

రైతు ఉత్పత్తిదారుల సంస్థలచే వ్యవసాయ ఉత్పత్తుల మార్కెటింగ్



పంట ఉత్పత్తుల సేకరణలో దశలు



సేకరణ కేంద్రం ఏర్పాటు

- ప్రదేశం
- అవసరమయిన వసతులు



ఉత్పత్తుల రాక

- సభ్యులు ఉత్పత్తులను తేవడం



నాణ్యత పరీక్ష

- అవసరమైన పరికరాలు కలిగి ఉండడం



ఉత్పత్తుల గ్రేడింగ్

- నాణ్యతను బట్టి గ్రేడింగ్ చేయడం



బరువు చూడడం

- ఎలక్ట్రానిక్ / కంప్యూటరీకలం-చబడిన యంత్రం



బిల్లింగ్

- ప్రతి గ్రేడుకు చెల్లించదలసిన ధరకు బిల్లు చేయడం



ప్యాకేజింగ్

- ఉత్పత్తి వివరాలను పొందుపరచడం (ట్రేజింగ్)



చెల్లింపులు

- సమయము మరియు విధానమును బట్టి సభ్యులకు చెల్లింపులు చేయడం



వివణి 9.బి

రైతు ఉత్పత్తిదారుల సంస్థలచే వ్యవసాయ ఉత్పత్తుల మార్కెటింగ్

రైతు ఉత్పత్తిదారుల సంస్థ పాలకవర్గ సభ్యుల కొరకు (బిఓడి)

స్వయంగా నేర్చుకొనే కరదీపిక




బివణి 9.బి

రైతు ఉత్పత్తిదారుల సంస్థలచే వ్యవసాయ ఉత్పత్తుల మార్కెటింగ్

ప్రథమ ప్రచురణ : డిశంబరు, 2023

వెల : రూ. 100/-

ప్రచురణ కర్తలు

 <p>APMAS</p>	<p>మహిళా అభివృద్ధి సొసైటీ, ఏపిమాస్ కార్యాలయం, ప్లాట్ నెం.11-12, హుడా కాలనీ, తానీషా నగర్, డ్రీమ్వ్యాల్ దగ్గర, మణికోండ, రంగారెడ్డి జిల్లా, హైదరాబాదు-500089. ఫోన్ : 08413-403118 Web: www.apmas.org, E Mail: info@apmas.org</p>
--	--

విషయసూచిక

కరదీపిక ఆవశ్యకత

పూర్వ పరీక్ష	13
సెషన్ 1: మార్కెటింగ్ చేపట్టుటకు కావలసిన ఏర్పాట్లు	14
సెషన్ 2: మార్కెటింగ్కు అవసరమయ్యే పద్ధతులు	25
సెషన్ 3: ఉత్పత్తుల సేకరణ	41
సెషన్ 4: మార్కెటింగ్కు కావలసిన సౌకర్యములు	57
ముగింపు పరీక్ష	62

చిత్రములు

చిత్రం 1: మార్కెటింగ్కు అవసరమైన ఏర్పాట్లు	21
చిత్రం 2: మార్కెటింగ్కు అవసరమైన ఏర్పాట్లు	22
చిత్రం 3: మార్కెటింగ్కు అవసరమయ్యే ఏర్పాట్లు	25
చిత్రం 4: సేకరణలో ముఖ్య అంశములు	45
చిత్రం 5: నాణ్యతలోని వివిధ అంశములు	48
చిత్రం 6 : సేకరణలో దశలు	51
చిత్రం 7: కూరగాయల సమీకృత మార్కెటింగ్	57

పట్టికలు

పట్టిక 1: వ్యాపార నియమముల కార్యాచరణ	31
పట్టిక 2: నిర్ణయం చేయుటకు కావలసిన సమాచారం	34
పట్టిక 3: అగ్మార్కెట్ నాణ్యతా గ్రేడ్స్	49
పట్టిక 4: కూరగాయల సమిష్టి మార్కెటింగ్లో దశలవారీ కార్యక్రమములు	56



ఎఫ్.పి.ఓ. పాలకవర్గ సభ్యులకు స్వయంగా నేర్చుకొనే శిక్షణా ఆవశ్యకత

మన దేశంలో రైతులు ఎన్నో సవాళ్ళను ఎదుర్కొంటున్నప్పటికీ ఈ దశాబ్దంలో వ్యవసాయ రంగం గణనీయమైన ఊపుండుకున్నది. రైతులను సంఘటితం చేసి, రైతు ఉత్పత్తిదారుల సంస్థల ఏర్పాటు చేసుకొనుటకు ప్రోత్సహించటం అనేది రైతుల శ్రేయస్సుకు దోహదపడే విధానమని విధాన కర్తలు మరియు అమలుపరచేవారు భావిస్తున్నారు. వచ్చే ఐదు సంవత్సరముల కాలంలో ఎఫ్.పి.ఓ.లను ఏర్పాటు చేయడము ద్వారా రైతుల ఆదాయం రెట్టింపు చేయుటే మన భారత ప్రభుత్వం ప్రధాన వ్యూహంగా చేపట్టింది. మన దేశంలో ఇప్పటికే 10వేల ఎఫ్.పి.ఓ.లను వివిధ ప్రోత్సాహక సంస్థల సహకారంతో ఏర్పడినవి. 2020-24 సంవత్సరములలోపు మరొక 10 వేల ఎఫ్.పి.ఓ.లను కేంద్ర ప్రభుత్వ వ్యవసాయ రంగ పథకం కింద ఏర్పాటు చేయుటకు, కేంద్ర ప్రభుత్వము సంకల్పించింది. ఈ విషయము మన ప్రధానమంత్రిగారు 2019 సంవత్సరంలో ప్రకటించడం జరిగినది. ఈ శిక్షణా కరదీపిక ఎఫ్పిఓ బోర్డు అఫ్ డైరెక్టర్స్ సామర్థ్యం పెంచుటకు, రైతు ఉత్పత్తిదారుల సంస్థ విజయవంతం కావడానికి, ప్రాథమిక మరియు ముందస్తు లక్షణం, వ్యాపార సంస్థగా ఎదిగే సామర్థ్యం, సభ్యులకు వివిధ స్థాయి సేవలు అందించడం ద్వారా సభ్యుల రైతులు తమ వ్యవసాయ లాభములను పెంచుకొనడంలో సహకరించును. ఏపిమాస్ ద్వారా ఎఫ్.పి.ఓ. బోర్డు సభ్యులు, సిబ్బంది మరియు వాటి విస్తృత సభ్యులకు నిరంతర శిక్షణ మరియు సలహాలు ఇవ్వడం మొదటి ప్రాధాన్యత. ఏపిమాస్ తన ఎఫ్.పి.ఓ.ల ప్రోత్సాహక కేంద్రం ద్వారా పెద్ద సంఖ్యలో రైతు ఉత్పత్తిదారుల సంస్థల ఏర్పాటులో నిమగ్నమై ఉన్నది. మరియు ఇతరులచే ఏర్పాటు చేయబడిన రైతు ఉత్పత్తిదారుల సంస్థలు సరైన వ్యవసాయ విలువ గొలుసు అభివృద్ధి ప్రక్రియలో ఉండేలా సలహాలు ఇస్తున్నది.

రైతు ఉత్పత్తిదారుల సంస్థకు సంబంధించిన ప్రస్తుతం అందుబాటులో ఉన్న శిక్షణా సంపుటాలను సమీక్షించి, రైతు ఉత్పత్తిదారుల సంస్థ పాలకవర్గ సభ్యులకు మంచి నాణ్యత గల అనుసరించదగ్గ మరియు సులభతరమైన, స్వయముగా నేర్చుకొనే పుస్తకముల మాలికలలో చాలా తేడాలు వున్నవని గ్రహించడం జరిగినది. స్వయం సహాయక సంఘాల స్వయం నియంత్రణకు సంబంధించిన అవగాహనా పుస్తకాల మాలికలను రూపొందించుటలో గడించిన అనుభవం ఆధారముగా మరియు 20 సంవత్సరముల సంస్థాగత



అభివృద్ధి శిక్షణలు, శ్రీ మధుమూర్తి మరియు శ్రీమతి రామలక్ష్మి ఆధ్వర్యములో ఏపిమాస్ బృందం ఒక సంవత్సరం పాటు రిసోర్స్ సంస్థలు, ఎన్టీఓ భాగస్వాములు, శిక్షణ సంస్థలు మరియు రైతు ఉత్పత్తిదారుల సంస్థ ప్రతినిధులతో కలసి పని చేసి 13 సులభముగా స్వయముగా నేర్చుకొనే శిక్షణా కరదీపికలను రైతు ఉత్పత్తిదారుల సంస్థ పాలకవర్గ సభ్యులకు రైతు ఉత్పత్తిదారుల సంస్థ ఆవశ్యకత, సంస్థాగత డిజైన్, సభ్యత్వం, నాయకత్వం మరియు పరిపాలన, నిర్వహణ, రిజిస్ట్రేషన్ మరియు న్యాయ పరిమితులు, వ్యాపారప్రణాళిక, ఉత్పాదకత పెంపు, మిశ్రమ మార్కెటింగ్ (ఇన్పుట్ & అవుట్ పుట్) వ్యవసాయ పరికరముల సేవా కేంద్రం నిర్వహణ, అకౌంటింగ్ మరియు ఆర్థిక నిర్వహణ అంశములు వుండే విధముగా రూపొందించడం జరిగినది.

రైతు ఉత్పత్తిదారుల సంస్థలు శాశ్వతమైన స్వతంత్ర ప్రతిపత్తిగల ప్రజాస్వామ్య వ్యాపార సంస్థ. ఇక్కడ రైతు ఉత్పత్తిదారుల సంస్థ పాలకవర్గ సభ్యులకు వారి సామర్థ్య పెంపుదల అవసరం, కాలానుగుణముగా జరిగే ఎన్నికల్లో పాలకవర్గ సభ్యుల మార్పు జరుగును. సులభముగా అర్థం చేసుకొనే స్వయముగా నేర్చుకొనే శిక్షణా కరదీపికలు పాలకవర్గ సభ్యులు తమ సభ్యులకు అనుకూలమైన సేవలందించేలా ఎదగడానికి అత్యంత ఉపయోగపడతాయని మా నమ్మకం. రైతు ఉత్పత్తిదారుల సంస్థలను ఏర్పాటు చేసే వ్యవస్థాపకులు క్రమపద్ధతిలో రైతు ఉత్పత్తిదారుల సంస్థలు పాలకవర్గ సభ్యులు స్వయముగా, ఈ అవగాహన పుస్తకముల ద్వారా నేర్చుకొనే విధముగా ప్రోత్సహించాలి. రైతు ఉత్పత్తిదారుల సంస్థల వ్యవస్థాపకులు మరియు భాగస్వాములు రైతు ఉత్పత్తిదారుల పాలకవర్గ సభ్యుల అవగాహనా శిక్షణా కరదీపికలను ఉపయోగించుతూ రైతు ఉత్పత్తిదారుల సంస్థలు స్వీయ నిర్వహణ మరియు అనుకూలమైన వ్యాపార సంస్థలుగా తయారుకావడానికి సలహాలు ఇస్తూ ఉండాలి. ఏపిమాస్ శిక్షణా కరదీపికల మాలికను తెలుగు మరియు ఇంగ్లీష్ లో రూపొందించడానికి బాధ్యత తీసుకున్నది. డిమాండ్ ఆధారముగా ఈ శిక్షణా కరదీపికలను తగిన విధముగా ఇతర భారతీయ భాషలలోకి మార్చడానికి రిసోర్స్ సంస్థలు, రాష్ట్ర ప్రభుత్వములు, జాతీయ బ్యాంకు, (నాబార్డు) మరియు గ్రామీణాభివృద్ధి మరియు శిక్షణా సంస్థలు కృషి చేయవలెను. అటువంటి ప్రయత్నమునకు ఏపిమాస్ తప్పక సహకరించును. మీ అభిప్రాయముల కొరకు ఎంతో ఆసక్తితో ఎదురుచూస్తాము.

శుభాకాంక్షలతో,

సిఎస్ రెడ్డి, సి.ఇ.బి.

ఏపిమాస్



సొంతముగా నేర్చుకొనే మాడ్యూల్ గురించి

పాలకవర్గ సభ్యులు సొంతముగా నేర్చుకొనే మాడ్యూల్

1. రైతు ఉత్పత్తిదారుల సంస్థ పరిచయం & హేతుబద్ధత
2. రైతు ఉత్పత్తిదారుల సంస్థ సంస్థాగత స్వరూపం & నమూనా
3. రైతు ఉత్పత్తిదారుల సంస్థలలో సభ్యత్వం
4. ఎఫ్.పి.ఓ.ల పరిపాలన
5. ఎఫ్.పి.ఓ.ల నిర్వహణ
6. ఎఫ్.పి.ఓ.ల న్యాయపరమైన అంశములు
7. వ్యాపార ప్రణాళిక
8. అకౌంటింగ్ & ఆర్థికత
9. ఉత్పత్తుల మార్కెటింగ్ ఎఫ్.పి.ఓ.లచే.

9.బి. ఎఫ్.పి.ఓ.లచే ఉత్పత్తుల మార్కెటింగ్

10. ఎ. ఎఫ్.పి.ఓ.లచే విలువ జోడింపు
బి. ఎఫ్.పి.ఓ.లచే విలువ జోడింపు
11. ఎ. ఉత్పత్తి అవసరాల సరఫరా సేవలు
బి. వ్యవసాయ ఉత్పాదకత పెంపు సేవలు
12. ఎఫ్.పి.ఓ.ను నడిపించుట

రైతు ఉత్పత్తిదారుల సంస్థ పాలకవర్గ సభ్యులకు స్వయముగా నేర్చుకొనే మాడ్యూల్స్ లో “రైతు ఉత్పత్తిదారుల సంస్థచే ఉత్పత్తుల మార్కెటింగ్” మరొక పుస్తకం రెండవ భాగం. ఏ వ్యాపార విజయమునకైనా మార్కెటింగ్ కీలకమైనది, అలాగే రైతు ఉత్పత్తిదారుల సంస్థలకు కూడా, ఈ మాడ్యూల్ చాలా ప్రాముఖ్యమైనది.

అవసరం

ఈ మాడ్యూల్ యొక్క ఉద్దేశ్యం రైతు ఉత్పత్తిదారుల సంస్థ పాలకవర్గ సభ్యులు అవసరమైన అవగాహన మరియు జ్ఞానం పొంది తమ పాత్రలను సమర్థవంతముగా నెరవేరుస్తూ తమ సభ్యులకు ప్రయోజనం కలిగించే శక్తివంతమైన సంస్థలుగా తమ రైతు ఉత్పత్తిదారుల సంస్థను నడిపించుట.

బృందం లక్ష్యం :

ఈ పుస్తకము రైతు ఉత్పత్తిదారుల సంస్థల పాలకవర్గ సభ్యుల కొరకు ఉద్దేశించబడినది. పాలకవర్గ సభ్యులు రైతు ఉత్పత్తిదారుల సంస్థలకు సంబంధించి మౌలిక శిక్షణ పొంది, తమ రైతు ఉత్పత్తిదారుల సంస్థలను నడిపించుటలో కనీసం ఒక సంవత్సరం అనుభవం కలిగి వుండాలి.

నేర్చుకొనే లక్ష్యాలు

మార్కెటింగ్ మాడ్యూల్ లో నేర్చుకొనే కీలక లక్ష్యములు



- రైతు ఉత్పత్తిదారుల సంస్థ మార్కెటింగ్ కార్యక్రమము చేపట్టడానికి అవసరమయ్యే వివిధ పద్ధతులు మరియు సదుపాయముల గురించి తెలిసికొనుట
- సభ్యుల నుంచి ఉత్పత్తిని సేకరించు విధానము మరియు వివిధ దశలను గుర్తించుట
- మార్కెటింగ్ కార్యక్రమముల కొరకు' అవసరమైన సదుపాయములను కలిగి ఉండవలసిన ప్రాముఖ్యతను అర్థం చేసుకొనుట

స్వరూపం మరియు విషయసూచిక

ఈ పుస్తకం మొదటి భాగం మార్కెట్ ప్రణాళికతో ముగిసింది. ఈ రెండో భాగం ముందు పుస్తకము నుంచి కొనసాగి, రైతు ఉత్పత్తిదారుల సంస్థలు మార్కెటింగ్ కార్యక్రమములకు అవసరమయ్యే వివిధ సదుపాయములు మరియు పద్ధతులతో ప్రారంభమగును. తరువాత సేకరణ దశల గురించి తెలియజేస్తూ, మార్కెటింగ్ సదుపాయములతో కొనసాగుట మనం గమనించవచ్చు.

ఏవిధంగా ఉపయోగించాలి

పాలకవర్గ సభ్యులు ఈ మాడ్యూల్స్ ను తమంత తాముగా ఉపయోగించవచ్చును, లేదా బయటి నిపుణుల ద్వారా నేర్చుకొనవచ్చును. ఈ మాడ్యూల్ సంబంధిత గోడ పత్రికలు కలవు. వాటిని పాలకవర్గ సభ్యులు అనువైన ప్రదేశములలో నేర్చుకొనుట కొరకు ప్రదర్శించవచ్చును.

మేము మీరు ఈ మాడ్యూల్ నేర్చుకొనడాన్ని ఆస్వాదిస్తూ, మీ రైతు ఉత్పత్తిదారుల సంస్థ మార్కెటింగ్ కార్యక్రమము చేపట్టి మరింత ప్రభావవంతముగా మరియు సమర్థవంతముగా నిర్వహించాలని ఆశిస్తున్నాము.



పదకోశం / సంక్షిప్త నామము

1. ఎఫ్.పి.ఓ. (రైతు ఉత్పత్తిదారుల సంస్థ):
రైతు ఉత్పత్తిదారుల సంస్థ (ఎఫ్.పి.ఓ) యజమానులైన సభ్యులచే నియంత్రించబడే, నమోదు అయిన సంస్థ. అవసరమైన సేవలు అందించడం ద్వారా సభ్యుల అందరి సాధారణ అవసరములను తీర్చడమే. రైతు ఉత్పత్తిదారుల సంస్థ, వ్యవసాయం మరియు అనుబంధ రంగములలోని వివిధ కార్యక్రమములు నిర్వహించును. రైతు ఉత్పత్తిదారుల సంస్థ అధికారికమైన సంస్థ అయినందున కార్యాలయం, సౌకర్యములు, సిబ్బంది మరియు పరిపాలించే పాలకవర్గం కలిగి వుండవలెను.
2. ఉప-సంఘములు: (సబ్ కమిటీలు)
మార్కెటింగ్, ఆర్థికత, ఉత్పత్తి అవసరముల సరఫరా, మొదలగు వాటి కొరకు పాలకవర్గము తమలోని ఇద్దరు లేక ముగ్గురు సభ్యులతో ఉప సంఘమును ఏర్పాటు చేయును. ఈ ఉప సంఘములు పాలకవర్గ పర్యవేక్షణలో తమ సంబంధిత విభాగం పనిని నిర్వహిస్తారు.
3. సమిష్టి మార్కెటింగ్:
రైతు ఉత్పత్తిదారుల సంస్థ చేసిన సభ్యుల ఉత్పత్తులను కొనుగోలు చేసి అవసరమైన సంసాధన తరువాత మార్కెట్లో విక్రయించును. రైతు ఉత్పత్తిదారుల సంస్థ తమ సభ్యులకు తనే కొనుగోలుదారుగా వ్యవహరిస్తుంది. ఈ విధానములో రైతుల నుండి కొనుగోలు చేసిన సరకు రైతు ఉత్పత్తిదారుల సంస్థకు ఆస్తి, కనుక మార్కెటింగ్ రైతు ఉత్పత్తిదారుల సంస్థ బాధ్యత. సమిష్టి మార్కెటింగుతో సభ్యులు తమ ఉత్పత్తిని వ్యక్తిగతంగా మార్కెటింగ్ చేయడములో వుండే అనేక అవరోధములను అధిగమించెదరు.
4. గుర్తింపు (బ్రాండింగ్)
ఎఫ్.పి.ఓ. ఉత్పత్తులకు ఒక పేరు, గుర్తు లేదా నమూనాను ప్రదర్శించుట. దీనివలన ఇతర ఉత్పత్తులనుండి సులభముగా గుర్తించ వచ్చును మరియు వినియోగదారుల మనస్సులో ఏకైక స్థానం కలిగి ఉండును. ఉదాహరణకు రైతు ఉత్పత్తిదారుల సంస్థ కందిపప్పుకు



దాల్ మోతీ అనే నిర్దిష్టమైన పేరు పెట్టవచ్చును. లేదా ఏదైనా ప్రాంతం కందిపప్పు సాగుకు ప్రసిద్ధో ఆ ప్రాంతం పేరుతో గుల్బర్గా లాల్ మోతీ అనే బ్రాండ్ పేరు మరియు “నాణ్యమైన ఉత్పత్తి, రైతుల నుంచి నేరుగా” అనే ట్యాగ్ తగిలించవచ్చును.

5. విలువ గొలుసు:

వ్యవసాయ ప్రారంభ దశ నుండి అంటే విత్తనము నుండి వినియోగదారుడు కొనుగోలు చేసే తుది దశ వరకు ప్రక్రియను విలువ గొలుసు అంటారు. వివిధ దశలైన ఉత్పత్తికి ముందు, ఉత్పత్తి, పంట కోత సమయములో, సంసాధన, మొదటి అమ్మకము (టోకు అమ్మకం) రెండవ అమ్మకం (చిల్లర అమ్మకం) మొదలగు దశలు ఒకదానితో ఒకటి ముడిపడి వుంటాయి. గొలుసు మొదట నుండి చివరివరకు వెళ్ళేకొలది ఉత్పత్తి విలువ పెరుగుతూ ఉండును. కనుకనే దీనిని విలువ గొలుసు అని పిలుస్తారు. ఏ వ్యవసాయ ఉత్పత్తి చేపట్టినా, దానిలోని వివిధ కార్యక్రమములను, సంబంధిత సేవలు అందించేవారు (అంటే ఉత్పత్తి అవసరాల సరఫరాదారు, ఆర్థిక సంస్థలు, సంసాధన చేయువారు, పంపిణీదారులు, టోకు వర్తకులు, చిల్లర వర్తకులు మొదలగువారు) ఉత్పత్తికి, విలువను జోడిస్తూ గొలుసులో విలువను పెంచుతారు.

6. సేకరణ

రైతు ఉత్పత్తిదారుల సంస్థ తన సభ్యుల నుంచి ఉత్పత్తిని సేకరించే విధానమే సేకరణ. రైతు ఉత్పత్తిదారుల సంస్థ సేకరణను ప్రారంభించుటకు, సేకరణ కేంద్రం, నాణ్యత పరీక్ష, ప్యాకింగ్ మరియు స్థానిక నిల్వ సదుపాయము లాంటి సౌకర్యములు అవసరం. రైతు ఉత్పత్తిదారుల సంస్థకు అవసరమైన సామగ్రితో తన వాహనమును గ్రామములకు పంపి గ్రామ స్థాయిలో సేకరణ చేయవచ్చును.



- 7 ప్రాథమిక సంసాధన: వ్యవసాయ ఉత్పత్తుల ప్రాథమిక సంసాధన అనగా శుభ్రపరచుట, వేరుచేయుట, ఆరబెట్టుట, మరియు ప్యాకింగ్. వ్యవసాయ ఉత్పత్తులను అమ్మకం చేయాలంటే ప్రాథమిక సంసాధన తప్పనిసరి.
8. ద్వితీయ సంసాధన: ద్వితీయ సంసాధన ఆధునికమైన సంసాధన. దీనివలన వ్యవసాయ ఉత్పత్తుల విలువ పెంచబడతాయి. ద్వితీయ సంసాధన ద్వారా విలువ పెంపుతో వ్యవసాయ ఉత్పత్తులు వండుటకు / తినుటకు సిద్ధముగా తయారు చేయబడును (పప్పు, పిండి, నూనె మొదలగునవి) నిల్వ చేసి అధికంగా వాడుక గల ప్రాంతములకు రవాణా చేయబడును.
9. కనీస మద్దతు ధర (ఎంఎస్.పి) రైతుల నుంచి కొన్ని వ్యవసాయ ఉత్పత్తులను నేరుగా కొనుగోలు చేయుటకు ప్రభుత్వం నిర్ణయించిన ధర కనీస మద్దతు ధర. కొన్ని సందర్భములలో మార్కెట్ ధర కనీస మద్దతు ధర కంటే తక్కువగా వుంటే ప్రభుత్వం జోక్యం చేసుకొని కనీస మద్దతు ధరకు ఉత్పత్తిని కొనుగోలు చేస్తుంది.



పూర్వ పరీక్ష

ఈ పాలకవర్గ సభ్యులు స్వయముగా నేర్చుకొనే మాడ్యూల్ పుస్తకములో, మేము ఉత్పత్తి మార్కెటింగ్ శీర్షిక గురించి ప్రస్తావిస్తాము. మార్కెటింగ్కు సంబంధించిన వివిధ పాఠ్యాంశములలోకి వెళ్లేముందు మనము కొన్ని ప్రశ్నలకు సమాధానం చెప్పెదము. ఈ ప్రారంభ మదింపు అవసరం మార్కెటింగ్పై మన ప్రస్తుత అవగాహనను అంచనా వేసుకొని, తదుపరి మరింతగా నేర్చుకుందాము.

1. రైతు ఉత్పత్తిదారుల సంస్థ మార్కెటింగ్ కార్యక్రమము చేపట్టడానికి కావలసిన వివిధ ఏర్పాట్లు ఏమిటి?

.....

.....

.....

2. రైతు ఉత్పత్తిదారుల సంస్థ కార్యక్రమములకు వ్యాపార నియమములను ఎందుకు రూపొందించుకోవాలి?

.....

.....

.....

3. రైతు ఉత్పత్తిదారులచే వ్యవసాయ ఉత్పత్తుల సేకరణలోని వివిధ దశలు ఏమిటి ?

.....

.....

.....



మార్కెటింగ్ చేపట్టుటకు కావలసిన వీర్వాణ్ణు

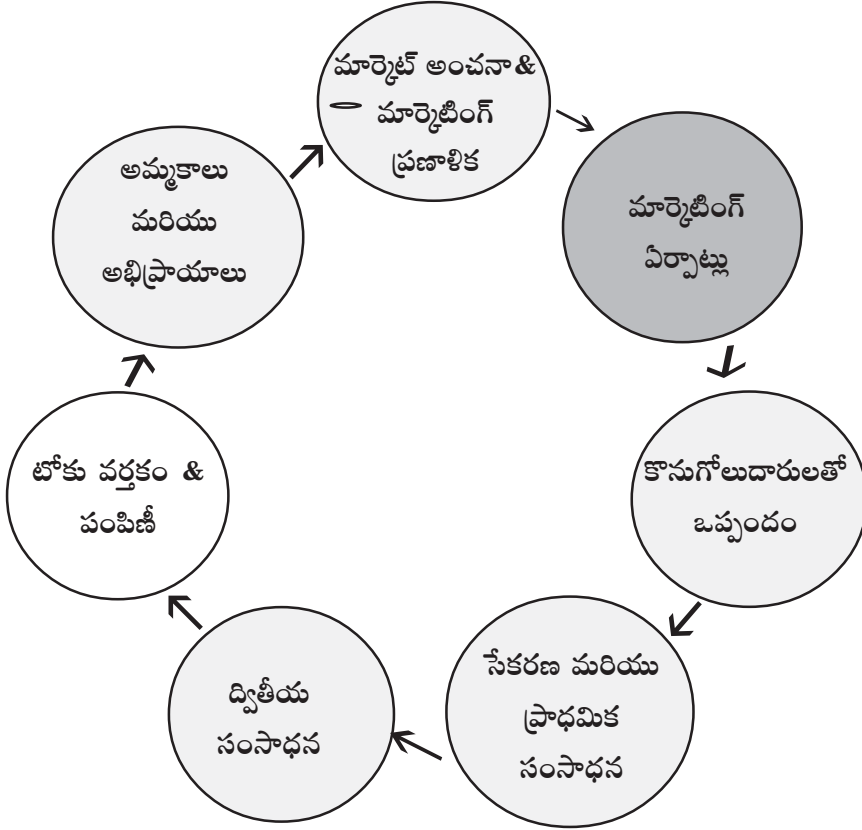
పాఠము ఉద్దేశ్యము



రైతు ఉత్పత్తిదారుల సంస్థ మార్కెటింగ్ కార్యక్రమము చేపట్టడానికి అవసరమయ్యే వీర్వాణ్ణు గురించి తెలిసికొనుట

విషయాంశములు :

1. మార్కెటింగ్ ఉప సంఘం
2. మౌలిక సదుపాయములు, ఆర్థికత, సిబ్బంది



నేపథ్యము :

ఈ పుస్తకం 9.ఎ. భాగములో మనం రైతు ఉత్పత్తిదారుల సంస్థచే మార్కెటింగ్ ప్రణాళిక వరకు తెలిసికోవడం జరిగింది. ఈ రెండవ భాగములో మార్కెటింగ్ కార్యక్రమము చేపట్టడానికి అవసరమయ్యే వివిధ సదుపాయములతో ప్రారంభిద్దాము. గత పాఠములో చూసిన విధముగా మార్కెట్ అంచనా ఆధారముగా, మార్కెట్ ప్రణాళిక రూపొందించవలెను. మనం చర్చించిన విధముగా మన రైతు ఉత్పత్తిదారుల సంస్థచే మార్కెటింగ్ కార్యక్రమము ప్రారంభించడానికి ప్రాథమిక దశ, కొనుగోలుదారుల నుంచి ధృవీకరణ పొందుట. ఒకసారి ఇది చేసిన తరువాత, మార్కెటింగ్ ప్రణాళిక ప్రకారం మన రైతు ఉత్పత్తిదారుల సంస్థలో మార్కెటింగ్ కార్యక్రమము చేపట్టడానికి అవసరమైన ఏర్పాట్లు చేయవలెను.



చిత్రం 1 : వ్యవసాయ మార్కెటింగ్



అవసరమైన ఏర్పాట్లు

ఏదైనా పెద్ద కార్యక్రమము చేపట్టడానికి అవసరమైన ఏర్పాట్లు చేయాలి. ఒక ఉదాహరణ తీసుకుంటూ ఒక రైతు తన భూమిలో వ్యవసాయం చేయడానికి, సీజన్ ప్రారంభమునకు ముందు ఏ ఏ ఏర్పాట్లు చేయాలి అనే విషయం సాధారణంగా తెలిసిన విషయం.

వ్యవసాయం చేయడానికి రైతు చేయవలసిన ఏర్పాట్లు

- ⇒ విత్తనం
- ⇒ మార్కెట్ మరియు వాతావరణం గురించి సమాచారం
- ⇒ పెట్టుబడి, ఆర్థిక వనరులు
- ఎరువులు & క్రిమిసంహారక మందులు
- అవసరమయ్యే వ్యవసాయ పరికరములు మరియు యంత్రములు
- వ్యవసాయ కార్మికులు
- మెరుగైన వ్యవసాయ పద్ధతులపై మరియు చీడల నివారణ నిర్వహణపై తాజా పరిజ్ఞానం
- మార్కెటింగ్ ఒప్పందాలు

పైన తెలియజేసిన ప్రకారం, రైతు తన వ్యవసాయమునకు ఏవిధముగా ఏర్పాట్లు చేసుకోవాలో, మనం మన రైతు ఉత్పత్తిదారుల సంస్థలో మార్కెటింగ్ కార్యక్రమము చేపట్టడానికి అవసరమయ్యే అన్ని ఏర్పాట్లు చేయాలి. రైతు ఉత్పత్తిదారుల సంస్థ అధికారిక సంస్థ అయినందున మార్కెటింగ్ కార్యక్రమము చేపట్టడానికి అవసరమయ్యే పద్ధతులు ఏర్పాటు చేయాలి. ఇప్పుడు మనం మార్కెటింగ్ కు ఏ ఏ సదుపాయములు మరియు పద్ధతులు అవసరమో చూద్దాము.

మార్కెటింగ్ కు అవసరమయ్యే సదుపాయములు

మార్కెటింగ్ కు అవసరమయ్యే సదుపాయముల గురించే తెలిసికోవడానికి ,క్రిషీ రైతు ఉత్పత్తిదారుల సంస్థ ఎటువంటి సదుపాయములు చేసిందో పరిశీలిద్దాము.



ఉదాహరణ

క్రిషీ రైతు ఉత్పత్తిదారుల కంపెనీ లిమిటెడ్ (క్రిషీ ఎఫ్.పి.సి)

వివరణ

క్రిషీ రైతు ఉత్పత్తిదారుల కంపెనీ లిమిటెడ్ (క్రిషీ ఎఫ్.పి.సి) 3 సంవత్సరముల క్రితం సిరిపూర్ నందు ప్రారంభించబడినది. తాలూకాలో ప్రధాన స్థానములో వున్నది. సిరిపూర్ ఒకవైపు మంచి రహదారితో 40కిమీ దూరంలో వున్న జిల్లా ప్రధాన నగరమైన విజయపూర్ తో కలుపబడివున్నది. మరోవైపు రాజాపేటతో కలుపబడి వున్నది. ఇది పెద్ద వర్తక మరియు వ్యాపార పట్టణం. ఒక మెట్రో నగరం సిరిపూర్ కు 190 కిలోమీటర్ల దూరములో వున్నది. ఇది జిల్లా ప్రధాన నగరం నుండి జాతీయ రహదారితో కలుపబడి వున్నది.

వ్యవసాయ పరిస్థితులు

ఈ ప్రాంతం దేశంలోని ఇతర గ్రామీణ ప్రాంతాల వలె చాలామటుకు వ్యవసాయంపై కొంతమంది, ఉద్యోగంపై ఆధారపడి వున్నారు. 2/3 వంతు భూమి వర్షాధారం, కొంత ప్రాంతం మరియు చెరువులు మరియు బోర్వెల్స్ తో నీటి పారకం కలిగి వున్నాయి. చాలామంది రైతులు ప్రభుత్వ శాఖల సహకారముతో డ్రిప్ / స్ప్రింక్లర్ల పద్ధతిలో నీటి పారకం ఏర్పాటు చేసుకున్నారు. సాంప్రదాయకముగా వేరుశనగ (ఎక్కువ శాతం ఖరిఫ్ లో మరియు కొంత శాతము నీటిపారుదల వున్న చోట రబీలో సాగు చేయబడును) మరియు కందులు ఖరిఫ్ లో ఈ ప్రాంతములో సాగు చేసే ప్రధాన పంటలు. రైతు ఉత్పత్తిదారుల ప్రాంతం కూరగాయలకు పేరుగాంచినది. (చాలావరకు బెండ, మిరప, వంకాయ మరియు పొట్లకాయ మరియు కొన్ని ఇతర కూరగాయలు బీన్స్, టమాట మొదలగునవి పండుతాయి. ఈ ప్రాంత రైతులు చిరుధాన్యాలైన రాగులు మరియు కొర్రలను సాగు చేయుచున్నారు.

సభ్యత్వం మరియు పరిపాలన

రైతు ఉత్పత్తిదారుల కంపెనీలో 900 మంది చిన్న మరియు మధ్యతరగతికి చెందిన వాటాదారులు వున్నారు. ఈ సభ్యులు 16 పక్క పక్కన వున్న గ్రామాలకు చెందినవారు. రైతు ఉత్పత్తిదారుల కంపెనీ 12 మంది అంకిత భావం, వ్యవస్థాపక లక్షణములు గల డైరెక్టర్స్ ఎన్నిక కాబడినారు. అందులో 5గురు మహిళలు, ఈ 12 మంది రెగ్యులర్ డైరెక్టర్స్ కాగా అదనముగా రైతు ఉత్పత్తిదారుల కంపెనీలో ముగ్గురు స్వతంత్ర డైరెక్టర్స్ కూడా బోర్డులో వున్నారు.

శ్రీమతి లక్ష్మి వ్యవసాయ రుణాలను చూసే సీనియర్ బ్యాంకు మేనేజర్, శ్రీ సీతారామ్, వ్యవసాయ శాఖ అధికారి, ఇతనికి వ్యవసాయ ఉత్పత్తుల మార్కెటింగు, ఇన్ ఫుట్స్ సరఫరాలో అపారమైన అనుభవం వున్నది. శ్రీ స్వామినాథ్, వ్యవసాయ శాఖలో పని చేసి పదవీ విరమణ చేసిన వ్యక్తి. వ్యవసాయ సాగులో విస్తృతమైన అనుభవం మరియు ఉత్పత్తి సాంకేతిక విషయములలో నిపుణుడు. పాలకవర్గమునకు శ్రీ రామయ్య అధ్యక్షుడు, రామయ్య ఆ ప్రాంతములో విశేష వ్యవసాయ అనుభవం మరియు రైతుల సంక్షేమం పట్ల సానుభూతి కలవాడు. అంతేకాక ఆ ప్రాంతములో అనేక సమస్యలను/ వివాదములను పరిష్కరించినవాడిగా గుర్తింపు కలవాడు.



నిర్వహణ

రైతు ఉత్పత్తిదారుల కంపెనీ పాలకవర్గం శ్రీ గణేష్ మేనేజర్ గా, శ్రీమతి దుర్గను అకౌంటెంట్ గా నియమించినారు. గణేష్ ప్రధానముగా రైతు ఉత్పత్తిదారుల కంపెనీ వ్యాపార వ్యవహారములను నిర్వహించును. దుర్గ లెక్కలు మరియు పుస్తక నిర్వహణ, పరిపాలన మరియు న్యాయపరమైన అంశములు నిర్వహించును. ఇద్దరు గత రెండు సంవత్సరములుగా రైతు ఉత్పత్తిదారుల కంపెనీలో చురుకుగా పని చేయుచున్నారు.

సిరిపూర్ లో రైతు ఉత్పత్తిదారుల కంపెనీ కార్యాలయం మరియు రైతుల సేవా కేంద్రం కలిగి వున్నది. ఈ భవనములో ఒక కార్యాలయ గది మరియు రైతు సేవా కేంద్రమునకు స్థలం మరియు చిన్న సమావేశ మందిరం కలవు. దీనిలో నెలవారీ పాలకవర్గ సమావేశం మరియు సమీక్షా సమావేశములు జరుపుతారు. ఇక్కడ సరుకు నిల్వ సదుపాయం కలదు. దీనిలో పంట ఉత్పత్తుల అవసరములు (విత్తనములు, ఎరువులు మరియు పురుగు మందులు) మరియు వ్యవసాయ పనిముట్లు ఉంచబడును. రైతు ఉత్పత్తిదారుల కంపెనీ కార్యాలయములో తగిన ఫర్నిచర్, కంప్యూటర్, ఇంటర్నెట్ మరియు టెలిఫోన్ సౌకర్యం కలిగి వున్నది.

రైతు ఉత్పత్తిదారుల కంపెనీ అవసరమైన సంస్థాగత లైసెన్సెస్ అంటే పాస్, జిఎస్టి రిజిస్ట్రేషన్ మరియు ఉత్పత్తి అవసరముల వ్యాపారం లైసెన్స్ (విత్తనం, ఎరువులు మరియు పురుగు మందులు) మార్కెట్ మరియు దుకాణముల స్థాపన లైసెన్సులు కలిగి వున్నది.

వ్యాపార కార్యక్రమములు

ప్రస్తుతం రైతు ఉత్పత్తిదారుల కంపెనీ ఉత్పత్తి అవసరముల సరఫరా మరియు సభ్యుల కొరకు మార్కెటింగ్ కార్యక్రమములను నిర్వహిస్తున్నది. అంతేకాక రైతు ఉత్పత్తిదారుల కంపెనీ గత రెండు సంవత్సరముల నుండి 10 లక్షల నిర్వహణ మూలధనమును ఋణముగా పొందినది.

ఎఫ్.పి.ఓ. సభ్యుల కొరకు, సాముహికంగా అవసరమైన ఉత్పత్తి అవసరములను కొనుగోలు చేయుచున్నారు. అంతేకాక రైతు ఉత్పత్తిదారుల కంపెనీ టార్పాలిన్, పవర్ వీడర్స్, స్ప్రేయర్లు మొదలైన పరికరములు సభ్యుల కొరకు అమ్మకాలు జరుపుతున్నది. రైతు ఉత్పత్తిదారుల కంపెనీ సభ్యుల వ్యవసాయ ఉత్పత్తికి సాముహిక మార్కెటింగ్ సౌకర్యం కల్పిస్తున్నది.



ప్రస్తుతం ఈ కార్యక్రమములు అన్ని చిన్న స్థాయిలో నిర్వహిస్తున్నప్పటికీ, వచ్చే సీజన్ నుండి సభ్యులకు అవసరమైన అన్ని సేవలను చేపట్టాలని పాలకవర్గం భావిస్తున్నది.

ఫెడరేషన్లో సభ్యత్వం

రైతు ఉత్పత్తిదారుల కంపెనీ జైకిసాన్ ఎఫ్.పి.ఓ. ఫెడరేషన్లో రూ.50,000/- వాటాధనం చెల్లించి సభ్యత్వం పొందినది. జైకిసాన్ ఎఫ్.పి.ఓ. క్లస్టర్ స్థాయి ఫెడరేషన్ ఒక సంవత్సరం క్రితం ఏర్పాటు చేయబడినది. ఇది రాజాపేటలో వున్నది. నిజానికి క్రిషి రైతు ఉత్పత్తిదారుల కంపెనీ ఈ ఫెడరేషన్ వ్యవస్థాపక ఏజెన్సీలో ఒకటి. జైకిసాన్ ఫెడరేషన్లో ధరణి, వసుంధర, పృథ్వి మరియు సస్య రైతు ఉత్పత్తిదారుల కంపెనీలు కూడా సభ్యత్వము కలిగి వున్నది.

రైతు స్థాయిలో..

చాలామటుకు ప్రాథమిక సంసాధన కార్యక్రమములు, ముఖ్యముగా శుభ్రపరచుట మరియు ఆరబెట్టుట రైతు స్థాయిలోనే జరుగుతాయి. రైతు ఉత్పత్తిదారుల పాలకవర్గం తమ నుండి మార్కెటింగు ఉప కమిటీ ఏర్పాటు చేసుకుని పర్యవేక్షించటం జరుగుతుంది. రైతు నాణ్యమైన ఉత్పత్తిని ఉత్పత్తిదారుల సంస్థకు తీసుకొని రావలసిన అవసరం గురించి ప్రతి గ్రామంలో రైతు ఉత్పత్తిదారుల సంస్థ డైరెక్టర్ ద్వారా నిరంతరముగా సభ్యులకు విద్యా కార్యక్రమములు నిర్వహిస్తారు. క్రిషీ రైతు ఉత్పత్తిదారుల సంస్థ ఈ కార్యక్రమములను సభ్యుల స్థాయిలో అవసరమైన సామాగ్రి టార్పాలిన్, ప్యాకింగ్ సామాగ్రి మరియు యంత్రములు సరైన పంట కోత మరియు నూర్పిడి, ఎండుట కొరకు తన రైతు సేవ కేంద్రము నుండి అందించును.

రైతు ఉత్పత్తిదారుల సంస్థ స్థాయిలో..

శుభ్రపరచుట మరియు ఆరబెట్టుట లాంటి కార్యక్రమములు రైతు ఉత్పత్తిదారుల సంస్థ స్థాయిలో జరగరాదు. ఎందుకంటే రైతు ఉత్పత్తిదారుల సంస్థ స్థాయిలో పరిమాణం అధికముగా వుండటము వలన వ్యయం కూడా అధికము అవుతుంది. రైతు నుండి ఉత్పత్తులను సేకరణ చేసే సమయంలో పంట వారి నాణ్యతా ఆధారిత గ్రేడ్స్ ఆధారంగా ఎఫ్పిఓ జరపాలి. కొన్ని సందర్భములలో రైతు ఉత్పత్తిదారుల సంస్థ ప్రత్యేకమైన పద్ధతిలో రీ ప్యాక్ చేయవలసి వుంటుంది (టమాటాలకు క్రేట్స్, విత్తనములకు కృత్రిమమైన జ్యూట్ సంచులు, ధాన్యం కొరకు గోనె సంచులలో వుంచవలెను).



లేబులింగులు, నిల్వ మరియు రవాణా ఏర్పాటు చేయాలి. మార్కెటింగ్ ఉప కమిటీ, సేకరణ కేంద్రం వద్ద గ్రేడింగ్ మరియు ఉత్పత్తి ప్యాక్ చేయుట కొరకు నలుగురు పనివారిని ఏర్పాటు చేసుకోవాలి.

రైతు ఉత్పత్తిదారుల ఉప కమిటీ ముఖ్యమైన బాధ్యత అవసరమైన గ్రేడింగ్ మరియు ప్యాకింగ్ కార్యక్రమాలను, రైతు ఉత్పత్తిదారుల సంస్థ స్థాయిలో ఏర్పాటుచేయుట అని పై ఉదాహరణ నుండి తెలిసికోవచ్చును. ఉప కమిటీ సభ్యులకు అవసరమైన విద్యా కార్యక్రమమును నిర్వహించి సభ్యులు తమ స్థాయిలో ఉత్పత్తిని శుభ్రపరచి మరియు ఆరబెట్టి నాణ్యమైన ఉత్పత్తిని సేకరణ కేంద్రానికి తీసుకొని రావలెను.

ప్రాథమిక సంసాధన కేంద్రము

క్రిషీ రైతు ఉత్పత్తిదారుల సంస్థ పరిధిలోని ప్రాంతం మరియు పరిసర ప్రాంతములో కూరగాయల సాగు ఎక్కువ. రైతు ఉత్పత్తిదారుల సంస్థ కూరగాయల సమిష్టి మార్కెటింగ్ చేపట్టి కార్పొరేట్ చిల్లర కొనుగోలుదారులకు సరఫరా చేస్తున్నది. ఈ చిల్లర కొనుగోలుదారులకు సరఫరా చేసే విధానము విపణి మార్కెటింగ్ మాడ్యూల్లో ఇవ్వడం జరిగినది. స్థానిక స్థాయిలో సేకరణ సదుపాయములు లేనందున, రైతు ఉత్పత్తిదారుల సంస్థ కూరగాయల సేకరణను ఎక్కువమంది సభ్యులకు వర్తింప చేయలేక, కొనుగోలుదారుల డిమాండ్ను కూడా చేరుకోలేక పోయినది. దీనిని దృష్టిలో పెట్టుకొని క్రిషీ రైతు ఉత్పత్తిదారుల సంస్థ పాలకవర్గ సభ్యులు మేనేజర్ గణేష్ను జిల్లా ప్రధాన కేంద్రము అయిన విజయనగర్ వెళ్లి ప్రాథమిక సంసాధన కేంద్రమును అధ్యయనం చేయవలసిందిగా కోరారు. గణేష్ విజయనగర్ వెళ్లి ఒక ప్రాథమిక సంసాధన కేంద్రమును అధ్యయనం చేసి పాలకవర్గమునకు దిగువ వివరములను సమర్పించారు.

ప్రాథమిక సంసాధన కేంద్రం కూరగాయల సేకరణకు, శుభ్రపరచుటకు, వేరుచేయుటకు మరియు గ్రేడింగ్కు అవసరమైన వసతులు కలిగి ఉండవలెను. ప్రాథమిక సంసాధన కేంద్రం పెద్ద కొనుగోలుదారులకు సరఫరా చేయుటకు కావలసిన అన్ని మౌలిక సదుపాయములు కలిగి ఉండవలెను. క్రిషీ రైతు ఉత్పత్తిదారుల సంస్థ ప్రాంతం మరియు పరిసర ప్రాంతములో కూరగాయల సేకరణకు గల అవకాశములను పరిగణన లోనికి తీసుకొని రోజువారీ సేకరణ మరియు సరఫరా 10-15 టన్నులు అని అంచనా వేయటము జరిగినది. ప్రాథమిక సంసాధన కేంద్రం ఏర్పాటుకు కావలసిన స్థలం 15 సంవత్సరముల కొరకు లీజుపై తీసుకొనడం జరిగినది.



ఫెడరేషన్ లో సభ్యత్వం

రైతు ఉత్పత్తిదారుల కంపెనీ జైకిసాన్ ఎఫ్.పి.ఓ ఫెడరేషన్ లో రూ. 50,000/- వాటాధనం చెల్లించి సభ్యత్వం పొందినది. ఇది క్లస్టర్ స్థాయి ఫెడరేషన్ ఒక సంవత్సరం క్రితం ఏర్పాటు చేయబడినది. ఇది రాజాపేటలో వున్నది. నిజానికి క్రిషి రైతు ఉత్పత్తిదారుల కంపెనీ ఈ ఫెడరేషన్ వ్యవస్థాపక సంస్థలలో ఒకటి. జైకిసాన్ ఫెడరేషన్ లో ఇతర సభ్యులు ధరణి, వసుంధర, పృథ్వి మరియు సస్య రైతు ఉత్పత్తిదారుల సంస్థలు సభ్యులుగా ఉన్నారు.

సుదీర్ఘ చర్చల అనంతరం కాలానుగుణముగా మార్పులు, చేర్పులు చేసే వీలును దృష్టిలో పెట్టుకొని, క్రిషి ఎఫ్.పి.ఓ బోర్డు మార్కెటింగ్ ప్రణాళికను ఆమోదించటం జరిగినది. గత పాఠములో తెలుసుకున్న విధముగా, బోర్డు తమ నుండి ఒక ఉప కమిటీని ఏర్పాటుచేసి, వారికి మార్కెటింగ్ ప్రణాళిక అమలు బాధ్యతను అప్పగించటము జరిగినది.

1.1. మార్కెటింగ్ ఉప కమిటీ

మనము నాలుగవ పుస్తకము ప్రేరణ నుండి తెలుసున్నది ఒకసారి గుర్తు తెచ్చుకోండి. పరిపాలన సౌలభ్యం కోసం ముఖ్యమైన కార్యక్రమములకు ఉపకమిటీలను ఏర్పాటుచేసి, పర్యవేక్షించుట బోర్డు యొక్క ముఖ్యమైన పనిగా తెలుసుకున్నాము. ఎఫ్.పి.ఓ.కు మార్కెటింగ్ ఒక ముఖ్యమైన కార్యక్రమము, కనుక దీనికి ఒక ఉపకమిటీ ఏర్పాటు చేయవలసి వుంటుంది.

అభ్యాసం : మార్కెటింగు ఉప కమిటీ కీలక పాత్ర మరియు బాధ్యతల గురించి చర్చించి జాబితాను తయారు చేద్దాము.

.....

.....

.....

పైన జాబితా చేసిన ప్రకారం ఉప కమిటీ పాత్ర మరియు బాధ్యతలను దిగువ సూచించిన విధముగా కలిగి వుంటుంది.



చిత్రం 1 : ఎఫ్.పి.ఓ మార్కెటింగ్ ఉప కమిటీ పాత్ర మరియు బాధ్యతలు

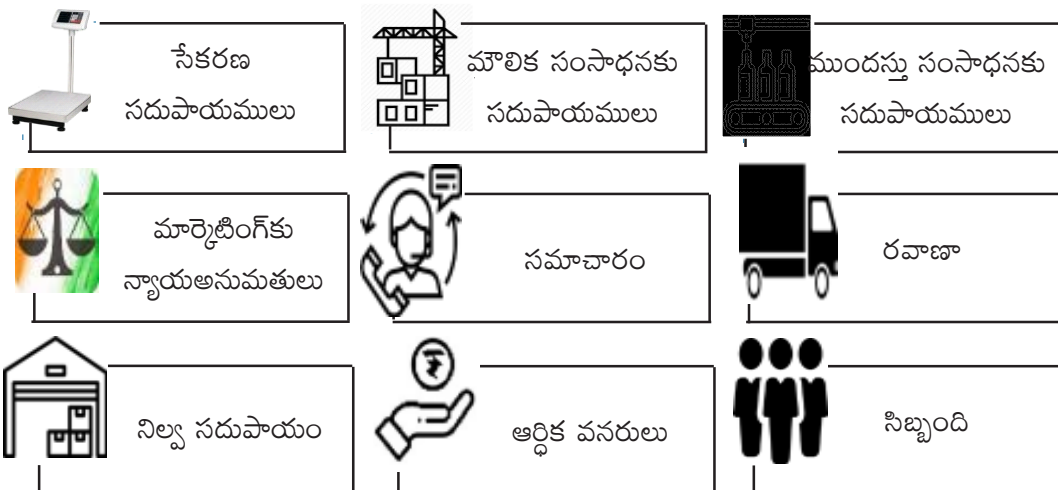
ఎఫ్.పి.ఓ మార్కెటింగ్ ఉప-కమిటీ విధులు మరియు బాధ్యతలు

- ⇒ మార్కెటింగ్ కొరకు వ్యాపార నియమాలు రూపొందించడంలో పాలుపంచుకోవాలి.
- ⇒ కొనుగోలుదారులు, సరఫరాదారులు, సంసాధకులు మరియు రవాణాదార్లతో బేరసారాలు చేయాలి.
- ⇒ సేకరణ ధర, సేకరణ పరిమాణం, అమ్మకపు ధర, నిల్వ మరియు సంసాధనకు సంబంధించిన నిర్ణయాలు తీసుకొనుటలో పాల్గొనాలి.
- ⇒ సేకరణ, నాణ్యత నియంత్రణ, సంసాధన, నిల్వ, రవాణా మరియు అమ్మకం వంటి మార్కెటింగ్ కార్యకలాపాలలో పాల్గొనాలి.
- ⇒ మార్కెటింగ్ కార్యక్రమాలకు అవసరమైన పుస్తకాలు నిర్వహించేటట్లు చూసుకోవాలి.
- ⇒ వివిధ మార్కెటింగ్ కార్యక్రమాలను ఎప్పటికప్పుడు పర్యవేక్షించాలి.
- ⇒ సభ్యుల మరియు కొనుగోలుదారుల ఫిర్యాదులను పరిష్కరించాలి.
- ⇒ రైతు ఉత్పత్తిదారుల సంస్థ ఉత్పత్తులకు ప్రచారం చేయటం మరియు అమ్మకాలను పెంచటంలో పాల్గొనాలి.
- ⇒ కొనుగోలుదారులతో సత్సంబంధాలు కలిగిఉండాలి.

క్రిషి రైతు ఉత్పత్తిదారుల కంపెనీ మార్కెటింగ్ ఉప కమిటీ ఒక సమావేశం జరిపి మార్కెటింగ్ కార్యక్రమము ప్రారంభించటానికి అవసరమయ్యే ఏర్పాట్ల గురించి దిగువ విధముగా నిర్ణయం తీసుకున్నది.



చిత్రం 2 : మార్కెటింగ్కు అవసరమైన ఏర్పాట్లు



పైన పేర్కొన్న ఏర్పాట్లలో, ప్రతి రైతు ఉత్పత్తిదారుల సంస్థ, తమ వ్యాపార అవసరములను బట్టి, ఏ ఏర్పాట్లు ఎంతవరకు అవసరమో అంచనా వేసుకోవాలి. దీని గురించి రాబోయే పాఠములో సవివరముగా తెలియజేయడం జరుగును. ఏది ఏమైనా సదుపాయములు-సేకరణ, మౌలిక సంసాధన మరియు ముందస్తు సంసాధన- మార్కెటింగ్ కార్యక్రమమునకు కీలక అవసరాలు అని మనము గమనించాలి. అవసరమయ్యే పనివారు మరియు ఆర్థిక పరిస్థితి అంచనా వేసి ఆర్థిక ప్రణాళికకు జత చేయవలెను.

1.2. సదుపాయముల ఏర్పాట్లు

పై వాటికి అదనముగా మార్కెటింగ్కు అవసరమైన మౌలిక సదుపాయములు ఏర్పాటు చేయాలి. అవసరమయ్యే మౌలిక సదుపాయముల వివరములు రాబోయే పాఠములో చూద్దాము.

పాలకవర్గ సభ్యులుకు కీలక సూచనలు :



- పాలకవర్గ సభ్యులుగా మార్కెటింగ్కు అవసరమైన ఏర్పాట్లను మనం చూడవలెను. అవి మార్కెటింగ్ ఉప-కమిటీ, సిబ్బంది, ఆర్థిక కేటాయింపులు, మరియు సదుపాయములు మొదలగునవి.

2

మార్కెటింగ్‌కు అవసరమయ్యే ఏర్పాట్లు

పాఠము ఉద్దేశ్యము



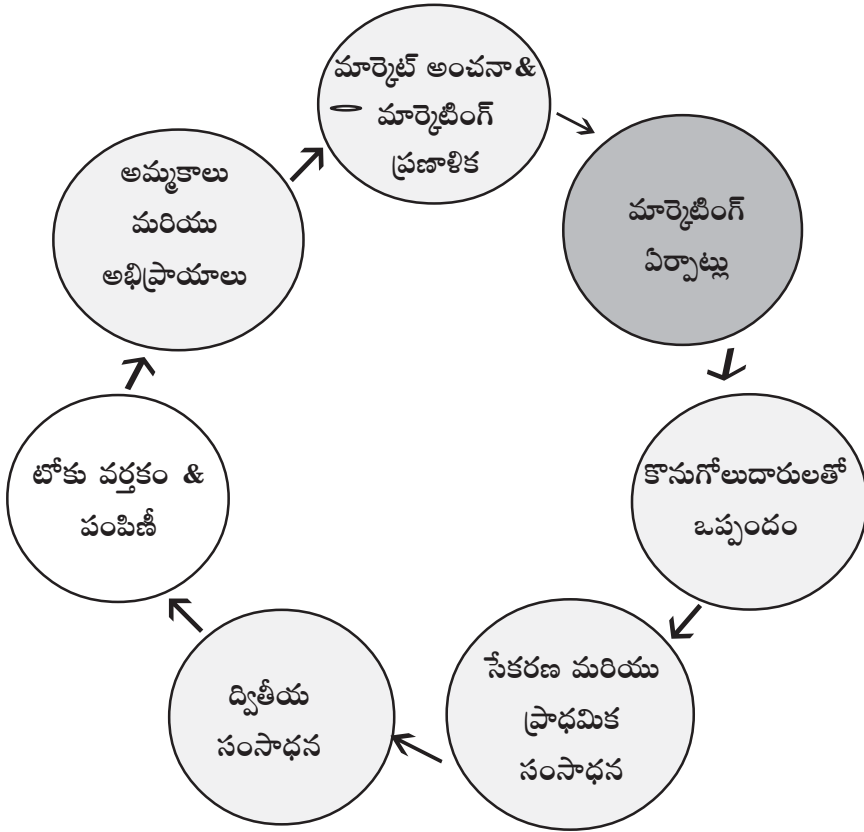
రైతు ఉత్పత్తిదారుల సంస్థలో మార్కెటింగ్ కార్యక్రమము చేపట్టడానికి ఏర్పాటు చేయవలసిన ఏర్పాట్లను తెలుసుకొనుట.

విషయాంశములు :

1. వ్యాపార నియమములు
2. మార్కెట్‌పై నిర్ణయం చేయుట
3. మార్కెట్ సమాచారం
4. మార్కెటింగ్ కొరకు పర్యవేక్షణ మరియు పుస్తక నిర్వహణ

ఈ పాఠములో గత పాఠం అయిన మార్కెటింగ్ సదుపాయములకు కొనసాగింపు. సదుపాయములకు అదనముగా, రైతు ఉత్పత్తిదారుల సంస్థ మార్కెటింగ్ కార్యక్రమము చేపట్టటానికి కొన్ని ఏర్పాటు చేసుకోవాలి. దీని గురించి మరింత అర్థం చేసుకోవడానికి, క్రిషి రైతు ఉత్పత్తిదారుల కంపెనీకి వెడదాము.



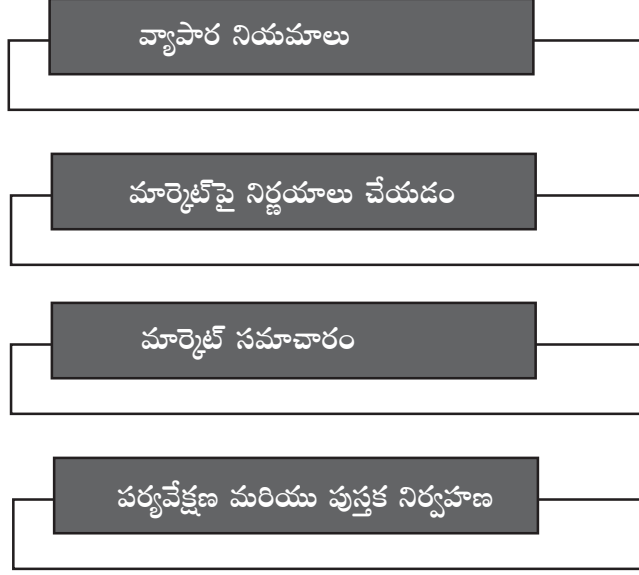


క్రిషి రైతు ఉత్పత్తిదారుల కంపెనీ పాలకవర్గ సభ్యులు మార్కెటింగ్ పై అవగాహనా కార్యక్రమము కొరకు ఒక పూర్తి రోజు సమావేశం అయ్యారు. అధ్యక్షుని విన్నపముపై వికాస (ఎన్టీఓ) సంస్థ ఒక మార్కెటింగ్ నిపుణిని సమావేశములో సలహా కొరకు తీసుకొని వచ్చారు..

మార్కెటింగ్ ఉప-కమిటీ, పాలకవర్గమునకు అవసరమయ్యే మార్కెటింగ్ ఏర్పాట్ల గురించి వివరముగా తెలియజేయగా పాలకవర్గం అంగీకరించినది.

తరువాత అధ్యక్షుడు మార్కెటింగ్ నిపుణుని మార్కెటింగ్ వ్యాపారంపై సలహా ఇవ్వవలసిందిగా కోరారు. నిపుణుడు సమావేశమునకు ఉప కమిటీ నివేదించిన మార్కెటింగ్ కు అవసరమైన ఏర్పాట్లతో పాటు, పాలకవర్గం మార్కెటింగ్ వ్యాపారమునకు అవసరమైన ఏర్పాట్లు చేయాలని సూచించాడు. ఇది చాలా ప్రాంతములలో బాగా పని చేస్తున్న రైతు ఉత్పత్తిదారుల సంస్థలు అనుసరిస్తున్న మంచి విధానం. నిపుణుడు అవసరమైన అలాంటి పద్ధతులను వివరించాడు. అవి దిగువ ఇవ్వబడినవి.

చిత్రం 3 : మార్కెటింగ్కు అవసరమయ్యే ఏర్పాట్లు



2.1. వ్యాపార నియమములు రూపొందించుకొనుట

ఏ వ్యాపారసంస్థలో మనం చూసినా, అనేక పనులు ఇండెంట్ను తీసుకొనుట, సేకరణ, నాణ్యత తనిఖీ, రవాణా, చెల్లింపులు, ఉత్పత్తి అవసరాల సరఫరా మొదలగునవి రోజువారీ జరుగుతాయి. అటువంటి వ్యాపార పనులు సకాలములో సాఫీగా జరగడం చాలా ముఖ్యం. ఇది జరగాలంటే వ్యాపార నియమములు రూపొందించుకొనటం అవసరం.

ఇది అన్ని సమయాలలో రద్దీగా వుండే రోడ్ల వంటిది. అన్ని వాహనములు సాఫీగా నడవాలంటే ట్రాఫిక్ నియమములు (ఒక లైన్ లో డ్రైవింగ్, ఏక మార్గం, సిగ్నల్ లైట్స్ మొదలగునవి) అవసరం.

వ్యాపార నియమముల అవసరము:

ఈ క్రింద కొన్ని రైతు ఉత్పత్తిదారుల సంస్థల వ్యాపారమునకు సంబంధించిన ఉదాహరణలు ఇవ్వడం జరిగినది. వీటినుండి రైతు ఉత్పత్తిదారుల సంస్థలకు, వ్యాపార నియమములు అవసరమని మనం అర్థం చేసుకొనవచ్చును.



1. ధనలక్ష్మి రైతు ఉత్పత్తిదారుల సంస్థ ధాన్య సేకరణ చేసి ఒక ప్రభుత్వ ఏజెన్సీకి సరఫరా చేసే పనిలో నిమగ్నమైనది. వారు తమ సేకరణ కేంద్రములో సేకరణను ఉదయం 8 గంటల నుండి మధ్యాహ్నం 2 గంటల వరకు అని నిర్ణయించారు. అది 2గంటలకు పూర్తి అయిన తరువాత మిగిలిన సమయములో ఇతర పనులైన ప్యాకింగ్, లెక్కల సమన్వయము, గోదాముకు రవాణా మొదలగునవి చేస్తారు. అయినప్పటికీ రైతు ఉత్పత్తిదారుల సంస్థ, ఈ సమాచారమును సభ్యులకు తెలియచేయడం మరచినది. సేకరణ కేంద్రంనోటీసు బోర్డుపై పెట్టడం మరచినది. కొన్ని రోజులలో కొంతమంది సభ్యులు 4 గంటలకు ధాన్యం తెచ్చి తీసుకోవాలని వత్తిడి చేసినారు.
2. గంగామాత రైతు ఉత్పత్తిదారుల సంస్థ, 5 టన్నుల సామర్థ్యం గల రవాణా వాహనం కలిగి వున్నది. దానిని కూరగాయల వ్యాపారము కొరకు ఉపయోగించుచున్నది. రైతు ఉత్పత్తిదారుల సంస్థ వాహనమును సమర్థవంతముగా ఉపయోగించడానికి గాను వాహనమును 4 టన్నుల లోడ్ వరకు మరియు రోజుకు కనీసం 50 కిలోమీటర్ల దూరం తిరగాలనే వ్యాపార నియమము రూపొందించినది. కానీ ఈ వ్యాపార నియమము పాటించబడలేదు. వాహనమును తక్కువ సామర్థ్యముకు ఉపయోగించడం వలన ఏర్పడే పర్యవసానం ఏమిటి?
3. ఖేతి రైతు ఉత్పత్తిదారుల సంస్థ గ్రేడ్ చేయబడిన మరియు ప్యాక్ చేయబడిన సభ్యుల కూరగాయల సేకరణ వ్యాపారం చేపట్టినది. అయినప్పటికీ రైతు ఉత్పత్తిదారుల సంస్థ, గ్రేడింగ్ మరియు ప్యాకింగ్ చేయబడాలనే సమాచారం సభ్యులకు తెలియజేయలేదు. దీనివలన సభ్యులు గ్రేడ్ చేయని ప్యాక్ చేయని వాటిని ఉత్పత్తులను తీసుకుని రావడం జరుగుతున్నది. దీని పరిణామములు ఏమై ఉంటాయి?
4. ఫతేపూరా రైతు ఉత్పత్తిదారుల సంస్థ పాలకవర్గ సభ్యులు తమ రైతు ఉత్పత్తిదారుల సంస్థను, సభ్యులకు స్నేహితునిగా మలచాలని భావిస్తున్నది. ఏ సమయములోనైనా సభ్యులు తమ ఉత్పత్తిని, సేకరణ కేంద్రమునకు తెచ్చినా వారికి గేట్లు తెరుస్తామని వారు గర్వముగా చెప్పుకుంటున్నారు. చందన్ రైతు ఉత్పత్తిదారుల సంస్థ మేనేజర్, చాలా మంచి మరియు సమర్థత కల వ్యక్తి, సేకరణ కేంద్ర సమీపములోనే నివసిస్తాడు. ఎప్పుడు సభ్యులు వచ్చినా ఎఫ్.పి.ఓ కార్యాలయం గేట్స్ తెరుస్తాడు. ఒకరోజు రైతు ఉత్పత్తిదారుల సంస్థ సభ్యురాలు మరియు ఆ గ్రామ సర్పంచ్ భార్య అయిన గంగావతి తమ ఉత్పత్తులను ప్యాక్ చేయుటకు సహకరించాలని చందన్ ను కోరింది. సర్పంచ్ అర్జెంటుగా జిల్లా కేంద్రములో సమావేశమునకు వెళ్ళాడని చెప్పగా చందన్ అంగీకరించాడు. అదే సమయములో



ఫతేపురా లోని ఒక పెద్ద రైతు ఓంప్రకాష్ తన పంటతో కూడిన బండిని సేకరణ కేంద్రమునకు తీసుకురాగా కేంద్రము మూసివేయబడి వున్నది. ఓంప్రకాష్ బాగా విసుగు చెంది, అధ్యక్షునిపై అరచి (గంగావతి పిలిచింది అని, కేంద్రం మూసివేస్తారా, నేను కూడా సభ్యుడినే, ఇక్కడ గంటల తరబడి ఎదురు చూస్తున్నాను) “సభ్యుని మిత్రుడు”గా ఎఫ్పిఓ ను తీర్చిదిద్దుతామని “ఇదేనా మీరు చెప్పేది” అని నిలదీశాడు.

వ్యాపార నియమములు లేకపోతే ఏమిటి?

వ్యాపార నియమములు లేవని ఊహించండి. అప్పుడు ఎటువంటి పరిణామములు ఉంటాయి? స్పష్టముగా ఒక నియమాలు లేకుంటే వివాదములు ఏర్పడును. ఉదాహరణకు క్రింది కేసును పరిశీలిద్దాము.

ఒక రైతు ఉత్పత్తిదారుల సంస్థ మార్కెటింగ్ కార్యక్రమము చేపట్టినది. నాణ్యతా పరీక్ష కొరకు అవసరమైన సామగ్రిని ఏర్పాటు చేసినది. అయినప్పటికీ వారు నాణ్యతా స్థాయిలు మరియు ప్రతీ స్థాయి ఉత్పత్తికి, ధర మారినప్పటికీ ఆయా ధరలు నిర్ణయించలేదు. కొంతమంది సభ్యులు రైతు ఉత్పత్తిదారుల సంస్థకు 2వ స్థాయి ఉత్పత్తి తెచ్చి, 1వ స్థాయిగా భావించి, 1వ స్థాయి ధర కావాలని ఒత్తిడి చేసారు. పైన సూచించిన ప్రకారం అనేక వ్యాపార నియమములు లేని సందర్భములను వాటి పర్యవసానములను జాబితా చేద్దాము.

1.
.....
.....
.....
.....
2.
.....
.....
.....



నియమములు ఎందుకు

వ్యాపార నియమములు మార్కెటింగ్ లోని అన్ని ప్రధాన కార్యక్రమములకు అవసరం. దిగువ వివిధ వ్యాపార కార్యక్రమములకు, వ్యాపార నియమములు సూచించబడినది. అయినప్పటికీ ప్రతి రైతు ఉత్పత్తిదారుల సంస్థ, తన అవసరములను బట్టి సొంత వ్యాపార నియమములను తయారు చేసుకొనవలెను.

మార్కెట్ సమాచారం

- ఎటువంటి సమాచారం అవసరం ?
- ఎప్పుడు అవసరం ?
- ఎవరు సేకరించవలెను ?

పుస్తక నిర్వహణ

- ఏ ఏ పుస్తకములు నిర్వహించాలి ?
- అవి ఎక్కడ నిర్వహించాలి ?
- ఎవరు నిర్వహించాలి ?

కూలీలు

- ఎంతమంది పనివారు అవసరము ?
- ఎంతమంది పూర్తి సమయం, ఎంత మంది పార్ట్ టైం ?
- ప్రతిరోజు కనీసం ఎన్ని గంటలు పని చేయాలి ?
- పనివారికి చెల్లింపు ఎప్పుడు చెల్లించాలి?

నిర్ణయం చేయుట

- ఎటువంటి నిర్ణయములు చేయాలి ?
- ఎప్పుడు నిర్ణయములు చేయాలి ?
- ఎవరు నిర్ణయములు చేయాలి ?

సభ్యులకు సమాచారం

- ఏమి తెలియచేయబడాలి ?
- ఎప్పుడు తెలియజేయబడాలి ?
- ఏవిధంగా సమాచారం తెలియ చేయబడాలి ?

నాణ్యత

- నాణ్యతా స్థాయిలు ఏమిటి ? ప్రతి స్థాయికి లక్షణాలు ఏమిటి ?
- నాణ్యతా పరీక్ష - ఎప్పుడు, ఎక్కడ, ఎలా, సేకరణ చెయ్యాలి?



సేకరణ

- ఎప్పుడు సేకరించాలి ?
- ఎంత సేకరించాలి ?
- ఎక్కడ సేకరించాలి ?
- ప్రతిరోజూ సేకరణ సమయములు ఏమిటి?
- ఎక్కడ తూకం వేయబడును ?
- బిల్లు ఎక్కడ తయారుచేయబడును ?
- ఎంతమంది సభ్యుల నుండి సేకరించాలి?
- సేకరణ ధర ఏవిధంగా నిర్ణయించబడును?
- సభ్యులకు చెల్లింపు - ఎప్పుడు ? ఎలా?

ప్రాథమిక సంసాధన

- శుభ్రపరచుట, శ్రేణీకరణ, ప్యాకింగ్ - ఎవరు చేయాలి ?
- శుభ్రపరచుటకు ప్రమాణములు ఏమిటి?
- స్థాయికరణకు ప్రమాణములు ఏమిటి?
- ప్యాకింగ్ కు ప్రమాణములు ఏమిటి?

ద్వితీయ సంసాధన

- స్వంతమా లేదా జాబ్ వర్కా ?
- ద్వితీయ సంసాధనకు ఎంత ఉత్పత్తి ?
- ప్రధాన ఉత్పత్తి & ఉపఉత్పత్తులు ఎంత నిష్పత్తిలో సేకరించాలి
- వివిధ ఉత్పత్తుల నాణ్యతా లక్షణములు ఏమిటి?
- ప్రతిరోజూ సంసాధనచేసే కనీస సరుకెంత?
- సంసాధన వ్యయం లెక్క కట్టే మూలం ?
- ముడిసరుకు నాణ్యతా లక్షణములు ?

నిల్వ

- స్వంతమా ? లేక కిరాయా ?
- స్థానికమా లేక దూరమా ?
- ఎంత నిల్వ చేయాలి ?
- ఎప్పుడు నిల్వ చేయాలి ?
- ఎంత కాలం నిల్వ చేయాలి ?

రవాణా

- స్వంతమా ? లేక కిరాయా ?
- ప్రతిసారీ కనీస సరఫరా ఎంత ?
- ప్రతిరోజూ చేరవలసిన దూరం ఎంత?
- సరఫరా చేయవలసిన ఉత్పత్తులు ఏమిటి?
- ఎక్కడ, ఎప్పుడు, ఎంత ?

అమ్మకము

- అమ్మకం ధర ఎలా నిర్ణయం చేయాలి ?
- కొనుగోలుదారుతో చర్చించవలసిన షరతులు ఏమిటి -
- పరిమాణము, నాణ్యత, ప్రదేశం, ధర
- ఒకవేళ ఎఫ్.పి.ఓ కమీషన్ ఏజెంట్ అయితే కమీషన్ ఎలా నిర్ణయించాలి ?
- వినియోగదారుని అభిప్రాయం ఎలా సేకరించాలి ?



ముందు పేర్కొన్న ప్రకారం, రైతు ఉత్పత్తిదారుల సంస్థ తమ వ్యాపారమునకు, వ్యాపార నియమములు రూపొందించాలి. ఉదాహరణకు క్రిషి రైతు ఉత్పత్తిదారుల కంపెనీ తమ బెండ, వంకాయ మరియు ఇతర కూరగాయల సమీకృత మార్కెటింగ్ కు దిగువ పేర్కొన్న వ్యాపార నియమములు తయారుచేసినది.

క్రిషి రైతు ఉత్పత్తిదారులు కంపెనీ సమిష్టి మార్కెటింగ్ వ్యాపార నియమములు

- ముందుగానే నాణ్యమైన కూరగాయల పరిమాణము కొరకు కొనుగోలుదారు ఇండెంట్ పొందుట.
- సభ్యులు తాము మాటిచ్చిన కూరగాయలను ఇండెంట్ ప్రకారం సరఫరా చేయవలెను.
- సభ్యులు ప్రతి కూరగాయలను నాణ్యతా నిబంధనల ప్రకారం పండించాలి. వాహనము ప్రయాణం రూట్ మ్యాప్ మరియు ఇండెంట్ కూరగాయల ప్రకారం వుండాలి.
- రైతు ఉత్పత్తిదారులు కంపెనీ సభ్యులకు చెల్లింపు 3 పని దినముల లోపు చేయాలి

వ్యాపార నియమముల అమలు

సమయానుసారం వ్యాపార నియమములను తయారుచేయడం/ వాటిని సవరించడం, ఆమోదించడం పాలకవర్గ సభ్యుల బాధ్యత. నియమములు అనుసరించేలా, మార్కెటింగ్ ఉప కమిటీ చూడాలి.

ఒకసారి తయారుచేయబడి, ఆమోదించబడిన తరువాత, వ్యాపార నియమములను, సంబంధిత వ్యక్తులకు తెలిజేయవలెను. దానివలన ఎటువంటి అపార్థాలు మరియు వివాదాలకు తావుండదు. వ్యాపార నియమములపై అవసరమైన సమాచారము / శిక్షణ సభ్యులకు అందించిన వ్యాపార నియమములపై అవసరమైన అవగాహనను పెంపొందించాలి. ఉదాహరణకు రైతులకు పంటను శుభ్రపరచుట, గ్రేడింగ్ మరియు ప్యాకింగ్ లాంటి నాణ్యత నిర్వహణపై అవగాహన కలిగేలా చూడాలి.

ఏ ఏ పద్ధతులలో వ్యాపార నియమములను అమలుపరచవచ్చునో ముందు పట్టికలో చూపబడినది.



పట్టిక 1 : వ్యాపార నియమముల కార్యాచరణ

1. వ్యాపార నియమములను, సంబంధిత సభ్యులు, సరఫరాదారులు, కొనుగోలుదారులు అందరికీ స్పష్టముగా తెలియజేయాలి.	కరపత్రం, నోటీసు బోర్డు, ఫోన్ సందేశం ఉదాహరణకు చిన్న సందేశం. రైతు ఉత్పత్తిదారుల సేకరణ కేంద్రం వద్ద “శనగల సేకరణ ప్రారంభం ఈ నెల 11నుండి 20వ తేది వరకు ప్రతి రోజు ఉదయం 7 గంటల నుండి 3 గంటల వరకు” జరుగును.
2. నాణ్యతా పరీక్ష సౌకర్యములు కలిగి వుండటం	నమూనా సేకరణ మిషన్, గ్రేడింగ్ టేబుల్, తేమ కొలిచే మీటర్
3. అవసరమైన సదుపాయములు కలిగి ఉండుట	బరువు తూచే మిషన్, ప్యాకింగ్ సామాగ్రి (గోనె సంచులు, క్రేట్స్, బాక్సులు, క్యాన్లు మొదలగునవి)
4. అవసరమైన పనివారు కలిగి వుండటం	లోడింగ్, అన్-లోడింగ్, శుభ్రపరచుట, గ్రేడింగ్, ప్యాకింగ్ మొదలగునవి
5. అవసరమైన పుస్తకములు కలిగి వుండటం	రశీదు, స్టాక్ రిజిస్టర్, లెడ్జర్ మొదలగునవి
6. అవసరమైన సాంకేతిక వరిజ్ఞానం ఉపయోగించుట	కంప్యూటర్ బిల్లింగ్, కలర్ వేరు చేయు మిషన్, ఆటోమేటిక్ పాల పరీక్ష మిషిన్
7. వ్యాపార నియమముల పాటింపు పర్యవేక్షణ	పాలకవర్గ ఉప కమిటీ, సిబ్బంది, ఆడిట్

అభ్యాసం : మేము మా సొంత నియమములు తయారు చేసుకుంటాము. వ్యాపార నియమములపై, పైన ఇచ్చిన విషయం ఆధారముగా మన రైతు ఉత్పత్తిదారుల సంస్థకు వ్యాపార నియమములు తయారు చేద్దాం.



2.2. మార్కెటింగ్ కొరకు నిర్ణయాలు చేయడం

ఏ వ్యాపారము అయినా సమయానుసారం వివిధ నిర్ణయములు తీసుకొనుట చాలా ముఖ్యమైన అంశము. అలాగే సకాలములో వెంటనే తీసుకొనే నిర్ణయములు చాలా ముఖ్యమైనవి. చాలా సమయాలలో కొనుగోలుదారులు కూడా పరిశీలించే విషయం. ఉదాహరణకు దిగువ సందర్భం చూద్దాము.

ఒక కార్పొరేట్ చిల్లర కారగాయల కొనుగోలుదారు, కొన్ని రైతు ఉత్పత్తిదారుల సంస్థలను సంప్రదించి, అత్యవసరముగా ఒక నెలరోజులు ప్రతిరోజూ 2-3 టన్నుల కారగాయలు సరఫరా చేయాలని కోరాడు. కొనుగోలుదారు అవసరమైన వివరాలు అయిన నాణ్యత, ధర, డెలివరీ పాయింట్, చెల్లింపు మరియు ఇతర షరతులు తెలియజేసారు. ఒక రైతు ఉత్పత్తిదారుల సంస్థ ఇప్పటికే వార్షిక మార్కెటింగ్ ప్రణాళిక మరియు మార్కెటింగ్ ప్రారంభించడానికి అవసరమైన ఏర్పాట్లు చేసినది. ఈ రైతు ఉత్పత్తిదారుల సంస్థ కొనుగోలుదారుకు కారగాయలు సరఫరా చేయడానికి స్పందించి ఒక రోజులో చర్చలు జరిపినది.

ఇతర రైతు ఉత్పత్తిదారుల సంస్థలు ఈ రైతు ఉత్పత్తిదారుల సంస్థ మాదిరిగా అవసరం మరియు కారగాయలు సరఫరా చేసే వీలు, శక్తి ఉన్నప్పటికీ వారు ఒక వారం అయినా స్పందించలేదు. కారణం, ఆయా రైతు ఉత్పత్తిదారుల సంస్థ వద్ద వెంటనే నిర్ణయం చేయడానికి అవసరమైన, ఉత్పత్తి సమాచారం మరియు అందుకు తగిన పద్ధతులు లేవు. నమ్మకమైన కొనుగోలుదారులను నిలబెట్టుకోవాలంటే, వెంటనే మరియు సమయానికి నిర్ణయం చేయడం చాలా ముఖ్యం అని పై సందర్భం తెలియజేసింది.

నిర్ణయముల రకములు

దిగువ మార్కెటింగ్ కు సంబంధించిన అంశములు ఇవ్వబడినవి. వీటికి వివిధ నిర్ణయములు సమయానుసారం చేయవలసి వున్నది. సంబంధించిన అంశములకు వివిధ నిర్ణయములు జాబితా చేయవలెను. అవి రైతు ఉత్పత్తిదారుల సంస్థ వ్యాపారమునకు అవసరం. ఉదాహరణకు కొన్ని నిర్ణయములు మన అవగాహనకు దిగువ ఇవ్వబడినవి.

మార్కెటింగ్ ప్రణాళిక	ఉత్పత్తి
ఈ సంవత్సరంలో మార్కెటింగ్ పై ఎంత పెట్టుబడి పెట్టవలెను.	ట్రాండింగ్ చేయాలా ? వద్దా ?
ఈ సీజన్ లో ఎంతమంది సభ్యులకు సేవలు అందించవచ్చు.	ఉత్పత్తి నాణ్యత ఏమై వుండాలి



ధర	సేకరణ
ఇవ్వవలసిన ధరలో తగ్గింపులు	ఎక్కడ సేకరించాలి సేకరణకు ఎంతమంది పనివారిని నియమించాలి
ఉత్పత్తి పంపిణీ	ఉత్పత్తి ప్రచారం
ఏ పంపిణీ వ్యవస్థను ఉపయోగించాలి ప్రతిరోజూ ఎంత ఉత్పత్తి పంపాలి.	ఉత్పత్తి ప్రచారం కొరకు ఎంత ఖర్చు పెట్టాలి ? ఉత్పత్తి ప్రచారానికి, ఏ సమాచార పద్ధతి వాడాలి ?
సంసాధన మరియు విలువ పెంపు	అమ్మకం
ఉత్పత్తిని నిల్వ చేయాలా ? వద్దా ?	ఎంత మొత్తం కమిషన్ ఇవ్వాలి ?

వ్యాపారమును సమర్థవంతముగా నడపాలంటే, రకరకాల నిర్ణయములు చేయవలసి వుంటుందని పైన పేర్కొన్న అభ్యాసము నుండి తెలుసుకోవచ్చు.

పైన అభ్యాసములో మనం చూసిన విధముగా ఈ సంవత్సరంలో ఎంత పెట్టుబడి చేయాలి? ఒకవేళ బ్రాండింగ్ చేయాలా వద్దా? ఇలాంటి నిర్ణయములు దీర్ఘకాలికస్వభావం కలవి. చాలా ముఖ్యమైనవి, ఈ నిర్ణయాలకు కొంత పెట్టుబడి అవసరం ఇలాంటివి వ్యూహానికి సంబంధించినవి. అలాగే ఎంతమంది పనివారిని నియమించాలి? ప్రతి రోజూ ఎంత ఉత్పత్తి పంపాలి మొదలగు నిర్ణయములు తరచూ, రోజువారీ ప్రాతిపదికన చేయవలసి ఉండును. ఇవి కార్యనిర్వహణకు సంబంధించినవి..



ఎవరు ఎటువంటి నిర్ణయం చేయాలి ?

రెండవ పుస్తకం పరికల్పనలో తెలియజేసిన ప్రకారం పాలకవర్గము, మహాసభ చేసిన నిర్ణయములపై పని చేయాలి. అదేవిధంగా ఉప కమిటీ మరియు సిబ్బంది, పాలకవర్గ ఆదేశముపై పని చేయాలి.

సాధారణముగా బోర్డు వ్యూహాత్మక నిర్ణయాలు తీసుకోవాలి. కార్యచరణ నిర్ణయాలు బోర్డు ఉపకమిటీ మరియు సిబ్బంది తీసుకోవాలి. కొన్ని దీర్ఘకాలిక నిర్ణయాలు వార్షిక మార్కెటింగ్ ప్రణాళిక & బడ్జెట్ మొదలగునవి మహాసభ ఆమోదము పొందాలి.

ఎవరు నిర్ణయములు చేసినప్పటికీ ఆ నిర్ణయములు సంబంధిత సమావేశం మినిట్స్ బుక్ లో అంటే మహాసభ సమావేశము, పాలకవర్గ సమావేశం, పాలకవర్గ ఉపకమిటీ సమావేశం మరియు నెలవారీ సమీక్షా సమావేశం పుస్తకములలో నమోదు కావాలి, మరియు ఆమోదించబడాలి. అలాగే అవసరమైన నిర్ణయాలు చేయడానికి సంబంధిత వ్యక్తులతో / నిపుణులతో సమయానుసారం సంప్రదింపులు జరపాలి.

నిర్ణయములు చేయుటకు అవసరమైన సమాచారం

పుస్తకం 5 (సమర్థన)లో చెప్పిన ప్రకారం ఏ నిర్ణయం చేయడానికైనా కావలసిన ముఖ్యమైన అంశం సమాచారం. సమయానుసారం నిర్ణయాలు చేయడానికి సమాచారం అవసరమవుతుంది. ఉదాహరణకు వివిధ అంశములకు సంబంధించి నిర్ణయములు చేయాలంటే కావలసిన సమాచారం దిగువన చూపబడినది.

పట్టిక 2 : నిర్ణయము చేయుటకు కావలసిన సమాచారం

క్ర.స.	నిర్ణయ అంశం	కావలసిన సమాచారం
1.	మార్కెటింగ్ ప్రణాళిక	⇒ సభ్యుల నుంచి డిమాండ్ ⇒ కొనుగోలుదారుల సమాచారం ⇒ పోటీదారులసమాచారం ⇒ అవసరమయ్యే పెట్టుబడి ⇒ అవసరమయ్యే నిర్వహణా మూలధనం ⇒ పెట్టుబడిదారులు



2.	ఉత్పత్తి	<p>⇒ సీజన్లో వచ్చే ఉత్పత్తి మొత్తం</p> <p>⇒ మార్కెట్లో నాణ్యతా లక్షణములు</p> <p>⇒ ప్యాకింగ్ అవసరములు</p>
3.	ధరలు	<p>⇒ మార్కెట్ ధరలు</p> <p>⇒ ఉత్పత్తి వ్యయం మరియు సంసాధన</p> <p>⇒ ధరల పోకడ, హెచ్చుతగ్గులు</p> <p>⇒ రైతు ఉత్పత్తిదారుల సంస్థ మధ్యవర్తి అయినచో సంస్థకు కమిషన్</p>
4.	సేకరణ	<p>⇒ విక్రయించదగిన మిగులు</p> <p>⇒ రోజువారీ వచ్చే ఉత్పత్తి అంచనా</p> <p>⇒ కూలీల లభ్యత</p>
5.	ఉత్పత్తి పంపిణీ	<p>⇒ వివిధ పంపిణీ వ్యవస్థల వ్యయం</p> <p>⇒ రవాణా సదుపాయములు</p> <p>⇒ నిల్వ సదుపాయములు, సంబంధిత వ్యయం</p>
6.	ఉత్పత్తి ప్రచారం	<p>⇒ వినియోగదారుల వివరాలు</p> <p>⇒ వినియోగదారుల అభిప్రాయం</p> <p>⇒ వివిధ ప్రచార కార్యక్రమములు, వాటి వ్యయం</p>
7.	సంసాధన మరియు విలువ జోడింపు	<p>⇒ విలువ పెరిగిన ఉత్పత్తుల డిమాండ్</p> <p>⇒ నిల్వ సదుపాయం లభ్యత</p> <p>⇒ రైతులకు అవసరమయ్యే నిల్వ సదుపాయం</p> <p>⇒ విలువ జోడింపు సదుపాయం లభ్యత</p> <p>⇒ ఉత్పత్తి రకాలు-ప్రధాన ఉత్పత్తి, ఉప-ఉత్పత్తులు</p>
8.	అమ్మకం	<p>⇒ కొనుగోలుదారుల షరతులు - ధర, సమయములు, పరిమాణం, నాణ్యత, చెల్లింపు మొదలగునవి.</p>



నిర్ణయం చేయుటకు సమయానుసారం అవసరమయ్యే సమాచారమును గుర్తించుట చాల ముఖ్యము అందుకు అవసరమయ్యే ఆ సమాచారమును అందించే పద్ధతులు ఉండాలి. సిబ్బంది సమయానుసారం అవసరమైన సమాచారమును సేకరించి, విశ్లేషించి పాలకవర్గమునకు తగు నిర్ణయాలు చేయుటకు అందజేయవలెను.

ఇప్పుడు తిరిగి పరీక్షిద్దాం కార్పొరేట్ చిల్డ్రెన్ కౌనుగోలుదారు మార్కెటింగ్ నిర్ణయ విభాగం. అదనముగా మరొక షరతు పెట్టాడని మనము అనుకుందాము. అదేమిటి అంటే... ఆకుకూరలు ఉదయం 5 గంటలకు డెలివరీ ఇస్తే, ధరపై 50% బోనస్ పొందవచ్చునని. ఉత్పత్తిదారుల సంస్థ బోర్డు తమ మార్కెటింగ్ సదుపాయములకు సంబంధించి ఎటువంటి అదనపు నిర్ణయములు చేయాలి?

.....

.....

.....

.....

రైతు ఉత్పత్తిదారుల సంస్థలో నిరంతరముగా సమాచారం సేకరించడానికి అవసరమైన పద్ధతులను ఏర్పాటు చేసుకొని ఉపయోగించడానికి పాలకవర్గ సభ్యులు బాధ్యత తీసుకోవాలి. నిరంతర సమాచార సేకరణను క్రింది పద్ధతుల సహకారముతో పొందవచ్చు.

- అభిప్రాయ సేకరణ పద్ధతి
- సమాచార నిర్వహణ
- సమావేశములు మరియు సంప్రదింపులు
- సాంకేతికత సమాచార విధానము - ఇంటర్నెట్, ప్రోగ్రామ్స్, సమాచార నిర్వహణ విధానము (ఎంఐఎస్), వాట్స్ యాప్ మొదలగునవి

అనిశ్చిత పరిస్థితులలో నిర్ణయాలు తీసుకోవడం

అనేక సమయములలో అసంపూర్తి సమాచారం మరియు అనిశ్చిత పరిస్థితిలో నిర్ణయములు చేయవలసి వుంటుంది. ఉదాహరణకు కొన్ని సందర్భములలో మార్కెట్ ధర అంచనా వేయుట కష్టం. కోళ్ళ పరిశ్రమలో ఏదో వ్యాధి వలన డిమాండ్ పడిపోవడం, తక్కువ వర్షపాతం వలన కందులు ధర పడిపోవడం మొదలగునవి. ఉదాహరణకు 5 జూన్ 2020న పెసర పప్పు ధర వరంగల్ మార్కెట్లో ప్రారంభములో 7,826 రూపాయలతో మొదలై అదే రోజు రూ 4,855కు పడిపోయింది. ఇటువంటి పరిస్థితులలో సాధ్యమైనంత వరకు మన



ఎఫ్పిఓ నష్టానికి గురి కాకుండా సరైన నిర్ణయములు తీసుకుంటూ వుండాలి.

మార్కెటింగ్లో, సత్వర నిర్ణయం కూడా చాలా ముఖ్యం. ఉదాహరణకు సంసాధక సంస్థకు 300 టన్నుల నాణ్యత కలిగిన మామిడిపండ్లు 3 వారముల పాటు అవసరం. పరిశ్రమకు రెండు రైతు ఉత్పత్తిదారుల సంస్థలను సంప్రదించినది. రెండు రైతు ఉత్పత్తిదారుల సంస్థల సభ్యుల వద్ద, ఈ రకం మామిడిపండ్ల పరిమాణము కావలసినంత వున్నది.

ఆఫర్ కూడా మంచి షరతులతో ఉన్నందున అవసరం వుండటం ఒక రైతు ఉత్పత్తిదారుల సంస్థ సరఫరా చేయడానికి నిర్ణయించి, పరిశ్రమతో ఒక రోజులో తన సమ్మతిని తెలియజేసినది. రెండవ రైతు ఉత్పత్తిదారుల సంస్థ ఒక వారం తరువాత పరిశ్రమకు తెలియజేసినది. అప్పటికే పరిశ్రమవారు మొదటి రైతు ఉత్పత్తిదారుల సంస్థకు కొనుగోలు ఆర్డర్ ఇచ్చారు.

2.3. మార్కెట్ సమాచారం

అంచనా వేయుట మరియు మార్కెటింగ్ సమాచారం పొందుట ఒకసారి కార్యక్రమమా? సమాధానం ఖచ్చితముగా కాదు. ఉత్పత్తి లభ్యత స్థితి తెలిసికొనడానికి నిరంతరం సమాచారం తప్పనిసరి. అలాగే కొనుగోలుదారులు, ధరలు, డిమాండ్, అవకాశాలు, వినియోగదారుడు మొదలగు మార్కెట్ సమాచారం అవసరం. వినియోగదారుల అభిప్రాయం, విధానాలు, సీజనాలిటి మొదలగు సమాచారము సమయానుసారం తెలుసుకోవాలి. మార్కెటింగ్ కార్యక్రమము చేపట్టటానికి ఇటువంటి సమ్మతమైన తాజా మార్కెట్ సమాచారం క్రమబద్ధముగా పొందటానికి, తదనుగుణముగా నిర్ణయములు చేయడానికి ఎంతో అవసరం.

సమాచార రకం	మూలము / లభించు స్థలం / తీరు
టోకు ధర	మార్కెట్ సమాచారం
చిల్లర ధర	వ్యాపార సంఘాలు
ధరల పోకడ మరియు హెచ్చు తగ్గులు	మార్కెట్ పరిశోధన బులెటిన్స్
మార్కెట్లోకి ఉత్పత్తి	ఇంటర్నెట్
పంట ఉత్పత్తి వివరములు	ప్రభుత్వ మార్కెట్ సర్వే
వినియోగదారుల డిమాండ్	వార్తా పత్రికలు
	డీలర్స్
	రేడియో, టివి



2.4. మార్కెటింగ్కు అవసరమైన పర్యవేక్షణ & పుస్తక నిర్వహణ

మాడ్యూల్ 5 సమర్థన: రైతు ఉత్పత్తిదారుల సంస్థల నిర్వహణ), మార్కెటింగ్ కార్యకలాపాలు సాఫీగా జరగాలంటే, సరైన పర్యవేక్షణ ఏర్పాటు జరగాలి. అదేవిధముగా అవసరమైన పుస్తకములు (మాడ్యూల్ 8 (అకౌంటింగ్ & ఆర్థికత) మార్కెటింగ్ కార్యక్రమములకు నిర్వహించాలి. అటువంటి ఏర్పాటు మార్కెటింగ్ కార్యక్రమములు విజయవంతము కావడానికి చాలా ముఖ్యం.

ఈ పాఠములో మనం మార్కెటింగ్ చక్రములో “ఏర్పాటు & పద్ధతులు” దశను చూశాము. ఏవిధముగా అయితే రైతు తన పంట సాగుకు, అనేక ఏర్పాటు చేసుకొంటాడో, అలాగే ఉత్పత్తిదారుల సంస్థ తన మార్కెటింగ్ కార్యక్రమములకు అనేక ఏర్పాటు చేసుకొనవలెను. అవి మార్కెటింగ్ ఉప కమిటీ, అవసరమయ్యే మౌలిక సదుపాయములు, పనివారు, రవాణా, నిల్వ మరియు బడ్జెట్.

అదేవిధముగా మార్కెట్ సమాచారం, పర్యవేక్షణ మరియు అవసరమైన పద్ధతులు మార్కెటింగ్కు అవసరము.

అభ్యాసం : ఈ పాఠములో ఇచ్చిన వివరముల ప్రకారం, మన రైతు ఉత్పత్తిదారుల సంస్థ మార్కెటింగ్ కార్యక్రమములు చేపట్టడానికి కావలసిన ఏర్పాటు మరియు నియమాలు కలిగి వున్నదా అని అంచనా వేద్దాము. లేనట్లయితే మన రైతు ఉత్పత్తిదారుల సంస్థలో ఎటువంటి ఏర్పాటు, పద్ధతులు ఏర్పాటు చేసుకోవాలి?



- ⇒ ఈ పాఠము నుండి మన ఎఫ్.పి.ఓ. మార్కెటింగ్ కార్యక్రమము చేపట్టడానికి దిగువ పద్ధతుల అమలు జరిగేలా చూసే బాధ్యత మన పాలకవర్గ సభ్యులదే.
- ⇒ వ్యాపార నియమములు, వాటిని అమలులో పెట్టడానికి అవసరమయ్యే పద్ధతులు.
- ⇒ తక్షణ నిర్ణయములు చేయడానికి అవసరమయ్యే సమాచారం సేకరణ.
- ⇒ అవసరమయ్యే మార్కెట్ సమాచారం, సమయానుసారం మార్కెట్ పోకడల సమాచారము.
- ⇒ మార్కెటింగ్ కార్యక్రమానికి కావలసిన పుస్తకములు ఏర్పాటు చేసుకొని, వాటిని నిర్వహిస్తూ ఉండాలి.

3

ఉత్పత్తి సేకరణ

పాఠము ఉద్దేశ్యము

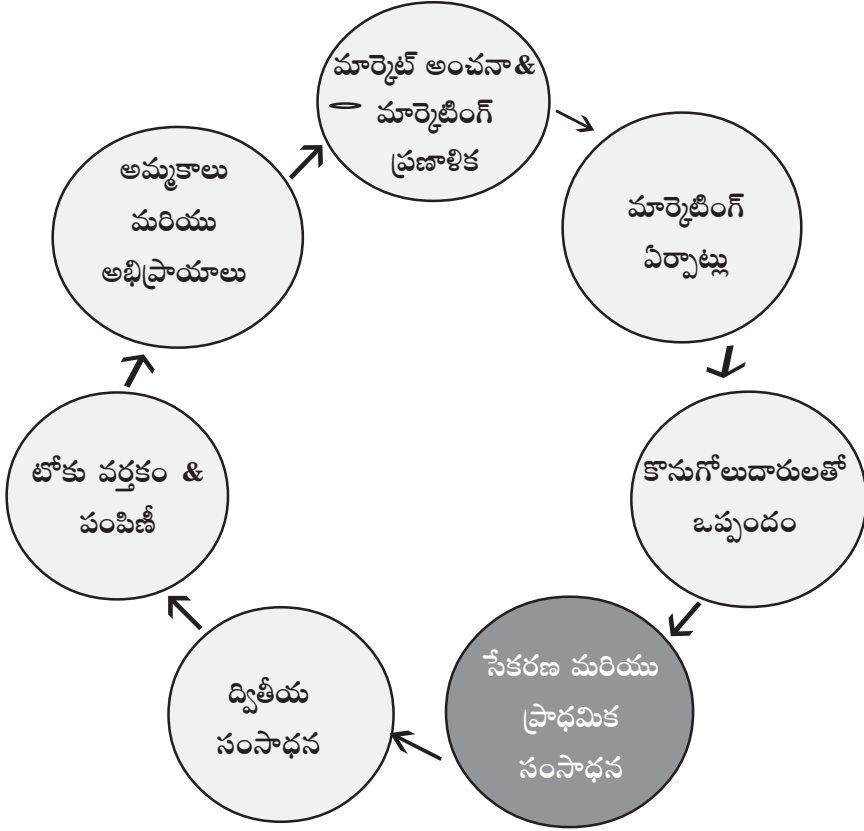


ఉత్పత్తుల సేకరణలో వివిధ అంశములను తెలుసుకొనుట
ఉత్పత్తుల సేకరణ విధానములోని వివిధ దశలను గుర్తించుట

విషయాంశములు :

1. సరుకుల సేకరణలో కీలక అంశాలు
2. సేకరణ విధానములో దశలు

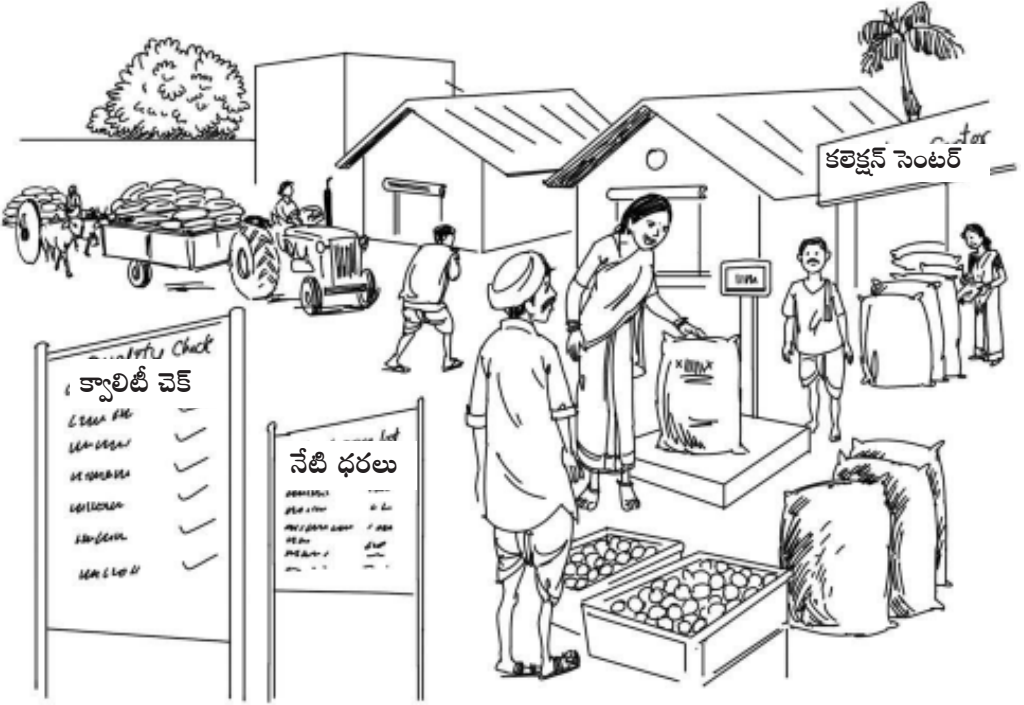




గత సెషన్లో మార్కెటింగ్ కార్యక్రమము చేపట్టడానికి అవసరమయ్యే ఏర్పాట్లు మరియు వ్యవస్థలు చూసాము. అంచనా, ప్రణాళిక మరియు అవసరమైన ఏర్పాట్లు & వ్యవస్థలు ఏర్పాటు చేసుకున్న తరువాత, ఇప్పుడు మార్కెటింగ్ కార్యక్రమములో ప్రవేశించటానికి అంతా సిద్ధమైనది. అంటే సభ్యుల నుంచి ఉత్పత్తి సేకరణ చేయడమే కదా?

నిజానికి మార్కెటింగ్ ప్రణాళిక అమలు సేకరణ కార్యక్రమముతో ప్రారంభమగును. ఉత్పత్తుల సేకరణ కీలకమైన దశ, సభ్యులకు అవసరమైన సేవలు అందించడంలో ఇది ప్రధానమైనది.

కృషి రైతు ఉత్పత్తిదారుల కంపెనీ కనీస మద్దతు ధరతో ఒక ప్రభుత్వ ఏజెన్సీ కొరకు కందుల సేకరణ ఏవిధముగా చేస్తున్నదో తెలుసుకుని మనము చర్చను ప్రారంభిద్దాము.



3.1. క్రిషి రైతు ఉత్పత్తిదారుల సంస్థచే కందుల సేకరణ

ఈ సీజన్లో తక్కువ మార్కెట్ ధరల వలన, ప్రభుత్వం పెద్ద ఎత్తున కందులను కనీస మద్దతు ధరకు సేకరించటానికి నిర్ణయించినదని డైరెక్టర్ సీతారాం గారికి తెలిసినది. ఈ విషయం పాలకవర్గ సమావేశములో చర్చించి, ఈ అవకాశమును ఉపయోగించుకోవాలని, చాలామంది సభ్యులకు ఈ సహాయం అవసరమని పాలకవర్గము భావించినది. మరుసటి రోజు సీతారాంగారు, రామయ్య గారు, మరియు గణేష్ గారు, స్వామినాథ్ గారి సహాయముతో, జిల్లా కేంద్ర స్థానం విజయనగర్ వెళ్లి సంబంధిత జిల్లా అధికారిని కలిసి ప్రతిపాదన అందజేశారు.

పాలకవర్గ సభ్యులు మరియు సిబ్బంది కొన్ని నెలల విస్తృతమైన ప్రయత్నం ఫలించి, రైతు ఉత్పత్తిదారుల సంస్థకు కందుల సేకరణ చేయగా కేంద్రం కేటాయించబడినదని, శుభవార్త తెలిసికొని పాలకవర్గము, సభ్యులు చాలా సంతోషించారు. ఎటువంటి సమయం ఆలస్యం లేకుండా వారు సేకరణ కార్యక్రమములోకి ప్రవేశించారు.



9.బి. విపణి - వ్యవసాయ ఉత్పత్తుల మార్కెటింగ్

సేకరణకు అవసరమైన దిగువ పేర్కొన్న అన్ని ఏర్పాట్లు చేసారు.

తాత్కాలికముగా నిల్వ కొరకు గోదాంతో కూడిన కేంద్రం ఏర్పాటు, సేకరణ సదుపాయాలు గోనె సంచులు, టార్పాలిన్, తేమ కొలిచే మీటర్. తూకం మిషన్, నమూనా తీసుకొనే వస్తువులు, జలైడ, శుభ్రపరిచే మిషన్, సుతిలి, కంప్యూటర్ ఇంటర్నెట్ సౌకర్యముతో మొదలగు ఏర్పాట్లు చేసుకున్నారు.

- శుభ్రం చేయుటకు, వేరుచేయుటకు, గ్రేడింగ్, లోడింగ్ మరియు అన్ లోడింగ్ కు ఐదుగురు పనివారిని ఏర్పాటు చేసారు.
- ఉప కమిటీ పాలకవర్గ సభ్యులకు, సిబ్బందికి, గ్రేడింగ్ పనివారికి ఉత్పత్తి సేకరణ గురించి శిక్షణ ఇచ్చారు.

సభ్యులకు సేకరణ గురించి తెలియజేసి, వారు తమ ఉత్పత్తిని సేకరణ కేంద్రమునకు తీసుకొని రావలెను అని తెలిపినది. రైతు ఉత్పత్తిదారుల సంస్థ సేకరణకు సంబంధించిన కరపత్రమును ముద్రించి, గ్రామములో సభ్యులందరికీ పంచివది.

ఈ సీజన్ కు కనీస మద్దతు ధరగా క్వింటాలుకు రూ.5,800/- గా నిర్ణయించబడినది. అయితే మార్కెట్ ధర క్వింటాలు రూ.5,200 కన్నా ఎక్కువ లేదు. క్రిషి రైతు ఉత్పత్తిదారుల సంస్థ, ప్రభుత్వ ఏజెన్సీతో సేకరణకు ఒప్పందం కుదుర్చుకున్నది. రైతు ఉత్పత్తిదారుల సంస్థ సేకరణ కేంద్రం వద్ద దిగువ వివరములతో నోటీసు బోర్డు ఏర్పాటు చేసినది.

నోటీసు బోర్డు

క్రిషి రైతు ఉత్పత్తిదారుల సంస్థ, సిరిపూర్

కందుల సేకరణ కనీస మద్దతు ధరకు, ప్రభుత్వ సహకారముతో,

తేదీలు: 15 డిసెంబర్-15 జనవరి

సమయం: ఉదయం 8 గంటల నుండి మధ్యహ్నం 2 గంటల వరకు

నాణ్యత క్రింద సూచించిన ప్రమాణాలు కలిగి వుండాలి.

తేమ శాతం 12% ; తాలు గింజలు 3% ; పగిలిన పప్పు 3% ; పురుగు పట్టిన ధాన్యం 3% ;

విరిగిన మరియు పాడైన పప్పు 3% ; ఇతర ధాన్యం 1%

అన్య పదార్థాలు 2% ; ధర రూ.5800 క్వింటాల్

ఇతర వివరములకు సంప్రదించండి. ఫోన్ నెంబర్



సేకరణ 15 డిసెంబర్ నాడు ప్రారంభించబడినది. రైతులనుండి పట్టాదారు పాస్ బుక్కు ఆధార్ కార్డు, బ్యాంకు పాస్ బుక్కుతో పాటు, టోకెన్ తీసుకొనబడినది. టోకెన్ ముందు వచ్చిన వారికి ముందు, అనే పద్ధతి మీద ఇవ్వడం జరిగినది.

రైతుల ఎదుట నాణ్యతా తనిఖీ చేయబడి, తదనుగుణముగా రశీదు తయారుచేసి రైతుకు ఇవ్వడం జరుగుతున్నది.

సేకరణ వివరములు సంబంధిత పుస్తకములైన స్టాక్ రిజిస్టర్, రైతు రసీదు రిజిస్టర్, గోనె సంచుల రిజిస్టర్, సేకరణ రిజిస్టర్, టోకెన్ రిజిస్టర్ మొదలగు వాటిలో నమోదు చేయడం జరిగినది.

సకాలములో ఆన్లైన్ సమాచారం నమోదు చేయడానికి ఒక టాబ్ ఏర్పాటు చేయబడినది. రైతు ఉత్పత్తిదారుల సంస్థ ఏజెన్సీకి సేకరణ వివరములు మరియు రైతుల సమాచారం రోజువారీగా పంపించుచున్నది.

ప్రభుత్వ ఏజెన్సీ, బ్రాక్ ను సేకరణ కేంద్రమునకు 2-3 రోజులకు ఒకసారి పంపును. 220 క్వంటాలు లోడ్ చేయించడం రైతు ఉత్పత్తిదారుల సంస్థ బాధ్యత. బ్రాక్ ఉత్పత్తిని తీసుకొని విజయనగర్ లోని గోదాముకు తీసుకొని వెళ్ళును.

రైతుల నుండి సేకరణ జరిగిన 4 రోజులలో చెల్లింపు చేయబడును. రైతు ఉత్పత్తిదారుల సంస్థ ఇచ్చిన వివరముల ప్రకారం, ప్రభుత్వ ఏజెన్సీ నేరుగా రైతుల బ్యాంకు ఖాతాలోనికి చెల్లింపు చేయును.

సేకరణ 12 జనవరిన పూర్తి అయినది, అనగా ప్రణాళిక చేసిన జనవరి 15కు 3 రోజుల ముందుగానే ముగిసినది. రైతు ఉత్పత్తిదారుల సంస్థ అన్ని లెక్కలను సమన్వయపరచి, సమగ్ర నివేదికను ప్రభుత్వ ఏజెన్సీకి పంపినది మరియు సంక్రాంతి జరుపుకొనడానికి సిద్ధమైనది.

మొత్తం 450 మంది రైతుల నుండి 2100 క్వంటాల్స్ సేకరణ జరిగినది. ఇది 1,21,80,000 రూపాయల విలువ (2100 × 5800). ఇందులో రైతు ఉత్పత్తిదారుల సంస్థకు 2% కమిషన్ 2,43,600 రూపాయలు పొందినది.

పై సేకరణ విధానం దిగువ ఫోటోస్ లో చూపబడినది.



9.బి. విపణి - వ్యవసాయ ఉత్పత్తుల మార్కెటింగ్



సేకరణ



తూకం



ప్యాకింగ్



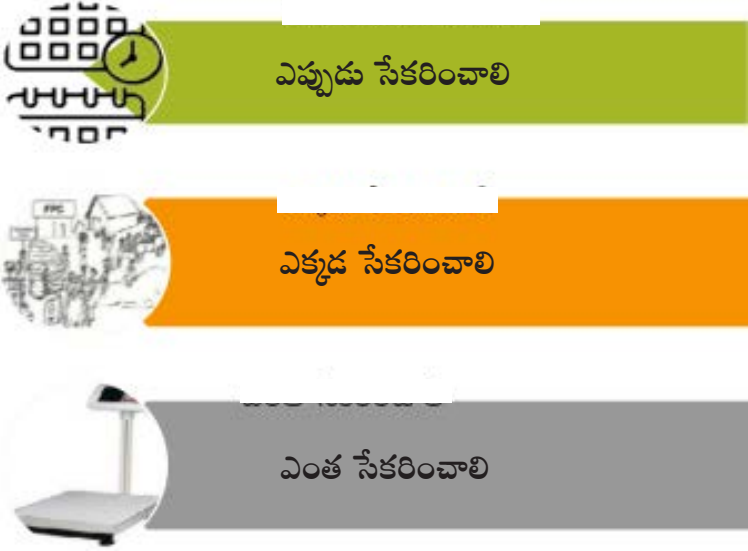
తోడింగ్

3.2. ఉత్పత్తుల సేకరణలోని కీలక అంశములు

చిత్రం 4 : సేకరణలోని ముఖ్య అంశములు

క్రిషి ఎఫ్.పి.ఓ. ఉత్పత్తు సేకరణ గురించి తెలుసుకున్నాను.

ఇప్పుడు ఉత్పత్తుల సేకరణలోని ముఖ్య అంశముల గురించి మనము తెలుసుకుందాము.



పైన తెలిపిన విధముగా మనము ఉత్పత్తుల సేకరణలో మూడు ముఖ్యమైన ప్రశ్నలకు సమాధానం చెప్పాలి. అవి ఎప్పుడు సేకరించాలి, ఎక్కడ సేకరించాలి మరియు ఎంత సేకరించాలి.



మన రైతు ఉత్పత్తిదారుల సంస్థ విషయములో, పై మూడు ప్రశ్నలకు సమాధానం చెబుదాము.

1.
2.
3.

పంట నూర్పిడి & దిగుబడి సీజన్ మరియు సభ్యుల డిమాండ్ ఆధారముగా ఉత్పత్తులు నిర్ణయించాలి.

ఉదాహరణకు పై సందర్భములో క్రిషి రైతు ఉత్పత్తిదారుల సంస్థ కందులను డిసెంబర్ 15 నుండి జనవరి 10 వరకు సేకరించాలని నిర్ణయించినది. ఇది ఈ ప్రాంతములో డిసెంబర్ 15 మొదలు ప్రారంభమయ్యే పంట నూర్పిడిని దృష్టిలో పెట్టుకొని నిర్ణయించడం జరిగినది. సాధారణముగా ఈ సమయములో మార్కెట్ ధరలు తక్కువగా ఉంటాయి. కానీ చిన్న, సన్నకారు రైతులు తమ పంటను నిలవ చేయలేరు. వారికి వుండే తక్షణ నగదు అవసరముల దృష్ట్యా, వారు తమ పంటను వెంటనే అమ్ముకోవాలి. సాధారణముగా పంట నూర్పిడి ముగియు సమయం జనవరి 10. ఆనాటికీ మార్కెట్ ధర కూడా కనీస మద్దతు ధర స్థాయికి పెరుగుతుంది. కనుక ఆ సమయములో కనీస మద్దతు ధర సేకరణ అవసరం లేదు.

సభ్యులకు అందుబాటు మరియు రైతు ఉత్పత్తిదారుల సంస్థకు అయ్యే వ్యయంపై ఆధారముగా, సేకరణ కేంద్రము ప్రాధాన్యత మరియు ప్రాంతమును బట్టి నిర్ణయించాలి.

మనము క్రిషి ఎఫ్.పి.ఓ. సిరిపూర్ గ్రామంలో సేకరణ కేంద్రము ఏర్పాటు చేసినట్లు తెలుసుకున్నాము. ఈ గ్రామము రైతులకు దగ్గరగా, రవాణా సౌకర్యము కలిగి వుంది. అందువలన సేకరణ కేంద్రము నిర్వహణకు ఖర్చు తక్కువ అవుతుంది. ఇది ట్రక్కులు, ట్రాక్టర్లు రాగల ప్రదేశముతో తాత్కాలికముగా సరకు నిల్వకు చిన్న గోదామును కూడా కలిగి వున్నది.

సేకరణ సాధ్యమైనంతవరకు అందుబాటులో వుండే ప్రాంతములో చేయడం చాలా ముఖ్యం. ఉదాహరణకు ఒక రైతు ఉత్పత్తిదారుల సంస్థ, 1000 క్వీంటాల్ కందులు సేకరించదలచినది. ఈ పరిమాణం 8 గ్రామములలోని సభ్యుల వద్ద 5 కిలోమీటర్ల దూరములో లభ్యమగును. అయినప్పటికీ రైతు ఉత్పత్తిదారుల



సంస్థ దూర ప్రాంతములో 10 కిలోమీటర్లు వున్న 15 గ్రామములకు వెళ్ళినది. దీనివలన రైతు ఉత్పత్తిదారుల సంస్థ మరియు సభ్యులకు ఎక్కువ రవాణా వ్యయం మరియు ఇతర ఖర్చులు అయినవి.

ఎంత సేకరించాలి అన్నది రైతు ఉత్పత్తిదారుల సంస్థ, సభ్యులకు ఎంత మార్కెటింగ్ సేవలు అవసరం మరియు మార్కెట్ ఆర్డర్స్ పై ఆధారపడి ఉండును. ఇది రైతు ఉత్పత్తిదారుల సంస్థ సామర్థ్యంపై కూడా ఆధారపడి ఉంటుంది. (ఆర్థిక లభ్యత, నిల్వ సదుపాయం, రవాణా, విలువ జోడింపు, యూనిట్ సామర్థ్యం మొదలగు వాటిపై ఆధారపడి ఉండును.)

పై సందర్భములో క్రిషి రైతు ఉత్పత్తిదారుల సంస్థ తన సభ్యులకు ఎంత అవసరమో, ప్రభుత్వ ఏజెన్సీ ఎంత తీసుకొనునో అంతవరకు ప్రణాళిక చేసినది. 900 మంది సభ్యులలో 400 మంది ఈ సీజన్లో కందులు వేసినారు మరియు మరో 100 సభ్యేతరుల నుండి ఈ సీజన్లో సేకరణ అవసరం అని అంచనా వేసింది.

కందుల సాగులో ప్రతీ రైతుకు 1 ఎకరం భూమి వున్నది. ఎకరానికి 5 క్వీంటాళ్ళు సగటు దిగుబడి వస్తుంది. కనుక మొత్తం ఉత్పత్తి 2500 క్వీంటాళ్ళు (500 రైతులు, రైతుకు 5 క్వీంటాల్). దీనిలో 80% రైతు ఉత్పత్తిదారుల సంస్థ సేకరిస్తుంది. అంటే 2000 క్వీంటాళ్ళు. రైతు ఉత్పత్తిదారుల సంస్థ సభ్యులకు 10 క్వీంటాళ్ళు ఉత్పత్తి సేకరణ పరిమితి విధించినది. దీనివలన ఈ ప్రయోజనం ఎక్కువ మంది సభ్యులకు అందుతుంది.



ఉత్పత్తి నాణ్యత

ఉత్పత్తిలో నాణ్యత చాల ముఖ్యమైనది అని మనందరికీ తెలిసినదే. మన ఉత్పత్తులలో నాణ్యత ఉండేలా జాగ్రత్త వహించడం చాలా ముఖ్యం. నాణ్యతలో ఎటువంటి క్షీణత అయిన, అటు రైతు ఉత్పత్తిదారుల సంస్థకు మరియు సభ్యులకి పెద్ద మొత్తములో నష్టం కలిగించును.

నాణ్యతలోని వివిధ అంశములు దిగువ చూపబడినవి.



చిత్రం 5 : నాణ్యత లోని వివిధ అంశములు

తారాస్థాయి గ్రేడులు	⇒ ప్రతి గ్రేడు ధర మరియు లక్షణాలు
నాణ్యతా తనిఖీకి పరికరములు	⇒ నోటీలు బోర్డులో ప్రదర్శించుట
నాణ్యతా సేకరణ పరిశీలనకు సమానా	⇒ సమానా సేకరణ, గ్రేడింగ్ టేబుల్, తేమ కొలిచే మిషన్
నాణ్యతా సమయం	⇒ ప్రతీ సభ్యుల ఉత్పత్తికి ఒక సమానాను సేకరించుట
నాసిరకం ఉత్పత్తి నిర్వహణ	⇒ సభ్యుని సమక్షములో సేకరణ జరిగే సమయములో నాణ్యత పెంచేలా రైతులను ప్రోత్సహించుట
నాణ్యతా నిర్వహణ ఎఫ్పిఓ స్థాయిలో	⇒ నాసిరకం నాణ్యత కలిగిన ఉత్పత్తికి కూడా సేకరణ సౌకర్యం ఏర్పాటు
	⇒ సరైన ప్యాకింగ్, నిల్వ (తేమ, ఎలుకలు మరియు చీడ నుంచి రక్షణ

నాణ్యతా స్థాయిలు - ప్రతీ స్థాయికి వుండవలసిన లక్షణములతో బాటు నాణ్యతా గ్రేడ్ ప్రదర్శించాలి. అలాగే స్థాయిల వారీగా ధరను కూడా ప్రదర్శించాలి. దీనివలన అందరికీ తెలిసి, అపోహలకు / వివాదములకు తావుండదు. దీనికి సభ్యులు అర్థం చేసుకొని అంగీకరించటం చాలా ముఖ్యము. భారతదేశములో నాణ్యతా గ్రేడ్స్ అగ్ మార్కెట్ సంస్థ నిర్దేశిస్తుంది. (డ్రైక్లెయిర్ ఆఫ్ మార్కెటింగ్ మరియు తనిఖీ భారత ప్రభుత్వం నిర్దేశిస్తుంది).



పట్టిక 3 : అగ్ మార్కెట్ నాణ్యతా గ్రేడ్స్

వేరుసెనగ		గరిష్టముగా అంగీకరించే పరిమితి (బరువు శాతం)				
స్థాయిలు	అన్యమైన పదార్థం	చెడిపోయిన గింజలు	వడలి ముడుతలు పడిన గింజలు	ఇతర రకాల గింజలు	షెల్లింగ్ % కనీస (కెర్నల్స్/ గింజలు	
ప్రత్యేకం	1.0	0.5	3.0	1.0	69	
నిర్దిష్టమైన	2.0	1.0	3.5	2.0	66	
సాధారణ	3.0	2.0	5.0	5.0	62	
రాగి		గరిష్టముగా అంగీకరించే పరిమితి (బరువు శాతం)				
స్థాయిలు	తేమ	అన్యమైన పదార్థం	చెడిపోయిన గింజలు	వడలి ముడుతలు పడిన గింజలు	వ్యాధి సోకిన గింజలు	
స్థాయి-1	12.00	0.10	1.0	2.0	0.1	
స్థాయి-2	12.00	0.25	2.0	3.0	0.2	
స్థాయి-3	14.00	0.50	3.0	4.0	0.3	

నాణ్యత తనిఖీకి పరికరం - నమూనా తీసుకునే సాధనం, గ్రేడింగ్ టేబుల్. తేమ కొలిచే మీటర్ మొదలగునవి. ఆటోమాటిక్ కంప్యూటరైజేడ్ నాణ్యత తనిఖీ మిషన్ సాఫీగా సేకరణ పనులు సాగటానికి చాలా సమర్థవంతముగా ఉండును. ఉదాహరణకు పాల విషయములో, దీనివలన పాల కొవ్వు పరీక్షా మిషన్, దిగువ ప్రయోజనములు వున్నవి.

- పాలు, నీళ్ళతో కలిసి వున్నప్పటికీ ఖచ్చితమైన కొవ్వు ఎంత ఉన్నదీ తనిఖీ చేస్తుంది.



- కొవ్వు ఆధారిత ధర
- కంప్యూటరైజ్డ్ ధర నిర్ధారణ
- గందరగోళం మరియు వివాదములు తగ్గించుట
- తనిఖీలో వేగం మరియు ఖచ్చితత్వం కలిగి వుంటుంది.



నాణ్యతా తనిఖీకి నమూనా - ప్రతి సభ్యుల నుండి ప్రతీ ఉత్పత్తికి నమూనా తీసుకొనాలి. రైతు ఉత్పత్తిదారుల సంస్థ, ఒకేరకమైన ఉత్పత్తికి సంబంధించి గోనె సంచులు అన్ని, ఒకే ప్రదేశములో ఉంచాలి. వాటిని కలిపి తరువాత నమూనా తీసుకోవాలి. ఉత్పత్తి పరిమాణం అధికమైతే ఒకటి కన్నా ఎక్కువ నమూనాలు తీసుకోవచ్చు.

ఉదాహరణకు క్రిషి రైతు ఉత్పత్తిదారుల సంస్థ కందుల సేకరణ విషయములో, ఒక రైతు తన ఉత్పత్తిని సేకరణ కేంద్రమునకు తీసుకుని రాగానే బస్తాలలోని ఉత్పత్తిని నేలపై పోస్తారు. నమూనా పరీక్ష కొరకు తీసుకొని సేకరణ తరువాత తిరిగి సంచులలో నింపబడును

నాణ్యత తనిఖీ ఎప్పుడు చేయాలి - ఉత్పత్తి నాణ్యత రైతుకు మరియు రైతు ఉత్పత్తిదారుల సంస్థకు మధ్య వ్యవహారం జరిగే సమయములో తనిఖీ చేయాలి. నాణ్యతా పరీక్ష మరియు తూకం రైతుల ఎదురుగా చేయాలి. అప్పుడే రైతుకి నమ్మకం కలిగి దానికి అంగీకరిస్తారు. అలాగే సరుకు పరిమాణం, నాణ్యత గ్రేడ్ మరియు ధరతో రశీదు తయారుచేసి దానిపై రైతు ఉత్పత్తిదారుల సంస్థ సిబ్బంది / ప్రతినిధి మరియు రైతు సంతకం చేయాలి..

నాసి రకం నాణ్యత కల ఉత్పత్తితో వ్యవహరించుట - నాసి రకం ఉత్పత్తి విషయములో దిగువ చర్యలు తీసుకోవాలి.

రైతులు ఉత్పత్తిని శుభ్రపరచుట, ఎండబెట్టుట, సరైన ప్యాకింగ్ మొదలైన చర్యల వలన నాణ్యత పెంచేలా ప్రోత్సాహించాలి. పంట నూర్పిడి ముందు పురుగుమందులను వాడకుండా, సరైన నూర్పిడి పద్ధతులను ఉపయోగించవచ్చును. ఈ విషయములో సభ్యులలో అవగాహన కలిగించవలెను. ఇదేకాక సభ్యులకు అవసరమైన టార్పాలిన్, ప్యాకింగ్ సామాగ్రి, పంట కోయుటకు & శుభ్రపరచుటకు అవసరమైన పరికరములు అందజేయాలి.

రైతు ఉత్పత్తిదారుల సంస్థ తక్కువ ధర చెల్లించి నాసిరకం, నాణ్యత గల ఉత్పత్తిని కూడా సేకరించాలి. మార్కెట్లో అన్ని రకముల నాణ్యత గల ఉత్పత్తులు లభ్యమవుతాయి అని దృష్టిలో పెట్టుకొని, రైతు ఉత్పత్తిదారుల సంస్థ అన్ని రకముల నాణ్యత కలిగిన ఉత్పత్తులు సభ్యుల నుండి సేకరించే సేవ అందించాలి.



అభ్యాసం

ఒక రైతు ఉత్పత్తిదారుల సంస్థ తన సభ్యులు పండించే కూరగాయల సమీకృత మార్కెటింగ్ చేపట్టినది. వివిధ నాణ్యతా గ్రేడ్స్ కూరగాయలు ఉన్నప్పటికీ రైతు ఉత్పత్తిదారుల సంస్థ ఒకే ధరని చెల్లిస్తున్నది. అయితే కొనుగోలుదారులు మాత్రము ఎఫ్.పి.ఓ నుండి ఉత్పత్తిని తీసుకొని నాణ్యతా గ్రేడ్ ప్రకారం ధర చెల్లించును. ఈ రకపు వ్యాపారం వలన ఎటువంటి పరిమాణములు ఏర్పడుతుంది?

రైతు ఉత్పత్తిదారుల సంస్థ స్థాయిలో నాణ్యతా నిర్వహణ

ఒకసారి రైతు ఉత్పత్తిదారుల సంస్థ ఉత్పత్తిని సేకరించిన తరువాత అమ్మేవరకు నాణ్యతను కాపాడటం చాలా ముఖ్యం. దీనికి సరైన ప్యాకింగ్ చేయడం, సరైన నిల్వ సదుపాయం (తేమ, ఎలుకలు మరియు చీడ నుంచి రక్షణ కల్పించాలి), కాయలను పండించడం లాంటి సౌకర్యములు అవసరం. నాణ్యత నిర్వహణ వ్యయంతో కూడుకున్నది. కనుక నాణ్యత నిర్వహణ పేరుతో రైతు ఉత్పత్తిదారుల సంస్థ ఎక్కువ ఖర్చు చేయలేదు. ఉదాహరణకు 1 క్వింటాల్ కందుల నాణ్యత నిర్వహణ ఖర్చు రూ.500 లు, కానీ ఖర్చు రూ.500ల కన్నా ఎక్కువ అయిన దానివలన ఎటువంటి ప్రయోజనం ఉండదు.

3.3. ఉత్పత్తులలోని వివిధ దశలు

ఇప్పటివరకు మనము వివరముగా రైతు ఉత్పత్తిదారుల సంస్థ ఉత్పత్తుల సేకరణ విధానమును గురించి చర్చించినాము. ఇప్పుడు మనము ఉత్పత్తుల సేకరణలో దశల గురించి తెలుసుకుందాము.

చిత్రం 6 : సేకరణలో దశలు



చిత్రం-6 చూపిన విధముగా, సేకరణ దశలు, సేకరణ కేంద్రం ఏర్పాటుతో ప్రారంభమగును. సేకరణ కేంద్రం స్థలం మరియు అవసరమయ్యే సదుపాయములు (తూకం మెషిన్, టార్పాలిన్, రవాణా వాహనం, నిల్వ, పుస్తకములు, పనివారు, ప్యాకింగ్ సామాగ్రి) ఏర్పాటు చేయవలెను.

సేకరణ కార్యక్రమము ఉత్పత్తి రాకతో మొదలగును. సాధారణముగా సభ్యులు తమ ఉత్పత్తిని సేకరణ కేంద్రం వద్ద తమంత తామే తీసుకురావాలి. కొన్ని సందర్భములలో రైతు ఉత్పత్తిదారుల సంస్థ, గ్రామములకు వాహనం పంపి ఉత్పత్తిని సేకరించును. ఉత్పత్తి తూకం ఎలక్ట్రానిక్ కంప్యూటరైజ్డ్ తూకం మెషిన్లో చేయవలెను.

సమూహ సేకరణ సామాగ్రి, గ్రేడింగ్ టేబుల్, తేమ కొలిచే మెషిన్ మొదలగునవి కలిగి వుండాలి. ఉత్పత్తి నాణ్యత పరీక్ష చేయబడును. వివిధ నాణ్యతా గ్రేడ్స్ ఆధారముగా ఉత్పత్తి వివిధ గ్రేడ్స్ గా వేరు చేయబడును.. తరువాత ప్రతీ ఉత్పత్తికి గ్రేడ్ ధర నిర్ణయించి, బిల్లింగ్ చేయబడును.

బిల్లింగ్ తరువాత రైతు ఉత్పత్తిదారుల సంస్థ సేకరించిన ఉత్పత్తిని ప్యాకింగ్ చేయించి లేబులింగ్ చేయించును. సభ్యులకు చెల్లింపు విధానం (చెక్, ఖాతాకు బదిలీ మొదలగునవి) మరియు చెల్లింపు సమయం ముందుగానే నిర్ణయం చేయాలి.

సేకరణకు అవసరమయ్యే మౌలిక సదుపాయములు

సేకరించే ఉత్పత్తులు, వాటి పరిమాణమును బట్టి సేకరణ ప్రారంభించుటకు, కొంత మౌలిక సదుపాయములు ఏర్పాటు చేసుకోవాలి. సేకరణకవసరమయ్యే మౌలిక సదుపాయముల సూచిక దిగువ లిస్టు చేయబడినది.



ఫర్మిచర్ మరియు స్టేషనరీ

- ⇒ పుస్తకములు
- ⇒ నోటీసు బోర్డు
- ⇒ తాళం కలిగిన బీరువా

తూకం, గ్రేడింగ్, ప్యాకింగ్కు పరికరములు

- ⇒ ఎలక్ట్రిక్ తూకం మెషిన్ (ఒక మెట్రిక్ టన్ను సామర్థ్యం)
- ⇒ చేతితో నడిచే ట్రాలీ
- ⇒ గోనె సంచులు, గోనె సంచులు కుట్టే మెషిన్ / క్రేటేస్

నాణ్యతా నియంత్రణకు పరికరం

- ⇒ నమూనా గిన్నెలు
- ⇒ మెకానికల్ క్లీనర్
- ⇒ టార్పాలిన్స్
- ⇒ జలైడ
- ⇒ భూతద్దం
- ⇒ తేమ కొలిచే మీటర్
- ⇒ నమూనా కొలిచే మిషను
- ⇒ ఎలుకల బోను
- ⇒ స్ప్రేయర్
- ⇒ నిచ్చెన



అభ్యాసం: సేకరణపై ఈ చర్చ ఆధారముగా మన రైతు ఉత్పత్తిదారుల సంస్థ సేకరణ ప్రణాళిక తయారు చేద్దాము.



పాలకవర్గ సభ్యుల పాత్రకు కీలక సూచనలు :

- నాణ్యమైన ఉత్పత్తిని పండించుటకు సభ్యులకు శిక్షణా అవగాహన కార్యక్రమము నిర్వహించాలి.
- రైతు ఉత్పత్తిదారుల సంస్థలో నాణ్యతా నిర్వహణ వ్యవస్థ అమలు పరచాలి.
- ఉత్పత్తి సేకరణకు అవసరమయ్యే మౌలిక సదుపాయముల ఏర్పాటు చెయ్యాలి.
- పరిమాణం, సమయం మరియు ప్రదేశం దృష్టిలో పెట్టుకుని సేకరణకు వివరముగా ప్రణాళిక చెయ్యాలి.

4

మార్కెటింగ్ కారకు సదుపాయములు

పాఠము ఉద్దేశ్యము



రైతు ఉత్పత్తిదారుల సంస్థచే సమర్థవంతంగా మార్కెటింగ్ చేయుటకు ముఖ్యమైన సదుపాయములను అర్థం చేసికొనుట

విషయాంశములు :

1. మార్కెటింగ్ కు ముందు సదుపాయముల ఏర్పాటు. అవి రవాణా, ఇండెంట్, చెల్లింపులు

గత పాఠములో మనం మార్కెటింగ్ దశ అయిన సేకరణ గురించి తెలుసుకున్నాము. సేకరణలో, ఉత్పత్తి పంపిణి / కొనుగోలుదారులకు సరఫరా, సదుపాయముల ఏర్పాటు చాలా ముఖ్యమైనవి.

మనం గత పాఠములో చూసిన విధముగా, క్రిషి రైతు ఉత్పత్తిదారుల సంస్థ, కార్పొరేట్ చిల్లర కొనుగోలుదారు, జరిగిన ఒప్పందము ప్రకారము సమీకృత మార్కెటింగ్ ద్వారా కూరగాయలు సరఫరా చేయడం కొరకు పంపిణి కేంద్రమును ప్రారంభించినది. సమీకృత మార్కెటింగ్ ప్రారంభించడానికి, క్రిషి రైతు ఉత్పత్తిదారుల సంస్థ ఎటువంటి సదుపాయములు ఏర్పాటు చేసిందో మనము వివరముగా చూద్దాం.



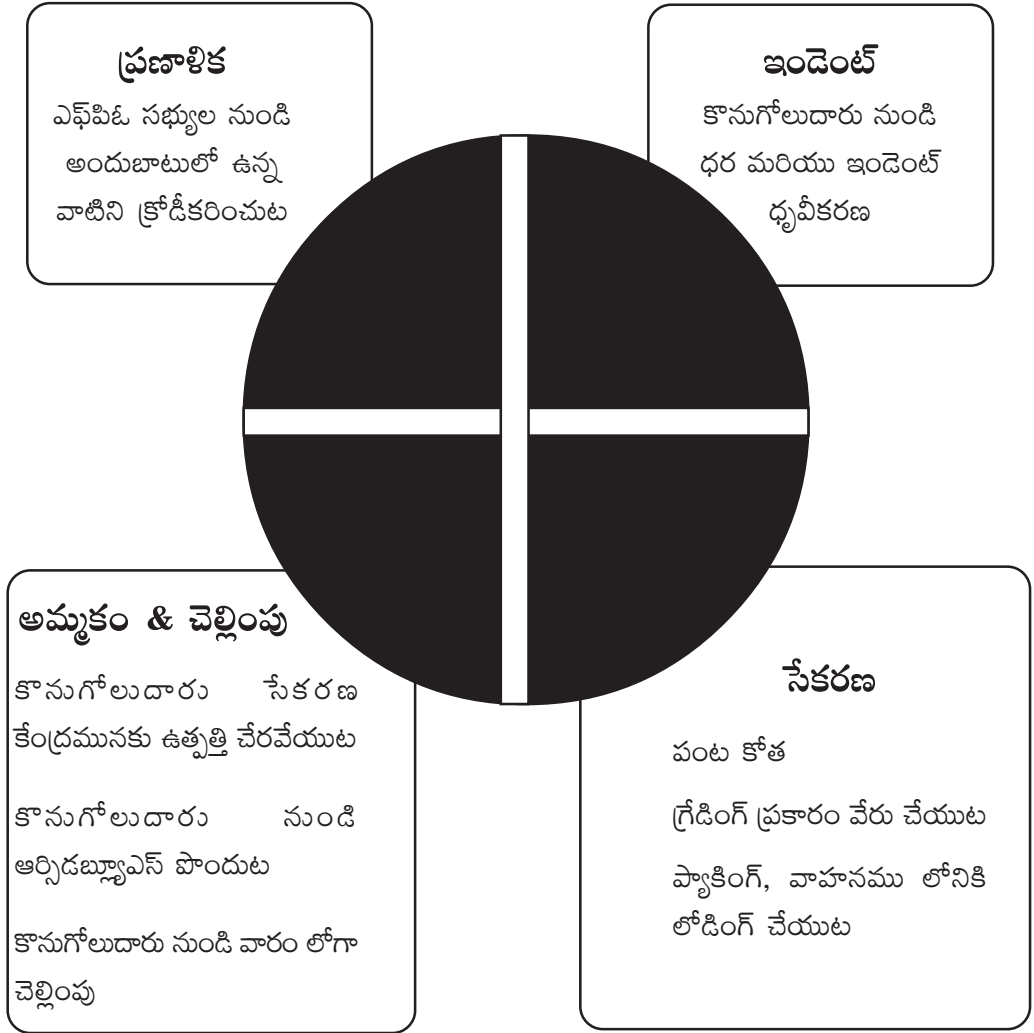
పట్టిక 4 : కూరగాయల సమిష్టి మార్కెటింగ్ తో దశల వారీ కార్యక్రమములు

రోజు	రోజు 1	రోజు 2	రోజు 2	రోజు 3
సమయం	8 ఉదయం	9 ఉ -5 సాయంత్రం	6ఉ - 12 మధ్యాహ్నం	5 సా
దశ	ప్రణాళిక	సేకరణ	సేకరణ	చెల్లింపు
కార్యక్రమాలు	<p>⇨ రైతు ఉత్పత్తి దారుల సంస్థల సంఖ్యల వర్షం కారణముయ్యే కూరగాయలు మరియు వారి ఉత్పత్తి నాణ్యత వారీగా సమాచారమును సేకరించి కూర్చి, ఒక పట్టికను తయారుచేయుట</p> <p>⇨ మార్కెట్ / స్థానిక మార్కెట్ ధరల తాజా నవనా రం తెలిసికొనుట</p>	<p>ఇండెంటింగ్</p> <p>⇨కొనుగోలుదారులతో చర్చలు మరియు ధర బేరమాడుట</p> <p>⇨కొనుగోలుదారు నుంచి రైతు ఉత్పత్తి దారుల సంస్థకు ఇండెంటి ధృవీకరణ</p> <p>⇨ రైతు ఉత్పత్తిదారుల సంస్థ నుంచి సభ్యులకు సరిపోయే ఇండెంటి సరిపోల్చుట</p> <p>ఇండెంటి ఆధారంగా ఉత్పత్తుల సేకరణ రూటు ప్రణాళిక, (3, 4, 5, 6 మరియు 10 టన్నులు)</p> <p>రైతు ఉత్పత్తిదారుల సంస్థ సభ్యులకు క్రేట్స్ ఇచ్చుట</p>	<p>పంట కోత</p> <p>⇨కొనుగోలుదారు ఒప్పందం ఆధారంగా ఉత్పత్తిని వేరు చేయుట, గ్రేడ్ చేయుట</p> <p>⇨ ఉత్పత్తి స్వభావం అనుగుణముగా ప్యాక్ చేయుట</p> <p>ఎ.ఉల్లిపాయలు, దుంప, క్యాబేజీ కొరకు హెచ్.డి.పి.ఇ. నెట్ టమాట, బీరకాయ, కాకరకు క్రేట్స్ ముందుగా ఆలోచించిన రూట్ ప్రకారం, వాహనంలో కూరగాయలను సేకరించుట (జి.ఆర్.ఎస్) సరుకు పొందిన రశీదును (రైతుకు తూకం, సంఖ్య ఆధారంగా సరుకు పొందినట్లు ఇచ్చుట. వాహనం ఎఫ్.పి.ఓ నుండి బయలు దేరుట</p>	<p>⇨కొనుగోలుదారు</p> <p>సేకరణ కేంద్రం/పంపిణీ కేంద్రం/ మార్కెట్ స్థలం వద్ద ఉత్పత్తి అందజేయుట</p> <p>⇨ కొనుగోలుదారు ఎఫ్ పి.ఓ.కు జి.ఆర్.ఎస్. ఇచ్చును.</p> <p>⇨మరియు రశీదు లేదా తూకం చీటీ (ఆర్బిడబ్ల్యూ ఎస్) ఇచ్చును</p> <p>⇨ సరుకు అందజేసిన తరువాత వాహనం రైతు ఉత్పత్తిదారుల సంస్థకు తిరిగి వచ్చును.</p>



సమీకృత మార్కెటింగ్ విధానం దిగువ రేఖాచిత్రంలో చూపబడినది.

చిత్రం 7 కూరగాయల సమీకృత మార్కెటింగ్



పైన చూపిన ప్రకారం సమీకృత మార్కెటింగ్ చేయుటకు ప్రణాళిక, ఇండెంట్, సేకరణ, అమ్మకం మరియు చెల్లింపుల వంటి వివిధ ఏర్పాట్లు చేయవలెను. క్రిషి రైతు ఉత్పత్తిదారుల సంస్థ వలె రైతు ఉత్పత్తిదారుల సంస్థలు సరైన ప్రణాళిక మరియు పంపిణీ ఉండేలా చూడాలి.



4.1. మార్కెటింగ్ కొరకు సదుపాయముల ఏర్పాటు ప్రాముఖ్యత

ఏ మార్కెటింగ్ లో నైనా విజయవంతముగా ఉత్పత్తుల పంపిణీ చేయాలంటే, అవసరమయ్యే సదుపాయములను ఏర్పాటు, సరైన ప్రణాళిక, సేకరణ, సమాచారం, రవాణా మొదలగునవి చాలా ముఖ్యం. నిజానికి ఏ రైతు ఉత్పత్తిదారుల సంస్థ అయిన ఈ ఏర్పాట్లు చేయనట్లయితే, కొనుగోలుదారులు విరమించుకొని, ఇతర నమ్మకమైన సరఫరాదారుల వద్దకు వెళ్ళిపోతారు. ఈ విషయమై దిగువ సందర్భం చూద్దాము.

ఒక పేరు పొందిన కంపెనీ అవసరమైన వారికి (తన కార్పొరేట్ సామాజిక బాధ్యత) ఆహారం అందించే కార్యక్రమము చేయుచున్నది. వారు నిరంతరం ప్రతిరోజు వందల మందికి ఆహారం అందజేయుచున్నారు. వీరికి 2 టన్నుల కూరగాయలు ప్రతి రోజు 10 గంటలకు డెలివరీ కావాలి. సాధారణముగా వారు తగిన ధరతో వెంటనే చెల్లిస్తూ వుంటారు. ఈ కూరగాయల సరఫరాకి వారు రెండు రైతు ఉత్పత్తిదారుల సంస్థలను సంప్రదించారు. ఈ రెండు సంస్థలలో సభ్యులు వివిధ కూరగాయలను ఎక్కువ పరిమాణములో విస్తృతముగా పండిస్తారు. ప్రతి రోజుమార్కెట్ కు సరఫరా చేస్తారు.

ఈ రెండు రైతు ఉత్పత్తిదారుల సంస్థలు ఈ వ్యాపారమును దిగువ విధముగా చేపట్టినవి.

ప్రగతి రైతు ఉత్పత్తిదారుల సంస్థ

ప్రగతి రైతు ఉత్పత్తిదారుల సంస్థ తన రవాణా వాహనమును సమర్థవంతముగా ఉపయోగించటానికి ప్రణాళిక చేసి అవసరమైన కొనుగోలుదారులకు సమయానికి అందేలా చూస్తున్నది. వారు తమ మేనేజర్ ను, కొనుగోలుదారులతో రోజువారీ సంప్రదింపులు జరపటానికి ముఖ్య వ్యక్తిగా నియమించి అవసరమైన పనులు సాఫీగా జరిగేలా చర్యలు తీసుకున్నారు. వారు తమ సేకరణ కేంద్రంలో సేకరణకు అవసరమైనంత ఏర్పాటు చేసినారు. అనగా గ్రేడింగ్, ప్యాకింగ్ సదుపాయములు, పనివారు. వారు సభ్యులతో నిరంతరముగా కూరగాయలు అందించేలా ముందస్తు సమాచార వ్యవస్థను కలిగి వున్నారు. వీటిని దృష్టిలో పెట్టుకొని ఈ రైతు ఉత్పత్తిదారుల సంస్థ మార్కెటింగ్ అవకాశమును ఉపయోగించుకొని అవసరమైన పరిమాణములో కూరగాయలను, అమ్మకముదారులకు సరఫరా చేయుచున్నది. కొన్ని సమయములలో అవసరమయ్యే కూరగాయల కొరత ఏర్పడినప్పుడు రైతు ఉత్పత్తిదారుల సంస్థ, సభ్యేతరుల నుండి లేదా మార్కెట్ నుంచి కొనుగోలు చేసి నిరంతర సరఫరా జరిగేలా చేయుచూ కొనుగోలుదారుని నిలుపుకొనుచున్నది.

అవికాస రైతు ఉత్పత్తిదారుల సంస్థ

అవికాస రైతు ఉత్పత్తిదారుల సంస్థలో రవాణా వాహనమును సరిగ్గా నిర్వహించలేక, సకాలములో ఉత్పత్తిని డెలివరీ చేయలేక పోయినది.



వారి ముందస్తు ఏర్పాట్లు సక్రమముగా లేక, సకాలములో ఉత్పత్తిని సేకరించలేక, కొనుగోలుదారునకు సక్రమముగా సరఫరా చేయలేక పోయారు. సరఫరా స్థిరముగా లేదు, కొన్ని సమయములలో సరఫరా తక్కువ, కొన్ని సమయములలో ఎక్కువగా వుండేది.

పై వాటి వలన కొనుగోలుదారునకు, ప్రగతి రైతు ఉత్పత్తిదారుల సంస్థ నమ్మకస్తులుగా అవసరమైన కూరగాయల సరఫరా చేయడానికి సంసిద్ధతను వ్యక్తపరచినది. కొంత సమయము తరువాత కంపెనీ ప్రగతి రైతు ఉత్పత్తిదారుల సంస్థకు ఆర్డర్లను పెంచినది. దీనికి కారణం ప్రగతి రైతు ఉత్పత్తిదారుల సంస్థ, తమ ఉత్పత్తికి స్థిరమైన కొనుగోలుదారుని కలిగి వున్నది.

పై రెండు ఉదాహరణలు ప్రగతి మరియు అవికాస రైతు ఉత్పత్తిదారుల సంస్థల నుండి మనం ఏమి నేర్చుకున్నాము.

.....

.....

.....

పై ఉదాహరణలు మనకు తెలియజేస్తున్నది ఏమంటే, మార్కెట్ ఆర్డర్స్ ఉన్నప్పటికీ అవసరమైన సదుపాయముల ఏర్పాట్లు లేనట్లయితే, రైతు ఉత్పత్తిదారుల సంస్థ ఉత్పత్తులను సరియైన సమయానికి సరఫరా చేయలేదు. కనుక పాలకవర్గ సభ్యులుగా మన రైతు ఉత్పత్తిదారుల సంస్థలో, అవసరమైన మార్కెటింగ్ కోసం సదుపాయముల ఏర్పాట్లు ఉండేలా చూచుట మన బాధ్యత. ఆ విధంగా మార్కెటింగ్ అవకాశములను సమర్థవంతముగా ఉపయోగించుకొనగలము.

పాలకవర్గ సభ్యులుకు కీలక సూచనలు :



- మార్కెటింగు కొరకు అవసరమైన సదుపాయములు ఏర్పాట్లు , అయిన రవాణా, సహకరించడం, చెల్లింపు, సేకరణ, ఇండెంట్ మొదలగు ఏర్పాట్లు చూసుకునే బాధ్యత పాలకవర్గమునదే.



ముగింపు మదింపు

మనం ఈ పుస్తకము ప్రారంభమును ప్రారంభ మదింపులో రైతు ఉత్పత్తిదారుల సంస్థచే మార్కెటింగ్ కు సంబంధించి కొన్ని ప్రశ్నలకు సమాధానం చెప్పాము.

ఇప్పుడు ఈ పుస్తకము ముగింపుకు వచ్చింది. ఇప్పుడు ముగింపు మదింపుకు గాను, ఈ పుస్తకములోని అంశములను ఎంతవరకు అర్థం చేసుకున్నామో, మనని మనము అంచనా వేసుకొని తెలుసుకుందామా! ఇప్పుడు కొన్ని ప్రశ్నలకు సమాధానం ఇద్దాము.

1. తమ రైతు ఉత్పత్తిదారుల సంస్థ, మార్కెటింగ్ చేయుటకు మన పాలకవర్గం ఎటువంటి కీలక నిర్ణయములు చేయాలి.

.....

.....

.....

2. రైతు ఉత్పత్తిదారుల సంస్థ మార్కెటింగ్ చేపట్టడానికి అవసరమైన సదుపాయములు కలిగి వుండటము వలన ప్రయోజనము ఏమిటి?

.....

.....

.....

3. మార్కెటింగు చేయుటకు సదుపాయములను కలిగి వుండవలసిన అవసరం ఏమిటి? (సేకరణ, సమీకరించడం, సమాచారం, రవాణా మొదలగునవి)

.....

.....

.....



నోట్స్



ప్రాథమిక ప్రాసెసింగ్ లో కార్యక్రమాలు



శుభ్రపరచడం

రాళ్ళు/మట్టిరాళ్ళు, ఇతర మొక్కల గింజలు మొదలైన అస్య పదార్థాలు లేకుండా ఉత్పత్తులను శుభ్రపరచటం.

ఎండబెట్టడం

ఉండవలసిన పరిమితిలో మాత్రమే తేమను కలిగి ఉండటం.



గ్రేడింగు ప్రకారం వేరుచేయడం

ఉత్పత్తుల నాణ్యతనుబట్టి గ్రేడులుగా వేరుచేయటం

ప్యాకింగ్

ఉత్పత్తులను బట్టి సంచులలో భద్రపరచటం



DGRV

రైతు ఉత్పత్తిదారుల సంస్థ

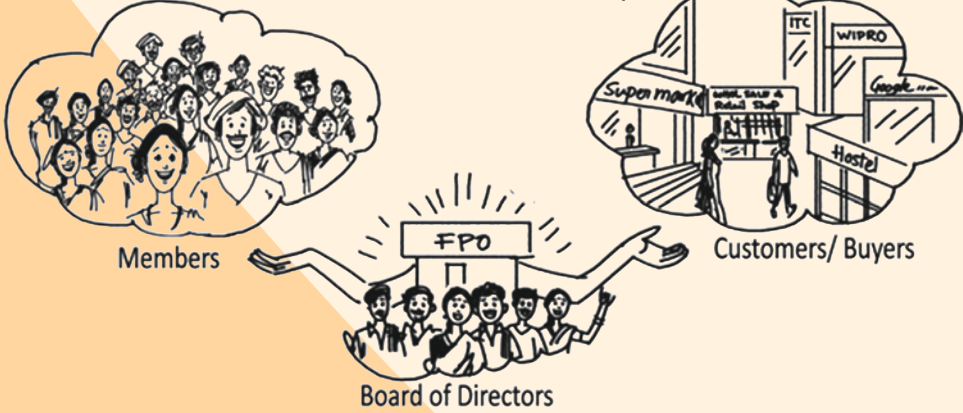
ఏపిమాన్ లాభాపేక్ష లేని ఒక జాతీయస్థాయి సంస్థగా స్వయం సహాయము,

పరస్పర ప్రయోజనాలు, స్వయం బాధ్యత మరియు స్వావలంబననే మార్గదర్శన సూత్రాలుగా నమ్మే ప్రజా సంస్థలైన

స్వయం సహాయక సంఘాలు, స్వయం సహాయక సంఘాల సమాఖ్యలు, సహకార సంఘాలు,

రైతు ఉత్పత్తిదారుల సంస్థలు మరియు ఇతర ప్రజా సంస్థలను పటిష్టమైన సంస్థలుగా తీర్చిదిద్ది వాటి

సాధికారత కృషి చేస్తున్న సంస్థ.



సమృద్ధి : రైతు ఉత్పత్తిదారుల సంస్థలచే విలువ జోడింపు

ఏపిమాన్ ఏర్పాటు చేసిన ఎఫ్.పి.ఓ ఇంక్యుబేషన్ కేంద్రము రైతు ఉత్పత్తిదారుల సంస్థల సభ్యులు, ఎఫ్.పి.ఓలను ప్రోత్సహించే సంస్థల మరియు ఇతర సహాయ సంస్థల భాగస్వామ్యంతో ఎఫ్.పి.ఓలను సమర్థవంతమైన మరియు సుస్థిరమైన సంస్థలుగా తీర్చిదిద్దుటకు కావలసిన అన్ని రకాల సేవలు ఒకే చోట అందిస్తుంది. ఈ కేంద్రము ఎఫ్.పి.ఓలను బలోపేతం చేయుటకు కావలసిన భవిష్యత్ ప్రణాళికల తయారీ, చట్టబద్ధమైన కార్యక్రమాలు సకాలములో చేపట్టుట, సంస్థాగత నిర్వహణ, పరిపాలన, వివిధ రకాల సామర్థ్య పెంపుదల కార్యక్రమాలు మొదలగు వాటిని చేపడుతుంది. అంతేగాక ఈ కేంద్రము ఎఫ్.పి.ఓలను వ్యాపార సంస్థలుగా తీర్చిదిద్దుటకు కావలసిన వ్యాపార ప్రణాళిక, ఆర్థికపరమైన అనుసంధానాలు, మార్కెట్ లింకేజీలు, సాంకేతిక సేవలు మొదలగు సేవలను అందిస్తుంది.



ఆర్థిక సహకారం



ప్రచురణ కర్తలు

