



USAID
معاونت امریکی عوام

ASF
THE AGRIBUSINESS PROJECT



تربیتی کتابچہ

انٹریپرائز ڈویلپمنٹ ٹریننگ

برائے فارمر انٹریپرائز گروپس (FEGs)



میل کر بنا رہے ہیں ایک روشن پاکستان

دی ایگری بزنس پراجیکٹ۔ ایگری بزنس سپورٹ فنڈ

اس کتابچے کی تیاری امریکی عوام کے تعاون بذریعہ امریکی ادارہ برائے بین الاقوامی ترقی سے ممکن ہوئی۔ اس کتابچے کے مندرجات کی ذمہ داری دی ایگری بزنس پراجیکٹ کی ہے۔ پوبلس ایڈ/ امریکی گورنمنٹ کا اس سے متفق ہونا ضروری نہیں۔

Guidebook for
Enterprise Development Training
for Farmer Enterprise Groups (FEGs)

تربیتی کتابچہ
انٹریپرائز ڈویلپمنٹ ٹریننگ
برائے فارمر انٹریپرائز گروپس (FEGs)

دی ایگری بزنس پراجیکٹ - ایگری بزنس سپورٹ فنڈ

انٹرنیشنل ڈیولپمنٹ ٹریڈنگ گائیڈ بک برائے فارما انٹرنیشنل گروپس۔ دی ایگری بزنس پراجیکٹ

انٹرنیشنل ڈیولپمنٹ ٹریڈنگ گائیڈ بک برائے فارما انٹرنیشنل گروپس، یو ایس ایڈ کی فنڈنگ سے دی ایگری بزنس پراجیکٹ نے ایگری بزنس سپورٹ فنڈ کے تعاون سے شائع کی۔

EDT-FEG 2014

اسلام آباد، پاکستان

مرتب کنندہ:

سہیل منظور

کنسلٹنٹ، اسلام آباد، پاکستان

زیر نگرانی:

عائشہ گلزار، نیشنل کوآرڈینیٹر، دی ایگری بزنس پراجیکٹ

میاں جمشید وحید، سینئر سسٹمی ڈیولپمنٹ ایڈوائزر، سی این ایف اے، دی ایگری بزنس پراجیکٹ

معاونین:

شمشیر ایچ خان، سی این ایف اے۔ ٹی اے کوآرڈینیٹر، دی ایگری بزنس پراجیکٹ

محمد اظہر خان، ڈائریکٹر ایم ایس پو، دی ایگری بزنس پراجیکٹ

ڈیزائن اینڈ لے آؤٹ:

منصور عابد

اس کتابچے کی تیاری امریکی عوام کے تعاون بذریعہ امریکی ادارہ برائے بین الاقوامی ترقی سے ممکن ہوئی۔ اس کتابچے کے مندرجات کی ذمہ داری دی ایگری بزنس پراجیکٹ کی ہے۔ یو ایس ایڈ/امریکی گورنمنٹ کا اس سے متعلق ہونا ضروری نہیں۔

فہرست مضامین

i	اظہارِ تشکر
ii	پیش لفظ
1	پہلا باب: تربیتی کتابچے کا تعارف
1	ایگری بزنس سپورٹ فنڈ کا تعارف
2	دی ایگری بزنس پراجیکٹ کا تعارف
3	منصوبے کے اجزاء
3	جینڈر/صنعتی برابری
3	تربیت کے مقاصد
4	تربیت کا شیڈول
7	دوسرا باب: ویلیو چین نظریہ
9	ویلیو چین کی کیوں ضرورت ہے؟
10	ویلیو چین کے فوائد
12	ویلیو چین کے لئے تیاری
14	ویلیو چین بنانے کے مراحل
19	ویلیو چین پراجیکٹ کا منصوبہ
22	ویلیو چین اور سپلائی چین
29	تیسرا باب: زرعی کاروبار اور تنظیمی، انتظامی و قائدانہ صلاحیتیں
29	فارمر انٹرپرائز گروپ (FEG) کیا ہے؟
32	FEG کی ذمہ داریاں
34	FEG کی خصوصیات
37	FEG اور قائدانہ/رہبرانہ صلاحیتیں
38	FEG اور فارم کی انتظامی صلاحیتیں
39	FEG/کسانوں کی کاروباری تنظیم اور کاروبار

43	چوتھا باب:	زرعی کاروبار اور کاروبار کی ترقی
43		کاروبار اور اس کی اقسام
45		کاروبار کے اہم عناصر
47		کامیاب کاروباری
48		کامیاب کاروباری کی خصوصیات اور ضروری صلاحیتیں
52		کاروبار کا دائرہ
54		کاروبار کو کیسے کامیاب بنایا جاسکتا ہے؟
57	پانچواں باب:	مارکیٹنگ اور سپلائی چین کا انتظام
57		مارکیٹ اور مارکیٹنگ
57		مارکیٹ ریسرچ / تجزیہ
63		مارکیٹ کی تقسیم
71		مارکیٹ اور مارکیٹنگ کے ذرائع
75		سپلائی چین کا انتظام
76		کاشتکاری اور باغبانی کے اہم شراکت دار
79	چھٹا باب:	کاروبار کے تصورات، منصوبہ اور مالی و انتظامی معاملات
79		زراعت بطور کاروبار
80		کسان بطور انٹرپرائزر (کاروباری)
81		زرعی کاروبار اور منافع
83		کاروبار کی ترقی کا منصوبہ
84		کاروبار کا انتخاب
86		بزنس پلان کے اجزاء
90		FEG کے مالی معاملات کی انتظام کاری
98		کاروباری منصوبہ اور اس کا ڈھانچہ
108		کتابیات (References)

فہرست اصطلاحات، مخففات

ایس ایف	ایگری بزنس سپورٹ فنڈ
ایف ای جی	کسانوں کا کاروباری گروپ
ویلیو چین	قدر کی لڑی
ویلیو ایڈیشن	قدر/ قیمت میں اضافہ
سپلائی چین	فراہمی کی لڑی
مارکیٹنگ	اجناس اور خدمات کو فراہم کرنے کے لئے ان کے استعمال کنندگان کی تلاش
سائیکل	دائرہ
بزنس	کاروبار
ابلاغ	گفتگو، کسی پیغام کو ایک جگہ سے دوسری جگہ پہنچانا
کیش	نقد، نقد رقم
صارف	استعمال کرنے والا، استفادہ حاصل کرنے والا
مداخل	عام طور پر زراعت سے میں استعمال ہونے والے کھاد، بیج، ادویات کو مدخل کہتے ہیں
گریڈنگ	اجناس کو ان کی قدر، حجم اور اس کی خصوصیات کی بنیاد پر مختلف درجوں میں تقسیم کرنا
سٹوریج	اجناس کو محفوظ بنانے کے لئے انہیں کسی ایک ایسی جگہ پر رکھنا جو اسی کام کے لئے بنائی گئی ہو
پروسیڈنگ	کسی جنس کو ایک شکل سے دوسری شکل میں تبدیل کرنا جس سے اس کی قدر میں اضافہ ہو جائے
ماڈل	نمونہ
ایکسپورٹ	برآمد، ملک سے کسی چیز کو باہر بھیجنا
امپورٹ	درآمد، کسی جنس کو باہر سے اپنے ملک لے کر آنا
ہول سیلر	اشیاء کو بڑے پیمانے پر فروخت کرنے والا
مارکیٹ	ایسی جگہ جہاں اجناس کی خرید و فروخت ہو
ڈسٹری بیوٹر	تقسیم کار
ٹرانسپورٹ	ذرائع نقل و حمل
پراڈکٹ	اشیاء
پروموشن	کسی چیز کو تقویت دینا، آگے بڑھانا
پلیس	جگہ
پرائس	قیمت
برانڈنگ	کسی جنس یا اشیاء کا کوئی نام رکھنا، مارکہ
روڈ میپ	مستقبل میں آگے بڑھنے کا نقشہ یا سرگرمیوں کی فہرست
ٹریننگ	تربیت
سکیل	پیمانہ

اظہارِ تشکر

میں جناب شاد محمد چیف آف پارٹی کی تکنیکی رہنمائی اور تعاون کو تسلیم کرنا چاہتا ہوں جس کی وجہ سے یہ کام خوش اسلوبی سے پایہ تکمیل کو پہنچا۔ میں اپنے دوستوں اور ساتھیوں کے تعاون کو بھی تسلیم کرنا چاہوں گا جن کے گرانقدر مشوروں، تبصروں اور رہنمائی کی وجہ سے یہ تربیتی کتابچہ مکمل ہو سکا۔ ان ساتھیوں میں عائشہ گلزار، میاں جمشید وحید، رستم خان، محمد جاوید، عبدالماجد خان، شاہ جہان ہاشمائی، سید اقبال، مسعود میر، سلیمان ابرو، محمد طاہر وقار، نوید بزدار، شرافت حسین، محمد عمران علوی، محمد عامر میراج، منصور عابد، ناظمہ سراج اور ڈاکٹر نگہت سلطانہ کے نام قابل ذکر ہیں۔

اس کتابچے کی تکمیل کے دوران مجھے بہت سے چھوٹے کاشتکاروں اور ایف ای جی کے ممبران سے رابطے کے مواقع ملے ان کی بے بہا آراء، تبصروں نے اس کتابچے کو مکمل کرنے میں بے حد معاونت کی۔ میں ان سب کا مشکور ہوں۔

سہیل منظور

کنسلٹنٹ

پیش لفظ

پاکستان میں چھوٹے پیمانے پر کاشت کاری کرنے والے کسانوں کی زرعی پیداوار اور منافع کی شرح کو بہتر بنانے کے لئے ’دی ایگری بزنس پراجیکٹ‘، کئی پہلوؤں پر کام کر رہا ہے۔ یہ معلوماتی کتابچہ بھی اسی سلسلے کی ایک کڑی ہے۔ یو ایس ایڈ پاکستان کی مالی اور تکنیکی معاونت سے ایگری بزنس سپورٹ فنڈ عمومی اور دی ایگری بزنس پراجیکٹ خصوصی طور پر ایسے اقدامات کر رہا ہے جس سے پاکستان میں روایتی طرز کاشت کاری کو ایک جدید منافع بخش اور بہتر معیار کی حامل کاروباری کاشت کاری میں تبدیل کیا جاسکے، جس سے ملک کی زرعی پیداوار میں پائیدار بنیادوں پر بہتری اور ملازمتوں کے مواقعوں میں اضافہ ہونے سے عوام کے معاشی حالات میں ایک مثبت تبدیلی آئے گی۔ زراعت میں باغبانی اور مال مویشی کی افزائش وہ شعبے ہیں جن پر اس پراجیکٹ میں خصوصی توجہ دی جا رہی ہے۔

’دی ایگری بزنس پراجیکٹ‘ کے تحت جہاں اور سرگرمیاں ہو رہی ہیں وہاں ایک سرگرمی چھوٹے کسانوں کو مقامی سطح پر منظم کیا جانا ہے تاکہ وہ مل کر اپنے کاروباری کسان گروپ بنائیں اور بجائے انفرادی کام کے مل کر کام کریں۔ جس سے انہیں معیار، پیداوار، مارکیٹنگ اور بہتر قیمت کے حصول جیسے فوائد حاصل ہوں گے۔ دی ایگری بزنس پراجیکٹ اس سلسلے میں کسانوں کو پوری طرح معاونت فراہم کر رہا ہے اور کسانوں کی انتظامی، فنی اور تکنیکی اعتبار سے استعداد کار کو بہتر بنانے کے لئے کام کر رہا ہے تاکہ چھوٹے پیمانے پر کاشت کاری کرنے والے کسانوں کا بھی ویلیو چین (قدر کی کڑی) میں مقام بہتر بنایا جاسکے جس سے ان کی اجناس کے معیار، پیداوار اور منافع میں مستقل بنیادوں پر پائیدار اضافہ ممکن بنایا جاسکے۔ ایگری بزنس سپورٹ فنڈ نے یہ کتابچہ ترتیب دیا ہے تاکہ کسانوں اور ان کے کاروباری گروپوں کو اپنے روزمرہ کے کاروباری معاملات چلانے میں سہولت فراہم کی جاسکے۔ اس کتابچے میں ویلیو چین نظریہ، اس کے مراحل، سپلائی چین، تنظیمی، کاروباری و انتظامی معاملات، زرعی کاروبار میں ترقی، مارکیٹنگ، سپلائی چین کا انتظام اور مالی معاملات کی کھاتہ داری کے ساتھ ساتھ منصوبہ سازی اور اس سے متعلقہ دیگر اہم موضوعات کے بارے میں معلومات فراہم کی گئی ہیں۔

اس کتابچے کی تیاری کے سلسلے میں ہم یو ایس ایڈ پاکستان کی مالی معاونت کا شکریہ ادا کرتے ہیں۔ دی ایگری بزنس پراجیکٹ کے ساتھ منسلک پائرنز اور FEGs کے عہدیداران کا بھی شکریہ جن کی قیمتی آراء اور تجاویز نے اس کتابچے کی افادیت کو زیادہ بڑھایا۔

شاد محمد

چیف پارٹی

دی ایگری بزنس پراجیکٹ

اسلام آباد، پاکستان

پہلا باب

ترتیبی کتابچے کا تعارف

تربیتی کتابچے کا تعارف

یہ تربیتی کتابچہ FEG کی رہنمائی اور معلومات کے لئے ترتیب دیا گیا ہے جو کہ دی ایگری بزنس پراجیکٹ (TAP) کے ساتھ مل کر زرعی حوالے سے اپنی پیداواری صلاحیت اور کاروباری منافع کو بڑھانے کے لئے کام کر رہی ہیں۔ کاروبار کی ترقی کے لئے ترتیب دی گئی اس تربیت کا بنیادی مقصد یہ ہے کہ کسانوں کے روایتی زراعت کے نظریے کو کاروباری زراعت کے نظریے میں تبدیل کیا جائے۔ ASF کا یہ منصوبہ چھوٹے پیمانے پر کاشتکاری کرنے والے کسانوں کے مقام کو ویلیو چین میں بہتر معیار پر لانا ہے۔ تاکہ ان کی اجناس کی پیداوار اور منافع کی شرح بہتر ہو سکے اور ان کو اس قابل بنانے کے لئے کسانوں کی استعداد کار میں بہتری، کاروباری منصوبہ سازی، زرعی اجناس کو مصنوعات میں تبدیل کرنا، مصنوعات کو منافع بخش مارکیٹ میں متعارف کروانا اور کسانوں کی کاروباری تنظیمات FEG کی تنظیمی و انتظامی صلاحیتوں کو بہتر کرنا ہے۔ اس تربیتی کتابچے میں چھ اہم ماڈیول شامل ہیں اور وہ درج ذیل موضوعات کا احاطہ کرتے ہیں۔

- ۱- ASF اور ایگری بزنس پراجیکٹ کا تعارف، عمل درآمد کا طریقہ کار اور منصوبے کے اہم اجزاء/عناصر
- ۲- ویلیو چین نظریہ، اس کے مختلف مراحل اور سپلائی چین
- ۳- تنظیم، قائدانہ اور انتظامی صلاحیتیں
- ۴- زرعی کاروبار میں کاروبار کی ترقی
- ۵- مارکیٹنگ اور سپلائی چین کا انتظام
- ۶- کاروبار تصورات، منصوبہ سازی اور مالی انتظام کاری

کاروبار کی ترقی کی تربیت FEG کے تمام ممبران کو دی جائے گی اور اس تربیت کا دورانیہ 2 دن کا ہے۔ توقع کی جاتی ہے کہ روایتی طریقہ زراعت کے نظریے کو کاروباری طریقہ زراعت کے نظریے میں تبدیل کرنے کے لئے درج بالا تربیت اہم کردار ادا کرے گی۔

ایگری بزنس سپورٹ فنڈ کا تعارف

ایگری بزنس سپورٹ فنڈ (ASF) کمپنیز آرڈیننس 1984 سیکشن 42 کے تحت رجسٹرڈ ایک غیر منافع بخش ادارہ ہے۔ یہ ادارہ ایشیائی ترقیاتی بینک (ADB) کی معاونت سے ”وزارت خوراک، زراعت اور مال مویشی“ کی طرف سے قائم کیا گیا ہے۔ ایگری بزنس

سپورٹ فنڈ کا ہیڈ آفس لاہور میں قائم ہے لیکن یہ پاکستان کے چاروں صوبوں کے ساتھ ساتھ فاٹا، فانا اور آزاد کشمیر میں بھی اپنی خدمات فراہم کر رہا ہے۔ ASF ایسے افراد اور اداروں کو جو زراعت سے متعلقہ کاروبار کی ترقی کے لئے میچنگ گرانٹ کی بنیاد پر فنڈ مہیا کرتا ہے تاکہ وہ تیزی سے تبدیل ہوتے ہوئے اقتصادی ماحول کے مطابق اپنی استعداد کار، مہارت، تکنیک، مارکیٹنگ کو بہتر کرنے کے قابل ہو سکیں اور اپنی پیداواری صلاحیت، منافع، تقابلیت وغیرہ کو بہتر کر سکیں۔ ASF پاکستان میں مسابقتی اور پائیدار زرعی کاروبار کی ترقی کے ذریعہ آمدن بڑھانے اور اقتصادی ترقی کی حمایت کرتی ہے۔ اس حوالہ سے درج ذیل شعبوں پر توجہ مرکوز ہے۔

- ۱۔ باغبانی یعنی پھل، سبزیات، خشک پھل، کھجوریں، مصلالے
- ۲۔ پھول بانی
- ۳۔ مال مویشی (پولٹری اور ماہی گیری کے علاوہ) اور دودھ

دی ایگری بزنس پراجیکٹ کا تعارف

دی ایگری بزنس پراجیکٹ، USAID|Pakistan کی مالی معاونت سے منتخب زرعی اور مال مویشی سے متعلقہ ویلیو چین (قدر کی لڑی) پر کام کر رہا ہے۔ ان ویلیو چین کو موقع کی تشخیص (Opportunity Assessment) کے عمل کے ذریعہ شناخت (Identify) کیا گیا ہے۔ اس پراجیکٹ کا مقصد وسیع البندا ترقی کے لئے حالات کو بہتر کرنا ہے جو کہ ملازمتوں کے مواقع اور منافع کو بڑھائے۔ باغبانی اور مال مویشی (گوشت) کے شعبوں میں مصنوعات اور منتخب ویلیو چین پر کام کر کے غربت کے خاتمے میں کردار ادا کرے۔ اس منصوبے کے تین مخصوص مقاصد ہیں۔

- ۱۔ باغبانی اور مال مویشی ویلیو چین میں استعداد کار کو بڑھانا تاکہ ملکی اور غیر ملکی منڈیوں میں ان کی فروخت بڑھائی جاسکے۔
- ۲۔ چھوٹے پیمانے پر کام کرنے والے افراد کی استعداد کار/مہارت بہتر بنانا۔
- ۳۔ پیداواری صلاحیت اور منافع کو بڑھانا (نئی تراکیب اور تکنیک کے ذریعے)

اس منصوبے میں 8 ویلیو چین شامل کی گئی ہیں۔

- ۱۔ خوبانی
- ۲۔ کیلا
- ۳۔ کنو
- ۴۔ غیر موسمی/قیمتی سبزیات
- ۵۔ آلو (بیج)
- ۶۔ مال مویشی (گوشت)
- ۷۔ انگور
- ۸۔ مرچیں



منصوبے کے اجزاء

اس منصوبے کے دو بنیادی اجزاء ہیں جس میں پہلا تکنیکی معاونت اور دوسرا ویلپوچین کی فراہمی میں معاونت ہے۔

۱۔ تکنیکی معاونت

تکنیکی معاونت تبدیلی کے لئے ایک بنیاد فراہم کرتی ہے۔ اس میں تکنیکی اور انتظامی تربیت، مارکیٹ تک رسائی، رابطہ سازی، فارمر انٹرپرائز گروپ، کلسٹر اور ایسوسی ایشن، خواتین کی ان میں شمولیت، ان کا انتظام اور استحکام اور معیار کی تکمیل شامل ہے۔

۲۔ ویلپوچین میں معاونت

اس کے ذریعہ روایتی زراعت کو کاروباری زراعت میں ویلپوچین کے ذریعے تبدیل کرنے کے لئے گرانٹ اور تکنیکی معاونت شامل ہے۔

جینڈر/صنعتی برابری

اس منصوبے میں خواتین کو ترقی کے عمل میں شامل کرنے کے حوالہ سے خصوصی انتظامات کئے گئے ہیں تاکہ پیداواری صلاحیت اور منافع میں اضافہ سے ہونے والے فوائد یکساں طور پر استفادہ دے سکیں۔ لہذا اس لئے منصوبے میں اس بات کو یقینی بنایا گیا ہے۔

تربیت کے مقاصد

چھوٹے پیمانے پر روایتی زراعت کے نظریے کو کاروباری زراعت کے نظریے میں تبدیل کرنا تاکہ کسان اپنی زمین سے زیادہ پیداوار/اجناس حاصل کر سکیں اور بہتر انتظام کاری اور مارکیٹنگ کے ذریعے زیادہ منافع حاصل کر سکیں۔ تربیت کے مقاصد کو درج ذیل الفاظ میں یوں بیان کیا جاسکتا ہے کہ دودن کی کاروباری ترقی کی تربیت کے بعد FEG کے ممبران اس قابل ہو جائیں گے کہ وہ

- زرعی کاروباری منصوبے، اس کے اجزاء اور طریقہ کار کو سمجھ سکیں۔
- نظریہ ویلپوچین اس کے مراحل اور سپلائی چین کو سمجھ سکیں۔
- تنظیمی، انتظامی معاملات، بہتر طریقے سے چلا سکیں۔
- زرعی کاروباری منصوبے، اس کے اجزاء اور طریقہ کار کو سمجھ کر روایتی زراعت کے نظریے کو کاروباری زراعت کے نظریے میں تبدیل کر سکیں۔
- نظریہ ویلپوچین، سپلائی چین اور ان کے مراحل کو سمجھ کر اپنی اجناس کو اس کا حصہ بنا سکیں۔
- FEG کی سطح پر اپنی تنظیمی و انتظامی صلاحیتوں کو بہتر بنا کر اجناس کی پیداوار اور منافع کی شرح میں اضافہ کر سکیں۔
- کاروباری منصوبہ سازی، مارکیٹنگ اور مالی انتظام کاری سیکھ کر اپنے کاروباری زراعت کے نظریے کو تقویت پہنچا سکیں۔

تربیت کا شیڈول

کاروباری ترقی کی تربیت برائے FEGs (دورانیہ 2 دن)

ذمہ داری	موضوع	وقت	پہلا دن
	رجسٹریشن، حاضری	0830	
	شرکاء تربیت کا تعارف، توقعات اور خدشات	0900	
	تربیت کے مقاصد	0930	
	ایگری بزنس سپورٹ فنڈز اور دی ایگری بزنس پراجیکٹ کا تعارف	1000	
	چائے کا وقفہ	1030	
	قدر کی لڑی کا جائزہ (ویلیو چین)	1045	
	تنظیمی و انتظامی اور قائدانہ صلاحیتیں	1245	
	کھانے کا وقفہ	1400	
	زرعی کاروبار اور ترقی	1500	
	اہم نکات کی دہرائی	1630	
			دوسرا دن
	موضوع	وقت	
	گزشتہ دن کا جائزہ	0900	
	مارکیٹنگ اور سپلائی چین کا انتظام	0930	
	چائے کا وقفہ	1130	
	کاروباری منصوبہ سازی اور منصوبہ	1200	
	کھانے کا وقفہ	1400	
	مالی اور انتظامی معاملات کی کھاتہ داری، ریکارڈ کیپنگ	1500	
	دونوں دنوں کی دہرائی	1630	
	تربیت کا جائزہ	1700	
	اسناد کی تقسیم اور تربیت کا اختتام	1730	

سیشن کا جائزہ

شرکاء تربیت کا جائزہ لینے کے لئے اس سیشن کے بعد درج ذیل جدول کی مدد سے ان کی رائے حاصل کی جائے تاکہ اس سیشن میں شامل معلومات سے حاصل شدہ استفادہ کا جائزہ لیا جاسکے۔ اگر شرکاء کے مزید کچھ سوالات ہوں تو چائے یا کھانے کے وقفے کے دوران ان پر بات کی جائے۔

نمبر شمار	اشارے			
۱۔	تربیت کے مقاصد			
۲۔	ایگری بزنس سپورٹ فنڈ			
۳۔	دی ایگری بزنس پراجیکٹ			
۴۔	پراجیکٹ کے اجزاء			
۵۔	پراجیکٹ میں جینڈر/صنف کی شمولیت			

دوسرا باب

ویلیو چین نظریہ

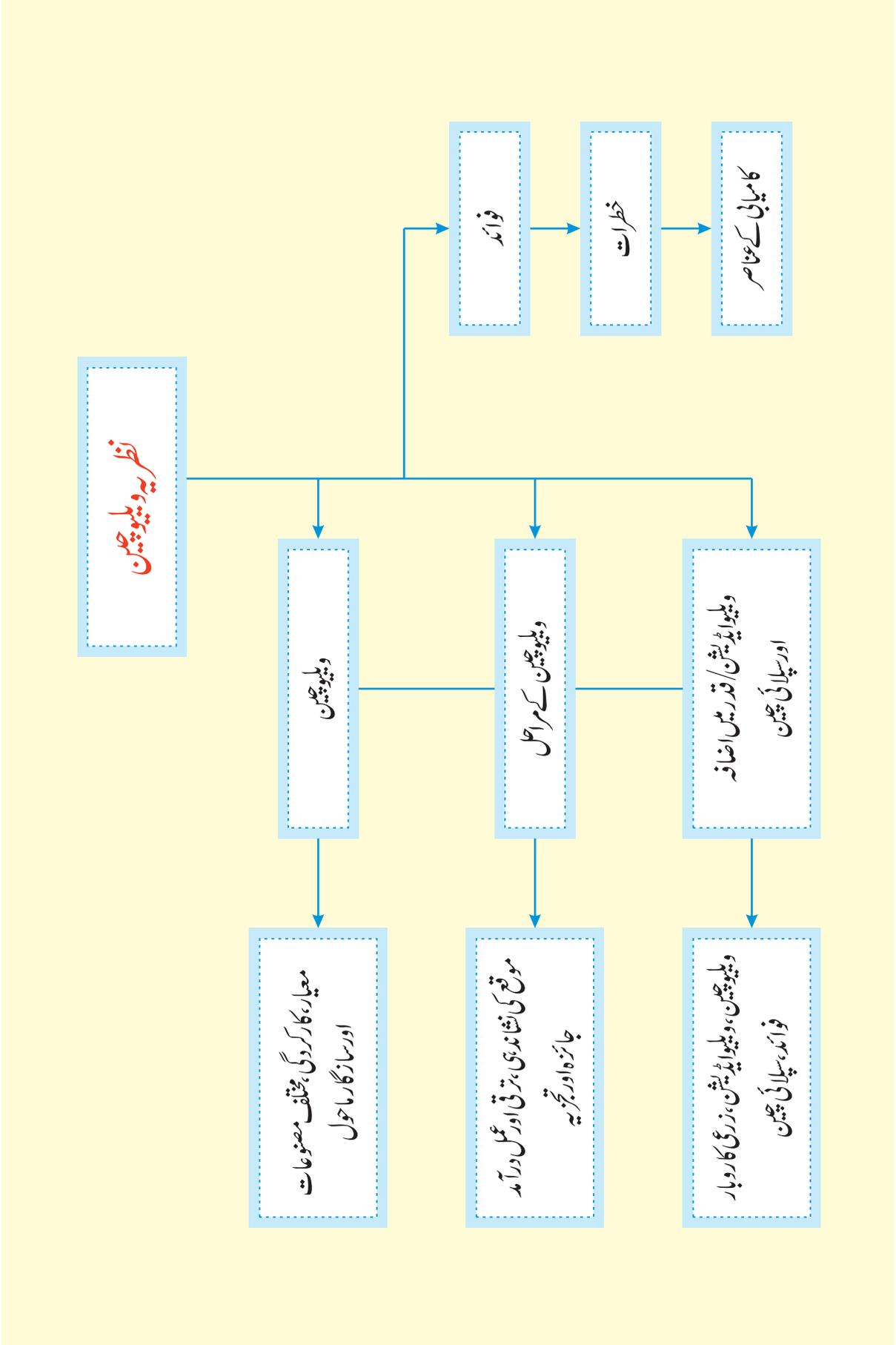
ویلیو چین نظریہ (Value Chain Approach)

ویلیو چین ایسی سرگرمیوں کے مکمل مجموعے کو بیان کرتی ہے جس میں مصنوعات یا خدمات کو، تصور سے لے کر اس کی پیداوار تک کے تمام مراحل کا احاطہ ہو اور جس میں اشیاء کی ہیئت میں تبدیلی اور پیداواری خدمات تک شامل ہو، نیز یہ کہ پیداوار اور ہیئت میں تبدیلی کے مراحل سے گزر کر صارفین تک پہنچنے اور استعمال کے بعد اس کے باقیات کو ٹھکانے لگانے تک کے عمل کو ویلیو چین سے تعبیر کیا جاتا ہے۔ کچھ ماہرین اس میں مختلف سرگرمیاں جیسا کہ ڈیزائننگ، پیداوار، مارکیٹنگ، تقسیم کار اور صارفین کے استعمال اور استعمال کے بعد باقیات کی ری سائیکلنگ تک کے عمل کو بھی شامل تصور کرتے ہیں۔

ویلیو چین کی سرگرمیوں کو کسی ایک FEG کے اندر یا ایک سے زیادہ FEG کے درمیان کسی ایک علاقے یا ایک سے زیادہ علاقوں تک پھیلا یا جاسکتا ہے۔ ویلیو چین کی اصطلاح سے مراد بنیادی مصنوعات کی قدر میں اضافہ کرنا ہے۔ اور یہ اضافہ اس میں دیگر وسائل کو شامل کر کے کیا جاتا ہے۔ مثلاً اوزار، انسانی وسائل، معلومات، ہنر، دیگر خام مال، یا ابتدائی مصنوعات وغیرہ۔ چونکہ مصنوعات مختلف مراحل سے گزرتی ہیں لہذا ہر مرحلے سے گزرنے کے بعد اس کی قدر میں اضافہ ہو جاتا ہے۔

ویلیو چین کا ماڈل مثال (غیر موسمی و منافع بخش سبزیات)

مرحلہ	قیمت	جاری مدخل	اخراجات
۱	25 روپے	کھیت/فارم	مزدور، زمین، مراحل، اوزار، دیکھ بھال، ادویات اور بیج
۲	40 روپے	اکٹھا کرنا/گریڈنگ/پیکنگ	جانچنا، ٹھنڈا کرنے کا ٹینک، عمارت، بجلی، مزدوری، پیکنگ
۳	45 روپے	ٹرانسپورٹ	گاڑی، پیٹرول، ڈرائیور
۴	75 روپے	منڈی	مشین، عمارت، بجلی، پیکینگ، مارکیٹنگ، انتظامی امور، سٹوریج
۵	80 روپے	ریٹیل	دکان کا کرایہ، ذخیرہ، مزدوری، اشتہار، ٹیکس
۶	95 روپے	صارف (صارف تمام قیمت ادا کرتا ہے)	



ویلوچین کی کیوں ضرورت ہے؟

ویلوچین کے نظریے کی کئی ایک وجوہات ہیں لیکن درج ذیل چار اہم ترین وجوہات جو زراعت کے کاروبار میں ویلوچین کی ترویج اور بڑھوتری میں اہم کردار ادا کرتی ہیں۔



- ۱۔ نظام کی بہتری/کارکردگی
- ۲۔ مصنوعات کا معیار
- ۳۔ فرق مصنوعات/مختلف مصنوعات
- ۴۔ زرعی کاروباری ماحول کو سازگار بنانا

ویلوچین چھوٹے کسانوں کو اس قابل بناتا ہے اور ان کو ایسے مواقع میسر کرتا ہے جس میں وہ بہتر معیار کی مصنوعات/اجناس پیدا کر سکیں اور ان کو بہتر منافع پر فروخت کر سکیں۔ اس کے نتیجے میں کسانوں کی آمدن میں نہ صرف اضافہ ہوتا ہے بلکہ مستقل بنیادوں پر مالی فوائد بھی میسر ہوتے رہیں۔

ویلوچین سائیکل/مدار

ویلوچین سائیکل/مدار سات مراحل پر مشتمل ہے۔ ان مراحل کو ہم پراجیکٹ سائیکل میں بھی دیکھ سکتے ہیں۔



ویلیو چین کے فوائد

کسی بھی کاروبار پر اگر پوری توجہ سے کام کیا جائے اور اس کی کامیابی کے لئے کوشش کی جائے تو اس کاروبار سے فوائد حاصل کئے جاسکتے ہیں۔ لہذا ویلیو چین بھی ایک کاروبار ہے جس کے ذریعے بھی فوائد حاصل کئے جاسکتے ہیں۔

FEG کی سطح پر چھوٹے کسان اگر ویلیو چین کے نقطہ نظر سے اپنی زراعت/کاشتکاری کریں تو درج ذیل فوائد حاصل کئے جاسکتے ہیں۔

- ۱- مسابقتی برتری۔ چونکہ ویلیو چین کی مصنوعات اور عمل کو نقل نہیں کیا جاسکتا۔
- ۲- مصنوعات کی مقدار، معیار اور فراہمی کو FEG کے ذریعے مربوط نظام سے یقینی بنا کر مارکیٹ میں خریداروں کے خدشات کو ختم کیا جاسکتا ہے۔
- ۳- بڑے پیمانے پر پیداوار اور مصنوعات کی مارکیٹ میں مسلسل فراہمی اور رسائی۔
- ۴- شراکت داروں کے ساتھ بہتر مواصلاتی رابطے سے خریداروں کی تجویز کردہ تبدیلیوں پر عمل درآمد کو کم وقت میں یقینی بنانا۔
- ۵- باہمی تعاون کی وجہ سے مثبت مقابلے کا رجحان اور زیادہ فائدہ مند کاروباری تعلقات کا فروغ
- ۶- کاروبار میں اپنا نام پیدا کرنا (مارکہ)
- ۷- زرعی اور اس سے متعلقہ شعبوں میں نئی ملازمتوں کے مواقع پیدا کرنا

شرکاء تربیت سے پوچھیں کہ آپ کو اپنے کاروبار میں کن فوائد کی توقع ہے۔

ویلیو چین کی کامیابی کے عناصر

بہت سے عناصر مل کر ویلیو چین کو کامیاب بناتے ہیں۔ ان میں درج ذیل عناصر ایسے ہیں جو کہ ہماری ویلیو چین کی کامیابی کے مواقعوں کو بڑھاوا دیں گے اگر ہم ان پر عمل درآمد کو یقینی بنا سکیں۔

- ۱۔ FEG کے تمام ممبران کی طرف سے بھرپور عہدہ کہ وہ مل کر اپنی ویلیو چین کو کامیاب بنائیں گے۔
- ۲۔ FEG کی قیادت کا کردار
- ۳۔ شراکت داروں کا احتیاط سے انتخاب
- ۴۔ ویلیو چین کے مقاصد کا واضح ہونا
- ۵۔ ممبران کی آپس میں مکمل ہم آہنگی اور ایک دوسرے پر انحصار
- ۶۔ FEG کے ممبران کی مل کر باہمی تعاون کے ساتھ منصوبہ سازی
- ۷۔ تجرباتی منصوبہ بنانا اور اس پر عمل کرنا تاکہ کاروباری تجربہ حاصل کیا جاسکے۔
- ۸۔ ممبران کا باہمی غیر جانبدار تعاون، معاونت اور رابطہ سازی
- ۹۔ ویلیو چین کے انتظام چلانے کے لئے نیچر اور فعال کارکان کی تعیناتی
- ۱۰۔ قائد جن خدشات کا اظہار کریں ان کو توجہ دینا
- ۱۱۔ ویلیو چین کے شراکت داروں کے ساتھ باہمی روابط کو بہتر بنانا اور ترقی دینا

آپ کی FEG مندرجہ بالا عناصر میں کن کن عناصر میں مضبوط ہے اور کن عناصر کو مضبوط کرنا ہے؟

ویلیو چین کے لئے تیاری

FEG اور اس کے ممبران کے لئے اس سوال کا جواب بہت اہم ہے کہ

”کیا آپ بحیثیت FEG اپنی ویلیو چین کے لئے تیار ہیں؟“

اس سے پہلے کہ ہم ویلیو چین کا حصہ بنیں ہمیں اپنی کاروباری حکمت عملی کا جائزہ لینا چاہیے اور اس بات کی جانچ پڑتال بھی کرنی چاہیے کہ کیا ویلیو چین نظریہ آپ کے لئے فائدہ مند ہے؟ کیا آپ کی کاروباری حکمت عملی آپ کو اور آپ کے کاروبار کو آپ کے حریفوں سے مختلف اور ممتاز کر دے گی؟ آپ کی کاروباری حکمت عملی بہت زیادہ اہم ہے۔ آپ نے اس میں یہ طے کرنا ہے کہ آپ کس طرح دوسروں سے ممتاز ہو سکتے ہیں۔ مثلاً کم قیمت پر چیزیں فروخت کر کے، بہتر تعلقات کی بناء پر، تحقیق اور کاروباری روابط سازی، اپنی مصنوعات کو کوئی نئی شکل دے کر۔

اپنی تیاری کا جائزہ لینے کے لئے ہمیں درج ذیل شیٹ استعمال کرنی ہے۔

تیاری کا جائزہ

ہاں/نہیں	۱۔ کیا میں دوسروں سے مل کر کام کر سکتا ہوں؟
ہاں/نہیں	۲۔ کیا میں مختلف طریقوں سے انتظامی معاملات چلانے کی قدر کرتا ہوں؟
ہاں/نہیں	۳۔ کیا میں نئے خیالات اور مصنوعات میں جدت لانے کو پسند کرتا ہوں؟
ہاں/نہیں	۴۔ کیا میں جانبداری اور لچک پر یقین رکھتا ہوں؟
ہاں/نہیں	۵۔ کیا میں مشترکہ حکمت عملی اور منصوبہ سازی کے لئے رضامند ہوں؟
ہاں/نہیں	۶۔ کیا میں سپلائی چین میں دوسروں کے ساتھ باقاعدگی کے ساتھ گفتگو/بات چیت کر سکتا ہوں؟
ہاں/نہیں	۷۔ کیا میں اپنی زمین ویلیو چین پیداوار اور مصنوعات کے لئے استعمال کر سکتا ہوں؟
ہاں/نہیں	۸۔ کیا میں ویلیو چین کے لئے درکار ضروری وسائل مہیا کر سکتا ہوں؟
ہاں/نہیں	۹۔ کیا میں ویلیو چین کے لئے درکار وقت اور کوششیں کر سکتا ہوں؟

میری کاروباری تیاری

ہاں/نہیں	۱۔ FEG میں کاروباری کارکردگی اور تیاری باہمی تعاون سے کی جائے گی؟
ہاں/نہیں	۲۔ جو ممبران زیادہ محنت کریں گے ان کو زیادہ فائدہ، اجرا اور داد ملے گی؟
ہاں/نہیں	۳۔ کاروباری حریفوں کے بارے میں معلومات میسر ہے؟
ہاں/نہیں	۴۔ نیا کاروبار مارکیٹ کی ضرورت اور تبدیلی کے مطابق ہے؟
ہاں/نہیں	۵۔ FEG کے ممبران اس بات پر اتفاق کرتے ہیں کہ باہمی/مشترکہ کوششیں ہی مطلوبہ نتائج کے حصول کا ذریعہ ہیں؟
ہاں/نہیں	۶۔ FEG کے ممبران باہمی اشتراک کاروبار پر مثبت اثرات ڈالے گا؟

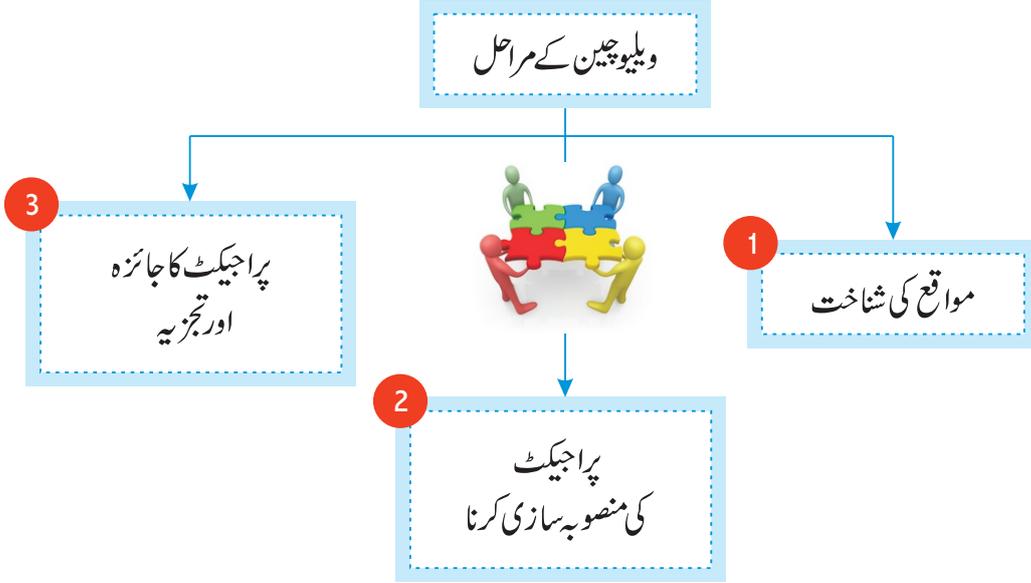
اگر آپ زیادہ تر سوالوں کے جواب ہاں میں دیتے ہیں تو توقع ہے کہ آپ نئے مواقعوں کی تلاش کے لئے تیار ہیں۔ اور آپ کو ویلیو چین نقطہ نظر سے اپنے کاروبار کو شروع کرنا چاہئے۔ لیکن اگر زیادہ تر سوالات کے جواب نہیں ہیں تو آپ کو کاروبار شروع کرنے کے بارے میں نظر ثانی کی ضرورت ہے۔

کاروباری حکمت عملی

- ۱۔ آپ اپنے کاروبار کو مستقبل میں کہاں دیکھنا چاہتے ہیں؟
- ۲۔ کیا آپ جو چاہتے ہیں وہ موجودہ طریقہ کار سے حاصل کر سکتے ہیں؟
- ۳۔ آپ کے کاروبار کی موجودہ طاقت اور مضبوط پہلو کیا ہیں جو کہ مستقبل کے مقاصد کو حاصل کرنے میں آپ کے مددگار ثابت ہوں؟
- ۴۔ آپ کے موجودہ کاروبار کی کمزوریاں کیا ہیں جو کہ آپ کو مستقبل کے مقاصد کو حاصل کرنے میں رکاوٹ ڈالیں؟
- ۵۔ آپ کی وہ کون سی کمزوریاں ہیں جو آپ از خود ٹھیک کر سکتے ہیں۔ اس سے آپ کو اپنے مضبوط پہلوؤں اور کمزور پہلوؤں کے بارے میں اندازہ ہو جائے گا۔ بعض کمزور پہلو FEG کی سطح پر مشترکہ امداد باہمی اور ویلیو چین نقطہ نظر سے کام کرنے کی وجہ سے مضبوطی میں تبدیل ہو سکتے ہیں؟

ویلیو چین بنانے کے مراحل

بنیادی طور پر ویلیو چین بنانے کے تین مراحل ہیں اور ہر مرحلے کے اندر پھر اس مرحلے کی تکمیل کے لئے کچھ ذیلی مراحل بھی موجود ہیں۔ لیکن ایک اچھی اور کامیاب ویلیو چین ان مراحل سے گزر کر ہی FEG کے ممبران کی زرعی پیداوار اور منافع میں اضافے کا سبب بن سکتی ہے۔



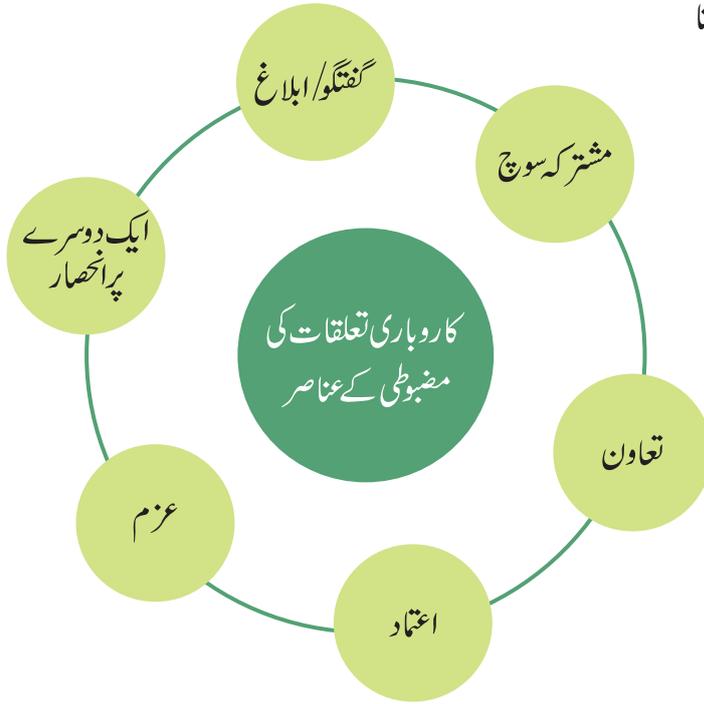
مواقع کی شناخت

مواقع کی شناخت اہم مرحلہ ہے کیونکہ اس کی بنیاد پر باقی سارے مراحل سرانجام دیئے جائیں گے لہذا اس مرحلے کی تکمیل کے لئے بہت زیادہ محنت اور سمجھ بوجھ کی ضرورت ہے۔ ویلیو چین کے لئے FEG چند مواقعوں کی نشاندہی کر سکتی ہے اور ان مواقعوں کی نشاندہی موجودہ سپلائی چین کے تجزیے اور نقشہ کشی کی روشنی میں کیا جانا چاہئے۔

مواقع کی شناخت کے درج ذیل ذیلی مراحل ہیں۔

- ۱۔ سپلائی چین کی نقشہ کشی
- ۲۔ سپلائی چین کا تجزیہ
- ۳۔ سپلائی گاہک اور صارفین پر مسلسل توجہ مرکوز رکھنا

- ۴۔ پیداواری اور مصنوعاتی فرق
- ۵۔ وسائل میں شراکت
- ۶۔ کاروباری تعلقات بڑھانا
- ۷۔ انتظامات اور تقسیم کاری پر توجہ
- ۸۔ معلومات کا اشتراک
- ۹۔ ویویو ایڈیشن یا قدر میں اضافہ
- ۱۰۔ مواقع کا خاکہ تیار کرنا



وسائل، خطرات اور صلاحیتیں

تجزیے کے مرحلے کی تکمیل کے بعد ویویو چین نظریے سے سب سے اہم موقع اور خطرے کا اندازہ لگائیں۔ اس کام کو کرتے ہوئے FEG کے ممبران اپنی تخلیقی صلاحیتوں کو بروئے کار لائیں اور تمام ممکنات اور مواقعوں کو مد نظر رکھ کر کوئی فیصلہ کریں۔

اس مرحلہ پر ایسے عناصر کی بھی نشاندہی کریں جو منصوبے کی کامیابی پر اثر انداز ہو سکتے ہیں۔ یہ ممکنہ خطرات درج ذیل اقسام کے ہو سکتے ہیں۔

- ۱۔ کاروبار میں مشکلات
- ۲۔ ذرائع نقل و حمل / ٹرانسپورٹ

- ۳۔ پیداوار اور مصنوعات کی قیمت کے مقرر کرنے کے حوالے سے
- ۴۔ سیاسی مداخلت
- ۵۔ دیگر حریفوں سے مقابلہ
- ۶۔ غیر ضروری مالی ذمہ داریاں
- ۷۔ سپلائی کی تبدیلی
- ۸۔ دوسروں سے متعلقہ کام میں رکاوٹ

اس ورک شیٹ کو استعمال کرتے ہوئے وسائل، خطرات اور صلاحیتوں کو لکھ لیں اور یہ بھی کہ کون سے وسائل موجود ہیں اور کون سے درکار ہیں۔

درکار وسائل	موجودہ وسائل	وسائل
		مالی وسائل ۱۔ کیش/نقد رقم ۲۔ کیش تک رسائی ۳۔ متوازی انتظام
		مادی وسائل ۱۔ سہولیات ۲۔ مشینری ۳۔ ٹیکنالوجی/تکنیکی وسائل
		انسانی وسائل ۱۔ مہارت ۲۔ مزدوروں تک رسائی ۳۔ انتظامی صلاحیت

درکار وسائل	موجودہ وسائل	وسائل
		غیر مادی وسائل ۱۔ ساکھ ۲۔ تخلیقی صلاحیتوں ۳۔ گاہکوں/خریداروں تک رسائی ۴۔ رابطے
		تعلقات ۱۔ اچھے تعلقات ۲۔ ایسے تعلقات جن میں بہتری اور ترقی کی ضرورت ہے۔

پراجیکٹ کی تیاری

ویلیو چین کے پراجیکٹ کی منصوبہ سازی میں درج ذیل اہم عناصر ہیں۔

- ۱۔ ویلیو چین کے لئے شراکت داروں کی نشاندہی
- ۲۔ مشترکہ کاروباری نقطہ نظر پیدا کرنا
- ۳۔ باہمی مطابقت کا قائم کرنا
- ۴۔ ابتدائی رابطہ
- ۵۔ تعلقات استوار کرنا/ترقی دینا
- ۶۔ کاروبار کی ساخت کی اقسام

مطابقت کیا ہے؟

- ۱۔ کام کرنے کی عادتیں
- ۲۔ کام کرنے کی رفتار، توقعات اور باہمی ابلاغ
- ۳۔ مستقبل کی خاکہ بندی
- ۴۔ منصوبے کے ساتھ عزم
- ۵۔ صلاحیتیں اور ہنر
- ۶۔ اعتماد سازی/ قابل اعتماد ہونا
- ۷۔ مالی توازن
- ۸۔ مسائل کے حل کے لئے سوچ کا انداز
- ۹۔ تحقیق اور ترقی کی حکمت عملی
- ۱۰۔ شہرت/ ساکھ
- ۱۱۔ معاشرتی، سماجی رجحانات اور انتظام کاری

مضبوط کاروباری تعلقات کی خصوصیات

- ۱۔ ایک دوسرے پر انحصار کرنا
- ۲۔ طاقت کا متوازن ہونا
- ۳۔ محاصل کی منصفانہ تقسیم
- ۴۔ مسائل کے حل کے لئے کوششیں
- ۵۔ پر عزم ہونا
- ۶۔ نفاق کا تدارک کرنا
- ۷۔ فیصلہ سازی
- ۸۔ اعتماد

کاروبار کی ساخت کی اقسام

- ۱۔ انفرادی کاروباری
- ۲۔ کارپوریشن
- ۳۔ عمومی شراکت داری
- ۴۔ باہمی مشترکہ قسمت آزمائی
- ۵۔ کوآپریٹو

کسانوں کے لئے ابتدائی طور پر تجویز کیا جاتا ہے کہ وہ اپنی FEG کے پلیٹ فارم سے ہی اپنا کاروبار شروع کریں اور رفتہ رفتہ اپنے کاروبار کو ترقی دے کر اس کے پیانے کو بڑا کریں اس کے لئے ان کا تجربہ، رابطے اور مارکیٹنگ بنیادی عناصر ہیں۔

ویبوجین پراجیکٹ کا منصوبہ

FEG اپنے ویبوجین کے پراجیکٹ کی منصوبہ سازی کر سکتی ہے۔ اس کو بنانے کے لئے درج ذیل اہم عناصر کو اس میں شامل کیا جانا ضروری ہے۔

- ۱۔ اہداف
- ۲۔ مقاصد
- ۳۔ مقاصد تک پہنچنے کے اقدامات اور ان کے نشانات
- ۴۔ ایکشن پلان/عمل درآمد کا منصوبہ
- ۵۔ وقت کا تعین
- ۶۔ ذمہ داریوں کا تعین

ویلیو چین پراجیکٹ کا منصوبہ

منصوبے کا نام	_____	تاریخ	_____
بنانے والے کا نام	_____	شراکت دار	_____
FEG کا نام	_____		

منصوبے کی حیثیت۔ انفرادی/FEG

۱۔ تعارف: بنیادی محرکات جو اس منصوبے کے لئے حوصلہ افزائی کرتے ہیں۔

۲۔ اہداف: اس منصوبے کی تکمیل پر کیا نتائج حاصل ہوں گے وضاحت سے بیان کریں۔

۳۔ منصوبے کے مقاصد: واضح، عملی اقدامات، جن سے اہداف تک پہنچا جاسکے۔

۴۔ اقدامات: اہداف اور مقاصد کے حصول تک پہنچنے کے اشارے

عملی قدم	ذمہ داری	تکمیل کی تاریخ

ویلیو چین پراجیکٹ کی نگرانی اور تجزیہ

FEG کے باقاعدہ اجلاس (ضرورت کے مطابق) ممبران کو اس قابل کریں گے کہ وہ ویلیو چین پراجیکٹ کی کارکردگی کی نگرانی کر سکیں۔ اجلاس FEG کو اس قابل کریں گے کہ وہ مسائل، مشکلات کی نشاندہی کر سکیں اور ان کے تدارک کے لئے کوئی حکمت عملی ترتیب دے سکیں۔

اجلاس میں نئے آنے والے مواقعوں پر بھی بات چیت ہو سکتی ہے۔ اجلاس کے دوران مندرجہ ذیل سوالوں کے جواب معلوم کرنا ضروری ہیں۔

- ۱۔ کیا مقاصد کا حصول ہو پارہا ہے؟
- ۲۔ کہیں مقاصد تبدیل تو نہیں ہو رہے؟
- ۳۔ کیا تمام شراکت داروں کی کارکردگی سے مطمئن ہیں؟
- ۴۔ کن چیزوں میں بہتری کی ضرورت ہے جس سے اطمینان اور کارکردگی کو زیادہ بہتر کیا جاسکے؟

منصوبے کا تجزیہ

اس مرحلے میں FEG منصوبے کا مکمل جائزہ لے اور اس میں ویلیو چین کے تمام شرائط اور شامل ہوں۔ جو چیزیں پراجیکٹ سے سیکھی ہیں ان کی شناخت کی جائے۔ مستقبل طور پر ویلیو چین اور تعلقات کو مضبوط کرنے کے لئے درکار اقدامات کے بارے میں بات چیت کی جائے۔

درج ذیل سوالات کے جواب جاننا ضروری ہیں۔

- ۱۔ کیا حاصل کیا گیا ہے؟
- ۲۔ کیا منصوبے کو جاری رکھ کر اور زیادہ حاصل کیا جاسکتا ہے؟
- ۳۔ کیا ہم مقاصد میں اضافہ کر سکتے ہیں؟
- ۴۔ شرائط دار کیا کسی نئے حوالے سے مل کر کام کر سکتے ہیں جیسا کہ پیداوار اور مصنوعات کی لاگت میں کمی، حفاظت اور چیزوں کو محفوظ بنانا، معیار میں بہتری، نئی مصنوعات، نئی منڈیوں کی تلاش، دیگر علاقوں میں کام کو پھیلانا۔
- ۵۔ وہ کیا ہے جو ہم انفرادی طور پر نہیں کر سکتے لیکن مل کر کر سکتے ہیں؟
- ۶۔ کیا مزید نئے مواقع موجود ہیں؟

ویلیو چین اور سپلائی چین

جیسا کہ پہلے بتایا گیا ہے کہ ویلیو چین سرگرمیوں کے مکمل مجموعے کو بیان کرتی ہے یا ان کا احاطہ کرتی ہے جو کہ پیداوار، مصنوعات یا خدمات کے تصور سے لے کر ان کی پیداوار تک کے تمام مراحل کا احاطہ کرتے ہیں اس میں چیزوں کی ہیئت میں تبدیلی اور پیداواری خدمات شامل ہیں۔ اور مزید یہ کہ بہت سی تبدیلی کے مراحل سے گزر کر صارف تک پہنچنے اور استعمال ہونے کے بعد اس کی باقیات کو ٹھکانے لگانے تک کے عمل کو ویلیو چین سے تعبیر کیا جاتا ہے۔

مختصر یہ کہ ویلیو چین نظریہ کسی چیز سے متعلقہ تمام سرگرمیاں جن میں اس کی پیداوار، ڈیزائننگ، مارکیٹنگ، تقسیم کاری، صارفین کا استعمال، استعمال کے بعد باقیات کی ری سائیکلنگ تک کے تمام مراحل شامل ہیں۔

جبکہ سپلائی چین صرف کسی جنس کی ایک شراکت دار سے دوسرے تک منتقلی کا نام ہے۔ یہ منتقلی ایک خاص سلسلے سے جڑی ہوتی ہے۔ بعض اوقات ویلیو چین اور سپلائی چین کو ایک ہی سمجھ لیا جاتا ہے جبکہ دونوں دو مختلف چیزیں ہیں۔

ویلیو چین میں ہر مرحلے پر جنس کی قدر میں اضافہ ہوتا ہے۔ اور مختلف شراکت دار اس جنس کی قدر میں اضافہ کرتے ہیں۔ بنیادی سپلائی چین ماڈل درج ذیل ہے۔



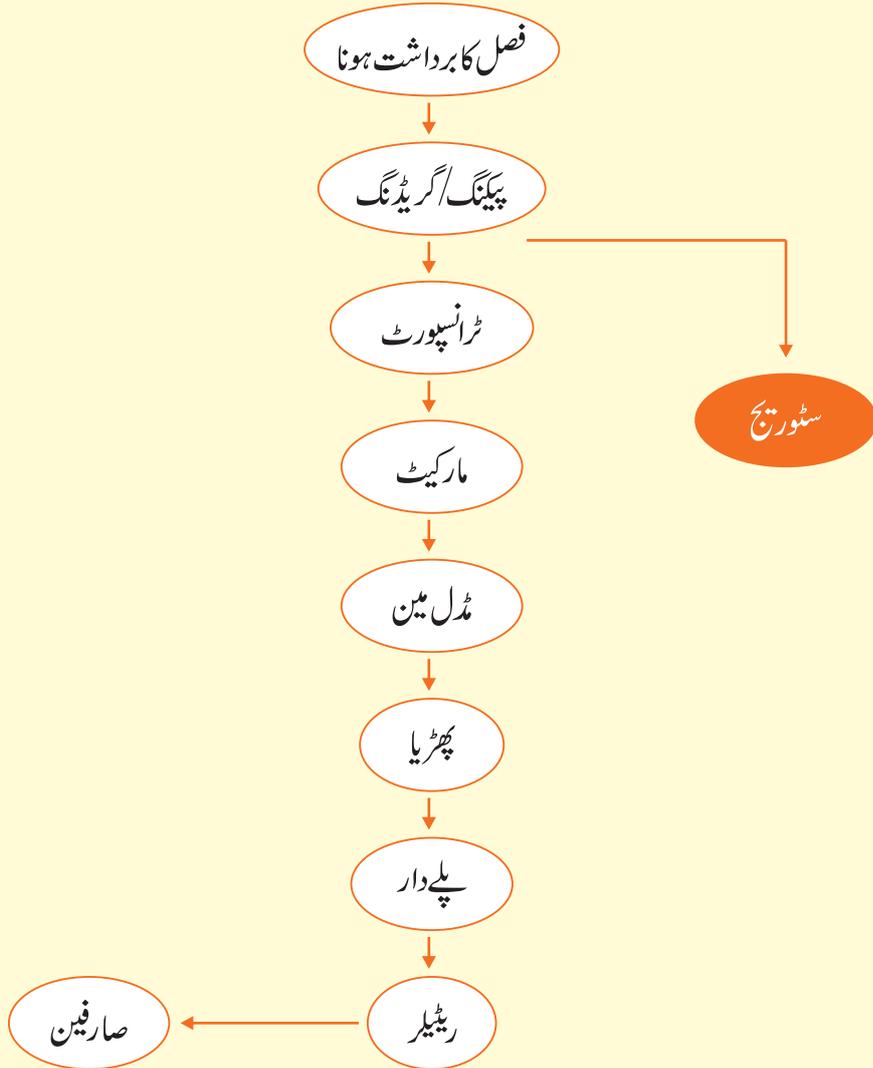
زرعی کاروبار کی قدر میں اضافہ (ویلیو ایڈیشن)

روایتی کاشتکاری/زراعت کو کاروباری زراعت میں تبدیل کرنے کے فوائد تسلیم شدہ ہیں اور اس کے اثرات زراعت کے شعبہ پر بھی دیکھے جاسکتے ہیں۔

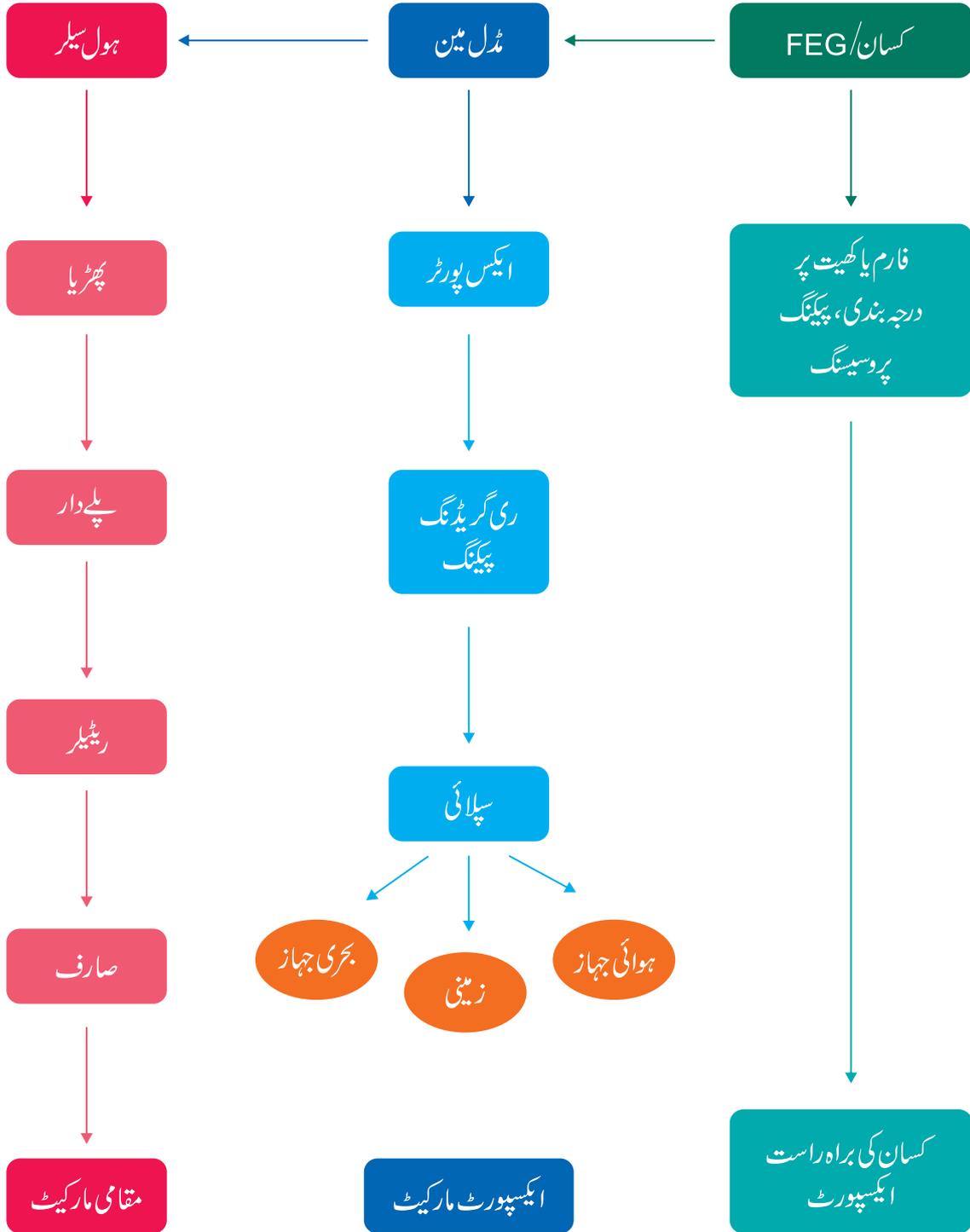
- ۱۔ زیادہ قدر و قیمت کی اجناس
- ۲۔ کارکردگی میں بہتری
- ۳۔ مصنوعات کے معیار میں بہتری
- ۴۔ آمدن میں بہتری
- ۵۔ معیار زندگی پر مثبت اثرات
- ۶۔ سستی لیبر
- ۷۔ متنوع ہنر

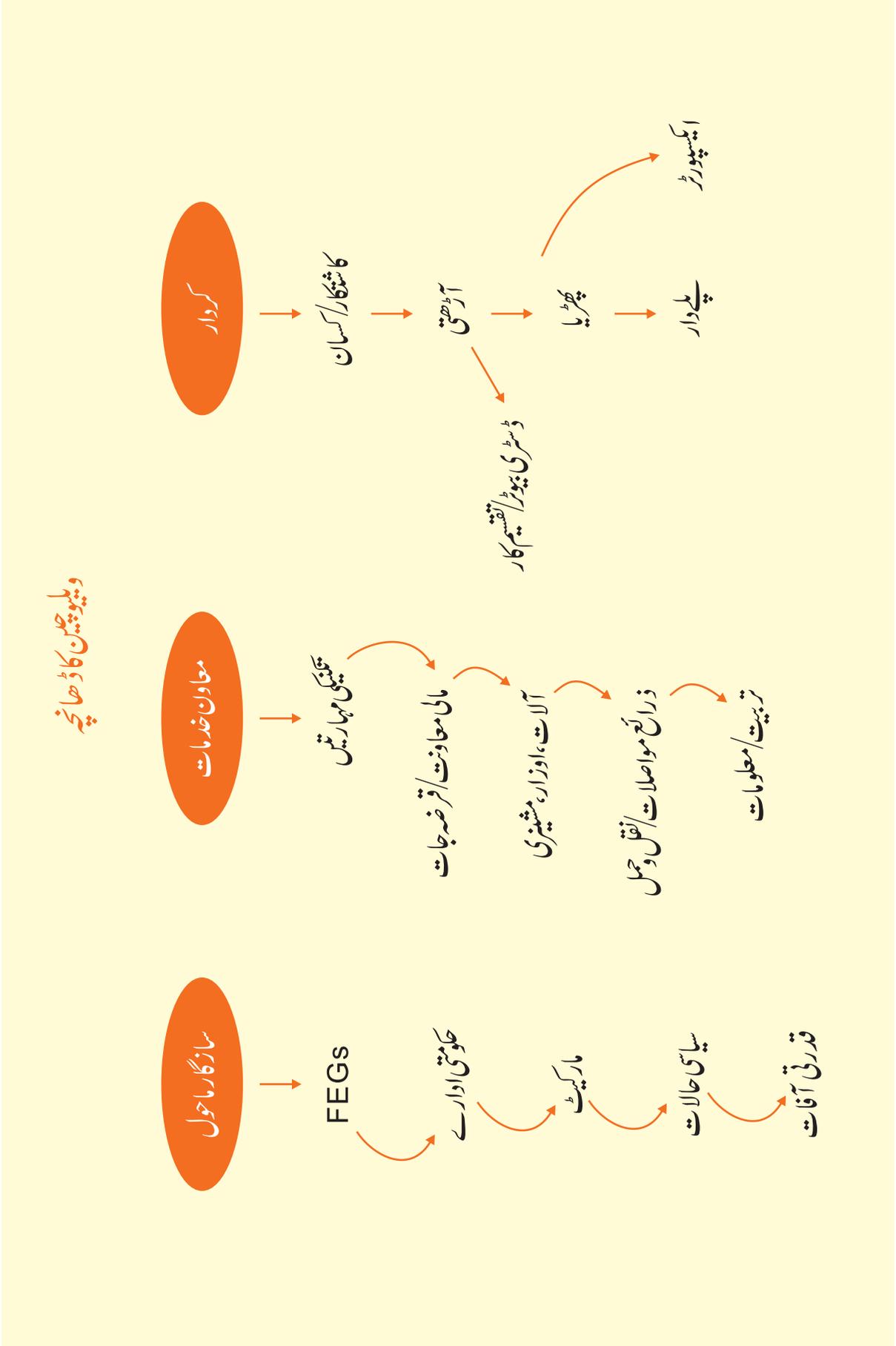
- ۸۔ منڈیوں تک رسائی اور کاروبار میں مہارت
- ۹۔ روابط میں اضافہ
- ۱۰۔ ملازمتوں کے مواقعوں میں اضافہ
- ۱۱۔ مقامی منڈیوں کے فوائد
- ۱۲۔ منافع میں کمی
- ۱۳۔ خواتین کے لئے مواقع کہ وہ زیادہ قدر کی سرگرمی میں شامل ہوں۔
- ۱۴۔ نئی نوجوان نسل کے لئے پرکشش

پھلوں اور سبزیات کی سپلائی چین



سپلائی چین ماڈل





سیشن کا جائزہ

شرکاء تربیت کا جائزہ لینے کے لئے اس سیشن کے بعد درج ذیل جدول کی مدد سے ان کی رائے حاصل کی جائے تاکہ اس سیشن میں شامل معلومات سے حاصل شدہ استفادہ کا جائزہ لیا جاسکے۔ اگر شرکاء کے مزید کچھ سوالات ہوں تو چائے یا کھانے کے وقفے کے دوران ان پر بات کی جائے۔

نمبر شمار	اشارے	😊	😐	😞
۱۔	نظریہ ویلیو چین			
۲۔	ویلیو چین کے فوائد			
۳۔	ویلیو چین نظریے پر کام کرنے کے لئے آپ کی تیاری			
۴۔	ویلیو ایڈیشن			
۵۔	ویلیو چین کی کامیابی کے عناصر			
۶۔	ویلیو چین کے مراحل			
۷۔	سپلائی چین ماڈل			
۸۔	ویلیو چین پراجیکٹ کا منصوبہ			

تیسرا باب

زرعی کاروبار اور
تنظیمی، انتظامی و قائدانہ صلاحیتیں

زرعی کاروبار اور تنظیمی، انتظامی و قائدانہ صلاحیتیں

فارمر انٹرپرائز گروپ (FEG) کیا ہے؟

FEG دراصل کسانوں کی ایک ایسی تنظیم ہے جو ایک دوسرے کے ساتھ اجناس کے کاروبار یا ویلیو چین میں باہمی تعاون کی وجہ سے منسلک ہیں۔ FEG مصنوعات، خدمات اور مارکیٹنگ کی مشترکہ حصولی کے لئے اقدامات کر سکتی ہے۔ اس باہمی اشتراک پر مبنی تنظیم کا مقصد بڑے پیمانے اور بہتر مارکیٹ تک رسائی سے حاصل ہونے والے فوائد سے فائدہ اٹھانا ہے۔

پاکستان میں چھوٹے کسان انفرادی حیثیت میں اپنی کم پیداوار کی وجہ سے ویلیو چین میں کوئی فعال اور موثر کردار ادا کرنے سے قاصر ہیں۔ چھوٹے کسانوں کو اس سلسلے میں درج ذیل دو اہم رکاوٹوں کا سامنا ہے۔

- ۱۔ مستحکم، منافع بخش مارکیٹ چینل میں چھوٹے کسانوں کی اجناس اور مصنوعات کی عدم شمولیت
- ۲۔ مارکیٹ میں مقابلہ کرنے کے لئے درکار ضروری معلومات اور مدد کی عدم دستیابی جو کسانوں کو موثر مقابلہ کرنے کے قابل کرے۔

بظاہر چھوٹے کسانوں کی پیداوار کو مقامی سطح پر یکجا کر کے اس سے پیمانے سے وابستہ فوائد حاصل کئے جاسکتے ہیں لیکن اس سے کسانوں کی عملی طور پر کوئی خاطر خواہ فائدہ حاصل نہیں ہوئے۔ تاہم مضبوط، پائیدار اور منافع بخش ماحول کے لئے چھوٹے کسانوں کا FEG کی شکل میں مشترکہ طور پر اپنی مارکیٹ تلاش کرنا، اپنی مصنوعات کو بہتر شکل میں لاکر ان سے زیادہ استفادہ حاصل کرنا ہی ان کو اس قابل کرے گا کہ وہ اپنے حالات اور آمدن کو بہتر کر سکیں۔

FEG دراصل دی ایگری بزنس پراجیکٹ کی طرف سے قائم ایک بنیادی اکائی ہے۔ دی ایگری بزنس پراجیکٹ FEGs کو تجارتی اعتبار سے عملی اور پائیدار بنیادوں پر مستحکم بنانے کے لئے ان کی معاونت، مدد اور استعداد کار میں بہتری لاتا ہے۔

دی ایگری بزنس پراجیکٹ مقامی کسانوں کی کاروباری تنظیمات (FEGs) تک رسائی، کام میں معاونت کرنے والے اداروں (IPs) کے ذریعہ حاصل کرتا ہے۔

FEGs کی اقسام

FEGs کسانوں کی تنظیم درج ذیل تین طرح کی ہو سکتی ہے۔



- ۱۔ FEG برائے مرد حضرات
- ۲۔ FEG برائے خواتین
- ۳۔ مشترکہ FEGs (جس میں مرد اور خواتین دونوں شامل ہوں)

FEG میں ممبران کی تعداد

ایک FEG عام طور پر 15 کسانوں تک مشتمل ہو سکتی ہے۔

کلسٹر کیا ہے؟

کلسٹر دراصل FEGs کی مشترکہ تنظیم ہے۔ عام طور پر 7 کے لگ بھگ FEGs مل کر ایک کلسٹر بناتی ہیں۔

ایسوسی ایشن کیا ہے؟

جس طرح سات FEGs مل کر ایک کلسٹر بناتی ہیں اسی طرح سات کلسٹر مل کر ایک ایسوسی ایشن بناتے ہیں۔

FEG کے ممبران

FEG دراصل کوئی عام تنظیم نہیں ہے بلکہ یہ چھوٹے کسانوں کی کاروباری تنظیم ہے۔ لہذا اس تنظیم کے ممبران کی درج ذیل خصوصیات ہونی چاہئے۔

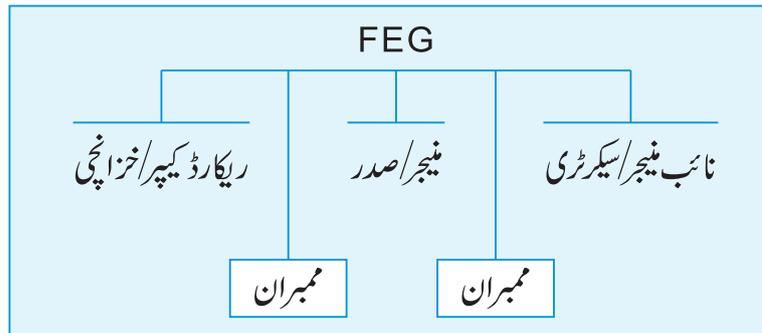
- ۱۔ کارآمد قومی شناختی کارڈ (CNIC) ہونا لازمی ہے۔
- ۲۔ کسان جو کہ عملی طور پر مستقل بنیادوں پر کاشتکاری کرتا ہو (نہ کہ موسمی کاشتکاری میں شامل ہو)
- ۳۔ خود زمین کا مالک ہو یا ٹھیکیدار ہو اور زمین کو کرایہ بھی لے رکھا ہو اور اس بات کا تحریری ثبوت مہیا کر سکے۔
- ۴۔ ایگری بزنس سپورٹ فنڈ کی جانب سے دی جانے والی موزوں امداد کو حاصل کرنے کے لئے دلچسپی اور استعمال کی اہمیت رکھتا ہو۔

FEG کا قیام

ایسے مرد اور خواتین جو کسی مصنوعات کی ویلیو چین کے متعلق بہتر معلومات رکھتے ہوں اور مل کر کام کرنا چاہتے ہوں، وہ FEG بنا سکتے ہیں۔

FEG کی خصوصیات

- ۱۔ اوسطاً ممبران کی کل تعداد 15 ہے۔
- ۲۔ تنظیم کے ممبران زرعی کاروبار اور آمدن پیدا کرنے والی سرگرمیوں کے حوالے سے مشترکہ مفادات رکھتا ہو۔
- ۳۔ تنظیم کے کوئی سیاسی مقاصد نہیں ہوں گے۔
- ۴۔ تنظیم کوئی ممکنہ مارکیٹوں کی شناخت کے قابل ہونا چاہیے اور اجتماعی مارکیٹنگ کے لئے FEG کی چھتری کے نیچے تیار ہونا چاہیے۔
- ۵۔ FEG کے مقاصد بالکل واضح ہوں اور ایک تنظیمی ڈھانچہ بھی تشکیل دیا جائے۔
- ۶۔ FEG اس بات کے لئے تیار ہو کہ وہ باقاعدگی سے تنظیم کے اجلاس منعقد کرے اور اس کا ریکارڈ بھی ترتیب دے۔
- ۷۔ FEG کا ڈھانچہ



- ۸- FEG کاروباری حلقے میں اپنا کوئی نام بھی رکھ سکتی ہے۔
- ۹- FEG اپنے کاروباری حوالوں سے شراکتی دستاویز (TOPs) پر دستخط کے لئے تیار ہونی چاہئے۔

خواتین کی FEG میں شمولیت

پاکستان میں تقریباً نصف آبادی خواتین پر مشتمل ہے۔ زندگی کے دیگر شعبوں کے ساتھ ساتھ زراعت کے شعبہ میں بھی خواتین بڑی تعداد میں سرگرم عمل ہیں۔ مال مویشی کی دیکھ بھال، فصل کی کاشت، فصل کی برداشت، زمین کی تیاری میں معاونت اور دیگر اہم کاموں میں خواتین مردوں کے شانہ بشانہ کام کرتی ہیں۔

کسان اور زرعی کاروبار سے وابستہ خواتین کی FEG میں شمولیت کی حوصلہ افزائی کی ضرورت ہے۔ خواتین زرعی کاروبار کی ترقی میں اہم کردار ادا کر سکتی ہیں۔

خواتین کی کاروباری صلاحیتیں اور کاروباری رویے مزید بہتر بنانے کی ضرورت ہے۔ تاکہ وہ اپنے گھرانے کی آمدن میں اضافے کے اسباب پیدا کر سکیں۔ خواتین کو زرعی کاروبار کی جانب متوجہ کرنے سے ان کی کاروباری صلاحیتیں اور ملازمتوں کے مواقع بہتر ہوں گے۔ لہذا 30% FEGs لازماً خواتین کی FEGs ہوں گی۔

FEG کی ذمہ داریاں

- ۱- FEG کے ممبران مل کر کام کریں اور زرعی کاروبار کے فروغ کے لئے اقدامات کریں۔
- ۲- FEG میں فیصلہ سازی کا عمل شراکتی ہونا چاہئے۔ تمام طرح کے فیصلوں میں متعلقہ ممبران کی رائے کا احترام کیا جائے۔
- ۳- FEG موجودہ وسائل کا بہتر استعمال کرنے کی تدابیر اختیار کرے۔
- ۴- خواتین کی شمولیت کو یقینی بنانے کے لئے ضروری اقدامات کرے۔
- ۵- میٹنگ کی جگہ، وقت اور دن کی معلومات تمام ممبران کے پاس موجود ہے۔
- ۶- مقامی کاروباری اداروں اور افراد کے ساتھ روابط بڑھائے۔
- ۷- مقامی منڈیوں کے ساتھ روابط بہتر کرنا اور معلومات کے حصول کے لئے تدابیر اختیار کرنا۔

- ۸- متعلقہ اداروں کے تحت منعقد کردہ تربیتی سرگرمیوں میں شامل ہونا۔
- ۹- چھوٹے کسانوں کو اس بات پر قائل کرنا کہ وہ اپنے FEGs تشکیل دے کر آمدن اور روزگار بہتر بنائیں۔
- ۱۰- ممبران کی زرعی اور کاروباری دورے سے استعداد کار کو بہتر بنانے کے لئے دوسرے اداروں سے روابط قائم کرنا۔
- ۱۱- اپنی زرعی سرگرمیوں کو عام زراعت سے ہٹ کر کاروباری زراعت بنانا۔
- ۱۲- FEG کے معاملات کا مکمل ریکارڈ ترتیب دینا۔
- ۱۳- FEG کے مالی معاملات چلانے کے لئے بینک اکاؤنٹ کھولنا اور مالی سرگرمیوں سے ممبران کو آگاہ رکھنا۔
- ۱۴- تکنیکی مہارتوں اور ہنر میں بہتری لانا۔
- ۱۵- اپنی زرعی پیداوار کو مصنوعات کی شکل دینا اور ان کی قدر میں اضافہ کرنا۔
- ۱۶- اپنی اجناس اور مصنوعات میں جدت پیدا کرنا۔
- ۱۷- نئی منڈیوں کی تلاش کرنا اور ان کی ضرورت کے مطابق اپنی مصنوعات اور خدمات کے معیار کو بہتر بنانا۔
- ۱۸- بروقت منصوبہ سازی کرنا اور اپنی زرعی سرگرمیوں کے مد نظر اپنا کاروباری منصوبہ بنانا۔
- ۱۹- مالی معاونت کی ضرورت کے پیش نظر متعلقہ اداروں سے روابہ کرنا اور شرائط کے مطابق اپنی مالی ضروریات کو پورا کرنے کے لئے اقدامات کرنا۔
- ۲۰- FEG کے ممبران کے درمیان باہمی اتفاق، تحریک اور جذبہ خیر سگالی قائم کرنا۔
- ۲۱- اس بات کا خیال رکھنا کہ ان کے زرعی کاروبار کے ماحول، اقدار اور افراد پر منفی اثرات نہ نمودار ہوں۔

چھوٹے کاشتکاروں کو درپیش مسائل

دی ایگری بزنس پراجیکٹ دراصل چھوٹے کسانوں کو درپیش مسائل کو حل کرنے میں ان کی معاونت FEGs کے ذریعہ کر رہا ہے۔ انفرادی سطح پر درپیش مسائل کا اگر جائزہ لیا جائے تو علم ہوگا کہ ان کے حل کے لئے اجتماعی حکمت عملی ترتیب دینا ہوگی۔ FEG کے پلیٹ فارم پر ہی کسان مل کر اجتماعی حکمت عملی سے انفرادی مسائل کو حل کر سکتے ہیں۔

چھوٹے کسانوں کی ترقی میں حائل رکاوٹیں

عام طور پر تھوڑی زمین کی ملکیت رکھنے والے کسانوں کو چھوٹے کسان یا کاشتکار کہا جاتا ہے۔ ایسے کسان نہ صرف اپنی روزمرہ کی

کاشتکاری کے حوالے سے مسائل کا شکار رہتے ہیں بلکہ اس کے ساتھ ساتھ اگر یہ کبھی اپنی زرعی اجناس کو بطور کاروبار استعمال کرنا چاہیں تو تب بھی وہ اپنے اس کام کو مستقل اور منافع بخش بنیادوں پر نہیں چلا سکتے۔

چھوٹے کسانوں کی ترقی میں حائل رکاوٹوں کا حل

چھوٹے کسان جن مسائل کا انفرادی طور پر شکار ہیں ان کو وہ FEG کی شکل میں اکٹھے ہو کر اجتماعی طور پر حل کر سکتے ہیں۔

FEG کی خصوصیات

FEG ایک ایسی تنظیم ہے جو صرف کاروباری مقاصد کے لئے بنی ہے لہذا اس میں اور عام سماجی تنظیم میں واضح فرق ہے۔ FEG اپنے ممبران کے مالی فوائد کے لئے اپنی اجناس، خدمات اور مصنوعات کو بہتر سے بہتر بنانے کے لئے سرگرم ہوگی۔ اور اپنے کاروبار کو نہ صرف گاؤں، نزدیکی شہروں اور بڑی منڈیوں تک پھیلانے کے لئے تمام ضروری اقدامات کرے گی تاکہ ممبران زیادہ سے زیادہ منافع حاصل کر سکیں۔

FEG اپنے ممبران سے مل کر درج ذیل مشترکہ اقدامات سے اپنے کاروبار کو مزید بہتر بنا سکتی ہے۔



- ۱۔ خریداری
- ۲۔ پیداوار
- ۳۔ فروخت کے لئے اقدامات
- ۴۔ مارکیٹنگ
- ۵۔ نقل و حمل
- ۶۔ ذخیرہ کرنا/سٹور کرنا
- ۷۔ مصنوعات کی نوعیت کے لحاظ سے ان کی پیکنگ
- ۸۔ بچت/قرضہ جات/سرمایہ کاری
- ۹۔ رابطے

ہدایات

- ۱۔ اپنے اپنے گروپ میں غور کریں کہ وہ درج بالا اقدامات میں سے کون سے اقدامات مل کر کر رہے ہیں۔
- ۲۔ مزید کون سے اقدامات مل کر FEG کے ممبران کر سکتے ہیں۔
- ۳۔ تصاویر بنا کر واضح کریں۔

FEG، انتظام اور تنظیم

FEG میں شامل کسان ایک جیسے معاشی، سماجی اور معاشرتی پس منظر سے تعلق رکھتے ہیں اور FEG کے ممبر بننے کے بعد ان کے کاروباری مفادات بھی مشترک ہو گئے ہیں۔ ان مشترک کاروباری مفادات کا حصول اچھی گورننس اور مثالی ٹیم کے بغیر ممکن نہیں۔ FEG کی سطح پر اچھی گورننس تنظیم کے عہدیدار درج ذیل اقدامات کر کے یقینی بنا سکتے ہیں۔



- ۱۔ خود احتسابی
- ۲۔ شفافیت
- ۳۔ قواعد و ضوابط پر عمل درآمد
- ۴۔ جوابدہی
- ۵۔ منصفانہ
- ۶۔ موثر
- ۷۔ شراکتی طرز فیصلہ سازی
- ۸۔ برابری کے حقوق

FEG میں اچھی گورننس کے لئے درج بالا نکات پر عمل درآمد کرنا ضروری ہے۔ اس طرح تنظیم کے ممبران کے درمیان باہمی اتفاق رائے مختلف مراحل سے گزر کر ہی پیدا ہوگا۔

زراعت پر مبنی مصنوعات اور خدمات

دی ایگری بزنس پراجیکٹ نے زراعت پر مبنی مصنوعات اور خدمات کی مناسبت سے درج ذیل ویلیو چین پرائی سرگرمیاں مرکز کی ہیں۔



- ۱- خوبانی
- ۲- کیلا
- ۳- مرچیں
- ۴- کنو
- ۵- غیر موسمی و منافع بخش سبزیات
- ۶- آلوکائیج
- ۷- مال مویشی (گوشت)
- ۸- انگور

دی ایگری بزنس پراجیکٹ کی معاونت سے بننے والی FEG چونکہ پورے ملک میں پھیلی ہوئی ہیں لہذا علاقوں کی مناسبت سے ویلیو چین درج ذیل ہے۔

خوبانی	۱- گلگت بلتستان
کیلا	۲- ٹیاری/ٹنڈوالڈیار/حیدرآباد
مرچیں	۳- عمرکوٹ
کنو	۴- سرگودھا/منڈی بہاؤدین
غیر موسمی و منافع بخش سبزیات	۵- پنجاب/سندھ/KPK
مال مویشی (گوشت)	۶- سندھ/پنجاب/FATA/KPK
آلوکائیج	۷- گلگت بلتستان/چترال/مانسہرہ
انگور	۸- پنجاب

FEG اور قائدانہ رہبرانہ صلاحیتیں

کاروبار کی ترقی کے لئے FEG میں موثر قیادت اور قائد میں بنیادی قائدانہ صلاحیتیں بہت اہمیت کی حامل ہیں۔ ضروری نہیں کہ FEG کے صدر یا نائب صدر ہی قائد ہوں، قائد کوئی ممبر بھی ہو سکتا ہے، قائد کوئی عہدہ نہیں بلکہ ایک رویہ ہے اور جو بھی قائد کے رویے کا عملی مظاہرہ کرے گا وہی FEG کے ممبران کا قائد ہو سکتا ہے۔

قائد کے لئے ضروری صلاحیتیں

- ۱۔ انتظامی صلاحیتیں
- ۲۔ فن گفتگو میں ماہر
- ۳۔ مارکیٹ اور اجناس کے بارے میں مکمل آگاہی/معلومات
- ۴۔ دوسروں کی بات سننے کی صلاحیت
- ۵۔ فیصلہ سازی کی صلاحیت
- ۶۔ رابطہ سازی کی صلاحیت
- ۷۔ سوچ رکھنے والا، نئے نئے خیالات منصوبہ سوچنے والا
- ۸۔ منصوبہ سازی کی صلاحیت
- ۹۔ اپنے کام کا جائزہ لینے کی صلاحیت
- ۱۰۔ خرابیوں کی نشاندہی اور ان کی اصلاح کی صلاحیت
- ۱۱۔ نفع، نقصان کا اندازہ لگانے کی صلاحیت
- ۱۲۔ کاروباری نظام میں شفافیت برقرار رکھنے کی صلاحیت
- ۱۳۔ مسائل کو حل کرنے اور تفرقات کے خاتمے میں کردار ادا کرنے کی صلاحیت

قائد کی خصوصیات میں اس کا دیانت دار ہونا، FEG کے مقاصد سے لگاؤ رکھنا، FEG کے ممبران سے تعاون کرنا، ان کی عزت کرنا، وسائل اور منافع کی تقسیم میں انصاف کرنا، درپیش مسائل اور مشکلات کو حل کرنا، خود اعتماد ہونا اور دوسروں کو اپنے عمل روپے اور گفتگو سے متاثر کرنا شامل ہے۔

FEG کے قائد کو تنظیم کے ممبران کے مفاد کو سامنے رکھنا چاہیے اور باہمی اشتراک سے فیصلہ کرنے میں معاونت کرنی چاہیے۔ تنظیم کے ممبران کا باہمی اتفاق سے رہنا اور مل کر اپنے کاروباری مقاصد کو آگے بڑھانا بہت ضروری ہے۔

FEG اور فارم کی انتظامی صلاحیتیں

FEG کی سطح پر فارم کی انتظامی ضروریات

کسان عام طور پر کاشتکاری کرتے وقت بہت سے چیزوں کا خیال نہیں رکھتا جس سے اسے اپنی کاشتکاری پر ہونے والے اخراجات اور اس سے حاصل ہونے والے فوائد کی مکمل آگاہی نہیں ہوتی۔ بلکہ اکثر اوقات اس کو اپنی زمین کی خصوصیات اور اس سے حاصل ہونے والی پیداوار کے بارے میں بھی زیادہ بہتر معلومات نہیں ہوتیں۔ لیکن جب کسان مل کر FEG بنائیں اور بطور کاروبار اپنی کاشتکاری / زراعت کو شروع کریں تو اس بات کی اشد ضرورت ہے کہ وہ فارم کی انتظام کاری کے حوالے سے تجویز کردہ اقدامات پر عمل کریں۔ کیونکہ اپنی زمین اور کاشتکاری کو بطور کاروبار استعمال کرتے ہوئے سب سے زیادہ اہم مقصد کم اخراجات، زیادہ پیداوار اور زیادہ منافع ہے۔ لہذا FEG کو اپنے کاروبار میں کم اخراجات کرتے ہوئے زیادہ منافع کمانے کے لئے اپنی پیداوار کی مقدار اور کوالٹی کو فارم کی موثر انتظام کاری سے ممکن بنا سکتی ہے۔ موثر انتظام کاری کے لئے درج ذیل ہدایات اہم ہیں۔

- ۱۔ اپنے علاقے کی مناسبت سے سفارش کردہ کاشتکاری کے نظام کے بارے میں معلومات
- ۲۔ فارم سے متعلقہ تمام چیزوں کا ریکارڈ
- ۳۔ زراعت کو بطور کاروبار کرنے کے حوالے سے بنیادی ضروری معلومات
- ۴۔ اخراجات کا تخمینہ
- ۵۔ مزدوروں کے کام کرنے کے اوقات کار کا شیڈول / منصوبہ
- ۶۔ زراعت سے متعلقہ اداروں سے متعلقہ معلومات مثلاً کھاد، بیج کے حصول کے ذرائع
- ۷۔ رقم کے استعمال سے متعلقہ معلومات اور تخمینہ
- ۸۔ مقامی اور غیر مقامی منڈیوں کے بارے میں معلومات اور رابطہ سازی
- ۹۔ زرعی اجناس کی گریڈنگ، پیکنگ اور ترسیل
- ۱۰۔ پانی، درخت، مال مویشی اور دیگر اشیاء
- ۱۱۔ پیدا ہونے والی مختلف فصلوں کی قدر و قیمت کا موازنہ کرنا اور اپنے لئے بہتر فصل کا انتخاب کرنا
- ۱۲۔ زمین، مزدور، سرمایہ اور بہتر انتظام کاری زراعت کو بطور کامیاب کاروبار بنانے میں سب سے زیادہ اہم عناصر ہیں۔

FEG / کسانوں کی کاروباری تنظیم اور کاروبار

عام طور پر کاروبار مصنوعات سازی، پیداوار، تجارت اور خدمات کا نام ہے۔ FEG کے پاس مواقع موجود ہیں کہ وہ کاروبار کی تمام اقسام میں کام کر سکتی ہے اور وہ اپنی زرعی مصنوعات، خدمات اور پیداوار کی تجارت سے متعلق کاروبار میں شامل ہو کر اپنے ممبران کے لئے منافع کما سکتی ہے۔ FEG کی سطح پر درج ذیل عناصر اہمیت کے حامل ہیں۔

۱۔ مصنوعات کی نشاندہی / پیداواری خصوصیات

خوبانی، کنو، سبزیات، مال مویشی، مرچیں، کیلا اور آلو کے بیج جیسی مصنوعات پر دی ایگری بزنس پراجیکٹ کی معاونت سے بہت سی FEGs پہلے سے ہی کام کر رہی ہیں لہذا سفارش کی جاتی ہے کہ باقی ماندہ FEGs بھی انہی سے متعلقہ کاروبار کے بارے میں اپنی منصوبہ سازی کریں۔ ان مصنوعات کی پیداوار، ان کی پیداوار کی قدر میں اضافہ کرنا، ان کو استعمال کر کے دیگر مصنوعات بنانا، ان کی تجارت کرنا اور ان سے متعلقہ خدمات مہیا کرنا FEGs کے کاروبار کے لئے نسبتاً بہتر اختیار ہے۔

۲۔ مارکیٹ کا تجزیہ

مقامی یا علاقائی مارکیٹ / منڈیوں کا جائزہ و تجزیہ بھی FEG کے ممبران کو اس قابل بنائے گا کہ وہ اپنے کاروبار کے لئے بہتر مصنوعات کا انتخاب کر سکیں۔ مارکیٹ کا تجزیہ کرنے سے ہمیں نہ صرف اپنے کاروبار کے لئے مصنوعات کے چناؤ میں مدد ملے گی بلکہ اس کے ساتھ ساتھ کاروبار کے لئے ضروری خام مال مشینری، مد مقابل کاروباری حریف، تھوک فروش، خدمات اور سامان مہیا کرنے والے ادارے، حکومتی اور غیر حکومتی معاون ادارے، تربیت اور سرمایہ مہیا کرنے والے اداروں کے بارے میں بھی علم ہوگا۔ اور FEG کے ممبران کو یہ ساری معلومات اپنے کاروبار کو چلانے میں معاون ثابت ہوگی۔

۳۔ مارکیٹنگ

پیداوار، خدمات اور تجارت میں سے سب سے اہم پہلو ان کی مارکیٹنگ ہے۔ مصنوعات اپنی نوعیت کے لحاظ سے اپنی مارکیٹ اور قدر رکھتی ہیں۔ لہذا یہ بہت ضروری ہے کہ اپنی مصنوعات کی مناسب مارکیٹنگ کی جائے اور اس کے لئے بہتر سے بہتر منڈیوں کی تلاش

جاری رکھنا چاہیے۔ مارکیٹ کا جائزہ لینے کے مرحلے میں صرف یہ علم ہوتا ہے کہ ہمیں اپنی مصنوعات بنانی چاہئیں یا نہیں۔ جو آپ نے اپنے کاروبار کے لئے سوچی ہیں۔ لیکن اپنی مصنوعات کی فروخت کے لئے FEG کو مارکیٹنگ کے درج ذیل بنیادی اصول مد نظر رکھا ہوں گے۔

- ۱۔ مصنوعات اور ان کا معیار
- ۲۔ مصنوعات کی قیمت
- ۳۔ مصنوعات کی تشہیر
- ۴۔ جگہ، منڈیاں جہاں مصنوعات فروخت کی جاسکیں
- ۵۔ مصنوعات کی پیکنگ
- ۶۔ فرد، ذاتی صلاحیتیں

FEG اپنے کاروبار کو مثالی بنانے کے لئے اپنی مصنوعات کے معیار کو بہتر بنائے مثلاً اگر FEG نے کنو کے کاروبار کو چنا ہے تو FEG اپنے کنو کو بازار میں لانے سے پہلے اس کی گریڈنگ کرے، اس کے سائز منڈی اور معیار کے مطابق اس کی پیکنگ کرے اور اس کی پیکنگ پر مصنوعات کے معیار کے بارے میں اور کاروباری رابطہ نمبر کے بارے میں ضرور تحریر کیا جائے تاکہ ان مصنوعات کو تجارت اور استعمال کرنے والے افراد ضرورت کے وقت FEG سے رابطہ کر سکیں۔

۴۔ مالی معاملات

اپنے کاروبار کو چلانے کے لئے FEG کو اس کا مالی نظام بہتر بنانا ہوگا ان مالی معاملات میں درج ذیل پہلو اہم ہیں۔

- ۱۔ اخراجات کی تفصیل
- ۲۔ آمدن کی تفصیل
- ۳۔ منافع کی تفصیل

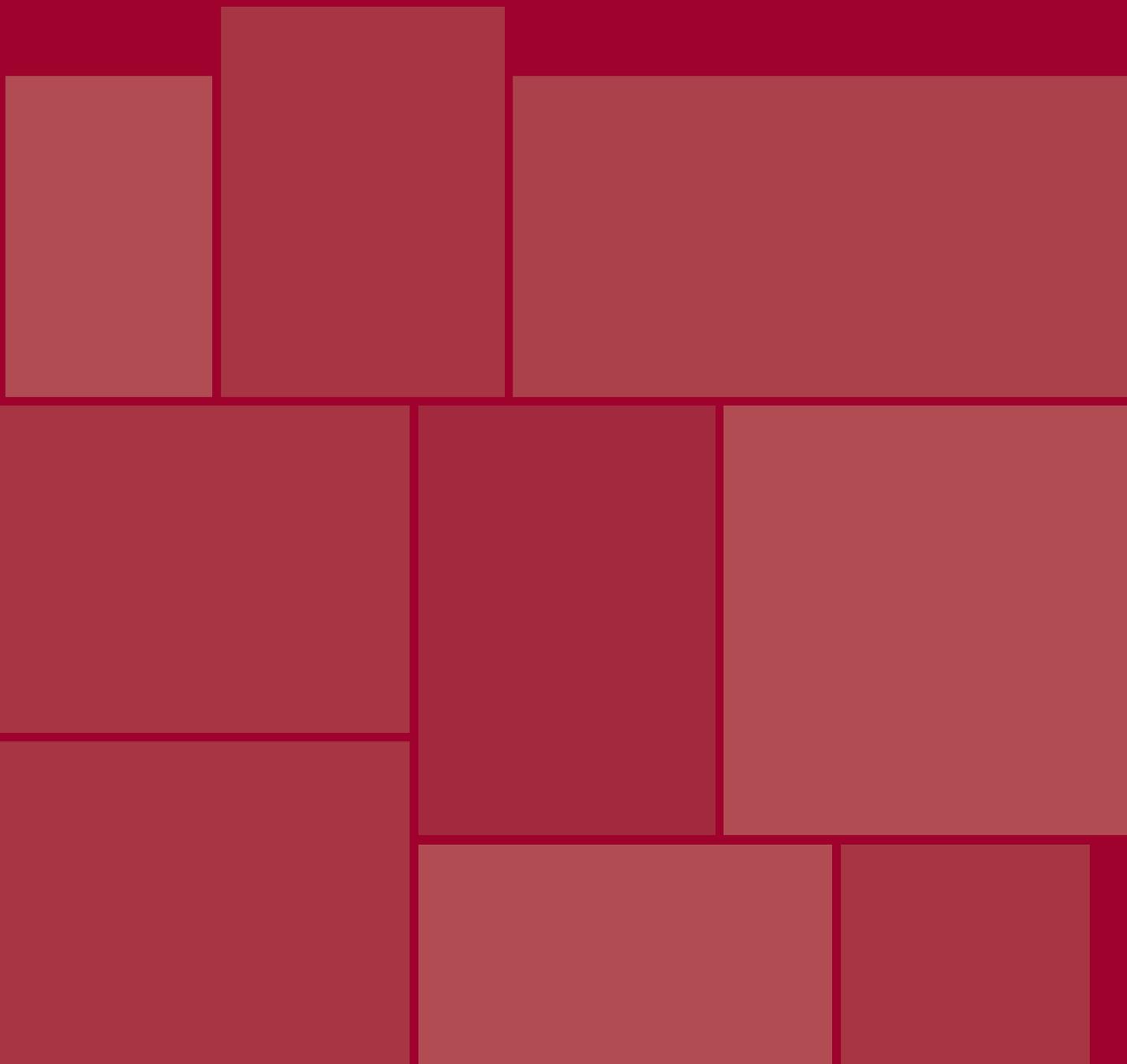
سیشن کا جائزہ

شرکاء تربیت کا جائزہ لینے کے لئے اس سیشن کے بعد درج ذیل جدول کی مدد سے ان کی رائے حاصل کی جائے تاکہ اس سیشن میں شامل معلومات سے حاصل شدہ استفادہ کا جائزہ لیا جاسکے۔ اگر شرکاء کے مزید کچھ سوالات ہوں تو چائے یا کھانے کے وقفے کے دوران ان پر بات کی جائے۔

نمبر شمار	اشارے	😊	😐	😞
۱۔	فارم انٹرپرائز گروپ (FEG)			
۲۔	FEG کے فوائد			
۳۔	قائدانہ صلاحیتیں			
۴۔	FEG کی ذمہ داریاں			
۵۔	FEG اور کاروبار			
۶۔	FEG اور زرعی فارم کی انتظامی صلاحیتیں			
۷۔	FEG کی خصوصیات			

چوتھا باب

زرعی کاروبار اور کاروبار کی ترقی



زرعی کاروبار اور کاروبار کی ترقی

زرعی کاروبار اور کاروبار کی ترقی کے بارے میں جاننے کے لئے ضروری ہے کہ درج ذیل عناصر کے بارے میں سمجھ سکیں جو کسی بھی کاروبار کی ترقی کے لئے ضروری عناصر ہیں۔

- ۱۔ بزنس سائیکل / کاروبار کا دائرہ
- ۲۔ کاروبار کی اقسام
- ۳۔ کاروبار کی نشاندہی کے مواقع
- ۴۔ کاروباری منصوبہ سازی
- ۵۔ زرعی کاروباری مارکیٹنگ
- ۶۔ مضبوط کاروباری تعلق کی خصوصیات

کاروبار اور اس کی اقسام

چونکہ کاروبار ایک ایسا عمل ہے جس میں مصنوعات / اشیاء / اجناس اور خدمات کی پیداوار اور خرید و فروخت کی جاتی ہے اور یہ خرید و فروخت منافع کمانے کے لئے مستقبل بنیادوں پر کی جاتی ہے۔ اس بات کا خیال رکھا جاتا ہے کہ منافع کمانے کے لئے کی گئی خرید و فروخت معاشرتی اقدار اور قانونی حدود کے مطابق ہو۔ زرعی کاروبار میں کاروبار کی چار اقسام ہیں۔

- ۱۔ پیداوار
- ۲۔ مصنوعات سازی
- ۳۔ تجارت
- ۴۔ خدمات

زرعی پیداوار

زرعی پیداوار دراصل زرعی اجناس کی پیداوار ہے۔ FEG ویلیو چین میں یہ زرعی پیداوار پھلوں، سبزیات اور گوشت پر مشتمل ہے جس میں کنو، خوبانی، مرچیں، غیر موسمی و منافع بخش سبزیات، گوشت، کیلا، انگور اور آلو کا بیج وغیرہ شامل ہیں۔

مصنوعات سازی

زرعی اجناس کو استعمال کرتے ہوئے اس کی قدر میں اضافہ کرتے ہوئے مختلف اشیاء کو بنانا مصنوعات سازی کہلاتا ہے۔ مثلاً اگر زرعی پیداوار کنوہے تو اس کی چھانٹ، گریڈنگ کے بعد مارکہ والے ڈبوں میں اس کی پیکنگ، اس کو پیداوار سے تبدیل کر کے مصنوعات میں تبدیل کر دیتی ہیں۔ مصنوعات سازی میں خام مال کو استعمال کر کے اس کی قدر میں اضافے سے کئی اور اشیاء بھی بنائی جاتی ہیں مثلاً کنو کو استعمال کر کے جوس اور جام بنانا دراصل مصنوعات سازی میں ہی آتے ہیں۔

تجارت

مصنوعات اور پیداوار کی خرید و فروخت کو تجارت کہتے ہیں۔ مثلاً گوشت کی دکان پر گوشت کی خرید و فروخت، سبزی اور پھل کی دکان پر سبزی اور پھل کی خرید و فروخت، زرعی کاروبار میں اجناس کی منڈیوں میں جو خرید و فروخت ہوتی ہے اس کو بھی زرعی اجناس کی تجارت کہتے ہیں۔

خدمات

خدمات دراصل ہنر کا استعمال کرتے ہوئے صارفین کو مہیا کی جاتی ہیں۔

زرعی کاروبار کی مناسبت سے ضروری درکار خدمات

ہنر کا استعمال کرتے ہوئے صارفین کو خدمات مہیا کی جاتی ہیں اور ان خدمات کے عوض معاوضہ وصول کیا جاتا ہے۔ زرعی کاروبار کی مناسبت سے اہم درکار خدمات میں ذرائع نقل و حمل / ٹرانسپورٹ، چھانٹ، گریڈنگ اور پیکنگ کے کام کرنا، پھل دار درختوں پر اور سبزیات پر سپرے کرنا، فصل کی کاشت اور برداشت سے منسلک کام کرنا، جانوروں کو بیماریوں سے بچاؤ کے لئے ٹیکے لگانا وغیرہ خدمات کے زمرے میں آتا ہے۔ زرعی کاروبار میں نہ صرف پیداوار، مصنوعات اور تجارت FEG کے منافع کو بہتر کرنے میں اہم کردار ادا کر سکتی ہے بلکہ اس کے ساتھ ساتھ خدمات کا شعبہ بھی بہت اہم ہے۔

کاروبار کے اہم عناصر

کسی بھی کاروبار کے لئے مارکیٹ کی طلب کے پیش نظر کاروبار کی شناخت اور موجود وسائل کا بہتر استعمال کرتے ہوئے درکار مصنوعات بنا کر رسیدنی بنائی جاسکتی ہے۔

گاہک

زرعی اجناس اور مصنوعات کی طلب اور رسد کے نظام میں گاہک، صارف، تقسیم کار، خوردہ فروش وغیرہ اہم عناصر ہیں۔

زرعی کاروبار کا چناؤ

اس میں مد مقابل، حریف، وقت کی ضرورت، جگہ، موسم، موجود منڈیاں وغیرہ کا خیال رکھ کر فیصلہ کیا جاتا ہے۔

وسائل

اس میں وسائل کے حصول کے ذرائع، وسائل کا پیداواری کاموں میں استعمال، مناسب حساب کتاب کو ترتیب دینا اور مالی معاملات میں شفافیت رکھنا ضروری عناصر ہیں۔

ہنر/مہارتیں

زرعی کاروبار میں درکار ہنر/مہارتوں کی بہت اہمیت ہے۔ مثلاً پھلوں کی برداشت، گریڈنگ، سپرے، سپرے کے آلات کا استعمال، زرعی آلات کا استعمال، جانوروں کو بیماریوں سے بچانے کے لئے ٹیکے لگانا، زرعی اجناس کی فروخت کے لئے مارکیٹنگ کرنا اور دیگر کاموں کو زیادہ بہتر اور فعال بنانے کے لئے موجود ٹیکنالوجی کا استعمال کرنا۔

کاروبار کی اقسام

۱۔ آمدن میں اضافہ (انکم جزیشن) ۲۔ خورد روزگار (سیلف ایمپلائمنٹ) ۳۔ کاروبار (انٹرپرائز)

آمدن میں اضافہ (انکم جنریشن)

روزی کمانے کے لئے کاروبار کا بنیادی درجہ آمدن میں اضافہ/انکم جنریشن ہے۔ عام طور پر اس کاروبار اور ذریعہ آمدن میں مہارتوں/ہنر کا استعمال کیا جاتا ہے۔ اس میں مرد/خواتین خام مال سے دستی یا مشینی کام کر کے کوئی مصنوعات بناتے ہیں اور اس کے عوض وہ اپنی مزدوری وصول کرتے ہیں۔ ان پر خام مال خریدنے یا تیار شدہ مال فروخت کرنے، اس کی مارکیٹنگ یا تقسیم کاری کی ذمہ داری نہیں ہوتی۔ اس کام میں انہیں بہت کم خطرات درپیش ہوتے ہیں اور بہت کم ذمہ داریاں بھی بلکہ کاروبار کے فائدے یا نقصان سے ان پر کوئی فرق نہیں پڑتا۔ چونکہ خطرات اور ذمہ داریاں کم ہوتی ہیں لہذا اس عمل سے کمائی گئی آمدن بھی کم ہوتی ہے۔ مثلاً کیلے یا کنو کے زرعی کاروبار مختلف کاموں کے لئے اپنے پاس لوگوں کو ملازمتیں دیتے ہیں اور یہ ملازمین اپنے اپنے حصے کا کام کرتے ہیں اور ہر کام کے عوض آمدن حاصل کرتے ہیں مثلاً پھلوں کی برداشت، چھانٹ، گریڈنگ، پیکنگ، اس کی تیاری وغیرہ۔

انکم جنریشن یا آمدن میں اضافہ کرنے والے افراد
عام طور پر صرف اپنی مزدوری کے عوض رقم وصول کرتے ہیں۔

خود روزگاری (سیلف ایمپلائمنٹ)

خود روزگاری آمدن حاصل کرنے کا ایک نسبتاً بہتر ذریعہ اور درجہ ہے۔ اس میں شامل افراد یا تو صرف اپنی خدمات مہیا کرتے ہیں یا خود خام مال خرید کر اس سے کوئی مصنوعات بناتے ہیں اور اپنی بنائی ہوئی مصنوعات کے عوض اپنی مزدوری اور منافع دونوں وصول کرتے ہیں۔ وہ خام مال سے بنائی ہوئی اشیاء کی مارکیٹنگ، ترسیل اور تقسیم کاری بھی خود کرتے ہیں۔ اس عمل سے کمائی ہوئی آمدن زیادہ بہتر اور مقدار میں بھی زیادہ ہوتی ہے۔

زرعی کاروبار کے حوالے سے اس کی مثال یہ ہے کہ اگر کوئی شخص مارکیٹنگ سے بکرایا گائے خرید کر اس کا گوشت فروخت کرتا ہے تو یہ شخص خود روزگاری ہے۔ ایک اور مثال یہ ہو سکتی ہے کہ اگر کوئی شخص پھلوں پر ادویات سپرے کرنے کا کام شروع کرتا ہے اور سپرے مشین، ادویات اور دیگر سامان خرید کر لوگوں کو اپنی خدمات مہیا کرتا ہے تو یہ خود روزگاری ہے، اس میں یہ شخص درج ذیل معاوضہ حاصل کرتا ہے۔

- ۱۔ مزدوری
- ۲۔ اپنی ادویات کی قیمت + اس پر منافع
- ۳۔ اپنی مشینری اور اوزاروں کے استعمال کی قیمت

کامیاب کاروباری (انٹرپرائیز) پر مشورے

کاروبار میں یہ درجہ سب سے زیادہ بہتر، افضل اور پائیدار ہے۔ اس کاروبار سے منافع کی شرح بھی زیادہ ہوتی ہے۔ انٹرپرائیز پر مشورے میں خام مال کی خریداری، مصنوعات کے ڈیزائن، پیداوار، مارکیٹنگ، بعد از فروخت سروس، مصنوعات میں صارفین/گاہک کی ضرورت، وقت اور جگہ کے مطابق تبدیلی اور جدت پیدا کرنا، سب عوامل شامل ہوتے ہیں۔

انٹرپرائیز میں نہ صرف مصنوعات کی پیداوار اور فروخت کی جاتی ہے بلکہ اس کے ساتھ ساتھ ان کی ترسیل، تقسیم کاری اور معیار کو بھی اعلیٰ خدمات کی فراہمی کر کے یقینی بنایا جاتا ہے تاکہ گاہک اور صارفین کا اطمینان حاصل کیا جاسکے۔ کاروبار کا مالک خود انتہائی اہم امور سرانجام دیتا ہے اور اس کے ساتھ ساتھ دیگر افراد کو بھی ذمہ داریاں سونپ کر پیداوار کو بڑھانے کے لئے کام کرتا ہے۔ کاروبار کے مالک کے مقاصد پیداوار بڑھانا، لاگت کم کرنا، بہتر منڈیوں میں پیداوار کی ترسیل، گاہکوں کی تعداد میں اضافہ، اور آمدن میں اضافہ ہوتا ہے۔ آمدن میں اضافے سے ہی کاروبار کے مالک کے منافع میں اضافہ ہوتا ہے۔

کاروبار کا دائرہ یا کاروبار کی ترقی کے اقدامات

ایک کاروبار کو چھوٹی سطح پر شروع کرنے کے لئے درج ذیل اقدامات ضروری ہیں۔

- ۱۔ مواقع کی شناخت یا کسی موقع کی نشاندہی
- ۲۔ کاروباری منصوبہ سازی

- پیداوار
- مارکیٹنگ/تقسیم کاری
- سرمایہ
- انتظامات

- ۳۔ عمل درآمد
- پیداوار
 - مارکیٹنگ/تقسیم کاری
 - سرمایہ
 - انتظامات
 - ۴۔ کاروبار کا جائزہ و تجزیہ

جب کوئی کاروبار اپنے تمام مراحل مکمل کر لیتا ہے تو پھر کاروبار افراد کے پاس تین اختیارات ہوتے ہیں۔

- نیا کاروبار شروع کرے
- پہلے کاروبار کے ساتھ ہی منسلک رہے
- موجودہ کاروبار میں حائل مسائل کو ختم کر کے اس کا پھیلاؤ

کامیاب کاروباری (انٹرپرائیور) کی خصوصیات اور ضروری صلاحیتیں

- ۱۔ اقدامات میں پہل کرنا
 - کام کی نوعیت یا صورت کے تقاضوں سے بڑھ کر عمل کرنا
 - کسی مجبوری کے تحت یا کہے جانے سے پہلے ہی کام کر لینا
 - کاروبار کو نئی جگہوں اور نئی مصنوعات/مہارتوں کو پھیلانے کے لئے محنت کرنا
- ۲۔ موقع شناسی اور موقع سے فائدہ اٹھانا
 - مواقع حاصل کرنے کی تلاش میں رہنا بلکہ ان سے فائدہ بھی اٹھانا
 - موقع پہچان کر ان سے فائدہ اٹھانا (کاروبار، تعلیم یا ذاتی تسکین کے لئے)
 - سرمایہ کاری، آلات، زمین، کام کرنے کی جگہ کے حصول کے لئے غیر معمولی مواقع بھی استعمال کرنا اور ہمت نہ ہارنا

۳۔ مستقل مزاج ہونا اور رہنا

- اپنی منزل/مقصد کی راہ میں آنے والی سب مشکلات کو دور کرنے کے لئے بار بار کوشش کرنا
- کسی بڑی مشکل کے سامنے ہتھیار نہ ڈالنا

۴۔ معلومات کی تلاش میں رہنا اور حصول کے لئے جستجو کرتے رہنا

- اپنے مقصد کو حاصل کرنے کے لئے خود معلومات حاصل کرنا اور سوال پوچھنا
- مصنوعات یا خدمات کو لوگوں تک پہنچانے کے لئے تحقیق کرنا
- کاروباری یا تکنیکی ماہرین سے مشورہ کرنا
- لوگوں کی ضروریات پہنچانے کے لئے سوال پوچھنا اور معلومات اکٹھی کرنا
- خود تحقیق کرنا اور اس سے نتائج نکالنا
- اپنے جاننے والوں اور دیگر لوگوں سے مفید معلومات اکٹھی کرنا

۵۔ معیاری کام کرنا اور معیار کو برقرار رکھنا

- موجود معیار کو برقرار رکھنا یا اس سے بہتر کام کر کے دکھانا
- بہتر معیار کا کام کرنے کی خواہش کا اظہار کرنا اور جستجو کرتے رہنا
- اپنے کام کو دوسروں سے بہتر ثابت کرنے کی خواہش کرنا

۶۔ کم وقت میں زیادہ اور بہتر کام کرنا اور اچھی کارکردگی کا مظاہرہ کرنا

- ایسے طریقے تلاش کرنا کہ کم وسائل اور کم لاگت سے کام ہو سکے
- وقت میں بچت کرنے کے طریقے تلاش کرنا
- معلومات کی مدد سے یا کاروبار طریقوں کے استعمال سے کارکردگی بہتر کرنا
- ہر ممکن جدت، بہتری یا طریق عمل سے حاصل شدہ فوائد میں توازن رکھنا

۷۔ مرحلہ وار منصوبہ بندی کرنا اور اس پر عمل کرنا

- منزل تک پہنچنے کے لئے مرحلہ وار منصوبہ بندی کرنا اور اس پر عمل کرنا

- بڑے کام چھوٹے چھوٹے کاموں میں تقسیم کر کے ورک پلان بنانا
- تمام منصوبہ میں ممکنہ مشکلات کا اندازہ لگانا اور پیش قدمی کرنا
- متبادل طریقہ کار کا متواتر جائزہ اور بہترین طریقہ کار کا انتخاب کرنا
- متبادل طریقوں سے کاموں کو باقاعدہ مرحلہ وار طے کرنا

۸- مسائل کا حل تلاش کرنا اور انہیں حل کرنا

- منزل تک پہنچنے کے لئے نئے راستے تلاش کرنا
- ایک کی بجائے دوسرا راستہ اختیار کرنا
- مختلف مشکلات کے لئے حل نکالنا

۹- خود اعتمادی کا بھرپور مظاہرہ کرنا

- اپنی ذات اور صلاحیتوں پر یقین ہونا
- اپنا کام مکمل کرنے یا چیلنج قبول کرنے کی صلاحیت پر اعتماد کا اظہار کرنا
- شروع میں کامیابی نہ ہونے یا مخالفت کے باوجود بھی اپنی بات پر قائم رہنا
- مشکلات سے نہ گھبرانا اور واضح مقاصد کے لئے نئے تیلے خطرات مول لینا

۱۰- قائل کرنے کی صلاحیت اور اس کا استعمال

- دوسروں کو کامیابی سے اپنی بات پر قائل کرنا
- کسی کو مصنوعات یا خدمات حاصل کرنے یا استعمال کرنے کے قائل کرنا
- دوسروں کو اس بات پر آمادہ کرنا جو خود ان سے کروانا چاہے۔
- اپنی قابلیت اور اختیار کے بارے میں لوگوں کو قائل کرنا
- اپنی کمپنی کی مصنوعات اور خدمات کے بارے میں مکمل اعتماد کا اظہار کرنا اور منوانا

۱۱- تعلقات بنانا اور کاروبار کے لئے ان کو استعمال کرنا

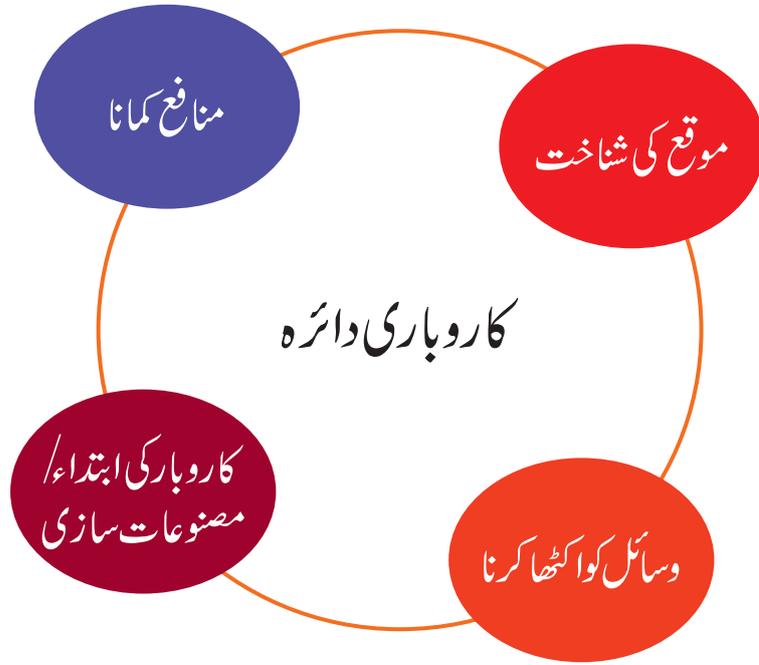
- منزل کو پانے کے لئے مختلف طریقوں و تعلقات کو استعمال کرنا

- کاروبار تعلقات بنانا
 - بااثر لوگوں یا ایجنٹ کی مدد سے اپنا کام کروانا
 - دوسرے لوگوں کو متاثر کرنے اور اپنی بات پر قائل کرنے کے لئے مختلف طریقے استعمال کرنا
- ۱۲- کام کو وعدے کے مطابق کرنا اور کروانا
- کسی بھی کام کو کئے گئے وعدے کے مطابق پورا کرنا
 - کسی کام کو پورا کرنے کے سلسلے میں آنے والے مسائل کے حل کے لئے پوری ذمہ داری لینا
 - ذاتی قربانیاں اور غیر معمولی کوشش کے ذریعے کام کو پورا کرنا
 - کام پورا کرنے کے لئے دوسروں کی جگہ پر کسی بھی قسم کا کام کرنے سے نہ جھجکنا
- ۱۳- اپنی بات پر بھرپور اعتماد ہونا
- اپنی بات پر یقین رکھنا اور دوسروں سے بات منوانے کی صلاحیت ہونا
 - دوسروں کے دباؤ میں نہ آنا بلکہ ٹھوس دلائل اور بھرپور خود اعتمادی کے ساتھ اپنی بات دوسروں تک پہنچانا
- ۱۴- لیڈرشپ کی خصوصیات ہونا اور استعمال کرنا
- اپنے ماتحتوں کو گائیڈ کرنے کی صلاحیت رکھنا
 - اپنی قائدانہ صلاحیتوں کو بدرجہ اتم استعمال کرنا
 - ایسا ماحول پیدا کرنا کہ کارکنان کی سوچ میں کاروبار کے لئے وسعت پیدا ہو
 - اپنی غلطی تسلیم کرنے میں عار نہ محسوس کرے
- ۱۵- ایمانداری اور حسن سلوک کا قائل ہونا
- اپنی روزمرہ مصروفیات میں ایمانداری کا مظاہرہ کرنا
 - اپنے حسن سلوک سے دوسروں کے لئے مثال پیدا کرنا
 - اپنے ماتحت عملہ کے ساتھ حسن سلوک اور لین دین میں شفاف رہنا
 - کارکنان کو بھی سہولت کے لئے مناسب لچک کا مظاہرہ، جس سے آرگنائزیشن کے مقصد کو بھی تقویت ملتی ہو

- ۱۶۔ حوصلہ افزائی کے ذریعے کام کی بہتری
- اپنے ماتحتوں کی حوصلہ افزائی تاکہ کام کی رفتار اور معیار بہتر ہو
 - دوسروں کی برتری کو فراخ دلی کے ساتھ تسلیم کرنا
 - بہتر کارکردگی کے حامل لوگوں کو بہتر مواقع فراہم کرنا

کاروبار کا دائرہ

کاروبار شروع کرنے کے چار اہم مراحل



۱۔ مواقع کی شناخت

- ۱۔ اپنے ارد گرد کے ماحول کا جائزہ لینے کے بعد اور لوگوں کی ضروریات اور مانگ کے مطابق کاروبار کے لئے مناسب مصنوعات کا انتخاب کرنا

- کاروبار یا مصنوعات کی شناخت کرنا

- ذاتی اور پراجیکٹ (کاروبار) پروفائل کا موازنہ کرنا
- پراڈکٹ کی مانگ کا اندازہ لگانا
- مشینری، خام مال اور دیگر عناصر سے متعلق معلومات حاصل کرنا
- کاروبار کے اخراجات کا تخمینہ لگانا
- ممکنہ فروخت سے آمدن کا (تخمینہ) حساب لگانا
- اپنی پراڈکٹ کی ممکنہ فروخت سے منافع کا اندازہ لگانا

۲۔ وسائل کو یکجا کرنا

مصنوعات کے انتخاب کے بعد کاروبار کے لئے ضروری وسائل مثلاً کاروباری جگہ، مشینری، خام مال، تکنیکی مہارت، پیکنگ اور پیکیجنگ، تقسیم کے ذرائع اور دیگر وسائل اکٹھا کرنا

- مشینری اور دیگر ساز و سامان کے سستے ذرائع
- خام مال
- لائسنس / اجازت نامہ
- پیکنگ اور پیکیجنگ کا انتظام
- مزدوری اور افرادی قوت
- مال کی تقسیم کے ذرائع، ڈسٹری بیوشن
- کاروبار کے لئے جگہ، زمین اور عمارت
- فرنیچر اور دفتری سامان
- دیگر ضروریات، بجلی، گیس وغیرہ
- سرمایہ اپنا ذاتی / قرضے کے ذرائع
- کمپنی کی رجسٹریشن، اگر ضروری ہو تو

۳۔ کاروبار کی ابتدا اور اس کا اطلاق

تمام جمع شدہ وسائل سے کاروبار کا آغاز کرنا اور مصنوعات سازی کرنا

- کاروبار شروع کرنا
- مصنوعات سازی کرنا
- مصنوعات کی فروخت سے منافع کمانا

۴۔ کاروبار کو نفع بخش بنیادوں پر چلانا (منافع کمانا)

کاروبار کو اس طرح منظم کرنا کہ وہ زیادہ ترقی کرے اور منافع بخش بنیادوں پر چلے، یعنی مصنوعات کا معیار، تقسیم کے ذرائع، تشہر و ترقی، پیکنگ اور پیکیجنگ کو موزوں اور بہتر کرنا

- کاروبار کو بڑھانا
- مد مقابل (حریف) کی مصنوعات کا مقابلہ
- تشہر و ترقی کے بہتر اور مناسب ذرائع کا استعمال
- تقسیم کے بہتر اور سستے ذرائع کا استعمال
- مصنوعات میں جدت اور مثبت تبدیلی لانا

کاروبار کو کیسے کامیاب بنایا جاسکتا ہے؟

ایک کاروبار کے کامیاب ہونے کے لئے مندرجہ ذیل عوامل ہو سکتے ہیں۔

- مواقع حاصل کرنے کی تلاش، موقع پہچان کر کاروبار کے لئے مرحلہ وار منصوبہ بندی اور اس پر عمل

- لوگوں کی ضروریات کو پہچان کر مصنوعات یا خدمات کو لوگوں تک پہنچانے کے لئے تحقیق، کاروباری یا تکنیکی ماہرین سے مشورہ
- صحیح پراڈکٹ کا انتخاب اور مارکیٹ کی تلاش
- پیداوار کے لئے صحیح منصوبہ بندی اور سرمایہ کاری، آلات، کام کرنے کی صحیح جگہ کا حصول
- کام چھوٹے حصوں میں تقسیم کر کے ورک پلان کی تیاری، بہترین طریقہ کار کا انتخاب اور کاموں کو باقاعدہ مرحلہ وار کرنے کا عمل
- تمام منصوبہ میں ممکنہ مشکلات کا اندازہ لگا کر پیش قدمی
- مصنوعات کی مناسب پرائس کا تقرر تاکہ منافع ہو اور گاہک بھی مطمئن ہو
- مصنوعات کی ترسیل کا صحیح انتظام
- مصنوعات کی پروموشن و اشتہار بازی کے لئے درست حکمت عملی اور وقت کا انتخاب
- مصنوعات کو نئی جگہوں اور نئی مصنوعات/مہارتوں کو پھیلانے کے لئے محنت
- موجودہ معیار کو برقرار رکھنا اور بہتر معیار بنانے کے لئے جستجو
- ایسے طریقے تلاش کرنا کہ کم وسائل اور کم لاگت سے کام ہو سکے۔
- وقت میں بچت کرنے کے طریقوں کا استعمال
- معلومات کی مدد سے یا کاروباری طریقوں کے استعمال سے کارکردگی کی بہتری
- ہر ممکن جدت، بہتری یا طریق عمل سے حاصل شدہ فوائد میں توازن
- اپنی صلاحیتوں پر پکا یقین اور چیلنج قبول کرنے کی صلاحیت پر اعتماد کا اظہار

سیشن کا جائزہ

شرکاء تربیت کا جائزہ لینے کے لئے اس سیشن کے بعد درج ذیل جدول کی مدد سے ان کی رائے حاصل کی جائے تاکہ اس سیشن میں شامل معلومات سے حاصل شدہ استفادہ کا جائزہ لیا جاسکے۔ اگر شرکاء کے مزید کچھ سوالات ہوں تو چائے یا کھانے کے وقفے کے دوران ان پر بات کی جائے۔

نمبر شمار	اشارے	😊	😐	😞
۱۔	زرعی کاروبار اور کاروبار کی ترقی			
۲۔	کاروبار کی اقسام			
۳۔	کاروبار کے اہم عناصر			
۴۔	کاروباری دائرہ			
۵۔	کاروبار کے مراحل			
۶۔	کاروبار کو کامیاب بنانے کا طریقہ			
۷۔	کاروبار کی ترقی کے اقدامات			

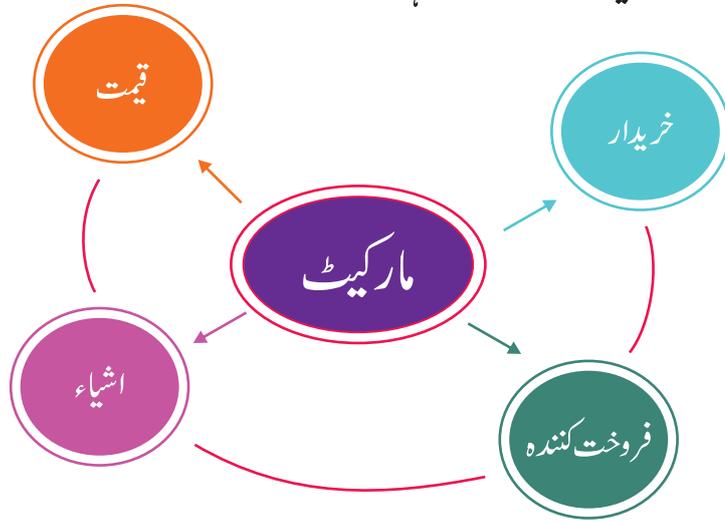
پانچواں باب

مارکیٹنگ اور سپلائی چین کا انتظام

مارکیٹنگ اور سپلائی چین کا انتظام

مارکیٹ اور مارکیٹنگ

مارکیٹ ایک ایسی جگہ ہوتی ہے جہاں مادی طور پر اشیاء کی خرید و فروخت یا خدمات کی خرید و فروخت سرانجام پاتی ہے۔ وہاں مادی طور پر اشیاء اور خدمات لی اور دی جاتی ہیں۔ یا ہم مارکیٹ ایسی جگہ کو کہہ سکتے ہیں جہاں اشیاء یا خدمات کا تبادلہ کیا جاتا ہے۔ مارکیٹ، خریدار، فروخت کنندہ جنس/اجناس/اشیاء اور قیمت سے بنتی ہے۔



مارکیٹنگ

مارکیٹنگ بہت سی چیزوں کا مجموعہ ہے جو اشیاء اور خدمات کے بہاؤ کو تیز کرتا ہے۔ اشیاء اور خدمات کا یہ بہاؤ کسان سے صارفین تک کے مراحل طے کرتا ہے۔ دیگر الفاظ میں ہم کہہ سکتے ہیں کہ مارکیٹنگ دراصل ایک باہمی تبادلے کا عمل ہے جو کہ کسان اور صارفین کے درمیان ہوتا ہے۔ کسان اپنی اجناس فروخت کرتے ہیں اور صارفین خریدتے ہیں۔

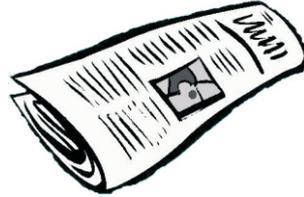
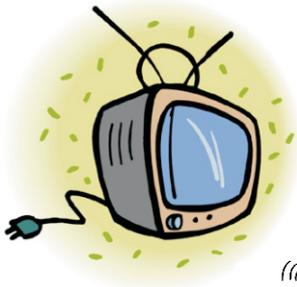
مارکیٹ ریسرچ / تجزیہ

زرعی کاروبار اور ویلیو چین مصنوعات مثلاً خوبانی، کنو، غیر موسمی اور منافع بخش سبزیات، کیلا، مرچیں، آلو کے بیج اور گوشت کی مارکیٹنگ کے عمل میں اس طرح کی مصنوعات کے تاجروں، ہول سیلروں، آڑھتیوں پر مشتمل ایک نظام ہے جو اجناس کسانوں یا FEG سے لے

کرسار فین تک ان کی ضروریات کے حساب سے پہنچاتا ہے۔ کسانوں یا مصنوعات پیدا کرنے والے افراد کی براہ راست منڈیوں تک رسائی بہت اہم ہے کیونکہ اس براہ راست رسائی سے کسان اپنی پیداوار اور مصنوعات کی بہتر داموں فروخت سے زیادہ آمدن حاصل کر سکتے ہیں۔

زرعی کاروبار میں بہتر منافع اسی صورت میں حاصل کیا جاسکتا ہے جبکہ کسان اپنی اجناس منڈیوں میں بہتر داموں پر فروخت کر سکیں۔ لہذا ویلیو چین سے وابستہ کاروبار کے فروغ کے لئے ضروری ہے کہ مخصوص منڈیوں کو تلاش کیا جائے اور مارکیٹنگ کی راہ میں حائل مسائل کا حل تلاش کر کے ان کا تدارک کیا جائے۔

کسان اور FEG مختلف ذرائع سے معلومات حاصل کر سکتے ہیں جو کہ ان کو ان کی اجناس کے لئے بہتر منڈیوں کے حصول میں مددگار ثابت ہو۔ ان معلومات کے ذرائع میں درج ذیل قابل ذکر ہیں۔



- ۱۔ ریڈیو
- ۲۔ ٹی وی
- ۳۔ اخبارات
- ۴۔ اشتہارات
- ۵۔ انٹرنیٹ
- ۶۔ موبائل فون

مارکیٹ ریسرچ کسانوں کے کاروبار کے لئے بہت اہم ہے کیونکہ یہ ان کو اس قابل بناتی ہے کہ وہ مندرجہ ذیل عناصر کے حوالے سے کوئی بہتر فیصلہ کر سکیں جو کہ ان کی پیداوار اور منافع میں اضافے کا سبب بن سکے۔ فیصلہ سازی کے عمل پر اثر انداز ہونے والے عناصر درج ذیل ہیں۔



- ۱۔ مارکیٹ
- ۲۔ خریدار/گاہک
- ۳۔ اجناس یا جنس
- ۴۔ اجناس کی اقسام

۵۔ اجناس کا معیار

۶۔ قیمت

۷۔ استعمال کی جگہ

زرعی کاروبار سے متعلقہ کو معلومات کا جائزہ اور تجزیہ مارکیٹ ریسرچ کہلاتا ہے۔ اس عمل میں درج ذیل عوامل کو شامل کیا جانا ضروری ہے۔

۱۔ مارکیٹ

- علاقائی دائرہ کار، سائز/ حجم، مارکیٹ کی بڑھوتری کون سے عوام مارکیٹ کی ترقی پر اثر انداز ہو رہے ہیں؟
- پیداواری تکنیک، مصنوعات کا معیار، کاروبار کو چھوڑنے اور نئے آنے والے افراد کی معلومات
- مارکیٹ میں قیمتوں کے تعین کے رجحانات
- کیا کبھی قیمتوں میں کوئی بڑی تبدیلی آئی اور اگر آئی تو اس کی وجوہات کیا تھیں؟
- کیا کوئی خصوصی عوامل اثر انداز ہوتے ہیں جن سے کسی خاص موسم/ سیزن میں مصنوعات کی مانگ میں اضافہ یا کمی ہو جاتی ہے۔ یا مصنوعات مہیا کرنے والے افراد میں کمی و بیشی ہوتی ہو؟
- کیا علاقے، وقت، معیار اور مقدار کا تعلق کسی خاص علاقے، تہوار یا افراد سے ہے؟
- مصنوعات اور خدمات کی بنیادی تقسیم کاری
- براہ راست اور تقسیم کار (ڈسٹری بیوٹر) کس حد تک مارکیٹ کو کنٹرول کرتے ہیں؟
- بروکر اور ڈسٹری بیوٹر/ تقسیم کار کتنی قیمت کی مارکیٹ پر اثر رکھتے ہیں؟



۲۔ خریدار/ گاہک

- بنیادی گاہک کس سطح یا قسم کا ہے؟

- گاہک کس طرح ادائیگی کرتا ہے؟

- مارکیٹ کے گاہک مصنوعات اور خدمات میں کن چیزوں کو دیکھتے ہیں؟
- مستقل میں مصنوعات اور خدمات کی مانگ کس حد تک ہے اور کیوں؟
- کیا مصنوعات اور خدمات کے لئے کافی مانگ موجود ہے؟
- ان طریقوں کی نشاندہی کریں جس سے مارکیٹ کی مانگ کا جائزہ لیا جاسکتا ہے۔

۳۔ مقابلہ

- مارکیٹ میں ایسے کون سے افراد یا ادارے ہیں جو ہمارے کاروبار میں ہمارے حریف ثابت ہو سکتے ہیں اور ان کے مضبوط اور کمزور پہلو کون کون سے ہیں۔ مثلاً جگہ، ٹیکنالوجی، معیار، مقدار، قیمت اور لاگت یا اخراجات وغیرہ۔
- مارکیٹ ریسرچ کے لئے درج ذیل فارمیٹ استعمال کیا جاسکتا ہے۔
- ہماری مصنوعات کی منڈیاں کون سی ہیں۔

- ۱- مختلف منڈیاں جہاں ہم اپنی خصوصیات دے سکتے ہیں؟
- ۲- ان منڈیوں میں کتنی مقدار میں چیزیں کی ضرورت ہے؟
- ۳- ہر منڈی کی خاص خصوصیات کیا ہیں؟
- ۴- کیا ان منڈیوں میں مصنوعات بھیجنے کا کوئی خاص وقت ہے جو مناسب ہے؟
- ۵- ان منڈیوں کے بارے میں جاننے کے لئے اور کیا اہم چیزیں ہیں؟

مارکیٹ سروے کے لئے چیک لسٹ

کسٹمر/مارکیٹ کا آخری خریدار

- ۱- زیادہ تر کون سی مصنوعات خریدی جاتی ہیں؟
- ۲- ان مصنوعات کو کیوں خریدا جاتا ہے؟

- ۳۔ کتنی مقدار میں چیزیں خریدی جاتی ہیں؟
- ۴۔ ضرورت کا تخمینہ کیسے لگایا جاتا ہے؟
- ۵۔ کتنے وقت سے چیزیں خریدی جاتی ہیں؟
- ۶۔ کون سی مصنوعات زیادہ منافع بخش ہیں؟
- ۷۔ سال کے کسی مہینے یا موسم میں مصنوعات کی قیمت سب سے زیادہ ہوتی ہے اور کن کن خصوصیات کی بناء پر؟
- ۸۔ کس معیار کی مصنوعات فروخت کی جاتی ہیں؟
- ۹۔ اور کون کون سی مصنوعات کی مارکیٹ میں ضرورت ہے؟
- ۱۰۔ کن کسانوں/ اداروں سے مصنوعات خریدی جاتی ہیں؟
- ۱۱۔ کاروبار کو بڑھانے کے لئے کیا کیا جاتا ہے؟ مثلاً قرضہ جات، پیکنگ، تشہیر وغیرہ۔
- ۱۲۔ عام طور پر کس طرح کے مسائل کا سامنا کرنا پڑتا ہے؟

ریٹیلر/خوردہ فروش

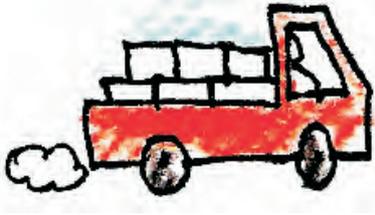
- ۱۔ کس طرح کی مصنوعات زیادہ خریدتا ہے؟
- ۲۔ ان مصنوعات کو کیوں خریدا جاتا ہے؟
- ۳۔ کس مقدار میں مصنوعات خریدی جاتی ہیں؟
- ۴۔ ضرورت کا تعین کس طرح کرتا ہے؟
- ۵۔ کتنی مرتبہ یا کس تو اتر سے وہ مصنوعات خریدتا ہے؟
- ۶۔ مصنوعات خریدتے وقت وہ اور کن چیزوں کا خیال رکھتا ہے؟
- ۷۔ اس کے لئے سب سے زیادہ منافع بخش خصوصیات کون سی ہیں؟
- ۸۔ سال کے کس اوقات/ مہینے/ موسم میں خصوصیات کی سب سے زیادہ قیمت وصول کی جاتی ہے؟
- ۹۔ کس معیار کی مصنوعات یہ فروخت کرتے ہیں؟
- ۱۰۔ دیگر کون سی خصوصیات ہیں جن کی منڈی میں زیادہ مانگ ہے؟
- ۱۱۔ وہ کن سے مصنوعات خریدتے ہیں؟
- ۱۲۔ ان کے پاس اپنے کاروبار کو بڑھانے کے لئے کیا مواقع ہیں؟ (قرضہ، تشہیر، پیکنگ وغیرہ)
- ۱۳۔ عام طور پر یہ کس طرح کے مسائل کا سامنا کرتے ہیں؟

کسان/انفرادی یا FEG

- ۱- کون سے پیداوار/مصنوعات زیادہ فروخت کرتے ہیں؟
- ۲- ان مصنوعات کو وہ کیوں فروخت کرتے ہیں؟
- ۳- مصنوعات کس مقدار میں فروخت کرتے ہیں؟
- ۴- منڈی کی مانگ کا جائزہ کیسے لیتے ہیں؟
- ۵- کس تو اثر سے وہ مصنوعات فروخت کرتے ہیں؟
- ۶- کیا وہ براہ راست منڈی میں اپنی مصنوعات فروخت کرتے ہیں، کیوں؟
- ۷- کون سی مصنوعات ان کے لئے زیادہ منافع بخش ہیں؟
- ۸- سال کے کس مہینے/موسم میں وہ سب سے زیادہ قیمت وصول کرتے ہیں؟
- ۹- ان کی مصنوعات کا معیار کیا ہے؟
- ۱۰- کیا وہ اپنی مصنوعات کی گریڈنگ کرتے ہیں؟
- ۱۱- کیا مصنوعات کی پیکنگ کرتے ہیں؟
- ۱۲- کیا خریدار گریڈنگ اور پیکنگ والی مصنوعات کی اضافی قیمت ادا کرتا ہے؟
- ۱۳- عام قیمت سے یہ اضافی قیمت کتنی زیادہ ہوتی ہے؟
- ۱۴- کیا آپ اجتماعی مارکیٹنگ کرتے ہیں اگر ہاں تو کیوں؟
- ۱۵- آپ کو اپنا کاروبار بڑھانے کے لئے کس طرح کے مواقع میسر ہیں، (مثلاً قرضہ، تشہیر، پیکنگ)؟
- ۱۶- کس طرح کے مسائل کا سامنا کرنا پڑتا ہے؟
- ۱۷- کس طرح کے حریف جو آپ جیسا کاروبار کرتے ہیں، موجود ہیں؟
- ۱۸- آپ کے حریف کس طرح کی اجناس کاشت یا پیدا کرتے ہیں؟
- ۱۹- آپ کے حریفوں کی اجناس کا معیار کیسا ہے؟ آپ کی اجناس کا ان سے موازنہ کیسے کیا جاسکتا ہے؟
- ۲۰- ان کی قیمتوں سے آپ اپنی مصنوعات کی قیمت کا موازنہ کیسے کرتے ہیں؟
- ۲۱- آپ کے حریف اپنی مصنوعات یا اجناس کو منڈی میں اچھی قیمت پر فروخت کرنے کے لئے کیا اقدامات کرتے ہیں؟

- ۲۲۔ آپ کے حریف کس طرح کی مہارتیں رکھتے ہیں۔ کیا وہ اپنی صلاحیتوں کو بہتر بناتے رہتے ہیں اگر ہاں تو کیسے؟
- ۲۳۔ کیا مصنوعات فروخت کرنے والے کسان نسبتاً بہتر مقابلے کی حالت میں ہیں اگر ہاں تو کس طرح؟
- ۲۴۔ آپ اپنے حریفوں/مد مقابل دوسرے کسانوں/FEG سے کیا سیکھ سکتے ہیں جو آپ کو اپنے کاروبار میں مددگار ثابت ہوں؟

ٹرانسپورٹ



- ۱۔ آپ کے کاروبار کے لئے آپ کو کس طرح کے ذرائع نقل و حمل میسر ہیں؟
- ۲۔ مختلف طرح کے ذرائع نقل و حمل کے اپنے اپنے فوائد اور نقصانات کیا ہیں؟
- ۳۔ مختلف طرح کے میسر ذرائع نقل و حمل کی قیمت/لاگت کیا ہے؟
- ۴۔ کیا کسی خاص مصنوعات کے لئے کوئی خاص ٹرانسپورٹ کی ضرورت ہے؟
- ۵۔ زیادہ دور مصنوعات بھجوانے کے لئے کیا ٹرانسپورٹ ہے؟
- ۶۔ کیا ٹرانسپورٹ کی لاگت میں خصوصیات کو سنبھالنے کی قیمت بھی شامل ہے؟
- ۷۔ کیا ٹرانسپورٹ کے مالکان آپ کی مصنوعات کو وقت پر منڈی لے جاتے ہیں؟
- ۸۔ کیا ٹرانسپورٹ کے مالکان مصنوعات کو محفوظ طریقے سے منڈی لے جانے کی ضمانت دیتے ہیں؟
- ۹۔ کس تو اتر سے آپ کو اپنی مصنوعات منڈی لے جانے کے لئے ٹرانسپورٹ کی ضرورت پڑتی ہے؟
- ۱۰۔ عام طور پر ٹرانسپورٹ کمپنی کس طرح کے مسائل کا سامنا کرتی ہے؟

مارکیٹ کی تقسیم

مارکیٹ کی تقسیم سے مراد مارکیٹ کو اس کے قابل رسائی ہونے، قابل عمل ہونے اور منافع بخش ہونے کے حوالے سے مختلف حصوں میں تقسیم کرنا، مارکیٹ کو مختلف طبقات میں تقسیم کرنے سے کسان FEG اپنے اہداف کا تعین زیادہ بہتر کر سکتا ہے۔ مارکیٹ کی تقسیم درج ذیل بنیادوں پر کی جاسکتی ہے۔

- ۱۔ عمر کی بنیاد پر
- ۲۔ جنس کی بنیاد پر



- ۳۔ خاندان/افراد کی بنیاد پر
- ۴۔ مذہب/قوم/عقیدہ
- ۵۔ جغرافیائی حدود
- ۶۔ کاروبار، کی قسم کی بنیاد پر
- ۷۔ مصنوعات کی بنیاد پر
- ۸۔ حیثیت کی بنیاد پر

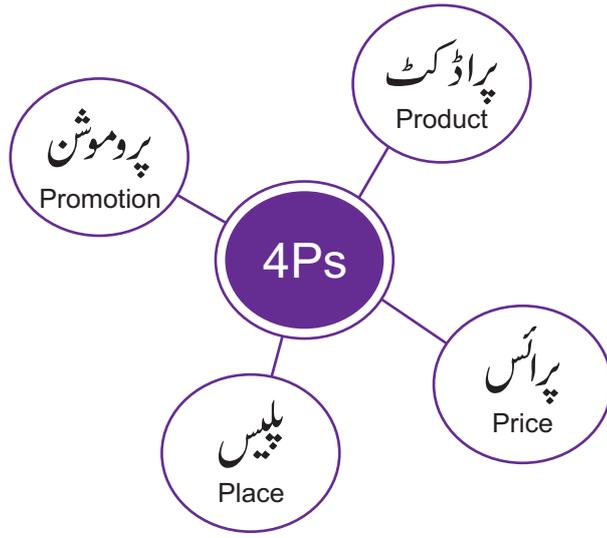
مارکیٹ کی تقسیم کے فوائد

- ۱۔ افرادی قوت، لاگت، خام مال، میٹرل اور وقت سے زیادہ استفادہ حاصل کیا جاسکتا ہے۔
- ۲۔ مصنوعات کو خاص مقام/سطح پر پہنچا سکتے ہیں اور اپنی مصنوعات کے لئے مخصوص طبقہ میں اپنے گاہک پیدا کر سکتے ہیں۔
- ۳۔ اپنی مصنوعات کی تشہیر، ترسیل، تقسیم کار کے لئے بہتر فیصلہ کر سکتے ہیں۔
- ۴۔ کاروباری عمل میں آنے والے اخراجات کم ہو سکتے ہیں۔
- ۵۔ مصنوعات کی بہتری کے لئے تحقیق کر سکتے ہیں۔
- ۶۔ اپنی مصنوعات کو مخصوص بنا کر مارکیٹ میں جگہ بنا سکتے ہیں۔

مارکیٹ مکس

مارکیٹنگ موثر پیداوار، سٹوریج، گریڈنگ، پیکنگ، پیکیجنگ، تشہیر اور مصنوعات کو کھیت/فارم سے صارفین تک پہنچانے کے عمل کا احاطہ کرتی ہے۔ اس سارے عمل میں 4 عناصر انتہائی اہمیت کے حامل ہیں۔

- ۱۔ پراڈکٹ/خصوصیات
- ۲۔ پرائس/قیمت
- ۳۔ پلین/جگہ
- ۴۔ پروموشن/تشہیر



پراڈکٹ

پراڈکٹ دراصل ہماری مصنوعات ہیں مثلاً اگر ہم سبزیات کا کاروبار کر رہے ہیں تو سبزیات ہماری پراڈکٹ ہیں۔ اگر کوئی سبزیات میں صرف گوہی یا مرچوں یا آلو کا کاروبار کرتا ہے تو گوہی، مرچیں اور آلو اس کی پراڈکٹ ہیں۔

پراڈکٹ دراصل ظاہری مخفی خصوصیات کا مجموعہ ہے۔ اس میں قیمت، رنگ، شکل، سائز، پیکنگ، وغیرہ شامل ہوتی ہیں۔ بلکہ بعض پراڈکٹ میں بعد از فروخت سروس وغیرہ بھی شامل ہوتی ہے۔

پراڈکٹ کی دو اقسام ہو سکتی ہیں۔

- ۱۔ مصنوعات
- ۲۔ سروسز یا خدمات

اپنی پراڈکٹ کے بارے میں ناکافی تحقیق، غلط مارکیٹ یا گاہکوں کے بارے میں کم علمی غیر معیاری مصنوعات یا پہلے سے مارکیٹ میں موجود پراڈکٹ کے خواص جانے بغیر کوئی بھی کاروباری فرد یا FEG مشکل کا شکار ہو سکتی ہے۔ کوئی بھی پراڈکٹ (مصنوعات یا خدمات) اس وقت کامیابی سے ہم کنار ہو سکتی ہے جب وہ گاہکوں/خریداروں کے اطمینان پر پوری اترتی ہوں اور وہ ان کی ضروریات کو پورا کرتی ہوں۔ مصنوعات اپنے معیار اور کارکردگی سے ہی دوسروں کے مقابلے میں اپنا مقام پیدا کر سکتی ہیں۔ کسان یا FEG کے

ممبران کو چاہئے کہ وہ اپنی مصنوعات کے معیار، کارکردگی کے علاوہ اس کی فروخت اور تقسیم کاری کے لئے بھی انتظامات کرے۔ رابطہ اور تشہیر پر توجہ دی جائے اور اپنی مصنوعات کی گریڈنگ کر کے مارکیٹ کی مناسبت تقسیم کا فائدہ اٹھا کر مصنوعات کی بہتر تقسیم کاری کا نظام قائم کرے۔

زرعی پراڈکٹ کے لئے نام کی اہمیت (برانڈنگ)

کسان یا FEG کے ممبران اگر اپنی زرعی کاروباری مصنوعات کی گریڈنگ اور پیکنگ کے ساتھ ساتھ اس کا کوئی نام بھی رکھیں تاکہ ان کی مصنوعات ان کے نام سے جانی اور پہچانی جائیں۔ ہمیں یقین ہے کہ کسان اور FEG اپنے زرعی کاروبار میں معیار اور کارکردگی کے ساتھ ساتھ مصنوعات کی تقسیم کاری بھی بہتر بنائیں گے اور جب ان کی مصنوعات ان کے نام سے مارکیٹ میں جائیں گی تو وہ ان کی پہچان بن جائیں گی۔ مصنوعات کے نام کی ضرورت اور اہمیت درج ذیل ہے۔

صارفین کے لئے

- ۱۔ مصنوعات کے نام یا مارکہ سے ان کی پہچان آسان ہوگی۔
- ۲۔ پہچان کی وجہ سے صارفین مطمئن ہوں گے کہ وہ اپنی قابل اعتماد پراڈکٹ خرید رہے ہیں۔
- ۳۔ استعمال کے بعد وہ دوبارہ بھی اسی نام یا مارکہ کی مصنوعات خریدنا چاہیں گے۔
- ۴۔ صارفین کو اگر مصنوعات کا نام یا مارکہ معلوم ہوگا تو وہ دوسروں کو بھی اس پراڈکٹ کی خصوصیات اور اپنے استعمال کے بعد کے تجربات بتا سکتے ہیں جس سے آپ کی مصنوعات کی تشہیر بھی ہوگی۔
- ۵۔ اور سب سے اہم یہ کہ اگر ایک دفعہ مارکیٹ میں گا ہوں، خریداروں، صارفین کی اچھی رائے قائم ہو جائے تو پھر اس نام کی یا مارکہ کی ہر چیز کو ان کی طرف سے پذیرائی ملے گی۔

مستقبل میں FEG اگر اپنے کاروبار کو بڑھاتی ہے اور اپنی مصنوعات کی اقسام میں اضافہ کرتی ہے تو اس کو اپنی مصنوعات کی دوبارہ سے تشہیر نہیں کرنی پڑے گی کیونکہ ان کے نام اور مارکہ کی وجہ سے وہ پہلے ہی لوگوں کا اطمینان حاصل کر چکے ہوں گے۔

دکاندار/فروخت کنندگان

- ۱- نام/مارکہ یا برانڈ کی وجہ سے مصنوعات کی تشہیر ہو سکتی ہے۔
- ۲- فروخت کنندہ نام والی مصنوعات کو زیادہ پُر اعتماد طریقے سے روشناس کرواتے ہیں۔
- ۳- نام یا مارکہ والی پراڈکٹ فروخت کرنے سے فروخت کنندگان کے اپنے کاروبار میں بھی بہتری آتی ہے اور لوگ ان پر انحصار کرتے ہیں۔

FEG اور کسانوں کو اپنی مصنوعات کے لئے نام رکھتے وقت خیال رکھنا چاہیے کہ نام یا مارکہ آسان فہم ہونا چاہیے۔ کسی دوسرے برانڈ سے ملتا جلتا نہ ہو اور نام ایسا ہو جو بعد میں ضرورت پڑنے پر رجسٹرڈ بھی ہو سکے۔

بعض افراد کا خیال ہے کہ زرعی اجناس کی پراڈکٹ کے لئے نام یا مارکہ نہیں رکھا جاتا حالانکہ آج کل کی مارکیٹ کے حساب سے یہ غلط ہے۔ پاکستان میں صارفین کی تعداد اور اقسام اتنی زیادہ ہیں کہ زرعی اجناس اگر کسی مارکہ/نام سے مارکیٹ میں آتی ہیں تو صارفین ان پر انحصار کرتے ہیں۔ اس کی بہت سے مثالیں موود ہیں جیسا کہ انگور کی پیٹی پر نام، کیلے پر اسٹلر یا خوبانی کے ڈبے پر پیدا کنندگان کی شناخت اور نام۔

پیکیجنگ

مصنوعات کی پہچان اور تشہیر کے لئے انتہائی اہم کردار ادا کرتی ہے۔ اچھی پیکیجنگ سے دوران نقل و حمل نقصان بھی کم ہوتے ہیں۔ اس کے علاوہ مصنوعات کا تحفظ بھی کرتی ہے۔ بظاہر پیکیجنگ اخراجات میں تھوڑے اضافے کا سبب نظر آتی ہے لیکن اس سے حاصل ہونے والے فوائد کے پیش نظر یہ اخراجات کچھ بھی نہیں ہیں۔ پیکیجنگ سے نام اور مارکہ کی تشہیر ہوتی ہے۔ مصنوعات کا تشخص بہتر بناتی ہے۔

کسانوں اور FEG کے ممبران کو ایک بات ضرور یاد رکھنی چاہیے یہ کہ صارفین اگر کوئی چیز خریدتے ہیں تو کچھ عرصہ بعد وہ اس کی قیمت تو بھول جاتے ہیں لیکن اس کے معیار کے بارے میں ہمیشہ یاد رکھتے ہیں۔

پرائس / قیمت

مصنوعات کی قیمت کاروبار کے منافع بخش ہونے یا نہ ہونے میں اہم کردار ادا کرتی ہے۔ مندرجہ ذیل عوامل ہماری مصنوعات کی قیمت کے تعین پر اثر انداز ہوتے ہیں۔

- پراڈکٹ کی مانگ
- مارکیٹ مکس کے دیگر عوامل / عناصر
- پراڈکٹ کی پیداوار پر آنے والے اخراجات / لاگت
- مارکیٹ میں اس پراڈکٹ کا حصہ
- مارکیٹ اس کی کیا قیمت ادا کرنے کو تیار ہے
- اندازاً فروخت ہو سکنے والی مقدار کا تعین
- مد مقابل خریدوں کی مقرر کردہ قیمت
- علاقے یا ملک کے اقتصادی حالات
- حکومتی پالیسی
- منافع کی شرح

پرائس / قیمت کے مقاصد

- اپنے اہداف کو حاصل کرنا
- پیداوار کی فروخت میں اضافہ
- مد مقابل یکساں مصنوعات کی قیمتوں سے مقابلہ کرنا
- مارکیٹ میں اپنی جگہ بنانا
- منافع کو بہترین جگہ پر لے جانا

قیمتوں کے تعین کے عوامل

- ۱- اپنے گاہکوں کو جانیں
- ۲- اپنے اخراجات کو جانیں
- ۳- اپنے مطلوبہ اہداف کو جانیں
- ۴- اپنے مد مقابل حریفوں کو جانیں
- ۵- مارکیٹ کہاں جا رہی ہے

قیمت کے تعین کا طریقہ کار



$$\begin{aligned}
 & \text{خام مال کی قیمت} \\
 & + \\
 & \text{مزدوری/لیبر کی قیمت} \\
 & + \\
 & \text{دیگر پیداواری عمل کے اخراجات} \\
 & \div \\
 & \text{پیداوار کی قیمت} \\
 & = \\
 & \text{نی یونٹ لاگت}
 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned}
 & \text{نی یونٹ لاگت} + \text{مطلوبہ منافع} \\
 & = \\
 & \text{مارکیٹ پرائس}
 \end{aligned}$$

پلیس/جگہ

پلیس دراصل ایک ایسا نقطہ ہے جہاں فروخت کنندگان اور خرید کنندگان آپس میں تبادلہ کرتے ہیں یعنی ایسی جگہ جہاں مصنوعات گاہکوں کو دی جاتی ہیں۔ پلیس، منڈی، دکان، سپلائی کا طریقہ کار یا تقسیم کاری ہے جو کہ گاہک کی سہولت اور آسانی سے مصنوعات تک رسائی کو یقینی بناتی ہے۔

FEG اپنی مصنوعات کے لئے مارکیٹ ریسرچ کے ذریعے بہتر پلیس کا انتخاب کر سکتی ہے۔ FEG کی مصنوعات کے لئے پلیس/جگہ

مقامی مارکیٹ، بڑے شہروں کی مارکیٹ وغیرہ ہو سکتی ہے اس کے علاوہ پلینس جگہ کا انتخاب کرتے وقت مصنوعات کے معیار اور مقدار کو بھی ذہن میں رکھنا چاہئے اگر بیماری مصنوعات کی مقدار بہت کم ہے تو ممکن ہے ان مصنوعات کو عام مارکیٹ میں لے جانے کی بجائے براہ راست ریٹیلر کو فروخت کیا جانا زیادہ فائدہ مند ثابت ہو۔

پروموشن/تشریح

تشریح کا بنیادی مقصد اپنی مصنوعات کے بارے میں معلومات گا ہوں تک پہنچانا تاکہ اس معلومات کی روشنی میں گا ہک مصنوعات خریدیں۔ FEG اور کاروباری کسان اپنی مصنوعات کے بارے میں بھی تشریحی مہم چلا سکتے ہیں تاکہ مصنوعات کو با آسانی فروخت کر کے اہداف اور مقاصد حاصل کئے جاسکیں۔ کسی بھی تشریحی مہم کے لئے درج ذیل چند باتوں کا خیال رکھنا بہت ضروری ہے۔

- ۱۔ تشریح کے طریقے کا چناؤ
- ۲۔ تشریح کی جگہ اور وقت کا انتخاب
- ۳۔ تشریح کے اخراجات

ایسا طریقہ نہ اختیار کیا جائے جو آپ کی مصنوعات کے صارفین اور گا ہوں سے مطابقت نہ رکھتا ہو اور تشریح کے لئے جگہ اور وقت کا تعین بھی صارفین اور گا ہوں کی موجودگی کی بنیاد پر ہونا چاہئے۔ تشریح کے لئے کئے جانے والے اخراجات قابل برداشت ہونے چاہئیں۔ اگر اخراجات زیادہ ہوں گے تو اس کا اثر آپ کی قیمت اور منافع پر پڑے گا۔

تشریح کے ذرائع

- ۱۔ اشتہارات
- ۲۔ پوسٹر
- ۳۔ ریڈیو/ٹیلی ویژن
- ۴۔ بذریعہ افراد
- ۵۔ ای میل، انٹرنیٹ، ویب کا صفحہ
- ۶۔ بیئر، بورڈ

ایک اہم چیز یہ ہے کہ FEG کی سطح پر کسان اگر اپنی مصنوعات کی پیکنگ کرتے ہیں تو پیکنگ کے میٹرل کے اوپر بھی اپنے کاروبار اور مصنوعات کی تفصیل درج کرنی چاہئے تاکہ یہ مصنوعات جہاں بھی جائیں وہاں لوگ اس کے بارے میں جان سکیں یہ بھی ایک تشریح کی شکل ہے۔

مارکیٹ اور مارکیٹنگ کے ذرائع

مارکیٹ اور مارکیٹنگ چینل تک رسائی کے طریقے

بنیادی مارکیٹنگ چینل درج ذیل ہیں۔

- ۱۔ ڈل مین
- ۲۔ ہول سیلر
- ۳۔ پروسیسر
- ۴۔ خوردہ فروش

خوردہ فروش عام طور پر چھوٹے پیمانے پر کام کرتا ہے جبکہ پروسیسر اور ہول سیلر بڑی بڑی اور زیادہ مقدار میں مصنوعات / زرعی اجناس کو خریدتے ہیں۔ عام طور پر ڈل مین کے ذریعے ہی کام کرتے ہیں، ڈل مین چھوٹی چھوٹی مقدار میں مصنوعات / زرعی اجناس خریدتا ہے۔ ان کو اکٹھا کرتا ہے اور پھر ہول سیلر یا پروسیسر کو فروخت کر دیتا ہے۔ اور اس مصنوعات کو ان تک پہنچانے میں ضروری ذرائع نقل و حمل کا انتظام بھی کرتا ہے۔

گاؤں کی سطح پر کسانوں سے زیادہ رابطہ اور بات چیت ڈل مین کی ہی رہتی ہے جو کھیت یا مقامی منڈی سے اجناس / مصنوعات خریدتا ہے اور انہیں اکٹھا کر کے ہول سیلر کو فروخت کر دیتا ہے جو کہ نسبتاً زیادہ فاصلے پر موجود ہوتا ہے۔

ڈل مین کے اس عمل سے ہمیں یہ پتہ چلتا ہے کہ ہول سیلر یا پروسیسر کو زیادہ مقدار میں مصنوعات درکار ہوتی ہیں۔ جبکہ عام کسان کے پاس مصنوعات یا زرعی اجناس کی مقدار کم ہوتی ہے لہذا وہ براہ راست اسے ہول سیلر یا پروسیسر کو فروخت نہیں کرتا۔ جبکہ ڈل مین چھوٹے کسانوں سے ان کی اجناس لے کر اکٹھا کرتا ہے اور جب مقدار زیادہ ہو جاتی ہے تو وہ اس کو آگے فروخت کر دیتا ہے۔

اسی مرحلے پر FEG کا بہت اہم کردار سامنے آتا ہے وہ یہ کہ FEG کے ممبران اپنی اپنی زرعی اجناس اور مصنوعات FEG کی سطح پر اکٹھی کریں اور مقدار زیادہ ہونے پر ہول سیلر یا پروسیسر کو فروخت کریں۔ تجویز کیا جاتا ہے کہ FEG ممبران کسان اپنی زراعت ویلیو چین پر توجہ دیں اور FEG کی سطح پر دو تین ممبران کی کاروباری کمیٹی بنا دیں جو کہ باقی تمام ممبران کی طرف سے اجتماعی فروخت کے لئے کام کریں۔ اس طرح FEG کی کاروباری کمیٹی بہتر مارکیٹ اور گاہک تلاش کر کے اپنا مال ان کو زیادہ قیمت پر فروخت کر سکتے گی۔ اس سارے عمل میں ڈل مین کا کردار ختم ہو جائے گا جو کہ صرف اپنی مارکیٹنگ اور معلومات کی وجہ سے کسانوں کو بہتر منافع سے محروم کر دیتا ہے۔

مارکیٹ تک رسائی کے مختلف طریقے

FEG مختلف طریقوں سے مارکیٹ تک رسائی حاصل کر سکتی ہے۔ وہ اپنی مصنوعات براہ راست گاہکوں کو بھی فروخت کر سکتی ہے جو فصل کی برداشت کے موسم میں کھیتوں پر آتے ہیں۔ FEG اپنی مصنوعات نزدیک واقع گاؤں/یونین کونسل کی منڈی میں بھی فروخت کر سکتی ہے۔ اس کے علاوہ ٹریڈرز اور صارفین کو بھی اپنی مصنوعات کی ترسیل کر سکتی ہے۔

FEG اپنی خصوصیات اپنی تحصیل یا ضلع کی منڈیوں یا بڑے شہروں کی منڈیوں میں بھی فروخت کر سکتی ہے۔

- صارفین کو
- ریٹیلر (خوردہ فروشوں) کو
- کاروباری افراد/ٹریڈرز کو
- ہول سیلر کو
- پروسیسر کمپنی کو

مشترکہ مارکیٹنگ

اس سے مراد یہ ہے کہ FEG کے تمام ممبران جو زرعی کاروباری ویلیو چین سے وابستہ ہیں اپنی مصنوعات/اجناس کو اکٹھا کریں اور ان کو

اکٹھا ہی فروخت کریں۔ مشترکہ مارکیٹنگ کسانوں کی مصنوعات اور زرعی پیداوار کی مقدار بڑھانے کا ایک بڑا ذریعہ ہے۔

مشترکہ مارکیٹنگ سے کسانوں کی اجناس کا معیار بھی بہتر ہوگا اگر وہ ایک ہی طرح کے بیج کا استعمال کریں گے تو ان کے پاس ایک ہی قسم کی اجناس بڑی مقدار میں میسر ہوگی اور اس طرح وہ مشترکہ سطح پر اجناس کو چھانٹ کر ان کی گریڈنگ کر سکتے ہیں۔ جس سے وہ زیادہ بہتر مارکیٹ، گاہک اور منافع کما سکتے ہیں۔

مشترکہ مارکیٹنگ کے فوائد

- سودا کرنے کی طاقت میں اضافہ
- مارکیٹنگ سے متعلقہ معلومات تک زیادہ بہتر رسائی
- زیادہ قیمتوں کے لئے منافع بخش سودے بازی کی طاقت
- بڑے پیمانے پر زرعی مداخل کی خریداری اور بعد میں پیداوار کی نقل و حمل
- تمام کسانوں کی اجناس ایک جگہ اکٹھی ہونے سے بڑے خریداروں کا متوجہ ہونا
- زرعی اجناس اور خصوصیات کو جمع کر کے مارکیٹ میں فروخت کرنے سے ذرائع نقل و حمل کی لاگت کم آئے گی
- حکومت اور دیگر مالیاتی اداروں سے مشترکہ طور پر آسانی سے رسائی ہو سکتی ہے
- اجناس/مصنوعات کے معیار میں بہتری
- بعد از برداشت نقصانات میں کمی
- قیمتوں کے اتار چڑھاؤ پر قابو پانے میں آسانی
- پروسیسنگ کمپنی یا دیگر اداروں سے معلومات رہنمائی اور تربیت کی سہولت
- مصنوعات کی چھانٹ، گریڈنگ، نقل و حمل، پیکنگ، پیکیجنگ کے اخراجات میں کمی
- مارکیٹ میں مصنوعات کی مسلسل فراہمی، جو کہ مناسب منصوبہ سازی اور انتظام کاری سے یقینی بنائی جا سکتی ہے۔

مارکیٹ/خریدار کے ساتھ رابطہ کاری

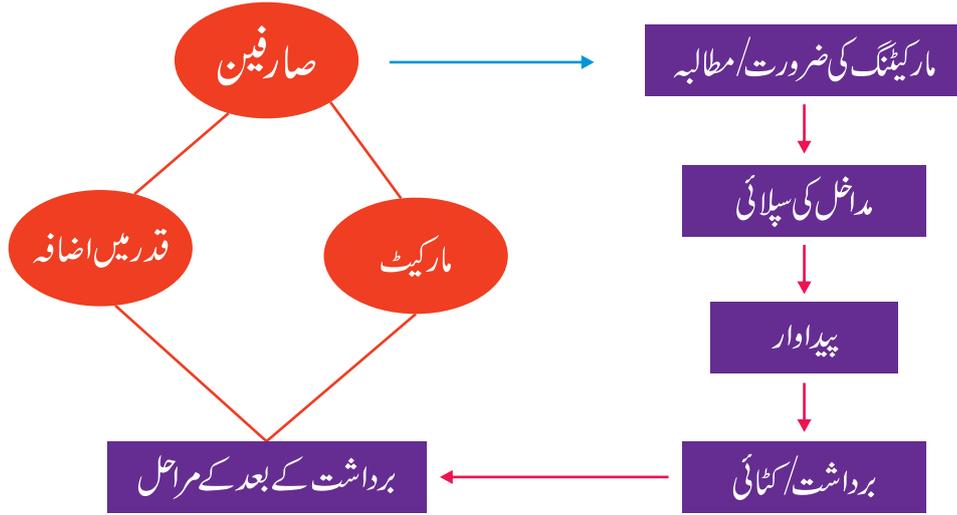
FEG کو مختلف سطح کے تاجروں سے دیہی مصنوعات کو منڈیوں تک لانے کے لئے ضروری ہے کہ FEG مختلف سطح کے تاجروں کے ساتھ روابط قائم کرے۔ ان روابط کا مطلب ہے کہ مصنوعات پیدا کرنے والے افراد اور صارفین کے درمیان تعلق قائم کرنا۔ بعض اوقات مالی لین دین بھی ان تعلقات میں شامل ہوتا ہے۔ جس کی وجہ سے اشیاء کی خرید و فروخت بنتی ہے۔ عام طور پر کسانوں کو اس بات کا علم نہیں ہوتا کہ وہ اپنی زرعی اجناس کہاں فروخت کرتے ہیں سوائے اس کے کہ وہ اپنا مال مقامی منڈی میں ہی فروخت کر دیں۔ وہ ہمیشہ یہ کہتے ہیں کہ اس کے علاوہ اور کوئی مارکیٹ نہیں ہے جبکہ دوسری طرف تاجر یہ کہتے ہیں کہ ان مصنوعات کی بہت زیادہ مانگ مارکیٹ میں موجود ہے اور کئی ایسی منڈیاں ہیں جہاں مصنوعات میسر نہیں ہیں۔ کسان اپنی مصنوعات مقامی منڈی میں مقامی تاجر کو فروخت کر دیتے ہیں اور اس بات سے بے خبر ہوتے ہیں کہ اگر وہ اپنا مال دوسری مارکیٹ میں ہول سیلر تک لے جائیں تو ان کو اس کی بہت اچھی قیمت مل سکتی ہے بشرطیکہ کسانوں کے پاس مال کی زیادہ مقدار ہو سپلائی کرنے کے لئے۔

کسانوں اور تاجروں کے باہمی روابط میں کمی کی وجہ سے مارکیٹ میں ہمیشہ ڈیمانڈ اور سپلائی کے درمیان ایک خلا رہتا ہے۔ لہذا اس خلا کو پُر کرنے کے لئے FEG نے اپنے رابطہ دیگر منڈیوں کے تاجروں کے ساتھ مضبوط بنانے ہیں۔ FEG روابط بہتر بنانے کے لئے درج ذیل اقدامات کر سکتی ہے۔

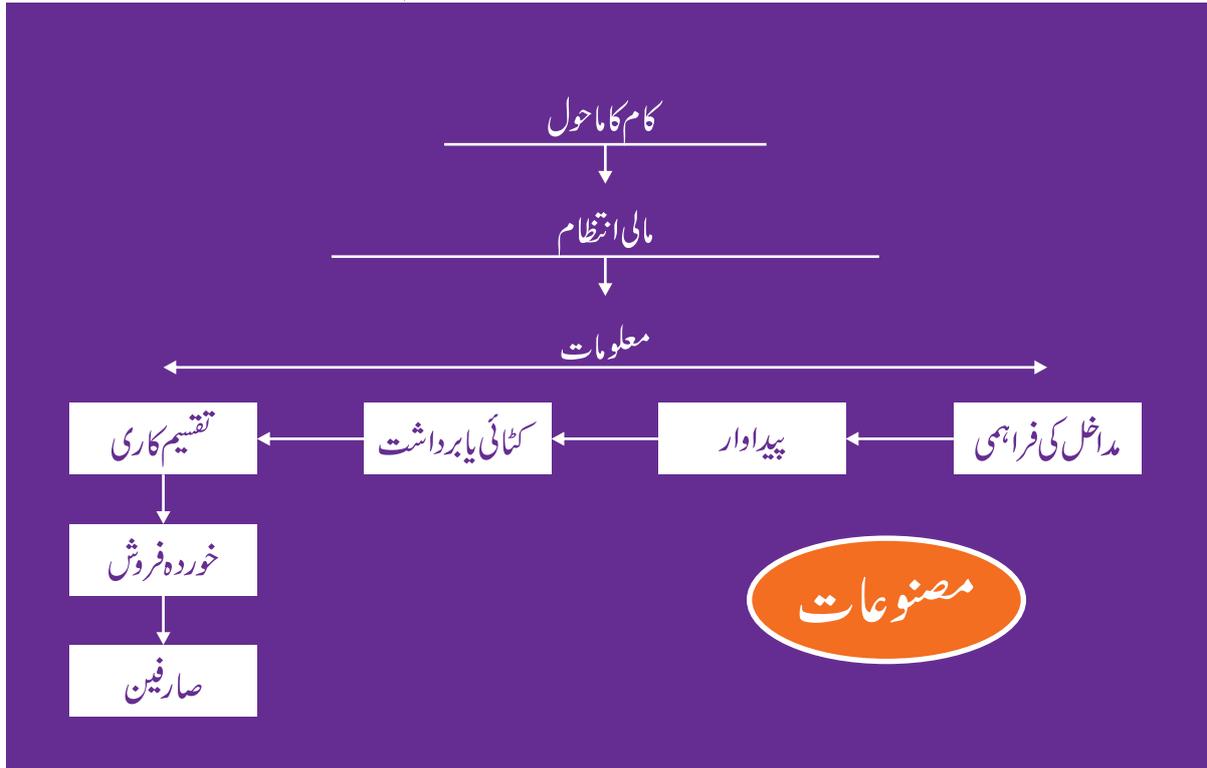
- ۱۔ خریداروں کے ساتھ اجلاس
- ۲۔ تاجروں کو FEG کے ممبران سے ملانے کی دعوت
- ۳۔ معاہدہ کے تحت کاشتکاری
- ۴۔ نئی مارکیٹ کی جگہ کو فروغ دینا
- ۵۔ پرائیویٹ سیکٹر کے ساتھ کام کرنا تاکہ روابط بڑھائے جاسکیں
- ۶۔ تاجروں کے مفادات کے بارے میں معلومات حاصل کرنا
- ۷۔ تاجروں کی مدد کرنا کہ وہ نئی منڈیاں تلاش کریں اور مصنوعات کی فروخت کی جگہیں تلاش کریں۔
- ۸۔ FEG کے ممبر کسانوں اور پروسیسر کے درمیان رابطہ کاری

سپلائی چین کا انتظام

مصنوعات کے بارے میں ان کی ضرورت کی نشاندہی سے لے کر پیداوار، ان کی قدر میں اضافہ، مارکیٹنگ اور صارفین تک پہنچنے کا دراصل سپلائی چین کے انتظام کا نتیجہ ہوتا ہے۔



کاشتکاری اور باغبانی کی فراہمی کا سلسلہ نظام



کاشتکاری اور باغبانی کے اہم شراکت دار

گاہک ہی کاشتکاری اور باغبانی سے متعلقہ مصنوعات کے آخری استعمال کنندہ ہیں اور خریدار ہیں۔ گاہک کی یہ خریداری کبھی کاروبار کے لئے، کبھی گھر کے لئے اور کبھی کسی انفرادی فرد کے لئے ہو سکتی ہے۔ اس بات کو سمجھنا ضروری ہے کہ گاہک کون ہے کیونکہ سپلائی چین میں ہر مرحلے کے اپنے گاہک ہیں مثلاً جو لوگ اجناس کی پیکنگ کرتے ہیں وہ زرعی اور باغبانی کی اجناس کے گاہک ہیں اور جو لوگ پیکنگ ہاؤس سے پیک ہونے والی چھوٹی چیزیں خرید کر سٹور کرتے ہیں وہ پیکنگ ہاؤس کے گاہک ہیں۔ اسی طرح سپلائی چین میں مرحلہ تبدیل ہونے سے گاہک بھی تبدیل ہو جاتا ہے۔ اور ہر مرحلے کے گاہک موجود ہیں اور آخر میں جب اشیاء تمام لوگوں کی رسائی میں آ جاتی ہیں تو وہ اس کے گاہک بن جاتے ہیں۔

سیشن کا جائزہ

شرکاء تربیت کا جائزہ لینے کے لئے اس سیشن کے بعد درج ذیل جدول کی مدد سے ان کی رائے حاصل کی جائے تاکہ اس سیشن میں شامل معلومات سے حاصل شدہ استفادہ کا جائزہ لیا جاسکے۔ اگر شرکاء کے مزید کچھ سوالات ہوں تو چائے یا کھانے کے وقفے کے دوران ان پر بات کی جائے۔

نمبر شمار	اشارے			
۱۔	مارکیٹ کیا ہے؟			
۲۔	مارکیٹنگ کیا ہے؟			
۳۔	مارکیٹ ریسرچ کیا ہے؟			
۴۔	مارکیٹ سروے کا طریقہ			
۵۔	ٹرانسپورٹ			
۶۔	مارکیٹ کی تقسیم			
۷۔	قیمتوں کا تعین			
۸۔	سپلائی چین کا نظام			

چھٹا باب

کاروبار کے تصورات، منصوبہ
اور مالی و انتظامی معاملات

کاروبار کے تصورات، منصوبہ اور مالی و انتظامی معاملات

کاروبار ایک ایسا عمل ہے جو صرف اور صرف منافع کمانے کے لئے کیا جاتا ہے۔ اس پر منافع خدمات یا مصنوعات مہیا کر کے کمایا جاتا ہے۔ زراعت کو بطور کاروبار بنانے کا نظریہ زرعی پیداوار اور منافع میں پائیدار اضافے کے لئے ہے۔

زراعت بطور کاروبار۔ اہمیت

حقیقت یہ ہے کہ روایتی طریقہ زراعت کو کاروباری زراعت میں تبدیل کرنے کا نظریہ ہمارے چھوٹے کسانوں کی زندگی کو بدل سکتا ہے۔ اس نظریے پر کام کر کے کسان اپنی محدود زمین سے بھی بہترین پیداوار حاصل کر سکیں گے۔ سوچ میں یہ تبدیلی کسانوں کے درمیان مقابلہ بازی، جدت، معیار، منافع، خدمات اور ترقی کی نئی راہیں کھول دے گی۔ کاروباری زراعت یا زراعت بطور کاروبار پر کاروبار کے نمونے لاگو کئے جاسکتے ہیں۔ اس سے ہم اپنے اخراجات اور فوائد کا جائزہ لے سکتے ہیں۔ اور یہ جائزہ ہمیں اپنی پیداواری صلاحیت اور پیداوار کو بہتر کرنے میں معاون ثابت ہوگا۔ درج ذیل چند چیدہ چیدہ فوائد ہیں جو زراعت کو بطور کاروبار کرنے سے حاصل ہوتے ہیں۔



- کسان اور اس کے خاندان کے افراد کے لئے اہداف
- چھی ہوئی صلاحیتوں کا استعمال
- مصنوعات کا ذخیرہ، ریکارڈ
- احساس برتری
- دوسرے کاروباری افراد کو متوجہ کرتا ہے
- کاروباری افراد سے رابطہ سازی
- معیار، جدت اور وقار میں بہتری
- پیداوار اور پیداواری صلاحیت میں اضافہ
- نقصانات میں کمی

- منڈیوں سے رابطہ سازی
- منافع کی شرح میں اضافہ
- کام کی رفتار میں اضافہ
- تکنیکی صلاحیتوں میں اضافہ
- نئی صلاحیتوں میں اضافہ
- بہتر انتظام کاری
- FEG کے ممبر بن سکتے ہیں

کسان بطور انٹرپرائز پر مبنی (کاروباری)

جب ہم زراعت اور کاروباری کا نام لیتے ہیں تو کاروباری، ویلیو چین (قدر میں اضافہ) اور منڈیوں سے رابطہ ایسے الفاظ ہیں جو کہ بہت استعمال ہوتے ہیں۔

بہت سے چھوٹے کسان کچھ بنیادی باتوں کی وجہ سے زراعت سے مطلوبہ استفادہ حاصل نہیں کر پاتے۔ حالانکہ کاروباری وہ آدمی ہے جو منڈیوں کے لئے پیداوار حاصل کرتا ہے۔ چھوٹے کسان اپنی زمین پر زراعت کو بطور کاروبار شروع کر کے اپنے آپ کو FEG کا ممبر بنا سکتے ہیں اور FEG اجتماعی کاروباری مفادات کے تحفظ کے لئے کام کر سکتی ہے۔ اس بات کے بہت سے امکانات ہیں کہ FEG زراعت کو ایک کاروبار کے ماڈل کے مطابق بطور کاروباری ادارہ چلا سکے۔ اس حوالے سے FEG

- ۱- کھیتوں کو بہتر طریقے منظم کر سکتی ہے۔
- ۲- نئے فصلوں، جانوروں اور متبادل ذرائع سے پیداواری صلاحیتوں کو بہتر کر سکتی ہے۔
- ۳- کاشتکاری میں جدت ان کی پیداوار میں اضافہ اور خطرات میں کمی کر سکتی ہے۔
- ۴- کسان اس تجربے سے زیادہ سیکھ سکتے ہیں کہ خطرات کے اندازے کیسے لگانے ہیں اور ان کے حل کیسے نکالنے ہیں۔
- ۵- بہت سے چھوٹے کسان ایک اچھے کاروباری کی تمام خصوصیات رکھتے ہیں۔ اس موقع سے فائدہ اٹھا کر اپنی زندگی بہتر کر سکیں گے۔
- ۶- کسانوں میں مقابلے اور منافع کے حصول کی لگن پیدا ہوگی۔

- ۷۔ کسانوں میں کاروباری مواقع کی شناخت اور نشاندہی کا ہنر پیدا ہوگا۔
۸۔ سب سے اہم یہ ہے کہ کسان اپنے مستقبل کی منصوبہ سازی پائیدار بنیادوں پر کر سکیں گے۔

منافع، ہنر، رابطہ، پائیداری، کاروبار کا بڑھاؤ، پیداواری صلاحیت، خطرات سے کمی، ٹیکنالوجی میں جدت، اور قائدانہ صلاحیتیں کسان کو کاروباری بنانے میں اہم عوامل ہیں۔

زرعی کاروبار اور منافع

FEG سے وابستہ کسان اپنے کھیتوں اور زراعت کی بہتر انتظام کاری سے اپنے نقصانات میں کمی اور پیداوار میں اضافہ ممکن بنا سکتے ہیں۔ جیسا کہ فصلوں کے زرعی مداخل کی اجتماعی خریداری، اجتماعی نقل و حمل اور ترسیل، اجتماعی مارکیٹنگ وغیرہ۔ درج ذیل عوامل زراعت بطور کاروبار کے لئے اہم ہیں۔

- ۱۔ زراعت بطور کاروبار میں منافع کی شرح میں بہتر ایک بنیادی مقصد ہے۔
- ۲۔ موجودہ منافع اور گزشتہ منافع کا موازنہ کرنا تاکہ مستقبل کے منافع کے لئے اندازہ قائم کیا جاسکے۔
- ۳۔ منافع کو آمدن اور اخراجات کے توازن میں دیکھنا چاہیے۔ اخراجات میں کمی، آمدن میں اضافہ کی ایک وجہ بن سکتی ہے۔ لیکن اخراجات میں کمی، معیار کی معیاری پر سمجھوتہ کر کے نہیں کرنا۔ آمدن عام طور پر مختلف کاموں کے معاوضے کے طور پر حاصل کیا جاتا ہے مثلاً اگر ہم مال مویشی یا سبزیات فروخت کرتے ہیں تو اس سے ہمیں آمدن حاصل ہوگی۔
- ۴۔ اخراجات دراصل ان وسائل کی قیمت ہے جو ہم اپنا کاروبار کرتے ہوئے استعمال اور خرچ کرتے ہیں۔

لہذا زرعی کاروباری افراد کے لئے ضروری ہے کہ وہ ان فلسفہ کو جان لیں کہ منافع بخش کاروبار کیا اور کیسے ہوتا ہے۔ اس کا تعلق مصنوعات کی شناخت، منصوبہ سازی، خریداری، انتظام، مارکیٹنگ، فروخت، مارکیٹ سے مضبوط تعلقات پر ہوتا ہے۔

لاگت کا جائزہ کسانوں کو اس قابل بناتا ہے کہ وہ موازنہ کر سکیں۔ روایتی اور جدید زراعت کے کاروباری تصورات کے بارے میں یہی وجہ ہے کہ کسانوں کو اپنے زرعی کاروبار کی منافع بخشی کا حساب لگانا چاہیے لہذا

- ۱۔ کاروبار کی منافع بخشی کا حساب کرنا اور تجزیہ کرنا بہت ضروری ہے۔

- ۲۔ کوئی بھی کاروبار منافع بخش ہوگا تو چلتا رہے گا ورنہ بند ہو جائے گا۔
- ۳۔ اگر کوئی کاروبار زیادہ منافع بخش ہے تو وہ اپنے مالکان کو زیادہ فائدہ پہنچاتا ہے۔
- ۴۔ FEG کے ذمہ داروں کی سب سے بڑی ذمہ داری یہ ہے کہ وہ اپنی FEG کی ویلیو چین کے ذریعہ کسانوں کے منافع کو بہتر بنائیں۔ اور ایسے اقدامات کریں جن سے ان کے پیداواری مسائل حل ہوں اور زیادہ پیداوار سے زیادہ منافع حاصل کیا جاسکے۔

کاروبار میں توجہ طلب اہم عناصر کا جائزہ

حالانکہ کاروباری زراعت بہت منافع بخش طریقہ کار ہے آمدن اور منافع بڑھانے کا لیکن ہر کاروبار میں خطرات میں موجود ہوتے ہیں۔ زرعی کاروبار میں خطرات والے پہلو درج ذیل ہیں۔

- ۱۔ پیداواری عمل
- ۲۔ مارکیٹ اور مارکیٹنگ
- ۳۔ مالی خطرات
- ۴۔ انسانی وسائل کا شعبہ

FEG اپنی سطح پر ان خطرات کی نشاندہی، آگاہی اور تدارک کے لئے اقدامات کرے۔ یہ اقدامات درج ذیل حکمت عملی اختیار کر کے کئے جاسکتے ہیں۔

- ۱۔ ایسے زرعی مداخل کا استعمال جن سے کم خطرات لاحق ہوں۔
- ۲۔ ایسے تکنیک استعمال کی جائے جس سے کم خطرات لاحق ہوں۔
- ۳۔ ایسی سرگرمیوں کا انتخاب کیا جائے جس سے کم خطرات ہوں۔
- ۴۔ اپنے نظام کو کچھ دیر رکھا جائے۔
- ۵۔ پیداوار میں تبدیلی لائی جائے۔
- ۶۔ زرعی مداخل اور مصنوعات کا شاک رکھا جائے۔
- ۷۔ فروخت کا دائرہ کار بڑھایا جائے۔

- ۸- منڈیوں میں قیمت کی معلومات حاصل کریں۔
- ۹- کوشش کی جائے کہ معاہدہ کا شتکاری کیا جائے۔
- ۱۰- ایسے اثاثے جو غیر ضروری ہوں، کو فروخت کیا جائے۔

کاروبار کی ترقی کا منصوبہ

FEG یا ایک کسان کا انفرادی کاروباری منصوبہ بہت زیادہ رسمی یا پیچیدہ نہ بنایا جائے۔ لیکن وہ ایسا ضرور ہونا چاہیے جو اس کے کام میں مثبت تبدیلی لائے اور اس کو سرگرمیاں کرنے پر مائل کرے۔ FEG یا کسان کا کاروباری منصوبہ دراصل

- ۱- ایک جامع منصوبہ سازی ہے۔
- ۲- ایک احتساب کا ازالہ ہے۔
- ۳- اسے محفوظ بنانے کے لئے حفاظتی تدبیر ہے۔
- ۴- ابلاغ اور مواصلات کا ذریعہ ہے۔
- ۵- ایک منافع بخش سرمایہ کاری ہے۔

کسان کو کاروباری منصوبے کی کیا ضرورت ہے؟

- ۱- کاروباری منصوبہ FEG کسان کو اختیار دیتا ہے کہ وہ کاغذ پر اپنی سوچ اور اہداف لکھ کر اپنی سرمایہ کاری اور متوقع خطرات کا وقت اور لاگت کی روشنی میں جائزہ لے سکے۔
- ۲- اگر کسان یا FEG نے کسی مالی ادارے سے کوئی معاونت حاصل کرنی ہے تو بھی اس کو اپنے منصوبے کی ضرورت ہوگی اور اسی منصوبے کی روشنی میں متعلقہ مالی ادارہ اس بات کا فیصلہ کرتا ہے کہ وہ معاونت کرے یا نہ کرے۔
- ۳- کاروباری شراکت دار بھی کاروبار میں اپنے کردار کے بارے میں جاننے کے لئے کاروباری منصوبے سے استفادہ حاصل کریں گے۔
- ۴- اگر کسان یا FEG اپنے کاروبار میں کسی سرمایہ کار کو سرمایہ کاری کی دعوت دیتے ہیں تو اس کے لئے بھی کاروباری منصوبے کی ضرورت ہوگی۔

کسان یا FEG اپنے زرعی کاروبار کے منصوبے کو بنانا سے پہلے ان پہلوؤں سے اپنا جائزہ لے۔

- ۱۔ بنیادی معلومات (باغبانی اور مال مویشی)
- ۲۔ کاروباری شناخت کے فوائد کے متعلق معلومات
- ۳۔ اپنے متوقع پیداوار کی منڈیوں کے بارے میں معلومات
- ۴۔ باغبانی، سبزیات، مال مویشی کی پیداوار کے حوالے سے تکنیکی معاونت
- ۵۔ مالی وسائل جو کہ کاروبار کو چلانے کے لئے درکار ہوں
- ۶۔ بنیادی کاروباری انتظام کی صلاحیت

کاروبار کا انتخاب

FEG اور کسانوں کے لئے اپنے زرعی کاروبار کا انتخاب کرنا ایک پہلا مرحلہ ہے۔ عام طور پر ان کے کاروبار ویلیو چین، خوبانی، کنو، مرچیں، کیلا، غیر موسمی و منافع بخش سبزیات، گوشت اور آلوکا بیج ہی ہوگا۔ اس کے لئے درج ذیل اہم اقدام ہیں۔

- 1۔ اپنے کاروباری تصور کا انتخاب کریں اور اس میں فیصلہ کریں کہ
 - مارکیٹ کون سی ہے؟
 - کیا جنس پیدا کرنی ہے؟
 - کتنی پیدا کرنی ہے؟
 - کتنی لاگت آئے گی؟
 - کتنی قیمت رکھنی ہے؟
 - منافع کتنا ہوگا؟

2۔ تکنیکی اعتبار سے کاروبار کا جائزہ لیں

اجناس کے لئے	ہاں نہیں
۱۔ زمین	
۲۔ زمین کی ارضی خصوصیات	
۳۔ موسم درجہ حرارت	

	۴۔ بارشیں
	۵۔ پانی کی موجودگی اور دستیابی
ہاں نہیں	مال مویشی کے لئے
	۱۔ موسم (درجہ حرارت، بارشیں)
	۲۔ چارہ گاہیں/سبزہ
	۳۔ پانی کی موجودگی یا دستیابی
	۴۔ دیگر

3۔ مادی وسائل اور مداخل کی دستیابی کا جائزہ

ذریعہ دستیابی	تعداد	زرعی مداخل
		۱۔ بیج
		۲۔ کھاد
		۳۔ ادویات
		۴۔ مشینری
		۵۔ اوزار
		۶۔ ذخیرہ کی جگہ
		۷۔ کام کے لئے جانوروں کی دستیابی

4۔ لیبر کی طلب اور دستیابی

اس مرحلے میں یہ دیکھیں کہ کیا جس جگہ پر کاروبار کیا جاتا ہے وہاں درکار مزدور (لیبر) دستیاب ہے۔ اس مقدار میں جس مقدار/تعداد میں طلب ہے۔ لہذا پہلے ہمیں اپنے کاروبار کو دیکھ کر یہ فیصلہ کرنا ہے کہ

- ۱۔ کتنی لیبر کی ضرورت ہے؟
- ۲۔ کتنے افراد خاندان میں موجود ہیں جو کام کر سکتے ہیں؟
- ۳۔ کتنی لیبر اجرت پر رکھی جائے گی؟
- ۴۔ کب اس کی ضرورت ہوگی؟
- ۵۔ کہاں اس کی ضرورت ہوگی؟

لیبر پلان کی ایک مثال یہ ہے کہ

- ۱۔ مجھے ضرورت ہے کہ _____ مزدور جو کہ کل _____ دن کام کریں گے۔
- ۲۔ میرے پاس میرے خاندان کے _____ افراد ہیں جو کام کریں گے۔
- ۳۔ مجھے باہر سے درکار لیبر _____ ہے اور اس کی ضرورت مجھے درج ذیل منصوبے کے مطابق ہے۔

سہ گرمی	مہینہ	مزدوروں کی تعداد	دنوں کی تعداد
۱۔ زمین کی تیاری			
۲۔ کاشت کرنا			
۳۔ گوڈی کرنا			
۴۔ برداشت کرنا			
۵۔ ٹوٹل			

بزنس پلان کے اجزاء

کاروبار کی تفصیل

- اہداف
- مقاصد
- کاروبار کے بارے میں معلومات
- مصنوعات اور خدمات
- مارکیٹ کا تجزیہ

ٹارگٹ مارکیٹ کا پروفائل

FEG نے یہ بھی دیکھنا ہے کہ اس کی جو مصنوعات ہیں یا خدمات ہیں اس کے گاہک کون ہیں۔

- ۱۔ کیا گاہک مقامی ہے، علاقائی یا ملکی یا غیر ملکی؟
- ۲۔ کیا گاہک بچہ ہے جو ان ہے یا بوڑھا ہے؟
- ۳۔ کیا گاہک مرد ہے یا عورت یا دونوں؟
- ۴۔ کیا گاہک زیادہ آمدن، درمیانی یا کم آمدن والا ہے؟
- ۵۔ کیا گاہک کسی خاص طبقہ، سماج یا سیاسی سماجی اور مذہبی حیثیت رکھتا ہے؟

مد مقابل کا جائزہ

مد مقابل کا جائزہ لینے کے لئے درج ذیل سوالات کے جواب کاروباری منصوبہ کا حصہ ہوں گے۔

- ۱۔ مد مقابل کون ہے؟
- ۲۔ مد مقابل کی خامیاں اور خوبیاں
- ۳۔ مد مقابل کا طریقہ کار
- ۴۔ مد مقابل کی مصنوعات کی قیمت، مارکیٹنگ کا دائرہ کار اور طریقہ کار، تقسیم کاری
- ۵۔ مد مقابل کے گاہکوں سے تعلقات

مارکیٹ پلان

FEG کا مارکیٹ پلان درج ذیل پہلوؤں کا احاطہ کرے گا۔

- ۱۔ کون سے مصنوعات مہیا کی جا رہی ہیں (سبزیات، گوشت، پھل)؟
- ۲۔ قیمت
- ۳۔ تقسیم کاری/ترسیل
- ۴۔ تشہیر

آپریشنل پلان

- ملکیت اور انتظام
- انتظامی منصوبہ
- وسائل اور پیداوار
- سرگرمیاں
- عملی منصوبہ

عملی منصوبے کی مثال

سرگرمی	دورانیہ	شروع کی تاریخ	ذمہ داری
مداخل			
مزدوری			
مارکیٹ			
خطرات			

مالی پلان

FEG کی سطح پر مالی پلان بناتے وقت درج ذیل معلومات درکار ہوں گی۔

- ۱- FEG کے پاس کتنی رقم ہے؟
- ۲- کس طرح مزید رقم کا انتظام ہو سکتا ہے؟
- ۳- FEG کو کاروبار شروع کرنے کے لئے کتنی رقم درکار ہے؟
- ۴- حساب کتاب کیسے رکھا جائے گا؟
- ۵- آنے والے سالوں میں امکانی فروخت اور آمدن کیا ہے؟

- ۶۔ بریک ای ون نقطہ اطمینان
 ۷۔ FEG کا ماہانہ کیش فلو
 ۸۔ انویسٹری کنٹرول سسٹم کیسے استعمال کیا جائے گا؟

قیمتوں کا تعین

نقطہ اطمینان (بریک ای ون) دراصل کم از کم قابل قبول حیثیت ہے۔ اس سے کم پر نقصان ہوگا۔ یہ لاگت کی قیمت وصول کرتی ہے۔ اس قیمت پر فروخت کی گئی مصنوعات سے حاصل ہونے والی آمدن ہمارے مصنوعات پر لاگت کے برابر ہوتی ہے۔ اور منافع صفر ہوتا ہے۔ اس کو ہم درج ذیل فارمولے سے نکال سکتے ہیں۔

$$\frac{\text{کل متحرک اخراجات فی ایکٹر}}{\text{پیداوار فی ایکٹر}} = \text{بریک ای ون قیمت}$$

اگر ایک ایکٹر مرچوں کی فصل پر کل متحرک اخراجات 100000 روپے آتے ہیں اور اس سے 100 من مرچوں کی پیداوار ہوتی ہے تو

$$\frac{100000}{100} = \text{بریک ای ون قیمت}$$

100 روپے فی من

FEG کے مالی معاملات کی انتظام کاری

مالی معاملات کسی بھی کاروبار کا سب سے اہم ستون ہوتے ہیں اگر مالی معاملات بہتر طریقے سے سرانجام نہ دیئے جائیں تو اس سے کاروبار کو ناقابل تلافی نقصان ہوتا ہے۔ FEG کی سطح پر درپیش مالی معاملات میں دو پہلو بہت اہم ہیں۔ ایک تو مالی معاملات سرانجام دینا اور دوسرا اس کا ریکارڈ رکھنا۔ دونوں پہلو اپنی اہمیت کے لحاظ سے یکساں ہیں۔ مالی معاملات میں شفافیت بنیادی عنصر ہے۔ عام طور پر FEG کی سطح پر درج ذیل قسم کے مالی معاملات درپیش رہیں گے۔

- ۱۔ اخراجات
- ۲۔ آمدن
- ۳۔ بینک سے لین دین
- ۴۔ گاہکوں سے لین دین
- ۵۔ ایڈوانس
- ۶۔ ادھار
- ۷۔ ممبران کی رقوم لینا
- ۸۔ ممبران کو رقوم دینا
- ۹۔ زرعی مدخل کی خریداری
- ۱۰۔ ذرائع نقل و حمل کے انتظامات
- ۱۱۔ مصنوعات کی فروخت
- ۱۲۔ بریک ای ون / نقطہ اطمینان معلوم کرنا
- ۱۳۔ منافع کا حساب لگانا
- ۱۴۔ مزدوروں کی اجرت
- ۱۵۔ منافع کی تقسیم
- ۱۶۔ ممبران کی بچت
- ۱۷۔ تشہیر، رابطہ سازی، تربیت کے اخراجات وغیرہ

جن مالی معاملات کو سرانجام دینا پڑے گا ان تمام معاملات کا حساب کتاب اور ریکارڈ بھی ترتیب دینا پڑے گا۔ ریکارڈ ترتیب دینا بہت

اہم ہے کوئی بھی انسان اپنے تمام مالی معاملات زبانی یاد نہیں رکھ سکتا۔ یادداشت کی بنیاد پر مالی معاملات کی فیصلہ سازی کاروبار حوالے سے زیادہ بہتر نہیں ہے۔ FEG کے کاروبار میں حساب کتاب کے لئے کیش بک کو ترتیب دینا ضروری ہے اس کے چیدہ چیدہ فوائد درج ذیل ہیں۔

کاروباری دنیا میں کیش بک کو ایک ترازو کی طرح استعمال کیا جاسکتا ہے۔ جس طرح چیزوں کو تولنے کے لئے اس کے دونوں پلٹوں کو برابر رکھا جاتا ہے اسی طرح کاروبار کو تولنے کے لئے کیش بک کے دونوں پلٹوں کو ہمیشہ برابر ہونا چاہئے۔ ترازو کی طرح کیش بک کے بھی دو پلٹے ہوتے ہیں، اس میں ایک طرف آمدنی کی ساری رسیدیں رکھی جاتی ہیں اور دوسرے پلٹے میں اخراجات کی رسیدیں رکھی جاتی ہیں۔ اگر اخراجات کی رسیدوں میں درج شدہ رقم آمدنی کے برابر ہو تو کاروبار متوازن طریقے سے چل رہا ہوگا۔ ایسی صورت میں جب اخراجات اور آمدنی میں تناسب بگڑ جائے تو آپ کی کیش بک (کاروباری ترازو) آپ کو فوراً خبردار کر دے گی۔

کیش بک کی کاروباری اہمیت

- ۱۔ کاروباری آمدنی اور اخراجات کا تناسب کیا ہے؟
- ۲۔ آمدنی اور اخراجات کے رجحانات کیا ہیں؟
- ۳۔ آمدنی کے بڑے بڑے ذرائع کون سے ہیں؟
- ۴۔ اخراجات میں اضافہ اور کمی کن چیزوں کے استعمال سے ہو رہی ہیں؟
- ۵۔ نقدی کی جمع اور خرچ میں کہیں گڑ بڑ تو نہیں ہو رہی؟

کیش بک کیا ہے؟

کیش بک بنانے کے لئے ضروری ہے کہ اس کو دو برابر حصوں میں تقسیم کیا جائے۔ ایک حصے میں آمدنی (یعنی کیش کی وصولیاں) اور دوسرے حصے میں اخراجات یعنی (کیش ادائیگیاں) درج کئے جاتے ہیں۔ سادہ کاپی کے علاوہ کیش بک چھپی ہوئی بھی ملتی ہیں۔ کسی بھی سٹیشنری سٹور سے آپ کو اردو اور انگریزی دونوں میں یہ کتابیں مل سکتی ہیں۔ ان کو Day Book، روزنامہ، کیش بک اور کھاتہ بھی کہا جاتا ہے۔ اگر آپ کے پاس موجود نقدی دن کے آخری بیلنس کے برابر ہے تو آپ کا حساب ٹھیک ہے۔ اگر دن کے آخری بیلنس اور موجودہ نقدی میں فرق ہے تو ضرور گننے میں غلطی ہوئی ہے۔ لہذا رقم کو دوبارہ گنیں اور اپنی کیش بک میں لگائے ہوئے حساب کو دوبارہ

- چیک کریں، جب تک دونوں کی رقم برابر نہ ہو جائے۔ اس غلطی کی کئی وجوہات ہو سکتی ہیں۔ جن میں سے چند ایک مندرجہ ذیل ہیں۔
- ہو سکتا ہے کہ آپ نے رقم کو جمع کرنے میں غلطی کی ہو۔
- ہو سکتا ہے کہ آپ نے گاہوں سے نقدی وصول کرنے یا پیسے دیتے وقت غلطی کی ہو۔
- ہو سکتا ہے کہ آپ نے دن کے دوران گلہ میں سے کچھ پیسے ذاتی خرچ کے لئے نکال لئے ہوں اور ان کا حساب نہ رکھا ہو۔
- یہ بھی ہو سکتا ہے کہ آپ کی غیر موجودگی میں کسی اور شخص نے پیسے نکال لئے ہوں۔

ان میں سے کسی بھی وجہ کا پتہ لگانا اور اس کے لئے مناسب اقدامات کرنے سے آپ کے کاروبار میں باقاعدگی پیدا ہوگی جو آپ کے لئے بہت فائدہ مند ہے۔

کیش بک کو متوازن کرنا

کیش بک کو متوازن کرنے کے لئے ضروری ہے کہ دن کے آخری بیلنس کو ادا بیگیوں کے صفحہ پر کئے گئے ٹوٹل میں شامل کر دیا جائے۔ یعنی ان کے کل اخراجات اور بقایا رقم مل کر اس دن کی کل وصولیوں کے برابر ہوتے ہیں۔ کیش بک میں آمدنی اور اخراجات کا حساب بلاشبہ اہم اور بنیادی ریکارڈ ہے۔ جس کو باقاعدگی سے کرنا چاہئے۔ اس لئے ہمیں ایسی معلومات حاصل ہوتی ہیں جن کے ذریعے ہم اپنے کاروبار کی منصوبہ بندی کر سکتے ہیں اور گزشتہ کارکردگی کی نظر ثانی کر کے اس سے فائدہ حاصل کر سکتے ہیں۔

- کاروبار کو چلانے کے لئے کتنی رقم صرف ہوئی؟
- خام مال پر کتنا پیسہ صرف ہوا؟
- اجرتیں کتنی ادا کرنی پڑیں؟
- دوسرے اخراجات کیا تھے؟
- چیزوں کی فروخت سے کتنی رقم حاصل ہوئی؟

ان سوالات کے جواب آپ کو اپنی کیش بک میں مل سکتے ہیں۔ ان معلومات کی مدد سے آپ اپنے کاروبار کا بجٹ تیار کر سکتے ہیں اور انہی کی مدد سے آپ دوسرے کاروباری تجزیے کر سکتے ہیں جن کی وجہ سے آپ کا اپنے کاروبار پر کنٹرول بڑھے گا اور آپ کامیابی کے ساتھ کاروبار کر سکیں گے۔

کیش بک بھرنے اور متوازن کرنے کے طریقے

- ۱- کیش بک روزانہ دن کے آخر میں مکمل کرنی چاہیے جب خرید و فروخت کا سلسلہ ختم ہو چکا ہو۔ اگر روزانہ یہ کام کرنا مشکل ہو تو جتنی پابندی سے یہ کام کیا جائے گا اتنا ہی بہتر ہوگا۔
- ۲- تمام کیش وصولیاں جن میں چیک بھی شامل ہوتے ہیں سیدھے ہاتھ والے صفحہ پر اور تمام ادائیگیاں جن میں بنک چیک بھی شامل ہوتے ہیں بائیں ہاتھ والے صفحہ پر کرنا چاہیں۔
- ۳- کیش بک میں صرف نقدی یعنی کرنسی اور بنک چیک بھی شامل ہوتے ہیں۔ سیدھے ہاتھ والے صفحہ پر تمام ادائیگیاں جن میں بنک چیک بھی شامل ہوتے ہیں۔ ادھار کاروبار کا اندراج ادھار دیتے وقت نہیں کیا جاتا بلکہ جب ادھار کی ادائیگی کی جائے یا وصولیاں ہو اس وقت کیش بک میں اس کا اندراج ہوگا۔
- ۴- کیش بک کے مختلف خانے بھرتے ہوئے خیال رکھیں کہ اندراج میں یکسانیت ہو۔ اس کے لئے ضروری ہے کہ آپ اس کے مختلف خانوں کی تفصیل اچھی طرح سمجھ لیں۔
- ۵- کیش بک کی ابتداء میں بیلنس کا اندراج کریں یعنی وہ رقم جو صبح کاروبار شروع کرنے سے پہلے آپ کے پاس تھی۔ اس

کے بعد

- کالم نمبر ۱: تاریخ: اس خانے میں رسید پر لکھی ہوئی تاریخ درج کریں۔ اگر رسید پر تاریخ نہ ہو تو تاریخ ڈال کر رسید کو مکمل کر لیں۔
- کالم نمبر ۲: تعداد: اس خانے میں رسید فروخت پر درج مال کی تفصیل لکھیں۔ یعنی کتنی بوریاں، وزن اور قسم فروخت کی ہیں۔
- کالم نمبر ۳: تفصیل: اس کالم میں بکنے والی اشیاء کو ظاہر کریں۔ اگر سبزی ہو تو اس کی قسم، شناخت، گریڈ اور کوئی نشاندہی جو بعد میں آپ کو یاد دہانی کرائے کہ بکنے والی اشیاء کیا ہیں۔
- کالم نمبر ۴: قیمت فی عدد: یعنی ہر مصنوعات کی قسم کی قیمت یا ریٹ درج کریں۔ مثلاً آپ نے اگر پانچ بوریاں فروخت کیں اور دو ہزار روپے وصول کئے تو ایک بوری کا ریٹ فی عدد قیمت 2000/5 یعنی 400 روپے ہوگا۔ اس کو ریٹ کہتے ہیں۔
- کالم نمبر ۵: کل رقم: اس کالم میں کل رقم یعنی 2000 روپے کا اندراج ہوگا جو کہ آپ کو پانچ بوریاں جنس کی فروخت سے ملے۔
- کالم نمبر ۶: اشارے: اس کالم میں رسید کا نمبر درج کرنا چاہیے مثلاً اگر آپ نے کاروبار کی ابتداء میں رسید پر نمبر لگانے شروع کئے تھے جن کی ابتداء 001 سے ہوئی تھی تو موجود رسید کا نمبر جو بھی ہو اس کا اندراج کریں۔
- کالم نمبر ۷: یادداشت: لکھنے کے لئے جس میں آپ اپنی یادداشت کے لئے مختلف اشارے لکھ سکتے ہیں مثلاً اگر ایک گا بک نے آپ کو رقم کی بجائے چیک دیا تو آپ یہاں چیک کا نمبر اور بنک کا نام لکھ سکتے ہیں تاکہ کیش بک کو متوازن کرتے وقت نقد رقم میں آنے والے فرق کی وجہ سمجھ میں آسکے۔ کاپی کے دائیں طرف وصولیاں اور بائیں طرف ادائیگیاں آنی چاہئیں۔

یاد رکھیں! کیش بک ہر کاروبار کے لئے چاہے چھوٹا ہو یا بڑا، ریڑھ کی ہڈی کی حیثیت رکھتی ہے۔

بزنس پلاننگ اور مینجمنٹ

قصاب کے گوشت کی دکان کا کیش بک نمونہ

ذیلی کیش بک / روزنامہ Daily Cash Book

ادائیگیاں			وصولیاں		
رقم-روپے	تفصیل	تاریخ	رقم-روپے	تفصیل	تاریخ
8,000	گائے	1-1-07	5,000	FEG سے قرض	1-1-07
1,500	سامان		5,000	اپنا سرمایہ	
20	ٹرانسپورٹ کا کرایہ		13,000	گوشت کی فروخت	
2,480	ٹوٹل ادا کیا				
7,520	آخری بیلنس (گلے میں)				
10,000	میزان شدہ رقم		23,000	ٹوٹل: میزان شدہ رقم	
1,600		8-1-7	7,520	ابتدائی بیلنس (گلے میں)	8-1-07
68					
80					
300					
40					
2,088	ٹوٹل ادا کیا				
5,432	آخری بیلنس (گلے میں)				
7,520	میزان شدہ رقم		7,520	میزان شدہ رقم	
300	بچے کو سکول کی فیس دی	30-1-07	5,432	ابتدائی بیلنس	30-1-07
500	دکان کا کرایہ		2,400	نقد فروخت	
632	کار میکر کو اجرت دی		1,000	نقد فروخت	
1,432	ٹوٹل ادا کیا				
7,400	آخری بیلنس (گلے میں)				
8,832	میزان شدہ رقم		8,832	میزان شدہ رقم	

نفع و نقصان کا گوشوارہ

مریم بی بی کے غیر موسمی سبزیات کے نفع و نقصان کا گوشوارہ مندرجہ ذیل اعداد و حقائق کی بنیاد پر

روپے	روپے	کل فروخت
	25,000	نقد فروخت
	5,000	ادھار فروخت
	30,000	میزان
29,500 (ٹوٹل سیل)	500	خراب مال کی واپسی
		کل فروخت شدہ مال پر لاگت
	19,000	کیم مارچ - سبزیات کی فصل کی برداشت
(خام مال پر خرچہ)		بقایا سبزیات 31 مارچ کے بعد
19,000		
10,500		گراس منافع
		اخراجات
	3,000	زمین کا کرایہ
	2,500	زرعی مدخل
	3,500	مزدوری
	2,000	انتظامی امور
	2,000	ادویات
	1,500	برداشت
	500	گریڈنگ، پیننگ
	2,000	ٹرانسپورٹ
	2,000	بجلی اخراجات
10,500		اصل منافع

کاروباری منصوبہ اور اس کا ڈھانچہ

کاروباری منصوبہ کا ڈھانچہ

- کاروبار کا نام
- پروپرائیٹر کا نام یا شراکت داروں کے نام
- پتہ۔ مکمل پتہ، پلاٹ نمبر، سٹریٹ، ایریا، شہر، پوسٹل کوڈ، پاکستان
- فون نمبر۔ فون، فیکس، ای میل ایڈریس، ویب سائٹ
- تاریخ۔ بزنس پلان تیار کرنے کی تاریخ

کاروبار کا تعارف

پس منظر، علاقہ، آبادی، صارفین، وقت خرید، معیشت کی صورتحال، مصنوعات اور مانگ، ٹرینڈ یا رواج، حریفین کی صورتحال، کون ہیں۔ لوکل مصنوعات کے بنانے کے مواقع، پیداواری سہولیات، مشینری، خام مال، افرادی قوت کی دستیابی اور گورنمنٹ کی ترجیحات اور مستقبل کے مواقع وغیرہ۔

- کاروبار کے مقاصد
- پیش کردہ مصنوعات
- مارکیٹ کا جغرافیائی علاقہ
- مجموعی کھپت
- مارکیٹ میں آپ کا ممکنہ حصہ

کاروباری منصوبہ کے درج ذیل حصوں کا تفصیلی ٹیبل بنائیں۔

پیداوری پلان	مارکیٹ پلان
مالی پلان	انتظامی پلان

مارکیٹنگ کا منصوبہ

مقصد

- ٹریننگ کے شرکاء کو کاروباری منصوبہ کے مارکیٹ پلان کا سٹرکچر سمجھانا
- مارکیٹ پلان کا ٹیبل اور بجٹ نکالنے میں گائیڈ کرنا

۱۔ مصنوعات یا خدمات

نمبر شمار	مصنوعات کا نام	خصوصیات
۱		
۲		
۳		
۴		

۲۔ مارکیٹ کی صورتحال

- i۔ مصنوعات کن علاقوں میں فروخت ہوں گی؟
- ii۔ کون لوگ ہماری مصنوعات کے خریدار ہوں گے؟

۳۔ کاروباری حریف (کم از کم دو عدد)

- i۔ نام _____ قیمتیں _____ کوالٹی _____
- ii۔ نام _____ قیمتیں _____ کوالٹی _____

تجزیہ: کن حریفین کی قیمتیں کم یا زیادہ ہیں؟ اور ان کی وجوہات کیا ہیں؟

- i۔ _____
- ii۔ _____

۴۔ پروموشن: ہم کاروبار کی مشہوری اور ترقی کے لئے کیا اقدامات کریں گے؟

- i۔ _____
- ii۔ _____

۵۔ ڈیمانڈ

علاقہ میں کل اوسط ماہانہ ضرورت (اندازاً)

ٹوٹل ڈیمانڈ میں مختلف حریفین کا اندازاً حصہ

i۔ حریف نمبر ۱ کا حصہ:

ii۔ حریف نمبر ۲ کا حصہ:

ii۔ ہماری کمپنی کا حصہ:

۶۔ فروخت کی پیشگوئی

نمبر شمار	مصنوعات	عدد ماہانہ	قیمت فی عدد	ماہانہ آمدن	سالانہ آمدن
۱					
۲					
۳					
-	ٹوٹل آمدنی (روپے)				

۷۔ مارکیٹنگ کا بجٹ

نمبر	تفصیل	ماہانہ اخراجات	سالانہ اخراجات
۱	سیلز مین کا خرچہ		
۲	پیکنگ کا خرچہ		
۳	تشمیر کا خرچہ		
۴	دیگر اخراجات		
	ٹوٹل (روپے)		

مصنوعات پر فی عدد مارکیٹنگ کا خرچہ = مارکیٹنگ کے کل اخراجات + کل سیل کی تعداد (اگر مصنوعات ایک جیسی ہوں)

پیداواری منصوبہ

۱۔ مستقل اثاثے (ایک سال سے زیادہ عرصہ تک کاروبار میں رہنے والے)

نمبر شمار	اثاثوں کی تفصیل	یونٹ قیمت	کل قیمت
۱	زمین، بلڈنگ		
۲	مشینری، اوزار		
۳	فرنیچر		
۴	دیگر		
	مستقل اثاثوں کی کل قیمت (روپے)		

۲۔ افرادی قوت (صرف پیداواری)

نمبر شمار	ٹائٹل - پوزیشن	کام - ذمہ داری	ماہانہ تنخواہ/مزدوری	سالانہ تنخواہ/مزدوری
۱				
۲				
۳				
۴				
				کل مزدوری (روپے)

۳۔ مصنوعات کی پیداوار

نمبر شمار	مصنوعات کی تفصیل	ماہانہ پیداوار	سالانہ پیداوار
۱			
۲			
۳			

۴۔ خام مال

نمبر شمار	تفصیل	یونٹ	ریٹ	مقدار	کل ماہانہ روپے	کل سالانہ روپے
۱						
۲						
۳						
خام مال پر کل خرچہ (روپے)						

۵۔ مرمت: مشینوں و اوزاروں کی دیکھ بھال کا خرچہ

نمبر شمار	مرمت کی تفصیل	سالانہ خرچہ (روپے)
۱		
۲		
۳		
کل خرچہ (روپے)		

۶۔ تخفیف کی تفصیل

نمبر شمار	مستقل اثاثے کی تفصیل	قیمت	عمر (سال)	سالانہ تخفیف
۱				
۲				
۳				
ٹوٹل تخفیف (روپے) سالانہ				

۷۔ پیداواری خرچہ

- i۔ تغیر پذیر اخراجات = کل مزدوری + کل خرچہ خام مال + مرمت کا خرچہ
- ii۔ غیر تغیر پذیر اخراجات = مستقل اثاثوں کی تخفیف + مستقل مزدوروں کی تنخواہ + کرایہ جو مستقل ادا کیا جاتا ہو

انتظامی منصوبہ

۱۔ اہلکار

نمبر شمار	پوزیشن	تعداد	ماہانہ تنخواہ	کل سالانہ اخراجات
۱	منیجر			
۲	سپر وائزر			
۳	چوکیدار			
۴	دیگر			
	کل خرچہ (روپے)			

۲۔ کاروبار چلانے کے لئے اخراجات

نمبر شمار	تفصیل	ماہانہ خرچہ	کل سالانہ خرچہ
۱	کرایہ (جگہ، بلڈنگ)		
۲	بجلی		
۳	فون، فیکس		
۴	پانی		
۵	روزانہ خرچہ		
	کل خرچہ (روپے)		

۳۔ کل انتظامی خرچہ = سٹاف کی سالانہ تنخواہ + کاروبار چلانے کے لئے سالانہ خرچہ

مالیاتی منصوبہ

۱۔ سرمایہ = اثاثے - واجبات

۲۔ نفع و نقصان کا گوشوارہ

۱	روپے	مصنوعات کی فروخت سے حاصل کل سرمایہ سالانہ
۲	روپے	مصنوعات کی تیاری کے کل اخراجات سالانہ
۳	روپے	گراس منافع سالانہ
۴	روپے	مارکیٹنگ و دیگر اخراجات سالانہ
۵	روپے	انتظامی اخراجات سالانہ
۶	روپے	ٹیکس کی ادائیگی سے پہلے منافع
۷	روپے	گھسائی کا خرچہ سالانہ
۸	روپے	خالص سالانہ منافع

بیلنس شیٹ

C - قلیل المدتی واجبات

واجب الادا قرضے
واجب الادا خرچے

A - فوری اثاثے

کیش
قابل وصول قرضے
موجودہ سٹاک زرعی مداخل
موجودہ سٹاک تیار شدہ مصنوعات

D - طویل المدتی واجبات

بینک کا قرضہ
اپنا سرمایہ
C + D کل واجبات

B - مستقل اثاثے

زمین
زرعی مشینری
A + B کل اثاثے

C + D کل واجبات

A + B کل اثاثے

سیشن کا جائزہ

شرکاء تربیت کا جائزہ لینے کے لئے اس سیشن کے بعد درج ذیل جدول کی مدد سے ان کی رائے حاصل کی جائے تاکہ اس سیشن میں شامل معلومات سے حاصل شدہ استفادہ کا جائزہ لیا جاسکے۔ اگر شرکاء کے مزید کچھ سوالات ہوں تو چائے یا کھانے کے وقفے کے دوران ان پر بات کی جائے۔

نمبر شمار	اشارے			
۱۔	زراعت بطور کاروبار			
۲۔	کسان بطور کاروباری			
۳۔	زرعی کاروبار اور منافع			
۴۔	کاروبار کی ترقی کا منصوبہ			
۵۔	کاروباری منصوبے کے اجزاء			
۶۔	FEG کے مالی معاملات کی انتظام کاری			
۷۔	نفع و نقصان کا گوشوارہ			

تربیت کا جائزہ فارم

نمبر شمار	اشارے			
۱۔	دی ایگری بزنس پراجیکٹ کے اجزاء			
۲۔	پراجیکٹ میں خواتین کی شمولیت			
۳۔	نظریہ ویلیو چین			
۴۔	ویلیو چین کے مراحل			
۵۔	FEG کے فوائد			
۶۔	FEG کی ذمہ داریاں			
۷۔	FEG اور کاروبار			
۸۔	زرعی کاروبار			
۹۔	زرعی کاروبار کی اقسام			
۱۰۔	کاروباری دائرہ			
۱۱۔	کاروبار کے مراحل			
۱۲۔	کاروبار کی کامیابی کے اقدامات			
۱۳۔	مارکیٹ اور مارکیٹنگ			
۱۴۔	مارکیٹ سروے کا طریقہ			
۱۵۔	مارکیٹ کی تقسیم			
۱۶۔	قیمتوں کا تعین کرنا			
۱۷۔	زراعت بطور کاروبار			
۱۸۔	زرعی کاروبار اور منافع			
۱۹۔	کاروباری منصوبے کے اجزاء			
۲۰۔	FEG کے مالی معاملات			
۲۱۔	نفع و نقصان کا گوشوارہ			

کتابیات (References)

- ۱۔ انٹرپرائز ڈویلپمنٹ ٹریننگ ماڈیول برائے نوجوانان سواتھ پنجاب، سہیل منظور، اسلام آباد، پاکستان
- ۲۔ ویلیو چین گائیڈ، برنٹ گلانی، شعبہ اقتصادیات، کانل یونیورسٹی، نیویارک، امریکہ
- ۳۔ ٹریڈ مینول برائے انٹرپرائز ڈویلپمنٹ، موس لیولی، ڈینیل کاون، بین الاقوامی ادارہ برائے ٹراپیکل ایگری کلچر، نائیجیریا
- ۴۔ زراعت اور کاروبار برائے ڈیوڈ کسان، ایف اے او، روم 2012
- ۵۔ ویلیو چین گائیڈ بک، ویلیو چین کے مراحل، زراعت اور خوراک کونسل، البرٹا
- ۶۔ زرعی ترقی اور کاروبار برائے خواتین کتھلین کولٹ اور چارلس گیل، لندن
- ۷۔ فارمر بزنس گائیڈ، ایف اے او
- ۸۔ ہم مفاد کاروباری گروپ کی تشکیل و ترقی، پی پی اے ایف
- ۹۔ ASF پاکستان ویب سائٹ

دی ایگری بزنس پراجیکٹ

23، سٹریٹ 25، F-8/2، اسلام آباد، پاکستان

فون: +92 (51) 2818 309، +92 (51) 2818 305-8

ای میل: info@agribusiness.org.pk، ویب سائٹ: www.agribusiness.org.pk