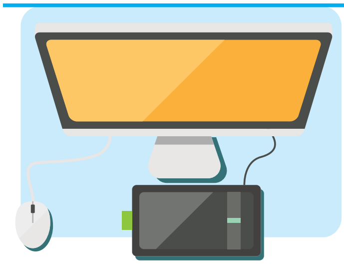
یونٹ

8 ڈیجیٹل انٹرپرینیورشپ



حاصلاتِ تعلم: اس باب کے اختتام تک، آپ اس قابل ہو جائیں گے کہ:

- ڈیجیٹل انٹرپرینیورشپ میں قانونی تعمیل اور اخلاقی طریقوں کی اہمیت کی وضاحت کر سکیں۔
- ڈیٹا کی رازداری کے بنیادی قوانین کی شناخت اور وضاحت کر سکیں۔
- تضادِ مفادات (Conflicts of Interest) کو حل کرنے اور کاروباری سرگرمیوں میں انصاف کو یقینی بنانے کے لیے اخلاقی فیصلہ سازی کا اطلاق کر سکیں۔
- ذمہ دارانہ مارکیٹنگ کے طریقوں کو پہچانیں، ٹروتھ فل اور ٹارگیٹڈ مارکیٹنگ کے لیے صارف کی رضامندی حاصل کرنے کی ضرورت کی وضاحت کر سکیں۔
- کاروباری چیلنجز سے نمٹنے کے لیے روٹ کاز اور SWOT تجزیہ جیسے مسئلہ حل کرنے کے منظم طریقوں کا استعمال کر سکیں۔
- ڈیٹا پر مبنی مارکیٹنگ کے تصور کی وضاحت کریں، بشمول قابل پیمائش اہداف کا تعین کرنا، کلیدی کارکردگی کے نقاط (KPIs) کی تعریف کرنا، تجزیاتی ٹولز کا استعمال اور سرمایہ کاری پر منافع (ROI) کی پیمائش کر سکیں۔
- کسٹمر ریلیشن شپ مینیجمنٹ (CRM) سسٹمز کے کردار کی وضاحت کر سکیں، جو ذاتی مواصلات اور لائلٹی پروگرامز کے ذریعے طویل مدتی کسٹمر وفاداری پیدا کرنے میں مدد دیتے ہیں۔
- وضاحت کر سکیں کہ مارکیٹنگ آٹومیشن ٹولز کس طرح کارکردگی کو بہتر بنا سکتے ہیں، آپریشنل اخراجات کو کم کر سکتے ہیں، اور کسٹمر تک رسائی کو بڑھا سکتے ہیں۔

تعارف:

یہ باب قانونی، اخلاقی، اور حکمت عملی کی مہارتوں کی سمجھ فراہم کرتا ہے جو ایک کامیاب ڈیجیٹل کاروبار چلانے کے لیے اہم ہے۔ یہ وضاحت کرتا ہے کہ انٹرپرینیورز ڈیٹا پرائیویسی کے متعلقہ قوانین کی تعمیل کیسے کر سکتے ہیں؟ جیسے کہ پاکستان کا ڈیٹا پروٹیکشن بل، جنرل ڈیٹا پروٹیکشن ریگولیشن (GDPR)، اور بچوں کے آن لائن پرائیویسی پروٹیکشن ایکٹ (COPPA)۔ یہ مزید اخلاقی فیصلہ سازی کے اصولوں، تضادِ مفادات کی مینجمنٹ، اور منافع کو کسٹمر کی فلاح و بہبود کے ساتھ متوازن کرنے کے اصولوں کو بھی واضح کرتا ہے۔

یہ باب ڈیجیٹل ایتھکس کے کردار کا بھی جائزہ لیتا ہے جو کاروبار اور صارفین دونوں کے لیے محفوظ اور باوقار آن لائن ماحول کو فروغ دیتا ہے۔ حکمت عملی کے مارکیٹنگ تصورات، بشمول ڈیٹا کی بنیاد پر فیصلہ سازی، کسٹمر ریلیشن شپ مینیجمنٹ (CRM)، مسابقتی تجزیہ (Competitive Analysis)، اور مارکیٹنگ آٹومیشن کو عملی مثالوں کے ساتھ زیر بحث لایا گیا ہے۔ اس باب کے اختتام تک، آپ ڈیجیٹل دور میں باخبر، ذمہ دار، اور حکمت عملی پر مبنی کاروباری فیصلے کرنے کا علم اور مہارت حاصل کر لیں گے۔

Web version of PECTAA Textbook
Not for Sale

NOT FOR SALE-PESRP

8.1 بنیادی سے اعلیٰ انٹرپرینیور شپ تک

نویں جماعت میں، آپ نے سیکھا تھا کہ انٹرپرینیور شپ اقدر پیدا کرنے کے لیے ایک کاروبار کو ڈیزائن کرنے، شروع کرنے اور منظم کرنے کا عمل ہے۔ ہم نے بحث کی تھی کہ یہ کس طرح اقتصادی ترقی کو فروغ دیتا ہے، روزگار کے مواقع پیدا کرتا ہے، اور ایسی نئی چیزیں متعارف کراتا ہے جو روزمرہ زندگی کو بہتر بناتی ہیں۔ آپ کو بنیادی ڈیجیٹل ٹولز، جیسے سوشل میڈیا پلیٹ فارمز، ای کامرس ویب سائٹس، اور مارکیٹ ریسرچ ایپلی کیشنز، سے بھی متعارف کرایا گیا تھا جو انٹرپرینیورز کو صارفین سے جڑنے اور اپنے آپریشنز کو مؤثر طریقے سے منظم کرنے کے قابل بناتے ہیں۔

دسویں جماعت میں، ہم اس بنیاد پر مزید مہارتیں حاصل کرتے ہیں تاکہ مسابقتی ڈیجیٹل کاروباری ماحول میں درکار اعلیٰ درجے کی مہارتوں کو تلاش کر سکیں۔ جیسا کہ قانونی تعمیل، تاکہ یہ یقینی بنایا جاسکے کہ کاروبار قانون کے دائرے میں کام کرتا ہے؛ ریگولیٹری آگاہی، تاکہ بدلتے ہوئے قواعد اور صنعت کی ضروریات کے ساتھ ہم آہنگ رہا جاسکے؛ اخلاقی فریم ورک، تاکہ منصفانہ اور ذمہ دارانہ فیصلہ سازی کی رہنمائی کی جا سکے؛ منظم مسئلہ حل کرنا، تاکہ چیلنجز سے مؤثر طریقے سے نمٹا جاسکے؛ اور حکمت عملی پر مبنی مارکیٹنگ، تاکہ ایک کاروبار کی موجودگی اور صارفین کے ساتھ اس کے تعلقات کو مضبوط بنایا جاسکے۔ یہ مہارتیں اس لیے اہمیت رکھتی ہیں کیونکہ آج کے انٹرپرینیورز سے توقع کی جاتی ہے کہ وہ اپنی دانشورانہ ملکیت کی حفاظت کریں، صارفین کے حقوق کا احترام کریں، ڈیٹا کی رازداری کو یقینی بنائیں، اور اپنی کمیونٹی کا اعتماد برقرار رکھیں۔

8.2 مسئلہ حل کرنا اور لچک پذیری:

کاروباری دنیا میں، چیلنجز کسی بھی وقت سامنے آسکتے ہیں۔ ان میں گاہک کا اعتماد کھونا، نئے حریفوں کا سامنا کرنا، یا ٹیکنالوجی میں تبدیلی شامل ہو سکتی ہے۔ کامیاب انٹرپرینیورز مشکلات کا سامنا کرنے پر ہار نہیں مانتے۔ اس کے بجائے، وہ ایک واضح طریقہ استعمال کرتے ہیں تاکہ مسئلہ کو سمجھیں، اس کی اصل وجہ تلاش کریں، اور اسے حل کرنے کے لیے مؤثر اقدامات کریں۔ وہ لچکدار (flexible) بھی رہتے ہیں اور حالات کا تقاضا ہونے پر تبدیلی کے لیے تیار رہتے ہیں۔ ان مہارتوں کو مسئلہ حل کرنا اور لچک پذیری (Adaptability) کہا جاتا ہے۔

مسئلہ کا منظم حل کرنا (Structured Problem Solving)

مسئلہ کا منظم حل کرنے کا مطلب ہے کسی مسئلے کی شناخت کرنا، یہ سمجھنا کہ وہ کیوں ہو رہا ہے، اور بہترین حل کا فیصلہ کرنے کے لیے مرحلہ وار طریقہ کار کا استعمال کرنا۔ اس میں اندازہ لگانے سے گریز کرنا شامل ہے۔ اس سے مسئلے کو دوبارہ ہونے سے روکنے میں مدد ملتی ہے۔ اس تصور کو نویں جماعت کی نصابی کتاب میں تفصیل سے بیان کیا جاچکا ہے۔

Web version of PECTAA Textbook Not for Sale

بنیادی وجہ کا تجزیہ (Root Cause Analysis)

ہر مسئلے کی ایک وجہ ہوتی ہے، جسے مسئلہ کی بنیادی وجہ (Root Cause) کہا جاتا ہے۔ اگر ہم صرف ظاہری مسئلے کو ٹھیک کریں گے تو وہ واپس آسکتا ہے۔ روٹ کاز کا تجزیہ اصل وجہ کو تلاش کرنے اور اس پر توجہ دینے میں مدد کرتا ہے، تاکہ حل دیرپا ہو۔

مثال: اگر آن لائن کاروبار میں مالک کو شکایات موصول ہو رہی ہیں تو مالک کو تحقیق کرنی چاہیے کہ آیا ڈیلیوری میں تاخیر، پروڈکٹ کی مبہم وضاحت، یا ناقص پیکجنگ اصل وجہ ہے۔ ایک بار جب وجہ مل جاتی ہے، تو اسے درست کیا جا سکتا ہے۔

SWOT تجزیہ (SWOT Analysis)

SWOT ایک سادہ ٹول ہے جو چار اہم عوامل کو سمجھنے میں مدد دیتا ہے:

- S (Strengths) طاقت :- وہ چیزیں جو کاروبار اچھی طرح کرتا ہے (مثلاً، اعلیٰ معیار کی مصنوعات)۔
- W (Weaknesses) کمزوریاں :- وہ شعبے جن میں بہتری کی ضرورت ہے (مثلاً، سست کسٹمر سروس)۔
- O (Opportunities) مواقع :- ترقی یا بہتری کے امکانات (مثلاً، ایک نئی مصنوعات کی زیادہ مانگ)۔
- T (Threats) خطرات :- بیرونی عوامل جو کاروبار کو نقصان پہنچا سکتے ہیں (مثلاً، نئے حریف)۔

SWOT تجزیہ کاروبار کو اپنی موجودہ صورتحال کو سمجھنے اور مستقبل کے لیے دانشمندی سے منصوبہ بندی کرنے میں مدد کرتا ہے۔

SMART TIPS

سمارٹ ٹپس

ہر چیلنج ایک چھپا ہوا سبق ہوتا ہے۔ وہ کاروباری جو متجسس رہتے ہیں، اکثر "کیوں" پوچھتے ہیں، اور تیزی سے عمل کرتے ہیں، مسائل کو ترقی کے مواقع میں بدل دیتے ہیں۔

ایڈاپٹیبلیٹی اور رزیلیئنس (Adaptability and Resilience)

ایڈاپٹیبلیٹی کا مطلب ہے کہ ضرورت پڑنے پر تبدیل ہونے کے قابل ہونا اور تبدیلی کے لیے تیار رہنا ہے۔

رزیلیئنس (Resilience) کا مطلب ہے کہ ایک کاروبار کسی ناکامی یا مشکل کے بعد کتنی تیزی سے ری کور (Recover) ہو سکتا ہے۔ یہ دونوں مہارتیں کاروبار کو مشکل وقت میں بھی زندہ رہنے اور ترقی کرنے میں مدد دیتی ہیں۔

مارکیٹ یا ٹیکنالوجی میں تبدیلی کا ردِ عمل دینا:

کاروباری ماحول تیزی سے بدلتا ہے۔ صارفین کی نئی ضروریات، حریف، یا نئی ٹیکنالوجیز کسی بھی وقت ظاہر ہو سکتی ہیں۔ ایک کاروبار جو ان تبدیلیوں کے مطابق خود کو ڈھال لیتا ہے، کامیابی کا بہتر موقع رکھتا ہے۔

Web version of PECTAA Textbook Not for Sale

NOT FOR SALE-PESRP

مثال: اگر صارفین آن لائن خریداری کو ترجیح دیتے ہیں۔ تو دوکاندار کو اشیاء کی گھروں میں ترسیل (Home Delivery) کی سہولت متعارف کروانی چاہیے۔

ناکامیوں سے نکلنا (Setbacks Recovery)

غلطیاں، ناکامیاں، یا نقصانات کسی بھی کاروبار میں ہوسکتے ہیں۔ ایک صلاحیت بحالی رکھنے والا کاروبار ناکامی کو قبول کرتا ہے، اس سے سیکھتا ہے اور بہتری کے لیے زیادہ محنت کرتا ہے۔

مثال: اگر کسی بیکری کو ذائقے کے بارے میں شکایات موصول ہوتی ہیں، تو وہ اپنی ترکیب (Reciep) کو بہتر بناسکتی ہے، نئے ورژن کی جانچ کر سکتی ہے، اور صارفین کو اسے دوبارہ آزمانے کے لیے مدعو کر سکتی ہے۔

کیا آپ جانتے ہیں؟

دنیا کی کچھ بڑی کمپنیاں، جیسے نیٹ فلکس اور یوٹیوب، اس طرح شروع نہیں ہوئی تھیں جیسا کہ ہم انہیں آج جانتے ہیں۔ نیٹ فلکس نے پہلے ڈی وی ڈی (DVD) ڈاک کے ذریعے کرائے پر دی، اور یوٹیوب ویڈیو ڈیٹنگ کے لیے بنائی گئی تھی۔ انہوں نے اپنے خیالات کو بدلا اور پوری دنیا میں مشہور ہو گئے۔

8.3 اخلاقی کاروباری طریقے اور ڈیجیٹل ایتھکس

کاروبار میں ایتھکس کا مطلب ہے اخلاقی اصولوں پر عمل کرنا اور وہ کرنا جو درست، منصفانہ، اور ایماندارانہ ہو۔ ڈیجیٹل دور میں، کاروبار کو یقینی بنانا چاہیے کہ ان کے فیصلے، مارکیٹنگ، اور آن لائن سرگرمیاں قانون اور صارفین کے حقوق دونوں کا احترام کریں۔ اخلاقی طریقے اعتماد پیدا کرتے ہیں اور ایک کاروبار کو ذمہ دارانہ طریقے سے بڑھنے میں مدد دیتے ہیں۔

اخلاقی فیصلہ سازی

اخلاقی فیصلہ سازی کا مطلب ہے کاروبار میں ایسے انتخاب کرنا جو منصفانہ، ایماندار، اور ذمہ دارانہ ہوں۔ یہ صحیح کام کرنے کے بارے میں ہے، یہاں تک کہ جب کوئی اور راستہ آسان یا زیادہ منافع بخش ہو۔ ایک کاروبار جو اخلاقی فیصلہ سازی پر عمل کرتا ہے، صارفین، ملازمین، اور برادری سے احترام اور اعتماد حاصل کرتا ہے۔ اخلاقی فیصلہ سازی ہمیشہ سب سے آسان راستہ نہیں ہوتا، لیکن یہ وہ راستہ ہے جو کاروبار کو سالمیت کے ساتھ ترقی کرنے، وفادار صارفین کو برقرار رکھنے، اور معاشرے میں ایک مثبت تاثر قائم رکھنے میں مدد دیتا ہے۔

مفادات کا ٹکراؤ (Conflict of interest)

مفادات کا ٹکراؤ تب ہوتا ہے جب کسی شخص کا ذاتی فائدہ یا تعلق ان کے کاروباری فیصلوں کو متاثر کر سکتا ہے۔ اس سے غیر منصفانہ سلوک یا تعصب پیدا ہو سکتا ہے۔

Web version of PECTAA Textbook
Not for Sale

NOT FOR SALE-PESRP

مثال: اگر ایک دکان کا مالک اپنے چچازاد بھائی کو نوکری پر رکھ لے اور کسی دوسرے ہنر مند شخص کو درخواست دینے کا موقع نہ دے، تو یہ غیر منصفانہ ہے۔ منصفانہ اور اخلاقی طریقہ یہ ہے کہ سب کو درخواست دینے کی اجازت دی جائے، ان کی مہارتوں کی جانچ کی جائے، اور پھر اس شخص کو بھرتی کیا جائے جو نوکری کے لیے بہترین ہو۔

منافع / کسٹمر کی فلاح و بہبود کے ساتھ متوازن کرنا:

ایک کاروبار کو چلانے کے لیے منافع کی ضرورت ہوتی ہے، لیکن منافع صارفین کو نقصان پہنچا کر یا ان کی حفاظت کو خطرے میں ڈال کر نہیں کمانا چاہیے۔

مثال: اگر کوئی کاروبار کم معیار کے اجزاء استعمال کرتے ہوئے کھانے کو زیادہ قیمت پر فروخت کرتا ہے، تو وہ ابتداء میں زیادہ پیسہ کما سکتا ہے۔ تاہم، صارفین کا اعتماد کھو جاتا ہے، اور کاروبار کو مستقبل میں نقصان ہوتا ہے۔ ایک اخلاقی کاروبار مناسب قیمت وصول کرتا ہے، محفوظ اور اچھی کوالٹی کی مصنوعات استعمال کرتا ہے، اور ایماندار معلومات فراہم کرتا ہے۔

ڈیجیٹل ایتھکس

ڈیجیٹل ایتھکس کا مطلب ہے انٹرنیٹ اور ڈیجیٹل آلات کو ذمہ داری اور دوسروں کی عزت کا خیال رکھتے ہوئے استعمال کرنا۔ کاروبار صارفین کی معلومات کو محفوظ رکھیں، درست تفصیلات فراہم کریں اور آن لائن شائستگی سے بات چیت کریں۔ صارفین بھی قواعد پر عمل کریں، دوسروں کے ساتھ احترام سے پیش آئیں اور نقصان دہ اقدامات سے گریز کریں۔ کاروبار واضح قواعد و ضوابط طے کر کے اور ہراساں کرنے یا دھمکانے کے خلاف فوری کارروائی کر کے محفوظ آن لائن خدمات مہیا کریں۔

ذمہ دارانہ مارکیٹنگ

ذمہ دارانہ مارکیٹنگ کا مطلب ہے مصنوعات اور خدمات کو ایمانداری اور انصاف کے ساتھ فروغ دینا، صارفین کو صحیح اور مکمل معلومات فراہم کرنا، اور جھوٹے وعدوں سے گریز کرنا۔ یہ طریقہ صارفین کو باخبر فیصلے کرنے میں مدد دیتا ہے اور کاروبار میں اعتماد پیدا کرتا ہے۔

- ہر کاروباری اشتہار میں سچی اور واضح معلومات ہونی چاہیے، جس میں بڑھا چڑھا کر بیان کی گئی یا چھپی ہوئی شرائط نہ ہوں جو صارفین کو گمراہ کر سکیں۔
- جب کوئی کاروبار اشتہارات دکھانے کے لیے صارفین کا ذاتی ڈیٹا جمع کرے، تو کاروبار کو صارفین سے واضح اجازت حاصل کرنی چاہیے اور وضاحت کرنی چاہیے کہ معلومات کا استعمال کیسے کیا جائے گا۔

Web Version of PECTAA Textbook
Not for Sale

سرگرمی:

مقصد:

طلباء منصفانہ کاروباری فیصلے کرنے، صارفین کو آن لائن محفوظ رکھنے، اور ایک ایماندار تشہیری آئیڈیا تیار کرنے میں اخلاقیات کا اطلاق کریں۔

طریقہ کار:

ا۔ نظرنامہ:

"آپ اور آپ کی ٹیم طلباء کے لیے ایک چھوٹی آن لائن دکان چلا رہے ہیں۔ آج، آپ کو تین فوری چیلنجز کا سامنا کرنا پڑے گا۔ کیا آپ کی دکان ایماندار، محفوظ، اور قابلِ اعتماد رہے گی؟"

۲۔ چیلنجز:

1. آپ کے پاس نوکری کے لیے دو امیدوار ہیں: ایک قریبی دوست اور ایک زیادہ ہنر مند اجنبی۔ فیصلہ کریں کہ کسے بھرتی کرنا ہے اور ایک جملے میں اس کی وجہ بتائیں۔
2. ایک صارف آپ کی دکان کے سوشل میڈیا پر غیر اخلاقی تبصرے پوسٹ کرتا ہے۔ فیصلہ کریں کہ شائستگی سے کیسے جواب دینا ہے اور اپنے پلیٹ فارم کو محفوظ رکھنا ہے۔
3. اپنے کاروبار کے لیے ایک مختصر تشہیری جملہ بنائیں جو سچا، واضح، اور گمراہ کن نہ ہو۔
4. ہر گروپ اپنے جوابات پیش کرے گا۔ کلاس سب سے زیادہ اخلاقی اور اعتماد سازی کے حل پر ووٹ دے گی۔

اعداد و شمار کی رازداری سے متعلق قوانین

اعداد و شمار کی رازداری کے قوانین وہ قواعد ہیں جو کاروباروں کے ذریعے جمع کی جانے والی ذاتی معلومات، جیسے نام، پتے، فون نمبر، یا ادائیگی کی تفصیلات کو محفوظ رکھتے ہیں۔ پاکستان میں، ذاتی اعداد و شمار کے تحفظ کے قانون کے مطابق اداروں کو چاہیے کہ:

- صرف وہی معلومات اکٹھی کریں جن کی انہیں ضرورت ہے۔
- معلومات کو صرف اس مقصد کے لیے استعمال کریں جو انہوں نے صارف کو بتایا تھا۔
- معلومات کو محفوظ رکھیں اور اجازت کے بغیر اسے کسی کے ساتھ شیئر نہ کریں۔
- کچھ دوسرے ممالک میں بھی مضبوط رازداری کے قوانین ہیں، جیسے: جنرل ڈیٹا پروٹیکشن ریگولیشن (GDPR): یہ یورپی ممالک کے لوگوں کے ذاتی اعداد و شمار کی حفاظت کے لیے ہے۔
- بچوں کے آن لائن رازداری کے تحفظ کا قانون (COPPA): یہ 13 سال سے کم عمر کے بچوں کے ذاتی اعداد و شمار کی حفاظت کے لیے ہے۔

یہ قوانین پاکستانی کاروباری افراد کے لیے اہم ہیں اگر ان کے صارف دوسرے ممالک سے تعلق رکھتے ہوں، کیونکہ انہیں ان ممالک کے قواعد پر بھی عمل کرنا پڑتا ہے۔

Web version of PECTAA Textbook Not for Sale

ضابطوں سے آگاہی (Regulatory Awareness)

ضابطوں سے آگاہی کا مطلب ہے یہ جاننا کہ آپ کے کاروبار پر کون سے قوانین اور قواعد لاگو ہوتے ہیں اور یہ یقینی بنانا کہ آپ ان کی پیروی کر رہے ہیں۔

اس میں شامل ہے:

- باخبر رہنا: باقاعدگی سے یہ جانچنا کہ آیا کوئی قانون تبدیل ہوا ہے جو آپ کے کاروبار کو متاثر کر سکتا ہے۔
- پابندی کا جائزہ: ایک ایسا عمل جس میں کاروبار کی جانچ کی جاتی ہے کہ وہ تمام مطلوبہ قوانین اور قواعد کی پیروی کر رہا ہے۔

مثال: اگر کوئی سکول ایک آن لائن پورٹل شروع کرنا چاہتا ہے جہاں طلباء اپنا ہوم ورک، نمبرز اور حاضری (اٹینڈنس) چیک کر سکیں۔ پورٹل استعمال کرنے کے لیے، طلباء کو اپنا نام، رول نمبر، اور رابطہ کی تفصیلات درج کرنی ہوں گی۔

سکول اعداد و شمار کی رازداری کے قواعد پر اس طرح عمل کرے گا:

- صرف وہ معلومات اکٹھی کرنا جو پورٹل کے لیے ضروری ہے۔
- معلومات کو صرف سکول کے مقاصد کے لیے استعمال کرنا، جیسے ہوم ورک کی تازہ ترین معلومات یا امتحانات کے نظام الاوقات بھیجنا۔
- معلومات کو پاس ورڈز کے ساتھ محفوظ کرنا تاکہ کوئی دوسرا اس تک رسائی نہ کر سکے۔

اگر اس اسکول کے طالب علم یورپ یا امریکہ سے ہوتے، تو اسے GDPR اور COPPA قانون کی پیروی بھی کرنی پڑتی، کیونکہ یہ ان ممالک کے لوگوں کے ذاتی اعداد و شمار کی حفاظت کرتے ہیں۔

کیا آپ جانتے ہیں؟

2019 میں، امریکہ میں گوگل اور یوٹیوب پر 170 ملین ڈالر کا جرمانہ عائد کیا گیا تھا کیونکہ انہوں نے بچوں کے آن لائن رازداری کے تحفظ کا قانون (COPPA) کے قواعد کی خلاف ورزی کرتے ہوئے والدین کی اجازت کے بغیر بچوں کا ذاتی ڈیٹا جمع کیا تھا۔ یہ ظاہر کرتا ہے کہ دنیا بھر میں اعداد و شمار کی رازداری کے قوانین کو کتنی سختی سے نافذ کیا جاتا ہے۔

8.4 لیگل فریم ورک اور کمپلائنس

لیگل فریم ورک اور کمپلائنس کا مطلب ہے وہ قوانین اور قواعد جن کی پیروی کسی کاروبار کو قانونی طور پر چلانے کے لیے کرنا ضروری ہے۔ اس میں کاروبار کی رجسٹریشن، ٹیکس کی ادائیگی، صارفین کے اعداد و شمار کا تحفظ، اور صنعت کے تقاضوں کو پورا کرنا شامل ہے۔

ذیل میں وہ قواعد ہیں جو کسی بھی کاروبار کے لیے قانونی مسائل سے بچاؤ کاروبار کی مارکیٹ میں اعتماد پیدا کرتے ہیں۔

پاکستان میں کاروباری رجسٹریشن

پاکستان میں کاروبار شروع کرنا صرف ایک اچھے آئیڈیا تک محدود نہیں ہے۔ اسے حکومت کے ساتھ رجسٹر کروا کر قانونی بنانا بھی ضروری ہے۔ رجسٹریشن سے کاروبار قانونی ہو جاتا ہے، اسے قانونی مسائل کے بغیر کام کرنے کی اجازت ملتی ہے، اور صارفین، بینکوں، اور دوسرے

Web version of PECTAA Textbook Not for Sale

کاروباروں کا اعتماد حاصل کرنے میں مدد ملتی ہے۔

ایس ای سی پی (SECP) سے رجسٹریشن

سیکیورٹیز اینڈ ایکسچینج کمیشن آف پاکستان (SECP) پاکستان میں کسی بھی نئے کاروبار کو رجسٹر کرنے والا ادارہ ہے۔ کاروبار کو رجسٹر کرنے کا عمل درج ذیل مراحل پر مشتمل ہے۔

- ایک منفرد کاروباری نام کا انتخاب کریں اور اسے ایس ای سی پی کی ویب سائٹ (https://secp.gov.pk/) کے ذریعے منظور کروائیں۔
- مطلوبہ دستاویزات تیار کریں، جیسے کمپنیوں کے لیے میمورنڈم اور آرٹیکلز آف ایسوسی ایشن یا شراکت داریوں کے لیے شراکت داری کا معاہدہ۔
- آن لائن درخواست دیں۔
- اندراج کا سرٹیفکیٹ حاصل کریں، جو ثابت کرتا ہے کہ کاروبار باضابطہ طور پر رجسٹر ہو چکا ہے۔

قومی ٹیکس نمبر (NTN) حاصل کرنا

NTN (نیشنل ٹیکس نمبر) پاکستان میں ٹیکس دہندگان کے لیے ایک شناختی نمبر ہے۔ یہ فیڈرل بورڈ آف ریونیو (FBR) کی طرف سے جاری کیا جاتا ہے۔ NTN حاصل کرنے کے لیے:

- ایف بی آر کے "آئرس" آن لائن پورٹل کے ذریعے درخواست دیں۔
- ایس ای سی پی کی رجسٹریشن دستاویزات، پتے کا ثبوت، اور کاروباری سرگرمی کی تفصیلات فراہم کریں۔
- منظوری کے بعد، NTN کاروبار کو بینک اکاؤنٹ کھولنے، رسیدیں جاری کرنے، اور ٹیکس کی ذمہ داریاں پوری کرنے کی اجازت دیتا ہے۔

ٹیکس گوشوارے جمع کروانا اور ریکارڈ رکھنا

رجسٹرڈ کاروباری اداروں کو چاہیے کہ:

- سالانہ انکم ٹیکس گوشوارے اور اگر قابل اطلاق ہو تو ماہانہ سیلز ٹیکس گوشوارے جمع کروائیں۔
- فروخت، خریداریوں، تنخواہوں اور اخراجات کا درست ریکارڈ رکھیں۔
- تاخیر یا غلط فائلنگ سے گریز کریں، کیونکہ ان کی وجہ سے جرمانے یا قانونی کارروائی ہو سکتی ہے۔

صنعت کے لیے مخصوص ضوابط

پاکستان میں کچھ کاروباری اداروں کو عام رجسٹریشن اور ٹیکس کے تقاضوں کے علاوہ خصوصی قواعد کی پیروی کرنی پڑتی ہے۔
مثال: اپنی کلاس کے دو طلباء، مسٹر ایکس اور مسٹر وائی، طلباء کے لیے ایک "آن لائن کتابوں کی دکان" شروع کرنا چاہتے ہیں۔

Web version of PECTAA Textbook Not for Sale

NOT FOR SALE-PESRP

1. ایس ای سی پی (SECP) رجسٹریشن: انہوں نے اپنے کاروبار کے لیے ایک بامعنی اور پیشہ ورانہ نام جیسے "ای-بک ہب" (E-Book Hub) کا انتخاب کیا اور اسے ایس ای سی پی کی ویب سائٹ پر منظور کروالیا۔ وہ تمام مطلوبہ دستاویزات آن لائن جمع کرواتے ہیں اور اندراج کا سرٹیفکیٹ حاصل کرتے ہیں۔

2. NTN کا حصول: وہ اپنے ایس ای سی پی (SECP) کے دستاویزات، پتے، اور کاروباری تفصیلات کا استعمال کرتے ہوئے ایف بی آر (FBR) کے آئرس (IRIS) پورٹل کے ذریعے قومی ٹیکس نمبر (NTN) کے لیے درخواست دیتے ہیں۔

3. ٹیکس فائلنگ: وہ فروخت اور اخراجات کا مناسب ریکارڈ رکھتے ہیں اور اپنے سالانہ ٹیکس گوشوارے وقت پر جمع کرواتے ہیں۔

4. صنعتی قواعد: ایک ای-کامرس کاروبار کے طور پر، وہ پاکستان کی ای-کامرس پالیسی کے قواعد پر عمل کرنے کے لیے اپنی ویب سائٹ پر خدمات کی شرائط، رازداری کی پالیسی، اور واپسی / رقم کی واپسی کے قواعد شامل کرتے ہیں۔

ان مراحل کو مکمل کر کے، مسٹر ایکس (X) اور مسٹر (Y) وائی اپنی نئی آن لائن کتابوں کی دکان کو قانونی طور پر شروع کرتے ہیں، جسے حکومت نے منظور کر لیا ہے، جو صارفین اور سپلائرز کے لیے زیادہ قابل اعتماد ہے۔

Web version of PECTAA Textbook
Not for Sale

کیا آپ جانتے ہیں؟

جب ہم کوئی نیا کاروبار رجسٹر کرتے ہیں، تو ہمیں اوپر بیان کی گئی دستاویزات کے مقاصد کو سمجھنے کی ضرورت ہوتی ہے:

i. میمورنڈم ایسوسی ایشن: کسی کمپنی کی بنیادی تفصیلات، جیسے اس کا نام، مقصد، اور مقام۔

ii. آرٹیکلز آف ایسوسی ایشن: کمپنی چلانے کے اندرونی قواعد۔

iii. شراکت داری کا معاہدہ: دو یا دو سے زیادہ افراد کے درمیان ایک معاہدہ جو مل کر کاروبار شروع کرتے ہیں، اور ہر فرد کا حصہ، کردار، اور ذمہ داریاں بیان کرتا ہے۔

ڈیجیٹل بزنس میں معاہدات

معاہدہ ایک تحریری یا زبانی رضامندی (Agreement) ہے جو دو یا دو سے زیادہ افراد یا تنظیموں کے درمیان ہوتا ہے اور قانونی طور پر لازمی ہوتا ہے۔ ڈیجیٹل بزنس میں معاہدات اہم ہیں کیونکہ وہ مل کر کام کرنے کی شرائط و ضوابط طے کرتے ہیں، چاہے وہ کاروباری شراکت داروں، (سپلائرز یا صارفین) کے ساتھ ہو۔ یہ غلط فہمیوں کو روکنے میں مدد دیتے ہیں اور اگر کوئی اختلاف رائے پیدا ہو جائے تو قانونی تحفظ فراہم کرتے ہیں۔

ایک درست معاہدے کے بنیادی عناصر

کسی معاہدے کے درست ہونے کے لیے، اس میں درج ذیل شامل ہونا ضروری ہے:

- پیشکش: ایک فریق کچھ کرنے کا وعدہ کرتا ہے، جیسے کوئی مصنوعات فروخت کرنا یا خدمت فراہم کرنا۔
- قبولیت: دوسرا فریق بغیر کسی تبدیلی کے اس پیشکش سے متفق ہو جاتا ہے۔

- عوض / معاوضہ: کوئی قابلِ قدر چیز کا تبادلہ کیا جاتا ہے، جیسے رقم، سامان یا خدمات۔
- قانونی مقصد: معاہدہ ایک قانونی معاملے کے بارے میں ہونا چاہیے۔
- رضامندی: ہر کوئی اپنی مرضی سے راضی ہو، بغیر کسی دباؤ یا دھوکہ دہی کے۔

ڈیجیٹل بزنس میں اہمیت

ڈیجیٹل بزنس میں، معاہدات پر کاغذ یا ڈیجیٹل طور پر دستخط کیے جاسکتے ہیں۔ وہ ان مقاصد کے لیے استعمال ہوتے ہیں:

- شراکت داریاں: واضح کردار، ذمہ داریاں اور منافع کو کس طرح تقسیم کیا جائے گا، یہ طے کرنا۔
- سپلائرز (فراہم کنندگان): ترسیل کے وقت، ادائیگی کی شرائط اور معیار کے معیار کو مقرر کرنا۔
- آن لائن لین دین: خدمات کی شرائط، رقم کی واپسی کے قواعد، اور صارف کے حقوق کی وضاحت کرنا۔

واضح معاہدات اعتماد پیدا کرتے ہیں اور کاروباری معاملات کو آسان اور محفوظ بناتے ہیں۔

مثال: دسویں جماعت کے طلباء ایک الوداعی پارٹی کا انتظام کرنے کا منصوبہ بنا رہے ہیں۔ مسٹر (X) ایکس پارٹی کے انتظامات سنبھالے گا۔ اُسے ایک معاہدہ کرنے کا کہا جاتا ہے۔

- پیشکش: مسٹر (X) ایکس پارٹی کے لیے کھانے اور مشروبات کا انتظام کرنے کی پیشکش کرتا ہے۔
- قبولیت: مینجمنٹ اُس کی آفر قبول کرے گی۔
- عوض / معاوضہ: سکول کل اخراجات کے لیے 1,500 روپے دے گا۔
- قانونی مقصد: اسکول کی اجازت سے کلاس پارٹی کا اہتمام قانونی طور پر کرنا۔
- رضامندی: دونوں فریقین بغیر کسی دباؤ کے اپنی مرضی سے رضامندی کا اظہار کرتے ہیں۔

معاہدے کی شرائط:

- مسٹر (X) ایکس تقریب سے تین دن پہلے کھانے کا بندوبست کرے گا۔
- کھانے کی اشیاء وقت پر ڈیلیور کی جائیں گی۔

سرگرمی:

مقصد:

طلباء گروپس میں کام کریں گے تاکہ "اسکول کی کینٹین" کے لیے ایک چھوٹے کاروبار کا آئیڈیا بنائیں اور یقینی بنائیں کہ وہ قانونی ڈھانچے اور پابندی کے قواعد پر عمل کرتا ہے۔ وہ ہر رکن کی ذمہ داریوں کی وضاحت کے لیے ایک سادہ معاہدہ بھی تیار کریں گے۔

طریقہ کار:

i. گروپ بنانا: کلاس کو 5-4 طلباء کے گروپس میں تقسیم کریں۔
ii. کاروباری خیال: ہر گروپ یہ تصور کرے گا کہ وہ اسکول کی کینٹین میں ایک چھوٹا کاروبار شروع کر رہا ہے (مثلاً، سنیک کاؤنٹر، جوس بار، اسٹیشنری کا گوشہ وغیرہ)۔
iii. ایک سادہ معاہدہ تیار کرنا:

Web version of PECTAA Textbook Not for Sale

NOT FOR SALE-PESRP

گروپ کے دو ارکان کے درمیان ایک بنیادی معاہدہ لکھیں جو درج ذیل کو ظاہر کرے:
- پیشکش: ہر رکن کیا کرے گا۔
- قبولیت: منصوبے پر رضامندی۔
- عوض/معاوضہ: ہر رکن کیا حصہ ڈالے گا (مثلاً، رقم، وقت، یا سامان)۔
- قانونی مقصد: اسکول میں قانونی سرگرمی۔
- رضامندی: بغیر کسی دباؤ کے باہمی رضامندی۔

8.5 فکری ملکیت کے حقوق (Intellectual Property Rights)

فکری ملکیت کے حقوق وہ قانونی حقوق ہیں جو کسی شخص یا کاروبار کی تخلیقات کو محفوظ رکھتے ہیں۔ ان تخلیقات میں ایجادات، کتابیں، گانے، آرٹ ورک، برانڈ کے نام، یا لوگو (Logo) شامل ہو سکتے ہیں۔ فکری ملکیت کے حقوق (IPR) یقینی بناتے ہیں کہ کوئی بھی ان تخلیقات کو اجازت کے بغیر استعمال یا نقل نہیں کر سکتا۔ یہ تحفظ لوگوں کو تخلیقی ہونے کی ترغیب دیتا ہے اور کاروباری اداروں کو اپنی منفرد شناخت برقرار رکھنے میں مدد کرتا ہے۔

پاکستان میں فکری ملکیت کا اندراج

پاکستان میں فکری ملکیت کو رجسٹر کرنے کے لیے درج ذیل بنیادی باتیں ضروری ہیں:

i. تجارتی نشانات (ٹریڈ مارکس): برانڈ کے ناموں، لوگو، یا نشانات کو محفوظ رکھتے ہیں جو سامان یا خدمات کی شناخت کے لیے استعمال ہوتے ہیں۔
- تنظیم برائے فکری ملکیت پاکستان (IPO Pakistan) میں درخواست دیں۔
- نام یا لوگو، سامان یا خدمات کی تفصیل، اور مطلوبہ فیس کے ساتھ درخواست دیں۔
- منظوری کے بعد، تجارتی نشان دوسروں کو اسی طرح کا نام یا لوگو استعمال کرنے سے روکتا ہے۔

ii. حقوقِ تصنیف (کاپی رائٹس): اصل تخلیقی کاموں جیسے کتابیں، گانے، کمپیوٹر پروگرام، یا ڈرائنگ کو محفوظ رکھتے ہیں۔
- آئی پی او (IPO) پاکستان کے تحت حقوقِ تصنیف کے دفتر میں درخواست دیں۔
- کام کی تفصیلات، یہ ثابت کرنے کا ثبوت کہ آپ نے اسے تخلیق کیا ہے، اور کام کی ایک نقل بھیجیں۔
- کام کی تخلیق کے وقت حقوقِ تصنیف خود بخود مل جاتے ہیں، لیکن اندراج زیادہ مضبوط قانونی تحفظ فراہم کرتا ہے۔

iii. پیٹنٹس (Patents): نئی مصنوعات، ڈیزائن، یا طریقہ کار کو قانونی تحفظ دیتے ہیں جسے کسی نے ایجاد کیا ہو۔ اس کا مطلب ہے کہ ایک مخصوص وقت کے لیے صرف موجد ہی اسے بنا، استعمال یا فروخت کر سکتا ہے۔
- آئی پی او (IPO) پاکستان کے تحت پیٹنٹ آفس میں درخواست دیں۔
- ایجاد کی تفصیلات، ڈرائنگ، اور وضاحتیں جمع کروائیں۔
- منظوری کے بعد، ایک مقررہ مدت کے لیے صرف موجد ہی ایجاد کو بنا، استعمال یا فروخت کر سکتا ہے۔

Web version of PECTAA Textbook Not for Sale

ڈیجیٹل دور میں تجارتی رازوں کا تحفظ

تجارتی راز وہ نجی کاروباری معلومات ہیں جو کاروباری افراد یا اداروں کو فائدہ دیتی ہیں، جیسے کوئی ترکیب، کوئی فارمولا، یا صارفین کی فہرست۔

- ان معلومات کو محفوظ رکھیں، خواہ وہ کاغذ پر ہو یا ڈیجیٹل شکل میں۔
- پاس ورڈز، خفیہ کاری (Encryption) کا استعمال کریں، اور صرف مجاز افراد تک رسائی کو محدود کریں۔
- ملازمین یا شراکت داروں سے ایک راز افشاء نہ کرنے کا معاہدہ (Non-Disclosure Agreement - NDA) پر

سرگرمی:

مقصد:

کاروباری لوگو (Logo) کی تخلیق کی مشق کرنا اور نقلی تجارتی نشان کی درخواست تیار کرنا، تاکہ یہ سمجھا جاسکے کہ قانونی تحفظ دوسروں کو کاروباری نام یا لوگو کی نقل کرنے سے کیسے روکتا ہے۔

طریقہ کار:

- اپنی کینٹین کے کاروبار کے لیے ایک منفرد لوگو (Logo) ڈیزائن کریں۔
- ایک نقلی تجارتی نشان کی درخواست تیار کریں جس میں شامل ہو:
- کاروبار کا نام۔
- کینٹین کی طرف سے فراہم کیے جانے والے کھانے یا خدمات کی ایک مختصر تفصیل۔
- لوگو (Logo) کی ایک ڈرائنگ یا چھپی ہوئی نقل۔
- درخواست کو کلاس میں پیش کریں اور وضاحت کریں کہ تجارتی نشان رکھنے سے کاروباری نام اور لوگو (Logo) کو دوسروں کی طرف سے نقل کیے جانے سے کیسے تحفظ ملے گا۔

SMART TIPS

سمارٹ ٹپس

اپنے کاروباری نام اور لوگو (Logo) کو بازار میں اپنی شناخت سمجھیں؛ انہیں تخلیقی، آسانی سے پہچاننے کے قابل، اور با معنی بنائیں۔ ایک مضبوط تجارتی نشان نہ صرف آپ کی شناخت کو نقل ہونے سے بچاتا ہے بلکہ صارفین کا اعتماد بھی بڑھاتا ہے، تشہیر میں معاونت کرتا ہے، اور آپ کے کاروبار کو دیرپا مسابقتی برتری (competitive edge) فراہم کرتا ہے۔

8.6 حکمت عملی پر مبنی مارکیٹنگ اور برانڈنگ

حکمت عملی پر مبنی مارکیٹنگ کسی کاروبار کو فروغ دینے کے لیے سرگرمیوں کی منصوبہ بندی اور ان پر عمل درآمد کا عمل ہے تاکہ صارفین کو اپنی طرف متوجہ کیا جاسکے اور انہیں وفادار رکھا جاسکے۔ آج کے ڈیجیٹل دور میں، کاروبار بہتر مارکیٹنگ کی حکمت عملیوں کو ڈیزائن کرنے، اپنے برانڈ کو مضبوط بنانے، اور طویل مدتی تعلقات استوار کرنے کے لیے ڈیٹا، ٹیکنالوجی اور کسٹمر کی بصیرتوں کا استعمال کرتے ہیں۔

Web version of PECTAA Textbook
Not for Sale

NOT FOR SALE-PESRP

ڈیٹا کی بنیاد پر مارکیٹنگ

ڈیٹا کی بنیاد پر مارکیٹنگ کا مطلب ہے کہ اندازہ لگانے کے بجائے حقائق، اعداد و شمار، اور تجزیہ کی بنیاد پر مارکیٹنگ کے فیصلے کرنا۔ کاروبار مؤثر مہمات (Campaigns) کی منصوبہ بندی کے لیے صارفین، ویب سائٹس، اور فروخت کے ریکارڈ سے معلومات جمع کرتے ہیں۔

قابل پیمائش اہداف اور KPIs (کلیدی کارکردگی کے اشارے) کا تعین

مثال: لاہور میں ایک آن لائن کپڑوں کی دکان تین ماہ کے اندر ٹی شرٹس کی فروخت میں 20% اضافہ کا ہدف مقرر کرتی ہے۔ وہ ہفتہ وار فروخت ہونے والی ٹی شرٹس کی تعداد، ویب سائٹ پر آنے والے صارفین، اور کسٹمر کے جائزوں (Reviews) جیسے KPIs کا استعمال کرتے ہوئے پیش رفت کو ٹریک کرتے ہیں۔

تجزیاتی ٹولز کا استعمال

مثال: کراچی کی ایک بیکری گوگل اینالیٹکس کا استعمال یہ دیکھنے کے لیے کرتی ہے کہ کون سے فیس بک اشتہارات ان کی ویب سائٹ پر سب سے زیادہ کسٹمرز لاتے ہیں۔ وہ دیکھتے ہیں کہ سالگرہ کے کیک دکھانے والے اشتہارات کو عام اشتہارات کے مقابلے میں زیادہ کلکس ملتے ہیں، لہٰذا وہ سالگرہ سے متعلق پروموشنز پر زیادہ توجہ دیتے ہیں۔

سرمایہ کاری پر واپسی کی پیمائش ROI (Return on Investment)

مثال: ایک چھوٹی کتابوں کی دکان انسٹاگرام اشتہارات پر 10,000 روپے خرچ کرتی ہے اور ان اشتہارات سے 25,000 روپے کماتی ہے۔ لاگت کا موازنہ منافع سے کر کے، وہ تصدیق کرتے ہیں کہ مہم کامیاب رہی اور اسی حکمت عملی کو دہرانے کا فیصلہ کرتے ہیں۔

کسٹمر ریلیشن شپ مینجمنٹ (CRM)

CRM ایک طریقہ ہے جس میں صارفین کے ساتھ تمام (میل جول/معاملات) (Interactions) کو محفوظ کیا جاتا ہے تاکہ اعتماد پیدا کیا جا سکے اور طویل مدتی تعلقات قائم کیے جا سکیں۔ ایک اچھا CRM طریقہ کار کاروبار کو اپنے صارفین کو بہتر طریقے سے سمجھنے اور زیادہ بہتر انفرادی سے ان کی خدمت کرنے میں مدد کرتا ہے۔

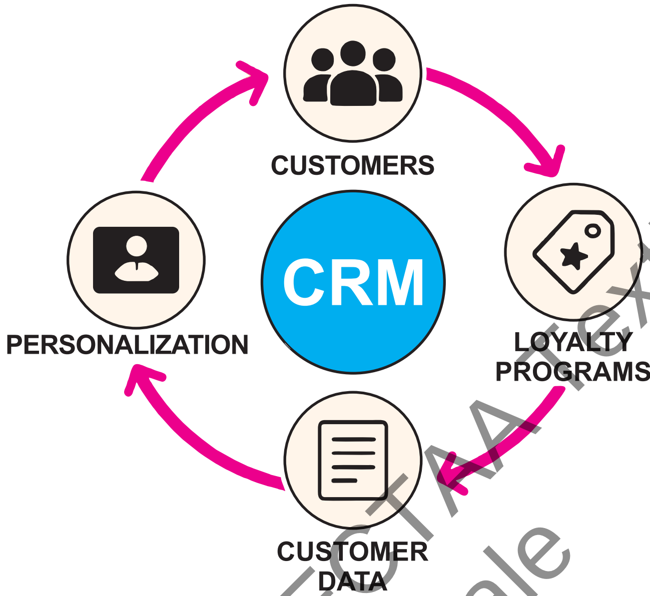
CRM ٹولز کیسے کام کرتے ہیں؟

مثال: اسلام آباد میں ایک سپورٹس شاپ زوہو سی آر ایم (Zoho CRM) کا استعمال کرتی ہے تاکہ صارفین کے نام، رابطے کی تفصیلات، جوتے کے سائز، اور خریداری کی تاریخ کو ایک ہی سسٹم میں محفوظ کرے۔ جب اسی سائز کا کوئی نیا سپورٹس شوز (Shoes) آتا ہے جو گاہک عام طور پر خریدتا ہے، تو دکان اسے فوری پیغام یا ای میل بھیج سکتی ہے۔

صارفین کو برقرار رکھنا: (Retaining Customers) مثال: کراچی کا ایک کافی شاپ ایک لائلٹی پروگرام استعمال کرتا ہے جہاں صارفین کو ہر 10 خریداریوں کے بعد ایک مفت مشروب ملتا ہے۔ وہ صارف کا نام اور اس کے پسندیدہ مشروب کی پیشکش کے ساتھ ذاتی

Web version of PECTAA Textbook Not for Sale

نوعیت کی ای میلز بھی بھیجتے ہیں، جس سے صارفین کو قدر کی نگاہ سے دیکھا جاتا ہے اور ان کے واپس آنے کا امکان بڑھ جاتا ہے۔



شکل 8.1: سی آر ایم (CRM) کسٹمر ڈیٹا کو دیرپا تعلقات قائم کرنے کے لیے منظم کرتا ہے۔

کیا آپ جانتے ہیں؟

زوہو سی آر ایم (Zoho CRM) ایک کلاؤڈ پر مبنی سافٹ ویئر ہے جو 180 سے زائد ممالک میں 25,000 سے زیادہ کاروباروں کے ذریعے استعمال کیا جاتا ہے تاکہ چھوٹے سٹارٹ اپس سے لے کر بڑی کمپنیوں تک کسٹمر سے تعلقات کو منظم کیا جا سکے، جس سے انہیں سیلز بڑھانے اور کسٹمر کے اطمینان کو بہتر بنانے میں مدد ملتی ہے۔

Web version of PECTAA Textbook Not for Sale

مارکیٹنگ آٹومیشن

مارکیٹنگ آٹومیشن کا مطلب ہے کہ مارکیٹنگ کے کاموں کو انسانی ہاتھ سے کیے بغیر، خصوصی سافٹ ویئر کا استعمال کرتے ہوئے خودکار طریقے سے سنبھالنا۔ اس سے کاروباروں کو وقت بچانے، زیادہ مؤثر طریقے سے کام کرنے، اور صارفین کے ساتھ جڑے رہنے میں مدد ملتی ہے۔

مثالیں:

- میل چیمپ (Mailchimp) نئے صارفین کو خودبخود خوش آمدیدی ای میلز بھیج سکتا ہے، خصوصی پیشکشیں شیئر کر سکتا ہے اور سوشل میڈیا پر اپ ڈیٹس شائع کر سکتا ہے۔
- ہب سپاٹ (HubSpot) کسٹمر کی سرگرمی کو ٹریک کر سکتا ہے، فالو اپ پیغامات بھیج سکتا ہے اور مارکیٹنگ کی کارکردگی پر رپورٹس تیار کر سکتا ہے۔

NOT FOR SALE-PESRP

چھوٹے کاروباروں کے لیے فوائد:

- معمول کے کاموں کو خودکار طریقے سے سنبھال کر وقت کی بچت کرتا ہے۔
- اضافی عملے کی ضرورت کو کم کر کے اخراجات میں کمی لاتا ہے۔
- صارفین کو بروقت اپ ڈیٹس بھیجتا ہے، جس سے کسٹمر انگیجمنٹ بہتر ہوتی ہے۔
- کم کوشش کے ساتھ ایک وسیع سامعین تک پہنچنے میں مدد کرتا ہے۔
- یہ دیکھنے کے لیے مہم کے نتائج کو ٹریک کرتا ہے کہ کیا سب سے بہتر کام کر رہا ہے۔

SMART TIPS

سمارٹ ٹپس

ایک برانڈ صرف ایک لوگو (Logo) نہیں ہے؛ یہ وہ احساس ہے جو صارفین آپ کے کاروبار کے بارے میں رکھتے ہیں۔ ہر پیغام، پراڈکٹ اور سروس اس احساس کو شکل دیتی ہے۔

سرگرمی:

مقصد:

آپ کے گروپ نے سکول کی ٹک شاپ میں فروخت کرنے کے لیے ایک نیا اسنیک تیار کیا ہے۔ آپ کے پاس اس کی برانڈنگ اور مارکیٹنگ کا منصوبہ بنانے کے لیے 20 منٹ ہیں۔

اقدامات:

1. نام اور لوگو (Logo): ایک پرکشش پراڈکٹ کا نام منتخب کریں اور ایک سادہ لوگو (Logo) بنائیں۔
2. برانڈ پیغام: ایک جملہ لکھیں جو وضاحت کرے کہ طلباء کو اسے کیوں خریدنا چاہیے۔
3. مارکیٹنگ کا طریقہ: اسے فروغ دینے کا ایک طریقہ منتخب کریں (پوسٹر، سلوگن، یا سوشل میڈیا پوسٹ)۔
4. کسٹمر انگیجمنٹ: صارفین کو واپس لانے کے لیے ایک طریقہ کار کی منصوبہ بندی کریں (رعایتیں، مفت نمونے، یا ایک کوئز)۔

نتائج: ہر گروپ اپنا منصوبہ 2 منٹ میں پیش کرے گا۔ کلاس پراڈکٹ کے سب سے پرکشش خیال کے لیے ووٹ دے گی۔

Web version of PECTAA Textbook
Not for Sale

NOT FOR SALE-PESRP

خلاصہ (Summary)

- کاروباری دنیا میں چیلنجز کسی بھی وقت سامنے آسکتے ہیں۔ ان میں گاہکوں کا کھو جانا، نئے حریفوں کا سامنا کرنا، یا ٹیکنالوجی میں تبدیلیاں شامل ہو سکتی ہیں۔
- موافقت پذیری (Adaptability) کا مطلب ضرورت پڑنے پر تبدیلی کے لیے تیار اور قابل ہونا ہے۔
- لچک (Resilience) کا مطلب یہ ہے کہ کوئی کاروبار کسی ناکامی یا دھچکے کے بعد تیزی سے بحال ہو سکے۔
- اخلاقی فیصلہ سازی کا مطلب کاروبار میں ایسے انتخاب کرنا ہے جو منصفانہ، ایماندارانہ اور ذمہ دارانہ ہوں۔
- مفادات کا ٹکراؤ (Conflict of interest) اس وقت ہوتا ہے جب کسی شخص کا ذاتی فائدہ یا تعلق اس کے کاروباری فیصلوں پر اثر انداز ہو سکتا ہو۔
- ڈیجیٹل اخلاقیات کا مطلب انٹرنیٹ اور ڈیجیٹل آلات کا ذمہ دارانہ اور احترام کے ساتھ استعمال کرنا ہے۔
- ذمہ دارانہ مارکیٹنگ سے مراد مصنوعات اور خدمات کی دیانتداری اور منصفانہ طور پر تشہیر کرنا، گاہکوں کو درست اور مکمل معلومات فراہم کرنا، اور جھوٹے وعدوں سے بچنا ہے۔
- ڈیٹا پرائیویسی کے قوانین وہ قواعد ہیں جو کاروبار کے ذریعے جمع کی گئی ذاتی معلومات جیسے نام، پتے، فون نمبر، یا ادائیگی کی تفصیلات کی حفاظت کرتے ہیں۔
- NTN پاکستان میں ٹیکس دہندگان کے لیے ایک شناختی نمبر ہے جو فیڈرل بورڈ آف ریونیو (FBR) جاری کرتا ہے۔
- پاکستان میں کچھ کاروباروں کو عام رجسٹریشن اور ٹیکس کی ضروریات کے علاوہ خصوصی قواعد پر عمل کرنا پڑتا ہے۔
- معاہدہ (Contract) دو یا دو سے زیادہ افراد یا تنظیموں کے درمیان ایک تحریری یا زبانی اتفاق ہے جو قانونی طور پر پابند ہوتا ہے۔
- ڈیٹا پر مبنی مارکیٹنگ کا مطلب محض اندازوں کے بجائے حقائق، اعداد و شمار اور تجزیے کی بنیاد پر مارکیٹنگ کے فیصلے کرنا ہے۔
- CRM گاہکوں کے ساتھ تمام معاملات کو سنبھالنے کا ایک طریقہ ہے تاکہ اعتماد پیدا کیا جا سکے اور طویل مدتی تعلقات استوار ہوں۔
- مارکیٹنگ آٹومیشن کا مطلب خاص سافٹ ویئر کا استعمال کرتے ہوئے مارکیٹنگ کے کاموں کو خودکار طریقے سے انجام دینا ہے، تاکہ ہر قدم دستی طور پر نہ کرنا پڑے۔

Web version of PECTAA Textbook Not for Sale

NOT FOR SALE-PESRP

مشق

کثیر انتخابی سوالات

i. دانشورانہ ملکیت (Intellectual Property) کی ایک مثال کون سی ہے؟

الف) دکان کا فرنیچر
ب) برانڈ کا لوگو (Logo)
ج) خام مال
د) دفتر کا کرایہ

ii. مندرجہ ذیل میں سے کون سا قانون یورپی یونین میں ذاتی ڈیٹا کی حفاظت کرتا ہے؟

الف) کوپا (COPPA)
ب) جی ڈی پی آر (GDPR)
ج) ڈی ایم سی اے (DMCA)
د) سائبر کرائم ایکٹ (Cybercrime Act)

iii. ٹریڈمارک کو رجسٹر کرنے کے لیے کون سی دستاویز درکار ہے؟

الف) ایک بینک اسٹیٹمنٹ
ب) پروڈکٹ کی خریداری کا ثبوت
ج) لوگو (Logo) اور کاروبار کے نام کی ایک نقل
د) سوشل میڈیا پروفائل لنک

iv. مندرجہ ذیل میں سے کون سا ڈیٹا کی ناقص پرائیویسی کا ایک خطرہ ہے؟

الف) کسٹمر کا بڑھتا ہوا اعتماد
ب) سائبر بلنگ (Bulleying)
ج) شناختی چوری
د) اشتہارات کی کم لاگت

v. مندرجہ ذیل میں سے کون سی ذاتی ڈیٹا کی ایک مثال ہے؟

الف) دفتر کا پتہ
ب) ملازم کا شناختی کارڈ نمبر
ج) اسٹور کھلنے کے اوقات
د) ویب سائٹ تھیم کا رنگ

Web version of PECTAA Textbook
Not for Sale

NOT FOR SALE-PESRP

vi تضادِ مفادات (A conflict of interest) ہوتا ہے جب:

الف ملازمین کمپنی کے اہداف کا اشتراک کرتے ہیں
ب ذاتی فائدہ کاروباری فیصلے کو متاثر کرے
ج ایک کاروبار منافع میں اضافہ کرتا ہے
د کسٹمرز فیڈبیک دیتے ہیں

vii مندرجہ ذیل میں سے کون سا ڈیجیٹل ایتھکس (Ethics) کا حصہ ہے؟

الف اشتہارات میں جھوٹی معلومات کا استعمال
ب کسٹمر ڈیٹا کو احترام کے ساتھ محفوظ رکھنا
ج سائبر بلنگ (Bulleying)
د آن لائن موجودگی سے گریز کرنا

viii مندرجہ ذیل میں سے کون سا سی آر ایم (CRM) ٹول ہے؟

الف فوٹوشاپ
ب زوہو (Zoho)
ج گوگل میپس (Google Maps)
د کینوا (Canva)

ix مندرجہ ذیل میں سے کون سا ٹول مارکیٹنگ آٹومیشن کے لیے استعمال ہوتا ہے؟

الف میل چی مپ (Mailchimp)
ب پاور پوائنٹ
ج ایم ایس ورڈ
د پینٹ

x مارکیٹنگ میں، آر او آئی (RoI) کا مطلب ہے:

الف سرمایہ کاری پر واپسی
ب معلومات کی شرح
ج ایم ایس ورڈ
د پینٹ

مختصر سوالات

1. ڈیجیٹل دنیا میں کاپی رائٹ تخلیق کاروں کی حفاظت کیسے کرتا ہے؟
2. پیٹنٹ (Patent) اور ٹریڈمارک (Trademark) میں فرق واضح کریں۔
3. ڈیٹا پرائیویسی کی تعریف کریں۔
4. کاروبار میں اخلاقی فیصلہ سازی کی ایک مثال دیں۔

Web version of PECTAA Textbook Not for Sale

NOT FOR SALE-PESRP

5. کاروباری فیصلوں میں ایمانداری کیوں ضروری ہے؟
6. ڈیٹا پر مبنی مارکیٹنگ کا مقصد بیان کریں۔
7. SWOT تجزیہ کس چیز کی شناخت میں مدد کرتا ہے؟
8. مارکیٹنگ میں KPIs متعین کرنے کا مقصد واضح کریں۔

تفصیلی سوالات

1. مسئلہ حل کرنے اور لچک پذیری کے عمل کی وضاحت کریں۔
2. اخلاقی کاروباری طریقوں اور ڈیجیٹل اخلاقیات پر ایک نوٹ لکھیں۔
3. بحث کریں کہ سی آر ایم (CRM) اور لائلٹی پروگرام کس طرح صارفین کو برقرار رکھنے میں مدد کرتے ہیں۔
4. مارکیٹنگ آٹومیشن کی وضاحت کریں اور چھوٹے کاروباروں کے لیے اس کے فوائد بیان کریں۔

جوابات

1. ب — برانڈ کا لوگو (Logo)
2. ب — (GDPR) جی ڈی پی آر
3. ج — لوگو (Logo) اور کاروبار کے نام کی ایک نقل
4. ج — شناختی چوری
5. ب — ملازم کا شناختی کارڈ نمبر
6. ب — ذاتی فائدہ کاروباری فیصلے کو متاثر کرے
7. ب — کسٹمر ڈیٹا کو احترام کے ساتھ محفوظ رکھنا
8. ب — (Zoho) زوہو
9. الف — میل چی مپ (Mailchimp)
10. الف — سرمایہ کاری پر واپسی

Web version of PECTAA Textbook Not for Sale

NOT FOR SALE-PESRP

امتحانی پرچہ کمپیوٹر سائنس اینڈ انٹر پرینور شپ

برائے جماعت دہم (X) کی تیاری کے

کمپیوٹر سائنس اینڈ انٹر پرینور شپ برائے جماعت دہم (X) کا پرچہ 50 نمبروں پر مشتمل ہو گا۔ پرچہ 30 حصوں (حصہ معروضی، حصہ مختصر سوالات اور حصہ تفصیلی سوالات) پر مشتمل ہو گا۔ حصہ معروضی طرز (کثیر الانتخابی سوالات) 10 نمبروں پر مشتمل ہو گا اور اس کا وقت 15 منٹ ہو گا۔ انشائی طرز دو حصوں (مختصر سوالات اور تفصیلی سوالات) پر مشتمل ہو گا۔ یہ حصہ 40 نمبر کا ہو گا اور اس کے لیے 1 گھنٹا 45 منٹ کا وقت مختص ہو گا۔ پرچہ مرتبین درج ذیل ہدایات کو ملحوظ رکھیں:۔

معروضی طرز (کثیر الانتخابی سوالات)	سوال نمبر 1: مکمل کتاب میں سے 10 کثیر الانتخابی سوالات کے جوابات درکار ہوں گے۔ -باب نمبر 1، 3، 4، 5، 6 اور 8 میں سے ایک ایک سوال پوچھا جائے گا۔ -باب نمبر 2 اور 7 میں سے دو ، دو سوالات پوچھے جائیں گے۔	1 × 10 = 10
انشائی طرز	مختصر سوالات پرچہ میں مکمل کتاب میں سے مختصر سوالات کے حامل 30 سوالات (*سوال نمبر 2,3 اور 4*) ہوں گے۔	
	سوال نمبر 2: اس سوال کے تحت، طلبہ دیے گئے 2 مختصر سوالات میں سے کوئی سے 4 سوالات کے جوابات تحریر کریں گے۔ وضاحت: باب نمبر 1 میں سے 1، باب نمبر 2 میں سے 2 اور باب نمبر 3 میں سے 3 سوالات کا انتخاب کیا جائے۔	2 × 4 = 8

Web version of PECTAA Textbook Not for Sale

NOT FOR SALE-PESRP

	سوال نمبر 3 : اس سوال کے تحت، طلبہ دیے گئے 6 مختصر سوالات میں سے کوئی سے 4 سوالات کے جوابات تحریر کریں گے۔ وضاحت: باب نمبر 4 میں سے 2 اور باب نمبر 5 میں سے 4 سوالات کا انتخاب کیا جائے۔	$2 \times 4 = 8$
	سوال نمبر 4: اس سوال کے تحت، طلبہ دیے گئے 6 مختصر سوالات میں سے کوئی سے 4 سوالات کے جوابات تحریر کریں گے۔ وضاحت: باب نمبر 6 میں سے 2 باب نمبر 7 میں سے 2 اور باب نمبر 8 میں سے 2 سوالات کا انتخاب کیا جائے۔	$2 \times 4 = 8$
تفصیلی سوالات	اس حصے کے تحت 30 تفصیلی سوالات دیے جائیں گے جن میں سے کوئی 20 سوالات کے جوابات درکار ہوں گے۔ وضاحت: سوال نمبر 5: باب نمبر 1 میں سے 1 سے 1 سوال کا انتخاب کیا جائے گا۔ سوال نمبر 6: باب نمبر 4 میں سے 1 سوال کا انتخاب کیا جائے گا۔ سوال نمبر 7: باب نمبر 6 یا 8 میں سے ا سوال منتخب کیا جائے گا۔	$2 \times 8 = 16$

Web version of PECTAA Textbook
Not for Sale

Model Paper

Computer Science and Entrepreneurship Class 10

Time Allowed: 15 minutes وقت: 15 منٹس

Multiple Choice Questions (MCQ درست آپشن کا انتخاب کریں۔

(i) ملٹی یوزر انوائرنمنٹ میں OS یقینی بناتا ہے:

(i) In multi-user environments, the OS ensures:

(A) Equal access and data privacy — مساوی استعمال اور ڈیٹا پرائیویسی

(B) All users share the same files privacy — تمام یوزر یکساں پرائیویسی فائل شیئر کرتے ہیں۔

(C) Hardware is never used — ہارڈویئر کبھی استعمال نہیں ہوتا

(D) Internet speed is increased — انٹرنیٹ کی سپیڈ بڑھ جاتی ہے۔

(ii) پاور آن سیلف ٹیسٹ (POST) کہاجاتا ہے:

(ii) The Power-On Self-Test (POST) is performed

(A) During system shutdown — سسٹم کو بند کرتے وقت

(B) After login — لاگ اِن کے بعد

(C) At system startup — سسٹم آن کرتے وقت

(D) When installing software — کوئی سافٹ ویئر انسٹال کرتے وقت

(iii) ونڈو ڈیفنڈر فراہم کرتا ہے:

(iii) Windows Defender provides

(A) File compression — فائل کمپریشن

(B) Virus protection — وائرس سے بچاؤ

(C) Disk formatting — ڈسک فارمیٹنگ

(D) Music playback — میوزک پلے بیک

(iv) اِن میں سے کونسا آپریٹر پائیتھن میں قوت نمائی کے لیے استعمال کیا جاتا ہے:

(iv) Which of the following operators is used for exponentiation in Python?

(A) * (B) ** (C) // (D) #

(v) پائیتھن میں لسٹ کے آخر پر ایک آئیٹم بڑھانے کے لیے اِن میں سے کون سا طریقہ استعمال کیا جاتا ہے:

(v) Which method is used to add an item at the end of the list in Python?

(A) insert() (B) append() (C) add() (D) extend()

(vi) بہت سے طلباء کی رائے لینے کے لیے بہترین طریقہ کون سا ہے؟

(vi) Which method is best for collecting opinions from many students?

(A) IoT Devices — IoT ڈیوائسز

(B) Survey — سروے

(C) Web Scraping — ویب سکریپنگ

(D) Database — ڈیٹابیس

Web version of PECTAA Textbook Not for Sale

NOT FOR SALE-PESRP

(vii) سپروائزڈ لرننگ میں ڈیٹا ہوتا ہے:

(vii) In supervised learning, the data is:

(A) Unorganized غیر منظم (B) Without any answers بغیر کسی جواب کے

(C) Labeled with correct answers درست جواب کے لیبلز کے ساتھ (D) Only text-based صرف ٹیکسٹ کی بنیاد پر

(viii) AI مخفف ہے:

(viii) What does AI stand for?

(A) Automatic Intelligence (B) Artificial Intelligence

(C) Active Interface (D) Applied Information

(ix) فیکٹریز میں روبوٹس کا کیا کردار ہے؟

(ix) What is the role of robots in factories?

(A) Watching videos ویڈیوز دیکھنا (B) Making websites ویب سائٹ بنانا

(C) Doing repeated or dangerous tasks خطرناک یا دوہرائے جانے والے کام کرنا (D) Writing stories کہانیاں لکھنا

(x) ٹریڈمارک کو رجسٹر کروانے کے لیے کون سا ڈاکومنٹ درکار ہوتا ہے؟

(x) Which document is required to register a trademark?

(A) A bank statement بنک سٹیٹمنٹ (B) Proof of product purchase پراڈکٹ کی خریداری کا ثبوت

(C) A copy of the logo and business name بزنس کے نام اور لوگو کی کاپی (D) Social media profile link سوشل میڈیا پروفائل کا لنک

سوال 2: کوئی سے چار سوالات کے مختصر جوابات تحریر کریں:

Question 2: Write Short answers to any Four (04) questions. (2x4=8)

(i) آپریٹنگ سسٹم (OS) کس طرح یوزر اور ہارڈویئر کے مابین مترجم کا کردار ادا کرتا ہے؟

(i) How does the OS act as a translator between the user and hardware?

(ii) ورچوئل میموری ریم سے سست رفتار کیوں ہے؟

(ii) Why is virtual memory slower than RAM?

(iii) باقاعدگی سے ڈسک کلین اپ چلانے کے دو فوائد تحریر کریں۔

(iii) List the two benefits of running regular disk cleanup.

(iv) پائتھن ڈویلپمنٹ انوائیرمنٹ سیٹ اپ کرنا کیوں اہم ہے؟

(iv) Why is it important to setup Python Development Environment?

(v) پائتھن میں ویری ایبلز کو نام دینے کے کوئی سے دو قوانین تحریر کریں۔

(v) Write down two variable naming rules in Python.

(vi) پائتھن میں ارتھمیٹک اور لاجیک آپریشنز میں فرق بیان کریں۔

(vi) Differentiate between arithmetic and logical operations in Python.

Web version of PECTAA Textbook Not for Sale

NOT FOR SALE-PESRP

سوال 3: کوئی سے چار سوالات کے مختصر جوابات تحریر کریں:

Question # 3: Write Short answers to any Four (04) questions. (2x4=8)

(i) If۔ سٹیٹمنٹ، if-else۔ سٹیٹمنٹ سے کیسے مختلف ہے؟

(i) How does the if-statement differ from the if-else statement?

(ii) پائتھن لسٹس میں append آپریشن کا کیا مقصد ہے؟

(ii) What is the purpose of append operation in Python lists?

(iii) ڈیٹا سائنس کے حقیقی دُنیا میں کوئی سے دو اطلاق تحریر کریں۔

(iii) Write down two real world applications of Data Science.

(iv) ڈیٹا کو استعمال سے قبل ویلیڈیٹ کرنا کیوں ضروری ہے؟

(iv) Why is it important to validate data before using it?

(v) ڈیٹا اکھٹا کرنے کے لیے درست سورس کے انتخاب کی اہمیت بیان کریں۔

(v) Write the important to choose right source for data collection.

(vi) بذریعہ چارٹس ڈیٹا ویژولائزنگ کا کیا مقصد ہے؟

(vi) What is the purpose of visualizing data using charts?

سوال 4: کوئی سے چار سوالات کے مختصر جوابات تحریر کریں:

Question # 4: Write Short answers to any FOUR (4) questions. (2x4=8)

(i) سپروائزڈ لرننگ کس طرح کام کرتی ہے؟

(i) How does supervised learning work?

(ii) AI کو بہت زیادہ مقدار میں اچھی کوالٹی کا ڈیٹا کیوں درکار ہوتا ہے؟

(ii) Why does AI need large and good-quality data?

(iii) نیچرل لینگوئج پروسیسنگ (NCP) کا کردار بیان کریں۔

(iii) Write the role of Natural Language Processing (NLP)?

(iv) AI سسٹمز میں BIAS سے کیا مراد ہے؟

(iv) What is meant by bias in AI systems?

(v) بزنس میں اخلاقی فیصلہ سازی کی ایک مثال دیں۔

(v) Give one example of ethical decision-making in business.

(vi) SWOT تجزیہ کاری کس چیز کی شناخت میں مدد کرتی ہے؟

(vi) What does SWOT analysis help identify?

Web version of PECTAA Textbook
Not for Sale

کوئی سے دو سوالات کے تفصیلی جوابات تحریر کریں:

Long Question Solve any Two Questions.

(2x8=16)

سوال 5: آپریٹنگ سسٹم کے آرکیٹیکچر کو تفصیل سے بیان کریں۔

Question # 5: Describe the architecture of an operating system.

سوال 6: 1 سے 20 کے درمیانی طاق اعداد بذریعہ لوپ پرنٹ کروانے کے لیے پائتھن پروگرام تحریر کریں۔

Question # 6: Write a Python program using a loop that prints all the odd numbers between 1 and 20.

سوال 7: مسائل کو حل کرنا اور اڈاپٹ ابیلٹی کے پراسس کی وضاحت کریں۔

Question # 7: Explain the process of problem solving and adaptability.

Web version of PECTAA Textbook
Not for Sale

NOT FOR SALE-PESRP