

علام اقبال اور پن یونیورسٹی کی تمام کلاسز کی حل شدہ اسمگنٹس، گیس پپر زفری میں ہماری ویب سائٹ سے ڈاؤن لوڈ کریں ہاتھ سے لکھی ہوئی اور آن لائن ایل ایم ایلز کی مشقیں دیتے ہیں۔

(طلبہ و طالبات سے گزارش ہے کہ اس اسمگنٹس صفات کو ضائع یاروی میں مت بیچا کریں بلکہ ضروری ہو تو تلف کر دیا کریں یہ صفات ان پڑھ لوگوں کے ہاتھ لگ جاتے ہیں جس میں آیات مبارکہ یا احادیث لکھی ہوتی ہیں جن کی بہتری کے مرتب آپ لوگ بھی ہوتے ہیں اس سے بچپن اللہ پاک میرا اور آپ سب کا حامی و ناصر ہو)

گھر یو مصنوعات کی فروخت

مضمون :

میٹرک سطح :

کوڈ 200 :

مشت 02 :

سمسر ہمار 2025ء :

سوال نمبر 1 شادی شدہ لوگوں کا طریقہ خریداری کیا ہوتا ہے؟ مفصل لکھیں۔

جواب:

شادی شدہ لوگوں کی طریقہ خریداری: شادی کے بعد انسانی ذمہ داریوں اور ضروریات میں خاطر خواہ اضافہ ہوتا ہے۔ شروع شروع میں زیادہ تر گھر یو سامان کی خریداری پر زور دیا جاتا ہے۔ مثلاً کمروں کے پردے، کشن اور باور چی خانے کا سامان وغیرہ۔ اس وقت ان واپنے بجٹ کا صحیح اندازہ نہیں ہوتا۔ رفتہ رفتہ ضروریات زندگی میں مزید اضافہ ہوتا ہے تو ان کے طریقہ خریداری میں واضح تبدیلی رونما ہوتی ہے۔ سب سے پہلے تو وہ اپنے بجٹ کو متوازن بناتے وقت ہیں اور ضروریات زندگی کی خریداری کو سامان تعیش پر ترجیح دیتے ہیں وہ اپنی ضروریات کی ایک فہرست بناتے ہیں تاکہ وہ پارا میں غیر ضروری اشیاء کی خریداری سے بچ سکیں ملازم پیشہ لوگ بجٹ اور ضروریات کو مد نظر رکھتے ہوئے مہینے بھر کا سامان اکٹھا خرید لیتے ہیں۔ مثلاً صابن، چائے، کھی، آف، دالیں وغیرہ۔ بچوں کی پیدائش کے بعد ان کی ذمہ داریاں اور ضروریات میں گوناگون اضافہ ہوتا ہے۔ مثلاً بچوں کے کپڑے، دوائیں، کتابیں، سکول کے یونیفارم وغیرہ۔ اب یہ آمدی کے لحاظ سے اپنی ضروریات کو ترجیحی شکل دیتے ہیں۔ اور بے جا اصراف سے اعتراض کرتے ہیں وہ اشیاء کی خریداری کے وقت قیمت اور کوائی دونوں پر خاص توجہ دیتے ہیں۔

شادی شدہ لوگوں کا طریقہ خریداری اکثر ان کی زندگی کی صورت حال، مالی حالات اور خاندان کی ضروریات کے باعث متاثر ہوتا ہے۔ عام طور پر، یہ لوگ مل کر خریداری کرتے ہیں، تاکہ نہ صرف ایک دوسرے کے خیالات کو نکال کیا جاسکے بلکہ یہ فیصلہ بھی کیا جاسکے کہ کن چیزوں کی ضرورت ہے۔ اس طرح، دونوں شراکت دار ایک دوسرے کی پسند اور ناپسند کو مد نظر رکھتے ہیں، اور اس عمل میں زیادہ معقول اور موثر خرچ کی منصوبہ بندی کر سکتے ہیں۔ شادی شدہ افراد کے لئے خریداری کا عمل اکثر پہلے سے منصوبہ بند ہوتا ہے۔ وہ اپنی ضروریات کی فہرست بناتے ہیں، تاکہ وہ زیادہ بے نیک خریداری سے بچ سکیں اور غیر ضروری چیزوں پر خرچ نہ کریں۔ اس کے علاوہ، بجٹ تیار کرتے وقت سب سے پہلے بنیادی ضروریات، جیسے کہ کھانے پینے کی اشیاء، بچوں کی ضروریات، اور دیگر روزمرہ کے استعمال کی چیزوں کا خیال رکھا جاتا ہے۔ یہ منصوبہ بندی انہیں، بہتری کی حالت میں رکھنے میں مدد کرتی ہے۔

اس کے علاوہ، شادی شدہ افراد ہمیشہ اپنی ترجیحات کو متوازن رکھنے کی کوشش کرتے ہیں۔ جب خریداری کی بات آتی ہے تو ان کی توجہ اس بات پر ہوتی ہے کہ کیا چیزیں ان کی زندگی کی بہتری میں اضافہ کر سکتی ہیں۔ مثال کے طور پر، بچوں کی تعلیم، سخت، اور خاندان کے لئے تفریح کے موقع جیسی چیزوں پر زیادہ توجہ دی جاتی ہے۔ یہی وجہ ہے کہ بعض اوقات شادی شدہ افراد کو خاصی مہنگی اشیاء خریدنے میں بھی کوئی کریز نہیں ہوتا، جب کہ انہیں یہ یقین ہو کہ یہ خریداری ان کی زندگی کو بہتر بنائے گی۔

آخر میں، شادی شدہ لوگوں کے خریداری کے طریقہ کار میں ایک اہم ضروریات چیت اور مشاورت ہے۔ وہ بجٹ و مباحثہ کرتے ہیں اور فیصلے کرنے سے پہلے ایک دوسرے کی رائے کا احترام کرتے ہیں۔ یہ عمل نہ صرف خریداری کو بہتر برنا ہے بلکہ ان کی باہمی تعلقات میں بھی مضبوطی پیدا کرتا ہے۔ اس طرح، خریداری کا یہ عمل نہ صرف ایک معاشری ضروریات کو پورا کرتا ہے بلکہ یہ ان کے تعلقات کے لئے بھی ایک ثابت تجربہ بن جاتا ہے۔

بوجٹ ہے لوگوں کا طریقہ خریداری: بوجٹ ہے لوگ فیشن کو پیش نظر نہیں رکھتے بلکہ خریدتے وقت چیز کی قیمت اور کوائی کو مد نظر رکھتے ہیں وہ ہمچہ ایسی چیزیں پسند کرتے ہیں جنہیں وہ ماضی میں استعمال کرچکے ہیں اور جو آرام دہ بھی ہوں۔ قیمت کے معاملے میں یہ لوگ بہت بحث کرتے ہیں۔ انہوں نے ماضی میں کم قیمت میں چیزیں خریدی ہوتی ہیں۔ اور زیادہ قیمت سن کر شش و پیچ میں بنتلا ہو جاتے ہیں۔ اور اپنے زمانے کی قیمت بتا کر دکار کو وہی قیمت ادا کرنا چاہتے ہیں۔ عام طور پر دیکھا گیا ہے کہ ہمارے ہاں بوجٹ ہے وگ زیادہ خریداری نہیں کرتے اور ان کے بچے ضرورت کی چیزیں فراہم کرتے ہیں۔

سوال نمبر 2۔ یعنی کتنی کتنی اقسام ہیں؟ تحریر کریں۔ جواب: اشیاء یعنی کی اقسام: اشیاء یعنی کی اہم اقسام درج ذیل ہیں:

دنیا کی تمام یونیورسٹیز کے لیے انٹرن شپ رپورٹس، پروپوزل، پراجیکٹ اور تحسیس وغیرہ بھی آرڈر پر تیار کیے جاتے ہیں۔

علام اقبال اور پنیونیورسٹی کی تمام کلاسز کی حل شدہ اسائیئر، گیس پپر فری میں ہماری و بب سائنس سے ڈائی لوڈ کریں ہاتھ سے لکھی ہوئی اور آن لائن ایل ایم ایل کی مشقیں دیتے ہیں۔

اشیاء کی فروخت کے دو بڑے طریقے ہیں ایک یہ کہ پیدا کار اپنی اشیاء برآہ راست صارفین پر بیچتا ہے اور دوسرا یہ کہ وہ اشیاء کی فروخت کے لیے میان کار (تحوک فروش، پرچون فروش اور ایجینٹ وغیرہ) استعمال کرتا ہے۔ اگر کوئی پیدا کار بغیر کسی میان کار (Middle Man) کے صارفین کو بیچ تو اس کو برآہ راست کہیں گے اور میان کار استعمال کرے تو اس کو م بواسطہ فروخت کہیں گے۔

(الف) برآہ راست فروخت: اس طریقہ فروخت میں چند لیلی طریقے درج ذیل ہیں:

۱۔ اگر گھر جا کر فروخت کرنے کا طریقہ: بہت پرانا ہے پھری والہ اور بخارہ یہ کام کرتا ہے سبزیاں اور کپڑے وغیرہ اس طرح فروخت جاتے ہیں۔ اس میں بعض بیچنے والے ایسے بھی ہیں جو اپنی بنائی ہوئی اشیاء کے علاوہ دوسرے پیدا کاروں کا تیار مال بھی بیچتے ہیں اور پھر ان سے کم من لیتے ہیں اس طریقے سیاسیاء تیزی سے بک جاتا ہے۔

۲۔ پیدا کاروں کی اپنی دوکانیں اور اسٹور: برآہ راست فروخت کا ایک اہم طریقہ ہے، بہت سے پیدا کاروں نے اس طریقہ کو فائدہ مند پایا ہے چھوٹے پیمانے پر پیدا کار اپنی تمام اشیاء صرف ایک ہی دکان یا اسٹور کے زریعے فروخت کرتے ہیں فرنچر جو تے بنانے والے اپنے ہی اسٹور کھولتے ہیں۔ بڑی بڑی مارکیٹوں میں جہاں بنا نیں اور شالیں وغیرہ بیتیں ہیں ان کے ساتھ ساتھ گھر کے بنے ہوئے سوئٹر اور دوسرا اسلامی کرھائی کا سامان بھی ہوتا ہے۔ یہ طریقہ آسان بھی ہے اور منافع بخش بھی ہے۔ بعض بڑے پیدا کاروں کی طریقہ اپناتے ہیں اور اپنی مصنوعات بری کامیابی سے فروخت کرتے ہیں۔ جیسے سنگر کمپنی کے سٹور مختلف شہروں میں کام کروار ہے ہیں۔

۳۔ ڈاک کے ذریعے اشیاء کی فروخت: اشیاء کی خرید فروخت کے لیے پیدا کار اور صادر فیشن کار ایڈڈاک کے ذریعے بھی ہوتا ہے اشیاء کی فروخت کے لیے صارفین کے آڑ روصول کے جاتے ہیں اور اشیاء ان کو پارسل کر دی جاتی ہیں ایسی اشیاء جن کا وزن اور حجم کم ہو اشیاء دیر پا ہوں ڈاک کے ذریعے فروخت ہوتی ہیں ان اشیاء کی قیمت کم ہوتی ہے اور ترسیل کے اخراجات بھی کم ہوتے ہیں۔

۴۔ ہفتہ وار بازار: ان بازاروں نے بہت سارے پیدا کاروں کو اپنی اشیاء بیچنے کا موقع فراہم کیا ہے مثلاً سبزیاں جو کہ کاشتکاروں کو زیادہ منافع پر فروخت ہو رہی ہیں۔ ایسے ہی گھر یا شپ اسٹیلز میں برلن آرٹس کی مختلف اشیاء اور کپڑے وغیرہ بھی فروخت ہوتی ہیں۔ ان بازاروں میں پیدا کار اپنی اشیاء برآہ راست لاتے ہیں اور زیادہ منافع لکھتے ہیں۔

۵۔ میانا بازار: کئی سرکاری اور بخی ادارے میانا بازار منعقد کرنے کا اہتمام کرتے ہیں ان میں مختلف اسٹیل لگائے جاتے ہیں جو اشیاء ان میں فروخت ہوتی ہیں وہ پیدا کار خود بناتے ہیں اور بہت زیادہ منافع کرتے ہیں۔ زیادہ تر اس منافع سے رفاقتی کام کیے جاتے ہیں۔

(ب) بالواسطہ فروخت: اگر پیدا کار اشیاء صارفین تک پہنچانے کے لیے میان کار (Meddleman) استعمال کریں یعنی مال تیار کرنے والا مال کو صارف تک پہنچانے کے لیے درمیان میں کسی اور کی خدمات لیں تو اسے ملے طرف و کوت کہیں گے تھوک فروش، پرچون فروش، بچوں فروش وغیرہ کے ذریعے فروخت بالواسطہ کھلاتی ہے۔

۶۔ تھوک فروش کے ذریعے فروخت: تھوک فروش سے مراد ہے کہ اشیاء زیادہ مقدار میں بیچنا، تھوک فروش اشیاء کی تقسیم ہے ایک اہم کڑی ہے تھوک فروش بطور میان کار کام کرتے ہیں اور اشیاء آخری صارفین کو نہیں بیچتے اس لیے تھوک فروش ایک ایسی کاروباری اکانی ہے جو اشیاء کو خریدار پرچون فروشوں اور دوسرے تجاری اداروں کو فروخت کرتے ہیں۔ تھوک فروش پیدا کاروں و راپنے گاہوں کے لیے خدمات سرانجام دیتے ہیں جن کی وجہ سے ہر مال اشیاء کی فروخت کے عمل میں موجود رہتے ہیں

سوال نمبر ۳۔ ایجنت اور دلال کے توسط سے چیزوں کی فروخت کیسے ہوتی ہے؟ تفصیل سے بیان کریں۔
جواب۔

ایجنت اور دلال کی معرفت فروخت: ایجنت اور دلال اہم فتم کے میان کار ہیں مگر یہ اشیاء کو خرید کر نہیں بیچتے ان کی بڑی خدمت یہ ہوتی ہے کہ خرید فروخت کے کام کو آسان بنادیتے ہیں۔ یہ محدود کام سرانجام دیتے ہیں تاہم ان کی خدمات بہت ہی تیقینی ہیں اور کم خرچ پر کام کرتے ہیں۔
دلال: دلال کا بڑا کام یہ ہے کہ وہ فروخت کار اور خریدار کو ایک جگہ پر اکھٹا کرتا ہے۔ دلال اشیاء کو اپنی ملکیت میں نہیں لیتا۔ بلکہ دونوں پارٹیوں کے ساتھ اشیاء کی منتقلی کے لیے بات چیت کرتا ہے۔ باقی معاملات مثلاً قیمت، ادائیگی وغیرہ ان پانچوں پر چھوڑ دیتا ہے دلال کا سب سے اہم کام صرف یہی ہے کہ وہ معلوم کرے کہ خریدار کو کیا چاہیے۔ اور اس کی سپاٹی کہاں سے مل سکتی ہے۔

اگر اشیاء کی منتقلی ہو جاتی ہے تو جس پارٹی نے اس کو کام پر لگایا ہوتا ہے اس سے کچھ کمپنی وصول کرتا ہے جو عموماً بہت کم ہوتا ہے آج کل جہاں بڑے پیمانے پر کاروبار کرنے والے دلالوں سے کام لیتے ہیں وہاں چھوٹے پیمانے پر کاروبار کرنے والے بھی ان دلالوں سے کام لے سکتے ہیں چونکہ گھر یا چھوٹے پیمانے

دنیا کی تمام یونیورسٹیز کے لیے ائرن شپ رپورٹس، پروپوزل، پراجیکٹ اور تھیسیز وغیرہ بھی آرڈر پر تیار کیے جاتے ہیں۔

علماء قابل اور پن یونیورسٹی کی تمام کلاسز کی حل شدہ اسائنس، گیس پپر زفری میں ہماری ویب سائٹ سے ڈاؤن لوڈ کریں ہاتھ سے لکھی ہوئی اور آن لائن ایل ایم ایل کی مشقیں دستیاب ہیں۔

پر پیدا کی ہوئی منڈی اتنی وسیع نہیں۔ اس لئے اگر دلال استعمال کئے جائیں تو کم خرچ پر اشیاء کی نکاحی ہو سکتی ہے۔ ایجنت پیدا کاروں کی نمائندگی کرتے ہیں اور یہ پیدا کاروں یا مصنوعات تیار کرنے والوں کی جگہ سوداٹے کرتے ہیں اور پھر اشیاء کے فروخت پر ان کی مقدار کے حساب سے فیس یا کیمیشن وصول کرتے ہیں۔

پیدا کار کے ایجنت: یہ بہت سے پیدا کاروں کیلئے کام کرتے ہیں عموماً ایک شہر یا زادہ سے زیادہ چند شہروں کا احاطہ کرتے ہیں۔ گھریلو یا چھوٹے پیاسے پر پیدا کرنے والوں کی اشیاء کی مقدار اتنی زیادہ نہیں ہوتی کہ وہ اپنے ذاتی نمائندے رکھ سکیں۔ چہاں چھوٹے پیدا کاروں کو اپنی اشیاء کی فروخت کے لیے نمائندگی کی ضرورت ہو وہاں یہ ایجنت مفید ثابت ہو سکتے ہیں۔ ان کو ٹھیلوں کا سامان، بجلی کے سامان، فرنچر، پہنے کے کپڑے اور آرائش کی چیزیں وغیرہ کی فراہمی کیلئے استعمال کیا جا سکتا ہے۔ یہ ایجنت اپنے علاقے سے واقع ہوتے ہیں اور متعدد پیدا کاروں کی اشیاء فروخت کرواتے ہیں بہت سی اشیاء کی فروخت کی وجہ سے ایک فائدہ یہ ہوتا ہے کہ بیچنے کے اخراجات کم ہو جاتے ہیں ان کا بڑا کام یہ ہوتا ہے کہ یہ آرڈر وصول کر کے پیدا کاروں کو بھیجتے ہیں یا صارفین خود را راست بھیج دیتے ہیں۔

فروخت کے ایجنت: یہ تقریباً پیدا کاروں کے ایجنت کی طرح کام کرتے ہیں مگر یہ محدود علاقے کی بجائے پورے ملک کا احاطہ کرتے ہیں۔ یہ ایسی اشیاء جن کا آپس میں سخت مقابلہ ہوتا ہے ان کی فروخت کا انتظام کرتے ہیں یہ اکثر ایک پیدا کار پیزا دہ پیدا کاروں کی تمام چیزیں ہاتھ میں لے لیتے ہیں اور تقریباً ان کا فروخت اور اشتہار بازی پر پورا کنٹرول ہوتا ہے۔ عملًا یہ پیدا کاروں کے فروخت کے مثبجن جاتا ہے۔

بعض فروخت کے ایجنت زیر کار سرمایہ بھی فراہم کرتے ہیں۔ یہاں پیدا کاروں کی اشیاء کی قسم کی تقسیم کے لیے ایک موثر ذریعہ بن سکتے ہیں۔ جن کے پاس مالیات کم ہو۔ پیدا کار ایک اپنے ایجنت کی خدمت حاصل کر کے منڈی کی رسائی حاصل کر سکتے ہیں۔ ان ایجنتوں کی وجہ سے پیدا کار کی چیزیں صارفین تک آسانی سے پہنچ جاتی ہیں۔ جس کی وجہ سے پیدا کاروں کا موس پر توجہ دے سکتا ہے اور اشیاء کی تقسیم کے سالام ہو جاتے ہیں۔

خود مختار اسٹوروں کے ذریعے اشیاء کی فروخت: پاکستان میں دو کانوں اور اسٹوروں کی زیادہ تعداد ایسی ہے جو کہ چھوٹے ہیں اور ان کے مالک خود مختار ہیں دوسری اشیاء کے فروخت کے ساتھ گھریلو یا پیمانے پر پیدا ہوئے والی اشیاء کی فروخت کے لیے یہ بہت موزوں ہیں مثال کے طور پر دو کانوں پر انڈے اور اچار وغیرہ بھی رکھے ہوتے ہیں اس کی وجہ یہ کہ اس قسم کے اسٹور کھولنا اور چلانا آسان ہے۔

خود مختار جزيل اسٹوروں کے ذریعے اشیاء بیچنے کے فوائد: پرچوں فروش کے لئے اس قسم کے اسٹور قدم یزم زمانے سے چلے آرہے ہیں۔ پاکستان میں دو کانوں اور اسٹوروں کی زیادہ تعداد ایسی ہے جو کہ چھوٹے ہیں اور ان کے مالک خود مختار ہیں دوسری اشیاء کے فروخت کے ماتحت گھریلو یا پر پیدا ہونے والی اشیاء کی فروخت کے لئے یہ بہت موزوں ہیں۔ مثال کے طور پر دو کانوں پر انڈے اور اچار آسان ہے۔ اس کی وجہ یہ ہے کہ اس قسم کے اسٹور کھولنا اور چلانا آسان ہے۔

فوائد: اس قسم کے اسٹور کے لیے بھی چوڑی کاروائی کی ضرورت نہیں ہوئی بلکہ اس کا مالک اشیاء کی خریداری، فروخت، کام کے اوقات اور فروخت کو فروغ دینے سے متعلق جلدی فیصلے کر سکتا ہے۔ وہ اس میں ذاتی دلچسپی لیتا ہے جس کی وجہ سے زیادہ فروخت اور صارفین سے ذاتی تلقافت بڑھنے کے امکانات ہوتے ہیں۔ اس کے چلانے کے اخراجات اتنے زیادہ نہیں ہوتے۔ صارفین کو ادھار پر اشیاء دینے اور دوسری ہوتیں مہیا کرنے کی کافی لچک ہوتی ہے۔

سوال نمبر 4 خریدنے اور صرف کرنے کے عمل میں انسان کی عمر جنہیں اور تعلیم کیا ہم دارا دا کرتی ہے؟ جو بحث کریں۔ (20)

جواب۔

انسان کی عمر، جنہیں اور تعلیم خریداری کے عمل میں اہم کردار ادا کرتے ہیں۔ ہر ایک غصہ مختلف طریقوں سے انسانی روپوں اور فیصلوں پر اثر انداز ہوتا ہے، جس کی وجہ سے بازار میں مختلف مصنوعات کی طلب اور فروخت میں تبدیلی دیکھنے میں آتی ہے۔ عمر کے لحاظ سے، نوجوان لوگ عام طور پر جدید رینڈز اور شینکنالو جی کی طرف زیادہ مائل ہوتے ہیں۔ ان کا انتخاب عموماً اپنے امنفرد چیزوں کی طرف ہوتا ہے جو انہیں اپنی ساختیوں میں ممتاز کرے۔ اس کے برعکس، بڑے عمر کے لوگ، جو زیادہ تجربہ کار ہوتے ہیں، خریداری میں معیار اور قیمت کو زیادہ اہمیت دیتے ہیں۔ وہ ایسی مصنوعات کا انتخاب کرتے ہیں جو زیادہ دیریا ہوں اور ان کی ضروریات کو پورا کرتی ہوں۔ جنہیں کاعنصر بھی انتہائی اہم ہے۔ خواتین اور مردوں کی خریداری کی عادات مختلف ہو سکتی ہیں۔ عام طور پر، خواتین خریداری کے لئے اپنے جذباتی تجربات کو اہمیت دیتی ہیں، جب کہ مرد عموماً زیادہ منطقی فیصلے کرتے ہیں۔ خواتین بھی زیادہ تر خریداری کے عمل کو سماجی تجربہ مانتی ہیں، جب کہ مرد اکثر واضح مقصد کے ساتھ خریداری کرتے ہیں، جیسے کہ فوری ضروریات کو پورا کرنا۔ تعلیم کا اثر بھی نمایاں ہوتا ہے۔ تعلیم یافتہ افراد عام طور پر معلوماتی خریداری کو ترجیح دیتے ہیں۔ وہ مصنوعات کے بارے میں تفصیلات حاصل کرتے ہیں، قیتوں کا موازنہ کرتے ہیں اور مختلف برائندز کے فوائد کو دیکھتے ہیں۔ اس کے مقابلے میں تم تعلیم یافتہ افراد اشیاء کی معلومات سطح کی معلومات نہیں رکھتے اور وہ خریداری کے فیصلوں میں کم باخبر ہوتے ہیں۔ انہیں اکثر برائندز کے نام یا مشہور اشیاء ۔ کی طرف زیادہ مائل ہونے کا رجحان ہوتا ہے۔

عمر، جنہیں اور تعلیم کی مشترکہ حیثیت

دنیا کی تمام یونیورسٹیز کے لیے انٹرن شپ رپورٹس، پروپوزل، پراجیکٹ اور تحسیز وغیرہ بھی آرڈر پر تیار کیے جاتے ہیں۔

علام اقبال اور پن یونیورسٹی کی تمام کلاسز کی حل شدہ اسائنس، گیس پپر زفری میں ہماری ویب سائٹ سے ڈاؤن لوڈ کریں ہاتھ سے لکھی ہوئی اور آن لائن ایل ایم ایس کی مشقیں دیتا ہیں۔

عمر، جنس، اور تعلیم کی مشترکہ حیثیت بھی اہم ہے۔ مثال کے طور پر، ایک نوجوان لڑکی جو یونیورسٹی کی تعلیم حاصل کر رہی ہے، خریداری کے دوران مختلف طریقوں کو اپنائے گی۔ وہ برانڈز کے ٹرینڈز سے واقف ہو گی اور اپنے دوستوں کی رائے کا بھی خیال رکھے گی۔ جب وہ اپنی پسند کی چیزیں کھریدنے نکلے گی تو کئی مختلف عوامل اسے متاثر کریں گے، جیسے کہ سوشن میڈیا پر نظر آنے والی چیزیں اور اپنے ساتھیوں کی پسند۔ خریداری کے عمل میں ثقافتی عوامل بھی اہم کردار ادا کرتے ہیں۔ ایک نوجوان لڑکے کی خریداری کی عادات مختلف ثقافت میں موجود ہونے کی صورت میں مختلف ہو سکتی ہیں۔ مثلاً، کچھ ثقافتوں میں اقتصادی طور پر محفوظ افراد زیادہ برانڈ چیزوں کی طرف مائل ہوتے ہیں، جبکہ بعض دیگر ثقافتوں میں لوگ سادہ اور معقول چیزیں خریدنا پسند کرتے ہیں۔

خریداری کے عمل میں استعمال ہونے والی شیکناں لو جی

خریداری کے عمل میں استعمال ہونے والی شیکناں لو جی بھی تبدیلیوں کا باعث بنتی ہے۔ آج کل کے نوجوان، جو کہ شیکناں لو جی کے ساتھ بڑے ہوئے ہیں، آن لائن خریداری کے عادی ہوتے ہیں۔ ان کے لئے عمل نہایت آسان اور موثر ہوتا ہے، کیونکہ وہ کسی بھی وقت اور کسی بھی جگہ سے خریداری کر سکتے ہیں۔ دوسرا جانب، عمر سیدہ لوگ عموماً رواجی دیتے ہیں، کیونکہ وہ اس طریقہ کار سے زیادہ واقف ہوتے ہیں۔ بعض اوقات، صحت کی حالت بھی خریداری کے فیصلے پر اثر انداز ہو سکتی ہے۔ جیسے جیسے عمر بڑھتی ہے، افراد عام طور پر صحت کی ضروریات کا خیال رکھتے ہیں اور صحت مند مصنوعات کی طرف مائل ہوتے ہیں۔ اسی طرح، دوسرا جانب، نوجوان لوگ زیادہ ترقی کی اور فوری طور پر استعمال کی جانے والی چیزوں کی طرف راغب ہوتے ہیں۔ خریداری کے وقت، ماں باپ کے رویے بھی بچوں کی خریداری کے رویوں پر اثر انداز ہوتے ہیں۔ اگر ایک بچہ دیکھتا ہے کہ ماں کے والدین پر ڈالکش کو جانچیں گے، قیمتیوں کا موازنہ کریں گے، تو وہ بھی بعد میں یہی عادتیں اپنائے گا۔ اس طرح، خاندانی رویے خریداری کے طرز عمل میں منتقل ہوتے ہیں۔

انسانی رویوں اور فیصلہ سازی

یہ عوامل مل کر انسانی رویوں اور فیصلہ سازی کو متاثر کرتے ہیں، اور بازار کی صورتحال کو تبدیل کرتے ہیں۔ مارکیٹ میں مصنوعات کی دستیابی، قیمتیں، اور تشریح بھی ان رویوں کے ساتھ چلتی ہیں، جو کہ ان کی عمر، جنس اور تعلیم پر مخصر ہوتے ہیں۔ نتیجتاً، خریداری کے عمل میں انسانی عمر، جنس اور تعلیم کا اثر گہرا ہے۔ یہ عوامل نہ صرف انفرادی رویے کو محدود کرتے ہیں بلکہ ان کی خریداری کی عادات اور مصنوعات کے انتخاب کو بھی متاثر کرتے ہیں۔ ان تینوں عناصر کی بنیاد پر ہم یہ سمجھ سکتے ہیں کہ مختلف افراد مختلف طریقوں سے کیوں خریداری کرتے ہیں، اور مارکیٹرزوں کو اس معلومات کا استعمال کرتے ہوئے اپنے ہدف کی مارکیٹ کو بہتر سمجھنے کی کوشش کرنی چاہئے۔

انقتامًا، خریداری کا عمل ایک مکمل سائیکل ہے، جس میں عمر، جنس اور تعلیم جیسے عوامل مل کر انسان کی اس، سوچ اور معاشری رویوں کو ترتیب دیتے ہیں۔ ان کی بہترین تفہیم ہمیں اس بات کی اجازت دیتی ہے کہ ہم نہ صرف صارفین کی ضروریات کو بہتر طور پر جانچ سکیں بلکہ ان کی وفاداری بھی حاصل کر سکیں۔

سوال نمبر 5 کاروباری معلومات کے ذرائع پر تفصیل سے روشنی ڈالیں۔

جواب:

کاروباری معلومات کے ذرائع:

ہمارے ملک میں زیادہ تر معلومات زبانی صورت میں ایک شخص سے دوسرے تک منتقل ہوتی ہے۔ یہ معلومات پوچنکہ ذاتی سحر بہ پرمنی ہوتی ہے اس لیے ان کا فائدہ بھی کافی ہوتا ہے کسی بھی کاروبار کو شروع کرنے سے پیشتر ضروری ہے کہ آپ کو اپنے محلے یا علاقے کی گاہکی کا اندازہ ہو۔ اس کے لیے مندرجہ ذیل طریقے فائدہ مند ثابت ہو سکتے ہیں:

☆ اپنے محلے یا شہر کے مختلف علاقوں میں گوم پھر کر چیدہ چیدہ خواتین و حضرات سے گفتگو کریں اور یہ معلوم کریں کہ جو اشیاء آپ بنانے کے لیے فروخت کرنا چاہتے ہیں ان کی مانگ لکھتی ہے۔

☆ شہر یا گاؤں کی مختلف دکانوں پر جا کر دیکھئے کہ ان اشیاء کی فروخت کتنی ہے۔ دکان کی کوئی کیا ہے۔ اور دکاندار کتنا منافع کمائیتے ہیں۔ نیز یہ بھی دریافت کریں کہ انکو مال کی سپلائی کہاں سے ہو رہی ہے۔

☆ محصول چونکی پرجا کر گر آپ ایک مینے کا چنگی کار جسٹر دیکھیں تو آپ کو بخوبی اندازہ ہو سکتا ہے کہ کتنا مال کہاں سے آیا اور اس کی کھپٹ کتنی ہے عموماً تمام مال جو منڈی میں آتا ہے چنگی ہر اس کا اندر اراج کیا جاتا ہے اور اس پر محصول لگاتا ہے۔

☆ اگر آپ کے پاس وقت اور ذرائع ہوں تو آپ ایک مختصر سماں نامہ بمع جوابی لفافے کے مختلف گھروں میں بھیج کر بھی پوچھ سکتی ہیں کہ ان کو ان اشیاء کی ضرورت ہے یا نہیں۔ مثال کے طور پر اگر آپ بآپتی کے چاول یا دالیں صاف کر کے پلاسٹک کے لفافوں میں بند کر کے فروخت کرنے کا ارادہ رکھتی ہیں تو سوال نامہ کچھ اس طرح کا ہونا چاہئے۔

1- ایک مینے میں آپ کتنے کلوچاول خرچ کرتی ہیں۔

2- آپ یہ چاول ہر مینے خریدتی ہیں یا سال کے اکٹھے خریدتی ہیں۔

دنیا کی تمام یونیورسٹیز کے لیے ائرن شپ رپورٹس، پروپوزل، پراجیکٹ اور تھیسیز وغیرہ بھی آرڈر پر تیار کیے جاتے ہیں۔

علام اقبال اور پنیونیورسٹی کی تمام کلاسزی حل شدہ اسائیئر، گیس پپر زفری میں ہماری ویب سائٹ سے ڈاؤن لوڈ کریں ہاتھ سے لکھی ہوئی اور آن لائن ایل ایم ایلز کی مشقیں دستیاب ہیں۔

3- اگر پانچ کلوچاوں کے پیکٹ صاف کئے ہوئے آپ کو رعایتی قیمت پر دستیاب ہو جائیں تو کیا آپ خریدیں گی۔
یہ خیال رکھنا ضروری ہے کہ سوال نامہ زیادہ لمبا نہ ہو اور جواب مختصر مطلوب ہوں۔

گاہک کو قائل کرنا: اگر آپ نے اشیاء خود بنائی ہیں یا اپنی نگرانی میں تیار کروائی ہیں تو آپ کے لئے گاہک کو قائل کرنا مشکل نہیں۔ آپ اپنی اشیاء کی خوبیاں اور اس کے استعمال کے متعلق گاہک کو بتا کر اسے قائل کر سکتے ہیں ہاں ایک بات کا خیال رکھیجیے گاہک کو غلط بات نہ بتائیے فرض کیجئے آپ نے کڑھائی میں جو دھماگ کے استعمال کیا ہے اس کا رنگ چکا ہے تو آپ یہ ہر گز نہ کہیں کہ رنگ پکائے بلکہ کہیں کہ ہو سکتا ہے کسی دھماگ کا رنگ کچھا ہواں لئے بہتر ہو گا کہ آپ دھلوانے کی بجائے ڈرائی ملین کروالیں۔ وغیرہ وغیرہ۔ اگر آپ غلط بیانی سے کام لیں گے تو اس کا وقتی طور پر فائدہ تو ہو سکتا ہے مگر آپ اس گاہک کو ہمیشہ کے لئے کھو بیٹھیں گے اور وہ آپ سے خریدی ہوئی چیز واپس کرنے آسکتا ہے۔ ایک دفعہ میں چھڑے کا ایک پرس خریدنے کے لئے بازارگی تو دکاندار نے کہا آپ یہ پرس ضرور لے لیجئے۔ یہ سوال تک خراب نہیں ہوگا۔ چنانچہ میں نے وہ اس لئے نہیں لیا کہ اول اگر تو مجھے سوال کے لئے وہی پرس استعمال نہیں کرنا۔ دوسرے وہ دکاندار مبالغہ آمیزی سے کام لے رہا تھا۔ اگر وہ کہتا کہ یہ پرس ایک یادو سال تک خراب نہیں ہو گا تو یہ زیادہ کیا دے کہا ہوئی۔

اب تک جو خصوصیات ہم نے بیان کی ہیں ان کے ساتھ جو مسائل درپیش ہو سکتے وہ خام مال کی فراہمی۔ کار گیروں کی فراہمی۔ مصنوعات کا مشور کرنا۔، ان کی پیکنگ اور ایک جگہ سے دوسری جگہ پہنچانے کے مسائل شامل ہیں۔ کسی بھی گھر یلوصہ صنعت کا انتخاب کرتے ہوئے ان تمام پہلوؤں پر غور کرنا ضروری ہے اور صنعت کو شروع کرنے سے پہلے ان کا اہتمام کر لینا چاہیے۔ ورنہ بعد میں ان کے نہ ہونے سے نقصان ہوتا ہے۔

(4) ہاتھ سے بنی ہوئی اشیا کی مانگ کیوں زیادہ ہے؟

اس کے باوجود کہ خود کا اور چھوٹی میشیوں کی مدد سے طرح طرح کی مصنوعات تھوڑے وقت میں زیادہ مقدار میں تیار کی جاتی ہیں۔ ہاتھ سے بنی ہوئی اشیاء کی قدراو رہا مانگ اپنی جگہ قائم ہے۔ اس کی اہم وجہاں درج ذیل ہیں۔

☆ گھر یلوصہ پر بنائی جانے والی مصنوعات گاہک اپنی مرضی کے مطابق بنو سکتے ہیں۔

☆ ہاتھ سے بنائی جانے والی مصنوعات اپنے اندر رزیادہ جوہر رکھتی ہیں۔

☆ ایسی مصنوعات اس علاقے کی ثقافت کو بھی نمایندگی کرتی ہیں جہاں وہ تیار کی جاتی ہیں۔

☆ ہاتھ سے بنی ہوئی اشیا کی قدر اس لئے بھی نیازادہ ہوتی ہے کہ خریدنے والے کہہ احساس ہوتا ہے کہ کسی نے محنت سے اور لگن سے اس چیز کو بنانے میں اپنے فن کا کمال دکھایا ہے۔

☆ گھر یلوصہ پر بنی ہوئی چیزیں اپنے ڈیزائن کے اعتبار سے کیا جاتی ہیں۔

☆ ہاتھ سے بنائی ہوئی اشیاء چونکہ زیادہ دیر میں تیار ہوئی ہیں اور ان کی تیاری کا ہر مرحلہ بنانے والے کی نظر میں ہوتا ہے۔ یہ مقابلت ایجاد پا سیدار اور نفیس ہو سکتی ہے۔

☆ گھر یلوصہ پر تیار کی گئی مصنوعات چونکہ ہر جگہ دستیاب نہیں ہوتیں اس لئے دنیا بھر میں نہ صرف ان کی مانگ زیادہ رہیا وہ ہوتی ہے بلکہ بعض اوقات تو گاہک ان کی منہ مانگ قیمت بھی دے دیتے ہیں۔

☆ سب سے بڑھ کر یہ کہ گھر یلوصہ پر تیار کی گئی مصنوعات عام طور پر کیا دہ خصوصیت اور لکش ہوتی ہیں۔

دنیا کی تمام یونیورسٹیز کے لیے انٹرن شپ رپورٹس، پروپوزل، پراجیکٹ اور تحسیز وغیرہ بھی آرڈر پر تیار کیے جاتے ہیں۔