

تمام کلاسز کی حل شدہ مشقیں [MrPakistani](http://MrPakistani) ویب سائٹ سے فری ڈاؤن لوڈ کریں۔

## Allama Iqbal Open University Solved Assignments Spring 2026

Course Code:	200 Code
Course Name:	گھریلو مصنوعات کی فروخت
Class:	Matric
Total Credit Hours	6
Total Assignments	4

گھریلو مصنوعات کی فروخت، گیس پیپرز، کتابیں اور خلاصے حاصل کرنے کے لیے رابطہ کریں واٹس ایپ نمبر: 03036940016

**نوٹ:** ہم طلبہ کے لیے جامع اور معیاری تعلیمی خدمات فراہم کرتے ہیں۔ ہماری خدمات میں علامہ اقبال اوپن یونیورسٹی کے حل شدہ اسائنمنٹس، گیس پیپرز، سابقہ پرچے، تازہ ملازمتوں کی معلومات، آن لائن سی وی تیار کرنا، ملازمت کے لیے درخواست دینا، یونیورسٹی داخلوں میں رہنمائی اور درخواست جمع کروانا شامل ہیں۔ اس کے علاوہ یونیورسٹی سے متعلق طلبہ کے ہر قسم کے تعلیمی اور رہنمائی کے کام میں مکمل تعاون فراہم کیا جاتا ہے تاکہ طلبہ کو ایک ہی جگہ پر تمام ضروری سہولیات میسر آسکیں۔



واٹس ایپ گروپ جوائن کرنے کے لیے سامنے دیے گئے لنک پر کلک کریں۔



واٹس ایپ چینل جوائن کرنے کے لیے سامنے دیے گئے لنک پر کلک کریں۔



یونیورسٹی کی تمام معلومات حاصل کرنے کے لیے ہمارا واٹس ایپ گروپ جوائن کریں۔

# تمام کلاسز کی حل شدہ مشقیں MrPakistani ویب سائٹ سے فری ڈاؤن لوڈ کریں۔

## Assignments 1

سوال نمبر 1: مصنوعات کی مانگ کا اندازہ لگانے کے طریقے لکھیں نیز کاروبار کے لیے مصنوعات کا انتخاب کرتے وقت کن امور کو مد نظر رکھنا ضروری ہے؟

جواب:

حصہ اول: مصنوعات کی مانگ کا اندازہ لگانے کے طریقے

مانگ کا اندازہ لگانے سے مراد یہ جاننا ہے کہ آئندہ کسی عرصے میں آپ کی مصنوعات کو کتنے گاہک خریدیں گے۔ یہ کاروبار کی کامیابی کے لیے بہت ضروری ہے۔ ذیل میں اہم طریقے دیے جا رہے ہیں:

### 1. سروے کا طریقہ: (Survey Method)

اس طریقے میں ممکنہ گاہکوں سے براہ راست ملاقات، پوسٹل سوالنامے، ٹیلی فون یا آن لائن فارم کے ذریعے رائے لی جاتی ہے۔ آپ پوچھتے ہیں: کیا آپ یہ پروڈکٹ خریدیں گے؟ کتنی بار خریدیں گے؟ کتنی قیمت ادا کر سکتے ہیں؟ اس سے مانگ کا تخمینہ لگایا جاسکتا ہے۔ یہ طریقہ چھوٹے پیمانے پر کاروبار کے لیے مفید ہے۔

### 2. تجرباتی فروخت کا طریقہ: (Test Marketing)

اپنی مصنوعات کو کسی ایک شہر یا علاقے میں محدود پیمانے پر فروخت کریں۔ دیکھیں کہ لوگ کتنی دلچسپی لیتے ہیں۔ اگر فروخت اچھی ہو تو بڑے پیمانے پر لانچ کریں۔ مثال: ایک نیا جوس پہلے صرف لاہور کے ایک علاقے میں بیچا جائے۔

### 3. ماہرین کی رائے: (Expert Opinion)

کاروباری ماہرین، مارکیٹ ریسرچ فرمیں، یونیورسٹی کے پروفیسر سے پیش گوئی کروائی جائے۔ یہ طریقہ بڑی کمپنیاں استعمال کرتی ہیں جب ان کے پاس نیا پروڈکٹ ہو۔

### 4. ماضی کے اعداد و شمار کا تجزیہ: (Historical Data Analysis)

اگر آپ پہلے سے کاروبار کر رہے ہیں تو پچھلے 3-5 سال کی فروخت، مہینہ وار اور موسم وار تبدیلیاں دیکھیں۔ اس کی بنیاد پر مستقبل کی مانگ کا حساب لگایا جاسکتا ہے۔ مثال: اگر گرمیوں میں آئس کریم زیادہ بکتی ہے تو اگلی گرمیوں کے لیے زیادہ اسٹاک رکھیں۔

### 5. مقابلہ کی مصنوعات کا مطالعہ: (Studying Competitors)

دیکھیں کہ آپ کے حریف کی مصنوعات کتنی بک رہی ہیں؟ ان کی مارکیٹ شیئر کیا ہے؟ اگر وہ اسی طرح کی چیز بیچ رہے ہیں تو ان کی فروخت کو بطور بنیاد استعمال کریں۔

### 6. معاشی اشاریوں کا استعمال: (Economic Indicators)

جیسے قومی آمدنی، آبادی میں اضافہ، افراط زر، بے روزگاری۔ مثال: اگر لوگوں کی آمدنی بڑھ رہی ہے تو مہنگی مصنوعات کی مانگ بھی بڑھے گی۔

حصہ دوم: کاروبار کے لیے مصنوعات کا انتخاب کرتے وقت کن امور کو مد نظر رکھنا ضروری ہے؟

جب آپ یہ فیصلہ کریں کہ کون سی مصنوعات بنانی یا بیچنی ہیں، تو درج ذیل امور پر گہری نظر رکھیں:

- گاہک کی ضرورت اور خواہش: سب سے پہلے یہ جانیں کہ کیا لوگوں کو واقعی اس چیز کی ضرورت ہے؟ وہ اسے کس مسئلے کے حل کے لیے چاہتے ہیں؟ مثال: شہروں میں صاف پانی کی بوتلیں زیادہ بکتی ہیں۔
- مصنوعات کا معیار اور پائیداری: کم معیار کی چیز ایک بار تو بک جائے گی لیکن گاہک دوبارہ نہیں آئے گا۔ ایسی چیز منتخب کریں جو دیر پا ہو اور اس کی شہرت اچھی ہو۔



یونیورسٹی کی تمام معلومات حاصل کرنے کے لیے ہمارا واٹس ایپ گروپ جوائن کریں۔

## تمام کلاسز کی حل شدہ مشقیں MrPakistani ویب سائٹ سے فری ڈاؤن لوڈ کریں۔

- قیمت اور لاگت: پروڈکٹ کی لاگت (خام مال، مزدوری، پیکیجنگ، ٹرانسپورٹ) نکالیں، پھر اس میں مناسب منافع (20-30%) شامل کریں۔ قیمت زیادہ ہو تو گاہک نہیں خریدے گا، کم ہو تو نقصان ہو گا۔
  - مقابلے کی شدت: مارکیٹ میں پہلے سے کتنی کمپنیاں ایسی ہی چیز بنا رہی ہیں؟ اگر بہت زیادہ مقابلہ ہے تو آپ کو کوئی خاص خصوصیت (یونیک سیلنگ پوائنٹ) دینی ہوگی جیسے کم قیمت، بہتر سروس، ڈیلیوری۔
  - پیداواری سہولیات: کیا آپ کے پاس وہ مشینیں، مزدور، خام مال، بجلی، پانی موجود ہے؟ اگر نہیں تو اسے باہر سے حاصل کرنا مہنگا پڑے گا۔
  - ذخیرہ اندوزی اور نقل و حمل: مصنوعات کو کہاں رکھیں گے؟ خراب ہونے والی اشیاء (دودھ، سبزیاں) کو فوری فروخت کرنا ہو گا۔ بھاری سامان کی نقل و حمل مہنگی ہوتی ہے۔
  - حکومتی قوانین اور ٹیکس: کیا اس پروڈکٹ پر کوئی پابندی ہے؟ جیسے تمباکو، شراب، پلاسٹک بیگز۔ ٹیکس کی شرح کیا ہے؟ کیا لائسنس درکار ہے؟
  - مستقبل کی مانگ: کیا یہ پروڈکٹ آنے والے 5 سالوں میں بھی بکے گی؟ مثال: اسارٹ فون کی مانگ بڑھ رہی ہے جبکہ لینڈ لائن فون کم ہو رہی ہے۔
  - موسمی اثرات: کیا پروڈکٹ صرف ایک موسم میں بکتی ہے؟ مثلاً گرم کپڑے صرف سردیوں میں۔ آپ کو سارا سال کاروبار چلانے کے لیے دوسری مصنوعات بھی رکھنی پڑیں گی۔
- مختصراً: کامیاب کاروبار کے لیے ضروری ہے کہ آپ مندرجہ بالا تمام پہلوؤں پر غور کریں اور اسی کے مطابق پروڈکٹ کا انتخاب کریں۔

## سوال نمبر 2: مارکیٹ کا قیام کیسے عمل میں آیا؟ تفصیلاً تحریر کریں۔

تفصیلی جواب:

مارکیٹ کا قیام انسانی تہذیب کی ترقی کا ایک اہم سنگ میل ہے۔ آئیے اسے مرحلہ وار سمجھتے ہیں:

### 1. خانگی معیشت کا دور (خود کفالت):

ابتدائی انسان اپنی ضرورت کی ہر چیز خود تیار کرتا تھا۔ شکار کرنا، پھل توڑنا، کپڑے سلنا، برتن بنانا۔ سب کچھ اپنے گھر کے افراد کے لیے۔ اس دور میں کوئی مارکیٹ نہیں تھی۔

### 2. نعم البدل کا نظام (Barter System):

جب لوگوں کے پاس ایک چیز ضرورت سے زیادہ ہونے لگی اور دوسری چیز کی کمی ہوئی تو وہ آپس میں اشیاء کا تبادلہ کرنے لگے۔ مثال: ایک کسان اناج دے کر دوسرے سے چمڑے لے لیتا تھا۔ یہ تبادلہ کسی خاص مقام پر ہونے لگا۔ یہ پہلا بازار تھا۔

### 3. منڈیوں کا قیام (شہروں کی ترقی):

جیسے جیسے آبادی بڑھی، لوگوں نے مخصوص دنوں (مثلاً ہر جمعرات) کو ایک جگہ جمع ہو کر سودا کرنا شروع کر دیا۔ انہیں دیہی باٹ یا ہفتہ وار منڈی کہتے ہیں۔ یہاں کسان اور کارگر اپنی مصنوعات لا کر بیچتے تھے۔

### 4. سکے کا ایجاد (پیسے کا نظام):

نعم البدل میں ایک بڑی مشکل تھی۔ "ضرورت کا دوہرا اتفاق" یعنی آپ کے پاس اناج ہے اور آپ کو کپڑا چاہیے لیکن کپڑے والے کو اناج نہیں بلکہ گوشت چاہیے۔ اس مسئلے کو حل کرنے کے لیے سونے، چاندی اور تانبے کے سکے بنائے گئے۔ اب ہر چیز کو سکوں میں خریداجانے لگا۔ اس سے مارکیٹ بہت تیزی سے پھیلی۔



یونیورسٹی کی تمام معلومات حاصل کرنے کے لیے ہمارا واٹس ایپ گروپ جوائن کریں۔

## تمام کلاسز کی حل شدہ مشقیں [MrPakistani](http://MrPakistani.com) ویب سائٹ سے فری ڈاؤن لوڈ کریں۔

5. قصبہ جاتی اور شہری مارکیٹیں:

چھوٹے شہروں میں مستقل دکانیں بن گئیں۔ ہر پیشے کی الگ منڈی (لوہاروں کی منڈی، بانسریوں کی منڈی)۔ تھوک منڈیوں (wholesale market) سے دکان دار اپنا سامان خریدتے تھے۔ بڑے شہروں میں کپڑا، اناج، زیورات، کتابوں کی الگ مارکیٹیں بن گئیں۔

6. صنعتی انقلاب کے بعد (19 ویں صدی):

مشینوں سے بڑے پیمانے پر سامان تیار ہونے لگا۔ اب سامان ایک شہر سے دوسرے شہر اور ایک ملک سے دوسرے ملک بھیجا جانے لگا۔ ریل، جہاز، ٹرک نے نقل و حمل آسان کر دی۔ اس سے قومی اور بین الاقوامی مارکیٹیں وجود میں آئیں۔

7. جدید دور (ماز اور ڈیجیٹل مارکیٹ):

آج ہم شاپنگ مالز دیکھتے ہیں جہاں ایک ہی چھت کے نیچے کپڑے، جوتے، الیکٹرانکس، کھانا، فلم سب کچھ ملتا ہے۔ اس کے علاوہ آن لائن مارکیٹیں جیسے Daraz, Amazon, eBay نے گھر بیٹھے خریدنا ممکن بنا دیا۔

خلاصہ: مارکیٹ کا قیام ایک ارتقائی عمل ہے جو نعم البدل سے شروع ہوا، پھر سکے، پھر شہری مراکز، پھر صنعتی انقلاب، اور اب ڈیجیٹل دور تک پہنچ چکا ہے۔ آج نہ صرف اشیاء بلکہ خدمات اور معلومات بھی مارکیٹ میں فروخت ہوتی ہیں۔

## سوال نمبر 3: ڈاک کے ذریعے خرید و فروخت کیسے ہوتی ہے؟ نیز مینا بازار پر بھی نوٹ لکھیں۔

تفصیلی جواب:

حصہ اول: ڈاک کے ذریعے خرید و فروخت (Mail Order Business)

ڈاک کے ذریعے خرید و فروخت ایک ایسا نظام ہے جس میں خریدار اور بیچنے والے کا آمنے سامنے ملنا ضروری نہیں ہوتا۔ یہ درج ذیل مراحل پر عمل کرتی ہے:

مرحلہ 1: کیٹلاگ یا بروشر کی تیاری

فروخت کار اپنی تمام مصنوعات کی رنگین تصاویر، قیمتیں، سائز، نمبر، اور تفصیل ایک کتابچے (کیٹلاگ) میں چھپواتا ہے۔ مثال: ایک کپڑوں کی کمپنی اپنے نئے ڈیزائن، رنگ، کپڑے کی قسم، سائز چارٹ اور قیمت کیٹلاگ میں دکھاتی ہے۔

مرحلہ 2: ممکنہ گاہکوں تک رسائی

فروخت کار یہ کیٹلاگ ڈاک کے ذریعے ہزاروں گھروں، دفاتر، یا کاروباری اداروں کو بھیجتا ہے۔ اس کے لیے وہ ڈاک خانے کی "بلک میل" سروس استعمال کر سکتا ہے یا کسی نجی کوریئر کمپنی سے معاہدہ کر لیتا ہے۔

مرحلہ 3: آرڈر دینے کا طریقہ

ہر کیٹلاگ کے ساتھ ایک آرڈر فارم ہوتا ہے۔ خریدار اپنا نام، پتہ، موبائل نمبر، مصنوعات کا کوڈ، مقدار لکھتا ہے۔ یہ فارم ڈاک کے ذریعے یا آن لائن جمع کرا سکتا ہے۔

مرحلہ 4: ادائیگی

ادائیگی کے عموماً تین طریقے ہیں:



[یونیورسٹی کی تمام معلومات حاصل کرنے کے لیے ہمارا واٹس ایپ گروپ جوائن کریں۔](https://www.pakistani.com)

## تمام کلاسز کی حل شدہ مشقیں [MrPakistani](http://MrPakistani.com) ویب سائٹ سے فری ڈاؤن لوڈ کریں۔

- بیٹنگی ادائیگی (منی آرڈر، بینک ڈرافٹ، موبائل اکاؤنٹ)
- ڈیلیوری پر نقد (Cash on Delivery)
- بعد میں قسطوں میں (کچھ کاروباروں میں)

### مرحلہ 5: سامان کی ترسیل

فروخت کار آرڈر ملنے کے بعد سامان پیک کرتا ہے اور اس پر خریدار کا پتہ لکھ کر ڈاک خانے یا کوریئر کمپنی کو دیتا ہے۔ ڈاکخانہ پارسل سروس (VPP - Value Payable Parcel) چلاتا ہے جس میں سامان کی قیمت وصول کرنے کی ذمہ داری ڈاکخانے کی ہوتی ہے۔

### نوٹ:

- گھر بیٹھے سہولت، خاص طور پر دور دراز علاقوں کے لیے۔
- وقت اور سفر کی بچت۔
- فروخت کار کو دکان کرایہ اور بجلی کے بل نہیں دینے پڑتے۔

### نقصانات:

- خریدار سامان چھو کر دیکھ نہیں سکتا۔
- ڈاک میں سامان ضائع یا تاخیر کا خطرہ۔
- دھوکہ دہی کے امکانات۔

آج کل ڈاک کے بجائے زیادہ تر کمپنیاں کوریئر سروسز (Leopards, TCS) اور ای کامرس ویب سائٹس استعمال کرتی ہیں، لیکن بنیادی اصول وہی ہے۔

### حصہ دوم: مینا بازار پر نوٹ

#### تعریف:

مینا بازار ایک فلاحی یا خیراتی بازار ہوتا ہے جو عام طور پر مساجد، مدارس، خواتین کی تنظیمیں یا وفاقی ادارے لگاتے ہیں۔ یہ کچھ دنوں یا ہفتوں کے لیے لگتا ہے۔ "مینا" کا مطلب ہے ایک قسم کا پرندہ۔ شاید خوبصورتی اور سادگی کے لیے یہ نام دیا گیا۔

#### مقاصد:

- تعلیم، صحت، یا غربت کے خلاف کام کرنے والے اداروں کے لیے فنڈ اکٹھا کرنا۔
- گھریلو خواتین کو ان کے ہنر (کڑھائی، ٹیلرنگ، پیئنگ، کھانے پکانے) کو فروخت کرنے کا موقع دینا۔
- سستی قیمتوں پر عام لوگوں تک اشیاء پہنچانا۔
- کمیونٹی میں باہمی تعاون کا جذبہ پیدا کرنا۔

### کیا چیزیں فروخت ہوتی ہیں؟



[یونیورسٹی کی تمام معلومات حاصل کرنے کے لیے ہمارا واٹس ایپ گروپ جوائن کریں۔](http://MrPakistani.com)

## تمام کلاسز کی حل شدہ مشقیں MrPakistani ویب سائٹ سے فری ڈاؤن لوڈ کریں۔

- تیار کردہ کھانے (سموسے، پکوڑے، کیک، بسکٹ، جام، اجار)
- ہاتھ سے بنے کپڑے (بچوں کے لباس، دوپٹے، آرائشی تولیے)
- زیورات (ملنے جلتے، موتیوں کے ہار، بریسٹ)
- گھریلو سیاہوٹ کی اشیاء (گلدان، چھوٹے پردے، موم بتیاں)
- پودے، کتابیں، ہینڈ کرافٹ

### خصوصیات:

- قیمتیں عام مارکیٹ سے کم ہوتی ہیں کیونکہ کرایہ اور ٹیکس نہیں ہوتا۔
- زیادہ تر سٹال خواتین چلاتی ہیں اور بعض مینا بازار صرف خواتین کے لیے مخصوص ہوتے ہیں (پردے کا انتظام)۔
- یہاں سودے بازی کی جاسکتی ہے اور خیرات کا عنصر ہونے کی وجہ سے لوگ خریداری خوشی سے کرتے ہیں۔
- مثال: رمضان المبارک میں کئی مساجد کے باہر مینا بازار لگتے ہیں جہاں اگر آپ کچھ خریدتے ہیں تو اس کی رقم یتیم خانے کو جاتی ہے۔
- نتیجہ: مینا بازار ایک مثالی معاشی ماڈل ہے جو فلاح، ہنرمندی اور سستی فراہمی کو جمع کرتا ہے۔ یہ کاروبار اور انسانیت دونوں کو خدمت کرتا ہے۔

## سوال نمبر 4: مصنوعات کی تیاری میں کن اہم باتوں کو مد نظر رکھنا ضروری ہے؟

### تفصیلی جواب:

جب آپ کوئی مصنوعات تیار کرنا چاہتے ہیں—چاہے وہ ہاتھ سے بنی ہو یا مشین سے—تو درج ذیل تمام پہلوؤں پر غور کرنا اشد ضروری ہے۔ ان میں سے کسی ایک کی بھی کمی مصنوعات کی ناکامی کا سبب بن سکتی ہے۔

### 1. گاہک کی ضرورت اور مسائل: (Customer Needs & Problems)

سب سے پہلے یہ جانیں کہ لوگ کس چیز سے پریشان ہیں؟ ان کی کیا خواہشات ہیں؟ مثال: لوگ چاہتے ہیں کہ موبائل فون کی بیٹری زیادہ دیر چلے—تو آپ طویل بیٹری والا فون بنا لیں۔ ضرورت کو سمجھیں بغیر بنائی گئی کوئی بھی چیز فروخت نہیں ہوگی۔

### 2. معیار: (Quality)

معیار کا مطلب ہے مصنوعات کا پائیدار، محفوظ اور قابل اعتبار ہونا۔ ایک اچھی کرسی کم از کم 5 سال چلے، ایک جو تا کم از کم ایک سال۔ معیار میں کمی کر کے آپ عارضی منافع تو کماسکتے ہیں لیکن گاہک دوبارہ کبھی نہیں آئے گا۔ اس کے برعکس بہت اونچا معیار لاگت بڑھا دیتا ہے۔ تو متوازن معیار رکھیں۔

### 3. قیمت کا تعین: (Pricing Strategy)

قیمت کا دار و مدار لاگت، منافع، مقابلہ اور گاہک کی ادائیگی کی صلاحیت پر ہے۔ فارمولا:

(خام مال + مزدوری + مشین کرایہ + بجلی + ٹیکس + ٹرانسپورٹ) = کل لاگت

اس لاگت میں کم از کم 30-50٪ منافع شامل کریں اور پھر مقابلہ کی قیمت بھی دیکھیں۔ اگر آپ کی قیمت بہت زیادہ ہے تو گاہک مقابلہ کی طرف چلا جائے گا۔



[یونیورسٹی کی تمام معلومات حاصل کرنے کے لیے ہمارا واٹس ایپ گروپ جوائن کریں۔](#)

## تمام کلاسز کی حل شدہ مشقیں [MrPakistani](http://MrPakistani.com) ویب سائٹ سے فری ڈاؤن لوڈ کریں۔

### 4. ڈیزائن اور شکل: (Design & Appearance)

لوگ پہلے ظاہری شکل دیکھتے ہیں پھر کام۔ اچھا ڈیزائن (خوبصورت رنگ، ہموار کنارے، پرکشش پینٹنگ) گاہک کو فوراً متوجہ کرتا ہے۔ مثال: ایک ہی کوالٹی کے دو صابن ہوں، ایک کا لگانا خوبصورت تو دوسرے کا پھیکا۔ خوبصورت والا زیادہ بکے گا۔

### 5. خام مال کی دستیابی اور قیمت: (Raw Material Availability)

کیا آپ کو ضروری خام مال مقامی طور پر مل جائے گا یا باہر سے منگوانا پڑے گا؟ اس کی قیمت مستحکم ہے یا اتار چڑھاؤ آتی ہے؟ اگر خام مال مہنگا یا کمیاب ہو تو پیداوار مشکل ہو جاتی ہے۔ یہ بھی دیکھیں کہ کیا خام مال موسمی ہے؟ مثلاً آم کا گودا صرف گرمیوں میں ملتا ہے۔

### 6. مشینری، ٹیکنالوجی اور مزدوری:

کیا آپ کے پاس مناسب مشینیں ہیں؟ جدید مشینیں پیداوار تیز اور عیب کم کرتی ہیں لیکن مہنگی ہوتی ہیں۔ مزدوروں کو تربیت دینی ہوتی ہے۔ اگر بجلی اکثر جاتی ہے تو جزیئر کا انتظام ہو۔ بہت زیادہ دستی کام کرنے سے معیار مختلف ہو سکتا ہے، اس لیے جہاں ممکن ہو مشین استعمال کریں۔

### 7. پیکجنگ: (Packaging)

پیکجنگ کے تین کام ہیں:

- تحفظ: مصنوعات کو ٹوٹنے، نمی، دھول، چوری سے بچانا۔
  - معلومات: مصنوعات کا نام، اجزاء، تاریخ، استعمال کا طریقہ، کمپنی کا پتہ لکھنا۔
  - تشہیر: خوبصورت پیکجنگ لوگوں کو یاد رہتی ہے اور وہ دوبارہ خریدتے ہیں۔
- مثال: شیشے کی بوتل میں شہد پلاسٹک کی بوتل سے زیادہ پریمیم لگتا ہے، لیکن ڈیلیوری میں زیادہ ٹوٹتا ہے۔

### 8. نقل و حمل اور ذخیرہ اندوزی: (Logistics & Storage)

آپ مصنوعات کو کہاں رکھیں گے؟ اگر سامان خراب ہونے والا ہے (دودھ، سبزیاں) تو فریج کی ضرورت ہوگی۔ اگر بھاری ہے (سیمنٹ، فرنیچر) تو گودام کی ضرورت ہوگی۔ ڈیلیوری کے لیے گاڑیوں کا انتظام ہو۔ نقل و حمل کا خرچہ لاگت کا ایک بڑا حصہ بن سکتا ہے۔

### 9. قانونی اور حکومتی تقاضے: (Legal Compliance)

- کیا آپ کو کمپنی رجسٹر کرنی ہے؟
- کیا مصنوعات پر سیلز ٹیکس یا دیگر ٹیکس لگے گا؟
- کیا آپ کو پی ایس او (Pakistan Standards Quality) کی سرٹیفیکیشن چاہیے؟
- کھانے پینے کی اشیاء کے لیے ڈرگ ایڈمنسٹریشن سے اجازت ضروری ہے۔
- غیر قانونی یا غیر معیاری مصنوعات تیار کرنے پر جرمانے اور جیل ہو سکتی ہے۔

### 10. ماحولیاتی اثرات: (Environmental Impact)

آج کل لوگ ماحول دوست مصنوعات کو ترجیح دیتے ہیں۔ کوشش کریں کہ آپ کی مصنوعات ری سائیکل ہو سکے، پلاسٹک کم سے کم استعمال کریں، اور آلودگی پھیلانے والے کیمیکلز سے بچیں۔ حکومت بھی اب ماحول دوست پیداوار پر سبسڈی دیتی ہے۔



[یونیورسٹی کی تمام معلومات حاصل کرنے کے لیے ہمارا واٹس ایپ گروپ جوائن کریں۔](https://www.pakistanstandardsquality.com)

## تمام کلاسز کی حل شدہ مشقیں MrPakistani ویب سائٹ سے فری ڈاؤن لوڈ کریں۔

خلاصہ: مصنوعات کی تیاری میں ان تمام دس باتوں کو مد نظر رکھیں۔ ایک بار جب آپ ان پر مکمل غور کر لیں گے تو آپ کی مصنوعات مارکیٹ میں کامیاب ہوگی۔

### سوال نمبر 5: کیا گھر گھر پھر کر مصنوعات کی فروخت کرنے کا طریقہ مختص ہو گیا ہے؟ مفصل تحریر کریں۔

تفصیلی جواب:

نہیں، گھر گھر پھر کر مصنوعات فروخت کرنے کا طریقہ مختص (ختم) نہیں ہوا۔ اسے "ڈور ٹو ڈور سیلز" یا "پیدل فروشی" کہتے ہیں اور آج بھی یہ کئی شعبوں میں کامیابی سے استعمال ہوتا ہے۔ تاہم اس کی شکل اور طریقہ کار بدل گیا ہے۔ آئیے تفصیل سے سمجھتے ہیں:

تاریخی پس منظر:

صدیوں سے لوگ اپنے گھر تیار کردہ سامان (دودھ، سبزیاں، کپڑے، برتن) پڑوسیوں کو بیچنے کے لیے گھر گھر جاتے تھے۔ 19 ویں اور 20 ویں صدی میں بڑی کمپنیوں نے بھی یہ طریقہ اپنایا۔ جیسے "ایون" برانڈ کا سیمینکس، "پروویز" برتن، انسائیکلو پیڈیا، ویکیم کلینر۔

کیا یہ طریقہ آج بھی موجود ہے؟

جی ہاں، بالکل موجود ہے۔ درج ذیل مصنوعات آج بھی گھر گھر بیچی جاتی ہیں:



- کا سیمینکس اور میک اپ: ایون، اور فلیم، نیچرل اسٹورز جیسی کمپنیاں خواتین سیلز ایجنٹس بھرتی کرتی ہیں جو گھروں میں جا کر مصنوعات کی نمائش کرتی ہیں۔
- صابن، شیمپو، ڈرجنٹ: کچھ کمپنیاں اب بھی ڈور ٹو ڈور نمونے دیتی ہیں اور ہفتہ وار وصولی کرتی ہیں۔
- دودھ، روٹی، اخبار: یہ تو روزانہ کی بنیاد پر گھر پہنچائے جاتے ہیں۔
- انشورنس پالیسیز: انشورنس ایجنٹ گھر گھر جا کر لوگوں کو لائف انشورنس، ہیلتھ انشورنس پالیسیز بیچتے ہیں۔
- تعلیمی کورسز اور کتابیں: کورسز، ایڈمی، ٹیوشن سینٹر اپنے کورسز فروخت کرنے کے لیے گھروں میں جاتے ہیں۔
- صفائی اور مرمت کی خدمات: ٹالین صفائی، ٹالین کمپنیاں، پیٹرن، الیکٹریٹن گھر گھر جا کر اپنی خدمات پیش کرتے ہیں (یہ سروس سیلنگ ہے)۔
- متفرق: نمک، مسالے، گھریلو برتن، جھاڑو، پلاسٹک کے برتن۔ چھوٹے پیمانے پر پھیری والے آج بھی ملتے ہیں۔

اس طریقہ کے فوائد (کیوں زندہ ہے؟):

1. ذاتی تعلق۔ گاہک کو کھل کر سوال پوچھنے کا موقع ملتا ہے۔
2. فوری اعتراضات کا حل۔ سیلز مین وہیں مصنوعات دکھا کر بتا سکتا ہے۔
3. گھر بیٹھے سہولت۔ بوڑھے، بیمار، مصروف لوگ اسے پسند کرتے ہیں۔
4. کم لاگت۔ دکان کرایہ، بجلی، سٹاف کی ضرورت نہیں۔
5. اعتماد سازی۔ پڑوسی نے خریدی، دیکھی، پھر دوسرے گھر بھی فروخت ہو جاتی ہے۔

اس طریقہ کے چیلنجز (کیوں کی وجہ سے کچھ حد تک کمی):

1. لوگ اب اجنبیوں کو گھر میں داخل کرنے سے ڈرتے ہیں۔



یونیورسٹی کی تمام معلومات حاصل کرنے کے لیے ہمارا واٹس ایپ گروپ جوائن کریں۔

