ଦୋକାନରୁ ତୁମେ କମ୍ ପରିମାଣର ଜିନିଷ କିଣ । ବଡ଼ ବଡ଼ ସହରରେ ଏକ ବଡ଼ ଦୋକାନରୁ ବା ଗୋଟିଏ ବଡ଼ ଦୋକାନର ବିଭିନ୍ନ କାଉଣ୍ଟରରୁ ତୁମେ ଜିନିଷ କିଣି ପାରିବ । ସେମାନେ ସମସ୍ତେ ଖୁଚୁରା ବ୍ୟାପାରରେ ନିୟୋଜିତ ।

ବ୍ୟବସାୟର ଆକାର ଆଧାରରେ ଆମେ ଖୁଚୁରା ବ୍ୟବସାୟକୁ କ୍ଷୁଦ୍ର, ମଧ୍ୟମ ଏବଂ ବୃହତ୍ ବ୍ୟବସାୟ ରୂପେ ଶ୍ରେଣୀ ଭୁକ୍ତ କରି ପାରିବା । ମାଲିକାନା ପ୍ରକାର ଆଧାରରେ ଏହା ଏକକ ମାଲିକାନା ବ୍ୟବସାୟ, ଭାଗିଦାରୀ ଫାର୍ମ, ସମବାୟ ସମିତି ବା ଯୌଥ ପୁଞ୍ଜି କମ୍ପାନୀ ହୋଇପାରେ । ମାତ୍ର ଖୁଚୁରା ବ୍ୟବସାୟକୁ ବିଭାଜନ କରିବାର ସବୁଠାରୁ ସାଧାରଣ ମାଧ୍ୟମ ହେଉଛି ଅବସ୍ଥିତି – ଅର୍ଥାତ୍ ସେସବୁ ଏକ ସ୍ଥାୟୀ ସ୍ଥାନରେ ନା ଅସ୍ଥାୟୀ ସ୍ଥାନରେ । ଏହି ଆଧାରରେ ଖୁଚୁରା ବ୍ୟବସାୟ ଦୁଇ ପ୍ରକାରର :

୧. ଭ୍ରମଣରତ / ଭ୍ରାମ୍ୟମାଣ ଖୁଚୁରା ବ୍ୟବସାୟ (Itinerant Retailing)

୨. ସ୍ଥାୟୀ ଦୋକାନ ଖୁଚୁରା ବ୍ୟବସାୟ (Fixed Shop Retailing)

ଟିପ୍ପଣୀ

- ବୁଲା ବିକାଳୀ ଓ ଫେରିବାଲା
- ହାଟୁଆ ବ୍ୟାପାରୀ
- ପଥପାର୍ଶ୍ୱ ବିକାଳି

ଆସ, ଆମେ ଏ ଦୁଇଟି ବିଷୟରେ ବିସ୍ତୃତରେ ଆଲୋଚନା କରିବା।

୧. **ଭ୍ରମଣରତ /ଭ୍ରାମ୍ୟମାଣ ଖୁଚୁରା ବ୍ୟବସାୟ :**

ଭ୍ରମଣରତ ଖୁଚୁରା ବ୍ୟବସାୟ ଏକ ପ୍ରକାର କ୍ଷୁଦ୍ରାକୃତି ବ୍ୟବସାୟ ଯେଉଁଥିରେ ବିକ୍ରେତା ଆଖ ପାଖ ଅଞ୍ଚଳରେ ବୁଲି ବୁଲି ଖାଉଟିଙ୍କୁ ସିଧାସଳଖ ବିଭିନ୍ନ ପ୍ରକାର ଜିନିଷ ବ୍ରିକ୍ରି କରିଥାନ୍ତି। ସେମାନଙ୍କର କୌଣସି ନିର୍ଦ୍ଦିଷ୍ଟ ସ୍ଥାୟୀ ଦୋକାନ ନଥାଏ ଯେଉଁଠାରେ ସେମାନେ ବସି ବିକ୍ରି କରି ପାରିବେ। ତୁମେ ସକାଳୁ ସକାଳୁ କିଛି ଲୋକ ଖବରକାଗଜ ବାଣ୍ଟିବା; ବସ୍ ଓ ଟ୍ରେନ୍‌ରେ ଚଣା, ଚୁଡ଼ି, ଖେଳଣା ଆଦି ବିକ୍ରି କରିବା; ବଳଦଗାଡ଼ି ସାହାଯ୍ୟରେ ତୁମ ଅଞ୍ଚଳରେ ଫଳ ଓ ପନିପରିବା ବିକ୍ରି କରିବା; ସାଇକେଲରେ ଆଇସ୍‌କ୍ରିମ୍ ଏବଂ ନମ୍‌କିନ୍ ଆଦି ବିକ୍ରି କରିବା; ଠେଲାଗାଡ଼ିରେ ଚାଉଳ, ମାଟିପାତ୍ର କିମ୍ବା ଏପରିକି କାର୍ପେଟ (ଗାଲିଚା) ବିକ୍ରି କରିବା ଇତ୍ୟାଦି ନିଶ୍ଚୟ ଦେଖିଥିବ। ତୁମ ଅଞ୍ଚଳର ରାସ୍ତାକଡ଼ରେ ବା ଫୁଟ୍‌ପାଥ୍‌ରେ ମଧ୍ୟ ତୁମେ ସେମାନଙ୍କୁ ଦେଖିଥିବ।

ବଜାର ଏବଂ ସହରରେ ଆମେ ବିଭିନ୍ନ ପ୍ରକାରର ଭ୍ରମଣରତ ଖୁଚୁରା ବ୍ୟବସାୟୀଙ୍କୁ ଦେଖୁ। କେତେକ ବ୍ୟବସାୟୀ ବିଭିନ୍ନ ବଜାରରେ ସପ୍ତାହର ଏକ ନିର୍ଦ୍ଦିଷ୍ଟ ଦିନରେ ଦେଖିବାକୁ ମିଳିଥାନ୍ତି। ଗାଁ ଗହଳିରେ ସେହି ବଜାର ସ୍ଥାନକୁ "ହାଟ" ଏବଂ ବଜାର ବା ସହରାଞ୍ଚଳରେ ସେହି ସ୍ଥାନକୁ "ସାପ୍ତାହିକୀ ବଜାର" କୁହାଯାଏ। ଘରକୁ ଘର ବୁଲି ସାମଗ୍ରୀ ବିକ୍ରି କରିବା ମଧ୍ୟ ଭ୍ରମଣରତ ଖୁଚୁରା ବ୍ୟବସାୟ ଅନ୍ତର୍ଗତ। ଅଧିକାଂଶ କ୍ଷେତ୍ରରେ ଜିନିଷର ଦର ସ୍ଥିର ହୋଇ ନଥାଏ ଏବଂ ଖାଉଟିଙ୍କ ସହ ମୂଲଚାଲ ଜରିଆରେ ଏହା ନିର୍ଦ୍ଧାରିତ ହୋଇଥାଏ। ଆହୁରି ମଧ୍ୟ ଅଧିକାଂଶ କ୍ଷେତ୍ରରେ ବିକ୍ରି ହେଉଥିବା ଜିନିଷ କୌଣସି ବ୍ରାଣ୍ଡ୍‌ଭୁକ୍ତ ହୋଇନଥାଏ।

୨. **ସ୍ଥାୟୀ ଦୋକାନ ଖୁଚୁରା ବ୍ୟବସାୟ :**

ଏହି ଧରଣର ବ୍ୟବସାୟରେ ବିକ୍ରେତା ଏକ ନିର୍ଦ୍ଦିଷ୍ଟ ସ୍ଥାନରୁ ଦ୍ରବ୍ୟ ଓ ସେବା ବିକ୍ରି କରିଥାନ୍ତି ଯାହାକୁ 'ଦୋକାନ' କହନ୍ତି। ଖାଉଟିଙ୍କୁ ସେବା ଯୋଗାଇବା ପାଇଁ ସେମାନଙ୍କୁ ଗୋଟିଏ ସ୍ଥାନରୁ ଅନ୍ୟ ସ୍ଥାନକୁ ଯିବାକୁ ପଡ଼ିନଥାଏ। ଏହିସବୁ ଦୋକାନ ସାଧାରଣତଃ ବଜାର ଅଞ୍ଚଳରେ ବା ବାଣିଜ୍ୟିକ ଅଞ୍ଚଳରେ ବା ଅଧିକା ଜନବସତି ଅଞ୍ଚଳରେ ରହିଥାଏ। ଏହିସବୁ ଦୋକାନରେ ସାଧାରଣତଃ ସୀମିତ ପ୍ରକାରର ସାମଗ୍ରୀ ଉପଲବ୍ଧ ହୋଇଥାଏ। ନେଣଦେଣର ପରିମାଣ ବା ପ୍ରଚଳନ କାର୍ଯ୍ୟର ପରିମାଣ ଆଧାରରେ ସ୍ଥାୟୀ ଦୋକାନ ଖୁଚୁରା ବ୍ୟବସାୟକୁ ଦୁଇ ପ୍ରକାରରେ ବିଭକ୍ତ କରାଯାଇଛି:

(କ) କ୍ଷୁଦ୍ର ସ୍ଥାୟୀ ଦୋକାନ ଖୁଚୁରା ବ୍ୟବସାୟ, ଏବଂ

(ଖ) ବୃହତ୍ ସ୍ଥାୟୀ ଦୋକାନ ଖୁଚୁରା ବ୍ୟବସାୟ

ଏବେ ଆସ ଏହି ଦୁଇ ପ୍ରକାରର ଖୁଚୁରା ବ୍ୟବସାୟ ସମ୍ପର୍କରେ ଜାଣିବା।

୨୨.୫ ସ୍ଥାୟୀ ଦୋକାନ ଖୁଚୁରା ବ୍ୟବସାୟ - କ୍ଷୁଦ୍ରାକୃତି ବିଶିଷ୍ଟ

ପ୍ରତ୍ୟେକ ଅଞ୍ଚଳରେ ତୁମେ ସ୍ଥାୟୀ ଦୋକାନ ଖୁଚୁରା ବ୍ୟବସାୟୀଙ୍କୁ କ୍ଷୁଦ୍ରାକାରରେ ଦ୍ରବ୍ୟ ଓ ସେବାର କାରବାର କରୁଥିବା ଦେଖିଥିବ। ସେମାନେ କମ୍ କିସମର ଏବଂ କମ୍ ପରିମାଣର ଦ୍ରବ୍ୟ ବା ସେବା କାରବାର କରନ୍ତି ଏବଂ ସ୍ଥାନୀୟ ଅଞ୍ଚଳର ଚାହିଦା ମେଣ୍ଟାଇଥାନ୍ତି। ସେମାନେ କମ୍ ପରିମାଣର ପୁଞ୍ଜି

ଆବଶ୍ୟକ କରନ୍ତି ଏବଂ ସୀମିତ ସଂଖ୍ୟକ ଖାଉଟିଙ୍କୁ ଦ୍ରବ୍ୟ ବା ସେବା ଯୋଗାଇଥାନ୍ତି । ତୁମ ଅଞ୍ଚଳର ତେଜରାତି ଦୋକାନ ଏହି କ୍ଷୁଦ୍ର ସ୍ଥାୟୀ ଦୋକାନ ଖୁଚୁରା ବ୍ୟବସାୟ ଅନ୍ତର୍ଗତ । ସେମାନେ କାରବାର କରୁଥିବା ଦ୍ରବ୍ୟର ପ୍ରକୃତି ଆଧାରରେ ଆମେ ସେସବୁକୁ ନିମ୍ନମତେ ବିଭକ୍ତ କରିପାରିବା:

(i) ସାଧାରଣ ଭଣ୍ଡାର ବା ବିବିଧ ଭଣ୍ଡାର ବା ଭେରାଇଟି ଷ୍ଟୋର

(ii) ସିଙ୍ଗଲ ଲାଇନ୍ ଷ୍ଟୋର ବା ଏକକ ଦ୍ରବ୍ୟ ଭଣ୍ଡାର

(iii) ବିଶେଷ ଦ୍ରବ୍ୟ ଭଣ୍ଡାର

(iv) ପୁରୁଣା ଦ୍ରବ୍ୟ ଦୋକାନ

ଆସ ଏହି ସବୁ ଭଣ୍ଡାର ସମ୍ପର୍କରେ ସବିଶେଷ ଜାଣିବା -

(i) ସାଧାରଣ ଭଣ୍ଡାର ବା ବିବିଧ ଭଣ୍ଡାର

ନାମରୁ ସ୍ପଷ୍ଟ ହେବା ପରି ଏହିସବୁ ଦୋକାନରେ ସାଧାରଣ ବ୍ୟବହାରୋପଯୋଗୀ ବିଭିନ୍ନ ସାମଗ୍ରୀ ରହିଥାଏ । ଲୋକମାନେ ଦୈନନ୍ଦିନ ବ୍ୟବହାର କରୁଥିବା ଜିନିଷ ସବୁ ଏହି ଷ୍ଟୋର୍‌ରେ ମିଳେ । ଉଦାହରଣ ସ୍ୱରୂପ, ଏକ ଭେରାଇଟି ଷ୍ଟୋର୍‌ରେ ତୁମେ ସ୍ନାନ-ଶୌଚ ସାମଗ୍ରୀ, ବୁଣାବୁଣି ସାମଗ୍ରୀ, ବିସ୍କୁଟ ଓ ଜଳଖିଆ ସାମଗ୍ରୀ, ତେଜରାତି, ପ୍ରସାଧନ ସାମଗ୍ରୀ, ଉପହାର ସାମଗ୍ରୀ ଏବଂ ଷ୍ଟେସ୍‌ନେରୀ ଆଦି ପାଇପାରିବ । ସାଧାରଣତଃ, ଏହି ଖୁଚୁରା ବ୍ୟାପାରୀମାନେ କେବଳ ନଗଦ ଅର୍ଥରେ ପ୍ରତ୍ୟକ୍ଷ ବିକ୍ରି କରିଥାନ୍ତି । ପରନ୍ତୁ ନିୟମିତ ଖାଉଟିଙ୍କ ପାଇଁ ଏହିସବୁ ଖୁଚୁରା ବିକ୍ରେତା ରିହାତି ଦିଅନ୍ତି, ବାକି ସୁବିଧା ଏବଂ ଘରେ ମାଗଣାରେ ବିତରଣ ସୁବିଧା ଯୋଗାଇଥାନ୍ତି ।

(ii) ଏକକ ଦ୍ରବ୍ୟ ଭଣ୍ଡାର

ଏହିସବୁ ଷ୍ଟୋର୍ ଏକ ନିର୍ଦ୍ଦିଷ୍ଟ ପ୍ରକାର (ଧାରା)ର ଦ୍ରବ୍ୟରେ କାରବାର କରିଥାନ୍ତି । ତୁମେ ଔଷଧ ଦୋକାନ, ବହି ଦୋକାନ, ଖେଳଣା ଦୋକାନ, ରେଡ଼ିମେଡ଼ ପୋଷାକ ଦୋକାନ ଆଦି ନିଶ୍ଚୟ ଦେଖିଥିବ । ସେସବୁ ସିଙ୍ଗଲ ଲାଇନ୍ ଷ୍ଟୋର ବା ଏକକ ଦ୍ରବ୍ୟ ଭଣ୍ଡାର ଅଟେ । ସେମାନେ ଗୋଟିଏ ଉତ୍ପାଦ ଧାରାର ବିଭିନ୍ନ ଆକାର(ମାପ), ବ୍ରାଣ୍ଡ, ଡିଜାଇନ, ଷ୍ଟାଇଲ୍ ଏବଂ ଗୁଣର ଦ୍ରବ୍ୟ ବିକ୍ରି କରିଥାନ୍ତି ।

(iii) ବିଶେଷ ଦ୍ରବ୍ୟ ଭଣ୍ଡାର

ଏହି ସବୁ ଷ୍ଟୋର୍‌ରେ ଏକ ସ୍ୱତନ୍ତ୍ର ବ୍ରାଣ୍ଡ୍ ବା କମ୍ପାନୀର ଜିନିଷ ଉପଲବ୍ଧ ଥାଏ । ଏକ ନିର୍ଦ୍ଦିଷ୍ଟ ବ୍ରାଣ୍ଡ୍ ବା ଉତ୍ପାଦନକାରୀଙ୍କର ସବୁ ପ୍ରକାର ସମାଗ୍ରୀ ଏହିସବୁ ଷ୍ଟୋର୍‌ରେ ଉପଲବ୍ଧ ହୋଇଥାଏ । ତୁମେ ଉଡ୍‌ଲାଣ୍ଡ ଜୋତା ଦୋକାନ ନିଶ୍ଚୟ ଦେଖିଥିବ ଯେଉଁଠାରେ ଜୋତା ଠାରୁ ଆରମ୍ଭ କରି ବସ୍ତ୍ର ପର୍ଯ୍ୟନ୍ତ ଉଡ୍‌ଲାଣ୍ଡ କମ୍ପାନୀ ପ୍ରସ୍ତୁତ ସମସ୍ତ ସାମଗ୍ରୀ ସେଠାରେ ମିଳିଥାଏ ।

(iv) ପୁରୁଣା ଦ୍ରବ୍ୟ ଦୋକାନ

ସମ୍ପ୍ରତି ବିଭିନ୍ନ ନଗର ଓ ସହରରେ ଆମେ ଏପରି ଦୋକାନ ଦେଖିବାକୁ ପାଉ ଯେଉଁଗୁଡ଼ିକ ବ୍ୟବହୃତ ସାମଗ୍ରୀ ବା ପୁରୁଣା ଦ୍ରବ୍ୟ ବିକ୍ରି କରିଥାନ୍ତି । ସେହିସବୁ ଦୋକାନରେ ସାଧାରଣତଃ ବହି, ଆସବାବପତ୍ର, ପୋଷାକ ଏବଂ ଅନ୍ୟାନ୍ୟ ଘରକରଣା ଜିନିଷ ବିକ୍ରି ହୋଇଥାଏ ।

ଟିପ୍ପଣୀ

ପାଠଗତ ପ୍ରଶ୍ନାବଳୀ ୨୨ ଗ

୧. ଭ୍ରାମ୍ୟମାଣ ଖୁଚୁରା ବ୍ୟବସାୟ କହିଲେ କ'ଣ ବୁଝ ?

____

____

୨. ନିମ୍ନଲିଖିତ ଗୁଡ଼ିକ କେଉଁ ପ୍ରକାରର ଖୁଚୁରା ବ୍ୟବସାୟ ଚିହ୍ନଟ କର ।

(କ) ବହି, ଖେଳଣା ଆଦି ଗୋଟିଏ ନିର୍ଦ୍ଦିଷ୍ଟ ପ୍ରକାର (ଧାରା)ର ଉତ୍ପାଦ ବିକ୍ରି କରୁଥିବା ଷ୍ଟୋର୍ ।

(ଖ) ଗୋଟିଏ ନିର୍ଦ୍ଦିଷ୍ଟ ବ୍ରାଣ୍ଡର ବିଭିନ୍ନ ପ୍ରକାର ଉତ୍ପାଦ ବିକ୍ରି କରୁଥିବା ଷ୍ଟୋର୍ ।

(ଗ) ବିଭିନ୍ନ ପ୍ରକାରର ନିତ୍ୟ ବ୍ୟବହାର୍ଯ୍ୟ ସାମଗ୍ରୀ ବିକ୍ରି କରୁଥିବା ଷ୍ଟୋର୍

(ଘ) ସହରର ଫୁଟ୍‌ପାଥ୍‌ରେ ଜିନିଷ ବିକ୍ରି କରୁଥିବା ଦୋକାନ

(ଙ) ଶସ୍ତାରେ ବ୍ୟବହୃତ ପୋଷାକ କିମ୍ବା ପୁସ୍ତକ ବିକ୍ରି କରୁଥିବା ଷ୍ଟୋର୍

୨୨.୬ ବୃହତ ସ୍ଥାୟୀ ଦୋକାନ ଖୁଚୁରା ବ୍ୟବସାୟ- ବୃହଦାକାର

ଉପରେ ବର୍ଣ୍ଣନା କରାଯାଇଥିବା ପରି କ୍ଷୁଦ୍ରାକୃତି ଖୁଚୁରା ବ୍ୟବସାୟ ବ୍ୟତୀତ ବୃହଦାକାରରେ (ବେଶୀ ପରିମାଣରେ) ଉତ୍ପାଦ ବିକ୍ରି କରୁଥିବା କେତେକ ବୃହଦାକୃତି ଖୁଚୁରା ଦୋକାନ ମଧ୍ୟ ରହିଛି । ସେସବୁ ବୃହଦାକାର ସ୍ଥାୟୀ ଦୋକାନ ଖୁଚୁରା ବ୍ୟବସାୟ ଅନ୍ତର୍ଗତ ।

ବୃହଦାକାର ଖୁଚୁରା ବ୍ୟବସାୟ ହେଉଛି ସେହିସବୁ ବ୍ୟବସାୟ ଯେଉଁଗୁଡ଼ିକରେ ଗୋଟିଏ ପ୍ରକାରର ଦ୍ରବ୍ୟ ବା ଏକାଧିକ ପ୍ରକାରର ଉତ୍ପାଦ ଗୋଟିଏ ବଡ଼ ଦୋକାନରେ ବା ଏକାଧିକ ଦୋକାନରେ ଅଧିକ ସଂଖ୍ୟକ ଖାଉଟିଙ୍କ ପାଇଁ ଉପଲବ୍ଧ କରାଯାଇଥାଏ ଏବଂ ଗ୍ରାହକମାନଙ୍କ ସୁବିଧା ମୁତାବକ ସ୍ଥାନରେ ଦ୍ରବ୍ୟଗୁଡ଼ିକର ବିତରଣ କରାଯାଇଥାଏ ।

ବୃହଦାକାର ଖୁଚୁରା ବ୍ୟବସାୟର ପ୍ରକାର

ଭାରତରେ ସାଧାରଣତଃ ଆମେ ନିମ୍ନ ପ୍ରକାରର ବୃହଦାକାର ଖୁଚୁରା ବ୍ୟବସାୟ ଦେଖୁ । ସେଗୁଡ଼ିକ ହେଲା :

(କ) ବିଭାଗୀୟ ଷ୍ଟୋର୍ /ଭଣ୍ଡାର

(ଖ) ବହୁମୁଖୀ ଦୋକାନ / ଭଣ୍ଡାର

(ଗ) ସୁପର ବଜାର

(ଘ) ଖାଉଟି ସମବାୟ ଭଣ୍ଡାର

(ଙ) ମେଲ୍ ଅର୍ଡ଼ର ରିଟେଲିଂ ବା ଡ଼ାକ ବରାଦ ଖୁଚୁରା ବ୍ୟବସାୟ

(ଚ) ଫ୍ରାଞ୍ଚାଇଜ୍ ବା କ୍ଷମତାପ୍ରାପ୍ତ ଷ୍ଟୋର୍

ଏହିସବୁ ବିଷୟରେ ଆସ ଆମେ ବିସ୍ତାରରେ ଆଲୋଚନା କରିବା ।

୨୨.୭ ବିଭାଗୀୟ ଷ୍ଟୋର୍ /ଭଣ୍ଡାର

ବିଭାଗୀୟ ଷ୍ଟୋର ଏକ ବୃହଦାକାର ଖୁଚୁରା ଦୋକାନ ଯେଉଁଠାରେ ବିଭିନ୍ନ ପ୍ରକାରର ସାମଗ୍ରୀ ଗୋଟିଏ କୋଠାରେ ବିକ୍ରି କରାଯାଇଥାଏ। ପୂରା କୋଠାଟି କେତେକ ବିଭାଗ ବା ଭାଗରେ ବିଭକ୍ତ କରାଯାଇଥାଏ। ପ୍ରତି ବିଭାଗରେ ସ୍ୱତନ୍ତ୍ର ଧରଣର ଦ୍ରବ୍ୟ ଯଥା- ଷ୍ଟେସନେରୀ ସାମଗ୍ରୀ, ବହି, ଇଲେକ୍ଟ୍ରୋନିକ୍ ସାମଗ୍ରୀ, ପୋଷାକ, ଗହଣା ଆଦି ଉପଲବ୍ଧ ହୋଇଥାଏ। ଏହିସବୁ ବିଭାଗ ଗୋଟିଏ ପରିଚାଳନା ଦ୍ୱାରା କେନ୍ଦ୍ରୀୟ ଭାବେ ନିୟନ୍ତ୍ରିତ ହୋଇଥାଏ। ଥରେ ତୁମେ ସେହିସବୁ ଷ୍ଟୋର୍‌ରେ ପ୍ରବେଶ କଲେ ଗୋଟିଏ ବିଭାଗରୁ ଆଉ ଗୋଟିଏ ବିଭାଗକୁ ଯାଇ ତୁମେ ତୁମର ପୂରା ବଜାର (କିଣା କିଣି) କରିପାରିବ। ଗୋଟିଏ ଷ୍ଟୋର୍‌ରେ କିଣା କିଣି କରିବାକୁ ପ୍ରୋତ୍ସାହିତ କରିବା ପାଇଁ ଏହିସବୁ ଷ୍ଟୋର୍‌ରେ ଖାଉଟିଙ୍କ ସୁବିଧା ପାଇଁ ରେଷ୍ଟୋରାଁ, ଟେଲିଫୋନ୍, ଶୌଚାଳୟ , ଏ.ଟି.ଏମ୍. (ATM) ଆଦିର ବ୍ୟବସ୍ଥା ମଧ୍ୟ ରହିଥାଏ। ଏହିସବୁ ଷ୍ଟୋର୍ ମଧ୍ୟ ବିନାମୂଲ୍ୟରେ ଖାଉଟିଙ୍କ ଘରେ ଜିନିଷ ଯୋଗାଇଥାନ୍ତି। ଏପରିକି ଟେଲିଫୋନ୍‌ରେ ବରାଦକୁ କାର୍ଯ୍ୟକାରୀ କରିବା ସହ ବାକିରେ ମଧ୍ୟ ଜିନିଷ ଯୋଗାଇଥାନ୍ତି। ଏହା ସାଧାରଣତଃ ନଗର ବା ସହରର ମୁଖ୍ୟ ବାଣିଜ୍ୟିକ କେନ୍ଦ୍ରରେ ରହିଥାଏ, ଯେପରିକି ବିଭିନ୍ନ ସ୍ଥାନରୁ ଖାଉଟି ସହଜରେ ଆସି କିଣାକିଣି କରି ପାରିବେ। ବିଗ୍ ବଜାର, ବିଶାଳ ମେଗାମାର୍ଟ, ଇବୋନୀ, ସପର୍ସ ଷ୍ଟପ୍ ଆଦି କେତେକ ବିଭାଗୀୟ ଷ୍ଟୋର ଆମ ଦେଶରେ ବେଶ୍ ଜଣାଶୁଣା।

୨୨.୭.୧ ବିଭାଗୀୟ ଷ୍ଟୋର୍‌ର ଉପାଦେୟତା

(କ) ସେମାନେ ଗୋଟିଏ ଛାତ ତଳେ ଖାଉଟିଙ୍କୁ ବିଭିନ୍ନ ପ୍ରକାରର ଉତ୍ପାଦ ବିକ୍ରି କରିଥାନ୍ତି। ତେଣୁ ଏହା ଦ୍ୱାରା ଖାଉଟିଙ୍କ ସମୟ ଏବଂ ଶ୍ରମ ସଞ୍ଚୟ ହୋଇଥାଏ।

(ଖ) ବିଭାଗୀୟ ଭଣ୍ଡାର ବିଭିନ୍ନ ନିର୍ମାତାଙ୍କ ଦ୍ୱାରା ପ୍ରସ୍ତୁତ ଭିନ୍ନ ଭିନ୍ନ ପ୍ରକାରର ଉତ୍ପାଦ ବିକ୍ରି କରିଥାନ୍ତି।

(ଗ) ସେମାନେ ସିଧାସଳଖ ଉତ୍ପାଦନକାରୀଙ୍କଠାରୁ ଏକ ସମୟରେ ଅଧିକ ସାମଗ୍ରୀ କ୍ରୟ କରନ୍ତି। ଫଳରେ ଅଧିକ ରିହାତି ପାଇଥାନ୍ତି। ଏଣୁ ସେମାନେ ବୃହଦାକାର ପ୍ରଚଳନର ମିତବ୍ୟୟତାର ଫାଇଦା ନେଇଥାନ୍ତି।

(ଘ) ଯେହେତୁ ଏହିସବୁ ଷ୍ଟୋର୍ ବୃହଦାକାରରେ ସଂଗଠିତ ହୋଇଥାଏ, ସେହି କାରଣରୁ ସେମାନେ ଉତ୍ତମ ସେବା ଯୋଗାଣ ପାଇଁ ଦକ୍ଷ ଓ ତାଲିମପ୍ରାପ୍ତ କର୍ମଚାରୀଙ୍କୁ ନିଯୁକ୍ତି ଦେଇପାରିଥାନ୍ତି।

(ଙ) ବିଭାଗୀୟ ଷ୍ଟୋର୍‌ର ଏକ ଅଂଶ ସ୍ୱରୂପ ପ୍ରତ୍ୟେକ ବିଭାଗ ଅନ୍ୟ ବିଭାଗ ପାଇଁ ପ୍ରଚାରର ମାଧ୍ୟମ ହୋଇଥାଏ। ଗୋଟିଏ ବିଭାଗକୁ ଯାଉଥିବା ଖାଉଟି ସେହି ବିଭାଗରେ ପ୍ରଦର୍ଶିତ ଅନ୍ୟ ବିଭାଗର ଉତ୍ପାଦ ଦେଖି ଅନ୍ୟ ବିଭାଗକୁ ଯାଇଥାନ୍ତି ଏବଂ ଜିନିଷ କ୍ରୟ କରିଥାନ୍ତି।

ଏହିସବୁ ଉପାଦେୟତା ସତ୍ତ୍ୱେ ବିଭାଗୀୟ ଭଣ୍ଡାରର କେତେକ ସୀମାବଦ୍ଧତା ମଧ୍ୟ ରହିଛି।

୨୨.୭.୨ ବିଭାଗୀୟ ଭଣ୍ଡାରର ସୀମା ବଦ୍ଧତା

(କ) ବିଭାଗୀୟ ଭଣ୍ଡାର ସ୍ଥାପନା ଏବଂ ପରିଚାଳନା ପାଇଁ ଅଧିକ ପୁଞ୍ଜି ବିନିଯୋଗ ଆବଶ୍ୟକ ହୋଇଥାଏ ।

(ଖ) ଏଗୁଡ଼ିକ ସାଧାରଣତଃ ଜନବସତିଠାରୁ ଅନେକ ଦୂରରେ ହୋଇଥାଏ । ଏଣୁ ନିତ୍ୟ ବ୍ୟବହାର୍ଯ୍ୟ ସାମଗ୍ରୀ କ୍ରୟ କରିବା ପାଇଁ ଲୋକମାନଙ୍କ ନିମନ୍ତେ ଏହା ଉପାଦେୟ ହୋଇନଥାଏ ।

(ଗ) ବିଭାଗୀୟ ଭଣ୍ଡାରର ପରିଚାଳନା ବ୍ୟୟ ଅଧିକ ଯେହେତୁ ଏଥିରେ ସ୍ଥାପନା ମୂଲ୍ୟ (କୋଠାର ଭଡ଼ା ବା କିଣାଦାମ୍ ଆକାରରେ), କୋଠାର ସାଜସଜ୍ଜା , ଅଧିକ ସଂଖ୍ୟକ କର୍ମଚାରୀଙ୍କ ବେତନ ଆଦି ଏବଂ ଖାଉଟିଙ୍କ ସୁବିଧା ପାଇଁ ବିଭିନ୍ନ ବ୍ୟବସ୍ଥାର ବ୍ୟୟ ସାମିଲ ହୋଇଥାଏ ।

(ଘ) ବିଭାଗୀୟ ଷ୍ଟୋର୍‌ରେ ମାଲିକ ଏବଂ ଖାଉଟିଙ୍କ ମଧ୍ୟରେ ପ୍ରତ୍ୟକ୍ଷ ସମ୍ପର୍କ ନ ଥାଏ । ବିଭାଗୀୟ ଷ୍ଟୋର୍‌ର କର୍ମଚାରୀମାନେ ହିଁ ଖାଉଟିଙ୍କ ସହ ସମ୍ପର୍କରେ ଥାନ୍ତି । ଖାଉଟିଙ୍କ ପସନ୍ଦ, ନାପସନ୍ଦ, ଆଗ୍ରହ, ଅନାଗ୍ରହ ଆଦି ସମ୍ପର୍କରେ ମାଲିକଙ୍କୁ ପ୍ରାରମ୍ଭିକ ସୂଚନା ମିଳିଥାଏ ।

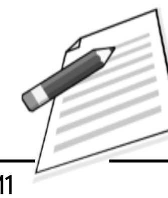
୨୨.୮ ବହୁମୁଖୀ ଦୋକାନ (Multiple Shops)

ପୂର୍ବ ଅନୁଚ୍ଛେଦରେ ଆମେ ଜାଣିଛେ ଯେ ଗୋଟିଏ ବିଭାଗୀୟ ଷ୍ଟୋର୍‌ରେ ଗୋଟିଏ କୋଠାରେ ପୂରା ବ୍ୟବସାୟ ଚାଲିଥାଏ ଏବଂ ଖାଉଟିଙ୍କୁ ସେଠାକୁ ଆକର୍ଷିତ କରାଯାଇଥାଏ । ବର୍ତ୍ତମାନ ଆମେ ବହୁମୁଖୀ ଦୋକାନ ବିଷୟରେ ଜାଣିବା ଯେଉଁଠାରେ ଖାଉଟିଙ୍କୁ ଆକର୍ଷିତ କରିବା ପାଇଁ ବଡ଼ ବଡ଼ ନିର୍ମାତା ମାନେ ଖାଉଟିଙ୍କ ହାତ ପାଆନ୍ତାରେ ଅନେକ ଦୋକାନ ସ୍ଥାପନ କରିଥାନ୍ତି । ତୁମେ କେବେ ଲକ୍ଷ୍ୟ କରିଛ କି ତୁମ ସହର ବା ନଗରରେ କେତେକ ଖୁଚୁରା ଭଣ୍ଡାର ରହିଛି ଯେଉଁଗୁଡ଼ିକର ନାମ ଓ ସାଜସଜ୍ଜା ସମାନ ଅଟେ ଏବଂ ସେଗୁଡ଼ିକରେ ବିକ୍ରିବଟା ହେଉଥିବା ସାମଗ୍ରୀ ମଧ୍ୟ ଗୋଟିଏ ପ୍ରକାରର ଏବଂ ଗୋଟିଏ ବ୍ରାଣ୍ଡ୍‌ର ? ହଁ, ତୁମେ କହିପାର ସେଗୁଡ଼ିକ ରେମଣ୍ଡ, ନରୁଲା ଏବଂ ମାକ୍ ଡୋନାଲ୍ଡ ଆଦି । ସେଗୁଡ଼ିକୁ ବହୁମୁଖୀ ଦୋକାନ କୁହାଯାଏ । ସେମାନେ ଏକାଧରଣର ଉତ୍ପାଦ ସମାନ ମୂଲ୍ୟରେ ସବୁ ଦୋକାନରେ ବିକିଥାନ୍ତି । ସେହି ସବୁ ଦୋକାନ ସାଧାରଣତଃ ବଡ଼ ବଡ଼ ନିର୍ମାତା ବା ଉତ୍ପାଦନକାରୀଙ୍କ ଦ୍ୱାରା ସ୍ଥାପିତ ଓ ପରିଚାଳିତ । ସେମାନେ ଏକ ସହରର ବିଭିନ୍ନ କ୍ଷେତ୍ରରେ ବା ଏକ ଦେଶର ବିଭିନ୍ନ ନଗର ଓ ସହରରେ ଏକା ପ୍ରକାର ଅନେକ ଶାଖା ସ୍ଥାପନା କରିଥାନ୍ତି । ସେହିସବୁ ଦୋକାନକୁ 'ଚେନ୍ ଷ୍ଟୋର୍‌ସ' ବା 'ଶୃଙ୍ଖଳ ଭଣ୍ଡାର' କୁହାଯାଏ । ବହୁମୁଖୀ ଦୋକାନରେ ଏକା ପ୍ରକାରର ସାମଗ୍ରୀ ଥାଏ, ତନ୍ମଧ୍ୟରେ ନିତ୍ୟ ବ୍ୟବହାର୍ଯ୍ୟ ସାମଗ୍ରୀ ଯଥା- ଜୋତା, ପୋଷାକ, ଘଣ୍ଟା, ଅଟୋମୋବାଇଲ୍ ଉତ୍ପାଦ ଆଦିର କାରବାର ହୋଇଥାଏ । ସବୁ ଦୋକାନରେ ଗୋଟିଏ ପ୍ରକାରର ସାମଗ୍ରୀର ଦର ସମାନ ଥାଏ । ସେହିସବୁ ଦୋକାନ ଖାଉଟିଙ୍କ ସୁବିଧା ପାଇଁ ସାଧାରଣତଃ ମୁଖ୍ୟ ବଜାର ଅଞ୍ଚଳ ବା ବ୍ୟସ୍ତ ବହୁଳ କ୍ରୟ-ବିକ୍ରୟ କେନ୍ଦ୍ରରେ ସ୍ଥାପିତ ହୋଇଥାଏ ।

୨୨.୮.୧ ବହୁମୁଖୀ ଦୋକାନର ଉପାଦେୟତା

ବହୁମୁଖୀ ଦୋକାନ ଗୁଡ଼ିକ କ୍ରେତା ଓ ବିକ୍ରେତାଙ୍କୁ ନିମ୍ନ ଲିଖିତ ସୁବିଧା ପ୍ରଦାନ କରିଥାନ୍ତି । ଆସ, ସେଗୁଡ଼ିକ ବିଷୟରେ ଜାଣିବା ।

(କ) ସବୁ ବହୁମୁଖୀ ଦୋକାନ ଗୁଡ଼ିକ ଏକା ପ୍ରକାରର ହୋଇଥାନ୍ତି । ଫଳରେ ଖାଉଟିମାନେ ସହଜରେ ସେସବୁକୁ ଠାବ କରିପାରନ୍ତି । ସେଗୁଡ଼ିକର ବାହ୍ୟ ସାଜସଜ୍ଜା ଓ ପ୍ରଦର୍ଶନ, ଆଭ୍ୟନ୍ତରୀଣ ସାଜସଜ୍ଜା,



ଟିପ୍ପଣୀ

କାଉଣ୍ଟର ବ୍ୟବସ୍ଥା, ଆସବାବପତ୍ର, ସାଇନ୍ ବୋର୍ଡ଼ ଏବଂ ଜିନିଷ ପ୍ରଦର୍ଶନ ଏକା ପ୍ରକାରର ହୋଇଥାଏ ।

(ଖ) ବିତରଣ ପ୍ରକ୍ରିୟାରେ ସେମାନେ ମଧ୍ୟସ୍ଥି (ପାଇକାରୀ ବିକ୍ରେତା ଓ ଖୁଚୁରା ବିକ୍ରେତା) ବ୍ୟବସ୍ଥା ଲୋପ କରିଥାନ୍ତି ।

(ଗ) ବୃହଦାକାର କ୍ରୟ ବା ଦ୍ରବ୍ୟ ଉତ୍ପାଦନ (କେନ୍ଦ୍ରୀୟ କ୍ରୟ /ଉତ୍ପାଦନ)ର ସୁବିଧା ଏହିସବୁ ଦୋକାନକୁ ମିଳିଥାଏ । ଏକକ ବିଜ୍ଞାପନ ଯୋଗୁ ବିଜ୍ଞାପନ ବାବଦ ଖର୍ଚ୍ଚ କମ୍ କରିବାରେ ମଧ୍ୟ ଏହି ଦୋକାନଗୁଡ଼ିକ ସକ୍ଷମ ହୋଇଥାନ୍ତି ।

(ଘ) କମ୍ ପରିଚାଳନା ବ୍ୟୟ ଏବଂ ବିତରଣ ପ୍ରକ୍ରିୟାରେ ମଧ୍ୟସ୍ଥିଙ୍କ ଉଚ୍ଛେଦ ଯୋଗୁ ଖାଉଟିମାନେ ତୁଳନାତ୍ମକ ଭାବେ ଶସ୍ତାରେ ଜିନିଷ ପାଇଥାନ୍ତି ।

(ଙ) ଖାଉଟିମାନେ ନିର୍ମାତାଙ୍କଠାରୁ ସିଧାସଳଖ ଖାଣ୍ଟି ଓ ଉଚ୍ଚ ଗୁଣବତ୍ତାଯୁକ୍ତ ସାମଗ୍ରୀ ନେଉଥିବାରୁ ନକଲି ବା ନିମ୍ନମାନର ସାମଗ୍ରୀ ମିଳିବା ବା ଠକାମୀର ଶିକାର ହେବା ଆଶଙ୍କା କମ୍ ଥାଏ ଏବଂ ଆହୁରି ମଧ୍ୟ ଦ୍ରବ୍ୟର ମାନକ ଗୁଣବତ୍ତା ଏକକ ମୂଲ୍ୟ ଯୋଗୁ ବିକ୍ରେତାମାନେ ଖାଉଟିଙ୍କ ଆସ୍ଥା ଭାଜନ ହୋଇପାରିଥାନ୍ତି ।

୨୨.୮.୨ ବହୁମୁଖୀ ଦୋକାନର ସୀମାବଦ୍ଧତା

ଉପର ବର୍ଣ୍ଣିତ ସମସ୍ତ ଉପାଦେୟତା ସତ୍ତ୍ୱେ ବହୁମୁଖୀ ଦୋକାନର ନିମ୍ନଲିଖିତ ସୀମାବଦ୍ଧତାମାନ ରହିଛି ।

(କ) ଏହି ସବୁ ଦୋକାନରେ ସୀମିତ ପ୍ରକାରର ସାମଗ୍ରୀ ଥାଏ । ଫଳରେ ଖାଉଟିଙ୍କ ପସନ୍ଦ ସେତିକିରେ ସୀମାବଦ୍ଧ ହୋଇଥାଏ ।

(ଖ) କେବଳ ନଗଦ ଅର୍ଥ ଜରିଆରେ ବିକାକିଣା ହୋଇଥାଏ । ଖାଉଟିମାନେ ଏହିସବୁ ଦୋକାନରୁ ଉଧାର ସୁବିଧା ପାଇ ନଥାନ୍ତି ।

(ଗ) ସାମଗ୍ରୀ କ୍ରୟ ସମୟରେ ଖାଉଟିମାନେ ବିକ୍ରୟ କାର୍ଯ୍ୟରେ ନିୟୋଜିତ ବ୍ୟକ୍ତିଙ୍କ ସହ ମୂଲଚାଲ କରିପାରିନଥାନ୍ତି । ମୁଖ୍ୟ କାର୍ଯ୍ୟାଳୟ ଦ୍ୱାରା ସାମଗ୍ରୀର ଦର ସ୍ଥିର କରାଯାଇଥାଏ ଏବଂ ଏହା ଉପରେ ବ୍ୟକ୍ତିଗତ ଭାବେ କୌଣସି ଶାଖା ଷ୍ଟୋର୍‌ର ନିୟନ୍ତ୍ରଣ ନଥାଏ ।

(ଘ) ସାଧାରଣତଃ ପ୍ରତ୍ୟେକ ବହୁମୁଖୀ ଦୋକାନ ଜଣେ ଶାଖା ପରିଚାଳକଙ୍କ ଦ୍ୱାରା ପରିଚାଳିତ ହୋଇଥାଏ ଏବଂ ସେ କଡ଼ାକଡ଼ି ଭାବେ ମୁଖ୍ୟାଳୟ ନିର୍ଦ୍ଦେଶରେ କାମ କରିଥାନ୍ତି । ଅନେକାଂଶରେ ସେ ଗ୍ରାହକଙ୍କୁ ସନ୍ତୁଷ୍ଟ କରିବା ପାଇଁ କୌଣସି ପ୍ରଚେଷ୍ଟା କରନ୍ତି ନାହିଁ କିମ୍ବା ସେଥିରେ କୌଣସି ରୁଚି ମଧ୍ୟ ରଖନ୍ତି ନାହିଁ ।

ପାଠଗତ ପ୍ରଶ୍ନାବଳୀ ୨୨ ଘ

୧. ବହୁମୁଖୀ ଦୋକାନର ପ୍ରଦର୍ଶନ, ସାଜସଜ୍ଜା, ନାମ ଫଳକ ଆଦି ସମାନ ହୋଇଥାଏ କାହିଁକି ? କାରଣ ସହ ବୁଝାଅ ।

୨. ନିମ୍ନଲିଖିତ ପ୍ରଶ୍ନଗୁଡ଼ିକର ଉତ୍ତର ଦିଅ ।

(କ) ବିଭାଗୀୟ ଭଣ୍ଡାରର ମାଲିକ କିଏ ?

(ଖ) ବହୁମୁଖୀ ଭଣ୍ଡାରର ମାଲିକ କିଏ ?

(ଗ) କେଉଁ ଭଣ୍ଡାର ଗୋଟିଏ ଛାତ ତଳେ ଅନେକ ପ୍ରକାର ଜିନିଷ ବିକ୍ରି କରିଥାନ୍ତି

(ଘ) ବହୁମୁଖୀ ଭଣ୍ଡାରର ଦୈନନ୍ଦିନ କାର୍ଯ୍ୟ କିଏ ପରିଚାଳନା କରନ୍ତି ?

୨୨.୯ ସୁପର ବଜାର

ସୁପର ମାର୍କେଟ ବା ସୁପର୍ ବଜାର ଅନ୍ୟ ଏକ ପ୍ରକାରର ବୃହଦାକାର ଖୁଚୁରା ବ୍ୟବସାୟ ଯେଉଁଠାରେ ଆମେ ଥରକେ ଆମର ଅଧିକାଂଶ ଘରକରଣା ସାମଗ୍ରୀ ସପ୍ତାହ ବା ମାସକ ପାଇଁ କ୍ରୟ କରିଥାଉ । ଆସ, ଏବେ ଏହି ବୃହଦାକାର ଖୁଚୁରା ବ୍ୟବସାୟ ସମ୍ପର୍କରେ ସବିଶେଷ ଜାଣିବା ।

ସୁପର ବଜାର ହେଉଛି ଏକ ବୃହଦାକାର ଖୁଚୁରା ବ୍ୟବସାୟ ଯେଉଁଠାର ବିଭିନ୍ନ ପ୍ରକାରର ଉତ୍ପାଦ ଯଥା- ଖାଦ୍ୟ ସାମଗ୍ରୀ, ପନିପରିବା, ଫଳ, ତେଜରାତି, ବାସନ କୁସନ, ଲୁଗାପଟା, ଇଲେକ୍ଟ୍ରୋନିକ ସରଞ୍ଜାମ, ଘରକରଣା ଜିନିଷ ଆଦି ଗୋଟିଏ ଛାତ ତଳେ ଉପଲବ୍ଧ ହୋଇଥାଏ । ବିତରଣ ପ୍ରକ୍ରିୟାରେ ମଧ୍ୟସ୍ଥି ବ୍ୟବସ୍ଥା ଉଚ୍ଛେଦ କରି ସାଧାରଣ ଲୋକଙ୍କୁ ଯଥାଯଥ ମୂଲ୍ୟରେ ନିତ୍ୟାବଶ୍ୟକୀୟ ସାମଗ୍ରୀ ଯୋଗାଇବା ଲକ୍ଷ୍ୟରେ ଏହି ବଜାର ସ୍ଥାପନ କରାଯାଇଥାଏ । ଏହିସବୁ ଭଣ୍ଡାର କେନ୍ଦ୍ର ସ୍ଥଳରେ ସ୍ଥାପନା କରାଯାଇଥାଏ ଏବଂ ଏହାର ଶାଖା ବିଭିନ୍ନ ଜନବସତି ଅଞ୍ଚଳରେ ମଧ୍ୟ ଥାଏ । ବିଭାଗୀୟ ଭଣ୍ଡାର ପରି ସୁପର ମାର୍କେଟ ମାଗଣାରେ ଘରେ ଯୋଗାଣ ଏବଂ ଉଧାର ବିକ୍ରି ସୁବିଧା ଆଦି ପ୍ରଦାନ କରି ନଥାଏ । ଏତଦ୍ ବ୍ୟତୀତ ଖାଉଟିଙ୍କ ସୁବିଧା ପାଇଁ ମଧ୍ୟ ଏଠାରେ କୌଣସି ବିକ୍ରୟ କର୍ତ୍ତା (Sales Person) ନଥାନ୍ତି । ଏଠାରେ ଖାଉଟି ନିଜ ପସନ୍ଦର ଜିନିଷ ବାଛନ୍ତି ଏବଂ ରୋକଡ଼ କାଉଣ୍ଟରକୁ ଆଣନ୍ତି ଏବଂ ସେଠାରେ ଅର୍ଥ ପୈଠ କରି ରସିଦ ଦେଖାଇ ଜିନିଷ ନେଇଥାନ୍ତି ।

୨୨.୯.୧. ସୁପର ବଜାରର ଉପାଦେୟତା

ଆସ, ଏବେ ସୁପର ମାର୍କେଟର ଉପାଦେୟତା ଆଲୋଚନା କରିବା-

(କ) ସୁପର ବଜାରରେ ବିଭିନ୍ନ କିସମର ନିତ୍ୟବ୍ୟବହାର୍ଯ୍ୟ ଓ ଘରକରଣା ସାମଗ୍ରୀ ଉପଲବ୍ଧ ହୋଇଥାଏ ।

(ଖ) ଗ୍ରାହକଙ୍କୁ ଏହା ଉପଯୁକ୍ତ ମାନର ସାମଗ୍ରୀ ଯୋଗାଇଥାଏ । ଅପମିଶ୍ରଣ ଏବଂ ନକଲିର ଆଶଙ୍କା କମ୍ ଥାଏ ବା ଆଦୌ ନଥାଏ ।

(ଗ) ବୃହଦାକାର କ୍ରୟ ଜନିତ ମିତବ୍ୟୟତା କାରଣରୁ ଏବଂ ମଧ୍ୟସ୍ଥି ନଥିବାରୁ ଖାଉଟିଙ୍କୁ ଶସ୍ତାରେ ଜିନିଷ ମିଳିଥାଏ ।

(ଘ) ସୁପର ବଜାରରେ ସାଧାରଣତଃ ସେଲ୍‌ସମ୍ୟାନ୍ ଏବଂ ବିକ୍ରୟ ସହକାରୀ ନଥାନ୍ତି । ଫଳରେ ସଂଚାଳନ ପରିବ୍ୟୟ ହ୍ରାସ ପାଇଥାଏ ।

(ଙ) ଗୋଟିଏ ସ୍ଥାନରୁ ଖାଉଟି ବିଭିନ୍ନ ବ୍ରାଣ୍ଡର ସାମଗ୍ରୀ ପାଇଥାନ୍ତି । ଫଳରେ ବଛାବଛି ଏବଂ ତୁଳନା ସହଜ ହୋଇଥାଏ । ତୁମେ ଯଥେଷ୍ଟ ସମୟ ଦେଇ ନିଜ ପସନ୍ଦର ଜିନିଷ ନିଜ ଇଚ୍ଛାରେ ବାଛିପାରିବ ।

ଟିପ୍ପଣୀ

୨୨.୯.୨ ସୁପର ବଜାରର ସୀମାବଦ୍ଧତା

ନିମ୍ନରେ ସୁପର ବଜାରର କେତେକ ସୀମାବଦ୍ଧତା ପ୍ରଦାନ କରାଗଲା :

(କ) ବ୍ୟବସାୟ ସ୍ଥାପନା ଓ ପ୍ରଚଳନା ପାଇଁ ସୁପର ବଜାର କ୍ଷେତ୍ରରେ ଅଧିକ ପୁଞ୍ଜି ଆବଶ୍ୟକ।

(ଖ) ପାଣ୍ଠି ଅଭାବରୁ ସୁପର ବଜାରରେ ଅଭିଜ୍ଞ ପରିଚାଳକଙ୍କ ସେବା ପ୍ରାପ୍ତ କରି ହୁଏନା।

(ଗ) ଗ୍ରାହକମାନଙ୍କୁ କେବଳ ନଗଦ ଅର୍ଥ ବଦଳରେ ସାମଗ୍ରୀ ବିକ୍ରୟ କରାଯାଏ। ସେମାନଙ୍କୁ ଉଧାର କ୍ରୟ ସୁବିଧା ଉପଲବ୍ଧ ହୋଇ ନଥାଏ।

(ଘ) ସୁପର ବଜାରରେ ସ୍ୱ-ସେବା ନିୟମ ପ୍ରଚଳିତ। ଏଣୁ ଯେଉଁ ସବୁ ସାମଗ୍ରୀରେ ସାଧାରଣତଃ ସେଲ୍‌ସମ୍ୟାନ୍ ଆବଶ୍ୟକ ସେଗୁଡ଼ିକ ସେଠାରେ ନଥାଏ।

୨୨.୧୦ ଖାଉଟି ସମବାୟ ଭଣ୍ଡାର

ଖାଉଟି ସମବାୟ ଭଣ୍ଡାର ହେଉଛି ଆଉ ଏକ ବୃହଦାକାର ଖୁଚୁରା ବ୍ୟବସାୟ ଯାହାର ମାଲିକାନା ଏକ ସମବାୟ ସମିତି ପାଖରେ ଥାଏ। ଯେତେବେଳେ ଏକ ନିର୍ଦ୍ଦିଷ୍ଟ ଅଞ୍ଚଳର ଖାଉଟି ଦୈନନ୍ଦିନ ଆବଶ୍ୟକ ସାମଗ୍ରୀ ପାଇବାରେ ସମସ୍ୟାର ସମ୍ମୁଖୀନ ହୁଅନ୍ତି, ସେତେବେଳେ ସେମାନେ ସାଧାରଣତଃ ସମବାୟ ସମିତି ଗଠନ କରି ଖୁଚୁରା ବ୍ୟବସାୟ ଚଳାଇଥାନ୍ତି। ଖାଉଟି ସମବାୟ ଭଣ୍ଡାର ସିଧା ସଳଖ ନିର୍ମାତାଙ୍କ ଠାରୁ ବା ଡିଲରଙ୍କ ଠାରୁ ସାମଗ୍ରୀ କିଣି ଖାଉଟିଙ୍କୁ ଶସ୍ତାରେ ଯୋଗାଇଥାନ୍ତି। ଆସ, ଖାଉଟି ସମବାୟ ଭଣ୍ଡାରର ବିଭିନ୍ନ ଉପାଦେୟତା ସମ୍ପର୍କରେ ଜାଣିବା।

୨୨.୧୦.୧ ଖାଉଟି ସମବାୟ ଭଣ୍ଡାରର ଉପାଦେୟତା

(କ) ଖାଉଟି ସମବାୟ ଭଣ୍ଡାରରେ ବଜାର ତୁଳନାରେ ଜିନିଷ ଶସ୍ତାରେ ମିଳିଥାଏ। କାରଣ ଏଠାରେ ବିତରଣ ପ୍ରକ୍ରିୟାରେ ମଧ୍ୟସ୍ଥିଙ୍କର ଲାଭ ନ ଥାଏ।

(ଖ) ଏହି ଭଣ୍ଡାରରେ ନଗଦ ଅର୍ଥ ବଦଳରେ ସାମଗ୍ରୀ ବିକ୍ରି ହେଉଥିବାରୁ ଅନାଦାୟୀ ଋଣର ଆଶଙ୍କା ନଥାଏ।

(ଗ) ସଦସ୍ୟ ଏବଂ ସର୍ବସାଧାରଣଙ୍କ ସୁବିଧା ପାଇଁ ଏହା ସାଧାରଣତଃ ଜନବସତି ଅଞ୍ଚଳରେ ସ୍ଥାପିତ ହୋଇଥାଏ।

(ଘ) ଖାଉଟି ସମବାୟ ଭଣ୍ଡାର ଦ୍ୱାରା ହେଉଥିବା ଲାଭକୁ ସଦସ୍ୟଙ୍କ ମଧ୍ୟରେ ବୋନସ୍ ଆକାରରେ ବାଣ୍ଟି ଦିଆଯାଇଥାଏ।

୨୨.୧୦.୨ ଖାଉଟି ସମବାୟ ଭଣ୍ଡାରର ସୀମାବଦ୍ଧତା

(କ) ଖାଉଟି ସମବାୟ ଭଣ୍ଡାରରେ ମୁଖ୍ୟତଃ ପାଣ୍ଠିର ଅଭାବ ହୋଇଥାଏ। କାରଣ ଏହି ଭଣ୍ଡାର ସୀମିତ ବା ଆୟ ସମ୍ବଳ ଥିବା କିଛି ଲୋକଙ୍କୁ ନେଇ ଗଠିତ ହୋଇଥାଏ।

(ଖ) ପାଣ୍ଠି ବା ସମ୍ବଳର ଅଭାବରୁ ବ୍ୟବସାୟର ଅଭିବୃଦ୍ଧି ଓ ବିସ୍ତାର ସୀମିତ ହୋଇଥାଏ।

(ଗ) ଖାଉଟି ସମବାୟ ଭଣ୍ଡାରକୁ ପରିଚାଳନା କରୁଥିବା ବ୍ୟକ୍ତି ବିଶେଷଙ୍କର ବ୍ୟବସାୟ ପରିଚାଳନାରେ ବିଶେଷ ଜ୍ଞାନ ନଥାଇ ପାରେ। ପୁନଶ୍ଚ,କମ୍ ପାଣ୍ଠି ଯୋଗୁଁ ଏମାନେ ବୃତ୍ତିଗତ ପରିଚାଳକ ମଧ୍ୟ ନିଯୁକ୍ତ କରିପାରି ନଥାନ୍ତି।

ଟିପ୍ପଣୀ

ପାଠଗତ ପ୍ରଶ୍ନାବଳୀ ୨୨ ଙ

୧. ସୁପର ବଜାରରେ ଉପଲବ୍ଧ ପାଞ୍ଚଟି ନିତ୍ୟ ବ୍ୟବହାର୍ଯ୍ୟ ସାମଗ୍ରୀର ନାମ ଲେଖ

(କ) ______________________________

(ଖ) ______________________________

(ଗ) ______________________________

(ଘ) ______________________________

(ଙ) ______________________________

୨. ନିମ୍ନଲିଖିତ ବାକ୍ୟଗୁଡ଼ିକ ଭୁଲ୍‌ଥିଲେ ସଂଶୋଧନ କରି ଲେଖ:

(କ) ଖାଉଟି ସମବାୟ ଭଣ୍ଡାର ଗୁଡ଼ିକ ସାଧାରଣତଃ ଜନବସତିଠାରୁ ବହୁ ଦୂରରେ ଥାଏ ।

____

(ଖ) ସୁପର ବଜାରରେ ସେଲ୍‌ସମ୍ୟାନ୍‌ଙ୍କ ଉପସ୍ଥିତି ନିତାନ୍ତ ଆବଶ୍ୟକ ।

____

(ଗ) ଖାଉଟି ସମବାୟ ଭଣ୍ଡାରରେ ହେଉଥିବା ଲାଭକୁ ସଦସ୍ୟଙ୍କ ମଧ୍ୟରେ ବଣ୍ଟନ କରାଯାଇଥାଏ ।

____

(ଘ) ଦୈନନ୍ଦିନ ବ୍ୟାପାର ଦେଖାଶୁଣା ପାଇଁ ଖାଉଟି ସମବାୟ ଭଣ୍ଡାରରେ ବୃତ୍ତିଗତ ପରିଚାଳକ ନିଯୁକ୍ତ ହୋଇଥାନ୍ତି ।

____

୨୨.୧୧ ଡାକ ବରାଦ ଖୁଚୁରା ବ୍ୟବସାୟ

ନାମରୁ ସ୍ପଷ୍ଟ ହେବା ପରି ଏହି ଧରଣର ବ୍ୟବସାୟରେ ଖାଉଟିଙ୍କ ସହ ଯୋଗାଯୋଗ ଏବଂ ସାମଗ୍ରୀ ପ୍ରେରଣ ପାଇଁ ଡ଼ାକ ପ୍ରଣାଳୀ (ପୋଷ୍ଟ ଅଫିସ୍ ବା କୋରିୟରର) ଉପଯୋଗ କରାଯାଇଥାଏ । ତୁମେ ନିଶ୍ଚିତ ଭାବେ ଆଶ୍ଚର୍ଯ୍ୟ ହେଉଥିବ ଯେ ଖାଉଟିମାନେ କୌଣସି ଦୋକାନକୁ ନଯାଇ କିପରି ଏହି ଖୁଚୁରା ବ୍ୟବସାୟୀଙ୍କ ସମ୍ପର୍କରେ ଓ ତାଙ୍କ ଉତ୍ପାଦ ସମ୍ପର୍କରେ ଜାଣନ୍ତି ? ଏହିସବୁ ପ୍ରଶ୍ନର ଉତ୍ତର ଜାଣିବା ପାଇଁ ଡାକ ବରାଦ ଖୁଚୁରା ବ୍ୟବସାୟ କେମିତି କାର୍ଯ୍ୟ କରେ ଆସ ଜାଣିବା ।

ଡାକ ବରାଦ ଖୁଚୁରା ବ୍ୟବସାୟୀ ନିଜର ଉତ୍ପାଦ ସମ୍ପର୍କରେ ଖବରକାଗଜ, ପତ୍ରପତ୍ରିକା ଇତ୍ୟାଦିରେ ବିଜ୍ଞାପନ ଦେଇଥାନ୍ତି ବା ବୁକ୍‌ଲେଟ୍, ମୂଲ୍ୟସୂଚି, ବିବରଣୀ ପତ୍ର ପୋଷ୍ଟର, ହ୍ୟାଣ୍ଡ ଆଉଟ୍ ଆଦିରେ ଏ ସବୁର ପ୍ରଚାର କରିଥାନ୍ତି । ସେହି ବିଜ୍ଞାପନ, ପତ୍ର, ବିବରଣୀ ପତ୍ରରେ ଜନିଷର ବିଶଦ ବିବରଣୀ ସାଙ୍ଗକୁ ଏହା କିପରି ବରାଦ କରିବାକୁ ହେବ ତାହା ମଧ୍ୟ ଉଲ୍ଲେଖ ଥାଏ ଏବଂ ଏଥିରେ ଏକ ବରାଦ ଫର୍ମ ମଧ୍ୟ ସଂଲଗ୍ନ ଥାଏ । ବିଜ୍ଞାପନ ଦେଖିବା ପରେ ଆଗ୍ରହୀ ଗ୍ରାହକ ଡାକ ମାଧ୍ୟମରେ ବରାଦ ଦିଅନ୍ତି ଏବଂ ବରାଦ ପାଇବା ପରେ ଖୁଚୁରା ବ୍ୟବସାୟୀ ଡାକ ବା କୋରିୟର ମାଧ୍ୟମରେ ସାମଗ୍ରୀ ପଠାଇଥାନ୍ତି । ଜିନିଷର ମୂଲ୍ୟ ଜିନିଷ ବରାଦ

ସମୟରେ ମନିଅର୍ଡ଼ର ବା ଡ଼ିମାଣ୍ଡ ଡ୍ରାଫ୍ଟ ଜରିଆରେ ପ୍ରଦାନ କରାଯାଇଥାଏ ଅଥବା ଗ୍ରାହକ ସାମଗ୍ରୀ ପାଇବା ସମୟରେ ନଗଦ ଅର୍ଥ ପ୍ରଦାନ କରିଥାନ୍ତି । ଏଥିପାଇଁ(VPP- ମୂଲ୍ୟ ଦେୟ ଡାକ) ବ୍ୟବସ୍ଥା ଥାଏ(ଅର୍ଥାତ୍, ଗ୍ରାହକଙ୍କଦ୍ୱାରା ଦ୍ରବ୍ୟର ବିତରଣ ପ୍ରାପ୍ତି ସମୟରେ ପୈଠ କରାଯାଇଥାଏ, ଆଗରୁ ନୁହେଁ) ।

ଏହି ଉପାୟରେ ଗ୍ରାହକ ଘରେ ବସି ଜିନିଷ ପାଇ ପାରନ୍ତି ଏବଂ ବ୍ୟବସାୟୀ ଦୁର୍ଗମ ଅଞ୍ଚଳରେ ରହୁଥିବା ଗ୍ରାହକଙ୍କ ନିକଟକୁ ମଧ୍ୟ ସାମଗ୍ରୀ ପଠାଇ ପାରନ୍ତି । ପରନ୍ତୁ ଏହି ପଦ୍ଧତି ସବୁ ପ୍ରକାର ଜିନିଷ ପାଇଁ ଉପଯୁକ୍ତ ହୁଏ ନାହିଁ । ଯେଉଁସବୁ ସାମଗ୍ରୀରେ ବ୍ୟକ୍ତିଗତ ଯାଞ୍ଚ ପରଖ ଅନାବଶ୍ୟକ ଏବଂ ଯାହାର ବ୍ୟବହାର କେବଳ ବର୍ଣ୍ଣନାର ବୁଝାପଡ଼େ (ବହି, ବୃକ୍ଷର ମଞ୍ଜି, ରୋଷେଇ ଉପକରଣ) ଏବଂ ହାଲୁକା, ଦୀର୍ଘସ୍ଥାୟୀ ସାମଗ୍ରୀ, କେତେକ ଔଷଧ, ପ୍ରସାଧନ ସାମଗ୍ରୀ, ରେଡିମେଡ ପୋଷାକ, ଅପେକ୍ଷାକୃତ କମ୍ ମୂଲ୍ୟର ବୈଦ୍ୟୁତିକ ସରଞ୍ଜାମ,(କ୍ୟାମେରା ଇତ୍ୟାଦି) ଯେଉଁ ଗୁଡ଼ିକ କମ୍ ସ୍ଥାନ ନେଇଥାଏ ସେଗୁଡ଼ିକ ପାଇଁ ଏହି ପଦ୍ଧତି ଗ୍ରହଣୀୟ । ବଜାରରେ ଅଧିକ ଚାହିଦା ଥିବା ସାମଗ୍ରୀ ଏବଂ ଯାହାର ପ୍ରେରଣ ବ୍ୟୟ ସାମଗ୍ରୀ ମୂଲ୍ୟ ତୁଳନାରେ କମ୍ ଥିବ ସେସବୁ ସାମଗ୍ରୀ ପାଇଁ ମଧ୍ୟ ଏହି ପଦ୍ଧତି ଉପାଦେୟ ଅଟେ ।

୨୨.୧୧.୧ ଡାକ ବରାଦ ଖୁଚୁରା ବ୍ୟବସାୟର ଉପାଦେୟତା

ନିମ୍ନଲିଖିତ ଗୁଡ଼ିକ ଡ଼ାକ ବରାଦ ଖୁଚୁରା ବ୍ୟବସାୟର ଲାଭ ଅଟେ:

(କ) ଏହା ମିତବ୍ୟୟୀ, କାରଣ ବ୍ୟବସାୟ ପାଇଁ କୌଣସି ଦୋକାନ ସ୍ଥାପନ କରିବାକୁ ପଡ଼େନା । ଫଳରେ ଦୋକାନ ଭଡ଼ା, ଏହାର ସାଜସଜ୍ଜା, କର୍ମଚାରୀ ନିଯୁକ୍ତି ଆଦି ଖର୍ଚ୍ଚ ନଥାଏ ।

(ଖ) ଏଥିରେ କମ୍ ପୁଞ୍ଜି ବିନିଯୋଗ ହେବାରେ ପୁଞ୍ଜିର ସଦୁପଯୋଗ ମଧ୍ୟ ହୋଇଥାଏ । ଜଣେ ମଧ୍ୟସ୍ଥିଙ୍କ ଠାରୁ ଅନ୍ୟ ଜଣେ ମଧ୍ୟସ୍ଥିଙ୍କ ପର୍ଯ୍ୟନ୍ତ ସାମଗ୍ରୀ ପରିବହନରେ କ୍ଷୟକ୍ଷତିର ଆଶଙ୍କା ନଥାଏ । ଖାଉଟି ନିକଟକୁ ସାମଗ୍ରୀ ସିଧା ସଳଖ ପ୍ରେରଣ କରାଯାଇଥାଏ । ଉତ୍ପାଦିତ ସମ୍ଭାର (ମହଜୁଦ) ରଖିବା କିମ୍ବା ସାମଗ୍ରୀର ବିକ୍ରିପାଇଁ ସାମଗ୍ରୀକୁ ଥାକରେ ପ୍ରଦର୍ଶନ କରିବାର ଆବଶ୍ୟକତା ନଥାଏ । ଖାଉଟିଙ୍କ ବରାଦ ପ୍ରାପ୍ତି ପରେ ଜିନିଷ ତିଆରି କରାଯାଏ ବା ସଂଗ୍ରହ କରାଯାଇଥାଏ । ଏହା ଦ୍ୱାରା ଜିନିଷ ମହଜୁଦ କରଣରେ ଅବରୁଦ୍ଧ ହେଉଥିବା ପୁଞ୍ଜିର ପରିମାଣକୁ ସର୍ବ ନିମ୍ନ ସ୍ତରକୁ ହ୍ରାସ କରାଯାଇଥାଏ ।

(ଗ) ଡାକ ବରାଦ ଖୁଚୁରା ବ୍ୟବସାୟ ବିଭିନ୍ନ ଅଞ୍ଚଳକୁ ପରିବ୍ୟାପ୍ତ ହୋଇଥାଏ । ଏପରିକି ବିଭିନ୍ନ ରାଷ୍ଟ୍ରରେ ଥିବା ଖାଉଟିଙ୍କୁ ଏହି ପଦ୍ଧତିରେ ସାମଗ୍ରୀ ପଠାଯାଇଥାଏ । ସେହିସବୁ ଅଞ୍ଚଳରେ ଡାକ ବା କୋରିୟର ସେବା ଥିବା ଏକାନ୍ତ ଆବଶ୍ୟକ ।

(ଘ) ଏହି ପଦ୍ଧତିରେ ଖାଉଟିମାନେ ସୁବିଧା ମୁତାବକ ନିଜ ଘରୁ ଜିନିଷ ବରାଦ କରିଥାନ୍ତି ଏବଂ ଘରେ ବସି ସାମଗ୍ରୀ ପାଇଥାନ୍ତି । ଦୁର୍ଗମ ଅଞ୍ଚଳରେ ବସବାସ କରୁଥିବା ଲୋକେ ମଧ୍ୟ ଏହି ପଦ୍ଧତିରେ ଅନେକ ପ୍ରକାରର ସାମଗ୍ରୀ ପାଇପାରିଥାନ୍ତି ।

(ଙ) ଡାକ ବରାଦ ଖୁଚୁରା ବ୍ୟବସାୟ ସଂଚାଳନ ବ୍ୟୟ କମ୍ ହୋଇଥିବାରୁ ବ୍ୟବସାୟୀମାନେ ସାମଗ୍ରୀ ମୂଲ୍ୟ ଅପେକ୍ଷାକୃତ କମ୍ କରିଥାନ୍ତି ଯାହାର ଫାଇଦା (ଲାଭ) ଗ୍ରାହକମାନେ ମଧ୍ୟ ପାଇଥାନ୍ତି ।

୨୨.୧୧.୨ ଡାକ ବରାଦ ଖୁଚୁରା ବ୍ୟବସାୟର ସୀମାବଦ୍ଧତା

ଡାକ ବରାଦ ଖୁଚୁରା ବ୍ୟବସାୟରେ କେତେକ ସୀମାବଦ୍ଧତା ମଧ୍ୟ ରହିଛି ସେଗୁଡ଼ିକ ହେଲା :

(କ) ଏହି ପଦ୍ଧତିରେ ଗ୍ରାହକ ପାଇଁ ସାମଗ୍ରୀକୁ ଯାଞ୍ଚ ପରଖ କରିବାର ସୁଯୋଗ ନଥିବାରୁ ସେ କ୍ରୟ କରୁଥିବା ସାମଗ୍ରୀ ତାଙ୍କ (ପୁରୁଷ ବା ସ୍ତ୍ରୀ) ପସନ୍ଦର ନହେବାର ସମ୍ଭାବନା ଥାଏ। ବିଜ୍ଞାପନ ବା ମୂଲ୍ୟ ସୂଚୀ ରେ ପ୍ରଦର୍ଶିତ ଉତ୍ପାଦ ତୁଳନାରେ ପ୍ରକୃତ ଉତ୍ପାଦର ଆକାର, ରଙ୍ଗ, ପ୍ରସ୍ତୁତି ଇତ୍ୟାଦିରେ ତାରତମ୍ୟ ଥାଇପାରେ।

(ଖ) ଖାଉଟି ଏବଂ ବ୍ୟବସାୟୀ ମଧ୍ୟରେ ବ୍ୟକ୍ତିଗତ ବା ମୁହାଁ ମୁହିଁ ସମ୍ପର୍କ ନଥାଏ। ଫଳରେ ଖାଉଟି ଉତ୍ପାଦ ସଂକ୍ରାନ୍ତ ନିଜର ସଂଶୟ, ଏପରିକି ଏହାର ବ୍ୟବହାର ଓ ଦେଖାରଖା ବିଷୟରେ ଜାଣିପାରନ୍ତି ନାହିଁ।

(ଗ) ଏହି ପଦ୍ଧତିରେ ବରାଦ କରାଯାଉଥିବା ଉତ୍ପାଦ ଖାଉଟିଙ୍କ ନିକଟରେ ପହଞ୍ଚିବାକୁ ସମୟ ଲାଗିଥାଏ। ବରାଦ ବ୍ୟବସାୟୀଙ୍କ ନିକଟରେ ପହଞ୍ଚିବା, ବ୍ୟବସାୟୀ ଜିନିଷ ସଂଗ୍ରହ / ପ୍ରସ୍ତୁତି କରି ପଠାଇବା ପର୍ଯ୍ୟନ୍ତ ଗ୍ରାହକଙ୍କୁ ଅପେକ୍ଷା କରିବାକୁ ପଡ଼େ। ଏଣୁ କ୍ଷଣସ୍ଥାୟୀ ଉତ୍ପାଦ ବା ତୁରନ୍ତ ବା କମ୍ ସମୟ ମଧ୍ୟରେ ଆବଶ୍ୟକ ଉତ୍ପାଦ ପାଇଁ ଏହି ପଦ୍ଧତି ଗ୍ରହଣୀୟ ନୁହେଁ।

(ଘ) ସବୁ ଦ୍ରବ୍ୟ ପାଇଁ ଡାକ ବରାଦ ଖୁଚୁରା ବ୍ୟବସାୟ ଉପଯୁକ୍ତ ନୁହେଁ, ନିତ୍ୟ ବ୍ୟବହାର୍ଯ୍ୟ ସାମଗ୍ରୀ, ଓଜନଦାର ବା ବୃହଦାକାୟ ସାମଗ୍ରୀ ଏବଂ କ୍ଷଣସ୍ଥାୟୀ ସାମଗ୍ରୀର କିଣାବିକା ଏହି ପଦ୍ଧତିରେ ହୋଇପାରେନାହିଁ।

(ଙ) ଏହା ମୁଖ୍ୟତଃ ନଗଦ ଅର୍ଥ ଭିତ୍ତିରେ କରାଯାଏ। ଖାଉଟିଙ୍କ ପାଇଁ ବାକି ସୁବିଧା ଉପଲବ୍ଧ ହୋଇନଥାଏ।

ଡାକ ବରାଦ ଖୁଚୁରା ବ୍ୟବସାୟର ଉପାଦେୟତା ଓ ସୀମାବଦ୍ଧତା ଗୁଡ଼ିକୁ ଜାଣିବା ପରେ ମନରେ ପ୍ରଶ୍ନ ଆସିବା ସ୍ୱାଭାବିକ ଯେ ଡାକ ବରାଦ ଖୁଚୁରା ବ୍ୟବସାୟ ଆମ ଦେଶରେ ଲୋକପ୍ରିୟ କି ? ଯଦିଓ ଏହି ପଦ୍ଧତି ବହୁଦିନ ଧରି ପ୍ରଚଳିତ, ତଥାପି ଏହାର ବ୍ୟବହାର ବହୁଳ ପ୍ରସାରିତ ନୁହେଁ। ତୁମେ କେବେ ଭାବିଚ କି ଏହା କାହିଁକି ଜନପ୍ରିୟ ନୁହେଁ, ବିଶେଷ କରି ଆମ ଦେଶରେ ?

ଉପରେ ଆଲୋଚିତ ସୀମାବଦ୍ଧତାଗୁଡ଼ିକ ବ୍ୟତୀତ ଭାରତରେ ଏହି ବ୍ୟବସାୟ ଜନପ୍ରିୟ ନହେବାର ଅନ୍ୟ କେତେକ ନିର୍ଦ୍ଦିଷ୍ଟ କାରଣମାନ ଅଛି। ଆମ ଜନସଂଖ୍ୟାର ଅଧିକାଂଶ ଏବେ ବି ନିରକ୍ଷର। ନା ସେମାନେ ଡାକ ବରାଦ ବ୍ୟବସାୟୀଙ୍କ ବିଜ୍ଞାପନ /ମୂଲ୍ୟସୂଚୀ ପଢ଼ିପାରିବେ ନା ବିଜ୍ଞାପନ ଅନୁସାରେ ସାମଗ୍ରୀ କ୍ରୟ ପାଇଁ ବରାଦ କରିପାରିବେ। ଏତଦ୍‌ବ୍ୟତୀତ କେତେକ ନିର୍ଦ୍ଦିଷ୍ଟ ବ୍ୟବସାୟୀଙ୍କ ଦ୍ୱାରା ଠକେଇ କରାଯାଉଥିବାର କେତେକ ଘଟଣା ହେତୁ ଗ୍ରାହକମାନେ ମଧ୍ୟ ଡାକ ବରାଦ ବ୍ୟବସାୟ ପ୍ରତି ଆସ୍ଥା ପ୍ରକଟ କରି ପାରୁନାହାନ୍ତି। ଦୋକାନରେ ମୁହାଁମୁହିଁ ହୋଇ ଜିନିଷ କିଣିବା ତୁଳନାରେ ଡାକ ବରାଦ ବ୍ୟବସାୟରେ ଠକାମିର ସମ୍ଭାବନା ଅଧିକ। ଏହା ଛଡ଼ା ଏହି ପଦ୍ଧତିରେ ବାକିରେ ଜିନିଷ ପ୍ରଦାନ କରାଯାଉନଥିବାରୁ କିଛି ଗ୍ରାହକ ମଧ୍ୟ ନିରୁତ୍ସାହିତ ହୋଇଥାନ୍ତି।

୨୨.୧୨ ଫ୍ରାଞ୍ଚାଇଜ୍ ବା କ୍ଷମତାପ୍ରାପ୍ତ ବିକ୍ରେତା

ତୁମେ ଦେଖିଥିବ କେତେକ ରେସ୍ତୋରାଁ, କାର୍ଡ଼ ଓ ଉପହାର ସାମଗ୍ରୀ ଦୋକାନ, ନିର୍ମିତ ପୋଷାକ ଦୋକାନ ଏକା ପରି ସଜ୍ଜିତ ହୋଇଥାନ୍ତି ଏବଂ ସମାନ ବ୍ରାଣ୍ଡ / ଟ୍ରେଡ୍‌ମାର୍କ ନାମ ବହନ କରିଥାନ୍ତି । ସେମାନେ ସେହି ଏକା ଉତ୍ପାଦ ବିକ୍ରି କରିଥାନ୍ତି ମାତ୍ର ସେମାନେ ଶୃଙ୍ଖଳ ଭଣ୍ଡାର ବା ବହୁମୁଖୀ ଭଣ୍ଡାର ନୁହନ୍ତି । କାରଣ ସେସବୁ ଜଣେ ମାଲିକଙ୍କ ଦ୍ୱାରା ପରିଚାଳିତ ଓ ନିୟନ୍ତ୍ରିତ ହୋଇ ନଥାଏ । ତୁମକୁ ଆଶ୍ଚର୍ଯ୍ୟ ଲାଗୁଥିବ ଯେ ଏହିସବୁ ବିଭିନ୍ନ ବିକ୍ରେତା ସମାନ ବ୍ରାଣ୍ଡ୍‌ର ସମାନ ଉତ୍ପାଦ କିପରି ବିକ୍ରି କରନ୍ତି ଯଦିଓ ସେମାନେ ସମାନ ପରିଚାଳନା ଅଧିନ ନୁହନ୍ତି ।

ଅଧିକନ୍ତୁ, ଏହିସବୁ ଦୋକାନ ପୃଥକ୍ ଭାବେ ବିଭିନ୍ନ ସ୍ଥାନରେ ଭିନ୍ନ ଭିନ୍ନ ବ୍ୟକ୍ତିଙ୍କ ଦ୍ୱାରା ପରିଚାଳିତ ହୋଇଥାଏ । ଏହା ଖୁଚୁରା ବ୍ୟବସାୟ ବ୍ୟବସ୍ଥା 'ଫ୍ରାଞ୍ଚାଇଜ୍' ବା ବିକ୍ରି ପାଇଁ କ୍ଷମତା ବଳରେ ସମ୍ଭବ ।

ଫ୍ରାଞ୍ଚାଇଜ୍ ଏକ ପ୍ରକାର ଖୁଚୁରା ବ୍ୟବସାୟ ଯେଉଁଥିରେ ଦୁଇ ପକ୍ଷ ଏକ ରାଜିନାମାରେ ସ୍ୱାକ୍ଷର କରନ୍ତି ଯେଉଁଥିରେ ଗୋଟିଏ ପକ୍ଷ ଅନ୍ୟକୁ ନିଜର ଉଲ୍ଲିଖିତ ଉତ୍ପାଦ ବା ସେବା ବିକ୍ରି ପାଇଁ ବା ଉତ୍ପାଦନ ଓ ବିକ୍ରି ପାଇଁ କ୍ଷମତା ପ୍ରଦାନ କରିଥାଏ । ଯେଉଁପକ୍ଷ ଉତ୍ପାଦ / ସେବାର ବିକାଶ କରିଥାନ୍ତି ଅଥବା ଏକ ବିଶେଷଜ୍ଞାନର ମାଲିକ ହୋଇଥାନ୍ତି ତାଙ୍କୁ 'ଫ୍ରାଞ୍ଚାଇଜର' ବା କ୍ଷମତାପ୍ରଦାନକାରୀ କହନ୍ତି । ଅନ୍ୟ ପକ୍ଷଙ୍କୁ 'ଫ୍ରାଞ୍ଚାଇଜି' କହନ୍ତି ଯିଏ କି ଏକ ସ୍ୱାଧିନ ବ୍ୟବସାୟିକ ଏକକ ଏବଂ ଯିଏ ଉଲ୍ଲିଖିତ ପରିମାଣର ମୁଦ୍ରା (ଟଙ୍କା) ବିନିମୟରେ କ୍ଷମତା ପ୍ରଦାନକାରୀଙ୍କ ଉତ୍ପାଦ /ସେବା ବିକ୍ରି କରିବାର ଅଧିକାରକୁ କ୍ରୟ କରିଥାନ୍ତି । ବିକ୍ରୟ କ୍ଷମତାପ୍ରାପ୍ତ ବ୍ୟକ୍ତି ଜଣେ ଖୁଚୁରା ବ୍ୟବସାୟୀର କାର୍ଯ୍ୟ ତୁଲାଇଥାନ୍ତି । କ୍ଷମତାପ୍ରଦାନକାରୀଙ୍କ ସହ ହୋଇଥିବା ଚୁକ୍ତି ଅନୁସାରେ ସେ ଏକ ନିର୍ଦ୍ଦିଷ୍ଟ ଅଞ୍ଚଳରେ ବ୍ୟବସାୟ କରିଥାନ୍ତି ।

ଫ୍ରାଞ୍ଚାଇଜ୍ ବ୍ୟବସ୍ଥା ଆମ ଦେଶରେ ବେଶ୍ ଜନାଦୃତି ଲାଭ କରିଛି, ବିଶେଷକରି ଗତ ଦଶନ୍ଧି ମଧ୍ୟରେ । ଫ୍ରାଞ୍ଚାଇଜ୍ ବ୍ୟବସ୍ଥା ଦ୍ୱାରା ଏବେ ଅଧିକାଂଶ ବ୍ୟବସାୟ ଯଥା - ଫାଷ୍ଟ୍‌ଫୁଡ୍ ଏବଂ ରେସ୍ତୋରାଁ (ମାକ୍‌ଡ଼ୋନାଲ୍ଡ଼, ଡ଼ିମ୍ପିସ୍), ଉପହାର ଏବଂ ଶୁଭେଚ୍ଛା ପତ୍ର ଦୋକାନ (ହଲ୍‌ମାର୍କ, ଆର୍ଚିଜ୍), ରେଡ଼ିମେଡ଼ ପୋଷାକ ଦୋକାନ (ବେନେଟନ୍, ନୁମେରୋ ଉନୋ, ପେଟାଲ୍‌ସ), କମ୍ପ୍ୟୁଟର ଶିକ୍ଷା (ନିଟ୍, ଆପ୍‌ଟେକ୍) ଦେଶରେ ଭଲ ବ୍ୟବସାୟ କରିବା ସହ ବେଶ୍ ଲୋକପ୍ରିୟ ହୋଇପାରିଛି ।

୨୨.୧୨.୧ ଫ୍ରାଞ୍ଚାଇଜ୍‌ର ବୈଶିଷ୍ଟ୍ୟ :

ଆସ, ଏବେ ଫ୍ରାଞ୍ଚାଇଜ୍‌ର ବୈଶିଷ୍ଟ୍ୟ ଜାଣିବା:

(କ) ଏହା କ୍ଷମତାପ୍ରଦାନକାରୀ ଏବଂ କ୍ଷମତାପ୍ରାପ୍ତଙ୍କ ମଧ୍ୟରେ ଏକ ରାଜିନାମା ଉପରେ ଆଧାରିତ ଯାହାବଳରେ କ୍ଷମତାପ୍ରାପ୍ତ ବ୍ୟବସାୟୀ ଏକ ନିର୍ଦ୍ଦିଷ୍ଟ ସମୟ ପାଇଁ କ୍ଷମତା ପ୍ରଦାନକାରୀଙ୍କ ସହ ବାଣିଜ୍ୟିକ ଚୁକ୍ତିରେ ସଂପୃକ୍ତ ହୋଇଥାନ୍ତି ।

(ଖ) ଏହି ଚୁକ୍ତି ବଳରେ ବିକ୍ରୟ କ୍ଷମତାପ୍ରାପ୍ତ ବ୍ୟବସାୟୀ କିଛି ଫି' (ଅର୍ଥ) ବଦଳରେ କ୍ଷମତାପ୍ରଦାନକାରୀଙ୍କ ବ୍ରାଣ୍ଡ୍ ନାମ, ମାଲିକାନଧିନ ଏକ ନିର୍ଦ୍ଦିଷ୍ଟ ପ୍ରକ୍ରିୟା ବା ଉତ୍ପାଦର ଖୁଚୁରା ବିକ୍ରୟରେ ବ୍ୟବହାର କରିବାର ଅଧିକାର ପାଇଥାନ୍ତି ।

(ଗ) ଚୁକ୍ତି ସମୟରେ ଫି' ଆଂଶିକ ଭାବେ ପ୍ରଦାନ କରାଯାଇଥାଏ ଏବଂ ନିୟମିତ କିସ୍ତିରେ ଅବଶିଷ୍ଟ ପ୍ରଦାନ କରାଯାଏ । ତାହା ମାସିକ, ତ୍ରୟମାସିକ ବା ବାର୍ଷିକ ହୋଇପାରେ । ଅବଶିଷ୍ଟ ଫି' ବିକ୍ରି ପରିମାଣ ବା ଲାଭ ପରିମାଣ ବା ଚୁକ୍ତି ଆଧାରରେ ପ୍ରଦାନ କରାଯାଇଥାଏ ।

(ଘ) କ୍ଷମତାପ୍ରଦାନକାରୀ ସହରର ଏକ ମୁଖ୍ୟ ସ୍ଥାନରେ ଦୋକାନ ପାଇଁ ସ୍ଥାନ ବ୍ୟବସ୍ଥା କରିବା ନିମନ୍ତେ ପୁଞ୍ଜି ମଧ୍ୟ ନିବେଶ କରିପାରନ୍ତି। ସେ ମଧ୍ୟ ଦୋକାନ ଗୃହର ସାଜସଜ୍ଜା ଏବଂ ସାମଗ୍ରୀ ମହଜୁଦ କରିବା ବ୍ୟବସ୍ଥା କରିଥାନ୍ତି। ଅଧିକାଂଶ କ୍ଷେତ୍ରରେ ପ୍ରାୟ ସବୁ କ୍ଷମତାପ୍ରାପ୍ତ ବ୍ୟବସ୍ଥାରେ ସମାନ ଧରଣର ସାଜସଜ୍ଜା ଏବଂ ବିକ୍ରୟ ନୀତି ଅବଲମ୍ବନ କରାଯାଇଥାଏ।

(ଙ) ବଜାରରେ ନିଜର ଏକ ଉତ୍ତମ ପରିଚୟ ସୃଷ୍ଟି କରିପାରିଥିବା ବ୍ରାଣ୍ଡ୍ ପାଇଁ ଫ୍ରାଞ୍ଚାଇଜ୍ ବ୍ୟବସ୍ଥା ଉପଯୁକ୍ତ। କେବଳ ସେତେବେଳେ ଯାଇ ଜଣେ ବିକ୍ରୟ କ୍ଷମତା ପ୍ରାପ୍ତ ବ୍ୟବସାୟୀ ହିଁ କୌଣସି ନୂଆ ବ୍ରାଣ୍ଡ୍ ଉପରେ ବିଜୟ ଲାଭ କରି ନିଜ ପୁରୁଣା ବ୍ରାଣ୍ଡ୍‌ର ବ୍ୟବହାରରୁ ଲାଭ ପାଇଥାନ୍ତି।

(ଚ) କ୍ଷମତା ପ୍ରଦାନକାରୀ ନିଜର ଦ୍ରବ୍ୟ ଓ ସେବା ପାଇଁ କ୍ଷମତାପ୍ରାପ୍ତ ବ୍ୟବସାୟୀଙ୍କୁ ଚୟନ କଲାବେଳେ ଅଧିକ ସତର୍କତା ଅବଲମ୍ବନ କରିଥାନ୍ତି। କେବଳ ଦକ୍ଷ ବ୍ୟକ୍ତି ଯେଉଁମାନଙ୍କର ଔଦ୍ୟୋଗିକ ଦକ୍ଷତା, ଆର୍ଥିକ ସ୍ୱଚ୍ଛଳତା, ବ୍ୟବସାୟ ପ୍ରତି ଆଗ୍ରହ ଏବଂ ଖାଉଟିଙ୍କୁ ସେବା ଯୋଗାଇବା ମନୋବୃତ୍ତି ଥିବ ସେହିମାନଙ୍କୁ ସେ ବାଛିଥାନ୍ତି। ବିକ୍ରୟ କ୍ଷମତାପ୍ରାପ୍ତ ବ୍ୟକ୍ତି ବିଫଳ ହେଲେ ବ୍ରାଣ୍ଡ୍‌ର ଗାରିମା କ୍ଷୁଦ୍ର ହୋଇଥାଏ ଏବଂ କ୍ଷମତାପ୍ରଦାନକାରୀଙ୍କ ଭବିଷ୍ୟତ ବ୍ୟବସାୟକୁ ଏହା ପ୍ରଭାବିତ କରେ।

୨୨.୧୨.୨ ଫ୍ରାଞ୍ଚାଇଜ୍‌ର ଉପାଦେୟତା

(କ) କ୍ଷମତା ପ୍ରଦାନକାରୀ (ବା ଫ୍ରାଞ୍ଚାଇଜର) କୌଣସି ଅତିରିକ୍ତ ପୁଞ୍ଜି ନିବେଶ ନକରି ବ୍ୟବସାୟ ବଢ଼ାଇପାରନ୍ତି। ବିକ୍ରୟ କ୍ଷମତାପ୍ରାପ୍ତ ବ୍ୟକ୍ତି ଏହି ନିବେଶ କରିଥାନ୍ତି ଏବଂ ଫ୍ରାଞ୍ଚାଇଜରଙ୍କ ବ୍ରାଣ୍ଡ୍ ନାମ, ଉତ୍ପାଦ ଇତ୍ୟାଦି ବ୍ୟବହାର ପାଇଁ ଫି' ମଧ୍ୟ ପ୍ରଦାନ କରନ୍ତି।

(ଖ) ଫ୍ରାଞ୍ଚାଇଜରଙ୍କ ବିଦ୍ୟମାନ ବ୍ରାଣ୍ଡ୍‌ର ସୁନାମରୁ ଫ୍ରାଞ୍ଚାଇଜି (ବିକ୍ରୟ କ୍ଷମତାପ୍ରାପ୍ତ ବ୍ୟକ୍ତି) ଲାଭ ଉଠାଇପାରନ୍ତି।

(ଗ) ଖାଉଟିମାନେ ଉଭୟ ଗୁଣବତ୍ତା ଓ ଦାମ୍ ଦୃଷ୍ଟିରୁ ମାନକୀକୃତ (ଷ୍ଟାଣ୍ଡାର୍ଡ଼ାଇଜଡ଼୍) ଦ୍ରବ୍ୟ ଓ ସେବା ପାଇବାରେ ନିଶ୍ଚିତ ଥା'ନ୍ତି। ଫ୍ରାଞ୍ଚାଇଜି ଶୃଙ୍ଖଳ ଦ୍ୱାରା ଗୋଟିଏ ଉତ୍ପାଦ ଓ ସେବା ଖାଉଟିଙ୍କୁ ଯଥେଷ୍ଟ ପରିମାଣରେ ଉପଲବ୍ଧ ହୋଇଥାଏ।

୨୨.୧୨.୩ ଫ୍ରାଞ୍ଚାଇଜ୍‌ର ସୀମାବଦ୍ଧତା

(କ) କ୍ଷମତାପ୍ରାପ୍ତ ବ୍ୟବସାୟୀଙ୍କ ଉପରେ କ୍ଷମତାପ୍ରଦାନକାରୀଙ୍କ ପୂରା ନିୟନ୍ତ୍ରଣ ନଥାଏ। ଗ୍ରାହକଙ୍କ ସହିତ କାରବାରରେ କ୍ଷମତାପ୍ରାପ୍ତ ବ୍ୟକ୍ତିଙ୍କ ବିଫଳତା ଯୋଗୁଁ ବ୍ରାଣ୍ଡର ଲୋକପ୍ରିୟତା ନଷ୍ଟ ହୋଇପାରେ ଯେଉଁ କାରଣରୁ କ୍ଷମତା ପ୍ରଦାନକାରୀ ବ୍ୟକ୍ତିଙ୍କ ବ୍ୟବସାୟ ଉପରେ ପ୍ରତିକୂଳ ପ୍ରଭାବ ପଡ଼ିପାରେ।

(ଖ) ବ୍ୟବସାୟରୁ କ୍ଷମତାପ୍ରାପ୍ତ ବ୍ୟକ୍ତି ଉପଯୁକ୍ତ ଲାଭ ଆୟ ନକଲେ ଫ୍ରାଞ୍ଚାଇଜ୍ ଫି' ତାଙ୍କ ଉପରେ ଏକ ବୋଝ ସଦୃଶ ହୋଇପାରେ।

(ଗ) କୌଣସି ଉତ୍ପାଦ / ସେବା ସଂକ୍ରାନ୍ତ ଅଭିଯୋଗକୁ ନେଇ ଖାଉଟିମାନେ ମଧ୍ୟ ଚିନ୍ତାରେ ପଡ଼ନ୍ତି। କାରଣ ସେମାନେ କ୍ଷମତା ପ୍ରଦାନକାରୀ ନା କ୍ଷମତାପ୍ରାପ୍ତ ବ୍ୟବସାୟୀ କାହା ବିରୋଧରେ ଅଭିଯୋଗ କରିବେ ତାହା ଚିନ୍ତାର କାରଣ ହୁଏ। ଅଭିଯୋଗ ବାବଦରେ ଉଭୟ କ୍ଷମତାପ୍ରଦାନକାରୀ ଓ କ୍ଷମତାପ୍ରାପ୍ତ ବ୍ୟବସାୟୀ ପରସ୍ପରକୁ ଦୋଷାରୋପ କରିଥାନ୍ତି ଏବଂ ଖାଉଟିଙ୍କ ସମସ୍ୟା ସମାଧାନର ଦାୟିତ୍ୱ ନେଇ ନଥାନ୍ତି।

ପାଠଗତ ପ୍ରଶ୍ନାବଳୀ ୨୨ ଚ

୧. ଡାକ ବରାଦ ଖୁଚୁରା ବ୍ୟବସାୟ ପାଇଁ ଉପଯୁକ୍ତ ଯେ କୌଣସି ପାଞ୍ଚଟି ସାମଗ୍ରୀର ନାମ ଲେଖ।

(କ) ______________________

(ଖ) ______________________

(ଗ) ______________________

(ଘ) ______________________

(ଙ) ______________________

୨. ନିମ୍ନଲିଖିତ ପଦ ଗୁଡ଼ିକର ସଂଜ୍ଞା (ପରିଭାଷା) ଦିଅ :

(କ) ଫ୍ରାଞ୍ଚାଇଜ୍ (ବିକ୍ରୟ କ୍ଷମତାପ୍ରଦାନ) :

____

____

(ଖ) ଫ୍ରାଞ୍ଚାଇଜର (ବିକ୍ରୟ କ୍ଷମତା ପ୍ରଦାନକାରୀ):

____

____

(ଗ) ଫ୍ରାଞ୍ଚାଇଜି (ବିକ୍ରୟ କ୍ଷମତା ପ୍ରାପ୍ତ):

____

____

୨୨.୧୩ ବିତରଣର ସାମ୍ପ୍ରତିକଧାରା

ସୂଚନା ଓ ପ୍ରଯୁକ୍ତି ବିଦ୍ୟା (ଆଇଟି) (ଅର୍ଥାତ୍ କମ୍ପ୍ୟୁଟର, ଟେଲିଫୋନ୍ ଓ ଇଣ୍ଟରନେଟ୍ ଇତ୍ୟାଦିର ବ୍ୟବହାର)ର ଅଗ୍ରଗତି ଜରିଆରେ ଉତ୍ପାଦନକାରୀଙ୍କ ଠାରୁ ଖାଉଟିଙ୍କୁ ଜିନିଷ ବିତରଣରେ ମଧ୍ୟ ଅଗ୍ରଗତି ହୋଇଛି। ଆଜିକାଲି ଖାଉଟିମାନେ ଘରେ ବସି ଯେକୌଣସି ସମୟରେ ନିଜ ପସନ୍ଦର ସାମଗ୍ରୀ କ୍ରୟ କରିପାରୁଛନ୍ତି। ବିତରଣର କେତେକ ନିର୍ଦ୍ଦିଷ୍ଟ ମାଧ୍ୟମ ମଧ୍ୟ ଦୀର୍ଘ ଏବଂ ବ୍ୟୟବହୁଳ ମଧ୍ୟସ୍ଥି ବ୍ୟବସ୍ଥାର ବିଲୋପ କରିଛି। ଉତ୍ପାଦନକାରୀମାନେ ଇଣ୍ଟରନେଟ୍ ଜରିଆରେ ବା ସେମାନଙ୍କ ଏଜେଣ୍ଟ୍ (ପ୍ରତ୍ୟକ୍ଷ ବିକ୍ରି) ଜରିଆରେ ଖାଉଟିମାନଙ୍କ ସହ ସିଧାସଳଖ ସମ୍ପର୍କ ସ୍ଥାପନ କରିପାରୁଛନ୍ତି।

ବିତରଣ ବା ବଣ୍ଟନର କେତେକ ସାମ୍ପ୍ରତିକ ଧାରା ନିମ୍ନରେ ଆଲୋଚନା କରାଗଲା:

(କ) ପ୍ରତ୍ୟକ୍ଷ ବିପଣନ: ବିତରଣର ଏହି ପ୍ରଣାଳୀରେ ଉତ୍ପାଦନକାରୀମାନେ ମଧ୍ୟସ୍ଥିଙ୍କୁ ନ ପଚାରି ପାଇକାରୀ ବିକ୍ରେତା ବା ଖୁଚୁରା ବିକ୍ରେତାଙ୍କ ବିନା ସହାୟତାରେ ସିଧାସଳଖ ଖାଉଟିମାନଙ୍କୁ ସେମାନଙ୍କ ଉତ୍ପାଦ ଓ ସେବା ଯୋଗାଇଥାନ୍ତି। ନିର୍ମାତା ବା ଉତ୍ପାଦନକାରୀମାନେ ସମ୍ଭାବ୍ୟ ଖାଉଟିଙ୍କୁ ସେମାନଙ୍କର ଉତ୍ପାଦ ବା ସେବା ବିଷୟରେ ବିଜ୍ଞାପନ (ଖବର କାଗଜ, ରେଡ଼ିଓ, ଟେଲିଭିଜନରେ) ବା କାଟାଲଗ୍, ଚିଠି ଓ ପ୍ରଚାରପତ୍ର ଜରିଆରେ ଅବଗତ କରାଇଥାନ୍ତି। ସେହି ଉତ୍ପାଦ ବା ସେବାକୁ କୌଣସି ଗ୍ରାହକ

କିଣିବାକୁ ଋହିଁଲେ ସେ ନିର୍ମାତାଙ୍କୁ ଟେଲିଫୋନରେ, ଡାକ ଦ୍ୱାରା ପତ୍ର ପ୍ରେରଣ ଜରିଆରେ ବା ଇମେଲ୍‌ରେ ବରାଦ ଦେଇପାରିବେ । ଗ୍ରାହକଙ୍କୁ କୋରିୟର, ଡ଼ାକ ବା ବିକ୍ରୟକର୍ତ୍ତା (ସେଲସ୍ ପର୍ସନ୍)ଙ୍କ ଜରିଆରେ ଉତ୍ପାଦ ଯୋଗାଇ ଦିଆ ଯାଇଥାଏ ।

ପ୍ରତ୍ୟକ୍ଷ ବିପଣନ ଉଭୟେ ନିର୍ମାତା ଏବଂ ଖାଉଟିଙ୍କ ପାଇଁ ଲାଭଦାୟକ । କାରଣ ଏହି ପଦ୍ଧତିରେ ମଧ୍ୟସ୍ଥି ନଥିବାରୁ ସେମାନଙ୍କ ଲାଭାଂଶ ଭାର ଯୋଗୁଁ ଜିନିଷର ଦର ବୃଦ୍ଧି ହୋଇନଥାଏ । ମଧ୍ୟସ୍ଥଙ୍କ ଜରିଆରେ ବିତରଣ କଲାବେଳେ ଉତ୍ପାଦନକାରୀମାନେ ଯେତିକି ଲାଭ ପାଆନ୍ତି ପ୍ରତ୍ୟକ୍ଷ ବିପଣନରେ ତା'ଠାରୁ ଅଧିକ ଲାଭ ରଖି ମଧ ସେମାନେ ଖାଉଟିଙ୍କୁ ଶସ୍ତାରେ ଦ୍ରବ୍ୟ ଯୋଗାଇବାରେ ସକ୍ଷମ ହୋଇଥାନ୍ତି । ଏହା ଦ୍ୱାରା ସମୟ ମଧ ସଞ୍ଚିତ ହୋଇଥାଏ । କାରଣ ନିର୍ମାତାଙ୍କ ଠାରୁ ପାଇକାରୀ ବିକ୍ରେତା, ତାଙ୍କଠାରୁ ଖୁଚୁରା ବିକ୍ରେତା ଏବଂ ଶେଷରେ ଖୁଚୁରା ବିକ୍ରେତାଙ୍କ ଠାରୁ ଖାଉଟିଙ୍କୁ ଉତ୍ପାଦ ମିଳିବା ପର୍ଯ୍ୟନ୍ତ ଅଧିକ ସମୟରୁ ମଧ ପ୍ରତ୍ୟକ୍ଷ ବିତରଣରେ ରୋକାଯାଇଥାଏ । ଉତ୍ପାଦନକାରୀ ଏବଂ ଖାଉଟି ସାମ୍ନାସାମ୍ନି ହେଉଥିବାରୁ ବଣ୍ଟନ ପ୍ରକ୍ରିୟା ତ୍ୱରାନ୍ୱିତ ହୋଇଥାଏ । ଅନ୍ୟପକ୍ଷରେ ନିର୍ମାତା / ଉତ୍ପାଦନକାରୀ ମଧ ଖାଉଟିଙ୍କ ଠାରୁ ସିଧାସଳଖ ମତାମତ ପାଇପାରିଥାନ୍ତି ।

ଖାଉଟିଙ୍କ ପାଖରେ ପହଞ୍ଚିବା ପାଇଁ ନିର୍ମାତା ବା ଉତ୍ପାଦନକାରୀ ଗ୍ରହଣ କରୁଥିବା ମାଧ୍ୟମ ଆଧାରରେ ପ୍ରତ୍ୟକ୍ଷ ବିତରଣକୁ ବିଭିନ୍ନ ଭାଗରେ ବିଭକ୍ତ କରାଯାଇଛି । ନିର୍ମାତା ବ୍ୟବହାର କରୁଥିବା ମାଧ୍ୟମ ଗୁଡ଼ିକ ହେଲା-

- ମୁଦ୍ରିତ ମୂଲ୍ୟସୂଚୀ (Printed Catalogue) : ଏହିମାଧ୍ୟମରେ ଖାଉଟିଙ୍କୁ ସୂଚନା ପ୍ରଦାନକୁ କାଟାଲଗ୍ ରିଟେଲିଂ ବା ତାଲିକା ଖୁଚୁରା ବ୍ୟବସାୟ କହନ୍ତି;
- ଟେଲିଭିଜନ୍‌ରେ ବିଜ୍ଞାପନ: ଏହି ଜରିଆରେ ସୂଚନାକୁ 'ଟେଲିଭାଇଜଡ଼୍ ସପିଙ୍ଗ୍' ବା ଟେଲିଭିଜନ୍ ଦ୍ୱାରା ବିପଣନ କୁହାଯାଏ; ଏବଂ
- ଡ଼ାକଦ୍ୱାରା କ୍ଷୁଦ୍ର ପୁସ୍ତିକା (ବ୍ରସ୍ୟୋର), ଚିଠି ଆଦି ପ୍ରେରଣକୁ ପ୍ରତ୍ୟକ୍ଷ ଡ଼ାକ ଖୁଚୁରା ବ୍ୟବସାୟ କହନ୍ତି ।

ଯେଉଁସବୁ ଉତ୍ପାଦ ସହଜରେ ଏବଂ ନିରାପଦରେ ଡାକ ବା କୋରିଅର ଜରିଆରେ ଖାଉଟିଙ୍କ ନିକଟକୁ ପଠାଯାଇପାରେ ଏବଂ ଯାହାର ବ୍ୟବହାର ଓ ବର୍ଣ୍ଣନା ସହଜରେ କାଟାଲଗ୍ ଚିଠି ବା ଟେଲିଭିଜନରେ ବିଜ୍ଞାପନ ଜରିଆରେ କରାଯାଇପାରେ ସେହିସବୁ ଉତ୍ପାଦ ସାଧାରଣତଃ ପ୍ରତ୍ୟକ୍ଷ ବିପଣନ ପଦ୍ଧତିରେ ବିକ୍ରି କରାଯାଇଥାଏ । ବହି, ମ୍ୟାଗାଜିନ୍, ଶାରୀରିକ ବ୍ୟାୟାମ ଉପକରଣ, ନିର୍ଦ୍ଦିଷ୍ଟ ପ୍ରକାରର ଆସବାବପତ୍ର ଆଦି ଏହି ପଦ୍ଧତି ଅନ୍ତର୍ଗତ ।

(ଖ) **ଇଣ୍ଟରନେଟ୍ ବିପଣନ:** କମ୍ପ୍ୟୁଟର ଓ ଇଣ୍ଟରନେଟ୍‌ର ବହୁଳ ପ୍ରସାର ଯୁଗରେ ଆଜିକାଲି ବିପଣନ ସହଜ ହେଉଛି । ନିର୍ମାତା ବା ଉତ୍ପାଦନକାରୀମାନେ ପ୍ରସ୍ତୁତ କରିଥିବା ୱେବସାଇଟ୍ ଆଧାରରେ ଇଣ୍ଟରନେଟ୍ ଜରିଆରେ ଜିନିଷ ବିକା କିଣା କରାଯାଇପାରୁଛି । ବିଶ୍ୱର ଯେକୌଣସି ସ୍ଥାନରୁ ଦିନର ଯେକୌଣସି ସମୟରେ ତତ୍‌କ୍ଷଣାତ୍ ଘରେ ଥିବା ଇଣ୍ଟରନେଟ୍‌ରୁ ବା ସାଇବର କାଫେରୁ କୌଣସି ଉତ୍ପାଦର ବରାଦ କରାଯାଇପାରୁଛି ।

ୱେବସାଇଟ୍‌ରେ ଆମେ ଦ୍ରବ୍ୟର ଛବି ଦେଖିପାରୁଛେ, ଦ୍ରବ୍ୟ ସଂକ୍ରାନ୍ତରେ ପଢ଼ି ପାରୁଛେ ଏବଂ

ମାଉସ୍ କ୍ଲିକ୍ କରି ସେହି ଦ୍ରବ୍ୟର ବରାଦ କରିପାରୁଛେ । ଦ୍ରବ୍ୟ ବାବଦ ପାଉଣା ବା ମୂଲ୍ୟ ଆମେ ବ୍ୟାଙ୍କ୍ ଡ୍ରାଫ୍‌ଟ ବା କ୍ରେଡ଼ିଟ୍ କାର୍ଡ଼ ଜରିଆରେ କରିପାରୁଛୁ ।

ଟିପ୍ପଣୀ

ଇଣ୍ଟରନେଟ୍ ବିପଣନ ଦ୍ୱାରା ଯେକୌଣସି ସମୟରେ ଯେକୌଣସି ସ୍ଥାନରୁ ସହଜରେ ବିପଣନ କରାଯାଇପାରୁଛି ଏବଂ ଗୋଟିଏ ଉତ୍ପାଦ ପାଇଁ ଭିନ୍ନ ଭିନ୍ନ ନିର୍ମାତା ଲାଗୁ କରୁଥିବା ମୂଲ୍ୟକୁ ମଧ୍ୟ ଆମେ ତଉଲି ପାରୁଛେ । ଏଥିପାଇଁ ଆମକୁ କେବଳ ବିଭିନ୍ନ ୱେବ ସାଇଟ୍ ଖୋଲିବାକୁ ପଡୁଛି । ଗୋଟିଏ ଦୋକାନରୁ ଅନ୍ୟ ଦୋକାନକୁ ବା ଗୋଟିଏ ବଜାରରୁ ଅନ୍ୟ ଏକ ବଜାରକୁ ଯିବାକୁ ଆମକୁ ଦରକାର ପଡୁନାହିଁ ।

ଆମେ ସବୁପ୍ରକାରର ଉତ୍ପାଦ ଯଥା - ଫୁଲ ଠାରୁ ଆରମ୍ଭକରି ଖାଦ୍ୟ ପର୍ଯ୍ୟନ୍ତ, ପୋଷାକଠାରୁ ଆରମ୍ଭକରି କମ୍ପ୍ୟୁଟର ପର୍ଯ୍ୟନ୍ତ ଯେକୌଣସି ଦେଶର ନିର୍ମାତାଙ୍କ ଠାରୁ କ୍ରୟକରି ପାରୁଛୁ । ଇଣ୍ଟର ନେଟ୍ ମାର୍କେଟିଂ ଜରିଆରେ ଉତ୍ପାଦନକାରୀ ମଧ୍ୟ ଅନେକ ଖାଉଟିଙ୍କୁ ସହଜରେ ଏବଂ ଶୀଘ୍ର ସେବା ଯୋଗାଇ ପାରୁଛନ୍ତି ।

ମାତ୍ର ଏହିପଦ୍ଧତିରେ ଏକ ଅସୁବିଧା ମଧ୍ୟ ରହିଛି । ଇଣ୍ଟରନେଟ୍ ବିପଣନରେ ଖାଉଟିମାନେ କେବଳ ଉତ୍ପାଦର ଛବି ଦେଖିପାରନ୍ତି । ପ୍ରକୃତ ଉତ୍ପାଦକୁ ଦେଖିପାରନ୍ତି ନାହିଁ କି ଛୁଇଁ ପାରନ୍ତି ନାହିଁ । ସେହି ଉତ୍ପାଦକୁ ପରୀକ୍ଷାମୂଳକ ଭାବେ ବ୍ୟବହାର କରିପାରନ୍ତି ନାହିଁ କିମ୍ବା ବ୍ୟବହାର ସମ୍ପର୍କରେ ବିକ୍ରେତାଙ୍କ ଠାରୁ ଡେମୋ ଦେଖିପାରନ୍ତି ନାହିଁ । ଉତ୍ପାଦ ସଂକ୍ରାନ୍ତରେ ସମ୍ପୂର୍ଣ୍ଣ ସୂଚନା ମଧ୍ୟ ୱେବ୍‌ସାଇଟ୍‌ରେ ଉପଲବ୍ଧ ହୋଇ ନପାରେ ।

(ଗ) ଟେଲିମାର୍କେଟିଂ ବା ଟେଲିଫୋନ୍ ମାଧ୍ୟମରେ ବିପଣନ

କେତେକ ନିର୍ମାତା ବା ଉତ୍ପାଦନକାରୀ ନିଜର ଉତ୍ପାଦ ସମ୍ପର୍କରେ ଟେଲିଫୋନ୍ ଜରିଆରେ ଖାଉଟିଙ୍କୁ ଅବଗତ କରାଇଥାନ୍ତି । ଫୋନ୍‌ରେ ସେମାନେ ଉତ୍ପାଦର ସବିଶେଷ ବିବରଣୀ ଓ ବ୍ୟବହାର ବର୍ଣ୍ଣନା କରିବା ସହ ସେହି ଉତ୍ପାଦ କ୍ରୟ କରିବାକୁ ଖାଉଟିମାନଙ୍କୁ ବୁଝାଇଥାନ୍ତି । କ୍ରେଡ଼ିଟ୍ କାର୍ଡ଼ ବିକ୍ରି, ବହି ଓ ପତ୍ରିକା ବିକ୍ରି ଏବଂ କେତେକ କ୍ଲବରେ ସଦସ୍ୟତା ପାଇଁ ଏହି ପଦ୍ଧତି ଅବଲମ୍ବନ କରାଯାଇଥାଏ ।

ଏହି ପଦ୍ଧତିରେ ନିର୍ମାତା ବା ଉତ୍ପାଦନକାରୀଙ୍କ ବିପଣନ ପ୍ରତିନିଧି ସମ୍ଭାବ୍ୟ ଖାଉଟିଙ୍କୁ ଉତ୍ପାଦର ବ୍ୟବହାର ସମ୍ପର୍କରେ ଟେଲିଫୋନ୍ ଜରିଆରେ ଅବଗତ କରାଇଥାନ୍ତି । ବାର୍ତ୍ତାଳାପ ସମୟରେ ପ୍ରତିନିଧି ସେହି ଉତ୍ପାଦ ପ୍ରତି ଖାଉଟିଙ୍କ ଆଗ୍ରହର ମାତ୍ରା ଜାଣିବାକୁ ଚେଷ୍ଟାକରନ୍ତି ଏବଂ ଉତ୍ପାଦ କ୍ରୟ ନିମନ୍ତେ ତାଙ୍କର ନିଷ୍ପତ୍ତିକୁ ପ୍ରଭାବିତ କରିଥାନ୍ତି । ଯଦି ଗ୍ରାହକ କ୍ରୟ କରିବାକୁ ଚାହାନ୍ତି ତେବେ ଡ଼ାକ ବା କୋରିଅର ଜରିଆରେ ତାହାକୁ ସଂପୃକ୍ତ ଖାଉଟିଙ୍କ ଘରକୁ ପଠାଇଦିଆଯାଇଥାଏ ।

ସମ୍ପ୍ରତି ଟେଲିମାର୍କେଟିଂ ଜରିଆରେ ଏକ ସମୟରେ ଅନେକ ଖାଉଟିଙ୍କ ସହ ଯୋଗାଯୋଗ କରାଯାଉଛି । ଏଣୁ ବିପଣନ ପ୍ରତିନିଧିଙ୍କ ପରିବର୍ତ୍ତେ କମ୍ପ୍ୟୁଟରକୃତ ବ୍ୟକ୍ତିଙ୍କ ସ୍ୱର ଖାଉଟିଙ୍କୁ ଉତ୍ପାଦ ସମ୍ପର୍କରେ ସୂଚନା ଦେଉଛି । ପସନ୍ଦର ଟେଲିଫୋନ୍ ନମ୍ବର ସ୍ୱୟଂଚାଳିତ ଭାବେ ଡ଼ାଏଲ ହେବା ସହ ପୂର୍ବରୁ ରେକର୍ଡ଼ ହୋଇଥିବା ସ୍ୱର ଶୁଣାଯାଉଛି । ଖାଉଟିଙ୍କୁ ପ୍ରସ୍ତାବ ଦିଆଯିବା ସହ ଟେଲିଫୋନ୍ ନମ୍ବର ଟିପି ପସନ୍ଦ ଜଣାଇବାକୁ ଅନୁରୋଧ କରାଯାଇଥାଏ । ଆଉ ପସନ୍ଦ ଜାଣିବା ପରେ ସେହି ଅନୁସାରେ ଉତ୍ପାଦ ଚାଲାଣ କରାଯାଏ ।

୨୨.୧୩.୧ ପରିବର୍ତ୍ତିତ ସମୟର ଖୁଚୁରା ବ୍ୟବସାୟ:

ତୁମେ ପୂର୍ବଭାଗରେ ଖୁଚୁରା ବ୍ୟବସାୟର ବିଭିନ୍ନ ପ୍ରକାର ଯଥା – ହକର, ବୁଲା ବିକାଳି ବିଶାଳ ବିଭାଗୀୟ ଭଣ୍ଡାର, ସ୍ଥାନୀୟ ସାଧାରଣ ଭଣ୍ଡାରରୁ ଡ଼ାକ ବରାଦ ଖୁଚୁରା ବ୍ୟବସାୟ, ଇଣ୍ଟରନେଟ୍ ବିପଣନ ଏବଂ ଟେଲିଫୋନ୍ ଜରିଆରେ ବିପଣନ ବିଷୟରେ ପଢ଼ିଛ। ଯେହେତୁ ବ୍ୟବସାୟ ଦୀର୍ଘସମୟର ପ୍ରକ୍ରିୟା ଏବଂ ଖୁଚୁରା ବ୍ୟବସାୟ ଏହାର ଏକ ଗୁରୁତ୍ୱ ପୂର୍ଣ୍ଣ ଅଂଶ ତେଣୁ ଏହା ମଧ୍ୟ ସମୟର ପରିବର୍ତ୍ତନ ସହ ପରିବର୍ତ୍ତିତ ହୋଇଛି। ପରନ୍ତୁ ନିକଟ ଅତୀତରେ ଏହି କ୍ଷେତ୍ରରେ ବ୍ୟାପକ ବିକାଶ ଓ ପ୍ରଗତି ହୋଇଥିବାରୁ ଆମେ ଏବେ 'ଖୁଚୁରା ବ୍ୟବସାୟ କ୍ଷେତ୍ରରେ ଏକ ବିପ୍ଳବ' କେବଳ ଭାରତରେ ନୁହେଁ ସମଗ୍ର ବିଶ୍ୱରେ ଅନୁଭବ କରୁଛେ।

ଆମ ଦେଶରେ ଖୁଚୁରା ବ୍ୟବସାୟ କ୍ଷେତ୍ରରେ ବିଶେଷ ପରିବର୍ତ୍ତନ ଆସିଛି। ବହୁ ପୂର୍ବରୁ ଥିବା କିରାନୀ ଦୋକାନ ଏବେ ବିଭିନ୍ନ ଭାବରେ ବିକଶିତ ହୋଇପାରିଛି। ଏବେ ଖୁଚୁରା ବ୍ୟବସାୟକୁ ଖାଉଟିଙ୍କ ପାଇଁ କେବଳ ଅଧିକ ସରଳ ଏବଂ ଉପଯୋଗୀ କରାଯାଉନାହିଁ ବରଂ ଖାଉଟିମାନେ ଏହାକୁ ଉପଭୋଗ କରୁଛନ୍ତି।

ଖାଉଟିଙ୍କୁ ଅଧିକ ଚୟନ (ପସନ୍ଦ) ଏବଂ ସୁବିଧା ସୁଯୋଗ ଜରିଆରେ ଖୁଚୁରା ବ୍ୟବସାୟକୁ ଅଧିକ ଲାଭ ଦାୟକ କରାଯାଇପାରିଛି।

ଏବେ ଆସ ଖୁଚୁରା ବ୍ୟବସାୟ କ୍ଷେତ୍ରରେ ହୋଇଥିବା କେତେକ ମଜାଦାର ପରିବର୍ତ୍ତନ ସମ୍ପର୍କରେ ଜାଣିବା, ଯାହାକୁ ତୁମେ ମଧ୍ୟ ତୁମ ଅଞ୍ଚଳରେ ହୁଏତ ଲକ୍ଷ୍ୟ କରିଥିବ।

- ଖାଉଟିମାନଙ୍କ ପରିବର୍ତ୍ତିତ ଜୀବନଶୈଳୀ ଏବଂ କ୍ରୟ କ୍ଷମତାକୁ ଦୃଷ୍ଟିରେ ରଖି ଖୁଚୁରା ବ୍ୟବସାୟୀ ମାନେ ବିଭିନ୍ନ ପ୍ରକାର ସେବା ଯଥା- ଗୃହରେ ଉତ୍ପାଦ ଯୋଗାଣ, ପୂର୍ବରୁ ପ୍ୟାକେଟ କରାଯାଇଥିବା ସାମଗ୍ରୀ (କ୍ଷୀର ଓ ଜୁସ୍ ଆଦି), ବିକ୍ରୟ ପରବର୍ତ୍ତି ସେବା, ଗୋଟିଏ ଛାତ ତଳେ ବିଭିନ୍ନ ଉତ୍ପାଦ ବିକ୍ରି (ବିଭାଗୀୟ ଷ୍ଟୋର୍) ଏବଂ ଇଣ୍ଟରନେଟ , ଇ-ମେଲ, ଡ଼ାକ, ଏସ୍.ଏମ୍.ଏସ୍. ବା ଟେଲିଫୋନ୍ ଜରିଆରେ ସପିଙ୍ଗ୍ ସେବା ଯୋଗାଇଛନ୍ତି।

• କିଣାକିଣି ଜନିତ ସୁବିଧା

- ପୂର୍ବରୁ ଉତ୍ପାଦ ନିର୍ମାଣ ଉପରେ ଧ୍ୟାନ ଦେଇଥିବା ନିର୍ମାତାମାନେ ଏବେ ଖୁଚୁରା ବ୍ୟବସାୟ ଆଡକୁ ମୁହାଁଉଛନ୍ତି। ସେମାନେ ନିଜ ବ୍ରାଣ୍ଡ୍ ନାମରେ ଶୋ'ରୁମ୍ ବା ଆଉଟ୍ ଲେଟ୍ ସ୍ଥାପନ କରୁଛନ୍ତି ବା ବଜାରରେ ସ୍ଥିତି ସୁଦୃଢ କରିଥିବା ଖୁଚୁରା ବ୍ୟବସାୟୀଙ୍କ ସହ ମିଶି ବ୍ୟବସାୟ କରୁଛନ୍ତି। ଅଥବା କେତେକ ପ୍ରତ୍ୟକ୍ଷ ବିକ୍ରୟ ପ୍ରତିନିଧି ଜରିଆରେ ବିତରଣ ପ୍ରକ୍ରିୟାରେ ଥିବା ମଧ୍ୟସ୍ଥି ଯଥା – ପାଇକାରୀ ବିକ୍ରେତା ଏବଂ ଖୁଚୁରା ବିକ୍ରେତା ଲୋପକରି ସିଧାସଳଖ ଖାଉଟିଙ୍କ ନିକଟରେ ପହଞ୍ଚୁଛନ୍ତି।

• ଉତ୍ପାଦନ କାର୍ଯ୍ୟରୁ ଖୁଚୁରା ବ୍ୟବସାୟ ଆଡ଼କୁ

- ଉତ୍ପାଦ କ୍ରୟପାଇଁ ଖାଉଟିଙ୍କ ପ୍ରୋତ୍ସାହିତ କରିବା ନିମନ୍ତେ ଖୁଚୁରା ବ୍ୟବସାୟିମାନେ ଖାଉଟି ସ୍ଥାୟୀ ଉତ୍ପାଦ ଯଥା- ଫ୍ରିଜ୍, ଟିଭି, ଏସି ଆଦିରେ ବିଶେଷ ରିହାତି ଦେଉଛନ୍ତି ବା ଆକର୍ଷଣୀୟ ବିଜ୍ଞାପନ / ଋଣ (ଫାଇନାନସିଂ) ସୁବିଧା ଉପଲବ୍ଧ କରାଉଛନ୍ତି। ଫାଇନାଇସିଂ ବାବଦରେ ମଧ୍ୟ ଖୁବ୍ କମ୍ ପରିମାଣରେ ସୁଧ ଲାଗୁ କରାଯାଉଛି। କେତେକ ଖୁଚୁରା ବ୍ୟବସାୟୀ ମଧ୍ୟ ଉତ୍ପାଦ ବିକ୍ରି ନିମନ୍ତେ କେତେକ ବ୍ୟାଙ୍କ୍ ସହ ଅନୁବନ୍ଧିତ ହୋଇଥାନ୍ତି।

• ବିଜ୍ଞାପନ

- ଖାଉଟିଙ୍କୁ ବିଭିନ୍ନ ଉତ୍ପାଦ ସହଜରେ ଏବଂ ସୁବିଧାରେ ଉପଲବ୍ଧ କରାଇବା ପାଇଁ କେତେକ ଖୁଚୁରା ବ୍ୟବସାୟୀ ମଧ୍ୟ ସ୍ୱୟଂଚାଳିତ ବିକ୍ରୟ ଯନ୍ତ୍ର ବା ଅଟୋମେଟିକ୍ ଭେଣ୍ଡିଂ ମେସିନ୍ ସ୍ଥାପନ କରିଛନ୍ତି।

ନିର୍ଦ୍ଦିଷ୍ଟ ପରିମାଣର ମୁଦ୍ରା ପକାଇ ଏକ ବଟନ (ସୁଇଚ୍) ଚିପିବା ଦ୍ୱାରା ଖାଉଟି ମାନେ ସେହି ଯନ୍ତ୍ରରୁ ଚକୋଲେଟ୍, ଖବର କାଗଜ, ପତ୍ରିକା, ଗର୍ଭନିରୋଧକ ବଟିକା ମୃଦୁ ପାନୀୟ ଆଦି ପାଇ ପାରୁଛନ୍ତି। ମଣିଷର ସହାୟତା ବିନା ସେହି ଯନ୍ତ୍ରରୁ ଉତ୍ପାଦର ବିତରଣ କରାଯାଉଛି।

- ସହରାଞ୍ଚଳରେ 'ଖୁଚୁରା ବ୍ୟବସାୟ ବିପ୍ଳବ'ର ଆଉଏକ ଫଳ ହେଉଛି ସପିଙ୍ଗ୍ ମଲ୍। ଏସବୁ ଗୋଟିଏ ଗୋଟିଏ ବିଶାଳ ସପିଙ୍ଗ୍ କମ୍ପ୍ଲେକ୍ସ। ଯେଉଁଥିରେ ଗାଡ଼ି ରଖିବା ସ୍ଥାନଠାରୁ ଆରମ୍ଭ କରି ରେଷ୍ଟୋରାଁଏବଂ ଆମୋଦ ପ୍ରମୋଦ ସ୍ଥାନ ରହିଥାଏ। ଏତଦ୍ ବ୍ୟତୀତ ବିଭିନ୍ନ ପ୍ରକାରର ଉତ୍ପାଦ ମଧ୍ୟ ସହଜରେ ଉପଲବ୍ଧ ହୋଇଥାଏ। ବଡ଼ ବଡ଼ ବିଭାଗୀୟ ଷ୍ଟୋର୍ ସପିଂ ମଲ୍ ର ଅଂଶବିଶେଷ। ଏତଦବ୍ୟତୀତ ଅନେକ ସ୍ୱତନ୍ତ୍ର ବହୁତଳ କୋଠା ମଧ୍ୟ ସପିଙ୍ଗ୍ ମଲ୍ ରେ ରହିଥାଏ। ସପିଙ୍ଗ୍ ମଲ୍ ସମ୍ପ୍ରତି ବେଶ୍ ଲୋକପ୍ରିୟତା ଅର୍ଜନ କରିପାରିଛି। କାରଣ ସାମଗ୍ରୀ ବିକ୍ରିଠାରୁ ଏଠାରେ ଭୋଜନ, ଆମୋଦ ପ୍ରମୋଦ ଆଦିର ସବିଶେଷ ବ୍ୟବସ୍ଥା ରହିଛି। ସପିଙ୍ଗ୍ ମଲ୍ ଗୁଡ଼ିକ ଭିନ୍ନକ୍ଷମବ୍ୟକ୍ତିଙ୍କ ପାଇଁ ମଧ୍ୟ ଗ୍ରହଣୀୟ ହୋଇପାରୁଛି। କାରଣ ଏଗୁଡ଼ିକରେ ର୍ୟାମ୍ପ୍ ଏବଂ ହ୍ୱିଲଚେୟାର ଆଦିର ବ୍ୟବସ୍ଥା ମଧ୍ୟ ରହିଛି।
- ସମ୍ପ୍ରତି ଗୋଟିଏ ଉତ୍ପାଦର ବିକ୍ରିପାଇଁ ଏବେ ଖୁଚୁରା ବ୍ୟବସାୟର ବିଭିନ୍ନ ମାଧ୍ୟମ ବ୍ୟବହୃତ ହେଉଛି। କେଉଁଠି ଡ଼ାକ ବରାଦ ଜରିଆରେ ସାମଗ୍ରୀ ବିକ୍ରୟ କରାଯାଉଛି ତ ଆଉ କେଉଁଠି ବିଭାଗୀୟ ଭଣ୍ଡାର, କେଉଁଠି ବୁଲାବିକାଳି ଜରିଆରେ। ସାଧାରଣ ଭଣ୍ଡାର ଏବଂଏପରିକି ଇଣ୍ଟରନେଟ୍ ମାଧ୍ୟମରେ ମଧ୍ୟ ଏକ ସମୟରେ ଜିନିଷ ମିଳିପାରୁଛି (ଉଦାହରଣ ସ୍ୱରୂପ, ଅମୁଲ୍ ଆଇସ୍କ୍ରିମ ଠେଲା ଗାଡ଼ିରେ, ସ୍ଥାନୀୟ ତେଜରାତି ଦୋକାନରେ, ବିଭାଗୀୟ ଭଣ୍ଡାରରେ ଏବଂ ଅମୁଲ ଡ଼ଟ୍ କମ୍ ୱେବ୍ ସାଇଟ୍‌ରେ ବିକା ଯାଉଛି।)

  କେତେକ ଖୁଚୁରା ବ୍ୟବସାୟୀ ବହୁମୁଖୀ ଖୁଚୁରା ବ୍ୟବସାୟ ମାଧ୍ୟମ ଆପଣାଉଛନ୍ତି ଯେଉଁଥିରେ ସେମାନେ ଦୁଇଟି ମାଧ୍ୟମକୁ ସଂଯୁକ୍ତ କରୁଛନ୍ତି। ଉଦାହରଣ ସ୍ୱରୂପ, ବିଭାଗୀୟ ଭଣ୍ଡାର ଏବଂ ଶୃଙ୍ଖଳ ଭଣ୍ଡାର ଏଇ ଦୁଇଟିକୁ ଯୋଡ଼ି ବିଶାଳ ମେଗାମାର୍ଟ, ବିଗ୍ ବଜାର ଆଦି ବ୍ୟବସାୟୀ ଦେଶର ବିଭିନ୍ନ ଭାଗରେ ଖାଉଟିଙ୍କ ନିକଟତର ହେଉଛନ୍ତି।
- ଏକ ସୁପର ମାର୍କେଟ ଏବଂ ବିଭାଗୀୟ ଷ୍ଟୋର୍‌ର ମିଶ୍ରଣରୁ ହାଇପର ମାର୍କେଟର ସୃଷ୍ଟି। ଯେଉଁଠାରେ ଗୋଟିଏ ଛାତତଳେ ଅନେକ ପ୍ରକାରର ଉତ୍ପାଦ ଉପଲବ୍ଧ ହୋଇଥାଏ। ଜଣେ ଖାଉଟି ନିଜ ଚାହିଦା ଅନୁସାରେ ସପ୍ତାହଟେ ପାଇଁ ବା ମାସକ ପାଇଁ ଆବଶ୍ୟକ ସାମଗ୍ରୀ କିଣିପାରନ୍ତି।

ଅତଃ, ଆମେ ଦେଖୁ ଯେ ଦେଶ ମଧ୍ୟସ୍ଥ ବ୍ୟାପାର (ଆଭ୍ୟନ୍ତରୀଣ ବ୍ୟାପାର) ଖାଉଟିଙ୍କ ଚାହିଦା ଏବଂ ଆବଶ୍ୟକତା ଅନୁସାରେ ଭିନ୍ନ ଭିନ୍ନ ପ୍ରକାର ହୋଇଥାଏ। ସମୟର ପରିବର୍ତ୍ତନ ଏବଂ ଖାଉଟିର ରୁଚିରେ ପରିବର୍ତ୍ତନ ସହ ଏହିସବୁ ପ୍ରକାର ବ୍ୟବସାୟରେ ନୂଆ ନୂଆ ପଦ୍ଧତି ଯୋଡ଼ି ହୋଇଯାଇଥାଏ।

ପାଠଗତ ପ୍ରଶ୍ନାବଳୀ ୨୨ ଛ

୧ – 'ସପିଙ୍ଗ୍ ମଲ୍' କହିଲେ କ'ଣ ବୁଝ ?

____

____

ଟିପ୍ପଣୀ

- ସ୍ୱୟଂଚାଳିତ ବିକ୍ରୟ ଯନ୍ତ୍ର
- ସପିଙ୍ଗ୍ ମଲ୍
- ବହୁସଂଖ୍ୟକ ଖୁଚୁରା ବିକ୍ରୟ ମାଧ୍ୟମ
- ହାଇପର ମାର୍କେଟ

୨- ନିମ୍ନ ଲିଖିତ କ୍ଷେତ୍ରରେ ବିତରଣର ପଦ୍ଧତି ଲେଖ

(କ) ନିର୍ମାତା ମାନେ ସିଧାସଳଖ ଖାଉଟିଙ୍କୁ ଭେଟିଥାନ୍ତି ।

(ଖ) ବିପଣନ ପ୍ରତିନିଧିମାନେ ଟେଲିଫୋନ୍ ଜରିଆରେ ଖାଉଟିଙ୍କୁ ଅବଗତ କରାଇଥାନ୍ତି ।

(ଗ) ଇଣ୍ଟରନେଟ୍ ଜରିଆରେ ଦ୍ରବ୍ୟ ଓ ସେବାର ବିକ୍ରୟ

(ଘ) ମଣିଷର ବିନା ସହାୟତାରେ ମେସିନ୍ ଜରିଆରେ ଜିନିଷ ବିକ୍ରି ।

୨୨.୧୪ ତୁମେ ଯାହା ଶିଖିଲ

- କୌଣସି ଦେଶର ଭୌଗୋଳିକ ସୀମା ମଧ୍ୟରେ ସାମଗ୍ରୀ ଓ ସେବା କିଣାବିକାକୁ ଆଭ୍ୟନ୍ତରୀଣ ବ୍ୟାପାର (ଅର୍ନ୍ତବାଣିଜ୍ୟ) କୁହାଯାଏ ।
- କିଣାବିକା ହେଉଥିବା ଜିନିଷର ପରିମାଣ ଆଧାରରେ ଆମେ ଅନ୍ତର୍ବାଣିଜ୍ୟ କୁ ଦୁଇଭାଗରେ ଯଥା ପାଇକାରୀ ବ୍ୟବସାୟ ଏବଂ ଖୁଚୁରା ବ୍ୟବସାୟରେ ବିଭକ୍ତ କରିପାରିବା । ନିର୍ମାତା ବା ଉତ୍ପାଦକଙ୍କଠାରୁ ବହୁ ପରିମାଣର ସାମଗ୍ରୀ କିଣି ଅନ୍ୟ କ୍ରେତା ବା ବେପାରୀଙ୍କୁ ଅଳ୍ପପରିମାଣରେ ବିକିବାକୁ ପାଇକାରୀ ବ୍ୟବସାୟ କହନ୍ତି । ଅନ୍ୟପକ୍ଷରେ ଉତ୍ପାଦନକାରୀ ବା ପାଇକାରୀ ବିକ୍ରେତାଙ୍କ ଠାରୁ ଦ୍ରବ୍ୟ କ୍ରୟ କରି ଖାଉଟିଙ୍କୁ ବିକ୍ରିକରିବାକୁ ଖୁଚୁରା ବ୍ୟବସାୟ କୁହାଯାଏ ।
-

ଖୁଚୁରା ବ୍ୟବସାୟ ର ପ୍ରକାର

- ଭ୍ରାମ୍ୟମାଣ /ଅସ୍ଥାୟୀ ଖୁଚୁରା ବ୍ୟବସାୟ
  - ବୁଲାବିକାଳି ଏବଂ ଫେରିବାଲା (ହକ୍‌ର)
  - ମାର୍କେଟ ଟ୍ରେଡର (ହାଟୁଆ ବ୍ୟାପାରୀ)
  - ପଥପାର୍ଶ୍ୱ ବିକାଳି
- ସ୍ଥାୟୀ ଦୋକାନ ଖୁଚୁରା ବ୍ୟବସାୟ
  - କ୍ଷୁଦ୍ରାକାର
    - ସାଧାରଣ ଭଣ୍ଡାର
    - ଏକକ ଉତ୍ପାଦଭଣ୍ଡାର
    - ବିଶେଷ ଦ୍ରବ୍ୟ ଭଣ୍ଡାର
    - ପୁରୁଣା ବା ବ୍ୟବହୃତ ସାମଗ୍ରୀ ଦୋକାନ
  - ବୃହଦାକାର
    - ବିଭାଗୀୟ ଭଣ୍ଡାର
    - ବହୁମୁଖୀ ଦୋକାନ
    - ସୁପର ବଜାର
    - ଖାଉଟି ସମବାୟ ଭଣ୍ଡାର
    - ଡାକ ବରାଦଖୁଚୁରା ବ୍ୟବସାୟ
    - ଫ୍ରାଞ୍ଚାଇଜ୍ ବା ବିକ୍ରୟ ରାଜିନାମା

- ସୂଚନା ପ୍ରଯୁକ୍ତି ବିଦ୍ୟାର ପ୍ରଗତି ଯୋଗୁ ଭାରତ ଏବଂ ସାରା ବିଶ୍ୱରେ ଖୁଚୁରା ବ୍ୟବସାୟ କ୍ଷେତ୍ରରେ ବୈପ୍ଳବିକ ପରିବର୍ତ୍ତନ ଆସିଛି । ଆଜିକାଲି ଉତ୍ପାଦନକାରୀ ବା ନିର୍ମାତା ମାନେ ଇଣ୍ଟରନେଟ୍ ମାର୍କେଟିଙ୍ଗ୍, ଟେଲିମାର୍କେଟିଂ, ପ୍ରତ୍ୟକ୍ଷ ବିପଣନ ଜରିଆରେ ସିଧାସଳଖ ଖାଉଟିଙ୍କ ନିକଟକୁ ଯାଇପାରୁଛନ୍ତି । ଖାଉଟିଙ୍କୁ ଅଧିକ ବିକଳ୍ପ ସୁବିଧା ଏବଂ ଉନ୍ନତ ସୁବିଧା ପ୍ରଦାନ କରିବା ପୂର୍ବକ ଲାଭୋପାର୍ଜନ କରିବା ଏବେ ଖୁଚୁରା ବ୍ୟବସାୟର ଲକ୍ଷ୍ୟ ହୋଇଛି ।

୨୨.୧୫ ମୁଖ୍ୟ ଶବ୍ଦାବଳୀ

ଖାଉଟି ସମବାୟ ଭଣ୍ଡାର	ବିଭାଗୀୟ ଭଣ୍ଡାର	ପ୍ରତ୍ୟକ୍ଷ ବିପଣନ
ସ୍ଥାୟୀ ଦୋକାନ ଖୁଚୁରା ବ୍ୟବସାୟ	ଫ୍ରାଞ୍ଚାଇଜ	ସାଧାରଣ ଭଣ୍ଡାର
ଇଣ୍ଟରନେଟ୍ ମାର୍କେଟିଙ୍ଗ୍	ଭ୍ରାମ୍ୟମାଣ ଖୁଚୁରା ବ୍ୟବସାୟ	ଡ଼ାକ ବରାଦ ଖୁଚୁରା ବ୍ୟବସାୟ
ବହୁମୁଖୀ ଦୋକାନ	ଖୁଚୁରା ବ୍ୟାପାର	
ସପିଙ୍ଗ୍ ମଲ୍	ଏକକ ଉତ୍ପାଦ ଭଣ୍ଡାର	ପୁରୁଣା ସାମଗ୍ରୀ ଦୋକାନ
ସୁପର ବଜାର	ଟେଲିମାର୍କେଟିଙ୍ଗ୍	ପାଇକାରୀ ବେପାର

୨୨.୧୬ ପାଠାନ୍ତ ପ୍ରଶ୍ନାବଳୀ

ଅତି ସଂକ୍ଷିପ୍ତ ଉତ୍ତର ମୂଳକ ପ୍ରଶ୍ନ

୧– ଆଭ୍ୟନ୍ତରୀଣ ବ୍ୟାପାର(ଅନ୍ତର୍ବାଣିଜ୍ୟ) କହିଲେ କ'ଣ ବୁଝ ?

୨– ବହୁମୁଖୀ ଦୋକାନ କହିଲେ କ'ଣ ବୁଝ ?

୩– ପାଇକାରୀ ବିକ୍ରେତାଙ୍କ ଦୁଇଟି ଲାଭ ଲେଖ ।

୪– 'ଫ୍ରାଞ୍ଚାଇଜ୍' ଶବ୍ଦ ର ଅର୍ଥ କ'ଣ ?

୫– ଚାରି ପ୍ରକାର ବୃହଦାକାର ଖୁଚୁରା ବ୍ୟବସାୟର ନାମ ଲେଖ ।

ସଂକ୍ଷିପ୍ତ ଉତ୍ତର ମୂଳକ ପ୍ରଶ୍ନ

୬– ବିତରଣ ପ୍ରକ୍ରିୟାରେ ପାଇକାରୀ ବିକ୍ରେତାଙ୍କ ଭୂମିକା ବର୍ଣ୍ଣନା କର ।

୭– ବିଭାଗୀୟ ଭଣ୍ଡାରର ଚାରୋଟି ଉପାଦେୟତା ଲେଖ ?

୮– ଖୁଚୁରା ବ୍ୟବସାୟୀ ଏବଂ ପାଇକାରୀ ବ୍ୟବସାୟୀ ମଧ୍ୟରେ ଯେକୌଣସି ଚାରୋଟି ପ୍ରଭେଦ ଲେଖ ?

୯– ସୁପର ବଜାରର ଉପାଦେୟତା ଲେଖ ।

୧୦– 'ଡାକ ବରାଦ ଖୁଚୁରା ବ୍ୟବସାୟ' କହିଲେ କ'ଣ ବୁଝ ?

ଦୀର୍ଘଉତ୍ତର ମୂଳକ ପ୍ରଶ୍ନ

୧୧– ବିଭାଗୀୟ ଭଣ୍ଡାରର ବୈଶିଷ୍ଟ୍ୟ ଲେଖ । ବିଭାଗୀୟ ଭଣ୍ଡାର ଏବଂ ବହୁମୁଖୀ ଦୋକାନ ଠାରୁ କିପରି ଭିନ୍ନ ଅଟେ ?

୧୨- ବିତରଣ ପ୍ରକ୍ରିୟାରେ ମଧ୍ୟସ୍ଥିଙ୍କ ଭୂମିକା ବର୍ଣ୍ଣନା କର।

୧୩- ଖାଉଟିଙ୍କ ସମବାୟ ଭଣ୍ଡାର କହିଲେ କ'ଣ ବୁଝ ? ଏହାର ଉପାଦେୟତା ସଂକ୍ଷେପରେ ଲେଖ।

୧୪- ଏକ ବୃହଦାକାର ଖୁଚୁରା ବ୍ୟବସାୟ ରୂପରେ ଫ୍ରାଞ୍ଚାଇଜ୍‌ର ବିଶେଷତ୍ୱ ବର୍ଣ୍ଣନା କର।

୧୫. ବିତରଣ ସାମ୍ପ୍ରତିକ ଧାରା ସଂକ୍ଷେପରେ ବର୍ଣ୍ଣନା କର।

୨୨.୧୭ ପାଠଗତ ପ୍ରଶ୍ନାବଳୀର ଉତ୍ତର

୨୨ (କ)

୨- ପାବ୍ୟ : (କ), (ଗ),. (ଘ)

ଖୁବ୍ୟ : (ଖ), (ଙ)

୨୨ଖ

୨- (କ) ଖୁଚୁରା ବ୍ୟବସାୟୀଙ୍କର ଖାଉଟିଙ୍କ ସହ ପ୍ରତ୍ୟକ୍ଷ ସମ୍ପର୍କ ଥାଏ।

(ଖ) ଖୁଚୁରା ବ୍ୟବସାୟ ପାଇଁ କମ୍ ପୁଞ୍ଜି ଆବଶ୍ୟକ

(ଗ) ବିତରଣ ପ୍ରକ୍ରିୟାରେ ପାଇକାରୀ ବିକ୍ରେତା ଜଣେ ମଧ୍ୟସ୍ଥି।

(ଘ) ଠିକ୍ ଅଛି।

(ଙ) ଖୁଚୁରା ବ୍ୟବସାୟୀ ପାଇକାରୀ ବ୍ୟବସାୟୀଙ୍କ ଠାରୁ ଜିନିଷ କିଣିଥାନ୍ତି।

୨୨ ଗ

୨- (କ) ଏକକ ଉତ୍ପାଦ ଭଣ୍ଡାର

(ଖ) ବିଶେଷ ଦ୍ରବ୍ୟ ଭଣ୍ଡାର

(ଗ) ସାଧାରଣ ଭଣ୍ଡାର ବା ଭେରାଇଟି ଭଣ୍ଡାର

(ଘ) ଭ୍ରାମ୍ୟମାଣ / ଅସ୍ଥାୟୀ ଖୁଚୁରା ବ୍ୟବସାୟ

(ଙ) ପୁରୁଣା ବା ବ୍ୟବହୃତ ଦୋକାନ।

୨୨ ଘ

୧- (କ) ସମାନ ମାଲିକାନା

(ଖ) ଚିହ୍ନଟ କରିବାକୁ ସହଜ

୨- (କ) ବଡ଼ ବ୍ୟବସାୟୀ (ବ୍ୟକ୍ତି ବା ସମୂହ)

(ଖ) ବୃହତ୍ ନିର୍ମାତା ବା ଉତ୍ପାଦନକାରୀ

(ଗ) ବିଭାଗୀୟ ଭଣ୍ଡାର

(ଘ) ଶାଖା ପରିଚାଳକ ବା ମାଲିକଙ୍କ ଦ୍ୱାରା ନିଯୁକ୍ତ କୌଣସି ବ୍ୟକ୍ତି

୨୨ ଙ

୧- (କ) ଖାଦ୍ୟ ପଦାର୍ଥ

(ଖ) ପନିପରିବା

(ଗ) ଫଳ

(ଘ) ତେଜରାତି

(ଙ) ବାସନ କୁସନ

୨- (କ) ଖାଉଟି ସମବାୟ ଭଣ୍ଡାର ସାଧାରଣତଃ ଜନବସତି ଅଞ୍ଚଳରେ ସ୍ଥାପିତ ହୋଇଥାଏ

(ଖ) ସୁପର୍ ବଜାରରେ ସେଲ୍ସ୍‌ମ୍ୟାନ୍‌ଙ୍କ ଉପସ୍ଥିତି ଆବଶ୍ୟକ ନଥାଏ।

(ଗ) କୌଣସି ପରିବର୍ତ୍ତନ ନାହିଁ (ଠିକ୍ ଅଛି)

(ଘ) ଖାଉଟି ସମବାୟ ଭଣ୍ଡାର ସଦସ୍ୟମାନଙ୍କ ଦ୍ୱାରା ପରିଚାଳିତ ହୋଇଥାଏ ଯେଉଁ ମାନଙ୍କର ବ୍ୟବସାୟ ପରିଚାଳନାରେ ବିଶେଷଜ୍ଞାନ (ଧୂରୀଣତା) ନ ଥାଇପାରେ।

୨୨ଚ

୧- (କ) ଔଷଧ

(ଖ) ବହି

(ଗ) ଖେଳନା

(ଘ) ପ୍ରସାଧାନ ସାମଗ୍ରୀ

(ଙ) ଗରା ମଞ୍ଜି

୨- (କ) ଫ୍ରାଞ୍ଚାଇଜ୍ ଏକ ପ୍ରକାର ଖୁଚୁରା ବ୍ୟବସାୟ ଯେଉଁଠାରେ ଦୁଇ ପକ୍ଷ ଏକ ରାଜିନାମା ସ୍ୱାକ୍ଷରିତ କରିଥାନ୍ତି। ଯେଉଁଥିରେ ନିଜର ଉତ୍ପାଦ, ବ୍ରାଣ୍ଡ ନାମ ବ୍ୟବହାର କରି ଦ୍ରବ୍ୟ ବିକ୍ରି କରିବାକୁ ଜଣେ ଅନ୍ୟଜଣଙ୍କୁ କ୍ଷମତା ପ୍ରଦାନ କରିଥାନ୍ତି।

(ଖ) ଫ୍ରାଞ୍ଚାଇଜ୍ ରାଜିନାମାରେ ଯେଉଁ ପକ୍ଷ ନିଜର ଉତ୍ପାଦ ବା ସେବା ବା ବିଶେଷ ଜ୍ଞାନ ବ୍ୟବହାର କରିବାକୁ ଅନ୍ୟପକ୍ଷଙ୍କୁ କ୍ଷମତା ପ୍ରଦାନ କରିଥାନ୍ତି ତାଙ୍କୁ ଫ୍ରାଞ୍ଚାଇଜ୍‌ର ବା କ୍ଷମତା ପ୍ରଦାନ କାରୀ କହନ୍ତି।

(ଗ) କିଛି ଅର୍ଥ ବଦଳରେ ଯେଉଁ ପକ୍ଷ ଉତ୍ପାଦ ବିକ୍ରି କରିବା ବା ବ୍ରାଣ୍ଡ୍ ନାମ ବ୍ୟବହାର କରିବା ପାଇଁ କ୍ଷମତା ପ୍ରାପ୍ତ ହୋଇଥାନ୍ତି ତାଙ୍କୁ ଫାଞ୍ଚାଇଜି ବା କ୍ଷମତା ପ୍ରାପ୍ତ ବ୍ୟକ୍ତି କହନ୍ତି।

୨୨ ଛ

୨- (କ) ପ୍ରତ୍ୟକ୍ଷ ବିପଣନ

(ଖ) ଟେଲି ମାର୍କେଟିଙ୍ଗ୍

(ଗ) ଇଣ୍ଟରନେଟ୍ ମାର୍କେଟିଙ୍ଗ୍

(ଘ) ସ୍ୱୟଂଚାଳିତ ବିକ୍ରୟ ଯନ୍ତ୍ର।

ଟିପ୍ପଣୀ

କର ଏବଂ ଶିଖ

୧- ତୁମ ଅଞ୍ଚଳରେ ଅନ୍ୟୂନପାଞ୍ଚଟି ଖୁଚୁରା ବ୍ୟବସାୟ ଦୋକାନ ପରିଦର୍ଶନ କର ଏବଂ ସ୍ୱଷ୍ଟ ସୂଚନା ପାଇଁ ନିମ୍ନଲିଖିତ ଗୁଡ଼ିକ ଲିପିବଦ୍ଧ କର।

(କ) ଭଣ୍ଡାରର ନାମ(ଯଦି ଥାଏ)

(ଖ) ଭଣ୍ଡାରର ଅବସ୍ଥିତି

(ଗ) ବିକ୍ରି କରାଯାଉଥିବା ବିଭିନ୍ନ ଉତ୍ପାଦ

(ଘ) ସେହିସବୁ ଉତ୍ପାଦ ସଂଗ୍ରହ ସ୍ଥଳ (ପାଇକାରୀ ବିକ୍ରେତାଙ୍କ ଠାରୁ ନା ନିର୍ମାତାଙ୍କ ଠାରୁ)

(ଙ) ବ୍ୟବହୃତ ପରିବହନ

(ଚ) ବିକ୍ରୟ ପରବର୍ତ୍ତୀ ସେବା (ଯଦି ଯୋଗାଯାଉଥାଏ)

(ଛ) ପାଇକାରୀ ବ୍ୟବସାୟୀ ବା ନିର୍ମାତାଙ୍କୁ ଖୁଚୁରା ବ୍ୟବସାୟୀ ଦେଉଥିବା ସୂଚନା

(ଜ) ଅନ୍ୟ ଯେ କୌଣସି ପ୍ରାସଙ୍ଗିକ ସୂଚନା

ନଟ୍ୟାଭିନୟ

ସୁରେଶର ସାନ ଭାଇ ସତୀଶ ପ୍ରଥମ କରି ଦିଲ୍ଲୀ ଆସିଥିଲେ। ବିଭିନ୍ନ ସ୍ଥାନ ପରିଦର୍ଶନ କରିବାକୁ ସୁରେଶ ତାଙ୍କୁ ଦିଲ୍ଲୀର ବିଭିନ୍ନ ସ୍ଥାନକୁ ନେଲେ। ସପିଙ୍ଗ୍ କମ୍ପ୍ଲେକ୍ସ ଏବଂ ମାର୍କେଟ ଦେଖି ସେ ଅତ୍ୟନ୍ତ ଖୁସି ହୋଇଗଲେ।

ଦିନେ ସୁରେଶ ଏବଂ ତାଙ୍କ ମା' ମାସିକିଆ ସଉଦା କରିବାକୁ ଗଲେ। ସେମାନେ ସତୀଶକୁ ସାଙ୍ଗରେ ନେଇଗଲେ। ସେମାନଙ୍କ ମଧ୍ୟରେ ନିମ୍ନଲିଖିତ ବାର୍ତ୍ତାଳାପ ହେଲା।

ସତୀଶ: ଭାଇ, ମୁଁ ଭାବୁଛି ଆମକୁ ପୂରା ଦିନ ସମୟ ଲାଗିବ ।

ସୁରେଶ: ତୁମେ କାହିଁକି ଏକଥା କହିଲ ?

ସତୀଶ: ତୁମେ ବିଭିନ୍ନ ପ୍ରକାର ଜିନିଷ କିଣିବ, ତାହା ପୁଣି ପୂରା ମାସକ ପାଇଁ।

ସୁରେଶ: ତ କ'ଣ ହେଲା ?

ସତୀଶ: ଦିନଟା ଭାରି କ୍ଲାନ୍ତି ଦାୟକ ହେବ।

ସୁରେଶ: କାହିଁକି ?

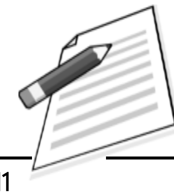
ସତୀଶ: ବାସ୍ତବରେ ଆମେ ଆମ ଚାହିଦା ମୁତାବକ ଜିନିଷ କିଣିବା ପାଇଁ ବିଭିନ୍ନ ଦୋକାନ ବୁଲିବା। ଆମେ କ'ଣ ଖାଇବା ? ଆମେ ଜିନିଷ ବୋହିବା ଏବଂ ମଧ୍ୟାହ୍ନ ଭୋଜନର ଅନ୍ୱେଷଣ ମଧ୍ୟ କରିବା।

ସୁରେଶ: ବିବ୍ରତ ହୁଅନା ଭାଇ ! ତୁମେ କେବେ ବିଭାଗୀୟ ଭଣ୍ଡାରର ନାମ ଶୁଣିଛ ?

ସତୀଶ: କ'ଣ ? ବିଭାଗୀୟ ଭଣ୍ଡାର ? ସେଇଟା କ'ଣ ?

ସୁରେଶ: ଠିକ୍ ଅଛି, ମୁଁ ବୁଝାଉଛି ଶୁଣ।

ତୁମେ ନିଜକୁ ସୁରେଶ ଏବଂ ନିଜ ବନ୍ଧୁଙ୍କୁ ସତୀଶ ଭୂମିକା ଦେଇ ଆଲୋଚନା ଜାରିରଖ। ତୁମ ସାଙ୍ଗକୁ ବିଭାଗୀୟ ଭଣ୍ଡାର ସମ୍ପର୍କରେ ବୁଝାଅ।



ଟିପ୍ପଣୀ

ଏକ ଦୃଷ୍ଟିରେ

୨୨.୧ ଆଭ୍ୟନ୍ତରୀଣ ବ୍ୟାପାରର ଅର୍ଥ
୨୨.୨ ଆଭ୍ୟନ୍ତରୀଣ ବ୍ୟାପାରର ଶ୍ରେଣୀ ବିଭାଜନ
    ୨୨.୨.୧ ପାଇକାରୀ ବ୍ୟବସାୟ /ବ୍ୟାପାର
    ୨୨.୨.୨ ଖୁଚୁରା ବ୍ୟବସାୟ /ବ୍ୟାପାର
୨୨.୩ ଆଭ୍ୟନ୍ତରୀଣ ବ୍ୟାପାରରେ ମଧ୍ୟସ୍ଥି
    ୨୨.୩.୧ ଜିନିଷ ବିତରଣରେ ମଧ୍ୟସ୍ଥିଙ୍କ ଭୂମିକା
    ୨୨.୩.୨ ବିତରଣ ପ୍ରକ୍ରିୟାରେ ମଧ୍ୟସ୍ଥିଙ୍କ ଭୂମିକାର ମୂଲ୍ୟାୟନ
    ୨୨.୩.୩ ପାଇକାରୀ ବ୍ୟବସାୟ ଏବଂ ଖୁଚୁରା ବ୍ୟବସାୟ ମଧ୍ୟରେ ପାର୍ଥକ୍ୟ
୨୨.୪ ଖୁଚୁରା ବ୍ୟବସାୟର ପ୍ରକାର
୨୨.୫ ସ୍ଥାୟୀ ଦୋକାନ ଖୁଚୁରା ବ୍ୟବସାୟ – କ୍ଷୁଦ୍ରାକୃତି ବିଶିଷ୍ଟ
୨୨.୬ ସ୍ଥାୟୀ ଦୋକାନ ଖୁଚୁରା ବ୍ୟବସାୟ – ବୃହଦାକାର
୨୨.୭ ବିଭାଗୀୟ ଭଣ୍ଡାର
    ୨୨.୭.୧ ବିଭାଗୀୟ ଭଣ୍ଡାରର ଉପାଦେୟତା
    ୨୨.୭.୨ ବିଭାଗୀୟ ଭଣ୍ଡାରର ସୀମାବଦ୍ଧତା
୨୨.୮ ବହୁମୁଖୀ ଦୋକାନ
    ୨୨.୮.୧ ବହୁମୁଖୀ ଦୋକାନର ଉପାଦେୟତା
    ୨୨.୮.୨ ବହୁମୁଖୀ ଦୋକାନର ସୀମାବଦ୍ଧତା
୨୨.୯ ସୁପର ବଜାର
    ୨୨.୯.୧ ସୁପର ବଜାରର ଉପାଦେୟତା
    ୨୨.୯.୨ ସୁପର ବଜାରର ସୀମାବଦ୍ଧତା
୨୨.୧୦ ଖାଉଟି ସମବାୟ ଭଣ୍ଡାର
    ୨୨.୧୦.୧ ଖାଉଟି ସମବାୟ ଭଣ୍ଡାରର ଉପାଦେୟତା
    ୨୨.୧୦.୨ ଖାଉଟି ସମବାୟ ଭଣ୍ଡାରର ସୀମାବଦ୍ଧତା
୨୨.୧୧ ଡ଼ାକ ବରାଦ ଖୁଚୁରା ବ୍ୟବସାୟ
    ୨୨.୧୧.୧ ଡ଼ାକ ବରାଦ ଖୁଚୁରା ବ୍ୟବସାୟର ଉପାଦେୟତା
    ୨୨.୧୧.୨ ଡ଼ାକ ବରାଦ ଖୁଚୁରା ବ୍ୟବସାୟର ସୀମାବଦ୍ଧତା
୨୨.୧୨ ଫ୍ରାଞ୍ଚାଇଜ୍ ବା କ୍ଷମତା ପ୍ରାପ୍ତ ବିକ୍ରେତା
    ୨୨.୧୨.୧- ଫ୍ରାଞ୍ଚାଇଜ୍ ର ବୈଶିଷ୍ଟ୍ୟ
    ୨୨.୧୨.୨- ଫ୍ରାଞ୍ଚାଇଜ୍ ର ଉପାଦେୟତା
    ୨୨.୧୨.୩- ଫ୍ରାଞ୍ଚାଇଜ୍ ର ସୀମାବଦ୍ଧତା
୨୨.୧୩ ବିତରଣର ସାମ୍ପ୍ରତିକ ଧାରା
    ୨୨.୧୩.୧- ପରିବର୍ତ୍ତିତ ସମୟରେ ଖୁଚୁରା ବ୍ୟବସାୟ ।

୨୩

ବୈଦେଶିକ (ବାହ୍ୟ) ବ୍ୟାପାର

(External Trade)

ମାନବ ସମାଜର ଅଭିବୃଦ୍ଧି ଓ ବିଜ୍ଞାନ ଓ ପ୍ରଯୁକ୍ତିବିଦ୍ୟାରେ ଉନ୍ନତି ଯୋଗୁଁ ବ୍ୟାପାର /ବାଣିଜ୍ୟର ପରିସର କ୍ରମଶଃ ବିସ୍ତାରିତ ହୋଇଅଛି । ଏହା ବର୍ତ୍ତମାନ ପ୍ରତ୍ୟେକ ଦେଶର ଭୌଗୋଳିକ ସୀମାମାନ ଅତିକ୍ରମ କରିଅଛି । ବର୍ତ୍ତମାନ, ଆମେ ଅନ୍ୟ ଦେଶମାନଙ୍କରୁ ଆମର ଆବଶ୍ୟକୀୟ ଦ୍ରବ୍ୟ କ୍ରୟ କରୁ ଓ ଅଧିକ ଅସୁବିଧାର ସମ୍ମୁଖୀନ ନହୋଇ ବିଦେଶକୁ ଆମର ବଳକା ଦ୍ରବ୍ୟଗୁଡ଼ିକୁ ମଧ୍ୟ ବିକ୍ରୟ କରିଥାଉ । ଯେତେବେଳେ ଦୁଇଟି ଭିନ୍ନ ଦେଶର ବ୍ୟବସାୟିକ ପ୍ରତିଷ୍ଠାନମାନେ ଦ୍ରବ୍ୟଗୁଡ଼ିକର କ୍ରୟ ଓ ବିକ୍ରୟ ପ୍ରକ୍ରିୟାରେ ଅଂଶଗ୍ରହଣ କରିଥାନ୍ତି, ସେତେବେଳେ ଏହାକୁ ବାହ୍ୟ ବ୍ୟାପାର /ବହିର୍ବାଣିଜ୍ୟ ହିସାବରେ ବିବେଚନା କରାଯାଏ । ବର୍ତ୍ତମାନ, ତୁମେ ନିଜେ ଚିନ୍ତା କର; ଏହି ପ୍ରକାରର ବାଣିଜ୍ୟର ପ୍ରକୃତି ଓ ପ୍ରକ୍ରିୟା ଓ ପୂର୍ବ ଅଧ୍ୟାୟରେ ଶିକ୍ଷାଲାଭ କରିଥିବା ବାଣିଜ୍ୟର ପ୍ରକୃତି ଓ ପ୍ରକ୍ରିୟା ମଧ୍ୟରେ କିଛି ପ୍ରଭେଦ ଅଛି କି ?

ଆସ,ଆମେ ବର୍ତ୍ତମାନ ସେହି ପ୍ରଶ୍ନଗୁଡ଼ିକର ଉତ୍ତର ନିର୍ଣ୍ଣୟ କରିବା ପାଇଁ ଚେଷ୍ଟା କରିବା ।

ଉଦ୍ଦେଶ୍ୟ

ଏହି ପାଠ ପଢ଼ିବା ପରେ, ତୁମେ :

- 'ବାହ୍ୟ ବ୍ୟାପାର /ବାଣିଜ୍ୟ' ପଦର ସଂଜ୍ଞା ପ୍ରଦାନ କରିବାରେ ସମର୍ଥ ହେବ;
- ବାହ୍ୟ ବ୍ୟାପାରର ଗୁରୁତ୍ୱ ବର୍ଣ୍ଣନା କରିବାରେ ସମର୍ଥ ହେବ;
- ବିଭିନ୍ନ ପ୍ରକାରର ବାହ୍ୟ ବ୍ୟାପାର ଗୁଡ଼ିକ ଚିହ୍ନଟ କରିବାରେ ସମର୍ଥ ହେବ;
- ବାହ୍ୟ ବ୍ୟାପାରରେ ସମ୍ମୁଖୀନ ହେଉଥିବା ନାନାଦି ଅସୁବିଧାଗୁଡ଼ିକ ବ୍ୟାଖ୍ୟା କରିବାରେ ସମର୍ଥ ହେବ;
- ବାହ୍ୟ ବ୍ୟାପାରରେ ବ୍ୟବହୃତ ବିଭିନ୍ନ ଦଲିଲଗୁଡ଼ିକ ବ୍ୟକ୍ତ କରିବାରେ ସମର୍ଥ ହେବ;
- ଦ୍ରବ୍ୟଗୁଡ଼ିକର ରପ୍ତାନି ଓ ଆମଦାନୀ ସକାଶେ ପ୍ରକ୍ରିୟା ବ୍ୟାଖ୍ୟା କରିବାରେ ସମର୍ଥ ହେବ; ଏବଂ
- ସରକାରଙ୍କ ଦ୍ୱାରା ଗ୍ରହଣ କରାଯାଇଥିବା ବିଭିନ୍ନ ରପ୍ତାନି ସଂବର୍ଦ୍ଧନ ଉପାୟଗୁଡ଼ିକ ବର୍ଣ୍ଣନା କରିବାରେ ସମର୍ଥ ହେବ ।

୨୩.୧. ବାହ୍ୟ ବ୍ୟାପାର - ଅର୍ଥ

ତୁମେ ଜାଣିଥାଅ ଯେ, ବିଶ୍ୱର କୌଣସି ଦେଶ ନିକଟରେ ତାହାର ଜନସାଧାରଣ ଆବଶ୍ୟକ କରୁଥିବା ସମସ୍ତ ଜିନିଷ ଗଚ୍ଛିତ ରହି ନଥାଏ। ତେଣୁ, ସେମାନେ ସମସ୍ତେ କେତେକ ଜିନିଷ ସକାଶେ ନିଜର ଆବଶ୍ୟକତା ପୂରଣ ପାଇଁ ଅନ୍ୟମାନଙ୍କ ଉପରେ ନିର୍ଭର କରିଥାନ୍ତି। ଉଦାହରଣ ସ୍ୱରୂପ; ଏକ ଦେଶ ଲୌହ ଓ ଇସ୍ପାତରେ ସମୃଦ୍ଧଶାଳୀ ହୋଇପାରେ କିନ୍ତୁ ଆଲୁମିନିୟମରେ ଗରିବ ହୋଇଥାଏ। ତେଣୁ ବଳକା ଆଲୁମିନିୟମ ଉତ୍ପାଦନ କରୁଥିବା ଦେଶମାନଙ୍କ ଠାରୁ ଏହାର ଆଲୁମିନିୟମ ଆବଶ୍ୟକତା ପୂରଣ କରିବାକୁ ପଡ଼ିଥାଏ। କେବଳ ସେତିକି ନୁହେଁ, କେତେକ ଜିନିଷର ଅଧିକ ଉତ୍ପାଦନ କରୁଥିବା ଦେଶମାନେ କତିପୟ ଅନ୍ୟ ଦେଶମାନଙ୍କୁ ବିକ୍ରୟ କରିବା ଲାଭଜନକ ବିବେଚନା କରିଥାନ୍ତି ଏବଂ ଅନ୍ୟମାନଙ୍କ ଠାରୁ ସେମାନେ ଯେଉଁଥିରେ ନ୍ୟୂନ ଥାଆନ୍ତି ସେହି ଦ୍ରବ୍ୟ ଗୁଡ଼ିକ କ୍ରୟ କରିଥାନ୍ତି। ଏହା ମଧ୍ୟ ପରିଦୃଷ୍ଟ ହୁଏ ଯେ ଉନ୍ନତ ଜ୍ଞାନକୌଶଳ ପ୍ରୟୋଗ ମାଧ୍ୟମରେ କେତେକ ଦେଶ କତିପୟ ଦ୍ରବ୍ୟଗୁଡ଼ିକର ଉତ୍ପାଦନରେ ବିଶେଷୀକରଣ ହାସଲ କରିଥାନ୍ତି ଯେତେବେଳେ କି ଅନ୍ୟ ଦେଶମାନେ ନିଜ ଦେଶମାନଙ୍କରେ ସେଗୁଡ଼ିକର ଉତ୍ପାଦନ କଷ୍ଟସାଧ୍ୟ ଅଥବା ବ୍ୟୟବହୁଳ ବିବେଚନା କରିଥାନ୍ତି। ଏହି ଦେଶମାନେ ସେହି ଉତ୍ପାଦଗୁଡ଼ିକ ପୂର୍ବବର୍ତ୍ତୀ ଦେଶମାନଙ୍କରୁ କ୍ରୟ କରିବା ପସନ୍ଦ କରିଥାନ୍ତି। ତେଣୁ, ପ୍ରାକୃତିକ ସମ୍ବଳଗୁଡ଼ିକର ଅସମାନ ବଣ୍ଟନ ଓ କେତେକ ଦ୍ରବ୍ୟର ଉତ୍ପାଦନରେ ବିଶେଷୀକରଣ ହାସଲ ବିଭିନ୍ନ ଦେଶ ମଧ୍ୟରେ ଦ୍ରବ୍ୟ ଓ ସେବା ଗୁଡ଼ିକର ବିନିମୟକୁ ଜନ୍ମ ଦେଇଥାଏ। ସେହି ବିନିମୟକୁ "ବାହ୍ୟ ବ୍ୟାପାର" ହିସାବରେ ପଦୀକରଣ କରାଯାଏ। ଏହା ମଧ୍ୟ 'ବୈଦେଶିକ ବ୍ୟାପାର' ଅଥବା 'ଆନ୍ତର୍ଜାତୀୟ ବ୍ୟାପାର /ବାଣିଜ୍ୟ' ହିସାବରେ ଜଣାଯାଏ।

> ଯେତେବେଳେ ବିଭିନ୍ନ ଦେଶମାନଙ୍କର ଭୌଗୋଳିକ ସୀମା ଅତିକ୍ରମ କରି ଦ୍ରବ୍ୟଗୁଡ଼ିକର କ୍ରୟ ଓ ବିକ୍ରୟ ସଂଘଟିତ ହୋଇଥାଏ, ସେତେବେଳେ ଏହାକୁ ବାହ୍ୟ ବ୍ୟାପାର କୁହାଯାଏ। ଏହା ମଧ୍ୟ ବୈଦେଶିକ ବ୍ୟାପାର ଅଥବା ଆନ୍ତର୍ଜାତୀୟ ବ୍ୟାପାର ଭାବରେ ଜଣାଯାଏ।

୨୩.୨ ବାହ୍ୟ ବ୍ୟାପାରର ପ୍ରକାରଭେଦ

ଦ୍ରବ୍ୟ ଓ ସେବାଗୁଡ଼ିକର କ୍ରୟ ଓ ବିକ୍ରୟ ଆଧାରରେ, ବାହ୍ୟ ବ୍ୟାପାରକୁ ତିନୋଟି ଭାଗରେ ବିଭକ୍ତ କରାଯାଇପାରେ। ସେଗୁଡ଼ିକ ହେଲା

(କ) ଆମଦାନୀ ବ୍ୟାପାର

(ଖ) ରପ୍ତାନି ବ୍ୟାପାର

(ଗ) ମଧ୍ୟାଗାର /ପୁନଃ ରପ୍ତାନି ବ୍ୟାପାର

ଆସ, ଆମେ ସେଗୁଡ଼ିକ ବିଷୟରେ ବିଶଦଭାବେ ଆଲୋଚନା କରିବା।

(କ) ଆମଦାନୀ ବ୍ୟାପାର

ଯେତେବେଳେ ଗୋଟିଏ ଦେଶର ବ୍ୟବସାୟିକ ପ୍ରତିଷ୍ଠାନ ଅନ୍ୟ ଦେଶର ପ୍ରତିଷ୍ଠାନମାନଙ୍କ ଠାରୁ ଦ୍ରବ୍ୟଗୁଡ଼ିକ କ୍ରୟ କରିଥାଏ, ସେତେବେଳେ ଏହାକୁ ଆମଦାନୀ ବ୍ୟାପାର କୁହାଯାଏ। ଉଦାହରଣ ସ୍ୱରୂପ, ଯେତେବେଳେ ଭାରତ ସରକାର ଅନ୍ୟ ଦେଶମାନଙ୍କରୁ ପେଟ୍ରୋଲିୟମ ଦ୍ରବ୍ୟ, ଇଲେକ୍ଟ୍ରୋନିକ

ଦ୍ରବ୍ୟ, ସୁନା, ଯନ୍ତ୍ରପାତି ଆଦି କ୍ରୟ କରିଥାନ୍ତି, ସେତେବେଳେ ଏହା ଆମଦାନୀ ବ୍ୟାପାର ରୂପେ ନାମିତ ହୋଇଥାଏ ।

(ଖ) ରପ୍ତାନି ବ୍ୟାପାର

ଯେତେବେଳେ ଗୋଟିଏ ଦେଶର ପ୍ରତିଷ୍ଠାନ ଅନ୍ୟ ଦେଶର ପ୍ରତିଷ୍ଠାନକୁ ଦ୍ରବ୍ୟଗୁଡ଼ିକ ବିକ୍ରୟ କରେ, ସେତେବେଳେ ଏହାକୁ ରପ୍ତାନି ବ୍ୟାପାର କୁହାଯାଏ । ଉଦାହରଣ ସ୍ୱରୂପ ଭାରତୀୟ କମ୍ପାନୀମାନଙ୍କ ଦ୍ୱାରା ଲୌହ ଓ ଇସ୍ପାତ, ଚା, କଫି, କୋଇଲା ଆଦିର ଅନ୍ୟ ଦେଶମାନଙ୍କୁ ବିକ୍ରୟକୁ ରପ୍ତାନି ବ୍ୟାପାର କୁହାଯାଏ ।

(ଗ) ମଧ୍ୟାଗାର /ପୁନଃ ରପ୍ତାନି ବ୍ୟାପାର

ଯେତେବେଳେ ଗୋଟିଏ ଦେଶର ପ୍ରତିଷ୍ଠାନ କୌଣସି ପରିବର୍ତ୍ତନ ବିନା ଅଥବା ପରିବର୍ତ୍ତନ ସହ ଅନ୍ୟ କେତେକ ଦେଶର ପ୍ରତିଷ୍ଠାନକୁ ରପ୍ତାନି କରିବା ଲକ୍ଷ୍ୟରେ ଦ୍ରବ୍ୟଗୁଡ଼ିକ ଆମଦାନୀ କରିଥାନ୍ତି, ସେତେବେଳେ ଏହାକୁ ସେହି ଦେଶ ସକାଶେ ମଧ୍ୟାଗାର / ବ୍ୟାପାର ଅଥବା ପୁନଃରପ୍ତାନି ବ୍ୟାପାର ହିସାବରେ ଜଣାଯାଏ । ଉଦାହରଣ ସ୍ୱରୂପ, ଯଦି ଏକ ଭାରତୀୟ କମ୍ପାନୀ ଥାଇଲାଣ୍ଡ ଦେଶରୁ ରବର ଆମଦାନୀ କରେ ଓ ତାହା ଜାପାନଦେଶକୁ ରପ୍ତାନି କରେ, ତେବେ ଏହାକୁ ଭାରତ ସକାଶେ ମଧ୍ୟାଗାର / ପୁନଃ ରପ୍ତାନି ବ୍ୟାପାର କୁହାଯାଏ । ବର୍ତ୍ତମାନ, ତୁମେ ନିଶ୍ଚୟ ଭାବୁଥିବ, କାହିଁକି ଥାଇଲାଣ୍ଡ ଓ ଜାପାନ ମଧ୍ୟରେ ଭାରତ ଆସିଥାଏ ? ଜାପାନ କାହିଁକି ପ୍ରତ୍ୟକ୍ଷଭାବରେ ରବର ଥାଇଲାଣ୍ଡ ଠାରୁ ଆମଦାନୀ କରି ନଥାଏ ? ଆସ ଦେଖିବା, ଏଥି ସକାଶେ କେଉଁ ସମ୍ଭାବ୍ୟ କାରଣ ହୋଇପାରିବ ।

ଗୋଟିଏ ରାଷ୍ଟ୍ର ପ୍ରତ୍ୟକ୍ଷଭାବରେ ଅନ୍ୟ ରାଷ୍ଟ୍ରମାନଙ୍କଠାରୁ ଦ୍ରବ୍ୟଗୁଡ଼ିକ ଆମଦାନୀ ନିମ୍ନଲିଖିତ କାରଣଗୁଡ଼ିକ ଯୋଗୁଁ କରିପାରେ ନାହିଁ:

- ରପ୍ତାନିକାରୀ ରାଷ୍ଟ୍ରର ଆମଦାନୀକାରୀ ରାଷ୍ଟ୍ର ସହ ସଂଯୋଗ ସକାଶେ କୌଣସି ସୁଗମ ବ୍ୟାପାରିକ ପଥ ରହି ନଥାଏ; ଅଥବା
- ରପ୍ତାନି କରିବା ପୂର୍ବରୁ ରପ୍ତାନିଗତ ଦ୍ରବ୍ୟଗୁଡ଼ିକର ପ୍ରକ୍ରିୟାକରଣ ଓ ତିଆରିର ଆବଶ୍ୟକତା ରହିଥାଏ ଏବଂ ସେହି ସୁବିଧାଗୁଡ଼ିକର ରପ୍ତାନିକାରୀ ଅଥବା ଆମଦାନୀକାରି ଦେଶମାନଙ୍କ ମଧ୍ୟରେ ଅଭାବ ପରିଲକ୍ଷିତ ହୋଇଥାଏ ।
- ଉଭୟ ଦେଶମାନଙ୍କର ମଧ୍ୟରେ କୌଣସି ବ୍ୟାପାରିକ ରାଜିନାମା ନ ଥାଇ ପାରେ ।

ଦୃଶ୍ୟମାନ ଓ ଅଦୃଶ୍ୟମାନ ବ୍ୟାପାର

ଦୃଶ୍ୟମାନ ବ୍ୟାପାର ସ୍ପର୍ଶନୀୟ ଦ୍ରବ୍ୟଗୁଡ଼ିକରେ ରପ୍ତାନି ଓ ଆମଦାନୀକୁ ବୁଝାଏ, ଯେତେବେଳେ କି ଏକ ଦେଶରେ ଅଦୃଶ୍ୟମାନ ବ୍ୟାପାର ଅନ୍ୟ ଦେଶମାନଙ୍କରୁ ପ୍ରାପ୍ତ ସେବା ଅଥବା ଅନ୍ୟ ଦେଶମାନଙ୍କୁ ପ୍ରଦାନ କରାଯାଉଥିବା ସେବା ଗୁଡ଼ିକୁ ଅନ୍ତର୍ଭୁକ୍ତ କରିଥାଏ । ନୌପରିବହନ ଓ ବୀମା ସେବା, ବିଦେଶୀ ପର୍ଯ୍ୟଟକ ମାନଙ୍କୁ ସେବା, ବିଦେଶୀ ପ୍ରାଯୁକ୍ତିକ ସେବା, ଋଣଗୁଡ଼ିକ ଉପରେ ସୁଧ ଆଦି ଅଦୃଶ୍ୟମାନ ବ୍ୟାପାରର କେତେକ ଉଦାହରଣ ଅଟେ ।

୨୩.୩. ବାହ୍ୟ ବ୍ୟାପାରର ଗୁରୁତ୍ୱ

ଗୋଟିଏ ରାଷ୍ଟ୍ରର ଅର୍ଥନୈତିକ ଅବସ୍ଥାର ଏକ ଗୁରୁତ୍ୱପୂର୍ଣ୍ଣ ସୂଚକାଙ୍କ ହେଉଅଛି ବାହ୍ୟ ବ୍ୟାପାର । ବାହ୍ୟ ବ୍ୟାପାର ଦ୍ୱାରା ଉଭୟ ଆମଦାନୀକାରୀ ଓ ରପ୍ତାନିକାରୀ ଉପକୃତ ହୋଇଥାନ୍ତି । ଯେତେବେଳେ ରପ୍ତାନିକାରୀ ଦେଶ ଏହାର ବଳକା ଦ୍ରବ୍ୟଗୁଡ଼ିକ ରପ୍ତାନି କରିବା ମାଧ୍ୟମରେ ଅଧିକ ବୈଦେଶିକ ମୁଦ୍ରା ଅର୍ଜନ କରିଥାନ୍ତି, ସେତେବେଳେ ଆମଦାନୀକାରୀ ଦେଶ ଉତ୍ତମ ଦ୍ରବ୍ୟଗୁଡ଼ିକର ବ୍ୟବହାର ସୁବିଧା ପ୍ରାପ୍ତ କରିଥାନ୍ତି ଓ ନିଜ ଦେଶର ଜନସାଧାରଣଙ୍କର ଜୀବନଧାରଣରମାନ ଉନ୍ନତ କରିଥାନ୍ତି । ଆସ, ଆମେ ବାହ୍ୟ ବ୍ୟାପାରର ଗୁରୁତ୍ୱ ବାବଦରେ ବିଶଦ ଭାବେ ଆଲୋଚନା କରିବା ।

(କ) ବିଶେଷୀକରଣ ସଂବର୍ଦ୍ଧନ କରେ

ବାହ୍ୟ ବ୍ୟାପାର ବିଶେଷୀକରଣ ସଂବର୍ଦ୍ଧନ କରିଥାଏ । ଯେତେବେଳେ ଏକ ନିର୍ଦ୍ଦିଷ୍ଟ ଦ୍ରବ୍ୟ ସକାଶେ ଚାହିଦାରେ ବୃଦ୍ଧି ହୁଏ, ସେତେବେଳେ ଦ୍ରବ୍ୟର ଉତ୍ପାଦନକାରୀ ତାହାର ଉତ୍ପାଦନରେ ଦକ୍ଷତା ଅର୍ଜନ କରିବା ପାଇଁ ପ୍ରୋତ୍ସାହିତ ହୁଅନ୍ତି । ଉଦାହରଣ ସ୍ୱରୂପ : ସମଗ୍ର ବିଶ୍ୱରେ ଜାପାନୀ ଇଲେକ୍ଟ୍ରୋନିକ ଦ୍ରବ୍ୟଗୁଡ଼ିକର ଚାହିଦା ରହିଅଛି । ପରିଣାମ ଏହା ଯେ ଜାପାନର ଦକ୍ଷତା ଏ କ୍ଷେତ୍ରରେ ଅତିଶୟ ଭାବେ ବୃଦ୍ଧି ପାଇଅଛି । ସେହିଭଳି ଆମ ଦେଶ ଚା, କଫି ଓ ଚିନି ଉତ୍ପାଦନରେ ବିଶେଷ ଜ୍ଞାନ ହାସଲ କରିଅଛି ।

(ଖ) ଜୀବନଧାରଣର ମାନ ଉନ୍ନତ କରେ

ଆମଦାନୀ ବ୍ୟାପାର ଦୃଷ୍ଟିରୁ, ଗୋଟିଏ ଦେଶ ଉତ୍ପାଦନ କରୁ ନଥିବା ଦ୍ରବ୍ୟଗୁଡ଼ିକ ଉପଭୋଗ କରିପାରେ । ଅନ୍ୟ ପକ୍ଷରେ, ଏହା ରପ୍ତାନି ବ୍ୟାପାର ମାଧ୍ୟମରେ ବୈଦେଶିକ ମୁଦ୍ରା ଅର୍ଜନ କରିଥାଏ । ଆମଦାନୀ ଓ ରପ୍ତାନି ବ୍ୟାପାର ଏହିପରି ଭାବେ ଏକ ଦେଶର ଜୀବନ ଧରଣର ମାନ ଉନ୍ନତ କରିବାରେ ସହାୟତା କରେ ।

(ଗ) ପ୍ରତିଦ୍ୱନ୍ଦ୍ୱିତା ବୃଦ୍ଧି କରେ

ବାହ୍ୟ ବ୍ୟାପାର ପ୍ରତିଦ୍ୱନ୍ଦିତା ବୃଦ୍ଧି କରିଥାଏ ଯାହାକି ଉତ୍ପାଦନର ଜ୍ଞାନକୌଶଳ, ଉତ୍ପାଦନ ପ୍ରକ୍ରିୟା ଓ ଦ୍ରବ୍ୟଗୁଡ଼ିକର ଗୁଣବତ୍ତାରେ ସୁଧାର ଆଣିବା ସକାଶେ ଘରୋଇ ପ୍ରତିଷ୍ଠାନମାନଙ୍କୁ ବାଧ୍ୟ କରିଥାଏ । ପରିଣାମତଃ, ଏହା ପ୍ରତିଦ୍ୱନ୍ଦ୍ୱିମୂଳକ ଦରରେ ଉତ୍ତମ ଗୁଣବତ୍ତା ଦ୍ରବ୍ୟଗୁଡ଼ିକ ପ୍ରାପ୍ତ କରିବାରେ ଖାଉଟିମାନଙ୍କୁ ଲାଭଜନକ ହୋଇଥାଏ । ଏହା ମଧ୍ୟ ଅନେକ ବିବିଧ ଦ୍ରବ୍ୟ ଗୁଡ଼ିକର ଉପଲବ୍ଧ କରିଥାଏ ।

(ଘ) ନିଯୁକ୍ତି ସୁଯୋଗ ସୃଷ୍ଟି କରିଥାଏ

ବାହ୍ୟ ବ୍ୟାପାର କୃଷି ସମ୍ପର୍କିତ, ବାଣିଜ୍ୟିକ ଓ ଔଦ୍ୟୋଗିକ କାର୍ଯ୍ୟକଳାପ ଗୁଡିକର ବୃଦ୍ଧି ସହଜ କରିଥାଏ, ଯାହାକି ପରିଣାମସ୍ୱରୂପ ଜନସାଧାରଣଙ୍କ ସକାଶେ ଅଧିକରୁ ଅଧିକତର ନିଯୁକ୍ତି ସୁଯୋଗ ଗୁଡ଼ିକ ସୃଷ୍ଟି କରିଥାଏ ।

(ଙ) ଦର ସମାନୀକରଣ

ବାହ୍ୟ ବ୍ୟାପାର ବିଶ୍ୱରେ ଦ୍ରବ୍ୟ ଓ ସାମଗ୍ରୀ ଗୁଡ଼ିକର ଦରର ସମାନୀକରଣ କରିଥାଏ । ଯେତେବେଳେ ସ୍ୱଳ୍ପ ଯୋଗାଣ ଯୋଗୁ ଦ୍ରବ୍ୟ ଗୁଡ଼ିକର ଦର ବୃଦ୍ଧି ପାଇବାରେ ଲାଗେ, ସେତେବେଳେ ଅଧିକ ଦ୍ରବ୍ୟ ଗୁଡ଼ିକରେ ଆମଦାନୀ କରାଯାଇ ଦର ନିୟନ୍ତ୍ରଣ କରାଯାଇପାରେ । ସେହିପରି ଯେତେବେଳେ ଦ୍ରବ୍ୟ

ଟିପ୍ପଣୀ

- ବୈଦେଶିକ ବ୍ୟାପାରର ଗୁରୁତ୍ୱ।
- ବିଶେଷୀକରଣ ସଂବର୍ଦ୍ଧନ କରେ।
- ଜୀବନଧରଣର ମାନ ଉନ୍ନତ କରେ।
- ପ୍ରତିଦ୍ୱନ୍ଦିତା ବୃଦ୍ଧି କରେ।
- ନିଯୁକ୍ତି ସୁଯୋଗ ସୃଷ୍ଟି କରେ।
- ଦର ଦାମରେ ସମାନତା
- ଆନ୍ତର୍ଜାତୀୟ ସଂପର୍କ
- ଅର୍ଥନୈତିକ ଅଭିବୃଦ୍ଧି
- ପ୍ରାକୃତିକ ସମ୍ବଳ ଗୁଡ଼ିକର ଉପଯୁକ୍ତ ବିନିଯୋଗ

ଗୁଡ଼ିକର ଦର ଅତ୍ୟଧିକ ଉପଲବ୍ଧତା ଯୋଗୁ ହ୍ରାସ ପାଏ, ସେତେବେଳେ ଅନ୍ୟ ରାଷ୍ଟ୍ରମାନଙ୍କୁ ସେହି ବଳକା ରପ୍ତାନି କରାଯାଇପାରେ।

(ଚ) ଆନ୍ତର୍ଜାତୀୟ ସମ୍ପର୍କ

ବାହ୍ୟ ବ୍ୟାପାର ଦୁଇଟି ଭିନ୍ନ ଦେଶର ଜନସାଧାରଣଙ୍କୁ ନିକଟତର କରାଏ ଓ ଜଣେ ଅନ୍ୟ ଜଣଙ୍କର ଆବଶ୍ୟକତା ଓ ପ୍ରୟୋଜନୀୟତା ହୃଦୟଙ୍ଗମ କରିଥାନ୍ତି। ସେମାନେ ମଧ୍ୟ ଅନେକ ବ୍ୟାପାରିକ ଓ ସାଂସ୍କୃତିକ ପ୍ରଦର୍ଶନୀରେ ଅଂଶଗ୍ରହଣ କରିଥାନ୍ତି। ଏହି ସମସ୍ତ କାର୍ଯ୍ୟକଳାପ ରାଷ୍ଟ୍ରମାନଙ୍କ ମଧ୍ୟରେ ସୁସଙ୍ଗତ ଓ ସ୍ନେହପୂର୍ଣ୍ଣ ସମ୍ପର୍କ ବୃଦ୍ଧି କରିଥାଏ।

(ଛ) ଅର୍ଥନୈତିକ ଅଭିବୃଦ୍ଧି

ପ୍ରତ୍ୟେକ ଦେଶର ଅର୍ଥନୈତିକ ଅଭିବୃଦ୍ଧି ଅତିମାତ୍ରାରେ ବାହ୍ୟ ବ୍ୟାପାରର ପରିମାଣ (ମାତ୍ରା) ଉପରେ ନିର୍ଭରଶୀଳ ଥାଏ। ଯଦି ଗୋଟିଏ ଦେଶ ଯେକୌଣସି ଦ୍ରବ୍ୟ ଉପରେ ବିଶେଷଜ୍ଞାନ ହାସଲ କରେ, ତେବେ ଏହା ବିଶ୍ୱବ୍ୟାପୀ ଚାହିଦା ପୂରଣ କରିବା ସକାଶେ ଅଧିକ ଉତ୍ପାଦନର ଆବଶ୍ୟକ କରିଥାଏ। ତେଣୁ ଅଧିକ ଦ୍ରବ୍ୟ ଓ ସେବା ଗୁଡ଼ିକର ଉତ୍ପାଦନ ଓ ରପ୍ତାନି ଦ୍ୱାରା ଏହା ଦେଶରେ ଅର୍ଥନୈତିକ ଅଭିବୃଦ୍ଧି ତ୍ୱରାନିତ କରିପାରେ।

(ଜ) ପ୍ରାକୃତିକ ସମ୍ବଳଗୁଡ଼ିକର ଉପଯୁକ୍ତ ବିନିଯୋଗ

ବିଭିନ୍ନ ଦେଶ ମାନଙ୍କରେ ଉପଲବ୍ଧ ପ୍ରାକୃତିକ ସମ୍ବଳଗୁଡ଼ିକର ଉପଯୁକ୍ତ ବିନିଯୋଗ ସକାଶେ ବାହ୍ୟ ବ୍ୟାପାର ଏକ ମାଧ୍ୟମ ଅଟେ। ଉଦାହରଣସ୍ୱରୂପ, ଗୋଟିଏ ଦେଶ ଖଣିଜ ଦ୍ରବ୍ୟରେ ସମୃଦ୍ଧଶାଳୀ ହୋଇପାରେ କିନ୍ତୁ ଉନ୍ନତ ଜ୍ଞାନକୌଶଳର ଅଭାବ ଯୋଗୁ ଭୂ-ପୃଷ୍ଠରୁ ଖଣିଜ ଦ୍ରବ୍ୟ ଉତ୍ତୋଳନ କରିବା ସକାଶେ ଏହା ଅସମର୍ଥ ହୋଇଥାଏ। ତେଣୁ ଏହା ଉନ୍ନତ ଦେଶ ଗୁଡ଼ିକରୁ ଆଧୁନିକ ଉପକରଣ ଓ ଯନ୍ତ୍ରପାତିମାନ ଆମଦାନୀ କରିପାରେ ଓ ସେହି ପ୍ରାକୃତିକ ସମ୍ବଳ ଗୁଡ଼ିକର ଉପଯୁକ୍ତ ବିନିଯୋଗ କରିପାରେ।

ପାଠଗତ ପ୍ରଶ୍ନାବଳୀ ୨୩ କ

୧. ମଧ୍ୟାଗାର ଅଥବା 'ପୁନଃ-ରପ୍ତାନି ବ୍ୟାପାର' ସପକ୍ଷରେ ଯେକୌଣସି ଦୁଇଟି କାରଣ ଉଲ୍ଲେଖ କର।

(କ) ______________________________

(ଖ) ______________________________

୨. ବାହ୍ୟ ବ୍ୟାପାର କିପରି ଜନସାଧାରଣଙ୍କର ଜୀବନଧାରଣମାନରେ ଉନ୍ନତି ଆଣିଥାଏ ?

____

____

____

୩. ଭାରତ ପରିପ୍ରେକ୍ଷୀରେ ନିମ୍ନଲିଖିତ କ୍ଷେତ୍ରଗୁଡ଼ିକ ରପ୍ତାନି ବ୍ୟାପାର, ଆମଦାନୀ ବ୍ୟାପାର ଅଥବା 'ମଧ୍ୟାଗାର' କିମ୍ବା 'ପୁନଃ-ରପ୍ତାନି' ବ୍ୟାପାର କି ନୁହେଁ ସ୍ପଷ୍ଟ କର।

(କ) ଭାରତ ଏକ ବିଦେଶୀ କମ୍ପାନୀଠାରୁ ପେଟ୍ରୋଲିୟମ ଦ୍ରବ୍ୟ କ୍ରୟ କଲା ।

____

(ଖ) ଯୁକ୍ତରାଷ୍ଟ୍ର ଆମେରିକା ଭାରତକୁ ଯାନ୍ତ୍ରିକ ଦ୍ରବ୍ୟଗୁଡ଼ିକ ବିକ୍ରୟ କଲା ।

____

(ଗ) ଭାରତ ଋଷିଆଠାରୁ ଦ୍ରବ୍ୟଗୁଡ଼ିକ କ୍ରୟ କଲା ଓ ଶ୍ରୀଲଙ୍କାକୁ ବିକ୍ରୟ କଲା ।

____

(ଘ) ଯୁକ୍ତରାଜ୍ୟ (ଇଂଲଣ୍ଡ) ଭାରତରୁ ଅଳଙ୍କାର /ସ୍ୱର୍ଣ୍ଣାଦି ଦ୍ରବ୍ୟ /ମୁକ୍ତା ଗୁଡ଼ିକ କ୍ରୟ କଲା ।

____

(ଙ) ଜର୍ମାନୀ ଭାରତଠାରୁ ଦୂରସଞ୍ଚାର ସେବାଗୁଡ଼ିକ କ୍ରୟ କଲା ।

____

୨୩.୪. ବାହ୍ୟ ବ୍ୟାପାରରେ ସମ୍ମୁଖୀନ ହେଉଥିବା ଅସୁବିଧା

ଆଭ୍ୟନ୍ତରୀଣ ବ୍ୟାପାରରେ ସାଧାରଣତଃ କ୍ରେତା ଓ ବିକ୍ରେତା ଦୁହେଁ ପରସ୍ପର ସଂସ୍ପର୍ଶରେ ଆସିଥାନ୍ତି ଓ ସେମାନଙ୍କର ସୁବିଧା ଅନୁସାରେ ନେଣଦେଣ ସଂଘଟିତ ହୋଇଥାଏ । କିନ୍ତୁ ବାହ୍ୟ ବ୍ୟାପାରରେ ଏହି ସ୍ଥିତି ସମ୍ପୂର୍ଣ୍ଣ ଅଲଗା । ଦ୍ରବ୍ୟ ଓ ସେବାଗୁଡ଼ିକର କ୍ରୟ ଓ ବିକ୍ରୟ ପାଇଁ ଏକ ଦୀର୍ଘ ପ୍ରକ୍ରିୟା ସଂଘଟିତ ହୋଇଥାଏ । ବ୍ୟବସାୟୀ ଗୋଷ୍ଠୀ ସାଧାରଣତଃ ବୈଦେଶିକ ବ୍ୟାପାର ପ୍ରକ୍ରିୟାରେ ବହୁ ସମସ୍ୟାର ସମ୍ମୁଖୀନ ହୋଇଥାନ୍ତି । ବାହ୍ୟ ବ୍ୟାପାରରେ ନିୟୋଜିତ କ୍ରେତା ଓ ବିକ୍ରେତାମାନେ ସମ୍ମୁଖୀନ ହେଉଥିବା ନାନାଦି ଅସୁବିଧା ଗୁଡ଼ିକ ନିମ୍ନରେ ବର୍ଣ୍ଣନା କରାଗଲା:

(କ) ଦୂରତା : ପଡ଼ୋଶୀ ରାଷ୍ଟ୍ରମାନଙ୍କ ବ୍ୟତୀତ ବାହ୍ୟବ୍ୟାପାରରେ ଦୀର୍ଘ ଦୂରତା ମଧ୍ୟରେ ଦ୍ରବ୍ୟ ଗୁଡ଼ିକର ପରିବହନ ସାମିଲ ଥାଏ । ଆମଦାନୀକାରୀ ଓ ରପ୍ତାନିକାରୀ ମାନଙ୍କ ମଧ୍ୟରେ ଦ୍ରୁତ ଓ ଅନ୍ତରଙ୍ଗ ବ୍ୟାପାରିକ ସମ୍ପର୍କ ପ୍ରତିଷ୍ଠା କରିବାରେ ଦେଶ ଦେଶ ମଧ୍ୟରେ ଦୂରତା ଅନ୍ତରାୟ ହୋଇଥାଏ ।

(ଖ) ଉଚ୍ଚତର ବିପଦ : ବାହ୍ୟ ବ୍ୟାପାରରେ ଦ୍ରବ୍ୟଗୁଡ଼ିକ ଉଚ୍ଚତର ମାତ୍ରାର ବିପଦ ପ୍ରତି ଉନ୍ମୁକ୍ତ ଥାନ୍ତି । ଦ୍ରବ୍ୟଗୁଡ଼ିକର ପରିବହନ ସମୟରେ ଦୀର୍ଘ ଦୂରତ୍ୱ ଯୋଗୁ ଅଧିକ ବିପଦ ରହିଥାଏ । ଦ୍ରବ୍ୟଗୁଡ଼ିକ ଜାହାଜ ଦ୍ୱାରା ପରିବହନ ହୋଇଥାଏ ଯାହାକି ବାତ୍ୟା ଯୋଗୁଁ ବୁଡ଼ିଯାଇପାରେ ଅଥବା ଅଧା ବୁଡ଼ିରହିଥିବା ପଥର ଗୁଡ଼ିକ ସହ ଧକ୍କା ଖାଇଥାଏ । ଶତ୍ରୁମାନଙ୍କ ଦ୍ୱାରା ଜାହାଜ ଅଥବା ଦ୍ରବ୍ୟଗୁଡ଼ିକ ଅଧିକୃତ ହୋଇଯିବାର ମଧ୍ୟ ସମ୍ଭାବନା ଥାଏ । ଏହି ବିପଦଗୁଡ଼ିକ ସାମୁଦ୍ରିକ ବୀମା ଦ୍ୱାରା ଆବରଣ କରାଯାଇପାରେ କିନ୍ତୁ ଏହା ଦ୍ରବ୍ୟଗୁଡ଼ିକର ପରିବ୍ୟୟ ବୃଦ୍ଧି କରିଥାଏ ।

(ଗ) ପରିବହନ ଓ ଯୋଗାଯୋଗରେ ଅସୁବିଧା : ବାହ୍ୟ ବ୍ୟାପାରରେ ସଂଲଗ୍ନ ଦୀର୍ଘ ଦୂରତ୍ୱ ଉପଯୁକ୍ତ ଓ ଦ୍ରୁତ ପରିବହନ ଓ ଯୋଗାଯୋଗର ମାଧ୍ୟମରେ ଅସୁବିଧାଗୁଡ଼ିକ ସୃଷ୍ଟି କରିଥାଏ । ଯଦିଓ ଯୋଗାଯୋଗର ଆଧୁନିକ ମାଧ୍ୟମ ଏହି ସମସ୍ୟା ସମାଧାନ କରିଥାଏ, ଏହା ଅଧିକ ବ୍ୟୟସମ୍ପନ୍ନ ହୋଇଥାଏ ଏବଂ ସମସ୍ତ ପ୍ରକାରର ସୂଚନା ହାସଲ ସକାଶେ ବ୍ୟବହୃତ ହୋଇପାରେ ନାହିଁ । ଦ୍ରବ୍ୟର ବୋଝେଇ ଓ ଖଲାସ ବେଳେବେଳେ ଦୀର୍ଘ ସମୟ ନିଏ ଓ ବିଶାଳ ବ୍ୟୟ ସାମିଲ କରିଥାଏ ଯାହାକି ଦ୍ରବ୍ୟଗୁଡ଼ିକର ପରିବ୍ୟୟ ବୃଦ୍ଧି କରିଥାଏ ।

ବାହ୍ୟ ବ୍ୟାପାରରେ ସମ୍ମୁଖୀନ ହେଉଥିବା ଅସୁବିଧା

- ଦୂରତା
- ଉଚ୍ଚତର ବିପଦ
- ପରିବହନ ଓ ଯୋଗାଯୋଗରେ ଅସୁବିଧା
- ପ୍ରତିବନ୍ଧକ
- ବ୍ୟକ୍ତିକ ସ୍ପର୍ଶର ଅଭାବ
- ବୈଦେଶିକ ବଜାରର ଅଧ୍ୟୟନ
- ପରିବ୍ୟୟ
- ବାରମ୍ବାର ଦର ପରିବର୍ତ୍ତନ
- ନିୟମ ଓ ନିୟାମକରେ ପରିବର୍ତ୍ତନ

(ଘ) **ପ୍ରତିବନ୍ଧକ :** ବାହ୍ୟ ବ୍ୟାପାର ସୀମାଶୁଳ୍‌କ, ଆମଦାନୀଶୁଳ୍‌କ, ପରିମାଣାତ୍ମକ ପ୍ରତିବନ୍ଧକ ଓ ବିନିମୟ ନିୟାମକ ଗୁଡ଼ିକ ଦ୍ୱାରା ବହୁ କଟକଣାଯୁକ୍ତ ହୋଇଥାଏ ଯାହାକି ବାହ୍ୟ ବ୍ୟାପାରର ପରିସରକୁ ସୀମିତ କରିଥାଏ ।

(ଙ) **ବ୍ୟକ୍ତିଗତ ସ୍ପର୍ଶର ଅଭାବ :** ବାହ୍ୟ ବ୍ୟାପାରରେ, ଚିଠିପତ୍ର ଓ ଅନ୍ୟାନ୍ୟ ଯୋଗାଯୋଗ ମାଧ୍ୟମରେ ଅଜଣା ବ୍ୟକ୍ତିମାନଙ୍କ ସହ ଦେଣନେଣ କରାଯାଏ । ଏଥିରେ କ୍ରେତା ଓ ବିକ୍ରେତା ମଧ୍ୟରେ ପ୍ରତ୍ୟକ୍ଷ ଯୋଗାଯୋଗ ନଥାଏ । ତେଣୁ ବିବାଦ ଓ ଅନାଦାୟ ଋଣ ଗୁଡ଼ିକର ଆଶଙ୍କା ସର୍ବଦା ବିଦ୍ୟମାନ ଥାଏ ।

(ଚ) **ବିଦେଶୀ ବଜାର ଗୁଡ଼ିକର ଅଧ୍ୟୟନ :** ଋହିଦା, ପ୍ରତିଦ୍ୱନ୍ଦ୍ୱିତାର ତୀବ୍ରତା, କ୍ରେତାଙ୍କର ପସନ୍ଦ ଆଦି ପରିପ୍ରେକ୍ଷୀରେ ବିଭିନ୍ନ ଦ୍ରବ୍ୟଗୁଡ଼ିକର ବଜାରର ନିଜସ୍ୱ ବୈଶିଷ୍ଟ୍ୟ ରହିଥାଏ । ତେଣୁ ବାହ୍ୟ ବ୍ୟାପାରରେ ସଫଳତା ସକାଶେ, ବିଦେଶୀ ବଜାରର ଏକ ବିସ୍ତୃତ ଅଧ୍ୟୟନ ଆବଶ୍ୟକ ହୋଇଥାଏ । ଏହା ଜଣେ ବ୍ୟକ୍ତିଗତ ରପ୍ତାନିକାରୀ ଅଥବା ଆମଦାନୀକାରୀଙ୍କର ଦୃଷ୍ଟିକୋଣରୁ ସହଜରେ ସମ୍ଭବ ହୋଇ ନଥାଏ ।

(ଛ) **ପରିବ୍ୟୟ:** ଦ୍ରବ୍ୟଗୁଡ଼ିକର ଉଭୟ ଆମଦାନୀ ଓ ରପ୍ତାନିରେ ଉଚ୍ଚ ପରିବହନ ବ୍ୟୟ, ବୀମା, ମଧ୍ୟସ୍ଥତା ଓ ପୂରଣ କରାଯିବାକୁ ଥିବା ଔପଚାରିକତା ଗୁଡ଼ିକ ସକାଶେ ଏହା ଅତିଶୟ ବ୍ୟୟବହୁଳ ପ୍ରକ୍ରିୟା ହୋଇଥାଏ ।

(ଜ) **ନିୟମ ଓ ନିୟାମକ ଗୁଡ଼ିକରେ ପରିବର୍ତ୍ତନ :** ପ୍ରତ୍ୟେକ ଦେଶ ନିଜର ଅର୍ଥନୈତିକ ଓ ରାଜନୈତିକ ସ୍ୱାର୍ଥରକ୍ଷା କରିବା ପାଇଁ ତା'ର ବାହ୍ୟ ବ୍ୟାପାର ସକାଶେ ନିଜସ୍ୱ ନିୟମ ଓ ନିୟାମକ ଗୁଡ଼ିକ ପ୍ରଣୟନ କରିଥାଏ । ଏହି ଆଇନଗୁଡ଼ିକ ସମୟକୁ ସମୟ ପରିବର୍ତ୍ତନ ହୋଇଥାଏ । ତେଣୁ ବ୍ୟାପାରୀମାନେ ନିୟମ ଓ ନିୟାମକ ଓ ବିଭିନ୍ନ ରାଷ୍ଟ୍ରମାନଙ୍କରେ ଅନୁସୃତ ପ୍ରକ୍ରିୟାଗୁଡ଼ିକ ସହ ପରିଚିତ ହେବା କଷ୍ଟସାଧ୍ୟ ଅନୁଭବ କରନ୍ତି ।

(ଝ) **ବାରମ୍ବାର ଦର ପରିବର୍ତ୍ତନ :** ବାହ୍ୟ ବ୍ୟାପାରରେ ଦ୍ରବ୍ୟର ଦର ବୈଦେଶିକ ମୁଦ୍ରା ହାରରେ ପରିବର୍ତ୍ତନ, ଆମଦାନୀ ଓ ରପ୍ତାନି ଶୁଳ୍‌କ ଆଦି ଗୁଡ଼ିକର ପରିବର୍ତ୍ତନ ଯୋଗୁଁ ବାରମ୍ବାର ପରିବର୍ତ୍ତନ ହୋଇଥାଏ ।

ବୈଦେଶିକ ମୁଦ୍ରାର ହାର ଅର୍ଥ ଆମେ ବୁଝୁ ଯେ ଯେଉଁ ହାରରେ ଗୋଟିଏ ନିର୍ଦ୍ଦିଷ୍ଟ ରାଷ୍ଟ୍ରର ମୁଦ୍ରାର ଏକକ ଏକ ବିଦେଶୀ ରାଷ୍ଟ୍ରର ମୁଦ୍ରା ଏକକ ସହ ପ୍ରତିବଦଳ /ବିନିମୟ ହୋଇଥାଏ । ଉଦାହରଣ ସ୍ୱରୂପ; ଭାରତୀୟ ଟଙ୍କା ଓ ଆମେରିକୀୟ ଡଲାରର ବିନିମୟ ହାର ୨୦୦୭ ମସିହା ଜୁନ୍ ୯ ତାରିଖ ଦିନ ଭାରତୀୟ ରାଷ୍ଟ୍ରର ଏକକ (ଟଙ୍କା)ରେ ଟ.୪୧.୧୩ ପଇସା ଥିଲା । ଏହି ହାର ବୈଦେଶିକ ମୁଦ୍ରାର କ୍ରୟ ଶକ୍ତିରେ ହ୍ରାସବୃଦ୍ଧି ଅନୁସାରେ ପରିବର୍ତ୍ତନୀୟ ହୋଇଥାଏ । ତୁମକୁ ଅନୁରୋଧ କରାଯାଉଅଛି ଯେ ଭାରତୀୟ ମୁଦ୍ରା ଓ ଆମେରିକୀୟ ଡଲାର ମଧ୍ୟରେ ବର୍ତ୍ତମାନ ପ୍ରଚଳିତ ବିନିମୟ ହାର ଖୋଜି ବାହାର କର ।
ଏକ ଆମେରିକୀୟ ଡଲାର = __________ ଟଙ୍କା __________ ତାରିଖରେ

୨୩.୫. ବାହ୍ୟ ବ୍ୟାପାରର ସୁବିଧାକାରୀ

ପୂର୍ବ ବିଭାଗରେ ଆମେ ଆମଦାନୀକାରୀ ଓ ରପ୍ତାନିକାରୀ ମାନଙ୍କ ଦ୍ୱାରା ସମ୍ମୁଖୀନ ହେଉଥିବା କେତେକ ସମସ୍ୟା ଓ ଅସୁବିଧାଗୁଡ଼ିକ ବାବଦରେ ଆଲୋଚନା କରିଥିଲେ । ଏହି ସମସ୍ତ ବିଷୟ ଜ୍ଞାତ

ହେବା ପରେ ତୁମେ ଭାବୁଅଛ କି ଯେ ବ୍ୟାପାରୀମାନେ ସଫଳତାର ସହ ଏକାକୀ ବ୍ୟବସାୟ ପରିଚାଳନା କରିବା ସକାଶେ ସମର୍ଥ ହେବେ ? ଉତ୍ତର ସୁସ୍ପଷ୍ଟ ଭାବରେ ଆସିଥାଏ । ଯେ 'ନାହିଁ' । ବ୍ୟାପାରୀମାନେ କ୍ରୟ ଓ ବିକ୍ରୟ ପ୍ରକ୍ରିୟାରେ ଅନ୍ୟମାନଙ୍କଠାରୁ ସହାୟତା ଆବଶ୍ୟକ କରିଥାଆନ୍ତି । ଯେଉଁ ବ୍ୟକ୍ତି ଅଥବା ଅନୁଷ୍ଠାନମାନେ ବାହ୍ୟ ବ୍ୟାପାରରେ ଅନେକ ପ୍ରକାରର ସହାୟତା ପ୍ରଦାନ କରିଥାନ୍ତି ସେମାନଙ୍କୁ ବାହ୍ୟ ବ୍ୟାପାରର ସୁବିଧାକାରୀ ଭାବରେ ପଦୀକରଣ କରାଯାଏ । ଆସ, ସେହି ଭଳି କେତେକ ସୁବିଧାକାରୀଙ୍କ ବାବଦରେ ଶିକ୍ଷାଲାଭ କରିବା ।

୧. **ବରାଦୀ ଗୃହ /ବରାଦୀ ପ୍ରତିଷ୍ଠାନ :** ସେମାନେ ଅନ୍ୟାନ୍ୟ ନିର୍ଦ୍ଦେଶାବଳୀ ସହ ଦ୍ରବ୍ୟର ବରାଦ ପ୍ରାପ୍ତି ଓ ପ୍ରେରଣ କରିବାରେ ଆମଦାନୀକାରୀ ଓ ରପ୍ତାନିକାରୀ ମାନଙ୍କୁ ସହାୟତା କରିଥାନ୍ତି ।

୨. **ରପ୍ତାନି ଗୃହ :** ଏ ଗୁଡିକ ସେହି ସଂଗଠନ ସମୂହ ଯେଉଁ ଗୁଡିକ ରପ୍ତାନି ସଂବର୍ଦ୍ଧନ କାର୍ଯ୍ୟକଳାପରେ ସଂମ୍ପୃକ୍ତ, ଯଥା ଏସଟିସି, ଏମଏମଟିସି, ହସ୍ତଶିଳ୍ପ ଓ ହସ୍ତତନ୍ତ ରପ୍ତାନି ନିଗମ (ଏଚଏଚଇସି) ଓ କେନ୍ଦ୍ରୀୟ କୁଟୀର ଶିଳ୍ପ ନିଗମ (ସିସିଆଇସି) ଆଦିକୁ ସାମିଲ କରିଥାଏ ।

୩. **ଚାଲାଣି ପ୍ରତିନିଧି :** ସେମାନେ ଜାହାଜରେ ଦ୍ରବ୍ୟଗୁଡ଼ିକର ବୋଝେଇର ସମସ୍ତ ଔପଚାରିକତାଗୁଡ଼ିକ ପୂରଣ କରିବା ପାଇଁ ରପ୍ତାନିକାରୀମାନଙ୍କ ତରଫରୁ କାର୍ଯ୍ୟ କରିଥାନ୍ତି ।

୪. **ନିକାଶି ପ୍ରତିନିଧି :** ନିକାଶି ପ୍ରତିନିଧିମାନେ ଆମଦାନୀକାରୀଙ୍କ ତରଫରୁ କାର୍ଯ୍ୟ କରିଥାନ୍ତି ଓ ଲକ୍ଷ୍ୟସ୍ଥଳ (ବନ୍ଦର)ଠାରେ ଦ୍ରବ୍ୟଗୁଡ଼ିକର ନିକାଶ ସକାଶେ ସମସ୍ତ ଔପଚାରିକତା ଗୁଡିକ ସଂମ୍ପୂର୍ଣ୍ଣ କରିଥାନ୍ତି । ସେ ସୀମାଶୁଳ୍କ ଅଧିକାରୀଙ୍କଠାରୁ ଦ୍ରବ୍ୟଗୁଡ଼ିକର ହସ୍ତାନ୍ତର ହାସଲ କରନ୍ତି ଓ ଆମଦାନୀକାରୀଙ୍କ ସ୍ଥଳକୁ ରେଳ /ସଡ଼କ ମାଧ୍ୟମରେ ଦ୍ରବ୍ୟଗୁଡ଼ିକ ପ୍ରେରଣ କରିଥାନ୍ତି ।

୫. **ଜାହାଜ ପରିବହନ କମ୍ପାନୀ :** ଏହା ମାଲଭଡ଼ା ଦେୟ ପ୍ରଦାନ ଉପରେ ଦ୍ରବ୍ୟଗୁଡ଼ିକ ପରିବହନ କରିଥାନ୍ତି ଓ ଆମଦାନୀକାରୀଙ୍କୁ ତାହା ପ୍ରଦାନ ପାଇଁ ଦାୟିତ୍ୱ ନେଇଥାନ୍ତି ।

୬. **ବୀମା କମ୍ପାନୀ :** ଏହା ରପ୍ତାନିକାରୀଙ୍କର ଗୋଦାମରୁ ଆମଦାନୀକାରୀଙ୍କର ଗୋଦାମ ପର୍ଯ୍ୟନ୍ତ ବୀମାକୃତ ବିପଦଗୁଡ଼ିକ ବାବଦରେ ଦ୍ରବ୍ୟଗୁଡ଼ିକର ହାନି ଓ କ୍ଷତି ବହନ କରେ ।

୭. **ବ୍ୟାପାର ଆୟୁକ୍ତ :** ଏହି କର୍ମଚାରୀମାନେ ସରକାରଙ୍କ ଦ୍ୱାରା ନିଜର ଦୂତାବାସରେ ନିଯୁକ୍ତ ହୋଇଥାନ୍ତି ଯେଉଁମାନେକି ଦେଶର ବ୍ୟାପାରିକ ସ୍ୱାର୍ଥ ଗୁଡ଼ିକୁ ବିଦେଶରେ ପ୍ରତିନିଧିତ୍ୱ କରିଥାନ୍ତି । ସେମାନେ ବ୍ୟାପାର ସମ୍ପର୍କୀୟ ଓ ସମ୍ବନ୍ଧିତ ତଥ୍ୟ ସଂଗ୍ରହ କରିଥାନ୍ତି ଓ ବ୍ୟାପାରୀମାନଙ୍କୁ ପ୍ରଦାନ କରିଥାଆନ୍ତି । ସେମାନେ ମଧ୍ୟ ଆମଦାନୀ ଓ ରପ୍ତାନି ସମ୍ପର୍କିତ ଘଟଣାଗୁଡ଼ିକ ଉପରେ ବ୍ୟାପାରୀମାନଙ୍କୁ ଉପଦେଶ ପ୍ରଦାନ କରିଥାନ୍ତି ।

୮. **ବ୍ୟାପାରିକ ପ୍ରତିନିଧି :** ଏହି କର୍ମଚାରୀମାନେ ନିଜ ଦେଶର ସରକାରଙ୍କ ତରଫରୁ ରପ୍ତାନିକାରୀମାନଙ୍କୁ ମାର୍ଗପ୍ରଦର୍ଶନ କରିଥାନ୍ତି । ସେମାନେ ଦ୍ରବ୍ୟଗୁଡ଼ିକର ସକାଶେ ପୈଠ ପ୍ରାପ୍ତି ପାଇଁ ଚେଷ୍ଟା କରିଥାନ୍ତି ଓ ବୈଧାନିକ ଘଟଣାରେ ମଧ୍ୟ ଉପଦେଶ ପ୍ରଦାନ କରିଥାନ୍ତି ।

ଟିପ୍ପଣୀ

ବାହ୍ୟ ବ୍ୟାପାରର ସୁବିଧାକାରୀ

- ବରାଦୀ ଗୃହ / ବରାଦୀ ପ୍ରତିଷ୍ଠାନ
- ରପ୍ତାନୀ ଗୃହ
- ଚାଲାଣୀ ପ୍ରତିନିଧି
- ନିକାଶି ପ୍ରତିନିଧି
- ଜାହାଜ ପରିବହନ କମ୍ପାନୀ
- ବୀମା କମ୍ପାନୀ
- ବ୍ୟାପର ଆୟୁକ୍ତ
- ବ୍ୟାପାରିକ ପ୍ରତିନିଧି

ଟିପ୍ପଣୀ

ପାଠଗତ ପ୍ରଶ୍ନାବଳୀ ୨୩ ଖ

୧. ଜଣେ ନିକାଶି ପ୍ରତିନିଧି ଆମଦାନୀକାରୀଙ୍କୁ କିପରି ସାହାଯ୍ୟ କରିଥାନ୍ତି କିପରି ?

---

୨. ବାହ୍ୟ ବ୍ୟାପାରରେ କ୍ରେତା ଓ ବିକ୍ରେତାମାନେ ସମ୍ମୁଖୀନ ହେଉଥିବା ଯେକୌଣସି ଋରୋଟି ଅସୁବିଧା ଉଲ୍ଲେଖ କର।

---

୩. ନିମ୍ନଲିଖିତ ସୁବିଧା କାର୍ଯ୍ୟ ଗୁଡ଼ିକର ମେଳକ କର।

ସ୍ତମ୍ଭ ୧	ସ୍ତମ୍ଭ ୨
(କ) ରପ୍ତାନି ଗୃହ	(୧) ମାଲଭଡ଼ା ଦେୟର ପ୍ରଦାନରେ ଦ୍ରବ୍ୟ ନେବା ଆଣିବା କରନ୍ତି।
(ଖ) ବରାଦ ଗୃହ	(୨) ପ୍ରତିନିଧି କ୍ଷତି /ହାନି ସହ୍ୟ କରିବା ପାଇଁ ପ୍ରସ୍ତୁତ ଥାଆନ୍ତି।
(ଗ) ନିକାଶ ପ୍ରତିନିଧି	(୩) ରପ୍ତାନି ସଂବର୍ଦ୍ଧନ କାର୍ଯ୍ୟକଳାପ /ଗତିବିଧି ଗୁଡ଼ିକରେ ସାମିଲ ସଙ୍ଗଠନ ଅଟନ୍ତି।
(ଘ) ଜାହାଜ ପରିବହନ କମ୍ପାନୀ	(୪) ନିର୍ଦ୍ଦେଶାବଳୀ ସହ ଦ୍ରବ୍ୟଗୁଡ଼ିକ ପାଇଁ ବରାଦ ହାସଲ କରିବାରେ ସାହାଯ୍ୟ କରିଥାନ୍ତି।
(ଙ) ବୀମା କମ୍ପାନୀ	(୫) ଲକ୍ଷ୍ୟ ସ୍ଥଳ ଠାରେ ଦ୍ରବ୍ୟଗୁଡ଼ିକର ନିକାଶ ସକାଶେ ସମସ୍ତ ଔପଋରିକତା ସମ୍ପୂର୍ଣ୍ଣ କରିଥାଆନ୍ତି।

ରପ୍ତାନିକାରୀ ଓ ଆମଦାନୀକାରୀଙ୍କ ସକାଶେ ନିହାତି ଆବଶ୍ୟକତା

ତୁମେ ଯଦି ରପ୍ତାନି-ଆମଦାନୀ ବ୍ୟବସାୟ ଆରମ୍ଭ କରିବାକୁ ଚାହଁ, ତେବେ ପ୍ରଥମେ ନିମ୍ନଲିଖିତ ଆଇନଗତ ଦଲିଲ ଗୁଡ଼ିକ ପ୍ରାପ୍ତ କରିବାକୁ ପଡ଼ିବ।

୧. ଆମଦାନୀ ରପ୍ତାନି ସାଙ୍କେତିକ (ଆଇ.ଇ.ସି.) ସଂଖ୍ୟା : ଏହି ସାଙ୍କେତିକ ସଂଖ୍ୟା (ଆଇ. ଇ.ସି.) ବୈଦେଶିକ ବାଣିଜ୍ୟର ମହାନିର୍ଦ୍ଦେଶକଙ୍କ ଦ୍ୱାରା ଦିଆଯାଇଥାଏ। ରପ୍ତାନି-ଆମଦାନୀ ବ୍ୟବସାୟ ସହିତ ସାମିଲ ସମସ୍ତ ପ୍ରତିଷ୍ଠାନ ଏହି ସଂଖ୍ୟା ନିଶ୍ଚୟ ପ୍ରାପ୍ତ କରିବେ, ଯାହା ବିନା ବାହ୍ୟ ବ୍ୟାପାର ସମ୍ପର୍କିତ କୌଣସି ଦଲିଲ ପ୍ରେରଣ ହୋଇପାରିବ ନାହିଁ।

୨. ପଞ୍ଜୀକରଣ-ତଥା-ସଦସ୍ୟତା ପ୍ରମାଣପତ୍ର (ଆର.ସି.ଏମ.ସି) : ସରକାର ନିଜର ରପ୍ତାନି-ଆମଦାନୀ ନୀତି (ଏକ୍ଜିମ ନୀତି) ଅନ୍ତର୍ଗତ ରପ୍ତାନିକାରୀ ଓ ଆମଦାନୀକାରୀଙ୍କୁ କେତେକ ହିତ ଓ ସୁବିଧା ଯୋଗାଇ ଦିଅନ୍ତି। ଏହି ସବୁ ସୁବିଧା ଉପଲବ୍ଧ କରିବା ପାଇଁ ସମସ୍ତ ପ୍ରତିଷ୍ଠାନ ପଞ୍ଜୀକରଣ-ତଥା-ସଦସ୍ୟତା ପ୍ରମାଣପତ୍ର ନିଶ୍ଚୟ ସଠିକ୍ ରପ୍ତାନି ସଂବର୍ଦ୍ଧନ ପରିଷଦଠାରୁ ପ୍ରାପ୍ତ କରିବେ। ରପ୍ତାନି ସଂବର୍ଦ୍ଧନ ପରିଷଦଗୁଡ଼ିକ ଅନେକ ବର୍ଗର ଦ୍ରବ୍ୟ ଗୁଡ଼ିକର ରପ୍ତାନି ବୃଦ୍ଧି ଓ ସଂବର୍ଦ୍ଧନ ସକାଶେ ସରକାରଙ୍କ ଦ୍ୱାରା ପ୍ରତିଷ୍ଠିତ ବିଭିନ୍ନ ସଂସ୍ଥାମାନ ଅଟନ୍ତି।

୨୩.୬ ରପ୍ତାନି ବ୍ୟାପାର ସକାଶେ ପ୍ରକ୍ରିୟା

ଏକ ବିଦେଶୀ ରାଷ୍ଟ୍ରକୁ ଦ୍ରବ୍ୟଗୁଡ଼ିକ ରପ୍ତାନି କରିବା ସମୟରେ ସାଧାରଣତଃ ନିମ୍ନଲିଖିତ ପ୍ରକ୍ରିୟା ଗ୍ରହଣ କରାଯାଏ:

୧. **ଅନୁସନ୍ଧାନ ପ୍ରାପ୍ତି ଓ ମୂଲ୍ୟାଙ୍କ ଗୁଡ଼ିକର ପ୍ରେରଣ :**

ଦ୍ରବ୍ୟଗୁଡ଼ିକର ଆମଦାନୀକାରୀ ପ୍ରଥମେ ବିଭିନ୍ନ ରପ୍ତାନିକାରୀମାନଙ୍କୁ ଏକ ଅନୁସନ୍ଧାନ ପତ୍ର ପଠାଇ ଦର, ଗୁଣବତ୍ତା ଓ ଅର୍ଥପ୍ରଦାନର ନିବନ୍ଧନ ଆଦିଗୁଡ଼ିକ ବାବଦରେ ତଥ୍ୟ ସକାଶେ ଅନୁରୋଧ କରିଥାନ୍ତି। ଅନୁସନ୍ଧାନର ଉତ୍ତରରେ ରପ୍ତାନିକାରୀ ଦ୍ରବ୍ୟଗୁଡ଼ିକର ବାବଦରେ ବିଶଦ ବିବରଣୀ, ଦର, ଗୁଣବତ୍ତା, ବିତରଣ ପ୍ରଣାଳୀ, ନିବନ୍ଧନ ଓ ସର୍ତ୍ତ, ଯଦି କିଛି ଥାଏ, ତେବେ ଉଲ୍ଲେଖ କରି ମୂଲ୍ୟାଙ୍କ ବା କୋଟେସନ ପଠାଇଥାନ୍ତି।

୨. **ବରାଦ ବା ଫରମାସୀ ଅଥବା ରପ୍ତାନି ଆଦେଶ ହାସଲ :** ଯଦି ଭାବୀ ଆମଦାନୀକାରୀ ନିବନ୍ଧନ ଓ ସର୍ତ୍ତଗୁଡ଼ିକୁ ସ୍ୱୀକାର୍ଯ୍ୟ କରନ୍ତି ତେବେ ଦ୍ରବ୍ୟଗୁଡ଼ିକର ରପ୍ତାନି ସକାଶେ ସେ ଏକ ବରାଦ ପ୍ରଦାନ କରନ୍ତି ଯାହାକି ଫର୍ମାସ ବା ଇନ୍‌ଡ଼େଣ୍ଟ ଭାବରେ ଜଣାଯାଏ। ଗୋଟିଏ ଫର୍ମାସ ବରାଦ କରାଯାଇଥିବା ଦ୍ରବ୍ୟଗୁଡ଼ିକର ଏକ ବର୍ଣ୍ଣନା ପ୍ରଦାନ କରାଯିବାକୁ ଥିବା ଦର, ପ୍ରେରଣର ନିବନ୍ଧନ ଓ ସର୍ତ୍ତ, ଦ୍ରବ୍ୟଗୁଡ଼ିକର ବନ୍ଧେଇ ଓ ଅନ୍ୟ ବିଷୟ ବିସ୍ତୃତ ଭାବରେ ଧାରଣ କରିଥାଏ। ଯଦି ରପ୍ତାନିକାରୀ ଫର୍ମାସୀ ପ୍ରାପ୍ତି କରିବା ପରେ ଏହାକୁ ସନ୍ତୋଷଜନକ ମନେ କରନ୍ତି ତେବେ ସେ ଦ୍ରବ୍ୟଗୁଡ଼ିକର ରପ୍ତାନି ପାଇଁ ନିଜର ସ୍ୱୀକୃତିକୁ ଚଲାଣ କରିଥାନ୍ତି।

୩. **ଋଣ ଯୋଗ୍ୟତା ଅନୁସନ୍ଧାନ:** ରପ୍ତାନିକାରୀ ଏହା ସୁନିଶ୍ଚିତ କରିବେ ଯେ ପୈଠ ପ୍ରାପ୍ତିରେ ଖିଲାଫ

ଟିପ୍ପଣୀ

ଜନିତ କୌଣସି ଆଶଙ୍କା ନାହିଁ। ସେ ଆମଦାନୀକାରୀଙ୍କର ଋଣ (ଉଧାର) ଯୋଗ୍ୟତା ଯାଞ୍ଚ କରିବା ଉଚିତ୍। ଏହି ଉଦ୍ଦେଶ୍ୟରେ ସେ ଆମଦାନୀକାରୀଙ୍କୁ ଏକ ଋଣ-ଯୋଗ୍ୟତା ପତ୍ର (ପ୍ରତ୍ୟୟ ପତ୍ର), ବ୍ୟାଙ୍କ ପ୍ରତ୍ୟାଭୂତି ଅଥବା ଯେକୌଣସି ଅନ୍ୟ ପ୍ରତ୍ୟାଭୂତି ପଠାଇବା ପାଇଁ କହିପାରନ୍ତି।

୪. **ରପ୍ତାନି ଅନୁମତିପତ୍ର ପ୍ରାପ୍ତ କରିବା :** ମୁକ୍ତ ଓ ପ୍ରତିବନ୍ଧକ ଯୁକ୍ତ ଦ୍ରବ୍ୟଗୁଡିକ ସକାଶେ ପ୍ରତ୍ୟେକ ଦେଶର ନିଜର ଆମଦାନୀ ଓ ରପ୍ତାନି ନୀତି ରହିଥାଏ। ଭାରତରେ ଜଣେ ରପ୍ତାନିକାରୀ ଅନେକ ଔପଚାରିକତାଗୁଡିକ ପୂରଣ କରିବାକୁ ପଡିଥାଏ ଓ ଉପଯୁକ୍ତ ପ୍ରାଧିକାରୀଙ୍କଠାରୁ ରପ୍ତାନି ଅନୁମତିପତ୍ର ସକାଶେ ଦରଖାସ୍ତ ଦେବାକୁ ପଡେ। ଯଦି ପ୍ରାଧିକାରୀ ସନ୍ତୁଷ୍ଟ ହୋଇଥାନ୍ତି ତେବେ ସେ ରପ୍ତାନି ଅନୁମତିପତ୍ର ପ୍ରଦାନ କରିବେ। ରପ୍ତାନି ଅନୁମତିପତ୍ର ପ୍ରାପ୍ତି ସକାଶେ, ରପ୍ତାନିକାରୀଙ୍କ ନିଶ୍ଚୟ ନିମ୍ନଲିଖିତ ଉପାଦାନ ରହିଥିବ (୧) ଏକ ଆଇଇସି ସଂଖ୍ୟା (୨) ଉପଯୁକ୍ତ ରପ୍ତାନି ସଂବର୍ଦ୍ଧନ ପରିଷଦ ଠାରୁ ଆଇସିଏମସି (୩) ରପ୍ତାନି ଋଣ ଓ ପ୍ରତ୍ୟାଭୂତି ନିଗମ (ଇସିଜିସି) ଠାରେ ପଞ୍ଜୀକରଣ। ଅଣ - ପ୍ରଦାନଜନିତ ବିପଦ ବାବଦରେ ଇସିଜିସିରେ ପଞ୍ଜୀକରଣ ରକ୍ଷାକବଚ ହୋଇଥାଏ।

୫. **ଦ୍ରବ୍ୟ ଗୁଡିକର ଉତ୍ପାଦନ ଅଥବା ସଂଗ୍ରହ:** ରପ୍ତାନିକାରୀ ଦ୍ରବ୍ୟ ଗୁଡିକ ଉତ୍ପାଦନ କରିବାକୁ ପଡିବ ଅଥବା ବଜାରରୁ ସେଗୁଡିକ କ୍ରୟ କରିବାକୁ ପଡିବ। ଫର୍ମାସୀ ପତ୍ର ବା ବରାଦୀପତ୍ରରେ ଗୁଣବତ୍ତା, ପରିମାଣ, ଦର ଆଦି ବାବଦରେ ପ୍ରଦତ୍ତ ନିର୍ଦ୍ଦେଶାବଳୀଗୁଡିକ ଅନୁସାରେ ଦ୍ରବ୍ୟଗୁଡିକ ସଂଗ୍ରହ କରାଯାଏ।

୬. **ପ୍ରାକ୍ ଜାହାଜ ଲଦାଣ (ବୋଝେଇ) ନିରୀକ୍ଷଣ :** ଆମ ଦେଶରୁ କେବଳ ଉତ୍ତମ ଗୁଣବତ୍ତା ଦ୍ରବ୍ୟଗୁଡିକର ରପ୍ତାନି ସୁନିଶ୍ଚିତ କରିବା ପାଇଁ ଭାରତ ସରକାର କେତେକ ପ୍ରାଧିକୃତ ସଂସ୍ଥା ମାନଙ୍କ ଦ୍ୱାରା ଦ୍ରବ୍ୟଗୁଡ଼ିକର ବାଧ୍ୟତା ମୂଳକ ଜାହାଜ ଲଦାଣ ନିରୀକ୍ଷଣ ବ୍ୟବସ୍ଥା କରିଅଛନ୍ତି।

୭. **ଅବକାରୀ ଶୁଳ୍କ ନିକାଶ:** ଭାରତରେ, ବିନିର୍ମିତ ଦ୍ରବ୍ୟଗୁଡିକ କେନ୍ଦ୍ରୀୟ ଅବକାରୀ ଅଧିନିୟମ ଅନ୍ତର୍ଗତ ଅବକାରୀ ଶୁଳ୍କସାପେକ୍ଷ ହୋଇଥାନ୍ତି। ତେଣୁ ଅବକାରୀ ଶୁଳ୍କ ନିକାଶ ପ୍ରମାଣପତ୍ର ରପ୍ତାନି କରିବାକୁ ଥିବା ଦ୍ରବ୍ୟ ଗୁଡ଼ିକ ସକାଶେ ଏକ ନିଶ୍ଚୟ ଆବଶ୍ୟକତା ହୋଇଥାଏ। ଏହା ମନେରଖିବା ଉଚିତ୍ ଯେ ଭାରତ ସରକାର ଅଧିକାଂଶ କ୍ଷେତ୍ରରେ ଅବକାରୀ ଶୁଳ୍କର ଛାଡ଼ ବ୍ୟବସ୍ଥା କରିଛନ୍ତି ଯଦି ଦ୍ରବ୍ୟ ଗୁଡ଼ିକ କେବଳ ରପ୍ତାନି ଉଦ୍ଦେଶ୍ୟରେ ବିନିର୍ମିତ ହୋଇଥାଏ।

୮. **ଦ୍ରବ୍ୟଗୁଡ଼ିକର ବନ୍ଧେଇ (ପ୍ୟାକିଙ୍ଗ୍) ଓ ଚିହ୍ନଟକରଣ :** ବରାଦ ପତ୍ରରେ ପ୍ରଦତ୍ତ ନିର୍ଦ୍ଦେଶାବଳୀର କଡ଼ାକଡ଼ି ପାଳନ ପୂର୍ବକ ବନ୍ଧେଇ କରାଯିବା ଉଚିତ୍। ଯଦି ତ୍ରୁଟିପୂର୍ଣ୍ଣ ବନ୍ଧେଇ ଯୋଗୁଁ କ୍ଷତି ଆନୀତ ହୁଏ, ତେବେ ରପ୍ତାନିକାରୀଙ୍କୁ ତାହା ସହ୍ୟ କରିବାକୁ ପଡ଼ିପାରେ। ଯଦି ଆବଶ୍ୟକ ହୁଏ ବନ୍ଧେଇ ପୂର୍ବରୁ ବର୍ଗୀକରଣ କରାଯିବା ଉଚିତ୍। ବନ୍ଧେଇ ପାଣ୍ଠି ଗୁଡ଼ିକ ଯଦି କୌଣସି ନିର୍ଦ୍ଦେଶାବଳୀ ଥାଏ, ତଦାନୁସାରେ ସଠିକ୍ ଭାବରେ ଚିହ୍ନଟକରଣ ହେବା ଉଚିତ୍। ଯଦ୍ଦ୍ୱାରା ସେଗୁଡ଼ିକ ଅତି ସହଜରେ ଚିହ୍ନିତ ହୋଇପାରିବେ।

୯. **ଚାଲାଣି ପ୍ରତିନିଧିଙ୍କର ନିଯୁକ୍ତି :** ବନ୍ଧେଇକୃତ ଦ୍ରବ୍ୟ ରପ୍ତାନିକାରୀଙ୍କ ଦ୍ୱାରା ଅଥବା ଏକ ଚାଲାଣି ପ୍ରତିନିଧି ମାଧ୍ୟମରେ ପ୍ରତ୍ୟକ୍ଷ ଭାବରେ ବନ୍ଦର ନିକଟକୁ ପ୍ରେରଣ କରାଯାଇପାରିବ। ଯଦି ଦ୍ରବ୍ୟଗୁଡ଼ିକ ଯେକୌଣସି ସ୍ଥାନରେ ଗଚ୍ଛିତ ହୋଇ ରହିଥାଏ, ତେବେ ରପ୍ତାନିକାରୀ ଜଣେ ଚାଲାଣି ପ୍ରତିନିଧି ନିଯୁକ୍ତ କରିପାରିବେ ଯେ କି ଦ୍ରବ୍ୟଗୁଡ଼ିକର ଜାହାଜ ଲଦାଣ ପୂର୍ବରୁ ରପ୍ତାନିକାରୀଙ୍କ ତରଫରୁ ସମସ୍ତ

ଔପଚାରିକତାଗୁଡ଼ିକ ପୂରଣ କରିପାରିବେ । ଏହି କାର୍ଯ୍ୟ ସକାଶେ ଚାଲାଣି ପ୍ରତିନିଧି କମିଶନି ଅସୁଲ କରିବେ ।

୧୦. **ରେଳ / ସଡକ ମାଧ୍ୟମରେ ଦ୍ରବ୍ୟଗୁଡିକର ପ୍ରେରଣ :** ରପ୍ତାନିକାରୀ ବନ୍ଦର ସହରକୁ ସଡକ / ରେଳଦ୍ୱାରା ଦ୍ରବ୍ୟଗୁଡିକର ପ୍ରେରଣ କରିବାକୁ ପଡିଥାଏ । ସେ ଅନ୍ୟ ନିର୍ଦ୍ଦେଶାବଳୀ ସହିତ ଚାଲାଣି ପ୍ରତିନିଧିଙ୍କୁ ଆର୍ /ଆର୍ (ରେଳବାଇ ପ୍ରାପ୍ତି ସ୍ୱୀକାର ପତ୍ର) ପଠାଇବେ । ସେହି ପ୍ରତିନିଧି ଦ୍ରବ୍ୟଗୁଡିକର ହସ୍ତାନ୍ତର ଗ୍ରହଣ କରିଥାନ୍ତି ଓ ସେଗୁଡିକ ଆମଦାନୀକାରୀଙ୍କ ନିକଟକୁ ଜାହାଜରେ ପ୍ରେରଣ କରିବା ପୂର୍ବରୁ ଅନ୍ୟାନ୍ୟ ଔପଚାରିକତାଗୁଡିକ ପୂରଣ କରିଥାନ୍ତି ।

୧୧. **ଚାଲାଣି ପ୍ରତିନିଧିଙ୍କଦ୍ୱାରା ପୂରଣ କରାଯିବାକୁ ଥିବା ଔପଚାରିକତା:**

(କ) **ସୀମାଶୁଳ୍କ ଅନୁମତିପତ୍ର ପ୍ରାପ୍ତ କରିବା :** ପ୍ରତିନିଧିଙ୍କୁ ସୀମାଶୁଳ୍କ ଅନୁମତି ପତ୍ର ପ୍ରାପ୍ତ କରିବା ଉଦ୍ଦେଶ୍ୟରେ ଦ୍ରବ୍ୟ ଗୁଡ଼ିକର ପୂର୍ଣ୍ଣ ବିବରଣୀ ସେଗୁଡ଼ିକର ଲକ୍ଷ୍ୟସ୍ଥଳ ଜଣାଇ ସୀମାଶୁଳ୍କ କାର୍ଯ୍ୟାଳୟକୁ ଆବେଦନ କରିବାକୁ ପଡେ । ଯଦି ଦ୍ରବ୍ୟ ଗୁଡ଼ିକ ଶୁଳ୍କ ମୁକ୍ତ ହୋଇଥାନ୍ତି, ତେବେ ସୀମାଶୁଳ୍କ ଅନୁମତିପତ୍ର ତତ୍‌କ୍ଷଣାତ ପ୍ରଦାନ କରାଯାଏ, ନଚେତ୍ ଅନ୍ୟ ଔପଚାରିକତା ଗୁଡିକୁ ପୂରଣ କରିବା ଆବଶ୍ୟକ ହୋଇଥାଏ ।

(ଖ) **ଜାହାଜ ପରିବହନ ଆଦେଶ-ପତ୍ର ପ୍ରାପ୍ତ କରିବା :** ପ୍ରତିନିଧିଙ୍କୁ ଜାହାଜରେ ଦ୍ରବ୍ୟଗୁଡିକର ବୋଝେଇ ସକାଶେ ପର୍ଯ୍ୟାପ୍ତ ସ୍ଥାନ ହାସଲ କରିବାକୁ ପଡିଥାଏ । ଏହି ଉଦ୍ଦେଶ୍ୟରେ ଜାହାଜ ପରିବହନ କମ୍ପାନୀଗୁଡିକ ସହ ଜାହାଜ ପରିବହନ ଆଦେଶ ପତ୍ର ନିର୍ଗମନ କରିବା ସକାଶେ ସେ ଏକ ଚୁକ୍ତିରେ ସ୍ୱାକ୍ଷର କରିବାକୁ ପଡିଥାଏ ଯାହାକି ଜାହାଜରେ ଦ୍ରବ୍ୟଗୁଡିକ ରଖିବାପାଇଁ ନିଜକୁ ସମର୍ଥ କରିଥାଏ ।

(ଗ) **ରପ୍ତାନି ଶୁଳ୍କ ପ୍ରଦାନ ଓ ଜାହାଜ ପରିବହନ ବିଲ୍ ପୂରଣ:** ପ୍ରତିନିଧି ଜଣକ ଜାହାଜ ପରିବହନ ବିଲ୍ ର ତିନିକିତା ନକଲ ପୂରଣ କରିବାକୁ ପଡିବ । ଓ ସୀମା ଶୁଳ୍କ ଗୃହରେ ସେଗୁଡିକୁ ପ୍ରଦାନ କରିବାକୁ ପଡିବ ଏହି ବିଲ ଆଧାରରେ, ସୀମାଶୁଳ୍କ ପ୍ରାଧିକାରୀଙ୍କ ଦ୍ୱାରା ଶୁଳ୍କ ହିସାବ କରାଯାଇଥାଏ । ଏହି ପ୍ରତିନିଧିଙ୍କୁ ଶୁଳ୍କ ପ୍ରଦାନ କରିବାକୁ ପଡିଥାଏ ଓ ସୀମାଶୁଳ୍କ ଅଧିକାରୀଙ୍କ ଠାରୁ ଜାହାଜ ପରିବହନର ମୂଳ ଓ ତୃତୀୟ କିତା ନକଲ ପ୍ରାପ୍ତ କରିବାକୁ ପଡିଥାଏ ।

(ଘ) **ପୋତାଶ୍ରୟ ଦେୟ ଗୁଡିକର ପ୍ରଦାନ:** ପୋତାଶ୍ରୟ (ଡ଼କ୍) ନିକଟକୁ ଦ୍ରବ୍ୟଗୁଡିକର ପରିବହନ ସକାଶେ ପ୍ରତିନିଧିଙ୍କୁ ପ୍ରସ୍ତୁତ କରିବାକୁ ପଡିଥାଏ । ଏହି ଉଦ୍ଦେଶ୍ୟରେ, ସଠିକ୍ ଭାବେ ପୂରଣ ହୋଇଥିବା ଡକ୍ ଚାଲାଣର ଦୁଇକିତା ନକଲ ଡକ୍ ପ୍ରାଧିକାରୀମାନଙ୍କ ଠାରେ ଜାହାଜ ପରିବହନବିଲ ଓ ଜାହାଜ ପରିବହନ ଆଦେଶ ପତ୍ର ସହିତ ପ୍ରଦାନ କରିବାକୁ ପଡିଥାଏ । ଡକ୍ ଦେୟ ଗୁଡିକ ପ୍ରାପ୍ତ କରିବା ପରେ ପୋତାଶ୍ରୟ ପ୍ରାଧିକାରୀମାନେ ଡକ୍ ଚାଲାଣର ଏକକିତା ନକଲ ରଖିଥାନ୍ତି ଓ ପ୍ରତିନିଧିଙ୍କୁ ଯଥାବିଧି ନକଲ ସ୍ୱାକ୍ଷରିତ କରି ଫେରସ୍ତ କରିଥାନ୍ତି ।

(ଙ) **ଦ୍ରବ୍ୟଗୁଡିକର ବୋଝେଇ ପୂର୍ବରୁ ସୀମାଶୁଳ୍କର ଯାଞ୍ଚ**

ଯେତେଶୀଘ୍ର ସମ୍ଭବ ବନ୍ଦରକୁ ଜାହାଜ ପହଞ୍ଚିବା ପରେ ଡକ୍ ପ୍ରାଧିକାରୀମାନେ ଏହା ଉପରେ ଦ୍ରବ୍ୟଗୁଡିକର ବୋଝେଇ ଆରମ୍ଭ କରିଥାନ୍ତି । ଦ୍ରବ୍ୟ ଗୁଡିକର ବାସ୍ତବ ବୋଝେଇ ପୂର୍ବରୁ, ସୀମାଶୁଳ୍କ କର୍ମଚାରୀମାନେ ସେଗୁଡିକୁ ଯାଞ୍ଚ କରି ଜାଣିବାକୁ ଚାହିଁଥାନ୍ତି ଯେ ବୋଝେଇ ହୋଇଥିବା କୌଣସି

ଟିପ୍ପଣୀ

ଦ୍ରବ୍ୟ ଯାହା ଉପରେ କିଛି ଶୁଳ୍କ ପ୍ରଦାନ କରିବାକୁ ପଡିବ କି ଅଥବା ଜାହାଜ ପରିବହନ ବିଲ୍ ରେ କିଛି ଦ୍ରବ୍ୟ ବାବଦରେ ଉଲ୍ଲେଖ ହୋଇନାହିଁକି ? ଜାହାଜର କ୍ୟାପଟେନ ଅଥବା ତାଙ୍କର ସହାୟକ (ସାଥୀ) କେବଳ ଦ୍ରବ୍ୟଗୁଡିକୁ ଗ୍ରହଣ କରିବେ ଯେତେବେଳେ ତାଙ୍କର ସମ୍ମୁଖରେ ଜାହାଜ ପରିବହନ ବରାଦ ଉପସ୍ଥାପନ ହେବ।

(ଚ) **ମାଲିମ ରସିଦ:** କ୍ୟାପଟେନ୍ ଅଥବା ମେଟ୍ ଦ୍ରବ୍ୟଗୁଡିକ ଜାହାଜ ଉପରେ ବୋଝେଇ ହେଲାପରେ ଏକ ରସିଦ ପ୍ରଦାନ କରିଥାନ୍ତି ଯାହାକୁ କି ମାଲିମ ରସିଦ କୁହାଯାଏ। ଏହି ରସିଦ୍ ଦ୍ରବ୍ୟଗୁଡିକର ପରିମାଣ ଗଣ୍ଠିଲି/ ପ୍ୟାକେଟ ସଂଖ୍ୟା, ବନ୍ଧେଇର ଅବସ୍ଥା ଆଦି ପରି ସବିଶେଷ ବିବରଣ ଗୁଡିକ ଧାରଣ କରିଥାଏ।

(ଛ) **ଜାହାଜ ବିଲ୍‌ଟି :** ଚଲାଣି ପ୍ରତିନିଧି ଜାହାଜ ପରିବହନ କମ୍ପାନୀଙ୍କର କାର୍ଯ୍ୟାଳୟ ଠାରେ ମାଲିମ ରସିଦ ଉପସ୍ଥାପନା କରିବାକୁ ପଡିଥାଏ ଏବଂ ପ୍ରତିବଦଳରେ ଏକ ଦଲିଲ ପ୍ରାପ୍ତ କରିଥାନ୍ତି ଯାହାକୁ ଜାହାଜ ବିଲ୍‌ଟି କୁହାଯାଏ। ଦ୍ରବ୍ୟ, ଗନ୍ତବ୍ୟସ୍ଥଳ, ଜାହାଜର ନାମ, ବୋଝେଇ ତାରିଖ ଓ ସ୍ଥାନ ଓ ହସ୍ତାନ୍ତର କରାଯିବାକୁ ଥିବା ବ୍ୟକ୍ତିଙ୍କର ନାମ ଓ ଠିକଣା ବାବଦରେ ସବିଶେଷ ବିବରଣ ପ୍ରଦାନକରି ଜାହାଜ ବିଲ୍‌ଟିରେ ତିନୋଟି ଶୂନ୍ୟ ଫାର୍ମରେ ପୂରଣ କରିବେ । ଯଦି ଜାହାଜ ଭଡା ଆଗରୁ ପ୍ରଦାନ କରାଯାଇଅଛି ତେବେ ଜାହାଜ ବିଲ୍‌ଟିରେ ଭଡା ପ୍ରଦାନ ହୋଇଛି ବୋଲି ଚିହ୍ନିତ ହେବ। ନତୁବା ଏହା ଚିହ୍ନଟ କରାଯିବ ଯେ 'ଭଡା ଚଲାଣି' ଯାହାର ଅର୍ଥ ଜାହାଜ ଭଡା ଗନ୍ତବ୍ୟ ସ୍ଥଳରେ ପ୍ରଦାନ କରାଯିବ।

(ଜ) **ଜାହାଜୀମାଲ ବୀମା:** ସାମୁଦ୍ରିକ ବିପଦର ଏକ ରକ୍ଷାକବଚ ଭାବରେ, ଏହା ଆବଶ୍ୟକ ହୋଇଥାଏ ଯେ ଦ୍ରବ୍ୟଗୁଡିକର ବୀମା କରାଯିବ। ବରାଦ / ଫରମାସ ପତ୍ରରେ ପ୍ରଦାନ କରାଯାଇଥିବା କୌଣସି ନିର୍ଦ୍ଦେଶାବଳୀର କଡାକଡି ପାଳନ ପୂର୍ବକ ବୀମା କରାଯାଇଥାଏ। ଯଦି କିଛି ନିର୍ଦ୍ଦେଶ ନଥାଏ ତେବେ ରପ୍ତାନିକାରୀ ନିଜେ ଦ୍ରବ୍ୟଗୁଡିକର ବୀମା କରାଇବା ଉଚିତ୍। ଜାହାଜବିଲ୍‌ଟି ଓ ଅନ୍ୟ ଦଲିଲ ଗୁଡିକ ସହ ଆମଦାନୀକାରୀଙ୍କ ନିକଟକୁ ବୀମାପତ୍ର ପଠାଯାଇଥାଏ।

(ଝ) **ରପ୍ତାନିକାରୀଙ୍କୁ ସମ୍ବାଦ /ସୂଚନା:** ତତ୍ ପରେ ଏହି ପ୍ରତିନିଧି ଦ୍ରବ୍ୟଗୁଡିକର ଜାହାଜଭରଣ ଓ ଅନ୍ୟାନ୍ୟ ସମ୍ପର୍କିତ ବିଷୟ ଗୁଡିକ ବାବଦରେ ରପ୍ତାନିକାରୀଙ୍କୁ ସୂଚନା ପ୍ରଦାନ କରିଥାନ୍ତି। ସେ ଜାହାଜ ବିଲ୍‌ଟି, ବୀମାପତ୍ର, ଜାହାଜଭରଣ ବିଲ ଆଦି ନିଜର ବ୍ୟୟ ଓ ପାଉଣା ଦର୍ଶାଉଥିବା ବିବରଣୀ ସହିତ ରପ୍ତାନିକାରୀଙ୍କୁ ପ୍ରେରଣ କରିବେ।

୧୨. **ରପ୍ତାନିକାରୀ ଚଲାଣ ଓ ବୈଦେଶିକ ବାଣିଜ୍ୟ ଦୂତଙ୍କ ଚଲାଣ:**

ଚଲାଣି ପ୍ରତିନିଧିଙ୍କ ଠାରୁ ସମ୍ବାଦ ଗ୍ରହଣ କରିବା ପରେ, ରପ୍ତାନିକାରୀ ଏକ ରପ୍ତାନିଚଲାଣ ପ୍ରସ୍ତୁତ କରିଥାନ୍ତି ଯାହାକି ବୈଦେଶିକ ଚଲାଣ କୁହାଯାଏ। ଏହି ଚଲାଣରେ ପ୍ରେରିତ ହୋଇଥିବା ଦ୍ରବ୍ୟଗୁଡିକର ପରିମାଣ ଓ ଆମଦାନୀକାରୀଙ୍କଠାରୁ ପାଇବାକୁ ଥିବା ପ୍ରାପ୍ୟର ପରିମାଣ ଉଲ୍ଲେଖ ଥାଏ। ଅଧିକାଂଶ ଦେଶର ସୀମାଶୁଳ୍କ ନିୟାମକ ଆମଦାନୀକାରୀ ଦେଶର ଗନ୍ତବ୍ୟ ବନ୍ଦରଠାରେ ଦ୍ରବ୍ୟ ଗୁଡିକର ସୁଗମ ନିକାଶ ଉଦ୍ଦେଶ୍ୟରେ ବୈଦେଶିକ ବାଣିଜ୍ୟିକ ଚଲାଣ ଆବଶ୍ୟକ କରିଥାନ୍ତି। ଯଦି ଏହା ଆମଦାନୀକାରୀଙ୍କ ଦ୍ୱାରା ଆବଶ୍ୟକ କରାଯାଇଥାଏ ତେବେ ରପ୍ତାନିକାରୀ ମଧ୍ୟ ସେହି ଭଳି ଏକ ଦଲିଲ ପ୍ରସ୍ତୁତ କରିବାକୁ ପଡିବ।

୧୩. **ଅର୍ଥ ପାଉଣା (ପୈଠ) ଆଦାୟ:** ରପ୍ତାନିକାରୀ ଦୁଇଟି ବିକଳ୍ପ ପ୍ରଣାଳୀଦ୍ୱାରା ପୈଠ ଗ୍ରହଣ କରିଥାନ୍ତି।

(କ) ପ୍ରତ୍ୟୟ ପତ୍ର: ରପ୍ତାନିକାରୀଙ୍କୁ ପ୍ରତ୍ୟୟ ପତ୍ର ଆଧାରରେ ଶୀଘ୍ର ପୈଠ ହୋଇଥାଏ ଯାହାକି ଆମଦାନୀକାରୀଙ୍କର ବ୍ୟାଙ୍କ ତରଫରୁ ରପ୍ତାନିକାରୀଙ୍କୁ ପ୍ରଦାନ କରାଯାଇଥାଏ। ରପ୍ତାନିକାରୀ ବ୍ୟାଙ୍କର ଆଞ୍ଚଳିକ ଶାଖାରୁ (ସ୍ୱଦେଶରେ) ହୁଣ୍ଡିଟିକୁ ଭଙ୍ଗାଇ ଅର୍ଥସଂଗ୍ରହ କରିଥାନ୍ତି, ଯାହାକି ଆମଦାନିକାରୀଙ୍କ ତରଫରୁ ପ୍ରତ୍ୟୟ ପତ୍ର ଭାବରେ ପ୍ରଦାନ କରାଯାଇଥାଏ।

(ଖ) **ମାଲ ବନ୍ଧକ ପତ୍ର:** ଯଦି ରପ୍ତାନିକାରୀ ଅତିଶୀଘ୍ର ପାଉଣା ହାସଲ କରିବାକୁ ଚାହାନ୍ତି ତେବେ ସେ ନିଜ ବ୍ୟାଙ୍କରେ ହୁଣ୍ଡିଟିକୁ ବଟୀଦେଇ ଭଙ୍ଗାଇପାରନ୍ତି, କିନ୍ତୁ ଏଥି ସକାଶେ ତାଙ୍କୁ ଗୋଟିଏ ମାଲ ବନ୍ଧକ ପତ୍ର ବ୍ୟାଙ୍କକୁ ଲେଖିଦେବାକୁ ପଡିଥାଏ। ମାଲ ବନ୍ଧକ ପତ୍ର ଆମଦାନୀକାରୀଦ୍ୱାରା ଗ୍ରାହ୍ୟ ହୋଇଥିବା ଓ ବିନିମୟପତ୍ର ସଂଯୁକ୍ତ ହୋଇ ଏକ ବ୍ୟାଙ୍କ ନାମରେ ଠିକଣା ଲେଖାଥିବା ଏକ ପତ୍ର ଅଟେ। ଏହି ମାଲ ବନ୍ଧକ ପତ୍ର ମାଧ୍ୟମରେ, ରପ୍ତାନୀକାରୀ ବ୍ୟାଙ୍କକୁ ଦ୍ରବ୍ୟଗୁଡିକ ସେତେବେଳେ ବିକ୍ରୟପାଇଁ ପ୍ରାଧିକୃତ କରିଥାନ୍ତି ଯେତେବେଳେ କି ଆମଦାନୀକାରୀଙ୍କ ଦ୍ୱାରା ହୁଣ୍ଡିଟିକୁ ଅସମ୍ମାନିତ କରାଯାଇଥାଏ, ଫଳରେ ବ୍ୟାଙ୍କ ନିଜେ ଅଗ୍ରୀମ ପ୍ରଦାନ କରିଥିବା ପରିମାଣ ରପ୍ତାନିକାରୀଙ୍କୁ ଭରଣା କରିଥାଏ।

ପାଠଗତ ପ୍ରଶ୍ନାବଳୀ ୨୩ ଗ

୧. 'ପ୍ରତ୍ୟୟ ପତ୍ର' ର ସଂଜ୍ଞା ପ୍ରଦାନ କର।

____

____

୨. ନିମ୍ନଲିଖିତ ପ୍ରତ୍ୟେକ କ୍ଷେତ୍ରରେ ଉଲ୍ଲେଖ କରାଯାଇଥିବା ଦଲିଲ ଗୁଡ଼ିକର ନାମ ଲେଖ:

(କ) ଜାହାଜରେ ଦ୍ରବ୍ୟଗୁଡ଼ିକ ରଖିବା ସକାଶେ ସମର୍ଥ ହେବା ପାଇଁ ଜାହାଜ ପରିବହନ କମ୍ପାନୀ ସହିତ ସ୍ୱାକ୍ଷରିତ ଚୁକ୍ତି।

(ଖ) ଜାହାଜରେ ଦ୍ରବ୍ୟଗୁଡ଼ିକର ବୋଝେଇ ପରେ ଜାହାଜର ନାବିକ (କ୍ୟାପଟେନ)ଙ୍କ ଦ୍ୱାରା ପ୍ରଦତ୍ତ ଦଲିଲ।

(ଗ) ଆମଦାନୀକାରୀଙ୍କର ବ୍ୟାଙ୍କ ଦ୍ୱାରା ପ୍ରଦତ୍ତ ଏକ ଦଲିଲ ବଳରେ ପୈଠ ସୁନିଶ୍ଚିତ କରିବା।

(ଘ) ହୁଣ୍ଡିର ଅସମ୍ମାନ ହେଲେ ଦ୍ରବ୍ୟ ଗୁଡ଼ିକର ବିକ୍ରୟ ପାଇଁ ବ୍ୟାଙ୍କକୁ ପ୍ରାଧିକୃତ ହୋଇଥିବା ଦଲିଲ।

(ଙ) ଜାହାଜ ପରିବହନ କାର୍ଯ୍ୟାଳୟରେ ମାଲିମ୍ ରସିଦ୍ ବିନିମୟରେ ପ୍ରାପ୍ତ ଦଲିଲ

୨୩.୭ ଆମଦାନୀ ବ୍ୟାପାର ସକାଶେ ପ୍ରକ୍ରିୟା

ଦ୍ରବ୍ୟଗୁଡ଼ିକର ଆମଦାନୀ ସକାଶେ ସାମିଲ ସୋପାନଗୁଡ଼ିକ ନିମ୍ନପ୍ରକାରେ ଆଲୋଚନା କରାଯାଏ।

୧. ବ୍ୟାପାରିକ ଅନୁସନ୍ଧାନ : ଆମଦାନୀକାରୀଙ୍କ ଦ୍ୱାରା ରପ୍ତାନିକାରୀଙ୍କୁ ଦର, ଗୁଣବତ୍ତା, ପରିମାଣ ଓ ରପ୍ତାନିର ବିଭିନ୍ନ ନିବନ୍ଧନ ଓ ସର୍ତ୍ତ ଆଦି ବାବଦରେ ଦରକାରୀ ସୂଚନାର ଯୋଗାଣ ସକାଶେ ଏହା ଏକ ଲିଖିତ ଅନୁରୋଧ ଅଟେ। ଆମଦାନୀକାରୀଙ୍କର ବ୍ୟାପାରିକ ଅନୁସନ୍ଧାନ ପ୍ରତିକ୍ରିୟାରେ ରପ୍ତାନିକାରୀ ମୂଲ୍ୟାଙ୍କ ଅଥବା କୋଟେସନ ପ୍ରସ୍ତୁତ କରିଥାନ୍ତି ଓ ଆମଦାନୀକାରୀଙ୍କ ନିକଟକୁ ପଠାଇଥାନ୍ତି।

୨. **ଆମଦାନୀ ଅନୁମତି ପତ୍ର ପ୍ରାପ୍ତି :** ଆମଦାନୀ ଅନୁମତିପ୍ରଦାନ ପ୍ରାଧିକାରୀଙ୍କ ଠାରୁ ବିନା ଏକ ବୈଧ ଅନୁମତ ପତ୍ର ହାସଲରେ ଜଣେ ଆମଦାନୀକାରୀ ଦ୍ରବ୍ୟଗୁଡ଼ିକ ଆମଦାନୀ କରିପାରିବେ ନାହିଁ। ଭାରତରେ ଡ଼ିଜିଏଫଟିଠାରୁ ଆଇଇସି ସଂଖ୍ୟା ପ୍ରାପ୍ତ କରିବା ବାଧ୍ୟତାମୂଳକ ଅଟେ।

୩. **ବୈଦେଶିକ ମୁଦ୍ରା ପ୍ରାପ୍ତି :** ଭାରତୀୟ ରିଜର୍ଭ ବ୍ୟାଙ୍କ ଦ୍ୱାରା ଯେହେତୁ ବୈଦେଶିକ ମୁଦ୍ରା ବିନିମୟ ଗୁଡ଼ିକ ନିୟନ୍ତ୍ରିତ ହୋଇଥାଏ, ତେଣୁ ଆମଦାନୀକାରୀ ଆରବିଆଇର ମୁଦ୍ରା ନିୟନ୍ତ୍ରଣ ବିଭାଗକୁ ଆବଶ୍ୟକୀୟ ଦଲିଲ ଗୁଡ଼ିକ ସହ ଏକ ଦରଖାସ୍ତ ପ୍ରଦାନ କରିବାକୁ ପଡିବ। ଏହି ଦରଖାସ୍ତ ସମ୍ୟକ ପରୀକ୍ଷା ପରେ ଭାରତୀୟ ରିଜର୍ଭ ବ୍ୟାଙ୍କ ବୈଦେଶିକ ମୁଦ୍ରାର ଖଲାସ ମଞ୍ଜୁର କରିବେ।

୪. **ବରାଦ ଅଥବା ଆଦେଶ ପ୍ରେରଣ :** ବରାଦ ନିର୍ଦ୍ଦିଷ୍ଟ ଦ୍ରବ୍ୟଗୁଡ଼ିକ ସକାଶେ ଜଣେ ଆମଦାନୀ କାରୀଙ୍କ ଦ୍ୱାରା ରପ୍ତାନିକାରୀଙ୍କୁ କ୍ରୟ ଆଦେଶ ଅଟେ। ବରାଦ ପ୍ରତ୍ୟକ୍ଷ ଭାବରେ ଦ୍ରବ୍ୟଗୁଡ଼ିକର ବିନିର୍ମାତାଙ୍କ ନିକଟକୁ ଅଥବା ରପ୍ତାନିକାରୀ ପ୍ରତିନିଧିଙ୍କ ନିକଟକୁ ପଠାଯାଇପାରେ ।

୫. **ପ୍ରତ୍ୟୟ ପତ୍ରର ପ୍ରେରଣ :** ସାଧାରଣତଃ, ବାହ୍ୟ ବ୍ୟାପାରରେ ପକ୍ଷମାନେ ଜଣେ ଅନ୍ୟଜଣଙ୍କୁ ଭଲ ଭାବରେ ଚିହ୍ନିନଥାନ୍ତି। ତେଣୁ ରପ୍ତାନିକାରୀ ଆମଦାନୀକାରୀଙ୍କର ଉଧାର ଯୋଗ୍ୟତା ବାବଦରେ ନିଶ୍ଚିତ ହେବାକୁ ଚାହିଁଥାନ୍ତି। ସାଧାରଣତଃ, ରପ୍ତାନିକାରୀ ଆମଦାନୀକାରୀଙ୍କୁ ଏକ ପ୍ରତ୍ୟୟ ପତ୍ର ପ୍ରେରଣ ସକାଶେ କହିଥାନ୍ତି। ଜଣେ ଆମଦାନୀକାରୀ ନିଜର ବ୍ୟାଙ୍କ୍ ଠାରୁ ନିବନ୍ଧନ ଓ ସର୍ତ୍ତାନୁସାରେ ପ୍ରଦତ୍ତ ଏକ ପ୍ରତ୍ୟୟପତ୍ର ପ୍ରାପ୍ତ କରିଥାନ୍ତି ଏବଂ ରପ୍ତାନିକାରୀଙ୍କ ନିକଟକୁ ଏହା ପ୍ରେରଣ କରିଥାନ୍ତି। ଏହା ପ୍ରତ୍ୟୟ ପତ୍ରରେ ବିନିର୍ଦ୍ଦିଷ୍ଟ କରାଯାଇଥିବା ପରିମାଣ ପର୍ଯ୍ୟନ୍ତ ରପ୍ତାନିକାରୀଙ୍କ ଦ୍ୱାରା ପ୍ରସ୍ତୁତ ହୋଇଥିବା ବିନିମୟ ପତ୍ରର ପୈଠ ସୁନିଶ୍ଚିତ କରିଥାଏ।

୬. **ଜାହାଜ ପରିବହନ ଦଲିଲ ଗୁଡ଼ିକର ହାସଲ:** ରପ୍ତାନିକାରୀଙ୍କ ଠାରୁ ସୂଚନା ପତ୍ର ପ୍ରାପ୍ତି ପରେ ଆମଦାନୀକାରୀ ଆବଶ୍ୟକୀୟ ଦଲିଲ ଯଥା ଜାହାଜ ବିଲ୍‌ଟି, ଜାହାଜ ପରିବହନ ବିଲ୍ ଆଦି ଗୁଡ଼ିକ ହାସଲର ବ୍ୟବସ୍ଥା କରିବେ। ଦ୍ରବ୍ୟଗୁଡ଼ିକର ହସ୍ତାନ୍ତର ନେବା ସକାଶେ ଦଲିଲଗୁଡ଼ିକ ହାସଲ କରାଯାଏ। ଆମଦାନୀକାରୀଙ୍କୁ ଦ୍ରବ୍ୟଗୁଡ଼ିକର ହସ୍ତାନ୍ତର ନେବା ସକାଶେ ଆବଶ୍ୟକୀୟ ଦଲିଲଗୁଡ଼ିକ ପ୍ରାପ୍ତ ଉଦ୍ଦେଶ୍ୟରେ ଅର୍ଥ ପ୍ରଦାନ କରିବା ପାଇଁ ରପ୍ତାନିକାରୀଙ୍କର ବ୍ୟାଙ୍କ ନିକଟକୁ ଯିବାକୁ ପଡ଼ିଥାଏ।

୭. **ନିକାଶି ପ୍ରତିନିଧିଙ୍କର ନିଯୁକ୍ତି :** ଆମଦାନୀକାରୀ ନିଜେ ହସ୍ତାନ୍ତର ଗ୍ରହଣ କରିପାରନ୍ତି ଅଥବା ଜଣେ ପ୍ରତିନିଧିଙ୍କୁ ନିଯୁକ୍ତି ପ୍ରଦାନ କରିଥାନ୍ତି ଯିଏକି ନିକାଶି ପ୍ରତିନିଧି ହିସାବରେ ଜଣାଯାନ୍ତି ଓ ଦ୍ରବ୍ୟଗୁଡ଼ିକର ହସ୍ତାନ୍ତର ଗ୍ରହଣ କରିପାରନ୍ତି। ଦ୍ରବ୍ୟଗୁଡ଼ିକର ନିକାଶ ପାଇଁ ଆମଦାନୀକାରୀ ନିଜର ପ୍ରତିନିଧିଙ୍କୁ ଆବଶ୍ୟକୀୟ ଦଲିଲ ଗୁଡ଼ିକ ପ୍ରେରଣ କରନ୍ତି। ନିକାଶ ପ୍ରତିନିଧି ଦ୍ରବ୍ୟଗୁଡ଼ିକର ନିକାଶ ସକାଶେ ନିଜର ସେବାଗୁଡ଼ିକ ପାଇଁ କମିଶନି ଅସୁଲ କରିଥାନ୍ତି।

୮. **ନିକାଶି ପ୍ରତିନିଧିଙ୍କ ଦ୍ୱାରା ପୂରଣ କରାଯିବାକୁ ଥିବା ଔପଚାରିକତା**

(କ) **ଜିନିଷ ଛଡ଼ାଇବା ପାଇଁ ଅନୁମୋଦନ :** ଯେତେବେଳେ ଜାହାଜ ବନ୍ଦରରେ ପହଞ୍ଚେ, ନିକାଶି ପ୍ରତିନିଧି ସଂପୃକ୍ତ ଜାହାଜ ପରିବହନ କମ୍ପାନୀ ନିକଟରେ ପହଞ୍ଚନ୍ତି ଓ ଜାହାଜପରିବହନ କମ୍ପାନୀଠାରୁ ନିଜ ନାମରେ ଜାହାଜ ବିଲ୍‌ଟି ଉପରେ ଦସ୍ତଖତ କରି ଆଣିଥାନ୍ତି। ଯଦି ମାହାସୁଲ / ଜାହାଜମାଲ ଭଡ଼ା ରପ୍ତାନିକାରୀଙ୍କ ଦ୍ୱାରା ଦିଆଯାଇ ନଥାଏ, ତେବେ ଜାହାଜ ବିଲ୍‌ଟି ଉପରେ ଅନୁମୋଦନ ସୂଚକ ପୃଷ୍ଠାଙ୍କନ କରାଇବା ପୂର୍ବରୁ ଏହା ପୈଠ କରିବାକୁ ପଡ଼ିଥାଏ।

(ଖ) **ପ୍ରବେଶ ବିଲ୍ :** ପ୍ରତିନିଧି ଜଣକ ତିନିକିତା ପ୍ରବେଶ ବିଲ୍ ସୀମାଶୁଳ୍କ ଅଧିକାରୀଙ୍କୁ ପୂରଣ କରି ପ୍ରଦାନ କରିବାକୁ ପଡ଼ିବ । ସୀମାଶୁଳ୍କ ଅଧିକାରୀ ଶୁଳ୍କ ହିସାବ କରିବେ ଓ ନିକାଶି ପ୍ରତିନିଧିଙ୍କଠାରୁ ତାହା ଗ୍ରହଣ କରିବେ ।

(ଗ) **ଘାଟମାହାସୁଲ ପ୍ରଦାନ :** ପ୍ରତିନିଧି ଜଣକ ଦୁଇକିତା ଡ଼କ୍ ଚଲାଣ ଫାରମ୍ ପୂରଣ କରି ବନ୍ଦର ନ୍ୟାସ ପ୍ରାପ୍ତି ସ୍ୱୀକାର ପତ୍ର ଦାଖଲ କରିବାକୁ ପଡ଼ିବ ଓ ତିନିକିତା ପ୍ରବେଶ ବିଲ୍ ଅବତରଣ ଓ ଜାହାଜ ପରିବହନ ଦେୟ କାର୍ଯ୍ୟାଳୟକୁ ଦାଖଲ କରିବାକୁ ପଡ଼ିଥାଏ । ଘାଟ ମାହାସୁଲ ପ୍ରାପ୍ତ କଲା ପରେ, ଘାଟ କର୍ତ୍ତୃପକ୍ଷ ଏକକିତା ବନ୍ଦର ନ୍ୟାସ ପ୍ରାପ୍ତି ସ୍ୱୀକାର ପତ୍ର ଓ ଦୁଇ କିତା ପ୍ରବେଶ ବିଲ୍ ଅଭିକର୍ତ୍ତାଙ୍କୁ ଫେରାଇବେ । ତାପରେ ଅଭିକର୍ତ୍ତାଜଣକ ଏହି ପ୍ରବେଶ ବିଲ୍‌ର ଦୁଇକିତା ସହ ଏହାର ନକଲକୁ ସୀମାଶୁଳ୍କ କାର୍ଯ୍ୟାଳୟକୁ ପ୍ରଦାନ କରିଥାନ୍ତି । ଯଦି ସୀମା ଶୁଳ୍କ ପ୍ରଦାନ କରାଯିବାକୁ ଥାଏ, ସେ ଅର୍ଥ ପ୍ରଦାନ କରିବେ ଓ ଦ୍ରବ୍ୟଗୁଡ଼ିକର ହସ୍ତାନ୍ତର ଗ୍ରହଣ କରିବେ ।

(ଘ) **ରେଳ /ସଡ଼କ ଦ୍ୱାରା ଦ୍ରବ୍ୟଗୁଡ଼ିକର ପ୍ରେରଣ :** ନିକାଶି ପ୍ରତିନିଧି ଜଣକ ପୋତାଶ୍ରୟ (ଘାଟ) ଅଧିକାରୀଙ୍କଠାରୁ ହସ୍ତାନ୍ତର ନେବା ପରେ ଦ୍ରବ୍ୟଗୁଡ଼ିକୁ ରେଳଷ୍ଟେସନ ଅଥବା ପରିବହନ ପ୍ରାଧିକାରୀଙ୍କ ନିକଟକୁ ପହଞ୍ଚାଇବାକୁ ପଡ଼ିବ । ସେ ଦ୍ରବ୍ୟଗୁଡ଼ିକୁ ରେଳ /ସଡ଼କ ଦ୍ୱାରା ନିଜ ମୁଖିଆଙ୍କ ନିକଟକୁ ପଠାଇବେ ଏବଂ ଏହା ସହିତ ରେଳବାଇ ପ୍ରାପ୍ତି ସ୍ୱୀକାର ପତ୍ର /ବାହକ ପ୍ରାପ୍ତି ସ୍ୱୀକାର ପତ୍ର ପ୍ରାପ୍ତ କରିବେ ।

(ଙ) **ଆମଦାନୀକାରୀଙ୍କୁ ସୂଚନା:** ଦ୍ରବ୍ୟଗୁଡ଼ିକର ପ୍ରେରଣ ହେବା ପରେ ନିକାଶି ପ୍ରତିନିଧି ଆମଦାନୀକାରୀଙ୍କୁ ଏକ ସୂଚନା ପତ୍ର ପ୍ରଦାନ କରିବେ । ଏହି ସୂଚନା ପତ୍ରରେ, ଦ୍ରବ୍ୟଗୁଡ଼ିକର ଆଗମନ ଓ ରେଳ / ସଡ଼କ ଦ୍ୱାରା ସେଗୁଡ଼ିକର ପ୍ରେରଣ ବିନିର୍ଦ୍ଦିଷ୍ଟ ହୋଇଥାଏ । ତାଙ୍କୁ ଏହା ସହିତ ରେଳବାଇ ପ୍ରାପ୍ତି ସ୍ୱୀକାର ପତ୍ର /ବାହକ ପ୍ରାପ୍ତି ସ୍ୱୀକାର ପତ୍ର ଏବଂ ନିଜ ବ୍ୟୟ ଓ ଦେୟ ଗୁଡ଼ିକର ଏକ ବିବରଣୀ ସଂଲଗ୍ନ କରିବାକୁ ପଡ଼ିଥାଏ ।

୯. **ରେଳବାଇ /ପରିବହନ କର୍ତ୍ତୃପକ୍ଷଙ୍କ ଠାରୁ ଦ୍ରବ୍ୟଗୁଡ଼ିକର ହସ୍ତାନ୍ତର :**

ରେଳବାଇ ଅଥବା ପରିବହନ କର୍ତ୍ତୃପକ୍ଷଙ୍କ ଠାରୁ ଦ୍ରବ୍ୟଗୁଡ଼ିକର ହସ୍ତାନ୍ତର ଆମଦାନୀକାରୀ ଗ୍ରହଣ କରିବେ ଓ ନିଜର ଗୋଦାମକୁ ସେଗୁଡ଼ିକର ପରିବହନ କରିବେ ।

ପାଠଗତ ପ୍ରଶ୍ନାବଳୀ ୨୩ ଘ

୧. ବାହ୍ୟ ବ୍ୟାପାରରେ ନିକାଶି ପ୍ରତିନିଧିଙ୍କ ଦ୍ୱାରା ନିର୍ବାହ କରାଯାଉଥିବା ଯେକୌଣସି ତିନୋଟି ଭୂମିକା ଉଲ୍ଲେଖ କର ।

(କ) ____________________

(ଖ) ____________________

(ଗ) ____________________

୨. ନିମ୍ନଲିଖିତ ପ୍ରଶ୍ନଗୁଡ଼ିକର ଉତ୍ତର ପ୍ରଦାନ କର :

(କ) ବୈଦେଶିକ ମୁଦ୍ରା ବିନିମୟ ଗୁଡ଼ିକର ନିୟନ୍ତ୍ରଣ କରୁଥିବା ଭାରତୀୟ ରିଜର୍ଭବ୍ୟାଙ୍କର ନିର୍ଦ୍ଦିଷ୍ଟ ବିଭାଗର ନାମ ପ୍ରଦାନ କର।

(ଖ) ଆମଦାନୀ ବ୍ୟାପାରରେ, କିଏ କାହାକୁ ପ୍ରତ୍ୟୟ ପତ୍ର ପଠାଇଥାନ୍ତି ?

(ଗ) ନିକାଶି ପ୍ରତିନିଧିଙ୍କୁ କିଏ ନିଯୁକ୍ତି ପ୍ରଦାନ କରିଥାନ୍ତି ?

(ଘ) କାହାକୁ ନିକାଶ ପ୍ରତିନିଧିଙ୍କ ଦ୍ୱାରା ପ୍ରେରିତ ସୂଚନାପତ୍ର ପ୍ରଦାନ କରାଯାଏ ?

୨୩.୮ ବାହ୍ୟ ବ୍ୟାପାରରେ ବ୍ୟବହୃତ ଦଲିଲ

ବାହ୍ୟ ବ୍ୟାପାରରେ ବ୍ୟବହୃତ ମୁଖ୍ୟ ଦଲିଲଗୁଡ଼ିକ ବିଷୟରେ ନିମ୍ନରେ ଆଲୋଚନା କରାଯାଇଅଛି:

୧. **ବରାଦ /ଫରମାସ ପତ୍ର :** ଏହା ଦ୍ରବ୍ୟଗୁଡ଼ିକର ଆମଦାନୀ ସକାଶେ ପ୍ରଦାନ କରାଯାଉଥିବା ବରାଦ୍ ଅଟେ। ଏହା ଦ୍ରବ୍ୟ ଗୁଡ଼ିକର ଯୋଗାଣ ସକାଶେ ରପ୍ତାନିକାରୀଙ୍କ ନିକଟକୁ ପଠାଯାଇଥାଏ। ଏହା ଆମଦାନୀ କରାଯିବାକୁ ଥିବା ଦ୍ରବ୍ୟ ଗୁଡ଼ିକର ପରିମାଣ, ଗୁଣବତ୍ତା, ବନ୍ଧେଇ ଓ ଚିହ୍ନଟର ମାଧ୍ୟମ, ହସ୍ତାନ୍ତର ଅବଧି, ଅର୍ଥପ୍ରଦାନ ମାଧ୍ୟମ ଓ ଜାହାଜଭରଣ ବାବଦରେ ଅନ୍ୟାନ୍ୟ ନିର୍ଦ୍ଦେଶାବଳୀ ଓ ବୀମା ଆଦି ବାବଦରେ ସମ୍ପୂର୍ଣ୍ଣ ତଥ୍ୟ ଧାରଣ କରିଥାଏ।

୨. **ପ୍ରତ୍ୟୟ ପତ୍ର :** ବାହ୍ୟ ବ୍ୟାପାରରେ, ଆମଦାନୀକାରୀ ରପ୍ତାନିକାରୀଙ୍କୁ ନିଜର ଉଧାର ଯୋଗ୍ୟତା ପ୍ରମାଣ କରିବାକୁ ପଡ଼ିଥାଏ। ରପ୍ତାନିକାରୀ କିଛି ଅଗ୍ରୀମ ରାଶିର ଜମା ଅଥବା ଏପରିକି ଦ୍ରବ୍ୟଗୁଡ଼ିକର ଜାହାଜ ପରିବହନ ପୂର୍ବରୁ ପାଉଣା ଦରର ପୂର୍ଣ୍ଣ ପୈଠ ଦାବୀ କରିପାରନ୍ତି। ଏହି ଉଦ୍ଦେଶ୍ୟରେ, ଆମଦାନୀକାରୀ ରପ୍ତାନିକାରୀଙ୍କର ସପକ୍ଷରେ ଏକ ପ୍ରତ୍ୟୟପତ୍ର ନିର୍ଗମନର ଆୟୋଜନ ନିଜର ବ୍ୟାଙ୍କ ସହିତ କରିଥାନ୍ତି। ତେଣୁ, ପ୍ରତ୍ୟୟପତ୍ର ବିଦେଶୀ ବିକ୍ରେତାଙ୍କ ସପକ୍ଷରେ ଆମଦାନୀକାରୀଙ୍କର ଦେଶର ଏକ ବ୍ୟାଙ୍କ ଦ୍ୱାରା ପ୍ରଦାନ କରାଯାଇଥାଏ। ଏହା ସଂପୃକ୍ତ ବ୍ୟାଙ୍କ ଦ୍ୱାରା ଗୋଟିଏ ଅଙ୍ଗୀକାର ପତ୍ର ଧାରଣ କରିଥାଏ ଯାହା ଆମଦାନୀକାରୀଙ୍କର ଉପରେ ବିଦେଶୀ ବିକ୍ରେତାଙ୍କ ଦ୍ୱାରା ପ୍ରସ୍ତୁତ ହୋଇଥିବା ବିନିମୟ ପତ୍ରର ଉପସ୍ଥାପନ ଉପରେ ବିନିର୍ଦ୍ଦିଷ୍ଟ ପରିମାଣ ପର୍ଯ୍ୟନ୍ତ ପ୍ରଦାନ କରିପାରିବ। ତେଣୁ, ଏହା ଆମଦାନୀକାରୀଙ୍କର ଉଧାର ଯୋଗ୍ୟତା ପ୍ରତିଷ୍ଠା କରେ ଓ ରପ୍ତାନିକାରୀଙ୍କ ଦ୍ୱାରା ରପ୍ତାନି କରାଯାଉଥିବା ଦ୍ରବ୍ୟଗୁଡ଼ିକ ସକାଶେ ଦର ପ୍ରଦାନର ନିର୍ଭର ପ୍ରତିଶ୍ରୁତି ପ୍ରଦାନ କରେ।

୩. **ଜାହାଜ ବିଲ୍ଟି :** ଏହା ଏକ ଦଲିଲ ଯାହାକି ଜାହାଜ ମାଲିକ ଅଥବା ଜାହାଜର ମୁଖିଆଙ୍କ ଦ୍ୱାରା ପ୍ରସ୍ତୁତ ହୋଇଥାଏ, ଯାହା ଦ୍ରବ୍ୟଗୁଡ଼ିକର ପ୍ରାପ୍ତି ସ୍ୱୀକାର କରେ ଓ ଗନ୍ତବ୍ୟ ବନ୍ଦରକୁ ଦ୍ରବ୍ୟଗୁଡ଼ିକର ହସ୍ତାନ୍ତର ଅଙ୍ଗୀକାର କରିଥାଏ। ଏହା ଗୋଟିଏ ପାର୍ଶ୍ୱରେ, ଏଥିରେ ବିନିର୍ଦ୍ଦିଷ୍ଟ ହୋଇଥିବା ଦ୍ରବ୍ୟଗୁଡ଼ିକର ଗ୍ରହଣର ଏକ ପ୍ରମାଣ ହିସାବରେ କାର୍ଯ୍ୟକରେ ଓ ଅନ୍ୟ ପାର୍ଶ୍ୱରେ ଦ୍ରବ୍ୟଗୁଡ଼ିକର ସ୍ୱତ୍ୱର ଏକ ଦଲିଲ୍ ହୋଇଥାଏ। ରପ୍ତାନୀକାରୀଙ୍କ ଦ୍ୱାରା ଆମଦାନୀକାରୀଙ୍କୁ ଏହି ଦଲିଲ ପଠାଯାଏ, ଯେଉଁଠାରେ କି ଆମଦାନୀକାରୀ ଗନ୍ତବ୍ୟ ବନ୍ଦରଠାରେ ଜାହାଜ ବିଲ୍ଟି ଓ ଅନ୍ୟ ଜାହାଜ ପରିବହନ ଦଲିଲ୍‌ଗୁଡ଼ିକର ଉପସ୍ଥାପନ ଉପରେ ଦ୍ରବ୍ୟଗୁଡ଼ିକର ହସ୍ତାନ୍ତର ନେଇପାରନ୍ତି।

୪. **ସୂଚନା ପତ୍ର :** ଏହା ଏକ ଦଲିଲ ଯାହାକି ଚଲାଣି ପ୍ରତିନିଧିଙ୍କ ଦ୍ୱାରା ପ୍ରସ୍ତୁତ କରାଯାଏ ଏବଂ ରପ୍ତାନିକାରୀଙ୍କୁ ଏହି ସୂଚନା ଦିଆଯାଇ ପ୍ରେରଣ କରାଯାଏ ଯେ ଦ୍ରବ୍ୟଗୁଡ଼ିକର ରପ୍ତାନି ପାଇଁ ସମସ୍ତ ଔପଚାରିକତା ସମ୍ପୂର୍ଣ୍ଣ କରାଯାଇଛି ଏବଂ ସେଗୁଡ଼ିକ ଜାହାଜରେ ବୋଝେଇ କରାଯାଇଛି। ଏହି ପତ୍ର

ସହିତ ଚଲାଣି ପ୍ରତିନିଧି ଏକ ବିବରଣୀ ପଠାଇଥାନ୍ତି ଯାହା ଦ୍ରବ୍ୟଗୁଡ଼ିକର ରପ୍ତାନି କରାଯିବା ସମୟର ବ୍ୟୟ ଓ ନିଜର ପାଉଣା ପ୍ରଦର୍ଶନ କରିଥାଏ । ସେହିପରି, ନିକାଶି ପ୍ରତିନିଧିଙ୍କ ଦ୍ୱାରା ମଧ୍ୟ ଏହା ପ୍ରସ୍ତୁତ କରାଯାଏ ଓ ଆମଦାନୀକାରୀଙ୍କ ନିକଟକୁ ପଠାଯାଇଥାଏ ଯେଉଁଥିରେ ଏହା ଉଲ୍ଲେଖ ଥାଏ ଯେ ଆମଦାନୀ ହୋଇଥିବା ଦ୍ରବ୍ୟଗୁଡ଼ିକର ନିକାଶ ପାଇଁ ସମସ୍ତ ଔପଚାରିକତା ପୂରଣ କରାଯାଇଅଛି । ଏହି ପତ୍ର ସହ ନିକାଶି ପ୍ରତିନିଧି ରେଳବାଇ ରସିଦ୍ ପଠାଇଥାନ୍ତି ଯାହାକି ଆମଦାନୀକାରୀଙ୍କୁ ପ୍ରେରଣ କରାଯାଇଥିବା ଦ୍ରବ୍ୟର ଏକ ପ୍ରମାଣ ଅଟେ । ସେ ଆହୁରି ମଧ୍ୟ ନିଜେ କରିଥିବା ବ୍ୟୟ ଓ ଅସୁଲ କମିଶନି ଗୁଡ଼ିକର ଏକ ହିସାବ ବିବରଣୀ ପଠାଇଥାନ୍ତି । ତେଣୁ ଏହା ଉଭୟ ରପ୍ତାନି ଓ ଆମଦାନୀ ବ୍ୟାପାରରେ ବ୍ୟବହୃତ ଏକ ଦଲିଲ ଅଟେ ।

୫. **ଦସ୍ତାବିଜ ବିଲ୍ :** ଯେତେବେଳେ ଆମଦାନୀକାରୀଙ୍କ ଉପରେ ରପ୍ତାନିକାରୀଙ୍କ ଦ୍ୱାରା ପ୍ରସ୍ତୁତ ବିନିମୟପତ୍ର ସହିତ ଦ୍ରବ୍ୟ ଗୁଡ଼ିକର ସତ୍ତ୍ୱର ଦଲିଲ ଗୁଡ଼ିକ ପ୍ରେରଣ କରାଯାଇଥାଏ ଏହାକୁ ଦସ୍ତାବିଜ ବିଲ୍ କୁହାଯାଏ । ଏହା ଦୁଇ ପ୍ରକାରର ହୋଇପାରେ (କ) ଅର୍ଥପ୍ରଦାନ ବାବଦରେ ଦସ୍ତାବିଜ ବିଲ୍ (ଖ) ସ୍ୱୀକୃତି ବାବଦରେ ଦସ୍ତାବିଜ ବିଲ୍ । ଅର୍ଥପ୍ରଦାନ ବାବଦରେ ଦସ୍ତାବିଜ ବିଲ କ୍ଷେତ୍ରରେ ରପ୍ତାନି କରାଯାଇଥିବା ଦ୍ରବ୍ୟଗୁଡ଼ିକରେ ସ୍ୱତ୍ୱର ଦଲିଲଗୁଡ଼ିକ କେବଳ ସେତେବେଳେ ଆମଦାନୀକାରୀଙ୍କୁ ହସ୍ତାନ୍ତର କରାଯାଇଥାଏ ଯେତେବେଳେ ଆମଦାନୀକାରୀ ବିନିମୟପତ୍ରରେ ବିନିର୍ଦ୍ଦିଷ୍ଟ ହୋଇଥିବା ପରିମାଣ ପ୍ରଦାନ କରିଥାନ୍ତି । ସ୍ୱୀକୃତି ବାବଦରେ ଦସ୍ତାବିଜ ବିଲ୍ କ୍ଷେତ୍ରରେ, ରପ୍ତାନି କରାଯାଉଥିବା ଦ୍ରବ୍ୟଗୁଡ଼ିକର ସ୍ୱତ୍ତ୍ୱ ଦଲିଲଗୁଡ଼ିକୁ ଆମଦାନୀକାରୀଙ୍କୁ ରପ୍ତାନିକାରୀଙ୍କ ଦ୍ୱାରା ଉଠାଣ ବିନିମୟପତ୍ର ଗ୍ରହଣ କରିବା ପରେ ହସ୍ତାନ୍ତର କରାଯାଇଥାଏ ।

୬. **ବୀମା ପତ୍ର :** ବିଶେଷ କାରଣଗୁଡ଼ିକ ଯୋଗୁଁ ଦ୍ରବ୍ୟଗୁଡ଼ିକର ହାନି ଅଥବା କ୍ଷତିର ବିପଦଗୁଡ଼ିକୁ ଆବରଣ କରିବା ପାଇଁ ବୀମା କମ୍ପାନୀ ଦ୍ୱାରା ବୀମା ପତ୍ର ନିର୍ଗମନ କରାଯାଇଥାଏ । ଯଦି କୌଣସି ବୀମା କରାଯାଇ ନଥାଏ ତେବେ କ୍ଷତିକୁ ଦ୍ରବ୍ୟଗୁଡ଼ିକର ମାଲିକ, ରପ୍ତାନିକାରୀ ଅଥବା ଆମଦାନୀକାରୀଙ୍କୁ ସହ୍ୟ କରିବାକୁ ପଡ଼ିବ । ସି.ଆଇ.ଏଫ. (ପରିବ୍ୟୟ, ବୀମା, ମାହାସୁଲ) ଚୁକ୍ତି ଅନ୍ତର୍ଗତ, ରପ୍ତାନିକାରୀଙ୍କ ଦ୍ୱାରା ସାଧାରଣତଃ ବୀମା କରାଯାଇଥାଏ ଯେତେବେଳେ କି ଏଫଓବି (ଲଦେଇ ମୁକ୍ତ) ଚୁକ୍ତି ଅନ୍ତର୍ଗତ, ଆମଦାନୀକାରୀଙ୍କ ଦ୍ୱାରା ବୀମା କରାଯାଇଥାଏ । ଆନ୍ତର୍ଜାତୀୟ ବ୍ୟାପାରରେ ବିଭିନ୍ନ ପ୍ରକାରର ବିପଦଗୁଡ଼ିକୁ ଆବରଣ କରିବା ସକାଶେ ଅନେକ ପ୍ରକାରର ବୀମା ପତ୍ର ଗୁଡ଼ିକ ରହିଅଛି ।

୭. **ଜାହାଜ ବୋଝେଇ ଆଦେଶ :** ଜାହାଜ ଭିତରେ ସ୍ଥାନ ଭଡ଼ାରେ ନେବା ପାଇଁ ରପ୍ତାନିକାରୀ ଅଥବା ନିଜର ପ୍ରତିନିଧି ଜାହାଜପରିବହନ କମ୍ପାନୀ ସହିତ ଏକ ଚୁକ୍ତି କରିବାକୁ ପଡ଼ିଥାଏ । ଚୁକ୍ତି ଶେଷ ହେଲା ପରେ ଜାହାଜ ପରିବହନ କମ୍ପାନୀ ଗୋଟିଏ ଜାହାଜ ବୋଝେଇ ଆଦେଶ ପ୍ରଦାନ କରନ୍ତି ଯାହାକି ରପ୍ତାନିକାରୀଙ୍କ ଠାରୁ ଲଦା ହୋଇଥିବା ବିନିର୍ଦ୍ଦିଷ୍ଟ ପରିମାଣର ଦ୍ରବ୍ୟଗୁଡ଼ିକ ଗ୍ରହଣ କରିବାକୁ ନାବିକଙ୍କୁ ନିର୍ଦ୍ଦେଶ ଧାରଣ କରିଥାଏ ।

୮. **ଜାହାଜ ପରିବହନ ବିଲ୍ :** ଜାହାଜ ପରିବହନ ବିଲ୍ ରପ୍ତାନିକାରୀ ଅଥବା ଚଲାଣି ପ୍ରତିନିଧିଙ୍କ ଦ୍ୱାରା ପ୍ରସ୍ତୁତ ଏକ ଦଲିଲ୍ ଯାହାର ଆଧାରରେ ସୀମା ଶୁଳ୍କ ପ୍ରାଧିକାରୀ ରପ୍ତାନିକାରୀଙ୍କ ଦ୍ୱାରା ପ୍ରଦାନ କରାଯାଉଥିବା ଶୁଳ୍କ ହିସାବ କରିଥାନ୍ତି ।

ଟିପ୍ପଣୀ

୯. **ମାଲିମ ରସିଦ :** ଯେତେବେଳେ ଦ୍ରବ୍ୟଗୁଡ଼ିକ ଜାହାଜ ଭରଣ ସକାଶେ ପୋତାଶ୍ରୟକୁ ଅଣାଯାଏ, ସେତେବେଳେ ଡକ୍ ପ୍ରାଧିକାରୀଙ୍କ ଦ୍ୱାରା ପ୍ରଦାନ କରାଯାଇଥିବା ଦଲିଲଗୁଡ଼ିକୁ ଗୋଟିଏ ଡକ୍ ରସିଦ କୁହାଯାଏ। ଏହା ଡକ୍ ପ୍ରାଧିକାରୀଙ୍କର କର୍ତ୍ତବ୍ୟ ଯେ ସେ ଜାହାଜରେ ଦ୍ରବ୍ୟ ଗୁଡ଼ିକ ବୋଝେଇ କରିବେ। କିନ୍ତୁ ଯଦି ଦ୍ରବ୍ୟଗୁଡ଼ିକ ପ୍ରତ୍ୟକ୍ଷ ଭାବରେ ଜାହାଜ ଭିତରକୁ ନିଆଯାଏ ତେବେ ନାବିକ ଅଥବା ତାଙ୍କର ସହାୟକ (ସାଥୀ) ଗୋଟିଏ ରସିଦ ଜାହାଜରେ ଦ୍ରବ୍ୟ ଗୁଡ଼ିକର ବୋଝେଇର ଏକ ପ୍ରମାଣ ହିସାବରେ ପ୍ରଦାନ କରିଥାନ୍ତି। ଏହି ରସିଦକୁ ମାଲିମ ରସିଦ କୁହାଯାଏ। ଯଦି ଦ୍ରବ୍ୟ ଗୁଡ଼ିକର ବନ୍ଧେଇ ବାବଦରେ ମାଲିମ ବା ମେଟ୍ ଯଦି ସନ୍ତୁଷ୍ଟ ହୋଇ ନଥାନ୍ତି, ତେବେ ସେ ଏକ ଦୋଷଯୁକ୍ତ ମାଲିମ ରସିଦ ପ୍ରଦାନ କରନ୍ତି, ନଚେତ୍ ସେ ଏକ ଦୋଷଶୂନ୍ୟ ମାଲିମ ରସିଦ ପ୍ରଦାନ କରିଥାନ୍ତି।

୧୦. **ଡକ୍ ଚଲାଣ, ଡକ୍ ୱାରେଣ୍ଟ ଓ ଡକ୍ ରସିଦ :** ରପ୍ତାନିକାରୀଙ୍କୁ ଡକ୍ ଦେୟ ପ୍ରଦାନ ସକାଶେ ଏକ ଫର୍ମ ପୂରଣ କରିବାକୁ ପଡ଼ିଥାଏ। ଏହି ଫର୍ମକୁ 'ଡକ୍ ଚଲାଣ' କୁହାଯାଏ। ଡକ୍ ଦେୟ ପ୍ରଦାନ କରି ସାରିବା ପରେ, ଡକ୍‌ଗୁଡ଼ିକରେ ବୋଝେଇ ସକାଶେ ଅଣାଯିବାକୁ ଥିବା ଦ୍ରବ୍ୟଗୁଡ଼ିକୁ ଅନୁମତି ପ୍ରଦାନ ପାଇଁ ଏକ ଦଲିଲ ପ୍ରଦାନ କରାଯାଏ। ଏହି ଦଲିଲକୁ ଡକ୍ ୱାରେଣ୍ଟ କୁହାଯାଏ। ଦ୍ରବ୍ୟ ଡକ୍‌ଗୁଡ଼ିକୁ ବାସ୍ତବରେ ଅଣାଯିବାପରେ ଏବଂ ଜାହାଜରେ ବୋଝେଇ ସକାଶେ ଡକ୍ କର୍ତ୍ତୃପକ୍ଷଙ୍କୁ ପ୍ରଦାନ ପରେ ଏକ ହସ୍ତାନ୍ତରର ପ୍ରମାଣ ଭାବରେ ଯେଉଁ ଦଲିଲ ପ୍ରଦାନ କରାଯାଏ ତାହାକୁ ଡକ୍ ରସିଦ କୁହାଯାଏ।

୧୧. ବୈଦେଶିକ ବାଣିଜ୍ୟ ଦୂତଙ୍କ ଚଲାଣ : ରପ୍ତାନିକାରୀ ପରିବହନ ହେଉଥିବା ଦ୍ରବ୍ୟଗୁଡ଼ିକ ବାବଦରେ ସବିଶେଷ ବିବରଣ ଉଲ୍ଲେଖ କରି ଓ ଦର୍ଶାଯାଇଥିବା ଦର ଗୁଡ଼ିକର ନିର୍ଭୁଲତା ପ୍ରମାଣୀକୃତ କରି ଏକ ବିଶେଷ ଚଲାଣ ଫର୍ମ ପୂରଣ କରିଥାନ୍ତି। ଏହି ଚଲାଣ ରପ୍ତାନିକାରୀଙ୍କର ଦେଶରେ ଅବସ୍ଥିତ ଆମଦାନୀକାରୀଙ୍କର ଦେଶର ବୈଦେଶିକ ବାଣିଜ୍ୟ ଦୂତଙ୍କ ଦ୍ୱାରା ସ୍ୱାକ୍ଷରିତ ହୋଇଥାଏ। ଏହି ବିଶେଷ ଚଲାଣକୁ ବୈଦେଶିକ ବାଣିଜ୍ୟ ଦୂତଙ୍କ ଚଲାଣ କୁହାଯାଏ। ଏହି ଦଲିଲ ଅଧିକ ଓ କମ୍ ଚଲାଣିକୁ ଦୂରେଇବା ଓ ଆମଦାନୀକାରୀ ଦେଶର ସୀମାଶୁଳ୍କ କର୍ତ୍ତୃପକ୍ଷଙ୍କ ଦ୍ୱାରା ଦ୍ରବ୍ୟଗୁଡ଼ିକର ସହଜ ନିକାଶ ପାଇଁ ଗ୍ରହଣ କରାଯାଇଥାଏ।

୧୨. ମୂଳୋତ୍ପତ୍ତି ପ୍ରମାଣ ପତ୍ର : ଏହା ଏକ ଦଲିଲ ଯାହାକି ଉଲ୍ଲିଖିତ ହୋଇଥିବା ଦେଶରେ ଦ୍ରବ୍ୟ ଗୁଡ଼ିକର ଉତ୍ପାଦନ ହୋଇଥିବା ତଥ୍ୟର ଏକ ପ୍ରମାଣ ହିସାବରେ ପ୍ରଦାନ କରାଯାଇଥାଏ ଅର୍ଥାତ୍ ରପ୍ତାନି ହୋଇଥିବା ଦ୍ରବ୍ୟଗୁଡ଼ିକର ଅସଲି ଉତ୍ପତ୍ତି ବାବଦରେ ଏକ ପ୍ରମାଣ ପତ୍ର ଅଟେ। ଏହି ଦଲିଲ ଦେଶମାନଙ୍କ ମଧ୍ୟରେ ବ୍ୟାପାର ରାଜିନାମା ଗୁଡ଼ିକ ଆଧାରରେ ଦିଆଯାଇଥାଏ ଯେଉଁଥିରେ କି ସେମାନଙ୍କ ଦ୍ୱାରା ଉତ୍ପାଦିତ ଦ୍ରବ୍ୟଗୁଡ଼ିକ ଉପରେ ସ୍ୱଳ୍ପ ହାରରେ ଆମଦାନୀ ଶୁଳ୍କ ଆଦାୟ କରିବାକୁ ସେମାନେ ରାଜି ହୋଇଥାନ୍ତି। କେତେକ ବଣିକ ସଂଘ ଏହି ପ୍ରମାଣପତ୍ର ପ୍ରଦାନ କରିବାକୁ ପ୍ରାଧିକୃତ ହୋଇଥାନ୍ତି।

୧୩. ଆକାଶ ମାର୍ଗ ବିଲ୍ : ଯେତେବେଳେ ଦ୍ରବ୍ୟଗୁଡ଼ିକ, ବିଶେଷତଃ ନାଶଶୀଳ ଦ୍ରବ୍ୟଗୁଡ଼ିକ,ଆମଦାନୀକାରୀ ନିକଟକୁ ବିମାନ ଦ୍ୱାରା ପ୍ରେରଣ କରାଯାଇଥାଏ, ସେତେବେଳେ ଏହି ଦଲିଲ ଆବଶ୍ୟକ ହୋଇଥାଏ। ଏହା ବିମାନସେବା ପ୍ରାଧିକାରୀଙ୍କ ଦ୍ୱାରା ଦ୍ରବ୍ୟଗୁଡ଼ିକର ପରିବହନ ସକାଶେ ପ୍ରଦତ୍ତ ଏକ ରସିଦ ଅଟେ। ଗନ୍ତବ୍ୟସ୍ଥଳରେ ଆମଦାନୀକାରୀଙ୍କ ଦ୍ୱାରା ଦ୍ରବ୍ୟଗୁଡ଼ିକର ଉତ୍ତାରଣ ସକାଶେ ଏହାକୁ ସମର୍ପଣ

କରିବାକୁ ପଡ଼ିବ । ଏଥିରେ ରପ୍ତାନିକାରୀଙ୍କର ନାମ ଓ ଠିକଣା ଆମଦାନୀକାରୀଙ୍କର ଅଥବା ତାଙ୍କ ପ୍ରତିନିଧିଙ୍କର ନାମ ଓ ଠିକଣା, ଦ୍ରବ୍ୟଗୁଡ଼ିକର ବିବରଣ, ବନ୍ଧେଇ (ଗାଣ୍ଠି) ସଂଖ୍ୟା, ଦ୍ରବ୍ୟଗୁଡ଼ିକର ଓଜନ ଓ ଆୟତନ, ଭଡ଼ାର ହାର ଓ ମୋଟ ଭଡ଼ା, ବୋଝେଇ ଓ ଗନ୍ତବ୍ୟ ସ୍ଥଳର ବିମାନବନ୍ଦରରେ ବିମାନ ସଂଖ୍ୟା ଓ ତାରିଖ ଆଦି ସୂଚନା ଧାରଣ କରିଥାଏ ।

୧୪. **ରପ୍ତାନି ଚଲାଣ /ବିଦେଶୀ ଚଲାଣ :** ରପ୍ତାନିକାରୀଙ୍କ ଦ୍ୱାରା ବିଦେଶୀ ଚଲାଣ ପ୍ରସ୍ତୁତ କରାଯାଏ ଓ ସେ ଦ୍ରବ୍ୟଗୁଡ଼ିକର ଜାହାଜ ଭରଣ ପରେ ଆମଦାନୀକାରୀଙ୍କ ନିକଟକୁ ଏହା ପ୍ରେରଣ କରାଯାଇଥାଏ । ଏହି ଚଲାଣର ବିଶଦ ବିବରଣ ଯଥା ଜାହାଜର ନାମ, ଜାହାଜଭରଣର ବନ୍ଦର, ଗନ୍ତବ୍ୟ ବନ୍ଦର, ବରାଦ ସଂଖ୍ୟା, ବନ୍ଧେଇ ଓ ଚିହ୍ନଟ ସମ୍ବନ୍ଧରେ ବିଶଦ ବିବରଣ, ଦ୍ରବ୍ୟଗୁଡ଼ିକର ଦର ଓ ଅନ୍ୟାନ୍ୟ ବ୍ୟୟ ସହିତ ଜାହାଜ ଭଡ଼ା, ଡକ୍ ପାଉଣା ଓ ବୀମା ଦେୟ ଧାରଣ କରିଥାଏ ।

୧୫. **ପ୍ରବେଶ ବିଲ୍:** ଦ୍ରବ୍ୟଗୁଡ଼ିକର ଗ୍ରହଣ ସମୟରେ ଆମଦାନୀକାରୀଙ୍କ ଦ୍ୱାରା ପୂରଣ କରାଯିବାକୁ ଥିବା ଏକ ଫାରମ ହେଉଛି ପ୍ରବେଶ ବିଲ୍ । ଏହା ଏକ ଦଲିଲ୍ ଯାହା ଉପରେ ପର୍ଯ୍ୟବେକ୍ଷିତ ହୋଇ ଆୟତ ଦ୍ରବ୍ୟଗୁଡ଼ିକ ବନ୍ଦରରୁ ନିକାଶ ହୋଇଥାଏ । ଏହି ପ୍ରବେଶ ବିଲ୍ ଗୁଡ଼ିକ ଦୁଇ ପ୍ରକାରର ହୋଇଥାନ୍ତି ।

(କ) **ଘରୋଇ ଉପଭୋଗ ସକାଶେ ପ୍ରବେଶ ବିଲ୍ :** ଯେଉଁଠାରେ ଆମଦାନୀକାରୀ ନିଜ ଦ୍ରବ୍ୟଗୁଡ଼ିକୁ ଏକା ଥୋକରେ ନିକାଶ ପ୍ରାପ୍ତ କରିବାକୁ ଇଚ୍ଛାକରିଥାନ୍ତି, ସେଠାରେ ତାଙ୍କୁ ଘରୋଇ ଉପଭୋଗ ସକାଶେ ପ୍ରବେଶ ବିଲ୍ ଉପସ୍ଥାପନ କରିବାକୁ ପଡ଼ିଥାଏ ।

(ଖ) **ପଣ୍ୟାଗାର ସକାଶେ ପ୍ରବେଶ ବିଲ୍ :** ଯେଉଁଠାରେ ଜଣେ ଆମଦାନୀକାରୀ ପଣ୍ୟାଗାରକୁ ଦ୍ରବ୍ୟଗୁଡ଼ିକର ସ୍ଥାନାନ୍ତରଣ ଇଚ୍ଛା କରିଥାନ୍ତି ଓ ତତ୍ ପରେ ଛୋଟିଆ ଥୋକରେ ନିଜର ଦ୍ରବ୍ୟଗୁଡ଼ିକର ନିକାଶ କରିଥାନ୍ତି, ସେହି କ୍ଷେତ୍ରରେ ତାଙ୍କୁ ପଣ୍ୟାଗାର ସକାଶେ ପ୍ରବେଶ ବିଲ୍ ଉପସ୍ଥାପନ କରିବାକୁ ପଡ଼ିଥାଏ ।ଏହାର କାରଣ ହୋଇଥାଏ ଯେ ସେ ସମସ୍ତ ଦ୍ରବ୍ୟଗୁଡ଼ିକ ଉପରେ ଶୁଳ୍କ ଏକ କିସ୍ତିରେ ପ୍ରଦାନ କରିବାକୁ ଅସମର୍ଥ ହୋଇପାରନ୍ତି ଅଥବା ତାଙ୍କର ଏକ ଭଣ୍ଡାରଣ ସମସ୍ୟା ରହିଥାଏ ।

ଡାକ ମାଧ୍ୟମରେ ଆମଦାନୀ ସକାଶେ, କୌଣସି ପ୍ରବେଶ ବିଲ୍ ବ୍ୟବହୃତ ହୋଇ ନ ଥାଏ । ପ୍ରତିବଦଳରେ ଏକ ପରିବାହିତ ସାମଗ୍ରୀ ତାଲିକା (ୱେବିଲ୍) ଶୁଳ୍କ ନିରୂପଣ ସକାଶେ ବିଦେଶୀ ଡ଼ାକଘର ଦ୍ୱାରା ପ୍ରସ୍ତୁତ କରାଯାଏ ।

ପାଠଗତ ପ୍ରଶ୍ନାବଳୀ ୨୩ ଙ

୧. ବୈଦେଶିକ ବାଣିଜ୍ୟ ଦୂତ ଚଲାଣ” କହିଲେ କ’ଣ ବୁଝାଯାଏ ?

____

____

୨. ସଠିକ୍ ଅନୁକ୍ରମରେ ନିମ୍ନଲିଖିତ ଦଲିଲ ଗୁଡ଼ିକ ସଜାଇ ଲେଖ ।

(କ) ଡକ୍ ରସିଦ

(ଖ) ଡକ୍ ଚଲାଣ

(ଗ) ଡକ୍ ୱାରେଣ୍ଟ

୩. ଏକ ଶବ୍ଦ ଅଥବା ବାକ୍ୟାଂଶରେ ନିମ୍ନଲିଖିତ ପ୍ରଶ୍ନର ଉତ୍ତର ଦିଅ ।

(କ) ଦ୍ରବ୍ୟ ପ୍ରାପ୍ତି ସ୍ୱୀକାର କରି ଜାହାଜର ମୁଖିଆଙ୍କ ଦ୍ୱାରା ପ୍ରସ୍ତୁତ ଦଲିଲ

(ଖ) ଦ୍ରବ୍ୟଗୁଡ଼ିକ ଉତ୍ପାଦିତ ହୋଇଥିବା ଦେଶର ନାମ ଏଥିରେ ଉଲ୍ଲେଖ କରି ଏହି ତଥ୍ୟର ପ୍ରମାଣ ଭାବରେ ପ୍ରଦାନ କରାଯାଇଥିବା ଦଲିଲ ।

(ଗ) ଦ୍ରବ୍ୟ ଗୁଡ଼ିକର ଜାହାଜଭରଣ ପରେ ଆମଦାନୀକାରୀ ଓ ରପ୍ତାନୀକାରୀଙ୍କ ଦ୍ୱାରା ପ୍ରେରଣ କରାଯାଉଥିବା ଦଲିଲ

(ଘ) ରପ୍ତାନିକାରୀ ମାନଙ୍କଠାରୁ ଦ୍ରବ୍ୟଗୁଡ଼ିକର ପ୍ରାପ୍ତି କରିବା ପରେ ଡକ୍ କର୍ତ୍ତୃପକ୍ଷଙ୍କ ଦ୍ୱାରା ପ୍ରଦାନ କରାଯାଉଥିବା ଦଲିଲ

(ଙ) ବିମାନ ଦ୍ୱାରା ଦ୍ରବ୍ୟଗୁଡ଼ିକର ପ୍ରେରଣ ପାଇଁ ଆବଶ୍ୟକୀୟ ଦଲିଲ

(ଚ) ଦଲିଲ ଯାହାକି ଏକ ପ୍ରମାଣ ଭାବରେ କାର୍ଯ୍ୟକରେ ଯେ ଏଥିରେ ଉଲ୍ଲିଖିତ ମୂଲ୍ୟ ଓ ପରିମାଣର ଦ୍ରବ୍ୟ ବିଦେଶରୁ ଦେଶ ଭିତରକୁ ଅଣାଯାଉଅଛି ।

୨୩.୯ ରପ୍ତାନି ସଂବର୍ଦ୍ଧନ ଉପାୟ

ଅନ୍ୟ ଦେଶ ମାନଙ୍କ ଭଳି, ଭାରତ ବହୁ ସଂଖ୍ୟକ ଦ୍ରବ୍ୟ ଓ ସେବାଗୁଡ଼ିକର ଆମଦାନୀ ଓ ରପ୍ତାନି କରିଥାଏ । ସ୍ୱାଧୀନତା ପ୍ରାପ୍ତି ପରେ, ଭାରତର ବାହ୍ୟ ବ୍ୟାପାର ବହୁଳଭାବେ ପ୍ରସାରିତ ହୋଇଅଛି । ଆର୍ଥନୀତିକ ଅଭିବୃଦ୍ଧି ସକାଶେ ଯନ୍ତ୍ରପାତି, କଞ୍ଚାମାଲ ଓ ଜାଳେଣି ତୈଳର ଆମଦାନୀ ଆବଶ୍ୟକ ହୋଇଥାଏ । ପରିଣାମ ସ୍ୱରୁପ, ଭାରତ ମଧ୍ୟକୁ ଆମଦାନୀ ବୃଦ୍ଧି ପାଇଅଛି । ତେବେ, ଆମଦାନୀ ଗୁଡିକ ସକାଶେ ଅର୍ଥ ପ୍ରଦାନ କରିବାକୁ ରପ୍ତାନିରେ ବୃଦ୍ଧି କରିବା ମଧ୍ୟ ଆବଶ୍ୟକ ପଡିଥାଏ । ଭାରତ ସରକାର ନିଜର ରପ୍ତାନି ବ୍ୟାପାରରେ ବଳିଷ୍ଠ ଅଭିବୃଦ୍ଧି ସକାଶେ ବହୁତ ଗୁଡିଏ ସୁବିଧା ପ୍ରଦାନ କରିଅଛନ୍ତି । ଚାଲନ୍ତୁ, ଏହି ପରିପ୍ରେକ୍ଷୀରେ ଭାରତ ସରକାର ହାତକୁ ନେଇଥିବା କେତେକ ସଂବର୍ଦ୍ଧନାତ୍ମକ ଉପାୟଗୁଡିକ ଆଲୋଚନା କରିବା ।

୧. ରପ୍ତାନି ପ୍ରକ୍ରିୟାକରଣ ଅଞ୍ଚଳ / ସ୍ୱତନ୍ତ୍ର ଆର୍ଥନୀତିକ ଅଞ୍ଚଳ

ରପ୍ତାନି ପ୍ରକ୍ରିୟା କରଣ ଅଞ୍ଚଳଗୁଡିକ ଔଦ୍ୟୋଗିକ ଅଞ୍ଚଳ / ଶିଳ୍ପାଞ୍ଚଳ ଅଟନ୍ତି ଯେଉଁଗୁଡିକ ସାଧାରଣତଃ ସାମୁଦ୍ରିକ ବନ୍ଦର ନିକଟବର୍ତ୍ତୀ ପ୍ରତିଷ୍ଠିତ ହୋଇଥାଏ, ଯେଉଁଠାରେ ମୁଖ୍ୟତଃ ଅନ୍ୟଦେଶ ଗୁଡିକୁ ରପ୍ତାନି କରିବା ଲକ୍ଷ୍ୟରେ ଦ୍ରବ୍ୟଗୁଡ଼ିକୁ ଉତ୍ପାଦନ କରାଯାଇଥାଏ । ଅନ୍ତିମ ଦ୍ରବ୍ୟଗୁଡିକର ଉତ୍ପାଦନ ପାଇଁ କଞ୍ଚାମାଲ, ଉପକରଣ ଓ ଯନ୍ତ୍ରପାତିଗୁଡିକୁ ବିନା ସୀମା ଶୁଳକ ପ୍ରଦାନ ରେ ଆମଦାନୀ କରିବା ସକାଶେ ଅନୁମତି ପ୍ରଦାନ କରାଯାଇଥାଏ । ସୀମା ଶୁଳ୍କ ନିକାଶ ଓ ବିତ୍ତୀୟ ନେଣଦେଣ ସକାଶେ ଆବଶ୍ୟକୀୟ ସୁବିଧା ଗୁଡିକ ମଧ୍ୟ ଏହି ଅଞ୍ଚଳ ମଧ୍ୟରେ ପ୍ରଦାନ କରାଯାଏ । ନିୟନ୍ତ୍ରଣ ଓ ନିକାଶ ଗୁଡିକ ଯୋଗୁ ଅନୁଭୁତ ଅସୁବିଧା ଗୁଡିକୁ ଅତିକ୍ରମ କରିବା ଲକ୍ଷ୍ୟରେ ଇପିଜେଡ୍ (ରପ୍ତାନି ପ୍ରକ୍ରିୟାକରଣ ଅଞ୍ଚଳ) ଗୁଡିକୁ ସ୍ୱତନ୍ତ୍ର ଆର୍ଥନୀତିକ ଅଞ୍ଚଳରେ (ଏସଇଜେଡ) ପରିବର୍ତ୍ତନ କରାଯାଇଅଛି ।

ରପ୍ତାନି ଉତ୍ପାଦନ ସକାଶେ ଅସୁବିଧାମୁକ୍ତ ଓ ଅନ୍ତର୍ଜାତୀୟ ସ୍ତରରେ ପ୍ରତିଦ୍ୱନ୍ଦୀମୂଳକ ପରିବେଶ ଯୋଗାଇ ଦେଇ ଦେଶର ବିଭିନ୍ନ ଭାଗରେ ମଧ୍ୟ ସ୍ୱତନ୍ତ୍ର ଆର୍ଥନୀତିକ ଅଞ୍ଚଳ (ଏସେଇଜେଡ) ଗୁଡିକ ପ୍ରତିଷ୍ଠା କରାଯାଇଥାଏ । ଏହି ଏକକ ଗୁଡିକ ବିନିର୍ମାଣ ବ୍ୟାପାର ଅଥବା ସେବା କାର୍ଯ୍ୟ ସକାଶେ

ଟିପ୍ପଣୀ

ରାଷ୍ଟ୍ରୀୟ ଘରୋଇ ଅଥବା ଯୌଥ କ୍ଷେତ୍ରରେ ପ୍ରତିଷ୍ଠା କରାଯାଇପାରେ। ଶ୍ରମ ଓ ବ୍ୟାଙ୍କ ସମ୍ବନ୍ଧିତ କାରବାର ଛଡା ଆମଦାନୀ ଓ ରପ୍ତାନି ଗୁଡିକୁ ପରିଚାଳନା କରୁଥିବା ବିଭିନ୍ନ ନିୟମ ଓ ନିୟନ୍ତ୍ରଣ ଗୁଡିକରୁ ଏସ୍‌ଇଜେଡ୍ ଗୁଡ଼ିକ ମୁକ୍ତ ଥାଆନ୍ତି।

୨. ଶତ ଶତାଂଶ ରପ୍ତାନି ଅଭିମୁଖୀ ଏକକ

ଏହି ଏକକ ଗୁଡିକ ଦେଶର ଯେ କୌଣସି ସ୍ଥାନରେ ପ୍ରତିଷ୍ଠା କରାଯାଇଥାଏ ଏବଂ ଏହି ଏକକ ଗୁଡିକ ସେହି ସମସ୍ତ ସୁବିଧା ଉପଲବ୍ଧ କରିଥାନ୍ତି ଯାହା ଇପିଜେଡଗୁଡିକୁ ଯୋଗାଇ ଦିଆଯାଇଥାଏ। ସେମାନେ ବିଦେଶୀ ରାଷ୍ଟ୍ର ଗୁଡିକୁ ନିଜର ସମସ୍ତ ଉତ୍ପାଦ / ଦ୍ରବ୍ୟ ରପ୍ତାନି କରିଥାନ୍ତି।

୩. ରପ୍ତାନି ଗୃହ

ରପ୍ତାନି କାର୍ଯ୍ୟ ସମ୍ପାଦନ ଆଧାରରେ ସରକାର ଅନେକ ରପ୍ତାନି ଏକକ ଗୁଡିକୁ ରପ୍ତାନି ଗୃହ, ବ୍ୟାପାରିକ ଗୃହ, ତାରକା ବ୍ୟାପାରିକ ଗୃହ ଓ ଅତିତାରକା ବ୍ୟାପାରିକ ଗୃହ ଭାବରେ ସ୍ୱୀକୃତି ପ୍ରଦାନ କରିଥାନ୍ତି। ଏକ ଉଚ୍ଚତର ପେଶାଦାର ପ୍ରଣାଳୀରେ କାର୍ଯ୍ୟ କରିବା ଓ ଅଧିକତର ପ୍ରୟାସ ଜାରି ରଖିବା ସକାଶେ ଏହି ଏକକ ଗୁଡିକୁ ପ୍ରୋତ୍ସାହିତ କରିବା ଲକ୍ଷ୍ୟରେ ଏହି ସ୍ୱୀକୃତି ପ୍ରଦାନ କରାଯାଇଥାଏ।

୪. ବ୍ୟାପାର / ବାଣିଜ୍ୟ ମେଳାର ଆୟୋଜନ:

ସାଧାରଣତଃ ସରକାର ଆନ୍ତର୍ଜାତୀୟ ସ୍ତରରେ ବ୍ୟାପାର ମେଳା / ବାଣିଜ୍ୟ ମେଳାର ଆୟୋଜନ କରିଥାନ୍ତି ଯାହାକି ଉଭୟ କ୍ରେତା ଓ ବିକ୍ରେତା ମାନଙ୍କୁ ପାରସ୍ପରିକ ଯୋଗାଯୋଗ ସକାଶେ ସୁବିଧା ସୃଷ୍ଟିକରେ ଯଦ୍ୱାରା ରପ୍ତାନି ସଂବର୍ଦ୍ଧନ ସଙ୍ଗଠିତ ହୋଇଥାଏ। ବ୍ୟାପାର ମେଳାରେ ଦ୍ରବ୍ୟଗୁଡିକର ପ୍ରଦର୍ଶନ ଓ ପ୍ରତିପାଦନ କରାଯାଇଥାଏ ଓ ସେଗୁଡିକର ବିକ୍ରୟ ମଧ୍ୟ ହୋଇଥାଏ। ପ୍ରଗତି ମଇଦାନ, ନୂଆଦିଲ୍ଲୀଠାରେ ପ୍ରତିବର୍ଷ ନଭେମ୍ବର ମାସ ୧୪ ତାରିଖଠାରୁ ୨୭ ତାରିଖ ମଧ୍ୟରେ କରାଯାଉଥିବା "ଆନ୍ତର୍ଜାତୀୟ ବ୍ୟାପାର / ବାଣିଜ୍ୟ ମେଳା" ବ୍ୟାପାର ମେଳାର ଏକ ଜଣାଶୁଣା ଉଦାହରଣ ଅଟେ ଯାହାକି ବୈଦେଶିକ ବ୍ୟାପାର ସଂବର୍ଦ୍ଧନ କରେ।

୫. ଏକ୍ସିମ (ଆମଦାନୀ - ରପ୍ତାନି) ନୀତି

ବ୍ୟାପାର ଉପରେ ବିଶଦ ଭାବରେ ମାର୍ଗଦର୍ଶିକା ଯୋଗାଇବା ପାଇଁ ଏବଂ ବୈଦେଶିକ ବ୍ୟାପାର ସକାଶେ ନାନାଦି ନୀତି ନିର୍ଣ୍ଣୟ ସକାଶେ ଭାରତ ସରକାର ସମୟକୁ ସମୟ ଆମଦାନୀ - ରପ୍ତାନି ନୀତି ଘୋଷଣା କରନ୍ତି।

୬. ସାଫ୍‌ଟା (ଦକ୍ଷିଣ ଏସୀୟ ମୁକ୍ତ ବ୍ୟାପାର ରାଜିନାମା)

ସାଫ୍‌ଟାର ପୂର୍ଣ୍ଣପଦୀକରଣ ହେଉଅଛି ସାଉଥ ଏସିଅନ ଫ୍ରି ଟ୍ରେଡ୍ ଏଗ୍ରିମେଣ୍ଟ୍। ଏହା ସାର୍କ (ସାଉଥ ଏସିଆନ ଆସୋସିଏସନ ଫର ରିଜିଓନାଲ କୋପରେସନ)(ଆଞ୍ଚଳିକ ସହଯୋଗ ସକାଶେ ଦକ୍ଷିଣ ଏସୀୟ ସଂଘ) ଦେଶ ମାନଙ୍କ ମଧ୍ୟରେ ଅଧିକାଂଶ ଔପଚାରିକତା ବିନା ବୈଦେଶିକ ବ୍ୟାପାର କାର୍ଯ୍ୟକଳାପ ଗୁଡିକ ଚାଲୁରଖିବା ସକାଶେ ଏକ ପ୍ରୟାସ। ଏହା ୨୦୧୨ ମସିହା ଶେଷ ସୁଦ୍ଧା ଶୂନ୍ୟ ସୀମା ଶୁଳ୍କରେ ସମସ୍ତ ସାର୍କ ରାଷ୍ଟ୍ରମାନଙ୍କ ମଧ୍ୟରେ ବ୍ୟାପାର କରିବା ସକାଶେ ଲକ୍ଷ୍ୟ ରଖିଅଛି।

ସାର୍କରାଷ୍ଟ୍ର

- ଆଫଗାନିସ୍ଥାନ
- ବଙ୍ଗଳାଦେଶ
- ଭୁଟାନ
- ଭାରତ
- ମାଲଡିଭ୍‌ସ
- ନେପାଳ
- ପାକିସ୍ଥାନ
- ଶ୍ରୀଲଙ୍କା

୭. କର ଛାଡ

ବ୍ୟବସାୟୀ ମାନଙ୍କୁ ରପ୍ତାନି ଲାଭ ଓ ବୈଦେଶିକ ମୁଦ୍ରା ଅର୍ଜନ ଗୁଡିକରେ ଆୟକର ମୁକ୍ତି ପ୍ରଦାନ କରାଯାଇଥାଏ। ସେମାନେ ମଧ୍ୟ ମୂଲ୍ୟଯୁକ୍ତ କର (ଭାଟ୍) ଓ ଅବକାରୀ ଶୁଳ୍କ ସକାଶେ ଛାଡ ପାଇବା ପାଇଁ ଯୋଗ୍ୟ ହୋଇଥାନ୍ତି।

୮. ଛାପ ସଂବର୍ଦ୍ଧନ ଓ ଗୁଣବତ୍ତା ସଚେତନତା

ନିଜର ଉତ୍ପାଦ ଗୁଡିକ ସକାଶେ ଆନ୍ତର୍ଜାତୀୟ ସ୍ତରରେ ଗୃହୀତ ମାନକ ସମ୍ପନ୍ନ ଗୁଣବତ୍ତା ପ୍ରାପ୍ତ କରିବା ପାଇଁ ବିନିର୍ମାଣକାରୀ ଓ ରପ୍ତାନିକାରୀ ମାନଙ୍କୁ ପ୍ରୋତ୍ସାହନ ଦେବା ସକାଶେ କେନ୍ଦ୍ର ସରକାର ବ୍ୟାପାର ଓ ଉଦ୍ୟୋଗକୁ ସାହାଯ୍ୟ ଓ ସହାୟତା ପ୍ରଦାନ କରି ରାଷ୍ଟ୍ରବ୍ୟାପୀ ଗୁଣବତ୍ତା ସଚେତନତା କାର୍ଯ୍ୟକ୍ରମ ପ୍ରବର୍ତ୍ତନ କରିଅଛନ୍ତି ଓ ସାମଗ୍ରିକ ଗୁଣବତ୍ତା ପରିଚାଳନା (ଟିକ୍ୟୁଏମ୍) ଅବଧାରଣାକୁ ଉନ୍ନୀତ କରିଅଛନ୍ତି।

ପାଠଗତ ପ୍ରଶ୍ନାବଳୀ ୨୩ ଚ

୧. ଭାରତ ସରକାରଙ୍କ ଦ୍ୱାରା ହାତକୁ ନିଆଯାଇଥିବା ଯେ କୌଣସି ଚାରୋଟି ରପ୍ତାନି ସଂବର୍ଦ୍ଧନ ଉପାୟ ବ୍ୟକ୍ତ କର।

(କ) ______________________

(ଖ) ______________________

(ଗ) ______________________

(ଘ) ______________________

୨. ନିମ୍ନଲିଖିତ ପଦ ଗୁଡିକର ପ୍ରସାରଣ କର ।

(କ) ଇପିଜେଡ୍ (EPZ) ______________________

(ଖ) ଏସଇଜେଡ୍ (SEZ) ______________________

(ଗ) ଏକ୍ସିମ ନୀତି (EXIM POLICY) ______________________

(ଘ) ସାଫ୍ଟା (SAFTA) ______________________

(ଙ) ଭାଟ୍ (VAT) ______________________

୨୩.୧୦ ତୁମେ ଯାହା ଶିଖିଲ

- **ବାହ୍ୟ ବ୍ୟାପାରର ଅର୍ଥ :** ଯେତେବେଳେ ଦ୍ରବ୍ୟ ଗୁଡ଼ିକର କ୍ରୟ ଓ ବିକ୍ରୟ ବିଭିନ୍ନ ଦେଶଗୁଡିକର ରାଷ୍ଟ୍ରୀୟ ସୀମା ପାର ହୋଇ ସଂଗଠିତ ହୋଇଥାଏ ସେତେବେଳେ ଏହାକୁ ଅନ୍ତର୍ଜାତୀୟ ବ୍ୟାପାର / ବାଣିଜ୍ୟ କୁହାଯାଏ। ଏହାକୁ ମଧ୍ୟ ବୈଦେଶିକ ବ୍ୟାପାର ଅଥବା ଆନ୍ତର୍ଜାତୀୟ ବ୍ୟାପାର କୁହାଯାଏ।

- **ବାହ୍ୟ ବ୍ୟାପାରର ପ୍ରକାରଭେଦ**

ଆମଦାନୀ ବାଣିଜ୍ୟ	ରପ୍ତାନି ବାଣିଜ୍ୟ	ମଧ୍ୟାଗାର ବାଣିଜ୍ୟ
-ଗୋଟିଏ ପ୍ରତିଷ୍ଠାନ ଅନ୍ୟ ଦେଶରୁ ଦ୍ରବ୍ୟ ଓ ସେବା ଗୁଡିକ କ୍ରୟ କରିଥାଏ	-ଏକ ପ୍ରତିଷ୍ଠାନ ଅନ୍ୟଦେଶକୁ ଦ୍ରବ୍ୟ ଓ ସେବା ଗୁଡିକ ବିକ୍ରୟ କରିଥାଏ।	-ଏକ ପ୍ରତିଷ୍ଠାନ ଅନ୍ୟ ଦେଶକୁ ରପ୍ତାନି କରିବା ସକାଶେ ଦ୍ରବ୍ୟ ଗୁଡିକୁ ଆମଦାନୀ କରିଥାଏ।

- **ବାହ୍ୟ ବ୍ୟାପାରର ଗୁରୁତ୍ୱ :** ନିଜର ବଳକାକୁ ରପ୍ତାନି କରିବା ଦ୍ୱାରା ଗୋଟିଏ ରାଷ୍ଟ୍ର ବୈଦେଶିକ ମୁଦ୍ରା ଅର୍ଜନ କରେ ଓ ଆମଦାନୀ କରିବା ସମୟରେ ଉତ୍ତମ ଉତ୍ପାଦ ଓ ଜ୍ଞାନକୌଶଳ ଗୁଡିକର ବ୍ୟବହାର ସୁବିଧା ପ୍ରାପ୍ତ କରିଥାଏ। କେତେକ ଗୁରୁତ୍ୱପୂର୍ଣ୍ଣ ପ୍ରସଙ୍ଗଗୁଡିକ ହେଲା :
  - ବିଶେଷୀକରଣର ସଂବର୍ଦ୍ଧନ କରିଥାଏ।
  - ଜୀବନଧାରଣର ମାନରେ ସୁଧାର ଆଣିଥାଏ।
  - ପ୍ରତିଦ୍ୱନ୍ଦିତା ବୃଦ୍ଧି କରିଥାଏ
  - ନିଯୁକ୍ତି / ନିୟୋଜନ ସୁଯୋଗ ସୃଷ୍ଟି କରିଥାଏ।
  - ଦର ସମାନୀକରଣ
  - ଆନ୍ତର୍ଜାତୀୟ ସମ୍ପର୍କ
  - ଆର୍ଥନୀତିକ ପ୍ରଗତି
  - ପ୍ରାକୃତିକ ସମ୍ବଳ ଗୁଡିକର ଉପଯୁକ୍ତ ବିନିଯୋଗ
- **ବାହ୍ୟ ବ୍ୟାପାର ସମ୍ମୁଖୀନ ହେଉଥିବା ଅସୁବିଧା:** ଏହା ସାଧାରଣତଃ ଅନେକ ସମସ୍ୟା ଗୁଡିକ ସହ ଗତି କରିଥାଏ, ଯେଉଁଗୁଡିକର ତାଲିକା ନିମ୍ନରେ ପ୍ରଦାନ କରାଯାଇଅଛି।
  - ଦୂରତା
  - ଅତ୍ୟଧିକ ବିପଦ
  - ପରିବହନ ଓ ଯୋଗାଯୋଗ ଅସୁବିଧା
  - ପ୍ରତିବନ୍ଧକ (କଟକଣା)
  - ନିୟମ ଓ ନିୟନ୍ତ୍ରଣରେ ପରିବର୍ତ୍ତନ
  - ବ୍ୟକ୍ତିଗତ ସ୍ପର୍ଶର ଅଭାବ
  - ବିଦେଶୀ ବଜାରର ଅଧ୍ୟୟନ
  - ପରିବ୍ୟୟ
  - ବାରମ୍ବାର ଦର ପରିବର୍ତ୍ତନ
- **ବାହ୍ୟ ବ୍ୟାପାରର ସୁବିଧାକାରୀ:** ବାହ୍ୟ ବ୍ୟାପାରରେ କ୍ରୟ ଅଥବା ବିକ୍ରୟ ପ୍ରକ୍ରିୟାରେ ବ୍ୟାପାରୀମାନେ ଅନ୍ୟମାନଙ୍କର ସହାୟତା ଆବଶ୍ୟକ କରିଥାନ୍ତି। ସେମାନଙ୍କ ମଧ୍ୟରୁ କେତେକ ହେଲା ବରାଦ ଗୃହ, ରପ୍ତାନି ଗୃହ, ଚଲାଣି ପ୍ରତିନିଧି, ନିକାଶି ପ୍ରତିନିଧି, ଜାହାଜ ପରିବହନ କମ୍ପାନୀ, ବୀମା କମ୍ପାନୀ, ବାଣିଜ୍ୟ ଆୟୁକ୍ତ ଓ ବ୍ୟାପାର ପ୍ରତିନିଧି

- **ରପ୍ତାନିକାରୀ / ଆମଦାନୀକାରୀ ସକାଶେ ନିହାତି ଆବଶ୍ୟକତା**
  - (୧) ଆଇଇସି ସଂଖ୍ୟା; ଓ
  - (୨) ଆରସିଏମସି
- **ରପ୍ତାନି ବ୍ୟାପାର ସକାଶେ ପ୍ରକ୍ରିୟା**

- ଅନୁସନ୍ଧାନ ପ୍ରାପ୍ତି ଓ ମୂଲ୍ୟାଙ୍କ ପ୍ରେରଣ
- ବରାଦ ପ୍ରାପ୍ତି ଅଥବା ରପ୍ତାନି ବରାଦ
- ଋଣ ଯୋଗ୍ୟତା ଅନୁସନ୍ଧାନ
- ରପ୍ତାନି ଅନୁମତିପତ୍ର ପ୍ରାପ୍ତି
- ଦ୍ରବ୍ୟ ଗୁଡିକର ଉତ୍ପାଦାନ ଅଥବା ହାସଲ (ସଂଗ୍ରହ)
- ଦ୍ରବ୍ୟ ଗୁଡିକର ବନ୍ଧେଇ ଓ ଚିହ୍ନଟକରଣ
- ଚଲାଣି ପ୍ରତିନିଧି ନିଯୁକ୍ତି
- ରେଳ / ସଡକ ଦ୍ୱାରା ଦ୍ରବ୍ୟଗୁଡିକର ପ୍ରେରଣ
- ଚଲାଣି ପ୍ରତିନିଧି ଦ୍ୱାରା ପୂରଣ କରାଯାଉଥିବା ଔପଚାରିକତା
- ରପ୍ତାନି ଚଲାଣ ଓ ବାଣିଜ୍ୟ ଦୂତଙ୍କ ଚଲାଣ ପ୍ରସ୍ତୁତି
- ପୈଠ ହାସଲ
- ପ୍ରତ୍ୟୟ ପତ୍ର
- ମାଲ୍ ବନ୍ଧକ ପତ୍ର

- **ଆମଦାନୀ ବ୍ୟାପାର ସକାଶେ ପ୍ରକ୍ରିୟା**

- ବ୍ୟାପାରିକ ଅନୁସନ୍ଧାନ
- ଆମଦାନୀ ଅନୁମତିପତ୍ର ପ୍ରାପ୍ତି
- ବୈଦେଶିକ ମୁଦ୍ରା ପ୍ରାପ୍ତି
- ବରାଦ ଅଥବା ଆଦେଶ ପ୍ରେରଣ
- ପ୍ରତ୍ୟୟ ପତ୍ର(ଏଲଓସି) ପ୍ରେରଣ
- ଜାହାଜ ପରିବହନ ଦଲିଲ ଗୁଡିକ ହାସଲ
- ନିକାଶି ପ୍ରତିନିଧିଙ୍କର ନିଯୁକ୍ତି
- ନିକାଶି ପ୍ରତିନିଧିଙ୍କ ଦ୍ୱାରା ପୂରଣ କରାଯାଉଥିବା ଔପଚାରିକତା
- ରେଳବାଇ / ପରିବହନ କର୍ତ୍ତୃପକ୍ଷ / ପ୍ରାଧିକାରୀଙ୍କ ଠାରୁ ଦ୍ରବ୍ୟଗୁଡିକର ହସ୍ତାନ୍ତର

- **ବାହ୍ୟ ବ୍ୟାପାରରେ ବ୍ୟବହୃତ ଦଲିଲ**
  - ବରାଦ ପତ୍ର
  - ପ୍ରତ୍ୟୟ ପତ୍ର
  - ଜାହାଜ ବିଲ୍‌ଟି
  - ପରାମର୍ଶ / ସୂଚନା ପତ୍ର
  - ଦସ୍ତାବିଜ ବିଲ୍
  - ବୀମା ପତ୍ର
  - ଜାହାଜ ବୋଝେଇ ଆଦେଶ
  - ଜାହାଜ ପରିବହନ ବିଲ୍
  - ମାଲିମ ରସିଦ
  - ଡକ୍ ଚଲାଣ ଆଦି
  - ବୈଦେଶିକ ବାଣିଜ୍ୟ ଦୂତ ଚଲାଣ
  - ମୂଳୋତ୍ପତ୍ତି ପ୍ରମାଣ ପତ୍ର
  - ଆକାଶ ମାର୍ଗ ବିଲ୍
  - ରପ୍ତାନି ଚଲାଣ / ବୈଦେଶିକ ଚଲାଣ
  - ପ୍ରବେଶ ବିଲ୍
- **ରପ୍ତାନି ସଂବର୍ଦ୍ଧନ ଉପାୟ:** ଭାରତ ସରକାର ନିଜର ରପ୍ତାନି ବ୍ୟାପାର ଗୁଡ଼ିକର ବଳିଷ୍ଠ ବୃଦ୍ଧି ଓ ଆର୍ଥନୀତିକ ଅଭିବୃଦ୍ଧି ଅଧିକ ବର୍ଦ୍ଧନ କରିବା ପାଇଁ ରପ୍ତାନି ସଂବର୍ଦ୍ଧନ ଉପାୟଗୁଡ଼ିକର ବ୍ୟବସ୍ଥା କରିଅଛନ୍ତି । ସେଗୁଡ଼ିକ ମଧ୍ୟରୁ କେତେକ ହେଲା ଇପିଜେଡ୍, ଏସଇଜେଡ୍, ଶତପ୍ରତିଶତ ରପ୍ତାନି ଅଭିମୁଖୀ ଏକକ, ରପ୍ତାନି ଗୃହ, ବ୍ୟାପାର ମେଳାଗୁଡ଼ିକର ଆୟୋଜନ, ଏକ୍ସିମ ନୀତି, ସାଫ୍‌ଟା, କର ରିହାତି, ଛାପ ସଂବର୍ଦ୍ଧନ ଓ ଗୁଣବତ୍ତା ସଚେତନତା

୨୩.୧୧ ମୁଖ୍ୟ ଶବ୍ଦାବଳୀ

ସୂଚନା / ପରାମର୍ଶ ପତ୍ର	ପ୍ରବେଶ ବିଲ୍	ଜାହାଜ ବିଲ୍‌ଟି
ନିକାଶି ପ୍ରତିନିଧି	ବୈଦେଶିକ ବାଣିଜ୍ୟ ଦୂତଙ୍କ ଚଲାଣ	ଡକ୍ ଚଲାଣ
ଡକ୍ ରସିଦ	ଡକ୍ ୱାରେଣ୍ଟ	ଦସ୍ତାବିଜ ବିଲ୍
ବିଦେଶୀ ଚଲାଣ	ଚଲାଣି ପ୍ରତିନିଧି	ଆଇଇସି ସଂଖ୍ୟା
ବରାଦ ପତ୍ର	ଅଦୃଶ୍ୟ ବାଣିଜ୍ୟ	ପ୍ରତ୍ୟୟ ପତ୍ର
ମାଲିମ ରସିଦ	ଜାହାଜ ବୋଝେଇ ଆଦେଶ	ସ୍ୱତନ୍ତ୍ର ଆର୍ଥନୀତିକ ଅଞ୍ଚଳ

ଟିପ୍ପଣୀ

୨୩.୧୨ ପାଠାନ୍ତ ପ୍ରଶ୍ନାବଳୀ

ଅତିକ୍ଷୁଦ୍ର ଉତ୍ତର ମୂଳକ ପ୍ରଶ୍ନ

୧- ବାହ୍ୟ ବ୍ୟାପାର କ'ଣ ?

୨- ବିଭିନ୍ନ ପ୍ରକାର ବାହ୍ୟ ବ୍ୟାପାରର ଗୁଡ଼ିକର ନାମ ଲେଖ ।

୩- ମଧ୍ୟାଗାର ବାଣିଜ୍ୟ କହିଲେ କ'ଣ ବୁଝାଯାଏ ?

୪- ବାହ୍ୟ ବ୍ୟାପାରର ଗୁରୁତ୍ୱ ସକାଶେ ଦୁଇଟି କାରଣ ପ୍ରଦାନ କର ।

୫- ରପ୍ତାନି ବ୍ୟାପାର ସକାଶେ ଯେ କୌଣସି ଦୁଇଟି ସଂବର୍ଦ୍ଧନ ଉପାୟର ନାମ ଲେଖ ।

କ୍ଷୁଦ୍ର ଉତ୍ତର ମୂଳକ ପ୍ରଶ୍ନ

୬- ବାହ୍ୟ ବ୍ୟାପାରରେ ଦ୍ରବ୍ୟ ଗୁଡ଼ିକର 'ବନ୍ଧେଇ ଓ ଚିହ୍ନଟ' ଓ ଚିହ୍ନଟ ବ୍ୟାଖ୍ୟା କର ।

୭- ରପ୍ତାନିକାରୀଙ୍କ ପାଇଁ ଅର୍ଥପ୍ରଦାନର ଦୁଇଟି ବିକଳ୍ପ ପ୍ରଣାଳୀ ବ୍ୟାଖ୍ୟା କର ।

୮- 'ପ୍ରତ୍ୟୟପତ୍ର' କହିଲେ କ'ଣ ବୁଝାଯାଏ ?

୯- ଇପିଜେଡ୍ ଓ ଏସଇଜେଡ୍ ଗୁଡ଼ିକରେ କ'ଣ ସୁବିଧାମାନ ରହିଥାଏ ?

୧୦- ଏଗୁଡ଼ିକ କ'ଣ ?
(୧) ଜାହାଜ ବିଲ୍‌ଟି (୨) ଜାହାଜ ବୋଝେଇ ଆଦେଶ (୩) ମାଲିମ ରସିଦ

ଦୀର୍ଘ ଉତ୍ତର ମୂଳକ ପ୍ରଶ୍ନ

୧୧. ରପ୍ତାନି ଗୁଡ଼ିକର ସୁବିଧା ସକାଶେ ଭାରତ ସରକାର ହାତକୁ ନେଇଥିବା ବିଭିନ୍ନ ଉପାୟ ଗୁଡ଼ିକ ବ୍ୟାଖ୍ୟା କର ।

୧୨. ବାହ୍ୟ ବ୍ୟାପାରରେ ବ୍ୟବହୃତ ବିଭିନ୍ନ ଦଲିଲ ଗୁଡ଼ିକର ଆଲୋଚନା କର ।

୧୩- ଜାପାନ ଦେଶରୁ ବଲ୍‌ପେନ ଗୁଡ଼ିକ ଆମଦାନୀ କରିବା ସକାଶେ ପ୍ରକ୍ରିୟା ବାବଦରେ ସୁରେଶକୁ ପରାମର୍ଶ ଦିଅ ।

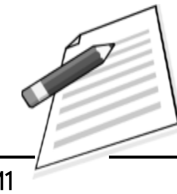
୧୪- ସତୀଶ ସିଙ୍ଗାପୁରକୁ ଚମଡା ଦ୍ରବ୍ୟ ଗୁଡ଼ିକ ରପ୍ତାନି କରିବା ପାଇଁ ଇଚ୍ଛା ପ୍ରକାଶ କଲେ । ତୁମେ ଏଥି ସକାଶେ ଆବଶ୍ୟକୀୟ ପ୍ରକ୍ରିୟା ବାବଦରେ କିପରି ତାଙ୍କୁ ବୁଝାଇବାକୁ ପଡିବ ?

୧୫- ଭାରତୀୟ ଅର୍ଥବ୍ୟବସ୍ଥା ସକାଶେ ବାହ୍ୟ ବ୍ୟାପାରର ଗୁରୁତ୍ୱ ଓ ଆବଶ୍ୟକତା ବ୍ୟାଖ୍ୟା କର ।

୨୩.୧୩ ପାଠଗତ ପ୍ରଶ୍ନାବଳୀର ଉତ୍ତର

୨୩.କ

୧. (କ) ଜାହାଜ ବୋଝେଇ ଆଦେଶ
(ଖ) ମାଲିମ ରସିଦ
(ଗ) ପ୍ରତ୍ୟୟ ପତ୍ର



ଟିପ୍ପଣୀ

(ଘ) ମାଲ ବନ୍ଧକ ପତ୍ର

(ଙ) ଜାହାଜ ବିଲ୍‌ଟି

୨୩.ଖ

୨ (କ) ଆମଦାନୀ

(ଖ) ଆମଦାନୀ

(ଗ) ମଧ୍ୟାଗାର

(ଘ) ରପ୍ତାନି

(ଙ) ରପ୍ତାନି

୨୩.ଗ

୩.

ସ୍ତମ୍ଭ – ୧	ସ୍ତମ୍ଭ – ୨
(କ)	(୩)
(ଖ)	(୪)
(ଗ)	(୫)
(ଘ)	(୧)
(ଙ)	(୨)

୨୩ ଘ

୨. (କ) ବିନିମୟ ନିୟନ୍ତ୍ରଣ ବିଭାଗ

(ଖ) ଆମଦାନୀକାରୀ ପ୍ରତ୍ୟୟପତ୍ରକୁ ରପ୍ତାନିକାରୀଙ୍କ ନିକଟକୁ ପଠାଇଥାନ୍ତି

(ଗ) ଆମଦାନୀକାରୀ

(ଘ) ଆମଦାନୀକାରୀ

୨୩ ଙ

୨ (କ) ଡକ୍ ଚଲାଣ

(ଖ) ଡକ୍ ଓ୍ୱାରେଣ୍ଟି

(ଗ) ଡକ୍ ରସିଦ

୩. (କ) ଜାହାଜ ବିଲ୍‌ଟି

(ଖ) ମୂଳୋତ୍ପତ୍ତି ପ୍ରମାଣ ପତ୍ର

(ଗ) ରପ୍ତାନି ଚଲାଣ / ବୈଦେଶିକ ଚଲାଣ

(ଘ) ଡକ୍ ରସିଦ

(ଙ) ଆକାଶ ମାର୍ଗ ବିଲ୍

(ଚ) ପ୍ରବେଶ ବିଲ୍

୨୩.ଚ

ଟିପ୍ପଣୀ

୧. (କ) ରପ୍ତାନି ପ୍ରକ୍ରିୟାକରଣ ଅଞ୍ଚଳ

(ଖ) ସ୍ୱତନ୍ତ୍ର ଆର୍ଥନୀତିକ ଅଞ୍ଚଳ

(ଗ) ଆମଦାନୀ-ରପ୍ତାନି ନୀତି

(ଘ) ଦକ୍ଷିଣ ଏସୀୟ ମୁକ୍ତ ବ୍ୟାପାର ରାଜିନାମା

(ଙ) ମୂଲ୍ୟଯୁକ୍ତ କର

କର ଓ ଶିଖ

ତୁମେ ବାସକରୁଥିବା ନିକଟବର୍ତ୍ତୀ ଅଞ୍ଚଳରେ ସର୍ବେକ୍ଷଣ କରିବାକୁ ପଡିବ ଓ ନିମ୍ନଲିଖିତ ଅବଲୋକନ ଟିପି ରଖିବାକୁ ପଡ଼ିବ :

(କ) ଯେଉଁ ଦ୍ରବ୍ୟ ଓ ସେବାଗୁଡିକ ଉପଲବ୍ଧ ନୁହେଁ ଓ ତୁମେ ଭାବୁଛ ଯେ ସେଗୁଡ଼ିକ ଆମଦାନୀ କରାଯାଇ ପାରିବ ।

(ଖ) ତୁମ ସ୍ଥାନୀୟ କ୍ଷେତ୍ରରେ ଉତ୍ପାଦିତ ହେଉଥିବା କେଉଁ ବିଶେଷ ଦ୍ରବ୍ୟ ଗୁଡିକ ରପ୍ତାନି କରିହେବ ନିର୍ଣ୍ଣୟ କର ଯଦ୍ଵାରା ଆମ ଦେଶର ବୈଦେଶିକ ମୁଦ୍ରାରେ ବଳିଷ୍ଠ ଅଭିବୃଦ୍ଧି ହେବ ।

ନାଟ୍ୟାଭିନୟ

ଗୌରବ ୟୁ.ଏସ.ଏ ରୁ ଦ୍ରବ୍ୟ ଗୁଡିକ ଆମଦାନୀ କରୁଥିଲା ଏବଂ ଏକ ଅତୀବ ସିଦ୍ଧ ଓ ସଫଳ ବ୍ୟବସାୟୀ ଥଲା । ସେ ଦିନେ ନିଜର ସାଙ୍ଗ ସଞ୍ଜିବକୁ ଭେଟିଲା ଯିଏକି ସେହି ସମାନ ବ୍ୟବସାୟ କରୁଥିଲା କିନ୍ତୁ ଆଦୌ ସଫଳ ହୋଇପାରୁ ନ ଥିଲା । ସେମାନଙ୍କର ମଧ୍ୟରେ ହୋଇଥିବା କଥୋପକଥନ ପଠନ କର ଯାହାକି ନିମ୍ନରେ ପ୍ରଦାନ କରାଯାଇଛି ।

ଗୌରବ:ଆରେ ସଞ୍ଜିବ । ତୁ କିପରି ଅଛୁ ?

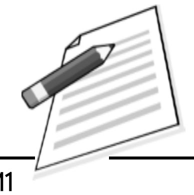
ସଞ୍ଜିବ: ଭଲ, କିନ୍ତୁ ପୂର୍ବପରି ବହୁତ ବ୍ୟସ୍ତ ।

ଗୌରବ: ଯାହା ଜଣା ପଡୁଛି ତୋର ପରିବାର ଓ ସାଙ୍ଗ ମାନଙ୍କ ସକାଶେ ତୁ ସମୟ ଦେଇପାରୁନଥିବୁ ।

ସଞ୍ଜିବ: ମୁଁ ବି କ୍ଷୁବ୍ଧ କାରଣ ମୁଁ ମୋ ପ୍ରତିଷ୍ଠାନକୁ ସୁଚାରୁ ରୂପେ ପରିଚାଳନା କରିବା ସକାଶେ ଅସମର୍ଥ ।

ଗୌରବ: କାହିଁକି ? ଏହାର କ'ଣ କାରଣ ତୁ ଭାବୁଅଛୁ ?

ସଞ୍ଜିବ: ମୁଁ ନିଜେ ସମସ୍ତଙ୍କ ଚତୁଃପାର୍ଶ୍ୱରେ ଦୌଡୁଅଛି । ବେଳେ ବେଳେ ବୈଦେଶିକମୁଦ୍ରା ହାସଲ ସକାଶେ ମୁଁ ଯାଉଅଛି, ପ୍ରତ୍ୟୟ ପତ୍ର ପ୍ରେରଣ ସକାଶେ ଯାଉଅଛି । ଜାହାଜ ପରିବହନ ଦଲିଲ ଗୁଡ଼ିକ ସକାଶେ ମଧ୍ୟ ଦୌଡୁ ଅଛି । ସମସ୍ତ ଆବଶ୍ୟକତା ପୂରଣ କରିବା ମୋ ପକ୍ଷରେ ଅସାଧ୍ୟ ହୋଇପଡୁଛି ।



ଟିପ୍ପଣୀ

ଗୌରବ: ମନେରଖ, ଯେହେତୁ ନିଜେ ନିଜ ଦ୍ୱାରା ସମସ୍ତ କାର୍ଯ୍ୟ କରିବାକୁ ଚେଷ୍ଟା କରୁଅଛୁ ତୁ କୌଣସି କାର୍ଯ୍ୟ କରିପାରୁନାହୁଁ। ମୁଁ ଯାହା ଭାବୁଛି ତୁ କେତେକ କାର୍ଯ୍ୟ ସମ୍ପାଦନ ସକାଶେ ଜଣେ ଧୂରୀଣ (ବିଶେଷଜ୍ଞ)ଙ୍କୁ ନିଶ୍ଚୟ ନିଯୁକ୍ତି ପ୍ରଦାନ କରିବା ଉଚିତ। ତୋର ଅଧା କାର୍ଯ୍ୟ ସେହି ବ୍ୟକ୍ତି କରିଦେବେ ତା ପରେ ତୁ ଆରାମ ପାଇବୁ ଓ ତୋର ବ୍ୟବସାୟର ଅନ୍ୟାନ୍ୟ ଆବଶ୍ୟକତା ଉପରେ ଧ୍ୟାନ କେନ୍ଦ୍ରିତ କରିବୁ।

ସଞ୍ଜିବ: ତୁ କହିଲୁ ଯେ ବିଶେଷଜ୍ଞମାନେ କାର୍ଯ୍ୟଗୁଡ଼ିକୁ ନିର୍ବାହ କରିବେ ? ଏ ବିଷୟରେ ଅଧିକ କହିପାରିବୁ କି ?

ଗୌରବ: ବର୍ତ୍ତମାନ ଦେଖ, ତୁ ଯଦି ତାଙ୍କର ସେବା ସକାଶେ କମିଶନ ଦେଇ ଜଣେ ନିକାଶ ପ୍ରତିନିଧିଙ୍କୁ ନିଯୁକ୍ତି କରୁ ତେବେ ସେ ସମସ୍ତ ଔପଚାରିକତାଗୁଡିକ ପୂରଣ କରିବେ ଯଥା ହସ୍ତାନ୍ତର ସକାଶେ ସ୍ୱାକ୍ଷର, ଡକ୍ ଦେୟ ପ୍ରଦାନ ଆଦି।

ବର୍ତ୍ତମାନ, କଥୋପକଥନ ଚାଲୁରଖ ଯେପରି ଗୌରବ ସଞ୍ଜିବଙ୍କୁ ନିକାଶି ପ୍ରତିନିଧିଙ୍କର ଭୂମିକା ବ୍ୟାଖ୍ୟା କରୁଅଛି।

ଅଧ୍ୟାୟ : ଏକ ଦୃଷ୍ଟିରେ

୨୩.୧.	ବାହ୍ୟ ବ୍ୟାପାର - ଅର୍ଥ
୨୩.୨	ବାହ୍ୟ ବ୍ୟାପାରର ପ୍ରକାର ଭେଦ
୨୩.୩	ବାହ୍ୟ ବ୍ୟାପାରର ଗୁରୁତ୍ୱ
୨୩.୪	ବାହ୍ୟ ବ୍ୟାପାରରେ ସମ୍ମୁଖୀନ ହେଉଥିବା ଅସୁବିଧା
୨୩.୫	ବାହ୍ୟ ବ୍ୟାପାରର ସୁବିଧାକାରୀ
୨୩.୬	ରପ୍ତାନି ବ୍ୟାପାର ସକାଶେ ପ୍ରକ୍ରିୟା
୨୩.୭	ଆମଦାନୀ ବ୍ୟାପାର ସକାଶେ ପ୍ରକ୍ରିୟା
୨୩.୮	ବାହ୍ୟ ବ୍ୟାପାରରେ ବ୍ୟବହୃତ ଦଲିଲ
୨୩.୯	ରପ୍ତାନି ସଂବର୍ଦ୍ଧନ ଉପାୟ

୨୪

ଖାଉଟି ସୁରକ୍ଷା

(Consumer Protection)

ଆମର ଦୈନନ୍ଦିନ ଜୀବନରେ ଆମ୍ଭେମାନେ ବିଭିନ୍ନ କିସମର ଦ୍ରବ୍ୟ ଓ ସେବାମାନ କ୍ରୟ କରିଥାଉ । ଯାହା ବି ଆମେ କିଣିଥାଉ, ସେଥି ସକାଶେ ଆମେ ଅର୍ଥ ପ୍ରଦାନ କରିଥାଉ । କିନ୍ତୁ ବେଳେବେଳେ ଆମେ କିଣୁଥିବା ଦ୍ରବ୍ୟଗୁଡିକୁ ନେଇ ସନ୍ତୁଷ୍ଟି ଅନୁଭବ କରି ନ ଥାଉ । ଏହା ଦ୍ରବ୍ୟଗୁଡିକର ନିମ୍ନ ମାନର ଗୁଣବତ୍ତା, ଦୋକାନୀଙ୍କ ଦ୍ୱାରା ଅତ୍ୟଧିକ ଦାମ୍ ଅସୁଲ, ଦ୍ରବ୍ୟ ପରିମାଣରେ ସ୍ୱଳ୍ପତା, ଭ୍ରାନ୍ତିଜନକ ବିଜ୍ଞାପନ ଏବଂ ଏହିପରି ଅନେକ କାରଣ ଯୋଗୁଁ ହୋଇଥାଏ । ଏହି ସମସ୍ତ କୌଶଳଗୁଡିକୁ ଚାଲୁ ରଖିବା ପାଇଁ ଆମେ ଅନୁମତି ଦେବା ଉଚିତ୍ କି ? ସ୍ପଷ୍ଟତଃ ନୁହେଁ । ତାହାହେଲେ ଏହି ଅସାଧୁ କୌଶଳ ଗୁଡିକ ସକାଶେ କୌଣସି ପ୍ରତିକାର ରହି ଅଛି କି ? ଏହାର ଉତ୍ତର ଖାଉଟି ସୁରକ୍ଷା ଅବଧାରଣା ଓ ଅଭ୍ୟାସ, ଖାଉଟିମାନଙ୍କର ଅଧିକାର ଓ ଦାୟିତ୍ୱ, ଆଇନଗତ ବ୍ୟବସ୍ଥା ଓ ଖାଉଟିଙ୍କ ଆପତ୍ତି / ଗୁହାରିଗୁଡିକର ଫଇସଲା ସକାଶେ ବ୍ୟବସ୍ଥା ଉପରେ ନିର୍ଭରଶୀଳ ଥାଏ । ଆସ, ଏହି ଅଧ୍ୟାୟରେ, ଆମେ ଏହି ସମସ୍ତ ବିଷୟରେ ବିଶଦଭାବରେ ଜାଣିବା ।

ଉଦ୍ଦେଶ୍ୟ

ଏହି ପାଠଟି ପଢ଼ିସାରିବା ପରେ, ତୁମେ:

- ଖାଉଟି/ ଉପଭୋକ୍ତା ଅର୍ଥ ବ୍ୟକ୍ତ କରିବାରେ ସମର୍ଥ ହେବ;
- ଖାଉଟି/ଉପଭୋକ୍ତା ସୁରକ୍ଷା ଅବଧାରଣା ବ୍ୟାଖ୍ୟା କରିବାରେ ସମର୍ଥ ହେବ;
- ଖାଉଟି ସୁରକ୍ଷା ଆବଶ୍ୟକତାର ରୂପରେଖ କରିବାରେ ସମର୍ଥ ହେବ;
- ଖାଉଟି ମାନଙ୍କର ଅଧିକାର ଓ ଦାୟିତ୍ୱ ଗୁଡିକ ବର୍ଣ୍ଣନା କରିବାରେ ସମର୍ଥ ହେବ;
- ଖାଉଟି ସୁରକ୍ଷା ଅଧିନିୟମର ମୁଖ୍ୟ ବ୍ୟବସ୍ଥାଗୁଡିକ ବ୍ୟକ୍ତ କରିବାରେ ସମର୍ଥ ହେବ; ଏବଂ
- ଖାଉଟି ଗୁହାରି ଅଭିଯୋଗ ଗୁଡିକର ଫଇସଲା ପାଇଁ କଳ / ସାଧନ ସମୂହର ରୂପରେଖ ପ୍ରସ୍ତୁତ କରି ପାରିବ ।

୨୪.୧ ଖାଉଟି ବା ଉପଭୋକ୍ତାର ଅର୍ଥ

ତୁମେ ଶିକ୍ଷାଲାଭ କରିଅଛ ଯେ ଖାଉଟି /ଉପଭୋକ୍ତା ଜଣେ ବ୍ୟକ୍ତି ଯିଏ କି କୌଣସି ଦ୍ରବ୍ୟ ଅଥବା ସେବାଗୁଡିକର ବ୍ୟବହାର ଅଥବା ଉପଭୋଗ କରିଥାନ୍ତି । ଦ୍ରବ୍ୟଗୁଡିକ ଉପଭୋଗକ୍ଷମ ଯଥା,ଅଟା, ମଇଦା, ଲୁଣ, ଚିନି, ଫଳ , ଆଦି ହୋଇପାରେ ଅଥବା ଦୀର୍ଘସ୍ଥାୟୀ ଦ୍ରବ୍ୟ ଯଥା ଟେଲିଭିଜନ, ରେଫ୍ରିଜରେଟର, ଟୋଷ୍ଟର,ମିକ୍ସଚର୍, ସାଇକେଲ ଆଦି ହୋଇପାରେ । ସେବାଗୁଡିକ ବିଦ୍ୟୁତ୍, ରୋଷେଇ ଗ୍ୟାସ, ଦୂରଭାଷ, ପରିବହନ, ସିନେମା ପ୍ରଦର୍ଶନ ଆଦି ଜିନିଷ ଗୁଡିକୁ ବୁଝାଏ । ସାଧାରଣତଃ, ଏହା ଦ୍ରବ୍ୟ ଓ ସେବାଗୁଡିକର

ବ୍ୟବହାର ଅଥବା ଉପଭୋଗ ଅଟେ ଯାହାକୁ କି ଜଣେ ବ୍ୟକ୍ତି କରିଥାନ୍ତି, ତାଙ୍କୁ 'ଖାଉଟି' ବା 'ଉପଭୋକ୍ତା' କୁହାଯାଏ, କିନ୍ତୁ ଆଇନ୍ ର ଦୃଷ୍ଟିରେ ଯେଉଁ ବ୍ୟକ୍ତି କୌଣସି ଦ୍ରବ୍ୟ କ୍ରୟ କରିଥାନ୍ତି ଅଥବା କୌଣସି ସେବା ବିବେଚନା ସକାଶେ ଏକ ଦରରେ ଭଡା ଆଣିଥାନ୍ତି ଏବଂ ଅନ୍ୟ ଜଣେ ବ୍ୟକ୍ତି ଯେ କି କ୍ରେତାଙ୍କର ଅନୁମୋଦନରେ ସେହି ଦ୍ରବ୍ୟ ବା ସେବା ଗୁଡିକୁ ବ୍ୟବହାର କରିଥାନ୍ତି, ସେହି ଉଭୟ ବ୍ୟକ୍ତିଙ୍କୁ ଖାଉଟି କୁହାଯାଏ। ଉଦାହରଣ ସ୍ୱରୂପ: ଯେତେବେଳେ ତୁମ ବାପା ତୁମ ପାଇଁ ସେଓ କ୍ରୟ କରନ୍ତି ଏବଂ ତୁମେ ସେଗୁଡିକ ଖାଅ, ତୁମର ବାପା ଏବଂ ତୁମକୁ ମଧ୍ୟ ଖାଉଟି/ ଉପଭୋକ୍ତା ହିସାବରେ ବିବେଚନା କରାଯାଏ। ସେହି ଏକା କଥା ପ୍ରୟୋଗ ହୋଇଥାଏ ଯେତେବେଳେ ତୁମେ ବିଦ୍ୟାଳୟକୁ ଏକ ଟ୍ୟାକ୍ସି ଭଡା କରି ଯାଅ। ଅନ୍ୟ ଅର୍ଥରେ, ଏପରିକି ଦ୍ରବ୍ୟ ଓ ସେବାଗୁଡିକର ଜଣେ କ୍ରେତା, ସେ ଏଗୁଡିକ ନିଜେ ବ୍ୟବହାର କରନ୍ତୁ ଅଥବା ଅନ୍ୟଜଣେ ବ୍ୟକ୍ତିଙ୍କ ଦ୍ୱାରା ଉପଭୋଗ ବା ବ୍ୟବହାର ସକାଶେ ଏଗୁଡିକ କ୍ରୟ କରନ୍ତୁ ସେ ଆଇନ୍ ଦୃଷ୍ଟିରେ ଖାଉଟି ହିସାବରେ ବିବେଚିତ ହୁଅନ୍ତି। ଅବଶ୍ୟ, ଜଣେ ବ୍ୟକ୍ତି ଯିଏକି ଦ୍ରବ୍ୟଗୁଡିକର ପୁନଃ ବିକ୍ରୟ (ଯଥା ପାଇକାରୀ ଓ ଖୁଚୁରା ବିକ୍ରେତା ଆଦି) ଅଥବା କୌଣସି ବ୍ୟବସାୟିକ ଉଦ୍ଦେଶ୍ୟ ସକାଶେ ଦ୍ରବ୍ୟଗୁଡିକୁ କ୍ରୟ କରିଥାନ୍ତି, ତେବେ ସେ ଖାଉଟି ହିସାବରେ ବିବେଚିତ ହୋଇନଥାନ୍ତି।

୧୯୮୬ ମସିହା ଖାଉଟି ସୁରକ୍ଷା ଅଧିନିୟମ ଅନ୍ତର୍ଗତ, ଦ୍ରବ୍ୟ ଓ ସେବା ଗୁଡିକର ଉଦ୍ଦେଶ୍ୟରେ ଖାଉଟି ଶବ୍ଦକୁ ପୃଥକ୍ ଭାବରେ ସଂଜ୍ଞାକୃତ କରାଯାଇଅଛି।

(କ) ଦ୍ରବ୍ୟଗୁଡିକର ସକାଶେ, ଜଣେ ଖାଉଟି ଅର୍ଥ (୧) ଯିଏ କୌଣସି ଦ୍ରବ୍ୟପ୍ରତିଫଳ ବଦଳରେ କ୍ରୟ କରନ୍ତି; ଏବଂ (୨) ସେହି ଦ୍ରବ୍ୟର କ୍ରେତାଙ୍କ ଭିନ୍ନ ଅନ୍ୟ କୌଣସି ବ୍ୟବହାରକାରୀ ଯିଏକି ସେହି ଦ୍ରବ୍ୟର ବ୍ୟବହାର କ୍ରେତାଙ୍କର ଅନୁମୋଦନ କ୍ରମେ କରିଥାନ୍ତି। / ('ଖାଉଟି' ଶବ୍ଦର ଅର୍ଥ ସେହି ବ୍ୟକ୍ତିମାନଙ୍କୁ ଅନ୍ତର୍ଭୁକ୍ତ କରିନଥାଏ ଯେଉଁମାନେକି ସେହି ଦ୍ରବ୍ୟ ଗୁଡିକୁ ପୁନଃବିକ୍ରୟ ସକାଶେ ପ୍ରାପ୍ତ କରିଥାନ୍ତି ଅଥବା କୌଣସି ବ୍ୟବସାୟିକ ଲକ୍ଷ୍ୟରେ ପ୍ରାପ୍ତ କରିଥାନ୍ତି।)

(ଖ) ସେବାଗୁଡିକ ଉଦ୍ଦେଶ୍ୟରେ, ଜଣେ ଖାଉଟି ଅର୍ଥ (୧) ଜଣେ ବ୍ୟକ୍ତି ଯିଏକି କୌଣସି ସେବା ବା ସେବା ସମୂହ ପ୍ରତିଫଳ ବଦଳରେ ଭଡାରେ ନେଇଥାନ୍ତି; ଓ (୨) ଏହି ସେବା ଗୁଡିକର କୌଣସି ହିତାଧିକାରୀ, ଯଦି ସେହି ବ୍ୟକ୍ତିଙ୍କର ଅନୁମୋଦନ କ୍ରମେ ସେବା ଭୋଗ କରିଥାନ୍ତି।

୨୪.୨ ଖାଉଟି ସୁରକ୍ଷାର ଅବଧାରଣା

ଖାଉଟି ସୁରକ୍ଷାର ଅର୍ଥ ଖାଉଟି ମାନଙ୍କର ସ୍ୱାର୍ଥରକ୍ଷା କରିବା ଓ ଅଧିକାର ଗୁଡିକୁ ସୁରକ୍ଷା ପ୍ରଦାନ କରିବା। ଅନ୍ୟଅର୍ଥରେ, ଏହା ସେହି ଉପାୟ ଗୁଡିକୁ ବୁଝାଏ ଯାହା ବ୍ୟବସାୟର ବିବେକଶୂନ୍ୟ ଓ ଅନୈତିକ କୁ-ଅଭ୍ୟାସ ଗୁଡିକରୁ ଖାଉଟିଙ୍କୁ ସୁରକ୍ଷା ଦେବା ପାଇଁ ଅନୁସରଣ କରାଯାଇଥାଏ ଓ ଖାଉଟିମାନଙ୍କର ଅଭିଯୋଗ ଗୁଡିକର ତୁରନ୍ତ ଫଇସଲା ସେମାନଙ୍କୁ ପ୍ରଦାନ କରାଯାଇଥାଏ। ଅତି ସାଧାରଣ ବ୍ୟବସାୟିକ କୁ-ଅଭ୍ୟାସ ଗୁଡିକ ଯାହା ଦ୍ୱାରା ଖାଉଟିର ଶୋଷଣ ହୋଇଥାଏ ତାହା ନିମ୍ନରେ ପ୍ରଦାନ କରାଯାଇଅଛି।

(କ) ଅପମିଶ୍ରିତ ଦ୍ରବ୍ୟ ଗୁଡିକର ବିକ୍ରୟ ଅର୍ଥାତ୍ ବିକ୍ରୟ କରାଯାଉଥିବା ଦ୍ରବ୍ୟରେ କିଛି ନିକୃଷ୍ଟ ଦ୍ରବ୍ୟର ମିଶ୍ରଣ।

(ଖ) ଭେଜାଲ (ନକଲି) ଦ୍ରବ୍ୟର ବିକ୍ରୟ ଅର୍ଥାତ୍ ବାସ୍ତବ ଦ୍ରବ୍ୟ ପରିବର୍ତ୍ତେ ସ୍ୱଳ୍ପ ମୂଲ୍ୟର କେତେକ ଜିନିଷ ବିକ୍ରୟ।

(ଗ) ନିମ୍ନମାନର ଦ୍ରବ୍ୟ ଗୁଡିକ ବିକ୍ରୟ ଅର୍ଥାତ୍ ବିହିତ ଗୁଣବତ୍ତା ମାନକ ଗୁଡିକୁ ସମର୍ଥନ କରୁ ନ ଥିବା ଦ୍ରବ୍ୟଗୁଡିକର ବିକ୍ରୟ।

(ଘ) ପ୍ରତିରୂପ ଦ୍ରବ୍ୟଗୁଡିକର ବିକ୍ରୟ।

ଟିପ୍ପଣୀ

(ଙ) ମିଥ୍ୟା ବଟକରା ଓ ପରିମାଣର ବ୍ୟବହାର ଯାହାକି କମ୍ ଓଜନ ଦର୍ଶାଏ ।

(ଚ) ମହଜୁଦକରଣ ଓ କଳାବଜାରୀ ଯାହାକି ଦ୍ରବ୍ୟର ସ୍ୱଳ୍ପତା ଓ ଦରବୃଦ୍ଧିକୁ ଜନ୍ମଦିଏ ।

(ଛ) ଦ୍ରବ୍ୟ ସକାଶେ ନିର୍ଦ୍ଧାରିତ ସର୍ବାଧିକ ଖୁଚୁରା ଦର ଠାରୁ ଅଧିକ ଅସୁଲ କରିବା ।

(ଜ) ଦୋଷଯୁକ୍ତ ଦ୍ରବ୍ୟଗୁଡିକର ଯୋଗାଣ

(ଝ) ଭ୍ରମାତ୍ମକ ବିଜ୍ଞାପନ; ଅର୍ଥାତ୍ ବିଜ୍ଞାପନ ଯାହାକି ଏକ ଦ୍ରବ୍ୟ ଅଥବା ସେବାକୁ ମିଥ୍ୟାପୂର୍ଣ୍ଣ ଭାବରେ ସର୍ବୋତ୍କୃଷ୍ଟ ଗୁଣବତ୍ତା, ବର୍ଗ ଅଥବା ମାନକସମ୍ପନ୍ନ ଏକ ଦ୍ରବ୍ୟ ଅଥବା ସେବା ରୂପେ ଦାବି କରିଥାଏ ।

(ଞ) ନିକୃଷ୍ଟ ସେବା ଯୋଗାଣ ଅର୍ଥାତ୍ ପ୍ରଦତ୍ତ ସେବାର ଗୁଣବତ୍ତା ସମ୍ମତିପ୍ରଦାନ ସେବାର ଗୁଣବତ୍ତା ତୁଳନାରେ ନିମ୍ନତର ହୋଇଥାଏ ।

ଉପରୋକ୍ତ ଉଦାହରଣଗୁଡ଼ିକ ଦ୍ରବ୍ୟ ଓ ସେବା ଗୁଡ଼ିକ କ୍ଷେତ୍ରରେ ଖାଉଟିର ଶୋଷଣକୁ ଦର୍ଶାଏ । ଭାରତ ପରି ଏକ ଗଣତାନ୍ତ୍ରିକ ରାଷ୍ଟ୍ରରେ ଆମେ ଏହା ହେବା ସକାଶେ ଅନୁମତି ଦେବା ଉଚିତ୍ କି ? ତେଣୁ ସରକାର ଅଥବା ଅଣ-ସରକାରୀ ସଂସ୍ଥା (ଏନଜିଓ) ମାନଙ୍କ ଦ୍ୱାରା ଖାଉଟିମାନଙ୍କର ସ୍ୱାର୍ଥ ସୁରକ୍ଷା ପାଇଁ ଗ୍ରହଣ କରାଯାଉଥିବା ଉପାୟ ଗୁଡିକୁ ନେଇ ଖାଉଟି ସୁରକ୍ଷା ଗଠିତ ହୋଇଥାଏ ।

ଭାରତରେ ଖାଉଟି ଶୋଷଣର ଉଦାହରଣ

- ଏକ ନିର୍ଦ୍ଦିଷ୍ଟ ଦୂରଦର୍ଶନ ସେଟ୍ ର ବିକ୍ରୟ ପର ସେବା ପ୍ରଦାନ କାରୀ ସେବା ଦେୟ ବାବଦରେ ୨୦୦ ଟଙ୍କା ଦାବି କଲେ ଯଦିଓ ସେ ସେଟ୍ ଟିକୁ ନିର୍ଭରତା ସମୟସୀମା ମଧ୍ୟରେ ମରାମତି କରିଅଛନ୍ତି ।
- ବିଭିନ୍ନ ଯାତ୍ରୀମାନଙ୍କୁ ସମାନ ଦିନରେ ସମାନ ଯାତ୍ରା ପାଇଁ ସମାନ ସିଟ୍ ସଂଖ୍ୟା ଦର୍ଶାଇ ଟିକେଟ ପ୍ରଦାନ କରାଯାଇଥିଲା ।
- ଭାରତୀୟ ଷ୍ଟେଟ୍‌ବ୍ୟାଙ୍କ ଦ୍ୱାରା ଜଣେ ଗ୍ରାହକଙ୍କୁ ଓ ଚେକ୍ ବହି ପ୍ରଦାନ ପରେ ୫୦ ଟଙ୍କା ଜୋରିମାନା ଆଦାୟ କରାଯାଇଥିଲା । କାରଣ ଦର୍ଶାଯାଇଥିଲା ଯେ ହିସାବରେ ଉପଲବ୍ଧ ବଳକା ଚେକ୍ ବହି ପ୍ରଦାନ ପାଇଁ ନ୍ୟୁନତମ ଆବଶ୍ୟକୀୟ ବଳକାଠାରୁ କମ୍ ଥିଲା ।
- ଖାଉଟିଙ୍କୁ ରନ୍ଧନ ଗ୍ୟାସ ସିଲିଣ୍ଡର ଯୋଗାଣ ସମୟରେ ଦେଖାଗଲା ଯେ ଏହାର କମ୍ ଓଜନ ରହିଅଛି ।

୨୪.୩ ଖାଉଟି ସୁରକ୍ଷା ସକାଶେ ଆବଶ୍ୟକତା

ଖାଉଟିମାନଙ୍କର ନିଃସହାୟ ସ୍ଥିତି ଯୋଗୁଁ ମୁଖ୍ୟତଃ ଉପଭୋକ୍ତାମାନଙ୍କ ସ୍ୱାର୍ଥ ସୁରକ୍ଷା ସମ୍ପର୍କିତ ଉପାୟଗୁଡ଼ିକ ଗ୍ରହଣ କରିବାର ଆବଶ୍ୟକତା ସୃଷ୍ଟି ହୋଇଥାଏ । ଏହି ବିଷୟକୁ ଅସ୍ୱୀକାର କରି ହେବ ନାହିଁ ଯେ ତ୍ରୁଟିପୂର୍ଣ୍ଣ ଦ୍ରବ୍ୟ ଅଥବା ସେବାଗୁଡିକର ଅଭାବ ଯୋଗୁଁ ସୃଷ୍ଟ ଆଘାତ ଅଥବା କ୍ଷତରୁ ସୁରକ୍ଷା ପାଇବା ପାଇଁ ଖାଉଟି ମାନଙ୍କର ମୌଳିକ ଅଧିକାର ରହିଅଛି । କିନ୍ତୁ ସେମାନେ ସଚେତନତା ଅଭାବ, ଅଜ୍ଞତା, ଆଳସ୍ୟପୂର୍ଣ୍ଣତା କାରଣରୁ ନିଜର ଅଧିକାର ଗୁଡିକର କ୍ୱଚିତ ବ୍ୟବହାର କରିଥାନ୍ତି । ପରନ୍ତୁ ପ୍ରଚଳିତ କୁଅଭ୍ୟାସ ଓ ତଦ୍ୱାରା ଖାଉଟିମାନେ ଭୁକ୍ତଭୋଗୀ ହେବାର ଆଶଙ୍କା ଥିବା ଦୃଷ୍ଟିରୁ ଏହା ଆବଶ୍ୟକ ହୋଇଥାଏ ଯେ ସେମାନଙ୍କୁ ଶାରୀରିକ ସୁରକ୍ଷା, ଆର୍ଥନୀତିକ ସ୍ୱାର୍ଥଗୁଡିକର ସୁରକ୍ଷା, ସୂଚନା ପ୍ରାପ୍ତି ଅଧିକାର, ସନ୍ତୋଷଜନକ ଦ୍ରବ୍ୟ ମାନ ଏବଂ ସେମାନଙ୍କର

ଅଭିଯୋଗ ଗୁଡିକର ମୋଚନ ପାଇଁ ବୈଧାନିକ ଉପାୟ ଯୋଗାଇ ଦିଆଯିବ। ଖାଉଟି ସୁରକ୍ଷା ସକାଶେ ଅନ୍ୟ ମୁଖ୍ୟ ଯୁକ୍ତି ଗୁଡିକ ନିମ୍ନରେ ପ୍ରଦାନ କରାଯାଇଅଛି:

(କ) ସାମାଜିକ ଦାୟିତ୍ୱ

ବ୍ୟବସାୟ କେତେକ ସାମାଜିକ ଓ ନୈତିକ ମାନଦଣ୍ଡ ଦ୍ୱାରା ପଥଦର୍ଶୀ ହେବା ଉଚିତ୍। ଖାଉଟି ମାନଙ୍କର ସ୍ୱାର୍ଥ ରକ୍ଷାକରିବା ବ୍ୟବସାୟର ନୈତିକ ଦାୟିତ୍ୱ ହୋଇଥାଏ। ଏହି ନୀତି ସହ ସାମଞ୍ଜସ୍ୟ ରଖି ଖାଉଟିମାନଙ୍କୁ ସଠିକ୍ ଗୁଣବତ୍ତା ଓ ପରିମାଣର ଦ୍ରବ୍ୟ ସୁଲଭ ମୂଲ୍ୟରେ ଯୋଗାଇଦେବା ହେଉଛି ଉତ୍ପାଦନକାରୀ ଓ ବ୍ୟାପାରୀମାନଙ୍କର କର୍ତ୍ତବ୍ୟ।

(ଖ) ସଚେତନତା ବୃଦ୍ଧି

ବ୍ୟବସାୟର କୁଅଭ୍ୟାସ ଗୁଡିକ ବିପକ୍ଷରେ ଖାଉଟି ମାନେ ନିଜର ଅଧିକାର ବାବଦରେ ଅଧିକ ସଚେତନ ହେଉଅଛନ୍ତି। ଆମଦେଶରେ ବହୁତ ଗୁଡିଏ ଉପଭୋକ୍ତା /ଖାଉଟି ସଙ୍ଗଠନ ଓ ସଂଘମାନ ରହିଅଛନ୍ତି ଯେଉଁମାନେକି ଖାଉଟି ସଚେତନତା ତିଆରି କରିବା ପାଇଁ ଚେଷ୍ଟା କରୁ ଅଛନ୍ତି, ଖାଉଟି ମାନଙ୍କର ପ୍ରସଙ୍ଗକୁ ବିଭିନ୍ନ ସ୍ତର ମାନଙ୍କରେ ପହଞ୍ଚାଉଛନ୍ତି ଓ ଖାଉଟିମାନଙ୍କୁ ନିଜର ଅଧିକାର ସାବ୍ୟସ୍ତ କରିବା ଦିଗରେ ସହାୟତା କରୁଅଛନ୍ତି।

(ଗ) ଖାଉଟି ସନ୍ତୁଷ୍ଟି

ଜାତିର ପିତା ମହାତ୍ମାଗାନ୍ଧୀ ଏକଦା ବିନିର୍ମାଣକାରୀ ଓ ବ୍ୟାପାରୀଙ୍କୁ ଡାକରାଦେଇ କହିଥିଲେ "ନିଜର ଖାଉଟି ମାନଙ୍କୁ ଭଗବାନ ହିସାବରେ ବିବେଚନା କର" । ବ୍ୟବସାୟିକ ସଫଳତାର ମୂଳମନ୍ତ୍ର ହେଉଛି ଉପଭୋକ୍ତା ମାନଙ୍କର ସନ୍ତୁଷ୍ଟି। ଏଥିପାଇଁ ବ୍ୟବସାୟୀମାନେ ଖାଉଟି/ଉପଭୋକ୍ତାଙ୍କୁ ଗୁଣବତ୍ତା ଦ୍ରବ୍ୟ ଓ ସେବା ଯୁକ୍ତିଯୁକ୍ତ ଦରରେ ପ୍ରଦାନ କରି ସେମାନଙ୍କର ସ୍ୱାର୍ଥରକ୍ଷା ସକାଶେ ସମସ୍ତ ପଦକ୍ଷେପ ନେବା ଉଚିତ୍।

(ଘ) ସାମାଜିକ ନ୍ୟାୟ ନୀତି

ଭାରତୀୟ ସମ୍ବିଧାନରେ ଲିଖିତ ହୋଇଥିବା ରାଷ୍ଟ୍ରୀୟ ନିର୍ଦ୍ଦେଶମୂଳକ ନୀତି ବିରୁଦ୍ଧରେ ଖାଉଟିମାନଙ୍କୁ ଶୋଷଣ ବିରୋଧରେ ଯାଇଥାଏ। ଏହିନୀତି ସାମଞ୍ଜସ୍ୟରେ, ବିନିର୍ମାଣକାରୀ, ବ୍ୟାପାରୀ ଓ ସେବା ପ୍ରଦାନକାରୀ ମାନଙ୍କ ଠାରୁ ଏହା ଆଶା କରାଯାଏ ଯେ ସେମାନେ କୁ-ଅଭ୍ୟାସ ଗୁଡିକଠାରୁ ଦୂରେଇ ରହିବେ ଓ ଖାଉଟି ମାନଙ୍କର ସ୍ୱାର୍ଥର ଯତ୍ନ ନେବେ।

(ଙ) ନ୍ୟାସିଭାବ ନୀତି

ଗାନ୍ଧୀବାଦ ଦର୍ଶନ ଅନୁସାରେ, ବିନିର୍ମାଣକାରୀ ଓ ଉତ୍ପାଦନକାରୀ ମାନେ ବ୍ୟବସାୟର ବାସ୍ତବ ମାଲିକ ନୁହଁନ୍ତି। ସମାଜଦ୍ୱାରା ସମ୍ବଳଗୁଡିକର ଯୋଗାଣ ହୋଇଥାଏ। ସେମାନେ କେବଳ ସମ୍ବଳ ଗୁଡିକର ନ୍ୟାସି ଅଟନ୍ତି ଏବଂ ତେଣୁ ସେମାନେ ସମାଜର ହିତ ସାଧନ ସକାଶେ ସେହି ସମ୍ବଳ ଗୁଡିକର ଫଳପ୍ରଦ ଭାବରେ ବିନିଯୋଗ କରିବା ଉଚିତ୍ ଏବଂ ପ୍ରୋକ୍ତ ସମାଜ ଖାଉଟି ମାନଙ୍କୁ ଅନ୍ତର୍ଭୁକ୍ତ କରିଥାଏ।

(ଚ) ବ୍ୟବସାୟର ଅଭିବୃଦ୍ଧି ଓ ଉତ୍ତରଜୀବିତା(ତିଷ୍ଠି ରହିବା)

ନିଜର ଉତ୍ତରଜୀବିତା ଓ ପ୍ରଗତି ସକାଶେ ଖାଉଟିର ସ୍ୱାର୍ଥଗୁଡିକୁ ବ୍ୟବସାୟ ରକ୍ଷା କରିବା ଉଚିତ୍। ଜଗତୀକରଣ ଓ ପ୍ରତିଦ୍ୱନ୍ଦିତା ବୃଦ୍ଧି ପରିପ୍ରେକ୍ଷୀରେ କୌଣସି ବ୍ୟବସାୟିକ ସଙ୍ଗଠନ ଯିଏକି କୁଅଭ୍ୟାସରେ ସଂଶ୍ଳିଷ୍ଟ ଥାଆନ୍ତି ଅଥବା ନିଜର ଅନ୍ତିମ ଉପଭୋକ୍ତା / ଖାଉଟିଙ୍କୁ ଉନ୍ନତ ସେବାମାନ ଯୋଗାଇବାରେ ବିଫଳ ହୁଅନ୍ତି, ତେବେ ଏହାକୁ ଚାଲୁ ରଖିବାରେ ଅସୁବିଧାର ସମ୍ମୁଖୀନ ହେବେ। ଏଥି ସକାଶେ ସେଗୁଡିକ ନିଜର ଦୀର୍ଘ - ମିଆଦ ସ୍ୱାର୍ଥ ଦୃଷ୍ଟିରୁ ନିଶ୍ଚୟ ଖାଉଟି ଅଭିମୁଖୀ ହେବା ଆବଶ୍ୟକ।

ଟିପ୍ପଣୀ

ଖାଉଟି ସୁରକ୍ଷାର ଆବଶ୍ୟକତା

- ସାମାଜିକ ଦାୟିତ୍ୱ
- ସଚେତନତା ବୃଦ୍ଧି
- ଖାଉଟି ସନ୍ତୁଷ୍ଟି
- ସାମାଜିକ ନ୍ୟାୟନୀତି
- ନ୍ୟାସିଭାବ ନୀତି
- ବ୍ୟବସାୟର ଅଭିବୃଦ୍ଧି ଓ ଉତ୍ତରଜୀବିତା

ଟିପ୍ପଣୀ

ପାଠଗତ ପ୍ରଶ୍ନାବଳୀ ୨୪କ

୧. ତୁମର ଦୈନନ୍ଦିନ ଜୀବନର ପାଞ୍ଚଗୋଟି ଉଦାହରଣ ଦିଅ ଯେଉଁଥିରେ କି ତୁମେ ନିଜକୁ ଜଣେ ଖାଉଟି / ଉପଭୋକ୍ତା ଭାବରେ ଦେଖିଥାଅ।

(କ) ______________________

(ଖ) ______________________

(ଗ) ______________________

(ଘ) ______________________

(ଙ) ______________________

୨. ଖାଉଟି ଶୋଷଣ ଚିହ୍ନଟ ସକାଶେ ପ୍ରଦତ୍ତ ବାକ୍ୟରେ (√ / ×) ଚିହ୍ନ ପ୍ରଦାନ କର।

(କ)ହଳଦିଆ ରଙ୍ଗର ମିଶ୍ରଣ ସହିତ ବିକ୍ରିହେଉଥିବା ହଳଦୀଗୁଣ୍ଡ ☐

(ଖ)ଦୁଇବର୍ଷର ନିର୍ଭରତା ସହ କ୍ରୟ କରାଯାଇଥିବା ଏକ ଟେବୁଲଫ୍ୟାନ ☐

(ଗ)ନୁଡୁଲ୍ସ ର ବିକ୍ରୟ, ନାମପଟି ଉପରେ ୧୦୦ ଗ୍ରାମ ଅଙ୍କିତ ହୋଇଅଛି, କିନ୍ତୁ ପ୍ରକୃତରେ ଏହାର ଓଜନ ୮୦ ଗ୍ରାମ ☐

(ଙ)ଜଣେ ଯାତ୍ରୀ ଗୋଟିଏ ଡିଲକ୍ସ ବସରେ ଯାତ୍ରାକଲେ କିନ୍ତୁ ବସିବାସ୍ଥାନ ଅତ୍ୟଧିକ ଅଣଆରାମଦାୟକ ଥିଲା ☐

୨୪.୪ ଖାଉଟି ମାନଙ୍କର ଅଧିକାର

ଜନ୍. ଏଫ୍, କେନେଡି, ପୂର୍ବତନ ଆମେରିକା ରାଷ୍ଟ୍ରପତି, ଖାଉଟି ମାନଙ୍କୁ ନିଜର ସନ୍ଦେଶରେ ଛଅଗୋଟି ଅଧିକାର ପ୍ରଦାନ କରିଥିଲେ। ସେହି ଅଧିକାରଗୁଡିକ ହେଲା (୧) ନିରାପତ୍ତା ଅଧିକାର (୨) ସୂଚନା ପାଇବାର ଅଧିକାର (୩) ଚୟନ କରିବାର ଅଧିକାର (୪) ଅଭିଯୋଗ ଶୁଣାଣି ଅଧିକାର (୫) ଅଭିଯୋଗ ମୋଚନ ଅଧିକାର (୬) ପ୍ରତିନିଧିତ୍ୱ କରିବା ଅଧିକାର । ଏହି ଅଧିକାର ଗୁଡିକ ଆମେରିକାରେ (ୟୁଏସଏ) ସଂଗଠିତ ଖାଉଟି ଆନ୍ଦୋଳନ ସକାଶେ ପଥ ପରିଷ୍କାର କରିଥିଲା। ଏବଂ ପରବର୍ତ୍ତୀ ସମୟରେ ଏହା ସମଗ୍ର ବିଶ୍ୱରେ ବ୍ୟାପି ଯାଇଥିଲା। ଭାରତରେ ୧୯୮୬ ମସିହା ଖାଉଟି ସୁରକ୍ଷା ଅଧିନିୟମ ମଧ୍ୟ ଖାଉଟିମାନଙ୍କର ସମାନ ଅଧିକାର ଗୁଡିକ ଯୋଗାଇ ଦେଇଅଛି। ଆସ, ଖାଉଟିମାନଙ୍କର ସେହି ଅଧିକାର ଗୁଡିକ ବାବଦରେ ଏକ ସଂକ୍ଷିପ୍ତ ଧାରଣା ଅର୍ଜନ କରିବା।

(କ) ନିରାପତ୍ତା ଅଧିକାର

ଦ୍ରବ୍ୟ ଓ ସେବା ଯେଉଁଗୁଡିକ କି ସ୍ୱାସ୍ଥ୍ୟ ଓ ଜୀବନ ପାଇଁ ବିପଦ ସୃଷ୍ଟିକାରୀ ଅଟନ୍ତି ସେଗୁଡିକ ବାବଦରେ ଖାଉଟିମାନଙ୍କୁ ସୁରକ୍ଷିତ ରଖିବାର ଅଧିକାର ହେଉଛି ନିରାପତ୍ତା ଅଧିକାର। ଉଦାହରଣ ସ୍ୱରୂପ, ତ୍ରୁଟିପୂର୍ଣ୍ଣ ଯାନବାହନ ଗୁଡିକ ମାରାତ୍ମକ ଦୁର୍ଘଟଣାମାନ ସୃଷ୍ଟି କରିପାରନ୍ତି। ନିମ୍ନମାନର ସାମଗ୍ରୀ ଯୁକ୍ତ ବୈଦ୍ୟୁତିକ ଉପକରଣ ଗୁଡିକ କ୍ଷେତ୍ରରେ ମଧ୍ୟ ଏହା ସତ୍ୟ ହୋଇଥାଏ। ଏଇ ମାତ୍ର ନିକଟରେ ଅନୁମତିପ୍ରାପ୍ତ/ ଅନୁଜ୍ଞେୟ ସୀମା ବହିର୍ଭୁକ୍ତ ବିପଦପୂର୍ଣ୍ଣ କୀଟନାଶକର ଉପସ୍ଥିତି ଯୋଗୁଁ ମୃଦୁପାନୀୟ ଗୁଡିକର ଗଣପ୍ରତିରୋଧ ଓ ବର୍ଜନ ହୋଇଥିଲା। ତେଣୁ, ନିରାପତ୍ତା ଅଧିକାର

ଖାଉଟିମାନଙ୍କୁ ଉପଲବ୍ଧ ହୋଇଥିବା ଏକ ଗୁରୁତ୍ୱପୂର୍ଣ୍ଣ ଅଧିକାର ଯାହାକି ସୁନିଶ୍ଚିତ କରିଥାଏ ଯେ ବିନିର୍ମାଣକାରୀମାନେ ନିମ୍ନ ମାନର ଏବଂ ବିପଜ୍ଜନକ ଦ୍ରବ୍ୟଗୁଡ଼ିକୁ ଉତ୍ପାଦନ ଓ ବିକ୍ରିକରିବେ ନାହିଁ ।

(ଖ) ସୂଚନା ପ୍ରାପ୍ତି ଅଧିକାର

ଖାଉଟି ସୁରକ୍ଷାର ଏକ ଗୁରୁତ୍ୱପୂର୍ଣ୍ଣ ଅଙ୍ଗ ହେଉଅଛି ସୂଚନା ପ୍ରାପ୍ତି ଅଧିକାର । ଖାଉଟିଙ୍କୁ ଗୁଣବତ୍ତା ଦ୍ରବ୍ୟ, ସେବା ଗୁଡ଼ିକର ପରିମାଣ, ଶୁଦ୍ଧତା, ମାନ ଓ ଦର ବାବଦରେ ସଠିକ୍ ଓ ପର୍ଯ୍ୟାପ୍ତ ସୂଚନା ଯୋଗାଇଦେବା ନିଶ୍ଚୟ ଆବଶ୍ୟକ ହୋଇଥାଏ । ବର୍ତ୍ତମାନ ଯୁଗରେ ବିନିର୍ମାଣକାରୀମାନେ ଦ୍ରବ୍ୟର ସୂଚୀ, ଏହାର ପରିମାଣ, ବିନିର୍ମାଣ ତାରିଖ, ସମାପ୍ତି ତାରିଖ, ସର୍ବାଧିକ ଖୁଚୁରା ଦର, ସତର୍କତା ମୂଳକ ପଦକ୍ଷେପ ଆଦି ବାବଦରେ ଦ୍ରବ୍ୟର ନାମପଟି ଓ ବନ୍ଧେଇ ଉପରେ ବିଶଦ ଭାବରେ ସୂଚନା ପ୍ରଦାନ କରିଥାନ୍ତି । ସେହି ସୂଚନା ଗୁଡ଼ିକ ଖାଉଟି ମାନଙ୍କୁ ନିଜର କ୍ରୟ ନିଷ୍ପତ୍ତି ନେବା ଓ ଦ୍ରବ୍ୟର ବ୍ୟବହାର କରିବାରେ ସାହାଯ୍ୟ କରିଥାଏ ।

(ଗ) ଚୟନ ଅଧିକାର

ଯେତେବେଳେ ସମ୍ଭବ, ତୁଳନାତ୍ମକ ଦରରେ ବିବିଧ ଦ୍ରବ୍ୟ ଓ ସେବାଗୁଡ଼ିକୁ ହାତେଇବା ପାଇଁ ଖାଉଟି ସୁନିଶ୍ଚିତ ରହିବା ବିଷୟ ଚୟନ ଅଧିକାର ପ୍ରଦାନ କରିଥାଏ । ଯଦି ବଜାରରେ ବହୁତ ପ୍ରକାରର ଦ୍ରବ୍ୟ ଅତିଶୟ ପ୍ରତିଦ୍ୱନ୍ଦ୍ୱିତା ମୂଳକ ଦରରେ ରହିଅଛି, ତେବେ କ୍ରେତାମାନଙ୍କର ପ୍ରଶସ୍ତଚୟନ ର ଏକ ସୁବିଧା ରହିଥାଏ । ପରନ୍ତୁ, ଏକଚାଟିଆ ଅଧିକାରୀ ଯଥା ରେଳବାଇ, ଡାକସେବା ଓ ବିଦ୍ୟୁତ ଯୋଗାଣ ଆଦି କ୍ଷେତ୍ରରେ ଏକ ସୁଲଭ ଦରରେ ସନ୍ତୋଷଜନକ ଗୁଣବତ୍ତା ସେବା ପାଇବାର ଏକ ସୁନିଶ୍ଚିତ ଅଧିକାରକୁ ଏହା ସୂଚାଏ ।

(ଘ) ଅଭିଯୋଗ ଶୁଣାଣିର ଅଧିକାର

ଅଭିଯୋଗ ଶୁଣାଣି ବିନା ନିରାପତ୍ତା, ସୂଚନା ଓ ଚୟନ ଅଧିକାର ତୁଚ୍ଛ ହୋଇଥାଏ । ଏହି ଅଧିକାରର ତିନୋଟି ବ୍ୟାଖ୍ୟା ରହିଅଛି । ମୋଟ୍ ଉପରେ କହିବାକୁ ଗଲେ ଏହି ଅଧିକାରର ଅର୍ଥ ହେଉଅଛି ଯେ ଖାଉଟିମାନଙ୍କର ଏକ ଅଧିକାର ରହିଅଛି ଯେ ସେମାନେ ସରକାର ଓ ରାଷ୍ଟ୍ରୀୟ ସଂସ୍ଥାଗୁଡ଼ିକ ସହ ପରାମର୍ଶ କରିପାରିବେ ଯେତେବେଳେ ସରକାରୀ ନିଷ୍ପତ୍ତି ନିର୍ଣ୍ଣୟ ଓ ନୀତିଗୁଡ଼ିକର ପ୍ରଣୟନ ଉପଭୋକ୍ତା ସ୍ୱାର୍ଥ ଗୁଡ଼ିକ କ୍ଷୁର୍ଣ୍ଣ କରିଥାଏ । ଅଧିକନ୍ତୁ, ଖାଉଟି ମାନଙ୍କର ଅଧିକାର ଥାଏ ଯେ ବିନିର୍ମାଣକାରୀ, ବ୍ୟବସାୟୀ ଏବଂ ବିଜ୍ଞାପନ ପ୍ରଦାନକାରୀ ମାନେ ଉତ୍ପାଦନ, ଉପରେ ନିଜର ମତ, ବିପଣନ ନିଷ୍ପତ୍ତି ଓ ଖାଉଟିମାନଙ୍କର ଯେ କୌଣସି ଅଭିଯୋଗ ଗୁଡ଼ିକ ଉପରେ ଶୁଣାଣି କରିବେ । ଆଜିକାଲି, ଅଧିକାଂଶ ଉଚ୍ଚସ୍ତରୀୟ ବିନିର୍ମାଣ ଓ ପ୍ରତିଷ୍ଠାନ ମାନେ ଖାଉଟି ସେବା ପ୍ରକୋଷ୍ଠ ଖାଉଟି ମାନଙ୍କର ଅଭିଯୋଗ ଶୁଣିବା ପାଇଁ ପ୍ରତିଷ୍ଠା କରିଅଛନ୍ତି ଓ ସେଗୁଡ଼ିକର ପ୍ରତିକାର ସକାଶେ ଉପଯୁକ୍ତ ପଦକ୍ଷେପମାନ ନେଇଥାଆନ୍ତି । ତୃତୀୟତଃ, ଆଇନ ବିଚାରାଳୟ ମାନଙ୍କରେ ଖାଉଟି ମାନଙ୍କର ଅଭିଯୋଗ ଗୁଡ଼ିକର ଆଇନଗତ ବିଚାର ସମୟରେ ଖାଉଟିମାନଙ୍କର ଶୁଣାଣି ଅଧିକାର ରହିଥାଏ ।

(ଙ) ଅଭିଯୋଗ ମୋଚନ ଅଧିକାର

ଦ୍ରବ୍ୟ ଓ ସେବା ଗୁଡ଼ିକରେ ସମ୍ପାଦନ, ଶ୍ରେଣୀ ଓ ଗୁଣବତ୍ତା ଆଦି ସମ୍ପର୍କିତ ଅଭିଯୋଗ ଗୁଡ଼ିକର ପ୍ରତିକାର ପାଇଁ ଖାଉଟିମାନଙ୍କର ଅଧିକାର ରହିଥାଏ । ଯଦି ଆବଶ୍ୟକ ହୋଇଥାଏ, ଉତ୍ପାଦ ଗୁଡ଼ିକ ବିକ୍ରେତା / ବିନିର୍ମାଣଙ୍କ ଦ୍ୱାରା ନିଶ୍ଚୟ ମରାମତି/ ପୁନଃବଦଳ ହୋଇଥାଏ । ଖାଉଟି ସୁରକ୍ଷା ଅଧିନିୟମ ଖାଉଟିମାନଙ୍କର ଯଥାର୍ଥ ଅଭିଯୋଗଗୁଡ଼ିକର ଏକ ଉଚିତ ଫଇସଲା ର ବ୍ୟବସ୍ଥା ସଠିକ୍ ଭାବରେ

ଟିପ୍ପଣୀ

ଖାଉଟିମାନଙ୍କର ଅଧିକାର

- ନିରାପତ୍ତା ଅଧିକାର
- ସୂଚନା ପ୍ରାପ୍ତି ଅଧିକାର
- ଚୟନ ଅଧିକାର
- ଅଭିଯୋଗ ଶୁଣାଣି ଅଧିକାର
- ଅଭିଯୋଗ ମୋଚନ ଅଧିକାର
- ଖାଉଟି ଶିକ୍ଷା ଲାଭ ଅଧିକାର

କରିଥାଏ । ଏହାମଧ୍ୟ ଏକ ଉପଯୁକ୍ତ ଯନ୍ତ୍ର କ୍ରିୟା ସ୍ଥାପନ କରିଥାଏ ଯାହାକି ସେଗୁଡ଼ିକର ସମାଧାନ ସକାଶେ ଜିଲ୍ଲା, ରାଜ୍ୟ, ଓ ରାଷ୍ଟ୍ର ସ୍ତରରେ କରିଥାଏ ।

(ଚ) ଖାଉଟି ଶିକ୍ଷା ଲାଭ ଅଧିକାର

ଏହାର ଅର୍ଥ, ସଚେତନ ଖାଉଟି ହେବା ସକାଶେ ଜ୍ଞାନ ଓ ଦକ୍ଷତା ପ୍ରାପ୍ତି ଅଧିକାର । ଏହି ଦିଗରେ ଖାଉଟି ସଂଘ, ଶିକ୍ଷା ଅନୁଷ୍ଠାନ ଓ ନୀତିପ୍ରଣୟନକାରୀ ମାନେ ଏକ ଗୁରୁତ୍ୱପୂର୍ଣ୍ଣ ଭୂମିକା ନିର୍ବାହ କରନ୍ତି । ଏହା ଆଶା କରାଯାଇଥାଏ ଯେ ସେମାନେ ନିମ୍ନଲିଖିତ ବିଷୟ ବାବଦରେ ସୂଚନା ଓ ଜ୍ଞାନ ପ୍ରଦାନ କରିବେ । (୧) ଅସାଧୁ ବ୍ୟବସାୟ କାରବାର ଦୂରେଇବା ପାଇଁ ଲକ୍ଷିତ ଦରକାରୀ ନିୟମ (୨) ଅସାଧୁ ବେପାରୀ ଓ ଉତ୍ପାଦନକାରୀମାନେ ଖାଉଟିମାନଙ୍କୁ ଠକିବା ପାଇଁ ଗ୍ରହଣ କରୁଥିବା ଉପାୟ ଓ ମାଧ୍ୟମ (୩) କ୍ରୟ ସମୟରେ ପ୍ରାପ୍ତି ସ୍ୱୀକାର ପତ୍ର ଅଥବା ଏକ ମୂଲ୍ୟ ପତ୍ର ପାଇବା ସକାଶେ ବାଧ୍ୟ କରିବା ଏବଂ (୪) ଅଭିଯୋଗଗୁଡ଼ିକ କରିବା ସମୟରେ ଖାଉଟିମାନଙ୍କର ଅନୁସୃତ ପ୍ରକ୍ରିୟା । ଫଳପ୍ରଦ ଖାଉଟି ଶିକ୍ଷା ଖାଉଟି ସଚେତନତା ସ୍ତରରେ ବୃଦ୍ଧିକୁ ସଂଯୋଗ କରିଥାଏ ଓ ଅଧିକ ଫଳପ୍ରଦ ଭାବରେ ଖାଉଟି ମାନଙ୍କର ଅଧିକାର ସାବ୍ୟସ୍ତ କରିବାରେ ସାହାଯ୍ୟ କରିଥାଏ ଏବଂ ସେମାନଙ୍କୁ ପ୍ରତାରଣାପୂର୍ଣ୍ଣ, ଶଠତାପୂର୍ଣ୍ଣ ଓ ମୋଟାମୋଟି ଭାବରେ ବିଭ୍ରାନ୍ତିକର ବିଜ୍ଞାପନ, ନାମ ପଟିକରଣ ଆଦି ବାବଦରେ ସୁରକ୍ଷା ପ୍ରଦାନ କରିଥାଏ ।

୨୪.୫ ଖାଉଟି ମାନଙ୍କର ଦାୟିତ୍ୱ

ତୁମେ ଖାଉଟି ମାନଙ୍କର ଅନେକ ଅଧିକାର ବିଷୟରେ ଶିକ୍ଷାଲାଭ କରିଅଛ । ଆସ,ସେମାନଙ୍କର କର୍ତ୍ତବ୍ୟ ଓ ଦାୟିତ୍ୱ ଗୁଡ଼ିକ ବାବଦରେ ଏକ ଧାରଣା ଅର୍ଜନ କରିବା । ଏଗୁଡ଼ିକ ନିମ୍ନଲିଖିତ ବିଷୟ ଅନ୍ତର୍ଭୁକ୍ତ କରିଥାଏ:

(କ) ଗୁଣବତ୍ତା ପ୍ରତି ସଚେତନ ହୁଅନ୍ତୁ

ବିନିର୍ମାଣକାରୀ ଓ ବ୍ୟାପାରୀମାନଙ୍କର ଅପମିଶ୍ରଣ ଓ ଭ୍ରଷ୍ଟ ଅଭ୍ୟାସ ଗୁଡ଼ିକୁ ଏକ ପ୍ରକାର ବନ୍ଦ କରିଦେବା ସକାଶେ ଏହା ପ୍ରତ୍ୟେକ ଖାଉଟିଙ୍କର କର୍ତ୍ତବ୍ୟ ହୋଇଥାଏ ଯେ ସେମାନେ କ୍ରୟ କରୁଥିବା ଦ୍ରବ୍ୟର ଗୁଣବତ୍ତା ବାବଦରେ ସଚେତନ ରହିବେ । ସେମାନେ ମଧ୍ୟ କ୍ରୟକରୁଥିବା ସମୟରେ ମାନକ ଗୁଣବତ୍ତା ଅନୁପ୍ରମାଣନ ଚିହ୍ନ ଯଥା ଆଇଏସଆଇ, ଆଗ୍‌ମାର୍କ, ଏଫ୍‌ପିଓ, ଉଲ୍‌ମାର୍କ, ଇକୋ-ମାର୍କ, ହଲମାର୍କ ଆଦି ସନ୍ଧାନ କରିବା ଉଚିତ୍ ।

(ଖ) ଭ୍ରମାତ୍ମକ ବିଜ୍ଞାପନ ପ୍ରତି ସାବଧାନ ରହନ୍ତୁ

ବିଜ୍ଞାପନ ପ୍ରାୟତଃ ଦ୍ରବ୍ୟଗୁଡ଼ିକର ଗୁଣବତ୍ତାକୁ ଅତିରଞ୍ଜିତ କରି ଉପସ୍ଥାପନ କରିଥାଏ । ଏଥିଯୋଗୁଁ ଖାଉଟି ମାନେ ବିଜ୍ଞାପନ ଉପରେ ବିଶ୍ୱାସ ନକରିବା ଉଚିତ୍ ଓ ଯତ୍ନ ସହକାରେ ଦ୍ରବ୍ୟଗୁଡ଼ିକୁ ଯାଞ୍ଚ କରିବେ ଅଥବା ଏହା କ୍ରୟ କରିବା ପୂର୍ବରୁ ବ୍ୟବହାରକାରୀମାନଙ୍କୁ ପଚାରିବା ଉଚିତ୍ । ଯଦି ଏଥିରେ ଅସାମଞ୍ଜସ୍ୟ ରହେ, ତେବେ ଆବଶ୍ୟକ ସ୍ଥଳେ ତାହା ପ୍ରାୟୋଯକ ଓ ଉପଯୁକ୍ତ ପ୍ରାଧିକାରୀଙ୍କ ଦୃଷ୍ଟିକୁ ଅଣାଯିବା ଉଚିତ୍ ।

(ଗ) ଚୟନ କରିବା ପୂର୍ବରୁ ବିବିଧ ଦ୍ରବ୍ୟଗୁଡ଼ିକର ନିରୀକ୍ଷଣ ଦାୟିତ୍ୱ

ଦ୍ରବ୍ୟ ଓ ସେବାଗୁଡ଼ିକ କ୍ରୟ କରିବା ପୂର୍ବରୁ ଖାଉଟି ବିଭିନ୍ନ ରକମର ଦ୍ରବ୍ୟଗୁଡ଼ିକୁ ନିରୀକ୍ଷଣ କରିବା ଉଚିତ୍ । ଏହି ଉଦ୍ଦେଶ୍ୟରେ ଖାଉଟି ସେହି ଦ୍ରବ୍ୟ ଗୁଡ଼ିକର ଗୁଣବତ୍ତା, ଦର, ସ୍ଥାୟିତ୍ୱ, ବିକ୍ରୟ ପରସେବା ଆଦି ତୁଳନା କରିବା ଉଚିତ । ଏହା ଖାଉଟି ମାନଙ୍କୁ ନିଜର ସୀମିତ ସମ୍ବଳ ଗୁଡ଼ିକ ମଧ୍ୟରେ ସର୍ବୋତ୍ତମ ଚୟନ କରିବା ସକାଶେ ସମର୍ଥ କରିଥାଏ ।

ଟିପ୍ପଣୀ

ଖାଉଟିମାନଙ୍କର ଦାୟିତ୍ୱ

- ଗୁଣବତ୍ତା ପ୍ରତି ସଚେତନ ହୁଅନ୍ତୁ
- ଭ୍ରମାତ୍ମକ ବିଜ୍ଞାପନ ପ୍ରତି ସାବଧାନ ରୁହନ୍ତୁ
- ଚୟନ କରିବା ପୂର୍ବରୁ ବିବିଧ ଦ୍ରବ୍ୟ ଗୁଡ଼ିକର ନିରୀକ୍ଷଣ ଦାୟିତ୍ୱ
- ନେଣଦେଣର ପ୍ରମାଣ ସଂଗ୍ରହ
- ଖାଉଟିମାନେ ନିଜର ଅଧିକାର ବାବଦରେ ନିଶ୍ଚୟ ସଚେତନ ରହିବେ
- ଯଥାର୍ଥ ଅଭିଯୋଗ ଗୁଡ଼ିକ ପାଇଁ ଫେରାଦ
- ଦ୍ରବ୍ୟ/ସେବା ଗୁଡ଼ିକର ଉପଯୁକ୍ତ ବ୍ୟବହାର

(ଘ) ନେଣଦେଣର ପ୍ରମାଣ ସଂଗ୍ରହ

ଦ୍ରବ୍ୟଗୁଡ଼ିକର କ୍ରୟ ସମ୍ପର୍କିତ ବା ଯେ କୌଣସି ସେବା ଗୁଡ଼ିକ ଉପଲବ୍ଧ କରିବା ସକାଶେ ଖାଉଟି ଏକ ବୈଧ ଦଲିଲଗତ ପ୍ରମାଣ (ନଗଦ ଅର୍ଥ ମେମୋ ରସିଦ୍/ ଚାଲାଣ) ଉପରେ ଜୋର୍‌ଦେବା ଉଚିତ୍ ଏବଂ ତାହା ଯତ୍ନ ସହକାରେ ସାଇତି ରଖିବା ଉଚିତ୍। ସେହି କ୍ରୟର ପ୍ରମାଣ ଅଭିଯୋଗ ଦାଖଲ ସକାଶେ ଆବଶ୍ୟକ ହୋଇଥାଏ। ଦୀର୍ଘସ୍ଥାୟୀ ଦ୍ରବ୍ୟଗୁଡ଼ିକରେ, ବିନିର୍ମାଣକାରୀ ସାଧାରଣତଃ ଏକ ନିର୍ଭରତା/ ନିର୍ଭରୋକ୍ତି ପତ୍ର ଦ୍ରବ୍ୟ ସହିତ ପ୍ରଦାନ କରିଥାନ୍ତି। ଏହା ଖାଉଟି ମାନଙ୍କର କର୍ତ୍ତବ୍ୟ ଯେ ସେ ସେହି ଦଲିଲ ଗୁଡ଼ିକ ପ୍ରାପ୍ତ କରିବେ ଏବଂ ସୁନିଶ୍ଚିତ କରିବେ ଯେ ସେଗୁଡ଼ିକ ସଠିକ୍ ଭାବରେ ସ୍ୱାକ୍ଷରିତ, ମୁଦ୍ରାଙ୍କିତ ଓ ତାରିଖ ପ୍ରଦାନ ହୋଇଥିବ। ଖାଉଟି ସେଗୁଡ଼ିକ ନିର୍ଭରତା / ନିର୍ଭରୋକ୍ତି ସମୟସୀମା ଶେଷ ହେବା ପର୍ଯ୍ୟନ୍ତ ନିଶ୍ଚୟ ନିଜ ପାଖରେ ସାଇତି ରଖିବେ।

(ଙ) ଖାଉଟି ମାନେ ନିଜର ଅଧିକାର ବାବଦରେ ନିଶ୍ଚୟ ସଚେତନ ରହିବେ

ଖାଉଟିମାନେ ଉପରେ ବ୍ୟକ୍ତ କରାଯାଇଥିବା ଭଳି ନିଜର ଅଧିକାର ଗୁଡ଼ିକ ବାବଦରେ ସଚେତନ ରହିବା ନିଶ୍ଚୟ ଆବଶ୍ୟକ ଓ ଦ୍ରବ୍ୟ ଓ ସେବାଗୁଡ଼ିକର କ୍ରୟ ସମୟରେ ସେଗୁଡ଼ିକ ସାବ୍ୟସ୍ତ କରିବେ। ଉଦାହରଣସ୍ୱରୂପ : ଏହା ଜଣେ ଖାଉଟିଙ୍କର କର୍ତ୍ତବ୍ୟ ଥାଏ ଯେ ସେ ଦ୍ରବ୍ୟର ଗୁଣବତ୍ତା ବିଷୟରେ ସମସ୍ତ ତଥ୍ୟ ପ୍ରାପ୍ତ କରିବା ପାଇଁ ଜୋର୍ ପ୍ରଦାନ କରିବେ ଏବଂ ନିଜକୁ ସୁନିଶ୍ଚିତ କରିବେ ଯେ ଦ୍ରବ୍ୟଟି ଯେକୌଣସି ପ୍ରକାରର ତ୍ରୁଟିରୁ ମୁକ୍ତ ରହିଅଛି।

(ଚ) ଯଥାର୍ଥ ଅଭିଯୋଗଗୁଡ଼ିକ ପାଇଁ ଫେରାଦ

ଖାଉଟି ହିସାବରେ ଯଦି ତୁମେ ଦ୍ରବ୍ୟ /ସେବାଗୁଡ଼ିକ ବାବଦରେ ଅସନ୍ତୁଷ୍ଟ ହୋଇଥାଅ, ତେବେ ତୁମେ ନିଜର ଅଭିଯୋଗଗୁଡ଼ିକର ପ୍ରତିକାର ପାଇଁ କହିପାର। ଏହି ସମ୍ବନ୍ଧରେ, ତୁମେ ପ୍ରଥମେ କମ୍ପାନୀ ନିକଟରେ ଗୋଟିଏ ଉପଯୁକ୍ତ ଦାବି ଦାଖଲ ନିଶ୍ଚୟ କରିବ। ଯଦି ବିନିର୍ମାତା /କମ୍ପାନୀ ଉତ୍ତର ପ୍ରଦାନ ନ କରନ୍ତି ତେବେ ତୁମେ ବିଚାରପୀଠଗୁଡ଼ିକୁ ଅନୁରୋଧ କରିପାର। କିନ୍ତୁ ତୁମର ଦାବି ନିଶ୍ଚୟ ବାସ୍ତବ ହାନି ବ୍ୟକ୍ତ କରିଥିବ ଓ କ୍ଷତିପୂରଣ ଦାବି ଯୁକ୍ତିଯୁକ୍ତ ହୋଇଥିବା ଆବଶ୍ୟକ। କୌଣସି ପରିସ୍ଥିତିରେ କପୋଳ କଳ୍ପିତ ଅଭିଯୋଗଗୁଡ଼ିକୁ ଦାଖଲ କରା ନଯିବା ଉଚିତ୍, ହୁଏତ ଅନ୍ୟଥା ବିଚାରପୀଠ ତୁମକୁ ଦଣ୍ଡିତ କରିପାରେ।

(ଛ) ଦ୍ରବ୍ୟ /ସେବାଗୁଡ଼ିକର ଉପଯୁକ୍ତ ବ୍ୟବହାର

ଏହା ଖାଉଟିମାନଙ୍କଠାରୁ ଆଶା କରାଯାଏ ସେମାନେ ଦ୍ରବ୍ୟ /ସେବା ଗୁଡ଼ିକ ସଠିକ୍ ଭାବରେ ବ୍ୟବହାର ଓ ପରିଚାଳନା କରିବେ। ଏହା ଦେଖାଯାଇଅଛି ଯେ ନିର୍ଭରୋକ୍ତି ସମୟସୀମା ମଧ୍ୟରେ ଜନସାଧାରଣ ଦ୍ରବ୍ୟର ବେପରବାୟ ବ୍ୟବହାର କରିବା ଲକ୍ଷ୍ୟ କରାଯାଏ, ଏହି ଭାବନାରେ ଯେ, ନିର୍ଭରୋକ୍ତି ସମୟସୀମା ମଧ୍ୟରେ ଦ୍ରବ୍ୟଟି ପୁନଃସ୍ଥାପନ କରାଯାଇପାରିବ। ଏହି ଅଭ୍ୟାସଗୁଡ଼ିକରୁ ଦୂରେଇ ରହିବା ଉଚିତ୍।

ଉପରେ ସର୍ବଶେଷ ବିବରଣୀ ଦିଆଯାଇଥିବା ଉତ୍ତରଦାୟିତ୍ୱ ଗୁଡ଼ିକ ବ୍ୟତୀତ, ଖାଉଟିମାନେ ଅନ୍ୟ ଖାଉଟିମାନଙ୍କ ପ୍ରତି ନିଜର କର୍ତ୍ତବ୍ୟ, ସମାଜ ଏବଂ ପରିସଂସ୍ଥା ଏବଂ ଉତ୍ତରଦାୟୀ ଚୟନ ବାବଦରେ ସଚେତନ ହେବା ଉଚିତ୍। ଅନ୍ୟ ଅର୍ଥରେ, ସେମାନଙ୍କର କ୍ରୟ ଓ ଉପଭୋଗମାନ ପ୍ରାକୃତିକ ସମ୍ବଳ ଓ ଶକ୍ତି ଗୁଡ଼ିକର ଅପଚୟ ଏବଂ ପରିବେଶ ପ୍ରଦୂଷଣ କରିବା ଦିଗରେ ଅଗ୍ରସର ନହେବା ଉଚିତ୍।

ପାଠଗତ ପ୍ରଶ୍ନାବଳୀ ୨୪ ଖ

୧. ଖାଉଟି ଶିକ୍ଷା ଲାଭ ଅଧିକାର ଅନ୍ତର୍ଗତ କେଉଁ ସୂଚନା ଗୁଡ଼ିକ ତୁମେ ପାଇବା ପାଇଁ ଆଶା କରିଥାଅ ?

(କ) ________________________

(ଖ) ________________________

(ଗ) ________________________

୨. ନିମ୍ନଲିଖିତ ଉଦାହରଣ ଗୁଡ଼ିକରେ ଜଣେ ଖାଉଟି /ଉପଭୋକ୍ତାଙ୍କର ଉଲ୍ଲଂଘନ ହେଉଥିବା ଆବଶ୍ୟକୀୟ ଅଧିକାରଗୁଡ଼ିକ ଚିହ୍ନଟ କର ।

(କ) ଗୋଟିଏ ଏସିଡ୍ ବୋତଲ ବିକ୍ରୟ ହେଲା କିନ୍ତୁ ଏହାର ଠିପି ସଠିକ୍ ଭାବରେ ବନ୍ଦ କରାଯାଇ ନଥିଲା । ________________

(ଖ) ଔଷଧର ବନ୍ଧେଇର ଉପରେ ବିନା ବିନିର୍ମାଣ ତାରିଖ ଓ ସମାପ୍ତି ତାରିଖ ମୁଦ୍ରିତ ହୋଇ ବିକ୍ରୟ ହେଲା । ________________

(ଗ) ମଦନ ଏକ କୁଲର୍ ୨ ବର୍ଷ ନିର୍ଭରତା ସହ କ୍ରୟ କଲେ । କୁଲର୍‌ଟି ୬ମାସ ମଧ୍ୟରେ ସମସ୍ୟା ଦେବା ଆରମ୍ଭ ହେଲା । ମଦନ ବିକ୍ରେତାଙ୍କ ନିକଟରେ ଫେରାଦ କଲା । ବିକ୍ରେତା ତାଙ୍କର ଅଭିଯୋଗଗୁଡ଼ିକୁ ଶୁଣିଲେ ନାହିଁ । ________________

(ଘ) ଉପଲବ୍ଧ ଦ୍ରବ୍ୟ କ୍ରୟ ପାଇଁ ଖାଉଟିଙ୍କୁ ବିକ୍ରେତା ବାଧ୍ୟ କରନ୍ତି ।________________

(ଙ) ସାଧାରଣ ଖାଉଟିମାନେ ନିଜର ଅଧିକାର, ସଠିକ୍ ପଥ ଓ ଅଭିଯୋଗଗୁଡ଼ିକର ଦାଖଲ ପ୍ରକ୍ରିୟା ବାବଦରେ ସଚେତନ ନଥାନ୍ତି । ________________

୨୪.୬ ଖାଉଟି ସୁରକ୍ଷାର ଉପାୟ ଓ ମାଧ୍ୟମ

ଆମେ ବିନିର୍ମାତା, ବ୍ୟାପାରୀ, ବ୍ୟବସାୟୀ ଓ ସେବାପ୍ରଦାନକାରୀମାନଙ୍କ ପକ୍ଷରୁ କୁଅଭ୍ୟାସ ଓ ଶୋଷଣ ଗୁଡ଼ିକର ଅନେକ ଉଦାହରଣର ସବିଶେଷ ବିବରଣ କରିଅଛେ । ବର୍ତ୍ତମାନ ପ୍ରଶ୍ନ ଉଠେ ଯେ ଏହା କିପରି ଭାବରେ ନିରାକରଣ କରାଯାଇପାରିବ । ବାସ୍ତବିକ୍, ଏହା ଜଣେ ଖାଉଟି ଦ୍ୱାରା ଏକାକୀ ସେହି ଶୋଷଣ ବନ୍ଦ କରିବା ଅତି କଷ୍ଟସାଧ୍ୟ ହୋଇଥାଏ । ଖାଉଟିମାନେ ସଙ୍ଗଠିତ ଭାବରେ ସେହି କୁଅଭ୍ୟାସଗୁଡ଼ିକ ବିପକ୍ଷରେ କାର୍ଯ୍ୟ କରିଥାନ୍ତି ଓ ଖାଉଟି ସଙ୍ଗଠନ ଓ ସରକାରୀ ସଂସ୍ଥାଗୁଡ଼ିକର ସାହାଯ୍ୟ ନେଇଥାନ୍ତି । ବାସ୍ତବିକ୍, ଖାଉଟି ସୁରକ୍ଷା ଅତ୍ୟାବଶ୍ୟକତଃ ଖାଉଟି ସଚେତନତା, ଶିକ୍ଷା ଓ ପଥପ୍ରଦର୍ଶନ ଦରକାର କରିଥାଏ ଏବଂ ସ୍ୱେଚ୍ଛାକୃତ ବ୍ୟବସାୟ ଆଚରଣ ଓ ସ୍ୱନିୟନ୍ତ୍ରଣ ଦ୍ୱାରା ଏହା ସୁନିଶ୍ଚିତ କରାଯାଇ ପାରିବ ନାହିଁ । ନିମ୍ନଲିଖିତ ଗୁଡ଼ିକ ଭାରତରେ ଅନୁସୃତ ଖାଉଟି ସୁରକ୍ଷାର ଅନେକ ଉପାୟ ଓ ମାଧ୍ୟମମାନ ଅଟନ୍ତି ।

(କ) ଲୋକ ଅଦାଲତ

ଜନସାଧାରଣଙ୍କର ଅଭିଯୋଗଗୁଡ଼ିକର ଶୀଘ୍ର ଫଇସଲା ସକାଶେ ଲୋକଅଦାଲତଗୁଡ଼ିକ ଫଳପ୍ରଦ ଓ ଅଳ୍ପଖର୍ଚ୍ଚୀ ପ୍ରଣାଳୀ ଅଟେ । କ୍ଷୁବ୍ଧ ପକ୍ଷ ନିଜର ଅଭିଯୋଗଗୁଡ଼ିକ ସହିତ ପ୍ରତ୍ୟକ୍ଷ ଭାବରେ ଅଦାଲତ ନିକଟରେ ପହଞ୍ଚିପାରିବେ ଏବଂ ତାଙ୍କର ବିଷୟଗୁଡ଼ିକ ସ୍ଥଳ ଉପରେ ଆଲୋଚନା କରାଯାଏ ଏବଂ ତତ୍‌କ୍ଷଣାତ ନିଷ୍ପତ୍ତିମାନ ନିଆଯାଏ । ଖାଉଟିମାନେ ଏହି ପ୍ରଣାଳୀର ସୁବିଧା ଉପଲବ୍ଧ କରି ନିଜର ସମସ୍ୟାଗୁଡ଼ିକ ସମାଧାନ କରିଥାନ୍ତି । ବିଦ୍ୟୁତ୍ ବିଲ୍ ଦେୟ, ଦୂରଭାଷ ଦେୟ, ସଡ଼କ ଦୁର୍ଘଟଣା ଆଦି ପରି ମାମଲା ଗୁଡ଼ିକ ସ୍ଥଳ ବିଶେଷରେ ଫଇସଲା ସକାଶେ ଲୋକ ଅଦାଲତରେ ବିଚାର କରା ଯାଇପାରେ । ବାସ୍ତବିକ୍, ଭାରତୀୟ ରେଳବାଇ, ମହାନଗର ଟେଲିଫୋନ୍ ନିଗମ ଲିମିଟେଡ୍ ଓ

ଦିଲ୍ଲୀ ବିଦ୍ୟୁତ୍ ବୋର୍ଡ଼ ନିୟମିତ ଭାବରେ ଲୋକ ଅଦାଲତ ଆୟୋଜନ କରି ସ୍ଥଳ ବିଶେଷରେ ବ୍ୟବହାରକାରୀମାନଙ୍କର ଅଭିଯୋଗଗୁଡ଼ିକୁ ସମାଧାନ କରିଥାନ୍ତି।

(ଖ) ଜନସ୍ୱାର୍ଥ ସମ୍ବଳିତ ମୋକଦ୍ଦମା

ଜନସ୍ୱାର୍ଥ ସମ୍ବଳିତ ମୋକଦ୍ଦମା (ପିଆଇଏଲ) ଏକ ଯୋଜନା ଯାହା ଅନ୍ତର୍ଗତ ଯେକୌଣସି ବ୍ୟକ୍ତି ସମାଜର ସ୍ୱାର୍ଥ ସକାଶେ ବିଚାରାଳୟକୁ ଯାଇପାରନ୍ତି। ଏହା ଅଣ-ପ୍ରତିନିଧିତ୍ୱ ଗୋଷ୍ଠୀ ଓ ସ୍ୱାର୍ଥ ଗୁଡ଼ିକୁ ଆଇନଗତ ପ୍ରତିକାର ଯୋଗାଇବା ସକାଶେ ପ୍ରଚେଷ୍ଟାଗୁଡ଼ିକୁ ସାମିଲ କରିଥାଏ। ସେହି ଗୋଷ୍ଠୀଗୁଡ଼ିକ ଖାଉଟି, ସଂଖ୍ୟାଲଘୁ ବର୍ଗ, ଗରିବ ବ୍ୟକ୍ତି, ପରିବେଶବିତ୍ ଓ ଅନ୍ୟମାନଙ୍କୁ ନେଇ ଗଠିତ ହୋଇପାରେ। ଯେକୌଣସି ବ୍ୟକ୍ତି ଅଥବା ସଙ୍ଗଠନ, ଯଦିଓ ଅଭିଯୋଗଗୁଡ଼ିକର ଏକ ପକ୍ଷ ହୋଇନଥାନ୍ତି, ଯେକୌଣସି ସାମାଜିକ ଅତ୍ୟାଚାରଗୁଡ଼ିକ କ୍ଷେତ୍ରରେ ପ୍ରତିକାରକ ପଦକ୍ଷେପ ସକାଶେ ନ୍ୟାୟାଳୟର ଦ୍ୱାରସ୍ଥ ହୋଇପାରିବେ।

(ଗ) ପ୍ରତିକାର ବିଚାରପୀଠ ଓ ଖାଉଟି ସୁରକ୍ଷା ପରିଷଦ

୧୯୮୬ ମସିହା ଖାଉଟି ସୁରକ୍ଷା ଅଧିନିୟମ ଅନ୍ତର୍ଗତ, ଜିଲ୍ଲା ସ୍ତର, ରାଜ୍ୟ ସ୍ତର ଓ ରାଷ୍ଟ୍ରୀୟ ସ୍ତରରେ ଖାଉଟି ଅଭିଯୋଗ ଓ ବିବାଦ ଗୁଡ଼ିକ ସହ ଜଡ଼ିତ ହେବା ପାଇଁ ଏକ ନ୍ୟାୟିକ ପ୍ରଣାଳୀ ପ୍ରତିଷ୍ଠା କରାଯାଇଅଛି। ଏଗୁଡ଼ିକୁ ଜିଲ୍ଲା ବିଚାରପୀଠ, ରାଜ୍ୟ ଖାଉଟି ବିବାଦ ପ୍ରତିକାର କମିଶନ (ରାଜ୍ୟ କମିଶନ) ଏବଂ ରାଷ୍ଟ୍ରୀୟ ଖାଉଟି ବିବାଦ ପ୍ରତିକାର ମିଶନ (ରାଷ୍ଟ୍ରୀୟ କମିଶନ)। ଯେକୌଣସି ବ୍ୟକ୍ତିକ ଖାଉଟି ଅଥବା ଖାଉଟିମାନଙ୍କର ସଂଘ ଜିଲ୍ଲା, ରାଜ୍ୟ ଅଥବା ରାଷ୍ଟ୍ରୀୟ ସ୍ତରର ବିଚାରପୀଠରେ ଅଭିଯୋଗ ଦାଖଲ କରିପାରିବେ, ଯାହାକି ଦ୍ରବ୍ୟଗୁଡ଼ିକର ମୂଲ୍ୟ ଓ କ୍ଷତିଭରଣାର ଦାବି ଉପରେ ନିର୍ଭରଶୀଳ ହୋଇଥାଏ। ଏହି ବିଚାର ପୀଠଗୁଡ଼ିକର ଉଦ୍ଦେଶ୍ୟ ହେଉଅଛି ଗୋଟିଏ ସରଳ, ଦ୍ରୁତ ଓ ଶସ୍ତା ଖାଉଟି ମାନଙ୍କର ଅଭିଯୋଗର ପ୍ରତିକାର ମାଧ୍ୟମ ଯୋଗାଇଦେବା। ୨୦୦୨ ମସିହାରେ ସଂଶୋଧିତ ହୋଇଥିବା ଏହି ଅଧିନିୟମ ଜିଲ୍ଲା, ରାଜ୍ୟ ଓ ରାଷ୍ଟ୍ର ସ୍ତରରେ ଖାଉଟି ସୁରକ୍ଷା ପରିଷଦ ଗଠନ କରିବାର ପ୍ରସ୍ତାବ ମଧ୍ୟ ରଖିଥାଏ ଯାହାକି ଅଧିନିୟମର ଧାରା ୬ରେ ପ୍ରଦାନ କରାଯାଇଥିବା ଖାଉଟିମାନଙ୍କର ଅଧିକାର ସୁରକ୍ଷା ଓ ସଂବର୍ଦ୍ଧନ କରିଥାଏ। ଖାଉଟିମାନଙ୍କର ଅଧିକାରଗୁଡ଼ିକ ବିସ୍ତୃତ ପ୍ରଚାର କରିବା, ସେମାନଙ୍କ ଦ୍ୱାରା ଅଭିଯୋଗଗୁଡ଼ିକ ଦାଖଲ କରିବା ପ୍ରକ୍ରିୟା ଏବଂ ଦେଶରେ ଖାଉଟି ଆନ୍ଦୋଳନ ସକାଶେ ଉପାଦାନ ଯୋଗାଣ ପରିଷଦଗୁଡ଼ିକ ଦ୍ୱାରା କରାଯିବା ଆବଶ୍ୟକ।

(ଘ) ସଚେତନତା କାର୍ଯ୍ୟକ୍ରମ

ଖାଉଟିମାନଙ୍କ ମଧ୍ୟରେ ସଚେତନତାର ସ୍ତର ବୃଦ୍ଧି କରିବା ପାଇଁ ଭାରତସରକାର ଅନେକ ପ୍ରକାର ଉପାୟ ଆରମ୍ଭ କରିଅଛନ୍ତି। ଏହା ନିୟମିତ ଭାବରେ ପତ୍ରିକା, ବିବରଣିକା, ପୁସ୍ତିକା ପ୍ରକାଶନ କରେ ଏବଂ ନାନାଦି ପ୍ରକାର ଫର୍ଦ୍ଦ ମାଧ୍ୟମରେ ଖାଉଟିମାନଙ୍କର ଅଧିକାର ଓ ଦାୟିତ୍ୱଗୁଡ଼ିକୁ ବିଧାନ ଓ ପ୍ରତିକାର କଳ ଆଦିକୁ ଚିତ୍ରଣ କରିଥାଏ। ଏହା ବିଶ୍ୱ ଖାଉଟି ଅଧିକାର ଦିବସ ମାର୍ଚ୍ଚ ୧୫ ତାରିଖରେ ଓ ରାଷ୍ଟ୍ରୀୟ ଖାଉଟି ଦିବସ ଡିସେମ୍ବର ୨୪ ତାରିଖରେ ପାଳନ କରିଥାଏ। ଖାଉଟି ସଚେତନତା ଉପରେ ଅନେକ ଦୃଶ୍ୟ କାର୍ଯ୍ୟକ୍ରମ ବିଭିନ୍ନ ଦୂରଦର୍ଶନ ଚ୍ୟାନେଲ ମାଧ୍ୟମ ଦ୍ୱାରା ପ୍ରସାରଣ କରାଯାଇଥାଏ। ସେହିଭଳି ଶ୍ରାବ୍ୟ କାର୍ଯ୍ୟକ୍ରମଗୁଡ଼ିକ ମଧ୍ୟ ଅଲଇଣ୍ଡିଆ ରେଡ଼ିଓ ଓ ଏଫ୍.ଏମ୍. ଚ୍ୟାନେଲ ମାଧ୍ୟମରେ ପ୍ରସାରଣ କରାଯାଇଥାଏ। ଖାଉଟି ସୁରକ୍ଷା ଉପରେ ପ୍ରଚାରପତ୍ର ଓ ସମୂହ ଧ୍ୱନି ପ୍ରତିଯୋଗିତା ଅନେକ ସ୍ତରରେ ମଧ୍ୟ ସଂଗଠିତ ହୋଇଥାଏ। ଖାଉଟି ସୁରକ୍ଷାକ୍ଷେତ୍ରରେ ଜନସାଧାରଣଙ୍କର ଅଂଶଗ୍ରହଣକୁ ଉତ୍ସାହିତ କରିବା ପାଇଁ ସରକାର ଜାତୀୟ ପୁରସ୍କାରମାନ ପ୍ରତିଷ୍ଠା

କରିଅଛନ୍ତି ଯାହାକି ଏହି କ୍ଷେତ୍ରରେ ସର୍ବୋତ୍କୃଷ୍ଟ କାର୍ଯ୍ୟ କରିଥିବା ବ୍ୟକ୍ତିମାନଙ୍କୁ ପ୍ରଦାନ କରାଯାଇଥାଏ ।

(ଡ) ଖାଉଟି ସଂଗଠନ

ଖାଉଟି ସ୍ୱାର୍ଥଗୁଡ଼ିକର ସୁରକ୍ଷା ଓ ସଂବର୍ଦ୍ଧନ ସକାଶେ ଖାଉଟି ସଂଗଠନଗୁଡ଼ିକ ସମଗ୍ର ବିଶ୍ୱରେ ସକ୍ରିୟ ହୋଇ ଉଠିଛନ୍ତି । ସେହିଭଳି ବହୁତ ଗୁଡ଼ିଏ ସଂଗଠନ ଭାରତର ବିଭିନ୍ନ ସ୍ଥାନରେ ସାମ୍ପ୍ରତିକ ବର୍ଷରେ ମଧ୍ୟ ପ୍ରତିଷ୍ଠା କରାଯାଇଅଛି । ଏହା ଅନୁଭବ କରାଯାଏ ଯେ ନୈତିକ ପ୍ରତିରୋଧ ଓ ଉତ୍ତମ ବ୍ୟବସାୟିକ ଅଭ୍ୟାସ ସଂହିତା ମାଧ୍ୟମରେ ବ୍ୟବସାୟିକ ସମ୍ପ୍ରଦାୟର ସମସ୍ତ ସଭ୍ୟମାନଙ୍କୁ ଶୃଙ୍ଖଳିତ କରିବା ସମ୍ଭବପର ହେବ ନାହିଁ କି ଖାଉଟି ସୁରକ୍ଷା ଓ ଖାଉଟି ସଂଘ ଗୁଡ଼ିକର ସକ୍ରିୟ ସାମିଲ ବିନା ପ୍ରଶାସନିକ ଆଦେଶ ଓ ବ୍ୟବସ୍ଥାପିକା ପ୍ରସ୍ତାବ ମାଧ୍ୟମରେ ସୁନିଶ୍ଚିତ କରାଯାଇପାରିବ ନାହିଁ । ବର୍ତ୍ତମାନ ଖାଉଟି ସୁରକ୍ଷାରେ ସାମିଲ ହେଉଥିବା ଖାଉଟି ସଂଗଠନଗୁଡ଼ିକର ସଂଖ୍ୟା ବୃଦ୍ଧି ଯୋଗୁଁ, ଭାରତରେ ଖାଉଟି ଆନ୍ଦୋଳନ ଏକ ମର୍ଯ୍ୟାଦା ପ୍ରାପ୍ତ କରିଅଛି ଏବଂ ନିଜର ଅଭିଯୋଗ ଗୁଡ଼ିକର ଦ୍ରୁତ ଓ ପର୍ଯ୍ୟାପ୍ତ ଫଇସଲା ଆବଶ୍ୟକ କରୁଥିବା ସମୟରେ ବ୍ୟକ୍ତିମାନଙ୍କୁ ସାହାଯ୍ୟ ପ୍ରଦାନ କରୁଅଛି । ସେହି କେତେକ ଖାଉଟି ସଂଗଠନଗୁଡ଼ିକ ସକାଶେ ବାକ୍ସ ଦେଖନ୍ତୁ ।

ଟିପ୍ପଣୀ

ମାର୍ଚ୍ଚ ୧୫: ବିଶ୍ୱ ଖାଉଟି ଅଧିକାର ଦିବସ
ଡିସେମ୍ବର ୨୪: ରାଷ୍ଟ୍ରୀୟ ଖାଉଟି ଦିବସ

ଖାଉଟି ସଂଗଠନ

ଖାଉଟି ସମସ୍ୟା ଗୁଡ଼ିକୁ ହାତକୁ ନେଇ ସକ୍ରିୟ ଭୂମିକା ନିର୍ବାହ କରୁଥିବା କେତେକ ଗୁରୁତ୍ୱପୂର୍ଣ୍ଣ ଖାଉଟି ସଂଗଠନ ଗୁଡ଼ିକ ନିମ୍ନରେ ପ୍ରଦାନ କରାଗଲା ।

- ସିଇ.ଆର.ସି. **CERC** (କଞ୍ଜ୍ୟୁମର ଏଜୁକେସନ ଓ ରିସର୍ଚ୍ଚ ସେଣ୍ଟର) ଖାଉଟି ଶିକ୍ଷା ଓ ଗବେଷଣା କେନ୍ଦ୍ର
- ଭଏସ୍ **VOICE** (ଭଲ୍ୟୁଣ୍ଟାରି ଅର୍ଗାନାଇଜେସନ ଇନ୍ ଦି ଇଣ୍ଟରେଷ୍ଟ ଅଫ୍ କଞ୍ଜ୍ୟୁମର ଏଜୁକେସନ), ନୂଆଦିଲ୍ଲୀ ଖାଉଟି ଶିକ୍ଷାର ସ୍ୱାର୍ଥରେ ସ୍ୱେଚ୍ଛାକୃତ ସଂଗଠନ, ନୂଆଦିଲ୍ଲୀ
- ସିଜି ଏସ ଆଇ **CGSI** (କଞ୍ଜ୍ୟୁମର ଗାଇଡ଼ାନ୍ସ ସୋସାଇଟି ଅଫ ଇଣ୍ଡିଆ ମୁମ୍ବାଇ) ଭାରତୀୟ ଖାଉଟି ପଥପ୍ରଦର୍ଶକ ସମାଜ, ମୁମ୍ବାଇ
- ସିଏଜି **CAG** (କଞ୍ଜ୍ୟୁମର ଆକ୍ସନ ଗ୍ରୁପ), ଚେନ୍ନାଇ ଖାଉଟି ପଦକ୍ଷେପ ଗୋଷ୍ଠୀ, ଚେନ୍ନାଇ
- କୁଟ୍ସ **CUTS**(କଞ୍ଜୁମର ୟୁନିଟି ଏବଂ ଟ୍ରଷ୍ଟ ସୋସାଇଟି), ଜୟପୁର ଖାଉଟି ଏକତା ଓ ନ୍ୟାସ ସମାଜ, ଜୟପୁର
- କମନ କଜ୍, ନୂଆଦିଲ୍ଲୀ
  (ସାଧାରଣ କାରଣ, ନୂଆଦିଲ୍ଲୀ)
- କଞ୍ଜୁମର ଏଜୁକେସନ ସେଣ୍ଟର, ହାଇଦ୍ରାବାଦ (ଖାଉଟି ଶିକ୍ଷା କେନ୍ଦ୍ର, ହାଇଦ୍ରାବାଦ)
- କର୍ଣ୍ଣାଟକ କଞ୍ଜ୍ୟୁମର ସର୍ଭିସ ସୋସାଇଟି (ବାଙ୍ଗାଲୋର କର୍ଣ୍ଣାଟକ ଖାଉଟି ସେବା ସମାଜ, ବାଙ୍ଗାଲୋର)
- କେରଳ ଷ୍ଟେଟ କଞ୍ଜ୍ୟୁମରସ୍ କୋଅର୍ଡ଼ିନେସନ କମିଟି, କୋଚିନ (କେରଳ ରାଜ୍ୟ ଖାଉଟି ସମନ୍ୱୟ କମିଟି, କୋଚିନ୍)

ଏହି ସଂଗଠନଗୁଡ଼ିକ ବିଭିନ୍ନ ଉତ୍ପାଦ ଗୁଡ଼ିକ ଉପରେ ତଥ୍ୟ ସଂଗ୍ରହ କରିଥାନ୍ତି ଓ ସେଗୁଡ଼ିକୁ ପରୀକ୍ଷା କରିଥାନ୍ତି । ଖାଉଟି ମାନଙ୍କର ସମସ୍ୟାଗୁଡ଼ିକୁ ତଦାରଖ କରିଥାନ୍ତି, ବିବରଣିକା ଓ ପତ୍ରିକାମାନ ପ୍ରକାଶନ ଓ ବଣ୍ଟନ କରିଥାନ୍ତି । ଖାଉଟି ସଚେତନତା କାର୍ଯ୍ୟକ୍ରମଗୁଡ଼ିକ ସଂଗଠିତ କରିଥାନ୍ତି, ଅଭିଯୋଗଗୁଡ଼ିକ ଦାଖଲ କରିଥାନ୍ତି ଏବଂ ଖାଉଟିମାନଙ୍କ ତରଫରୁ ଆଜ୍ଞାଦେଶ (ରିଟ୍) ଆବେଦନ ଦାଖଲ କରିଥାନ୍ତି ।

(ଚ) ଖାଉଟି କଲ୍ୟାଣ ପାଣ୍ଠି

ଦେଶରେ ନିର୍ଦ୍ଦିଷ୍ଟତଃ ଗ୍ରାମାଞ୍ଚଳରେ ସ୍ୱେଚ୍ଛାକୃତ ଖାଉଟି ଆନ୍ଦୋଳନକୁ ବଳିଷ୍ଠ କରିବା ପାଇଁ ବିତ୍ତୀୟ ସହାୟତା ସକାଶେ ସରକାର ଏକ ଖାଉଟି କଲ୍ୟାଣ ପାଣ୍ଠି ଗଠନ କରିଅଛନ୍ତି । ଏହି ପାଣ୍ଠି ମୁଖ୍ୟତଃ ଖାଉଟି ଶିକ୍ଷାରେ ତାଲିମ ଓ ଗବେଷଣା ଅଭିଯୋଗ ପରିଚାଳନା, ଆପତ୍ତି ପ୍ରତିବିଧାନ, ପରାମର୍ଶ ଓ ପଥପ୍ରଦର୍ଶନ ସଂକ୍ରିୟା ଦ୍ରବ୍ୟ ପରୀକ୍ଷଣ ପ୍ରୟୋଗଶାଳା ଓ ଏହିପରି ଅନେକ ବିଷୟ ସକାଶେ ସୁବିଧାଗୁଡ଼ିକ ପ୍ରଦାନ ସକାଶେ ସ୍ଥାପନ କରି ବ୍ୟବହାର କରାଯାଇଥାଏ ।

(ଛ) ବୈଧାନିକ ଉପାୟ

ଖାଉଟିମାନଙ୍କର ସ୍ୱାର୍ଥରକ୍ଷା ଓ ବ୍ୟବସାୟୀ ମାନଙ୍କର ଅନୈତିକ ଓ ଅଣ-ଆଚରସମ୍ମତ ଅଭ୍ୟାସଗୁଡ଼ିକରୁ ଖାଉଟିମାନଙ୍କୁ ସୁରକ୍ଷା ପ୍ରଦାନ କରିବା ପାଇଁ ଭାରତରେ ବହୁତଗୁଡ଼ିଏ ନିୟମ ପ୍ରଣୟନ କରାଯାଇଅଛି । ସେହି ଅଧିନିୟମଗୁଡ଼ିକରୁ କେତେକ ନିମ୍ନରେ ପ୍ରଦାନ କରାଯାଇଅଛି ।

(୧) ଭେଷଜ ନିୟନ୍ତ୍ରଣ ଅଧିନିୟମ, ୧୯୫୦
(୨) କୃଷି ସମ୍ବନ୍ଧୀୟ ଦ୍ରବ୍ୟ (ବର୍ଗୀକରଣ ଓ ବିପଣନ) ଅଧିନିୟମ, ୧୯୩୭
(୩) ଔଦ୍ୟୋଗିକ (ବିକାଶ ଓ ନିୟନ୍ତ୍ରଣ) ଅଧିନିୟମ, ୧୯୫୧
(୪) ଖାଦ୍ୟ ଅପମିଶ୍ରଣ ନିବାରଣ ଅଧିନିୟମ, ୧୯୫୪
(୫) ଅତ୍ୟାବଶ୍ୟକ ଦ୍ରବ୍ୟ ଅଧିନିୟମ, ୧୯୫୫
(୬) ବଟକରା ଓ ମାପକ ମାନକ ଅଧିନିୟମ, ୧୯୮୬
(୭) ଏକଚାଟିଆ ଓ ପ୍ରତିବନ୍ଧାତ୍ମକ ବ୍ୟାପାର ଅଭ୍ୟାସ ଅଧିନିୟମ, ୧୯୬୯
(୮) କଳାବଜାର ନିବାରଣ ଓ ଅତ୍ୟାବଶ୍ୟକ ଯୋଗାଣ ରକ୍ଷା ଅଧିନିୟମ, ୧୯୮୦
(୯) ଭାରତୀୟ ମାନକ ସଂସ୍ଥା ଅଧିନିୟମ, ୧୯୮୬

ପ୍ରଣୟନ କରାଯାଇଥିବା ପ୍ରାୟ ସମସ୍ତ ଅଧିନିୟମ ଗୁଡ଼ିକର ଲକ୍ଷ୍ୟ ଓ ଆଗ୍ରହ ମୁଖ୍ୟତଃ ଦଣ୍ଡାତ୍ମକ ହୋଇଥାଏ । ଯଦିଓ ଏଗୁଡ଼ିକ ମଧ୍ୟରୁ କେତେକ ପ୍ରକୃତିରେ ମଧ୍ୟ ନିବାରଣାତ୍ମକ ହୋଇଥାନ୍ତି । ଅବଶ୍ୟ ଏଗୁଡ଼ିକ ମଧ୍ୟରୁ କେଉଁ ଗୋଟିଏ ହେଲେ ଆଇନ ଖାଉଟିମାନଙ୍କୁ ପ୍ରତ୍ୟକ୍ଷ ସାହାଯ୍ୟ ପ୍ରଦାନ କରିନଥାଏ । ତେଣୁ କେତେକ ଆଇନରେ ସଂଶୋଧନମାନ କରାଯାଇଅଛି ଯଦ୍ଦ୍ୱାରା ବ୍ୟକ୍ତିକ ଖାଉଟି ଓ ଖାଉଟି ସଙ୍ଗଠନଗୁଡ଼ିକୁ ନେତୃତ୍ୱ ନେବାର ଅଧିକାର ପ୍ରଦାନ କରାଯାଇଅଛି ଓ ଉଲଂଘନକାରୀମାନଙ୍କ ବିରୁଦ୍ଧରେ ଦେୱାନି ଓ ଫୌଜଦାରୀ ବିଚାରାଳୟରେ ଆଇନଗତ ପଦକ୍ଷେପ ଆରମ୍ଭ କରାଯାଇଅଛି । ଅନ୍ୟ ଏକ ଆଇନଗତ ପ୍ରଣୟନ ଯାହା ଏହି ଅବସ୍ଥାରେ ଉଦ୍ଧୃତ ହୋଇଅଛି ତାହା ହେଲା ୧୯୬୯ ମସିହା ଏକଚାଟିଆ ଓ ପ୍ରତିବନ୍ଧାତ୍ମକ ବ୍ୟାପାର ଅଭ୍ୟାସ ଅଧିନିୟମ । ଏହା ଗୋଟିଏ ନିର୍ଦ୍ଦିଷ୍ଟ ଖାଉଟି ସୁରକ୍ଷା ଆଇନର ମର୍ଯ୍ୟାଦା ଲାଭ କଲା ଯାହାରକି ୧୯୮୪ ମସିହାରେ ସଂଶୋଧନମାନ ହୋଇଥିଲା । ୧୯୮୪ ମସିହାରେ କରାଯାଇଥିବା ପରିବର୍ତ୍ତନଗୁଡ଼ିକ ସତ୍ତ୍ୱେ, ଏକ ଅଧିକ ସବିସ୍ତାର ବିଧି ପ୍ରଣୟନର ଆବଶ୍ୟକତା ଅନୁଭବ ହୋଇଥିଲା । ତେଣୁ ୧୯୮୬ ମସିହାରେ ଖାଉଟି ସୁରକ୍ଷା ଅଧିନିୟମ ଖାଉଟିମାନଙ୍କୁ ଆବଶ୍ୟକୀୟ ସୁରକ୍ଷା ପ୍ରଦାନ କରିବା ସକାଶେ ଓ ଖାଉଟିମାନଙ୍କର ସମ୍ପର୍କିତ ଅଭିଯୋଗ ଓ ବିବାଦଗୁଡ଼ିକ ପାଇଁ ସବିସ୍ତାର ସଂକ୍ରିୟା ଯୋଗାଣ କରିଅଛି । ପରବର୍ତ୍ତୀ ବିଭାଗରେ ଏହାର ମୁଖ୍ୟ ବ୍ୟବସ୍ଥାଗୁଡ଼ିକର ପ୍ରଶସ୍ତ ଧାରଣା ପ୍ରଦାନ କରାଯାଉଅଛି ।

ପାଠଗତ ପ୍ରଶ୍ନାବଳୀ ୨୪ ଗ

୧. ଖାଉଟି ସୁରକ୍ଷା ପରିଷଦଗୁଡ଼ିକର ଭୂମିକାମାନ ବ୍ୟକ୍ତ କର।

____

____

____

୨. ନିମ୍ନଲିଖିତ ପ୍ରସଙ୍ଗରେ ଗ୍ରହଣ କରିବାକୁ ଥିବା ଖାଉଟି ସୁରକ୍ଷାର ଆବଶ୍ୟକୀୟ ଉପାୟ ଓ ମାଧ୍ୟମଗୁଡ଼ିକ ବାବଦରେ ସୁରେଶଙ୍କୁ ଉପଦେଶ ପ୍ରଦାନ କର।

(କ) ବିଦ୍ୟୁତ୍ ବିଭାଗ ଠାରୁ ଏକ ତ୍ରୁଟିପୂର୍ଣ୍ଣ ବିଲ୍ ସୁରେଶ ପାଇଲେ ଏବଂ ଏହି ବିଷୟର ସେ ଆପୋଷ ସମାଧାନ କରିପାରିଲେ ନାହିଁ। ସେ କେଉଁ ଜାଗାକୁ ଯିବା ଉଚିତ୍ ହେବ?

____

(ଖ) ସୁରେଶ ଖାଉଟି ସୁରକ୍ଷା ବାବଦରେ ଅଧିକ ସୂଚନା ପ୍ରାପ୍ତ କରିବାକୁ ଇଚ୍ଛା କଲେ। ସେ କ'ଣ କରିବା ଉଚିତ୍ ହେବ? ______________________________

(ଗ) ମୋଟରକାରର ନିର୍ମାଣ ତ୍ରୁଟି ଯୋଗୁଁ ସୁରେଶ ଏକ ଦୁର୍ଘଟଣାର ସମ୍ମୁଖୀନ ହେଲେ। ସେ ବିନିର୍ମାତାଙ୍କଠାରୁ କ୍ଷତିପୂରଣ ଦାବି କରିବାକୁ ଚାହାନ୍ତି। ସେ କେଉଁ ସ୍ଥାନକୁ ଯିବା ଉଚିତ୍ ହେବ?

____

(ଘ) ସୁରେଶ ଦେଖିଲେ ଯେ ଯେଉଁ ୮ ବର୍ଷରୁ ୧୦ ବର୍ଷର ୩୦ ଜଣ ଛୋଟ ଶିଶୁମାନଙ୍କର ଏକ ଗୋଷ୍ଠୀକୁ ଜଣେ ବିନିର୍ମାତା ନିୟୋଜନ କରିଛନ୍ତି, ସେମାନଙ୍କୁ ସେ ହଇରାଣ କରୁଅଛନ୍ତି। ସୁରେଶ କ'ଣ କରିପାରିବେ? ______________________________

(ଙ) ସୁରେଶ ଜାଣିବାକୁ ପାଇଲେ ଯେ ନିକଟବର୍ତ୍ତୀ ଅଞ୍ଚଳର ଗୋଟିଏ ଉଦ୍ୟୋଗ ନଦୀରେ ବର୍ଜ୍ୟବସ୍ତୁ ଫିଙ୍ଗୁଛନ୍ତି। ସେ କ'ଣ କରିବା ଉଚିତ୍ ହେବ? ______________________________

୨୪.୭ ଖାଉଟି ସୁରକ୍ଷା ଅଧିନିୟମ ୧୯୮୬

୧୯୮୬ ମସିହାରେ ଖାଉଟି ସୁରକ୍ଷା ଅଧିନିୟମ ପାରିତ ହେଲା ଏବଂ ଏହା ୧୯୮୭ ମସିହା ଜୁଲାଇ ୧ ତାରିଖରୁ କାର୍ଯ୍ୟକାରୀ ହେଲା। ଏହି ଅଧିନିୟମର ମୁଖ୍ୟ ଲକ୍ଷ୍ୟ ଥିଲା ଯେ ବିଭିନ୍ନ ପ୍ରକାରର ଶୋଷଣ ଯଥା ତ୍ରୁଟିପୂର୍ଣ୍ଣ ଦ୍ରବ୍ୟ, ଅଦକ୍ଷପୂର୍ଣ୍ଣ ସେବା ଓ ଅସାଧୁ ବ୍ୟାପାର ଅଭ୍ୟାସଗୁଡ଼ିକ ବାବଦରେ ଫଳପ୍ରଦ ରକ୍ଷା ଉପାୟ ଓ ଖାଉଟିମାନଙ୍କୁ ଉତ୍ତମ ଓ ସବୁ ଦିଗରୁ ସୁରକ୍ଷା ପ୍ରଦାନ। ଏହା ମଧ୍ୟ ଖାଉଟିମାନଙ୍କ ଅଭିଯୋଗ ଗୁଡ଼ିକୁ ପ୍ରତିକାର ସକାଶେ ଗୋଟିଏ ସରଳ, ଦ୍ରୁତ ଓ ଶସ୍ତା କାର୍ଯ୍ୟ ବଳର ପ୍ରସ୍ତାବ ରଖିଅଛି।

୨୪.୭.୧ ୧୯୮୬ ମସିହା ଖାଉଟି ସୁରକ୍ଷା ଅଧିନିୟମର ମୁଖ୍ୟ ବୈଶିଷ୍ଟ୍ୟ

୧୯୮୬ ମସିହା ଖାଉଟି ସୁରକ୍ଷା ଅଧିନିୟମର ନିମ୍ନଲିଖିତ ମୁଖ୍ୟ ବୈଶିଷ୍ଟ୍ୟଗୁଡ଼କ ରହିଅଛି।

(କ) ଏହା ସମସ୍ତ ଦ୍ରବ୍ୟ, ସେବା ଓ ଅସାଧୁ ବ୍ୟାପାର ଅଭ୍ୟାସ ଗୁଡ଼ିକୁ ପ୍ରଯୋଗ ହୋଇଥାଏ ଯଦିଓ କେନ୍ଦ୍ର ସରକାରଙ୍କ ଦ୍ୱାରା ନିର୍ଦ୍ଦିଷ୍ଟ ଭାବରେ ଅବ୍ୟାହତି ଦିଆଯାଇନଥାଏ।

(ଖ) ଏହା ସମସ୍ତ କ୍ଷେତ୍ର ଘରୋଇ, ସରକାରୀ ଅଥବା ସମବାୟକୁ ଆବରଣ କରିଥାଏ।

(ଗ) ଏହା କେନ୍ଦ୍ରୀୟ, ରାଜ୍ୟ ଓ ଜିଲ୍ଲାସ୍ତରରେ ଖାଉଟିମାନଙ୍କର ଅଧିକାରଗୁଡ଼ିକୁ ସୁରକ୍ଷା ଓ ସଂବର୍ଦ୍ଧନ କରିବା ସକାଶେ ଖାଉଟି ସୁରକ୍ଷା ପରିଷଦ ଗୁଡ଼ିକର ଗଠନ ସକାଶେ ପ୍ରସ୍ତାବ ରଖିଥାଏ ଏବଂ ଏକ

ତ୍ରିସ୍ତରୀୟ ନ୍ୟାୟିକ କଳ୍ପ ସରକାରୀ କଳ ଗଠନ କରିବାର ପ୍ରସ୍ତାବ ରଖିଥାଏ ଯାହାକି ଖାଉଟି ଅଭିଯୋଗ ଓ ବିବାଦଗୁଡ଼ିକ ସହ ସଂସ୍ପର୍ଶରେ ଆସିବ।

(ଘ) ଏହା ଖାଉଟିମାନଙ୍କର ଛଅ ଗୋଟି ଅଧିକାରଗୁଡ଼ିକୁ ବୈଧାନିକ ମାନ୍ୟତା ପ୍ରଦାନ କରିଥାଏ।

୨୪.୭.୨ ୧୯୮୬ ମସିହା ଖାଉଟି ସୁରକ୍ଷା ଅଧିନିୟମ ଅଧୀନସ୍ଥ ଆବରଣ କରାଯାଇଥିବା ଦ୍ରବ୍ୟ ଓ ସେବା

ଦ୍ରବ୍ୟ ବିକ୍ରୟ ଅଧିନିୟମ ଅଧୀନରେ ପ୍ରଦାନ କରାଯାଇଥିବା ଅର୍ଥ ସହ ଏହି ଅଧିନିୟମ ଅନ୍ତର୍ଗତ 'ଦ୍ରବ୍ୟ' ଶବ୍ଦର ଅର୍ଥ ସମାନ ହୋଇଥାଏ। ଏତଦ୍‌ଭାବେ ଏହା ମୁଦ୍ରା ବ୍ୟତୀତ ସମସ୍ତ ପ୍ରକାରର ସ୍ଥାବର ସମ୍ପତ୍ତି ଆବରଣ କରିଥାଏ ଓ ଅଂଶପତ୍ର, ଅଂଶଧନ, ଫସଲ ଅମଳ ଆଦିକୁ ଅନ୍ତର୍ଭୁକ୍ତ କରିଥାଏ। 'ସେବା' ପଦର ଅର୍ଥ ସମ୍ଭାବ୍ୟ ବ୍ୟବହାରକାରୀ ମାନଙ୍କୁ ଉପଲବ୍ଧ କରାଇବା ଯେକୌଣସି ପ୍ରକାରର ସେବାକୁ ବୁଝାଏ। ଏବଂ ଏହା ବ୍ୟାଙ୍କ କାରବାର, ବିତ୍ତଯୋଗାଣ, ଗୃହଯୋଗାଣ, ନିର୍ମାଣ, ବୀମା, ଆମୋଦପ୍ରମୋଦ, ପରିବହନ, ବୈଦ୍ୟୁତିକ ଓ ଅନ୍ୟ ଶକ୍ତି ଯୋଗାଣ, ଭୋଜନାଳୟ ଓ ବସାଘର, ମନୋରଞ୍ଜନ ଆଦିକୁ ଅନ୍ତର୍ଭୁକ୍ତ କରିଥାଏ। ଖାଉଟି ସୁରକ୍ଷା ଅଧିନିୟମର ପ୍ରସ୍ତାବଗୁଡ଼ିକ ଅଧୀନସ୍ଥ ଡାକ୍ତର, ଇଞ୍ଜିନିୟର, ସ୍ଥପତି, ଓକିଲ ଆଦି ମାନଙ୍କର ସେବାଗୁଡ଼ିକ ସାମିଲ ହୋଇଥାଏ।

୨୪.୭.୩ ଅଭିଯୋଗଗୁଡ଼ିକର ଦାଖଲ

ଖାଉଟିଙ୍କର ଅଭିଯୋଗଗୁଡ଼ିକର ପ୍ରତିକାର ପାଇଁ ଏକ ଅଭିଯୋଗ ଉପଯୁକ୍ତ ବିଚାରପୀଠରେ ନିଶ୍ଚୟ ଦାଖଲ ହେବା ଆବଶ୍ୟକ। ଏହି ବିଭାଗରେ ଚାଲନ୍ତୁ ଜାଣିବା, କିଏ ଅଭିଯୋଗ ଦାଖଲ କରିପାରିବେ, କେଉଁ ଅଭିଯୋଗଗୁଡ଼ିକ ଦାଖଲ କରିହେବ, କେଉଁଠାରେ ଦାଖଲ କରିହେବ, କିପରି ଅଭିଯୋଗଗୁଡ଼ିକ ଦାଖଲ କରିହେବ, ଆଦି।

କିଏ ଏକ ଅଭିଯୋଗ ଦାଖଲ କରିପାରିବେ ?

ନିମ୍ନପ୍ରଦତ୍ତ ବ୍ୟକ୍ତିମାନେ ୧୯୮୬ ମସିହା ଖାଉଟି ସୁରକ୍ଷା ଅଧିନିୟମ ଅନ୍ତର୍ଗତ ଏକ ଅଭିଯୋଗ ଦାଖଲ କରିପାରିବେ।

(କ) ଜଣେ ଖାଉଟି

(ଖ) ଯେକୌଣସି ସ୍ୱୀକୃତିପ୍ରାପ୍ତ ସ୍ୱେଚ୍ଛାକୃତ ଖାଉଟି ସଂଘ, ଯଦିଓ ଖାଉଟି ସେହି ସଂଘର ସଭ୍ୟ ହୋଇଥାନ୍ତି ବା ନ ହୋଇଥାନ୍ତି।

(ଗ) କେନ୍ଦ୍ରୀୟ ଅଥବା ରାଜ୍ୟ ସରକାର ଓ

(ଘ) ଜଣେ ଅଥବା ଅଧିକ ଖାଉଟି ଯେଉଁଠାରେ ସମାନ ସ୍ୱାର୍ଥ ଥିବା ବହୁସଂଖ୍ୟକ ଖାଉଟି ରହିଥାନ୍ତି।

(ଙ) ଜଣେ ଖାଉଟିର ମୃତ୍ୟୁବରଣ କ୍ଷେତ୍ରରେ ଆଇନଗତ ଉତ୍ତରାଧିକାରୀ ଅଥବା ପ୍ରତିନିଧି

କେଉଁ ଅଭିଯୋଗଗୁଡ଼ିକ ଦାଖଲ କରାଯାଇପାରିବ ?

ଜଣେ ଖାଉଟି ନିମ୍ନଲିଖିତ କୌଣସି ଗୋଟିଏ କିମ୍ବା ତତୋଽଧିକ ସମ୍ପର୍କିତ ଅଭିଯୋଗ ଦାଖଲ କରିପାରିବେ।

(କ) ଯେକୌଣସି ବ୍ୟାପାରୀ ଅଥବା ସେବାପ୍ରଦାନକାରୀଙ୍କ ଦ୍ୱାରା ଗ୍ରହଣ କରାଯାଇଥିବା ଏକ ଅସାଧୁ ବ୍ୟାପାର ଅଭ୍ୟାସ ଅଥବା ଏକ ପ୍ରତିବନ୍ଧାତ୍ମକ ବ୍ୟାପାର ଅଭ୍ୟାସ।

(ଖ) ନିଜ ଦ୍ୱାରା କ୍ରୟ ଦ୍ରବ୍ୟ ଅଥବା ନିଜ ଦ୍ୱାରା କିଣା ଯିବାକୁ ସହମତ ଥିବା ଦ୍ରବ୍ୟଗୁଡ଼ିକରେ ଏକ ଅଥବା ଅଧିକ ତ୍ରୁଟି ଯଦି ପରିଲକ୍ଷିତ ହୁଏ।

(ଗ) ଭଡ଼ା ସୂତ୍ରେ ଅଥବା ଉପଲବ୍ଧ କରିଥିବା ସେବା ଅଥବା ଭଡ଼ା ସକାଶେ ଅଥବା ଉପଲବ୍ଧ କରିବାକୁ ଥିବା ସେବା ସକାଶେ ସହମତି ଗୁଡ଼ିକରେ ଯେକୌଣସି ଦୃଷ୍ଟିରୁ ତ୍ରୁଟି ଯଦି ଦେଖାଦିଏ।

(ଘ) ଦର ଠାରୁ ଅଧିକ ଦର ଅସୁଲ କଲେ (୧) ଆଇନ ଦ୍ୱାରା ଅଥବା ଅନ୍ତର୍ଗତ ସ୍ଥିର କରାଯାଇଥିବା ଦର ଯାହା ବର୍ତ୍ତମାନ ପ୍ରଚଳିତ ଅଛି । (୨) ଦ୍ରବ୍ୟଗୁଡ଼ିକ ଉପରେ ଅଥବା ବନ୍ଧେଇରେ ପ୍ରଦର୍ଶନ ହୋଇଥିଲେ (୩) ଦର ତାଲିକାରେ ପ୍ରଦର୍ଶିତ ହୋଇଥିଲେ ଅଥବା (୪) ପକ୍ଷମାନଙ୍କ ମଧ୍ୟରେ ସହମତି; ଓ

(ଙ) ଦ୍ରବ୍ୟ ଓ ସେବା ଯେଉଁଗୁଡ଼ିକ ବିପଜ୍ଜନକ ହୋଇଥାନ୍ତି ଅଥବା ଜୀବନ ଓ ସୁରକ୍ଷା ପ୍ରତି ବିପଜ୍ଜନକ ହେବାର ଆଶା ଥାଏ ଏବଂ ଯେତେବେଳେ ବ୍ୟବହାର କରାଯାଇଥାଏ ।

କେଉଁଠାରେ ଏକ ଅଭିଯୋଗ ଦାଖଲ କରିହେବ ?

ଯଦି ଦ୍ରବ୍ୟ ଓ ସେବା ଗୁଡ଼ିକର ମୂଲ୍ୟ ଓ କ୍ଷତିଭରଣାର ଦାବି ୨୦ ଲକ୍ଷ ଟଙ୍କାରୁ ଅଧିକ ହୋଇ ନଥାଏ, ତେବେ ଅଭିଯୋଗ ଜିଲ୍ଲା ବିଚାରପୀଠରେ ଦାଖଲ କରାଯାଇପାରିବ । ଯଦି ଏହା ୨୦ ଲକ୍ଷଟଙ୍କାରୁ ଅଧିକ ହୋଇଥାଏ କିନ୍ତୁ ଏକ କୋଟି ଟଙ୍କାରୁ କମ୍ ହୋଇଥାଏ ତେବେ ଅଭିଯୋଗଟି ରାଜ୍ୟ କମିଶନଙ୍କ ନିକଟରେ ଦାଖଲ କରାଯାଇପାରିବ ଏବଂ ଯଦି ଏକ କୋଟି ଟଙ୍କାରୁ ଅଧିକ ହୋଇଥାଏ, ତେବେ ଅଭିଯୋଗ ଜାତୀୟ କମିଶନଙ୍କ ନିକଟରେ ଦାଖଲ କରାଯାଇପାରିବ ।

କିପରି ଅଭିଯୋଗ ଦାଖଲ କରିହେବ ?

ଗୋଟିଏ ଅଭିଯୋଗ ନିଜେ ବ୍ୟକ୍ତି ଅଥବା ଯେକୌଣସି ପ୍ରାଧିକୃତ ଅଭିକର୍ତ୍ତା କରିପାରିବେ ଅଥବା ଡାକ ଯୋଗେ କରାଯାଇପାରିବ । ସାଧା କାଗଜରେ ଅଭିଯୋଗଟି ଲେଖାଯାଇପାରିବ ଯାହାକି ଅଭିଯୋଗ ଅନ୍ତର୍ଗତ ଆରୋପ ସପକ୍ଷରେ ଉପଯୁକ୍ତ ଦଲିଲଗତ ସାକ୍ଷ୍ୟ ପ୍ରଦାନ କରାଯିବ । ଅଭିଯୋଗକାରୀ ସୁସ୍ପଷ୍ଟ ଭାବେ ଚାହୁଁଥିବା ସାହାଯ୍ୟ ନିର୍ଦ୍ଦିଷ୍ଟ କରିବେ । ଏହି ଅଭିଯୋଗ ପତ୍ରଟି ମଧ୍ୟ ଅଭିଯୋଗର ପ୍ରକୃତି, ପ୍ରକାର ଓ ଅଭିଯୋଗକାରୀ ଓ ବିରୁଦ୍ଧ ପକ୍ଷର ଠିକଣା ମଧ୍ୟ ଧାରଣ କରିବା ଉଚିତ୍ ଏବଂ ଅଭିଯୋଗ ସମ୍ପର୍କିତ ତଥ୍ୟ ଏବଂ କେବେ ଓ କେଉଁଠାରେ ଆନୀତ ହୋଇଥିଲା, ତାହା ମଧ୍ୟ ଧାରଣ କରିବା ଉଚିତ ।

ଖାଉଟିମାନଙ୍କୁ ଉପଲବ୍ଧ ସାହାଯ୍ୟ ଗୁଡ଼ିକ କ'ଣ ହୋଇଥାଏ ?

ଅଭିଯୋଗର ପ୍ରକୃତ ଓ ଖାଉଟି ଦ୍ୱାରା ଲୋଡ଼ାଯାଉଥିବା ସାହାଯ୍ୟ ଏବଂ ମାମଲାର ତଥ୍ୟ ଗୁଡ଼ିକ ଉପରେ ନିର୍ଭରଶୀଳ ହୋଇ ପ୍ରତିକାର ପୀଠ /କମିଶନ ନିମ୍ନଲିଖିତ ଏକ ବା ତତୋଽଧିକ ସାହାଯ୍ୟ ଗୁଡ଼ିକ ସକାଶେ ଆଦେଶ ପ୍ରଦାନ କରିପାରନ୍ତି ।

(କ) ପ୍ରଶ୍ନ ଉଠାଯାଇଥିବା ଦ୍ରବ୍ୟ ଗୁଡ଼ିକରୁ ତ୍ରୁଟି ଅପସାରଣ ଅଥବା ସେବାଗୁଡ଼ିକରୁ ତ୍ରୁଟି /ଅଭାବ ଅପସାରଣ

(ଖ) ତ୍ରୁଟି ପୂର୍ଣ୍ଣ ଦ୍ରବ୍ୟଗୁଡ଼ିକର ପୁନଃସ୍ଥାପନ

(ଗ) ପ୍ରଦତ୍ତ ମୂଲ୍ୟ ଫେରସ୍ତ

(ଘ) ସହ୍ୟ କରାଯାଇଥିବା କ୍ଷତି ଅଥବା ହାନି ସକାଶେ କ୍ଷତିଭରଣା ଦଣ୍ଡ

(ଙ) ଅସାଧୁ ବ୍ୟାପାର ଅଭ୍ୟାସ ଅଥବା ପ୍ରତିବନ୍ଧାତ୍ମକ ବ୍ୟାପାର ଅଭ୍ୟାସରୁ ନିବୃତ୍ତି ରହିବା ଅଥବା ପୁନର୍ବାର ଅଭ୍ୟାସ ନ କରିବା ।

(ଚ) ବିକ୍ରୟ ସକାଶେ ଅର୍ପଣ କରାଯାଇଥିବା ବିପଜ୍ଜନକ ଅଥବା ସଙ୍କଟମୟ ଦ୍ରବ୍ୟଗୁଡ଼ିକର ପ୍ରତ୍ୟାହାର

(ଛ) କ୍ଷୁବ୍ଧ ପକ୍ଷମାନଙ୍କୁ ପର୍ଯ୍ୟାପ୍ତ ମୂଲ୍ୟପ୍ରଦାନର ପ୍ରସ୍ତାବ ।

ମାମଲା ଦାଖଲ ସକାଶେ ସମୟ ସୀମା :

ଅଭିଯୋଗର କାରଣ ଆନୀତ ହେବା ତାରିଖଠାରୁ ଦୁଇ ବର୍ଷ ମଧ୍ୟରେ ଖାଉଟି ଅଭିଯୋଗ ଦାଖଲ କରିପାରିବେ । ଅବଶ୍ୟ, ଯଦି ବିଳମ୍ବ ପାଇଁ ପର୍ଯ୍ୟାପ୍ତ କାରଣ ଦର୍ଶାଯାଇପାରିଲା ତେବେ ଏହା ଦୁଇ ବର୍ଷ ପୂରଣ ପରେ ମଧ୍ୟ ବିଚାରଯୋଗ୍ୟ ହୋଇପାରିବ ।

ମାମଲା ନିର୍ଣ୍ଣୟ ସକାଶେ ସମୟସୀମା :

ପ୍ରତ୍ୟେକ ଅଭିଯୋଗ ଅପରପକ୍ଷ ଦ୍ୱାରା ପ୍ରାପ୍ତ ନୋଟିସ୍‌ର ତିନି ମାସ ମଧ୍ୟରେ ଯେତେ ଦୂର ଶୀଘ୍ର ସମ୍ଭବ ନିଷ୍ପତ୍ତି ଫଇସଲା କରାଯିବ। ଯେଉଁ କ୍ଷେତ୍ରରେ ଦ୍ରବ୍ୟଗୁଡ଼ିକର ପ୍ରୟୋଗଶାଳା ପରୀକ୍ଷଣ ଆବଶ୍ୟକ ହୋଇଥାଏ, ସେହି କ୍ଷେତ୍ରରେ ଏହି ସମୟ ସୀମା ପାଞ୍ଚ ମାସ ପର୍ଯ୍ୟନ୍ତ ବୃଦ୍ଧି କରାଯାଇଥାଏ।

ପାଠଗତ ପ୍ରଶ୍ନାବଳୀ ୨୪ ଘ

୧. ୧୯୮୬ ମସିହା ଖାଉଟି ସୁରକ୍ଷା ଅଧିନିୟମ ଅନ୍ତର୍ଗତ ଜଣେ ଖାଉଟିଙ୍କୁ ଉପଲବ୍ଧ ଯେକୌଣସି ଦୁଇଗୋଟି ସାହାଯ୍ୟ ପ୍ରଦାନ କର।

(କ) ______________________________

(ଖ) ______________________________

୨. ନିମ୍ନଲିଖିତ ମାମଲାରେ 'ହଁ' ଅଥବା 'ନାହିଁ' ଲେଖ।

(କ) ଭାରତୀୟ ବିମାନ ସେବା ସଂସ୍ଥା (ଇଣ୍ଡିଆନ ଏୟାରଲାଇନ୍‌ସ) ଗୌହାଟୀ ଠାରୁ ନୂଆଦିଲ୍ଲୀ ବିମାନକୁ ୮ଘଣ୍ଟା ବିଳମ୍ବରେ ଉଡ଼ାଣ କଲେ। ଖାଉଟି ବିଚାରାଳୟରେ ଜଣେ ଯାତ୍ରୀ ଏହି ସମ୍ବନ୍ଧରେ ମାମଲା ଦାୟର କରିପାରିବେ କି ? ______________

(ଖ) ଜଣେ ଓକିଲ ନିଜର ଫିସ ଗ୍ରହଣ କଲେ କିନ୍ତୁ ମହକିଲଙ୍କ ସକାଶେ ବିଚାରାଳୟରେ ହାଜର ହେଲେ ନାହିଁ। ପ୍ରତିକାର ପାଇଁ ମହକିଲ ଜଣକ ଖାଉଟି ନ୍ୟାୟାଳୟକୁ ଆବେଦନ କରିପାରିବେ କି ? ______________________________

(ଗ) ୨୦୦୪ ଜାନୁୟାରୀ ମାସରେ ରମେଶ ଏକ ଶୀତଳକ ଯନ୍ତ୍ର ୨ ବର୍ଷ ନିର୍ଭରତା ସମୟସୀମା ସହ କ୍ରୟ କଲେ। ୨୦୦୫ ମସିହା ଜୁନ୍ ମାସରେ ସେ କେତେକ ତ୍ରୁଟି ଦେଖିବାକୁ ପାଇଲେ ଏବଂ କମ୍ପାନୀକୁ ତ୍ରୁଟି ସଜାଡ଼ିବାକୁ କହିଲେ। କମ୍ପାନୀଟି ତାଙ୍କର ଅଭିଯୋଗକୁ ଶୁଣିଲା ନାହିଁ। ବର୍ତ୍ତମାନ ୨୦୦୭ ମସିହା ଜୁଲାଇ ମାସରେ ସେ ପ୍ରତିକାର ପାଇଁ ଜିଲ୍ଲା ବିଚାରପୀଠକୁ ଆବେଦନ କରିବାକୁ ଚିନ୍ତା କରୁଅଛନ୍ତି। ତାଙ୍କର ଅଭିଯୋଗଟିକୁ ବିଚାରପୀଠ ଗ୍ରହଣ କରିପାରିବ କି ?

____

(ଘ) ଏକ ଅଞ୍ଚଳର ସମୀପବର୍ତ୍ତୀ ସ୍ଥାନରେ ଜଣେ କ୍ଷୀରବାଲା କ୍ଷୀରରେ ପାଣି ଅପମିଶ୍ରଣ କରୁଅଛନ୍ତି ଓ ଅପମିଶ୍ରିତ କ୍ଷୀରକୁ ସେହି ଅଞ୍ଚଳରେ ବିକ୍ରୟ କରୁଅଛନ୍ତି। ସମସ୍ତ ଖାଉଟି ଏକ ଗୋଷ୍ଠୀ ଗଠନ କରି ଏକ ମାମଲା ଦାଖଲ କରିପାରିବେ କି ? ______________

(ଙ) ମୋହନ ବିନା ମେମୋରସିଦ୍‌ରେ ଏକ ଦ୍ରବ୍ୟ କ୍ରୟ କଲେ। ଯଦି ସେ ଶୋଷିତ ହେଉଥାନ୍ତି, ଖାଉଟି ନ୍ୟାୟାଳୟରେ ଏକ ମାମଲା ଦାଖଲ କରିପାରିବେ କି ? __________

୨୪.୮ ଅଭିଯୋଗ ଗୁଡ଼ିକର ଫଇସଲା ସକାଶେ ସରକାରୀ କଳ

୧୯୮୬ ମସିହା ଖାଉଟି ସୁରକ୍ଷା ଅଧିନିୟମ ଅଧୀନସ୍ଥ ନ୍ୟାୟିକ ସରକାରୀ କଳ ପ୍ରତିଷ୍ଠା ହୋଇଥାଏ ଯାହାକି ଜିଲ୍ଲା, ରାଜ୍ୟ ଓ ରାଷ୍ଟ୍ର ସ୍ତରରେ ଖାଉଟି ନ୍ୟାୟାଳୟ (ବିଚାରପୀଠ)କୁ ନେଇ ଗଠିତ ହୋଇଥାଏ। ସେଗୁଡ଼ିକୁ ପୃଥକ୍ ଭାବରେ ଜିଲ୍ଲା ବିଚାର ପୀଠ, ରାଜ୍ୟ ଖାଉଟି ବିବାଦ ପ୍ରତିକାର କମିଶନ (ରାଜ୍ୟ କମିଶନ) ଓ ଜାତୀୟ ଖାଉଟି ବିବାଦ ପ୍ରତିକାର କମିଶନ (ଜାତୀୟ କମିଶନ) ଭାବରେ ଜଣାଯାଏ। ଚାଲନ୍ତୁ ସେଗୁଡ଼ିକର ଗଠନ ଓ ଭୂମିକା ଗୁଡ଼ିକ ବାବଦରେ ଏକ ସଂକ୍ଷିପ୍ତ ଧାରଣା ଅର୍ଜନ କରିବା।

୧. ଜିଲ୍ଲା ବିଚାରପୀଠ

ଏହା ରାଜ୍ୟ ସରକାରମାନଙ୍କ ଦ୍ୱାରା ପ୍ରତ୍ୟେକ ଜିଲ୍ଲାମାନଙ୍କରେ ପ୍ରତିଷ୍ଠା ହୋଇଥାଏ।

(କ) **ଗଠନ:** ଜିଲ୍ଲା ବିଚାରପୀଠ ଜଣେ ଅଧ୍ୟକ୍ଷ ଏବଂ ଅନ୍ୟ ଦୁଇ ସଭ୍ୟମାନଙ୍କୁ ନେଇ ଗଠିତ ହୋଇଥାଏ। ଯେଉଁ ସଭ୍ୟମାନଙ୍କ ମଧ୍ୟରେ ଜଣେ ସଭ୍ୟ ମହିଳା ହେବେ। ଜିଲ୍ଲା ବିଚାରପୀଠର ଜଣେ ଜିଲ୍ଲା ନ୍ୟାୟାଧୀଶ (ବିଚାରପତି) ସ୍ତରର ବ୍ୟକ୍ତି ମୁଖିଆ ଥାଆନ୍ତି।

(ଖ) **କ୍ଷେତ୍ରାଧିକାର:** ଗୋଟିଏ ଲିଖିତ ଅଭିଯୋଗ ଜିଲ୍ଲା ଖାଉଟି ବିଚାର ପୀଠ ନିକଟରେ ଦାଖଲ କରାଯାଇପାରିବ ଯେଉଁଠାରେ ଦ୍ରବ୍ୟ ଓ ସେବା ଗୁଡ଼ିକର ମୂଲ୍ୟ ଓ କ୍ଷତିଭରଣା ଦାବି ୨୦ ଲକ୍ଷ ଟଙ୍କାରୁ ଅଧିକ ହୋଇ ନ ଥିବ।

(ଗ) **ଅପିଲ (ଆପତ୍ତି):** ଯଦି ଜଣେ ଖାଉଟି ଜିଲ୍ଲା ବିଚାର ପୀଠର ନିଷ୍ପତ୍ତିରେ ଅସନ୍ତୁଷ୍ଟ ହୁଅନ୍ତି, ତେବେ ସେ ସେହି ନିଷ୍ପତ୍ତି ବାବଦରେ ଆଦେଶର ୩୦ ଦିନ ମଧ୍ୟରେ ରାଜ୍ୟ କମିଶନଙ୍କ ନିକଟରେ ଆପତ୍ତି କରିପାରିବେ।

୨. ରାଜ୍ୟ କମିଶନ

ଏହା ରାଜ୍ୟ ସରକାରମାନେ ନିଜ ରାଜ୍ୟମାନଙ୍କରେ ଗଠନ କରିଥାଆନ୍ତି।

(କ) **ଗଠନ:** ରାଜ୍ୟ କମିଶନ, ଜଣେ ସଭାପତି ଓ ସଭ୍ୟସଂଖ୍ୟା ଦୁଇଜଣଙ୍କ ଠାରୁ କମ୍ ହୋଇନଥିବେ ଓ ନିର୍ଦ୍ଦିଷ୍ଟ କରାଯାଇଥିବା ସେହି ସଭ୍ୟମାନଙ୍କଠାରୁ ଅଧିକ ହୋଇ ନଥିବେ, ସେମାନଙ୍କ ମଧ୍ୟରୁ ଜଣେ ମହିଳା ହୋଇଥିବେ, ଏହାକୁ ନେଇ ଗଠିତ ହୋଇଥାଏ। ଏହି କମିଶନର ଜଣେ ମୁଖ୍ୟ ଉଚ୍ଚନ୍ୟାୟାଳୟ ସ୍ତରର ପାହ୍ୟା ନ୍ୟାୟାଧୀଶ ହୋଇଥାନ୍ତି।

(ଖ) **କ୍ଷେତ୍ରାଧିକାର:** ରାଜ୍ୟ କମିଶନଙ୍କ ନିକଟରେ ଏକ ଲିଖିତ ଅଭିଯୋଗ ଦାଖଲ କରାଯାଇପାରିବ ଯେଉଁଥିରେ କି ଦ୍ରବ୍ୟ ଓ ସେବାଗୁଡ଼ିକର ମୂଲ୍ୟ ଓ କ୍ଷତିଭରଣା ଦାବି ୨୦ ଲକ୍ଷ ଟଙ୍କାରୁ ଅଧିକ କିନ୍ତୁ ଏକ କୋଟି ଟଙ୍କାରୁ କମ୍ ହୋଇଥାଏ।

(ଗ) **ଅପିଲ (ଆପତ୍ତି):** ଯଦି କ୍ଷୁବ୍ଧ ପକ୍ଷ ରାଜ୍ୟ କମିଶନଙ୍କର ଆଦେଶରେ ଅସନ୍ତୁଷ୍ଟ ହୁଅନ୍ତି ତେବେ ଆଦେଶ ପ୍ରଦାନ ହେବାର ୩୦ ଦିନ ମଧ୍ୟରେ ଜାତୀୟ କମିଶନଙ୍କୁ ଆପତ୍ତି କରିପାରିବେ।

୩. ଜାତୀୟ କମିଶନ

ଜାତୀୟ କମିଶନ କେନ୍ଦ୍ର ସରକାରଙ୍କ ଦ୍ୱାରା ୧୯୮୮ ମସିହାରେ ଗଠନ କରାଯାଇଥିଲା। ଏହା ଖାଉଟି ଅଭିଯୋଗଗୁଡ଼ିକର ସମାଧାନ ପାଇଁ ସରକାରଙ୍କ ଦ୍ୱାରା ପ୍ରତିଷ୍ଠା କରାଯାଇଥିବା ତ୍ରିସ୍ତରୀୟ ନ୍ୟାୟିକ ସରକାରୀ କଳର ସର୍ବୋଚ୍ଚ ସଂସ୍ଥା। ଏହାର କାର୍ଯ୍ୟାଳୟ ଜନପଥ ଭବନ (ପୁରୁଣା ଇଣ୍ଡିଆନ ଅଏଲ ଭବନ), ଏ. ଉଇଙ୍ଗ, ୫ମ ମହଲା, ଜନପଥ, ନୂଆଦିଲ୍ଲୀ ଠାରେ ଅବସ୍ଥିତ।

(କ) **ଗଠନ:** ଏହା ଜଣେ ସଭାପତି ଓ ସଭ୍ୟମାନଙ୍କୁ ଯାହା ଚାରିଜଣଙ୍କ ଠାରୁ କମ୍ ହୋଇ ନଥିବେ ଓ ନିର୍ଦ୍ଦିଷ୍ଟ କରାଯାଇଥିବା ସେହି ସଭ୍ୟମାନଙ୍କଠାରୁ ଅଧିକ ହୋଇ ନଥିବେ, ସେମାନଙ୍କ ମଧ୍ୟରୁ ଜଣେ ମହିଳା ହୋଇଥିବେ, ନେଇ ଗଠିତ ହୋଇଥାଏ। ଜାତୀୟ କମିଶନର ମୁଖ୍ୟ ସର୍ବୋଚ୍ଚ ନ୍ୟାୟାଳୟର ଜଣେ କାର୍ଯ୍ୟକାରୀ ବିଚାରପତି ଅଥବା ଅବସରପ୍ରାପ୍ତ ବିଚାରପତି ପାହ୍ୟାର ନ୍ୟାୟଧୀଶ ହୋଇପାରନ୍ତି।

(ଖ) **କ୍ଷେତ୍ରାଧିକାର :** ସେହି ଦ୍ରବ୍ୟ ଅଥବା ସେବାଗୁଡ଼ିକର ତ୍ରୁଟି ବିଷୟରେ ଏବଂ କ୍ଷତିଭରଣା ସମ୍ପର୍କିତ ସମସ୍ତ ଅଭିଯୋଗ ଯାହାରକି ମୂଲ୍ୟ ୧ କୋଟି ଟଙ୍କାରୁ ଅଧିକ ହୋଇ ଥିବ ତାହା ପ୍ରତ୍ୟକ୍ଷ ଭାବରେ ଜାତୀୟ କମିଶନଙ୍କ ନିକଟରେ ଦାଖଲ କରିହେବ।

(ଗ) **ଅପିଲ (ଆପତ୍ତି) :** ଜାତୀୟ କମିଶନର ଆଦେଶ ବିରୁଦ୍ଧରେ ଗୋଟିଏ ଅପିଲ ଆଦେଶ ପ୍ରଦାନର ୩୦ ଦିନ ମଧ୍ୟରେ ସର୍ବୋଚ୍ଚ ନ୍ୟାୟାଳୟରେ ଦାଖଲ କରାଯାଇପାରିବ।

ଟିପ୍ପଣୀ

ଏହା ଟିପ୍ପଣୀ କରାଯାଇପାରେ ଯେ ଖାଉଟି ସୁରକ୍ଷା ଅଧିନିୟମ ଲକ୍ଷ୍ୟଗୁଡ଼ିକୁ ପ୍ରାପ୍ତ କରିବା ଉଦ୍ଦେଶ୍ୟରେ, ଜାତୀୟ କମିଶନକୁ ସମସ୍ତ ରାଜ୍ୟ କମିଶନ ଗୁଡ଼ିକର ପ୍ରଶାସନିକ ନିୟନ୍ତ୍ରଣ କ୍ଷମତା ପ୍ରଦାନ କରାଯାଇଅଛି । ଜାତୀୟ କମିଶନ ରାଜ୍ୟ କମିଶନଠାରୁ ସଂସ୍ଥା ବାବଦରେ ନିର୍ଦ୍ଦିଷ୍ଟକାଳିକ ବିବରଣୀ, ମାମଲାଗୁଡ଼ିକର ଫଇସଲା ଓ ବିଚାରାଧୀନ ମାମଲା ଏବଂ ସମାନ ପ୍ରକ୍ରିୟା ଗୁଡ଼ିକ ଗ୍ରହଣ ସକାଶେ ନିର୍ଦ୍ଦେଶ ଆଦି ଗୁଡ଼ିକ ପ୍ରଦାନ କରିଥାଏ ।

ପାଠଗତ ପ୍ରଶ୍ନାବଳୀ ୨୪ ଙ

୧. ନିମ୍ନପ୍ରଦତ୍ତ ଖାଉଟି ନ୍ୟାୟାଳୟ ଗୁଡ଼ିକର ମୁଖ୍ୟ ମାନଙ୍କର ସ୍ତର ଅଥବା ପାହ୍ୟା ବ୍ୟକ୍ତ କର ।

(କ) ରାଜ୍ୟ କମିଶନ : ______________________

(ଖ) ଜିଲ୍ଲା ବିଚାରପୀଠ : ______________________

(ଗ) ଜାତୀୟ କମିଶନ : ______________________

୨. ନିମ୍ନଲିଖିତ ମାମଲାର ପ୍ରତିକାର କେଉଁଠାରେ ରହିଥାଏ ?

(କ) ଜଣେ ବାଳକ ଏକ ପୋଖରୀରେ ବୁଡ଼ିଗଲେ ଓ ୬ କୋଟି ଟଙ୍କା କ୍ଷତି ଭରଣା ଦାବି କଲେ ।

____

(ଖ) ରାଜ୍ୟ କମିଶନର ଆଦେଶରେ ଅସନ୍ତୁଷ୍ଟ ହୋଇ କ୍ଷୁବ୍ଧ ପକ୍ଷ ଅପିଲ କରିବାକୁ ଇଚ୍ଛା କଲେ ।

____

(ଗ) ଜଣେ ଭବନନିର୍ମାଣକାରୀ ଏକ ଗୃହକୁ ବିକ୍ରି କଲେ ଏବଂ ଜମିଟି ମାଲିମକଦ୍ଦମା ଅନ୍ତର୍ଗତ ରହିଥିଲା । ଖାଉଟି କ୍ଷତିଭରଣା ବାବଦରେ ୫୬ ଲକ୍ଷ ଟଙ୍କା ଦାବି କଲେ ।

____

(ଘ) ଜଣେ ଖାଉଟି ୨୫୦୦୦ଟଙ୍କାର ଏକ କ୍ଷତିଭରଣା ଏକ ଶୀତଳକ ଯନ୍ତ୍ରର ନିର୍ମାତାଙ୍କ ଠାରୁ ଦାବି କଲେ । ______________________

(ଙ) ଜିଲ୍ଲା ବିଚାରପୀଠର ଆଦେଶରେ ଅସନ୍ତୁଷ୍ଟ ହୋଇ କ୍ଷୁବ୍ଧ ପକ୍ଷ ଅପିଲ କରିବାକୁ ଚାହିଁଲେ ।

____

୨୪.୯ ତୁମେ ଯାହା ଶିଖିଲ

- ଖାଉଟି ଜଣେ ବ୍ୟକ୍ତି ଅଟନ୍ତି ଯେକି ଦ୍ରବ୍ୟଗୁଡ଼ିକ କ୍ରୟ କରିଥାନ୍ତି ଅଥବା ବ୍ୟବହାର କରିବା ସକାଶେ ସେବାଗୁଡ଼ିକ ଭଡ଼ା ସୂତ୍ରେ ନେଇଥାନ୍ତି ଅଥବା ନିଜେ ଉପଭୋଗ କରିଥାନ୍ତି ଅଥବା କ୍ରେତାଙ୍କ ତରଫରୁ ଜଣେ କେହି ବ୍ୟକ୍ତି ଅଟନ୍ତି ଯେକି ଉପଭୋଗ କରିଥାନ୍ତି ।
- ଖାଉଟି ସୁରକ୍ଷା ବ୍ୟବସାୟ ଦ୍ୱାରା ହେଉଥିବା ବିବେକଶୂନ୍ୟ ଓ ଅନୈତିକ କୁଅଭ୍ୟାସଗୁଡ଼ିକରୁ ସୁରକ୍ଷା ପ୍ରଦାନ ପାଇଁ ଗ୍ରହଣ କରାଯାଉଥିବା ଉପାୟ ଗୁଡ଼ିକୁ ବୁଝାଏ । ଏହା ମଧ୍ୟ ଖାଉଟି ମନରେ ଅଭିଯୋଗଗୁଡ଼ିକର ଦ୍ରୁତ ଫଇସଲାକୁ ବୁଝାଇଥାଏ ।
- ଖାଉଟିମାନଙ୍କର ନିଃସହାୟତା ଯୋଗୁଁ ଖାଉଟି ସୁରକ୍ଷାର ଆବଶ୍ୟକତା ଆନୀତ ହୁଏ । ସଚେତନତା ଅଭାବରୁ ସେମାନେ ଅଧିକାରଗୁଡ଼ିକ ସାବ୍ୟସ୍ତ କରିପାରନ୍ତି ନାହିଁ । ଖାଉଟି ସୁରକ୍ଷା ସକାଶେ କେତେକ କାରଣ ହେଲା :
  - ସାମାଜିକ ଉତ୍ତରଦାୟିତା
  - ସଚେତନତା ବୃଦ୍ଧି
  - ଖାଉଟି ସନ୍ତୁଷ୍ଟି
  - ସାମାଜିକ ନ୍ୟାୟ ନୀତି

- ନ୍ୟାସୀଭାବ ନୀତି
- ବ୍ୟବସାୟର ବୃଦ୍ଧି ଓ ଉତ୍ତରଜୀବିତା

• ୧୯୮୬ ମସିହା ଖାଉଟି ସୁରକ୍ଷା ଅଧିନିୟମରେ ପ୍ରଦତ୍ତ ଖାଉଟି ଅଧିକାର :
- ନିରାପତ୍ତା ଅଧିକାର
- ସୂଚନାପ୍ରାପ୍ତ ଅଧିକାର
- ଚୟନ ଅଧିକାର
- ଶୁଣାଣି କରିବା ଅଧିକାର
- ପ୍ରତିକାର ଲୋଡ଼ିବା ଅଧିକାର
- ଖାଉଟି ଶିକ୍ଷାଲାଭ ଅଧିକାର

• ଖାଉଟିମାନଙ୍କର ଉତ୍ତରଦାୟିତା ଗୁଡ଼ିକ ନିମ୍ନଲିଖିତ ବିଷୟ ଅନ୍ତର୍ଭୁକ୍ତ କରିଥାଏ ।
- ଗୁଣବତ୍ତା ପ୍ରତି ସଚେତନ ହୁଅ
- ବିଭ୍ରାନ୍ତିକର ବିଜ୍ଞାପନ ଗୁଡ଼ିକ ପ୍ରତି ସାବଧାନ
- ଚୟନ କରିବା ପୂର୍ବରୁ ଏକ ବିବିଧ ଦ୍ରବ୍ୟ ଗୁଡ଼ିକର ନିରୀକ୍ଷଣ ଉତ୍ତରଦାୟିତା
- ବିନିମୟର ପ୍ରମାଣ ସଂଗ୍ରହ
- ନିଜର ଅଧିକାର ବିଷୟରେ ସଚେତନ ରୁହନ୍ତୁ
- ଯଥାର୍ଥ ଅଭିଯୋଗ ଗୁଡ଼ିକ ସକାଶେ ଫେରାଦ
- ଦ୍ରବ୍ୟ /ସେବା ଗୁଡ଼ିକର ଉପଯୁକ୍ତ ବ୍ୟବହାର

• ଖାଉଟି ସୁରକ୍ଷାର ଉପାୟ ଓ ମାଧ୍ୟମ
- ଲୋକ ଅଦାଲତ
- ଜନସ୍ୱାର୍ଥ ସମ୍ବଳିତ ମକଦ୍ଦମା
- ପ୍ରତିକାର ବିଚାରପୀଠ ଓ ଖାଉଟି ସୁରକ୍ଷା ପରିଷଦ
- ସଚେତନତା କାର୍ଯ୍ୟକ୍ରମ
- ଖାଉଟି ସଂଗଠନ
- ଖାଉଟି କଲ୍ୟାଣ ପାଣ୍ଠି
- ବୈଧାନିକ ଉପାୟ

• **୧୯୮୬ ମସିହା ଖାଉଟି ସୁରକ୍ଷା ଅଧିନିୟମ**

୧୯୮୬ ମସିହା ଖାଉଟି ସୁରକ୍ଷା ଅଧିନିୟମର ମୁଖ୍ୟ ଉଦ୍ଦେଶ୍ୟ ହେଉଛି ଉତ୍ତମ ଓ ସବୁଦିଗରୁ ଖାଉଟିମାନଙ୍କୁ ସୁରକ୍ଷା ପ୍ରଦାନ କରିବା ଓ ବିଭିନ୍ନ ଶୋଷଣ ଯଥା ତ୍ରୁଟିପୂର୍ଣ୍ଣ ଦ୍ରବ୍ୟ, ଅଦକ୍ଷପୂର୍ଣ୍ଣ ସେବା ଓ ଅସାଧୁ ବ୍ୟାପାର ଅଭ୍ୟାସଗୁଡ଼ିକ ବିପକ୍ଷରେ ଫଳପ୍ରଦ ସୁରକ୍ଷା ପ୍ରଦାନ କରିବା । ଏହା ଖାଉଟିମାନଙ୍କର ଅଧିକାର ଗୁଡ଼ିକୁ ସୁରକ୍ଷା ଓ ସଂବର୍ଦ୍ଧନ କରିବା ପାଇଁ କେନ୍ଦ୍ର, ରାଜ୍ୟ ଓ ଜିଲ୍ଲା ସ୍ତରରେ ଖାଉଟି ସୁରକ୍ଷା ପରିଷଦଗୁଡ଼ିକର ସ୍ଥାପନ ପ୍ରସ୍ତାବ ରଖିଥାଏ ଏବଂ ଗୋଟିଏ ତ୍ରିସ୍ତରୀୟ ନ୍ୟାୟିକ ସରକାରୀ କଳ ଗଠନ କରି ଖାଉଟି ଅଭିଯୋଗ ଓ ବିବାଦ ଗୁଡ଼ିକୁ ସମାଧାନ କରିଥାଏ ।

• **ଅଭିଯୋଗ ଗୁଡ଼ିକର ଫଇସଲା ସକାଶେ ସରକାରୀ କଳ**

୧୯୮୬ ମସିହା ଖାଉଟି ସୁରକ୍ଷା ଅଧିନିୟମ ଅନ୍ତର୍ଗତ ନ୍ୟାୟିକ ସରକାରୀ କଳ ଜିଲ୍ଲା, ରାଜ୍ୟ ଓ ଜାତୀୟ ସ୍ତରରେ ଖାଉଟି ନ୍ୟାୟାଳୟ (ବିଚାରପୀଠ)ମାନଙ୍କୁ ନେଇ ଗଠିତ ହୋଇଥାଏ । ଏଗୁଡ଼ିକୁ ପୃଥକ୍ ଭାବେ ଜିଲ୍ଲା ବିଚାରପୀଠ, ରାଜ୍ୟ ଖାଉଟି ବିବାଦ ପ୍ରତିକାର କମିଶନ (ରାଜ୍ୟ କମିଶନ) ଓ ଜାତୀୟ ଖାଉଟି ବିବାଦ ପ୍ରତିକାର କମିଶନ (ଜାତୀୟ କମିଶନ) ବୋଲାଯାଏ ।

୨୪.୧୦ ମୂଳ ଶବ୍ଦ

ଖାଉଟି /ଉପଭୋକ୍ତା	ଖାଉଟି ସଂଗଠନ	ଖାଉଟି ସୁରକ୍ଷା
ଖାଉଟି ସୁରକ୍ଷା ପରିଷଦ	ଖାଉଟି ସୁରକ୍ଷା ଅଧିନିୟମ, ୧୯୮୬ (ସିପିଏ)	ଜିଲ୍ଲା ବିଚାରପୀଠ ଲୋକ ଅଦାଲତ
ଦ୍ରବ୍ୟ	ଅଭିଯୋଗ	ପ୍ରତିକାର ବିଚାର ପୀଠ
ଜାତୀୟ କମିଶନ	ପିଆଇଏଲ (ଜନସ୍ୱାର୍ଥ ସମ୍ବଳିତ ମୋକଦ୍ଦମା)	ଲୋକ ଅଦାଲତ ପ୍ରତିକାର ବିଚାରପୀଠ ସେବା
ଖାଉଟିମାନଙ୍କର ଉତ୍ତରଦାୟିତ୍ୱ	ଖାଉଟିମାନଙ୍କର ଅଧିକାର	
ରାଜ୍ୟ କମିଶନ		

୨୪.୧୧ ପାଠାନ୍ତ ପ୍ରଶ୍ନାବଳୀ

ଅତିକ୍ଷୁଦ୍ର ଉତ୍ତରମୂଳକ ପ୍ରଶ୍ନ

୧. ଖାଉଟି ବା ଉପଭୋକ୍ତାମାନଙ୍କର ଅର୍ଥ ପ୍ରଦାନ କର।

୨. ଖାଉଟି ସୁରକ୍ଷା କହିଲେ କ'ଣ ବୁଝାଯାଏ ?

୩. ଖାଉଟି ଶୋଷଣର ଯେକୌଣସି ଦୁଇଟି ଉଦାହରଣ ବ୍ୟକ୍ତ କର।

୪. ୧୯୮୬ ମସିହା ଖାଉଟି ସୁରକ୍ଷା ଅଧିନିୟମ ଅନ୍ତର୍ଗତ ତ୍ରିସ୍ତରୀୟ ନ୍ୟାୟିକ ସରକାରୀ କଳର ନାମ ପ୍ରଦାନ କର।

୫. ଯେକୌଣସି ଚାରୋଟି ମାନକ ଗୁଣବତ୍ତା ସ୍ୱୀକୃତ ଚିହ୍ନ ଉଲ୍ଲେଖ କର।

କ୍ଷୁଦ୍ର ଉତ୍ତରମୂଳକ ପ୍ରଶ୍ନ

୬. ଖାଉଟିମାନଙ୍କର ସଚେତନତାର ସ୍ତର ବୃଦ୍ଧି ସକାଶେ ସରକାରଙ୍କ ଦ୍ୱାରା ଆରମ୍ଭ କରାଯାଇଥିବା ବିଭିନ୍ନ ପ୍ରକାରର ପ୍ରଚାର ମାଧ୍ୟମ ଉପାୟଗୁଡ଼ିକ ବ୍ୟକ୍ତ କର।

୭. ୧୯୮୬ ମସିହା ଖାଉଟି ସୁରକ୍ଷା ଆଇନ ଅନ୍ତର୍ଗତ ଦ୍ରବ୍ୟ ଓ ସେବାଗୁଡ଼ିକର ଅର୍ଥ ବୁଝାଇ ଲେଖ।

୮. ରାଜ୍ୟ କମିଶନର ଗଠନ ଓ କ୍ଷେତ୍ରାଧିକାର ବ୍ୟାଖ୍ୟା କର।

୯. ଖାଉଟି କଲ୍ୟାଣ ପାଣ୍ଠି ଗଠନର ଉଦ୍ଦେଶ୍ୟ ବ୍ୟକ୍ତ କର।

୧୦. ୧୯୮୬ ମସିହା ଖାଉଟି ସୁରକ୍ଷା ଅଧିନିୟମ ଅନ୍ତର୍ଗତ ସମସ୍ୟାଗୁଡ଼ିକର ପ୍ରତିକାର ପାଇଁ କିଏ ଏକ ଅଭିଯୋଗ ଦାଖଲ କରିପାରିବେ ?

ଦୀର୍ଘ ଉତ୍ତରମୂଳକ ପ୍ରଶ୍ନ

୧୧. ଖାଉଟି ସୁରକ୍ଷାର ଆବଶ୍ୟକତା ବ୍ୟାଖ୍ୟା କର।

୧୨. ୧୯୮୬ ମସିହା ଖାଉଟି ସୁରକ୍ଷା ଅଧିନିୟମ ଅନୁସାରେ ଜଣେ ଖାଉଟିର ଅଧିକାର ବର୍ଣ୍ଣନା କର।

୧୩. ଜଣେ ଦୋକାନୀ ତୁମକୁ କେତେକ ମସଲା ଶୁଦ୍ଧ ବୋଲି ଦାବି କରି ବିକ୍ରୟ କଲେ। ପରେ ଏକ ପ୍ରୟୋଗଶାଳା ପରୀକ୍ଷାରେ ଦେଖାଗଲା ଯେ ସେଗୁଡ଼ିକ ଅପମିଶ୍ରିତ ଅଟନ୍ତି। ଏକ ଖାଉଟି ହିସାବରେ ଦୋକାନୀର ଭ୍ରମାତ୍ମକ କାର୍ଯ୍ୟ ବାବଦରେ ତୁମେ କେଉଁ ପଦକ୍ଷେପ ନେବାକୁ ପସନ୍ଦ କରିବ ?

୧୪. ଅଧୁନା ୧୫୦୦୦ ଟଙ୍କା ପ୍ରଦାନ କରି ତୁମର ଜଣେ ସାଙ୍ଗ ବଜାରରୁ ଏକ ଲୁଗାସଫା ମେସିନ କିଣିଲେ। ଦିନେ ବା ଦୁଇଦିନ ପରେ ସେ ଦେଖିଲେ ଯେ ମେସିନରେ କେତେକ ଯାନ୍ତ୍ରିକ ତ୍ରୁଟି ରହିଅଛି। ଅତିଶୀଘ୍ର, ସେ ବ୍ୟବସାୟୀଙ୍କୁ ଏ ବାବଦରେ ସୂଚନା ଦେଲେ କିନ୍ତୁ ବ୍ୟବସାୟୀ ମେସିନର ମରାମତି ଅଥବା ବଦଳ ସକାଶେ କୌଣସି ପ୍ରତିକ୍ରିୟା ପ୍ରକାଶ କଲେ ନାହିଁ। ବର୍ତ୍ତମାନ ସେ ଖାଉଟି

ନ୍ୟାୟାଳୟରେ ଏକ ଅଭିଯୋଗ ଦାଖଲ କରିବାକୁ ଚାହୁଁଛନ୍ତି । ସେ କେଉଁ ଖାଉଟି ନ୍ୟାୟାଳୟକୁ ଯିବା ଉଚିତ୍ ଓ କାହିଁକି ? ପୁନଶ୍ଚ, ତୁମ ସାଙ୍ଗ ସପକ୍ଷରେ ନ୍ୟାୟାଳୟ ପ୍ରଦାନ କରିପାରିବା ଭଳି ଯେକୌଣସି ତିନୋଟି ସମ୍ଭାବ୍ୟ ସାହାଯ୍ୟ ବ୍ୟକ୍ତ କର ।

୧୫. ତୁମର ସାଙ୍ଗ ଗୋଟିଏ ଇଲେକ୍ଟ୍ରୋନିକ ଉପକରଣ ଦୋକାନରୁ ଏକ ଛାତ ପଙ୍ଖା କ୍ରୟ କଲେ । ଯେତେବେଳେ ସେ ଘରେ ପଙ୍ଖାଟି ଲଗାଇଲେ, ଦେଖିଲେ ଯେ ତାହା ଚାଲୁ ନାହିଁ । ଦୋକାନୀ ବର୍ତ୍ତମାନ ପଙ୍ଖାଟିକୁ ବଦଳ କରିବା ପାଇଁ ଅଥବା ଟଙ୍କା ଫେରସ୍ତ ସକାଶେ ମନା କରୁଅଛନ୍ତି । ନିଜର ସମସ୍ୟାର ପ୍ରତିକାର କରିବା ସକାଶେ ତୁମର ସାଙ୍ଗ ଗୋଟିଏ ଅଭିଯୋଗ କେଉଁଠାରେ ଓ କିପରି ଦାଖଲ କରିବେ ।

୨୪.୧୨. ପାଠଗତ ପ୍ରଶ୍ନାବଳୀର ଉତ୍ତର

୨୪ କ

୨. (କ) √ (ଖ) × (ଗ) √ (ଘ) √

୨୪ ଖ

୧.(କ) ଅସାଧୁ ବ୍ୟାପାର ଅଭ୍ୟାସଗୁଡ଼ିକୁ ଦୂରେଇ ରହିବା ଲକ୍ଷ୍ୟରେ ଆବଶ୍ୟକୀୟ ନିୟମ

(ଖ) ଖାଉଟିମାନଙ୍କୁ ଠକିବା ସକାଶେ ଅସାଧୁ ବ୍ୟାପାରୀ ଓ ଉତ୍ପାଦନକାରୀ ଗ୍ରହଣ କରିପାରୁଥିବା ଉପାୟ ଓ ମାଧ୍ୟମ

(ଗ) ଅଭିଯୋଗଗୁଡ଼ିକ କରିବା ସମୟରେ ଖାଉଟିମାନେ ଅନୁସରଣ କରାଯିବାକୁ ଥିବା ପ୍ରକ୍ରିୟା

୨. (କ) ନିରାପତ୍ତା ଅଧିକାର
(ଖ) ସୂଚନା ପ୍ରାପ୍ତ ଅଧିକାର
(ଗ) ଶୁଣାଣି କରିବା ଅଧିକାର
(ଘ) ଚୟନ କରିବା ଅଧିକାର
(ଙ) ଖାଉଟି ଶିକ୍ଷାଲାଭ ଅଧିକାର

୨୪. ଗ

୨. (କ) ଲୋକ ଅଦାଲତ
(ଖ) ସଚେତନତା କାର୍ଯ୍ୟକ୍ରମ
(ଗ) ପ୍ରତିକାର ବିଚାରପୀଠ
(ଘ) ଜନସ୍ୱାର୍ଥ ସମ୍ବଳିତ ମକଦ୍ଦମା
(ଙ) ଜନସ୍ୱାର୍ଥ ସମ୍ବଳିତ ମକଦ୍ଦମା

୨୪ ଘ

୨. (କ) ହଁ (ଖ) ହଁ (ଗ) ନାହିଁ (ଘ) ହଁ (ଙ) ନାହିଁ

୨୪ ଙ

୧. (କ) ଉଚ୍ଚନ୍ୟାୟାଳୟ ବିଚାରପତି
(ଖ) ଜିଲ୍ଲା ନ୍ୟାୟାଧୀଶ
(ଗ) ସର୍ବୋଚ୍ଚ ନ୍ୟାୟାଳୟ ବିଚାରପତି

୨. (କ) ଜାତୀୟ କମିଶନ
(ଖ) ଜାତୀୟ କମିଶନ
(ଗ) ରାଜ୍ୟ କମିଶନ

(ଘ) ଜିଲ୍ଲା ବିଚାରପୀଠ
(ଙ) ରାଜ୍ୟ କମିଶନ

କର ଓ ଶିଖ

ନିଜର ଅଞ୍ଚଳରେ ବସବାସ କରୁଥିବା ବ୍ୟକ୍ତି ଓ ତୁମର ପରିବାରର ସଭ୍ୟ (ବ୍ୟକ୍ତି)ମାନଙ୍କଠାରୁ ସେମାନେ କ୍ରୟ ଓ ବ୍ୟବହାର କରୁଥିବା ଦ୍ରବ୍ୟଗୁଡ଼ିକ ବିଷୟ ଯଥା ତେଜରାତି ଜିନିଷ, କପଡ଼ା ଓ ଦୀର୍ଘସ୍ଥାୟୀ ଦ୍ରବ୍ୟ ଯଥା ରେଡ଼ିଓ, ଦୂରଦର୍ଶନ, ସାଇକେଲ, ସ୍କୁଟର ଆଦି ବାବଦରେ ଜ୍ଞାନ ଅର୍ଜନ କର । ସେହିପରି ୧୦ ଗୋଟି ଦ୍ରବ୍ୟର ଏକ ତାଲିକା ପ୍ରସ୍ତୁତ କର ଓ ପ୍ରତ୍ୟେକ ଜିନିଷ ବାବଦରେ ଲୋକମାନେ ସମ୍ମୁଖୀନ ହେଉଥିବା ଅସୁବିଧା (ନିରାପତ୍ତା ବିପଦ, ଖରାପ ଗୁଣବତ୍ତା, ଅଣ-ଦୀର୍ଘସ୍ଥାୟୀ ଆଦି) ଗୁଡ଼ିକ ସେମାନଙ୍କୁ ପଚାରି ଟିପି ରଖ ।

ଏହି ପ୍ରତ୍ୟେକ ସମସ୍ୟାଗୁଡ଼ିକ ଆଧାରରେ ଖାଉଟି ହିସାବରେ ସେମାନଙ୍କର କେଉଁ ଅଧିକାର ଗୁଡ଼ିକ ଉଲ୍ଲଂଘନ ହେଉଅଛି ତାହା ଚିହ୍ନଟ କର । ପୁନଶ୍ଚ, ସେହି ବ୍ୟକ୍ତିମାନଙ୍କୁ ଉତ୍ତରଦାୟୀ ଖାଉଟି ବ୍ୟବହାର ମାଧ୍ୟମରେ କିପରି ଏହି ସମସ୍ୟା ଗୁଡ଼ିକରୁ ଦୂରେଇ ରହିହେବ, ଉଲ୍ଲେଖ କର ।

ନାଟ୍ୟାଭିନୟ

ଦୁଇଜଣ ବନ୍ଧୁ, ଗୋପାଳ ଓ ଜଗୁ ଗୋପାଳର ରୁଗ୍ଣ ମାଆଙ୍କର ଔଷଧ କ୍ରୟ କରିବା ପାଇଁ ବଜାର ଯାଇଥିଲେ । ଜଗୁ ବ୍ୟବସାୟ ଅଧ୍ୟୟନର ଏକ ଛାତ୍ର ଅଟେ, ଯେତେବେଳେ କି ଗୋପାଳ ଜଣେ କମ୍ପ୍ୟୁଟର ପରିଚାଳକ ହିସାବରେ କାର୍ଯ୍ୟ କରେ । ନିମ୍ନରେ ଦିଆଯାଇଥିବା ସେମାନଙ୍କ ମଧ୍ୟରେ କଥାବାର୍ତ୍ତା ଅଧ୍ୟୟନ କର ।

ଗୋପାଳ : ଜଗୁ, ଦୟାକରି ଶୀଘ୍ର ମୋ ଘରକୁ ଆସ ।
ଜଗୁ : କାହିଁକି ? କ'ଣ ହେଲା ? କ'ଣ ଏତେ ଜରୁରୀ ?
ଗୋପାଳ : ମୋର ମାଆଙ୍କର ଦେହ ଭଲ ନାହିଁ ।
ଜଗୁ : ବ୍ୟସ୍ତ ହୁଅ ନାହିଁ । ମୁଁ ବର୍ତ୍ତମାନ ଆସୁଅଛି । ଇତ୍ୟବସରରେ ଡାକ୍ତରଙ୍କୁ ଡାକ ।
ଗୋପାଳ : ହଁ, ମୁଁ ତାହା କରିଦେବି ।
ଡାକ୍ତର ଆସିଲେ ଓ କେତେକ ଔଷଧ ପାଇଁ ଉପଦେଶ ଦେଲେ ।
ଜଗୁ : ଡାକ୍ତର କ'ଣ କହିଲେ ?
ଗୋପାଳ : ସେ କହିଲେ ଯେ ଏହା ଟାଇଫଏଡ଼ ରୋଗ ଏବଂ ଔଷଧ ଗୁଡ଼ିକର ବ୍ୟବସ୍ଥାପତ୍ର ଦେଇଅଛନ୍ତି ।
ଜଗୁ : ଠିକ୍ ଅଛି, ଚାଲ ଯିବା ଓ ଔଷଧ ଆଣିବା ।
ଗୋପାଳ : (ଦୋକାନୀଙ୍କୁ) ମହାଶୟ, ଦୟାକରି ଏଥିରେ ଲେଖାଯାଇଥିବା ସମସ୍ତ ଔଷଧ ମୋତେ ଦିଅନ୍ତୁ ।
ଦୋକାନୀ : ସମସ୍ତ ଔଷଧ ନିଅନ୍ତୁ, ତୁମେ କ'ଣ ମେମୋ ରସିଦ୍ ଚାହଁ କି ?
ଗୋପାଳ : ନା । ମୁଁ ମେମୋ ରସିଦ୍ ଚାହେଁ ନାହିଁ । ମୁଁ ଆପଣଙ୍କୁ ଭଲ ଭାବରେ ଜାଣିଅଛି !
ଜଗୁ : ନା । ଜମା ସେପରି କର ନାହିଁ । ଦୋକାନୀଙ୍କୁ ଜାଣିଥିଲେ ସୁଦ୍ଧା ଏହା ଗୁରୁତ୍ୱପୂର୍ଣ୍ଣ ଯେ ମେମୋ ରସିଦ ସଂଗ୍ରହ କରିବୁ ।

ଗୋପାଳ : କିନ୍ତୁ କାହିଁକି ?

ଜଗୁ : ମେମୋ ରସିଦର ଗୁରୁତ୍ୱ ବାବଦରେ ଓ ଏକ ଖାଉଟିର ଅନ୍ୟ ଦାୟିତ୍ୱ ବାବଦରେ ଗୋପାଳକୁ ବୁଝାଇଲେ । ତୁମେ ଜଗୁ ସ୍ଥାନରେ ନିଜକୁ ରଖ ଓ ତୁମର ସାଙ୍ଗକୁ ଗୋପାଳ ସ୍ଥାନରେ ରଖ ଓ କଥାବାର୍ତ୍ତା ଚାଲୁ ରଖ ।

ଅଧ୍ୟାୟ : ଏକ ଦୃଷ୍ଟିରେ

୨୪.୧. ଖାଉଟି /ଉପଭୋକ୍ତାର ଅର୍ଥ
୨୪.୨. ଖାଉଟି ସୁରକ୍ଷାର ଅବଧାରଣା
୨୪.୩. ଖାଉଟି ସୁରକ୍ଷାର ଆବଶ୍ୟକତା
୨୪.୪. ଖାଉଟିମାନଙ୍କର ଅଧିକାର
୨୪.୫. ଖାଉଟିର ଉତ୍ତରଦାୟିତା
୨୪.୬. ଖାଉଟି ସୁରକ୍ଷାର ଉପାୟ ଓ ମାଧ୍ୟମ
୨୪.୭. ଖାଉଟି ସୁରକ୍ଷା ଅଧିନିୟମ, ୧୯୮୬