ರೈತ ಉತ್ಪಾದಕರ ಸಂಸ್ಥೆಗಳಿಗೆ ನೀತಿ ಮತ್ತು ಪ್ರಕ್ರಿಯೆ ಮಾರ್ಗದರ್ಶಿಗಳು

POLICY & PROCESS GUIDELINES FOR FARMER PRODUCER ORGANISATIONS

सत्यमेव जयते

ಭಾರತ ಸರ್ಕಾರ
ಕೃಷಿ ಸಚಿವಾಲಯ
ಕೃಷಿ ಮತ್ತು ಸಹಕಾರಿ ಇಲಾಖೆ

ರೈತ ಉತ್ಪಾದಕರ ಸಂಸ್ಥೆಗಳಿಗೆ ನೀತಿ ಮತ್ತು ಪ್ರಕ್ರಿಯೆ ಮಾರ್ಗದರ್ಶಿಗಳು

POLICY & PROCESS GUIDELINES FOR FARMER PRODUCER ORGANISATIONS

ಕೃಷಿ ಮತ್ತು ಸಹಕಾರಿ ಇಲಾಖೆ
ಕೃಷಿ ಸಚಿವಾಲಯ
ಭಾರತ ಸರ್ಕಾರ

2013

CONTENTS ಕಂಟೆಂಟ್ಸ್

PART-1: NATIONAL POLICY FOR THE PROMOTION OF FARMER PRODUCER ORGANISATIONS

ಭಾಗ 1: ರಾಷ್ಟ್ರೀಯ ನೀತಿ ರೈತೋತ್ಪಾದಕ ಸಂಸ್ಥೆಗಳ ಉತ್ತೇಜನಕ್ಕಾಗಿ

1. Vision 14
1. ದೂರದೃಷ್ಟಿ 14
2. Mission 14
2. ಉದ್ದೇಶಗಳು 14
3. Scope and Coverage 14
3. ಧ್ಯೇಯ ಮತ್ತು ವ್ಯಾಪ್ತಿ 14
4. Support for Promotion of FPOs 14
4. ಎಫ್‌ಪಿಓಗಳ ಉತ್ತೇಜನಕ್ಕಾಗಿ ಬೆಂಬಲ 14
5. Role of Central Government Institutions in Supporting FPOs 15
5. ಎಫ್‌ಪಿಓಗಳನ್ನು ಬೆಂಬಲಿಸುವಲ್ಲಿ ಕೇಂದ್ರ ææಸರ್ಕಾರದ ಸಂಸ್ಥೆಗಳ ಪಾತ್ರ. 15
6. Role of State Government Institutions in Supporting FPOs 15
6. ಎಫ್‌ಪಿಓಗಳಿಗೆ ಬೆಂಬಲ ನೀಡುವಲ್ಲಿ ರಾಜ್ಯ ಸರ್ಕಾರಿ ಸಂಸ್ಥೆಗಳ ಪಾತ್ರ 15
7. Miscellaneous 16
7. ಇತರೆ 16

PART-2: PROCESS GUIDELINES FOR PROMOTION OF FARMER PRODUCER ORGANISATIONS (FPOs)

ಭಾಗ 2: ರಾಷ್ಟ್ರೀಯ ನೀತಿ ರೈತೋತ್ಪಾದಕ ಸಂಸ್ಥೆಗಳ ಉತ್ತೇಜನಕ್ಕಾಗಿ

1. Background 18
1. ಹಿನ್ನೆಲೆ 18
2. Project Considerations – Objectives 18
2. ಯೋಜನೆಯ ಪರಿಗಣನೆಗಳು –ಉದ್ದೇಶಗಳು 18
3. Guiding Values and Principles for Sustaining Farmer Producer Organisations Development 19
3. ರೈತೋತ್ಪಾದಕರ ಸಂಸ್ಥೆಯ ಬೆಳವಣಿಗೆಯನ್ನು ಕಾಯ್ದುಕೊಳ್ಳಲು ಮಾರ್ಗದರ್ಶಿ ಮೌಲ್ಯಗಳು ಮತ್ತು ತತ್ವಗಳು 19
4. Selection of Resource Institutions (RIs) 19
4. ಸಂಪನ್ಮೂಲ ಸಂಸ್ಥೆಗಳ (ಆರ್‌ಐಗಳು) ಆಯ್ಕೆ 19
5. FPO Promotion and Development Process 20
5. ಎಫ್‌ಪಿಓ ಸ್ಥಾಪನೆ ಮತ್ತು ಅಭಿವೃದ್ಧಿ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆ 20
6. FPO Service Model 22
6. ಎಫ್‌ಪಿಓ ಸೇವೆ ಮಾದರಿ 22
7. Stages of Project Development, Timeline, Deliverable and Measures of Verification 24
7. ಯೋಜನೆಯ ಬೆಳವಣಿಗೆ, ಅವಧಿ, ವಿತರಣೆ ಮತ್ತು ಪರಿಶೀಲನೆಯ ಕ್ರಮಗಳ ಹಂತಗಳು 24
8. Project Outcomes 26
8. ಯೋಜನೆಯ ಫಲಿತಾಂಶಗಳು 26
9 Budget and Payment Structure 26
9. ಬಜೆಟ್ ಮತ್ತು ಪಾವತಿ ವ್ಯವಸ್ಥೆ 26

ANNEXURES
ಅನುಬಂಧಗಳು

1. Details of Project Objective wise Activities, Outputs and Outcomes 31
1. ಯೋಜನೆ ಉದ್ದೇಶದ ಪ್ರಕಾರದ ಚಟುವಟಿಕೆಗಳು, ಫಲಿತಾಂಶಗಳು ಮತ್ತು ಪರಿಣಾಮಗಳು 31
2. Energizing farm production systems: institutional arrangement for transition to coordinated surplus farmer 32
2. ಕೃಷಿ ಉತ್ಪಾದನೆ ವ್ಯವಸ್ಥೆಗಳಿಗೆ ಜೀವ ತುಂಬುವಿಕೆ: ಪರಿವರ್ತನೆಯಿಂದ ಸಹಯೋಗಿ ಅಧಿಕ ರೈತರುಗಳಿಗೆ ಸಾಂಸ್ಥಿಕ ವ್ಯವಸ್ಥೆ 32
3. Empanelment process 33
3. ಆಯ್ಕೆಪ್ರಕ್ರಿಯೆ 33
4. Outline for diagnostic study 34
4. ತಪಾಸಣೆಯ ಅಧ್ಯಯನಕ್ಕಾಗಿನ ಸ್ಥೂಲವಿವರಣೆ 34
5. Detailed checklist of factors for baseline study 35
5. ಪ್ರಾಥಮಿಕ ಹಂತದ ಅಧ್ಯಯನಕ್ಕಾಗಿ ಅಂಶಗಳ ವಿವರವಾದ ಪರಿಶೀಲನೆ ಪಟ್ಟಿ 35
6. Guidelines for business planning 36
6. ವ್ಯವಹಾರ ಯೋಜನೆ ತಯಾರಿಸಲು ಮಾರ್ಗದರ್ಶಿಗಳು 36
7. Guidelines for by-laws 37
7. ಬೈಲಾಗಳಿಗಾಗಿ ಮಾರ್ಗದರ್ಶಿಗಳು 37
8. Outline for inception report 38
8. ಪ್ರಾರಂಭಿಸುವಿಕೆ ವರದಿಗಾಗಿ ಸ್ಥೂಲವಿವರಣೆ 38
9. Institutional maturity index 39
9. ಪ್ರಾರಂಭಿಸುವಿಕೆ ವರದಿಗಾಗಿ ಸ್ಥೂಲವಿವರಣೆ 39
10. Memorandum of Agreement between promoter organization (concerned State Department/SFAC) and Resource Institution (RI) 40
10. ಪ್ರವರ್ತಕ ಸಂಸ್ಥೆ (ಸಂಬಂಧಿತ ರಾಜ್ಯ ಇಲಾಖೆ/ಎಸ್‌ಎಫ್‌ಎಸಿ) ಮತ್ತು ಸಂಪನ್ಮೂಲ ಸಂಸ್ಥೆ (ಆರ್‌ಐ) ನಡುವೆ ಒಪ್ಪಂದದ ಕರಾರು ಪತ್ರ 40

PART-3: RESOURCE HANDBOOK FOR ESTABLISHING A PRODUCER COMPANY
ಭಾಗ 2: ಸಂಪನ್ಮೂಲ ಕೈಪಿಡಿ ಉತ್ಪಾದಕರ ಕಂಪನಿಯನ್ನು ಸ್ಥಾಪಿಸುವುದಕ್ಕಾಗಿ

Acknowledgement 45
ಸ್ವೀಕೃತಿ 45
Introduction 46
ಪರಿಚಯ 46

CHAPTER 1: PRODUCER COMPANIES – CONCEPT AND PRACTICES
ಅಧ್ಯಾಯ 1: ಉತ್ಪಾದಕರ ಕಂಪನಿಗಳು

1.1 Background 47
1.1 ಹಿನ್ನೆಲೆ 47
1.2 Key Characteristics of Producer Companies 48
1.2 ಉತ್ಪಾದಕರ ಕಂಪನಿಗಳ ಪ್ರಮುಖ ಗುಣಲಕ್ಷಣಗಳು 48
1.3 Experience of ASA in Establishing PCs 49
1.3 ಉತ್ಪಾದಕರ ಕಂಪನಿ ಗಳನ್ನು ಸ್ಥಾಪಿಸುವಲ್ಲಿ ಎಎಸ್‌ಎ ಅನುಭವ 49

CHAPTER 2: INCORPORATION OF A PRODUCER COMPANY

ಅಧ್ಯಾಯ 2: ಉತ್ಪಾದಕ ಕಂಪನಿಗಳ ನಿರ್ಮಾಣ

2.1 How Different Should be the Social Processes While Setting up a PC Vis A Vis A Community Based Organisation (CBO)? 51

2.1 ಸಮುದಾಯ ಆಧಾರಿತ ಸಂಸ್ಥೆ (ಸಿಬಿಒ) ಸ್ಥಾಪನೆಗೆ ಹೋಲಿಸಿದರೆ ಉತ್ಪಾದಕರ ಕಂಪನಿ ಸ್ಥಾಪಿಸುವಾಗ ಇರುವ ಸಾಮಾಜಿಕ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆಗಳು ಹೇಗೆ ವಿಭಿನ್ನವಾಗಿರುತ್ತದೆ? 51

2.2 Whether Primary Cbos (Viz. Shgs, Forest Collectors Group, Water Users Group, Common Interest Group, Etc.) can be Transformed into PC? 52

2.2 ಮೂಲ ಸಿಬಿಒ ಗಳನ್ನು (ಎಸ್‌ಹೆಚ್‌ಜಿಎಸ್, ಫಾರೆಸ್ಟ್ ಕಲೆಕ್ಟರ್‌ಗಳ ಗುಂಪು, ನೀರಿನ ಬಳಕೆದಾರರ ಗುಂಪು, ಸಾಮಾನ್ಯ ಆಸಕ್ತಿಯ ಗುಂಪು, ಇತರವುಗಳನ್ನು) ಉತ್ಪಾದಕರ ಕಂಪನಿ ಉತ್ಪಾದಕರ ಕಂಪನಿ ಯಾಗಿ ಪರಿವರ್ತಿಸಬಹುದೇ? 52

2.3 Whether the Process of Establishing PC is Self Triggered by the Members Themselves or Externally Triggered? 52

2.3 ಉತ್ಪಾದಕರ ಕಂಪನಿಉತ್ಪಾದಕರ ಕಂಪನಿ ಸ್ಥಾಪಿಸುವ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆಯು ಸದಸ್ಯರಿಂದಲೇ ಪ್ರಚೋದನೆ ಪಡೆಯುತ್ತದೆಯೇ ಅಥವಾ ಹೊರಗಿನಿಂದ ಪ್ರಚೋದನೆ ನೀಡಬೇಕಾಗುತ್ತದೆಯೇ? 52

2.3.1 Who Can be the Initiator for Establishing PC 52

2.3.1 ಉತ್ಪಾದಕರ ಕಂಪನಿಉತ್ಪಾದಕರ ಕಂಪನಿ ಸ್ಥಾಪಿಸುವಲ್ಲಿ ಪ್ರಾರಂಭಿಕ ಪಾತ್ರ ಯಾರದ್ದಾಗಿರುತ್ತದೆ? 52

2.4 Preparations for the Formation of a PC 52

2.4 ಉತ್ಪಾದಕರ ಕಂಪನಿಉತ್ಪಾದಕರ ಕಂಪನಿ ನಿರ್ಮಾಣದ ಸಿದ್ಧತೆ 52

2.5 Registration of PCs 54

2.5 ಉತ್ಪಾದಕರ ಕಂಪನಿಉತ್ಪಾದಕರ ಕಂಪನಿ ನೋಂದಣಿ 54

Step 1: Digital Signature Certificate (DSC)

ಹಂತ 1: ಡಿಜಿಟಲ್ ಸಿಗ್ನೇಚರ್ ಸರ್ಟಿಫಿಕೇಟ್ (ಡಿಎಸ್‌ಸಿ)

Step 2: Director Identification Number (DIN)

ಹಂತ 2: ಡೈರೆಕ್ಟರ್ ಐಡೆಂಟಿಫಿಕೇಶನ್ ನಂಬರ್ (ಡಿಐಎನ್)

Step 3: Naming of a Producer Company

ಹಂತ 3: ಉತ್ಪಾದಕರ ಕಂಪನಿಯ ಹೆಸರಿಸುವಿಕೆ

Step 4: Memorandum & Articles of Association

ಹಂತ 4: ಕರಾರು ಸೂಚಿ ಮತ್ತು ಅಸೋಸಿಯೇಶನ್‌ನ ಕಲಂಗಳು

Step 5: Documents to be submitted to the RoC for the Incorporation of Producer Company

ಹಂತ 5: ಉತ್ಪಾದಕ ಕಂಪನಿಯ ಸ್ಥಾಪನೆಗಾಗಿ ಆರ್‌ಒಸಿಗಾಗಿ ಸಲ್ಲಿಸಬೇಕಾದ ದಾಖಲೆಗಳು

Step 6: Certificate of Incorporation

ಹಂತ 6: ಸ್ಥಾಪನೆಯ ಪ್ರಮಾಣಪತ್ರ

Step 7: Tasks to be Completed Immediately after Incorporation of the PC

ಹಂತ 7: ಉತ್ಪಾದಕರ ಕಂಪನಿಉತ್ಪಾದಕರ ಕಂಪನಿ ಸ್ಥಾಪನೆಯ ನಂತರ ಪೂರ್ಣಗೊಳಿಸಬೇಕಾದ ಕಾರ್ಯಗಳು

2.6 Estimated Cost for Incorporation of a Producer Company 56

2.6 ಉತ್ಪಾದಕ ಕಂಪನಿಯ ಸ್ಥಾಪನೆಗಾಗಿ ಅಂದಾಜು ವೆಚ್ಚ 56

CHAPTER 3: ASSESSING THE CAPITAL REQUIREMENTS OF A PRODUCER COMPANY

ಅಧ್ಯಾಯ 3: ಉತ್ಪಾದಕರ ಕಂಪನಿಗಳು ಉತ್ಪಾದಕರ ಕಂಪನಿಯ ಅಗತ್ಯತೆಗಳು

3.1 Assessing the Capital Required for Initial Business Activity 57

3.1 ಪ್ರಾರಂಭಿಕ ವ್ಯವಹಾರ ಚಟುವಟಿಕೆಗೆ ಅಗತ್ಯವಾದ ಬಂಡವಾಳವನ್ನು ಮೌಲ್ಯನಿರ್ಧಾರಣೆ ಮಾಡುವುದು 57

3.2 Management and Office Administration Cost 58

3.2 ನಿರ್ವಹಣೆ ಮತ್ತು ಕಚೇರಿ ಕಾರ್ಯನಿರ್ವಹಣೆಯ ವೆಚ್ಚಗಳು 58

3.3 Cost of Furniture & Fixture 59
3.3 ಪೀಠೋಪಕರಣಗಳು ಮತ್ತು ಚರವಸ್ತುಗಳ ವೆಚ್ಚ 59
3.4 Cost of Infrastructure & Machinery 60
3.4 ಮೂಲಭೂತ ಸೌಕರ್ಯ ಮತ್ತು ಯಾಂತ್ರಿಕ ವೆಚ್ಚ 60
3.5 Training and Capacity-Building of Bods and PC Functionaries 60
3.5 ನಿರ್ದೇಶಕರ ಮಂಡಳಿ ಮತ್ತು ಉತ್ಪಾದಕರ ಕಂಪನಿ ಕಾರ್ಯವ್ಯವಸ್ಥೆಗಳ ತರಬೇತಿ ಮತ್ತು ಸಾಮರ್ಥ್ಯ ವೃದ್ಧಿಸುವಿಕೆ 60

CHAPTER 4: ASSESSMENT OF THE FINANCIAL VIABILITY OF THE BUSINESS OF PRODUCER COMPANIES
ಅಧ್ಯಾಯ 4: ಹಣಕಾಸಿನ ಮೌಲ್ಯಮಾಪನ ಉತ್ಪಾದಕರ ಕಂಪನಿಗಳ ವ್ಯವಹಾರದ ಕಾರ್ಯಸಾಧ್ಯತೆ
4.1 Introduction 61
4.1 ಪರಿಚಯ 61
4.2 The Business Planning Process 61
4.2 ವ್ಯವಹಾರ ಯೋಜನೆ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆ 61
4.3 How to Generate Business Ideas? 61
4.3 ವ್ಯವಹಾರ ಕಲ್ಪನೆಗಳನ್ನು ನಿರ್ಮಾಣ ಮಾಡುವುದು ಹೇಗೆ? 61
4.3.1 Brainstorming in small groups, is the technique that is generally used in generating ideas for new businesses. This process is done in two phases 62
4.3.1 ಚಿಕ್ಕ ಗುಂಪುಗಳಲ್ಲಿ ಹಠಾತ್ ಸ್ಫೂರ್ತಿಯನ್ನು ಮೂಡಿಸುವುದು ಹೊಸ ವ್ಯವಹಾರಗಳಿಗಾಗಿ ಕಲ್ಪನೆಗಳನ್ನು ನಿರ್ಮಾಣ ಮಾಡಲು ಸಾಮಾನ್ಯವಾಗಿ ಬಳಸುವ ಕೌಶಲ್ಯವಾಗಿದೆ. ಪ್ರಕ್ರಿಯೆಯನ್ನು ಎರಡು ಹಂತಗಳಲ್ಲಿ ಮಾಡಲಾಗುತ್ತದೆ: 62
4.3.2 Opportunity and Threat – Analysis & Business Opportunity Identification 62
4.3.2 ಅವಕಾಶ ಮತ್ತು ಅಪಾಯ – ವಿಶ್ಲೇಷಣೆ ಮತ್ತು ವ್ಯವಹಾರ ಅವಕಾಶ ಗುರುತಿಸುವಿಕೆ 62
4.3.3 Risk-Mapping and Management 62
4.3.3 ಅಪಾಯ ಗುರುತಿಸುವಿಕೆ ಮತ್ತು ನಿರ್ವಹಣೆ 62
4.4 Marketing Plan 63
4.4 ಮಾರ್ಕೆಟಿಂಗ್ ಯೋಜನೆ 63
4.4.1 Choosing a Marketing Strategy 64
4.4.1 ಮಾರ್ಕೆಟಿಂಗ್ ಕಾರ್ಯನೀತಿಯನ್ನು ಆಯ್ಕೆಮಾಡಿಕೊಳ್ಳುವುದು 64
4.4.2 Positioning Strategy 64
4.4.2 ಉತ್ಪನ್ನ ನೆಲೆಗೊಳಿಸುವಿಕೆ ಕಾರ್ಯನೀತಿ 64
4.4.3 Basis of Positioning 64
4.4.3 ನೆಲೆಗೊಳಿಸುವಿಕೆಯ ಮೂಲಭೂತ ಅಂಶಗಳು 64
4.4.4 Strategies Based on Price and Promotion 64
4.4.4 ದರ ಮತ್ತು ಪ್ರಚಾರವನ್ನು ಆಧರಿಸಿ ಕಾರ್ಯನೀತಿಗಳು 64
4.4.5 The PC's Marketing Plan 66
4.4.5 ಉತ್ಪಾದಕರ ಕಂಪನಿ ಯ ಮಾರ್ಕೆಟಿಂಗ್ ಯೋಜನೆ 66
4.5 Financial Plan 70
4.5 ಹಣಕಾಸು ಯೋಜನೆ 70
4.5.1 What is a 'Budget'? 70
4.5.1 'ಬಜೆಟ್' ಎಂದರೇನು? 70
4.5.2 What is Working Capital? 70
4.5.2 ಕಾರ್ಯನಿರ್ವಹಣೆ ಬಂಡವಾಳವೆಂದರೇನು? 70

4.5.3 How to Prepare a Budget? 71

4.5.3 ಬಜೆಟ್ ಅನ್ನು ಹೇಗೆ ತಯಾರಿಸುವುದು? 71

4.5.4 Break-even Analysis 71

4.5.4 ಲಾಭಗಳು ನಷ್ಟಗಳಿಗೆ ಸಮನಾಗಿರುವ ವಿಶ್ಲೇಷಣೆ 71

4.5.5 Sources of Finance 72

4.5.5 ಹಣಕಾಸಿನ ಮೂಲಗಳು 72

4.5.6 What is Interest? What are the Various Ways of Calculating Interest? 72

4.5.6 ಬಡ್ಡಿ ಎಂದರೇನು? ಬಡ್ಡಿಯನ್ನು ಲೆಕ್ಕಾಚಾರ ಮಾಡುವ ವಿವಿಧ ವಿಧಾನಗಳು ಯಾವವು? 72

4.5.7 What is Net Present Value (or NPV)? 73

4.5.7 ನೆಟ್ ಪ್ರೆಸೆಂಟ್ ವ್ಯಾಲ್ಯೂ (ಅಥವಾ ಎನ್‌ಪಿವಿ) ಎಂದರೇನು? 73

4.5.8 What is an Internal Rate of Return? 76

4.5.8 ಇಂಟರ್ನಲ್ ರೇಟ್ ಆಫ್ ರಿಟರ್ನ್ ಎಂದರೇನು? 76

4.5.9 Cash Flow Statement 76

4.5.9 ಕ್ಯಾಷ್ ಫ್ಲೋ ಸ್ಟೇಟ್‌ಮೆಂಟ್ 76

4.5.10 Sensitivity Analysis 79

4.5.10 ಸೆನ್ಸಿಟಿವಿಟಿ ವಿಶ್ಲೇಷಣೆ 79

4.6 Writing a Business Plan 79

4.6 ವ್ಯವಹಾರ ಯೋಜನೆ ಬರೆಯುವಿಕೆ 79

4.6.1 What is a Business Plan? 79

4.6.1 ವ್ಯವಹಾರ ಯೋಜನೆ ಎಂದರೇನು? 79

4.6.2 What are the Elements of a Business Plan? 80

4.6.2 ವ್ಯವಹಾರ ಯೋಜನೆಯ ಘಟಕಗಳು ಯಾವವು? 80

4.6.3 Tips on Writing a Business Plan 80

4.6.3 ??? 80

4.6.4 Suggested Outline of a Business Plan 80

4.6.4 ವ್ಯವಹಾರ ಯೋಜನೆಯ ಸೂಚಿತ ಸ್ಥೂಲವಿವರಣೆ 80

CHAPTER 5: ASSESSING INSTITUTIONAL PERFORMANCE OF PRODUCER COMPANY

ಅಧ್ಯಾಯ 5: ಉತ್ಪಾದಕರ ಕಂಪನಿಯ ಸಾಂಸ್ಥಿಕ ಕಾರ್ಯನಿರ್ವಹಣೆಯನ್ನು ಮೌಲ್ಯಮಾಪನ ಮಾಡುವಿಕೆ

5.1 Framework of Participatory Assessment of Institutional Performance of PC 82

5.1 ಉತ್ಪಾದಕರ ಕಂಪನಿ ಸಾಂಸ್ಥಿಕ ಕಾರ್ಯನಿರ್ವಹಣೆಯ ಭಾಗವಹಿಸುವಿಕೆ ಮೌಲ್ಯಮಾಪನದ ಚೌಕಟ್ಟು 82

Additional Resources 83

ಹೆಚ್ಚುವರಿ ಸಂಪನ್ಮೂಲಗಳು 83

LIST OF ACRONYMS

1	AGM	Annual General Meeting
2	AoA	Articles of Association
3	APMC	Agricultural Produce Market Committee
4	ASA	Action for Social Advancement
5	BF	Business Facilitator
6	BoD	Board of Directors
7	CA	Chartered Accountant
8	CB	Capacity Building
9	CBO	Community Based Organization
10	CEO	Chief Executive Officer
11	CIG	Common Interest Group
12	CS	Company Secretaries
13	DAC	Department of Agriculture and Cooperation
14	DIN	Director Identification Number
15	DPR	Detailed Project Report
16	DSC	Digital Signature Certificate
17	DSCR	Debt Service Coverage Raito
18	EOY	End of Year
19	FAO	Food and Agriculture Organization
20	FCI	Food Corporation of India
21	FFB	Farmers Field Book
22	FG	Farmer Group
23	FIG	Farmer Interest Group
24	FPC	Farmer Producer Company
25	FPO	Farmer Producer Organization
26	GB	General Body
27	GoI	Government of India
28	GoMP	Government of Madhya Pradesh
29	HR	Human Resource
30	IFAD	International Fund for Agriculture Development
31	IFPRI	International Food Policy Research Institute
32	INM	Integrated Nutrient Management
33	IPM	Integrated Pest Management
34	IPP	Integrated Plant Protection
35	IRR	Internal Rate Of Return
36	IT	Income Tax
37	KCC	Kisan Credit Cards
38	LF	Lead Farmer
39	LS	Lumpsum
40	LPO	Livelihood Promotion Organisation

ಸಂಕ್ಷಿಪ್ತಾಕ್ಷರಗಳ ಪಟ್ಟಿ

1	(AGM)	ವಾರ್ಷಿಕ ಸಾಮಾನ್ಯ ಸಭೆ
2	(AoA)	ಅಸೋಸಿಯೇಶನ್ ನಿಯಮಗಳು
3	(APMC)	ಕೃಷಿ ಉತ್ಪನ್ನ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಸಮಿತಿ
4	(ASA)	ಸಾಮಾಜಿಕ ಸುಧಾರಣೆಗಾಗಿನ ಕ್ರಮ
5	(BF)	ವ್ಯವಹಾರ ಫೆಸಿಲಿಟೇಟರ್
6	(BoD)	ಮಂಡಳಿ ನಿರ್ದೇಶಕರುಗಳು
7	(CA)	ಚಾರ್ಟರ್ಡ್ ಅಕೌಂಟೆಂಟ್
8	(CB)	ಕೆಪ್ಯಾಸಿಟಿ ಬಿಲ್ಡಿಂಗ್
9	(CBO)	ಸಮುದಾಯ ಆಧಾರಿತ ಸಂಸ್ಥೆ
10	(CEO)	ಮುಖ್ಯ ಕಾರ್ಯನಿರ್ವಹಣಾಧಿಕಾರಿ
11	(CIG)	ಸಾಮಾನ್ಯ ಆಸಕ್ತಿಯ ಗುಂಪು
12	(CS)	ಕಂಪನಿ ಸೆಕ್ರೆಟರಿಗಳು
13	(DAC)	ಕೃಷಿ ಮತ್ತು ಸಹಕಾರ ಇಲಾಖೆ
14	(DIN)	ಡೈರೆಕ್ಟರ್ ಐಡೆಂಟಿಫಿಕೇಶನ್ ಸಂಖ್ಯೆ
15	(DPR)	ವಿವರಪೂರ್ಣ ಯೋಜನಾ ವರದಿ
16	(DSC)	ಡಿಜಿಟಲ್ ಸಹಿ ಪ್ರಮಾಣಪತ್ರ
17	(DSCR)	ಡೆಬಿಟ್ ಸರ್ವೀಸ್ ಕವರೇಜ್ ಪರಿಮಾಣ
18	(EoY)	ವರ್ಷದ ಅಂತ್ಯ
19	(FAO)	ಆಹಾರ ಮತ್ತು ಕೃಷಿ ಸಂಸ್ಥೆ
20	(FCI)	ಭಾರತೀಯ ಆಹಾರ ಕಾರ್ಪೊರೇಶನ್
21	(FFB)	ಕೃಷಿಕರ ಕ್ಷೇತ್ರ ಬ್ಯಾಂಕ್
22	(FG)	ಕೃಷಿಕರ ಗುಂಪು
23	(FIG)	ಕೃಷಿಕರ ಹಿತಾಸಕ್ತಿಯ ಗುಂಪು
24	(FPC)	ಕೃಷಿ ಉತ್ಪಾದಕರ ಕಂಪನಿ
25	(FPO)	ಕೃಷಿ ಉತ್ಪಾದಕರ ಸಂಸ್ಥೆ
26	(GB)	ಸಾಮಾನ್ಯ ಸಭೆ
27	(GoI)	ಭಾರತ ಸರ್ಕಾರ
28	(GoMP)	ಮಧ್ಯಪ್ರದೇಶ ಸರ್ಕಾರ
29	(HR)	ಮಾನವ ಸಂಪನ್ಮೂಲ
30	(IFAD)	ಕೃಷಿ ಅಭಿವೃದ್ಧಿಗಾಗಿನ ಅಂತರಾಷ್ಟ್ರೀಯ ನಿಧಿ
31	(IFPRI)	ಅಂತರಾಷ್ಟ್ರೀಯ ಆಹಾರ ನೀತಿ ಸಂಶೋಧನಾ ಸಂಸ್ಥೆ
32	(INM)	ಇಂಟೆಗ್ರೇಡೆಟ್ ನ್ಯೂಟ್ರಿಯೆಂಟ್ ಮ್ಯಾನೇಜ್‌ಮೆಂಟ್
33	(IPM)	ಇಂಟೆಗ್ರೇಟೆಡ್ ಪೆಸ್ಟ್ ಮ್ಯಾನೇಜ್‌ಮೆಂಟ್
34	(IPP)	ಇಂಟೆಗ್ರೇಟೆಡ್ ಪ್ಲಾಂಟ್ ಪ್ರೊಟೆಕ್ಷನ್
35	(IRR)	ಇಂಟರ್ನಲ್ ರೇಟ್ ಆಫ್ ರಿಟರ್ನ್
36	(IT)	ಆದಾಯ ತೆರಿಗೆ
37	(KCC)	ಕಿಸಾನ್ ಕ್ರೆಡಿಟ್ ಕಾರ್ಡ್‌ಗಳು
38	(LF)	ಮುಂದಾಳು ರೈತ
39	(LS)	ಲಂಪ್‌ಸಮ್
40	(LPO)	ಲೈವ್‌ಲೀಪುಡ್ ಪ್ರಮೋಷನ್ ಆರ್ಗನೈಸೇಶನ್

41	LRP	Local Resource Persons
42	MACS	Mutually Aided Cooperative Societies Act
43	MADP	Medicinal, Aromatic and Natural Dye Plant Programme
44	MCA	Ministry of Corporate Affairs
45	MIS	Management Information System
46	MoA	Memorandum of Association
47	MoU	Memorandum of Understanding
48	MS Excel	Microsoft Excel
49	MSP	Minimum Support Price
50	NABARD	National Bank for Agriculture and Rural Development
51	NAFED	National Agriculture Cooperative Federation
52	NCDC	National Cooperative Development Corporation
53	NGO	Non-governmental organization
54	NPV	Net Present Value
55	NVIUC	National Vegetable Initiative for Urban Cluster
56	O/T Analysis	Opportunites & Threats
57	OD	Organisational Development
58	PAN	Permanent Account Number
59	PC	Producer Companies
60	PC*	Personal Computer
61	PC**	Procurement Centre
62	PRADAN	Professional Assistance for Development Action
63	PV	Present Value
64	RFP	Request for Proposal
65	RI	Resource Institution
66	RKVY	Rashtriya Krishi Vikas Yojana (RKVY)
67	RoC	Registrar of Company
68	S/W Analysis	Strengths and Weaknesses
69	SHG	Self Help Group
70	SHT	Spearhead Team
71	SLSC	State Level Sanction Committee
72	SMS	Short Message Service
73	SWOT	Strength, Weakness, Opportunity & Threats
74	TDS	Tax Deducted at Source
75	TIN	Tax Information Network
76	ToR	Terms of Reference
77	VAT	Value Added Tax
77	WHR	Warehouse Receipts
79	WUG	Water Users Groups

41	(LRP)	ಸ್ಥಳೀಯ ಸಂಪನ್ಮೂಲ ವ್ಯಕ್ತಿಗಳು
42	(MACS)	ಮ್ಯೂಚುವಲಿ ಏಡೆಡ್ ಕೋಆಪರೇಟಿವ್ ಸೊಸೈಟೀಸ್ ಆಕ್ಟ್
43	(MADP)	ಮೆಡಿಸಿನಲ್, ಆರೋಮ್ಯಾಟಿಕ್ ಎಂಡ್ ನ್ಯಾಚುರಲ್ ಡೈ ಪ್ಲಾಂಟ್ ಪ್ರೋಗ್ರಾಂ
44	(MCA)	ಕಾರ್ಪೊರೇಟ್ ವ್ಯವಹಾರಗಳ ಸಚಿವಾಲಯ
45	(MIS)	ಮ್ಯಾನೇಜ್‌ಮೆಂಟ್ ಇನ್‌ಫಾರ್ಮೇಶನ್ ಸಿಸ್ಟಮ್
46	(MoA)	ಒಡಂಬಡಿಕೆಯ ಕರಾರು
47	(MoU)	ಅರ್ಥಮಾಡಿಕೊಳ್ಳುವ ಕರಾರು
48	(MS Excel)	ಮೈಕ್ರೋಸಾಫ್ಟ್ ಎಕ್ಸೆಲ್
49	(MSP)	ಕನಿಷ್ಠ ಬೆಂಬಲ ಬೆಲೆ
50	(NABARD)	ಕೃಷಿ ಮತ್ತು ಗ್ರಾಮೀಣಾಭಿವೃದ್ಧಿಗಾಗಿನ ರಾಷ್ಟ್ರೀಯ ಬ್ಯಾಂಕ್
51	(NAFED)	ರಾಷ್ಟ್ರೀಯ ಕೃಷಿ ಸಹಕಾರಿ ಫೆಡರೇಶನ್
52	(NCDC)	ರಾಷ್ಟ್ರೀಯ ಸಹಕಾರಿ ಅಭಿವೃದ್ಧಿ ಕಾರ್ಪೊರೇಶನ್
53	(NGO)	ಸರ್ಕಾರೇತರ ಸಂಸ್ಥೆ
54	(NPV)	ನೆಟ್ ಪ್ರೆಸೆಂಟ್ ವ್ಯಾಲ್ಯೂ
55	(NVIUC)	ನ್ಯಾಷನಲ್ ವೆಜೆಟೇಬಲ್ ಇನಿಷಿಯೇಟಿವ್ ಫಾರ್ ಅರ್ಬಲ್ ಕ್ಲಸ್ಟರ್
56	(O/T Analysis)	ಅವಕಾಶಗಳು ಮತ್ತು ಅಪಾಯಗಳು
57	(OD)	ಸಾಂಸ್ಥಿಕ ಅಭಿವೃದ್ಧಿ
58	(PAN)	ಪರ್ಮನೆಂಟ್ ಅಕೌಂಟ್ ನಂಬರ್
59	(PC)	ಉತ್ಪಾದಕರ ಕಂಪನಿಗಳು
60	(PC*)	ಪರ್ಸನಲ್ ಕಂಪ್ಯೂಟರ್
61	(PC**)	ಪ್ರೊಕ್ಯೂರ್‌ಮೆಂಟ್ ಸೆಂಟರ್
62	(PRADAN)	ಅಭಿವೃದ್ಧಿ ಕ್ರಮಕ್ಕಾಗಿ ವೃತ್ತಿಪರ ಸಹಾಯ
63	(PV)	ಪ್ರೆಸೆಂಟ್ ವ್ಯಾಲ್ಯೂ
64	(RFP)	ಪ್ರಸ್ತಾಪಕ್ಕಾಗಿ ವಿನಂತಿ
65	(RI)	ಸಂಪನ್ಮೂಲ ಸಂಸ್ಥೆ
66	(RKVY)	ರಾಷ್ಟ್ರೀಯ ಕೃಷಿ ವಿಕಾಸ್ ಯೋಜನಾ (RKVY)
67	(RoC)	ರಿಜಿಸ್ಟ್ರಾರ್ ಆಫ್ ಕಂಪನಿ
68	(S/W Analysis)	ಸಾಮರ್ಥ್ಯಗಳು ಮತ್ತು ದುರ್ಬಲತೆಗಳು
69	(SHG)	ಸ್ವಯಂ ಸಹಾಯ ಗುಂಪು
70	(SHT)	ಸ್ಪಿಯರ್‌ಹೆಡ್ ಟೀಮ್
71	(SLSC)	ರಾಜ್ಯ ಮಟ್ಟದ ಅನುದಾನ ಸಮಿತಿ
72	(SMS)	ಶಾರ್ಟ್ ಮೆಸೇಜ್ ಸರ್ವೀಸ್
73	(SWOT)	ಸಾಮರ್ಥ್ಯ, ದುರ್ಬಲತೆಗಳು, ಅವಕಾಶ ಮತ್ತು ಅಪಾಯಗಳು
74	(TDS)	ಮೂಲದಲ್ಲಿ ತೆರಿಗೆ ಕಡಿತ
75	(TIN)	ಟ್ಯಾಕ್ಸ್ ಇನ್‌ಫಾರ್ಮೇಶನ್ ನೆಟ್‌ವರ್ಕ್
76	(ToR)	ಟರ್ಮ್ಸ್ ಆಫ್ ರೆಫೆರೆನ್ಸ್
77	(VAT)	ಮೌಲ್ಯವರ್ಧಿತ ತೆರಿಗೆ
78	(WHR)	ವೇರ್‌ಹೌಸ್ ಸ್ವೀಕೃತಿಗಳು
79	(WUG)	ನೀರು ಬಳಕೆದಾರರ ಗುಂಪುಗಳು

NATIONAL POLICY

for the Promotion of
Farmer Producer Organisations

ರಾಷ್ಟ್ರೀಯ ನೀತಿ

ರೈತೋತ್ಪಾದಕ ಸಂಸ್ಥೆಗಳ
ಉತ್ತೇಜನಕ್ಕಾಗಿ

NATIONAL POLICY

FOR THE PROMOTION OF FARMER PRODUCER ORGANISATIONS

PREAMBLE

Collectivization of producers, especially small and marginal farmers, into producer organisations has emerged as one of the most effective pathways to address the many challenges of agriculture but most importantly, improved access to investments, technology and inputs and markets. Department of Agriculture and Cooperation, Ministry of Agriculture, Govt. of India has identified farmer producer organisation registered under the special provisions of the Companies Act, 1956 as the most appropriate institutional form around which to mobilize farmers and build their capacity to collectively leverage their production and marketing strength.

This policy document is meant to serve as a reference and guide to Central and State Government agencies which seek to promote and support Farmer Producer Organisations, especially producer companies and link them to benefits under various programmes and schemes of the Central and State Governments.

1. **VISION:** To build a prosperous and sustainable agriculture sector by promoting and supporting member-owned Producer Organisations, that enable farmers to enhance productivity through efficient, cost-effective and sustainable resource use and realize higher returns for their produce, through collective action supported by the government, and fruitful collaboration with academia, research agencies, civil society and the private sector.

2. MISSION

2.1 To promote economically viable, democratic, and self governing Farmer Producer Organisations (FPOs)

2.2 To provide support for the promotion of such FPOs by qualified and experienced Resource Institutions (RIs).

2.3 To provide the required assistance and resources – policy action, inputs, technical knowledge, financial resources, and infrastructure – to strengthen these FPOs.

2.4 To remove hurdles in enabling farmers access the markets through their FPOs, both as buyers and sellers.

2.5 To create an enabling policy environment for investments in FPOs to leverage their collective production and marketing power.

3. SCOPE AND COVERAGE

3.1 The provisions of this Policy will apply equally to FPOs already registered either under the Companies Act and under various central and state cooperative society laws and those FPOs which will be registered subsequent to the issue of this Policy.

3.2 The main qualifying criterion for an FPO to attract benefits under various schemes and programmes of the Central and State Governments is that it must be a body registered and administered by farmers and the organisation must be focused on activities in the agriculture and allied sectors.

4. SUPPORT FOR PROMOTION OF FPOs

4.1 The formation and development of FPOs will be actively encouraged and supported by the Central and State Governments and their agencies, using financial resources from various Centrally-sponsored and State-funded schemes in the agriculture sector agencies. This goal will be achieved by creating a coalition of partners by the concerned promoter body, involving civil society institutions, research organisations, consultants, private sector players and any other entity which can contribute to the development of strong and

PART ONE

ರಾಷ್ಟ್ರೀಯ ನೀತಿ

ರೈತೋತ್ಪಾದಕ ಸಂಸ್ಥೆಗಳ ಉತ್ತೇಜನಕ್ಕಾಗಿ

ಪ್ರಸ್ತಾವನೆ

ಮುಖ್ಯವಾಗಿ ಸಣ್ಣ ಮತ್ತು ಅತೀ ಸಣ್ಣ ಪ್ರಮಾಣದ ರೈತರುಗಳನ್ನು ಒಳಗೊಂಡ ಉತ್ಪಾದಕರುಗಳನ್ನು ಉತ್ಪಾದಕ ಸಂಸ್ಥೆಗಳಾಗಿ ಒಟ್ಟುಗೂಡಿಸುವುದು ರೈತರ ಬಹುಮಟ್ಟಿನ ಸವಾಲುಗಳನ್ನು ಪರಿಹರಿಸಲು ಹೆಚ್ಚು ಪರಿಣಾಮಕಾರಿಯಾದ ವಿಧಾನಗಳಲ್ಲಿ ಒಂದಾಗಿದೆ. ಮುಖ್ಯವಾಗಿ ಇದು ಹೂಡಿಕೆಗಳಿಗೆ, ತಂತ್ರಜ್ಞಾನ, ಸಲಹೆ ಮತ್ತು ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳಿಗೆ ಹೆಚ್ಚಿನ ಮುಕ್ತ ಅವಕಾಶವನ್ನು ಒದಗಿಸುತ್ತದೆ. ಭಾರತ ಸರ್ಕಾರದ ಕೃಷಿ ಇಲಾಖೆಯ ಕೃಷಿ ಮತ್ತು ಸಹಕಾರ ಇಲಾಖೆಯು ರೈತರನ್ನು ಒಟ್ಟುಗೂಡಿಸಲು ಮತ್ತು ಅವರ ಉತ್ಪಾದನೆ ಮತ್ತು ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಸಾಮರ್ಥ್ಯದ ಪ್ರಯೋಜನವನ್ನು ಒಟ್ಟಾರೆಯಾಗಿ ಪಡೆದುಕೊಳ್ಳುವುದಕ್ಕಾಗಿ ಅವರ ಸಾಮರ್ಥ್ಯವನ್ನು ವೃದ್ಧಿಸಲು, ಕಂಪನಿಗಳ ಕಾಯಿದೆ 1952 ರ ನಿಬಂಧನೆಗಳ ಅಡಿಯಲ್ಲಿ ನೋಂದಾಯಿತವಾದ ರೈತೋತ್ಪಾದಕರ ಸಂಸ್ಥೆಯನ್ನು ಹೆಚ್ಚು ಸೂಕ್ತವಾದ ಸಂಸ್ಥೆಯಾಗಿ ಗುರುತಿಸಿದೆ.

ಈ ನೀತಿ ದಾಖಲೆಯು ರಾಜ್ಯ ಮತ್ತು ಕೇಂದ್ರ ಸರ್ಕಾರದ ಏಜೆನ್ಸಿಗಳಿಗೆ ಒಂದು ಉಲ್ಲೇಖವಾಗಿರುವುದರ ಜೊತೆಗೆ ಮಾರ್ಗದರ್ಶಿಯಾಗಿ ಕೆಲಸ ಮಾಡುತ್ತದೆ. ಈ ಏಜೆನ್ಸಿಗಳು ರೈತೋತ್ಪಾದಕ ಸಂಸ್ಥೆಗಳನ್ನು ಅದರಲ್ಲೂ ಪ್ರಮುಖವಾಗಿ ಉತ್ಪಾದಕ ಕಂಪನಿಗಳನ್ನು ಉತ್ತೇಜಿಸಲು ಮತ್ತು ಅದಕ್ಕೆ ಬೆಂಬಲ ನೀಡಲು ಮತ್ತು ರಾಜ್ಯ ಮತ್ತು ಕೇಂದ್ರ ಸರ್ಕಾರದ ವಿವಿಧ ಯೋಜನೆಗಳ ಪ್ರಯೋಜನಗಳಿಗೆ ಒದಗಿಸಲು ಕಾರ್ಯನಿರ್ವಹಿಸುತ್ತವೆ.

1. ದೂರದೃಷ್ಟಿ: ಉಜ್ವಲವಾದ ಮತ್ತು ಸಮರ್ಥನೀಯವಾದ ಸೇವೆ ಸಲ್ಲಿಸುವಂತಹ ಕೃಷಿ ಕ್ಷೇತ್ರದ ನಿರ್ಮಾಣಕ್ಕಾಗಿ ಪ್ರತಿ ಸದಸ್ಯರ ಮಾಲೀಕತ್ವದ ಉತ್ಪಾದಕ ಸಂಸ್ಥೆಗ ಳನ್ನು ಉತ್ತೇಜಿಸು ವುದು ಹಾಗೂ ಬೆಂಬಲಿಸುವುದು. . ಇದು ರೈತರಿಗೆ ಪರಿಣಾಮಕಾರಿಯಾದ, ಕಡಿಮೆ ವೆಚ್ಚದ ಮತ್ತು ಸಮರ್ಥನೀಯವಾದ ಸಂಪನ್ಮೂಲದ ಬಳಕೆ ಮಾಡಿಕೊಳ್ಳಲು ರೈತರನ್ನು ಸಕ್ರಿಯರನ್ನಾಗಿಸುವ ಜೊತೆಗೆ ಸರ್ಕಾರದ ಬೆಂಬಲ ಮತ್ತು ಸಂಘಗಳು, ಸಂಶೋಧನಾ ಸಂಸ್ಥೆಗಳು, ನಾಗರಿಕ ಸೊಸೈಟಿ ಮತ್ತು ಖಾಸಗಿ ಕ್ಷೇತ್ರದೊಂದಿಗಿನ ಸಹಯೋಗದೊಂದಿಗೆ ಅವರ ಉತ್ಪನ್ನಗಳಿಗೆ ಅಧಿಕ ಲಾಭಗಳನ್ನು ಪಡೆದುಕೊಳ್ಳಲು ನೆರವಾಗುತ್ತದೆ.

2. ಉದ್ದೇಶಗಳು

2.1 ಆರ್ಥಿಕವಾಗಿ ಯೋಗ್ಯವಾದ, ಪ್ರಜಾಸತ್ತಾತ್ಮಕವಾದ ಮತ್ತು ಸ್ವಯಂ ನಿಯಂತ್ರಣ ಹೊಂದಿದ ರೈತೋತ್ಪಾದಕ ಸಂಸ್ಥೆಗಳನ್ನು (ಎಫ್‌ಪಿಓಗಳು) ಉತ್ತೇಜಿಸುವುದು.

2.2 ಅರ್ಹ ಮತ್ತು ಅನುಭವಿ ಸಂಪನ್ಮೂಲ ಸಂಸ್ಥೆಗಳಿಂದ (ಆರ್‌ಐಗಳು) ಎಫ್‌ಪಿಓಗಳ ಉತ್ತೇಜನಕ್ಕಾಗಿ ಬೆಂಬಲವನ್ನು ಒದಗಿಸುವುದು.

2.3 ಈ ರೈತ ಉತ್ಪಾದಕ ಸಂಸ್ಥೆಗಳನ್ನು (ಎಫ್‌ಪಿಓಗಳನ್ನು) ಬಲಗೊಳಿಸಲು ಅಗತ್ಯ ಸಹಾಯ ಮತ್ತು ಸಂಪನ್ಮೂಲಗಳನ್ನು ಜೊತೆಗೆ ನೀತಿ ಕ್ರಿಯೆಯನ್ನು, ಸಲಹೆಗಳನ್ನು, ತಾಂತ್ರಿಕ ಜ್ಞಾನವನ್ನು, ಹಣಕಾಸು ಸಂಪನ್ಮೂಲಗಳನ್ನು ಮತ್ತು ಮೂಲಭೂತ ಸೌಕರ್ಯವನ್ನು ಒದಗಿಸುವುದು.

2.4 ಖರೀದಿದಾರರು ಮತ್ತು ಮಾರಾಟಗಾರರಾಗಿ ರೈತರಿಗೆ ಅವರ ಎಫ್‌ಪಿಓಗ ಳ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯನ್ನು ತಲುಪಲು ಅವರಿಗಿರುವ ಅಡಚಣೆಗಳನ್ನು ತೆಗೆದುಹಾಕುವುದು./ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ತಲುಪುವಲ್ಲಿ ಹಲವಾರು ಅಡಚಣೆಗಳನ್ನು ರೈತರು ಅನುಭವಿಸುತ್ತಿದ್ದಾರೆ, ಈ ಎಫ್‌ಪಿಓಗಳ ಮುಖಾಂತರ ಖರೀದಿದಾರರಾಗಿ ಮತ್ತು ಮಾರಾಟಗಾರರಾಗಿ ಅವೆಲ್ಲವುಗಳನ್ನು ತೆಗೆದುಹಾಕಬಹುದಾಗಿದೆ.

2.5 ಒಟ್ಟಾರೆ ಉತ್ಪಾದನೆ ಮತ್ತು ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಸಾಮರ್ಥ್ಯವನ್ನು ಹೆಚ್ಚಿನ ಪ್ರಮಾಣದಲ್ಲಿ ಬಳಸಿಕೊಳ್ಳಲು ಎಫ್‌ಪಿಓಗಳಲ್ಲಿ ಹೂಡಿಕೆಗಳನ್ನು ಮಾಡುವಂತೆ ನೀತಿ ಪರಿಸರವನ್ನು ರೂಪಿಸುವುದು.

3. ಧ್ಯೇಯ ಮತ್ತು ವ್ಯಾಪ್ತಿ

3.1 ಎಫ್‌ಪಿಓಗಳಿಗೆ ನೀತಿ ಕಟ್ಟುಪಾಡುಗಳು ಈಗಾಗಲೇ ಕಂಪನಿಯ ಕಾಯಿದೆಯ ಅಡಿಯಲ್ಲಿ ಹಾಗೂ ವಿವಿಧ ಕೇಂದ್ರ ಮತ್ತು ರಾಜ್ಯ ಸಹಕಾರಿ ಸೊಸೈಟಿಯ ಕಾನೂನುಗಳಲ್ಲಿ ಈಗಾಗಲೇ ನೋಂದಾಯಿತವಾಗಿರುವ ಮತ್ತು ಈ ನೀತಿಯು ಜಾರಿಗೊಂಡ ನಂತರ ನೋಂದಾಯಿತವಾಗುವ ಎಲ್ಲವುಗಳಿಗೂ ಸಮಾನವಾಗಿ ಅನ್ವಯಿಸುತ್ತದೆ.

3.2 ಕೇಂದ್ರಮತ್ತುರಾಜ್ಯಸರ್ಕಾರಗಳವಿವಿಧಯೋಜನೆಗಳುಮತ್ತು ಕಾರ್ಯಕ್ರಮಗಳ ಪ್ರಯೋಜನಗಳನ್ನು ಪಡೆದುಕೊಳ್ಳಲು ಎಫ್‌ಪಿಓಗಳಿಗೆ ಮುಖ್ಯ ಅರ್ಹತೆಯ ಮಾನದಂಡವೆಂದರೆ ಅವು ರೈತರಿ ರಿಂದ ನೋಂದಾಯಿತವಾಗಿರುವ ಮತ್ತು ನಿರ್ವಹಣೆ ಮಾಡಲ್ಪಡುತ್ತಿರುವ ಸಂಸ್ಥೆಯಾಗಿರಬೇಕು ಮತ್ತು ಸಂಸ್ಥೆಯು ಕೃಷಿ ಮತ್ತು ಸಂಬಂಧಿತ ಕ್ಷೇತ್ರಗಳ ಚಟುವಟಿಕೆಗಳ ಮೇಲೆ ಕೇಂದ್ರೀಕೃತವಾಗಿರಬೇಕು.

4. ಎಫ್‌ಪಿಓಗಳ ಉತ್ತೇಜನಕ್ಕಾಗಿ ಬೆಂಬಲ

4.1 ಎಫ್‌ಪಿಓಗಳ ರಚನೆ ಮತ್ತು ಅಭಿವೃದ್ಧಿಯನ್ನು ಕೃಷಿ ಕ್ಷೇತ್ರದ ಏಜೆನ್ಸಿಗಳಲ್ಲಿನ ವಿವಿಧ ಕೇಂದ್ರ ಮತ್ತು ರಾಜ್ಯ ಸರ್ಕಾರದ ಧನ ಸಹಾಯದಿಂದ ಆರ್ಥಿಕ ಸಂಪನ್ಮೂಲಗಳನ್ನು ಬಳಸಿಕೊಂಡು ಕೇಂದ್ರ ಮತ್ತು ರಾಜ್ಯ ಸರ್ಕಾರಗಳು ಮತ್ತು ಅವುಗಳ ಏಜೆನ್ಸಿಗಳು ಸಕ್ರಿಯವಾಗಿ ಬೆಂಬಲಿಸುತ್ತವೆ. ಈ ಗುರಿಯನ್ನು ನಾಗರಿಕ ಸಮಾಜ ಸಂಸ್ಥೆಗಳು, ಸಂಶೋಧನಾ ಸಂಸ್ಥೆಗಳು, ಸಲಹಾ ಸಂಸ್ಥೆಗಳು, ಖಾಸಗಿ ಕ್ಷೇತ್ರದ ಸಂಸ್ಥೆಗಳು ಮತ್ತು ದೃಢವಾದ ಮತ್ತು ಕಾರ್ಯರೂಪಕ್ಕೆ ಬರುವ ಉತ್ಪಾದಕರ

viable producer owned FPOs.

4.2 Detailed guidelines for the promotion of FPOs, including methodology of selecting RIs, budgets and registration processes are annexed to this Policy. These are meant to guide the Central and State Government agencies engaged in FPO promotion and provide a detailed roadmap to achieve the vision of building FPOs, especially if funds under Central schemes are being used to promote FPOs. However, State Governments are free to develop their own independent guidelines to support FPOs if they are using. State budgetary funds for the same.

5. ROLE OF CENTRAL GOVERNMENT INSTITUTIONS IN SUPPORTING FPOs

5.1 Department of Agriculture and Cooperation (DAC), Ministry of Agriculture, Govt. of India will act as the nodal agency for the development and growth of FPOs.

5.2 Small Farmers' Agribusiness Consortium (SFAC), a Society under DAC, will be the designated agency of DAC to act as a single-window for technical support, training needs, research and knowledge management and to create linkages to investments, technology and markets. SFAC will provide all- round support to State Governments, FPOs and other entities engaged in promotion and development of FPOs. In particular, SFAC will create sustainable linkages between FPOs and inputs suppliers, technology providers, extension and research agencies and marketing and processing players, both in the public and private sectors.

5.3 The mandate of National Cooperative Development Corporation (NCDC) will be expanded to include FPOs in the list of eligible institutions which receive support under the various programmes of the Corporation.

5.4 NAFED will take steps to include FPOs in the list of eligible institutions which act on its behalf to undertake price support purchase operations.

5.5 DAC will work with Food Corporation of India (FCI) and State Governments to encourage them to include FPOs as procurement agencies under the Minimum Support Price (MSP) procurement operations for various crops.

5.6 DAC and its designated agencies will work with NABARD and other financial institutions to direct short and medium term credit for working capital and infrastructure investment needs of FPOs. DAC will also work with all relevant stakeholders to achieve 100% financial inclusion for members of FPOs and link them to Kisan Credit Cards.

5.7 DAC will work with Ministry of Corporate Affairs and other stakeholders to further clarify and strengthen provisions of the law relating to the registration, management and regulation of FPOs with a view to fostering fast paced growth of FPOs.

6. ROLE OF STATE GOVERNMENT INSTITUTIONS IN SUPPORTING FPOS

6.1 Besides encouraging State Governments to take up formation of FPOs on a large scale through Centrally-sponsored and State-financed programmes and schemes, DAC suggests the following steps to be taken by State Governments to support and strengthen FPOs:

6.1.1 By declaring FPOs at par with cooperatives registered under the relevant State legislation and self-help groups/federations for all benefits and facilities that are extended to member-owned institutions from time to time.

6.1.2 By making provisions for easy issue of licenses to FPOs to trade in inputs (seed, fertilizer, farm machinery, pesticides etc.) for use of their members as well as routing the supply of agricultural inputs through FPOs at par with cooperatives.

6.1.3 By using FPOs as producers of certified seed, saplings and other planting material and extending production and marketing subsidies on par with cooperatives.

6.1.4 By suitable amendments in the APMC Act to allow direct sale of farm produce by FPOs at the farmgate, through FPO owned procurement and marketing centres and for facilitating contract farming arrangements between FPOs and bulk buyers.

ಮಾಲೀಕತ್ವದ ಎಫ್‌ಪಿಓಗಳ ಅಭಿವೃದ್ಧಿಗೆ ಕೊಡುಗೆಯನ್ನು ನೀಡಬಹುದಾದ ಇತರ ಯಾವುದೇ ಸಂಸ್ಥೆಗಳನ್ನು ಒಳಗೊಂಡಡ ಸಂಬಂಧಿತ ಪ್ರವರ್ತಕರ ಸಂಸ್ಥೆಯೊಂದಿಗೆ ಸಹಯೋಗವನ್ನು ಸಾಧಿಸುವುದರ ಮೂಲಕ ಸಾಧಿಸಬಹುದು.

4.2 ಬಜೆಟ್‌ಗಳ ಆಯ್ಕೆಯ ವಿಧಾನ ಮತ್ತು ನೋಂದಣಿ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆಗಳನ್ನು ಒಳಗೊಂಡು ಎಫ್‌ಪಿಓಗಳ ಉತ್ತೇಜನಕ್ಕಾಗಿ ಮಾರ್ಗದರ್ಶಿಗಳನ್ನು ಈ ನೀತಿಯಲ್ಲಿ ಸೇರಿಸಲಾಗಿದೆ. ಇವುಗಳು ಎಫ್‌ಪಿಓ ಪ್ರಚಾರದಲ್ಲಿ ತೊಡಗಿರುವ ಕೇಂದ್ರ ಮತ್ತು ರಾಜ್ಯ ಸರ್ಕಾರದ ಏಜೆನ್ಸಿಗಳಿಗೆ ಮಾರ್ಗದರ್ಶನ ನೀಡಲು ಮತ್ತು ಪ್ರಮುಖವಾಗಿ ಒಂದು ವೇಳೆ ಕೇಂದ್ರದ ಯೋಜನೆಗಳ ಧನಸಹಾಯವು ಎಫ್‌ಪಿಓಗಳನ್ನು ಉತ್ತೇಜಿಸಲು ಬಳಸಲಾಗುತ್ತಿದ್ದರೆ, ಎಫ್‌ಪಿಓಗಳ ಗುರಿಯನ್ನು ಸಾಧಿಸುವತ್ತ ಸಂಪೂರ್ಣ ವಿವರ ಹೊಂದಿದ ಮಾರ್ಗದರ್ಶನವನ್ನು ಒದಗಿಸುವುದಾಗಿದೆ . ಆದರೆ ಎಫ್‌ಪಿಓಗಳನ್ನು ಬೆಂಬಲಿಸುವುದಕ್ಕಾಗಿ ತಮ್ಮದೇ ಯೋಜನಾ ನಿಧಿಯನ್ನು ಹೊಂದಿದ್ದಲ್ಲಿ ತಮ್ಮದೇ ಸ್ವತಂತ್ರ ಮಾರ್ಗದರ್ಶಿಗಳನ್ನು ಅಭಿವೃದ್ಧಿಗೊಳಿಸಲು ರಾಜ್ಯ ಸರ್ಕಾರಗಳು ಮುಕ್ತವಾಗಿವೆ.

5. ಎಫ್‌ಪಿಓಗಳನ್ನು ಬೆಂಬಲಿಸುವಲ್ಲಿ ಕೇಂದ್ರ ಜಸರ್ಕಾರದ ಸಂಸ್ಥೆಗಳ ಪಾತ್ರ.

5.1 ಭಾರತ ಸರ್ಕಾರದ ಕೃಷಿ ಇಲಾಖೆಯ ಕೃಷಿ ಮತ್ತು ಸಹಕಾರ ವಿಭಾಗವು (ಡಿಎಸಿ) ಎಫ್‌ಪಿಓಗಳ ಬೆಳವಣಿಗೆ ಮತ್ತು ಅಭಿವೃದ್ಧಿಗಾಗಿ ನೋಡಲ್ ಏಜೆನ್ಸಿಯಾಗಿ ಕಾರ್ಯನಿರ್ವಹಿಸುತ್ತದೆ.

5.2 ಡಿಎಸಿ ಅಡಿಯಲ್ಲಿನ ಸೊಸೈಟಿಯಾದ ಸಣ್ಣ ರೈತರ ಕೃಷಿ ಉದ್ಯಮದ ಒಕ್ಕೂಟವು (ಎಸ್‌ಎಫ್‌ಎಸಿ) ತಾಂತ್ರಿಕ ತರಬೇತಿಯ ಅಗತ್ಯಗಳು, ಸಂಶೋಧನೆ ಮತ್ತು ಜ್ಞಾನದ ನಿರ್ವಹಣೆ ಮತ್ತು ಹೂಡಿಕೆಗಳು, ತಂತ್ರಜ್ಞಾನ ಮತ್ತು ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳಿಗೆ ಸಂಪರ್ಕ ಕಲ್ಪಿಸುವುದಕ್ಕಾಗಿ ಕೆಲಸ ಮಾಡುತ್ತದೆ . ರಾಜ್ಯ ಸರ್ಕಾರಗಳಿಗೆ, ಎಫ್‌ಪಿಓಗಳಿಗೆ ಮತ್ತು ಎಫ್‌ಪಿಓಗಳ ಪ್ರಚಾರ ಮತ್ತು ಅಭಿವೃದ್ಧಿಯಲ್ಲಿ ತೊಡಗಿಸಿಕೊಂಡಿರುವ ಸಂಸ್ಥೆಗಳಿಗೆ ಎಸ್‌ಎಫ್‌ಎಸಿ ನಿರಂತರವಾದ ಬೆಂಬಲವನ್ನು ಒದಗಿಸುತ್ತದೆ. ನಿರ್ದಿಷ್ಟವಾಗಿ, ಎಫ್‌ಪಿಓಗಳು ಮತ್ತು ಪೂರೈಕೆದಾರರು, ತಂತ್ರಜ್ಞಾನ ಒದಗಿಸುವವರು, ಬಾಹ್ಯ ಮತ್ತು ಸಂಶೋಧನೆ ಏಜೆನ್ಸಿಗಳು ಮತ್ತು ಸಾರ್ವಜನಿಕ ಮತ್ತು ಖಾಸಗಿ ಕ್ಷೇತ್ರ ಇವೆರಡರ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಮತ್ತು ಸಂಸ್ಕರಣೆ ಸಂಸ್ಥೆಗಳ ನಡುವೆ ದೀರ್ಘಕಾಲದ ಸಂಪರ್ಕವನ್ನು ಎಸ್‌ಎಫ್‌ಎಸಿ ನಿರ್ಮಿಸುತ್ತದೆ.

5.3 ರಾಷ್ಟ್ರೀಯ ಸಹಕಾರ ಅಭಿವೃದ್ಧಿ ಕಾರ್ಪೊರೇಶನ್ (ಎನ್‌ಸಿಡಿಸಿ) ಅನ್ನು ಕಾರ್ಪೊರೇಶನ್‌ನ ವಿವಿಧ ಕಾರ್ಯಕ್ರಮಗಳ ಅಡಿಯಲ್ಲಿ ಬೆಂಬಲವನ್ನು ಸ್ವೀಕರಿಸುವ ಅರ್ಹ ಸಂಸ್ಥೆಗಳ ಪಟ್ಟಿಯಲ್ಲಿ ಎಫ್‌ಪಿಓ ಅನ್ನು ಸೇರಿಸಿಕೊಳ್ಳುವಂತೆ ವಿಸ್ತರಿಸಲಾಗುತ್ತದೆ.

5.4 ದರ ಬೆಂಬಲಿತ ಖರೀದಿ ಕಾರ್ಯವನ್ನು ನಿರ್ವಹಣೆ ಮಾಡಲು ಅದರ ಪರವಾಗಿ ಕಾರ್ಯನಿರ್ವಹಿಸುವ ಅರ್ಹ ಸಂಸ್ಥೆಗಳ ಪಟ್ಟಿಯಲ್ಲಿ ಎಫ್‌ಪಿಓ ಅನ್ನು ಸೇರಿಸಿಕೊಳ್ಳಲು ಎನ್‌ಎಎಫ್‌ಇಡಿ ಕ್ರಮಗಳನ್ನು ತೆಗೆದುಕೊಳ್ಳುತ್ತದೆ.

5.5 ವಿವಿಧ ಬೆಳೆಗಳಿಗೆ ಕನಿಷ್ಠ ಬೆಂಬಲ ದರ (ಎಂಎಸ್‌ಪಿ) ಖರೀದಿ ಪಡೆದುಕೊಳ್ಳುವಿಕೆ ಕೆಲಸ ಮಾಡುವುದರ ಅಡಿಯಲ್ಲಿ ಖರೀದಿ ಮಾಡುವ ಏಜೆನ್ಸಿಯಾಗಿ ಎಫ್‌ಪಿಓ ಗಳನ್ನು ಸೇರಿಸಿಕೊಳ್ಳಲು ಭಾರತೀಯ ಆಹಾರ ಕಾರ್ಪೊರೇಶನ್ (ಎಫ್‌ಸಿಐ) ಮತ್ತು ರಾಜ್ಯ ಸರ್ಕಾರಗಳಿಗೆ ಉತ್ತೇಜಿಸಲು ಅವುಗಳೊಂದಿಗೆ ಡಿಎಸಿ ಕಾರ್ಯನಿರ್ವಹಿಸುತ್ತದೆ.

5.6 ಎಫ್‌ಪಿಓಗಳ ಕಾರ್ಯನಿರ್ವಹಣೆಯ ಬಂಡವಾಳ ಮತ್ತು ಮೂಲಭೂತ ಸೌಕರ್ಯಗಳ ಬಂಡವಾಳ ಅಗತ್ಯತೆಗಳಿಗಾಗಿ ಚಿಕ್ಕ ಮತ್ತು ಮಧ್ಯಮ ಕಾಲಾವಧಿಯ ಸಾಲನೀಡಲು ನಬಾರ್ಡ್ ಮತ್ತು ಇತರ ಹಣಕಾಸು ಸಂಸ್ಥೆಗಳೊಂದಿಗೆ ಡಿಎಸಿ ಮತ್ತು ಸೂಚಿತ ಏಜೆನ್ಸಿಗಳು ಕಾರ್ಯನಿರ್ವಹಿಸುತ್ತವೆ. ಹಾಗೆಯೇ ಎಫ್‌ಪಿಓನ ಸದಸ್ಯರಿಗೆ 100% ಹಣಕಾಸು ಸೇರ್ಪಡೆಯನ್ನು ಸಾಧಿಸಲು ಮತ್ತು ಅವರನ್ನು ಕಿಸಾನ್ ಕ್ರೆಡಿಟ್ ಕಾರ್ಡ್‌ಗಳಿಗೆ ಸಂಪರ್ಕ ಕಲ್ಪಿಸಲು ಸಂಬಂಧಿತ ಪಾಲುದಾರರೊಂದಿಗೂ ಸಹ ಡಿಎಸಿ ಕಾರ್ಯನಿರ್ವಹಿಸುತ್ತದೆ.

5.7 ಎಫ್‌ಪಿಓಗಳ ವೇಗದ ಬೆಳವಣಿಗೆಯನ್ನು ಗಮನದಲ್ಲಿಟ್ಟುಕೊಂಡು ಎಫ್‌ಪಿಓಗಳ ನೋಂದಣಿ, ನಿರ್ವಹಣೆ ಮತ್ತು ನಿಯಂತ್ರಣಕ್ಕೆ ಸಂಬಂಧಿಸಿದಂತೆ ಕಾನೂನಿನ ನಿಬಂಧನೆಗಳನ್ನು ಇನ್ನಷ್ಟು ಬಲಗೊಳಿಸಲು ಸಹಕಾರಿ ಸಚಿವಾಲಯ ಮತ್ತು ಇತರ ಪಾಲುದಾರರೊಂದಿಗೂ ಡಿಎಸಿ ಕಾರ್ಯನಿರ್ವಹಿಸುತ್ತದೆ.

6. ಎಫ್‌ಪಿಓಗಳಿಗೆ ಬೆಂಬಲ ನೀಡುವಲ್ಲಿ ರಾಜ್ಯ ಸರ್ಕಾರಿ ಸಂಸ್ಥೆಗಳ ಪಾತ್ರ

6.1 ಕೇಂದ್ರ ಮತ್ತು ರಾಜ್ಯ ಸರ್ಕಾರದ ಪ್ರಾಯೋಜಿತ ಕಾರ್ಯಕ್ರಮಗಳು ಮತ್ತು ಯೋಜನೆಗಳ ಮೂಲಕ ದೊಡ್ಡ ಪ್ರಮಾಣದಲ್ಲಿ ಎಫ್‌ಪಿಓಗಳ ನಿರ್ಮಾಣವನ್ನು ತೆಗೆದುಕೊಳ್ಳುವಂತೆ ರಾಜ್ಯ ಸರ್ಕಾರಗಳನ್ನು ಉತ್ತೇಜಿಸುವುದರ ಜೊತೆಗೆ, ಎಫ್‌ಪಿಓಗಳನ್ನು ಬೆಂಬಲಿಸಲು ಮತ್ತು ಬಲಗೊಳಿಸಲು ರಾಜ್ಯ ಸರ್ಕಾರಗಳು ಮುಂದಿನ ಕ್ರಮಗಳನ್ನು ತೆಗೆದುಕೊಳ್ಳುವಂತೆ ಡಿಎಸಿ ಸಲಹೆ ನೀಡುತ್ತದೆ.

6.1.1 ಸಂಬಂಧಿತ ರಾಜ್ಯ ಶಾಸನಗಳು ಮತ್ತು ಸ್ವಸಹಾಯ ಗುಂಪುಗಳು/ಫೆಡರೇಶನ್‌ಗಳ ಅಡಿಯಲ್ಲಿ ನೋಂದಾಯಿತವಾಗಿರುವ ಸಹಕಾರಿ ಸಂಘಗಳಿಗೆ ಸಮಾನವಾಗಿ ಎಫ್‌ಪಿಓಗಳನ್ನು ಘೋಷಿಸುವುದು ಮತ್ತು ಈ ಮೂಲಕ ಸಮಯದಿಂದ ಸಮಯಕ್ಕೆ ಸದಸ್ಯ-ಮಾಲೀಕತ್ವದ ಸಂಸ್ಥೆಗಳಿಗೆ ಸೌಲಭ್ಯಗಳನ್ನು ವಿಸ್ತರಿಸುವುದು.

6.1.2 ಎಫ್‌ಪಿಓಗಳ ಸದಸ್ಯರ ಬಳಕೆಗಾಗಿ ವಸ್ತುಗಳ (ಬೀಜ, ರಸಗೊಬ್ಬರಗಳು, ಕೃಷಿ ಉಪಕರಣಗಳು, ಕೀಟನಾಶಕಗಳು, ಇತರೆ) ವ್ಯಾಪಾರ ಮಾಡಲು ಎಫ್‌ಪಿಓಗಳಿಗೆ ಸುಲಭವಾಗಿ ಪರವಾನಿಗೆಗಳನ್ನು ನೀಡಲು ನಿಬಂಧನೆಗಳನ್ನು ರೂಪಿಸುವುದು ಜೊತೆಗೆ ಸಹಕಾರಿ ಸಂಘಗಳಂತೆಯೇ ಎಫ್‌ಪಿಓಗಳ ಮೂಲಕ ಕೃಷಿ ಸಾಧನಗಳ ಪೂರೈಕೆ ಮಾಡುವುದು.

6.1.3 ಪ್ರಮಾಣೀಕೃತ ಬೀಜ, ಗಿಡಗಳು ಮತ್ತು ಇತರ ಕೃಷಿ ವಸ್ತುಗಳ ಉತ್ಪಾದಕರಾಗಿ ಎಫ್‌ಪಿಓಗಳನ್ನು ಬಳಸಿಕೊಳ್ಳುವುದು ಮತ್ತು ಸಹಕಾರಿ ಸಂಘಗಳಿಗೆ ನೀಡುವಂತೆಯೇ ಉತ್ಪಾದನೆ ಮತ್ತು ಮಾರಾಟ ರಿಯಾಯಿತಿಗಳನ್ನು ಎಫ್‌ಪಿಓಗಳಿಗೆ ನೀಡುವುದನ್ನು ಹೆಚ್ಚಿಸುವುದು.

6.1.5 By appointing FPOs as procurement agents for MSP operations for various crops.

6.1.6 By using FPOs as implementing agencies for various agricultural development programmes, especially RKVY, NFSM, ATMA etc. and extending the benefits of Central and State funded programmes in agriculture to members of FPOs on a preferential basis.

6.1.7 By linking FPOs to financial institutions like cooperative banks, State Financial Corporations etc. for working capital, storage and processing infrastructure and other investments.

6.1.8 By promulgating state level policies to support and strengthen FPOs to make them vibrant, sustainable and self-governing bodies.

7. MISCELLANEOUS

7.1 DAC will issue updates to this Policy Statement and Guidelines from time to time as required.

7.2 Copies of this document will be placed on the DAC, SFAC, NCDC, NAFED and State Government websites and also translated into all official languages for wide publicity and information.

6.1.4 ಎಫ್‌ಪಿಓ ಮಾಲೀಕತ್ವದ ಖರೀದಿ ಮತ್ತು ಮಾರ್ಕೆಟಿಂಗ್ ಕೇಂದ್ರಗಳ ಮೂಲಕ ರೈತ ಕೇಂದ್ರಗಳಲ್ಲಿ ಎಫ್‌ಪಿಓಗಳ ಮೂಲಕ ಕೃಷಿ ಉತ್ಪನ್ನಗಳ ನೇರ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಮಾಡುವಂತೆ ಅನುಮತಿ ನೀಡಲು ಮತ್ತು ಎಫ್‌ಪಿಓಗಳು ಮತ್ತು ಬೃಹತ್ ಖರೀದಿದಾರರ ನಡುವೆ ಕೃಷಿ ಒಪ್ಪಂದಗಳ ಸೌಕರ್ಯಕ್ಕಾಗಿ ಎಪಿಎಂಸಿ ಕಾಯಿದೆಯಲ್ಲಿ ಸೂಕ್ತ ತಿದ್ದುಪಡಿ ತರುವುದು.

6.1.5 ವಿವಿಧ ಬೆಳೆಗಳ ಕನಿಷ್ಟ ಬೆಂಬಲ ಬೆಲೆ (ಎಂಎಸ್‌ಪಿ) ಕಾರ್ಯಗಳಿಗೆ ಖರೀದಿ ಏಜೆಂಟುಗಳಾಗಿ ಎಫ್‌ಪಿಓಗಳನ್ನು ನೇಮಕಾತಿ ಮಾಡುವುದು.

6.1.6 ಪ್ರಮುಖವಾಗಿ ಆರ್‌ಕೆವಿವೈ, ಎನ್‌ಎಫ್‌ಎಸ್‌ಎಮ್, ಎಟಿಎಂಎ ಒಳಗೊಂಡು ಮುಂತಾದ ಕೃಷಿ ಅಭಿವೃದ್ಧಿ ಕಾರ್ಯಕ್ರಮಗಳನ್ನು ಜಾರಿಗೊಳಿಸುವ ಏಜೆನ್ಸಿಗಳಾಗಿ ಎಫ್‌ಪಿಓಗಳನ್ನು ಬಳಸುವುದು ಮತ್ತು ಕೃಷಿಗಾಗಿನ ಕೇಂದ್ರ ಮತ್ತು ರಾಜ್ಯ ಸರ್ಕಾರಗಳ ಪ್ರಾಯೋಜಿತ ಕಾರ್ಯಕ್ರಮಗಳನ್ನು ಆದ್ಯತೆಯ ಆಧಾರದಲ್ಲಿ ಎಫ್‌ಪಿಓ ಸದಸ್ಯರಿಗೆ ವಿಸ್ತರಿಸುವುದು.

6.1.7 ದುಡಿಯುವ ಬಂಡವಾಳ, ಸಂಗ್ರಹಣೆ ಮತ್ತು ಸಂಸ್ಕರಣೆಯ ಮೂಲಭೂತ ಸೌಕರ್ಯ ಮತ್ತು ಇತರ ಹೂಡಿಕೆಗಳಿಗೆ ಸಹಕಾರಿ ಬ್ಯಾಂಕ್‌ಗಳು, ರಾಜ್ಯ ಹಣಕಾಸು ಕಾರ್ಪೋರೇಶನ್‌ಇತ್ಯಾದಿ ಸಂಸ್ಥೆಗಳೊಂದಿಗೆ ಎಫ್‌ಪಿಓಗಳ ಸಂಪರ್ಕ ಕಲ್ಪಿಸುವುದು.

6.1.8 ಎಫ್‌ಪಿಓಗಳನ್ನು ಸದೃಢ ಮತ್ತು ದೀರ್ಘಾವಧಿ ಕಾರ್ಯನಿರ್ವಹಣೆಯ ಸ್ವಯಂ-ನಿರ್ವಹಣೆ ಸಂಸ್ಥೆಯಾಗಿ ಬೆಂಬಲಿಸಲು ಮತ್ತು ಬಲಗೊಳಿಸಲು ರಾಜ್ಯ ಸರ್ಕಾರದ ನೀತಿಗಳನ್ನು ಘೋಷಿಸುವುದು.

7. ಇತರೆ

7.1 ಈ ನೀತಿ ಹೇಳಿಕೆ ಮತ್ತು ಮಾರ್ಗದರ್ಶಿಗಳಿಗೆ ಅಗತ್ಯಕ್ಕೆ ತಕ್ಕಂತೆ ಕಾಲ ಕಾಲಕ್ಕೆ ಪರಿಷ್ಕರಣೆಗಳನ್ನು ಡಿಎಸಿ ನೀಡುತ್ತದೆ.

7.2 ಈ ದಾಖಲೆಯ ಪ್ರತಿಗಳನ್ನು ಡಿಎಸಿ, ಎಸ್‌ಎಫ್‌ಎಸಿ, ಎನ್‌ಸಿಡಿಸಿ, ಎನ್‌ಎಎಫ್‌ಇಡಿ ಮತ್ತು ರಾಜ್ಯ ಸರ್ಕಾರಿ ವೆಬ್‌ಸೈಟ್‌ಗಳಲ್ಲಿ ಕಾಣಬಹುದು ಹಾಗೆಯೇ ವ್ಯಾಪಕವಾದ ಪ್ರಚಾರ ಮತ್ತು ಮಾಹಿತಿಗಾಗಿ ಎಲ್ಲಾ ಅಧಿಕೃತ ಭಾಷೆಗಳಿಗೆ ಅನುವಾದಿಸಲಾಗಿದೆ.

2

PROCESS GUIDELINES

for Promotion of Farmer Producer Organisations

ರಾಷ್ಟ್ರೀಯ ನೀತಿ

ರೈತೋತ್ಪಾದಕ ಸಂಸ್ಥೆಗಳ ಉತ್ತೇಜನಕ್ಕಾಗಿ

PROCESS GUIDELINES
FOR THE PROMOTION OF FARMER PRODUCER ORGANISATIONS

1. BACKGROUND

Department of Agriculture and Cooperation (DAC), Ministry of Agriculture, Government of India launched a pilot programme for promoting member-based Farmer Producer Organisations (FPOs) during 2011-12, in partnership with state governments, which was implemented through the Small Farmers' Agribusiness Consortium (SFAC). The pilot involved the mobilisation of approximately 2.50 lakh farmers into 250 FPOs (each with an average membership of 1000 farmers) across the country, under two sub-schemes of the Rashtriya Krishi VikasYojana (RKVY), namely National Vegetable Initiative for Urban Clusters and Programme for Pulses Development for 60,000 Rainfed Villages. The purpose of the project is to collectivise farmers, especially small producers, at various levels across several states, so as to foster technology penetration, improve productivity, enable improved access to inputs and services and increase farmer incomes, thereby strengthening their sustainable agriculture based livelihoods.

SFAC is supporting these FPOs through empanelled Resource Institutions (RIs), which provide various inputs of training and capacity-building, and linking these bodies to input suppliers, technology providers and market players. The investment in the capacity of FPOs will be spread over two years. SFAC is also monitoring the project on behalf of DAC and the states and reporting on its progress.

The pilot has already shown encouraging results and more than 3.00 lakh farmers are presently mobilised into village-level Farmer Interest Groups (FIGs), which are being federated into registered FPOs. Besides empowering farmers through collective action, these grassroots bodies are emerging as nodal points for the transmission of cultivation technology, inputs and credit and pooling their production to leverage the market for better prices.

To mainstream the process of institutional development of Farmer Producer Organisations, DAC is issuing these guidelines to encourage states to directly support FPO promotion as a regular activity under RKVY during the XII Plan. These guidelines are meant to help the states follow a standard methodology for FPO promotion, as well as to provide indicative costs and a monitoring framework. States may directly engage RIs (such as NGOs, private companies, research bodies, cooperatives, farmers' groups) to mobilise farmers (in which case they are advised to follow open bidding norms suggested in these guidelines). Alternatively, they can invite SFAC to empanel suitable RIs on their behalf. A third option would be to award the work directly to SFAC, to undertake FPO promotion on behalf of the State, by providing the necessary budget to SFAC from the RKVY head. States are free to choose their preferred option.

The following paragraphs delineate the project guidelines, stages of project development, key verifiable indicators and outcome.

2. PROJECT CONSIDERATIONS – OBJECTIVES

The primary objective of mobilising farmers into member-owned producer organisations, or FPOs, is to enhance production, productivity and profitability of agriculturists, especially small farmers in the country. The participant farmers will be given the necessary support to identify appropriate crops relevant to their context, provided access to modern technology through community-based processes including Farmer Field Schools; their capacities will be strengthened and they will be facilitated to access forward linkages with regard to technology for enhanced productivity, value addition of feasible products and market tie-ups. Farmers will be organised into small neighbourhood informal groups which would be supported under the programme to form associations/organisations relevant to their context including confederating them into FPOs for improved input and output market access as well as negotiating power.

PROJECT OBJECTIVES ARE:

2.1 Mobilising farmers into groups of between 15-20 members at the village level (called Farmer Interest Groups or FIGs) and building up their associations to an appropriate federating point i.e. Farmer Producer

ಪ್ರಕ್ರಿಯೆ ಮಾರ್ಗದರ್ಶಿಗಳು

ರೈತ ಉತ್ಪಾದಕ ಸಂಸ್ಥೆಗಳ ಉತ್ತೇಜನಕ್ಕಾಗಿ

1. ಹಿನ್ನೆಲೆ

ಭಾರತ ಸರ್ಕಾರದ ಕೃಷಿ ಸಚಿವಾಲಯದ ಕೃಷಿ ಮತ್ತು ಸಹಕಾರ ಇಲಾಖೆಯು (ಡಿಎಸಿ) ರಾಜ್ಯ ಸರ್ಕಾರದ ಸಹಯೋಗದೊಂದಿಗೆ ಸದಸ್ಯರನ್ನು ಆಧರಿಸಿದ ರೈತಉತ್ಪಾದಕ ಸಂಸ್ಥೆಗಳನ್ನು (ಎಫ್‌ಪಿಓಗಳು) ಉತ್ತೇಜಿಸಲು ಪ್ರಾಯೋಗಿಕ ಕಾರ್ಯಕ್ರಮವನ್ನು 2011-12 ನೇ ಸಾಲಿನಲ್ಲಿ ಪ್ರಾರಂಭಸಿದ್ದು, ಇದನ್ನು ಸಣ್ಣ ರೈತರ ಕೃಷಿ ಉದ್ಯಮದ ಒಕ್ಕೂಟದ (ಎಸ್‌ಎಫ್‌ಎಸಿ) ಮೂಲಕ ಜಾರಿಗೊಳಿಸಲಾಗಿದೆ. ಪ್ರಾಯೋಗಿಕ ಕಾರ್ಯಕ್ರಮವು ಸುಮಾರು 2.50 ಲಕ್ಷ ರೈತರನ್ನು 250 ಎಫ್‌ಪಿಓಗಳಲ್ಲಿ (ಪ್ರತಿಯೊಂದರಲ್ಲೂ ಸರಾಸರಿ 1000 ರೈತರು) ಒಟ್ಟುಗೂಡಿಸುವುದನ್ನು ಒಳಗೊಂಡಿದ್ದು, ಇದನ್ನು ರಾಷ್ಟ್ರೀಯ ಕೃಷಿ ವಿಕಾಸ ಯೋಜನೆ (ಆರ್‌ಕೆವಿವೈ)ನ ಎರಡು ಉಪ-ಯೋಜನೆಗಳಾದ, ನಗರ ಕ್ಲಸ್ಟರ್‌ಗಳಿಗಾಗಿ ರಾಷ್ಟ್ರೀಯ ತರಕಾರಿ ಯೋಜನೆ ಮತ್ತು 60,000 ಮಳೆಆಧಾರಿತ ಗ್ರಾಮಗಳಿಗೆ ಬೇಳೆ ಕಾಳುಗಳ ಅಭಿವೃದ್ಧಿ ಕಾರ್ಯಕ್ರಮದ ಅಡಿಯಲ್ಲಿ ಮಾಡಲಾಗಿದೆ. ಈ ಯೋಜನೆಯ ಉದ್ದೇಶವು ಹಲವಾರು ರಾಜ್ಯಗಳಲ್ಲಿ ವಿವಿಧ ಮಟ್ಟಗಳಲ್ಲಿ ಪ್ರಮುಖವಾಗಿ ಸಣ್ಣ ಉತ್ಪಾದಕರನ್ನು ಒಳಗೊಂಡ ರೈತರನ್ನು ಒಟ್ಟುಗೂಡಿಸುವುದಾಗಿದೆ. ರೈತರನ್ನು ಒಟ್ಟುಗೂಡಿಸುವುದರ ಉದ್ದೇಶವೆಂದರೆ, ತಂತ್ರಜ್ಞಾನದ ವಿಸ್ತರಣೆಯನ್ನು ಪೋಷಿಸುವುದು, ಉತ್ಪಾದಕತೆಯನ್ನು ಹೆಚ್ಚಿಸುವುದು, ಕೃಷಿ ಪರಿಕರಳ ಮತ್ತು ಸೇವೆಗಳನ್ನು ಪಡೆಯುವಲ್ಲಿ ಸುಧಾರಣೆ ತರುವದು ಮತ್ತು ರೈತರ ಆದಾಯವನ್ನು ಹೆಚ್ಚಿಸುವುದು ಮತ್ತು ಈ ಮೂಲಕ ಅವರ ಕೃಷಿ ಆಧಾರಿತ ಬದುಕನ್ನು ಸುಸ್ಥಿರ ಗೊಳಿಸುವುದಾಗಿತ್ತು.

ತರಬೇತಿ ಮತ್ತು ಸಾಮರ್ಥ್ಯ ವೃದ್ಧಿಗೆ ವಿವಿಧ ಸಲಹೆಗಳನ್ನು ನೀಡುವ ಮತ್ತು ಈ ಸಂಸ್ಥೆಗಳನ್ನು ಪೂರೈಕೆದಾರರಿಗೆ, ತಾಂತ್ರಿಕ ಸೇವೆ ಒದಗಿಸುವವರಿಗೆ ಮತ್ತು ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯಲ್ಲಿರುವವರಿಗೆ ಸಂಪರ್ಕಕಲ್ಪಿಸುವ ಕಾರ್ಯ ಮಾಡುವ ಆಯ್ದಸಂಪನ್ಮೂಲ ಸಂಸ್ಥೆಗಳ (ಆರ್‌ಐಗಳು) ಮೂಲಕ ಈ ಎಫ್‌ಪಿಓಗಳಿಗೆ ಎಸ್‌ಎಫ್‌ಎಸಿ ಬೆಂಬಲ ನೀಡುತ್ತಿದೆ. ಎಫ್‌ಪಿಓಗಳಲ್ಲಿ ಈಹೂಡಿಕೆಯು ಎರಡು ವರ್ಷಗಳ ಕಾಲಾವಧಿಯದ್ದಾಗಿರುತ್ತದೆ. ಡಿಎಸಿ ಮತ್ತು ರಾಜ್ಯಗಳ ಪರವಾಗಿ ಯೋಜನೆಯನ್ನು ಎಸ್‌ಎಫ್‌ಎಸಿ ಸಹ ಮೇಲ್ವಿಚಾರಣೆ ಮಾಡುತ್ತಿದೆ ಮತ್ತು ಅದರ ಪ್ರಗತಿಯ ಕುರಿತು ವರದಿ ಮಾಡುತ್ತಿದೆ.

ಪ್ರಾಯೋಗಿಕ ಕಾರ್ಯಕ್ರಮವು ಈಗಾಗಲೇ ಧನಾತ್ಮಕ ಫಲಿತಾಂಶಗಳನ್ನು ತೋರಿಸಿದೆ ಮತ್ತು 3 ಲಕ್ಷಕ್ಕೂ ಹೆಚ್ಚು ರೈತರುಗಳನ್ನು ಪ್ರಸ್ತುತ ಗ್ರಾಮೀಣ ಮಟ್ಟದ ರೈತರ ಹಿತಾಸಕ್ತಿಯ ಗುಂಪುಗಳಾಗಿ (ಎಫ್‌ಐಜಿಗಳು) ಒಂದುಗೂಡಿಸಲಾಗಿದ್ದು, ಇವುಗಳನ್ನು ನೋಂದಾಯಿತ ಎಫ್‌ಪಿಓಗಳಾಗಿ ಮೈತ್ರಿಗೊಳಿಸಲಾಗುತ್ತದೆ. ಸಂಘಟಿತ ಕಾರ್ಯದ ಮೂಲಕ ರೈತರಿಗೆ ಅಧಿಕಾರ ನೀಡುವ ಜೊತೆಗೆ, ಈ ಮೂಲಭೂತ ಸಂಸ್ಥೆಗಳು ತಂತ್ರಜ್ಞಾನವನ್ನು ಬೆಳೆಸುವ ಕೇಂದ್ರಗಳಾಗಿ ರೂಪುಗೊಳ್ಳುತ್ತಿವೆ. ಸಲಹೆಗಳು, ಆರ್ಥಿಕ ಬೆಂಬಲ ಹಾಗೂ ಮುಂತಾದವುಗಳ ನೆರವಿನಿಂದ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯಲ್ಲಿ ಉತ್ತಮ ದರವನ್ನು ಪಡೆದುಕೊಳ್ಳಲು ನೆರವನ್ನು ನೀಡುತ್ತಿವೆ.

ರೈತಉತ್ಪಾದಕ ಸಂಸ್ಥೆಗಳ ಸಾಂಸ್ಥಿಕ ಬೆಳವಣಿಗೆಯ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆಯನ್ನು ಮುಖ್ಯ ವಾಹಿನಿಗೆ ತರಲು, ರಾಜ್ಯಗಳಿಗೆ ಉತ್ತೇಜಿಸಲು ಈ ಮಾರ್ಗದರ್ಶಿಗಳನ್ನು ಡಿಎಸಿ ನೀಡುತ್ತಿದ್ದು, ಈ ಮೂಲಕ XII ನೇ ಯೋಜನೆಯ ಸಂದರ್ಭದಲ್ಲಿ ಆರ್‌ಕೆವಿವೈ ಅಡಿಯಲ್ಲಿ ನಿಯಮಿತ ಚಟುವಟಿಕೆಯಾಗಿ ಎಫ್‌ಪಿಓ ಪ್ರಚಾರಕ್ಕೆ ನೇರ ಬೆಂಬಲವನ್ನು ನೀಡಲು ರಾಜ್ಯಗಳಿಗೆ ಉತ್ತೇಜಿಸುತ್ತಿದೆ. ಈ ಮಾರ್ಗದರ್ಶಿಗಳು ಎಫ್‌ಪಿಓ ಪ್ರಚಾರಕ್ಕಾಗಿ ಪ್ರಮಾಣಿತ ಕಾರ್ಯವಿಧಾನವನ್ನು ಅನುಸರಿಸಲು ಜೊತೆಗೆ ಸೂಚನಾತ್ಮಕ ವೆಚ್ಚಗಳನ್ನು ಒದಗಿಸಲು ಮತ್ತು ಕಾರ್ಯಕೌಶಲ್ಯವನ್ನು ಮೇಲ್ವಿಚಾರಣೆ ಮಾಡಲು ರಾಜ್ಯಗಳಿಗೆ ಸಹಾಯ ಮಾಡುವುದಾಗಿದೆ. ರೈತರನ್ನು ಒಂದುಗೂಡಿಸಲು ಆರ್‌ಐಗಳನ್ನು (ಎನ್‌ಜಿಓಗಳು, ಖಾಸಗಿ ಕಂಪನಿಗಳು, ಸಂಶೋಧನಾ ಸಂಸ್ಥೆಗಳು, ಸಹಕಾರಿ ಸಂಘಗಳು, ರೈತರ ಗುಂಪುಗಳು) ನೇರವಾಗಿ ರಾಜ್ಯಗಳು ತೊಡಗಿಸಿಕೊಳ್ಳಬಹುದು. (ಈ ಸಂದರ್ಭದಲ್ಲಿ ಈ ಮಾರ್ಗದರ್ಶಿಗಳಲ್ಲಿ ಸೂಚಿಸಲಾದಂತೆ ಮುಕ್ತ ಬಿಡ್ಡಿಂಗ್ ನಿಯಮಗಳನ್ನು ಅನುಸರಿಸಲು ಅವುಗಳಿಗೆ ಸಲಹೆ ನೀಡಲಾಗಿದೆ). ಪರ್ಯಾಯವಾಗಿ, ಅವುಗಳು ತಮ್ಮ ಪರವಾಗಿ ಸೂಕ್ತ ಆರ್‌ಐಗಳನ್ನು ತೊಡಗಿಸಿಕೊಳ್ಳಲು ಎಸ್‌ಎಫ್‌ಎಸಿ ಯನ್ನು ಅವುಗಳು ಆಮಂತ್ರಿಸಬಹುದು. ಮೂರನೆಯ ಆಯ್ಕೆಯೆಂದರೆ ಆರ್‌ಕೆವಿವೈ ಮುಖ್ಯಸ್ಥರಿಂದ ಎಸ್‌ಎಫ್‌ಎಸಿಗೆ ಅಗತ್ಯ ಹಣಕಾಸು ನೆರವನ್ನು ನೀಡುವ ಮೂಲಕ ರಾಜ್ಯದ ಪರವಾಗಿ ಎಫ್‌ಪಿಓ ಪ್ರಚಾರವನ್ನು ಮಾಡಲು ಎಸ್‌ಎಫ್‌ಎಸಿಗೆ ನೇರವಾಗಿ ಕಾರ್ಯವನ್ನು ನಿಯೋಜಿಸುವುದಾಗಿದೆ. ರಾಜ್ಯಗಳು ತಮ್ಮ ಆದ್ಯತೆಯ ಆಯ್ಕೆಯನ್ನು ಆರಿಸಿಕೊಳ್ಳಲು ಮುಕ್ತವಾಗಿವೆ.

ಮುಂದಿನ ಅಂಶಗಳು ಯೋಜನೆಯ ಮಾರ್ಗದರ್ಶಿಗಳು, ಯೋಜನೆಯ ಬೆಳವಣಿಗೆಯ ಹಂತಗಳು, ಪ್ರಮುಖ ಪರಿಶೀಲನಾತ್ಮಕ ಸೂಚಕಗಳು ಮತ್ತು ಫಲಿತಾಂಶಗಳನ್ನು ವಿವರಿಸುತ್ತವೆ.

2. ಯೋಜನೆಯ ಪರಿಗಣನೆಗಳು –ಉದ್ದೇಶಗಳು

ಸದಸ್ಯರ ಮಾಲೀಕತ್ವದ ಉತ್ಪಾದಕ ಸಂಸ್ಥೆಗಳು ಅಥವಾ ಎಫ್‌ಪಿಓಗಳ ಒಳಗೆ ರೈತರನ್ನು ಒಟ್ಟುಗೂಡಿಸುವ ಪ್ರಾಥಮಿಕ ಉದ್ದೇಶವು ಪ್ರಮುಖವಾಗಿ ದೇಶದಲ್ಲಿರುವ ಸಣ್ಣ ರೈತರ ಉತ್ಪಾದನೆ, ಉತ್ಪಾದಕತೆ ಮತ್ತು ರೈತರ ಲಾಭದಾಯಕತೆಯನ್ನು ಹೆಚ್ಚಿಸುವುದಾಗಿದೆ. ಭಾಗವಹಿಸುವ ರೈತರಿಗೆ ಅವರ ಉದ್ದೇಶಕ್ಕೆ ತಕ್ಕುದಾದ ಬೆಳೆಗಳನ್ನು ಗುರುತಿಸಲು, ಪಾಠ/ಕೃಷಿ ಪಾಠ ಶಾಲೆಗಳನ್ನು ಒಳಗೊಂಡು ಸಮುದಾಯ ಆಧಾರಿತ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆಗಳ ಮೂಲಕ ಆಧುನಿಕ ತಂತ್ರಜ್ಞಾನಗಳಿಗೆ ಪ್ರವೇಶವನ್ನು ಕಲ್ಪಿಸುವುದಾಗಿದೆ; ಈ ಮೂಲಕ ಅವರ ಸಾಮರ್ಥ್ಯವು ಬಲಗೊಳ್ಳುತ್ತದೆ ಮತ್ತು ವರ್ಧಿಸಿದ ಉತ್ಪಾದಕತೆ, ಅನುಕೂಲಕರ ಉತ್ಪನ್ನಗಳ ಮೌಲ್ಯ ಹೆಚ್ಚಳ ಮತ್ತು ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಸಹಯೋಗಗಳಿಗೆ ಸಂಬಂಧಿಸಿದಂತೆ ಅಧಿಕ ಅವಕಾಶಗಳ ರಹದಾರಿಯನ್ನು ತೋರಿಸುತ್ತದೆ. ರೈತರುಗಳನ್ನು ಚಿಕ್ಕ ನೆರೆಹೊರೆಯ ಗುಂಪುಗಳಾಗಿ ಸಂಯೋಜಿಸಲಾಗುತ್ತದೆ ಮತ್ತು ಆ ಗುಂಪುಗಳನ್ನು ಅವರ ಅನುಕೂಲತೆಗೆ ತಕ್ಕಂತೆ ಸಂಘಗಳು/ಸಂಸ್ಥೆಗಳನ್ನು ರೂಪಿಸಲು ಕಾರ್ಯಕ್ರಮದ ಅಡಿಯಲ್ಲಿ ಬೆಂಬಲಿಸಲಾಗುತ್ತದೆ, ಇದರಲ್ಲಿ ಅವರ ಉತ್ಪಾದಕತೆ ಮತ್ತು ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಪ್ರವೇಶ ಮತ್ತು ಒಪ್ಪಂದ ಮಾಡುವ ಸಾಮರ್ಥ್ಯಕ್ಕಾಗಿ ಅವರನ್ನು ಎಫ್‌ಪಿಓಗಳೊಂದಿಗೆ ಸಂಯೋಜಿಸುವುದೂ ಸಹ ಒಳಗೊಂಡಿದೆ.

ಯೋಜನೆಯ ಉದ್ದೇಶಗಳೆಂದರೆ:

2.1 ಗ್ರಾಮೀಣ ಮಟ್ಟದಲ್ಲಿ ಗ್ರಾಮದ 15-20 ಸದಸ್ಯರನ್ನೊಳಗೊಂಡ ಗುಂಪುಗಳಾಗಿ ಒಟ್ಟುಗೂಡಿಸುವುದು (ಇವನ್ನು ರೈತರ ಹಿತಾಸಕ್ತಿಯ ಗುಂಪುಗಳು ಅಥವಾ ಎಫ್‌ಐಜಿಗಳು ಎಂದು ಕರೆಯಲಾಗುತ್ತದೆ) ಮತ್ತು ಅವರ ಸಂಘಟನೆಯನ್ನು ಉತ್ಪನ್ನ-ನಿರ್ದಿಷ್ಟ ಕ್ಲಸ್ಟರ್/ ವಾಣಿಜ್ಯಿಕ ಬೆಳೆ ಆವರ್ತನೆಗಳನ್ನು ಯೋಜಿಸಲು ಮತ್ತು ಜಾರಿಗೊಳಿಸಲಾಗುವಂತೆ ಸೂಕ್ತ ಸಂಸ್ಥೆಯಾಗಿ, ಅಂದರೆ ರೈತರ

Organisations (FPOs) so as to plan and implement product-specific cluster/commercial crop cycles.

2.2 Strengthening farmer capacity through agricultural best practices for enhanced productivity.

2.3 Ensuring access to and usage of quality inputs and services for intensive agriculture production and enhancing cluster competitiveness.

2.4 Facilitating access to fair and remunerative markets including linking of producer groups to marketing opportunities through market aggregators.

A results framework for proposed activities, outputs and outcomes is provided in Annexure 1.

An overview of the suggested institutional arrangement to achieve these results is placed in Annexure 2.

3. GUIDING VALUES AND PRINCIPLES FOR SUSTAINING FARMER PRODUCER ORGANISATION DEVELOPMENT

VALUES: FPOs are based on the values of self-help, self-responsibility, democracy, equality, equity and solidarity. FPO members must believe in the ethical values of honesty, openness, social responsibility and caring for others.

PRINCIPLES: FPO principles are the guidelines by which FPOs will put their values into practice.

1st Principle: Voluntary and Open Membership

FPOs are voluntary organisations, open to all persons able to use their services and willing to accept the responsibilities of membership, without gender, social, racial, political or religious discrimination.

2nd Principle: Democratic Farmer Member Control

FPOs are democratic organisations controlled by their farmer-members who actively participate in setting their policies and making decisions. Men and women serving as elected representatives are accountable to the collective body of members. In primary FPOs farmer-members have equal voting rights (one member, one vote) and FPOs at other levels are also organised in a democratic manner.

3rd Principle: Farmer-Member Economic Participation

Farmer-members contribute equitably to, and democratically control, the capital of their FPO. At least part of that capital is usually the common property of the FPO. Farmer-members usually receive limited compensation, if any, on capital subscribed as a condition of membership. Farmer-members allocate surpluses for any or all of the following purposes: developing their FPO, possibly by setting up reserves, part of which at least would be indivisible; benefiting members in proportion to their transactions with the FPO; and supporting other activities approved by the members.

4th Principle: Autonomy and Independence

FPOs are autonomous, self-help organisations controlled by their farmer-members. If they enter into agreements with other organisations, including governments, or raise capital from external sources, they do so on terms that ensure democratic control by their farmer- members and maintain their FPO's autonomy.

5th Principle: Education, Training and Information

FPOs operatives provide education and training for their farmer-members, elected representatives, managers, and employees so that they can contribute effectively to the development of their FPOs. They inform the general public – particularly young people and opinion leaders – about the nature and benefits of FPOs.

6th Principle: Co-operation among FPOs

FPOs serve their members most effectively and strengthen the FPO movement by working together through local, national, regional and international structures.

7th Principle: Concern for the Community

FPOs work for the sustainable development of their communities through policies approved by their members.

4. SELECTION OF RESOURCE INSTITUTIONS (RIs)

In case a State Government wishes to appoint SFAC as its nodal agency for identification of RIs and/or the promotion of FPOs, then it is not necessary for it to follow the detailed empanelment of RI process provided in Annexure – 3. They may directly approach SFAC to submit a project proposal to take up FPO promotion and make available the necessary budget after SFAC submits a proposal and the same is approved by the SLSC.

However, if the State is undertaking direct appointment of RIs and promotion of FPOs, then the process in Annexure – 3 must be followed.

ಉತ್ಪಾದಕರ ಸಂಸ್ಥೆಗಳಾಗಿ (ಎಫ್‌ಪಿಓ ಗಳು) ನಿರ್ಮಿಸುವುದು.

2.2 ಹೆಚ್ಚಿನ ಉತ್ಪಾದನೆಗಾಗಿ ಅತ್ಯುತ್ತಮ ಕೃಷಿ ಪದ್ಧತಿಗಳ ಮೂಲಕ ರೈತರ ಸಾಮರ್ಥ್ಯವನ್ನು ಹೆಚ್ಚಿಸುವುದು.

2.3 ತೀವ್ರತರದ ಕೃಷಿ ಉತ್ಪಾದನೆಗಾಗಿ ಮತ್ತು ಕ್ಲಸ್ಟರ್ ಸ್ಪರ್ಧಾತ್ಮಕತೆಯನ್ನು ಹೆಚ್ಚಿಸಲು ಗುಣಮಟ್ಟದ ಪರಿಕರಗಳು ಮತ್ತು ಸೇವೆಗಳನ್ನು ಪಡೆಯುವುದು ಮತ್ತು ಬಳಸುವುದನ್ನು ಖಾತ್ರಿಪಡಿಸಿಕೊಳ್ಳುವುದು.

2.4 ಉತ್ಪಾದಕರ ಗುಂಪುಗಳನ್ನು ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಅಗ್ರಿಗೇಟರ್‌ಗಳ ಮೂಲಕ ಮಾರ್ಕೆಟಿಂಗ್ ಅವಕಾಶಗಳಿಗೆ ಸಂಪರ್ಕ ಕಲ್ಪಿಸುವುದನ್ನು ಒಳಗೊಂಡು ಪ್ರಾಮಾಣಿಕವಾದ ಮತ್ತು ಆದಾಯ ತರುವ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳಿಗೆ ಪ್ರವೇಶ ಪಡೆಯುವುದಕ್ಕೆ ಅನುವುಮಾಡಿಕೊಡುವದು .

ಉದ್ದೇಶಿತ ಚಟುವಟಿಕೆಗಳು, ಪರಿಣಾಮಗಳಅಂಶಗಳಿಗೆ ಫಲಿತಾಂಶಗಳ ಚೌಕಟ್ಟನ್ನು ಅನುಚ್ಛೇದ 1 ರಲ್ಲಿ ಒದಗಿಸಲಾಗಿದೆ.

ಈ ಫಲಿತಾಂಶಗಳನ್ನು ಸಾಧಿಸಲು ಸೂಚಿಸಿದ ಸಾಂಸ್ಥಿಕ ವ್ಯವಸ್ಥೆಯ ಅವಲೋಕನವನ್ನು ಅನುಚ್ಛೇದ 2 ರಲ್ಲಿ ಒದಗಿಸಲಾಗಿದೆ .

3. ರೈತೋತ್ಪಾದಕರಸಂಸ್ಥೆಯಬೆಳವಣಿಗೆಯನ್ನು ಕಾಯ್ದುಕೊಳ್ಳಲು ಮಾರ್ಗದರ್ಶಿ ಮೌಲ್ಯಗಳು ಮತ್ತು ತತ್ವಗಳು

ಮೌಲ್ಯಗಳು: ಎಫ್‌ಓಪಿಗಳು ಸ್ವಯಂ-ಸಹಾಯ, ಸ್ವಯಂ-ಜವಾಬ್ದಾರಿ, ಪ್ರಜಾಪ್ರಭುತ್ವ, ಸಮಾನತೆ ಮತ್ತು ಐಕ್ಯತೆಯ ಮೌಲ್ಯಗಳ ಮೇಲೆ ಆಧಾರಿತವಾಗಿದೆ. ಎಫ್‌ಪಿಓ ಸದಸ್ಯರು ಪ್ರಾಮಾಣಿಕತೆ, ಮುಕ್ತತೆ, ಸಾಮಾಜಿಕ ಜವಾಬ್ದಾರಿ ಮತ್ತು ಇತರರ ಬಗೆಗಿನ ಕಾಳಜಿಯ ನೈತಿಕ ಮೌಲ್ಯಗಳಲ್ಲಿ ನಂಬಿಕೆ ಇಡಬೇಕು.

ತತ್ವಗಳು: ಎಫ್‌ಪಿಓ ಗಳು ತಮ್ಮ ಮೌಲ್ಯಗಳನ್ನು ಕಾರ್ಯರೂಪಕ್ಕೆ ತರುವ ಮಾರ್ಗದರ್ಶಿಗಳೇ ಎಫ್‌ಪಿಓ ತತ್ವಗಳಾಗಿವೆ.

ಮೊದಲನೇಯ ತತ್ವ: ಸ್ವಯಂ ಪ್ರೇರಿತ ಮತ್ತು ಮುಕ್ತ ಸದಸ್ಯತ್ವ

ಎಫ್‌ಪಿಓಗಳು ಸ್ವಯಂಪ್ರೇರಿತ ಸಂಸ್ಥೆಗಳಾಗಿವೆ, ಸೇವೆಗಳನ್ನು ಬಳಸಲು ಸಮರ್ಥರಾದ ಮತ್ತು ಅವರ ಸದಸ್ಯತ್ವದ ಜವಾಬ್ದಾರಿಗಳನ್ನು ಯಾವುದೇ ಲಿಂಗ, ಸಾಮಾಜಿಕ, ಜಾತಿ , ರಾಜಕೀಯ ಅಥವಾ ಧಾರ್ಮಿಕ ತಾರತಮ್ಯತೆಯಿಲ್ಲದೇ ಸ್ವೀಕರಿಸಲು ಒಪ್ಪುವ ಎಲ್ಲಾ ಜನರಿಗೂ ಮುಕ್ತವಾಗಿದೆ.

ಎರಡನೇಯ ತತ್ವ: ಪ್ರಜಾಸತ್ತಾತ್ಮಕವಾದ ರೈತ ಸದಸ್ಯ ನಿಯಂತ್ರಣ

ಎಫ್‌ಪಿಓಗಳು ಪ್ರಜಾಸತ್ತಾತ್ಮಕ ಸಂಸ್ಥೆಗಳಾಗಿದ್ದು, ಇವುಗಳನ್ನು ನೀತಿಗಳು ಮತ್ತು ನಿರ್ಧಾರಗಳನ್ನು ತೆಗೆದುಕೊಳ್ಳುವಲ್ಲಿ ಸಕ್ರಿಯವಾಗಿಭಾಗವಹಿಸುವರೈತಸದಸ್ಯರುಗಳುನಿಯಂತ್ರಿಸುತ್ತಾರೆ. ಒಟ್ಟು ಸದಸ್ಯರ ಸಂಸ್ಥೆಗೆ ಪ್ರತಿನಿಧಿಗಳಾಗಿ ಆಯ್ಕೆಯಾಗುವ ಪುರುಷ ಮತ್ತು ಮಹಿಳೆಯರು ಜವಾಬ್ದಾರರಾಗಿರುತ್ತಾರೆ. ಪ್ರಾಥಮಿಕ ಎಫ್‌ಪಿಓಗಳಲ್ಲಿ ರೈತ ಸದಸ್ಯರುಗಳು ಸಮಾನವಾದ ಮತದಾನದ ಹಕ್ಕನ್ನು ಹೊಂದಿರುತ್ತಾರೆ (ಒಂದು ಸದಸ್ಯ, ಒಂದು ಮತ) ಮತ್ತು ಇತರ ಹಂತಗಳಲ್ಲೂ ಸಹ ಎಫ್‌ಪಿಓಗಳನ್ನು ಪ್ರಜಾಸತ್ತಾತ್ಮಕ ರೀತಿಯಲ್ಲಿ ಆಯೋಜಿಸಲಾಗುತ್ತದೆ.

ಮೂರನೇ ತತ್ವ: ರೈತ-ಸದಸ್ಯ ಆರ್ಥಿಕ ಭಾಗವಹಿಸುವಿಕೆ

ರೈತಸದಸ್ಯರುಗಳುತಮ್ಮಎಫ್‌ಪಿಓಗಳಬಂಡವಾಳವನ್ನುನಿಯಂತ್ರಿಸಲು ನ್ಯಾಯೋಚಿತವಾಗಿ ಮತ್ತು ಪ್ರಜಾಸತ್ತಾತ್ಮಕವಾಗಿ ಕೊಡುಗೆಯನ್ನು ನೀಡುತ್ತಾರೆ. ಬಂಡವಾಳದ ಕನಿಷ್ಠಭಾಗವು ಸಾಮಾನ್ಯವಾಗಿ ಎಫ್‌ಪಿಓನ ಸಾಮಾನ್ಯ ಆಸ್ತಿಯಾಗಿರುತ್ತದೆ. ಎಫ್‌ಪಿಓಗಳನ್ನು ಅಭಿವೃದ್ಧಿಗೊಳಿಸಲು ಮುಂದಿನ ಯಾವುದೇ ಎಲ್ಲಾ ಉದ್ದೇಶಗಳಿಗೆ ಒಂದು ವೇಳೆ ಸದಸ್ಯರಾಗಿರುವ ರೈತ-ಸದಸ್ಯರುಗಳು ಅಧಿಕ ಹಣವನ್ನು ನಿಗದಿಪಡಿಸಿದರೆ, ಇದನ್ನು ಸಂಭಾವ್ಯವಾಗಿ ಮುಂಗಡ ಹಣವಾಗಿ ಇಡುವುದು, ಇದರ ಭಾಗವನ್ನು ಕನಿಷ್ಠ ವಿಭಾಗಿಸಲಾಗುವುದಿಲ್ಲ, ಎಫ್‌ಪಿಓಗಳೊಂದಿಗೆ ವಹಿವಾಟು ಮಾಡುವ ಭಾಗದಲ್ಲಿ ಸದಸ್ಯರಿಗೆ ಪ್ರಯೋಜನ ನೀಡುವ ಮೂಲಕ ಮತ್ತು ಸದಸ್ಯರು ಅನುಮೋದಿಸಿದ ಅವರ ಚಟುವಟಿಕೆಗಳಿಗೆ ಬೆಂಬಲಿಸುವ ಮೂಲಕ ನೋಂದಾಯಿತ ಬಂಡವಾಳದ ಮೇಲೆ ರೈತ ಸದಸ್ಯರುಗಳು ಸಾಮಾನ್ಯವಾಗಿ ಸೀಮಿತ ಪರಿಹಾರವನ್ನು ಒಂದು ವೇಳೆ ಇದ್ದಲ್ಲಿ ಪಡೆಯುತ್ತಾರೆ.

ನಾಲ್ಕನೇ ತತ್ವ: ಸ್ವಾಯತ್ತತೆ ಮತ್ತು ಸ್ವತಂತ್ರ್ಯತೆ

ಎಫ್‌ಪಿಓಗಳು ಅವುಗಳ ಮಾಜಿ ಸದಸ್ಯರಿಂದ ನಿಯಂತ್ರಿಸಲ್ಪಟ್ಟ ಸ್ವಾಯತ್ತ, ಸ್ವ-ಸಹಾಯ ಸಂಸ್ಥೆಗಳಾಗಿವೆ. ಒಂದು ವೇಳೆ ಅವುಗಳು ಸರ್ಕಾರವನ್ನು ಒಳಗೊಂಡು ಇತರ ಸಂಸ್ಥೆಗಳೊಂದಿಗೆ ಒಪ್ಪಂದವನ್ನು ಮಾಡಿಕೊಂಡರೆ ಅಥವಾ ಬಾಹ್ಯ ಮೂಲಗಳಿಂದ ಬಂಡವಾಳವನ್ನು ತೆಗೆದುಕೊಂಡರೆ, ತಮ್ಮ ಶಾಸನಬದ್ಧ ಸದಸ್ಯರುಗಳ ಪ್ರಜಾಸತ್ತಾತ್ಮಕ ನಿಯಂತ್ರಣಕ್ಕೆ ಒಳಪಡುವುದನ್ನು ಖಚಿತಪಡಿಸಿಕೊಳ್ಳುವ ನಿಯಮದ ಆಧಾರದಲ್ಲಿ ಹಾಗೆ ಮಾಡಬಹುದು ಮತ್ತು ತಮ್ಮ ಎಫ್‌ಪಿಓಗಳ ಸ್ವಾಯತ್ತೆಯನ್ನು ಕಾಪಾಡಿಕೊಳ್ಳಬಹುದು.

ಐದನೇ ತತ್ವ: ಶಿಕ್ಷಣ, ತರಬೇತಿ ಮತ್ತು ಮಾಹಿತಿ

ತಮ್ಮ ರೈತ-ಸದಸ್ಯರು, ಆಯ್ಕೆಗೊಂಡ ಪ್ರತಿನಿಧಿಗಳು, ವ್ಯವಸ್ಥಾಪಕರು ಮತ್ತು ಉದ್ಯೋಗಿಗಳು ಎಫ್‌ಪಿಓಗಳ ಬೆಳವಣಿಗೆಗೆ ಪರಿಣಾಮಕಾರಿಯಾಗಿ ಕೊಡುಗೆ ನೀಡಲಾಗುವಂತೆ ಅವರಿಗೆ ಶಿಕ್ಷಣ ಮತ್ತು ತರಬೇತಿಯನ್ನು ಎಫ್‌ಪಿಓ ಕಾರ್ಯನಿರ್ವಹಣೆ ಮಾಡುವವರು ಒದಗಿಸುತ್ತಾರೆ. ಅವರು ಎಫ್‌ಪಿಓಗಳ ಸ್ವರೂಪ ಮತ್ತು ಪ್ರಯೋಜನಗಳ ಕುರಿತಾಗಿ ನಿರ್ದಿಷ್ಟವಾಗಿ ಯುವ ಜನತೆ ಮತ್ತು ನಾಯಕರುಗಳನ್ನು ಒಳಗೊಂಡು ಸಾಮಾನ್ಯ ಜನತೆಗೆ ಮಾಹಿತಿ ನೀಡುತ್ತಾರೆ.

ಆರನೇ ತತ್ವ: ಎಫ್‌ಪಿಓಗಳ ನಡುವೆ ಸಹಕಾರ

ಎಫ್‌ಪಿಓಗಳು ತಮ್ಮ ಸದಸ್ಯರಿಗೆ ಹೆಚ್ಚು ಪರಿಣಾಮಕಾರಿಯಾದ ರೀತಿಯಲ್ಲಿ ಸೇವೆ ಸಲ್ಲಿಸುತ್ತದೆ ಮತ್ತು ಸ್ಥಳೀಯ, ರಾಷ್ಟ್ರೀಯ, ಪ್ರಾಂತೀಯ ಮತ್ತು ಅಂತರಾಷ್ಟ್ರೀಯ ಸಂಘಟನೆಗಳ ಮೂಲಕ ಒಟ್ಟಿಗೆ ಕಾರ್ಯನಿರ್ವಹಿಸುವ ಮೂಲಕ ಎಫ್‌ಪಿಓ ಚಟುವಟಿಕೆಯನ್ನು ಬಲಗೊಳಿಸುತ್ತದೆ.

ಏಳನೇ ತತ್ವ: ಸಮುದಾಯದ ಕುರಿತಾದ ಕಾಳಜಿ

ಎಫ್‌ಪಿಓಗಳು ತಮ್ಮ ಸದಸ್ಯರು ಅನುಮೋದಿಸಿದ ನೀತಿಗಳ ಮೂಲಕ ತಮ್ಮ ಸಮುದಾಯಗಳ ಸುಸ್ಥಿರ ಬೆಳವಣಿಗೆಗಾಗಿ ಕಾರ್ಯನಿರ್ವಹಿಸುತ್ತವೆ.

4. ಸಂಪನ್ಮೂಲ ಸಂಸ್ಥೆಗಳ (ಆರ್‌ಐಗಳು) ಆಯ್ಕೆ

ಆರ್‌ಐಗಳ ಗುರುತಿಸುವಿಕೆಗಾಗಿ ಮತ್ತು/ಅಥವಾ ಎಫ್‌ಪಿಓಗಳ ಉತ್ತೇಜನಕ್ಕಾಗಿ ಎಸ್‌ಎಫ್‌ಎಸಿ ಅನ್ನು ಅದರ ನೋಡಲ್ ಏಜೆನ್ಸಿಯಾಗಿ ನೇಮಕಾತಿ ಮಾಡಲು ರಾಜ್ಯ ಸರ್ಕಾರವು ಬಯಸಿದರೆ, ಆಗ ಅನುಚ್ಛೇದ-3 ರಲ್ಲಿ ಒದಗಿಸಿದ ಆರ್‌ಐ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆಗಳ ವಿವರಪೂರ್ಣ ಪಟ್ಟಿಯನ್ನು ಅನುಸರಿಸುವುದು ಅದಕ್ಕೆ ಅಗತ್ಯವಿರುವುದಿಲ್ಲ. ಉತ್ಪಾದಕರ ಕಂಪನಿ ಇಂತಹ ಸಮಯದಲ್ಲಿ ಯೋಜನಾ ಪ್ರಸ್ತಾಪವನ್ನು ಸಲ್ಲಿಸಲು ಅವುಗಳು ನೇರವಾಗಿ ಎಸ್‌ಎಫ್‌ಎಸಿ ಅನ್ನು ಸಂಪರ್ಕಿಸಬಹುದು ಮತ್ತು ಪ್ರಸ್ತಾಪವನ್ನು ಎಸ್‌ಎಫ್‌ಎಸಿ ಸಲ್ಲಿಸಿದ ಮತ್ತು ಅದನ್ನು ಎಸ್‌ಎಲ್‌ಎಸ್‌ಸಿ ಅನುಮೋದಿಸಿದ ನಂತರ ಅಗತ್ಯ ಬಜೆಟ್ ಅನ್ನು ಲಭ್ಯವಿರುವಂತೆ ಮಾಡಬಹುದು.

ಒಂದುವೇಳೆಆರ್‌ಐಗಳ ನೇಮಕಾತಿ ಮತ್ತು ಎಫ್‌ಪಿಓಗಳ ಪ್ರಚಾರದ ಹೊಣೆಯನ್ನು ರಾಜ್ಯ ಸರ್ಕಾರವು ತೆಗೆದುಕೊಂಡಿದ್ದರೆ, ಆಗ ಅನುಚ್ಛೇದ-3 ರ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆಯನ್ನು ಅನುಸರಿಸಬೇಕಾಗುತ್ತದೆ.

5. FPO PROMOTION AND DEVELOPMENT PROCESS

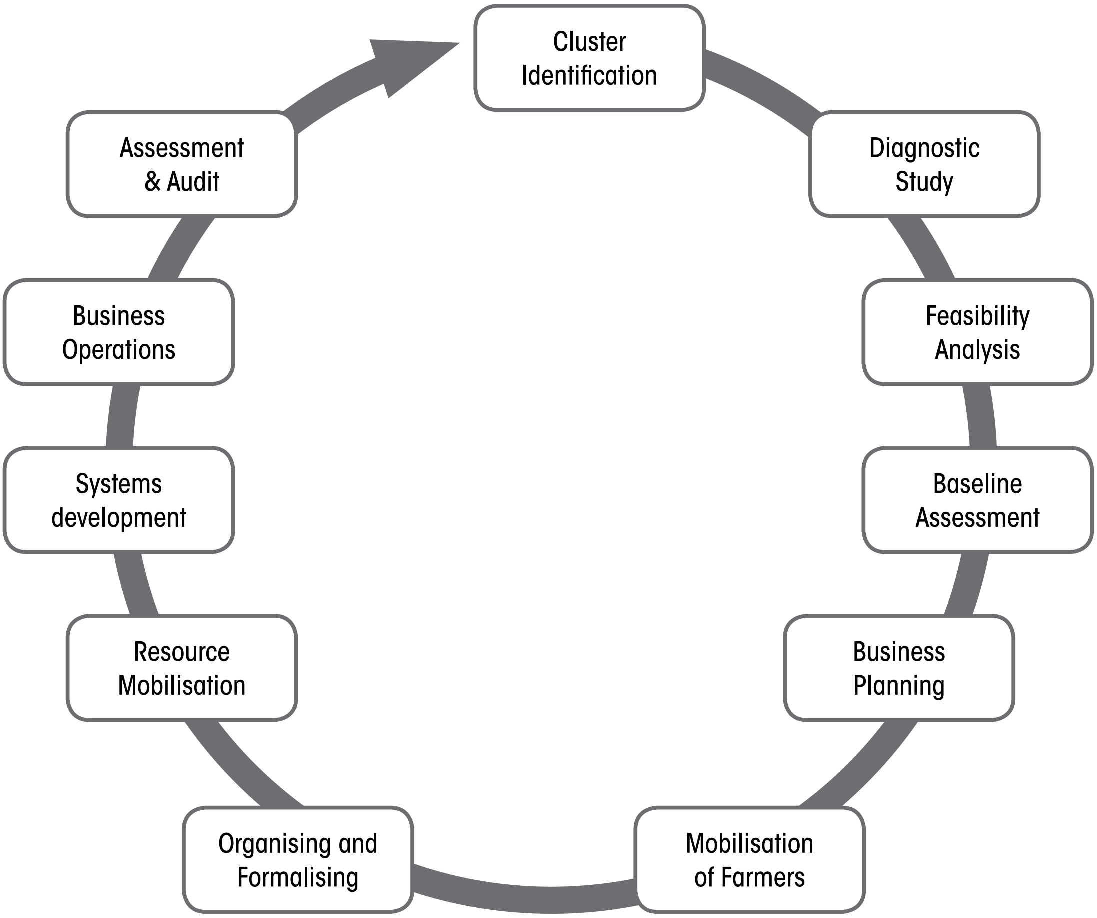


FIGURE 1: FPO PROMOTION AND DEVELOPMENT PROCESS

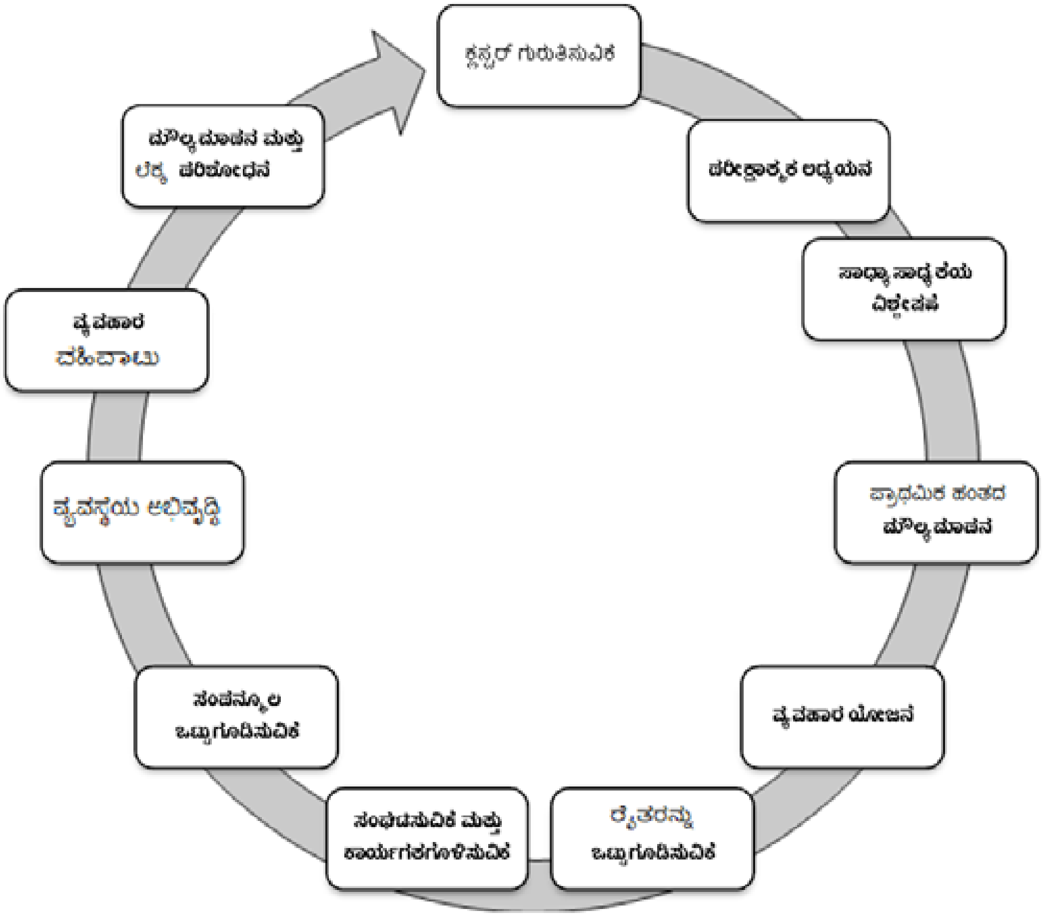
CLUSTER IDENTIFICATION – Cluster areas are to be selected by the RI in consultation with the respective State Government departments. However, it should be ensured that a cluster of 8,000-10,000 farmers should be formulated, within one or two blocks, identifying 80 to 120 contiguous villages of a particular district.

DIAGNOSTIC STUDY – A Diagnostic Study is to be conducted by the RI in the selected cluster area. The Diagnostic Study is conducted to assess the preliminary situation of the farmers and level of agriculture in the area. The study will also help in identifying the potential interventions required and understand the specific project implementation context. A detailed list of factors to be covered in the study is mentioned in Annexure – 4.

FEASIBILITY ANALYSIS – Feasibility Analysis for the formation of FPCs should be carried out by RIs and then appraised by hired external experts in various technical areas. A normal feasibility study should cover aspects such as financial, technical, legal, political, socio-cultural, environmental, economic and resource feasibility. The Feasibility Analysis will establish a case for promotion of FPCs in the prevailing specific regional environmental context of the FPOs.

BASELINE ASSESSMENT – Baseline Assessment, to be carried out by RI, will help in generating data related to the current prevailing situation of farming and small, marginal and tenant farmers. Baseline assessment will cover a variety of factors to identify the potential interventions, to plan development and business plans and to establish the base figures based on future outcome indicators that can be measured to understand the change contribution. The assessment shall be conducted using stratified random sampling

5. ಎಫ್‌ಪಿಓ ಸ್ಥಾಪನೆ ಮತ್ತು ಅಭಿವೃದ್ಧಿ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆ



ಚಿತ್ರ 1 : ಎಫ್‌ಪಿಓ ಸ್ಥಾಪನೆ ಮತ್ತು ಅಭಿವೃದ್ಧಿ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆ

ಕ್ಲಸ್ಟರ್ ಗುರುತಿಸುವಿಕೆ - ಅನುಕ್ರಮ ರಾಜ್ಯ ಸರ್ಕಾರಿ ವಿಭಾಗಗಳೊಂದಿಗೆ ಸಮಾಲೋಚಿಸಿ ಕ್ಲಸ್ಟರ್ ಪ್ರದೇಶಗಳನ್ನು ಆರ್‌ಐ ಆಯ್ಕೆಮಾಡಬೇಕು. ಆದರೆ 8,000 ದಿಂದ 10,000 ರೈತರ ಕ್ಲಸ್ಟರ್ ಅನ್ನು ನಿರ್ಮಿಸಬೇಕು ಮತ್ತು ಇದರಲ್ಲಿ ಒಂದು ಅಥವಾ ಎರಡು ಬ್ಲಾಕ್‌ಗಳು ನಿರ್ದಿಷ್ಟ ಜಿಲ್ಲೆಯ 80 ರಿಂದ 120 ನೆರೆಹೊರೆಯ ಗ್ರಾಮಗಳನ್ನು ಗುರುತಿಸಬೇಕೆಂಬುದನ್ನು ಖಾತ್ರಿಪಡಿಸಿಕೊಳ್ಳಬೇಕು.

ತಪಾಸಣೆಯ ಅಧ್ಯಯನ - ತಪಾಸಣೆಯ ಅಧ್ಯಯನವನ್ನು ಆಯ್ದ ಕ್ಲಸ್ಟರ್ ಪ್ರದೇಶದಲ್ಲಿ ಆರ್‌ಐ ನಿರ್ವಹಣೆ ಮಾಡಬೇಕು. ತಪಾಸಣೆಯ ಅಧ್ಯಯನವನ್ನು ರೈತರ ಪ್ರಾಥಮಿಕ ಪರಿಸ್ಥಿತಿ ಮತ್ತು ಪ್ರದೇಶದಲ್ಲಿನ ಕೃಷಿಯ ಮಟ್ಟವನ್ನು ಮೌಲ್ಯಮಾಪನ ಮಾಡಲು ನಡೆಸಲಾಗುತ್ತದೆ. ಅಗತ್ಯವಾದ ಸಂಭಾವ್ಯ ಕೆಲಸಗಳನ್ನು ಗುರುತಿಸಲು ಮತ್ತು ನಿರ್ದಿಷ್ಟ ಯೋಜನೆ ಜಾರಿಗೊಳಿಸಲು, ಅರ್ಥಮಾಡಿಕೊಳ್ಳಲೂ ಸಹ ಅಧ್ಯಯನವು ಸಹಾಯ ಮಾಡುತ್ತದೆ. ಅಧ್ಯಯನದಲ್ಲಿ ಒಳಗೊಳ್ಳಬೇಕಾದ ಅಂಶಗಳ ವಿವರಪೂರ್ಣ ಪಟ್ಟಿಯನ್ನು ಅನುಬಂಧ -4 ರಲ್ಲಿ ಪ್ರಸ್ತಾಪಿಸಲಾಗಿದೆ.

ಸಾಧ್ಯಾಸಾಧ್ಯತೆಯ ವಿಶ್ಲೇಷಣೆ – ಎಫ್‌ಉತ್ಪಾದಕರ ಕಂಪನಿ ನಿರ್ಮಾಣದ ಸಾಧ್ಯಾಸಾಧ್ಯತೆಯ ವಿಶ್ಲೇಷಣೆಯನ್ನು ಆರ್‌ಐಗಳ ಮಾಡಬೇಕು ತದನಂತರ ವಿವಿಧ ತಾಂತ್ರಿಕ ಪ್ರದೇಶಗಳಲ್ಲಿನ ನೇಮಕ ಮಾಡಿಕೊಂಡ ಬಾಹ್ಯ ನಿಪುಣರು ಮೌಲ್ಯ ನಿರ್ಧಾರಣೆ ಮಾಡಬೇಕು. ಸಾಮಾನ್ಯ ಸಾಧ್ಯಾಸಾಧ್ಯತೆಯ ಅಧ್ಯಯನವು, ಹಣಕಾಸು, ತಾಂತ್ರಿಕ, ಕಾನೂನು, ರಾಜಕೀಯ, ಸಾಮಾಜಿಕ-ಸಂಸ್ಕೃತಿ, ಪರಿಸರ, ಆರ್ಥಿಕ ಮತ್ತು ಸಂಪನ್ಮೂಲಗಳ ಸಾಧ್ಯತೆಗಳಂತಹ ಅಂಶಗಳನ್ನು ಒಳಗೊಂಡಿರಬೇಕು. ಸಾಧ್ಯಾಸಾಧ್ಯತೆಯ ವಿಶ್ಲೇಷಣೆಯು ಎಫ್‌ಪಿಓಗಳ ಪ್ರಸ್ತುತ ನಿರ್ದಿಷ್ಟ ಪ್ರಾಂತೀಯ ಪರಿಸರದ ಸಂದರ್ಭದಲ್ಲಿ ಎಫ್‌ಪಿಓಗಳ ಉತ್ತೇಜನಕ್ಕೆ ಅವಕಾಶವನ್ನು ಒದಗಿಸುತ್ತದೆ.

ಪ್ರಾಥಮಿಕ ಹಂತದ ಮೌಲ್ಯಮಾಪನ – ಆರ್‌ಐ ನಡೆಸುವ ಪ್ರಾಥಮಿಕ ಹಂತದ ಮೌಲ್ಯಮಾಪನವು ಕೃಷಿಯ ಮತ್ತು ಸಣ್ಣ, ಮಧ್ಯಮ ಮತ್ತು ಗೇಣಿ ರೈತರ ಪ್ರಸ್ತುತ ಸ್ಥಿತಿಗೆ ಸಂಬಂಧಿಸಿದ ದತ್ತಾಂಶವನ್ನು ರೂಪಿಸಲು ಸಹಾಯ ಮಾಡುತ್ತದೆ. ಸಂಭಾವ್ಯ ಕೆಲಸಗಳನ್ನು ಗುರುತಿಸಲು, ಬೆಳವಣಿಗೆ ಮತ್ತು ವ್ಯವಹಾರದ ಯೋಜನೆಗಳನ್ನು ಯೋಜಿಸಲು ಮತ್ತು ಬದಲಾವದ ಪರಿಸ್ಥಿತಿಯನ್ನು ಅರ್ಥಮಾಡಿಕೊಳ್ಳಲು ಮಾಪನ ಮಾಡಬಹುದಾದ ಭವಿಷ್ಯದ ಸೂಚಕಗಳನ್ನು ಆಧರಿಸಿ ಮೂಲಭೂತ ಅಂಕಿಅಂಶಗಳನ್ನು ಸ್ಥಾಪಿಸಲು ಸಾಕಷ್ಟು ಅಂಶಗಳನ್ನು ಒಳಗೊಂಡಿರುತ್ತದೆ. ಮೌಲ್ಯಮಾಪನವನ್ನು ವರ್ಗೀಕರಿಸಿದ ಮಾದರಿ

through structured household-level interviews and open-ended focus group discussions with a variety of stakeholders. Refer to Annexure – 5 for a detailed checklist of factors to be studied in baseline surveys.

BUSINESS PLANNING – Business Planning will be carried out by RIs with the help of selected farmers' representatives. Business planning is a process through which the strategic and operational orientation of an emerging FPO is shaped. While baseline assessment figures will be important inputs to understand the level from which products and services for farmers' members should be developed, more important will be the collective visualisation of the future of the FPO. Using a variety of tools and systematic collective reflections, a business plan with proper projections on various aspects needs to be developed. The key is to develop business plans in detail with at least 10% of FPO farmer members to provide clear vision. A detailed list of content is provided in Annexure – 6.

MOBILISATION OF FARMERS – Once a strong case has been established by SHT with the help of a select group of farmers through the business planning process, it is time to mobilise farmers into FIGs and eventually as farmer-members of FPOs. Mobilisation of farmers should be done with a variety of communication aids like – pamphlets, documentary movies, posters, regular village-level meetings, proper vision development of promoter farmer-members. Promoter farmer-members are those who are eager to form a FPO on voluntary basis, having understood the importance and potential benefits of forming FPOs, obtained through training programmes and exposure provided by SHT of RIs.

ORGANISING AND FORMALISING – FIGs in an aggregated cluster together form FPOs. Typically, around 50-70 FIGs can come together to form a FPO. FPOs can be registered under the Producer Company provision under the Companies Act A separate manual on registration of FPOs is enclosed with these guidelines. See also Annexure – 7. However, it must be clarified that the purpose of mobilising farmers is not merely to achieve the target of registering a formal entity. The final form which the FPO assumes (i.e. cooperative, producer company, multi- state cooperative etc.) must be a decision taken by FIG members at an appropriate time. It is important to stress that the process must not be hurried in any manner and there is no "right time" by which the FPO must be registered. Any period between 18 months to 24 months may be necessary for the FIGs to settle down and understand the implications of aggregation. Only then should the FPO registration be attempted.

RESOURCE MOBILISATION – Before initiating the operations of a FPO all required resources should be mobilised by the RI with the help of FPO representatives and board of directors. Financial, human (staff), technical and physical resources should be developed during this particular step. Based on the business plan the RI should liaise with various financing agencies and mobilise resources for hiring/purchasing and developing various resources.

MANAGEMENT SYSTEMS DEVELOPMENT – RIs should facilitate the development of management systems in the FPO. Guidelines for management systems should be able to address all requirements related to financial services, input and output management services. Systems related to management of finance, human resources, stock and inventory, procurement and quality management, marketing, internal audit, internal conflict resolution and other important functional areas should be developed. Standard operating procedures for the same should be established.

BUSINESS OPERATIONS – Business operations is the commencement of procurement, production, processing, marketing and financial service activities of a FPO. RIs should carefully train both the governing and operational structures of the FPO in order to ensure smooth functioning of business operations. The entire value-chain related to various agriculture and allied products and commodities needs to be managed.

ASSESSMENT AND AUDIT – RIs should facilitate constant assessment of performance of various stakeholders like farmer members, governing board of directors and service providers. They should also help FPOs to reflect using Institutional Maturity Index to understand areas of improvement. Internal process and accounting audits will help maintain both transparency and accountability (Annexure-9). These are key institutional systems for FPO evolution.

ಬಳಸಿಕೊಂಡು ರಚನಾತ್ಮಕ ಮನೆಯ-ಮಟ್ಟದ ಸಂದರ್ಶನಗಳು ಮತ್ತು ಸಾಕಷ್ಟು ಭಾಗೀದಾರರೊಂದಿಗೆ ಮುಕ್ತ ಗುಂಪು ಚರ್ಚೆಗಳನ್ನು ಮಾಡುವ ಮೂಲಕ ನಡೆಸಲಾಗುತ್ತದೆ. ಪ್ರಾಥಮಿಕ ಹಂತದ ಸಮೀಕ್ಷೆಯಲ್ಲಿ ಅಧ್ಯಯನ ಮಾಡಬೇಕಾದ ಅಂಶಗಳ ವಿವರವಾದ ಪಟ್ಟಿಗೆ ಅನುಬಂಧ-5 ನ್ನು ಉಲ್ಲೇಖ ಮಾಡಿದೆ.

ವ್ಯವಹಾರ ಯೋಜನೆ - ಆಯ್ದ ರೈತರ ಪ್ರತಿನಿಧಿಗಳ ಸಹಾಯದೊಂದಿಗೆ ಆರ್‌ಐಗಳು ವ್ಯವಹಾರ ಯೋಜನೆಯನ್ನು ಮಾಡುತ್ತಾರೆ. ವ್ಯವಹಾರ ಯೋಜಿಸುವಿಕೆ ಎನ್ನುವುದು ಒಂದು ಪ್ರಕ್ರಿಯೆಯಾಗಿದ್ದು, ಈ ಮೂಲಕ ರೂಪುಗೊಳ್ಳುವ ಎಫ್‌ಪಿಓ ನ ಕಾರ್ಯಬದ್ಧತೆಯ ಮತ್ತು ಕಾರ್ಯನಿರ್ವಹಣೆಗೆ ಸ್ಪಷ್ಟ ರೂಪ ನೀಡಲಾಗುತ್ತದೆ. ಪ್ರಾಥಮಿಕ ಹಂತದ ಮೌಲ್ಯಮಾಪನದ ಅಂಕಿಅಂಶಗಳು ರೈತ ಸದಸ್ಯರುಗಳಿಗೆ ಉತ್ಪನ್ನಗಳು ಮತ್ತು ಸೇವೆಗಳನ್ನು ಯಾವ ಮಟ್ಟದಿಂದ ಅಭಿವೃದ್ಧಿಗೊಳಿಸಬೇಕು ಎಂಬುದನ್ನು ಅರ್ಥಮಾಡಿಕೊಳ್ಳಲು ಪ್ರಮುಖವಾದ ಅಂಶಗಳಾಗಿರುತ್ತವೆ ಜೊತೆಗೆ ಇದು ಹೆಚ್ಚು ಪ್ರಮುಖವಾಗಿ ಎಫ್‌ಪಿಓದ ಭವಿಷ್ಯದ ಒಟ್ಟಾರೆಯಾದ ರೂಪುರೇಷೆಯಾಗಿರುತ್ತದೆ. ವಿವಿಧ ಪರಿಕರಗಳು ಮತ್ತು ಸುವ್ಯವಸ್ಥಿತ ಚಿಂತನಶೀಲತೆಯನ್ನು ಬಳಸಿಕೊಂಡು, ವಿವಿಧ ಅಂಶಗಳ ಕುರಿತಾಗಿ ಸರಿಯಾದ ಆಲೋಚನೆಯೊಂದಿಗೆ ವ್ಯವಹಾರದ ಯೋಜನೆಯನ್ನು ಅಭಿವೃದ್ಧಿಪಡಿಸಬೇಕಾಗುತ್ತದೆ. ಪ್ರಮುಖವಾಗಿ ಸ್ಪಷ್ಟವಾದ ಗುರಿಯನ್ನು ಒದಗಿಸಲು ಕನಿಷ್ಠ 10% ರಷ್ಟು ಎಫ್‌ಪಿಓ ರೈತ ಸದಸ್ಯರೊಂದಿಗೆ ವ್ಯವಹಾರದ ಯೋಜನೆಗಳನ್ನು ಅಭಿವೃದ್ಧಿಗೊಳಿಸುವುದಾಗಿದೆ. ವಿಷಯದ ಸವಿವರ ಹೊಂದಿದ ಪಟ್ಟಿಯನ್ನು ಅನುಬಂಧ-6 ರಲ್ಲಿ ಒದಗಿಸಲಾಗಿದೆ.

ರೈತರುಗಳನ್ನು ಒಟ್ಟುಗೂಡಿಸುವಿಕೆ- ವ್ಯವಹಾರ ಯೋಜನೆ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆಯ ಮೂಲಕ ಆಯ್ದ ರೈತರುಗಳ ಗುಂಪಿನ ಸಹಾಯದೊಂದಿಗೆ ಎಸ್‌ಹೆಚ್‌ಟಿ ಯಿಂದ ಒಮ್ಮೆ ಬಲಶಾಲಿಯಾದ ವಿಷಯವೊಂದನ್ನು ಸ್ಥಾಉತ್ಪಾದಕರ ಕಂಪನಿ ದಾಗ, ರೈತರುಗಳನ್ನು ಎಫ್‌ಐಜಿಗಳಾಗಿ ಮತ್ತು ಅಂತಿಮವಾಗಿ ಎಫ್‌ಪಿಓಗಳ ರೈತ-ಸದಸ್ಯರುಗಳಾಗಿ ಒಟ್ಟುಗೂಡಿಸುವ ಸಮಯವಾಗಿರುತ್ತದೆ. ರೈತರುಗಳ ಒಟ್ಟುಗೂಡಿಸುವಿಕೆಯನ್ನು ವಿವಿಧ ರೀತಿಯ ಸಂವಹನ ಸಾಧನಗಳಾದ ಕರಪತ್ರಗಳು, ಡಾಕ್ಯುಮೆಂಟರಿ, ಚಲನಚಿತ್ರಗಳು, ಪೋಸ್ಟರ್‌ಗಳು, ನಿಯಮಿತ ಗ್ರಾಮ ಸಭೆಗಳು, ಪ್ರವರ್ತಕ ರೈತ-ಸದಸ್ಯರುಗಳ ಸರಿಯಾದ ಗುರಿಯ ಬೆಳವಣಿಗೆಯ ಮೂಲಕ ಮಾಡಬೇಕು. ಪ್ರವರ್ತಕ ರೈತ-ಸದಸ್ಯರುಗಳೆಂದರೆ ಸ್ವಯಂಪ್ರೇರಿತವಾಗಿ ಎಫ್‌ಪಿಓ ರೂಪಿಸಲು ಉತ್ಸುಕತೆಯನ್ನು ಹೊಂದಿರುವವರಾಗಿದ್ದಾರೆ, ಇವರು ಎಸ್‌ಹೆಚ್‌ಟಿ ಅಥವಾ ಆರ್‌ಐಗಳು ಒದಗಿಸುವ ತರಬೇತಿ ಕಾರ್ಯಕ್ರಮಗಳ ಮೂಲಕ ಎಫ್‌ಪಿಓಗಳ ಸಂಭಾವ್ಯ ಕೃಷಿ ಪ್ರಯೋಜನಗಳನ್ನು ಅರಿತುಕೊಂಡವರಾಗಿರುತ್ತಾರೆ.

ಆಯೋಜಿಸುವಿಕೆ ಮತ್ತು ನಿಯಮಬದ್ಧ ರೂಪ ನೀಡುವಿಕೆ - ಒಟ್ಟುಗೂಡಿಸಿದ ಕ್ಲಸ್ಟರ್‌ನಲ್ಲಿರುವ ಎಫ್‌ಐಜಿಗಳು ಒಟ್ಟಿಗೆ ಎಫ್‌ಪಿಓಗಳನ್ನು ರೂಪಿಸುತ್ತವೆ. ಎಫ್‌ಪಿಓ ರೂಪಿಸಲು ಸಾಮಾನ್ಯವಾಗಿ ಸುಮಾರು 50-70 ಎಫ್‌ಐಜಿಗಳು ಒಟ್ಟಿಗೆ ಬರಬಹುದು. ಎಫ್‌ಪಿಓಗಳನ್ನು ಕಂಪನಿಗಳ ಕಾಯಿದೆಯ ಅಡಿಯಲ್ಲಿ ಉತ್ಪಾದಕ ಕಂಪನಿ ನಿಬಂಧನೆಯ ಅಡಿಯಲ್ಲಿ ನೋಂದಾಯಿಸಬಹುದು. ಈ ಮಾರ್ಗದರ್ಶಿಗಳೊಂದಿಗೆ ಎಫ್‌ಪಿಓಗಳನ್ನು ನೋಂದಾಯಿಸುವ ಕುರಿತಾಗಿ ಪ್ರತ್ಯೇಕ ಕೈಪಿಡಿಯನ್ನು ಲಗತ್ತಿಸಲಾಗಿದೆ. ಹಾಗೆಯೇ ಅನುಬಂಧ-7ನ್ನೂ ಸಹ ನೋಡಿ. ರೈತರುಗಳನ್ನು ಒಟ್ಟುಗೂಡಿಸುವುದು ಕೇವಲ ಒಂದು ಸಂಪ್ರದಾಯಿಕವಾದ ಸಂಸ್ಥೆಯನ್ನು ನೋಂದಾಯಿಸುವ ಉದ್ದೇಶಕ್ಕಾಗಿ ಮಾತ್ರ ಅಲ್ಲ ಎಂಬುದನ್ನು ಸ್ಪಷ್ಟೀಕರಿಸಬೇಕು. ಎಫ್‌ಪಿಓ ಪಡೆದುಕೊಳ್ಳುವ ಅಂತಿಮ ರೂಪವನ್ನು (ಅಂದರೆ ಸಹಕಾರಿ ಸಂಸ್ಥೆ, ಉತ್ಪಾದಕ ಕಂಪನಿ, ಬಹು-ರಾಜ್ಯ ಸಹಕಾರಿ ಸಂಸ್ಥೆ ಇತರೆ) ಸೂಕ್ತ ಸಮಯದಲ್ಲಿ ಎಫ್‌ಐಜಿ ಸದಸ್ಯರುಗಳು ತೆಗೆದುಕೊಳ್ಳಬೇಕಾಗುತ್ತದೆ. ಪ್ರಕ್ರಿಯೆಯನ್ನು ಯಾವುದೇ ರೀತಿಯಲ್ಲಿ ಅವಸರದಲ್ಲಿ ಮಾಡಬಾರದು ಮತ್ತು ಎಫ್‌ಪಿಓಗಳನ್ನು ನೋಂದಾಯಿಸಲು ಯಾವುದೇ 'ಸೂಕ್ತ ಸಮಯ' ಇರುವುದಿಲ್ಲ. ಎಫ್‌ಪಿಓಗಳು ಒಂದು ಸ್ಥಿರ ರೂಪ ಪಡೆದುಕೊಳ್ಳಲು ಮತ್ತು ಒಟ್ಟುಗೂಡುವಿಕೆಯ ಪರಿಣಾಮಗಳನ್ನು ಅರ್ಥಮಾಡಿಕೊಳ್ಳಲು 18 ತಿಂಗಳುಗಳಿಂದ 24 ತಿಂಗಳ ಕಾಲದ ಸಮಯ ಅಗತ್ಯವಾಗಿರುತ್ತದೆ. ಆಗ ಮಾತ್ರ ಎಫ್‌ಪಿಓ ನೋಂದಣಿಗೆ ಪ್ರಯತ್ನಿಸಬೇಕು.

ಸಂಪನ್ಮೂಲಗಳ ಒಟ್ಟುಗೂಡಿಸುವಿಕೆ - ಎಫ್‌ಪಿಓ ಕಾರ್ಯಾಚರಣೆಗಳನ್ನು ಪ್ರಾರಂಭಿಸುವ ಮುನ್ನ, ಎಫ್‌ಪಿಓ ಪ್ರತಿನಿಧಿಗಳು ಮತ್ತು ಆಡಳಿತ ನಿರ್ದೇಶಕರ ಸಹಕಾರದೊಂದಿಗೆ ಸಂಪನ್ಮೂಲಗಳನ್ನು ಆರ್‌ಐ ಒಟ್ಟುಗೂಡಿಸಬೇಕು. ಹಣಕಾಸು, ಜನರು (ಸಿಬ್ಬಂದಿ), ತಾಂತ್ರಿಕ ಮತ್ತು ಭೌತಿಕ ಸಂಪನ್ಮೂಲಗಳನ್ನು ಈ ನಿರ್ದಿಷ್ಟ ಹಂತದಲ್ಲಿ ಅಭಿವೃದ್ಧಿಗೊಳಿಸಬೇಕು. ವ್ಯವಹಾರ ಯೋಜನೆಯ ಆಧಾರದಲ್ಲಿ, ವಿವಿಧ ಹಣಕಾಸು ಸಂಸ್ಥೆಗಳೊಂದಿಗೆ ಆರ್‌ಐ ಸಂಪರ್ಕ ಕಲ್ಪಿಸಬೇಕು ಮತ್ತು ನೇಮಕಾತಿ/ಖರೀದಿಗಾಗಿ ಮತ್ತು ವಿವಿಧ ಸಂಪನ್ಮೂಲಗಳನ್ನು ಅಭಿವೃದ್ಧಿಗೊಳಿಸುವುದಕ್ಕಾಗಿ ಸಂಪನ್ಮೂಲಗಳನ್ನು ಒಟ್ಟುಗೂಡಿಸಬೇಕು.

ನಿರ್ವಹಣೆ ವ್ಯವಸ್ಥೆಗಳ ಬೆಳವಣಿಗೆ-ಎಫ್‌ಪಿಓನಲ್ಲಿ ನಿರ್ವಹಣೆ ವ್ಯವಸ್ಥೆಗಳ ಬೆಳವಣಿಗೆಗೆ ಆರ್‌ಐಗಳು ಅನುಕೂಲ ಕಲ್ಪಿಸಬೇಕು. ನಿರ್ವಹಣೆ ವ್ಯವಸ್ಥೆಗಳಿಗಾಗಿ ಮಾರ್ಗದರ್ಶಿಗಳು ಹಣಕಾಸು ಸೇವೆಗಳು, ಒಳ ಮತ್ತು ಹೊರ ನಿರ್ವಹಣೆ ಸೇವೆಗಳಿಗೆ ಸಂಬಂಧಿಸಿದ ಎಲ್ಲಾ ಅಗತ್ಯತೆಗಳನ್ನು ಪರಿಹರಿಸಲು ಸಾಧ್ಯವಾಗಬೇಕು. ಹಣಕಾಸು, ಮಾನವ ಸಂಪನ್ಮೂಲ, ಸ್ಟಾಕ್ ಮತ್ತು ಇನ್ವೆಂಟರಿ, ಸಂಗ್ರಹಣೆ ಮತ್ತು ಗುಣಮಟ್ಟ ನಿರ್ವಹಣೆ, ಮಾರ್ಕೆಟಿಂಗ್, ಆಂತರಿಕ ಆಡಿಟ್, ಆಂತರಿಕ ಸಂಘರ್ಷ ಪರಿಹಾರ ಮತ್ತು ಇತರ ಪ್ರಮುಖ ಕಾರ್ಯನಿರ್ವಹಣೆ ಪ್ರದೇಶಗಳಿಗೆ ಸಂಬಂಧಿಸಿದ ವ್ಯವಸ್ಥೆಗಳನ್ನು ಅಭಿವೃದ್ಧಿಗೊಳಿಸಬೇಕು. ಇದಕ್ಕಾಗಿ ಪ್ರಮಾಣಿತ ಕಾರ್ಯನಿರ್ವಹಣೆ ಮಾಡುವ ವಿಧಾನಗಳನ್ನು ಸ್ಥಾಪಿಸಬೇಕು.

ವ್ಯವಹಾರ ಕಾರ್ಯನಿರ್ವಹಣೆಗಳು - ವ್ಯವಹಾರ ಕಾರ್ಯನಿರ್ವಹಣೆಗಳೆಂದರೆ ಎಫ್‌ಪಿಓನ ಸಂಗ್ರಹಣೆ, ಉತ್ಪಾದನೆ. ಕಾರ್ಯಪ್ರಕ್ರಿಯೆ, ಮಾರ್ಕೆಟಿಂಗ ಮತ್ತು ಹಣಕಾಸು ಸೇವೆ ಚಟುವಟಿಕೆಗಳನ್ನು ಪ್ರಾರಂಭಿಸುವುದಾಗಿದೆ. ವ್ಯವಹಾರ ಕಾರ್ಯನಿರ್ವಹಣೆಯ ಸರಾಗವಾದ ಕಾರ್ಯಚಟುವಟಿಕೆಯನ್ನು ಖಾತ್ರಿಪಡಿಸಿಕೊಳ್ಳಲು ಎಫ್‌ಪಿಓನ ಆಡಳಿತ ಮತ್ತು ಕಾರ್ಯನಿರ್ವಹಣೆ ವಿಭಾಗಗಳೆರಡಕ್ಕೂ ಆರ್‌ಐಗಳು ಎಚ್ಚರಿಕೆಯಿಂದ ತರಬೇತಿ ನೀಡಬೇಕು. ವಿವಿಧ ಕೃಷಿ ಮತ್ತು ಸಂಬಂಧಿತ ಉತ್ಪನ್ನಗಳು ಮತ್ತು ಸರಕು ಅಗತ್ಯತೆಗಳಿಗೆ ಸಂಬಂಧಿಸಿದ ಸಂಪೂರ್ಣ ಮೌಲ್ಯ-ಸರಣಿಯನ್ನು ನಿರ್ವಹಿಸಬೇಕಾಗುತ್ತದೆ.

ಮೌಲ್ಯಮಾಪನ ಮತ್ತು ಆಡಿಟ್ - ರೈತ ಸದಸ್ಯರು, ನಿರ್ದೇಶಕರು ಮತ್ತು ಸೇವೆ ಒದಗಿಸುವವರ ಆಡಳಿತ ಮಂಡಳಿಯಂತಹ ವಿವಿಧ ಭಾಗೀದಾರರ ಕಾರ್ಯನಿರ್ವಹಣೆಯ ಸತತ ಮೌಲ್ಯಮಾಪನಕ್ಕೆ ಆರ್‌ಐಗಳು ವ್ಯವಸ್ಥೆ ಕಲ್ಪಿಸಬೇಕು. ಸುಧಾರಣೆಯ ಕಾರ್ಯಕ್ಷೇತ್ರಗಳನ್ನು ಅರ್ಥಮಾಡಿಕೊಳ್ಳಲು ಸಾಂಸ್ಥಿಕ ಮೆಚ್ಯೂರಿಟಿ ಇಂಡೆಕ್ಸ್ ಬಳಸಿಕೊಳ್ಳುವ ಕುರಿತಾಗಿಯೂ ಅವುಗಳು ಎಫ್‌ಪಿಓಗಳಿಗೆ ಸಹಾಯ ಮಾಡುತ್ತಾರೆ. ಆಂತರಿಕ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆಗಳು ಮತ್ತು ಅಕೌಂಟಿಂಗ್ ಆಡಿಟ್‌ಗಳು ಪಾರದರ್ಶಕತೆ ಮತ್ತು ಜವಾಬ್ದಾರಿ (ಅನುಬಂಧ-9) ಕಾಪಾಡಿಕೊಳ್ಳಲು ಸಹಾಯ ಮಾಡುತ್ತವೆ. ಇವುಗಳು ಎಫ್‌ಪಿಓ ವಿಕಸನಕ್ಕೆ ಪ್ರಮುಖವಾದ ಸಾಂಸ್ಥಿಕ ವ್ಯವಸ್ಥೆಗಳಾಗಿವೆ.

6. FPO SERVICE MODEL

The FPO will offer a variety of services to its members as illustrated in the table. It can be noted that it is providing almost end-to-end services to its members, covering almost all aspects of cultivation (from inputs, technical services to processing and marketing). The FPO will facilitate linkages between farmers, processors, traders, and retailers to coordinate supply and demand and to access key business development services such as market information, input supplies, and transport services. Based on the emerging needs, the FPO will keep on adding new services from time to time.

The set of services include Financial, Business and Welfare services. An indicative list of services includes:

Financial Services: The FPO will provide loans for crops, purchase of tractors, pump sets, construction of wells, laying of pipelines.

Input Supply Services: The FPO will provide low cost and quality inputs to member farmers. It will supply fertilizers, pesticides, seeds, sprayers, pumpsets, accessories, pipelines.

Procurement and Packaging Services: The FPO will procure agriculture produce from its member farmers; will do the storage, value addition and packaging.

Marketing Services: The FPO will do the direct marketing after procurement of agricultural produce. This will enable members to save in terms of time, transaction costs, weighment losses, distress sales, price fluctuations, transportation, quality maintenance etc.

Insurance Services: The FPO will provide various insurance like Crop Insurance, Electric Motors Insurance and Life Insurance.

Technical Services: FPO will promote best practices of farming, maintain marketing information system, diversifying and raising levels of knowledge and skills in agricultural production and post-harvest processing that adds value to products.

Networking Services: Making channels of information (e.g. about product specifications, market prices) and other business services accessible to rural producers; facilitating linkages with financial institutions, building linkages of producers, processors, traders and consumers, facilitating linkages with government programmes.

6. ಎಫ್‌ಪಿಓ ಸೇವೆ ಮಾದರಿ

ಕೋಷ್ಟಕದಲ್ಲಿ ವಿವರಿಸಿದಂತೆ ಎಫ್‌ಪಿಓ ತನ್ನ ಸದಸ್ಯರಿಗೆ ಸಾಕಷ್ಟು ಸೇವೆಗಳನ್ನು ಒದಗಿಸುತ್ತದೆ. ಇದು ಉಳುಮೆಯ ಬಹುಪಾಲು ಎಲ್ಲಾ ಅಂಶಗಳನ್ನು ಒಳಗೊಂಡು (ಸಲಹೆಗಳು, ತಾಂತ್ರಿಕ ಸೇವೆಗಳಿಂದ ಕಾರ್ಯಪ್ರಕ್ರಿಯೆ ಮತ್ತು ಮಾರ್ಕೆಟಿಂಗ್‌ವರೆಗೆ) ಒಳಗೊಂಡು ಆರ್‌ಐಎಸ್ ಸದಸ್ಯರಿಗೆ ಬಹುಪಾಲು ಎಲ್ಲಾ ಸೇವೆಗಳನ್ನು ಒದಗಿಸುತ್ತದೆ ಎಂಬುದನ್ನು ಗಮನಿಸಬಹುದು. ಪೂರೈಕೆ ಮತ್ತು ಬೇಡಿಕೆಯ ಸಹಯೋಗ ಮತ್ತು ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಮಾಹಿತಿ, ಒಳ ಪೂರೈಕೆಗಳು ಮತ್ತು ಸಾಗಾಣಿಕೆ ಸೇವೆಗಳಂತಹ ಪ್ರಮುಖವಾದ ವ್ಯವಹಾರ ಬೆಳವಣಿಗೆ ಸೇವೆಗಳಿಗೆ ಅನುಕೂಲ ಕಲ್ಪಿಸಲು ರೈತರು, ಪ್ರಕ್ರಿಯೆದಾರರು, ವ್ಯಾಪಾರಿಗಳು ಮತ್ತು ರಿಟೇಲರ್‌ಗಳಿಗೆ ಎಫ್‌ಪಿಓ ಸಂಪರ್ಕವನ್ನು ಕಲ್ಪಿಸುತ್ತದೆ. ಬೇಡಿಕೆಯ ಅಗತ್ಯತೆಗಳನ್ನು ಆಧರಿಸಿ, ಸಮಯದಿಂದ ಸಮಯಕ್ಕೆ ಎಫ್‌ಪಿಓ ಹೊಸ ಸೇವೆಗಳನ್ನು ಸೇರಿಸುತ್ತಿರುತ್ತದೆ.

ಹಣಕಾಸು, ವ್ಯವಹಾರ ಮತ್ತು ಜನಕಲ್ಯಾಣ ಸೇವೆಗಳು ಹಲವು ಸೇವೆಗಳಲ್ಲಿ ಒಂದಾಗಿವೆಸೂಚಕನಾತ್ಮಕ ಸೇವೆಗಳ ಪಟ್ಟಿಯು ಈ ಕೆಳಗಿನವುಗಳನ್ನು ಒಳಗೊಂಡಿದೆ:

ಹಣಕಾಸು ಸೇವೆಗಳು: ಬೆಳೆಗಳು, ಟ್ರ್ಯಾಕ್ಟರ್, ಪಂಪ್ ಸೆಟ್‌ಗಳು, ಬಾವಿಗಳ ನಿರ್ಮಾಣ, ಪೈಪ್‌ಲೈನ್ ಹಾಕುವಿಕೆಗಾಗಿ ಸಾಲಗಳನ್ನು ಎಫ್‌ಪಿಓ ಒದಗಿಸುತ್ತದೆ.

ಪರಿಕರಗಳಪೂರೈಕೆ ಸೇವೆಗಳು: ರೈತ ಸದಸ್ಯರಿಗೆ ಕಡಿಮೆ ವೆಚ್ಚದಲ್ಲಿ ಮತ್ತು ಗುಣಮಟ್ಟದ ಪರಿಕರಗಳಪೂರೈಕೆಗಳನ್ನು ಎಫ್‌ಪಿಓ ಒದಗಿಸುತ್ತದೆ. ಇದು ರಾಸಾಯನಿಕ ಗೊಬ್ಬರಗಳು, ಕೀಟನಾಶಕಗಳು, ಬೀಜಗಳು, ಸ್ಪ್ರೇಯರ್‌ಗಳು, ಪಂಪ್‌ಸೆಟ್‌ಗಳು, ಬಿಡಿಭಾಗಗಳು, ಪೈಪ್‌ಲೈನ್‌ಗಳು ಇತ್ಯಾದಿ ಗಳನ್ನು ಒದಗಿಸುತ್ತದ.

ಸಂಗ್ರಹಣೆ ಮತ್ತು ಪ್ಯಾಕೇಜಿಂಗ್ ಸೇವೆಗಳು: ತನ್ನ ರೈತ ಸದಸ್ಯರಿಂದ ಕೃಷಿ ಉತ್ಪಾದನೆಗಳನ್ನು ಎಫ್‌ಪಿಓ ಪಡೆದುಕೊಳ್ಳುತ್ತದೆ ಮತ್ತು ಸಂಗ್ರಹಣೆ, ಮೌಲ್ಯವರ್ಧನೆ ಮತ್ತು ಪ್ಯಾಕೇಜಿಂಗ್ ಮಾಡುತ್ತದೆ.

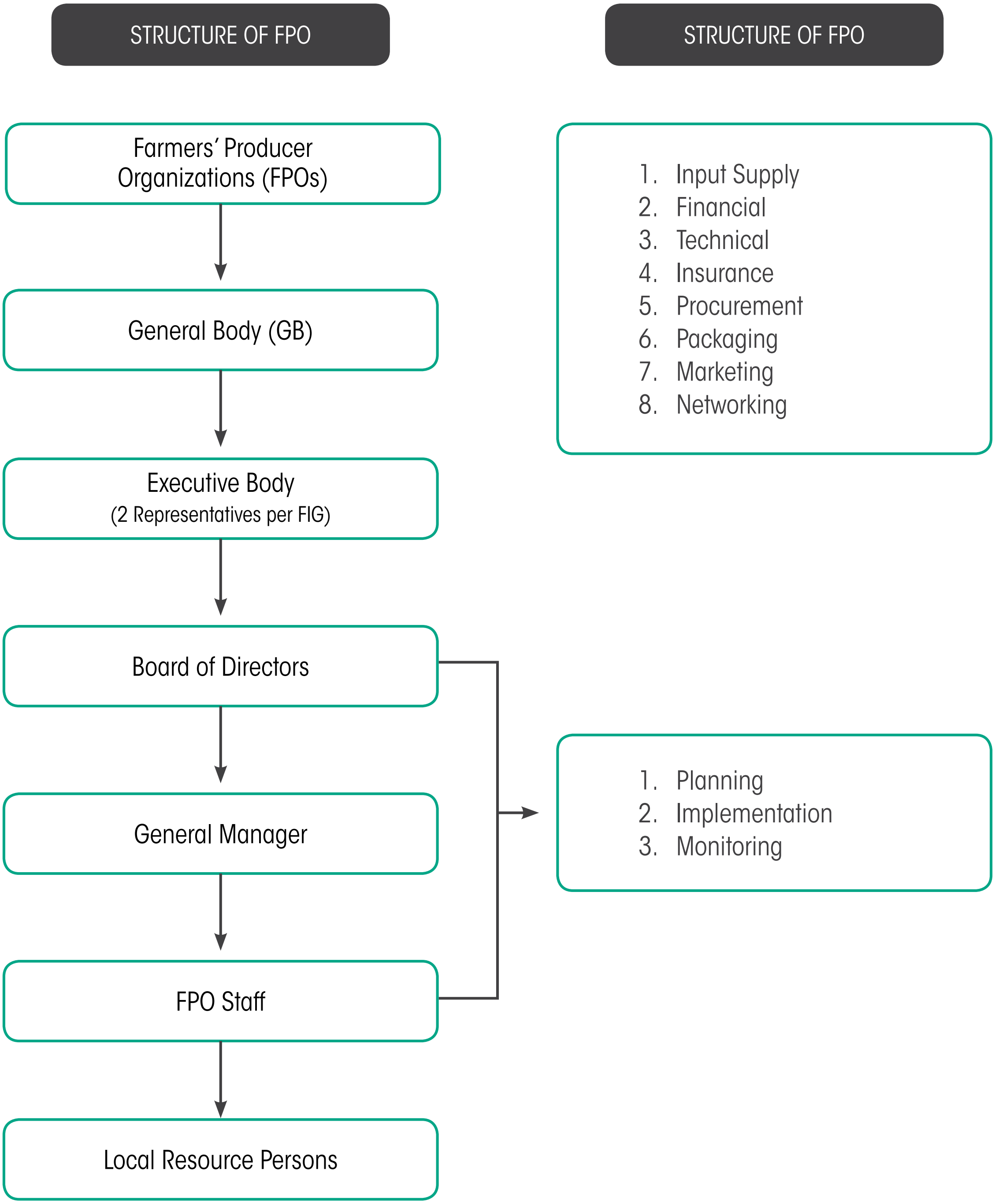
ಮಾರ್ಕೆಟಿಂಗ್ ಸೇವೆಗಳು: ಕೃಷಿ ಉತ್ಪನ್ನವನ್ನು ಪಡೆದುಕೊಂಡ ನಂತರ ನೇರ ಮಾರ್ಕೆಟಿಂಗ್ ಅನ್ನು ಎಫ್‌ಪಿಓ ಮಾಡುತ್ತದೆ. ಇದು ಸದಸ್ಯರಿಗೆ ಸಮಯದ ಉಳಿತಾಯ, ವಹಿವಾಟಿನ ವೆಚ್ಚಗಳು, ತೂಕದ ನಷ್ಟಗಳು, ಒತ್ತಡದ ಮಾರಾಟಗಳು, ದರ ಬದಲಾವಣೆಗಳು, ಸಾಗಾಣಿಕೆ, ಗುಣಮಟ್ಟದ ನಿರ್ವಹಣೆಯಂತಹ ಇತರ ಅಂಶಗಳಲ್ಲಿ ಉಳಿತಾಯವನ್ನು ಮತ್ತು ಅನುಕೂಲತೆಯನ್ನು ಕಲ್ಪಿಸುತ್ತದೆ.

ವಿಮೆ ಸೇವೆಗಳು: ಬೆಳೆ ವಿಮೆ, ವಿದ್ಯುತ್ ಉಪಕರಣಗಳ ವಿಮೆ ಮತ್ತು ಜೀವವಿಮೆಯಂತಹ ವಿವಿಧ ವಿಮೆಯನ್ನು ಎಫ್‌ಪಿಓ ಒದಗಿಸುತ್ತದೆ.

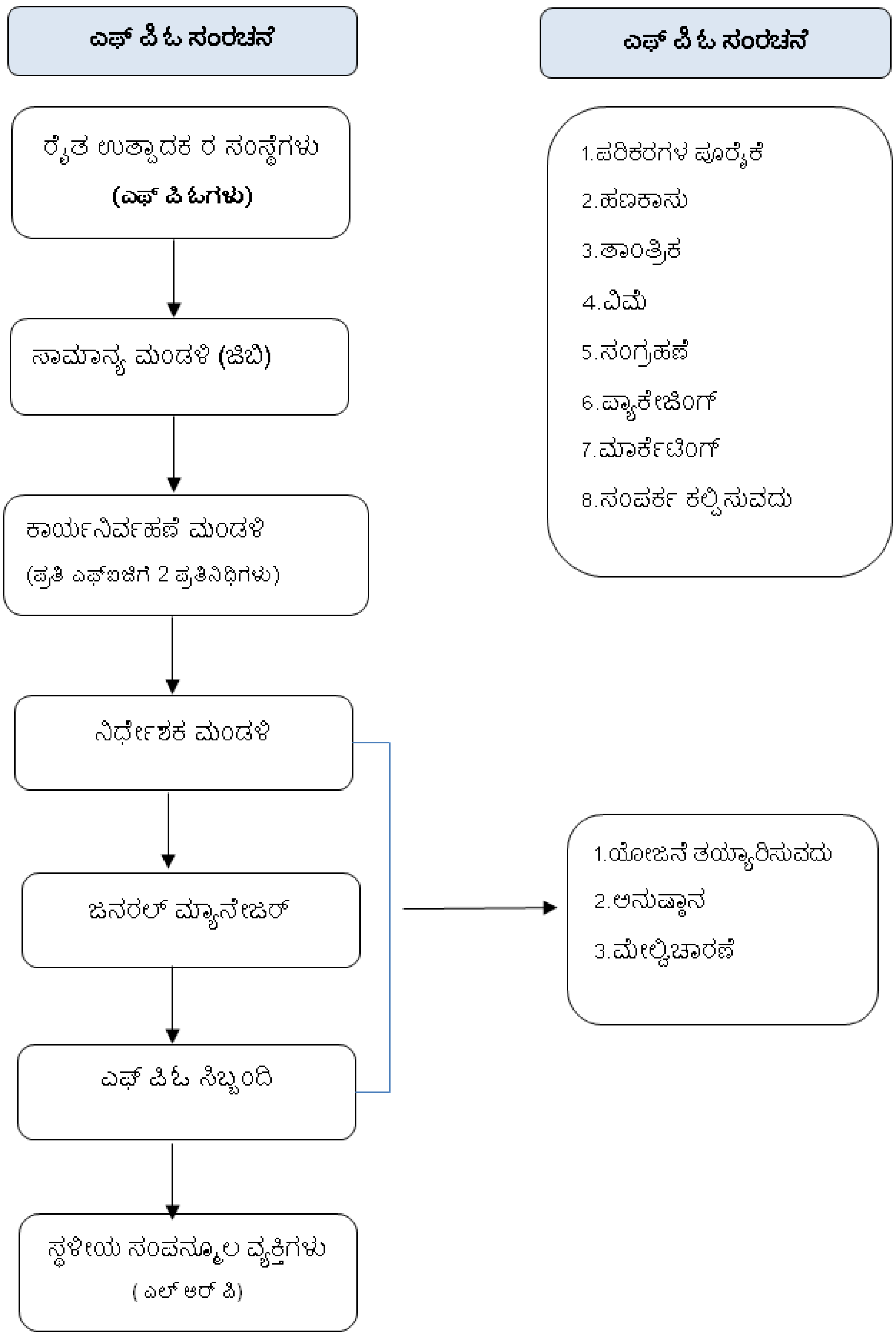
ತಾಂತ್ರಿಕ ಸೇವೆಗಳು: ಅತ್ಯುತ್ತಮ ಕೃಷಿ ಅಭ್ಯಾಸಗಳನ್ನು ಎಫ್‌ಪಿಓ ಉತ್ತೇಜಿಸುತ್ತದೆ, ಮಾರ್ಕೆಟಿಂಗ್ ಮಾಹಿತಿ ವ್ಯವಸ್ಥೆ, ಕೃಷಿ ಉತ್ಪಾದನೆ ಮತ್ತು ಕಟಾವು ನಂತರ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆಗಳಲ್ಲಿ ಜ್ಞಾನ ಮತ್ತು ಕೌಶಲ್ಯಗಳ ವೈವಿಧ್ಯಮಯ ಮತ್ತು ಹೆಚ್ಚಿನ ಮಟ್ಟಗಳು ಉತ್ಪನ್ನಗಳಿಗೆ ಮೌಲ್ಯವನ್ನು ನೀಡುತ್ತವೆ.

ಸಂಪರ್ಕ ಸೇವೆಗಳು: ಗ್ರಾಮೀಣ ಉತ್ಪಾದಕರಿಗೆ ಮಾಹಿತಿಯ ಮೂಲವನ್ನು (ಉದಾ. ಉತ್ಪನ್ನದ ನಿರ್ದಿಷ್ಟತೆಗಳು, ಮಾರ್ಕೆಟ್ ದರಗಳು) ಮತ್ತು ಇತರ ವ್ಯವಹಾರ ಸೇವೆಗಳನ್ನು ಲಭ್ಯಗೊಳಿಸುವುದು; ಹಣಕಾಸು ಸಂಸ್ಥೆಗಳೊಂದಿಗೆ ಸಂಪರ್ಕವನ್ನು ಸುಲಭಗೊಳಿಸುವುದು, ಉತ್ಪಾದಕರು, ಪ್ರಕ್ರಿಯೆದಾರರು, ವ್ಯಾಪಾರಿಗಳು ಮತ್ತು ಗ್ರಾಹಕರ ಸಂಪರ್ಕಗಳನ್ನು ನಿರ್ಮಿಸುವುದು, ಸರ್ಕಾರಿ ಕಾರ್ಯಕ್ರಮಗಳೊಂದಿಗೆ ಸಂಪರ್ಕವನ್ನು ಕಲ್ಪಿಸುವುದು.

FIGURE 2: FPO SERVICE MODEL



ತ್ರ 2 : ಎಫ್‌ಪಿಓ ಸೇವೆಯ ಮಾದರಿ



7. STAGES OF PROJECT DEVELOPMENT, TIMELINE, DELIVERABLE AND MEASURES OF VERIFICATION

TIMELINE	ACTIVITIES	DELIVERABLES	MEANS OF VERIFICATION	PAYMENT STRUCTURE % OF TOTAL FEES
3 month	**Stage One: Pre-project Implementation (Three months)** Baseline on volume, value & market access, centrality analysis, (i) Identification of Product specific clusters (ii) Feasibility Analysis -break-even estimates (iii) Project Implementation Plan procurement, inputs, storage and marketing,	Detailed Project Report (Checklist Provided) (i) List of Product specific clusters identified (ii) Database of farmers prepared, computerized and analysed (iii) Various interface table prepared	(i) Submitted DPR (ii) Meeting minutes and photographs of meetings (iii) Inception report	10%
6 month	**Stage Two: Enhancing Capacity & Implementation of Surplus Farm Production Plan (Mobilization Phase)** (i) Village meetings- identify potential farmers, identify opinion leaders (ii) Identification of potential farmers for FIG & FPOs, LRP/ BF/LF Identification (iii) Hand holding support for Productivity Increase, IPM/ INM/ IPP (iv) Identifying Value-proposition for setting FPO (logic of collectivization) (v) Exposure Visit of Farmers/ opinion leaders	(i) Farmers Organized into FIGs, LRP identified and training completed on improved agriculture practices (ii) FIG formed (min 50%) of target (iii) Trained LRP/BF ready for deployment in field (iv) Farmers Participated in Improved Agriculture/ vegetable/pulse based farming system (v) Farmers realized benefits in terms of increased yield and less expenditures	(i) List of FIGs/FIG registers (ii) List of LRP/ BF/LF trained and ready for deployment (iii) Training curriculum, training report & participant list (iv) List of farmers adopting package of practices (v) No. of farmers supported, areas of demonstration (vi) Six monthly report	10%
12 month	**Stage Three: Pre-formation Stage of FPO/Collective and preparation of FPOs business plan through FIG level exercise** (i) Demonstration conducted on improved agriculture practices (ii) Start up shareholders campaign (iii) Identification of training needs & imparting training to promoters and farmers of FPO (iv) FIGs meeting & orientation started for FPO scoping, vision building exercise & exposure visit of promoters farmers (v) Generate crop-wise household information with surplus, deficit and gap exists (vi) FPO forming process initiated	(i) Min 5 village level agri business potential, gap analysis exercises done. (ii) Information documented and business plan drafted and shared with FIGs members (iii) 2 modulated trainings imparted to lead/promoters farmers on Business plan (iv) Share money from min 250 farmers collected (v) FIGs shown some trends/ indicators for collective action (vi) Business Case of FPO/Collective prepared (checklist provided) Farmers detailed information list prepared (vii) Share money from 500 farmers collected	(i) FIG meeting registers and shareholders list prepared (ii) Business Plan available at FPO level and known to min 10% promoters and (iii) Farmers information list prepared (iv) FPC Accounts Statement (v) Yearly Report	20%

7. ಯೋಜನೆಯ ಬೆಳವಣಿಗೆ, ಅವಧಿ, ವಿತರಣೆ ಮತ್ತು ಪರಿಶೀಲನೆಯ ಕ್ರಮಗಳ ಹಂತಗಳು

ಸಮ-ಯಾವಧಿ	ಚಟುವಟಿಕೆಗಳು	ಕಾರ್ಯಪ್ರವೃತ್ತರಾಗಿರುವಿಕೆ	ಪರಿಶೀಲನೆಯ ವಿಧಾನ	ಒಟ್ಟು ಶುಲ್ಕಗಳ % ಪಾವತಿ
1 ತಿಂಗಳು	ಹಂತ ಒಂದು : ಯೋಜನಾ ಪೂರ್ವ ಜಾರಿ (ಮೂರು ತಿಂಗಳುಗಳು) ಪ್ರಮಾಣ, ಮೌಲ್ಯ ಮತ್ತು ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಪ್ರವೇಶ, ಕೇಂದ್ರೀಕೃತ ವಿಶ್ಲೇಷಣೆಯ ಕುರಿತಾಗಿ ಬೇಸ್‌ಲೈನ್, (i) ಉತ್ಪನ್ನ ನಿರ್ದಿಷ್ಟ ಕ್ಲಸ್ಟರ್ ಗುರುತಿಸುವಿಕೆ (ii) ಅನುಕೂಲತೆಯ ವಿಶ್ಲೇಷಣೆ-ಮಿತಿ ಮೀರುವಿಕೆಯ ಅಂದಾಜುಗಳು. (iii) ಯೋಜನೆ ಜಾರಿ ಪ್ಲಾನ್, ಪಡೆದುಕೊಳ್ಳುವಿಕೆ ಸಲಹೆಗಳು, ಸಂಗ್ರಹಣೆ ಮತ್ತು ಮಾರ್ಕೆಟಿಂಗ್	ವಿವರಪೂರ್ಣ ಯೋಜನಾ ವರದಿ (ಚೆಕ್‌ಲಿಸ್ಟ್ ಒದಗಿಸಲಾಗಿದೆ) (i) ಗುರುತಿಸಲಾದ ಉತ್ಪನ್ನ ನಿರ್ದಿಷ್ಟ ಕ್ಲಸ್ಟರ್‌ಗಳ ಪಟ್ಟಿ (ii) ರೈತರ ಡೇಟಾಬೇಸ್ ತಯಾರಿಸಲಾಗಿರುವುದು, ಕಂಪ್ಯೂಟರೀಕೃತಗೊಳಿಸಿರುವುದು, ವಿಶ್ಲೇಷಿಸಿರುವುದು (iii) ತಯಾರಿಸಿದ ವಿವಿಧ ಇಂಟರ್ಫೇಸ್ ಕೋಷ್ಟಕ	(i) ಸಲ್ಲಿಸಲಾದ ಡಿಪಿಆರ್ (ii) ಸಭೆಯ ವಿವರಗಳು ಮತ್ತು ಸಭೆಯ ಛಾಯಾಚಿತ್ರಗಳು (iii) ಪ್ರಾರಂಭಗೊಳಿಸಿದ ವರದಿಗಳು	10%
6 ತಿಂಗಳು	ಹಂತ ಎರಡು : ಸಾಮರ್ಥ್ಯ ವೃದ್ಧಿಸುವಿಕೆ ಮತ್ತು ಅಧಿಕ ಕೃಷಿ ಉತ್ಪಾದನೆಯ ಯೋಜನೆ (ಒಟ್ಟುಗೂಡಿಸುವಿಕೆ ಹಂತ) (i) ಗ್ರಾಮ ಸಭೆಗಳು – ಸಂಭಾವ್ಯ ರೈತರು, ಅಭಿಪ್ರಾಯ ನೀಡುವ ನಾಯಕರನ್ನು ಗುರುತಿಸುವುದು (ii) ಎಫ್‌ಐಜಿ ಮತ್ತು ಎಫ್‌ಪಿಓಗಳು, ಎಲ್‌ಆರ್‌ಪಿ/ಬಿಎಫ್/ಎಲ್‌ಎಫ್ ಗುರುತಿಗಾಗಿ ಸಂಭಾವ್ಯ ರೈತರನ್ನು ಗುರುತಿಸುವುದು, (iii) ಉತ್ಪಾದಕತೆ ಹೆಚ್ಚಳಕ್ಕಾಗಿ ಬೆಂಬಲ ಐಪಿಎಮ್/ಐಎನ್‌ಎಮ್/ಐಪಿಪಿ (iv) ಎಫ್‌ಪಿಓ ಸ್ಥಾಪಿಸಲು ಮೌಲ್ಯ-ಕಾರ್ಯದ ಗುರುತಿಸುವಿಕೆ (ಒಟ್ಟುಗೂಡಿಸುವಿಕೆಯ ಅಂಶ) (v) ರೈತರ/ಅಭಿಪ್ರಾಯ ನಾಯಕರ ಜ್ಞಾನ ಪಡೆದುಕೊಳ್ಳುವಿಕೆ ಭೇಟಿ	(i) ರೈತರುಗಳನ್ನು ಎಫ್‌ಐಜಿಗಳಾಗಿ ಆಯೋಜಿಸಲಾಗುತ್ತದೆ, ಎಲ್‌ಆರ್‌ಪಿ ಗುರುತಿಸಲಾಗುತ್ತದೆ ಮತ್ತು ಸುಧಾರಿತ ಕೃಷಿ ಅಭ್ಯಾಸಗಳ ಕುರಿತಾಗಿ ತರಬೇತಿ ಪೂರ್ಣಗೊಂಡಿದೆ (ii) ಗುರಿಪಡಿಸಿದ್ದರಲ್ಲಿ ಎಫ್‌ಐಜಿ (ಕನಿಷ್ಠ 50%) ರೂಪಿಸಲಾಗಿದೆ (iii) ಕ್ಷೇತ್ರದಲ್ಲಿ ನಿಯೋಜನೆಗಾಗಿ ತರಬೇತಿ ಪಡೆದ ಎಲ್‌ಆರ್‌ಪಿ/ಬಿಎಫ್ ಸಿದ್ಧವಾಗಿದ್ದಾರೆ (iv) ಸುಧಾರಿತ ಕೃಷಿ/ತರಕಾರಿ/ಧಾನ್ಯ ಆಧಾರಿತ ಕೃಷಿ ವ್ಯವಸ್ಥೆಯಲ್ಲಿ ರೈತರು ಭಾಗವಹಿಸಿದ್ದಾರೆ. (v) ಹೆಚ್ಚುವರಿ ಇಳುವರಿ ಮತ್ತು ಕಡಿಮೆ ವೆಚ್ಚಗಳಿಗೆ ಸಂಬಂಧಿಸಿದಂತೆ ರೈತರು ಪ್ರಯೋಜನಗಳನ್ನು ಕಂಡುಕೊಂಡಿದ್ದಾರೆ	(i) ಎಫ್‌ಜಿಇಗಳು/ಎಫ್‌ಐಜಿ ರಿಜಿಸ್ಟರ್‌ಗಳ ಪಟ್ಟಿ (ii) ನಿಯೋಜನೆಗಾಗಿ ತರಬೇತಿ ಪಡೆದ ಮತ್ತು ಸಿದ್ಧರಾಗಿರುವ ಎಲ್‌ಆರ್‌ಪಿ/ಬಿಎಫ್/ಎಲ್‌ಎಫ್ ಪಟ್ಟಿ. (iii) ತರಬೇತಿ ಪಠ್ಯಕ್ರಮ ತರಬೇತಿ ವರದಿ ಮತ್ತು ಭಾಗವಹಿಸುವವರ ಪಟ್ಟಿ (iv) ರೈತರು ರೂಡಿಸಿಕೊಂಡ ಅಭ್ಯಾಸಗಳ ಪ್ಯಾಕೇಜ್‌ನ ಪಟ್ಟಿ (v) ಬೆಂಬಲಿತ ರೈತರುಗಳ ಸಂಖ್ಯೆ, ರುಜುವಾತು ಪಡಿಸಿದ ಪ್ರದೇಶಗಳು (vi) ಆರು ತಿಂಗಳ ವರದಿ	10%
12 ತಿಂಗಳು	ಹಂತ ಮೂರು: ಎಫ್‌ಪಿಓದ ಪ್ರತಿಪಾದನೆ ಮುಂಚಿನ ಹಂತ/ಎಫ್‌ಐಜಿ ಮಟ್ಟದ ಅಭ್ಯಾಸಗಳ ಮೂಲಕ ಒಟ್ಟಾರೆ ಮತ್ತು ಎಫ್‌ಪಿಓನ ವ್ಯವಹಾರ ಯೋಜನೆಯ ತಯಾರಿ (i) ಸುಧಾರಿತ ಕೃಷಿ ಅಭ್ಯಾಸಗಳ ಕುರಿತಾಗಿ ಪ್ರದರ್ಶನವನ್ನು ನಡೆಸುವುದು. (ii) ಷೇರುದಾರರ ಪ್ರಚಾರವನ್ನು ಪ್ರಾರಂಭಿಸುವುದು (iii) ತರಬೇತಿ ಅಗತ್ಯತೆಗಳ ಗುರುತಿಸುವಿಕೆ ಮತ್ತು ತರಬೇತಿಯನ್ನು ಮತ್ತು ಎಫ್‌ಪಿಓನ ಪ್ರವರ್ತಕರು ಮತ್ತು ರೈತರುಗಳಿಗೆ ನೀಡುವುದು (iv) ಎಫ್‌ಐಜಿಗಳ ಸಭೆ ಮತ್ತು ಎಫ್‌ಪಿಓ ಸ್ಕೋಪಿಂಗ್, ದೂರದೃಷ್ಟಿ ನಿರ್ಮಾಣ ಅಭ್ಯಾಸ ಮತ್ತು ಪ್ರವರ್ತಕರು ರೈತರುಗಳಲ್ಲಿಗೆ ಜ್ಞಾನ ಸಂಗ್ರಹಣೆಯ ಭೇಟಿ (v) ಅಧಿಕ, ಕೊರತೆ ಮತ್ತು ಇರುವ ಅಂತರದೊಂದಿಗೆ ಮನೆಯ ಪ್ರತಿ ಬೆಳೆಯ ಪ್ರಕಾರ ಮಾಹಿತಿಯನ್ನು ರಚಿಸುವುದು (vi) ಎಫ್‌ಪಿಓ ಕೃಷಿ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆಯನ್ನು ಪ್ರಾರಂಭಿಸಿದೆ	(i) ಕನಿಷ್ಠ 5 ಗ್ರಾಮ ಮಟ್ಟದ ಕೃಷಿ ವ್ಯವಹಾರ ಸಾಮರ್ಥ್ಯ, ಅಂತರದ ವಿಶ್ಲೇಷಣೆ ಅಭ್ಯಾಸ ಮಾಡಲಾಗಿದೆ. (ii) ಮಾಹಿತಿಯನ್ನು ದಾಖಲೀಕರಿಸಲಾಗಿದೆ ಮತ್ತು ವ್ಯವಹಾರ ಯೋಜನೆಯನ್ನು ಕರಡು ಮಾಡಲಾಗಿದೆ ಮತ್ತು ಎಫ್‌ಐಜಿ ಸದಸ್ಯರುಗಳೊಂದಿಗೆ ಹಂಚಿಕೊಳ್ಳಲಾಗಿದೆ (iii) ವ್ಯವಹಾರ ಯೋಜನೆಯ ಪ್ರಮುಖ/ ಪ್ರವರ್ತಕ ರೈತರುಗಳಿಗೆ 2 ಸಮನ್ವಯಗೊಳಿಸಿದ ತರಬೇತಿಗಳನ್ನು ನೀಡಲಾಗಿದೆ (iv) ಕನಿಷ್ಠ 250 ರೈತರುಗಳಿಂದ ಸಂಗ್ರಹಿಸಿದ ಹಣವನ್ನು ಹಂಚಿಕೊಳ್ಳಿ (v) ಸಮನ್ವಯ ಕ್ರಿಯೆಗಾಗಿ ಕೆಲವು ಸೂಚಕಗಳನ್ನು ಎಫ್‌ಐಜಿಗಳು ತೋರಿಸಿವೆ (vi) ಎಫ್‌ಪಿಓ/ಒಟ್ಟಾರೆಯಾಗಿ ತಯಾರಿಸಿದ (ಒದಗಿಸಿದ ಚೆಕ್‌ಲೀಸ್ಟ್) ರೈತರುಗಳ ವಿವರಪೂರ್ಣ ಮಾಹಿತಿ ಪಟ್ಟಿಯನ್ನು ತಯಾರಿಸಲಾಗಿದೆ (vii) 500 ರೈತರುಗಳಿಂದ ಸಂಗ್ರಹಿಸಿದ ಹಣವನ್ನು ಹಂಚಿಕೊಳ್ಳುವುದು	(i) ಎಫ್‌ಐಜಿ ಸಭೆ ರಿಜಿಸ್ಟರ್‌ಗಳು ಮತ್ತು ಷೇರುದಾರರ ಪಟ್ಟಿ ತಯಾರಿಸಲಾಗಿದೆ (ii) ಎಫ್‌ಪಿಓ ಹಂತದಲ್ಲಿ ವ್ಯವಹಾರ ಯೋಜನೆ ಲಭ್ಯವಿದೆ ಮತ್ತು ಕನಿಷ್ಠ 10% ಪ್ರವರ್ತಕರಿಗೆ ತಿಳಿದಿದೆ ಮತ್ತು (iii) ರೈತರುಗಳ ಮಾಹಿತಿ ಪಟ್ಟಿಯನ್ನು ಸಿದ್ಧಪಡಿಸಲಾಗಿದೆ (iv) ಎಫ್‌ಉತ್ಪಾದಕರ ಕಂಪನಿ ಖಾತೆಗಳ ಸ್ಟೇಟ್‌ಮೆಂಟ್ (v) ವಾರ್ಷಿಕ ವರದಿ	20%
18 ತಿಂಗಳು	ಹಂತ ನಾಲ್ಕು-ಎಫ್‌ಪಿಓ ರೂಪಿಸುವಿಕೆ ಹಂತ (i) ಎಫ್‌ಐಜಿಗಳ ಮೂಲಕ ಎಫ್‌ಪಿಓ ಪ್ರವರ್ತಕರ ಗುರುತಿಸುವಿಕೆ (ii) ಪ್ಯಾನ್, ನಿರ್ದೇಶಕರುಗಳ ಡಿಐಎನ್ ಇತ್ಯಾದಿಗಳ ಪಡೆದುಕೊಳ್ಳುವಿಕೆಯಂತಹ ಎಫ್‌ಪಿಓ ರೂಪಿಸುವಿಕೆಗೆ ಅಗತ್ಯವಾದ ಕಾನೂನುಬದ್ಧ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆಯ ಪ್ರಾರಂಭ (iii) ಹೊಸ ಅಧಿಕ ಉತ್ಪಾದನೆ ವ್ಯವಸ್ಥೆಯ ಸ್ಥಿರೀಕರಿಸುವಿಕೆ ಮತ್ತು ಎರಡನೆಯ ಬೆಳೆಯ ಆವರ್ತನೆಯಲ್ಲಿನ ರೈತರುಗಳು	(i) ಯೋಜನೆ ಕಲ್ಪನೆಗೆ ರೈತರುಗಳ ಪ್ರೋತ್ಸಾಹವನ್ನು ಪ್ರದರ್ಶಿಸುವುದು (70% ರಷ್ಟು ಪುನರಾವರ್ತನೆಯ ರೈತರುಗಳು) (ii) ಏಕೀಕೃತ ವ್ಯವಸ್ಥೆಗಳನ್ನು (ಎಫ್‌ಪಿಓ) ಕಲ್ಪಿಸಿದೆ (iii) 750 ರೈತರುಗಳಿಂಗ ಸಂಗ್ರಹಿಸಿದ ಹಣದ ಹಂಚಿಕೊಳ್ಳುವಿಕೆ (iv) ಮಾರ್ಕೆಟ್ ಪ್ರವೇಶಕ್ಕೆ ಸಾಂಸ್ಥಿಕ ವ್ಯವಸ್ಥೆಗಳನ್ನು ನಿರ್ಮಿಸಿದೆ	(i) ರೈತರುಗಳ ಪಟ್ಟಿಯ ಪ್ರದರ್ಶನ (ii) ಎಫ್‌ಜಿ ವಿವರಗಳು ಮತ್ತು ಅಸೋಸಿಯೇಟಿವ್ ಟೈರ್ ಸಭೆಯ ನಡಾವಳಿಗಳು, ಛಾಯಾಚಿತ್ರಗಳು (iii) ಷೇರುದಾರರ ಪಟ್ಟಿ	10%

TIME-LINE	ACTIVITIES	DELIVERABLES	MEANS OF VERIFICATION	PAYMENT STRUCTURE % OF TOTAL FEES
18 Month	**Stage Four: FPO formation Stage** (i) Identification of FPO promoters by FIGs (ii) Initiation of statutory process required for formation of FPO like attainment of PAN, DIN of Directors etc (iii) Stabilize New Surplus Production System & Farmers in 2nd Crop Cycle (iv) Finalizing list of FIG members willing to join FPOs and start share money collection (v) Membership drive continues and framing of Bye-laws/MoA /AoA, incorporation of FPO (vi) Training of FIG members promoters on FPOs	(i) Demonstration of Farmer Patronage to Project Concept (70% repeat farmers (ii) Collectivization arrangements (FPO) Instituted (iii) Share money from 750 farmers collected (iv) Institutional Arrangements for Market Access Placed (v) Training conducted for farmers	(i) Demo Farmers List (ii) Minutes of FG and associative tier meetings, photographs (iii) List of shareholders	10%
24 Month	**Stage Five: (FPO establishment stage)** (i) Physical establishment of FPO (ii) CB inputs need assessment (iii) Strengthening FPO – providing services for system development (Operating System, MIS, HR), (iv) Business Planning Exercise Market Linkages for Produce (v) Interface with buyers/ marketers (vi) Increasing FPO's equity though matching grants from SFAC	(i) FPOs established, office/outlets opened (ii) FPO/Collective/ Aggregation Structure Placed (iii) FIG members deposited their share money (iv) Certificate of FPO incorporation awarded (v) 1st General Body Meeting conducted within 90 days of incorporation (vi) FPOs have formally applied to SFAC for equity matching grants (vii) FPOs successfully passed in due diligence report prepared by Charter Accountants and submitted to SFAC	(i) Minutes of meeting FIG subscription to FPO/ collective (ii) Registration & Compliances (iii) Business Plan with key business processes (iv) List of buyers consulted, meeting report & outcome (MoU on price, volume and grading (v) Minutes of BoDs register (vi) Due diligence report submitted to SFAC and matching grant released to FPOs	10%
30 Month	**Stage Six:** (i) Implementation of business plan of FPO	Business Plan (i) Min 25% business activities executed as per plan (ii) Statutory Clearance obtained required to carry out business activities (iii) Operating System grounded (iv) Minimum 10% target farmers accessed improved agriculture services including better access to market	(i) Business Plan – including financing plan (ii) Regulatory approvals for FPO activities (iii) Certificates from concern apartments obtained (iv) Farmers Field Book (FFB) (v) Increased business turnover of FPOs and reflected in MIS and Balance sheet (vi) Pre project ends report)	20%
36 Months	**Stage Seven : Phase-out Systems for post-project sustainability**	(i) Agreement executed between RI & LPO for longterm support (ii) BoDs passed resolution for long term agreement (iii) FPCs & shareholders have started getting income from the business activities and showing growth track (iv) FPOs are regular in BoD meetings, AGM, internal Audits and Statutory Audits with minimum deviation	(i) Copy of Agreement (ii) Minutes of BoD Register (iii) FPCs balance sheet (iv) BoD, AGM registers and Satisfactory Reports of Auditors (v) Project ends report	20%

ಸಮ-ಯಾವಧಿ	ಚಟುವಟಿಕೆಗಳು	ಕಾರ್ಯಪ್ರವೃತ್ತರಾಗಿರುವಿಕೆ	ಪರಿಶೀಲನೆಯ ವಿಧಾನ	ಒಟ್ಟು ಶುಲ್ಕಗಳ ಪಾವತಿ %
	(iv) ಎಫ್‌ಪಿಒಗಳಿಗೆ ಸೇರಲು ಬಯಸುವ ಎಫ್‌ಐಜಿ ಸದಸ್ಯರುಗಳ ಪಟ್ಟಿ ಅಂತಿಮಗೊಳಿಸುವಿಕೆ ಮತ್ತು ಸಂಗ್ರಹಿಸಿದ ಹಣದ ಹಂಚಿಕೊಳ್ಳುವಿಕೆ (v) ಸದಸ್ಯತ್ವ ಅಭಿಯಾನ ಮುಂದುವರಿಯುತ್ತದೆ ಮತ್ತು ಬೈಲಾಗಳು/ಎಂಒಎ/ಎಒಎ ರೂಪುಗೊಳಿಸುವಿಕೆ, ಎಫ್‌ಪಿಒ ಜಾರಿಗೊಳಿಸುವಿಕೆ (vi) ಎಫ್‌ಪಿಒಗಳಲ್ಲಿ ಎಫ್‌ಐಜಿ ಸದಸ್ಯರುಗಳು, ಪ್ರವರ್ತಕರ ತರಬೇತಿ	(v) ರೈತರುಗಳಿಗೆ ತರಬೇತಿಯನ್ನು ನಡೆಸಿದೆ		
24 ತಿಂಗಳು	ಹಂತ ಐದು: (ಎಫ್‌ಪಿಒ) ಸ್ಥಾಪನೆ ಹಂತ) (i) ಎಫ್‌ಪಿಒದ ಭೌತಿಕ ಸ್ಥಾಪನೆ (ii) ಸಿಬಿ ಇನ್‌ಪುಟ್ ಅಗತ್ಯ ಮೌಲ್ಯಮಾಪನ (iii) ಎಫ್‌ಪಿಒ ಬಲಗೊಳಿಸುವುದು-ಸಿಸ್ಟಂ ಅಗತ್ಯತೆಗಳಿಗೆ ಸೇವೆಗಳನ್ನು ಒದಗಿಸುವುದು (ಆಪರೇಟಿಂಗ್ ಸಿಸ್ಟಂ, ಎಂಐಎಸ್, ಹೆಚ್‌ಆರ್). (iv) ವ್ಯವಹಾರ ಯೋಜನೆ ಅಭ್ಯಾಸ, ಉತ್ಪಾದನೆಗಳಿಗೆ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಸಂಪರ್ಕಗಳು (v) ಎಸ್‌ಎಫ್‌ಎಸಿ ಇಂದ ಹೊಂದಾಣಿಕೆಯಾಗುವ ಅನುದಾನಗಳ ಮೂಲಕ ಹೆಚ್ಚಿನ ಎಫ್‌ಪಿಒಗಳ ಈಕ್ವಿಟಿ	(i) ಎಫ್‌ಪಿಒಗಳನ್ನು ಸ್ಥಾಪಿಸಲಾಗಿದೆ, ಕಚೇರಿ/ಔಟ್‌ಲೆಟ್‌ಗಳನ್ನು ತೆರೆಯಲಾಗಿದೆ (ii) ಎಫ್‌ಪಿಒ/ಏಕೀಕೃತ/ಒಟ್ಟುಗೂಡಿಸುವಿಕೆಯ ಸಂರಚನೆ ಇರಿಸಲಾಗಿದೆ (iii) ಎಫ್‌ಐಜಿ ಸದಸ್ಯರು ತಮ್ಮ ಪಾಲಿನ ಹಣವನ್ನು ಸಲ್ಲಿಸಿದ್ದಾರೆ (iv) ಎಫ್‌ಪಿಒ ರೂಪುಗೊಂಡ ಪ್ರಮಾಣಪತ್ರವನ್ನು ನೀಡಲಾಗಿದೆ (v) ರೂಪುಗೊಂಡ 90 ದಿನಗಳ ಒಳಗೆ ಮೊದಲನೇ ಸಾಮಾನ್ಯ ಸಭೆಯನ್ನು ನಡೆಸಲಾಗಿದೆ (vi) ಈಕ್ವಿಟಿ ಸರಿಹೊಂದಿಕೆಯ ಅನುದಾನಕ್ಕಾಗಿ ಎಸ್‌ಎಫ್‌ಎಸಿಗಳಿಗೆ ಎಫ್‌ಪಿಒಗಳು ಔಪಚಾರಿಕವಾಗಿ ಅರ್ಜಿ ಸಲ್ಲಿಸಿದೆ (vii) ಚಾರ್ಟರ್ ಅಕೌಂಟೆಂಟ್ಸ್ ತಯಾರಿಸಿದ ಉದ್ಯೋಗಶೀಲತೆಯ ವರದಿಯನ್ನು ಎಫ್‌ಪಿಒ ಯಶಸ್ವಿಯಾಗಿ ಪೂರೈಸಿದೆ ಮತ್ತ ಎಸ್‌ಎಫ್‌ಎಸಿಗೆ ಸಲ್ಲಿಸಲಾಗಿದೆ.	(i) ಎಫ್‌ಪಿಒ/ಕಲೆಕ್ಟಿವ್‌ಗೆ ಎಫ್‌ಐಜಿ ಚಂದಾದಾರಿಕೆಯ ಸಭೆಯ ವಿವರಗಳು (ii) ನೋಂದಣಿ ಮತ್ತು ಅನುಸರಣೆ (iii) ಪ್ರಮುಖ ವ್ಯವಹಾರ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆಗಳೊಂದಿಗೆ ವ್ಯವಹಾರ ಯೋಜನೆ (iv) ಸಂಪರ್ಕಿಸಿದ ಖರೀದಿದಾರರ ಪಟ್ಟಿ, ಸಭೆಯ ವರದಿ ಮತ್ತು ಫಲಿತಾಂಶ (ದರದ ಕುರಿತಾಗಿ ಎಂಒಯು, ಪ್ರಮಾಣ ಮತ್ತು ಗ್ರೇಡಿಂಗ್) (v) ಬಿಒಡಿಗಳ ರಿಜಿಸ್ಟಾರ್‌ನ ವಿವರಗಳು (vi) ಎಸ್‌ಎಫ್‌ಎಸಿಗೆ ಶ್ರಮಶೀಲತೆಯ ವರದಿ ಸಲ್ಲಿಸಲಾಗಿದೆ ಮತ್ತು ಸರಿಹೊಂದಾಣಿಕೆಯ ಅನುದಾನವನ್ನು ಎಫ್‌ಪಿಒಗಳಿಗೆ ಬಿಡುಗಡೆ ಮಾಡಲಾಗಿದೆ	10%
30 ತಿಂಗಳು	ಹಂತ ಆರು: (i) ಎಫ್‌ಪಿಒನ ವ್ಯವಹಾರ ಯೋಜನೆಯ ಜಾರಿ	ವ್ಯವಹಾರ ಯೋಜನೆ (i) ಯೋಜನೆಯ ಪ್ರಕಾರ ಕನಿಷ್ಠ 25% ವ್ಯವಹಾರ ಚಟುವಟಿಕೆಗಳನ್ನು ಕಾರ್ಯಗತಗೊಳಿಸಲಾಗಿದೆ (ii) ವ್ಯವಹಾರ ಚಟುವಟಿಕೆಗಳನ್ನು ನಿರ್ವಹಣೆ ಮಾಡಲು ಅಗತ್ಯವಾದ ಶಾಸನಬದ್ಧ ಅನುಮತಿಯನ್ನು ಪಡೆದುಕೊಳ್ಳಲಾಗಿದೆ (iii) ಆಪರೇಟಿಂಗ್ ಸಿಸ್ಟಂ ಸ್ಥಗಿತಗೊಳಿಸಲಾಗಿದೆ (iv) ಗುರಿಪಡಿಸಿದ ಕನಿಷ್ಠ 10% ರೈತರು ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳಿಗೆ ಉತ್ತಮ ಸಂಪರ್ಕವನ್ನು ಒಳಗೊಂಡು ಸುಧಾರಿತ ಕೃಷಿ ಸೇವೆಗಳನ್ನು ಪಡೆದುಕೊಂಡಿದ್ದಾರೆ	(i) ವ್ಯವಹಾರ ಯೋಜನೆ – ಹಣಕಾಸು ಯೋಜನೆಯನ್ನು ಒಳಗೊಂಡು (ii) ಎಫ್‌ಪಿಒ ಚಟುವಟಿಕೆಗಳಿಗೆ ಕ್ರಮಬದ್ಧತೆಯ ಅನುಮೋದನೆಗಳು (iii) ಸಂಬಂಧಿತ ಇಲಾಖೆಗಳಿಂದ ಪ್ರಮಾಣಪತ್ರಗಳನ್ನು ಪಡೆದುಕೊಳ್ಳಲಾಗಿದೆ (iv) ರೈತರುಗಳ ಕೃಷಿ ಕ್ಷೇತ್ರದ ಪುಸ್ತಕ (ಎಫ್‌ಇಬಿ) (v) ಎಫ್‌ಪಿಒಗಳ ಹೆಚ್ಚಿನ (ವ್ಯವಹಾರ ಟರ್ನ್‌ಓವರ್‌ಗಳು)ವ್ಯಾಪಾರ ವಹಿವಾಟು ಮತ್ತು ಅದು ಎಂಐಎಸ್ ಮತ್ತು ಬ್ಯಾಲೆನ್ಸ್ ಶೀಟ್ ನಲ್ಲಿ ಪ್ರತಿಬಿಂಬಿತವಾಗಿದೆ (vi) ಮುಂಚಿತ ಯೋಜನೆಯ ಮುಕ್ತಾಯದ ವರದಿ)	20%
36 ತಿಂಗಳುಗಳು	ಹಂತ ಏಳು: ಯೋಜನೆಯ ನಂತರದ ಸ್ಥಿರತೆಗಾಗಿ ಫೇಸ್-ಔಟ್ ವ್ಯವಸ್ಥೆಗಳು	(i) ದೀರ್ಘಾವಧಿ ಸಮಯದ ಬೆಂಬಲಕ್ಕಾಗಿ ಆರ್‌ಐ ಮತ್ತು ಎಲ್‌ಪಿಒ ನಡುವೆ ಒಪ್ಪಂದ ಕಾರ್ಯಗತಗೊಳಿಸಲಾಗಿದೆ (ii) ದೀರ್ಘಾವಧಿಯ ಒಪ್ಪಂದಕ್ಕಾಗಿ ನಿರ್ಣಯವನ್ನು ಬಿಎಡಿಎಸ್ ಕೈಗೊಂಡಿದೆ (iii) ವ್ಯವಹಾರ ಚಟುವಟಿಕೆಗಳಿಂದ ಎಫ್‌ಉತ್ಪಾದಕರ ಕಂಪನಿ ಗಳು ಮತ್ತು ಷೇರುದಾರರು ಆದಾಯವನ್ನು ಪಡೆದುಕೊಳ್ಳಲು ಪ್ರಾರಂಭಿಸಿದೆ ಮತ್ತು ಬೆಳವಣಿಗೆಯನ್ನು ತೋರಿಸುತ್ತಿದೆ (iv) ಬಿಎಡಿ ಸಭೆಗಳು, ಎಜಿಎಮ್, ಆಂತರಿಕ ಆಡಿಟ್‌ಗಳು ಮತ್ತು ಕಾನೂನುಬದ್ಧವಾದ ಆಡಿಟ್‌ಗಳನ್ನು ಕನಿಷ್ಠ ಭಿನ್ನತೆಯೊಂದಿಗೆ ಎಫ್‌ಪಿಒಗಳು ನಿಯಮಿತವಾಗಿವೆ.	(i) ಒಪ್ಪಂದದ ಪ್ರತಿ (ii) ಬಿಒಡಿ ರಿಜಿಸ್ಟರ್‌ನ ವರದಿಗಳು (iii) ಎಫ್‌ಉತ್ಪಾದಕರ ಕಂಪನಿ ಯ ಬ್ಯಾಲೆನ್ಸ್ ಶೀಟ್ (iv) ಬಿಎಡಿ, ಎಜಿಎಮ್ ರಿಜಿಸ್ಟರ್‌ಗಳು ಮತ್ತು ಆಡಿಟರ್‌ಗಳ ತೃಪ್ತಿಕರ ವರದಿಗಳು (vi) ಯೋಜನೆ ಮುಕ್ತಾಯದ ವರದಿ	20%

8. PROJECT OUTCOMES

ECONOMIC IMPACT

- Per hectare production improved by 10% by end of project period
- Increase in net return to farmer (Inflation +10%)
- Increase in sub-sector development for agriculture
- Gap in availability of inputs reduced by 20-25%
- Increased food and nutritional security
- Market linkage for the backward and forward integration will be ensured with competitive market
- Additional employment generated due to increased intensity of farming
- Benchmark minimum wage rate for labour
- Reduction in migration

SOCIAL IMPACT

- Social capital built in the form of FPOs
- Improved gender relations and decision making of women farmers enhanced in FIG & FPOs – by giving them board member positions
- Institutional viability
- Increased bargaining power for input purchase and output marketing
- Reduced social conflicts and risks and enhanced welfare at the household level
- Improved food and nutritional values
- Leadership role of producers in technology absorption
- Positive health and nutrition impact on consumers
- Environment- carbon credit

9. BUDGET AND PAYMENT STRUCTURE

A detailed cost sheet of FPO promotion is attached in the table below:

COST SHEET FOR ORGANISING SMALL FARMERS, AGRICULTURE TECHNOLOGY PROMOTION & DEVELOPMENT OF FPO (COST FOR THREE YEARS):		
Assumptions		
1	No. of farmers	1000
2	No. of Villages	15-20
3	No. of FIGs	50
4	No. of members per FIG	20
5	Years of intervention	3
8	No. of FPO	1
9	Objectives	(a) Organise small farmers into FIG & FPO; (b) Agri Technology promotion; (c) Market linkage.
10	Key Strategies	(a) maximum use of Local Resource Persons, (b) preferably selecting areas where land and water related investment (viz. watershed) is done in the past / ongoing for value addition (c) leveraging from other resources.

8. ಯೋಜನೆಯ ಫಲಿತಾಂಶಗಳು

ಆರ್ಥಿಕ ಪರಿಣಾಮ

◊ ಯೋಜನೆ ಅವಧಿಯ ಕೊನೆಯಲ್ಲಿ ಪ್ರತಿ ಹೆಕ್ಟೇರ್ ಉತ್ಪಾದನೆಯು 10% ರಷ್ಟು ಸುಧಾರಿಸಿದೆ
◊ ರೈತರಲ್ಲಿನಿವ್ವಳಆದಾಯದ ಹೆಚ್ಚಳ (ಹಣದುಬ್ಬರ+10%)
◊ ಕೃಷಿಉಪ-ವಲಯ ಬೆಳವಣಿಗೆಯಲ್ಲಿ ಹೆಚ್ಚಳ
◊ ಕೃಷಿಪರಿಕರಗಳ ಲಭ್ಯತೆಯ ಅಂತರ 20-25% ರಷ್ಟು ಕಡಿಮೆ
◊ ಆಹಾರ ಮತ್ತು ಪೌಷ್ಟಿಕಾಂಶದ ಭದ್ರತೆಯಲ್ಲಿ ಹೆಚ್ಚಳ
◊ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಸಂಪರ್ಕವನ್ನು ಸ್ಪರ್ಧಾತ್ಮಕ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯೊಂದಿಗೆ ಖಾತ್ರಿಪಡಿಸಲಾಗುತ್ತದೆ
◊ ಕೃಷಿಯ ಹೆಚ್ಚಿದ ತೀವ್ರತೆಯ ಕಾರಣದಿಂದ ಹೆಚ್ಚುವರಿ ಉದ್ಯೋಗದ ನಿರ್ಮಾಣ
◊ ಕಾರ್ಮಿಕರಿಗಾಗಿ ನಿಗದಿಪಡಿಸಿದ ಕನಿಷ್ಠ ವೇತನ ದರ
◊ ವಲಸೆ ತಗ್ಗುವಿಕೆ

ಸಾಮಾಜಿಕ ಪರಿಣಾಮ

◊ ಎಫ್‌ಪಿಓಗಳ ರೂಪದಲ್ಲಿ ಸಾಮಾಜಿಕ ಹೂಡಿಕೆಯ ನಿರ್ಮಾಣ
◊ ಮಹಿಳೆಯರಿಗೆ ಮಂಡಳಿಯ ಸದಸ್ಯತ್ವ ಸ್ಥಾನಗಳನ್ನು ನೀಡುವ ಮೂಲಕ ಲಿಂಗ ಸಂಬಂಧಗಳಲ್ಲಿ ಸುಧಾರಣೆ ಮತ್ತು ಎಫ್‌ಐಜಿ ಮತ್ತು ಎಫ್‌ಪಿಓಗಳಲ್ಲಿ ಮಹಿಳಾ ರೈತರಲ್ಲಿ ನಿರ್ಧಾರ ತೆಗೆದುಕೊಳ್ಳುವಿಕೆಯಲ್ಲಿ ವೃದ್ಧಿ
◊ ಸಾಂಸ್ಥಿಕ ಮಾನ್ಯತೆ
◊ ಒಳಖರೀದಿಮತ್ತುಹೊರಮಾರುಕಟ್ಟೆಗೊಳಿಸುವಿಕೆಯಿಂದ ಹೆಚ್ಚಿದ ವ್ಯಾಪಾರದ ಸಾಮರ್ಥ್ಯ
◊ ಸಾಮಾಜಿಕ ಸಂಘರ್ಷಗಳು ಮತ್ತು ಅಪಾಯಗಳು ಕಡಿಮೆಯಾಗುವಿಕೆ ಮತ್ತು ಮನೆಯ ಮಟ್ಟದಲ್ಲಿ ಹೆಚ್ಚಿನ ಹಿತರಕ್ಷಣೆ.
◊ ಆಹಾರ ಮತ್ತು ಪೌಷ್ಟಿಕಾಂಶದ ಮೌಲ್ಯಗಳಲ್ಲಿ ಸುಧಾರಣೆ
◊ ತಂತ್ರಜ್ಞಾನ ಪಡೆದುಕೊಳ್ಳುವಲ್ಲಿ ಉತ್ಪಾದಕರ ಮುಂದಾಳತ್ವ
◊ ಗ್ರಾಹಕರ ಮೇಲೆ ಧನಾತ್ಮಕ ಆರೋಗ್ಯ ಮತ್ತು ಪೌಷ್ಟಿಕಾಂಶದ ಪರಿಣಾಮ
◊ ಪರಿಸರ – ಕಾರ್ಬನ್ ಕ್ರೆಡಿಟ್

9. ಬಜೆಟ್ ಮತ್ತು ಪಾವತಿ ವ್ಯವಸ್ಥೆ

ಎಫ್‌ಪಿಓ ಪ್ರಕಾರದ ವಿವರಪೂರ್ಣ ವೆಚ್ಚದ ಹಾಳೆಯನ್ನು ಕೆಳಗಿನ ಕೋಷ್ಟಕದಲ್ಲಿ ಲಗತ್ತಿಸಲಾಗಿದೆ:

ಸಣ್ಣ ರೈತರುಗಳ ಸಂಘಟನೆ, ಕೃಷಿ ತಂತ್ರಜ್ಞಾನದ ಪ್ರಚಾರ ಮತ್ತು ಎಫ್‌ಪಿಓದ ಬೆಳವಣಿಗೆಗಾಗಿನ ವೆಚ್ಚದ ಹಾಳೆ (ಮೂರು ವರ್ಷಗಳಿಗಾಗಿ ವೆಚ್ಚ):		
ಊಹೆಗಳು		
1	ರೈತರುಗಳ ಸಂಖ್ಯೆ	1000
2	ಗ್ರಾಮಗಳ ಸಂಖ್ಯೆ	15-20
3	ಎಫ್‌ಐಜಿಗಳ ಸಂಖ್ಯೆ	50
4	ಪ್ರತಿ ಎಫ್‌ಐಜಿಗೆ ಸದಸ್ಯರ ಸಂಖ್ಯೆ	20
5	ಕೆಲಸ ಕಾರ್ಯನಿರ್ವಹಿಸಲು ಬೇಕಾಗುವ ವರ್ಷಗಳು	3
6	ಎಫ್‌ಪಿಓ ಸಂಖ್ಯೆ	1
7	ಉದ್ದೇಶಗಳು	(a) ಸಣ್ಣ ರೈತರನ್ನು ಎಫ್‌ಐಜಿ ಮತ್ತು ಎಫ್‌ಪಿಓಗಳಾಗಿ ಆಯೋಜಿಸುವುದು; (b) ಕೃಷಿ ತಂತ್ರಜ್ಞಾನದ ಪ್ರಚಾರ; (c) ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಸಂಪರ್ಕ.
8	ಪ್ರಮುಖ ಕಾರ್ಯನೀತಿಗಳು	(a) ಸ್ಥಳೀಯ ಸಂಪನ್ಮೂಲ ವ್ಯಕ್ತಿಗಳ ಗರಿಷ್ಠ ಬಳಕೆ, (b) ಈ ಹಿಂದೆ ಭೂಮಿ ಮತ್ತು ನೀರಿಗೆ ಸಂಬಂಧಿಸಿದ ಹೂಡಿಕೆ (ಜಲಾನಯನ ಪ್ರದೇಶದ ಮೂಲಕ) ಮಾಡಿದ/ಮೌಲ್ಯ ವರ್ಧನೆಗಾಗಿ ಪ್ರಸ್ತುತ ನಡೆಯುತ್ತಿರುವ ಪ್ರದೇಶಗಳನ್ನು ಪ್ರಮುಖವಾಗಿ ಆಯ್ಕೆಮಾಡು ಮೂಲಕ (c) ಇತರ ಸಂಪನ್ಮೂಲಗಳಿಂದ ಅನುಕೂಲ ಪಡೆದುಕೊಳ್ಳುವಿಕೆ.

UNIT COST RS. IN LAKH/ಯೂನಿಟ್ ವೆಚ್ಚ ರೂ. ಲಕ್ಷದಲ್ಲಿ

S.No.	ITEMS	UNIT DETAIL	UNIT COST	PHYSICAL TARGET			FINANCIAL TARGET			TOTAL COST	REMARKS
				Y1	Y2	Y3	Y1	Y2	Y3		
ಕ್ರಮ ಸಂಖ್ಯೆ.	ಅಂಶಗಳು	ಯೂನಿಟ್ ವಿವರ	ಯೂನಿಟ್ ವೆಚ್ಚ	ಭೌತಿಕ ಗುರಿ			ಹಣಕಾಸು ಗುರಿ			ಒಟ್ಟು ವೆಚ್ಚ	ಟಿಪ್ಪಣಿಗಳು
				Y1	Y2	Y3	Y1	Y2	Y3		
1	Organisational Development & Strengthening	No. of FIG		50	50	50					
1	ಸಾಂಸ್ಥಿಕ ಅಭಿವೃದ್ಧಿ ಮತ್ತು ಬಲಗೊಳಿಸುವಿಕೆ	ಎಫ್‌ಐಜಿ ಸಂಖ್ಯೆ									
1.2	Mobilization of farmers to form FIG and FPO		1	1	1		1.00	1.00		2.00	Includes events like Rallies, Cluster level Consultation workshops, Seminars / Sangosthi and Sammelan, AV shows, etc
1.2	ಎಫ್‌ಐಜಿ ಮತ್ತು ಎಫ್‌ಪಿಓ ರಚಿಸಲು ರೈತರುಗಳ ಒಟ್ಟುಗೂಡಿಸುವಿಕೆ	ಎಲ್‌ಎಸ್									ರಾಲಿಗಳು, ಕ್ಲಸ್ಟರ್ ಮಟ್ಟದ ಸಲಹಾ ಕಾರ್ಯಾಗಾರಗಳು, ಸೆಮಿನಾರ್‌ಗಳು/ಗೋಷ್ಠಿಗಳು ಮತ್ತು ಸಮ್ಮೇಳನಗಳು, ಎವಿ ಪ್ರದರ್ಶನಗಳು, ಇತರೆ
1.3	Organising ToTs & Exposure visits for Lead Farmer	No. of ToT/ Exposure	0.15	3	3	2	0.45	0.45	0.3	1.20	LF (2 from each FIG) will be given ToT & one expo. visit.
1.3	ತರಬೇತುದಾರರ ತರಬೇತಿ (ಟಿಓಟಿ) ಸಂಯೋಜಿಸುವುದು ಮತ್ತು ರೈತ ಮುಖಂಡರುಗಳಿಗೆ ಜ್ಞಾನ ಹೆಚ್ಚಿಸುವ ಭೇಟಿಗಳು	ಟಿಓಟಿ ಸಂಖ್ಯೆ/ ಎಕ್ಸ್‌ಪೋಜರ್									ಎಲ್‌ಎಫ್ (ಪ್ರತಿ ಎಫ್‌ಐಜಿ ಇಂದ ತಲಾ 2) ಅನ್ನು ಟಿಓಟಿ/ಒಂದು ಎಕ್ಸ್‌ಪೋ ಭೇಟಿಗೆ ನೀಡಲಾಗುತ್ತದೆ.
1.4	Development & Distribution of Training Tool Kits for LF	No. of Kits	0.005	100	100		0.05	0.50		1.00	They will use this kit during training of their member farmers at on farm or off farm classroom sessions.
1.4	ಎಲ್‌ಎಫ್‌ಗಾಗಿ ತರಬೇತಿ ಕಿಟ್‌ಗಳ ಅಭಿವೃದ್ಧಿ ಮತ್ತು ವಿತರಣೆ	ಕಿಟ್‌ಗಳ ಸಂಖ್ಯೆ									ಅವರು ಈ ಕಿಟ್ ಅನ್ನು ಕೃಷಿ ಭೂಮಿಯಲ್ಲಿನ ಅಥವಾ ಕೃಷಿ ಭೂಮಿಯಿಂದ ಹೊರಗಿನ ತರಗತಿ ಅವಧಿಗಳಲ್ಲಿ ಹಾಗೂ ತರಬೇತಿಯ ಸಮಯದಲ್ಲಿ ಬಳಸುತ್ತಾರೆ.
1.5	Management & Technical Training to Governing Body of FPO	No. of training	0.15	2	2	2	0.30	0.30	0.30	0.90	Training on OD issues, Training on conflicts management, basic training on book keeping & Accounts, Training on business management.
1.5	ಎಫ್‌ಪಿಓದ ಆಡಳಿತ ಮಂಡಳಿಗೆ ನಿರ್ವಹಣೆ ಮತ್ತು ತಾಂತ್ರಿಕ ತರಬೇತಿ	ತರಬೇತಿಯ ಸಂಖ್ಯೆ									(ಒಡಿ) ನೀಡುವಿಕೆಗಳ ಕುರಿತಾಗಿ ತರಬೇತಿ. ಸಂಘರ್ಷಗಳ ನಿರ್ವಹಣೆಯ ಕುರಿತಾಗಿ ತರಬೇತಿ, ಪುಸ್ತಕ ಇರಿಸಿಕೊಳ್ಳುವಿಕೆ ಮತ್ತು ಅಕೌಂಟ್‌ಗಳ ಕುರಿತಾಗಿ ತರಬೇತಿ, ವ್ಯವಹಾರ ನಿರ್ವಹಣೆಯ ಕುರಿತಾಗಿ ತರಬೇತಿ.
1.6	Exposure visit of Governing Body of FPO	No. of Exposure	0.36	1	1	1	0.36	0.36	0.36	1.08	The CEO is the person first recruited & deployed by the RI. S/he and 5 LRPs will start the process and all of them will be eventually recruited by the FPO as their staff at the end of yr-1. The RI will then transfer the budget of FPO staff cost, travel, office expenses to the FPO from 2nd year onwards.
1.6	ಎಫ್‌ಪಿಓದ ಆಡಳಿತ ಮಂಡಳಿಗೆ ಜ್ಞಾನ ವೃದ್ಧಿಯ ಭೇಟಿ	ಎಕ್ಸ್‌ಪೋಶರ್ ಸಂಖ್ಯೆ									ಆರ್‌ಐ ಅವರು ಮೊದಲು ನೇಮಕಾತಿ ಮಾಡಿಕೊಂಡು ನಿಯೋಜನೆ ಮಾಡಿಕೊಳ್ಳುವ ಮೊದಲ ವ್ಯಕ್ತಿ ಸಿಇಓ ಆಗಿದ್ದಾರೆ. ಅವರು ಮತ್ತು 5 ಎಲ್‌ಆರ್‌ಪಿಗಳು ಪ್ರಕ್ರಿಯೆಯನ್ನು ಪ್ರಾರಂಭಿಸುತ್ತಾರೆ ಮತ್ತು ಅವರೆಲ್ಲರನ್ನೂ ನಂತರ 1 ವರ್ಷದ ಅಂತ್ಯದಲ್ಲಿ ಅವರ ಸಿಬ್ಬಂದಿಯಾಗಿ ಎಫ್‌ಪಿಓ ಅವರು ನೇಮಕಾತಿ ಮಾಡಿಕೊಳ್ಳುತ್ತಾರೆ ಆರ್‌ಐ ನಂತರ ಎಫ್‌ಪಿಓ ಸಿಬ್ಬಂದಿ ವೆಚ್ಚ, ಪ್ರಯಾಣ, ಕಚೇರಿ ವೆಚ್ಚಗಳನ್ನು ಎರಡನೇ ವರ್ಷದ ನಂತರ ಎಫ್‌ಪಿಓಗೆ ವರ್ಗಾಯಿಸುತ್ತಾರೆ.

UNIT COST RS. IN LAKH/ಯೂನಿಟ್ ವೆಚ್ಚ ರೂ. ಲಕ್ಷದಲ್ಲಿ

S.No.	ITEMS	UNIT DETAIL	UNIT COST	PHYSICAL TARGET			FINANCIAL TARGET			TOTAL COST	REMARKS
				Y1	Y2	Y3	Y1	Y2	Y3		
ಕ್ರಮ ಸಂಖ್ಯೆ.	ಅಂಶಗಳು	ಯೂನಿಟ್ ವಿವರ	ಯೂನಿಟ್ ವೆಚ್ಚ	ಭೌತಿಕ ಗುರಿ			ಹಣಕಾಸು ಗುರಿ			ಒಟ್ಟು ವೆಚ್ಚ	ಟಿಪ್ಪಣಿಗಳು
				Y1	Y2	Y3	Y1	Y2	Y3		
1.7	Remuneration of Local Resource Persons (LRP)	cost/ person month	0.03	5	5	5	1.80	1.80	1.80	5.40	1 LRP per 200 farmers.
1.7	ಸ್ಥಳೀಯ ಸಂಪನ್ಮೂಲ ವ್ಯಕ್ತಿಗಳ (ಎಲ್ಆರ್‌ಪಿ) ಸಂಭಾವನೆ	ಪ್ರತಿ ವ್ಯಕ್ತಿಗೆ ತಿಂಗಳ ವೆಚ್ಚ									ಪ್ರತಿ 200 ರೈತರುಗಳಿಗೆ 1 ಎಲ್ಆರ್‌ಪಿ
1.8	Travel & subsistence of LRPs	cost/ person month	0.01	5	5	5	0.60	0.60	6.60	1.80	
1.8	ಎಲ್ಆರ್‌ಪಿಗಳ ಪ್ರಯಾಣ ಮತ್ತು ಕನಿಷ್ಠ ಮಟ್ಟದ ಆದಾಯ	ಪ್ರತಿ ವ್ಯಕ್ತಿಗೆ ತಿಂಗಳ ವೆಚ್ಚ									
	Sub Total of 1						5.01	5.01	3.36	13.38	
2	Agriculture Technology Introduction & Validation										
	ಕೃಷಿ ತಂತ್ರಜ್ಞಾನದ ಪರಿಚಯ ಮತ್ತು ಮೌಲ್ಯೀಕರಣ										
2.1	Organising Agriculture Demonstrations	Cost/Demo	0.01	60	60	60	0.6	0.6	0.6	1.8	Demo on Good Agri. Practices. 4 demo/ vill/year.
	ಕೃಷಿ ಪ್ರಾತ್ಯಕ್ಷಿಕೆಗಳನ್ನು ಆಯೋಜಿಸುವಿಕೆ	ವೆಚ್ಚ/ಡೆಮೋ									ಉತ್ತಮ ಕೃಷಿ ಅಭ್ಯಾಸಗಳ ಕುರಿತಾಗಿ ಪ್ರಾತ್ಯಕ್ಷಿಕೆ. ಪ್ರತಿ ಹಳ್ಳಿಗೆ ಪ್ರತಿ ವರ್ಷಕ್ಕೆ 1 ಪ್ರಾತ್ಯಕ್ಷಿಕೆ
	Sub Total of 2						0.6	0.6	0.6	1.8	
	2 ರ ಒಟ್ಟು ಮೊತ್ತ										
3	FPO Management Cost										
	ಎಫ್‌ಪಿಓ ನಿರ್ವಹಣೆ ವೆಚ್ಚ										
3.1	CEO of the FPO	Cost/month	0.300	1	1	1	3.6	3.6	3.6	10.8	The CEO is the person first recruited & deployed by the RI. S/he and 5 LRPs will start the process and all of them will be eventually recruited by the FPO as their staff at the end of yr-1. The RI will then transfer the budget of FPO staff cost, travel, office expenses to the FPO from 2nd year onwards.
	ಎಫ್‌ಪಿಓನ ಸಿಇಓ	ವೆಚ್ಚ/ಡೆಮೋ									ಆರ್‌ಐ ಅವರು ಮೊದಲು ನೇಮಕಾತಿ ಮಾಡಿಕೊಂಡು ನಿಯೋಜನೆ ಮಾಡಿಕೊಳ್ಳುವ ಮೊದಲ ವ್ಯಕ್ತಿ ಸಿಇಓ ಆಗಿದ್ದಾರೆ. ಅವರು ಮತ್ತು 5 ಎಲ್ಆರ್‌ಪಿಗಳು ಪ್ರಕ್ರಿಯೆಯನ್ನು ಪ್ರಾರಂಭಿಸುತ್ತಾರೆ ಮತ್ತು ಅವರೆಲ್ಲರನ್ನೂ ನಂತರ 1 ವರ್ಷದ ಅಂತ್ಯದಲ್ಲಿ ಅವರ ಸಿಬ್ಬಂದಿಯಾಗಿ ಎಫ್‌ಪಿಓ ಅವರು ನೇಮಕಾತಿ ಮಾಡಿಕೊಳ್ಳುತ್ತಾರೆ ಆರ್‌ಐ ನಂತರ ಎಫ್‌ಪಿಓ ಸಿಬ್ಬಂದಿ ವೆಚ್ಚ, ಪ್ರಯಾಣ, ಕಚೇರಿ ವೆಚ್ಚಗಳನ್ನು ಎರಡನೇ ವರ್ಷದ ನಂತರ ಎಫ್‌ಪಿಓಗೆ ವರ್ಗಾಯಿಸುತ್ತಾರೆ.
3.2	Travel & subsistence of CEOs	Cost/month	0.030	1	1	1	0.36	0.36	0.36	1.08	
3.2	ಸಿಇಓಗಳ ಪ್ರಯಾಣ ಮತ್ತು ಕನಿಷ್ಠ ವೆಚ್ಚ	ವೆಚ್ಚ/ಡೆಮೋ									
3.3	FPO office rent, electricity, communication, etc.	Cost/month	0.068	1	1	1	0.27	0.82	0.82	1.90	For year-1 it is for 4 months considering that existence of FPO as entity will not happen before completion of eight months.
3.3	ಎಫ್‌ಪಿಓ ಕಚೇರಿ ಬಾಡಿಗೆ, ವಿದ್ಯುತ್, ಸಂವಹನ ವೆಚ್ಚ ಇತ್ಯಾದಿ	ವೆಚ್ಚ/ಡೆಮೋ									1 ನೇ ವರ್ಷಕ್ಕೆ, ತಿಂಗಳುಗಳಿಗೆ, 8 ತಿಂಗಳನ್ನು ಪೂರೈಸುವ ತನಕ ಎಫ್‌ಪಿಓ ಸಂಸ್ಥೆಯಲ್ಲಿ ಸೇವೆ ಸಲ್ಲಿಸಿದ್ದು ಸಂಭವಿಸಲಾರದು ಎಂದು ಆಧರಿಸಿ

UNIT COST RS. IN LAKH/ಯೂನಿಟ್ ವೆಚ್ಚ ರೂ. ಲಕ್ಷದಲ್ಲಿ

S.No. ಕ್ರ ಮ ಸಂಖ್ಯೆ.	ITEMS ಅಂಶಗಳು	UNIT DETAIL ಯೂನಿಟ್ ವಿವರ	UNIT COST ಯೂನಿಟ್ ವೆಚ್ಚ	PHYSICAL TARGET ಭೌತಿಕ ಗುರಿ Y1	Y2	Y3	FINANCIAL TARGET ಹಣಕಾಸು ಗುರಿ Y1	Y2	Y3	TOTAL COST ಒಟ್ಟು ವೆಚ್ಚ	REMARKS ಟಿಪ್ಪಣಿಗಳು
3.4 3.4	FPO Registration cost ಎಫ್‌ಪಿಒ ನೋಂದಣಿ ವೆಚ್ಚ	Cost/FPO ವೆಚ್ಚ/ಎಫ್‌ಪಿಒ	0.400	1			0.40	0.00	0.00	0.40	
3.5 3.5	Minor equipments for FPO office ಎಫ್‌ಪಿಒ ಕಚೇರಿಗಾಗಿ ಚಿಕ್ಕಪುಟ್ಟ ಸಾಧನ	Cost/FPO ವೆಚ್ಚ/ಎಫ್‌ಪಿಒ	0.900				0.90			0.90	One Desk Top PC, Printer and minor office furnitures. ಒಂದು ಡೆಸ್ಕ್ ಪ್ರಮುಖ ಉತ್ಪಾದಕರ ಕಂಪನಿ ಪ್ರಿಂಟರ್ ಮತ್ತು ಚಿಕ್ಕಪುಟ್ಟ ಕಚೇರಿ ಪೀಠೋಪಕರಣಗಳು.
3.6 3.6	FPO Equity support ಎಫ್‌ಪಿಒ ಈಕ್ವಿಟಿ ಬೆಂಬಲ	Per FPO ಪ್ರತಿ ಎಫ್‌ಪಿಒ	5.000	1	1	1	3.00	2.00	0.00	5.00	Equity support is given as match in with the equity raised by the FPO, considered ₹ 5 lakh @₹ 500 per member for 1000 members. 1000 ಸದಸ್ಯರಿಗೆ ಪ್ರತಿ ಸದಸ್ಯರಿಗೆ ರೂ.500 ಆಧಾರದಲ್ಲಿ ರೂ. 5 ಲಕ್ಷವೆಂದು ಪರಿಗಣಿಸಿ, ಎಫ್‌ಪಿಒ ನಿರ್ಮಿಸಿದ ಈಕ್ವಿಟಿಯೊಂದಿಗೆ ಹೊಂದಾಣಿಕೆಯಾಗಿ ಈಕ್ವಿಟಿ ಬೆಂಬಲ ನೀಡಲಾಗುತ್ತದೆ.
	Sub-total of 3 3 ರ ಒಟ್ಟು-ಮೊತ್ತ						8.53	6.78	4.78	20.08	
	Total of 1 to 3 (per FPO cost) 1 ರಿಂದ 3 ರ ಒಟ್ಟು (ಪ್ರತಿ ಎಫ್‌ಪಿಒ ವೆಚ್ಚ)						14.14	12.39	8.74	35.26	
4 4	Programme Management Cost at RI level for Block of 05 FPOs 05 ಎಫ್‌ಪಿಒಗಳ ಬ್ಲಾಕ್‌ಗಾಗಿ ಆರ್‌ಐನ ಪ್ರೋಗ್ರಾಂ ನಿರ್ವಹಣೆ ವೆಚ್ಚ		0.1	1	1	1	1.2	1.2	1.2	3.6	
4.1 4.1	Project Coordinator ಯೋಜನೆ ಸಹಯೋಜಕರು	Cost/month ವೆಚ್ಚ/ತಿಂಗಳು	0.4	1	1	1	4.80	4.80	4.80	14.40	Full time. s/he should be with experience in institution building. (commercial) & agriculture/ marketing. ಪೂರ್ಣಾವಧಿ, ಅವರಿಗೆ ಸಂಸ್ಥೆಯ ಕಟ್ಟಡದಲ್ಲಿ ಅನುಭವವನ್ನು ನೀಡಲಾಗುತ್ತದೆ. (ವಾಣಿಜ್ಯಿಕ) ಮತ್ತು ಕೃಷಿ/ಮಾರ್ಕೆಟಿಂಗ್
4.2 4.2	Travel of PC ಉತ್ಪಾದಕರ ಕಂಪನಿ ಯ ಪ್ರಯಾಣ	ವೆಚ್ಚ/ತಿಂಗಳು	0.1	1	1	1	1.2	1.2	1.2	3.6	
4.3 4.3	Training of Project Team ಯೋಜನೆ ತಂಡದ ತರಬೇತಿ	No. of training ತರಬೇತಿ ಸಂಖ್ಯೆ	0.9	1	1		0.90	0.45	0	1.35	6 days induction training is proposed to the FPO promotion team i.e. one CEO + 5 LRPs. In 2nd year there will be 3 days refresher course. ಎಫ್‌ಪಿಒ ಪ್ರಚಾರ ತಂಡಕ್ಕೆ 6 ತಿಂಗಳ ನೇಮಕಾತಿ ತರಬೇತಿಯನ್ನು ಉದ್ದೇಶಿಸಿದೆ, ಅಂದರೆ ಒಂದು ಸಿಇಒ+5 ಎಲ್‌ಆರ್‌ಪಿಗಳು. 2 ನೇ ವರ್ಷದಲ್ಲಿ 3 ದಿನಗಳ ರಿಫ್ರೆಶರ್ ಕೋರ್ಸ್ ಇರುತ್ತದೆ.
4.4 4.4	RI overheads ಆರ್‌ಐ ಓವರ್‌ಹೆಡ್‌ಗಳು	Cost/month ವೆಚ್ಚ/ತಿಂಗಳುಗಳು	0.2	1	1	1	2.40	2.40	2.40	7.20	
	Sub-total of 4 4 ರ ಒಟ್ಟು ವೆಚ್ಚ						9.30	8.85	8.40	26.55	

UNIT COST RS. IN LAKH/ಯೂನಿಟ್ ವೆಚ್ಚ ರೂ. ಲಕ್ಷದಲ್ಲಿ

S.No.	ITEMS	UNIT DETAIL	UNIT COST	PHYSICAL TARGET			FINANCIAL TARGET			TOTAL COST	REMARKS
				Y1	Y2	Y3	Y1	Y2	Y3		
ಕ್ರಮ ಸಂಖ್ಯೆ.	ಅಂಶಗಳು	ಯೂನಿಟ್ ವಿವರ	ಯೂನಿಟ್ ವೆಚ್ಚ	ಭೌತಿಕ ಗುರಿ			ಹಣಕಾಸು ಗುರಿ			ಒಟ್ಟು ವೆಚ್ಚ	ಟಿಪ್ಪಣಿಗಳು
				Y1	Y2	Y3	Y1	Y2	Y3		
5	Programme Management Cost at RI level for Block of 10 FPOs										
5	10 ಎಫ್‌ಪಿಓಗಳ ಬ್ಲಾಕ್‌ಗಾಗಿ ಆರ್‌ಐನ ಪ್ರೋಗ್ರಾಂ ನಿರ್ವಹಣೆ ವೆಚ್ಚ										
5.1	Project Coordinator	Cost/month	0.4	1	1	1	4.8	4.8	4.8	14.4	Full time. s/he should be with experience in institution bldg. (commercial) & agriculture/agribusiness.
5.1	ಯೋಜನೆ ಸಹಯೋಜಕರು	ವೆಚ್ಚ/ತಿಂಗಳು									ಪೂರ್ಣಾವಧಿ, ಅವರು ಸಂಸ್ಥೆಯ ಕಟ್ಟಡದಲ್ಲಿ ಅನುಭವವನ್ನು ಪಡೆಯುತ್ತಾರೆ. (ವಾಣಿಜ್ಯಿಕ) ಮತ್ತು ಕೃಷಿ/ಕೃಷಿ ವ್ಯವಹಾರ
5.2	SMS	Cost/month	0.35	1	1	1	4.2	4.2	4.2	12.6	SMS - Agri business/ agriculture/ financial linkage
5.2	ಎಸ್‌ಎಮ್‌ಎಸ್	ವೆಚ್ಚ/ತಿಂಗಳು									ಎಸ್‌ಎಮ್‌ಎಸ್ – ಕೃಷಿ ವ್ಯವಹಾರ/ಕೃಷಿ/ಹಣಕಾಸು ಸಂಪರ್ಕಗಳು
5.3	Accountant cum Admin. Asst.	Cost/month	0.15	1	1	1	1.8	1.8	1.8	5.4	
5.3	ಅಕೌಂಟೆಂಟ್ ಜೊತೆಗೆ ಅಡ್ಮಿನ್ ಅಸಿಸ್ಟೆಂಟ್	ವೆಚ್ಚ/ತಿಂಗಳು									
5.4	Travel of project staff	Cost/month	0.15	1	1	1	1.8	1.8	1.8	5.4	
5.4	ಯೋಜನೆ ಸಿಬ್ಬಂದಿಯ ಪ್ರಯಾಣ	ವೆಚ್ಚ/ತಿಂಗಳು									
5.5	Training of Project Team	No. of training	0.9	2	2		1.8	0.9	0	2.7	6 days induction training is proposed to the FPO promotion team i.e. one CEO + 5 LRPs. In 2n d. Year there will be 3 days refresher course.
5.5	ಯೋಜನೆ ತಂಡದ ತರಬೇತಿ	ತರಬೇತಿ ಸಂಖ್ಯೆ									ಎಫ್‌ಪಿಓ ಪ್ರಚಾರ ತಂಡಕ್ಕೆ 6 ತಿಂಗಳ ನೇಮಕಾತಿ ತರಬೇತಿಯನ್ನು ಉದ್ದೇಶಿಸಿದೆ, ಅಂದರೆ ಒಂದು ಸಿಇಓ+5 ಎಲ್‌ಆರ್‌ಪಿಗಳು. 2 ನೇ ವರ್ಷದಲ್ಲಿ 3 ದಿನಗಳ ರಿಫ್ರೆಶರ್ ಕೋರ್ಸ್ ಇರುತ್ತದೆ.
5.6	RI overheads	Cost/Month	0.4	1	1	1	4.8	4.8	4.8	14.4	
5.6	ಆರ್‌ಐ ಓವರ್‌ಹೆಡ್‌ಗಳು	ವೆಚ್ಚ/ತಿಂಗಳು									
	Sub-total of 5						19.2	18.3	17.4	54.9	
	5 ರ ಒಟ್ಟು ವೆಚ್ಚ										

COST ANALYSIS (figures in Rupees)	
Total Cost of forming one FPO for three years	3526000
Cost / farmer for three years	3526
Total Cost of forming 5 FPO for three years	17630000
RI Cost for three years	2655000
Cost / farmer for three years	4057
Total Cost of forming 10 FPO for three years	35260000
RI Cost for three years	5490000
Cost / farmer for three years	4075

SUPPORT TO FPOs

It is important to clarify here that FPOs mobilized and registered under the provisions of these Guidelines are purely member-owned farmer bodies, which are entitled to receive certain services and financial support as detailed above for a fixed period. They are not in any way to be equated with Government-owned or Government-promoted institutions. Grants provided in the budget above to invest in the equity of FPOs are one-time support measures designed to ensure the viability of FPOs, and cannot be used to acquire shares for any individual or institution connected with the Central or State Governments.

It is also clarified that no physical infrastructure or human resources created during the period of mobilization in Resource Institutions (RIs) and FPOs will be supported over and above the provisions of the budget and beyond the period specified. In other words, RKVY funds cannot be used to meet any recurring liability of any kind related to RIs and FPOs beyond the provisions of these Guidelines.

ವೆಚ್ಚ ವಿಶ್ಲೇಷಣೆ (ಅಂಕಿಅಂಶಗಳು ರೂಪಾಯಿಗಳಲ್ಲಿ)	
ಮೂರು ವರ್ಷಗಳಿಗೆ ಒಂದು ಎಫ್‌ಪಿಓಗೆ ಕೃಷಿ ಭೂಮಿಗೆ ಒಟ್ಟು ವೆಚ್ಚ	352600
ಮೂರು ವರ್ಷಗಳಿಗೆ ಪ್ರತಿ ರೈತನಿಗೆ ವೆಚ್ಚ	3526
ಮೂರು ವರ್ಷಗಳಿಗೆ 5 ಎಫ್‌ಪಿಓಗಳಿಗೆ ಕೃಷಿಗೆ ಒಟ್ಟು ವೆಚ್ಚ	17630000
ಮೂರು ವರ್ಷಗಳಿಗೆ ಆರ್‌ಐ ವೆಚ್ಚ	2655000
ಮೂರು ವರ್ಷಗಳಿಗೆ ಪ್ರತಿ ರೈತರಿಗೆ ವೆಚ್ಚ	4067
ಮೂರು ವರ್ಷಗಳಿಗೆ 10ಎಫ್‌ಪಿಓಗಳಿಗೆ ಕೃಷಿಗೆ ಒಟ್ಟು ವೆಚ್ಚ	35260000
ಮೂರು ವರ್ಷಗಳಿಗೆ ಆರ್‌ಐ ವೆಚ್ಚ	5490000
ಮೂರು ವರ್ಷಗಳಿಗೆ ಪ್ರತಿ ರೈತರಿಗೆ ವೆಚ್ಚ	4075

ಎಫ್‌ಪಿಓಗಳಿಗೆ ಬೆಂಬಲ

ಈ ಮಾರ್ಗದರ್ಶಿಗಳ ನಿಬಂಧನೆಗಳ ಅಡಿಯಲ್ಲಿ ಒಟ್ಟುಗೂಡಿಸಿದ ಮತ್ತು ನೋಂದಾಯಿಸಿದ ಎಫ್‌ಪಿಓಗಳು ಕೇವಲ ಸದಸ್ಯ-ಮಾಲೀಕತ್ವದ ರೈತರ ಸಂಸ್ಥೆಗಳಾಗಿದ್ದು ಇವುಗಳು ನಿರ್ದಿಷ್ಟ ಅವಧಿಗೆ ಕೆಲವು ಸೇವೆಗಳು ಮತ್ತು ಹಣಕಾಸು ಬೆಂಬಲವನ್ನು ಪಡೆಯಲು ಅರ್ಹವಾಗಿರುತ್ತವೆ ಎಂಬುದನ್ನು ಇಲ್ಲಿ ಸ್ಪಷ್ಟ ಪಡಿಸುವುದು ಪ್ರಮುಖವಾಗಿದೆ. ಇವುಗಳನ್ನು ಸರ್ಕಾರಿ ಮಾಲೀಕತ್ವದ ಅಥವಾ ಸರ್ಕಾರಿ ಪ್ರಾಯೋಜಕತ್ವದ ಸಂಸ್ಥೆಗಳೊಂದಿಗೆ ಹೋಲಿಸಬಾರದು. ಎಫ್‌ಪಿಓಗಳ ಈಕ್ವಿಟಿಗೆ ಹೂಡಿಕೆಗಾಗಿ ಮೇಲೆ ಒದಗಿಸಿದ ಅನುದಾನಗಳು ಎಫ್‌ಪಿಓಗಳು ಕಾರ್ಯನಿರ್ವಹಸುವಂತೆ ಖಾತ್ರಿಪಡಿಸಿಕೊಳ್ಳಲು ರೂಪಿಸಲಾಗಿರುವ ಒಂದು-ಬಾರಿಯ ಬೆಂಬಲ ಕ್ರಮಗಳಾಗಿವೆ ಮತ್ತು ಇವುಗಳು ಕೇಂದ್ರ ಅಥವಾ ರಾಜ್ಯ ಸರ್ಕಾರಗಳೊಂದಿಗೆ ಸಂಬಂಧಿಸಿದ ಯಾವುದೇ ವ್ಯಕ್ತಿ ಅಥವಾ ಸಂಸ್ಥೆಯ ಶೇರುಗಳನ್ನು ಪಡೆಯಲು ಬಳಸಬಾರದು.

ಸಂಪನ್ಮೂಲ ಸಂಸ್ಥೆಗಳು (ಆರ್‌ಐಗಳು) ಮತ್ತು ಎಫ್‌ಪಿಓಗಳ ಒಟ್ಟುಗೂಡಿಸುವಿಕೆಯ ಅವಧಿಯಲ್ಲಿ ನಿರ್ಮಿಸಿದ ಯಾವುದೇ ಭೌತಿಕ ಮೂಲಭೂತ ವ್ಯವಸ್ಥೆ ಅಥವಾ ಮಾನವ ಸಂಪನ್ಮೂಲಗಳು ಮತ್ತು ಎಫ್‌ಪಿಓಗಳನ್ನು ಬಜೆಟ್‌ನ ನಿಬಂಧನೆಗಳನ್ನು ಮೀರಿ ಮತ್ತು ನಿರ್ದಿಷ್ಟಪಡಿಸಿದ ಅವಧಿಯನ್ನು ಮೀರಿ ಬೆಂಬಲಿಸಲಾಗುವುದಿಲ್ಲ ಎಂಬುದನ್ನೂ ಸ್ಪಷ್ಟಪಡಿಸಲಾಗಿದೆ. ಬೇರೆ ಮಾತುಗಳಲ್ಲಿ ಹೇಳುವುದಾದರೆ ಆರ್‌ಕೆವಿವೈ ನಿಧಿಗಳನ್ನು ಈ ಮಾರ್ಗದರ್ಶಿಗಳ ನಿಬಂಧನೆಗಳ ಹೊರಗೆ ಆರ್‌ಐಗಳು ಮತ್ತು ಎಫ್‌ಪಿಓಗಳಿಗೆ ಸಂಬಂಧಿಸಿದ ಯಾವುದೇ ಪ್ರಕಾರದ ಆವರ್ತನೀಯ ಬಾಧ್ಯತೆಯನ್ನು ಪೂರೈಸಲು ಬಳಸಬಾರದು.

ANNEXURES

ಅನುಬಂಧಗಳು

ANNEXURE 1

DETAILS OF PROJECT OBJECTIVE WISE ACTIVITIES, OUTPUTS AND OUTCOMES

ACTIVITIES	OUTPUTS	OUTCOMES
◊ Organise farmers into informal groups (FIG). ◊ Train members and leaders in matters relating to group functioning, group norms and systems. ◊ Form associations/FPOs of FIGs ◊ Train members and leaders of FPOs to nurture FIGs and mediate vis-à-vis external resource institutions such as government, financial institutions and markets.	◊ 3000-4000 farmers from 15-20 villages in close geographic cluster organised into FIGs, prepared for intensive agriculture livelihoods interventions. ◊ FIGs organised into FPOs/Informal associations supporting productivity, efficient access to input and output markets, linkages with agriculture programmes. ◊ 75% meet or exceed quality benchmarks on group functioning.	◊ Farmers in 80% FIGs confident and keen to positively change their current condition and have developed plans to synergise planning and market access on the cluster-identified products.
◊ Conduct exposure for selected men and women from project villages to villages/farms practicing modern farming methods, such as different crop mixes, modern techniques and intensive farming. ◊ Discuss alternate farming systems with groups of farmers suitable to their specific situations and generate household farming plans/"portfolios". ◊ Identify training and extension needs and potential LRPs to function as community-based extension agents. ◊ Train LRPs to provide extension support to farmers adopting new farming systems.	◊ 60% of all families interested to take up improved crops have access to quality inputs. ◊ 40 % of participant land brought into intensive farming. ◊ 80% families cultivate a diversified basket of locally suitable crops. ◊ LRP training modules being implemented in large number. ◊ Trained LRPs supporting implementation of the household and cluster-level farm plans.	◊ High adoption rates of new practices promoted under this project. ◊ 75% project families report over 50% increase in yields in preexisting crops. ◊ 75% project families have diversified their cropping pattern to cluster-identified crop. ◊ The expertise and services of a cadre of trained LRPs being utilised by the community effectively.
◊ Helping families access working capital from SHG/MFI, banking sector and other sources. ◊ Link/develop supply channels for inputs and services. ◊ On-field hand-holding support by LRPs to ensure appropriate usage of quality inputs. ◊ Demonstration of usage and effectiveness of relevant farm mechanisation practices.	◊ 70 % of participating families using quality inputs. ◊ FPOs/Producer Aggregations promoted. ◊ Participating families covered by these collectives. ◊ Gross Crop Output per hectare increase by 100% in rupee value terms.	◊ Participating families have assured supply of quality inputs and services. ◊ Network of input and services delivery mechanisms developed in the local area. ◊ Participating families feel confident to intensify their agriculture.
◊ Developing production clusters for producing significant volume of marketable surplus. ◊ Identifying and building aggregation/ disaggregation centres in production clusters wherever required. ◊ Linking these clusters with market players (e.g. traders, commission agents, retailers, etc.). ◊ Producer collectives taking output marketing. ◊ Formation of FPOs.	◊ Intensive, market oriented production clusters developed. ◊ Surplus produce marketed at remunerative prices. ◊ Participating families engaged in coordinated market-oriented production. ◊ Producers' collectives aggregate and market produce from members. ◊ Market aggregators/retail chains buy produce from producer collectives.	◊ Sustainable and competitive linkages for marketing created for their produce. ◊ Participating families in production clusters have multiple options to sell farm produce. ◊ The prevailing rates in the cluster are fair vis-à-vis large markets in the region.

ಅನುಬಂಧ 1

ಯೋಜನೆ ಉದ್ದೇಶದ ಪ್ರಕಾರದ ಚಟುವಟಿಕೆಗಳು, ಫಲಿತಾಂಶಗಳು ಮತ್ತು ಪರಿಣಾಮಗಳು

ಚಟುವಟಿಕೆಗಳು	ಫಲಿತಾಂಶಗಳು	ಪರಿಣಾಮಗಳು
◊ ರೈತರುಗಳನ್ನು ಅನೌಪಚಾರಿಕವಾದ ಗುಂಪುಗಳಾಗಿ (ಎಫ್ಐಜಿ) ಆಯೋಜಿಸುವುದು. ◊ ಗುಂಪು ಕಾರ್ಯನಿರ್ವಹಣೆ, ಗುಂಪು ನಿಯಮಗಳು ಮತ್ತು ವ್ಯವಸ್ಥೆಗಳಿಗೆ ಸಂಬಂಧಿಸಿದ ವಿಷಯಗಳಲ್ಲಿ ಸದಸ್ಯರು ಮತ್ತು ನಾಯಕರಿಗೆ ತರಬೇತಿ ನೀಡುವುದು. ◊ ಸಂಸ್ಥೆಗಳು/ಎಫ್ಐಜಿಗಳ ಎಫ್‌ಪಿಒಗಳನ್ನು ರೂಪಿಸುವುದು ◊ ಎಫ್ಐಜಿಗಳಿಗೆ ಉತ್ತೇಜಿಸಲು ಎಫ್‌ಪಿಒಗಳ ಸದಸ್ಯರು ಮತ್ತು ನಾಯಕರಿಗೆ ತರಬೇತಿ ನೀಡುವುದು ಮತ್ತು ಸರ್ಕಾರಿ, ಹಣಕಾಸು ಸಂಸ್ಥೆಗಳು ಮತ್ತು ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯಂತಹ ಬಾಹ್ಯ ಸಂಪನ್ಮೂಲ ಸಂಸ್ಥೆಗಳೊಂದಿಗೆ ಹೊಂದಾಣಿಕೆ ಮಾಡಿಕೊಳ್ಳುವುದು.	◊ ಹತ್ತಿರದ ಭೌಗೋಳಿಕ ಕ್ಲಸ್ಟರ್‌ನಲ್ಲಿರುವ 15-20 ಗ್ರಾಮಗಳಿಂದ 3000 ರಿಂದ 4000 ರೈತರುಗಳನ್ನು ಎಫ್ಐಜಿಗಳಾಗಿ ಆಯೋಜಿಸಿದೆ ಮತ್ತು ಸಮಗ್ರ ಕೃಷಿ ಜೀವನೋಪಾಯಕ್ಕೆ ಸಿದ್ಧಗೊಳಿಸಲಾಗಿದೆ. ◊ ಉತ್ಪಾದಕತೆ, ಒಳ ಮತ್ತು ಹೊರ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳಿಗೆ ಪರಿಣಾಮಕಾರಿಯ ಪ್ರವೇಶ, ಕೃಷಿ ಕಾರ್ಯಕ್ರಮಗಳಿಗೆ ಸಂಪರ್ಕಗಳನ್ನು ಬೆಂಬಲಿಸಿ ಎಫ್ಐಜಿಗಳನ್ನು ಎಫ್‌ಪಿಒಗಳು/ಅನೌಪಚಾರಿಕ ಸಂಸ್ಥೆಗಳಿಗೆ ಆಯೋಜಿಸಲಾಗಿದೆ. ◊ ಗುಂಪು ಕಾರ್ಯನಿರ್ವಹಣೆಯಲ್ಲಿ 75% ರಷ್ಟು ಭಾಗ ಗುಣಮಟ್ಟ ಮಾನದಂಡಗಳನ್ನು ಪೂರೈಸಿದೆ ಅಥವಾ ಅದನ್ನು ಮೀರಿದೆ.	◊ 80% ಎಫ್ಐಜಿಗಳಲ್ಲಿರುವ ರೈತರು ತಮ್ಮ ಪ್ರಸ್ತುತ ಸ್ಥಿತಿಯಿಂದ ಧನಾತ್ಮಕವಾಗಿ ಬದಲಾವಣೆಗಳನ್ನು ಮಾಡಿಕೊಳ್ಳಲು ಉತ್ಸುಕರಾಗಿದ್ದಾರೆ ಮತ್ತು ಅವರು ಕ್ಲಸ್ಟರ್ ಗುರುತಿಸಲ್ಪಟ್ಟ ಉತ್ಪನ್ನಗಳಲ್ಲಿ ಯೋಜನೆ ಮತ್ತು ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಪ್ರವೇಶವನ್ನು ಸಾಧಿಸಲು ಯೋಜನೆಗಳನ್ನು ಅಭಿವೃದ್ಧಿಪಡಿಸಿದ್ದಾರೆ.
◊ ವಿಭಿನ್ನ ಬೆಳೆ ಮಿಶ್ರಣಗಳು, ಆಧುನಿಕ ತಂತ್ರಜ್ಞಾನಗಳು ಮತ್ತು ತೀವ್ರತರದ ಕೃಷಿಯಂತಹ ಆಧುನಿಕ ಕೃಷಿ ವಿಧಾನಗಳನ್ನು ಅಭ್ಯಾಸ ಮಾಡುತ್ತಿರುವ ಗ್ರಾಮಗಳು/ರೈತರ ಬಳಿಗೆ ಯೋಜನಾ ಗ್ರಾಮಗಳಿಂದ ಆಯ್ದ ಪುರುಷ ಮತ್ತು ಮಹಿಳೆಯರು ಭೇಟಿ ನೀಡುವುದನ್ನು ಆಯೋಜಿಸುವುದು. ◊ ತಮ್ಮ ನಿರ್ದಿಷ್ಟ ಸನ್ನಿವೇಶಗಳಿಗೆ ಹೊಂದಿಕೆಯಾಗುವ ಕೃಷಿಕರ ಗುಂಪುಗಳೊಂದಿಗೆ ಪರ್ಯಾಯ ಕೃಷಿ ವ್ಯವಸ್ಥೆಗಳನ್ನು ಚರ್ಚಿಸುವುದು ಮತ್ತು ಮನೆಯ ಕೃಷಿ ಯೋಜನೆಗಳು/"ವಿಭಾಗಗಳನ್ನು" ನಿರ್ಮಿಸುವುದು. ◊ ಸಮುದಾಯ-ಆಧಾರಿತ ವಿಸ್ತರಣೆಯಾಗಿ ಕಾರ್ಯನಿರ್ವಹಿಸಲು ತರಬೇತಿ ಮತ್ತು ವಿಸ್ತರಣೆ ಅಗತ್ಯಗಳು ಮತ್ತು ಸಂಭಾವ್ಯ ಎಲ್ಆರ್‌ಪಿಗಳನ್ನು ಗುರುತಿಸುವುದು. ◊ sಹೊಸ ಕೃಷಿ ವ್ಯವಸ್ಥೆಗಳನ್ನು ಅಳವಡಿಸಿಕೊಂಡಿರುವ ರೈತರುಗಳಿಗೆ ವಿಸ್ತೃತ ಬೆಂಬಲ ನೀಡಲು ಎಲ್ಆರ್‌ಪಿಗಳಿಗೆ ತರಬೇತಿ ನೀಡುವುದು.	◊ ಸುಧಾರಿತ ಬೆಳೆಗಳನ್ನು ಅಳವಡಿಸಿಕೊಳ್ಳಲು ಆಸಕ್ತಿ ತೋರಿದ ಎಲ್ಲಾ ಕುಟುಂಬಗಳ 60% ರಷ್ಟು ಜನ ಗುಣಮಟ್ಟದ ಫಲಿತಾಂಶ ಪಡೆದುಕೊಂಡರು. ◊ ಭಾಗವಹಿಸುವವರ 40% ರಷ್ಟು ಕೃಷಿ ಭೂಮಿಯನ್ನು ತೀವ್ರತರದ ಕೃಷಿ ಮಾಡುವಿಕೆಗೆ ತರಲಾಯಿತು. ◊ 80% ರಷ್ಟು ಕುಟುಂಬಗಳು ಸ್ಥಳೀಯವಾಗಿ ಹೊಂದಿಕೆಯಾಗುವ ವೈವಿಧ್ಯಮಯ ಬೆಳೆಗಳನ್ನು ಬೆಳೆದವು ◊ ದೊಡ್ಡ ಸಂಖ್ಯೆಯಲ್ಲಿ ಎಲ್ಆರ್‌ಪಿ ತರಬೇತಿ ಮಾಡ್ಯೂಲ್‌ಗಳನ್ನು ಜಾರಿಗೊಳಿಸಲಾಗಿದೆ. ◊ ಮನೆಯ ಮತ್ತು ಕ್ಲಸ್ಟರ್-ಮಟ್ಟದ ಕೃಷಿ ಯೋಜನೆಗಳ ಜಾರಿಗೆ ತರಬೇತಿ ಪಡೆದ ಎಲ್ಆರ್‌ಪಿಗಳು ಬೆಂಬಲ ನೀಡುತ್ತಿದ್ದಾರೆ.	◊ ಈ ಯೋಜನೆಯ ಅಡಿಯಲ್ಲಿ ಹೊಸ ಅಭ್ಯಾಸಗಳನ್ನು ಅಧಿಕ ಪ್ರಮಾಣದಲ್ಲಿ ಅಳವಡಿಸಿಕೊಳ್ಳುತ್ತಿರುವ ದರ. ◊ ಹಿಂದೆ ಇದ್ದ ಬೆಳೆಗಳಲ್ಲಿ 50% ವೃದ್ಧಿಯಾಗಿದೆ ಎಂಬುದಾಗಿ 75% ಯೋಜನೆ ಕುಟುಂಬಗಳು ವರದಿ ಮಾಡಿವೆ. ◊ 75% ರಷ್ಟು ಯೋಜನೆ ಕುಟುಂಬಗಳು ತಮ್ಮ ಬೆಳೆಯ ವಿಧಾನವನ್ನು ಕ್ಲಸ್ಟರ್-ಗುರುತಿಸಿದ ಬೆಳೆಗೆ ವೈವಿಧ್ಯಮಯಗೊಳಿಸಿವೆ. ◊ ಸಮುದಾಯವು ತರಬೇತಿ ಪಡೆದ ಎಲ್ಆರ್‌ಪಿಗಳ ನೈಪುಣ್ಯತೆ ಮತ್ತು ಸೇವೆಯನ್ನು ಪರಿಣಾಮಕಾರಿಯಾಗಿ ಪಡೆದುಕೊಳ್ಳುತ್ತಿವೆ.
◊ ಎಸ್‌ಹೆಚ್‌ಜಿ/ಎಂಎಫ್ಐ, ಬ್ಯಾಂಕಿಂಗ್ ವಿಭಾಗ ಮತ್ತು ಇತರವುಗಳಿಂದ ಕಾರ್ಯನಿರ್ವಹಣೆಯ ಬಂಡವಾಳ ಪಡೆದುಕೊಳ್ಳಲು ಕುಟುಂಬಗಳಿಗೆ ಸಹಾಯ ಮಾಡುವುದು. ◊ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆಗಳು ಮತ್ತು ಸೇವೆಗಳಿಗೆ ಪೂರೈಕೆ ಚಾನಲ್‌ಗಳ ಸಂಪರ್ಕ ಕಲ್ಪಿಸುವುದು/ಅವುಗಳನ್ನು ಅಭಿವೃದ್ಧಿಪಡಿಸುವುದು. ◊ ಗುಣಮಟ್ಟದ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆಗಳ ಸೂಕ್ತ ಬಳಕೆಯನ್ನು ಖಾತ್ರಿಪಡಿಸಿಕೊಳ್ಳಲು ಕೃಷಿ ಭೂಮಿಯಲ್ಲೇ ಸ್ವತಃ ತೋರಿಸಿಕೊಡುವ ಮೂಲಕ ಎಲ್ಆರ್‌ಪಿಗಳಿಂದ ಬೆಂಬಲ. ◊ ಸಂಬಂಧಿತ ಕೃಷಿ ವ್ಯವಸ್ಥೆಯ ಅಭ್ಯಾಸಗಳ ಬಳಕೆ ಮತ್ತು ಪರಿಣಾಮಕಾರಿತ್ವವನ್ನು ಪ್ರದರ್ಶಿಸುವುದು.	◊ 70 % ರಷ್ಟು ಭಾಗವಹಿಸುವ ಕುಟುಂಬಗಳು ಗುಣಮಟ್ಟದ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆಗಳನ್ನು ಬಳಸುತ್ತಿವೆ. ◊ ಎಫ್‌ಪಿಒಗಳು/ಉತ್ಪಾದಕ ಒಕ್ಕೂಟಗಳನ್ನು ಉತ್ತೇಜಿಸಲಾಗಿದೆ. ◊ ಈ ಒಕ್ಕೂಟಗಳಲ್ಲಿ ಭಾಗವಹಿಸುವ ಕುಟುಂಬಗಳು ಸೇರಿಕೊಂಡಿವೆ. ◊ ರೂಪಾಯಿ ಮೌಲ್ಯಕ್ಕೆ ಹೋಲಿಸಿದರೆ ಪ್ರತಿ ಹೆಕ್ಟೇರ್‌ಗೆ ಒಟ್ಟು ಬೆಳೆಯ ಫಲಿತಾಂಶವು 100% ರಷ್ಟು ಹೆಚ್ಚಿದೆ.	◊ ಭಾಗವಹಿಸುವ ಕುಟುಂಬಗಳು ಗುಣಮಟ್ಟದ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆ ಮತ್ತು ಸೇವೆಗಳ ಪೂರೈಕೆಯನ್ನು ಖಾತ್ರಿಪಡಿಸಿವೆ. ◊ ಸ್ಥಳೀಯ ಪ್ರದೇಶದಲ್ಲಿ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆಯ ನೆಟ್‌ವರ್ಕ್ ಮತ್ತು ವಿತರಣೆ ವ್ಯವಸ್ಥೆಯನ್ನು ಅಭಿವೃದ್ಧಿಪಡಿಸಲಾಗಿದೆ. ◊ ತಮ್ಮ ಕೃಷಿಯನ್ನು ತೀವ್ರಗೊಳಿಸಲು ಭಾಗವಹಿಸುವ ಕುಟುಂಬಗಳು ಗಾಢ ಭರವಸೆಯನ್ನು ಹೊಂದಿವೆ.
◊ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗೊಳಿಸಬಹುದಾದ ಹೆಚ್ಚಿನ ಅಗತ್ಯತೆಗಳ ಪ್ರಮುಖ ಪ್ರಮಾಣವನ್ನು ಉತ್ಪಾದಿಸುವುದಕ್ಕಾಗಿ ಉತ್ಪಾದನೆ ಕ್ಲಸ್ಟರ್‌ಗಳನ್ನು ಅಭಿವೃದ್ಧಿಗೊಳಿಸುವುದು. ◊ ಅಗತ್ಯವಾದ ಉತ್ಪಾದನಾ ಕ್ಲಸ್ಟರ್‌ಗಳಲ್ಲಿ ಸಮಗ್ರವಾದ/ಸಮಗ್ರವಾಗಿಲ್ಲದ ಕೇಂದ್ರಗಳನ್ನು ಗುರುತಿಸುವುದು ಮತ್ತು ನಿರ್ಮಿಸುವುದು. ◊ ಈ ಕ್ಲಸ್ಟರ್‌ಗಳನ್ನು ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯಲ್ಲಿರುವವರೊಂದಿಗೆ ಸಂಪರ್ಕ ಕಲ್ಪಿಸುವುದು (ಉದಾ. ವ್ಯಾಪಾರಿಗಳು, ಕಮೀಶನ್ ಏಜೆಂಟ್‌ಗಳು, ರಿಟೇಲರ್‌ಗಳು, ಇತರೆ). ◊ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ವಿಸ್ತಾರ ಹೆಚ್ಚಿಸಲು ಉತ್ಪಾದಕರ ಒಗ್ಗೂಡುವಿಕೆ. ◊ ಎಫ್‌ಪಿಒಗಳ ನಿರ್ಮಾಣ.	◊ ತೀವ್ರತರದ, ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಕೇಂದ್ರೀಕೃತ ಉತ್ಪಾದನಾ ಕ್ಲಸ್ಟರ್‌ಗಳನ್ನು ಅಭಿವೃದ್ಧಿಗೊಳಿಸಲಾಗಿದೆ. ◊ ಪ್ರತಿಫಲದಾಯಕ ದರಗಳಲ್ಲಿ ಹೆಚ್ಚುವರಿ ಉತ್ಪನ್ನವನ್ನು ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗೊಳಿಸಲಾಗಿದೆ. ◊ ಭಾಗವಹಿಸುವ ಕುಟುಂಬಗಳು ಸಹಯೋಗಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ-ಕೇಂದ್ರೀಕೃತ ಉತ್ಪನ್ನದಲ್ಲಿ ತೊಡಗಿಕೊಂಡಿವೆ. ◊ ಉತ್ಪಾದಕರು ಸದಸ್ಯರ ಉತ್ಪನ್ನವನ್ನು ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗೊಳಿಸಲು ಒಟ್ಟಾರೆಯಾಗಿ ಶ್ರಮಿಸುತ್ತಿದ್ದಾರೆ. ◊ ಉತ್ಪಾದಕರ ಸಂಘಗಳಿಂದ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯ ಪ್ರಮುಖರು/ರಿಟೇಲ್ ಸರಣಿಗಳು ಉತ್ಪನ್ನಗಳನ್ನು ಖರೀದಿಸುತ್ತಿವೆ	◊ ಅವರ ಉತ್ಪನ್ನಗಳನ್ನು ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಮಾಡಲು ಸ್ಥಿರವಾದ ಮತ್ತು ಸ್ಪರ್ಧಾತ್ಮಕ ಸಂಪರ್ಕಗಳು. ◊ ಉತ್ಪಾದನಾ ಕ್ಲಸ್ಟರ್‌ನಲ್ಲಿರುವ ಭಾಗವಹಿಸುವ ಕುಟುಂಬಗಳು ತಮ್ಮ ಕೃಷಿ ಉತ್ಪನ್ನ ಮಾರಾಟ ಮಾಡಲು ಬಹು ಆಯ್ಕೆಗಳನ್ನು ಹೊಂದಿವೆ. ◊ ಕ್ಲಸ್ಟರ್‌ನಲ್ಲಿರುವ ಪ್ರಸ್ತುತ ದರಗಳು ಪ್ರದೇಶದಲ್ಲಿನ ದೊಡ್ಡ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳಿಗೆ ಹೋಲಿಸಿದರೆ ನ್ಯಾಯವಾಗಿದೆ ಮತ್ತು ಸಮರ್ಪಕವಾಗಿದೆ.

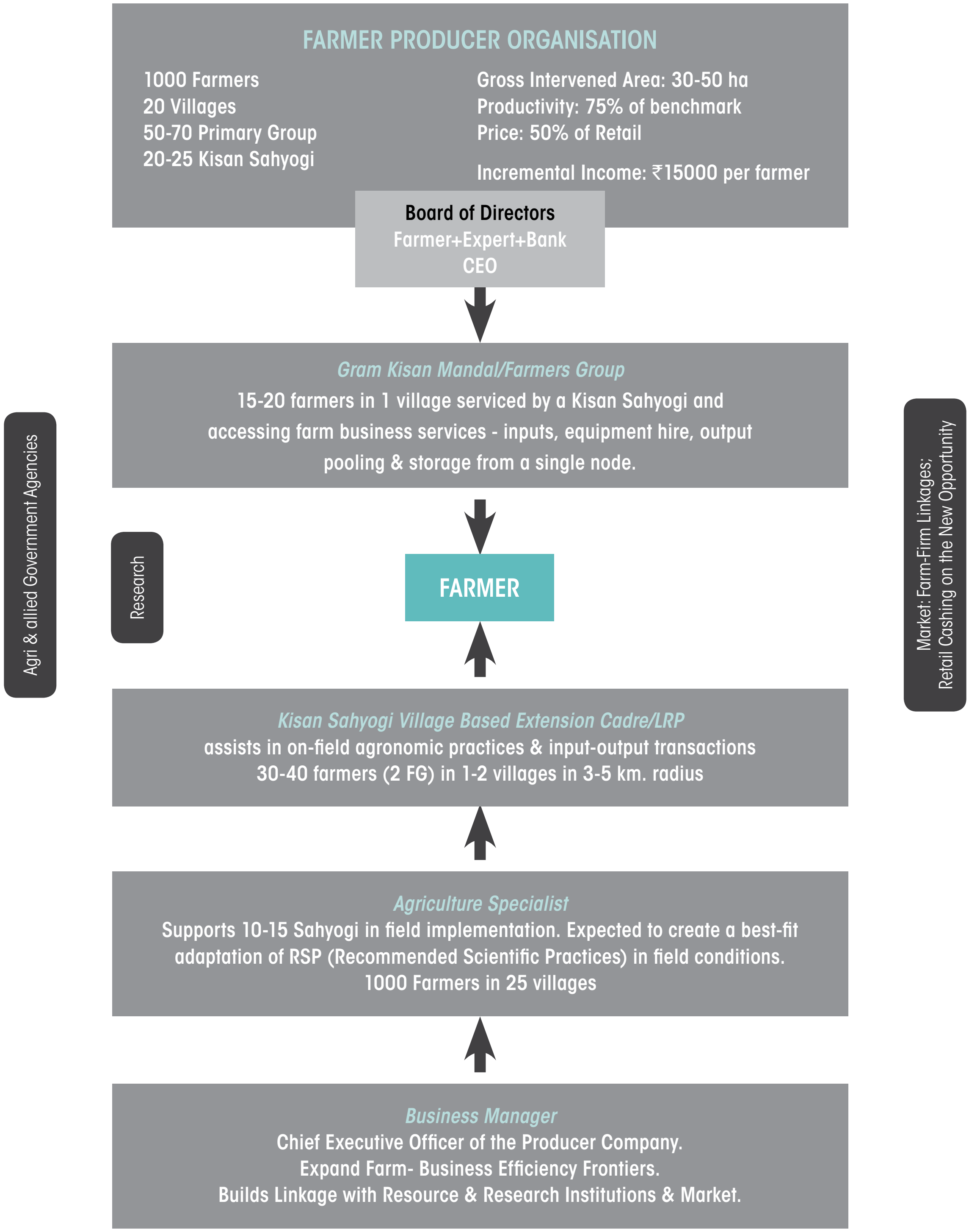
ANNEXURE 2

ENERGIZING FARM PRODUCTION SYSTEMS:

INSTITUTIONAL ARRANGEMENT FOR TRANSITION TO COORDINATED SURPLUS FARMER

Energising Farm Production Systems: Institutional Arrangement for Transition to Coordinated Surplus Farmer

(a socio-behavioural & techno-managerial model of Farmer Institution Building)

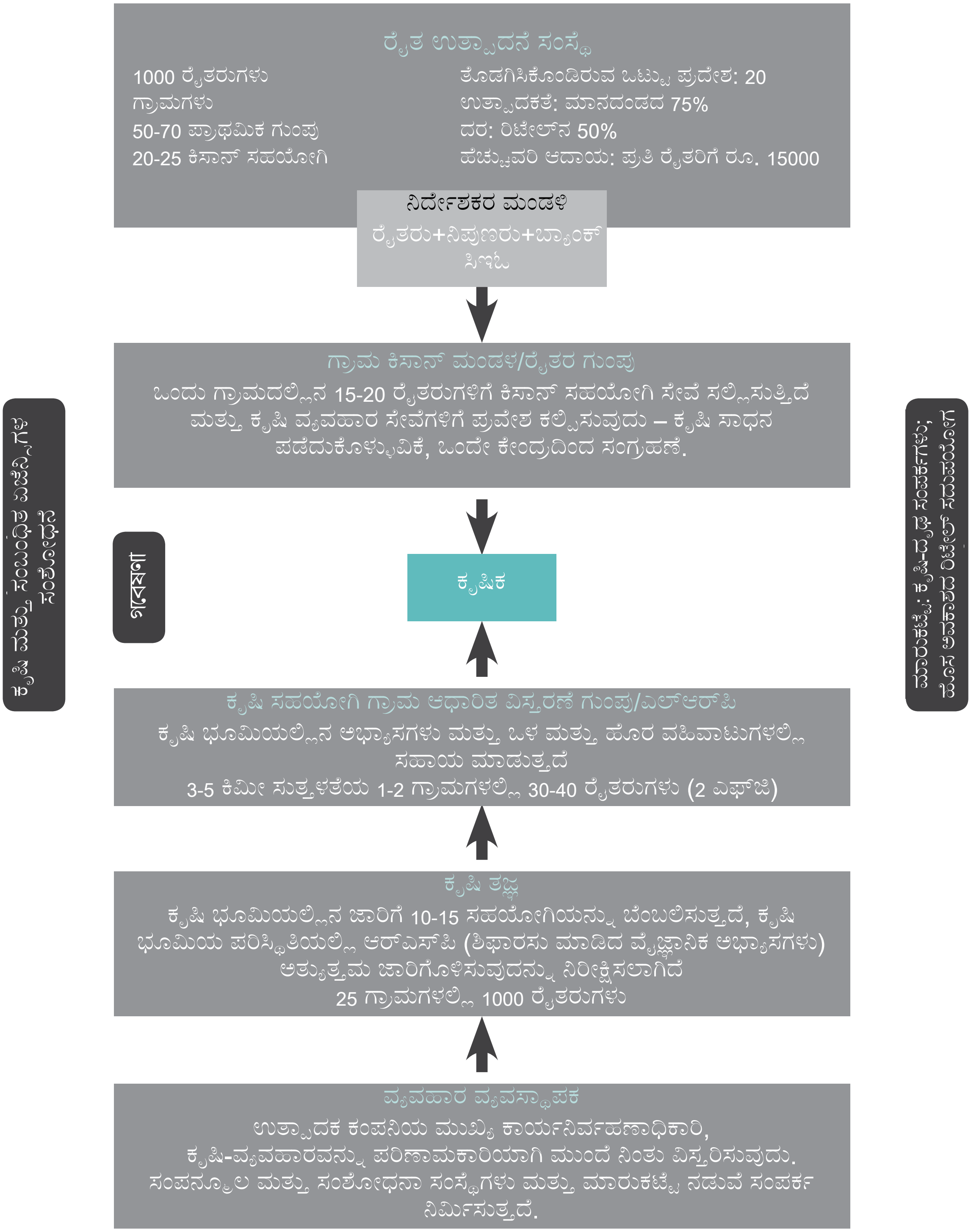


ಅನುಬಂಧ 2

ಕೃಷಿ ಉತ್ಪಾದನೆ ವ್ಯವಸ್ಥೆಗಳಿಗೆ ಜೀವ ತುಂಬುವಿಕೆ:

ಪರಿವರ್ತನೆಯಿಂದ ಸಹಯೋಗಿ ಅಧಿಕ ರೈತರುಗಳಿಗೆ ಸಾಂಸ್ಥಿಕ ವ್ಯವಸ್ಥೆ

ಕೃಷಿ ಉತ್ಪಾದನೆ ವ್ಯವಸ್ಥೆಗಳಿಗೆ ಜೀವ ತುಂಬುವಿಕೆ:ಪರಿವರ್ತನೆಯಿಂದ ಸಹಯೋಗಿ ಅಧಿಕ ರೈತರುಗಳಿಗೆ ಸಾಂಸ್ಥಿಕ ವ್ಯವಸ್ಥೆ (ರೈತ ಸಂಸ್ಥೆ ನಿರ್ಮಾಣಕ್ಕಾಗಿ ಸಾಮಾಜಿಕ ನಡವಳಿಕೆಯ ಮತ್ತು ತಾಂತ್ರಿಕ-ನಿರ್ವಹಣೆಯ ಮಾದರಿ)



ANNEXURE 3

EMPANELMENT PROCESS

EMPANELMENT PROCESS OF RIs:

1. Finalising Criteria for Empanelment and preparation of the RFP document.
2. Publishing a Request for Proposal (RFP).
3. Shortlisting of agencies.
4. Presentation by shortlisted agencies.
5. Finalisation of agencies based on a pre-determined and pre-disclosed set of indicators as laid down in the RFP document.

DETAILS RELATED TO RI SELECTION

Empanelment of RIs must take into consideration the following:

a. Their past experience in promoting producers' institutions: Any resource institution which has promoted or in the process of promoting (even under the SFAC pilot on FPOs) with a minimum of 1000-1500 members should be eligible to apply.
b. Indicative List of Documents required to be submitted by the RI while responding to RFP.

DOCUMENTS RELATED TO RI
1. Documents evidencing legal existence of the entity
2. Full details of shareholders/members/trustees along with documentary evidence
3. Full details of the governing council members/board of directors/management team looking after day-today affairs of your entity(s) along with documentary evidence
4. Details of registration with tax/other authorities for the purpose of exemptions, if any
5. Address of the registered office/corporate/branch offices along with documentary evidence like copy of the registration certificate of the company, lease deeds, property papers etc.
6. Audited Financial Statements for the last 3 years
7. Details of legal compliances and an undertaking by the Chief Authority confirming compliance
8. Minutes of the last 3 years Annual Board Meetings
9. Details of all financial assistance availed
10. A consortium agreement, if applicable. (If not applicable, write N/A on the letter head duly certified)
DOCUMENTS RELATED TO FPO PROMOTED BY RI
11. Business Plan and Activity Plan of at least one FPO duly authorised by BoD
12. Details of Board of Directors and management team of the FPO
13. Details of Incorporation and Bye-laws
14. Documents related to business transaction (if the FPO is more than 2 years old)

BROAD CRITERIA FOR SELECTION OF RI

◊ Experience in working with Small and Marginal Farmers.
◊ Experience in promoting Producers' Organisations.
◊ Experience in the particular geographic area.
◊ Experience in working with Government.

ಅನುಬಂಧ 3

ಆಯ್ಕೆಪ್ರಕ್ರಿಯೆ

ಆರ್‌ಐಗಳ ಆಯ್ಕೆ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆ:

1. ಆಯ್ಕೆ ಮಾನದಂಡವನ್ನು ಅಂತಿಮಗೊಳಿಸುವುದು ಮತ್ತು ಆರ್‌ಎಫ್‌ಪಿ ದಾಖಲೆಯ ತಯಾರಿ.
2. ರಿಕ್ವೆಸ್ಟ್ ಫಾರ್ ಪ್ರೊಪೋಸಲ್ (ಆರ್‌ಎಫ್‌ಪಿ) ಪ್ರಕಟಿಸುವುದು.
3. ಏಜೆನ್ಸಿಗಳನ್ನು ಆಯ್ಕೆ ಮಾಡುವುದು.
4. ಆಯ್ಕೆಗೊಂಡ ಏಜೆನ್ಸಿಗಳಿಂದ ಸಿದ್ಧತೆ.
5. ಆರ್‌ಪಿಎಫ್ ದಾಖಲೆಯಲ್ಲಿ ಸೂಚಿಸಿದ ಪೂರ್ವ-ನಿರ್ಧಾರಿತ ಮತ್ತು ಪೂರ್ವ-ಬಹಿರಂಗಗೊಳಿಸಿದ ಸೂಚಕಗಳ ಆಧಾರದಲ್ಲಿ ಏಜೆನ್ಸಿಗಳನ್ನು ಅಂತಿಮಗೊಳಿಸುವುದು.

ಆರ್‌ಐ ಆಯ್ಕೆಗೆ ಸಂಬಂಧಿಸಿದ ವಿವರಗಳು

ಆರ್‌ಐಗಳ ಆಯ್ಕೆಯು ಮುಂದಿನವುಗಳನ್ನು ಪರಿಗಣನೆಗೆ ತೆಗೆದುಕೊಳ್ಳಬೇಕು:

a. ಉತ್ಪಾದಕರ ಸಂಸ್ಥೆಗಳನ್ನು ಪ್ರಚಾರ ಮಾಡುವಲ್ಲಿ ಅವರ ಹಿಂದಿನ ಅನುಭವ: ಪ್ರಚಾರ ಮಾಡಲ್ಪಟ್ಟ ಅಥವಾ ಕನಿಷ್ಠ 1000-15000 ಸದಸ್ಯರೊಂದಿಗೆ ಪ್ರಚಾರ ಮಾಡುವ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆಯಲ್ಲಿರುವ (ಎಫ್‌ಪಿಓಗಳ ಎಸ್‌ಎಫ್‌ಎಸಿ ಪೈಲಟ್ ಅಡಿಯಲ್ಲಿ) ಯಾವುದೇ ಸಂಪನ್ಮೂಲ ಸಂಸ್ಥೆ ಅರ್ಜಿ ಸಲ್ಲಿಸಲು ಅರ್ಹವಾಗಿರುತ್ತದೆ.

b. ಆರ್‌ಎಫ್‌ಪಿಗೆ ಪ್ರತಿಕ್ರಿಯೆ ನೀಡುವಾಗ ದಾಖಲೆಗಳ ಸೂಚಿತ ಪಟ್ಟಿಯನ್ನು ಆರ್‌ಐ ಸಲ್ಲಿಸಬೇಕು.

ಆರ್‌ಐಗೆ ಸಂಬಂಧಿಸಿದ ದಾಖಲೆಗಳು	
1.	ಸಂಸ್ಥೆಯ ಕಾನೂನುಬದ್ಧ ಇರುವಿಕೆಯ ಪುರಾವೆ ತೋರಿಸುವ ದಾಖಲೆಗಳು
2.	ದಾಖಲಾತಿ ರುಜುವಾತಿನೊಂದಿಗೆ ಶೇರುದಾರರು/ಸದಸ್ಯರು/ಟ್ರಸ್ಟಿಗಳ ಪೂರ್ಣ ವಿವರಗಳು
3.	ದಾಖಲಾತಿ ಪುರಾವೆಗಳೊಂದಿಗೆನಿಮ್ಮ ಸಂಸ್ಥೆ(ಗಳನ್ನು)ಗಳ ದೈನಂದಿನ ಕಾರ್ಯಚಟುವಟಿಕೆಗಳ ಉಸ್ತುವಾರಿ ಮಾಡುತ್ತಿರುವ ಆಡಳಿತ ಮಂಡಳಿ ಸದಸ್ಯರು/ಆಡಳಿತ ಮಂಡಳಿ ನಿರ್ದೇಶಕರು/ಮ್ಯಾನೇಜ್‌ಮೆಂಟ್ ತಂಡದ ಪೂರ್ಣ ವಿವರಗಳು
4.	ವಿನಾಯತಿಯ ಉದ್ದೇಶಕ್ಕಾಗಿ ತೆರಿಗೆ/ಇತರ ಪ್ರಾಧಿಕಾರಗಳೊಂದಿಗೆ ನೋಂದಣಿಯ ವಿವರಗಳು, ಯಾವುದಾದರೂ ಇದ್ದಲ್ಲಿ
5.	ನೋಂದಾಯಿತ ಕಚೇರಿ/ಕಾರ್ಪೊರೇಟ್/ಶಾಖಾ ಕಚೇರಿಗಳ ವಿಳಾಸಗಳು, ಕಂಪನಿಯ ನೋಂದಾವಣೆ ಪ್ರಮಾಣಪತ್ರ, ಲೀಸ್ ಡೀಡ್‌ಗಳು, ಆಸ್ತಿ ಕಾಗದಗಳಂತಹ ದಾಖಲಾತಿ ಪುರಾವೆಗಳೊಂದಿಗೆ
6.	ಕಳೆದ 3 ವರ್ಷಗಳ ಆಡಿಟ್ ಮಾಡಿದ ಹಣಕಾಸು ಸ್ಟೇಟ್‌ಮೆಂಟ್‌ಗಳು
7.	ಕಾನೂನು ಅನುಸರಣೆಗಳ ವಿವರಗಳು ಮತ್ತು ಅನುಸರಣೆಯನ್ನು ದೃಢಪಡಿಸಿ ಮುಖ್ಯ ಪ್ರಾಧಿಕಾರದಿಂದ ಹೊಣೆಗಾರಿಕೆ ಪತ್ರ
8.	ಕಳೆದ 3 ವರ್ಷಗಳ ವಾರ್ಷಿಕ ಆಡಳಿತ ಮಂಡಳಿ ಸಭೆಯ ವಿವರಗಳು
9.	ಪಡೆದುಕೊಂಡ ಎಲ್ಲಾ ಹಣಕಾಸು ಸಹಾಯದ ವಿವರಗಳು
10.	ಅನ್ವಯಿಸುತ್ತಿದ್ದರೆ ಒಕ್ಕೂಟದ ಒಪ್ಪಂದ. (ಅನ್ವಯಿಸದೇ ಇದ್ದರೆ, ಪ್ರಮಾಣೀಕರಿಸುವಿಕೆಯೊಂದಿಗೆ ಪತ್ರದಲ್ಲಿ N/A ಎಂದು ಬರೆಯಿರಿ)
ಆರ್‌ಐ ಉತ್ತೇಜಿತ ಎಫ್‌ಪಿಓಗೆ ಸಂಬಂಧಿಸಿದ ದಾಖಲಾತಿಗಳು	
11.	ನಿರ್ದೇಶಕರ ಮಂಡಳಿ ಅನುಮೋದಿಸಿದ ಎಫ್‌ಪಿಓಗೆ ಸಂಬಂಧಿಸಿದ,ವ್ಯವಹಾರ ಯೋಜನೆ ಮತ್ತು ಕಾರ್ಯಗಳ ದಾಖಲಾತಿಗಳು
12.	ಆಡಳಿತ ಮಂಡಳಿ ನಿರ್ದೇಶಕರ ವಿವರಗಳು ಮತ್ತು ಎಫ್‌ಪಿಓದ ಕಾರ್ಯನಿರ್ವಹಣೆ ತಂಡ
13.	ಸ್ಥಾಉತ್ಪಾದಕರ ಕಂಪನಿ ದ ವಿವರಗಳು ಮತ್ತು ಬೈಲಾಗಳು
14.	ವ್ಯವಹಾರ ವಹಿವಾಟಿಗೆ ಸಂಬಂಧಿಸಿದ ದಾಖಲಾತಿಗಳು (ಎಫ್‌ಪಿಓ 2 ವರ್ಷಕ್ಕಿಂತ ಹಳೆಯದಾಗಿದ್ದರೆ

ಆರ್‌ಐ ಆಯ್ಕೆಯಾಗಿ ವಿಸ್ತೃತವಾದ ಮಾನದಂಡ

◊ ಚಿಕ್ಕ ಮತ್ತು ಮಧ್ಯಮ ಪ್ರಮಾಣದ ರೈತರುಗಳೊಂದಿಗೆ ಕಾರ್ಯನಿರ್ವಹಣೆಯ ಅನುಭವ.
◊ ಉತ್ಪಾದಕರ ಸಂಸ್ಥೆಗಳನ್ನು ಉತ್ತೇಜನ ಮಾಡಿದ ಅನುಭವ.
◊ ನಿರ್ದಿಷ್ಟ ಭೌಗೋಳಿಕ ಪ್ರದೇಶದಲ್ಲಿನ ಅನುಭವ.
◊ ಸರ್ಕಾರದೊಂದಿಗೆ ಕಾರ್ಯನಿರ್ವಹಿಸಿದ ಅನುಭವ.

ANNEXURE 4

OUTLINE FOR DIAGNOSTIC STUDY

1. **Study Abstract:** Objective and deliverables, methodology

2. **District Profile:** Geographic profile, socio-political background, major agricultural crops, agricultural productivity, farmers and land details, secondary data on production, major market yards, processing facilities

3. **Cluster Profile:** Rationale for cluster selection, agro-climatic conditions, cropping pattern, geographic profile, status of natural resources, villages' profile abstract

4. **Value-Chain Details:** Stakeholders involved, economics at different levels of stakeholders, service providers' profile, terms at which services are obtained

5. **Gaps Identified:** Inputs side, financial services, marketing services, insurance services, access to government programmes, watershed programmes

6. **Probable Farmer Services:**

7. **Conclusion:**

8. **Annexure:** Questionnaires, checklist, details about government programs

ಅನುಬಂಧ 4

ತಪಾಸಣೆಯ ಅಧ್ಯಯನಕ್ಕಾಗಿನ ಸ್ಥೂಲವಿವರಣೆ

1. **ಅಧ್ಯಯನ ಸಾರಾಂಶ:** ಉದ್ದೇಶಗಳು, ವಿತರಣೆಗಳು, ವಿಧಾನ

2. **ಜಿಲ್ಲೆಯ ವಿವರಣೆ:** ಭೌಗೋಳಿಕ ವಿವರಣೆ, ಸಾಮಾಜಿಕ-ರಾಜಕೀಯ ಹಿನ್ನೆಲೆ, ಪ್ರಮುಖ ಕೃಷಿ ಬೆಳೆಗಳು, ಕೃಷಿ ಉತ್ಪಾದಕತೆ, ರೈತರುಗಳು ಮತ್ತು ಭೂಮಿ ವಿವರಗಳು, ಉತ್ಪಾದನೆಯ ಕುರಿತಾದ ಎರಡನೆಯ ದತ್ತಾಂಶ, ಪ್ರಮುಖ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಯಾರ್ಡ್‌ಗಳು, ಪ್ರಕ್ರಿಯೆಗೊಳಿಸುವಿಕೆ ಸೌಲಭ್ಯಗಳು

3. **ಕ್ಲಸ್ಟರ್ ವಿವರಣೆ:** ಕ್ಲಸ್ಟರ್ ಆಯ್ಕೆಗಾಗಿ ತಾರ್ಕಿಕ ವಿವರಣೆ, ಬೆಳೆ-ಹವಾಮಾನ ಪರಿಸ್ಥಿತಿ, ಬೆಳೆಯ ವಿಧಾನ, ಭೌಗೋಳಿಕ ವಿವರಣೆ, ನೈಸರ್ಗಿಕ ಸಂಪನ್ಮೂಲಗಳ ಸ್ಥಿತಿ, ಗ್ರಾಮಗಳ ವಿವರಣೆಯ ಸಾರಾಂಶ

4. **ಮೌಲ್ಯ-ಸರಣಿ ವಿವರಗಳು:** ಒಳಗೊಂಡಿರುವ ಭಾಗೀದಾರರು, ಭಾಗೀದಾರರುಗಳ ವಿಭಿನ್ನ ಮಟ್ಟಗಳಲ್ಲಿ ಆರ್ಥಿಕತೆ, ಸೇವೆ ನೀಡುವವರ ವಿವರ, ಸೇವೆಯನ್ನು ಪಡೆದುಕೊಂಡ ನಿಯಮಗಳು

5. **ಗುರುತಿಸಲಾದ ಅಂತರಗಳು:** ಸಲಹೆ ಸೂಚನೆಗಳ ಭಾಗ, ಹಣಕಾಸು ಸೇವೆಗಳು, ಮಾರ್ಕೆಟಿಂಗ್ ಸೇವೆಗಳು, ವಿಮಾ ಸೇವೆಗಳು, ಸರ್ಕಾರಿ ಕಾರ್ಯಕ್ರಮಗಳಿಗೆ ಪ್ರವೇಶ, ಜಲಾನಯನ ಕಾರ್ಯಕ್ರಮಗಳು

6. **ಸಂಭಾವ್ಯ ರೈತರ ಸೇವೆಗಳು:**

7. **ನಿರ್ಣಯ:**

8. **ಅನುಬಂಧ:** ಪ್ರಶ್ನಾವಳಿಗಳು, ಪರಿಶೀಲನೆ ಪಟ್ಟಿ, ಸರ್ಕಾರಿ ಕಾರ್ಯಕ್ರಮಗಳ ಕುರಿತು ವಿವರಗಳು

ANNEXURE 5

DETAILED CHECKLIST OF FACTORS FOR BASELINE STUDY

1. **General Information –** Demographics, household size, members and details of occupation

2. **Economics of Agriculture –** Costing, input and output ratios, yields and current productivity

3. **Production –** Quality and quantity of inputs, technological levels, input suppliers and vendors, seasonality of production, availability and tied sales

4. **Financial Aspects –** Sources, terms and conditions, interest and existing outstandings, access to government programmes

5. **Risk Aspects –** Historical risks, computation of losses due to risk, coping mechanisms

6. **Marketing Aspects –** Channels of marketing, margins and costs at various levels, quality aspects, price sensitivity, seasonality of markets, alternate market structure

7. **Best Practices**

8. **Constraints and Challenges**

9. **Prospects and Opportunities**

ಅನುಬಂಧ 5

ಪ್ರಾಥಮಿಕ ಹಂತದ ಅಧ್ಯಯನಕ್ಕಾಗಿ ಅಂಶಗಳ ವಿವರವಾದ ಪರಿಶೀಲನೆ ಪಟ್ಟಿ

1. **ಸಾಮಾನ್ಯ ಮಾಹಿತಿ –** ಜನಸಂಖ್ಯೆಯ ವಿವರಣೆ, ಕುಟುಂಬದ ಒಟ್ಟು ಸದಸ್ಯರು , ಸದಸ್ಯರುವೃತ್ತಿಯ ವಿವರಣೆ

2. **ಕೃಷಿಯ ಆರ್ಥಿಕತೆ –** ವೆಚ್ಚ, ೨ ಆದಾಯ ಮತ್ತು ವೆಚ್ಚದಅನುಪಾತ, ಇಳುವರಿ ಮತ್ತು ಪ್ರಸ್ತುತ ಉತ್ಪಾದನೆ

3. **ಉತ್ಪಾದನೆ –** ಕೊಳ್ಳುವ ಸಾಮಗ್ರಿಯ ಗುಣಮಟ್ಟ ಮತ್ತು ಪ್ರಮಾಣ, ತಾಂತ್ರಿಕ ಮಟ್ಟಗಳು, ಕೊಳ್ಳುವ ಸಾಮಗ್ರಿಯ ಪೂರೈಕೆದಾರರು ಮತ್ತು ಮಾರಾಟಗಾರರು, ಉತ್ಪಾದನೆಯ ಋತುಕಾಲಿಕತೆ, ಲಭ್ಯತೆ ಮತ್ತು ಸೀಮಿತ ಮಾರಾಟಗಳು

4. **ಹಣಕಾಸು ಅಂಶಗಳು –** ಮೂಲಗಳು, ನಿಯಮಗಳು ಮತ್ತು ಷರತ್ತುಗಳು, ಬಡ್ಡಿ ಮತ್ತು ಪ್ರಸ್ತುತಬಾಕಿ ಹಣಗಳು, ಸರ್ಕಾರಿ ಕಾರ್ಯಕ್ರಮಗಳ ಲಭ್ಯತೆ

5. **ಅಪಾಯದ ಅಂಶಗಳು –** ಐತಿಹಾಸಿಕ ಅಪಾಯಗಳು, ಅಪಾಯದ ಕಾರಣಗಳ ನಷ್ಟದ ಲೆಕ್ಕಾಚಾರ ಮಾಡುವಿಕೆ, ಹೊಂದಿಕೊಳ್ಳುವಿಕೆ ಕಾರ್ಯವಿಧಾನಗಳು.

6. **ಮಾರ್ಕೆಟಿಂಗ್ ಅಂಶಗಳು –** ಮಾರ್ಕೆಟಿಂಗ್ ಹಾದಿಗಳು, ವಿವಿಧ ಹಂತಗಳಲ್ಲಿ ಹೆಚ್ಚುವರಿ ಹಣ ಮತ್ತು ವೆಚ್ಚಗಳು, ಗುಣಮಟ್ಟದ ಅಂಶಗಳು, ದರ ಸೂಕ್ಷ್ಮತೆ, ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳ ಋತುಕಾಲಿಕತೆ, ಪರ್ಯಾಯ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಸಂರಚನೆ

7. **ಅತ್ಯುತ್ತಮ ಪದ್ಧತಿಗಳು**

8. **ನಿರ್ಬಂಧಗಳು ಮತ್ತು ಸವಾಲುಗಳು**

9. **ನಿರೀಕ್ಷೆಗಳು ಮತ್ತು ಅವಕಾಶಗಳು**

ANNEXURE 6

GUIDELINES FOR BUSINESS PLANNING

1. **Executive Summary**
2. **Introduction**
3. **External Context –** Civil society, government services, market competition
4. **Strategic Orientation –** Mission, vision, objectives and goals, key measurable indicators
5. **Product and Service Model –** Products and services, terms and conditions
6. **Institutional Structure –** Membership, governance, operational staff, terms of engagement, performance measurement, remuneration and other important details
7. **Production Plan –** Key commodities, seasonality, production plan, quality norms, group production incentives
8. **Procurement Plan –** Procurement points, time, pricing mechanisms, viability of procurement points, staffing for procurement, storage and transportation
9. **Storage and Processing –** Processing facilities, machinery and plant erection, capacities, safeguards
10. **Financial Resources Plan –** Finances required, fixed investment and working capital requirements, sources, terms of borrowings, member own funds
11. **Marketing Plan –** Channels, brands, consumer feedback, key products, marketing strategy
12. **Benefits of FPO –** Member level benefits computation and projections
13. **Operational Plan and Activity Chart List**
14. **Product Costing**
15. **Risks and Risk Management Plan**
16. **Linkages and Convergence Plan**

ಅನುಬಂಧ 6

ವ್ಯವಹಾರ ಯೋಜನೆ ತಯಾರಿಸಲು ಮಾರ್ಗದರ್ಶಿಗಳು

1. **ಎಕ್ಸಿಕ್ಯೂಟಿವ್ ಸಾರಾಂಶ**

2. **ಪರಿಚಯ**

3. **ಬಾಹ್ಯ ಪ್ರಸಂಗ –** ನಾಗರಿಕ ಸಮಾಜ, ಸರ್ಕಾರಿ ಸೇವೆಗಳು, ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಸ್ಪರ್ಧೆ

4. **ಕಾರ್ಯನಿರ್ವಹಣೆಯ ಓರಿಯಂಟೇಶನ್ –** ಗುರಿ, ದೂರದೃಷ್ಟಿ, ಉದ್ದೇಶ ಮತ್ತು ಗುರಿಗಳು, ಪ್ರಮುಖ ಮಾಪನ ಮಾಡುವ ಸೂಚಕಗಳು

5. **ಉತ್ಪನ್ನ ಮತ್ತು ಸೇವೆ ಮಾದರಿ –** ಉತ್ಪನ್ನಗಳು ಮತ್ತು ಸೇವೆಗಳು, ನಿಯಮಗಳು ಮತ್ತು ನಿಬಂಧನೆಗಳು

6. **ಸಾಂಸ್ಥಿಕ ಸಂರಚನೆ –** ಸದಸ್ಯತ್ವ, ಆಡಳಿತ, ಕಾರ್ಯಾಚರಣೆ ಸಿಬ್ಬಂದಿ, ತೊಡಗಿಸಿಕೊಳ್ಳುವಿಕೆಯ ನಿಯಮಗಳು, ಕಾರ್ಯನಿರ್ವಹಣೆ ಮಾಪನ, ಸಂಭಾವನೆ ಮತ್ತು ಇತರ ಪ್ರಮುಖ ವಿವರಗಳು

7. **ಉತ್ಪನ್ನ ಯೋಜನೆ –** ಪ್ರಮುಖ ಸರಕುಗಳು, ಋತುಕಾಲಿಕತೆ, ಉತ್ಪಾದನೆ ಯೋಜನೆ, ಗುಣಮಟ್ಟದ ಮಾನದಂಡಗಳು, ಗುಂಪು ಉತ್ಪಾದನೆ ಪ್ರೋತ್ಸಾಹಗಳು

8. **ಸಂಗ್ರಹಣೆ ಯೋಜನೆ –** ಸಂಗ್ರಹಣೆ ಅಂಶಗಳು, ಸಮಯ, ದರದ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆ, ಸಂಗ್ರಹಣೆ ಅಂಶಗಳ ಸಕ್ರಿಯತೆ, ಸಂಗ್ರಹಣೆಗೆ ಸಿಬ್ಬಂದಿ ನಿಯೋಜನೆ, ಶೇಖರಣೆ ಮತ್ತು ಸಾಗಾಣಿಕೆ

9. **ಶೇಖರಣೆ ಮತ್ತುಸಂಸ್ಕರಿಸುವುವಿಕೆ –** ಸಂಸ್ಕರಿಸುವುವಿಕೆ–ಸೌಲಭ್ಯಗಳು, ಯಂತ್ರಗಳು ಮತ್ತು ಗಿಡ ನೆಡುವಿಕೆ, ಸಾಮರ್ಥ್ಯಗಳು, ಸುರಕ್ಷತೆಗಳು

10. **ಹಣಕಾಸು ಸಂಪನ್ಮೂಲ ಯೋಜನೆ –** ಅಗತ್ಯ ಹಣಕಾಸುಗಳು, ಸ್ಥಿರ ಹೂಡಿಕೆ ಮತ್ತು ದುಡಿಯುವ ಬಂಡವಾಳದ ಅಗತ್ಯತೆಗಳು, ಮೂಲಗಳು, ಸಾಲ ಪಡೆದುಕೊಳ್ಳುವಿಕೆ ನಿಯಮಗಳು, ಸದಸ್ಯರು ಹೊಂದಿದ ಬಂಡವಾಳಗಳು

11. **ಮಾರ್ಕೆಟಿಂಗ್ ಯೋಜನೆ –** ಮಾರ್ಗಗಳು, ಬ್ರಾಂಡ್‌ಗಳು, ಗ್ರಾಹಕರ ಪ್ರತಿಕ್ರಿಯೆ, ಪ್ರಮುಖ ಉತ್ಪನ್ನಗಳು, ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಕಾರ್ಯನೀತಿ

12. **ಎಫ್‌ಪಿಓ ಪ್ರಯೋಜನಗಳು –** ಸದಸ್ಯ ಮಟ್ಟದ ಪ್ರಯೋಜನಗಳು ಲೆಕ್ಕಾಚಾರ ಮತ್ತು ಯೋಜಿಸುವಿಕೆ

13. **ಕಾರ್ಯಾಚರಣೆ ಯೋಜನೆ ಮತ್ತು ಚಟುವಟಿಕೆ ಕೋಷ್ಟಕ ಪಟ್ಟಿ**

14. **ಉತ್ಪನ್ನ ವೆಚ್ಚ**

15 **ಅಪಾಯಗಳು ಮತ್ತು ಅಪಾಯದ ನಿರ್ವಹಣೆ ಯೋಜನೆ**

16. **ಸಂಪರ್ಕಗಳು ಮತ್ತು ಒಮ್ಮುಖತೆಯ ಯೋಜನೆ**

ANNEXURE 7

GUIDELINES FOR BY-LAWS

1. Except on such specific matters which the Act has provided, the functioning of every FPO shall be regulated by its bye-laws. Subject to the provisions of the Act and the bye-laws, every FPO shall have regard to the principles in its functioning.
2. The by-laws of a FPO be specific on the following matters, namely,
   a the name and address of the FPO;
   b the object of the FPO explicitly stated as a common central need of the farmer members which the FPC aims at fulfilling;
   c eligibility, ineligibility and procedure for obtaining and retaining membership;
   d procedure for withdrawal, cessation and termination of membership;
   e the services that it intends to give its members;
   f fixation of minimum performance expected annually of each member vis-a-vis use of services, financial commitment and participation in meetings, in order to be eligible to exercise the rights of membership including the right to vote;
   g the consequences of performing below the minimum level fixed;
   h the consequences of default in payment of any sum due by a member;
   i rights of members;
   j the nature and extent of the liability of the members for the debts contracted by the FPO;
   k the manner of making or amending bye-laws;
   l the powers and functions of the general body, and the powers and functions and the manner of constitution of representative general body, if any, and subjects which must be dealt with by the general body, and by the representative general body, if any;
   m the manner and frequency of convening general meetings and quorum required;
      - the manner of conducting elections and of filling casual vacancies;
      - the size and composition of the board of directors;
      - the term of office of the directors;
      - the manner of removal of directors;
      - the manner and frequency of convening board meetings and quorum;
      - the powers and duties of the board;
      - the powers and duties of the chairperson;
      - the terms on which the FPO may deal with non-members;
      - eligibility, ineligibility for becoming and continuing as director;
      - penalties for acting against the interests of the FPO and for non-fulfilment of duties by members, office-bearers, directors or staff;
      - the nature and extent of the liability of office-bearers, directors for debts contracted by the FPO;
      - the authorisation of an officer or officers to sign documents and to institute and defend suits and other legal proceedings on behalf of the FPO;
      - the manner of choosing delegates to secondary FPO Federation;
        - ◊ the rights, if any, which the FPO intends to confer on any other FPO or other federations and the circumstances under which these rights may be exercised by the society or federation;
        - ◊ the nature and amount of capital, if any, of the FPO;
        - ◊ the maximum capital which a single member can hold;
        - ◊ the maximum interest payable to members on paid-up share capital;
        - ◊ the sources, types and extent of funds to be raised by the FPO;
        - ◊ the purposes for which the funds may be applied;
        - ◊ the constitution of various funds and their purposes;
        - ◊ the manner of appointment of auditors and their powers and functions;
        - ◊ the manner of appointment of internal auditors and their powers and functions;
        - ◊ the manner of disposal of funds when the FPO is under liquidation; and
        - ◊ the manner of dissolution of the FPO.

ಅನುಬಂಧ 7

ಬೈಲಾಗಳಿಗಾಗಿ ಮಾರ್ಗದರ್ಶಿಗಳು

1. ಕಾಯಿದೆಯು ಒದಗಿಸಿರುವ ನಿರ್ದಿಷ್ಟ ಸಂಗತಿಗಳನ್ನು ಹೊರತುಪಡಿಸಿ, ಪ್ರತಿ ಎಫ್‌ಪಿಓ ಕಾರ್ಯನಿರ್ವಹಣೆಯನ್ನು ಅದರ ಬೈಲಾಗಳು ನಿಯಂತ್ರಿಸುತ್ತವೆ. ಕಾಯಿದೆ ಮತ್ತು ಬೈಲಾಗಳ ನಿಬಂಧನೆಗಳಿಗೆ ಒಳಪಟ್ಟು, ಪ್ರತಿ ಎಫ್‌ಪಿಓ ತನ್ನ ಕಾರ್ಯನಿರ್ವಹಣೆಯಲ್ಲಿ ತತ್ವಗಳನ್ನು ಹೊಂದಿರತಕ್ಕದ್ದು.
2. ಮುಂದಿನ ವಿಷಯಗಳಿಗೆ ಎಫ್‌ಪಿಓದ ಬೈಲಾಗಳು ನಿರ್ದಿಷ್ಟವಾಗಿರಬೇಕು, ಅವುಗಳೆಂದರೆ,
   a. ಎಫ್‌ಪಿಓ ಹೆಸರು ಮತ್ತು ವಿಳಾಸ;
   b. ಎಫ್‌ಪಿಓದ ಉದ್ದೇಶವನ್ನು ಎಫ್‌ಪಿಓ ಪೂರ್ಣಗೊಳಿಸಲು ಉದ್ದೇಶಿಸಿರುವ ರೈತ ಸದಸ್ಯರ ಸಾಮಾನ್ಯ ಕೇಂದ್ರೀಕೃತ ಅಗತ್ಯವಾಗಿ ಸುಸ್ಪಷ್ಟವಾಗಿ ಹೇಳಿರಬೇಕು;
   c. ಸದಸ್ಯತ್ವವನ್ನು ಪಡೆದುಕೊಳ್ಳಲು ಮತ್ತು ಕಾಪಾಡಿಕೊಳ್ಳಲು ಅರ್ಹತೆ, ಅರ್ಹತೆ ಇಲ್ಲದಿರುವಿಕೆ ಮತ್ತು ಕಾರ್ಯವಿಧಾನ;
   d. ಸದಸ್ಯತ್ವ ಹಿಂಪಡೆಯುವ, ಸಮಾಪ್ತಿಗೊಳಿಸುವ ಮತ್ತು ಮುಕ್ತಾಯಗೊಳಿಸುವ ಕಾರ್ಯವಿಧಾನ ;
   e. ಅದು ಸದಸ್ಯರಿಗೆ ನೀಡಲು ಉದ್ದೇಶಿಸಿರುವ ಸೇವೆಗಳು;
   f. ಸೇವೆಗಳ ಬಳಸುವಿಕೆಯ ಕುರಿತಾಗಿ ಪ್ರತಿ ಸದಸ್ಯರಿಂದ ವಾರ್ಷಿಕವಾಗಿ ನಿರೀಕ್ಷಿಸಲಾಗಿರುವ ಕನಿಷ್ಠ ಕಾರ್ಯನಿರ್ವಹಣೆಯನ್ನು ನಿರ್ಣಯಿಸುವಿಕೆ, ಹಣಕಾಸು ಬದ್ಧತೆ ಮತ್ತು ಸಭೆಗಳಲ್ಲಿ ಭಾಗವಹಿಸುವಿಕೆ, ಇದು ಮತ ಚಲಾವಣೆಯ ಹಕ್ಕನ್ನು ಒಳಗೊಂಡು ಸದಸ್ಯತ್ವದ ಹಕ್ಕನ್ನು ಚಲಾಯಿಸಲು ಅರ್ಹತೆಗಳಿಸಲು ಅಗತ್ಯವಿರುತ್ತದೆ;
   g. ನಿರ್ಣಯಿಸಿದ ಕನಿಷ್ಠ ಮಟ್ಟಕ್ಕಿಂತ ಕೆಳಗೆ ಕಾರ್ಯನಿರ್ವಹಣೆ ಮಾಡಿದ್ದಲ್ಲಿ ಉಂಟಾಗುವ ಪರಿಣಾಮಗಳು;
   h. ಸದಸ್ಯರಿಂದ ಬಾಕಿ ಇರುವ ಹಣದ ಪಾವತಿಯನ್ನು ಬಾಕಿ ಉಳಿಸಿಕೊಂಡಲ್ಲಿ ಆಗುವ ಪರಿಣಾಮಗಳು;
   i. ಸದಸ್ಯರ ಹಕ್ಕು;
   j. ಎಫ್‌ಪಿಓ ಹೊಂದಿರುವ ಸಾಲಗಳಿಗೆ ಸದಸ್ಯರಿಗಿರುವ ಬಾಧ್ಯತೆಯ ಸ್ವರೂಪ ಮತ್ತು ಮಟ್ಟ;
   k. ಬೈಲಾಗಳಿಗೆ ತಿದ್ದುಪಡಿ ಮಾಡುವ ರೀತಿ;
   l. ಸಾಮಾನ್ಯ ಸಂಸ್ಥೆಯ ಅಧಿಕಾರಗಳು ಮತ್ತು ಕಾರ್ಯನಿರ್ವಹಣೆಗಳು ಮತ್ತು ಸಾಮಾನ್ಯ ಪ್ರತಿನಿಧಿ ಸಂಸ್ಥೆಯ ಸಂಯೋಜನೆಯ ಅಧಿಕಾರಗಳು ಮತ್ತು ಕಾರ್ಯನಿರ್ವಹಣೆಗಳು ಮತ್ತು ರೀತಿ, ಯಾವುದಾದರೂ ಇದ್ದಲ್ಲಿ ಮತ್ತು ಸಾಮಾನ್ಯ ಸಂಸ್ಥೆ ಮತ್ತು ಸಾಮಾನ್ಯ ಸಂಸ್ಥೆಯ ಪ್ರತಿನಿಧಿಗಳು ನಿರ್ವಹಣೆ ಮಾಡಬೇಕಾದ ವಿಷಯಗಳು ಮತ್ತು;
   m. ಸಾಮಾನ್ಯ ಸಭೆಯನ್ನು ಕರೆಯುವ ರೀತಿ ಮತ್ತು ಕಾಲಾವಧಿ ಮತ್ತು ಅಗತ್ಯವಾದ ಕೋರಂ;
      - ಚುನಾವಣೆಯನ್ನು ನಡೆಸುವ ರೀತಿ ಮತ್ತು ದಿನಗೂಲಿ ಹುದ್ದೆಗಳ ಭರ್ತಿ ಮಾಡುವಿಕೆ;
      - ಆಡಳಿತ ಮಂಡಳಿ ನಿರ್ದೇಶಕರ ಗಾತ್ರ ಮತ್ತು ರಚನೆ;
      - ನಿರ್ದೇಶಕರುಗಳ ಅಧಿಕಾರದ ಕಾಲಾವಧಿ;
      - ನಿರ್ದೇಶಕರುಗಳನ್ನು ತೆಗೆದುಹಾಕುವ ರೀತಿ;
      - ಆಡಳಿತ ಮಂಡಳಿಯ ಸಭೆಗಳನ್ನು ಕರೆಯುವ ರೀತಿ ಮತ್ತು ಕಾಲಾವಧಿ ಮತ್ತು ಕೋರಮ್;
      - ಮಂಡಳಿಯ ಅಧಿಕಾರಗಳು ಮತ್ತು ಕರ್ತವ್ಯಗಳು;
      - ಅಧ್ಯಕ್ಷರ ಅಧಿಕಾರಗಳು ಮತ್ತು ಕರ್ತವ್ಯಗಳು;
      - ಸದಸ್ಯರಲ್ಲದವರೊಡನೆ ಎಫ್‌ಪಿಓ ವರ್ತಿಸಬೇಕಾದ ನಿಯಮಗಳು;
      - ನಿರ್ದೇಶಕರಾಗಲು ಮತ್ತು ಮುಂದುವರಿಯಲು ಅರ್ಹತೆ, ಅರ್ಹತೆಯಿಲ್ಲದಿರುವಿಕೆ;
      - ಎಫ್‌ಪಿಓ ಆಸಕ್ತಿಗೆ ವಿರುದ್ಧವಾಗಿ ವರ್ತಿಸುವುದು, ಸದಸ್ಯರು, ಅಧಿಕಾರಿಗಳು, ನಿರ್ದೇಶಕರುಗಳು ಅಥವಾ ಸಿಬ್ಬಂದಿಗಳು ಕರ್ತವ್ಯವನ್ನು ಪೂರೈಸದೇ ಇರುವುದಕ್ಕೆ ದಂಡಗಳು;
      - ಎಫ್‌ಪಿಓ ಹೊಂದಿರುವ ಸಾಲಗಳಿಗೆ ಅಧಿಕಾರಿಗಳು, ನಿರ್ದೇಶಕರ ಬಾಧ್ಯತೆಯ ಸ್ವರೂಪ ಮತ್ತು ಮಟ್ಟ;
      - ದಾಖಲೆಗಳಿಗೆ ಸಹಿ ಹಾಕಲು ಮತ್ತು ಎಫ್‌ಪಿಓ ಪರವಾಗಿ ಖಟ್ಲೆಗಳು ಮತ್ತು ಕಾನೂನು ಪ್ರಕ್ರಿಯೆಗಳ ಪರವಾಗಿ ಸಮರ್ಥಿಸಿಕೊಳ್ಳಲು ಅಧಿಕಾರಿ ಅಥವಾ ಅಧಿಕಾರಿಗಳು ಹೊಂದಿರುವ ಪ್ರಮಾಣೀಕರಣ;
      - ಎರಡನೆಯ ಎಫ್‌ಪಿಓ ಫೆಡರೇಶನ್‌ಗೆ ಪ್ರತಿನಿಧಿಗಳನ್ನು ಆಯ್ಕೆಮಾಡುವ ರೀತಿ;
        ◊ ಇತರ ಎಫ್‌ಪಿಓ ಅಥವಾ ಇತರ ಫೆಡರೇಶನ್‌ಗಳ ಮೇಲೆ ಎಫ್‌ಪಿಓ ಹೊಂದಲು ಉದ್ದೇಶಿಸಿರುವ ಹಕ್ಕುಗಳು, ಯಾವುದಾದರೂ ಇದ್ದಲ್ಲಿ ಮತ್ತು ಸೊಸೈಟಿ ಅಥವಾ ಫೆಡರೇಶನ್ ಮೇಲೆ ಈ ಯಾವ ಹಕ್ಕುಗಳ ಅಡಿಯಲ್ಲಿ ಈ ಹಕ್ಕುಗಳನ್ನು ಚಲಾಯಿಸಬಹುದು;
        ◊ ಎಫ್‌ಪಿಓದ ಬಂಡವಾಳದ ಸ್ವರೂಪ ಮತ್ತು ಮೊತ್ತ, ಯಾವುದಾದರೂ ಇದ್ದಲ್ಲಿ;
        ◊ ಓರ್ವ ಸದಸ್ಯರು ಹೊಂದಿರಬಹುದಾದ ಗರಿಷ್ಠ ಬಂಡವಾಳ;
        ◊ ಪಾವತಿಸಿದ ಶೇರಿನ ಬಂಡವಾಳದ ಮೇಲೆ ಸದಸ್ಯರಿಗೆ ಪಾವತಿಸಬಹುದಾದ ಗರಿಷ್ಠ ಬಡ್ಡಿ;
        ◊ ಎಫ್‌ಪಿಓ ಜಮಾವಣೆ ಮಾಡಬಹುದಾದ ಹಣದ ಮೂಲಗಳು, ಪ್ರಕಾರಗಳು ಮತ್ತು ಅದರ ಮಟ್ಟ;
        ◊ ಹಣಗಳನ್ನು ವಿನಿಯೋಗಿಸಬಹುದಾದ ಉದ್ದೇಶಗಳು;
        ◊ ವಿವಿಧ ಬಂಡವಾಳಗಳ ಸಂಯೋಜನೆ ಮತ್ತು ಅದರ ಉದ್ದೇಶಗಳು;
        ◊ ಲೆಕ್ಕ ಪರಿಶೋಧಕರನ್ನು ನೇಮಕ ಮಾಡುವ ರೀತಿ ಮತ್ತು ಅವರ ಅಧಿಕಾರಗಳು ಮತ್ತು ಕಾರ್ಯಗಳು;
        ◊ ಆಂತರಿಕ ಲೆಕ್ಕ ಪರಿಶೋಧಕರನ್ನು ನೇಮಕ ಮಾಡುವ ರೀತಿ ಮತ್ತು ಅವರ ಅಧಿಕಾರಗಳು ಮತ್ತು ಕಾರ್ಯಗಳು;
        ◊ ಎಫ್‌ಪಿಓ ಲಿಕ್ವಿಡೇಶನ್ ಅಡಿಯಲ್ಲಿರುವಾಗ ಬಂಡವಾಳಗಳನ್ನು ವಿಕ್ರಯ ಮಾಡುವ ರೀತಿ; ಮತ್ತು
        ◊ ಎಫ್‌ಪಿಓ ವಿಸರ್ಜನೆ ಮಾಡುವ ವಿಧಾನ.

ANNEXURE 8

OUTLINE FOR INCEPTION REPORT

1. Introduction
2. Project objectives, goals, indicators
3. Project timeline
4. Detailed activity plan
5. Project budget expenditure plan
6. Project team – spearhead team structure, payment terms, gender balance, functions and responsibilities
7. Organisational structure and responsibilities at various levels – project implementation structure and relations with organisational existing structure
8. Project monitoring mechanisms
9. Project capacity enhancement plans
10. Project risks and challenges
11. Project operational business rules and procedures
12. Project audit and process reviews

ಅನುಬಂಧ 8

ಪ್ರಾರಂಭಿಸುವಿಕೆ ವರದಿಗಾಗಿ ಸ್ಥೂಲವಿವರಣೆ

1. ಪರಿಚಯ
2. ಯೋಜನೆಯ ಉದ್ದೇಶಗಳು, ಗುರಿಗಳು, ಸೂಚಕಗಳು
3. ಯೋಜನೆಯ ಕಾಲಾವಧಿ
4. ವಿವರಣಾತ್ಮಕ ಚಟುವಟಿಕೆಗಳನ್ನು ಯೋಜಿಸುವುದು.
5. ಯೋಜನೆಯ ಬಜೆಟ್ ವೆಚ್ಚದ ಯೋಜನೆ
6. ಯೋಜನೆಯ ತಂಡ –ಮಂಚೂಣಿಯ ತಂಡದ ರಚನೆ, ಹಣ ಪಾವತಿಸುವ ನಿಯಮಗಳು, ಲಿಂಗ ಸಮಾನತೆ, ನಿರ್ವಹಿಸಬೇಕಾದ ಕೆಲಸ ಕಾರ್ಯಗಳು ಮತ್ತು ಜವಾಬ್ದಾರಿಗಳು
7. ಸಂಸ್ಥೆಯ ರಚನೆ ಮತ್ತು ವಿವಿಧ ಮಟ್ಟಗಳ ಜವಾಬ್ದಾರಿಗಳು –ಯೋಜನೆಯ ಜಾರಿಗೆ ರಚನೆ ಮತ್ತು ಸಾಂಸ್ಥಿಕ ಅಸ್ತಿತ್ವದಲ್ಲಿರುವ ರಚನೆಯೊಂದಿಗೆ ಸಂಬಂಧಗಳು
8. ಯೋಜನೆಯ ಮೇಲ್ವಿಚಾರಣೆ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆ
9. ಯೋಜನೆಯಸಾಮರ್ಥ್ಯ ಹೆಚ್ಚಳದ ಯೋಜನೆಗಳು

10 ಯೋಜನೆಯ ಅನುಷ್ಠಾನದಲ್ಲಿ ಬರಬಹುದಾದ ಅಪಾಯಗಳು ಮತ್ತು ಸವಾಲುಗಳು

11. ಯೋಜನೆಯ ವ್ಯವಹಾರಿಕ ನಿಯಮಗಳು ಮತ್ತು ಕಾರ್ಯವಿಧಾನಗಳು
12. ಯೋಜನೆಯ ಲೆಕ್ಕಪತ್ರ ಪರಿಶೋಧನೆ ಮತ್ತು ಪ್ರಕ್ರಿಯೆ ವಿಮರ್ಶೆಗಳು

ANNEXURE 9

INSTITUTIONAL MATURITY INDEX

FPO INSTITUTIONAL MATURITY INDEX COMPUTATION			
	CATEGORY	INDICATOR	UNIT
1	Financial & Business Efficiency	Total annual sales	Lakhs
		Gross margin (Direct Income {income from direct sales} – Direct Costs)	Lakhs
		Net profit	Lakhs
		Current ratio (Current assets to Current liabilities)	Ratio
		Debt - equity Ratio	Ratio
		Ratio of grants to turnover	Ratio
		Break-even sales	Lakhs
		Operational margin (sale+ closing stock-opening stock purchases- direct cost)	Lakhs
		Inventory turnover ratio	Ratio
		Operational self sufficiency	%
		Financial self sufficiency	%
		Debt service coverage	Ratio
2	Members Economics	Ratio of member realisation (wages + purchase price + bonus, paid to members) to total turnover	Ratio
		Average per member realisation	Thousands
		Net profit per member	Lakh
		Per member turnover	Lakh
		Non-member procurement	%
		Income (realisation-cost at member level) from the enterprise to member to total income of member	%
		Total members to total potential members	%
		Average member procurement to average member production	Lakh or Qty
OPTIONAL INDICATORS FOR ALL ENTERPRISES			
3	Institutional	Membership of the enterprise	Number
		Active members to total members	%
		Attendance in board meeting	%
		Members attending General Body meeting	%
		Legal compliances met to total number of legal compliances prescribed	%
4	Sustainability	Renewable energy to total energy	%
		Recyclable material to total material	%
		Pollution control compliance	Yes/No
		Compliance with organic certification/fair trade	Yes/No
		Total reserves created	Lakhs
5	Social Indicators	Marginalised communities covered to total members of enterprise (caste)	%
		Number of leaders from marginalised communities	%
		Poor households to total members of enterprise (Economic marginalisation)	%
		Increased availability of disposable income with members	%
		Members covered with insurance - life/health/accident	%
		Income used for education/health	%

ಅನುಬಂಧ 9

ಪ್ರಾರಂಭಿಸುವಿಕೆ ವರದಿಗಾಗಿ ಸ್ಥೂಲವಿವರಣೆ

ಎಫ್‌ಪಿಓ ಸಾಂಸ್ಥಿಕ ಮೆಚ್ಯುರಿಟಿ ಇಂಡೆಕ್ಸ್ ಲೆಕ್ಕಾಚಾರ			
	ವರ್ಗ	ಸೂಚಕ	ಯೂನಿಟ್
1.	ಹಣಕಾಸು ಮತ್ತು ವ್ಯವಹಾರ ಪರಿಣಾಮ-ಕಾರಿತ್ವ	ಒಟ್ಟು ವಾರ್ಷಿಕ ಮಾರಾಟಗಳು	ಲಕ್ಷಗಳು
		ಒಟ್ಟು ಮಿತಿ (ನೇರ ಆದಾಯ {ನೇರ ಮಾರಾಟದಿಂದ ಆದಾಯ} – ನೇರ ವೆಚ್ಚಗಳು)	ಲಕ್ಷಗಳು
		ಒಟ್ಟು ಲಾಭ	ಲಕ್ಷಗಳು
		ಪ್ರಸ್ತುತ ಅನುಪಾತ (ಪ್ರಸ್ತುತ ಬಾಧ್ಯತೆಗಳಿಗೆ ಪ್ರಸ್ತುತ ಆಸ್ತಿಗಳು)	ಅನುಪಾತ
		ಸಾಲ – ಈಕ್ವಿಟಿ ಅನುಪಾತ	ಅನುಪಾತ
		ಟರ್ನ್‌ಓವರ್‌ಗಾಗಿ ಅನುದಾನಗಳ ಅನುಪಾತ	ಅನುಪಾತ
		ಲಾಭ-ನಷ್ಟವಿರದ ಮಾರಾಟಗಳು	ಲಕ್ಷಗಳು
		ಕಾರ್ಯಾಚರಣೆಯ ಮಟ್ಟ (ಮಾರಾಟ+ ಅಂತ್ಯದ ಸ್ಟಾಕ್-ಪ್ರಾರಂಭಿಕ ಸ್ಟಾಕ್ ಖರೀದಿಗಳು-ನೇರ ವೆಚ್ಚ)	ಲಕ್ಷಗಳು
		ಇನ್ವೆಂಟರಿ ಟರ್ನ್‌ಓವರ್ ಅನುಪಾತ	ಅನುಪಾತ
		ಕಾರ್ಯಾಚರಣೆಯ ಸ್ವಯಂ ದಕ್ಷತೆ	%
		ಹಣಕಾಸು ಸ್ವಯಂ ದಕ್ಷತೆ	%
		ಹಣಕಾಸು ಸ್ವಯಂ ದಕ್ಷತೆ	ಅನುಪಾತ
2.	ಸದಸ್ಯರ ಆರ್ಥಿಕತೆ	ಸದಸ್ಯರ ನಗದುಗೊಳಿಸಬಹುದಾದ ಅನುಪಾತ (ವೇತನಗಳು + ಖರೀದಿ ದರ + ಬೋನಸ್, ಸದಸ್ಯರಿಗೆ ಪಾವತಿ) ಒಟ್ಟು ವ್ಯವಹಾರಕ್ಕೆ	ಅನುಪಾತ
		ಪ್ರತಿ ಸದಸ್ಯರ ನಗದುಗೊಳಿಸಬಹುದಾದ ಸರಾಸರಿ	ಸಾವಿರಗಳು
		ಪ್ರತಿ ಸದಸ್ಯರಿಗೆ ಒಟ್ಟು ಲಾಭ	ಲಕ್ಷಗಳು
		ಪ್ರತಿ ಸದಸ್ಯರ ವ್ಯವಹಾರ	ಲಕ್ಷಗಳು
		ಸದಸ್ಯರಲ್ಲದವರ ಸಂಗ್ರಹಣೆ	%
		ಸದಸ್ಯರ ಒಟ್ಟು ಆದಾಯಕ್ಕೆ ಹೋಲಿಸಿದರೆ ಸಂಸ್ಥೆಯಿಂದ ಸದಸ್ಯರಿಗೆ ಆದಾಯ(ಸದಸ್ಯರ ಮಟ್ಟದಲ್ಲಿ ನಗದುಗೊಳಿಸಬಹುದಾದ ವೆಚ್ಚ)	%
		ಒಟ್ಟು ಸದಸ್ಯರಿಗೆ ಹೋಲಿಸಿದಾಗ ಒಟ್ಟು ಸಂಭಾವ್ಯ ಸದಸ್ಯರುಗಳು	%
		ಸರಾಸರಿ ಸದಸ್ಯರ ಉತ್ಪಾದನೆಗೆ ಹೋಲಿಸಿದಾಗ ಸರಾಸರಿ ಸದಸ್ಯ ಶೇಖರಣೆ	ಲಕ್ಷ ಅಥವಾ ಪ್ರಮಾಣ
ಎಲ್ಲಾ ಎಂಟರ್‌ಪ್ರೈಸಸ್‌ಗಳಿಗೆ ಐಚ್ಛಿಕ ಸೂಚಕಗಳು			
3.	ಸಾಂಸ್ಥಿಕರ-ಣವಾದಾಗ	ಎಂಟರ್‌ಪ್ರೈಸ್‌ನ ಸದಸ್ಯತ್ವ	ಸಂಖ್ಯೆ
		ಒಟ್ಟು ಸದಸ್ಯರಿಗೆ ಹೋಲಿಸಿದೆ ಸಕ್ರಿಯ ಸದಸ್ಯರುಗಳು	%
		ಮಂಡಳಿ ಸಭೆಯಲ್ಲಿ ಹಾಜರಾತಿ	%
		ಸಾಮಾನ್ಯ ಸಭೆಯಲ್ಲಿ ಭಾಗವಹಿಸುವ ಸದಸ್ಯರು	%
		ಸೂಚಿಸಿದ ಒಟ್ಟು ಕಾನೂನು ಅನುಸರಣೆಯಲ್ಲಿ ಪೂರೈಸಲ್ಪಟ್ಟ ಕಾನೂನು ಅನುಸರಣೆಗಳು	%
4.	ಸಮರ್ಥವಾಗಿ ಮುಂದುವ-ರೆದುಕೊಂಡು ಹೋಗು-ವಂತಾಗಲು	ಒಟ್ಟು ಇಂಧನ ಶಕ್ತಿಯಲ್ಲಿ ನವೀಕರಿಸಬಹುದಾದ ಇಂಧನ ಶಕ್ತಿ	%
		ಒಟ್ಟು ವಸ್ತುವಿನಲ್ಲಿ ಮರುಬಳಕೆ ಮಾಡಬಹುದಾದ ವಸ್ತು	%
		ಮಾಲಿನ್ಯ ನಿಯಂತ್ರಣ ಅನುಸರಣೆ	ಹೌದು/ಇಲ್ಲ
		ಆರ್ಗ್ಯಾನಿಕ್ ಪ್ರಮಾಣೀಕರಣ/ನ್ಯಾಯೋಚಿತ ವ್ಯವಹಾರದೊಂದಿಗೆ ಅನುಸರಣೆ	ಹೌದು/ಇಲ್ಲ
		ನಿರ್ಮಿಸಿದ ಒಟ್ಟು ಮೀಸಲು ಹಣ	ಲಕ್ಷಗಳು
5.	ಸಾಮಾಜಿಕ ಸೂಚಕಗಳು	ಎಂಟರ್‌ಪ್ರೈಸ್‌ನ ಒಟ್ಟು ಸದಸ್ಯರಿಗೆ ಹೋಲಿಸಿದರೆ ಸೇರಿಸಿಕೊಂಡ ಅಪ್ರಧಾನಸಮುದಾಯಗಳು (ಪಂಗಡ)	%
		ಅಪ್ರಧಾನ ಸಮುದಾಯದ ಮುಖಂಡರ ಸಂಖ್ಯೆ	%
		ಎಂಟರ್‌ಪ್ರೈಸ್‌ನ ಒಟ್ಟು ಸದಸ್ಯರಿಗೆ ಹೋಲಿಸಿದೆ ಬಡ ಮನೆಗಳು (ಆರ್ಥಿಕ ಅಪ್ರಧಾನತೆ)	%
		ಸದಸ್ಯರೊಂದಿಗೆ ಇರುವ ಬಳಸಿ ಬಿಟ್ಟ ಆದಾಯದ ಹೆಚ್ಚಿನ ಲಭ್ಯತೆ	%
		ವಿಮೆಗೆ ಒಳಪಟ್ಟಿರುವ ಸದಸ್ಯರು – ಜೀವ ವಿಮೆ/ಆರೋಗ್ಯ ವಿಮೆ/ಅಪಘಾತ ವಿಮೆ	%
		ಶಿಕ್ಷಣ/ಆರೋಗ್ಯಕ್ಕಾಗಿ ಬಳಸಿದ ಆದಾಯ	%

ANNEXURE 10

MEMORANDUM OF AGREEMENT BETWEEN PROMOTER ORGANIZATION (CONCERNED STATE DEPARTMENT/ SFAC) AND RESOURCE INSTITUTION (RI)

Memorandum of Agreement
Between
Promoter Organization
(Concerned State Department/SFAC)
and
Resource Institution (RI)

(Empanelled for promotion of Farmer Producer Organization)

This MOA is entered on this day of ……….....…(DD/MM/YY) between …......…………………………….{Promoter Organization (Concerned State Department/ SFAC)} and Resource Institution (RI) empanelled for FPO Promotion.………………………………......... (Name and Registered address of RI).

PREAMBLE

Whereas the Promoter Organization has decided to engage…………………….. (Name of RI) for the work of Promotion of FPOs (Farmers Producer Organizations) in the State of …………………. under ……………………………. (Name of Programme) covering ………………. numbers of farmers.

The Resource Institution will ensure that following key activities involved under FPO formation are duly followed :

- ◊ The selection of districts, blocks and villages will be done by the RI in consultation with the concerned State Department (Agriculture/ Horticulture/ any other).
- ◊ The Cluster of Villages to be brought under the umbrella of FPO should be identified with in one or two blocks in such a way that the villages are contiguous and are within a radius of about 20 kms). The detailed mapping indicating the location of the clusters with distances should be made part of DPR.
- ◊ The staffing and expenditure on the specified activities should be strictly in conformity with the process guideline for FPOs.
- ◊ Qualified manpower should be deployed by the agency for the said task, which should be supervised and guided by technically qualified and experienced persons. A list of these persons with contact details will have to be submitted to the SFAC within 15 days of execution of this agreement.
- ◊ A detailed survey of selected villages will be conducted regarding the socio-economic conditions, prospects and problems in agriculture production.
- ◊ Selection of farmers will be in such a way that FIGs will be organized on the basis of homogeneity of crop production. Each FIG so formed will consist of 15-20 farmers with common interest.
- ◊ FIGs will be organized into FPOs in accordance with the provisions made in the institutional arrangement specified in Annexure-2 of the process guidelines.
- ◊ FIGs/FPOs will be organized keeping in view the project outcomes given at Part 2, Para 8 of the process guidelines.
- ◊ A formal registered organisation of farmers (either registered as a Producer Company under Ch. IXA of the Companies Act or as a registered cooperative under any of the state or central laws applicable to cooperatives) will be the final outcome of the FPO promotion process. Process to be followed to register a producer company will be the same as laid down in the Manual incorporated in the process guidelines.
- ◊ Funds will be released to the RI after completion of each stage of activity. Resource Institution will ensure that detailed stage wise completion report is submitted along with release proposal. The RI will also be required to submit Utilization Certificate of funds released earlier for processing of release proposals relating to second stage onwards.
- ◊ Costing: The costing of FPO Promotion activities is not on the basis of the number of FIGs/FPOs to be organized. Funds will be ear marked on the basis of the number of farmers assigned to the RIs who are to be organized into FIGs/FPOs. Cost per farmer will be Rs 3526 for 3 years excluding professional fee of the promoting organization. TDS will be deducted as per Income Tax Act.
- ◊ Promotion work will consist of the following stages of project development, timelines, key activities, deliverables, means of verification and fund requirement:

ಅನುಬಂಧ 10

ಪ್ರವರ್ತಕ ಸಂಸ್ಥೆ (ಸಂಬಂಧಿತ ರಾಜ್ಯ ಇಲಾಖೆ/ಎಸ್‌ಎಫ್‌ಎಸಿ) ಮತ್ತು ಸಂಪನ್ಮೂಲ ಸಂಸ್ಥೆ (ಆರ್‌ಐ) ನಡುವೆ ಒಪ್ಪಂದದ ಕರಾರು ಪತ್ರ

ಒಪ್ಪಂದದ ಕರಾರು ಪತ್ರ

ಇವರ ನಡುವೆ

ಪ್ರವರ್ತಕ ಸಂಸ್ಥೆ

(ಸಂಬಂಧಿತ ರಾಜ್ಯ ಇಲಾಖೆ/ಎಸ್‌ಎಫ್‌ಎಸಿ)

ಮತ್ತು

ಸಂಪನ್ಮೂಲ ಸಂಸ್ಥೆ (ಆರ್‌ಐ)

(ರೈತೋತ್ಪಾದಕರ ಸಂಸ್ಥೆಯನ್ನು ಪ್ರಚಾರ ಮಾಡಲು ಅಧಿಕಾರ ಹೊಂದಿರುವುದು)

ಈ ಎಂಓಎ ಅನ್ನು …………..…. (DD/MM/YY) ದಿನಾಂಕದಂದು ….......…………………………… {ಪ್ರವರ್ತಕ ಸಂಸ್ಥೆ (ಸಂಬಂಧಿತ ರಾಜ್ಯ ಇಲಾಖೆ/ ಎಸ್‌ಎಫ್‌ಎಸಿ)} ಮತ್ತು ಎಫ್‌ಪಿಒ ಪ್ರಚಾರಕ್ಕೆ ಅಧಿಕಾರ ಹೊಂದಿರುವ ಸಂಪನ್ಮೂಲ ಸಂಸ್ಥೆ (ಆರ್‌ಐ) ……………………………………......... (ಆರ್‌ಐನ ಹೆಸರು ಮತ್ತು ನೋಂದಾಯಿತ ವಿಳಾಸ) ನಡುವೆ ಮಾಡಿಕೊಳ್ಳಲಾಗಿದೆ.

ಪೀಠಿಕೆ

ಪ್ರವರ್ತಕ ಸಂಸ್ಥೆಯು …………………….. (ಆರ್‌ಐ ಹೆಸರು) ಅವರನ್ನು ………………… ರಾಜ್ಯದಲ್ಲಿ …………………………… (ಕಾರ್ಯಕ್ರಮದ ಹೆಸರು) ಅಡಿಯಲ್ಲಿ ………………. ಸಂಖ್ಯೆಯ ರೈತರನ್ನು ಒಳಗೊಂಡಿರುವ ಎಫ್‌ಪಿಒಗಳ (ರೈತೋತ್ಪಾದಕರ ಸಂಸ್ಥೆಗಳು) ಪ್ರಚಾರದ ಕೆಲಸಕ್ಕಾಗಿ ತೊಡಗಿಸಿಕೊಳ್ಳಲು ನಿರ್ಧರಿಸಿದೆ.

ಸಂಪನ್ಮೂಲ ಸಂಸ್ಥೆಯು ಎಫ್‌ಪಿಓ ರಚನೆಯ ಅಡಿಯಲ್ಲಿ ಒಳಗೊಂಡಿರುವ ಮುಂದಿನ ಪ್ರಮುಖ ಚಟುವಟಿಕೆಗಳನ್ನು ಅನುಸರಿಸಲಾಗುತ್ತದೆ ಎಂಬುದನ್ನು ಖಾತ್ರಿಪಡಿಸುತ್ತದೆ :

- ◊ ಜಿಲ್ಲೆಗಳು, ಬ್ಲಾಕ್‌ಗಳು ಮತ್ತು ಗ್ರಾಮಗಳ ಆಯ್ಕೆಯನ್ನು ಸಂಬಂಧಿತ ರಾಜ್ಯ ಇಲಾಖೆಯೊಂದಿಗೆ (ಕೃಷಿ/ತೋಟಗಾರಿಕೆ/ಇತರ ಯಾವುದೇ) ಸಮಾಲೋಚಿಸಿ ಆರ್‌ಐ ಮಾಡುತ್ತದೆ.
- ◊ ಎಫ್‌ಪಿಓ ಅಡಿಯಲ್ಲಿ ಬರಬೇಕಾದ ಗ್ರಾಮಗಳ ಕ್ಲಸ್ಟರ್ ಅನ್ನು ಒಂದು ಅಥವಾ ಎರಡು ಬ್ಲಾಕ್‌ಗಳಲ್ಲಿ ಗುರುತಿಸಬೇಕು ಮತ್ತು ಇದನ್ನು ಗ್ರಾಮಗಳು ಹೊಂದಿಕೊಂಡಿರುವಂತೆ ಮತ್ತು 20 ಕಿಮೀಗಳ ಸುತ್ತಳತೆಯೊಳಗೆ ಇರುವಂತೆ ಗುರುತಿಸಬೇಕು. ಕ್ಲಸ್ಟರ್‌ಗಳ ಸ್ಥಳವನ್ನು ಸೂಚಿಸುವ ವಿವರಪೂರ್ಣ ಮ್ಯಾಪಿಂಗ್‌ನೊಂದಿಗೆ ದೂರವನ್ನು ಡಿಪಿಆರ್‌ನ ಭಾಗವಾಗಿಸಬೇಕು
- ◊ ನಿರ್ದಿಷ್ಟ ಚಟುವಟಿಕೆಗಳ ಕುರಿತಾಗಿನ ಸಿಬ್ಬಂದಿ ಮತ್ತು ವೆಚ್ಚವು ಎಫ್‌ಪಿಓಗಳಿಗಾಗಿನ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆಗಳ ಮಾರ್ಗದರ್ಶಿಗಳಿಗೆ ಕಡ್ಡಾಯವಾಗಿ ಅನುಸಾರವಾಗಿರಬೇಕು.
- ◊ ತಿಳಿಸಿದ ಕಾರ್ಯಕ್ಕೆ ಏಜೆನ್ಸಿಯು ಅರ್ಹ ವ್ಯಕ್ತಿಗಳನ್ನೇ ನಿಯೋಜಿಸಬೇಕು ಮತ್ತು ಇದನ್ನು ತಾಂತ್ರಿಕವಾಗಿ ಅರ್ಹರಾದ ಮತ್ತು ಅನುಭವಿ ವ್ಯಕ್ತಿಗಳು ಮೇಲ್ವಿಚಾರಣೆ ಮಾಡಬೇಕು ಮತ್ತು ಮಾರ್ಗದರ್ಶನ ನೀಡಬೇಕು. ಈ ವ್ಯಕ್ತಿಗಳ ಪಟ್ಟಿಯನ್ನು ಅವರ ಸಂಪರ್ಕ ವಿವರಗಳೊಂದಿಗೆ ಈ ಒಪ್ಪಂದವನ್ನು ಮಾಡಿಕೊಂಡ 15 ದಿನಗಳ ಒಳಗಾಗಿ ಎಸ್‌ಎಫ್‌ಎಸಿಗೆ ಸಲ್ಲಿಸಬೇಕು.
- ◊ ಸಾಮಾಜಿಕ-ಆರ್ಥಿಕ ಪರಿಸ್ಥಿತಿಗಳು, ನಿರೀಕ್ಷೆಗಳು ಮತ್ತು ಕೃಷಿ ಉತ್ಪಾದನೆಯಲ್ಲಿನ ಸಮಸ್ಯೆಗಳ ಕುರಿತಾಗಿ ಆಯ್ದ ಗ್ರಾಮಗಳ ವಿವರಪೂರ್ಣ ಸಮೀಕ್ಷೆಯನ್ನು ಮಾಡಬೇಕು.
- ◊ ಬೆಳೆ ಉತ್ಪಾದನೆಯ ಏಕರೂಪತೆಯ ಆಧಾರದಲ್ಲಿ ಎಫ್‌ಐಜಿಗಳನ್ನು ಆಯೋಜಿಸಿರುವ ರೀತಿಯಲ್ಲಿ ರೈತರುಗಳ ಆಯ್ಕೆಯನ್ನು ಮಾಡಬೇಕು. ಹೀಗೆ ರೂಪುಗೊಂಡ ಪ್ರತಿ ಎಫ್‌ಐಜಿಯು ಸಮಾನ ಆಸಕ್ತಿಯುಳ್ಳ 15-20 ರೈತರುಗಳನ್ನು ಒಳಗೊಂಡಿರುತ್ತದೆ..
- ◊ ಎಫ್‌ಐಜಿಗಳನ್ನು ಪ್ರಕ್ರಿಯೆ ಮಾರ್ಗದರ್ಶಿಗಳ ಅನುಬಂಧ-2 ರಲ್ಲಿ ನಿರ್ದಿಷ್ಟಪಡಿಸಿರುವ ಸಾಂಸ್ಥಿಕ ಆಯೋಜನೆಯಲ್ಲಿ ಮಾಡಿರುವ ನಿಬಂಧನೆಗಳ ಪ್ರಕಾರವಾಗಿ ಎಫ್‌ಪಿಓಗಳಲ್ಲಿ ಸಂಯೋಜಿಸಬೇಕು.
- ◊ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆ ಮಾರ್ಗದರ್ಶಿಗಳ ಭಾಗ 1, ಪ್ಯಾರಾ 8ರಲ್ಲಿ ನೀಡಿರುವ ಯೋಜನಾ ಫಲಿತಾಂಶಗಳನ್ನು ಗಮನದಲ್ಲಿಟ್ಟುಕೊಂಡು ಎಫ್‌ಐಜಿಗಳು/ ಎಫ್‌ಪಿಓಗಳನ್ನು ಆಯೋಜಿಸಬೇಕು.
- ◊ ರೈತರುಗಳ ಔಪಚಾರಿಕವಾದ ನೋಂದಾಯಿತ ಸಂಸ್ಥೆಯು (ಕಂಪನಿಗಳ ಕಾಯಿದೆ Ch.IXA ಅಡಿಯಲ್ಲಿ ಉತ್ಪಾದಕ ಕಂಪನಿಯಾಗಿ ನೋಂದಾಯಿತವಾಗಿರುವುದು ಇಲ್ಲವೇ ಸಹಕಾರ ಸಂಸ್ಥೆಗಳಿಗೆ ಅನ್ವಯಿಸುವ ಯಾವುದೇ ರಾಜ್ಯ ಅಥವಾ ಕೇಂದ್ರೀಯ ಕಾನೂನುಗಳ ಅಡಿಯಲ್ಲಿ ನೋಂದಾಯಿತ ಸಹಕಾರಿಯಾಗಿ ನೋಂದಾಯಿತವಾಗಿರುವುದು) ಎಫ್‌ಪಿಓ ಪ್ರಚಾರದ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆ ಅಂತಿಮ ಫಲಿತಾಂಶವಾಗಿರುತ್ತದೆ. ಉತ್ಪಾದಕ ಕಂಪನಿಯನ್ನು ನೋಂದಾಯಿಸಲು ಅನುಸರಿಸಬೇಕಾದ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆಯನ್ನು ಪ್ರಕ್ರಿಯೆ ಮಾರ್ಗದರ್ಶಿಗಳಲ್ಲಿ ಅಳವಡಿಸಿಕೊಂಡಿರುವ ಹಸ್ತಪ್ರತಿಯಲ್ಲಿರುವಂತೆಯೇ ಇರುತ್ತದೆ.
- ◊ ಚಟುವಟಿಕೆಯ ಪ್ರತಿ ಹಂತವನ್ನು ಪೂರ್ಣಗೊಳಿಸಿದ ನಂತರ ಹಣವನ್ನು ಆರ್‌ಐ ಗೆ ಬಿಡುಗಡೆ ಮಾಡಲಾಗುತ್ತದೆ. ಬಿಡುಗಡೆ ಪ್ರಸ್ತಾಪದೊಂದಿಗೆ ಹಂತ ಹಂತವಾದ ಪೂರ್ಣಗೊಳಿಸುವಿಕೆ ವರದಿಯನ್ನು ಸಲ್ಲಿಸಲಾಗುತ್ತದೆ ಎಂಬುದನ್ನು ಸಂಪನ್ಮೂಲ ಸಂಸ್ಥೆಯು ಖಚಿತಪಡಿಸಿಕೊಳ್ಳಬೇಕು. ಮುಂಚಿತವಾಗಿ ಬಿಡುಗಡೆ ಮಾಡಿದ ಹಣದ ಬಳಕೆಯ ಕುರಿತಾದ ಬಳಕೆಯ ಪ್ರಮಾಣಪತ್ರವನ್ನು ಸಹ ಎರಡನೆಯ ಹಂತದ ನಂತರದ ಪ್ರಸ್ತಾಪಗಳಿಗೆ ಹಣವನ್ನು ಪ್ರಕ್ರಿಯೆಗೊಳಿಸುವುದಕ್ಕೋಸ್ಕರ ಆರ್‌ಐ ಸಲ್ಲಿಸಬೇಕು
- ◊ ವೆಚ್ಚ: ಎಫ್‌ಪಿಓ ಪ್ರಚಾರದ ಚಟುವಟಿಕೆಗಳ ವೆಚ್ಚವು ಆಯೋಜಿಸಬೇಕಾದ ಎಫ್‌ಐಜಿಗಳು/ಎಫ್‌ಪಿಓಗಳ ಸಂಖ್ಯೆಯ ಆಧಾರದಲ್ಲಿರುವುದಿಲ್ಲ. ಎಫ್‌ಐಜಿಗಳು/ಎಫ್‌ಪಿಓಗಳಾಗಿ ಆಯೋಜಿಸಬೇಕಾದ, ಆರ್‌ಐಗಳಲ್ಲಿ ನಿಗದಿಗೊಳಿಸುವ ರೈತರುಗಳ ಸಂಖ್ಯೆಗಳ ಆಧಾರದಲ್ಲಿ ನಿಧಿಯನ್ನು ನಿಗದಿಪಡಿಸಲಾಗುತ್ತದೆ. ಪ್ರತಿ ರೈತರಿಗೆ ವೆಚ್ಚವು ಸಂಸ್ಥೆಯನ್ನು ಪ್ರಚಾರ ಮಾಡುವ ವೃತ್ತಿಪರ ಶುಲ್ಕವನ್ನು ಹೊರತುಪಡಿಸಿ 3 ವರ್ಷಗಳಿಗೆ ರೂ. 3526 ಆಗಿರುತ್ತದೆ. ಆದಾಯ ತೆರಿಗೆ ಕಾಯಿದೆಯ ಪ್ರಕಾರ ಟಿಡಿಎಸ್ ಅನ್ನು ಕಡಿತ ಮಾಡಲಾಗುತ್ತದೆ.
- ◊ ಪ್ರಚಾರದ ಕಾರ್ಯವು ಯೋಜನೆ ಅಭಿವೃದ್ಧಿಯ ಮುಂದಿನ ಹಂತಗಳನ್ನು, ಸಮಯಾವಧಿಗಳನ್ನು, ಪ್ರಮುಖ ಚಟುವಟಿಕೆಗಳನ್ನು, ವಿತರಣೆಗಳನ್ನು, ಪರಿಶೀಲನೆಯ ಮಾರ್ಗಗಳನ್ನು ಮತ್ತು ಹಣಕಾಸು ಅಗತ್ಯತೆಯನ್ನು ಒಳಗೊಂಡಿರುತ್ತದೆ:

MEMORANDUM OF AGREEMENT BETWEEN PROMOTER ORGANIZATION (CONCERNED STATE DEPARTMENT/SFAC) AND RESOURCE INSTITUTION (RI)

Time-line	Key Activities	Deliverables	Means of Verification	Payment
3 month	**Stage One: Pre-project Implementation (Three months)** (i) Baseline on volume, value & market access, centrality analysis, (ii) Identification of Product specific clusters (iii) Feasibility Analysis -break-even estimates (iv) Project Implementation Plan procurement, inputs, storage and marketing,	Detailed Project Report (Checklist Provided) (i) List of Product specific clusters identified (ii) Database of farmers prepared, computerized and analysed (iii) Various interface table prepared	(i) Submitted DPR (ii) Meeting minutes and photographs of meetings (iii) Inception report	10%
6 month	**Stage Two: Enhancing Capacity & Implementation of Surplus Farm Production Plan (Mobilization Phase)** (i) Village meetings- identify potential farmers, identify opinion leaders (ii) Identification of potential farmers for FIG & FPOs, LRP/ BF/LF Identification (iii) Hand holding support for Productivity Increase, IPM/ INM/ IPP (iv) Identifying Value-proposition for setting FPO (logic of collectivization) (v) Exposure Visit of Farmers/ opinion leaders	(i) Farmers Organized into FIGs, LRP identified and training completed on improved agriculture practices (ii) FIG formed (min 50%) of target (iii) Trained LRP/BF ready for deployment in field (iv) Farmers Participated in Improved Agriculture/ vegetable/pulse based farming system (v) Farmers realized benefits in terms of increased yield and less expenditures	(i) List of FIGs/FIG registers (ii) List of LRP/ BF/LF trained and ready for deployment (iii) Training curriculum, training report & participant list (iv) List of farmers adopting package of practices (v) No. of farmers supported, areas of demonstration (vi) Six monthly report	10%
12 month	**Stage Three: Pre-formation Stage of FPO/Collective and preparation of FPOs business plan through FIG level exercise** (i) Demonstration conducted on improved agriculture practices (ii) Start up shareholders campaign (iii) Identification of training needs & imparting training to promoters and farmers of FPO (iv) FIGs meeting & orientation started for FPO scoping, vision building exercise & exposure visit of promoters farmers (v) Generate crop-wise household information with surplus, deficit and gap exists (vi) FPO forming process initiated	(i) Min 5 village level agri business potential, gap analysis exercises done. (ii) Information documented and business plan drafted and shared with FIGs members (iii) 2 modulated trainings imparted to lead/promoters farmers on Business plan (iv) Share money from min 250 farmers collected (v) FIGs shown some trends/ indicators for collective action (vi) Business Case of FPO/ Collective prepared (checklist provided) Farmers detailed information list prepared (vii) Share money from 500 farmers collected	(i) FIG meeting registers and shareholders list prepared (ii) Business Plan available at FPO level and known to min 10% promoters and (iii) Farmers information list prepared (iv) FPC Accounts Statement (v) Yearly Report	20%

PART TWO

ಪ್ರವರ್ತಕ ಸಂಸ್ಥೆ (ಸಂಬಂಧಿತ ರಾಜ್ಯ ಇಲಾಖೆ/ಎಸ್‌ಎಫ್‌ಎಸಿ) ಮತ್ತು ಸಂಪನ್ಮೂಲ ಸಂಸ್ಥೆ (ಆರ್‌ಐ) ನಡುವೆ ಒಪ್ಪಂದದ ಕರಾರು ಪತ್ರ

ಸಮ-ಯಾವಧಿ	ಪ್ರಮುಖ ಚಟುವಟಿಕೆಗಳು	ವಿತರಣೆಗಳು	ಪರಿಶೀಲನೆಯ ಮಾರ್ಗ	ಪಾವತಿ
3 ತಿಂಗಳು	**ಹಂತ ಒಂದು: ಯೋಜನೆಯ ಮುಂಚಿನ ಜಾರಿ (ಮೂರು ತಿಂಗಳುಗಳು)** (i) ಪ್ರಮಾಣ, ಮೌಲ್ಯ ಮತ್ತು ಮಾರ್ಕೆಟ್ ಪ್ರವೇಶದ ಕುರಿತಾದ ಬೇಸ್‌ಲೈನ್, ಸೆಂಟ್ರಲಿಟಿ ವಿಶ್ಲೇಷಣೆ, (ii) ಉತ್ಪನ್ನ ನಿರ್ದಿಷ್ಟ ಕ್ಲಸ್ಟರ್‌ಗಳ ಗುರುತಿಸುವಿಕೆ (iii) ಸಾಧ್ಯಾಸಾಧ್ಯತೆಯ ವಿಶ್ಲೇಷಣೆ-ಲಾಭ ನಷ್ಟವೂ ಇಲ್ಲದ ಅಂದಾಜುಗಳು (iv) ಯೋಜನೆ ಜಾರಿ, ಯೋಜನೆ ಪಡೆದುಕೊಳ್ಳುವಿಕೆ, ಒಳಾಂಶಗಳು, ಸಂಗ್ರಹಣೆ ಮತ್ತು ಮಾರ್ಕೆಟಿಂಗ್	ವಿವರವಾದ ಯೋಜನೆ ವರದಿ (ಪರಿಶೀಲನಾ ಪಟ್ಟಿ ಒದಗಿಸಿದೆ) (i) ಗುರುತಿಸಲಾದ ಉತ್ಪನ್ನ ನಿರ್ದಿಷ್ಟ ಕ್ಲಸ್ಟರ್‌ಗಳ ಪಟ್ಟಿ (ii) ತಯಾರಿಸಿದ, ಕಂಪ್ಯೂಟರ್‌ನಲ್ಲಿ ಸೇರ್ಪಡಿಸಿದ ಮತ್ತು ವಿಶ್ಲೇಷಣೆ ಮಾಡಿದ ರೈತರುಗಳ ಡೇಟಾಬೇಸ್ (iii) ತಯಾರಿಸಿದ ವಿವಿಧ ಇಂಟರ್ಫೇಸ್ ಕೋಷ್ಟಕ	(i) ಸಲ್ಲಿಸಿದ ಡಿಪಿಆರ್ (ii) ಸಭೆಯ ವಿವರಗಳು ಮತ್ತು ಸಭೆಯ ಛಾಯಾಚಿತ್ರಗಳು (iii) ಪ್ರಾರಂಭಿಸಿದ ವರದಿ	10%
6 ತಿಂಗಳು	**ಹಂತ ಎರಡು: ಹೆಚ್ಚಿಸುವ ಸಾಮರ್ಥ್ಯ ಮತ್ತು ಅಧಿಕ ಕೃಷಿ ಉತ್ಪಾದನೆ ಯೋಜನೆಯ ಜಾರಿ (ಒಟ್ಟುಗೂಡಿಸುವಿಕೆ ಹಂತ)** (i) ಗ್ರಾಮ ಸಭೆಗಳು- ಸಂಭಾವ್ಯ ರೈತರುಗಳನ್ನು ಗುರುತಿಸುವುದು, ಅಭಿಪ್ರಾಯ ನೀಡುವ ನಾಯಕರನ್ನು ಗುರುತಿಸುವುದು (ii) ಎಫ್‌ಐಜಿ ಮತ್ತು ಎಫ್‌ಪಿಓಗಳು, ಎಲ್‌ಆರ್‌ಪಿ/ಬಿಎಫ್/ಎಲ್‌ಎಫ್ ಗುರುತಿಸುವಿಕೆಗಾಗಿ ಸಂಭಾವ್ಯ ರೈತರುಗಳನ್ನು ಗುರುತಿಸುವುದು (iii) ಉತ್ಪಾದಕತೆ ಹೆಚ್ಚಳ, ಐಪಿಎಂ/ ಐಎನ್‌ಎಮ್/ಐಪಿಪಿಗಾಗಿ ಬೆಂಬಲ (iv) ಎಫ್‌ಪಿಓ ನಿರ್ಮಾಣಕ್ಕಾಗಿ ಮೌಲ್ಯ ಪ್ರಸ್ತಾಪವನ್ನು ಗುರುತಿಸುವುದು (ಒಟ್ಟುಗೂಡಿಸುವುದರ ತರ್ಕ) (v) ರೈತರುಗಳು/ಅಭಿಪ್ರಾಯ ತಿಳಿಸುವ ಮುಖಂಡರ ಜ್ಞಾನ ವೃದ್ಧಿಯ ಭೇಟಿ	(i) sಎಫ್‌ಐಜಿಗಳು, ಎಲ್‌ಆರ್‌ಪಿಯಾಗಿ ಆಯೋಜಿಸಿದ ರೈತರುಗಳನ್ನು ಗುರುತಿಸಲಾಗಿದೆ ಮತ್ತು ಸುಧಾರಿತ ಕೃಷಿ ಅಭ್ಯಾಸದ ಕುರಿತಾಗಿ ತರಬೇತಿ ಪೂರ್ಣಗೊಳಿಸಿದೆ (ii) ಗುರಿಯ ಎಫ್‌ಐಜಿ ನಿರ್ಮಿಸಿದೆ (ಕನಿಷ್ಠ 50%) (iii) ಕ್ಷೇತ್ರದಲ್ಲಿ ನಿಯೋಜನೆಗೊಳ್ಳಲು ತರಬೇತಿ ಪಡೆದ ಎಲ್‌ಆರ್‌ಪಿ/ಬಿಎಫ್ ಸಿದ್ಧವಾಗಿದ್ದಾರೆ (iv) ಸುಧಾರಿತ ಕೃಷಿ/ತರಕಾರಿ/ಬೇಳೆ ಆಧಾರಿತ ಕೃಷಿ ವ್ಯವಸ್ಥೆಯಲ್ಲಿ ರೈತರು ಭಾಗವಹಿಸಿದ್ದಾರೆ (v) ಹೆಚ್ಚಿನ ಇಳುವರಿ ಮತ್ತು ಕಡಿಮೆ ವೆಚ್ಚಕ್ಕೆ ಸಂಬಂಧಿಸಿದ ಪ್ರಯೋಜನಗಳನ್ನು ರೈತರು ಅರ್ಥಮಾಡಿಕೊಂಡಿದ್ದಾರೆ	(i) ಎಫ್‌ಐಜಿಗಳು/ ಎಫ್‌ಐಜಿ ಪಟ್ಟಿಯನ್ನು ನೋಂದಾಯಿಸಿದೆ (ii) ತರಬೇತಿ ಪಡೆದ ಮತ್ತು ನಿಯೋಜನೆಗೆ ಸಿದ್ಧವಾಗಿರುವ ಎಲ್‌ಆರ್‌ಪಿ/ಬಿಎಫ್/ ಎಲ್‌ಎಫ್ ಪಟ್ಟಿ (iii) ತರಬೇತಿ ಪಠ್ಯಕ್ರಮ, ತರಬೇತಿ ವರದಿ ಮತ್ತು ಭಾಗವಹಿಸುವವರ ಪಟ್ಟಿ (iv) ಅಭ್ಯಾಸಗಳ ಪ್ಯಾಕೇಜ್ ಅಳವಡಿಸಿಕೊಳ್ಳುವ ರೈತರುಗಳ ಪಟ್ಟಿ (v) ಬೆಂಬಲಿತ ರೈತರುಗಳ ಸಂಖ್ಯೆ, ಪ್ರದರ್ಶಿಸುವ ಪ್ರದೇಶಗಳು (vi) ಆರು ತಿಂಗಳ ವರದಿ	10 %
12 ತಿಂಗಳು	**ಹಂತ ಮೂರು: ಎಫ್‌ಪಿಓ ರೂಪುಗೊಳಿಸುವ ಮುಂಚಿನ ಹಂತ/ ಎಫ್‌ಐಜಿ ಹಂತದ ಅಭ್ಯಾಸದ ಮೂಲಕ ಎಫ್‌ಪಿಓಗಳ ವ್ಯವಹಾರ ಯೋಜನೆಯ ಸಂಗ್ರಹ ಮತ್ತು ತಯಾರಿ** (i) ಸುಧಾರಿತ ಕೃಷಿ ಅಭ್ಯಾಸಗಳ ಕುರಿತಾಗಿ ಪ್ರದರ್ಶನ ನಡೆಸಲಾಗಿದೆ (ii) ಶೇರುದಾರರ ಪ್ರಚಾರವನ್ನು ಪ್ರಾರಂಭಿಸುವುದು (iii) ತರಬೇತಿ ಅಗತ್ಯತೆಗಳ ಗುರುತಿಸುವಿಕೆ ಮತ್ತು ಎಫ್‌ಪಿಓ ಪ್ರವರ್ತಕರು ಮತ್ತು ರೈತರುಗಳಿಗೆ ತರಬೇತಿ ನೀಡುವುದು (iv) ಎಫ್‌ಐಜಿಗಳ ಸಭೆ ಮತ್ತು ಓರಿಯಂಟೇಶನ್ ಅನ್ನು ಎಫ್‌ಪಿಓ ಪ್ರಾಮುಖ್ಯತೆ, ಗುರಿ ನಿರ್ಮಾಣದ ಅಭ್ಯಾಸಕ್ಕಾಗಿ ಪ್ರಾರಂಭಿಸಿದೆ ಮತ್ತು ಪ್ರವರ್ತಕ ರೈತರುಗಳ ಜ್ಞಾನ ವೃದ್ಧಿಯ ಭೇಟಿ (v) ಹೆಚ್ಚುವರಿ, ಕೊರತೆ ಮತ್ತು ಇರುವ ಅಂತರದೊಂದಿಗೆ ಬೆಳೆ-ಪ್ರಕಾರದ ಮನೆಯ ಮಾಹಿತಿಯನ್ನು ನಿರ್ಮಿಸುವುದು (vi) ಎಫ್‌ಪಿಓ ಕೃಷಿ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆ ಪ್ರಾರಂಭಿಸಿದೆ	(i) ಕನಿಷ್ಠ 5 ಗ್ರಾಮ ಮಟ್ಟದ ಕೃಷಿ ವ್ಯವಹಾರ ಸಾಧ್ಯತೆ, ಅಂತರದ ವಿಶ್ಲೇಷಣೆ ಅಭ್ಯಾಸ ಮಾಡಲಾಗಿದೆ. (ii) ಮಾಹಿತಿಯನ್ನು ದಾಖಲಾತಿಗೊಳಿಸಲಾಗಿದೆ ಮತ್ತು ವ್ಯವಹಾರ ಯೋಜನೆಯ ಕರಡು ತಯಾರಿಸಲಾಗಿದೆ ಮತ್ತು ಎಫ್‌ಐಜಿ ಸದಸ್ಯರೊಂದಿಗೆ ಹಂಚಿಕೊಳ್ಳಲಾಗಿದೆ (iii) ವ್ಯವಹಾರ ಯೋಜನೆಯ ಕುರಿತಾಗಿ ಪ್ರಮುಖರಿಗೆ/ಪ್ರವರ್ತಕ ರೈತರುಗಳಿಗೆ 2 ಮಾಡ್ಯುಲೇಟ್ ಮಾಡಿದ ತರಬೇತಿಗಳನ್ನು ನೀಡಲಾಗಿದೆ (iv) ಕನಿಷ್ಠ 250 ರೈತರುಗಳಿಂದ ಪಾಲಿನ ಹಣವನ್ನು ಸಂಗ್ರಹಿಸಲಾಗಿದೆ (v) ಒಟ್ಟಾರೆ ಕ್ರಿಯೆಗಾಗಿ ಎಫ್‌ಐಜಿಗಳು ಕೆಲವು ಟ್ರೆಂಡ್‌ಗಳು/ಸೂಚಕಗಳನ್ನು ತೋರಿಸಿವೆ (vi) ಎಫ್‌ಪಿಓ/ಸಮಷ್ಟಿ ವ್ಯವಸ್ಥೆಯನ್ನು ಸಿದ್ಧಪಡಿಸಲಾಗಿದೆ (ಪರಿಶೀಲನೆ ಪಟ್ಟಿ ಒದಗಿಸಲಾಗಿದೆ) ರೈತರುಗಳ ವಿವರವಾದ ಮಾಹಿತಿ ಪಟ್ಟಿ ತಯಾರಿಸಲಾಗಿದೆ (vii) 500 ರೈತರುಗಳಿಂದ ಪಾಲಿನ ಹಣವನ್ನು ಸಂಗ್ರಹಿಸಲಾಗಿದೆ	(i) ಎಫ್‌ಐಜಿ ಸಭೆ ರಿಜಿಸ್ಟಾರ್‌ಗಳು ಮತ್ತು ಶೇರುದಾರರ ಪಟ್ಟಿ ಸಿದ್ಧಪಡಿಸಲಾಗಿದೆ (ii) ಎಫ್‌ಪಿಓ ಮಟ್ಟದಲ್ಲಿ ವ್ಯವಹಾರ ಯೋಜನೆ ಲಭ್ಯವಿದೆ ಮತ್ತು ಕನಿಷ್ಠ 10% ಪ್ರವರ್ತಕರಿಗೆ ತಿಳಿದಿದೆ (iii) ರೈತರುಗಳ ಮಾಹಿತಿ ಪಟ್ಟಿ ಸಿದ್ಧಪಡಿಸಲಾಗಿದೆ (iv) ಎಫ್‌ಉತ್ಪಾದಕರ ಕಂಪನಿ ಖಾತೆಗಳ ಸ್ಟೇಟ್‌ಮೆಂಟ್ (v) ವಾರ್ಷಿಕ ವರದಿ	20 %

Time-line	Key Activities	Deliverables	Means of Verification	Payment
18 Month	**Stage Four: FPO formation Stage** (i) Identification of FPO promoters by FIGs (ii) Initiation of statutory process required for formation of FPO like attainment of PAN, DIN of Directors etc (iii) Stabilize New Surplus Production System & Farmers in 2nd Crop Cycle (iv) Finalizing list of FIG members willing to join FPOs and start share money collection (v) Membership drive continues and framing of Bye-laws/MoA /AoA, incorporation of FPO (vi) Training of FIG members promoters on FPOs	(i) Demonstration of Farmer Patronage to Project Concept (70% repeat farmers (ii) Collectivization arrangements (FPO) Instituted (iii) Share money from 750 farmers collected (iv) Institutional Arrangements for Market Access Placed (v) Training conducted for farmers	(i) Demo Farmers List (ii) Minutes of FG and associative tier meetings, photographs (iii) List of shareholders	10%
24 Month	**Stage Five: (FPO establishment stage)** (i) Physical establishment of FPO (ii) CB & inputs need assessment (iii) Strengthening FPO – providing services for system development (Operating System, MIS, HR), (iv) Business Planning Exercise Market Linkages for Produce (v) Interface with buyers/ marketers (vi) Increasing FPO's equity though matching grants from SFAC	(i) FPOs established, office/outlets opened (ii) FPO/Collective/ Aggregation Structure Placed (iii) FIG members deposited their share money (iv) Certificate of FPO incorporation awarded (v) 1st General Body Meeting conducted within 90 days of incorporation (vi) FPOs have formally applied to SFAC for equity matching grants (vii) FPOs successfully passed in due diligence report prepared by Charter Accountants and submitted to SFAC	(i) Minutes of meeting FIG subscription to FPO/ collective (ii) Registration & Compliances (iii) Business Plan with key business processes (iv) List of buyers consulted, meeting report & outcome (MoU on price, volume and grading (v) Minutes of BoDs register (vi) Due diligence report submitted to SFAC and matching grant released to FPOs	10%
30 Month	**Stage Six:** (i) Implementation of business plan of FPO	Business Plan (i) Min 25% business activities executed as per plan (ii) Statutory Clearance obtained required to carry out business activities (iii) Operating System grounded (iv) Minimum 10% target farmers accessed improved agriculture services including better access to market	(i) Business Plan – including financing plan (ii) Regulatory approvals for FPO activities (iii) Certificates from concern apartments obtained (iv) Farmers Field Book (FFB) (v) Increased business turnover of FPOs and reflected in MIS and Balance sheet (vi) Pre project ends report)	20%
36 Months	**Stage Seven : Phase-out Systems for post-project sustainability**	(i) Agreement executed between RI & LPO for longterm support (ii) BoDs passed resolution for long term agreement (iii) FPCs & shareholders have started getting income from the business activities and showing growth track (iv) FPOs are regular in BoD meetings, AGM, internal Audits and Statutory Audits with minimum deviation	(i) Copy of Agreement (ii) Minutes of BoD Register (iii) FPCs balance sheet (iv) BoD, AGM registers and Satisfactory Reports of Auditors (v) Project ends report	20%

ಸಮ-ಯಾವಧಿ	ಪ್ರಮುಖ ಚಟುವಟಿಕೆಗಳು	ವಿತರಣೆಗಳು	ಪರಿಶೀಲನೆಯ ಮಾರ್ಗ	ಪಾವತಿ
18 ತಿಂಗಳು	**ಹಂತ ನಾಲ್ಕು: ಎಫ್‌ಪಿಓ ರಚನೆ ಹಂತ** (i) ಎಫ್‌ಐಜಿಗಳಿಂದ ಎಫ್‌ಪಿಓ ಪ್ರವರ್ತಕರ ಗುರುತಿಸುವಿಕೆ (ii) ನಿರ್ದೇಶಕರುಗಳ ಪ್ಯಾನ್, ಡಿನ್ ಪಡೆದುಕೊಳ್ಳುವಂತಹ ಹಾಗೂ ಇತರವುಗಳಂತಹ ಎಫ್‌ಪಿಓ ನಿರ್ಮಾಣಕ್ಕೆ ಅಗತ್ಯವಿರುವ ಕಾನೂನುಬದ್ಧ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆಗಳ ಪ್ರಾರಂಭಿಸುವಿಕೆ (iii) ಹೊಸ ಅಧಿಕ ಉತ್ಪಾದನೆ ವ್ಯವಸ್ಥೆ ಮತ್ತು ಎರಡನೆ ಬೆಳೆ ಆವರ್ತನೆಯಲ್ಲಿ ರೈತರುಗಳನ್ನು ಸ್ಥಿರೀಕರಣಗೊಳಿಸುವಿಕೆ (iv) ಎಫ್‌ಪಿಓ ಸೇರಲು ಬಯಸುವ ಎಫ್‌ಐಜಿ ಸದಸ್ಯರುಗಳ ಪಟ್ಟಿ ಅಂತಿಮಗೊಳಿಸುವಿಕೆ ಮತ್ತು ಪಾಲಿನ ಹಣವನ್ನು ಸಂಗ್ರಹಿಸುವುದನ್ನು ಪ್ರಾರಂಭಿಸುವುದು (v) ಸದಸ್ಯರ ಸೇರ್ಪಡೆ ಅಭಿಯಾನ ಮತ್ತು ಬೈಲಾಗಳು/ಎಂಓಎ/ಎಓಎ, ಎಫ್‌ಪಿಓ ಅಳವಡಿಸಿಕೊಳ್ಳುವಿಕೆ ಮುಂದುವರಿಯುತ್ತದೆ (vi) ಎಫ್‌ಪಿಓಗಳಲ್ಲಿ ಎಫ್‌ಐಜಿ ಸದಸ್ಯರ ಪ್ರವರ್ತಕರ ತರಬೇತಿ	(i) ಯೋಜನೆ ಕಲ್ಪನೆಗೆ ರೈತ ಪೋಷಕರ ಪ್ರದರ್ಶನ (70% ಪುನರಾವರ್ತನೆ ರೈತರುಗಳು) (ii) ಒಟ್ಟುಗೂಡಿಸುವಿಕೆ ವ್ಯವಸ್ಥೆಗಳನ್ನು (ಎಫ್‌ಪಿಓ) ಸ್ಥಾಪಿಸಲಾಗಿದೆ (iii) 750 ರೈತರುಗಳಿಂದ ಪಾಲಿನ ಹಣ ಸಂಗ್ರಹಿಸಲಾಗಿದೆ (iv) ಮಾರ್ಕೆಟ್ ಪ್ರವೇಶಕ್ಕೆ ಸಾಂಸ್ಥಿಕ ವ್ಯವಸ್ಥೆಗಳನ್ನು ಕಲ್ಪಿಸಲಾಗಿದೆ (v) ರೈತರುಗಳಿಗೆ ತರಬೇತಿಯನ್ನು ನಡೆಸಲಾಗಿದೆ	(i) ರೈತರುಗಳ ಪಟ್ಟಿಯ ಪ್ರದರ್ಶನ (ii) ಎಫ್‌ಜಿ ಮತ್ತು ಸಂಬಂಧಿತ ಟಯರ್ ಸಭೆಗಳ ವಿವರಗಳು, ಛಾಯಾಚಿತ್ರಗಳು (iii) ಶೇರುದಾರರ ಪಟ್ಟಿ	10 %
24 ತಿಂಗಳು	**ಹಂತ ಐದು: (ಎಫ್‌ಪಿಓ ಸ್ಥಾಪನೆ ಹಂತ)** (i) ಎಫ್‌ಪಿಓಗಳ ಭೌತಿಕ ಸ್ಥಾಪನೆ (ii) ಸಿಬಿ ಮತ್ತು ಒಳಾಂಶಗಳ ಅಗತ್ಯತೆಯ ಮೌಲ್ಯಮಾಪನ (iii) ಎಫ್‌ಪಿಓ ಬಲಗೊಳಿಸುವಿಕೆ- ವ್ಯವಸ್ಥೆ ಬೆಳವಣಿಗೆಗಾಗಿ ಸೇವೆಗಳನ್ನು ಒದಗಿಸುವುದು (ಆಪರೇಟಿಂಗ್ ಸಿಸ್ಟಮ್, ಎಂಐಎಸ್, ಹೆಚ್‌ಆರ್), (iv) ವ್ಯವಹಾರ ಯೋಜನೆ ಅಭ್ಯಾಸ, ಉತ್ಪಾದನೆಗೆ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಸಂಪರ್ಕಗಳು (v) ಖರೀದಿದಾರರು/ಮಾರ್ಕೆಟರ್‌ಗಳೊಂದಿಗೆ ಸಂಪರ್ಕ (vi) ಎಸ್‌ಎಫ್‌ಎಸಿ ಇಂದ ಅನುದಾನಗಳನ್ನು ಹೊಂದಿಸುವ ಮೂಲಕ ಎಫ್‌ಪಿಓಗಳ ಈಕ್ವಿಟಿ ಹೆಚ್ಚಿಸುವುದು	(i) ಎಫ್‌ಪಿಓಗಳನ್ನು ಸ್ಥಾಪಿಸಲಾಗಿದೆ, ಕಚೇರಿ/ಔಟ್‌ಲೆಟ್‌ಗಳನ್ನು ತೆರೆಯಲಾಗಿದೆ (ii) ಎಫ್‌ಪಿಓ/ಒಟ್ಟಾರೆ ವಿಭಾಗ/ಏಕೀಕೃತ ರಚನೆಯನ್ನು ಸ್ಥಾಪಿಸಲಾಗಿದೆ (iii) ಎಫ್‌ಐಜಿ ಸದಸ್ಯರು ತಮ್ಮ ಪಾಲಿನ ಹಣವನ್ನು ಜಮಾ ಮಾಡಿದ್ದಾರೆ (iv) ಎಫ್‌ಪಿಓ ಸ್ಥಾಪನೆಯ ಪ್ರಮಾಣಪತ್ರವನ್ನು ನೀಡಲಾಗಿದೆ (v) ಸ್ಥಾಪನೆಯ 90 ದಿನಗಳ ಒಳಗೆ ಮೊದಲನೇ ಸಾಮಾನ್ಯ ಸಭೆಯನ್ನು ನಡೆಸಲಾಗಿದೆ (vi) ಈಕ್ವಿಟಿ ಹೊಂದಾಣಿಕೆಯ ಅನುದಾನಗಳಿಗೆ ಎಫ್‌ಪಿಓಗಳು ಔಪಚಾರಿಕವಾಗಿ ಅರ್ಜಿ ಸಲ್ಲಿಸಿವೆ (vii) ಚಾರ್ಟರ್ ಅಕೌಂಟೆಂಟ್‌ಗಳು ತಯಾರಿಸಿದ ಉದ್ಯೋಗಶೀಲತೆಯ ವರದಿಯಲ್ಲಿ ಎಫ್‌ಪಿಓಗಳ ಯಶಸ್ವಿಯಾಗಿ ಉತ್ತೀರ್ಣರಾಗಿದ್ದಾರೆ ಮತ್ತು ಎಸ್‌ಎಫ್‌ಎಸಿ ವ್ಯವಹಾರ ಯೋಜನೆಗೆ ಸಲ್ಲಿಸಲಾಗಿದೆ	(i) ಸಭೆಯ ವಿವರಗಳು, ಎಫ್‌ಪಿಓ/ಸಮಷ್ಟಿ ವ್ಯವಸ್ಥೆಗೆ ಎಫ್‌ಐಜಿ ಚಂದಾದಾರಿಕೆ (ii) ನೋಂದಣಿ ಮತ್ತು ಅನುಸರಣೆ (iii) ಪ್ರಮುಖ ವ್ಯವಹಾರ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆಗಳೊಂದಿಗೆ ವ್ಯವಹಾರ ಯೋಜನೆ (iv) ಸಮಾಲೋಚನೆ ನಡೆಸಿದ ಖರೀದಿದಾರರ ಪಟ್ಟಿ, ಸಭೆಯ ವರದಿ ಮತ್ತು ಫಲಿತಾಂಶ (ದರದ ಕುರಿತಾಗಿ ಎಂಓಯು, ಪ್ರಮಾಣ ಮತ್ತು ಗ್ರೇಡಿಂಗ್) (v) ಬಿಓಡಿಗಳ ವಿವರಗಳ ರಿಜಿಸ್ಟರ್ (vi) ಎಸ್‌ಎಫ್‌ಎಸಿಗೆ ಕಾರ್ಯಶೀಲತೆಯ ವರದಿಯನ್ನು ಸಲ್ಲಿಸಲಾಗಿದೆ ಮತ್ತು ಎಫ್‌ಪಿಓಗಳಿಗೆ ಹೊಂದಾಣಿಕೆಯ ಅನುದಾನ ನೀಡಲಾಗಿದೆ	10 %
30 ತಿಂಗಳು	**ಹಂತ ಆರು:** (i) ಎಫ್‌ಪಿಓ ವ್ಯವಹಾರ ಯೋಜನೆಯ ಜಾರಿ	(i) ಯೋಜನೆಯ ಪ್ರಕಾರ ಕನಿಷ್ಠ 25% ವ್ಯವಹಾರ ಚಟುವಟಿಕೆಗಳನ್ನು ಕಾರ್ಯಗತಗೊಳಿಸಲಾಗಿದೆ (ii) ವ್ಯವಹಾರ ಚಟುವಟಿಕೆಗಳನ್ನು ನಿರ್ವಹಣೆ ಮಾಡಲು ಅಗತ್ಯವಾದ ಶಾಸನಬದ್ಧ ಪರವಾನಗಿಯನ್ನು ಪಡೆದುಕೊಳ್ಳಲಾಗಿದೆ (iii) ಆಪರೇಟಿಂಗ್ ಸಿಸ್ಟಂ ಸ್ಥಾಪಿಸಲಾಗಿದೆ (iv) ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗೆ ಉತ್ತಮ ಪ್ರವೇಶ ಹೊಂದುವುದನ್ನು ಒಳಗೊಂಡು ಕನಿಷ್ಠ 10% ರೈತರು ಸುಧಾರಿತ ಕೃಷಿ ಸೇವೆಗಳನ್ನು ಪಡೆದುಕೊಂಡಿದ್ದಾರೆ	(i) ವ್ಯವಹಾರ ಯೋಜನೆ – ಹಣಕಾಸು ಯೋಜನೆ ಒಳಗೊಂಡು (ii) ಎಫ್‌ಪಿಓ ಚಟುವಟಿಕೆಗಳಿಗೆ ನಿಯಂತ್ರಣ ಅನುಮೋದನೆಗಳು (iii) ಸಂಬಂಧಿತ ಇಲಾಖೆಗಳಿಂದ ಪ್ರಮಾಣಪತ್ರಗಳನ್ನು ಪಡೆದುಕೊಳ್ಳಲಾಗಿದೆ (iv) ರೈತರುಗಳ ಕ್ಷೇತ್ರ ಬ್ಲಾಕ್ (ಎಫ್‌ಇಬಿ) (vಎಫ್‌ಪಿಓಗಳ ಹೆಚ್ಚಿನ ವ್ಯವಹಾರದ ವಹಿವಾಟು ಮತ್ತು ಇದು ಎಂಐಎಸ್ ಮತ್ತು ಬ್ಯಾಲೆನ್ಸ್ ಶೀಟ್‌ನಲ್ಲಿ ಪ್ರತಿಬಿಂಬಿತವಾಗಿದೆ (vi) ಯೋಜನೆ ಮುಕ್ತಾಯದ ಮುಂಚಿನ ವರದಿ)	20 %
36 ತಿಂಗಳುಗಳು	**ಹಂತ ಏಳು : ಯೋಜನೆ ನಂತರದ ಸ್ಥಿರತೆಗಾಗಿ ಫೇಸ್-ಔಟ್ ವ್ಯವಸ್ಥೆಗಳು**	(i) ದೀರ್ಘಾವಧಿಯ ಬೆಂಬಲಕ್ಕಾಗಿ ಆರ್‌ಐ ಮತ್ತು ಎಲ್‌ಪಿಓ ನಡುವೆ ಕಾರ್ಯಗತಗೊಳಿಸಿದ ಒಪ್ಪಂದ (ii) ದೀರ್ಘಾವಧಿಯ ಒಪ್ಪಂದಕ್ಕಾಗಿ ಬಿಓಡಿಎಸ್ ನಿರ್ಣಯವನ್ನು ಕೈಗೊಂಡಿದೆ (iii) ಎಫ್‌ಉತ್ಪಾದಕರ ಕಂಪನಿ ಗಳು ಮತ್ತು ಶೇರುದಾರರು ವ್ಯವಹಾರ ಚಟುವಟಿಕೆಗಳಿಂದ ಆದಾಯ ಪಡೆಯಲು ಪ್ರಾರಂಭಿಸಿದ್ದಾರೆ ಮತ್ತು ಬೆಳವಣಿಗೆಯನ್ನು ತೋರಿಸುತ್ತಿದ್ದಾರೆ (iv) ಬಿಓಡಿ ಸಭೆಗಳು, ಎಜಿಎಮ್, ಆಂತರಿಕ ಲೆಕ್ಕಪರಿಶೋಧನೆ ಮತ್ತು ಶಾಸನಬದ್ಧ ಲೆಕ್ಕಪರಿಶೋಧನೆಗಳಲ್ಲಿ ಕನಿಷ್ಠ ವ್ಯತ್ಯಾಸದೊಂದಿಗೆ ಎಫ್‌ಪಿಓಗಳ ನಿಯಮಿತವಾಗಿದ್ದಾರೆ	(i) ಒಪ್ಪಂದದ ಪ್ರತಿ (ii) ಬಿಓಡಿ ರಿಜಿಸ್ಟರ್‌ನ ವಿವರಗಳು (iii) ಎಫ್‌ಉತ್ಪಾದಕರ ಕಂಪನಿ ಗಳ ಬ್ಯಾಲೆನ್ಸ್ ಶೀಟ್ (iv) ಬಿಓಡಿ, ಎಜಿಎಮ್ ರಿಜಿಸ್ಟರ್‌ಗಳು ಮತ್ತು ಲೆಕ್ಕ ಪರಿಶೋಧಕರ ತೃಪ್ತಿಕರ ವರದಿಗಳು (v) ಯೋಜನೆ ಮುಕ್ತಾಯ ವರದಿ	20 %

FPOs mobilized and registered will be purely member-owned farmer bodies and will not be considered Government owned or Government promoted institutions. Hence grants provided in the equity of FPOs are one-time support measures designed to ensure the viability of FPOs.

Funding to the RIs is strictly for mobilization of FPOs and no further support for meeting recurring liability of any kind will be provided beyond the period specified for the project. All staff engaged during the project period will be contracted by the RI and will not have any claim whatsoever on the government.

The RI shall not be entitled to sublet the work assigned to it to any other agency.

This MOU will be deemed as complete only after the project end report is approved by State Government.

DISPUTE RESOLUTION

A Joint Committee comprising of MD SFAC or Secretary of the State Govt. (in case the work of FPO promotion has been directly contracted by a State Govt.) and CEO of RI will discuss disputes and resolve them amicably in the best interests of the project through consensus. In case they are not able to reach a consensus, then the procedure laid down under the Indian Arbitration Act will be followed for resolving the dispute.

In witness thereof the parties hereto have signed this MOA on the date, month and year mentioned against their respective signatures.

For Resource Institution **For Promoting Organisation**

Witness **Witness**

ಒಟ್ಟುಗೂಡಿಸಿದ ಮತ್ತು ನೋಂದಾಯಿಸಿದ ಎಫ್‌ಪಿಓಗಳು ಸ್ಪಷ್ಟವಾಗಿ ಸದಸ್ಯ-ಮಾಲೀಕತ್ವದ ರೈತರ ಸಂಸ್ಥೆಗಳಾಗಿರುತ್ತವೆ ಮತ್ತು ಇವುಗಳನ್ನು ಸರ್ಕಾರಿ ಮಾಲೀಕತ್ವದ ಅಥವಾ ಸರ್ಕಾರಿ ಪ್ರಾಯೋಜಿತ ಸಂಸ್ಥೆಗಳೆಂದು ಪರಿಗಣಿಸಲಾಗುವುದಿಲ್ಲ. ಆದ್ದರಿಂದ ಎಫ್‌ಪಿಓಗಳ ಈಕ್ವಿಟಿಯಲ್ಲಿ ಒದಗಿಸಿದ ಅನುದಾನಗಳು ಒಂದು-ಬಾರಿಯ ಬೆಂಬಲ ಕ್ರಮಗಳಾಗಿದ್ದು, ಎಫ್‌ಪಿಓಗಳ ನಿರ್ವಹಣೆಯನ್ನು ಖಾತ್ರಿಪಡಿಸಿಕೊಳ್ಳಲು ವಿನ್ಯಾಸಗೊಳಿಸಲಾಗಿದೆ.

ಆರ್‌ಐ ಗೆ ಧನ ಸಹಾಯವು ಕಡ್ಡಾಯವಾಗಿ ಎಫ್‌ಪಿಓಗಳ ಒಟ್ಟುಗೂಡಿಸುವಿಕೆಗಾಗಿ ಮಾತ್ರವಾಗಿದೆ ಮತ್ತು ಯೋಜನೆಗಾಗಿ ನಿರ್ದಿಷ್ಟಪಡಿಸಲಾದ ಅವಧಿಯನ್ನು ಮೀರಿ ಯಾವುದೇ ಪ್ರಕಾರದ ಆವರ್ತನೀಯ ಬಾಧ್ಯತೆಯನ್ನು ಪೂರೈಸಲು ಹೆಚ್ಚಿನ ಬೆಂಬಲವನ್ನು ನೀಡಲಾಗುವುದಿಲ್ಲ. ಯೋಜನೆಯ ಅವಧಿಯಲ್ಲಿ ತೊಡಗಿಸಿಕೊಂಡ ಎಲ್ಲಾ ಸಿಬ್ಬಂದಿಯನ್ನು ಆರ್‌ಐ ಗುತ್ತಿಗೆಗೆ ಪಡೆದುಕೊಂಡಿರುತ್ತದೆ ಮತ್ತು ಸರ್ಕಾರದಲ್ಲಿ ಯಾವುದೇ ಕ್ಲೇಮ್ ಅನ್ನು ಹೊಂದಿರುವುದಿಲ್ಲ.

ಆರ್‌ಐಗೆ ವಹಿಸಲಾದ ಕೆಲಸವನ್ನು ಇತರ ಯಾವುದೇ ಏಜೆನ್ಸಿಗೆ ಉಪಗುತ್ತಿಗೆಯನ್ನು ನೀಡಲು ಆರ್‌ಐ ಅರ್ಹವಾಗಿಲ್ಲ.

ರಾಜ್ಯ ಸರ್ಕಾರವು ಯೋಜನೆ ಮುಕ್ತಾಯದ ವರದಿಯನ್ನು ಅನುಮೋದಿಸಿದ ನಂತರವೇ ಈ ಎಂಓಯು ಅನ್ನು ಪೂರ್ಣವೆಂದು ಪರಿಗಣಿಸಲಾಗುತ್ತದೆ.

ವಿವಾದ ಪರಿಹಾರ

ಎಸ್‌ಎಫ್‌ಎಸಿಯ ಎಂಡಿ ಅಥವಾ ರಾಜ್ಯ ಸರ್ಕಾರದ ಕಾರ್ಯದರ್ಶಿಗಳು (ಒಂದು ವೇಳೆ ಎಫ್‌ಪಿಓ ಪ್ರಚಾರದ ಕಾರ್ಯವನ್ನು ರಾಜ್ಯ ಸರ್ಕಾರವು ನೇರವಾಗಿ ಗುತ್ತಿಗೆಗೆ ಪಡೆದುಕೊಂಡಿದ್ದಲ್ಲಿ) ಮತ್ತು ಆರ್‌ಐ ನ ಸಿಇಓಗಳನ್ನು ಒಳಗೊಂಡ ಜಂಟಿ ಸಮಿತಿಯು ವಿವಾದಗಳನ್ನು ಚರ್ಚಿಸುತ್ತದೆ ಮತ್ತು ಅವುಗಳನ್ನು ಸಹಮತದ ಮೂಲಕ ಯೋಜನೆಯ ಅತ್ಯುತ್ತಮ ಹಿತಾಸಕ್ತಿಯನ್ನು ಗಮನದಲ್ಲಿಟ್ಟುಕೊಂಡು ಸೌಹಾರ್ದದಿಂದ ಬಗೆಹರಿಸುತ್ತದೆ. ಒಂದು ವೇಳೆ ಅವರು ಸಹಮತಕ್ಕೆ ಬರಲಾಗದಿದ್ದರೆ, ಆಗ ವಿವಾದವನ್ನು ಪರಿಹರಿಸಲು ಭಾರತೀಯ ಮಧ್ಯಸ್ಥಿಕೆ ಕಾಯಿದೆಯ ಅಡಿಯಲ್ಲಿ ನಿರೂಪಿಸಲಾಗಿರುವ ಕಾರ್ಯವಿಧಾನವನ್ನು ಅನುಸರಿಸಲಾಗುತ್ತದೆ.

ಇಲ್ಲಿರುವ ಸಾಕ್ಷಿಯ ಸಮ್ಮುಖದಲ್ಲಿ ಪಕ್ಷಗಳು ಅವರ ಸಹಿಯ ಮುಂದೆ ನಮೂದಿಸಲಾಗಿರುವ ದಿನಾಂಕ, ತಿಂಗಳು ಮತ್ತು ವರ್ಷದಂದು ಈ ಎಂಓಯು ಗೆ ಸಹಿ ಮಾಡಿದ್ದಾರೆ.

ಸಂಪನ್ಮೂಲ ಸಂಸ್ಥೆಗಾಗಿ | **ಪ್ರವರ್ತಕ ಸಂಸ್ಥೆಗಾಗಿ**

ಸಾಕ್ಷಿ | **ಸಾಕ್ಷಿ**

3

RESOURCE HANDBOOK

for Establishing a Producer Company

ಸಂಪನ್ಮೂಲ ಕೈಪಿಡಿ

ಉತ್ಪಾದಕರ ಕಂಪನಿಯನ್ನು ಸ್ಥಾಪಿಸುವುದಕ್ಕಾಗಿ

ACKNOWLEDGEMENT

This manual has been developed by Action for Social Advancement (ASA), Bhopal and the institution has kindly permitted its inclusion in this document for wider circulation.

ಸ್ವೀಕೃತಿ

ಈ ಸಂಪನ್ಮೂಲ ಕೈಪಿಡಿಯನ್ನು ಆಕ್ಷನ್ ಫಾರ್ ಸೋಷಿಯಲ್ ಅಡ್ವಾನ್ಸ್‌ಮೆಂಟ್ (ಎಎಸ್‌ಎ), ಭೋಪಾಲ್ ಅಭಿವೃದ್ಧಿಪಡಿಸಿದೆ ಮತ್ತು ವ್ಯಾಪಕವಾದ ಪ್ರಚಾರಕ್ಕಾಗಿ ಅದರ ಸೇರ್ಪಡೆಯನ್ನು ಸಂಸ್ಥೆಯು ಅನುಮತಿಸಿದೆ.

INTRODUCTION

FOR THE PROMOTION OF FARMER PRODUCER ORGANISATIONS

The project of "Organic Production of Under utilized Medicinal, Aromatic and Natural Dye Plants Programme for Sustainable Livelihoods in South Asia" (MADP) is being implemented in India and Bhutan by the Food and Agriculture Organisation of the United Nations. The project is funded by a Technical Assistance Grant from the IFAD for conversion to organic farming systems incorporating MADPs (Medicinal, Aromatic and Natural Dyes) of the area; adding value on farm; processing for further value addition; establishing quality and traceability aspects of certification; formation of business platform of producers; marketing of the produce of all sites with primacy to meeting the needs of the community for nutrition, health, increased purchasing power and sustained livelihoods.

The FAO has sought the services of Action for Social Advancement (ASA), a non-governmental organisation, pioneer in setting up the Producer companies in India, to: prepare a resource book to guide the users on how to develop producer companies including financial and economic assessment before establishing a PC of small producers.

This resource book deals with the processes to be followed and preparations required to set up a producer company. The resource book is developed based on the experiences of ASA in developing a series of PCs in Madhya Pradesh and Bihar and from the lessons learnt during their feasibility assessment study of setting up a PC in a MADP project site at Karnataka.

As per the Terms of Reference (ToR) provides, the following aspects have been covered in this Resource book. The resource book contains four chapters. Chapter-1 deals with the generic issues in regard to need of farmers collectives, genesis of Producer Companies Act., key differences in characteristics between producer companies and cooperatives, Chapter-2 describes the processes need to be followed and the preparations required at the field level for the incorporation of the company. The chapter also focuses on the legal requirement for establishing a company and process involved in it. Chapter-3 assesses the working capital requirement and running costs for a producer company. Chapter-4 explains the process of developing business plan of producer companies taking into consideration of market and various financial assessment, and Chapter-5 provides some practical guidelines for the assessment of institutional health of the producer companies.

The whole idea behind this resource book is not to provide prescription, as the Producer Companies require context specific strategic interventions (like any other community institutions), which is best manoeuvred by the practitioners working in a given situation, but to provide a methodical guidelines in establishing a PC. Thus, this resource book should not be considered as a sole source of information. It is suggested that the interested users also seek details of legal compliances related with company affairs, available at the website of Ministry of Corporate Affairs (www.mca.gov.in).

ಪರಿಚಯ

ರೈತೋತ್ಪಾದಕ ಸಂಸ್ಥೆಗಳ ಪ್ರಚಾರಕ್ಕಾಗಿ

"ದಕ್ಷಿಣ ಏಷ್ಯಾದಲ್ಲಿ ಸ್ಥಿರ ಜೀವನಕ್ಕಾಗಿ ಕಡಿಮೆ ಬಳಕೆ ಮಾಡಲ್ಪಟ್ಟಿರುವ ವೈದ್ಯಕೀಯ, ಸುಗಂಧಿತ ಮತ್ತು ನೈಸರ್ಗಿಕ ವರ್ಣ ಸಸ್ಯಗಳ ಸಾವಯವ ಉತ್ಪಾದನೆಯ ಕಾರ್ಯಕ್ರಮ" (ಎಂಎಡಿಪಿ) ಅನ್ನು ಭಾರತ ಮತ್ತು ಭೂತಾನ್‌ನಲ್ಲಿ ವಿಶ್ವಸಂಸ್ಥೆಗಳ ಆಹಾರ ಮತ್ತು ಕೃಷಿ ಸಂಸ್ಥೆಯು ನಡೆಸುತ್ತಿದೆ. ಪ್ರದೇಶದ ಎಂಎಡಿಪಿಗಳನ್ನು (ವೈದ್ಯಕೀಯ, ಸುಗಂಧಿತ ಮತ್ತು ನೈಸರ್ಗಿಕ ವರ್ಣಗಳು) ಬಳಸಿಕೊಂಡು ಸಾವಯವ ಕೃಷಿ ಪದ್ಧತಿಗಳಿಗೆ ಬದಲಾಯಿಸಿಕೊಳ್ಳುವುದಕ್ಕಾಗಿ; ಕೃಷಿಗೆ ಮೌಲ್ಯವನ್ನು ನೀಡುವುದಕ್ಕಾಗಿ;ಹೆಚ್ಚಿನ ಮೌಲ್ಯ ವರ್ಧನೆಯನ್ನು ಪ್ರಕ್ರಿಯೆಗೊಳಿಸುವುದಕ್ಕಾಗಿ;ಪ್ರಮಾಣೀಕರಣದಗುಣಮಟ್ಟಮತ್ತು ಗುರುತಿಸುವ ಅಂಶಗಳನ್ನು ಸ್ಥಾಪಿಸುವುದಕ್ಕಾಗಿ; ಉತ್ಪಾದಕರ ವ್ಯವಹಾರ ವೇದಿಕೆಯನ್ನು ನಿರ್ಮಿಸುವುದಕ್ಕಾಗಿ;ಪೌಷ್ಟಿಕಾಂಶ, ಆರೋಗ್ಯ, ಹೆಚ್ಚಿನ ಖರೀದಿ ಸಾಮರ್ಥ್ಯ ಮತ್ತು ಸ್ಥಿರ ಜೀವನಕ್ಕಾಗಿ ಸಮುದಾಯದ ಅಗತ್ಯತೆಗಳನ್ನು ಪೂರೈಸುವ ಉದ್ದೇಶದೊಂದಿಗೆ ಈ ಯೋಜನೆಗೆ ಐಎಫ್‌ಎಡಿಯಿಂದ ತಾಂತ್ರಿಕ ಸಹಾಯ ಧನ ನೀಡಲಾಗುತ್ತಿದೆ.

ಸಣ್ಣ ಉತ್ಪಾದಕರ ಉತ್ಪಾದಕರ ಕಂಪನಿ ಅನ್ನು ಸ್ಥಾಪಿಸುವ ಮೊದಲು ಹಣಕಾಸು ಮತ್ತು ಆರ್ಥಿಕ ನಿರ್ಧಾರಣೆಯನ್ನು ಒಳಗೊಂಡು ಉತ್ಪಾದಕರ ಕಂಪನಿಯನ್ನು ಹೇಗೆ ಸ್ಥಾಪಿಸುವುದೆಂಬ ಬಗ್ಗೆ ಬಳಕೆದಾರರಿಗೆ ಮಾರ್ಗದರ್ಶನ ನೀಡಲಾಗುವಂತೆ ಸಂಪನ್ಮೂಲ ಕೈಪಿಡಿಯನ್ನು ಸಿದ್ಧಪಡಿಸಲು ಭಾರತದಲ್ಲಿ ಉತ್ಪಾದಕರ ಕಂಪನಿಗಳನ್ನು ನಿರ್ಮಿಸುವಲ್ಲಿ ಅಗ್ರಗಣ್ಯರಾದ ಸರ್ಕಾರೇತರ ಕಂಪನಿಯಾದ ಆಕ್ಷನ್ ಫಾರ್ ಸೋಷಿಯಲ್ ಅಡ್ವಾನ್ಸ್‌ಮೆಂಟ್ (ಎಎಸ್‌ಎ) ಸೇವೆಯನ್ನು ಎಫ್‌ಎಓ ಕೋರಿದೆ.

ಈ ಸಂಪನ್ಮೂಲ ಪುಸ್ತಕವು ಉತ್ಪಾದಕ ಕಂಪನಿಯನ್ನು ಸ್ಥಾಪಿಸಲು ಅನುಸರಿಸಬೇಕಾದ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆಗಳು ಮತ್ತು ಬೇಕಾದ ಸಿದ್ಧತೆಗಳ ಬಗ್ಗೆ ಮಾಹಿತಿ ನೀಡುತ್ತದೆ. ಮಧ್ಯಪ್ರದೇಶ ಮತ್ತು ಬಿಹಾರದಿಂದ ಸಾಕಷ್ಟು ಉತ್ಪಾದಕರ ಕಂಪನಿ ಗಳನ್ನು ಅಭಿವೃದ್ಧಿಗೊಳಿಸುವಲ್ಲಿ ಎಎಸ್‌ಎ ಪಡೆದ ಅನುಭವ ಮತ್ತು ಕರ್ನಾಟಕದಲ್ಲಿ ಎಂಎಡಿಪಿ ಯೋಜನಾ ಕ್ಷೇತ್ರದಲ್ಲಿ ಉತ್ಪಾದಕರ ಕಂಪನಿ ಸ್ಥಾಪಿಸುವಲ್ಲಿ ಕೈಗೊಂಡ ಅವರ ಅನುಕೂಲತೆಯ ಮೌಲ್ಯಮಾಪನದ ಸಂದರ್ಭದಲ್ಲಿ ಕಲಿತ ಸಂಗತಿಗಳ ಅನುಭವದ ಆಧಾರದಲ್ಲಿ ಈ ಸಂಪನ್ಮೂಲ ಪುಸ್ತಕವನ್ನು ಅಭಿವೃದ್ಧಿಗೊಳಿಸಲಾಗಿದೆ.

ಉಲ್ಲೇಖದ ನಿಯಮಗಳ (ಟಿಓಆರ್) ಒದಗಿಸುವವರ ನಿಯಮಗಳ ಪ್ರಕಾರ, ಈ ಸಂಪನ್ಮೂಲ ಪುಸ್ತಕವು ಮುಂದಿನ ಅಂಶಗಳನ್ನು ಒಳಗೊಂಡಿದೆ. ಸಂಪನ್ಮೂಲ ಪುಸ್ತಕವು ನಾಲ್ಕು ಅಧ್ಯಾಯನಗಳನ್ನು ಒಳಗೊಂಡಿದೆ. ಅಧ್ಯಾಯ 1 - ರೈತರು ಸಂಘಟಿತರಾಗುವ ಅಗತ್ಯತೆ, ಉತ್ಪಾದಕರ ಕಂಪನಿಗಳ ಕಾಯಿದೆಯ ಹುಟ್ಟು, ಉತ್ಪಾದಕ ಕಂಪನಿಗಳು ಮತ್ತು ಸಹಕಾರಿ ಸಂಸ್ಥೆಗಳ ನಡುವಿನ ಗುಣಲಕ್ಷಣಗಳ ವ್ಯತ್ಯಾಸ ಇವುಗಳಿಗೆ ಸಂಬಂಧಿಸಿದ ವಿಷಯವನ್ನು ಒಳಗೊಂಡಿರುತ್ತದೆ, ಅಧ್ಯಾಯ-2 ಅನುಸರಿಸಬೇಕಾದ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆಗಳು ಮತ್ತು ಕಂಪನಿಯ ಸ್ಥಾಪನೆಗಾಗಿ ಕ್ಷೇತ್ರ ಮಟ್ಟದಲ್ಲಿ ಬೇಕಾದ ಸಿದ್ಧತೆಗಳನ್ನು ವಿವರಿಸುವುದರ ಜೊತೆಗೆ ಈ ಅಧ್ಯಾಯವು ಕಂಪನಿಯನ್ನು ಸ್ಥಾಪಿಸಲು ಅಗತ್ಯವಾದ ಕಾನೂನು ಅಗತ್ಯತೆ ಮತ್ತು ಅದರಲ್ಲಿನ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆಗಳ ಕುರಿತು ಸಹ ತಿಳಿಸುತ್ತದೆ. ಅಧ್ಯಾಯ 3 ಅಗತ್ಯವಾದ ಕಾರ್ಯನಿರ್ವಹಣೆ ಬಂಡವಾಳ ಮತ್ತು ಉತ್ಪಾದಕ ಕಂಪನಿಗಳ ನಿರ್ವಹಣಾ ವೆಚ್ಚದ ಕುರಿತು ಮೌಲ್ಯಮಾಪನ ಮಾಡುತ್ತದೆ. ಅಧ್ಯಾಯ 4 ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಮತ್ತು ವಿವಿಧ ಹಣಕಾಸು ಅಂಶಗಳನ್ನು ಪರಿಗಣಿಸಿಕೊಂಡು ಉತ್ಪಾದಕ ಕಂಪನಿಗಳನ್ನು ಅಭಿವೃದ್ಧಿಪಡಿಸುವಲ್ಲಿನ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆಗಳನ್ನು ವಿವರಿಸುತ್ತದೆ. ಅಧ್ಯಾಯ 5 ಉತ್ಪಾದಕ ಕಂಪನಿಗಳ ಸಾಂಸ್ಥಿಕ ಆರೋಗ್ಯದ ಮೌಲ್ಯಮಾಪನಕ್ಕಾಗಿ ಕೆಲವು ಪ್ರಾಯೋಗಿಕ ಮಾರ್ಗದರ್ಶಿಗಳನ್ನು ಒದಗಿಸುತ್ತದೆ.

ಉತ್ಪಾದಕ ಕಂಪನಿಗಳಿಗೆ ಸಂದರ್ಭಕ್ಕೆ ತಕ್ಕನಾಗಿ ಯೋಜನಾ ನೀತಿಗಳು (ಇತರ ಯಾವುದೇ ಸಮುದಾಯ ಸಂಸ್ಥೆಗಳಂತೆಯೇ) ಅಗತ್ಯವಿದ್ದು ಇದನ್ನು ಸಂಬಂಧಿತ ಸಂಸ್ಥೆಗಳಲ್ಲಿ ಅಭ್ಯಾಸ ಮಾಡುತ್ತಿರುವವರು ಅತ್ಯುತ್ತಮವಾಗಿ ನಿರ್ವಹಣೆ ಮಾಡುತ್ತಾರೆ. ಆದ್ದರಿಂದ ಈ ಸಂಪನ್ಮೂಲ ಪುಸ್ತಕದ ಮೂಲ ಆಲೋಚನೆಯು ಸಲಹಾ ವಸ್ತುವನ್ನು ಒದಗಿಸುವುದಲ್ಲ, ಆದರೆ ಉತ್ಪಾದಕರ ಕಂಪನಿ ಸ್ಥಾಪನೆ ಮಾಡುವಲ್ಲಿ ಕ್ರಮಬದ್ಧವಾದ ಮಾರ್ಗದರ್ಶಿಗಳನ್ನು ಒದಗಿಸುವುದಾಗಿದೆ. ಆದ್ದರಿಂದ ಈ ಸಂಪನ್ಮೂಲ ಪುಸ್ತಕವನ್ನೇ ಮಾಹಿತಿಯ ಮೂಲವಾಗಿ ಪರಿಗಣಿಸಬಾರದು. ಆಸಕ್ತ ಬಳಕೆದಾರರು ಕಾರ್ಪೊರೇಟ್ ವ್ಯವಹಾರದ ಸಚಿವಾಲಯದ ವೆಬ್‌ಸೈಟ್‌ನಲ್ಲಿಯೂ (www.mca.gov.in) ಕಂಪನಿ ವ್ಯವಹಾರಕ್ಕೆ ಸಂಬಂಧಿಸಿದ ಕಾನೂನು ಅನುಸರಣೆಗಳ ವಿವರಗಳನ್ನು ಕೋರುವಂತೆ ಸಲಹೆ ನೀಡಲಾಗಿದೆ.

CHAPTER 1

PRODUCER COMPANIES

CONCEPT AND PRACTICES

(The chapter deals with the generic issues in regard to need of farmer's collectives, genesis of Producer Companies Act., key differences in characteristics between producer companies and cooperatives and experience of ASA[1] in establishing producer companies)

1.1 BACKGROUND:

The growth rate of agriculture in India over the last decade has been stagnating and has gone down to 1.8% in 2006. On the other hand industrial growth has been buoyant at more than 9%. Such skewed growth rates are a matter of serious concern for planners and policy makers of the country at the highest level.

While growth in green revolution areas are stagnating, hardly any progress has been made in about 60% of the cultivable land, which is still under rain fed farming. The country finds itself in a difficult situation in meeting the food and nutrient security of its one billion plus population. Clearly Indian Agriculture is at the crossroads and only radical and innovative policies will help to pull the country out of an impending crisis of enormous proportions. A much discussed current topic in Indian agriculture is how to integrate the farmers, especially the small farmers with the value chain so that the net return at the farmers end is remunerative enough for the farmers to remain interested in agriculture.

India has over 92 million small holdings or nearly 21% of the world's small holdings of 450 million, the second largest after China (Oksana Nagayets, IFPRI, 2005)1. The challenge is therefore enormous for India to ensure that small holdings are truly productive and are the main source of livelihoods for millions of people dependent on it.

Several institutional models are being tried in India to integrate farmers with the value chain. The most common model is the producer's cooperatives, which enable farmers to organise themselves as collectives. The cooperatives are registered with the Registrar of Cooperative Societies. India has a large number of cooperative institutions in a vast range of enterprise sectors. The cooperative experience in India has not been a very pleasant one, as cooperatives have largely been state promoted, with a focus on welfare rather than to do business on commercial lines.

In 2002, through an amendment in the Indian Companies Act. 1956, the Government of India (GoI) enacted the Producer companies Act. by incorporating a new section IXA in the Indian Companies Act.1956 based on the recommendations of the Y.K. Alagh Committee set up for this purpose. The producer companies are incorporated with the Registrar of Company (RoC). The objective of the Government of India for such an initiative was to formulate a legislation that would enable incorporation of cooperatives as companies and conversion of existing cooperatives into companies, while ensuring that the unique elements of the cooperative business remain intact in the new legislation.

A PC is formed with the equity contribution by the members. The day to day operation is expected to be managed by the professionals, hired from outside, under the direction of the Board of Directors (BoD) elected/ selected by the General body of the PC for a specific tenure.

Since farmers or the producers are the equity holders of the company, a PC as an organisation provides an appropriate framework for owning the company by the producers themselves. The need to organise farmers, especially the small holders, is a well established fact. The basic purpose of the PC is to collectivise small farmers or producers for (a) backward linkage for inputs like seeds, fertilisers, credit, insurance, knowledge and extension services and (b) forward linkages such as collective marketing, processing, market led

[1] Action for Social Advancement (ASA), an NGO based in Bhopal, M.P. is one of the pioneering organization in establishing PCs with small farmers for agribusiness in Madhya Pradesh and Bihar.

ಅಧ್ಯಾಯ 1

ಉತ್ಪಾದಕರ ಕಂಪನಿಗಳು

ಪರಿಕಲ್ಪನೆಗಳು ಮತ್ತು ಅಭ್ಯಾಸಗಳು

(ರೈತರು ಸಂಘಟಿತರಾಗುವ ಅಗತ್ಯತೆ, ಉತ್ಪಾದಕರ ಕಂಪನಿಗಳ ಕಾಯಿದೆಯ ಹುಟ್ಟು, ಉತ್ಪಾದಕ ಕಂಪನಿಗಳು ಮತ್ತು ಸಹಕಾರಿ ಸಂಸ್ಥೆಗಳ ನಡುವಿನ ಗುಣಲಕ್ಷಣಗಳ ವ್ಯತ್ಯಾಸ ಮತ್ತು ಉತ್ಪಾದಕರ ಕಂಪನಿಗಳನ್ನು ಸ್ಥಾಪಿಸುವಲ್ಲಿ ಎಎಸ್‌ಎ ಅನುಭವ ಇವುಗಳಿಗೆ ಸಂಬಂಧಿಸಿದ ವಿಷಯವನ್ನು ಅಧ್ಯಾಯವು ಒಳಗೊಂಡಿರುತ್ತದೆ)

1.1 ಹಿನ್ನೆಲೆ:

ಕಳೆದ ದಶಕದಲ್ಲಿ ಭಾರತದಲ್ಲಿ ಕೃಷಿಯ ಬೆಳವಣಿಗೆ ದರವು ನಿಷ್ಕ್ರಿಯಗೊಂಡಿದೆ ಮತ್ತು 2006 ರಲ್ಲಿ ಇದು 1.8% ಕ್ಕೆ ಇಳಿದಿದೆ. ಮತ್ತೊಂದು ಭಾಗದಲ್ಲಿ ಕೈಗಾರಿಕಾ ಬೆಳವಣಿಗೆ ದರವು ಚೇತರಿಕೆಯ ಹಾದಿಯಲ್ಲಿದ್ದು 9%ಕ್ಕಿಂತ ಹೆಚ್ಚಿದೆ. ಇಂತಹ ಭಿನ್ನ ಬೆಳವಣಿಗೆ ದರಗಳು ದೇಶದ ಅತ್ಯುತ್ತಮ ಮಟ್ಟದಲ್ಲಿನ ನೀತಿ ನಿರೂಪಕರಿಗೆ ಗಂಭೀರ ಚಿಂತನೆಯ ವಿಷಯವಾಗಿದೆ.

ಹಸಿರು ಕ್ರಾಂತಿಯಲ್ಲಿ ಬೆಳವಣಿಗೆಯು ನಿಷ್ಕ್ರಿಯಗೊಂಡಿದ್ದರೆ, ಕೃಷಿ ಮಾಡಬಹುದಾದ 60% ಕೃಷಿ ಭೂಮಿಯಲ್ಲಿ ಯಾವುದೇ ಪ್ರಗತಿ ಕಂಡಿಲ್ಲ, ಅವುಗಳು ಇನ್ನೂ ಸಹ ಮಳೆ ನೀರಿನ ಕೃಷಿ ಭೂಮಿಗಳಾಗಿಯೇ ಇವೆ. ರಾಷ್ಟ್ರವು ಒಂದು ಬಿಲಿಯನ್‌ಗಿಂತಲೂ ಹೆಚ್ಚು ಜನಸಂಖ್ಯೆಗೆ ಆಹಾರ ಮತ್ತು ಪೌಷ್ಠಿಕಾಂಶ ಪೂರೈಕೆ ಮಾಡುವಲ್ಲಿ ಇನ್ನೂ ಸಹ ತೊಂದರೆಯನ್ನು ಅನುಭವಿಸುತ್ತಿದೆ. ಸ್ಪಷ್ಟವಾಗಿ ಭಾರತೀ ಕೃಷಿಯು ಅಡ್ಡಹಾದಿಯಲ್ಲಿದೆ ಮತ್ತು ಕೇವಲ ಆಮೂಲಾಗ್ರ ಮತ್ತು ನಾವಿನ್ಯ ನೀತಿಗಳು ಮಾತ್ರವೇ ಈ ಭಾರಿ ಪ್ರಮಾಣದ ಅಂತಹ ಸಮಸ್ಯೆಯಿಂದ ಹೊರಬರಲು ದೇಶಕ್ಕೆ ಸಹಾಯ ಮಾಡಬಹುದು. ಭಾರತೀಯ ಕೃಷಿ ಕ್ಷೇತ್ರದಲ್ಲಿ ಪ್ರಸ್ತುತ ಹೆಚ್ಚು ಚರ್ಚಿಸುತ್ತಿರುವ ವಿಷಯವೆಂದರೆ ರೈತರನ್ನು ಅದರಲ್ಲೂ ಮುಖ್ಯವಾಗಿ ಸಣ್ಣ ರೈತರನ್ನು ಒಗ್ಗೂಡಿಸುವುದು ಹೇಗೆ ಮತ್ತು ಇದರಲ್ಲಿ ಮೌಲ್ಯ ಸರಣಿಯನ್ನು ಸೇರಿಸಿಕೊಂಡು ಅವರು ಕೃಷಿಯಲ್ಲೇ ಆಸಕ್ತಿಯಿಂದಿರುವಂತೆ ಒಟ್ಟು ಲಾಭಾಂಶವು ಪ್ರಯೋಜನಕರವಾಗಿ ಹೇಗೆ ಮಾಡುವುದು ಎಂಬುದಾಗಿದೆ.

ಭಾರತವು 92 ಮಿಲಿಯನ್‌ಗಿಂತಲೂ ಹೆಚ್ಚು ಚಿಕ್ಕ ಹಿಡುವಳಿ ಜಮೀನುಗಳನ್ನು ಅಥವಾ ವಿಶ್ವದ 450 ಮಿಲಿಯನ್‌ಗೂ ಹೆಚ್ಚು ಚಿಕ್ಕ ಹಿಡುವಳಿ ಜಮೀನುಗಳಲ್ಲಿ ಸುಮಾರು 21% ರಷ್ಟನ್ನು ಹೊಂದಿದ್ದು, ಇದು ಚೀನಾದ ನಂತರ ಎರಡನೆಯ ಅತೀ ದೊಡ್ಡ ವ್ಯಾಪ್ತಿಯಾಗಿದೆ (ಓಕ್ಸಾನಾ, ನಾಗಾಯೆಟ್ಸ್, ಐಎಫ್‌ಪಿಆರ್‌ಐ, 2005). ಈ ಚಿಕ್ಕ ಹಿಡುವಳಿ ಜಮೀನುಗಳು ನಿಜವಾಗಿಯೂ ಉತ್ತಮ ಫಸಲು ಬರುವಂತೆ ನೋಡಿಕೊಳ್ಳುವುದು ಮತ್ತು ಇದು ಅದನ್ನು ಆಧರಿಸಿದ ಲಕ್ಷಾಂತರ ಜನರಿಗೆ ಜೀವನದ ಮುಖ್ಯ ಆಧಾರವಾಗಿರುವಂತೆ ಖಚಿತಪಡಿಸಿಕೊಳ್ಳುವುದು ಭಾರತ ಮೇಲಿರುವ ಅತ್ಯಂತ ದೊಡ್ಡ ಹೊಣೆಯಾಗಿದೆ.

ಮೌಲ್ಯ ಸರಣಿಯೊಂದಿಗೆ ರೈತರುಗಳನ್ನು ಒಂದುಗೂಡಿಸಲು ಸಾಕಷ್ಟು ಸಾಂಸ್ಥಿಕ ಮಾದರಿಗಳನ್ನು ಭಾರತದಲ್ಲಿ ಪ್ರಯತ್ನಿಸಲಾಗಿದೆ. ಹೆಚ್ಚು ಸಾಮಾನ್ಯವಾದ ಮಾದರಿಯೆಂದರೆ ಉತ್ಪಾದಕರ ಸಹಕಾರಿ ಸಂಸ್ಥೆಗಳು, ಇವುಗಳು ರೈತರುಗಳಿಗೆ ಸ್ವತಃ ಒಂದುಗೂಡಲು ಸಕ್ರಿಯಗೊಳಿಸುತ್ತವೆ. ಸಹಕಾರಿ ಸಂಸ್ಥೆಗಳನ್ನು ಸಹಕಾರಿ ಸಂಸ್ಥೆಗಳ ರಿಜಿಸ್ಟ್ರಾರ್‌ಜೊತೆಗೆ ನೋಂದಾಯಿಸಲಾಗಿರುತ್ತದೆ. ಭಾರತವು ಸಾಕಷ್ಟು ಬಗೆಯ ಎಂಟರ್‌ಪ್ರೈಸ್ ವಿಭಾಗಗಳಲ್ಲಿ ದೊಡ್ಡ ಸಂಖ್ಯೆಯ ಸಹಕಾರಿ ಸಂಸ್ಥೆಗಳನ್ನು ಹೊಂದಿದೆ. ಭಾರತದಲ್ಲಿ ಸಹಕಾರಿ ಕ್ಷೇತ್ರದ ಅನುಭವವು ಹಿತಕರವಾಗಿದೆ, ಏಕೆಂದರೆ ಸಹಕಾರಿ ಸಂಸ್ಥೆಗಳು ಬಹುಪಾಲು ರಾಜ್ಯ ಸರ್ಕಾರಿ ಪ್ರಯೋಜಕತ್ವದ ಸಂಸ್ಥೆಗಳಾಗಿದ್ದು, ವಾಣಿಜ್ಯಿಕ ಉದ್ದೇಶದ ಗುರಿಯ ಬದಲಾಗಿ ಸಮಾಜ ಕಲ್ಯಾಣದ ಗುರಿಯನ್ನು ಹೊಂದಿರುತ್ತವೆ.

2002 ರಲ್ಲಿ, ಭಾರತೀಯ ಕಂಪನಿಗಳ ಕಾಯಿದೆ, 1956 ಕ್ಕೆ ಮಾಡಿದ ತಿದ್ದುಪಡಿಯ ಮೂಲಕ, ಭಾರತ ಸರ್ಕಾರವು (ಜಿಓಎಲ್) ಉತ್ಪಾದಕರ ಕಂಪನಿಗಳ ಕಾಯಿದೆಯನ್ನು ಜಾರಿಗೆ ತಂದಿತು. ಇದರಲ್ಲಿ ವೈ.ಕೆ. ಸಿಂಗ್ ಸಮಿತಿಯು ಶಿಫಾರಸು ಮಾಡಿದ ಅಂಶಗಳ ಆಧಾರದಲ್ಲಿ ಭಾರತೀಯ ಕಂಪನಿಗಳ ಕಾಯಿದೆ 1956 ರಲ್ಲಿ ಹೊಸ ವಿಭಾಗ ಐಎಕ್ಸ್ ಎ ಅನ್ನು ಸೇರಿಸಿಕೊಳ್ಳಲಾಯಿತು. ಉತ್ಪಾದಕರ ಕಂಪನಿಗಳನ್ನು ರಿಜಿಸ್ಟ್ರಾರ್ ಆಫ್ ಕಂಪನಿ (ಆರ್‌ಓಸಿ) ಜೊತೆಗೆ ಸೇರಿಸಿಕೊಳ್ಳಲಾಯಿತು. ಇದರ ಹಿಂದಿನ ಭಾರತ ಸರ್ಕಾರದ ಉದ್ದೇಶವು ಸಹಕಾರಿ ಸಂಸ್ಥೆಗಳನ್ನು ಕಂಪನಿಗಳನ್ನಾಗಿ ಸಂಯೋಜಿಸುವುದು ಮತ್ತು ಅಸ್ತಿತ್ವದಲ್ಲಿರುವ ಸಹಕಾರಿ ಸಂಸ್ಥೆಗಳನ್ನು ಕಂಪನಿಗಳನ್ನಾಗಿ ಮಾರ್ಪಡಿಸುವುದಕ್ಕೆ ಶಾಸನವನ್ನು ರೂಪಿಸುವುದು, ಆದರೆ ಅದೇ ಸಮಯದಲ್ಲಿ ಹೊಸ ಶಾಸನದಲ್ಲಿ ಸಹಕಾರಿ ವ್ಯವಹಾರದ ಪ್ರಮುಖ ಅಂಶಗಳಿಗೆ ತೊಂದರೆಯಾಗದಂತೆ ನೋಡಿಕೊಳ್ಳುವುದನ್ನು ಖಚಿತಪಡಿಸುವುದಾಗಿತ್ತು.

ಉತ್ಪಾದಕರ ಕಂಪನಿ ಅನ್ನು ಸದಸ್ಯರು ಮಾಡಿದ ಈಕ್ವಿಟಿ ಕೊಡುಗೆಗಳೊಂದಿಗೆ ರೂಪಿಸಲಾಗುತ್ತದೆ. ದೈನಂದಿನ ಕಾರ್ಯಾಚರಣೆಗಳನ್ನು ನಿರ್ದಿಷ್ಟ ಸಮಯಕ್ಕಾಗಿ ಉತ್ಪಾದಕರ ಕಂಪನಿ ಸಾಮಾನ್ಯ ಆಡಳಿತ ಮಂಡಳಿಯು ಆಯ್ಕೆಮಾಡಿದ ಮಂಡಳಿಯ ನಿರ್ದೇಶಕರುಗಳು (ಬಿಓಡಿ) ನಿರ್ದೇಶನದ ಅಡಿಯಲ್ಲಿ, ಹೊರಗಿನಿಂದ ನೇಮಕ ಮಾಡಿಕೊಂಡ ವೃತ್ತಿಪರರು ನಿರ್ವಹಣೆ ಮಾಡುವುದನ್ನು ನಿರೀಕ್ಷಿಸಲಾಗಿದೆ.

ರೈತರುಗಳು ಕಂಪನಿಯ ಈಕ್ವಿಟಿಯನ್ನು ಹೊಂದಿರುವುದರಿಂದ, ಸಂಸ್ಥೆಯಾಗಿ ಉತ್ಪಾದಕರ ಕಂಪನಿ ಯು ಉತ್ಪಾದಕರು ಸ್ವತಃ ತಾವೇ ಕಂಪನಿಯನ್ನು ಹೊಂದಿರಲು ಸೂಕ್ತ ಮಾರ್ಗದರ್ಶಿಯನ್ನು ನೀಡುತ್ತದೆ. ಪ್ರಮುಖವಾಗಿ ಚಿಕ್ಕ ಪಾಲುದಾರರನ್ನು ಒಳಗೊಂಡು ರೈತರುಗಳನ್ನು ಒಗ್ಗೂಡಿಸುವುದು ಕಂಡುಕೊಂಡ ಅಂಶವಾಗಿದೆ. ಉತ್ಪಾದಕರ ಕಂಪನಿ ಮೂಲ ಉದ್ದೇಶವು ರೈತರುಗಳು ಅಥವಾ ಉತ್ಪಾದಕರನ್ನು ಈ ಮುಂದಿನವುಗಳನ್ನು ಸಾಧಿಸುವುದಕ್ಕಾಗಿ ಒಗ್ಗೂಡಿಸುವುದಾಗಿದೆ, ಅವುಗಳೆಂದರೆ (a) ಬೀಜಗಳು, ಗೊಬ್ಬರಗಳು, ಸಾಲ, ವಿಮೆ, ಜ್ಞಾನ ಮತ್ತು ಸೇವೆಯ ವಿಸ್ತರಣೆಗಳಿಗಾಗಿ ಬೆಂಬಲದ

[1]ಮಧ್ಯಪ್ರದೇಶದ ಭೋಪಾಲ್‌ನಲ್ಲಿನ ಆಕ್ಷನ್ ಫಾರ್ ಸೋಷಿಯಲ್ ಅಡ್ವಾನ್ಸ್‌ಮೆಂಟ್ (ಎಎಸ್‌ಎ) ಎನ್ನುವುದು ಮಧ್ಯಪ್ರದೇಶ ಮತ್ತು ಬಿಹಾರದಲ್ಲಿ ಕೃಷಿ ವ್ಯವಹಾರಕ್ಕಾಗಿ ಸಣ್ಣ ರೈತರುಗಳೊಂದಿಗೆ ಉತ್ಪಾದಕರ ಕಂಪನಿ ಗಳನ್ನು ಸ್ಥಾಪಿಸುವ ಪ್ರಮುಖ ಸಂಸ್ಥೆಯಾಗಿದೆ.

TABLE 1: KEY DIFFERENCES BETWEEN PRODUCER COMPANIES AND COOPERATIVES		
PARAMETERS	COOPERATIVE	PRODUCER COMPANY
Registration	Cooperative Societies Act.	Indian Companies Act
Objectives	Single object	Multi-object
Area of Operation	Restricted, discretionary	Entire Union of India
Membership	Individuals and cooperatives	Any individual, group, association, producer of the goods or services
Share	Non-tradable	Not tradable but transferable limited to members on par value
Profit sharing	Limited dividends on shares	Commensurate with volume of business
Voting rights	One member, one vote, but Government and Registrar of Cooperatives hold veto power	One member, one vote. Members not having transactions with the company can not vote
Government control	Highly patronized to the extent of interference	Minimal, limited to statutory requirements
Extent of Autonomy	Limited in "real world scenario"	Fully autonomous, self ruled within the provisions of Act
Reserves	Created if here are profits	Mandatory to create every year
Borrowing power	Restricted	More freedom and alternatives
Relationship with other corporate/ business houses/NGOs	Transaction based	Producers and corporate entity can together float a producer company

agriculture production etc. At the heart of this effort is to gain collective bargaining power for small farmers/ producers.

The collectives of farmers in the form of producer companies is gaining popularity among the farmers/ producers and among the promoting agencies primarily due to several advantages it carries in comparison to the conventional model of producers cooperatives. The Producer Companies Act. enshrines the ethos and basic tenets of cooperatives and infuses a professional attitude into management.

Table -1 provides a comparative analysis of producer companies and producers cooperatives to understand the differences in the basic premises of these two Acts which enable incorporation of producers collectives. Apparently the producer companies have inherent advantages over the cooperatives in many areas. Specifically of the PC there is less government control whereas the cooperative institutions are state controlled. The overriding powers of the Registrar of Cooperative Societies to direct and regulate cooperatives, whenever the government deems necessary, has throttled the growth of the cooperative institutions. Majority of the cooperative institutions are currently facing severe financial crisis and at times are heavily dependent on the state subsidy for existence. The Mutually Aided Cooperative Societies Act (MACS) was introduced to overcome some of these limitations of the cooperatives, however, not many States have adopted the MACS and also not many commodity cooperatives have migrated to the MACS format.

1.2 KEY CHARACTERISTICS OF PRODUCER COMPANIES

- ◊ It is a corporate body registered under the Indian Companies (Amendment) Act 2002. Ownership and membership of such companies is held only by 'primary producers' or 'Producer Institution', and member's equity cannot be traded. However, it may be transferred, only with the approval of the Board of Directors of the producers companies

- ◊ The clauses of Private Limited Company shall be applicable to the producer companies except the clauses specified in Producer Company Act. from 581-A to 581-ZT which make it different from a normal private or limited company

ಕೋಷ್ಟಕ 1: Sಉತ್ಪಾದಕ ಕಂಪನಿಗಳು ಮತ್ತು ಸಹಕಾರಿ ಸಂಸ್ಥೆಗಳ ನಡುವಿನ ಪ್ರಮುಖ ವ್ಯತ್ಯಾಸ		
ಮಾನದಂಡಗಳು	**ಸಹಕಾರಿ ಸಂಸ್ಥೆಗಳು**	**ಉತ್ಪಾದಕ ಕಂಪನಿ**
ನೋಂದಣಿ	ಸಹಕಾರಿ ಸಂಸ್ಥೆಗಳ ಕಾಯಿದೆ.	ಭಾರತೀಯ ಕಂಪನಿಗಳ ಕಾಯಿದೆ
ಉದ್ದೇಶಗಳು	ಏಕೈಕ ಉದ್ದೇಶ	ಬಹು ಉದ್ದೇಶ
ಕಾರ್ಯನಿರ್ವಹಣೆಯ ಕ್ಷೇತ್ರ	ನಿಯಂತ್ರಿತ, ವಿವೇಚನೆಗೆ ಒಳಪಟ್ಟ	ಭಾರತದ ಸಂಪೂರ್ಣ ಪ್ರದೇಶ
ಸದಸ್ಯತ್ವ	ವೈಯಕ್ತಿಕ ಜನರು ಮತ್ತು ಸಹಕಾರಿ ಸಂಸ್ಥೆಗಳು	ವ್ಯಕ್ತಿ, ಗುಂಪು, ಸಂಸ್ಥೆ, ಸರಕು ಅಥವಾ ಸೇವೆಗಳ ಉತ್ಪಾದಕರು
ಶೇರು ಹಣ	ಪರಭಾರೆಮಾಡಲಾಗದ್ದು	ಪರಭಾರೆ ಮಾಡಲಾಗದ್ದು ಆದರೆ ಮೌಲ್ಯವನ್ನು ಆಧರಿಸಿ ಸದಸ್ಯರಿಗೆ ಮಿತಿಗೊಳಿಸಿ ವರ್ಗಾಯಿಸಲಾಗುವಂತಹದ್ದು
ಲಾಭದ ಹಂಚಿಕೆ	ಶೇರುಗಳ ಮೇಲೆ ಸೀಮಿತ ಡಿವಿಡೆಂಡ್‌ಗಳು	ಪ್ರಮಾಣ ಮತ್ತು ವ್ಯವಹಾರವನ್ನು ಆಧರಿಸಿರುತ್ತದೆ
ಮತದಾನದ ಹಕ್ಕುಗಳು	ಒಬ್ಬಸದಸ್ಯ, ಒಂದು ಮತ, ಆದರೆ ಸರ್ಕಾರ ಮತ್ತು ಸಹಕಾರಿ ಸಂಸ್ಥೆಗಳ ರಿಜಿಸ್ಟ್ರಾರ್ ವಿಟೋ ಅಧಿಕಾರ ಹೊಂದಿರುತ್ತಾರೆ	ಒಬ್ಬಸದಸ್ಯ, ಒಂದು ಮತ. ಕಂಪನಿಯೊಂದಿಗೆ ವಹಿವಾಟು ಮಾಡದ ಸದಸ್ಯರು ಮತ ಚಲಾಯಿಸಲಾಗುವುದಿಲ್ಲ
ಸರ್ಕಾರಿ ನಿಯಂತ್ರಣ	ಮಧ್ಯಪ್ರವೇಶಕ್ಕೆ ಸಾಧ್ಯವಾಗುವ ಮಟ್ಟಿಗೆ ಅಧಿಕವಾಗಿ ಬೆಂಬಲ ನೀಡುತ್ತದೆ	ಕನಿಷ್ಠ, ಶಾಸನಬದ್ಧ ಅಗತ್ಯತೆಗಳಿಗೆ ಮಿತಿಗೊಂಡಿರುತ್ತದೆ
ಸ್ವಾಯತ್ತ ಮಿತಿ	"ನೈಜ ಜೀವನದ ಸಂದರ್ಭದಲ್ಲಿ" ಮಿತಿಗೊಂಡಿದೆ	ಪೂರ್ಣ ಸ್ವಾಯತ್ತ, ಕಾಯಿದೆ ನಿಬಂಧನೆಗಳ ಅನುಸಾರ ಸ್ವಯಂ ನಿಯಂತ್ರಣ
ಕಾಯ್ದಿರಿಸುವಿಕೆಗಳು	ಲಾಭಗಳಿದ್ದರೆ ಮಾಡಲಾಗುತ್ತದೆ	ಪ್ರತಿ ವರ್ಷ ಮಾಡುವುದು ಕಡ್ಡಾಯವಾಗಿದೆ
ಸಾಲ ಪಡೆದುಕೊಳ್ಳುವ ಅಧಿಕಾರ	ನಿಯಂತ್ರಿತ	ಹೆಚ್ಚು ಸ್ವಾತಂತ್ರ್ಯ ಮತ್ತು ಪರ್ಯಾಯಗಳು
ಇತರ ಕಾರ್ಪೊರೇಟ್/ವ್ಯವಹಾರ ಘಟಕಗಳು/ಎನ್‌ಜಿಓಗಳೊಂದಿಗೆ ಸಂಬಂಧ	ವಹಿವಾಟು ಆಧಾರಿತ	ಉತ್ಪಾದಕರು ಮತ್ತು ಕಾರ್ಪೊರೇಟ್ ಸಂಸ್ಥೆಯು ಒಟ್ಟಿಗೆ ಸೇರಿ ಉತ್ಪಾದಕ ಕಂಪನಿಯನ್ನು ಸ್ಥಾಪಿಸಬಹುದು

ಸಂಪರ್ಕಗಳು ಮತ್ತು (b) ಇಂತಹ ಮುಂದಿನ ಸಂಪರ್ಕಗಳಾದಂತಹ ಸಂಯೋಜಿತ ಮಾರ್ಕೆಟಿಂಗ್, ಪ್ರಕ್ರಿಯೆಗೊಳಿಸುವಿಕೆ, ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಆಧಾರಿತ ಕೃಷಿ ಉತ್ಪಾದನೆ ಮುಂತಾದವು, ಈ ಪ್ರಯತ್ನದ ಮುಖ್ಯ ಅಂಶವು ಚಿಕ್ಕ ರೈತರುಗಳು/ಉತ್ಪಾದಕರಿಗೆ ಒಟ್ಟಾರೆ ವ್ಯವಹಾರ ಸಾಮರ್ಥ್ಯವನ್ನು ಒದಗಿಸುವುದಾಗಿದೆ.

ಉತ್ಪಾದಕರ ಕಂಪನಿಗಳ ರೂಪದಲ್ಲಿ ರೈತರುಗಳ ಒಂದುಗೂಡುವಿಕೆಯು ರೈತರುಗಳು/ಉತ್ಪಾದಕರಲ್ಲಿ ಮತ್ತು ಉತ್ತೇಜಕ ಏಜೆನ್ಸಿಗಳಲ್ಲಿ ಜನಪ್ರಿಯತೆಯನ್ನು ಪಡೆದುಕೊಳ್ಳುತ್ತಿದೆ ಮತ್ತು ಇದರ ಕಾರಣವು ಉತ್ಪಾದಕರ ಸಹಕಾರಿ ಸಂಸ್ಥೆಗಳ ಸಾಂಪ್ರದಾಯಿಕ ಮಾದರಿಗೆ ಹೋಲಿಸಿದರೆ ಇದು ಸಾಕಷ್ಟು ಪ್ರಯೋಜನಗಳನ್ನು ಹೊಂದಿದೆ. ಉತ್ಪಾದಕರ ಕಂಪನಿಗಳ ಕಾಯಿದೆಯು ಸಹಕಾರ ಸಂಸ್ಥೆಗಳ ಮೂಲಭೂತ ನಿಯಮಗಳನ್ನು ಒಳಗೊಂಡಿದೆ ಮತ್ತು ಮ್ಯಾನೇಜ್‌ಮೆಂಟ್‌ಗೆ ವೃತ್ತಿಪರ ಮನೋಭಾವವನ್ನು ಮೂಡಿಸುತ್ತದೆ.

ಉತ್ಪಾದಕ ಕಂಪನಿಗಳು ಮತ್ತು ಉತ್ಪಾದಕರ ಸಹಕಾರಿ ಸಂಸ್ಥೆಗಳ ತುಲನಾತ್ಮಕ ವಿಶ್ಲೇಷಣೆಯನ್ನು ಕೋಷ್ಟಕ-1 ನೀಡುತ್ತದೆ ಮತ್ತು ಇದು ಈ ಎರಡು ಕಾಯಿದೆಗಳ ಮೂಲಭೂತ ತತ್ವಗಳ ನಡುವಿನ ವ್ಯತ್ಯಾಸವನ್ನು ಅರ್ಥಮಾಡಿಕೊಳ್ಳು ಅವಕಾಶ ನೀಡುತ್ತದೆ, ಜೊತೆಗೆ ಇದು ಉತ್ಪಾದಕರ ಒಟ್ಟುಗೂಡುವಿಕೆಯನ್ನು ಕ್ರಿಯಾತ್ಮಕಗೊಳಿಸುತ್ತದೆ. ಈ ರೀತಿಯಾಗಿ ಉತ್ಪಾದಕ ಕಂಪನಿಗಳು ಹಲವು ಸಂಗತಿಗಳಲ್ಲಿ ಸಹಕಾರಿ ಸಂಸ್ಥೆಗಳಿಗೆ ಹೋಲಿಸಿದರೆ ಸಾಕಷ್ಟು ಪ್ರಯೋಜನಗಳನ್ನು ಹೊಂದಿದೆ. ನಿರ್ದಿಷ್ಟವಾಗಿ ಉತ್ಪಾದಕರ ಕಂಪನಿಗೆ ಸಂಬಂಧಿಸಿದಂತೆ ಕಡಿಮೆ ಸರ್ಕಾರಿ ನಿಯಂತ್ರಣಗಳಿದ್ದರೆ ಸಹಕಾರಿ ಸಂಸ್ಥೆಗಳು ರಾಜ್ಯ ಸರ್ಕಾರದ ನಿಯಂತ್ರಣಕ್ಕೆ ಒಳಪಟ್ಟಿರುತ್ತವೆ. ಸರ್ಕಾರವು ಅಗತ್ಯವೆಂದು ಭಾವಿಸಿದಾಗ ಸಹಕಾರಿ ಸಂಸ್ಥೆಗಳಿಗೆ ನಿರ್ದೇಶ ನೀಡುವ ಮತ್ತು ನಿಯಂತ್ರಿಸುವ ರಿಜಿಸ್ಟ್ರಾರ್ ಅವರ ಸಾಮರ್ಥ್ಯವು ಸಹಕಾರಿ ಸಂಸ್ಥೆಗಳ ಬೆಳವಣಿಗೆಗೆ ತಡೆಯೊಡ್ಡಿದೆ. ಹಲವಾರು ಸಹಕಾರಿ ಸಂಸ್ಥೆಗಳು ಪ್ರಸ್ತುತ ತೀವ್ರ ಹಣಕಾಸು ಸಮಸ್ಯೆಗಳನ್ನು ಎದುರಿಸುತ್ತಿದೆ ಮತ್ತು ಅವುಗಳು ಉಳಿಯುವಿಕೆಗಾಗಿ ರಾಜ್ಯ ಸರ್ಕಾರದ ಸಬ್ಸಿಡಿಯು ಮೇಲೆ ಅವಲಂಬಿತವಾಗಿವೆ. ಸಹಕಾರಿ ಸಂಸ್ಥೆಗಳ ಈ ಕೆಲವು ಮಿತಿಗಳಿಂದ ಹೊರಬರಲು ಮ್ಯೂಚುವಲ್ ಏಡೆಡ್ ಕೋಆಪರೇಟಿವ್ ಸೊಸೈಟೀಸ್ ಆಕ್ಟ್ (ಎಂಎಸಿಎಸ್) ಅನ್ನು ಕಾರ್ಯರೂಪಕ್ಕೆ ತರಲಾಯಿತು. ಆದರೆ, ಹಲವು ರಾಜ್ಯಗಳು ಎಂಎಸಿಎಸ್ ಅನ್ನು ಕಾರ್ಯಗತಗೊಳಿಸಿಲ್ಲ ಮತ್ತು ಹಲವಾರು ವ್ಯಾಪಾರಿ ಸ ಹಕಾರಿ ಸಂಸ್ಥೆಗಳು ಎಂಎಸಿಎಸ್ ಸ್ವರೂಪಕ್ಕೆ ಪರಿವರ್ತಿತಗೊಂಡಿಲ್ಲ.

1.2 ಉತ್ಪಾದಕರ ಕಂಪನಿಗಳ ಪ್ರಮುಖ ಗುಣಲಕ್ಷಣಗಳು

◊ ಇದು ಭಾರತೀಯ ಕಂಪನಿಗಳ (ತಿದ್ದುಪಡಿ) ಕಾಯಿದೆ 2002 ರ ಅಡಿಯಲ್ಲಿ ನೋಂದಾಯಿತವಾದ ಕಾರ್ಪೊರೇಟ್ ಸಂಸ್ಥೆಯಾಗಿದೆ. ಇಂತಹ ಕಂಪನಿಗಳ ಮಾಲೀಕತ್ವ ಮತ್ತು ಸದಸ್ಯತ್ವವನ್ನು ಕೇವಲ 'ಮುಖ್ಯ ಉತ್ಪಾದಕರು' ಅಥವಾ 'ಉತ್ಪಾದಕ ಸಂಸ್ಥೆ' ಹೊಂದಿರುತ್ತದೆ ಮತ್ತು ಸದಸ್ಯರ ಈಕ್ವಿಟಿಯನ್ನು ವಹಿವಾಟು ಮಾಡಲಾಗುವುದಿಲ್ಲ. ಆದರೆ, ಇದನ್ನು ಉತ್ಪಾದಕರ ಕಂಪನಿಗಳ ಆಡಳಿತ ಮಂಡಳಿ ನಿರ್ದೇಶಕರ ಅನುಮೋದನೆಯ ಮೇರೆಗೆ ಮಾತ್ರ ವರ್ಗಾಯಿಸಬಹುದು.

◊ ಸಾಮಾನ್ಯ ಖಾಸಗಿ ಅಥವಾ ಲಿಮಿಟೆಡ್ ಕಂಪನಿಯಿಂದ ವಿಭಿನ್ನವಾಗಿಸುವ ಉತ್ಪಾದಕರ ಕಂಪನಿಗಳ ಕಾಯಿದೆಯ

(refer to the Producer Company Act for details)

- ◊ The liabilities of the PC is limited to the value of the share capital it has issued. Similarly the member's liability is limited to the value of share capital held by them. The minimum authorized capital at the time of incorporation of PC should be Rs.5 lakh. The authorised capital is such that a company has been authorized to raise by way of equity shares through the Articles of Association/Memorandum of Association of the PC. This is typically the capital at the time it has been incorporated

- ◊ Minimum number of producers required to form a PC is 10, while there is no limit for maximum number of members and it can be increased as per feasibility and need. However, based on the experience (not to be treated as prescribed) it is found that for agriculture based PC 800-1000 farmers with about 1000-1500 acre of agriculture land is a good size for initial years to make it economically viable and increasing up to 2000 as the company grows. There cannot be any government or private equity stake in the producer companies, which implies that PC cannot become a public or deemed public limited company

The area of operation for a PC is the entire country

1.3 EXPERIENCE OF ASA IN ESTABLISHING PCs

Since late 2004, ASA has been promoting the concept of Producer Companies in M.P. and Bihar. So far it has promoted 16 PCs with over 30000 small and marginal farmers in the resource poor regions of M.P. and Bihar, with an average membership of about 2000 farmers per PC.

There is a professional management team in each of these PCs which carries out the operations under the directions of the Board of Directors (BoD) of the respective PC. The responsibility of the Management Team also includes building the capacity of the BoD by providing hand holding support. These PCs are mainly into agribusiness and that too focused largely on the crop seed production, processing and marketing of agriculture produces, the activities which give higher return on investment and also ensure availability of quality seeds to its members. The average annual business turnover of each of these PCs is about ₹ 10 million. However, there are exceptions with a few which have reached a business turnover of around ₹ 25-35 million annually within 3-4 years of their operation after incorporation. The reasons for high growth in these PCs can be attributed to:

- ◊ energetic management team and the BoD;
- ◊ cooperation from banking institutions which provided hassle free loans to the PC for working capital; and
- ◊ a clearly identified business opportunity that gives a high RoI.

A tentative assessment suggests that the benefits to a member are multifarious and in the form of:

- ◊ timely and easily availability of fertilizers, seeds and other agriculture inputs at a reasonable rate;
- ◊ bulk selling of agriculture produce for better price;
- ◊ extension services received by the farmers which the PC had arranged with the agriculture department or from other service providers;
- ◊ receiving of cash dividends from the PC.

No detailed study has been conducted yet, to ascertain the benefits in monetary terms. However, the members are happy with the services of the PC and there is a tendency of increased participation in the affairs of the PC by the members.

The efforts of ASA have brought in several policy changes in favour of producers organisations in Madhya Pradesh (MP). Besides several tax related relaxations the most significant one being the decision of providing management cost support to a PC for a period of three years and a one time working capital support of ₹ 25 Lacs to the PC by the GoMP. Also the Government of Madhya Pradesh has agreed to provide them with land and machinery for business needs on merit basis. All these policy decisions are notified in the Government gazette.

The point worth mentioning here is that like any other institution the financial viability and the institutional sustainability are two core factors that determine the sustainability of the PC. Also the success of the

581-A ರಿಂದ 581-ZT ಯಲ್ಲಿ ನಿರ್ದಿಷ್ಟಪಡಿಸಲಾಗಿರುವ ಕಲಂಗಳನ್ನು ಹೊರತುಪಡಿಸಿ ಖಾಸಗಿ ಲಿಮಿಟೆಡ್ ಕಂಪನಿಯ ಕಲಂಗಳು ಉತ್ಪಾದಕ ಕಂಪನಿಗಳಿಗೆ ಅನ್ವಯಿಸುತ್ತದೆ (ವಿವರಗಳಿಗೆ ಉತ್ಪಾದಕರ ಕಂಪನಿ ಕಾಯಿದೆಯನ್ನು ನೋಡಿ)

◊ ಉತ್ಪಾದಕರ ಕಂಪನಿ ಯ ಬಾಧ್ಯತೆಗಳು ಅದು ನೀಡಿರುವ ಶೇರು ಬಂಡವಾಳದ ಮೌಲ್ಯಕ್ಕೆ ಸೀಮಿತವಾಗಿರುತ್ತದೆ. ಇದೇ ರೀತಿಯಾಗಿ ಸದಸ್ಯರ ಬಾಧ್ಯತೆಯು ಅವರು ಹೊಂದಿರುವ ಶೇರು ಬಂಡವಾಳದ ಮೌಲ್ಯಕ್ಕೆ ಸೀಮಿತವಾಗಿರುತ್ತದೆ. ಉತ್ಪಾದಕರ ಕಂಪನಿ ಪ್ರಾರಂಭಿಸುವ ಸಮಯದಲ್ಲಿನ ಕನಿಷ್ಠ ಪ್ರಮಾಣೀಕರಿಸುವ ಬಂಡವಾಳವು 5 ಲಕ್ಷವಾಗಿರಬೇಕು. ಪ್ರಮಾಣೀಕರಿಸಿದ ಬಂಡವಾಳವು ಉತ್ಪಾದಕರ ಕಂಪನಿ ಯ ಅಸೋಸಿಯೇಶನ್/ಮೆಮೋರಾಂಡಮ್ ಆಫ್ ಅಸೋಸಿಯೇಶನ್‌ನ ಅನುಚ್ಛೇದದ ಮೂಲಕ ಈಕ್ವಿಟಿ ಶೇರುಗಳನ್ನು ಹುಟ್ಟುಹಾಕಲು ಕಂಪನಿಗೆ ಅಧಿಕಾರ ನೀಡಿದ ಹಾಗಿರಬೇಕು. ಇದು ಸಾಮಾನ್ಯವಾಗಿ ಅದನ್ನು ಸ್ಥಾಉತ್ಪಾದಕರ ಕಂಪನಿ ದ ಸಂದರ್ಭದಲ್ಲಿ ಬಂಡವಾಳವಾಗಿರುತ್ತದೆ.

◊ ಉತ್ಪಾದಕರ ಕಂಪನಿ ಸ್ಥಾಪಿಸಲು ಅಗತ್ಯವಾದ ಕನಿಷ್ಠ ಉತ್ಪಾದಕರ ಸಂಖ್ಯೆಯು 10 ಆಗಿದೆ, ಗರಿಷ್ಠ ಸಂಖ್ಯೆಗೆ ಮಿತಿಯಿಲ್ಲದಿದ್ದರೂ ಅದನ್ನು ಅಗತ್ಯ ಮತ್ತು ಅನುಕೂಲತೆಗೆ ತಕ್ಕಂತೆ ಹೆಚ್ಚಿಸಬಹುದು. ಆದರೆ, ಅನುಭವದ ಆಧಾರದಲ್ಲಿ (ಸೂಚನೆ ಎಂದು ಪರಿಗಣಿಸಬಾರದು), ಕೃಷಿ ಆಧಾರಿತ ಉತ್ಪಾದಕರ ಕಂಪನಿ ಗೆ, ಅದನ್ನು ಪ್ರಾರಂಭಿಕ ವರ್ಷಗಳಲ್ಲಿ ಆರ್ಥಿಕವಾಗಿ ಸುಧೃಡವಾಗಿ ಮಾಡಲು, ಸುಮಾರು 1000 ದಿಂದ 1500 ಎಕರೆ ಕೃಷಿ ಭೂಮಿಯೊಂದಿಗಿನ 800-1000 ರೈತರುಗಳು ಅಗತ್ಯವೆಂದು ಭಾವಿಸಲಾಗಿದೆ ಮತ್ತು ಕಂಪನಿಯು ಬೆಳೆದಂತೆ ಅದನ್ನು 2000 ದವರೆಗೆ ಹೆಚ್ಚಿಸಬಹುದು. ಉತ್ಪಾದಕ ಕಂಪನಿಗಳಲ್ಲಿ ಯಾವುದೇ ಸರ್ಕಾರಿ ಅಥವಾ ಖಾಸಗಿ ಈಕ್ವಿಟಿ ಹೊಣೆ ಇರಬಾರದು, ಇದರರ್ಥ ಉತ್ಪಾದಕರ ಕಂಪನಿ ಯು ಸಾರ್ವಜನಿಕ ಅಥವಾ ಡೀಮ್ಡ್ ಸಾರ್ವಜನಿಕ ಲಿಮಿಟೆಡ್ ಕಂಪನಿಯಾಗಲಾಗುವುದಿಲ್ಲ.

ಉತ್ಪಾದಕರ ಕಂಪನಿ ಯ ಕಾರ್ಯನಿರ್ವಹಣೆಯ ಕ್ಷೇತ್ರವು ದೇಶಾದ್ಯಂತವಾಗಿರುತ್ತದೆ.

1.3 ಉತ್ಪಾದಕರ ಕಂಪನಿ ಗಳನ್ನು ಸ್ಥಾಪಿಸುವಲ್ಲಿ ಎಎಸ್‌ಎ ಅನುಭವ

2004 ರಿಂದ, ಮಧ್ಯಪ್ರದೇಶ ಮತ್ತು ಬಿಹಾರದಲ್ಲಿ ಉತ್ಪಾದಕರ ಕಂಪನಿಗಳ ಕಲ್ಪನೆಯನ್ನು ಎಎಸ್‌ಎ ಉತ್ತೇಜಿಸುತ್ತಿದೆ. ಇದುವರೆಗೆ ಇದು ಪ್ರತಿ ಉತ್ಪಾದಕರ ಕಂಪನಿ ಗೆ ಸುಮಾರು 2000 ರೈತರುಗಳ ಸರಾಸರಿ ಸದಸ್ಯತ್ವದೊಂದಿಗೆ ಮಧ್ಯಪ್ರದೇಶ ಮತ್ತು ಬಿಹಾರದ ಬಡ ಪ್ರಾಂತ್ಯಗಳಲ್ಲಿ 30000 ಕ್ಕೂ ಹೆಚ್ಚು ಚಿಕ್ಕ ಮತ್ತು ಮಧ್ಯಮ ಪ್ರಮಾಣದ ರೈತರುಗಳೊಂದಿಗೆ 16 ಉತ್ಪಾದಕರ ಕಂಪನಿ ಗಳನ್ನು ಉತ್ತೇಜಿಸಿದೆ.

ಈ ಪ್ರತಿ ಉತ್ಪಾದಕರ ಕಂಪನಿ ಗಳಲ್ಲಿ ವೃತ್ತಿಪರ ನಿರ್ವಹಣೆ ತಂಡವಿದ್ದು, ಇದು ಅನುಕ್ರಮ ಉತ್ಪಾದಕರ ಕಂಪನಿ ಗಳ ಮಂಡಳಿ ನಿರ್ದೇಶಕರ (ಬಿಓಡಿ) ನಿರ್ದೇಶನಗಳ ಅಡಿಯಲ್ಲಿ ಕಾರ್ಯಾಚರಣೆಯನ್ನು ನಡೆಸುತ್ತದೆ. ಬಿಓಡಿ ಗೆ ಬೆಂಬಲ ನೀಡುವ ಮೂಲಕ ಅದರ ಸಾಮರ್ಥ್ಯವನ್ನು ನಿರ್ಮಿಸುವುದೂ ಸಹ ನಿರ್ವಹಣಾ ತಂಡದ ಜವಾಬ್ದಾರಿಯಾಗಿರುತ್ತದೆ. ಈ ಉತ್ಪಾದಕರ ಕಂಪನಿ ಗಳು ಮುಖ್ಯವಾಗಿ ಕೃಷಿ ವ್ಯವಹಾರಗಳಲ್ಲಿರುತ್ತವೆ ಮತ್ತು ಮುಖ್ಯವಾಗಿ ಬೆಳೆ ಬೀಜ ಉತ್ಪಾದನೆ, ಕೃಷಿ ಉತ್ಪಾದನೆಗಳ ಸಂಸ್ಕರಿಸುವಿಕೆ ಮತ್ತು ಮಾರಾಟ ಮಾಡುವುದರ ಮೇಲೆ ಕೇಂದ್ರೀಕರಿಸುತ್ತವೆ ಏಕೆಂದರೆ ಈ ಚಟುವಟಿಕೆಗಳು ಹೂಡಿಕೆಗೆ ಪ್ರತಿಯಾಗಿ ಹೆಚ್ಚು ಆದಾಯ ನೀಡುತ್ತವೆ ಮತ್ತು ಅದರ ಸದಸ್ಯರಿಗೆ ಗುಣಮಟ್ಟದ ಬೀಜಗಳ ಲಭ್ಯತೆಯೂ ಸಹ ಖಚಿತಪಡಿಸಿಕೊಳ್ಳುತ್ತವೆ. ಈ ಪ್ರತಿ ಉತ್ಪಾದಕರ ಕಂಪನಿ ಗಳ ಸರಾಸರಿ ವಾರ್ಷಿಕ ವ್ಯವಹಾರ ವಹಿವಾಟು ಸುಮಾರು 10 ಮಿಲಿಯನ್ ಆಗಿದೆ. ಆದರೆ, ಕೆಲವೊಂದು ಉತ್ಪಾದಕರ ಕಂಪನಿ ಗಳ ವಹಿವಾಟುಗಳಲ್ಲಿ ವ್ಯತ್ಯಾಸವಿದ್ದು, ಕೆಲವೊಂದು ಉತ್ಪಾದಕರ ಕಂಪನಿ ಗಳು ಅವುಗಳ ಕಾರ್ಯಾರಂಭ ಮಾಡಿದ 3-4 ವರ್ಷಗಳಲ್ಲಿ ವಾರ್ಷಿಕ ರೂ. 25-35 ಬಿಲಿಯನ್ ವಹಿವಾಟನ್ನು ಮಾಡಿವೆ. ಈ ಉತ್ಪಾದಕರ ಕಂಪನಿ ಗಳ ಅಧಿಕ ಬೆಳವಣಿಯ ಕಾರಣಗಳು ಈ ಮುಂದಿನ ಅಂಶಗಳಾಗಿವೆ:

◊ ಶಕ್ತಿಶಾಲಿ ನಿರ್ವಹಣಾ ತಂಡ ಮತ್ತು ಬಿಓಡಿ;

◊ ಬ್ಯಾಂಕಿಂಗ್ ಸಂಸ್ಥೆಗಳ ಸಹಕಾರ, ಇವುಗಳು ಕಾರ್ಯನಿರ್ವಹಣೆ ಬಂಡವಾಳವಾಗಿ ಉತ್ಪಾದಕರ ಕಂಪನಿ ಗಳಿಗೆ ತೊಂದರೆಯಿಲ್ಲದ ಸಾಲಗಳನ್ನು ಒದಗಿಸಿವೆ; ಮತ್ತು

◊ ಅಧಿಕ ಆರ್‌ಓಐ ನೀಡುವ ಸ್ಪಷ್ಟವಾಗಿ ಗುರುತಿಸಲ್ಪ ವ್ಯವಹಾರ ಅವಕಾಶ.

ಪರೀಕ್ಷಾರ್ಥ ಮೌಲ್ಯಮಾಪನವು ಸಲಹೆ ನೀಡಿದಂತೆ ಸದಸ್ಯರಿಗೆ ಪ್ರಯೋಜನಗಳು ಬಹು ರೀತಿಯಲ್ಲಿದೆ ಮತ್ತು ಈ ಕೆಳಗಿನವುಗಳ ರೂಪದಲ್ಲಿದೆ:

◊ ಸಮಯಕ್ಕೆ ಸರಿಯಾಗಿ ಮತ್ತು ಸುಲಭವಾಗಿ ಜೊತೆಗೆ ಸಕಾರಾತ್ಮಕ ಬೆಲೆಯಲ್ಲಿ ಲಭ್ಯವಿರುವ ರಾಸಾಯನಿಕ ಗೊಬ್ಬರಗಳು, ಬೀಜಗಳು ಮತ್ತು ಕೃಷಿ ಉತ್ಪನ್ನಗಳು;

◊ ಉತ್ತಮ ದರಕ್ಕಾಗಿ ಬೃಹತ್ ಪ್ರಮಾಣದಲ್ಲಿ ಕೃಷಿ ಉತ್ಪನ್ನದ ಮಾರಾಟ;

◊ ಕೃಷಿ ಇಲಾಖೆ ಅಥವಾ ಇತರ ಸೇವೆ ನೀಡುವವರಿಂದ ಉತ್ಪಾದಕರ ಕಂಪನಿ ಆಯೋಜಿಸಿದ ಸೇವೆಗಳಿಂದ ಕೃಷಿಕರು ಪಡೆದ ಸೇವೆಗಳು;

◊ ಉತ್ಪಾದಕರ ಕಂಪನಿ ಇಂದ ನಗದು ಡಿವಿಡೆಂಡ್‌ಗಳ ಸ್ವೀಕಾರ.

ಹಣಕಾಸುರೂಪದಲ್ಲಿಪಡೆಯುವಪ್ರಯೋಜನಗಳಬಗ್ಗೆ ಇದುವರೆಗೆ ಇನ್ನೂ ವಿವರಣಾತ್ಮಕ ಅಧ್ಯಯನವನ್ನು ಕೈಗೊಳ್ಳಲಾಗಿಲ್ಲ. ಆದರೆ, ಉತ್ಪಾದಕರ ಕಂಪನಿ ನೀಡುವ ಸೇವೆಗಳಿಂದ ಸದಸ್ಯರು ಸಂತೋಷಗೊಂಡಿದ್ದಾರೆ ಮತ್ತು ಉತ್ಪಾದಕರ ಕಂಪನಿ ಕಾರ್ಯಚಟುವಟಿಕೆಗಳಲ್ಲಿ ಸದಸ್ಯರ ತೊಡಗಿಸಿಕೊಳ್ಳುವಿಕೆಯು ಅಧಿಕಗೊಳ್ಳುವ ಪ್ರವೃತ್ತಿ ಕಂಡುಬರುತ್ತಿದೆ.

ಎಎಸ್‌ಎ ದ ಪ್ರಯತ್ನಗಳು ಮಧ್ಯಪ್ರದೇಶದಲ್ಲಿ ಉತ್ಪಾದಕರ ಸಂಸ್ಥೆಗಳ ಪರವಾಗಿ ಹಲವು ನೀತಿ ಬದಲಾವಣೆಗಳನ್ನು ತಂದಿದೆ. ತೆರಿಗೆಗೆ ಸಂಬಂಧಿಸಿದ ಹಲವು ಸೌಕರ್ಯಗಳ ಜೊತೆಗೆ ಮೂರು ವರ್ಷಗಳವರೆಗೆ ಉತ್ಪಾದಕರ ಕಂಪನಿ ಗೆ ನಿರ್ವಹಣಾ ವೆಚ್ಚವನ್ನು ಒದಗಿಸುವ ಮತ್ತು ಜಿಓಎಂಪಿ ಇಂದ ಉತ್ಪಾದಕರ ಕಂಪನಿ ಗೆ 25 ಲಕ್ಷಗಳಷ್ಟು ದುಡಿಯುವ ಬಂಡವಾಳ ನೀಡುವ ನಿರ್ಧಾರವು ಹೆಚ್ಚು ಪ್ರಮುಖವಾಗಿದೆ. ಹಾಗೆಯೇ ಮಧ್ಯಪ್ರದೇಶ ಸರ್ಕಾರವು ಅವರಿಗೆ ಯೋಗ್ಯತೆಯ ಆಧಾರದಲ್ಲಿ ವ್ಯವಹಾರದ ಅಗತ್ಯತೆಗಳಿಗೆ ಭೂಮಿ ಮತ್ತು ಯಂತ್ರೋಪಕರಣಗಳನ್ನು ನೀಡಲು ಒಪ್ಪಿಗೆ ಸೂಚಿಸಿದೆ.

producer's collectives would largely depend on the skill and commitment of the promoting agency. The real challenge in building such institution is how to connect the individual producer to the governing system of the producer's organisation. The agency promoting the producers organisation has to pursue both the social and economic objectives simultaneously. It is therefore a long drawn agenda irrespective of the legal format under which these institutions are formed. An enabling legal format can facilitate the process well but cannot ensure a profitable institution without a proper process followed.

ಈ ಎಲ್ಲಾ ನೀತಿ ನಿರ್ಧಾರಗಳನ್ನು ಸರ್ಕಾರಿ ಗೆಜೆಟ್‌ನಲ್ಲಿ ಪ್ರಕಟಿಸಲಾಗಿದೆ.

ಇಲ್ಲಿ ಪ್ರಸ್ತಾಪಿಸಬೇಕಾದ ಮಹತ್ವದ ಅಂಶವೆಂದರೆ ಇತರ ಯಾವುದೇ ಸಂಸ್ಥೆಯಂತೆಯೇ ಹಣಕಾಸು ಸಾಮರ್ಥ್ಯ ಮತ್ತು ಸಂಸ್ಥೆಯು ಸದೃಢವಾಗಿರುವಿಕೆಯು ಎರಡು ಪ್ರಮುಖ ಅಂಶಗಳಾಗಿದ್ದು, ಇದು ಉತ್ಪಾದಕರ ಕಂಪನಿ ಸದೃಢತೆಯನ್ನು ನಿರ್ಧರಿಸುತ್ತದೆ.ಹಾಗೆಯೇ ಉತ್ಪಾದಕರ ಒಗ್ಗೂಡಿದ ಯಶಸ್ಸು ಉತ್ತೇಜಕ ಏಜೆನ್ಸಿಯ ಕೌಶಲ್ಯ ಮತ್ತು ಬದ್ಧತೆಯ ಮೇಲೆ ಬಹುಪಾಲು ಅವಲಂಬಿತವಾಗಿರುತ್ತದೆ. ಇಂತಹ ಸಂಸ್ಥೆಗಳನ್ನು ನಿರ್ಮಾಣ ಮಾಡವಲ್ಲಿ ನಿಜವಾದ ಸವಾಲು ಎಂದರೆ ವೈಯಕ್ತಿಕ ಉತ್ಪಾದಕರನ್ನು ಹೇಗೆ ಉತ್ಪಾದಕರ ಸಂಸ್ಥೆಯ ಆಡಳಿತ ವ್ಯವಸ್ಥೆಗೆ ಸಂಪರ್ಕಿಸುವುದು ಎಂಬುದಾಗಿದೆ. ಉತ್ಪಾದಕರ ಸಂಸ್ಥೆಯನ್ನು ಉತ್ತೇಜಿಸುತ್ತಿರುವ ಏಜೆನ್ಸಿಯು ಒಂದೇ ಬಾರಿಗೆ ಸಾಮಾಜಿಕ ಮತ್ತು ಆರ್ಥಿಕ ಉದ್ದೇಶಗಳನ್ನು ಪೂರೈಸಬೇಕು. ಆದ್ದರಿಂದ ಈ ಸಂಸ್ಥೆಗಳು ರೂಪುಗೊಂಡಿರುವ ಕಾನೂನು ಸ್ವರೂಪ ಯಾವುದೇ ಆಗಿದ್ದರೂ ಇದು ದೀರ್ಘಕಾಲೀನ ಕಾರ್ಯನೀತಿಯಾಗಿದೆ. ಕ್ರಿಯಾತ್ಮಕ ಕಾನೂನು ಸ್ವರೂಪವು ಪ್ರಕ್ರಿಯೆಯನ್ನು ಸರಳಗೊಳಿಸಬಹುದು ಆದರೆ ಸರಿಯಾದ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆಯನ್ನು ಅಳವಡಿಸಿಕೊಳ್ಳದೇ ಲಾಭದಾಯಕ ಸಂಸ್ಥೆಯನ್ನು ಹೊಂದುವುದನ್ನು ಖಾತ್ರಿಪಡಿಸಿಕೊಳ್ಳಲಾಗುವುದಿಲ್ಲ.

CHAPTER 2

INCORPORATION OF A PRODUCER COMPANY

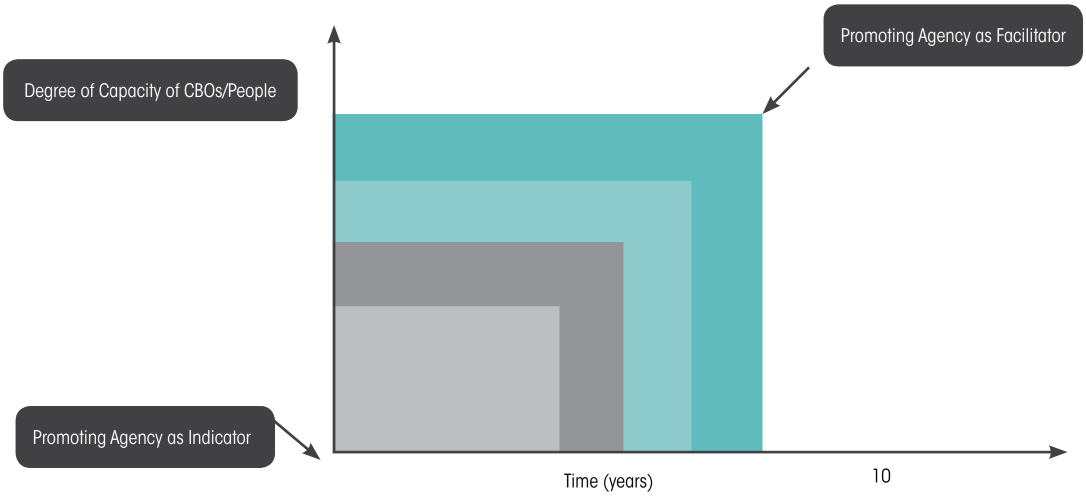
(This chapter is divided in two parts. The first part deals with process to be followed at field level and the preparations required for forming a PC. The second part of the chapter focuses on the legal requirements for establishing a PC and processes involved in it.)

The Producer Company Act. 2002 does not provide any guidelines or directions about the mobilization and social processes that need to be followed while forming PC. Also, there are not many literatures available capturing the hands on experience in establishing producer companies mainly due to the fact that there are limited initiatives currently going on in India on the PC. Hence, what is written in the following paragraphs about the social processes is largely drawn from ASA's experiences of establishing PC in M.P. and Bihar and that too primarily for the agriculture produces. Also these experiences are context specific and may vary with the change in context as it happens with any social processes. An attempt has been made here to write on those aspects related to social processes which normally come in the minds of practitioners before embarking on setting up a producer company.

2.1 HOW DIFFERENT SHOULD BE THE SOCIAL PROCESSES WHILE SETTING UP A PC VIS A VIS A COMMUNITY BASED ORGANISATION (CBO)?

The point to be kept in mind that PC is also a Community Based Organisation (CBO) with a shared objective, mutually agreed plan of actions, shared responsibilities and benefits and a mechanism of functioning where the decisions are taken by the opinions of majority. Hence, the processes of building organization can not be different in case of PC than what is generally followed for any CBOs. Generally the processes start with the conceptualization of the idea by the initiator about the objective and structure of the CBO that is intended to be formed in a given situation. It is the initiator, normally an external person or agency, takes the lead and in consultation with the potential members of the CBO forms the organization and continues to provide support till it is stable and growing. In this trajectory the role of initiator or promoting agency changes from Initiator to Facilitator. This is depicted in a diagram below.

FIGURE 1: CHANGE IN ROLE OF INITIATOR AS THE CBO MATURES



The diagram shows that as the capacity within the people and the CBO increases, the role of the promoting agency changes from one of initiator to that of a facilitator. As this takes place, the methods of participation for dialogue also change. This does not anyway suggest that the promoting agency has to continue to provide support all through the life of the PC. Depending upon the capacity of the PC the promoting agency can plan for exit strategy. However, this situation is so contextual that no specific time frame can be prescribed for the exit of the promoting agency. The bottom line for exit should be decided on the basis of PC's capacity to run the business without support from any external agency.

ಅಧ್ಯಾಯ 2

ಉತ್ಪಾದಕ ಕಂಪನಿಗಳ ನಿರ್ಮಾಣ

(ಅಧ್ಯಾಯವನ್ನು ಎರಡು ಭಾಗಗಳಾಗಿ ವಿಂಗಡಿಸಲಾಗಿದೆ. ಮೊದಲನೆಯ ಭಾಗವು ಕ್ಷೇತ್ರ ಮಟ್ಟದಲ್ಲಿ ಅನುಸರಿಸಬೇಕಾದ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆಗಳನ್ನು ಮತ್ತು ಉತ್ಪಾದಕರ ಕಂಪನಿ ರೂಪುಗೊಳಿಸುವಿಕೆಗೆ ಅಗತ್ಯ ಸಿದ್ಧತೆಗಳನ್ನು ತಿಳಿಸುತ್ತದೆ. ಅಧ್ಯಾಯದ ಎರಡನೆಯ ಭಾಗವು ಉತ್ಪಾದಕರ ಕಂಪನಿ ಸ್ಥಾಪನೆಗೆ ಅಗತ್ಯವಾದ ಕಾನೂನು ಅಗತ್ಯತೆಗಳು ಮತ್ತು ಅದರಲ್ಲಿ ಒಳಗೊಂಡಿರುವ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆಗಳತ್ತ ಗಮನಹರಿಸುತ್ತದೆ)

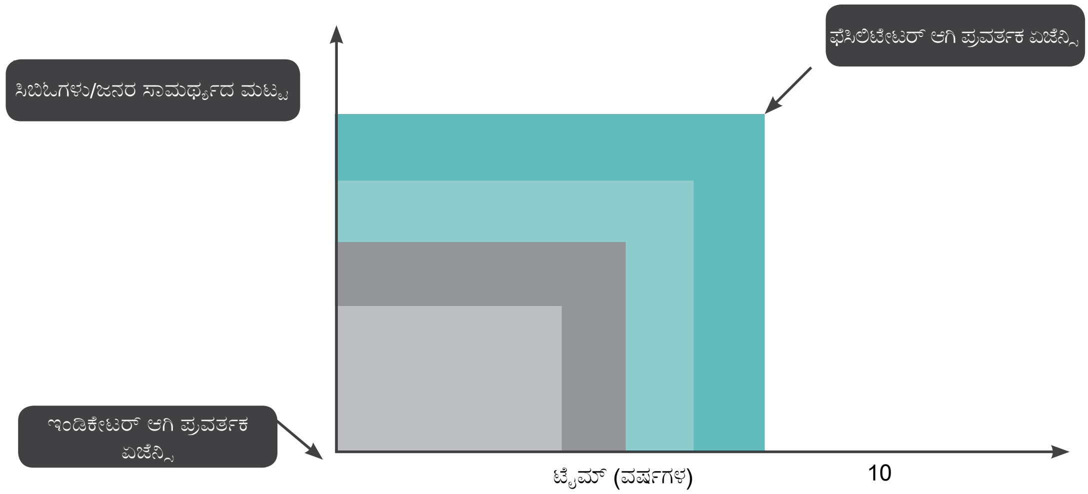
ಉತ್ಪಾದಕರ ಕಂಪನಿಉತ್ಪಾದಕರ ಕಂಪನಿ ರೂಪುಗೊಳಿಸುವ ಸಮಯದಲ್ಲಿ ಅನುಸರಿಸಬೇಕಾದ ಒಟ್ಟುಗೂಡಿಸುವಿಕೆ ಮತ್ತು ಸಾಮಾಜಿಕ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆಗಳ ಕುರಿತಾಗಿ ಯಾವುದೇ ಮಾರ್ಗದರ್ಶಿಗಳನ್ನು ಅಥವಾ ನಿರ್ದೇಶನಗಳನ್ನು ಉತ್ಪಾದಕರ ಕಂಪನಿ ಕಾಯಿದೆ 2002 ಒದಗಿಸುವುದಿಲ್ಲ. ಹಾಗೆಯೇ, ಉತ್ಪಾದಕರ ಕಂಪನಿಗಳನ್ನು ಸ್ಥಾಪಿಸುವಲ್ಲಿ ಅಗತ್ಯವಾದ ಅನುಭವಗಳನ್ನು ನಿರೂಪಿಸುವ ಸಾಕಷ್ಟು ಕೈಪಿಡಿಗಳೂ ಸಹ ಲಭ್ಯವಿಲ್ಲ, ಏಕೆಂದರೆ ಭಾರತದಲ್ಲಿ ಉತ್ಪಾದಕರ ಕಂಪನಿ ನಿರ್ಮಾಣಕ್ಕೆ ಸಂಬಂಧಿಸಿದಂತೆ ಕೆಲವೇ ಕಾರ್ಯಗಳು ನಡೆಯುತ್ತಿವೆ. ಆದ್ದರಿಂದ, ಸಾಮಾಜಿಕ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆಗಳ ಕುರಿತಾಗಿ ಮುಂದಿನ ಪ್ಯಾರಾಗ್ರಾಫ್‌ನಲ್ಲಿ ಬರೆದಿರುವ ಅಂಶಗಳನ್ನು ಮುಖ್ಯವಾಗಿ ಮಧ್ಯಪ್ರದೇಶ ಮತ್ತು ಬಿಹಾರದಲ್ಲಿ ಉತ್ಪಾದಕರ ಕಂಪನಿ ಸ್ಥಾಪಿಸಲು ಎಎಸ್‌ಎ ನ ಅನುಭವಗಳ ಆಧಾರದಲ್ಲಿ ಜೊತೆಗೆ ಇವುಗಳನ್ನೂ ಪ್ರಾಥಮಿಕವಾಗಿ ಕೃಷಿ ಉತ್ಪನ್ನಗಳಿಗಾಗಿ ಸೇರಿಸಿಕೊಳ್ಳಲಾಗಿದೆ. ಹಾಗೆಯೇ ಈ ಅನುಭವಗಳು ಸಾಂದರ್ಭಿಕ ಆಧಾರದಲ್ಲಾಗಿದೆ ಮತ್ತು ಇದು ಯಾವುದೇ ಸಾಮಾಜಿಕ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆಗಳೊಂದಿಗೆ ಸಂಭವಿಸಿದಂತೆ ಸಾಂದರ್ಭಿಕವಾಗಿ ಬದಲಾಗಬಹುದು. ಉತ್ಪಾದಕರ ಕಂಪನಿಗಳನ್ನು ನಿರ್ಮಿಸಲು ಪ್ರಯತ್ನಿಸುವ ಮೊದಲು ಸಾಮಾನ್ಯವಾಗಿ ಮನಸ್ಸಿನಲ್ಲಿ ಬರುವ ಸಾಮಾಜಿಕ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆಗಳಿಗೆ ಸಂಬಂಧಿಸಿದ ಅಂಶಗಳನ್ನು ಇಲ್ಲಿ ಬರೆಯಲು ಪ್ರಯತ್ನವನ್ನು ಮಾಡಲಾಗಿದೆ.

2.1 ಸಮುದಾಯ ಆಧಾರಿತ ಸಂಸ್ಥೆ (ಸಿಬಿಓ) ಸ್ಥಾಪನೆಗೆ ಹೋಲಿಸಿದರೆ ಉತ್ಪಾದಕರ ಕಂಪನಿ ಸ್ಥಾಪಿಸುವಾಗ ಇರುವ ಸಾಮಾಜಿಕ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆಗಳು ಹೇಗೆ ವಿಭಿನ್ನವಾಗಿರುತ್ತದೆ?

ಹಂಚಿತ ಉದ್ದೇಶಗಳು, ಪರಸ್ಪರ ಒಪ್ಪಿದ ಕ್ರಿಯಾ ಯೋಜನೆಗಳು, ಹಂಚಿದ ಜವಾಬ್ದಾರಿಗಳು ಮತ್ತು ಕಾರ್ಯನಿರ್ವಹಣೆಯ ಪ್ರಯೋಜನಗಳು ಮತ್ತು ಕಾರ್ಯವಿಧಾನಗಳಿಗೆ ಸಂಬಂಧಿಸಿದಂತೆ ಉತ್ಪಾದಕರ ಕಂಪನಿಉತ್ಪಾದಕರ ಕಂಪನಿ ಸಹ ಸಮುದಾಯ ಆಧಾರಿತ ಸಂಸ್ಥೆ (ಸಿಬಿಓ) ಆಗಿದ್ದು, ಇಲ್ಲಿ ನಿರ್ಧಾರಗಳು ಬಹುಮತದ ಆಧಾರದಲ್ಲಿ ತೆಗೆದುಕೊಳ್ಳಲಾಗುತ್ತದೆ ಎಂಬುದನ್ನು ಗಮನದಲ್ಲಿಟ್ಟುಕೊಳ್ಳಬೇಕು. ಆದ್ದರಿಂದ ಉತ್ಪಾದಕರ ಕಂಪನಿ ಉತ್ಪಾದಕರ ಕಂಪನಿ ಸ್ಥಾಪಿಸುವಾಗ ಸಾಮಾನ್ಯವಾಗಿ ಅನುಸರಿಸುವ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆಗಳು ಸಿಬಿಓ ಸ್ಥಾಪಿಸುವಾಗಿವುದಕ್ಕಿಂತ ವಿಭಿನ್ನವಾಗಿರುವುದಿಲ್ಲ. ಆದ್ದರಿಂದ ಸಾಮಾನ್ಯವಾಗಿ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆಗಳು, ಇರುವ ಸನ್ನಿವೇಶದಲ್ಲಿ ಸ್ಥಾಪಿಸಲು ಉದ್ದೇಶಿತವಾಗಿರುವ ಸಿಬಿಓದ ಉದ್ದೇಶ ಮತ್ತು ರಚನೆಗೆ ಸಂಬಂಧಿಸಿದಂತೆ ಕಲ್ಪನೆಯನ್ನು ಹುಟ್ಟುಹಾಕುವವರು ಮಾಡಿಕೊಳ್ಳುವ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆಯೊಂದಿಗೆ ಪ್ರಾರಂಭಗೊಳ್ಳುತ್ತದೆ. ಸಾಮಾನ್ಯವಾಗಿ ಪ್ರಾರಂಭ ಮಾಡುವವರು ಅಂದರೆ ಬಾಹ್ಯ ವ್ಯಕ್ತಿ ಅಥವಾ ಏಜೆನ್ಸಿಯು ಮುಂದಾಳತ್ವ ವಹಿಸುತ್ತಾರೆ ಮತ್ತು ಸಿಬಿಓದ ಸಂಭಾವ್ಯ ಸದಸ್ಯರೊಂದಿಗೆ ಸಮಾಲೋಚನೆ ಮಾಡುವ ಮೂಲಕ ಸಂಸ್ಥೆಯನ್ನು ರೂಪಿಸುತ್ತಾರೆ ಮತ್ತು ಅದು ಸದೃಢಗೊಳ್ಳುವ ಮತ್ತು ಬೆಳವಣಿಗೆಗೊಳ್ಳುವ ತನಕ ಬೆಂಬಲ ನೀಡುವುದನ್ನು ಮುಂದುವರಿಸುತ್ತಾರೆ. ಪ್ರಾರಂಭಿಸುವವರ ಅಥವಾ ಪ್ರವರ್ತಕರ ಈ ಪಾತ್ರವು ಪ್ರವರ್ತಕರು ಅಥವಾ ಬೆಂಬಲ ನೀಡುವವು ಒಬ್ಬರಿಂದ ಒಬ್ಬರಿಗೆ ಬದಲಾಗುತ್ತದೆ. ಇದನ್ನು ಕೆಳಗಿನ ಚಿತ್ರದಲ್ಲಿ ನಿರೂಪಿಸಲಾಗಿದೆ.

ಭಾಗ ಮೂರು

ಚಿತ್ರ 1: ಸಿಬಿಎ ಬೆಳವಣಿಗೆ ಹೊಂದಿದಂತೆ ಪ್ರವರ್ತಕರ ಪಾತ್ರದಲ್ಲಿನ ಬದಲಾವಣೆ



ಜನರು ಮತ್ತು ಸಿಬಿಓ ಒಳಗೆ ಸಾಮರ್ಥ್ಯವು ಹೆಚ್ಚಿದಂತೆ, ಪ್ರವರ್ತಕ ಏಜೆನ್ಸಿಯ ಪಾತ್ರವು ಓರ್ವ ಪ್ರವರ್ತಕರಿಂದ ಫೆಸಿಲಿಟೇಟರ್‌ಗೆ ಬದಲಾಗುವುದನ್ನು ಚಿತ್ರವು ತೋರಿಸುತ್ತದೆ. ಇದು ಸಂಭವಿಸಿದಂತೆಯೇ, ಮಾತುಕತೆಗಾಗಿ ಭಾಗವಹಿಸುವ ವಿಧಾನವೂ ಸಹ ಬದಲಾಗುತ್ತದೆ. ಆದರೆ ಇದು ಉತ್ಪಾದಕರ ಕಂಪನಿ ಯ ಜೀವಿತಾವಧಿಯ ತನಕವೂ ಬೆಂಬಲ ನೀಡುವುದನ್ನು ಪ್ರವರ್ತಕ ಏಜೆನ್ಸಿಯು ಮುಂದುವರಿಸಬೇಕೆಂದು ಇದು ಸೂಚಿಸುವುದಿಲ್ಲ. ಉತ್ಪಾದಕರ ಕಂಪನಿ ಸಾಮರ್ಥ್ಯವನ್ನು ಆಧರಿಸಿ ಪ್ರರ್ವತಕ ಏಜನ್ಸಿಯು ನಿರ್ಗಮನ ಕಾರ್ಯನೀತಿಯನ್ನು ಯೋಜಿಸಬಹುದು. ಆದರೆ, ಪ್ರವರ್ತನ ಏಜೆನ್ಸಿಯ ನಿರ್ಗಮನದ ನಿಖರ ಸಮಯವನ್ನು ನಿಗದಿಪಡಿಸದಷ್ಟು ಈ ಸನ್ನಿವೇಶವು ಸಾಂದರ್ಭಿಕವಾಗಿದೆ. ಯಾವುದೇ ಬಾಹ್ಯ ಏಜೆನ್ಸಿಗಳ ಬೆಂಬಲವಿಲ್ಲದೆಯೇ ವ್ಯವಹಾರವನ್ನು ನಡೆಸುವ ಉತ್ಪಾದಕರ ಕಂಪನಿ ಗಳ ಸಾಮರ್ಥ್ಯದ ಆಧಾರದಲ್ಲಿ ನಿರ್ಗಮನದ ಮಾನದಂಡವನ್ನು ನಿರ್ಧರಿಸಬೇಕು.

2.2 WHETHER PRIMARY CBOS (VIZ. SHGS, FOREST COLLECTORS GROUP, WATER USERS GROUP, COMMON INTEREST GROUP, ETC CAN BE TRANSFORMED INTO PC?

It is better to take such approach of organizing the primary groups on the basis of common interest, geographical locations and then federate them as PC to address the bigger issues of integration with the market, value chain development, etc. and that too when such need has been felt by the members of the primary groups. The benefits of taking such approach are:

- ◊ it builds further on the organization building efforts already made with the primary groups.
- ◊ since the primary groups are already strengthened therefore their participation in the process of PC formation will be effective resulting in better leadership and governance of the PC. No detailed study has been conducted yet, to ascertain the benefits in monetary terms. However, the members are happy with the services of the PC and there is a tendency of increased participation in the affairs of the PC by the members.

However, this approach takes little longer time than direct formation of PC through membership campaign. In the cases facilitated by ASA, PCs were formed with the common interest groups, SHGs and Water Users' Groups which were already existing and after formation of the PC the original identity of the CIGs/SHGs/ WUGs was not diluted, they continued to function as the primary groups as earlier.

2.3 WHETHER THE PROCESS OF ESTABLISHING PC IS SELF TRIGGERED BY THE MEMBERS THEMSELVES OR EXTERNALLY TRIGGERED?

Usually the process of PC formation is externally triggered by the promoting agency because often poor people do not realize the need to organize and use their organization as a means to fight poverty. Hence, the promoting agency leads the initiative in establishing the PC. This is also true for majority of the initiatives for community based organizations

2.3.1 Who can be the Initiator for establishing PC?

- ◊ An NGO working with the primary producers group and willing to introduce the concept of 'Producer Companies' for the economic enhancement of the producers.
- ◊ Any person or group of persons but not necessarily primary producer/s can be the initiator. This could be a socially motivated group of people having no interest for stakes in the PC. Already strengthened CBOs like SHG federation and Cooperative societies can also initiate the process of transforming them into PC. In this case it will be a self triggered initiative.
- ◊ Any Government organization or department can also promote Producer Companies. The Government can approach an NGO, administrative bodies like village panchayat, state departments etc. or any community organization for this purpose. The Government could provide financial and professional support to the implementing bodies.

2.4 PREPARATION FOR THE FORMATION OF PC

This stage precedes the process of legally registering the company. As mentioned earlier that the processes related to the mobilization of producers is purely context specific and would vary from case to case. The factors which contribute towards mobilization of producers are many and at times quite complex. However, it is experienced that existence of primary groups in the area, rapport of the external agency and their understanding about the local context and issues, play a significant role in effective mobilization of the producers. However, an attempt has been made to describe the broad general steps that an initiator should follow while taking the producers on board to form the PC. The steps are neither in chronological order nor are in the water tight compartment. The steps could overlap depending upon the situation. The steps are:

- ◊ Before setting off to establish PC the Initiator must be clear with the objective and the potential of the business. S/he must have done the homework well for the area of operation, type and number of producers, assessment of requirement of land, infrastructures, volume of business, working capital requirement, financial viability, procedures of incorporation etc. In short there should be a blue print or plan with the initiator before hand. Needless to mention that the initiator has to take a professional approach in completing these tasks

2.2 ಮೂಲ ಸಿಬಿಓ ಗಳನ್ನು (ಎಸ್‌ಹೆಚ್‌ಜಿಎಸ್, ಫಾರೆಸ್ಟ್ ಕಲೆಕ್ಟರ್‌ಗಳ ಗುಂಪು, ನೀರಿನ ಬಳಕೆದಾರರ ಗುಂಪು, ಸಾಮಾನ್ಯ ಆಸಕ್ತಿಯ ಗುಂಪು, ಇತರವುಗಳನ್ನು) ಉತ್ಪಾದಕರ ಕಂಪನಿ ಉತ್ಪಾದಕರ ಕಂಪನಿ ಯಾಗಿ ಪರಿವರ್ತಿಸಬಹುದೇ?

ಇಂತಹ ಪ್ರಯತ್ನವನ್ನು ಸಾಮಾನ್ಯ ಆಸಕ್ತಿ, ಭೌಗೋಳಿಕ ಸ್ಥಳಗಳ ಆಧಾರದಲ್ಲಿ ಪ್ರಾಥಮಿಕ ಗುಂಪುಗಳಾಗಿ ಸಂಯೋಜಿಸುವುದು ತದನಂತರ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ, ಮೌಲ್ಯ ಸರಣಿ ಅಭಿವೃದ್ಧಿ, ಇತರವುಗಳಂತಹ ದೊಡ್ಡ ಸಮಸ್ಯೆಗಳನ್ನು ಪರಿಹಾರ ಕಂಡುಕೊಳ್ಳಲು ಅವುಗಳನ್ನು ಉತ್ಪಾದಕರ ಕಂಪನಿಉತ್ಪಾದಕರ ಕಂಪನಿ ಆಗಿ ಒಂದುಗೂಡಿಸುವುದು ಉತ್ತಮವಾಗಿರುತ್ತದೆ, ಅದರಲ್ಲೂ ಇಂತಹ ಪ್ರಯತ್ನವನ್ನು ಪ್ರಾಥಮಿಕ ಗುಂಪುಗಳ ಸದಸ್ಯರು ಅಗತ್ಯವೆಂದು ಭಾವಿಸಿದಾಗ ಮಾತ್ರ ಮಾಡಬೇಕು. ಇಂತಹ ಪ್ರಯತ್ನವನ್ನು ಮಾಡುವುದರ ಪ್ರಯೋಜನಗಳೆಂದರೆ:

- ◊ ಪ್ರಾಥಮಿಕ ಗುಂಪುಗಳೊಂದಿಗೆ ಈಗಾಗಲೇ ಮಾಡಿದ ಸಂಸ್ಥೆ ನಿರ್ಮಾಣ ಪ್ರಯತ್ನಗಳಿಗೆ ಇನ್ನಷ್ಟು ಇಂಬು ನೀಡುತ್ತದೆ
- ◊ ಈಗಾಗಲೇ ಪ್ರಾಥಮಿಕ ಗುಂಪುಗಳು ಸಾಮರ್ಥ್ಯವನ್ನು ಪಡೆದಿರುವುದರಿಂದ, ಉತ್ಪಾದಕರ ಕಂಪನಿಉತ್ಪಾದಕರ ಕಂಪನಿ ರೂಪುಗೊಳ್ಳುವಿಕೆಯ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆಯಲ್ಲಿ ಅವುಗಳ ಭಾಗವಹಿಸುವಿಕೆಯು ಇನ್ನಷ್ಟು ಪರಿಣಾಮಕಾರಿಯನ್ನಾಗಿಸುತ್ತದೆ ಮತ್ತು ಉತ್ಪಾದಕರ ಕಂಪನಿ ಯ ಉತ್ತಮ ಆಡಳಿತ ಮತ್ತು ನಾಯಕತ್ವಕ್ಕೆ ಕೊಡುಗೆಯನ್ನು ನೀಡುತ್ತದೆ. ಆರ್ಥಿಕ ಅಂಶಗಳಿಗೆ ಸಂಬಂಧಿಸಿದಂತೆ ಇರುವ ಪ್ರಯೋಜನಗಳ ಕುರಿತು ಇನ್ನೂ ವಿವರಪೂರ್ಣ ಅಧ್ಯಯನವನ್ನು ಮಾಡಲಾಗಿಲ್ಲ. ಆದರೆ ಸದಸ್ಯರು ಉತ್ಪಾದಕರ ಕಂಪನಿ ಸೇವೆಗಳ ಕುರಿತು ಸಂತೃಪ್ತರಾಗಿದ್ದಾರೆ ಮತ್ತು ಸದಸ್ಯರು ಉತ್ಪಾದಕರ ಕಂಪನಿ ಚಟುವಟಿಕೆಗಳಲ್ಲಿ ಭಾಗವಹಿಸುವ ಪ್ರವೃತ್ತಿ ಹೆಚ್ಚಾಗುತ್ತಿದೆ.

ಆದರೆ, ಸದಸ್ಯ ಪ್ರಚಾರ ಆಂದೋಲನದ ಮೂಲಕ ಉತ್ಪಾದಕರ ಕಂಪನಿ ಉತ್ಪಾದಕರ ಕಂಪನಿ ಅನ್ನು ನೇರವಾಗಿ ರೂಪಿಸುವುದರಿಂದ ಈ ಪ್ರಯತ್ನವು ಸ್ವಲ್ಪ ಹೆಚ್ಚು ಸಮಯ ತೆಗೆದುಕೊಳ್ಳುತ್ತದೆ. ಎಸಿಎ ಅನುಕೂಲತೆ ಮಾಡಿಕೊಡಲ್ಪಟ್ಟವುಗಳಿಗೆ ಸಂಬಂಧಿಸಿದಂತೆ, ಈಗಾಗಲೇ ಅಸ್ತಿತ್ವದಲ್ಲಿರುವ ಸಾಮಾನ್ಯ ಆಸಕ್ತಿಯ ಗುಂಪುಗಳು, ಎಸ್‌ಹೆಚ್‌ಜಿಗಳು ಮತ್ತು ನೀರಿನ ಬಳಕೆದಾರ ಗುಂಪುಗಳೊಂದಿಗೆ ಉತ್ಪಾದಕರ ಕಂಪನಿ ಉತ್ಪಾದಕರ ಕಂಪನಿ ಗಳನ್ನು ರಚಿಸಲಾಗಿದೆ ಮತ್ತು ಉತ್ಪಾದಕರ ಕಂಪನಿ ರಚನೆಯ ನಂತರ ಸಿಐಜಿಗಳು/ ಎಸ್‌ಹೆಚ್‌ಜಿಗಳು/ಡಬ್ಲ್ಯೂಯುಜಿಗಳ ಮೂಲ ಅಸ್ತಿತ್ವಕ್ಕೆ ಕುಂದು ಬರುವುದಿಲ್ಲ ಮತ್ತು ಅವುಗಳು ಮೊದಲಿನಂತೆಯೇ ಪ್ರಾಥಮಿಕ ಗುಂಪುಗಳಾಗಿ ಕಾರ್ಯನಿರ್ವಹಿಸುವುದನ್ನು ಮುಂದುವರಿಸುತ್ತವೆ.

2.3 ಉತ್ಪಾದಕರ ಕಂಪನಿಉತ್ಪಾದಕರ ಕಂಪನಿ ಸ್ಥಾಪಿಸುವ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆಯು ಸದಸ್ಯರಿಂದಲೇ ಪ್ರಚೋದನೆ ಪಡೆಯುತ್ತದೆಯೇ ಅಥವಾ ಹೊರಗಿನಿಂದ ಪ್ರಚೋದನೆ ನೀಡಬೇಕಾಗುತ್ತದೆಯೇ?

ಸಾಮಾನ್ಯವಾಗಿ ಉತ್ಪಾದಕರ ಕಂಪನಿಉತ್ಪಾದಕರ ಕಂಪನಿ ರಚಿಸುವ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆಗೆ ಪ್ರವರ್ತಕ ಏಜೆನ್ಸಿಯು ಪ್ರಚೋದನೆ ನೀಡುತ್ತದೆ, ಏಕೆಂದರೆ ಬಡ ಜನರು ಸಂಯೋಜಿತರಾಗುವ ಮತ್ತು ಅವರ ಸಂಸ್ಥೆಯನ್ನು ಬಡತನಕ್ಕೆ ಪ್ರತಿಯಾಗಿ ಹೋರಾಡುವ ಮಾರ್ಗವನ್ನಾಗಿ ಬಳಸುವ ಅಗತ್ಯತೆಯನ್ನು ಮನಗಾಣುವುದಿಲ್ಲ. ಆದ್ದರಿಂದ, ಉತ್ಪಾದಕರ ಕಂಪನಿಉತ್ಪಾದಕರ ಕಂಪನಿ ಸ್ಥಾಪಿಸುವ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆಯಲ್ಲಿ ಪ್ರವರ್ತಕ ಏಜೆನ್ಸಿಯು ಪ್ರಮುಖ ಪಾತ್ರ ವಹಿಸುತ್ತದೆ. ಇದೇ ಸಂಗತಿಯು ಬಹುಪಾಲು ಸಮುದಾಯ ಆಧಾರಿತ ಸಂಸ್ಥೆಗಳಲ್ಲೂ ಇದೇ ರೀತಿ ಆಗಿರುತ್ತದೆ.

2.3.1 ಉತ್ಪಾದಕರ ಕಂಪನಿಉತ್ಪಾದಕರ ಕಂಪನಿ ಸ್ಥಾಪಿಸುವಲ್ಲಿ ಪ್ರಾರಂಭಿಕ ಪಾತ್ರ ಯಾರದ್ದಾಗಿರುತ್ತದೆ?

- ◊ ಪ್ರಾಥಮಿಕ ಉತ್ಪಾದಕರ ಗುಂಪಿನೊಂದಿಗೆ ಕಾರ್ಯನಿರ್ವಹಿಸುವ ಮತ್ತು ಉತ್ಪಾದಕರ ಆರ್ಥಿಕ ವೃದ್ಧಿಗಾಗಿ 'ಉತ್ಪಾದಕರ ಕಂಪನಿಗಳ' ಕಲ್ಪನೆಯನ್ನು ಪರಿಚಯಿಸಲು ಬಯಸುವ ಎನ್‌ಜಿಓ.
- ◊ ಅಗತ್ಯವಾಗಿ ಪ್ರಾಥಮಿಕ ಉತ್ಪಾದಕರಲ್ಲದ ಯಾವುದೇ ವ್ಯಕ್ತಿ ಅಥವಾ ವ್ಯಕ್ತಿಗಳ ಗುಂಪು ಪ್ರಾರಂಭಿಕ ಪಾತ್ರ ವಹಿಸಬಹುದು. ಇದು ಸಾಮಾಜಿಕವಾಗಿ ಉತ್ತೇಜಿತವಾದ ಉತ್ಪಾದಕರ ಕಂಪನಿ ಯಲ್ಲಿ ಪಾಲನ್ನು ಹೊಂದಲು ಆಸಕ್ತಿ ಇರದ ಜನರ ಗುಂಪಾಗಿರಬಹುದು. ಎಸ್‌ಹೆಚ್‌ಜಿ ಫೆಡರೇಶನ್ ಮತ್ತು ಸಹಕಾರಿ ಸಂಸ್ಥೆಗಳಂತಹ ಈಗಾಗಲೇ ಸಾಮರ್ಥ್ಯವನ್ನು ಹೊಂದಿರುವ ಸಿಬಿಓಗಳೂ ಸಹ ಅವುಗಳನ್ನು ಉತ್ಪಾದಕರ ಕಂಪನಿ ಗಳಾಗಿ ಪರಿವರ್ತಿಸುವ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆಯನ್ನು ಪ್ರಾರಂಭಿಸಬಹುದು. ಈ ಸಂದರ್ಭದಲ್ಲಿ, ಇದು ಸ್ವಯಂ ಪ್ರಚೋದಿತ ಕಾರ್ಯವಾಗಿರುತ್ತದೆ.
- ◊ ಯಾವುದೇ ಸರ್ಕಾರಿ ಸಂಸ್ಥೆ ಅಥವಾ ಇಲಾಖೆಯೂ ಸಹ ಉತ್ಪಾದಕರ ಕಂಪನಿಗಳನ್ನು ಪ್ರವರ್ತಿಸಬಹುದು. ಸರ್ಕಾರವು ಈ ಉದ್ದೇಶಕ್ಕಾಗಿ ಎನ್‌ಜಿಓ, ಗ್ರಾಮ ಪಂಚಾಯತ್, ರಾಜ್ಯ ಇಲಾಖೆಗಳು, ಇತರವುಗಳಂತಹ ನಿರ್ವಹಣಾ ಸಂಸ್ಥೆಗಳನ್ನು ಅಥವಾ ಯಾವುದೇ ಸಮುದಾಯ ಸಂಸ್ಥೆಗಳನ್ನು ಸಂಪರ್ಕಿಸಹುದು. ಸರ್ಕಾರವು ಜಾರಿಗೊಳಿಸುವ ಸಂಸ್ಥೆಗಳಿಗೆ ಹಣಕಾಸು ಮತ್ತು ವೃತ್ತಿಪರ ಬೆಂಬಲವನ್ನು ನೀಡಬಹುದು.

2.4 ಉತ್ಪಾದಕರ ಕಂಪನಿಉತ್ಪಾದಕರ ಕಂಪನಿ ನಿರ್ಮಾಣದ ಸಿದ್ಧತೆ

ಈ ಹಂತವು ಕಂಪನಿಯನ್ನು ಕಾನೂನುಬದ್ಧವಾಗಿ ನೋಂದಾಯಿಸುವ ಮೊದಲು ನಡೆಯುತ್ತದೆ. ಈ ಮೊದಲೇ ತಿಳಿಸಿದ ಪ್ರಕಾರವಾಗಿ ಉತ್ಪಾದಕರನ್ನು ಒಟ್ಟುಗೂಡಿಸುವುದು ಸಂಪೂರ್ಣವಾಗಿ ಸಾಂದರ್ಭಿಕವಾಗಿದೆ ಮತ್ತು ವಿಭಿನ್ನವಾಗಿರುತ್ತದೆ. ಉತ್ಪಾದಕರನ್ನು ಒಟ್ಟುಗೂಡಿಸುವುದಕ್ಕೆ ಕಾರಣವಾಗುವ ಅಂಶಗಳು ಹಲವು ಮತ್ತು ಅವುಗಳು ಸಂಕೀರ್ಣವಾಗಿವೆ. ಆದರೆ, ಆದರೆ ಪ್ರದೇಶದಲ್ಲಿರುವ ಪ್ರಾಥಮಿಕ ಗಂಪುಗಳು, ಬಾಹ್ಯ ಏಜೆನ್ಸಿಯ ಬೆಂಬಲ ಮತ್ತು ಅದು ಸ್ಥಳೀಯ ಸ್ಥಿತಿ ಮತ್ತು ಸಮಸ್ಯೆಗಳ ಕುರಿತಾಗಿ ಅರ್ಥಮಾಡಿಕೊಳ್ಳುವ ಅಂಶಗಳು ಉತ್ಪಾದಕರನ್ನು ಒಟ್ಟುಗೂಡಿಸುವಲ್ಲಿ ಮಹತ್ವದ ಪಾತ್ರ ವಹಿಸುತ್ತವೆ. ಆದರೆ, ಉತ್ಪಾದಕರ ಕಂಪನಿ ರೂಪಿಸುವಲ್ಲಿ ಉತ್ಪಾದಕರನ್ನು ಪರಿಗಣಿಸಲು ಪ್ರವರ್ತಕರು ಅನುಸರಿಸಬೇಕಾದ ಸಾಮಾನ್ಯ ಹಂತಗಳನ್ನು ವಿವರಿಸಲು ಪ್ರಯತ್ನವನ್ನು ಮಾಡಲಾಗಿದೆ. ಹಂತಗಳು ಕ್ರಮಾನುಗತವಾಗಿ ಆಗಲೀ ಅಥವಾ ಸಂಕೀರ್ಣವಾಗಿಯಾಗಲೀ ಇಲ್ಲ. ಹಂತಗಳು ಸಂದರ್ಭಗಳನ್ನು ಆಧರಿಸಿ ಒಂದರ ಮೇಲೊಂದು ಆವರಿಸಬಹುದು. ಹಂತಗಳೆಂದರೆ:

- ◊ ಉತ್ಪಾದಕರ ಕಂಪನಿ ಸ್ಥಾಪಿಸುವ ಮೊದಲು, ಪ್ರವರ್ತಕರು ಉದ್ದೇಶ ಮತ್ತು ವ್ಯವಹಾರದ ಸಂಭಾವ್ಯತೆಯ ಬಗ್ಗೆ

and may need external support.

◇ Selection of area of operation on the basis of cluster approach means a cluster of 12-15 villages at least should be targeted. Normally about 800-1000 producers are a good size to form agriculture based PC, however this would change depending upon the products to be handled. Normally selection of the area and the members is done on the basis of the commonalities like produce, farmers' need and common problems they are facing in terms of production and marketing.

◇ The initiator starts the process through conducting a series of meetings with the potential producers, developing rapport with them and introducing the concept of PC. The potential socio-economic benefits of PC along with the possible risks and their implication on shareholding members has to be also shared.

◇ Once the concept is understood by the potential members, an exposure visit to successful producer companies may be organized to further strengthen the understanding of the identified group of producers. The exposure visit is found to be the better approach in clarifying concepts and methodologies to the potential members in comparison to the class room training. However, the exposure visit should be meticulously planned and facilitated by an experienced person who can explain things in right perspectives. At the later stage when the PC is incorporated the formal training would be required to the BoD members in the areas of (not limited to) for – (a) understanding the PC rules and regulations, (b) statutory requirements to the RoC, (c) business plan of the PC, (d) Government schemes, (e) leadership, (f) basic accounting and record keeping and several such aspects as the need is felt. It is suggested that a capacity building plan for BoDs including the event calendar is prepared every year and reviewed periodically by the promoting agency. The Membership process needs to be explained to the producers. Normally the share value is kept at ₹ 10 per share. The share capital contribution per member depends upon the economic condition of the producers. In the PCs developed by ASA, the number of shares per member ranges from 100 to 200. In some PCs equal number of shares has been distributed to the members, whereas in some cases it varies. There is no bar on the number of shares per member in the Act. However, it is suggested to have equal number of shares among the members to maintain a balance in the power structure of the PC. The norms for distribution of share should be mentioned in the Articles of Association of the PC.

◇ The eligible community members are required to apply through a membership application form (specified in the Act.) to the BoD. The General Body (GB) is the final authority to approve or reject the membership application.

◇ Once the concept is well accepted, based on the common understanding a business plan is developed in consultation with the members. The business proposal, its viability, market opportunity, size of business and possible benefits of the new enterprises must be shared properly with the potential members. In Chapter 4, the process of business plan development is discussed in detail.

◇ Simultaneously, the initiator in consultation and support from the members develops the draft 'Memorandum and Articles of Association' specifying the roles and responsibilities of each of the office bearers of PC. The shareholders have also to finalize the authorized capital[2] of the company and the cost of each share. While finalizing the cost of share and the number of shares per member, the paying capacity of the economically deprived shareholders should also be considered.

◇ Once these documents are in place, the first formal meeting of the shareholders should be organized. The basic agenda of this meeting is to get the approval on the Memorandum and Articles of Association as well as select/elect the Board of Directors of the company. However, it is advisable here for the initiator to avoid election at this stage as it can lead to drift amongst members. However, if the situation is conducive for election the Initiator can go for it as the process of election would

[2] The entire process might take two to six months (sometimes more), depending upon the motivation and inclination of the producers.

PART THREE

ಸ್ಪಷ್ಟವಾಗಿರಬೇಕು. ಅವರು ಕಾರ್ಯನಿರ್ವಹಣೆಯ ಪ್ರದೇಶ, ಉತ್ಪಾದಕರ ಪ್ರಕಾರ ಮತ್ತು ಸಂಖ್ಯೆಯ ಕುರಿತು ಪೂರ್ವತಯಾರಿಯನ್ನು, ಭೂಮಿಯ ಅಗತ್ಯತೆ, ಆರ್ಥಿಕ ಅನುಕೂಲತೆ, ಸ್ಥಾಪನೆಯ ಕಾರ್ಯವಿಧಾನಗಳು ಮತ್ತು ಇತ್ಯಾದಿಗಳ ಕುರಿತು ಮೌಲ್ಯಮಾಪನ ಮಾಡಬೇಕು. ಸಂಕ್ಷಿಪ್ತವಾಗಿ ಹೇಳುವುದಾದರೆ ಈ ಕುರಿತಾಗಿ ಒಂದು ನೀಲಿನಕ್ಷೆ ಅಥವಾ ಯೋಜನೆಯು ಸಿದ್ಧವಾಗಿರಬೇಕು. ವಿಶೇಷವಾಗಿ ಹೇಳುವುದಾದರೆ ಈ ಕಾರ್ಯಗಳನ್ನು ಪೂರ್ಣಗೊಳಿಸುವಲ್ಲಿ ಪ್ರವರ್ತಕರು ವೃತ್ತಿಪರ ಮಾರ್ಗ ಅನುಸರಿಸಬೇಕು ಮತ್ತು ಇದಕ್ಕೆ ಬಾಹ್ಯ ಬೆಂಬಲ ಬೇಕಾಗಬಹುದು.

◊ ಕ್ಲಸ್ಟರ್ ಆಧಾರದಲ್ಲಿ ಕಾರ್ಯನಿರ್ವಹಣೆಯ ಪ್ರದೇಶವನ್ನು ಆಯ್ಕೆಮಾಡುವುದಾದಲ್ಲಿ, ಕನಿಷ್ಠ 12-15 ಗ್ರಾಮಗಳ ಕ್ಲಸ್ಟರ್ ಅನ್ನು ಗುರಿ ಮಾಡಿಕೊಳ್ಳಬೇಕು. ಸಾಮಾನ್ಯವಾಗಿ ಕೃಷಿ ಆಧಾರಿತ ಉತ್ಪಾದಕರ ಕಂಪನಿ ನಿರ್ಮಿಸಲು 800-1000 ಉತ್ಪಾದಕರ ಸಂಖ್ಯೆ ಉತ್ತಮವಾಗಿರುತ್ತದೆ. ಆದರೆ, ನಿರ್ವಹಣೆ ಮಾಡುವ ಉತ್ಪನ್ನಗಳನ್ನು ಆಧರಿಸಿ ಇದು ಬದಲಾಗುತ್ತದೆ. ಸಾಮಾನ್ಯವಾಗಿ ಪ್ರದೇಶದ ಮತ್ತು ಸದಸ್ಯರ ಆಯ್ಕೆಯನ್ನು ಉತ್ಪನ್ನ, ರೈತರುಗಳ ಅಗತ್ಯತೆ ಮತ್ತು ಉತ್ಪಾದನೆ ಮತ್ತು ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗೆ ಸಂಬಂಧಿಸಿದಂತೆ ಅವರು ಎದುರಿಸುತ್ತಿರು ಸಾಮಾನ್ಯ ಸಮಸ್ಯೆಗಳಂತಹ ಅಂಶಗಳ ಮೇಲೆ ಅವಲಂಬಿತವಾಗಿರುತ್ತದೆ.

◊ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆಯನ್ನು ಪ್ರವರ್ತಕರು ಸಂಭಾವ್ಯ ಉತ್ಪಾದಕರೊಂದಿಗೆ ಹಲವು ಸಭೆಗಳನ್ನು ಮಾಡುವ ಮೂಲಕ, ಅವರ ಬೆಂಬಲವನ್ನು ಪಡೆದುಕೊಳ್ಳುವ ಮೂಲಕ ಮತ್ತು ಉತ್ಪಾದಕರ ಕಂಪನಿ ಯ ಕಲ್ಪನೆಯನ್ನು ಪರಿಚಯಿಸುವ ಮೂಲಕ ಪ್ರಾರಂಭಿಸುತ್ತಾರೆ. ಉತ್ಪಾದಕರ ಕಂಪನಿ ಯ ಸಂಭಾವ್ಯ ಸಾಮಾಜಿಕ-ಆರ್ಥಿಕ ಪ್ರಯೋಜನಗಳು ಮತ್ತು ಶೇರು ಹೊಂದಿರುವ ಸದಸ್ಯರ ಮೇಲಿನ ಸಂಭಾವ್ಯ ಅಪಾಯಗಳ ಕುರಿತಾಗಿಯೂ ಮಾಹಿತಿಯನ್ನು ಹಂಚಿಕೊಳ್ಳಲಾಗುತ್ತದೆ.

◊ ಒಮ್ಮೆ ಕಲ್ಪನೆಯನ್ನು ಸಂಭಾವ್ಯ ಸದಸ್ಯರು ಅರ್ಥಮಾಡಿಕೊಂಡ ನಂತರ, ಗುರುತಿಸಲ್ಪಟ್ಟ ಉತ್ಪಾದಕರ ಅರ್ಥಮಾಡಿಕೊಳ್ಳುವಿಕೆಯನ್ನು ಇನ್ನಷ್ಟು ಬಲಗೊಳಿಸಲು ಅವರನ್ನು ಯಶಸ್ವಿ ಉತ್ಪಾದಕರ ಕಂಪನಿಗಳಿಗೆ ಭೇಟಿಗೆ ಕರೆದುಕೊಂಡುಹೋಗಲಾಗುವುದು. ತರಗತಿಕೋಣೆಯ ತರಬೇತಿಗೆ ಹೋಲಿಸಿದರೆ ಕಲ್ಪನೆಗಳು ಮತ್ತು ಕಾರ್ಯವಿಧಾನಗಳ ಹೆಚ್ಚಿನ ಸ್ಪಷ್ಟತೆಗೆ ಸಂಭಾವ್ಯ ಸದಸ್ಯರ ಈ ಭೇಟಿಯು ಉತ್ತಮವಾದ ಕಾರ್ಯವೆಂದು ಕಂಡುಕೊಳ್ಳಲಾಗಿದೆ. ಆದರೆ ಈ ಭೇಟಿಯನ್ನು ಸೂಕ್ತ ದೃಷ್ಟಿಕೋನದಲ್ಲಿ ಸರಿಯಾಗಿ ವಿವರಿಸಬಲ್ಲ ಅನುಭವಿ ವ್ಯಕ್ತಿಯು ಯೋಜನಾಬದ್ಧವಾಗಿ ಕಾರ್ಯಗತಗೊಳಿಸಬೇಕು. ಉತ್ಪಾದಕರ ಕಂಪನಿ ಸ್ಥಾಪಿತಗೊಂಡಾಗ ನಂತರದ ಹಂತದಲ್ಲಿ ಈ ಮುಂದಿನ ಕ್ಷೇತ್ರಗಳಿಗೆ ಸಂಬಂಧಿಸಿದಂತೆ (ಇದಕ್ಕೆ ಮಿತಿಯಿಲ್ಲದಂತೆ) ಬಿಓಡಿ ಸದಸ್ಯರಿಗೆ ಔಪಚಾರಿಕವಾದ ತರಬೇತಿಯು ಅಗತ್ಯವಿರುತ್ತದೆ, ಅವುಗಳೆಂದರೆ -(a) ಉತ್ಪಾದಕರ ಕಂಪನಿ ನಿಯಮಗಳು ಮತ್ತು ನಿಬಂಧನೆಗಳನ್ನು ಅರ್ಥಮಾಡಿಕೊಳ್ಳುವುದು, (b) ಆರ್‌ಓಸಿಗೆ ಶಾಸನಬದ್ಧ ಅಗತ್ಯತೆಗಳು, (c) ಉತ್ಪಾದಕರ ಕಂಪನಿ ಯ ವ್ಯವಹಾರ ಯೋಜನೆ, (d) ಸರ್ಕಾರಿ ಯೋಜನೆಗಳು, (e) ನಾಯಕತ್ವ, (f) ಮೂಲಭೂತ ಅಕೌಂಟಿಂಗ್ ಮತ್ತು ದಾಖಲೆ ಉಳಿಸಿಕೊಳ್ಳುವಿಕೆ ಮತ್ತು ಅಗತ್ಯವಾದ ಪ್ರಕಾರ ಅಂತಹ ಹಲವಾರು ಅಂಶಗಳು. ಘಟನೆಯ ಕ್ಯಾಲೆಂಡರ್ ಒಳಗೊಂಡು ಬಿಓಡಿಗಾಗಿ ನಿರ್ಮಾಣ ಯೋಜನೆಯ ಸಾಮರ್ಥ್ಯವನ್ನು ಪ್ರತಿ ವರ್ಷ ಸಿದ್ಧಪಡಿಸಲಾಗುತ್ತದೆ ಪ್ರವರ್ತಕ ಏಜೆನ್ಸಿಯು ನಿಯತಕಾಲಿಕವಾಗಿ ವಿಮರ್ಶಿಸಲಾಗುತ್ತದೆ ಎಂಬುದಾಗಿ ಸಲಹೆ ನೀಡಲಾಗಿದೆ. ಸದಸ್ಯತ್ವ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆಯನ್ನು ಉತ್ಪಾದಕರಿಗೆ ವಿವರಿಸಬೇಕಾಗುತ್ತದೆ. ಸಾಮಾನ್ಯವಾಗಿ ಶೇರಿನ ಮೌಲ್ಯವನ್ನು ಪ್ರತಿ ಶೇರಿಗೆ ರೂ 10 ರಂತೆ ಇರಿಸಲಾಗುತ್ತದೆ. ಪ್ರತಿ ಸದಸ್ಯರಿಗೆ ಶೇರಿನ ಧನದ ಕೊಡುಗೆಯು ಉತ್ಪಾದಕರ ಆರ್ಥಿಕ ಸ್ಥಿತಿಯ ಮೇಲೆ ಅವಲಂಬಿತವಾಗಿರುತ್ತದೆ. ಎಎಸ್‌ಎ ಅಭಿವೃದ್ಧಿಗೊಳಿಸಿದ ಉತ್ಪಾದಕರ ಕಂಪನಿ ಗಳಲ್ಲಿ, ಪ್ರತಿ ಸದಸ್ಯರಿಗೆ ಶೇರುಗಳ ಸಂಖ್ಯೆಯು 100 ರಿಂದ 200 ಆಗಿರುತ್ತದೆ. ಕೆಲವು ಉತ್ಪಾದಕರ ಕಂಪನಿ ಗಳಲ್ಲಿ, ಸದಸ್ಯರಿಗೆ ಸಮಾನ ಸಂಖ್ಯೆಯ ಶೇರುಗಳನ್ನು ವಿತರಿಸಲಾಗುತ್ತದೆ, ಕೆಲವು ಸಂದರ್ಭದಲ್ಲಿ ಇದು ವಿಭಿನ್ನವಾಗುತ್ತದೆ. ಕಾಯಿದೆಯಲ್ಲಿ ಪ್ರತಿ ಸದಸ್ಯರಿಗೆ ಶೇರುಗಳ ಸಂಖ್ಯೆಯ ಮೇಲೆ ಯಾವುದೇ ಮಿತಿಯಿರುವುದಿಲ್ಲ. ಆದರೆ, ಉತ್ಪಾದಕರ ಕಂಪನಿ ಯ ಅಧಿಕಾರ ರಚನೆಯ ಸಮತೋಲನವನ್ನು ಕಾಯ್ದುಕೊಳ್ಳಲು ಸದಸ್ಯರ ನಡುವೆ ಸಮಾನ ಸಂಖ್ಯೆಯ ಶೇರುಗಳನ್ನು ಹೊಂದಲು ಸಲಹೆ ನೀಡಲಾಗಿದೆ. ಶೇರುಗಳ ವಿತರಣೆಗಾಗಿನ ನಿಯಮಗಳನ್ನು ಉತ್ಪಾದಕರ ಕಂಪನಿ ಯ ಅಸೋಸಿಯೇಶನ್‌ನ ನಿಯಮಗಳಲ್ಲಿ ವಿವರಿಸಲಾಗಿದೆ.

◊ ಅರ್ಹ ಸಮುದಾಯದ ಸದಸ್ಯರು ಸದಸ್ಯತ್ವ ಅರ್ಜಿಯ (ಕಾಯಿದೆಯಲ್ಲಿ ನಿರ್ದಿಷ್ಟಪಡಿಸಲಾಗಿದೆ) ಮೂಲಕ ಬಿಓಡಿಗೆ ಅರ್ಜಿ ಸಲ್ಲಿಸಬೇಕು. ಸಾಮಾನ್ಯ ಸಭೆಯು (ಜಿಬಿ) ಸದಸ್ಯತ್ವ ಅರ್ಜಿಯನ್ನು ಅನುಮೋದಿಸಲು ಅಥವಾ ತಿರಸ್ಕರಿಸಲು ಅಧಿಕಾರ ಹೊಂದಿರುವ ಅಂತಿಮ ಪ್ರಾಧಿಕಾರವಾಗಿದೆ.

◊ ಒಮ್ಮೆ ಈ ಪರಿಕಲ್ಪನೆಯನ್ನು ಒಪ್ಪಿಕೊಂಡಾಗ, ಸಮಾನ ಅರ್ಥೈಸಿಕೊಳ್ಳುವಿಕೆಯ ಆಧಾರದಲ್ಲಿ ಸದಸ್ಯರೊಂದಿಗೆ ಸಮಾಲೋಚಿಸಿ ವ್ಯವಹಾರ ಯೋಜನೆಯೊಂದನ್ನು ಅಭಿವೃದ್ಧಿಗೊಳಿಸಲಾಗುತ್ತದೆ. ವ್ಯವಹಾರದ ಪ್ರಸ್ತಾವ, ಅದರ ಸಾಧ್ಯಾಸಾಧ್ಯತೆ, ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಅವಕಾಶ, ವ್ಯವಹಾರದ ಗಾತ್ರ ಮತ್ತು ಹೊಸ ಉದ್ಯಮದ ಸಂಭಾವ್ಯ ಪ್ರಯೋಜನಗಳನ್ನು ಸಂಭಾವ್ಯ ಸದಸ್ಯರುಗಳೊಂದಿಗೆ ಹಂಚಿಕೊಳ್ಳಬೇಕು. ಅಧ್ಯಾಯ 4 ರಲ್ಲಿ, ಅಭಿವೃದ್ಧಿಗೊಳಿಸಿದ ವ್ಯವಹಾರ ಯೋಜನೆಯ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆಯನ್ನು ವಿವರವಾಗಿ ಚರ್ಚಿಸಲಾಗಿದೆ.

◊ ಅದೇ ರೀತಿಯಾಗಿ, ಪ್ರವರ್ತಕರು ಸದಸ್ಯರ ಜೊತೆಗೆ ಸಮಾಲೋಚಿಸಿ ಅವರ ಬೆಂಬಲದೊಂದಿಗೆ ಉತ್ಪಾದಕರ ಕಂಪನಿ ಯ ಪ್ರತಿ ಆಡಳಿತ ಮಂಡಳಿ ಸದಸ್ಯರ ಪಾತ್ರ ಮತ್ತು ಜವಾಬ್ದಾರಿಗಳನ್ನು ನಿರ್ದಿಷ್ಟಪಡಿಸಿ 'ಅಸೋಸಿಯೇಶನ್‌ನ ಕರಾರುಗಳು ಮತ್ತು ನಿಯಮಗಳ' ಕರಡನ್ನು ಸಿದ್ಧಪಡಿಸುತ್ತಾರೆ. ಶೇರುದಾರರು ಸಹ ಕಂಪನಿಯ ಅಧಿಕೃತ ಬಂಡವಾಳ2 ಮತ್ತು ಪ್ರತಿ ಶೇರಿನ ಬೆಲೆಯನ್ನು ಅಂತಿಮಗೊಳಿಸಬೇಕಾಗುತ್ತದೆ. ಶೇರಿನ ದರ ಮತ್ತು ಪ್ರತಿ ಸದಸ್ಯರಿಗೆ ಶೇರುಗಳ ಸಂಖ್ಯೆಯನ್ನು ಅಂತಿಮಗೊಳಿಸುವಾಗ, ಆರ್ಥಿಕವಾಗಿ ಹಿಂದುಳಿದ ಶೇರುದಾರರಿಗೆ ಪಾವತಿಸುವ ಸಾಮರ್ಥ್ಯದ ಕುರಿತಾಗಿಯೂ ಪರಿಗಣನೆ ಮಾಡಬೇಕಾಗುತ್ತದೆ.

◊ ಒಮ್ಮೆ ದಾಖಲೆಗಳು ಸಿದ್ಧಗೊಂಡಾಗ, ಶೇರುದಾರರ ಮೊದಲ ಔಪಚಾರಿಕವಾದ ಸಭೆಯನ್ನು ಆಯೋಜಿಸಲಾಗುತ್ತದೆ. ಈ ಸಭೆಯ ಮೂಲಭೂತ ಕಾರ್ಯಸೂಚಿಯ ಕರಾರು ಸೂಚಿ ಮತ್ತು ಅಸೋಸಿಯೇಶನ್‌ನ ಅನುಮೋದನೆಯನ್ನು ಪಡೆಯಬೇಕಾಗುತ್ತದೆ ಮತ್ತು ಕಂಪನಿಯ ಆಡಳಿತ ನಿರ್ದೇಶಕರುಗಳನ್ನು ಆಯ್ಕೆಮಾಡಬೇಕಾಗುತ್ತದೆ/

[2]ಸಂಪೂರ್ಣ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆಯು ಉತ್ಪಾದಕರ ಪ್ರೇರೇಪಣೆ ಮತ್ತು ಒಲವನ್ನು ಆಧರಿಸಿ ಎರಡರಿಂದ ಆರು ತಿಂಗಳುಗಳ ಕಾಲ ತೆಗೆದುಕೊಳ್ಳುತ್ತದೆ (ಕೆಲವೊಮ್ಮೆ ಹೆಚ್ಚು).

enhance the democratic process and transparency.

- After taking the consent of the members on the selected list of directors of the company and the Memorandum and Articles of Association, the initiator can go ahead with the registration process. The amount collected through shareholders could be used for registration fees and other processing related expenditures like fees for Company secretary, stationary, travel etc. In the books of accounts it can be shown as loan taken from the share capital. Once the company mobilises resources through business it can be repaid.

- After having registration of the company, the first General meeting of the shareholders should be conducted within the mandatory 90 days of the registration. Other than discussing the business plan, the General Body has to select/elect the Board of Directors for the next tenure. The proceedings of the meeting should be sent to the Registrar of Company (RoC) within 60 days of the meeting along with the list of finalized BoD.

The entire process might take two to six months (sometimes more), depending upon the motivation and inclination of the producers.

2.5 REGISTRATION OF PC

A step-wise basic information for the registration of a 'Producer Company' is described as under:

Step 1: Digital Signature Certificate (DSC)[3]:

The Information Technology Act, 2000 has the provision of use of Digital Signatures on the documents in order to ensure the security and authenticity of the documents filed electronically. It is now mandatory to have Digital Signature of minimum one Director or Chairman prior to enter the formal registration process. This is the only secure and authentic way that a document can be submitted electronically. As such, all filings done by the companies are required to be filed with the use of Digital Signatures. Thus, it is necessary for a company to authorize a person's signature who will sign the documents.

The prescribed application form for DSC is available at the website of Ministry of Corporate Affairs (henceforth website of MCA)[4]. After filling the required information, the form has to be submitted online to the 'Certification Agencies[5]'. The DSCs are typically issued with one to two year validity. These are renewable on expiry of the period of initial issue. The official fee for issuance of DSC is ₹ 1800/-. In addition, the Certification Agency charges a service fee which vary from agency to agency.

Step 2: Director Identification Number (DIN)

The DIN number can be obtained online only from the company affairs cell at Noida, UP without any fees by providing identification proof number (Only PAN Card, Voter Identity card, passport or driving license number is accepted). The prescribed form is available in the website of Ministry of Corporate Affairs and the application can be done online.

Step 3: Naming of a Producer Company[6]

A Producer Company should be named using the following suffix ".....Producer Company Limited" appropriately indicating its status of producer company. The word "private" is not used in the name and the absence of which does not indicate that the company is a "public".

The procedures for selecting and applying for the availability of name for a Producer Company are:

- Select,in order of preference, at least one suitable name up to a maximum of five names, indicative of the main objects of the company.

- Ensure that the name does not resemble the name of any other already registered company and also does not violate the provisions of emblems and names (Prevention of Improper Use Act, 1950) by availing the services of checking name availability on the portal (http://www.mca.gov.in).

- Apply to the concerned Registrar of Companies to ascertain the availability of name in e-Form 1(A)7 by logging in to the portal (http://www.mca.gov.in). A fee of ₹ 500/-[8] has to be paid alongside and the digital signature of the applicant proposing the company has to be attached in the form. If all the proposed five names are not available, the applicant will be intimated by Registrar of Companies (RoC) and subsequently the applicant has to apply for a

ಚುನಾಯಿಸಬೇಕಾಗುತ್ತದೆ. ಆದರೆ, ಈ ಹಂತದಲ್ಲಿ ಚುನಾವಣೆಯನ್ನು ತಪ್ಪಿಸುವಂತೆ ಪ್ರವರ್ತಕರಿಗೆ ಸಲಹೆ ನೀಡಲಾಗಿದೆ, ಏಕೆಂದರೆ ಇದು ಸದಸ್ಯರ ನಡುವೆ ಭಿನ್ನತೆಗೆ ಕಾರಣವಾಗಬಹುದು. ಆದರೆ, ಚುನಾವಣೆಗೆ ಸೂಕ್ತವಾಗಿದ್ದರೆ ಪ್ರವರ್ತಕರು ಮುಂದುವರಿದು ಇದನ್ನು ಮಾಡಬೇಕಾಗುತ್ತದೆ, ಏಕೆಂದರೆ ಚುನಾವಣೆಯ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆ ಪ್ರಜಾತಂತ್ರದ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆ ಮತ್ತು ಪಾರದರ್ಶಕತೆಯನ್ನು ವರ್ಧಿಸುತ್ತದೆ.

◊ ಕಂಪನಿಯ ನಿರ್ದೇಶಕರ ಆಯ್ದ ಪಟ್ಟಿಯಲ್ಲಿರುವ ಸದಸ್ಯರ ಅನುಮೋದನೆಯನ್ನು ಪಡೆದುಕೊಂಡ ನಂತರ ಮತ್ತು ಅಸೋಸಿಯೇಶನ್‌ನ ಕರಾರು ಸೂಚಿ ಮತ್ತು ಅಸೋಸಿಯೇಶನ್‌ನ ನಿಯಮಗಳ ಪ್ರಕಾರ, ಪ್ರವರ್ತಕರು ನೋಂದಣಿ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆಯೊಂದಿಗೆ ಮುಂದುವರಿಯಬಹುದು. ಶೇರುದಾರರ ಮೂಲಕ ಸಂಗ್ರಹಿಸಿದ ಮೊತ್ತವನ್ನು ನೋಂದಣಿ ಶುಲ್ಕಗಳು ಮತ್ತು ಕಂಪನಿ ಕಾರ್ಯದರ್ಶಿಗಾಗಿ ಶುಲ್ಕ, ಸ್ಟೇಶನರಿ, ಪ್ರಯಾಣ ಇತ್ಯಾದಿ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆಗಳಿಗೆ ಸಂಬಂಧಿಸಿದ ವೆಚ್ಚಗಳಿಗೆ ಬಳಸಬಹುದು. ಖಾತೆಗಳ ಪುಸ್ತಕಗಳಲ್ಲಿ ಇದನ್ನು ಶೇರು ಬಂಡವಾಳದಿಂದ ತೆಗೆದುಕೊಂಡ ಸಾಲವಾಗಿ ತೋರಿಸಬಹುದು. ವ್ಯವಹಾರದ ಮೂಲಕ ಒಮ್ಮೆ ಕಂಪನಿಯು ಸಂಪನ್ಮೂಲಗಳನ್ನು ಕ್ರೋಢೀಕರಿಸಿದ ನಂತರ, ಅದನ್ನು ಮರುಪಾವತಿಸಬಹುದು.

◊ ಕಂಪನಿಯ ನೋಂದಣಿಯನ್ನು ಮಾಡಿಕೊಂಡ ನಂತರ, ಶೇರುದಾರರ ಮೊದಲ ಸಾಮಾನ್ಯ ಸಭೆಯನ್ನು ನೋಂದಣಿಯಾದ ನಂತರದ ಕಡ್ಡಾಯ 90 ದಿನಗಳ ಒಳಗೆ ನಡೆಸಬೇಕು. ವ್ಯವಹಾರ ಯೋಜನೆಯನ್ನು ಚರ್ಚಿಸುವುದರ ಹೊರತಾಗಿ, ಮುಂದಿನ ಅವಧಿಗೆ ಸಾಮಾನ್ಯ ಸಭೆಯು ಮಂಡಳಿಯ ನಿರ್ದೇಶಕರುಗಳನ್ನು ಆಯ್ಕೆಮಾಡಬೇಕು/ ಚುನಾಯಿಸಬೇಕು. ಸಭೆಯ ನಡಾವಳಿಗಳನ್ನು ಅಂತಿಮಗೊಳಿಸಿದ ಬಿಓಡಿಯ ಪಟ್ಟಿಯ ಜೊತೆಗೆ ಸಭೆ ನಡೆದ 60 ದಿನಗಳ ಒಳಗಾಗಿ ಕಂಪನಿಯ ರಿಜಿಸ್ಟ್ರಾರ್ (ಆರ್‌ಓಸಿ) ಅವರಿಗೆ ಕಳುಹಿಸಬೇಕು.

ಸಂಪೂರ್ಣ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆಯು ಉತ್ಪಾದಕರ ಪ್ರೇರೇಪಣೆ ಮತ್ತು ಇಂಗಿತವನ್ನು ಆಧರಿಸಿ ಎರಡರಿಂದ ಆರು ತಿಂಗಳುಗಳವರೆಗೆ (ಕೆಲವೊಮ್ಮೆ ಹೆಚ್ಚು) ತೆಗೆದುಕೊಳ್ಳಬಹುದು.

2.5 ಉತ್ಪಾದಕರ ಕಂಪನಿಉತ್ಪಾದಕರ ಕಂಪನಿ ನೋಂದಣಿ

'ಉತ್ಪಾದಕ ಕಂಪನಿಯ' ನೋಂದಣಿಗಾಗಿ ಹಂತ ಹಂತವಾದ ಮೂಲಭೂತ ಮಾಹಿತಿಯನ್ನು ಈ ಕೆಳಗಿನಂತೆ ವಿವರಿಸಲಾಗಿದೆ:

ಹಂತ 1: ಡಿಜಿಟಲ್ ಸಿಗ್ನೇಚರ್ ಸರ್ಟಿಫಿಕೇಟ್ (ಡಿಎಸ್‌ಸಿ)[3]:

ಮಾಹಿತಿ ತಂತ್ರಜ್ಞಾನ ಕಾಯಿದೆ, 2000 ಯು ಎಲೆಕ್ಟ್ರಾನಿಕ್ ಆಗಿ ಸಲ್ಲಿಸಿದ ದಾಖಲೆಗಳ ಭದ್ರತೆ ಮತ್ತು ದೃಢೀಕರಣವನ್ನು ಖಾತ್ರಿಪಡಿಸಿಕೊಳ್ಳಲು ದಾಖಲೆಗಳ ಮೇಲೆ ಡಿಜಿಟಲ್ ಸಹಿಗಳನ್ನು ಬಳಸುವ ನಿಬಂಧನೆಯನ್ನು ಹೊಂದಿದೆ. ಔಪಚಾರಿಕ ನೋಂದಣಿ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆಗೆ ಪ್ರವೇಶಿಸುವ ಮುನ್ನ ಕನಿಷ್ಠ ಒಬ್ಬ ನಿರ್ದೇಶಕ ಅಥವಾ ಅಧ್ಯಕ್ಷರ ಡಿಜಿಟಲ್ ಸಹಿಯನ್ನು ಹೊಂದುವುದು ಇದೀಗ ಕಡ್ಡಾಯವಾಗಿದೆ. ಇದು ದಾಖಲೆಯನ್ನು ಎಲೆಕ್ಟ್ರಾನಿಕ್ ಆಗಿ ಸಲ್ಲಿಸಬಹುದಾದ ಏಕೈಕವಾದ ಸುಭದ್ರ ಮತ್ತು ದೃಢೀಕೃತ ವಿಧಾನವಾಗಿದೆ. ಇಲ್ಲಿಯವರೆಗೆ, ಕಂಪನಿಗಳು ಮಾಡಿದ ಎಲ್ಲಾ ಫೈಲಿಂಗ್‌ಗಳಿಗೆ ಡಿಜಿಟಲ್ ಸಹಿಗಳನ್ನು ಬಳಸಿ ಭರ್ತಿಮಾಡಬೇಕಾದ ಅಗತ್ಯವಿತ್ತು. ಆದ್ದರಿಂದ, ದಾಖಲೆಗೆ ಸಹಿ ಮಾಡುವ ವ್ಯಕ್ತಿಯ ಸಹಿಯನ್ನು ದೃಢೀಕರಿಸುವುದು ಕಂಪನಿಗೆ ಅಗತ್ಯವಾಗಿದೆ.

ಡಿಎಸ್‌ಸಿಗಾಗಿ ಸೂಚಿತ ಅಪ್ಲಿಕೇಶನ್ ಕಾರ್ಪೊರೇಟ್ ವಹಿವಾಟುಗಳ ಸಚಿವಾಲಯದ ವೆಬ್‌ಸೈಟ್ (ಈ ಮುಂದೆ ಎಂಸಿಎ ವೆಬ್‌ಸೈಟ್)[4] ನಲ್ಲಿ ಲಭ್ಯವಿದೆ. ಅಗತ್ಯ ಮಾಹಿತಿಯನ್ನು ಭರ್ತಿಮಾಡಿದ, ಅರ್ಜಿಯನ್ನು 'ಪ್ರಮಾಣೀಕರಣ ಏಜೆನ್ಸಿಗಳು'[5] ಗೆ ಆನ್‌ಲೈನ್‌ನಲ್ಲಿ ಸಲ್ಲಿಸಬೇಕಾಗುತ್ತದೆ. ಡಿಎಸ್‌ಸಿಗಳನ್ನು ಸಾಮಾನ್ಯವಾಗಿ ಒಂದರಿಂದ ಎರಡು ವರ್ಷದ ಮಾನ್ಯತೆಯ ಅವಧಿಯೊಂದಿಗೆ ನೀಡಬೇಕಾಗುತ್ತದೆ. ಇವುಗಳನ್ನು ಪ್ರಾರಂಭಿಕ ನೀಡಿಕೆಯ ಅವಧಿ ಮುಕ್ತಾಯದ ನಂತರ ನವೀಕರಿಸಬಹುದು. ಡಿಎಸ್‌ಸಿ ನೀಡುವಿಕೆಗೆ ಅಧಿಕೃತ ಶುಲ್ಕವು ರೂ. 1800 ಆಗಿರುತ್ತದೆ. ಜೊತೆಗೆ, ಪ್ರಮಾಣೀಕರಣ ಏಜೆನ್ಸಿಯು ಸೇವೆ ಶುಲ್ಕವನ್ನು ವಿಧಿಸುತ್ತದೆ ಮತ್ತು ಇದು ಏಜೆನ್ಸಿಯಿಂದ ಏಜೆನ್ಸಿಗೆ ಬದಲಾಗುತ್ತದೆ.

ಹಂತ 2: ಡೈರೆಕ್ಟರ್ ಐಡೆಂಟಿಫಿಕೇಶನ್ ನಂಬರ್ (ಡಿಐಎನ್)

ಡಿಐಎನ್ ಸಂಖ್ಯೆಯನ್ನು ಉತ್ತರಪ್ರದೇಶದಲ್ಲಿರುವ ನೋಯಿಡಾದಲ್ಲಿರುವ ಕಂಪನಿ ವಹಿವಾಟುಗಳ ಸೆಲ್‌ನಿಂದ ಡಿಐಎನ್ ಸಂಖ್ಯೆಯನ್ನು ಆನ್‌ಲೈನ್‌ನಲ್ಲಿ ಯಾವುದೇ ಶುಲ್ಕವಿಲ್ಲದೆಯೇ ಗುರುತಿನ ರುಜುವಾತು ಸಂಖ್ಯೆ (ಕೇವಲ ಪ್ಯಾನ್ ಕಾರ್ಡ್, ಮತದಾರರ ಗುರುತಿನ ಚೀಟಿ, ಪಾಸ್‌ಪೋರ್ಟ್ ಅಥವಾ ವಾಹನ ಚಾಲನೆ ಪರವಾನಗಿ ಸಂಖ್ಯೆಯು ಸ್ವೀಕಾರಾರ್ಹರವಾಗಿದೆ) ಪಡೆದುಕೊಳ್ಳಬಹುದು. ಸೂಚಿತ ಅರ್ಜಿಯು ಕಾರ್ಪೊರೇಟ್ ವಹಿವಾಟುಗಳ ಸಚಿವಾಲಯದ ವೆಬ್‌ಸೈಟ್‌ನಲ್ಲಿ ಲಭ್ಯವಿದೆ ಮತ್ತು ಅರ್ಜಿಯನ್ನು ಆನ್‌ಲೈನ್‌ನಲ್ಲಿ ಮಾಡಬಹುದು.

ಹಂತ 3: ಉತ್ಪಾದಕರ ಕಂಪನಿಯ ಹೆಸರಿಸುವಿಕೆ

ಉತ್ಪಾದಕ ಕಂಪನಿಯನ್ನು ಮುಂದಿನ ಪ್ರತ್ಯಯ "…. ಉತ್ಪಾದಕ ಕಂಪನಿ ಲಿಮಿಟೆಡ್" ಬಳಸಿಕೊಂಡು ಸೂಕ್ತವಾಗಿ ಅದರ ಉತ್ಪಾದಕ ಕಂಪನಿಯ ಸ್ಥಿತಿಯನ್ನು ಸೂಚಿಸುವ ಮೂಲಕ ಹೆಸರಿಸಬೇಕು. ಹೆಸರಿನಲ್ಲಿ "ಖಾಸಗಿ" ಪದವನ್ನು ಬಳಸಲಾಗುವುದಿಲ್ಲ ಮತ್ತು ಇದರ ಗೈರುಹಾಜರಾತಿಯು ಕಂಪನಿಯು "ಖಾಸಗಿ" ಎಂಬುದಾಗಿ ಸೂಚಿಸುವುದಿಲ್ಲ.

◊ ಉತ್ಪಾದಕ ಕಂಪನಿಗಾಗಿ ಹೆಸರಿನ ಲಭ್ಯತೆಗಾಗಿ ಆಯ್ಕೆ ಮಾಡಲು ಮತ್ತು ಅನ್ವಯಿಸುವಿಕೆಗಾಗಿ ಕಾರ್ಯವಿಧಾನಗಳೆಂದರೆ:

◊ ಆದ್ಯತೆಯ ಆಧಾರದಲ್ಲಿ ಆಯ್ಕೆಮಾಡಿ, ಕನಿಷ್ಠ ಒಂದು ಸೂಕ್ತ ಹೆಸರು ಇರಬೇಕು ಮತ್ತು ಕಂಪನಿಯ ಮುಖ್ಯ ಉದ್ದೇಶಗಳನ್ನು ಸೂಚಿಸಿ ಗರಿಷ್ಠ ಐದು ಹೆಸರುಗಳವರೆಗೆ ಸೂಕ್ತ ಹೆಸರಿರಬೇಕು.

◊ ಹೆಸರು ಇತರ ಯಾವುದೇ ಈಗಾಗಲೇ ನೋಂದಾಯಿತವಾಗಿರುವ ಕಂಪನಿಗೆ ಹೊಂದಿಕೆಯಾಗುವಂತೆ ಇರಬಾರದು ಜೊತೆಗೆ ಎಂಬ್ಲೆಮ್‌ಗಳು ಮತ್ತು ಹೆಸರುಗಳ ನಿಬಂಧನೆಗಳನ್ನು (ಸೂಕ್ತವಲ್ಲದ ಬಳಕೆಯನ್ನು ತಡೆಗಟ್ಟುವ ಕಾಯಿದೆ, 1950) ಉಲ್ಲಂಘಿಸುವುದಿಲ್ಲ ಎಂಬುದನ್ನು ಪೋರ್ಟಲ್ http://www.mca.gov.in ನಲ್ಲಿ ಹೆಸರಿನ ಲಭ್ಯತೆಯನ್ನು ಪರಿಶೀಲಿಸುವ ಸೇವೆಯನ್ನು ಪಡೆದುಕೊಂಡು ಖಚಿತಪಡಿಸಿಕೊಳ್ಳಬೇಕು

◊ ಪೋರ್ಟಲ್ (http://www.mca.gov.in) ಗೆ ಲಾಗ್ ಇನ್ ಮಾಡುವ ಮೂಲಕ ಇ-ಫಾರ್ಮ್ 1(ಎ)[7] ನಲ್ಲಿ ಹೆಸರಿನ ಲಭ್ಯತೆಯನ್ನು ನಿರ್ಧರಿಸಲು ಸಂಬಂಧಿತ ಕಂಪನಿಗಳ ರಿಜಿಸ್ಟ್ರಾರ್‌ಗೆ ಅರ್ಜಿ ಸಲ್ಲಿಸಿ. ಜೊತೆಯಲ್ಲಿ ರೂ. 500/-[8] ಶುಲ್ಕವನ್ನು ಪಾವತಿಸಬೇಕು ಮತ್ತು ಕಂಪನಿಯನ್ನು ಪ್ರಸ್ತಾಉತ್ಪಾದಕರ ಕಂಪನಿ ರುವ ಅರ್ಜಿದಾರನ ಡಿಜಿಟಲ್ ಸಹಿಯನ್ನು ಫಾರ್ಮ್‌ನಲ್ಲಿ ಲಗತ್ತಿಸಬೇಕು. ಎಲ್ಲಾ ಐದು

fresh name on the same application.

Moreover, there is further scope of changing the PC's name, if required. However it is not easy to do it frequently. As per the company Act 1956 section 21, an application to RoC with a supporting of a resolutions passed by 2/3 majority of BoD and 1/3 of General Body and fees of ₹ 500 is required to be submitted along with new proposed name and 4 other alternatives in order of preference.

Step 4: Memorandum & Articles of Association[9]

After ascertaining the name of the producer company, a memorandum and articles of association have to be prepared.

- ◊ Memorandum and Articles of Association should be printed (preferably a computer print out - printed on both side of the paper).
- ◊ Get the Memorandum and Articles of Association duly stamped, the Memorandum and Articles of Association subscribed/signed by the requisite number of subscribers/ promoters, in his/her own hand, his/her father's name, occupation, address and the number of shares subscribed for.

Ensure that the Memorandum and Article is dated on a date after the date of stamping.

Step 5: Documents to be submitted to the RoC for the Incorporation of Producer Company[11]

File the following documents along with the fees payable[12] with the Registrar of Companies of the state, where the Registered Office of the company is to be situated:

- ◊ Copy of the letter of Registrar of Companies confirming the availability of name for formation of the company should be made;
- ◊ Memorandum and Articles of Association duly stamped and signed;
- ◊ Form 18 regarding situation (full address) of Registered Office[13]
- ◊ Form 32 (in duplicate) regarding particulars of directors[14]
- ◊ Form 1 (on a stamp paper) declaring compliance of all and incidental matters regarding formation of companies[15]
- ◊ Form 29 – consent of the director
- ◊ An affidavit has to be submitted by subscribers, if the Memorandum of Association is submitted in Hindi by subscribers claiming the understanding of same.
- ◊ Power of Attorney.

Please note that all the information and forms are available on the website of MCA (http://www.mca.gov.in) and that the forms can be directly accessed and filled in on-line.

Step 6: Certificate of Incorporation

- ◊ The Registrar of the Companies, on being satisfied that all the documents for the incorporation of a company is submitted, he is obliged to register the memorandum, the articles and other documents, if any, and issue a 'certificate of incorporation' within thirty days, which is a conclusive proof of its formation in terms of Part IX A. [Section 581C (2)].
- ◊ The incorporation of Producer Company is effective from the date mentioned in the certificate of registration granted by the Registrar of Company.
- ◊ On incorporation, a company becomes a juristic person, i.e. a person in the eyes of law. It has perpetual succession i.e. its members may come

PART THREE

[4] http://www.mca.gov.in

[5] Certification Agencies are appointed by the office of the Controller of Certification Agencies (CCA) under the provisions of IT Act, 2000. There are a total of seven Certification Agencies authorised by the CCA to issue the Digital Signature Certificates (DSCs). The details of these Certification Agencies are available on the portal of the Ministry of Corporate Affairs www.mca.gov.in

[6] As per the Companies (Amendment) Act, 2002, Section No. 581B.

[7] Pursuant to Section 20 & 21 of the Companies Act 1956.

[8] Fees should be deposited in the regional bank authorised by the MCA.

[9] A small write-up on Memorandum of Association and Articles is given in Appendix 2.

[10] Stamping should be done in accordance with the requirement of the Indian Stamp Act, 1899 and the applicable rate depending on the State where the Registered Office of the company is to be situated.

[11] The applicant can apply for registration of the new company within six months of name approval.

[12] The amount of registration fees to be paid will depend upon t he authorised share capital kept by the company in the Article of Association.

[13] As per the Companies (Amendment) Act, 2002, Section No. 146.

[14] As per the Companies (Amendment) Act, 2002, Section No. 303.

[15] As per the Companies (Amendment) Act, 2002, Section No. 33 (2).

[16] CA and CS denotes Chartered Accounting and Company Secretary firms respectively.

ಉದ್ದೇಶಿತ ಹೆಸರುಗಳು ಲಭ್ಯವಿಲ್ಲದಿದ್ದರೆ, ಅರ್ಜಿದಾರರಿಗೆ ಕಂಪನಿಗಳ ರಿಜಿಸ್ಟ್ರಾರ್ (ಆರ್‌ಒಸಿ) ಸೂಚಿಸುತ್ತಾರೆ ಮತ್ತು ಅರ್ಜಿದಾರರು ಅದೇ ಅರ್ಜಿಯಲ್ಲಿ ಮತ್ತೊಮ್ಮೆ ಹೊಸ ಹೆಸರಿಗಾಗಿ ಅರ್ಜಿ ಸಲ್ಲಿಸಬೇಕಾಗುತ್ತದೆ.

ಹೆಚ್ಚಿನದಾಗಿ, ಅಗತ್ಯವಿದ್ದರೆ ಉತ್ಪಾದಕರ ಕಂಪನಿ ಹೆಸರು ಬದಲಾವಣೆಯ ಅವಕಾಶವಿದೆ. ಆದರೆ ಇದನ್ನು ಆಗಾಗ್ಗೆ ಮಾಡುವುದು ಅಷ್ಟು ಸುಲಭವಲ್ಲ. ಕಂಪನಿಗಳ ಕಾಯಿದೆ 1956 ವಿಭಾಗ 21 ರ ಪ್ರಕಾರ, ಬಿಒಡಿ ಯಲ್ಲಿ 2/3 ರಷ್ಟು ಬಹುಮತದೊಂದಿಗೆ ಮತ್ತು ಸಾಮಾನ್ಯ ಸಭೆಯಲ್ಲಿ 1/3 ರಷ್ಟು ಬಹುಮತದೊಂದಿಗೆ ಅಂಗೀಕರಿಸಿದ ನಿರ್ಣಯದ ಬೆಂಬಲ ಮತ್ತು ರೂ.500 ರೂಪಾಯಿಗಳ ಶುಲ್ಕ ಜೊತೆಗೆ ಹೊಸ ಉದ್ದೇಶಿತ ಹೆಸರು ಮತ್ತು ಆದ್ಯತೆಯ ಆಧಾರದಲ್ಲಿ 4 ಇತರ ಪರ್ಯಾಯ ಹೆಸರುಗಳೊಂದಿಗೆ ಅರ್ಜಿಯೊಂದನ್ನು ಆರ್‌ಒಸಿಗೆ ಸಲ್ಲಿಸಬೇಕು.

ಹಂತ 4: ಕರಾರು ಸೂಚಿ ಮತ್ತು ಅಸೋಸಿಯೇಶನ್‌ನ ಕಲಂಗಳು9

ಉತ್ಪಾದಕ ಕಂಪನಿಯ ಹೆಸರನ್ನು ನಿರ್ಣಯಿಸಿದ ನಂತರ, ಕರಾರು ಸೂಚಿ ಮತ್ತು ಅಸೋಸಿಯೇಶನ್‌ನ ಕಲಂಗಳನ್ನು ಸಿದ್ಧಪಡಿಸಬೇಕು

◊ ಕರಾರು ಸೂಚಿ ಮತ್ತು ಅಸೋಸಿಯೇಶನ್‌ನ ಕಲಂಗಳನ್ನು ಮುದ್ರಿಸಬೇಕು (ಕಂಪ್ಯೂಟರ್ ಪ್ರಿಂಟ್ ಔಟ್ – ಕಾಗದದ ಎರಡೂ ಭಾಗಗಳಲ್ಲಿ).

◊ ಕರಾರು ಸೂಚಿ ಮತ್ತು ಅಸೋಸಿಯೇಶನ್‌ನ ಕಲಂಗಳಿಗೆ ಮೊಹರು ಮಾಡಿರಬೇಕು ಮತ್ತು ಕರಾರು ಸೂಚಿ ಮತ್ತು ಅಸೋಸಿಯೇಶನ್‌ನ ಕಲಂಗಳಿಗೆ ಅಗತ್ಯವಾದಷ್ಟು ಚಂದಾದಾರರು/ಪ್ರವರ್ತಕರು ಅವರ ಸ್ವಂತ ಕೈಯಿಂದ, ಅವರ ತಂದೆಯ ಹೆಸರು, ವೃತ್ತಿ, ವಿಳಾಸ ಮತ್ತು ಚಂದಾದಾರರಾಗಿರುವ ಶೇರುಗಳ ಸಂಖ್ಯೆಯೊಂದಿಗೆ ಚಂದಾದಾರರಾಗಿರಬೇಕು/ಸಹಿ ಮಾಡಿರಬೇಕು.

ಕರಾರು ಸೂಚಿ ಮತ್ತು ಅಸೋಸಿಯೇಶನ್‌ನ ಕಲಂಗಳಿಗೆ ಮೊಹರು ಮಾಡಿದ ದಿನಾಂಕದ ನಂತರದ ದಿನಾಂಕವನ್ನು ನಮೂದಿಸಿರುವುದನ್ನು ಖಚಿತಪಡಿಸಿಕೊಳ್ಳಿ.

ಹಂತ 5: ಉತ್ಪಾದಕ ಕಂಪನಿಯ ಸ್ಥಾಪನೆಗಾಗಿ ಆರ್‌ಒಸಿಗಾಗಿ ಸಲ್ಲಿಸಬೇಕಾದ ದಾಖಲೆಗಳು11

ಪಾವತಿಸಬೇಕಾದ ಶುಲ್ಕದೊಂದಿಗೆ ಮುಂದಿನ ದಾಖಲೆಗಳನ್ನು[12] ಕಂಪನಿಯ ರಿಜಿಸ್ಟ್ರಾರ್ ಕಚೇರಿ ಇರಬೇಕಾದ ಸ್ಥಳದಲ್ಲಿನ ಕಂಪನಿಗಳ ರಿಜಿಸ್ಟ್ರಾರ್‌ನೊಂದಿಗೆ ಫೈಲ್ ಮಾಡಬೇಕು:

◊ ಕಂಪನಿಯನ್ನು ಸ್ಥಾಪಿಸುವುದಕ್ಕಾಗಿ ಹೆಸರಿನ ಲಭ್ಯತೆಯನ್ನು ದೃಢಪಡಿಸುವ ಕಂಪನಿಗಳ ರಿಜಿಸ್ಟ್ರಾರ್ ಅವರ ಪತ್ರದ ಪ್ರತಿ;

◊ ಮೊಹರು ಮಾಡಿದ ಮತ್ತು ಸಹಿ ಮಾಡಿದ ಕರಾರು ಸೂಚಿ ಮತ್ತು ಅಸೋಸಿಯೇಶನ್‌ನ ಕಲಂಗಳು;

◊ ನೋಂದಾಯಿತ ಕಚೇರಿ ಇರುವ ಕುರಿತಾಗಿ (ಪೂರ್ಣ ವಿಳಾಸ) ಫಾರ್ಮ್ 1813

◊ ನಿರ್ದೇಶಕರುಗಳ ವಿವರಗಳ ಕುರಿತಂತೆ ಫಾರ್ಮ್ 32 (ದ್ವಿಪ್ರತಿಯಲ್ಲಿ)[14]

◊ ಕಂಪನಿಗಳ ಸ್ಥಾಪನೆಗೆ ಸಂಬಂಧಿಸಿದಂತೆ ಎಲ್ಲಾ ಮತ್ತು ಆಕಸ್ಮಿಕ ಘಟನೆಗಳ ಅನುಸರಣೆಯನ್ನು ಘೋಷಿಸುವ ಫಾರ್ಮ್ 1 (ಸ್ಟ್ಯಾಂಪ್ ಪೇಪರ್‌ನಲ್ಲಿ)[15]

◊ ಫಾರ್ಮ್ 29 – ನಿರ್ದೇಶಕರ ಸಮ್ಮತಿ

◊ ಹಿಂದಿಯನ್ನು ಅರ್ಥಮಾಡಿಕೊಳ್ಳುವ ಚಂದಾದಾರರು ಅಸೋಸಿಯೇಶನ್‌ನ ಕರಾರು ಸೂಚಿಯನ್ನು ಹಿಂದಿಯಲ್ಲಿ ಸಲ್ಲಿಸಿದ್ದಲ್ಲಿ, ಅವರು ಅಫಿಡವಿಟ್ ಅನ್ನು ಸಲ್ಲಿಸಬೇಕು.

◊ ಪವರ್ ಆಫ್ ಅಟಾರ್ನಿ.

ಎಲ್ಲಾ ಮಾಹಿತಿ ಮತ್ತು ಅರ್ಜಿಗಳು ಎಂಸಿಎ ವೆಬ್‌ಸೈಟ್ (http://www.mca.gov.in) ನಲ್ಲಿ ಲಭ್ಯವಿದೆ ಮತ್ತು ಫಾರ್ಮ್‌ಗಳನ್ನು ನೇರವಾಗಿ ನೋಡಬಹುದು ಮತ್ತು ಆನ್‌ಲೈನ್‌ನಲ್ಲಿ ಭರ್ತಿಮಾಡಬಹುದೆಂಬುದನ್ನು ದಯವಿಟ್ಟು ಗಮನಿಸಿ.

ಹಂತ 6: ಸ್ಥಾಪನೆಯ ಪ್ರಮಾಣಪತ್ರ

◊ ಕಂಪನಿಯ ಸ್ಥಾಪನೆಗೆ ಅಗತ್ಯವಾದ ಎಲ್ಲಾ ದಾಖಲೆಗಳನ್ನು ಸಲ್ಲಿಸಲಾಗಿದೆ ಎಂಬುದರ ಕುರಿತಾಗಿ ತೃಪ್ತಿಗೊಂಡ ನಂತರ, ಕಂಪನಿಗಳ ರಿಜಿಸ್ಟ್ರಾರ್ ಅವರು ಕರಾರು ಸೂಚಿ, ಕಲಂಗಳು ಮತ್ತು ಯಾವುದಾದರೂ ಇದ್ದಲ್ಲಿ ಇತರ ದಾಖಲೆಗಳನ್ನು ನೋಂದಾಯಿಸಿಕೊಳ್ಳುವುದಕ್ಕೆ ಬದ್ಧರಾಗಿರುತ್ತಾರೆ ಮತ್ತು ಅವರು ಮೂವತ್ತು ದಿನಗಳ ಒಳಗೆ ಅವರು 'ಸ್ಥಾಪನೆಯ ಪ್ರಮಾಣಪತ್ರ'ವನ್ನು ನೀಡುತ್ತಾರೆ, ಇದು ಭಾಗ IX A [ವಿಭಾಗ 581C (2)] ಪ್ರಕಾರ ಅದರ ರಚನೆಯ ರುಜುವಾತು ಆಗಿರುತ್ತದೆ.

◊ ಉತ್ಪಾದಕರ ಕಂಪನಿಯ ಸ್ಥಾಪನೆಯು ಕಂಪನಿಯ ರಿಜಿಸ್ಟ್ರಾರ್ ನೀಡಿರುವ ನೋಂದಣಿಯ ಪ್ರಮಾಣಪತ್ರದಲ್ಲಿ ನಮೂದಿಸಲಾಗಿರುವ ದಿನಾಂಕದಿಂದ ಜಾರಿಯಲ್ಲಿರುತ್ತದೆ.

◊ ಸ್ಥಾಉತ್ಪಾದಕರ ಕಂಪನಿ ದ ನಂತರ, ಕಂಪನಿಯು ಕಾನೂನುಬದ್ಧವಾಗುತ್ತದೆ, ಅಂದರೆ ಇದು ಕಾನೂನಿನ ವ್ಯಾಪ್ತಿಗೆ ಒಳಪಡುತ್ತದೆ. ಇದು ಆಜೀವ ಉತ್ತರಾಧಿಕಾರತ್ವವನ್ನು ಹೊಂದಿರುತ್ತದೆ, ಅಂದರೆ ಸದಸ್ಯರು ಬರಬಹುದು ಮತ್ತು ಹೋಗಬಹುದು ಆದರೆ ಕಂಪನಿಯು ಮುಂದಿನ ಕಾನೂನಿನ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆಗಳ ಮೂಲಕ

[4] http://www.mca.gov.in

[5] ಐಟಿ ಕಾಯಿದೆ, 2000 ದ ನಿಬಂಧನೆಗಳ ಅಡಿಯಲ್ಲಿ ಕಂಟ್ರೋಲರ್ ಆಫ್ ಸರ್ಟಿಫಿಕೇಶನ್ ಏಜೆನ್ಸೀಸ್ (ಸಿಸಿಏ) ಕಚೇರಿಯು ಸರ್ಟಿಫಿಕೇಶನ್ ಏಜೆನ್ಸಿಗಳನ್ನು ನೇಮಕ ಮಾಡುತ್ತದೆ. ಡಿಜಿಟಲ್ ಸಿಗ್ನೇಚರ್ ಸರ್ಟಿಫಿಕೇಟ್‌ಗಳನ್ನು (ಡಿಸಿಎಸ್‌ಸಿ ಗಳು) ನೀಡಲು ಒಟ್ಟು ಏಳು ಸರ್ಟಿಫಿಕೇಶನ್ ಏಜೆನ್ಸಿಗಳಿಗೆ ಸಿಸಿಏ ಅಧಿಕಾರ ನೀಡಿದೆ. ಈ ಸರ್ಟಿಫಿಕೇಶನ್ ಏಜೆನ್ಸಿಗಳ ವಿರವಗಳು ಕಾರ್ಪೊರೇಟ್ ವಹಿವಾಟುಗಳ ಸಚಿವಾಲಯದ ಪೋರ್ಟಲ್ http://www.mca.gov.in ನಲ್ಲಿ ಲಭ್ಯವಿದೆ

[6] ಕಂಪನಿಗಳ (ತಿದ್ದುಪಡಿ) ಕಾಯಿದೆ, 2002, ವಿಭಾಗ ಸಂಖ್ಯೆ. 581B ಪ್ರಕಾರ.

[7] ಕಂಪನಿಗಳ ಕಾಯಿದೆ 1956 ರ ವಿಭಾಗ 20 ಮತ್ತು 21 ಕ್ಕೆ ಸಂಬಂಧಿಸಿದಂತೆ.

[8] ಶುಲ್ಕಗಳನ್ನು ಎಂಸಿಎ ಅಧಿಕಾರ ನೀಡಿದ ಪ್ರಾಂತೀಯ ಬ್ಯಾಂಕಿನಲ್ಲಿ ಸಂದಾಯ ಮಾಡಬೇಕು.

[9] ಅಸೋಸಿಯೇಶನ್ ಕರಾರು ಸೂಚಿ ಮತ್ತು ಕಲಂಗಳ ಬಗ್ಗೆ ಚಿಕ್ಕ ಟಿಪ್ಪಣಿಯನ್ನು ಅನುಬಂಧ 2 ರಲ್ಲಿ ನೀಡಲಾಗಿದೆ.

[10] ಭಾರತೀಯ ಸ್ಟ್ಯಾಂಪ್ ಕಾಯಿದೆ, 1899 ರ ಅಗತ್ಯತೆಗಳ ಅನುಸಾರವಾಗಿ ಮೊಹರನ್ನು ಮಾಡಬೇಕು ಮತ್ತು ಕಂಪನಿಯ ನೋಂದಾಯಿತ ಕಚೇರಿ ಇರುವ ರಾಜ್ಯವನ್ನು ಆಧರಿಸಿ ದರ ಅನ್ವಯಿತವಾಗುತ್ತದೆ.

[11] ಹೆಸರು ಅನುಮೋದನೆಯ ಆರು ತಿಂಗಳ ಒಳಗೆ ಅರ್ಜಿದಾರರು ಹೊಸ ಕಂಪನಿಯ ನೋಂದಣಿಗೆ ಅರ್ಜಿ ಸಲ್ಲಿಸಬೇಕು.

[12] ಪಾವತಿಸಬೇಕಾದ ನೋಂದಣಿ ಶುಲ್ಕಗಳು ಅಸೋಸಿಯೇಶನ್‌ನ ನಿಬಂಧನೆಗಳಲ್ಲಿ ಕಂಪನಿಯು ಇರಿಸಿದ ಶೇರು ಬಂಡವಾಳದ ಮೇಲೆ ಆಧಾರಿತವಾಗಿರುತ್ತದೆ.

[13] ಕಂಪನಿಗಳ (ತಿದ್ದುಪಡಿ) ಕಾಯಿದೆ, 2002, ವಿಭಾಗ ಸಂಖ್ಯೆ 146 ಪ್ರಕಾರ.

[14] ಕಂಪನಿಗಳ (ತಿದ್ದುಪಡಿ) ಕಾಯಿದೆ, 2002, ವಿಭಾಗ ಸಂಖ್ಯೆ 303 ಪ್ರಕಾರ..

[15] ಕಂಪನಿಗಳ (ತಿದ್ದುಪಡಿ) ಕಾಯಿದೆ, 2002, ವಿಭಾಗ ಸಂಖ್ಯೆ 33(2) ಪ್ರಕಾರ.

[16] ಸಿಎ ಮತ್ತು ಸಿಎಸ್ ಅವುಗಳು ಅನುಕ್ರಮವಾಗಿ ಚಾರ್ಟರ್ಡ್ ಅಕೌಂಟಿಂಗ್ ಮತ್ತು ಕಂಪನಿ ಸೆಕ್ರೆಟರಿ ಸಂಸ್ಥೆಗಳನ್ನು ಸೂಚಿಸುತ್ತವೆ.

and go but the company goes on till it is wound up by following the process of law.

- It has a common seal, which is affixed on all the documents executed on behalf of the company in the presence of a director and be signed by the authorized signatory or signatories.
- It is empowered to hold all properties in its own name and has its own right. It can sue others and can be sued by other and enter into contracts in its own name.

Power of Attorney: All the work required to incorporate the Producer Company can be done either by the BoD or alternatively, the General Body can authorize anyone of them or any other person to follow the matter with the RoC (in most cases the service of a Chartered Accounting firm or Company Secretary is acquired for the purpose). In the latter case, they have to execute a power of attorney in favour of the person, who is authorised to act on their behalf.

A power of attorney form duly stamped and executed by all the subscribers of directors have to be submitted to the RoC.

A power of attorney holder is, specifically, authorised to make corrections, as may be necessary in the Memorandum and Articles of Association and all other documents filed with the RoC and to attest the same on their behalf and to receive the Certificate of Incorporation.

Step 7: Tasks to be completed immediately after incorporation of the PC

The following tasks have to be completed immediately after incorporation:

- Open a Bank Account with minimum two officially nominated signatories in the name of the Company.
- Procure PAN number from the Income Tax and TIN number from the Commercial Tax Department to carry out business. Also, the company have to register itself for Service Tax from Commercial Tax Department and VAT from Excise department.
- Apply for the commercial connection of Power supply to related agency/board for the office of the PC.
- Establishment of company office means arrangement of furniture and fixture along with a visible signage board.

2.6 ESTIMATED COST FOR INCORPORATION OF A PRODUCER COMPANY

Table 2 below provides an estimated cost required for the incorporation of a producer company with minimum mandatory authorised capital of ₹ 5 lacs

TABLE 2: ESTIMATED COST FOR INCORPORATION OF A PRODUCER COMPANY

Particular	Heads	Amount (₹)
Application for name of PC	Fees	500.00
Digital Signature	Fees	2,600.00
Stamp duty	Memorandum of Association (MoA)	500.00
	Article of Association(AoA)	1,000.00
Registration/filing fees	MoA	16,000.00
	AoA	300.00
	Form-1	300.00
	Form-18	300.00
	Form-32	300.00
Fees of CA/CS17 firm*	Consultancy fees	10,000.00
Stamps cancellation	Charge	300.00
Affidavit expenses	Fees of Notary	450.00
Share transfer fees & processing charge		5,000.00
Total		37,550.00

Source: ASA

** Note: Fees for CA and CS is driven by market rates.*

ಸ್ಥಗಿತಗೊಳ್ಳುವ ತನಕ ಅದು ಮುಂದುವರಿಯುತ್ತದೆ

- ◊ ಇದು ಸಾಮಾನ್ಯ ಮೊಹರನ್ನು ಹೊಂದಿರುತ್ತದೆ, ಇದನ್ನು ನಿರ್ದೇಶಕರ ಸಮ್ಮುಖದಲ್ಲಿ ಕಂಪನಿಯ ಪರವಾಗಿ ಕಾರ್ಯಗತಗೊಳಿಸಿದ ಎಲ್ಲಾ ದಾಖಲೆಗಳಲ್ಲಿ ಸೇರಿಸಲಾಗುತ್ತದೆ.
- ◊ ಎಲ್ಲಾ ಆಸ್ತಿಗಳನ್ನು ಅದರ ಸ್ವಂತ ಹೆಸರಿನಲ್ಲಿ ಹೊಂದಲು ಅದು ಅಧಿಕಾರ ಪಡೆದಿರುತ್ತದೆ ಮತ್ತು ಅದರ ಸ್ವಂತ ಹಕ್ಕನ್ನು ಹೊಂದಿರುತ್ತದೆ. ಇದು ಇತರರ ಮೇಲೆ ದಾವೆ ಹೂಡಬಹುದು ಮತ್ತು ಇತರರು ಇದರ ಮೇಲೆ ದಾವೆ ಹೂಡಬಹುದು ಮತ್ತು ಅದರ ಸ್ವಂತ ಹೆಸರಿನಲ್ಲಿ ಒಪ್ಪಂದಕ್ಕೆ ಬರಬಹುದು.

ಪವರ್ ಆಫ್ ಅಟಾರ್ನಿ: ಉತ್ಪಾದಕರ ಕಂಪನಿಯನ್ನು ಸ್ಥಾಪಿಸಲು ಅಗತ್ಯವಾದ ಎಲ್ಲಾ ಕೆಲಸವನ್ನು ಬಿಓಡಿ ಮೂಲಕ ಮಾಡಬಹುದು ಅಥವಾ ಪರ್ಯಾಯವಾಗಿ, ಸಾಮಾನ್ಯ ಸಭೆಯು ಸಂಗತಿಯನ್ನು ಅನುಸರಿಸಲು ಆರ್‌ಓಸಿ ಯೊಂದಿಗೆ ಅವರಲ್ಲಿ ಯಾರಿಗಾದರೂ ಅಥವಾ ಇತರ ವ್ಯಕ್ತಿಗೆ (ಹೆಚ್ಚಿನ ಸಂದರ್ಭಗಳಲ್ಲಿ ಚಾರ್ಟರ್ಡ್ ಅಕೌಂಟೆಂಟ್ ಸಂಸ್ಥೆ ಅಥವಾ ಕಂಪನಿ ಸೆಕ್ರೆಟರಿಯನ್ನು ಉದ್ದೇಶಕ್ಕಾಗಿ ನೇಮಕ ಮಾಡಿಕೊಳ್ಳಲಾಗುತ್ತದೆ) ಅಧಿಕಾರ ನೀಡಬಹುದು. ಎರಡನೇಯದಕ್ಕೆ ಸಂಬಂಧಿಸಿದಂತೆ, ಅವರು ವ್ಯಕ್ತಿಯ ಪರವಾಗಿ ಪವರ್ ಆಫ್ ಅಟಾರ್ನಿಯನ್ನು ಕಾರ್ಯಗತಗೊಳಿಸಬೇಕಾಗುತ್ತದೆ ಮತ್ತು ಅವರ ಪರವಾಗಿ ಕಾರ್ಯನಿರ್ವಹಿಸಲು ಇವರು ಅಧಿಕಾರ ಹೊಂದಿರುತ್ತಾರೆ.

ಮೊಹರು ಹಾಕಿದ ಮತ್ತು ಎಲ್ಲಾ ನಿರ್ದೇಶಕರುಗಳ ಚಂದಾದಾರರು ಕಾರ್ಯಗತಗೊಳಿಸಿದ ಪವರ್ ಆಫ್ ಅಟಾರ್ನಿಯನ್ನು ಆರ್‌ಓಸಿಗೆ ಸಲ್ಲಿಸಬೇಕು.

ಪವರ್ ಆಫ್ ಅಟಾರ್ನಿ ಹೊಂದಿರುವವರಿಗೆ ಅಗತ್ಯವಾದಂತೆ ಕರಾರು ಸೂಚಿ ಮತ್ತು ಅಸೋಸಿಯೇಶನ್‌ನ ನಿಬಂಧನೆಗಳು ಮತ್ತು ಆರ್‌ಓಸಿಯೊಂದಿಗೆ ಸಲ್ಲಿಸಿದ ಎಲ್ಲಾ ದಾಖಲೆಗಳಿಗೆ ತಿದ್ದುಪಡಿಗಳನ್ನು ಮಾಡಲು ಮತ್ತು ಅದನ್ನೇ ಅವರ ಪರವಾಗಿ ಪ್ರಮಾಣೀಕರಿಸಲು ಮತ್ತು ಸ್ಥಾಪನೆಯ ಪ್ರಮಾಣಪತ್ರವನ್ನು ಸ್ವೀಕರಿಸಲು ಅಧಿಕಾರ ನೀಡಲಾಗಿದೆ.

ಹಂತ 7: ಉತ್ಪಾದಕರ ಕಂಪನಿಉತ್ಪಾದಕರ ಕಂಪನಿ ಸ್ಥಾಪನೆಯ ನಂತರ ಪೂರ್ಣಗೊಳಿಸಬೇಕಾದ ಕಾರ್ಯಗಳು

ಸ್ಥಾಪನೆಯ ತಕ್ಷಣದ ನಂತರವೇ ಮುಂದಿನ ಕಾರ್ಯಗಳನ್ನು ಪೂರ್ಣಗೊಳಿಸಬೇಕು:

- ◊ ಕಂಪನಿಯ ಹೆಸರಿನಲ್ಲಿ ಕನಿಷ್ಠ ಎರಡು ಅಧಿಕೃತ ನಾಮನಿರ್ದೇಶಿತ ಸಹಿಯೊಂದಿಗೆ ಬ್ಯಾಂಕ್ ಖಾತೆಯನ್ನು ತೆರೆಯಿರಿ.
- ◊ ವ್ಯವಹಾರವನ್ನು ನಡೆಸಲು ಆದಾಯ ತೆರಿಗೆಯಿಂದ ಪ್ಯಾನ್ ಸಂಖ್ಯೆಯನ್ನು ಮತ್ತು ವಾಣಿಜ್ಯಿಕ ತೆರಿಗೆ ಇಲಾಖೆಯಿಂದ ಟಿನ್ ಸಂಖ್ಯೆಯನ್ನು ಪಡೆದುಕೊಳ್ಳಬೇಕು. ಹಾಗೆಯೇ, ವಾಣಿಜ್ಯಿಕ ತೆರಿಗೆ ಇಲಾಖೆಯಿಂದ ಸೇವೆ ತೆರಿಗೆಗೆ ಮತ್ತು ಎಕ್ಸೈಸ್ ಇಲಾಖೆಯಿಂದ ವ್ಯಾಟ್‌ಗಾಗಿ ಕಂಪನಿಯು ನೋಂದಣಿ ಮಾಡಿಕೊಳ್ಳಬೇಕು
- ◊ ಸಂಬಂಧಿತ ಏಜೆನ್ಸಿ/ಬೋರ್ಡ್‌ಗೆ ಸಂಬಂಧಿಸಿದಂತೆ ಉತ್ಪಾದಕರ ಕಂಪನಿ ಕಚೇರಿಗೆ ವಿದ್ಯುತ್ ಪೂರೈಕೆಯ ವಾಣಿಜ್ಯಿಕ ಸಂಪರ್ಕಕ್ಕೆ ಅರ್ಜಿ ಸಲ್ಲಿಸಿ.
- ◊ ಕಂಪನಿ ಕಚೇರಿಯ ಸ್ಥಾಪನೆ ಎಂದರೆ ಕಂಡುಬರುವ ಸೈನೇಜ್ ಬೋರ್ಡ್‌ನೊಂದಿಗೆ ಪೀಠೋಪಕರಣಗಳ ಜೋಡಣೆ ಮಾಡುವುದೂ ಎಂದರ್ಥ.

2.6 ಉತ್ಪಾದಕ ಕಂಪನಿಯ ಸ್ಥಾಪನೆಗಾಗಿ ಅಂದಾಜು ವೆಚ್ಚ

ಕನಿಷ್ಠ ಕಡ್ಡಾಯವಾಗಿ ಪ್ರಮಾಣೀಕರಿಸಿದ ರೂ. 5 ಲಕ್ಷದೊಂದಿಗೆ ಉತ್ಪಾದಕ ಕಂಪನಿಯನ್ನು ಸ್ಥಾಪಿಸುವುದಕ್ಕಾಗಿ ಅಗತ್ಯವಾದ ಅಂದಾಜು ವೆಚ್ಚವನ್ನು ಕೆಳಗಿನ ಕೋಷ್ಟಕ 2 ಒದಗಿಸುತ್ತದೆ.

সারণি ২: একটি উত্পাদক কোম্পানি নিগমবদ্ধ হওয়ার জনয্ আনুমানিক খরচ

ವಿವರ	ಮುಖ್ಯ ಅಂಶ	ಮೊತ್ತ (`)
ಉತ್ಪಾದಕರ ಕಂಪನಿ ಹೆಸರಿಗಾಗಿ ಅನ್ವಯಿಸುವಿಕೆ	ಶುಲ್ಕಗಳು	500.00
ಡಿಜಿಟಲ್ ಸಹಿ	ಶುಲ್ಕಗಳು	2,600.00
ಸ್ಟ್ಯಾಂಪ್ ಡ್ಯೂಟಿ	ಮೆಮೋರಾಂಡಮ್ ಆಫ್ ಅಸೋಸಿಯೇಶನ್ (ಎಂಓಎ)	500.00
	ಆರ್ಟಿಕಲ್ ಆಫ್ ಅಸೋಸಿಯೇಶನ್(ಎಓಎ)	1,000.00
ನೋಂದಣಿ/ಫೈಲಿಂಗ್ ಶುಲ್ಕಗಳು	ಎಂಓಎ	16,000.00
	ಎಓಎ	300.00
	ಫಾರ್ಮ್-1	300.00
	ಫಾರ್ಮ್-18	300.00
	ಫಾರ್ಮ್-32	300.00
ಸಿಎ/ಸಿಎಸ್17 ಸಂಸ್ಥೆ ಶುಲ್ಕಗಳು*	ಸಲಹಾ ಶುಲ್ಕಗಳು	10,000.00
ಸ್ಟ್ಯಾಂಪ್‌ಗಳ ಸಂಗ್ರಹಣೆ	ದರ	300.00
ಅಫಿಡವಿಟ್ ವೆಚ್ಚಗಳು	ನೋಟರಿ ಶುಲ್ಕಗಳು	450.00
ವರ್ಗಾವಣೆ ಶುಲ್ಕಗಳು ಮತ್ತು ಪ್ರಕ್ರಿಯೆ ವೆಚ್ಚ		5,000.00
ಒಟ್ಟು		37,550.00

ಮೂಲ: ಎಎಸ್‌ಎ

* ಗಮನಿಸಿ: ಸಿಎ ಮತ್ತು ಸಿಎಸ್‌ಗಳಿಗೆ ಶುಲ್ಕಗಳು ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ದರಗಳಿಗೆ ಒಳಪಟ್ಟಿರುತ್ತದೆ.

CHAPTER 3

ASSESSING THE CAPITAL

REQUIREMENTS OF A PRODUCER COMPANY

(This Chapter elucidates the various factors to be considered and limitations faced while estimating the working capital requirement of a Producers Company. Detailed discussion on the methods of financial assessment is in the following chapter.)

The working capital is estimated on the basis of following costs which may be fixed or variable in nature:

- ◊ Raw materials, storage, processing, transportation, insurance etc. The estimate is determined by the nature and size of the business.
- ◊ Staff salary, travel, rent, electricity, telephone and other administrative expenses which can be termed as management and administration cost.
- ◊ Furniture, fixtures and other equipments like computer, printer etc.
- ◊ Infrastructures like warehouse, machineries etc. (if any) Capacity building cost for BoDs and the executives of the PC.

In the following paragraphs it has been attempted to describe the processes or steps to be followed and the factors to be considered for estimating the working capital requirement. It is not possible to estimate the requirement of working capital since it depends on the nature of business and its volume which would vary from case to case. However, the processes described here are based on the experiences of ASA while establishing several PCs.

3.1 ASSESSING THE CAPITAL REQUIRED FOR INITIAL BUSINESS ACTIVITY

This is the initial amount required for starting the basic activities of PC such as initial investment which is mainly required for procurement of raw produce from the producers, storage, transportation processing, insurance etc. The quantum of capital would depend on the nature and volume of the business of PC. This is part of the working capital of the PC.

While calculating the requirement of capital for the above mentioned items the following points are to be kept in view:

- ◊ Number of producers/acreage/number of products and its month wise availability.
- ◊ Total expected volume of raw produce to be procured (month wise).
- ◊ Time of the activity (no. of days from procurement to sale).
- ◊ Purchase price, selling price.
- ◊ Credit limit with the producers and to the buyers.
- ◊ Monthly
- ◊ Storage cash-in and cash-out projection, duration and costs.
- ◊ Transportation costs (producers to company and company store to buyers).
- ◊ Grading/processing,
- ◊ Insurance.
- ◊ Packaging costs, if any.
- ◊ Marketing costs, if any.
- ◊ Any other costs which is specific to the area (statutory requirement. For example, in some states buyers for agriculture produce outside the APMC has to pay certain levy to the APMC for making purchase from the farmers directly).

A critical evaluation of the above criteria should provide a reliable estimate of capital requirements.

The experience of ASA suggests that the real challenge for a PC is to mobilize initial working capital requirements.

This is due to the following reasons:

- ◊ For any financial institution PC is a commercial entity and therefore they require a margin money contribution in the credit application from PCs. This is difficult to be arranged by a PC, due to financial constraints.
- ◊ PCs are also required to provide collateral for the loan which is again a constraint for a new business entity like PC.
- ◊ Initially PCs do not have any credentials for doing successful business which also makes the financial institutions uncomfortable for financing.

However, to overcome these initial challenges the PCs

ಅಧ್ಯಾಯ 3

ಉತ್ಪಾದಕರ ಕಂಪನಿಗಳು

ಉತ್ಪಾದಕರ ಕಂಪನಿಯ ಅಗತ್ಯತೆಗಳು

(ಈ ಅಧ್ಯಾಯವು ಉತ್ಪಾದಕಕರ ಕಂಪನಿಯ ಕಾರ್ಯನಿರ್ವಹಣೆಯ ಬಂಡವಾಳಯ ಅಗತ್ಯತೆಯನ್ನು ಅಂದಾಜು ಮಾಡುವಾಗ ಪರಿಗಣಿಸಬೇಕಾಗದ ಅಂಶಗಳು ಮತ್ತು ಎದುರಿಸುವ ಮಿತಿಗಳನ್ನು ವಿವರಿಸುತ್ತದೆ. ಹಣಕಾಸು ಮೌಲ್ಯಮಾಪನದ ವಿಧಾನಗಳ ಕುರಿತಾಗಿನ ವಿವರಪೂರ್ಣ ಚರ್ಚೆಯು ಈ ಅಧ್ಯಾಯದಲ್ಲಿದೆ)

ಕಾರ್ಯನಿರ್ವಹಣೆಬಂಡವಾಳವನ್ನುಮುಂದಿನವೆಚ್ಚಗಳಆಧಾರದಲ್ಲಿ ಅಂದಾಜು ಮಾಡಲಾಗುತ್ತದೆ ಮತ್ತು ಇದು ಸ್ಥಿರವಾಗಿರಬಹುದು ಅಥವಾ ಮಾರ್ಪಡಿಸಲಾಗುವಂತಹದ್ದಾಗಿರಬಹುದು:

◊ ಕಚ್ಚಾ ವಸ್ತುಗಳು, ಸಂಗ್ರಹಣೆ, ಸಂಸ್ಕರಣೆ, ಸಾರಿಗೆ, ವಿಮೆ ಇತ್ಯಾದಿ. ಅಂದಾಜನ್ನು ವ್ಯವಹಾರದ ಸ್ವರೂಪ ಮತ್ತು ಗಾತ್ರವನ್ನು ಆಧರಿಸಿ ನಿರ್ಣಯಿಸಲಾಗುತ್ತದೆ
◊ ಸಿಬ್ಬಂದಿಯ ಸಂಬಳ, ಪ್ರಯಾಣ, ಬಾಡಿಗೆ, ವಿದ್ಯುತ್, ದೂರವಾಣಿ ಮತ್ತು ಇತರ ನಿರ್ವಹಣಾ ವೆಚ್ಚಗಳು, ಇದನ್ನು ಕಾರ್ಯನಿರ್ವಹಣೆ ಮತ್ತು ಅಡ್ಮಿನಿಸ್ಟ್ರೇಶನ್ ವೆಚ್ಚವೆಂದು ಹೇಳಲಾಗುತ್ತದೆ.
◊ ಪೀಠೋಪಕರಣ, ಉಪಕರಣಗಳು ಮತ್ತು ಕಂಪ್ಯೂಟರ್, ಪ್ರಿಂಟರ್ ಇತರವುಗಳಂತಹ ಸಾಧನಗಳು.
◊ ವೇರ್‌ಹೌಸ್, ಯಂತ್ರಗಳು ಇತ್ಯಾದಿಯಂತಹ ಮೂಲಭೂತ ಸೌಕರ್ಯಗಳು (ಯಾವುದಾದರೂ ಇದ್ದರೆ) ಬಿಡಿಗಳು ಮತ್ತು ಉತ್ಪಾದಕರ ಕಂಪನಿ ಎಕ್ಸಿಕ್ಯೂಟಿವ್‌ಗಳಿಗೆ ಸಾಮರ್ಥ್ಯ ನಿರ್ಮಾಣದ ವೆಚ್ಚ.

ಮುಂದಿನ ಪ್ಯಾರಾಗ್ರಾಫ್‌ಗಳಲ್ಲಿ ಅನುಸರಿಸಬೇಕಾದ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆಗಳು ಅಥವಾ ಹಂತಗಳು ಮತ್ತು ಕಾರ್ಯನಿರ್ವಹಣೆ ಬಂಡವಾಳ ಅಗತ್ಯತೆಯ ಅಂದಾಜು ಮಾಡಲು ಪರಿಗಣಿಸಬೇಕಾದ ಅಂಶಗಳನ್ನು ವಿವರಿಸಲು ಪ್ರಯತ್ನಿಸಲಾಗಿದೆ. ಕಾರ್ಯನಿರ್ವಹಣೆ ಬಂಡವಾಳದ ಅಗತ್ಯತೆಯನ್ನು ಅಂದಾಜು ಮಾಡಲು ಸಾಧ್ಯವಿಲ್ಲ, ಏಕೆಂದರೆ ಇದು ವ್ಯವಹಾರದ ಸ್ವರೂಪ ಮತ್ತು ಅದರ ಪ್ರಮಾಣದ ಮೇಲೆ ಅವಲಂಬಿತವಾಗಿರುತ್ತದೆ ಮತ್ತು ಇದು ಸಂದರ್ಭದಿಂದ ಸಂದರ್ಭಕ್ಕೆ ಬದಲಾಗುತ್ತದೆ. ಆದರೆ, ಇಲ್ಲಿ ವಿವರಿಸಿದ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆಗಳು ವಿವಿಧ ಉತ್ಪಾದಕರ ಕಂಪನಿ ಗಳನ್ನು ಸ್ಥಾಪಿಸುವಾಗ ಎಎಸ್‌ಎ ದ ಅನುಭವಗಳ ಮೇಲೆ ಆಧಾರಿತವಾಗಿದೆ.

3.1 ಪ್ರಾರಂಭಿಕ ವ್ಯವಹಾರ ಚಟುವಟಿಕೆಗೆ ಅಗತ್ಯವಾದ ಬಂಡವಾಳವನ್ನು ಮೌಲ್ಯನಿರ್ಧಾರಣೆ ಮಾಡುವುದು

ಇದು ಉತ್ಪಾದಕರಿಂದ ಕಚ್ಚಾ ಉತ್ಪನ್ನಗಳನ್ನು ಪಡೆದುಕೊಳ್ಳಲು, ಸಂಗ್ರಹಣೆಗಾಗಿ, ಸಾಗಾಣಿಕೆಗಾಗಿ, ಸಂಸ್ಕರಣೆ, ವಿಮೆ ಮತ್ತು ಇತರ ಕಾರ್ಯಗಳಿಗೆ ಮುಖ್ಯವಾಗಿ ಅಗತ್ಯವಾಗಿರುವ ಉತ್ಪಾದಕರ ಕಂಪನಿ ಯ ಮೂಲಭೂತ ಚಟುವಟಿಕೆಗಳನ್ನು ಪ್ರಾರಂಭಿಸಲು ಅಗತ್ಯವಾದ ಪ್ರಾರಂಭಿಕ ಹೂಡಿಕೆಯಾಗಿದೆ. ಬಂಡವಾಳದ ಪ್ರಮಾಣವು ಉತ್ಪಾದಕರ ಕಂಪನಿ ವ್ಯವಹಾರದ ಸ್ವರೂಪ ಮತ್ತು ಪ್ರಮಾಣದ ಮೇಲೆ ಅವಲಂಬಿತವಾಗಿರುತ್ತದೆ. ಇದು ಉತ್ಪಾದಕರ ಕಂಪನಿ ಯ ಕಾರ್ಯನಿರ್ವಹಣೆ ಬಂಡವಾಳದ ಭಾಗವಾಗಿದೆ.

ಮೇಲೆ ವಿವರಿಸಿದ ಅಂಶಗಳಿಗೆ ಬಂಡವಾಳದ ಅಗತ್ಯತೆಯನ್ನು ಲೆಕ್ಕಾಚಾರ ಮಾಡುವಾಗ, ಮುಂದಿನ ಅಂಶಗಳನ್ನು ಗಮನದಲ್ಲಿ ಇಟ್ಟುಕೊಳ್ಳಬೇಕಾಗುತ್ತದೆ:

◊ ಉತ್ಪಾದಕರ ಸಂಖ್ಯೆ/ಹೊಂದಿರುವ ಎಕರೆಗಳು/ಉತ್ಪನ್ನಗಳ ಸಂಖ್ಯೆ ಮತ್ತು ಅದರ ಪ್ರತಿ ತಿಂಗಳ ಲಭ್ಯತೆ.
◊ ಗಳಿಸಬೇಕಾದ ಕಚ್ಚಾ ಉತ್ಪನ್ನಗಳ ಒಟ್ಟು ನಿರೀಕ್ಷಿತ ಪ್ರಮಾಣ (ತಿಂಗಳ ಪ್ರಕಾರ).
◊ ಚಟುವಟಿಕೆಯ ಸಮಯ (ಪಡೆಯುವಿಕೆಯಿಂದ ಮಾರಾಟದ ತನಕ ದಿನಗಳ ಸಂಖ್ಯೆ).
◊ ಖರೀದಿ ದರ, ಮಾರಾಟ ದರ.
◊ ಮಾಸಿಕ
◊ ಸಂಗ್ರಹಣೆ ಕ್ಯಾಶ್-ಇನ್ ಮತ್ತು ಕ್ಯಾಶ್-ಔಟ್ ಅಂದಾಜು, ಕಾಲಾವಧಿ ಮತ್ತು ವೆಚ್ಚಗಳು.
◊ ಸಾಗಾಣಿಕೆ ವೆಚ್ಚಗಳು (ಉತ್ಪಾದಕರಿಂದ ಕಂಪನಿ ಮತ್ತು ಕಂಪನಿ ಸ್ಟೋರ್‌ನಿಂದ ಖರೀದಿದಾರರು).
◊ ಗ್ರೇಡಿಂಗ್/ಸಂಸ್ಕರಣೆ,
◊ ವಿಮೆ.
◊ ಪ್ಯಾಕೇಜಿಂಗ್ ವೆಚ್ಚಗಳು, ಯಾವುದಾದರೂ ಇದ್ದರೆ.
◊ ಮಾರ್ಕೆಟಿಂಗ್ ವೆಚ್ಚಗಳು, ಯಾವುದಾದರೂ ಇದ್ದರೆ.
◊ ಪ್ರದೇಶಕ್ಕೆ ನಿರ್ದಿಷ್ಟವಾಗಿರುವ ಇತರ ಯಾವುದೇ ವೆಚ್ಚಗಳು (ಶಾಸನಬದ್ಧ ಅಗತ್ಯತೆ. ಉದಾಹರಣೆಗೆ, ಕೆಲವು ರಾಜ್ಯಗಳಲ್ಲಿ ಎಪಿಎಂಸಿ ಹೊರಗೆ ಕೃಷಿ ಉತ್ಪನ್ನಕ್ಕಾಗಿ ಖರೀದಿದಾರರು ರೈತರುಗಳಿಂದ ನೇರವಾಗಿ ಖರೀದಿಯನ್ನು ಮಾಡಲು ಎಪಿಎಂಸಿಗೆ ಸ್ವಲ್ಪ ಲೆವಿಯನ್ನು ಪಾವತಿಸಬೇಕಾಗುತ್ತದೆ).

ಮೇಲಿನ ಮಾನದಂಡದ ಬಹುಮುಖ್ಯ ಮೌಲ್ಯಮಾಪನವು ಬಂಡವಾಳ ಅಗತ್ಯತೆಗಳ ನಂಬಿಗಾರ್ಹ ಅಂದಾಜನ್ನು ಒದಗಿಸುತ್ತದೆ.

ಪ್ರಾರಂಭಿಕ ಕಾರ್ಯನಿರ್ವಹಣೆ ಬಂಡವಾಳದ ಅಗತ್ಯತೆಗಳನ್ನು ಕ್ರೋಢೀಕರಿಸುವುದು ಉತ್ಪಾದಕರ ಕಂಪನಿ ಗೆ ನಿಜವಾದ ಸವಾಲಾಗಿದೆ ಎಂಬುದನ್ನು ಎಎಸ್‌ಎ ದ ಅನುಭವವು ಸೂಚಿಸುತ್ತದೆ.

ಇದು ಮುಂದಿನ ಕಾರಣಗಳಿಂದಾಗಿದೆ:

◊ ಯಾವುದೇ ಹಣಕಾಸು ಸಂಸ್ಥೆಗೆ ಉತ್ಪಾದಕರ ಕಂಪನಿ ಯು ವಾಣಿಜ್ಯಿಕ ಸಂಸ್ಥೆಯಾಗಿದೆ ಮತ್ತು ಈ ಕಾರಣದಿಂದ ಅವುಗಳಿಗೆ ಉತ್ಪಾದಕರ ಕಂಪನಿ ಗಳಿಂದ ಕ್ರೆಡಿಟ್ ಅಪ್ಲಿಕೇಶನ್‌ನಲ್ಲಿ ಮಾರ್ಜಿನ್ ಹಣ ಅಗತ್ಯವಿರುತ್ತದೆ. ಇದನ್ನು ಹಣಕಾಸು ನಿರ್ಬಂಧಗಳ ಕಾರಣದಿಂದ ಉತ್ಪಾದಕರ ಕಂಪನಿ ವ್ಯವಸ್ಥೆಗೊಳಿಸಲು ಕಷ್ಟಕರವಾಗುತ್ತದೆ.
◊ ಉತ್ಪಾದಕರ ಕಂಪನಿ ಗಳು ಸಾಲಕ್ಕಾಗಿ ಜಾಮೀನನ್ನು ಒದಗಿಸಬೇಕಾಗುತ್ತದೆ, ಇದು ಉತ್ಪಾದಕರ ಕಂಪನಿ ಯಂತಹ ಹೊಸ ವ್ಯವಹಾರ ಸಂಸ್ಥೆಗೆ ನಿರ್ಬಂಧ ಹೇರುತ್ತದೆ.
◊ ಪ್ರಾರಂಭಿಕವಾಗಿ ಉತ್ಪಾದಕರ ಕಂಪನಿ ಗಳು ಯಶಸ್ವಿ ವ್ಯವಹಾರಕ್ಕೆ ಯಾವುದೇ ರುಜುವಾತುಗಳನ್ನು ಹೊಂದಿರುವುದಿಲ್ಲ, ಇದು ಸಹ ಧನ ಸಹಾಯ ನೀಡಲು ಹಣಕಾಸು ಸಂಸ್ಥೆಗಳಿಗೆ ಅಹಿತಕರವನ್ನುಂಟುಮಾಡುತ್ತದೆ.

ಆದರೆ ಈ ಪ್ರಾರಂಭಿಕ ಸವಾಲುಗಳನ್ನು ಮೀರಿ ಬರಲು ಎಎಸ್‌ಎ ಪ್ರವರ್ತನೆಯ ಉತ್ಪಾದಕರ ಕಂಪನಿ ಗಳು ಅವುಗಳು ರಿಸರ್ವ್‌ಗಳು

promoted by ASA, have followed a different business model in the initial couple of years before they have generated reserves and credentials. They were:

- ◊ The PCs ventured into a business, which required less or no working capital. Four such examples are given here.
- ◊ The business of supplying agriculture inputs like seeds and fertilizers to its members and also non-members. The PCs in this case had taken dealership of seeds and fertilizers from the public and private companies and worked as commission agents on behalf of those companies in supplying materials to the members and also non-members on cash. Because of the large scale of business the PCs could make a good margin and not the least a business relationship with those companies which resulted in getting credit limit from those companies in the subsequent years.
  - ◊ Similar experience was in the case of procurement of agricultural produce as a business model, when the PCs identified the prospective buyers and arranged buy back guarantee from them. As the produce was sold at the farm gate level no transportation and storage cost were involved at the PC level. The PCs ensured a transparent transaction between the buyers and the sellers (members and non-members both) and by doing so they earned some margin from the buyers.
  - ◊ Many PCs took the advantage of GoI's scheme which provide loan against the pledging of Warehouse Receipts (WHR). As per the scheme, the bankers extend loan up to 80% of the value of the produce against the pledging of the WHR. This does not require any collateral. This was mainly used for the seed production activity when the PCs had to store the raw seeds for over six months. The seed was produced by the members and payments were made in two installments – a) 80% of the payment at the time of procurement and b) 20% after receiving the sales proceeds. Since this activity generates about 25-30% profit margin the PCs could declare in advance a good premium to the seed producers for which the producers agreed to receive late payment of balance 20%.
  - ◊ PCs took the dealership from various companies for agriculture implements like water pump sets, mechanized plough, tractor etc, which they sold to the members at a reasonable price and earned a good margin of profit/commission. There was no need to stock those materials. Implements were supplied on demand.

From the above examples the key learning that can be drawn are:

- ◊ Choose those business activities in the initial years which require very less capital or no capital and which are risk free. Normally in trading business activities such opportunity exists. The point to be noted that majority of the middlemen in the agribusiness invest very little capital of their own.
- ◊ It is important for the PCs to demonstrate success as quickly as possible to build credibility with the shareholders and other shareholders. It is imperative therefore for the PC to start with something small and undertake such activities which are low in risk and not so complicated from the management perspectives.
- ◊ Demonstration of fair trade practices is very important for the PC which is appreciated by both the members and the trade and industry with whom PC does the business.

3.2 MANAGEMENT AND OFFICE ADMINISTRATION COSTS

It is not compulsory for a PC to appoint a team of professional to look after its day to day business. They can do it themselves. However, from the experience it is seen that for the PC to emerge as a profit making entity the role of professional managers cannot be ignored. The most successful example is the dairy cooperatives in India where professional managers have contributed immensely to make it a success. There are many other successful examples of using professional management viz. ASA's producer companies, PRADAN promoted poultry and Tasar cooperatives etc. Not only for business development but the value of professionals is immense in democratising the farmer's organisation and strengthening its governing system.

However, how many professionals are required is completely a matter of context and discretionary.

[17] It is mandatory as per article 581W of Producer Companies Act.

ಮತ್ತು ಕ್ರೆಡೆನ್ಶಿಯಲ್‌ಗಳನ್ನು ನಿರ್ಮಿಸುವ ಪ್ರಾರಂಭಿಕ ಕೆಲವು ವರ್ಷಗಳ ಮೊದಲೇ ವಿಭಿನ್ನ ವ್ಯವಹಾರ ಮಾದರಿಯನ್ನು ಅನುಸರಿಸಿದವು. ಅವುಗಳೆಂದರೆ:

◊ ಉತ್ಪಾದಕರ ಕಂಪನಿ ಗಳು ವ್ಯವಹಾರಕ್ಕಿಳಿದವು, ಇದಕ್ಕೆ ಕಡಿಮೆ ಬಂಡವಾಳ ಅಗತ್ಯವಿತ್ತು ಅಥವಾ ಯಾವುದೇ ಬಂಡವಾಳದ ಅಗತ್ಯವಿರಲಿಲ್ಲ. ನಾಲ್ಕು ಅಂತಹ ಉದಾಹರಣೆಗಳನ್ನು ಇಲ್ಲಿ ನೀಡಲಾಗಿದೆ

◊ ಬೀಜಗಳು ಮತ್ತು ರಸಗೊಬ್ಬರಗಳಂತಹ ಕೃಷಿ ಉತ್ಪನ್ನಗಳನ್ನು ಅದರ ಸದಸ್ಯರಿಗೆ ಮತ್ತು ಸದಸ್ಯರಲ್ಲದವರಿಗೆ ಪೂರೈಸುವ ವ್ಯವಹಾರ. ಈ ಸಂದರ್ಭದಲ್ಲಿ ಉತ್ಪಾದಕರ ಕಂಪನಿ ಗಳು ಬೀಜಗಳು ಮತ್ತು ರಸಗೊಬ್ಬರಗಳ ಡೀಲರ್‌ಶಿಪ್ ಅನ್ನು ಸಾರ್ವಜನಿಕ ಮತ್ತು ಖಾಸಗಿ ಕಂಪನಿಗಳಿಂದ ಪಡೆದುಕೊಂಡವು ಮತ್ತು ಆ ವಸ್ತುಗಳನ್ನು ಸದಸ್ಯರಿಗೆ ಮತ್ತು ಸದಸ್ಯರಲ್ಲದವರಿಗೆ ನಗದು ಮೂಲಕ ಪೂರೈಸಲು ಆ ಕಂಪನಿಗಳ ಪರವಾಗಿ ಕಮೀಷನ್ ಏಜೆಂಟ್‌ಗಳಾಗಿ ಕಾರ್ಯನಿರ್ವಹಿಸಿದವು. ದೊಡ್ಡ ಪ್ರಮಾಣದ ವ್ಯವಹಾರದ ಕಾರಣ ಉತ್ಪಾದಕರ ಕಂಪನಿ ಗಳು ಉತ್ತಮ ಮಾರ್ಜಿನ್ ಪಡೆಯಲು ಸಾಧ್ಯವಾಯಿತು ಜೊತೆಗೆ ಆ ಕಂಪನಿಗಳೊಂದಿಗಿನ ವ್ಯವಹಾರದ ಸಂಬಂಧದ ಕಾರಣ ನಂತರದ ವರ್ಷಗಳಲ್ಲಿ ಆ ಕಂಪನಿಗಳಿಂದ ಕ್ರೆಡಿಟ್ ಲಿಮಿಟ್ ಪಡೆಯುವುದಕ್ಕೆ ಕಾರಣವಾಯಿತು.

  ◊ ಇಂತಹವು ಅನುಭವವು ವ್ಯವಹಾರದ ಮಾದರಿಯಾಗಿ ಕೃಷಿ ಉತ್ಪನ್ನವನ್ನು ಪಡೆಯುವುದರಲ್ಲಿಯೂ ಉಂಟಾಯಿತು, ಈ ಸಂದರ್ಭದಲ್ಲಿ ಉತ್ಪಾದಕರ ಕಂಪನಿ ಗಳು ನಿರೀಕ್ಷಿತ ಖರೀದಿದಾರರನ್ನು ಗುರುತಿಸಿದವು ಮತ್ತು ಅವರಿಂದ ಮರಳಿ ಖರೀದಿ ಗ್ಯಾರಂಟಿಯನ್ನು ವ್ಯವಸ್ಥೆ ಮಾಡಿದವು. ಉತ್ಪಾದನೆಯನ್ನು ಕೃಷಿ ಭೂಮಿಯ ಗೇಟ್ ಮಟ್ಟದಲ್ಲಿ ಮಾರಾಟ ಮಾಡಿದ್ದರಿಂದ ಉತ್ಪಾದಕರ ಕಂಪನಿ ಮಟ್ಟದಲ್ಲಿ ಸಾಗಾಣಿಕೆ ಮತ್ತು ಸಂಗ್ರಹಣೆ ವೆಚ್ಚಗಳು ಒಳಗೊಳ್ಳಲಿಲ್ಲ. ಖರೀದಿದಾರರು ಮತ್ತು ಮಾರಾಟಗಾರರ ನಡುವೆ ಪಾರದರ್ಶಕ ವಹಿವಾಟವನ್ನು ಉತ್ಪಾದಕರ ಕಂಪನಿ ಗಳು ಖಚಿತಪಡಿಸಿದವು (ಸದಸ್ಯರು ಮತ್ತು ಸದಸ್ಯರಲ್ಲದವರು ಎರಡೂ) ಮತ್ತು ಹೀಗೆ ಮಾಡುವ ಮೂಲಕ ಅವರು ಖರೀದಿದಾರರಿಂದ ಕೆಲವು ಮಾರ್ಜಿನ್ ಗಳಿಸಿದರು.

  ◊ ಹಲವು ಉತ್ಪಾದಕರ ಕಂಪನಿ ಗಳು ಜಿಓಐ ಸ್ಕೀಮ್‌ನ ಪ್ರಯೋಜನವನ್ನು ಪಡೆದುಕೊಂಡವು, ಈ ಸ್ಕೀಮ್ ವೇರ್‌ಹೌಸ್ ರಸೀದಿಗಳನ್ನು (ಡಬ್ಲ್ಯೂಹೆಚ್‌ಆರ್) ಅಡವಿಡುವುದಕ್ಕೆ ಪ್ರತಿಯಾಗಿ ಸಾಲವನ್ನು ಒದಗಿಸುತ್ತದೆ. ಸ್ಕೀಮ್ ಪ್ರಕಾರ, ಬ್ಯಾಂಕರ್‌ಗಳು ಡಬ್ಲ್ಯೂಹೆಚ್‌ಆರ್ ಅಡವಿಡುವುದಕ್ಕೆ ಪ್ರತಿಯಾಗಿ ಉತ್ಪನ್ನದ ಮೌಲ್ಯದ 80% ವರೆಗೆ ಸಾಲವನ್ನು ವಿಸ್ತರಿಸುತ್ತವೆ. ಇದಕ್ಕೆ ಯಾವುದೇ ಜಾಮೀನು ಅಗತ್ಯವಿರುವುದಿಲ್ಲ. ಉತ್ಪಾದಕರ ಕಂಪನಿ ಗಳು ಕಚ್ಚಾ ಬೀಜಗಳನ್ನು ಆರು ತಿಂಗಳಿಗಳಿಗೂ ಹೆಚ್ಚು ಕಾಲ ಉತ್ಪಾದಕರ ಕಂಪನಿ ಗಳು ಸಂಗ್ರಹಿಸಬೇಕಾದ ಸಂದರ್ಭದಲ್ಲಿ ಬೀಜದ ಉತ್ಪಾದನೆ ಚಟುವಟಿಕೆಗೆ ಇದನ್ನು ಬಳಸಲಾಗುತ್ತದೆ. ಬೀಜವನ್ನು ಸದಸ್ಯರು ಉತ್ಪಾದಿಸಿದ್ದರು ಮತ್ತು ಪಾವತಿಗಳನ್ನು ಎರಡು ಕಂತುಗಳಲ್ಲಿ ಪಾವತಿಸಲಾಯಿತು - (a) ಪಡೆದುಕೊಳ್ಳುವಿಕೆಯ ಸಂದರ್ಭದಲ್ಲಿ ಪಾವತಿಯ 80% ಮತ್ತು (b) ಮಾರಾಟದ ಕಾರ್ಯವಿಧಾನ ಮುಗಿದ ಬಳಿಕ 20%. ಈ ಚಟುವಟಿಕೆಯು 25-30% ರಷ್ಟು ಲಾಭದ ಅಂತರವನ್ನು ನಿರ್ಮಿಸುವುದರಿಂದ, ಉತ್ಪಾದಕರ ಕಂಪನಿ ಗಳು ಮುಂಚಿತವಾಗಿ ಬೀಜ ಉತ್ಪಾದಕರಿಗೆ ಉತ್ತಮ ಪ್ರೀಮಿಯಂ ಘೋಷಿಸಬಹುದು ಮತ್ತು ಇದಕ್ಕೆ ಉತ್ಪಾದಕರು 20% ರಷ್ಟು ವಿಳಂಬ ಪಾವತಿಯ ಉಳಿಕೆ ಹಣವನ್ನು ಸ್ವೀಕರಿಸಲು ಒಪ್ಪಿದರು.

  ◊ ನೀರಿನ ಪಂಪ್‌ಸೆಟ್‌ಗಳು, ಮೆಕ್ಯಾನಿಕಲ್ ನೇಗಿಲು, ಟ್ರಾಕ್ಟರ್ ಇತ್ಯಾದಿ ಕೃಷಿ ಉಪಕರಣಗಳಿಗಾಗಿ ವಿವಿಧ ಕಂಪನಿಗಳಿಂದ ಡೀಲರ್‌ಶಿಪ್ ಅನ್ನು ಉತ್ಪಾದಕರ ಕಂಪನಿ ಗಳು ಪಡೆದುಕೊಂಡವು ಮತ್ತು ಇದನ್ನು ಸದಸ್ಯರಿಗೆ ಕೈಗೆಟುಕುವ ಬೆಲೆಗೆ ಮಾರಾಟ ಮಾಡಿದವು ಮತ್ತು ಉತ್ತಮ ಲಾಭ/ಕಮೀಶನ್‌ನ ಮಾರ್ಜಿನ್ ಪಡೆದುಕೊಂಡವು. ಈ ವಸ್ತುಗಳನ್ನು ಸ್ಟಾಕ್ ಮಾಡಬೇಕಾದ ಯಾವುದೇ ಪ್ರಸಂಗವಿರಲಿಲ್ಲ. ಉಪಕರಣಗಳನ್ನು ಬೇಡಿಕೆಯ ಆಧಾರದಲ್ಲಿ ಪೂರೈಸಲಾಯಿತು.

ಮೇಲಿನ ಉದಾಹರಣೆಗಳಿಂದ ಕಲಿತುಕೊಳ್ಳಬೇಕಾದ ಪ್ರಮುಖ ಕಲಿಕೆಯ ಅಂಶಗಳೆಂದರೆ:

◊ ಕಡಿಮೆ ಬಂಡವಾಳ ಅಥವಾ ಯಾವುದೇ ಬಂಡವಾಳದ ಅಗತ್ಯ ಇರುವ ಮತ್ತು ಅಪಾಯ ಇಲ್ಲದಂತಿರುವ ವ್ಯವಹಾರದ ಚಟುವಟಿಕೆಗಳನ್ನು ಪ್ರಾರಂಭಿಕ ವರ್ಷಗಳಲ್ಲಿ ಆಯ್ಕೆಮಾಡಿ. ಸಾಮಾನ್ಯವಾಗಿ ಟ್ರೇಡಿಂಗ್ ವ್ಯವಹಾರದ ಚಟುವಟಿಕೆಗಳಲ್ಲಿ ಇಂತಹ ಚಟುವಟಿಕೆಯು ಇರುತ್ತದೆ. ಕೃಷಿ ವ್ಯವಹಾರದಲ್ಲಿನ ಬಹುಪಾಲು ಮಧ್ಯವರ್ತಿಗಳು ತಮ್ಮ ಸ್ವಂತದ್ದಾಗಿರುವ ಕಡಿಮೆ ಬಂಡವಾಳವನ್ನು ಹೂಡಿಕೆ ಮಾಡುತ್ತಾರೆ ಎಂಬ ಅಂಶವನ್ನು ಗಮನಿಸಬೇಕು.

◊ ಶೇರುದಾರರು ಮತ್ತು ಇತರ ಶೇರುದಾರರ ವಿಶ್ವಾಸವನ್ನು ಗಳಿಸಿಕೊಳ್ಳಲು ಎಷ್ಟು ಸಾಧ್ಯವೋ ಅಷ್ಟು ಬೇಗ ಯಶಸ್ಸನ್ನು ತೋರಿಸುವುದು ಉತ್ಪಾದಕರ ಕಂಪನಿ ಗಳಿಗೆ ಪ್ರಮುಖವಾಗಿರುತ್ತದೆ. ಆದ್ದರಿಂದ ಉತ್ಪಾದಕರ ಕಂಪನಿ ಗಳು ಏನಾದರೂ ಚಿಕ್ಕ ಪ್ರಮಾಣದೊಂದಿಗೆ ಪ್ರಾರಂಭಿಸುವುದು ಮತ್ತು ಕಡಿಮೆ ಅಪಾಯದ ಮತ್ತು ನಿರ್ವಹಣಾತ್ಮಕವಾಗಿ ಅಷ್ಟೇನು ಸಂಕೀರ್ಣವಲ್ಲದ ಚಟುವಟಿಕೆಗಳನ್ನು ಕೈಗೊಳ್ಳುವುದು ಪ್ರಮುಖವಾಗಿರುತ್ತದೆ.

◊ ಪ್ರಾಮಾಣಿಕವಾದ ವ್ಯವಹಾರ ಅಭ್ಯಾಸಗಳನ್ನು ಪ್ರದರ್ಶಿಸುವುದು ಉತ್ಪಾದಕರ ಕಂಪನಿ ಗಳಿಗೆ ತೀರಾ ಪ್ರಮುಖವಾಗಿದ್ದು, ಇದನ್ನು ಸದಸ್ಯರು ಮತ್ತು ಉತ್ಪಾದಕರ ಕಂಪನಿ ವ್ಯವಹಾರ ನಡೆಯುವ ವ್ಯಾಪಾರ ಮತ್ತು ಉದ್ಯಮಗಳೆರಡೂ ಶ್ಲಾಘಿಸುತ್ತವೆ.

3.2 ನಿರ್ವಹಣೆ ಮತ್ತು ಕಚೇರಿ ಕಾರ್ಯನಿರ್ವಹಣೆಯ ವೆಚ್ಚಗಳು

ಉತ್ಪಾದಕರ ಕಂಪನಿ ಯ ದೈನಂದಿನ ವ್ಯವಹಾರವನ್ನು ನೋಡಿಕೊಳ್ಳಲು ವೃತ್ತಿಪರರ ತಂಡವನ್ನು ನೇಮಕ ಮಾಡಿಕೊಳ್ಳುವುದು ಕಡ್ಡಾಯವಲ್ಲ. ಅವುಗಳು ಅದನ್ನು ಸ್ವತಃ ಮಾಡಿಕೊಳ್ಳಬಹುದು. ಆದರೆ, ಅನುಭವದ ಪ್ರಕಾರ,ಉತ್ಪಾದಕರಕಂಪನಿಯುಲಾಭವನ್ನುತರುವಸಂಸ್ಥೆಯಾಗುವಲ್ಲಿ ವೃತ್ತಿಪರ ನಿರ್ವಾಹಕರ ಪಾತ್ರವನ್ನು ಅಲ್ಲಗಳೆಯುವಂತಿಲ್ಲ. ಹೆಚ್ಚು ಯಶಸ್ವಿ ಉದಾಹರಣೆಯೆಂದರೆ ಭಾರತದಲ್ಲಿನ ಡೈರಿ ಸಹಕಾರಿ ಸಂಸ್ಥೆಗಳು, ಇಲ್ಲಿ ವೃತ್ತಿಪರ ನಿರ್ವಾಹಕರುಗಳು ಅದರ ಯಶಸ್ಸಿಗೆ ಗಣನೀಯ ಕೊಡುಗೆಯನ್ನು ನೀಡಿದ್ದಾರೆ. ಎಎಸ್‌ಎ ಉತ್ಪಾದಕ ಕಂಪನಿಗಳು, ಪ್ರಧಾನ್ ಪ್ರವರ್ತಿತ ಪೌಲ್ಟ್ರಿ ಮತ್ತು ತಸಾರ್ ಸಹಕಾರಿ ಸಂಸ್ಥೆಯಂತಹ ಇತರವುಗಳು ವೃತ್ತಿಪರ ನಿರ್ವಹಣೆಯನ್ನು ಬಳಸಿಕೊಂಡು ಯಶಸ್ಸಿಯಾದ ಇತರ ಕೆಲವು ಉದಾಹರಣೆಗಳಾಗಿವೆ. ಕೇವಲ ವ್ಯವಹಾರದ ಬೆಳವಣಿಗೆಯ ಉದ್ದೇಶಕ್ಕೆ ಮಾತ್ರವಲ್ಲದೇ ರೈತರ ಸಂಸ್ಥೆಯನ್ನು ಪ್ರಜಾಸತ್ತೀಯಗೊಳಿಸುವಲ್ಲಿ ಮತ್ತು ಆಡಳಿತ ವ್ಯವಸ್ಥೆಯನ್ನು ಬಲಗೊಳಿಸುವಲ್ಲಿ ವೃತ್ತಿಪರರ ಮೌಲ್ಯ ಗಣನೀಯವಾಗಿದೆ.

ಆದರೆ, ಎಷ್ಟು ಜನ ವೃತ್ತಿಪರರ ಅಗತ್ಯವಿದೆ ಎನ್ನುವುದು ಸಾಂದರ್ಭಿಕವಾಗಿದೆ ಮತ್ತು ವಿವೇಚನೆಗೆ ಬಿಟ್ಟ ವಿಷಯವಾಗಿದೆ.

17ಅದನ್ನು ಕಾರ್ಯವಿಧಾನದ ಕಂಪನಿಗಳ ಲೇಖನ 581W ಕಾಯ್ದೆ ಪ್ರಕಾರ ಕಡ್ಡಾಯ

The number of professional staff would depend on the volume of business, diversity of activities and geographical spread of the business operation.

Every PC should have a full time Chief Executive Officer (CEO)[17] who is ex-officio director of the board. The Act has listed key functions of the CEO in the areas of administration including bank account operation, programmatic functions and governance responsibilities. The CEO can be one among the directors or members of the PC or appointed by hiring, in such case s/he will part of the management team.

There is a management team of 2-3 professionals from agribusiness background, in each PCs promoted by the ASA. The senior most of the management team performs the duty of CEO while others look after the production, marketing and accounting functions. The management team works under the direction of the BoD and report to them on a day to day basis. The Chairman of the BoD also works as a full time member in the management team and is a co-signatory of the bank account of the PC.

Since there are number of variables therefore it is difficult for a precise estimation of the running cost of a producer company.

In the table below an illustration of running cost is given based on the experience of ASA. However the cost heads which are included in this illustration could provide crucial leads while planning to estimate the operational costs for any initiative to form a PC.

3.3 COST OF FURNITURE & FIXTURES

A PC will require a minimum office set-up with furniture and fixtures like Computer, printer, almiras, file cabinet, internet connection and telephone etc. Generally it requires minimum of ₹ 1 Lacs for setting up of a small office as experienced by ASA. This is once again context specific and no standard cost norm can be prescribed. However, what is important to note is that a PC needs

TABLE 3: ESTIMATED MANAGEMENT AND ADMINISTRATION COST OF A PRODUCER COMPANY (ILLUSTRATIVE)

Sl. No.	Expenditure Heads	No. of Units	Unit Rate (in ₹)	Total Month	Total Cost (₹)	Increment@ 10%/Year		
						Year -1	Year-2	Year-3
1	**Salary**	1						
i	Manager/CEO	1	20000	12	240000	240000	264000	290400
ii	Production Officer	1	15000	12	180000	180000	198000	217800
iii	Accountant	1	6000	12	72000	72000	79200	87120
iv	Marketing officer	1	15000	12	180000	180000	198000	217800
2	**Travel**					0	0	0
i	Salaries	3	1500	12	18000	18000	19800	21780
3	**Office expenses**	1			0	0	0	0
i	Office Rent	1	3000	12	36000	36000	39600	43560
ii	Electricity	1	1000	12	12000	12000	13200	14520
iii	Water	1	200	12	2400	2400	2640	2904
iv	Telecommunication (Phone/Fax)	1	2000	12	24000	24000	26400	29040
v	Stationary	-	1000	12	12000	12000	13200	14520
vi	Cleaning	1	500	12	6000	6000	6600	7260
4	**Meeting Expenses of BoD/GB**	6	1000	6	6000	6000	6600	7260
5	**License fees, insurance & other statutory fees**	Lump sum			10000	10000	11000	12100
6	**Other miscellaneous expenses**	1	500	12	6000	6000	6600	7260
	Total				804400	804400	884840	973324
	Grand Total for three years					2662564		

ವೃತ್ತಿಪರ ಸಿಬ್ಬಂದಿಯ ಸಂಖ್ಯೆಯು ವ್ಯವಹಾರದ ಪ್ರಮಾಣ, ಚಟುವಟಿಕೆಯ ವಿಸ್ತಾರ ಮತ್ತು ವ್ಯವಹಾರ ಕಾರ್ಯನಿರ್ವಹಣೆಯು ಹರಡಿಸುವ ಭೌಗೋಳಿಕ ವಿಸ್ತಾರದ ಮೇಲೆ ಅವಲಂಬಿತವಾಗಿರುತ್ತದೆ.

ಪ್ರತಿ ಉತ್ಪಾದಕರ ಕಂಪನಿ ಯು ಪೂರ್ಣಕಾಲಿಕ ಮುಖ್ಯ ಕಾರ್ಯನಿರ್ವಹಣಾಧಿಕಯನ್ನು (ಸಿಇಓ)17 ಹೊಂದಿರಬೇಕು ಮತ್ತು ಇವರು ಮಂಡಳಿಯ ಎಕ್ಸ್-ಆಫೀಸಿಯೋ ನಿರ್ದೇಶಕರಾಗಿರುತ್ತಾರೆ. ಕಾಯಿದೆಯು ಬ್ಯಾಂಕ್ ಖಾತೆ ಕಾರ್ಯಾಚರಣೆ, ಕಾರ್ಯಬದ್ಧ ನಿರ್ವಹಣೆ ಮತ್ತು ಆಡಳಿತಾತ್ಮಕ ಜವಾಬ್ದಾರಿಗಳನ್ನು ಒಳಗೊಂಡಂತೆ ನಿರ್ವಹಣೆಯ ಕ್ಷೇತ್ರಗಳಲ್ಲಿ ಸಿಇಓ ದ ಪ್ರಮುಖ ಪಾತ್ರಗಳನ್ನು ಪಟ್ಟಿ ಮಾಡಿದೆ. ನಿರ್ದೇಶಕರುಗಳು ಅಥವಾ ಉತ್ಪಾದಕರ ಕಂಪನಿ ಸದಸ್ಯರುಗಳಲ್ಲಿ ಸಿಇಓ ಒಬ್ಬರಾಗಿರಬಹುದು ಅಥವಾ ನೇಮಕಗೊಂಡವರಾಗಿರಬಹುದು, ಇಂತಹ ಸಂದರ್ಭದಲ್ಲಿ ಅವರು ನಿರ್ವಹಣಾತ್ಮಕ ತಂಡದ ಭಾಗವಾಗಿರುತ್ತಾರೆ.

ಕೃಷಿ ವ್ಯವಹಾರದ ಹಿನ್ನೆಲೆಯುಳ್ಳ 2-3 ವೃತ್ತಿಪರರ ಮ್ಯಾನೇಜ್‌ಮೆಂಟ್ ತಂಡವಿರುತ್ತದೆ ಮತ್ತು ಪ್ರತಿ ಬಿಓಡಿ ಸಹ ಮ್ಯಾನೇಜ್‌ಮೆಂಟ್ ತಂಡದಲ್ಲಿ ಮತ್ತು ಎಎಸ್‌ಎ ಪ್ರವರ್ತಿತ ಸಹ-ಉತ್ಪಾದಕರ ಕಂಪನಿ ಗಳಲ್ಲಿ ಪೂರ್ಣಕಾಲಿಕ ಸದಸ್ಯರಾಗಿ ಕಾರ್ಯನಿರ್ವಹಿಸುತ್ತಾರೆ. ಮ್ಯಾನೇಜ್‌ಮೆಂಟ್ ತಂಡದ ಅತೀ ಹಿರಿಯರು ಸಿಇಓ ಆಗಿ ಕರ್ತವ್ಯ ನಿಭಾಯಿಸಿದರೆ ಇತರರು ಉತ್ಪಾದನೆ, ಮಾರ್ಕೆಟಿಂಗ್ ಮತ್ತು ಅಕೌಂಟಿಂಗ್ ಕಾರ್ಯನಿರ್ವಹಣೆಗಳನ್ನು ಮಾಡುತ್ತಾರೆ. ಮ್ಯಾನೇಜ್‌ಮೆಂಟ್ ತಂಡವು ಬಿಓಡಿ ನಿರ್ದೇಶನದ ಅಡಿಯಲ್ಲಿ ಕಾರ್ಯನಿರ್ವಹಿಸುತ್ತದೆ ಮತ್ತು ಅವುಗಳಿಗೆ ದೈನಂದಿನ ಆಧಾರದಲ್ಲಿ ವರದಿ ಮಾಡುತ್ತದೆ. ಉತ್ಪಾದಕರ ಕಂಪನಿ ಬ್ಯಾಂಕ್ ಖಾತೆಗೆ ಅಧ್ಯಕ್ಷರು ಸಹಿ ಮಾಡುವ ವ್ಯಕ್ತಿಯಾಗಿರುತ್ತಾರೆ.

ಸಾಕಷ್ಟು ಪರಿವರ್ತಕಗಳು ಇರುವುದರಿಂದ, ಉತ್ಪಾದಕ ಕಂಪನಿಯ ನಿರ್ವಹಣಾ ವೆಚ್ಚವನ್ನು ಅಂದಾಜು ಮಾಡುವುದು ಕಷ್ಟಕರವಾಗಿರುತ್ತದೆ.

ಕೆಳಗಿನ ಕೋಷ್ಟಕದಲ್ಲಿ, ಎಎಸ್‌ಎ ಅನುಭವದ ಆಧಾರದಲ್ಲಿ ನಿರ್ವಹಣಾ ವೆಚ್ಚವನ್ನು ಉದಾಹರಣೆಯಾಗಿ ನೀಡಲಾಗಿದೆ. ಆದರೆ ಈ ಉದಾಹರಣೆಯಲ್ಲಿ ಒಳಗೊಂಡಿರುವ ವೆಚ್ಚಗಳು, ಉತ್ಪಾದಕರ ಕಂಪನಿ ರೂಪಿಸುವ ಯಾವುದೇ ಕ್ರಿಯೆಗೆ ಕಾರ್ಯಾಚರಣೆಯ ವೆಚ್ಚಗಳನ್ನು ಅಂದಾಜು ಮಾಡುವಾಗ ಪ್ರಮುಖ ಅಂಶಗಳನ್ನು ಒದಗಿಸಬಹುದು.

3.3 ಪೀಠೋಪಕರಣಗಳು ಮತ್ತು ಚರವಸ್ತುಗಳ ವೆಚ್ಚ

ಉತ್ಪಾದಕರ ಕಂಪನಿ ಗೆ ಪೀಠೋಪಕರಣಗಳು ಮತ್ತು ಕಂಪ್ಯೂಟರ್, ಪ್ರಿಂಟರ್, ಅಲ್ಮೆರಾಗಳು, ಫೈಲ್ ಕ್ಯಾಬಿನೆಟ್, ಇಂಟರ್ನೆಟ್ ಸಂಪರ್ಕ ಮತ್ತು ದೂರವಾಣಿ ಇತರವುಗಳಂತಹ ಚರವಸ್ತುಗಳೊಂದಿಗೆ ಕನಿಷ್ಠ ಕಚೇರಿಯ ಅಗತ್ಯತೆ ಇರುತ್ತದೆ. ಸಾಮಾನ್ಯವಾಗಿ ಇದಕ್ಕೆ ಎಎಸ್‌ಎ ಅನುಭವದ ಪ್ರಕಾರ ಚಿಕ್ಕ ಕಚೇರಿಯನ್ನು ಸ್ಥಾಪಿಸಲು ಕನಿಷ್ಠ 1 ಲಕ್ಷದ ಅಗತ್ಯವಿರುತ್ತದೆ. ಮತ್ತೊಮ್ಮೆ ಇದು ಸಾಂದರ್ಭಿಕವಾಗಿದೆ ಮತ್ತು ಯಾವುದೇ ಪ್ರಮಾಣಿತ ವೆಚ್ಚವನ್ನು ಸೂಚಿಸಲಾಗುವುದಿಲ್ಲ. ಆದರೆ ಗಮನಿಸಬೇಕಾದ ಅಂಶವೆಂದರೆ

ಕೋಷ್ಟಕ 3: ಉತ್ಪಾದಕ ಕಂಪನಿಯ ಅಂದಾಜು ಮ್ಯಾನೇಜ್‌ಮೆಂಟ್ ಮತ್ತು ಅಡ್ಮಿನಿಸ್ಟ್ರೇಶನ್ ವೆಚ್ಚ (ಉದಾಹರಣೆ)

ಕ್ರಮ ಸಂಖ್ಯೆ.	ವೆಚ್ಚಗಳ ವಿವರ	ಘಟಕಗಳ ಸಂಖ್ಯೆ	ಘಟಕ ದರ (ರೂ ಗಳಲ್ಲಿ.)	ಒಟ್ಟು ತಿಂಗಳು	ಒಟ್ಟು ವೆಚ್ಚ (ರೂ)	ಹೆಚ್ಚಳ@ 10%/ವರ್ಷಕ್ಕೆ		
						ವರ್ಷ -1	ವರ್ಷ-2	ವರ್ಷ-3
1	ಸಂಬಳ	1						
i	ಮ್ಯಾನೇಜರ್/ಸಿಇಓ	1	20000	12	240000	240000	264000	290400
ii	ಪ್ರೊಡಕ್ಷನ್ ಆಫೀಸರ್	1	15000	12	180000	180000	198000	217800
iii	ಅಕೌಂಟೆಂಟ್	1	6000	12	72000	72000	79200	87120
iv	ಮಾರ್ಕೆಟಿಂಗ್ ಆಫೀಸರ್	1	15000	12	180000	180000	198000	217800
2	ಪ್ರಯಾಣ					0	0	0
i	ಸಂಬಳಗಳು	3	1500	12	18000	18000	19800	21780
3	ಕಚೇರಿ ವೆಚ್ಚಗಳು	1			0	0	0	0
i	ಕಚೇರಿ ಬಾಡಿಗೆ	1	3000	12	36000	36000	39600	43560
ii	ವಿದ್ಯುತ್	1	1000	12	12000	12000	13200	14520
iii	ನೀರು	1	200	12	2400	2400	2640	2904
iv	ಟೆಲಿಕಮ್ಯೂನಿಕೇಶನ್ (ಫೋನ್/ಫ್ಯಾಕ್ಸ್)	1	2000	12	24000	24000	26400	29040
v	ಸ್ಟೇಶನರಿ	-	1000	12	12000	12000	13200	14520
vi	ಸ್ವಚ್ಛತೆ	1	500	12	6000	6000	6600	7260
4	ಬಿಓಡಿ/ಜಿಬಿ ಸಭೆಯ ವೆಚ್ಚಗಳು	6	1000	6	6000	6000	6600	7260
5	ಪರವಾನಗಿ ಶುಲ್ಕಗಳು, ವಿಮೆ ಮತ್ತು ಇತರ ಶಾಸನಬದ್ಧ ಶುಲ್ಕಗಳು	ಒಟ್ಟಾರೆ			10000	10000	11000	12100
6	ಇತರೆ ವೆಚ್ಚಗಳು	1	500	12	6000	6000	6600	7260
	ಒಟ್ಟು				804400	804400	884840	973324
	ಮೂರು ವರ್ಷಗಳಿಗೆ ಒಟ್ಟು					2662564		

ಭಾಗ ಮೂರು

a bare minimum office set up for its identity. An office set-up and a formal system contributes in building the identity of the PC, hence this should not be ignored.

3.4 COST OF INFRASTRUCTURE AND MACHINERY

For a PC involved in agribusiness the basic infrastructure required are like warehouse, weighing machine, graders, bag closure machines, etc. These infrastructure can be purchased or can be taken on rent depending upon the situations. In normal case, it is advisable to take them on rent to reduce the burden of fixed costs.

However, many a times such facilities are not available in the area or services are not up to the mark. Estimating cost for these infrastructures is difficult without a context. Therefore the estimation should be done in real time situation.

From the experience it is found that normally the PCs are engaged in the activities of procurement, aggregation and grading of raw produce before sell. Under such condition three basic infrastructures like go-down, grader and electricity are essential items.

3.5 TRAINING AND CAPACITY BUILDING OF BODS AND PC FUNCTIONARIES

This is an important aspect for the growth of the PC and cannot be ignored. The estimation of cost should be based on the annual plan for capacity building including training and exposure visit events.

The requirement of capacity building inputs is again contextual however, as per ASAs experience, two formal trainings and two exposure visits are required for the BoD in the first year which costs about rupees one Lac. The trainings are conducted on the provisions in the Act, rules and regulations, statutory compliances, roles and responsibilities of BoD and General body, banking operations, while the exposure visits are taken to the successful PCs where an interactive learning is facilitated.

Note: All the costs mentioned above are essential for managing the PC business. With all these costs included, the PC may face huge financial burden from the beginning and the idea of setting up PC may not even take off. Thus it is difficult to establish a PC without any initial grant support for at least three years. Except for the starting capital for the business the other cost heads are expected to be covered under grant support by the promoting agency at least for three years before the PC can start generating enough surplus to meet those expenses. The cases, where PCs have themselves borne their cost of establishment, is not known till date. The Government of M.P provides grant support to the PC for the running costs for three years and one time working capital support of ₹ 25 lacs. Support is also provided to the promoting agency for three years to meet their costs. All these support are subject to the performance assessment done by an expert committee.

17. It is mandatory as per article 581W of Producer Companies Act).

ಉತ್ಪಾದಕರ ಕಂಪನಿ ಗೆ ಅದರ ಗುರುತಿಗಾಗಿ ಕನಿಷ್ಠ ಖಾಲಿ ಕಚೇರಿಯು ಅಗತ್ಯವಿರುತ್ತದೆ. ಕಚೇರಿ ವ್ಯವಸ್ಥೆ ಮತ್ತು ಔಪಚಾರಿಕ ವ್ಯವಸ್ಥೆಯು ಉತ್ಪಾದಕರ ಕಂಪನಿ ನೆಲೆಯನ್ನು ವರ್ಧಿಸಲು ಕೊಡುಗೆ ನೀಡುತ್ತದೆ, ಆದ್ದರಿಂದ ಇದನ್ನು ನಿರ್ಲಕ್ಷಿಸಬಾರದು.

3.4 ಮೂಲಭೂತ ಸೌಕರ್ಯ ಮತ್ತು ಯಾಂತ್ರಿಕ ವೆಚ್ಚ

ಕೃಷಿ ವ್ಯವಹಾರದಲ್ಲಿ ಒಳಗೊಂಡಿರು ಉತ್ಪಾದಕರ ಕಂಪನಿ ಗೆ, ಅಗತ್ಯವಾದ ಮೂಲಭೂತ ಸೌಕರ್ಯಗಳಾದ ವೇರ್‌ಹೌಸ್, ತೂಕದ ಯಂತ್ರ, ಗ್ರೇಡರ್‌ಗಳು, ಬ್ಯಾಗ್ ಮುಚ್ಚುವಿಕೆ ಯಂತ್ರಗಳಂತಹ ಮೂಲಭೂತ ಸೌಕರ್ಯಗಳು ಅಗತ್ಯವಿರುತ್ತವೆ. ಈ ಮೂಲಭೂತ ಸೌಕರ್ಯಗಳನ್ನು ಖರೀದಿಸಬಹುದು ಅಥವಾ ಸಂದರ್ಭಕ್ಕೆ ತಕ್ಕನಾಗಿ ಬಾಡಿಗೆಗೆ ತೆಗೆದುಕೊಳ್ಳಬಹುದು. ಸಾಮಾನ್ಯ ಸಂದರ್ಭದಲ್ಲಿ, ಸ್ಥಿರ ವೆಚ್ಚಗಳ ಮೇಲಿನ ಹೊಣೆಗಾರಿಕೆಯನ್ನು ಕಡಿಮೆ ಮಾಡಿಕೊಳ್ಳಲು ಅವುಗಳನ್ನು ಬಾಡಿಗೆಗೆ ತೆಗೆದುಕೊಳ್ಳುವದಕ್ಕೆ ಸಲಹೆ ನೀಡಲಾಗಿದೆ.

ಆದರೆ, ಹಲವು ಸಂದರ್ಭಗಳಲ್ಲಿ ಅಂತಹ ಸೌಲಭ್ಯಗಳು ಸೇವೆ ನೀಡುವ ಸ್ಥಳದಲ್ಲಿ ಲಭ್ಯವಿರುವುದಿಲ್ಲ ಅಥವಾ ಗುಣಮಟ್ಟದಾಯಕವಾಗಿರುವುದಿಲ್ಲ. ಈ ಮೂಲಭೂತ ಸೌಕರ್ಯಗಳ ವೆಚ್ಚವನ್ನು ಅಂದಾಜು ಮಾಡುವುದು ಸಾಂದರ್ಭಿಕವಲ್ಲದೆಯೇ ಕಷ್ಟಕರವಾಗಿರುತ್ತದೆ. ಆದ್ದರಿಂದ ಅಂದಾಜನ್ನು ನೈಜ ಸಮಯದ ಸನ್ನಿವೇಶದಲ್ಲಿ ಮಾಡಬೇಕು.

ಅನುಭವದ ಆಧಾರದಲ್ಲಿ, ಸಾಮಾನ್ಯವಾಗಿ ಉತ್ಪಾದಕರ ಕಂಪನಿ ಗಳು ಮಾರಾಟಕ್ಕೂ ಮೊದಲು ಕಚ್ಚಾ ಪದಾರ್ಥಗಳನ್ನು ಪಡೆದುಕೊಳ್ಳುವ, ವಿಂಗಡಿಸುವ ಮತ್ತು ಗ್ರೇಡಿಂಗ್ ಮಾಡುವ ಚಟುವಟಿಕೆಗಳಲ್ಲಿ ತೊಡಗಿಸಿಕೊಳ್ಳುತ್ತವೆ. ಇಂತಹ ಪರಿಸ್ಥಿತಿಯಲ್ಲಿ ಗೋಡೌನ್, ಗ್ರೇಡರ್ ಮತ್ತು ವಿದ್ಯುತ್‌ನಂತಹ ಮೂಲಭೂತ ಸೌಕರ್ಯಗಳು ಅಗತ್ಯ ಅಂಶಗಳಾಗಿರುತ್ತವೆ.

3.5 ನಿರ್ದೇಶಕರ ಮಂಡಳಿ ಮತ್ತು ಉತ್ಪಾದಕರ ಕಂಪನಿ ಕಾರ್ಯವ್ಯವಸ್ಥೆಗಳ ತರಬೇತಿ ಮತ್ತು ಸಾಮರ್ಥ್ಯ ವೃದ್ಧಿಸುವಿಕೆ

ಇದು ಉತ್ಪಾದಕರ ಕಂಪನಿ ಬೆಳವಣಿಗೆಯ ಪ್ರಮುಖ ಅಂಶವಾಗಿದೆ ಮತ್ತು ಇದನ್ನು ನಿರ್ಲಕ್ಷಿಸಲಾಗುವುದಿಲ್ಲ. ವೆಚ್ಚದ ಅಂದಾಜು ತರಬೇತಿ ಮತ್ತು ಬಾಹ್ಯ ಭೇಟಿಯ ಕಾರ್ಯಕ್ರಮಗಳನ್ನು ಒಳಗೊಂಡು ಸಾಮರ್ಥ್ಯ ವೃದ್ಧಿಸುವಿಕೆಯ ವಾರ್ಷಿಕ ಯೋಜನೆಯನ್ನು ಆಧರಿಸಿರಬೇಕು.

ಎಎಸ್‌ಎ ಅನುಭವದ ಪ್ರಕಾರ ಸಾಮರ್ಥ್ಯದ ವೃದ್ಧಿಸುವಿಕೆಗಾಗಿನ ಅಂಶಗಳು ಸಾಂದರ್ಭಿಕವಾಗಿರುತ್ತದೆ, ಎರಡು ಔಪಚಾರಿಕ ತರಬೇತಿಗಳು ಮತ್ತು ಎರಡು ಬಾಹ್ಯ ಭೇಟಿಗಳು ಮೊದಲ ವರ್ಷದಲ್ಲಿ ಬಿಒಡಿಗೆ ಅಗತ್ಯವಾಗಿರುತ್ತದೆ ಮತ್ತು ಇದಕ್ಕೆ ಸುಮಾರು ಒಂದು ಲಕ್ಷ ರೂಪಾಯಿ ವೆಚ್ಚ ತಗಲುತ್ತದೆ. ತರಬೇತಿಗಳನ್ನು ಬಿಒಡಿಯ ಮತ್ತು ಸಾಮಾನ್ಯ ಸಭೆ, ಬ್ಯಾಂಕಿಂಗ್ ಕಾರ್ಯಾಚರಣೆಗಳ ಕಾಯಿದೆ, ನಿಯಮಗಳು ಮತ್ತು ನಿಬಂಧನೆಗಳ ಕಲಂಗಳು, ಶಾಸನಬದ್ಧ ಅನುಸರಣೆಗಳು, ನಿಯಮಗಳು ಮತ್ತು ಜವಾಬ್ದಾರಿಗಳ ಪ್ರಕಾರ ನಡೆಸಲಾಗುತ್ತದೆ ಮತ್ತು ಬಾಹ್ಯ ಭೇಟಿಗಳು ಯಶಸ್ವಿ ಉತ್ಪಾದಕರ ಕಂಪನಿ ಗಳಿಗೆ ಕಾರಣವಾಗುತ್ತದೆ ಮತ್ತು ಇಲ್ಲಿ ಪರಸ್ಪರ ಸಂವಹನದ ಕಲಿಕೆಗೆ ಅವಕಾಶ ಕಲ್ಪಿಸಲಾಗುತ್ತದೆ.

ಗಮನಿಸಿ: ಮೇಲೆ ನಮೂದಿಸಿದ ಎಲ್ಲಾ ವೆಚ್ಚಗಳು ಉತ್ಪಾದಕರ ಕಂಪನಿ ವ್ಯವಹಾರದ ನಿರ್ವಹಣೆಗೆ ಅಗತ್ಯವಾಗಿದೆ. ಈ ಎಲ್ಲಾ ವೆಚ್ಚಗಳ ಸೇರ್ಪಡೆಯೊಂದಿಗೆ ಪ್ರಾರಂಭದಿಂದಲೇ ಉತ್ಪಾದಕರ ಕಂಪನಿ ಯ ಭಾರಿ ಹಣಕಾಸು ಭಾರವನ್ನು ಎದುರಿಸಬಹುದು ಮತ್ತು ಉತ್ಪಾದಕರ ಕಂಪನಿ ಸ್ಥಾಪನೆಯೇ ಕಾರ್ಯರೂಪಕ್ಕೆ ಬರದಿರಬಹುದು. ಆದ್ದರಿಂದ ಕನಿಷ್ಠ ಮೂರು ವರ್ಷದವರೆಗೆ ಪ್ರಾರಂಭಿಕಧನಸಹಾಯವಿಲ್ಲದೆಯೇಉತ್ಪಾದಕರಕಂಪನಿಸ್ಥಾಪನೆ ಕಷ್ಟಕರವಾಗಿರುತ್ತದೆ. ವ್ಯವಹಾರಕ್ಕಾಗಿ ಪ್ರಾರಂಭಿಕ ಬಂಡವಾಳದ ಹೊರತಾಗಿ, ಉತ್ಪಾದಕರ ಕಂಪನಿ ಸ್ವತಃ ತನ್ನ ಹೆಚ್ಚುವರಿ ವೆಚ್ಚಗಳನ್ನು ನಿಭಾಯಿಸಲು ಆದಾಯವನ್ನು ಪಡೆಯುವ ತನಕ ಪ್ರವರ್ತಕ ಏಜೆನ್ಸಿಯಿಂದ ಅನುದಾನದ ರೂಪದಲ್ಲಿ ಪಡೆದಿರುವ ಹಣದಲ್ಲಿ ಕನಿಷ್ಠ ಮೂರು ವರ್ಷಗಳವರೆಗೆ ಇತರ ವೆಚ್ಚಗಳನ್ನು ನಿಭಾಯಿಸುವುದನ್ನು ನಿರೀಕ್ಷಿಸಲಾಗಿದೆ. ಉತ್ಪಾದಕರ ಕಂಪನಿ ಗಳು ಸ್ವತಃ ಸ್ಥಾಪನೆಯ ವೆಚ್ಚವನ್ನು ಭರಿಸಿರುವ ಉದಾಹರಣೆಗಳು ಇಲ್ಲಿಯವರೆಗೆ ಕಂಡುಬಂದಿಲ್ಲ.

ಮಧ್ಯಪ್ರದೇಶ ಸರ್ಕಾರವು ಮೂರು ವರ್ಷಗಳವರೆಗೆ ಉತ್ಪಾದಕರ ಕಂಪನಿ ಗಳಿಗೆ ನಿರ್ವಹಣಾ ವೆಚ್ಚ ನಿಭಾಯಿಸಲು ಅನುದಾನದ ಬೆಂಬಲದ ಜೊತೆಗೆ ಕಾರ್ಯನಿರ್ವಹಣೆ ಬಂಡವಾಳವಾಗಿ 25 ಲಕ್ಷ ರೂಪಾಯಿಗಳ ಬೆಂಬಲವನ್ನು ನೀಡುತ್ತದೆ. ಪ್ರವರ್ತಕ ಏಜೆನ್ಸಿಗೆ ಅದರ ವೆಚ್ಚಗಳನ್ನು ನಿಭಾಯಿಸಲು ಮೂರು ವರ್ಷಗಳವರೆಗೆ ಬೆಂಬಲವನ್ನೂ ಸಹ ನೀಡಲಾಗುತ್ತದೆ. ಈ ಎಲ್ಲಾ ಬೆಂಬಲವು ನಿಪುಣ ಸಮಿತಿಯ ನಡೆಸುವ ಕಾರ್ಯನಿರ್ವಹಣೆ ಮೌಲ್ಯಮಾಪನಕ್ಕೆ ಒಳಪಟ್ಟಿರುತ್ತದೆ.

17. ಅದನ್ನು ಕಾರ್ಯವಿಧಾನದ ಕಂಪನಿಗಳ ಲೇಖನ 581W ಕಾಯ್ದೆ ಪ್ರಕಾರ ಕಡ್ಡಾಯ

CHAPTER 4

ASSESSMENT OF THE FINANCIAL

VIABILITY OF THE BUSINESS OF PRODUCER COMPANIES

(This chapter discusses the various methods used for assessing the financial viability of the business of producer companies.)

4.1 INTRODUCTION

"My business is very small. Do I really need to develop a plan like this?" This is the question that is often asked by owners of small businesses. The answer is, "You need a plan, if you don't want to remain in a small business for ever." Every business, small or large needs a business plan, more so in the case of PC, where for first-time producers are supposed to act as businessmen.

An approach of business plan development has been suggested in this chapter and the methods of assessing financial viability is discussed in an integral manner with other key components of the business plan development like marketing plan etc.

The fundamentals of business plan have been explained in simple terms. Each of these terms is also explained with the help of examples and calculations. Effort has been made to keep the language and applications simple.

The following sections could help in writing the blueprint of the business plan of a PC.

4.2 THE BUSINESS PLANNING PROCESS

The business planning process starts with Business Ideas Generation, followed by Opportunities & Threats Analysis leading to Identification of Business Opportunities. Once the Business Opportunity is identified, the Marketing Plan is prepared. The final part of the process deals with the Financial Plan.

Business Planning Process

↓

Business Ideas Generation

↓

Short-list of Business Ideas

↓

Opportunities/Threats Analysis

↓

Business Opportunities Identification & Selection

↓

Market Plan

↓

Financial Plan

4.3 HOW TO GENERATE BUSINESS IDEAS?

The first step in business planning is to identify the business opportunity. In this case the area of business is already chosen, i.e. agri business for the small producers. Identification of specific business opportunity is largely a reactive process. In the following paragraphs a step by step approach is adopted to discuss various tools of generating business ideas.

Patterns of Creative Business Opportunity Identification

◇ Development of problem-solving products/services: The first step is to hit upon an idea that can be a solution to a problem experienced by farmers. For instance, collective sale of agricultural produce to the bigger market or collective purchase of agricultural inputs like seeds, fertilizers, pesticides, etc. and selling it to the producers is a creative idea since it reduces the role of middlemen and ensures quality products and services to the farmers.

◇ Exploitation of new technology or material to meet a widely felt need: Millions of Indian farmers use hand made implements for agriculture like bullock driven wooden plough, bullock cart, thrashing by hands, etc. Since they can not afford to own them. An idea of introducing the services of mechanized

PART THREE

ಅಧ್ಯಾಯ 4

ಹಣಕಾಸಿನ ಮೌಲ್ಯಮಾಪನ

ಉತ್ಪಾದಕರ ಕಂಪನಿಗಳ ವ್ಯವಹಾರದ ಕಾರ್ಯಸಾಧ್ಯತೆ

(ಈ ಅಧ್ಯಾಯವು ಉತ್ಪಾದಕರ ಕಂಪನಿಗಳ ವ್ಯವಹಾರದ ಹಣಕಾಸಿನ ಕಾರ್ಯಸಾಧ್ಯತೆಯನ್ನು ಮೌಲ್ಯಮಾಪನ ಮಾಡಲು ಬಳಸು ವಿವಿಧ ವಿಧಾನಗಳನ್ನು ಚರ್ಚಿಸುತ್ತದೆ.)

4.1 ಪರಿಚಯ

"ನನ್ನ ವ್ಯವಹಾರವು ತೀರಾ ಚಿಕ್ಕದಾಗಿದೆ. ನಾನು ನಿಜವಾಗಿಯೂ ಇದರಂದಹ ಯೋಜನೆಯನ್ನು ಅಭಿವೃದ್ಧಿಪಡಿಸಬೇಕೇ?" ಇದು ಸಣ್ಣ ವ್ಯವಹಾರಗಳ ಮಾಲೀಕರು ಆಗಾಗ್ಗೆ ಕೇಳುವ ಪ್ರಶ್ನೆಯಾಗಿದೆ. ಉತ್ತರವೇನೆಂದರೆ, " ನೀವು ಎಂದಿಗೂ ಸಣ್ಣ ವ್ಯಾವಹರದಲ್ಲೇ ಇರಲು ಬಯಸದಿದ್ದರೆ ನಿಮಗೆ ಯೋಜನೆ ಅಗತ್ಯವಿದೆ". ಚಿಕ್ಕದಾಗಿರಲೀ ಅಥವಾ ದೊಡ್ಡದಾಗಿರಲಿ, ಪ್ರತಿ ವ್ಯವಹಾರಕ್ಕೂ ವ್ಯವಹಾರ ಯೋಜನೆ ಅಗತ್ಯವಿರುತ್ತದೆ, ಆದ್ದರಿಂದ ಉತ್ಪಾದಕರ ಕಂಪನಿ ಗೆ ಸಂಬಂಧಿಸಿದಂತೆ, ಇಲ್ಲಿ ಮೊದಲ ಬಾರಿಯ ಉತ್ಪಾದಕರು ವ್ಯವಹಾರಸ್ಥರಾಗಿ ಕಾರ್ಯನಿರ್ವಹಿಸುವ ಅಗತ್ಯವಿರುತ್ತದೆ.

ಈ ಅಧ್ಯಾಯದಲ್ಲಿ ವ್ಯವಹಾರ ಯೋಜನೆ ಅಭಿವೃದ್ಧಿಯ ಮಾರ್ಗವನ್ನು ಮತ್ತು ಹಣಕಾಸು ಕಾರ್ಯಸಾಧ್ಯತೆಯನ್ನು ಮೌಲ್ಯಮಾಪನ ಮಾಡುವುದನ್ನು ಏಕೀಕೃತ ರೀತಿಯಲ್ಲಿ ಚರ್ಚಿಸಲಾಗಿದ್ದು, ವ್ಯವಹಾರ ಯೋಜನೆಯ ಅಭಿವೃದ್ಧಿಯ ಪ್ರಮುಖ ಅಂಶಗಳಾದ ಮಾರ್ಕೆಟಿಂಗ್ ಯೋಜನೆ ಇತರವುಗಳೂ ಇದರಲ್ಲಿ ಸೇರಿದೆ.

ವ್ಯವಹಾರ ಯೋಜನೆಯ ಮೂಲಭೂತ ಅಂಶಗಳನ್ನು ಸರಳ ರೀತಿಯಲ್ಲಿ ವಿವರಿಸಲಾಗಿದೆ. ಈ ಪ್ರತಿಯೊಂದು ಪದಗಳನ್ನು ಉದಾಹರಣೆಗಳು ಮತ್ತು ಲೆಕ್ಕಾಚಾರಗಳ ಸಹಾಯದೊಂದಿಗೆ ವಿವರಿಸಲಾಗಿದೆ. ಭಾಷೆ ಮತ್ತು ಅನ್ವಹಿಸುವಿಕೆಗಳನ್ನು ಸರಳವಾಗಿರಿಸಲು ಪ್ರಯತ್ನ ಮಾಡಲಾಗಿದೆ.

ಮುಂದಿನ ವಿಭಾಗಗಳು ಉತ್ಪಾದಕರ ಕಂಪನಿ ಯ ವ್ಯವಹಾರ ಯೋಜನೆಯ ನೀಲಿನಕ್ಷೆಯನ್ನು ಬರೆಯುವಲ್ಲಿ ಸಹಾಯ ಮಾಡಬಹುದು.

4.2 ವ್ಯವಹಾರ ಯೋಜನೆ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆ

ವ್ಯವಹಾರ ಯೋಜಿಸುವಿಕೆ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆಯು ವ್ಯವಹಾರದ ಕಲ್ಪನೆಗಳ ನಿರ್ಮಾಣದೊಂದಿಗೆ ಪ್ರಾರಂಭವಾಗುತ್ತದೆ ಮತ್ತು ಆ ನಂತರ ಅವಕಾಶಗಳು ಮತ್ತು ಅಪಾಯಗಳ ವಿಶ್ಲೇಷಣೆಯು ವ್ಯವಹಾರದ ಅವಕಾಶಗಳ ಗುರುತಿಸುವಿಕೆಗೆ ಕಾರಣವಾಗುತ್ತದೆ. ವ್ಯವಹಾರ ಅವಕಾಶವನ್ನು ಒಮ್ಮೆ ಗುರುತಿಸಿದ ನಂತರ, ಮಾರ್ಕೆಟಿಂಗ್ ಯೋಜನೆಯನ್ನು ಸಿದ್ಧಪಡಿಸಲಾಗುತ್ತದೆ. ಪ್ರಕ್ರಿಯೆಯ ಅಂತಿಮ ಭಾಗವು ಹಣಕಾಸು ಯೋಜನೆಯನ್ನು ನಿರ್ವಹಣೆ ಮಾಡುತ್ತದೆ

ವ್ಯವಹಾರ ಯೋಜನೆ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆ

↓

ವ್ಯವಹಾರದ ಕಲ್ಪನೆಗಳ ನಿರ್ಮಾಣ

↓

ವ್ಯವಹಾರದ ಕಲ್ಪನೆಗಳನ್ನು ಪಟ್ಟಿ ಮಾಡುವಿಕೆ

↓

ಅವಕಾಶಗಳು/ಅಪಾಯಗಳ ವಿಶ್ಲೇಷಣೆ

↓

ವ್ಯವಹಾರ ಅವಕಾಶಗಳ ಗುರುತಿಸುವಿಕೆ ಮತ್ತು ಆಯ್ಕೆ

↓

ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಯೋಜನೆ

↓

ಹಣಕಾಸು ಯೋಜನೆ

4.3 ವ್ಯವಹಾರ ಕಲ್ಪನೆಗಳನ್ನು ನಿರ್ಮಾಣ ಮಾಡುವುದು ಹೇಗೆ?

ವ್ಯವಹಾರದ ಯೋಜನೆಯಲ್ಲಿನ ಮೊದಲ ಹಂತವು ವ್ಯವಹಾರದ ಅವಕಾಶವನ್ನು ಗುರುತಿಸುವುದಾಗಿದೆ. ಈ ಸಂದರ್ಭದಲ್ಲಿ ವ್ಯವಹಾರದ ಕ್ಷೇತ್ರವನ್ನು ಈಗಾಗಲೇ ಆಯ್ಕೆಮಾಡಿಕೊಳ್ಳಲಾಗಿದೆ, ಅಂದರೆ ಸಣ್ಣ ಉತ್ಪಾದಕರಿಗೆ ಕೃಷಿ ವ್ಯವಹಾರ. ನಿರ್ದಿಷ್ಟ ವ್ಯವಹಾರ ಅವಕಾಶದ ಗುರುತಿಸುವಿಕೆಯ ಪ್ರತಿಕ್ರಿಯಾಶೀಲ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆಯಾಗಿದೆ. ಮುಂದಿನ ಪ್ಯಾರಾಗ್ರಾಫ್‌ಗಳಲ್ಲಿ ವ್ಯವಹಾರದ ಕಲ್ಪನೆಗಳನ್ನು ನಿರ್ಮಿಸುವ ವಿವಿಧ ಸಾಧನಗಳನ್ನು ಹಂತ ಹಂತವಾಗಿ ಚರ್ಚಿಸಲಾಗಿದೆ.

ರಚನಾತ್ಮಕ ವ್ಯವಹಾರ ಅವಕಾಶದ ಗುರುತಿಸುವಿಕೆಯ ವಿಧಾನಗಳು

◊ ಸಮಸ್ಯೆಯನ್ನು ಪರಿಹರಿಸುವ ಉತ್ಪನ್ನಗಳು/ಸೇವೆಗಳ ಬೆಳವಣಿಗೆ: ಮೊದಲ ಹಂತವು ರೈತರು ಅನುಭವಿಸುತ್ತಿರುವ ಸಮಸ್ಯೆಗಳಿಗೆ ಪರಿಹಾರವಾಗಿರುವ ಕಲ್ಪನೆಯನ್ನು ರೂಪಿಸುವುದಾಗಿದೆ. ಉದಾಹರಣೆಗೆ, ದೊಡ್ಡ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗೆ ಕೃಷಿ ಉತ್ಪಾದನೆಗಳ ಒಟ್ಟಾರೆ ಮಾರಾಟ ಅಥವಾ ಬೀಜಗಳು, ರಸಗೊಬ್ಬರಗಳು, ಕೀಟನಾಶಕಗಳು, ಇತರವುಗಳ ಒಟ್ಟಾರೆ ಖರೀದಿ ಮತ್ತು ಇದನ್ನು ಉತ್ಪಾದಕರಿಗೆ ಮಾರಾಟ ಮಾಡುವದು ರಚನಾತ್ಮಕ ಕಲ್ಪನೆಯಾಗಿದೆ, ಏಕೆಂದರೆ ಇದು ಮಧ್ಯವರ್ತಿಗಳ ಪಾತ್ರವನ್ನು ತಪ್ಪಿಸುತ್ತದೆ ಮತ್ತು ರೈತರುಗಳಿಗೆ ಗುಣಮಟ್ಟದ ಉತ್ಪನ್ನಗಳು ಮತ್ತು ಸೇವೆಗಳನ್ನು ಖಚಿತಪಡಿಸಿಕೊಳ್ಳುತ್ತದೆ.

◊ ವ್ಯಾಪಕವಾಗಿ ಅಗತ್ಯವಿರುವ ಅವಶ್ಯಕತೆಗಳನ್ನು ಪೂರೈಸಲು ಹೊಸ ತಂತ್ರಜ್ಞಾನ ಅಥವಾ ವಿಷಯವಸ್ತುಗಳನ್ನು ಅನ್ವೇಷಿಸುವುದು: ಭಾರತದ ಲಕ್ಷಾಂತರ ರೈತರು ಎತ್ತಿನಿಂದ ಚಾಲನೆಯಾಗುವ ಮರದ ನೇಗಿಲು, ಎತ್ತುಬಂಡಿ, ಕೈಯಿಂದ ಕುಟ್ಟುವ ಹಾಗೆ ಇತರ ಇಂತಹುದೇ ಹಸ್ತಚಾಲಿತವಾಗಿ ಸಾಧನಗಳನ್ನು ಬಳಸುತ್ತಿದ್ದಾರೆ. ಅವುಗಳ ನಿರ್ವಹಣೆಯು

ಭಾಗ ಮೂರು

implements like tractor, thrasher, etc. on rental basis to the small farmers can change the way. Farming is done and it can be done in a cost-effective way

◇ Creating a demand for Agriculture extension services: With the poor quality of State's agriculture extension services the idea could be introduction of Agri-clinic where professional extension services can be provided to the farmers on a reasonable price. Similarly, introduction of products like crop insurance can serve the farmers in a big way.

◇ Vision: This is the ability to look into the future and relentlessly pursue the dream. For example Dr.Verghese Kurien of NDDB, saw the potential of linking millions of milk producing farmers with the market.

4.3.1 Brainstorming in small groups, is the technique that is generally used in generating ideas for new businesses. This process is done in two phases:

◇ In the first phase, the emphasis is on generating a large number of ideas, without commenting on the quality of the ideas. The group coordinator must ensure that ideas are not evaluated, but are only recorded in detail.
◇ In the next phase, ideas are evaluated and a short-list is prepared. The criteria for evaluation may even be subjective.

4.3.2 Opportunity and Threat – Analysis & Business Opportunity Identification

Once a shortlist of ideas is generated, it must be critically evaluated with respect to the external business environment for identifying the business opportunity and threats. This is also called Opportunities & Threats Analysis (O/T Analysis) and is used to evaluate whether a business idea is worth pursuing any further. For every idea short-listed, write down the Opportunities & Threats in terms of:

◇ Size of the market.
◇ Its stability i.e., the demand for the product/service long term or purely temporary?
◇ The extent to which the market is dissatisfied with the existing service/solution.
◇ Level
◇ Price of competition, high, medium or low. and quality sensitivity of the market.
◇ Degree
◇ Barriers of profitability to entry/exit.
◇ Changes in government's policies such as subsidy, availability of low cost funds, etc.

At the end of the exercise, the O/T analysis would look like Table 4.

4.3.3 Risk-mapping and management

Identification of risks and possible safeguards is an integral part of the O/T analysis. The goal is not to eliminate risk altogether (an impossible proposition) but to identify them and assess whether they can be managed or minimised through operational resilience. If the risks or threats seem unmanageable then one may discard the business idea all together. However, the point to be noted that even after starting the business the risks continue to remain in the business environment, internally and externally both. Hence, it is important to develop risk profile and strategy to mitigate them. There are five key steps in the development of this profile and strategy.

1. Prioritize earnings drivers: The first step is to identify and then map a company's earnings drivers. These are the factors that would have the biggest impact on earnings if disrupted. For example, a PC would depend heavily on the monsoon as a bad monsoonal year might impact its earnings significantly.

2. Identify critical infrastructure: The next step is to identify the infrastructure —including processes, relationships, people, regulations, plant, and equipment—that supports the PC's ability to generate earnings.

3. Locate vulnerabilities: The next step is to identify the main vulnerabilities.

4. What are the weakest links, the elements on which all of the others depend? It could be a single buyer for all produces, an employee of the PC (say, CEO) on whom the whole operation of the PC is dependent, etc. Vulnerabilities are characterized by:
   ◇ An element on which many others depend; a bottleneck.
   ◇ Processes with no alternatives.

ಕಷ್ಟಕರವಾದುದರಿಂದ, ಟ್ರಾಕ್ಟರ್, ಥ್ರಾಷರ್ ಇತ್ಯಾದಿ ಮೆಕ್ಯಾನಿಕಲ್ ಯಂತ್ರಗಳ ಸೇವೆಯ ಕಲ್ಪನೆಯನ್ನು ಪ್ರಸ್ತುತಪಡಿಸಲಾಯಿತು. ಬಾಡಿಗೆಯ ಆಧಾರದಲ್ಲಿ ಚಿಕ್ಕ ರೈತರುಗಳು ತಮ್ಮ ಕಾರ್ಯವಿಧಾನವನ್ನು ಬದಲಾಯಿಸಿಕೊಳ್ಳಬಹುದು. ಈ ಮೂಲಕ ಕೃಷಿಯನ್ನು ಕೈಗೆಟುಕುವ ಬೆಲೆಯಲ್ಲಿ ಮಾಡಬಹುದು.

◊ ಕೃಷಿ ವಿಸ್ತರಣೆ ಸೇವೆಗಳಿಗೆ ಬೇಡಿಕೆಯನ್ನು ನಿರ್ಮಿಸುವುದು: ರಾಜ್ಯಗಳ ಕೃಷಿ ವಿಸ್ತರಣೆಗಳ ಸೇವೆಗಳ ಕಳಪೆ ಗುಣಮಟ್ಟದೊಂದಿಗೆ, ಕೃಷಿ-ಕ್ಲಿನಿಕ್‌ಗಳ ನಿರ್ಮಾಣದ ಪರಿಚಯವು ಜಾರಿಗೆ ಬಂತು. ಇಲ್ಲಿ ಕೈಗೆಟುಕುವ ದರದಲ್ಲಿ ವೃತ್ತಿಪರ ವಿಸ್ತರಣೆ ಸೇವೆಗಳನ್ನು ಒದಗಿಸಲಾಗುತ್ತದೆ. ಇದೇ ರೀತಿ, ಬೆಳೆ ವಿಮೆಯಂತಹ ಸೇವೆಗಳ ಪರಿಚಯವು ರೈತರಿಗೆ ದೊಡ್ಡ ರೀತಿಯಲ್ಲಿ ಸೇವೆ ಸಲ್ಲಿಸುತ್ತದೆ.

◊ ಗುರಿ: ಇದು ಭವಿಷ್ಯದತ್ತ ನೋಡುವ ಸಾಮರ್ಥ್ಯ ಮತ್ತು ಈ ನಿಟ್ಟಿನಲ್ಲಿ ನಿರಂತರವಾಗಿ ಕನಸು ಕಾಣುವ ಪ್ರಯತ್ನವಾಗಿದೆ. ಉದಾಹರಣೆಗೆ, ಎನ್‌ಡಿಡಿಬಿಯ ಡಾ. ವರ್ಗೀಸ್ ಕುರಿಯನ್, ಇವರು ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯನ್ನು ಗಮನದಲ್ಲಿಟ್ಟುಕೊಂಡು ಲಕ್ಷಾಂತರ ಹಾಲು ಉತ್ಪಾದಕ ರೈತರನ್ನು ಸಂಪರ್ಕಿಸುವುದರ ಪ್ರಯೋಜನದ ಸಾಮರ್ಥ್ಯವನ್ನು ಕನಸು ಕಂಡರು.

4.3.1 ಚಿಕ್ಕ ಗುಂಪುಗಳಲ್ಲಿ ಹಠಾತ್ ಸ್ಫೂರ್ತಿಯನ್ನು ಮೂಡಿಸುವುದು ಹೊಸ ವ್ಯವಹಾರಗಳಿಗಾಗಿ ಕಲ್ಪನೆಗಳನ್ನು ನಿರ್ಮಾಣ ಮಾಡಲು ಸಾಮಾನ್ಯವಾಗಿ ಬಳಸುವ ಕೌಶಲ್ಯವಾಗಿದೆ. ಪ್ರಕ್ರಿಯೆಯನ್ನು ಎರಡು ಹಂತಗಳಲ್ಲಿ ಮಾಡಲಾಗುತ್ತದೆ:

◊ ಮೊದಲನೆಯ ಹಂತದಲ್ಲಿ, ಕಲ್ಪನೆಗಳ ಗುಣಮಟ್ಟದ ಬಗ್ಗೆ ಅಭಿಪ್ರಾಯ ವ್ಯಕ್ತಪಡಿಸದೇ, ಬೃಹತ್ ಪ್ರಮಾಣದಲ್ಲಿ ಕಲ್ಪನೆಗಳನ್ನು ನಿರ್ಮಾಣ ಮಾಡುವತ್ತ ಒತ್ತು ನೀಡುವುದಾಗಿದೆ. ಕಲ್ಪನೆಗಳನ್ನು ಮೌಲ್ಯಮಾಪನ ಮಾಡದೇ ಅದನ್ನು ವಿವರವಾಗಿ ದಾಖಲಿಸುವುದನ್ನು ಗುಂಪು ಸಂಯೋಜಕರು ಖಾತ್ರಿಪಡಿಸಿಕೊಳ್ಳಬೇಕು.

◊ ಮುಂದಿನ ಹಂತದಲ್ಲಿ, ಕಲ್ಪನೆಗಳನ್ನು ಮೌಲ್ಯಮಾಪನ ಮಾಡಲಾಗುತ್ತದೆ ಮತ್ತು ಸಂಕ್ಷಿಪ್ತ ಪಟ್ಟಿಯನ್ನು ಸಿದ್ಧಪಡಿಸಲಾಗುತ್ತದೆ. ಮೌಲ್ಯಮಾಪನಕ್ಕೆ ಮಾನದಂಡವು ವೈಯಕ್ತಿಕವಾಗಿರಬಹುದು.

4.3.2 ಅವಕಾಶ ಮತ್ತು ಅಪಾಯ – ವಿಶ್ಲೇಷಣೆ ಮತ್ತು ವ್ಯವಹಾರ ಅವಕಾಶ ಗುರುತಿಸುವಿಕೆ

ಕಲ್ಪನೆಗಳ ಸಂಕ್ಷಿಪ್ತ ಪಟ್ಟಿಯನ್ನು ತಯಾರಿಸಿದ ನಂತರ, ಅದನ್ನು ವ್ಯವಹಾರ ಅವಕಾಶ ಮತ್ತು ಅಪಾಯಗಳ ಗುರುತಿಸುವಿಕೆಗೆ ಬಾಹ್ಯ ವ್ಯವಹಾರ ವಾತಾವರಣಕ್ಕೆ ಸಂಬಂಧಿಸಿದಂತೆ ಗಂಭೀರವಾಗಿ ಮೌಲ್ಯಮಾಪನ ಮಾಡಬೇಕು. ಇದನ್ನು ಅವಕಾಶಗಳು ಮತ್ತು ಅಪಾಯಗಳ ವಿಶ್ಲೇಷಣೆ (ಓ/ಟಿ ವಿಶ್ಲೇಷಣೆ) ಎಂದು ಕರೆಯಲಾಗುತ್ತದೆ ಮತ್ತು ಇದನ್ನು ವ್ಯವಹಾರದ ಕಲ್ಪನೆಯನ್ನು ಹೆಚ್ಚಿನದಾಗಿ ಮುಂದುವರಿಸಲು ಯೋಗ್ಯವೇ ಎಂಬುದನ್ನು ಮೌಲ್ಯಮಾಪನ ಮಾಡಲು ಬಳಸಲಾಗುತ್ತದೆ. ಸಂಕ್ಷಿಪ್ತ ಪಟ್ಟಿಯಾಗಿಸಿದ ಪ್ರತಿ ಕಲ್ಪನೆಗೂ, ಅವಕಾಶಗಳು ಮತ್ತು ಅಪಾಯಗಳನ್ನು ಇವುಗಳ ಆಧಾರದಲ್ಲಿ ಬರೆಯಿರಿ:

◊ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯ ಗಾತ್ರ.

◊ ಅದರ ಸ್ಥಿರತೆ, ಅಂದರೆ ಉತ್ಪನ್ನ/ಸೇವೆಗಳ ಬೇಡಿಕೆಯು ದೀರ್ಘಾವಧಿಯೇ ಅಥವಾ ತಾತ್ಕಾಲಿಕವೇ?

◊ ಪ್ರಸ್ತುತ ಸೇವೆ/ಪರಿಹಾರಕ್ಕೆ ಸಂಬಂಧಿಸಿದಂತೆ ಎಷ್ಟರ ಮಟ್ಟಿಗೆ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯು ತೃಪ್ತಿಕರತೆಯನ್ನು ಹೊಂದಿಲ್ಲ.

◊ ಹಂತ

◊ ಸ್ಪರ್ಧೆಯ ದರವು ಅಧಿಕ, ಮಧ್ಯಮ ಅಥವಾ ಕಡಿಮೆ, ಮತ್ತು ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯ ಗುಣಮಟ್ಟದ ಸೂಕ್ಷ್ಮತೆ.

◊ ಮಟ್ಟ

◊ ಪ್ರವೇಶ/ನಿರ್ಗಮನದಿಂದ ಲಾಭ ಪಡೆದುಕೊಳ್ಳುವಿಕೆಗೆ ಅಡ್ಡಿಗಳು

◊ ಸಬ್ಸಿಡಿ, ಕಡಿಮೆ ವೆಚ್ಚ ಹಣಕಾಸು ಧನದ ಲಭ್ಯತೆ, ಇತರವುಗಳಂತಹ ಸರ್ಕಾರಿ ನೀತಿಗಳಲ್ಲಿ ಬದಲಾವಣೆಗಳು.

ಅಧ್ಯಾಯದ ಕೊನೆಯಲ್ಲಿ, ಓ/ಟಿ ವಿಶ್ಲೇಷಣೆಯು ಕೋಷ್ಟಕ 4 ರಂತೆ ಕಂಡುಬರುತ್ತದೆ.

4.3.3 ಅಪಾಯ ಗುರುತಿಸುವಿಕೆ ಮತ್ತು ನಿರ್ವಹಣೆ

ಅಪಾಯಗಳ ಗುರುತಿಸುವಿಕೆ ಮತ್ತು ಸಂಭಾವ್ಯ ಸುರಕ್ಷತೆಗಳು ಓ/ಟಿ ವಿಶ್ಲೇಷಣೆಯ ಸಮಗ್ರ ಭಾಗವಾಗಿದೆ. ಅಪಾಯವನ್ನು ಒಟ್ಟಾರೆಯಾಗಿ ಹೊಡೆದೋಡಿಸುವುದು ಇದರ ಗುರಿಯಲ್ಲ (ಇದು ಅಸಾಧ್ಯವಾದ ಅಂಶವಾಗಿದೆ) ಆದರೆ, ಇವುಗಳನ್ನು ಗುರುತಿಸುವುದು ಮತ್ತು ಅದನ್ನು ಕಾರ್ಯಾಚರಣೆಯ ಚೇತರಿಕೆಯ ಮೂಲಕ ನಿರ್ವಹಿಸಬಹುದೇ ಅಥವಾ ಕನಿಷ್ಠಗೊಳಿಸಬಹುದೇ ಎಂದು ಮೌಲ್ಯಮಾಪನ ಮಾಡುವುದು ಇದರ ಗುರಿಯಾಗಿದೆ. ಒಂದು ವೇಳೆ ಅಪಾಯಗಳು ನಿರ್ವಹಿಸಲಾಗದ್ದು ಎಂಬುದಾಗಿ ಕಂಡುಬಂದರೆ, ಆಗ ವ್ಯವಹಾರವನ್ನೇ ಬಿಟ್ಟುಬಿಡಬಹುದು. ಆದರೆ, ವ್ಯವಹಾರವನ್ನು ಪ್ರಾರಂಭಿಸಿದ ನಂತರವೂ ವ್ಯವಹಾರದ ವಾತಾವರಣದಲ್ಲಿ ಅಪಾಯಗಳು ಆಂತರಿಕವಾಗಿ ಮತ್ತು ಬಾಹ್ಯವಾಗಿ ಇರುವುದು ಮುಂದುವರಿಯುತ್ತದೆ. ಅಪಾಯದ ವಿವರವನ್ನು ಗುರುತಿಸಿ ಅದನ್ನು ಉಪಶಮನಗೊಳಿಸುವ ಕಾರ್ಯನೀತಿಯನ್ನು ಬೆಳವಣಿಗೆ ಮಾಡುವುದು ಪ್ರಮುಖವಾಗಿದೆ. ಈ ವಿವರ ಮತ್ತು ಕಾರ್ಯನೀತಿಯನ್ನು ಬೆಳವಣಿಗೆಗೊಳಿಸುವ ಐದು ಪ್ರಮುಖ ಅಂಶಗಳಿವೆ.

1. ಆದಾಯದ ಅಂಶಗಳಿಗೆ ಆದ್ಯತೆಗೊಳಿಸಿ: ಮೊದಲ ಹಂತವು ಕಂಪನಿಯ ಆದಾಯದ ಅಂಶಗಳನ್ನು ಗುರುತಿಸುವುದು ತದನಂತರ ಸಂಪರ್ಕಕಲ್ಪಿಸುವುದಾಗಿದೆ. ಇವುಗಳನ್ನು ಅಡ್ಡಿಗೊಳಿಸಿದರೆ ಇವುಗಳು ಆದಾಯದ ಮೇಲೆ ಭಾರಿ ಪರಿಣಾಮವನ್ನು ಬೀರುವ ಅಂಶಗಳಾಗಿರುತ್ತವೆ. ಉದಾಹರಣೆಗೆ, ಉತ್ಪಾದಕರ ಕಂಪನಿ ಭಾರಿ ಪ್ರಮಾಣದಲ್ಲಿ ಮಾನ್ಸೂನ್ ಮೇಲೆ ಅವಲಂಬಿತವಾಗಿರುತ್ತದೆ ಮತ್ತು ಕೆಟ್ಟ ಮಾನ್ಸೂನ್ ಅದರ ಆದಾಯಕ್ಕೆ ಭಾರಿ ಪ್ರಮಾಣದಲ್ಲಿ ಪರಿಣಾಮ ಬೀರಬಹುದು.

2. ಪ್ರಮುಖ ಮೂಲಭೂತ ಸೌಕರ್ಯಗಳನ್ನು ಗುರುತಿಸುವುದು: ಮುಂದಿನ ಹಂತವು ಆದಾಯವನ್ನು ನಿರ್ಮಿಸುವ ಉತ್ಪಾದಕರ ಕಂಪನಿ ಸಾಮರ್ಥ್ಯವನ್ನು ಬೆಂಬಲಿಸುವ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆಗಳು, ಸಂಬಂಧಗಳು, ಜನರು, ನಿಯಂತ್ರಣಗಳು, ಸ್ಥಾವರ ಮತ್ತು ಸಾಧನವನ್ನು ಒಳಗೊಂಡು ಮೂಲಭೂತ ಸೌಕರ್ಯವನ್ನು ಗುರುತಿಸುವುದಾಗಿದೆ.

3. ಅಪಾಯಗಳನ್ನು ಸ್ಥಳಾಂತರಗೊಳಿಸುವುದು: ಮುಂದಿನ ಹಂತವು ಮುಖ್ಯ ಅಪಾಯಗಳನ್ನು ಗುರುತಿಸುವುದಾಗಿದೆ.

4. ದುರ್ಬಲವಾದ ಅಂಶಗಳಾವವು, ಇತರ ಅಂಶಗಳು ಆಧಾರಿತವಾಗಿರುವ ಮೂಲಭೂತ ಘಟಕಗಳು ಯಾವವು? ಇದು ಎಲ್ಲಾ ಉತ್ಪನ್ನಗಳಿಗೆ ಉತ್ಪಾದಕರ ಕಂಪನಿ ಯ ಸಂಪೂರ್ಣ ಕಾರ್ಯಾಚರಣೆಯು ಅವಲಂಬಿತವಾಗಿರುವ

TABLE 4: O/T ANALYSIS OF MARKETING OF COLLECTIVE PRODUCE OF SMALL FARMERS		
FACTORS	**OPPORTUNITIES**	**THREATS**
Size of the market.	Fairly large. The district APMC procures about 10% of the State's requirement of food gains.	
Its stability, i.e., is the demand for the product/service long term or purely temporary?	With increasing population and growing change in food habits this is unlikely to be affected in the next 20 years.	
The extent to which the market is dissatisfied with the existing service/ solution.	Due to unavailability of options, farmers are dependent on the middlemen and unhappy about their unscrupulous practices. The market is sensitive in favour of procuring directly from the farmers.	
Level of competition (high, medium or low)		Low, however, likely to be Medium with the competition from the middlemen as the business grows for the PC
Market sensitivity towards price and quality		Not very quality conscious, but price sensitive to a certain extent
Degree of profitability and Barriers to entry/exit		Medium in the short term. Barriers to entry and exit are very low.
Changes in government's policies such as subsidy, availability of low cost funds, etc.	Favourable policy towards small 'farmers' PC, likely to get subsidy and sympathy of the government.	Banks do not provide any relaxations for loans to PCs, it is hard to get loans from them. This can seriously affect the operations.

Based on the Opportunities & Threats analysis, one can identify an appropriate Business Opportunity which could be considered for developing a business plan. However, there could be possibility that the identified business opportunity fails to remain as a potential business opportunity following further analysis, as mentioned below.

- ◊ Association with high-risk geographic areas (e.g. flood zones), and products (e.g., perishable commodities like milk, vegetables).
- ◊ Insecure access points to important infrastructure.

5. Develop responses: After mapping risk profile, a company will have detailed knowledge of its operational vulnerabilities and how these relate to its strategic goals and earnings. Completing a risk profile will also bring to light opportunities to reduce risk or Risk mitigation plan.

   A company's risk profile is constantly changing — economic and market conditions change, consumer preference change, the regulatory environment changes, as will products and processes. It is essential that the company's risk map change in tandem, implementing an early warning system so contingency plans can be activated as soon as possible. Although a detailed development of a PC's risk management profile is a fairly elaborate process, a simple self-assessment can quickly identify the largest gaps.

6. Monitor the risk environment: For each vulnerability, there will be a number of potential responses. In order to evaluate which responses are most appropriate, it is necessary to look at the external environment. Some risks are beyond the control of the PC like sudden change in policy environment due to change of political parties in the power, etc. But most other risks are manageable. By gauging the likelihood of various events, the PC can evaluate how much to invest for each vulnerability.

4.4 MARKETING PLAN

Once the business opportunity has been selected, market analysis follows. The data for the analysis may be obtained from secondary sources such as procurement of the APMC, Policy Guidelines, specific studies conducted by others etc. A market research could be also carried out for this purpose to critically examine the business potential.

The market analysis should cover details about:

ಕೋಷ್ಟಕ 4: ಸಣ್ಣ ರೈತರುಗಳ ಒಟ್ಟಾರೆ ಉತ್ಪಾದನೆಯ ಮಾರ್ಕೆಟಿಂಗ್‌ನ ಓ/ಟಿ ವಿಶ್ಲೇಷಣೆ

ಅಂಶಗಳು	ಅವಕಾಶಗಳು	ಅಪಾಯಗಳು
ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯ ಗಾತ್ರ.	ಬಹುಪಾಲು ದೊಡ್ಡದು. ಜಿಲ್ಲಾ ಎಪಿಎಂಸಿಗಳು ಆಹಾರ ಧಾನ್ಯದ ರಾಜ್ಯದ ಅಗತ್ಯತೆಯ 10% ರಷ್ಟನ್ನು ಸಂಗ್ರಹಿಸುತ್ತವೆ	
ಸ್ಥಿರತೆ, ಅಂದರೆ ಉತ್ಪನ್ನ/ಸೇವೆಗೆ ಬೇಡಿಕೆಯು ದೀರ್ಘಾವಧಿಯೇ ಅಥವಾ ಸಂಪೂರ್ಣವಾಗಿ ತಾತ್ಕಾಲಿಕವೇ?	ಹೆಚ್ಚಿನ ಜನಸಂಖ್ಯೆ ಮತ್ತು ಆಹಾರ ಹವ್ಯಾಸಗಳ ಬೆಳೆಯುತ್ತಿರುವ ಬದಲಾವಣೆಗಳು, ಇದು ಮುಂದಿನ 20 ವರ್ಷಗಳಲ್ಲಿ ಬದಲಾಗುವ ಸಾಧ್ಯತೆಯಿಲ್ಲ.	
ಪ್ರಸ್ತುತ ಸೇವೆ/ ಪರಿಹಾರದೊಂದಿಗೆ ಎಷ್ಟು ಮಟ್ಟದವರೆಗೆ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯು ನಿರಾಶಾದಾಯಕವಾಗಿದೆ.	ಆಯ್ಕೆಗಳ ಲಭ್ಯತೆಯ ಕಾರಣದಿಂದ, ರೈತರುಗಳು ಮಧ್ಯವರ್ತಿಗಳ ಮೇಲೆ ಅವಲಂಬಿತರಾಗಿದ್ದಾರೆ ಮತ್ತು ಅವರ ಪ್ರಾಮಾಣಿಕವಲ್ಲದ ಅಭ್ಯಾಸಗಳ ಕುರಿತು ಅಸಂತೃಪ್ತರಾಗಿದ್ದಾರೆ. ರೈತರುಗಳಿಂದ ನೇರವಾಗಿ ಪಡೆದುಕೊಳ್ಳುವ ಕುರಿತಂತೆ ಇದರ ಪರವಾಗಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯು ಸೂಕ್ಷ್ಮಗ್ರಾಹಿಯಾಗಿದೆ.	
ಸ್ಪರ್ಧೆಯ ಮಟ್ಟ (ಅಧಿಕ, ಮಧ್ಯಮ ಅಥವಾ ಕಡಿಮೆ)		ಕಡಿಮೆ, ಆದರೆ ಉತ್ಪಾದಕರ ಕಂಪನಿ ವ್ಯವಹಾರವು ಪ್ರಗತಿ ಕಂಡಂತೆ ಮಧ್ಯವರ್ತಿಗಳಿಂದ ಸ್ಪರ್ಧೆಯ ಮೂಲಕ ಮಧ್ಯಮವಾಗಿರುವ ಸಾಧ್ಯತೆ
ದರ ಮತ್ತು ಗುಣಮಟ್ಟದತ್ತ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯ ಸೂಕ್ಷ್ಮತೆ		ತೀರಾ ಗುಣಮಟ್ಟ ಪ್ರಜ್ಞೆಯಿಲ್ಲ, ಆದರೆ ಕೆಲವು ಮಟ್ಟದವರೆಗೆ ದರ ಸೂಕ್ಷ್ಮತೆ
ಲಾಭದ ಮಟ್ಟ ಮತ್ತು ಪ್ರವೇಶ/ ನಿರ್ಗಮನಕ್ಕೆ ಅಡೆತಡೆಗಳು		ಅಲ್ಪಾವಧಿಗೆ ಮಧ್ಯಮ ಪ್ರಮಾಣ. ಪ್ರವೇಶ ಮತ್ತು ನಿರ್ಗಮನಕ್ಕೆ ಅಡೆತಡೆಗಳು ತೀರಾ ಕಡಿಮೆ
ಸಬ್ಸಿಡಿ, ಕಡಿಮೆ ವೆಚ್ಚದ ಧನಸಹಾಯ ಇತ್ಯಾದಿಯಂತಹ ಸರ್ಕಾರಿ ನೀತಿಗಳಲ್ಲಿ ಬದಲಾವಣೆಗಳು.	ಸಣ್ಣ 'ರೈತರುಗಳತ್ತ' ಅನುಕೂಲಕರವಾದ ನೀತಿಯ ಕಾರಣದಿಂದ ಉತ್ಪಾದಕರ ಕಂಪನಿ ಯು ಸಬ್ಸಿಡಿಯನ್ನು ಮತ್ತು ಸರ್ಕಾರದ ಒಲವನ್ನು ಪಡೆಯಬಹುದು	ಉತ್ಪಾದಕರ ಕಂಪನಿ ಗಳಿಗೆ ಸಾಲದ ರಿಯಾಯಿತಿಯನ್ನು ಬ್ಯಾಂಕುಗಳು ಒದಗಿಸುವುದಿಲ್ಲ. ಅವರಿಂದ ಸಾಲವನ್ನು ಪಡೆಯುವುದು ಕಷ್ಟಕರ. ಇದು ಕಾರ್ಯಾಚರಣೆಗಳಿಗೆ ಗಂಭೀರವಾಗಿ ಪರಿಣಾಮ ಬೀರಬಹುದು.

ಅವಕಾಶಗಳು ಮತ್ತು ಅಪಾಯಗಳ ವಿಶ್ಲೇಷಣೆಯನ್ನು ಆಧರಿಸಿ, ಸೂಕ್ತ ವ್ಯವಹಾರ ಅವಕಾಶವನ್ನು ಗುರುತಿಸಬಹುದು ಮತ್ತು ಇದನ್ನು ವ್ಯವಹಾರ ಯೋಜನೆಯ ಅಭಿವೃದ್ಧಿಗಾಗಿ ಪರಿಗಣಿಸಬಹುದು. ಆದರೆ, ಕೆಳಗೆ ವಿವರಿಸಿದಂತೆ ಇನ್ನಷ್ಟು ವಿಶ್ಲೇಷಣೆಯ ನಂತರ ಗುರುತಿಸಲ್ಪಟ್ಟ ವ್ಯವಹಾರದ ಅವಕಾಶವು ಸಂಭಾವ್ಯ ವ್ಯವಹಾರ ಅವಕಾಶವಾಗಿ ಉಳಿಯಲು ವಿಫಲವಾಗುವ ಸಾಧ್ಯತೆಯೂ ಇರುತ್ತದೆ.

ಏಕೈಕ ಖರೀದಿದಾರರು, ಉತ್ಪಾದಕರ ಕಂಪನಿ ಉದ್ಯೋಗಿ (ಉದಾ, ಸಿಇಓ) ಆಗಿರಬಹುದು. ಸಾಧ್ಯತೆಗೀಡಾಗುವ ಅಂಶಗಳನ್ನು ಈ ಮೂಲ ವರ್ಗೀಕರಿಸಲಾಗಿದೆ:

◊ ಇತರರು ಅವಲಂಬಿತವಾಗಿರುವ ಅಂಶ; ತುದಿಯ ಅಂಶ.
◊ ಪರ್ಯಾಯಗಳಿಲ್ಲದ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆಗಳು.
◊ ಅಧಿಕ ಅಪಾಯದ ಭೌಗೋಳಿಕ ಪ್ರದೇಶಗಳು (ಉದಾ. ನೆರೆ ಪ್ರದೇಶಗಳು) ಮತ್ತು ಉತ್ಪನ್ನಗಳೊಂದಿಗೆ (ಉದಾ, ಆಹಾರ, ತರಕಾರಿಗಳಂತಹ ಹಾಳಾಗುವ ವಸ್ತುಗಳು) ಸಂಬಂಧ.
◊ ಪ್ರಮುಖ ಮೂಲಭೂತ ಸೌಕರ್ಯಗಳಿಗೆ ಅಸುರಕ್ಷಿತ ಪ್ರವೇಶ ಬಿಂದುಗಳು.

5. ಅಭಿವೃದ್ಧಿ ಪ್ರತಿಕ್ರಿಯೆಗಳು: ಅಪಾಯದ ಅಂಶವನ್ನು ಮ್ಯಾಪ್ ಮಾಡಿದ ನಂತರ, ಕಂಪನಿಯು ಅದರ ಕಾರ್ಯಾಚರಣೆಯ ಅಪಾಯದ ಅಂಶಗಳ ಬಗ್ಗೆ ವಿವರಪೂರ್ಣ ತಿಳುವಳಿಕೆ ಮತ್ತು ಇವುಗಳು ಅದರ ಕಾರ್ಯನೀತಿಯ ಗುರಿಗಳು ಮತ್ತು ಸಂಪಾದನೆಗಳಿಗೆ ಸಂಬಂಧಪಡುತ್ತವೆ ಎಂಬ ಕುರಿತು ವಿವರಪೂರ್ಣ ತಿಳುವಳಿಕೆಯನ್ನು ಹೊಂದಿರುತ್ತದೆ. ಅಪಾಯದ ಅಂಶವನ್ನು ಪೂರ್ಣಗೊಳಿಸುವುದು ಅಪಾಯ ಅಥವಾ ಅಪಾಯದ ವಲಸೆ ಯೋಜನೆಯನ್ನು ತಗ್ಗಿಸಲು ಅವಕಾಶವನ್ನು ತರುತ್ತದೆ.

6. ಅಪಾಯದ ವಾತಾವರಣವನ್ನು ಮೇಲ್ವಿಚಾರಣೆ ಮಾಡುವುದು: ಪ್ರತಿ ಅಪಾಯದ ಅಂಶಕ್ಕೆ, ಸಾಕಷ್ಟು ಸಂಭಾವ್ಯ ಪ್ರತಿಕ್ರಿಯೆಗಳಿರುತ್ತವೆ. ಯಾವ ಪ್ರತಿಕ್ರಿಯೆಗಳು ಹೆಚ್ಚು ಸೂಕ್ತವೆಂದು ಮೌಲ್ಯಮಾಪನ ಮಾಡಲು, ಬಾಹ್ಯ ವಾತಾವರಣದತ್ತ ನೋಡುವುದು ಅಗತ್ಯವಾಗಿರುತ್ತದೆ. ಕೆಲವು ಅಪಾಯಗಳು ಉತ್ಪಾದಕರ ಕಂಪನಿ ಯ ನಿಯಂತ್ರಣದಿಂದ ಹೊರಗಿರುತ್ತದೆ, ಉದಾಹರಣೆಗೆ ಅಧಿಕಾರದಲ್ಲಿರುವ ರಾಜಕೀಯ ಪಕ್ಷಗಳ ಬದಲಾವಣೆಯ ಕಾರಣದಿಂದ ಪಾಲಿಸಿ ನೀತಿಯಲ್ಲಿ ಹಠಾತ್ ಬದಲಾವಣೆ. ಆದರೆ ಹೆಚ್ಚಿನ ಇತರ ಅಪಾಯಗಳು ನಿರ್ವಹಿಸಬಹುದಂತಹದ್ದು. ವಿವಿಧ ಘಟನೆಗಳ ಸಂಭಾವ್ಯತೆಗಳ ಮಾಪನ ಮಾಡುವ ಮೂಲಕ, ಪ್ರತಿ ಅಪಾಯದ ಅಂಶಕ್ಕೆ ಎಷ್ಟು ಹೂಡಿಕೆ ಮಾಡಬೇಕೆಂಬುದನ್ನು ಉತ್ಪಾದಕರ ಕಂಪನಿ ಮೌಲ್ಯಮಾಪನ ಮಾಡಬಹುದು.

ಕಂಪನಿಯ ಅಪಾಯದ ಅಂಶವು ಸತತವಾಗಿ ಬದಲಾಗುತ್ತಿರುವುದು – ಆರ್ಥಿಕ ಮತ್ತು ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಷರತ್ತುಗಳು ಬದಲಾಗುವುದು, ಗ್ರಾಹಕರ ಆದ್ಯತೆ ಬದಲಾಗುತ್ತದೆ, ನಿಯಂತ್ರಕ ವಾತಾವರಣ ಬದಲಾಗುತ್ತದೆ ಜೊತೆಗೆ ಉತ್ಪನ್ನಗಳು ಮತ್ತು ಪ್ರಕ್ರಿಯೆಗಳು ಸಹ ಬದಲಾಗುತ್ತವೆ. ಕಂಪನಿಯ ಅಪಾಯದ ನಕ್ಷೆಯು ಜತೆಯಾಗಿ ಬದಲಾಗುತ್ತದೆ, ಮುಂಚಿತ ಎಚ್ಚರಿಕೆ ವ್ಯವಸ್ಥೆಯನ್ನು ಜಾರಿಗೊಳಿಸುವುದು, ಇದರಿಂದ ಎಷ್ಟು ಸಾಧ್ಯವೋ ಅಷ್ಟು ಬೇಗ ತುರ್ತು ಯೋಜನೆಗಳನ್ನು ಸಕ್ರಿಯಗೊಳಿಸಬೇಕು. ಉತ್ಪಾದಕರ ಕಂಪನಿ ಗಳ ಅಪಾಯದ ನಿರ್ವಹಣೆಯ ವಿವರವನ್ನು ಅಭಿವೃದ್ಧಿಗೊಳಿಸುವುದು ದೀರ್ಘವಾದ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆಯಾಗಿದ್ದರೂ, ಸರಳವಾದ ಸ್ವಯಂ ಮೌಲ್ಯಮಾಪನವು ದೊಡ್ಡ ಅಂತರಗಳನ್ನು ತ್ವರಿತವಾಗಿ ಗುರುತಿಸಬಹುದು.

4.4 ಮಾರ್ಕೆಟಿಂಗ್ ಯೋಜನೆ

ಒಮ್ಮೆ ವ್ಯವಹಾರ ಅವಕಾಶವನ್ನು ಆಯ್ಕೆಮಾಡಿದ ನಂತರ, ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ವಿಶ್ಲೇಷಣೆ ಅನುಸರಿಸುತ್ತದೆ. ವಿಶ್ಲೇಷಣೆಗಾಗಿ ವಿವರವನ್ನು ಎಪಿಎಂಸಿ ಪಡೆದುಕೊಳ್ಳುವಿಕೆ, ನೀತಿ ಮಾರ್ಗದರ್ಶಿಗಳು, ಇತರರು ನಡೆಸಿದ ನಿರ್ದಿಷ್ಟ ಅಧ್ಯಯನಗಳು ಇತರವುಗಳಂತಹ ದ್ವಿತೀಯ ಮೂಲಗಳಿಂದ ಪಡೆದುಕೊಳ್ಳಬಹುದು. ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಸಂಶೋಧನೆಯನ್ನು ವ್ಯವಹಾರ ಸಂಭಾವ್ಯವನ್ನು ಪರೀಕ್ಷಿಸುವ ಉದ್ದೇಶಕ್ಕಾಗಿ ಸಹ ನಡೆಸಲಾಗುತ್ತದೆ

- The overall market.
- Changes in the market.
- Market segments, their attractiveness, profitability.
- Target market and customers.
- Description of customers.
- Competitors – Direct and indirect.

Assessment of market opportunities and threats/risks

Following the market analysis, an analysis of the Strengths and Weaknesses (S/W Analysis) of the products to be handled and PC as an organization should be carried out. It would focus on the following:

- The uniqueness of the products/services with respect to competitor's.
- Payment terms.
- Quality
- Pricing. of manpower in the PC and their experience.
- PC's standing in the market.

The Strengths & Weaknesses analysis (S/W Analysis) together with the O/T analysis is called the SWOT Analysis. The O/T analysis helps to analyze the external business environment, while the S/W analysis focuses on the internal business environment, i.e., PC's product, PC as organization, its competencies, risk bearing ability and policies. At the end of the exercise this is how the Strengths & Weaknesses analysis would look like Table 5.

4.4.1 Choosing a marketing strategy

After choosing the market segment that the PC management wishes to target and having carried out the SWOT analysis, the suitable marketing strategy should be chosen. The choice depends on a variety of factors including the image that the PC wants to project about the product and the organization, PC's sales objectives like whether the PC wants rapid penetration or is content with slow penetration of the market etc.
The PC may choose one or more combinations of strategy, but needs to strategically plan a right mix of the 4 Ps (Product, Price, Place & Promotion – called the Marketing Mix) to develop an appropriate marketing strategy.

In the following sections some of the tools and methodologies are discussed which could be referred to while developing a business strategy. These don't confirm to a complete list of strategies, but are certainly, the important ones.

4.4.2 Positioning strategy

Once a market has been segmented and a particular segment chosen, the PC has to position the product in that market segment. This means the PC has to tell the customers about what it is offering and how it is different and better than the competitors.
Positioning is done in three steps:

- Identifying advantages of the product over the competitors.
- Selecting the right advantage(s) , and finally.
- Signalling the adopted position to the market.

4.4.3 Basis of positioning

It is clear that the same product can then be positioned differently, depending on the specific needs of the customer. To understand the basis of positioning, let us look at positioning in terms of a PC's products in this case Agri-clinic services which it intends to provide to the farmers of a given area:

- Specific Product Features: Problem diagnosis and solution, low cost solution, on-farm services, continuous follow up.
- Benefits, problem/solutions or needs: Services provided within 24 hours after registration, expert suggestions,supply of agro-chemicals which are genuine and at reasonable price.
- Specific Usage Occasions: On-farm services. The customer can call the experts to his/her field to discuss the problem and solution.
- User Category: The services are ideal for small farmers who have small holdings and can not invest much on the farming.
- Against another services: The agri-clinic services are more reliable than the Government extension services.

4.4.4 Strategies based on price and promotion

Price and level of promotional spending are very important tools in achieving market penetration objectives. For instance, if the objective is to quickly gain a large market share, the strategy could be a combination of low price and high decibel promotion, leading to large volume of sales. The market strategies often have to decide on the level of quality and price that it can offer to a chosen market segment as compared

ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ವಿಶ್ಲೇಷಣೆಯು ಈ ಕುರಿತಾದ ವಿವರಗಳನ್ನು ಒಳಗೊಂಡಿರುತ್ತದೆ:

◊ ಒಟ್ಟಾರೆ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ.
◊ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯಲ್ಲಿನ ಬದಲಾವಣೆಗಳು.
◊ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ವಿಭಾಗಗಳು, ಅವುಗಳ ಆಕರ್ಷಣೆ, ಲಾಭ.
◊ ಗುರಿಪಡಿಸಿದ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಮತ್ತು ಗ್ರಾಹಕರುಗಳು.
◊ ಗ್ರಾಹಕರುಗಳ ವಿವರಣೆ
◊ ಸ್ಪರ್ಧಾಳುಗಳು – ಪ್ರತ್ಯಕ್ಷ ಮತ್ತು ಪರೋಕ್ಷ.

ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಅವಕಾಶಗಳ ಮೌಲ್ಯಮಾಪನ ಮತ್ತು ಅಪಾಯಗಳು/ ತೊಂದರೆಗಳು

ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ವಿಶ್ಲೇಷಣೆಯ ನಂತರ, ನಿರ್ವಹಣೆ ಮಾಡಬೇಕಾದ ಉತ್ಪನ್ನಗಳ ಸಾಮರ್ಥ್ಯ ಮತ್ತು ದುರ್ಬಲತೆಗಳು (ಎಸ್/ಡಬ್ಲ್ಯೂ ವಿಶ್ಲೇಷಣೆ) ಮತ್ತು ಸಂಸ್ಥೆಯಾಗಿ ಉತ್ಪಾದಕರ ಕಂಪನಿ ನಿರ್ವಹಣೆ ಮಾಡಬೇಕಾದ ಕಾರ್ಯಗಳ ವಿಶ್ಲೇಷಣೆಯನ್ನು ಮಾಡಲಾಗುತ್ತದೆ. ಇದು ಮುಂದಿನವುಗಳ ಮೇಲೆ ಗಮನ ಕೇಂದ್ರೀಕರಿಸುತ್ತದೆ:

◊ ಸ್ಪರ್ಧಾಳುಗಳಿಗೆ ಸಂಬಂಧಿಸಿದಂತೆ ಉತ್ಪನ್ನಗಳು/ಸೇವೆಗಳ ಅನನ್ಯತೆ.
◊ ಪಾವತಿ ನಿಯಮಗಳು
◊ ಗುಣಮಟ್ಟ
◊ ಉತ್ಪಾದಕರ ಕಂಪನಿ ಯಲ್ಲಿ ಮಾನವ ಶಕ್ತಿಯ ದರ ಮತ್ತು ಅವರ ಅನುಭವ.
◊ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯಲ್ಲಿ ಉತ್ಪಾದಕರ ಕಂಪನಿ ಗಳ ಸ್ಥಿತಿ.

ಓ/ಟಿ ವಿಶ್ಲೇಷಣೆಯೊಂದಿಗೆ ಜೊತೆಯಾಗಿ ಸಾಮರ್ಥ್ಯಗಳು ಮತ್ತು ದುರ್ಬಲತೆಗಳ ವಿಶ್ಲೇಷಣೆಯನ್ನು (ಎಸ್/ಡಬ್ಲ್ಯೂ ವಿಶ್ಲೇಷಣೆ) ಎಸ್‌ಡಬ್ಲ್ಯೂಓಟಿ ವಿಶ್ಲೇಷಣೆ ಎಂದು ಕರೆಯಲಾಗುತ್ತದೆ. ಓ/ಟಿ ವಿಶ್ಲೇಷಣೆಯು ಬಾಹ್ಯ ವ್ಯವಹಾರ ಪರಿಸರವನ್ನು ವಿಶ್ಲೇಷಣೆ ಮಾಡಲು ಸಹಾಯ ಮಾಡಿದರೆ, ಎಸ್/ಡಬ್ಲ್ಯೂ ವಿಶ್ಲೇಷಣೆಯು ಆಂತರಿಕ ವ್ಯವಹಾರ ವಾತಾವರಣದ ಮೇಲೆ ಬೆಳಕು ಚೆಲ್ಲುತ್ತದೆ, ಅಂದರೆ ಉತ್ಪಾದಕರ ಕಂಪನಿ ಉತ್ಪನ್ನಗಳು, ಸಂಸ್ಥೆಯಾಗಿ ಉತ್ಪಾದಕರ ಕಂಪನಿ , ಅದರ ಸಾಮರ್ಥ್ಯ, ಅಪಾಯವನ್ನು ಸಹಿಸಿಕೊಳ್ಳುವ ಸಾಮರ್ಥ್ಯ ಮತ್ತು ನೀತಿಗಳು. ಅಧ್ಯಾಯದ ಕೊನೆಯಲ್ಲಿ, ಈ ಪ್ರಕಾರವಾಗಿ ಸಾಮರ್ಥ್ಯ ಮತ್ತು ದುರ್ಬಲತೆಗಳ ವಿಶ್ಲೇಷಣೆಯು ಕೋಷ್ಟಕ 5 ರಲ್ಲಿದ್ದಂತೆ ಕಂಡುಬರುತ್ತದೆ.

4.4.1 ಮಾರ್ಕೆಟಿಂಗ್ ಕಾರ್ಯನೀತಿಯನ್ನು ಆಯ್ಕೆಮಾಡಿಕೊಳ್ಳುವುದು

ಉತ್ಪಾದಕರ ಕಂಪನಿ ಮ್ಯಾನೇಜ್‌ಮೆಂಟ್ ಗುರಿಪಡಿಸಲು ಮತ್ತು ಎಸ್‌ಡಬ್ಲ್ಯೂಟಿಓ ವಿಶ್ಲೇಷಣೆಯನ್ನು ನಡೆಸಲು ಬಯಸುವ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ವಿಭಾಗವನ್ನು ಆಯ್ಕೆಮಾಡಿದ ನಂತರ, ಸೂಕ್ತವಾದ ಮಾರ್ಕೆಟಿಂಗ್ ಕಾರ್ಯನೀತಿಯನ್ನು ಆಯ್ಕೆಮಾಡಬೇಕು. ಆಯ್ಕೆಯು ಹಲವಾರು ಅಂಶಗಳ ಮೇಲೆ ಆಧಾರಿತವಾಗಿದ್ದು, ಇದರಲ್ಲಿ ಉತ್ಪನ್ನ ಮತ್ತು ಸಂಸ್ಥೆಯ ಕುರಿತಾಗಿ ಉತ್ಪಾದಕರ ಕಂಪನಿ ಜನರ ಮುಂದಿಡಲು ಬಯಸುವ ಕಲ್ಪನೆ, ಉತ್ಪಾದಕರ ಕಂಪನಿ ಯ ಮಾರಾಟದ ಉದ್ದೇಶಗಳು, ಉದಾಹರಣೆಗಾಗಿ ಉತ್ಪಾದಕರ ಕಂಪನಿ ತ್ವರಿತವಾಗಿ ಬೇರೂರಲು ಬಯಸುತ್ತದೆಯೇ ಅಥವಾ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯಲ್ಲಿ ನಿಧಾನವಾಗಿ ಬೇರೂರಲು ಬಯಸುತ್ತದೆಯೇ ಎಂಬಂತಹ ಅಂಶಗಳನ್ನು ಒಳಗೊಂಡಿರುತ್ತದೆ.

ಒಂದು ಅಥವಾ ಹೆಚ್ಚು ಕಾರ್ಯನೀತಿಗಳ ಸಂಯೋಜನೆಯನ್ನು ಉತ್ಪಾದಕರ ಕಂಪನಿ ಆಯ್ಕೆಮಾಡಬಹುದು, ಆದರೆ ಸೂಕ್ತ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಕಾರ್ಯನೀತಿಯನ್ನು ಅಭಿವೃದ್ಧಿಗೊಳಿಸಲು 4 ಪಿ ಗಳ ಮಿಶ್ರಣವನ್ನು (ಉತ್ಪನ್ನ, ದರ, ಸ್ಥಳ, ಉತ್ತೇಜನ (ಪ್ರಾಡಕ್ಟ್, ಪ್ರೈಸ್, ಪ್ಲೇಸ್ ಮತ್ತು ಪ್ರಮೋಶನ್)- ಮಾರ್ಕೆಟಿಂಗ್ ಮಿಕ್ಸ್ ಎಂದು ಕರೆಯಲಾಗುತ್ತದೆ) ಯೋಜನಾಬದ್ಧವಾಗಿ ಮಾಡಬೇಕು.

ಮುಂದಿನ ವಿಭಾಗಗಳಲ್ಲಿ ಕೆಲವು ಸಾಧನಗಳು ಮತ್ತು ಕಾರ್ಯವಿಧಾನಗಳನ್ನು ಚರ್ಚಿಸಲಾಗಿದ್ದು, ಇವುಗಳನ್ನು ವ್ಯವಹಾರ ಕಾರ್ಯನೀತಿಯನ್ನು ಬೆಳವಣಿಗೆಗೊಳಿಸಲು ಉಲ್ಲೇಖಿಸಬಹುದು. ಇವುಗಳು ಕಾರ್ಯನೀತಿಗಳ ಸಂಪೂರ್ಣ ಪಟ್ಟಿಯಲ್ಲ, ಆದರೆ ಖಂಡಿತವಾಗಿ ಪ್ರಮುಖವಾದವುಗಳಾಗಿವೆ.

4.4.2 ಉತ್ಪನ್ನ ನೆಲೆಗೊಳಿಸುವಿಕೆ ಕಾರ್ಯನೀತಿ

ಒಮ್ಮೆ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯನ್ನು ವಿಭಾಗಗೊಳಿಸಿದಾಗ ಮತ್ತು ನಿರ್ದಿಷ್ಟ ವಿಭಾಗವೊಂದನ್ನು ಆಯ್ಕೆಮಾಡಿದಾಗ, ಆ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ವಿಭಾಗದಲ್ಲಿ ಉತ್ಪನ್ನವನ್ನು ಉತ್ಪಾದಕರ ಕಂಪನಿ ನೆಲೆಗೊಳಿಸಬೇಕಾಗುತ್ತದೆ. ಇದರರ್ಥ ಗ್ರಾಹಕರಿಗೆ ಉತ್ಪಾದಕರ ಕಂಪನಿ ಯು ತಾನು ಏನನ್ನು ನೀಡುತ್ತಿದ್ದೇನೆ ಮತ್ತು ಅದು ಸ್ಪರ್ಧಾಳುಗಳಿಗಿಂದ ಹೇಗೆ ವಿಭಿನ್ನವಾಗಿದೆ ಮತ್ತು ಉತ್ತಮವಾಗಿದೆ ಎಂದು ತಿಳಿಸಬೇಕಾಗುತ್ತದೆ.

ನೆಲೆಗೊಳಿಸುವಿಕೆಯನ್ನು ಮೂರು ಹಂತಗಳಲ್ಲಿ ಮಾಡಲಾಗುತ್ತದೆ:

◊ ಸ್ಪರ್ಧಾಳುಗಳಿಗೆ ಹೋಲಿಸಿದರೆ ಉತ್ಪನ್ನದ ಪ್ರಯೋಜನಗಳನ್ನು ಗುರುತಿಸುವುದು.
◊ ಸರಿಯಾದ ಪ್ರಯೋಜನಗಳನ್ನು ಆಯ್ಕೆಮಾಡುವುದು ಮತ್ತು ಅಂತಿಮವಾಗಿ.
◊ ಅಳವಡಿಸಿಕೊಂಡ ಇರಿಸುವಿಕೆಯನ್ನು ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗೆ ತಿಳಿಸುವುದು.

4.4.3 ನೆಲೆಗೊಳಿಸುವಿಕೆಯ ಮೂಲಭೂತ ಅಂಶಗಳು

ನಂತರ ಕೆಲವು ಉತ್ಪನ್ನಗಳನ್ನು ವಿಭಿನ್ನವಾಗಿ, ಗ್ರಾಹಕಕರ ನಿರ್ದಿಷ್ಟ ಅಗತ್ಯತೆಗಳನ್ನು ಅವಲಂಬಿಸಿ ನೆಲೆಗೊಳಿಸಬಹುದೆಂಬುದು ಇದೀಗ ಸ್ಪಷ್ಟವಾಗಿದೆ. ನೆಲೆಗೊಳಿಸುವಿಕೆಯ ಮೂಲಭೂತ ಅಂಶವನ್ನು ಅರ್ಥಮಾಡಿಕೊಳ್ಳಲು, ಉತ್ಪಾದಕರ ಕಂಪನಿ ಯು ನಿಗದಿಪಡಿಸಿದ ಪ್ರದೇಶದಲ್ಲಿ ರೈತರಿಗೆ ಒದಗಿಸುವ ಉದ್ದೇಶಿಸಿರುವ ಉತ್ಪನ್ನಗಳಾದ, ಕೃಷಿ-ಕ್ಲಿನಿಕ್ ಸೇವೆಗಳನ್ನು ನೆಲೆಗೊಳಿಸುವ ಕುರಿತಂತೆ ನೋಡೋಣ:

◊ ನಿರ್ದಿಷ್ಟ ಉತ್ಪನ್ನ ಲಕ್ಷಣಗಳು: ಉತ್ಪನ್ನ ಪತ್ತೆಹಚ್ಚುವಿಕೆ ಮತ್ತು ಪರಿಹಾರ, ಕಡಿಮೆ ವೆಚ್ಚದ ಪರಿಹಾರ, ಕೃಷಿ-ಭೂಮಿಯಲ್ಲಿನ ಸೇವೆಗಳು, ನಿರಂತರ ಅನುಸರಿಸುವಿಕೆ.
◊ ಪ್ರಯೋಜನಗಳು, ಸಮಸ್ಯೆ/ಪರಿಹಾರಗಳು ಅಥವಾ ಅಗತ್ಯತೆಗಳು: ನೋಂದಣಿಯ 24 ಗಂಟೆಗಳ ನಂತರ ಒದಗಿಸಿದ ಸೇವೆಗಳು, ಅನುಭವಿಗಳ ಸಲಹೆಗಳು, ನೈಜವಾದ ಮತ್ತು ಕೈಗೆಟುಕುವ ಬೆಲೆಯಲ್ಲಿ ದೊರೆಯುವ ಕೃಷಿ-ರಾಸಾಯನಿಕಗಳ ಪೂರೈಕೆ.
◊ ನಿರ್ದಿಷ್ಟ ಬಳಕೆಯ ಸಂದರ್ಭಗಳು: ಕೃಷಿ ಭೂಮಿಯಲ್ಲಿನ ಸೇವೆಗಳು. ಗ್ರಾಹಕರು ಅನುಭವಿಗಳನ್ನು ತಮ್ಮ ಕೃಷಿ ಭೂಮಿಗೆ ಕರೆಯಬಹುದು ಮತ್ತು ಸಮಸ್ಯೆಗಳು ಮತ್ತು ಪರಿಹಾರಗಳನ್ನು ಚರ್ಚಿಸಬಹುದು.
◊ ಬಳಕೆದಾರ ವರ್ಗ: ಸೇವೆಗಳು ಚಿಕ್ಕ ಪ್ರಮಾಣದ ಹೋಲ್ಡಿಂಗ್‌ಗಳನ್ನು ಹೊಂದಿರುವ ರೈತರುಗಳಿಗೆ ಸೂಕ್ತವಾಗಿದೆ ಮತ್ತು ಕೃಷಿಯ ಮೇಲೆ ಹೆಚ್ಚು ಹೂಡಿಕೆ ಮಾಡಲಾಗುವುದಿಲ್ಲ.

ಮತ್ತೊಂದು ಸೇವೆಗಳ ವಿರುದ್ಧ: ಕೃಷಿ-ಕ್ಲಿನಿಕ್ ಸೇವೆಗಳು ಸರ್ಕಾರಿ ವಿಸ್ತೃತ ಸೇವೆಗಳಿಗಿಂತ ಹೆಚ್ಚು ವಿಶ್ವಾಸಾರ್ಹವಾಗಿದೆ.

4.4.4 ದರ ಮತ್ತು ಪ್ರಚಾರವನ್ನು ಆಧರಿಸಿ ಕಾರ್ಯನೀತಿಗಳು

ದರ ಮತ್ತು ಪ್ರಚಾರದ ವೆಚ್ಚದ ಮಟ್ಟವು ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯಲ್ಲಿ

TABLE 5: S/W ANALYSIS OF MARKETING OF COLLECTIVE PRODUCE OF SMALL FARMERS		
FACTORS	**STRENGTHS**	**WEAKNESSES**
The uniqueness of PC's product/ service with respect to competitor's	Small farmers' produce to which the market has positive sensitivity.	
Payment terms		No credit terms
Quality of manpower and their experience	Technically qualified and experienced in agribusiness	Not experienced in marketing.
Pricing	Same as competitor or less	
Standing in the market	Being a small producers PC there is a sympathy in the market	Not very well known

to competitors.

Based on the strategies chosen, the Marketing Mix (4 P's of Marketing) could be formulated and the marketing plan written. It should cover the following:

- Target markets.
- Competition.
- Environment.
- Product/service.
- Price.
- Place.
- Promotion.
- Targeted sales in the coming year and projections for the next two years.

A suggested outline is provided here to write the market plan.

ಕೋಷ್ಟಕ 5: ಚಿಕ್ಕ ರೈತರುಗಳ ಒಟ್ಟಾರೆ ಉತ್ಪಾದನೆಯ ಮಾರ್ಕೆಟಿಂಗ್‌ನ ಎಸ್/ಡಬ್ಲ್ಯೂ ವಿಶ್ಲೇಷಣೆ		
ಅಂಶಗಳು	**ಸಾಮರ್ಥ್ಯಗಳು**	**ದುರ್ಬಲತೆ**
ಪ್ರತಿಸ್ಪರ್ಧಿಗಳಿಗೆ ಹೋಲಿಸಿದರೆ ಉತ್ಪಾದಕರ ಕಂಪನಿ ಗಳ ಉತ್ಪನ್ನ/ ಸೇವೆಯ ಅನನ್ಯತೆ	ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯು ಧನಾತ್ಮಕ ಸೂಕ್ಷ್ಮತೆಯನ್ನು ಹೊಂದಿರುವುದಕ್ಕೆ ಚಿಕ್ಕ ರೈತರುಗಳ ಉತ್ಪನ್ನ.	
ಪಾವತಿ ನಿಯಮಗಳು		ಸಾಲದ ನಿಯಮಗಳಿಲ್ಲ
ಮಾನವ ಶಕ್ತಿಯ ಗುಣಮಟ್ಟ ಮತ್ತು ಅವರ ಅನುಭವ	ಕೃಷಿ ವ್ಯವಹಾರದಲ್ಲಿ ತಾಂತ್ರಿಕವಾಗಿ ಅರ್ಹತೆ ಪಡೆದಿರುವುದು ಮತ್ತು ಅನುಭವ ಪಡೆದಿರುವುದು	ಮಾರ್ಕೆಟಿಂಗ್‌ನಲ್ಲಿ ಅನುಭವವಿಲ್ಲ.
ದರ ನಿಗದಿಪಡಿಸುವಿಕೆ	ಸ್ಪರ್ಧಾಳುಗಳಂತೆಯೇ ಅಥವಾ ಕಡಿಮೆ	
ಮಾರ್ಕೆಟ್‌ನಲ್ಲಿ ಸ್ಥಿತಿ	ಚಿಕ್ಕ ರೈತರುಗಳ ಉತ್ಪಾದಕರ ಕಂಪನಿ ಯಾಗಿ, ಮಾರ್ಕೆಟ್‌ನಲ್ಲಿ ಅನುಕಂಪವಿದೆ	ಚಿರಪರಿಚಿತವಾಗಿಲ್ಲ

ತಳವೂರುವ ಉದ್ದೇಶಗಳನ್ನು ಸಾಧಿಸಲು ತೀರಾ ಪ್ರಮುಖ ಸಾಧನಗಳಾಗಿದೆ. ಉದಾಹರಣೆಗೆ, ದೊಡ್ಡ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಹಂಚಿಕೆಯನ್ನು ತ್ವರಿತವಾಗಿ ಪಡೆದುಕೊಳ್ಳುವ ಉದ್ದೇಶವಿದ್ದರೆ, ಕಾರ್ಯನೀತಿಯು ಕಡಿಮೆ ದರ ಮತ್ತು ಅಧಿಕ ಡೆಸಿಬಲ್ ಪ್ರಚಾರದ ಸಂಯೋಜನೆಯಾಗಿದ್ದು ದೊಡ್ಡ ಪ್ರಮಾಣದ ಮಾರಾಟಗಳಿಗೆ ಕಾರಣವಾಗುತ್ತದೆ. ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಕಾರ್ಯನೀತಿಗಳನ್ನು ಆಗಾಗ್ಗೆ ಗುಣಮಟ್ಟ ಮತ್ತು ದರದ ಮಟ್ಟದಲ್ಲಿ ನಿರ್ಧರಿಸಲಾಗುತ್ತದೆ ಮತ್ತು ಪ್ರತಿಸ್ಪರ್ಧಿಗಳಿಗೆ ಹೋಲಿಸಿದೆ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ವಿಭಾಗವನ್ನು ಆಯ್ಕೆಮಾಡಲು ನೀಡಬಹುದು.

ಆಯ್ಕೆಮಾಡಿದ ಕಾರ್ಯನೀತಿಗಳನ್ನು ಆಧರಿಸಿ, ಮಾರ್ಕೆಟಿಂಗ್ ಮಿಕ್ಸ್ (ಮಾರ್ಕೆಟಿಂಗ್‌ನ 4 ಪಿ ಗಳು) ಅನ್ನು ರೂಪಿಸಬಹುದು ಮತ್ತು ಮಾರ್ಕೆಟಿಂಗ್ ಯೋಜನೆಯನ್ನು ಬರೆಯಲಾಗುತ್ತದೆ. ಅದು ಮುಂದಿನವುಗಳನ್ನು ಒಳಗೊಂಡಿರಬೇಕು:

- ◊ ಗುರಿಪಡಿಸಿದ ಮಾರ್ಕೆಟ್‌ಗಳು.
- ◊ ಸ್ಪರ್ಧೆ.
- ◊ ವಾತಾವರಣ.
- ◊ ಉತ್ಪನ್ನ/ಸೇವೆ.
- ◊ ದರ.
- ◊ ಸ್ಥಳ.
- ◊ ಪ್ರಚಾರ.
- ◊ ಮುಂಬರುವ ವರ್ಷದಲ್ಲಿ ಗುರಿಪಡಿಸಿದ ಮಾರಾಟಗಳು ಮತ್ತು ಮುಂದಿನ ಎರಡು ವರ್ಷಗಳಿಗೆ ಯೋಜನೆ.

ಸಲಹೆ ನೀಡಿದ ಮುಖ್ಯಾಂಶವನ್ನು ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಯೋಜನೆಯನ್ನು ಬರೆಯಲು ಇಲ್ಲಿ ಒದಗಿಸಲಾಗುತ್ತದೆ.

4.4.5 The PC's Marketing Plan

This is the marketing plan of ____

I. MARKET ANALYSIS

1. Target Market
   - i Who are the customers? Write a brief description of the target customers. (You may write about age, sex, education occupations, occasions of use, frequency of use, income levels, geographic location, etc.)
   - ii We will be targeting customers by:
     a. Products & Target Customers

SL. NO.	PRODUCT LINE	TARGET CUSTOMER
1		
2		
3		

b. Geographic area

iii Expected sales in the coming year

SL. NO.	MONTHS	PRODUCT LINE 1	PRODUCT LINE 2	PRODUCT LINE 3
1	April			
2	May			
3	June			
4	July			
5	Aug			
6	Sep			
7	Oct			
8	Nov			
9	Dec			
10	Jan			
11	Feb			
12	March			
	Total			

2. Competition
   Who are our competitors?

NAME: ____

ADDRESS: ____

Years in business: ____

Market share: ____

Price/Strategy ____

PRODUCT/SERVICE

Features: ____

(Note: write two more competitors using same template)

4.4.5 ಉತ್ಪಾದಕರ ಕಂಪನಿ ಯ ಮಾರ್ಕೆಟಿಂಗ್ ಯೋಜನೆ

ಇದು ____ ಅದರ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಯೋಜನೆಯಾಗಿದೆ

I. ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ವಿಶ್ಲೇಷಣೆ

1. ಗುರಿಪಡಿಸಿದ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ

i ಗ್ರಾಹಕರುಗಳು ಯಾರು?ಗುರಿಯಾಗಿರಿಸಿರುವ ಗ್ರಾಹಕರುಗಳ ಬಗ್ಗೆ ಸಂಕ್ಷಿಪ್ತ ವಿವರಣೆಯನ್ನು ಬರೆಯಿರಿ. (ನೀವು ವಯಸ್ಸು, ಲಿಂಗ, ಶಿಕ್ಷಣ, ವೃತ್ತಿಗಳು, ಬಳಕೆಯ ಸಂದರ್ಭ, ಬಳಕೆಯ ಆವರ್ತನೆ, ಆದಾಯದ ಮಟ್ಟಗಳು, ಭೌಗೋಳಿಕ ಸ್ಥಾನ, ಇತ್ಯಾದಿಗಳ ಬಗ್ಗೆ ಬರೆಯಬಹುದು)

ii ನಾನು ಈ ಮೂಲಕ ಗ್ರಾಹಕರನ್ನು ಗುರಿಪಡಿಸುತ್ತಿದ್ದೇವೆ:

a. ಉತ್ಪನ್ನಗಳು ಮತ್ತು ಗುರಿಪಡಿಸಿದ ಗ್ರಾಹಕರು.

কর্ম সং	উত্পাদন লাইন	লক্ষ্য কের্তা
١		
٢		
٣		

b. ಭೌಗೋಳಿಕ ಪ್ರದೇಶ

iii ಮುಂಬರುವ ವರ್ಷದಲ್ಲಿ ನಿರೀಕ್ಷಿತ ಮಾರಾಟಗಳು.

ಕ್ರಮ ಸಂಖ್ಯೆ.	ತಿಂಗಳುಗಳು	ಉತ್ಪನ್ನ ಸಾಲು 1	ಉತ್ಪನ್ನ ಸಾಲು 2	ಉತ್ಪನ್ನ ಸಾಲು 3
1	ಏಪ್ರಿಲ್			
2	ಮೇ			
3	ಜೂನ್			
4	ಜುಲೈ			
5	ಆಗಸ್ಟ್			
6	ಸೆಪ್ಟೆಂಬರ್			
7	ಅಕ್ಟೋಬರ್			
9	ನವೆಂಬರ್			
10	ಡಿಸೆಂಬರ್			
11	ಜನವರಿ			
12	ಫೆಬ್ರುವರಿ			
13	ಮಾರ್ಚ್			
	ಒಟ್ಟು			

2. ಸ್ಪರ್ಧೆ

ನಮ್ಮ ಪ್ರಮುಖ ಸ್ಪರ್ಧಾಳುಗಳು ಯಾರು?

ಹೆಸರು: ______________________________

ವಿಳಾಸ: ______________________________

ವ್ಯವಹಾರದಲ್ಲಿರುವ ವರ್ಷಗಳು: ______________________________

ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಪಾಲು: ______________________________

ದರ/ಕಾರ್ಯನೀತಿ: ______________________________

ಉತ್ಪನ್ನ/ಸೇವೆ

ಲಕ್ಷಣಗಳು: ______________________________

(ಗಮನಿಸಿ: ಒಂದೇ ಟೆಂಪ್ಲೇಟ್ ಅನ್ನು ಬಳಸಿಕೊಂಡು ಎರಡು ಅಥವಾ ಹೆಚ್ಚು ಸ್ಪರ್ಧಾಳುಗಳನ್ನು ಬರೆಯಿರಿ)

How competitive is the market?

HIGH: ____

MEDIUM:____

LOW: ____

3. List below your strengths and weaknesses compared to your competitor's (consider such areas as location, size of resources, reputation, services, personnel, etc.):

STRENGTHS	WEAKNESSES
1.	1.
2.	2.
3.	3.

Environment

1. List below your strengths and weaknesses compared to your competitor's (consider such areas as location, size of resources, reputation, services, personnel, etc.):

____

____

2. The following are some important legal factors that will affect our market such as APMC imposes levies for purchase of agri commodities outside the market yard

____

____

3. The following are some important government factors (such as, Govt. policies banning inter-state transfer of food commodities, Govt. provides subsidy to procure directly from the farmers etc.)

____

____

II. PRODUCT OR SERVICE ANALYSIS

A. Description

1. Describe here what the product/service is and what it does:

____

____

ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯು ಎಷ್ಟು ಸ್ಪರ್ಧಾತ್ಮಕವಾಗಿದೆ?

ಹೆಚ್ಚು: ______

ಮಧ್ಯಮ: ______

ಕಡಿಮೆ: ______

3. ನಿಮ್ಮ ಸ್ಪರ್ಧಾಳುಗಳಿಗೆ ಹೋಲಿಸಿದರೆ ನಿಮ್ಮ ಸಾಮರ್ಥ್ಯಗಳು ಮತ್ತು ದುರ್ಬಲತೆಗಳನ್ನು ಪಟ್ಟಿ ಮಾಡಿ (ಸ್ಥಳ, ಸಂಪನ್ಮೂಲಗಳ ಗಾತ್ರ, ಪ್ರಖ್ಯಾತಿ, ಸೇವೆಗಳು, ಸಿಬ್ಬಂದಿ, ಇತ್ಯಾದಿ ಕ್ಷೇತ್ರಗಳನ್ನು ಪರಿಗಣಿಸಿ):

ಸಾಮರ್ಥ್ಯಗಳು	ದುರ್ಬಲತೆಗಳು
1.	1.
2.	2.
3.	3.

ವಾತಾವರಣ

1. ನಿಮ್ಮ ಪ್ರತಿಸ್ಪರ್ಧಿಗಳಿಗೆ ಹೋಲಿಸಿದೆ ನಿಮ್ಮ ಸಾಮರ್ಥ್ಯಗಳು ಮತ್ತು ದೌರ್ಬಲ್ಯಗಳನ್ನು ಪಟ್ಟಿ ಮಾಡಿ (ಸ್ಥಳ, ಸಂಪನ್ಮೂಲಗಳ ಗಾತ್ರ, ಪ್ರಖ್ಯಾತಿ, ಸೇವೆಗಳು, ಸಿಬ್ಬಂದಿ, ಇತ್ಯಾದಿಯಂತಹ ಕ್ಷೇತ್ರಗಳನ್ನು ಪರಿಗಣಿಸಿ):

______

______

2. ಈ ಮುಂದಿನವುಗಳಲ್ಲಿ ಕೆಲವು ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಯಾರ್ಡ್ ಹೊರಗೆ ಕೃಷಿ ಉತ್ಪನ್ನಗಳನ್ನು ಖರೀದಿ ಮಾಡುವುದರ ಮೇಲೆ ಎಪಿಎಂಸಿ ವಿಧಿಸುವ ಲೆವಿಗಳಂತಹ ನಮ್ಮ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯ ಮೇಲೆ ಪರಿಣಾಮ ಬೀರುವ ಪ್ರಮುಖ ಕಾನೂನು ಅಂಶಗಳಾಗಿವೆ.

______

______

3. ಈ ಮುಂದಿನವುಗಳಲ್ಲಿ ಕೆಲವು ಕೆಲವು ಪ್ರಮುಖ ಸರ್ಕಾರಿ ಅಂಶಗಳಾಗಿವೆ (ಆಹಾರ ಪದಾರ್ಥಗಳ ಅಂತರಾಜ್ಯ ವರ್ಗಾವಣೆಯನ್ನು ನಿಷೇಧಿಸುವ ಸರ್ಕಾರಿ ನೀತಿಗಳು, ರೈತರುಗಳಿಂದ ನೇರವಾಗಿ ಪಡೆದುಕೊಳ್ಳುವುದಕ್ಕಾಗಿ ಸರ್ಕಾರವು ಸಬ್ಸಿಡಿಯನ್ನು ನೀಡುವುದು, ಇತ್ಯಾದಿ)

______

______

II. ಉತ್ಪನ್ನ ಅಥವಾ ಸೇವೆ ವಿಶ್ಲೇಷಣೆ

A. ವಿವರಣೆ

1. ಉತ್ಪನ್ನ/ಸೇವೆಗಳು ಯಾವುದು ಮತ್ತು ಅವುಗಳು ಏನು ಮಾಡುತ್ತವೆ ಎಂಬುದನ್ನು ಇಲ್ಲಿ ವಿವರಿಸಿ:

______

______

B. Comparison

1. What advantages does our product/service have over those of the competitor's (consider such things as unique features, expertise, guaranteed services, on-farm services, etc.)?

____

____

2. What disadvantages does it have?

____

____

C. Some Considerations

1. Where will you get your materials and supplies?

____

2. List other considerations:

____

____

III. MARKETING STRATEGIES – MARKET MIX

A. Image

1. First, what kind of image do we want to have (such as small producers organization, quality service, professional management, low price, convenience)

____

B. Features

1. List the features that we will emphasise:

   a. ____

   b. ____

C. Features

1. We will be using the following pricing strategy:

   a. Markup on cost[18] ______________________ What% mark up? ______________________

   b. Competitive[19] ____

   c. Below competition ____

   d. Other ____

B. ಹೋಲಿಕೆ

1. ಸ್ಪರ್ಧಾಳುಗಳಿಗೆ ಹೋಲಿಸಿದರೆ ನಮ್ಮ ಉತ್ಪನ್ನ/ಸೇವೆಯು ಯಾವ ಪ್ರಯೋಜನಗಳನ್ನು ಹೊಂದಿವೆ (ಅನನ್ಯ ವೈಶಿಷ್ಟ್ಯಗಳು, ನೈಪುಣ್ಯತೆ, ಖಾತ್ರಿಯುತ ಸೇವೆಗಳು, ಕೃಷಿ ಭೂಮಿಯಲ್ಲಿನ ಸೇವೆ, ಇತ್ಯಾದಿ)?

2. ಅದು ಯಾವ ಅನಾನುಕೂಲತೆಗಳನ್ನು ಹೊಂದಿದೆ?

C. ಕೆಲವು ಪರಿಗಣನೆಗಳು

1. ನಿಮ್ಮ ವಸ್ತುಗಳು ಮತ್ತು ಪೂರೈಕೆಗಳನ್ನು ನೀವು ಎಲ್ಲಿ ಪಡೆಯುವಿರಿ?

2. ಇತರ ಪರಿಗಣನೆಗಳನ್ನು ಪಟ್ಟಿ ಮಾಡಿ:

III. ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಕಾರ್ಯನೀತಿಗಳು – ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಮಿಶ್ರಣ
A. ಕಲ್ಪನೆ

1. ಮೊದಲು, ಯಾವ ಪ್ರಕಾರದ ಕಲ್ಪನೆಯನ್ನು ನಾವು ಹೊಂದಲು ಬಯಸುತ್ತೇವೆ (ಚಿಕ್ಕ ಉತ್ಪಾದಕರ ಸಂಸ್ಥೆ, ಗುಣಮಟ್ಟದ ಸೇವೆ, ವೃತ್ತಿಪರ ನಿರ್ವಹಣೆ, ಕಡಿಮೆ ದರ, ಅನುಕೂಲಕರತೆ)

B. ವೈಶಿಷ್ಟ್ಯಗಳು

1. ನಾವು ಪ್ರಾಮುಖ್ಯತೆ ನೀಡುವ ವೈಶಿಷ್ಟ್ಯಗಳನ್ನು ಪಟ್ಟಿ ಮಾಡಿ:

   a. ______

   b. ______

C. ವೈಶಿಷ್ಟ್ಯಗಳು

1. ನಾವು ಮುಂದಿನ ದರ ಕಾರ್ಯನೀತಿಯನ್ನು ಬಳಸುತ್ತೇವೆ:

   a. ವೆಚ್ಚದ ಮೇಲೆ ಮಾರ್ಕಪ್[18] ______ % ಮಾರ್ಕ್ ಅಪ್ ಅಂದರೇನು? ______

   b. ಸ್ಪರ್ಧಾತ್ಮಕತೆ[19] ______

   c. ಸ್ಪರ್ಧಾತ್ಮಕತೆಗಿಂತ ಕಡಿಮೆ ______

   d. ಇತರೆ ______

2. Are our prices in line with our image?

YES___________________________ NO___________________________

3. Do our prices cover costs and leave a margin of profit?

____

D. Customer Services

1. List the customer services we provide:

a. ____

b. ____

2. These are our sales/credit terms:

a. ____

b. ____

3. The competition offers the following services:

a. ____

b. ____

E. Advertising/Promotion

1. These are the things we wish to say about the business:

____

____

2. We will use the following advertising/promotion sources:

a. ____

b. ____

PART THREE

2. ನಮ್ಮ ದರಗಳು ನಮ್ಮ ಕಲ್ಪನೆಯ ರೀತಿಯಲ್ಲಿವೇ ಇವೆಯೇ?

ಹೌದು ________________________ ಇಲ್ಲ ________________________

3. ನಮ್ಮ ದರಗಳು ವೆಚ್ಚಗಳನ್ನು ಸರಿದೂಗಿಸುತ್ತವೆಯೇ ಮತ್ತು ಲಾಭದ ಅಂಶವನ್ನು ಉಳಿಸುತ್ತವೆಯೇ?

____

D. ಗ್ರಾಹಕರ ಸೇವೆಗಳು

1. ನಾವು ಒದಗಿಸುವ ಗ್ರಾಹಕರ ಸೇವೆಗಳನ್ನು ಪಟ್ಟಿ ಮಾಡಿ:

   a.____

   b.____

2. ಇವುಗಳು ನಮ್ಮ ಮಾರಾಟಗಳು/ಸಾಲದ ನಿಯಮಗಳಾಗಿವೆ:

   a.____

   b.____

3. ಸ್ಪರ್ಧೆಯು ಮುಂದಿನ ಸೇವೆಗಳನ್ನು ನೀಡುತ್ತದೆ:

   a.____

   b.____

E. ಜಾಹೀರಾತು/ಪ್ರಚಾರ

1. ವ್ಯವಹಾರದ ಬಗ್ಗೆ ನಾವು ಹೇಳಲು ಬಯಸುವ ಅಂಶಗಳು ಇವುಗಳಾಗಿವೆ:

____

____

2. ನಾವು ಮುಂದಿನ ಜಾಹೀರಾತು/ಪ್ರಚಾರದ ಮೂಲಗಳನ್ನು ಬಳಸುತ್ತೇವೆ:

   a. ____

   b. ____

4.5 FINANCIAL PLAN

The last part of the business planning process is the preparation of the financial plan. It is based on the marketing plan. The topics covered in this section are:

A. Concepts of finance

- ◊ Budget and its importance
- ◊ Fixed and variable costs
- ◊ Working capital

B. Financial Analysis

- ◊ Break-even sales and BE Analysis
- ◊ Interest rates calculations
- ◊ Net Present Value
- ◊ Internal rate of return
- ◊ Cash flow statement

C. Sensitivity analysis

- ◊ Acid test ratio
- ◊ Debt service coverage ratio

4.5.1 What is a 'Budget'?

For any entrepreneur or business, 'budget' is the ultimate tool with which to monitor and keep a control over the business. A budget is a forecast of all cash sources and expenditures. Budgets help to determine how much money you have, where to use it, and whether you can achieve your financial targets. It shows the flow of money into, through and out of the business. The three basic elements of a budget are:

- ◊ Sales revenue
- ◊ Costs and
- ◊ Profits

Sales revenue: Sales revenues are the key figures in any budget. One has to estimate the sales revenues that would accrue to the business as accurately as possible. These should be based upon the past sales records or the industry averages. Once the sales targets have been fixed (as accurately as possible), then the necessary costs can be estimated which would help in realizing the sales revenues.

Costs: Estimating costs in any business is a complicated procedure. Small changes in the assumptions on which the costs are estimated can render the whole budgeting exercise futile. Costs are of two types – one that changes with volumes of sales and other that do not change. These are called variable costs and fixed costs, respectively.

Variable costs: Variable costs are those that change directly with the sales volumes or with the size of the business. For example the cost of inventory or raw material is a variable cost. The more you sell, the more raw material you have to purchase and vice-versa. Suppose you are in the business of aggregating the agriculture produces and sell it in the bigger market. The more number of farmers you add to aggregate produce, the more you have to spend on procurement, grading, transportation, etc.

Fixed costs: Fixed costs are those which remain unaffected by the sales volumes. This means that you have to incur them, no matter how much is the sales volume. Rent or certain number of staff hired for the business are good example of fixed costs.

Profits: For any business to be viable in the long run, the sales revenues must always be greater than the costs. This difference in the sales and the costs is called profit. Simply put:

Sales – Costs = Profits

Or in other words:

Sales = Costs + Profits

This means that one should target the sales to be of such a volume that it covers all the costs and also have a reasonable amount of profits which is atleast equal to the benchmarked Return on Investment.

4.5.2 What is working capital?

Working capital is the difference between business's current assets and its current liabilities. In simple terms working capital is the amount of money required by a business to cover its short term liabilities. Working capital includes:

- ◊ Cash
- ◊ Marketable securities
- ◊ Accounts receivables
- ◊ Inventories
- ◊ Accounts payable, and
- ◊ Wages/salaries and taxes

Since any firm or business has about 40% of its capital

4.5 ಹಣಕಾಸು ಯೋಜನೆ

ವ್ಯವಹಾರ ಯೋಜನೆ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆಯ ಕೊನೆಯ ಭಾಗವು ಹಣಕಾಸು ಯೋಜನೆಯ ತಯಾರಿಯಾಗಿದೆ. ಇದು ಮಾರ್ಕೆಟಿಂಗ್ ಯೋಜನೆ ಆಧರಿಸಿರುತ್ತದೆ. ಈ ವಿಭಾಗದಲ್ಲಿ ಒಳಗೊಳ್ಳುವ ವಿಷಯಗಳೆಂದರೆ:

A. ಹಣಕಾಸಿನ ಪರಿಕಲ್ಪನೆಗಳು

◊ ಬಜೆಟ್ ಮತ್ತು ಅದರ ಪ್ರಾಮುಖ್ಯತೆ
◊ ಸ್ಥಿರ ಮತ್ತು ಮಾರ್ಪಡಿಸಲಾಗುವ ವೆಚ್ಚಗಳು
◊ ದುಡಿಯುವ ಬಂಡವಾಳ

B. ಹಣಕಾಸು ವಿಶ್ಲೇಷಣೆ

◊ ಲಾಭ ನಷ್ಟ ಸಮನಾಗುವ ಮಾರಾಟಗಳು ಮತ್ತು ಬಿಇ ವಿಶ್ಲೇಷಣೆ
◊ ಬಡ್ಡಿ ದರಗಳ ಲೆಕ್ಕಾಚಾರಗಳು
◊ ಒಟ್ಟು ಪ್ರಸ್ತುತ ಮೌಲ್ಯ
◊ ರಿಟರ್ನ್‌ನ ಆಂತರಿಕ ದರ
◊ ಕ್ಯಾಶ್ ಫ್ಲೋ ಸ್ಟೇಟ್‌ಮೆಂಟ್

C. ಸೆನ್ಸಿಟಿವಿಟಿ ವಿಶ್ಲೇಷಣೆ

◊ ಆಸಿಡ್ ಟೆಸ್ಟ್ ಅನುಪಾತ
◊ ಡೆಬಿಟ್ ಸೇವೆ ಕವರೇಜ್ ಅನುಪಾತ

4.5.1 'ಬಜೆಟ್' ಎಂದರೇನು?

ಯಾವುದೇ ಉದ್ಯಮ ಅಥವಾ ವ್ಯವಹಾರಕ್ಕೆ, ಬಜೆಟ್ ಎನ್ನುವುದು ಅಗತ್ಯವಾದ ಸಾಧನವಾಗಿದ್ದು, ಇದರಿಂದ ವ್ಯವಹಾರದ ಮೇಲ್ವಿಚಾರಣೆ ಮತ್ತು ನಿಯಂತ್ರಣವನ್ನು ಮಾಡಬಹುದು. ಬಜೆಟ್ ಎನ್ನುವುದು ನಗದು ಮೂಲಗಳು ಮತ್ತು ವೆಚ್ಚಗಳಿಗೆ ಮುನ್ಸೂಚನೆ ಆಗಿದೆ. ಬಜೆಟ್‌ಗಳು ನೀವು ಎಷ್ಟು ಹಣವನ್ನು ಹೊಂದಿದ್ದೀರಿ, ಅದನ್ನು ಎಲ್ಲಿ ಬಳಸಬೇಕು ಮತ್ತು ನಿಮ್ಮ ಹಣಕಾಸು ಗುರಿಗಳನ್ನು ನೀವು ಸಾಧಿಸಬಹುದೇ ಎಂಬುದನ್ನು ನಿರ್ಧರಿಸಲು ಸಹಾಯ ಮಾಡುತ್ತವೆ. ಇದು ವ್ಯವಹಾರದೊಳಗೆ ಮತ್ತು ಅಲ್ಲಿಂದ ಹೊರಹೋಗುವ ಹಣದ ಹರಿವನ್ನು ತೋರಿಸುತ್ತದೆ. ಬಜೆಟ್‌ನ ಮೂರು ಮೂಲಭೂತ ಅಂಶಗಳೆಂದರೆ:

◊ ಮಾರಾಟಗಳ ಆದಾಯ
◊ ವೆಚ್ಚಗಳು ಮತ್ತು
◊ ಲಾಭಗಳು

ಮಾರಾಟಗಳ ಆದಾಯ: ಮಾರಾಟಗಳ ಆದಾಯವು ಯಾವುದೇ ಬಜೆಟ್‌ನಲ್ಲಿ ಪ್ರಮುಖ ಅಂಕಿಅಂಶಗಳಾಗಿರುತ್ತದೆ. ವ್ಯವಹಾರದಲ್ಲಿ ಉಂಟಾಗುವ ಮಾರಾಟಗಳ ಆದಾಯಗಳನ್ನು ಎಷ್ಟು ಸಾಧ್ಯವೋ ಅಷ್ಟು ನಿಖರವಾಗಿ ಅಂದಾಜಿಸಬೇಕು. ಇದು ಹಿಂದಿನ ಮಾರಾಟಗಳ ದಾಖಲೆಗಳು ಅಥವಾ ಉದ್ಯಮದ ಸರಾಸರಿಯ ಮೇಲೆ ಅವಲಂಬಿತವಾಗಿರಬೇಕು. ಒಮ್ಮೆ ಮಾರಾಟದ ಗುರಿಗಳನ್ನು ಸ್ಥಿರಗೊಳಿಸಿದಾಗ (ಎಷ್ಟು ಸಾಧ್ಯವೋ ಅಷ್ಟು ನಿಖರವಾಗಿ), ಆಗ ಅಗತ್ಯ ವೆಚ್ಚಗಳನ್ನು ಅಂದಾಜಿಸಬಹುದು ಮತ್ತು ಇದು ಮಾರಾಟಗಳ ಆದಾಯಗಳನ್ನು ಕಂಡುಕೊಳ್ಳುವಲ್ಲಿ ಸಹಾಯ ಮಾಡುತ್ತದೆ.

ವೆಚ್ಚಗಳು: ಯಾವುದೇ ವ್ಯವಹಾರದಲ್ಲಿ ವೆಚ್ಚಗಳನ್ನು ಅಂದಾಜು ಮಾಡುವುದು ಸಂಕೀರ್ಣವಾದ ಕಾರ್ಯವಿಧಾನವಾಗಿದೆ. ವೆಚ್ಚಗಳನ್ನು ಅಂದಾಜು ಮಾಡುವಿಕೆಯಲ್ಲಿ ಚಿಕ್ಕ ಬದಲಾವಣೆಗಳು ಸಂಪೂರ್ಣ ಬಜೆಟ್ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆಯನ್ನು ಹಾಳುಗೆಡವಬಹುದು. ವೆಚ್ಚಗಳು ಎರಡು ಪ್ರಕಾರಗಳದ್ದಾಗಿದೆ – ಮೊದಲನೆಯದು ಮಾರಾಟಗಳ ಪ್ರಮಾಣದ ಮೇಲೆ ಬದಲಾಗುವಂತಹದ್ದು ಹಾಗೂ ಮತ್ತೊಂದು ಬದಲಾಗದೇ ಇರುವಂತಹದ್ದು. ಇವುಗಳನ್ನು ಅನುಕ್ರಮವಾಗಿ ಮಾರ್ಪಡಿಸಲಾಗುವ ವೆಚ್ಚಗಳು ಮತ್ತು ಸ್ಥಿರ ವೆಚ್ಚಗಳೆಂದು ಕರೆಯಲಾಗುತ್ತದೆ

ಮಾರ್ಪಡಿಸಲಾಗುವ ವೆಚ್ಚಗಳು: ಮಾರ್ಪಡಿಸಲಾಗುವ ವೆಚ್ಚಗಳೆಂದರೆ ಮಾರಾಟಗಳ ಪ್ರಮಾಣಗಳ ಅಥವಾ ವ್ಯವಹಾರದ ಗಾತ್ರದ ಆಧಾರದಲ್ಲಿ ನೇರವಾಗಿ ಬದಲಾಗುವಂತಹದ್ದಾಗಿವೆ. ಉದಾಹರಣೆಗಾಗಿ ಇನ್ವೆಂಟರಿ ಅಥವಾ ಕಚ್ಚಾ ಪದಾರ್ಥಗಳ ವೆಚ್ಚವು ಮಾರ್ಪಡಿಸಲಾಗುವ ವೆಚ್ಚವಾಗಿದೆ. ನೀವು ಹೆಚ್ಚು ಮಾರಾಟ ಮಾಡಿದಷ್ಟೂ ನೀವು ಹೆಚ್ಚೆಚ್ಚು ಕಚ್ಚಾ ಪದಾರ್ಥಗಳನ್ನು ಖರೀದಿ ಮಾಡಬೇಕು ಮತ್ತು ಕಡಿಮೆ ಮಾರಾಟವಾದರೆ ಕಡಿಮೆ ಕಚ್ಚಾ ಪದಾರ್ಥ ವೆಚ್ಚವಾಗುತ್ತದೆ. ಉದಾಹರಣೆಗೆ ನೀವು ಕೃಷಿ ಉತ್ಪನ್ನಗಳನ್ನ ಸಂಗ್ರಹಿಸಿ ಅದನ್ನು ದೊಡ್ಡ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯಲ್ಲಿ ಮಾರಾಟ ಮಾಡುವ ವ್ಯವಹಾರ. ಉತ್ಪನ್ನಗಳನ್ನು ಸಂಗ್ರಹಿಸಲು ನೀವು ಹೆಚ್ಚು ರೈತರುಗಳನ್ನು ಸೇರಿಸಿದಷ್ಟೂ, ನೀವು ಶೇಖರಣೆ, ಗ್ರೇಡಿಂಗ್ ಮತ್ತು ಸಾಗಾಣಿಕೆ ಇತ್ಯಾದಿಗಳಿಗೆ ಹೆಚ್ಚು ಖರ್ಚು ಮಾಡಬೇಕಾಗುತ್ತದೆ.

ಸ್ಥಿರ ವೆಚ್ಚಗಳು: ಸ್ಥಿರ ವೆಚ್ಚಗಳೆಂದರೆ ಮಾರಾಟಗಳ ಪ್ರಮಾಣದಿಂದ ಪರಿಣಾಮಕ್ಕೊಳಗಾಗದ ವೆಚ್ಚಗಳಾಗಿವೆ. ಇದರರ್ಥ ಮಾರಾಟಗಳ ಪ್ರಮಾಣವು ಎಷ್ಟೇ ಆಗಿದ್ದರೂ ನೀವು ಅದನ್ನು ಭರಿಸಬೇಕಾಗುತ್ತದೆ. ವ್ಯವಹಾರವನ್ನು ಬಾಡಿಗೆಗೆ ನೀಡುವುದು ಅಥವಾ ಕೆಲವು ಗುತ್ತಿಗೆ ಸಿಬ್ಬಂದಿಯನ್ನು ನೇಮಕ ಮಾಡಿಕೊಳ್ಳುವುದು ಸ್ಥಿರ ವೆಚ್ಚಗಳ ಕೆಲವು ಉದಾಹರಣೆಗಳಾಗಿವೆ.

ಲಾಭಗಳು: ದೀರ್ಘಾವಧಿಯಲ್ಲಿ ಯಾವುದೇ ವ್ಯವಹಾರವು ಉಳಿಯಲು, ಮಾರಾಟದ ಆದಾಯಗಳು ಯಾವಾಗಲೂ ವೆಚ್ಚಗಳಿಗಿಂತ ಹೆಚ್ಚಾಗಿರಬೇಕು. ಮಾರಾಟಗಳು ಮತ್ತು ವೆಚ್ಚಗಳ ನಡುವಿನ ವ್ಯತ್ಯಾಸವನ್ನು ಲಾಭವೆಂದು ಕರೆಯಲಾಗುತ್ತದೆ. ಸರಳವಾಗಿ ಹೇಳುವುದಾದರೆ:

ಮಾರಾಟಗಳು – ವೆಚ್ಚಗಳು = ಲಾಭಗಳು

ಅಥವಾ ಇತರ ರೀತಿಯಲ್ಲಿ ಹೇಳುವುದಾದರೆ:

ಮಾರಾಟಗಳು = ವೆಚ್ಚಗಳು + ಲಾಭಗಳು

ಇದರರ್ಥ ಒಬ್ಬರು ಮಾರಾಟಗಳನ್ನು ಯಾವ ರೀತಿಯಲ್ಲಿ ಗುರಿಯಾಗಿಸಿಕೊಳ್ಳಬೇಕೆಂದರೆ, ಪ್ರಮಾಣಗಳು ಎಲ್ಲಾ ವೆಚ್ಚಗಳನ್ನು ಸರಿತೂಗಿಸಬೇಕು ಮತ್ತು ಸಕಾರಾತ್ಮಕ ಮೊತ್ತದ ಲಾಭಗಳನ್ನು ಹೊಂದಿರಬೇಕು ಮತ್ತು ಇದು ಹೂಡಿಕೆಯ ಮೇಲಿನ ಮಾನದಂಡದ ರಿಟರ್ನ್‌ಗೆ ಸಮನಾಗಿರಬೇಕು.

4.5.2 ಕಾರ್ಯನಿರ್ವಹಣೆ ಬಂಡವಾಳವೆಂದರೇನು?

ಕಾರ್ಯನಿರ್ವಹಣೆ ಬಂಡವಾಳವೆಂದರೆ ವ್ಯವಹಾರಗಳ ಪ್ರಸ್ತುತ ಸ್ವತ್ತುಗಳು ಮತ್ತು ಅದರ ಪ್ರಸ್ತುತ ಬಾಧ್ಯತೆಗಳ ನಡುವಿನ ವ್ಯತ್ಯಾಸವಾಗಿದೆ. ಸರಳ ಪದಗಳಲ್ಲಿ ಹೇಳುವುದಾದರೆ ಕಾರ್ಯನಿರ್ವಹಣೆ ಬಂಡವಾಳವೆಂದರೆ ವ್ಯವಹಾರದ ಅಲ್ಪಾವಧಿಯ ಬಾಧ್ಯತೆಗಳನ್ನು ಸರಿತೂಗಿಸಲು ಅಗತ್ಯವಾದ ಹಣದ ಮೊತ್ತವಾಗಿದೆ. ಕಾರ್ಯನಿರ್ವಹಣೆ ಬಂಡವಾಳವು ಇದನ್ನು ಒಳಗೊಂಡಿರುತ್ತದೆ:

◊ ನಗದು
◊ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗೊಳಿಸಬಹುದಾದ ಸೆಕ್ಯುರಿಟಿಗಳು
◊ ಪಡೆಯಬೇಕಾಗಿರುವ ಅಕೌಂಟ್‌ಗಳು
◊ ಇನ್ವೆಂಟರಿಗಳು
◊ ಪಾವತಿಸಬೇಕಾದ ಅಕೌಂಟ್‌ಗಳು ಮತ್ತು
◊ ವೇತನಗಳು/ಸಂಬಳಗಳು ಮತ್ತು ತೆರಿಗೆಗಳು

ಯಾವುದೇ ಉದ್ಯಮ ಅಥವಾ ವ್ಯವಹಾರದಲ್ಲಿ ಅದರ ಸುಮಾರು ಶೇಕಡಾ 40 ರಷ್ಟನ್ನು ಪ್ರಸ್ತುತ ಸ್ವತ್ತುಗಳ ಆಧಾರದಲ್ಲಿ ಇಟ್ಟಿರುವುದರಿಂದ, ಕಾರ್ಯನಿರ್ವಹಣೆ ಬಂಡವಾಳದ ಕುರಿತಾಗಿ ನಿರ್ಧಾರವು ವ್ಯವಹಾರದ ಯಶಸ್ಸಿಗೆ ಭಾರಿ ಪ್ರಮಾಣದಲ್ಲಿ ಪರಿಣಾಮ ಬೀರುತ್ತದೆ.

tied up in current assets, decisions regarding working capital greatly impact business success.

4.5.3 How to prepare a budget?

To prepare a good budget, the following three questions should be answered:

- ◊ How much net profit (i.e. sales minus costs) do I want the PC's business to make in the financial year?
- ◊ How much it will cost (both fixed and variable costs) to generate that profit?
- ◊ How much sales revenue is necessary to support both profit and costs?

Based upon the answers of the above three questions, the budget can be prepared.

4.5.4 Break-even analysis

The most commonly used budgeting statement is the 'break even analysis'. In simple terms, this means that one has to find out using the above three answers what should be the sales revenues so that all the costs incurred in the business are recovered. This volume of sales is called the break even sales or the break even point. The fixed costs that must be recovered from the sales revenues after the deduction of variable costs determines the sales volume required to break even. This also means that any amount of sales after this would result in profits for the business. At break even point, the total variable costs plus the fixed costs is equal to the total sales revenue.

This can be expressed as: F + V (X) = P(X)

Where, F = fixed costs
V = Variable costs per unit
X = volume of output (in units)
P = price per unit

Let us take a simple example to illustrate the above concepts Producers company-A (PC-A henceforth) wants to sell agriculture produce Gram to a bigger market. The following would be the costs:

- ◊ Cost price of Gram = ₹ 3000 per quintal
- ◊ Fixed costs per year = ₹ 1,00,000 (including rentals, salaries, communication, promotion, etc.)
- ◊ Additional variable cost per quintal of produce to be sold = ₹ 250 per quintal (including transportation, waste, insurance, etc.)
- ◊ The sale price of Gram in open market = ₹ 3,600 per quintal

What would be the break-even sales for PC-A?
Assuming that the break-even sales is Vb
The break-even sales for PC-A would be:
3600x Vb – 100000 – (3000+250)x Vb = 0
350 Vb = 100000
Vb = 285.714

This means that PC-A will have to sell more than 285 quintals of Gram in one year to break even.

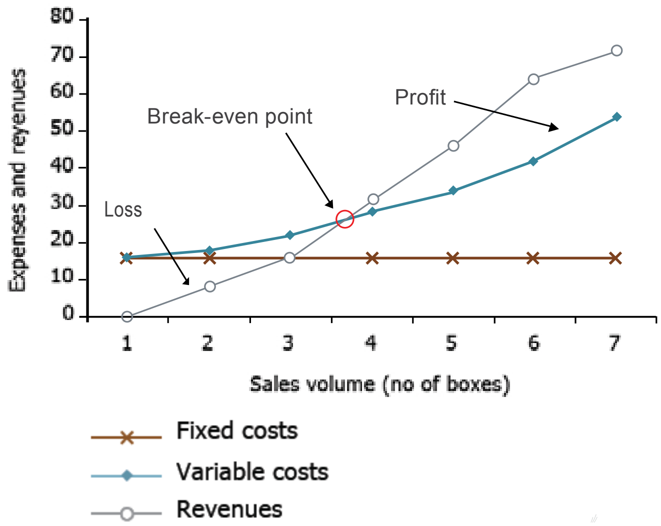
Now if PC-A also wants to recover the depreciation cost of its machinery (grading plant, generators, etc. of about ₹ 10,000 per month) and also make a profit of ₹ 140,000 per year, then the quantity of Gram it will have to sell will be calculated by this formula:

Total sales – total costs = (10,000 x 12) + 140,000 = ₹ 2,60,000

Applying the same formula:
3600 x Vb – 100000 – (3000 + 250) x Vb = 2,60,000
350 x Vb = 3,60,000
Vb = 1028.57

This indicates that in order to earn a profit and depreciation cost, the PC-A has to sell more than 571 quintals of Gram per year.

A typical break-even chart would look like this:



PART THREE

4.5.3 ಬಜೆಟ್ ಅನ್ನು ಹೇಗೆ ತಯಾರಿಸುವುದು?

ಬಜೆಟ್ ಅನ್ನು ಸಿದ್ಧಪಡಿಸಲು, ಮುಂದಿನ ಮೂರು ಪ್ರಶ್ನೆಗಳಿಗೆ ಉತ್ತರಿಸಬೇಕಾಗುತ್ತದೆ:

◊ ಹಣಕಾಸು ವರ್ಷದಲ್ಲಿ ಉತ್ಪಾದಕರ ಕಂಪನಿ ವ್ಯವಹಾರವು ಎಷ್ಟು ಪ್ರಮಾಣದ ಒಟ್ಟು ಲಾಭವನ್ನು (ಅಂದರೆ ಮಾರಾಟಗಳಲ್ಲಿ ವೆಚ್ಚಗಳನ್ನು ಕಳೆದು) ಮಾಡಬೇಕೆಂದು ನಾನು ಬಯಸುತ್ತೇನೆ?

◊ ಆ ಲಾಭವನ್ನು ನಿರ್ಮಿಸಲು ಅದಕ್ಕೆ ಎಷ್ಟು ವೆಚ್ಚ ತಗಲುತ್ತದೆ (ಸ್ಥಿರ ಮತ್ತು ಮಾರ್ಪಡಿಸಲಾಗದ ವೆಚ್ಚಗಳೆರಡೂ)?

◊ ಲಾಭ ಮತ್ತು ವೆಚ್ಚಗಳೆರಡನ್ನೂ ಬೆಂಬಲಿಸಲು ಮಾರಾಟಗಳ ಆದಾಯವು ಎಷ್ಟು ಬೇಕಾಗುತ್ತದೆ?

ಮೇಲಿನ ಮೂರು ಪ್ರಶ್ನೆಗಳಿಗೆ ಉತ್ತರಗಳನ್ನು ಆಧರಿಸಿ, ಬಜೆಟ್ ಅನ್ನು ಸಿದ್ಧಗೊಳಿಸಬಹುದು.

4.5.4 ಲಾಭಗಳು ನಷ್ಟಗಳಿಗೆ ಸಮನಾಗಿರುವ ವಿಶ್ಲೇಷಣೆ

ಹೆಚ್ಚು ಸಾಮಾನ್ಯವಾಗಿ ಬಳಸಲಾಗುವ ಬಜೆಟಿಂಗ್ ಹೇಳಿಕೆಯು "ಲಾಭ ನಷ್ಟಕ್ಕೆ ಸಮನಾಗಿರುವ ವಿಶ್ಲೇಷಣೆ" ಆಗಿದೆ. ಸರಳವಾಗಿ ಹೇಳುವುದಾದರೆ, ಇದರರ್ಥ ವ್ಯವಹಾರದಲ್ಲಿ ಉಂಟಾಗುವ ಎಲ್ಲಾ ವೆಚ್ಚಗಳನ್ನು ಹಿಂಪಡೆಯಲಾಗುವಂತೆ ಮಾರಾಟಗಳ ಆದಾಯವೇನಾಗಿರಬೇಕು ಎಂದು ಕಂಡುಹಿಡಿಯಲು ಮೇಲಿನ ಮೂರು ಉತ್ತರಗಳನ್ನು ಕಂಡುಕೊಳ್ಳಬೇಕಾಗುತ್ತದೆ. ಈ ಮಾರಾಟದ ಪ್ರಮಾಣವನ್ನು ಲಾಭ ನಷ್ಟ ಸಮನಾಗಿರುವ ಮಾರಾಟಗಳು ಮತ್ತು ಲಾಭ ನಷ್ಟ ಸಮನಾಗಿರುವ ಅಂಶವೆಂದು ಕರೆಯಲಾಗುತ್ತದೆ. ಮಾರ್ಪಡಿಸಲಾಗುವ ವೆಚ್ಚಗಳ ಕಡಿತ ಮಾಡಿದ ನಂತರ ಮಾರಾಟದ ಆದಾಯಗಳಿಂದ ಹಿಂಪಡೆಯಲಾಗುವ ಸ್ಥಿರ ವೆಚ್ಚಗಳು ಲಾಭ ನಷ್ಟಗಳಿಗೆ ಸಮನಾಗಿರುವುದಕ್ಕೆ ಅಗತ್ಯವಾದ ಮಾರಾಟಗಳ ಪ್ರಮಾಣವನ್ನು ನಿರ್ಧರಿಸುತ್ತದೆ. ಹಾಗೆಯೇ ಇದರ ನಂತರದ ಯಾವುದ ಪ್ರಮಾಣದ ಮಾರಾಟಗಳು ವ್ಯವಹಾರಕ್ಕಾಗಿನ ಲಾಭಗಳಿಗೆ ಕಾರಣವಾಗುತ್ತದೆ ಎಂಬುದನ್ನೂ ಸಹ ಅರ್ಥೈಸುತ್ತದೆ. ಲಾಭ ನಷ್ಟಗಳಿಗೆ ಸಮನಾಗಿರುವ ಅಂಶದಲ್ಲಿ, ಒಟ್ಟು ಮಾರ್ಪಡಿಸಲಾಗುವ ವೆಚ್ಚಗಳು ಜೊತೆಗೆ ಸ್ಥಿರ ವೆಚ್ಚಗಳು ಒಟ್ಟು ಮಾರಾಟಗಳ ಆದಾಯಕ್ಕೆ ಸಮನಾಗಿರುತ್ತದೆ.

ಇದನ್ನು ಈ ರೀತಿ ವ್ಯಕ್ತಪಡಿಸಬಹುದು: $F + V(X) = P(X)$

ಇಲ್ಲಿ, F = ಸ್ಥಿರ ವೆಚ್ಚಗಳು

V = ಪ್ರತಿ ಯೂನಿಟ್‌ಗೆ ಮಾರ್ಪಡಿಸಲಾಗುವ ವೆಚ್ಚಗಳು

X = ಔಟ್‌ಪುಟ್ ಪ್ರಮಾಣ (ಯೂನಿಟ್‌ಗಳಲ್ಲಿ)

P = ಪ್ರತಿ ಯೂನಿಟ್‌ಗೆ ದರ

ಮೇಲಿನ ಪರಿಕಲ್ಪನೆಯನ್ನು ವಿವರಿಸಲು ಸರಳವಾದ ಉದಾಹರಣೆಯನ್ನು ತೆಗೆದುಕೊಳ್ಳೋಣ. ಉತ್ಪಾದಕರ ಕಂಪನಿ – A (ಈ ಮುಂದೆ PC-A) ಕೃಷಿ ಉತ್ಪನ್ನ ಬೇಳೆಯನ್ನು ದೊಡ್ಡ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯಲ್ಲಿ ಮಾರಾಟ ಮಾಡಲು ಬಯಸುತ್ತಿದೆ. ಮುಂದಿನವುಗಳು ವೆಚ್ಚವಾಗಿರುತ್ತದೆ:

◊ ಬೇಳೆಯ ವೆಚ್ಚದ ದರ = ಪ್ರತಿ ಕ್ವಿಂಟಾಲ್‌ಗೆ ರೂ. 3000

◊ ಪ್ರತಿ ವರ್ಷಕ್ಕೆ ಸ್ಥಿರ ವೆಚ್ಚಗಳು =ರೂ.1,00,000 (ಬಾಡಿಗೆಗಳು, ಸಂಬಳಗಳು, ಸಂವಹನ, ಪ್ರಚಾರ, ಇತ್ಯಾದಿ ಒಳಗೊಂಡು.)

◊ ಮಾರಾಟ ಮಾಡಲಾಗುವ ಉತ್ಪನ್ನದ ಪ್ರತಿ ಕ್ವಿಂಟಾಲ್‌ಗೆ ಹೆಚ್ಚುವರಿ ಮಾರ್ಪಡಿಸಲಾಗುವ ವೆಚ್ಚ =ಪ್ರತಿ ಕ್ವಿಂಟಾಲ್‌ಗೆ ರೂ. 250 (ಸಾರಿಗೆ, ತ್ಯಾಜ್ಯ, ವಿಮೆ ಇತ್ಯಾದಿಗಳನ್ನು ಒಳಗೊಂಡು.)

◊ ಮುಕ್ತ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯಲ್ಲಿ ಬೇಳೆಯ ಮಾರಾಟದ ದರ =ಪ್ರತಿ ಕ್ವಿಂಟಾಲ್‌ಗೆ ರೂ.3,600

PC-A ಗಾಗಿ ಲಾಭಗಳು ನಷ್ಟಗಳಿಗೆ ಸಮನಾಗಿರುವ ಮಾರಾಟಗಳೇನು?

ಲಾಭಗಳು ನಷ್ಟಗಳಿಗೆ ಸಮನಾಗಿರುವ ಮಾರಾಟಗಳು Vb ಎಂದು ಭಾವಿಸಿದಾಗ

PC-A ಗಾಗಿ ಲಾಭಗಳು ನಷ್ಟಗಳಿಗೆ ಸಮನಾಗಿರುವ ಮಾರಾಟಗಳು ಈ ರೀತಿಯಾಗಿರುತ್ತದೆ:

3600x Vb – 100000 – (3000+250)x Vb = 0

350 Vb = 100000

Vb = 285.714

ಇದರರ್ಥ ಲಾಭ ನಷ್ಟಗಳ ಸಮನಾಗಿರುವಿಕೆಯನ್ನು ಮೀರಿ ಹೋಗಲು ಪ್ರತಿ ವರ್ಷದಲ್ಲಿ 285 ಕ್ಕೂ ಹೆಚ್ಚು ಕ್ವಿಂಟಾಲ್‌ಗಳಷ್ಟು ಬೇಳೆಯನ್ನು PC-A ಮಾರಾಟ ಮಾಡಬೇಕಾಗುತ್ತದೆ .

ಒಂದು ವೇಳೆ PC-A ಯು ಅದರ ಯಂತ್ರೋಪಕರಣಗಳ ಅಪಮೌಲ್ಯದ ವೆಚ್ಚವನ್ನೂ ಸಹ ಹಿಂಪಡೆಯಲು ಬಯಸಿದರೆ (ಪ್ರತಿ ತಿಂಗಳಿಗೆ ಸುಮಾರು 10,000 ವರೆಗೆ ಗ್ರೇಡಿಂಗ್ ಪ್ಲಾಂಟ್, ಜೆನರೇಟರ್‌ಗಳು ಇತ್ಯಾದಿಗಳು) ಹಾಗೆಯೇ ಪ್ರತಿ ವರ್ಷಕ್ಕೆ ರೂ 140,000 ನಷ್ಟು ಲಾಭವನ್ನೂ ಮಾಡಿಕೊಳ್ಳಲು ಬಯಸಿದರೆ, ಆಗ ಅದು ಮಾರಾಟ ಮಾಡಬೇಕಾದ ಬೇಳೆಯ ಪ್ರತಿ ಕ್ವಿಂಟಾಲ್ ಅನ್ನು ಈ ಸೂತ್ರದಿಂದ ಲೆಕ್ಕಾಚಾರ ಮಾಡಲಾಗುತ್ತದೆ:

ಒಟ್ಟು ಮಾರಾಟಗಳು – ಒಟ್ಟು ವೆಚ್ಚಗಳು = (10,000 x 12) + 140,000 =ರೂ.2,60,000

ಅದೇ ಸೂತ್ರವನ್ನು ಅಳವಡಿಸಿದಾಗ:

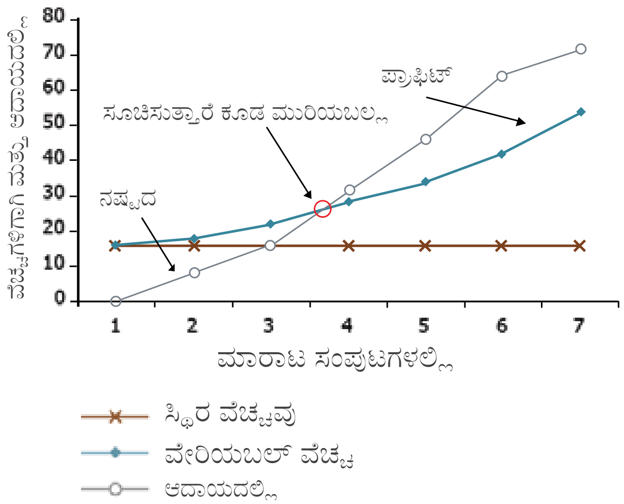
3600 x Vb – 100000 – (3000 + 250) x Vb = 2,60,000

350 x Vb = 3,60,000

Vb = 1028.57

ಲಾಭ ಮತ್ತು ಅಪಮೌಲ್ಯದ ವೆಚ್ಚವನ್ನು ಪಡೆಯುವುದಕ್ಕಾಗಿ, ಪ್ರತಿ ವರ್ಷ PC-A ಯು 571 ಕ್ಕಿಂತ ಹೆಚ್ಚು ಕ್ವಿಂಟಾಲ್‌ಗಳಷ್ಟು ಬೇಳೆಯನ್ನು ಮಾರಾಟ ಮಾಡಬೇಕಾಗುತ್ತದೆ ಎಂಬುದನ್ನು ಇದು ಸೂಚಿಸುತ್ತದೆ.

ಸಾಮಾನ್ಯವಾದ ಲಾಭ ನಷ್ಟ ಸಮನಾಗಿರುವ ಕೋಷ್ಟಕವು ಇದರಂತೆ ಕಂಡುಬರುತ್ತದೆ:



4.5.5 Sources of finance

In simple terms, ways and means to raise the capital or money required to be invested in a business is called 'financing'. There are four basic but different ways to raise capital or funds for investing in any business. These are:

Personal financing: This is the money that PC has ready access to and on which the PC does not have to pay any interest. It may be sourced from the reserve and surpluses of previous years. This is the easiest (but not the best) way to finance the business. However, in case of a new PC this opportunity will not be there.

Credit capital: Credit capital can be obtained from credit companies or from potential buyers who give a grace period before the amount is due or interest is charged. The producers who sell their products to the PC would not hesitate in giving credit period to the PC if convinced about the soundness of the business idea. On the other hand the PC can get part payment in advance from prospective buyers of certain agriculture produce that PC has made a deal to supply. It can get agriculture inputs from the Agro dealers on the conditions of payment after sales. But mostly this type of finance is not available for start-up businesses or a new venture. Equity financing: Equity financing does not require the business to directly repay the money lent or invested by the investors. In case of PC the equity comes from the members and no external financier can participate in the equity investment. Being a small producers company the equity contribution is generally less and therefore it cannot contribute significantly to the total fund required for establishing a PC.

Debt financing: This is the most preferred way of financing a new business. Here it is a direct obligation to pay the interest on the money lent by the financier. The biggest advantage is that the financier does not have control over the business as opposed to equity financing. The important point to be noted in this is the rate of interest charged. However, it is not easy to raise debt financing for a producers company without collateral.

Grant support: The PC being a small holders organization may seek working capital support from the Government under certain government schemes (viz. GoMP has a policy for working capital support, SJSY special scheme can provide infrastructure grant to the PC) and from other development agencies.

Since any firm or business has about 40% of its capital tied up in current assets, decisions regarding working capital greatly impact business success.

4.5.6 What is interest? What are the various ways of calculating interest?

Interest is the cost or value of money. In debt financing, there are two main parties – the borrower and the lender. A borrower is the one who receives money from the lender. An interest rate is the amount, usually stated as a percentage, demanded by a lender (or an investor) to make an amount of money available to a borrower to use or invest in his business. Following are the examples of some interest calculations:

If PC-A borrowed ₹ 1,000 for 1 year at 12% interest then it has to repay ₹ 1,120, at the end of the year. Of this, ₹ 1,000 is the principal (abbreviated capital or lower case P) and ₹ 120 is interest (I or i). Together they are called Principal and Interest (abbreviated P & I or p + i).

Whereas, if PC-A were to borrow ₹ 1,000 for 1 year at 1% interest per month compounded (meaning paying interest on interest as well as principal) monthly, then he will have to repay ₹ 1,127 at the end of the year.

Similarly ₹ 1,000 borrowed by PC-A for 2 years at 12% per year, compounded, requires a payment of ₹ 1,254 at the end of 2 years.

An interest calculation based on borrowing ₹ 1,000 for 5 years at 12% interest per year compounded is as follows:

TABLE 6: CALCULATION OF INTEREST

Year 0	₹ 1000.00
Add: 12% for Year 1	₹ 120.00
End of Year 1	₹ 1,120.00
Add 12% for Year 2	₹ 134.40
EOY 2	₹ 1,254.40
Add 12% for Year 3	₹ 150.53
EOY 3	₹ 1,404.93

4.5.5 ಹಣಕಾಸಿನ ಮೂಲಗಳು

ಸರಳವಾಗಿ ಹೇಳುವುದಾದರೆ, ವ್ಯವಹಾರದಲ್ಲಿ ಹೂಡಿಕೆ ಮಾಡಲು ಅಗತ್ಯವಾದ ಬಂಡವಾಳ ಅಥವಾ ಹಣವನ್ನು ಸಂಗ್ರಹಿಸುವುದನ್ನು 'ಫೈನಾನ್ಸಿಂಗ್' ಎಂದು ಕರೆಯಲಾಗುತ್ತದೆ. ಯಾವುದೇ ವ್ಯವಹಾರದಲ್ಲಿ ಹೂಡಿಕೆ ಮಾಡಲು ಬಂಡವಾಳ ಅಥವಾ ಹಣವನ್ನು ಸಂಗ್ರಹಿಸಲು ನಾಲ್ಕು ಮೂಲಭೂತ ಆದರೆ ವಿಭಿನ್ನವಾದ ವಿಧಾನಗಳಿವೆ. ಅವುಗಳೆಂದರೆ:

ವೈಯಕ್ತಿಕ ಫೈನಾನ್ಸಿಂಗ್: ಇದು ಉತ್ಪಾದಕರ ಕಂಪನಿ ಈಗಾಗಲೇ ಹೊಂದಿರುವ ಮತ್ತು ಉತ್ಪಾದಕರ ಕಂಪನಿ ಯಾವುದೇ ಬಡ್ಡಿಯನ್ನು ಪಾವತಿಸದ ಹಣವಾಗಿದೆ. ಇದನ್ನು ಹಿಂದಿನ ವರ್ಷಗಳ ಹೆಚ್ಚುವರಿ ಅಥವಾ ಕಾಯ್ದಿರಿಸದ ಮೂಲದಿಂದ ಪಡೆದುಕೊಂಡಿರಬಹುದು. ಇದು ವ್ಯವಹಾರಕ್ಕೆ ಧನ ಸಹಾಯ ಮಾಡುವ ಸುಲಭವಾದ (ಆದರೆ ಉತ್ತಮವಾದುದಲ್ಲ) ವಿಧಾನವಾಗಿದೆ. ಆದರೆ, ಹೊಸ ಉತ್ಪಾದಕರ ಕಂಪನಿ ಸಂದರ್ಭದಲ್ಲಿ ಈ ಅವಕಾಶವು ಇರುವುದಿಲ್ಲ.

ಕ್ರೆಡಿಟ್ ಕ್ಯಾಪಿಟಲ್: ಕ್ರೆಡಿಟ್ ಕ್ಯಾಪಿಟಲ್ ಅನ್ನು ಕ್ರೆಡಿಟ್ ಕಂಪನಿಗಳಿಂದ ಅಥವಾ ಮೊತ್ತವು ಬಾಕಿ ಇರುವಾಗ ಅಥವಾ ಬಡ್ಡಿ ವಿಧಿಸುವಾಗ ಗ್ರೇಸ್ ಅವಧಿ ನೀಡುವ ಸಂಭಾವ್ಯ ಖರೀದಿದಾರರಿಂದ ಪಡೆದುಕೊಳ್ಳಬಹುದು. ಉತ್ಪಾದಕರ ಕಂಪನಿ ಗೆ ತಮ್ಮ ಉತ್ಪನ್ನಗಳನ್ನು ಮಾರಾಟ ಮಾಡುವ ಉತ್ಪಾದಕರು ವ್ಯವಹಾರದ ಕಲ್ಪನೆಯು ದೃಢವಾಗಿದ್ದಲ್ಲಿ ಕ್ರೆಡಿಟ್ ಅವಧಿಯನ್ನು ನೀಡಲು ಹಿಂಜರಿಯುವುದಿಲ್ಲ. ಮತ್ತೊಂದೆಡೆ, ಉತ್ಪಾದಕರ ಕಂಪನಿ ತಾನು ಕೃಷಿ ಉತ್ಪನ್ನವನ್ನು ಪೂರೈಸಲು ಮಾಡಲು ಉದ್ದೇಶಿಸಿರುವ ಕೆಲವು ಸಂಭಾವ್ಯ ಕೃಷಿ ಉತ್ಪಾದಕರಿಂದ ಮುಂಗಡವಾಗಿ ಭಾಗಶಃ ಪಾವತಿಯನ್ನು ಪಡೆದುಕೊಳ್ಳಬಹುದು. ಮಾರಾಟಗಳ ನಂತರ ಪಾವತಿಯ ಷರತ್ತಿನ ಆಧಾರದಲ್ಲಿ ಕೃಷಿ ಡೀಲರ್‌ಗಳಿಂದ ಕೃಷಿ ಉತ್ಪನ್ನಗಳನ್ನುಇದು ಪಡೆದುಕೊಳ್ಳಬಹುದು. ಆದರೆ ಬಹುಪಾಲು ಈ ಪ್ರಕಾರದ ಹಣಕಾಸು ಸಹಾಯವು ವ್ಯವಹಾರವನ್ನಾಗಲೀ ಅಥವಾ ಹೊಸ ಉದ್ಯಮವನ್ನಾಗಲೀ ಪ್ರಾರಂಭಿಸುವಾಗ ಲಭ್ಯವಿರುವುದಿಲ್ಲ. **ಈಕ್ವಿಟಿ ಫೈನಾನ್ಸಿಂಗ್:** ಈಕ್ವಿಟಿ ಫೈನಾನ್ಸಿಂಗ್‌ನಲ್ಲಿ ಪಡೆದುಕೊಂಡ ಅಥವಾ ಹೂಡಿಕೆದಾರರು ಹೂಡಿಕೆ ಮಾಡಿದ ಹಣವನ್ನು ನೇರವಾಗಿ ಪಾವತಿ ಮಾಡುವುದು ಬ್ಯುಸಿನೆಸ್‌ಗೆ ಅಗತ್ಯವಿರುವುದಿಲ್ಲ. ಉತ್ಪಾದಕರ ಕಂಪನಿ ಗೆ ಸಂಬಂಧಿಸಿದಂತೆ ಈಕ್ವಿಟಿಯು ಸದಸ್ಯರಿಂದ ಬರುತ್ತದೆ ಮತ್ತು ಯಾವುದೇ ಬಾಹ್ಯ ಫೈನಾನ್ಸಿಯರ್‌ಗಳು ಈಕ್ವಿಟಿ ಹೂಡಿಕೆಯಲ್ಲಿ ಭಾಗವಹಿಸಲಾಗುವುದಿಲ್ಲ. ಚಿಕ್ಕ ಉತ್ಪಾದಕರ ಕಂಪನಿಯಾಗಿ ಈಕ್ವಿಟಿ ಕೊಡುಗೆಯು ಸಾಮಾನ್ಯವಾಗಿ ಕಡಿಮೆ ಇರುತ್ತದೆ ಮತ್ತು ಈ ಕಾರಣದಿಂದ ಉತ್ಪಾದಕರ ಕಂಪನಿ ಸ್ಥಾಪಿಸಲು ಅಗತ್ಯವಾದ ಒಟ್ಟು ಫಂಡ್‌ಗೆ ಗಣನೀಯವಾಗಿ ಅದು ಕೊಡುಗೆಯನ್ನು ನೀಡಲಾಗುವುದಿಲ್ಲ.

ಡೆಬಿಟ್ ಫೈನಾನ್ಸಿಂಗ್: ಇದು ಹೊಸ ವ್ಯವಹಾರಕ್ಕೆ ಫೈನಾನ್ಸಿಂಗ್ ಮಾಡುವ ಹೆಚ್ಚು ಆದ್ಯತೆಯ ವಿಧಾನವಾಗಿದೆ. ಇಲ್ಲಿ ಫೈನಾನ್ಸಿಯರ್ ತೆಗೆದುಕೊಂಡ ಹಣಕ್ಕೆ ಬಡ್ಡಿಯನ್ನು ನೀಡುವ ನೇರ ಹೊಣೆಗಾರಿಕೆ ಇರುತ್ತದೆ. ಇದರ ಅಧಿಕ ಪ್ರಯೋಜನಗಳೆಂದರೆ ಈಕ್ವಿಟಿ ಫೈನಾನ್ಸಿಂಗ್‌ಗೆ ಹೋಲಿಸಿದರೆ ಇಲ್ಲಿ ವ್ಯವಹಾರದಲ್ಲಿ ಫೈನಾನ್ಸಿಯರ್ ಯಾವುದೇ ನಿಯಂತ್ರಣವನ್ನು ಹೊಂದಿರುವುದಿಲ್ಲ. ಇದರಲ್ಲಿ ಗಮನಿಸಬೇಕಾದ ಪ್ರಮುಖ ಅಂಶವೆಂದರೆ ಬಡ್ಡಿ ದರ ಬದಲಾಗುತ್ತದೆ. ಆದರೆ, ಉತ್ಪಾದಕರಿಗೆ ಜಾಮೀನು ಇಲ್ಲದೆಯೇ ಡೆಬಿಟ್ ಫೈನಾನ್ಸಿಂಗ್ ಹೊಂದಿಸುವುದು ಸುಲಭವಾಗಿರುವುದಿಲ್ಲ.

ಅನುದಾನ ಬೆಂಬಲ: ಚಿಕ್ಕ ಬಂಡವಾಳಗಾರರ ಸಂಸ್ಥೆಯಾಗಿ ಕೆಲವು ಸರ್ಕಾರಿ ಯೋಜನೆಗಳ ಅಡಿಯಲ್ಲಿ (ಕಾರ್ಯನಿರ್ವಹಣೆ ಬಂಡವಾಳ ಬೆಂಬಲಕ್ಕಾಗಿ ನೀತಿಯನ್ನು ಜಿಓಎಂಪಿ ಹೊಂದಿದೆ, ಎಸ್‌ಜಿಎಸ್‌ವೈ ವಿಶೇಷ ಯೋಜನೆಯು ಉತ್ಪಾದಕರ ಕಂಪನಿ ಗೆ ಮೂಲಭೂತ ಸೌಕರ್ಯದ ಅನುದಾನವನ್ನು ಒದಗಿಸಬಹುದು) ಮತ್ತು ಇತರ ಅಭಿವೃದ್ಧಿ ಸಂಸ್ಥೆಗಳಿಂದ ಕಾರ್ಯನಿರ್ವಹಣೆ ಬಂಡವಾಳವನ್ನು ಉತ್ಪಾದಕರ ಕಂಪನಿ ಕೇಳಬಹುದು.

ಯಾವುದೇ ಸಂಸ್ಥೆ ಅಥವಾ ವ್ಯವಹಾರದಲ್ಲಿ ಅದರ ಶೇಕಡಾ 40 ರಷ್ಟು ಬಂಡವಾಳವು ಪ್ರಸ್ತುತ ಸ್ವತ್ತುಗಳಲ್ಲಿರುವುದರಿಂದ, ಕಾರ್ಯನಿರ್ವಹಣೆ ಬಂಡವಾಳದ ಕುರಿತಾಗಿ ನಿರ್ಧಾರಗಳು ವ್ಯವಹಾರದ ಯಶಸ್ಸಿನಲ್ಲಿ ಬಹುಪಾಲು ಪರಿಣಾಮ ಬೀರುತ್ತದೆ.

4.5.6 ಬಡ್ಡಿ ಎಂದರೇನು? ಬಡ್ಡಿಯನ್ನು ಲೆಕ್ಕಾಚಾರ ಮಾಡುವ ವಿವಿಧ ವಿಧಾನಗಳು ಯಾವುವು?

ಬಡ್ಡಿಯು ಹಣದ ವೆಚ್ಚ ಅಥವಾ ಮೌಲ್ಯವಾಗಿದೆ. ಡೆಬಿಟ್ ಫೈನಾನ್ಸಿಂಗ್‌ನಲ್ಲಿ, ಎರಡು ಮುಖ್ಯ ಪಂಗಡಗಳಿರುತ್ತವೆ –ಸಾಲ ಪಡೆದುಕೊಳ್ಳುವವರು ಮತ್ತು ಸಾಲ ನೀಡುವವರು ಆಗಿದ್ದಾರೆ. ಸಾಲ ಪಡೆದುಕೊಳ್ಳುವವರು ಎಂದರೆ ಹಣ ನೀಡುವವರಿಂದ ಹಣವನ್ನು ಸ್ವೀಕರಿಸುವವರು ಎಂದರ್ಥ. ಬಡ್ಡಿ ದರವೆಂದರೆ ಸಾಮಾನ್ಯವಾಗಿ ಶೇಕಡಾ ಆಗಿ ತಿಳಿಸಿದ, ಹಣ ಪಡೆದುಕೊಳ್ಳುವವರು ಬೇಡಿಕೆ ನೀಡಿದಂತೆ (ಅಥವಾ ಹೂಡಿಕೆದಾರರು) ಅವರ ವ್ಯವಹಾರದಲ್ಲಿ ಬಳಸಲು ಅಥವಾ ಹೂಡಿಕೆ ಮಾಡಲು ಅವರಿಗೆ ಲಭ್ಯವಿರುವ ಹಣದ ಮೊತ್ತವಾಗಿರುತ್ತದೆ. ಈ ಮುಂದಿನವುಗಳು ಕೆಲವು ಬಡ್ಡಿ ಲೆಕ್ಕಾಚಾರಗಳ ಕೆಲವು ಉದಾಹರಣೆಗಳಾಗಿರುತ್ತದೆ.

ಒಂದು ವೇಳೆ PC-A ಯು ರೂ. 1,000 ಅನ್ನು 1 ವರ್ಷದವರೆಗೆ 12% ಬಡ್ಡಿ ದರದಲ್ಲಿ ಪಡೆದರೆ ಆಗ ಅದು ವರ್ಷ ಅಂತ್ಯದಲ್ಲಿ ರೂ. 1,120 ಅನ್ನು ಪಾವತಿಸಬೇಕಾಗುತ್ತದೆ. ಇದರಲ್ಲಿ, ರೂ. 1,000 ಮೂಲ ಹಣವಾಗಿದ್ದರೆ (ಸಂಕ್ಷಿಪ್ತವಾಗಿಸಿದ ಬಂಡವಾಳ ಅಥವಾ ಲೋವರ್ ಕೇಸ್ P) ಮತ್ತು ರೂ. 120 ಬಡ್ಡಿಯಾಗಿರುತ್ತದೆ (I ಅಥವಾ i). ಒಟ್ಟಾರೆಯಾಗಿ ಅವುಗಳನ್ನು ಮೂಲ ಧನ ಮತ್ತು ಬಡ್ಡಿಯೆಂದು (ಸಂಕ್ಷಿಪ್ತಗೊಳಿಸಿದ P & I ಅಥವಾ p + i) ಕರೆಯಲಾಗುತ್ತದೆ.

ಹಾಗೆಯೇ, ಮಾಸಿಕವಾಗಿ, ಕ್ರೋಢೀಕೃತ (ಬಡ್ಡಿಯ ಮೇಲೆ ಬಡ್ಡಿ ಜೊತೆಗೆ ಮೂಲ ಧನವನ್ನು ಪಾವತಿಸುವುದು ಎಂದರ್ಥ) ಪ್ರತಿ ತಿಂಗಳಿಗೆ 1% ಬಡ್ಡಿ ದರದಲ್ಲಿ 1 ವರ್ಷಕ್ಕೆ ರೂ. 1000 ಅನ್ನು ಒಂದು ವೇಳೆ PC-A ಸಾಲ ಪಡೆದುಕೊಳ್ಳಬೇಕಾಗಿದ್ದರೆ, ಆಗ ಅವರು ವರ್ಷದ ಕೊನೆಯಲ್ಲಿ ರೂ. 1.127 ಪಾವತಿಸಬೇಕಾಗುತ್ತದೆ.

ಇದೇ ರೀತಿಯಾಗಿ, ಪ್ರತಿ ವರ್ಷಕ್ಕೆ ಕ್ರೋಢೀಕೃತ ರೀತಿಯಲ್ಲಿ 12% ಬಡ್ಡಿ ದರದಲ್ಲಿ 2 ವರ್ಷಗಳವರೆಗೆ PC-A ಯು ರೂ. 1000 ಅನ್ನು ಸಾಲ ಪಡೆದುಕೊಂಡಿದ್ದರೆ, 2 ವರ್ಷಗಳ ಕೊನೆಯಲ್ಲಿ ರೂ. 1254 ಅನ್ನು ಪಾವತಿಸಬೇಕಾಗುತ್ತದೆ.

ಪ್ರತಿ ವರ್ಷಕ್ಕೆ ಪ್ರತಿ ವರ್ಷಕ್ಕೆ 12% ಬಡ್ಡಿ ದರದಲ್ಲಿ ಕ್ರೋಢೀಕೃತವಾಗಿ 5 ವರ್ಷಗಳವರೆಗೆ ರೂ. 1000 ಸಾಲ ತೆಗೆದುಕೊಂಡಿರುವುದರ ಆಧಾರದಲ್ಲಿ ಬಡ್ಡಿ ಲೆಕ್ಕಾಚಾರವು ಈ ರೀತಿಯಾಗಿರುತ್ತದೆ:

ಕೋಷ್ಟಕ 6: ಬಡ್ಡಿಯ ಲೆಕ್ಕಾಚಾರ

ವರ್ಷ 0	ರೂ.1000.00
ವರ್ಷ 1 ಕ್ಕೆ 12% ಸೇರಿಸಿ	ರೂ. 120.00
1 ನೇ ವರ್ಷದ ಕೊನೆಯಲ್ಲಿ	ರೂ.1,120.00
ವರ್ಷ 2 ಕ್ಕೆ 12% ಸೇರಿಸಿ	ರೂ.134.40
ಇಒವೈ 2	ರೂ.1,254.40
ವರ್ಷ 3 ಕ್ಕೆ 12% ಸೇರಿಸಿ	ರೂ. 150.53
ಇಒವೈ 3	ರೂ.1,404.93

Add 12% for Year 4	₹ 168.59
EOY 4	₹ 1,573.52
Add 12% for Year 5	₹ 188.82
EOY 5	₹ 1,762.34

Hence if the loan is to be repaid after five years, the payment would be ₹ 1762.34 of which the principal returned is ₹ 1000, whereas the interest is ₹ 762.34.

There are three most common methods of loan repayment calculations. These are:

- **Interest only** – meaning only interests during the loan duration and the last instalment is paid along with the principal amount.
- **Equal payments** – here the interest and the principal to be repaid are spread evenly for the entire loan term.
- **Equal principal payment** – in this case, the principal amount is paid in equal instalments, while the interest decreases (based upon the balance principal amount).

TABLE 7: REPAYMENT PLAN

Year	Yr 1	Yr 2	Yr 3	Yr 4	Yr 5	Yr 6	Yr 7	Yr 8	Yr 9	Yr 10	Total
Interest Only	24000	24000	24000	24000	24000	24000	24000	24000	24000	174000	390000
Equal Payment	31035	31035	31035	31035	31035	31035	31035	31035	31035	31035	310350
Equal Principal	39000	36600	34200	31800	29400	27000	24600	22200	19800	17400	282000

Let us assume that the PC-A has managed to borrow ₹ 150000 from a commercial bank. The bank offers the PC-A about the three plans of repayment (interest only, equal payments and equal principal payments). Given the three options, which option the PC-A should opt for?

To answer the above question, the PC-A could take recourse to calculating Net present Value of the future cash outflows in all the three options.

4.5.7 What is Net Present Value (or NPV)?

Present Value or PV is a method to calculate what would be the value of a future cash flow if it were to happen today. Here a discount rate (similar to interest rate) is used to calculate the PV. An interest rate looks forward in time. It represents what someone expects to earn in the future. A discount rate serves the same function, except that it works backwards in time, taking a future cash flow and giving it a value today. The Present value is calculated in the following manner:

PV = A/(1 + D)T
Where A = Amount expected,
D = Discount rate, and
T = Time (in years)
If PC-A were to earn ₹ 10,000 in 1 year from today, its present value given a discount rate of 12% would be:
PV = ₹ 8928.57

This means that if PC-A were to earn ₹ 8928.57 today, it would be equivalent to getting (cash inflow) ₹ 1000 in the next year. Please note that it would also mean that if PC-A were to give ₹ 1000 next year (cash outflow), it would be equivalent to giving ₹ 8928.57 today.

Similarly, if PC-A were to give ₹ 1000 in two years time from now, its present value would be ₹ 7971.94.

The Net Present Value or NPV is the sum total of present values of such cash outflows or inflows over a period of time. This is used when calculating the present worth of future investments or cash inflows or instalment payments.

The formula is as follows:

NPV = A1/(1 + D/100)1 + A2/(1+D/100)2 + A3/(1 + D/100)3 + …….. + An/(1 + D/100)n

Where, A1, A2, A3, …., An are the cash flows expected in 1, 2, 3, and nth year respectively and D is the discount rate.

In our example earlier, given the three cash outflow scenarios for PC-A, the NPV for each one of them is given below:

PART THREE

ವರ್ಷ 4 ಕ್ಕೆ 12% ಸೇರಿಸಿ	ರೂ. 168.59
ಇಓವೈ 4	ರೂ. 1,573.52
ವರ್ಷ 5 ಕ್ಕೆ 12% ಸೇರಿಸಿ	ರೂ. 188.82
ಇಓವೈ 5	ರೂ.1,762.34

ಆದ್ದರಿಂದ ಐದು ವರ್ಷಗಳ ನಂತರ ಸಾಲವನ್ನು ಮರುಪಾವತಿ ಮಾಡಬೇಕಾಗಿದ್ದರೆ, ಪಾವತಿ ಮಾಡಬೇಕಾದ ಮೊತ್ತವು ರೂ.1762.34 ಆಗಿದ್ದು, ಇದರಲ್ಲಿ ಹಿಂತಿರುಗಿಸಲಾದ ಮೂಲ ಮೊತ್ತವು ರೂ.1000 ಆಗಿದ್ದರೆ, ಬಡ್ಡಿಯು ರೂ. 762.34 ಆಗಿರುತ್ತದೆ.

ಸಾಲ ಮರುಪಾವತಿ ಲೆಕ್ಕಾಚಾರಗಳಲ್ಲಿ ಮೂರು ಹೆಚ್ಚು ಸಾಮಾನ್ಯವಾದ ವಿಧಾನಗಳಿದ್ದು, ಅವುಗಳೆಂದರೆ:

- ◊ ಬಡ್ಡಿ ಮಾತ್ರ –ಇದರರ್ಥ ಸಾಲದ ಅವಧಿಯಲ್ಲಿ ಕೇವಲ ಬಡ್ಡಿ ಹಣವನ್ನು ಮತ್ತು ಕೊನೆಯ ಕಂತನ್ನು ಮೂಲಧನದ ಮೊತ್ತದೊಂದಿಗೆ ಪಾವತಿಸಲಾಗುತ್ತದೆ.
- ◊ ಸಮಾನ ಕಂತುಗಳಲ್ಲಿ ಪಾವತಿ –ಇಲ್ಲಿ ಸಂಪೂರ್ಣ ಸಾಲದ ಅವಧಿಗೆ ಸಮಾನವಾಗಿ ಮರುಪಾವತಿಸಬೇಕಾದ ಬಡ್ಡಿ ಮತ್ತು ಮೂಲಧನವನ್ನು ಪಾವತಿಸಲಾಗುತ್ತದೆ.
- ◊ ಸಮಾನ ಕಂತುಗಳಲ್ಲಿ ಮೂಲ ಧನದ ಪಾವತಿ –ಈ ಸಂದರ್ಭದಲ್ಲಿ, ಮೂಲ ಹಣವನ್ನು ಸಮಾನವಾದ ಕಂತುಗಳಲ್ಲಿ ಪಾವತಿಸಲಾಗುತ್ತದೆ ಮತ್ತು ಬಡ್ಡಿದರವು ಕಡಿಮೆಯಾಗುತ್ತಾ ಹೋಗುತ್ತದೆ (ಬಾಕಿ ಇರುವ ಮೂಲ ಬಾಕಿ ಹಣದ ಆಧಾರದಲ್ಲಿ).

ನೋಡುತ್ತದೆ. ಇದು ಭವಿಷ್ಯದಲ್ಲಿ ಯಾರೊಬ್ಬರು ಗಳಿಸುವುದನ್ನು ಪ್ರತಿನಿಧಿಸುತ್ತದೆ. ಡಿಸ್ಕೌಂಟ್ ದರವು ಅದೇ ಕಾರ್ಯವನ್ನು ಮಾಡುತ್ತದೆ, ಆದರೆ ಇದು ಪ್ರಸ್ತುತವಾಗಿ ಹಿಂದಕ್ಕೆ ಕಾರ್ಯನಿರ್ವಹಿಸುತ್ತಾ, ಭವಿಷ್ಯದ ಕ್ಯಾಷ್ ಫ್ಲೋ ಅನ್ನು ಪರಿಗಣನೆಗೆ ತೆಗೆದುಕೊಂಡು ಅದಕ್ಕೆ ಇಂದಿನ ಮೌಲ್ಯ ನೀಡುತ್ತದೆ. ಪ್ರೆಸೆಂಟ್ ವ್ಯಾಲ್ಯೂ ಅನ್ನು ಮುಂದಿನ ರೀತಿಯಲ್ಲಿ ಲೆಕ್ಕಾಚಾರ ಮಾಡಲಾಗುತ್ತದೆ:

PV = A/(1 + D)T
ಇಲ್ಲಿ A = ನಿರೀಕ್ಷಿತ ಮೊತ್ತ,
D = ರಿಯಾಯಿತಿ ದರ ಮತ್ತು
T = ಸಮಯ (ವರ್ಷಗಳಲ್ಲಿ)
ಒಂದು ವೇಳೆ PC-A ಯು ಇಂದಿನಿಂದ 1 ವರ್ಷದಲ್ಲಿ 10,000 ಗಳಿಸಬೇಕಾಗಿದ್ದರೆ, ಅದರ ಪ್ರೆಸೆಂಟ್ ವ್ಯಾಲ್ಯೂ , 12% ರಷ್ಟು ರಿಯಾಯಿತಿ ದರವನ್ನು ಆಧರಿಸಿ:
PV = ರೂ.8928.57 ಆಗಿರುತ್ತದೆ

ಇದರರ್ಥ ಇಂದು ರೂ.8928.57 ಅನ್ನು PC-A ಸಂಪಾದಿಸಬೇಕಾಗಿದ್ದರೆ, ಇದು ಮುಂದಿನ ವರ್ಷದಲ್ಲಿ ರೂ. 1000 ಪಡೆಯುವುದಕ್ಕೆ (ನಗದು ಒಳಹರಿವು) ಸಮನಾಗಿರುತ್ತದೆ ಇದರರ್ಥ ಮುಂದಿನ ವರ್ಷದ ಒಂದು ವೇಳೆ PC-A ಗೆ ರೂ. 1000 ನೀಡಿಬೇಕಾಗಿದ್ದರೆ (ನಗದು ಹೊರಹರಿವು), ಇದು ಇಂದು ರೂ. 8928.57 ನೀಡುವುದಕ್ಕೆ ಸಮನಾಗಿರುತ್ತದೆ. ಇದೇ ರೀತಿ, ಒಂದು ವೇಳೆ PC-A ಗೆ ಈಗಿನಿಂದ ರೂ. 1000 ನೀಡಬೇಕಾಗಿದ್ದರೆ, ಇದರ ಪ್ರಸ್ತುತ ಮೌಲ್ಯವು ರೂ.7971.94 ಆಗಿರುತ್ತದೆ.

ನೆಟ್ ಪ್ರೆಸೆಂಟ್ ವ್ಯಾಲ್ಯೂ ಅಥವಾ ಎನ್‌ಪಿವಿ ಎನ್ನುವುದು ಸಮಯಾವಧಿಯಲ್ಲಿ ಅಂತಹ ನಗದು ಹೊರಹರಿವುಗಳು ಅಥವಾ ಒಳಹರಿವುಗಳ ಪ್ರೆಸೆಂಟ್ ವ್ಯಾಲ್ಯೂಗಳ ಒಟ್ಟು ಮೊತ್ತವಾಗಿರುತ್ತದೆ.

ಕೋಷ್ಟಕ 7: ಮರುಪಾವತಿ ಯೋಜನೆ

ವರ್ಷ	ವರ್ಷ 1	ವರ್ಷ 2	ವರ್ಷ 3	ವರ್ಷ 4	ವರ್ಷ 5	ವರ್ಷ 6	ವರ್ಷ 7	ವರ್ಷ 8	ವರ್ಷ 9	ವರ್ಷ 10	ಒಟ್ಟು
ಬಡ್ಡಿ ಮಾತ್ರ	24000	24000	24000	24000	24000	24000	24000	24000	24000	174000	390000
ಸಮಾನ ಪಾವತಿ	31035	31035	31035	31035	31035	31035	31035	31035	31035	31035	310350
ಸಮಾನ ಮೂಲ ಧನ	39000	36600	34200	31800	29400	27000	24600	22200	19800	17400	282000

ವಾಣಿಜ್ಯಿಕ ಬ್ಯಾಂಕ್‌ನಿಂದ ರೂ. 150000 ಅನ್ನು PC-A ಸಾಲ ಪಡೆದುಕೊಂಡಿದೆ ಎಂದು ಭಾವಿಸೋಣ. ಬ್ಯಾಂಕ್ PC-A ಗೆ ಮರು ಪಾವತಿಸಲು ಮೂರು ಯೋಜನೆಗಳನ್ನು ನೀಡುತ್ತದೆ (ಬಡ್ಡಿ ಮಾತ್ರ, ಸಮಾನ ಕಂತುಗಳಲ್ಲಿ ಪಾವತಿಗಳು ಮತ್ತು ಸಮಾನ ಮೂಲಧನದ ಪಾವತಿಗಳು)

ಮೂರು ಪಾವತಿ ಯೋಜನೆಗಳನ್ನು ಪರಿಗಣಿಸಿ, ಯಾವ ಯೋಜನೆಯನ್ನು PC-A ಪರಿಗಣಿಸಬೇಕು?

ಮೇಲಿನ ಪ್ರಶ್ನೆಗೆ ಉತ್ತರಿಸಲು, ಈ ಎಲ್ಲಾ ಮೂರು ಆಯ್ಕೆಗಳಲ್ಲಿ ಭವಿಷ್ಯದ ನಗದಿನ ಹೊರಹರಿವುಗಳ ನೆಟ್ ಪ್ರೆಸೆಂಟ್ ವ್ಯಾಲ್ಯೂವನ್ನು ಲೆಕ್ಕಾಚಾರ ಮಾಡಲು ಸಹಾಯ ಪಡೆದುಕೊಳ್ಳಬೇಕು.

4.5.7 ನೆಟ್ ಪ್ರೆಸೆಂಟ್ ವ್ಯಾಲ್ಯೂ (ಅಥವಾ ಎನ್‌ಪಿವಿ) ಎಂದರೇನು?

ಪ್ರೆಸೆಂಟ್ ವ್ಯಾಲ್ಯೂ ಅಥವಾ ಪಿವಿ ಎನ್ನುವುದು ಒಂದು ವೇಳೆ ಇದು ಇರಬಹುದಾಗಿದ್ದರೆ ಭವಿಷ್ಯದ ನಗದು ಹರಿವಿನ ಮೌಲ್ಯವೇನು ಎಂಬುದನ್ನು ಲೆಕ್ಕಾಚಾರ ಮಾಡುವ ವಿಧಾನವಾಗಿದೆ. ಇಲ್ಲಿ ಪಿವಿ ಅನ್ನು ಲೆಕ್ಕಾಚಾರ ಮಾಡಲು ಡಿಸ್ಕೌಂಟ್ ದರವನ್ನು (ಬಡ್ಡಿ ದರದಂತೆಯೇ) ಬಳಸಲಾಗುತ್ತದೆ. ಬಡ್ಡಿ ದರವು ಸಮಯದಲ್ಲಿ ಭವಿಷ್ಯವನ್ನು ಎದುರು

ಇದನ್ನು ಭವಿಷ್ಯದ ಹೂಡಿಕೆಗಳು ಅಥವಾ ನಗದು ಒಳಹರಿವುಗಳು ಅಥವಾ ಇನ್‌ಸ್ಟಾಲ್‌ಮೆಂಟ್ ಪಾವತಿಗಳ ಪ್ರಸ್ತುತ ಮೌಲ್ಯವನ್ನು ಲೆಕ್ಕಾಚಾರ ಮಾಡುವಾಗ ಬಳಸಲಾಗುತ್ತದೆ.

ಸೂತ್ರವು ಈ ಮುಂದಿನಂತಿರುತ್ತದೆ:

NPV = A1/(1 + D/100)1 + A2/(1+D/100)2 + A3/(1 + D/100)3 + …….. + An/(1 + D/100)n

ಇಲ್ಲಿ, A1, A2, A3, …., ಗಳು ಅನುಕ್ರಮವಾಗಿ 1, 2, 3 ಮತ್ತು n ವರ್ಷದಲ್ಲಿ ನಿರೀಕ್ಷಿಸಿದ ಕ್ಯಾಷ್ ಫ್ಲೋಗಳಾಗಿರುತ್ತದೆ ಮತ್ತು D ಎನ್ನುವುದು ರಿಯಾಯಿತಿ ದರವಾಗಿರುತ್ತದೆ.

ನಮ್ಮ ಮೊದಲಿನ ಉದಾಹರಣೆಯಲ್ಲಿ, PC-A ಗಾಗಿ ಮೂರು ನಗದು ಹೊರಹರಿವು ಪ್ರಸಂಗಗಳನ್ನು ನೀಡಲಾಗಿದ್ದು, ಪ್ರತಿಯೊಂದಕ್ಕೆ ಎನ್‌ಪಿವಿ ಅನ್ನು ಕೆಳಗೆ ನೀಡಲಾಗಿದೆ:

TABLE 8: CALCULATION OF NPV

PAYMENT PLAN	NPV
Interest Only	₹ 150,000.00
Equal Payment	₹ 149,999.21
Equal Principal	₹ 150,000.00

As we can observe, the NPV for all the three payment plans is almost same. This means that for PC-A or for the Bank, the three plans are the same. However, depending upon the paying capacity of PC-A or the money requirement of the Bank, one of the options can be chosen. For example, in plan 1 – Interest Only, the maximum amount is payable only in the 10th year. This may not suit the Bank as it will get far less money during the initial years to service other loans. Also the risk is higher for the Bank. Most of the repayment plans prefer either plan 2 or 3.

Theoretically, the net present value of a future stream of cash flows (outgoing and incoming) must be positive to justify an investment. In other words, if a project is worth more than it costs (outflows are less than the inflows), its NPV will be positive.

In the example below the NPV has been calculated on three different marketing strategies generating three different cash flow although total cash flow is the same. In such case, a net present value analysis would help the PC-A to compare among the three choices.

ಕೋಷ್ಟಕ 8: ಎನ್‌ಪಿವಿ ಲೆಕ್ಕಾಚಾರ

ಪಾವತಿ ಯೋಜನೆ	ಎನ್‌ಪಿವಿ
ಬಡ್ಡಿ ಮಾತ್ರ	ರೂ. 150,000.00
ಸಮಾನ ಪಾವತಿ	ರೂ. 149,999.21
ಸಮಾನ ಮೂಲಧನ	ರೂ. 150,000.00

ನಾವು ಗಮನಿಸಿದಂತೆ, ಎಲ್ಲಾ ಮೂರು ಪಾವತಿ ಯೋಜನೆಗಳಿಗೆ ಎನ್‌ಪಿವಿ ಬಹುಪಾಲು ಸಮನಾಗಿರುತ್ತದೆ. ಇದರರ್ಥ PC-A ಅಥವಾ ಬ್ಯಾಂಕ್‌ಗಾಗಿ, ಮೂರು ಯೋಜನೆಗಳು ಒಂದೇ ಆಗಿರುತ್ತದೆ. ಆದರೆ, PC-A ದ ಪಾವತಿ ಸಾಮರ್ಥ್ಯ ಅಥವಾ ಬ್ಯಾಂಕಿನ ಹಣದ ಅಗತ್ಯತೆಗಳನ್ನು ಆಧರಿಸಿ, ಒಂದು ಆಯ್ಕೆಯನ್ನು ಆರಿಸಿಕೊಳ್ಳಬಹುದು.

ಉದಾಹರಣೆಗೆ, ಯೋಜನೆ-1 ಆದ ಬಡ್ಡಿ ಮಾತ್ರದಲ್ಲಿ, ಗರಿಷ್ಠ ಮೊತ್ತವನ್ನು 10 ನೇ ವರ್ಷದಲ್ಲಿ ಮಾತ್ರ ಪಾವತಿಸಬೇಕಾಗುತ್ತದೆ. ಇದು ಬ್ಯಾಂಕಿಗೆ ಹೊಂದಿಕೆಯಾಗುವುದಿಲ್ಲ, ಏಕೆಂದರೆ ಇತರ ಸಾಲಗಳಿಗೆ ಸೇವೆ ಸಲ್ಲಿಸಲು ಸಾಕಷ್ಟು ಹಣವು ಪ್ರಾರಂಭಿಕ ವರ್ಷದಲ್ಲಿ ದೊರೆಯುವುದಿಲ್ಲ. ಹಾಗೆಯೇ ಬ್ಯಾಂಕಿಗೆ ಅಪಾಯವು ಅಧಿಕವಾಗಿರುತ್ತದೆ. ಹೆಚ್ಚಿನ ಮರುಪಾವತಿ ಯೋಜನೆಗಳು ಯೋಜನೆ 2 ಅಥವಾ 3 ಗೆ ಆದ್ಯತೆ ನೀಡುತ್ತವೆ.

ಪ್ರಾಸಂಗಿಕವಾಗಿ, ಹೂಡಿಕೆಯನ್ನು ಸಮರ್ಥಿಸಲು ಭವಿಷ್ಯದ ಕ್ಯಾಷ್ ಫ್ಲೋಗಳ (ಹೊರಹೋಗುವ ಮತ್ತು ಒಳಬರುವ) ನೆಟ್ ಪ್ರೆಸೆಂಟ್ ವ್ಯಾಲ್ಯೂ ಧನಾತ್ಮಕವಾಗಿರಬೇಕು. ಮತ್ತೊಂದು ರೀತಿಯಲ್ಲಿ ಹೇಳುವುದಾದರೆ, ಯೋಜನೆಯು ಅದರ ವೆಚ್ಚಗಳಿಗಿಂತ ಮೌಲ್ಯಯುತವಾಗಿದ್ದರೆ (ಒಳಹರಿವಿಗಿಂತ ಹೊರಹರಿವು ಕಡಿಮೆಯಾಗಿದ್ದರೆ), ಅದರ ಎನ್‌ಪಿವಿ ಧನಾತ್ಮಕವಾಗಿರುತ್ತದೆ.

ಕೆಳಗಿನ ಉದಾಹರಣೆಯಲ್ಲಿ, ಒಟ್ಟು ಕ್ಯಾಷ್ ಫ್ಲೋ ಒಂದೇ ಆಗಿದ್ದರೂ ಮೂರು ವಿಭಿನ್ನ ಕ್ಯಾಷ್ ಫ್ಲೋ ಅನ್ನು ನಿರ್ಮಿಸುವ ಮೂರು ವಿಭಿನ್ನ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಕಾರ್ಯನೀತಿಗಳ ಆಧಾರದಲ್ಲಿ ಎನ್‌ಪಿಪಿ ಲೆಕ್ಕಾಚಾರ ಮಾಡಲಾಗಿದೆ. ಇಂತಹ ಸಂದರ್ಭದಲ್ಲಿ, ನೆಟ್ ಪ್ರೆಸೆಂಟ್ ವ್ಯಾಲ್ಯೂ ವಿಶ್ಲೇಷಣೆಯು ಮೂರು ಆಯ್ಕೆಗಳ ನಡುವೆ ಹೋಲಿಕೆ ಮಾಡುವುದಕ್ಕೆ PC-A ಗೆ ಸಹಾಯ ಮಾಡುತ್ತದೆ.

Table 9: Cash Flow-1

	Yr 0	Yr 1	Yr 2	Yr 3	Yr 4	Yr 5	Yr 6	Yr 7	Yr 8	Yr 9	Yr 10	Total	NPV (at 12%)
Strategy A	(300000)	10000	30000	45000	60000	50000	45000	60000	70000	50000	45000	165000	₹ (9,338)
Strategy B	(300000)	30000	45000	70000	60000	50000	45000	65000	35000	50000	15000	165000	₹ 3,944
Strategy C	(300000)	20000	40000	65000	70000	60000	30000	50000	40000	60000	30000	165000	₹ 6,467

Please note that the outgoing cash (in Year zero) is always shown as a negative, as it is an investment.

Looking at these three choices, only two strategies (B & C) have a positive NPV at a 12% discount rate while the third (Strategy A) is negative. This means that even if the three strategies would cost the same (the sum total of all the three cash flows is ₹ 1,65,000), the net present value of these is different and the Strategy with the best NPV (Strategy B in this case) should be normally selected over the other two.

Now if the discount rate changes, the NPV would also change. For example if the discount rate is lowered from 12% to 8%, the resulting NPV would be:

Table 10: Cash Flow - 2

	Yr 0	Yr 1	Yr 2	Yr 3	Yr 4	Yr 5	Yr 6	Yr 7	Yr 8	Yr 9	Yr 10	Total	NPV (at 8%)
Strategy A	(300000)	10000	30000	45000	60000	50000	45000	60000	70000	50000	45000	165000	₹ 61,704.20
Strategy B	(300000)	30000	45000	70000	60000	50000	45000	65000	35000	50000	15000	165000	₹ 81,460.35
Strategy C	(300000)	20000	40000	65000	70000	60000	30000	50000	40000	60000	30000	165000	₹ 75,060.21

Now all the three strategies yield positive net present values.
Now if the discount rate changes to 16%, then NPV for the same streams of cash flow would yield the following result:

TABLE 11: CASH FLOW - 3

	Yr 0	Yr 1	Yr 2	Yr 3	Yr 4	Yr 5	Yr 6	Yr 7	Yr 8	Yr 9	Yr 10	Total	NPV (at 16%)
Strategy A	(300000)	10000	30000	45000	60000	50000	45000	60000	70000	50000	45000	165000	₹ (57,472.46)
Strategy B	(300000)	30000	45000	70000	60000	50000	45000	65000	35000	50000	15000	165000	₹ (32,732.80)
Strategy C	(300000)	20000	40000	65000	70000	60000	30000	50000	40000	60000	30000	165000	₹ (40,633.59)

In this case all of the three strategies yield negative NPV and hence do not appear attractive.

This exercise demonstrates that in financial analysis, and especially in Net Present Value (NPV) analysis, the choice of discount rate is crucial. However for investments, analysis only on the basis of NPV may lead to faulty outcome and decision as its result hinges crucially on the discount rate adopted. Calculation of discount rate is complicated and requires expert advice.

Is there another, easier and a surer method to compare different cash flow streams? Yes, another technique called the Internal Rate of Return or IRR – is used for project analysis or the comparison of cash flow alternatives without having a specific discount rate.

ಕೋಷ್ಟಕ 9: ಕ್ಯಾಷ್ ಫ್ಲೋ-1

	ವರ್ಷ 0	ವರ್ಷ 1	ವರ್ಷ 2	ವರ್ಷ 3	ವರ್ಷ 4	ವರ್ಷ 5	ವರ್ಷ 6	ವರ್ಷ 7	ವರ್ಷ 8	ವರ್ಷ 9	ವರ್ಷ 10	ಒಟ್ಟು	ಎನ್‌ಪಿವಿ
(12% ರಲ್ಲಿ)	(300000)	10000	30000	45000	60000	50000	45000	60000	70000	50000	45000	165000	টাকা (9,338)
ಕಾರ್ಯನೀತಿ A	(300000)	10000	30000	45000	60000	50000	45000	60000	70000	50000	45000	165000	ರೂ.(9,338)
ಕಾರ್ಯನೀತಿ B	(300000)	30000	45000	70000	60000	50000	45000	65000	35000	50000	15000	165000	ರೂ. 3,944
ಕಾರ್ಯನೀತಿ C	(300000)	20000	40000	65000	70000	60000	30000	50000	40000	60000	30000	165000	ರೂ. 6,467

ಹೊರಹೋಗುವ ನಗದನ್ನು (ಸೊನ್ನೆ ವರ್ಷದಲ್ಲಿ) ಯಾವಾಗೂಲ ಋಣಾತ್ಮಕವಾಗಿ ತೋರಿಸಲಾಗುತ್ತದೆ, ಏಕೆಂದರೆ ಇದು ಹೂಡಿಕೆಯಾಗಿರುತ್ತದೆ ಎಂಬುದನ್ನು ದಯವಿಟ್ಟು ಗಮನಿಸಿ.

ಈ ಮೂರು ಆಯ್ಕೆಗಳನ್ನು ನೋಡಿದಾಗ, ಕೇವಲ ಎರಡು ಕಾರ್ಯನೀತಿಗಳು (ಬಿ ಮತ್ತು ಸಿ) ಮಾತ್ರ ಶೇಕಾಡ ರಿಯಾಯಿತಿ ದರದೊಂದಿಗೆ ಧನಾತ್ಮಕ ಎನ್‌ಪಿವಿ ಹೊಂದಿದ್ದರೆ ಮೂರನೆಯದು (ಕಾರ್ಯನೀತಿ ಎ) ಋಣಾತ್ಮಕವಾಗಿರುತ್ತದೆ. ಇದರರ್ಥ ಒಂದು ವೇಳೆ ಮೂರು ಕಾರ್ಯನೀತಿಗಳಿಗೆ ಒಂದೇ ವೆಚ್ಚವಾಗಿದ್ದರೆ (ಎಲ್ಲಾ ಮೂರು ಕ್ಯಾಷ್ ಫ್ಲೋಗಳ ಒಟ್ಟು ಮೊತ್ತವು ರೂ. 1,65,000), ಇವುಗಳ ನೆಟ್ ಪ್ರೆಸೆಂಟ್ ಮೌಲ್ಯವು ವಿಭಿನ್ನವಾಗಿರುತ್ತದೆ ಮತ್ತು ಉಳಿದ ಎರಡಕ್ಕೆ ಹೋಲಿಸಿದರೆ ಅತ್ಯುತ್ತಮ ಎನ್‌ಪಿವಿನೊಂದಿಗೆ ಕಾರ್ಯನೀತಿಯನ್ನು (ಈ ಸಂದರ್ಭದಲ್ಲಿ ಕಾರ್ಯನೀತಿ ಬಿ) ಆಯ್ಕೆಮಾಡಲಾಗುತ್ತದೆ.

ಇದೀಗ ಒಂದು ವೇಳೆ ರಿಯಾಯಿತಿ ದರವು ಬದಲಾದರೆ, ಎನ್‌ಪಿವಿ ಸಹ ಬದಲಾಗುತ್ತದೆ. ಉದಾಹರಣೆಗೆ, ರಿಯಾಯಿತಿ ದರವನ್ನು ಶೇಕಡಾ 12 ರಿಂದ ಶೇಕಡಾ 8 ಕ್ಕೆ ಕಡಿಮೆ ಮಾಡಿದರೆ, ಅದರ ಪರಿಣಾಮದ ಎನ್‌ಪಿವಿ ಈ ರೀತಿಯಾಗಿರುತ್ತದೆ:

ಕೋಷ್ಟಕ 10: ಕ್ಯಾಷ್ ಫ್ಲೋ – 2

	ವರ್ಷ 0	ವರ್ಷ 1	ವರ್ಷ 2	ವರ್ಷ 3	ವರ್ಷ 4	ವರ್ಷ 5	ವರ್ಷ 6	ವರ್ಷ 7	ವರ್ಷ 8	ವರ್ಷ 9	ವರ್ಷ 10	ಒಟ್ಟು	ಎನ್‌ಪಿವಿ (8% ರಲ್ಲಿ)
ಕಾರ್ಯನೀತಿ A	(300000)	10000	30000	45000	60000	50000	45000	60000	70000	50000	45000	165000	ರೂ. 61,704.20
ಕಾರ್ಯನೀತಿ B	(300000)	30000	45000	70000	60000	50000	45000	65000	35000	50000	15000	165000	` 81,460.35
ಕಾರ್ಯನೀತಿ C	(300000)	20000	40000	65000	70000	60000	30000	50000	40000	60000	30000	165000	` 75,060.21

ಇದೀಗ ಎಲ್ಲಾ ಮೂರು ಕಾರ್ಯನೀತಿಗಳು ಧನಾತ್ಮಕ ನೆಟ್ ಪ್ರೆಸೆಂಟ್ ವ್ಯಾಲ್ಯೂಗಳನ್ನು ನೀಡುತ್ತವೆ.
ಇದೀಗ ಒಂದು ವೇಳೆ ರಿಯಾಯಿತಿ ದರವು ಶೇಕಡಾ 16 ಕ್ಕೆ ಬದಲಾದರೆ, ಆಗ ಅಂತಹುದೇ ಕ್ಯಾಷ್ ಫ್ಲೋಗಳ ಸ್ಟ್ರೀಮ್‌ಗಳು ಮುಂದಿನ ಫಲಿತಾಂಶವನ್ನು ನೀಡುತ್ತವೆ:

ಕೋಷ್ಟಕ 11: ಕ್ಯಾಷ್ ಫ್ಲೋ – 3

	ವರ್ಷ 0	ವರ್ಷ 1	ವರ್ಷ 2	ವರ್ಷ 3	ವರ್ಷ 4	ವರ್ಷ 5	ವರ್ಷ 6	ವರ್ಷ 7	ವರ್ಷ 8	ವರ್ಷ 9	ವರ್ಷ 10	ಒಟ್ಟು	ಎನ್‌ಪಿವಿ (16% ರಲ್ಲಿ)
	(300000)	10000	30000	45000	60000	50000	45000	60000	70000	50000	45000	165000	টাকা (57,472.46)
ಕಾರ್ಯನೀತಿ A	(300000)	10000	30000	45000	60000	50000	45000	60000	70000	50000	45000	165000	ರೂ.(57,472.46)
ಕಾರ್ಯನೀತಿ B	(300000)	30000	45000	70000	60000	50000	45000	65000	35000	50000	15000	165000	ರೂ.(32,732.80)
ಕಾರ್ಯನೀತಿ C	(300000)	20000	40000	65000	70000	60000	30000	50000	40000	60000	30000	165000	ರೂ. (40,633.59)

ಈ ಸಂಗತಿಯಲ್ಲಿ, ಎಲ್ಲಾ ಮೂರು ಕಾರ್ಯನೀತಿಗಳು ಋಣಾತ್ಮಕವಾದ ಎನ್‌ಪಿಓ ನೀಡುತ್ತದೆ ಮತ್ತು ಈ ಕಾರಣದಿಂದ ಆಕರ್ಷಕ ಎನಿಸುವುದಿಲ್ಲ. ಹಣಕಾಸು ಮೌಲ್ಯಮಾಪನದಲ್ಲಿ, ಅದರಲ್ಲೂ ಪ್ರಮುಖವಾಗಿ ನೆಟ್ ಪ್ರೆಸೆಂಟ್ ವ್ಯಾಲ್ಯೂ (ಎನ್‌ಪಿವಿ) ವಿಶ್ಲೇಷಣೆಯಲ್ಲಿ ರಿಯಾಯಿತಿ ದರದ ಆಯ್ಕೆಯು ಪ್ರಮುಖವಾಗಿರುತ್ತದೆ ಎಂಬುದನ್ನು ಇದು ತೋರಿಸುತ್ತದೆ. ಆದರೆ ಹೂಡಿಕೆಗಳಿಗೆ, ಕೇವಲ ಎನ್‌ಪಿವಿ ಆಧಾರದಲ್ಲಿ ವಿಶ್ಲೇಷಣೆಯು ತಪ್ಪಾದ ಫಲಿತಾಂಶ ಮತ್ತು ನಿರ್ಧಾರಕ್ಕೆ ಕಾರಣವಾಗುತ್ತದೆ ಏಕೆಂದರೆ ಅದರ ಫಲಿತಾಂಶವು ಅಳವಡಿಸಿಕೊಂಡ ರಿಯಾಯಿತಿ ದರದ ಮೇಲೆ ಪ್ರಮುಖವಾಗಿ ನಿಂತಿರುತ್ತದೆ. ರಿಯಾಯಿತಿ ದರದ ಲೆಕ್ಕಾಚಾರವು ಸಂಕೀರ್ಣವಾಗಿದೆ ಮತ್ತು ಇದಕ್ಕೆ ನಿಪುಣರ ಸಲಹೆ ಅಗತ್ಯವಿರುತ್ತದೆ. ಯಾವುದಾದರೂ ಮತ್ತೊಂದು ಸುಲಭವಾದ, ಖಾತ್ರಿಯುತವಾದ ವಿಭಿನ್ನ ಕ್ಯಾಷ್ ಫ್ಲೋ ಸ್ಟ್ರೀಮ್‌ಗಳನ್ನು ಹೋಲಿಕೆ ಮಾಡುವ ವಿಧಾನವಿದೆಯೇ? ಹೌದು, ಮತ್ತೊಂದು ಕೌಶಲ್ಯವನ್ನು ಇಂಟರ್ನಲ್ ರೇಟ್ ಆಫ್ ರಿಟರ್ನ್ ಅಥವಾ ಐಆರ್‌ಆರ್ ಎಂದು ಕರೆಯಲಾಗುತ್ತದೆ – ಇದನ್ನು ಯೋಜನೆಯ ವಿಶ್ಲೇಷಣೆಯಲ್ಲಿ ಅಥವಾ ನಗದು ಹರಿವಿನ ಪರ್ಯಾಯಗಳ ಹೋಲಿಕೆ ಮಾಡುವಲ್ಲಿ ಯಾವುದೇ ರಿಯಾಯಿತಿ ದರವಿಲ್ಲದೆಯೇ ಬಳಸಲಾಗುತ್ತದೆ.

4.5.8 WHAT IS AN INTERNAL RATE OF RETURN?

An internal rate of return calculation allows you to determine the interest rate that a business will earn on the original amount of capital invested and the expected future cash inflows. In other words it provides the discount rate that a business produces rather than applying a discount rate determined from outside the business. It is calculated by equating the present value of expected cash outflows with the present value of expected inflows.

Mathematically it may be represented as:

A0 = A1/(1 + R/100)1 + A2/(1 + R/100)2 + A3/(1 + R/100)3 + …….. + An/(1 + R/100)n

Where A0 is the initial investment and A1, A2, A3, ….., A n are the cash flows expected in 1, 2, 3, and nth year respectively and R is the rate or Internal Rate of Return. The Internal Rate of Return – IRR – requires a computer for calculation.

On computer MS Excel programme
Enter cash flows in cells
Open f*
Choose Financial
Choose IRR
"OK"
Highlight values from Year 0 to Year n
"OK"

In our example of PC-A's expected cash inflows from the three strategies, the IRR as calculated with the help of computer is as follows:

TABLE 12: CALCULATION OF IRR

Strategy	IRR
Strategy A	7.74%
Strategy B	9.29%
Strategy C	8.73%

What do these values mean? Or what should be the acceptance criteria?

Here PC-A will have to compare the IRR from the three strategies with the required rate of return. If the IRR is more than the required rate of return, then the proposal would be accepted. For example, if the required rate of return is 12% then the IRR has to be equal to or more than 12% for consideration.

4.5.9 CASH FLOW STATEMENT

Cash flow statements show cash inflow and outflow over a period of time and are used for internal planning. If it is an established business, worksheets can be put together from the actual figures of income and expenses of previous years combined with projected changes for the next period. If it is a new venture, one will have to project the financial requirements and disbursements. The profit at the end of the year will depend on the proper balance between cash inflow and outflow.

The cash flow statement identifies

- ◊ When cash is expected to be received?
- ◊ How much cash will be received?
- ◊ When cash must be spent to pay bills and debts?
- ◊ How much cash will be needed to pay expenses?

It also allows the manager to identify the source of necessary cash, i.e., will it come from sales and services rendered or should it be borrowed? One has to make sure that the projections take into account receivables and how long it will take the customers to pay. The cash flow statement deals only with actual cash transactions and not with depreciation or other non-cash expense items.

A cash flow statement can be prepared for any period of time. It should be prepared on a monthly basis for the next year and revised not less than quarterly to reflect actual performance in the preceding three months of operations.

PREPARING CASH FLOW STATEMENT

The vertical columns of a cash flow statement represent the twelve months, preceded by a total column. Horizontal rows on the statement contain figures for the sources of cash and cash to be paid out copied from the two previous worksheets and from individual budgets.

The figures are projected for each month, reflecting the flow of cash in and out of the business for a one-year period. Begin with the first month of the business cycle and proceed as follows:

4.5.8 ಇಂಟರ್ನಲ್ ರೇಟ್ ಆಫ್ ರಿಟರ್ನ್ ಎಂದರೇನು?

ಇಂಟರ್ನಲ್ ರೇಟ್ ಆಫ್ ರಿಟರ್ನ್ ಲೆಕ್ಕಾಚಾರವು ನಿಮಗೆ ವ್ಯವಹಾರಲವು ಹೂಡಿಕೆ ಮಾಡಿದ ಮೂಲ ಬಂಡವಾಳದ ಮೇಲಿನ ಗಳಿಕೆಯನ್ನು ಮತ್ತು ನಿರೀಕ್ಷಿತ ಭವಿಷ್ಯದ ಕ್ಯಾಷ್ ಫ್ಲೋಗಳನ್ನು ನಿರ್ಧರಿಸಲು ಸಹಾಯ ಮಾಡುತ್ತದೆ. ಮತ್ತೊಂದು ರೀತಿಯಲ್ಲೀ ಹೇಳುವುದಾದರೆ, ಇದು ವ್ಯವಹಾರದ ಹೊರಗಿನಿಂದ ರಿಯಾಯಿತಿ ದರವನ್ನು ಅನ್ವಯಿಸುವ ಬದಲಿಗೆ ವ್ಯವಹಾರವು ನಿರ್ಮಿಸುವ ರಿಯಾಯಿತಿ ದರವನ್ನು ಒದಗಿಸುತ್ತದೆ. ಇದನ್ನು ನಿರೀಕ್ಷಿತ ಕ್ಯಾಷ್ ಫ್ಲೋನ ಪ್ರಸ್ತುತ ಮೌಲ್ಯವನ್ನು ನಿರೀಕ್ಷಿತ ಒಳಹರಿವಿನ ಪ್ರಸ್ತುತ ಮೌಲ್ಯದೊಡನೆ ಸಮೀಕರಿಸಿ ಲೆಕ್ಕಾಚಾರ ಮಾಡಲಾಗುತ್ತದೆ.

ಗಣಿತಕ್ಕೆ ಸಂಬಂಧಿಸಿದಂತೆ ಇದನ್ನು ಈ ರೀತಿಯಾಗಿ ಪ್ರತಿನಿಧಿಸಲಾಗುತ್ತದೆ:

A0 = A1/(1 + R/100)1 + A2/(1 + R/100)2 + A3/(1 + R/100)3 + …….. + An/(1 + R/100)n

ಇಲ್ಲಿ A0 ಎನ್ನುವುದು ಪ್ರಾರಂಭಿಕ ಹೂಡಿಕೆಯಾಗಿದೆ ಮತ್ತು A1, A2, A3, …., A n ಗಳು ಅನುಕ್ರಮವಾಗಿ 1, 2, 3 ಮತ್ತು n ನೇ ವರ್ಷದಲ್ಲಿ ನಿರೀಕ್ಷಿಸಲಾದ ಕ್ಯಾಷ್ ಫ್ಲೋಗಳಾಗಿದೆ ಮತ್ತು R ಎನ್ನುವುದು ದರ ಅಥವಾ ಇಂಟರ್ನಲ್ ರೇಟ್ ಆಫ್ ರಿಟರ್ನ್ ಆಗಿರುತ್ತದೆ.
ಇಂಟರ್ನಲ್ ರೇಟ್ ಆಫ್ ರಿಟರ್ನ್ – IRR – ಲೆಕ್ಕಾಚಾರಕ್ಕಾಗಿ ಕಂಪ್ಯೂಟರ್ ಅಗತ್ಯವಿರುತ್ತದೆ.

ಕಂಪ್ಯೂಟರ್ MS ಎಕ್ಸೆಲ್ ಪ್ರೋಗ್ರಾಂನಲ್ಲಿ
ಸೆಲ್‌ಗಳಲ್ಲಿ ಕ್ಯಾಷ್ ಫ್ಲೋ ಅನ್ನು ನಮೂದಿಸಿ
f* ತೆರೆಯಿರಿ
ಫೈನಾನ್ಶಿಯಲ್ ಆಯ್ಕೆಮಾಡಿ
IRR ಆಯ್ಕೆಮಾಡಿ
"OK"
ವರ್ಷ 0 ದಿಂದ ವರ್ಷ n ವರೆಗೆ ಮೌಲ್ಯಗಳನ್ನು ಹೈಲೈಟ್ ಮಾಡಿ
"OK"

ಮೂರು ಕಾರ್ಯನೀತಿಗಳಿಂದ ನಮ್ಮ PC-ಗಳ ನಿರೀಕ್ಷಿತ ಕ್ಯಾಷ್ ಇನ್‌ಫ್ಲೋಗಳಲ್ಲಿ, ಕಂಪ್ಯೂಟರ್ ಸಹಾಯದೊಂದಿಗೆ ಮಾಡಲಾಗುವ IRR ಲೆಕ್ಕಾಚಾರಗಳು ಈ ರೀತಿಯಾಗಿರುತ್ತವೆ:

ಕೋಷ್ಟಕ 12: ಐಆರ್‌ಆರ್ ಲೆಕ್ಕಾಚಾರ

ಕಾರ್ಯನೀತಿ	ಐಆರ್‌ಆರ್
ಕಾರ್ಯನೀತಿ A	7.74%
ಕಾರ್ಯನೀತಿ B	9.29%
ಕಾರ್ಯನೀತಿ C	8.73%

ಈ ಮೌಲ್ಯಗಳ ಅರ್ಥವೇನು? ಅಥವಾ ಸ್ವೀಕಾರಾರ್ಹ ಮಾನದಂಡ ಯಾವುದಾಗಿರಬೇಕು?

ಇಲ್ಲಿ ರಿಟರ್ನ್‌ನ ಅಗತ್ಯ ದರದೊಂದಿಗೆ ಮೂರು ಕಾರ್ಯನೀತಿಗಳ ಮುಖಾಂತರ ಐಆರ್‌ಆರ್ ಅನ್ನು PC-A ಲೆಕ್ಕಾಚಾರ ಮಾಡಬೇಕಾಗುತ್ತದೆ. ಒಂದು ವೇಳೆ ಐಆರ್‌ಆರ್ ಎನ್ನುವುದು ಅಗತ್ಯ ರಿಟರ್ನ್ ದರಕ್ಕಿಂತ ಹೆಚ್ಚಾಗಿದ್ದರೆ, ಆಗ ಪ್ರಸ್ತಾಪವನ್ನು ಒಪ್ಪಲಾಗುತ್ತದೆ. ಉದಾಹರಣೆಗಾಗಿ, ಅಗತ್ಯ ರಿಟರ್ನ್ ದರವು ಶೇಕಡಾ 12 ಆಗಿದ್ದರೆ ಆಗ ಪರಿಗಣನೆಗಾಗಿ ಐಆರ್‌ಆರ್ ಎನ್ನುವುದು ಶೇಕಡಾ 12 ಕ್ಕೆ ಸಮನಾಗಿರಬೇಕು ಅಥವಾ ಅದಕ್ಕಿಂತ ಹೆಚ್ಚಾಗಿರಬೇಕು.

4.5.9 ಕ್ಯಾಷ್ ಫ್ಲೋ ಸ್ಟೇಟ್‌ಮೆಂಟ್

ಕ್ಯಾಷ್ ಫ್ಲೋ ಸ್ಟೇಟ್‌ಮೆಂಟ್‌ಗಳು ಸಮಯಾವಧಿಯಲ್ಲಿ ಕ್ಯಾಷ್ ಇನ್‌ಫ್ಲೋ ಮತ್ತು ಔಟ್‌ಫ್ಲೋ ಅನ್ನು ತೋರಿಸುತ್ತವೆ ಮತ್ತು ಇದನ್ನು ಆಂತರಿಕ ಯೋಜಿಸುವಿಕೆಗಾಗಿ ಬಳಸಲಾಗುತ್ತದೆ. ಇದು ಸ್ಥಾಪಿತ ವ್ಯವಹಾರವಾಗಿದ್ದರೆ, ವರ್ಕ್‌ಶೀಟ್‌ಗಳನ್ನು ಹಿಂದಿನ ವರ್ಷಗಳ ಆದಾಯ ಮತ್ತು ವೆಚ್ಚಗಳ ನೈಜ ಅಂಕಿಅಂಶಗಳನ್ನು ಮುಂದಿನ ಅವಧಿಗಾಗಿನ ಯೋಜಿಸಿದ ಬದಲಾವಣೆಗಳೊಂದಿಗೆ ಒಂದುಗೂಡಿಸಲಾಗುತ್ತದೆ. ಒಂದು ವೇಳೆ ಇದು ಹೊಸ ಉದ್ಯಮವಾಗಿದ್ದರೆ, ಹಣಕಾಸು ಅಗತ್ಯತೆಗಳು ಮತ್ತು ವಿತರಣೆಗಳ ಬಗ್ಗೆ ಯೋಜನೆ ಹಾಕಿಕೊಳ್ಳಬೇಕಾಗುತ್ತದೆ. ವರ್ಷದ ಕೊನೆಯಲ್ಲಿನ ಲಾಭವು ಕ್ಯಾಷ್ ಇನ್‌ಫ್ಲೋ ಮತ್ತು ಔಟ್‌ಫ್ಲೋ ನಡುವಿನ ಸರಿಯಾದ ಉಳಿಕೆಯ ಮೇಲೆ ಆಧಾರಿತವಾಗಿರುತ್ತದೆ.

ಕ್ಯಾಷ್ ಫ್ಲೋ ಸ್ಟೇಟ್‌ಮೆಂಟ್ ಇವುಗಳನ್ನು ಗುರುತಿಸುತ್ತದೆ

- ◊ ಯಾವಾಗ ನಗದು ಸ್ವೀಕಾರವನ್ನು ನಿರೀಕ್ಷಿಸಲಾಗಿದೆ?
- ◊ ಎಷ್ಟು ನಗದನ್ನು ಸ್ವೀಕರಿಸಲಾಗುತ್ತದೆ?
- ◊ ಬಿಲ್‌ಗಳನ್ನು ಮತ್ತು ಸಾಲಗಳನ್ನು ಪಾವತಿಸುವುದಕ್ಕೆ ನಗದನ್ನು ಯಾವಾಗ ಖರ್ಚು ಮಾಡಬೇಕು?
- ◊ sವೆಚ್ಚಗಳನ್ನು ಪಾವತಿಸುವುದಕ್ಕೆ ಎಷ್ಟು ನಗದು ಅಗತ್ಯವಿದೆ?

ಹಾಗೆಯೇ ಇದು ಅಗತ್ಯ ನಗದಿನ ಮೂಲವನ್ನು ಗುರುತಿಸಲು ಮ್ಯಾನೇಜರ್‌ಗೆ ಅವಕಾಶ ನೀಡುತ್ತದೆ, ಅಂದರೆ ಇದು ಮಾರಾಟಗಳು ಮತ್ತು ನೀಡಿದ ಸೇವೆಯಿಂದ ಬಂದಿದೆಯೇ ಅಥವಾ ಇದನ್ನು ಸಾಲ ಮಾಡಿ ಪಡೆದುಕೊಳ್ಳಲಾಗಿದೆಯೇ? ಹಾಗೇಯೇ ಅಂದಾಜು ಮಾಡುವಿಕೆಯು ಸ್ವೀಕರಿಸಬೇಕಾದ ಅಕೌಂಟ್ ಮತ್ತು ಅದನ್ನು ಪಾವತಿಸಲು ಗ್ರಾಹಕರಿಗೆ ಎಷ್ಟು ಸಮಯ ಬೇಕಾಗುತ್ತದೆ ಎಂಬುದನ್ನು ಖಾತ್ರಿ ಪಡಿಸಿಕೊಳ್ಳಬೇಕು. ಕ್ಯಾಷ್ ಇನ್‌ಫ್ಲೋ ಸ್ಟೇಟ್‌ಮೆಂಟ್ ಕೇವಲ ನಿಜವಾದ ನಗದು ವಹಿವಾಟಿನ ನಿರ್ವಹಣೆ ಮಾಡುತ್ತದೆಯೇ ಹೊರತು ಅಪಮೌಲ್ಯ ಅಥವಾ ಇತರ ನಗದು-ರಹಿತ ವೆಚ್ಚಗಳ ವಸ್ತುಗಳ ಕುರಿತು ನಿರ್ವಹಣೆ ಮಾಡುವುದಿಲ್ಲ.

ಕ್ಯಾಷ್ ಫ್ಲೋ ಸ್ಟೇಟ್‌ಮೆಂಟ್ ಅನ್ನು ಯಾವುದೇ ಸಮಯಾವಧಿಗೆ ಸಿದ್ಧಪಡಿಸಬಹುದು. ಇದನ್ನು ಮುಂದಿನ ವರ್ಷಕ್ಕೆ ಮಾಸಿಕ ಆಧಾರದಲ್ಲಿ ಮತ್ತು ತ್ರೈಮಾಸಿಕ್ಕ ಕಡಿಮೆಯಿಲ್ಲದಂತೆ ಸಿದ್ಧಪಡಿಸಬೇಕು ಮತ್ತು ಇದು ಹಿಂದಿನ ಮೂರು ತಿಂಗಳ ಕಾರ್ಯಾಚರಣೆಗಳಲ್ಲಿನ ಕಾರ್ಯನಿರ್ವಹಣೆಯನ್ನು ಒಳಗೊಂಡಿರಬೇಕು.

ಕ್ಯಾಷ್ ಫ್ಲೋ ಸ್ಟೇಟ್‌ಮೆಂಟ್ ಸಿದ್ಧಗೊಳಿಸುವಿಕೆ

ಕ್ಯಾಷ್ ಫ್ಲೋ ಸ್ಟೇಟ್‌ಮೆಂಟ್‌ಗಳ ಲಂಬ ಸಾಲುಗಳು ಒಟ್ಟು ಸಾಲುಗಳ ಮೊದಲು ಹನ್ನೆರಡು ತಿಂಗಳುಗಳನ್ನು ಪ್ರತಿನಿಧಿಸುತ್ತದೆ. ಸ್ಟೇಟ್‌ಮೆಂಟ್‌ನಲ್ಲಿನ ಅಡ್ಡ ಸಾಲುಗಳು ನಗದಿನ ಮೂಲಗಳಿಗಾಗಿ ಮತ್ತು ಎರಡು ಹಿಂದಿನ ವರ್ಕ್‌ಶೀಟ್‌ಗಳಿಂದ ನಕಲಿಸಿದ ಅಂಕಿಅಂಶಗಳಿಗಾಗಿನ ಮೂಲಗಳಿಂದ ಮತ್ತು ವೈಯಕ್ತಿಕ ಬಜೆಟ್‌ಗಳಿಂದ ಅಂಕಿಅಂಶಗಳನ್ನು ಒಳಗೊಂಡಿರುತ್ತದೆ.

ಅಂಕಿಅಂಶಗಳನ್ನು ಪ್ರತಿ ತಿಂಗಳಿಗೆ ಅಂದಾಜು ಮಾಡಲಾಗಿದ್ದು, ಇದು ಒಂದು-ವರ್ಷದ ಅವಧಿಗೆ ವ್ಯವಹಾರದ ಒಳಗೆ ಮತ್ತು ಹೊರಗೆ ನಗದಿನ ಫ್ಲೋ ಅನ್ನು ಪ್ರತಿಬಿಂಬಿಸುತ್ತದೆ. ವ್ಯವಹಾರದ ಮೊದಲನೆಯ ತಿಂಗಳಿನಿಂದ ಪ್ರಾರಂಭಿಸಿ ಈ ಮುಂದಿನಂತೆ ಮುಂದುವರಿಯುತ್ತದೆ:

- ◊ Project the beginning cash balance. Enter under the first month of the business cycle.
- ◊ Project the cash receipts for the first month.
- ◊ Add beginning cash balance and cash receipts to determine total cash available.
- ◊ Project the direct, indirect and interest expenses for the first month.
- ◊ Project money due on taxes, long-term assets and loan repayments. Also project any amounts to be drawn by owners
- ◊ Total all expenses and draws. This is the total cash paid out.
- ◊ Subtract total cash paid out from total cash available. Enter the result under cash balance/deficiency. If the result is negative, be sure to bracket this figure.
- ◊ Project loans to be received and equity deposits to be made. Add to cash balance/deficiency to get ending cash balance
- ◊ Carry forward the ending cash balance for January as February's beginning cash balance.
- ◊ Repeat the process through the last month of the business cycle.

To complete the total column, proceed as follows:

- ◊ Enter the beginning cash balance for the first month in the first space of the total column.
- ◊ Add the monthly figures for each category horizontally and enter the result in the corresponding total category.

Compute the total column in the same manner as each of the individual months. If you have been accurate in your computations, the December ending cash balance will be exactly the same as the total ending cash balance.

◊ ಪ್ರಾರಂಭಿಕ ನಗದು ಬ್ಯಾಲೆನ್ಸ್ ಅನ್ನು ಅಂದಾಜು ಮಾಡಿ. ವ್ಯವಹಾರ ಆವರ್ತನೆಯ ಮೊದಲ ತಿಂಗಳಿನ ಅಡಿಯಲ್ಲಿ ನಮೂದಿಸಿ.

◊ ಮೊದಲ ತಿಂಗಳಿಗಾಗಿ ನಗದು ಸ್ವೀಕೃತಿಗಳನ್ನು ಅಂದಾಜು ಮಾಡಿ.

◊ ಒಟ್ಟು ನಗದಿನ ಲಭ್ಯತೆಯನ್ನು ನಿರ್ಧರಿಸಲು ಪ್ರಾರಂಭಿಕ ನಗದಿನ ಬ್ಯಾಲೆನ್ಸ್ ಮತ್ತು ನಗದಿನ ಸ್ವೀಕೃತಿಗಳನ್ನು ಸೇರಿಸಿ.

◊ ಮೊದಲ ತಿಂಗಳಿಗಾಗಿ ಪ್ರತ್ಯಕ್ಷ, ಪರೋಕ್ಷ ಮತ್ತು ಬಡ್ಡಿ ವೆಚ್ಚಗಳನ್ನು ಅಂದಾಜು ಮಾಡಿ.

◊ ತೆರಿಗೆಗಳು, ದೀರ್ಘಾವಧಿಯ ಸ್ವತ್ತುಗಳಲು ಮತ್ತು ಸಾಲ ಮರುಪಾವತಿಗಳ ಕಾರಣದ ಹಣವನ್ನು ಅಂದಾಜು ಮಾಡಿ. ಹಾಗೆಯೇ ಮಾಲೀಕರು ಹಿಂಪಡೆಯಬೇಕಾಗಿರುವ ಯಾವುದೇ ಮೊತ್ತಗಳನ್ನು ಅಂದಾಜು ಮಾಡಿ.

◊ ಒಟ್ಟು ಎಲ್ಲಾ ವೆಚ್ಚಗಳು ಮತ್ತು ಹಿಂಪಡೆಯುವಿಕೆಗಳು. ಇದು ಪಾವತಿಸುವ ಒಟ್ಟು ನಗದಾಗಿದೆ

◊ ಲಭ್ಯವಿರುವ ಒಟ್ಟು ನಗದಿನಿಂದ ಒಟ್ಟು ನಗದನ್ನು ಕಳೆಯಿರಿ. ನಗದು ಉಳಿಕೆ/ಕೊರತೆ ಅಡಿಯಲ್ಲಿ ಫಲಿತಾಂಶವನ್ನು ನಮೂದಿಸಿ. ಒಂದು ವೇಳೆ ಫಲಿತಾಂಶವು ಋಣಾತ್ಮಕವಾಗಿದ್ದರೆ, ಈ ಅಂಕಿಅಂಶವನ್ನು ಬ್ರಾಕೆಟ್‌ನಲ್ಲಿ ಬರೆಯಲು ಖಚಿತವಾಗಿರಿ

◊ ಸ್ವೀಕರಿಸಬೇಕಾದ ಸಾಲಗಳು ಮತ್ತು ಮಾಡಬೇಕಾದ ಈಕ್ವಿಟಿ ಹೂಡಿಕೆಗಳನ್ನು ಅಂದಾಜು ಮಾಡಿ. ಮುಕ್ತಾಯದ ನಗದು ಉಳಿಕೆಯನ್ನು ಪಡೆಯಲು ನಗದು ಉಳಿಕೆ/ಕೊರತೆಯನ್ನು ಸೇರಿಸಿ

◊ ಜನವರಿಗಾಗಿನ ಮುಕ್ತಾಯದ ನಗದು ಉಳಿಕೆಯನ್ನು ಫೆಬ್ರುವರಿಯ ಪ್ರಾರಂಭಿಕ ನಗದು ಉಳಿಕೆಯಾಗಿ ಮುಂದಕ್ಕೆ ತೆಗೆದುಕೊಳ್ಳಿ.

◊ ವ್ಯವಹಾರ ಆವರ್ತನೆಯ ಕೊನೆಯ ತಿಂಗಳಿನಾದ್ಯಂತ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆಯನ್ನು ಪುನರಾವರ್ತಿಸಿ.

ಒಟ್ಟು ಕಾಲಮ್ ಅನ್ನು ಪೂರ್ಣಗೊಳಿಸಲು, ಈ ಮುಂದಿನಂತೆ ಮುಂದುವರಿಯಿರಿ:

◊ ಒಟ್ಟು ಕಾಲಮ್‌ನ ಮೊದಲ ಸ್ಥಳದಲ್ಲಿ ಮೊದಲ ತಿಂಗಳಿಗಾಗಿನ ಪ್ರಾರಂಭಿಕ ನಗದು ಉಳಿಕೆಯನ್ನು ನಮೂದಿಸಿ.

◊ ಪ್ರತಿ ವರ್ಗಕ್ಕಾಗಿ ಅಡ್ಡವಾಗಿ ತಿಂಗಳ ಅಂಕಿಅಂಶಗಳನ್ನು ಸೇರಿಸಿ ಮತ್ತು ಅನುಕ್ರಮವಾದ ಒಟ್ಟು ವರ್ಗದಲ್ಲಿ ಫಲಿತಾಂಶಗಳನ್ನು ನಮೂದಿಸಿ.

ಪ್ರತಿ ವೈಯಕ್ತಿಕ ತಿಂಗಳ ಪ್ರಕಾರ ಅದೇ ರೀತಿಯಲ್ಲಿ ಒಟ್ಟು ಕಾಲಮ್ ಅನ್ನು ಲೆಕ್ಕಾಚಾರ ಮಾಡಿ. ನಿಮ್ಮ ಲೆಕ್ಕಾಚಾರಗಳಲ್ಲಿ ನೀವು ನಿಖರವಾಗಿದ್ದರೆ, ಡಿಸೆಂಬರ್ ಮುಕ್ತಾಯದ ಕ್ಯಾಷ್ ಬ್ಯಾಲೆನ್ಸ್ ಒಟ್ಟು ಮುಕ್ತಾಯದ ಕ್ಯಾಷ್ ಬ್ಯಾಲೆನ್ಸ್‌ನಂತೆಯೇ ಇರುತ್ತದೆ.

An example of cash flow statement is given below.

CASH FLOW STATEMENT

Name of business & PC:________________________________ Projected/Actual Date:___________________

	Jan	Feb	Mar	Apr	May	Jun	Jul	Aug	Sep	Oct	Nov	Dec	Total
First of Month													
Beginning cash sales													
CASH IN													
Cash sales													
A/R collections													
Interest income													
Sale of fixed assets													
Loans received													
Other cash sources													
TOTAL CASH IN													
CASH OUT													
Inventory & raw mat.													
Salaries & wages													
General supplies													
Rep & maintenance													
Travel													
Shipping & delivery													
Legal & account. Fees													
Telephone, rent													
Utilities													
Interest charges													
Taxes													
Other operating expenditure													
Loan repayments													
Fixed asset payments													
Capital expenditures													
TOTAL CASH OUT													

	Jan	Feb	Mar	Apr	May	Jun	Jul	Aug	Sep	Oct	Nov	Dec	Total
End of Month													
CASH FLOW													
CASH Balance													
Operating data													
Sales volume													
Accounts receivables													
Bad debts													
Inventory on hand													
Accounts payable													
Depreciation													

ಕ್ಯಾಷ್ ಫ್ಲೋ ಸ್ಟೇಟ್‌ಮೆಂಟ್‌ನ ಉದಾಹರಣೆಯನ್ನು ಇಲ್ಲಿ ನೀಡಲಾಗಿದೆ.

ಕ್ಯಾಷ್ ಫ್ಲೋ ಸ್ಟೇಟ್‌ಮೆಂಟ್

ವ್ಯವಹಾರ ಮತ್ತು ಉತ್ಪಾದಕರ ಕಂಪನಿ ಹೆಸರು: ______________________ ಉದ್ದೇಶಿತ/ನೈಜ ದಿನಾಂಕ: __________________________

	ಜನ	ಫೆಬ್ರು	ಮಾರ್ಚ್	ಏಪ್ರಿ	ಮೇ	ಜೂನ್	ಜುಲೈ	ಆಗ	ಸೆಪ್ಟೆಂ	ಅಕ್ಟೋ	ನವೆಂ	ಡಿಸೆ	ಒಟ್ಟು
ಮೊದಲ ತಿಂಗಳು													
ನಗದು ಮಾರಾಟಗಳ ಪ್ರಾರಂಭ													
ಕ್ಯಾಷ್ ಇನ್													
ನಗದು ಮಾರಾಟಗಳು													
A/R ಸಂಗ್ರಹಗಳು													
ಬಡ್ಡಿ ಆದಾಯ													
ಸ್ಥಿರ ಆಸ್ತಿಗಳ ಮಾರಾಟ													
ಸ್ವೀಕರಿಸಿದ ಸಾಲಗಳು													
ಇತರ ನಗದು ಮೂಲಗಳು													
ಒಟ್ಟು ಕ್ಯಾಷ್ ಇನ್													
ಕ್ಯಾಷ್ ಔಟ್													
ಇನ್ವೆಂಟರಿ ಮತ್ತು ಕಚ್ಚಾ ಪದಾರ್ಥ													
ಸಂಬಳಗಳು ಮತ್ತು ವೇತನಗಳು													
ಸಾಮಾನ್ಯ ಪೂರೈಕೆಗಳು													
ಉತ್ಪಾದನೆ ಮತ್ತು ನಿರ್ವಹಣೆ													
ಪ್ರಯಾಣ													
ಶಿಪ್ಪಿಂಗ್ ಮತ್ತು ವಿತರಣೆ													
ಕಾನೂನು ಮತ್ತು ಖಾತೆ ಶುಲ್ಕಗಳು													
ದೂರವಾಣಿ, ಬಾಡಿಗೆ													
ಸೌಲಭ್ಯಗಳು													
ಬಡ್ಡಿ ದರಗಳು													
ತೆರಿಗೆಗಳು													
ಇತರ ಕಾರ್ಯನಿರ್ವಹಣೆ ವೆಚ್ಚಗಳು													
ಸಾಲ ಮರುಪಾವತಿಗಳು													
ಸ್ಥಿರ ಆಸ್ತಿ ಪಾವತಿಗಳು													
ಬಂಡವಾಳ ವೆಚ್ಚಗಳು													
ಒಟ್ಟು ಕ್ಯಾಷ್ ಔಟ್													

	ಜನ	ಫೆಬ್ರು	ಮಾರ್ಚ್	ಏಪ್ರಿ	ಮೇ	ಜೂನ್	ಜುಲೈ	ಆಗ	ಸೆಪ್ಟೆಂ	ಅಕ್ಟೋ	ನವೆಂ	ಡಿಸೆ	ಒಟ್ಟು
ತಿಂಗಳ ಮುಕ್ತಾಯ													
ಕ್ಯಾಷ್ ಫ್ಲೋ													
ಕ್ಯಾಷ್ ಬ್ಯಾಲೆನ್ಸ್													
ಕಾರ್ಯನಿರ್ವಹಣೆ ಡೇಟಾ													
ಮಾರಾಟದ ಪ್ರಮಾಣ													
ಸ್ವೀಕರಿಬಹುದಾದ ಖಾತೆಗಳು													
ಬ್ಯಾಡ್ ಡೆಬಿಟ್‌ಗಳು													
ಕೈಯಲ್ಲಿರುವ ಇನ್ವೆಂಟರಿ													
ಪಾವತಿಸುವ ಖಾತೆಗಳು													
ಅಪಮೌಲ್ಯ													

4.5.10 SENSITIVITY ANALYSIS

After having learnt all these concepts, how can we evaluate the performance of PC-A's business? One of the measurements of the financial condition and performance of a business venture is a ratio or index, which relates two pieces of financial data from the business. There are several indices which can be used, here we would be discussing only two of the most commonly used ones, namely, acid test ratio and debt service ratio.

Acid test ratio

Acid test ratio or Quick ratio is the measure of the ability of the firm to be able to meet short-term obligations. This is a ratio of the current assets of the firm to its current liabilities. The current assets include cash and bank balance, short-term marketable securities and debtors/receivables. It may be noted that the inventories already lying with the firm are not included in the current assets. This ratio is the best available measures of the liquidity position of a firm. Usually an acid test ratio of 1:1 is considered satisfactory as a firm can quickly meet all its current or short-term liabilities.

Debt service coverage

While acid test ratio is a measure of the ability of a firm to pay off its current liabilities, the Debt Service coverage ratio is a measure of the firm's ability to meet long-term obligations. This ratio is expressed as the amount a project pays (or proposes to pay) each year for principal and interest on the debt/loan; that is, the amount of debt service to be paid when compared with the funds available to pay that debt service.

If PC-A's income is ₹ 100,000 and its operating expenses are ₹ 50,000 it has ₹ 50,000 available to pay principal and interest on loans (debt service). If the PC borrows ₹ 1,50,000 for 10 years at 16% interest with equal payments every year, its obligation is ₹ 31,035. When compared to the ₹ 50,000 available for debt service the project has what is called a 1.6 times debt service coverage or debt service coverage ratio or DSCR (arrived at by dividing ₹ 50,000 by ₹ 31,035).

In real life however, the projects do not have such uniform debt service coverage calculations. For this reason we must look at what is called Average Debt Service Coverage (the sum of all the year's available amounts divided by the sum of all the debt service payments) and examine the coverage ratios of each year. We should then focus on the years when the debt service coverage is the lowest as well as the average DSCR.

Why is the debt service coverage ratio important and how are they used?

DSCR is important because they tell a lender what excess funds exists in the event revenues or expenses are less or greater than estimated in a project. Most lenders have a specific cut-off ratio that must be met for both average and lowest year debt service coverage. If a business cannot meet these tests then the options with the borrower could be:

Lowering the amount to be borrowed (and increasing the amount of equity that needs to be put in a project). Setting up reserves or credit agreements to pay the shortfall amount in the specific year.

Essentially debt service coverage calculations determine how much debt a project can afford. Combined with IRR, these two tools assist the entrepreneur to determine the business viability.

4.6 WRITING A BUSINESS PLAN

Now that we have completed our marketing and financial plans, we are now ready to write out the business plan.

4.6.1 WHAT IS A BUSINESS PLAN?

The business plan is a succinct document that specifies the components of a strategy with regard to the business mission, external and internal environments and problems identified in earlier analysis. A business plan is not written each time a modification to a strategy is made. It should be written when you develop a new venture or launch a major new initiative. The business plan serves several important purposes:

- ◊ It helps determine the viability of the venture in a designated markets.
- ◊ It provides guidance to the entrepreneur in organising his or her planning activities.
- ◊ It serves as an important tool in helping to obtain financing/funding.

4.5.10 ಸೆನ್ಸಿಟಿವಿಟಿ ವಿಶ್ಲೇಷಣೆ

ಈ ಪರಿಕಲ್ಪನೆಗಳನ್ನು ತಿಳಿದುಕೊಂಡ ನಂತರ, PC-A ವ್ಯವಹಾರದ ಕಾರ್ಯನಿರ್ವಹಣೆಯನ್ನು ನಾವು ಹೇಗೆ ಮೌಲ್ಯಮಾಪನ ಮಾಡಬಹುದು? ಹಣಕಾಸು ಪರಿಸ್ಥಿತಿ ಮತ್ತು ವ್ಯವಹಾರದ ಪ್ರಾರಂಭದ ಒಂದು ಮಾಪನವು ಅನುಪಾತ ಅಥವಾ ಸೂಚಿಯಾಗಿದ್ದು, ಇದು ವ್ಯವಹಾರದಿಂದ ಹಣಕಾಸು ಡೇಟಾದ ಎರಡು ಸಂಗತಿಗಳನ್ನು ಹೊಂದಾಣಿಕೆ ಮಾಡುತ್ತದೆ. ಹಲವು ಸೂಚಿಗಳನ್ನು ಬಳಸಬಹುದು, ಇಲ್ಲಿ ನಾವು ಹೆಚ್ಚು ಸಾಮಾನ್ಯವಾಗಿ ಬಳಸುವ ಕೇವಲ ಎರಡನ್ನು ಚರ್ಚಿಸುತ್ತಿದ್ದು, ಅವುಗಳೆಂದರೆ ಆಸಿಡ್ ಟೆಸ್ಟ್ ಪರಿಮಾಣ ಮತ್ತು ಡೆಬಿಟ್ ಸರ್ವೀಸ್ ಪರಿಮಾಣ.

ಆಸಿಡ್ ಟೆಸ್ಟ್ ಪರಿಮಾಣ

ಆಸಿಡ್ ಟೆಸ್ಟ್ ಪರಿಮಾಣ ಅಥವಾ ತ್ವರಿತ ಪರಿಮಾಣ ಎನ್ನುವುದು ಅಲ್ಪಾವಧಿಯ ಬಾಧ್ಯತೆಗಳನ್ನು ಪೂರೈಸುವ ಸಂಸ್ಥೆಯ ಸಾಮರ್ಥ್ಯದ ಮಾಪನವಾಗಿದೆ. ಇದು ಸಂಸ್ಥೆಯ ಪ್ರಸ್ತುತ ಸ್ವತ್ತುಗಳಿಗೆ ಹೋಲಿಸಿದರೆ ಪ್ರಸ್ತುತ ಬಾಧ್ಯತೆಗಳ ಪರಿಮಾಣವಾಗಿದೆ. ಪ್ರಸ್ತುತ ಸ್ವತ್ತುಗಳು ನಗದು ಮತ್ತು ಬ್ಯಾಂಕ್ ಬ್ಯಾಲೆನ್ಸ್, ಅಲ್ಪಾವಧಿಯ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗೊಳಿಸಬಹುದಾದ ಸೆಕ್ಯೂರಿಟಿಗಳು ಮತ್ತು ಡೆಬಿಟರ್‌ಗಳು/ರಿಸೀವೇಬಲ್‌ಗಳು. ಸಂಸ್ಥೆಯೊಂದಿಗೆ ಈಗಾಗಲೇ ಇರುವ ಇನ್ವೆಂಟರಿಯನ್ನು ಪ್ರಸ್ತುತ ಸ್ವತ್ತಿನಲ್ಲಿ ಸೇರಿಸಲಾಗಿಲ್ಲ ಎಂಬುದನ್ನು ಗಮನಿಸಬೇಕು. ಈ ಪರಿಮಾಣವು ಸಂಸ್ಥೆಯ ಅತ್ಯುತ್ತಮ ಲಭ್ಯವಿರುವ ಲಿಕ್ವಿಡಿಟಿ ಸ್ಥಿತಿಯ ಮಾಪನವಾಗಿದೆ. ಸಾಮಾನ್ಯವಾಗಿ ಆಸಿಡ್ ಟೆಸ್ಟ್ ಪರಿಮಾಣ 1:1 ಅನ್ನು ತೃಪ್ತಿಕರವೆಂದು ಪರಿಗಣಿಸಲಾಗುತ್ತದೆ, ಏಕೆಂದರೆ ಸಂಸ್ಥೆಯು ತನ್ನ ಪ್ರಸ್ತುತ ಅಥವಾ ಅಲ್ಪಾವಧಿಯ ಬಾಧ್ಯತೆಗಳನ್ನು ತ್ವರಿತವಾಗಿ ಪೂರೈಸಬಹುದು.

ಡೆಬಿಟ್ ಸರ್ವೀಸ್ ಕವರೇಜ್

ಆಸಿಡ್ ಟೆಸ್ಟ್ ಪರಿಮಾಣ ಎನ್ನುವುದು ಸಂಸ್ಥೆಯ ಅದರ ಪ್ರಸ್ತುತ ಬಾಧ್ಯತೆಗಳನ್ನು ಪಾವತಿಸುವ ಸಾಮರ್ಥ್ಯದ ಪರಿಮಾಣವಾಗಿದ್ದರೆ, ಡೆಬಿಟ್ ಸರ್ವೀಸ್ ಕವರೇಜ್ ಪರಿಮಾಣ ಎನ್ನುವುದು ಸಂಸ್ಥೆಯ ದೀರ್ಘಾವಧಿಯ ಹೊಣೆಗಾರಿಕೆಗಳನ್ನು ಪೂರೈಸುವ ಸಾಮರ್ಥ್ಯದ ಪರಿಮಾಣವಾಗಿದೆ. ಪರಿಮಾಣವನ್ನು ಯೋಜನೆಯು ಮೂಲ ಹಣ ಮತ್ತು ಡೆಬಿಟ್/ಸಾಲಗಳ ಮೇಲಿನ ಬಡ್ಡಿಯನ್ನು ಪ್ರತಿ ವರ್ಷ ಪಾವತಿಸುವ (ಅಥವಾ ಪಾವತಿಸಲು ಉದ್ದೇಶಿಸಿರುವ) ಮೊತ್ತವಾಗಿ ವಿವರಿಸಲಾಗುತ್ತದೆ; ಅಂದರೆ, ಆ ಡೆಬಿಟ್ ಸೇವೆಯನ್ನು ಪಾವತಿಸಲು ಲಭ್ಯವಿರುವ ಫಂಡ್‌ಗಳಿಗೆ ಹೋಲಿಸಿದಾಗ ಪಾವತಿಸಬೇಕಾದ ಡೆಬಿಟ್ ಸೇವೆಯ ಮೊತ್ತ.

ಒಂದು ವೇಳೆ PC-A ಆದಾಯವು ರೂ. 100,000 ಆಗಿದ್ದರೆ ಮತ್ತು ಅದರ ಕಾರ್ಯನಿರ್ವಹಣೆ ವೆಚ್ಚಗಳು ರೂ. 50,000 ಆಗಿದ್ದರೆ, ಅದರ ಬಳಿ ಮೂಲ ಧನ ಮತ್ತು ಸಾಲಗಳ ಮೇಲಿನ ಬಡ್ಡಿಯನ್ನು (ಡೆಬಿಟ್ ಸೇವೆ) ಪಾವತಿಸಲು ಅದರ ರೂ. 50,000 ಇರುತ್ತದೆ. ಒಂದು ವೇಳೆ ಪ್ರತಿ ವರ್ಷ ಸಮಾನ ಮೊತ್ತದಲ್ಲಿ ಪಾವತಿಸುವ ಲೆಕ್ಕದಲ್ಲಿ ಶೇಕಡಾ 16 ಬಡ್ಡಿ ದರದಲ್ಲಿ ರೂ. 1,50,000 ಅನ್ನು ಉತ್ಪಾದಕರ ಕಂಪನಿ ಸಾಲ ತೆಗೆದುಕೊಂಡರೆ, ಅದರ ಬಾಧ್ಯತೆಯು 31,035 ಆಗಿರುತ್ತದೆ. ಡೆಬಿಟ್ ಸೇವೆಗಾಗಿ ಲಭ್ಯವಿರುವ ರೂ. 50,000 ಕ್ಕೆ ಹೋಲಿಸಿದಾಗ, ಯೋಜನೆಯು 1.6 ಪಟ್ಟು ಡೆಬಿಟ್ ಸೇವೆ ಕವರೇಜ್ ಅಥವಾ ಡೆಬಿಟ್ ಸರ್ವೀಸ್ ಕವರೇಜ್ ಪರಿಮಾಮು ಅಥವಾ ಡಿಎಸ್‌ಸಿಆರ್ (ರೂ.50,000 ಅನ್ನು ರೂ.31,035 ರಿಂದ ಭಾಗಿಸುವುದರಿಂದ ಪಡೆದಿರುವುದು) ಎಂದು ಕರೆಯಲಾಗುತ್ತದೆ.

ನೈಜ ಜೀವನದಲ್ಲಿ, ಯೋಜನೆಗಳು ಇಂತಹ ಏಕಪ್ರಕಾರದ ಡೆಬಿಟ್ ಸೇವೆ ಕವರೇಜ್ ಲೆಕ್ಕಾಚಾರಗಳನ್ನು ಹೊಂದಿರುವುದಿಲ್ಲ. ಈ ಕಾರಣಗಳಿಗಾಗಿ ನಾವು ಎವರೇಜ್ ಡೆಬಿಟ್ ಸರ್ವೀಸ್ ಕವರೇಜ್ (ವರ್ಷದಲ್ಲಿ ಲಭ್ಯವಿರುವ ಮೊತ್ತದಲ್ಲಿ ಎಲ್ಲಾ ಡೆಬಿಟ್ ಸರ್ವೀಸ್ ಪಾವತಿಗಳ ಮೊತ್ತವನ್ನು ಭಾಗಿಸುವುದು) ಅನ್ನು ಪರಿಗಣಿಸುತ್ತೇವೆ ಮತ್ತು ಪ್ರತಿ ವರ್ಷದ ಕವರೇಜ್ ಪರಿಮಾಣಗಳನ್ನು ಪರೀಕ್ಷಿಸುತ್ತೇವೆ. ನಾವು ನಂತರ ಡೆಬಿಟ್ ಸರ್ವೀಸ್ ಕವರೇಜ್ ಕಡಿಮೆಯಾಗಿದ್ದ ವರ್ಷಗಳ ಮೇಲೆ ಜೊತೆಗೆ ಸರಾಸರಿ ಡಿಎಸ್‌ಎಆರ್ ಕುರಿತು ಗಮನ ಹರಿಸುತ್ತೇವೆ.

ಡೆಬಿಟ್ ಸರ್ವೀಸ್ ಕವರೇಜ್ ಪರಿಮಾಣವು ಏಕೆ ಪ್ರಮುಖವಾಗಿದೆ ಮತ್ತು ಅವುಗಳನ್ನು ಹೇಗೆ ಬಳಸಲಾಗುತ್ತದೆ?

ಡಿಎಸ್‌ಎಆರ್ ಪ್ರಮುಖವಾಗಿದೆ ಏಕೆಂದರೆ ಅವುಗಳು ಯೋಜನೆಯಲ್ಲಿ ಅಂದಾಜು ಮಾಡಿದಕ್ಕಿಂತ ಆದಾಯಗಳು ಅಥವಾ ವೆಚ್ಚಗಳು ಕಡಿಮೆ ಅಥವಾ ಹೆಚ್ಚು ಇದ್ದ ಸಂದರ್ಭದಲ್ಲಿ ಯಾವ ಹೆಚ್ಚುವರಿ ಫಂಡ್‌ಗಳು ಇವೆ ಎಂಬುದನ್ನು ಸಾಲದಾತನಿಗೆ ತಿಳಿಸುತ್ತವೆ. ಹೆಚ್ಚಿನ ಸಾಲದಾತರು ನಿರ್ದಿಷ್ಟ ಕಟ್-ಆಫ್ ಪರಿಮಾಣವನ್ನು ಹೊಂದಿದ್ದು ಅದನ್ನು ಸರಾಸರಿ ಮತ್ತು ಕಡಿಮೆ ವರ್ಷದ ಡೆಬಿಟ್ ಸೇವೆ ಕವರೇಜ್ ಎರಡಕ್ಕೂ ಪೂರೈಸಬೇಕು. ಈ ಪರೀಕ್ಷೆಗಳನ್ನು ಒಂದು ವೇಳೆ ವ್ಯವಹಾರವು ಪೂರೈಸದಿದ್ದಲ್ಲಿ ಆಗ ಸಾಲ ತೆಗೆದುಕೊಂಡವರೊಂದಿಗಿನ ಆಯ್ಕೆಗಳು ಈ ರೀತಿಯಾಗಿರಬಹುದು:

ಸಾಲ ತೆಗೆದುಕೊಂಡ ಮೊತ್ತವನ್ನು ಕಡಿಮೆ ಮಾಡುವುದು (ಮತ್ತು ಯೋಜನೆಯಲ್ಲಿ ತೊಡಗಿಸಬೇಕಾದ ಈಕ್ವಿಟಿ ಮೊತ್ತವನ್ನು ಹೆಚ್ಚಿಸುವುದು). ನಿರ್ದಿಷ್ಟ ವರ್ಷದಲ್ಲಿ ಕೊರತೆಯಾಗುವ ಮೊತ್ತವನ್ನು ಪಾವತಿಸಲು ರಿಸರ್ವ್‌ಗಳು ಅಥವಾ ಕ್ರೆಡಿಟ್ ಒಪ್ಪಂದಗಳನ್ನು ಹೊಂದಿಸುವುದು.

ಸಾಮಾನ್ಯವಾಗಿ, ಡೆಬಿಟ್ ಸರ್ವೀಸ್ ಕವರೇಜ್ ಲೆಕ್ಕಾಚಾರಗಳು ಯೋಜನೆಯು ಎಷ್ಟು ಸಾಲವನ್ನು ನಿರ್ವಹಿಸಬಹುದು ಎಂಬುದನ್ನು ನಿರ್ಣಯಿಸುತ್ತವೆ. ಐಆರ್‌ಆರ್‌ನೊಂದಿಗೆ ಒಂದುಗೂಡಿ, ಈ ಎರಡು ಸಾಧನಗಳು ವ್ಯವಹಾರದ ಜೀವಂತಿಕೆಯನ್ನು ನಿರ್ಣಯಿಸಲು ಉದ್ಯಮಿಗಳಿಗೆ ಸಹಾಯ ಮಾಡುತ್ತವೆ.

4.6 ವ್ಯವಹಾರ ಯೋಜನೆ ಬರೆಯುವಿಕೆ

ನಾವು ಇದೀಗ ನಮ್ಮ ಮಾರ್ಕೆಟಿಂಗ್ ಮತ್ತು ಹಣಕಾಸು ಯೋಜನೆಗಳನ್ನು ಪೂರ್ಣಗೊಳಿಸಿರುವುದರಿಂದ, ವ್ಯವಹಾರ ಯೋಜನೆಯನ್ನು ಬರೆಯಲು ನಾವು ಇದೀಗ ಸಿದ್ಧರಾಗಿದ್ದೇವೆ.

4.6.1 ವ್ಯವಹಾರ ಯೋಜನೆ ಎಂದರೇನು?

ವ್ಯವಹಾರ ಯೋಜನೆ ಎನ್ನುವುದು ವ್ಯವಹಾರ ಗುರಿ, ಬಾಹ್ಯ ಮತ್ತು ಆಂತರಿಕ ವಾತಾವರಣಗಳು ಮತ್ತು ಮುಂಚಿನ ವಿಶ್ಲೇಷಣೆಯಲ್ಲಿ ಗುರುತಿಸಲಾದ ಸಮಸ್ಯೆಗಳಿಗೆ ಸಂಬಂಧಿಸಿದಂತೆ ಕಾರ್ಯನೀತಿಯ ಘಟಕಗಳನ್ನು ನಿರ್ದಿಷ್ಟಪಡಿಸುವ ದಾಖಲೆಯಾಗಿದೆ. ವ್ಯವಹಾರ ಯೋಜನೆಯನ್ನು ಪ್ರತಿ ಬಾರಿ ಕಾರ್ಯನೀತಿಗೆ ಬದಲಾವಣೆಯನ್ನು ಮಾಡಿದಾಗ ಬರೆಯಲಾಗುವುದಿಲ್ಲ. ಇದನ್ನು ನೀವು ಹೊಸ ಉದ್ಯಮವನ್ನು ಬೆಳವಣಿಗೆಗೊಳಿಸಿದಾಗ ಅಥವಾ ಪ್ರಮುಖ ಹೊಸ ಪ್ರಾರಂಭವನ್ನು ಮಾಡಿದಾಗ ಬರೆಯಲಾಗುತ್ತದೆ. ವ್ಯವಹಾರ ಯೋಜನೆಯು ಹಲವು ಪ್ರಮುಖ ಉದ್ದೇಶಗಳನ್ನು ಈಡೇರಿಸುತ್ತದೆ.

- ◊ ಇದು ನಿಗದಿತ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯಲ್ಲಿ ಉದ್ಯಮದ ಇರುವಿಕೆಯ ಸಾಮರ್ಥ್ಯವನ್ನು ನಿರ್ಧರಿಸಲು ಸಹಾಯ ಮಾಡುತ್ತದೆ.
- ◊ ಇದು ಉದ್ಯಮದಾರರಿಗೆ ಅವರ ಯೋಜನೆಯ ಚಟುವಟಿಕೆಗಳನ್ನು ಸಂಯೋಜಿಸಲು ಮಾರ್ಗದರ್ಶನವನ್ನು ನೀಡುತ್ತದೆ.
- ◊ ಇದು ಹಣಕಾಸು/ಧನ ಸಹಾಯವನ್ನು ಪಡೆದುಕೊಳ್ಳಲು ಸಹಾಯ ಮಾಡುವಲ್ಲಿ ಪ್ರಮುಖ ಸಾಧನವಾಗಿ ಕಾರ್ಯನಿರ್ವಹಿಸುತ್ತದೆ.

A well-written business plan also will provide broad parameters upon which progress toward goals can be assessed and control decisions made at a later time.

4.6.2 WHAT ARE THE ELEMENTS OF A BUSINESS PLAN?

Introduction & Executive Summary: A typical business plan begins with a brief introduction followed by an executive summary. The executive summary is prepared after the total plan has been written. Its purpose is to communicate the plan in a convincing way to important audiences, such as potential investors, so they will read further.

Industry Analysis: An industry analysis usually follows the executive summary. This section communicates key information – the collection of which was discussed earlier – that puts the venture or plan into the proper context.

Marketing Plan: The marketing plan is the first step in developing any new strategy. It is developed within the context of the PC's goals and should be based on a realistic assessment of the external environment, as discussed earlier. The marketing plan is written first because marketing decisions typically determine resource needs in other areas. Obviously, a decision to seek a large share of a market will require a significant commitment of resources of various kinds. How you choose to promote and distribute your product or service will have clear ramifications for your organizational, production, human resource and financial plans.

Financial Plan: The financial plan underpins this entire system of plans. Three financial areas are generally discussed.

- ◊ Financing pattern
- ◊ Cash flow statement
- ◊ Three year income statement

Usually an appendix is included in a business plan. This generally contains supporting information, documents and details that would interfere with clear communication in the body of the plan. Examples of this type of information include price lists, economic forecasts, demographic data and market analyses.

4.6.3 TIPS ON WRITING A BUSINESS PLAN

The text of a business plan must be concise and yet must contain as much information as possible. This sounds like a contradiction, but you can solve this dilemma by using the Key Word approach. Write the following key words on a card and keep it in front of you while writing:

Who/What/Where/When/Why/How/How Much

Answer all these questions (asked by the key words) in one paragraph at the beginning of each section of the business plan. Then expand on that statement by telling more about each item in the text that follows.

There is no set length to a business plan. The average length seems to be 30 to 40 pages, including the supporting documents section. Break the plan down into sections. It takes discipline, time and privacy to write an effective business plan.

You will save time by compiling your list of supporting documents while writing the text. For example, while writing about the legal structure of your business, you will realize the need to include a copy of your partnership agreement. Write partnership agreement on your list of supporting documents. When compiling that section of your plan, you will already have a list of necessary documents. As you go along, request any information that
you do not have, such as credit reports.

With the previous considerations in mind, you are ready to begin formulating your plan. Read through this entire publication to get an overall view of the business planning process.

4.6.4 SUGGESTED OUTLINE OF A BUSINESS PLAN

I. Cover Sheet

Serves as the title page of the business plan. It should contain the following:

- ◊ Name of the Producer Company.
- ◊ Company address
- ◊ Company phone number (include area code).
- ◊ Logo (if any).
- ◊ Names, titles, addresses, phone numbers (include area code) of CEO/Board of Directors.
- ◊ Month and year of the plan was issued.
- ◊ Name of the person/organisation who prepared it.

ಲಿಖಿತ ವ್ಯವಹಾರ ಯೋಜನೆಯು ಗುರಿಯತ್ತ ಪ್ರಗತಿಯನ್ನು ಮೌಲ್ಯಮಾಪನ ಮಾಡಲು ಜೊತೆಗೆ ನಂತರದ ಸಮಯದಲ್ಲಿ ನಿಯಂತ್ರಿತ ನಿರ್ಧಾರಗಳನ್ನು ಮಾಡಲು ವ್ಯಾಪಕವಾದ ಮಾನದಂಡಗಳನ್ನು ಒದಗಿಸುತ್ತದೆ.

4.6.2 ವ್ಯವಹಾರ ಯೋಜನೆಯ ಘಟಕಗಳು ಯಾವವು?

ಪರಿಚಯ ಮತ್ತು ಕಾರ್ಯಗತಗೊಳಿಸುವಿಕೆಯ ಸಾರಾಂಶ: ಸಾಮಾನ್ಯ ವ್ಯವಹಾರ ಯೋಜನೆಯು ಸಂಕ್ಷಿಪ್ತ ಪರಿಚಯ ತದನಂತರ ಕಾರ್ಯಗತಗೊಳಿಸುವಿಕೆಯ ಸಾರಾಂಶದೊಂದಿಗೆ ಪ್ರಾರಂಭವಾಗುತ್ತದೆ. ಒಟ್ಟು ಯೋಜನೆಯನ್ನು ಬರೆದ ನಂತರ ಕಾರ್ಯಗತಗೊಳಿಸುವಿಕೆಯ ಸಾರಾಂಶವನ್ನು ಸಿದ್ಧಪಡಿಸಲಾಗುತ್ತದೆ. ಇದರ ಉದ್ದೇಶವು ಸಂಭಾವ್ಯ ಹೂಡಿಕೆದಾರರಂತಹ ಪ್ರಮುಖ ವ್ಯಕ್ತಿಗಳಿಗೆ ಅರ್ಥಪಡಿಸುವ ರೀತಿಯಲ್ಲಿ ಯೋಜನೆಯನ್ನು ತಿಳಿಸುವುದಾಗಿದೆ, ಇದರಿಂದ ಅವರು ಮತ್ತಷ್ಟನ್ನು ಅರ್ಥಮಾಡಿಕೊಳ್ಳಲು ಸಾಧ್ಯವಾಗುತ್ತದೆ.

ಉದ್ಯಮ ವಿಶ್ಲೇಷಣೆ: ಉದ್ಯಮದ ವಿಶ್ಲೇಷಣೆಯು ಸಾಮಾನ್ಯವಾಗಿ ಕಾರ್ಯಗತಗೊಳಿಸುವಿಕೆಯ ಸಾರಾಂಶದ ನಂತರ ಬರುತ್ತದೆ. ಈ ವಿಭಾಗವು ಉದ್ಯಮ ಅಥವಾ ಯೋಜನೆಯನ್ನು ಸರಿಯಾದ ಪ್ರಸಂಗದಲ್ಲಿ ಇರಿಸುವ ಮುಂಚೆಯೇ ಚರ್ಚಿಸಲಾಗಿರುವ ಪ್ರಮುಖ ಮಾಹಿತಿಯನ್ನು ತಿಳಿಸುತ್ತದೆ.

ಮಾರ್ಕೆಟಿಂಗ್ ಯೋಜನೆ: ಮಾರ್ಕೆಟಿಂಗ್ ಯೋಜನೆಯು ಹೊಸ ಕಾರ್ಯನೀತಿಗಳನ್ನು ಅಭಿವೃದ್ಧಿಗೊಳಿಸುವಲ್ಲಿ ಮೊದಲ ಹೆಜ್ಜೆಯಾಗಿದೆ. ಇದನ್ನು ಉತ್ಪಾದಕರ ಕಂಪನಿ ಗಳ ಗುರಿಗಳ ಉದ್ದೇಶದೊಂದಿಗೆ ಅಭಿವೃದ್ಧಿಗೊಳಿಸಲಾಗಿದೆ ಮತ್ತು ಇದು ಮುಂಚೆಯೇ ಚರ್ಚಿಸಲಾಗಿರುವಂತೆ ಬಾಹ್ಯ ವಾತಾವರಣದ ನೈಜ ಮೌಲ್ಯಮಾಪನದ ಆಧಾರದಲ್ಲಿರುತ್ತದೆ. ಮಾರ್ಕೆಟಿಂಗ್ ನಿರ್ಧಾರಗಳು ಇತರ ಕ್ಷೇತ್ರಗಳಲ್ಲಿನ ಸಂಪನ್ಮೂಲ ಅಗತ್ಯತೆಗಳನ್ನು ನಿರ್ಧರಿಸುವುದರಿಂದ ಮೊದಲು ಮಾರ್ಕೆಟಿಂಗ್ ಯೋಜನೆಯನ್ನು ಬರೆಯಲಾಗುತ್ತದೆ. ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯ ದೊಡ್ಡ ಪಾಲನ್ನು ನಿರೀಕ್ಷಿಸುತ್ತಿರುವಾಗ ವಿವಿಧ ಪ್ರಕಾರಗಳ ಸಂಪನ್ಮೂಲಗಳ ಗಣನೀಯ ಬದ್ಧತೆಯು ಖಂಡಿತ ಅಗತ್ಯವಾಗಿರುತ್ತದೆ. ನಿಮ್ಮ ಉತ್ಪನ್ನ ಅಥವಾ ಸೇವೆಯನ್ನು ನೀವು ಹೇಗೆ ಪ್ರಚಾರ ಮಾಡಲು ಅಥವಾ ವಿತರಣೆ ಮಾಡಲು ಆಯ್ಕೆಮಾಡುತ್ತೀರಿ ಎಂಬ ನಿರ್ಧಾರವು ನಿಮ್ಮ ಸಂಸ್ಥೆಯ, ಉತ್ಪಾದನೆಯ, ಮಾನವ ಸಂಪನ್ಮೂಲದ ಮತ್ತು ಹಣಕಾಸು ಯೋಜನೆಯ ಸ್ಪಷ್ಟ ನೀತಿಯನ್ನು ತಿಳಿಸುತ್ತದೆ.

ಹಣಕಾಸು ಯೋಜನೆ: ಹಣಕಾಸು ಯೋಜನೆಯು ಈ ಯೋಜನೆಯ ಸಂಪೂರ್ಣ ವ್ಯವಸ್ಥೆಯನ್ನು ತಿಳಿಸಿಕೊಡುತ್ತದೆ. ಮೂರು ಹಣಕಾಸು ಕ್ಷೇತ್ರಗಳನ್ನು ಸಾಮಾನ್ಯವಾಗಿ ಚರ್ಚಿಸಲಾಗುತ್ತದೆ.

◊ ಹಣಕಾಸು ವಿಧ
◊ ಕ್ಯಾಷ್ ಫ್ಲೋ ಸ್ಟೇಟ್‌ಮೆಂಟ್
◊ ಮೂರು ವರ್ಷದ ಆದಾಯದ ಸ್ಟೇಟ್‌ಮೆಂಟ್

ಸಾಮಾನ್ಯವಾಗಿ ವ್ಯವಹಾರ ಯೋಜನೆಯಲ್ಲಿ ಅನುಬಂಧವನ್ನು ಸೇರಿಸಲಾಗುತ್ತದೆ. ಇದು ಸಾಮಾನ್ಯವಾಗಿ ಬೆಂಬಲಿತ ಮಾಹಿತಿ, ದಾಖಲೆಗಳು ಮತ್ತು ವಿವರಗಳನ್ನು ಒಳಗೊಂಡಿರುತ್ತದೆ. ಈ ಪ್ರಕಾರದ ಮಾಹಿತಿಯ ಉದಾಹರಣೆಗಳೆಂದರೆ, ದರ ಪಟ್ಟಿಗಳು, ಆರ್ಥಿಕ ಮುನ್ಸೂಚನೆಗಳು, ಭೌಗೋಳಿಕ ಡೇಟಾ ಮತ್ತು ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ವಿಶ್ಲೇಷಣೆ.

4.6.3 ವ್ಯಾಪಾರ ಯೋಜನೆಯನ್ನು ಬರೆಯುವ ಸುಳಿವುಗಳನ್ನು

ವ್ಯವಹಾರ ಯೋಜನೆಯ ಪಠ್ಯವು ನಿಖರವಾಗಿರಬೇಕು ಮತ್ತು ಎಷ್ಟು ಸಾಧ್ಯವೋ ಅಷ್ಟು ಮಾಹಿತಿಯನ್ನು ಒಳಗೊಂಡಿರಬೇಕು. ಇದು ಭಿನ್ನವಾಗಿ ತೋರಬಹುದು, ಆದರೆ ಇದನ್ನು ಪ್ರಮುಖ ಪದಗಳು ವಿಧಾನದ ಮೂಲಕ ಪರಿಹರಿಸಬಹುದು. ಕಾರ್ಡ್‌ನಲ್ಲಿ ಮುಂದಿನ ಪ್ರಮುಖ ಪದಗಳನ್ನು ಬರೆಯಿರಿ ಮತ್ತು ನೀವು ಬರೆಯುವಾಗ ಅದನ್ನು ನಿಮ್ಮ ಮುಂದೆ ಇಟ್ಟುಕೊಳ್ಳಿ:

ಯಾರು/ಏನು/ಎಲ್ಲಿ/ಯಾವಾಗ/ಏಕೆ/ಹೇಗೆ/ಎಷ್ಟು/

ವ್ಯವಹಾರಯೋಜನೆಯ ಪ್ರತಿ ವಿಭಾಗದ ಪ್ರಾರಂಭದಲ್ಲಿ ಒಂದು ಪ್ಯಾರಾಗ್ರಾಫ್‌ನಲ್ಲಿ ಈ ಎಲ್ಲಾ ಪ್ರಶ್ನೆಗಳಿಗೆ (ಪ್ರಮುಖ ಪದಗಳು ಕೇಳಿರುವ) ಉತ್ತರಿಸಿ. ನಂತರದ ಪಠ್ಯದಲ್ಲಿ ಪ್ರತಿ ಅಂಶದ ಬಗ್ಗೆ ಇನ್ನಷ್ಟು ತಿಳಿಸುವ ಮೂಲಕ ಆ ಹೇಳಿಕೆಯನ್ನು ವಿಸ್ತರಿಸಿ.

ವ್ಯವಹಾರ ಯೋಜನೆಗೆ ಯಾವುದೇ ಹೊಂದಿಸಿದ ಉದ್ದವೆಂಬುದಿಲ್ಲ. ಸರಾಸರಿ ಉದ್ದವು 30 ರಿಂದ 40 ಪುಟಗಳಾಗಿರಬಹುದು ಮತ್ತು ಇದರಲ್ಲಿ ಬೆಂಬಲಿತ ದಾಖಲೆಗಳ ವಿಭಾಗವು ಒಳಗೊಂಡಿರುತ್ತದೆ. ಯೋಜನೆಯನ್ನು ವಿಭಾಗಗಳಾಗಿ ವಿಭಜಿಸಿ. ಪರಿಣಾಮಕಾರಿ ವ್ಯವಹಾರ ಯೋಜನೆಯನ್ನು ಬರೆಯಲು ಶಿಸ್ತು, ಸಮಯ ಮತ್ತು ಗೌಪ್ಯತೆ ಅಗತ್ಯವಿರುತ್ತದೆ.

ಪಠ್ಯವನ್ನು ಬರೆಯುವಾಗ ಬೆಂಬಲಿತ ದಾಖಲೆಗಳ ನಿಮ್ಮ ಪಟ್ಟಿಯನ್ನು ಒಟ್ಟುಗೂಡಿಸುವ ಮೂಲಕ ನೀವು ಸಮಯವನ್ನು ಉಳಿಸುತ್ತೀರಿ. ಉದಾಹರಣೆಗೆ, ವ್ಯವಹಾರದ ಕಾನೂನು ಸಂರಚನೆ ಕುರಿತಾಗಿ ಬರೆಯುವಾಗ, ನಿಮ್ಮ ಪಾಲುದಾರಿಕೆ ಒಪ್ಪಂದದ ಪ್ರತಿಯನ್ನು ಸೇರಿಸುವ ಅಗತ್ಯತೆಯನ್ನು ನೀವು ಮನಗಾಣಬಹುದು. ಬೆಂಬಲಿತ ದಾಖಲೆಗಳ ನಿಮ್ಮ ಪಟ್ಟಿಯಲ್ಲಿ ಪಾಲುದಾರಿಕೆ ಒಪ್ಪಂದವನ್ನು ಬರೆಯಿರಿ. ನಿಮ್ಮ ಯೋಜನೆಯ ಆ ವಿಭಾಗವನ್ನು ಒಟ್ಟುಗೂಡಿಸುವಾಗ, ನೀವು ಈಗಾಗಲೇ ಅಗತ್ಯ ದಾಖಲೆಗಳ ಪಟ್ಟಿಯನ್ನು ಹೊಂದಿರುತ್ತೀರಿ. ನೀವು ಸಾಗಿದಂತೆ, ನೀವು ಹೊಂದಿಲ್ಲದೇ ಇರುವ ಕ್ರೆಡಿಟ್ ವರದಿಗಳಂತಹ ಯಾವುದೇ ಮಾಹಿತಿಗಾಗಿ ವಿನಂತಿಸಿ.

ಹಿಂದಿನ ಪರಿಗಣನೆಗಳನ್ನು ಗಮನದಲ್ಲಿಟ್ಟುಕೊಂಡು, ನಿಮ್ಮ ಯೋಜನೆಯನ್ನು ರೂಪಿಸಲು ನೀವು ಸಿದ್ಧರಾಗಿದ್ದೀರಿ. ವ್ಯವಹಾರ ಯೋಜನೆ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆಯ ಒಟ್ಟಾರೆ ರೂಪವನ್ನು ಪಡೆಯಲು ಈ ಸಂಪೂರ್ಣ ಪ್ರಕಟಣೆಯನ್ನು ಓದಿ.

4.6.4 ವ್ಯವಹಾರ ಯೋಜನೆಯ ಸೂಚಿತ ಸ್ಥೂಲವಿವರಣೆ

I. ಕವರ್ ಶೀಟ್

ವ್ಯವಹಾರಯೋಜನೆಯ ಶೀರ್ಷಿಕೆ ಪುಟವಾಗಿ ಕಾರ್ಯನಿರ್ವಹಿಸುತ್ತದೆ. ಇದು ಮುಂದಿನದನ್ನು ಒಳಗೊಂಡಿರಬೇಕು:

ಉತ್ಪಾದಕರ ಕಂಪನಿಯ ಹೆಸರು.

◊ ಕಂಪನಿ ವಿಳಾಸ
◊ ಕಂಪನಿ ಫೋನ್ ಸಂಖ್ಯೆ (ಪ್ರದೇಶ ಕೋಡ್ ಸೇರಿಸಿಕೊಳ್ಳಿ).
◊ ಲೋಗೋ (ಇದ್ದಲ್ಲಿ).
◊ ಸಿಇಓ/ಮಂಡಳಿ ನಿರ್ದೇಶಕರುಗಳ ಹೆಸರುಗಳು, ಶೀರ್ಷಿಕೆಗಳು, ವಿಳಾಸಗಳು, ಫೋನ್ ಸಂಖ್ಯೆಗಳು (ಪ್ರದೇಶ ಕೋಡ್ ಸೇರಿಸಿಕೊಳ್ಳಿ).
◊ ಯೋಜನೆಯನ್ನು ನೀಡಿದ ತಿಂಗಳು ಮತ್ತು ವರ್ಷ.
◊ ಇದನ್ನು ಸಿದ್ಧಗೊಳಿಸಿದ ವ್ಯಕ್ತಿ/ಸಂಸ್ಥೆಯ ಹೆಸರು.

II. Brief Description of the Business

This gives a brief description of the business idea. What is the propose? Why it will be successful?

III. Table of Contents

A page listing the major topics and references.

IV. Marketing Plan

A marketing plan includes information about the total market with emphasis on the target market. It helps in identifying the target customers and suggests the means to rightly position and supply the products or services to them.

◇ ***Target market:*** Identify characteristics of the customers. Tell how the results have been arrived. Back up information with demographics questionnaires and surveys. Estimate the market size

◇ ***Competition:*** Evaluate indirect and direct competition. Show how one can compete. Evaluate competition in terms of location, market and business history.

◇ ***Place:*** Tell about the manner in which products and services will be made available to the customer. Back up decisions with statistical reports, rate sheets etc

◇ ***Promotion:*** How the advertising will be tailored to the target market? Include rate sheets, promotional material and time lines for advertising campaign

◇ ***Pricing:*** Pricing will be determined as a result of market research and costing of the product or service. Tell how the pricing structure has been arrived and back it up with materials from research.

◇ ***Product:*** Answer key questions regarding product design and packaging. Include graphics and proprietary rights information.

◇ ***Timing of market entry:*** Decide when to enter in the market and how this decision has been arrived at.

◇ ***Targeted sales:*** State the sales targeted for the next 3 years. The first year's sales may be presented month-wise.

◇ ***Industry trends:*** Give current trends about how the market may change and what is the plan to adjust with the changing scenario.

V. Financial Documents

These are the records used to show past, current and projected finances. The following are the major documents that would be required to include in the business plan. The work is easier if these are done in the order presented.

◇ ***Cash flow statement (budget):*** This document projects what your business plan means in terms of rupees. It shows cash inflow and outflow over a period of time and is used for internal planning. Cash flow statements show both how much and when cash must flow in and out of your business.

◇ ***Three-year income projection:*** A pro forma income statement showing your projections for your company for the next three years. Use the pro forma cash flow statement for the first year's figures and project the next according to economic and industry trends.

◇ ***Break-even analysis:*** The break-even point is when a company's expenses exactly match the sales or service volume. It can be expressed in total rupees or revenue exactly offset by total expenses or total units of production (cost of which exactly equals the income derived by their sales). This analysis can be done either mathematically or graphically.

◇ ***Debt-service ratio:*** The Debt Service coverage ratio is a measure of the firm's ability to meet long-term obligations. This ratio is expressed as the amount a project pays (or proposes to pay) each year for principal and interest on the debt/loan; that is, the amount of debt service to be paid when compared with the funds available to pay that debt service.

VI. Supporting Documents

◇ Brief profile of the PC and resumes of the key Director/CEO

◇ Copies of leases, if any

◇ Letters of reference

◇ Contracts/work order/MoU for selling produces etc.

◇ Legal documents (registration, business license, etc.

II ವ್ಯವಹಾರದ ಸಂಕ್ಷಿಪ್ತ ವಿವರಣೆ

ಇದು ವ್ಯವಹಾರ ಕಲ್ಪನೆಯ ಸಂಕ್ಷಿಪ್ತ ವಿವರಣೆಯನ್ನು ನೀಡುತ್ತದೆ. ಉದ್ದೇಶವೇನು? ಇದು ಏಕೆ ಯಶಸ್ವಿಯಾಗುತ್ತದೆ

III ವಿಷಯಗಳ ಕೋಷ್ಟಕ

ಪ್ರಮುಖ ಸಂಗತಿಗಳು ಮತ್ತು ಉಲ್ಲೇಖಗಳನ್ನು ಪಟ್ಟಿ ಮಾಡಿರುವ ಪುಟ.

IV ಮಾರ್ಕೆಟಿಂಗ್ ಯೋಜನೆ

ಮಾರ್ಕೆಟಿಂಗ್ ಯೋಜನೆಯು ಗುರಿಪಡಿಸಿದ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯ ಮೇಲೆ ಪ್ರಮುಖವಾಗಿ ಕೇಂದ್ರೀಕೃತವಾಗಿ ಒಟ್ಟು ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯ ಕುರಿತಾಗಿ ಮಾಹಿತಿಯನ್ನು ಒಳಗೊಂಡಿರುತ್ತದೆ. ಇದು ಗುರಿಪಡಿಸಿದ ಗ್ರಾಹಕರನ್ನು ಗುರುತಿಸಲು ಸಹಾಯ ಮಾಡುತ್ತದೆ ಮತ್ತು ಅವರಿಗೆ ಉತ್ಪನ್ನಗಳು ಮತ್ತು ಸೇವೆಗಳನ್ನು ಸರಿಯಾಗಿ ಪೂರೈಸುವ ಮಾರ್ಗಗಳನ್ನು ಸೂಚಿಸುತ್ತದೆ.

◊ ***ಗುರಿಪಡಿಸಿದ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ:*** ಗ್ರಾಹಕರ ಗುಣಲಕ್ಷಣಗಳನ್ನು ಗುರುತಿಸಿ. ಫಲಿತಾಂಶಗಳು ಹೇಗೆ ಬಂತೆಂದು ತಿಳಿಸಿ. ಡೆಮೋಗ್ರಾಫಿಕ್ ಪ್ರಶ್ನಾವಳಿಗಳು ಮತ್ತು ಸಮೀಕ್ಷೆಗಳೊಂದಿಗೆ ಮಾಹಿತಿಯನ್ನು ಬ್ಯಾಕಪ್ ಮಾಡಿ. ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಗಾತ್ರವನ್ನು ಅಂದಾಜು ಮಾಡಿ

◊ ***ಪ್ರತಿಸ್ಪರ್ಧೆ:*** ಪ್ರತ್ಯಕ್ಷ ಮತ್ತು ಪರೋಕ್ಷ ಸ್ಪರ್ಧೆಯನ್ನು ಮೌಲ್ಯಮಾಪನ ಮಾಡಿ. ಒಬ್ಬರು ಹೇಗೆ ಸ್ಪರ್ಧಿಸಬಹುದು ಎಂಬುದನ್ನು ತೋರಿಸಿ. ಸ್ಥಳ, ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಮತ್ತು ವ್ಯವಹಾರದ ಇತಿಹಾಸದಲ್ಲಿ ಸ್ಪರ್ಧೆಯನ್ನು ಮೌಲ್ಯಮಾಪನ ಮಾಡಿ.

◊ ***ಸ್ಥಳ:*** ಗ್ರಾಹಕರಿಗೆ ಯಾವ ರೀತಿಯಲ್ಲಿ ಉತ್ಪನ್ನಗಳು ಮತ್ತು ಸೇವೆಗಳನ್ನು ಲಭ್ಯವಾಗುವಂತೆ ಮಾಡಲಾಗುತ್ತದೆ ಎಂಬುದನ್ನು ತಿಳಿಸಿ. ಅಂಕಿಅಂಶೀಯ ವರದಿಗಳು, ದರ ಪಟ್ಟಿಗಳು, ಇತರವುಗಳೊಂದಿಗೆ ಸಮರ್ಥಿಸಿ.

◊ ***ಪ್ರಚಾರ:*** ಗುರಿಪಡಿಸಿದ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗೆ ಜಾಹೀರಾತನ್ನು ಹೇಗೆ ವ್ಯವಸ್ಥೆಗೊಳಿಸಬೇಕು? ದರ ಪಟ್ಟಿಗಳು, ಪ್ರಚಾರದ ಸಾಮಗ್ರಿ ಮತ್ತು ಜಾಹೀರಾತು ಪ್ರಚಾರಕ್ಕಾಗಿ ಸಮಯ ಅವಧಿಗಳನ್ನು ಸೇರಿಸಿಕೊಳ್ಳಿ

◊ ***ದರ ನಿಗದಿಪಡಿಸುವಿಕೆ:*** ದರ ನಿಗದಿಪಡಿಸುವಿಕೆಯನ್ನು ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಸಂಶೋಧನೆ ಮತ್ತು ಉತ್ಪನ್ನ ಅಥವಾ ಸೇವೆಯ ವೆಚ್ಚದ ಪರಿಣಾಮದಿಂದ ನಿರ್ಧರಿಸಲಾಗುತ್ತದೆ. ದರ ಸಂರಚನೆಯನ್ನು ಹೇಗೆ ನಿಗದಿಪಡಿಸಲಾಗಿದೆ ಎಂಬುದನ್ನು ತಿಳಿಸಿ ಮತ್ತು ಸಂಶೋಧನೆಯ ಮೂಲಕ ಪಡೆದುಕೊಂಡ ವಿಷಯ ಸಾಮಗ್ರಿಗಳಿಂದ ಸಮರ್ಥನೆ ಮಾಡಿ.

◊ ***ಉತ್ಪನ್ನ:*** ಉತ್ಪನ್ನ ವಿನ್ಯಾಸ ಮತ್ತು ಪ್ಯಾಕೇಜಿಂಗ್ ಕುರಿತಾದ ಪ್ರಮುಖ ಪ್ರಶ್ನೆಗಳಿಗೆ ಉತ್ತರಿಸಿ. ಗ್ರಾಫಿಕ್ಸ್ ಮತ್ತು ಮಾಲೀಕತ್ವದ ಹಕ್ಕುಗಳ ಮಾಹಿತಿಯನ್ನು ಸೇರಿಸಿಕೊಳ್ಳಿ.

◊ ***ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಪ್ರವೇಶದ ಸಮಯ:*** ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗೆ ಯಾವಾಗ ಪ್ರವೇಶಿಸಬೇಕೆಂಬುದನ್ನು ನಿರ್ಧರಿಸಿ ಮತ್ತು ಈ ನಿರ್ಧಾರವನ್ನು ಯಾವ ಆಧಾರದಲ್ಲಿ ತೆಗೆದುಕೊಳ್ಳಲಾಯಿತೆಂದು ತಿಳಿಸಿ.

◊ ***ಗುರಿಪಡಿಸಿದ ಮಾರಾಟಗಳು:*** ಮುಂದಿನ 3 ವರ್ಷಗಳವರೆಗೆ ಮಾರಾಟದ ಗುರಿಗಳನ್ನು ತಿಳಿಸಿ. ಮೊದಲ ವರ್ಷದ ಮಾರಾಟಗಳನ್ನು ತಿಂಗಳ ಆಧಾರದಲ್ಲಿ ಪ್ರಸ್ತುತಪಡಿಸಬಹುದು.

◊ ***ಉದ್ಯಮದ ಟ್ರೆಂಡ್‌ಗಳು:*** ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಹೇಗೆ ಬದಲಾಗಬಹುದು ಎಂಬ ಕುರಿತಾಗಿ ಪ್ರಸ್ತುತ ಟ್ರೆಂಡ್‌ಗಳನ್ನು ಮತ್ತು ಬದಲಾದ ಸನ್ನಿವೇಶದಲ್ಲಿ ಸರಿಹೊಂದಿಕೊಳ್ಳುವ ಯೋಜನೆಯ ಕುರಿತಾಗಿ ಮಾಹಿತಿ ನೀಡಿ.

V ಹಣಕಾಸು ದಾಖಲೆಗಳು

ಇವುಗಳು ಹಿಂದಿನ, ಪ್ರಸ್ತುತ ಮತ್ತು ಅಂದಾಜು ಮಾಡಿದ ಹಣಕಾಸುಗಳನ್ನು ತೋರಿಸುವ ದಾಖಲೆಗಳಾಗಿವೆ. ಮುಂದಿನವುಗಳು ವ್ಯವಹಾರ ಯೋಜನೆಯಲ್ಲಿ ಸೇರಿಸಿಕೊಳ್ಳಲು ಅಗತ್ಯವಾಗುವ ಪ್ರಮುಖ ದಾಖಲೆಗಳಾಗಿವೆ. ಇವುಗಳನ್ನು ಪ್ರಸ್ತುತಪಡಿಸಿದ ಆಧಾರದಲ್ಲಿ ಮಾಡಿದರೆ ಕೆಲಸವು ಸುಲಭವಾಗುತ್ತದೆ.

◊ ***ಕ್ಯಾಷ್ ಫ್ಲೋ ಸ್ಟೇಟ್‌ಮೆಂಟ್ (ಬಜೆಟ್):*** ಈ ದಾಖಲೆಯು ರೂಪಾಯಿಗಳಲೆಕ್ಕದಲ್ಲಿವ್ಯವಹಾರಯೋಜನೆಎಂದರೆನಿಮಗೆ ಏನೆಂಬುದನ್ನು ತಿಳಿಸುತ್ತದೆ. ಇದು ಸಮಯಾವಧಿಯಲ್ಲಿ ನಗದು ಒಳಹರಿವು ಮತ್ತು ಹೊರಹರಿವನ್ನು ತೋರಿಸುತ್ತದೆ ಮತ್ತು ಇದನ್ನು ಆಂತರಿಕ ಯೋಜನೆಗೆ ಬಳಸಬಹುದು. ಕ್ಯಾಷ್ ಫ್ಲೋ ಸ್ಟೇಟ್‌ಮೆಂಟ್‌ಗಳು ನಿಮ್ಮ ವ್ಯವಹಾರದಲ್ಲಿ ಎಷ್ಟು ಮತ್ತು ಯಾವಾಗ ನಗದು ವಹಿವಾಟುಗೊಳ್ಳಬೇಕೆಂಬುದನ್ನು ತೋರಿಸುತ್ತದೆ.

◊ ***ಮೂರು ವರ್ಷದ ಅಂದಾಜು:*** ಮುಂದಿನ ಮೂರು ವರ್ಷಗಳವರೆಗೆ ನಿಮ್ಮ ಕಂಪನಿಗೆ ನಿಮ್ಮ ಅಂದಾಜನ್ನು ತೋರಿಸುವ ಪ್ರೋ ಫಾರ್ಮಾ ಆದಾಯದ ಸ್ಟೇಟ್‌ಮೆಂಟ್. ಮೊದಲ ವರ್ಷದ ಅಂಕಿಅಂಶಗಳಿಗೆ ಪ್ರೋ ಫಾರ್ಮಾ ಕ್ಯಾಶ್ ಫ್ಲೋ ಸ್ಟೇಟ್‌ಮೆಂಟ್ ಬಳಸಿ ಮತ್ತು ಮುಂದಿನದನ್ನು ಆರ್ಥಿಕ ಮತ್ತು ಉದ್ಯಮದ ಟ್ರೆಂಡ್‌ಗಳನ್ನು ಆಧರಿಸಿ ಅಂದಾಜು ಮಾಡಿ.

◊ ***ಲಾಭ-ನಷ್ಟ ಸಮವಾಗುವಿಕೆ ವಿಶ್ಲೇಷಣೆ:*** ಕಂಪನಿಯ ವೆಚ್ಚಗಳು ಮಾರಾಟಗಳು ಅಥವಾ ಸೇವೆ ಪ್ರಮಾಣದಷ್ಟೇ ಆಗುವ ಸಂದರ್ಭವು ಲಾಭ-ನಷ್ಟ ಸಮವಾಗುವಿಕೆಯಾಗಿರುತ್ತದೆ. ಇದನ್ನು ಒಟ್ಟು ರೂಪಾಯಿಗಳು ಅಥವಾ ಆದಾಯದಲ್ಲಿ ತೋರಿಸಲಾಗುತ್ತದೆ ಮತ್ತು ಇದನ್ನು ಒಟ್ಟು ವೆಚ್ಚಗಳು ಅಥವಾ ಉತ್ಪಾದನೆಯ ಒಟ್ಟು ಯೂನಿಟ್‌ಗಳಲ್ಲಿ ಸರಿತೂಗಿಸಲಾಗುತ್ತದೆ (ಇದರ ವೆಚ್ಚವು ಅವುಗಳ ಮಾರಾಟದಿಂದ ಬಂದ ಆದಾಯಕ್ಕೆ ಸಮನಾಗಿರುತ್ತದ). ಈ ವಿಶ್ಲೇಷಣೆಯನ್ನು ಗಣಿತದ ಪ್ರಕಾರ ಅಥವಾ ಗ್ರಾಫಿಕ್ ಪ್ರಕಾರ ಮಾಡಬಹುದು.

◊ ***ಡೆಬಿಟ್-ಸರ್ವೀಸ್ ಪರಿಮಾಣ:*** ಡೆಬಿಟ್ ಸರ್ವೀಸ್ ಕವರೇಜ್ ಪರಿಮಾಣವು ದೀರ್ಘಾವಧಿಯ ಬಾಧ್ಯತೆಯನ್ನು ಪೂರೈಸು ಕಂಪನಿಯ ಸಾಮರ್ಥ್ಯವಾಗಿದೆ. ಈ ಪರಿಮಾಣವನ್ನು ಡೆಬಿಟ್/ಸಾಲದ ಮೇಲಿನ ಮೂಲಧನ ಮತ್ತು ಬಡ್ಡಿಗೆ ಪ್ರತಿ ವರ್ಷ ಯೋಜನೆಯು ಪಾವತಿಸುವ (ಅಥವಾ ಪಾವತಿಸಲು ಉದ್ದೇಶಿಸಿರುವ) ಮೊತ್ತವಾಗಿ ವ್ಯಕ್ತಪಡಿಸಲಾಗುತ್ತದೆ; ಅಂದರೆ ಆ ಡೆಬಿಟ್ ಸೇವೆಗೆ ಪಾವತಿಸಲು ಲಭ್ಯವಿರುವ ಹಣಕ್ಕೆ ಹೋಲಿಸಿದಾಗ ಪಾವತಿಸಬೇಕಾದ ಡೆಬಿಟ್ ಸೇವೆಯ ಮೊತ್ತ.

VI ಬೆಂಬಲಿತ ದಾಖಲೆಗಳು

◊ ಉತ್ಪಾದಕರ ಕಂಪನಿ ಯ ಸಂಕ್ಷಿಪ್ತ ವಿವರಣೆ ಮತ್ತು ಪ್ರಮುಖ ನಿರ್ದೇಶಕರು/ಸಿಇಓಗಳ ವಿವರ

◊ ಲೀಸ್‌ಗಳ ಪ್ರತಿಗಳು, ಇದ್ದಲ್ಲಿ

◊ ಉಲ್ಲೇಖ ಪತ್ರಗಳು

◊ ಉತ್ಪನ್ನಗಳನ್ನು ಮಾರಾಟ ಮಾಡಲು ಹಾಗೂ ಇತರವುಗಳಿಗೆ ಗುತ್ತಿಗೆಗಳು/ವರ್ಕ್ ಆರ್ಡರ್/ಎಂಓಯು.

◊ ಕಾನೂನು ದಾಖಲೆಗಳು (ನೋಂದಣಿ, ವ್ಯವಹಾರ ಪರವಾನಗಿ, ಇತರೆ.

CHAPTER 5

ASSESSING INSTITUTIONAL

PERFORMANCE OF PRODUCER COMPANY

(The Chapter describes a practical tool that can be used to measure the health of the producer companies)

A method of institutional assessment of producer company, namely, Framework of Participatory Assessment of Institutional Performance of PC, has been discussed in the following section. This method is used frequently by ASA to assess the institutional performance of the PC time to time. Based on the findings of the assessment capacity building strategy for the PC, it is developed or modified.

5.1 FRAMEWORK OF PARTICIPATORY ASSESSMENT OF INSTITUTIONAL PERFORMANCE OF PC

The framework is comprised of a set of Criteria and Institutional Maturity Indicators, considered important for quality checks to ensure that the formation process and functioning of PC is such that it contributes towards strengthening of the governing system of the PC. A suggestive set of criteria and IMIs are given below.

TABLE 13: CRITERIA AND INDICATORS FOR ASSESSING PC FORMATION PROCESS AND FUNCTIONING

CRITERIA	INDICATORS
Characteristics	◊ Size: good enough to be viable and socially cohesive ◊ Social homogeneity: kinship or other social ties, absence of dependency on relations. ◊ Not dominated by politically/economically powerful members ◊ Poor and women are included (if mandated)
2. Identity & structure	◊ Members know the purpose of forming PC ◊ Members represent their households. ◊ There is continuity in household representatives. ◊ All members can give an account of all the PC's activities. ◊ All members can give an account (General) of the PC's finances
3. Leadership	◊ Leadership roles change, fixed tenure ◊ Leaders have been elected/selected by the members. ◊ Selection/election of leader based on desired characteristics
4. Functioning	◊ PC has a set of rules (by-laws) which have been discussed and agreed upon as well as sanctions for rule breakers ◊ Regular BOD meeting and AGM take place with significant attendance ◊ The majority of members (X%) contribute to BOD/AGM discussion and decision making ◊ Up to date maintenance of records and statutory compliances
5. Independence (in proportional to the age of the PC)	◊ X% meetings of BOD/AGM regularly take place in the absence of promoting institution or with diminishing support ◊ Records are maintained without or with little support from the Promoting Agency (PA) ◊ X% decisions are taken independent of the PA
6. Resource mobilisation	◊ PC raises funds to carry out business ◊ Overheads expenditure met with the own resources ◊ Reserve funds builds up to X% ◊ PC mobilises specialist skills or services from the government and private sources ◊ PC obtains govt. scheme to meet identified needs (convergence with other schemes)
7. Resource management	◊ PC develops business plan and implementation is as per the plan ◊ PC has shown ability to negotiate with the various stakeholders ◊ PC effectively oversees/manages the work of executives working as salaried persons ◊ Budget control ◊ Transparency
8. Skill acquisition & use	◊ X% of BOD members have attended training programmes (including specialised training) ◊ BOD has used planning skills to identify and solve operational problems.
9. Distribution of benefits	◊ Equitable distribution of benefits (dividends and services) ◊ Mechanism of benefits-sharing developed and adhered to

ಅಧ್ಯಾಯ 5

ಉತ್ಪಾದಕರ ಕಂಪನಿಯ

ಸಾಂಸ್ಥಿಕ ಕಾರ್ಯನಿರ್ವಹಣೆಯನ್ನು ಮೌಲ್ಯಮಾಪನ ಮಾಡುವಿಕೆ

(ಅಧ್ಯಾಯನವು ಉತ್ಪಾದಕರ ಕಂಪನಿಗಳ ಆರೋಗ್ಯವನ್ನು ಮಾಪನ ಮಾಡಲು ಬಳಸಬಹುದಾದ ಪ್ರಾಯೋಗಿಕ ಸಾಧನವನ್ನು ವಿವರಿಸುತ್ತದೆ)

ಮುಂದಿನ ವಿಭಾಗದಲ್ಲಿ ಉತ್ಪಾದಕರ ಕಂಪನಿ ಯ ಸಾಂಸ್ಥಿ ಕಾರ್ಯನಿರ್ವಹಣೆಯ ಭಾಗವಹಿಸುವಿಕೆಯ ಮೌಲ್ಯಮಾಪನದ ಚೌಕಟ್ಟು ಎಂಬ ಉತ್ಪಾದಕರ ಕಂಪನಿಯ ಸಾಂಸ್ಥಿಕ ಮೌಲ್ಯಮಾಪನದದ ವಿಧಾನವನ್ನು ವಿವರಿಸಲಾಗಿದೆ. ಈ ವಿಧಾನವನ್ನು ಸಮಯದಿಂದ ಸಮಯಕ್ಕೆ ಉತ್ಪಾದಕರ ಕಂಪನಿ ಯ ಸಾಂಸ್ಥಿಕ ಕಾರ್ಯನಿರ್ವಹಣೆಯನ್ನು ಮೌಲ್ಯಮಾಪನ ಮಾಡಲು ಆಗಾಗ್ಗ ಎಎಸ್ಎ ಬಳಸುತ್ತದೆ. ಮೌಲ್ಯಮಾಪನದಲ್ಲಿ ಕಂಡುಹಿಡಿದ ಅಂಶಗಳ ಆಧಾರದಲ್ಲಿ, ಉತ್ಪಾದಕರ ಕಂಪನಿ ನಿರ್ಮಾಣದ ಕಾರ್ಯನೀತಿಯ ಸಾಮರ್ಥ್ಯವನ್ನು ಅಭಿವೃದ್ಧಿಗೊಳಿಸಲಾಗುತ್ತದೆ ಅಥವಾ ಮಾರ್ಪಡಿಸಲಾಗುತ್ತದೆ

5.1 ಉತ್ಪಾದಕರ ಕಂಪನಿ ಸಾಂಸ್ಥಿಕ ಕಾರ್ಯನಿರ್ವಹಣೆಯ ಭಾಗವಹಿಸುವಿಕೆ ಮೌಲ್ಯಮಾಪನದ ಚೌಕಟ್ಟು

ಉತ್ಪಾದಕರ ಕಂಪನಿ ಕಾರ್ಯನಿರ್ವಹಣೆ ವ್ಯವಸ್ಥೆಯನ್ನು ಬಲಗೊಳಿಸಲು ಕೊಡುಗೆಯನ್ನು ನೀಡುವ ರೀತಿಯಲ್ಲಿ ಉತ್ಪಾದಕರ ಕಂಪನಿ ಯ ರೂಪುಗೊಳಿಸುವಿಕೆ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆ ಮತ್ತು ಕಾರ್ಯನಿರ್ವಹಣೆಯನ್ನು ಖಚಿತಪಡಿಸಿಕೊಳ್ಳಲು ಅಗತ್ಯವಾದ ಗುಣಮಟ್ಟ ಪರಿಶೀಲನೆಗಳಿಗೆ ಪ್ರಮುಖವೆಂದು ಪರಿಗಣಿಸಲಾಗಿರುವ ಹಲವು ಮಾನದಂಡ ಮತ್ತು ಸಾಂಸ್ಥಿಕ ಪ್ರಬುದ್ಧತೆ ಸೂಚಕಗಳನ್ನು ಚೌಕಟ್ಟು ಒಳಗೊಂಡಿದೆ. ಮಾನದಂಡ ಮತ್ತು ಐಎಂಐಗಳ ಸೂಚಿತ ಪಟ್ಟಿಯನ್ನು ಕೆಳಗೆ ನೀಡಲಾಗಿದೆ.

ಕೋಷ್ಟಕ 13: ಉತ್ಪಾದಕರ ಕಂಪನಿ ರೂಪುಗೊಳಿಸುವಿಕೆ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆ ಮತ್ತು ಕಾರ್ಯನಿರ್ವಹಣೆಯನ್ನು ಮೌಲ್ಯಮಾಪನ ಮಾಡಲು ಮಾನದಂಡ ಮತ್ತು ಸೂಚಕಗಳು

ಮಾನದಂಡ	ಸೂಚಕಗಳು
1. ಗುಣಲಕ್ಷಣಗಳು	◊ ಗಾತ್ರ: ಸುಗಮ ನಿರ್ವಹಣೆಗೆ ಮತ್ತು ಸಾಮಾಜಿಕವಾಗಿ ಹೊಂದಿಕೊಳ್ಳುವಿಕೆಗೆ ಸಾಕಷ್ಟು ◊ ಸಾಮಾಜಿಕ ಸಮರೂಪತೆ/ಬದ್ಧತೆ ಬಾಂಧವ್ಯ ಅಥವಾ ಇತರ ಸಾಮಾಜಿಕ ಸಂಬಂಧಗಳು, ಸಂಬಂಧಿಗಳ ಮೇಲಿನ ಅವಲಂಬನೆಯನ್ನು ತೆಗೆದುಹಾಕುವುದುರಾಜಕೀಯವಾಗಿ/ಆರ್ಥಿಕವಾಗಿ ಶಕ್ತಿಯುತ ಸದಸ್ಯರಿಂದ ಪ್ರಭಾವಕ್ಕೊಳಗಾಗದೇ ಇರುವುದು ◊ ಬಡವರು ಮತ್ತು ಮಹಿಳೆಯರನ್ನು ಸೇರಿಸಿಕೊಳ್ಳುವುದು (ಕಡ್ಡಾಯಗೊಳಿಸಿದರೆ)
2. ಗುರುತು ಮತ್ತು ಸಂರಚನೆ	◊ ಉತ್ಪಾದಕರ ಕಂಪನಿ ರೂಪುಗೊಳಿಸುವ ಉದ್ದೇಶದ ಬಗ್ಗ ಸದಸ್ಯರು ತಿಳಿದಿದ್ದಾರೆ ◊ ಸದಸ್ಯರು ತಮ್ಮ ಮನೆಯನ್ನು ಪ್ರತಿನಿಧಿಸುತ್ತಾರೆ ◊ ಮನೆ ಪ್ರತಿನಿಧಿಗಳನಲ್ಲಿ ನಿರಂತರತೆ ಇದೆ. ◊ ಎಲ್ಲಾ ಸದಸ್ಯರು ಎಲ್ಲಾ ಉತ್ಪಾದಕರ ಕಂಪನಿ ಚಟುವಟಿಕೆಗಳ ವಿವರವನ್ನು ನೀಡಬಹುದು. ◊ ಎಲ್ಲಾ ಸದಸ್ಯರು ಉತ್ಪಾದಕರ ಕಂಪನಿ ಯ ಹಣಕಾಸು ವಿವರವನ್ನು ನೀಡಬಹುದು.
3. ನಾಯಕತ್ವ	◊ ನಾಯಕತ್ವ ಪಾತ್ರಗಳು ಬದಲಾಗುತ್ತವೆ, ಸ್ಥಿರ ಅವಧಿಯದ್ದಾಗಿರುತ್ತದೆ. ◊ ನಾಯಕರುಗಳನ್ನು ಸದಸ್ಯರು ಚುನಾಯಿಸುತ್ತಾರೆ/ಆಯ್ಕೆ ಮಾಡುತ್ತಾರೆ. ◊ ಅಗತ್ಯ ಗುಣಲಕ್ಷಣಗಳ ಆಧಾರದಲ್ಲಿ ನಾಯಕರ ಚುನಾಯಿಸುವಿಕೆ/ಆಯ್ಕೆ ಮಾಡುವಿಕೆ
4. ಕಾರ್ಯನಿರ್ವಹಣೆ	◊ ಉತ್ಪಾದಕರ ಕಂಪನಿ ಯು ನಿಯಮಗಳ ಸರಣಿಯನ್ನು ಹೊಂದಿದ್ದು (ಬೈ-ಲಾಗಳು), ಅದನ್ನು ಚರ್ಚಿಸಲಾಗಿದೆ ಮತ್ತು ಒಪ್ಪಲಾಗಿದೆ ಮತ್ತು ನಿಯಮ ಮುರಿಯುವವರಿಗೆ ನಿರ್ಬಂಧಗಳು. ◊ ಸಾಕಷ್ಟು ಸಂಖ್ಯೆಯ ಭಾಗವಹಿಸುವವರೊಂದಿಗೆ ನಿಯಮಿತ ಬಿಓಡಿ ಸಭೆ ಮತ್ತು ಎಜಿಎಮ್ ನಡೆಯುತ್ತದೆ. ◊ ಸಾಕಷ್ಟು ಸದಸ್ಯರು (X%) ಬಿಓಡಿ/ಎಜಿಎಮ್ ಚರ್ಚೆಗೆ ಮತ್ತು ನಿರ್ಧಾರ ತೆಗೆದುಕೊಳ್ಳುವಿಕೆಗೆ ಕೊಡುಗೆ ನೀಡುತ್ತಾರೆ. ◊ ದಾಖಲೆಗಳ ನಿಯಮಿತ ನಿರ್ವಹಣೆ ಮತ್ತು ಶಾಸನಬದ್ಧ ನಿಯಮಗಳ ಅನುಸರಣೆ
5. ಸ್ವತಂತ್ರತೆ ಉತ್ಪಾದಕರ ಕಂಪನಿ ಕಾಲಾವಧಿಗೆ ತಕ್ಕನಾಗಿ)	◊ ಪ್ರವರ್ತಕ ಸಂಸ್ಥೆಯ ಗೈರು ಅಥವಾ ಕಡಿಮೆ ಬೆಂಬಲದೊಂದಿಗೆ ಬಿಓಡಿ/ಎಜಿಎಮ್ ನ X% ಸಭೆಗಳು ನಡೆಯುತ್ತದೆ ◊ ಪ್ರವರ್ತಕ ಏಜೆನ್ಸಿಯ(ಪಿಎ) ಬೆಂಬಲವಿಲ್ಲದೆಯೇ ಅಥವಾ ಕಡಿಮೆ ಬೆಂಬಲದೊಂದಿಗೆ ದಾಖಲೆಗಳನ್ನು ನಿರ್ವಹಿಸಲಾಗುತ್ತದೆ. ◊ ಪಿಎ ಇಲ್ಲದೆಯೇ X% ನಿರ್ಧಾರಗಳನ್ನು ತೆಗೆದುಕೊಳ್ಳಲಾಗುತ್ತದೆ.
6. ಸಂಪನ್ಮೂಲಗಳ ಕ್ರೋಢೀಕರಣ	◊ ವ್ಯವಹಾರವನ್ನು ನಡೆಸಲು ಉತ್ಪಾದಕರ ಕಂಪನಿ ಹಣ ಸಂಗ್ರಹಣೆ ಮಾಡುತ್ತದೆ. ◊ ಸ್ವಂತ ಸಂಪನ್ಮೂಲಗಳಿಂದ ವೆಚ್ಚಗಳ ನಿರ್ವಹಣೆ ಮಾಡುತ್ತದೆ. ◊ ಕಾಯ್ದಿರಿಸಿದ ನಿಧಿಗಳು X% ರಷ್ಟಾಗುತ್ತದೆ. ◊ ಸರ್ಕಾರ ಮತ್ತು ಖಾಸಗಿ ಮೂಲಗಳಿಂದ ವಿಶೇಷ ಕೌಶಲ್ಯಗಳು ಅಥವಾ ಸೇವೆಗಳನ್ನು ಉತ್ಪಾದಕರ ಕಂಪನಿ ಕ್ರೋಢೀಕರಿಸುತ್ತದೆ. ◊ ಗುರುತಿಸಲ್ಪಟ್ಟ ಅಗತ್ಯತೆಗಳನ್ನು ಪೂರೈಸಲು ಸರ್ಕಾರಿ ಯೋಜನೆಯನ್ನು ಉತ್ಪಾದಕರ ಕಂಪನಿ ಪಡೆದುಕೊಳ್ಳುತ್ತದೆ (ಇತರ ಯೋಜನೆಗಳೊಂದಿಗೆ ಸೇರಿಕೊಂಡು)
7. ಸಂಪನ್ಮೂಲ ನಿರ್ವಹಣೆ	◊ ವ್ಯವಹಾರ ಯೋಜನೆಯನ್ನು ಉತ್ಪಾದಕರ ಕಂಪನಿ ಅಭಿವೃದ್ಧಿಗೊಳಿಸುತ್ತದೆ ಮತ್ತು ಯೋಜನೆಯ ಪ್ರಕಾರ ಜಾರಿಗೊಳಿಸುತ್ತದೆ ◊ ವಿವಿಧ ಸ್ಟೇಕ್‌ಹೋಲ್ಡರ್‌ಗಳೊಂದಿಗೆ ಒಪ್ಪಂದ ಮಾಡಿಕೊಳ್ಳುವ ಸಾಮರ್ಥ್ಯವನ್ನು ಉತ್ಪಾದಕರ ಕಂಪನಿ ತೋರಿಸಿದೆ. ◊ ವೇತನದಾರರಾಗಿ ಕೆಲಸ ನಿರ್ವಹಿಸುತ್ತಿರುವ ಎಕ್ಸಿಕ್ಯೂಟಿವ್‌ಗಳ ಕಾರ್ಯವನ್ನು ಉತ್ಪಾದಕರ ಕಂಪನಿ ಪರಿಣಾಮಕಾರಿಯಾಗಿ ಮೇಲ್ವಿಚಾರಣೆ ಮಾಡುತ್ತದೆ/ನಿರ್ವಹಿಸುತ್ತದೆ. ◊ ಬಜೆಟ್ ನಿಯಂತ್ರಣ. ◊ ಪಾರದರ್ಶಕತೆ
8. ಕೌಶಲ್ಯ ಪಡೆದುಕೊಳ್ಳುವಿಕೆ ಮತ್ತು ಬಳಕೆ	◊ X% ರಷ್ಟು ಬಿಓಡಿ ಸದಸ್ಯರು ತರಬೇತಿ ಕಾರ್ಯಕ್ರಮಗಳಲ್ಲಿ ಭಾಗವಹಿಸಿದ್ದಾರೆ (ವಿಶೇಷ ತರಬೇತಿಯನ್ನು ಒಳಗೊಂಡು) ◊ ಕಾರ್ಯನಿರ್ವಹಣೆಯ ಸಮಸ್ಯೆಗಳನ್ನು ಗುರುತಿಸಲು ಮತ್ತು ಪರಿಹಾರ ಮಾಡಲು ಯೋಜನೆ ಕೌಶಲ್ಯಗಳನ್ನು ಬಿಓಡಿ ಬಳಸಿದೆ
9. ಪ್ರಯೋಜನಗಳ ವಿತರಣೆ	◊ ಪ್ರಯೋಜನಗಳ ಸಮಾನ ವಿತರಣೆ (ಡಿವಿಡೆಂಡ್‌ಗಳು ಮತ್ತು ಸೇವೆಗಳು) ◊ ಪ್ರಯೋಜನಗಳ ಹಂಚಿಕೊಳ್ಳುವಿಕೆಯ ವ್ಯವಸ್ಥೆಯನ್ನು ಅಭಿವೃದ್ಧಿಗೊಳಿಸಲಾಗಿದೆ ಮತ್ತು ಅದಕ್ಕೆ ಬದ್ಧವಾಗಿದೆ

Against each of these criteria and associated indicators the institutional performance of the PC can be assessed in different time frame. The timing of the assessment is context specific and therefore difficult to prescribe. However, it is suggestive that it can be used for some criteria in the beginning and repeat exercise can be conducted once in a year.

It is desirable that the assessment is done in a participatory manner, especially involving the members of the BoD, so that they get the maximum benefits by this assessment in the form of discussion on the spot analysis, etc. This analysis would help the BoD to identify their strength and limitations for course correction. Hence, the process of facilitation is crucial.

Since the assessment is qualitative in nature therefore the facilitator for this assessment may choose to use different scales viz. 1 to 10 or attributes like very good, good, satisfactory, poor, etc. to bring in some amount of objectivity to the exercise.

ADDITIONAL RESOURCES

Tool Kit for Financial Analysis

For the convenience of the practitioners and others an Excel programme based software has been developed for the financial analysis. This will be useful for appraising different variables while doing the financial analysis. The softcopy of the Tool kit can be downloaded for free from the SFAC website (www.sfacindia.com).

ಈ ಪ್ರತಿಯೊಂದು ಮಾನದಂಡಕ್ಕೆ ಮತ್ತು ಸಂಬಂಧಿತ ಸೂಚಕಗಳಿಗೆ ಪ್ರತಿಯಾಗಿ, ವಿವಿಧ ಸಮಯ ಚೌಕಟ್ಟಿನಲ್ಲಿ ಉತ್ಪಾದಕರ ಕಂಪನಿ ಯ ಸಾಂಸ್ಥಿಕ ಕಾರ್ಯನಿರ್ವಹಣೆಯನ್ನು ಮೌಲ್ಯಮಾಪನ ಮಾಡಬಹುದು. ಮೌಲ್ಯಮಾಪನದ ಸಮಯವು ಪ್ರಾಸಂಗಿಕವಾಗಿದೆ ಮತ್ತು ಸೂಚಿಸಲು ಕಷ್ಟಕರವಾಗಿರುತ್ತದೆ. ಆದರೆ, ಇದನ್ನು ಪ್ರಾರಂಭದಲ್ಲಿ ಕೆಲವು ಮಾನದಂಡಕ್ಕೆ ಬಳಸಲು ಮತ್ತು ವರ್ಷಕ್ಕೊಮ್ಮೆ ಪುನರಾವರ್ತಿಸಲು ಸಲಹೆ ನೀಡಲಾಗಿದೆ.

ಮೌಲ್ಯಮಾಪನವನ್ನು ಬಿಓಡಿ ಸದಸ್ಯರನ್ನು ಒಳಪಡಿಸಿಕೊಂಡು ಭಾಗವಹಿಸುವ ರೀತಿಯಲ್ಲಿ ಮಾಡುವುದು ಅಗತ್ಯವಾಗಿರುತ್ತದೆ, ಇದರಿಂದ ಸ್ಥಳದಲ್ಲಿಯೇ ವಿಶ್ಲೇಷಣೆಯ ಚರ್ಚೆ ಹಾಗೂ ಇತರವುಗಳಂತಹ ಗರಿಷ್ಠ ಪ್ರಯೋಜನವನ್ನು ಪಡೆದುಕೊಳ್ಳಬಹುದು. ಈ ವಿಶ್ಲೇಷಣೆಯು ಬಿಓಡಿಗೆ ತನ್ನ ಸಾಮರ್ಥ್ಯ ಮತ್ತು ಮಿತಿಗಳನ್ನು ಗುರುತಿಸಲು ಮತ್ತು ಸೂಕ್ತ ಕ್ರಮಗಳನ್ನು ತೆಗೆದುಕೊಳ್ಳಲು ಸಹಾಯ ಮಾಡುತ್ತದೆ. ಆದ್ದರಿಂದ, ಸುಗಮಗೊಳಿಸುವಿಕೆ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆಯು ಪ್ರಮುಖವಾಗಿದೆ.

ಮೌಲ್ಯಮಾಪನವು ಗುಣಾತ್ಮಕವಾಗಿರುವುದರಿಂದ, ಫೆಸಿಲಿಟೇಟರ್ ಅವರು ವಿವಿನ್ನ ಮಾಪಕಗಳನ್ನು, ಅಂದರೆ 1 ರಿಂದ 10 ಅಥವಾ ಅತ್ಯುತ್ತಮ, ಉತ್ತಮ, ತೃಪ್ತಿಕರ, ಕಳಪೆ ಇತ್ಯಾದಿಯಂತಹ ಆಟ್ರಿಬ್ಯೂಟ್‌ಗಳನ್ನು ಆಯ್ಕೆಮಾಡಿಕೊಳ್ಳಬಹುದು..

ಹೆಚ್ಚುವರಿ ಸಂಪನ್ಮೂಲಗಳು

ಹಣಕಾಸು ವಿಶ್ಲೇಷಣೆಗಾಗಿ ಟೂಲ್ ಕಿಟ್

ಅಭ್ಯಾಸ ಮಾಡುವವರು ಮತ್ತು ಇತರರ ಅನುಕೂಲಕ್ಕಾಗಿ, ಹಣಕಾಸು ವಿಶ್ಲೇಷಣೆಗಾಗಿ ಎಕ್ಸೆಲ್ ಪ್ರೋಗ್ರಾಂ ಆಧಾರಿತ ತಂತ್ರಾಂಶವನ್ನು ಅಭಿವೃದ್ಧಿಗೊಳಿಸಲಾಗಿದೆ. ಹಣಕಾಸು ವಿಶ್ಲೇಷಣೆಯನ್ನು ಮಾಡುವಾಗ ವಿವಿನ್ನ ವೇರಿಯೇಬಲ್‌ಗಳನ್ನು ಅಂದಾಜು ಮಾಡಲು ಇದು ಸಹಾಯಕಾರಿಯಾಗಿರುತ್ತದೆ. ಟೂಲ್ ಕಿಟ್‌ನ ಸಾಫ್ಟ್ ಕಾಪಿಯನ್ನು ಉಚಿತವಾಗಿ ಎಸ್‌ಎಫ್‌ಎಸಿ ವೆಬ್‌ಸೈಟ್ (www.sfacindia.com) ನಿಂದ ಡೌನ್‌ಲೋಡ್ ಮಾಡಿಕೊಳ್ಳಬಹುದು.

सत्यमेव जयते

ಭಾರತ ಸರ್ಕಾರ
ಕೃಷಿ ಸಚಿವಾಲಯ
ಕೃಷಿ ಮತ್ತು ಸಹಕಾರಿ ಇಲಾಖೆ