ٹریننگ مینول

انٹرپرینورشپ ، ریکارڈ کیپنگ اور مارکیٹنگ

# Strengthening Vegetable Value Chains in Pakistan for Greater Community Benefits (SVVCP)

## CABI CWA

فہرست


**ماڈیول 1: انٹرپرینورشپ**

- سیکھنے کے مقاصد
- انٹرپرینیورشپ کی تعریف
- انٹرپرنیور
- انٹرپرنیورشپ کا ہنر
- کامیاب کاروبار کے ستون

**ماڈیول 2: ریکارڈ کیپنگ**

- سیکھنے کے مقاصد
- بک کیپنگ کیا ہے؟
- بک کیپنگ کیوں؟
- آپ کے کاروبار کے لئے بک کیپنگ کی اہمیت
- ریکارڈ کیپنگ کے فوائد
- باقاعدگی سے ریکارڈ رکھنے کے فوائد
- ریکارڈ نہ رکھنے یا ناقص ریکارڈ رکھنے کے نقصانات
- **کون سے ریکارڈ رکھنے چاہئیں؟**
- کیش بک
- انوینٹری ریکارڈ
- کریڈٹ بک
- قرض کا رجسٹر
- لیبر بک
- ڈیلی سیلز ریکارڈ
- رسید کتاب
- اسٹاک بک

**ماڈیول 3: لاگت / فائدہ کا تجزیہ اور منافع کا حساب کتاب**

- آمدنی کیا ہے؟
- پیسہ آپ کے کاروبار میں کیسے آتا ہے؟
- دیگر آمدنی حاصل کرنے کی سرگرمیاں

- خرچ/اخراجات کیا ہے؟
- آپ کے کاروبار سے پیسہ کیسے جاتا ہے؟
- دیگر اخراجات کی سرگرمیاں
- منافع کیا ہے؟
- نفع یا نقصان کا حساب کتاب کیسے کریں؟
- لاگت کا تعارف
- **لاگت /کاسٹنگ کیا ہے**
- لاگت/کاسٹنگ کی اہمیت
- لاگت سے آپ کے کاروبار میں کیا مدد ملتی ہے؟
- لاگت / اخراجات کی اقسام

1-مقررہ لاگت

2- براہ راست لاگت

3- متغیر لاگت

4 - بالواسطہ لاگت

- مصنوعات کی قیمتوں کا تعین کرنا
- مصنوعات اور / یا خدمات کی قیمتیں
- مارک اپ
- منافع تقسیم کرنا
- مالی معاہدہ
- مختلف طرح کی سرمایہ کاری کے ساتھ کام کرنا
- منافع اور نقصانات کو مختص کرنا

**ماڈیول 4: مارکیٹ اور مارکیٹنگ**

- مارکیٹ
- گاہک/خریدار
- مقابلہ
- مارکیٹنگ مکس
- پراڈکٹ
- جگہ

- قیمت
- خریداروں کی شناخت
- گروپ یا اجتماعی مارکیٹنگ

**ماڈیول 5 : بزنس پلان**

- سیکھنے کے مقاصد
- کاروبار کی منصوبہ بندی
- کاروباری منصوبے کے اجزاء
- حوالہ جات

ماڈیول 1: انٹرپرینورشپ

متوقع وقت درکار : ایک گھنٹہ

طریقہ کار: گفتگو

سیکھنے کے مقاصد :

اس ماڈیول کے اختتام پر سیکھنے والے مندرجہ ذیل مقاصد حاصل کریں گے:

- " انٹرپرنیور " اور " انٹرپرنیور شپ" کے مطلب کو سمجھنا
- کسی انٹرپرنیور کی خصوصیات کا اندازہ لگانا
- ثابت قدمی یا باہمت ہونے کے تصور کو سمجھنا
- خود اعتمادی پیدا کرنا
- کاروبار شروع کرنے کی خواہش رکھنے کی اپنی وجوہات کے بارے میں واضح رہنا
- اپنے وژن کو حقیقت میں بدلنے کے اثاثوں کو سمجھنا
- اپنے انٹرپرنیورشپ کے خیال کو جانچنا

انٹرپرنیورشپ کی تعریف

کسی کاروباری منصوبے کی نشاندہی کرتے ہوئے نیا کاروبار شروع کرنے ، ضروری وسائل کی پہچان اور انتظام کرنے کے ساتھ ساتھ اس منصوبہ سے وابستہ خطرات اور فوائد کو قبول کرنے کے عمل کا نام انٹرپرنیورشپ ہے۔

ماخذ: http://en.wikipedia.org/wiki/Entrepreneurship

تاجر نئے خیالات رکھنے والے ہوتے ہیں۔ وہ موجودہ مصنوعات اور خدمات/سروسز کی موجودہ صورتحال کو تبدیل کرنے کے عمل کے ذریعے نئی مصنوعات اور نئی خدمات/سروسز مرتب کرتے ہیں۔

ماخذ: www. econlib.org/library/Enc/Entrepreneurship.html

انٹرپرنیور

ایک انٹرپرنیور وہ شخص ہوتا ہے جو کاروباری خیال دینے اور پراڈکٹ / مصنوع یا خدمت/سروس فراہم کرنے کے لئے ایسے انٹرپرائز قائم کرنے کا خطرہ مول لیتا ہے جو صارفین کی ضروریات کو پورا کرتا ہے۔ انٹرپرنیور وہ شخص ہوتا ہے جو اس عمل کو سرانجام دیتا ہے اور انٹرپرنیورشپ اِس عمل کا نام ہے۔ مرد اور خواتین دونوں ہی کامیاب انٹرپرنیور ہو سکتے ہیں۔ اس کا صنف سے کوئی تعلق نہیں ہے۔ تمام انٹرپرنیورز کاروباری افراد ہیں لیکن تمام کاروباری افراد انٹرپرنیور نہیں ہیں۔

ایک انٹرپرنیور کی خصوصیات ذیل ہیں:

- انٹرپرنیورشپ کے مواقعے کی نشاندہی کرنے کے ساتھ اس پر کام شروع کرتا ہے ۔
- کسی انٹرپرنیورشپ کے منصوبے کا آغاز کرتا ہے۔
- اس انٹرپرنیورشپ کے منصوبے کی مالی ضروریات کے لئے پیسے میں اضافہ کرتا ہے۔
- کاروباری منصوبے کیلئے ضروری ہیومن ریسورس اور دیگر مالی اور طبعی وسائل جمع کرتا ہے۔

- اپنے اور دوسروں کے لئے اہداف کا تعین کرتا ہے۔
- کامیابی کو یقینی بنانے کے لئے مناسب کارروائی کا آغاز کرتا ہے

- خطرے کا کل یا ایک بڑا حصہ اپنے ذہن میں رکھتا ہے۔

- ایک انٹرپرنیور ملازمت دلانے والا ہوتا ہے نہ کہ ملازمت تلاش کرنے والا۔

انٹرپرنیور وہ شخص ہوتا ہے جو:

- ایک خواب دیکھتا ہے۔
- ایک وژن رکھتا ہے۔
- خطرہ مول لینے کو تیار ہوتا ہے۔
- کچھ کر دکھانے کی کوشش کرتا ہے۔

انٹرپرنیورشپ کا ہنر

انٹرپرنیورشپ کے منصوبے دو طرح کے ہوتے ہیں:

1. وہ جو کامیاب ہو جاتے ہیں
2. وہ جو ناکام ہو جاتے ہیں

ہر ایک کا خواب ہوتا ہے کہ اس کا کاروبار کامیاب ہو۔ ہمیں اچھے کاروبار کی تعمیر کرنے کی بنیاد دیکھنی چاہئے۔ ایک کاروبار کے چار ستون ہوتے ہیں جو یہ یقینی بناتے ہیں کہ اس طرح کا کاروبار یا کام کامیاب ہوتا ہے۔

کامیاب کاروبار کے ستون

کون سی چیزیں ایک کاروبار کو کامیاب بناتی ہیں؟

وسائل

آئیڈیا/ خیال اور مارکیٹ

تجسس اور سخت محنت

. ہنر / علم اور تجربہ

1. آئیڈیا/ خیال اور مارکیٹ

2. ہنر / علم اور تجربہ

3. وسائل

4. تجسس اور سخت محنت

کامیاب انٹرپرنیور کی چار صفات ہوتی ہیں۔ ان میں سے کسی ایک کے بغیر (آپ کا )کاروبار غیر مستحکم ہوگا۔

1. آئیڈیااور مارکیٹ:

آئیڈیا کا مطلب ہے کہ کس طرح کا کاروبار آپ کرنا چاہتے ہیں اور مارکیٹ وہ لوگ ہیں جو آپ کی مصنوعات یا خدمات خریدیں گے۔ ایک اچھا آئیڈیا ایک کامیاب منصوبے کی بنیاد ہے جبکہ مارکیٹ کی دستیابی کاروباری منصوبے کی پائیداری کی نشانی ہے۔

تبادلہ خیال: بازار کا دورہ۔

2. ہنر / علم:

اس سے مراد کئی کاروباری مہارتیں ہیں۔ ( ہمیں موضوعی اور عملی دونوں صلاحیتوں کی ضرورت ہے)۔ کیا ہم جانتے ہیں کہ ہماری مارکیٹ کے لئے معیاری مصنوعات کیسے تیار کی جائیں؟ ہمیں بزنس مینجمنٹ کی مہارتوں کی بھی ضرورت ہے۔ کیا ہم جانتے ہیں کہ کس طرح اہم ریکارڈ جمع رکھنا ہے تاکہ ہم کاروبار کے منافع کا اندازہ لگا سکے۔ سب سے اہم بات یہ کہ کیاہم اپنی مارکیٹ کو جانتے ہیں کہ ہمارے صارفین کیا ڈھونڈ رہے ہیں؟ کیا لوگ ہماری سروسز یا مصنوعات کی طلب رکھتے ہیں؟ ہم لوگوں کو یہ کیسے بتائیں گے کہ ہمارے پاس وہ اشیاء یا مصنوعات موجود ہیں جو وہ چاہتے ہیں؟ ہمارا کسٹمر/گاہک کون ہونگے؟ ہمارا سامان مارکیٹ میں کیسے آئے گا؟ **سخت محنت:** ہر روز مستقل طور پر کام کرنا۔ کاروبار میں پیسہ کمانا زیادہ تر آپ پر منحصر ہے۔ کیا آپ روزانہ اپنا کاروبار کھولتے ہیں؟ کیا لوگ آپ پر بھروسہ کرسکتے ہیں؟ کیا آپ کسی معیاری پراڈکٹ یا سروس مستقل طور پر فروخت کرتے ہیں؟

تبادلہ خیال

3. وسائل:

آپ کو اپنا کاروبار شروع کرنے کے لئے کتنے پیسوں کی ضرورت ہے؟ آپ اپنا کاروبار شروع کرنے کے لئے جو پیسہ استعمال کرتے ہیں اسے آپ کا سرمایہ (Capital) کہتے ہیں۔ اکثر کاروبار پر آپ کی توقعات سے بہت کم رقم لگتی ہے ، جو منافع آپ کو ملتا ہے، وہی آپ کو اپنے کاروبار کو بڑھانے کے لئے استعمال کرنا چاہئے۔ چھوٹے کاروبار شروع کرنا ہی عظیم انٹرپرنیورز ( کاروباری افراد ) کے لئے کلیدی حیثیت رکھتا ہے۔ زیادہ تر لوگ صرف اُس کاروبار کے بارے میں بات کرتے ہیں جسے وہ شروع کرنا چاہتے ہیں۔ شروع کرنے سے پہلے کچھ وقت لیں اور ان چیزوں پر غور کریں۔

تبادلہ خیال: ایک چارٹ کے استعمال سے کاروبار میں پیش آنے والے اخراجات ، آمدنی ، منافع یا نقصان پر تبادلہ خیال کریں۔ کاروبار شروع کرنے کے لئے کتنی رقم کی ضرورت ہے؟ کون شراکت کرنے کو تیار ہے؟

تجسس اور سخت محنت:

تجسس مقاصد کو حاصل کرنے کی خواہش ہے۔ سخت محنت کام کو مکمل کرنے کے لئے کی جانے والی کوشش ہے۔

تبادلہ خیال: کتنے ممبران کے اندر تجسس موجود ہے اور اس پر گفتگو کریں؟ کتنے ممبران کام کرنے اور مختلف کردار ادا کرنے میں دلچسپی رکھتے ہیں؟

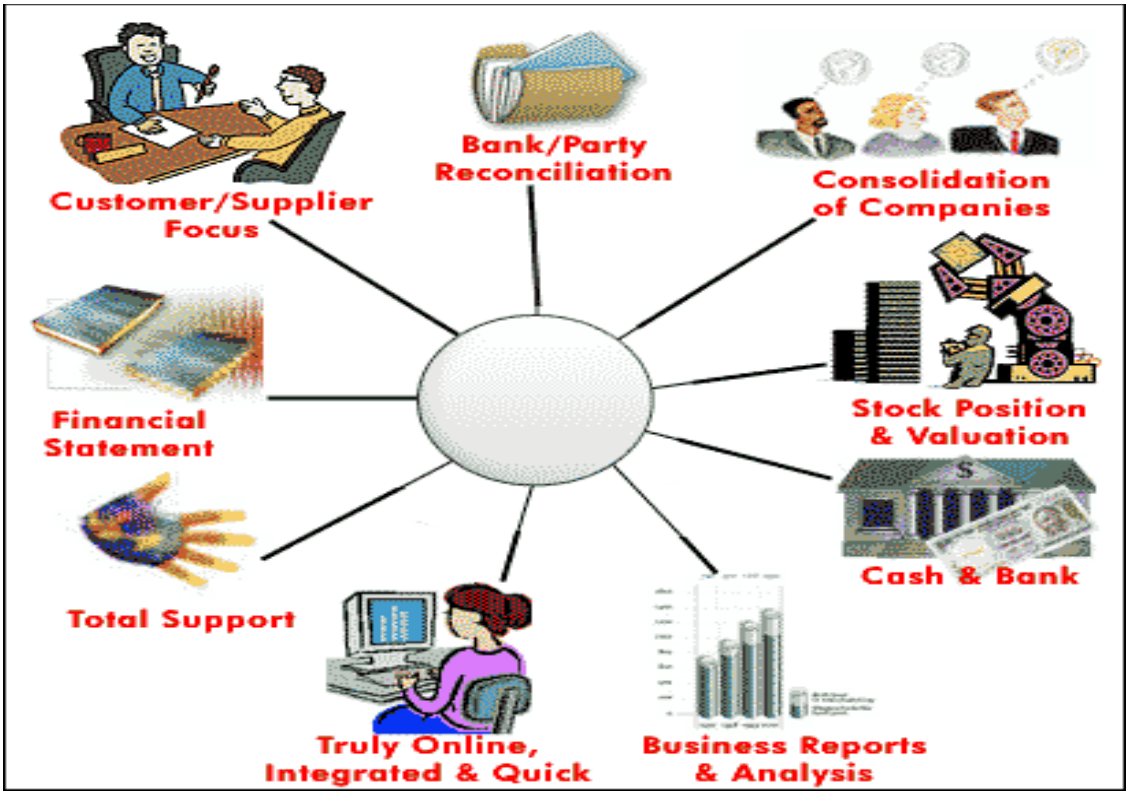
| | |
|---|---|
| ماڈیول 2 | ریکارڈ کیپنگ |
| متوقع وقت: | 4 گھنٹے |
| طریقہء کار: | گفت و شنید |

## سیکھنے کے مقاصد

اس ماڈیول کے اختتام پر شرکاء درج ذیل چیزیں سیکھنے کے قابل ہو جائیں گے:

- کاروبار میں ریکارڈ کیپنگ کی اہمیت بیان کرنا
- ریکارڈ کیپنگ کی مختلف اقسام کو سمجھنا اور استعمال میں لانا
- کاروبار کے منافع بخش ہونے کی پہچان کرنا سیکھنا

## بک کیپنگ کیا ہے؟



بک کیپنگ سسٹم کا مطلب بنیادی طور پر صرف مالی لین دین کے مالیاتی اثرات کو ریکارڈ کرنا ہے۔

کاروبار کے معمول کے دوران جب بھی لین دین ہوتا ہے تو اُس وقت ایک دستاویز تیار کی جاتی ہے۔ عام طور پر خریداری اور فروخت میں بل اور رسیدیں ہوتی ہیں۔ جب کسی بینک اکاؤنٹ میں پیسے ڈپازٹ/جمع کئے جاتے ہیں تو ڈپازٹ سلپس تیار ہوتی ہیں۔ اکاؤنٹ سے باہر رقم ادا کرنے کے لئے چیک لکھے جاتے ہیں۔ بک کیپنگ میں ان تمام سورس/اہم دستاویزات کی تفصیلات کو کثیر کالم جرائد میں ریکارڈ کرنا شامل ہوتا ہے (جسے پہلی انٹری کی بکس یا ڈے بکس بھی کہا جاتا ہے)۔

مثال کے طور پر سارے کریڈٹ سیلز کے جرنل میں درج کئے جاتے ہیں اور نقد ادائیگی کے جرنل میں تمام نقد ادائیگیاں درج ہوتی ہیں۔ جرنل میں ہر کالم عام طور پر کسی اکاؤنٹ سے مماثل ہوتا ہے۔ واحد اندراج کے نظام میں ہر لین دین صرف ایک بار ریکارڈ کیا جاتا ہے۔ زیادہ تر افراد جو ہر ماہ اپنی بک کیپنگ رجسٹر میں توازن برقرار رکھتے ہیں وہ ایسا نظام استعمال کررہے ہیں اور زیادہ تر ذاتی جمع خرچ کے لئے استعمال ہونے والے سافٹ ویئر اس طریقہ کار کو استعمال میں لاتے ہیں۔

دستی اکاؤنٹنگ اور کسی بھی الیکٹرانک اکاؤنٹنگ سسٹم میں فرق مالی لین دین کی ریکارڈنگ اور متعلقہ اکاؤنٹ میں پوسٹنگ کے مابین تاخیر پیدا ہونے کا ہے۔ متعلقہ اکاؤنٹس میں الیکٹرانک اکاؤنٹنگ سسٹم کی کمی کی وجہ سے فوری طور پر پوسٹنگ میں تاخیر دستی نظاموں میں نہیں نقل کی جاسکتی ہے ۔ اس طرح فوری اثر کو ریکارڈ کرنے کے لئے سیلز بک ، کیش بک ، بینک بک ، سیلز بک جیسے اکاؤنٹس کی اہم ریکارڈز کو جنم دیتا ہے۔

بک کیپنگ کا مطلب یہ ہے کہ آپ اپنے کاروبار میں آنے والی تمام رقم اور جو رقم آپ کے پاس سے چلی جاتی ہے اسے لکھ دیتے ہیں۔

## بک کیپنگ کیوں؟

بیشتر لوگ یہ ریکارڈ نہیں کر پاتے کہ کتنا پیسہ آیا اور کتنا پیسہ ان کے کاروبار سے نکل گیا۔ اس کی وجہ یہ ہے کہ وہ نہیں جانتے کہ اسے کیسے کرنا ہے ، اور وہ نہیں جانتے کہ اِس سے ان کے کاروبار میں بہتری آسکتی ہے۔ لہذا لوگوں کو قطعی طور پر یہ سمجھ نہیں آتی

ہے کہ وہ کتنا پیسہ کما رہے ہیں ، کسٹمر نے کتنا کریڈٹ پر خریدا ہے اور انہوں نے کریڈٹ پر کتنا اسٹاک خریدا ہے۔ جہاں لوگ مل کر گروپوں میں کام کرتے ہیں ، وہاں بک کیپنگ کا مناسب نظام نہ ہونا اکثر گروپ کے ممبروں کے درمیان عدم اعتماد اور الزامات کا باعث بنتا ہے۔ بک کیپنگ فائدہ مند ہے کیونکہ آپ ہر چیز کو اپنے ذہن میں نہیں رکھ سکتے ہیں۔ لوگ فطرتاً لاپرواہ ہوتے ہیں۔

**آپ کے کاروبار کے لئے بک کیپنگ کی اہمیت**

- آپ کو معلوم ہوگا کہ آپ کو کتنی رقم ملی ہے ۔
- آپ کو معلوم ہوگا کہ آپ نے کتنا پیسہ خرچ کیا ہے اور آپ نے یہ کیسے خرچ کیا ہے۔
- آپ اس بات کا حساب کتاب کرسکتے ہیں کہ آیا آپ فائدہ اٹھا رہے ہیں یا نقصان۔
- آپ خرید و فروخت کے سلسلے میں بہتر فیصلے کرنے کے قابل ہوسکیں گے۔
- آپ کریڈٹ پر خرید و فروخت کے ریکارڈ رکھ سکتے ہیں تاکہ لوگ آپ کو دھوکہ نہ دے سکیں۔
- آپ کسی گروپ پروجیکٹ میں پیسے آنے اور جانے کا ریکارڈ رکھ سکتے ہیں اور اس طرح فنڈز کے غلط استعمال کو روک سکتے ہیں اور گروپ ممبروں میں عدم اعتماد سے بچ سکتے ہیں۔

**ریکارڈ رکھنے کے فوائد**

- ریکارڈ رکھنا بہت ضروری ہے کیونکہ آپ ہر چیز کو اپنے ذہن میں نہیں رکھ سکتے ہیں۔
- مناسب تحقیق اور منصوبہ بندی کے لئے یادداشت اتنی اچھی اور کافی نہیں ہوتی ۔

## باقاعدگی سے ریکارڈ رکھنے کے فوائد

- آپ کو معلوم ہوگا کہ آپ کو کتنا پیسہ ملا ہے ، آپ نے کتنا خرچ کیا ہے اور آپ نے اسے کس طرح خرچ کیا ہے۔
- آپ اس بات کا حساب کتاب کرسکتے ہیں کہ آیا آپ نفع یا نقصان اٹھا رہے ہیں اور اپنے کاروبار کے اُس نقطے کی پہچان کر سکتے ہیں جہاں آمدنی اور خرچ برابر ہوتے ہیں۔
- آپ کریڈٹ پر خرید و فروخت کے ریکارڈ رکھ سکتے ہیں۔ یعنی آپ کو معلوم ہوگا کہ آپ کے مقروض کون ہیں اور اُن پر کتنی رقم واجب الادا ہے، اور آپ کو قرض دینے والے کون ہیں اور آپ ان پر کتنی رقم واجب الادا ہے۔
- یہ آپ کے اسٹاک کی نگرانی اور کنٹرول میں مدد کرسکتا ہے کہ نیا آرڈر کب بنانا ہے اور کتنا آرڈر کرنا ہے۔
- اپنے منصوبے کے بجٹ سے اپنے اصل ریکارڈ کا موازنہ کرکے آپ یہ طے کرسکتے ہیں کہ کیا آپ اپنے کاروباری سال کے دوران صحیح جارہے ہیں۔

## ریکارڈ نہ رکھنے یا ناقص ریکارڈ رکھنے کے نقصانات

- آپ کو معلوم نہیں ہوگا کہ آپ کتنا پیسہ کما رہے ہیں اور یہ کہ آپ کا کاروبار نفع کما رہا ہے یا نقصان اُٹھا رہا ہے۔
- آپ کو معلوم نہیں ہوگا کہ آپ کیوں منافع کما رہے ہیں یا نقصان اُٹھا رہے ہیں۔
- آپ اچھے فیصلے نہیں کرسکیں گے کہ آپ کیسے زیادہ سے زیادہ رقم کمائیں گے اور اپنے کاروبار کو نقصان سے بچائیں گے۔
- آپ کو یہ نہیں معلوم ہوگا کہ کس کسٹمر کے پاس آپ کی کتنی واجب الادا رقم ہے یا آپ پر کس کا قرض ہے۔
- جہاں لوگ مل کر گروپ/گروہ میں کام کرتے ہیں ، وہاں ریکارڈ رکھنے کا مناسب نظام نہ ہونا اکثر گروپ کے ممبروں کے درمیان عدم اعتماد اور الزامات کا باعث بنتا ہے۔

## کون سے ریکارڈ رکھنے چاہئیں؟

اچھی طرح سے ریکارڈ کیپنگ کیلئے ریکارڈ کی دستاویزات ذیل ہیں۔

- کیش کتاب
- انوینٹری ریکارڈ
- کریڈٹ ریکارڈ
- قرضہ رجسٹر
- لیبر بک

## کیش بک

جس رجسٹر میں ہم سارے پیسے لکھتے ہیں جو آتا ہے اور جاتا ہے اسے 'کیش بک' کہا جاتا ہے۔ آپ باقاعدہ حسابی مشق کے رجسٹر کو بطور 'کیش بک' استعمال کرسکتے ہیں۔

جو رقم آتی ہے وہ بائیں صفحے پر لکھی جاتی ہے۔

جو پیسے نکلتے ہیں وہ صحیح صفحے پر لکھا جاتے ہیں۔

| کیش بک برائے ماہ ----------سال---------- | | | |
|---|---|---|---|
| **تاریخ** | **تفصیلات** | **حاصل** | **خرچ** |
| | بزنس شروع کرتے وقت | XXX | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |

| | | | |
|---|---|---|---|
| | کل | | |
| | بزنس بند کرتے وقت | XXX | XXX |

**انوینٹری ریکارڈ**

انوینٹری ریکارڈ: ایسی اشیاء کا ریکارڈ جو آپ کے کاروبار میں کسی بھی وقت ہوتا ہے۔ اس میں سال کے آغاز میں آپ کے پاس جو کچھ تھا، خریداری اور پیداوار کے ذریعہ ان اشیاء میں کیا کچھ شامل کیا گیا ہے اور فروخت اور استعمال یا نقصانات کے ذریعے آپ کے کاروبار میں کتنا کچھ بچا ہے۔

| نمبر | تفصیل | مقدار | شروع میں | خرید | فروخت | نقصان |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 1 | کمپیوٹر | 5 | 2 | 2 | 1 | 1 |
| 2 | پرنٹر | 6 | 5 | 4 | 2 | 2 |

## کریڈٹ بک

کریڈٹ بک: اُدھار خریدی جانے والی اشیا اور خدمات کے لئے جو رقم کسٹمرز ادا کرتے ہیں, اس کا ریکارڈ رکھا جاتا ہے۔

کریڈٹ بک کے لین دین

| کسٹمر کریڈٹ بک<br>نام: ----------<br>ایڈریس :---------- | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| تاریخ | تفصیلات | کریڈٹ | ادائیگی | توازن | دستخط |
| 2-6-2011 | شہد کے 5 گیلن | 900 روپے | 0 | 900 روپے | |
| 15-6-2011 | سنیل کی2 ٹوکریاں | 800 روپے | 0 | 800 روپے | |
| 20-6-2011 | 3 عدد تختے | 500 روپے | 0 | 500 روپے | |
| | کل | 2200روپے | 0 | 2200 روپے | |

## قرضہ رجسٹر

قرضے کا ریکارڈ: ان سب کا ایک ریکارڈ رکھا جاتا ہے جو کاروبار میں قرض لے یا دے چکے ہیں (وہ لوگ جنہوں نے قرضے پر کاروبار شروع کیا)

| تاریخ | تفصیلات | قرض | ادائیگی | توازن |
|---|---|---|---|---|
| 2-6-2011 | سلیم بزنس شہد کے 5 گیلن | 900 روپے | 0 | 900 روپے |
| 15-6-2011 | صالح انٹرپرائز سنیل کی 2 ٹوکریاں | 800 روپے | 0 | 800 روپے |
| 20-6-2011 | جاوید اینڈ کو 3 عدد تختے | 500 روپے | 0 | 500 روپے |
| | کل | 2200 روپے | 0 | 2200 روپے |

## لیبر بک

لیبر بک: یہ ایسے ریکارڈ جمع رکھتی ہے کہ آپ کے لئے کس نے کام کیا ہے ، کتنا کام کیا ہے (گھنٹے ، دن یا کام کی تعداد) ، انہیں کتنا معاوضہ دیا گیا اور انہیں کب ادائیگی کی گئی۔

| تاریخ | تفصیلات | کام فی گھنٹہ | توازن |
|---|---|---|---|
| 2-3-2011 | قادر بزنس کارپوریشن | 3 گھنٹے @ 300 روپے فی گھنٹہ | 900 روپے |
| 12-3-2011 | محمود انٹر پرائیز | 2 گھنٹے @ 350 روپے فی گھنٹہ | 700 روپے |
| 23-3-2011 | صدیق اینڈ کو | 2 گھنٹے @ 300 روپے فی گھنٹہ | 600 روپے |
| | کل | 2200 روپے | 2200 روپے |

**روزمرہ کی سیلز ریکارڈ**

| روزمرہ کی کیش ریکارڈ<br>تاریخ ..12-4-2019 | | | | |
|---|---|---|---|---|
| سیریل نمبر | تفصیلات | مقدار | قیمت | رقم |
| 1 | 2 ٹوکری ٹماٹر | 10کلو | 2,000روپے | 2000روپے |
| 2 | 2کریٹ پیاز | 10کلو | 1000روپے | 1000روپے |
| 3 | 3 کریٹ آلو | 15کلو | 1200روپے | 1200روپے |
| | **کل سیلز** | | | **4200روپے** |

## رسید بک

کاروبار کا نام :

ایڈریس:

ٹی آئی این:

تاریخ:----------

موصول ہوا----------

ادائیگی کی جارہی ہے----------

رقم لفظوں میں ----------

رقم ہندسوں میں ----------

وصول کرنے والے کا دستخط : ----------

## سٹاک بک

سٹاک کنٹرول

تاریخ: ----------

ماہ:----------

سال:----------

| سیریل نمبر | تفصیلات | سٹاک اِن | سٹاک آوٹ | بیلنس |
|---|---|---|---|---|
| | شروع کرتے وقت کی رقم | | | |
| | | | | |
| | | | | |
| | بند کرتے وقت کی رقم | | | |

کوئی کیس سٹڈی، رول پلے یا ویڈیو دکھائیں--

**ماڈیول 3:** **اخراجات اور مالیات کا تجزیہ اور منافع کے حساب کتاب**

متوقع وقت: 3 گھنٹے

## آمدنی کیا ہے؟

کسی ادارے کا ایک مقررہ مدت کے اندر بچت اور صَرف (consumption) کے موقع کو آمدنی کہتے ہیں جسے مانیٹری لحاظ سے بیان کیا جاتا ہے۔ تاہم گھرانوں اور افراد کے لئے آمدنی سے مراد وہ تمام تنخواہیں ، اُجرت ، منافع ، کرایے سے حاصل کردہ مالیت اور دوسری اشیاء کا مجموعہ ہے جو ایک مقررہ مدت میں حاصل ہوئی ہے۔ کسی فرم (firm) کے لئے عام طور پر آمدنی کا مطلب خالص منافع ہوتا ہے یعنی اخراجات کے بعد جو کچھ باقی رہ جاتا ہے۔ عوامی معاشیات کے لحاظ سے آمدنی مالیاتی اور غیر مالیاتی اشیاء کے استعمال کی صلاحیت کہلاتی ہے۔ اور اس میں مالیاتی استعمال کی صلاحیت کو کل آمدنی کے لئے پراکسی کے طور پر استعمال کیا جاتا ہے۔ پس آمدنی وہ رقم ہے جو آپ کے کاروبار میں آتی ہے۔

پیسہ آپ کے کاروبار میں کیسے آتا ہے؟

- سامان تیار کر کے اور فروخت کر کے
- سامان کی خرید و فروخت سے

- خدمات (سروسز) دے کر (جیسے ٹیکسی ڈرائیور جو ٹرانسپورٹ مہیا کرتا ہے)
- دوستوں یا خاندان کے لوگوں سے تحفے تحائف وصول کر کے

- قرض لے کر

- وراثت سے

دیگر آمدنی حاصل کرنے کی سرگرمیاں

- پام آئل کی تیاری اور فروخت
- مچھلی پکڑنا اور فروخت کرنا
- روٹی تیار کرنا اور بیچنا
- چٹائی وغیرہ تیار اور فروخت کرنا
- کاساوا کی تیاری اور فروخت
- چاول کی پیداوار اور فروخت
- چندہ وصول کرنا

**خرچ یا اخراجات کیا ہیں؟**

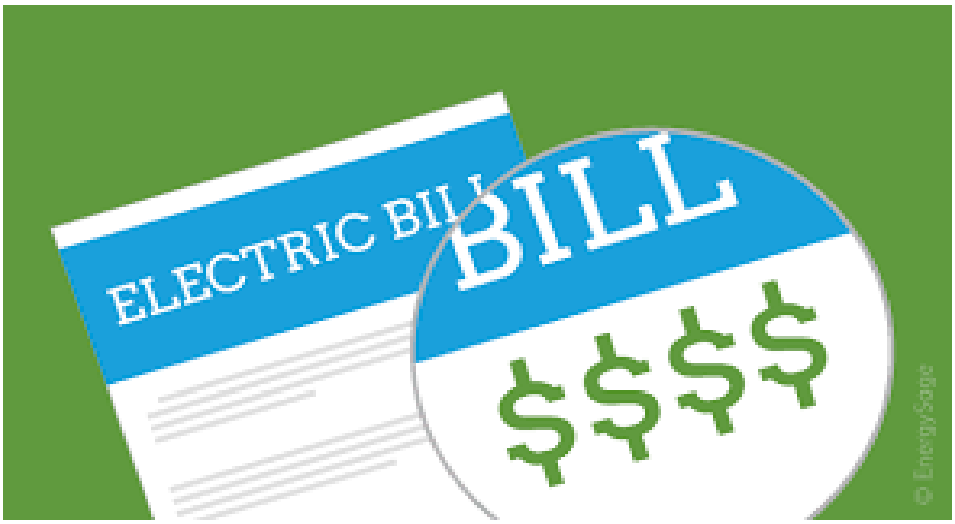
اخراجات وہ رقم ہے جو کسی ادارے کی آمدنی پیدا کرنے کے سلسلے میں خرچ کی جانے والی قیمت یا لاگت ہوتی ہے اور کاروبار کی لاگت کو ظاہر کرتی ہے۔ اخراجات اصل نقد ادائیگی (جیسے اجرت اور تنخواہ) ، کسی اثاثے کا ایک مقررہ میعاد میں ختم/خراب ہونے والا حصہ (depreciation) ، یا کمائی سے نکالی گئی رقم (جیسے زیادہ قرض) کی صورت میں ہوتے ہیں۔ انکم ٹیکس معلوم کرنے سے پہلے آمدنی کی کٹوتی اخراجات کی صورت میں کی جاتی ہے۔ جب کہ تمام اخراجات، لاگت میں شمار ہوتے ہیں لیکن تمام لاگت (جیسے آمدنی پیدا کرنے والے اثاثوں کے حصول میں ہونے والا خرچ) اخراجات نہیں ہوتے ہیں۔

**آپ کے کاروبار سے پیسہ کیسے باہر جاتا ہے؟**

- اشیاء (جیسے مچھلی اور تمباکو نوشی کے لئے لکڑی ، لباس بنانے کے تانے بانے ، روٹی بیکنگ کے لئے آٹا)

- خدمات جیسے ٹرانسپورٹ (ٹیکسی ، بس کرایہ)

- مارکیٹ ٹول
- بجلی کے بل




- کرایہ ادائیگی

- اجرت اور تنخواہ کی ادائیگی

دیگر اخراجات کی سرگرمیاں

- مواد کی خریداری
- دفتری سامان
- سامان کی ادائیگی

**منافع کیا ہے؟**

منافع سرمایہ کاری کا فائدہ یا حاصل ہے جسے انٹرپرینور یا کاروباری افراد کوئی خطرہ مول لیتے وقت چاہتے ہیں۔ منافع کسی کاروبار کو فنڈ فراہم کرنے والے افراد کے لئے بھی ایک اہم اشارہ ہے۔ بینک ، سپلائی کرنے والے اور دوسرے قرض دینے والے کسی بزنس کو مالی اعانت فراہم کرنے کے لئے اُس وقت تیار ہوتے ہیں جب یہ بزنس یہ ظاہر کرے کہ اسے نفع حاصل ہوتا ہے (یا مستقبل قریب میں نفع حاصل ہونے کا بہت زیادہ امکان ہے) اور یہ کہ اس نفع سے قرضوں کا ادائیگی ہوسکتی ہے جب وہ واجب الادا ہوں۔ منافع کاروبار کے لئے آمدنی کا ایک اہم ذریعہ بھی ہے۔ حاصل کردہ منافع جو کاروبار میں رکھاجاتا ہے (یعنی منافع مالکان میں تقسیم نہیں ہوتا ہے) اسے ریٹینڈ منافع (retained profit) کہتے ہیں۔

ریٹینڈ منافع (retained profit) کسی بھی کاروبار کی آمدنی کا ایک اہم ذریعہ ہوتا ہے بالخصوص اسٹارٹ آپس یا چھوٹے کاروبار کے لئے۔ جب کسی پراڈکٹ (مصنوع) کو اس کی لاگت سے زیادہ قیمت پر بیچا جاتا ہے ، تب منافع حاصل ہوتا ہے جسے دوبارہ سرمایہ کے لئے استعمال کیاجاسکتا ہے۔

منافع کی پیمائش اور حساب کا فارمولا یہ ہے:

**منافع = کل فروخت - کل اخراجات**

**PROFIT = TOTAL SALES less TOTAL COST**

## نفع یا نقصان کا حساب کتاب کیسے کریں؟

تمام کاروباری لین دین کو ریکارڈ کریں۔ منافع اور نقصان کا ریکارڈ یا اسٹیٹمنٹ اس وقت تک نہیں بنابا چاہئے جب تک اس مدت کے تمام لین دین کو کمپنی کے جنرل لیجر (Ledger) کے مناسب اکاؤنٹس میں ریکارڈ نہیں کیا جاتا ہے۔

اسٹیٹمنٹ میں عنوان اور مدت (title & subject) شامل ہوتے ہیں۔ منافع اور نقصان کا اسٹیٹمنٹ بناتے وقت اس دستاویز کے صفحہ کے اوپر کے حصے میں "منافع اور نقصان کا اسٹیٹمنٹ " کے ساتھ ریکارڈ کیا جاتا ہے۔ عنوان کے نیچے ، بیان کردہ وقت کی مدت شامل کریں۔ منافع اور نقصان کا اسٹیٹمنٹ عام طور پر ایک ماہ ، ایک چوتھائی یا ایک سال پر محیط ہوتا ہے۔ اسے "اسٹیٹمنٹ برائے ماہ (جنوری) کے اختتام تک " جیسے الفاظ استعمال کرتے ہوئے لکھا جاتاہے۔

## لاگت (Costing) کا تعارف

اپنی قیمتیں طے کرنے اور مالیاتی منصوبے بنانے کے لئے آپ کو اپنی مصنوعات یا خدمات کی تیاری یا فراہمی کی لاگت کا حساب لگانا ہوگا۔ لاگت (Costing) آپ کے کاروبار کو چلانے کے لئے درکار کُل رقم ہے۔ لاگت (کاسٹنگ) وہ رقم ہے جس سے آپ کسی شے یا پراڈکٹ بنانے یا فروخت کرنے ، یا سروسزفراہم کرنے کی کل قیمت کا حساب لگاتے ہیں۔ اس سے آپ اپنے کاروبار سے حاصل ہونے والے خالص منافعے کا حساب لگا سکتے ہیں۔

## لاگت /کاسٹنگ کیا ہے؟

لاگت ایک مصنوع (پراڈکٹ) یا سروس کو تیار کرنے یا فراہم کرنے کے لئے ادا کی جانے والی صحیح رقم ہے۔

## لاگت کی اہمیت

- اس بات کا تعین کرنے کے لئے کہ آپ کو اپنی مصنوع /پراڈکٹ یا سروسز کو کس قیمت پر فروخت کرنا چاہئے۔
- اس بات کی پہچان کرنا کہ آپ کے کاروبار میں کتنا نفع / نقصان ہو رہا ہے ۔
- یہ جاننا کہ کون سی اشیاء کی قیمت بہت زیادہ ہے تاکہ آپ متبادل طریقہ اپنا سکیں۔
- یہ معلوم کرنا کہ ہر پروڈکٹ / سروس پر کتنا خرچ آتا ہے۔

لاگت/کاسٹنگ سے آپ کے کاروبار میں مندرجہ ذیل پہلوؤں میں مدد ملتی ہے:

- اپنے سامان اور خدمات کے لئے مقابلاتی قیمتیں طے کریں۔
- اخراجات کو کم کریں اور کنٹرول کریں۔
- کاروبار کے بارے میں بہتر فیصلے کریں۔
- مستقبل میں کاروبار کی ضروریات کے لئے منصوبہ بنائیں۔

## لاگت کی اقسام

1. مقررہ لاگت

یہ ایسی لاگت جو پیداوار کی سطح کے ساتھ تبدیل نہیں ہوتی ہے۔ یہاں تک کہ اگر کوئی پیداوار نہیں ہو رہی ہے تو بھی معاوضہ دیا جاتا ہے۔ مثلاً کرایہ۔

**2. براہ راست لاگت**

براہ راست لاگت سے مراد ایسے اخراجات ہیں جو مصنوعات یا خدمات کی پیداوار سے براہ راست جڑے ہوتے ہیں۔ مثلاًخام مال کی قیمت ، اسٹاک ، مزدوری کی قیمت (اجرت) ، ٹرانسپورٹ اور ہینڈلنگ کے اخراجات۔

**3. متغیر لاگت**

یہ ایسے اخراجات ہیں جو براہ راست پیداوار کی سطح یا مقدار سے متعلق ہیں۔ یہ پیداوار کی سطح یا مقدار کے راست تناسب میں اضافہ یا کمی کرتے ہیں۔ مثال کے طور پر: خام مال ، اسٹاک ،پیکیجنگ کی لاگت ، ٹرانسپورٹ ، سامان اور بجلی کی ہینڈلنگ (اگر مشینیں استعمال ہوں تو)۔

**4.بالواسطہ لاگت**

یہ ایسے اخراجات ہیں جو کاروبار کو چلانے اور رواں رکھنے سے منسلک ہیں لیکن پیداوار کے عمل سے براہ راست منسلک نہیں۔ مثلاً دیکھ بھال (maintenance) کے اخراجات ، سامان ، بجلی ، اور قرض پر سود۔

**مصنوعات (پراڈکٹس) کی قیمتوں کا تعین**

مصنوعات اور / یا سروسز کی قیمتیں:

قیمتوں کا تعین کسی ایسے مصنوع یا سروس کی مانیٹری ویلیو ہے جس سے آپ اپنے کل اخراجات (براہ راست اور بالواسطہ اخراجات) اور منافع کو پورا کرنے کے لئے وصول کرتے ہیں ۔

**مارک آپ**

جب آپ کسی مصنوع یا سروس کی فروخت پر مطلوبہ منافع کا ایک خاص فیصد شامل کرتے ہیں تو اس کو مارک اَپ کہا جاتا ہے۔ مثال کے طور پر:اگر آپ لکڑی کی الماری کی قیمت 20 فی صد تک بڑھانا چاہتے ہیں اور اس کے لئے آپ کو 13000 لاگت آتی ہے تو اس کاحساب کتاب مندرجہ ذیل ہے۔

آپ کی لاگت = 13000

مارک اَپ - 20فیصد= 2600

قیمت ِفروخت = 15600

آپ کی قیمت ِفروخت = 15600

لاگت = 13000

منافع = 2600

تمام کاروباری منصوبوں میں "قیمت کا تعین" بہت اہم ہے۔ اس کی وجہ یہ ہے ایک کاروباری کسی منصوبے میں کتنا فائدہ اٹھائے گا۔ اس منافعے کا تعین قیمت کرتی ہے۔ قیمت طے کرنے کے لئے مارکیٹنگ کے مکس (مخلوط) ، طلب کی صورت ، لاگت کا حساب لگانا، ماحولیاتی عوامل کو سمجھنا ، قیمتوں کا مقصد واضح کرنا لازمی ہوتا ہے۔

ایک فارمولہ جو قیمتِ فروخت کا تخمینہ لگانے کا طریقہ بتاتا ہے:

قیمت ِفروخت= فروخت کے سامان پر آنے والی لاگت / یونٹ + آپریٹنگ لاگت / یونٹ + مطلوبہ منافع / یونٹ

کوئی کیس سٹڈی، رول پلے یا ویڈیو دکھائیں۔

## منافع کی تقسیم

مالی معاہدے

- آپ کے گروپ کے لئے کیا مالی معاملات ہیں؟
- ہر شخص کتنا سرمایہ خرچ کرسکتا ہے؟
- ہر فرد کام اور سرمایہ کاری میں کتنا کچھ خرچ کرنے کے لئے راضی اور قابل ہے؟

- آپ کے ہر ممبر کی مالی ضروریات کیا ہیں ؟ اگر کوئی آمدنی پیدا کرنے والے منصوبے میں داخل ہوتا ہے تو انہیں کاروبار سے کس چیز کی توقع ہوتی ہے ؟
- کاروبار کے لئے ان کے مالی مقاصد کیا ہیں؟

### مختلف سطح کے سرمایہ کاری کے ساتھ کام کرنا

کسی گروپ کے چند ممبروں کے پاس شراکت کے لئے زیادہ رقم ہوسکتی ہے۔ ایک ممبر کی زمین یا کاروبار میں پہلے سے ہی اہم حصہ /ایکویٹی(equity) ہوسکتی ہے اور وہ شراکت دار لانے کے لئے کوشاں ہوتاہے۔ کچھ شراکت دار غیر متناسب ملکیت کے ساتھ کام کرنے کے ساتھ ساتھ برابری کے اختیارات دے کر کام کرنے کے لئے تیار ہوتے ہیں۔ دیئے گئے مختلف پہلوؤں میں اس کی تفصیلات موجود ہیں۔

### منافع اور نقصانات کو مختص کرنا

آپ ممبروں میں منافع اور نقصان کس بنیاد پر تقسیم کریں گے ؟ ایک کوآپریٹو انتظام میں ممبروں کو منافع اور نقصانات کی تقسیم اشیاء کی استعمال پر مبنی ہوتا ہے یعنی بزنس کی لاگت کے مطابق ۔ مالکان کو ان کے سرمایہ کاری کے تناسب میں باقی بچنے والے نفع یا نقصان زائد/سرپلس (ورکر کوآپریٹیو) ، فروخت (مارکیٹنگ کوآپریٹیو) یا خریداری (صارفین کی کوآپریٹیو ، خدمت اور فراہمی) کے تناسب سے دیدی جاتی ہیں۔

کسی گروپ یا شراکت داری کا شریک مالک ملازم نہیں ہوتا ہے لہذا اسے تنخواہ نہیں ملتی ہے۔ مالک آمدنی کے طور پر کاروبار سے فائدہ اٹھاتا ہے ، اس طرح منافع اور آمدنی اس سلسلے میں مترادف ہیں ۔ ایک سے زیادہ مالکوں کے منتظمین پر مشتمل ایک گروپ کاروبار کے منافع کو اپنی آمدنی کے طور پر تقسیم کردے گا۔ وہ اس آمدنی کو کس طرح تقسیم کرتے ہیں یہ پوری طرح ان پر منحصر ہے۔

### کاروبار میں دوبارہ سرمایہ کاری

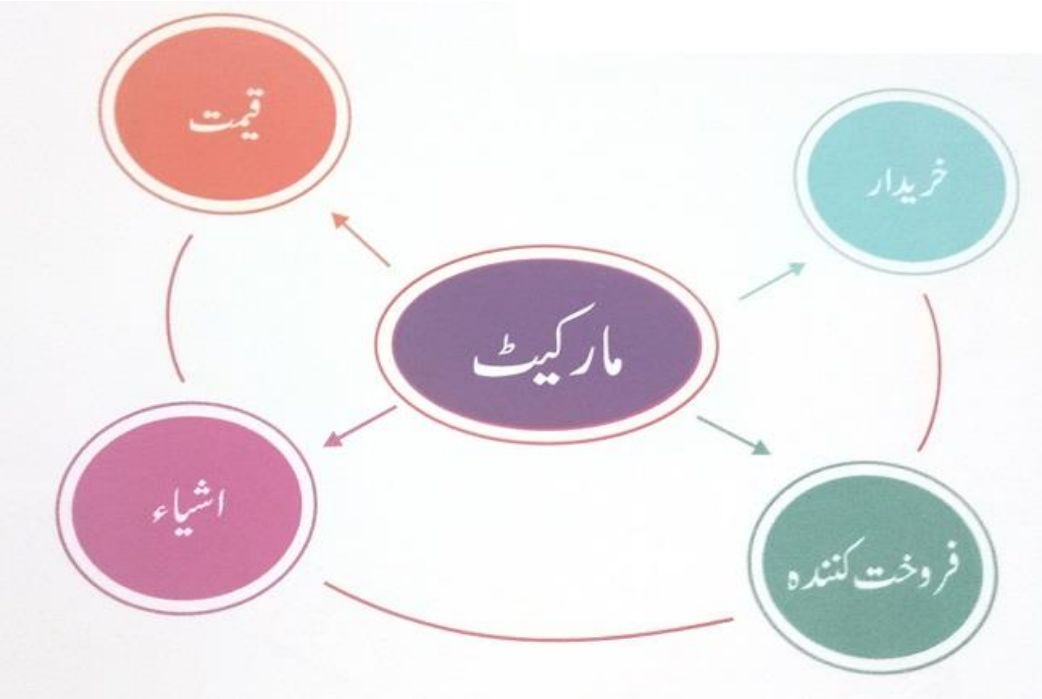
دوبارہ سرمایہ کاری کا مقصد کسی کاروبار میں بہتری لانا ہے تاکہ مستقبل میں اس سے بھی زیادہ رقم مل جائے۔ حصہ داران اپنے بچت کے کھاتے میں صرف کم پیسے بھی انویسٹ (سرمایہ کاری) کر کے کاروبار میں بہتری لاسکتے ہیں۔

ماڈیول 4 : مارکیٹ (منڈی) اور مارکیٹنگ

متوقع وقت: 2 گھنٹے

مارکیٹ یا ایک ایسی جگہ ہے جہاں پیداوار یا سروسز (خدمات) کی خرید و فروخت ہوتی ہے۔ پیداوار یاسروسز کا ایک دوسرے کے ساتھ خرید و فروخت کی جاتی ہے یا مارکیٹ وہ جگہ ہے جہاں پیداوار اور خدمات کا تبادلہ ہوتا ہے۔ مارکیٹ خریداروں ، فروخت کرنے والوں ، مصنوعات اور قیمتوں پر مشتمل ہے۔ مارکیٹنگ ایسی سرگرمیوں کا مجموعہ ہے جو پیداواروں سے پیداواری اور سروسز کے بہاؤ کو صارفین تک پہنچاتا ہے۔ مارکیٹنگ وہ تبادلے کا عمل ہے جس میں پروڈیوسر (کسان) بیچتا ہے اور صارف خریدتا ہے۔

**مارکیٹ**




- مجموعی منڈی میں علاقائی دائرہ کار ، سائز اور نمو کیا ہیں؟ نمو میں اضافے کے عوامل کون سے ہیں؟
- کیا کوئی ویلیو چین انڈسٹری کے نئے رجحانات جیسے پیداوار کی تکنیک کا استعمال اور کاشتکاری کے نئے طریقے کاروبار میں متعارف ہور ہے ہیں یا کاروبارسے باہر نکل رہے ہیں؟
- مارکیٹ میں قیمتوں کا تعین کیا ہے؟
- تاریخی طور پر قیمتیں کیسے بدلی ہیں اور قیمت کی تبدیلی نے کن چیزوں کو متاثر کیاہے؟
- کیا مارکیٹ میں کوئی مخصوص خصوصیات مثلا موسمی ، حجم، صارفین کی تعداد ، ان پٹ سپلائرز کی تعداد وغیرہ ہیں؟ اگر ہیں تو وضاحت کریں۔
- ایسے خاص قوانین یا ضوابط کی وضاحت کریں جو ویلیو چین پر اثر انداز ہوتے ہیں اور ایسی حکومتی پالیسیاں جو خاص طور پر اس شعبے کو متاثر کرتے ہیں۔
- پیداوار یا سروسز (خدمات) کے لئے بنیادی تقسیم کے ذرائعے (چینلز) کون کون سے ہیں؟ ثالث یا آڑھتی ( مڈل مین ) مارکیٹ پر کتنا قابو رکھتا ہے؟

- وہ (ثالث یا آڑھتی ) قیمت پر کتنا قبضہ کرتے ہیں؟

**گاہک**

- کسٹمر کے بنیادی طبقات کون سے ہیں؟
- کسٹمر ادائیگی کس طرح کرتا ہے؟
- گاہک، پیداوار یا خدمت کے معاملے میں کیا تلاش کرتے ہیں یعنی کس بات کا خیال رکھتے ہیں؟
- مستقبل کے متوقع مطالبات کیا ہیں اور کیوں؟ کیا پیداوار یا خدمات کی طلب (ڈیمانڈ) کافی ہے؟
- اس بات کی نشاندہی کریں کہ مارکیٹ کی طلب کو جانچنے کے لئے کون سے طریقے استعمال کیے گئے تھے۔

**مقابلہ**

- اہم مدمقابل کون ہیں اوراُن کے تقابلی خوبیاں اور کمزوریاں کیا ہیں؟ یعنی مقام ، ٹیکنالوجی ، کاشتکاری کے طریقہ کار ، معیار ، حجم ، قیمت ، لاگت وغیرہ۔ بازار کی تحقیق کے لئے آلات درج ہیں۔

مارکیٹنگ مکس

مارکیٹنگ میں موثر پیداوار ، اسٹوریج ، پروسیسنگ اور پیکیجنگ ، فروغ اور پیداوار کھیت سے صارفین تک منتقل کرنے کی منصوبہ بندی شامل ہے۔

**پراڈکٹ**

پروڈکٹ سے مراد وہ پیداوار ہے جو فرد / گروپ آمدنی حاصل کرنے کے لئے فروخت کرتا ہے۔ عام طور پر دیہی کسانوں کے لئے یہ بیج آلو ہوسکتا ہے۔ اس کی پیمائش مختلف یونٹوں کے ذریعہ کی جاسکتی ہے اور مختلف خصوصیات مثلا، ، کلوگرام ، ٹن وغیرہ کی تشکیل کی جاسکتی ہے ۔ مصنوع کے انتظام میں ہمیں خود سے پوچھتے رہنا پڑتا ہے "کیا ہم صحیح مصنوعات تیار کررہے ہیں ، وہ مصنوعات جن کو

ہماری ہدف کی مارکیٹ کی قیمت ملتی ہے اور لوگ اس کی قدر کرتے ہیں؟ "اگر پراڈکٹ ٹھیک نہیں ہے تو باقی تمام چیزیں بے معنی رہتی ہیں۔

## جگہ

جگہ پروڈیوسر (تیار کرنے والے) سے مطلوبہ صارف کی طرف منتقل کرنے کا عمل ہے۔ یہ ترسیل ڈسٹری بیوٹرز، تھوک فروشوں اور خوردہ فروشوں کے ذریعے سے ہوسکتی ہے۔ پروڈیوسر سے پوچھنا پڑتا ہے کہ "کیا ہم اپنی مصنوعات کو موثر طریقے سے اپنے صارفین تک پہنچا رہے ہیں؟" خراب ہونے والی مصنوعات کو شامل کر کے سپلائی چین کے ذریعہ معیار کو برقرار رکھنا ایک اہم حصہ ہے۔

## قیمت

قیمت سے مراد مخصوص ویلیو چین کی پیداوار کی مالیاتی قیمت ہوتی ہے۔ یہ وہ قیمت ہے جس پر خریدار مخصوص ویلیو چین کی پیداوار کو ادا کرنے پر راضی ہوتا ہے۔ بیچنے والے ہمیشہ اس قیمت پر فروخت کرنے کی کوشش کرتے ہیں جو پیداوار کے اخراجات کو ایک ایسا مارک اَپ سے پیش کرتا ہے جو منافع کا حامل ہے۔ لہذا ، اپنی مصنوعات کی لاگت کے ڈھانچے کو سمجھتے ہوئے ، مارکیٹ اور مارکیٹ کی طلب میں آپ کے حریف آپ کی قیمتوں کا تعین کرنے میں بنیادی حیثیت رکھتے ہیں۔

**فروغ/تشہیر**

پروڈیوسر (کسان) کی سرگرمیوں کے بارے میں ان کا ہدف/ ٹارگٹ لوگوں/مارکیٹ بتانا تشہیر کہلاتا ہے۔ تشہیر ، ایڈورٹائزنگ، سیلز پروموشن یا ذاتی فروخت کے ذریعے کی جاتی ہے۔ لہذا فروخت اور آمدنی میں اضافے کے لئے کاروباری شخص کو مناسب طریقے سے پیداوار کی تشہیر کرنے کی کوشش کرنی چاہئے۔فارمر انٹرپرائز گروپس (FEGs) کے لئے یہ ضروری ہے کہ وہ اپنی متعلقہ ویلیو چین کی مارکیٹ کی طلب (ڈیمانڈ) کی نشاندہی کرنے کی صلاحیت میں اضافہ کریں ، حجم اور معیار کے سلسلے میں پیداوار کے بارے میں فیصلے کریں اور صارفین اور تاجروں کے ساتھ کاروباری تعلقات استوار کریں۔ مصنوعات کو جمع کرنے کے لئے اجتماعی طور پر منظم کرنے کی اہلیت، اس کی اہمیت کی تفہیم ، اور بروقت پیداوار تک رسائی حاصل کرنے کا طریقہ جاننا ، کاروبار کی کامیابی کے لئےاہم ہیں۔

## خریداروں کی شناخت

صارفین

تاجر

تھوک کاروباری

پرچون کاروباری

پراسسنگ کمپنی

## گروپ یا اجتماعی مارکیٹنگ

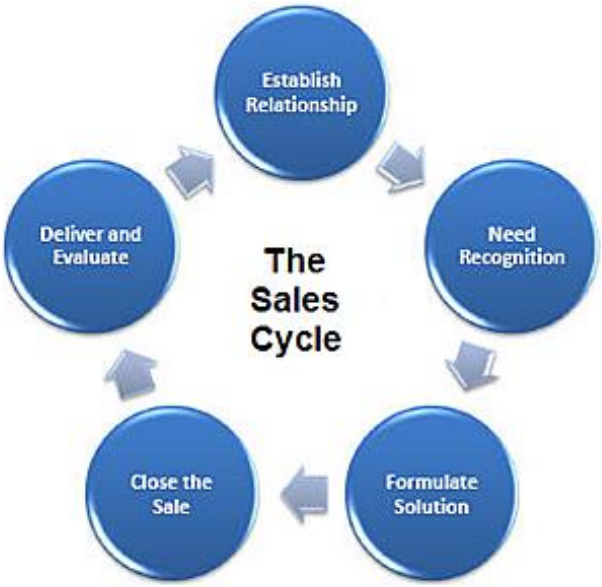
اس کا مطلب یہ ہے کہ زرعی کاروبار ویلیو چین کے تمام ممبران اپنی پیداوار (جیسے سبزیاں ، مرچ ، کیلا ، آلو ، انگور ، گوشت اور خوبانی وغیرہ) اکٹھا کرتے ہیں اور اجتماعی طور پر مارکیٹنگ کرتے ہیں۔ اجتماعی مارکیٹنگ ان طریقوں میں سے ایک ہے جس میں فارمر انٹرپرائز گروپس (FEGs) اپنی مصنوعات کی مقدار کو بلکنگ کے ذریعے بڑھاتے ہیں۔ اجتماعی طور پر کام کرنے سے کاشتکار ایک ہی قسم میں

اضافہ کرکے ، کاشتکاری کے کام کو ہم آہنگ کرنے اور اجتماعی طور پر اپنی پیداوار کو چھانٹ اور درجہ بندی کرکے بھی اپنی پیداوار کے معیار کو بہتر بناسکتے ہیں۔ ایف ای جی خاص طور پر سبزیوں اور کھٹی کے معاملے میں ، مرکزی ذخیرہ کرنے کی سہولیات حاصل کرنے کے بعد فصل کے بعد (post-harvest) فراہمی کو بہتر بناسکتے ہیں۔ مختصراً یہ کہ کاشتکاروں کے لئے ہمیشہ یہ بات دانشمندی اور منافع بخش ہے کہ اگر وہ انفرادی طور پر اپنی پیداوار فروخت کرنے کی بجائے اجتماعی طور پر اپنی فصلوں کی فروخت کرتے ہیں تاکہ فروخت پر آنے والی لاگت کو کم کیا جاسکے اور منافع میں اضافہ کیا جاسکے۔

(ایف ای جی = کسانوں کا انٹرپرائز گروپ)

کوئی کیس سٹڈی، رول پلے یا ویڈیو دکھائیں۔

**سیلز کا دائرہ (سیلز سائیکل)**



فروخت کرنے کے عمل کے چار مختلف مراحل ہیں:

**متوقع خریداروں کی شناخت**

ممکنہ گاہکوں کے نام اور فون نمبر تلاش کرنے کا عمل۔

**کولڈ کالنگ**

ممکنہ خریدارون سے رابطہ کرنے ، فیصلہ ساز کو تلاش کرنے اور پری کوالیفائی کرنے والے مشتبہ اکاؤنٹس کی شناخت کا عمل۔

**فروخت کرنا**

کسی ممکنہ خریدار کو راضی کرنے کا عمل کہ ہمارے پاس ایک معقول حل اور اشیاء موجود ہیں جو اس کی ضروریات کو پورا کریں گے۔

**تعلقات استوار کرنا**

اعتماد اور اچھے اکاؤنٹ کی بنیاد پر گاہک یا خریدار کے ساتھ طویل المدتی تعلقات مستحکم کرنے کا عمل۔

ماڈیول 5 : **بزنس پلان**

متوقع وقت: 2 گھنٹے

## سیکھنے کے مقاصد

اس ماڈیول کے اختتام تک شرکا بزنس پلان بنانے کی اہمیت کی وضاحت کرسکیں گے ، یہ سمجھ سکیں گے کہ کاروباری منصوبہ کیا ہے اور سادہ کاروباری منصوبہ کیسے تیار کیا جاتا ہے ۔

## کاروبار منصوبہ بندی (بزنس پلان)

**تعریف:** کاروباری منصوبہ آپ کے مجوزہ کاروبار کی تحریری سمری ہے۔ اس میں منصوبہ ، کام اور مالی تفصیلات اوراس کے نمایاں خصوصیات اور حکمت عملی کے ساتھ ساتھ کاروبار کرنے والے شخص کی پس منظر کے بارے میں معلومات شامل ہوتی ہیں ۔ کاروباری منصوبہ ایک دستاویز ہے جو کاروباری شخص کی کاروباری توقعات کا خلاصہ کرنے ، قانونی اختیار کی تفصیلات اور وسائل کو زیر استعمال لانے کے لئے استعمال کیا جاتا ہے۔ جس طرح آپ کو کسی نامعلوم منزل تک جانے والے راستے کو تلاش کرنے میں مدد کے لئے نقشہ کی ضرورت ہے اسی طرح آپ کو اپنے کاروبار چلانے کے لئے کس سمت میں جانا ہے اس کا تعین کرنے میں مدد کرنے کے لئے ایک منصوبہ کی ضرورت ہوتی ہے۔ تحریری دستاویز الفاظ اور اعداد میں آپ کی مجموعی حکمت عملی اور مقاصد کی وضاحت کرتی ہے۔ آپ پہلے

اپنے اس منصوبے میں اس بات کا اندازہ لگائیں کہ آپ اپنے کاروبار کے اہداف ، اخراجات اور اپنی خدمات/سروسز کے لئے کتنا معاوضہ لینا چاہتے ہیں۔ یہ بات بھی اہم ہے کہ آپ کس طرح صارفین کو راغب کرنے کا ارادہ رکھتے ہیں۔ کاروبار شروع کرنے کے بعد آپ کو معلوم ہوگا کہ اس منصوبے پرباقاعدہ طور پر جائزہ لینے کی ضرورت ہے۔ کاروباری منصوبہ ایک بدلتی اور متحرک دستاویز ہوتا ہے۔ اس کی کوئی ضمانت نہیں ہے کہ آپ کا کاروبار کامیاب ہوجائے گا لیکن ایک اچھی طرح سے تحریر کردہ اور تحقیق شدہ کاروباری منصوبہ کاروبار کی کامیابی میں اہم کردار ادا کرتا ہے۔

کاروباری منصوبے کے لئے چیک لسٹ:

مندرجہ ذیل امور کے بارے میں سوچیں (یہ ایک مکمل فہرست نہیں ہے)۔

مصنوعات

- گاہک پراڈکٹ / سروس کیوں خریدیں گے؟
- کیا مصنوعات/پراڈکٹس کی وضاحتیں واضح اور قابل قبول ہیں؟

منڈی/مارکیٹ

- کاروبار کے مقام کی جغرافیائی وضاحت۔
- کیا اس پراڈکٹ کی مقامی طلب موجود ہے اور اگر نہیں تو اسے کیسے ممکن بنایا جاسکتا ہے؟
- بڑے حریف کون ہیں اور آپ ان کا اور ان کے اثر و رسوخ کا مقابلہ کیسے کرسکتے ہیں؟
- کاروبار میں کتنے حریف ہیں؟ اگر وہ بہت سارے ہیں اور آپ کا مارکیٹ شیئر کم ہے تو آپ کو چاہیے کہ آپ یہ بات یقینی بنائیں کہ کاروبار کی آگاہی کے لئے تشہیر کی ضرورت ہے۔
- کیا آپ کی اپنے پراڈکٹس/ مصنوعات کو تشہیر کی ضرورت ہے اور اگر ایسا ہے تو اس دوارن کون سے اخراجات کا سامنا ہوگا؟
- فروخت کی قیمت میں کیا رجحان ہے؟ کیا کوئی موسمی اثر بھی موجود ہے؟

## تکنیکی عوامل

- کیا آپ نے تمام ضروری سازو سامان کا انتخاب کیا ہے؟ اس انتخاب کی کیا وجوہات ہیں؟
- اگر آپ مشینری خریدتے ہیں تو چیک کریں کہ آیا آپ کی کوئی گارنٹی ہے اور یا سیل کے بعد سروس کی سہولت شامل ہیں۔
- کیا آپ جانتے ہیں کہ بنیادی سامان (خام مال وغیرہ) کہاں سے ملتے ہیں؟ سپلائی کرنے والا کون ہے؟
- کیا آپ اس سلسلے میں ضروری مہارت رکھتے ہیں اور اگر نہیں تو آپ اسے کہاں سے حاصل کرسکتے ہیں؟
-

## انفراسٹرکچر

- کیاآپ کے کاروبار کو چلانے کے لئے / اور سامان (مال) فروخت کرنے کے لئے جگہ کافی ہے؟
- کیا زمین / دکان / ورکشاپ کے لئے ملکیت / کرایہ داری دستاویزات ترتیب میں موجود ہیں؟
- اگر آپ کے کاروبار کو چلانے کے لئے پانی درکار ہے تو کیا یہ قریب ہی دستیاب ہے؟
- کیاآپ کو بجلی کی فراہمی کی ضرورت ہے؟
- کیا خام مال یا تیار شدہ سامان کی نقل و حمل ایک اہم عنصر ہے اور اگر ہے تو آپ لاگت کو کم سے کم کرتے ہوئے اسے کیسے ممکن بنائیں گے؟
- کیاآپ کو اپنا کاروبار رجسٹر کرنے کی ضرورت ہے؟اس سلسلے میں قانونی تقاضے کیا ہیں؟

**مالی تجزیہ**

- کیاآپ نے ضروری اخراجات ، وسائل ، آمدنی وغیرہ کا حساب کتاب کیا ہے؟
- کیاآپ کے حساب کتاب میں پیداوار کے تمام اخراجات شامل کیے گئے ہیں؟
- کیا کاروبار شروع سے ہی کافی رقم تیار کررہا ہے تاکہ فوری واجبات کو پورا کیا جاسکے (جیسے کرایہ ، قرض کی ادائیگی)۔
- اپنے کیش فلو کی دستاویزات چیک کریں۔ کیا وہ حقیقت پسند ہیں؟
- سرمایہ کے تمام تخمینے کے ساتھ ساتھ معمول کے دیگر اخراجات کی بھی جانچ پڑتال کریں۔

## بزنس پلان کے اجزاء

| | | |
|---|---|---|
| 1 | عمومی وضاحت | • کاروبار کا نام ، کاروباری مقام اور پتہ<br>• کاروباری سرگرمی کی نوعیت |

| | | |
|---|---|---|
| | کاروبار کی | • کاروباری تنظیم کی قسم (شراکت داری ، کوآپریٹو ،نیا ،پرانا)<br>• کوئی مزید وضاحت<br>• وضاحت کہ کاروبار کیوں کامیاب ہو گا |
| 2 | ذاتی پس منظر | • کاروباری مالکان (نام) ، پروموٹر/تشہیرکرنے والے (نام) کا نام<br>• تعلیمی ، پیشہ ورانہ پس منظر<br>• کاروبار سے متعلق سرگرمیوں میں متعلقہ تجربہ |
| 3 | مارکیٹ پلان | • بزنس مارکیٹ ایریا اور ٹارگٹڈ گاہک / صارف<br>• گروپ<br>• آپ کے موجودہ مصنوعات /<br>• خدمات حریف کا موازنہ کیسے کر سکتے ہیں (قیمت ،<br>• معیار ، ظاہری شکل ، کارکردگی ،)<br>• اپنے پراڈکٹ کے ماضی ، موجودہ ، مستقبل (متوقع) مارکیٹ کی طلب<br>• (اگر ممکن ہو تو حجم / یونٹوں کے لحاظ سے<br>• دن / مہینہ)<br>• سپلائرز اور رسد کی شرائط و ضوابط<br>• یونٹ کی قیمتوں کا تعین اور پیش کی جانے والی تمام اشیاء / خدمات کی فہرست<br>• آپ اپنی پیداوار کو کس طرح فروخت کریں گے (براہ راست ، ڈیلر)<br>• Hint: مارکیٹ ریسرچ سروے کی رپورٹ کو ایک ضمیمہ کے طور پر شامل کریں |

| | | |
|---|---|---|
| 4 | بزنس پلان مینجمنٹ | • اس کاروبار میں شریک کار کون ہوں گے<br>• ان کے کردار اور کام کی تقسیم کی وضاحت کریں (اگر لاگو ہوں تو)<br>• کاروباری کام کس طرح منظم ہوگا (جیسے کام کرنا)<br>• شفٹ ، کام کے اوقات ، کام کے حالات) |
| 5 | فنانشل پلان (مالی پلان) | • سرمایہ کاری کی ضرورت<br>• فکسڈ اثاثے / شروع کرنے والے سامان (جیسے زمین ، اوزار ، مشینری)<br>• ابتدائی اخراجات<br>• آپریٹو اخراجات (جیسے قانونی فیس ، لائسنسنگ فیس ، بینک چارجز)<br>• ابتدائیہ اخراجات (جیسے پانی ، بجلی کا کنیکشن ، احاطے کی صفائی وغیرہ)<br>• ورکنگ سرمایہ (خام مال ، کرایہ ، پانی ، ٹرانسپورٹ ، وغیرہ) |
| 6 | فنڈز حاصل کرنے کے ذرائع | • کل ضروریات<br>• ذاتی / سرمایہ کاری<br>• کنبہ / دوست احباب<br>• پہلے سے محفوظ شدہ قرض ، کریڈٹ وغیرہ<br>• کل فنڈز دستیاب ہیں<br>• خسارہ / مالی امداد کا فرق<br>• قرض کی حمایت کی ضرورت ہے |

| | | |
|---|---|---|
| 7 | متوقع آپریٹنگ پلان | • متوقع آپریٹنگ آمدنی کا اسٹیٹمنٹ<br>• پیداوار سے زیادہ فروخت لاگت اور اوور ہیڈ / مقررہ اخراجات<br>• خالص منافع<br>• بریک ایون تجزیہ<br>• کیش فلو پروجیکشن |
| 8 | اہم مفروضے | • وہ مفروضے بیان کریں جو آپ نے سوچے ہیں جس سے آپ کے منصوبے کو بہتر بنایا جا سکتا ہے جیسے کہ مخصوص وسائل دستیاب ہوں گے |

## حوالہ جات


1. World Agroforestry Centre. (2014). *Farmers Training Entrepreneurship Manual*. Retrieved from https://rubizmo.eu/attachment/render/afa93ffd-0f2e-4e93-a2e7-025f089efb88
2. *Farm Business School Training of Farmers Programme South Asia Manual*. (2011). Retrieved from Food and Agriculture Organization of The United Nations, Regional Office for Asia And The Pacific, Bangkok: http://www.fao.org/3/i2137e/i2137e00.htm
3. Training manual bookkeeping financial & management – fao. http://www.fao.org/3/aq077e/aq077e00.pdf
4. Enterprise Development Training Manual for FEGs - The Agribusiness Project. http://agribusiness.org.pk/wp-content/uploads/2015/03/EDT-Manual-English.pdf
5. Entrepreneurship Development Training Manual https://www.dsw.org/uploads/tx_aedswpublication/ENTREPRENUERSHIP_TRAINING_MANUAL.pdf
6. Capacity Building of Small Farmers in Entrepreneurship Development and Market Access (TCP/PHI/3402)

7. Cooperative Farming, a greenhorns guidebook by Faith Gilbert. https://greenhorns.org/wp content/uploads/2018/07/Greenhorns_Cooperative_Farming_Guidebook.pdf