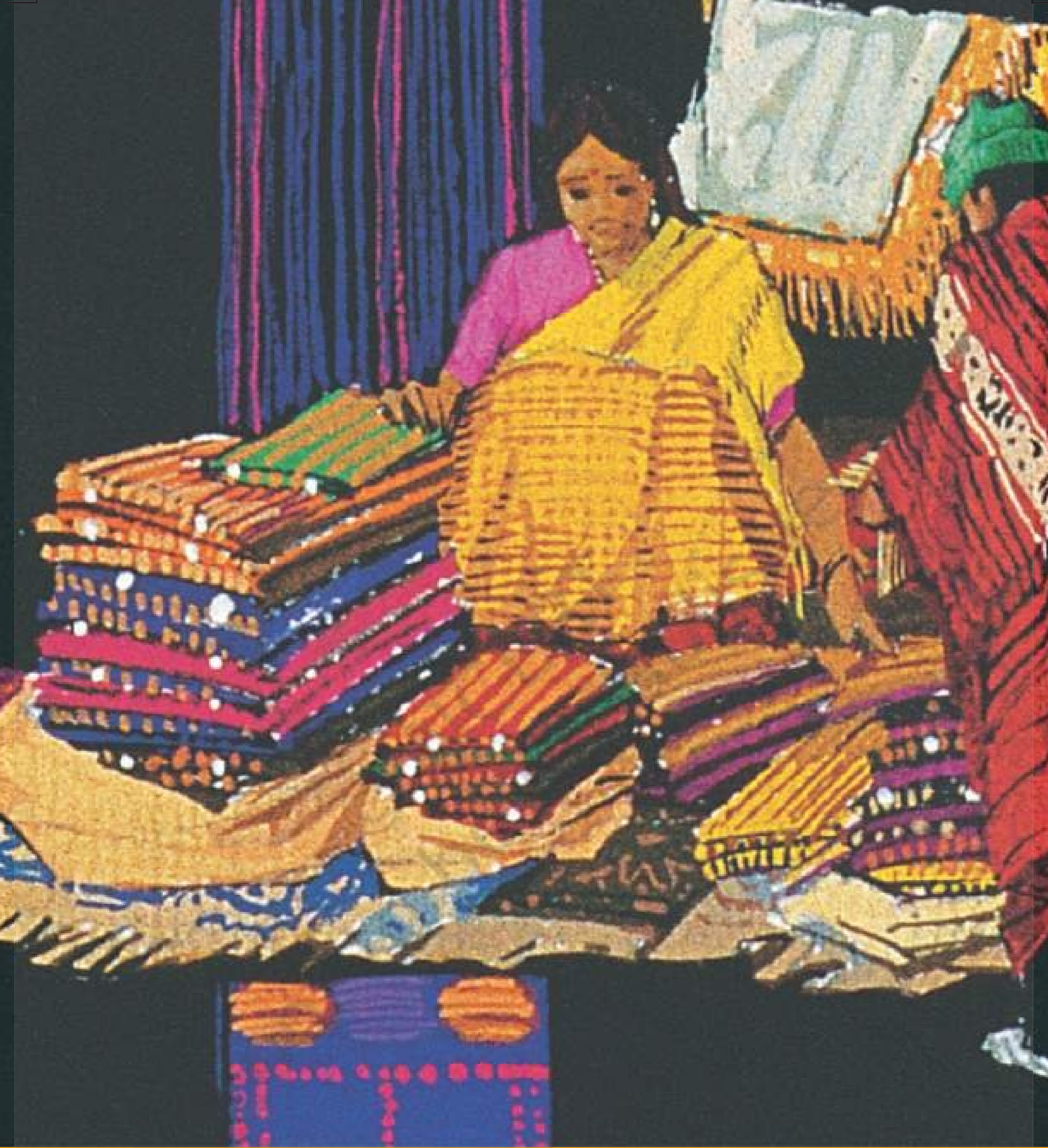
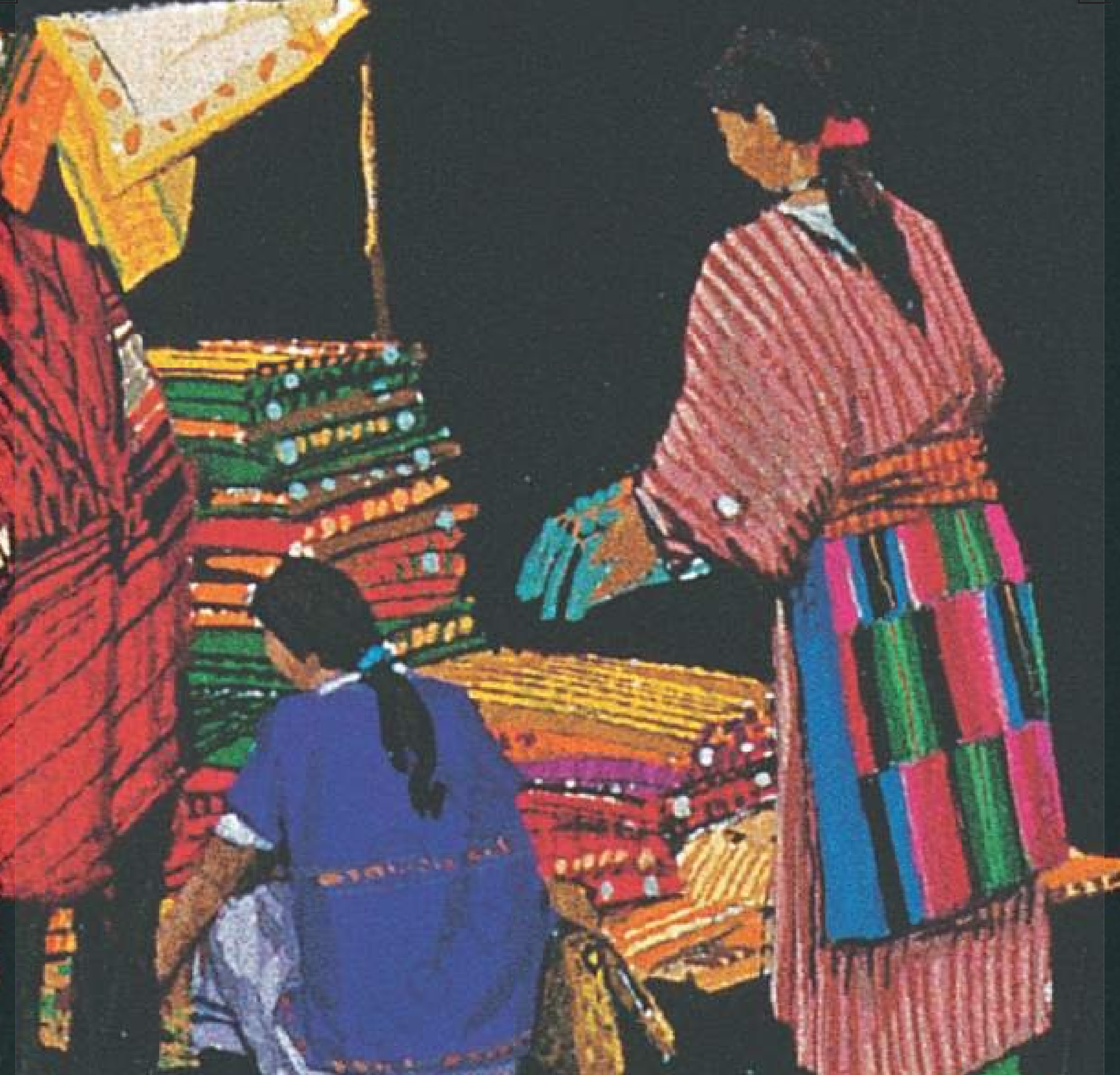


یونٹ III
مستقبل کے لیے حکمت عملی



7 دستکاری کے بازار

تیزی سے شہریت کی جانب مائل ہندستان میں دیہی دستکار طبقے اور شہری صارفین کے درمیان رشتہ کوکس طرح مضبوطی فراہم کی جاسکتی ہے؟ ایک کیس اسٹڈی کے ذریعہ اس باب میں مارکیٹنگ کی حکمت عملی پر بحث ومباحثہ کے بعض نکات کواجاگر کیا گیا ہے۔

مارکیٹنگ کے اصول

اصولی طور پر پیداوار، بازار، فراہمی اور مانگ کے تمام پہلوؤں پر دستکار طبقے کا اختیار ہونا چاہیے۔اس کے اہم شعبے مندرجہ ذیل ہیں:

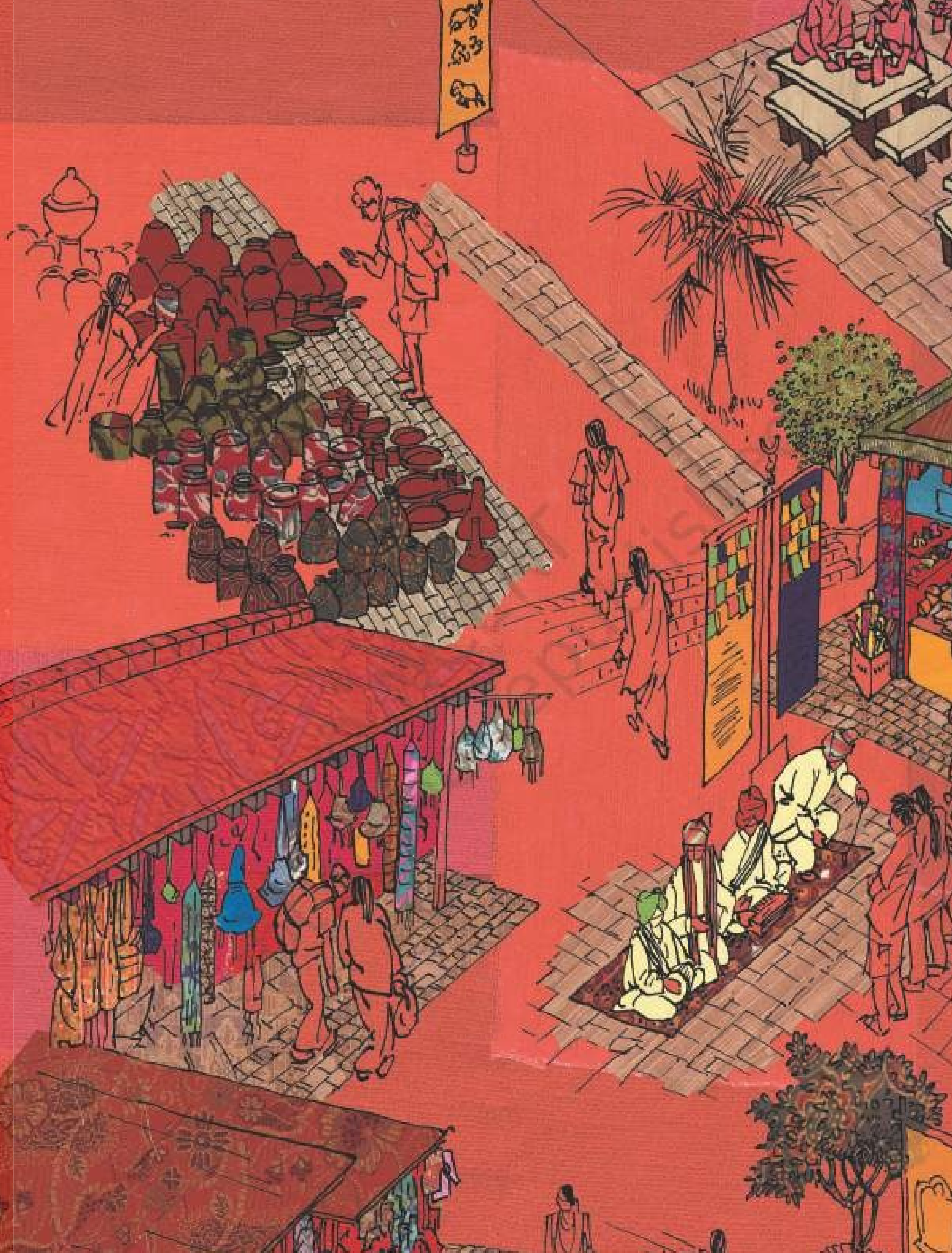
بازار کا سروے

- مصنوعات اور ڈیزائن کی دستیابی کی جانچ
- گاہک کی ضرورتوں اور مانگ کا جائزہ
- خام مال کی دستیابی کی جانچ
- ایسے ہنر کی تلاش کے لیے تحقیق جس کا استعمال نہ ہوا ہو
- تربیت اور ہنر میں بہتری لانے کے لیے سہولتیں فراہم کرانا
- خریداروں کی نشاندہی
- مالی پیش گوئی

اچھی مصنوعات

صارفین یا خریدار دستکاری کی مصنوعات کسی رحم یا کارخیر کے جذبے کے تحت نہیں خریدیں گے بلکہ اشیا کو قیمت، استعمال اور جمالیات کے لحاظ سے مقابلہ جاتی ہونا چاہیے۔

© NCERT not to be republished



تقسیم کا نظام

مصنوعات کی فروخت اوران کی تقسیم انتہائی اہم عمل ہیں۔ بازار کو نہ ہی بہت زیادہ چھوٹا اور نہ ہی بہت زیادہ وسیع ہونا چاہیے کیونکہ دونوں ہی صورتیں زندگی اور دستکاری کے عمل کے فروغ کے لیے نقصاندہ ہوسکتی ہیں۔

بازار کی توسیع

ایک ہی طرح کی مصنوعات سے بازار کے بھر جانے کے نتیجے میں دستکاری کے شعبہ کو مسلسل پھیلتے رہنا ہے اور تھوک برآمدات کے ذریعہ فروخت یا کل ہند سطح پر فرنچائزی مارکیٹنگ کے بنیادی ڈھانچہ کی شکل میں نئے راستے تلاش کرتے رہنا ہے۔

دستکار برادری کی فلاح و بہبود

حتمی طور پر مارکیٹنگ کی حکمت عملی کے فوائد کا رخ دستکار طبقے کی زندگی کے معیار کو بہتر بنانے کے لیے ہونا چاہیے۔آمدنی میں اضافہ سے اس طبقہ کی وسیع پیمانے پر ترقی حاصل ہونی چاہیے۔ان کی آمدنی کا صرفہ ان کی صحت اوران کے گھر اور کام کی جگہ پر ان کا تحفظ، کنبہ کے افراد کی تعلیم، ہنر اور اوزاروں کی بہتری اور فروغ کے لیے تحقیق، خام مال حاصل کرنے کے لیے سبز اور زیادہ ماحول دوست اور محفوظ حل کی تلاش اور دوسرے متبادل، کوڑے کے ٹھکانے لگانے، پیکجنگ اور فروخت پر ہونا چاہیے۔

دستکار نے نیچر بازار کی شکل میں قدرتی چیزوں جیسے بانس، جوٹ، کپاس، لکڑی اور مٹی سے بنی مختلف قسم کی اشیا پیش کرنے کے کام انجام دیے ہیں۔ انھوں نے دستکاروں کے ساتھ مل کر ہمیشہ شہری گاہکوں کے لیے نئی طرح کی چیزیں بنانے کا کام کیا ہے۔ ان نیچر بازاروں کے اعداد و شمار ان عام خیالات کی نفی کرتے ہیں جن کا ماننا ہے کہ دستکاری کا بازار تنگ رہا ہے۔ سالانہ نیچر بازار میں بکری میں لگاتار اضافہ دیکھا گیا ہے جو 1995 میں 10 لاکھ روپے سے 2004 میں 2.5 کروڑ روپے تک پہنچ گیا ہے۔افسوس کی بات تو یہ ہے کہ ہر دس سال میں دس فیصد کی شرح سے دستکاروں کی تعداد میں کمی آ رہی ہے۔

© NCERT not to be republished

گھریلو صنعت

بہت سے لوگوں کا خیال ہے کہ دستکاری کے شعبے میں بنیادی ڈھانچے فراہم کرنے اور تربیت دینے میں بہت کم لاگت کی ضروت ہے۔ بہرحال اگر دستکاری کے شعبہ کو اندرون ملک اور بیرون ملک مقابلہ میں رہنا ہے تو ماہرانہ ہنر کی تربیت اور فروغ ضروری ہے۔ جتنی اچھی کاریگری اور کوالٹی ہوگی اتنا ہی زیادہ اس دستکاری کی اشیا کی قیمت ہوگی اور وہ ایسی ویسی مصنوعات سے پٹے پڑے بازار میں برتری کی حامل ہوگی۔

دستکاریوں کا امتیاز

ہر علاقے کی اپنی دستکاری وراثت، روایتیں، ضرورتیں، وسائل اور صلاحیتیں ہوتی ہیں۔ دستکاری کی صنعت کی ترقی اس علاقہ میں دستیاب بے نظیر اور انوکھے ہنر پر مبنی ہونی چاہیے۔ غیر دانشمندانہ نقالی، نقش ثانی یا خیالات کی چوری سے نہ تو دستکاری کی روایت اور نہ ہی اس طبقے کا بھلا ہوگا۔

ڈیزائن اور مصنوعات کا بنانا

دستکاری کا شعبہ پہلے سے ہی اشیا سے بھرا پڑا ہے۔ دستکاروں کی بہت سی جماعتیں ایک ہی طرح کی چیزیں بنا رہی ہیں جس کے سبب بازار زیادہ سے زیادہ مقابلہ جاتی ہو گیا ہے۔ اس لیے ڈیزائن میں تازگی اور مسلسل نیا پن لاتے رہنے کی ضرورت ہے تاکہ مصنوعات میں یکسانیت نہ پیدا ہو۔

چائے پوش

یوروپ کے لوگ کیتلی میں چائے بناتے ہیں۔ چائے دانی کو گرم رکھنے کے لیے چائے پوش کا استعمال کیا جاتا ہے۔ چائے پوش ایک ڈھکن ہوتا ہے جسے چائے دانی پر ٹھیک سے فٹ ہو جانے کے لیے عام طور پر گدے دار روئی کے کپڑے سے بنایا جاتا ہے اور اس پر کشیدہ کاری کی ہوئی ہوتی ہے۔

ہندستان میں چائے بنانے کا مقبول طریقہ یہ ہے کہ چائے کی پتی کو دودھ اور پانی میں شکر کے ساتھ ابالا جاتا ہے اور اسے گلاس یا مگ میں ریڈی میڈ طریقہ سے پیش کیا جاتا ہے۔ ایسے میں کسی چائے دانی یا چائے پوش کے استعمال کی ضرورت نہیں ہے۔

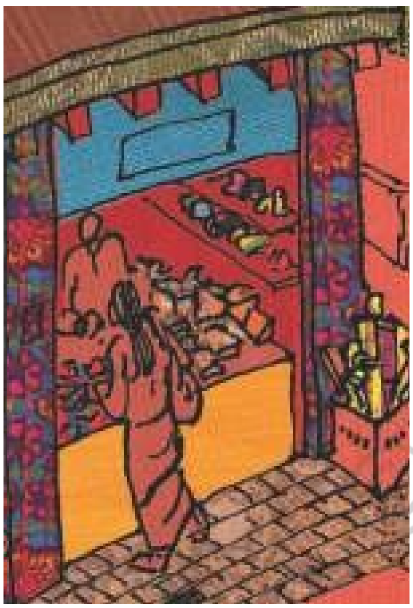
کچھ سال قبل ہندستان میں غریبوں کو روزگار فراہم کرنے کے لیے سلائی کے یونٹ قائم کیے گئے۔ کافی مقدار میں چائے پوش تیار کیے گئے۔ بازار ایک ہی قسم کے ہزاروں بے کار اور خراب ڈیزائن کے زیادہ قیمتی چائے پوش سے بھر گیا۔ ہندستانیوں نے چائے پوش اس لیے نہیں خریدا کہ ان کے ہاں اس کا کوئی استعمال نہیں تھا۔

موضوعات بنانے والوں کو قیمتوں میں چھوٹ دینی پڑی جبکہ بے روزگار دستکار تربیت دینے والے بن گئے اور انھوں نے مزید لوگوں کو تربیت فراہم کی تاکہ فروخت کے لیے مزید اشیا بنائی جا سکیں۔ اس حقیقت کے باوجود جبکہ مطلوب صارفین وہ ریڈی میڈ چائے مگوں میں پیتے ہیں۔ قبائلیوں کو چائے پوش پر پھولوں کی کشیدہ کاری کرنے کے لیے سخت محنت کرنے کی ہدایت دی جاتی ہے۔

© NCERT not to be republished

اس نوعیت کے دستکاری بازار کے انعقاد میں منتظمین کو دیہی ماحول سے آنے والے دستکاروں کے تمام پہلوؤں کو دھیان میں رکھنا ہوتا تھا کیونکہ وہ شہری ماحول سے ناواقف ہوتے تھے۔ انھیں دستکاروں کو اسٹیشن سے لانا، ان کی دکان لگانے میں مدد دینا، ان کے رہنے اور کھانے کا انتظام کرنا اور بعض اوقات انھیں بستر اور گرم کپڑے بھی مہیا کرانے پڑتے تھے۔ آج یہی دستکار پر اعتماد عالمی سیاح بن چکے ہیں۔ یہ اس لیے کہ دستکاری بازار نے دستکار طبقہ کو پیداوار کے ہر پہلو اور شہری بازاروں میں اپنی پیداوار کی مارکیٹنگ کرنے کے لیے زیادہ خود مختار بنا دیا ہے۔

اس شعبے میں آزادی اور اعتماد کے فروغ کے لیے دستکاروں کو لازمی طور پر بازار لگانے اور اس کی منصوبہ بندی میں شامل ہونا ہوگا۔ اس کے لیے بازار سے قبل ایک میٹنگ کا انعقاد ضروری ہے تاکہ اس کے اصول وضوابط مرتب کیے جا سکیں اور تمام طرح کے بنیادی ڈھانچہ تیار کرنے اور انتظامی معاملوں کو حل کیا جا سکے۔ بعد از بازار ورکشاپ سے دستکاروں کو لوگوں سے ملنے والی آرا کی جانچ کرنے، اسے ایک دوسرے کے ساتھ بانٹنے، تجزیہ کرنے اور فروخت کی اعداد و شمار پر جشن منانے اور مستقبل کے لیے منصوبہ بنانے میں مدد ملتی ہے۔ اس طرح کی بعد از بازار میٹنگ بھی ضرور منعقد کی جانی چاہیے تاکہ جو سبق انھیں ملے ہیں ان سے استفادہ کرتے ہوئے بہتری لائی جا سکے اور دستکار طبقے کے جوش و خروش کو مضبوطی فراہم کی جا سکے۔



بازاروں کے ذریعہ دستکاریوں کی مارکیٹنگ کے کیا فوائد ہیں؟

1. سب سے بڑا فائدہ یہ ہے کہ ایک ایسا موقعہ ہوتا ہے جب دستکار برادری لوگوں کی توجہ کا مرکز ہوتی ہے۔ جہاں دستکار کو اپنے فن کی نمائش، تشہیر اور لوگوں کی توجہ حاصل کرنے کا موقعہ ملتا ہے جو بصورت دیگر انھیں بڑے شہروں میں نہیں مل پاتا ہے۔
2. بازار دستکاریوں کی مصنوعات اور فن کو اجاگر کرنے کا موقعہ فراہم کرتا ہے۔
3. بازار کے تجربے سے اس شعبہ کے مسائل اور اس کی صلاحیت بھی ابھر کر سامنے آسکتی ہے۔ نمائش کا استعمال دستکاری کی پیداوار کے دیگر مسائل بشمول سماجی اور ماحولیاتی مسائل کو اٹھانے کے لیے بھی اہمیت کا حامل ہے۔

جو لوگ دستکاری کے فروغ کے لیے کافی سنجیدہ ہیں ان کا رویہ بھی اس کے متعلق سرپرستانہ ہے اور یہاں کوئی یہ بھی کہہ سکتا ہے کہ آخر تحفظ کے کیا معنی ہیں۔ کیا اس کے ذریعہ دستکاری کی روایت کو قائم کرنے والوں اور ان پر عمل کرنے والوں قید جن کی مہارت ان کے کاموں میں نظر آتی ہیں کو ایک زمانے میں کر دینا ہے؟ کیا وہ آج بھی دستکاروں کو زمانہ سے چلے آرہے جاگیردارانہ نظام کے تحت دیکھتے ہیں یا پھر انھیں تخلیقی لوگوں کے طور پر دیکھا

© NCERT not to be republished

شہری دستکاری بازار

دستکاری بازار کا انعقاد کئی دہائیوں سے کیا جا رہا ہے۔ ٹورزم ڈیولپمنٹ کارپوریشن، ہینڈی کرافٹ اور ہینڈلوم بورڈز جیسی ایجنسیوں اور غیر سرکاری تنظیموں نے شہری مراکز میں دستکاری بازار کا انتظام کیا ہے۔ حالیہ برسوں میں اس طرح کے بازاروں اور دستکاری کے فروغ کی کوششوں نے دستکار طبقے کو یہ سکھایا ہے کہ وہ کس طرح نئی مصنوعات کی جانچ کریں، ان بازاروں میں شامل ہوں اور ان کے اندر کس قسم کے بازار اور میلوں کا انعقاد کرنے کا اعتماد پیدا ہو۔ ان بازاروں نے انھیں نتائج کا جائزہ لینے اور گاہکوں سے ان کی آرا معلوم کرنے کا سلیقہ دیا ہے۔

دستکاروں کو خود مختار بنانا

1960 کی دہائی کے شروع میں دستکاری کی مصنوعات کے بازار دیہی دستکاری کو شہری علاقوں میں لانے اور ہاتھ سے بنی روایتی اشیا کے لیے نئے بازار تلاش کرنے کی سمت میں ایک نئی پہل تھی۔ حکومت کی ایجنسیوں کے ذریعہ مختلف ریاستوں کی راجدھانیوں اور شہروں میں دستکاریوں کی نمائش اور ہینڈلوم میلوں کے ساتھ ہی دستکار اور شلپ گرام جیسی ایجنسیوں نے اس طرح کے میلے اور نمائشوں کا انعقاد شروع کیا جس میں دستکار (پورے ہندستان سے) خود سے اپنے سامان فروخت کرتے ہیں۔

6. ایک دوسرے کے ساتھ تعاون میں ایک قسم کی طاقت ہے۔ بازاروں، دھرم شالاؤں یا گیسٹ ہاؤسوں میں جہاں دستکار ٹھہرتے ہیں آپس میں ایک گروپ کا دوسرے گروپ سے اختلاط وارتباط ان میں مجموعی اعتماد پیدا کرتا ہے اور وہ ایک دوسرے سے سیکھتے ہیں۔ ایک دستکار کو خوشی خوشی یہ کہتے ہوئے سننا کہ اس کی فروخت 15 لاکھ روپے کی ہوئی ہے کسی بھی دوسرے گروپ کے دستکاروں کے لیے بڑے محرک کے طور پر کام کرتا ہے اور وہ بھی ایسے موقع سے جب کہ وہ پہلی بار کسی میٹرو بازار میں آئے ہوں۔ بڑی کامیابی کی کئی کہانیاں ملک میں پھیلی ایجنسیوں جیسے لکھنؤ کی سلف امپلائڈ ویمن ایسوسی ایشن (ایس ای ڈبلو اے)؛ احمدآباد کی بناس کرافٹس؛ بی ایم کے ایس تسار؛ تھمبور پروجیکٹ؛ راجستھان کی یو آر ایم یو ایل اور کلا رکشا؛ اور اتراکھنڈ کی سنٹرل ہمالین رورل ایکشن گروپ (سی ایچ آئی آر اے جی) وغیرہ سے سننے میں آتی ہیں۔

1988 راجستھان کی ایک غیر سرکاری تنظیم، یو آر ایم یو ایل نے دستکاروں کا ایک گروپ دہلی کے کرافٹ بازار کو روانہ کیا۔ وہ ایک اجنبی شہری بازار میں شرکت کرنے کے خلاف تھے لیکن کافی پس وپیش کے بعد ڈرتے ہوئے جب انھوں نے 85,000 روپے کا سامان فروخت کیا اس کے بعد سے انھیں ملک بھر میں پھیلے بازاروں میں مسلسل شامل ہونے کی تحریک ملی۔

7. دستکار نئے مال اور ڈیزائن کو سیکھنے کی اہمیت کو جانتے ہیں ساتھ ہی وہ اہم مقابلہ جاتی بازاروں میں اپنی پہچان کو قائم رکھنے کی اہمیت سے بھی واقف ہیں۔ دستکاروں کو ان کا منفرد ہنر اور روایتی ڈیزائن ایک قسم کی برتری فراہم کرتا ہے۔ تجربات سے یہ بات ثابت ہوتا ہے کہ اچھی قسم کی چیز خواہ وہ مہنگی ہی کیوں نہ ہو اسے ادنیٰ اور سستی قسم کی چیزوں کے مقابلے فروخت کرنا زیادہ آسان ہے۔ دستکار نقل کرنے اور ایک دوسرے کے کاموں میں سینڈ لگانے کے بجائے اپنے ڈیزائن اور مصنوعات میں تنوع لانے کی کوشش کر سکتے ہیں۔ مقامی بازاروں میں ملوں میں بنی سستی مصنوعات کی مانگ ہوسکتی ہے لیکن بڑے شہروں کے بازار ہاتھ سے بنی روایتی دستکاریوں کی مصنوعات کی اچھی قیمت دینے کے لیے تیار ہیں بشرطیکہ انھیں جدید استعمال اور مروج فیشن کے مطابق تیار کیا گیا ہو۔

8. بازاری مصنوعات کی جانچ اور فروخت میں اضافہ کے بارے میں معلومات حاصل کرنے کے لیے بازار ایک مناسب جگہ ہے۔ یہاں جانچ بھی ہو جاتی ہے اور لوگوں کے تاثرات جاننے کے لیے حدف بھی طے

جاتا ہے اور جو پرانے پیٹرنوں اور پرانی شکلوں کی محض نقل تیار کرنے میں اندھا دھند نہیں لگے ہیں جس کی میکانکی نقالی سے شکل کا خالص پن، اس کی دھار اور اس کے اظہار کی تازگی مجروح ہو جائے؟ کیا انھیں سماج میں وہی مقام اور عزت حاصل ہے جو پیٹرن بنانے والوں، سنگ تراشوں، موسیقاروں، رقاصوں اور پرفارمنگ آرٹسٹوں کو حاصل ہے؟ یا کیا اب بھی ہم انھیں ہنرمند گمنام اور بے چہرہ مزدور کے طور پر دیکھتے ہیں جس نے نسل در نسل ہمارے لیے دستکاریوں کی مصنوعات بنائی ہے جس سے ہم، ہمارے گھر، ہمارے ماحول جگمگاتے رہے ہیں اور جس نے تاجروں کو امیر بنایا ہے۔

— جسلین دھمیجہ
انڈیا میگزین

4. دہلی میں دلّی ہاٹ؛ ممبئی میں باندراری کلیمیشن؛ ہریانہ میں سورج کنڈ میلہ؛ ترو پتی کا شلپ گرام؛ چنئی کا دکشن چتر؛ بھوپال کا بھارت بھون؛ گوہاٹی کا شنکرادیو میوزیم وغیرہ جیسے بڑے اور کھلے بازاروں کا فائدہ یہ ہے کہ یہاں ہر طرح کے خریدار آتے ہیں اور ان میں ایسے لوگ بھی شامل ہیں جو عام طور پر دستکاریوں کی اشیا نہیں خریدتے ہیں۔ یہ انتہائی غلط تصور ہے کہ دستکاریوں کی مصنوعات 'مخصوص' ہیں اور یہ 'اعلیٰ طبقہ' کے امیر لوگوں کے لیے ہیں۔ شہری میلہ یا دستکاری بازار کا ایک فائدہ یہ بھی ہے وہاں زیادہ سے زیادہ لوگوں کو دستکاری کے سامان خریدتے اور ان سے لطف اندوز ہوتے دیکھا جا سکتا ہے اور یہ احساس ہوتا ہے کہ مختلف قسم کا مذاق رکھنے والی مختلف شہری آبادیوں کے لیے وہاں کچھ نہ کچھ ضرور ہے۔

بہار کی سب سے زیادہ فروخت ہونے والی تسار ساڑی بیچنے والے گروپ بے روزگار مہیلا کلیان سنستھان (بی ایم کے ایس) نے 2008 میں اسی قسم کے ایک بازار میں شرکت کی۔ ان کی ساڑیاں دہلی کے بازار میں خوب فروخت ہوئیں اور اس طبقہ کے حالات بہتر ہوئے جو کہ صرف 12 سال قبل بے کس و بے بس بندھوا مزدور ہوا کرتے تھے۔

5. بازار ایک آموزش گاہ ہے جہاں دستکار پر گاہکوں سے روبرو ہوتے ہیں اور ان کے مذاق، رجحانات، اور ان کے رنگوں کی پسند کے بارے میں سیکھتے ہیں۔ کوالٹی کنٹرول یا سائز کے بارے میں اصولی ہدایات ورکشاپوں اور تربیتوں کے دوران تحریری شکل میں یا لکچرز کے ذریعہ دیے جا سکتے ہیں لیکن انھیں زیادہ مؤثر ڈھنگ سے دستکاری بازار میں بلا واسطہ عملی طور پر سیکھا اور سمجھا جا سکتا ہے۔

ایک بازار میں گجرات کی خواتین کشیدہ کاروں نے اپنے کثیر رنگ والے شیشے کا کام کے کشیدہ کیے ہوئے کشن کے غلاف کو مختلف قسم کے نیلے رنگ میں بنایا۔ یہ نیلے کشن غلاف یوروپ میں بطور خاص برطانیہ اور ڈچ ممالک میں بڑے مقبول ہوئے کیونکہ نیلا رنگ ان کی ثقافت کا حصہ ہے۔

© NCERT not to be republished

روایات کا احیا

جب کوئی خاتون اپنے ملک سے ہجرت کر کے کسی مغربی ملک میں بس جاتی ہے تو وہ اپنی روایتوں سے بھی رشتہ استوار رکھتی ہے؟ کیوں کہ یہی روایتیں اس کے معاشرے کا اٹوٹ حصہ ہوتی ہیں اور اسے اس کی شناخت کا احساس دلاتی ہیں۔

مندرجہ ذیل باکس میں ایک مثال دی گئی ہے یہ ان مختلف طریقوں میں سے صرف ایک طریقہ ہے جسے لوگ اختیار کر رہے ہیں۔

خامیاں

دستکاری بازار کی بعض خامیاں درج ذیل ہیں:

1. یہ غیر مستقل اور عارضی جگہوں پر ہوتا ہے۔
2. اس کی تشہیر، پیش کش اور فروغ میں نسبتاً زیادہ صرفہ آتا ہے تا کہ لوگوں کی دلچسپی پیدا ہو اور میڈیا اس کی جانب متوجہ ہو۔ ایسے بازاروں میں دستکار کی حیثیت عارضی ہوتی ہے آج یہاں اور کل دوسری جگہ۔
3. دستکاریوں کی تشہیر اور ان کے تئیں بیداری پیدا کرنے کے بعد یہ میلے دستکاروں کو مستقل دکان اور ان کی مصنوعات کے آرڈر سے نہیں جوڑتے۔
4. فروخت ہونے والی اشیا کی کوالٹی پر منتظمین کا کوئی اختیار نہیں رہتا اور نہ ہی وہ اس بات کی یقین دہانی کرا سکتے ہیں کہ انھیں جو آرڈر ملے ہیں ان پر دستکار آئندہ کام کر پائیں گے۔ یہ بات اہم ہے کہ دستکار نمائش سے پہلے اور اس کے بعد وہاں کچھ وقت گزاریں تا کہ فروخت اور آرڈر کے مطابق وہ یہ طے کر

کیے جا سکتے ہے۔ یہاں فروخت میں اتار چڑھاؤ اور گاہک کی پسندوناپسند کے متعلق فوری اعداد وشمار حاصل ہوجاتے ہیں۔ بہرحال ڈیزائن کا نیا رینج ایک ایسے بازار میں اچھی طرح سے جانچا جاسکتا ہے جو چھوٹا ہو، مخصوص نمائش پر مبنی ہو جہاں ایک خاص تکنیک، ڈیزائن یا علاقے پر توجہ مرکوز کی گئی ہو اور جو مخصوص گاہکوں کے لیے ہو۔

1991 میں ایک بنگلہ دیشی مہاجر شیریں اکبر نے لندن کے قرب وجوار میں قیام پذیر مہاجر خواتین کے گروپ سے ملاقات کرنی شروع کی اور انھیں وکٹوریہ اور البرٹ میوزیم کی سلائڈس دکھائیں جہاں وہ کام کرتی تھی۔ اس میوزیم میں ہندوستانی آرٹ کا بڑا ذخیرہ موجود تھا۔

اس سلائڈ شو کے بعد یہ خواتین میوزیم جاتیں اور وہاں شیرین کے بیان سن مزید تین گیلریوں معائنہ کرتیں وہاں انھیں جو ڈیزائن پسند آتے وہ ان کی تصویر بناتیں۔ ان ڈیزائنوں کو وہ اپنے گروپ میں لے جاتیں تاکہ انھیں کپڑوں پر اتار سکیں۔ یہ ان کی صنف سے متعلق مسائل سے متعارف کرانے کا بھی ایک وسیلہ تھا۔

شیریں کہتی ہے: ''میں شاہجہاں کے زمانے کے کسی ریشمی کپڑے پر کی ہوئی خوبصورت زردوزی کے پاس رک جاتی اور ان سے پوچھتی کہ کیا وہ بتا سکتی ہیں کہ اسے کس نے بنایا ہوگا۔ وہ عام طور پر کہتیں کہ 'عورتوں نے'' لیکن جب انھیں یہ پتہ چلتا کہ درحقیقت اسے مردوں نے انتہائی باریکی اور نفاست کے ساتھ تیار کیا ہے تو ان کی حیرت کی انتہا نہ رہتی۔ تب ہم انھیں بتاتے کہ مرد اجرت پر وہ کام کرتے تھے جنھیں وہ حقارت کے ساتھ 'عورتوں کا کام' کہہ کر ہٹا دیتے تھے۔ انھوں نے اس کا موازنہ اپنے حالات سے کرنا شروع کیا۔ وہ کہتیں کہ ان کے شوہر اپنے گھر کے باورچی خانہ میں داخل ہونے کے لیے تیار نہیں اگرچہ وہ کام شیف کی حیثیت سے کرتے ہیں۔ ان باتوں سے انھیں غصہ آتا۔''

جو کام چھوٹے پیمانہ پر شروع کیا گیا تھا وہ اب 40 ممالک کی خواتین کے گروپ میں پھیل چکا ہے اور اس میں 800 سے زیادہ خواتین شامل ہیں۔ اس کے بعد شیریں نے مغل ٹینٹ پروجیکٹ کی شروعات کی جو 1997 کے موسم گرما میں مکمل ہوا۔ اس کے تحت انتہائی وسیع شامیانہ بنایا گیا ہے جس میں کافی شوخ رنگوں کا استعمال ہوا ہے اور اس کی تحریک مغلوں کے خیموں سے حاصل کی گئی ہے۔ یہ شامیانے 50 قرمزی اور نیلے کپڑوں کے پینل پر مبنی ہیں اور ان میں سے ہر ایک پینل کو برطانیہ میں مقیم جنوب ایشیا کی خواتین یا پھر وہاں سے ہزاروں میل کی دوری پر ہندوستان کے شہر چنئی، جنوبی افریقہ، امریکہ (لاس اینجلس) اور برما میں خواتین نے تیار کی ہیں۔

اس پورے پروجیکٹ نے عوام میں بیداری پیدا کی اور میوزیم میں نئے لوگوں کا بڑا نیا طبقہ متوجہ ہوا ہے نیز اس میں شامل خواتین میں زبردست اعتماد پیدا ہوا ہے۔ شیریں اکبر کہتی ہے: ''وہ جب کبھی چاہتی ہے چھوٹی چھوٹی باریکیوں اور باتوں کی تفصیل حاصل کرنے کے لیے میوزیم میں آتی ہے اور اس سے زیادہ خوشی کی بات تو یہ ہے کہ ان نمائشوں میں بھی حصہ لینے جاتی ہے جن کا جنوب ایشیا سے کوئی سروکار ہی نہیں ہے۔ اس نے اپنی چیزیں فروخت کرنی شروع کر دی ہیں اور ریڈیو اور ٹیلی ویژن پر انٹرویو دیتی ہے، یہ بہت بڑی بات ہے۔ اب میری کوئی ضرورت نہیں رہی۔''

© NCERT not to be republished

ایک دستکاری بازار کی تیاری

اپنے ملک کی دستکاری کی زندہ روایت کے بارے میں علم کو حاصل کرنے والے طالب علموں کو اس شعبہ میں اپنا کیریئر بنانے کی خواہش ہو سکتی ہے۔ اس لیے یہ بات اہم ہے کہ وہ اس بازار کو مارکیٹنگ کے متبادل کے طور پر تفصیل سے جانیں۔

- ایک ہال کو بک کرنے کے مقابلہ بازار لگانے میں زیادہ چیزیں شامل ہیں۔ اس کے تمام پہلو یعنی مقام کے انتخاب سے لے کر مقامی سیل ٹیکس کے ضابطے وغیرہ فروخت پر اثر انداز ہوتے ہیں۔

ایک بار دستکاریوں کی نمائش منتظمین نے نمائش گاہ سے باہر پارکنگ کے لیے پولس کی اجازت لینے میں ناکام رہے جس کی وجہ سے افراتفری کا ماحول پیدا ہو گیا اور آدھے دن کی فروخت کا نقصان ہوا۔

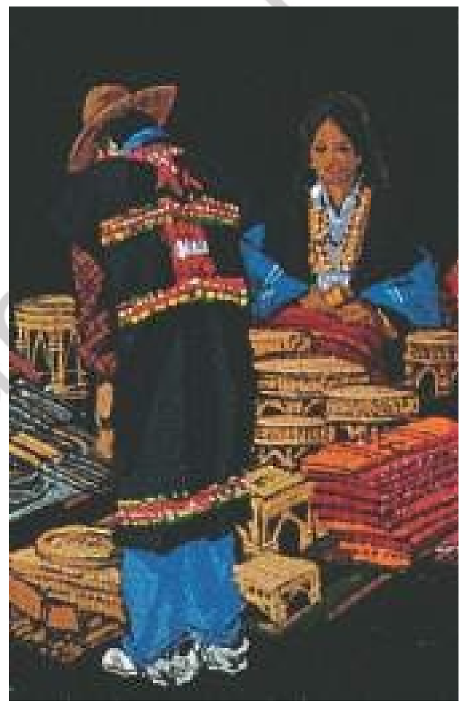
- کوئی نمائش کیسی نظر آتی ہے اور اس کی تشہیر کیسی کی گئی ہے یہ بات بھی انتہائی اہم ہے۔ رنگ برنگے کپڑوں کے تورنوں، مقامی دستکار گروپ کے ذریعہ تیار کیے گئے بینروں، شوخ رنگوں میں نمایاں ڈسپلے، اور اس کے ساتھ دل آویز دعوت ناموں، پریس ریلیز اور اشتہار وغیرہ کسی نمائش کی تقریب کی اہمیت اور تشہیر میں اہم کردار ادا کرتے ہیں۔
- مناسب انتظام اور تشہیر کے ساتھ دستکاروں کے ذریعہ اپنی مصنوعات کی مناسب منصوبہ بندی فروخت کی ناکامی اور کامیابی میں امتیاز پیدا کر سکتے ہیں۔ بینر، دوکانیں، اشتہار اور خطوط یہ بنیادی پیغام پہنچا سکتے ہیں کہ 'دستکاروں کے ذریعہ تیار مصنوعات براہ راست انھیں کے ذریعہ فروخت کی جا رہی ہیں'۔
- بالآخر دستکار اور ان کی دستکاریوں کی مصنوعات پر فوکس رہنا چاہیے۔ دستکار جماعتوں کو قبل از وقت دعوت نامے، جگہ کے بارے میں معلومات، ممکنہ گاہکوں اور رجحانات کی تفصیل بروقت بھیجی جانی چاہیے تاکہ انھیں مناسب مقدار میں سامان تیار کرنے کا موقع مل سکے۔
- بہت کم مال اتنا ہی بڑا سانحہ ہے جتنا کہ حد سے زیادہ مال۔ بازار وقتی چیز ہے اور اس میں شامل ہونے میں بہت سارے چھپے ہوئے اخراجات ہوتے ہیں اس لیے موزوں چیز مناسب مقدار میں تیار کرنا ہی اہم ہے۔
- نمائشوں کا بازار کلینڈر مصنوعات کی سال بھر کی منصوبہ بندی کے لیے ڈیزائن اور مصنوعات کی تیاری سے شروع ہونا چاہیے۔
- اصل قیمت کے تعین میں چھپے ہوئے اخراجات اور کسی نامساعد حالات کے لیے بھی گنجائش ہونی چاہیے۔ قیمتوں میں کافی اتار چڑھاؤ ہوتا ہے جس میں کم قیمت کی چیزوں میں عام استعمال کی

© NCERT not to be republished

سکیں کہ انھیں یہاں کیا لانا ہے۔ کبھی کبھی دستکاران عارضی بازار کا فائدہ اٹھاتے ہیں اور خراب مال بازار میں لاتے ہیں یہ جانتے ہوئے کہ اسے انھیں نہ تو واپس کرنا ہوگا اور نہ وہ ردیا ناپسند کیا جائے گا۔

5. بازاروں کو پیداوار اور مارکیٹنگ کے عمل کا اٹوٹ حصہ ہونا چاہیے نہ کہ اسے وقتی واقع ہونا چاہیے۔ اس قسم کے بہت سارے بازار ہیں۔ آج کئی حکومتی شعبے، غیر سرکاری تنظیمیں اور دیگر ادارے بازار اور نمائشوں کا استعمال اپنی تشہیر کے لیے کرتے ہیں۔ وہ کسی مناسب منصوبہ بندی اور مقصد کے تعین کے بغیر انجان دستکاروں کو ٹیلی گرام روانہ کرتے ہیں اور صرف نمائش اور تشہیر پر نظر رکھتے ہیں۔

6. دستکار بازار، بطور خاص چھوٹی اور مختصر وقت کے لیے لگائی گئی نمائشوں کی ایک اور کمی یہ ہے کہ ہر چند وہ دستکاریوں کو نمائش کا موقع فراہم کرتے ہیں لیکن انھیں چاہیے کہ روز مرہ کام میں آنے والی دستکاری مصنوعات بطور خاص ہینڈلوم کی چیزیں زیادہ تعداد اور مقدار میں موجود ہوں تا کہ گاہکوں کو رنگ، سائز، کپڑے، ڈیزائن اور ٹکسچروں میں اپنی پسند کا سامان چننے کا زیادہ موقع مل سکے۔ قلیل مدتی نمائشوں میں چھوٹے دستکاروں کے لیے زیادہ مال لے جانا مشکل ہوتا ہے۔



7. دستکاریوں کے بازار وسیع پیمانے پر مختلف طرح کے گاہکوں کو طرح طرح کی اشیا سے روبرو کرانے میں مفید کردار ادا کرتے ہیں۔ حالانکہ قیمتی اشیا اور فنکاری کے نمونوں کی نمائش کے لیے بہتر مظاہرہ اور فروغ کی ضرورت ہوتی ہے جو ان نمائشوں میں کم ہی فراہم ہوتی ہے۔ اس میں کم قیمت کے روز مرہ کے استعمال کی چیزوں کو بھی نقصان پہنچتا ہے۔ مثال کے طور پر جھاڑو یا ٹوکریاں زیورات کی چمک کا مقابلہ نہیں کر پاتیں اور انھیں اسی وقت خریدا جاتا ہے جب ان کی ضرورت ہو یہ نہیں کہ انھیں دیکھ کر تحریک ہو اور اسے خریدا جائے۔

8. زیادہ تر نمائشوں کے مقامات پر سامان رکھنے اور لگانے کی مناسب سہولتوں کی بھی کمی ہوتی ہے۔ اس کی وجہ سے بھی دستکاریوں کے سامان کو پٹڑی کا سامان سمجھ لیا جاتا ہے جسے فنی نمونے کے بجائے کوئی معمولی ساز یور یا یادگار سمجھ لیا جاتا ہے۔ دستکار زیادہ خرچ کرنے اور قیمتی یا اپنے آپ میں نادر چیز لانے میں بھی ہچکچاہٹ محسوس کرتے ہیں۔ بازار کے منتظمین کو چاہیے کہ وہ اپنی نمائشوں میں زیادہ سہولتیں مہیا کرائیں، دکانیں کشادہ اور روشن ہوں۔ ان میں ریک اور اسٹینڈ ہوں جو دستکاری کی مصنوعات کی خوبصورتی کو کم کرنے کے بجائے اسے دوبالا کریں۔ اس میں پونجی لگانا نقصان کا سودا نہیں ہے۔

اڈیشہ کے کونارک سے سنگ تراشوں کے ایک گروپ نے حال ہی میں ایک بازار میں نٹراج کی ایک شاندار مورتی کو 75,000 روپے میں فروخت کیا اس کے علاوہ انھوں نے دو لاکھ کی دوسری چھوٹی چھوٹی مورتیاں بھی فروخت کیں اس کی وجہ یہ ہے کہ ان کی اشیا کو نمائش میں مناسب جگہ ملی تھی۔

میں لانے سے پہلے مصنوعات کے بنانے پر کام کرنا چاہیے۔

- قیمت کو کم کرنے کے لیے کئی قسم کی سرکاری اسکیمیں ہیں۔ یہ کوشش ہونی چاہیے کہ نمائشیں اور بازار خود کفیل ہوں اور دستکار اس کے اخراجات اپنی فروخت اور اپنے معیار کے مطابق اٹھا سکیں۔

مشق

1. اپنے علاقے میں دھاتوں کا کام کرنے والے ایک مقامی طبقہ کی غریبی اور ان کے تعلیمی حیثیت پر ایک پیش کش تیار کیجیے۔ ان اسکیموں کی تفصیل دیجیے جو مقامی حکومت نے آپ کے علاقہ میں رہنے والے اور آپ کی خدمت کرنے والے اس طبقے کے لوگوں کے معیار زندگی بڑھانے، تعلیم اور صحت کے حالات بہتر بنانے کے لیے جاری کیا ہے۔
2. اخبار کے لیے ایک رپورٹ (100 لفظوں میں) لکھیے جو جامع اور دلچسپ ہو اور حقیقی معلومات سے پُر ہو۔ اخباری مضمون میں مندرجہ ذیل اجزا ہونے چاہئیں:
   - ایک پر کشش سرخی
   - رپورٹر کا نام
   - مقام اور تاریخ، جیسے-نئی دہلی، 20 دسمبر
   - پہلا پیراگراف ایک تیسرے شخص کی زبانی جس میں تاریخ، وقت اور تقریب کی جگہ کا ذکر ہو
   - کیا ہوا اور کیوں ہوا
   - چشم دید کے کچھ بیانات یا مختصر انٹرویو
3. فٹ پاتھ پر اپنا مال بیچنے والے دستکاروں کے فوائد اور خامیوں کا تجزیہ کریں۔
4. اپنی ریاست میں ایسے دستکاروں کی نشاندہی کیجیے جنھیں قومی کرافٹ ایوارڈ سے نوازا گیا ہے اور ان کی خدمات کو بیان کیجیے۔
5. اپنے شہر کے کسی خاص علاقے کی تعلیم، صحت، پناہ، ماحولیات اور سماجی مسائل پر مرکوز ایک اسکیم تیار کیجیے جس سے دستکار برادریوں کو فائدہ پہنچے۔

© NCERT not to be republished

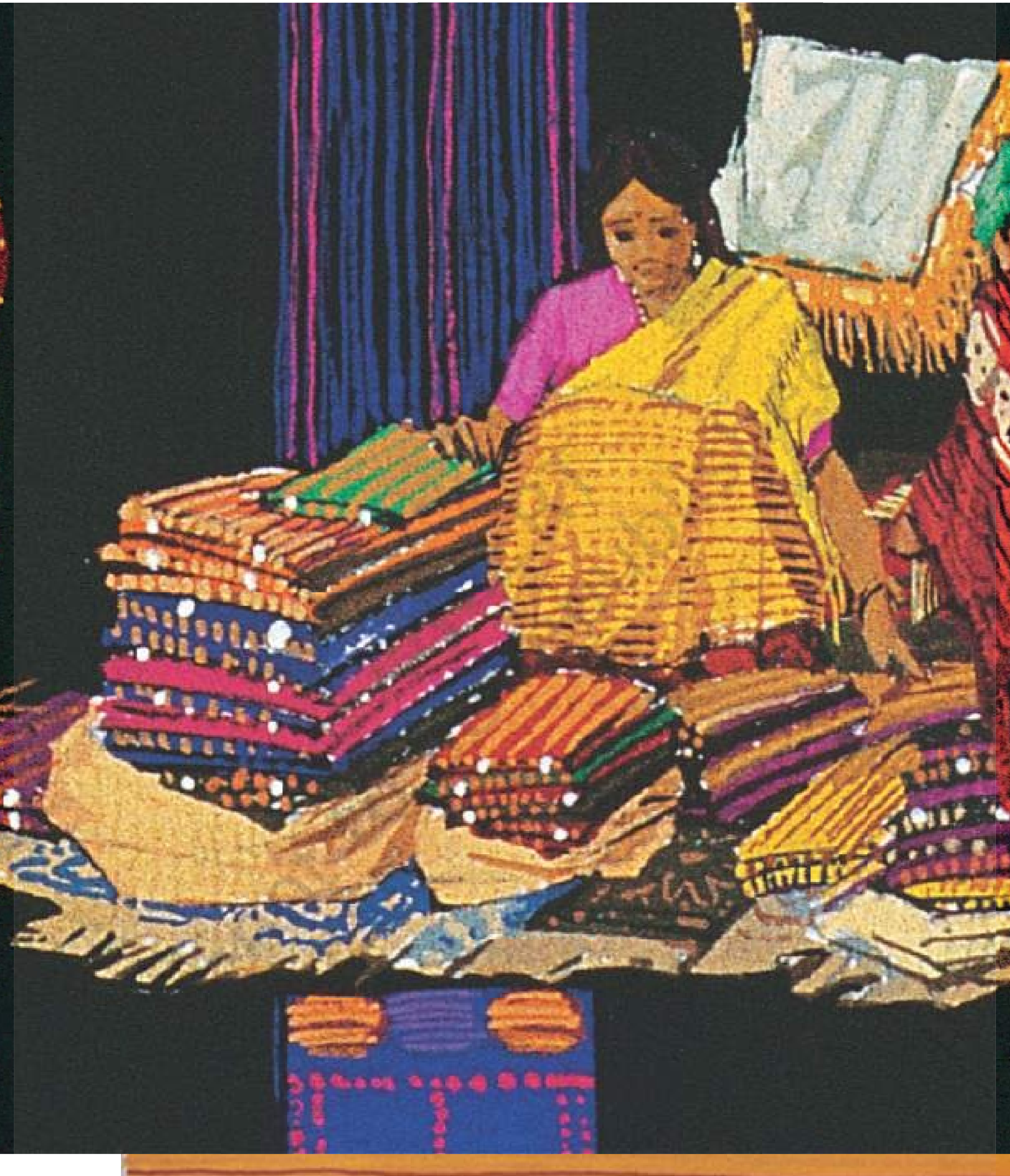
چیزیں شامل ہیں تو زیادہ قیمتی چیزوں میں انوکھی اور نادر چیزیں شامل ہیں۔ جب دستکار خود اپنے سامان کے بیچنے والے ہوں گے تو وہ ان کی قیمتوں کے تعین میں تجربہ کر سکتے ہیں۔ اگر دستکار اور ان کی مصنوعات کا احترام کرنا ہے تو متعین قیمت، باضابطہ بل اور کوئی مول تول نہیں وغیرہ دستکاری بازار کے اہم اصول ہونے چاہیے۔

- ایک کامیاب دستکاری بازار کا انعقاد کرنا ایک مہنگا سودا ہے جس میں اتنی بڑی جگہ کو کرایہ پر لینا تاکہ اچھی تعداد میں دستکار گروپ شامل ہو سکیں، دکان اور اسٹینڈ بنانا تاکہ اس میں سامانِ تجارت رکھا اور نمائش کے لیے لگایا جا سکے، اشتہار، انتظام، نقل و حمل اور بنیادی ڈھانچہ فراہم کرنے کے تعلق اخراجات شامل ہیں۔
- کسی دستکار گروپ کو بازار میں مدعو کرنے کے لیے کیا معیار یا اصول ہونے چاہیں؟ بازار کے لیے ان کی ضرورت کو بلاشبہ اولیت دی جانی چاہیے لیکن ان کے پاس بازار میں بیچنے لائق سامان بھی ضرور ہونا چاہیے۔ عقل مندی کا تقاضہ یہ ہے کہ اپنی مصنوعات کو پہلے سے ہی کھچا کھچ بھرے بازار

اتر پردیش کے ایک غریب ضلع ہاپُڑ کے ایک گاؤں کی خواتین کے ایک چھوٹے سے گروپ کی مدد کے لیے ایک غیر سرکاری ادارے سے رابطہ کیا گیا۔ یہ خواتین ناخواندہ اور شرمیلی تھیں۔ یہ برآمداتی بازار کے لیے روزانہ 10 سے 15 روپے کی اجرت پر شیشے کے موتی پروتی تھیں۔ سوئیڈن کے ایک ترقیاتی پروجیکٹ کے ذریعہ انھیں ڈیزائن اور ہنر کی تربیت این آئی ایف ٹی نے دی تھی لیکن مارکیٹنگ کی عدم موجودگی کا نتیجہ تھا کہ ان کے پاس کوئی آرڈر نہیں تھا۔ ان کی تربیت جھنجھلاہٹ اور کڑواہٹ میں تبدیل ہوگئی ہے۔

ان خواتین کو ایک دستکاری بازار میں مدعو کیا گیا۔ بازار سے دو ماہ قبل انھوں نے کچھ نئی چیزیں ہندستان کے خردہ بازار کے لیے تیار کیں۔ خام مال دہلی کی ایک دوسرے غیر سرکاری ادارے سے قرض لے کر خریدا گیا۔ جب دستکاری بازار کھلا تو یہ خواتین اس قدر پس و پیش میں تھیں کہ بازار میں جانا ہی نہیں چاہتی تھیں۔ انھوں نے ہچکچاتے ہوئے شکایت کی ''بازار میں بیچنا ہماری تہذیب کے خلاف ہے؟ ہم لوگ گاہکوں سے بات کیسے کریں گے؟''
منتظمین نے صاف صاف کہہ دیا کہ اگر وہ بازار میں نہیں جاتیں تو ان کی مصنوعات بھی بازار میں نہیں جائے گی۔ وہ بازار میں تین گھنٹے دیر سے گھبرائی ہوئی اور کھسیانی ہنسی کے ساتھ پہنچیں۔ شام تک ان کے سارے مال فروخت ہو چکے تھے۔ انھوں نے مزید مال تیار کرنے کے لیے رات بھر کام کیا۔ دوسرے دن وہ سارا مال بھی بک گیا۔ پندرہ دنوں کے بازار کے تجربہ سے وہ خاموشی سے برداشت کرنے والی اور استحصال کیے جانے والی محنت کش خواتین سے پُر اعتماد کاروباری بن گئیں۔ آج وہ سارے ہندوستان کے بازار میں جاتی ہیں اور اپنے بچائے ہوئے پیسوں سے مال تیار کرتی ہیں، نئے ڈیزائن تیار کرتی ہیں اور گاؤں کے نئے لوگوں کو اپنے گروپ میں شامل کر رہی ہیں۔

© NCERT not to be republished



All Districts
ndicated in ye