ALLAMA IQBAL OPEN UNIVERSITY

AIOU LIBRARY
aioulibrary.com

Name:

Registration No.:

Course Code: 0200

Program: Matric

Semester: Autumn 2026

WhatsApp Orders: +92 324 5836626

علامہ اقبال اوپن یونیورسٹی، اسلام آباد

کورس: گھریلو مصنوعات کی فروخت (200)

سطح: میٹرک

سمسٹر: خزاں 2026

امتحانی مشق نمبر 1 (یونٹ 1-2)

کل نمبر: 100 — کامیابی کے نمبر 40

Reference & For Study — SOLVED ASSIGNMENT GUIDE

AIOU LIBRARY aioulibrary.com

نوٹ: یہ حل شدہ گائیڈ صرف مطالعہ اور حوالے کے لیے ہے۔ طلبہ سے گزارش ہے کہ امتحانی مشق اپنے الفاظ میں، اپنی سمجھ کے مطابق تحریر کریں؛ ہو بہو نقل کرنا تعلیمی بددیانتی کے زمرے میں آتا ہے۔

سوال نمبر 1

پاکستان کی چند مشہور گھریلو صنعتیں کون سی ہیں؟ مفصل لکھیں۔ (20 نمبر)

تعارف

گھریلو صنعت سے مراد وہ چھوٹے پیمانے کی پیداواری سرگرمی ہے جو گھر کے اندر یا گھر سے ملحقہ چھوٹی جگہ پر، خاندان کے افراد کی محنت سے، کم سرمائے اور سادہ اوزاروں کے ساتھ چلائی جاتی ہے۔ پاکستان میں گھریلو صنعتیں صدیوں پرانی روایت رکھتی ہیں۔ یہاں کے دیہات اور قصبوں میں ہر خطے کی اپنی مخصوص دستکاری اور مصنوعات مشہور ہیں جو مقامی خام مال، مقامی ہنر اور مقامی ذوق کی عکاس ہوتی ہیں۔ ان صنعتوں کی بڑی خوبی یہ ہے کہ ان میں خواتین کی شرکت بہت زیادہ ہے، اس لیے یہ خاندانی آمدنی میں اضافے، خواتین کو بااختیار بنانے اور دیہی معیشت کو

سہارا دینے کا ذریعہ بنتی ہیں۔ اس جواب میں پاکستان کی چند مشہور گھریلو صنعتوں کا مفصل جائزہ پیش کیا جاتا ہے تاکہ طالب علم کو معلوم ہو کہ ہر صنعت کہاں قائم ہے، اس میں کیا بنتا ہے اور اس کی اہمیت کیا ہے۔

کھڈی کی بنائی اور کھدر کی صنعت

کھڈی کی بنائی پاکستان کی قدیم ترین گھریلو صنعتوں میں سے ایک ہے۔ کمالیہ، ٹوبہ ٹیک سنگھ، خانیوال اور سندھ کے بعض علاقوں میں کھڈی پر کھدر بُنا جاتا ہے۔ کھدر موٹا سوتی کپڑا ہوتا ہے جو سردیوں میں گرم اور پائیدار ہونے کی وجہ سے بہت پسند کیا جاتا ہے۔ اس صنعت میں کپاس سے دھاگہ کاتنا، دھاگہ رنگنا اور کھڈی پر کپڑا بُننا، یہ تمام مراحل اکثر ایک ہی خاندان کے افراد انجام دیتے ہیں۔ کھدر کی شالیں، چادریں، کرتوں کا کپڑا اور بیڈ شیٹس تیار ہوتی ہیں۔ یہ صنعت کم سرمائے سے شروع ہو سکتی ہے کیونکہ کھڈی سادہ اور سستی ہوتی ہے، البتہ محنت زیادہ لگتی ہے۔ آج کل کھدر کی مانگ شہروں اور بیرون ملک بھی بڑھ رہی ہے کیونکہ لوگ قدرتی اور ہاتھ کے بنے کپڑے کو ترجیح دینے لگے ہیں۔

کڑھائی اور سلائی کی صنعت

کڑھائی پاکستان کی سب سے وسیع گھریلو صنعت ہے جس میں خواتین سب سے آگے ہیں۔ سندھ کی اجرک اور کڑھائی، ملتان کی کڑھائی، بہاولپور کی چونری اور کڑھائی، بلوچستان کی بلوچی کڑھائی، خیبر پختونخوا کی سواتی کڑھائی اور پنجاب کی پھلکاری دنیا بھر میں مشہور ہیں۔ پھلکاری میں ریشمی دھاگے سے بڑی چادر پر پھول بوٹے بنائے جاتے ہیں۔ خواتین گھر بیٹھے کرتے، شلوار قمیض، دوپٹے، بیڈ شیٹس، کشن کور اور میز پوش پر کڑھائی کرتی ہیں۔ یہ کام ٹھیکیدار کے ذریعے بھی ملتا ہے اور براہ راست بازار میں بھی بکتا ہے۔ کڑھائی کی صنعت میں خام مال یعنی کپڑا اور دھاگہ سستا ہوتا ہے اور اصل سرمایہ ہنر اور محنت ہوتا ہے، اسی لیے یہ غریب گھرانوں کی خواتین کے لیے روزگار کا بہترین ذریعہ ثابت ہوتی ہے۔

جدول: مشہور گھریلو صنعتیں، مراکز اور مصنوعات

صنعت	مشہور مراکز	اہم مصنوعات
کھڈی / کھدر	کمالیہ، ٹوبہ ٹیک سنگھ	کھدر، شالیں، چادریں
کڑھائی	ملتان، بہاولپور، سندھ، بلوچستان	پھلکاری، کڑھائی والے ملبوسات

3صفحہ —1 مشق نمبر— (200)گھریلو مصنوعات کی فروخت

اونی قالین، دریاں	لاہور، کراچی، پشاور	قالین بافی
برتن، ٹائلیں، گلدان	ملتان، ہالا، گجرات	مٹی / کاشی کاری
چپل، کھسے، جوتے	پشاور، ملتان، سیالکوٹ	چمڑے کی مصنوعات

قالین بافی اور دری بنائی

قالین بافی لاہور، کراچی، پشاور اور کوئٹہ کے گرد و نواح میں مشہور گھریلو صنعت ہے۔ اونی قالین ہاتھ سے بُنے جاتے ہیں اور ان کے نقش و نگار میں فارسی اور مقامی روایات کا امتزاج نظر آتا ہے۔ قالین بنانے کے لیے اڈا، اون کا دھاگہ، رنگ اور نقشہ درکار ہوتا ہے۔ ایک قالین کی تیاری میں ہفتے اور مہینے لگ سکتے ہیں، اس لیے اس کی قیمت بھی زیادہ ملتی ہے اور برآمد سے خاصا زرمبادلہ حاصل ہوتا ہے۔ اسی طرح سوتی اور اونی دریاں بھی گھروں میں بنائی جاتی ہیں جو روزمرہ استعمال اور برآمد دونوں کے لیے تیار ہوتی ہیں۔ قالین بافی میں بچوں اور خواتین سمیت پورا خاندان حصہ لے سکتا ہے۔ اس صنعت کا مسئلہ یہ ہے کہ درمیانی آڑھتی زیادہ منافع لے جاتا ہے، اس لیے بُنکر کو مناسب معاوضہ ملنے کے لیے براہِ راست فروخت اور نمائشوں میں شرکت مفید رہتی ہے۔

مٹی کے برتن اور نیلی کاشی کاری

مٹی کے برتن بنانا کُمہار کا قدیم پیشہ ہے جو آج بھی گھریلو صنعت کی صورت میں زندہ ہے۔ گجرات، ہالا، نصیر آباد اور ملتان اس کے مشہور مراکز ہیں۔ گھڑے، صراحیاں، پیالے، دیگیں اور سجاوٹی اشیاء چاک پر بنائی جاتی ہیں اور بھٹی میں پکائی جاتی ہیں۔ ملتان اور ہالا کی نیلی کاشی کاری یعنی نیلے اور فیروزی رنگ کی چمکدار ٹائلیں اور برتن دنیا بھر میں پسند کیے جاتے ہیں۔ یہ صنعت مقامی مٹی جیسے سستے خام مال پر چلتی ہے اور اس میں خاندان کے تمام افراد کام کرتے ہیں۔ سجاوٹی اشیاء، گلدان اور ٹائلوں کی مانگ ہوٹلوں، گھروں کی آرائش اور برآمد میں بڑھ رہی ہے۔ جدید بھٹیوں اور اچھی پیکنگ سے اس صنعت کی آمدنی میں مزید اضافہ ممکن ہے۔

چمڑے، جوتے اور دیگر مشہور صنعتیں

ان کے علاوہ بھی کئی گھریلو صنعتیں پاکستان میں مشہور ہیں۔ پشاور کی چپل، ملتان کی نیلی کھسہ جوتے اور چمڑے کی مصنوعات، سیالکوٹ کے کھیلوں کے سامان کی جزوی گھریلو تیاری، گوجرانوالہ کے برتن، سوات کی اونی شالیں اور ٹوپیاں، کشمیر کی پشمینہ شالیں اور لکڑی پر کندہ کاری، چترال کی ٹوپی اور اونی مصنوعات، تھر کی رلی اور گدیاں، اور شیشے کی چوڑیاں حیدرآباد میں بنتی ہیں۔ اچار، مربے، پاپڑ اور خشک میوہ جات کی تیاری بھی خواتین کی اہم گھریلو صنعت ہے جس کی مانگ شہروں میں بڑھ رہی ہے۔ ان تمام صنعتوں میں مشترک بات یہ ہے کہ یہ مقامی خام مال اور ہنر پر مبنی ہیں، کم سرمائے سے چلتی ہیں اور خاندان کو گھر بیٹھے روزگار دیتی ہیں۔

پاکستان میں گھریلو صنعتوں کی مجموعی اہمیت

مجموعی طور پر دیکھا جائے تو پاکستان کی گھریلو صنعتیں صرف پیداوار کا ذریعہ نہیں بلکہ سماجی استحکام کا بھی ذریعہ ہیں۔ دیہات سے شہروں کی طرف نقل مکانی کم کرنے میں ان کا بڑا ہاتھ ہے، کیونکہ جب گاؤں میں روزگار ملتا ہے تو خاندان اجڑنے سے بچتا ہے۔ ان صنعتوں میں استعمال ہونے والا خام مال زیادہ تر مقامی ہوتا ہے، اس لیے درآمد پر قیمتی زرمبادلہ خرچ نہیں ہوتا، جبکہ تیار مصنوعات کی برآمد سے زرمبادلہ آتا ہے۔ موسمی کاشتکاری کے خالی اوقات میں بھی یہ صنعتیں کسان خاندانوں کو مصروف اور آمدنی سے جڑے رکھتی ہیں۔ ہنر کی منتقلی ماں سے بیٹی اور استاد سے شاگرد تک چلتی ہے، جس سے ثقافتی ورثہ بھی محفوظ رہتا ہے۔ البتہ یہ اہمیت اسی وقت پوری طرح حاصل ہو سکتی ہے جب ہنرمند کو مناسب قیمت، تربیت اور قدر کی نگاہ ملے؛ حکومتی اداروں، نمائشوں اور خریداروں کی آگاہی اس سمت میں بنیادی کردار ادا کرتی ہے۔ طالب علم کو یہ نکتہ یاد رکھنا چاہیے کہ گھریلو صنعت معیشت کا وہ خاموش شعبہ ہے جو اعداد و شمار میں کم نظر آتا ہے مگر لاکھوں گھرانوں کی روٹی اسی سے چلتی ہے۔

خلاصہ / نتیجہ

خلاصہ یہ کہ پاکستان کی گھریلو صنعتیں کھدر اور کھڈی سے لے کر کڑھائی، قالین بافی، کاشی کاری، چمڑے اور خوراک کی تیاری تک پھیلی ہوئی ہیں۔ ہر خطے کی صنعت اس کے خام مال، موسم اور ثقافت سے جڑی ہوئی ہے۔ یہ صنعتیں کم سرمائے میں زیادہ روزگار دیتی ہیں، خواتین کو گھر بیٹھے آمدنی فراہم کرتی ہیں اور برآمد کے ذریعے ملک کو زرمبادلہ بھی دلاتی ہیں۔ ضرورت اس بات کی ہے کہ ان صنعتوں کو جدید تربیت، بہتر خام مال، مناسب قرضے اور براہ راست مارکیٹ تک رسائی دی جائے تاکہ ہنرمند خاندانوں کو ان کی محنت کا پورا معاوضہ مل سکے اور یہ روایتی ہنر آنے والی نسلوں تک منتقل ہوتا رہے۔

سوال نمبر 2

مشق نمبر 1 — (200) گھریلو مصنوعات کی فروخت صفحہ 5

بڑے اور چھوٹے پیمانے پر مصنوعات کی تیاری کیسے ہوتی ہے؟ نیز تحریر کریں کہ گھریلو مصنوعات کی مانگ کیوں زیادہ ہے؟ (20 نمبر)

تعارف

مصنوعات کی تیاری کے پیمانے سے مراد پیداوار کی وہ مقدار اور نظیم ہے جس کے تحت کوئی چیز بنائی جاتی ہے۔ بڑے پیمانے کی تیاری سے مراد فیکٹری یا بڑی ورکشاپ میں مشینوں کے ذریعے ہزاروں کی تعداد میں ایک جیسی اشیاء بنانا ہے، جبکہ چھوٹے پیمانے کی تیاری گھر یا چھوٹی ورکشاپ میں ہاتھ اور سادہ اوزاروں سے محدود مقدار میں اشیاء بنانا ہے۔ دونوں طریقوں کی اپنی خصوصیات، فوائد اور حدود ہیں۔ سوال کے دوسرے حصے میں یہ بھی دیکھنا ہے کہ آج گھریلو مصنوعات کی مانگ بڑھتی کیوں جا رہی ہے، حالانکہ مشینی اشیاء ہر جگہ دستیاب ہیں۔ ذیل میں دونوں پہلوؤں کی تفصیل پیش کی جاتی ہے۔

بڑے پیمانے پر تیاری کا طریقہ

بڑے پیمانے پر تیاری فیکٹری نظام کے تحت ہوتی ہے۔ اس میں بڑا سرمایہ لگا کر جدید مشینیں، بڑی عمارت اور سیکڑوں مزدور رکھے جاتے ہیں۔ پیداوار کے مراحل تقسیم کار کے اصول پر الگ الگ ہوتے ہیں؛ ہر مزدور یا مشین ایک ہی جزو بار بار بناتی ہے، جس سے رفتار بڑھ جاتی ہے اور فی اکائی لاگت کم ہو جاتی ہے۔ خام مال بڑی مقدار میں سستا خریدا جاتا ہے، معیار کی جانچ کے لیے الگ شعبہ ہوتا ہے اور تیار مال گوداموں سے پورے ملک اور بیرون ملک بھیجا جاتا ہے۔ اس طریقے سے بننے والی اشیاء ایک جیسی، سستی اور بڑی مقدار میں دستیاب ہوتی ہیں۔ البتہ اس کے لیے سرمایہ، بجلی، انتظام اور مارکیٹ کی بڑی تنظیم درکار ہوتی ہے، اور تبدیلی یا نیا ڈیزائن لانا نسبتاً مشکل اور سست ہوتا ہے کیونکہ مشینیں مخصوص کام کے لیے لگی ہوتی ہیں۔

چھوٹے پیمانے پر تیاری کا طریقہ

چھوٹے پیمانے پر تیاری گھر یا چھوٹی ورکشاپ میں ہوتی ہے۔ اس میں سرمایہ کم لگتا ہے، اوزار سادہ ہوتے ہیں جیسے سلائی مشین، کھڈی، چاک یا دستی اوزار، اور کام زیادہ تر خاندان کے افراد کرتے ہیں۔ ایک ہی ہنرمند اکثر پوری چیز خود تیار کرتا ہے، مثلاً درزی پورا کرتا بیتا ہے یا کُمہار پورا برتن بناتا ہے۔ پیداوار کی مقدار کم ہوتی ہے لیکن لچک زیادہ ہوتی ہے؛ گاہک کے کہنے پر سائز، رنگ یا ڈیزائن فوراً بدلا جا سکتا ہے۔ خام مال مقامی بازار سے تھوڑی مقدار میں خریدا جاتا ہے اور تیار مال مقامی منڈی، میلوں یا ٹھیکیدار کے ذریعے بکتا ہے۔ اس طریقے کی کمزوری یہ ہے کہ فی اکائی لاگت نسبتاً زیادہ آتی ہے اور پیداوار غیر مسلسل ہو سکتی ہے، لیکن خوبی یہ ہے کہ یہ کم تعلیم یافتہ اور گھریلو افراد کو بھی روزگار دیتی ہے اور مقامی ذوق کے مطابق بنتی ہے۔

جدول :بڑے اور چھوٹے پیمانے کی تیاری کا موازنہ

چھوٹا پیمانہ	بڑا پیمانہ	پہلو
کم	بہت زیادہ	سرمایہ
سادہ / دستی اوزار	جدید مشینیں	اوزار
خاندان کے افراد	اجرتی مزدور	محنت
محدود	لاکھوں میں	مقدار
زیادہ، حسب فرمائش تبدیلی ممکن	کم	لچک

AIOU LIBRARY aioulibrary.com

دونوں پیمانوں کا موازنہ

دونوں طریقوں کا فرق سمجھنا ضروری ہے۔ بڑے پیمانے پر سرمایہ زیادہ، مشینیں جدید، مزدور اجرت پر اور پیداوار لاکھوں میں ہوتی ہے، جبکہ چھوٹے پیمانے پر سرمایہ کم، اوزار سادہ، محنت خاندانی اور پیداوار محدود ہوتی ہے۔ بڑے پیمانے کی اشیاء ہر جگہ ایک جیسی اور سستی ملتی ہیں مگر ان میں انفرادیت کم ہوتی ہے؛ چھوٹے پیمانے کی اشیاء میں ہنر مند کی شخصیت، مقامی رنگ اور حسب فرمائش تبدیلی کی گنجائش ہوتی ہے مگر قیمت کچھ زیادہ ہو سکتی ہے۔ معیشت میں دونوں کی اپنی جگہ ہے :روزمرہ کی بڑی ضروریات فیکٹریاں پوری کرتی ہیں اور مخصوص ذوق، روایتی ہنر اور مقامی ضروریات گھریلو اور چھوٹی صنعتیں پوری کرتی ہیں۔ بہت سی بڑی فیکٹریاں بھی اپنے بعض مراحل چھوٹے یونٹوں سے کرواتی ہیں، یوں دونوں ایک دوسرے کے معاون بھی بن جاتے ہیں۔

گھریلو مصنوعات کی مانگ بڑھنے کی وجوہات :معیار اور انفرادیت

گھریلو مصنوعات کی مانگ بڑھنے کی پہلی بڑی وجہ ان کا معیار اور انفرادیت ہے۔ ہاتھ کی بنی چیز میں ہنر مند کی توجہ شامل ہوتی ہے؛ کڑھائی، قالین یا کھدر کا ہر ٹکڑا دوسرے سے کسی نہ کسی طرح مختلف اور منفرد ہوتا ہے۔ مشینی نقل کے دور میں لوگ منفرد اور اصل چیز کی قدر کرنے لگے ہیں۔ دوسری وجہ پائیداری ہے؛ ہاتھ کے بنے قالین، کھدر اور چمڑے کی اشیاء عموماً زیادہ عرصہ چلتی

ہیں۔ تیسری وجہ صحت اور قدرتی مواد کا رجحان ہے؛ لوگ کیمیکل سے پاک، قدرتی رنگوں اور خالص خام مال سے بنی اشیاء پسند کرتے ہیں، جیسے ہاتھ کا بنا اچار، خالص شہد یا سوتی کھدر۔ چوتھی وجہ ثقافتی لگاؤ ہے؛ اپنے خطے کی پھلکاری، اجرک یا رلی خریدنا لوگوں کو اپنی شناخت سے جوڑتا ہے۔

مانگ بڑھنے کی مزید وجوہات: ذوق، سیاحت اور آن لائن فروخت

گھریلو مصنوعات کی مانگ میں اضافے کی ایک وجہ حسب فرمائش تیاری ہے۔ گاہک اپنے ناپ، پسند کے رنگ اور ڈیزائن کی چیز بنوا سکتا ہے جو فیکٹری کی بنی چیز میں ممکن نہیں۔ سیاحت بھی مانگ بڑھاتی ہے؛ ملکی اور غیر ملکی سیاح یادگار کے طور پر مقامی دستکاری خریدتے ہیں۔ نمائشوں، میلوں اور دستکاری بازاروں نے ان مصنوعات کو شہری خریداروں تک پہنچایا ہے۔ سب سے بڑی تبدیلی آن لائن فروخت سے آئی ہے؛ اب گاؤں کی ہنر مند خاتون سوشل میڈیا اور آن لائن دکان کے ذریعے پورے ملک بلکہ بیرون ملک گاہک تک پہنچ سکتی ہے، جس سے درمیانی آڑھتی کا کردار کم ہوا اور مانگ براہ راست بڑھی۔ اس کے علاوہ سرکاری اور غیر سرکاری اداروں کی تربیت اور نمائشوں نے بھی ان مصنوعات کو مقبول بنایا ہے۔ ان وجوہات کی بنا پر گھریلو مصنوعات کی مانگ مسلسل بڑھ رہی ہے۔

دونوں پیمانوں کے باہمی تعلق پر مزید غور

یہ بات بھی قابل غور ہے کہ بڑا اور چھوٹا پیمانہ ایک دوسرے کے حریف ہی نہیں، ایک دوسرے کے ساتھی بھی ہیں۔ بڑی فیکٹریاں اپنی مصنوعات کے کئی چھوٹے مراحل، جیسے کڑھائی، بٹن لگانا، پیکنگ اور پرزے بنانا، چھوٹے یونٹوں اور گھریلو ہنر مندوں سے کرواتی ہیں، جس سے دونوں کو فائدہ ہوتا ہے: فیکٹری کی لاگت کم ہوتی ہے اور ہنر مند کو مستقل آرڈر ملتا ہے۔ اسی طرح کئی چھوٹے کاروبار وقت کے ساتھ بڑھ کر درمیانے اور بڑے پیمانے تک جا پہنچتے ہیں؛ گھر سے شروع ہونے والی سلائی کی ایک مشین چند برس میں چھوٹی ورکشاپ بن جاتی ہے۔ اس لیے پالیسی کا درست نقطہ نظر یہ ہے کہ چھوٹے پیمانے کو ختم کرنے کے بجائے اسے سہارا دے کر بڑھنے کے قابل بنایا جائے۔ مانگ کے حوالے سے ایک اور رجحان بھی نظر آتا ہے کہ ماحول دوست اور ہاتھ سے بنی اشیاء کو نئی نسل قدر کی نگاہ سے دیکھتی ہے، تحفے اور آرائش میں ان کی جگہ بڑھ رہی ہے۔ یہ رجحان گھریلو صنعت کے لیے سنہرا موقع ہے، بشرطیکہ معیار اور پیشکش جدید ذوق کے مطابق ہو۔

خلاصہ / نتیجہ

خلاصہ یہ کہ بڑے پیمانے کی تیاری مشین، سرمایہ اور تقسیم کار سے بڑی مقدار میں سستی اور یکساں اشیاء بناتی ہے، جبکہ چھوٹے پیمانے کی تیاری کم سرمائے، خاندانی محنت اور سادہ اوزاروں سے لچکدار اور منفرد اشیاء بناتی ہے۔ گھریلو مصنوعات کی مانگ اس لیے بڑھ رہی ہے کہ ان میں معیار، پائیداری، قدرتی مواد، ثقافتی شناخت اور حسب فرمائش انفرادیت ملتی ہے، اور نمائشوں و آن لائن فروخت نے ان تک رسائی آسان کر دی ہے۔ دونوں پیمانے مل کر ملکی معیشت کو سہارا دیتے ہیں؛ ضرورت صرف یہ ہے کہ چھوٹے پیمانے کے ہنر مندوں کو تربیت، قرضہ اور مارکیٹ کی سہولتیں ملتی رہیں۔

سوال نمبر 3

مارکیٹ کی وضاحت کیجیے نیز تحریر کریں کہ مارکیٹ کیسے وجود میں آئی؟ (20 نمبر)

تعارف

عام زبان میں مارکیٹ سے مراد وہ جگہ سمجھی جاتی ہے جہاں چیزیں بکتی ہیں، جیسے سبزی منڈی یا کپڑا بازار، لیکن معاشیات میں مارکیٹ کا مفہوم اس سے کہیں وسیع ہے۔ مارکیٹ وہ نظام یا انتظام ہے جس کے تحت خریدار اور فروخت کار آپس میں رابطے میں آتے ہیں اور کسی چیز یا خدمت کی قیمت طے کر کے اس کا تبادلہ کرتے ہیں۔ یہ رابطہ کسی خاص جگہ پر بھی ہو سکتا ہے اور فون یا انٹرنیٹ کے ذریعے بغیر ملے بھی۔ سوال کے دوسرے حصے میں مارکیٹ کے وجود میں آنے کا تاریخی سفر بھی مطلوب ہے کہ انسان خود کفالت سے تبادلے، منڈی اور جدید عالمی مارکیٹ تک کیسے پہنچا۔ ذیل میں دونوں باتیں تفصیل سے بیان کی جاتی ہیں۔

مارکیٹ کا مفہوم اور تعریف

مارکیٹ کی سادہ تعریف یہ ہے کہ یہ خریداروں اور فروخت کاروں کے درمیان تبادلے کا وہ انتظام ہے جس میں قیمت طے ہوتی ہے اور چیز یا خدمت ایک ہاتھ سے دوسرے ہاتھ میں جاتی ہے۔ اس تعریف میں چار عناصر بنیادی ہیں: خریدار، فروخت کار، چیز یا خدمت، اور قیمت کا تعین۔ اگر ان میں سے کوئی عنصر نہ ہو تو مارکیٹ مکمل نہیں ہوتی۔ آج مارکیٹ کی صورتیں کئی ہیں: مقامی مارکیٹ جہاں روزمرہ اشیاء بکتی ہیں، قومی مارکیٹ جو پورے ملک پر پھیلی ہوتی ہے جیسے سیمنٹ یا چینی کی مارکیٹ، اور عالمی مارکیٹ جہاں ممالک کے درمیان تجارت ہوتی ہے۔ اسی طرح تھوک مارکیٹ اور پرچون مارکیٹ، اور اب آن لائن مارکیٹ بھی وجود میں آ چکی ہے جہاں خریدار گھر بیٹھے دنیا بھر سے خریداری کرتا ہے۔

ابتدائی دور: خود کفالت اور بارٹر نظام

مارکیٹ کا سفر انسان کی خود کفالت سے شروع ہوتا ہے۔ ابتدائی دور میں ہر خاندان اپنی ضرورت کی چیزیں خود پیدا کرتا تھا؛ خود کاشت کرتا، خود کپڑا بنتا اور خود شکار کرتا تھا، اس لیے تبادلے کی ضرورت نہ تھی۔ آبادی بڑھنے اور ہنر کی تقسیم سے صورت بدلنے لگی۔ ایک شخص کھیتی میں ماہر ہوا، دوسرا برتن بنانے میں، تیسرا کپڑا بننے میں۔ اب ہر ایک کے پاس اپنی ضرورت سے زائد ایک چیز تھی اور دوسری چیزوں کی کمی تھی۔ یہیں سے تبادلے یعنی بارٹر نظام شروع ہوا جس میں چیز کے بدلے چیز دی جاتی تھی، مثلاً گندم کے بدلے برتن۔ بارٹر سادہ تھا مگر اس میں مشکلات تھیں: ضروریات کا باہمی اتفاق مشکل سے ہوتا، چیز کی قیمت ناپنا مشکل تھا اور بڑی چیزوں کو تقسیم نہیں کیا جا سکتا تھا۔ ان مشکلات نے اگلے مراحل کی راہ ہموار کی۔

سکّے، منڈیاں اور قصبوں کی مارکیٹیں

بارٹر کی مشکلات ختم کرنے کے لیے پہلے کچھ مقبول اشیاء کو ذریعہ تبادلہ بنایا گیا، پھر دھاتی سکّے اور بعد میں کاغذی کرنسی آ گئی۔ کرنسی نے خرید و فروخت کو آسان بنا دیا کیونکہ اب ہر چیز کی قیمت ایک ہی پیمانے سے ناپی جا سکتی تھی۔ اسی کے ساتھ مخصوص جگہوں پر منڈیاں اور بازار لگنے لگے جہاں مقررہ دنوں میں آس پاس کے لوگ جمع ہو کر خرید و فروخت کرتے۔ قصبوں اور شہروں کے بڑھنے سے مستقل دکانیں اور بازار وجود میں آئے۔ راستوں اور دریائی و سمندری سفر کی بہتری سے تاجر دور دراز سے مال لانے لگے اور علاقائی مارکیٹیں آپس میں جڑنے لگیں۔ میلے اور ہفتہ وار بازار اسی دور کی یادگار ہیں جو آج بھی دیہات میں نظر آتے ہیں۔ اس مرحلے پر مارکیٹ ایک مخصوص جگہ اور وقت سے جڑی ہوئی تھی۔

صنعتی انقلاب اور جدید مارکیٹ

صنعتی انقلاب نے مارکیٹ کو یکسر بدل دیا۔ مشینوں سے پیداوار اتنی بڑھ گئی کہ مقامی ضرورت سے کہیں زیادہ مال بننے لگا، جسے بیچنے کے لیے بڑی اور دور تک پھیلی مارکیٹیں درکار ہوئیں۔ ریل، جہاز، سڑکوں اور بعد میں ہوائی نقل و حمل نے مال کی ترسیل تیز اور سستی کر دی۔ بینک، انشورنس اور اشتہار بازی جیسے ادارے مارکیٹ کی مدد کے لیے وجود میں آئے۔ بڑے اسٹور، سپر مارکیٹیں اور تھوک منڈیاں اسی دور کی پیداوار ہیں۔ بیسویں صدی میں کمپنیاں قومی سرحدوں سے نکل کر عالمی مارکیٹ میں داخل ہوئیں۔ یہاں آ کر مارکیٹ صرف جگہ نہیں رہی بلکہ ایک نظام بن گئی جس میں قیمت، مقابلہ، اشتہار اور صارف کی پسند فیصلہ کن عوامل بن گئے۔

ڈیجیٹل دور کی مارکیٹ اور گھریلو صنعت سے تعلق

اکیسویں صدی میں انٹرنیٹ اور موبائل فون نے مارکیٹ کی تازہ ترین شکل یعنی آن لائن مارکیٹ پیدا کی۔ اب خریدار اور فروخت کار کو ایک جگہ جمع ہونا ضروری نہیں؛ تصاویر دیکھ کر، قیمت موازنہ کر کے اور گھر بیٹھے آرڈر دیا جاتا ہے اور مال ڈاک یا کوریئر سے پہنچتا ہے۔ گھریلو صنعت کے لیے یہ تبدیلی بہت اہم ہے کیونکہ اب چھوٹا ہنر مند بھی بغیر دکان کے اپنی مصنوعات بڑی مارکیٹ میں پیش کر سکتا ہے۔ یوں مارکیٹ کا سفر خود کفالت، بارٹر، سکہ، منڈی، صنعتی پیداوار سے ہوتا ہوا عالمی اور ڈیجیٹل نظام تک پہنچا ہے۔ اس سفر کی محرک ہمیشہ ایک ہی چیز رہی :انسان کی بڑھتی ضروریات، ہنر کی تقسیم اور تبادلے کی سہولت کی تلاش۔

مارکیٹ کی اقسام اور اس کے افعال

مارکیٹ کو سمجھنے کے لیے اس کی مشہور اقسام جاننا بھی مفید ہے۔ وقت کے لحاظ سے مارکیٹ روزانہ، ہفتہ وار، موسمی اور مستقل ہو سکتی ہے۔ جگہ کے لحاظ سے یہ مقامی، علاقائی، قومی اور عالمی ہو سکتی ہے۔ مقابلے کے لحاظ سے بعض مارکیٹوں میں بے شمار فروخت کار ہوتے ہیں اور قیمت طلب و رسد سے طے ہوتی ہے، جبکہ بعض میں ایک ہی بڑا فروخت کار ہوتا ہے جو قیمت پر زیادہ اثر رکھتا ہے۔ مارکیٹ کے افعال میں خرید و فروخت کے علاوہ مال کی درجہ بندی، ذخیرہ، نقل و حمل، مالیات کی فراہمی اور معلومات کا تبادلہ بھی شامل ہے؛ یہ سب کام مل کر چیز کو پیدا کرنے والے سے استعمال کرنے والے تک پہنچاتے ہیں۔ جدید دور میں مارکیٹ کی معلومات اتنی اہم ہو گئی ہیں کہ قیمتیں، رجحانات اور گاہک کی پسند کا ڈیٹا خود ایک قیمتی سرمایہ بن گیا ہے۔ جو فروخت کار مارکیٹ کی خبروں سے باخبر رہتا ہے وہ مال ذخیرہ کرنے اور قیمت رکھنے کے فیصلے بہتر کرتا ہے۔ یوں مارکیٹ محض خرید و فروخت کی جگہ نہیں بلکہ پیداوار کی سمت طے کرنے والا پورا نظام ہے۔

خلاصہ / نتیجہ

خلاصہ یہ کہ مارکیٹ خریداروں اور فروخت کاروں کے درمیان قیمت کے تعین اور تبادلے کا نظام ہے، جو کسی بازار سے لے کر عالمی اور آن لائن نظام تک پھیلا ہوا ہے۔ یہ کسی ایک دن میں نہیں بنی بلکہ خود کفالت کے دور سے شروع ہو کر بارٹر، کرنسی، منڈیوں، صنعتی انقلاب اور آخر میں ڈیجیٹل تجارت کے مراحل سے گزر کر وجود میں آئی۔ مارکیٹ کی یہ ترقی پیداوار بڑھانے اور صارف کو سہولت دینے کا نتیجہ ہے۔ گھریلو صنعت کار کے لیے مارکیٹ کو سمجھنا اس لیے ضروری ہے کہ اس کی روزی ہی اس بات پر ہے کہ وہ اپنی چیز کو درست خریدار تک درست قیمت پر پہنچائے۔

سوال نمبر 4

11صفحہ —1 مشق نمبر— (200)گھریلو مصنوعات کی فروخت

مقامی مارکیٹ اور کاروباری خواتین کے بارے میں مفصل لکھیں۔(20 نمبر)

تعارف

مقامی مارکیٹ سے مراد قریبی علاقے کی وہ مارکیٹ ہے جہاں ایک ہی شہر، قصبے یا گاؤں اور اس کے گردونواح کے لوگ اپنی روزمرہ اور مخصوص ضروریات کی خرید و فروخت کرتے ہیں۔ گھریلو صنعت کی کامیابی کا سب سے پہلا اور مضبوط سہارا یہی مقامی مارکیٹ ہوتی ہے، اور اس مارکیٹ میں کاروباری خواتین کا کردار روز بروز نمایاں ہوتا جا رہا ہے۔ پاکستان میں لاکھوں خواتین گھر بیٹھے سلائی، کڑھائی، کھانے پینے کی اشیاء اور دیگر مصنوعات بنا اور بیچ کر خاندانی آمدنی میں حصہ ڈال رہی ہیں۔ اس جواب میں پہلے مقامی مارکیٹ کی خصوصیات اور اہمیت بیان کی جائے گی اور پھر کاروباری خواتین کی سرگرمیوں، فوائد اور مسائل پر تفصیلی روشنی ڈالی جائے گی۔

مقامی مارکیٹ کی خصوصیات

مقامی مارکیٹ کی پہلی خصوصیت اس کا قریب ہونا ہے؛ خریدار اور فروخت کار ایک دوسرے کو جانتے ہیں، اس لیے اعتماد اور ادھار جیسے معاملات آسان ہوتے ہیں۔ دوسری خصوصیت یہ ہے کہ یہاں مقامی ذوق اور ضروریات کے مطابق اشیاء بکتی ہیں؛ مثلاً ایک علاقے میں جس رنگ اور ڈیزائن کی چادر پسند کی جاتی ہے، مقامی ہنرمند وہی بناتا ہے۔ تیسری خصوصیت کم اخراجات ہیں؛ مال کو دور بھیجنے کا کرایہ اور بڑے اشتہار کی ضرورت نہیں ہوتی۔ چوتھی خصوصیت فوری رائے ہے؛ گاہک فوراً بتا دیتا ہے کہ چیز کیسی لگی، جس سے ہنرمند اپنی مصنوعات بہتر بنا سکتا ہے۔ مقامی مارکیٹ کی شکلوں میں محلے کی دکانیں، ہفتہ وار بازار، مینا بازار اور مقامی نمائشیں شامل ہیں۔ گھریلو صنعت کار کے لیے یہ مارکیٹ اس لیے اہم ہے کہ یہیں سے اس کا کاروبار شروع ہوتا ہے، پہچان بنتی ہے اور پھر وہ بڑی مارکیٹ کی طرف بڑھ سکتا ہے۔

مقامی مارکیٹ کی اہمیت اور فوائد

مقامی مارکیٹ علاقائی معیشت کی ریڑھ کی ہڈی ہے۔ اس سے مقامی لوگوں کو روزگار ملتا ہے، مقامی خام مال استعمال ہوتا ہے اور پیسہ علاقے کے اندر ہی گردش کرتا رہتا ہے۔ خریدار کو تازہ اور مقامی ذوق کے مطابق چیز قریب سے مل جاتی ہے اور شکایت یا تبدیلی بھی آسان ہوتی ہے۔ فروخت کار کے لیے فائدہ یہ ہے کہ اسے بڑا سرمایہ لگائے بغیر فروخت کا موقع ملتا ہے اور گاہکوں سے

براہ راست تعلق بنتا ہے جو مستقل آمدنی کی بنیاد بنتا ہے۔ جب مقامی مصنوعات کی مانگ بڑھتی ہے تو مقامی ہنر کی قدر ہوتی ہے اور نوجوان نسل اس ہنر کو سیکھنے کی طرف راغب ہوتی ہے۔ اس کے برعکس اگر مقامی مارکیٹ کمزور ہو تو درمیانی آڑھتی ہنر مند کا استحصال کرتا ہے اور مقامی ہنر ختم ہونے لگتا ہے۔ اس لیے مقامی مارکیٹ کی مضبوطی گھریلو صنعت کی بقا کے لیے ناگزیر ہے۔

کاروباری خواتین: کردار اور سرگرمیاں

کاروباری خواتین سے مراد وہ خواتین ہیں جو خود کوئی چھوٹا کاروبار چلاتی ہیں یا گھریلو پیداوار اور فروخت میں باقاعدہ حصہ لیتی ہیں۔ پاکستان میں خواتین سلائی کڑھائی، ملبوسات، اچار مربے اور تیار کھانوں، بیوٹی اور مہندی کی خدمات، زیورات، چوڑیوں اور سجاوٹی اشیاء، اور اب آن لائن فروخت جیسے شعبوں میں سرگرم ہیں۔ بہت سی خواتین گھر سے آرڈر لیتی ہیں، بعض محلے میں چھوٹی دکان چلاتی ہیں اور بعض خواتین کے لیے لگنے والے مینا بازاروں اور نمائشوں میں اسٹال لگاتی ہیں۔ تاہم یہ خواتین سوشل میڈیا کے ذریعے اپنے صفحات بنا کر پورے ملک سے آرڈر حاصل کر رہی ہیں۔ ان سرگرمیوں سے نہ صرف ان کی اپنی آمدنی بنتی ہے بلکہ وہ دوسری خواتین کو بھی کام دیتی ہیں، یوں ایک خاتون کا چھوٹا کاروبار کئی گھرانوں کی مدد کا ذریعہ بن جاتا ہے۔

خواتین کے کاروبار کے فوائد اور ان کے مسائل

خواتین کے کاروبار کے فوائد واضح ہیں: خاندانی آمدنی بڑھتی ہے، بچوں کی تعلیم اور صحت پر بہتر خرچ ہوتا ہے، خاتون میں خود اعتمادی اور فیصلہ سازی کی صلاحیت پیدا ہوتی ہے اور معاشرے میں اس کا مقام بلند ہوتا ہے۔ گھر بیٹھے کام ہونے کی وجہ سے وہ گھریلو ذمہ داریوں کے ساتھ آمدنی بھی کما سکتی ہے۔ تاہم مسائل بھی کم نہیں: سرمائے کی کمی، قرضے تک مشکل رسائی، خام مال کی خریداری کے لیے بازار جانے کی سماجی رکاوٹیں، تربیت اور جدید ڈیزائن کی معلومات کی کمی، اور درمیانی افراد کا کم قیمت دینا بڑے مسائل ہیں۔ بعض خواتین کو خاندانی تعاون بھی کم ملتا ہے۔ ان مسائل کے حل کے لیے مائیکرو فنانس قرضے، خواتین کے تربیتی مراکز، خواتین نمائشیں اور آن لائن فروخت کی تربیت بہت مددگار ثابت ہو سکتی ہے، اور کئی سرکاری و غیر سرکاری ادارے اس سمت میں کام کر رہے ہیں۔

مقامی مارکیٹ میں خواتین کی بڑھتی شرکت کی وجوہات

خواتین کی کاروباری شرکت بڑھنے کی وجوہات پر غور کیا جائے تو کئی عوامل نظر آتے ہیں۔ تعلیم کے پھیلاؤ نے خواتین میں شعور اور اعتماد پیدا کیا ہے۔ مہنگائی کے دور میں ایک آمدنی سے گھر چلانا مشکل ہو گیا ہے، اس لیے خواتین کی کمائی خاندان کی ضرورت بن گئی ہے۔ موبائل فون اور سوشل میڈیا نے وہ رکاوٹ ختم کر دی ہے جو بازار جانے سے پیدا ہوتی تھی؛ اب گھر بیٹھے دکان چل

سکتی ہے۔ مائیکرو فنانس اداروں نے بھی خواتین کو چھوٹے قرضے دینا شروع کیے ہیں۔ سرکاری سطح پر خواتین کی نمائشیں اور تربیتی پروگرام بھی حوصلہ افزائی کا ذریعہ ہیں۔ ان عوامل کا مجموعی نتیجہ یہ ہے کہ آج کی کاروباری خاتون صرف مددگار نہیں رہی بلکہ بہت سے گھروں میں اصل کمانے والوں میں شامل ہے۔ البتہ اس سفر میں حفاظت، آسان نقل و حمل اور خاندانی تعاون جیسے معاملات میں مزید بہتری کی گنجائش باقی ہے، جس پر معاشرے اور اداروں دونوں کو توجہ دینی چاہیے۔

خلاصہ / نتیجہ

خلاصہ یہ کہ مقامی مارکیٹ گھریلو صنعت کی بنیاد ہے جہاں اعتماد، مقامی ذوق اور کم لاگت کے ساتھ خرید و فروخت ہوتی ہے، اور اس مارکیٹ میں کاروباری خواتین کا حصہ معیشت اور خاندان دونوں کے لیے قیمتی ہے۔ خواتین کی آمدنی سے خاندان کی خوشحالی، بچوں کی تعلیم اور معاشرتی مقام بہتر ہوتا ہے۔ ضرورت اس بات کی ہے کہ خواتین کو قرضے، تربیت، محفوظ بازار اور آن لائن فروخت کی سہولتیں دی جائیں تاکہ ان کے مسائل کم ہوں اور وہ مقامی مارکیٹ سے آگے بڑھ کر قومی مارکیٹ میں بھی اپنا مقام بنا سکیں۔ مقامی مارکیٹ اور کاروباری خواتین ایک دوسرے کو مضبوط کرتے ہیں؛ دونوں کی ترقی علاقے کی ترقی ہے۔

سوال نمبر 5

مصنوعات کی تیاری میں کن اہم باتوں کو مدنظر رکھنا ضروری ہے؟ (20 نمبر)

تعارف

گھریلو مصنوعات کی کامیابی صرف چیز بنا لینے میں نہیں بلکہ اسے درست طریقے سے، اچھے معیار کے ساتھ، مناسب لاگت پر اور گاہک کی پسند کے مطابق بنانے میں ہے۔ بہت سے ہنر مند محنت تو کرتے ہیں لیکن منصوبہ بندی اور چند بنیادی باتوں کا خیال نہ رکھنے کی وجہ سے ان کی مصنوعات یا تو بکتی نہیں یا مناسب قیمت نہیں پاتیں۔ اس لیے تیاری شروع کرنے سے پہلے اور تیاری کے دوران کچھ اہم باتوں کو مدنظر رکھنا ضروری ہے، جن میں مارکیٹ کی طلب، خام مال کا انتخاب، معیار، لاگت اور وقت کی پابندی جیسی باتیں شامل ہیں۔ اس جواب میں ان تمام باتوں کو ترتیب وار تفصیل سے بیان کیا جاتا ہے تاکہ طالب علم عملی رہنمائی حاصل کر سکے۔

طلب اور گاہک کی پسند کو سمجھنا

تیاری کی سب سے پہلی بات یہ ہے کہ بنانے سے پہلے یہ جانا جائے کہ گاہک چاہتا کیا ہے۔ جو چیز مارکیٹ میں بکتی نہیں، اسے بنانا وقت اور پیسے کا ضیاع ہے۔ اس لیے پہلے مقامی مارکیٹ کا جائزہ لینا چاہیے: کون سی اشیاء زیادہ بک رہی ہیں، کس قیمت پر بک رہی ہیں، کس موسم میں کس چیز کی مانگ بڑھتی ہے، اور گاہک کس رنگ، سائز اور ڈیزائن کو پسند کرتا ہے۔ تہواروں اور موسموں کا بھی لحاظ رکھنا چاہیے؛ مثلاً سردیوں میں اونی اشیاء اور عید کے قریب ملبوسات کی مانگ بڑھ جاتی ہے۔ گاہکوں سے بات کر کے اور دکانداروں سے معلومات لے کر یہ جائزہ لیا جا سکتا ہے۔ فرمائشی کام میں گاہک کی ہدایات لکھ کر رکھنا بھی ضروری ہے تاکہ بعد میں اختلاف نہ ہو۔ ضرورت کے مطابق تیاری سے مال رکے رہنے کا خطرہ کم ہو جاتا ہے اور سرمایہ جلد واپس گردش میں آتا ہے۔

خام مال کا انتخاب اور خریداری

دوسری اہم بات اچھے خام مال کا انتخاب ہے، کیونکہ مصنوعات کا معیار خام مال سے ہی بنتا ہے۔ سستا اور گھٹیا خام مال وقتی بچت تو دیتا ہے لیکن تیار چیز کمزور ہوتی ہے، گاہک ناراض ہوتا ہے اور ساکھ خراب ہوتی ہے۔ خام مال معتبر جگہ سے، مناسب مقدار میں اور جہاں ممکن ہو تھوک نرخ پر خریدنا چاہیے، لیکن ضرورت سے زیادہ بھی نہ خریدا جائے کہ سرمایہ پھنس جائے یا مال خراب ہو۔ خام مال کو نمی، دھوپ اور کیڑوں سے محفوظ رکھ کر ذخیرہ کرنا بھی ضروری ہے۔ خریداری کا سادہ حساب کتاب لکھ کر رکھنا چاہیے تاکہ لاگت کا درست اندازہ رہے۔ بعض ہنرمند مل کر خام مال خریدتے ہیں جس سے نرخ بہتر ملتا ہے۔ یہ بھی دیکھنا چاہیے کہ خام مال مستقل دستیاب رہے گا یا نہیں، تاکہ آرڈر کے درمیان کام نہ رکے۔

جدول: تیاری کے دوران جانچ کی فہرست

جانچ کی بات	مرحلہ
طلب، گاہک کی پسند، موسم	تیاری سے پہلے
معیاری خام مال، مناسب مقدار، حساب کتاب	خریداری
پیمائش، صفائی، فنشنگ، معیار کی یکسانیت	تیاری کے دوران
حتمی جانچ، درست پیکنگ، وقت پر ترسیل	تیاری کے بعد
لاگت کا حساب، محنت کی قیمت شامل کرنا	مجموعی

معیار، صفائی اور پیائش کی درستگی

تیسری بات معیار کی یکسانیت ہے۔ ہر دفعہ ایک جیسا معیار دینا گاہک کا اعتماد بناتا ہے۔ اس کے لیے ناپ تول اور پیائش درست رکھنی چاہیے، سلائی اور فنشنگ صاف ستھری ہونی چاہیے، رنگ پکا اور مواد خالص ہونا چاہیے۔ کام کے دوران اور مکمل ہونے کے بعد چیز کو غور سے جانچنا چاہیے؛ کوئی نقص نظر آئے تو فروخت سے پہلے درست کر دینا چاہیے۔ صفائی کا بھی خاص خیال رکھنا چاہیے، خاص طور پر کھانے پینے کی اشیاء میں صفائی ہی اصل معیار ہوتی ہے۔ کام کی جگہ صاف ہو، ہاتھ اور اوزار صاف ہوں اور تیار مال دھول سے بچا کر رکھا جائے۔ ایک دفعہ ساکھ بن جائے تو گاہک خود آتا ہے اور دوسروں کو بھی بھیجتا ہے، جبکہ ایک ناقص چیز کئی گاہک خراب کر سکتی ہے۔ اسی لیے تجربہ کار ہنر مند معیار پر کبھی سمجھوتا نہیں کرتے۔

لاگت، وقت اور منصوبہ بندی

چوتھی بات لاگت اور وقت کی منصوبہ بندی ہے۔ تیاری سے پہلے اندازہ لگانا چاہیے کہ خام مال، محنت، بجلی، کرایہ، نقل و حمل اور فینشنگ پر کتنا خرچ آئے گا، تاکہ قیمت اس حساب سے رکھی جا سکے کہ نقصان نہ ہو۔ اپنی محنت کی قیمت بھی لاگت میں شامل کرنی چاہیے، جسے اکثر گھریلو ہنر مند بھول جاتے ہیں۔ وقت کی پابندی بھی اتنی ہی ضروری ہے؛ آرڈر مقررہ وقت پر دینے سے گاہک کا اعتماد بڑھتا ہے۔ اس کے لیے کام کو مراحل میں بانٹ کر روزانہ کا ہدف رکھنا مفید ہوتا ہے اور عین وقت پر جلدی میں معیار خراب کرنے سے بچنا چاہیے۔ اوزاروں کی دیکھ بھال، کام کی جگہ کی ترتیب اور مددگار افراد کی ذمہ داریوں کی وضاحت بھی منصوبہ بندی کا حصہ ہے۔ یہ باتیں بظاہر چھوٹی لگتی ہیں مگر یہی پیشہ ورانہ اور شوقیہ کام میں فرق پیدا کرتی ہیں۔

تیاری میں حفاظت اور ماحول کا لحاظ

تیاری کے دوران ایک اہم بات جو اکثر نظر انداز ہو جاتی ہے وہ حفاظت اور ماحول کا لحاظ ہے۔ اوزاروں کو محفوظ طریقے سے استعمال کرنا، بجلی کے کام میں احتیاط، رنگوں اور کیمیکل سے ہاتھوں اور سانس کی حفاظت، اور کام کی جگہ پر روشنی و ہوا کا مناسب انتظام ہنر مند کی صحت کے لیے ضروری ہے۔ صحت خراب ہو تو سارا کاروبار رک جاتا ہے، اس لیے حفاظتی تدابیر لاگت نہیں بلکہ سرمایہ کاری ہیں۔ اسی طرح فضلہ یعنی بچی کھچی چیزوں کو ضائع کرنے کے بجائے استعمال میں لانا بھی منصوبہ بندی کا حصہ ہے؛ کپڑے کے ٹکڑوں سے چھوٹی اشیاء، بچے ہوئے مواد سے نمونے یا تربیت کا کام لیا جا سکتا ہے، جس سے لاگت گھٹتی ہے اور ماحول پر بوجھ بھی کم ہوتا ہے۔ پانی اور بجلی کا ضیاع روکنا بھی لاگت کم کرتا ہے۔ جو ہنر مند ان باتوں کو اپنی تیاری کا حصہ بنا لیتا ہے اس کا کام پائیدار ہوتا ہے، کیونکہ کاروبار صرف آج کی کمائی کا نام نہیں بلکہ کل کے جاری رہنے کا بھی نام ہے۔

خلاصہ / نتیجہ

خلاصہ یہ کہ مصنوعات کی تیاری میں کامیابی کے لیے طلب اور گاہک کی پسند سمجھنا، اچھا خام مال منتخب کرنا، معیار اور صفائی برقرار رکھنا، لاگت کا درست حساب رکھنا اور وقت کی پابندی کرنا بنیادی شرائط ہیں۔ یہ باتیں مشکل نہیں، صرف توجہ اور باقاعدگی مانگتی ہیں۔ جو ہنرمند ان باتوں کو عادت بنالیتا ہے، اس کی مصنوعات کی ساکھ بنتی ہے، گاہک مستقل ہوتے ہیں اور آمدنی میں اضافہ ہوتا ہے۔ اس کے برعکس جلد بازی، ناقص خام مال اور بے ترتیبی سے محنت ضائع ہوتی ہے۔ اس لیے ہر گھریلو صنعت کار کو چاہیے کہ تیاری کو ایک منصوبہ بند اور ذمہ دارانہ عمل سمجھ کر انجام دے۔

AIOU LIBRARY
aioulibrary.com