

اصول تجارت

کوڈ نمبر: 346

انٹرمیڈیٹ

پونٹ: 1 تا 18



علامہ اقبال اوپن یونیورسٹی، اسلام آباد

کورس کوڈ 346

(جملہ حقوق بحق ناشر محفوظ ہیں)

ایڈیشن اول.....1989ء

اشاعت.....2020ء

تعداد اشاعت.....8000

قیمت.....250/- روپے

نگران طباعت.....میجسٹریٹ برائے پی پی او

طابع.....منیر کاپی ہاؤس پرنٹرز

ناشر.....علامہ اقبال اوپن یونیورسٹی، اسلام آباد

کورس ٹیم

پروفیسر جاوید اقبال سید

جاوید ایمے - علامہ اقبال اوپن یونیورسٹی، اسلام آباد

شمار احمد عزیز - علامہ اقبال اوپن یونیورسٹی، اسلام آباد

ڈاکٹر راجہ عنایت اللہ - علامہ اقبال اوپن یونیورسٹی، اسلام آباد

محمد ایمے - علامہ اقبال اوپن یونیورسٹی، اسلام آباد

پروفیسر اقبال بخت - گورنمنٹ پوسٹ گریجویٹ کالج، صفریالہ، راولپنڈی

ایس اے صدیقی - پرنسپل، گورنمنٹ کمرشل انسٹی ٹیوٹ - گوجرانوالہ

میاں علی حسن مظفر - پرنسپل، گورنمنٹ کمرشل انسٹی ٹیوٹ - گوجرانوالہ

عادم حسن - پرنسپل، گورنمنٹ کمرشل انسٹی ٹیوٹ - گوجرانوالہ

محمد اسلم - انسٹرکٹر - گورنمنٹ کمرشل انسٹی ٹیوٹ - ساہیوال

محمد ایمے - علامہ اقبال اوپن یونیورسٹی، اسلام آباد

میاں علی حسن مظفر

سیدہ محسنہ خاتون نقوی

آفتاب احمد

سید عمر فاروق

چئیرمین کورس ٹیم :-

دبیر کورس ٹیم :-

مؤلفین :-

نظر ثانی :-

ایڈیٹر :-

ڈیزائنر :-

رابطہ کار :-

پیش لفظ

یہ دعویٰ درست ہے کہ تجارت کسی قوم کے جسم زندگی میں خون کی حیثیت رکھتی ہے۔ تجارت کا آغاز اسی وقت سے ہی ہو چکا تھا جب کہ تہذیب معرض وجود میں آئی۔ ایک قوم کی معاشی خوشحالی کا دار و مدار حتمی طور پر تجارتی میدان میں حاصل ہونے والی ترقی پر ہے۔ فی زمانی کوئی ملک بھی تجارت کو اہمیت دیئے بغیر صنعت میں ترقی نہیں کر سکتا۔

ابتدائے افزائش میں انسانی احتیاجات بہت محدود اور کم تھیں۔ ان احتیاجات کو پورا کرنے کے لیے انسان زیادہ نگ و دو کا مہتاج نہ تھا۔ لیکن وقت گزرنے کے ساتھ ساتھ انسان کی ضرورتوں میں اضافہ ہوتا چلا گیا۔ معاشرے میں توسیع ہوتی گئی اور انسان اپنی احتیاجات کو پورا کرنے کے لیے منصوبہ بندی کا سلیقہ سیکھنے لگا۔ بارٹر سسٹم سے انسان نے زر کو قدر اندازی کا ذریعہ بنایا۔ انسانی سرگرمیاں جمود سے حرکت پذیری کی طرف منتقل ہوئیں۔ ایک وقت ایسا آیا کہ تجارت مربوط اصولوں سے وقوع پذیر ہونے لگی۔ عاملین کا درست استعمال ہونے لگا۔ تجارت کا تعلق معاشیات، مالیاتی اداروں اور پیداوار سے گہرا ہوتا چلا گیا جس سے کسی ملک کی معاشی ترقی کاروباری ترقی کی مرہون منت قرار پائی۔ بڑھتی ہوئی تجارت نے ماحول کو مکمل طور پر متاثر کیا۔ طریقہ ہائے تنقیل اور ذرائع مواصلات تجارت کے لیے جزہ لاینفک قرار دیے گئے۔ طریقہ ہائے پیدائش صنعتی ترقی سے متاثر ہوئے جس سے نظام پیدائش میں تبدیلیاں رونما ہوئیں۔ صنعتی اور تجارتی کاروبار میں تخصیص کاروبار، تقسیم کاروبار،

پیدائش برپا نہ کبیر، بڑی بڑی صنعتوں کا قیام، اختراعات ایجادات لازم و ملزوم بن گئے۔ منڈیاں وسیع تر ہوتی گئیں اور کاروباری بین الاقوامی حیثیت حاصل کر گیا۔

موقع کی نزاکت کے سمجھتے ہوئے علامہ اقبال اوپن یونیورسٹی نے اعلیٰ ثانوی سطح کا ایک مکمل حاصل کورس ”اصول تجارت“ کے نام سے مرتب کیا ہے جس میں تجارت کے مذکورہ ہند گیر عناصر پر بحث کی گئی ہے۔ اس کورس کا مطالعہ کرنے کے بعد طالب علم تحقیقات، تجربات اور مشاہدات کے ذریعہ پیش پیش بنی کرنے کا اہل ہو جائے گا اور اس میں تجارت کے راستے میں حائل رکاوٹوں کا حل سوچے اور کاروبار کو رواں دواں رکھنے کی صلاحیت پیدا ہو جائے گی۔

(ڈاکٹر غلام علی الٹا)

شیخ الجامعہ

کورس کا تعارف

ابتدائے انفریش سے بنی نوع انسان کسی نہ کسی طرح اشیاء کے تبادلہ کا محتاج رہا ہے۔ گو ابتدائی اودار میں انسان منظم طریق پر کاروبار نہیں کرتا تھا لیکن اس کے ابتدائی نظریہ نے کاروبار کو تنظیم کا ایسا شعور بخشا کہ آج کاروبار ایک سائنسی علم کا درجہ حاصل کر چکا ہے۔ کاروبار کا فن ہتھ دیکھنے والوں کے ساتھ وسیع تر ہوتا چلا جا رہا ہے۔

تجارت ایک ایسے ضابطہ کے ساتھ وقوع پذیر ہو رہی ہے کہ اس نے مختلف علوم کو بھی اپنی پلیٹ میں لے لیا ہے۔ تجارت میں ان اشیاء اور خدمات کا بھی ذکر کرنا ضروری ہو گیا ہے جن کے اشتراک سے کاروبار کے راستے مزید ہموار ہوتے چلے جا رہے ہیں۔ قدرتی ذخائر کا صحیح استعمال کرنے کے لیے جدید ترین فنیات معرض وجود میں آ رہی ہیں۔ گزشتہ زمانہ میں چونکہ تجارت کا کاروبار انفرادی نوعیت کا تھا لیکن موجودہ دور میں تجارتی کاروبار نے اشیاء اور خدمات کو ایک جگہ سے دوسری جگہ پہنچانے میں اہم کردار ادا کیا ہے جس سے نئی منڈیوں کی تلاش اور مالی اداروں کا قیام منظر عام پر آیا۔ اب تجارتی کاروبار اندرون ملک کے علاوہ بیرونی ممالک کے ساتھ بھی ہونے لگا جو کہ بین الاقوامی تجارت سے موسوم ہوا۔ کاروبار کی حساسیت متاثر ہوئی، کاروبار چھوٹے پیمانہ سے وسیع پیمانے پر چلایا جانے لگا۔ تخصیص کار اور تحقیق بازار ایسے عناصر نے تجارت کو ایک منصوبہ بندی کے تحت چلنے والی رہنے میں مدد دی۔

زیر نظر نصابی کتاب "اصول تجارت" اعلیٰ ثانوی سطح کے طلباء و طالبات کے لیے فاضلانی نظام تعلیم کے مطابق خود آموزی کی پہنچ پر لکھی گئی ہے۔ ہر یونٹ کے آغاز میں اس یونٹ کا تعارف اور مقاصد واضح الفاظ میں بیان کئے گئے ہیں تاکہ متعلم ایک ہیٹ کے پیش نظر یونٹ کا مطالعہ کرے۔ مناسب مقامات پر خود آزمائی کے سوالات دیئے گئے ہیں تاکہ ہر متعلم انہیں حل کرتے وقت اپنی کارکردگی کا جائزہ لے سکے۔ اس کورس کے ۱۸ یونٹ ہیں زیر مطالعہ کتاب ۹ یونٹوں پر مشتمل ہے۔

پہلے یونٹ میں تجارتی کاروبار کا تعارف دیا گیا ہے اس سے متعلقہ چند کوششوں کو واضح کیا گیا ہے تاکہ متعلم کے ذہن میں شروع ہی سے یہ بات اجاگر رہے کہ ان کوششوں کا اصولی تجارت سے گہرا رابطہ ہے۔

دوسرے یونٹ میں تجارتی کاروبار پر اثر انداز ہونے والے عناصر کا ذکر ہے۔ تیسرے یونٹ میں تجارت کا لوازمات اور جو تھے یونٹ میں توازن ادائیگی کی تشریح کی گئی ہے۔ پانچویں یونٹ سے ساتویں یونٹ تک کاروبار کرنے کے مختلف اسلوب بیان کیے گئے ہیں جو ملکیت فرد واحد، خراکت داری اور مشترک سرمایہ کی کہن کی وضاحت کرتے ہیں۔ آٹھویں یونٹ میں انجمن امداد باہمی پر روشنی ڈالی گئی ہے، نویں یونٹ کا احاطہ منڈی اور منڈی کاری سے کیا گیا ہے۔

دسواں یونٹ سیلز میں شپ جبکہ گیارہواں یونٹ اشیاء کی ترسیل کے مراحل سے تعلق رکھتا ہے۔ اندرونی اور غیر ملکی تجارت کے مختلف پہلوؤں کی وضاحت بالترتیب بارہویں اور تیرہویں یونٹ میں کی گئی ہے۔ ذرائع نقل و حمل کی اہمیت چودھویں یونٹ میں بیان ہے۔ پندرہویں یونٹ میں بنکاری کی وضاحت ہے جبکہ زراور بیمہ کاری کی تفصیل سولہویں اور سترہویں یونٹ میں بیان کی گئی ہے اور سب سے آخری یونٹ میں تجارتی کمپنیوں کی اہمیت طریق کار اور تنظیم سے متعلق مواد شامل ہے۔

نصابی کتاب "اصول تجارت" کے مطالعہ کے بعد تجارتی کاروبار کو سمجھانے کی کوشش کی گئی ہے تاکہ طالب علم میں آجڑہ صلاحیتیں پیدا ہو سکیں اور وہ اشیاء کے عمل پیدا نش، تقسیم کار، مالین کے تعامل سے آگاہ ہو کہ کاروبار کا رجحان پیدا کرے۔

آطر میں ہم اپنے ان تمام ساتھیوں کے ممنون ہیں جنہوں نے اس کورس کی تیاری میں ہمارے ساتھ تعاون کیا۔

(محمد امین)

کورس رالطہ کار

فہرست مضامین

| صفحہ نمبر | عنوان | پونٹ |
|-----------|--|------|
| 11 | اصول تجارت کا تعارف | 1- |
| 55 | کاروبار کی ترقی پر اثر انداز ہونے والے عوامل | 2- |
| 91 | کاروبار کے لوازمات | 3- |
| 123 | توازن ادائیگی | 4- |
| 153 | ملکیت فرد واحد اور اشتراکت داری | 5- |
| 181 | مشترک سرمایہ کاری-1 | 6- |
| 207 | مشترک سرمایہ کاری-2 | 7- |
| 253 | انجمن امداد باہمی | 8- |
| 283 | منڈی اور منڈی کاری | 9- |
| 317 | سیلز مین شپ | 10- |
| 363 | اشیاء کی ترسیل | 11- |
| 387 | اندرونی تجارت | 12- |

| | |
|-----|---------------------|
| 417 | 13- غیر ملکی تجارت |
| 453 | 14- ذرائع نقل و حمل |
| 483 | 15- بجاری |
| 507 | 16- زر |
| 529 | 17- بیمہ کاری |
| 567 | 18- تجارتی انجمنیں |

اصول تجارت کا تعارف

تحریر: محمد امین
نظر ثانی: علی حسن مظفر

یونٹ کا تعارف

اس یونٹ میں کاروبار اور اس سے متعلق پہلوؤں کا تذکرہ کیا گیا ہے۔ قدرتی وسائل، ذرائع اور مصارف پر روشنی کا ہر جگہ اختلاف ہے۔ فاضل وسائل، ذرائع اور پیداوار کی طرف کے لیے دوسری جگہوں پر منتقلی جاتی ہے۔ یہی عناصر تجارت کے فروغ کا باعث بنتے ہیں۔ خوشحال زندگی بسر کرنے اور ترقی یافتہ ہونے کے لیے تجارت کا اپنا ازا حد ضروری ہے۔ جو ممالک ابھی تک ہاتھ پر ہاتھ دھرے بیٹھے ہیں وہ ترقی پذیر ممالک کی صف میں بھی کھڑے نہیں ہو سکتے اور نہ ہی اپنی داخلی صلاحیتوں کو بروئے کار لا سکتے ہیں۔ ایسے ممالک پیش آنے والی مشکلات کا مقابلہ نہیں کر سکتے اور نہ ہی وہ خود کفیل ہو سکتے ہیں۔

اس یونٹ میں قارئین کو کاروبار کے مفہوم اور احاطہ سے آگاہ کرنا ہے۔ چونکہ تجارت کا معاشیات کے ساتھ چولی دامن کا ساتھ ہے اس لیے اسی یونٹ میں معاشیات کا تعلق واضح کیا گیا ہے۔ دورِ جدید میں تجارت کی اہمیت واضح کرتے ہوئے تعصیص کاری کا ذکر کیا گیا ہے۔ کاروباری مشاغل اور زر کی طلب کا تذکرہ کاروبار میں ایک اہم مقام رکھتا ہے۔ کیونکہ مشاغل اور زر کی طلب دراصل تجارت کی گاڑی کے دو پہیے ہیں۔ جدید صنعت کاری آج کل ہر ترقی یافتہ ملک میں پائی جاتی ہے جو ان کے عروج اور ترقی کا باعث بنتی ہے۔

ملکی درآمدات اگر حد اعتدال سے بڑھ جائیں تو زرمبادلہ کا توازن بگڑ جاتا ہے۔ اس لیے تائین کی پالیسی اپنائی جاتی ہے۔ جس سے درآمدات ضرورت کی حد تک کی جاتی ہیں۔ اس یونٹ میں تائین کے موافق اور مخالف دلائل دیئے گئے ہیں۔ کاروباری دنیا میں لفظ ٹیکس سے آگاہ ہونا بہت ضروری ہے۔ ٹیکس کی واقعیت سے مستقبل میں آنے والی کئی دشواریاں دور ہو جاتی ہیں۔ اسی یونٹ میں پاکستان میں رائج شدہ نظام ٹیکس سے بھی نکل آگاہی ہو جائے گی۔ کچھ حد تک اس یونٹ میں بلا سٹرڈ بینکاری نظام پر بھی روشنی ڈالی گئی ہے۔

یونٹ کے مقاصد

- اس یونٹ کے پڑھنے کے بعد آپ اس قابل ہو جائیں گے کہ -
 - 1 - کاروبار کے مفہوم اور احاطہ کو بیان کر سکیں -
 - 2 - کاروبار، بیوپار، تجارت اور پیشہ کا فرق بتا سکیں -
 - 3 - تجارت کی ارتقائی منازل کی وضاحت کر سکیں -
 - 4 - کاروبار میں زد کا تفاعل بیان کر سکیں -
 - 5 - صنعت کاری میں تخصیص کار کی اہمیت بتا سکیں -
 - 6 - درآمدات کا توازن قائم رکھنے کے لیے تائین کی پالیسی وضع کر سکیں -
 - 7 - کاروباری دنیا کی سرگرمیوں پر روشنی ڈال سکیں -
 - 8 - ایک اچھے تاجر کی خوبیوں سے روشناس ہو کہ اپنے میں ایک اچھا تاجر بننے کی صلاحیت پیدا کر سکیں -

فہرست عنوانات

| نمبر شمار | عنوان | صفحہ نمبر |
|-----------|--|-----------|
| | یونٹ کا تعارف | |
| | یونٹ کے مقاصد | |
| 1- | کاروبار کا مفہوم اور احاطہ | 17 |
| 1.1 | کاروبار، تجارت، بیوپار اور پیشہ میں فرق | 17 |
| 2- | تجارت اور معاشیات کا تعلق | 20 |
| 3- | تجارت کی ارتقائی منازل | 20 |
| 3.1 | دور اول | 21 |
| 3.2 | دور دوم | 21 |
| 3.3 | دور سوم | 22 |
| 3.4 | دور چہارم | 23 |
| 4- | براہ راست مبادلہ اور اس سے متعلقہ دشواریاں | 24 |
| 4.1 | براہ راست مبادلہ | 24 |

| | | |
|----|-----|---|
| 24 | 4.2 | برادر راست مبادلہ میں دشواریاں |
| 25 | 4.3 | ذریعہ مبادلہ کی تلاش اور دشواریوں کا حل |
| 26 | 5 | زر |
| 27 | 5.1 | زر کے فرائض |
| 27 | 5.2 | ذخیرہ قدر |
| 27 | 5.3 | انتقال زر |
| 28 | 5.4 | زر کا ارتقاء |
| 28 | 5.5 | زر کا مطلب |
| 30 | 6 | معاشی مشاغل اور ان کی تقسیم |
| 31 | 6.1 | پیداواری مشاغل کی صورتیں |
| 33 | 7 | صنعت کاری میں تخصیص |
| 36 | 7.1 | دور جدید کی صنعت کاری کی اہم خصوصیات |
| 37 | 7.2 | اقدامات |
| 38 | 7.3 | آزادانہ تجارت اور تائمن |
| 39 | 7.4 | تائمن کے حق میں دلائل |

| | | |
|----|-----|-----------------------------------|
| 40 | 7.5 | تائین کی مخالفت میں دلائل |
| 40 | 7.6 | نتیجہ بحث |
| 41 | 7.7 | دور جدید میں تجارت کی اہمیت |
| 42 | -8 | اسلامی نقطہ نظر سے اخلاقیات تجارت |
| 44 | -9 | ٹیکس |
| 44 | 9.1 | ٹیکس لگانے کے اصول |
| 45 | 9.2 | ٹیکس کی اقسام |
| 46 | 9.3 | پاکستان میں نظام ٹیکس پر ایک نظر |
| 47 | 9.4 | ٹیکس کے ذرائع |
| 49 | 9.5 | نظام ٹیکس کی اصلاح |
| 49 | -10 | بلا سود بینکاری |
| 50 | -11 | خود آزمائی |
| 53 | -12 | جوابات خود آزمائی |

1 — کاروبار کا مفہوم اور احاطہ

کاروبار بنیادی طور پر ایک ایسا مشغلہ ہے جو فرد واحد یا چند شرکاء کی ملکیت ہوتا ہے مشغلہ کا حاصل صارفین کے لیے پیدا کاری اور تقسیم کاری کی خدمات سرانجام دے کر نفع کماتا ہوتا ہے۔ پیدا کار (Producer) اور تقسیم کار (Distributor) کی اس نفع کمائی کی امنگ نے منظم کاروباری مراکز اور اداروں (Concerns) کو جنم دیا۔ اس مشغلہ سے منسلک لوگوں نے وقت کی آواز کے تاج توسیع پسند اور عوام کی وجہ سے کاروبار کو ایک ”فن“ کا درجہ دے دیا ہے۔

ابتدائی مراحل میں کاروبار کی شکل ایسی نہیں تھی جیسی کہ موجودہ دور میں نظر آتی ہے بلکہ دوسرے علوم و فنون کی طرح یہ بھی ایک جادو شعل میں موجود تھا۔ سرور ایام سے جوں جوں غیر مذہب انسان میں تہذیب کی لہر ڈھکی انہیں اپنی احتیاجات اور ان کے پورا کرنے کا اندازہ ہوا تو ان کی مختلف وسائل کے ذریعے عوامل تک رسائی ہوئی۔ یہی عوام بعد میں فنون کی شکل اختیار کر گئے انسان کی نگاہیں وسعت پذیری کے افق کا مشاہدہ کرنے لگیں۔ اس نے اپنے محدود ماحول کو ایک بیکراں سمندر کے روپ میں دیکھ لیا۔ کاروبار بھی اسی سلسلہ کی ایک کڑی ہے۔ تہذیب کے ارتقاء کی منازل طے کرنے کے ساتھ ساتھ فن کاروبار کا بھی قافلہ ترقی پذیر راستوں پر گامزن رہا۔ لہذا یہ بات بغیر خوف و تردید کہی جاسکتی ہے کہ ابتدائے آفریقہ سے بنی نوع انسان بالواسطہ یا بلاواسطہ کاروبار کے سلسلہ میں جکڑا ہوا نظر آتا ہے۔ تہذیب انسانی کے ارتقاء کے ساتھ ساتھ جتنے علوم و فنون پروان چڑھے ”کاروباری مشاغل“ (Business Activities) کا مقام اعلیٰ و ارفع نظر آتا ہے اگر یہ کہا جائے کہ کاروبار کو دوسرے علوم و فنون کو ارتقائی منازل طے کروانے میں بنیادی اکائی کی حیثیت حاصل ہے تو مبا لغت نہ ہوگا۔

حفاظت و قرائن اس امر کا بین ثبوت ہیں کہ تیز رفتاری سے بڑھتی ہوئی حواسِ انسانی کو پورا کرنے کے لیے اشیاء کا مبادلہ از بس ضروری تھا اشیاء (Commodities) کے اسی مبادلہ نے یہ تدریجاً ایک مستقل پیشہ کی صورت اختیار کر جس سے ”کاروبار کا فن“ تہذیب انسانی کے افق پر ایک درخشندہ ستارہ بن کر چمکنے لگا۔ کاروبار اپنی وسعتی اور پہنائیوں کے اعتبار سے اتنا غیر محدود ہو گیا ہے کہ اس کا احاطہ کرنا جس طرح انسانی صورتیں کروٹ بدل رہی ہیں اسی طرح کاروبار میں آنے والے دن تنوع نظر آنے لگ گیا ہے۔

1.1 — کاروبار تجارت، بیوپار اور پیشہ میں فرق

کاروبار (Business) عموماً کاروبار، تجارت اور بیوپار میں کوئی تخصیص نہیں کی جاتی تھی۔ جیسا کہ دوسرے علوم و فنون ”سائنس“ کا درجہ حاصل کر چکے ہیں۔ اسی طرح کاروبار بھی بذات خود ایک سائنس ہے۔ کاروبار کو بھی اسی بیج پر رکھا جا رہا ہے جس طرح سائنسی اصولوں کو۔ لہذا کاروبار کی اصطلاح وسیع ترین مفہوم میں مستعمل ہے۔ تجارت اور بیوپار اسی کی ہی شاخیں ہیں جیسا کہ خاکہ سے ظاہر ہے۔

کاروبار کا لفظ ان تمام شعبوں، سرگرمیوں اور پیشہ ورانہ مشاغل پر محیط ہے جن کا تعلق حصول دولت، پیدائش دولت اور تقسیم دولت سے ہے۔ کاروبار کے لفظ کو اتنی وسعت مل چکی ہے کہ اگر کہا جائے کہ زید کاروبار کرتا ہے تو مفہوم واضح نہ ہوگا کہ کونسا کاروبار؛ لہذا تخصیص کرنی پڑے گی کہ اس کاروبار کی نوعیت کیا ہے اس لیے کہنا پڑے گا کہ زید صنعت کاری یا بنکاری کرتا ہے۔ ورنہ لفظ کاروبار سے وہ تمام مشاغل ہو سکتے ہیں جن کا خاکہ پہلے دیا گیا ہے۔ وہ تمام معاشی مشاغل جو کاروبار کے سلسلے میں بروئے کار لانے پڑے ہیں ان کا تعلق بلا واسطہ انسان کی عملی زندگی سے ہوتا ہے۔ لہذا اس کو یوں بیان کیا جاسکتا ہے کہ وہ تمام معاشی مشاغل جن کا مقصد اشیاء اور خدمات کے ذریعہ حصول دولت ہو کاروبار میں شامل ہیں۔

تجارت (Commerce) تجارت کے لفظی معنی تبادلہ کے ہیں جو کہ غیر محدود زمانہ سے کسی نہ کسی شکل میں موجود رہا ہے۔ جنوں جنوں انسانی تہذیب کا کاروان بڑھتا رہا تجارت کی شکل و صورت بھی تبدیل ہوتی گئی۔ اس خوشگوار تبدیلی کو تنوع کا نام دیا جاتا ہے۔ حقیقت یہ ہے کہ تہذیب و تمدن کی ترقی ہی تجارت کی ترقی کا پیش خیمہ ہے۔ ابتداء میں انسان کی خواہشات محدود تھیں اور وہ اپنی ضرورتوں سے بھی نا آشنا تھا کیوں کہ وہ تمدنی زندگی کی جامعیت اور سماجی طرز معاشرت سے بہرہ ور نہیں ہوا تھا۔ تجارت سے اس کی شناسائی نہ تھی۔ جنگلی جانوروں کے شکار کے لیے پتھر کے ہتھیاروں کا دستیاب ہو جانا، سایہ کے لیے کسی درخت کا اور لباس کے لیے چم کا مہیا ہو جانا اس دور کے انسان کی دانست کے مطابق زندگی کی گاڑی کو چلانے کے لیے کافی تھا۔ اگرچہ عناصر کے فوائد کے ظہور سے بتدریج انسان تہذیب کے گہوارہ کے قریب ہوتا گیا اور اس کے افکار اور طرز بود و باش میں تبدیلی آنے لگی۔ سکون محال ہے قدرت کے کارخانے میں۔ ثبات ایک تفسیر کو زمانے میں۔ خالی کائنات نے انسانی فطرت میں مختلف النوع جبلتیں ودیعت فرمائی ہیں جنگل کا انسان ایک دوسرے کے قریب ہوا، انس و محبت کا جذبہ ابھرا (A man is a Social Animal) کے مصداق بکھرے ہوئے انسان ایک قبیلہ کی شکل اختیار کر گئے جو بحیثیت خود ریات محدود تھیں لہذا ہر قبیلہ اپنی اپنی ضروریات پوری کرنے کے لیے کٹھنی تھا۔ رفتہ رفتہ انسانی ذہن میں اضافی ضروریات کا شعور پیدا ہوا تو اس وقت کے لین دین کے طریق کار نے براہ راست مبادلہ (Barter System) کی شکل اختیار کی۔ اس وقت کا انسان اپنے پاس موجود چیز کی قیمت کا متبادل چیز کی قیمت سے موازنہ نہیں کرتا تھا بلکہ اپنی احتیاج کو دیکھتا تھا مثال کے طور پر اگر چند مچل اس کی احتیاج کو پورا کرنے کے لیے کافی تھے تو وہ اس کے مبادلہ میں اپنی ملکیت کا ہرن دینے کے لیے تیار تھا۔ کیونکہ اس دور میں کوئی ذریعہ مبادلہ رائج نہیں تھا۔ آخر انسانی ذہن کے افق پر تحقیق و تدقیق کا شعور ابھرا اس نے نفع و نقصان کو سوچنا شروع کیا تو اس نے قیمتی پتھر، کھالیں اور کوٹوں کو ذریعہ مبادلہ کے طور پر استعمال کیا اسی ذریعہ نے آج کل سونا چاندی اور کاغذی زر کی شکل اختیار کر لی ہے۔ یہاں یہ کہنا پڑے گا کہ اگرچہ ابتدائی دور میں کوئی منظم تجارت کا وجود نہ تھا مگر حقیقت یہ ہے کہ ہم تجارت کی راہیں انہیں کے اصولوں سے متعین کرتے ہیں۔ انہی اصولوں پر ہماری دور جدید کی ترقی یافتہ تجارت کی بنیاد ہے۔

جنگل میں رہنے والے قبائل بستیوں بسا کہ زندگی بسر کرنے لگے۔ یہ مراحل انہیں تہذیب کے قریب تر لارہے تھے۔

طلب و رسد کے حسین امتزاج سے تجارت کا سلسلہ جاری ہوا اور ہر انسان اپنی فاضل چیز کو ذریعہ مبادلہ کے عوض دوسرے لوگوں کے پاس فروخت کرنے لگے۔ انسان کے میلان طبع میں تبدیلی آئی وہ جامد رہنے کا بجائے محنت کا عادی ہو گیا اس کو بہتر مبادلہ مل گیا اور دوسرے لوگوں کی ضروریات پوری ہو گئیں۔ ذریعہ مبادلہ کی اس اعانت سے انسان اپنے ساتھیوں کے استحصالی حملوں سے محفوظ ہو گیا۔ آبادیاں دور دور تک پھیل گئیں۔ سیتوں نے شہروں کی شکل اختیار کر لی المختصر اس تجارت کی دنیا کا وہ فائدہ دور جدید کی تجارت پر منتسج ہوا۔

مختلف مصنفین کی اخذ کی ہوئی تجارت کی تعریفیں پیش کی جاتی ہیں۔

(۱) تجارت صرف اشیاء کے تبادلہ کا ہی نام نہیں بلکہ اس میں وہ تمام مراحل بھی شامل ہیں جو اشیاء کو جائے پیدائش یا پیداوار سے صارفین تک پہنچاتے ہیں۔

(ب) تجارت ایسے سماجی مشاغل سے عبارت ہے جو مال کو پیداوار سے صارف تک بالواسطہ یا بلاواسطہ پہنچانے میں مدد دیتے ہیں۔

(ج) ایک جگہ کی فاضل پیداوار کو دوسری جگہ کے لوگوں تک پہنچانا تاکہ ان کا میعار زندگی بلند ہو۔

بیوپایا (Trade) بیوپار اس عمل کا نام ہے جس کا تعلق اشیاء کے تبادلہ سے ہے۔ بیوپار سے متعلق شخص کو بیوپاری کے نام سے پکارا جاتا ہے اس کا کام ہے کہ وہ کارخانہ دار سے مال خرید کر فوری طور پر صارفین کے پاس بیچ دیتا ہے یا بچنے کے لیے ذخیرہ کر لے۔ عام فہم زبان میں یوں کہا جاسکتا ہے کہ بیوپار، تجارت کی ہی ایک شاخ ہے جس کا تعلق مالی خرید و فروخت کو داخلی تجارت جبکہ بیرون ملک مالی خرید و فروخت سے ہے۔ اندون ملک مالی خرید و فروخت کو خارجی تجارت کہتے ہیں۔ مال کی فروخت کے سلسلہ میں جو اقدامات کیے جاتے ہیں وہ میعار بندی، تشریف، فریش کاری، تحقیق بازار اور ذخیرہ کاری وغیرہ ہیں جن کا ذکر آگے کیا جائے گا۔

پیشہ (Profession) پیشہ کاروبار کی ایسی ہی شاخ ہے جس طرح تجارت کاروبار کی۔ لیکن دونوں کی نوعیت میں اختلاف ہے۔ پیشہ ور ماہرہ صلاحیتوں کا مالک ہوتا ہے اپنی صلاحیتوں کے مطابق وہ جو خدمات سرانجام دیتا ہے ان کو پیشہ کہتے ہیں۔ مثلاً وکیل، پروفیسر، ڈاکٹر، اکاؤنٹنٹ وغیرہ کی خدمات پیشہ کہلاتی ہیں۔ آئیے اب ہم پیشہ کے مفہوم کو سمجھنے کے لیے اس کا مقابلہ تجارت سے کرتے ہیں۔

تجارت

- 1۔ تاجر کے لیے پڑھا لکھا ہونا ضروری نہیں۔
- 2۔ تاجر اپنا کام دوسروں کے سپرد کر سکتا ہے۔
- 3۔ تاجر کا مقصد محض نفع کمانا ہوتا ہے۔

پیشہ

- 1۔ پیشہ ور کو اپنے پیشہ میں ماہر ہونا ضروری ہے۔
- 2۔ پیشہ ور کو بنفس نفیس کام خود سرانجام دینا پڑتا ہے۔
- 3۔ پیشہ ور کا مقصد خدمات مہیا کرنا ہوتا ہے جو مواد ضروری

4- تاجر کے لیے کسی خاص تعلیم و تربیت کی ضرورت نہیں۔

5- تاجر کا کام ایک مخصوص وقت کے بعد اختتام پذیر ہو جاتا ہے۔

6- تاجر کے مشاغل اس کی اپنی مرضی کے تابع ہوتے ہیں۔

کے عوض ملتا ہے اس کو نفع نہیں کہتے۔

4- پیشہ ور کے لیے خاص قسم کی تعلیم و تربیت کی ضرورت ہوتی ہے۔

5- پیشہ ور کے کام میں تسلسل رہتا ہے۔

6- پیشہ ور کی خدمات لوگوں کی ضروریات کے تابع ہوتی ہیں۔

2 — تجارت اور معاشیات کا تعلق

معاشیات پیدائش دولت، صرف دولت اور تقسیم دولت کے گرد گھومتی ہے اسی طرح تاجر بھی انہی تین عوامل کے گرد گھومتا ہے اسی لحاظ سے معاشیات اور تجارت کا آپس میں گہرا تعلق ہے۔ معاشیات کی طرح فی تجارت بھی ایک ایسا علم ہے جس کا انسانی زندگی سے گہرا تعلق ہے۔ ایک اچھا تاجر اپنے پیسے کے ذریعے ہی معاشیات کے نظریات کو عملی جامہ پہنانا ہے۔ یہ بھی کہا جاسکتا ہے کہ تجارت، معاشیات کا ایک پہلو ہے۔ معاشیات میں دولت کا مطالعہ افراد، اقوام اور دنیا کے نقطہ نظر سے کیا جاتا ہے۔ لیکن تجارت میں دولت کا مطالعہ کاروباری آدمی کے نقطہ نظر سے کیا جاتا ہے۔ اس لیے تجارت کو کاروباری معاشیات بھی کہتے ہیں کاروبار میں زیادہ توجہ عملی امور پر دی جاتی ہے۔ معاشیات میں انسان کے ان افعال کا مطالعہ کیا جاتا ہے جن کا تعلق ان معاملات سے ہوتا ہے جو کہ روزمرہ زندگی میں پیش آنے ہیں یعنی انسان دولت کس طرح کماتا اور خرچ کرتا ہے۔ لیکن معاشیات کا تعلق ان تمام اشخاص سے ہے جو افادیت کی چیزوں کی پیدائش کی مہم میں سرگرم ہیں۔ چیزوں کا یہ افادہ ان کے ایک جگہ سے دوسری جگہ انتقال میں ہے لیکن تجارتی سرگرمیاں وقت جگہ اور ملکیت کا افادہ پیدا کرتی ہیں۔

3 — تجارت کی ارتقائی منازل

(Developmental Stages of Business)

کبھی وہ وقت تھا کہ آج کا متمدن انسان وحشت کے دھند لوگوں میں کھویا ہوا تھا اپنی اندازہ صلاحیتوں سے نا آشنا تھا نہ تو زندگی کا کوئی دستور اس کے سامنے تھا اور نہ ہی اس کا کوئی نصب العین تھا مطلقاً ہر قدرت کی افادیت سے بے پروا تھا۔ اس کی زندگی میں کسی قسم کی جاؤ بیت نظر نہیں آتی تھی درحقیقت جانوروں کی زندگی کے بے کیفیت و سرور بسر نے پرنازاں تھا۔ جراثیم کا مقابلہ کرنے کی اس میں صلاحیت نہیں تھی۔ تفکر و تدبیر سے دور بکڑی دنیا

زندگی کو پورا کرنے کا بھی شعور نہیں تھا۔ پتوں کا لباس زیب تن کرنا، جنگلی پھلوں کو قوت لایموت بنانا، رات کو غاروں کو مسکن بنانا اور دن کو درختوں کے سائے میں بیٹھ رہنا اس کی بود و باش کے طریقے تھے۔ اس کو مستقبل کی کوئی فکر نہ تھی ترقی و منزل کے ابواب اس کی نظر سے مخو تھے۔ دوسرے جنگلی جانوروں کی طرح یہ بھی قدرت کی ایک جلیقی پھرتی آزاد مخلوق تھی۔ دستکاری، صنعت اور تجارت ایسے فنون سے غافل تھا۔ لیکن چونکہ انسان قدرت کی تخلیق کا شاہکار اور مظہر قدرت ہے لہذا خدا نے اس کے لیے حیوانی زندگی سے باہر قدم رکھنے کے اسباب پیدا فرما دیے وہ انسان جو اصولوں کی قید و بند کا عادی نہ تھا اپنے آپ کو کسی ذمہ داری کا متحمل نہ بنانا تھا۔ حیوانی قوتوں کے تابع تھا بلکہ حسانت، سے ماری تھا نفسانی خواہشات کا پتلا بن کر حیوانوں سے بھی بدتر طریق پر زندگی بسر کرتا تھا اس کے ضمن خزاں خود وہ میں رفتہ شعور کی ہمارا آنے لگی۔ طرز معاشرت کے اصولوں پر کار بند ہونے لگا۔ رشتہ ازدواج کے قوانین و ضوابط اپنائے اور نیک و بد عوام کو سمجھنے لگا۔ اس کے ماحول کی یہ خوشگوار تبدیلی کسی بہت بڑے انقلاب کا پیش خیمہ تھی وہ میسر مقام حاصل کرنے والا تھا۔ خرقہ شرافت پہن کر کوہ ارض پر اشرف المخلوقات کے خطاب سے ممتاز ہوئے والا تھا یوں کہنا مناسب ہو گا کہ خلیفہ اللہ بن کر اریہ ناصر پر حکمرانی کرنے والا تھا۔

ابھی اس کی ضروریات محدود تھیں جیسا کہ کہا جاتا ہے ضرورت ایجاد کی ماں ہے (Necessity is the mother of invention) اس لیے اس کے مسائل بھی محدود تھے زیادہ سے زیادہ گھر میں ماں بچوں کی دیکھ بھال کرتی جیکو باپ جوان لڑکوں کی مدد سے جانوروں کے شکار کرنے کے ہتھیار بناتے اور شکار کرتے۔

سجارت کے ارتقاء کو ہم چار ادوار میں تقسیم کرتے ہیں۔

3.1- دور اول

اس دور کو خود کفالتی دور کے نام سے بھی یاد کیا جاتا ہے۔ یہ تمدنی ارتقاء کی پہلی منزل تھی۔ کیونکہ تمدن و تجارت کا آپس میں چولی و ہاں کا ساتھ ہے۔ اس دور میں انسانی ضروریات محدود ہی نہیں تھیں بلکہ ان کی تسکین غایت درجہ آسان تھی۔ درختوں کے پھل، شکار کیے ہوئے جانوروں کا گوشت اور آٹام و سکون کے لیے غار میں زندگی گزارنے کا ایک اعلیٰ مسبار سمجھا جاتا تھا۔ رائج الوقت ضروریات پیدا کرنے میں ایک انسان دوسرے انسان کا دست نگر نہ تھا۔ اور نہ ہی اشیاء کے تبادلہ کی ضرورت پیش آتی۔

3.2- دور دوم

انسان میں زندگی گزارنے کا شعور پیدا ہو چکا تھا۔ آبادی بھی بڑھ رہی تھی۔ قبیلوں کا قیام بھی وجود میں آچکا تھا اور انسان کی واقعیت کا دائرہ بھی وسیع ہو رہا تھا یہ تمام حالات اس بات کے متقاضی تھے کہ ایسے وسائل کا سراغ لگایا جائے جو زندگی کی برہمچی ہوئی ضرورتوں کو پورا کر سکیں۔ اس وقت سطح زمین ہی ایک ایسا وسیلہ تھا جو انسان کی احتیاج کی تسکین کی ذمہ داری اٹھا سکتا تھا۔ محدود پیمانے پر انسان نے شکار کی طرف

توجہ دی لیکن اس دور میں انسان کا زیادہ توجہ مویشی پالنے پر مرکوز تھی۔ چونکہ انسان کا طبیعت پہلے ہی جنگلوں میں بے مقصد چلنے بھرنے کی طرف لگی ہوئی تھی لہذا مویشی پالنا ان کے لیے پراگاہیں معلوم کرنا اس کے لیے کوئی مشکل کام نہ تھا۔ جنگلی جانوروں کے شکار کے علاوہ گھریلو جانوروں کا گوشت اور ان کا دودھ خوراک کی کمی کو پورا کرنے لگا۔ والدین کو بچوں کے ساتھ محبت و انس ہونے لگی لہذا وہ اپنی اولاد کے لیے اپنی محبت کے بعد کچھ ذخیرہ چھوڑنے کے اصول اپنانے لگے۔ اس دور میں مویشی ہی انسان کا اثاثہ اور دولت سمجھے جانے لگے۔ درنہ کے طور پر یہی مویشی اولاد کو منتقل ہو جاتے تھے۔ چونکہ انسان نے اپنی معاشرتی ذمہ داریوں کو سمجھ لیا تھا لہذا انجی جائیداد اور وراثت کا سلسلہ قائم ہو گیا۔

زندگی کو زواں و واں رکھنے کے لیے صرف دو لوازمات مویشی اور ایشائے خوردنی تیار پائے۔ لیکن مزدورت کے لحاظ سے ان میں کمی بیشی ہوتی رہی اور مویشی کے بدلے ایشائے خوردنی یا ایشائے خوردنی کے بدلے مویشی دینے اور لینے کا سلسلہ جاری ہوا اس سلسلہ کا رواج لا محدود وقت تک رہا اگرچہ ایشاء کا یہ تبادلہ بہت ہی محدود تھا۔

3.3۔ دور سوم

آہستہ آہستہ خاندان قبیلوں میں بدلے اور پھر قبیلوں کے روابط بڑھے ان کی واقفیت کا دائرہ وسیع ہوا انہوں نے پیدائش دولت کے طریقوں کی طرف مزید توجہ دی۔ مویشی پالنے اور غزا اگانے میں بھی پیش قدمی کی گئی۔ مختلف قسم کے مویشی اور مختلف قسم کے غلہ کی پرورش و کاشت ہونے لگی۔ عورتوں نے بھی مردوں کے شانہ بشانہ نہ کام کرنا شروع کیا۔ کھیتی باڑی کے لیے آلات پر توجہ دی گئی۔ بیداری شعور اور پیدائش دولت کے ساتھ ساتھ اپنی طاقت اور حرص و آز کا بھی مظاہرہ کرنے لگا۔ قوت حیوانیت غالب آگئی اور ہر طاقتور انسان نے کمزور انسان کو ضعف مہمتی سے مٹانا اور اس کی جائیدادیں میری بچوں سے چھیننا اپنا شعار بنالیا۔ وحشت و بربریت کے بادل زندگی پر چھانے لگے جس نے زندگی کو انسان نے ذاتی سعی و کوشش سے خوشگوار بنایا تھا وہی زندگی اس کے لیے وبال جان اور اجیر بن گئی۔

اس دور میں ہیں ایک دفاع کا نیا باب نظر آتا ہے۔ عورتوں نے کھیتی باڑی کے کام کی طرف توجہ دی اور مردوں نے بال بچوں جائیداد کے تحفظ کے لیے دفاعی سرگرمیوں کی طرف توجہ دینا شروع کی۔ اس کش مکش کی وجہ سے ترقی کی رفتار رک گئی۔ اشیاء کے باقاعدہ تبادلہ کا تور و راج نہ تھا لہذا اگر کوئی شخص کسی چیز کی ضرورت محسوس کرتا تو دوسرے سے زبردستی چھین لیتا۔ طاقتور آدمی کو کمزور آدمی پر ہاتھ اٹھانے کا موقع ملتا تو وہ اس سے گریز نہ کرتا آج کل کے مبتذل انسان کو دکھا جائے تو حرص و آثر اس کو چین نہیں لینے دیتی۔ اپنے سے کمزور کو نیچا دکھانے کے لیے تلا ہوا ہے بلکہ بسا اوقات وہ بین الاقوامی پابندیوں کی بھی پروا نہیں کرتا۔ خود قوانین بنا کر توڑتا اس کا شمار ہو چکا ہے تو اس وقت کا غیر معذب انسان کس طرح قوانین کا پابند رہ سکتا تھا اور وہ کیا کیا نہ کرتا ہو گا۔

3.4۔ دور چارم

تیسرے دور تک انسان قیدیوں تک اپنے آپ کو منظم کر چکا تھا۔ قبیلے بڑھتے بڑھتے چھوٹی چھوٹی بستیوں کی شکل اختیار کر گئے۔ بستی میں کچھ کچھ اتحاد کی فضا پیدا ہوئی اب حملہ آور کئے لیے ممکن نہیں تھا کہ پہلے کی طرح حملہ کرنے کی دیدہ دلیری سے کام لے۔ بستیوں کا زیر کاشت زمین میں بھی اضافہ ہونے لگا زندگی میں چل پھل نظر آنے لگی۔ قیدیوں کی بجائے اب بستیاں ایک دوسرے سے خائف تھیں دفاعی انتظامات بھی مضبوط تر ہوتے گئے اس کا لازمی نتیجہ یہ ہوا کہ ہر شخص حملہ کرنے کی بجائے سوچ سمجھ سے کام لینے لگا۔

چونکہ کسی ماحول کو استحکام حاصل نہیں ہے لہذا کشیدگی کا یہ سلسلہ بھی ختم ہوتا ہوا نظر آیا۔ جب بستیوں کے درمیان صلح و آشتی کی فضا سازگار نظر آنے لگی تو یہ فطرتی تقاضا ہے کہ انسان توتہ پسند ہے۔ الگ تھلگ رہنے والے انسانوں نے ایک دوسرے کے قریب آنا شروع کیا۔ اشیاء کے تبادلہ کے لیے انہماق تقسیم کی فضا پیدا ہوئی۔ چھوٹی چھوٹی منڈیاں وجود میں آئیں چونکہ ہر شخص کو دوسرے قبیلے میں جانے کا اتفاق ہوتا تھا لہذا ہر انسان دوسرے کے جان و مال کو اتنا ہی عزیز سمجھتا تھا جتنا وہ اپنی جان اور مال کو۔ اگرچہ تجارت کا تصور ان کے ذہنوں میں نہیں تھا مگر تبادلہ کا یہ رسم و رواج ان کے اذہان میں تجارت ہی کے نقوش گہرے کر رہا تھا۔

مومیشی پالنے اور غلا اگانے میں زیادہ ترقی ہوتی گئی۔ قسم قسم کے جانور پالے جانے لگے۔ بڑے بڑے رقبوں پر کاشتکاری شروع ہو گئی۔ وہی چھوٹی چھوٹی بستیاں گاؤں کی شکل اختیار کر گئیں۔ اس باہمی میل ملاپ سے انسان خداوند تعالیٰ کی طرف سے ودیعت شدہ صلاحیتیں کو بروئے کار لانے لگا۔ اپنے مخصوص رجحان کے پیش نظر مختلف پیشے اختیار کرنے لگا۔ بڑھتی۔ لوہار۔ معمار۔ اور سنار وغیرہ کے پیشے معرض وجود میں آئے۔ چمکیں دھاتوں اور چمکیے پھروں کی خوشنمائی عورتوں کی جاذب نظر بنی انہوں نے زیورات کی شکل میں ان کو استعمال کرنا شروع کیا۔ چونکہ ہر شخص ہر کام میں ماہر نہیں تھا لہذا اپنے اپنے پسندیدہ پیشہ میں اختصاص حاصل کیا۔ کہیں کاشتکار نظر آتے تھے، کہیں صنعت کار اور کہیں دستکار۔ دستکار اپنی ساختہ اشیاء سے اور کاشتکار اپنی اشیاء سے تبادلہ کرنے لگے۔

یہاں سے انسان کے ذہن میں ذاتی جائیداد کا تصور پیدا ہوا جس جگہ وہ مسلسل قیام کو رہا تھا اس کو اپنی مستقل جگہ سمجھنے لگا۔ ملکیت کا یہ جذبہ زیادہ پیدا ہوا تو دولت کی طرف رہنمائی کرتا رہا۔ اشیاء کے تبادلہ کا یہ سلسلہ کسی مشترک قدر کے ذریعے نہیں ہوتا تھا بلکہ کپڑے کے بدلے زیور اور زیور کے بدلے جنس۔ علیٰ ہذا القیاس اس طرح تبادلہ کا طریقہ رائج ہوا۔ ایک بھوکا انسان اس بات پر مجبور رہتا کہ وہ بہت بڑی قدر کا کپڑا دے کر غذا کے چند لقمے حاصل کرے۔ اشیاء کے اس طرح کے تبادلہ کو براہ راست تبادلہ (Barter System) کہتے ہیں۔

4۔ براہ راست مبادلہ اور اس سے متعلقہ دشواریاں

4.1۔ براہ راست مبادلہ (Barter System)

مذکورہ بالا سطروں میں براہ راست مبادلہ پر کچھ روشنی ڈالی جا چکی ہے۔ یہ تجارت کی نہایت ہی سادہ شکل تھی۔ چونکہ کوئی ذریعہ مبادلہ رائج نہیں تھا لہذا مجبوراً زیادہ قیمتی سے کم قیمت والی شے قبول کرنی پڑتی تھی۔ اگر ہر ترقی کے مدارج میں بالیدگی آتی گئی مگر ایک آدمی حائد سے پارڈسٹم کے ذریعے ہاتھ دھوئے پڑھتے تھے۔ براہ راست مبادلہ کا رواج اندرون قبیلہ اور بیرون قبیلہ ہونے لگا۔ مبادلہ کے اس طریق میں جو دشواریاں پیش آئیں ان کا ذکر کیا جاتا ہے۔

4.2۔ براہ راست مبادلہ میں دشواریاں

(الف) تسکین احتیاج میں دقت : اس طریقہ مبادلہ میں ایک شخص کو اپنی احتیاج کی تسکین کے لیے کسی ایسے شخص کی تلاش ہوتی تھی جس کے پاس مطلوبہ چیز ہزاروں تبادلوں کے لیے بھی رضامند ہو کیونکہ براہ راست مبادلہ میں اشیاء کے بدلے اشیاء تبدیل کی جاتی تھیں۔ ایسے حالات پیدا ہو جاتے تھے کہ دوسرے شخص کو اپنی چیز تبدیل کرنے کی ضرورت ہی پیش نہیں آتی تھی۔ یہ اسی صورت میں ممکن تھا کہ دونوں اشخاص تبدیل اشیاء کی ضرورت محسوس کرتے۔ اس طرح اگر ایک شخص کسی شے کا متلاشی ہوتا اور دوسرے کو تبادلہ کی ضرورت ہی نہ ہوتی تو پہلے شخص کی احتیاج کی تسکین ناممکن تھی۔

(ب) مشترک معیار قدر کا ہم آہنگ نہ ہونا : برعکس متذکرہ بالا تحریر کے اگر دو ایسے اشخاص موجود ہوتے جن کو آپس میں اشیاء تبدیل کرنے کی خواہش ہوتی لیکن اس بات کا اندازہ لگانا مشکل تھا کہ کتنے چادل کی مقدار جوتے کے ایک جوڑے کے برابر ہے۔ علیٰ ہذا الحقیق مساوی القدر معیار کی عدم موجودگی براہ راست مبادلہ میں ایک بہت بڑی رکاوٹ بنی رہی۔ سول جیل انسانی شعور پیدا ہوتا ہوا سودے میں الجھن بڑھتی گئی۔

(ج) اشیاء کی جزوی تقسیم پذیری کا ناممکن ہونا : براہ راست مبادلہ میں یہ بہت بڑی رکاوٹ رہی کہ ایک شخص اگر بکریں کا مالک ہو اور اسے جوتے یا اس سے کم قیمت چیز کی ضرورت ہے تو وہ کس طرح جوتے وغیرہ حاصل کرے۔ ظاہر ہے وہ بکری کا جزو تو نہیں کاٹا۔ لہذا اس کی تسکین احتیاج کی تسکین ناممکن ہو جاتی ہے۔

اشیاء کی ذخیرہ اندوزی میں دشواری : اگر ایک شخص کے پاس بہت سی مقدار میں اس کی اپنی مخصوص جنس جمع ہوگی اور براہ راست نہ ہو سکا تو اس کی ذخیرہ اندوزی میں دقت بھی ہوتی تھی اور بہت بڑی مقدار کا ضیاع بھی ہو جاتا ہے۔ اس کی ظاہر ہی بہت کے بدل

جانے سے اس کی وہ قیمت نہ رہتی جو پہلے ہو سکتی تھی۔ اس طرح نہ ہی اس کی احتیاج کی تسکین ہوتی اور نہ بھی براہ راست مبادلہ وجود میں آتا۔ اور پھر اسے ذخیرہ اندوزی کی محنت کا صلہ نہیں ملتا تھا۔

(د) فاضل پیداوار کا ضیاع: ایک شخص کے پاس موجود جنس کا کچھ حصہ ہے تو مالک اپنی ضروریات کے پیشِ صورت کو لیتا اور فاضل پیداوار سے کوئی براہ راست مبادلہ کرنے کے لیے تیار نہ ہوتا۔

(ک) دو سے زیادہ اشخاص کی ضرورت ہونا: ایک پارچہ بات، سنار کے پاس اس غرض سے گیا کہ کپڑے کے بدلے زیور حاصل کرے مگر سنار کے پاس کپڑا تو پہلے ہی موجود تھا اسے گندم کی ضرورت تھی اب پارچہ بات کسی ایسے شخص کی تلاش میں نکلے گا جن کو گندم کے عوض کپڑے کی ضرورت ہو تاکہ وہ گندم سنار کو دے کر زیور حاصل کرے اس طرح براہ راست مبادلہ آسان نہ تھا۔

4.3 - ذریعہ مبادلہ کی تلاش اور دشواریوں کا حل

مندرجہ بالا مشکلات کے پیشِ نظر لوگوں کو ایسی مشترک قدر کے معیار کی تلاش ہوئی جن سے چیزوں کی دستیابی اور فروخت میں آسانی ہو۔ آغاز میں چیزوں کا ذریعہ مبادلہ جانوروں کی کھالیں، دھاتیں اور کوٹیاں تھیں۔ وقت کے گزرنے اور انسان کے باشعور ہونے کے ساتھ ساتھ یہ قدریں تبدیل ہوتی گئیں قیمتی پتھر اور قیمتی دھاتیں ذریعہ مبادلہ کے طور پر استعمال ہونے لگے جو پھر ان اشیاء کی تقسیم پذیری بھی کسی حد تک ممکن تھی۔ لہذا مناسب مقدار میں متبادل شے کی خرید و فروخت ہو سکتی تھی۔

وقت گزرتا گیا ذریعہ مبادلہ کی قدروں کے ساتھ ساتھ انسان کی ذہنی قدریں بھی تبدیل ہوتی گئیں جس سے قیمتی دھاتوں نے اپنے جہے سکوں کی صورت اختیار کر لی جس کا نتیجہ یہ ہوا کہ اشیاء کی حرکت پذیری اور نقل پذیری میں آسانی پیدا ہو گئی۔ زر کی ایجاد نے ترقی کے راستے جو مدت سے مسرور تھے کھول دیے مال کی ذخیرہ اندوزی کی بجائے منڈیاں وجود میں آئیں جن سے مالکان کو اپنا مال فروخت کرنے کا موقع ملا۔ اشیاء مگنے سڑنے سے بچنے لگیں کیونکہ ایک قدر کے عوض ان کو آسانی سے حرکت میں لایا جاسکتا تھا۔ ہر شخص نے بلا غداس مبادلہ کو قبول کر لیا۔ بازاروں میں خرید و فروخت کے مواقع ہر آدمی کو میسر کرنے لگے جس سے تجارت میں وسعت پذیری کی جھلک نظر آنے لگی۔ اسی طرح مال صرف ایک ہی منڈی تک محدود نہ رہا بلکہ اس کو دوسرے علاقوں کی منڈیوں میں لے جانا بھی آسان ہو گیا۔ مال کے منڈیوں میں آنے جانے سے لوگوں نے اپنی پیداوار میں اضافہ کیا جس سے طلب و رسد کا ایک حسین امتزاج وجود میں آیا۔ چیزوں کی خرید و فروخت صرف منڈیوں تک ہی محدود نہ رہی بلکہ ان کی خرید و فروخت مذہبی اجتماعات اور میلوں وغیرہ کے مواقع پر بھی ہونے لگی۔ تجارت کو فروغ دینے کے لیے لوگوں نے نئے بازار بنائے منڈیاں اور بعد میں نئے علاقے دریافت کرنا شروع کیے جب لوگ خرید و فروخت کے سلسلہ میں دوسرے علاقوں میں جاتے تو اپنے رسم و رواج بھی ساتھ لے جاتے۔ ہر شخص ایک دوسرے کے رسم و رواج سے متاثر ہوئے بغیر نہ رہ سکتا تھا۔ لوگ ایک دوسرے کے قریب تر ہوتے گئے، میل ملاپ سے رشتے ناطے کا سلسلہ جاری ہوا۔ اس طرح تجارت کے ارتقاء کے ساتھ ساتھ مذہب و تمدن کا فاصلہ بھی تیزی سے رواں دواں ہوا۔ سودا خریدنے اور بیچنے کے طریقے، عہد و ایفا کے

اصول، لیکن دین کے اصول بازار کی روایتیں زر کی ادائیگی کے طریقے مستقل ضابطوں کی شکل اختیار کر گئے۔ مال و جان کے تحفظ کا خاطر ادا اسے وجود میں آئے۔ صنعت و تجارت کی ترقی نے ایک دوسرے کو متاثر کیا۔ اشتراک عمل کی بدولت کوڑوں بھرے ہوئے انسان ایک رشتہ میں پروئے گئے۔ ہر آدمی نے اپنی قابلیت اور استعداد کے موافق ایک مخصوص پیشہ اختیار کر لیا۔ یہی ایک ترقی کا راز تھا کیونکہ ایک آدمی تمام پیشوں میں ماہر نہیں ہو سکتا تھا۔ اس سے سماجی نظام کو استحکام حاصل ہوا۔ خصوصی مہارت کے عملی نفاذ کے پیش نظر ایک شخص صرف ایک چیز کی تیاری میں معروف ہو گیا کیونکہ اس کے ذہن میں یہ یقین رائج ہو چکا تھا کہ اس کو دوسری ضرورت پوری کرنے کے لیے معاشرے کے دیگر افراد کام کر رہے ہیں۔ اس طرح ہر فرد پورے معاشرے کی خدمت کرنے لگ گیا اور صلیب تمام معاشرے کے افراد کی خدمات سے وہ بھی استفادہ کرنے لگا۔ انسان کے ذہن میں مدتوں سے جو خود کفالتی کا تصور چلا آ رہا تھا وہ ختم ہو گیا۔ اور وہ تجارت اور تہذیب و تمدن کے ارتقاء کے ساتھ ساتھ کفالت باہمی کا سنہری اصول اس کا حوزہ بن گیا۔

تہذیب و تمدن کا قافلا ترقی کے مدارج طے کرتا رہا اور مختلف مثبت تبدیلیاں جو کہ انسانی ذہن کے اختراع کا نتیجہ ہیں رونما ہوتی رہیں۔ بالواسطہ مبادلہ (Indirect Exchange) کے لیے زر کی مختلف شکلیں رائج ہوتی رہیں۔ طویل عرصہ تک سونا چاندی کے بے ڈھبے کے مبادلہ اشیاء کے لیے گردش کرتے رہے لیکن بڑھتی ہوئی طلب کے ساتھ ساتھ سکہ سازی کا مستقل رواج ہو گیا۔ تمام مزدوروں کی تسکین کے ذرائع دریافت کیے جانے لگے اس طرح دور اول کی پھٹی ہوئی انسانیت کا قافلہ ترقی کی سائراہ پر تندرست چلا بڑھتا ہوا نظر آیا۔ جس سے سونے چاندی کی زیادہ کھپت ہونے لگی۔ لہذا چاروں طرف بڑھتی ہوئی آبادی اور پھیلی ہوئی معیشت کی ضروریات کے تناسب سے سونے چاندی کی رسد نا کافی ثابت ہوئی۔ سونے چاندی کی کھپت کو پچانے کے لیے کاغذ کے نوٹ استعمال ہونے لگے۔ لہذا یہ اعتباری زر سونے اور چاندی کے مساوی القدر سمجھا جانے لگا۔ ذریعہ مبادلہ کی ایجاد اور آزادانہ استعمال سے اشیاء کی نقل پذیری میں ایک انقلاب برپا ہوا۔ بازاروں میں مال کی مالک بڑھ گئی۔ صنعت کاروں نے نہ صرف مال کی اس کمی کو پورا کیا بلکہ ایک چیز کو تنوع کے مختلف حصے پہنائے جس سے ان کی حاذیبت بڑھنے لگی۔ مختلف طریقوں کے وجود میں آ جانے کا نتیجہ یہ ہوا کہ سال کی پیداواری کمی بچیدہ طریقے بھی فروغ پانے لگے۔ تجارت و صنعت کا یہ مربوط سلسلہ تہذیب و تمدن پر گہرے نقوش ثبت کرتا چلا گیا۔ کہ آج انسان ستاروں پر کمندیں ڈالنا اپنا ادنیٰ سا کوشش سمجھتا ہے۔

5 — زر (Money)

ماہرین نے زر کی مختلف تعریفیں کی ہیں لیکن پروفیسر کراؤتھر کی تعریف بڑی جامع اور مدلل معلوم ہوتی ہے۔ زر وہ شے ہے جو آکر مبادلہ کی حیثیت سے عام مقبولیت کی حامل ہو اور ساتھ ہی پیدائش قدر اور ذخیرہ قدر کا کام سرانجام دیتی ہو۔ زر کی تعریف کے بعد زر کے فرائض احاطہ تحریر میں لائے جاتے ہیں۔

5.1۔ زر کے فرائض

(الف) آکر مبادلہ: زر کے آکر مبادلہ کی حیثیت سے کارکردگی سے مراد اشیاء کی خرید و فروخت بذریعہ زر ہے۔ پہلے زمانہ میں اشیاء کا تبادلہ اشیاء سے ہوتا تھا مگر اب کوئی مزدور، کارخانہ دار سے مزدوری میں مشینری یا خام مال نہیں مانگے گا بلکہ اس کو مبادلہ زر کی شکل میں دیا جائے گا۔ اس طرح کارخانہ دار حسبِ خواہش اشیاء کو فروخت کرنے کا زر حاصل کرے گا۔

(ب) پیمانہ قدر: براہِ راست نظام مبادلہ (Barter System) کے تحت کسی شے کے مبادلہ کے وقت اس کا بہت سی اشیاء سے تقابل کرنا پڑتا تھا۔ لیکن اب زر کی ایجاد سے اس شے کی قیمت بتا کر اس کا اظہار کر دیا جاتا ہے۔ مثلاً کوئی یہ کہے کہ یہ کتاب دس روپے کی ہے تو ہم کہیں گے اس کتاب کی اتنی ہی قدر ہے جتنی دس روپے کی۔ پیمانہ قدر کے امکان سے یہ اشیاء کے تقابلی جائزہ کی مشکلات جتنی طور پر ختم ہو گئی ہیں۔

(ج) آئندہ ادائیگیوں کا معیار: براہِ راست مبادلہ میں اگر کوئی شے ادھار لی جاتی تو قرض خواہ اس شے وصول کرتے وقت اس کے معیار کے گھٹیا ہونے کا اعلان کر سکتا تھا مگر زرنے اس مشکل کو حل کر دیا ہے کیونکہ مقرض زر کی شکل میں قرضہ حاصل کر کے حسبِ ضرورت استعمال کرتا ہے اور قرضہ کی ادائیگی بھی زر کی شکل میں کرے گا۔

5.2۔ ذخیرہ قدر

زر کی ایجاد سے دولت کا ذخیرہ کرنا آسان ہو گیا ہے۔ بارٹر سسٹم کے تحت ہر چیز کا ذخیرہ کرنا مشکل تھا۔ تحفظ نامن تھا۔ جگہ بھی کفایت نہ کر سکتی تھی اور بعض اشیاء کو دیر تک ذخیرہ کی شکل میں لکھا بھی نہ جاسکتا تھا۔ اب ہر آدمی فاضل اشیاء کو بیچ کر زر حاصل کرتا ہے جس کو حفاظت میں رکھنا بہت آسان ہو گیا ہے۔

5.3۔ انتقال زر

بارٹر سسٹم کے تحت غیر منقولہ جائیداد کا ایک جگہ سے دوسری جگہ منتقل کیا جانا مشکل تھا۔ اب کوئی آدمی اگر ایک جگہ سے اشیاء فروخت کر کے زر حاصل کرتا ہے تو اس سے کسی جگہ جا کر وہ اس قسم کی جائیداد خرید سکتا ہے۔

سیال پذیری: خرید و فروخت کے وقت زر فی الفور کام دیتا ہے اگرچہ ہنڈیاں، بانڈز، حصص اور چیک وغیرہ بھی اس مقصد کے لیے کام میں لائے جاسکتے ہیں مگر سب کا دائرہ محدود ہے۔ صرف زر کو ہی یہ شرف حاصل ہے کہ کسی حیل و حجت کے بغیر قبول کر لیا جاتا ہے۔

سرکاری ادائیگیاں اور وصولیاں: موجودہ دور میں زر خدمات لینے اور دینے کے عوض مبادلہ کے طور پر استعمال کیا جاتا

ہے عوام۔ یہ سہولیات کو استعمال کرنے پر معاوضہ کا تعین زر سے ہی کیا جاتا ہے۔ مثلاً بجلی، گیس، پانی کے اخراجات یا ٹیکس وغیرہ کی رقم عوام سے وصول کی جاتی ہیں۔ حکومت تنخواہیں اور الاؤنس وغیرہ ادا کرنے کے لیے زر کا ہی سہارا لیتی ہے۔ حساب کی اکائی: روزمرہ کا حساب و کتاب کرنے کے لیے زر کا ہی اظہار کیا جاتا ہے۔ مثلاً ایک شخص کی تنخواہ ایک ہزار روپیہ ہوتا، 5 روپیہ کے عوض کوئی مسامت کرنا، مکان کی مالیت 5 لاکھ ہونا یا 80 ہزار روپیہ کار وغیرہ کی قیمت ہونا یہ سب اظہار زر کی وساطت سے ہی کیا جاتا ہے۔

زر اعتبار کی بنیاد: آج کل کے دور میں مساملتوں کے عوض نقد ادائیگی کی بجائے چیک اور ہنڈیوں کو دینے یا لینے کا رواج ہے۔ کیونکہ بعض اوقات رقم اتنی کثیر ہوتی ہے کہ تحفظ مشکل ہو جاتا ہے۔ لیکن یہ بات قابل غور ہے کہ صرف چیک اور ہنڈیوں پر ہی نہ رہیں بلکہ ان کے متبادل ہی مالیت کی وصولی کے وقت بینک کے پاس رقم بھی موجود ہو۔ لہذا یہ کہنا درست ہوگا کہ زر کی بنیاد پر ہی زر اعتبار کی بنیاد قائم ہے۔ زر اعتبار کے جاری ہو جانے کی وجہ سے نوٹوں کے اٹھانے یا لگانے کی تکلیف سے چھٹکارا مل چکا ہے۔

5.4۔ زر کا ارتقاء

پہلے دور براہ راست مبادلہ سے لے کر موجودہ زمانے تک زر نے ترقی کے کئی مراحل طے کیے ہیں۔ زر کی ارتقاء کی کئی بہت طویل ہے۔ کراؤنٹر کے بقول زر نے شروع سے لے کر آج تک تین ادوار دیکھے ہیں جو درج ذیل ہیں۔

پہلا دور: زر کی ترقی کا پہلا دور براہ راست مبادلہ سے لے کر دھاتی زر کی ایجاد تک پھیلا ہوا ہے۔ اس دور میں انسان نے براہ راست تبادلہ کی مشکلات کے پیش نظر اسے ترک کر دیا۔ اور کسی آکر مبادلہ (Exchange Instrument) کی ضرورت محسوس کی۔ اسی ضرورت کے تحت انسان نے غلام، مویشی، کوڑیاں، ہاتھی، دانت، سپیاں، کھجوریں، کھالیں، برترکان، پتھر اور ناریل وغیرہ بطور آکر مبادلہ استعمال کیے۔ یہ اشیاء کچھ دیر استعمال ہوتی رہیں۔ مگر تذبذب و تمدن کی ترقی کے ساتھ ساتھ ان کے نقائص بھی ظاہر ہونے شروع ہو گئے۔ اور انسان نے اپنے علم اور تجربہ سے یہ بات جان لی کہ دھاتوں کو بطور آکر مبادلہ استعمال کرنا زیادہ سودمند رہے گا۔ چنانچہ ایسا ہی ہوا۔

دوسرا دور: زر کی ترقی کا دوسرا دور وہ ہے جو دھاتی زر سے کاغذی زر تک وسیع ہے۔ جب انسان نے دھاتوں کا استعمال سیکھ لیا تو کم سازی کے لیے بھی دھاتوں ہی کو استعمال کیا جانے لگا۔ شروع میں ایلومینیم، پتھر، تانبا وغیرہ اور ذرا بعد سونا اور چاندی کو سکہ سازی کے لیے استعمال میں لایا گیا۔ دھاتوں سے بنے ہوئے سکوں میں بھی نقائص محسوس کیے گئے۔ مثلاً کھوٹے کھرے، تیز کا مسئلہ، بڑی مقدار میں دھاتی سکوں کو ایک جگہ سے دوسری جگہ منتقل کرنے کا مسئلہ، ان کی حفاظت کرنے اور جگہ گھیرنے کا مسئلہ۔ ان کے مسائل کا حل یہ دریافت کیا گیا کہ دھاتوں کی جگہ کاغذ کی کرنسی کو بنیاد بنایا جائے۔ اس طرح زر کاغذی کا رواج ہو گیا۔ یہ رواج کم و بیش اٹھارہویں صدی میں عمل میں آیا۔

تیسرا دور: زر کے ارتقاء کا تیسرا دور زر کاغذی سے لے کر اعتباری زر کے موجودہ دور پر محیط ہے۔ اس دور میں حکومتوں نے عوام کی

سہولت کے لیے نوٹ جاری کیے۔ عوام نے نوٹوں کو بینکوں میں بیچ کر اس کے چکیوں کا استعمال شروع کیا۔ چکیوں کے ساتھ ڈرافٹ ہنڈی اور دوسرے کاغذات کا استعمال بھی بڑھ گیا۔ یہ سب زر اعتبار (Credit Instrument) کہلاتے ہیں۔ اس طرح زرقا نوٹ اور زر اعتبار ساتھ ساتھ گردش کرنے لگے اب نوٹ بہاں تک پہنچ گئی ہے کہ موجودہ دور میں زر اعتبار کی مقبولیت بہت بڑھ گئی ہے۔ اور زر کی نئی نئی شکلیں وجود میں آ رہی ہیں۔

5.5- زر کی طلب

زر کو نقد حالت میں اپنے پاس رکھنے کو زر کی طلب کہتے ہیں۔ زر کو اپنے پاس رکھنے کی وجوہات درج ذیل ہیں۔
(الف) روزمرہ کی ضروریات : ہر شخص کو زندہ رہنے اور روزمرہ کی ضروریات پورا کرنے کے لیے کچھ نہ کچھ نقدی بدست رکھنا ضروری ہے ہر شخص اپنی آمدنی کا کچھ حصہ مخصوص کر کے اپنے پاس رکھتا ہے۔

(ب) کاروباری ضروریات : کاروبار کرنے والے حضرات کے لیے یہ ضروری ہے کہ وہ اپنے پاس اجرت کی ادائیگی کے لیے رقم رکھیں۔ ہر آجریا تاجر کاروبار کو چلانے کے لیے مزدوروں یا کارکنوں کو تعینات کرتا ہے۔ معاوضہ کی ادائیگی کے اوقات مقرر کر دیے جاتے ہیں۔ اگر وقت مقررہ پرا دائیگی نہ ہو تو مزدور بد دل ہو جاتے ہیں اور کام کرنا چھوڑ جائیں گے۔ ان خطرات کے پیش نظر آجریا تاجر کے پاس نقد حالت میں روپیہ ہونا چاہیئے۔

(ج) ہنگامی ضروریات : ممانوں کی آمد، حادثہ، اچانک ضروریات وغیرہ ہنگامی ضروریات میں شمار ہوتے ہیں۔ ناگہانی ضروریات پوری کرنے کے لیے کچھ نہ کچھ رقم جیب میں ہونا ضروری ہے۔ رقم نقد حالت میں موجود نہ ہونے کی صورت میں اسان کو مشکلات اور تکالیف کا سامنا کرنا پڑتا ہے۔

(د) تخمینہ ضروریات : کچھ لوگ کاروبار کرنے کی بجائے مستقبل کے سودوں کا لپی دین کرتے ہیں۔ ایسے سودے تخمینہ کاروبار کہلاتے ہیں۔ اگر کوئی سودا سنا رہا ہے اور مستقبل میں اس کی قیمت چڑھنے کا امکان ہے تو کچھ لوگ ایسی اشیاء خرید کر ذخیرہ کر لیتے ہیں اور وقت آنے پر چڑھتی ہوئی قیمت پر فروخت کر لیتے ہیں۔ اس طرح انہیں بہت منافع ہوتا ہے مستقبل کے سودے خریدنے کے لیے بھی نقد رقم کی موجودگی ضروری ہے۔

ان چاروں اسباب کی بنا پر لوگ نقد روپیہ رکھنے کو ترجیح دیتے ہیں۔ نقد رقم رکھنے کی یہ خواہش یا مجبوری ”زر کی طلب“ کہلاتی ہے۔ آمدنی کا حصہ نقد حالت میں رکھ کر باقی حصے سے جائیداد، کار، کوٹھی، انعامی بانڈ، زریر وغیرہ خرید لیے جاتے ہیں۔ کسی ملک کے لوگ اپنی آمدنیوں کا جتنا حصہ نقد حالت میں رکھنا چاہتے ہیں۔ اسے کینز نے زر کی طلب ہے۔

عروج آدم خاکی سے انجم سہمے جاتے ہیں

کہ یہ ٹوٹا ہوا تارا مر کا ل نہ بن جائے

زور کا تفصیلی ذکر کتاب کے یونٹ نمبر 16 میں کچھ تفصیل سے کیا گیا ہے مزید معلومات کے لیے یونٹ نمبر 16 کا مطالعہ کریں۔

6۔ معاشی مشاغل اور ان کی تقسیم

زمین کا فرش، آسمان کا خیر اکثاف عالم کی تیز نگیاں، زمین کی پشت پر نباتات کی پیدائش اور زمین کے پیٹ میں انمول خزانوں کا مدفن کرنا قدرت کا امر کی تخلیق کا شاہکار ہے۔ زمین و آسمان کی تزئین زبان حال سے پرکار کہہ رہی تھی کہ کسی ہستی کی آمد کا اعلان ہونے والا ہے۔ نوری مخلوق میں ایک غلغلہ مچ گیا جب اللہ تعالیٰ نے ایک مجموعہ اعضاء اور خورق خلقت پہنا کر زمین پر بھیجنے کا مشرکہ جانفزا سنایا۔ فرشتوں کی نوری جماعت نے خدائے ذوالجلال کی حمد و تقدس کے فرائض بجالانے کا عہدہ تو کیا مگر بار امانت احکا کر اشرف المخلوقات ہونے کا شرف حضرت انسان کو بخشا گیا۔

آسمان بار امانت نتواں کشید

قرم فال بنام من دیوانہ زدند

رب العالمین نے انسان کی تخلیق اس پہنچ پر فرمائی کہ حکمت و دانائی کی دولت سے بھی اس کو نوازا۔ دیگر مخلوق کے ساتھ ساتھ ایسی احتیاج اور طلب و ولعت فرمائی جو اسے رات دن سرگرم عمل رکھتی ہے۔ اس خاکی انسان میں اگر حکمت کا پہلو مقصود ہو جاتا ہے۔ جو قوت لامیوت کے لیے عمل میں لاتا ہے تو کارخانہ قدرت میں ہو کہ عالم طاری ہوتا۔ اگر انسان میں آرزو اور تمنا نہ ہوتی تو آج وہ وسائل کو بروئے کار نہیں لاسکتا تھا اور قدرت کی طرف سے دو ولعت شدہ صلاحیتیں بے فائدہ ہو کر رہ جاتیں۔ انسان نے تسلسل حیات کے لیے ضرورتوں کو پورا کرنے کے لیے مختلف النوع مشاغل کا آغاز کیا۔ احتیاج کی تسکین کے لیے محنت و عمل کے دروازے کھٹکھٹائے جو نئی انسانی ذہن میں عقل و شعور کی شمع روشن ہوئی تو اس نے انسان کی رہنمائی تہذیبوں کے نہ ختم ہونے والے سلسلے کی طرف کی۔ کارگاہ حیات میں جدوجہد کے سبب انسان کی شخصیت کی تسکین ہوئی اور اس کو اپنے جوہر دکھانے کا موقع ملا چونکہ انسان کو اس کی ضرورتوں کے مطابق تسکین کے وسائل ملتے رہے جس سے اس کو محنت کا صلہ ملتا رہا۔ وسائل کے ایک ہی جگہ نہ ہونے کی وجہ سے انسان نے اپنے ممکن سے دودھا کر ان کی تلاش کی اس طرح انسان وسیع و عریض کائنات میں بھرتا چلا گیا جس سے نہ صرف انسان کو وسائل حاصل ہوئے بلکہ اس کو نوآبادیات قائم کرنے کا بھی موقع ملتا رہا۔ جب انسان نے حق سے سبکی کی طرف رخ کیا تو اس کو اس راہ میں ہی کمی کی صعوبتوں اور مشکلات کا سامنا کرنا پڑا۔ مگر ان خطرات نے اس کو مہینہ کام دیا اور اس کی حیوانی دیویوں پر کار اٹھی۔

اگر خواہی حیات اندر خطر ذی

اس نے خطرات سے گریز کی بجائے اس سے الجھنا شروع کیا۔ زندگی کے راز اس پر کھشف ہوئے۔ قدرت کی بعض نعمتیں اسے بغیر کوشش اور طلب کے مل گئیں۔ بعض نعمتوں کے حاصل کرنے کے لیے اسے جانفشانی سے کام کرنا پڑا۔ اس کے

ذہنی انقباض پر نئی انگلیوں کے ستارے بکھرتے رہے جس سے اس کی جدوجہد میں اضافہ ہوتا رہا۔ زندگی کا مزہ اس نے اپنی کوششوں میں پایا۔ حرکت میں برکت کا اصول کارفرما ہوا۔ زندگی کی رعنائیوں اور دلچسپیوں نے بیچ بن کر انسان کو معروف کار رکھا۔ انسانی شعور بیدار ہوتا گیا اور جدید وسائل کی تحقیق و دریافت ہوتی رہی۔ اس نے وسائل کو ہر موقع استعمال کرنے میں اہم کردار ادا کیا۔ مادی طور پر انسان کا ابتدائی مرحلہ میں انسان کا نظریہ صرف رزق کے انبار لگانا تھا۔ مگر بعد میں انسان کو احساس ہوا کہ دولت یا رزق کے انبار لگانا خوشیاں نہیں بلکہ انبار کی بجائے نفع بخش سطوح پر سوجھنا ہوگا۔ قدرت کے عطا کردہ وسائل تا حد امکان استعمال میں آنے لگے۔

انسان نے دقت کی رفتار کے ساتھ ساتھ اپنی معیشت کو مضبوط بنیادوں پر اُستوار کرنا شروع کیا۔ سرگرمیوں کا مجموعہ کوٹ چکا تھا۔ اب وہ آزادانہ طور پر اپنی راہیں متعین کر سکتا تھا۔

اس کی آنکھ کو اتنی دست مہر لی کہ اس نے قدرتی اور مصنوعی وسائل کو کثیر مقدار میں دیکھا۔ یہی وسائل بعد میں پیداواری مشاغل (Productive Activities) کہلانے لگے۔ انسان کے ذہن کی رسائی پیداواری مشاغل کو عرصہ پر لے گئی۔ ایک ہی مشغلہ پر انسان نے اکتفا نہ کیا بلکہ اس سے بھڑکنے والی شاخوں کو بھی مستقل پیداواری مشاغل بنادیا گیا۔ یہی نہیں بلکہ انسان نے ہر مشغلہ کے لیے مہارت حاصل کی۔ معیشت مضبوط ہونے کے ساتھ ساتھ انسان کو معروف رہنے اور نفع کمانے کے مواقع ہاتھ آنے لگے۔ اب انسان کا قدم ترقی کی راہ پر تھا وسائل کو استعمال کرنا ہی نہیں بلکہ وسائل پیدا کرنا بھی اس کی دسترس میں آ گیا۔ چونکہ قدرت کاملہ نے ضرورت سے زیادہ وسائل پیدا فرمائے ہوئے ہیں اس لیے خداداد صلاحیتوں کو بروئے کار لا کر انسان ان سے کما حقہ استفادہ کر رہا ہے۔ جن پیداواری مشاغل سے انسان نے استفادہ کیا ان کی تفصیل درج ذیل ہے۔

6.1 - پیداواری مشاغل کی صورتیں

(الف) قدرتی ذخائر سے استفادہ : بنی نوع انسان کے روزمرہ زندگی میں استعمال کے لیے اللہ تعالیٰ نے وافر مقدار میں دولت کے بڑے ذخائر پیدا فرمائے ہیں۔ معمولی سی محنت سے انسان ان ذخائر کا سراغ لگا کر انہیں حاصل کر لیتا ہے۔ ان ذخائر نے انسانی معیشت کو بڑھت چلا رکھا ہے۔ دیکھیں کہ تجارتی دنیا میں بھی ایک تھلک پیدا ہے۔ جن علاقوں میں قدرتی ذخائر کی دریافت ہوتی ہے ان علاقوں کی اہمیت بڑھ جاتی ہے۔ بے کار لوگوں کو ملازمت کے مواقع میسر آ جاتے ہیں۔ ضرورت سے زیادہ ذخائر کو برآمد کر کے زرمبادلہ کمایا جاتا ہے جس سے ایک دوسرے ملک سے تعلقات کی فضا خوشگوار ہر جاتی ہے۔

کبیں تیل کے چشمے موجود ہیں جس کو نکال کر کئی شکلوں میں تبدیل کیا جاتا ہے۔ کبیں ایندھن کا کام لیا جاتا ہے۔ کبیں گاڑیاں چلائی جاتی ہیں اور کبیں تاریک گھروں کو روشنی کیا جاتا ہے۔ بعض علاقوں میں پھیلوں سے بھرے ہوئے تالاب اور دریا ہیں وہاں باقاعدہ طور پر تجارتی منڈیاں موجود ہیں اس ملک کے لیے پھلی سب سے بڑی دولت ہے۔ خدائے قدوس نے بعض علاقوں میں معدنیات کا ذخیرہ جمع کر رکھا ہے۔ وہ علاقے اس جہ سے دوسرے علاقوں کے ساتھ لین دین کرتے ہیں معدنیات ان کے لیے

نہ رے تو ایک بیج بھی نہیں اگ سکتا۔ یہی سلسلہ لگ بانی اور نخل بانی وغیرہ کا ہے۔ لہذا انسان کو صرف ہل چلا کر بیج بے تے پری ناز نہ ہو بلکہ قدرت کا ملکہ پر مکمل بھروسہ ہو۔ اس طرح کر بیج بونا انسان کا کام تھا اور اس کا وضاحت بنانا قدرت کا ملکہ کے اختیار میں ہے۔ اس صنعت کا بہت سا خام مال دوسری صنعتوں کو منتقل کر دیا جاتا ہے۔ اگر یہ کہا جائے کہ بہت سی دیگر صنعتوں کا انحصار زرعی صنعتوں پر ہے تو بے جا نہ ہوگا۔ سامانی ذرائع سے اس صنعت کو بہت ترقی دی جا رہی ہے۔ بیج زمینوں کو آباد کیا جا رہا ہے۔ جدید آلات کثافت کاری سے پیداوار میں کمی لگنا اضافہ ہو گیا ہے۔ یہی نہیں بلکہ اناج کی نئی قسمیں دریافت کی جا رہی ہیں اس کے لیے ہر ملک میں تحقیقی اداروں کا قیام عمل میں لایا گیا ہے۔ درآمدات اور برآمدات کا سلسلہ تیزی سے بڑھ رہا ہے۔

(ج) دستکاری کی صنعتیں: اس میں ہر قسم کی صنعت و حرفت اور دستکاری کے مشاغل شامل ہیں۔

7۔ صنعت کاری میں تخصیص

ہر سطح پر صنعت میں تخصیص کا رجحان قابل غور ہے۔ ہر فن مولا ہونے کا دودگر نہ چکا ہے اور کارکنوں نے خصوصی مہارت کی طرف توجہ مبذول کر لی ہے۔ ایک آدمی کئی مشینوں پر کام کرنے کی بجائے ایک مخصوص مشین پر کام کرتا ہے جس سے اس کی کارکردگی شاندار نتائج کی حامل ہوتی ہے۔ صنعت کاری اس انفرادیت نے اس کے دائرہ کار کو محدود نہیں کیا بلکہ اس میں وسعت پیدا کر دی ہے۔ با تو اس کو اپنے رجحان کے مطابق ایک تفویض مل گئی با اس نے کسی کام کے لیے مخصوص مہارت حاصل کر لی۔ فرض کیجئے کہ ایک کارخانہ میں مختلف شعبے ہیں اور ہر شعبہ میں مختلف قسم کی مشین ہے۔ اس کا مطلب یہ نہیں کہ ایک ہی آدمی تمام کارخانے میں کام کرے یا ایک ہی شعبہ میں۔ بلکہ ہر شعبہ مزید مختلف کاموں میں منقسم ہوگا۔ اور ہر مہارت کا آدمی اپنے محدود دائرے میں فرائض سرانجام دے رہا ہوگا۔ جب تمام کام کا جائزہ لیا جاتا ہے تو تیار مال مل جاتا ہے۔ صنعت کا تخصیص انفرادیت تک ہی محدود نہیں رہا بلکہ شرکت داری کی شکل میں بام عروج تک چا پہنچا ہے۔ مخصوص مد کو تیار کر کے دوسرے سامان کے ساتھ ملا دیا جاتا ہے۔ اور یہ مجموعہ تیار مال کی شکل اختیار کر لیتا ہے۔ مثلاً مختلف کمپنیاں تخصیص سے ایک کار کے پرزے تیار کر رہی ہیں اگر پرزوں کو علیحدہ علیحدہ ہی رکھا جائے تو کسی فائدہ کی توقع نہیں جب ان تمام پرزوں کو متحد شکل دی جاتی ہے تو ایک مفید کاری صورت اختیار کر لیتے ہیں۔ بڑے بڑے کارخانوں کی مصنوعات کے متعدد پرزے دوسری فرموں سے تیار کرائے جاتے ہیں۔ ہر ادارہ یا کمپنی نے اپنے مخصوص پرزہ جات تحقیق کی رو سے مفید تر اور زیادہ پائیدار بنانے کی کوشش کی جس سے تیار ہونے والی مشینری کی کارکردگی اور عمر میں اضافہ ہوا۔

تخصیص کار سے نیکویری پیداوار میں عمل میں نہیں آئی بلکہ لاگت میں کمی، اعلیٰ معیار اور زیادہ فروشکاری کے پہلو بھی کارفرما ہوئے ہیں۔ شروع میں تخصیص کا طریقہ صرف خود کار یعنی آٹوموویل کی تیاری کے سلسلہ میں رونما ہوا لیکن اب ہر قسم کی صنعت پر محیط ہو گیا ہے۔ محنت کش کے لیے حالات کار زیادہ سازگار ہو گئے ہیں۔ آئیے اس بات کا بھی جائزہ لیں کہ اختتامی صنعت کاری کے وجود

میں آنے کی کیا وجہ ہے۔

زر کے وجود سے پہلے کاروبار میں اس رجحان کا تعارف بھی نہیں تھا۔ جزئی زرد زریرہ مبادلہ بناؤ دینا اس نئے رجحان سے آشنا ہوئی۔ نسلی انسانی خاندانوں سے بڑھ کر قبیلوں اور قوموں کی شکل میں تبدیل ہو گئی۔ نسلی انسانی کا یہ بڑھتا ہوا سیلاب بستیوں، بلکہ خطوں تک جا پہنچا۔ علاقائی ضرورت اور طرز بود و باش نے انسانی ذہن میں تخلیقی قوتوں کو جنم دیا۔ سب سے بڑی بات یہ کہ ہر جگہ کے جغرافیائی حالات اور پیداوار مختلف تھی۔ ایک علاقے کے لوگوں کی طبائع اور ذہن میں سو تطبیق تھی۔ زمین اور آب و ہوا کا تضاد بھی موجود تھا۔ ان تمام نقصان کی موجودگی نے انسان کو پیداوار میں تخصیص کی طرف مائل کیا۔ کسی جگہ زرعی پیداوار کی بہتات ہوئی۔ تو کسی جگہ صنعت میں ترقی ہوئی۔ اگر وہ علاقوں میں ایک ہی صنعت یا فن میں اختصاص صنعت کاری کے لیے حالات سازگار تھے تو ان میں مقابلے کا مادہ ابھرا۔ یہ تجارت، کے فروغ کے لیے ایک میسر تھا۔ اختصاص کی صورت میں بعض علاقے دوسرے علاقوں کی نسبت اشیاء زیادہ مقدار میں اور کم قیمت پر تیار کرنے لگے۔ یہی تخصیص کار کا مقصد ہے۔ اس طرح علاقوں میں تیار کردہ اشیاء کے تبادلے ہوتے رہے۔ یہ تجارت خود کفالتی کی نسبت زیادہ سود مند ثابت ہوئی۔ بعض مصنوعات اس قسم کی ہیں کہ ان کی مانگ ہر علاقے اور ہر خطے میں زیادہ ہے اور ان کو تیار کرنے کے لیے صرف ایک ہی ملک میں وسائل ہیں تو اس طرح اسی ملک کو دوسرے ممالک پر برتری حاصل ہو گئی۔ اگر ایسی مصنوعات کے مقابلے میں کسی دوسرے ملک نے بھی مصنوعات تیار کر لیں تو برتری کے ٹوٹنے کے ساتھ ساتھ مصنوعات سستے داموں پر دستیاب ہو سکتی ہیں۔ بصورت دیگر اس مخصوص ملک کا یہ اختصاص کاری کی پالیسی منہ مانگی قیمت پر نتیجہ ہوتی ہے۔ اختصاص صنعت کاری کے نظریہ نے نہ صرف کاروبار میں انسانی پیداوار کا بلکہ ہر شعبے سے متعلق تربیت دینے والے ادارے قائم ہوئے جن سے لوگوں کو ملازمت کے مواقع فراہم ہوئے۔ ملکوں کے درمیان تجارتی معاہدے ہونے لگے جس کی وجہ سے ایک ملک دوسرے ملک کو اپنی تیار کردہ اشیاء تبدیل کر کے ملکی ضروریات کو پورا کرنے لگے۔ صنعت کاری کا یہ طریق کار بہت کامیاب ہوا جس کے نتیجے میں

الف۔ کاریگر لوگوں نے اپنی ذہنی رجحان کے مطابق تربیت حاصل کی۔

ب۔ تربیت گاہیں کا وجود میں آنا اختصاصی صنعت کاری ہی کا مرہون منت ہے۔

ج۔ اشیاء کم لاگت پر کثیر تعداد میں بنائی جانے لگیں۔

د۔ مسابقت (Competition) کا جذبہ ابھرا جس سے ہر صنعت کار نے دوسرے صنعت کار کے مقابلے میں اشیاء کی صنعت کا اعلیٰ معیار قائم کیا۔

ر۔ صناعتوں نے اپنے اپنے ادارہ کے فروغ کے لیے ماہرین کی خدمات حاصل کیں جنہوں نے ہر شعبہ میں تحقیق کی بنیاد ڈالی۔

س۔ صارفین کے رجحان کے ساتھ ساتھ مصنوعات کی قدریں اور سہولت تبدیل ہونے لگی۔

ص۔ مال کی نقل پذیر ہی کے معاہدات کا سلسلہ شروع ہوا جس سے کسی خاص ملک کی مصنوعات جلد دوسرے ملکوں کو بھیجی

بائے گیس اس طرح صنعت کار ذخیرہ اندوزی کے بوجھ سے بچ گئے۔

- ع - ہر ملک کی حکومت کو اپنے اختصاص کار کے ذریعہ اپنی اپنی میڈسٹ منضبط کرنے کا موقع مل گیا۔
- ط - مال کے تبادلے کے ساتھ ساتھ ماہرین کی نقل و حرکت معرض وجہ میں آئی جس سے متعلقہ ممالک کے درمیان روابط کا سلسلہ قائم ہوا۔
- ظ - ذریعہ مبادر کے لین دین کے لیے ایک بین الاقوامی ادارے کا قیام عمل میں آیا جس سے لین دین میں سہولت پیدا ہو گئی۔
- ل - بار برداری کا ایک مستقل محکمہ ہر ملک میں قائم ہو گیا جس سے ترسیل مال میں آسانی پیدا ہو گئی۔
- م - ترسیل مال کے سلسلے میں حفاظتی تدابیر بھی ضروری تھیں اس ذمہ داری کو قبول کرنے کے لیے بیمہ کمپنیوں کا وجود قائم ہوا۔
- ن - تجارت سے متعلق تمام شعبے ایک ہی لڑی میں پردے ہوئے نظر آئے۔ کیونکہ ہر ایک کا مقصد بہتر مصنوعات اور خدمات کی پیش کش تھی۔
- و - صناعت کے میدان میں ہر ملک خود کفیل بھی ہوا اور دوسروں کی کفالت کا پرہیز بھی اٹھایا نیز اسی سلسلے میں پیدا ہونے والی تمام پیچیدگیوں کو ماہرین کی مدد سے حل کر کے کاروبار کو مزید آگے بڑھایا گیا۔
- ۴ - چونکہ ہر ملک فوری طور پر مالی قیمت ادا کرنے کے قابل نہیں تھا لہذا یا تو اسی قیمت کی دوسری اشیاء کا تبادلہ کر لیتا یا کوئی موزوں معاہدہ پر دستخط کر کے مال کو اڈھا خرید لیتا۔ اس طرح اعتباری طور پر تجارت کو مزید فروغ ملا کیونکہ کاروبار کو ترقی کی شاہ راہ پر لانے کے لیے ایسے حالات کا ہونا ضروری تھا کہ ممالک کے درمیان سادہ کار فضا پیدا ہو سکے۔
- ۶ - بارڈر سسٹم کے سخت ضروریات کی دو طرفہ عدم مطابقت کا ہونا ممکن تھا کیونکہ اس وقت مشترک معیار قدر کا وجود نہیں تھا۔ ایک شخص کو اپنی چیز کی فروخت کے لیے کسی ایسے آدمی کا تلاش ہوتی تھی جس کو واقعی اس چیز کی ضرورت ہو اگر ایسا نہ ہوتا تو دونوں کی تسکین نہ ہوتی مگر مشترک ذریعہ مبادلہ سے لوگوں نے اپنی موجودہ ضرورت کو نہ دیکھا۔ بلکہ انہیں نے مستقبل کی ضرورتوں اور موجودہ قیمت کو بھی پیش نظر رکھا۔ لہذا دوسرے ممالک سے ضرورت سے فاصلہ اشیاء کی درآمد کی اور ذخیرہ کی شکل میں اپنے پاس محفوظ رکھنا شروع کیا اس طرح تاجروں کو بار بار کے اتار چڑھاؤ کا بھی اندازہ ہونے لگا۔
- ی - اختصاصی صنعت کاری سے لوگوں میں سرمایہ کاری کا رجحان عام ہوا جس سے زر گردش میں رہا اور معاشی نظام کو مزید استحکام حاصل ہوا۔
- ے - اختصاصی صنعت کاری کے شعور نے مالی امداد دینے والے اداروں کو جنم دیا۔

7.1۔ دور جدید کی صنعت کاری کی اہم خصوصیات

ہماری موجودہ تجارت صنعت کاری پر منحصر ہے۔ صنعت کاری تجارت پر اثر انداز ہوتی ہے اور تجارت و صنعت کاری معاشی نظام سے وابستہ ہے لہذا دور جدید کی تجارت و صنعت کاری کو سمجھنے کے لیے معاشی نظام کا مطالعہ ضروری ہے۔

معاشی نظام : معاشی نظام سے مراد کسی بھی ملک میں افراد کی وہ تنظیم ہے جس کے تحت وہ اپنی مادی احتیاجات کی تسکین کی گئیں کرتے ہیں۔ آج کل دنیا میں دو مشہور معاشی نظام کارفرما ہیں۔ سرمایہ دارانہ نظام اور اشتراکی نظام۔

1۔ سرمایہ دارانہ نظام : اس نظام کے تحت ہر شخص کو اپنی پیدا کی ہوئی دولت پر مالکانہ حقوق حاصل ہوتے ہیں اور وہ قانون کی سرپرستی میں اپنی دولت پر ہر قسم کے تصرف کا حق رکھتا ہے۔ وہ اس سے تسکین احتیاج کا کام بھی لے سکتا ہے اور اپنی دولت کو مزید پیدائش دولت کے لیے استعمال میں لاسکتا ہے۔ سرمایہ دارانہ نظام میں صارفین کو بھی اپنی پسند کے مطابق اشیاء خرید اور مرضی کے مطابق تصرف میں لانے کی کھلی اجازت ہوتی ہے۔ یہ نظام جمہوری نظام معاشرت بھی کہلاتا ہے۔ اس نظام کے مطابق زندگی گزرنے والے لوگ آزادی معاش پر پورا پورا یقین رکھتے ہیں اور ان کے افکار و نظریات کا کلی طور پر احترام کیا جاتا ہے۔ بشرطیکہ ان کے افکار و نظریات کو اجتماعی مفاد کے پیش نظر خلاف قانون قرار نہ دے دیا ہو۔

2۔ اشتراکی نظام : اس نظام کو مرکزی اختیارات کا نظام بھی کہتے ہیں۔ اسی میں تمام فیصلے حکومت کی مرضی سے طے پاتے ہیں اور فرد کی آزادی کو مکمل طور پر سلب کر لیا جاتا ہے۔ فرد کو اجتماعی مشین کا ایک بے جان سا پرزہ تصور کیا جاتا ہے آزادی افکار اور نظریات کے لحاظ سے وہ مغلوب سمجھا جاتا ہے اس کا مقصد حیات قیدیوں اور غلاموں کی طرح حکام بالا کے احکام کی تعمیل تک ہوتا ہے۔ اس وقت ہمارا مطلب ان نظاموں کے محاسن و مصائب بیان کرنا نہیں بلکہ صرف تعارف کر دینا ہے تاکہ تارکین اپنے معاشی نظام کو سمجھتے ہوئے میدان تجارت میں قدم رکھیں ہمارا معاشی نظام جمہوری نظام معاشرت ہے جسے دوسرے واشگاف الفاظ میں سرمایہ دارانہ نظام کہا جاتا ہے۔ ہر فرد کو پوری پوری آزادی حاصل ہے کہ دولت پر مالکانہ حقوق حاصل ہیں اور اسے اپنے سرمایہ پر شخصی ملکیت حاصل ہے۔

اب ہم دور جدید کی صنعت کاری کی اہم خصوصیات کی طرف توجہ دیتے ہیں۔ جو ہماری تجارت کے فردغ کے راستے متعین کرتی ہے۔

3۔ جدید صنعت کاری کا تجارت پر اثر : نظام خواہ کوئی بھی ہو ملک کو اپنے نظام حیات کے تحت عوام کی احتیاجات کی تسکین کے سلسلے میں مخصوص کاروباری نظام رائج کرنا پڑتا ہے۔ چونکہ ہمارے ملک کا نظام سرمایہ دارانہ ہے لہذا ہر شخص کو اجازت ہے کہ وہ آج ہر ایسا جیروا اپنی دولت میں مالکانہ تصرف کا حق رکھتا ہے۔ معاشرے کے افراد کاروبار کے انتخاب میں پوری طرح آزاد ہوتے ہیں۔ ہمارے ملک کے نظام معاش کے تحت تجارت کے سلسلے میں مندرجہ ذیل اقدامات زیر غور لائے جاتے ہیں۔

72- اقدامات

کونسی اشیاء پیدا کی جائیں : سرمایہ دارانہ نظام میں یہ فیصلہ قیمت کی میکائینٹ کے تحت سرانجام پاتا ہے۔ کونسی اشیاء پیدا کی جائیں آئیے اس عنوان پر تفصیلی گفتگو سے پہلے قیمت کی میکائینٹ پر غور کریں۔ قیمتوں کی میکائینٹ سے مراد رسد و طلب کی طاقتوں کا باہم عمل اور ان کا توازن ہے اس توازن سے آہر پیداوار اور منافع کا اندازہ لگالیتا ہے۔ اور وہ فیصلہ کرتا ہے کہ کون سی اشیاء پیدا کرنا سود مند ہے۔ پیداائش کی مقدار اور صارفین کا رجحان صرف بھی قیمت کی میکائینٹ کا آئینہ دار ہوتا ہے۔ اشیاء کی پیداائش کے انتخاب میں ضرورت اس لیے پیش آئی ہے کہ احتیاجات کو پورا کرنے والے ذرائع لا محدود نہیں ہیں۔ آہر کے سامنے چونکہ یہ مقاصد ہوتے ہیں۔ کہ چیزوں کی فروخت سے نفع حاصل ہو۔ اور مالین پیداائش کم معاوضہ پر ملیرائش لہذا وہ ایسی اشیاء کی پیداواری میں سستی کرے گا جس سے اس کے دونوں مقاصد پورے ہو سکیں۔ اگر اس کی لاگت کم ہے اور نفع زیادہ ہو رہا ہے تو اسی کا دوبارہ جاری رکھے گا۔ چونکہ ہمارے جمہوری نظام میں ہر فرد کو کاروبار کے انتخاب کی آزادی ہے اور اگر کسی کاروبار میں نفع غیر معمولی طور پر بڑھ جائے تو مقابلے کی صورت میں نئے آجرائی نوعیت کے کاروبار میں شامل ہو جائیں گے۔ اگر کسی خاص کاروبار میں نقصان ہو رہا ہے تو بہت سے آہر کاروبار چھوڑ دیں گے۔ نتیجہ یہ نکلا کہ صرف وہ مصنوعات پیدا کی جاتی ہیں جن سے آہر کو منافع کی توقع ہو۔

2 - کتنی مقدار میں اشیاء پیدا کی جائیں : سرمایہ دارانہ نظام میں یہ فیصلہ بھی قیمتوں کی میکائینٹ سے طے پاتا ہے۔ مقدار طلب کا انحصار طلب کے اندازہ ہوتا ہے۔ یہاں صارفین کا طرز عمل آہر کے لیے مشعل راہ بن جاتا ہے۔ لوگوں کا رویہ، رسم و رواج، عادات، افیشن اور آبادی طلب میں کمی بیشی کی ضامن ہے۔ اس لحاظ سے کاروباری ادارے محتاط ہوتے ہیں۔ تحقیقات کی بنیاد پر اشیاء کی مراعت کا سلسلہ قائم کیا جائے گا۔

محسن اشیاء کی طلب زیادہ ہوگی ان کی قیمتیں بڑھ جائیں گی قیمتوں میں اضافہ ہوگا تو آہروں کا منافع بڑھ جائے گا اور اشیاء کی پیداوار بڑھانے کی طرف صناعتوں کا رجحان ہوگا۔ بعض دفعہ ذخیرہ اندوزی کا غلط طریقہ اختیار کر کے رسد کو کم کر دیا جاتا ہے۔ طلب کے بدستور رہنے سے قیمتوں میں اضافہ ہو جاتا ہے۔ منافع خوری کا یہ ایک غلط طریقہ ہے۔

مصنوعات کی پیداائش میں ہر عنصر کا فائز طریق سے مطالعہ کرنا ضروری ہے۔ تاکہ مصنوعات کی فاضل پیداوار سے خسارہ کا سامنا نہ کرنا پڑے۔

3 - اشیاء کس طریقہ عمل سے پیدا کی جائیں : ہمارے معاشی نظام میں یہ فیصلہ طلب و رسد کے توازن یعنی قیمتوں کی میکائینٹ سے کیا جاتا ہے اشیاء کو بڑے پیمانہ پر بھی پیدا کیا جاسکتا ہے۔ اور چھوٹے پیمانے پر بھی۔ آہر مختلف طریقوں سے اشیاء پیدا کرنے کی لاگت پر غور کرتا ہے جس طریقہ پیداائش میں لاگت کم ہوگی اسی طریقہ کو اپنایا جائے گا۔ قیمتوں کی میکائینٹ یہ مسئلہ حل کر دے گی کہ مصنوعات

اتھ سے تیار کی جائیں یا کارخانے سے۔ اشیاء کی پیدائش کے طریقہ عمل کا فیصلہ پیداوار کی لاگت اور اس کی قیمت فروخت پر ہے۔

ذرائع کا تعین اور خام مال کی دستیابی عاملین پیدائش کی حصول بھی کسی صنعت کی مقدار پر اثر انداز ہوتی ہے۔

۱۰۔ اشیاء کن لوگوں کے لیے پیدا کی جائیں: اس امر کا اندازہ بھی طلب اور رسد کے توازن پر منحصر ہے جو کہ دوسرے لفظوں میں قیمتوں کی میکائیت کسلاقی ہے۔ اشیاء کی پیدائش میں عاملین پیدائش کا اثر اک ہے یعنی اشیاء کی پیداوار میں وہ حصہ دار ہیں۔ جب اشیاء تیار کی جاتی ہیں تو وہ عاملین پیدائش میں ہی تقسیم کر دی جاتی ہیں۔ سوال یہ پیدا ہوتا ہے کہ ہر عامل کا حصہ کیسے متعین کیا جائے؟ اس کا حل یہ ہوگا کہ طلب کے ساتھ ساتھ اس کی فورت خرید کو جانچنا ہوگا۔ اس طرح اگر ان کا معاوضہ بڑھا دیا جاتا ہے تو ان کی طلب زیادہ ہوگی طلب کے ساتھ رسد کا سلسلہ واسیتہ ہے اس شکل میں اشیاء کی قیمت بڑھ جائے گی۔

تقابلی لاگت کا نظریہ اس سلسلہ میں بڑا اہم ہے کیونکہ مختلف ممالک صرف ان اشیاء کی مصنوعات میں تخصیص حاصل کرتے ہیں جن میں ان کی تقابلی برتری زیادہ ہے اور نقصان کم اذ کم ہو۔ بیرونی تجارت اس لیے وجود میں آتی ہے علیٰ ہذا القیاس مصنوعات کی تیار میں اس عنصر کو مد نظر رکھا جاتا ہے کہ فلاں مخلصہ مصنوعات خود تیار کرنا بہتر ہوگا یا درآمد کرنا۔

اسی طرح ہر شے کم قیمت کے علاقوں سے زیادہ قیمت والے علاقوں میں پہنچائی جاتی ہیں صناعہ کسی چیز کی تیاری سے پہلے اندرون ملک اور بیرون ملک حالات کا اچھی طرح جائزہ لیتے ہیں۔

7.3۔ آزادانہ تجارت اور تائین

تجارت پر جدید صنعت کاری کے اثر کے ساتھ کسی ملک کی آزاد تجارت اور تائین کی پالیسی کو سمجھنا از حد ضروری ہے۔ سبب کسی ملک میں تجارت خارج یعنی ملک میں درآمد ہونے والی اشیاء پر کسی قسم کی رکاوٹ یا پابندی عائد نہ کی جائے تو ایسی تجارت کو آزادانہ تجارت کہتے ہیں "تائین" کی پالیسی کا مطلب یہ ہے کہ ملکی صنعت کو ترقی دینے کی غرض سے غیر ملکی مصنوعات کی درآمد پر پابندی عائد کر دی جائیں تاکہ غیر ملکی مصنوعات کی بجائے ملکی مصنوعات کو استعمال میں لایا جائے۔

دور حاضر میں کوئی ایسا ملک نہیں جو اپنی ضروریات کو پورا کرنے میں خود کفیل ہو۔ ہر ملک کو اپنی ضروریات پورا کرنے کے لیے دوسرے ملک کا دست نگر ہونا پڑتا ہے۔ ترقی یافتہ ممالک بھی اس سے نجات حاصل نہیں کر سکتے۔

اگر کوئی ملک ہمیں ایک چیز اس قیمت سے سستی میا کر سکتا ہو جس پر ہم خود اسے پیدا کرتے ہیں۔ تو فائدہ اسی میں ہے کہ ہم اس چیز کو اس ملک سے خرید لیں اور اس چیز کے بدلے ایسی چیز درآمد کریں جس کی پیدائش میں ہمیں خود فائدہ حاصل ہو رہا ہو۔ چنانچہ ہر ملک کے وسائل بھی اس بات کی اجازت نہیں دیتے کہ ہم تجارت کے سلسلے میں غیر ممالک سے اپنے تعلقات منقطع کریں۔ آزادانہ تجارت دونوں ممالک کے لیے فتنہ بخش ثابت ہوتی ہے۔ ہر ملک کو اپنی اشیاء کی پیدائش کی طرف توجہ دینی چاہیے۔ جن کی پیدائش میں اسے تقابلی برتری حاصل ہو۔ اسی صورت میں ہر ملک اپنے وسائل کو زیادہ موثر طور پر استعمال کر سکتا ہے۔

انگلستان میں آزادانہ تجارت کی بہت زیادہ حمایت کی گئی۔ اس کی وجہ یہ ہے کہ دوسرے ممالک کی نسبت انگلستان میں صنعتی انقلاب جلد شروع ہوا جس کی بدولت یہاں صنعتوں نے زبردست ترقی کی۔ اپنی مصنوعات کی فروشکاری کے لیے انگلستان کو منڈیوں کی تلاش تھی۔ اس لیے انگلستان کا مفاد اسی بات میں پوشیدہ تھا کہ اسے غیر صنعتی ممالک سے اپنی صنعتوں کے لیے ستاخام مال آزادانہ طور پر دستیاب ہوتا رہے۔ اور اس کی اپنی تیار کردہ مصنوعات غیر ملکی منڈیوں میں بلا روک ٹوک فروخت ہوں۔ اسی پالیسی کا سب سے زیادہ نقصان برصغیر ہندوستان کو برداشت کرنا پڑا۔ اور ہماری وہ صنعتیں جو ابتدائی مراحل میں تھیں (وہ بھی گھریلو صنعتوں کی شکل میں عیسائی دستکاروں کی شکل میں) برطانوی مشینی صنعتوں کا مقابلہ نہ کر سکیں۔ اور بالآخر پیدہ نہ رہیں ہو گئیں۔

انیسویں صدی میں کچھ مفکرین بین الاقوامی تجارت پر روکاؤٹوں کے حامی بنے۔ انہوں نے درآمدی تجارت پر پابندیاں عائد کر کے انگلستان کی سونے کے ذخائر میں اجارہ داری ختم کرنے کی ہم شروع کر دی۔ امریکی مفکرین نے تائیں کی پالیسی کی تحریک چلائی۔ اوائل میں یہ پالیسی انگلستان میں مقبول نہ ہو سکی۔ لیکن آخر کار 1930ء کے عالمی معاشی بحران کے بعد عہدہ راء انگلستان کی آزادانہ تجارت کی پالیسی ترک کرنی پڑی۔

7.4۔ تائین کے حق میں دلائل

مفکرین نے تائین کی پالیسی کے حق میں مندرجہ ذیل دلائل پیش کیے ہیں۔

1۔ خورد و مال صنعتوں کی پرورش: ہر صنعت کو ابتداء میں ایک شیرخوار بچے کی حیثیت حاصل ہوتی ہے۔ اگر اسے اتفاقاً منادل طے کرنے میں خوشگوار ماحول میسر نہ آئے تو وہ نہ ہی اپنے پاؤں پر کھڑا ہو سکتا ہے اور نہ ہی وہ خود اپنی حفاظت کرنے کے قابل ہو سکتا ہے۔ اگر بیرونی درآمدات پر رکاوٹیں نہ ہوں تو ملک میں کسی بھی نئی صنعت کا قیام مشکل ہے۔ تائین کے حق میں یہ دلیل مفکرین کے نزدیک قابل قبول تھی کہ پاکستان جیسے ملک میں جن میں معاشی ترقی کی کوششیں خاصی دیر کے بعد شروع ہوئی ہیں۔ تائین کی پالیسی اختیار کیے بغیر بنیادی ضروری صنعتیں قائم نہیں کر سکتے۔

2۔ صنعتوں میں تنوع پیدا کرنا: ملک کو غیر ملکی دست نگرانی اور محتاجی سے بچانے کے لیے ملکی صنعتوں میں تنوع پیدا کرنا ضروری خیال کیا جاتا ہے تائین کی پالیسی کی بدولت نئی صنعتیں پر دان چڑھتی ہیں اور ملک اپنی بیشتر ضروریات کے لیے دوسرے ممالک سے درآمدات پر تکیہ نہیں کرتا۔

3۔ کلیدی صنعتوں کا قیام: ملک میں معاشی ترقی کے لیے لوہے، فولاد، اسلحہ سازی اور کیمیاوی اشیاء کی صنعتیں قائم کرنا ضروری ہیں اس سے نہ صرف ملکی معیشت طےوس بنیادوں پر قائم ہوگی بلکہ قومی آزادی کی حفاظت اور ملکی دفاع جیسے بنیادی قومی مقاصد کو بھی تقویت ملے گی۔

- 4۔ خود کفیل معیشت : اگر آزادانہ تجارت کے نظریہ پر کار بند ہو کہ صرف وہ اشیاء پیدا کر لی جائیں جن کو تقابلی برتری حاصل ہے تو ملکی معیشت بہت سی ضروریات کے لیے دوسرے ممالک کی دست نگر ہو جاتی ہے۔ معاشی نقطہ نظر سے یہ صورت حال پریشان کن ہے لہذا خود کفیل معیشت قائم کرنے کے لیے تائین کی پالیسی اختیار کرنا ضروری ہے۔
- 5۔ روزگار کے مواقع : تائین کی پالیسی کے نقطہ نظر سے نئی صنعتوں کو قائم کرنے کی حوصلہ افزائی ہوتی ہے اور ملکی پیکرڈا میں اضافہ ہوگا۔ نیز روزگار کے مواقع بھی میسر آئیں گے۔
- 6۔ توازن حسابات کی اصلاح : توازن حسابات کی اصلاح کے لیے برآمدات میں اضافہ کرنا ضرور غلط ہے۔ اس لیے اندرون ملک زیادہ سے زیادہ صنعتیں قائم کی جائیں تاکہ برآمدات میں اضافہ ہو۔ درآمدات میں اضافہ کی وجہ سے اندرون ملک صنعتوں کو فروغ ملے گا۔
- 7۔ ملکی وسائل کو ملک میں رکھنا : بعض مفکرین نے یہ نظریہ پیش کیا کہ آزادانہ تجارت سے ملکی وسائل دوسرے ممالک کو منتقل ہو جاتے ہیں۔ لہذا تائین کی پالیسی پر عمل کرنے سے ملکی ذرائع میں اور وسائل میں کمی نہیں ہونے باقی۔

7.5۔ تائین کی مخالفت میں دلائل

- 1۔ خورد سال صنعتوں کی غیر تسلی بخش کارکردگی : تائین کی پالیسی کے تحت صنعتیں اپنے پاؤں پر کھڑا ہونے میں کامیاب نہیں ہوتیں۔ لہذا جب تائین ہٹائی جاتی ہے تو اکثر صنعتیں ناکام ہو جاتی ہیں۔
- 2۔ غیر معیاری اشیاء : تائین کی بدولت اشیاء کا معیار گر جاتا ہے۔ غیر معیاری اشیاء بھی شنگے زخموں فروخت ہونے لگیں۔ اس کے ساتھ صنعت کار، معارف پیدا کرنے کی کوشش بھی نہیں کرتے۔
- 3۔ سرکاری آمدنی میں کمی : تائین کی پالیسی کے تحت بعض اشیاء کی درآمدات کو ممنوع قرار دیا جاتا ہے۔ جس سے درآمدی محصولات میں کمی واقع ہو جاتی ہے۔
- 4۔ بددیانتی اور بدعنوانیوں کو فروغ : تائین کی وجہ سے بددیانت اور بدعنوان صنعت کاروں کو میدان میں آنے کا موقع ملتا ہے وہ تائین حاصل کرنے کی کوشش میں ناجائز اثر و رسوخ کو بھی استعمال کرتے ہیں یعنی اوقات سیاسی دباؤ بھی کام میں لایا جاتا ہے۔
- 5۔ قدرتی ذرائع کا غلط استعمال : بعض اوقات قدرتی ذرائع کو ایسے کاموں میں صرف کیا جاتا ہے جہاں ان کی ضرورت نہیں ہوتی جس سے مجموعی آمدنی متاثر ہوتی ہے۔

7.6۔ نتیجہ بحث

آزادانہ تجارت اور تائین کی پالیسی پر غور کرنے سے معلوم ہوتا ہے کہ صنعت کاری کے سلسلے میں ہمارا رویہ

بین بین ہونا چاہیے۔ نہ تو ہم مطلق آزادانہ تجارت کو اپنا سکتے ہیں نہ تائین کو کسی بھی پالیسی کے اختیار کرنے میں نہایت دانشمندی کی ضرورت ہے۔

پاکستان جیسے ترقی پذیر ملک میں تائین کی پالیسی نہایت اہم کردار ادا کر سکتی ہے۔ جہاں تک ممکن ہو سکے اندرون ملک وسائل کو کام میں لاکر صارفین کی اشیاء کی صنعتیں اور سرمایہ کاری کی صنعتیں قائم کی جائیں۔ ملکی میشت کو مضبوط بنیادوں پر استوار کرنے کے لیے لوہے، فولاد اور کیمیائی اشیاء کی صنعتوں کی حوصلہ افزائی کی جائے۔

جب ہم قدرت کی تقسیم کو دیکھتے ہیں تو آزادانہ تجارت کا پہلو ہمارے سامنے آ جاتا ہے۔ ہم دوسرے ممالک کے ساتھ پیڑوں کے تبادلہ کے لیے مجبور ہو جاتے ہیں۔

ہر ملک قدرتی ذرائع اور وسائل کے لحاظ سے دوسرے ملک سے مختلف ہے لہذا جس ملک میں کوئی ذریعہ یا وسیلہ موجود ہے تو وہ اس میں تخصیص حاصل کر چکا ہے۔ اور اس کو ارازاں طریق پر پیدا کر سکتا ہے۔ اس طرح ہماری تجارت ملکی حدود کو توڑ کر بین الاقوامی سطح پر آچکی ہے۔ ترقی یافتہ ممالک اختصاص صنعت کاری کے لحاظ سے صفت اول میں ہیں جدید سائنسی ایجادات نے ان کی صنعت کو ترقی دی ہے۔ ہمارے مال ابھی تک ایسی چیزوں کا فقدان ہے۔ ہمیں قدرت نے ہر قسم کے ذرائع سے نوازا ہے۔ دوسرے ممالک کی طرح ہم بھی اپنے فطری تقاضوں کو بروئے کار لائیں۔ اپنے ملک کو دولت مند بنانے کے لیے صنعتی دوطر میں حصہ لیں۔ اپنے مال کی تجارت کے نئے راستے اور نئی منڈیوں کی دریافت کریں تو دوسرے ممالک بھی کسی نہ کسی طرح ہمارے مہربان منت ہو سکتے ہیں۔ کسی ملک سے کٹ کر ہم اپنی ضروریات زندگی پوری نہیں کر سکتے۔ حتیٰ الوسع کوشش کی جائے کہ زیادہ سے زیادہ اپنے ملک کے وسائل کو کام میں لاکر ضروریات پوری کرنے میں خود کفیل بن جائیں۔

7.7۔ دور جدید میں تجارت کی اہمیت

قدرتی وسائل اور ذرائع کا اختلاف اور صادرات و پیدائش کا اختلاف تجارت کے فروغ کا باعث بن جاتا ہے۔ بعض ممالک میں معدنی وسائل کی فراوانی ہے اور بعض میں سخت قلت۔ بعض ممالک میں زرخیز مٹی اور زراعت کے لیے موزوں آب و ہوا پائی جاتی ہے اس وجہ سے بعض علاقوں کو تخصیص کار کا مقام مل چکا ہے۔ کسی ایک ملک میں تمام ذرائع اتنی مقدار میں نہیں پائے جاتے کہ وہ بیرونی تجارت سے نیاز ہو جائے۔ دور جدید میں تمام ملکوں کی ترقی کا دار و مدار تجارت پر ہی ہے۔ ترقی یافتہ ممالک کی نظر میں وہی ملک پسماندہ ہیں جو تجارت میں پیچھے ہیں۔ پسماندہ ممالک کے لوگوں کا معیار زندگی بلند نہیں ہوتا۔ وہ خوشحال زندگی بسر نہیں کر سکتے۔ غربت اور افلاس ان کا مقدر بن جاتی ہے۔ وہ اپنی دفاعی صلاحیتوں کو بروئے کار نہیں لا سکتے۔ قوت لایوت کی فکر میں شب و روز بسر کر لیتے ہیں۔ مستقبل میں پیش آنے والی ضرورتوں سے غافل ہوتے ہیں۔ ہندو آرمائی کے موقع پر ایسے ممالک کے لیے لقمہ اجل بننا آسان ہوتا ہے۔ جو ممالک تجارت کے میدان میں قدم نہیں رکھتے ان کا ذہنی شعور بیدار نہیں ہوتا۔ ان کی

تخلیقی قوتیں پردہ اخفایں رہتی ہیں۔ قدرت کی طرف سے دلچست شدہ صلاحیتیں کو بروئے کار نہیں لاسکتے۔ لہذا ان سے توقع نہیں کی جاسکتی کہ وہ ایجاد میں حصہ لیں۔ ہمیشہ دوسروں کے دست نگر رہتے ہیں۔

8۔ اسلامی نقطہ نظر سے اخلاقیات تجارت

یوں تو کسبِ معاش کی بہت سی صورتیں ہیں لیکن ان میں سے تجارت کو زیادہ اہمیت حاصل ہے۔ اس لیے کہ تجارت میں تاجر کی تمام ذہنی صلاحیتیں کارفرما ہوتی ہیں۔ انسان میں جدوجہد کی عادت پختہ ہوتی جاتی ہے۔

اسلام میں تجارت کی اہمیت : تجارت ایک ایسا ذریعہ معاش ہے جس کی بدولت انسان خوشگوار اور کامیاب زندگی گزارتا ہے۔ اسی اہمیت کے پیش نظر اسلام تجارت کو تحسین بھری نظروں سے دیکھتا ہے۔ اسی لیے پیغمبر اسلام نے خود اس پیشے کو اپنایا اور اس پیشے کی ترغیب بھی کثرت سے دلاتے رہے۔ کسبِ معاش کے سلسلے میں حضور اکرم صلی اللہ علیہ وسلم نے جو ہدایات دی ہیں ان کی مثال دنیا کے کسی اور ہادی کے ہاں ملنی مشکل ہے آپ صلی اللہ علیہ وسلم نے تجارت کو ”افضل الجمادات“ اور ”افضل العبادات“ کہلا کر رزقِ حلال کی فرضیت،

آپ صلی اللہ علیہ وسلم فرماتے ہیں :

(طلب الحلال فریضة بعد الفریضة)

(فریضہ الہی کے انجام دی کے بعد سب سے اہم فریضہ رزقِ حلال کی طلب ہے)

آنحضرت صلی اللہ علیہ وسلم نے صرف اسی پر اکتفا نہیں کیا بلکہ مزید اشکافِ الفاظ میں فرمایا :

(طلب الحلال جہاد و افضل الاعمال الکسب من الحلال)

(حلال روزی کی طلب جہاد ہے۔ اور تمام عملوں میں نیک عمل حلال روزی کا نام ہے)

ایک اور حدیث میں فرمایا ”رزقِ حلال کی تلاش کرنا ایسے ہی ہے جیسا کہ اللہ کی راہ میں بہادری سے لڑنا اور حلال روزی کی طلب میں جو شخص رات کو تنہا کر سوجاتا ہے تو ایسی حالت میں خدا اس سے خوش ہوتا ہے۔ اور جو شخص حلال روزی کی طلب میں مر گیا تو وہ بخشا جائے گا۔“ ترمذی کی روایت ہے،

”سچا اور امین تاجر نبیوں، صدیقوں اور شہیدوں کے ساتھ ہے“ ایک اور حدیث میں آپ صلی اللہ علیہ وسلم

تجارت کی اہمیت کے بارے میں ارشاد فرماتے ہیں :

”اگر تجارت نہ ہوتی تو تم لوگوں پر بوجھ بن جاتے“

پیغمبر خدا صلی اللہ علیہ وسلم کی تجارت : آپ صلی اللہ علیہ وسلم کے خاندان (قریش) کا کسبِ معاش ایک عرصے سے

تجارت کا پیشہ تھا۔ آپ صلی اللہ علیہ وسلم کے جد اعلیٰ ہاشم دوسرے ہمسایہ ممالک میں ایک بہترین تاجر کی حیثیت سے جانے جاتے تھے۔ آپ صلی اللہ علیہ وسلم کے دادا عبد المطلب بڑا وسیع کاروبار رکھتے تھے آپ صلی اللہ علیہ وسلم سب سے تجارت پیشہ تھے اور کافی دولت مند تھے۔

آپ صلی اللہ علیہ وسلم بچپن میں ہی اپنے چچا ابوطالب کے ساتھ تجارتی سفروں پر جایا کرتے تھے اور تجارتی معاملات کا کافی تجربہ ہو چکا تھا۔ اس لیے سن رشد کو پہنچے تو تجارت کو ہی اپنا پیشہ بنایا۔ اس وقت عرب میں شرکاتی کاروبار کا رواج تھا لہذا آپ صلی اللہ علیہ وسلم نے بھی شرکاتی تجارت کا فیصلہ کر لیا۔ آپ کی امانت و دیانت کا عام پرچا تھا۔ اس دہرے لوگوں نے بغیر کسی تحقیق کے اپنا مال فروخت کر کے لیے آپ صلی اللہ علیہ وسلم کے حوالے کرنا شروع کر دیا۔ آپ کی وساطت سے کاروبار میں زیادہ نفع ہونے لگا۔

اس وقت بنی نیکہ نصیر خاتون بی بی خدیجہ رضی اللہ تعالیٰ عنہا کو تمام عرب تاجروں میں نمایاں حیثیت حاصل تھی۔ وہ بہت وسیع کاروبار کی تنہا مالک تھیں۔ آپ کا مالی تجارت تمام قریشی تاجروں کے مال سے زیادہ ہوتا تھا۔ حضرت بی بی خدیجہ رضی اللہ تعالیٰ عنہا کی تاجرانہ صلاحیتوں کا سب کو اعتراف تھا۔ جب حضور صلی اللہ علیہ وسلم کی دیانت و سرفرازی اور دیگر خوبیوں کا چرچا جان نیک پہنچا تو انہوں نے حضور صلی اللہ علیہ وسلم کو اپنے کاروبار میں شرکت کی دعوت دی۔ جسے آنحضرت صلی اللہ علیہ وسلم نے اپنے چچا کے مشورے سے قبول فرمایا۔ آپ صلی اللہ علیہ وسلم کے حسن اخلاق سے کاروبار نے خوب ترقی کی۔ حضرت خدیجہ رضی اللہ تعالیٰ عنہا آپ سے اتنی متاثر ہوئیں کہ نکاح کا پیغام بھیجا۔ چنانچہ اس عقد کے بعد سارا کاروبار آپ نے سنبھالا اور اپنی ساری توجہ کاروبار کی طرف مبذول کر دی۔

اس وقت ذرائع آمد و رفت مفقود تھے۔ اس کے باوجود بھی آپ صلی اللہ علیہ وسلم در دراز کے علاقوں میں مال تجارت لے کر جایا کرتے تھے۔ ایک موسم میں آپ شام، بصرہ اور ایشیائے کوچک کی طرف امداد دوسرے موسم میں یمن، بحرین، کویت، اور مسقط وغیرہ مال کی خرید و فروخت کے لیے جاتے تھے۔

اس دور میں عرب کی جن اشیاء کو دوسرے ملکوں میں قدر کی نگاہ سے دیکھا جاتا تھا، ان میں کھالیں، عطرہ، اور ادون شامل ہیں۔ آنحضرت صلی اللہ علیہ وسلم مکہ سے یہ سب چیزیں شام اور یمن وغیرہ میں لے جاتے اور اس کے بدلے میں انانج، غلہ، کپڑا، یعنی چادر، امداد موقی وغیرہ لاتے تھے۔ اور انہیں اندون عرب یعنی مکہ اور دیگر علاقوں میں فروخت کرتے تھے۔ آپ صلی اللہ علیہ وسلم کی تجارت کا عرصہ تقریباً 14 سال پر محیط ہے جس میں آپ صلی اللہ علیہ وسلم نے انتہائی کامیابی و سرگرمی سے تجارت کی۔ آپ نے نبوت کے بعد بھی آخری ایام تک تجارت کو ہی اپنا پیشہ بنائے رکھا۔

آپ صلی اللہ علیہ وآلہ وسلم کی ترقی کا راز جس نے آپ صلی اللہ علیہ وآلہ وسلم کو ایک کامیاب تاجر بنایا اس میں ہے کہ آپ میں دیانت و امانت، ایقانہ عہد، حسن اخلاق، حسن معاملہ اور محنت و تجربہ پایا جاتا تھا۔ آپ صلی اللہ علیہ وسلم اپنی دیانت و صداقت کے باعث شروع ہی سے ”الصداق“ اور ”امین“ مشہور ہو گئے تھے۔

تجارت کے آداب و گاہک یا خریدار سے ہمیشہ حسن سلوک سے پیش آنا چاہیے۔ خریدار کو یہ کہی نہ کہنا چاہیے کہ یہ کیا

خریدے گا۔ بس یوں ہی منہ اٹھاٹے چلا آیا ہے۔ اس قسم کی بد اخلاقی کا رد بار کے لیے نقصان دہ اور اللہ تعالیٰ کی ناراضگی کا باعث بھی ہوتی ہے۔ کیونکہ اس سے گاہک کی دل آزاری ہوتی ہے۔ خریدار تو وہ کارندہ کے لیے مہمان کی حیثیت رکھتا ہے۔ اس سے ہمیشہ مہمانوں ہی کی طرح پیش آنا چاہیئے۔ قسمیں کھا کر اور دھوکہ دے کر مال بیچنا بھی آداب تجارت کے خلاف ہے مال کو کھلی جگہ رکھ کر بیچنا چاہیئے تاکہ دھوکہ کا امکان باقی نہ رہے۔ حضرت یونس ابن علیہ رضی اللہ تعالیٰ عنہ آسمان پر مالدہ ہونے کی جہد میں اپنا مال نہ بیچتے کہ کہیں کوئی غیب دار چہینہ دھوکے میں نہ چلی جائے۔ اللہ تعالیٰ کے ہاں دھوکہ دینے والا محرم ہے۔

9۔ ٹیکس (TAXATION)

ٹیکس وہ ضروری کوٹہ ہے جو کوئی فرد یا ادارہ اپنے ملک کی حکومت کو بلا واسطہ یا بالواسطہ ادا کرتا ہے۔ یہ ٹیکس مستزائد بھی ہو سکتا ہے اور متناسب بھی چونکہ لوگ ٹیکس کی ادائیگی میں وہی دلچسپی کا اظہار کرتے ہیں اور نہ ہی سچائی کا۔ اس لیے ٹیکسوں میں چوری کرنا متعلقین کی فطرت ثانیہ ہی چمکا ہے۔

ٹیکس حکومت کی آمدنی کا بہت بڑا ذریعہ ہے جس طرح ٹیکس، قیمتیں، منافع جات، خصوصی تشخص، جہانے، رانیلی اور قرضوں پر سود وغیرہ۔

9.1۔ ٹیکس کے اصول

حکومت ٹیکس عائد کرنے سے پہلے مندرجہ ذیل اصولوں کو مد نظر رکھتی ہے۔

(الف) اصول مساوات، اصول مساوات سے مراد حیثیت کے مطابق ٹیکس عائد کرنا ہے۔ ہر شخص پر یکساں طور پر ٹیکس عائد نہیں کیا جاسکتا بلکہ آمدنی کے حساب سے ٹیکس لگایا جاتا ہے۔

(ب) اصول یقین، حکومت کو چاہیئے کہ اس بات کو مستحکم کرنے کے مختلف اشیاء کے ٹیکس کی شرح کیا ہے اور علیحدہ علیحدہ ٹیکس کا رقم کب اور کس جگہ جمع کرائی جائے۔ تاکہ بغیر کسی تعین اوقات کے مقررہ شرح کے مطابق ٹیکس جمع کر دیا جاسکے۔

(ج) اصول سہولت، ٹیکس کسی خاص جنس کے حصول کے بعد لگایا جاتا ہے۔ اس امر کی وضاحت کر دی جائے کہ کن کن چیزوں پر ٹیکس لگایا جائے گا۔ جو اشیاء کسی موسم کے ساتھ مخصوص ہوں ان پر اسی موسم میں ٹیکس لگایا جائے۔ ٹیکس یومیہ نہیں بلکہ سالانہ کے حساب سے وصول کیا جائے۔

(د) اصول کفایت، ٹیکس کی وصولی ایک لازمی امر ہے۔ ظاہر ہے کہ وصولی کے وقت حکومت کو بھی کچھ خرچ کرنا پڑتا ہے اصول کفایت کے پیش نظر خرچ آمدنی سے زیادہ نہیں ہونا چاہیئے۔ بلاوجہ اتنے عملے کی تقرری نہ کر دی جائے کہ آمدنی سے اخراجات

بڑھ جائیں۔

ب) اصول چیک : اچھے نظام ٹیکس میں یہ خرابی ہونی چاہیے کہ وقت کے تقاضوں کے ساتھ ساتھ ٹیکس میں کمی یا بیشی کی جاسکے۔ اگر ملک میں سیلاب آجائے یا جنگ کے آثار ہوں یا ملک کسی ناگہانی آفت کا شکار ہو جائے تو ٹیکسوں کی رقومات اور شرح میں اضافہ کیا جاسکتا ہے۔ برعکس اس کے کہ کساد بازاری یا بیروزگاری پھیل جائے تو ٹیکسوں کی شرح کم کر دی جائے حکومت کو چاہیے کہ ٹیکس کے نظام میں چیک کی گنجائش رکھے۔

ج) اصول پیداواری : ٹیکسوں کا نظام اس طرح وضع کیا جائے کہ ٹیکس دہندگان کے پاس ٹیکس کی ادائیگی کے بعد معقول آمدنی بچ رہے۔ بصورت دیگر ان کی پیداواری صلاحیت بری طرح متاثر ہوگی اور وہ ٹیکس میں چوری کرنے اور اصل آمدنی چھپانے کے درپے ہوگا۔ متعدد چھوٹے چھوٹے ٹیکس عائد کرنے سے ٹیکس دہندگان کی حوصلہ شکنی ہوگی۔ ایک سکیم کے تحت ٹیکسوں کی تعداد مقرر کرنا جائے اور نئے ٹیکس لگانے کی بجائے رائج ٹیکسوں کی شرح میں اضافہ کر دیا جائے۔

د) اصول تنوع : معیشت کے تمام شعبوں میں ٹیکس عائد کیا جائے۔ کسی شعبہ کو بھی ٹیکس سے مستثنیٰ رہنے کی سہولت نہ دی جائے۔ ورنہ متعدد مسائل پیش ہوں گے جن سے نظام معیشت درہم برہم ہو جائے گا۔

ه) اصول سادگی : ٹیکس کی شرح کسر کی شکل میں نافذ نہ کی جائے بلکہ 5%، 10% یا 15% کے حساب سے مقرر کی جائے۔ اس سے تحسین کاری اور ادائیگی میں بہت آسانی ہوگی۔ حساب کتاب رکھنے میں سہولت ہوگی اور طریق کار جلدی سمجھ آجائے گا۔

9.2۔ ٹیکسوں کی اقسام

الف) براہ راست ٹیکس : اس ٹیکس کی ادائیگی کا تمام تر بوجھ ادا کرنے والے پر پڑتا ہے۔ یہ ٹیکس کسی دوسرے کی طرف منتقل نہیں کیا جاسکتا اس کی ٹھوس مثال ”انکم ٹیکس“ ہے۔

ب) بالواسطہ ٹیکس : اس ٹیکس کو خوری طور پر تو ایک ہی شخص ادا کرتا ہے بعد میں یہ بوجھ دوسرے افراد کی طرف منتقل کر دیا جاتا ہے۔ اس ٹیکس کی مثال کسٹمز ڈیوٹی اور سیلز ٹیکس ہیں۔

ج) تناسب ٹیکس : جب آمدنی نے بڑھنے پر بھی شرح ٹیکس میں اضافہ نہ ہو بلکہ مستقل طور پر شرح ٹیکس ایک ہی رہے یعنی اگر 22 ہزار پر شرح ٹیکس 5 فیصد کے حساب سے وصول کی جا رہی ہو تو وہ آمدنی کے 92 ہزار ہو جانے پر بھی 5 فیصد کے حساب سے وصول کی جائے گی۔

د) متزائد ٹیکس : یہ ایسا ٹیکس ہے جو آمدنی بڑھنے کے ساتھ ساتھ بڑھتا رہتا ہے۔ 12 ہزار روپے کی آمدنی پر پاکستان میں ٹیکس صاف ہے۔ اس سے اوپر جو جن آمدنی بڑھتی جاتی ہے۔ شرح فیصد میں اضافہ ہوتا جاتا ہے۔

9.3۔ پاکستان میں نظام ٹیکس پر ایک نظر

پاکستان کے وفاقی حکومت ہونے کے سبب ٹیکسوں کا قیام مرکز سے ہی کیا جاتا ہے۔ بعض قسم کے ٹیکس صوبائی حکومتیں یا مقامی حکومتیں عائد کرنے کی مجاز ہوتی ہیں۔ اسی طرح صوبائی حکومتوں کو ٹیکسوں سے جمع شدہ رقم کو خرچ کرنے کا اختیار بھی ہوتا ہے۔ مزید برآں مرکز میں جمع شدہ ٹیکس کی رقم ترقیاتی منصوبوں یا دوسرے اخراجات کی مدد میں خرچ کر دیا جاتا ہے۔ نظام ٹیکس کی درج ذیل خصوصیات ہیں۔

(الف) محاصل کی شرح : وفاقی حکومت کی جمع کردہ آمدنی میں محصولاتی اور غیر محصولاتی آمدنی شامل ہے۔ محصولاتی اور غیر محصولاتی آمدنی کا تناسب کم و بیش ہوتا رہتا ہے۔ غیر محصولاتی آمدنی کا بڑھنا معاشی ترقی کے لیے خود آئندہ ہے۔

(ب) بالواسطہ ٹیکسوں کا تناسب : پاکستان میں اکٹھی ہونے والی آمدنی میں زیادہ تر حصہ بالواسطہ ٹیکسوں کے عائد کرنے سے ہوتا ہے۔ ان ٹیکسوں کے تناسب میں بھی کمی بیشی ہوتی رہتی ہے۔ 82-81-80 میں براہ راست اور بالواسطہ ٹیکسوں میں تناسب بالترتیب 18:79 تھا جبکہ 83-82 میں یہ تناسب بڑھ کر 21:79 ہو جائے گا۔ بالواسطہ ٹیکسوں کا بوجھ غریب صارفین پر پڑتا ہے۔ معاشی حالات کو درست کرنے کے لیے اس میں تبدیلی کی اشد ضرورت ہے۔

(ج) غیر موثر نظام : عمارے ملک میں ٹیکس کا نظام ابھی تک غیر موثر ہے۔ حکومت جب ٹیکسوں میں اضافہ کرتی ہے تو اشیاء کے پیداوار ٹیکسوں میں مزید اضافہ کر کے قیمتیں بڑھا دیتے ہیں۔ یہ تمام تر بوجھ غریب صارفین کو ہی برداشت کرنا پڑتا ہے۔ انتظامی حلقے بھی ملک اس پر قابو پانے سے قاصر رہے ہیں۔ نتیجہ کے طور پر غریب اور امیر میں فاصلہ بڑھتا جا رہا ہے۔

(د) ٹیکس کی چوری : براہ راست ٹیکسوں کی جسامت 20% اور بالواسطہ ٹیکسوں کی جسامت 80 فیصد ہے۔ اس کے باوجود بھی براہ راست ٹیکس درست طریق سے ادا نہیں کیا جاتا۔ تاجر، کارخانہ دار اور دیگر گریڈ کار مختلف ہتھکنڈے استعمال کر کے اپنی آمدنی پر بہت ہی کم ٹیکس ظاہر کرتے ہیں۔ اس کا ازالہ ناممکن نظر آتا ہے۔ مزید برآں اس نازیبا سرکٹ کا اثر کالے دھن میں اضافے کا باعث بنتا ہے۔

(ر) اصول لچک : پاکستان کے نظام ٹیکس میں لچک موجود ہے۔ جنگ یا دوسرے ناگہانی حوادث کے عواقب و نتائج کے ناخوشگوار اثر کو دور کرنے کے لیے ٹیکسوں کی شرح میں اضافہ کیا جاتا ہے۔ پاکستان کی عوام اس کی بیشی کو بخوشی قبول کر لیتی ہے۔

(س) اصول سادگی : نظام ٹیکس نہایت ہی سادہ اور آسان ہے۔ اس میں خود تشخیصی کا پہلو موجود ہے۔ اور آمدنی کے اٹھانے کے ساتھ ساتھ ٹیکس کی شرح میں بھی اضافہ ہوتا ہے۔

(ص) اصول کفایت : پاکستان میں ٹیکسوں کو اکٹھا کرنے کے انتظام و انصرام میں بہت کم رقم خرچ کرنی پڑتی ہے۔ جب کہ اس معمولی خرچ سے بہت بڑی آمدنی اکٹھی ہو جاتی ہے۔ نظام ٹیکس کے اخراجات جمع شدہ رقمات کا تقریباً 2 فیصد ہوتے ہیں۔

(ح) غیر متوازن مراعات : ہمارے نظام ٹیکس میں دو تہائی تو مراعات کا اعلان ہوتا رہتا ہے۔ لیکن یہ اعلان ہمہ گیر قسم کا نہیں

ہونا۔ کبھی تو مراعات صنعتی صنعتکاروں کو کبھی درآمدی تاجروں کو اور کبھی زراعت کی طرف منتقل ہوجاتی ہیں۔ کسی شعبہ کو مراعات زیادہ کسی کو کم اور کسی کو نظر انداز ہی کر دیا جاتا ہے۔ مراعات کو متوازن رکھنے کے لیے خصوصی منصوبہ بندی کی ضرورت ہے ورنہ کسی مخصوص شعبہ میں رعایت کا حد سے بڑھ جانا مساوات میں تعطل کا پیش خیمہ بن جاتا ہے۔

9.4۔ ٹیکس کے ذرائع

حکومت پاکستان کی آمدنی کا بہت ہی اہم ذریعہ ٹیکس ہیں۔ ٹیکس وفاقی حکومت کے ذرائع آمدن کا ایک سنہری باب ہیں۔ مجموعی طور پر ذرائع آمدن کی دو اقسام ہیں۔ محصولاتی آمدن جس میں کسٹمز، ایکسائز، انکم ٹیکس، کارپوریشن ٹیکس، سیلز ڈیوٹی، دولت ٹیکس وغیرہ شامل ہیں۔ غیر محصولاتی آمدن جس میں قرضوں پر سود کی وصولی، ڈاک و تار، ٹیلی فون فیس، جرمانے اور تجارتی اداروں کے منافع وغیرہ شامل ہیں۔ 81-1980 کے بجٹ کی کل آمدنی تقریباً 46 ارب روپے تھی جس میں 37 ارب محصولاتی اور 9 ارب غیر محصولاتی آمدنی تھی۔ ان آمدنیوں کا تناسب زیادہ تر 59:25 رہتا ہے مگر کم و بیش ہونے کا امکان بھی موجود ہے۔

ذیل میں ٹیکسوں کے ذرائع آمدن کا ذکر کیا جائے گا۔

82 — 1981 میں اس ٹیکس سے وصول شدہ رقم تقریباً 15 ارب روپے تھی جو کل آمدنی کا 37 فیصد بنتا ہے یہ شرح 50 تا 7949 میں 9 فیصد تھی۔ گھٹتی ہوئی شرح کا یہ بین ثبوت ہے کہ یہ تناسب دوسرے ترقیاتی ذرائع پر تقسیم ہو چکا ہے جو کہ ہمہ گیر معاشی ترقی کے لیے خوش آئند ہے۔

(ب) مرکزی ایکسائز ڈیوٹی: یہ ٹیکس اپنی نوعیت کے لحاظ سے بالواسطہ ٹیکس ہے۔ اس کا نفاذ اگرچہ مقامی صنعت کاروں پر ہوتا ہے مگر بالآخر اس کا بوجھ صارفین کو بوجھ اٹھانا پڑتا ہے۔ یہ ٹیکس ملک کے اندر پیدا ہونے والی اشیاء پر عائد کیا جاتا ہے۔ ان اشیاء کی تعداد اب تک 65 سے تجاوز کر چکی ہے۔ 50 — 1949 میں اس ڈیوٹی کے ذریعہ پانچ کروڑ روپے آمدنی ہوئی تھی مگر 82-1981 میں اس ڈیوٹی سے 1240 کروڑ روپے آمدنی ہوئی۔ یہ معاشی ترقی کے متواتر ارتقاء کا ثبوت ہے۔ ان اشیاء میں بلب، ٹیوبیں، گرم کپڑا، سونے کپڑا، گھی، ادن، سیمنٹ، مکھار، سگریٹ، بجلی کا سامان (موٹریں، بجلی کے پکے اور صابن وغیرہ شامل ہیں۔

(ج) انکم ٹیکس و کارپوریشن ٹیکس: جو ٹیکس انفرادی آمدنیوں پر لگایا جاتا ہے اسے انکم ٹیکس کہتے ہیں۔ جبکہ سرمایہ کاری کمپنیوں پر مشتمل لگنے والے ٹیکس کارپوریشن ٹیکس کہلاتا ہے۔ انکم ٹیکس 16000 سالانہ آمدنی سے اوپر نافذ ہوتا ہے۔ 50 — 1949 کا انکم ٹیکس گیارہ کروڑ روپے تھا جبکہ 82 — 1981 میں 844 کروڑ روپے ہو چکا ہے۔ یہ رقم کل آمدنی کا 20 فیصد ہے

یہ ٹیکس براہ راست ہے۔ ان کا نفاذ جس شخص پر ہوگا وہی ادا کر کے کا ذمہ دار ہے۔ اس ٹیکس سے بچنے کے لیے لوگ کئی حربے استعمال کرتے ہیں۔ اس سے کالا دمن و جردین آتا ہے۔ رقم بھی منجمد ہو کر پڑی رہتی ہے۔ سرمایہ کاری نہ ہونے کی وجہ سے بے کاری اور بے روزگاری بڑھتی ہے۔

(د) سیلز ڈیوٹی : یہ ٹیکس اشیاء کی فروخت پر عائد کیا جاتا ہے۔ یہی صنعتوں اور اداروں میں بننے والی یا درآمد شدہ اشیاء کی فروخت سے حاصل شدہ آمدنی پر یہ ٹیکس ادا ہوتا ہے۔ نوعیت کے لحاظ سے یہ ٹیکس بالواسطہ ٹیکس ہے جسے بالآخر صارفین ہی برداشت کرتے ہیں۔ حکومت جن اشیاء کا استعمال بڑھانا چاہتی ہے ان پر سبز ٹیکس کم یا معاف کر دیتی ہے اور جسے اشیاء مثلاً منشیات، سونا چاندی وغیرہ یا غیر ملکی مشروبات کا استعمال گھٹانا چاہتی ہے ان پر یہ ٹیکس بڑھا دیا جاتا ہے۔ 50-1949ء میں اس ذریعہ سے حاصل ہونے والی آمدنی 9 کروڑ روپے تھی جو 82-1981ء میں بڑھ کر تقریباً 52.3 ارب روپیہ ہو گئی ہے جو کل آمدنی کا تقریباً 8% بنتا ہے۔ دس، دیگر ٹیکس : حکومت کو مذکورہ بالا چار ٹیکسوں کے علاوہ چائے، ٹیکس، دولت ٹیکس، تحفہ ٹیکس کارکنوں، کارکنوں کا سبب و دیگر وغیرہ بھی وصول ہوتے ہیں۔ ان کے علاوہ کچھ اشیاء پر خصوصی سرچارج بھی حکومت کی آمدنی کا حصہ ہیں۔ یہ سب براہ راست ٹیکس ہیں۔ جن کا نفاذ اور بار ایک ہی شخص پر ہوتا ہے۔ ان سب سے حکومت کو 82-1981ء میں 103 کروڑ روپے کی آمدنی ہوئی جو کل آمدنی کا تقریباً 2 فیصد ہے۔

یہ تین حکومت محصولاتی آمدنی کے ذرائع۔ اب ہم غیر محصولاتی آمدنی کے ذرائع کا ذکر کرتے ہیں۔

(الف) ڈاک، تار، ٹیلیفون : یہ محکمے تجارتی بنیادوں پر کام کرتے ہیں۔ حکومت ان محکموں کے ذریعے خط و کتابت اور پست رسانی کی خدمات انجام دیتی ہے۔ لہذا خدمات کا معاوضہ وصول کرنے کا اسے حق حاصل ہے۔ ان خدمات کی بہم رسانی پر جو خرچ آتا ہے اسے نکال کر باقی کمائی حکومت کی مناسبت ہوتی ہے۔ 82-1981ء میں اس ذریعہ سے حکومت کو 159 کروڑ روپے ملے۔ جو کل آمدنی کا تقریباً 14% ہے۔

(ب) تجارتی محکمے : گذشتہ 35 سال میں حکومت نے کئی ادارے قومی ملکیت میں لیے ہیں۔ ان تجارتی اداروں میں بینک، مالی ادارے، کارپوریشن اداکار خانے شامل ہیں ان اداروں سے حکومت کو 82-1981ء کے دوران تقریباً 89 کروڑ روپیہ بطور آمدنی وصول ہوا جو کل آمدنی کا 8% بنتا ہے۔

(ج) سود کی وصولیات : حکومت مختلف اداروں، کارپوریشنوں اور صوبائی حکومتوں کو قرض فراہم کرتی ہے اور ان سے سال بہ سال سود وصول کرتی ہے، 82-1981ء میں حکومت کو اس ذریعے سے تقریباً 5.3 ارب روپیہ وصول ہوا جو کل آمدنی کا تقریباً 49% بنتا ہے۔

(د) فیس اور جرمانے : قانون شکنی کرنے والے افراد سے جرمانوں اور عدالتی کارروائیوں کی فیس اور دوسری وصولیات وغیرہ کی

شکل میں بھی حکومت کو آمدنی ہوتی ہے 82 1981 میں اس ذریعے سے 172 کروڑ روپے وصول ہوئے جو کل آمدنی کا 15% بنتے ہیں۔
(س) دیگر ذرائع: کرنٹی نوٹ چھاپنے سے، سکے ڈھالتے سے محکمہ دفاع کا استعمال شدہ ناکارہ سامان تیار کرنے سے، سٹیٹ لائف انشورنس کے منافع سے سمگلروں کا ضبط شدہ سامان بیچنے سے بھی حکومت کو وصولیات ہوتی ہیں ان ذرائع سے 1981-82ء میں حکومت کو 139 کروڑ روپہ وصول ہو کر کل غیر معمولاتی آمدنی کا قریباً 12% تھا۔

9.5۔ نظام ٹیکس کی اصلاح

پاکستان کے نظام ٹیکس کی اصلاح کے لیے درج ذیل اقدامات کیے جاسکتے ہیں :

- 1 - ٹیکسوں کی مجموعی وصولیات کو یقینی بنایا جائے۔
- 2 - ٹیکسوں میں جبری کا انسداد کیا جائے۔
- 3 - زرعی آمدنیوں کو قابل ٹیکس بنایا جائے۔
- 4 - غیر متوازن اور غیر ضروری مراعات کا سلسلہ بند کیا جائے۔
- 5 - قومی آمدنی کا پہلے سے زیادہ حصہ ٹیکسوں میں وصول ہونا چاہیئے۔
- 6 - ٹیکس کے محکمہ کو مزید فعال بنایا جائے۔
- 7 - ایسے لوگ جو صاحب حیثیت ہیں مگر ٹیکس ادا نہیں کرتے، ان کو ٹیکس کے دائرے میں لایا جائے۔
- 8 - خود شخصی نظام کو مقبول اور وسیع کیا جائے۔
- 9 - کالے دھن کو باہر لانے کی ہر ممکن کوشش کی جائے۔
- 10 - غریب طبقے کی مالی حالت بہتر بنانے کے لیے بالواسطہ ٹیکس میں کمی کی جائے۔
- 11 - مترنڈ ٹیکسوں کی شرح کو مزید فعال بنایا جائے۔
- 12 - ٹیکس کی معافی کی کم از کم حد بلند کی جائے۔

10۔ بلا سود بنکاری (P.L.S.)

ملک پاکستان چونکہ بنیادی طور پر ایک اسلامی ملک ہے اور شرعی نقطہ نظر سے سود حرام قرار دیا گیا ہے۔ اس لیے جس حرکت کا تعلق قلعہ بڑا ضروری تھا۔

مدرسہ پاکستان جنرل محمد ضیاء الحق صاحب نے 1979ء میں ایک اسلامی نظریاتی کونسل تشکیل دی۔ یہ اسلامی طرزِ حیات کی

ترویج کی طرف ایک مٹوس قدم تھا۔ اس نظریاتی کونسل میں ترتیب دی جانے والی رپورٹ پر 980 لاکھ تھی فیصد کے لیے وفاقی وزیر خزانہ کی سربراہی میں ایک اعلیٰ اختیار کی کمیٹی کا قیام عمل میں آیا۔ اس کمیٹی میں گورنر بینک دولت پاکستان کے علاوہ ملکی ماہرین اقتصادیات اور اعلیٰ بینکار بطور خاص شامل کیے گئے۔ کمیٹی نے عبور و سخن کے بعد بلا سودی نظام کو سفت و شریعت سے پرے طور پر ہم آہنگ کیا۔ جو کہ بعد میں نافذ العمل ہو گیا۔ وفاقی وزیر خزانہ نے اپنی 26 جون 1980 کی بجٹ تقریر میں حکومت پاکستان کے اس فیصلہ کا اعلان کر دیا کہ ملک میں یکم جنوری 1981ء سے بلا سودی بینکاری کا نظام مرحلہ وار شروع کر دیا جائے گا۔ اسی اعلان کی رو سے پہلے مرحلے میں نفع و نقصان میں شرکت کی بنیاد پر قوم کی وصولیائی کے لیے قومیائے گئے تجارتی بینکیوں میں علیحدہ کاؤنٹر کھولنے لگے۔ اس بات کی وضاحت کر دی گئی کہ بینک نفع و نقصان کی بنیاد پر عبور و قوم وصول کریں انہیں صرف سود سے پاک کاروباری مقصدوں میں سرمایہ کاری کے لیے استعمال کیا جائے۔

اس سلسلے میں سب سے پہلے جن اداروں کو سود سے پاک کیا گیا وہ نیشنل انوسٹمنٹ ٹرسٹ (NIT) ہاؤس ہڈنگ فنانس کارپوریشن (HBFC) اور انوسٹمنٹ کارپوریشن (ICP) ہیں۔ نیشنل انوسٹمنٹ ٹرسٹ کے ادارے یکم جولائی 1979ء سے سود سے پاک کاروباری ادارے میں بدل دیا گیا ہے۔ اور اگست 1979ء سے ہاؤس ہڈنگ فنانس کارپوریشن نے نفع و نقصان میں شرکت کی بنیادوں پر لوگوں میں غرضتہ جات تقسیم کرنے شروع کر دیے تھے۔

11۔ خود آزمائی

سوال نمبر 1 - خالی جگہوں کو مناسب الفاظ سے پر کریں۔

- 1 - کاروبار بنیادی طور پر ایک _____ ہے۔
- 2 - بنی نوع انسان _____ کاروبار کے سلاسل میں جکڑا ہوا نظر آتا ہے۔
- 3 - حضور انور صلی اللہ علیہ وسلم نے تجارت کو _____ اور _____ کہا ہے۔
- 4 - جب کسی ملک کی تجارت خارجہ پر پابندی عائد نہ کی جائے تو اسے _____ تجارت کہتے ہیں۔
- 5 - انیسویں صدی میں کچھ مفکرین _____ تجارت پر رکاوٹوں کے حامی بنے۔
- 6 - جدید دور کی _____ کو سمجھنے کے لیے معاشی نظام کا مطالعہ ضروری ہے۔
- 7 - سائنس کی وجہ سے قدرتی _____ سے بھرپور فائدہ اٹھایا جا رہا ہے۔
- 8 - آج کل کے دور میں معاملتوں کے عوض نقد ادائیگی کی بجائے _____ اور _____ کو دینے والے کا _____ رواج ہے۔

9 - صنعت کاری کے شعور نے مالی امداد دینے والے اداروں کو جنم دیا۔

10۔ _____ کی بدولت اشیاء کا معیار گر جاتا ہے ۔

سوال نمبر 2 : مندرجہ ذیل فقرات میں سے صحیح یا غلط پر نشان لگائیں۔

۱۔ کاروبار صرف ایک آدمی کی ملکیت ہو سکتا ہے۔

ب۔ پیدا کار اور تقسیم کار میں کوئی فرق نہیں ہے۔

ج۔ کاروبار اپنی وسعتوں اور پہناؤں کے اعتبار سے غیر محدود ہو گیا ہے۔

د - تمہارت معرفت اشیاء کے تبادلہ ہی کا نام ہے ۔

س۔ تاجر کا کام محض نفع کمانا ہوتا ہے۔

ش - پیشہ کار دیار کی ایسی ہی شاخ ہے جس طرح تجارت کا ربار کی ۔

ک۔ معاشرت پیدا شد دولت۔ صرف دولت اور تقسیم دولت کے گرد نہیں گھومتا ہے۔

ل۔ - زر کی ایجاد سے دولت کا ذخیرہ کرنا آسان ہو گیا ہے۔

۴۔ خرید و فروخت کے وقت زر فی الفور کام نہیں دیتا۔

۴ - ضرورت سے زیادہ ذخائر برآمد کر کے زرمبادلہ نہیں کمایا جاسکتا۔

سوال نمبر 3: ہر سوال کے عنوان کے ساتھ مختلف بیانات ہیں درست یا غلط کے طور پر اس کے گرد دائرہ لگائیں جو عنوان کے

ساتھ مل کر درست مطلب دے۔

(الف) کاروبار

1 - صرف ایک آدمی کی ملکیت ہوتا ہے ۔

2 - صرف چار آدمیوں کی ملکیت ہوتا ہے۔

3 - صرف سات آدمیوں کی ملکیت ہوتا ہے۔

4۔ - فرد واحد یا چند شرکا کی ملکیت ہوتا ہے۔

(ب) تجارت کے لفظی معنی

1۔ زر کے ہیں۔

2۔ تبادلہ کے ہیں۔

3 - ارتقاء کے ہیں۔

(ج) معاشیات

۱۔ پیدائش دولت، صرف دولت اور تقسیم دولت کے گرد گھومتی ہے۔

- 2 - انسانی زندگی کے گرد گھومتی ہے۔
- 3 - ضروریات زندگی کے گرد گھومتی ہے۔
- 4 - تجارتی سرگرمیوں کے گرد گھومتی ہے۔

(د) صنعت کاری

- 1 - تجارت پر اثر انداز ہوتی ہے۔
 - 2 - کو سمجھنے کے لیے معاشی نظام کا مطالعہ ضروری نہیں ہے۔
 - 3 - کسی کام کو ہائیہ تکمیل تک پہنچانے کا دلچسپ انداز ہے۔
 - 4 - اور تخصیص کاری میں کوئی امتیاز نہیں۔
- سوال نمبر 4 : مندرجہ ذیل سوالات کے جوابات لکھیے۔
- الف - کاروبار کا مفہوم اور اس کی وسعت بیان کیجیے۔
 - ب - کاروبار، تجارت، سپور اور پیشہ میں فرق بیان کیجیے۔
 - ج - تجارت کے ارتقاء پر روشنی ڈالیے۔
 - د - براہ راست مبادلہ میں پیش آنے والی دشواریوں کا ذکر کیجیے۔
 - س - زر کا ارتقاء کیسے ہوا۔ سیر حاصل بحث کیجیے۔
 - ع - معاشی مشاغل اور ان کی تقسیم کاری سے کیا مراد ہے۔ پیداواری مشاغل کی صورتیں واضح کیجیے۔
 - ک - دوہرہ دید کی صنعت کاری سے کیا مراد ہے۔ اس صنعت کاری کا تجارت پر کیا اثر پڑا۔
 - ل - تباہی سے کیا مراد ہے اس کی موافقت اور مخالفت میں دلائل پیش کیجیے۔
 - م - ٹیکس کی اقسام بیان کیجیے پاکستان میں نافذ شدہ ٹیکس کا جائزہ لیجیے۔
 - ن - مندرجہ ذیل پر نوٹ تحریر کیجیے۔
- 1 - سود سے پاک بینکاری۔
 - 2 - تجارت میں اخلاقیات کی ضرورت

12۔ جوابات خود آزمائی

سوال نمبر 1 : (۱) مشنرہ (2) بالواسطہ یا بلاواسطہ (3) "افضل الجماد" (4) آزادانہ
(5) بیالاتوای (6) تجارت و صنعت کاری (7) ذخائر (8) چیک - ہنڈیوں
(9) اختصامی (10) تائین -

سوال نمبر 2 : (الف) غلط جب، غلط (ج) صحیح (د) غلط (س) صحیح (ش) صحیح (ک) غلط (ل) صحیح
(م) غلط (ن) صحیح -

سوال نمبر 3 = (الف) - ب - 2 ج - 1 - د - 1

سوال نمبر 4 = اس کا جواب یونٹ کے حوالہ سے خود تلاش کریں ۔

کاروبار کی ترقی پر اثر اندازہ ہونے والے عوامل

تحریر: خادم حسین
نظر ثانی: علی حسن مظفر

یونٹ کا تعارف

اصل تجارت کا یہ یونٹ "کاروبار کی ترقی پر اثر انداز ہونے والے عناصر" کی نشاندہی کرتا ہے۔ عملی طور پر کاروبار کے لیے میدان میں آنے پر ان عناصر سے ناواقف ہونا تاجر کے لیے کئی قسم کی مشکلات پیدا کر دیتا ہے۔ مثال کے طور پر اگر تاجر کو پہلے سے جغرافیائی عوامل کا علم نہ ہو تو اپنی تجارت کے لیے وہ مخصوص حالات پیدا نہیں کر سکتا۔ جس سے تجارت منافع بخش ہو سکے۔ اس سلسلہ میں اسے تجارتی راستوں، بندرگاہوں اور قدرتی سرحدوں کا ہی علم ہونا ضروری نہیں بلکہ تجارتی سامان کی طلب کا علم ہونا بھی ضروری ہے۔ اسی طرح معاشی عوامل کے تحت روزگار کے مواقع نظام ٹیکس، سرمایہ کاری کی پالیسی، منڈی کی نوعیت اور زر مبادلہ سے بھی واقفیت ہونا ضروری ہے۔ سیاسی عوامل اور تجارتی پالیسی سے باخبر رہنا تاجر کے لیے ضروری ہے۔ معاشرتی عوامل کا علم جس سے لوگوں کے رجحان کا پتہ چل جاتا ہے کاروبار کی ترقی کے لیے اذ حد ضروری ہے۔ اصول طلب، قدرتی مسائل کا علم کاروبار کے انتخاب اور اس کو کامیاب راستوں پر چلانے کے لیے ایک مشعل کی حیثیت رکھتا ہے۔ اس یونٹ میں، کئی مشمولات صرف طلباء کے لیے نہیں بلکہ پہلے سے کاروبار سے منسلک لوگوں کے لیے بھی برابر کے فائدہ مند ہیں۔

یونٹ کے مقاصد

- اس یونٹ کے مطالعہ کے بعد آپ اس قابل ہو جائیں گے کہ
- 1۔ جغرافیائی عوامل کی نوعیت کو سمجھ سکیں اور کاروبار کی ترقی پر ان کے اثرات کو بیان کر سکیں۔
- 2۔ بیان کر سکیں کہ مختلف معاشی عوامل کے کاروبار کی ترقی پر کیا اثرات مرتب ہوتے ہیں۔
- 3۔ سیاسی عوامل کی نوعیت کو سمجھ سکیں اور یہ واضح کر سکیں کہ ان کے کاروبار پر کیا اثرات رونما ہوتے ہیں۔
- 4۔ ان معاشرتی عوامل کی وضاحت کر سکیں جو کاروبار کی ترقی کو متاثر کرتے ہیں۔
- 5۔ کاروبار کی ترقی کے لیے اشیاء کی طلب کی اہمیت کو واضح کر سکیں۔
- 6۔ قدرتی وسائل کی نوعیت کو سمجھ سکیں اور مختلف قدرتی وسائل کا کاروبار کی ترقی میں کردار واضح کر سکیں۔
- 7۔ کاروبار شروع کرنے کے لیے کن کن عوامل کو مد نظر رکھنا چاہیے بحث کر سکیں۔

فہرست عنوانات

عنوان

| | |
|----|--|
| 61 | کاروبار کی ترقی پر اثر انداز ہونے والے عوامل |
| 61 | 1- جغرافیائی عوامل |
| 61 | 1.1 — محل وقوع |
| 62 | 1.2 — زمین کے خدوخال |
| 63 | 1.3 — آب و ہوا |
| 64 | 1.4 — سمندر و ماحول |
| 64 | 1.5 — دریا |
| 64 | 1.6 — قدرتی سرحدیں |
| 65 | 2 — معاشی عوامل |
| 66 | 2.1 — روزگار کے مواقع |
| 66 | 2.2 — نظام ٹیکس |
| 67 | 2.3 — سرمایہ کاری کی پالیسی |
| 68 | 2.4 — نظام بینکاری |
| 68 | 2.5 — ذرائع نقل و حمل |
| 68 | 2.6 — بیمہ کاری کی سہولیتیں |
| 68 | 2.7 — شرح سود |
| 68 | 2.8 — سرمایہ کی فراہمی |
| 68 | 2.9 — صارفین کی آمدنی |
| 69 | 2.10 — سرمایہ کا تحفظ |
| 69 | 2.11 — شرح نفی |
| 69 | 2.12 — شرح بچت |

| | |
|----|-----------------------------|
| 70 | 2.13 — منڈی کی نوعیت |
| 70 | 2.14 — مالی اداروں کی تعداد |
| 70 | 2.15 — معاشی توازن |
| 70 | 2.16 — ذرائع کا استعمال |
| 71 | 2.17 — زرمبادلہ کی مقدار |
| 71 | 2.18 — فنی علم و مہارت |
| 71 | 2.19 — آجروں کی تعداد |
| 71 | 2.20 — تہذیب کے ذرائع |
| 72 | 3 — سیاسی عوامل |
| 72 | 3.1 — سیاسی نظام کی نوعیت |
| 73 | 3.2 — سیاسی استحکام |
| 74 | 3.3 — تجارتی پالیسی |
| 74 | 3.4 — سرمایہ کا تحفظ |
| 75 | 3.5 — انتظامیہ کا کردار |
| 75 | 3.6 — ملکی بجٹ |
| 76 | 4 — معاشرتی عوامل |
| 76 | 4.1 — معاشرتی تصورات |
| 77 | 4.2 — معاشرتی رسومات |
| 77 | 4.3 — قدامت پسندی |
| 77 | 4.4 — اجتماعی شعور |
| 78 | 4.5 — دولت کی ذخیرہ اندوزی |
| 78 | 4.6 — بخوانگی کا تناسب |
| 78 | 4.7 — آبادی میں اضافہ |
| 78 | 4.8 — لوگوں کو رجحان |
| 79 | 4.9 — طبقاتی تقسیم |

| | |
|----|--|
| 79 | 4.10 — مل جل کر کام کرنا |
| 79 | 4.11 — سازگار ماحول |
| 79 | 4.12 — اثر نفاش |
| 80 | 4.13 — تشیطی صلاحیت |
| 80 | 5 — اصول طلب |
| 80 | 5.1 — اشیاء کی طلب کے عوامل |
| 82 | 5.2 — اشیاء کی طلب میں اضافہ کرنے کے اقدامات |
| 82 | 6 — قدرتی وسائل |
| 83 | 6.1 — معدنیات |
| 83 | 6.2 — معدنیات کا کاروبار کی ترقی پر اثر |
| 84 | 6.3 — نباتات |
| 85 | 6.4 — نباتات کا کاروبار کی ترقی پر اثر |
| 86 | 7 — خود آزمائی |
| 90 | 8 — جوابات خود آزمائی |



کاروبار کی ترقی پر اثر انداز ہونے والے عوامل

کاروبار کی ترقی کا دار و مدار مختلف عوامل پر ہوتا ہے۔ یہ عوامل جتنے زیادہ موثر ہوں گے کاروبار کی ترقی کا عمل اتنا ہی جلد موثر ہو جاتا ہے۔ اگر یہ عوامل زیادہ موثر نہ ہوں تو کاروبار کی ترقی کا عمل سست ہو جاتا ہے۔ کاروبار کی ترقی کا انحصار جن عوامل پر ہوتا ہے وہ درج ذیل ہیں۔

1- جغرافیائی عوامل

2- معاشی عوامل

3- سیاسی عوامل

4- معاشرتی عوامل

5- اصول طلب

6- قدرتی وسائل

1۔ جغرافیائی عوامل

کاروبار کی ترقی پر مندرجہ ذیل جغرافیائی عوامل بہت حد تک اثر انداز ہو سکتے ہیں۔

1- محل وقوع 2- آب و ہوا 3- زمین کے خمد و خفل 4- سمندر و ساحل 5- دریاؤں کی موجودگی 6- قدرتی سرحدیں

1.1 محل وقوع

محل وقوع کسی ملک کے لیے قدرتی عطیہ ہے۔ محل وقوع کا کسی ملک کے کاروبار کی ترقی پر گہرا اثر ہوتا ہے۔ کیوں کہ مناسب محل وقوع ہی دوسرے ممالک سے تجارتی تعلقات قائم کرنے اور تجارتی لین دین کے مواقع فراہم کرتا ہے۔ کچھ ممالک ساحل سمندر سے دور ہوتے ہیں۔ ان کو تجارت میں بہت سی دقیقیتیں پیش آتی ہیں مثلاً افغانستان، پولینڈ اور سوئٹزرلینڈ وغیرہ اس کے برعکس جو شہر سمندری شاہراہوں پر واقع ہوتے ہیں ان شہروں میں تجارت کو بہت فروغ حاصل ہوتا ہے کیوں کہ یہ تجارتی اور معاشی طور پر ایک دوسرے سے منسلک ہو جاتے ہیں مثلاً سنگاپور، رنگون اور کولمبو وغیرہ بحری شاہراہوں پر واقع ہیں اس لیے ان کو بہت زیادہ تجارتی سہولتیں حاصل ہیں اور یہ بہت بڑے تجارتی مراکز بن گئے ہیں۔

وہ ممالک جو گنجان اور ترقی یافتہ ممالک کے قریب واقع ہیں وہ تجارتی اعتبار سے زیادہ ترقی کر گئے ہیں کیونکہ ان کو خام مال، کھدکے اور تیار شدہ مال برآمد کرنے میں آسانی رہتی ہے۔ اس کا نتیجہ یہ نکال دیا کہ یہ دنیا کے وسط میں واقع ہے ایک

طرف یورپ کے گنجان آباد ممالک اس کے قریب ہیں تو دوسری طرف افریقہ اور شمالی امریکہ بھی دور نہیں۔ اس کے برعکس نوزیادہ جو دنیا کے ایک کونے میں واقع ہے نامناسب محل وقوع کی بناء پر زیادہ ترقی نہیں کر سکا۔

1.2- زمین کے خدوخال

زمین کے خدوخال کسی ملک کی تجارتی ترقی کو بہت زیادہ متاثر کرتے ہیں۔ زمین کے خدوخال کی مندرجہ ذیل اشکال ہیں۔

الف - پہاڑ

ب - میدانی علاقہ

ج - سطح مرتفع

الف پہاڑ: پہاڑی علاقے کاروبار کی ترقی پر عموماً منفی اثر ڈالتے ہیں۔ جس کی مندرجہ ذیل وجوہات ہیں۔

1- ذرائع آمد و رفت کا فقدان ہوتا ہے۔ کیوں کہ پہاڑی علاقوں پر ریل کی پٹری بچھنا نہ صرف مشکل ہوتا ہے بلکہ اس پر خرچ بھی زیادہ آتا ہے۔

2- پہاڑی علاقوں میں کھیتی باڑی ممکن نہیں۔ اس لیے خام مال فراہم نہیں ہو سکتا۔

3- موسم سرما میں پہاڑوں پر برف جمی رہتی ہے۔ اس لیے نقل و حمل میں دقت ہوتی ہے۔

4- سموار زمین کی قلت ہوتی ہے اس لیے بڑے بڑے کارخانے تو قائم نہیں کیے جاسکتے۔ لیکن ایسی صنعتیں لگائی

جاسکتی ہیں۔ جو ملکی ہوں اور کم جگہ گھیرتی ہوں۔ مثلاً سوئٹزرلینڈ میں گھڑی سازی اور کشمیر میں شال بنانے کا کام ہوتا ہے۔

5- بربت باری کی وجہ سے کچھ دفعہ راستے بند ہو جاتے ہیں جس کی وجہ سے شدید مشکلات کا سامنا کرنا پڑتا ہے۔ پہاڑوں کی

برخانی چوٹیوں کے سبب سارا سال دریا بہتے ہیں جس پر ملک کی معیشت کا دار و مدار ہے۔ پہاڑ بھی پیدا کرنے میں

اہم کردار ادا کرتے ہیں۔ اس طرح پہاڑ ملکوں کی اقتصادی ترقی میں بہت اہمیت کے حامل ہیں۔

ب- میدانی علاقہ: زمین کا تیسری حصہ جس کی سطح سموار یا اونچی ہوئی ہے۔ میدان کہلاتا ہے۔ میدانی علاقے کاروبار کی ترقی کے

لیے سب سے زیادہ مفید ہیں۔ دنیا کی سب سے زیادہ ترقی میدانی علاقوں میں ہوئی ہے۔ دنیا کے ترقی یافتہ ممالک میدانی علاقوں میں

واقع ہیں 90% آبادی میدانوں میں آباد ہے۔ میدانی علاقہ مندرجہ ذیل وجوہات کی بنا پر کاروبار کی ترقی کے لیے موزوں ہوتا ہے۔

1- زمین سموار ہوتی ہے اس لیے بڑی بڑی صنعتیں میدانی علاقوں میں قائم کی جاتی ہیں۔

2- میدانی علاقے کھیتی باڑی کے لیے موزوں ہوتے ہیں اس لیے صنعتوں میں استعمال کرنے کے لیے خام مال آسانی سے دستیاب ہو سکتا ہے۔

3- میدانی علاقوں میں ریلوے لائنیں اور سڑکیں بنانا آسان ہوتا ہے۔ پہاڑی علاقے جہاں زراعت، صنعت اور ٹرانسپورٹ

جیسے مسائل ہیں وہاں خود انسان کی بود و باش کے بھی مسائل ہیں یہی وجہ ہے کہ دنیا کے وہی ملک ترقی کرتے ہیں جنہیں وسیع

دھواں اور زرخیز میدانی علاقے نصیب ہوتے ہیں۔

ج۔ سطح مرتفع : سطح مرتفع زمین کا ایک وسیع قطعہ ہوتا ہے جس کی سطح پر نشیب و فراز ہوتے ہیں پہاڑی علاقوں کی طرح سطح مرتفع بھی کاروباری اعتبار سے زیادہ سود مند نہیں۔ یہاں پانی کی قلت ہوتی ہے، اکثر زمین بخر ہوتی ہے۔ اس وجہ سے زراعت نہیں ہو سکتی اور صنعتوں کو خام مال فراہم نہیں ہو سکتا۔ یہی وجہ ہے کہ اس علاقے میں کاروبار ترقی نہیں کر سکتا۔ پرانی سطح مرتفع کے علاقوں میں قیمتی معدنیات مثلاً سونا، تانبا اور لوہا وغیرہ کے ذخائر پائے جاتے ہیں۔

3۔ آب و ہوا

ایک خاص مدت کے لیے کسی مقام کے موسم کی اوسط کیفیت کا نام آب و ہوا ہے۔ حرارت، نمی اور بارش وغیرہ آب و ہوا کے خام اجزاء ہیں۔ کسی ملک کی تجارت پر وہاں کی آب و ہوا کا جتنا گہرا اثر ہوتا ہے۔ اتنا اثر کسی اور جغرافیائی عنصر کا نہیں ہوتا۔ موجودہ سائنسی دور میں صنعتیں بہت حد تک آب و ہوا کے اثر سے آزاد ہو گئی ہیں لیکن بالکل آزاد بھی نہیں ہوئیں۔ صنعتوں پر آب و ہوا کا کچھ نہ کچھ اثر ابھی باقی ہے۔ کپڑے کی صنعت کو مرطوب، کیمبرہ کی فلم بنانے کی صنعت کو معتدل اور سینٹ کی صنعت کو خشک آب و ہوا کی ضرورت ہوتی ہے۔ اس طرح یہ صنعتیں براہ راست آب و ہوا سے متاثر ہوتی ہیں۔ مختلف صنعتوں میں جو خام مال استعمال ہوتا ہے وہ بھی ایک خاص قسم کی آب و ہوا میں پیدا ہوتا ہے۔

آب و ہوا کی موردیت ہی سے کسی علاقہ میں مخصوص فصلیں پیدا ہوتی ہیں مثلاً چاول ایشیا کی گرم مہلکوں کی آب و ہوا کی فصل ہے۔ اسی طرح ربڑ استوائی خطہ کی گرم مرطوب آب و ہوا ہی میں پیدا ہو سکتا ہے۔ آب و ہوا فصلوں کی نوعیت اور فی ایکڑ پیداوار کو متاثر کرتی ہے۔ جہاں علاقے کی آب و ہوا انسانی صحت کے لیے موافق ہو وہاں زراعت علاقوں کے لوگ وہاں آکر آباد ہونا شروع ہو جاتے ہیں۔ ان لوگوں کے آنے سے اس علاقے کی صنعت ترقی کرتی ہے اور روزگار کے مواقع فراہم ہو جاتے ہیں مختلف محالک کی ترقی کا زیادہ تر انحصار مناسب آب و ہوا پر ہی ہے۔

مناسب آب و ہوا صحت مند اور تیز دماغ لوگ پیدا کرتی ہے۔ جن ملکوں کی آب و ہوا انسانی صحت کے عین موافق تھی ان ملکوں نے موجد پیدا کیے۔ موجودہ زمانے میں نئی مشینری اور نئے نئے آلات کا وجود بھی ان لوگوں کے دم قدم سے ہے جو موزوں آب و ہوا کے علاقوں کے باشندے ہیں۔

زراعت اور صنعتیں ہی موزوں آب و ہوا کی محتاج نہیں بلکہ انسان کے عام کاروبار بھی آب و ہوا سے متاثر ہوتے ہیں جن علاقوں میں سال کے ایک موسم میں شدید برمت باری ہوتی ہے وہاں تمام کاروبار اس موسم میں معطل ہو کر رہ جاتے ہیں اور کئی کام رک جاتے ہیں۔ کارخانے بند ہو جاتے ہیں۔ سمندر چمک رہا جانے سے جہاز رانی معطل ہو جاتی ہے۔

1.4- سمندر و ساحل

بین الاقوامی تجارت کا سب سے بڑا وسیلہ سمندر ہیں جو ممالک کے ساحل، قدرتی بندرگاہیں اور برقی رفتار ذرائع نقل و حمل رکھتے ہیں وہ بین الاقوامی تجارت سے سب پر فائدہ اٹھا رہے ہیں۔ سمندر بین الاقوامی تجارتی شاہراہیں ہیں۔ یہ بحاری مال لانے اور لے جانے کا بہت سستا اور آسان ذریعہ ہیں۔ سمندر ایسی قدرتی شاہراہیں ہیں کہ کی تعمیر پر کچھ خرچ نہیں آتا۔ جس ملک کے پاس سمندر نہ ہو ان کو ہمیشہ غیر ملکی تجارت میں دشواری کا سامنا کرنا پڑتا ہے۔ اس کی مثال افغانستان، آسٹریا، اور سوئیٹزرلینڈ ہے۔ تجارتی ترقی کے لیے صرف یہ ہی ضروری نہیں کہ سمندر موجود ہوں بلکہ یہ بھی ضروری ہے کہ ساحل بھی اچھا ہو اگر ساحل کٹا چھٹا نہ ہو یا ساحل کے قریب پانی کم گہرا ہو تو ایسے ساحل پر اچھی بندرگاہیں قائم نہیں ہو سکیں گی۔

ملکوں کی صنعتی ترقی ان کی تجارتی ترقی کی مرہون منت ہے۔ انگلستان کے صنعتی انقلاب نے تجارتی ترقی کی کوکھ سے جنم لیا تھا۔ انگلستان کو اگر صنعت و حرفت کی ترقی کی بدولت خام مال کے حصول اور تیار شدہ مال کی فروخت کے لیے منڈیاں نہ ملتی تو صنعتی انقلاب کا تصور کبھی پروان نہیں چڑھ سکتا تھا۔

1.5- دریا

دریا نہ صرف صنعتی ترقی کے ضامن ہیں بلکہ تجارتی ترقی کے لیے بھی بہت ضروری ہیں۔ پرانے زمانے میں تجارت دریاؤں کے ذریعہ ہوتی تھی اس لیے تمام دنیا میں دریاؤں کے کناروں پر بڑے بڑے شہر آباد ہیں۔ شنگھائی کی زیادہ تر تجارت آج کل بھی دریاؤں کے ذریعے ہوتی ہے۔ ذرائع آمد و رفت کا یہ سستا طریقہ ہے اس لیے جرمنی، روس اور فرانس میں تجارتی مال کی نقل و حمل کے لیے زیادہ تر دریا ہی استعمال کیے جاتے ہیں۔

ملک کی زرعی ترقی کا تمام تر دار و مدار دریاؤں پر ہے۔ پاکستان میں سندھ، تجارت میں گنگا جمننا اور عراق میں دجلہ اور فرات زرعی ترقی میں اہم کردار ادا کر رہے ہیں۔

1.6- قدرتی سرحدیں

جن ممالک کو بہترین قدرتی سرحدیں میسر آ جاتی ہیں۔ ان کو بیرونی حملے کا خطرہ نہیں رہتا۔ قدرتی سرحدوں میں سمندر، دریا اور پہاڑ ہیں ان محفوظ سرحدوں کی بدولت ایسے ملک بہت تیزی سے تجارتی ترقی کر لیتے ہیں کیونکہ وہ قومی دولت کا زیادہ حصہ ملکی دفاع پر خرچ کرنے کی بجائے صنعتی اور تجارتی ترقی پر صرف کرتے ہیں اس کے برعکس ایسے ممالک جو سرحدی اعتبار سے زیادہ محفوظ نہیں۔ انہیں اپنی دولت کا کثیر حصہ دفاع پر خرچ کرنا پڑتا ہے۔ جس سے ان کی صنعتی اور تجارتی ترقی متاثر ہوتی ہے۔

ہجیت کی طاقت زیادہ ہوتی ہے اور دوسری طرف ان کی قوت خرید میں اضافہ ہوتا ہے دونوں صورتیں کاروبار کی ترقی کے لیے مفید ہیں۔

اگر صارفین کی آمدنی اس قدر کم ہو کہ وہ مشکل اپنی ضروریات زندگی ہی پوری کر سکیں تو ان کی بچت کی طاقت نہ ہونے کے برابر ہوگی اس لیے کاروبار کو ترقی نہیں دی جاسکے گی۔

2.10 - سرمایہ کا تحفظ

اگر سرمایہ داروں کو سرمائے کے تحفظ کا یقین دلایا جائے تو وہ بے دھڑک ہو کر سرمایہ کاری کریں گے جس سے کاروبار وسعت اختیار کریں گے لیکن اگر سرمایہ داروں کو ہر وقت یہ خدشہ لاحق رہے کہ ان کے سرمائے کو تو فی تحویل میں لے لیا جائے گا تو پھر وہ سرمایہ کاری کرنے سے کتراتیں گے۔ اور کاروبار کے پھولنے پھلنے کے کم امکانات ہوں گے۔

2.11 - شرح نفع

کاروبار میں سرمایہ لگانے پر اس چیز سب سے زیادہ اہم اثر ہے وہ نفع کی شرح ہے اگر نفع کی شرح زیادہ ہو تو آجر زیادہ سرمایہ کاری کریں گے اور کاروبار کو ترقی حاصل نہیں ہو سکے گی۔

2.12 - شرح بچت

یہ بات روز روشن کی طرح عیاں ہے کہ کاروبار کی ترقی کا انحصار سرمایہ کاری پر ہے۔ اور سرمایہ کاری کا انحصار بچت پر ہے۔ اگر ملک میں بچت کی شرح زیادہ ہو تو ملک میں سرمایہ کاری زیادہ ہونے سے کاروبار کو وسعت ہوگی اور اگر ملک میں بچت کی شرح کم ہو تو سرمایہ کاری کم ہونے کی بناء پر کاروبار محدود ہی رہیں گے۔ اس لیے کاروبار کی وسعت کے لیے ضروری ہے کہ بچت کی شرح میں اضافہ کیا جائے۔ بچت کی شرح میں اضافہ کے لیے مندرجہ ذیل اقدامات کیے جاسکتے ہیں۔

- 1 - ٹیکس کی شرح میں کمی کی جائے۔
- 2 - لوگوں کی آمدنیوں میں اضافہ کے لیے اقدامات کیے جائیں۔
- 3 - ملک میں سرمایہ کاری کی حوصلہ افزائی کی جائے۔
- 4 - ملک میں زیادہ سے زیادہ روزگار کے مواقع پیدا کیے جائیں۔
- 5 - ملک میں امن و امان قائم کیا جائے۔
- 6 - ملک میں سیاسی استحکام قائم کیا جائے۔
- 7 - ملک میں زیادہ سے زیادہ مالیاتی ادارے قائم کیے جائیں۔

8۔ لوگوں کا معیار زندگی بلند کیا جائے۔

2.13۔ منڈی کی نوعیت

اگر صارفین کی آمدنیاں زیادہ ہوں تو ان کی قوت خرید بڑھ جاتی ہے۔ اس لیے وہ زیادہ مقدار میں اشیاء خرید لیتے ہیں۔ قوت خرید میں اضافہ پیداواری کوششوں کو تیز کرنے کا باعث بنتا ہے۔ اس لیے منڈی کا دائرہ وسیع ہو جاتا ہے۔ اشیاء کی خرید و فروخت بڑھ جاتی ہے۔ کاروباری حضرات کی حوصلہ افزائی ہوتی ہے کیوں ان کے مال کے نکاس کی رفتار میں اضافہ ہو جاتا ہے خرید و فروخت کی وسیع منڈی آجروں کے لیے ترقی کی نئی راہیں کھول دیتی ہے۔ اس لیے کاروباری سرگرمیاں تیز ہو جاتی ہیں اور کاروبار کو ترقی حاصل ہوتی ہے۔ اگر صارفین کی آمدنیاں کم ہوں تو ان کی قوت خرید بھی کم ہوتی ہے اس لیے وہ زیادہ مقدار میں اشیاء نہیں خرید سکتے قوت خرید کی کمی کی وجہ سے پیداواری کوششوں کو تیز کرنے کا محرک ماند پڑ جاتا ہے اس لیے منڈی کا دائرہ محدود ہو جاتا ہے اشیاء کی خرید و فروخت کم رہ جاتی ہے اور کاروباری حضرات کی حوصلہ شکنی ہوتی ہے۔ کیوں کہ ان کے مال کے نکاس کی راہیں محدود ہو جاتی ہیں اس لیے کاروباری سرگرمیاں تیز نہیں ہو پاتیں۔

2.14۔ مالی اداروں کی تعداد

اگر ملک میں مالی ادارے مثلاً بینک اور بیمہ کمپنیاں وغیرہ تعداد میں کم اور غیر مقرر ہوں تو اس سے نہ صرف سرمایہ کی فراہمی میں مشکل پیدا ہوتی ہے بلکہ معاشی اور کاروباری سرگرمیوں کو فروغ دینے کے رجحانات کی حوصلہ شکنی ہوتی ہے۔ لیکن اگر ملک میں مالی ادارے زیادہ تعداد میں ہوں تو آجروں کو سرمایہ آسانی سے فراہم ہو سکتا ہے اس لیے وہ اپنے کاروبار کو آسانی سے وسعت دے سکتے ہیں۔

2.15۔ معاشی توازن

اگر ملک میں معاشی توازن ہو تو تمام شعبوں میں ترقی ہوتی ہے اس لیے کاروباری شعبہ بھی ترقی کرتا ہے۔ اگر ملک معاشی عدم توازن کا شکار ہو تو معاشی سرگرمیاں ان مخصوص شعبوں میں مرکوز ہو جاتی ہیں۔ جہاں منافع کی شرح بلند ہوتی ہے۔ ان شعبوں کی ترقی دوسرے شعبوں کی کارکردگی اور پیش قدمی کے لیے رکاوٹ بن جاتی ہے۔ مثال کے طور پر اگر صنعتی ترقی پر توجہ دی جا رہی ہو تو زرعی ترقی کو نظر انداز کیا جاتا ہے ہوتا ہے اور یہ صورت حال کاروبار کی ترقی کی راہیں مسدود کر دیتی ہیں۔

2.16۔ ذرائع کا استعمال

اگر پیداواری ذرائع کو بہتر طور پر استعمال کیا جا رہا ہو تو کاروبار کو ترقی نصیب ہوتی ہے لیکن اگر ذرائع کو بہتر طور پر استعمال نہ کیا جا رہا ہو۔ اور ان سے پورا پورا استفادہ نہ کیا جا رہا ہو تو کاروبار ترقی نہیں کر سکتے۔

2.17 زرمبادلہ کی مقدار

کاروبار کی ترقی کا انحصار زرمبادلہ کی مقدار پر بھی ہوتا ہے۔ اگر زرمبادلہ زیادہ مقدار میں ہو تو اشیاء سے سرمایہ آسانی سے درآمد کر کے کاروبار کو وسعت دی جاسکتی ہے لیکن اگر زرمبادلہ کی قلت ہو تو ملک غیروں کا دست نگر بن جاتا ہے اور ان کی من مانی شرائط قبول کرنے پر مجبور ہوتا ہے۔ اس طرح ملک پر اردہوں روپے کا غیر ملکی قرضہ بڑھ جاتا ہے اور کاروباری سرگرمیاں ماند پڑ جاتی ہیں۔

2.18 فنی علم و مہارت

موجودہ زمانے کا طریقہ پیداوار بہت زیادہ فنی نوعیت کا بن چکا ہے۔ اشیاء کی پیداوار میں مشینوں کے ذریعہ عمل میں آتی ہے ان مشینوں کی تیاری، استعمال، مرمت اور دیکھ بھال مخصوص علم و فن اور تعلیم و تجربہ چاہتی ہے۔ ان فنی تدابیر کو استعمال کرنا حصول ترقی کے لیے ناگزیر ہے۔ وہ ملک تجارتی طور پر ترقی سے ہمکنار ہو سکتا ہے جو ان فنی تدابیر کو زیادہ اچھے طریقے سے استعمال کر سکتا ہو۔

2.19 آسجروں کی تعداد

آسجروں کی تعداد کاروبار کی ترقی میں اہم کردار ادا کرتے ہیں یہ وہ لوگ ہیں جو ملک کے ذرائع کا بھرپور استعمال کرتے ہیں اور اشیاء و خدمات زیادہ مقدار میں پیدا کر کے کاروبار کو کامیابی سے ہمکنار کر سکتے ہیں۔ اگر ملک میں آسجروں کی تربیت کے لیے ادارے موجود ہوں تو تربیت سے ہنرمند اور تجربہ کار آسجروں کی تعداد بڑھ جاسکتی ہے جو ذرائع کا بھرپور اور بہتر استعمال کر کے ملکی پیداوار میں اضافے کا باعث بن سکتے ہیں اور ملکی معاشی اور کاروبار ترقی کی رفتار کو تیز کر سکتے ہیں۔ اگر ملک میں آسجروں کی تربیت کے لیے کوئی قاعدہ ادارہ نہ ہو تو جہاں لوگوں کو کاروبار کرنے کی مناسب تربیت دی جاسکے۔ تو ملک میں تربیت یافتہ آسجروں کی کمی ہوگی جس کی وجہ سے ذرائع سے بھرپور استفادہ نہیں کیا جاسکے گا۔

2.20 تشہیر کے ذرائع

تیار شدہ اشیاء کو عام صارفین تک متعارف کروانے میں مؤثر نظام تشہیر اہم کردار ادا کرتا ہے، لوگ اشیاء کی خوبیوں سے آگاہ ہوں گے تو وہ اس چیز کو زیادہ مقدار میں خریدیں گے جس سے اس چیز کی مانگ میں اضافہ ہوگا۔ جس سے کاروبار ترقی کرے گا۔ اس لیے مؤثر نظام تشہیر بھی کاروبار کی ترقی میں اہم کردار ادا کرتا ہے۔

3۔ سیاسی عوامل

کاروبار کی ترقی پر سیاسی عوامل کا بہت زیادہ اثر ہوتا ہے۔ کاروبار پر مندرجہ ذیل سیاسی عوامل اثر انداز ہوتے ہیں

1۔ سیاسی نظام کی نوعیت

2۔ سیاسی استحکام

3۔ تجارتی پالیسی

4۔ سرمایے کا تحفظ

5۔ انتظامیہ کا کردار

6۔ ملکی بجٹ

3.1۔ سیاسی نظام کی نوعیت

کسی ملک کا سیاسی نظام عموماً مندرجہ ذیل قسموں کا ہو سکتا ہے۔

(الف) جمہوریت

(ب) آمریت

(ج) بادشاہت

(الف) جمہوریت : جمہوریت میں نظام حکومت ایک یا چند افراد کی بجائے منتخب افراد کے ہاتھ میں دے دیا جاتا ہے جمہوری نظام حکومت میں تمام فیصلے رائے سے کیے جاتے ہیں اس لیے کوئی ایسا فیصلہ کرنا ممکن نہیں ہوتا جو ملک کے مفاد کے خلاف ہو اور جس سے ملک کی معاشی ترقی کی رفتاریں اضافہ نہ ہو سکے۔ جمہوری نظام حکومت میں کاروبار کو ترقی نصیب ہوتی ہے جس کی مندرجہ ذیل وجوہات ہیں۔

امن و امان : جمہوریت کے دور میں ملک میں مکمل طور پر امن و امان ہوتا ہے کیونکہ ملک کے تمام سیاسی و معاشی مسائل کثرت رائے سے کیے جاتے ہیں اس جمہوری طرز عمل کی بدولت ایسا فیصلہ کرنا ممکن نہیں ہوتا جس سے کاروبار کی ترقی متاثر ہو۔

تجارتی پالیسی : جمہوری حکومت میں ملک کی تجارتی پالیسی مستحکم ہوتی ہے۔ اس میں آٹے دن تبدیلیاں نہیں ہوتیں۔ سرمایہ کاروں میں ملک کے تجارتی حالات کے متعلق کوئی خدشہ نہیں ہوتا اس لیے وہ بلا خوف و خطر سرمایہ کاری کر کے کاروبار کو وسعت دیتے ہیں۔ مثبت انداز فکر : منتخب نمائندے عوام کے سامنے جوابدہ ہوتے ہیں اس لیے وہ صنعتی اور کاروباری اداروں کی

2۔ معاشی عوامل

کاروبار کی ترقی کے لیے ملک کا معاشی طور پر خوشحال ہونا ضروری ہے۔ اگر ملک مختلف معاشی مسائل کا شکار ہو تو اس سے کاروبار کی ترقی متاثر ہوگی۔ کاروبار کی ترقی کا جن معاشی عوامل پر انحصار ہے وہ درج ذیل ہیں۔

1 — روزگار کے مواقع

2 — نظام ٹیکس

3 — سرمایہ کاری کی پالیسی

4 — نظام بینکاری

5 — ذرائع نقل و حمل

6 — بیمہ کاری کی سہولتیں

7 — شرح سود

8 — سرمایہ کی فراہمی

9 — صارفین کی آمدنی

10 — سرمائے کا تحفظ

11 — شرح نفع

12 — شرح بچت

13 — منڈی کی نوعیت

14 — مالی اداروں کی تعداد

15 — معاشی توازن

16 — ذرائع کا استعمال

17 — زرمبادلہ کی مقدار

18 — فنی علم و مہارت

19 — اجروں کی تعداد

2.1۔ روزگار کے مواقع

اگر ملک میں روزگار کے زیادہ مواقع ملیں تو لوگوں کی آمدنیاں زیادہ ہوں گی اور ان کی قوت خرید بڑھے گی جس سے ملک میں اثباتی صارفین کی طلب میں اضافہ ہوگا۔ صارفین کی اس بڑھتی ہوئی طلب کو پورا کرنے کے لیے زیادہ اثباتی پیدا کی جائیں گی۔ جس سے کاروبار ترقی کرے گا۔

اگر ملک میں روزگار کے کم مواقع ملیں تو لوگوں کی آمدنیاں کم ہوں گی اثباتی صارفین کی طلب قلیل ہوگی پیدا شدہ اثباتی گوداموں میں بڑی رہیں گی۔ اس طرح کاروبار کو چھلنے پھولنے کا موقع نہیں ملے گا۔ اس لیے مزدوری ہے کہ ملک میں روزگار کے مواقع میں اضافہ کرنے کے مندرجہ ذیل اقدامات کیے جائیں۔

- 1۔ ملک میں زیادہ سے زیادہ دفتر روزگار قائم کیے جائیں۔
- 2۔ زیادہ سے زیادہ گھریلو صنعتیں قائم کی جائیں۔
- 3۔ سرمایہ کاری کے مواقع میں اضافہ کیا جائے۔
- 4۔ ٹیکسوں کے نظام میں اس طرح تبدیلی کی جائے کہ لوگوں کی بچت کی طاقت میں اضافہ ہو۔
- 5۔ سرمایہ داروں کو سرمائے کے تحفظ کا یقین دلایا جائے۔
- 6۔ سرمایہ داروں کو زیادہ سے زیادہ سہولتیں فراہم کی جائیں۔
- 7۔ مزدوروں کو پیشہ ورانہ اور فنی تربیت دی جائے
- 8۔ شرح بچت میں اضافہ کے اقدامات کیے جائیں
- 9۔ صنعتوں کے قیام میں گورنمنٹ زیادہ سے زیادہ دلچسپی لے تاکہ زیادہ سے زیادہ لوگوں کو روزگار ملے سکے۔
- 10۔ ملک کا نظام بینکاری مستحکم ہو تاکہ صنعتوں کے قیام کے لیے سرمایہ وافر ملے سکے۔

2.2۔ نظام ٹیکس

نظام ٹیکس بھی کاروبار کی ترقی پر اثر انداز ہو سکتا ہے۔ اگر ملک کا نظام ٹیکس اس طرح کا ہو کہ آمدنی کا زیادہ حصہ ٹیکس کی نذر ہو جائے تو لوگوں کی بچت کی طاقت کم ہوگی اور ملک میں سرمایہ کاری کم ہوگی جس سے کاروبار کی ترقی پر منفی اثرات مرتب ہوں گے۔ اس کے برعکس اگر ملک کا نظام ٹیکس اس طرح ہو کہ لوگوں کی آمدنی کا زیادہ حصہ ان کے پاس ہی رہے تو اس سے ان کی بچت کی طاقت زیادہ ہوگی۔ بچت کی طاقت زیادہ ہونے سے ملک میں سرمایہ کاری کی رفتار میں اضافہ ہوگا اور کاروبار وسعت اختیار کرے گا۔ مندرجہ ذیل خوبیوں کا حامل نظام ٹیکس کاروبار کی ترقی کے لیے مفید ثابت ہو سکتا ہے۔

- 1 - نظام ٹیکس سادہ اور عام فہم ہونا چاہیے۔
- 2 - ٹیکس کا پورے تمام افراد پر یکساں ہونا چاہیے۔
- 3 - ٹیکسوں کا نظام یکجا رہنا چاہیے تاکہ ضرورت کے وقت ٹیکس کی شرح میں کمی و بیشی کی جاسکے۔
- 4 - ٹیکس تازہ ترین اعداد و شمار پر موقوف ہونا چاہیے۔
- 5 - ٹیکس کا نظام ایسا ہونا چاہیے کہ ٹیکس دہندہ کو ٹیکس ادا کرنے میں سہولت رہے۔
- 6 - ٹیکس کی وصولی کا وقت اور طریقہ اتنا آسان اور موزوں ہو کہ لوگوں کو کسی قسم کی دشواری پیش نہ آئے۔
- 7 - نظام ٹیکس ایسا ہونا چاہیے جو ملک کی معاشی ترقی میں مددگار ثابت ہو۔
- 8 - غیر مساوی تقسیم دولت کے رجحانات کو جہاں تک ممکن ہو کم کیا جائے۔

2.3 - سرمایہ کاری کی پالیسی

حکومت کی سرمایہ کاری کی پالیسی بھی کاروبار کی ترقی کو متاثر کرتی ہے۔ حکومت اگر سرمایہ کاری کی آزاد پالیسی اختیار کرے تو اس سے سرمایہ کاروں کی حوصلہ افزائی ہوگی وہ زیادہ سے زیادہ سرمایہ کاری کریں گے اور کاروبار کو وسعت ہوگی۔ اگر حکومت سرمایہ کاری کی سخت پالیسی اختیار کرے تو سرمایہ کاروں کو سرمایہ لگانے میں دقت کا سامنا کرنا پڑے گا۔ اس سے کاروبار سمٹ کر رہ جائیں گے۔ صنعتی اور تجارتی ترقی کی شرح میں اضافہ کرنے کے لیے حکومت کو مندرجہ ذیل اقدامات کرنے چاہئیں۔

- 1 - حکومت مختلف علاقوں کو صنعتی زون قرار دے کر سرمایہ کاروں کو صنعتی پلاٹ آسان شرائط پر فروخت کرے۔
- 2 - آجر کو در آمد اور برآمد کی زیادہ سے زیادہ سہولتیں فراہم کی جانی چاہئیں۔
- 3 - حکومت کو چاہیے کہ آجروں کو قرضہ کی زیادہ سے زیادہ سہولتیں دے تاکہ انہیں بوقت ضرورت آسانی سے قرضہ فراہم کرسکیں۔
- 4 - ملک میں سرمایہ کاری کی ترقی کے لیے زیادہ سے زیادہ نقل و حمل کی سہولتیں فراہم کی جائیں۔
- 5 - حکومت کو ملکی اور غیر ملکی صنعتی نمائش کا اہتمام کرنا چاہیے۔
- 6 - حکومت کو چاہیے کہ سرمایہ داروں کو ملکی اور غیر ملکی فنی ماہرین کی خدمات مفت فراہم کرے۔
- 7 - حکومت آجروں کو ٹیکس میں زیادہ سے زیادہ چھوٹ دے۔
- 8 - حکومت کاروباری اداروں کو وسائل ترجیح بنیادوں پر فراہم کرے۔
- 9 - کاروبار میں استعمال ہونے والی مشینوں پر زیادہ سے زیادہ درآمدی چھوٹ دی جائے۔
- 10 - کاروبار میں استعمال ہونے والی مشینوں کی درآمدی کی آزادانہ اجازت ہونی چاہیے۔

2.4۔ نظام بنکاری

اگر ملک کا نظام بنکاری ترقی یافتہ ہو تو لوگوں کو ایک طرف دولت پہنچانے کی ترغیب ملتی ہے اور دوسری طرف صنعتی اور زرعی قرضے آسانی سے فراہم ہو جاتے ہیں جس سے کاروبار کو آسانی سے ترقی دی جاسکتی ہے۔

2.5۔ ذرائع نقل و حمل

اگر ملک میں ذرائع نقل و حمل ترقی یافتہ ہوں تو نہ صرف اشیاء کی منتقلی آسان ہوتی ہے بلکہ ان کی نقل و حمل کے اخراجات بھی کم ہوتے ہیں۔ ان اخراجات کی کمی سے آئٹم کا نفع بڑھتا ہے جسے وہ کاروبار کی ترقی کے لیے استعمال کرتے ہیں

2.6۔ بیمہ کاری کی سہولتیں

خطرات ہر وقت انسان کے سر پر منڈلاتے رہتے ہیں، کاروبار میں بھی کئی قسم کے خطرات ہوتے ہیں مثلاً آگ کا خطرہ، سامان کو ایک جگہ سے دوسری جگہ لے جاتے ہیں سامان کے ضائع ہو جانے کا خطرہ۔ ان خطرات سے بچنے کے لیے ملک میں نظام بیمہ کاری کا اثر نہ ہونا بہت ضروری ہے تاکہ خطرات کے خدشات کو دور کیا جاسکے۔ اس لیے مثر نظام بیمہ کاری بھی کاروبار کی ترقی میں اہم کردار ادا کرتا ہے۔

2.7۔ شرح سود

شرح سود کا کاروبار کی ترقی پر بہت زیادہ اثر ہوتا ہے۔ اگر شرح سود کم ہو تو کاروبار ترقی کرتا ہے کیونکہ آجر کو قرضہ مستطاب پڑتا ہے لیکن اگر ملک میں شرح سود متوقع منافع سے زائد ہو تو آجر بینک سے قرضہ لینے سے احتراز کریں گے۔ کیوں کہ اس پر انہیں زیادہ سود ادا کرنا پڑے گا۔ اس لیے کاروبار مندے ہو جائیں گے۔

2.8۔ سرمایہ کی فراہمی

کاروبار کی ترقی بہت حد تک سرمائے کی مقدار سے وابستہ ہو کر رہ گئی ہے۔ اگر سرمایہ کاروبار کی ضرورت کے مطابق آسانی سے فراہم ہو سکے تو کاروبار ترقی کرتا ہے۔ لیکن اگر کاروبار کے لیے سرمایہ حسب ضرورت آسانی سے فراہم نہ ہو سکے۔ تو اسے وسعت نہیں دی جاسکتی۔

2.9۔ صارفین کی آمدنی

کاروبار کی ترقی صارفین کی آمدنی سے بہت زیادہ متاثر ہوتی ہے اور صارفین کی آمدنی زیادہ ہو تو ایک طرف ان

ہے کہ لوگوں کا رویہ اور طرز عملی موزوں اور موافق ہو۔ کسی ملک کے وسائل کی کثرت اس ملک کو ترقی سے ہمکنار نہیں کر سکتی۔ ترقی کے لیے ضروری ہے کہ افراد کے اندر ترقی کی خواہش موجود ہو۔ معاشرہ کے افراد مادی خوشحالی کو پسندیدگی کی نگاہ سے دیکھتے ہیں اور اسے حاصل کرنے کے لیے مطلوبہ جدوجہد کرنے پر تیار ہوں۔ حبیب معاشرہ میں مادی خوشحالی کو بڑا سمجھا جائے یا لوگوں میں اپنی موجودہ حالت پر قناعت کرنے کا جذبہ پایا جائے تو وہاں وسائل کی کثرت کے باوجود کاروبار کی ترقی کا عمل جاری نہیں ہو سکتا۔ ترقی کے لیے ضروری ہے کہ ملک میں ایسے ادارے ہوں جو لوگوں میں مادی خوشحالی کے حصول جذبہ پیدا کریں اور ان کے لیے تحریک و ترغیب کا موجب بنیں۔

4.2 معاشرتی رسومات

اگر معاشرہ میں غلط قسم کی رسومات رواج پا چکی ہوں تو لوگ ان رسومات کے چکر میں پھنسے رہتے ہیں وہ مقدمہ بازی یا بچوں کی شادی بیاہ کے لیے قرض لیتے ہیں اس قسم کے غیر پیداواری قرضے ان کے لیے بوجھ بن جاتے ہیں اور ساری عمر وہ اس بوجھ تلے دبے رہتے ہیں۔ اس سے ان کی پچشت کی طاقت متاثر ہوتی ہے اور کاروبار کو ترقی کرنے کے مواقع میسر نہیں ہوتے۔ اگر لوگوں میں تبلیغ مام کر کے انہیں غلط معاشرتی رسومات سے چھٹکارا دلایا جائے تو وہ غیر پیداواری قرضے کے بوجھ سے بچ سکتے ہیں اس طرح وہ ملک کی ترقی کے لیے پیداواری قرضے لے کر ترقی کی رفتار میں اضافہ کر سکتے ہیں۔

4.3 قدامت پسندی

اگر لوگ قدامت پسند ہوں تو اس میں روایتی انداز فکر و عمل کے ساتھ ایک خاص قسم کی جذباتی وابستگی ہو جاتی ہے جسے وہ ترک کرنے پر آمادہ نظر نہیں آتے۔ انہیں ترقی کے جدید طریقوں سے چوڑا ہوتی ہے۔ قدامت پسند لوگ ہر بات کو نقد پر اور قسمت کی دین سمجھتے ہیں وہ ہر مشکل کو قسمت کا لکھا سمجھ کر قبول کر لیتے ہیں۔ ایسے لوگ خود اعتمادی، برأت اور حصے کے تصور سے نا آشنا ہوتے ہیں۔ اور خود کسی بھی مشکل کام سر کرنے کا عزم نہیں رکھتے ایسے لوگ کاروبار کی ترقی میں بہت بڑی رکاوٹ ہوتے ہیں کیونکہ یہ کاروبار کی ترقی کے جدید طریقے نہیں اپناتے۔

4.4 اجتماعی شعور

اگر معاشرہ میں اجتماعی شعور نہ ہو تو ایک طرف مالدار عیش و عشرت پر بے تحاشا دولت صرف کرتے ہیں اور دوسری طرف عوام غربت و افلاس کی چکی میں پس رہے ہوتے ہیں۔ ایسے معاشرہ میں امراء میں عیش و عشرت کا رجحان اور بھی بڑھتا ہے وہ اپنے غریب عوام کے معیار زندگی کو سامنے رکھ کر اپنے طرز زندگی کی اصلاح کی بجائے دوسرے ترقیاتی ممالک کے افراد کا معیار زندگی اپنانے کی کوشش کرتے ہیں اس طرح ملکی وسائل کا ایک بڑا حصہ کاروبار کی ترقی کی بجائے امراء کی عیاشیوں کی نذر ہو جاتا ہے۔

4.5 — دولت کی ذخیرہ اندوزی

اگر لوگوں میں دولت کو ذخیرہ کرنے کا رجحان پایا جائے تو وہ دولت کو کسی پیدوار کی کام میں لگانے کی بجائے اپنی تحریروں میں بند رکھ دیتے ہیں۔ اس طرح وہ دولت جو کاروبار کی ترقی کا باعث بن سکتی ہے بے کار پڑتی رہتی ہے اور کاروبار مالی بدحالی کا شکار رہتے ہیں۔

4.6 — خواندگی کا تناسب

اگر ملک میں خواندگی کا تناسب بہت کم ہو اور عوام کی اکثریت جہالت کا شکار ہو تو وہ نئے علوم و فنون اور نئے افکار سے آگاہی حاصل نہیں کر سکتی اس لیے وہ علم و فن کی جدید ترقی سے استفادہ کرنے سے محروم رہتی ہے۔ جہالت اور خواندگی کی وجہ سے معیشت کے تمام شعبے پسماندہ رہ جاتے ہیں۔ اگر ملک میں آبادی کا خالص تناسب پڑھا لکھا ہو تو وہ معاشی ترقی کے تقاضوں کو سمجھتے ہیں اور معاشی ترقی کے حصول کی خاطر ہر قربانی دینے کو تیار ہوتے ہیں۔ وہ ٹیکسوں کا بوجھ خندہ پیشانی سے قبول کرتے ہیں کیونکہ انہیں یقینی ہوتا ہے کہ ٹیکس معاشرہ کی فلاح کے لیے استعمال ہو رہا ہے ناخواندہ لوگ ٹیکسوں کو کسی نہ کسی طریقے سے چرانے کی کوشش کرتے ہیں ان میں اس بات کا احساس نہیں ہوتا کہ ٹیکسوں کی صورت میں ان کی دی ہوئی رقم ملک و قوم اور کاروبار کی ترقی کے لیے استعمال ہوگی۔ بلکہ وہ اسے اپنے اوپر ایک بوجھ تصور کرتے ہیں اور کسی نہ کسی حیلے بہانے سے اس کی ادائیگی سے بچنے کی کوشش کرتے ہیں اگر لوگوں میں تعلیم عام ہو تو وہ کاروبار کی ترقی کی اہمیت کو سمجھ سکتے ہیں۔

4.7 — آبادی میں اضافہ

اگر آبادی میں اضافہ کی رفتار زیادہ ہو تو اس بڑھتی ہوئی آبادی کی ضروریات زندگی پوری کرنے پر قومی دولت کا بیشتر حصہ خرچ ہو جاتا ہے اس لیے بچتیں بہت کم ہوتی ہیں اور سرمایہ کی تشکیل پر بڑا اثر پڑتا ہے۔ سرید بر آں آبادی کی افزائش سرمایہ کاری کی نوعیت پر بھی اثر انداز ہوتی ہے سرمایہ کاری کا زیادہ حصہ اشیائے صرف کو پیدا کرنے پر لگانا پڑتا ہے۔ افراد آبادی کا اثر ذراعت پر بھی پڑتا ہے ذراعت پر آبادی کا دباؤ زیادہ ہوتا ہے ملک غذائی قلت کا شکار ہو جاتا ہے۔ اور زراعتی پیداوار اشیائے سرمایہ کی بجائے اشیائے صارفین کی درآمد پر موقوف ہو جاتا ہے اس طرح کاروبار محدود ہو کر رہ جاتے ہیں اور انہیں ترقی کا پورا موقع نہیں ملتا۔

4.8 — لوگوں کا رجحان

بعض ممالک میں لوگوں کا زمین کے ساتھ وابستگی کا قوی رجحان پایا جاتا ہے زمین کی ملکیت انہیں معاشرہ میں نمایاں مقام عطا

کرتی ہے۔ اس لیے ان ممالک میں دولت مند افراد صنعت و تجارت اور کاروبار کو ترقی دینے کی بجائے زراعت پر بھی اپنی توجہ مرکوز رکھتے ہیں۔ اس لیے کاروبار ترقی نہیں کر سکتا۔

4.9۔ طبقاتی تقسیم

اگر ملک میں دولت کی غیر مساوی تقسیم ہو اور معاشرہ دو طبقوں میں تقسیم ہو چکا ہو ایک امیر اور دوسرا غریب۔ امیر طبقہ دن رات عیش و عشرت میں مصروف رہتا ہے جب کہ غریب عوام کی اکثریت کے لیے بنیادی ضروریات حاصل کرنا مشکل ہو جاتا ہے۔ امیر امیر تو ہونے کے چکر میں رہتے ہیں اور وہ غریب عوام کو معاشی طور پر پس ماندہ رکھنے کے خواہش مند ہوتے ہیں امیر لوگ پوری معیشت پر چھائے ہوتے ہیں اور غریبوں کا استحصال کرتے ہیں وہ یہ کبھی پسند نہیں کرتے کہ مزدور ترقی کر کے ان کے مد مقابل کھڑے ہو جائیں۔ ایسے معاشرہ میں ہی طبقاتی کشمکش کاروبار کی ترقی میں سب سے بڑی رکاوٹ ہے۔

4.10۔ مل جل کر کام کرنا

اگر معاشرہ میں عورتوں کا مردوں کے ساتھ مل جل کر کام کرنے کو بڑی نگاہ سے نہ دیکھا جاتا ہو اور عورتیں مردوں کے شانہ نشین کام کرتی ہوں تو ملک کی پیداوار میں اضافہ ہوگا، لوگوں کی آمدنیاں زیادہ ہوں گی۔ بچت کی شرح میں اضافہ ہوگا۔ سرمایہ کاری زیادہ ہوگی اور کاروبار کو ترقی حاصل ہوگی۔ اس کے برعکس اگر معاشرہ میں عورتوں کا مردوں کے ساتھ مل جل کر کام کرنے کا رواج نہ ہو اور عورتیں گھر کی پردہ بوباری تک ہی محدود رہیں اور اپنی قدیم اور فرسودہ روایات سے چپٹی رہیں تو کاروبار ترقی نہیں کر سکے گا۔

4.11۔ سازگار ماحول

کاروبار کی ترقی کے لیے ماحول کا سازگار ہونا بہت ضروری ہے۔ اگر لوگوں کو رہائش کی بہتر سہولتیں میسر نہ ہوں اور کارخانوں میں حفظان و صحت کے اصولوں کا خیال نہ رکھا جاتا ہو تو اس سے مزدور کی استعداد کار کم ہو جاتی ہے وہ اپنی صلاحیتوں کا صحیح فائدہ نہیں اٹھا سکتا اس طرح پیداوار میں کمی کاروبار کی ترقی میں کمی کا باعث بنتی ہے۔ اگر لوگوں کو رہائش کی بہتر سہولتیں فراہم ہوں۔ انہیں سیر و تفریح کے زیادہ مواقع میسر ہوں، کارخانوں میں مزدوروں کی صحت اور آرام کا پورا خیال رکھا جاتا ہو تو مزدور کی استعداد کار میں اضافہ ہونے سے پیداوار میں اضافہ ہوتا ہے اور کاروبار وسعت اختیار کرتا ہے۔

4.12۔ اثر نمائش

کاروبار کی ترقی کا انحصار نمائشی اثر پر بھی ہے اگر معاشرہ میں لوگ ایک دوسرے کو دیکھ کر نمائشی اثر خود اُقبل کر لیں تو کاروبار کی

ترقی متاثر ہوتی ہے۔ مثال کے طور پر اگر ایک گھر میں رنگین ٹیلی وژن، یا وی۔سی۔ آر ہو تو اس شخص کے جتنے بھی ہمسائے ہوں گے ان کے دلوں میں بھی رنگین ٹیلی وژن اور وی۔سی۔ آر کا خواہش پیدا ہوگی ان کی آمدنی کے ذرائع اگر ان کو یہ اشیاء سفرہ بد نے کی اجازت نہ بھی دیں تب بھی وہ ہر صورت میں ان اشیاء کو خرید کر دم لیں گے۔ خواہ انہیں اس کے لیے ادھار ہی کیوں نہ لینا پڑے۔ اس طرح ناہشی اثر کی بدولت فضول خرچی کی عادت پڑتی ہے بچیت کی شرح کم ہو جاتی ہے بچتوں میں کمی، سرمایہ کاری میں کمی کا باعث بنتی ہے اور کاروبار کی ترقی متاثر ہوتی ہے۔

13.4۔ تنظیمی صلاحیت

بعض معاشروں میں اعلیٰ صلاحیت کے حامل افراد کاروبار اور حصول دولت کے میدان میں پیش قدمی کرنے سے گریز کرتے ہیں کیونکہ ان کے نزدیک معاشرہ میں عزت و وقار دولت کی بجائے کسی اور ذریعہ مثلاً فوجی شجاعت، مذہبی تقدس اور علم وغیرہ سے ہوتا ہے اس قسم کے معاشرے کاروبار کی ترقی سے کبھی ہمکنار نہیں ہوتے۔ کاروبار کی ترقی کے بادل اس سرزمین پر برستے ہیں جو آجریں کی تنظیمی صلاحیتوں کی قدر کرتی ہے اور انہیں ابھرتے اور نکھرتے کے لیے مناسب مواقع فراہم کرتا ہے بعض اوقات ذات پات اور اسی قسم کے تعصبات اور معاشرتی بندھن یا صلاحیت آبروداروں کے نکر و عمل پر قبضہ لگا دیتے ہیں۔ اور کاروبار کی ترقی ماند پڑ جاتی ہے اس کے برعکس جہاں آبرودار کو اپنی تنظیمی صلاحیتوں کے جوہر دکھانے کے مواقع موجود ہوں وہاں ایجادات معرض وجود میں آتی ہیں۔ کام کے لیے نئے طریقے پیدا ہوتے ہیں جو کم خرچ ہوئے کی بناء پر معاشی ترقی کی رفتار کو تیز کر دیتے ہیں یہی وجہ ہے کہ بعض ممالک نے تنظیمی صلاحیتوں کو اقتصادی اور کاروباری ترقی کی اہم عنصر قرار دیا ہے۔

5۔ اصول طلب

کاروبار کی ترقی اشیاء کی طلب سے وابستہ ہو کر رہ گئی ہے۔ اگر ان اشیاء کی طلب جن کا کاروبار کیا جا رہا ہوگا وسیع ہوگی تو کاروبار بھی وسیع ہوگا لیکھ اگر اشیاء کی طلب محدود ہو تو کاروبار بھی محدود ہوگا۔

1.5۔ اشیاء کی طلب کے عوامل

اشیاء کی طلب کا انحصار مندرجہ ذیل عناصر پر ہے۔

- 1۔ شے کی نوعیت: جہاں اشیاء ہماری ضروریات زندگی میں ہوتی ہیں ان کی طلب زیادہ ہوتی ہے اور جہاں اشیاء ہماری تعینات زندگی میں شامل ہوں ان کی طلب کم ہوتی ہے۔ اس کی وجہ یہ ہے کہ جہاں اشیاء ہماری ضروریات زندگی میں شامل ہوتی ہیں وہ ہم اور روح کے

ترقی کے لیے مثبت انداز فکر اختیار کرتے ہیں جس سے کاروباری اداروں کو ترقی کی رفتار تیز ہو جاتی ہے۔

سیاسی استحکام : جمہوریت کی بدولت ملک میں سیاسی استحکام ہوتا ہے سرمایہ کاروں کو کسی قسم کا خوف نہیں ہوتا وہ بے دھڑک ہو کر سرمایہ کاری کرتے ہیں۔

(ب) آمریت : آمرانہ نظام حکومت میں تمام تر اختیارات حقیقی طور پر فرد واحد کے پاس ہوتے ہیں۔ عملی طور پر وہ سیاہ و سفید کا ملک ہوتا ہے تمام معاشی اور تجارتی فیصلے اس کی منشا کے مطابق ہوتے ہیں ملک میں اگرچہ معاشی آزادی ہوتی ہے۔ لیکن ملک کے معاشی باگ ڈور چند سرمایہ داروں کے ہاتھ میں ہوتی ہے۔ چھوٹے اور متوسط طبقے کو سرمایہ کاری کے مواقع فراہم نہیں کیے جاتے اس لیے وہ ملک کی ترقی میں ٹوٹ کر دارا دار کرنے سے قاصر رہتے ہیں۔ آمریت کے دور میں کاروبار کو وہ ترقی نصیب نہیں ہوتی جو جمہوری نظام حکومت میں ہوتی ہے۔

(ج) بادشاہت : اس قسم کے نظام حکومت میں ملک کے تمام تر اختیارات ایک شخص کو حاصل ہوتے ہیں اس کا ہر فرمان۔ ملکی قانون کی حیثیت رکھتا ہے۔ ملک کی معاشی ترقی کا انحصار بادشاہ کے جاری کردہ قوانین پر ہوتا ہے۔ معاشی آزادی نہ ہونے کے برابر ہوتی ہے اس لیے اس نظام حکومت میں کاروباری سرگرمیاں محدود رہتی ہیں۔

3.2 — سیاسی استحکام

اگر ملک میں سیاسی استحکام ہو تو کاروبار بہت جلد وسیع ہو جاتا ہے۔ جس کی مندرجہ ذیل وجوہات ہیں۔

- 1۔ سرمایہ داروں کو سرمائے کا تحفظ حاصل ہوتا ہے۔
 - 2۔ معاشی منصوبوں کا وقت مقررہ پر مکمل ہونے کا یقین ہوتا ہے۔
 - 3۔ ملک میں روزگار کے مواقع میں اضافہ ہوتا ہے۔
 - 4۔ ملک معاشی طور پر ترقی کرتا ہے جو کاروبار کی وسعت کی بنیادی شرط ہے۔
 - 5۔ لوگوں کی قوت خرید میں اضافہ ہو جاتا ہے۔
 - 6۔ مالیاتی اداروں کو ترقی نصیب ہوتی ہے اس لیے کاروبار کے لیے سرمایہ آسانی سے فراہم ہو سکتا ہے۔
- اگر ملک میں سیاسی افراتفری کا دور دورہ ہو، اکثر انقلاب آتے رہے ہوں، حکومتیں بنتی اور ختم ہوتی رہتی ہوں ان حالات میں قائدین صرف کرسی کی نگرانی میں ہوتے ہیں وہ روزگار و بار کی ترقی کے لیے مخصوص پالیسیاں مرتب کرتی ہیں اور نہ اقتصادی ترقی کے لیے کوئی کام کرتے ہیں۔ ان کی قوتیں باہمی تخریب و آویزش میں ہی ضائع ہوتی رہتی ہیں۔

3.3 - تجارتی پالیسی

تجارتی پالیسی سے مراد ایسے اقدامات لیے جاتے ہیں جن کے تحت بیرونی تجارت جسامت سمت اور مالیت کو ملکی معاشی ضرورتوں کے مطابق ڈھالا جاتا ہے۔ تجارتی پالیسی کا بنیادی مقصد برآمدات میں اضافہ کر کے کاروباری اداروں کو ترقی کی راہ پر گامزن کرنا ہے۔ اس مقصد کو حاصل کرنے کے لیے تجارتی پالیسی کے تحت کئی قسم کے اقدامات کیے جاتے ہیں جن میں درآمدی، برآمدی لائسنس، کوٹسٹم زر مبادلہ پر کنٹرول تجارتی معاہدے، زر کی بیرونی قدر میں تبدیلی اور برآمدات کو فروغ دینے والے اداروں کا قیام خاص طور پر قابل ذکر ہیں۔

تجارتی پالیسی ملک میں زر مبادلہ کی صورت حال کو سامنے رکھ کر بنائی جاتی ہے۔ اگر ملک میں زر مبادلہ کی داخلہ مقدار محدود ہو تو پالیسی کو نرم کر دیا جاتا ہے اور زیادہ اشیاء کو فری لسٹ میں شامل کر دیا جاتا ہے زر مبادلہ کے ذخائر میں کمی کی صورت میں تجارت کو محدود کر دیا جاتا ہے۔

تجارتی پالیسی کی بدولت حکومت اس بات کی کوشش کرتی ہے کہ درآمدات کو کم کیا جائے۔ برآمدات میں اضافہ کیا جائے اس کے ساتھ ساتھ یہ بھی ضروری ہے کہ صرف ان اشیاء کو برآمد کیا جائے جن کی پیداوار ملکی ضروریات سے زائد ہو تاکہ ملک میں ان کی قلت پیدا نہ ہو اور ان کی برآمد سے زر مبادلہ بھی کمایا جاسکے۔ اگر تجارتی پالیسی ملک کی معاشی ضرورتوں کو مد نظر رکھ کر وضع کی جائے تو اس سے یقینی طور پر ملک کی معاشی ترقی کی رفتار میں اضافہ ہوگا اور اگر اس میں صرف کسی خاص طبقے کے مفاد ہی کو پیش نظر رکھا جائے تو ملک معاشی بد حالی کا شکار ہو جائے گا۔

3.4 - سرمایہ کا تحفظ

ملک میں سرمایہ کاری پر جس مال کو بہت زیادہ دخل ہے وہ سرمائے کا تحفظ ہے۔ جب تک سرمایہ دار کو سرمائے کا تحفظ فراہم نہ کیا جائے وہ سرمایہ کاری کرنے پر مائل نہیں ہوتا حکو اگر ایسا سیاسی قانون بنادے جس سے سرمائے کو تحفظ حاصل ہو جائے تو اس سے سرمایہ دار مطمئن ہو جائیں گے اور وسیع پیمانے پر سرمایہ کاری کے ملک کو معاشی خوشحالی سے پہنچا کر دیں گے۔ سرمائے کو تحفظ دینے کے سیاسی قانون کے علاوہ حکومت کو عملی طور پر ایسے اقدامات بھی کرنے چاہئیں جس سے سرمایہ دار کے دل سے سرمائے کو قری تحویل میں لے لیے جانے کا خطرہ دور ہو جائے۔ حکومت اگر اس مقصد میں کامیاب ہو جائے تو ملک میں سرمایہ کاری کی رفتار میں اضافہ ہوگا اور کاروبار کو ترقی حاصل ہوگی۔

3.5۔ انتظامیہ کا کردار

اگر انتظامی مشینری ناقص اور غیر مستعد ہو تو اس کی اہلیت اور دیانت کا معیار بھی بڑا سبب ہوتا ہے۔ انتظامیہ کی نااہلی نہ صرف بدعنوانیوں کو جنم دیتی ہے بلکہ ترقیاتی منصوبوں کی تکمیل میں تاخیر کا موجب بھی بنتی ہے۔ انتظامیہ نا تجربہ کاری کی بناء پر بھی اپنے فرائض اچھی طرح ادا نہیں کرتی۔ کاروبار کی ترقی کے لیے انتظامیہ کو جو کردار ادا کرنے کی ضرورت ہوتی ہے بد قسمتی سے نااہل انتظامیہ کی بدولت اس کے حوصلہ افزا نتائج برآمد نہیں ہوتے۔ انتظامیہ اپنے فرائض سے پوری طرح ہمدرد برآ نہیں ہو سکتی۔ مزدوروں کے حقوق کے تحفظ کے جتنے قوانین بنے ہیں ان پر عمل درآمد نہیں ہو سکتا۔ تمام جوڑا کی بنا پر کاروباری اور تجارتی سرگرمیوں پر بڑا اثر پڑتا ہے۔ ان کاروباری اور تجارتی سرگرمیوں پر برا اثر پڑتا ہے۔ اور کاروباری اداروں کو ترقی کرنے کا موقع نہیں ملتا۔

کاروبار کی ترقی کے لیے ضروری ہے کہ انتظامی سطح پر مناسب اصلاحات کی جائیں۔ سرورسز کے ڈھانچے کو تبدیل کیا جائے۔ تجربہ کار انتظامی سربراہ مقرر کیے جائیں۔ اقتصادی منصوبہ بندی کے عمل کے کو زیادہ فعال بنایا جائے تاکہ ترقی کر کے موثر قسم کی منصوبہ بندی کی جاسکے اور کاروبار کم سے کم وقت میں ترقی کی منازل طے کر سکے۔

3.6۔ ملکی بجٹ

بجٹ ایک ایسا گوشدار ہوتا ہے جس میں حکومت آنے والے مالی سال کے لیے اپنی آمدنی اور اخراجات کا تخمینہ پیش کرتی ہے۔ بجٹ کے دو حصے ہوتے ہیں۔

(الف) آمدنی بجٹ

(ب) سرمائے کا بجٹ

(الف) آمدنی بجٹ : بجٹ کے اس حصے میں ٹیکسوں اور فیس وغیرہ کے ذریعے حاصل ہونے والی آمدنی درج ہوتی ہے اس میں حکومت کے غیر ترقیاتی اخراجات کا تخمینہ بھی لگایا جاتا ہے یعنی حکومت مختلف قسم کے ٹیکسوں سے سال بھر کے دوران کتنی رقم حاصل کرے گی اور اسے کس طرح سے مختلف خدمات بہم پہنچانے والے محکموں پر خرچ کیا جائے گا۔

اگر حکومت کی آمدنی کا تخمینہ اخراجات سے زیادہ ہو تو فاضل بجٹ ہوتا ہے۔ اگر آمدنی کے مقابلے میں اخراجات کا تخمینہ زیادہ ہو تو یہ خسارے کا بجٹ کہلاتا ہے۔ اگر آمدنی اور اخراجات برابر ہوں تو متوازن بجٹ کہلاتا ہے۔

(ب) سرمائے کا بجٹ : سرمائے کا بجٹ ترقیاتی بجٹ بھی کہلاتا ہے۔ اس میں حکومت کی آمدنی کا بڑا ذریعہ غیر ملکی امداد اور آمدنی بجٹ کی فاضل رقم بھی شامل ہوتی ہے۔ اس بجٹ کے تمام تر اخراجات ترقیاتی نوعیت کے ہوتے ہیں۔

مثلاً ریلوں اور سڑکوں کی تعمیر بجلی گھر بنانا، نہریں کھودنا، کارخانے لگانا، اور دیگر ترقیاتی اخراجات۔
 کوئی ملک اپنے بجٹ میں مناسب تبدیلیوں کے ذریعے افراط زر کی شدت کو کم کر کے بچتوں کے تناسب میں اضافہ کر کے
 سرمایہ کاری کی رفتار تیز کر کے اور دولت کی تقسیم کو مساوی بنا کر کاروبار کی ترقی کی رفتار میں اضافہ کر سکتا ہے۔

4۔ معاشرتی عوامل

کاروبار کی ترقی پر مندرجہ ذیل معاشرتی عوامل اثر انداز ہوتے ہیں۔

- 1۔ معاشرتی تصورات
- 2۔ معاشرتی رسومات
- 3۔ قدامت پسندی
- 4۔ اجتماعی شعور
- 5۔ دولت کی ذخیرہ اندوزی
- 6۔ خواندگی کا تناسب
- 7۔ آبادی میں اضافہ
- 8۔ لوگوں کا رجحان
- 9۔ طبقاتی تقسیم
- 10۔ مل جل کر کام کرنا
- 11۔ ناسازگار ماحول
- 12۔ اثر نائش
- 13۔ تنظیمی صلاحیت

4.1۔ معاشرتی تصورات

معاشرے کے بعض لوگ کاروبار کی ترقی کو دیسے ہی اچھا نہیں سمجھتے۔ ان کے نزدیک اعلیٰ چیز روحانی ترقی ہوتی ہے اور کاروبار
 کی ترقی کی روحانی ترقی میں رکاوٹیں پیدا کرتی ہے۔ ظاہر ہے ان خیالات و تصورات کے حامل معاشرہ میں کاروبار کی ترقی کی رفتار تیز کرنا
 ناممکن ہے کاروبار کی ترقی ایک ارادی عمل ہے اگر اس کا ارادہ اور خواہش ہی نہ ہو تو یہ کیسے ہو سکتی ہے۔ کاروبار کی ترقی کے لیے ضروری

رشتے کو قائم رکھنے کے لیے ناگزیر ہوتی ہیں اور انہیں ہر قیمت پر حاصل کرنا ضروری ہوتا ہے۔ اس کے برعکس وہ اشیاء جن کی حیثیت محض آرام و آسائش کی ہوتی ہے ان کی طلب کم ہوتی ہے مثلاً رفیر پیرٹ، کار اور ایئر کنڈیشنر وغیرہ۔

2- نعم البدل کی موجودگی : جن اشیاء کا نعم البدل موجود ہو ان کی طلب کم ہوتی ہے۔ کیونکہ ان کی قیمت زیادہ ہونے پر لوگ ان کا سبب اور ستانعم البدل استعمال کرنا شروع کر دیتے ہیں۔ مثال کے طور پر اگر کشتہ کار ایہ بڑھ جائے تو لوگ بسوں میں سفر کرنا شروع کر دیں گے اس کے برعکس وہ اشیاء جن کا نعم البدل موجود نہ ہو اس کی طلب زیادہ ہوتی ہے۔ کیونکہ مجبوراً ہر حالت میں خریدنا پڑتا ہے۔ مثلاً نمک وغیرہ۔

3 - مختلف استعمال : وہ اشیاء جنہیں مختلف مقاصد یا مختلف کاموں کے لیے استعمال کیا جائے ان کی طلب زیادہ ہوتی ہے کیونکہ ان کی قیمت کم ہونے سے انہیں زیادہ سے زیادہ استعمال میں لایا جاتا ہے مثلاً سبلی عام طور پر گھروں میں روشنی کے لیے استعمال ہوتی ہے اگر بجلی کے نرخ کم ہو جائیں تو اسے روشنی کے علاوہ دوسرے مقاصد مثلاً کھانا پکانے اور کپڑے استری کرنے وغیرہ کے لیے بھی استعمال کرنا شروع کر دیا جاتا ہے۔ اس لیے اس کی طلب میں بہت زیادہ اضافہ ہو جاتا ہے اس کے برعکس وہ شے جو صرف ایک ہی کام یا ایک ہی مقصد کے لیے استعمال ہو سکتی ہو اس کی طلب کم ہوتی ہے۔

4 - عادات و فیشن

جن اشیاء کا فیشن ہو جائے یا جن کے استعمال کے لوگ عادی ہو جائیں ان کی طلب زیادہ ہوتی ہے کیوں کہ ان اشیاء کو ہر قیمت پر حاصل کرنے کی کوشش کی جاتی ہے۔ مثلاً شراب اگر منہگی ہو جائے تو ایک سڑا پی کے لیے اسے چھوڑنا مشکل ہو جائے گا وہ بھوکا مرے گا لیکن سڑا پی مرزور طلب کرے گا۔ یہی حالت ان اشیاء کی ہے جن کا رواج اور فیشن ہو جائے۔

5 - شناخت پذیری

جن اشیاء کی شناخت کے لیے وجہ بندی کی جائے اور نمونے آسانی سے تیار کیے جاسکیں ان کی طلب زیادہ ہوگی کیونکہ در دراز علاقوں میں بیٹھے ہوئے لوگ ان اشیاء کے لیے بلا خوف و خطر آرڈر دے سکیں گے۔ اس کے برعکس جن اشیاء کی شناخت کے لیے درجہ بندی نہ کی جائے ان کی طلب محدود ہوگی۔

6 - قیمت : اشیاء کی طلب کا انحصار ان کی قیمت پر بھی ہوتا ہے۔ جن اشیاء کی قیمت زیادہ ہو ان کی طلب کم ہوتی ہے۔

7 - آبادی : اگر ملک کی آبادی زیادہ ہو تو اشیاء کی طلب زیادہ ہوگی اس کے برعکس اگر ملک آبادی کم ہو تو اشیاء کی طلب کم ہوگی۔

8 - معیاری : جو اشیاء میاری اور اعلیٰ درجے کی ہوں ان کی مانگ زیادہ ہوتی ہے اور جو اشیاء غیر میاری اور گھٹیا ہوں ان کی طلب کم ہوتی۔

9 - صارفین کی آمدنی : اگر صارفین کی آمدنی زیادہ تو ان کی قوت خرید زیادہ ہوگی اس لیے ملک میں اشیاء کی طلب وسیع

ہوگی اس کے برعکس اگر صارفین کی آمدنی کم ہوگی تو ان کی قوت خرید کم ہونے کی بناء پر اشیاء کی طلب محدود ہوگی۔

10 — روزگار کی سطح : اگر ملک میں روزگار کی سطح بلند ہو تو اشیاء کی طلب وسیع ہوگی لیکن اگر ملک میں بے روزگاری زیادہ ہو تو اشیاء کی طلب کم ہوگی۔

11 — ذرائع نقل و حمل : اگر ملک میں ذرائع نقل و حمل ترقی یافتہ ہوں تو اشیاء کو آسانی سے ایک مقام سے دوسرے مقام تک منتقل کیا جاسکے گا اس لیے ان کی طلب زیادہ ہوگی لیکن اگر ذرائع نقل و حمل سست رہتا رہے گا تو اشیاء کی نقل و حمل میں دقت کا سامنا ہوگا اس لیے ان کی طلب کم ہوگی۔

12 — مقبولیت : جو اشیاء صارفین میں مقبول ہوں وہ ان کا استعمال زیادہ کرتے ہیں اس لیے ان اشیاء کی طلب زیادہ ہوتی ہے اس کے برعکس وہ اشیاء جو صارفین میں مقبول نہ ہوں ان کی طلب کم ہوتی ہے۔

5.2 — اشیاء کی طلب میں اضافہ کرنے کے اقدامات

کاروبار کی وسعت اور ترقی کے لیے مزید یہ کہ اشیاء کی طلب میں اضافہ کیا جائے اشیاء کی طلب میں اضافہ کے لیے مندرجہ ذیل اقدامات کیے جاسکتے ہیں۔

- 1 — اشیاء کی قیمتوں میں کمی کی جائے۔
- 2 — صارفین کے ذوق اور پسند کے مطابق اشیاء تیار کی جائیں
- 3 — اشیاء کی کوالٹی اور معیار کو بہتر بنایا جائے۔
- 4 — اشیاء کے مصارف پیداوار میں کمی کی جائے۔
- 5 — اشیاء کو صارفین میں مقبول بنانے کے لیے تشریح کی جائے۔
- 6 — صارفین کی آمدنی میں اضافہ کیا جائے۔
- 7 — روزگار کی سطح بلند کی جائے۔
- 8 — ذرائع نقل و حمل کی بہتر سہولتیں فراہم کی جائیں۔

6 — قدرتی وسائل

قدرتی وسائل سے مراد وہ تمام قدرتی عطیات اور ذرائع ہیں جو ہمیں مفت بلا قیمت حاصل ہوتے ہیں۔ قدرتی وسائل کے مفہوم میں وہ تمام مواد شامل ہے جو زمین کے نیچے معدنیات کی شکل میں موجود ہوتا ہے یا زمین کے اوپر جنگلات اور حیوانات کی شکل میں ہوتا ہے یا پھر

گزہ برائی میں یا سمندروں میں جو کچھ موجود ہوتا ہے وہ سب قدرتی ذرائع کے زمرے میں آتا ہے۔
 قدرتی وسائل کی مندرجہ ذیل دو صورتیں ہیں۔
 (1) معدنیات (2) نباتات

6.1۔ معدنیات

زمین کے اندر مخفی خزانے معدنیات کہلاتے ہیں۔ معدنیات کی مقدار معین ہوتی ہے۔ انہیں بڑھایا نہیں جاسکتا۔ معدنیات کی قانون سے ہمیں قدر و حقائق نکالنے میں معدنی خزانوں میں اتنی ہی کمی واقع ہو جاتی ہے۔ معدنیات کی کاٹیں متواتر استعمال کی بدولت ختم ہو جاتی ہے اور انہیں بند کرنا پڑتا ہے۔ معدنیات کو مندرجہ ذیل گروپوں میں تقسیم کیا جاسکتا ہے۔

- (الف) قیمتی دھاتیں : سونا ، چاندی ، پلاٹینم وغیرہ۔
- (ب) عام استعمال کی مفید دھاتیں : لوہا ، تانبا ، ٹی ، پیتل ، پارہ ، ایلومینیم ، نکل وغیرہ۔
- (ج) دیگر دھاتیں : مینگنیز ، کرومیم وغیرہ۔
- (د) غیر دھاتی مرکبات : خوردنی نمک ، سلفر ٹائیٹرٹ ، فاسفیٹ ، قیمتی پتھر وغیرہ۔
- (و) وسائل قوت : کوئلہ ، پٹرولیم ، قدرتی گیس ، آب رواں وغیرہ۔

6.2۔ معدنیات کا کاروبار کی ترقی پر اثر انداز

موجودہ تہذیب کا ارتقاء معدنیات کا مرہون منت ہے۔ معدنیات نے دنیا کو منفی ترقی سے روشناس کرایا۔ معدنیات کو ملک کی منفی اور تجارتی ترقی میں بڑا دخل حاصل ہے۔ جس ممالک میں معدنیات زیادہ مقدار میں پائی جاتی ہیں وہ دنیا کے عظیم ترین ممالک ہیں۔ کسی ملک کی اقتصادی ترقی اور ملکی معیشت کو مضبوط بنانے میں معدنیات جو اسم کردار ادا کرتی ہیں وہ مندرجہ ذیل نکات سے واضح ہے۔
 مشینیں دور کا آغاز : معدنیات کے بغیر صنعتی اور زرعی ترقی بالکل ناممکن ہے۔ زراعت میں اس وقت تک نمایاں ترقی نہیں ہوگی جب تک ہلوں میں لوہے کے پھالوں کا استعمال متروک نہیں ہوگا۔ پتھر کے کوئلے کی دریافت سے مشینی دور کا آغاز ہوا جس سے موجودہ دور کی ترقی کی داغ بیل پڑی۔

2۔ مشینوں کا استعمال : موجودہ دور میں لوہے کو جو اہمیت حاصل ہے وہ کسی تشریح کی محتاج نہیں۔ لوہا سخت اور پائیدار ہوتا ہے۔ اس کو آسانی سے مختلف شکلوں میں ڈھالا جاسکتا ہے۔ ان اوصاف کی بنا پر اس کو مشینیں بنانے کے لیے استعمال کیا جاتا ہے۔ دنیا بھر میں قیمتی مشینیں ہر قسم کی مصنوعات تیار کر رہی ہیں۔ وہ تمام کی تمام لوہے کی بنی ہوئی ہوتی ہیں۔ مشینوں کے استعمال کی بدولت انسان دنوں کا کام گھنٹوں میں کر لیتا ہے اور انسانی اعضا پر کام کا بوجھ ہلکا ہو جاتا ہے۔ جس سے انسان کی استعداد کار میں اضافہ

ہو جاتا ہے۔ اس بنا پر لوہے اور فولاد کو موجودہ صنعتوں کی ریٹھ کی ہڈی کہا جاتا ہے۔ تجارتی اور صنعتی زندگی میں لوہے اور فولاد کو جہاں بہت سے وہ کسی سے پوشیدہ نہیں۔

3— خام مال : قدرتی گیس نہ صرف ایک اہم وسیلہ قوت ہے بلکہ کھاد اور ربڑ کی صنعت میں خام مال کے طور پر بھی استعمال ہوتی ہے اس طرح پٹرولیم قوت محرکہ ہونے کے علاوہ کئی کیمیائی صنعتوں میں خام مال کے طور پر استعمال ہوتا ہے۔
4— ضمنی پیداوار : کوئلہ جو ایک اہم معدنی دولت ہے نہ صرف صنعتی اداروں میں کوئلہ بگھلانے کے لیے استعمال ہوتا ہے بلکہ اس سے کوئلہ تار، رنگ، دھواگ، ٹائپ مشین کاربن اور مصنوعی ربڑ کے علاوہ کوئی دوا لکھ کے قریب اشیاء ضمنی پیداوار کے طور پر تیار کی جاتی ہیں جو صنعتی ترقی کے لیے انتہائی ضروری ہوتی ہیں۔

5— ستا ایندھن : پٹرولیم باربر داری اور آمد و رفت کا عمدہ اور سستا ایندھن ہے۔ اس کی بدولت بحری جہاز، ہوائی جہاز، ریل کے انجن، ٹرک اور موٹرزیں چلتی ہیں اگر ملک میں پٹرولیم اور دوسرے وسائل قوت آسانی سے فراہم نہ ہو سکیں تو ملک صنعتی اور معاشی طور پر ترقی نہیں کر سکے گا۔ کیونکہ اس کو یہ چیزیں باہر کے ملکوں سے منگوانی پڑیں گی۔ جس پر وسیع زرمبادلہ خرچ ہوگا۔
6— ذرائع نقل و حمل : دور حاضر کے انسان کی اہم ضرورت وقت اور ناقصے کی رکاوٹوں پر قابو پانا ہے ان رکاوٹوں پر قابو پانے کے لیے ترقی یافتہ ذرائع نقل و حمل مثلاً ہوائی جہاز، موٹر گاڑیاں اور ریل گاڑیاں درکار ہوتے ہیں نقل و حمل کے یہ تمام ذرائع لوہے اور فولاد کی بدولت تیار ہوتے ہیں۔

7— قوت محرکہ : آج کے مشینی دور میں قوت محرکہ کو بہت زیادہ اہمیت حاصل ہے۔ قوت محرکہ کے بغیر کوئی صنعت قائم نہیں کی جاسکتی قوت محرکہ کے اہم وسائل کوئلہ، پٹرولیم اور آب رواں ہیں کوئی ملک اس وقت تک صنعتی اور تجارتی ترقی نہیں کر سکتا۔ جب تک اس کے پاس قوت محرکہ کی فراوانی نہ ہو۔ پرنے زلنے میں صنعتیں کوئلے کی کانوں کے قریب قائم کی جاتی تھیں لیکن اب اکثر صنعتیں ایسی جگہ قائم کی جاتی ہیں جہاں بجلی آسانی سے فراہم ہو سکے۔ کیوں کہ قوت محرکہ دن کی بنیادی ضرورت ہے۔

8— معاشی حالت : ملک میں کاروبار کی ترقی کا دار و مدار ملک کی معاشی حالت پر ہوتا ہے جو ممالک معاشی طور پر زیادہ خوشحال ہوتے ہیں وہاں کاروبار کی ترقی کے وسیع امکانات ہوتے ہیں ملک کی خوشحالی کا انحصار بہت حد تک قیمتی دھاتوں مثلاً سونا، چاندی اور پلاٹینیم کے وسیع ذخائر پر ہے۔

6.3۔ نباتات

قدرتی وسائل کی دوسری اہم قسم نباتات ہے۔ خود رو پودوں کو قدرتی نباتات کے نام سے موسوم کیا جاتا ہے۔ نباتات کا انحصار بارش اور درجہ حرارت پر ہوتا ہے۔ جہاں بارش زیادہ ہوتی ہے وہاں جنگلات پیدا ہوتے ہیں جہاں بارش کم ہوتی ہے وہاں صرف گھاس اگتی ہے اور اگر بارش بہت ہی کم ہو تو وہاں ریگستانی نباتات پائی جاتی ہیں۔ اس طرح نباتات کو مندرجہ ذیل حصوں میں

تقسیم کیا جاسکتا ہے۔

(الف) گیاہستان : گھاس والے علاقوں کو گیاہستان کہتے ہیں۔ گھاس دس انچ تک لمبی ہوتی ہے اور اس کی بڑی ٹہنی میں پھیلی ہوئی ہوتی ہیں۔

(ب) جنگلات : جنگلات ایک مفید قدرتی عطیہ ہیں۔ جنگلات مختلف قسم کے درختوں پر مشتمل ہوتے ہیں۔ جنگلات میں مختلف قسم کی جھاڑیاں اور گھاس بھی ہوتی ہیں۔

(ج) صحرائی نباتات : خشک صحرائی علاقوں میں نباتات کم اگتی ہے۔ نمکستانوں میں کچھ روئیدگی نظر آتی ہے۔
(د) پہاڑی نباتات : پہاڑوں پر مختلف بلندیاں پر مختلف قسم کی نباتات اگتی ہے۔ پہاڑوں کے دامن میں گھنے جنگلات ہوتے ہیں۔ قدرے بلندی پر پت بھڑ درخت اور اس سے اوپر سردا بہار جنگلات اگتے ہیں۔

(ر) سمندری نباتات : سمندر میں نباتات کا ذخیرہ اس مقام تک ممکن ہے جہاں تک سورج کی شعاعیں پہنچ سکتی ہوں اس طرح سمندر میں چار سو گریم سمندری نباتات کا وجود ممکن ہوتا ہے۔

6.4 — نباتات کا کاروبار کی ترقی پر اثر

کسی ملک میں بھی نباتات کی اقتصادی اہمیت سے انکار نہیں کیا جاسکتا۔ نباتات کے ملک کی اقتصادی ترقی پر براہ راست اور بالواسطہ دونوں قسم کے اثرات مرتب ہوتے ہیں۔

1۔ خام مال کی فراہمی : ملک ہی بہت سی صنعتوں کے لیے نباتات سے خام مال حاصل ہوتا ہے۔ ذیل میں اس کی اہم مثالیں دی جا رہی ہیں۔

1۔ شہنوت اور بید کے درختوں کی لکڑی کھیل کا سامان تیار کرنے کے لیے بطور خام مال استعمال ہوتی ہے۔

2۔ نرم لکڑی سے دیاسلائی تیار کی جاتی ہے۔

3۔ شاہ بروٹ کی چال چڑانگنے کے کام آتی ہے۔

4۔ تاپہ پین کا تیل جوجیل اور صنوبر کے درختوں کا رس ہوتا ہے کو وائٹش، بوٹ پالش بنانے کے لیے اور مالش کی دوائیوں میں استعمال کیا جاتا ہے۔

5۔ گندہ بردہ جو چھل اور صنوبر کے درختوں سے حاصل ہوتا ہے صابن، چھاپہ کی سیاہی بنانے میں کام آتا ہے بیگر امونون کے ریکارڈ بنانے میں بھی استعمال ہوتا ہے۔

6۔ نرم لکڑی کے گودے سے کاغذ تیار کیا جاتا ہے۔ سب سے زیادہ کاغذ سپروس سے تیار ہوتا ہے۔ ہیمیلوک اور صنوبر سے بھی کاغذ تیار ہوتا ہے۔

2 — صنعتوں میں اضافہ : جنگلات میں اضافہ ہو جانے سے ان صنعتوں کی ترقی کا امکان ہے جن کا دار و مدار جنگلاتی وسائل

پر ہے۔

3۔ روزگار کے مواقع : جنگلات کی بدولت جب ملک میں صنعتی ترقی ہے تو ملک کا بڑھتی ہوئی آبادی کے لیے روزگار کے زیادہ مواقع فراہم کیے جاسکتے ہیں۔

4۔ زرعی پیداوار میں اضافہ

جنگلاتی رقبہ میں اضافہ سے زمین کا کٹاؤ رک جاتا ہے، سیلاب سے ہونے والے نقصان میں کمی واقع ہو جاتی ہے، بارش میں اضافہ ہو جاتا ہے۔ آب و ہوا معتدل ہو جاتی ہے اور ملک کی زرعی پیداوار میں اضافہ ہوتا ہے۔ ملک غذائی لحاظ سے خود کفیل ہو جاتا ہے اور جو زرعی پیداوار غذائی اجناس کی درآمد پر خرچ ہونے سے بچ جاتا ہے۔ ایسے اثبات سرمایہ کی درآمد پر خرچ کر کے ملک کی معاشی ترقی کی رفتار میں اضافہ کیا جاسکتا ہے۔

7۔ خود آزمائی

سوال نمبر 1: مندرجہ ذیل خالی جگہوں کو مناسب الفاظ سے پر کیجئے:

(الف) کاروبار کی ترقی کا دارومدار مختلف _____ پر ہوتا ہے۔

(ب) جغرافیائی اور معاشی عوامل کا کاروبار پر اثر انداز نہیں ہوتے بلکہ اصول طلب کاروبار کی ترقی کا اہم _____ ہے۔

(ج) اچھا نظام ٹیکس ملک کی معاشی ترقی میں _____ ہوتا ہے۔

(د) کاروبار کی ترقی _____ سے وابستہ ہے۔

(ه) ملک میں سیاسی استحکام سے بچت کی _____ میں اضافہ ہوتا ہے۔

(و) شرح بچت میں اضافہ سے معیار _____ بلند ہو جاتا ہے۔

(ز) زرعی پیداوار کی قلت سے کوئی ملک بھی غیروں کا _____ نگر بن جاتا ہے۔

(ح) تربیت یافتہ آجروں کی کمی کی وجہ سے فرائض سے _____ استفادہ نہیں کیا جاسکتا۔

(ط) مؤثر نظام تشہیر کاروبار کی ترقی میں اہم _____ ادا کرتا ہے۔

(ڈ) سیاسی افراطی سے ملک میں اکثر _____ آتے رہتے ہیں۔

سوال نمبر 2: درج ذیل بیانات کو پڑھ کر ہر ایک کے ضمن میں دیئے گئے جملوں پر غور کریں اور دست جملہ پر دائرہ کا نشان لگائیے۔

1۔ کاروبار کی ترقی کا انحصار۔

(الف) جغرافیائی عوامل پر ہے۔

- (ب) معاشی عوامل پر ہے -
 (ج) سیاسی عوامل پر ہے -
 (د) (الف) (ب) اور (ج) سب پر ہے -

2- زمین کے حدود خال میں -

- (الف) سطح مرتفع شامل ہے -
 (ب) حکومت کی پالیسیاں شامل ہیں -
 (ج) عوام مذہب شامل ہے -
 (د) ذرائع آمد و رفت شامل ہیں -
 3- بین الاقوامی تجارت کا سب سے بڑا وسیلہ -

- (الف) دریا ہیں -
 (ب) ہوائی راستے ہیں -
 (ج) سمندر ہیں -
 (د) سرٹکیں ہیں -

4- کاروبار کا ترقی کے لیے معاشی عوامل -

- (الف) روزگار کے مواقع ہیں -
 (ب) سرٹکوں کا پختہ ہونا ہے -
 (ج) بارش کی کثرت ہے -
 (د) ذخیرہ اندوزی ہے -

5- اچھے نظام ٹیکس میں ٹیکس کا بوجھ -

- (الف) تمام افراد پر یکساں ہونا چاہیے -
 (ب) سرمایہ داروں پر زیادہ ہونا چاہیے -
 (ج) ملازمین پر زیادہ ہونا چاہیے -
 (د) ذخیرہ اندوزی پر زیادہ ہونا چاہیے -

6- کاروبار کی ترقی کے لیے ضروری ہے کہ -

- (الف) نظام ٹیکس یکساں ہو -

- (ب) نظام بنکاری ترقی یافتہ ہو
(ج) آجر کو کم سود پر قرضہ مل سکے
(د) ذرائع نقل و حمل آسان ہوں
(س) درج بالا تمام عناصر موجود ہوں

7- مؤثر نظام تہسیر سے

- (الف) اشیاء کی مانگ بڑھتی ہے۔
(ب) لوگ اشیاء کی خریدیں سے آگاہ ہوتے ہیں۔
(ج) کاروبار میں ترقی ہوتی ہے۔
(د) (الف، ب اور ج) تمام عناصر کی موجودگی ضروری ہے۔

8- سیاسی استحکام سے

- (الف) سرمایہ داروں کو سرمائے کا تحفظ حاصل ہو جاتا ہے۔
(ب) ملک معاشی طور پر ترقی کرتا ہے۔
(ج) لوگوں کی قوت خرید میں اضافہ ہوتا ہے۔
(د) لوگوں کو روزگار کے مواقع میسر آتے ہیں۔
(س) جملہ عوامل و قوت پذیر ہوتے ہیں۔

سوال نمبر 3 : مندرجہ ذیل ہر بیان کے سامنے درست اور غلط تحریر ہیں۔ بیان کی روشنی میں درست یا غلط لفظ کے گرد دائرہ کا نشان لگائیے۔

- (الف) وہ ممالک جو ترقی یافتہ ممالک کے قریب ہیں ترقی نہیں کر سکتے۔ درست/غلط
(ب) ساحل سمندر سے دور ممالک کو کسی قسم کی وقت پیش نہیں آتی۔ درست/غلط
(ج) کسی ملک میں تجارتی ترقی پر عمل و قوت کا گہرا اثر پڑتا ہے۔ درست/غلط
(د) ملک کے دفاع میں قدرتی سرحدوں کی کوئی اہمیت نہیں۔ درست/غلط
(ر) قدرتی سرحدوں کی موجودگی میں کسی ملک کو دفاع پر بہت خرچ کرنا پڑتا ہے۔ درست/غلط
(س) نظام ٹیکس کاروبار کی ترقی پر کسی طرح بھی اثر انداز نہیں ہوتا۔ درست/غلط
(ع) ٹیکس وصول کرنے کا طریقہ بہت مشکل ہونا چاہیئے۔ درست/غلط
(ف) سرمایہ کاری کی ترقی کے لیے نقل و حمل کے ذرائع بہتر ہونے چاہئیں۔ درست/غلط

(ی) کاروبار کو آسان بنانے کے لیے نظام بنکاری ترقی یافتہ ہونا چاہیئے۔

درست/غلط

(ل) صارفین کی آمدنی کا کاروبار کی ترقی سے کوئی تعلق نہیں۔

درست/غلط

(م) کاروبار میں آجر کو نفع سے کوئی تعلق نہیں ہوتا۔

درست/غلط

(ن) صارفین کی زیادہ آمدنی سے اس کی قوت خرید بڑھ جاتی ہے

درست/غلط

(و) ملک میں مالیاتی ادارے قائم کرنے سے بجٹ کی شرح بڑھ سکتی ہے۔

درست/غلط

(ی) کاروبار کی ترقی میں زرمبادلہ کا کوئی تعلق نہیں۔

درست/غلط

(یہی) تجارتی پالیسی سے برآمدات کے اضافہ میں فرق نہیں آتا۔

درست/غلط

سوال نمبر ۲۴ : نامکمل فقرات کے سامنے مکمل کرنے کے لیے الفاظ دیے گئے ہیں آپ درست لفظ پر دائرہ کا نشان لگائیے۔

(الف) زمین کے حدود خال ————— کو متاثر کرتے ہیں۔ (تجارتی ترقی، بارش)

(ب) پہاڑی علاقوں میں ————— کا فقدان ہوتا ہے۔ (بارش، آمد رفت)

(ج) زمین کا سموار حصہ ————— کہلاتا ہے۔ (میدان، پہاڑ)

(د) بجٹ کی طاقت کم ہونے سے ————— کم ہوگی۔ (سرمایہ داری، سرمایہ کاری)

(س) بجٹ میں اضافہ کے لیے ————— کی حوصلہ افزائی کی جائے۔ (ٹیکس، سرمایہ کاری)

(ع) آجر کو جو چیز زیادہ سمجھاتی ہے وہ ————— کی شرح ہے۔ (نفع، ٹیکس)

(ف) جمہوری نظام میں معاشی ترقی کے فیصلے ————— کی مرضی سے طے کیے جاتے ہیں۔ (عوام، حاکم)

8 — جوابات خود آزمائی

سوال نمبر 1: الف - غوازل، ب - فاضل ج - ممد، د - سرمایہ کاری، س - شرح، ح - زندگی، ت - درست
ک - ممبر لپڈ، ق - کردار، ل - انقلاب -

سوال نمبر 2-1- د 2 الف، 3 ج 4 الف 5 الف 6 س 7 د 8 س

سوال نمبر 3- الف - غلط، ب - غلط، ج - درست، د - غلط، ر - غلط، س، ح - غلط، ت - درست -
ک - درست، ل - غلط، م - غلط، ن - درست، و - درست، ی - غلط، یے - غلط -

سوال نمبر 4- الف - تجارتی ترقی، ب - آمدورفت، ج - میدان، د - سرمایہ کاری، س - سرمایہ کاری، ح - نفع
ت - عوام -

کاروبار کے لوازمات

تحریر: خادم حسین
نظر ثانی: علی حسن مظفر

یونٹ کا تعارف

اس یونٹ میں کاروبار کے لوازمات کا تذکرہ کیا گیا ہے۔ یہ لوازمات کاروبار کی ترقی و ترقی کے لیے سنگ میل کی حیثیت رکھتے ہیں۔ اصول تجارت کے کورس کی تفہیم اور کاروبار کی مرضی و غایت سے میدان عمل میں آنے کے لیے ان لوازمات سے کما حقہ روشناس ہونا ضروری ہے۔ اگرچہ ان لوازمات کا دائرہ کار بہت وسیع ہے اور کاروبار کی نوعیت سے ان کا اختصاص ضروری ہے۔ مگر اس یونٹ میں ان لوازمات کا تذکرہ کیا گیا ہے جو ہر قسم کے کاروبار کے لیے مشترک ہیں۔ یہ لوازمات کاروبار کے انتخاب، عمل و قوت کی موزونیت مندرجہ کی موجودگی، خام مال و مزدوروں کی دستیابی، سرمایہ کی بہم رسانی، مشینری کی دستیابی، نقل و حمل کی سہولتیں، سرکاری مراعات، تشہیر اور تحقیق بازار وغیرہ پر مشتمل ہیں۔ کاروبار کے ہمیشہ کو اپنانے والے طالب علم کے لیے ان لوازمات کا علم اس کی کامیابی کا ضامن ہے۔ اس علاوہ اس یونٹ کا مطالعہ عام کاروباری حضرات کی بھی رہنمائی میں معدودہ معاون ہو سکتا ہے۔

یونٹ کے مقاصد

- 1۔ اس یونٹ کے مطالعہ کے بعد آپ میں یہ اہمیت پیدا ہو جائے گی کہ آپ :
 - 1۔ کاروبار کے انتخاب کے عناصر بیان کر سکیں۔
 - 2۔ کاروبار کی کامیابی کے لیے عمل و قوت کی اہمیت واضح کر سکیں۔
 - 3۔ کاروبار کے لیے سرمائے کی مقدار کا تعین کر سکیں اور سرمائے کی فراہمی کے ذرائع کی وضاحت کر سکیں۔
 - 4۔ ذرائع نقل و حمل بیان کر سکیں اور کاروبار کے لیے ان کی اہمیت واضح کر سکیں۔
 - 5۔ یہ بتا سکیں کہ کاروبار کی ترقی کے لیے حکومت کس طرح کی مراعات فراہم کرتی ہے۔
 - 6۔ کاروبار کی ترقی کے لیے تشہیر کی اہمیت بیان کر سکیں۔
 - 7۔ تحقیق بازار کا مفہوم اور اس کے طریق کار کی وضاحت کر سکیں۔

فہرست مضامین

عنوان

| | |
|-----|--------------------------------|
| 95 | 1- کاروبار کے لوازمات |
| 95 | 2- کاروبار کا انتخاب |
| 96 | 2.1 - سرمایہ کی مقدار |
| 96 | 2.2 - کاروبار کی تشکیل |
| 96 | 2.3 - اشیاء کی طلب |
| 97 | 2.4 - آجر کی قابلیت |
| 97 | 2.5 - کاروبار کی دست پختہ کاری |
| 97 | 2.6 - نفع کی شرح |
| 98 | 3- محل وقوع کی موزونیت |
| 98 | 3.1 - خام مال کی دستیابی |
| 98 | 3.2 - وسائل قوت کی دستیابی |
| 98 | 3.3 - مزدوں آب و ہوا |
| 99 | 3.4 - ذرائع نقل و حمل |
| 99 | 3.5 - منڈی سے فاصلہ |
| 99 | 4- منڈی کی موجودگی |
| 100 | 4.1 - مکمل مقابلہ |
| 100 | 4.2 - صنعتی علاقوں سے فاصلہ |
| 100 | 4.3 - منظم رابطہ |
| 100 | 4.4 - معلومات کی فراہمی |
| 100 | 5- خام مال کی دستیابی |
| 101 | 6- مزدوروں کی دستیابی |

| | |
|-----|--|
| 102 | 7- سرمایہ کی بہم رسانی |
| 102 | 7.1 - سرمائے کا مزدوت |
| 103 | 7.2 - سرمایہ کی مقدار کا تعین |
| 104 | 7.3 - سرمایہ کی فراہمی کے ذرائع |
| 104 | 8- مشینری کی دستیابی |
| 105 | 9- نقل و حمل کی سہولتیں |
| 105 | 9.1 - ذرائع نقل و حمل کی اقسام |
| 106 | 9.2 - ذرائع نقل و حمل کی خصوصیات |
| 106 | 9.3 - کاروبار کا کامیابی کے لیے ذرائع نقل و حمل کی اہمیت |
| 108 | 10- سرکاری مراعات |
| 110 | 11- تشہیر |
| 111 | 11.1 - تشہیر کے اہم نکات |
| 112 | 11.2 - تشہیر کے اوصاف |
| 112 | 11.3 - تشہیر کے ذرائع |
| 115 | 12- تحقیق بازار |
| 115 | 12.1 - تحقیق کے مقاصد |
| 116 | 12.2 - تحقیق بازار کے لیے اہمیت |
| 116 | 12.3 - تحقیق بازار کے طریق کار |
| 118 | 13 - خود آزمائی |
| 120 | 14 - جوابات خود آزمائی |

1۔ کاروبار کے لوازمات

جب کسی قسم کا کاروبار شروع کرنا ہو تو اس کے لیے مندرجہ ذیل اہم نکات کا پہلے فیصلہ کرنا ضروری ہوتا ہے۔ یہ نکات کاروبار کی کامیابی کے لیے نہایت ہی اہمیت کے حامل ہیں اگر ان نکات کو مد نظر نہ رکھا جائے تو کاروبار کی کامیابی محض ہوتی ہے۔

1۔ کاروبار کا انتخاب -

2۔ محل وقوع کی موزونیت -

3۔ منڈی کی موجودگی -

4۔ خام مال کی دستیابی -

5۔ مزدوروں کی دستیابی -

6۔ سرمایہ کی فراہمی -

7۔ مشینری کی دستیابی -

8۔ نقل و حمل کی سہولتیں -

9۔ سرکاری مراعات -

2۔ کاروبار کا انتخاب

جب کوئی آجر کاروبار شروع کرتا ہے تو اس کا بنیادی مقصد نفع کمانا ہوتا ہے نفع کا انحصار کاروبار کے صحیح انتخاب پر ہے۔ کاروبار کا انتخاب ایک پیچیدہ مسئلہ ہے اس لیے جب آجر کوئی کاروبار شروع کرتا ہے تو اسے بہت سوچ و بچار کے بعد یہ فیصلہ کرنا ہوتا ہے کہ اسے کون سا کاروبار شروع کرنا چاہیے۔ کاروبار خواہ مال کی تیاری کا ہو یا تیار شدہ مال کی خرید و فروخت کا آجر کو مندرجہ ذیل باتوں کا خیال رکھنا چاہیے۔

1۔ سرمایہ کی مقدار -

2۔ کاروبار کی تفکیک -

3۔ اشیاء کی طلب -

4۔ قابلیت -

5 — کاروبار کی وسعت پذیری

6 — نفع کی شرح

2.1 — سرمایہ کی مقدار

کسی بھی قسم کے کاروبار کا انتخاب کرنے سے پہلے آجر سرمایہ کی مقدار کو مد نظر رکھنا ہے کاروبار اگر اشیاء کی پیدائش کا ہنر کی کسی عمارت، مشینری کی خریداری، خام مال کی فراہمی، ملازمین کی تنخواہوں اور متفرق اخراجات کے لیے سرمایہ درکار ہوتا ہے کاروبار اگر تیار شدہ مال کی خرید و فروخت کا ہر تو مال کی خریداری دکان کی سجاوٹ، ملازمین کی تنخواہوں اور روزمرہ اخراجات کے لیے سرمایہ درکار ہوتا ہے۔

مال کی نیاری کے لیے زیادہ سرمائے کی ضرورت ہوتی ہے جب کہ تیار شدہ مال کی خرید و فروخت کے لیے نسبتاً کم سرمائے کی ضرورت ہوتی ہے۔

کاروبار اگر محدود پیمانے پر شروع کیا جائے تو اس کے لیے ٹھوڑے سرمائے کی ضرورت ہوتی ہے جب کہ وسیع پیمانے پر کاروبار شروع کرنے کے لیے کثیر سرمایہ درکار ہوتا ہے۔

آجر کاروبار کا انتخاب کرتے وقت سرمائے کی مقدار کو مد نظر رکھنا ہے اور ایسے کاروبار کو منتخب کرتا ہے جس کے لیے وہ آسانی سے سرمایہ فراہم کر سکے۔

2.2 — کاروبار کی تشکیل

کاروبار کی تشکیل ایک اہم مسئلہ ہے اس لیے کاروبار کا انتخاب کرتے وقت اس کی تشکیل کو مد نظر رکھا جاتا ہے اور اسے کاروبار کو ترجیح دی جاتی ہے جسے آسانی سے شروع کیا جاسکتا ہو اور جس کے لیے زیادہ قانونی پیچیدگیاں نہ ہوں تاکہ کاروبار کی تشکیل میں کم وقت صرف ہو اور کسی قسم کی دقت پیش نہ آئے۔

2.3 — اشیاء کی طلب

ان دنوں میسوں قسم کی اشیاء کا لین دین کیا جاتا ہے آجر جب کاروبار کا انتخاب کرتا ہے تو اشیاء کی طلب کا جائزہ لیتا ہے اور ایسی شے کا کاروبار منتخب کرتا ہے جس کی مانگ زیادہ ہو اشیاء کی طلب زیادہ ہو سکتی ہے اس لیے کاروبار کو شروع کرنے سے پہلے ان لوگوں کی قوت خرید کا جائزہ لینا بھی ضروری ہے جن لوگوں کے لیے آجر اشیاء تیار کرنا چاہتا ہے۔

وہ اشیاء جو ضروریات زندگی میں اہم ہوں ان کی طلب غیر ملکی ہوتی ہے لیکن جن چیزوں کا تعلق تعیشتات زندگی سے ہوں ان کی طلب

زیادہ پکدار ہوتی ہے۔ اس لیے کسی بھی قسم کے کاروبار کا انتخاب کرتے وقت آجروں کو اشیاء کی مالک کا جائزہ ضرور لے لینا چاہیے۔

2.4۔ آجر کی قابلیت

ہر ایک کاروبار کے لیے ایک خاص قسم کی قابلیت اور صلاحیت درکار ہوتی ہے۔ اس لیے کاروبار کا انتخاب کرتے وقت آجر کے لیے یہ دیکھنا بھی ضروری ہے کہ کاروبار اس کی طبیعت کے مطابق ہو اور کاروبار کو کامیابی سے چلانے کے لیے اس میں مناسب صلاحیت اور قابلیت موجود ہو۔ تمام آجر تجربہ، انتظامی قابلیت اور دوراندیشی کے لحاظ سے ایک دوسرے سے مختلف ہوتے ہیں۔ اس لیے آجر جب کوئی کاروبار شروع کرنا چاہتا ہے تو اپنی قابلیت اور تربیت کو مد نظر رکھتا ہے اور اپنے لیے وہی کاروبار منتخب کرتا ہے جس کو کامیابی سے چلانا کرنے کی قابلیت اس میں موجود ہو۔ مثال کے طور پر اگر آجر بہت زیادہ انتظامی قابلیت کا مالک ہو۔ تربیت یافتہ ہو، دوراندیش ہو اور کاروباری تجربہ کا حامل ہو تو وہ وسیع پیمانے پر کاروبار شروع کر سکتا ہے اور اگر آجر زیادہ انتظامی صلاحیت کا مالک نہ ہو تو پھر محدود پیمانے پر ہی کاروبار شروع کر سکتا ہے۔

2.5۔ کاروبار کی وسعت پذیری

جب آجر کسی کاروبار کا انتخاب کرتا ہے تو اسے کاروبار کو ترجیح دینا ہے جس کو بوقت ضرورت وسعت دی جاسکے کہ نہ تو یہ ملتی ہے کہ کاروبار کا آغاز محدود پیمانے پر ہو اور بعد میں اسے وسعت دی جاسکے۔ اگر کاروبار اس نوعیت کا ہو کہ اسے وسعت نہ دی جاسکے ہو تو آجر کو وقت کا سامنا کرنا پڑے گا۔

2.6۔ نفع کی شرح

آجر بنیادی مقصد نفع کا ہونا ہے اس لیے جب یہ کاروبار کی نوعیت کا فیصلہ کرتا ہے تو اس کے نفع کو مد نظر رکھتا ہے۔ اور ایسے کاروبار کا انتخاب کرتا ہے جس سے اسے زیادہ نفع حاصل ہونے کی توقع ہو کاروبار کے نفع کا انحصار مندرجہ ذیل عوامل پر ہے۔

1۔ اشیاء کی قیمت۔

2۔ اشیاء کی طلب۔

3۔ صارفین کی قوت خرید۔

4۔ ملک کی معاشی حالت۔

5۔ روزگار کے مواقع۔

3۔ محل وقوع کی موزونیت

کاروبار کی کامیابی کے لیے مناسب محل وقوع بہت ہی اہمیت کا حامل ہے جو علاقہ کاروبار کے لیے منتخب کیا جائے اس میں مندرجہ ذیل سہولتیں موجود ہونی چاہئیں۔

- 1۔ خام مال کی دستیابی۔
- 2۔ وسائل قوت کی دستیابی۔
- 3۔ موزوں آب و ہوا۔
- 4۔ ذرائع نقل و حمل۔
- 5۔ منڈی سے فاصلہ

3.1۔ خام مال کی دستیابی

جو علاقہ کاروبار کے لیے منتخب کیا جائے وہ ایسا ہونا چاہیے کہ جہاں سے ضرورت کے مطابق خام مال آسانی سے دستیاب ہو سکے یا اس مقام پر آسانی سے پہنچ سکے۔ خام مال کی فراہمی کاروبار کی کامیابی کے لیے از حد ضروری ہے اس سے اشیاء کی پیدائش کے عمل کا آغاز ہوتا ہے۔ اگر کاروبار کے لیے منتخب کیے گئے علاقے سے خام مال آسانی سے دستیاب نہ ہو سکے تو یہ دور دراز علاقوں سے منگوانا پڑے گا جس سے نقل و حمل کے اخراجات میں اضافہ ہوگا اور مصارف پیدائش بڑھ جانے سے کاروبار کا نفع گھٹ جائے گا۔

3.2۔ وسائل قوت کی دستیابی

موجودہ دور مشینی دور ہے اس لیے ہر ایک صنعت میں پیدائش کے بیشتر مراحل بڑی بڑی مشینوں سے انجام پاتے ہیں ان مشینوں کو چلانے کے لیے سستے وسائل قوت کی ضرورت ہوتی ہے۔ اس لیے صنعت کے قیام کے وقت وسائل قوت کی دستیابی کا بھی خیال رکھا جاتا ہے اور صنعتیں ایسی جگہ قائم کی جاتی ہیں جہاں وسائل قوت مثلاً پین بجلی، قدرتی گیس، کوئلہ اور معدنیات آسانی سے فراہم ہو سکتے ہوں۔

3.3۔ موزوں آب و ہوا

کسی علاقے کی آب و ہوا نہ صرف مزدوروں کی صحت، استعداد کار اور اوقات کار کا تعین کرنے میں اہم کردار ادا کرتی ہے۔ بلکہ بعض صنعتوں کے لیے براہ راست بہت اہم ہے۔ مثال کے طور پر مرطوب آب و ہوا جس میں نمی زیادہ ہو، سوئی کپڑے

کی صنعت کے لیے اور خشک آب و ہوا اور ٹیپری کپڑے کی صنعت کے لیے بہت مفید ہے لہذا ایسی صنعتوں کے لیے ایسے علاقے منتخب کیے جائیں گے جہاں کی آب و ہوا جس میں نمی زیادہ ان کے لیے موزوں ہو۔

3.4۔ ذرائع نقل و حمل

ذرائع نقل و حمل کا تعلق مال کی تقسیم، ترسیل اور منتقلی سے ہے۔ ان کے بغیر کوئی بھی تجارتی لین دین مکمل نہیں ہو سکتا۔ خام مال کی فراہمی اور مشینری کی تنصیب سے ملے کر مال کی خرید و فروخت تک ذرائع نقل و حمل نہایت اہم ثابت ہوتے ہیں ان کے بغیر تو خام مال مستحق تک پہنچ سکتا ہے اور نہ تیار شدہ مال صارفین تک پہنچ سکتا ہے۔ کاروبار کی کامیابی کا انحصار صرف ذرائع نقل و حمل کی دستیابی پر نہیں بلکہ تیز رفتار قابل اعتماد اور کم خرچ ذرائع نقل و حمل پر ہے۔ اگر کاروبار کے لیے منتخب شدہ علاقے میں مال کی نقل و حمل کے بہتر ذرائع موجود ہوں تو یہ جگہ کاروبار ترقی کرے گا لیکن اگر اس جگہ مال کی نقل و حمل کے بہترین ذرائع محدود ہوں تو یہ جگہ کاروبار کے لیے بالکل مناسب نہ ہوگی۔

3.5۔ منڈی سے فاصلہ

کاروبار کا منڈی کے قریب ہونا انتہائی ضروری ہے کیونکہ کاروبار کی کامیابی کے لیے صرف مال کا زیادہ مقدار میں تیار کر لینا یا خرید لینا ہی کافی نہیں بلکہ اس کی خرید و فروخت اس سے زیادہ اہم ہے۔ مال کی زیادہ مقدار میں فروخت کے لیے ضروری ہے کہ کاروبار منڈی کے قریب ہو۔

4۔ منڈی کی موجودگی

کاروبار کی کامیابی کا دار و مدار مال کی مناسب قیمت پر فروخت سے ہے موجودہ دور میں مال کی فروخت مال کی تیاری سے زیادہ اہم مسئلہ ہے۔ آج کو مال کی فروخت کے لیے بہت سے دوسرے آجروں کے ساتھ سخت مقابلہ کرنا پڑتا ہے۔ مال کی فروخت کے لیے منڈی کا ہونا بہت ضروری ہے۔ اگر مال کی خرید و فروخت کے لیے ملک میں زیادہ منڈیاں موجود ہوں گی تو آج کو مال کی فروخت میں سہولت رہے گی۔ مال کی فروخت کے لیے صرف منڈیوں کا زیادہ تعداد میں ہونا ہی کافی نہیں بلکہ کاروبار کی ترقی کے لیے منڈی مندرجہ ذیل خصوصیات کی حامل ہونی چاہیے۔

1۔ مکمل مقابلہ۔

2۔ متعلق علاقوں کے قریب۔

3۔ منظم رابطہ۔

4۔ معلومات کی فراہمی۔

4.1۔ مکمل مقابلہ

ایسی منڈی جس میں خرید اور فروخت کار زیادہ تعداد میں ہوں اور یہ نشے کے متعلق مکمل واقفیت رکھتے ہوں اور ایک نشے کی ایک وقت میں ایک ہی قیمت مقرر ہو تو اس میں مکمل مقابلہ موجود ہوتا ہے۔

اگر منڈی میں مکمل مقابلہ ہو تو ایک آجر دوسرے آجروں سے سبقت لے جانے کی خاطر اشیاء کی پیدائش کے نت نئے طریقے اختیار کرتا ہے۔ اشیاء کے معیار کو بہتر بناتا ہے۔ اشیاء کو کم لاگت پر پیدا کرنے کی کوشش کرتا ہے اس طرح صارفین کو بے شمار اشیاء سستے داموں ملتی ہیں جس سے ان کی قوت خرید میں اضافہ ہوتا ہے اور ملک میں اشیاء کی طلب بڑھتی ہے اس بڑھتی ہوئی طلب کو پورا کرنے کے لیے آجر اپنی پیداوار میں اضافہ کر کے کاروبار کو وسعت دے سکتا ہے۔

4.2۔ صنعتی علاقوں سے فاصلہ

اگر منڈیاں صنعتی علاقوں کے قریب ہوں تو ان سے خام مال صنعتوں تک لانے اور تیار شدہ مال منڈی تک لے جانے کے نقل و حمل کے اخراجات میں بہت زیادہ بچت ہوگی اس طرح مالی نقل و حمل کے اخراجات میں کمی کے کاروبار کا نفع بڑھے گا اور کاروبار کو ترقی حاصل ہوگی۔

4.3۔ منظم رابطہ

کاروبار کی ترقی کے لیے ضروری ہے کہ ایک منڈی کا ملک کی دوسری منڈیوں سے منظم رابطہ ہو منڈیوں کے منظم رابطہ سے آجر کو مال کی خرید و فروخت میں آسانی ہوگی اور کاروبار وسعت کرے گا۔

4.4۔ معلومات کی فراہمی

ایسی منڈی کاروبار کی وسعت کے لیے مفید ہو سکتی ہے جس سے تاجر کو کاروبار کے متعلق تازہ ترین تجارتی اطلاعات فراہم ہو سکیں یہ اطلاعات تاجر کو تجارتی رسالوں یا دوسرے ذرائع سے حاصل ہو سکتی ہیں۔

5۔ خام مال کی دستیابی

اگر کاروبار اشیاء کی پیدائش کا ہو تو اس کے لیے خام مال کی فراہمی کاروبار کی بنیادی ضرورت ہوتی ہے اس لیے کاروبار کی کامیابی کے

لیے یہ ضروری ہے کہ دافر مقدار میں خام مال آسانی سے دستیاب ہو سکے۔ اگر خام مال ملک سے فراہم نہ ہو سکے تو اسے ایسے ملک سے درآمد کرنے کا بندوبست کرنا پڑتا ہے جہاں سے یہ حسب ضرورت کم نرخوں پر دستیاب ہو سکے۔ اگر مال کی درآمد پر کسی قسم کی پابندی ہو تو اس کو بھی مد نظر نظر رکھنا چاہیے خام مال کی فراہمی کے ساتھ اس کی کوالٹی، معیار اور قیمت کا بھی جائزہ لینا چاہیے۔ اگر خام مال کی قیمت بہت زیادہ ہو تو مصارف پیدائش بڑھ جانے سے شے کی زیادہ قیمت مقرر ہوگی اس لیے منڈی میں دوسرے آجروں سے مقابلہ نہیں ہو سکے گا اور کاروبار کی ناکامی کا خدشہ ہو گا لہذا کاروبار کی کامیابی کے لیے ضروری ہے کہ :

- 1 خام مال آسانی سے حسب ضرورت فراہم ہو سکتا ہو۔
- 2 خام مال اعلیٰ کوالٹی کا ہو۔
- 3 خام مال کی قیمت مناسب ہو۔
- 4 جس قسم کے خام مال کی ضرورت ہو اس کی درآمد پر کسی طرح کی پابندی نہ ہو۔
- 5 کاروبار کی کامیابی کے لیے خام مال کی نزدیکی ضروری ہے۔ مثلاً فولاد کی صنعت ان مقامات پر ہونی چاہیے جہاں لوہا آسانی مل سکے۔ اسی طرح شکر سازی کے کارخانے ان علاقوں میں ہونے چاہیں جہاں گنا بکثرت مل سکے۔

6 — مزدوروں کی دستیابی

مزدور کاروبار کو کامیابی سے سنبھال کرنے میں ریڑھ کی ہڈی کی حیثیت رکھتے ہیں کاروبار کے لیے تربیت یافتہ اور غیر تربیت یافتہ دونوں قسم کے مزدوروں کی خدمات درکار ہوتی ہیں مختلف صنعتوں کے لیے مختلف قسم کے تربیت یافتہ مزدوروں کی ضرورت ہوتی ہے۔ مثلاً کاٹن ٹیکسٹائل کی صنعت کے لیے ایسے کاریگروں کی ضرورت ہوتی ہے جو کپڑا بنانے کے فن میں ماہر ہوں اسی طرح چینی کی صنعت کے لیے ایسے کاریگر درکار ہوتے ہیں جو چینی بنانے کے عمل سے پوری طرح واقف ہوں۔ مزدور کی تربیت کے ساتھ اس کی مہارت کو بھی پرکھا جاتا ہے کہ وہ اتنی قابلیت کا مالک ہو کہ خام مال صنایع نہ کرے اور مشینوں کی اچھی طرح دیکھ بھال کے فرائض بھی سرانجام دے سکے۔ مزدوروں کی فراہمی کے ساتھ ان کی استعداد کار کو بھی مد نظر رکھنا ضروری ہوتا ہے اگر ایک مزدور اس قدر خدمات سرانجام نہ دے سکے کہ اس کا معاوضہ ادا کرنے کے بعد کاروبار کو نفع حاصل نہ ہو تو اس کو ملازم رکھنا کاروبار کے لیے سودمند ثابت نہیں ہوتا۔

کاروبار کی کامیابی کے لیے صرف مزدوروں کا مناسب تعداد میں دستیاب ہونا ہی کافی نہیں بلکہ ان کا معاوضہ بھی مد نظر رکھا جاتا ہے کیونکہ اگر مزدور کی اجرت زیادہ ہو تو مصارف پیدائش بڑھ جانے سے کاروبار کے نفع میں کمی آسکتی ہے۔ کاروبار کے لیے دستیاب ہونے والے مزدور مندرجہ ذیل خدوہوں کے حامل ہونے چاہئیں۔

- 1 - مزدور کو محنتی ہونا چاہیے اسے کام سے جی نہیں چرانا چاہیے۔

- 2۔ مزدور کو اپنے تمام فرائض ایمانداری اور دیانت داری سے سرانجام دینے چاہئیں۔
- 3۔ مزدور کو اپنے آجر کا وفادار اور قابل اعتماد ہونا چاہیے کیونکہ کاروباری ادارہ اس وقت تک کامیابی حاصل نہیں کر سکتا جب تک اس کے تمام کارکن قابل اعتماد نہ ہوں۔
- 4۔ مزدور میں دوسرے مزدوروں کے ساتھ تعاون کرنے کا جذبہ موجود ہونا چاہیے۔
- 5۔ مزدور کو اپنی ذمہ داری کا احساس ہونا چاہیے۔
- 6۔ اسے اپنے کام سے لگاؤ اور دلچسپی ہونی چاہیے اسے ہر کام خوشی سے سرانجام دینا چاہیے۔
- 7۔ مزدور ایسا ہونا چاہیے کہ یہ اپنی طبیعت میں چلک پیدا کر سکتا ہو اور نئے ماحول کے مطابق اپنے آپ کو ڈھال سکتا ہو۔
- 8۔ بہتر اور معیاری اشیاء و خدمات پیدا کرنے کی اہلیت رکھتا ہو۔
- 9۔ خام مال کو بڑی احتیاط اور کفایت شعاری سے استعمال کر کے زیادہ مقدار میں اشیاء پیدا کرنے کی صلاحیت رکھتا ہو۔
- 10۔ وہیں تجربہ کار اور کاروباری علم و فراست کا مالک ہو۔
- 11۔ صحت مند ہو اور کسی موزی/معدی مرض کا شکار نہ ہو۔
- 12۔ زیادہ استعداد کار کا مالک ہو۔

7۔ سرمایہ کی بہم رسانی

سرمایہ کو کاروبار میں وہی حیثیت حاصل ہے جو انسانی جسم میں دوران خون کو سرمایہ اور کاروبار کی ترقی و ترقی لازم و ملزوم ہیں، کوئی کاروبار اس وقت تک ترقی نہیں کر سکتا جب تک اس کے لیے وافر مقدار میں سرمایہ موجود نہ ہو لہذا کاروبار کی ترقی بہت حد تک سرمائے کی مقدار سے وابستہ ہو کر رہ گئی ہے۔

7.1۔ سرمائے کی ضرورت

- 1۔ عمارت کی فراہمی: کوئی کارخانہ قائم کرنے یا کاروبار شروع کرنے کے لیے موزوں عمارت کا ہونا لازمی ہے سرمایہ ایسی عمارت کی تعمیر اور تیار میں کام آتا ہے۔
- 2۔ خام مال کی فراہمی: اشیاء کی تیاری کے لیے کارخانوں میں خام مال کی ضرورت ہوتی ہے۔ یہ خام مال سرمایہ کی بدولت ہی فراہم کیا جاتا ہے۔ مثلاً فرنیچر کے لیے لکڑی اور کپڑے کے کارخانے کے لیے روئی وغیرہ۔

- 3- مشینری اور آلات کی فراہمی : کارخانوں میں مشینری اور آلات سرمایہ ہی کی بدولت فراہم کیے جاتے ہیں۔ اس سے مزدوروں کی استعداد کار میں اضافہ ہوتا ہے۔
- 4- ذرائع نقل و حمل کی فراہمی : خام مالی کو کارخانوں تک لانے اور تیار شدہ اشیاء کو منڈی تک لے جانے کے لیے ذرائع نقل و حمل کی ضرورت ہوتی ہے سرمایہ تیز رفتار، ذرائع نقل و حمل فراہم کر کے عمل پیدا نش کو ترقی دیتا ہے۔
- 5- ٹیکس کی ادائیگی : صنعتی اشیاء کی تیاری کے فوراً بعد صنعت کار کو مختلف قسم کے ٹیکس مثلاً ایکسائز ڈیوٹی اور سیلز ٹیکس وغیرہ ادا کرنے ہوتے ہیں۔ ان ٹیکسوں کی ادائیگی کے لیے بھی سرمایہ استعمال ہوتا ہے۔
- 6- اجرت کی ادائیگی : اشیاء کی پیدائش کا عمل بڑا طویل ہوتا ہے خام مال کی خرید سے لے کر تیار شدہ اشیاء کے بازار میں بکنے تک ایک لمبی مدت درکار ہوتی ہے عزیب مزدور اپنے معاوضے کے لیے اتنا عرصہ انتظار نہیں کر سکتا اس لیے کارخانہ دار سرمائے میں سے مزدور کو اجرت ادا کرتا ہے جس سے وہ اپنی روزمرہ کی ضروریات پوری کرتے ہیں۔
- 7- دکان کی سجاوٹ : اگر کاروبار تیار شدہ مال کی خرید و فروخت کا ہو تو تیار شدہ مال کی خریداری دکان کی سجاوٹ اور فرنیچر وغیرہ خریدنے کے لیے سرمایہ درکار ہوتا ہے۔

7.2 سرمایہ کی مقدار کا تعین

مندرجہ ذیل عوامل کاروبار کے لیے سرمایہ کی مقدار کا تعین کرتے ہیں۔

1- کاروبار کی نوعیت

2- کاروبار کا سائز

3- اشیاء کی نوعیت

1- کاروبار کی نوعیت : کاروبار اگر تیار شدہ مال کی خرید و فروخت کا ہو تو اس کے لیے کم مقدار میں سرمائے کی ضرورت ہوتی ہے۔ لیکن اگر کاروبار اشیاء کی تیاری کا ہو تو اس کے لیے زیادہ سرمائے کی ضرورت ہوتی ہے مثال کے طور پر اگر کپڑے کی دکان کرنی ہو تو کم سرمایہ درکار ہوگا اور اگر کپڑا تیار کرنے کی مل لگانی ہو تو زیادہ سرمایہ درکار ہوگا۔

2- کاروبار کا سائز : سرمائے کی مقدار کا انحصار کاروبار کے سائز پر بھی ہوتا ہے۔ کاروبار اگر محدود پیمانے پر ہو تو کم سرمائے کی ضرورت ہوتی ہے اور اگر کاروبار وسیع پیمانے پر ہو تو زیادہ سرمائے کی ضرورت ہوتی ہے مثال کے طور پر اگر اجیر پرچون فروشی کا کاروبار کرے تو کم سرمایہ درکار ہوگا اور اگر تنہا فروشی کا کاروبار کرے تو زیادہ سرمایہ درکار ہوگا۔

3- اشیاء کی نوعیت : کاروبار کے لیے سرمایہ کی مقدار کا انحصار ان اشیاء کی نوعیت پر ہوتا ہے جن کا کاروبار کیا جا رہا ہو اگر یہ اشیاء معمولی نوعیت کی اور کم قیمت ہوں تو سرمایہ کی کم مقدار میں ضرورت ہوگی مثلاً کپڑا، کتب اور فرنیچر کا کاروبار۔ اگر کاروبار

میں قیمت اشیاء کا سہولت اس کے لیے زیادہ سرمایہ درکار ہوگا مثلاً رنگین ٹی وژن - وی۔ سی۔ آر - ریفریجریٹر اور کارڈ وغیرہ کا کارڈ۔

7.3 - سرمایہ کی فراہمی کے ذرائع

جب کاروبار کے لیے سرمایہ کی مقدار کا تعین کر لیا جائے تو اگلے مرحلہ اس کی فراہمی کا ہوتا ہے۔ سرمایہ مندرجہ ذیل ذرائع سے فراہم ہو سکتا ہے۔

(الف) ذاتی ذرائع -

(ب) دوست احباب سے قرضہ -

(ج) مالیاتی اداروں سے قرضہ -

(الف) ذاتی ذرائع : اگر کاروبار کے لیے سرمایہ ذاتی ذرائع سے فراہم کرے تو یہ سب سے بہترین سرمایہ کاری ہوتی ہے ذاتی ذرائع میں بچت کی رقم یا ذاتی جائیداد کی فروخت سے حاصل ہونے والی رقم شامل ہو سکتی ہے۔

(ب) نقد اعتبار : نقد اعتبار کی صورت میں بینک گاہک کو یہ سہولت دیتا ہے کہ وہ ایک خاص حد تک بینک سے قرضہ حاصل کرے جب بینک گاہک کو یہ سہولت فراہم کرتا ہے تو حقیقی رقم کی گاہک کو سہولت دی جاتی ہے وہ رقم گاہک کو نقدی کی صورت میں ادا نہیں کی جاتی بلکہ اس رقم سے گاہک کے نام نقد اعتبار کا حساب کھودیا جاتا ہے۔ نقد اعتبار بینک صرف ایسے گاہکوں کو دیتا ہے جن کا چل چلت حساب بینک میں موجود ہو یہ قرضہ بھی مختصر مدت کے لیے ہوتا ہے لیکن اس کی مدت فاضل وصولی سے زیادہ ہوتی ہے۔ قرضے کی اس رقم پر سود صرف اتنی رقم کا ادا کیا جاتا ہے جتنی رقم بینک سے وصولی کی جائے اگر مقرض بینک سے بہت کم رقم وصول کرے تو بینک نقصان سے بچنے کے لیے بعض اوقات گاہک کے لیے آدھی رقم یا ایک چوتھائی رقم کا سود ادا کرنا لازمی قرار دے دیتا ہے۔ گاہک خواہ اتنی رقم استعمال کرے یا نہ کرے۔

(ج) معینہ قرضہ : معینہ قرضہ سے مراد وہ رقم ہے جو بینک مقروض کو ایک خاص مدت کے لیے ادھار دیتا ہے۔ قرضے کی رقم چونکہ معینہ ہوتی ہے اس لیے اسے معینہ قرضہ کہتے ہیں، بینک جب کسی مقروض کو قرضہ دیتا ہے تو مقروض کا قرضے کا حساب کھول کر قرضے کی رقم اس میں منتقل کر دیتا ہے اس قرضے پر بینک ایک مقررہ شرح سے سود وصول کرتا اور یہ تمام رقم بر وصول کیا جاتا ہے۔ مقروض نے چاہے بینک سے پوری رقم حاصل کی ہو یا اس کا کچھ حصہ۔

8 - مشینری کی دستیابی

موجودہ دور میں کاروبار کی ترقی کا اہم سار مشینوں کے استعمال پر ہے۔ اس لیے ضرورت کے مطابق مشینیں فراہم کرنا کاروبار کی کامیابی

کے لیے انتہائی ضروری ہوتا ہے۔ مختلف قسم کی صنعتوں کے لیے مختلف نوعیت کی مشینری درکار ہوتی ہیں۔ جب کاروبار کے لیے مشینوں کی نوعیت اور تعداد کا فیصلہ کر لیا جائے تو اس بات کا جائزہ لینا ضروری ہوتا ہے کہ کاروبار کے لیے جو مشینیں درکار ہیں وہ کہاں سے دستیاب ہو سکتی ہیں۔ اگر مشینیں ملک سے دستیاب ہو سکتی ہوں تو ان مشینوں کو تیار کرنے والی فرموں سے کوٹیشن طلب کر کے اس فرم کو مشینوں کی خرید کا آرڈر دے دیا جاتا ہے۔ جس کی شرائط سب سے بہتر ہوں اگر مشینیں کسی دوسرے ملک سے درآمد کرنی ہوں تو اس کے لیے حکومت کی منظوری اور زرمبادلہ کی ضرورت کو بھی مد نظر رکھا جاتا ہے۔

اگر مشینیں درآمد کرنی ہوں تو حکومت کی منظوری اور زرمبادلہ حاصل کرنے کے بعد اس بات کا فیصلہ کرنا ہوتا ہے کہ معیاری مشینیں مناسب قیمت پر کس ملک سے درآمد کی جاسکتی ہیں۔ مشینیں خریدتے وقت ان کی قیمت اور معیار کو مد نظر رکھنا ضروری ہوتا ہے۔

کاروبار کے لیے مشینیں فراہم کرتے وقت مندرجہ ذیل نکات خصوصی توجہ کے حامل ہوتے ہیں۔

1 کاروبار کے لیے صرف وہی مشینیں فراہم کرنی چاہئیں جو بہت ضروری ہوں۔

2 کاروبار کے لیے صرف معیاری مشینیں خریدنی چاہئیں۔

3 مشینیں خریدنے سے پہلے مختلف فرموں سے کوٹیشن طلب کرنی چاہئیں اور صرف اس فرم کو مشینوں کی خرید کا آرڈر دیا جائے جس کی شرائط سب سے بہتر ہوں۔

4 کاروبار کے لیے جدید ترین مشینیں خریدنے کو ترجیح دی جائے۔

5 مشینوں کی پائیداری اور کارکردگی کا جائزہ لینا بھی ضروری ہوتا ہے۔

9۔ نقل و حمل کی سہولتیں

کاروبار کی کامیابی کا دار و مدار بہت حد تک ذرائع نقل و حمل پر ہوتا ہے۔ یہ ذرائع عام مال کو صنعتوں تک لانے اور تیار شدہ مال کو منڈیوں

تک لے جانے کے لیے بہت اہمیت کے حامل ہوتے ہیں۔

9.1۔ ذرائع نقل و حمل کی اقسام

ذرائع نقل و حمل کی اہم اقسام مندرجہ ذیل ہیں۔

(الف) بری ذرائع نقل و حمل : بری یا خشکی کے راستے مال کی نقل و حمل کے لیے مندرجہ ذیل ذرائع اختیار کیے جاسکتے ہیں۔

1۔ انسان

2۔ جانور

3 — ٹرک اور دیگن

4 — ریل گاڑی

5 — ڈاکھانے

(ب) آبی ذرائع نقل و حمل :

1 — لائیں

2 — بحری جہاز

(ج) فضائی ذرائع آمد و رفت :

1 — ہیلی کاپٹر

2 — ہوائی جہاز

9.2 — ذرائع نقل و حمل کی خصوصیات

کاروبار کی کامیابی کے لیے ضروری ہے کہ ذرائع آمد و رفت مندرجہ ذیل خصوصیات کے حامل ہوں۔

1 — تیز رفتار ہوں

2 — قابل اعتماد ہوں

3 — کم خرچ ہوں

4 — ذرائع نقل و حمل کی روانگی اور دوسری جگہ پہنچنے کے اوقات مقرر ہوں تاکہ تاجر کو پتہ چل سکے کہ اس کا مال دوسرے مقام پر کب تک

5 — پہنچ جائے گا۔

نوٹ : مال پہنچانے کے لیے ہمیشہ اس ذرائع نقل و حمل کو ترجیح دینی چاہیے جو کہ مندرجہ بالا خوبیوں کے علاوہ ملے کو صحیح سلامت منزل مقصد تک پہنچا دے۔

9.3 — کاروبار کی کامیابی کے لیے ذرائع نقل و حمل کی اہمیت

کسی ملک میں کاروبار کی کامیابی کا انحصار وہاں کے ذرائع نقل و حمل پر ہوتا ہے۔ اگر ملک میں تیز رفتار، قابل اعتماد اور سستے ذرائع آمد و رفت میسر ہوں تو مال کی منتقلی آسان ہوتی ہے اور کاروبار کو ترقی حاصل ہوتی ہے۔ زمانہ قدیم میں آمد و رفت نظام انتہائی ناقص تھا۔ ذرائع نقل و حمل ناکارہ اور ناکافی ہے۔ چنانچہ اس خالی نے کاروبار پر بہت برا اثر ڈالا اور کاروبار و صنعت افسردہ کر سکے۔ کاروبار کی کامیابی کے لیے ذرائع نقل و حمل کی اہمیت مندرجہ ذیل نکات سے واضح ہو جاتی ہے۔

(الف) خام مال کی فراہمی : ذرائع نقل و حمل کے باعث خام مال کا رطانوں تک پہنچایا جاتا ہے اگر ملک میں تیز رفتار سستے اور قابل اعتماد ذرائع نقل و حمل موجود نہ ہوں تو خام مال آسانی سے کارخانوں اور فیکٹریوں تک نہیں پہنچ سکتا۔ اس لیے عمل پیدائش میں رکاوٹ پیدا ہو جاتی ہے لہذا کاروبار کی کامیابی کے لیے ضرور محاسبہ کہ ملک میں ترقی یافتہ ذرائع نقل و حمل موجود ہوں۔

(ب) تیار شدہ مال کی منتقلی : تیار شدہ مال کو فروخت کرنے کے لیے منڈیوں میں بھیجا پڑتا ہے اس کے لیے ملک میں کوئی موزوں ذریعہ نقل و حمل کا موجود ہونا انتہائی ضروری ہے تاکہ مال صارفین تک آسانی سے پہنچایا جاسکے۔

(ج) تجارت کا فروغ : ذرائع نقل و حمل تجارت کے فروغ کے لیے بہت اہمیت کے حامل ہیں ان کی ترقی سے ملکی اور غیر ملکی تجارت کو فروغ حاصل ہوتا ہے۔ کیوں کہ ترقی یافتہ ذرائع نقل و حمل کی بدولت کاروباری معاہدے کاروباری اطلاعات بموقع وقت دوسرے اداروں تک پہنچ سکتے ہیں۔ اس لیے بہتر ذرائع نقل و حمل کی بدولت ملکی اور غیر ملکی تجارت کو ترقی حاصل ہوتی رہے۔

(د) مزدوروں کی نقل مکانی : بہتر ذرائع نقل و حمل کی بدولت تربیت یافتہ اور غیر تربیت یافتہ مزدور ایک مقام سے دوسرے مقام تک آسانی سے حکومت کر سکتے ہیں جو علاقوں میں مزدوروں کی کمی ہوتی ہے یہ وہاں آسانی سے منتقل ہو کر اس کی کو دور کر دیتے ہیں۔ اگر حضرات کو اپنی ضرورت کے مطابق مزدور آسانی سے مل جاتے ہیں۔ اس طرح ترقی یافتہ ذرائع نقل و حمل کی وجہ سے کاروبار کو ترقی حاصل ہوتی ہے۔

(ه) منڈی کی وسعت : بہتر ذرائع آمد و رفت کی بدولت منڈی وسیع ہے اشیاء کی طلب میں اضافہ ہوتا ہے اشیاء کی اس بڑھتی ہوئی طلب کو پورا کرنے کے لیے اشیاء وسیع پیمانے پر پیدا کی جاتی ہیں جس سے کاروبار کو داخلی اور خارجی کفایتیں حاصل ہوتی ہیں۔

(و) مال کی تقسیم کے اخراجات : ترقی یافتہ ذرائع نقل و حمل کی وجہ سے نہ صرف مال کی تقسیم میں آسانی ہوتی ہے۔ بلکہ مال کو ایک جگہ سے دوسری جگہ منتقل کرنے کے اخراجات میں کمی واقع ہو جاتی ہے۔ جس سے کاروبار کے کل اخراجات میں کمی واقع ہونے سے نفع بڑھتا ہے اور کاروبار کو ترقی حاصل ہوتی ہے۔

(ز) زائد پیداوار سے استفادہ : اگر ذرائع آمد و رفت ترقی یافتہ ہیں تو ہر ایک کاروباری ادارہ زیادہ پیدا کی ہوئی اشیاء دور دراز علاقوں کی طرف منتقل کر کے اپنی آمدنی میں اضافہ کر لیتا ہے۔ اگر بہتر ذرائع آمد و رفت موجود نہ ہوں تو زائد پیدا کی ہوئی اشیاء بہت سی جگہوں پر پڑی پڑی خراب ہو جائیں گی اور کاروباری ادارے کو نقصان اٹھانا پڑے گا۔

(ح) صنایع پذیر اشیاء کی فراہمی : بہتر ذرائع نقل و حمل کی بدولت ضیاع پذیر اشیاء کم وقت میں دور دراز علاقوں تک پہنچائی جاسکتی ہیں اس طرح یہ چیزیں زیادہ مقدار میں فروخت کر کے کاروبار کے نفع میں اضافہ کیا جاسکتا ہے۔

(ط) جدید مشینوں کی فراہمی : ذرائع نقل و حمل کی بدولت صنعتوں کے لیے ترقی یافتہ ممالک سے جدید مشینوں منگوائی جاسکتی ہیں اگر بہتر ذرائع نقل و حمل موجود نہ ہوں تو سپاہ مذہ ممالک ترقی یافتہ ممالک سے جدید مشینیں درآمد نہیں کر سکتے۔

(ی) وسائل قوت کی فراہمی : تیز رفتار ذرائع نقل و حمل کی بدولت صنعتی اداروں کے لیے تیل اور کوئلہ آسانی سے فراہم کی جاسکتا ہے۔

(ک) کم پیداواری لاگت : اگر کسی ملک میں ذرائع نقل و حمل کا نظام مؤثر اور کم خرچ ہو گا تو خام مال کو فیکٹری تک پہنچانے پر کم

لاگت آئے گی نیز یہ کہ تیار شدہ مال کو بھی منڈیوں تک پہنچانے پر خرچ کم آئے گا۔ جس کی بدولت اشتہار کم لاگت پر تیار ہوں گی اور صارفین کو سستے داموں ملیں گی۔

10۔ سرکاری مراعات

کچھ کاروبار ایسے ہوتے ہیں جن کی ترقی کے لیے حکومت کئی طرح کی مراعات فراہم کرتی ہے۔ اگر کاروبار شروع کرنے سے قبل حکومت کی مراعات کو مد نظر رکھا جائے تو کاروبار کو زیادہ ترقی حاصل ہوتی ہے۔ حکومت کی طرف سے کاروبار کے فروغ کے لیے مندرجہ ذیل مراعات فراہم کی جاسکتی ہیں۔

- 1۔ صنعتی پلاٹ کی فراہمی۔
- 2۔ ٹیکس کی چھوٹ۔
- 3۔ درآمد و برآمد کی سہولتیں۔
- 4۔ قرضہ کی سہولتیں۔
- 5۔ فنی ماہرین کی خدمات۔
- 6۔ وسائل قوت کی فراہمی۔
- 7۔ نقل و حمل کی سہولتیں۔
- 8۔ اداروں کا قیام

ذیل میں ان مراعات کی تفصیل بیان کی جاتی ہے۔

- 1۔ صنعتی پلاٹ کی فراہمی : ملک میں صنعتی ترقی کے لیے حکومت جو اقدامات کرتی ہے ان میں سے ایک مختلف شہروں میں صنعتی علاقوں کا قیام ہے۔ صنعتی علاقوں میں مختلف قسم کی صنعتیں لگانے کے لیے حکومت صنعت کاروں کو رعایتی قیمت پر پلاٹ فراہم کرتی ہے۔
- 2۔ ٹیکس کی چھوٹ : مختلف علاقوں کو صنعتی ترقی دینے یا مخصوص صنعتوں کے فروغ کے لیے حکومت آجروں کو چند سالوں کے لیے ٹیکس کی چھوٹ دے دیتی ہے۔ آجروں اور صنعت کاروں کے لیے یہ بہت بڑی رعایت ہے۔ اس رعایت سے کاروبار کے اخراجات میں بہت زیادہ کمی واقع ہو جاتی ہے اور کاروبار کے نفع میں اضافہ ہوتا ہے۔
- 3۔ درآمد و برآمد کی سہولتیں : حکومت کاروبار کی ترقی کے لیے جو مراعات فراہم کرتی ہے ان میں سے ایک آجر کو درآمد و برآمد کی سہولتیں فراہم کرنا ہے۔ ضروری اشیاء کی درآمد کے لیے حکومت آجر کو مندرجہ سہولتیں فراہم کرتی ہے۔

(الف) درآمدی لائسنس کا اجراء -

(ب) درآمدی ٹیکس میں رعایت -

(ج) زر مبادلہ کی منظوری -

مال کی درآمد کے لیے حکومت آجر کو مندرجہ ذیل سہولتیں دیتی ہے -

(الف) درآمدی لائسنس کا اجراء -

(ب) درآمدی ٹیکس میں چھوٹ -

(ج) غیر ممالک میں مالک کی فروخت میں اضافہ کے لیے تجارتی وفد کا بھیجنا -

(د) غیر ملکی صنعتی فائش میں سرکاری سطح پر شمولیت -

(ر) ملک میں بین الاقوامی تجارتی میلے کا انعقاد -

حکومت کی مذکورہ بالا درآمد و درآمد کی سہولتوں سے فائدہ اٹھا کر کاروباری افراد اپنے کاروبار کو ترقی دے سکتے ہیں۔

4۔ قرضہ کی سہولتیں : کاروبار کی ترقی کے لیے حکومت ضرورت مند تاجروں کو قرضہ کی سہولت بھی فراہم کرتی ہے۔ حکومت تاجروں کو مختصر اور طویل مدت کے لیے آسان شرائط پر قرضہ فراہم کرتی ہے۔ حکومت خصوصی مالیات فراہم کرتے والے ادارے بھی قائم کرتی ہے تاکہ مخصوص قسم کی صنعتوں کے لیے آجر کو بوقت ضرورت آسانی سے قرضہ مل سکے۔ حکومت قرضہ ملنے کو کسی اور غیر ملکی کرنسی میں بھی دیتی ہے

5۔ فنی ماہرین کی خدمات : کاروبار کے فروغ کے لیے حکومت آجروں کو فنی مشینیں بھی فراہم کرتی ہے۔ اس کے لیے حکومت ملکی فنی ماہرین کی خدمات حاصل کرتی ہے اور دوسرے ممالک سے فنی ماہرین کو اپنے ملک میں بلاتی ہے وہ صنعت کاروں اور آجروں کو مفید فنی مشورے دیتے ہیں جو ان کے کاروبار کو پروان چڑھانے میں مفید ثابت ہوتے ہیں۔

6۔ وسائل قوت کی فراہمی : موجودہ دور میں تقریباً ہر ایک صنعت میں کام کے بیشتر مراحل بڑی بڑی اور پیچیدہ مشینوں سے انجام پاتے ہیں ان مشینوں کا چلانے کے لیے سستے وسائل قوت کی ضرورت ہوتی ہے۔ حکومت صنعتی اداروں کو ترجیحی بنیادوں پر وسائل قوت مثلاً پن بجلی، کوئلہ، قدرتی گیس اور میٹرول وغیرہ فراہم کرتی ہے جس سے ان کی پیداوار میں اضافہ ہوتا ہے اور نفع بڑھتا ہے۔

7۔ نقل و حمل کی سہولتیں : ذرائع نقل و حمل نہ صرف خام مال کو مقام پیدا نش سے صنعتوں تک پہنچاتے ہیں بلکہ صنعتی پیداوار کو بھی منڈیوں تک لے جاتے ہیں بہت اہمیت کے حامل ہوتے ہیں حکومت تمام اداروں کو نقل و حمل کی سہولتیں فراہم کرتی ہے۔

8۔ اداروں کا قیام : کسی خاص کاروبار کو ترقی دینے کے لیے گورنمنٹ بعض دفعہ سرکاری سطح پر ادارے بھی قائم کر دیتی ہے جو اس خاص قسم کے کاروبار کی نجی سطح کے علاوہ سرکاری سطح پر بھی نگرانی کرتے ہیں۔ تاکہ کاروبار ترقی کرے۔ نیز یہ ادارے اس خاص قسم کے کاروبار کی ترقی کے لیے نئی نئی پالیسیاں اور مفید تجاویز سے آجروں کو آگاہ کرتے رہتے ہیں۔

11 — تشہیر

موجودہ دور میں آبادی اس قدر تیزی سے بڑھ رہی ہے کہ انسان دور دراز علاقوں میں سکونت اختیار کرنے پر مجبور ہو گیا ہے آج کل بڑے بڑے شہریلوں میں پھیل چکے ہیں۔ اس صورت حال میں کاروبار کی کامیابی کے لیے ضروری ہو گیا ہے کہ مال کی فروخت میں اعزاز کے لیے کوئی ایسا طریقہ اختیار کیا جائے کہ دور دراز علاقوں کے لوگ بھی مال سے متعارف ہو سکیں۔ یہ طریقہ تشہیر سے لوگوں کی توجہ اشیاء خریدنے کی طرف مبذول کر دانی جاسکتی ہے۔ اس طرح اشیاء کی منڈی وسیع ہو جاتی ہے۔

تشہیر ایک ایسا فن ہے جس کے ذریعے کسی شے یا خدمت کے بارے میں لوگوں کو معلومات اس انداز سے پیش کی جاتی ہیں کہ عوام کے دلوں میں اسے حاصل کرنے کی خواہش پیدا ہو، موجودہ دور میں کاروبار کی کامیابی کا بہت حد تک دار و مدار مؤثر تشہیر پر ہے اس لیے کئی کاروباری ادارے اس پر ہزاروں روپیہ، مائٹہ خرچ کرتے ہیں تاکہ صارفین میں اشیاء کی مانگ پیدا کی جاسکے۔ بعض اوقات غیر معیاری اور گھٹیا اشیاء بھی تشہیر کی وجہ سے مقبول ہو جاتی ہیں لیکن محسوس ہے ہی عرصہ بعد ان اشیاء کے متعلق عوام کی رائے غلط ہو جاتی ہے اور اس کی طلب ختم ہو جاتی ہے۔ لیکن اگر کوئی عمدہ اور معیاری شے ہو تو تشہیر کے ذریعے ایک طویل عرصہ تک مارکیٹ میں اس کی مانگ پیدا کی جاسکتی ہے۔

تشہیر کا اہم مقصد مال کی فروخت میں اضافہ کر کے کاروبار کو کامیابی سے پہنچانا ہے۔ کاروبار کی کامیابی کے لیے تشہیر کی اہمیت مندرجہ ذیل نکات سے واضح ہو جاتی ہے۔

- 1- تشہیر کی بدولت صارفین کو نئی اشیاء کے متعلق معلومات فراہم کی جاتی ہیں اس طرح ان اشیاء کی فروخت کے لیے گاہک پیدا کیے جاسکتے ہیں۔
- 2- تشہیر کی بدولت اشیاء کی طلب میں کمی کے رجحان پر قابو پایا جاسکتا ہے۔
- 3- تشہیر سے فروخت میں اعزاز ہوتا ہے جس سے کاروبار کا نفع بڑھتا ہے۔
- 4- تشہیر سے اشیاء کی طلب میں اضافہ ہوتا ہے اس بڑھتی طلب کو پورا کرنے کے لیے آجر پیداوار میں اضافہ کرتا ہے۔ اشیاء کی وسیع پیمانے پر پیدائش کی جاتی ہے، تقسیم کار کا اصول اپنایا جاتا ہے جس سے کاروبار کو داخلی اور خارجی کفایتیں حاصل ہوتی ہیں۔ اس طرح اشیاء کے مصارف پیداؤں میں کمی ہوتی ہے صارفین کو اشیاء سستے داموں ملتی ہیں جس میں اشیاء کی طلب میں مزید اضافہ ہو جاتا ہے۔ اس طرح تشہیر کاروبار کی ترقی اور کامیابی کے لیے بہت اہمیت کی حامل ہے۔

11.1۔ تشہیر کے اہم نکات

اشیاء کی تشہیر کرتے وقت مندرجہ ذیل اہم نکات مد نظر رکھنے چاہئیں۔

(الف) موزوں وقت : اشیاء کی تشہیر موزوں وقت پر ہونی چاہیے۔ اشیاء کی تشہیر کرتے وقت آجر کو ایک طے شدہ پالیسی پر عمل کرنا چاہیے اور تشہیر کرتے وقت اسے وقت کی مناسبت کو مد نظر رکھنا چاہیے۔ مثال کے طور پر برساتی کوٹ کی موسم گرما یا موسم سرما میں تشہیر نہیں کرنی چاہیے بلکہ موسم برسات میں کرنی چاہیے اسی طرح گرم کپڑوں امداد کی تشہیر موسم گرما کی بجائے موسم سرما میں کرنی چاہیے۔

(ب) مناسب خرچ : تشہیر پر اخراجات مناسب اور کاروباری ادارے کے سائٹ کے مطابق ہونے چاہئیں۔ اگر اخراجات بہت زیادہ ہوں جن کو کاروباری ادارہ آسانی سے برداشت نہ کر سکتا ہو تو تشہیر کاروبار کی کامیابی کے لیے مفید نہ ہوگی۔ لہذا کلاد واد کا کامیابی کے لیے ضروری ہے کہ تشہیر پر اتنی رقم خرچ کی جائے کہ اس سے کاروبار کے نفع میں اضافہ، اخراجات میں اضافہ کی نسبت زیادہ ہو۔

(ج) ذریعہ تشہیر : تشہیر کی بدولت بہتر نتائج حاصل کرنے کا انحصار بہت حد تک اس ذریعہ پر ہے جو تشہیر کے لیے اختیار کیا جاتا ہے اگر اشیاء کی تشہیر کے لیے ایسا ذریعہ اختیار کیا جائے جو زیادہ مؤثر نہ ہو تو اس سے خاطر خواہ نتائج حاصل نہیں ہو سکیں گے۔ اس لیے ضروری ہے کہ اشیاء کی تشہیر کے ذریعہ کا انتخاب کرتے وقت مندرجہ ذیل نکات مد نظر رکھنا بہت ضروری ہے۔

1۔ تشہیر کے کسی ذریعہ کا انتخاب کرتے وقت یہ دیکھنا ضروری ہے کہ وہ چیز کس طبقے کے استعمال میں آتی ہے اسے کسان طبقہ زیادہ استعمال کرتا ہے یا مزدور طبقہ یا امیر طبقہ۔ اشیاء استعمال کرنے والے طبقے کو مد نظر رکھ کر تشہیر کا ذریعہ منتخب کرنا چاہیے۔

2۔ تشہیر کرنے سے قبل یہ دیکھنا بھی ضروری ہے کہ شے فروزیات زندگی میں شامل ہے یا تعیشیات زندگی میں، شے کی نوعیت کو مد نظر رکھ کر تشہیر کے ذریعہ کا انتخاب کرنا چاہیے۔

3۔ تشہیر کا ذریعہ منتخب کرنے سے پہلے یہ بھی دیکھنا ضروری ہے کہ تشہیر کی بار بار فروز دورت بڑے گی یا ایک دو مرتبہ تشہیر ہی کافی ہوگی اگر تشہیر کی مخصوص وقفوں کے بعد بار بار تجدید کرنی ہو تو ایسا ذریعہ منتخب کرنا چاہیے کہ بار بار تشہیر آسانی سے کی جاسکے۔

4۔ تشہیر کا کوئی بھی ذریعہ اختیار کرنے سے قبل اس کے اخراجات کو بھی مد نظر ضروری ہوتا ہے۔ تشہیر کے لیے کوئی ایسا ذریعہ منتخب کرنے کو ترجیح دینا چاہیے جس پر نسبتاً کم اخراجات آئیں۔

5۔ اشیاء کی تشہیر کے لیے کوئی ایسا ذریعہ اختیار کرنا ضروری ہے جو صارفین کی دلچسپی کا باعث بن سکے اور یہ اتنا مؤثر ہو کہ صارفین سے شے کی طلب پیدا کر سکے۔

6۔ تشہیر کے لیے کوئی بھی ذریعہ اختیار کیا جائے یہ مسلسل یا وقفوں کے ساتھ بار بار ہونی چاہیے کیونکہ مسلسل تشہیر سے بھی مطلوبہ نتائج حاصل کیے جاسکتے ہیں اس میں کوئی شک نہیں کہ بار بار کی تشہیر ایسی اشیاء کی طلب پیدا کر دیتی ہے جن کا صارفین کے ذہن میں پہلے تصور ہی نہ ہو۔ مثلاً آج سے دس پندرہ سال پہلے برتن صاف کرنے کے پاؤڈر ”ڈوم“ بازار میں لایا گیا تو اس کی بار بار تشہیر اس طرح کی گئی

کہ ہر کوئی یہ محسوس کرنے لگا کہ اس کی اسے ضرورت ہے۔

11.2۔۔۔ تشہیر کے اوصاف

اچھی تشہیر کے اہم اوصاف مندرجہ ذیل ہیں۔

- الف - جس چیز کی تشہیر کی جا رہی ہو اس کی چیدہ چیدہ خوبیاں اشتہار میں درج ہونی چاہئیں۔
- ب - اشتہار جاذب نظر ہونا چاہیے تاکہ پڑھنے والے کو پڑھنے والا خود بخود اس کی طرف متوجہ ہو جائے۔
- ج - اشتہار کی تحریر مختصر و جامع ہونی چاہیے۔
- د - اشتہار کی زبان سادہ اور عام فہم ہونی چاہیے۔
- س - اشتہار میں تجسس موجود ہونا چاہیے تاکہ ہر ایک پڑھنے والے کے دل میں مکمل اشتہار پڑھنے کی خواہش پیدا ہو۔
- ک - اگر ممکن ہو تو اشتہار کو پرکشش بنانے کے لیے تشہیر کردہ شے کی خصوصیات تصویروں سے واضح کی جائیں۔

11.3۔۔۔ تشہیر کے ذرائع

اشیاء کی تشہیر کے لیے مندرجہ ذیل ذرائع اختیار کیے جاسکتے ہیں۔

- الف - ریڈیو اور ٹیلی ویژن۔
- ب - اخبارات۔
- ج - رسائل۔
- د - کیلنڈر اور دوستی اشتہارات۔
- ر - پوسٹر اور نمائشی بورڈ۔
- س - فہرستیں اور گشتی خطوط۔
- ص - سینیماؤں میں سلائیڈیں۔
- ک - متحرک روشنیاں اور تصویریں۔
- ل - نمائشیں۔
- م - ہوائی جہاز۔
- ن - نمائشی تحائف اور ایجنٹس۔
- و - جوکر۔

(الف) ریڈیو اور ٹیلی ویژن : آج کل ریڈیو اور ٹیلی ویژن کی اشیا کی تشریح کے لیے وسیع پیمانے پر استعمال ہو رہے ہیں ریڈیو تو گھر گھر پہنچ چکا ہے۔ اس لیے تشریح کا یہ ذریعہ کاروباری اداروں میں بہت مقبول ہو رہا ہے پاکستان میں ہر ریڈیو اسٹیشن سے کمرش مزدور کا اجراء ہو چکا ہے۔ جس کا مقصد ایسے تاجروں کو خدمت فراہم کرنا ہے جو صارفین کو اپنی اشیاء کا تعارف کروانا چاہتے ہیں۔

ٹیلی ویژن میں بھی مؤثر طریقے سے اشتہار دے کر اشیاء کی طلب میں اضافہ کیا جاسکتا ہے بعض کاروباری ادارے ٹیلی ویژن پر اپنے خاص پروگرام مثلاً ڈرامہ اور انعامی مقابلہ وغیرہ پیش کر کے اپنی مصنوعات کی وسیع پیمانے پر تشریح کر سکتے ہیں۔ تشریح کا یہ ذریعہ بہت مہنگا ہے لیکن بہت زیادہ مؤثر ہے۔

(ب) اخبارات : روزنامے اور ہفتہ وار اخبارات تشریح کے لیے استعمال کیے جلتے ہیں۔ تشریح کے اس ذریعہ کو بہت زیادہ اہمیت حاصل ہے کیوں کہ اخباروں کو روزانہ ہزاروں، لاکھوں افراد باقاعدگی سے پڑھتے ہیں اخبارات کی بدولت بہت سی اشیاء صارفین میں مقبول ہوجاتی ہیں تشریح کا یہ ذریعہ کافی سستا ہے لیکن اس کا نقصان یہ ہے کہ اشتہارات کے لیے جگہ محدود ہوتی ہے اور اشیاء کی مکمل تفصیل نہیں دی جاسکتی۔ مزید برآں کچھ لوگ غمخوار کو دلچسپی سے پڑھتے ہیں لیکن اشیاء کے اشتہارات پر کوئی خاص توجہ نہیں دیتے۔ تشریح کا یہ ذریعہ ان پڑھ صارفین کی توجہ حاصل کرنے کے لیے بھی مفید ثابت نہیں ہو سکتا کیونکہ وہ تو اخبار پڑھتے ہی نہیں۔

(ج) رسائل : اشیاء کی تشریح رسائل کی بدولت بھی کی جاسکتی ہے۔ رسائل تشریح کا مفید ذریعہ ہیں کیونکہ رسائل لوگوں کے پاس کافی عرصہ پڑے رہتے ہیں اور وہ اپنے فارغ اوقات میں ان کا گہری دلچسپی اور غور سے مطالعہ کر سکتے ہیں۔ تشریح کا یہ ذریعہ اگرچہ مہنگا نہیں لیکن رسائل کو پڑھنے والوں کی تعداد محدود ہوتی ہے اس لیے رسائل میں اشتہارات کی بدولت زیادہ لوگوں میں اشیاء کی طلب پیدا نہیں کی جاسکتی۔ بعض صنعتی اور کاروباری ادارے اپنی اشیاء کی تشریح کے لیے اپنے خصوصی رسالے بھی شائع کرتے ہیں ان رسالوں میں کاروباری ادارے اپنی اشیاء کے وسیع پیمانے پر تشریح کر سکتے ہیں اور اپنی اشیاء کی خصوصیات واضح طور پر بیان کر کے اشیاء کی طلب میں اضافہ کر سکتے ہیں۔

(د) کیلنڈر اور دستی اشتہارات : بعض ادارے اپنی اشیاء کی تشریح کے لیے مختلف سائز کے خوبصورت کیلنڈر چھپوا لیتے ہیں ان پر اشیاء کی خوبصورت تصویریں اور خوبیاں تفصیل کے ساتھ درج ہوتی ہیں۔ کیلنڈر صارفین اور عام لوگوں میں مفت تقسیم کیے جاتے ہیں۔ صارفین کیلنڈر کو اپنے گھروں میں یا کسی اور مرزوں جگہ پر لٹکا دیتے ہیں اس طرح اشیاء کی سارا سال تشریح ہوتی رہتی ہے۔ کیلنڈر تیار کردہ ان پر اخراجات زیادہ آتے ہیں۔ اس لیے بھجوتے بھجوتے کاروباری ادارے جو ان اخراجات کو برداشت نہیں کر سکتے وہ دستی اشتہارات کو کوئی لازم کسی معروف سرگ یا جگہ پر بکھڑا ہو کر آنے جانے والے لوگوں میں تقسیم کر دیتا ہے بعض لوگ ان دستی اشتہارات کو بکڑ لیتے ہیں اور بعض لوگ ان کو لینے سے انکار کر دیتے ہیں۔ جو لوگ دستی اشتہارات بکڑ لیتے ہیں ان میں سے اکثر وہ چار قدم چل کر بغیر پڑھے ان کو زمین پر پھینک دیتے ہیں۔ چنانچہ ایسے لوگوں کی تعداد بہت ہی کم ہوتی ہے جو ان اشتہارات کو غور سے پڑھتی ہے۔ اس لیے تشریح کا یہ طریقہ سستا ہونے کے باوجود زیادہ استعمال نہیں کیا جاتا۔

ر - پوسٹر اور نمائشی بورڈ : اشیاء کی تشہیر کے لیے پوسٹر بھی استعمال کیے جاسکتے ہیں ان کی بدولت بڑے بڑے حروف میں اشیاء کا نعادت کر دیا جاتا ہے اور پوسٹروں پر اشیاء کی چیدہ چیدہ خصوصیات بھی درج کر دی جاتی ہیں۔ پوسٹر کو دیر اڑوں پر چسپان کر دیا جاتا ہے تاکہ آنے جانے والے لوگ ان کو پڑھ سکیں۔ بعض اوقات پوسٹروں پر کسی اور ادارے کا اشتہار لگا دیا جاتا ہے جن سے ساری محنت ضائع ہو جاتی ہے اور اس سے کوئی خاص فائدہ حاصل نہیں ہوتا بعض کاروبار میں ادارے اپنی اشیاء کی تشہیر کے لیے نمائشی بورڈ بھی استعمال کرتے ہیں۔ نمائشی بورڈ اہم گزرگاہوں چوراہوں اور ریلوے اسٹیشنوں پر لگا دیئے جاتے ہیں تاکہ آنے جانے والے لوگوں کی نظر ان پر آسانی سے پڑ سکے۔ نمائشی بورڈ بڑے بڑے حروف اور شرح رنگ میں لکھے جاتے ہیں۔

س - فہرستیں اور گشتی خطوط : بعض تجارتی ادارے اپنی اشیاء کی سہولتیں بھی شائع کر دیتے ہیں ان سہولتوں میں اشیاء کی تمام سائز اور ان کی قیمتیں درج ہوتی ہیں۔ جب کوئی خریدار اشیاء کی تفصیل جاننا چاہتا ہے تو اس کی فرمائش پر خبر اسے ارسال کر دی جاتی ہے۔ ان سہولتوں کا یہ فائدہ بھی ہے کہ خریدار فہرست سے دیکھ کر کچھ ایسی اشیاء کے آرڈر بھی بک کر دیتا ہے جو پہلے اس کے ذہن میں نہیں ہوتے۔

بعض اوقات ایسے خطوط چھپوایے جاتے ہیں جن میں اشیاء کی مکمل تفصیل درج ہوتی ہے یہ خطوط جنہیں گشتی مراسلے کہتے ہیں متوقع خریداروں کو بذریعہ ڈاک روانہ کر دیئے جاتے ہیں۔ تشہیر کے اس ذریعہ کا دائرہ بہت محدود ہوتا ہے ایسے خطوط کا فائدہ صرف ایسے کاروباری اداروں کو ہو سکتا ہے جن کا صارفین سے پہلے رابطہ ہو۔

ص - سینما ڈوں میں سلائیڈس : آج کل سینما ڈوں کو بھی اشیاء کی تشہیر کے لیے وسیع پیمانے پر استعمال کیا جا رہا ہے۔ فلم شروع ہونے سے پہلے، وقفے کے دوران اور فلم کے اختتام پر ایک دو منٹ کی سینما سلائیڈز اشتہاری فلم دکھادی جاتی ہے جس میں اشیاء کی تیار کاری کا طریق کار اور خصوصیات مختصر طور پر بتائی جاتی ہیں۔ تشہیر کا یہ طریق صرف ان اشیاء کی تشہیر کے لیے کافی مفید ہے جن کا استعمال صرف ایسے لوگ کرتے ہوں جو سینما میں ہوں۔ بعض بڑے بڑے اداروں نے اپنی اشیاء کی تشہیر کے لیے فلم پونت مقرر کیے ہوتے ہیں۔ جو مختلف مقامات پر جا کر اشیاء کی فلم کے ذریعے متعارف کراتے ہیں۔

ک - متحرک روشنیوں : اشیاء کی تشہیر کے لیے ایسے بورڈ بھی استعمال کیے جا رہے ہیں جن میں مختلف قسم کے رنگین بلب اس طریقے سے لگائے جاتے ہیں جو خود بخود جلتے بجتے رہتے ہیں اس طرح غیر ارادی طور پر بھی لوگوں کی توجہ ان بورڈوں کی طرف مرکوز ہو جاتی ہے۔ یہ بورڈ اہم شاہراہوں اور ریلوے اسٹیشنوں پر لگائے جاتے ہیں جہاں لوگوں کا اکثر آنا جانا ہو۔

ل - نمائشیں : اشیاء کی تشہیر کے لیے مکی اور بین الاقوامی سطح پر مختلف صنعتی نمائشیں منعقد ہوتی ہیں۔ ان نمائشوں میں مختلف صنعتی اور زرعی اشیاء کی تشہیر کا موقع ملتا ہے۔ ان نمائشوں میں مختلف تجارتی ادارے اپنی اشیاء کے ٹال لگاتے ہیں جہاں لوگوں کو اشیاء کی خوبیاں تفصیل سے بتائی جاتی ہیں۔

م - ہوائی جہاز : تشہیر کا یہ طریقہ ترقی یافتہ ممالک میں کافی مقبول ہے۔ اس طریقے کے تحت ہوائی جہاز منبری مقرر

میں نیچے پرواز کر کے اشتهار کرتے ہیں لوگ ان اشتهاروں کو پکڑ کر دلچسپی سے پڑھتے ہیں۔ یہ طریقہ اگرچہ بڑا پرکشش ہے مگر بہت مہذب ہے اس لیے چھوٹے چھوٹے کاروباری ادارے اختیار نہیں کر سکتے۔

ن - نمائشی تحائف اور ایجنٹس : مختلف بعض کاروباری ادارے اپنی اشیاء کی تشریح کے لیے استعمال کی مختلف چیزیں مثلاً پلا کرنگ، ایٹم ٹرے، چھوٹے پرس اور سگریٹ کیس وغیرہ بنا کر اپنے کرم فرماؤں کو تحفہ تقسیم کر دیتے ہیں۔ ان اشیاء پر کاروباری ادارے کا نام اور اشیاء کی مختصر تفصیل درج ہوتی ہے۔ یہ مستقل قسم کی تشریح ہوتی ہے۔ لوگوں کے پاس جب تک تحفہ کے طور پر دی ہوئی اشیاء موجود رہتی ہیں اشیاء کی تشریح ہوتی رہتی ہے۔ بعض فرس مختلف شہروں اور قصبوں میں اپنے ایجنٹ بھی مقرر کر دیتی ہیں جو فرم کی اشیاء کو دور دراز علاقوں میں مشہور کرنے میں اہم کردار ادا کرتے ہیں۔

ی - جھوکر : بعض اوقات اشیاء کی تشریح جو کدوں کے ذریعے بھی کی جاتی ہے۔ جو عجیب قسم کی شکل و صورت بنائے، رنگ برنگ لباس پہنے ہوتے ہیں جن کے آگے پیچھے متعلقہ ادارے کے اشتهار لگے ہوتے ہیں۔ جو کدوں وصول وغیرہ کے ساتھ ناچتے بھرتے ہیں۔ بعض اوقات یہ لوگ پیدل چلتے ہیں اور بعض اوقات ٹانگوں، رکشوں اور وگنیوں پر سوار ہوتے ہیں اگر یہ رکشوں یا وگنیوں پر سوار ہوں تو لاؤڈ سپیکر کے ذریعے آواز بول لگا کر لوگوں کو اپنی طرف متوجہ کرتے ہیں۔

12 — تحقیق بازار

اشیاء کو زیادہ مہذب اور پسندیدہ کر لینا ہی کاروبار کی کامیابی کی ضمانت نہیں بلکہ کاروبار کی کامیابی کا انحصار اس بات پر ہے کہ جو اشیاء پیدا کی جا چکی ہیں ان کو مناسب قیمت پر فروخت کیا جائے۔ اشیاء کو مناسب قیمت پر فروخت کرنے کا انحصار بازار کی تحقیق پر ہے تحقیق بازار میں ان تمام حقائق کا اکتھا کرنا اور تجربہ کرنا شامل ہے جن کا تعلق اشیاء کی پیدائش اور ان تمام کارروائیوں سے جو اشیاء کو پیدا کار سے صارفین تک پہنچانے کے لیے اختیار کی جاتی ہیں۔

12.1 — تحقیق کے مقاصد

بازار کی تحقیق کے اہم مقاصد مندرجہ ذیل ہیں۔

الف، شے کی نوعیت : اگرچہ بازار کی تحقیق کرتا ہے تو اس کا بنیادی مقصد یہ معلوم کرنا ہوتا ہے کہ بازار میں صارفین کس نوعیت کی شے طلب کرتے ہیں۔ بازار کی تحقیق سے آجری اشیاء کے معیار، رنگ، ڈیزائن اور پیکنگ کے متعلق بھی اہم معلومات حاصل کرتا ہے۔

ب، طلب کی مقدار : تحقیق سے آجری منڈی میں اشیاء کی طلب کا بھی جائزہ لے سکتا ہے اور یہ معلوم کر سکتا ہے کہ

تیار کی جانے والی شے کی منڈی میں کتنی طلب ہے۔ اس طرح آجراتی مقدار میں شے پیدا کرنے کے قابل ہو سکتا ہے جتنی کہ منڈی میں طلب ہو۔

(ج) مستقبل کی طلب : بازار کی تحقیق سے آجریہ بھی معلوم کر سکتا ہے کہ مستقبل میں صارفین شے کی کتنی مقدار طلب کریں گے اس طرح وہ اس قابل ہوتا ہے کہ مستقبل کی طلب کے مطابق اشیاء پیدا کر سکے۔

(د) منڈی کی تلاش : اشیاء کی فروخت میں اعتنا ذکر کرنے کے لیے آجریہ شے کی نئی منڈی تلاش کرنے کے لیے بھی تحقیق کرتا ہے اور اس بات کا جائزہ لیتا ہے کہ کس علاقے میں اس کی پیدا کردہ شے کی طلب موجود ہے۔

(س) ذریعہ تشہیر : آجریہ اشیاء کی تشہیر کے مؤثر ذریعہ کے انتخاب کے لیے بھی بازار کی تحقیق کرتا ہے اور دیکھتا ہے کہ صارفین تشہیر کے کس ذریعہ سے زیادہ متاثر ہوتے ہیں۔ اس طرح بازار کی تحقیق آجریہ کو تشہیر کا مؤثر ذریعہ منتخب کرنے میں مدد دیتی ہے۔

2. 12 — تحقیق بازار کے لیے اہلیت

بازار کی تحقیق کے لیے خصوصی اہلیت اور تجربہ کار ہونا بہت ضروری ہے۔ اگر کاروباری ادارہ اس قابل نہ ہو کہ بازار کی تحقیق کے لیے ماہرین کا خرچہ برداشت کر سکے، تو یہ زیادہ مناسب ہوتا ہے کہ کسی تحقیقی ادارہ کی خدمات حاصل کر لی جائیں۔ کسی تحقیقی ادارہ کی خدمات حاصل کرنا اس وقت زیادہ مناسب ہوتا ہے جب کسی نئی شے کو بازار میں متعارف کرانے کے لیے تحقیق کرنا ہو۔

محقق، جتنی اور ذہین ہونا چاہیے، خوش خود اور انتہائی خلیق ہونے کے علاوہ محقق ایسا ہونا چاہیے کہ وہ صارفین سے آگاہی سے جوابات حاصل کر سکے جس علاقے میں یہ تحقیق کر رہا ہو اس علاقے کی زبان پر اسے عبور حاصل ہو اسے اس علاقے کے لوگوں کی عادات اور رسم و رواج سے بھی بخوبی واقفیت ہوئی چاہیے اگر ممکن ہو تو کسی تجربہ کار محقق کو نئے محقق کی تربیت کرنی چاہیے اور اسے تحقیق کے مقصد کے متعلق بخوبی سمجھا دینا چاہیے اسے تحقیق کے مختلف طریقوں سے بھی آگاہ کر دینا چاہیے۔

2. 13 — تحقیق بازار کے طریق کار

بازار کی تحقیق کے لیے مندرجہ ذیل طریق کار استعمال کیے جاسکتے ہیں۔

(الف) داخلی تحقیق۔

(ب) آزمائشی نمونے کے ذریعے تحقیق۔

(ج) بلا واسطہ ذاتی تحقیق۔

(د) بالواسطہ ذاتی تحقیق۔

(ر) سوالناموں کی مدد سے تحقیق۔

(س) مقامی اطلاع ناموں کے ذریعے تحقیق -

(ک) دوسرے ذرائع سے تحقیق -

(الف) داخلی تحقیق : بازار کی تحقیق فرم کے سابقہ ریکارڈ کا تجزیہ کر کے کی جاسکتی ہے۔ ایسی تحقیق ایک ملاؤ کی فروخت کا کسی دوسرے علاقے کی فروخت سے موازنہ کر کے کی جاسکتی ہے۔ داخلی تحقیق سے مختلف علاقوں میں فروخت میں کمی یا کسی ایک وقت میں فروخت میں کمی کی نشاندہی کی جاسکتی ہے۔

(ب) آزمائشی نمونوں کے ذریعے تحقیق : اشیاء کی فروخت کا انحصار بہت سے عوامل پر ہوتا ہے۔ اشیاء کی ذاتی خصوصیات اور معیار کے علاوہ ان کی پیکنگ، ڈیزائن، رنگ اور اشیاء کو پیش کرنے کے طریق کار جیسے عوامل اشیاء کی فروخت پر بہت زیادہ اثر انداز ہوتے ہیں۔ ان تمام عوامل کے اثرات کا جائزہ لینے کے لیے اشیاء کے مختلف آزمائشی نمونے تیار کر کے صارفین کو مفت تقسیم کر دیئے جاتے ہیں اور انہیں درخواست کی جاتی ہے کہ وہ ان اشیاء کو استعمال کرنے کے بعد اپنے تاثرات کاروباری ادارہ کو پیش کریں۔ اشیاء کے جانچنے تیار کیے جاتے ہیں۔ وہ ڈیزائن، پیکنگ اور رنگ وغیرہ میں ایک دوسرے سے مختلف ہیں۔ اس طرح ہر ایک نمونے کی کامیابی کے اثرات کا جائزہ لیا جاسکتا ہے۔

(ج) بلا واسطہ ذاتی تحقیق : اشیاء کی مقبولیت کا جائزہ لینے کے لیے محقق خود بازار میں جا کر اعداد و شمار جمع کرتا ہے اور مختلف صارفین سے بالمشافہ گفتگو کر کے مزوری معلومات حاصل کرتا ہے۔ جن سے گفتگو کی جگہ ان کا انتخاب بڑا سوچ سمجھ کر کیا جاتا ہے۔ محقق کے اس ذریعہ سے بہتر نتائج حاصل کرنے کے لیے مزوری ہے کہ محقق انتہائی تخلیق اور خوش ہو۔ اس کے علاوہ اس کو اس علاقے کے لوگوں سے کھلم کھلا ملنا چاہیئے تاکہ وہ اسے اپنا دوست اور غیر خواہ سمجھیں۔ محقق کے لیے مزوری ہے کہ وہ مشاہدہ کی شدید قسم کی قوت بھی رکھتا ہو اور صارفین کی نفسیات کا ماہر ہو۔ تحقیق کے اس طریقہ سے مطلوبہ نتائج حاصل ہونے کا انحصار صارفین کے جواب پر ہے بعض اوقات صارفین انظر دیو کے دقت جواب دیتے ہوئے مبالغہ آمیزی سے کام لیتے ہیں جب کہ حقیقت اس کے برعکس ہوتی ہے۔

(د) بالواسطہ ذاتی تحقیق :

تحقیق کا یہ طریقہ اس وقت اختیار کیا جاتا ہے جب صارفین صحیح معلومات فراہم کرنے میں رضا مند نہ ہوں۔ اس صورت میں محقق صارفین کو بالواسطہ سوال کرتا ہے جس سے اس کو موزوں معلومات فراہم ہو جاتی ہیں۔ اگر بالواسطہ سوالات سے محقق موزوں معلومات حاصل نہ کر سکے تو پھر وہ بالواسطہ ذرائع سے معلومات حاصل کرتا ہے۔ یعنی وہ کسی ایسے آدمی سے معلومات حاصل کرتا ہے جو ان صارفین سے بخوبی واقف ہوتا ہے۔ جو یہ اشیاء استعمال کرتے ہیں۔ اس طریقہ کے تحت حاصل کی گئی اطلاعات کی درستگی کا انحصار اس آدمی کا انتخاب پر ہے جو کہ اطلاعات فراہم کرتا ہے لہذا ضروری ہے کہ ایسے مقصد کے لیے ہمیشہ موزوں افراد کا انتخاب کیا جائے۔

(ر) سوالناموں کی مدد سے تحقیق : اس طریقہ کے تحت تحقیق کے متعلق معیاری سوالات کی ایک فہرست تیار کی جاتی ہے جسے سوالنامہ صارفین کو ارسال کر دیا جاتا ہے اور ان سے درخواست کی جاتی ہے کہ وہ اسے پرکھ کر کے واپس بھیج دیں۔ یہ طریقہ بہت اہم ہے۔

کاروباری ادارے اکثر یہی طریقہ استعمال میں لاتے ہیں۔ اس طریقہ کو مؤثر بنانے کے لیے ضروری ہے کہ سوالنامے کے ساتھ بھی ایسا کر دیا جائے جس میں تحقیق کے مقصد کی ضرورت پر زور دیا جائے جو امدان کو یقین دلایا گیا ہو کہ جو معلومات وہ فراہم کریں گے وہ اس طریقہ کی کامیابی کا انحصار بہت حد تک سوالنامہ کی تیاری پر ہے اس لیے ضروری ہے کہ سوالنامہ تیار کرتے وقت اس پر زور دیا جائے کہ اس پر خصوصی توجہ دی جائے۔

1 — سوالات مختصر و ارفع عام فہم ہونے چاہئیں تاکہ ہر شخص کی سمجھ میں آجائیں۔

2 — سوالات تعداد میں کم ہونے چاہئیں تاکہ صارفین کم وقت میں ان کے جوابات دے سکیں۔ اگر سوالات زیادہ ہوں گے تو صارفین سب سوالات پر توجہ میں دے سکیں گے۔

3 — سوالات ایسے ہوں کہ جوابات آسانی سے دیئے جاسکیں۔

4 — اکثر سوالات ایسے ہونے چاہئیں جن کے جوابات ہاں، یا، نہیں میں دیئے جاسکیں۔

5 — سوالات ایسے ہوں جن کے جوابات قطعی ہوں۔

سوالات اس قسم کے نہیں ہونے چاہئیں جو صارفین کے صیغہ راز کو کاش کر دیں۔ ایسے سوالات کے صارفین صحیح جوابات نہیں دیں گے۔

(سن) مقامی اطلاع ناموں کے ذریعے تحقیق : اس طریقہ کی رو سے معلومات کی فراہمی مقامی نامہ نگاروں کی معرفت کی جاتی ہے۔ اس طرح جو معلومات حاصل ہوتی، ماوراء زیادہ قابل اعتماد نہیں ہوتیں۔ اس لیے اس طریقہ کا استعمال صرف اس وقت کیا جاتا ہے جب کسی اور طریقہ سے مطلوبہ معلومات حاصل نہ ہو سکیں۔ اس طریقہ کی سب سے بڑی خوبی یہ ہے کہ اس پر اخراجات بہت کم آتے ہیں۔

(کٹ) دوسرے ذرائع سے تحقیق : تحقیق بازار کے دوسرے ذرائع وہ اعداد و شمار ہیں جو سرکاری اداروں کی پبلیکیشنز، تجارتی ایسوسی ایشن اور چیمبر آف کامرس سے دستیاب ہوتے ہیں۔ ان اعداد و شمار سے مارکیٹ میں اشتیاق کی طلب اور کمپت کے متعلق اہم معلومات حاصل کی جاسکتی ہیں۔

13۔ خود آزمائی

(الف) درج ذیل بیانات کے سائنس صحیح اور غلط کے الفاظ لکھے گئے ہیں۔ بیان کی روشنی میں صحیح یا غلط کے گرد دائرہ کا نشان لگائیے۔

- 1۔ کاروبار کا انتخاب کرتے وقت اشتیاق کی طلب کا جائزہ لینا ضروری نہیں ہوتا۔ صحیح/غلط
- 2۔ کاروبار کے لیے خام مالی فراہم کرتے وقت اس کی کوٹھالی، معیار اور قیمت کا جائزہ لینا ضروری ہوتا ہے۔ صحیح/غلط
- 3۔ مزدور کی اجرت زیادہ ہونے سے مصارف پیدائش پر کوئی اثر نہیں پڑتا۔ صحیح/غلط
- 4۔ تیار شدہ مال کا کاروبار کرنے کے لیے نسبتاً کم سرمائے کی ضرورت ہوتی ہے۔ صحیح/غلط
- 5۔ موجودہ بر زمین مال کی ضرورت مال کی تیاری سے زیادہ اہم ہے۔ صحیح/غلط

• مختلف صنعتوں کے لیے ایک ہی قسم کے تربیت یافتہ مزدوروں کی دستیابی ہوتی ہے۔

7۔ کاروبار کی ترقی بہت حد تک سرمائے کی مقدار سے وابستہ رہے گی ہے۔

8۔ کاروبار کے لیے سرمایہ صرف مالیاتی اداروں سے فراہم ہو سکتا ہے۔

9۔ اشیاء کی تشہیر کرنے ہوئے وقت کی مناسبت کو مد نظر رکھنا ضروری ہے۔

10۔ نئی اشیاء کی تشہیر صرف ایک بار ہی کوئی ہوتی ہے۔

(ب) درج ذیل خالی جگہوں کو مناسب الفاظ سے پُر کریں۔

11۔ ہر ایک کاروبار کے لیے ایک خاص

12۔ اگر ملک میں زیادہ منڈیاں ہوں گی تو اجڑ کو

13۔ کاروبار کی کامیابی کے لیے نام مال کی

14۔ کاروبار کی ترقی کے لیے حکومت کئی طرح کی

15۔ تشہیر کی بدولت صارفین کو نئی اشیاء کے متعلق

16۔ تشہیر سے اشیاء کی طلب میں

17۔ اشیاء کی تشہیر موزوں

18۔ ٹیلی ویژن، اسٹیڈیئم کی تشہیر کا

19۔ کیمنڈر، بدولت اشیاء کی تشہیر

20۔ بازار کی تحقیق سے بہتر نتائج حاصل کرنے کے لیے مزدوری ہے کہ محقق

21۔ بعض اوقات صارفین انٹرویو کے وقت جواب دیتے ہوئے

22۔ بازار کی تحقیق کے لیے تیار کیے گئے سوالنامے کے اکثر سوالات ایسے ہوتے ہیں جن کے جوابات

یا

(ج) مختصر جوابات تحریر کیجئے۔

23۔ کاروبار کا میانہ کے بنیادی گزائیں۔

24۔ کاروبار کا انتخاب کرتے وقت کن عوامل کو مد نظر رکھنا ضروری ہوتا ہے۔

25۔ کاروبار کے نفع کا انحصار کن عناصر پر ہے۔

26۔ کاروبار کے لیے منتخب کیے جانے والے علاقے میں کون سی سہولتیں موجود ہونی چاہیے۔

27۔ کاروبار کی ترقی کے لیے کس قسم کی منڈی کی موجودگی ضروری ہوتی ہے۔

- 28 کاروبار کے لیے سرمایہ کیوں ضروری ہوتا ہے۔
 29 سرمایہ کی مقدار کا تعین کرنے والے عوامل گنوائیں۔
 30 بری ذرائع نقل و حمل کون کون سے ہیں۔
 31 بہترین ذرائع نقل و حمل کی خصوصیات بیان کریں۔

14۔ جوابات خود آزمائی

- (الف) 1۔ غلط 2۔ صحیح 3۔ غلط 4۔ صحیح 5۔ صحیح 6۔ غلط 7۔ صحیح 8۔ غلط 9۔ غلط 10۔ غلط
- (ب) 11۔ قسم کی قابلیت اور صلاحیت درکار ہوتی ہے۔
 12۔ مال کی فروخت میں سہولت رہے گی۔
 13۔ فراہمی انتہائی ضروری ہوتی ہے۔
 14۔ مراعات فراہم کرتی ہے۔
 15۔ اطلاعات بہم پہنچائی جاتی ہے۔
 16۔ اضافہ ہوتا ہے۔
 17۔ وقت پر ہونی چاہیئے
 18۔ مؤثر ذریعہ ہے۔
 19۔ سارا سال ہوتی رہتی ہے۔
 20۔ انتہائی طبعی، خوش خوشحالی اور ذہنی ہر۔
 21۔ مبالغہ آمیزی سے کام لیتے ہیں۔
 22۔ ہاں۔ نہیں میں دیئے جا سکیں۔
- (ج) 23۔ (ا) محل وقوع کی موزونیت۔
 (ب) منڈی کی موجودگی۔
 (ج) خام مال کی دستیابی۔
 (د) مزدوروں کی دستیابی۔
 (ر) سرمایہ کی فراہمی۔

(س) شینیری کی دستیابی۔

(م) نقل و حمل کی سہولتیں۔

(ع) سرکاری مراعات۔

24 - سرمایہ کی مقدار

کاروبار کی تفکیک

اشیاء کی طلب

آجری قابلیت

کاروبار کی وسعت

نفع کی مقدار

25 - اشیاء کی طلب

اشیاء کی قیمت

صارفین کی قوت خرید

ملک کی معاشی حالت

روزگار کے مواقع

26 - خام مال وافر مقدار میں دستیاب ہو۔

وسائل قوت آسانی سے دستیاب ہو سکتے ہوں۔

موزوں آب و ہوا ہو۔

بہترین ذرائع نقل و حمل کی سہولتیں موجود ہوں

منڈی کے قریب ہو۔

27 - مکمل مقابلہ ہو۔

صنعتی علاقوں کے قریب ہو۔

دوسری منڈیوں سے مکمل رابطہ ہو

کاروباری اطلاعات آسانی سے فراہم ہو سکتی ہیں۔

28 - عمارت

خام مال

شینیری اور آلات

ذرائع نقل و حمل

ٹیکس کی ادائیگی

اجرت کی ادائیگی

دکان کی سجاوٹ

29 - کاروبار کی نوعیت

کاروبار کا سائز

اشیاء کی نوعیت

30 - انسان

چاند

ٹرک اور روٹنگی

ریل گاڑی

ڈاکخانے

31 - تیز رفتار ہوں

قابل اعتماد ہوں

کم خرچ ہوں

روانگی اور آمد کے

ٹیکس کی چھوٹ

درآمد و درآمد کی سہولتیں

اوقات مقرر ہوں

قرضہ کی سہولتیں

فنی سامان کی خدمات

وسائل قوت کی فراہمی

نقل و حمل کی سہولتیں

صنعتی ملاٹ کی فراہمی

توازنِ ادائیگی

تحریر: محمد امین
نظر ثانی: علی حسن مظفر

یونٹ کا تعارف

توازن ادائیگی، تمام معاشرتی لین دین جو اس ملک کے باشندوں اور ممالک خارجہ کے باشندوں کے درمیان واقع ہوتا ہے اصول تجارت کے طالب علم کے لیے یہ جاننا ضروری ہے کہ توازن ادائیگی نفع میں ہے یا خسارہ میں۔ اس طرح تجارت کے میدان میں اترنے والا کارکن ان تمام عوارضات سے آگاہ ہوگا جو کہ ملکی معیشت کے تنزل کا باعث بنتے ہیں۔ اس امر کو مزید واضح کرنے کے لیے جو بیان کیا جاسکتا ہے کہ کسی ملک کی ادائیگیوں کا توازن اسی ملک اور باقی دنیا کے درمیان ایک سال کے دوران زری لین دین کا ریکارڈ ہوتا ہے۔ کی تفصیل سے آگاہ کیا گیا ہے۔

اس یونٹ میں تعزلی ادائیگی اور توازن تجارت کے فرق کو بھی واضح کیا گیا ہے۔ مختلف ادوار میں توازن ادائیگی کا خاکہ پیش کیا گیا ہے توازن ادائیگی میں خسارہ کی وجوہات اور اصلاح کے طریقے بیان کیے گئے ہیں نیز پاکستان کی خارجہ پالیسی کو بھی تحریر کیا گیا ہے تاکہ طالب علم اس بات سے آگاہ ہو سکے کہ توازن ادائیگی اور خارجہ پالیسی کا آپس میں کیا تعلق ہے۔ اس سلسلہ میں غیر ملکی اقتصادی امداد کی بھی وضاحت کر دی گئی ہے کہ اس سے توازن ادائیگی کو کس طرح معمول پر رکھا جاتا ہے۔ نیز اس امداد کے پیش کرنے والوں کے مقاصد کس قسم کے ہوتے ہیں

یونٹ کے مقاصد

- 1۔ توازن ادائیگی کے مفہوم کی وضاحت کر سکیں۔
- 2۔ توازن ادائیگی اور توازن تجارت کا فرق بتا سکیں۔
- 3۔ مختلف ادوار میں واقع ہونے والے توازن ادائیگی کا جائزہ لے سکیں۔
- 4۔ توازن ادائیگی کے خسارے کی وجوہات اور اصلاح کے اقدام بیان کر سکیں۔
- 5۔ توازن ادائیگی اور تجارتی پالیسی کے ربط اور اس کو برقرار رکھنے کے ذرائع معلوم کر سکیں۔
- 6۔ توازن ادائیگی کو متاثر کرنے والے عناصر پر روشنی ڈال سکیں۔

فہرست مضامین

مضامین

- 127 1 - توازن ادائیگی کا مفہوم
- 127 1.1 - توازن ادائیگی کے اہم مشمولات
- 129 1.2 - پاکستان کا توازن تجارت
- 129 2 - پاکستان کا توازن ادائیگی
- 130 2.1 - پہلے منصوبے کے دوران توازن ادائیگی
- 130 2.2 - دوسرے منصوبے کے دوران توازن ادائیگی
- 131 2.3 - تیسرے منصوبے کے دوران توازن ادائیگی
- 131 2.4 - تیسرے منصوبے میں توازن ادائیگی کی حکمت عملی
- 132 2.5 - توازن ادائیگی کی اصلاح کے اقدام
- 132 2.6 - حکومت کے طے کردہ اقدامات
- 133 2.7 - توازن ادائیگی میں خسارہ کی وجوہات
- 135 3 - پاکستان کی تجارتی پالیسی
- 135 3.1 - برآمدات کے فروغ کے اقدامات
- 136 3.2 - درآمدی پالیسی
- 137 4 - غیر ملکی اقتصادی امداد
- 138 4.1 - غیر ملکی اقتصادی امداد کا مفہوم
- 138 4.2 - غیر ملکی اقتصادی امداد کی مختلف صورتیں
- 139 4.3 - غیر ملکی اقتصادی امداد کے مختلف ذرائع
- 140 4.4 - بیرونی امداد کی مقدار
- 142 4.5 - پاکستان میں بیرونی اقتصادی امداد کا اثر
- 143 4.6 - بیرونی امداد کی مہم کی وجوہات

144

149

151

5
۵۔ تیسری دنیا۔ نئے قرضوں کا بحران

۶۔ خود آزمائی

7۔ جوابات خود آزمائی

1- توازن ادائیگی کا مفہوم

کوئی ملک کتنا ہی ترقی یافتہ کیوں نہ ہو، اسے اپنے ملک کے ذرائع سے علاوہ دوسرے ممالک کے ذرائع سے استفادہ کرنا پڑتا ہے۔ اگر کوئی ملک پیدائش اشیاء میں خود کفیل ہے، تو اسے کم از کم اپنے مال کو فروخت کرنے کے لیے دوسری منڈیوں کی ضرورت ہوگی۔ جس سے مختلف قسم کا لین دین وجود میں آئے گا۔ ہر ملک درآمد اور برآمد کی جانے والی اشیاء کا باقاعدہ سالانہ حساب رکھتا ہے۔ توازن ادائیگی کی جامع تعریف یہ ہوگی کہ ایک سال کے دوران کسی ملک کے باشندوں کے باقی دنیا کے ساتھ کیے گئے کاروبار کا مکمل حساب ہے۔ توازن ادائیگی کسی دوسرے تخمینہ و اصل باقی کی طرح متوازن ہونا چاہیے۔ ایسی تمام اشیاء جس کی وجہ سے کسی ملک کو زرمبادلہ حاصل ہوگا انہیں آمدنی کے کھاتے میں درج کیا جائے گا ایسی سہولتی اشیاء جس کی وجہ سے کسی ملک کو اپنا زرمبادلہ خرچ کرنا پڑتا ہے ان کا اندراج اخراجات کے کھاتے میں ہوگا۔ سال کے بعد دونوں اطراف کا فرق معلوم کر لیا جاتا ہے جو کہ تفعیل یا نقصان کی شکل میں ظاہر ہوگا۔ اصول تجارت کے ہر طالب علم کو یہ جاننا ضروری ہے کہ ادائیگیوں کے حسابات دو حصوں میں منقسم ہوتے ہیں (رواں حسابات اور سرمایہ کے حسابات) ان کو تفصیل درج کیا جاتا ہے۔

رواں حسابات :- یہ حسابات مرئی یعنی عادی اشیاء سے متعلق ہوتے ہیں۔ ان حسابات میں اخراجات تنفیل، سفر خرچ، ہیکر کی فیس اور کٹن وغیرہ کی مدت بھی شامل ہیں۔ چند ایسی ناقابل واپسی ادائیگیاں جو کہ چندہ اور پیش سے متعلق ہوں بھی شامل ہوتی ہیں۔ ان کو غیر مرئی ادائیگیوں کے تحت شمار کیا جاتا ہے۔

مرئی (مادی) اور غیر مرئی اشیاء سے حاصل ہونے والی آمدنی اگر مادی اور غیر مرئی اشیاء کی خدمات سے زیادہ ہو تو توازن ادائیگی ملک کے حق میں ہوگا اور اسے توازن ادائیگی کا منافع کہتے ہیں۔ بصورت دیگر توازن ادائیگی کا خسارہ کہلائے گا۔ دوسرے الفاظ میں یہ نتائج موافق توازن ادائیگی یا ناموافق توازن ادائیگی کہلاتے ہیں۔

خسارہ کو ملک کے سونے سے یا زرمبادلہ کے ذخیرہ سے قرض لے کر بٹورا کیا جاتا ہے۔

سرمایہ کے حسابات :- یہ حسابات ایک مقررہ مدت کے دوران جو کہ ایک سال کی ہوتی ہے ایک ملک کے دنیا کے دوسرے ممالک کے درمیان ہونے والی سرمایہ کی نقل و حرکت کے حسابات ہوتے ہیں یہ سرمایہ کی اس نقل و حرکت سے مراد قلیل مدت یا طویل مدت کے لیے قرضے فراہم کرنا ہے۔ قرضوں کا یہ معاہدہ حکومتوں، صنعتی اداروں اور افراد کے درمیان طے ہو سکتا ہے۔

1.1 توازن ادائیگی کے اہم مسمولات

اشیاء :- فہرست میں وہ اشیاء شامل کی جاتی ہیں جو ہم درآمد یا برآمد کرتے ہیں ان کی دو قسم ہیں (الف) اشیائے صارفین -

(ب) اشیائے سرمایہ - اشیائے صارفین میں کپڑا، ریفریجریٹر، کاریں اور اشیائے سرمایہ میں ٹریکٹر، مدینیات اور مشین وغیرہ شامل ہیں۔ غیر ملکی کمپنیوں کی خدمات کا معاملہ وضع :- ہر ملک بیرونی تجارت کے لیے دوسرے ممالک کے جہازوں، بینکوں اور بیہ کنپنیاں کی خدمات حاصل کرتا ہے۔ ان خدمات کا معاملہ ادا کرتا ہے اور اگر یہ خود دوسرے ملکوں کو ایسی ہی خدمات مہیا کرے گا تو ان کا کھانا وصول کرتا ہے۔ اس طرح یہ خدمات بھی برآمد کی جاتی ہیں پاکستان بینکوں اور بیہ کمپنیوں کی کمی کے باعث اسی قسم کی خدمات درآمد کرتا ہے اور غیر ملکی ادارے یہ خدمات سرانجام دے کر معاملہ وصول کرتے ہیں۔

تعلیم : تعلیم ادا تحصیل فن کے لیے طلباء ایک ملک سے دوسرے ملک میں آتے جاتے ہیں اور وہاں وہ یہ خرچ کرتے ہیں۔ اس طرح ایک ملک بیرونی تعلیم پر روپیہ خرچ کرتا ہے اور دوسرے ملکوں کے طالب علموں کے ذریعے سے آمدنی بھی حاصل کرتے ہیں۔ توازن ادائیگی میں اس کے خرچ اور آمدنی کی مد میں بھی درج ہوتی ہیں مثلاً پاکستان سے بہت سے لوگ ہر سال مختلف یونیورسٹیوں میں تعلیم حاصل کرنے کے لیے دوسرے ممالک میں جاتے ہیں جو کہ خرچ کی مد ہوتی۔

سیروسیاحت : سیروسیاحت کے خالق حضرات ایک دوسرے ملک میں سیرو تفریح کے لیے آتے جاتے ہیں۔ وہاں روپیہ خرچ کرتے ہیں یہ سیاحت جو روپیہ خرچ کرتے ہیں یہ ہماری آمدنی ہوتی ہے اس کو ہم وصولیات میں درج کرتے ہیں اور جو ہمارے سیاحت دوسرے ممالک میں روپیہ خرچ کرتے ہیں وہ ہم واجبات میں لکھ لیتے ہیں۔

سفارتی خدمات : ہر ملک کے دوسرے ملکوں سے سفارتی تعلقات ہوتے ہیں جو سفیر دوسرے ملک میں مقرر کیے جاتے ہیں ان کے اخراجات بھی ہمارے ذمہ ہوں گے۔ ہمارے ہاں جو سفیر نامزد ہو کر آتے ہیں ان کے ممالک انہیں تنخواہ وغیرہ بھیجتے ہیں اس کو ہم وصولیات میں درج کرتے ہیں۔ دوسرے ممالک میں ہم اپنے سفیروں کو بھیج دیتے ہیں ان کا کام واجبات میں اندراج کریں گے۔

غیر ملکی قرضے پر سود : ملی ترقی کے لیے کسی ملک کی حکومت بہ صرف ملک کے اندر سے قرضہ حاصل کرتی ہے بلکہ دوسرے ممالک سے بھی قرض حاصل کرتی ہے جس پر وہ سود ادا کرتی ہے۔ سود کی ادائیگی واجبات میں شمار کریں گے ان کی وصولی وصولیات میں شامل کریں گے۔

مالی امداد : سیلاب، جنگ، زلزلوں اور دوسرے ہنگامی حالات میں ممالک ایک دوسرے کی مدد کرتے ہیں اس کو واپس کرنا پڑتا ہے یہ سرکاری سطح پر بھی دینے جاتے ہیں اور نجی سطح پر بھی سب کوئی امداد ملے گی تو اس کو وصولیات، واجبات کی مدد کر ملک کو ادا دیں گے تو اس کو واجبات میں شامل کریں گے۔

سرمایہ کاری کا منافع : ممالک اور نجی افراد ایک دوسرے کے ہاں سرمایہ کاری بھی کرتے ہیں اور منافع کاتے ہیں۔ منافع وصول ہوتا ہے تو اس کو وصولیات میں شمار کریں گے اور اگر دوسرے ممالک ہمارے ہاں سے اسے باہر لے جائیں تو اسے واجبات میں لکھیں گے۔

1-2۔ پاکستان کا توازن تجارت

توازن تجارت ایک ویسٹ ہوئے قرضے مثلاً ایک سال کے دوران اشیاء درآمد و درآمد کی قیمتوں کے درمیان فرق کا نام ہے۔ جس ملک کی اشیاء صریح کی درآمدات کی قیمت اسی طرح کی اشیاء صریح کی برآمدات کی قیمت سے کم ہو تو، تجارتی توازن اس کے حق میں ہوگا۔ اس ملک کا قرض دوسروں پر واجب الادا ہوگا۔ لیکن اگر کسٹم کے کاغذات میں درج کردہ مرئی درآمدات کی قیمت مرئی برآمدات کی قیمت سے بڑھ جائے تو توازن ادائیگی اس ملک کے خلاف ہوگا اور وہ دوسروں کا مقروض ہو جائے گا۔ کسی ملک کی میشت پر توازن تجارت کا بڑا اثر ہوتا ہے۔ اگر کسی ملک کا تجارتی توازن بہتر ہوگا۔ تو اس میں اشیاء درآمد کرنے کی اہلیت بھی زیادہ ہوگی اور بین الاقوامی تجارت میں وسعت پیدا ہوتی ہے۔ اس کے برعکس اگر تجارتی توازن خراب ہے تو اس سے ملک کی اشیاء درآمد بری طرح متاثر ہوگی اور بیرونی تجارت کی مقدار میں کمی ہو جائے گی۔

2۔ پاکستان کا توازن ادائیگی

توازن ادائیگی ایک سال کے دوران کسی ملک کے باشندوں کے باقی دنیا کے ساتھ کیے گئے کاروبار کا مکمل حساب ہوتا ہے توازن ادائیگی کو بھی تختہ واصل باقی کی طرح متوازن ہونا چاہیے اور اشیاء صریح کی دہر سے ملک کو زرمبادلہ حاصل ہوتا ہے۔ آمدنی کے کھاتے میں درج کی جاتی ہیں وہ اشیاء جن پر ملک کا زرمبادلہ خرچ ہوتا ہے خرچ کے کھاتے میں لکھی جاتی ہیں ان دونوں میں جو فرق آتا ہے وہ توازن ادائیگی کا منافع یا خسارہ ہوتا ہے۔

ہر ملک کی غیر ملکی تجارت کے استحکام کا دارومدار اس بات پر ہوتا ہے کہ اس کی درآمدات اس کی برآمدات سے بڑھنے نہ پائیں کیونکہ اگر اس کی درآمدات بڑھ جائیں تو وہ ملک دوسروں کا مقروض ہو جاتا ہے۔ ادائیگی کے لیے اسے سونا بھیجنا پڑتا ہے۔ سونا برآمد ہو جانے سے ملکی کرنسی کا استحکام بھی باقی نہیں رہتا اس لیے کاروبار کے مالی اور صنعتی حالات مختل ہو جاتے ہیں۔

پاکستان چونکہ ترقی پذیر ملک ہے اسے غیر ملکی سے گاڑیاں، شینیں، صنعتی خام مال، فاضل پرزہ جات اور ترقیاتی سازوسامان بہت زیادہ مقدار میں منگوانا پڑتا ہے۔ اس لیے اس کی درآمدات بہت زیادہ ہوتی ہیں۔ پاکستان زرعی اور پسماندہ ملک ہونے کی وجہ سے زیادہ تر خام مال ہی برآمد کر سکتا ہے۔ جس کی بہت کم قیمت وصول ہوتی ہے۔ لہذا اس کا توازن ادائیگی عموماً غیر موافق ہوتا ہے۔ اس لیے اس چیز کی شدید ضرورت ہے کہ اسے بہتر بنانے کے لیے ضروری اقدامات کیے جائیں۔

2.1۔ پہلے منصوبے کے دوران توازن ادائیگی

منصوبہ بندی کمیشن نے جب پہلا پانچ سالہ منصوبہ پیش کیا تو مختلف مقاصد کے ساتھ ایک ضروری منصوبہ یہ بھی تھا کہ تجارت خراج کا توازن ادائیگی درست کیا جائے اس اقدام کے لیے مندرجہ ذیل سفارشات بھی کی گئیں جو مندرجہ ذیل ہیں۔

- 1۔ برآمدات کو بڑھایا جائے۔
 - 2۔ غیر ترقیاتی درآمدات کو کم کیا جائے۔
 - 3۔ جو اشیاء دم برآمد کرتے ہیں ان کا بدل ملک میں پیدا کیا جائے۔
- پہلے منصوبے کے مطابق دس ارب اور پچاس کروڑ روپے کے برابر زرمبادلہ کمانے کا پروگرام بنایا گیا لیکن پانچ سالوں میں صرف گیارہ ارب پچیس کروڑ روپے کا زرمبادلہ کمایا گیا۔ اس کی سب سے بڑی وجہ یہ تھی کہ:
- 1۔ برآمد شدہ اشیاء کی پیداوار کم ہو گئی۔
 - 2۔ عالمی تجارت میں کمی رونما ہو گئی۔
 - 3۔ برآمد کی جانے والی اشیاء کی طلب ملک میں بڑھ گئی۔
 - 4۔ ملک میں غذائی پیداوار کم ہو گئی اور اس کی درآمد پر کافی رقم خرچ کرنا پڑی۔
 - 5۔ درآمد و برآمد کی نسبت ہمارے موافق نہ رہی۔

2.2۔ دوسرے منصوبے کے دوران توازن ادائیگی

دوسرے منصوبے کے دوران توازن ادائیگی پہلے منصوبے کے مقابلہ میں بہتر حالت میں رہا۔ دوسرے منصوبے میں یہ طے پایا کہ پانچ سال کی مدت میں گیارہ ارب پچیس کروڑ روپے کے برابر زرمبادلہ کمایا جائے گا اور بائیس ارب میں کروڑ روپے کے برابر خرچ کیا جائے گا۔ گویا دس ارب پچانوے کروڑ روپے کا زرمبادلہ خارجی ذرائع سے حاصل کرنے کا ارادہ کیا گیا تھا۔

دوسرے منصوبے میں درآمدات اور برآمدات میں سال بہ سال اضافہ ہوتا گیا لیکن درآمدات میں نسبتاً زیادہ اضافہ ہوا۔ اس لیے توازن ادائیگی میں خسارہ کی رقم بھی بڑھ گئی۔ درآمدات اس لیے زیادہ ہوئی ہیں کہ دوسرے منصوبے کو عملی جامہ پہنانے کے لیے کثیر تعداد میں مشینیں، گاڑیاں، ترقیاتی ساز و سامان اور خام مال درآمد کرنے کی ضرورت تھی۔ اگر یہ چیزیں نہ منگوائی جائیں تو صنعتی اور معاشی ترقی نہیں ہو سکتی۔

منصوبے کی رو سے برآمدات میں سالانہ تین فیصد اضافہ ہونا تھا لیکن اس کے بجائے یہ اضافات فیصد ہر اس کی وجوہات حسب ذیل ہیں۔

- ایسی چیزیں زیادہ پیدا ہوئیں جن کی برآمدات کے امکانات زیادہ تھے۔
- زرعی اور صنعتی پیداوار میں توقع سے زیادہ اضافہ ہوا۔
- برآمدی بونس سکیم کے باعث بھی برآمدات میں اضافہ ہوا۔
- حکومت نے برآمد کو فروغ دینے کے لیے بعض مخصوص ادارے قائم کیے
- ٹیکسوں کی ایسی پالیسی اختیار کی گئی جس کی وجہ سے ملک کے اندر اشیاء کا مصروف کم ہو گیا۔

2.3۔ تیسرے منصوبے کے دوران توازن ادائیگی

تیسرے منصوبے کے دوران ہماری کل درآمدات کی مالیت تیس ارب پچاس کروڑ ہو گئی اور برآمدات کی مالیت میں ارب روپے۔ اسی طرح فرق پندرہ ارب پچاس کروڑ ہو گا جو خارجی ذرائع سے پورا کیا جائے گا۔ ان میں پروجیکٹ امداد، غیر پروجیکٹ امداد، فنی امداد، غیر ملکی نجی سرمایہ کاری مسائل شامل ہیں۔

2.4۔ تیسرے منصوبے میں توازن ادائیگی کی حکمت عملی

تیسرے منصوبے میں توازن ادائیگی کی حکمت عملی کی اہم خصوصیات مندرجہ ذیل ہیں۔

- 1۔ ملک کی معاشی ترقی کے لیے زیادہ سے زیادہ داد و مدار کی ذرائع پر کرنا۔
- 2۔ درآمدات کے سلسلے میں ایسا انداز اختیار کرنا جس سے پس اندازی، سرمایہ کاری اور جوصلہ افزائی ہو اور باہر سے آئے والی اشیاء کا نعم البدل ملک کے اندر ہی تیار ہو سکے۔
- 3۔ اس مدت میں قومی پیداوار میں رفتار سے بڑھے اس سے برآمدات میں اضافہ کرنا۔
- 4۔ ایسی زرعی اور صنعتی اشیاء کی پیداوار بڑھانا جو برآمد ہو سکیں۔
- 5۔ جہاں تک درآمدات کا تعلق ہے ان میں صرف وہ اشیاء درآمد کرنا جو خام مال یا نیم تیار شدہ شکل میں ہوں تاکہ ان سے صنعتی پیداوار میں مزید اضافہ ہو چنانچہ اشیائے سرمایہ کی درآمد میں سالانہ ساڑھے چار فیصد اضافہ ہو گا اور خام مال کی درآمد میں سالانہ گیارہ فیصد۔
- 6۔ سرکاری مالی پالیسی اور دیگر ترغیبات کے ذریعہ زرعی و صنعتی پیداوار کے موجودہ طریقوں پر بھی اشیاء کی پیداوار میں جو اضافہ ہو اس کا بیشتر حصہ برآمد کرنا اور اندازہ لگایا گیا ہے کہ تیسرے منصوبے کے دوران صنعتی پیداوار میں جس قدر اضافہ ہو گا اس کا دس فیصد برآمد کر دیا جائے گا جبکہ دوسرے منصوبے میں صرف تین فیصد برآمد ہو سکا تھا۔
- 7۔ درآمدات کے نعم البدل کی حکمت عملی کا اہم خاصہ یہ ہے کہ اشیاء و صارفین کی بڑھتی ہوئی طلب کا بیشتر حصہ ملکی پیداوار سے پورا کیا جائے اور ایسی اشیاء درآمد کی جائیں جن سے اشیائے سرمایہ کی صنعت مضبوط و مستحکم ہو۔

2.5۔ توازن ادائیگی کی اصلاح کے اقدام

توازن ادائیگی کی اصلاح کے لیے مندرجہ ذیل اقدامات کرنے چاہئیں۔

1۔ درآمدات میں کمی : درآمدات کو کم کرنا چاہیے اور کوشش کرنی چاہیے کہ جو چیزیں اس وقت منجم غیر ممالک سے منگواتے ہیں ان کا بدل ملک کے اندر ہی تیار ہو سکے۔

2۔ برآمدات میں اضافہ : اپنے ملک سے زیادہ سے زیادہ چیزیں دوسرے ممالک کو بھیجی جانی چاہئیں۔ اس سلسلے میں ایکسپورٹ بزنس اسکیم بہت کامیاب ہوئی ہے۔ اس کے تحت برآمد کرنے والوں کو یہ حق دیا جاتا ہے کہ وہ جتنا زر مبادلہ لکھیں اس کا ایک خاص حصہ بزنس کے طور پر دیا جاتا ہے جس کی مدد سے خواہ وہ خود اشتیاء برآمد کریں یا اسے زیادہ قیمت پر کسی دوسرے کے ہاتھ فروخت کر دیں۔

3۔ غیر مرئی درآمدات میں کمی : پاکستان غیر ملکی جہازوں اور ہیریکنیوں کی خدمات حاصل کرنے پر بہت سارے مبادلہ صرف کرتا ہے۔ کوشش کرنی چاہیے کہ ایسی کمپنیاں قائم کر کے ان ادائیگیوں کو بچایا جائے۔ غیر ممالک میں غیر ترقیاتی امور پر جو خرچ ہوتا ہے اس میں کفایت کرنی چاہیے۔

2.6۔ حکومت کے طے کردہ اقدامات

حکومت نے توازن ادائیگی کو درست کرنے کے لیے جو اقدامات کیے وہ مندرجہ ذیل ہیں۔

1۔ درآمدات میں کمی : توازن ادائیگی کو بہتر بنانے کے لیے ضروری ہے کہ درآمدات میں کمی کی جائے چنانچہ حکومت نے غیر ضروری درآمدات پر پابندی عاید کر رکھی ہے۔ صنعتی ترقی کے لیے ضروری قسم کے خام مال کی درآمد فرارغ دلی سے کی جاتی ہے۔ البتہ جو اشتیاء ملک کے اندر تیار ہوتی ہیں وہ باہر سے نہیں منگوائی جاتیں۔ اس پالیسی کے باعث ملک میں بہت سی صنعتیں قائم ہو گئی ہیں جو ملکی ضرورت کی بے شمار اشتیاء پیدا کر رہی ہیں۔ منصوبہ بندی کشن کی رائے یہ ہے کہ درآمدات پر بھاری محصولات لگانے چاہئیں تاکہ زر مبادلہ کا خرچ کرنا بہت زیادہ نفع آور نہ رہے۔ حکومت یہ بھی کوشش کر رہی ہے کہ جو اشتیاء اب درآمد کی جا رہی ہیں ان کا نظم بدل ملک کے اندر ہی تیار کیا جائے۔ جس حد تک ممکن ہو درآمدات کے نرم البدل ملک کے اندر ہی تیار کرنے چاہئیں۔ ترقیاتی پروگراموں میں اس کا پورا خیال رکھا جانا ہے کہ زر اسحق ترقی کے پروگرام کے مطابق غذائی پیداوار بڑھ جائے گی اور غیر ممالک سے اناج کی درآمد میں تخفیف ہو سکے گی۔

الحکومت کی درآمدی پالیسی کی سال بہ سال بہتیت کا جائزہ لیا جائے تو پتہ چلے گا کہ حکومت نے ہر ممکن کوشش کی ہے کہ غیر ملکی اشتیاء کی درآمد پر پابندی لگائی جائے اور ملکی صنعت کو ترقی دی جائے۔

2۔ برآمدات بڑھانے کے لیے اقدامات : ادائیگیوں کے توازن کو درست کرنے کا ایک مؤثر طریقہ یہ ہے کہ برآمدات کی حوصلہ افزائی کی جائے اس کے لیے مندرجہ ذیل اقدامات کیے گئے ہیں۔

برآمدی تجارت میں تنوع : اشیاء میں پاکستان کی برآمدات صرف چار اشیاء پر مشتمل ہیں۔ شٹل، ٹینس، کپاس، ادن، کھالیں اور چمچڑا۔ لیکن صنعتی ترقی کی بدولت اب پاکستان اس قابل ہو گیا ہے کہ کئی مصنوعات برآمد کر سکے۔ ان میں یہ خاص طور پر قابل ذکر ہیں۔ ٹینس، آلات جراحی، سودی دھواگہ، کپڑا وغیرہ۔ اس طرح اب پاکستان پہلے سے زیادہ زرمبادلہ کمانے کے قابل ہو گیا ہے۔

ایکسپلورٹ بونس سکیم : حکومت نے ایک اور بڑا قدم جو اٹھا یا وہ ایکسپورٹ بونس اسکیم کا اجراء کیا۔ اس کے تحت اگر پاکستانی تاجر بعض اشیاء برآمد کریں اور اس کے عوض جو زرمبادلہ کمائیں اس کا کچھ حصہ انہیں واپس مل جاتا ہے جسے وہ دوبارہ غیر ممالک سے اشیاء درآمد کرنے کے لیے استعمال کر سکتے ہیں۔ اس حق کے لیے انہیں بونس وچر دیا جاتا ہے۔ اگر سودی کپڑا وغیرہ کی مصنوعات برآمد کی جائیں تو ان کی مدد سے حاصل کیے ہوئے زرمبادلہ کا بیس فیصد ایکسپورٹ کو ملتا ہے۔ اور جو اشیاء برآمد کرنے کے لیے خاصی تنگ دود کوئی پڑے ان کے عوض چالیس فیصد زرمبادلہ دیا جاتا ہے۔ یہ سکیم، کپاس، کھالیں، چمچڑا، ادن، چاول کے سوا باقی تمام چیزوں پر لاگو ہوتی ہے۔ کپاس، کھالیں، چمچڑا، ادن، چاول اس طرح کی اشیاء برآمد کر کے تاجروں کو جو بونس وچر حاصل ہوتے ہیں انہیں درآمدی لائسنس میں بدلا جاسکتا ہے۔ اگر برآمد کرنے والے تاجران وچروں سے خود اشیاء درآمد نہ کرنا چاہیں تو وہ انہیں بازار میں فروخت کر سکتے ہیں۔ لیکن موجودہ دور میں اس کا رواج نہیں ہے۔

روپے کی قدر میں کمی : غیر ملکی لوگوں کے لیے پاکستانی برآمدات ارزاں بنانے کے لیے حکومت نے روپے کی قدر کم کر دی۔ اس سے کئی ایسی اشیاء برآمد ہونے لگیں جو پہلے برآمد نہیں ہوتی تھیں۔

ضبط مبادلہ : اگر کسی ملک نے دوسرے ملک سے زیادہ مال خریدا ہو اور برآمد کم کیا ہو تو حالات کو سازگار کرنے کے لیے وہ ضبط مبادلہ کا طریقہ کار استعمال کرتے ہیں۔ اس سے یہ مراد لیا جاتا ہے کہ غیر ملکی زرمبادلہ کے استعمال پر پابندی لگا دی جاتی ہے تاکہ حکومت کی مرضی کے بغیر یہ خرچ نہ ہو۔ اس قانون کے تحت اشیاء برآمد کرنے والے تاجر جتنا زرمبادلہ کمائیں گے وہ سارے کا سارا اسٹیٹ بینک میں جمع کر دینے کے پابند ہوتے ہیں۔ اور اس کے عوض انہیں پاکستانی کرنسی مل جاتی ہے۔ اس کے بعد یہ زرمبادلہ ان لوگوں کو دیا جاتا ہے جنہوں نے باہر سے اشیاء منگوائی ہوتی ہیں۔ اس طرح زرمبادلہ کے معرفت میں کفایت ہو جاتی ہے اور صرف اشیاء پر درآمد کی جاتی ہیں جتنا زرمبادلہ کمایا گیا ہو۔

2.7۔ توازن ادائیگی میں خسارہ کی وجوہات

توازن ادائیگی میں خسارہ کی وجوہات مندرجہ ذیل ہیں۔

- 1 — درآمدات میں اضافہ : روزمرہ کی ضرورت ہونے والی اشیاء میں جس قدر ہم اضافہ کریں گے اسی قدر ملک کو زیادہ ادائیگیاں کرنی پڑیں گی۔ ان درآمدات اور ادائیگیوں کے بڑھنے سے توازن ادائیگی میں خسارہ ہوتا ہے۔
- 2 — برآمدات میں کمی : اشیاء کی قیمت بڑھ جانے سے ان کا معیار گرنے سے یا عالمی منڈی ہاتھ سے نکل جانے کی وجہ سے برآمدات میں کمی واقع ہو جاتی ہے۔ اس طرح توازن ادائیگی پر منفی اثرات پڑتے ہیں۔
- 3 — افراط زر : اگر ملک میں افراط زر پھیل جائے تو قیمتوں کی عمومی سطح بڑھنے لگتی ہے۔ مہنگائی کی وجہ سے دوسرے ممالک کے درآمد کنندگان اس ملک سے اشیاء منگوانا کم کر دیتے ہیں۔ اس طرح برآمدات گھٹ جاتی ہیں اور توازن ادائیگی بگڑ جاتا ہے۔
- 4 — معاشی ترقی : ترقی پذیر ممالک ترقی کی رفتار تیز کرنے کے لیے صنعتی ممالک سے صنعتی آلات اور صنعتی خام مال درآمد کرنے پر مجبور ہیں۔ اس مجبوری کے سبب درآمد بڑھ جاتی ہیں اور توازن ادائیگی میں گڑ بڑ پیدا ہو جاتی ہے۔
- 5 — غیر مرئی مدات : اگر ملکی تجارتی کمپنیاں بیرون ملک سے کم رقومات کا کمرالیں اور غیر ملکی کمپنیاں متعلقہ ملک سے زیادہ منافع باہر لے جائیں تو توازن ادائیگی کی وصولیات کم اور واجبات زیادہ ہو جاتے ہیں اور توازن ادائیگی میں خسارہ رونما ہوتا ہے۔
- 6 — عالمی مقابلہ میں اضافہ : آج کل عالمی منڈیوں میں اشیاء کی رسد فراہم کرنے والے ممالک کی تعداد بڑھ رہی ہے۔ ان منڈیوں میں مقابلہ کی شدت تیز ہو جاتی رہی ہے۔ مقابلہ کی وجہ سے قیمتوں میں کمی آ رہی ہے اور بہت سے ممالک کا توازن ادائیگی خرابی کا شکار ہو جاتا ہے۔
- 7 — غیر ممالک میں کساد بازاری : اگر بیرون ملک میں بے روزگاری بڑھ جائے یا قومی آمدنی میں افزائش کی شرح کم ہو جائے تو وہاں کے لوگ متعلقہ ملک کی اشیاء کی طلب بھی گھٹا دیتے ہیں۔ بیرون ملک درآمدات کے سڑک جانے میں متعلقہ ملک کا توازن ادائیگی خرابی کا شکار ہو جاتا ہے۔
- 8 — مصارف پیدائش کا بڑھنا : اگر خام مالی مزدوروں کی اجرت اور شرح سود وغیرہ میں اضافہ ہو جائے تو اشیاء کے مصارف پیدائش بڑھ جاتے ہیں اور قیمتیں بھی بڑھ جاتی ہیں۔ قیمتیں بڑھنے سے برآمدات پر برا اثر پڑتا ہے۔
- 9 — تجارتی بندشیں : اگر ملک ایک دوسرے پر مختلف قسم کی تجارتی پابندیاں لگا دیں تو اس طرح سے برآمدات گھٹ جاتی ہیں اور توازن ادائیگی میں خسارہ پیدا ہو جاتا ہے۔
- 10 — غیر ممالک کی طرف سے کرنسی کی قدر میں کمی : جب کسی ملک سے تجارت کرنے والے ممالک اپنے کرنسیوں کی قیمت میں کمی کر دیں تو ان کی برآمدات بڑھ جاتی ہیں جس سے اس ملک کی برآمدات کم اور درآمدات زیادہ ہو جاتی ہیں۔ اس طرح اس کا توازن ادائیگی پر برا اثر پڑتا ہے۔
- 11 — ذوق مطلب میں کمی : اگر بیرون ملک فیض کی وجہ سے کسی شے کو استعمال کرنے کا ذوق کم ہو جائے تو ان اشیاء کی رسد فراہم کرنے والے ملک کی برآمدات محدود ہونے لگتی ہیں اور توازن ادائیگی خراب ہو جاتا ہے۔

12— خود کفالت : مختلف ممالک میں زرعی اور صنعتی خود کفالت کے لیے جدوجہد ہو رہی ہے۔ خود کفالت کے ذریعے متعلقہ ملک دوسرے ممالک سے درآمدات کم ہو جاتی ہیں۔ اس طرح خود کفالت حاصل کرنے والے ممالک کا توازن ادائیگی تو درست ہو جاتا ہے مگر دوسروں کا توازن ادائیگی بگڑ جاتا ہے۔

13— فنی و سائنسی ترقی : اگر کسی ملک میں اشیاء پیدا کرنے کے ضمن میں فنی اور سائنسی ترقی رونما ہو اور اس کی بنیاد پر درآمدات کے نعم البدل دیانت ہو جائیں تو دوسرے ممالک کی اس ملک کو برآمدات متاثر ہوں گی جس سے توازن ادائیگی میں خسارہ پیدا ہو جاتا ہے۔

3— پاکستان کی تجارتی پالیسی

پاکستان کو کب ترقی پذیر ملک ہونے کی وجہ سے غیر ممالک سے پیشین خام مال، فاضل پرزے، اشیائے صارفین اور مختلف قسم کی خدمات کثیر مقدار میں درآمد کرنی پڑتی ہیں۔ لیکن ان کے برعکس ان کی برآمدات صرف چند اشیاء پر مشتمل ہیں جن میں زیادہ تر خام اشیاء اور زرعی پیداوار شامل ہیں۔ مصنوعات کا حصہ بہت تھوڑا اپنے اور عالمی منڈیوں میں ہماری برآمدات اسٹیل کی قیمتیں بھی کم ہوتی جا چکی ہیں۔

3:1— برآمدات کے فروغ کے اقدامات

پاکستان کی غیر ملکی تجارتی پالیسی کے سلسلے میں مندرجہ ذیل باتیں قابلِ قدر ہیں۔

زیادہ سے زیادہ ممالک کے ساتھ تجارت : پاکستان کی تجارتی پالیسی کی ایک خصوصیت یہ ہے کہ زیادہ سے زیادہ ممالک کے ساتھ تجارت کی جائے۔ برآمدات بھی مختلف ملکوں کو بھیجی جائیں اور درآمدات بھی کئی ملکوں سے منگوائی جائیں۔ اس کا فائدہ یہ ہو گا کہ اگر کوئی ایک بالخصوص ممالک ہماری برآمدات کی خرید کم کر دیں تو ہم دوسرے ممالک کو زیادہ اشیاء برآمد کر سکیں۔ اسی طرح اگر کسی ایک ملک سے ضرورت کی اشیاء درآمد ہونا بند ہو جائیں تو دوسرے ممالک سے منگوائی جا سکیں۔ مثال کے طور پر اب ترقی یافتہ ممالک بالخصوص پوری مشترکہ منڈی کے ارکان ہماری برآمدات پر پابندیاں لگا رہے ہیں لہذا اب ضرورت اسی امر کی ہے کہ ہم ترقی پذیر ملکوں کے ساتھ تجارتی تعلقات بڑھائیں۔

برآمدات کو ارزاں کرنے کی کوشش : ہمارے توازن تجارت کے موافق ہونے کا دارو مدار اس بات پر ہے کہ ہماری برآمدات زیادہ سے زیادہ ہوں۔ اس مقصد کے لیے یہ ضروری ہے کہ برآمدات ارزاں اور سستی ہوں۔ چنانچہ حکومت اس کوشش میں معروف ہے کہ مختلف اقسام سے برآمدات سستی کی جائیں۔

چونکہ عالمی منڈیوں میں خام پیداواروں کی قیمتیں گرتی جا رہی ہیں اس لیے یہ ضروری ہے کہ ہم زیادہ سے زیادہ مصنوعات برآمد کر سکیں

لیکن اس مقصد میں ہم صرف اس صورت میں کامیاب ہو سکتے ہیں جب ان کی لاگت کم کر کے اپنے حریف ملکوں کے ساتھ ڈٹ کر مقابلہ کریں۔

گھریلو صنعت کی ترقی : ملک کے بے شمار صنعتوں کو ترقی دینے کی کوشش کی جا رہی ہے تاکہ غیر ملکی درآمدات پر ہمارا دار و مدار کم سے کم ہو جائے۔ اس غرض کے لیے حکومت زیادہ سے زیادہ مشینیں منگوانے کی کوشش کر رہی ہے تاکہ ملک میں صنعتی ترقی کی رفتار تیز کر دی جائے۔

محصولات : حکومت پاکستان ملک کی برآمدات اور درآمدات پر تجارتی محصول عائد کرتی ہے۔ اگرچہ ان کا اہم مقصد یہ ہوتا ہے کہ سرکاری خزانے کے لیے آمدنی حاصل کی جائے لیکن ان سے ملک کی تجارتی پالیسی کے تقاضوں کو بھی پورا کیا جاتا رہا ہے۔ جب کبھی ضروری سمجھا گیا۔ حکومت نے برآمدات بڑھانے کے لیے بعض اشیاء پر محصول کم کر دیا اور بعض پر سے بالکل ہی ختم کر دیا تھا۔ ملک کی صنعتی ترقی کے لیے بعض ضروری مشینوں اور خام مال پر درآمدی ٹیکس بالکل نہیں لگایا گیا۔

تجارتی معاہدے : پاکستان تجارتی اور محصولات کے معاہدہ عام کارکن ہے اور اس معاہدے کے دوسرے کئی ممالک کے ساتھ تجارت کر کے بہت سے فوائد حاصل کر رہا ہے۔

برآمدی بونس سکیم : یہ سکیم 1959ء میں شروع کی گئی جس کے مطابق برآمد کنندگان کو کمائی ہوئی آمدنی کا ایک حصہ زر مبادلہ کی شکل میں دے دیا جاتا ہے۔ زر مبادلہ کی شکل میں ملی ہوئی رقم انہیں دستاویز کی صورت میں دی جاتی ہے جسے بونس واؤچر کہتے ہیں۔ برآمد کنندگان اس واؤچر کو 150 یا 200 فیصد مالیت پر فروخت کر سکتے ہیں۔ بونس ملنے کی توقع نے برآمد کنندگان کو برآمدات کو بڑھانے کی ترغیب دی۔ یہ سکیم اس وقت ختم ہو گئی جب 1972ء میں پاکستانی روپے کی قدر کو 131 % کم کر دیا گیا۔

3.2۔ درآمدی پالیسی

درآمدی پالیسی میں برآمدات کی کارکردگی اور حجم بڑھانے کے لیے اب تک جتنے بھی اقدامات کیے گئے ہیں۔ ان کا پہلا ذکر کیا جا چکا ہے۔ اب ہم درآمدات پر روشنی ڈالتے ہیں۔

مقاصد

درآمدی شعبہ میں تجارتی پالیسی کا مقصد یہ رہا ہے کہ غیر ضروری اشیاء کی درآمد کو روکا جائے صنعتی خام مال کی درآمد کی حوصلہ افزائی کی جائے۔ درآمدات کے قبضات تیار کیے جائیں درآمدات کو اس صورت میں فروغ دیا جائے۔ جب مقامی افراط زر پر قابو نہ پانا مقصود ہو۔ بنیادی ضروری اشیاء کی قلت ظہور میں نہ آنے دی جائے۔

اب مقاصد کو مندرجہ ذیل طریقوں سے حاصل کیا گیا۔

- 1- مجاہدات سے 1947ء میں آنے والی اشیاء کی مسلسل فراہمی کے لیے ایک معاہدہ کیا گیا تاکہ نوآبادی ملک میں اشیاء کی قلت نمودار نہ ہو۔
- 2- غیر ملکی امداد کو قبول کیا گیا تاکہ اسے مطلوبہ مشینری صنعتی خام مال اور برآمدوں کی درآمد کے لیے استعمال کیا جاسکے اور صنعتی ترقی کی رفتار تیز ہو سکے۔
- 3- سکے کی قیمت میں دوبارہ تخفیف کی گئی جس سے غیر ضروری درآمدات پر پابندی لگانے میں مدد ملی۔
- 4- اسٹیٹ بینک کی طرف سے زر مبادلہ پر کنٹرول نافذ کر کے اس کے بے جا استعمال کی بیخ کنی کا اہتمام کیا گیا۔
- 5- ایکسپورٹ بونس سکیم کا آغاز کیا گیا جس کے تحت درآمدات کو آزادانہ چھوڑنے کی بجائے برآمدات کے فروغ کے ساتھ وابستہ کر دیا گیا۔
- 6- 1948ء میں عام لائسنس کی پالیسی کا آغاز کیا گیا اور وقتاً فوقتاً اسے منسوخ بھی کیا گیا اور دوبارہ اختیار کیا گیا تاکہ ملک میں اشیاء فراوانی سے ملتی رہیں۔
- 7- آر سی ڈی کے تحت کئی ایسے کارخانے پاکستان، ایران اور ترقی میں قائم کیے گئے جو صحیح معنوں میں درآمدات کا متبادل ثابت ہوئے۔
- 8- بیرونی سرمایہ کاروں کو دعوت دی کہ وہ اندرون ملک ایسے کارخانے قائم کریں جو برآمدی اشیاء پیدا کرتے ہوں یا درآمدات کے متبادل کرتے ہوں ایسے متعدد کارخانے مکمل ہو چکے ہیں۔
- 9- علاقائی تعاون برائے ترقی آر سی ڈی کے معاہدے کے ذریعے ایران اور ترکی سے رعائیتی زخموں پر وہ اشیاء حاصل کرنے کی کوشش کی گئی جو دوسرے ممالک سے منگنے والی حاصل ہوتی تھیں۔

4۔ غیر ملکی اقتصادی امداد

- جب کسی ملک میں معاشی ترقی کے آثار ناپید ہو جائیں تو معاشی ترقی کو معمول پر لانے کے لیے اس ملک کی حکومت پانچ ذرائع سے سرمایہ حاصل کرتی ہے جن کا ذکر درج ذیل ہے۔
- (الف) ملک کے سالانہ بجٹ کی فاضل رقم سے سرمایہ کاری کی جاتی ہے۔
- (ب) سرکاری صنعتوں اور کاروباری اداروں کے نفع سے اس طرح سرمایہ کاری کی جاتی ہے جس سے معاشی بدحالی کا مقابلہ ہو سکے۔
- (ج) حکومت اندرون ملک عوام سے قرضے حاصل کرتی ہے۔

(د) حکومت سرمایہ کاری کے خسارے کو پورا کرنے کے لیے عوام کی رضا کارانہ طور پر کی گئی بچتوں کو استعمال کرتی ہے۔
(س) حکومت اندرون ملک سرمایہ کی فراہمی کی کو پورا کرنے کے لیے بیرون ملک سے امداد اور قرضے حاصل کرتی رہے۔ اس سربائے سے ترقیاتی کاموں کے لیے برصغریٰ ہونی ضرورتوں کو پورا کیا جاتا ہے۔

بسا اوقات ترقی پذیر ممالک آخری مدد پر ہی انحصار کرتے ہیں کیونکہ پہلی چار مدت پر ان کو تصرف کم دیش ہوتا ہے۔ قرضہ اور امداد سے غربت کا مخصوص چکر ختم ہو جاتا ہے عوام کی استعداد صرف بڑھ جاتی ہے، سرمایہ کاری سے بچتوں میں اضافہ کا بھی امکان ہوتا ہے۔ قرضہ اور امداد کے دوسرے پہلو کو بھی نظر میں رکھنا پڑتا ہے۔ کہ قرضہ اتنا نہ لیا جائے کہ ملک مسلسل سود کے بوجھ کے نیچے آتا ہے۔ امداد کی رقم واپس تو نہیں کی جاتی ہے مگر قرضہ کا منہ سود واپس کرنا ملک کے ذمہ ہوتا ہے۔ اس یونٹ میں غیر ملکی اقتصادی امداد کا تفصیلی ذکر کیا جائے گا۔

4.2۔ غیر ملکی اقتصادی امداد کا مفہوم

غیر ملکی معاشی امداد یا جو کسی معاہدہ کے تحت مرض وجود میں آتی ہے یا ترقی یافتہ ممالک صورتحال کے مطابق خود ہی امداد کا اعلان کر دیتے ہیں۔ غیر ملکی معاشی امداد کو مختلف نام دیے جاتے ہیں۔ مثلاً بیرونی معاشی امداد، غیر ملکی قرضے، غیر ملکی ترقیاتی امداد اور غیر ملکی معاشی تعاون وغیرہ۔ یہ امداد معاشی وسائل اور تعلقات کی بہم رسانی کی صورت میں زیادہ طوثر ثابت ہوتی ہے کیونکہ اس طرح کسی ملک کی ترقیاتی منصوبوں کی رفتار بہت تیز ہو جاتی ہے۔ ترقی یافتہ ممالک اور بین الاقوامی ادارے کا ترقی یافتہ پسماندہ ممالک کو نقدی، اشیاء، فنی امداد کی صورت میں دست تعاون بڑھاتے ہیں۔ اس امور سے پسماندہ ممالک کی ترقیاتی ضرورتوں، گھریلو بچتوں اور زمینوں کی آمدنی کے درمیان پیدا ہونے والے خلا کو پر کیا جاتا ہے۔

علاوہ ازیں ترقی یافتہ ممالک یا ہم مشرکہ کارپوریشنیں بنالیتے ہیں یہ کارپوریشنیں (ذمہ داری کی بنیاد پر پسماندہ ممالک کے بعض منصوبوں میں سرمایہ کاری کرتی رہتی ہیں۔ یہ سرمایہ کاری بذات خود بیرونی امداد کا اہم حصہ بن جاتی ہے۔ بعض تیل کی پیداوار کے ممالک ترقی پذیر ہونے کے باوجود بھی امداد دینے والے ممالک کا صنف میں شامل ہیں۔ امداد دینے والے یہ ممالک سعودی عرب، الجزائر، کویت، لیبیا اور ایران ہیں۔ ان کی طرف سے پسماندہ ممالک کو جس میں پاکستان بھی شامل ہے۔ پاکستان اپنے چند اہم منصوبوں کو پایہ تکمیل تک پہنچانے کے لیے ترجیحی بنیادوں پر معاشی امداد حاصل کرتا ہے۔

4.2۔ غیر ملکی اقتصادی امداد کی مختلف صورتیں

بیرونی اقتصادی امداد حاصل کرنا کسی ملک کے پسماندہ ہونے کی علامت ہے۔ پاکستان بھی پسماندہ ممالک کی صف میں شمار ہوتا ہے۔ بیرونی اقتصادی امداد ترقی یافتہ ممالک، ورلڈ بینک (بین الاقوامی ادارہ) اور بین الاقوامی مالی اداروں سے حاصل

کی جاتی ہے۔ اس امداد کی مختلف صورتیں حسب ذیل ہیں۔

1. عطیات : ترقی یافتہ ممالک انسانی بنیادوں پر ہنگامی حالات پر قابو پانے کے لیے غریب ممالک کو نقدی یا اشیاء کی شکل میں امداد دیتے ہیں۔ یہ امداد قابل واپسی نہیں ہوتی۔ دوسرے الفاظ میں یہ کہا جاسکتا ہے کہ یہ امداد ہمدردی اور خیر سگالی کی پیمائش ہے۔ سیلاب، زلزلہ، قحط وغیرہ سے متاثرین ممالک عطیات کی امداد سے مستفید ہوتے ہیں۔ ہارنج مارل منصوبوں کے دوران اور افغان مہاجرین کے لیے پاکستان کو کروڑوں ڈالر کے عطیات موصول ہوئے۔

2. غیر ملکی قرضے : بیرونی قرضہ جات زرمبادلہ، مشینری اور فنی خدمات کی صورت میں دیئے جاتے ہیں۔ یہ قرضے مشروط بھی ہو سکتے ہیں اور غیر مشروط بھی۔ ان قرضوں کو ملکی سطح پر یا زرمبادلہ کی شکل میں ادا کرنا ہوتا ہے۔ ان قرضوں کے لیے شرح سود اور ادائیگی کے عرصہ کا بھی نشانہ دیا جاتا ہے۔ بعض قرضے صرف اسی شرط پر دیئے جاتے ہیں کہ ان کو کسی مخصوص منصوبہ یا مخصوص ملک کے لیے استعمال کیا جائے گا۔

3. فنی امداد : جب کسی ملک کو بھاری منصوبوں کی تکمیل کے لیے مخصوص قسم کی فنی امداد درکار ہو تو امیر ممالک اس نوعیت کی امداد فراہم کرتے ہیں۔ مثلاً جب کوئی فولاد سازی یا بجلی پیدا کرنے کا منصوبہ اعلیٰ فنی امداد کا خواہاں ہو تو یہ امداد فراہم کی جاتی ہے مشاورتی امور اور سرورے کے عناصر بھی فنی امداد میں ہی شامل ہوتے ہیں۔ یہ فنی امداد سود کے ساتھ طے شدہ اقساط میں واپس ادا کی جاتی ہے۔

4. تجارت میں ترجیحی سلوک : امیر ممالک پسماندہ ممالک کی حوصلہ افزائی ہوتی ہے اور وہ اپنی ادائیگوں کا توازن برقرار رکھ سکتے ہیں۔ حقیقتاً یہ امداد لینے کا ہی ایک ذریعہ ہے بلکہ قرضہ سے بچنے کا بھی ذریعہ ہے۔ اسی طرح پسماندہ ممالک اپنے برصغیر ہونے کے معاشی مسائل پر قابو پا سکتے ہیں۔

4.3۔ غیر ملکی اقتصادی امداد کے مختلف ذرائع

بیرونی امداد کی دستیابی دو طریقوں کے ذریعے یا بین الاقوامی امدادی اداروں کے ذریعے وقوع پذیر ہوتی ہے۔ صرف ممالک علیحدہ علیحدہ ممالک سے امداد حاصل کرنے کی بجائے بین الاقوامی اداروں کے ذریعے امداد حاصل کرنے کو ترجیح دیتے ہیں اس طرح بہت سی سیاسی پابندیوں سے نجات مل جاتی ہے دیگر یہ کہ امیر ممالک اپنی پسند کی شرائط بھی مانگ نہیں کر سکتے ہیں۔ ترقیاتی منصوبوں کے لیے امداد دینے والے درج ذیل بین الاقوامی امدادی ادارے ہیں۔

(الف) گولڈ مین پول : اس ادارہ کے ذریعہ امریکہ، برطانیہ، کینیڈا، جاپان، آسٹریلیا اور نیوزی لینڈ امداد فراہم کرتے ہیں یہ ادارہ جنوب مشرقی ایشیا کو فنی اور تکنیکی امداد دینے کے لیے قائم کیا گیا ہے۔

(ب) اقوام متحدہ کے ادارے : اقوام متحدہ اپنے مخصوص اداروں کے ذریعہ پسماندہ ممالک کو عطیات،

لبے عرصہ کے لیے قرضے اور ماہرہ خدمت فراہم کرتی رہتی ہے۔ اقوام متحدہ کا صنعتی ترقیاتی ادارہ پس ماندہ ممالک کو صنعتوں کے قیام میں مدد دیتا ہے جبکہ ترقیاتی ادارہ وسائل کے ماہرہ استعمال کے سلسلہ میں مدد دیتا ہے۔

(ج) **ورلڈ بینک** : ورلڈ بینک یا بین الاقوامی برائے ترقی و تعمیر نو دنیا کے 124 سے زیادہ ممالک کو لبے عرصے کے لیے ترقیاتی منصوبوں پر خرچ ہونے والے قرضے فراہم کرتا ہے۔ یہ قرضے معاشی ترقی کے لیے معاون منصوبوں کے لیے ظاہر کیے جاتے ہیں جن میں ریلوے اور سڑکوں کے نظام کو بہتر بنانے توانائی آب پاشی کے لیے پانی کی دستیابی اور صحتی صنعتوں کے قیام وغیرہ کے منصوبے شامل ہیں۔

(د) **اسلامی ترقیاتی بینک** : یہ بینک 1975 میں قیام کیا گیا تھا۔ 40 مسلم ممالک اس بینک کے ممبر ہیں۔ اس بینک کا امداد شدہ سرمایہ 79 کروڑ اسلامی دنیا ہے۔ یہ بینک اسلامی شریعت کے اصولوں کے پیش نظر مسلم ممالک میں معاشی اور معاشرتی ترقی کی سکیموں کے لیے امداد دیتا ہے۔ اس بینک نے پاکستان کو بھی کئی دفعہ امداد دی ہے۔

(ر) **تیل برآمد کرنے والے ممالک کی تنظیم** : یہ تنظیم ترقی پذیر ممالک کے ترجیحی منصوبوں کی تکمیل کے لیے امداد فراہم کرتی ہے۔ پاکستان بھی اس زمرہ میں امداد حاصل کرنے والے ممالک کی صف میں سے ایک ہے۔

ب، **اشتراکی ممالک کی ترقیاتی امداد** : غیر اشتراکی پس ماندہ ممالک جن میں پاکستان بھی شامل ہے۔ اپنے ترقیاتی منصوبوں کے لیے امداد حاصل کرتا ہے۔ اشتراکی ممالک میں روس، چین، یوگوسلاویہ، پولینڈ، اور چیکو سلواکیہ وغیرہ شامل ہیں۔

ص، **پی ایل 180** امریکی فاضل زرعی پیداوار پس ماندہ ممالک کو دو طرفہ معاہدہ کی بنیاد پر امداد فراہم کرتا ہے۔ ان قرضوں کی ادائیگی کرنسی میں کی جاتی ہے۔

ک، **پاکستان کے لیے قائم کردہ کنسورٹیم** : یہ کنسورٹیم گیارہ ممالک کی شرکت سے قائم ہوا ہے۔ ان میں یوگوسلاویہ، فرانس، جرمنی، اٹلی، جاپان، نیدرلینڈ، ناروے، سویڈن، برطانیہ اور امریکہ شامل ہیں پاکستان کو کئی دفعہ بھاری مقدار میں امداد مل چکی ہے۔

ل، **بین الاقوامی مالیاتی کارپوریشن** : یہ بھی ورلڈ بینک کا ایک قسم کا معاون ادارہ ہے۔ قرض خواہ کو اس ادارہ سے قرضہ حاصل کرنے کے لیے کوئی ضمانت نہیں دی جاتی۔ یہ ادارہ نجی شعبہ کے منصوبوں کے لیے قرضے فراہم کرتا ہے۔

م، **اسنی برائے بین الاقوامی ترقی** : یہ اپنی بھی ورلڈ بینک کا ایک حصہ ہے۔ یہ ادارہ ضرورت مند ممالک کو صنعتوں کو قیام کے لیے قرضے فراہم کرتا ہے۔ قرضے عموماً ملکی کرنسی میں واپس کرنا ہوتے ہیں۔

4.4۔ بیرونی امداد کی مقدار

قیام پاکستان کے بعد ہی ان قرضوں میں اضافہ ہوتا رہا ہے۔ قرضہ حاصل کرنے کے لیے درج ذیل وجوہات سامنے آتی ہیں۔

(الف) امداد کے اجزائے ترقی میں تسبیل : بیرونی امداد میں ناقابل واپسی عطیات کا تناسب جو پہلے منصوبہ میں 84 فیصد تھا۔ 1980ء میں گھٹ کر کل امداد کا صرف 81% رہ گیا۔ قابل واپسی قرضوں کی مقدار میں اضافہ ہوا ہے۔

(ب) بین الاقوامی اسباب : پاکستان میں بیرونی قرضوں کے اس تیزی سے بڑھنے میں جن دوسرے عوامل نے اپنا کردار ادا کیا ہے۔ ان میں تیل کی قیمتوں میں حیران کن اضافہ ہوا ہے۔ چنانچہ ان حالات میں جوں جوں وقت گزرتا گیا۔ دنیا میں معاشی قرضوں کی مقدار میں تیزی سے اضافہ ہوتا گیا۔

(ج) ملکی اسباب : ملک کے اندر وقوع پذیر ہونے والے واقعات بھی ایک ملک کے قرضوں میں اضافہ کا باعث بنتے ہیں۔ چنانچہ زلزلہ، سیلابوں، خشک سالی اور تریلا میں رونما ہونے والی فنی خرابیوں سے سخت نقصان ہوتا ہے۔ 1972ء میں صنعتیں تحول ہو کر تیار اور نیم تیار سال کی پیداوار میں بہت زیادہ کمی ہوئی ہے۔ ان تمام عوامل نے مل کر پاکستان کے بین الاقوامی قرضوں کی مقدار میں اضافہ کیا ہے۔

(د) مسلم ممالک کی ملنے والی اقتصادی امداد : پاکستان مشرق وسطیٰ کے اسلامی ممالک سے اور تیل پیدا کرنے والے ممالک سے اپنے ترقیاتی منصوبوں کے لیے اور اپنی معیشت کو مشکلات سے نکلانے کے لیے قابل قدر امداد حاصل کی ہے۔ پاکستان اپنی بنیادی ضرورتیں پوری کرنے کے لیے ان ممالک تک رسائی حاصل کرتا ہے۔ ان منصوبوں میں کیمیائی کھاد، پمپ، بجلی، تریلے، کراچی تک بجلی کی ترسیل، تریلا کی مرمت، سیمنٹ، سوتی کپڑے اور مصنوعی ریشے کے کارخانوں کے منصوبے شامل ہیں۔ ان منصوبوں کو پایا تکمیل تک پہنچانے کے لیے عرب امارات، بحرین، کویت، لبنان، سعودی عرب وغیرہ شامل ہیں اگرچہ امداد اہم وقت پر قابل قدر مقدار میں دی ہے۔

(ر) قرضوں کی واپسی : بیرونی قرضوں کی مقدار میں جس قدر تیزی سے اضافہ ہوتا جاتا ہے اس قدر ان کی واپسی کی اقساط کا بوجھ زیادہ ہوتا رہتا ہے۔ پاکستان کو اس طرح بہت بڑی مقدار میں سود ادا کرنا پڑا۔

(س) فنی امداد کا پروگرام : اس پروگرام کے تحت پاکستان میں فنی ماہرین نے مختلف مقاصد کے لیے امداد حاصل کی ہے۔ پاکستان نے اس امداد سے اپنی صنعت اور زراعت میں ترقی کی ہے۔ پاکستان کا اس امداد میں بھی بہت بڑا حصہ نظر آتا ہے۔

(ص) اقوام متحدہ کا ترقیاتی ادارہ : اقوام متحدہ کا ترقیاتی ادارہ بھی پیداوار میں اضافہ کے ذریعے انسانی فلاح و بہبود کے اصول کے لیے مختلف شعبوں میں عمل تربیت ماہر اور خدمات اور منصوبوں کے لیے ساز و سامان مہیا کرتا ہے۔ اس سلسلے میں پاکستان کو یو۔ این۔ ڈی۔ ایس سے بھاری مقدار میں امداد دی جاتی ہے۔ یہ ایک حقیقت ہے کہ جب تک دنیا کی معاشی حکمت عملی میں اہم تبدیلیاں رونما نہیں ہوں گی۔ قرض دینے اور لینے والوں کا نظام مذہبی احسن ہو سکتا ہے اور مذہبی انسانی بنیادوں پر استوار کیا جاسکتا ہے۔ ترقی یافتہ ممالک نے پسماندہ ممالک کے ساتھ لین دین پر کبھی نظر ثانی نہیں کی۔ یہ بھی درست ہے کہ ترقی یافتہ ممالک ترقی پذیر ممالک کی پیش رفت کو اپنی ترقی کے استحکام کے لیے ایک خطرہ محسوس کرتے ہیں۔ اس طرح ضروری حد تک پسماندہ

ممالک کو فنی اور سائنسی علوم تک رسائی حاصل نہیں ہوگی۔ ترقی یافتہ ممالک قرضے دیتے رہے ہیں اور پسندیدہ ممالک پر قرضوں کا بوجھ بڑھتا رہا ہے۔ سب سے بڑی خرابی دنیا میں امیر اور غریب کا دو حصوں میں تقسیم ہو جانا ہے۔ یہ تفریق مستحق اور دائمی ہو جائے گی۔ نیز ترقی یافتہ ممالک پسندیدہ ممالک کے سر پر ایک خطرہ ہیں۔

4.5۔ پاکستان پر بیرونی اقتصادی امداد کا اثر

ترقیاتی عمل کے لیے سرمایہ ایک اہم قدر ہے۔ اقتصادی امداد سے مرتب ہونے والے اثرات ترقی کے نقطہ نظر سے مختلف زاویہ نگاہ سے دیکھے جاسکتے ہیں۔ سرمایہ کی مقدار معاشی کارکردگی میں تنہا ایک فیصلہ کن قوت نہیں۔ اس کی مثال یوں دی جاسکتی ہے کہ اگر کسی ملک کی حکومت نا اہل ہے انصاف ناقابل حصول ہو۔ تعلیمی مہیا رپست ہو۔ لوگ معاشی تبدیلیوں کو اچھا نہ سمجھیں۔ تو پھر بھی یہ اور فنی امداد سے کوئی معاشی تبدیلی عمل میں نہ لائی جاسکے گی۔ بلکہ یہ امداد حائل بھی جائے گی۔ اس کے برعکس اگر وہ قوم جیسے اپنی ترقی کے لیے سرمایہ اور فنی مہارت کا محروم ہے۔ اسے اپنے ترقیاتی عمل میں جذب کرنے کا ارادہ بھی رکھتی ہو۔ اور سیاسی اور معاشی رکاوٹوں کو دور کیا جا رہا ہو۔ تب جا کر معاشی ترقی کے لیے مفید کام کر سکے گا۔ تاہم بیرون اقتصادی امداد کے مندرجہ ذیل فوائد تحریر کیے جاسکتے ہیں۔

(الف) بیرونی قرضے بچتوں کے علاوہ کوپورا کرتے ہیں : پاکستان میں گھریلو بچتوں کی شرح کل پیداوار کا 7 فیصد ہے۔ اس طرح یہ کہا جاسکتا ہے کہ پاکستان بھی گھریلو بچتوں کے سلسلہ میں ترقی پذیر ممالک کی طرح ہے۔ اس شرح بچت سے پیداوار کی مطلوبہ مقدار کو حاصل نہیں کیا جاسکتا۔ بیرونی قرضے گھریلو بچتوں کو پورا کرتے ہیں اور مطلوبہ سرمایہ کاری اور گھریلو بچتوں میں پیدا ہونے والے علاوہ کوپورا کرتے ہیں۔

(ب) تجارتی خسارہ کو پورا کرنے میں مدد دیتے ہیں : پاکستان میں جو آمدنی برآمدات سے حاصل ہوتی ہے وہ درآمدی ضروریات سے بہت کم ہے۔ یہی وجہ ہے کہ درآمد اور برآمد کے درمیان پیدا ہونے والے فرق کو بیرونی امداد سے پُر کیا جاسکتا ہے۔

(ج) روزگار کے زیادہ سے زیادہ مواقع پیدا ہوتے ہیں : بیرونی قرضوں کی مدد سے بہت سے نئے منصوبے شروع کیے جاسکتے ہیں۔

(د) معاشی عاملین کی کارکردگی میں اضافہ ہوتا ہے : فنی مہارت اور بیرونی سرمایہ کی آمد سے مختلف شعبوں میں معیشت کی کارکردگی بہتر بنائی جاسکتی ہے مختلف عاملین پیدائش کی کارکردگی میں اضافہ ہوتا ہے۔

(ه) معاوضوں میں اضافہ : بیرونی وسائل کی آمد سے ملک میں محنت کی فنی یونٹ مختتم پیداوار میں اس سے حقیقی کارکن کی جماعت میں اضافہ ہوتا ہے۔

(ص) پیداوار کے معیار میں اضافہ : بیرونی سرمایہ سے ملک میں صنعتیں حاصل کرنے میں مدد ملتی ہے۔ فنی مہارت کی آمد سے اشیاء کی مقدار میں اضافہ ہوتا ہے جن سے ان پر لوگوں کا اہتمام بڑھتا ہے۔ یہ سستے داموں ٹیکسوں کی آمدنی بڑھتی ہے۔ حکومت بیرونی سرمایہ کی مدد سے حاصل ہونے والے منافع پر حکومت ٹیکس وصول کرتی ہے۔ اس طرح ریاست کی آمدنی میں اضافہ ہوتا ہے (ص) بیرونی بچتوں میں اضافہ : بیرونی سرمایہ اور جدید فنی مہارت کی ملک میں آجوں کی حوصلہ افزائی ہوتی ہے۔ صنعتیں بڑھتی ہیں۔ بچتوں سے فائدہ اٹھانے کی اہل ہوجاتی ہے۔ جس میں کارکنوں کی تربیت کی سہولتیں اور نیا تجربہ ملک کے لیے بہتر ثابت ہوتا ہے۔ اس ضمن میں جدید فنیات کا اجراء اور مشینری کی تنصیب بھی شامل ہے۔

4.6۔ بیرونی امداد کی اہم کی وجوہات

دنیا میں متعدد ممالک امداد حاصل کرتے ہیں۔ یہ بات ایک سوال کی شکل میں سامنے آتی ہے کہ آخر وہ کون سی وجوہات ہیں جن کے پیش نظر امداد کا احرام ہوتا ہے۔ امداد دینے والے ممالک بھی بڑی محنت سے دولت کماتے ہیں پھر وہ کی بنیاد پر دوسرے ممالک کو اپنی دولت امداد کی شکل میں دے دیتے ہیں۔ اس کا جواب درج ذیل سطحوں میں دیا جائے گا جس کا خلاصہ یہ ہے کہ امداد دینے والے ممالک صرف انسانی ہمدردی کا اظہار ہی نہیں کرتے بلکہ ان کے پیش نظر ذاتی مفادات بھی ہوتے ہیں۔

(الف) انسانی ہمدردی کا نقطہ نظر : جب کوئی ملک کسی دبا، بیماری، زلزلہ، سیلاب وغیرہ سے متاثر ہو جاتا ہے تو دولت مند ممالک کا فرض ہوتا ہے کہ وہ متاثرین کی امداد کریں۔ یہ امداد اشیائے خوردنی اور نقدی کی شکل میں دی جاتی ہے۔ انسانی ہمدردی کے پیش نظر ترقی یافتہ ممالک امداد کا اجراء اس لیے بھی کرتے ہیں کہ پسماندہ اور ترقی پذیر ممالک اپنی معیشت کو بہتر بنالیں اس عرض سے غریب ممالک کو فنی اور مالی امداد حاصل ہوتی ہے بعض اوقات ترقی یافتہ ممالک منصوبوں کی کامیاب تکمیل کے لیے ماہرین بھی بھیجا کرتے ہیں۔

(ب) ذاتی مفاد کی نشاندہی : امداد دہاری کرنے والے ممالک انسانی ہمدردی کے علاوہ ذاتی مفاد کے عنصر کو بھی پیش نظر رکھتے ہیں جن کو حسب ذیل طریقے سے شمار کیا جاتا ہے۔

- 1۔ امیر ممالک کا غریب یا پسماندہ ممالک کو امداد دینا اس بات کی غماصی کرتا ہے کہ وہ اپنے اثر و رسوخ میں توسیع کرنا چاہتے ہیں۔
- 2۔ امیر ممالک اپنے نظریے کے پھیلاؤ کے لیے امداد کا اجرا کرتے ہیں۔
- 3۔ بعض امیر ممالک غریب ملکوں کو سامان کی شکل میں اس لیے مدد دیتے ہیں کہ ان کی توت خرید کرنے سے بچانے کے لیے اس سے ممالک کے درمیان معیار زندگی کے کم کرنے والے عناصر کا سد باب بھی ہو جاتا ہے۔
- 4۔ اگر کسی ملک کے پاس فاضل پیداوار اور رہ جائے تو وہ اپنی ملکی منڈی میں بیچنے والوں کی قیمت کو گرنے سے بچانے کے لیے اور پیداوار کی شرح اضافہ کو قائم رکھنے کے لیے فاضل اشیاء خرید کر ضرورت مند ملکوں کو قرضہ کی شکل میں دے دیتے ہیں۔
- 5۔ سرطانتیں آجوں میں ایک دوسرے کو مرعوب کرنے کے لیے ضرورت مند ممالک کو امداد دے کر اپنا ہم خیال بنا لیتے ہیں۔

5۔ تیسری دنیا کے قرضوں کا بحران

اس انتہائی تنقیدی نوعیت کے مضمون میں انٹارڈک کے فریڈرک کلر مونٹے اور امریکہ میں انسٹی ٹیوٹ برائے پالیسی اسٹڈیز کے جان کیوانا گھ نے یہ دلیل پیش کی ہے کہ تیسری دنیا اپنے بیرونی قرضوں کی اصل رقم اور اس کا سود کبھی بھی ادا نہیں کر پائے گی یہ کہ اب واحد حل قرضوں کی ادائیگی سے انکار ہے۔ قرضہ کے بحران کا گرتی ہوئی برآمدی آمدنی، سرمایہ کی برآمد و تیسری دنیا سے سرمایہ کے فرار کے ساتھ جائزہ لیتے ہوئے مضمون کے مصنفین نے یہ نتیجہ اخذ کیا ہے کہ دنیا کا مالیاتی اور تجارتی نظام ہی تباہی کے کنارے پر آگیا ہے۔

تیسری دنیا کو ایسے مالیاتی بحران کا سامنا ہے جس کی مثال نہیں ملتی اس لیے کہ اس کے قرضوں میں تو اضافہ ہوتا جا رہا ہے۔ جبکہ اس کی برآمدی آمدنی کم ہوتی جا رہی ہے۔ سرمایہ کی کثیر رقم غریب ممالک سے امیر ممالک کو منتقل ہو رہی ہیں۔ اس مضمون میں ہم نے یہ دلیل پیش کی ہے کہ تیسری دنیا کا قرضوں کا بحران اٹھل ہے۔ موجودہ قرضوں کی نہ تو اصل رقم اور نہ ہی سود کی کبھی ادائیگی ہو پائے گی۔ صورت حال اس قدر نازک ہے کہ ہم تباہی کی جانب پیش قدمی کر رہے ہیں اور دنیا کا مالیاتی اور تجارتی نظام تباہی سے دوچار ہونے والا ہے۔

بین الاقوامی مالیاتی فنڈ کے اعداد و شمار کی بنیاد پر گذشتہ نصف عشرہ میں تیسری دنیا کے قرضے جو 1980ء میں 500 بلین امریکی ڈالر کے تھے۔ 1985ء میں 800 بلین امریکی ڈالر کے ہو گئے۔ تیسری دنیا کے تین بڑے خطوں میں سے لاطینی امریکہ کے قرضوں کی مالیت سب سے زیادہ ہے یعنی اس کے قرضوں کی مالیت 368 بلین امریکی ڈالر (46%) ہے۔ اس کے بعد ایشیاء کا نمبر ہے جس کے قرضوں کی مالیت 129 بلین امریکی ڈالر ہے۔ تیسرے نمبر پر افریقہ ہے۔ جس کے قرضوں کی مالیت 129 بلین ڈالر ہے۔

اگر افریقہ کے کل قرضے تیسری دنیا کے کل قرضوں کا صرف 6% ہے لیکن زیادہ تر افریقی ممالک کی اقتصادیات کی قرضے کی سروس کی مجموعی گھریلو پیداوار کے تعلق سے بہت زیادہ ہے۔ اس کے علاوہ ان کی اقتصادیات زیادہ کمزور نوعیت کی ہے۔ جن کا انحصار ان کی اجناس کی گرتی ہوئی قیمتوں پر ہے۔ بمقابلہ تیسری دنیا کے دوسرے دو خطوں کے پھر ایلبریسوں میں قدرتی آفات مصائب سے بھی دوچار رہی ہیں۔

یہ افسوسناک صورت حال کس طرح نمودار ہوئی؟ کس قسم کا بحران کسی لحاظ سے بھی اتفاقی نہیں تھا اگر قرض لینے کے ریاضی کے تقاضوں اور بین الاقوامی بینکاری کے قرض دینے کے مالی نظام کو پیش نظر رکھا جائے، آسان الفاظ میں یوں سمجھئے کہ جس قدر زیادہ قرضہ لیا جائے اتنا ہی قرض لینے کی اور زیادہ ضرورت ہوتی ہے۔

1973ء تا 1982ء کے عشرہ نے دیکھا کہ سرمایہ کا بہت زیادہ پہلو بڑے کمرشل بینکوں کی جانب سے تیسری دنیا کی جانب ہو گیا۔

امریکہ کے سات بڑے بینکوں کا غیر ممالک (خصوصاً تیسری دنیا) سے منافع جو 1970ء میں 22 فیصد تھا 1982ء میں 60 فیصد تک پہنچ گیا۔ قرضوں کے بحران کے عوامل کی وضاحت کے لیے ہمیں ایک آسان سی مثال لینا چاہیے کہ تیسری دنیا کے ملک کے ساتھ جو کسی غیر ملکی بینک سے قرضہ لیتا ہے کیا صورت پیش آتی ہے۔ ہم یہ تصور کیجیے جیسے کہ یہ ملک 1000 امریکی ڈالر ہر سال دس سال کے عرصہ کے لیے قرض لیتا ہے۔ قرضوں کی ادائیگی 20 سال میں ہوتی ہے اور سود کی شرح 10 فیصد ہے۔

پہلے سال میں یہ ملک 1000 امریکی ڈالر قرض لیتا ہے اور 150 ڈالر سود اور دوسرے اخراجات کے سلسلہ میں کارپوریٹیشن کو واپس کر دیتا ہے۔ اس لیے اس ملک کے پاس صرف 850 ڈالر استعمال کے لیے رہ جاتے ہیں، بعد کے برسوں میں حالانکہ وہ ملک اب بھی 1000 ڈالر سالانہ حاصل کرتا ہے لیکن اس کے قرضہ کے سروس چارجز برابر بڑھتے رہیں گے۔ اس لیے اس کے پاس اصل رقم استعمال کے لیے کم سے کم ہوتی جائے گی۔ (جدول نمبر 1 ملاحظہ فرمائیں)

مثال کے طور پر دوسرے سال قرضہ کے سروس چارجز 295 ڈالر ہوں گے (اس لیے 550 ڈالر استعمال کے لیے رہ جائیں گے اور پانچویں سال سروس چارجز 700 ڈالر رہ جائیں گے۔) اس لیے صرف 300 ڈالر استعمال کے لیے رہ جائیں گے، آٹھویں سال کے آخر میں سروس چارجز یعنی 1060 ڈالر رہ جائیں گے۔ جو نئے قرضہ کی رقم سے 60 ڈالر زائد ہوں گے۔ اس صورت میں قرضہ لینے والے کو نیا قرضہ لینے کی ضرورت ہے۔ تاکہ پرانے قرض کی ادائیگی کر سکے۔

اس کے بعد اس ملک سے سرمایہ کے بہاؤ میں اور بھی اضافہ ہو گا۔ مثال کے طور پر دسویں سال میں قرض کے سروس چارجز یعنی 1275 ڈالر ہوں گے۔ بمقابلہ 1000 ڈالر کے نئے قرضہ کے اور 275 ڈالر کی رقم زائد جائے گی۔

اس بارہ سے نمونہ سے ظاہر ہوتا ہے کہ تیسری دنیا کا ملک کس طرح آسانی کے ساتھ قرض کے جال میں پھنس جاتا ہے لیکن حقیقی دنیا میں تو صورت حال کم از کم تین عوامل کے باعث اور بھی افسوس ناک اور حیران کن ہے۔ پہلی بات یہ ہے کہ ہماری مثال میں سود کی شرح میں تبدیلی نہیں ہے لیکن حقیقت میں امریکہ کی سود کی شرح 18 مہینوں سے کم ہیں۔ 1979ء کے موسم خزاں میں دو گنا ہو گئی اور جب سے وہ قائم رہی ہیں جس کے باعث قرضوں کی کم تر سروس چارجز میں اربوں ڈالر کا اضافہ ہو گیا ہے۔

دوسرے ہماری مثال میں نئے قرض کی یکساں سطح تصور کی گئی ہے لیکن حقیقتاً 1981ء کے بعد بینکوں نے نئے قرضوں کی سطح کو کم کر دیا جب انہوں نے یہ محسوس کیا کہ تیسری دنیا کی کبھی بھی قرضوں کی واپسی نہیں کر پائے گی۔

تیسری دنیا کے ممالک بدلتی ہوئی اصل رقم اور نہ ہی سود کی ادائیگی کر پاتے ہیں۔ اس لیے ڈالر کی رقم جو وہ ہر سال ادا کرنے میں ناکام رہتے ہیں۔ اس لیے ڈالر کی رقم جو وہ ہر سال ادا کرنے میں ناکام رہتے ہیں ان کے جمع شدہ قرضہ پر سلسلہ کر دی جاتی ہے اس لیے قرض کی رقم میں بڑی تیزی سے اضافہ ہوتا رہتا ہے۔

نتیجہ یہ ہے کہ تیسری دنیا کے ممالک مزید قرضے لینے کے لیے مجبور رہ جاتے ہیں تاکہ وہ جمع شدہ قرضوں کی ادائیگی کر سکیں۔ 1979ء کے بعد سے بڑے قرضوں لینے والوں میں جو نئے قرضے لیے ہیں ان کا 70 تا 80 فیصد پرانے قرضوں کے سود کی ادائیگی

پر خرچ ہوتا ہے۔

نتیجہ یہ ہوا کہ ۱98۱ء میں مالی جنگ کے بعد پہلی مرتبہ تیسری دنیا کے ممالک سرمایہ برآمد کرنے والے ممالک ہو گئے ہیں۔ دوسرے الفاظ میں ان کے قرضوں کے سروس چارجز کی رقم نئے قرضوں کی رقم اور ادائیگی کی مدت میں توسیع کیے جانے والے قرضوں کی رقم سے بھی بڑھ گئی ہے۔

تیسری دنیا سے دولت مند ممالک کو سرمایہ کی منتقلی سچو ۱98۱ء میں 7 بلین ڈالر تھی ۱983ء میں 56 بلین ڈالر اور ۱985ء 74 بلین ڈالر تک پہنچ گئی۔ ۱985ء میں نئے قرضوں اور ادائیگی کی مدت میں توسیع دے قرضوں کی رقم 41 بلین ڈالر تھی۔ لیکن قرضوں کے سروس چارجز اس سے کہیں زیادہ تھے۔

۱981ء اور ۱985ء کے دوران لاطینی امریکہ سے سرمایہ کی برآمد ۵۶2 بلین ڈالر سے 42۰4 بلین ڈالر تک پہنچ گئی یعنی اس میں 85 فیصد کا اضافہ ہوا۔ افریقہ میں سرمایہ کی برآمد 5۰3 بلین ڈالر سے 21۰5 بلین ڈالر تک اور ایشیا میں 1۰7 بلین ڈالر سے 9۰7 بلین ڈالر تک پہنچ گئی ہے۔

سرمایہ کے اس بہاؤ میں وہ منافع شامل نہیں ہے جو کثیر القومی کمپنیاں تیسری دنیا میں کاروبار کر کے اپنے اپنے ممالک کو برآمد کرتی ہیں۔ اس میں مشرق وسطیٰ کے برآمد کنندگان کا منافع بھی نہیں ہے۔ اگر اس منافع کو بھی شامل کر لیا جائے تو سرمایہ کا اوسط بہاؤ 230 تا 240 بلین ڈالر سے کم نہیں ہوگا۔

یہ رقم مارشل پلان کی رقم سے چار گنا ہے اور اس بات پر زور دینے کی ضرورت ہے کہ مارشل پلان کی رقم کی ادائیگی امریکہ کو سود کے سہو گئی تھی۔ اس کے برعکس غریب ممالک جو رقم دولت مند ممالک کو دے رہے ہیں اس کی انہیں ادائیگی نہیں ہوگی۔

اس خوفزدہ کر دینے والی صورت حال کو مزید ابتر بنانے کے لیے بین الاقوامی بینک کے قرضے ہیں جن کی مجموعی مالیت ۱985ء میں 216 بلین ڈالر تھی۔

ہمیشہ کی طرح صنعتی اقتصادیات نے تقریباً ساری رقم کو جذب کر لیا ۱984ء میں جذب کی جانے والی رقم 119 بلین ڈالر تھی جبکہ ۱985ء میں یہ رقم 194 بلین ڈالر تھی۔ کم تر ترقی یافتہ دنیا نے ۱985ء میں صرف 3 بلین ڈالر لیے جبکہ ۱984ء میں اس نے 14 بلین ڈالر لیے تھے۔ یہ حقیر رقم ان کے مالی مفادات کے سلسلہ میں ادائیگیوں کا صرف 2 فی صد کے لگ بھگ ہے۔ تیسری دنیا کی بڑھتی ہوئی غربت اس وقت اور بھی نمایاں ہو جاتی ہے۔ جب ہم اس کے قرضوں کے بڑھتے ہوئے سروس چارجز کی ادائیگی کا موازنہ اس کی برآمدات کی آمدنی میں کمی سے کرتے ہیں۔

۱980ء اور ۱985ء کے دوران قرضوں کے سروس چارجز 88 بلین ڈالر سے بڑھ کر ۱۱4 بلین ڈالر تک پہنچ گئے جبکہ تیل کے ملاؤ اجلاس کی برآمد کی آمدنی 104 بلین ڈالر کے بجائے 8 بلین ڈالر تک گر گئی۔

اس کے نتیجے میں اسی عرصہ میں قرضوں کے سروس چارجز اجناس کی برآمد کے فیصد کے حساب سے بڑھتے رہے۔ ۱۹۸۵ء میں ۷۵ فی صد تھے جب کہ ۱۹۸۵ء میں ۱۳۲ فی صد ہو گئے۔ اس کا یہ مطلب تھا کہ جو رقم قرضوں کے سروس چارجز میں ادا کی گئی وہ اس رقم کی ۱۲۳ فی صد تھی جو تیل کے علاوہ اجناس کی برآمد سے حاصل ہوئی۔ اس ۲۳ فی صد کے فرق کو مصنوعات کی برآمد سروس کی آمدنی نئے قرضوں اور پرانے قرضوں کی ادائیگی کی مدت میں توسیع کے ذریعہ پورا کیا گیا۔

عالمی بینک اور بین الاقوامی مالیاتی فنڈ کے قرضوں کے ساتھ تو یہ شرط ہے کہ قرضوں کے سروس چارجز کی ادائیگی اور اجناس کی برآمد کی آمدنی کے درمیان وسیع فرق رہے گا۔ اس شرط کا ایک اہم جزو یہ ہے کہ تیسری دنیا محض قرضوں کی ادائیگی کے لیے اجناس کی برآمد کو فروغ دینے کے لیے مجبور ہے۔

عالمی بینک جو اجناس کی قیمتوں کی پیش گوئی کرتا ہے۔ اس بارے میں اس کا کردار بڑی اہمیت کا حامل ہے۔ عالمی بینک کی اس پیش گوئی کا کوئی سائینیسی جواز نہیں ہوتا ہے۔ اجناس کی قیمتوں کی عالمی بینک کی پیش گوئی ۱۹۸۵ء سے اجناس کی اصل قیمتوں سے کہیں زیادہ ہوتی ہے جیسا کہ انگلڈ کی ظاہر کردہ قیمتوں سے اندازہ لگایا گیا ہے۔ عالمی بینک کی پیش گوئی کی فریبیہ نوعیت جس کا مقصد اجناس کی سہولتی کو زیادہ کرنا اور اس طرح قیمتوں کو کم کرنا ہے۔ اور اس نوعیت کو تیسری دنیا کے ذہن فنی ماہرین تسلیم کرتے ہوئے ہیں۔

ملائیشیا کے وزیر صنعت پال لیونگ نے حال ہی میں قدرتی ربڑ کی دنیا بھر میں بہت زیادہ سہولتی کی صورت پیدا کر دینے میں عالمی بینک پر سخت تنقید کی ہے کہ اس نے بہت زیادہ امید افزا قیمتوں کی پیش گوئی کی جن کا تعلق حقیقت سے نہیں تھا۔ انہوں نے کہا کہ عالمی بینک نے اپریل ۱۹۸۴ء میں پیش گوئی کی تھی کہ ۱۹۸۵ء میں ربڑ کی قیمت ۳۹۱.۸۰ ملائیشین سینٹ ہوگی اور ۱۹۹۰ء میں وہ ۵۹۳.۱۰ سینٹ تک پہنچائے گی۔ لیکن ۱۹۸۵ء میں ربڑ کی اداسط قیمت صرف ۱۸۷.۵۰ سینٹ تھی۔

وزیر موصوف نے الزام لگایا کہ اس قسم کی غیر حقیقت پسندانہ پیش گوئی کے باعث تیسری دنیا کے ممالک کو یہ ترغیب پیدا ہوئی کہ وہ ربڑ کے درخت زیادہ تعداد میں لگائیں جس کا نتیجہ یہ ہوا کہ ربڑ کی سہولتی زیادہ ہوئی اور قیمتیں کم ہو گئیں۔

عالمی اقتصادیات میں جس کو اقتصادی بحران کے سمیٹر سے لگتے رہتے ہیں اور جس میں بین الاقوامی تجارت رو بہ زوال ہے اس قسم کا بہت ہی بڑا اجناس کی بہت زیادہ پیداوار خود کشی کے مترادف ہے۔

یونانی ٹریڈ کی طرح نتیجہ ناگوار ہے۔ تیسری دنیا کے ممالک کو مجبور کیا جا رہا ہے کہ وہ کم سے کم قیمتوں پر زیادہ سے زیادہ اجناس فروخت کریں اور اس کے بدلے میں زیادہ قیمت والی مصنوعات درآمد کریں۔ اس کا مطلب یہ ہے کہ ان کی برآمدات کی آمدنی کی زیادہ سے زیادہ مقدار سے قرضوں کے منہم ہونے والے سود اور دوسرے چارجز کی ادائیگی ہلدی رہے اس کے علاوہ قیمتوں کی نشاندہی کرنے والے معاملہ کی پوری وضاحت نہیں کرتے اور قیمتوں کی پالیسی کے صرف جزوی حصہ سے باخبر کرتے ہیں۔ بہت سی اشیاء کی تجارت کرنے والے کارپوریٹن صرف مارکیٹ کی قیمتوں سے اپنے کاروباری معاملات

میں ابتدا کرتے ہیں۔ تیسری دنیا کی مشکلات کے باعث وہ تیسری دنیا کے ممالک سے کافی ڈسکاؤنٹ حاصل کر لیتے ہیں جو مشکل سے ہی سرکاری طور پر ظاہر کر دہ قیمتوں میں درج کیا جاتا ہے۔

ایک اور بات تیسری دنیا کی تباہی کی تعمیل کر دیتی ہے اور وہ تیسری دنیا سے سرمایہ کا فرار ہے۔ مارگن گارنٹی ٹرسٹ کمپنی کے جج کو دہ اعداد و شمار کے مطابق تقریباً 200 بلین ڈالر کا رقم 18 قرض لینے والے ممالک سے گزشتہ عشرہ کے دوران مغرب بھیجا چکا ہے اور یہ رقم اصل رقم سے بہت زیادہ کم ظاہر کی گئی ہے۔

سرمایہ کے اس فرار سے جس میں کثیر القومی کمپنیوں نے بڑی آسانی پیدا کر دی ہے تیسری دنیا کے ترقیاتی منصوبوں میں اور نہ ہی اس کے قرضوں کی ادائیگی میں کوئی مدد ملی ہے۔ اس کے بجائے یہ فنڈ بڑے باری کے منصوبوں پر صرف ہو رہے ہیں نہ کہ اجناس کے مستقبل کے ماحولیات پر جو کینسٹرو سائٹی کی خصوصیت ہے۔

ہمارا تجزیہ اس امر کی نشاندہی کرتا ہے کہ تیسری دنیا کے قرضوں کی ادائیگی (ساتھ سرمایہ کا فرار) جس کا تعلق اجناس کی قیمتوں کے بحران (اور قومی کرنسیوں کی قیمتوں میں کمی) سے ہے صنعتی ممالک میں سرمایہ کے بہاؤ کا باعث ہے جس کی مثال ماضی میں نہیں ملتی۔ مختصر یہ ہے کہ عزیز ممالک سے دولت مند ممالک کو وسائل کی ایسی منتقلی ہو رہی ہے جس کی مثال تاریخ میں نہیں ملتی جو تھوڑے عرصہ کے لیے بھی ناقابل برداشت اور اخلاقی اعتبار سے ناپسندیدہ ہے۔ مقدار کے لحاظ سے جو رقم برٹش ایسٹ انڈیا کمپنی نے برصغیر ہند سے کھینچی وہ سرمایہ کے موجودہ بہاؤ کے مقابلہ میں کچھ بھی نہیں ہے حالانکہ مذکورہ بالا کمپنی نے جو رقم برصغیر ہند سے کھینچی تھی وہ اٹھارہویں صدی کے صنعتی انقلاب کو مالی امداد دینے کے بڑے وسائل میں سے تھی۔

1983-85ء میں لاطینی امریکہ سے جبراً 105 بلین ڈالر کا سرمایہ باہر گیا اور قرض اور سرمایہ کاری کی شکل میں اسے جو 18 بلین ڈالر کی رقم ملی اس پر تبصرہ کرتے ہوئے میکسیکو کے صدر گولڈی لامیڈر نے یہ الفاظ کہے جو تمام تیسری دنیا پر بھی منطبق ہوتے ہیں کہ ہم وسائل کی اس منتقلی کی آخری حد تک پہنچ گئے ہیں اور یہ منتقلی اقتصادی منطق کی خلاف ورزی کرتی ہے اور انتہائی غیر منصفانہ ہے۔ مندرجہ بالا تجزیہ سے ظاہر ہوتا ہے کہ یہ ناممکن ہے کہ تیسری دنیا کے قرضوں کی کبھی بھی ادائیگی ہو سکے۔ صرف سود اور اصل رقم کی ادائیگی کو التوا میں ڈالنے سے اور ادائیگی کی مدت میں توسیع حاصل کرنے سے درد اور خون کے بہنے میں کچھ کمی تو ضرور رہ جائے گی لیکن اس سے چھوڑا ٹھیک نہیں ہوگا۔

در اصل نہ تو قرضوں کی اصل رقم اور نہ سود کی کبھی ادائیگی ہو سکے گی اور نہ ہی یہ پسندیدہ بات ہے کہ قرض (اصل رقم اور سود) کی ادائیگی ہو۔ تیسری دنیا کے لیے اس کا قومی حل اور اخلاقی لحاظ سے بھی مناسب حل یہی ہے کہ قرضوں کی ادائیگی سے صاف انکار کر دیا جائے۔ اس کے علاوہ ہمارا تجزیہ بتاتا ہے کہ سود کی شرح میں کمی اور معاوضہ کی مبالغہات کے اقدامات اس اہم مسئلے کو ذرا بھی حل نہیں کر سکتے خواہ ان کا مقصد کتنا ہی شریارہ ہو۔

عظیم عالمی اہمیت کا ایک نیا عنصر جو دنیا کے مالیاتی نظام پر اثر انداز ہونے والا ہے وہ خود امریکی کی پوزیشن ہے۔ چار سال کے

کونٹے اکاؤنٹ خسارہ کے بعد امریکا اب دنیا کا سب سے بڑا مقروض ملک ہے اور وہ 1985 کے آج میں 120 بلین ڈالر کا مقروض ہے۔ ایکوٹا مسٹ کے اندازہ کے مطابق 1990 تک قرض کی یہ رقم 500 بلین ڈالر ہو جائے گی اگر امریکا اپنے تجارتی خسارہ کو اس وقت تک 30 بلین ڈالر تک کم کر دے گا۔

اس طرح امریکی اقتصادیات اور اس کی قیادت ایک دل برداشتہ جملہ کی مانند ہے جو ادھار کے روپیہ اور وقت پر زندگی گزار رہی ہے جس کا آخری نتیجہ دیر الین ہے جو تھوڑے ہی عرصہ میں یقینی ہے۔

(مقرض ورلڈ نیٹ ورک فیچر)

6۔ خود آزمائی

سوال نمبر 1۔ مندرجہ ذیل خالی جگہوں کو مناسب الفاظ سے پُر کیجئے۔

1۔ اگر کوئی ملک پیدائش ایشیاء میں ہے تو اسے کم از کم اپنے مالی کو فروخت کرنے کے لیے دوسری کی ضرورت ہوگی۔

2۔ کو ملک کے سونے یا کے ذخیرے سے قرض لے کر بٹلہ کیا جاتا ہے۔

3۔ توازن ادائیگی کے مشمولات میں وہ اشیاء شامل کی جاتی ہیں جو ہم یا کہتے ہیں۔

4۔ ہر ملک کے دوسرے ملکوں سے تعلقات ہوتے ہیں۔

5۔ کسی ملک کی معیشت پر کا بڑا گہرا اثر ہوتا ہے۔

6۔ کو بہتر بنانے کے لیے ضروری ہے کہ درآمدات میں کمی کی جائے۔

7۔ ایشیاء میں پاکستان کی برآمدات صرف ایشیاء پر مشتمل تھیں۔

8۔ آج کل مالی میں اشیاء کی رسد فراہم کرنے والے ممالک کی تعداد رہی ہے۔

9۔ بیرونی قرضہ جات مشینری اور خدمات کی صورت میں دیئے جاتے ہیں۔

10۔ کی مقدار معاشی کا یہ کوئی بھی نہیں تھا ایک فیصلہ کن وقت نہیں۔

سوال نمبر 2۔ بیان کی روشنی میں سامنے دیئے گئے الفاظ صحیح یا غلط پر نشان لگائیے۔

1۔ توازن ادائیگی کے مشمولات میں ایسی اشیاء شامل ہوتی ہیں جو ملک کے اندر گردش کرتی ہیں صحیح / غلط

2۔ دوسرے ممالک میں ہم اپنے سفیروں کو جو تنخواہیں ادا کرتے ہیں ان کا اندراج ہم وصولیات میں کرتے ہیں۔ صحیح / غلط

3۔ برآمدات میں اضافہ کرنا چاہیے لیکن اس سلسلے میں الیکٹرونک برنس اسکیم کامیاب نہیں ہوئی۔ صحیح / غلط

ادائیگیوں کے توازن کے درست کرنے کا ایک مؤثر طریقہ یہ ہے کہ برآمدات کی حوصلہ افزائی کی جائے۔ صحیح / غلط

- 4- ادائیگیوں کے توازن کو درست کرنے کا ایک مؤثر طریقہ یہ ہے کہ برآمدات کی حوصلہ افزائی کی جائے۔ - صحیح/غلط
 - 5- غیر ملکی لوگوں کے لیے پاکستانی برآمدات ارزاں بنانے کے لیے حکومت نے روپے کی قدر کم کر دی ہے۔ - صحیح/غلط
 - 6- ایشیاء میں پاکستان کی برآمدات صرف چھ اشیاء پر مشتمل تھیں۔ - صحیح/غلط
 - 7- اگر ملک میں افراط زر پھیل جائے تو قیمتوں کی عمومی سطح کم ہونے لگتی ہے۔ - صحیح/غلط
 - 8- اگر ملک ایک دوسرے پر مختلف قسم کی تجارتی پابندیاں لگا دیں تو اس طرح سے برآمدات گھٹ جاتی ہیں۔ - صحیح/غلط
 - 9- ملک کے اندر وقوع پذیر ہونے والے واقعات بھی ایک ملک کے قرضوں میں اضافہ کا باعث بنتے ہیں۔ - صحیح/غلط
 - 10- پاکستان میں جو آمدنی برآمدات سے حاصل ہوتی ہے وہ درآمدی ضروریات سے بہت زیادہ ہے۔ - صحیح/غلط
- سوال نمبر 3- ہر سوال کے عنوان کے ساتھ مختلف بیانات ہیں درست بیان تلاش کر کے اس کے گرد دائرہ لگائیں جو عنوان کے ساتھ مل کر درست مطلب دے۔

الف : فنی مہارت اور پروفی سرمایہ کی آمد سے

- 1 - مختلف شعبوں میں معیشت کی کارکردگی بہتر بنائی جاسکتی ہے۔
- 2 - عاطفین پیداوار کی کارکردگی میں اضافہ نہیں ہوتا۔
- 3 - زیادہ تعداد میں روزگار کے مواقع فراہم نہیں کیے جاسکتے۔
- 4 - مطلوبہ بچت حاصل کی جاسکتی ہے۔

ب : گذشتہ نصف عشرہ میں تیسری دنیا کے قرضے 1980ء میں۔

- 1 - 800 بلین امریکی ڈالر کے تھے۔
- 2 - 850 بلین امریکی ڈالر کے تھے۔
- 3 - 500 بلین امریکی ڈالر کے تھے۔
- 4 - 368 بلین امریکی ڈالر کے تھے۔

ج : ہمارے توازن تجارت کے موافق ہونے کا دارو مدار اس بات پر ہے کہ

- 1 - درآمدات زیادہ سے زیادہ ہوں۔
- 2 - برآمدات زیادہ سے زیادہ ہوں۔
- 3 - درآمد و برآمد زیادہ سے زیادہ ہوں۔
- 4 - پیغام پیداوار کی قیمتیں بڑھائی جائیں۔

7۔ جوابات خود آزمائی

- سوال نمبر 1 : 1 — خود کفیل، منڈیوں
2 — خسارہ، زرمبادلہ
3 — درآمد، برآمد
4 — سفارقی
5 — توازن تجارت
6 — توازن ادائیگی
7 — پانچ
8 — منڈیوں، پڑھ
9 — زرمبادلہ، فنی
10 — سرمایہ

- سوال نمبر 2 : 1 — غلط
2 — غلط
3 — غلط
4 — صحیح
5 — صحیح
6 — غلط
7 — غلط
8 — صحیح
9 — صحیح
10 — غلط

ب: (3)

الف: (1)

ج: (2)

ملکیت فرد واحد اور شرکت داری

تحریر : محمد امین
نظر ثانی : علی حسن مظفر

یونٹ کا تعارف

ہر دور میں کاروبار کسی نہ کسی شکل میں موجود رہا ہے۔ زیر نظر یونٹ میں کاروبار کی اقام پر تبصرہ کیا گیا ہے جو کہ ملکیت فرد واحد اور شراکت داری پر محیط ہے۔ جن جوں وقت گزرتا جاتا ہے کاروبار پیچیدہ ہوتا چلا جا رہا ہے۔ اس کے ساتھ ہی اس بات کو نظر انداز نہیں کیا جاسکتا کہ ایسے قوانین اور طریق کار وضع کر دیا گیا ہے کہ فنی دفتروں کی رکاوٹوں کے باوجود کسی بھی جھگڑے کا تصفیہ کرانے کے لئے قانون موجود ہے۔

اس یونٹ میں طلباء کے فائدہ کے لیے ملکیت، فرد واحد اور شراکت داری کے فوائد و نقصانات تحریر کیے گئے ہیں۔ حاضر میں ایک تاجر کو خواہ وہ اکیلا کاروبار کرے یا کسی تنظیم کے ساتھ مل کر کاروبار کرے۔ اس کے لیے پہلے کی طرح کاروبار میں کسی قسم کی رکاوٹ حائل نہیں ہوتی۔ طالب علم یونٹ کا مطالعہ کر کے رائج الوقت معاہدہ سے واقفیت حاصل کرے گا۔ شراکتی تنظیم میں اس کی تفصیل کی ضرورت سے آگاہ ہوگا۔ شراکت داری کی تیخ کے بارے میں مکمل طور پر آگاہی حاصل ہوگی۔ اگر وہ خود کسی کاروبار کے شروع کرنے کا ارادہ رکھتا ہوگا تو ہر مدت سے واقفیت رکھتا ہوگا۔ وہ کاروبار کو اعلیٰ سطوح پر چلانے کی ہم سے آگاہ ہوگا۔

یونٹ کے مقاصد

- اس یونٹ کے مطالعہ کے بعد آپ اس قابل ہو جائیں گے کہ :
- 1- کاروبار کی دو صورتیں اقام واحد ملکیتی کاروبار اور شراکتی کاروبار سے آگاہ ہو سکیں اور عملی زندگی میں اس پر عملدرآمد کر سکیں۔
 - 2- شراکت داری میں دوسرے شرکاء کے ہتھکنڈوں سے محفوظ رہ سکے۔
 - 3- کاروبار میں فعالیت کا مظاہرہ کر کے اس کی سادھ کو معقول بناسکیں۔
 - 4- کاروبار کی ترویج و ترقی کے لیے انتظامی مہارت حاصل کر سکیں۔

فہرست

| | |
|-----|---|
| 157 | 1 - ملکیت فرد واحد کی تعریف اور خصوصیات |
| 157 | 1.1 - تعریف |
| 157 | 1.2 - ملکیت فرد واحد کی خصوصیات |
| 158 | 1.3 - ملکیت فرد واحد کے فوائد |
| 160 | 1.4 - ملکیت فرد واحد کے نقصانات |
| 161 | 2 - شرکت داری کی تعریف اور خصوصیات |
| 161 | 2.1 - تعریف |
| 161 | 2.2 - خصوصیات |
| 163 | 2.3 - شرکت داری کے فوائد |
| 164 | 2.4 - شرکت داری کے نقصانات |
| 167 | 3 - معاہدہ شرکت |
| 170 | 4 - معاہدہ کی عدم موجودگی میں نافذ العمل قوانین |
| 172 | 5 - شرکا کی ذمہ داریاں |
| 172 | 6 - شرکا کی تنظیم کی تسبیل |
| 174 | 7 - شرکت کی تسبیح |
| 176 | 8 - خود آزمائی |
| 180 | 9 - جوابات |

1۔ ملکیت فرد واحد کی تعریف اور خصوصیات

1.1۔ تعریف

ملکیت فرد واحد کا دوبارہ کی ایسی شکل ہے جس میں ایک تنہا شخص کسی کا دوبارہ کا مالک ہوتا ہے۔ کا دوبارہ کا انتظام و انصرام تنہا تاجر (SOLE TRADER) ہی کرتا ہے۔ سرمایہ کاری خود کرتا ہے اور نفع و نقصان کا تنہا ہی ذمہ دار ہوتا ہے۔

1.2۔ ملکیت فرد واحد کی خصوصیات

(الف) تنہا تاجر اپنے کا دوبارہ کے لیے سرمایہ فراہم کرنے کا ذمہ ہوتا ہے۔ سرمایہ کم ہونے کی شکل میں اسے احباب، بینک یا دیگر مالی اداروں کی طرف رجوع کرنا پڑتا ہے۔ اس تنظیم کے لیے حاصل کیا ہوا قرض کسی طرح بھی تنظیم پر اثر انداز نہ ہوگا کیونکہ قرض دینے والے ادارے کسی طرح نفع یا نقصان میں شامل نہیں ہوتے۔ شرائط کے تحت واحد تاجر کو قرض ادا کرنا ہوگا۔

(ب) کا دوبارہ ہمیشہ ایک ہی حالت پر نہیں رہتا۔ کئی قسم کے حادثات پیش آسکتے ہیں، منڈیوں میں اتار چڑھاؤ ہوتا ہے، جس سے نقصان ہونا ایک لازمی امر ہے۔ جو کہ تمام کا تمام تنہا تاجر ہی برداشت کرتا ہے۔

(ج) کا دوبارہ کی نگرانی کے تمام تر فرائض تنہا تاجر ہی سرانجام دیتا ہے۔ کا دوبارہ اگر وسیع ہو جائے تو مالک ہی تنظیم چلا ہوگا۔ اپنی مدد کے لیے وہ ملازمین رکھ سکتا ہے۔ کا دوبارہ کے متعلق اسے ہر قسم کا فیصلہ خود کرنا ہوتا ہے۔ اس کی مرضی میں کوئی دوسرا آدمی داخل نہیں ہو سکتا۔ جزدی یا کلی کا دوبارہ کے لیے ہر قسم کا لائحہ عمل اسے ہی تیار کرنا پڑتا ہے۔

(د) کا دوبارہ کو رواں دواں رکھنے کے لیے اسے خود ہی کامیابی کے راستے تلاش کرنے ہوتے ہیں۔ صارفین کی پسند کو مقدم رکھنا ہوتا ہے تاکہ مال کا نکاس زیادہ سے زیادہ ہو۔

(ه) ادائل میں کا دوبارہ چھوٹے پیمانے پر ہوتا ہے اور اسے موزوں حالات مل جائیں تو یہی کا دوبارہ وسعت اختیار کر لیتا ہے۔

1.3۔ ملکیت فرد واحد کے فوائد

(الف) منافع کی واحد ملکیت :

واحد ملکیتی کاروبار میں بلا شرکت غیرے مالک ہی منافع کا استحقاق رکھتا ہے۔ چونکہ وہ کئی ایک مراحل سے گزر کر نفع کمانے کے قابل ہوتا ہے۔ لہذا اسی کے نفع میں کوئی شریک نہ ہوگا۔

(ب) کاروبار کی تشکیل میں آسانی یا سہولت تنظیم :

کاروبار کو شروع کرنے کے لیے کسی قانونی کارروائی ضرورت پیش نہیں آتی۔ نہ ہی کسی قسم کی دستاویز کی تکمیل درکار ہے۔ ایک بیدار مغز آدمی ارادہ کرتے ہی کاروبار شروع کر سکتا ہے۔ پھر اس قسم کی تنظیم میں کاروبار کی کوئی خاص قسم اپنانے میں صرف اپنی ہی مرضی کی ضرورت ہے۔ آغاز میں زیادہ سرمایہ کا بھی ضرورت نہیں پڑتی۔ چند کاروبار اس قسم کے ہیں جن میں لائسنس حاصل کرنا ہوتا ہے مثلاً ادویہ کی فروختکاری اور اسلحہ کی فروخت وغیرہ۔ انسان خود کوئی پیچیدگی پیدا نہ کرے تو اس میں کوئی چیز سد راہ نہیں بن سکتی۔

(ج) کاروبار میں آزادی اور مستعدی :

ملکیت فرد واحد میں کاروبار کا مالک خود مختار ہوتا ہے۔ آخری فیصلہ تک اسے کسی دوسرے شخص سے مشورہ کر لینے کی ضرورت نہیں پڑتی اور اسے کاروبار میں مکمل آزادی حاصل ہوتی ہے۔ وہ اپنی طبیعت یا مرضی کے مطابق اپنے کاروبار کو چاہی بکھڑکتا ہے یا کوئی دوسرا کاروبار شروع کر سکتا ہے۔ یہ فیصلے بڑی عجلت سے وقوع پذیر ہوتے ہیں کیونکہ اس سلسلہ میں اسے کسی کی منظوری درکار نہیں ہوتی۔ حکومت کی طرف سے اس پر زیادہ پابندیاں بھی عائد نہیں ہوتیں۔ نیز وہ دن میں جتنے گھنٹے چاہے کام کر سکتا ہے۔ اگر اس نے کاروبار میں مدد کے لیے مزدور رکھے ہونے میں تو سوائے مخصوص حالات کے ان کا معاوضہ اپنی مرضی سے مقرر کرتا ہے۔

(د) ٹیکس کی بچت :

شرکت داری یا مشترک سرمایہ کی کمپنیوں کی طرح اس پر زیادہ ٹیکسوں کا بوجھ نہیں پڑتا۔ زیادہ سے زیادہ اس کو اپنی آمدنی یا جائیداد پر ٹیکس ادا کرنا پڑتا ہے۔

(س) ذاتی مفاد اور دلچسپی :

ملکیت فرد واحد کے کاروبار کے مالک کو کام میں پوری پوری دلچسپی ہوتی ہے۔ اگر کاروبار میں اسے نقصان ہو جائے تو کوئی دوسرا آدمی اس کے نقصان میں شریک نہیں ہوگا۔ اس خوف سے پیش نظر تا حد امکان وہ نفع کمانے کی کوشش کرتا ہے جس کی وجہ سے اسے محنت شاقہ کے ذریعے سے اپنی توجہ کو کاروبار پر مرکوز کرنا پڑتا ہے۔

ہر مضروبہ کی تکمیل اس کی اپنی کاوشوں کا نتیجہ ہے۔

(ص) کاروبار کے واحد مالک کی حیثیت سے اسے قانونی پابندیوں کا جو اگے میں نہیں ڈالنا پڑتا جیکہ شرکت داری اور مشترک سرمایہ کی کمپنیوں کو کوئی قسم کے قانونی لوازمات پورے کرنے ہوتے ہیں۔

(د) بلاتاخیر فیصلہ :

کاروبار میں ہر وقت فیصلہ کو بڑی اہمیت حاصل ہے چونکہ تاجر ”فختد کل“ ہوتا ہے۔ اس لیے ہر موقع پر عجلت سے فیصلہ کر کے اسے عملی جامہ پہنایا جاسکتا ہے جن تنفیموں میں فیصلہ کرنے والے اشخاص ایک سے زیادہ ہوتے ہیں وہاں اختلاف رائے پیدا ہونے کی وجہ سے فیصلہ میں تاخیر ہونا ایک لازمی امر ہے۔ اس طرح نفع بخش مواقع ہاتھ سے نکل جاتے ہیں۔ تنہا تاجر کو یہ صورت حال پیش نہیں آتی۔

(ک) راز داری :

راز داری کاروبار کی جان ہے۔ مال کی تیاری کے خاص گرو، کاروبار کی اندرونی حالت، گاہکوں سے معاملات کی نوعیت و کیفیت، موجود پیداوار کے اندازے، مستقبل کے منصوبے اور دیگر لوازمات اگر راز میں نہ رہیں تو حریفوں کو ان سے فائدہ اٹھانے کا موقع مل جاتا ہے۔ تنہا تاجر چونکہ تمام انتظام خود کرتا ہے اس لیے کسی راز کے افشاں ہونے کا خطرہ نہیں رہتا۔

(ل) ذاتی کردار :

فائدہ کاروبار کا مالک اپنی تجارت کو فروغ دینے کے لیے بہت بڑی ذمہ داری کا ثبوت دیتا ہے، برعکس اس کے کہ زیادہ مالک ایک دوسرے پر ذمہ داری کا بوجھ ڈالتے ہیں۔ اپنے کاروبار کی ساکھ بڑھانے کے لیے ہر ایک سے خوش سلسلوی اور رواداری سے پیش آتا ہے تاکہ لوگ اس کی شخصیت سے متاثر ہو کر خرید و فروخت میں اضافہ کریں اور اس پر اعتبار کریں۔

(م) زیادہ نفع کی حصول :

کاروبار کی ساکھ بڑھ جائے اور گاہکوں کے ساتھ روابط زیادہ ہونے کی وجہ سے خرید و فروخت میں زیادتی ہوگی نتیجہ کے طور پر نفع زیادہ ہوگا۔

(ن) کاروبار کی آسان اختتام پذیری :

مالک حسب خواہش بغیر کسی قانونی پابندی کے کاروبار ختم کر سکتا ہے۔ دوسری تنفیموں کی طرح اسے قانونی پابندیوں کو ملحوظ خاطر نہیں رکھنا پڑتا۔

1.4۔ ملکیت فرد واحد کے نقصانات

(الف) غیر محدود ذمہ داری :

واحد تاجر چونکہ نفع و نقصان کا خود مالک ہوتا ہے لہذا نقصان کی صورت میں اسے ادائیگیاں خود ادا کرنا ہوتی ہیں اگر وہ قرض کی تمام رقم ادا نہ کر سکے تو اسے اپنی جائیداد سے ہاتھ دھوئے پڑتے ہیں۔

(ب) قرضہ کی اقل ترین فراہمی :

واحد ملکیتی کاروبار چونکہ محدود پیمانہ پر ہوتا ہے لہذا اس کو قرضہ حاصل کرنے میں دقت پیش آتی ہے۔ قرضہ کی فراہمی اسی وقت ہو سکتی ہے جب قرض خواہ کو کاروبار کے وسیع پیمانے پر چلنے کی امید ہو۔ ملکیت فرد واحد کے کاروبار میں اسے قرضہ واپس ملنے کی کم توقع ہوتی ہے۔

(ج) ذاتی قابلیت پر کامیابی کا انحصار :

چونکہ کاروبار کی اس شکل میں صرف مالک ہی خود مختار ہوتا ہے لہذا اس کے فوت ہو جانے پر کاروبار عموماً ختم ہو جاتا ہے کیونکہ اس کام کو بعد سنبھالنے والے اشخاص اسی رازداری سے واقف نہیں ہوتے جو کامیابی کی ضمانت تھی۔

(د) ماہرین کی خدمت کا فقدان :

محدود کاروبار دوسرے سرمایہ کی قلت کی وجہ سے مختلف شعبوں میں متعلقہ ماہرین رکھ جاسکتے مثلاً انتظامی امور کے لیے منصرم، حساب و کتاب کے لیے محاسب اور فروخت مال کے لئے فروشکار نایاب ہوتے ہیں۔

(ر) محدود جسامت :

ماہرین کے فقدان، سرمایہ کی کمی اور قرضہ کی کم فراہمی کی وجہ سے کاروبار کی جسامت کم ہی ہوتی ہے۔ کاروبار میں وسعت کے عناصر مفقود ہوتے ہیں لہذا کاروبار میں اختصار کا پہلو بھی نمایاں رہتا ہے۔ لمبا اوقات منافع کے مواقع ہاتھ سے نکل جاتے ہیں۔

(س) محدود استقرار :

مالک کے پاگل، دیوانہ ہو جانے یا مرجانے پر اس کے ورثاء اس کاروبار کی نگرانی کو جاری نہیں رکھ سکتے کیونکہ کاروبار کو دوبارہ ماہرانہ طور پر سابقہ سطور پر نہیں چلایا جاسکتا۔

(ک) تنظیم کاری کی پیچیدگیاں :

اگر کاروبار مائل بہ توسیع ہو تو تنہا تاجر کے لیے تمام مطلوبات پر پورا اترنا مشکل ہو جاتا ہے کیونکہ خرید و فروخت

خام مال کی فراہمی، منڈی کی تلاش، مال کا نکاس ایک آدمی کے بس کی بات نہیں ہوتی جس سے کاروبار کی سادھ ختم ہونا شروع ہو جاتی ہے۔ گاہکوں کا اعتماد اٹھ جاتا ہے جس سے کاروبار کو دھچکا لگنے کا احتمال ہوتا ہے۔

(ل) ملازمین کی خدمت کا فقدان :

واحد ملکیتی کاروبار میں اگر کوئی بیدار مغز قسم کا ملازم رکھ دیا جائے تو وہ کاروبار میں شراکت داری کا مطالبہ کر دے گا۔ اگر اس کی یہ خواہش پوری نہ ہو تو ملازمت چھوڑ کر خود کاروبار شروع کر دے گا۔ جس سے اس کے سابقہ مالک کی کارآوری مؤثر ثابت نہیں ہوگی۔

2۔ شراکت داری کی تعریف اور خصوصیات

شراکت داری سے کاروبار کی وہ تنظیمی شکل مراد ہے جس میں دو یا دو سے زیادہ افراد مل کر سرمایہ کاری کرتے ہیں۔ ان پر نفع اور نقصان طے شدہ معاہدہ کے تحت تقسیم ہوتا ہے۔ ہر شریک کے انفرادی وسائل اور مسائل اجتماعیات کی شکل میں سامنے آتے ہیں چونکہ ان میں مختلف صلاحیتوں کے لوگ اکٹھے ہوتے ہیں۔ لہذا نفع کے امکانات زیادہ واضح ہوتے ہیں۔ نفع کے زیادہ حصول سے کاروبار میں وسعت پیدا ہوتی ہے۔

2.1۔ تعریف

قانون شراکت داری مجریہ ۱۹۳۲ء میں شراکت کی تعریف درج ذیل الفاظ میں کی گئی ہے۔ ”شراکت داری دو یا دو سے زائد افراد کے درمیان ایک رشتہ کا نام ہے جو کسی ایسے کاروبار کے منافع و نقصان کی ذمہ داری پر رضامند ہو جاتے ہیں، جسے سب مل کر یا کوئی ایک نمائندہ کی حیثیت سے چلائے۔“

2.2۔ خصوصیات

خصوصیات کا تعین محولہ بالا تعریف کی روشنی میں کیا جاتا ہے جو کہ درج ذیل ہے :

(الف) معاہدہ :

چونکہ ہر کاروبار کے نتیجہ میں نفع یا نقصان ہوتا ہے۔ لہذا بعد میں پیدا ہونے والے تنازع سے بچنے کے لیے تمام شرکاء کو تقسیم کے مخصوص معاہدہ کا پابند کر لیا جاتا ہے جس کو وہ پہلے ہی طے کر لیتے ہیں۔

(ج) متعلقین :

متعلقین سے مراد شرکا میں شراکت داری کے اصول کے تحت ان کی تعداد دو سے لے کر بیس تک ہوتی ہے لیکن بینکاری کے کاروبار میں ان کی تعداد دس سے زائد نہیں ہو سکتی۔

(ج) کاروبار میں فعالیت :

کاروبار میں تمام شرکا کی فعالیت برابر بھی ہوتی ہے لہذا غیر مساوی بھی یہ پہلے ہی طے کر دیا جاتا ہے کہ کونسا شریک صرف سرمایہ کاری کرے گا۔ کاروبار میں حصہ نہیں لے گا۔ نیز اس کو منافع کس نسبت سے تقسیم ہوگا۔

(د) ذمہ داری :

شراکت داری میں تنہا تاہر کی طرح ذمہ داری غیر محدود ہوتی ہے۔ نقصان کی صورت میں شرکا کی ذاتی اموال بھی فروخت کر کے قرضہ کی ادائیگی ہو سکتی ہے۔ اگرچہ شرکا اپنے آپ کو ہتھکنڈے استعمال کر کے قرضہ کے چنگل سے بچا لیں تو بچا جانے والا شریک ہی قرضہ کی ادائیگی کا کفیل سمجھا جائے گا۔

(س) مساویانہ ملکیت :

شراکت میں ہر ایک شریک کاروبار کا نمائندہ بھی اور مالک بھی ہوتا ہے۔ جو کام وہ سرانجام دیتا ہے یا جو نفع حاصل کرتا ہے وہ ہر شریک کے لیے ہوتا ہے۔ خدا نخواستہ اگر ایک شریک کے ہاتھوں کچھ نقصان ہو جاتا ہے تو اس نقصان کی رقم سب شرکا پر تقسیم ہوگی۔ بصورت دیگر اگر تمام شرکا روپوش ہو جائیں تو قابو آجانے والے شریک پر تمام نقصان کا بوجھ ڈال دیا جاتا ہے۔

(س) شریک کی عمر :

شراکت داری میں مختلف عمروں کے افراد ہوتے ہیں۔ نقصان کی صورت میں تمام شرکا کو نقصان پورا کرنا ہوتا ہے مگر جس شریک کی عمر ۱۸ سال سے کم ہوگی اس پر طے شدہ نسبت سے زیادہ نقصان کی رقم ادا کرنے کا بوجھ نہیں ڈالا جاسکتا۔

(ک) تعداد کا تعین :

شراکت داری میں شرکا کی تعداد دو سے بیس تک ہو سکتی ہے مگر بینکاری کی صورت میں تعداد دس افراد تک محدود ہوتی ہے۔

(ل) نمائندگی :

ہر شریک کی حیثیت نمائندہ کی سی ہوتی ہے۔ نمائندہ جو بھی کاروبار کرے یا کسی سے معاہدے کرے وہ تمام شرکا کی طرف سے ہوگا۔ حتیٰ کہ ہر شریک مال کی خرید و فروخت کر سکتا ہے۔ قرضے لے سکتا ہے، اور

اعتباری دستاویزات پر دستخط کر سکتا ہے۔

(۴) کاروبار کی غرض و غایت :

کاروبار کی غرض و غایت نفع کمانا ہوتی ہے۔ اگر کسی شراکت داری کا کام نفع کمانا نہ ہو یا غیر قانونی طور پر نفع کمانا ہی ہو تو اس کو شراکت داری کا نام نہیں دیا جاسکتا۔

(۵) شراکت داری کا نام :

شراکت کے کاروبار کا اجتماعی طور پر نام فرم ہے۔ انفرادی طور پر شرکا حصہ دار یا شریک کہلاتے ہیں مگر مجموعی طور پر ان کو فرم کے نام سے ہی پکارا جائے گا۔ شرکا کو یہ اجازت ہوتی ہے کہ فرم کا نام اپنے ذاتی ناموں پر یا کسی اور پنج پر رکھ لیں۔ جن ناموں پر حکومت کی طرف سے پابندی ہو احترام کیا جاتا ہے۔

2.3۔ شراکت داری کے فوائد

(الف) سرمایہ کی وافر مقدار میں فراہمی :

شراکت داری میں مختلف قسم کے لوگ شمولیت کرتے ہیں جو سرمایہ بھی اپنے ساتھ لاتے ہیں۔ ملکیت فرد واحد میں مالک کا اپنا ہی سرمایہ ہوتا ہے جس سے کاروبار محدود پیمانہ پر ہی چلایا جاتا ہے۔ برعکس اس کے شراکت داری میں کاروبار وسیع پیمانے پر چلایا جاسکتا ہے۔

(ب) قرضہ کی حصول میں سہولت :

ملکیت فرد واحد کے مالک کو قرضہ حاصل کرنے میں دقت ہوتی ہے مگر شراکت داری میں ہر شریک کاروبار میں خود بھی قرضہ دے سکتا ہے اور اپنے اثر و رسوخ سے دوسروں سے بھی قرضہ حاصل کر سکتا ہے۔ قرضہ دینے والے ادارے اس قسم کے کاروبار کو ترجیحی بنیادوں پر قرضہ دے دیتے ہیں۔ جتنی ساکھ اچھی ہوگی اتنا ہی قرضہ زیادہ ملے گا۔ چونکہ شراکت داری میں ہر شریک کی ذمہ داری برابر ہوتی ہے۔ لہذا تمام شریک قرضہ کی حفاظت بھی کرتے ہیں اور اسے نفع کی خاطر اور کاروبار کی توسیع کی خاطر استعمال میں لاتے ہیں۔

(ج) انتظامی امور میں اشتراک عمل :

شرکا کا کاروبار میں سرمایہ کے ساتھ ساتھ اپنی صلاحیتیں بھی لے کر آتے ہیں۔ تنہا تاجر کسی کامشورہ قبول نہیں کرتا مگر شراکت داری میں شرکا ایک دوسرے سے مشورہ کرتے ہیں اور باہمی اشتراک سے کاروبار کو نفع بخش سطور پر چلا سکتے ہیں۔ کاروبار کے جس شعبہ میں کسی شریک کی صلاحیت، تجربہ اور دلچسپی پوری اترے وہی شعبہ اس کو دیا جاتا ہے۔ جس سے ہر شعبہ میں ترقی و ترویج کا عمل جاری رہتا ہے۔

(س) شراکت داری میں قابل ملازمین کی گنجائش :

بعض ملازمین جن کو شرکا، فریقین کی انجام دہی پر مامور کر چکے ہوتے ہیں، کاروبار کے تمام رازوں سے واقفیت حاصل کر چکے ہوتے ہیں لہذا وہ اپنی ملازمت سے علیحدہ ہو کر اپنا الگ کاروبار چلانے چاہتے ہیں جس سے شراکت داری کو بہت بڑا ضعف پہنچنے کا اندیشہ ہوتا ہے۔ شراکت داری میں برعکس ملکیت فرد واحد کے گنجائش ہوتی ہے کہ اسے علیحدہ ہونے والے ملازم کو کاروبار میں شریک کر لیں۔ راز داری بھی قائم رہے گی اور کاروبار میں بھی ترقی ہوگی۔

(س) کاروبار میں ذاتی دلچسپی :

جملہ شرکا، کاروبار کے ساتھ غیر معمولی ارتباط رکھتے ہیں۔ چونکہ شراکت داری کا آغاز نفع کے مطمحہ نظر سے کیا جاتا ہے لہذا وہ اشتراک عمل کا پورا پورا ثبوت دیتے ہیں جس سے ان کی ذاتی دلچسپی کا اظہار ہوتا ہے۔ زیادہ نقصان کی صورت میں انہیں اپنی جائیداد سے بھی ہاتھ دھوئے پڑتے ہیں اس لیے وہ تمام احساس ذمہ داری کا مظاہرہ کرتے ہیں مبادہ کہ انہیں یہ برے دن دیکھنے پڑیں۔

(ع) تجربات کا باہمی تبادلہ :

ہر شخص اپنی مخصوص غمیوں کی وجہ سے کامیابی حاصل کرتا ہے۔ یہ ممکن ہے کہ ایک تہناتا جرم میں سب خوبیاں موجود ہوں اور ایک کی کمی ہو جس کی وجہ سے وہ نمایاں کامیابی حاصل نہ کر رہا ہو۔ یہ فقدان شراکت داری میں پورا ہو جاتا ہے کیونکہ وہ دوسرے اشخاص کے اجتماع سے ایسی ذمہ داری کسی اور کو سونپ سکتا ہے جس میں وہ خوبیاں بروئے کار لانے کی صلاحیت موجود ہو۔

(ک) معروف قانونی حیثیت :

چونکہ کاروبار کی یہ شکل مدتوں سے رائج ہے۔ لہذا نزاع کی صورت میں قانون کی طرف رجوع کرنے سے دست نیفلہ کر دیا جاسکتا ہے۔ اس کے تمام پہلوؤں پر غور و خوض کر کے قوانین کو جتنی شکل دی گئی ہے جس سے عدالت اور وکلاء بخوبی واقف ہیں۔ کسی بھی خدشہ یا حقوق کے غضب ہو جانے کی صورت میں کوئی شریک بھی چارہ جونی کی خاطر عدالت کے دروازے پر دھک دے سکتا ہے۔

2.4۔ شراکت داری کے نقصانات

(الف) غیر محدود ذمہ داری :

شراکت داری کا سب سے بڑا نقص غیر محدود ذمہ داری ہے۔ نقصان کی صورت یا قرضہ جات کی عدم ادائیگی

کے سلسلہ میں ہر شریک مکلف ہے۔ الف، ب اور ج اگر کاروبار میں شریک ہوں، الف، ب کے پاس فرضہ ادا کرنے کے ذرائع نہ ہوں تو تمام کا تمام قرضہ "کو ادا کرنا ہوگا۔ فرض کا اثاثہ دوسرا یہ تو ایک طرف، اس کا رویہ تنظیم میں تو جائیداد تک کو دائرہ پر لگانا پڑتا ہے۔ یہ ایک ایسا عنصر ہے جس کو کاروباری تنظیم میں نہ تو چھوڑا جا سکتا ہے اور نہ ہی اس کے بغیر گزارا ہو سکتا ہے جس سے بسا اوقات تنظیم کی یہ شکل ترقی کی منازل طے نہیں کر سکتی۔

(ب) فیصلوں میں تاخیر:

چونکہ کسی ایک منصوبہ کا فیصلہ کرنے کے لیے مختلف اذہان اکٹھے ہوتے ہیں۔ مختلف آراء کی وجہ سے فوری اور حتمی فیصلہ پر پہنچنا مشکل ہو جاتا ہے۔ کسی عذری طبیعت کے شریک کو دوسروں کا ہم خیال بنانے کے لیے بہت وقت درکار ہوتا ہے۔ ایسے نا کچھ جلد باز انسان کی رائے پر اتفاق کرنے سے ناقابل تلافی نقصان ہونے کا اندیشہ ہوتا ہے۔

(ج) شرکا کے درمیان اختلاف رائے کا خطرہ:

جب شرکا میں اختلاف رائے کا پہلو جنم لیتا ہے تو حالات کو معمول پر لانے کے لیے بعض دفعہ شرکت داری کو ختم ہی کرنا پڑتا ہے۔ اگر شرکت داری ختم نہ بھی ہو تو قدم قدم پر کمپنی جھگڑے، تعصب اور کشمکش کی رو نمائی ہوتی رہتی ہے۔

(د) منجمد سرمایہ کاری:

کاروبار میں لگایا ہوا سرمایہ واپس لینا بہت مشکل ہوتا ہے۔ جب تک شرکت داری کی تسخیر نہ ہو جائے سرمایہ کسی کو بھی واپس نہیں مل سکتا۔ کوئی شریک اپنا سرمایہ آزادی سے کسی دوسرے شخص کو تبدیل بھی نہیں کر سکتا۔ جب تک کہ تمام شرکا کو رضامند نہ کر لیا جائے۔

(س) سرمایہ کیفیت:

موجودہ دور میں اشیاء کے انتخاب کا معیار بدل چکا ہے۔ مسابقت کے انداز فکر کے نتیجے کے طور پر سامان تجارت اور عام روزمرہ زندگی کی اشیاء کی بناوٹ اور ماہیت میں برق رفتاری سے تبدیلیاں رونما ہو رہی ہیں۔ اس طرز عمل کا مقابلہ کرنے کے لیے بہت زیادہ سرمایہ کی ضرورت ہوتی ہے۔ شرکا کی تعداد چونکہ محدود ہوتی ہے اس لیے سرمایہ بھی محدود ہوگا اور اگر شرکا کی تعداد مجوزہ تعداد سے بڑھائی جائے تو قانون شکنی ہوگی۔ سرمایہ کا مسئلہ ان حل ہی رہ جاتا ہے۔ سرمایہ کاری سے چونکہ ہر شریک نقصان کے خدشہ کے باعث خائف ہوتا ہے اس لیے حضور مول لینے کے لیے بہت کم قدم بڑھاتا ہے۔ اس طرح سرمایہ کی قلت کے باعث کاروبار

فروع نہیں پاسکتا۔
(ع) مشکوک و شبہات کا ماحول :

کاروبار میں تمام شرکا دریاں دار نہیں ہوتے وہ بعض دفعہ اپنی ذاتی منفعت کی خاطر خفیہ طور پر لین دین شروع کر دیتے ہیں جس سے کاروبار کے لیے ترقی کے راستے مسدود ہو جاتے ہیں۔ خفیہ قسم کے شرکا کاروبار میں عملی طور پر حصہ نہیں لیتے اس لیے وہ کارکن شرکا کی خفیہ حرکات اور سازشوں سے بے خبر رہتے ہیں۔ کاروبار کا سرمایہ چند لوگوں کی ملکیت بن جاتا ہے۔ اس قسم کے شرکا خود قواعد میں جاتے ہیں مگر کاروبار تنزل کا شکار ہو جاتا ہے۔
(ک) اظہار ناراضگی کے مواقع :

شرکا خواہ کتنے ہی عزیز یا آپس میں گہرے تعلقات رکھنے والے کیوں نہ ہوں، کئی وجوہات کی بنا پر ان کے دینا جھگڑے کی صورت پیدا ہو سکتی ہے۔ یہ ناموافقت اور مناقشت شرکاء داری کی تیئخ پر منتج ہوتی ہے بعض دفعہ ناموافقی حالات جان لیوا ثابت ہوتے ہیں۔

(ل) عدم استحکام :

شرکاء داری میں عدم استحکام کا وجود اس کی بہت بڑی خامی ہے۔ انتظامی امور کے پیش نظر عدالت مداخلت کر کے کاروبار کو ختم کر دیا سکتی ہے۔ اگر کوئی شریک بنفسہ کاروبار سے علیحدہ کرنا چاہتا ہے تو اس کے دیئے گئے فوش پر عملدرآمد کر کے کاروبار اختتام پذیر ہو جاتا ہے۔ شرکاء داری کسی منصوبہ کی تکمیل کے سلسلہ میں وقوع پذیر ہوتی تھی تو منصوبہ کی تکمیل کے بعد شرکاء داری کا وجود خود بخود ختم ہو جاتا ہے۔ جب کوئی شریک ذہنی تواریں کھو بیٹھے یا اپنے دیوالیہ ہونے کا اعلان کر دے تو ان حالات میں بھی شرکاء داری کا وجود ختم ہو جائے گا۔

(م) منتطیت حقوق :

شرکاء داری میں ایک شخص سے دوسرے شخص تک حقوق کی انتظامی نامکن ہے۔ اگر کوئی شریک اپنے حقوق کسی دوسرے شخص کو منتقل کرنے کا خواہاں ہو تو شرکاء داری ختم کر کے نئے سرے سے کسی معاہدہ پر عمل کیا جاسکتا ہے۔ اس پابندی کی وجہ سے فرم کے تعارف کے تمام راستے مسدود ہوتے ہیں۔ عوام الناس کے علم میں آنے بغیر شرکاء داری ایسے ہی اختتام پذیر ہو جاتی ہے۔

(ن) عدم اعتمادی :

شرکاء داری ایسی فرم پر لوگوں کا اعتماد بہت کم ہوتا ہے۔ کیونکہ یہ فرم اپنے حساب و کتاب کی نشر و اشاعت نہیں کرتی نہ ہی نشر و اشاعت کرنے کی پابند ہے۔ سرمایہ کاروں کا اس سے کسی قسم کا رابطہ نہیں ہوتا جس کی وجہ سے فرم پر ان کا اعتماد دہین رہ سکتا ہے۔ اگر یہ فرم حصص فروخت کرے، انتقال حصص کا طریقہ رائج ہو،

آمدنی اور خرچ کا گوشورہ نشانہ ہو تو اس کے لیے ترقی کے امکانات روشن ہو جائیں۔ شراکت داری میں ان تمام خصوصیات کا فقدان ہے۔

(د) الزام تراشی :

عقل مندوں نے درست کہا ہے کہ ”ساجھے کی ہنڈیا چوراہے میں ٹوٹتی ہے“ تجارتی مدت ایک نہایت ہی کٹھن منزل ہے۔ متعدد بار اس میں لڑائی جھگڑا تک نسبت پہنچتی ہے، خشک و شہات گھر کر لینے ہیں۔ بدظنی کا ہونا تو عام سی بات ہے۔ اگر کسی شریک سے نقصان ہو جائے تو وہ اس کی ذمہ داری دوسرے پر عائد کرنے کا کوشش کرتا ہے۔ اگر باہمی اہتمام و تقسیم سے کام نہ لیا جائے تو شراکت داری بڑی طرح ناکام ہو جاتی ہے جس کے نتیجے میں شراکت داری کی تیغ تک نسبت پہنچتی ہے۔

3- معاہدہ شراکت

شریک کا دوبارہ کے منصوبہ کے آغاز میں تمام شرکا ایک دوسرے کے ساتھ اعتماد اور نیک نیتی کا اظہار کرتے ہیں۔ ان کے جذبات میں کمی قسم کا پہچان نظر نہیں آتا۔ مگر مستقبل قریب یا بعید میں ان کے جذبات میں کئی قسم کی تبدیلیاں آنے لگ جاتی ہیں۔ وہی شرکا ایک دوسرے خلاف ذہر اگلنے ہیں اور خدشات کا اظہار کرتے ہیں۔ بعض دفعہ اختلافات اس حد تک پہنچ جاتے ہیں کہ بعض شرکا ایک دوسرے کا وجود بھی برداشت نہیں کر سکتے۔ ان حالات میں معاہدہ شراکت کی موجودگی اختلافات رفع کرنے کے لیے ایک واسطہ کا کام دیتی ہے۔ زبانی معاہدہ کسی صورت میں بھی مستحکم نہیں ہمیشہ تحریری طور پر معاہدہ ہی کارگر ثابت ہوتا ہے۔ اس کی موجودگی میں کشمکش بھی ختم ہو جاتی ہے اور کاروبار کو نقصان بھی نہیں پہنچتا۔ کاروبار کی ترویج و ترقی کے لیے ماحول سازگار ہونا بہت ضروری ہے۔ جب ماحول مکدر ہو جائے تو کاروبار بھی زوال پذیر ہو کر شروع ہو جاتا ہے۔ اگر ایک دفعہ کاروباری تنظیم کی بنیادیں کھوکھلی ہو جائیں تو اسکی بنیادوں پر کاروبار کی عمارت کا دوبارہ استوار ہونا مشکل ہوتا ہے۔ شرکا کی باہمی مناقشت تنظیم کو دیک کی طرح کھا جاتی ہے۔ اختلاف رکھنے والے شرکا مستقبل میں عواقب سے بے خبر ہو کر اپنی اپنی آن کا مقام زیادہ مقدم سمجھتے ہیں اور ایک دوسرے پر بالادستی حاصل کرنے کے لیے ہر قسم کے حربے استعمال کرتے ہیں یہی کاروبار کی شرک پر ایک تیز دھار خنجر کا کام کرتا ہے۔

مذکورہ بالا حالات پر قابو پانے کے لیے تحریری معاہدہ شراکت کا تعین کر لیا جاتا ہے۔ یہ معاہدہ شراکت ان تمام شرائط اور کاروباری امور کا آئینہ دار ہوتا ہے جو کہ تمام شرکا کی موجودگی میں طے کیے جاتے ہیں۔ معاہدہ کی شرائط کاروبار کی نوعیت، جسامت اور شرکا کو تفویض شدہ ذمہ داریوں کی روشنی میں احاطہ تحریر میں لائی جاتی ہیں معاہدہ شراکت

میں عموماً درج ذیل شرائط موجود ہوتی ہیں۔

حرم کا نام اور پتہ :

حرم کا نام اور پتہ بعینہ وہی ہوتا ہے جو رجسٹریشن کے وقت ریکارڈ میں موجود ہوتا ہے۔

حرم کا نام اور کاروبار کی نوعیت :

حرم کا نام یا تو کاروبار کی مناسبت سے ہوتا ہے یا شرکاء کے اسماء کے نام پر رکھا جاتا ہے۔ نام رکھنے وقت اس بات کا خاص طور پر خیال رکھا جاتا ہے کہ اس کے متوازی نام پہلے سے کسی اور حرم کا موجود نہ ہو، ورنہ ذمہ داری سے کئی قسم کے لین دین کے غلط ہونے کا احتمال ہے۔

سرمایہ :

شرکاء کے انفرادی اور اجتماعی سرمایہ کی تفصیل تحریر ہوتی ہے۔ اگر نقدی کے عوض دوسرے اثاثہ جات قابل قبول ہوں تو ریکارڈ میں ان شرکاء کی طرف سے دیئے گئے اثاثوں کی تفصیل درج ہوگی۔

مزید سرمایہ اور اس کی فراہمی کا طریق کار :

معائدہ میں اس بات کی وضاحت کر دی جاتی ہے کہ اولین طور پر کئی سرمایہ کاری کے علاوہ مزید سرمایہ شامل کرنے کی گنجائش اور نفع و نقصان کی تقسیم کاری کی کیا نسبت ہوئی۔ نیز حاصل شدہ نفع سرمایہ میں شامل ہو گا یا نکال دیا جائے گا۔

نفع و نقصان کی تقسیم کا تناسب :

شرکاء کے نفع و نقصان کے متعین کر دیئے جاتے ہیں۔ خاص کمزوروں کے حساب سے تقسیم ہوں گے یا سرمایہ جات کی نسبت سے ہوں گے۔ اگر کوئی شریک انفرادی طور پر کاروبار کا کوئی کام سرانجام دے رہا ہو تو اس کا معاوضہ کس طرح سے ادا ہوگا۔

برداشتہ کی سہولت :

ضرورت پر شرکاء کو برداشتہ کی سہولت ہوگی اگر ہوگی تو بناسود یا سودا کا کرنا ہوگا۔ مزید یہ بھی واضح کر دیا جاتا ہے کہ برداشتہ بصورت نقدی ہو گا یا بصورت مال ہوگا۔

انتظامی امور اور کاروباری ذمہ داریاں :

یہ بات اظہر من الشمس ہے کہ کاروبار کے انتظام و انصرام کے لیے تمام کے تمام شرکاء موزوں نہیں ہوں گے۔ جن شرکاء کے کندھوں پر زائد بوجھ ڈالا جا رہا ہے ان کو معاوضہ کی ادائیگی کا طریقہ کار کیا ہوگا۔

بات کو لکھنے اور جانچ پڑتال کے طریقوں کی توضیح ؛
 شراکتی تنظیم میں اگرچہ حسابات کی تشہیر نہیں کی جاتی تاہم کاروبار کی مالی حالت کا جائزہ لینے کے لیے حساب
 کتاب رکھا بھی جاتا ہے اور جانچ پڑتال کے طریقوں کی وضاحت بھی کر دی جاتی ہے ۔
 فرم کی توسیع ؛

ہیڈ کوارٹر کے علاوہ کن کن مقامات پر شاخیں کھولی جائیں گی اور ان شاخوں میں انتظام و انصرام کا کیا
 طریق کار ہوگا ۔

بنک سے لین دین کا اختیار ؛

حسابات کا لین دین عموماً بینک کی معرفت ہوتا ہے ۔ لین دین کی عمل گیری کے سلسلہ میں چند شرائط کو ہی اختیار
 دیے جاتے ہیں ۔ لہذا معاہدہ میں ان کی نشاندہی کر دی جاتی ہے ۔ بینک کے متعلقہ کاغذات میں باقاعدہ اندراجات
 کے ذریعہ متعلقین کو اختیارات مل جاتے ہیں ۔

معاہدہ شراکت میں کمی بیشی اور ترمیم کی گنجائش ؛

کاروباری دنیا کے علاوہ عام معاشرتی اور معاشی حالات کو بہ تبدیل رہتے ہیں ۔ تنظیم اگر اپنے بنائے ہوئے
 اصولوں میں ترمیم یا لچک کی گنجائش نہ رکھے تو کاروبار جلد ہی دوبارہ زوال ہو جائے گا ۔ حالات کی تبدیلی کے پیش نظر معاہدہ
 شراکت کی شقوق میں ترمیم اور لچک کی گنجائش کاروبار کے فروغ کی ضمانت ہے ۔
 نئے شریک کی شمولیت ؛

رہا شراکتی کاروبار میں اگر کوئی نیا شریک شامل ہونے کا ارادہ رکھتا ہو تو اس کی شرائط تحریر کر لی جاتی ہیں ۔
 جب شرائط موجود ہوں گی تو کوئی شریک بھی اپنے ذاتی عناد کی خاطر شرائط میں کمی بیشی نہ کر سکے گا اور شرائط کا پابند ہوگا ۔
 ساکھ ؛

ساکھ ، کاروبار کا غیر مرئی لیکن قیمتی اثاثہ ہے ۔ شرکاء کی سخت محنت اور زیادہ نفع پر ساکھ بھی زیادہ ہو جاتی
 ہے ۔ کاروبار کی جس قدر ساکھ ہوگی اسی قدر ہی شہرت بڑھتی جائے گی ۔ جب جاری کاروبار میں نیا شریک ہوتا ہے تو
 اس کو تو اس کی شمولیت کے وقت ساکھ کی قدر اندازی کر لی جاتی ہے اور اسے اپنے حصہ کی ادائیگی قائم اثاثہ کی صورت
 میں ادا کرنی پڑتی ہے ۔

شرکاء کا انتقال یا سبکدوشی ؛

یہ دنیا کا رگاہہ حیات و موت ہے ۔ کسی بھی شریک کی بصورت انتقال یا سبکدوشی کاروبار سے علیحدگی ہو سکتی
 ہے ۔ لہذا حفظ ماقدم یہ شرائط بھی تحریر میں لائی جاتی ہیں کہ انتقال کر جانے والے شریک کا اثاثہ اس کے ورثا میں

کس طرح تقسیم ہوگا۔ نیز اگر کوئی شریک کاروبار سے سبکدوش ہو رہا ہو تو اس کو اثاثہ کس طرح ادا کیا جائے گا۔
 تعیناتی ثالث بصورت تنازعہ:

یہاں کارگاہ حیات و موت کے ساتھ ساتھ رزم خیر و شر بھی ہے۔ بعض جگہ معمولی چیز بھی نزاع کا باعث بن سکتی ہے۔ شرکار اس نزاع کو طول دے کر کاروبار کو بہت بڑا نقصان پہنچا سکتے ہیں۔ معاہدہ شراکت میں نزاع کو ختم کرنے کے لیے ثالث کی تعیناتی کی ضمانت ہی کر دی جاتی ہے تاکہ اوائل میں ہی اس شخص پر سب کا اتفاق ہو۔ اس طرح معاہدہ شراکت ایسے شخص کا نام تبدیل کر دیا جاتا ہے جس کی شخص متنازع فیہ نہ ہو اور تمام شرکار اس کے فیصلہ کے آگے سر تسلیم خم کر دیں۔
 متفرق دفعات:

مذکورہ بالا دفعات کے علاوہ کاروبار کی ماہیت، ماحول کی مناسبت اور لبن دین کی وضاحت کے متعلق جو ضروری دفعات ہوں اتفاق رائے سے ان کا تذکرہ بھی کر دیا جاتا ہے۔

4۔ معاہدہ شراکت کی عدم موجودگی میں نافذ العمل قوانین

شراکتی کاروبار کی تشکیل کے وقت اگر معاہدہ شراکت تحریر نہ کیا گیا ہو تو مندرجہ ذیل قوانین نافذ العمل ہوں گے۔
 شرکار کا سرمایہ و نفع اور نقصان کی تقسیم:

تمام شرکار برابر برابر سرمایہ سے کاروبار میں شراکت کریں گے اور نفع و نقصان بھی اسی نسبت سے تقسیم ہوگا۔
 سرمایہ پر سود:

اگر کوئی شریک مجوزہ حصہ سے زیادہ سرمایہ لا رہا ہو تو اسے زائد سرمایہ پر چھ فیصد کے حساب سے کاروبار کی طرف سے سود ادا کیا جائے گا۔

سود کا عدم استحقاق:

طے شدہ سرمایہ کی مقدار لانے پر کوئی شریک بھی کسی قسم کے سود کا حقدار نہ ہوگا۔

مشاہرہ:

فرم کے کاروبار میں علی طور پر ہر شریک حصہ لے سکتا ہے۔ کسی مخصوص طرز کی تفویض پر اسے کسی قسم کا مشاہرہ نہ دیا جائے گا۔

نئے شریک کا داخلہ و استخراج :

تمام شرکا کی رضامندی کے بغیر نہ ہی کوئی شریک کاروبار میں شامل کیا جائے گا اور نہ ہی کوئی مشورہ شریک کا اس سے نکالا جائے گا۔

دفعات میں تبدیلی :

اگر کاروبار میں کوئی تبدیلی لانا مقصود ہو تو تمام شرکا کے باہمی مشورہ سے تبدیلی عمل میں لائی جاسکے گی لیکن تنازعات کا فیصلہ کثرت رائے سے ہوگا۔

نمائندگی شرکا :

شرکا کی نمائندگی بحق کاروباری تنظیم ہوگی۔ لیکن دین میں خواہ نفع ہو یا نقصان کوئی شریک ذمہ دار نہ ہوگا اس سے صرف کاروبار ہی متاثر ہوگا۔

بصورت انتقال شریک کاروبار کی تینخ :

کسی شریک کے انتقال کر جانے کی شکل میں شراکتی کاروبار کی خود بخود تینخ ہو جائے گی۔

شراکتی کاروبار کے حسابات :

حسابات کی کتاب کاروبار کے مقام پر ہی رکھی جائے گی۔ ہر شریک کو جانچ پڑتال کا حق حاصل ہوگا۔

دیگر دفعات :

مذکورہ بالا دفعات قانون کے علاوہ اگر کوئی نیا مسئلہ درپیش ہو تو اس کا فیصلہ کثرت رائے سے کیا جائے گا اور اگر اس مسئلہ کا کسی طرح حل نہ ملے اور ہر شریک اپنی اپنی جگہ بعد ہو تو کاروبار کی تینخ وقوع پذیر ہوگی۔

5۔ شرکاء کی ذمہ داریاں

- شرکت داری کے وجود میں آنے کے بعد شرکاء پر مندرجہ ذیل ذمہ داریاں خود بخود عائد ہو جاتی ہیں۔
- 1۔ کاروبار کی اس تنظیم میں شرکاء کی ذمہ داریاں محدود ہوتی ہیں۔ قرضہ جات کی ادائیگیوں کے لیے ہر شریک انفرادی اور اجتماعی طور پر واجبات کی ادائیگی کا ذمہ دار ہوتا ہے۔
 - 2۔ دوران کاروبار اگر کوئی شریک فوت ہو جائے تو اس کی عایداد کو واجبات ادا کرنے کے لیے ضبط نہیں
 - 3۔ اگر کوئی شریک کاروبار سے سبکدوش ہونا چاہے تو اپنے وقت کی ذمہ داریوں کی ادائیگیوں میں برابر کا شریک ہو گا لیکن اگر نیا شریک کاروبار میں شامل ہو رہا ہے تو وہ ان واجبات کی ذمہ داریوں سے مستبرا ہو گا۔
 - 4۔ فرم کا ہر شریک واجبات ادا کرنے اور نفع حاصل کرنے کا مجاز ہو گا۔
 - 5۔ اگر کسی شریک کی کوتاہی کی وجہ سے فرم کو نقصان پہنچے تو اس نقصان کی تلافی بھی وہی کرے گا۔
 - 6۔ ہر شریک کو کاروبار تنظیم کی مانندگی کی ذمہ داری قبول کرنی پڑے گی۔ ایک شریک کا لین دین یا معاہدہ فرم کی طرف سے ہی مقصور ہوتا ہے۔
 - 7۔ کسی کاروبار میں نئے شریک کے داخلہ کے وقت کاروبار کے اثاثہ جات کی نئے سرے سے قدراندازی کی جاتی ہے تاکہ پرانے شرکاء دیا نئے شریک کو نقصان نہ اٹھانا پڑے۔

6۔ شراکتی تنظیم کی تسجیل

شراکتی فرم یا تنظیم کی تسجیل سے شرکاء امدان کی تنظیم کو قانونی تحفظ مل جاتا ہے۔ اس تنظیم پر نہ تو کوئی دوسری پارٹی ملکیت کا دعویٰ کر سکتی ہے نہ اسی کے نام کی مانند نام رکھ سکتی ہے۔ قانون شراکت مجریہ 1932 کی رو سے فرم یا تنظیم کو رجسٹرار کے پاس رجسٹرڈ کروانے کے لیے درج ذیل دستاویزات مکمل کرنی پڑتی ہیں۔

الف۔ معاہدہ شراکت

ب۔ رجسٹری کا مجوزہ فارم

ج۔ رجسٹری فیس کا چالان فارم

(الف) معاہدہ شراکت :

معاہدہ شراکت کی تیاری کے وقت تمام شرکا دسے رائے ہی نہیں لی جاتی بلکہ معاہدہ پر دستخط بھی کروا لیے جاتے ہیں۔ معاہدہ میں تمام شرائط کی حتی الامکان توضیح کردی جاتی ہے تاکہ بعد میں کسی شریک کو کسی اعتراض کی گنجائش ہی نہ ملے۔ اختلافات پیدا ہونے کی صورت میں تصفیہ کے جملہ قواعد اعمالہ تحریر میں لائے جاتے ہیں۔ آگے تفصیلی تذکرہ ملاحظہ فرمائیں

(ب) رجسٹری کا مجوزہ فارم :

معاہدہ شراکت کی تکمیل کے بعد اس کی ایک مصدقہ نقل حاصل کر کے اصل تحریر ریکارڈ میں رکھ لی جاتی ہے۔ رجسٹری کا مجوزہ فارم پُر کر کے اس کے ساتھ مذکورہ بالا مصدقہ نقل منسلک کردی جاتی ہے۔ تیسری تجاویز جو انہی کے ساتھ لف کی جائے گی وہ چالان فارم ہے جس کا ذکر ذیل میں ”ج“ کے تحت کیا جا رہا ہے۔

(ج) چالان فارم :

یہ حکومت کی طرف سے مجوزہ فارم ہوتا ہے۔ اس کے ذریعہ مقررہ فیس بینک میں جمع کروادی جاتی ہے۔ چالان فارم کے تین پرت پُر کی جاتی ہیں۔ ایک پرت واپس مل جاتی ہے جس کی فوٹو سٹیٹ نقل ریکارڈ میں رکھ کر اصل پرت ”ب“ میں مذکورہ دستاویزات کے ساتھ منسلک کی جاتی ہے۔ بعد ازاں تمام دستاویزات رجسٹرار کے دفتر میں جمع کروادی جاتی ہیں۔

نوٹ : فرم کو رجسٹرڈ کروانے کی کوئی قانونی پابندی نہیں ہے۔ صرف بعد میں پیدا ہونے والی مشکلات کے خلاف و شکاری کی ضمانت مل جاتی ہے اور حقوق کا تحفظ حاصل ہو جاتا ہے۔ مزید رجسٹرڈ شدہ فرم کے خلاف دوسرے لوگ چارہ چھٹی کر سکتے ہیں لیکن فرم کو اپنے حقوق بھی استعمال کرنے کی آزادی نہیں۔

7۔ شراکت کی تیخ

شراکتی کاروبار کی منسوخی سے مراد کسی شراکتی کاروبار کا ختم ہو جانا یا ختم کر دینا ہے۔ یہ منسوخی مندرجہ ذیل وجوہات کی بنا پر وقوع پذیر ہوتی ہے۔

(الف) منصوبہ کی تکمیل :

کسی منصوبہ کی تکمیل ہو جانے کے بعد شراکتی کاروبار خود بخود ختم ہو جاتا ہے کیونکہ منصوبہ کی تکمیل کے بعد شراکتی کاروبار کا وجود بے سود ہو گا۔

(ب) شرکا کی آمادگی :

جب تمام شرکا کاروبار کی تیخ پر آمادگی کا اظہار کر دیں تو شراکتی کاروبار اختتام پذیر ہو جائے گا۔

(ج) مقررہ مدت کا اختتام :

جب کوئی کاروبار اس شرط کے تحت شروع ہوتا ہے کہ اسے مخصوص مدت کے لیے ختم کر دیا جائے گا تو اس مدت کے اختتام پر کاروبار منسوخ ہو جاتا ہے۔

(د) کسی حصہ دار کی موت :

شراکتی کاروبار میں کسی شریک کے فوت ہو جانے پر منسوخی واقع ہو جاتی ہے۔ اگر پہلے ہی سے معاہدہ شراکت میں طے کر دیا جائے کہ کسی شریک کے فوت ہو جانے پر کاروبار ختم نہیں ہو گا تو اس صورت میں کاروبار جاری ہی رہے گا۔

(س) کسی حصہ دار کا دیوالیہ ہو جانا :

وہ کاروبار جس کے کسی حصہ دار کے دیوالیہ ہونے کا اعلان کر دیا جائے، وہ کاروبار میں بھی شریک نہیں رہ سکتا جس سے کاروبار کی منسوخی کا اعلان کر دیا جاتا ہے۔

(س) حصہ دار کی طرف سے نوٹس :

اگر کسی فرم کا کوئی حصہ دار منسوخی کا تحریری نوٹس جاری کر دے تو شراکتی کاروبار کا وجود ختم ہو جاتا ہے۔

(ط) قانونی گرفت :

شراکتی کاروبار میں ایسی تحریک نظر آئے جو کہ حکومت وقت کی طرف سے منع تھی اس صورت میں کاروبار ختم ہو جائے گا۔

(ع) عدالتی کارروائی :

اگر کسی شریک کو فرم کے خلاف شکایات ہوں تو عدالتی جا رہ جوئی کر سکتا ہے۔ جا رہ جوئی کی معقولیت کے مد نظر شراکتی کاروبار کے منسوخ ہونے کے احکامات جاری کئے جاسکتے ہیں۔

(ف) شرکا کا باہمی اختلاف :

اُسے دن کا بھگڑا جس سے کاروبار کو ناقابل تلافی نقصان کا اندیشہ ہو شراکت داری کی بنیادوں کو کھوکھلا کر دیتا ہے۔ بھگڑے کو ختم کرنے اور کاروبار کو مزید نقصان سے محفوظ رکھنے کی خاطر کاروبار کو منسوخ کر دیا جاتا ہے۔

(ک) فرم کی جبری تیئخ :

اس قسم کی تیئخ میں عدالت بذات خود منسوخی کے احکامات جاری کرتی ہے۔

— جب کاروبار خسارہ پر چل رہا ہو اور مستقبل میں بھی خسارہ کا ہی اندیشہ ہو۔

— جب کسی شریک کا ذہنی توازن خراب ہو گیا ہو۔

— کوئی شریک (مقدمہ دائر کرنے والے کے علاوہ) تنظیم کے اثاثہ جات اور رقوم کو خود برد کر رہا ہو۔

— جب کوئی شریک (مقدمہ دائر کرنے والے کے علاوہ) اپنی ہی فرم کے تمام حقوق اور حصص کسی دوسرے

آدمی کو منتقل کر رہا ہو۔

— ان کے علاوہ عدالت جس چیز کو جائز سمجھے، پیش خیمہ بنا کر شراکتی کاروبار کو منسوخ کرنے کے احکامات

جاری کر سکتی ہے۔

8۔ خود آزمائی

سوال نمبر 1:

- مندرجہ ذیل خالی جگہوں کو مناسب الفاظ سے پُر کیجیے۔
- الف۔ ملکیت فرد واحد میں کاروبار کا مالک _____ شخص ہی ہوتا ہے۔
- ب۔ ملکیت فرد واحد میں ایک تاجر ہی _____ اٹھا کرتا ہے۔
- ج۔ ملکیت فرد واحد میں ایک تاجر ہی _____ کرتا ہے۔
- د۔ ملکیت فرد واحد میں بعض دفعہ قابل ملازم _____ ہونے کی کوشش کرتا ہے۔
- ہ۔ ملکیت فرد واحد میں مالک کسی قانون کی پابندی کے بغیر _____ ختم کر سکتا ہے۔
- و۔ کاروبار میں علی طور پر حصہ نہ لینے والے شرکا _____ شرکا کہلاتے ہیں۔
- ز۔ شراکت داری میں سب سے بڑی خامی اس کا _____ ہے۔
- ط۔ ساکھ کاروبار کا _____ اثاثہ ہے۔

سوال نمبر 2:

ہر فقرہ کے سامنے صحیح اور غلط الفاظ لکھے ہوئے ہیں۔ بیان کی روشنی میں صحیح یا غلط لفظ کے گرد دائرہ لگائیے۔

- الف۔ تاجر مال کی فراہمی میں صارفین کی پسند کو مد نظر رکھتا ہے۔ صحیح/غلط
- ب۔ کاروبار کے تمام فرائض تنہا تاجر ہی ادا کرتا ہے۔ صحیح/غلط
- ج۔ ملکیت فرد واحد میں حکومت کی طرف سے سخت پابندیاں ہیں۔ صحیح/غلط
- د۔ ملکیت فرد واحد میں رازداری قطعاً نہیں ہوتی ہے۔ صحیح/غلط
- ہ۔ ملکیت فرد واحد میں تاجر آسانی سے قرضہ حاصل کرتا ہے۔ صحیح/غلط
- و۔ ملکیت فرد واحد میں حساب و کتاب کے لیے عملہ کی ضرورت نہیں ہوتی۔ صحیح/غلط
- ز۔ شراکت داری میں نفع کے حصول پر کاروبار وسیع ہو سکتا ہے۔ صحیح/غلط
- ط۔ شرکا میں کبھی جھگڑا کی نفا پیدا نہیں ہوتی۔ صحیح/غلط

سوال نمبر 3 :

الف۔ ملکیت فرد واحد میں

- 1۔ تنہا تاجر سرمایہ کاری کرتا ہے۔
- 2۔ تنہا تاجر ہی نفع و نقصان کا مالک ہوتا ہے۔
- 3۔ تنہا تاجر کا دوبارہ کاروبار کا انتظام و انصرام کرتا ہے۔
- 4۔ نمبر 1، 2 اور 3 درست ہیں۔

ب۔ کاروبار

- 1۔ ہمیشہ ایک ہی حالت میں رہتا ہے۔
- 2۔ میں ہمیشہ نفع ہوتا ہے۔
- 3۔ میں ہمیشہ نقصان ہوتا ہے۔
- 4۔ میں نفع یا نقصان ہو سکتا ہے۔

ج۔ ملکیت فرد واحد میں

- 1۔ بلاتا خیر فیصلہ ہوتا ہے۔
- 2۔ رازداری کا دوبارہ کی جان ہے۔
- 3۔ ٹیکس کی بچت ہوتی ہے۔
- 4۔ نمبر 1، 2 اور 3 درست ہیں۔

د۔ ملکیت فرد واحد قسم کا کاروبار مالک کے

- 1۔ پاگل ہو جانے سے کاروبار بند ہو جاتا ہے۔
- 2۔ مر جانے سے کاروبار بند ہو جاتا ہے۔
- 3۔ دیوانہ ہو جانے سے کاروبار بند ہو جاتا ہے۔
- 4۔ نمبر 1، 2 یا 3 ہو جانے کا دوبارہ بند ہو جاتا ہے۔

م۔ ملکیت فرد واحد میں

- 1۔ ملازم شراکت داری کی کوشش کر سکتا ہے۔
- 2۔ حکومت قبضہ کرنے کی کوشش کر سکتی ہے۔
- 3۔ کوئی ملازم رکھا ہی نہیں جاتا۔

4۔ حکومت کی مخالفت سے کاروبار چلتا ہے۔

ص۔ فرد واحد کا کاروبار

1۔ حکومت کی منظوری سے ختم ہو جاتا ہے۔

2۔ بغیر کسی قانونی پابندی کے ختم ہو جاتا ہے۔

3۔ معینہ مدت کے بعد خود بخود ختم ہو جاتا ہے۔

4۔ کبھی بھی ختم نہیں ہو سکتا۔

صی۔ شراکت داری سے

1۔ ملکیت فرد واحد کی ہی ایک قسم ہے۔

2۔ قوانین ملکیت فرد واحد کے قوانین سے ملتے جلتے ہیں۔

3۔ ختم ہونے کے واضح امکانات ہوتے ہیں۔

4۔ میں کبھی نقصان نہیں ہوتا۔

5۔ ملکیت فرد واحد سے مختلف منقسم ہے۔

صی۔ شراکت داری میں شرکا کی تعداد

1۔ کم از کم سات ہوتی ہے۔

2۔ زیادہ سے زیادہ دو ہو سکتی ہے۔

3۔ دو سے بیس تک ہوتی ہے۔

4۔ سو سے کم نہیں ہوتی۔

ط۔ شراکت داری میں

1۔ نفع / نقصان ہمیشہ برابر حصوں میں تقسیم ہوتا ہے۔

2۔ نفع / نقصان شرائط کے برابر تقسیم ہوتا ہے۔

3۔ ہمیشہ نقصان ایک ہی آدمی کو برداشت کرنا پڑتا ہے۔

ع۔ شراکت داری میں ذمہ داری

1۔ غیر محدود ہوتی ہے۔

2۔ محدود ہوتی ہے۔

3۔ ایک ہی شخص پر عائد ہوتی ہے۔

۴۔ قرضہ ادا کرنے کی نہیں ہوتی۔

سوال نمبر ۵ :

مندرجہ ذیل سوالات کے جوابات تحریر کیجئے :

الف۔ ملکیت فرد واحد کی تعریف اور خصوصیات۔

ب۔ ملکیت فرد واحد کے فوائد اور نقصانات۔

ج۔ شراکت داری کی تعریف اور خصوصیات۔

د۔ شراکت داری کے فوائد اور نقصانات۔

س۔ معاہدہ شراکت

س۔ معاہدہ کی عدم موجودگی میں نافذ العمل قوانین۔

ط۔ شراکتی تنظیم کی قسمیں۔

ع۔ ملکیت فرد واحد اور شراکت داری کا بلحاظ فوائد و نقصانات مقابلہ۔

9۔ جوابات خود آزمائی

سوال نمبر 1

الف - تنہا ب - سرمایہ ج - سرمایہ کاری د - شریک
ر - کاروبار س - خفہ ص - عدم استحکام ہے ط - غیر مزی

سوال نمبر 2

الف - صحیح ب - صحیح ج - غلط د - غلط
ر - غلط س - صحیح ص - صحیح ط - غلط

سوال نمبر 3

الف - 4 ب - 4 ج - 4 د - 4
ر - 1 س - 2 ص - 5 ط - 3
ع - 1

سوال نمبر 4

جوابات یونٹ کے حوالے سے تلاش کیجئے۔

مشترک سرمایہ کمپنی - 1

تعمیر : محمد امین
نظر ثانی : علی حسن مظفر

یونٹ کا تعارف

مشترکہ سرمایہ کمپنی شراکت داری کے فائدے دور کرنے کے نقطہ نظر سے معروضی وجود میں آئی۔ شراکت داری کی تنظیم میں سرمایہ کے محدود ہونے کے ساتھ ساتھ حصہ داروں کی ذمہ داری غیر محدود تھی۔ زیر نظر یونٹ میں مشترکہ سرمایہ کمپنی کا پس منظر، تعریف اور اقسام بیان کی گئی ہیں۔ ایک وسیع پیرایے میں کمپنی کی اہم خصوصیات کا جائزہ دیا گیا ہے۔ شراکت داری اور مشترکہ سرمایہ کمپنی میں فرق کی وضاحت کر دی گئی ہے۔ اس کمپنی کے فوائد کا بظاہر عمیق جائزہ دیا گیا ہے۔ اس کے ساتھ ساتھ اس تنظیم کے فائدے کو بھی سپرد قلم کیا گیا ہے تاکہ طالب علم ان خطرات سے آگاہ رہے جو اس تنظیم کے زوال کا سبب بن سکتے ہیں۔

پونٹ کے مقاصد

اس پونٹ کے مطالعہ سے طلبہ کو اس قابل بنائے کر وہ :

- 1۔ مختلف کاروباری تنظیموں کا جائزہ لے کر ان کی خرابیوں اور خامیوں پر تبصرہ کر سکیں۔
- 2۔ سرمایہ کاری کے ذریعے نفع کا کر معیشت کو خوشحال بنا سکیں اور مشترک سرمایہ کمپنی کا دوسری محدود کاروباری تنظیموں سے مقابلہ کر سکیں۔
- 3۔ مشترک سرمایہ کمپنی پر عائد ہونے والی قانونی پابندیوں کا جائزہ لے سکیں۔
- 4۔ کمپنی کے انتظامی امور، وسعت اور اس کی تشکیل کی وضاحت کر سکیں۔
- 5۔ کاروبار کے راستہ میں حائل ہونے والی مشکلات کا مداوا کر سکیں۔

فہرست

| | |
|-----|--|
| 185 | 1. - مشترک سرمایہ کمپنی کیا ہے ؟ |
| 185 | 1.1 - تعریف |
| 186 | 1.2 - کمپنی کی وسعت |
| 186 | 2. - مشترک سرمایہ کمپنی کی اقسام |
| 187 | 2.1 - منشوری کمپنی |
| 187 | 2.2 - آئینی کمپنی |
| 188 | 2.3 - رجسٹرڈ کمپنی |
| 188 | 2.4 - غیر محدود کمپنی |
| 188 | 2.5 - محدود بہ ضمانت کمپنی |
| 189 | 2.6 - محدود بہ حصص کمپنی |
| 189 | 2.7 - نجی کمپنی |
| 190 | 2.8 - عوامی محدود کمپنی |
| 191 | 3. - مشترک سرمایہ کمپنی کی اہم خصوصیات |
| 194 | 4. - شراکت داری اور مشترک سرمایہ کمپنی میں فرق |
| 196 | 5. - عوامی اور نجی کمپنی میں فرق |
| 197 | 6. - مشترک سرمایہ کمپنی کے فوائد و نقصانات |
| 197 | 6.1 - فوائد |
| 199 | 6.2 - نقصانات |
| 203 | 7. - خود آزمائی |
| 206 | 8. - جوابات |

۱۔ مشترک سرمایہ کمپنی کیا ہے؟

مشترک سرمایہ کمپنی جو کہ غیر قسم کی کئی تنظیم ہے ملکیت فرد واحد اور شراکت داری کی خامیوں پر غلبہ پانے کی وجہ سے معرض وجود میں آئی۔ سائنس اور ٹیکنالوجی میں پیش رفت اور صنعتی انقلاب کی وجہ سے یہ ضروری ہو گیا ہے کہ وسیع پیمانے پر صنعت چلانے کے لیے بھاری مقدار میں سرمایہ کاری اور انتظامی امور کی اہلیت پیدا کی جائے موجودہ وقت میں سرمایہ داری سرمایہ اور انتظامی قابلیت کے فقدان اور غیر محدود ذمہ داری کے بڑھتے ہوئے خطرہ کی وجہ سے ایک بہت بڑی صنعت کو چلانے کے لیے ناکام رہی ہے۔ اس لیے سرمایہ کی کثیر مقدار کو حرکت میں لانے کے لیے ایک اہم کاروباری تنظیم، وجود میں آئی۔ جس کو مشترک سرمایہ کمپنی کہتے ہیں۔ شراکت داری کے نقص کا جب جائزہ لیا گیا تو اس میں محدود سرمایہ اور غیر محدود ذمہ داری کے علاوہ شراکت کی تعداد بھی محدود نظر آتی ہے جیسے کہ بنکاری، کاروبار اپنانے کے لیے شراکت کی تعداد میں اور دیگر کاروباری تنظیموں میں زیادہ سے زیادہ تعداد میں ہو سکتی ہے۔ ان تنظیموں میں شراکت کی تعداد کا اس حد سے تجاوز کر جانا فرم کو غیر قانونی حدود میں داخل کر دیتا ہے۔ ایسی ایک تنظیم کا وجود میں لانا وقت کی ضرورت تھی جو کہ بیان کردہ خامیوں سے مبرا ہو۔ چنانچہ ایک نئی تنظیم وجود میں آئی جو ان تمام خامیوں سے پاک تھی۔ اس نئی تنظیم کا نام مشترک سرمایہ کمپنی رکھا گیا اس میں ممبران کی تعداد غیر محدود ہوتی ہے۔ لیکن ذمہ داری محدود نقصان کی صورت میں ممبران کو اپنے لگائے ہوئے سرمایہ سے زیادہ کسی طور بھی نقصان برداشت نہیں کرنا پڑتا۔

۱.۱۔ تعریف

مشترک سرمایہ کمپنی کی چند تعریضیں درج ذیل ہیں :

(الف) ”لارڈ لنڈے“ نے اس کی تعریف اس طرح کی کہ مشترک سرمایہ کمپنی افراد کی ایک تنظیم ہے جو کہ رقم اور رقم والی چیز کو مشترک مقصد کے لیے مشترک سرمایہ میں لگاتے ہیں۔

(ب) یہ افراد کی ایک ایسی تنظیم ہے جو کہ منافع حاصل کرنے کی غرض سے قائم کی جاتی ہے۔ اس کمپنی کا سرمایہ

قائم کرنے والے ممبران کا فراہم کردہ ہوتا ہے۔ سرمایہ کی تقسیم حصص کی شکل میں ظاہر کی جاتی ہے۔ اس کے

حصے ایک دوسرے کے حق میں قابل انتقال ہوتے ہیں۔ ان کی خرید و فروخت میں کسی قسم کی رکاوٹ پیش نہیں

آئی اور ہر ممبر ایک یا ایک سے زیادہ حصص خریدنے کا مجاز ہوتا ہے۔

(ج) ایک ایسی کاروباری تنظیم جس کا وجود جداگانہ لیکن مصنوعی ہوتا ہے۔
 (د) ایک جداگانہ حیثیت تنظیم جس کا بانیوں اور ممبروں کی ذات سے کسی قسم کا تعلق نہیں ہوتا اور اس کو ایک مستقل قانونی حیثیت حاصل ہوتی ہے۔

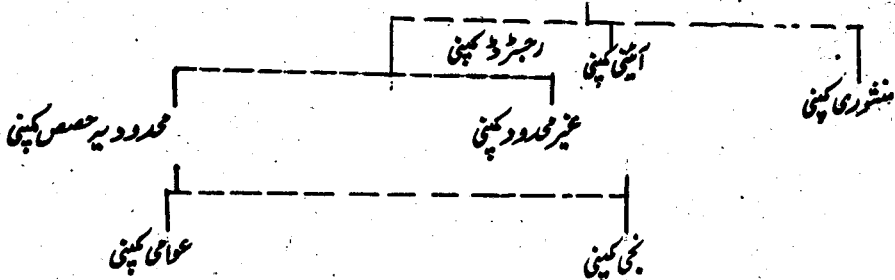
(و) مشترک سرمایہ وہ کمپنی ہوتی ہے جس کا مقررہ سرمایہ ادا کردہ اور عرفی حصص میں منقسم ہوتا ہے اس کے حصص ایک سے دوسرے ممبر کے نام منتقل ہو سکتے ہیں۔

1.2- کمپنی کی وسعت

مشترک سرمایہ کمپنی ایک وسیع کاروباری ادارہ ہے۔ یہ کمپنی ملک گیر شرکت کے منصوبوں کی تکمیل کا ذمہ اٹھاتی ہے۔ لہذا کمپنی کی تشکیل کا منظم ہونا ہی کامیابی کی ضمانت ہے۔ کمپنی کی تشکیل جب قانونی طور پر وجود میں آتی ہے تو اس کو ہر قسم کے نقصانات کے خلاف عمل کاری میں تحفظ مل جاتا ہے۔ قانونی کارروائی کو پورا کرنے کے لیے تشکیل کے سلسلہ میں کئی مراحل سے گزرنا پڑتا ہے۔ لوگ اس کے حصص بھی اسی وقت خریدتے ہیں جب اس کو قانونی حیثیت حاصل ہو جاتی۔ سرمایہ کو ہر قسم کا تحفظ مل جاتا ہے۔ چونکہ کمپنی کے مقاصد سرمایہ کے بغیر پورے نہیں ہو سکتے۔ اس لیے کمپنی کو جلد ہی تمام تر قانونی پابندیاں پوری کرنی پڑتی ہیں، تاکہ حصص کی فروخت جلد معروض وجود میں آئے اور کمپنی اپنا کام شروع کر دے۔ کمپنی کو اپنا کاروبار وسیع کرنے کے لیے وافر سرمایہ کی ضرورت ہوتی ہے۔ یہ سرمایہ حصص کی فروخت سے ہی دستیاب ہوتا ہے۔ جب کمپنی تمام پابندیاں کر لیتی ہے تو اسے قانونی طور پر کاروبار شروع کرنے کی اجازت مل جاتی ہے۔ جس قدر سرمایہ دستیاب ہوگا اسی قدر کمپنی وسیع ہوتی جائے گی۔

2- مشترکہ سرمایہ کمپنی کی اقسام

کمپنی کی اقسام کا خاکہ درج ذیل ہے۔



2.1- منشوری کمپنی

منشوری کمپنی فرمان شاہی کے ذریعہ وجود میں آئی ہے۔ ریاست کی طرف سے عوام کی ایک جماعت کو کچھ اختیارات مل جاتے ہیں کہ وہ خاص کامداری سرگرمیوں کو خاص جگہوں پر ریاست کی حدود کے اندر اندر جاری کرے۔ اس قسم کی کمپنیوں کے اختیارات بہت وسیع ہوتے ہیں۔ سترھویں صدی میں فرمان شاہی کے ذریعے انگلستان میں بہت سی کمپنیاں معرض وجود میں آئیں۔ جن میں سے ہندوستان میں قائم کی جانے والی ایک کمپنی کا نام ایسٹ انڈیا کمپنی اور بنک آف انگلینڈ قابل ذکر ہیں۔ لیکن ان کمپنیوں کا وجود شہنشاہیت کے وجود کے ساتھ وابستہ رہا، جو نبی شہنشاہیت ختم ہوئی ان کمپنیوں کا وجود ختم نہیں ہوا بلکہ کمپنیوں کی داغ بیل کا رواج بھی عنقا ہو گیا۔

منشوری کمپنیوں کی چند بنیادی خصوصیات ملاحظہ ہوں۔

- 1- ان کمپنیوں کے نام کے ساتھ محدود کے لفظ کا اضافہ نہیں کیا جاتا۔ کمپنی کے نام کے ساتھ ایسا لفظ بطور جزو بھی شامل نہیں کیا جاسکتا۔
- 2- کامداری کو جاری رکھنے کے لیے کمپنی جو قرضہ وصول کرتی ہے ممبروں کا اس کے ساتھ کوئی تعلق نہیں ہوتا۔ یہی وہ اس قرض کی ادائیگی کے ذمے دار ہوتے ہیں۔
- 3- کمپنی کو پہلے ہی وسیع اختیارات دیئے جاتے ہیں۔ لہذا ان اختیارات سے تجاوز کرنا مناسب نہیں۔ اگر کمپنی اختیارات کو کالعدم قرار دے سکتی ہے۔
- 4- اس کمپنی کو مخصوص حدود کے اندر کامداری کرنے کی اجازت ہوتی ہے۔

2.2- آئینی کمپنی

عوام کے مفاد کی خاطر آئینی کمپنی وجود میں آتی ہے۔ جس کی تشکیل کی اجازت مجلس آئین ساز سے حاصل کی جاتی ہے۔ ایسی کمپنی کے اجراء کی تحریک خود حکومت کی طرف سے ہوتی ہے پاکستان میں اس قسم کی کمپنیوں کی مثال ریلوے، پانی گیس اور بجلی وغیرہ کے ادارے ہیں۔ ان کمپنیوں کو حاصل نہیں ہوتے۔ آئینی کمپنی کے یہ اختیارات اس کو دوسری کمپنیوں سے میسر کر دیتے ہیں۔

- 1- ان کمپنیوں کو حکومت کی طرف سے پورا پورا تحفظ حاصل ہوتا ہے۔
- 2- ان کمپنیوں کی تشکیل مجلس آئین ساز کے ذریعے ہوتی ہے۔
- 3- یہ کمپنیاں اپنے شعبے میں مکمل طور پر اجارہ داری حاصل کر لیتی ہیں۔

- 4۔ ان کمپنیوں کے ممبران اپنے حصص کی ملکیت تک ہی نقصان کے ذمہ دار ہوتے ہیں۔
5۔ یہ کمپنیاں مقامات عامہ کو استعمال کرنے کا بھی حق رکھتی ہیں۔

2.3۔ رجسٹرڈ کمپنی

ایسی کمپنیاں رجسٹرڈ کمپنی کے ساتھ رجسٹرڈ ہوتی ہیں۔ بصورت دیگر ایسی کمپنیاں وجود میں نہیں آسکتیں۔ ان کمپنیوں کی تشکیل، انتظام اور تشریح کمپنی ایکٹ کے تحت واقع ہوتی ہے۔ پاکستان میں متعدد کمپنیاں رجسٹرڈ کمپنیاں ہیں۔ ذمہ داری کے لحاظ سے رجسٹرڈ کمپنی، غیر محدود کمپنی، محدود ذمہ داری کمپنی اور محدود ذمہ داری کمپنی تین اقسام ہیں۔ تحریر میں ان کا تسلسل قائم رکھا گیا ہے۔

2.4۔ غیر محدود کمپنی

اس قسم کی کمپنی میں ممبران کی ذمہ داری غیر محدود ہوتی ہے۔ جیسا کہ ملکیت فرد واحد اور شراکت داری میں ہوتی ہے۔ اگر اس کمپنی کو نقصان اٹھانا پڑے تو حصص کی مالیت کے علاوہ ممبران کی ذاتی املاک بھی خطرے میں پڑ جاتی ہے۔ غیر محدود کمپنی اور شراکت داری میں صرف یہ فرق ہے کہ کمپنی ممبران کی تعداد غیر محدود جبکہ شراکت داری تنظیم میں ممبران کی تعداد محدود ہوتی ہے۔ غیر محدود کمپنی میں ممبران پر واجبان کی ادائیگی کی ذمہ داری ممبری کے ایک سال بعد تک رہتی ہے جبکہ شراکت داری میں مدت کا کوئی تعین نہیں۔
شراکت داری کو وجود میں آنے کے لیے جن پابندیوں کو پورا کرنا ہوتا ہے غیر محدود ان پابندیوں سے یکسر پاک ہے۔

2.5۔ محدود ذمہ داری کمپنی

اس کمپنی سے مراد ایسی کمپنی ہے جس کے ممبران اس بات کی تحریری ضمانت دیتے ہیں کہ وہ کمپنی کی تشریح و اخراجات یا واجبات کی ادائیگی کی صورت میں کمپنی کو ایک مقررہ رقم ادا کریں گے۔ یہ شرط طے کر لی جاتی ہے کہ یہ ضرورت ان کی ممبری کی میعاد کے دوران پڑے گی یا ممبری کی میعاد ختم ہونے کے بعد ایک سال کے اندر اندر وقوع پذیر ہوتی ہے۔ محدود ذمہ داری کمپنیاں کمپنی ایکٹ کے تحت رجسٹرڈ ہوتی ہیں۔ متذکرہ شرائط ایسی کمپنی میں شامل کر دی جاتی ہیں۔ اس کمپنی کی تشکیل بغیر حصص سرمایہ کے ساتھ وجود میں آتی ہے۔ اگر کمپنی بغیر سرمایہ حصص کے ساتھ وجود میں آئے تو ہر ممبر کی ذمہ داری اس کے حصص کی مالیت تک محدود ہوگی۔ یہ کمپنیاں تعلیم ترقی، کھیلوں،

مذہبی یا خیراتی مقاصد کے لیے وجود میں آتی ہیں۔ ہر ممبر کو داخلے کے لیے چننے یا فیس داخلہ ادا کرنا پڑتی ہے۔ محدود یہ ضمانت کمپنیاں مزید دو اقسام میں تقسیم ہو جاتی ہیں۔ جن میں سے ایک کمپنی کا سرمایہ مختلف حصوں میں تقسیم ہوتا ہے اور دوسری کمپنی کا سرمایہ مختلف حصوں میں تقسیم نہیں ہوتا۔

سرمایہ کی تقسیم کا انحصار ممبروں کی صوابدید پر ہوتا ہے۔ بعض دفعہ کمپنی کے موسس خود فراہم کرتے ہیں اور بعض دفعہ حصص بیچ کر سرمایہ اکٹھا کر لیا جاتا ہے۔ ان کمپنیوں کا بنیادی مقصد نفع کا نانا نہیں بلکہ خدمت خلق یا روائتی ثقافت کی محافظت ہوتا ہے۔ اس کمپنی کی مندرجہ ذیل اہم خصوصیات ہیں۔

- 1۔ اس کمپنی کا سرمایہ ممبران ہی فراہم کرتے ہیں۔ حصص میں تقسیم نہیں ہوتا۔
- 2۔ اس کمپنی کے اعراض و مقاصد مذہب، سماج اور ثقافت کی خدمت کرنا ہے۔
- 3۔ عوام جن کا مقصد سرمایہ کاری سے منافع کا نانا ہوتا ہے وہ اس کے حصص نہیں خریدتے۔ لہذا یہ کمپنیاں نجی بھی ہو سکتی ہیں اور عوامی بھی۔

4۔ یہ کمپنی منظور شدہ سرمایہ کے بغیر ہی رجسٹرڈ کروائی جاسکتی ہے۔ منظور شدہ سرمایہ کے ساتھ بھی لیکن ممبران اس بات کی ضمانت دیتے ہیں کہ وہ درست واجبات اور مطالبات کی ادائیگی کے لیے ایک مقررہ رقم فراہم کرتے رہیں گے۔ یہ ضرورت ممبری کے دوران یا میعاد ختم ہونے کے بعد ایک سال کے اندر اندر بردہ سکتی ہے۔ اگر مرکزی حکومت سے اس بات کی اجازت لی جائے کہ کمپنی کو اپنے نام کے ساتھ محدود کا لفظ لکھنا ضروری نہیں ہوتا بشرطیکہ مرکزی حکومت سے اس کی اجازت لی گئی ہو۔

2.6۔ محدود بہ حصص کمپنی

اس کمپنی کا تمام کا تمام سرمایہ مختلف حصوں میں منقسم ہوتا ہے۔ کمپنی کے حصہ داری کی ذمہ داری ان کے حصص کی مالیت تک محدود ہوتی ہے۔ نقصان کی صورت میں کمپنی اس کے حصص سے زیادہ مالیت کا مطالبہ نہیں کر سکتی۔ چونکہ حصص کی ادائیگی عام طور پر اقساط میں ہوتی ہے۔ اس لیے ان حصصہ داروں سے جنہوں نے پوری رقم ادا نہ کی ہو بقایا رقم کا مطالبہ کیا جاسکتا ہے۔ حصص کی پوری اقساط ادا کر دینے کے بعد حصہ دار کی ذمہ داری ختم ہو جاتی ہے۔

2.7۔ نجی کمپنی

کمپنی کی نوے سے نجی کمپنی کی تعریفیں اس طرح اخذ کی جاتی ہیں۔

1۔ جو کہ پچاس کی تعداد تک ممبران کو محدود کر دیتی ہے۔

- 3- جو کہ عوام کو حصص اور تمسکات کی خرید کے لیے دعوت نہیں دیتی۔
 - 4- جو کہ حصص کی انتقال پذیری پر پابندی لگا دیتی ہے۔
- جو کہ کم از کم دو ممبران سے شروع کی جاتی ہے۔
- یہ بات واضح ہو گئی ہے کہ اس کمپنی کو چلانے کے لیے صرف انہی آدمیوں کی ضرورت ہوتی ہے جو کہ ایک دستور کو جانتے ہوں۔ عوام کی شرکت کی دعوت نہ دینا اس کی عام خصوصیت ہے۔ پرائیویٹ لمیٹڈ کا لفظ کمپنی کے نام کے ساتھ ایک جزو کی حیثیت سے لکھا جانا ضروری ہے اس کمپنی میں شرکت کے لیے دوستوں اور رشتہ داروں کے علاوہ دوسرے لوگوں کو کم ہی موقع ملتا ہے۔ ان مخصوص خصوصیات کی بنا پر اسے کچھ آسانیاں بھی میسر آ جاتی ہیں۔
- 1- کم از کم دو آدمیوں سے اس کی تشکیل مکمل ہو جاتی ہے۔
 - 2- انتظامی امور کے لیے نظام کا تقرر ضروری نہیں اسے اپنے سالانہ حسابات رجسٹرار کے پاس داخل کرانے پر یا ممبران کے پاس بھیجنے پر پابندی نہیں ہوتی۔
 - 3- اس کو کمپنی ایکٹ 1913ء کی شرائط کو لوپا کرنے سے آئادی حاصل ہوتی ہے۔ اس کے لیے یہ بھی ضروری نہیں کہ آئینی اجلاس طلب کرے۔ اس کمپنی کو اجازت ہے کہ اپنے حسابات کی پڑتال غیر مستند متقیع سازوں سے کرائے۔ حصہ داروں کی فہرست رکھنے کی پابندی سے بھی آزاد ہوتی ہے۔

2.8- عوامی محدود کمپنی

- اس کمپنی کا کل سرمایہ مختلف اور متعدد حصص میں منقسم ہوتا ہے۔ حصص کی خرید کی دعوت پر خاص دعام کو دی جاتی ہے۔ لہذا اس کمپنی کے شرکا، عوام پر مشتمل ہوتے ہیں۔ اس کمپنی کی تشکیل کے لیے کم از کم سات ممبروں کی ضرورت ہے۔ اس کمپنی کی درج ذیل اہم خصوصیات ہیں۔
- 1- یہ کمپنی اخبارات اور اشتہارات کے ذریعے عوام کو حصص کی خرید کے لیے شرکت کی دعوت دیتی ہے۔ اس سے کمپنی کی بنیاد شروع ہوتی ہے۔
 - 2- اس کمپنی کے شرکا، دہر اپنے حصص دوسروں کے نام منتقل کرنے پر کوئی پابندی نہیں ہوتی، صرف کمپنی کو منتقل کی اطلاع دے کر ہر حصہ دار اپنا حصہ منتقل کر سکتا ہے۔ کم از کم ممبران کی تعداد سات اور زیادہ سے زیادہ ہزاروں تک ہو سکتی ہے۔

3۔ مشترک سرمایہ کمپنی کی اہم خصوصیات

مشترک سرمایہ کمپنی کی خصوصیات درج ذیل ہیں۔

1۔ تمیز قانونی حیثیت :

مشترک سرمایہ کمپنی کو ان ممبروں سے جو کہ کمپنی کی تشکیل کرتے ہیں مکمل طور پر علیحدہ حیثیت حاصل ہوتی ہے۔ بالفاظ دیگر قانون کی نظر میں مشترک سرمایہ کمپنی ایک فرد کی حیثیت رکھتا ہے۔ مشترک سرمایہ کمپنی جو کہ ایک مصنوعی فرد ہوتا ہے، ان تمام حقوق کو استعمال کر سکتا ہے۔ جن کو ایک طبعی فرد استعمال کرنے کا اہل سمجھا جاتا ہے۔ کمپنی کو جائیداد منتقل کرنے اور کسی خلاف دعویٰ کرنے کا حق حاصل ہوتا ہے۔ یہ بھی یاد رہے کہ کمپنی کے خلاف دعویٰ بھی کیا جاسکتا ہے۔

2۔ کمپنی کے اختیارات :

جو کہ کمپنی قانونی حیثیت سے ایک علیحدہ وجود کی حیثیت رکھتی ہے اس لیے اپنے تمام کام اغراض و مقاصد کی روشنی میں خود ہی پایہ تکمیل تک پہنچاتی ہے۔ انتظامی امور میں کوئی حصہ دار دخل نہیں دے سکتا۔ انتظام و انصرام چلانے کے لیے چند نظام منتخب کر لیے جاتے ہیں۔ جو کہ اپنی نگرانی میں تنخواہ دار عملہ سے کام کرواتے ہیں یہی وجہ ہے کہ ایک کمپنی کئی سالوں تک اپنا کام جاری رکھ سکتی ہے۔ حصہ دار کاروباری لین دین میں کسی قسم کا تعلق نہیں رکھتے حقداروں کے تبدیل ہو جانے پر کمپنی کے تفاعل میں کسی قسم کی رکاوٹ نہیں آتی۔

3۔ کاروبار کی وسعت :

مشترک سرمایہ کمپنی کاروبار کو وسیع پیمانے پر جاری کرنے کا ایک واحد ذریعہ ہے، مشترک سرمایہ کمپنی میں نہ ہی ممبران کی تعداد محدود ہوتی ہے اور نہ ہی سرمایہ محدود رکھا جاتا ہے۔ مطلوبہ سرمایہ کی پیش بینی کی جاتی ہے جس کو مختلف حصص میں تقسیم کر دیا جاتا ہے۔ حصص کے فروخت کے بعد سرمایہ حاصل ہو جاتا ہے جس کی ایک مقررہ پروگرام کے تحت سرمایہ کاری کی جاتی ہے۔ منفعت حاصل کرنے کے لیے ہر حصہ دار زیادہ سے زیادہ حصے خریدنے کی کوشش کرتا ہے لہذا سرمائے کا دستیاب ہونا کوئی مشکل کام نہیں۔ حیات مسلسل مشترک سرمایہ کمپنی کا وجود ممبران کے جرد سے بالکل علیحدہ ہے۔ مشترک سرمایہ کمپنی اور شراکت داری میں یہ ایک اہم فرق ہے۔ کیونکہ شراکت داری کا وجود شراکت کے جرد سے وابستہ ہوتا ہے۔ شراکت داری متعدد وجوہات کی بنا پر ختم ہو سکتی ہے جبکہ مشترک سرمایہ کمپنی کا آسانی سے ختم ہونا ممکن نہیں۔ کمپنی کے وجود میں آ جانے کے بعد چونکہ اسے

مستقل ثانوی حیثیت حاصل ہو جاتی ہے۔ جس سے اسے پائیدار اور مستقل قیام میسر ہو جاتا ہے۔ اگر تمام ممبر دیوالیہ ہو جائیں مرجائیں یا کمپنی سے الگ ہو جائیں تو کمپنی کی زندگی پر کوئی اثر نہیں پڑے گا۔ کمپنی کی یہی مستقل حیثیت اسے مسلسل حیات بخشنے کی ضامن ہے۔ کمپنی اپنے ہی نام سے کاروبار کرتی ہے اور ادائیگیوں کی ذمہ داری اٹھاتی ہے۔ یہی وجہ ہے کہ ممبران کے علیحدہ ہو جانے سے بھی متسوخ نہیں ہوتی۔

4۔ محدود ذمہ داری :

مشترک سرمایہ کمپنی کو باقی تمام تنظیموں پر فوقیت حاصل ہوتی ہے۔ یہی اس کمپنی کی ایک اہم خصوصیت ہے۔ ممبر کی ذمہ داری اس کے حصہ کی مالیت کے برابر ہوتی ہے۔ کمپنی کے واجبات کی ادائیگی کی ذمہ داری بھی ممبروں پر عائد نہیں ہوتی۔ نقصان کی صورت میں کمپنی ممبران سے کسی قسم کی مزید ادائیگی کا مطالبہ نہیں کر سکتی اس غریبی کی بنا پر عوام بے خطر اس تنظیم میں شمولیت کرتے ہیں کہ چونکہ نقصان کی صورت میں انہیں حصے کے برابر ہی خسارہ اٹھانا پڑے گا۔

5۔ حصص کی انتقال پذیری

مشترک سرمایہ کمپنی میں حصہ دار حصص منتقل کرنے کا اختیار رکھتے ہیں۔ یہ حصص آزادانہ طور پر بازار میں خریدے اور بیچے جاسکتے ہیں۔ جس کمپنی کی ساکھ بہتر ہوگی اس پر عوام کو زیادہ اعتماد ہوگا۔ لہذا حصص کی قیمت زیادہ ہو جانے پر ہی عوام میں ان کی بڑی مانگ ہوتی ہے۔ حصص کی خرید و فروخت کا بہتر نظام ہی ساکھ کو ترقی دینے کا بہترین ذریعہ ہے۔

6۔ حصص کی پیش کش :

مشترک سرمایہ کمپنی عوام میں بہت مقبول ہے کیونکہ اس کا سرمایہ مختلف حصصوں میں تقسیم ہوتا ہے لہذا ہر آدمی اپنی سہولت کے مطابق اس کے حصص خرید سکتا ہے۔ حصے کی خرید سے ایک عمومی حیثیت کا آدمی بھی کمپنی کا حصہ دار بن جاتا ہے۔

7۔ نفع کی تقسیم :

کمپنی کا حاصل کردہ نفع تمام تقسیم نہیں کیا جاسکتا بلکہ کچھ حصہ زر محفوظہ کے طور پر علیحدہ رکھ لیا جاتا ہے جو کہ ضرورت کے وقت استعمال میں لایا جاتا ہے۔ کمپنی کی ترقی کو ظاہر کرنے کے لیے سال بہ سال نفع کی شرح بھی بڑھائی جاتی ہے۔ اگر کسی سال نفع کم ہو تو زر محفوظہ سے حصہ داران کی دلجوئی کی جاتی ہے ورنہ نفع نہ ملنے کی صورت میں عوام کا اعتماد اٹھ جاتا ہے۔

8- لامتناہی عرصہ کے لیے تشکیل :

کمپنی کا قیام لامتناہی عرصہ تک جاری رہتا ہے۔ شراکت داری میں ہر سہولت میسر نہیں آسکتی یہ نگاری اور بیمہ کمپنیاں سال ہا سال سے کام کر رہی ہیں۔ اگر حصے داری کی زندگی کی طرح ان کی زندگی بھی قلیل ہوتی، تو یہ کمپنیاں کبھی سا پنا وجود کھو بیٹھتیں۔

9- کاروباری امور میں دخل اندازی :

کمپنی کا نظم و نسق منتخب شدہ نظام چلاتے ہیں۔ کوئی حصہ دار بھی انتظام و انصرام میں دخل اندازی نہیں کر سکتا۔ نظام کا کام حصہ داران کو نقصان کے خدشہ سے بے نیاز کر دیتا ہے۔ چونکہ نظام کا فرضیہ کمپنی کی ساکھ کو برقرار رکھنا ہی نہیں بلکہ اسے بڑھنا بھی ہے۔ اس لیے نظام اپنے اندر قابلیت اور قابلیت کا پورا پورا اثبات دیتے ہیں۔ کمپنی کے عام اجلاس کے وقت ہر حصہ دار کو حق جاتا ہے۔ کاروباری امور کو بہتر بنانے کے لیے اپنی رائے کے اظہار کرنے کا حق حاصل ہوتا ہے۔ اجلاس میں شرکت کے وقت وہ نااہل قسم کے نظام کو بے نقاب کر سکتے ہیں۔

10- حقوق ملکیت :

کسی سردار کو یہ حق حاصل نہیں ہے کہ وہ تمام کی تمام کمپنی کو اپنی ملکیت سمجھے۔ ہر فرد کا اتنا ہی حق ہوتا ہے جتنا کہ اس نے سرمایہ لگایا ہو۔ تمام اثاثہ جات کی اصل مالک کمپنی ہی ہوتی ہے۔ اس کا الگ وجود اس بات کی ضمانت ہے کہ یہ حصہ داروں کو پورا پورا تحفظ دینے کے اہل ہو۔ نقصان ہونے کی صورت میں کسی حصہ دار سے اس کے سرمائے سے زیادہ رقم وصول نہیں کی جاسکتی۔ کسی بھی امر میں حصہ داری کو دخل اندازی کا حق حاصل نہیں ہوتا۔

11- حصہ داران کی تعداد :

نئی لمیٹڈ کمپنی میں حصہ داروں کی کم از کم تعداد دو اور زیادہ سے زیادہ پچاس ہوتی ہے۔ لیکن عوامی کمپنی میں کم از کم تعداد سات اور زیادہ سے زیادہ ہزاروں تک پہنچ سکتی ہے۔ لمیٹڈ کمپنی سے مراد عام طور پر عوامی لمیٹڈ کمپنی ہی لیا جاتا ہے۔ ایسی کمپنیوں میں عوام کے مفادات مضمر ہوتے ہیں۔ اس لیے ان کا تحفظ کمپنی ایکٹ کی رو سے کیا جاتا ہے۔ اس لیے ہر عوامی لمیٹڈ کمپنی مذکورہ ایکٹ کی شرائط پورا کرنے کے تابع ہوتی ہے۔

4۔ شراکت داری اور مشترک سرمایہ داری میں فرق

آئین تشکیل :

شراکت داری "شراکت داری ایکٹ" کے تحت
وجود میں آتی ہے۔

طرز تخلیق :

شراکت داری تمام شرکا کی باہمی رضامندی سے
وجود میں آتی ہے۔ اس کی ایک شکل حکیت فرد واحد
کا شراکت داری میں بدل جانا معاہدہ سے وجود میں
آتا ہے۔ شراکت داری کی رجسٹریشن مرضی پر منحصر
ہوتی ہے۔

قانونی حیثیت

شراکت داری کی تنظیم اپنے شرکا سے ایک علیحدہ
قانونی حیثیت نہیں رکھتی۔ بالفاظ دیگر اس تنظیم کا
قانونی وجود نہیں ہوتا۔

تعداد ممبران

شراکت داری کی تشکیل کے لیے کم از کم ممبروں
کی تعداد دو ہوتی ہے۔ شراکت داری کی تنظیم میں تعداد دس
محدود ہوتی ہے اور عام تجارتی تنظیموں کے لیے زیادہ
سے زیادہ ممبروں کی تعداد بیس ہوتی ہے۔

مقدار سرمایہ

شراکت داری کی تنظیم میں اکٹھا کیا جانے والا
سرمایہ بہت محدود ہوتا ہے جس سے اعلیٰ پیمانے پر
کسی صفت نہیں چلایا جاسکتا۔

مشترک سرمایہ کمپنی "کمپنی ایکٹ" کے تحت وجود میں
آتی ہے۔

مشترک سرمایہ کمپنی ایکٹ کے قانون کے تحت مختلف
مراحل طے کر کے رجسٹریشن کے بعد معرض وجود میں
آتی ہے۔

مشترک سرمایہ کمپنی ایک علیحدہ رکھتی ہے۔ یہ ایک مشترک
ہر دہی ہے جس کے ساتھ ساتھ یہ تیسرے فریق کے ساتھ
معاہدہ میں داخل ہوتی ہے۔

نئی کمپنی میں کم از کم ممبروں کی تعداد دو ہوتی ہے جبکہ
زیادہ سے زیادہ پچاس ہو سکتی ہے۔ عوامی کمپنی میں
کم از کم سات اور زیادہ سے زیادہ ہزاروں تک ہو
سکتی ہے۔

عوامی کمپنی میں سرمایہ غیر محدود مقدار میں اکٹھا کیا جا
سکتا ہے اور اس سے ایک اعلیٰ پیمانے کی صنعت کا
قیام عمل میں لایا جاسکتا ہے۔

ممبران کی ذمہ داری :

شراکت داری میں شرکا کی ذمہ داری غیر محدود ہوتی ہے۔

حصہ داروں کی ذمہ داری ہمیشہ محدود ہوتی ہے۔ نقصان کی صورت میں اسے اپنی حصہ کی مالیت سے ہاتھ دھونے پڑیں گے۔

ملکیت اور قبضہ

جو شرکا کسی تنظیم کے مالک ہوتے ہیں۔ تجارت کے انتظامی امور میں ہر قسم کی نگرانی کرتے ہیں۔ ملکیت اور نگرانی علیحدگی نہیں پائی جاتی۔

حصہ دار جو کہ مشترکہ سرمایہ کمپنی کا جزوی حصہ ہوتے ہیں انہیں انتظامی امور میں حصہ لینے کی اجازت نہیں ہوتی۔ انتظام نظام کے ہاتھ میں ہوتا ہے جو کہ حصہ داری کے منتخب شدہ نمائندے ہوتے ہیں۔

حصص کا انتقال

کوئی شریک بھی اپنا سود دوسرے کو منتقل نہیں کر سکتا۔ جب تک کہ وہ دوسرے شریک کی اجازت حاصل نہ کرے۔

حصہ دار آزادی سے اپنا حصہ کسی کو منتقل کر سکتا ہے۔ اسے اجازت حاصل کرنے کی ضرورت نہیں ہوتی۔

قانونی پابندیاں

آئینی لفظ نظر سے شراکت داری پر پابندی نہیں، کہ وہ آئینی کتب رکھے یا سالانہ حساب کتاب شائع کرے۔

مشترکہ سرمایہ کمپنی قانون کتابیں رکھے، اور ہر سال کے بعد حساب و کتاب شائع کرے۔

لائسہ عمل میں تبدیلی

معاہدہ شراکت جو کہ شراکت داری تنظیم کے قیام اور مؤثر کارکردگی کا ضامن ہوتا ہے تبدیل ہونے سے کمپنی کے لائسہ عمل میں تبدیلی ممکن ہے۔

آئین کمپنی میں دیئے گئے لائسہ عمل کو تبدیل کرنا بہت مشکل ہے۔ صرف کمپنی ایکٹ میں دیئے گئے قوانین کے مطابق مخصوص حالات میں تبدیلی لائی جاسکتی ہے۔

استحکام

شراکت داری ایک ایسی تنظیم ہے جس کا وجود مسلسل قائم نہیں رہ سکتا۔ کیونکہ یہ کسی کے پاگل ہو جانے اور دباؤ الیہ ہو جانے سے شراکت داری منسوخ ہو جاتی ہے۔

مشترکہ سرمایہ کمپنی کا وجود مسلسل قائم رہتا ہے۔ اس پر کسی کی موت واقع ہو جانے اور پاگل ہو جانے کے باوجود بھی کوئی تبدیلی وارد نہیں ہوتی۔

5۔ عوامی اونچی کمپنی میں فرق

اس کمپنی میں حصہ داروں کی تعداد کم از کم سات اور زیادہ سے زیادہ ہزاروں تک ہو سکتی ہے۔
یہ کمپنی حصوں کو مشترک کرتی ہے اور عوام کو خرید کے لیے دعوت دیتی ہے۔
اس کمپنی کے حصص آسانی سے ایک فرد سے دوسرے فرد تک منتقل ہو سکتے ہیں۔

یہ کمپنی اپنے حساب و کتاب کو قانون مشترک کرتی ہے اس کے حسابات کسی کی آنکھ سے چھپ نہیں سکتے۔
یہ کمپنی کاروبار کا آغاز نہیں کر سکتی جب اسے آغاز کار کا صدارت نامہ حاصل نہیں ہو جاتا۔
یہ کمپنی رجسٹرار کے پاس پیش نامہ جمع کراتی ہے۔
جس میں کمپنی کے تمام قواعد و ضوابط درج ہوتے ہیں۔
عوامی کمپنی کو ہر سال کے اختتام پر رجسٹرار کے دفتر میں ایک تختہ داخل باقی جمع کرنا ہوتا ہے۔
یہ کمپنی سرمایہ کے اصول کی خاطر حصص کی خرید و فروخت کے لیے عام اجازت دیتی ہے۔

یہ کمپنی سرمایہ اکٹھا کرنے کے بعد حصہ داروں کے حصص کی تفویض کرتی ہے۔
یہ کمپنی رجسٹرار کے دفتر میں آئینی رپورٹ ارسال کرنے کے لیے تشکیل کے بعد چھ ماہ کے عرصہ کے اندر اندر ایک آئینی اجلاس بلائی ہے۔

اس کمپنی میں حصہ داروں کی تعداد کم از کم دو اور زیادہ سے زیادہ ہزار ہو سکتی ہے۔
یہ کمپنی اپنے حصے مشترک نہیں کرتی اور نہ ہی عوام کو خرید کے لیے دعوت دیتی ہے۔
اس کمپنی کے حصص نامتابل انتقال ہوتے ہیں۔

اس کمپنی پر ایسی کوئی پابندی نہیں کہ یہ اپنے حسابات لوگوں کی نظروں کے سامنے لائے۔
اس کمپنی کو کاروبار شروع کرنے کے لیے صلاحیت آغاز کار حاصل کرنے پر کوئی پابندی نہیں ہوتی۔
نجی کمپنی کو پیش نامہ چھپوانے پر رجسٹرار کے پاس جمع کرنے پر کوئی پابندی نہیں۔
نجی کمپنی کو ایسے کرنے میں کوئی پابندی نہیں۔
نجی کمپنی کو ایسا کرنا ضروری نہیں ہے۔

یہ کمپنی سرمایہ اکٹھا کرنے کے بعد تفویض کرنا ضروری نہیں سمجھتی۔
یہ کمپنی رجسٹرار کو نہ ہی کوئی آئینی رپورٹ پیش کرتی ہے۔

6- مشترک سرمایہ کمپنی کے فوائد و نقصانات

6.1- فوائد

1- وسیع ذرائع کی نقل پذیری

مشترک سرمایہ کمپنی کو اپنے زیادہ سے زیادہ ممبر بنانے کے لیے کوئی پابندی نہیں ہوتی۔ یہ دور جدید میں وسیع پیمانے پر کاروبار کے لیے بہت سا سرمایہ مہیا کرنے کے قابل ہو جاتی ہے۔

2- مسلسل حیات

مشترک سرمایہ کمپنی کو استحکام حاصل ہوتا ہے۔ کیونکہ یہ لمبے عرصے تک قائم رہ سکتی ہیں۔ مزید برآں مشترک سرمایہ کمپنی پر کسی ممبر کی موت یا دیوالیہ پن یا پاگل پن سے اثر انداز نہیں ہوتا۔ انتظامی ڈھانچہ کے تبدیل ہونے سے اس پر کوئی اثر نہیں پڑتا۔ یہ استحکام پالیسی اور مؤثر انتظامیہ کے تسلسل کی یقین دہانی کرتا ہے۔

3- محدود ذمہ داری

مشترک سرمایہ کمپنی کی سرمایہ کاروں کے لیے محدود ذمہ داری کا ہونا ایک دلکش پہلو ہے۔ اس کمپنی کے ممبروں کی ذمہ داری ان کے حصوں کی مالیت تک محدود ہے اگر کسی حصہ دار نے حصص کی کچھ رقم ادا کر دی ہے۔ اس کا باقی حصہ بھی ادا کرنا ہو گا۔ محدود ذمہ داری کا اصول چھوٹے سرمایہ کاروں کو اشتراک کی دعوت دیتا ہے۔ نقصان کا خطرہ اس لیے تمام حصہ داروں پر تقسیم ہو جاتا ہے۔

4- بہتر سرمایہ کاری

کسی معاشرہ کی معیشت کو خوشحال بنانے کے لیے سرمایہ کاری کا بہت بڑا دخل ہے۔ مشترک سرمایہ کمپنی کے لیے وسیع پیمانے پر سرمایہ کاری کرنے کی بہت بڑی گنجائش ہوتی ہے۔ وہ اس مقصد کو حاصل کرنے کے لیے بہت بڑی صنعتوں کو قائم کر سکتی ہے۔

5- بہترین نظم و نسق

کمپنی کے جملہ امور کو علی جامہ بنانے کے لیے اعلیٰ انتظامی سطح پر نظام کی مجلس کا انعقاد ہو جاتا ہے۔ وہی نظام کاروبار کے لیے کمپنی کی منصوبہ بندی کرتے ہیں۔ چونکہ انتظامی امور میں ہر آدمی کو دخل دینے کا حق حاصل نہیں ہوتا۔ اس لیے نظام دل جمعی سے مطلوبہ مقاصد حاصل کرنے کے لیے کوشاں رہتے ہیں۔ نظم و نسق میں کسی

قسم کا خصل واقع نہیں ہوتا۔

6۔ حصص کی انتقال پذیرہ:

مشترک سرمایہ کمپنی کے حصص آزادی سے انتقال پذیر ہوتے ہیں۔ اس طرح ان کمپنیوں کے خرید کئے گئے حصص کی وجہ سے سرمایہ کاری میں سالمیت برقرار رہتی ہے۔ حصص چونکہ ٹاک آف ایکٹیوٹیز (ٹاک بدل گاہ) کے ذریعہ مشترک کیے جاتے ہیں۔ لہذا ہر فرد بوقت ضرورت ان کی خرید و فروخت کر سکتا ہے۔

7۔ ملکیت کا پھیلاؤ:

مشترک سرمایہ کمپنی میں حصہ داروں کی تعداد پر کوئی پابندی نہیں ہے۔ اس لیے ممبروں کی بہت بڑی تعداد پر اس کی ملکیت پھیل جاتی ہے۔ اس طرح ان گنت سرمایہ کاروں سے جو کہ ملک کے دور دراز حصوں میں رہائش پذیر ہوتے ہیں، سرمایہ اکٹھا کرنے کی سہولت ہو جاتی ہے۔ اس کے ساتھ ساتھ نقصان کا خطرہ ایک آدمی کو نہیں ہوتا بلکہ سب پر تقسیم ہو جاتا ہے اگر کمپنی کو متواتر نقصان بھی ہوتا رہے تو مشترک کو محسوس نہیں ہوتا۔

8۔ جمہوری تنظیم:

حصہ داروں کو براہ راست انتظامی امور میں حصہ لینے کی اجازت نہیں ہوتی۔ کیونکہ انتظامی امور کا اختیار حصہ داروں کے چند چنے ہوئے نمائندوں کے ہاتھ ہوتا ہے۔ جنہیں نطواء کہتے ہیں۔ ممبر کا دلے دہندگی کے ذریعہ سے جو کہ انہیں بطور حق حاصل ہوتا ہے اس کے ذریعے انتظامی امور کا فیصلہ کرتے ہیں جو کہ نطواء نے سرانجام دینے ہوتے ہیں۔ مزید برآں حصہ داروں کے منتخب کردہ نطواء باری باری ہر سال سبکدوش ہو جاتے ہیں۔ اس طرح جمہوری اصولوں پر کمپنی کا انتظام سرانجام پاتا ہے۔

9۔ عمل کاری میں وسعت:

مشترک سرمایہ کمپنی میں زیادہ سے زیادہ سرمایہ اکٹھا کرنے کی گنجائش ہوتی ہے۔ یہ سرمایہ صنعتی اور تجارتی سرگرمیوں میں لگایا جاتا ہے۔ زیادہ سے زیادہ مال کی خرید کے مواقع میسر آتے ہیں۔ زیادہ سے زیادہ مال کا نکاس ہوتا ہے۔ وسیع پیمانے پر اشتیاق بنانے میں پیدا کاری کے اخراجات کم ہو جاتے ہیں۔ مشترک سرمایہ کمپنی نہ صرف زیادہ سے زیادہ مال پیدا کرتی ہے۔ بلکہ ہر اکائی کی کارکردگی میں بھی اضافہ دیتا ہوتا ہے۔

10۔ وسعت کی گنجائش:

مشترک سرمایہ کمپنی بہت بڑے سرمایہ کی مالک ہونے کی وجہ سے اعلیٰ قسم کے ماہرین کی خدمات حاصل کر سکتی ہے۔ جس سے زیادہ سے زیادہ منافع کمانے کے مواقع میسر آ جاتے ہیں۔ کمپنی کا انتظام والضرام قابل اعتماد اور تجربہ کار لوگوں کے ہاتھوں میں ہوتا ہے۔ جس سے کمپنی کی حدود میں وسعت پیدا ہو جاتی ہے جو کہ دوسری قسم کی تنظیموں میں مفقود

ہوتی ہے۔ مشترک سرمایہ کمپنی کو مستقبل میں ترقی کے مواقع میسر آسکتے ہیں۔

11۔ آئینی انضباط :

مشترک سرمایہ کمپنی کا کاروبار اول سے لے کر آخر تک کمپنی ایکٹ میں گنجائش کے ذریعے منضبط رہتا ہے۔ آئینی کتب کی پڑتاں اور معائنہ کے ذریعے اس کا ہر ممبر کے سامنے کھلا رہنا، نظام کی رپورٹ اور حسابات کی اشاعت عوام میں اعتماد پیدا کرتی ہے۔

حصہ داروں اور عوام کے حق میں کمپنی ایکٹ مشترک سرمایہ کمپنی کے متحکم نظام کی ذمہ داری قبول کرتا ہے۔ مخصوص صنعتوں میں کام کرنے والی مشترک سرمایہ کمپنیوں کو انکم ٹیکس کی سہولت بھی مل جاتی ہے۔

12۔ قرضہ کی سہولتیں :

چونکہ مشترک سرمایہ کمپنی کی بہت سی قانونی پابندیاں عائد ہوتی ہیں۔ اس لیے یہ کافی حد تک عوام کا اعتماد حاصل کر لیتی ہے۔ اس وجہ سے سرمایہ منڈی میں مطلوبہ حد تک قرضہ کی سہولتیں حاصل کر لیتی ہے۔

6.2۔ نقصانات

1۔ شدید قانونی پابندیاں :

مشترک سرمایہ کمپنی کو آغاز سے انتہا تک بہت سی شدید پابندیوں پر کاربند رہنا پڑتا ہے۔ عوامی کمپنی کو تاریخ آغاز سے تشخیص تک بہت سی پیچیدہ اور مشکل ترین پابندیوں کو ملحوظ رکھنا پڑتا ہے۔ اس سے کمپنی کا انتظام بہت مشکل ہو جاتا ہے۔

2۔ ملکیت اور ضبط سے علیحدگی :

عملی طور پر ملکیت اور ضبط کی علیحدگی تضیع اور نااہلیت پر منتج ہوتی ہے۔ کیونکہ انتظامی امور نااہل اور دغا باز آدمیوں کے ہاتھوں میں چلے جاتے ہیں جو کہ کمپنی کی تباہی کا باعث بن سکتے ہیں۔ مالیات خود غرض لوگوں کے ہاتھوں سے استعمال ہوتے ہیں جس سے بعض دفعہ عوام کا کمپنی پر اعتماد اٹھ جاتا ہے۔ اس سے انتظامیہ اور حصہ داروں میں ناختم ہونے والی کشمکش پیدا ہو جاتی ہے۔

3۔ ذاتی تعلق کی کمی :

مشترک سرمایہ کمپنی جو کہ ہزاروں مزدوروں کو ملازم رکھتی ہے۔ ان کے ساتھ کسی قسم کا ذاتی تعلق نہیں رکھتی۔ جو کہ کسی معاہدہ کی کامیابی کے لیے بہت ضروری ہوتا ہے۔ اس کے علاوہ کابھل اور عوام کے ساتھ کسی قسم کا ذاتی دلچسپی کا اظہار نہیں کیا جاسکتا۔ اس قسم کی غیر شخصی انتظامیہ کا نتیجہ کارکردگی میں نااہلیت کا سبب بنتی ہے۔

4 - انسرٹا ہی طریق کار :

پچیدہ ترکیب اور روزمرہ پابندیوں کی وجہ سے ضروری معاملات کے متعلق شرعی فیصلہ نامکن ہو گیا ہے۔ اس سے صرف فیصلہ میں تاخیر نہیں ہوتی بلکہ کسی فیصلہ کے الفاظ میں بھی کوئی پیش رفت نہیں ہو سکتی۔ اس طرح یہ طریق کار تعجیلی فیصلہ میں ایک رکاوٹ ثابت ہو جاتا ہے۔

5 - انتظامی اتحاد کا فقدان :

چونکہ مجلس نظام کے ڈھانچہ میں لگاتار تبدیلی رونما ہوتی رہتی ہے۔ اس لیے انتظامی اتحاد کا فقدان رونما ہوتا رہتا ہے۔ یہ فقدان یکساں پالیسی کا اس تسلسل پر بھی اثر انداز ہو رہا ہے جو کہ تجارتی اکائی کی کامیابی اور استحکام کے لیے ضروری ہے۔

6 - تباہ کن قیاس :

چونکہ حصص کا شاک بدل گاہ میں حصص کا اندراج ہوتا ہے۔ اس لیے ایسے حصص کی قیمتوں کا تباہ کن قیاس عمل میں لایا جاتا ہے۔ نتیجہ کے طور پر حصص کی قیمتوں میں منظر عام پر آنے والی شدید کمی بیشی نہ صرف سرمایہ کاروں کا اعتماد ختم کر دیتا ہے بلکہ مالی لحاظ سے مستحکم اداروں میں بربادی کا باعث بھی بنتی ہے۔ بعض دفعہ نظام کمپنی کے اندرونی اطلاعات کا ناجائز استعمال کر کے ذاتی مفاد کی خاطر حصص کے قیاس میں الجھ جاتے ہیں۔

7 - اقلیت کی نظر اندازی :

کمپنی کے انتظام سے متعلق تمام معاملات کا فیصلہ حصہ داروں کی اکثریت سے ہوتا ہے۔ جس کے نتیجہ کے طور پر اقلیت کے مفاد کو نظر انداز کر دیا جاتا ہے۔ مشترکہ سرمایہ کمپنی کا نظام جس کو جہودی اصولوں کے تحت قائم رکھنا ہوتا ہے۔ مزاج میں اسے آمرانہ بنا دیا جاتا ہے۔

8 - کارخانہ کے نظام کی خرابیاں :

مشترکہ سرمایہ کمپنی میں ایک بہت بڑے کارخانہ کی تشکیل میں بہت بڑی سہولت کی گنجائش ہے۔ کارخانہ کے نظام کی برائیاں مثلاً ناپاکیزگی، گنجان آباد، شہر، گندگی وغیرہ کا ذمہ دار مشترکہ سرمایہ کمپنی کو ٹھہرایا جاسکتا ہے۔ مشترکہ سرمایہ کمپنی میں طرفی اور عموماً صنعتی ارتباط کی سہولت میسر آ جاتی ہے۔ جس سے اجارہ داری کا وجود جنم لیتا ہے جو کہ ایک بہت بڑی سماجی بُرائی ہے۔

9 - غیر موثر انتظام :

حصہ داروں کی تعداد بہت زیادہ ہونے کی وجہ سے کمپنی کا کاروبار چند مخصوص ہاتھوں میں آ جاتا ہے۔ وہ اپنے اختیارات کا ناجائز استعمال کرتے ہیں جس سے دوسرے حصہ داروں کو نقصان پہنچنے کا احتمال ہو جاتا ہے۔

10- مفادات میں امتیاز :

کمپنی کے نظام اپنے مفادات کو فوفیت دیتے ہیں جس سے دوسرے حصہ داروں کا مفاد مخدوج ہو جاتا ہے۔ جو کہ بالآخر مشترکہ سرمایہ کمپنی پر بری طرح اثر ہوتی ہے۔

11- تنقیح سازوں سے ساز باز :

چونکہ نظام کو ہر سال کے اختتام پر کاروبار کے نفع نقصان کے گوشمارے اجلاس میں پیش کرنا ہوتے ہیں۔ لہذا وہ تنقیح سازوں سے اپنی مرضی کے مطابق گوشماروں کی تصدیق کر دیتے ہیں حصہ داروں کو تنقیح سازوں پر اعتبار ہوتا ہے جس سے وہ آسانی سے دھوکے میں آ جاتے ہیں۔ نظام اس طریق سے قانونی پابندیاں بھی پوری کر لیتے ہیں اور مطلب بھی نکال لیتے ہیں۔

12- افشاء راز :

کاروبار کی ترقی کا راز بعض امور کو خفیہ طور پر سرانجام دینا ضروری ہوتا ہے۔ مشترکہ سرمایہ کمپنی میں چونکہ اجلاس کھلے بندوں ہوتے ہیں۔ ہر آدمی اس سے باخبری نہیں ہوتا بلکہ استفسارات کے ذریعے خفیہ خانے بھی معلوم کر لیتا ہے۔ اس سے ہر حصہ دار رازداری کی حد تک تو پہنچ جاتا ہے۔ مگر یہ کوریڈ مجموعی طور پر کمپنی کے مفادات کو نقصان پہنچاتی ہے۔

13- فیصلہ میں تاخیر :

کاروبار کے انتظام و انصرام میں بہت سے فیصلے غور طلب ہوتے ہیں۔ نظام اکیلے کسی فیصلہ کی تہہ تک نہیں پہنچ سکتے جب تک وہ حصہ داران سے رضا مندی نہ حاصل کر لیں بعض اوقات حصہ دار حاضر نہیں ہو پاتے اور بعض اوقات کشمکش کی وجہ سے کوئی نتیجہ اخذ نہیں ہو سکتا۔ اس بنا پر فوری طور پر کیے جانے والے فیصلوں میں بھی تاخیر کا عنصر شامل ہو جاتا ہے۔

14- اخراجات کی زیادتی :

مشترکہ سرمایہ کمپنی کی تشکیل کوئی آسان کام نہیں ہے۔ جب تک وافر سرمایہ اکٹھا نہ کیا جائے اور باقاعدہ منصوبہ بندی نہ کی جائے تو فائدہ کی بجائے نقصان سے دوچار ہونا پڑتا ہے۔ بعض اوقات اندرون ملک سے تجربہ کار آدمی میسر نہیں آ سکتے اور بیرون ملک سے ماہرین کی خدمات حاصل کرنی پڑتی ہیں۔ اس کام کو سرانجام دینے کے لیے بہت سے اخراجات کرنے پڑتے ہیں جو کہ تنظیم پر بہت بڑا مالی بوجھ ہے۔

15- محدود کارکردگی :

مشترکہ سرمایہ کمپنیوں کو انہیں سرگرمیوں میں محدود رہنا ہے جس کی تفصیل آئین میں درج کر دی گئی ہو اس طریق پر

سوال نمبر 2 :

درج ذیل بیانات پر ان کی حیثیت کے مطابق درست یا غلط لفظ کے گرد دائرہ لگائیے ؟

درست / غلط

الف۔ شراکت داری اشتراکیت کی ہی ایک شکل ہے

ب۔ مشترک سرمایہ کمپنی میں نقصان کی صورت میں ممبران کو اپنے ٹکٹے ہوئے سرمایہ سے

درست / غلط

زیادہ نقصان برداشت نہیں کرنا پڑتا۔

درست / غلط

ج۔ مشترک سرمایہ کمپنی میں لگایا جانے والا سرمایہ ممبران سے متعلق نہیں ہوتا۔

درست / غلط

د۔ مشترک سرمایہ کمپنی کی تشکیل کے لیے کوئی آئینی پابندی نہیں ہوتی۔

درست / غلط

۱۔ آئینی کمپنی کو اجابہ داری سے کوئی تعلق نہیں ہوتا۔

درست / غلط

۲۔ مشترک سرمایہ کمپنی کے شرکا دایک سے زیادہ حصہ نہیں خرید سکتے۔

درست / غلط

۳۔ محدود ضمانت کمپنی میں تعلیم کا تفاعل شامل نہیں ہے۔

درست / غلط

ک۔ عوامی محدود کمپنی میں ممبران کی تعداد ہزاروں تک ہو سکتی ہے۔

درست / غلط

ل۔ عوامی کمپنی سرمایہ غیر محدود میں اکٹھا کیا جاتا ہے۔

درست / غلط

م۔ مشترک سرمایہ کمپنی ہر سال حساب کتاب شائع نہیں کر سکتی۔

سوال نمبر 3 :

ہر سوال ادھر سے عنوان سے شروع ہوتا ہے۔ نیچے دیے گئے اجزاء میں سے مناسب جزو عنوان کے ساتھ

تحریر کریں کہ عنوان کا معنی بن جائے ؟

۱۔ مجاری مقدار میں سرمایہ کاری اور انتظامی امور کی اہمیت پیدا کرنے کے لیے

(الف) مشترکہ سرمایہ کمپنی موزوں ہے۔

(ب) ملکیت فرد واحد موزوں ہے۔

(ج) شراکت داری موزوں ہے۔

(د) متحرک کا دوبارہ تنظیم موزوں ہے۔

۲۔ مشترک سرمایہ کمپنی میں

(الف) ممبران کی ذمہ داری محدود ہوتی ہے۔

(ب) ممبران کی تعداد محدود ہوتی ہے۔

(ج) سرمایہ محدود ہوتا ہے۔

بہت مددگار و بار کی آزادی سلب ہو جاتی ہے۔ اگر کمپنی کسی اور کاروبار کو اپنانا چاہے تو باقاعدہ حکومت سے منظوری لینا پڑتی ہے جس کے لیے بہت سی مشکلات درپیش ہوتی ہیں۔ اس طرح کمپنی بہتر مقاصد حاصل کرنے کی بجائے پرانی نیچ پر جاری رکھتی ہے۔

16- انتظامی امور میں خرابیاں :

کمپنی کے نظام کو سنبھالنے کے لیے چند نظام مقرر کیے جاتے ہیں۔ جو کہ اپنی سہولت کے لیے تنخواہ پر ملازمین رکھ لیتے ہیں۔ ملازمین دہشتی سے کام نہیں کرتے جس سے کمپنی کو بہت بجاری نقصان اٹھانا پڑتا ہے۔ ملازمین کو صرف اپنی تنخواہ سے غرض ہوتی ہے۔ لہذا ان کی خدمات کمپنی کے لیے بار آور ثابت نہیں ہو سکتیں۔

17- کمپنی کی تنظیم پر اخراجات :

مشترک سرمایہ کمپنی کی بنیاد رکھنے کے لیے کسی اور تنظیم کے مقابلے میں بہت زیادہ لاگت آتی ہے۔ کیونکہ کمپنی کی تشکیل کے لیے بہت قانونی پابندیوں کو ملحوظ رکھنا پڑتا ہے۔

7- خود آزمائی

سوال نمبر 1:

مندرجہ ذیل خالی جگہوں کو مناسب الفاظ سے پُر کیجئے :

الف۔ وسیع پیمانے پر کاروبار چلانے کے لیے _____ کمپنی کی ضرورت ہے۔

ب۔ مشترک سرمایہ کمپنی میں ممبران کی تعداد _____ ہوتی ہے۔

ج۔ مشترک سرمایہ کمپنی وافر مقدار میں سرمایہ حاصل کرنے کے لیے _____ کی فروخت عمل میں لاتی ہے۔

د۔ عوام کے مفاد کے لیے جس کمپنی کی تشکیل حکومت کی طرف سے ہوتی ہے اسے _____ کمپنی کہتے ہیں۔

و۔ مشترک سرمایہ کمپنی میں ایک شخص کا حصہ دوسرے شخص کے نام _____ ہو سکتا ہے۔

س۔ عوامی محدود کمپنی میں ممبران کی کم از کم تعداد _____ ہوتی ہے۔

ک۔ مشترک سرمایہ کمپنی ایک مصنوعی _____ ہوتا ہے۔

ل۔ حصص کی خرید و فروخت کا بہتر نظام _____ کو ترقی دینے کا باعث ہوتا ہے۔

م۔ کمپنی کا نظم و نسق منتخب شدہ _____ چلاتے ہیں۔

(د) الف ادب دولوں اجزاء شامل ہیں۔

(iii) مشترک سرمایہ کمپنی میں صرف

(الف) ممبران کے سرمایہ کو تحفظ ملتا ہے۔

(ب) حصص نہ خریدنے والوں کا سرمایہ محفوظ رہتا ہے۔

(ج) بدعنوانی کو ہی روکا جاتا ہے۔

(د) سرمایہ کو ہی تحفظ نہیں ملتا بلکہ حصص کی فروخت پر نفع بھی حاصل ہوتا ہے۔

(iv) جس قدر سرمایہ دستیاب ہوگا اسی قدر

(الف) کمپنی کا کاروبار کم ہوتا چلا جائے گا۔

(ب) قانونی پابندیاں کم ہوتی جائیں گی۔

(ج) کمپنی وسیع ہوتی جائے گی۔

(v) جو کمپنی مزان شاہی کے ذریعے معروض وجود میں آئے وہ

(الف) عوامی کمپنی کہلاتی ہے۔

(ب) منشوری کمپنی کہلاتی ہے۔

(ج) ملکیت فرد واحد کہلاتی ہے۔

(د) شراکت داری تنظیم کہلاتی ہے۔

(vi) نجی کمپنی

(الف) کم از کم دو ممبران سے شروع ہوتی ہے۔

(ب) حصص کی انتقال پذیری پر پابندی لگا دیتی ہے۔

(ج) پاس کی تعداد ایک ممبران کو محدود کر دیتی ہے۔

(د) میں الف اب اور ج شعروں کا اطلاق ہوتا ہے۔

(vii) مشترک سرمایہ کمپنی کی مثال

(الف) ایک مصنوعی فروغی سی ہے۔

(ب) تین شخصوں کی علیحدہ علیحدہ کاروبار ہے۔

(ج) محدود زندگی کی ہے۔

(د) کمپنی کے تعامل میں رکاوٹ پیدا کرنے کی ہے۔

(viii) - مشترک سرمایہ کمپنی

(الف) ایک سال تک کاروبار جاری رکھ سکتی ہے۔

(ب) سالوں تک کام جاری رکھ سکتی ہے۔

(ج) دس سال تک کام جاری رکھ سکتی ہے۔

(د) ایک سو سال تک کام جاری رکھ سکتی ہے۔

(ix) - مشترک سرمایہ کمپنی

(الف) کے حصہ دار اپنے حصص آزادی سے فروخت کر سکتے ہیں۔

(ب) نظائر حصہ داروں کے منتخب شدہ ہوتے ہیں۔

(ج) کا وجود مسلسل قائم رہتا ہے۔

(د) الف، ب اور ج اجزاء درست ہیں۔

سوال نمبر 4 :

مشترک سرمایہ کی تعریف بیان کیجئے۔

سوال نمبر 5 :

مشترک سرمایہ کمپنی کی اقسام پر بحث کیجئے۔

سوال نمبر 6 :

مشترک سرمایہ کمپنی کی اہم خصوصیات درج کیجئے۔

سوال نمبر 7 :

شرکت ملکی اور مشترک سرمایہ کمپنی کا آپس میں مقابلہ کیجئے۔

سوال نمبر 8 :

عوامی کمپنی اور نجی کمپنی کا فرق بیان کیجئے۔

8۔ جوابات خود آزمائی

سوال نمبر 1 :

(الف) - مشترک سرمایہ ، (ب) - لامحدود سرمایہ ، (ج) - حصص ، (د) - آئینی
(و) - منتقل ، (س) - سات ، (ک) - فرد ، (ل) - ساکھ
(۲) - نظام ،

سوال نمبر 2 :

(الف) - غلط ، (ب) - درست ، (ج) - غلط ، (د) - غلط ،
(ر) - غلط ، (س) - غلط ، (ع) - غلط ، (ک) - درست ،

سوال نمبر 3 :

(i) - الف ، (ii) - د ، (iii) - د ، (iv) - ج ، (v) - ب
(vi) - د ، (vii) - الف ، (viii) - ب ، (ix) - د ،

سوالات نمبر 4 تا 8

ان سوالات کے جوابات یونٹ کے حوالہ سے تلاش کیجئے۔

مشترک سرمایہ کمپنی - 2

تحریر : محمد امین
نظر ثانی : علی حسن مظفر

یونٹ کا تعارف

یہ یونٹ مشترک سرمایہ کمپنی کا دوسرا حصہ ہے۔ اس یونٹ میں مشترک سرمایہ کمپنی تشکیل آئیں کمپنی اور قواعد کمپنی پر روشنی ڈالی گئی ہے۔ کمپنی کے کیفیت نامہ، حصص اور اس کی اقسام پر سیر حاصل بحث کی گئی ہے۔ کمپنی کے نظم و نسق واضح کیا گیا ہے۔ نیز ان اقدامات کی بھی نشاندہی کی گئی ہے جن سے استغاثی امور برقرار رہ سکتے ہیں اور کمپنی کی کامیابی کے امکانات روشن ہو سکتے ہیں۔

آخر میں کمپنی کی تینخ کا ذکر کیا گیا ہے۔ اس طرح کمپنی کے آغاز اور اختتام تک تمام مراحل کو بیان کر دیا گیا ہے۔

یونٹ کے مقاصد

اس یونٹ کو پڑھنے کے بعد طلبہ اس قابل ہو جائیں گے کہ

- 1۔ کمپنی کے تعلقات کو بیان کر سکیں۔
- 2۔ کمپنی کے قواعد و ضوابط اور اس کی تشکیل کے تمام مراحل کا جائزہ لے سکیں۔
- 3۔ حصص کی اقسام اور ان کی خرید و فروخت سے متعلق تمام امور کا گہرائی سے جائزہ لے سکیں۔
- 4۔ کمپنی کے آئین کمپنی اور قواعد کمپنی میں تمیز کر سکیں۔
- 5۔ سرمایہ اور سرمایہ کاری پر بحث کر سکیں۔
- 6۔ حصص کی اقسام اور ان کی خرید و فروخت کے بارے میں گفتگو کر سکیں۔
- 7۔ کمپنی میں معتمد کے فرائض سرانجام دینے کی اہلیت پیدا کر سکیں۔

فہرست

| | |
|-----|--|
| 213 | 1- مشترک سرمایہ کمپنی کی تشکیل |
| 214 | 2- بانیاں کمپنی کا وجود |
| 214 | 2.1- خیال کی دریافت اور ابتدائی تحقیق |
| 214 | 2.2- تفصیلی تحقیق |
| 214 | 2.3- عمل کاری |
| 215 | 2.4- سرمایہ کی فراہمی |
| 215 | 2.5- سال کی پیدا کاری اور ترسیل |
| 216 | 3- کمپنی کی تسجیل یا رجسٹریشن |
| 217 | 4- کمپنی کا آئین |
| 217 | 4.1- آئین کمپنی جس کی ذمہ داری حصوں تک محدود ہو۔ |
| 219 | 4.2- محدود بر ضمانت مشترک سرمایہ کمپنی کا آئین |
| 221 | 4.3- غیر محدود مشترک سرمایہ کمپنی کا آئین |
| 221 | 4.4- آئین کی طباعت اور دستخط |
| 221 | 4.5- آئین میں تبدیلی |
| 222 | 5- مشترک سرمایہ کمپنی کے قواعد |
| 223 | 5.1- کمپنی کے قواعد میں تبدیلی |
| 223 | 5.2- آئین اور قواعد کا اثر |
| 224 | 5.3- آئین کمپنی اور قواعد کمپنی کا مقابلہ |
| 226 | 6- فہرست کوائف نفاذ امدان کے تحریری رضامندی اور ان کے مخصوص حصص۔ |
| 226 | 6.1- نفاذ کی تعداد |
| 226 | 6.2- نفاذ کی سبکدوشی |
| 227 | 6.3- نفاذ کے انتخاب کا طریق کار |

| | |
|-----|--|
| 227 | 6.4 - نظام کے اختیارات |
| 227 | 6.5 - نظام کی تحریری رضامندی |
| 227 | 6.6 - نظام کے مخصوص حصص |
| 228 | 7- صداقت نامہ تشکیل |
| 228 | 8- پیش نامہ اور اس کے مشمولات |
| 230 | 8.1 - پیش نامہ کے اندر غلط بیانی کے سلسلہ میں نظام کی ذمہ داری |
| 230 | 8.2 - قائم مقام پیش نامہ |
| 232 | 9- کمپنی کا سرمایہ |
| 232 | 9.1 - منظور شدہ یا منظور سرمایہ |
| 232 | 9.2 - جاری شدہ سرمایہ |
| 233 | 9.3 - انفرادی یا موجودہ سرمایہ |
| 233 | 9.4 - طلبیدہ سرمایہ |
| 233 | 9.5 - ادا شدہ سرمایہ |
| 233 | 9.6 - سرمایہ محفوظ |
| 235 | 10- حصص سے متعلق ضروری معلومات |
| 235 | 10.1 - حصص کی تعریف |
| 235 | 10.2 - حصص کی رقم کی وصولی کے طریقے |
| 235 | 10.3 - معذرت نامہ |
| 236 | 10.4 - تقوین حصص بغیر زر نقد |
| 236 | 10.5 - حصص کی منتقلی |
| 236 | 10.6 - حصص کی منبطگی |
| 236 | 10.7 - صداقت نامہ حصص |
| 236 | 10.8 - حصص کی اقسام |
| 236 | 11- حصہ اور سٹاک |
| 238 | 12- تسکات اور اس کی اقسام |
| 240 | |

241
242
242
244
245
245
246
247
249
251

13- آغاز کار کے لیے اجازت نامہ

14- کمپنی کا نظم و نسق

14.1- مجلس نصاب

14.2- انتظامی ناظم یا ناظم عمومی

14.3- انتظامی نمائندہ

14.4- معتمد اور خازن

14.5- کمپنی کے اجلاس

14.6- قراردادیں

15- خود آزمائی

16- جوابات

۱۔ مشترک سرمایہ کمپنی کی تشکیل

عمومی کمپنی کی تشکیل کے لیے ضروری ہے کہ کم از کم سات اشخاص کمپنی کے سرمایہ میں اشتراک اور اس کی رکنیت قبول کریں۔ نجی کمپنی میں اراکین کی تعداد کم از کم دو اور زیادہ سے زیادہ بچاؤ ہو سکتی ہے۔ کمپنی کی بنیاد ڈالنے والے افراد کمپنی کے بانی کہلاتے ہیں۔ مشترک سرمایہ کمپنی کے بانی زر خیز خیالات، انتہائی صلاحیت، تجارتی مہارت اور اعلیٰ صلاحیت کے مالک ہوتے ہیں۔ کمپنی کے بانی کمپنی کو کامیاب بنانے کے لیے افراد، زر، مال اور مشینری مہیا کرتے ہیں اور کمپنی کے فروغ کے لیے اپنی دلچسپی کا مظاہرہ کرتے ہیں۔

کمپنی کی تشکیل کے لیے کچھ لوازمات پورے کرنے پڑتے ہیں اگر کسی قسم کا سقم رہ جائے تو کمپنی کی قانونی تشکیل وقوع پذیر نہیں ہو سکتی۔ کمپنی کی تشکیل کے لیے درج ذیل مراحل زیر غور آتے ہیں۔

- 1۔ بانیان کمپنی کا وجود
 - 2۔ تسجیل یا رجسٹریشن
 - 3۔ کمپنی کا آئین
 - 4۔ کمپنی کے قواعد
 - 5۔ فہرست کوائف نظام اور ان کی تحریری رضامندی
 - 6۔ نظام کے مخصوص حصص
 - 7۔ صداقت نامہ تشکیل
 - 8۔ پیش نامہ
 - 9۔ سرمایہ کے حصول کا لائحہ عمل
 - 10۔ آغاز کار کے لیے اجازت نامہ کا اجراء
- مندرجہ بالا مراحل کی تفصیل اپنے اپنے مقام پر بیان کی جائے گی۔

2۔ بانیان کمپنی کا وجود

کمپنی کے بانیان کو کمپنی کی تشکیل میں ایک جڑ کی حیثیت حاصل ہوتی ہے۔ کمپنی کے بانی ان چند اشخاص کا مجموعہ ہیں جو کسی منفعت بخش کاروبار کا آغاز کرنے کا عزم کرتے ہیں۔ کمپنی کے قیام کا راستہ ہموار کرنے کے لیے ابتدا سے لے کر کمپنی کی تشکیل کے اختتام تک وہ حتی المقدور فعالیت کا مظاہرہ کرتے ہیں۔ کمپنی کی تشکیل کے لیے بانیان کو درج ذیل نکات پر اپنی توجہ مرکوز کرنی پڑتی ہے۔

2.1 خیال کی دریافت اور ابتدائی تحقیق

کسی شخص کے ذہن میں یہ خیال جاگزیں ہو سکتا ہے کہ فلاں فلاں تجارت کا کام کرنے میں کمپنی کو نفع ہو سکتا ہے، لیکن ضروری نہیں کہ وہ تجارتی ذہن کا مالک ہو، یہی خیال جب کسی پیشہ ور بانی کے سامنے پیش کیا جاتا ہے تو وہ اس کاروبار کے نتیجہ میں ہونے والے اخراجات اور بافت کا تخمینہ لگاتا ہے۔ زاویہ نگاہ سے اس معاملہ کی چھان بین کرتا ہے اگر بالاخر یہ کام منفعت بخش نظر آئے تو تفصیلی تحقیق کی طرف قدم اٹھاتا ہے ورنہ بغیر کسی تاخیر کے اس خیال سے اجتناب کر لیتا ہے۔

2.2 تفصیلی تحقیق

تاسیس کے دوسرے مرحلہ میں موسس یا بانی اس تجارتی مسئلہ کا تفصیلی اور گہری تحقیق سے مطالعہ کرتا ہے۔ حقائق جمع کرتا ہے اور اپنے مسئلہ کو اس کے متوازی کام کرنے والے پیشہوروں کے نقطہ نظر سے جانچتا ہے۔ تصدیق ہو جانے کے علاوہ بھی بار دیگر وہ جمع شدہ مواد کی چھان بین کرتا ہے تاکہ غلط ترجمانی سے غلطی کا امکان باقی نہ رہے۔

2.3 عملکاری

تحقیقاتی رپورٹ تیار کر لینے کے بعد بیشتر مراحل جائے وقوع کا انتخاب، مشینری اور ساز و سامان کا حصول ہے۔ تجارتی احادہ کا نظم و نسق چلانے کے لیے موزوں افراد کی تلاش کرنا کامیابی کا ایک اہم عنصر ہے۔ مفہور بتاتے وقت ان تمام دشواریوں کا بھی جائزہ لیا جاتا ہے جو کسی وقت بھی کاروبار کی ترقی میں رکاوٹ بن سکتی ہے۔ انتظامی صلاحیت اور دیانت کا قابل عمل ہونا ہی کاروبار کی عملکاری کی بنیاد ہے۔

2.4۔ سرمایہ کی فراہمی

کاروبار کا منصوبہ تیار کر لینے کے بعد سرمایہ کی فراہم پر غور و خوض کرنا ایک لازمی امر ہے۔ پیش نامہ میں ایسی شخصیات تحریر کر دی جاتی ہیں جن سے سرمایہ کی فراہمی میں سہولت ہو۔ اس بات کا اندازہ کیا جاتا ہے کہ کس قدر سرمایہ کی ضرورت ہے۔ وہ سرمایہ کن کن ذرائع سے حاصل ہوگا۔ بعض اوقات بعض صنعتوں کے قیام کے لیے سرکاری اور غیر سرکاری ذرائع سے سرمایہ اکٹھا کرنا پڑتا ہے۔ جن کا جائزہ لینا قبل از وقت ضروری ہوتا ہے۔ سرمایہ کی فراہمی کا طریق کار متوازن ہونا ضروری ہے۔

2.5۔ مال کی پیدا کاری اور ترسیل

منصوبہ کے تحت پیدا کاری کی کیفیت اور کمیت پر قابو رکھنا، تجارت کے کامیاب ہونے کی دلیل ہے پیدا کاری کے ساتھ ساتھ ترسیل کے بھی تمام ذرائع اور مواقع زیرِ غور لانے پڑتے ہیں تاکہ منصوبہ کی ترویج و ترقی میں کسی قسم کی رکاوٹ پیدا نہ ہو۔ اگر پیداوار کو برآمد کرنا ہو تو اس سلسلہ میں سرکاری مراعات اور بیرونی طلب کا جائزہ لینا اور منڈیاں تلاش کرنا ضروری ہے۔

3۔ کمپنی کی تسجیل (رجسٹریشن)

پاکستان میں کوئی مشترک سرمایہ کمپنی معزز وجود میں نہیں آ سکتی جب تک اس کی باقاعدہ تسجیل نہ کروائی جائے۔ اس مرحلہ کو عبور کرنے کے لیے رجسٹرار مشترک سرمایہ کمپنی کے پاس مندرجہ ذیل دستاویزات جمع کروائی جاتی ہیں۔

الف۔ کمپنی کا آئین

ب۔ کمپنی کے قواعد

ج۔ فہرست، کوائف نظام

د۔ نظام کی تحریری ضمانندی اور ان کے مخصوص حصص

۱۔ کمپنی کے قانونی مشیر/یکٹرری کی طرف سے تمام دستاویزات جمع کروانے کی توثیق

۲۔ کمپنی کے دفتر صدر کا محل وقوع

۳۔ عوامی کمپنی کی شکل میں کمپنی کے آئین اور قواعد پر کم از کم سات بانیوں کے توثیقی دستخط

ط۔ نجی کمپنی کی شکل میں کمپنی کے آئین اور قواعد پر کم از کم دو بانیوں کے توثیقی دستخط

مندرجہ بالا دستاویزات کی جانچ پڑتال کے بعد رجسٹرار کمپنی کے حق میں صداقت نامہ تشکیل جاری کر دیتا ہے۔ نجی کمپنی یہ صداقت نامہ حاصل کرنے کے بعد کاروبار شروع کر سکتی ہے۔ مگر عوامی کمپنی کو کم سے کم سرمایہ کی شرط پوری کر کے مزید کاروبار کے آغاز کا تصدیق نامہ حاصل کرنا پڑتا ہے۔

4۔ کمپنی کا آئین

کمپنی کی مختلف دستاویزات ہوتی ہیں۔ ہر ایک کی اہمیت اپنی اپنی جگہ مستلزم ہے، مگر کمپنی کے آئین کی اہمیت اعلیٰ مقام رکھتی ہے۔ یہی کمپنی کے منشور کی آئینہ دار ہوتی ہے۔ لہذا اس کی تیاری میں بڑی احتیاط سے کام لیا جاتا ہے۔ کمپنی کا آئین ان تمام بنیادی امور کی نشاندہی ہی نہیں بلکہ وضاحت کرتا ہے جن کی بنا پر ایک کمپنی معرض وجود میں آسکتی ہے۔ اس میں کمپنی کی حدود جن کے اندر رہ کر وہ کاروبار کر سکتی ہے متعین کر دی جاتی ہے۔ کمپنی کو حاصل ہونے والے اختیارات بھی اس آئین میں واضح کر دیے جاتے ہیں۔ ان تمام امور کا بنظر غائر جائزہ لیا جاتا ہے جو ہر قسم کے تحفظ کی ضمانت ہوں۔

کمپنی کا کام چند افراد تک ہی محدود نہیں ہوگا بلکہ اس میں عوامی سطح پر مختلف لوگ شامل ہوں گے۔ اس شکل میں آئین کمپنی عوام کے ساتھ ایک معاہدہ کی بھی حیثیت رکھتا ہے۔ آئین میں تمام شرائط واضح ہونے کی صورت میں ہر شخص کو یقین دین کرنے میں کسی قسم کی دقت پیش نہیں آتی اور وہ بغیر کسی ہچکچاہٹ رکن ہی بن سکتا ہے اور حصہ دار بھی۔ کمپنی کے اختیار کی وضاحت کا یہ فائدہ ہوگا کہ اس سے متعلقہ افراد کوئی کام اپنی حیثیت سے دائرہ نہیں کریں گے نہ ہی ان سے کسی قسم کا آئینی مقام وقوع پذیر نہیں ہوگا۔

عوامی کمپنی کی صورت میں آئین پر کم از کم سات ایسے اشخاص دستخط ثبت کریں گے جو تمام شرائط پر پورے اترتے ہوں جو کہ آئین میں مرقوم کر دی گئی ہوں۔ دستخط کسی گواہ کی موجودگی میں ہوں گے۔ ان اشخاص کو اپنا پورا پتہ بھی لکھنا ہوگا اور کم از کم ایک کا خریدار بھی بننا ہوگا۔ آئین کمپنی کی شقیں کمپنی کی قسم کے لحاظ سے مختلف ہوتی ہیں۔ ان کی وضاحت درج ذیل طریقے سے ہوگی۔

4.1۔ آئینی کمپنی جس کی ذمہ داری حصوں تک محدود ہو

اس آئین پر دستخط کرنے والا شخص کم از کم ایک حصہ خریدے گا اور اپنے نام کے سامنے حصوں کی تعداد بھی لکھے گا۔ اس آئین کمپنی کی درج ذیل شقیں ہیں۔

1۔ کمپنی کا نام :

ہر کمپنی کے وجود کی شناخت اس کے نام سے ہوتی ہے۔ بانی یا شرکا جو نام رکھنا چاہیں کوئی پابندی نہیں، ہاں یہ بات ذہن میں رکھ لی جائے کہ اس نام پر پہلے کوئی کمپنی کام نہ کر رہی ہو ورنہ تشخیص مشکل ہو جائے گی۔ نام رکھنے وقت مرکزی حکومت کی منظوری کا بھی خیال رکھا جائے۔ کمپنی کے ممبران کی ذمہ داری محدود، ظاہر کرنے کے لیے

کمپنی کے نام کے بعد محدود (لیمٹڈ) کا لفظ لکھا جائے۔ اگر کوئی کمپنی نجی قسم کی ہے تو اسے کمپنی کے نام کے بعد ”نجی محدود“ وغیرہ کے الفاظ لکھنے ہوں گے۔

2۔ وقوع :

مشترک سرمایہ کمپنی اپنا ایک رجسٹرڈ آفس قائم کرتی ہے۔ شرکاء نام نہیں لکھا جاتا بلکہ ملک یا صوبے کا نام ہوتا ہے۔ کیونکہ شرکاء نام لکھنے سے دفتر کی تبدیلی کے وقت کئی قباحتیں پیدا ہو جاتی ہیں۔ قوانین کی رو سے کئی مراحل طے کرنے کے بعد پتہ تبدیل ہو سکتا ہے۔ اس لیے حفظ ماتقدم کے طور پر پتہ ملک یا صوبے کا دیا جاتا ہے۔

3۔ ذمہ داری :

ایٹن کمپنی میں یہ امر واضح طور پر ظاہر کیا جاتا ہے کہ شرکاء کی ذمہ داری محدود ہوگی۔ اگر حصص کی ادائیگی اقساط میں ہو تو احتیاط کے ادا کر دینے کے بعد شرکاء کی ذمہ داری ختم ہو جائے گی۔ چونکہ ذمہ دار پر ان کے حصص کی مالیت سے زیادہ بوجھ نہیں پڑتا۔ اس لیے اس تحفظ کی بنا پر کمپنیوں کو بہت ترقی ہوئی ہے۔ امیر ری نہیں بلکہ غریب اشخاص بھی حصص خریدتے ہیں جس سے کمپنی کو بہت زیادہ سرمایہ مل جاتا ہے۔ کمپنی کا سرمایہ مختلف حصص میں منقسم ہو جاتا ہے جس سے کسی نقصان کا بوجھ بھی مختلف اشخاص پر تقسیم ہو جاتا ہے۔

4۔ سرمایہ :

کاروبار کی بنیاد سرمایہ پر ہی ہے۔ ایٹن میں صرف رقم کا اندراج کافی نہیں، بلکہ اس میں حصص کی اقسام، تقسیم اور ہر حصص کی مالیت درج ہوتی ہے۔ یہی وہ سرمایہ ہے جس سے کمپنی کی تسجیل (رجسٹریشن) ہوتی ہے اور یہی منظور شدہ سرمایہ کہلاتا ہے۔ یہی سرمایہ حصص کی شکل میں اکٹھا کرنا پڑتا ہے۔ اگر مزید سرمایہ حاصل کرنے کی ضرورت پیش آئے تو مسجل درجہ دار سے اجازت لے کر مزید حصص کی شکل میں سرمایہ حاصل کیا جاتا ہے۔ اس کے لیے مجوزہ فیس بھی قابل ادا ہوگی۔ اس سہولت کے پیش نظر قلیل سرمایہ سے کاروبار شروع کیا جاسکتا ہے اور ضرورت پیش آنے پر سرمایہ کی فراہمی کے لیے مزید حصص تقسیم کیے جاسکتے ہیں۔ حصص تقسیم کرتے وقت حصص کی اقسام کو مد نظر رکھنا ضروری ہے۔

5۔ اغراض و مقاصد :

چونکہ کمپنی میں مختلف اشخاص کے حصص ہوتے ہیں۔ لہذا اغراض و مقاصد اس قسم کے ہونے چاہئیں کہ کسی کو نقصان

کا خدشہ نہ رہے۔ ایٹن کی رو سے کمپنی کو اغراض و مقاصد کی نشاندہی کرنا ضروری ہے۔ اگرچہ کاروبار ایک علیحدہ مصنوعی شخص ہے لیکن اسے اپنے آپ کوئی اختیار نہیں ہوتا کہ جس قسم کا کاروبار چاہے شروع کرے۔ ایٹن ہی اسے کوئی کاروبار کرنے کے اختیارات سونپتا ہے۔ کمپنی اس طرح ایک قانونی شخص کی سی حیثیت رکھتی ہے مگر اس میں روح پھر لکھنے والا ”ایٹن“ ہی ہوتا ہے۔ اگر ایٹن میں واضح اغراض و مقاصد نہیں تو کاروبار منفی طور پر متاثر ہوگا۔

یہی وجہ ہے کہ آئین میں اغراض و مقاصد جامع اور واضح ہوں۔ حالات کے تقاضوں کے مطابق اگر کاروبار میں کوئی تبدیلی لانی پڑے تو آئین میں اس قسم کی گنجائش رکھی جائے گی کہ کاروبار کے اغراض و مقاصد کو ضعف نہ پہنچے اور کاروبار کی کوئی متبادل صورت پیدا کی جاسکے۔ اگر پہلے سے گنجائش دکھائی جائے تو متبادل صورت اختیار کرنے میں کسی قسم کی مشکل کا سامنا نہیں کرنا پڑے گا۔

اغراض و مقاصد میں رکھے گئے اختیارات کے علاوہ اور کسی قسم کے اختیارات عمل میں نہ لائے جائیں۔ چونکہ تجاویز کرنا کمپنی کے آئین کے خلاف ہے۔ لہذا اس امر سے احتراز کیا جائے۔ ہاں یہ گنجائش رکھی جائے کہ کاروبار اگر کپڑے کا ہے تو ریشمی کپڑے کی بجائے سوتی کپڑے سے کاروبار کیا جاسکتا ہے لیکن اگر کاروبار کپڑے کی بجائے لوبے کی اشیا بنانا شروع ہو تو یہ خارج از اختیار کہلانے کا۔ جس کی قانون میں قطعاً کوئی گنجائش نہیں۔ کاروبار کا نام وہی رہے صرف ہیئت تبدیل ہو سکتی ہے۔

اغراض و مقاصد میں اس امر کا بھی ذکر کر دینا چاہیے کہ اگر مزید سرمایہ کی ضرورت پیش آجائے تو کس طرح حاصل کیا جائے گا۔ مالی اداؤں سے قرض لیا جائے گا یا مزید تمسکات یا حصص جاری کیے جائیں گے۔ نیز اس امر کی بھی وضاحت ہوگئی ہے کہ قرضہ کس حد تک رقم حاصل کرنے کے لیے کیا جائے۔

6۔ خرید حصص :

کمپنی کا ہر بانی ممبر ایک سے کم ذمہ کی خریداری نہیں کرے گا۔

7۔ نام کا اندراج

ہر شریک آئین میں اپنے نام کے سامنے خرید کردہ حصص کی تعداد تحریر کرے گا۔

4.2۔ محدودیہ ضمانت مشترک سرمایہ کمپنی کا آئین

یہ کمپنی خواہ سرمایہ حصص رکھتی ہو یا نہ رکھتی ہو اس کا آئین درج ذیل ہوگا۔ یہ آئین کمپنی کی خصوصیات کی نشاندہی بھی کرتا ہے۔

1۔ کمپنی کے نام کا اختتام :

نام کا اختتام اس طرح ہوگا (بضمانت) محدود

2۔ ممبران کی ضمانت :

کمپنی کے ممبران کمپنی کو اس بات کی ضمانت دیتے ہیں کہ واجبات کی رقم ادا کریں گے، تیغ کے اخراجات ادا

کریں گے خواہ کمپنی کو ان کی رکنیت کے دوران ضرورت پڑے یا رکنیت چھوڑنے کے بعد ایک سال کے اندر اندر ہو۔

3- سرمایہ کی تقسیم : کمپنی کے سرمایہ کی تقسیم کا انحصار ممبران کی مرضی پر منحصر ہوتا ہے۔ بااوقات سرمایہ کو حصص میں تقسیم کر کے انہیں بیچ کر سرمایہ اکٹھا کر لیا جاتا ہے اور بعض اوقات سرمایہ کمپنی کے بانی ممبر حصص کی تقسیم کے بغیر ہی فراہم کر دیتے ہیں۔ موجودہ دور میں ایسی کمپنیاں جن کا مقصد عوام کی فلاح و بہبود ہوتا ہے اور نفع کانے کا نظریہ نہیں ہوتا وہ کمپنیاں محدود یہ ضمانت کمپنیوں کی شکل میں رجسٹرڈ کر دالی جاتی ہیں۔ یہ کمپنیاں مذہب، سماج اور ثقافت سے تعلق رکھتی ہیں۔ لہذا مختصر الفاظ میں بیان کیا جاتا ہے کہ ان کمپنیوں کا قیام نفع کانے کے لیے عمل میں نہیں لایا جاتا بلکہ ثقافتی خدمات مہیا کرنا ہوتا ہے۔

4- سرمایہ کی فراہمی : اس کا سرمایہ عوام حصص میں منقسم نہیں ہوتا بلکہ بانی ممبران ہی مہیا کرنے کی ذمہ داری اٹھالیتے ہیں۔

5- کمپنیوں کی ہیئت : یہ کمپنیاں نجی بھی ہو سکتی ہیں اور عوامی بھی۔ چونکہ یہ کمپنیاں عوام کو کوئی مادی نفع پہنچانے کی ضمانت نہیں دے سکتیں۔ اس لیے ان کے حصص خریدنا عوام میں مقبول نہیں۔

6- لفظ محدود سے مستثنیٰ :

اگر مرکزی حکومت سے اجازت مل جائے تو کمپنی لفظ محدود کھینے سے مستثنیٰ قرار دی جاسکتی ہے۔ اس کمپنی کو رجسٹرڈ کر دینے کے لیے منظور شدہ سرمایہ ظاہر کرنے کی شرط پوری کرنا ضروری نہیں ہے۔ بہرہ و صورتوں میں ممبران کو یہ ضمانت دینی پڑتی ہے کہ وہ واجبات کی ادائیگی کے لیے مقررہ رقم مختص کریں گے۔ سادائیگی کی ضرورت ان کی رکنیت کے دوران یا رکنیت ختم ہونے کے ایک سال بعد پڑ سکتی ہے۔

7- بانی ممبر کا حصہ : کمپنی کا بانی ممبر ایک حصہ سے کم حصہ نہیں خریدے گا۔

8- حصص کی تعداد کا اندراج : ہر بانی ممبر کے نام کے سامنے اس کے خرید کردہ حصص کی تعداد تحریر کی جائے گی۔

4.3۔ غیر محدود مشترک سرمایہ کمپنی کا آئین

- (ا) کمپنی کا نام
- (ب) جگہ اور صوبہ کا نام جہاں کمپنی کا دفتر ہوگا۔
- (ج) کمپنی کے مقاصد اور تجارتی کمپنی کے علاوہ دوسرے کا دوبارہ کی شکل میں حدود کی نشاندہی۔
- (د) بانی ممبر ایک حصہ سے کم حصہ نہیں خریدے گا۔
- (ر) بانی ممبر اپنے نام کے سامنے خرید کردہ حصص کی تعداد درج کرے گا۔

4.4۔ آئین کی طباعت اور دستخط

آئین کمپنی طباعت شدہ ہونا ضروری ہے اور پیرا گرافوں میں تحریر یہ تاکہ اس کی ہر مشقی واضح طور پر پڑھی جاسکے۔ ہر شریک آئین پر دستخط کرے گا اپنا پورا نام اپنے والد کا نام، جگہ شہر اور صوبہ کا نام تحریر کرے گا۔ ہر شریک کے نام کو ایک گواہ تصدیق کرے گا جو کہ اپنا پورا نام اور اپنے والد کا پورا نام لکھے گا۔

4.5۔ آئین میں تبدیلی

آئین کی شرائط میں تبدیلی لاتے وقت صرف مضابطہ کو ہی مد نظر رکھنا ہوگا۔ آئین میں تبدیلی صرف اسی وقت ممکن ہے جب کا دوبارہ کو ایک شہر سے دوسرے شہر یا ایک صوبہ سے دوسرے صوبہ میں کا دوبارہ میں تبدیلی کیا جائے اور تبدیلی کا مطلعہ نظر درج ذیل ہوگا۔

- (ا) کا دوبارہ کو بہتر طور پر چلایا جائے گا جس سے اقتصادی فائدہ ہوگا۔
- (ب) نئے اور ترقی دہ ذرائع سے مقاصد حاصل کرنا۔
- (ج) اس کی عملکاری کا دائرہ کار بڑھانا۔
- (د) آئین میں واضح کردہ مقاصد کو ترک کرنا یا محدود کرنا۔
- (ر) کمپنی کو کسی دوسری کمپنی سے ملحق کر دینا۔

5- مشترک سرمایہ کمپنی کے قواعد

قواعد کمپنی مشترک سرمایہ کی دوسری اہم دستاویز ہے اسے ضوابط کمپنی کے نام سے بھی پکارا جاتا ہے۔ قواعد کمپنی، کمپنی کی تشکیل سے قبل ہی تیار کر لیے جاتے ہیں۔ کیونکہ انہیں آئین کے ساتھ ہی مسجل کے دفتر میں جمع کروانا ضروری ہے۔ قواعد کا تعلق کمپنی کے اندرونی نظم و نسق سے ہوتا ہے۔ اس میں اس بات کی ضمانت ہوتی ہے کہ کمپنی کے انتظامات بہتر نبج پر کئے جائیں گے۔ ہر کمپنی کے قواعد تیار کرنا ضروری نہیں ہے، یہ قواعد محض انہی کمپنیوں کے لیے ہوتے ہیں جو ذمہ داری کے اعتبار سے غیر محدود ہوتی ہیں یا محدود یہ ضمانت ہوتی ہے۔ جو کمپنیاں اپنے قواعد کی تسجیل نہیں کرواتیں ان پر جدول الف کا اطلاق خود بخود ہو جاتا ہے۔

کمپنی ایکٹ کی رو سے کمپنی کے قواعد چھپے ہوئے ہونے چاہئیں اور مختلف پیروں میں منقسم ہوں۔ کمپنی کے قواعد پر باقی نظام کے دستخط ہوں جس کی تصدیق ایک گواہ سے ظاہر کی جائے۔ کمپنی کے قواعد حصہ داری کی باہمی رضامندی سے بدلے جاسکتے۔ یہ قواعد کمپنی کے اندرونی معاملات کے لیے ہوتے ہیں جس کو بیرونی ماحول کی تبدیلی سے تبدیل کیا جاسکتا ہے۔ یہ ہم آہنگی کا روبرو کی بہتری کے لیے ہے۔ ظاہر ہے کہ تبدیلی لاتے وقت قواعد میں ترمیم و اضافہ کرنا پڑے گا۔ جس کی اطلاع مسجل کو دی جاتی ہے۔ تبدیلی کے لیے مسجل کی اجازت کی ضرورت نہیں۔ جن پر کمپنیوں پر جدول الف کا اطلاق ہوگا وہ اپنے حالات کے تحت ۹۹ ضوابط میں سے جتنے ضوابط چاہیں اپنے ضوابط میں شامل کر سکتے ہیں۔ ضوابط پیروں کی شکل میں ہوں جن کو سلسلہ وار نمبروں سے مزید کیا گیا ہو۔

— جدول الف سے جن دفعات کا ذکر ہوتا ہو نشاندہی کی جاتی ہے۔

کمپنی کے قواعد میں درج ذیل دفعات شامل ہوتی ہیں !

— کمپنی کے نظام کا چناؤ کا طریقہ اور ان کا معاد منظر کیا جاتا ہے۔

— کمپنی کے نظام کی تقرری اور برطرفی کے ضوابط۔

— حصص کی تعداد اور اختتام۔

— حصص کی قیمت اور اس کی وصولی کا طریق کار۔

— ایسے اصول و ضوابط جن کا تعلق حصص کی ملکیت، منتقلی اور تبدیلی سے ہوتا ہے۔

— حصص کی تسخیر اور حصص کی ادائشہ اقطاع کو ضبط کرنے کی وضاحت۔

— حصہ داروں کو اختیاری ووٹ کا حق۔

- کمپنی کے اجلاس کی نوعیت اور کارروائی۔
- تفتیش سازوں کی ترقی اور معزولی کے اسباب نتائج کے قواعد و ضوابط۔
- منافع اور دیگر مفادات کے لیے شرکاء کو اطلاع۔
- ہر کمپنی کے مضابطہ واضح اور حقیقت سے پاک ہونے ضروری ہیں۔

5.1۔ کمپنی کے قواعد میں تبدیلی

کمپنی کے قواعد کمپنی کی اندرونی تنظیم کے نظم و نسق سے متعلق ہوتے ہیں۔ اس لیے تبدیلی لانے کی صورت میں خصوصی قرارداد پاس کر لی جائے۔ یہ تبدیلی کمپنی ایکٹ کے درج شدہ اختیارات کے مطابق ہونا ضروری ہے۔ کمپنی قواعد میں تبدیلی لانے کا حق رکھتی ہے مگر اس تبدیلی کا اثر کاروبار پر بری طرح نہیں ہونا چاہیئے۔ ایسی تبدیلیاں عمل میں لائی جائیں جن سے کسی حصہ دار کا دل مجروح نہ ہو۔ تبدیلی طبیعت میں خوشگوار اثر ڈالنے والی ہو، ورنہ شرکاء کے دلوں میں بغض کی لہر دوڑ جائے گی۔ اگر کوئی شقی متنازعہ فیہ ہو تو عدالت کی طرف سے فیصلہ کروایا جاسکتا ہے۔

5.2۔ آئین اور قواعد کا اثر

جب کمپنی کا آئین و ضوابط رجسٹرڈ ہو جاتے ہیں تو یہ ضوابط تمام ممبران پر لاگو ہو جاتے ہیں۔ کوئی ممبر بھی آئین اور قواعد کی خلاف ورزی نہیں کر سکتا۔ اگر مخالفت وغیرہ ظاہر نہ ہو تو سمجھ لیا جاتا ہے کہ تمام ممبران قواعد کی تمام شکلوں میں عمل پیرا ہونے کا اقرار کرتے ہیں۔ کمپنی کے آئین اور قواعد ایسی دستاویزات ہیں جن کو بلیک کا ہر آدمی دیکھنے کا مجاز ہوتا ہے۔ کمپنی کے ساتھ جب کوئی آدمی کاروبار کرے تو اس پر لازم ہے کہ آئین و قواعد پر گہری نظر ڈال لے ورنہ بعد میں اس کو کسی قسم کا اعتراض کرنے کا کوئی حق حاصل نہ ہوگا۔ لہذا نین دین کرتے وقت یہ سو فیصد تصور کر لیا جائے گا کہ ہر آدمی کمپنی کے آئین و قواعد کو من و عن تسلیم کرنے کا عہد کر چکا ہے۔ ضروری ہے کہ کمپنی کے آئین و قواعد کو مد نظر کاروبار شروع کیا جائے۔

5.3۔ آئین کمپنی اور قواعد کمپنی کا مقابلہ

| آئین کمپنی | قواعد/ضوابط کمپنی |
|---|---|
| 1۔ اہمیت | 1۔ اہمیت |
| آئین کمپنی کو دستاویزات میں بنیادی حیثیت حاصل ہے۔ کمپنی جب تک دیگر دستاویز کے ساتھ آئین کو پیش نہیں کرتی تو اسے تسجیل اور آغاز کا سرٹیفکیٹ نہیں دیا جاتا مختصر آئہ کہ یہ دستاویز کمپنی کے قیام کی اولین شرط ہے۔ | اس کی اہمیت آئین کمپنی سے کم ہے۔ کیونکہ اس کی عدم موجودگی میں بھی تسجیل اور آغاز کا سرٹیفکیٹ مل سکتا ہے۔ لیکن اپنے مقام پر یہ دستاویز بھی بڑی اہمیت کی حامل ہے۔ |
| 2۔ تسجیل | 2۔ تسجیل |
| آئین کو دفتر تسجیل مشترک سرمایہ کمپنی میں جمع کروا کر تسجیل حاصل کرنا لازمی ہے۔ | قواعد کی تسجیل کی ضرورت نہیں پڑتی اسی دستاویز کو کمپنی کی تسجیل کے لیے اہم سمجھا جاتا ہے۔ |
| 3۔ تعلق کا احاطہ | 3۔ تعلق کا احاطہ |
| اس میں کمپنی کا دیگر لوگوں سے تعلق واضح کیا جاتا ہے۔ | ضوابط کمپنی صف کمپنی کے اندرونی نظم و نسق سے متعلق ہوتی ہے۔ |
| 4۔ اغراض و مقاصد | 4۔ اغراض و مقاصد |
| آئین کمپنی کے اغراض و مقاصد کا حامل ہوتا ہے۔ اس میں کمپنی کے اعتبارات اور کاروبار کی وضاحت کردی جاتی ہے۔ | اس میں کمپنی کے اندرونی معاملات کی وضاحت ہوتی ہے تاکہ بعد میں کوئی مسئلہ متنازعہ فیہ نہ بن جائے۔ |
| 5۔ کمپنی کا وجود | 5۔ معاہدہ |
| اس میں ان تمام امور کا ذکر ہوتا ہے جن کی بنا پر کوئی کمپنی وجود میں آتی ہے۔ | کمپنی کے ذمہ داروں کے درمیان ایک قسم کے معاہدہ کی حیثیت رکھتا ہے۔ |
| 6۔ خارجی مسائل | 6۔ ٹیل اے |
| اس کا دائرہ عمل کمپنی کے خارجی مسائل اور امور سے ہوتا ہے۔ | کمپنی کی تشکیل کے وقت اگر آئین میسر نہ آ سکے تو اس کے عوض ٹیل اے کا اطلاع ہوگا۔ |

| قواعد / منوال کمپنی | آئین کمپنی |
|--|---|
| <p>7- قواعد کی ماتحتی</p> <p>قواعد ہیشہ آئین کے تحت ہوتے ہیں۔ لہذا آئین کی بالادستی ایک لازمی امر ہے۔</p> <p>8- ترمیم اضافہ</p> <p>ترمیم و اضافہ کے لیے اتنے لمبے طریق کار کی ضرورت نہیں، کمپنی کے اندر ہی قواعد کی شقوں کو تبدیل کرنے کے لیے نظام کی منظوری کافی ہے۔</p> <p>9- تفاعل :</p> <p>قواعد کمپنی مقاصد کے حصول کا طریقہ متعین کرتے ہیں</p> | <p>7- ناظم آئین :</p> <p>آئین اس کے تابع ہوتا ہے۔ لہذا یہ بہت ہی اہم دستاویزات ہے۔</p> <p>8- ترمیم و اضافہ</p> <p>اس کو تبدیل کرنا یا اس میں رد و بدل کرنا آسان نہیں۔ اگر اس کو تبدیل کرنا ناگزیر ہو تو عام اجلاس منعقد کر کے برائے مناسب منظوری محل کے دفتر میں پیش کر دیا جاتا ہے۔ وہاں سے حتمی منظوری کے لیے مسودہ عدالت میں بھیج دیا جاتا ہے۔</p> <p>9- تفاعل :</p> <p>کمپنی کا آئین کمپنی کے مقاصد متعین کرنا ہے</p> |

6۔ فہرست کوائف نظام ان کی تحریری

ضامندی او ان کے مخصوص حصص

کمپنی کی تشکیل میں پانچواں مرحلہ نظام کے کوائف کی فہرست تیار کرنا ہے۔ دیگر دتا دینا کے ساتھ اس فہرست کا شامل ہونا بھی ضروری ہے۔ نظام حصص داروں کے منتخب کردہ نمائندے ہوتے ہیں جن پر کمپنی کے روز بروز ہونے والے انتظامات کی ذمہ داری ڈالی جاتی ہے۔ وہ کمپنی کا لائحہ عمل ترتیب دیتے ہیں، کاروبار پر نگاہ رکھتے ہیں، افسران کا تقرر کرتے ہیں اور اس بات کی یقین دہانی کراتے ہیں کہ وہ تفویض شدہ فرائض کو احسن طریق سے سرانجام دے رہے ہیں۔ ایک طرف ناظم کی حیثیت کا رندہ اور دوسری طرف اس کی حیثیت متولی کی سی ہوتی ہے۔ ایک کمپنی کے نظام مل کر مجلس نظام کو ترتیب دے گا۔ چونکہ نظام کمپنی کے حصص بھی خریدتے ہیں۔ اسی وجہ سے انہیں انتظامی شرکاء بھی کہتے ہیں۔

6.1۔ نظام کی تعداد

ہر نجی کمپنی دو سے زیادہ اور ہر عوامی کمپنی سات سے کم نظام منتخب نہیں کرے گی۔ نظام کا تقرر انفرادی ہوگا۔ کوئی منظم، فرم میں حیثیت المجموع کمپنی کی ناظم نہیں بن سکتی۔ نہ ہی کمپنی کا مالک ایک وقت معتمد اور ناظم ہو سکتا ہے۔ درجہ تمام اختیارات اسی کے پاس رہیں گے اور دوسرے حصص دار بہت سے مفادات سے محروم رہیں گے۔

6.2۔ نظام کی سبکدوشی

اولین نظام کا عرصہ ختم ہو جانے کے بعد کمپنی کے سالانہ عام اجلاس میں نئے نظام کا انتخاب ہوتا ہے۔ پرانا ناظم سبکدوش ہونے کے بعد نئے انتخاب میں بطور امیدوار حصہ لے سکتا ہے۔ اگر موجودہ نظام انتخاب میں حصہ نہ لینا چاہتے ہوں تو نئے نظام کے عہدہ سنبھالنے تک وہی کام کو سرانجام دیتے رہیں گے۔ موجودہ نظام میقات کے انقضا پر جلد انتخاب کروائیں گے اگر کوئی رکاوٹ حائل ہو جائے تو میقات کی تاریخ انقضا کے بعد پندرہ دن کے اندر اندر سبکدوشی درجہ کو اطلاع دیں گے۔

6.3 - نظام کے انتخاب کا طریق کار

موجودہ نظام نیا انتخاب کروانے کے لیے عام اجلاس ہونے کے ۳۵ دن پہلے انتخاب کروا دیتے ہیں۔ نشستوں کی تعداد بڑھانا مقصود ہو تو اس کی اجازت عام اجلاس سے حاصل کرنا ضروری ہے۔ منتخب شدہ نظام تین سال کے عرصہ تک کام کرتے رہیں گے۔

6.4 - نظام کے اختیارات

حصص کے خریداروں سے غیر ارادہ رقم وصول کرنا، حصص اور تسکات جاری کرنا، تسکات کے علاوہ رقم قرض لینا، کمپنی کے فنڈز کی سرمایہ کاری کرنا، قرضہ جاری کرنا، ارکان کمپنی کو وقتاً فوقتاً کمپنی کے حسابات سے آگاہ کرنا، ملازمین کو بونس کی منظوری دینا، بیس ہزار سے زیادہ رقم سرمایہ یوی اخراجات کے لیے خرچ کرنا اور دس ہزار سے زیادہ کی مالیت کا قائم اثاثہ فروخت کرنا نظام کے اختیارات میں ہے۔

6.5 - نظام کی تحریری رضامندی

کمپنی کی تسجیل کے لیے یہ دستاویز نہایت اہم ہے۔ اس دستاویز کی عدم موجودگی میں تسجیل کا مرحلہ پایہ تکمیل تک نہیں پہنچتا۔ یہ دستاویز اس امر کا واضح ثبوت ہے کہ نظام نے اپنی ذمہ داریاں نبھانے کا اقرار کر لیا ہے۔ نظام کی یہ پابندی عہد کمپنی کے کامیاب طریق پر عمل کرنے کی ضمانت ہے۔ نظام اس اقرار نامہ سے اپنے آپ کو پابند کر بیٹے ہیں کہ وہ کوئی ایسا قدم نہیں اٹھائیں گے جو کہ کمپنی کی پیش رفت کے منافی ہو۔ نظام کی تحریری رضامندی سے آئندہ کسی جھگڑے کا خدشہ نہیں رہتا۔ چونکہ کمپنی کا دائرہ کا بہت وسیع ہوتا ہے اس لیے اس کا انتظام والفرام احسن طریق سے سرانجام پانا ضروری ہے۔ اسی موضوع پر مزید آئندہ اوراق میں تفصیل درج ہوگی۔

6.6 - نظام کے مخصوص حصص

کمپنی کی رجسٹریشن کے لیے نظام کے خصوصی حصص کے کوٹ لف شامل کرنا نہایت ہی اہم ہے۔ نظام کے لیے پہلے ہی یہ شرط موجود ہوتی ہے کہ وہ کمپنی کے مخصوص یا مشروط حصص خریدنے کا عہد کریں۔ یہ دستاویز ایک قسم کی ضمانت ہوتی ہے کہ نظام نے حصص کے خرید کی شرائط پوری کر لی ہیں۔ بصورت دیگر آئین کمپنی میں نظام کے نام تحریر نہیں کیا جاسکتا اور اس تصدیق نامہ کی عدم موجودگی میں کمپنی تشکیل کے مراحل طے کر کے وجود میں آسکتی ہے۔

7۔ صداقت نامہ تشکیل

کمپنی کے وجود کو قانونی طور پر تسلیم کرنے کے لیے صداقت نامہ تشکیل ہونا ضروری ہے۔ مذکورہ دستاویزات جمع کرانے کے بعد کمپنی کی رجسٹریشن کروالی جاتی ہے۔ یہ تمام کاغذات رجسٹرار کے دفتر میں مجوزہ فیس کے ساتھ جمع کرائے جاتے ہیں۔ دفتر میں ان کاغذات کی تعمیر کے بعد اس بات کی مکمل طور پر تسلی کر لی جاتی ہے کہ جملہ شرائط پوری ہو چکی ہیں۔ جب دفتر سے ہر دستاویز کے پہنچنے کی تصدیق کر لی جاتی ہے تو رجسٹرار کمپنی کے حق میں ایک صداقت نامہ جاری کرتا ہے جیسے صداقت نامہ تشکیل کتے ہیں۔ صداقت نامہ جاری ہونے پر کمپنی وجود میں آ جاتی ہے۔ اب اسے ذمہ داریاں پوری کرنے کے لیے معاہدات کی تکمیل کا حق حاصل ہو جاتا ہے۔

8۔ پیش نامہ او اس کے مشمولات

مطلوبہ کاغذات مکمل ہو جانے کے بعد کمپنی کی رجسٹریشن کروالی جاتی ہے۔ اس کے بعد کاروبار کے آغاز کا مرحلہ شروع ہو جاتا ہے جس کے لیے سرمایہ کی ضرورت پیش آتی ہے۔ سرمایہ کے حصول کے لیے کمپنی کے نظام پیش نامہ یا قائم مقام پیش نامہ کی اشاعت کا اہتمام کرتے ہیں۔ پیش نامہ کی اشاعت کا مقصد سرمایہ کی حصولی ہوتی ہے۔ آئین کمپنی اور قواعد کمپنی کی شرائط مکمل کر کے رجسٹرار کے دفتر میں جمع کروا دیے جاتے ہیں۔ اس کے بعد نظام کے ذمہ کمپنی کا پیش نامہ یا قائم مقام پیش نامہ تیار کر کے رجسٹرار کے دفتر میں ہی جمع کروانا ہوتا ہے۔ کمپنی ایکٹ کی رو سے پیش نامہ کی تعریف یہ ہوگی

”پیش نامہ سے مراد ایسی اطلاع، گشتی مراسلہ، اشتہار یا تحریر ہے جس سے کمپنی عوام کو حصص تمسک خریدنے کی دعوت دیتی ہے۔ اس دعوت نامہ کے ساتھ کسی قسم کا اشتہار منسلک نہ ہو۔ جو یہ ظاہر کرے کہ یہ دعوت نامہ محض فرضی اور رسمی ہے۔“

نئی کمپنیوں کو پیش نامہ یا قائم مقام پیش نامہ پیش کرنے کی ضرورت نہیں ہوتی، کیونکہ وہ لوگوں کو حصص خریدنے کے لیے مجبور نہیں کر سکتیں۔ لہذا نئی کمپنیاں اس شرط سے پاک ہوتی ہیں۔ اگر کسی وجہ سے عوامی کمپنی کو پیش نامہ کی عدم موجودگی میں کام کرنے کی ضرورت پیش آئے تو وہ قائم مقام پیش نامہ تیار کر کے کاروبار شروع کر دیتے ہیں۔ اس کی اطلاع بھی رجسٹرار کے دفتر میں پہنچا دی جاتی ہے۔

پیش نامہ کا ایک اہم پہلو یہ بھی ہے کہ اسے اپنے عزیزوں اور رشتہ داروں کو بطور پیشکش نہیں کیا جاتا بلکہ کھلے بندوں عوام کو حصص وغیرہ خریدنے کی دعوت دی گئی ہے۔ پیش نامہ ایک اپیل کی شکل ہے جو عوام کو کی جاتی ہے جس کا مقصد کمپنی کے حصصہ دار بن کر منافع حاصل کرنا ہے۔ پیش نامہ میں ہر شق کی وضاحت ضروری ہے کوئی بیان دو معنی نہ ہو اور نہ ہی کسی قسم کے دھوکہ کا شائبہ ہو۔ ہر قسم کی دھوکہ دہی کی ضمانت نظر یا کمپنی کے با اختیار نمائندے پیش کرتے ہیں۔ لہذا اس ضمن میں ان کے پیش نامہ پر دستخط کر لئے جاتے ہیں۔ یہ دستخط اس ذمہ داری کا ثبوت ہوتے ہیں کہ جو کچھ اس میں بیان کیا گیا ہے وہ من و عن درست ہے۔

پیش نامہ کے مشمولات :

پیش نامہ کو درج ذیل اطلاعات سے مزین ہونا چاہیئے۔

1- نام اور کمپنی کا مکمل پتہ۔

2- کمپنی کے بڑے بڑے مقاصد۔

3- حصص کی تعداد اور اقسام۔

4- منظور شدہ ذخیرہ مبادلہ کے لیے حصص کے اندراج کی اطلاع۔

5- تسکات اور ترجیحی حصص کی انتقال پذیری کے کوائف۔

6- حصص کی مختلف اقام سے وابستہ سرمایہ اور منافع کے حقوق۔

7- حصص کی تعداد جو کہ ناظم کی قابلیت کے لحاظ اور قواعد کی رو سے مقرر کی گئی ہو۔

8- نظام، نمائندگان انصاف، معتقد اور خادان کے کوائف۔

9- اقل ترین سرمایہ۔

10- سرمایہ کی فہرست (جو کہ کم از کم تین دن کھولی جائے گی) کھلنے اور بند ہونے کے اوقات۔

11- درخواستوں اور تفویض حصص کے ذریعہ قابل ادا رقم۔

12- جزوی یا مکمل ادا کردہ حصص (اجرا کردہ) کی تعداد۔

13- انڈر رائٹرز کے نام۔

14- ابتدائی اخراجات کی رقم کا تخمینہ۔

15- ہر ناظم کی دلچسپی کی کیفیت اور حد بانیوں کی تاسیس میں دلچسپی اور کیفیت کی حد۔

16- محفوظہ یا زوائد کے کوائف۔

17- مختلف حصص کے خریداروں کو اجلاس میں شرکت، اظہار رائے دہندگان اور گفتگو کرنے کے تفصیلی کوائف۔

18- کمپنی کے تفتیش کی تقرری اور فرائض کے کوائف۔

19- کمپنی کے نفع و نقصان کے متعلق تنفیص سازی رپورٹ۔

8.1- پیش نامہ کے اندر غلط بیانی کے سلسلہ میں نظام کی ذمہ داری

پیش نامہ میں دی گئی تفصیلات قطعی اور ہر قسم کے دھوکہ سے مبرا ہونی چاہئیں۔ پیش نامہ چونکہ عوام کے ہاتھوں میں جانا ہوتا ہے اس لیے اس میں کسی قسم کی غلط بیانی کا احتمال نہیں ہونا چاہیے۔ اگر کوئی شخص کسی غلط بیانی کا شکار ہو جائے تو وہ اپنی رقم واپس لینے کا نہ صرف مطالبہ کر سکتا بلکہ نظام یا دیگر ذمہ دار افسران کو تین سال تک سزا دلوا سکتا ہے۔ کمپنی کے بانیوں کو مجرمانہ مقصد کے لیے پیش نامہ کا اجراء نہیں کرنا چاہیے۔ کمپنی کی ساکھ بڑھانے کے لیے پیش نامہ کا درست ہونا ضروری ہے۔

بعض حالات کے پیش نظر پیش نامہ ادھورا رہ جاتا ہے۔ اس صورت میں ذمہ دار اشخاص ضروری اطلاع بطور پیش کش عوام کو بہم پہنچا سکتے ہیں۔ لیکن یہ ضروری ہے کہ حصص کی دعوت دینے کے لیے پیش نامہ جتنی شکل میں عوام کے سامنے آئے۔ اگر فارم پیش نامہ میں ہی داخل نہ کیا گیا ہو تو متعلقین سے رابطہ قائم کر لیا جائے۔ اگر پیش نامہ میں غلط بیانی موجود ہو تو کمپنی کے نظام پر درج ذیل عائد ہوں گے۔

(الف) دیوانی سزا :

ہر نام، بانی یا کوئی اور شخص جو پیش نامہ جاری کرنے کا ذمہ دار ہو، اسے اس حصہ کے خریدار کے جھانے میں اگر حصہ/تسکات خرید لیے ہوں۔

(ب) فوجداری سزا :

کوئی ایسا شخص جس نے غلط بیانی پر مشتمل پیش نامہ جاری کرنے کا حکم دے دیا ہو، اسے دو سال کی سزا یا پانچ ہزار روپے جرمانہ یا دونوں سزائیں دی جاسکتی ہیں۔

(ج) قوانین عائد کے تحت سزا :

کوئی ایسا شخص جو کہ غلط بیانات پر مشتمل پیش نامہ کو جاری کروانے کا ذمہ دار ہو وہ متاثرہ آدمی کے دائرے کے لئے مقدمہ کے مطابق سزا پانے کا مستحق ہوگا۔

8.2- قائم مقام پیش نامہ

جب ایک عوامی کمپنی نجی انتظامات کے تحت سرمایہ اکٹھا کرنے کے اہل ہو تو اس شکل میں پیش نامہ جاری

کرنے کی ضرورت پیش نہیں آئے گی۔ اس حالت میں عوامی کپڑے مسجل مشترک سرمایہ کمپنی کے دفتر میں حصص اور تمسکات تفویض کرنے کے تین دن پہلے ایک بیان جمع کر دیتے ہیں۔ پیش نامہ اور قائم مقام پیش نامہ کے مشمولات ایک ہی طرح کے ہوتے ہیں۔ کمپنی ایکٹ کی تمام شرائط جو کہ تسجیل کے لیے پیش نامہ پر لاگو ہوں گی، بعینہ وہی شرائط قائم مقام پیش نامہ پر ہونگی۔ غلط بیانی کی ذمہ داری کا اطلاق قائم مقام پیش نامہ پر ہو گا۔ کوئی کمپنی حصص یا تمسکات تفویض نہیں پاتی۔ جب تک وہ میان کو مسجل کے دفتر میں جمع نہ کر دے۔ اگر کمپنی اپنے کاغذات مکمل نہ کر سکے یا رجسٹرار کے پاس جمع نہ کر دے تو ہر حصہ دار کو اس صورت میں 1000 روپیہ جرمانہ جمع ادا کرنا ہو گا۔

9- کمپنی کا سرمایہ

کمپنی کا سرمایہ مناسب ہونا ضروری ہے تاکہ وہ محدود سرمایہ، قائم سرمایہ اور زیر کار سرمایہ کی ضروریات پورا کر سکے۔ محدود سرمایہ کی قائم اثاثہ جات کی وصولی اور مستقل سرمایہ کاری مثلاً زمین، عمارت، مشینری اور فرنیچر وغیرہ کی ضرورت ہوتی ہے۔ زیر کار سرمایہ کی انتظامی امور پر ہونے والے اخراجات کے لیے ضرورت ہوتی ہے جس میں تنخواہیں، مزدوری، کرایہ، بیمہ، ٹیکس وغیرہ شامل ہیں۔ عوامی کمپنی حصوں کی فروخت کے ذریعہ عوام سے رقم وصول کرتی ہے۔ آئین کمپنی کے سرمایہ کی شق زیادہ سے زیادہ سرمایہ کی رقم جو کہ کمپنی کے ممبران سے اکٹھا کیا جائے زیر بحث لاتی ہے اور اس کو منظور شدہ سرمایہ کے نام سے پکارا جاتا ہے۔ منظور شدہ سرمایہ کا نام اس لیے دیا گیا ہے کہ کمپنی کو عام حصص کے ذریعہ سے اس کو وصول کرنے کا حق حاصل ہوتا ہے۔ اس کو رجسٹرڈ سرمایہ بھی کہتے ہیں کیونکہ یہ وہ سرمایہ ہے جس کے ساتھ کمپنی کو رجسٹرڈ کیا جاتا ہے۔ اس سرمایہ کو عرفی یا رسمی سرمایہ بھی کہتے ہیں کمپنی کے سرمایہ کی جاری شدہ رقم وصول شدہ رقم، طلبیہ رقم اور وصول شدہ رقم کے لحاظ سے جماعت بندی کی جاتی ہے۔

9.1- منظور شدہ یا منظور سرمایہ

یہ اس سرمایہ کی طرف نشاندہی کرتا ہے جس کے ساتھ کمپنی کو رجسٹرڈ کیا جاتا ہے۔ سرمایہ کی زیادہ سے زیادہ رقم ہوتی ہے جو کمپنی عام حصص کے ذریعہ سے اکٹھا کرتی ہے۔ اس سرمایہ کو منظور شدہ سرمایہ یا رجسٹرڈ سرمایہ یا عرفی سرمایہ کہتے ہیں۔ زیادہ سے زیادہ سرمایہ اکٹھا کرنے میں کمپنی پر کوئی قانونی پابندی نہیں ہے۔ منظور شدہ سرمایہ کو حصوں میں تقسیم کیا جاتا ہے۔ مثلاً کمپنی کا پانچ لاکھ روپے منظور شدہ سرمایہ ہوگا جو کہ دس روپے فی حصہ کے حساب سے سچاس ہزار حصوں میں تقسیم کیا جائے گا۔ چونکہ آئین کی سرمایہ کی شق آسانی سے تبدیل نہیں کی جاسکتی اس لیے بنائیاں کو کمپنی کے موجودہ اور آئندہ ہونے والے اخراجات کے پیش نظر زیادہ سے زیادہ یا اعظم سرمایہ کی مقدار مقرر کرتے وقت احتیاط سے کام لیا جانا چاہیے تاہم سرمایہ کی یہ شق بعد میں قانونی لوازمات پورا کرنے کے بعد تبدیل کی جاسکتی ہے۔

9.2- جاری شدہ سرمایہ

تشکیل کے اوائل میں ایک کمپنی تمام منظور شدہ سرمایہ کی ضرورت سے مستثنیٰ ہو سکتی ہے۔ سرمایہ کی وہ رقم

جو کہ عوامی ارکان کو تقسیم کی جاتی ہے اسے جاری شدہ سرمایہ کہتے ہیں جاری شدہ سرمایہ منظور شدہ سرمایہ کا حصہ ہوتا ہے جو کہ عوام کو اشتراک حصص کے لیے پیش کیا جاتا ہے۔ بقایا جاری کیے جانے والا سرمایہ غیر جاری شدہ سرمایہ کہلاتا ہے۔ مثال کے طور پر اگر ایک کمپنی کا پانچ لاکھ کا سرمایہ دس روپے فی حصہ کے حساب سے پچاس ہزار حصوں میں تقسیم کیا جاتا تھا، اور میں ہزار حصے جاری کر دیئے جائیں تو غیر جاری شدہ حصے کی رقم تیس لاکھ روپے رہ جائے گی۔

9.3۔ اقراری یا موجودہ سرمایہ

جاری شدہ سرمایہ، منظور شدہ سرمایہ کے اس حصے کو ظاہر کرتا ہے جو کہ عوام کو اشتراک حصص کے لیے جاری کیا جاتا ہے۔ اقراری یا موجودہ سرمایہ، جاری شدہ سرمایہ کا وہ حصہ ہوتا ہے جو اشتراک کے لیے پیش کیا جاتا ہے اور جس کے لیے عوامی سرمایہ کاروں سے درخواستیں وصول ہر چکی ہوں۔ جاری شدہ سرمایہ کا بقیہ حصہ جو کہ حصص کے لیے پیش نہیں کیا گیا۔ اسے غیر وصول شدہ سرمایہ یا غیر اقراری سرمایہ کہتے ہیں۔ اگر درخواستیں جاری کیے جانے والے حصص سے زیادہ وصول کی جائیں تو سرمایہ کو ڈنڈ وصول شدہ سرمایہ کہتے ہیں۔ ان حالات میں حصص علی الترتیب بٹریک کو جب شرہ تفویض کیے جاتے ہیں اور زیادہ وصول کی گئی رقم حق داران کو واپس کی جاتی ہے۔ اوپر والی مثال کو مد نظر رکھتے ہوئے اگر درخواستیں 5 ہزار حصوں کے لیے وصول ہوں تو کمپنی کا وصول شدہ سرمایہ ایک لاکھ پچاس ہزار روپے ہو گا۔ غیر وصول شدہ یا غیر اقراری سرمایہ پچاس ہو گا۔

9.4۔ طلبیہ سرمایہ

یہ شکل بھی پیش کی جاتی ہے، کمپنی کو تمام وصول شدہ سرمایہ کی ضرورت نہ ہو۔ مزید برآں بلحاظ درجہ بندی سرمایہ اقطاع پر بھی اکٹھا کیا جاتا ہے۔ طلبیہ سرمایہ وہ سرمایہ ہوتا ہے جس کا کمپنی مطالبہ کر سکتی ہے۔

9.5۔ ادا شدہ سرمایہ

کمپنی ضرورت پر حصہ داران سے سرمایہ طلب کرتی ہے ایسے حالات پیش آسکتے ہیں کہ تمام کا تمام سرمایہ وصول نہ ہو، طلبیہ سرمایہ سے جو حصہ وصول ہو جاتا ہے اسے ادا شدہ سرمایہ کہتے ہیں۔

9.6۔ سرمایہ محفوظ

ایک محدود کمپنی مخصوص قرار داد کے ذریعے نا طلبیہ سرمایہ کا ایک حصہ بطور سرمایہ محفوظ رکھ سکتی ہے۔ اس

لحاظ سے سرمایہ محفوظ، نا طلبیدہ سرمایہ کا حصہ ہوتا ہے جسے محفوظ رکھ لیا جاتا ہے اور اسے کمپنی کے اختتام پر طلب کیا جاتا ہے۔ سرمایہ محفوظ کمپنی کے قرض خواہوں کا اعتماد حاصل کرنے کے لیے قائم کیا جاتا ہے۔

10۔ حصص سے متعلق ضروری معلومات

10.1۔ حصہ کی تعریف

محدود کمپنی کے مشترکہ سرمایہ کا ایک چھوٹا جزو ہوتا ہے جس کی قیمت مقرر کر دی جاتی ہے۔ اس جزو کو حصہ بھی کہتے ہیں کمپنی اپنا منظور شدہ سرمایہ چھوٹے چھوٹے اجزاء یا حصص میں تقسیم کر لیتی ہے تاکہ وہ فروخت کے لیے عوام کو پیش کیے جاسیں۔ ہر حصہ کی ایک مخصوص مالیت ہوتی ہے۔ حصص خریدنے والا شخص کمپنی کا حصہ دار کہلاتا ہے۔ کمپنی کے قواعد کی روش سے ان حصہ داروں کے حقوق اور فرائض مقرر کرتی ہے۔ کوئی حصہ دار اپنے مقررہ حق سے زیادہ نفع کا مطالبہ نہیں کر سکتا۔ کمپنی بھی حصص کی مالیت نہیں بڑھا سکتی۔ فروخت شدہ حصص کی مجموعی قیمت کمپنی کا جاری شدہ سرمایہ کہلاتی ہے۔ حقوق اور مفاد کے لحاظ سے حصص کے نام تجویز کیے جاتے ہیں۔ جن کا ذکر بعد میں آئے گا۔

حصہ داروں کی سہولت کے پیش نظر کمپنی بوقت ضرورت اقساط میں حصص کی رقم طلب کرتی ہے جن کی تفصیل پیش نامہ میں درج ہوتی ہے ہر حصہ دار کو حصہ خریدنے سے پہلے پیش نامہ کی مطالبہ کرنا ضروری ہوتا ہے۔

10.2۔ حصص کی رقم کی وصولی کے طریقے

ایک محدود کمپنی عام طور پر حصص کی مالیت زرد درخواست، زر تفویض اور زر طلبانہ کی شکل میں وصول کرتی ہے۔ زرد درخواست حصہ دار کو درخواست کے ساتھ ہی کمپنی کو روانہ کرنا پڑتا ہے ورنہ درخواست پر غور نہیں کیا جاتا۔ نظام جاری شدہ حصص کی مقدار کے مطابق درخواست دہندگان کو حصص تفویض کرتے ہیں جن لوگوں کو حصص تفویض کیے جاتے ہیں ان سے بطور تفویض مزید رقم وصول کی جاتی ہے۔ انہیں تفویض نامہ جاری کر کے حصہ دار بننے کا حق دے دیا جاتا ہے۔

ضرورت پر کمپنی جو رقم وصول کرتی ہے اسے زر طلبانہ کیا جاتا ہے۔ چونکہ یہ رقم مختلف اقسام میں وصول کی جاتی ہے اس اقساط کے لحاظ سے اسے زر طلبانہ دوم اور زر طلبانہ آخر کہتے ہیں۔

10.3۔ معذرت نامہ

جب کمپنی ناگزیر حالات کے تحت کچھ لوگوں کو حصص تفویض نہیں کر سکتی تو کمپنی ان کے نام معذرت نامہ جاری کرتی ہے اور ان کو زرد درخواست بھی واپس کر دیا جاتا ہے۔

10.4۔ تفویض حصص بغیر زر نقد

بعض افقات کمپنی لوگوں کی خدمات کے عوض یا اطلاق کے عوض ان سے نقدی طلب نہیں کرتی بلکہ ان کو حصص جاری کیے جاتے ہیں جن کا اندراج علیحدہ کتب میں کر دیا جاتا ہے۔

10.5۔ حصص کی منتقلی

حصہ داروں کو اپنے حصص منتقل کرنے پر کوئی پابندی نہیں ہوتی جب حصہ دار کو رقم کی فوری ضرورت پڑتی ہے تو کمپنی سے رقم وصول کرنے کی بجائے حصص کو دوسرے لوگوں کے پاس فروخت کر دیتے ہیں حصص کے ساتھ دیگر مفادات بھی منتقل ہو جاتے ہیں۔ حصص کا انتقال تحریری طور پر ہوتا ہے جس میں خریدار اور فروخت کار کی رضامندی احاطہ تحریر میں لائی جاتی ہے ورنہ کمپنی اپنے رجسٹر میں اس قسم کا انتقال درج نہیں کرتی۔ منتقلی دستاویز کا بغور مطالعہ کرنے کے بعد نئے حصہ دار کو صداقت نامہ حصص اور برائے حصہ دار کو صداقت نامہ تیسخ جاری کر دیا جاتا ہے۔

10.6۔ حصص کی ضابطگی

کمپنی کے قواعد کی رو سے نظام کو ان حصوں کے ضبط کرنے کا اختیار ہوتا ہے۔ جن کی مقررہ مدت میں رقم کی وصولی نہیں ہوتی۔ زر طلباء وصول نہ کرنے پر حصہ داران کو اطلاع دی جاتی ہے جس میں بتایا جاتا ہے کہ اگر انہوں نے مقررہ وقت پر رقم ادا نہ کی تو ان کا حصہ ضبط کر لیا جائے گا۔ ضبط کیے جانے والے حصص دوبارہ بھی جاری کیے جاسکتے ہیں۔ نظام کا یہ قدم کمپنی کے مفاد سے عبادت ہوتا ہے۔

10.7۔ صداقت نامہ حصص

یہ سرمایہ کسی شخص کے حصہ دار ہونے کی تصدیق کرتا ہے۔ اس میں حصہ دار کا نام پیشہ، پتہ درج ہوتا ہے خرید کیے جانے والے حصص کی تعداد کی نشاندہی کی جاتی ہے۔ اس رقم کا بھی ذکر کیا جاتا ہے جو حصص کی خرید کے وقت ادا کی گئی ہو۔ اس کے علاوہ صداقت نامہ میں وضاحت کر دی جاتی ہے کہ کتنی رقم اس کے ذمے باقی ہے۔

10.8۔ حصص کی اقسام

عوام کی استطاعت اور پسند کے مطابق کمپنی حصص جاری کرتی ہے۔ بعض دفعہ حصہ داروں کی خواہش اپنی اصل رقم کے بحال رہنے کی طرف ہوتی ہے اور نفع سے زیادہ دلچسپی نہیں ہوتی۔ بعض لوگ نفع پر اپنی توجہ مرکوز

کرتے ہیں اور اصلی رقم کی چنداں پرواہ نہیں کرتے۔ پیش نامہ میں ہر قسم کے حصہ کی تفصیل موعود ہوتی ہے جس کی روشنی میں ہر حصہ دار اپنی پسند کے حصص خرید لیتا ہے۔ کمپنی کے لیے ضروری ہوتا ہے کہ وہ حصص کے اقسام کی تفصیل حکومت کے نوٹس میں لائے۔ اس امر کا بھی ذکر ہوتا ہے کہ وہ مزید سرمایہ کی ضرورت پورا کرنے کے لیے کتنے حصص جاری کرتی ہے۔

(الف) عمومی حصص :

ان حصص سے مراد وہ حصص ہیں جن پر کمپنی منافع کا سب سے زیادہ حصہ تقسیم کرتی ہے۔ کمپنی کے مجموعی منافع میں سے محفوظ سرمایہ یا رقم بصورت مفہوم الگ کر کے باقی تمام منافع عمومی حصہ داروں کے درمیان تقسیم کر دیا جاتا ہے۔ عمومی حصص کی مدد سے جمع ہونے والا سرمایہ مساویانہ سرمایہ کہلاتا ہے۔ ان حصص داروں پر منافع بھی مساوی تقسیم کیا جاتا ہے۔ اس لیے ان حصص کو مساوی حصص کا نام بھی دیا جاتا ہے۔

(ب) ترجیحی حصص :

یہ وہ حصص ہوتے ہیں جس کو عام حصص پر ترجیح دی جاتی ہے۔ منافع میں مقسوم کا مطالبہ اور کمپنی کی تینج کے وقت سرمایہ کا مطالبہ ترجیحی بنیادوں پر زیر غور لایا جاتا ہے۔ ترجیحی حصص کے مقسوم کی فی صد شرح بھی مقرر ہوتی ہے۔ ان حصص پر مقررہ شرح سالانہ کے حساب سے سود بھی واجب الادا ہوتا ہے۔ ان حصص کا سب سے بڑا فائدہ یہ ہے کہ حصہ داروں کو طے شدہ رقم ملنے کا ہمیشہ یقین ہوتا ہے۔ برعکس اس کے عمومی حصص داران اس رعایت سے محروم رہتے ہیں۔

(ج) اتوائی حصص :

یہ حصص ان حصص داروں کو تفویض کیے جاتے ہیں، جو کمپنی کے جاری کردہ حصص کو فروخت کر کے کا ذمہ اٹھالیتے ہیں۔ عمومی اور ترجیحی حصص کے منافع کی تقسیم کے بعد بچا ہوا منافع اتوائی حصص کے خریداروں کو دیا جاتا ہے۔ اس طرح ان حصص داروں کو منافع کا بہت بڑا حصہ وصول ہو جاتا ہے۔ یہ حصے کمپنی کے بانی اپنی خدمت کے عوض خرید لیتے ہیں۔ ان حصص کی تعداد بڑی محدود ہوتی ہے۔ مالے حصے جاری کرتے وقت رجسٹرار کو اطلاع دی جاتی ہے اور ان کا ذکر پیش نامہ میں بھی کر دیا جاتا ہے۔

(د) بونس حصص :

جب کمپنی کا منافع بڑھ جاتا ہے تو نظماً سارا منافع تقسیم نہیں کرتے بلکہ منافع کا کچھ حصہ بطور محفوظ سرمایہ علیحدہ رکھ لیتے ہیں۔ جب مناسب سمجھا جاتا ہے تو یہ محفوظ سرمایہ جاری شدہ سرمایہ میں تبدیل کر دیا جاتا ہے۔ اور اس سرمایہ کے بونس حصص کا اجراء وقوع پذیر ہوتا ہے۔ مثلاً اگر کوئی شخص کمپنی سے کسی ادائیگی پر حصص خریدنا چاہے تو اسے بونس حصص جاری کر دیے جاتے ہیں۔

11- حصہ اور شاک

شاک سے مراد حصص کی مجموعی رقم ہے۔ اگر قواعد میں اس امر کی گنجائش رکھی جاتی ہو تو حصص کے ذریعے وصول ہونے والی رقم شاک میں تبدیل ہو سکتی ہے۔ یہ تبدیلی ایک قرارداد منظور کرنے کے بعد عمل میں لائی جاتی ہے۔ شاک ایک مشت اکٹھا نہیں ہو سکتا۔ لہذا جمع شدہ سرمایہ کو ہی شاک کا نام دے دیا جاتا ہے۔ شاک کو ایک قرارداد کے ذریعے پہلی شکل میں بھی لایا جاسکتا ہے۔ تمام فراہم شدہ سرمایہ جو کہ شاک کا نام حاصل کر لیتا ہے، اسی کے نام پر (مشترک سرمایہ کمپنی) وجود میں آتی ہے۔ ذیل میں حصہ اور شاک کی خصوصیات دی جاتی ہیں۔

| شاک | حصہ |
|--|--|
| 1- شاک ہمیشہ مکمل ادا شدہ ہوتا ہے۔ | 1- حصہ جزوی یا مکمل ادا شدہ ہو سکتا ہے۔ |
| 2- شاک کی بھی عرضی قدر برابر ہو سکتا ہے۔ یہ کسی مخصوص کسر کی نشاندہی نہیں کرتا۔ | 2- حصہ کی عرضی قیمت ہوتی ہے اور یہ ہمیشہ ایک مقررہ رقم کی نشاندہی کرتا ہے۔ |
| 3- شاک جزوی طور پر بھی کمپنی کے قواعد کے مطابق تبدیل کیا جاسکتا ہے۔ | 3- حصہ اپنی مکمل شکل میں انتقال پذیر ہوتا ہے۔ |
| 4- شاک کی کوئی بلحاظ خصوصیت تعداد نہیں ہوتی۔ | 4- کمپنی کے حصص کی تعداد ان کی خصوصیت کے لحاظ سے مقرر ہوتی ہے۔ |
| 5- شاک ایک وقت میں نہیں کیا جاسکتا۔ | 5- کمپنی تمام حصے ایک ہی وقت میں جاری کر سکتی ہے۔ |
| 6- شاک چونکہ حصول کی اجتماعی شکل ہوتی ہے۔ اس لیے عوام کو اشتراک کے لیے جاری نہیں کیا جاسکتا۔ | 6- کمپنی حصص کو بلا واسطہ اشتراک کے لیے جاری کر سکتی ہے۔ |
| 7- شاک صرف محدود کمپنیاں جاری کر سکتے ہیں۔ | 7- حصص تمام قسم کی کمپنیاں جاری کر سکتی ہیں۔ |

12۔ تمسکات او اس کی اقسام

تمسکات سرمایہ حاصل کرنے کے لیے کمپنی کے پاس یہ دوسرا ذریعہ ہے۔ یہ تمسکات ایک مقررہ ضابطہ کے تحت جاری کیے جاتے ہیں۔ ان تمسکات کو تجارتی اور غیر تجارتی ادارے جاری کرنے کے اہل ہوتے ہیں۔ تمسکات دراصل عوام سے حاصل کرنے کا طریقہ ہے جو لمبی مدت کے بعد ادا کیا جاتا ہے۔ کمپنی اپنے کاروبار کو وسعت دینے کی غرض سے یہ قرضے حاصل کرتی ہے۔ کمپنی مقررہ اوقات کے بعد ایک خاص شرح سے مالکان کو نفع ادا کرتی ہے جب تک کہ انہیں اصل رقم ادا نہ کر دی جائے۔ تمسکات ایک قسم کی دستاویز ہوتی ہے۔ جس سے کمپنی مقروض ہونے کا اقرار لیتی ہے۔ اس تجاویز کی پشت پر رقم کی ادائیگی اور منافع سے متعلق تفصیلات موجود ہوتی ہیں۔ کمپنی مخصوص حد تک تمسکات جاری کر سکتی ہے کیونکہ آئین میں قرضہ حاصل کرنے کے اختیارات مقرر کر دیے جاتے ہیں۔ ذیل میں قارئین کے مطالعہ کے لیے تمسکداروں اور حصہ داروں کی خصوصیات بیان کی جاتی ہیں۔

| تمسک دار | حصہ دار |
|--|---|
| 1۔ تمسک دار کمپنی کے قرضہ خواہ ہوتے ہیں۔ ان کو قرضہ کی واپسی اور منافع کی وصولی کے حقوق حاصل ہوتے ہیں۔ | 1۔ حصص کمپنی کے سرمایہ کا حصہ ہوتے ہیں اور حصہ دار کو کمپنی میں مالکانہ حقوق حاصل ہوتے ہیں۔ |
| 2۔ تمسک دار منافع کا حق دار ہوتا ہے خواہ کمپنی کی کوئی بھی حالت ہو۔ | 2۔ حصہ دار کو منافع سے مقسوم ادا کیا جاتا ہے۔ |
| 3۔ ان کے حقوق قرضے کی رقم کی واپسی اور منافع تک محدود ہوتے ہیں۔ | 3۔ ان کی ذمہ داری حصص کی مالیت تک محدود ہوتی ہے۔ |
| 4۔ یہ کمپنی کے واجبات کی ادائیگی کے ذمہ دار نہیں ہوتے۔ | 4۔ یہ کمپنی کے واجبات کی ادائیگی کے ذمہ دار ہوتے ہیں۔ |
| 5۔ کمپنی کو نفع ہو یا نقصان تمسک دار کو وعدہ کے مطابق نفع ادا کیا جاتا ہے۔ | 5۔ نفع حاصل کرنے کی صورت میں بھی حصہ دار کو مقسوم دیا جائے گا۔ |
| 6۔ تمسک دار کمپنی کے نقصان کا ذمہ دار نہیں ہوتا۔ | 6۔ حصہ دار کو مالیت کے مطابق نفع یا نقصان میں شریک ہونا پڑتا ہے۔ |

- 7- تمسکات عام طور پر قابل دلچسپی ہوتے ہیں۔
7- حصص صرف مخصوص حالت کے تحت ہی واپس کیے جاتے ہیں۔
- 8- دباو الیہ ہونے کی صورت میں تمسک دار کو ادائیگی کے لیے ترجیح دی جاتی ہے۔
8- حصہ دار کو کمپنی کے دباو الیہ ہونے کی صورت میں رقم واپس ملنے کی ضمانت نہیں دی جاسکتی۔
- 9- تمسک دار کمپنی کو انتظامی امور میں کسی قسم کی رائے نہیں دے سکتا
9- حصہ دار کمپنی کے انتظامی امور میں حصہ لے سکتے ہیں۔

تمسکات کی اقسام :

(الف) سادہ تمسکات :

سادہ تمسکات دار کی بہتر ایک ضمانتی قرض خواہ کی سی ہوتی ہے۔ کمپنی کی تیسخ کے وقت سادہ تمسک دار کو کمپنی پر کسی قسم کے دعوے کا حق نہیں ہوتا۔ سادہ تمسک دار کو رقم کی واپسی کا وعدہ تو دیا جاتا ہے۔ سادہ تمسک دار سے تمسک واپس لینے کا وعدہ تو لیا جاتا ہے۔ لیکن رقم واپس کرنے کی ضمانت نہیں دی جاتی۔

(ب) مکفول تمسکات :

کفالتی تمسکات وہ تمسکات ہوتے جن کے مالکین اثاثہ جات پر خصوصی حقوق رکھتے ہیں۔ یعنی قرض واپس ملنے کی صورت میں تمسک دار اثاثہ جات کا دعویٰ کا حق رکھتے ہیں۔

(ج) رجسٹری شدہ تمسکات :

ان تمسکات کا رجسٹر میں اندراج ہوتا ہے۔ ان تمسکات کی منتقلی کے لیے باقاعدہ طور پر کارروائی

عمل میں لانی پڑتی ہے۔ ان تمسکات کی رقم صرف انہی کو ادا کی جاتی ہے جن کے نام تمسکات کے رجسٹر میں درج ہوں۔

(د) غیر رجسٹری شدہ تمسکات :

غیر رجسٹری شدہ تمسکات ایسے تمسکات ہوتے ہیں جن کا اندراج رجسٹر میں نہیں ہوتا۔ ان تمسکات کی منتقلی کے لیے کسی قسم کی کارروائی عمل میں نہیں لانی جاتی۔ اس صورت میں تمسکات کے حقوق کسی بھی حامل کے حق میں منتقل ہو سکتے ہیں۔ اس تبدیلی کے لیے کمپنی کو کسی قسم کی اطلاع کی ضرورت نہیں ہوتی۔ تمسک دار کو پین پیش کر کے سود حاصل کر سکتا ہے۔

(س) قابل واپسی تمسکات :

یہ وہ تمسکات ہوتے ہیں، جن کی رقم مخصوص مدت کے انقضاء پر تمسک دار کو ادا کر دی جاتی ہے۔ باقاعدہ وقفوں پر ان پر سود ادا کیا جاتا ہے اور موجودہ مدت کے بعد اصل رقم بھی واپس کر دی جاتی ہے۔ کمپنی تمسکات جاری کرتے وقت اقرار نامہ اسے دیتی ہے، کہ رقم شرائط کے مطابق ادا کر دی جائے گی۔ قابل واپسی تمسکات کی دوسرے شخص کو انہی شرائط پر دوبارہ فروخت کے لیے جاسکتے ہیں۔

(ک) ناقابل واپسی تمسکات :

یہ وہ تمسکات ہوتے ہیں جن کی اصل رقم کمپنی کے قائم رہنے تک واپس نہیں کی جاتی۔ ان کو مسلسل تمسکات بھی کہتے ہیں۔ ان تمسکات کی رقم صرف اسی شکل میں لوای جاتی ہے جب کمپنی کا احتتام و قوع پذیر ہو۔ تمسک دار کمپنی کو تمسکات واپس دینے کے لیے مجبور نہیں کر سکتا۔ ان تمسکات کی رقم کمپنی کی حیات تک واپس نہیں کی جاتی۔

13. آغاز کار کے لیے اجازت نامہ

کمپنی کو "اجازت نامہ آغاز کار" کے لیے درخواست کا حق اس وقت ہوتا ہے جب وہ حصص کی تقویمی اور پیش نما کو مکمل کر لے۔ درخواست دینے پر رجسٹرار اجازت نامہ آغاز کار جاری کرنے سے پہلے اس بات کی تصدیق کرتا ہے کہ کمپنی کے نظام نے مندرجہ ذیل تفصیلات اس کے دفتریں داخل کرادی ہیں۔

1- پیش نامہ یا قائم مقام پیش نامہ رجسٹرار کے دفتریں جمع داخل کروایا ہے۔

2- کم از کم حصے لوگوں کو تفویض کیے جا چکے ہیں۔

3- نظام نے اپنے مشروط حصص کی خریداری اور ادائیگی مکمل کر لی ہے۔

درج کی گئیں دستاویزات کی تکمیل کے بعد رجسٹرار مذکورہ اجازت نامہ جاری کر دیتا ہے۔ جیکہ نجی کمپنیوں کو اپلا کام شروع کرنے کے لیے اس اجازت نامہ کی ضرورت نہیں ہوتی۔

14۔ کمپنی کا نظم و نسق

مشترکہ سرمایہ کمپنی کا نظم و نسق چلانے کے لیے درج ذیل ڈھانچہ کی تشکیل ضروری ہے۔

- مجلس نظام
- انتظامی ناظم یا ناظم عمومی
- انتظامی نمائندہ
- معتمد اور خازن
- کمپنی کے اجلاس
- قراردادیں

14.1 مجلس نظام

عوامی محدود کمپنی میں حصہ داران کی تعداد زیادہ ہونے کی وجہ سے وہ کمپنی کے نظم و نسق میں عملی طور پر حصہ نہیں لے سکتے ہیں۔ کمپنی کی اپنی حیثیت بھی محض ایک ایسی مصنوعی شخصیت کی ہوتی ہے جسے قانون نے جنم دیا ہوتا ہے۔ اس کے لیے یہ ممکن نہیں ہوتا کہ وہ اپنے کاروبار کی دیکھ بھال کے فرائض خود انجام دے اس صورت حال میں کوئی ایسا انتظامی ڈھانچہ دیا جانا ضروری ہے جو کمپنی کا نظم و نسق چلا سکے۔ چنانچہ اس انتظامی ڈھانچے کو قائم کر کے کاروبار کا سوا چاگیل ہے کہ حصہ داران اپنے میں سے کچھ لوگ کاروبار کی نگرانی کے فرائض سرانجام دینے کے لیے منتخب کر لیں۔ یہ منتخب شدہ نمائندے اصطلاح میں نظام کہلاتے ہیں۔

عوامی محدود کمپنیوں کے لیے قانون کمپنی کی رو سے کم از کم تین نظام کی تقرری ضروری ہے۔ لیکن نجی محدود کمپنیوں پر کوئی پابندی نہیں ہوتی۔ کمپنی کے پہلے نظام کے فرائض عام طور پر بانی سرانجام دیتے ہیں۔ کمپنی کے نظام کی جامعیت کی اصطلاح کو ”مجلس نظام“ کہا جاتا ہے۔ مجلس نظام میں ایسے لوگوں کو بھی شامل کر لیا جاتا ہے جو کاروبار میں وسیع تجربہ رکھتے ہیں۔

کمپنی کے نظام کی تقرری کے بعد کمپنی اپنا ایک اجلاس منعقد کرتی ہے جس میں کاروباری مسائل حل کیے جاتے

ہیں۔ یہ مجلس پھر نظام میں سے ایک انتظامی قائد منتخب کرتی ہے جسے صرف ناظم کہا جاتا ہے۔ نظام کے ذمہ اپنے شعبہ کا انتظام ہوتا ہے جبکہ جرنل منیجر یا مینجنگ ڈائریکٹر کے ذمہ کمپنی کے تمام معاملات کی نگرانی کرنا ہوتی ہے۔ مجلس نظام کے قیام کا سب سے بڑا فائدہ یہ ہوتا ہے کہ ہر حصہ دار کا دوبارہ بارہ راست اپنی واحد حیثیت میں دخل اندازی نہیں کر سکتا۔ لاشعوری طور پر ہر حصہ دار پر ہلکے ہوئے سرمایہ کا تحفظ ہوتا ہے۔ سبکدوش ہونے والا ناظم دوبارہ انتخاب میں حصہ لے سکتا ہے اور بالعموم ہوتا بھی یہی ہے کہ ایسے نظام کو ہی دوبارہ انتخاب کے وقت فوقیت دی جاتی ہے۔ نظام کے فوائد کی درج ذیل طریق پر نشاندہی کی جاتی ہے۔

- 1۔ کمپنی بذات خود بے جان شے ہے جس کو با معنی بنانے کے لیے نظام اہم کردار ادا کرتے ہیں۔
- 2۔ نظام کمپنی کی پالیسی مرتب کرتے ہیں جو کمپنی کے لیے منفعت بخش راستہ ہوا کرتی ہے۔
- 3۔ تنہا حصہ دار کسی نتیجہ خیز فیصلہ تک نہیں پہنچ سکتا۔ لیکن جب کوئی مسک مجلس نظام کے سامنے آتا ہے تو وہ اس کا درست حل سوجھ لیتے ہیں۔
- 4۔ نظام جب اپنے فائدے کا خیال کرتے ہوئے بیدار مغزی کا ثبوت دیتے ہیں تو اس سے دوسرے حصہ داروں کو خود بخود فائدہ پہنچ جاتا ہے۔
- 5۔ نظام کمپنی کے نمائندے اور مضامین ہوتے ہیں۔
- 6۔ نظام کمپنی کے لیے اثاثہ خرید بھی سکتے ہیں اور فروخت بھی کر سکتے ہیں چونکہ اکیلے آدمی کی رلے صائب نہیں ہوتی اس لیے نظام کی جاغت بہتر طریقہ سے اس موضوع پر سوچ سکتی ہے۔
- 7۔ کمپنی کی رقم کو ضائع نہیں ہونے دیا جاتا ہے۔ نظام جب خود نقد کمانے کے لیے کوئی طریقہ سوچتے ہیں تو اس سے دیگر حصہ داروں کی دلچسپی بھی خود بخود شامل ہو جاتی ہے۔
- ذیل میں ان افراد کا ذکر کیا ہے جو کمپنی کے ناظم نہیں بن سکتے۔
- 1۔ وہ افراد جو عدالت کی طرف سے ناظم بننے کے لیے موضوع قرار دیئے گئے ہوں۔
- 2۔ ایسے افراد جنہوں نے عدالت میں دیوالیہ قرار دیا جانے کے لیے درخواست دے رکھی ہو۔
- 3۔ ایسے افراد جنہوں نے اپنے حصہ کی پوری رقم ادا نہ کی ہو۔
- 4۔ وہ افراد جو دماغی توازن کھو بیٹھے ہوں۔
- 5۔ ایسے افراد جو اخلاقی جرم کی پاداش میں کسی عدالت سے 6 ماہ کی سزا پا چکے ہوں۔
- 6۔ ایسے افراد جو دیوالیہ تو بن چکے ہوں مگر انہوں نے اپنے قرضوں کا اعلان نہ کیا ہو۔

نظام کی تحریری رضامندی :

نظام کے کوائف کی فہرست تیار کر لینے کے بعد اگلا مرحلہ نظام کی تحریری رضامندی حاصل کرنا ہوتا ہے۔ یہ نظام کپنی پہلے نظام ہوتی ہیں۔ لہذا ان سے تحریری رضامندی کی دستاویزات تیار کرنا بہت بڑی اہمیت کا حامل ہے۔ تحریری رضامندی پیش کرنے سے نظام اپنی ذمہ داریوں کو پورا کرنے کا عہد کرتے ہیں۔ دوسرے الفاظ میں یہ کہا جاسکتا ہے کہ تحریری رضامندی ایک قسم کا حلیہ بیان ہے۔ نظام کا یہ عہد اس بات کی ضمانت ہے کہ کوئی ایسا کام نہ کیا جائے گا جو ملک و ملت کے لیے منفعت بخش نہ ہو۔ نیز نظام کو عہد دینے پر ان میں احساس ذمہ داری کا جذبہ پیدا ہوتا ہے اور کسی شکل میں کاروبار کی سادھ کو زوال کی نظر نہیں ہونے دیں گے۔ نظام پر اس طرح اخلاقی پابندی بھی عائد ہوجاتی ہے کہ وہ ایسا قدم نہیں اٹھائیں گے کہ حصہ داروں کو نقصان پہنچے اور انہیں ندامت کا منہ دیکھنا پڑے۔ نفع و نقصان کی قدر اندازی کر کے کسی منصوبہ کو شروع کرنا ان کا شعار ہوگا۔ تحریری رضامندی سے نظام اپنی ذمہ داریوں سے بطریق احسن عہدہ براہوں گے۔

2. انتظامی ناظم یا ناظم عمومی

انتظامی ناظم کا تعلق انتظامی نمائندے سے مختلف ہوتا ہے جس کا تقرر اس لیے عمل میں آتا ہے کہ وہ کپنی کے جملہ معاملات کا محافظ بنے۔ انتظامی ناظم کو ناظم عمومی کے نام سے بھی پکارا جاتا ہے۔ اس کا یہ ناظم نظام میں سے یہی ہوتا ہے۔ اس ناظم کا تقرر آئین کپنی کے قواعد کپنی کی رو سے وجود میں آتا ہے۔ اس کو کپنی کی طرف سے اختیارات مل جاتے ہیں۔ یہ کسی معاملہ کی پالیسی کا فیصلہ کر سکتا ہے کسی دستاویز پر عام مہر لگا سکتا ہے۔ تحویل پذیر آلات زر کی رقم وصول کر سکتا ہے۔ یا ان پر تسلیم کا اختیار رکھتا ہے۔ یہ اختیارات مجلس نظام کی طرف سے ایک معاہدہ کے تحت تفویض ہو جاتے ہیں۔ درج بالا بحث سے عیاں ہوتا ہے کہ انتظامی ناظم کی تقرری درج ذیل طریقوں سے وجود میں آتی ہے۔

- 1۔ کپنی کے ساتھ معاہدہ سے۔
- 2۔ کپنی کے اجلاس عام قرار داد پاس کرنے کے ذریعہ سے۔
- 3۔ مجلس نظام کی قرار داد سے۔
- 4۔ کپنی کے آئین یا قواعد میں درج شدہ شق کی رو سے۔

یاد رہے کہ انتظامی ناظم دراصل مجلس نظام کا ایک رکن ہوتا ہے۔ اسے دوسرے نظام کے متوازی تمام شرائط پوری

کرنی ہوتی ہیں۔

3. 14 انتظامی نمائندہ

جب کوئی کمپنی کاروبار شروع کرتی ہے تو نظام کمپنی کے کاروبار کو نا تجربہ کاری کی بنا پر یا پھر حصہ داران کی ذاتی درخواستیں ہو کہ کمپنی کا انتظام کسی دوسری فرم کو دے دیا جائے تو اس صورت میں کمپنی اپنے انتظام والے افراد کے لیے کسی مشہور اور یا اعتماد کمپنی کو اپنا نمائندہ منتخب کر لیتی ہے۔ تمام انتظامی امور اس کے سپرد کر دیتے ہیں۔ ایسا اوقات ایسا بھی ہوتا ہے کہ انتظامی نمائندے مختلف حربے استعمال کر کے کمپنی پر قابض ہو جاتے ہیں یا اپنا مقصد حاصل کرنے کی خاطر کسی دوسری فرم کے ایمان پر اس کمپنی کو نقصان پہنچاتے ہیں۔ ان نمائندوں کا عائد کردہ نقصان کسی صورت پورا نہیں ہو سکتا۔ نتیجہ کے طور پر کمپنی ہی ختم ہو جاتی ہے۔ نظام کو ایسا نمائندہ منتخب کرتے وقت چوکس رہنا پڑتا ہے۔ انتظامی نمائندے کو من مانی کرنے کا قطعاً موقع نہیں دینا چاہیے۔ اس کی ہر حرکت اور انداز گفتگو سے بے خبر نہیں رہنا چاہیے۔

4. 14 معتمد اور حازن

ایک ایسا شخص ہوتا ہے جس پر کمپنی کی ذمہ داریاں عائد ہوتی ہیں اور یہ کام وہی کر سکتا ہے جو کمپنی کے قوانین کے جاننے کے علاوہ دفتری کاموں میں بھی اچھی خاصی مہارت رکھتا ہو۔ ہر کمپنی میں ایک سیکرٹری کا عہدہ ہوتا ہے۔ اس عہدہ پر کسی ایسے کی تقرری کی جاتی ہے جو کمپنی کے قوانین، آئین اور کمپنی کے قواعد کے ساتھ ساتھ دوسرے متعلقہ معاملات میں بھی ماہر ہو۔ نظام کا اجلاس طلب کرنا، عام اجلاس منعقد کرنا، اور ان اجلاس کے لیے ایجنڈا تیار کرنا، سیکرٹری ہی کے فرائض میں آتا ہے۔ اس کے علاوہ سیکرٹری مصداقاً ان سے خط و کتابت کرتا ہے اور حصص کی رقوم کو مطالبہ حصص کی منتقلی یا تنسیخ وغیرہ کا کام سرانجام دیتا ہے۔ کمپنی کی رجسٹریشن کے کاغذات کی تیاری اور ان کا رجسٹرار کے دفتر میں پہنچانا سیکرٹری کا کام ہوتا ہے۔ غرض کہ سیکرٹری کمپنی کے تمام معاملات کا ذمہ دار ہوتا ہے۔

وقت گزرنے کے ساتھ ساتھ کاروبار وسیع اور پیچیدہ ہوتا چلا جا رہا ہے۔ کمپنی کا عمومی اور خصوصی لین دین برقرار اور درست رکھنے کے لیے کل وقتی معتمد کی تقرری ناگزیر ہے۔ معتمد میں ذمہ داری کی صفت بدرجہ اتم موجود ہونی چاہیے۔ کاغذات اور دیگر اشیاء رکھنے کی ترتیب میں ماہر ہو۔ کاروبار کی پالیسی سے ماحقہ آگاہ ہو۔

حبت پسندی کے زور سے آراستہ ہو کہ کمپنی کو منفعت بخش مشورے دے سکتا ہو۔ خود کار طریق سے کمپنی کے لین دین میں کوتاہیاں رہتا ہو۔ صحیح وقت فیصلہ اور مضبوط ادارے کا مالک ہو۔ کمپنی سے متعلقہ اسرار کی اشتہار بازی نہ کرے۔ ہر طرح سے تنظیم یا ادوار کا خیر خواہ ہو۔ دیا ننداری اس رگ دریش سے شریع ہو۔ قوانین کے اطلاق کا درست جائزہ لے سکتا ہو۔ طرز تکلم دلکش اور مرعوب کرنے والا ہو۔ لین دین کے وقت نفاست کا مظاہرہ کرنے والا ہو۔ ہر بات کو صفائی سے پیش

کرنے کا عادی ہو اور اپنے کام سے قدرتی لگاؤ رکھتا ہو۔ ایسے مہتمد کا وجود کسی ادارے یا کمپنی کے لیے نعمت غیر مترقبہ سے کم نہیں۔

خازن کا وجود بھی کمپنی کے لیے بہت بڑی اہمیت کا حامل ہے۔ مالی دین دین، گوشوارہ آمدنی اور اخراجات تیار کرنا اس کے اہم فرائض ہیں سے ہر مالیات کا حساب و کتاب اگر درست طریق پر نہ رکھا جائے تو کمپنی دوزخا رویہ تنزل ہو جائے گی۔ خازن کو اگر اپنی ذمہ داریوں کا احساس رہے تو کمپنی کو خسارہ نہیں ہو سکتا۔ خازن سرمایہ کاری کے لیے نظام کو قابل قدر مشورے دے سکتا ہے۔

14.5 کمپنی کا اجلاس

ذمہ داروں کے اجلاس تین قسم کے ہوتے ہیں جن کی تفصیل درج ذیل ہے۔
(الف) آئینی اجلاس :

عوماً آئینی اجلاس کمپنی کا پہلا اجلاس ہوتا ہے۔ اس کے انعقاد کا مقصد حصہ داران کو کمپنی کے امور سے روشناس کرانا ہوتا ہے۔ ماسوائے پرائیویٹ لمیٹڈ کمپنی کے یہ اجلاس کاروبار کا تصدیق نامہ مل جانے کے چھ ماہ کے اندر اندر بلایا جاتا ہے۔ یہ پابندی کمپنی ایکٹ کی رو سے عائد کی گئی ہے۔ اجلاس کی تجویز کردہ تاریخ سے اکیس یوم پہلے سیکرٹری ہر حصہ دار کو دعوت نامہ بھیجتا ہے جس کے ہمراہ ایک رپورٹ بھی ہوتی ہے اس رپورٹ پر کم از کم دو نظامیہ یا صدر نشین سے اختیار حاصل کرنے والے ناظم اور متشیق کار کے دستخط ثبت ہوتے ہیں۔ یہ رپورٹ بہت ہی احتیاط سے تیار کی جاتی ہے۔ اس رپورٹ کو آئینی رپورٹ کے نام سے پکارا جاتا ہے جس کے مشمولات درج ذیل ہیں۔

- 1- الاٹ شدہ حصص اور وصول کردہ رقم کی تفصیل۔
- 2- ابتدائی اخراجات کا تخمینہ۔
- 3- کتنے حصص ضمانت کے تحت جاری کیے گئے ہیں۔
- 4- ایسا معاہدہ جس میں تبدیلی لانی ناگزیر ہے۔
- 5- نظام، تسقیع ساز، انتظامی ناظم، مہتمد اور منیجر کے نام اور پتے۔
- 6- منیجر، انتظامی نمائندے یا نظام کی زیر کفالت حصص کی رقم۔
- 7- عہدہ داران کو حصص کی فروخت پر دیا گیا کمیشن۔

مندرجہ بالا کو الٹ رجسٹرار کے دفتر میں داخل کر دئے جاتے ہیں۔ اگر یہ اجلاس مقررہ وقت کے اندر نہ بلایا

جائے یا آئینی رپورٹ رجسٹرار کے دفتر میں داخل نہ کر دائی جائے تو کوئی ممبر بھی عدالت کی وساطت سے کمپنی کو ختم کرانے کے لیے قدم اٹھا سکتا ہے۔ عدالت کی کوشش سے اجلاس بلایا بھی جاسکتا ہے اور حضور وار شخص کو ایکٹ کے مطابق جرمانہ بھی کیا جاسکتا ہے۔

(ب) سالانہ اجلاس :

سالانہ اجلاس حصہ داران کا عمومی اجلاس ہوتا ہے۔ آفادہ کار کا اجازت نامہ مل جانے کے ڈیڑھ سال کے اندر اندر اجلاس بلانا ضروری ہوتا ہے۔ بعد ازاں ہر مالی سال کے ختم ہونے کے بعد 9 ماہ کے اندر اندر اجلاس بلایا جاتا ہے۔ اس اجلاس کے مقاصد درج ذیل ہیں۔

(1) قواعد کمپنی درج شدہ امور کا فیصلہ کرنا۔

(2) نظام اور تنقیح ساز کی رپورٹ پیش کرنا۔

(3) نئے نظام کا انتخاب، تنقیح ساز کا تقرر اور معاوضہ کا فیصلہ۔

آئینی اجلاس میں تنقیح سازوں کی تقرری نظام کرتے ہیں۔ جو پہلے سالانہ اجلاس عام تک کام کرتے رہتے ہیں بعد ازاں تنقیح سازوں کی تقرری ہر سال حصہ داروں کی رضامندی سے وقوع پذیر ہوتی ہے۔ یہ بھی ہو سکتا ہے کہ تنقیح سازوں کی تقرری عمل میں نہ آئے۔

(ج) ہنگامی اجلاس :

عام اجلاس سالانہ اجلاس کے علاوہ جب کسی خصوصی مسئلہ پر بحث کرنا ہو تو ہنگامی اجلاس طلب کر لیا جاتا ہے۔ حادثاتی قسم کا واقعہ پیش آنے تو اس کی نوعیت کے حساب سے جلد ہی اجلاس طلب کر لیا جاتا ہے۔ اجلاس میں حصہ دار اسی کی منظوری کے لیے رضامندی کا اظہار کرتے ہیں۔ یہ اجلاس کمپنی کے ناظم کو درخواست سے کر بلایا جاتا ہے۔ اگر ناظم اکیس دن کے اندر اجلاس بلائے میں ناکام رہے تو حصہ داروں کو خود اجلاس بلانے کی اجازت ہوتی ہے۔ اجلاس کے طلب کرنے میں جو اخراجات اٹھیں انہیں کمپنی ہی ادا کرے گی۔ اس طرح جو اجلاس بھی بلایا جاتا ہے اس کا ریکارڈ کرنا ضروری ہے۔ مگر اس اجلاس میں کوئی قرارداد پیش کرنے کا منصوبہ ہو تو راکین کو اٹھائیس دن پہلے دعوت نامہ جاری کیا جاتا ہے۔

14.6 کمپنی کی قراردادیں

1۔ عام قرارداد :

عام اجلاس میں منظور کی جانے والی قرارداد عام قرارداد کہلاتی ہے۔ یہ عام سالانہ اجلاس میں کثرت رکنی کی وجہ

سے منظور ہو جاتی ہے۔ عام قرارداد مندرجہ ذیل امور کی وضاحت کرتی ہے۔

- (1) مقسوم کے اعلان کے بارے میں۔
 - (2) نظام کی تقرری کرنا۔
 - (3) انتظامی ناظم کی تقرری یا سبکدوشی کے متعلق۔
 - (4) تفتیح کاروں کی تقرری اور ان کے معاوضوں کا فیصلہ۔
 - (5) سالانہ حسابات کی منظوری کے لیے۔
- عام طور پر حصہ داران کو قرارداد کی اطلاع نہیں دی جاتی۔ اگر آئینی اجلاس میں اطلاع دینا ضروری ہو تو اطلاع دیے میں کوئی حرج نہیں۔

2۔ خصوصی قرارداد :

خصوصی قرارداد کے ذریعے مندرجہ ذیل ترمیم زیر عمل آ سکتی ہیں۔

- (1) کمپنی ایکٹ اور قواعد کمپنی میں ترمیم۔
- (2) وہ کمپنی کے معاملات کی چھان بین کے لیے دفعہ نمبر 24 کے تحت ایک انسپکٹر بھی منتخب کر سکتے ہیں۔
- (3) دفعہ نمبر 54 اور نمبر 55 کے تحت وہ کمپنی کے سرمایہ میں کمی بیشی کر سکتے ہیں۔
- (4) دفعہ (2) نمبر 203 کے تحت کمپنی کو منسوخ بھی کر سکتے ہیں۔

کمپنی ایکٹ اور قواعد کمپنی۔

- (1) عدالت کی منظوری سے آئین کمپنی میں ترمیم۔
- (2) کمپنی کی کارکردگی کی چھان بین کے لیے۔
- (3) انسپکٹر کا تقرر۔
- (4) سرمائے میں کمی بیشی کا فیصلہ۔
- (5) حصول کی سرمایہ کاری پر سود کی وصولی۔
- (6) ناظم کے معاوضہ کا تصفیہ۔
- (7) مرکزی حکومت کی منظوری سے انتظامی نمائندے کے معاوضے میں اضافہ۔
- (8) عدالت کی منظوری سرمایہ حصہ دارانی میں تخفیف کرنا۔

3۔ ہنگامی قرارداد :

ہنگامی قراردادوں سے حصہ داران ایسے فیصلے کرتے ہیں جن کی کمپنی کو فوری ضرورت ہوتی ہے یہ مندرجہ ذیل ہیں۔

15- خود آزمائی

سوال نمبر 1: درج ذیل خالی جگہوں کو مناسب الفاظ سے پُر کیجئے۔

الف۔ عوامی کمپنی کی تشکیل کے لیے ضروری ہے کہ کم از کم ————— کمپنی کے سرمائے میں اشتراک اور اس کی رکنیت قبول کریں۔

ب۔ ہر کمپنی کے وجود کی شناخت اس کے ————— سے ہوتی ہے۔

ج۔ حصص تقسیم کرتے وقت ————— کی اقسام کو مد نظر رکھنا ضروری ہے۔

د۔ ————— میں تبدیلی صرف اسی وقت ممکن ہے جب ————— کو ایک شہر سے دوسرے شہر میں یا ایک صوبہ سے دوسرے صوبہ میں کاروبار میں تبدیل کیا جائے۔

م۔ قواعد کمپنی مشترک سرمایہ کی دوسری اہم ————— ہے اسے ————— کمپنی کے نام سے بھی پکارا جاتا ہے۔
منشی، نظام، حصہ داروں کے ————— نمائندے ہوتے ہیں۔

ک۔ کمپنی کے وجود کو قانونی طور پر تسلیم کرنے کے لیے ————— کا ہونا ضروری ہے۔

ل۔ پیش نامہ سے مراد ایسی اطلاع گشتی مراسلہ ————— یا تحریر ہے جس سے کمپنی عوام کو حصص ————— خریدنے کی دعوت دیتی ہے۔

م۔ تشکیل کے اوائل میں ایک کمپنی تمام منظور شدہ سرمایہ کی ضرورت سے ————— ہو سکتی ہے۔

ن۔ ————— سے مراد حصص کی مجموعی رقم ہے۔

سوال نمبر 2: بیان کی روشنی میں سلسلے دیئے گئے الفاظ صحیح یا غلط پر نشان لگائیے۔

الف۔ کمپنی کو "اجازت نامہ آگاز کار" کے لیے درخواست کا حق نہیں ہوتا۔ صحیح / غلط

ب۔ مشترک سرمایہ کمپنی کا نظم و نسق چلانے کے لیے ڈھانچہ تشکیل دینا ضروری ہے۔ صحیح / غلط

ج۔ تمسکات سرمایہ حاصل کرنے کے لیے کمپنی کے پاس یہ پہلا ذریعہ ہے۔ صحیح / غلط

صحیح / غلط

صحیح / غلط

صحیح / غلط

صحیح / غلط

صحیح / غلط

صحیح / غلط

صحیح / غلط

د۔ اشاک کو ایک قرارداد کے ذریعے پہلی شکل میں نہیں لایا جاسکتا۔

س۔ عوام کی استطاعت اور پسند کے مطابق کمپنی حصص جاری کرتی ہے

مش۔ بعض حالات کے پیش نظر پیش نامہ ادھورا رہ جاتا ہے

ک۔ نجی کمپنیوں کو پیش نامہ یا قائم مقام پیش نامہ پیش کرنے کی ضرورت ہوتی ہے۔

ل۔ صداقت نامہ جاری ہونے پر کمپنی وجود میں نہیں آتی۔

م۔ ہر نجی کمپنی دو سے زیادہ اور ہر عوامی کمپنی سات سے کم نظماں منتخب کرے گی۔

ن۔ انہیں کمپنی طباعت شدہ ہونا ضروری ہے۔

سوال نمبر 3: ہر سوال کے عنوان کے ساتھ مختلف بیانات ہیں درست بیان تلاش کر کے اس کے گرد دائرہ لگائیں جو

عنوان کے ساتھ مل کر درست مطلب دے۔

الف۔ کمپنی کی تشکیل میں پانچواں مرحلہ

1۔ نظماں کے کوائف کی فہرست تیار کرنا ہے۔

2۔ پیش نامہ تیار کرنا ہے۔

3۔ حصص کا اعلان کرنا ہے۔

4۔ ممبران کا انتخاب ہے۔

ب۔ کمپنی کے وجود کو قانونی طور پر تسلیم کرنے کے لیے۔

1۔ رجسٹریشن کا ہونا ضروری ہے۔

2۔ پیش نامہ کا ہونا ضروری ہے۔

3۔ تمسکات کا ہونا ضروری ہے۔

4۔ صداقت نامہ تشکیل کا ہونا ضروری ہے۔

ج۔ سرمایہ محفوظ کمپنی کے قرض خواہوں کا

- 1۔ ادا شدہ سرمایہ حاصل کرنے کے لیے قائم کیا جاتا ہے۔
- 2۔ اعتماد حاصل کرنے کے لیے قائم کیا جاتا ہے۔
- 3۔ فروخت شدہ حصص حاصل کرنے کے لیے قائم کیا جاتا ہے۔
- 4۔ زر طلباء نہ حاصل کرنے کے لیے قائم کیا جاتا ہے۔

د۔ جب کمپنی کا منافع بڑھ جاتا ہے تو نظارہ سارا

- 1۔ سرمایہ تقسیم نہیں کرتے۔
- 2۔ حصص تقسیم نہیں کرتے۔
- 3۔ منافع تقسیم نہیں کرتے۔
- 4۔ بونس تقسیم نہیں کرتے۔

16۔ جوابات

سوال نمبر 1

- الف - سات اشخاص ب - نام ج - حصص د - آئین کاروبار
 س - دستاویز روابط ه - منتخب کردہ ک - صداقت تشکیل ل - اشتہار اسکاٹ
 م - مستثنیٰ

سوال نمبر 2:

- الف - غلط ب - صحیح ج - غلط د - غلط
 س - صحیح ش - صحیح ک - غلط ل - غلط
 ہ - صحیح

سوال نمبر 3:

- الف - 1 ب - 4 ج - 2 د - 3

انجمن امدادِ باہمی

تقریر: محمد امین

نظر ثانی: علی حسن مظفر

یونٹ کا تعارف

انجمن امداد باہمی سے مراد ایک ایسی تنظیم ہے جو کہ اپنی معیشت کو بہتر بنانے کے لیے سرمایہ دارانہ اور اشتراکی نظام کے بین بین ایک راستہ تلاش کرتے ہیں۔ چند ارکان مل کر ایک انجمن بناتے ہیں جو کہ اپنی مدد آپ کے تحت منفعت بخش کاروبار شروع کر کے اپنی معاشی حالت کو استحصال کے تسلط سے محفوظ کر لیتے ہیں۔ رقم کے ساتھ افزائی قوت کو عمل میں لا کر اپنا معیار زندگی بلند کرنے میں کامیاب ہو جاتے ہیں۔

زیر نظر یونٹ میں انجمن امداد باہمی کا پس منظر اور اس کے متعلق ابتدائی معلومات بہم پہنچائی گئی ہیں۔ انجمن کی اقسام، خصوصیات، فوائد اور نقصانات پر روشنی ڈالی گئی ہے اس کے مطالعہ سے مذکورہ معلومات کا قاری اپنی عملی زندگی پر اطلاقی کر سکتا ہے اس طرح وہ اپنی مدد آپ کے تحت کوئی منصوبہ جاری کرے، اپنی اقتصادی حالت ہی بہتر نہیں بنائے بلکہ اپنے ساتھ ممبران کے لیے بھی اسی قسم کی خدمت سرانجام دے سکتا ہے۔

یونٹ کے مقاصد

- اس یونٹ کو پڑھنے کے بعد آپ اس قابل ہو جائیں گے کہ:
- 1- اپنی مدد آپ کے تحت اپنا معیار زندگی بلند کر سکیں۔
- 2- استحصالی نظام سے اپنے آپ کو محفوظ رکھ سکیں۔
- 3- بحیثیت صارف اپنی ضروریات خود پوری کر سکیں۔
- 4- ممبران کی سہولت کے لیے منفعت بخش کاروبار کی نشاندہی ہی کر سکیں۔
- 5- خدمت خلق اور حب الوطنی کے جذبہ سے سرشار ہو سکیں۔
- 6- امداد باہمی کی ذیل میں ہونے والے منصوبوں سے باخبر رہ سکیں۔
- 7- ملکی سطح پر معیشت کو خوشحال بنا سکیں۔
- 8- جمہوریت کی فضا کو برقرار رکھ سکیں۔
- 9- نظام کار کو بہتر بنانے کی طرف توجہ دے سکیں۔

فہرست

- 257 1۔ پس منظر 241
- 258 2۔ انجمن امداد باہمی کے متعلق ابتدائی معلومات 242
- 258 2.1 تعریف
- 258 2.2 امداد باہمی کے مقاصد 243
- 259 2.3 تحریک امداد باہمی کی ابتدا۔ کیوں اور کیسے
- 260 2.4 انجمن کی تشکیل کا طریقہ 244
- 261 2.5 انجمن کے کام کرنے کا طریقہ 245
- 261 2.6 انجمن کے فریجن 246
- 262 3۔ انجمن ہائے امداد باہمی کی اقسام 247
- 262 3.1 انجمن قرضہ امداد باہمی 248
- 262 3.2 انجمن اور امداد باہمی صارفین 249
- 263 3.3 انجمن امداد باہمی پیدا کاران 250
- 263 3.4 انجمن امداد باہمی بازار کاری 251
- 264 3.5 انجمن امداد باہمی زراعت 252
- 264 3.6 انجمن امداد باہمی برائے فراہمی مکانات 253
- 264 4۔ انجمن ہائے امداد باہمی کی خصوصیات 254
- 266 5۔ انجمن امداد باہمی کے بڑے بڑے ادارے اور ان کی کارکردگی 255
- 266 5.1 پنجاب کوآپریٹو بین (پی۔ سی۔ یو) 256
- 267 5.2 پنجاب پراڈنشل کوآپریٹو بینک لمیٹڈ لاہور 257
- 267 5.3 رول سبائی کارپوریشن لمیٹڈ لاہور 258
- 267 5.4 کوآپریٹو انشورنس سوسائٹی آف پاکستان 259
- 268 5.5 ویسٹ پاکستان کنسرومر سوسائٹی لمیٹڈ (کواپ) 260

268

5.6 پاکستان سائیکل اینڈ سٹرپٹ کو آپریٹو سوسائٹی لمیٹڈ

268

5.7 وی ماڈل ٹاؤن کو آپریٹو ہاؤسنگ سوسائٹی

269

5.8 کالنی کو آپریٹو فارمنگ یونین خانیوال لمیٹڈ

269

5.9 شعبہ تعلیم و تربیت

270

6- انجمن ہائے امداد باہمی کے فرائض

272

7- انجمن ہائے امداد باہمی کے نقصانات

274

8- انجمن امداد باہمی اور مشترک سرمایہ کمپنی میں فرق

276

9- محکمہ امداد باہمی کا تنظیمی ڈھانچہ

276

9.1 صدر دفتر

277

9.2 میدانی عملہ

278

9.3 شعبہ تعلیم و تربیت

279

10- خود آزمائی

282

11- جوابات خود آزمائی

۱۔ پس منظر

غیر معینہ مدت سے امداد باہمی انسانی زندگی کا بنیادی اصول رہا ہے۔ امداد باہمی کا مرکزی نظریہ مل جل کر اپنی مدد آپ کے تحت کسی کام کا آغاز کرنا ہے۔ امداد باہمی کی تنظیم کا سب سے بڑا مقصد نفع کمانا نہیں، جیسا کہ دوسری تنظیموں کا مقصد ہوتا ہے بلکہ اپنے ارکان کی خدمت سرانجام دیتا ہے۔ امداد باہمی کی تنظیم کا نصب العین تمام ہر ایک کے لیے امداد ہر ایک تمام کے لیے ہے۔ یہ سرمایہ دارانہ نظام کے بالکل خلاف ہے جس کا مقصد تمام اس کے لیے ہے صنعتی کارکنوں اور چھوٹے طبقہ کی معاشی بد حالی اور مشکلات نے صنعتی انقلاب کے بعد مسافات کی بنیاد پر رٹا کا نہ اجتماع کے لیے مہمیز کا کام کیا جس کا نتیجہ مشترکہ معاشی دلچسپیوں کی ترقی کی شکل میں ظاہر ہوا۔

پہلے پہل 1844ء میں رابرٹ اوڈن نے امداد باہمی کی تحریک کو جاری کیا۔ اس نے 28 کارکن ارکان کے ساتھ انگلینڈ میں صارفین کی امداد باہمی کی سوسائٹی بنائی جس میں 28 کارکن بطور ارکان شامل تھے۔ اس سوسائٹی کو روڈیل سوسائٹی کا نام دیا گیا یہ تحریک آہستہ آہستہ ایک عالمگیر شکل اختیار کر گئی جس کے نتیجے میں معاشی سرگرمی کے مختلف میدانوں میں امداد باہمی کی تنظیموں کی بنیاد پڑ گئی۔ قرضوں کا اجراء بھی کیتی باری، بازار کاری، تعمیر، بار بوعاری، بیمہ کاری، ماہی گیری، مرغ بانی، ڈیری فارینگ اسی تحریک کا نتیجہ ہیں۔ تحریک امداد باہمی کا سب سے بڑا مقصد امداد باہمی کے کاروبار سے مشترکہ معاشی دلچسپیوں کا سراغ لگا کر حاجت مند لوگوں کو آرام اور سکون، پہنچنا تھا۔ امداد باہمی سرمایہ دارانہ نظام اور اشتراکی نظام کے درمیان مشترکہ واسطہ کی حیثیت رکھتا ہے۔ کیونکہ یہ دونوں قسمیں نظاموں کے فوائد کی باسبانی کرتی ہیں۔ اور اس سے خطرات اور خامیاں دور ہو جاتی ہیں۔ امداد باہمی سے سرمایہ دارانہ نظام کی برائیاں مثلاً کارکنوں کا استحصال اور ریاست کی مداخلت سے آزادی وغیرہ ختم ہو جاتی ہے۔ اشتراکی نظام میں افراد کی سرگرمیاں میں ریاست کی مداخلت کی زیادتی، امداد باہمی کی وجہ سے کمی ہو جاتی ہے حقیقت میں سوسائٹی کے کمزور فریق طاقتور کے استحصال کے خلاف متحد ہو جاتے ہیں۔ اس طرح امداد باہمی کی تنظیمیں پیدا کاری کی ہم کو نفع کمانے کی عرض نہیں بلکہ ارکان کی خدمت سرانجام دینے کی عرض سے جاری رکھتی ہیں۔ اسی طرح صارفین، صنعت کاروں اور حقوق فرد دشوں سے براہ راست تعلق قائم کر کے ساتھی صارفین کو سستے داموں پر خدمات اور سامان فراہم کر سکتے ہیں جس سے غائبانہ اور ان کا نفع ساقط ہو جاتا ہے۔

یہ عام مشاہدہ ہیں آیا ہے کہ عوام اور مختلف محکموں کے ملازمین محکمہ امداد باہمی کے وجود اور اس کی افادیت سے کماحقہ واقفیت نہیں رکھتے اور اس سے خاطر خواہ استفادہ نہیں کر پاتے۔ اس کی کمی کو دور کرنے کے لیے حکومت پنجاب نے ضروری سمجھا کہ محکمہ امداد باہمی کے تنظیمی ڈھانچہ فرائض اور طریقہ کار وغیرہ سے عوام اناس کو متعارف کرایا جائے۔

2۔ انجمن امداد باہمی کے متعلق ابتدائی معلومات

2.1 تعریف

امداد باہمی کی تعریف بطور تجارتی تنظیم کے مختلف مصنفین نے درجہ ذیل طریق سے کی ہے۔
 (ا) امداد باہمی کی سوسائٹی ایسی امداد باہمی کی سوسائٹی ہے جو کہ ایکٹ نمبر 1912 کے تحت رجسٹرڈ ہوئی یا ذاتی طور پر کسی ریاست میں کسی قانون کے تحت جاری ہوئی۔
 (ب) یہ نالواتوں کی ایک جماعت ہے جو کہ مشترکہ اقتصادی ضرورت کے تحت اکٹھے ہو جاتے ہیں اور تجارتی تنظیم کے ذریعے غربت سے نجات پانے کی کوشش کرتے ہیں۔
 (ج) امداد باہمی کا نظریہ اس طرف اشارہ کرتا ہے کہ تنہا اور کمزور آدمی جماعت کے ساتھ مل کر اخلاقی ترقی اور باہمی امداد سے ایسا نفع کما سکتا ہے جو کہ دولت مند اور طاقت مند کھاتے ہیں۔

2.2 امداد باہمی کے مقاصد

امداد باہمی کے لفظی معنی آپس میں ایک دوسرے کی مدد کرنا یا کسی کام کو باہمی تعاون سے کرنا ہے جب بعض افراد اپنی کسی مشترکہ اقتصادی غرض پوری کرنے کے لیے انفرادی کوشش کی بجائے اجتماعی اور منظم کوشش کرتے ہیں اور ان کا مقصد کاروبار میں منافع جوئی کی بجائے شرکاء کی اقتصادی ضروریات پورا کرنا ہو تو ان کی اس جدوجہد کو ہم ”امداد باہمی“ کے نام سے موسوم کرتے ہیں۔ فنی یا محکمہ اصطلاح میں امداد باہمی ایک ایسا طریقہ تنظیم ہے جس میں اشخاص بحیثیت انسان اپنی رماندگی سے مساوات کے اصول پر اپنی اقتصادی حالت کو بہتر بنانے کے لیے شمولیت اختیار کرتے ہیں۔ امداد باہمی کے دس اہم نکات مندرجہ ذیل ہیں۔

- 1۔ اخوت اور مساوات تحریک امداد باہمی کی جان ہیں۔
- 2۔ ممبران کو اپنے اداؤں کے کاروبار میں پوری دلچسپی لینی چاہیئے۔
- 3۔ اپنے اقتصادی مسائل حل کرنے کے لیے مل جل کر سعی کیجئے۔
- 4۔ انفرادی کوشش کی بجائے تنظیم پر بھروسہ کرنا بہتر ہے۔

- 5- مہراں کو اصولات امداد باہمی کی خوب تعلیم دیکھیے۔
- 6- جمہوری نظم و ضبط کو موثر اور مقبول بنائیے۔
- 7- زیادہ قری اور عظیم بننے کی کوشش کی جائے۔
- 8- ایک دوسرے کے کام آنا سیکھیے۔
- 9- سرمایہ کے منصفانہ استعمال سے مالیات کو زیادہ محکم بنائیے۔
- 10- اراکین انتظامیہ کو چاہیئے کہ وہ اپنی کارکردگی کو خوب سے خوب تر بنائیں۔

2.3 تحریک امداد باہمی کی ابتداء- کیوں اور کیسے

تحریک امداد باہمی موجودہ صدی کے آغاز میں متحدہ ہندوستان میں شروع ہوئی۔ اس وقت لوگ بالخصوص کاشتکار طبقہ برسی طرح قرضہ کے بوجھ تلے دبا ہوا تھا۔ ساہوکار محیثت پر پوری طرح چھایا ہوا تھا۔ حکومت کو بھی احساس تھا کہ کاشتکار کو ساہوکار کے چنگل سے آزاد کرایا جائے۔ مقررہ منیت کو ختم کیا جائے۔ کاشتکار کو اپنے پاؤں پر کھڑا ہونے کے قابل بنایا جائے۔ زراعت کو ترقی دی جائے۔ محدود ذرائع کے لوگوں کی مالی حالت بہتر کرنے کے لیے حالات سازگار بنائے جائیں۔ پیداوار کی قیمت زیادہ سے زیادہ کاشتکار کو ملے اور زرعی اجناس کی قیمت زیادہ ہو۔ چنانچہ

وہی محیثت کو درست کرنے کے لیے

عام کاشتکار کی حالت بہتر بنانے کے لیے

عوام کو ساہوکار کے ظلم سے نجات دلانے کے لیے

مقررہ منیت ختم کر کے لیے

محدود ذرائع والے طبقہ کو اپنی مدد آپ کے اصولوں پر آمدن میں اضافہ کرنے کے لیے متحدہ ہندوستان میں حکومت کی مدد سے مندرجہ بالا مقاصد کے حصول کے لیے تحریک امداد باہمی کا آغاز ہوا اور اسے قانونی شکل اور تحفظ دینے کے لیے 1904ء میں پہلا کوآپریٹو سوسائٹیز ایکٹ بنا ساس ایکٹ کے تحت صرف قرضہ کی انجمن رجسٹری ہو سکتی تھیں۔ وقت اور حالات کی تبدیلی کے ساتھ ساتھ یہ احساس ہوا کہ قرضہ کے علاوہ دیگر اقسام کی انجمنوں کا اجراء مذکورہ مقاصد کے حصول کے لیے ضروری ہے۔ لہذا 1912ء میں دوسرا کوآپریٹو سوسائٹیز ایکٹ پاس ہوا جو 1929ء میں 1965ء تک نافذ ہوا، جس کا مقصد مشترک معاشی ضروریات والے زراعت پیشہ و دیگر اشخاص میں جذبہ کفایت شناری مدد ذاتی اور باہمی تعاون کو فروغ دینے کے لیے انجمنوں کی تشکیل اور طریقہ کار کو سہل کرنا ہے۔

2.4 انجمن کی تشکیل کا طریقہ

انجمن امداد باہمی کا بنیادی مقصد اصولات امداد باہمی کے مطابق ممبران کی اقتصادی حالت بہتر بنانا ہے۔ ہمارا ملک ایک زرعی ملک ہے جس کی بیشتر آبادی بالواسطہ یا بلاواسطہ زراعت سے منسلک ہے۔ کسان کے پاس اتنا سرمایہ ہر وقت موجود نہیں ہوتا۔ ضروری سرمایہ کا انتظام اگر بروقت نہ ہو سکے تو اس کی سارے سال کی محنت ضائع ہونے کا احتمال ہوتا ہے۔ ان حالات میں کاشتکار زرعی ضروریات اور بعض اوقات بنیادی ضروریات زندگی کے لیے قرضہ لینے پر مجبور ہوتا ہے۔ کاشتکار کی ایسی ہی ضروریات پورا کرنے میں انجمن ہائے امداد باہمی انتہائی مؤثر کردار ادا کر رہی ہیں۔ یہ واضح رہے کہ تحریک امداد باہمی سے استفادہ محض کاشتکار پیشہ اشخاص تک ہی محدود نہیں بلکہ شہر اور دیہات میں رہنے والے دیگر پیشوں سے متعلق افراد مثلاً دستکار، پھوٹے صنعت کار اور خواتین بھی مستفید ہو سکتے ہیں۔

اسی تحریک سے فائدہ حاصل کرنے کے لیے قانون کے تحت انجمن امداد باہمی کا قیام ضروری ہے جس کے لیے کم از کم دس بالغ اشخاص جنہیں ایک جیسا اقتصادی مسئلہ درپیش ہو۔ مثلاً کاشتکار کے لیے زرعی ضروریات کی فراہمی یا دستکاروں کے لیے خام مال کی خرید کے لیے قرضہ کی فراہمی وغیرہ تو وہ باہمی مشاورت سے کوآپریٹو سوسائٹیز ایکٹ مجریہ 1925ء کے تحت ایک انجمن بنا سکتے ہیں۔ ایسی انجمن کی تشکیل کے سلسلہ میں انہیں اپنی تحصیل کے اسسٹنٹ رجسٹرار کو ایک درخواست دینا ہوگی یا وہ اپنے تھانہ کے انسپکٹر کوآپریٹو سوسائٹیز یا یونین کونسل کی سطح پر تعینات سب انسپکٹر، کوآپریٹو سوسائٹیز سے رابطہ قائم کر سکتے ہیں۔ حکمہ امداد باہمی کا متعلقہ علمہ ایسی درخواست موصول ہونے پر متعلقہ جگہوں میں پہنچ کر درخواست دہندگان سے رابطہ قائم کرے گا۔ علمہ کا فرم ہے کہ وہ درخواست دہندگان کو امداد باہمی کے اصولات فوائد اور انجمن کے طریق کار کے بارے میں آگاہ کرے۔ علاوہ ازیں وہ درخواست دہندگان کے پیش کردہ کوائف کی جانچ پڑتال کرے گا۔

جملہ درخواست دہندگان کی موجودگی میں انجمن کے کوائف جنہیں بائیلائز انجمن کہا جاتا ہے بتائے جائیں گے جو کہ عام طور پر رجسٹرار کوآپریٹو سوسائٹیز کے منظور کردہ نمونہ کے مطابق ہوتے ہیں جو پراونشل کوآپریٹو بینک کی شاخوں سے کتب انجمن کے ہمراہ قیمتاً دستیاب ہیں اس کے بعد انجمن کی باقاعدہ رجسٹری کے لیے مطلوبہ دیگر کاغذات تیار کروائے گا اور انہیں متعلقہ انسپکٹر کی معرفت اسسٹنٹ رجسٹرار کوآپریٹو سوسائٹیز کے پاس بھیج دیا جائے گا اور اگر اسسٹنٹ رجسٹرار صاحب مطمئن ہوں کہ مجوزہ انجمن نے تلافی شرائط پوری کی ہیں تو وہ انجمن اور اس کے بائیلائز رجسٹری کر دیتے ہیں جس کے بعد انجمن ایک قانونی ادارہ مقبول ہوگی جو اپنے قواعد کے مطابق کام کرے گی۔

2.5 انجن کے کام کرنے کا طریقہ

انجن نے اپنے رجسٹری شدہ بائیلاز کے مطابق کام کرنا ہوتا ہے۔ انجن کا دائرہ کار دوبارہ انتظامیہ کمیٹی کے سپرد ہوتا ہے جسے تمام ممبران اجلاس عام میں منتخب کرتے ہیں۔ کمیٹی عام طور پر ایک سال کے لیے منتخب ہوتی ہے۔ بائیلاز انجن میں اجلاس عام کے لیے مخصوص فرائض کے علاوہ جملہ کاروبار انجن انتظامیہ کمیٹی کے سپرد ہوتا ہے۔ کاروبار انجن سے متعلق فیصلے باقاعدہ کتاب کارروائی انجن میں تحریر ہوتے ہیں۔ تحریر کے کام کے لیے انتظامیہ کمیٹی سیکرٹری کا تقرر کرتی ہے، جو تنخواہ داریا اعزاز بھی ہو سکتا ہے۔ ایک زرعی انجن قرضہ میں ممبران کی ضروریات قرضہ کا تخمینہ بک کی معرفت زرعی اشیاء کا حصول ممبران میں حد قرضہ تک ادا ان کے مطالبہ کے مطابق تقسیم فضل کے اختتام پر وصولی قرضہ نادرہنگی کی صورت میں قانونی کارروائی کے لیے تحریک اور واپسی قرضہ تک وغیرہ انتظامیہ کمیٹی کے فرائض میں شامل ہے۔

2.6 انجن کے فرائض

- 1۔ مدد ذاتی اور باہمی تعاون کے ذریعے محدود ذرائع کے اشخاص میں ان کی معاشی حالت کو بہتر بنانے کے لیے تحریک امداد باہمی کا فروغ۔
- 2۔ لوگوں کو نظریہ و اصولات امداد باہمی اور کاروباری طریقہ کار سے روشناس کرانا۔
- 3۔ انجنوں کی رجسٹری، نگرانی، پڑتال معائنہ وغیرہ کرنا تاکہ انجنیں اصولات امداد باہمی کی خلاف ورزی نہ کریں اور ممبران و انتظامیہ انجنوں سے ناجائز فائدہ نہ اٹھائیں۔
- 4۔ ترقیاتی پروگراموں کی منصوبہ بندی اور ان پر عمل درآمد میں انجنوں کی رہنمائی کرنا۔
- 5۔ حکومت اور دیگر اداروں سے مالی امداد و دیگر ضروریات کے حصول میں انجنوں کی مدد کرنا۔
- 6۔ دائرہ امداد باہمی سے متعلق ترقیاتی سکیموں کی منصوبہ بندی اور عملدرآمد کرنا۔

3۔ انجمن ہائے امداد باہمی کی اقسام

ان انجمنوں کی جماعت بندی کے لیے کوئی جفا تلا معیار نہیں ہے۔ یہ انجمنیں علیٰ طور پر ہر مقصد کے لیے تشکیل دی جاسکتی ہیں۔ امداد باہمی کی انجمنوں کی اقسام درج ذیل طریق پر بنائی جاسکتی ہیں۔

- 1۔ انجمن قرضہ امداد باہمی۔
- 2۔ انجمن امداد باہمی صارفین۔
- 3۔ انجمن امداد باہمی پیدا کاران۔
- 4۔ انجمن امداد باہمی بازار کاری۔
- 5۔ انجمن امداد باہمی فراہمی مکانات۔

3.1 انجمن قرضہ امداد باہمی

یہ انجمن درمیانہ درجہ لوگ اس لیے قائم کرتے ہیں کہ وہ اپنے ممبران کو قرضہ کی تھوڑے عرصہ کے لیے سہولتیں فراہم کریں گے۔ جس سے ان کے اندر باہمی امداد کا جذبہ بھی پیدا ہوگا۔ ممبران کی ذمہ داری عموماً محدود ہوتی ہے۔ ان انجمنوں کے خذہ حصص سرمایہ سے مہیا کئے جاتے ہیں جن میں ممبران کا اشتراک ہوتا ہے۔ اس کے علاوہ وہ بیرونی ذرائع سے بھی قرضہ حاصل کرتے ہیں۔ یہ انجمنیں اپنے ممبران کو تعمیر مقاصد کے لیے قرضہ دیتی ہیں اور اس کے عوض بہت مختصر اسود وصول کرتی ہیں۔

یہ انجمنیں دو قسم کی ہوتی ہیں۔ کیونکہ یہ دیہاتی اور شہری رقبہ کا احاطہ کرتی ہیں۔ دیہاتی انجمنیں مزید دو قسموں میں بھیلانی جاسکتی ہیں جن میں زرعی اور غیر زرعی قرضہ کی سہولت میسر آسکتی ہے۔ دیہاتی انجمنیں ابتدائی اور شہری انجمنیں شہری بنگ یا کارکنوں کی انجمنیں کہلاتی ہیں۔

3.2 انجمن اور امداد باہمی صارفین

یہ انجمنیں صفت کاروں کے ساتھ براہ راست تعلق قائم کرنے کے لیے وجود میں آتی ہیں۔ جس سے نمائندہ کالوجہ اور ان کے اخراجات ختم ہو جاتے ہیں اس سے صارفین کے پاس اشیاء سستے داموں پہنچ جاتی ہیں۔ یہ ٹھوک کے حساب سے اچھی قسم کا مال خریدتی ہیں اور متناسب قیمت پر مال کو فروخت کرتی ہیں۔ اس سے ہونے والا منافع جزوی طور پر حصہ داران کو ان کے سرمایہ کی مناسبت سے تقسیم کر دیا جاتا ہے۔ کچھ حصہ سماجی خدمات کے لیے مثلاً تعلیم

طبی امداد پر خرچ کیا جاتا ہے۔ یہ انجمن لوگوں کا معیار زندگی بلند کرنے کے لیے بہت مددگار ثابت ہوتی ہیں۔ ان انجمنوں کا ہر شخص ممبر بن سکتا ہے۔ بشرط یہ ہے کہ وہ انجمن طے شدہ اصولوں پر پابند ہے۔ ان انجمنوں کے تحت گھر، بنگ بھی قائم کئے گئے ہیں جو کامیابی سے اپنا کام کر رہے ہیں۔

3.3 انجمن امداد باہمی پیدا کاران

پیدا کاران کی انجمن صنعتی انجمن بھی کہلاتی ہیں۔ یہ انجمن طاقت ور سرمایہ داروں کے خلاف مخصوص مقامی پیدا کار یا کاریہ قائم کرتے ہیں۔ صنعتی انجمنوں کو مزید دو اقسام میں تقسیم کیا جاتا ہے۔

1۔ پہلی قسم اپنی پیداوار کو انجمن امداد باہمی کے پاس فروخت کرے گی، جو کہ اس کے بدلے میں نفع پر لوگوں کے پاس فروخت کرے گی۔ انجمن کی یہ قسم سرمایہ داران کی وساطت کے بغیر ہی اشیاء کی صنعت کرتے ہیں اور خرید و زندگی کے مطابق ان کی پیداواری میں ترمیم کرتے رہتے ہیں۔ اس طرز پر اقتدار اعلیٰ سرمایہ داروں کی بجائے کارکنوں کے ہاتھوں میں ہوتا ہے اس طرح حاصل ہونے والا یہ نفع کا کچھ حصہ عام فلاح و بہبود کے مقاصد پورے کرنے کے لیے خرچ کیا جاتا ہے اور باقی منافع ممبران کے درمیان تقسیم کر دیا جاتا ہے۔ بعض حالتوں میں یہ انجمن اپنے ممبران کو خرید کی سہولتیں فراہم کرتی ہیں تاکہ وہ آلات اور اوزار حاصل کر سکیں۔

دوسری قسم میں پیدا کار ممبران کو انجمن کے ملازم رکھا جاتا ہے جو کہ اپنی محنت کا معاوضہ حاصل کرنے میں انجمن ان کو خام مال اور سادہ سامان مہیا کرتی ہے اور ان کی پیداوار فروخت کے لیے حاصل کر لیتی ہے اس طرح انجمنوں کے ممبران دوہرا فائدہ حاصل کرتے ہیں اول یہ کہ انہیں سرمایہ، خام مال، آلات، ساز و سامان دیا جاتا ہے۔ دوم یہ کہ انہیں اپنی پیداوار کو منڈیوں میں سے لے جانے کی ٹنگ و دو نہیں کرنی پڑتی۔

3.4 انجمن امداد باہمی بازار کاری

یہ انجمن غیر تابع پیدا کار ہوتی ہیں جو کہ اپنے مال کو مقررہ دموں پر بیچتی ہیں۔ ہر قسم کے مال کی درجہ بندی کر لی جاتی ہے۔ انہیں مقرر کیے ہوئے دموں پر بیچ دیا جاتا ہے۔ چونکہ موجودہ زمانہ میں بازار کاری بڑی پیچیدہ ہوتی جا رہی ہے۔ لہذا ان انجمنوں کی طرف لوگوں کی توجہ مرکوز ہوتی جا رہی ہے۔ انجمن اپنے ممبر پیدا کاران کے لیے ذخیرہ کاری کی سہولتیں بھی مہیا کرتی ہیں۔ فروخت سے کمایا ہوا منافع ممبران کے درمیان ان کے سرمایہ کی نسبت سے تقسیم کر دیا جاتا ہے۔ یہ انجمنیں بازار کاری کی اطلاعات بھی جمع کرتی ہیں اور اپنے ممبران کی مالی امداد بھی کرتی ہیں۔ ان انجمنوں کی کارکردگی میں غائبوں کا واسطہ ختم ہو جاتا ہے۔ اس کے علاوہ یہ انجمنیں ناپ تول اور محاسبی میں بڑی دیانتداری سے کام لیتی ہیں۔ ان انجمنوں کی کاروباری سادھ کو تقریت ملتی ہے۔

3.5 انجمن امداد باہمی زراعت

ان انجمنوں کا مقصد زراعت کو سائنسی طریق سے اپنا کر لفع کمانا، پیداوار بڑھانا اور کاشتکاروں کی مالی حالت کو بہتر بنانا ہے جو مکمل زراعت کی کلائی میں عام طریقہ کار سے بہت سے عمل کاری کی ضرورت پیش آتی ہے جس سے منافع کے مواقع کم ہو جاتے ہیں۔ باہمی طور پر سائنسی طریق سے زراعت کے کاروبار کو چلانے سے اہم تبدیلیاں لائی جاسکتی ہیں۔

3.6 انجمن امداد باہمی برائے فراہمی مکانات

فراہمی مکانات کی انجمنیں اس لیے وجود میں آتی ہیں کہ ممبران کو رہائشی سہولتیں فراہم کرے۔ یہ سہولتیں ملکیت کی شکل میں یا کرایہ کی شکل میں فراہم کی جاتی ہیں اور اس میں ہر قسم کے تحفظ کی ضمانت دی جاتی ہے۔ یہ انجمن ان ممبران کے لیے قرضہ کی سہولتیں مہیا کرتی ہیں جس کے پاس رہائش کی حصول کے لیے قوت خرید نہیں ہوتی۔ کچھ انجمنیں مکانات کی تعمیر کے لیے قرضہ بھی دیتی ہیں۔

قرضہ داروں سے قرضہ اقاط پر وصول کیا جاتا ہے۔ بعض دفعہ انجمنیں زمین حاصل کر کے ان کے پلاٹ بنا کر مکان تعمیر کرنے کے لیے ممبران میں تقسیم کرتی ہے۔ انجمن تعمیر مکانات کے لیے وجود میں آتی ہے۔ کچھ انجمنیں اپنے ممبران کے لیے مکانات کو بنائے اور ان کو الاٹ کرنے میں مدد کرتی ہیں معینہ مدت کے بعد جبکہ قرضہ بھی ادا کیا جا چکا ہو تو متعلقہ ممبران کو ملکیت کے حقوق حاصل ہو جاتے ہیں۔

4۔ انجمن ہائے امداد باہمی کی خصوصیات

انتظام والضرام میں سہولت :

انجمن امداد باہمی کی تنظیم میں مالک اور مزدور کی تعریف نہیں ہوتی جو کہ کشمکش کی بنیاد بن کر کاروبار کو تباہ کرنے کی ذمہ داری ہوتی ہے۔ انجمن امداد باہمی کی تنظیم میں کاروبار بہترین پر چلایا جاتا ہے۔ حصہ داروں کو نفع بھی مساوی طور پر حاصل ہو جاتا ہے۔

منافع کی تقسیم :

امداد باہمی کی تنظیم سے جاری ہونے والے کاروبار سے حاصل ہونے والے نفع مزدوروں کی ملکیت ہوتا ہے ان کے

سوا نفع کا کوئی دوسرا شخص دعویٰ نہیں کر سکتا۔ یہ نفع ان کی اپنی کمائی
کو مزید کام کرنے کی دعوت دیتا ہے۔

موسطین سے نجات :

انجن امداد باہمی کے زیر نگرانی تمام کاروبار ممبران کی ملکیت ہوتا ہے۔ ممبران موسطین کے بغیر صنعتکاروں سے
براہ راست اشیاء خرید لیتے ہیں جس سے گماشتہ یا نمائندہ کے بجاری خرچ سے نجات حاصل ہو جاتی ہے۔
اشیاء کا بہتر انتخاب :

ممبران کا اولین مقصد اپنے آپ کو ہر قسم کے دھوکہ سے بچانا اور اپنے ساتھی ممبران کی خدمت کرنا ہے۔ انجن
امداد باہمی کی تنظیم چلانے والے افراد با ذوق اور خوش طبع ہوتے ہیں۔ چونکہ انہیں ذاتی مقاصد کو پس پشت رکھنا پڑتا ہے۔
اس لیے وہ ایسی اشیاء خریدتے ہیں جو اچھی کیفیت میں اور دیر پا ہوں۔ اشیاء کی خرید میں جملہ ممبران کے نفع نقصان کو مد نظر
رکھا جاتا ہے۔

صارفین کا نفع :

انجن امداد باہمی کے تحت چلایا جانے والا کاروبار نفع کی حصول کی نشاندہی نہیں کرتا۔ ممبران کو بازار سے مقابلہ
بہت اور سستی اشیاء مل جاتی ہیں۔ ممبران کی آمدنی میں اس طرح بے ہوا اضافہ ہوتا رہتا ہے۔ اس تنظیم میں تھوک فروش اور
توسط ختم ہو جاتا ہے۔ جس سے تنظیم کو کارخانہ دار یا صنعت کار سے سستا مال مل جاتا ہے۔
بلا معاوضہ شہرت :

انجن امداد باہمی کی کارکردگی بذات خود تشہیر کا باعث بن جاتی ہے۔ اشیاء کے سستے داموں پر حاصل ہونے
کی وجہ سے گاہکوں کا تانتا بندھا رہتا ہے۔ فروخت کے زیادہ ہونے سے زیادہ نفع حاصل ہوتا ہے۔ جن سے ممبران
کی آمدنی پر خوشگوار اثر پڑتا ہے۔
ممبران میں اضافہ :

انجن امداد باہمی کے تحت کاروبار منفعت بخش ہوتا ہے۔ صارفین کے لیے ایسے کاروبار میں شریک ہونے کی
کشش پائی جاتی ہے۔ وہ نفع کمانے کی غرض سے ممبر بننے کے لیے پیش کش کرتے ہیں۔ اس طرح انجن کو دوسرا فائدہ ہوتا
ہے ایک تو ممبران کے درمیان انجن کو شہرت ملتی ہے، دوسرے ان کے سرمایہ میں اضافہ ہوتا ہے۔

مختلف النوع اشیاء کی دستیابی :

انجن امداد باہمی کی قائم کردہ تنظیمی کاروبار میں ہر قسم کی شے دستیاب ہو جاتی ہے۔ صارفین کو اشیاء کی حصول

میں مختلف دوکانوں پر جانے کی زحمت نہیں اٹھانی پڑتی جس سے ان کے وقت میں بھی بچٹ ہر جاتی ہے۔ اس کے علاوہ ہر چیز کی قیمت مقرر ہوتی ہے۔ جس سے قیمت طے کرنے میں کسی قسم کی دقت پیش نہیں آتی۔ مساویارہ حقوق :

ہر رکن کا ایک ووٹ ہوتا ہے۔ جو کہ قدر میں کسی دوسرے کے ووٹ کے برابر ہوتا ہے۔ انجمن کا کاروبار چلانے کے لیے جمہوری طرز پر نمائندے منتخب کئے جاتے ہیں اور تمام ممبران یا ارکان کو مساوی حقوق دیے جاتے ہیں۔ مشترک مفاد :

انجمن امداد باہمی کے تحت شروع ہونے والے کاروبار اپنی مدد آپ کے تحت جاری ہوتے ہیں۔ اس کے پیش نظر نفع کمانا نہیں ہوتا، بلکہ ممبران کی خدمت ہے۔ انہیں سستے داموں اشیاء دھیا کی جاتی ہیں جن کی کیفیت بھی معیاری ہوتی ہے۔ انتظامیہ کی اعزازی خدمات :

انجمن امداد باہمی کی انتظامیہ اعلیٰ اہلیت کی مالک ہوتی ہے۔ وہ اعزازی طور پر کاروبار کا انتظام و انصرام کرتے ہیں۔ جو کہ انتظامیہ کا مطمحہ منظر نفع کمانا نہیں ہوتا۔ لہذا وہ مفوضہ فرائض کو بطریق احسن سرانجام دیتے ہیں۔ نیز انجمن تحریکوں کے بوجھ سے بھی بچ جاتی ہے۔

5- امداد باہمی کے بٹے بٹے ادائے اور ان کی کارکردگی

صوبہ پنجاب کے مختلف بڑی بڑی انجمن ہائے امداد باہمی اور اداروں سے متعارف ہونا از حد اہمیت کا حامل ہے۔ ذیل میں امداد باہمی کے چند اداروں کا ذکر کیا جاتا ہے۔

5.1 پنجاب کوآپریٹو یونین (پی، سی، یو)

یہ ادارہ امداد باہمی کے پرانے اداروں میں سے ہے۔ جو 1918ء سے قائم شدہ ہے۔ صوبائی سطح پر امداد باہمی کی انجمنوں کی نمائندگی کرتا ہے۔ اس ادارہ کا دفتر حال ہی میں اپنی نو تعمیر شدہ عمارت واقع 5 - کوٹ سٹریٹ، لاہور میں منتقل ہو گیا ہے۔ یونین ہذا تحریک امداد باہمی کے فروغ اور ترقی کے لیے سرگرم عمل ہے۔ یہ امداد باہمی کے اداروں کو کتب، پمفلٹ، چارٹ اور تحریک امداد باہمی سے متعلق لٹریچر بھیجا کرتا ہے۔ یونین اب تک پچاس سے زیادہ کتابچے اور تحریک امداد باہمی سے متعلق کئی کارآمد کتابوں کے اردو مترجم شائع کر چکی ہے۔ یونین کا دفتر درحقیقت ایک لائبریری ہے جس سے مختلف تعلیمی اداروں کے طلباء بھی بھرپور استفادہ کرتے ہیں۔ کیونکہ یہاں زراعت، مالیات، امداد باہمی اور اقتصادیات کے

موصوعات پر چار ہزار سے زائد کتابیں موجود ہیں۔ یونین نے دیہات اور شہروں میں تحریک امداد باہمی کے تشہیر فاعلت کی غرض سے کئی موثر ذرائع اختیار کر رکھے ہیں۔ رسالہ کامہنامہ ”امداد باہمی“ اس کا ترجمان ہے۔

5.2 پنجاب پراونشل کوآپریٹو بینک لمیٹڈ، لاہور

یہ بینک صوبہ پنجاب کی امداد باہمی انجمن کا مرکزی مالیاتی ادارہ ہے۔ اس کا صدر دفتر شاہراہ قائد اعظم، لاہور پر واقع ہے۔ صوبہ میں اس کی 122 شاخیں کام کر رہی ہیں جن کے ذریعہ سے امداد باہمی انجمنوں کو زرعی قرضہ جات نقدی اور جنس کی شکل میں دیے جا رہے ہیں۔ جو اپنے ایسے ممبران کو بلا سود فراہم کرتی ہیں۔ جن کی زرعی ملکیت 2/1/12 ایکڑ تک ہے۔ پراونشل کوآپریٹو بینک کی زرعی قرضہ کی ضرورت فیڈرل بینک برائے امداد باہمی پوربی کر رہا ہے۔ اس بینک سے انجمنوں کو فضل ربیع اور فضل خریف کے لیے قرضہ جات ان کے ممبران کی زرعی ضروریات کے تخمینہ کے مطابق دیئے جاتے ہیں۔ جو آئندہ اسلامی بنکاری کے تحت دیئے جائیں گے۔

5.3 رورل سپلائی کارپوریشن لمیٹڈ لاہور

یہ مرکزی ادارہ 1961ء میں معرض وجود میں آیا جس کا مقصد اپنی ممبر انجمنوں کو زرعی ضروریات کی بہم رسانی اور فاضل زرعی پیداوار کی مارکیٹنگ ہے۔ اس کا صدر دفتر مشطہ پہاڑی لاہور کے نزدیک واقع ہے۔ یہ ادارہ اپنے قیام سے 1978ء تک زیادہ تر کیمیاوی کھادیں اپنی ممبر انجمنوں کو فراہم کرتا رہا ہے۔ اس طرح ملک میں کیمیاوی کھادوں کو متعارف کرانے میں اس کا بہت بڑا کردار اور حصہ ہے۔ اس کے نزدیک چونکہ انجمنوں کو براہ راست ٹیکسٹائل سے کھاد مہیا ہونا شروع ہو گئی اس لیے اس ادارے کی توجہ کھاد سے ہٹ کر زرعی مشینری کی فراہمی پر لگ گئی۔ چنانچہ ایک سکیم کے تحت اس ادارے نے آٹھ ہزار سے زائد ٹریکٹر اور کٹر بائیڈرز ممبر انجمنوں کی معرفت شخصی ممبران کو نسبتاً ارزاں نرخوں پر فراہم کیے۔ چونکہ اس کا دائرہ کار وہاں پورے ملک تک پھیلا ہوا ہے۔ لہذا اب یہ سنٹرل رجسٹرار، اسلام آباد کی زیر نگرانی چل رہا ہے۔

5.4 کوآپریٹو انسٹورنس سوسائٹی آف پاکستان

اس سوسائٹی کا قیام تقسیم ملک کے نتیجہ میں غیر مسلم بیمہ کمپنیوں کے ہندوستان منتقلی کی وجہ سے پیدا ہونے والے خلا کو پُر کرنے کے لیے 1949ء میں عمل میں آیا۔ اس وقت کپاس اور روٹی کے کاروبار کو بیمہ کا تحفظ فراہم کرنے والے ادارے ناپید تھے۔ اس انجمن نے نہ صرف اس کمی کو پورا کیا بلکہ بیمہ کے عام شعبوں میں بھی بھرپور کردار ادا کیا جس کی

بدولت اس وقت بید کے شعبہ میں اسے منفرد مقام حاصل ہے۔ اس وقت پنجاب پراونشل کوارٹرنگ جیسے بڑے ادارے کے علاوہ صوبہ بھر کی سات سو زائد امداد باہمی کی ابتدائی انجینس اس کی رکن ہیں۔ چونکہ اس انجن کا دائرہ عقل بھی پورے ملک پر محیط ہے اس لیے یہ ادارہ بھی حال ہی میں سنٹرل رجسٹرار اسلام آباد کے زیر نگرانی کام کر رہا ہے۔

5.5 ویسٹ پاکستان کنزروم سوسائٹی لمیٹڈ (کوآپ)

یہ انجن 1968ء میں حکومت پاکستان اور ڈنارک کی حکومت کے باہمی اشتراک سے قائم کی گئی۔ یہ انجن اشیائے صرف کی خرید، بعض مصنوعات کی تیاری اور ان کی فروخت کا کام کرتی ہے۔ یہ اشیاء معیاری ہونے کے ساتھ ساتھ مہران کو نسبتاً اداں پڑتی ہیں۔ مختصر یہ ادارہ اشیائے صرف میں اجارہ داریوں اور منافع اندوزی کے رجحان کے خاتمہ کی طرف ایک موثر قدم ہے۔ اس ادارے کا صدر مقام لاہور اور اس کے سٹور موسومہ کوآپ لاہور فیصل آباد وغیرہ میں کام کر رہے ہیں۔

5.6 پاکستان سائیکل انڈسٹریز کوآپریٹو سوسائٹی لمیٹڈ

تحریک امداد باہمی نے اپنی کارکردگی کو وسعت دینے کے لیے صنعتی میدان میں بھی ممبر لوہہ کردار ادا کیا ہے جس کا ایک کامیاب تجربہ پاکستان سائیکل انڈسٹریز کوآپریٹو سوسائٹی کی صورت میں ہمارے سامنے ہے۔ یہ سوسائٹی 1953ء میں صرف 22 اشخاص کے تحریک پر معرض وجود میں آئی اور اس وقت ملک کے ہر گوشہ میں اس کی تیار شدہ مقبول عام سائیکل سہراب چلتی نظر آتی ہے۔ اس ادارے کی فیکٹری شاہدرہ میں واقع ہے، جو صنعتی میدان میں نمایاں کارکردگی کے ساتھ ساتھ دو ہزار سے زائد اشخاص کے کمزور روڈ گار کا موجب بھی ہے۔

5.7 دی ماڈل ٹاؤن کوآپریٹو ہاؤسنگ سوسائٹی

یہ انجن صوبہ میں اپنی نوعیت کی سب سے بڑی انجن ہے جو 1962ء میں قائم ہوئی۔ اس وقت اس کے ممبران کی تعداد 2200 ہے۔ انجن کے پاس کل 1742 ایکڑ رقبہ ہے جو دو بلاکوں میں مختلف سائز کے 1650 پلاٹ فی بلاک کی صورت میں منقسم ہے۔ بیشتر پلاٹوں کے مالکانہ حقوق ممبران کو دیئے جا چکے ہیں۔ جن پر مکانات تعمیر شدہ ہیں۔ اس انجن کی امتیازی خصوصیت یہ ہے کہ انجن اپنے دائرہ عمل میں ممبران کے لیے جملہ سہولیات مثلاً بہم رسانی، آب رسانی، نکاسی آب، بجلی، سڑکوں کی تعمیر و مرمت کے علاوہ آمد و رفت کی سہولت بھی فراہم کئے ہوئے ہے جس کے لیے انجن کے پاس اپنی بسیں ہیں۔

5.8 کالونی کو اپرٹو فارمنگ یونین خانیوال لمیٹڈ

مغربی پاکستان میں سب سے پہلے صوبہ پنجاب میں 1948ء میں کو اپرٹو فارمنگ سوسائٹیز کا اجراء عمل میں آیا اور ان کی تعداد 135 تک پہنچ گئی۔ یہ انجمنیں اضلاع ملتان، ساہیوال، وہاڑی، فیصل آباد اور ٹوبہ ٹیک سنگھ میں قائم ہیں۔ یہ انجمنیں دراصل غیر ملک کاشتکار مہاجرین اور ایسے مزارعین جو تقسیم ملک سے تین سال پہلے سرکاری رقبہ پر کاشت کرتے تھے۔ ان کی آباد کاری کے لیے قائم ہوئی تھیں۔ ان کے قیام کا مقصد غیر آباد سرکاری اراضی کو زیر کاشت لانا تھا۔ کالونی کو اپرٹو فارمنگ یونین خانیوال کا قیام ان ابتدائی انجمنوں کی سرگرمیوں کو مربوط کرنے کے نقطہ نظر سے عمل میں آیا تھا۔ یونین نے اپنی ممبر انجمنوں میں مشینی کاشت کی ترویج، زرعی ضروریات از قسم کھاد و بیج و ادویات کی فراہمی گوداموں، سرکوں اور سکولوں ڈسپنسریوں کی تعمیر بھیل کے میدانوں کا اہتمام اور گھریلو صنعتوں کے فروغ کے سلسلہ میں قابل قدر خدمات سر انجام دی ہیں اور دے رہی ہیں۔ ان انجمنوں نے کو اپرٹو فارمنگ کی ضرورت اور اہمیت ثابت کر دی ہے چنانچہ حکومت نے ان انجمنوں کے ممبران کو حقوق ملکیت دے دیئے ہیں۔ کالونی کو اپرٹو فارمنگ یونین خانیوال کو اپرٹو فارمنگ سوسائٹیز کا نمائندہ ادارہ ہے۔

5.9 شعبہ تعلیم و تربیت

اقتصادی بحالی دُر کرنے کے لیے تحریک امداد باہمی ایک جمہوری نظام ہے جس میں شمولیت اور اس سے دسبرداری پر کوئی جبر نہیں۔ امداد باہمی انجمن میں شامل ممبران کے حقوق مساوی ہوتے ہیں اور ذاتی مفاد پر اجتماعی مفاد کو ترجیح دی جاتی ہے۔ یہاں سب سے بڑا مقصد ممبران کی بے لوث خدمت ہے۔ ان مقاصد میں کامیابی صرف اسی صورت میں ممکن ہے کہ عوام امداد باہمی کے اصولات اور اس کی افادیت سے واقف ہوں اور اس میں یقین رکھتے ہوں۔ عوام میں یہ جذبہ پیدا کرنے کے لیے مسلسل تبلیغ تعلیم اور نشر و اشاعت کی ضرورت ہے۔

ابتداء میں انجمن کے ممبران کے دل میں ایک جذبہ اور شوق ہوتا ہے۔ اگر انہیں کچھ عرصہ تک تعلیم امداد باہمی نہ دی جائے تو جذبہ آہستہ آہستہ ختم ہو کر رہ جاتا ہے۔ یہ بھی ایک تسلیم شدہ حقیقت ہے کہ جب تک محکمہ کے نگران علمہ اور انجمنوں کے ملازمین کو صحیح بنیادوں پر پیشہ وارانہ کام کی عملی تربیت نہ دی تو تحریک امداد باہمی پوری طرح سے نہیں چل سکتی۔ اس اہمیت کے پیش نظر صوبائی محکمہ امداد باہمی نے محکمہ کے نگران علمہ، انجمنوں کے عہدیداران اور عوام الناس کی تعلیم و تربیت کے انتظامات کیے ہیں۔ اس وقت شعبہ تعلیم و تربیت میں پرنسپل، کو اپرٹو ٹریننگ کالج، فیصل کی زیر نگرانی تین تربیتی ادارے کو اپرٹو ٹریننگ کالج، فیصل آباد، ریجنل کو اپرٹو ٹریننگ انسٹیٹیوٹ، بہاولپور اور کو اپرٹو ٹریننگ سنٹر

راولپنڈی کام کر رہے ہیں۔ جہاں ملازمین محکمہ امداد باہمی عہدیداران و ملازمین انجن ہائے اور دیگر تعمیر نو کے محکمات کے عملے کی تربیت کا انتظام ہے۔ علاوہ ازیں پرنسپل کی زیر نگرانی شعبہ تعلیم امداد باہمی کامیابی عملہ دیہات کی سطح پر تعلیم امداد باہمی کا اہتمام کیے ہوئے ہیں۔ جہاں پر تعلیمی عملہ بشمول تعلیمی ناظر اور تعلیمی تحت ناظر کلاسوں کی صورت میں انجنوں کے عملوں، عہدیداران اور سکریٹریاں کو تعلیم امداد باہمی دیتے ہیں۔ پاک جرمین کو اپریٹو ادارہ برائے زراعت ۱۹۵۹ء سے چک نمبر ۵ فیض ضلع ملتان میں کام کر رہا ہے۔ یہ ادارہ ایک تجرباتی زرعی مرکز ہونے کے علاوہ زرعی مشینری کے استعمال اور اس کی مرمت کی تربیتی سہولت فراہم کر رہا ہے۔ اس ادارہ میں ٹرکٹر، آپریٹر کورس، ٹرکٹر آئوٹینک کورس، کاربینڈری کا کورس اور فارم مینجمنٹ کورس وغیرہ کا انتظام ہے۔ یہاں کے تربیت یافتہ نوجوان کو زرعی یونیورسٹی فیصل آباد کے توسط سے باقاعدہ اسناد دی جاتی ہیں۔ تربیت کے دوران شرکاء کورس کو وظیفہ بھی دیا جاتا ہے۔ اس کے علاوہ اس ادارہ کی توسیعی سروس سے ارد گرد چھوک خاطر خواہ فوائد حاصل کر رہے ہیں۔

6۔ انجن ہائے امداد باہمی کے فوائد

- 1۔ کو اپریٹو سوسائٹیز بنانے کے فوائد یوں تو بے شمار ہیں تاہم چند ایک پیش خدمت ہیں۔
 1۔ کو اپریٹو سوسائٹی رجسٹرڈ ہو جانے پر ایک مستند ادارہ بن جاتی ہے اور اس کو دوام حاصل ہو جاتا ہے۔ اقتصادی مسائل سے دوچار اشخاص اس کی بدولت منظم اور مستفید ہوتے رہتے ہیں۔ تا دقتیکہ سوسائٹی کی رجسٹریشن منسوخ نہ ہو جائے۔
- 2۔ رجسٹرڈ سوسائٹی ہمہ قسم جائیداد کی خرید و فروخت معاہدہ کرنے اور ضروری قانونی کا دعائیاں کرنے کی مجاز ہوتی ہے۔
- 3۔ امداد باہمی کی زرعی انجنوں سے اپنی زرعی ضروریات کے لیے کھاد، بیج، ادویات، ٹرکٹر اور ڈیل وغیرہ کے لیے قرضے حاصل کر سکتے ہیں۔
- 4۔ ممبران کی زرعی اجناس منڈی تک پہنچانے کے لیے بھی سوسائٹی انتظام کرتی ہے۔ گندم کی فاضل پیداوار محکمہ خوراک کے گوداموں تک پہنچانے کی صورت میں اسے بار برداری کے اخراجات بھی ملتے ہیں۔
- 5۔ محکمہ کی تبادلہ بیج گندم سکیم کے تحت سوسائٹی کے ارکان اپنی گندم کا ترقی دادہ گندم کے بیج سے تبادلہ کر سکتے ہیں۔
- 6۔ کو اپریٹو سوسائٹیز کی معرفت کم آمدنی والے لوگ سستے اور اچھے مکانات ہمراہ دیگر ضروری اقامتی

سہولیات حاصل کر سکتے ہیں۔

7۔ چھوٹے صنعت کار اور دستکار بھی کو اپریٹو سوسائٹیز کی معرفت اپنے کاروبار کو فروغ دینے کے لیے مالیاتی اور دیگر کاروباری سہولتیں حاصل کر سکتے ہیں۔

8۔ خواتین باعزت زندگی بسر کرنے کے لیے کو اپریٹو وومن انڈسٹریل ہوم میں بطور ممبر شمولیت اختیار کر کے دستکاری کا ہنر سیکھ سکتی ہیں۔ اسی طرح گھر بیٹھے اپنے آمدنی کے ذرائع بڑھا سکتی ہیں۔

9۔ کو اپریٹو فارم سروس سٹریڈز سے ممبران اپنی زرعی مشینری کم خرچ پر اور آسانی سے مرمت کروا سکتے ہیں۔

10۔ عوام کو سستے داموں معیاری اشیاء فراہم کرنے کے لیے صارفین کے سٹورز کو آپ (تاقم) ہیں اور مزید تاقم کیے جاسکتے ہیں۔

11۔ کو اپریٹو سوسائٹیز اپنے کاروبار میں اسٹاپ ڈیوٹی رجسٹریشن و کورٹ فیس اور ممبران سے کیے گئے کاروبار پر اہم ٹیکس سے مستثنیٰ ہیں۔

12۔ دیگر اقتصادی ضروریات کو پورا کرنے اور اقتصادی مفاد کو فروغ دینے کے لیے عوام کی ضروریات کے اعتبار سے مختلف اقام کی کو اپریٹو سوسائٹیز بنائی جاسکتی ہیں۔

13۔ یہ عوام کی ایک رضا کارانہ جاعت جو کہ مخصوص علاقہ یا مقام سے مشترکہ معاشی بہتری کے لیے ابھرتی ہے۔ یہ کسی بھی معاشی نظام کے تحت ترقی کر سکتی ہے جو کہ وہ سرمایہ دارانہ یا اشتراکی نظام ہو۔

14۔ امداد باہمی میں نظام جمہوریت کی نشانہاں کرتا ہے۔ اس کا تمام تر ڈھانچہ مساوات کی بنیادوں پر قائم ہے۔ اس تحریک میں چند افراد کی برتری کا خاتمہ ہو جاتا ہے۔

15۔ انجمن امدادی باہمی صارفین اپنے ممبران کے لیے نایاب اور ضروری اشیاء سستے داموں پر بغیر متوسل نمائندگی کے مہیا کرتی ہے۔ اس طرح صارفین کی قوت خرید متوازن رہتی ہے اور وہ معیار زندگی کو بلند رکھنے کے قابل ہو سکتے ہیں۔

16۔ امداد باہمی میں نفع سرمایہ کی نسبت سے ممبران میں تقسیم کیا جاتا ہے۔ اس کا اصول معاشی انصاف کی یقین دہانی کرتا ہے اور چند اشخاص کے ہاتھوں میں ناجائز دولت آجانے کی مخالفت کرتا ہے۔ امداد باہمی کی انجمن کے حصص کی قیمت بہت کم رکھی جاتی ہے تاکہ ہر آدمی اس کا ممبر بننے کے قابل ہو سکے۔ اس طریق کار سے بلاشبہ ممبران میں کفایت شعاری اور باہمی امداد کا ہر دلعزیز پہلو رونما ہوتا ہے۔ معاشرے کا چھوٹا طبقہ کافی حد تک اس میں فائدہ یاب ہوتا ہے۔ امداد باہمی میں حصص کی فہرست نئے ممبران کو بھی دعوت دیتی ہے۔ حصص عرق قیمت پر فروخت کیے جاتے ہیں۔ وہ شاکی ہڈائیوں سے پاک ہوتے ہیں۔

17- امداد باہمی کی انجمنیں مسابقت کرنے والی تنظیموں نہیں ہوتیں۔ اس لیے وہ نفع کمانے میں یا اخراجات ٹھکانے میں ایک دوسرے سے پیش قدمی نہیں کرتیں۔ انجمنیں عام سماجی بہبود کے کاموں کے لیے نفع کی کچھ مقدار بچا کر رکھ لیتی ہیں۔ ان کا نصب العین ”ہر ایک تمام کے لیے اور تمام ہر ایک کے لیے“ ہوتا ہے۔ اس لیے وہ وفاداری، آفاقی بھائی چارہ کی فضا پیدا کرتی ہے۔

18- انتظامی امور کے اخراجات دوسری تنظیموں سے مقابلہ تن کم ہوتے ہیں۔ چونکہ اشیاء کی طلب کی پیش بینی کر لی جاتی ہے، جس سے اشیاء کا ضیاع اور سرمایہ کا ناجائز استعمال وقوع پذیر نہیں ہوتا۔

19- انجمن امداد باہمی کا دوسری تنظیموں کو اپنی کارکردگی بہتر بنانے پر مجبور کرتا ہے۔ جس کے نتیجے میں وہ انجمن امداد باہمی کے ساتھ مقابلہ کرنے کے لیے قیمتوں کو کم کر دیتے ہیں۔ انجمن امداد باہمی اپنے ممبران کی ضروری تربیت کا انتظام کرتی ہے۔ صارفین تاجر اور دیگر متعلقین جس میں وسط درجہ کے لوگ شامل ہوتے ہیں۔ کاروبار کی مختلف ساخوں میں تربیت حاصل کرتے ہیں۔

7- انجمن ہائے امداد باہمی کے نقصانات

انجمن امداد باہمی میں بہت سی خامیاں پائی جاتی ہیں۔ جس کے نتیجے میں مکمل طور پر دوسری کامواری تنظیموں کو نظر انداز نہیں کیا جاسکتا۔ بعض خامیوں کی درج ذیل طریق پر نشاندہی کی جاتی ہے۔

1- جب کوئی انجمن باہمی کے تحت ہونے والا کاروبار زیادہ وسیع ہو جاتا ہے تو اسے کنٹرول کرنے میں مشکل بھی پیش آتی ہے اور امداد باہمی کے مرکزی اصولوں کی خلاف ورزی بھی عمل میں آتی ہے۔

2- انجمن امداد باہمی اتنی مقدار میں سرمایہ جمع کرنے کے اہل نہیں ہو سکتی۔ جس سے وسیع یا خطرہ والا کاروبار چلایا جاسکے۔ مزید برآں انجمن امداد باہمی ایسی اشیاء کی پیداواری کاروبار نہیں شروع کر سکتی جس کے لیے گاہک پچھلے ہوئے ہوں اور طلب بے قاعدہ ہو۔

3- انجمن امداد باہمی کے لیے باضانات منڈی انتظامیہ کا جوش اور کوششوں کو سست کر دیتی ہے۔ بلکہ کچھ عرصہ کے بعد اسے کاہلی اور بے توجہی کا عادی بنا دیتی ہے۔

4- انجمن امداد باہمی کی انتظامیہ اہل اور کارکن افراد پر مشتمل نہیں ہوتی۔ اس لیے اس میں اہستہ اہستہ کئی قسم کی خرابیاں سرایت کر جاتی ہیں۔ بھروسہ قسم کے اصول نظر انداز کر دیتے جلتے ہیں۔

5- انجمن امداد باہمی چونکہ زیادہ معاوضہ ادا نہیں کر سکتی۔ اس وجہ سے تجربہ کار قابل اور تربیت یافتہ ملازمین تعینات

نہیں کیے جاتے۔ نتیجہ کے طور پر انجمن امداد باہمی کے ملازمین مقابلہ تن نہ اہل ثابت ہوتے ہیں۔
 6- وفاداری کا تسلسل اور گہرا تعاون امداد باہمی کی کامیابی کے لیے اولین شرط ہے۔ لیکن انجمن امداد باہمی کے ممبران زیادہ نفع کے لالچ میں آکر دوسری تنظیموں میں شامل ہو جاتے ہیں۔ جس سے موجودہ امداد باہمی کی تحریک زوال پذیر ہو جاتی ہے۔ ایسے ممبران کی وفاداری کا رخ کسی طریق سے بھی امداد باہمی کی تحریک کی طرف نہیں موڑا جاسکتا۔

7- انتظامیہ کی اہلیت اور ممبران کے درمیان کشمکش امداد باہمی کی ایک مستقل اکائی بن گئی ہے جس کے نتیجے میں ممبران جان و قسم کی دلچسپی کا اظہار نہیں کرتے۔ ہر چیز کو تنخواہ دار متمدن کے سپرد کر دیتے ہیں جو کہ معاشرہ سے متعلق تمام معاملات کا واحد اقتدار ہوتا ہے۔

8- امداد باہمی کی انجمنیں قانونی طور پر مشورہ یا تشکیلی تنظیمیں ہوتی ہیں۔ انجمن کے آغاز سے لے کر تین تک رجسٹرار کی عائد کردہ پابندیوں کو بڑاشت کرنا پڑتا ہے۔ بعض قانونی پابندیاں نہ ہونے کی وجہ سے دقت کا بہت ضیاع ہوتا ہے۔

9- نا اہل انتظامیہ اور اصولوں کو کم نمئی کی وجہ سے رقم کو ذاتی مقاصد کے لیے ناجائز طور پر خرچ کیا جاتا ہے۔ جس سے امداد باہمی کا اثر و رسوخ اور اعتماد ختم ہو جاتا ہے۔

10- انتظامیہ اور ممبران وقتاً فوقتاً تبدیل ہوتے رہتے ہیں۔ جس سے انجمن مستقل وجود قائم نہیں کر سکتی مسائل سے ناواقف ہونے کی وجہ سے نئی انتظامیہ کا حقہ واقف نہیں ہو سکتی۔

11- ممبران اکثر ایک دوسرے کو شک و شبہ کی نگاہ سے دیکھتے رہتے ہیں۔ اس سے کاروبار کی ترقی معنی طور پر اشرانہ ہوتی ہے۔

12- انجمن امداد باہمی کی تنظیم کو دوسری تنظیموں کا تعاون حاصل نہیں ہو سکتا۔ کیونکہ دوسری تنظیمیں سرمایہ دارانہ نظام کی علمبردار ہوتی ہیں۔ اس لیے ہر تنظیم امداد باہمی کی تنظیم کی مخالف ہوتی ہے۔ وہ مختلف ہتھکنڈے استعمال کر کے امداد باہمی کی تحریک کو نقصان پہنچانے کے درپے ہوتی ہے۔

8۔ انجمن امداد باہمی اور مشترک سرمایہ کمپنی میں فرق

| مشترک سرمایہ کمپنی | انجمن امداد باہمی |
|---|---|
| <p>اس کا مقصد ذاتی طور پر نفع کا ٹلہ ہے۔ اس مقصد کی خاطر شرکار زیادہ سے زیادہ حصص خریدتے ہیں تاکہ انہیں نفع زیادہ حاصل ہو۔</p> | <p>مقاصد : اپنے ممبران کے مشترک مفاد کے لیے کام کرتی ہے۔ یہ انجمن معاشی جمہوریت کی فضا کو قائم رکھتی ہے۔ انتظام و انصرام :</p> |
| <p>اشد و سوز کی وجہ سے کافی تعداد میں غلط قسم کے آدمی انتظامی باگ ڈور سنبھال لیتے ہیں۔ چونکہ حصہ داران کا براہ راست کوئی تعلق نہیں رہتا۔ لہذا انتظامیہ اپنی ذاتی اغراض و مقاصد کی خاطر غلط منصوبہ بنا کر رقم ہتھیالیتے ہیں۔</p> | <p>انجمن میں زیادہ تر انتظام و انصرام چلانے کے لیے اعزازی افراد ہوتے ہیں۔ اگر کوئی غلط قسم کا آدمی انتظامیہ میں شامل ہو جائے تو اس کو فوراً نکال دیا جاتا ہے۔</p> |
| <p>شرکار کے ووٹ ان کے خریدے ہوئے حصص کی نسبت سے ہوتے ہیں۔ یہ ووٹ غلط مقاصد کے لیے بھی استعمال کر لیے جاتے ہیں۔</p> | <p>اجارہ داری : انجمن میں ایک آدمی کا صرف ایک ووٹ ہوتا ہے خواہ وہ کتنا ہی سرمایہ کرایا نہ لگائے۔ یہ حصہ دار ووٹ کو غلط طریقے سے استعمال نہیں کرتا۔</p> |
| <p>مشترک سرمایہ کمپنی سرمایہ دارانہ نظام کی موافقت میں کام کرتی ہے۔</p> | <p>نظام کار : انجمن امداد باہمی سرمایہ دارانہ اور اشتراکی نظام دونوں کے خلاف ایک آواز ہے۔</p> |

انجمن امداد باہمی

دائرہ کار :

انجمن امداد باہمی کا دائرہ کار محدود علاقے تک ہوتا ہے۔ یہ ممبر ہنگامی طور پر ہونے والے اجلاس میں شرکت کر سکتا ہے۔

منافع کی تقسیم :

انجمن امداد باہمی کے ارکان کا نفع ان کے خرید کردہ مال کی نسبت سے ہوتا ہے۔

حصص کی فروخت :

انجمن امداد باہمی میں شامل ہونے والے افراد اپنا حصہ فروخت نہیں کر سکتے، البتہ نوٹس دے کر کوئی بھی اپنا سرمایہ واپس حاصل کر سکتا ہے۔

تعداد و ممبران :

انجمن امداد باہمی میں ممبران کی تعداد پر کوئی پابندی نہیں۔

مشترک سرمایہ کمپنی

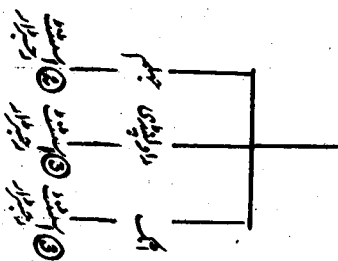
مشترک سرمایہ کمپنی کا دائرہ کار بہت وسیع ہے۔ اس کے ممبران دور دراز علاقوں تک پھیلے ہوئے ہوتے ہیں۔ ہنگامی اجلاس میں تمام حصہ داروں کی شرکت ناممکن ہو جاتی ہے۔

مشترک سرمایہ کمپنی میں نفع حصص کی مقدار کی نسبت سے تقسیم ہوتا ہے۔

مشترک سرمایہ کمپنی کے حصص ہر وقت فروخت کیے جاسکتے ہیں۔ ان پر کسی قسم کی پابندی نہیں۔

کمپنی میں حصہ داروں کی تعداد منظور شدہ سرمایہ کے برابر ہوتی ہے۔

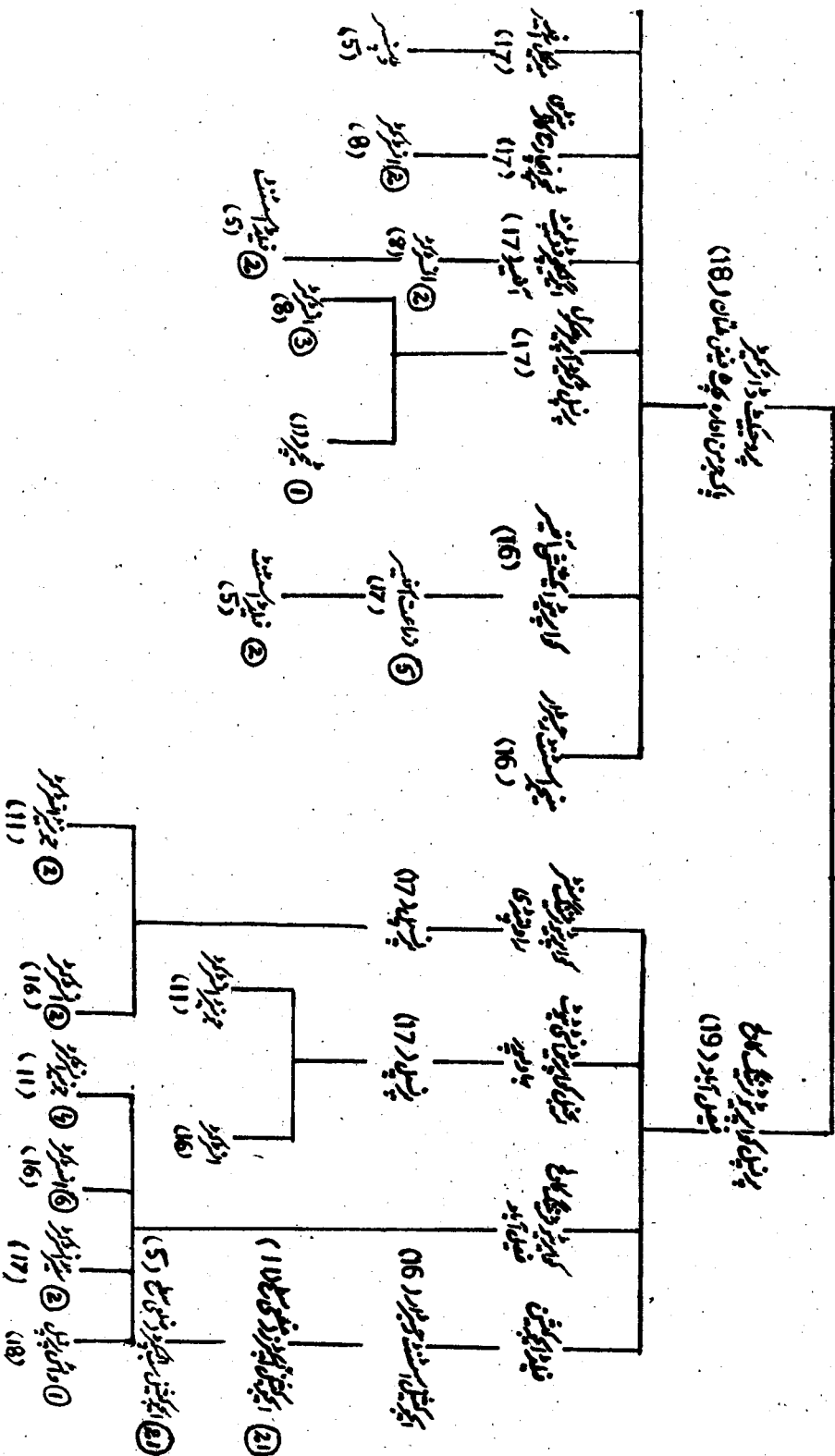
9.2



فوت: سیدانی علیہ کی تعداد

- | | | | |
|-----------------|----------|--------------|-------|
| سرکارِ حیدرآباد | تختِ پور | گورنمنٹ سکول | گجرات |
|-----------------|----------|--------------|-------|

9.3۔ محکمہ امداد و باہمی کامیابی و صاپنجر (شعبہ تعلیم و تربیت)



10۔ خود آزمائی

سوال نمبر 1:

- مندرجہ ذیل خالی جگہوں کو مناسب الفاظ سے پُر کیجئے۔
- (الف) امداد باہمی کا تعلق انسانی زندگی سے ————— موت سے ہے۔
- (ب) امداد باہمی کا ————— مل جل کر اپنی مدد آپ کے تحت کام کا آغاز ہے۔
- (ج) امداد باہمی کا نصب العین ————— نظام کے خلاف ہے۔
- (د) امداد باہمی کی ابتداء ————— سے ہوئی۔
- (ر) محکمہ امداد باہمی ————— ذرائع کے اشخاص کی مدد کرنا اپنا فرض سمجھتا ہے۔
- (س) امداد باہمی ترقیاتی سکیموں کی ————— بندی بھی کرتی ہے۔
- (ص) امداد باہمی مالی امداد کے حصول میں انجمنوں کی ————— بھی کرتی ہے۔
- (ط) انجمن امداد باہمی کے لیے بازار کاری ————— کا باعث بنتی ہے۔
- (ع) انجمن ممبر پیدا کاران کے لیے ذخیرہ ————— کی سہولت بھی فراہم کرتی ہے۔
- (ف) انجمن کی بعض اقسام ————— کی سہولت مہیا کرتی ہے۔

سوال نمبر 2:

ہر بیان کی ذیل میں دیے گئے جملوں میں درست جملہ پر دائرہ کا نشان لگائیے جس سے متعلقہ بیان کے ساتھ اس کا ربط پیدا ہو سکے۔

- (ا) امداد باہمی کا تعلق
- (الف) مل جل کر زیادہ نفع کمانے سے ہے۔
- (ب) مل جل کر اپنی مدد آپ کے تحت کام کا آغاز کرنے سے ہے۔
- (ج) ذخیرہ اندوزی سے ہے۔
- (د) اشیاء کو منگے داموں فروخت کرنے سے ہے۔
- (آ) امداد باہمی کی تنظیم کا نصب العین
- (الف) ”تمام ہر ایک کے لیے اور ہر ایک تمام کے لیے“ ہے۔

(ب) "تمام اس کے لیے اور وہ کسی کے لیے نہیں" ہے۔

(ج) "ہر ایک ہر کسی کے لیے نہیں" ہے۔

(د) "کسی کی مدد نہ کرنا" ہے۔

(۱۱) امداد باہمی کا آغاز

(الف) ۱۸۴۴ء میں انگلستان سے ہوا۔

(ب) ۱۹۴۸ء میں پاکستان سے ہوا۔

(ج) آئندہ صدی میں ہر ملک سے ہوگا۔

(د) صرف تقسیم ہند سے پہلے ممکن تھا۔

(۱۲) محکمہ امداد باہمی کے فرائض میں

(الف) امراء طبقہ کے لوگوں کو مالیات بہم پہنچانا ہے۔

(ب) ترقیاتی پروگراموں کی منصوبہ بندی کو التوا میں ڈالنا ہے۔

(ج) صرف آئندہ پروگراموں کی منصوبہ بندی ہے۔

(د) محدود ذرائع کے اشخاص کی مالی حالت بہتر بنانے کے لیے تحریک امداد باہمی کو فروغ دینا ہے۔

(۱۳) انجمن باہمی صارفین نفع کا کچھ حصہ

(الف) طبی امداد پر خرچ کرتی ہے۔

(ب) سیر و تفریح کی مدد پر خرچ کرتی ہے۔

(ج) حکومت کے خزانے میں جمع کروادیتی ہے۔

(د) صرف سرکردہ ممبران وصول کرتے ہیں۔

(۱۴) تمام انجمن ہائے باہمی کا تعلق

(الف) صرف لوگوں کے معیار زندگی کو بلند کرتا ہے۔

(ب) لوگوں کو سستے داموں اشیاء مہیا کرتا ہے۔

(ج) ہر ضرورت مند کو طبی امداد پہنچاتا ہے۔

(د) سرمایہ دارانہ نظام قائم کرنا ہے۔

(۱۵) انجمن امداد باہمی کے لیے بازار کاری

(الف) کسی پیچیدگی کا سبب نہیں بنتی۔

- (ب) بہت سی پیچیدگیوں کا باعث بنتی ہے۔
 (ج) اپنے نظام کو بند کرنے کے لیے مجبور کرتی ہے۔
 (د) تمام مسائل ختم کر دیتی ہے۔

سوال نمبر 3:

مندرجہ ذیل بیانات کو پڑھ کر درست یا غلط الفاظ کے گرد دائرہ کا نشان لگائیے جس سے ہر بیان کا درست یا غلط ہونا ثابت ہو سکے۔

- (الف) امداد باہمی کا انسانی زندگی سے کوئی تعلق نہیں۔ درست / غلط
 (ب) امداد باہمی کا نصب العین سرمایہ دارانہ نظام کے خلاف ہے۔ درست / غلط
 (ج) امداد باہمی کے ذمہ منصوبہ بندی کا کوئی کام نہیں ہوتا۔ درست / غلط
 (د) انجمن قرضہ امداد باہمی افراد کو قرضے دیا کرتی ہے۔ درست / غلط
 (د) انجمن باہمی صارفین نفع کا کچھ حصہ طبی امداد پر خرچ کرتی ہے۔ درست / غلط
 (سی) کوئی انجمن باہمی لوگوں کا معیار زندگی بلند کرنے میں مدد نہیں دیتی۔ درست / غلط

سوال نمبر 4:

- (الف) انجمن امداد ہائے باہمی کی اقامت مع تشریح تحریر کیجئے۔
 (ب) انجمن ہائے امداد باہمی کی خصوصیات تحریر کیجئے۔
 (ج) امداد باہمی کے بڑے بڑے اداکاروں کو ان کی کارکردگی پر روشنی ڈالئے۔
 (د) انجمن امداد ہائے باہمی کے فوائد تحریر کیجئے۔
 (ر) انجمن امداد ہائے باہمی کے نقصانات بیان کیجئے۔
 (سی) انجمن امداد باہمی اور مشترک سرمایہ کپنی کا مقابلہ کیجئے۔

۱۱۔ جوابات خود آزمائی

سوال نمبر 1:

الف غیر معینہ ، ب۔ نصب العین ، ج۔ سرمایہ دارانہ ، د۔ انگلستان ،
 د۔ محدود ، س۔ منصوبہ ، ص۔ مدد ، ط۔ پیچیدگی ،
 ع۔ کاری ، ف۔ قرضہ

سوال نمبر 2:

(ذ)۔ ب ، (ز)۔ الف ، (آ)۔ الف ، (ا)۔ د ، (و)۔ الف ،
 (۷۱)۔ الف ، (۷۱۱)۔ د ،

سوال نمبر 3:

(الف)۔ غلط ، (ب)۔ درست ، (ج)۔ غلط ، (د)۔ غلط ،
 (د)۔ درست ، (س)۔ غلط

سوال نمبر ۴:

جوابات یونٹ کے حوالہ سے تلاش کیجئے۔

منڈی و منڈی کاری

تحریر :

محمد امین

تقریباتی :

علی حسن مظفر

یونٹ کا تعارف

نجات کے میدان میں ہر مرحلہ ایک مخصوص منصوبہ بندی کے تحت سرانجام پانے لگ گیا ہے۔ وقت کے تقاضوں کے ساتھ ساتھ منڈی مارکیٹ (اور منڈی کاری مارکیٹنگ) میں بڑے تسلسل کے ساتھ تبدیلیاں رونما ہو رہی ہیں۔ اس یونٹ میں اس بات کا اہتمام کیا گیا ہے کہ طالب علم کو منڈی اور منڈی کاری سے پوری پوری واقفیت ہو سکے۔ لہذا اس یونٹ میں منڈی کی تعریف، مفہوم، مسابقت، وغیرہ پر روشنی ڈالی گئی ہے اور اشیا کی خرید و فروخت کے عناصر، نظام، مراحل پر بحث کی گئی ہے۔

یونٹ کے مقاصد

- اس یونٹ کو پڑھنے کے بعد آپ اس قابل ہو جائیں گے کہ:
- 1۔ منڈی کی اقسام کا جائزہ لے سکیں اور ان میں مقابلہ کی صورت سے آگاہ ہو سکیں۔
- 2۔ اشیا کی خرید و فروخت کے نظام کے مفہوم کو بیان کر سکیں۔
- 3۔ اشیا کی خرید و فروخت، لحاظ انواع و اقسام کے مختلف نظاموں کی بہرمت سازی کر سکیں۔
- 4۔ مارکیٹنگ کے موضوع کی اہمیت و افادیت پر روشنی ڈال سکیں۔
- 5۔ پاکستان میں مارکیٹنگ کے نظام کا تنقیدی جائزہ پیش کر سکیں۔
- 6۔ مارکیٹنگ کے مثبت اور منفی عوامل کی فردا فردا پہچان کر سکیں۔

فہرست مضامین

| | |
|-----|---|
| 287 | 1- منڈی |
| 288 | 1-1 منڈی کا مفہوم |
| 288 | 1-2 منڈی کے لوازمات |
| 289 | 1-3 منڈی کی وسعت |
| 289 | 1-4 منڈی کی وسعت کا تعین کرنے والے عوامل |
| 292 | 2- منڈیوں کا قیام |
| 292 | 2-1 منڈیاں بمطابق جغرافیائی محل وقوع |
| 293 | 2-2 منڈیاں بمطابق وقت |
| 295 | 2-3 منڈیاں بمطابق نوعیت اشیاء |
| 296 | 2-4 منڈیاں بمطابق مقابلہ |
| 297 | 3- مقابلہ بمطابق درجہ مسابقت |
| 297 | 1- مکمل مقابلہ |
| 298 | 2- نامکمل مقابلہ |
| 300 | 3- اجادہ دارانہ مقابلہ |
| 303 | 4- اشیاء کی خرید و فروخت کے عناصر |
| 304 | 4-1 ابتدائی اشیاء، نیم تیار شدہ اشیاء اور مصنوعات |
| 305 | 4-2 مارکیٹنگ (منڈی کاری) کے موضوع کی اہمیت اور افادیت |
| 306 | 5- پاکستان میں اشیاء کی خرید و فروخت کا نظام |
| 307 | 5-1 خود آزمائی نمبر 1 |
| 309 | 6- مارکیٹنگ (منڈی کاری) کے مراحل |
| 309 | 6-1 اجتماع یا ارتکاز |
| 309 | 6-2 تقسیم |

309

6.3 تقازن

310

7- باریٹنگ (منڈی کاری) کے عوامل و فرائض

310

7.1 خریداری

310

7.2 فروخت

311

7.3 بار برداری

311

7.4 ذخیرہ کاری

311

7.5 معیار بندی اور درجہ بندی

312

7.6 سرمایہ کی فراہمی

313

7.7 پیکنگ

314

7.8 خطرے کا احتمال

314

7.9 منڈی کے حالات سے واقفیت اور تحقیق و تجزیہ

316

7.10 خود آزمائی نمبر 2

318

8- بحوابات خود آزمائی نمبر 1

۱۔ منڈی

کسی ملک کا منڈی کا نظام اس ملک کی معاشی ارتقا کی منزل کی نشاندہی کرتا ہے۔ کسی ملک میں اشیاء و خدمات کی نوعیت کیا ہے، وہاں عام لوگوں کا معیار زندگی کیسا ہے؟ ایسے اور ایسی نوعیت کے دیگر سوالات کا جواب اس ملک کے منڈی کے نظام کے مطالعے سے حاصل کیا جاتا ہے۔ اگر مارکیٹنگ کے سلسلے میں آنے والے اخراجات کو ممکنہ حد تک کم نہ کیا جاسکے تو معاشی ترقی اور پیدائش پر پیمانہ پیدائش کا مفہوم بے معنی ہو کر رہ جاتا ہے۔

پاکستان جیسے ترقی پذیر ملک میں مارکیٹنگ کا نظام ایسی صورت میں موزوں ثابت ہو سکتا ہے جب منڈی میں پیش کی جانے والی خدمات بھی کم ہوں۔ ان خدمات کے مصارف بھی کم ہوں، دیگر حالات بدستور رہتے ہوئے مارکیٹنگ کے مصارف جس قدر کم ہوں گے۔ اسی قدر معیار زندگی بلند ہوگا۔ مارکیٹنگ کے مصارف جس قدر زیادہ ہوں گے، اسی قدر معیار زندگی پست ہوگا۔

مارکیٹنگ یا اشیاء کی خرید و فروخت کی اصطلاح ان تمام سرگرمیوں کا احاطہ کئے ہوئی ہے، جن کا تعلق اشیاء کی ملکیت کی منتقلی سے ہوتا ہے۔ اشیاء کی خرید و فروخت کے زیر مطالعہ وہ تمام سرگرمیاں اور وہ تمام افراد آتے ہیں جو اشیاء کو ایک مقام سے دوسرے مقام تک لے جاتے ہیں۔ انہیں آجر سے حاصل کر کے حتمی صارف تک پہنچاتے ہیں۔ اسی طرح وہ طریقے حکمت عملیاں اور ادارے جو کسی حیثیت میں اشیاء کی خرید و فروخت کو متاثر کرتے ہیں۔ وہ بھی مارکیٹنگ یا اشیاء کی خرید و فروخت کا موضوع بحث بنتے ہیں۔

مارکیٹنگ کی اصطلاح کی مزید وضاحت کے لئے ذیل میں چند مشہور ماہرین کی آراء پیش کی جاتی ہے۔
جے ایف پائل (J.F. Pail) کے خیال میں "مارکیٹنگ کاروباری سرگرمی کا وہ مرحلہ ہے جس میں انسانی خواہشات کو اشیاء و خدمات کے تبادلہ کے ذریعے تسکین دی جاتی ہے۔"

ریوازن (Riverson) کا کہنا ہے کہ مارکیٹنگ وہ معاشی مرحلہ ہے جس میں اشیاء و خدمات کا لین دین کیا جاتا ہے اور زر کی صورت میں ان کی قدر متعین کی جاتی ہے۔

ہیری ایلی سینس کے خیال میں مارکیٹنگ "انسانی خواہشات کو پیداواری شکل دینے اور اس پیداوار کو زیادہ سے زیادہ صارفین تک پہنچانے کا نام ہے۔"

1-1 منڈی کا مفہوم

عرف عام میں منڈی سے عبارت ایسی جگہ یا علاقہ ہے جہاں اشیاء کی خرید و فروخت ہوتی ہے اشیاء کی نسبت سے منڈی کا نام بھی مخصوص ہو جاتا ہے جیسے کہ کپڑے کی منڈی، پھلوں کی منڈی اور مہینوں کی منڈی وغیرہ اس مقام پر خریدار اور فروشن کار کسی شے کی خرید و فروخت کا سودا طے کرتے ہیں۔ فریقین کا یہ رابطہ بالمشافہ بھی ہو سکتا اور ٹیلیفون پر بھی اس رابطہ کے با مقصد ہونے کے نتیجے میں قیمت مقرر ہو جاتی ہے اور اشیاء کا تبادلہ وقوع پذیر ہوتا ہے۔ معیشت والوں نے منڈی کی کئی تعریفیں کی ہیں۔ مگر مکمل تعریف ایک معیشت دان کی سمجھی جاتی ہے۔

”منڈی سے مراد وہ جگہ یا علاقہ ہے جہاں کسی شے کو فروخت کرنے والے اور خریدنے والے اس شے کا سودا کرتے ہیں۔“

اس طرح منڈی معاشی سرگرمیوں کا مرکز بن جاتی ہے۔ اس مشغلہ کو معیشت کے دیگر مشاغل سے تمیز کیا جاسکتا ہے۔ اگرچہ منڈی کی مندرجہ بالا تعریف معقول ہے۔ لیکن پھر بھی اس میں ایک بنیادی نقص پایا جاتا ہے کہ وہ یہ کہ منڈی کی تعریف میں ایک شے کی قیمت کا نام ہونا ضروری ہے لیکن ہم اس بات کو بھی غلی جامہ نہیں پہنا سکتے کیونکہ منڈی میں ایک سی شے کی ایک سے زیادہ قیمتیں طے ہو جاتی ہیں ایک مشہور معیشت دان کوالون نے منڈی کی تعریف مندرجہ ذیل الفاظ میں بیان کی ہے ”وہ تمام علاقہ جہاں خرید و فروخت کرنے والے آپس میں رابطہ قائم کرتے ہیں اور اس کے نتیجے میں ایک شے کی قیمت بہت جلد اور آسانی سے ایک ہو جاتی ہے۔“

مندرجہ بالا بحث سے یہ واضح ہو جاتا ہے کہ منڈی سے مراد کوئی مخصوص جگہ نہیں ہوتی جہاں خاص قسم کی اشیاء فروخت کی جاتی ہیں بلکہ یہ ایک ایسی جگہ ہے جہاں خریدنے والوں اور فروخت کرنے والوں میں کسی شے کا سودا کرنے آپس میں رابطہ قائم ہوتا ہے۔

1-2 منڈی کے لوازمات

منڈی کے درج ذیل چار لوازمات ہیں۔
(الف) اشیاء کی موجودگی

منڈی کے قیام کے لئے کسی شے یا اشیاء کا موجود ہونا ضروری ہے۔ خریدار اور فروخت کنندہ اشیاء کی موجودگی میں ہی باہمی طور پر سودا بازی کر سکتے ہیں۔ فریقین کا بنفس نفیس موجود ہونا ضروری نہیں بلکہ شے یا اشیاء کی دستیابی کے متعلق اطمینان ہونا ضروری ہے آج کل کے ترقی یافتہ دور میں تار ٹیلیفون یا ڈاک کے ذریعہ بھی خرید و فروخت عمل

ب) خریدار اور فروخت کنندہ میں آجاتی ہے۔

منڈی کو با مقصد بنانے کے لیے خریدار اور فروخت کنندہ کا موجود ہونا ضروری ہے ان کے بغیر نہ ہی کوئی معاہدہ ہو سکتا ہے اور نہ ہی اشیاء کا ایک دوسرے کے مابین تبادلہ ہو سکتا ہے۔ ضروری نہیں کہ فریقین موقع پر ہی موجود ہو

ج) جگہ کا انتخاب

خریدار اور فروخت کار کے لیے ایک مخصوص جگہ کا ہونا ضروری ہے جہاں وہ ایک دوسرے سے رابطہ قائم رکھ سکیں یہ جگہ ایک شہر، قصبہ یا ملک تک محدود ہو سکتی ہے کہ اور پوری دنیا میں بھی وسیع ہو سکتی ہے اس کا دارومدار اس بات پر ہے کہ متعلقہ شے کی نوعیت اور طلب کیا ہے۔ فرض کریں کہ اینٹوں اور پتھروں جیسی بھرکم اشیاء کی منڈی ان کی جائے پیدائش کے قریب جواز تک ہی محدود ہوتی ہے جبکہ کپاس اور دھاک جیسی اشیاء کی خرید و فروخت ایک وسیع علاقہ میں ہو سکتی ہے۔ اس طرح سونا اور چاندی جیسی اشیاء کی پوری دنیا میں طلب پائی جاتی ہے اس وجہ سے ان کی منڈی کا دائرہ پوری دنیا تک پھیلا ہوا ہے۔

د) قیمت کا مقرر کرنا

خریداروں اور فروخت کاروں کے درمیان رابطہ کا اور نتیجہ متعلقہ شے کی قیمت کی تعیین کی شکل میں نکلا چاہیے کیونکہ قیمت کے بغیر ہم کسی منڈی کا تصور اپنے ذہن میں نہیں لاسکتے منڈی میں ایک شے کی ایک ہی قیمت رائج ہو سکتی ہے اور یہ بھی ہو سکتا ہے کہ منڈی میں ایک شے کی ایک سے زائد قیمتیں رائج ہوں جس طرح مکمل مقابلہ کے تحت ہوتا ہے۔

3-1۔ منڈی کی وسعت

منڈی میں تمام اشیاء کی وسعت ایک جیسی نہیں ہوتی کچھ اشیاء کی منڈی گرم ہوتی ہے ان کی طلب دور اور نزدیک کے تمام علاقوں میں ہوتی ہے مثال کے طور پر گندم، چینی، کپڑا، سونا چاندی وغیرہ ایسی اشیاء ہیں جن کی طلب مختلف نصبات اور ملکوں میں پائی جاتی ہے اس طرح ان کی منڈی وسیع ہوتی ہے۔

4-1۔ منڈی کی وسعت کا تعیین کرنے والے عوامل

منڈی کی وسعت کو عام طور پر منڈی کی وسعت، کا نام دیا جاتا ہے ایک شے کی منڈی کی وسعت کا تعیین کرنے میں کئی عوامل اثر انداز ہوتے ہیں۔

الف) طلب

منڈی کی وسعت کا تعین کرنے میں شے کی طلب کو بڑی اہمیت حاصل ہے جن اشیاء کی طلب زیادہ ہوتی ہے مثال کے لیے گندم اور چاول کو لے لیں یہ ایسی اجناس ہیں جن کی ہمارے ملک کے ہر حصہ میں مانگ پائی جاتی ہے سونا پوری دنیا میں طلب کیا جاتا ہے اس لیے ایسی اشیاء کی منڈی بھی وسیع ہوتی ہے۔

ب) نقل پذیری

ایسی اشیاء جو آسانی سے ایک جگہ سے دوسری جگہ منتقل کی جاسکیں ان کی منڈی ان اشیاء کی نسبت زیادہ ہونگی جن کو ایک مقام سے دوسرے مقام تک آسانی سے منتقل نہ کیا جاسکے۔ عام طور پر نقل پذیر اشیاء کی قدر و قیمت ان کے حجم اور وزن کے مقابلہ میں زیادہ ہوتی ہے۔ اس لیے انہیں دور دراز مقامات تک نسبتاً کم نرخ پر لے جایا جاسکتا ہے مثال کے طور سونا اور جواہرات وغیرہ۔ ان کی نقل و حمل کے اخراجات ان کی قدر و قیمت کے مقابلہ میں کم ہوتے ہیں اس کے برعکس بھاری بھر کم اشیاء مثلاً اینٹوں وغیرہ کی منڈی اتھائی محدود ہوتی ہے انہیں آسانی کے ساتھ دور دراز مقامات پر منتقل نہیں کیا جاسکتا۔

ج) پائیداری

منڈی کی وسعت کا انحصار شے کی پائیداری پر بھی ہوتا ہے۔ پائیدار اشیاء کی منڈی گرم ہوتی ہے اور انہیں آسانی سے ایک جگہ سے دوسری جگہ منتقل کیا جاسکتا ہے مثلاً کپڑا سونا اور مشینیں وغیرہ پائیدار اشیاء میں اس لیے ان کی منڈی وسیع ہوتی ہے اس کے برعکس گوشت، انڈے اور سبزیاں جو بہت جلدی خراب ہونے والی اشیاء ہیں ان کی منڈی محدود ہوتی ہے۔ ایسی چیزوں کو دور دراز مقامات پر پہنچانا مشکل ہوتا ہے۔

د) رسد

کسی شے کی رسد بھی منڈی کی وسعت کا تعین کرنے میں اہم کردار ادا کرتی ہے کسی شے کی منڈی اسی صورت میں وسیع پیمانے پر ہو سکتی ہے جب وہ اشیاء کی مقدار میں دستیاب ہوگی اگر کسی شے کی طلب زیادہ اور رسد کم ہوگی تو اس شے کی منڈی یقیناً محدود ہوگی۔

ر) شناخت پذیری

ایسی اشیاء جن کی آسانی درجہ بندی کی جاسکے اور نمونے تیار کئے جاسکیں، ان اشیاء کی منڈی عام طور پر وسیع ہوگی جن میں یہ اوصاف نہیں پائے جاتے مثلاً گندم، کپاس، چاول اور وہاگ وغیرہ ایسی اشیاء ہیں جن میں درجہ بندی اور نمونے پائے جاتے ہیں اس لیے ان کی منڈی کا دائرہ بھی وسیع ہوتا ہے ایسی اشیاء کی خرید و فروخت دور دراز علاقوں تک بھی ہو سکتی ہے اس کے برعکس جن اشیاء کے نمونے تیار نہ کئے جاسکیں یا جن کی درجہ بندی نہ ہو سکے

ان کا سودا کرنے سے پہلے ان کا اچھی طرح جائزہ لینے کی ضرورت ہوتی ہے اور اس طرح خرید و فروخت جس سے کافی دقت پیش آتی ہے۔

دس، نقل و حمل اور خبر رسانی کے ذرائع

نقل و حمل اور خبر رسانی کے ذرائع بھی منڈی کی وسعت پر کافی اثر انداز ہوتے ہیں اور اگر نقل و حمل کے ذرائع میسر ہوں گے ان سے اشیاء کی نقل و حمل دور دراز مقامات تک بھی آسانی سے اور جلد ہوگی۔ اسی طرح ذرائع خبر رسانی مثلاً ٹاکس، تار، ٹیلیفون اور ریڈیو اور ٹیلیوژن منڈی کو وسیع کرنے میں خاطر خواہ کردار ادا کرتے ہیں۔ تیز رفتار اور مستعد ذرائع رسانی کی بدولت دور دراز کے خریداروں اور فروخت کاروں کے درمیان آسانی سے باہمی رابطہ قائم ہو جاتا ہے۔ اس کے برعکس نقل و حمل اور خبر رسانی کے ذرائع پسماندہ ہوں تو اس کی حرکت پذیری کم ہو جائے گی۔ اس طرح دور دراز مقامات پر رہنے والے کاروباری افراد آپس میں لین دین نہیں کر سکیں گے۔ اس طرح قدرتی طور پر اشیاء کی منڈی رواں پذیر ہو جائے گی۔ موجودہ دور میں تیز رفتار اور ترقی یافتہ ذرائع نقل و حمل اندرون ملک اور بین الاقوامی سطح پر وسیع ہو گئے ہیں۔

دس، امن و امان

امن و امان کا بھی منڈی کی وسعت پر گہرا اثر ہوتا ہے اور اگر فروخت کاروں کو یہ تسلی ہو کہ ان کی اشیاء بحفاظت خریداروں تک پہنچ جائیں گی اور راستے میں ان اشیاء کا غراب ہونے یا چوری ہونے کا خدشہ نہ ہوگا تو وہ آزادی کے ساتھ دور دراز علاقہ میں اشیاء ارسال کرنے پر آمادہ ہو جائیں گے۔ جنگ اور فسادات کے وقت کاروباری سرگرمیاں تقریباً معطل ہو جاتی ہیں کیونکہ خریداروں اور فروخت میں اشیاء کے متعلق عدم تحفظ کا احساس بڑھ جاتا ہے۔ امن و امان کی صورت میں ہی اشیاء ایک جگہ سے دوسری جگہ آزادی سے منتقل ہو سکتی ہیں۔

ط، کرنسی اور بنکاری کا نظام

کسی ملک کی کرنسی اور بنکاری کا نظام بھی منڈی کے وسعت پر اثر انداز ہوتا ہے۔ ایک مضبوط اور مستعد نظام اور لین دین کے سلسلہ میں کاروباری افراد کی حوصلہ افزائی کرتا ہے اور وہ ملک کے دور دراز علاقہ میں رہنے والے خریداروں کے ساتھ معاملے کرنے پر بلاتامل آمادہ ہو جاتے ہیں۔ اس کے برعکس اگر کسی ملک کی کرنسی اور بنکاری کا نظام غیر مستحکم اور غیر یقینی ہو تو اس سے کاروباری تحفظ ہو جائے گی۔ وہ دور دراز مقامات پر اشیاء ارسال کرنے کا خطرہ مول نہیں لیں گے۔ اس دور میں منڈی کا دائرہ بہت محدود ہو جائے گا۔ اگر ملک کا نظام در مضبوط اور مستحکم ہوگا اس سے کاروباری افراد میں اعتماد پیدا ہوگا اور وہ نہ صرف اندرون ملک دور دراز مقامات پر اپنے خریداروں کو اشیاء بھیجیں گے بلکہ دوسری ممالک میں بھی اشیاء ارسال کرنے سے نہیں ڈریں گے۔ اس طرح اگر ملک میں نظام بنکاری مستحکم اور مضبوط ہوگا تو کاروباری لوگ بغیر خوف و خطر اپنی رقم ایک جگہ سے

دوسری جگہ ارسال کر سکیں گے۔ ملکوں کی وساطت سے اشیاء بھی خریداروں کو پہنچائی جاتی ہیں۔ خریدار بنک کو رقم ادا کر کے اشیاء وصول کر لیتا ہے جو بنک فروخت کار کو ادا کر دیتا ہے۔

ع) حکومت کی پالیسی

حکومت کی پالیسی کا بھی کسی شے کی منڈی پر گہرا اثر پڑتا ہے۔ اگر حکومت کسی شے کی ایک ضلع سے دوسرے ضلع میں یا ایک صوبہ سے دوسرے صوبہ میں نقل و حرکت پر معمولی عائد کر دے تو اس شے کی منڈی صرف اس ضلع یا صوبہ تک ہی محدود رہے گی۔ مثال کے طور پر بعض دفعہ ہماری حکومت چاول اور گندم کی ایک صوبہ سے دوسرے صوبہ میں نقل و حرکت پر پابندی لگا دیتی ہے اس سے ان اشیاء کی منڈی محدود ہو گئی تاہم بعض اوقات حکومت کسی شے کی برآمد بڑھانے کے لیے امداد بھی دیتی ہے اس طرح برآمد کنندگان کی حوصلہ افزائی ہوتی ہے اور برآمدات میں اضافہ ہوتا ہے اس طرح اس شے کی منڈی کا دائرہ وسیع ہو جاتا ہے۔

ف) کاروباری طریقے

کاروباری طریقوں کا بھی منڈی کی وسعت پر بہت اثر پڑتا ہے۔ مفتہار بازی اور فروخت کاروں کے جدید طریقے اپنائے جائیں تو منڈی کا دائرہ یقینی طور پر وسیع ہو گا۔ اشیاء کی مناسب پکینگ اور سرد خانوں کی سہولت بھی منڈی کو وسیع کرتی ہے۔

2- منڈیوں کا قیام

منڈیوں کی مختلف چار اقسام مشاہدہ میں آتی ہیں۔

الف) لحاظ جغرافیائی محل وقوع

ب) بلحاظ وقت

ج) بلحاظ نوعیت شے

د) بلحاظ مقابلہ

2-1 منڈیاں بلحاظ جغرافیائی محل وقوع

جغرافیائی منڈی کے سلسلہ میں خریدار اور فروخت کار جس علاقہ میں رہتے ہوں ان کو پیش رکھا جاتا ہے۔ اس

علاقہ سے منڈی کو تین اقسام میں تقسیم کر دیا گیا ہے۔

(الف) مقامی منڈی

اگر کسی شے کی خرید و فروخت کسی ایسی جگہ پر واقع ہو جہاں وہ شے پیدا ہوتی ہو، تو اس منڈی کو ہم مقامی منڈی کہیں گے۔ انڈوں اور سبزیوں جیسی جلد خراب ہونے والی اشیاء یا اینٹوں اور پتھروں کی طرح بھاری اشیاء کی منڈی بالعموم مقامی منڈی ہوتی ہے۔ کیونکہ ان کی نقل و حرکت پر اخراجات زیادہ آتے ہیں۔ پائیداری نہ ہونے کی وجہ سے ایسی اشیاء کو بحفاظت آسانی پہنچانا مشکل ہوتا ہے۔ آج کل کے جدید دور میں سردخانوں کے استعمال اور تیز رفتاری ذرائع نقل و حمل نے ایسی اشیاء کی منڈی کو پہلے سے زیادہ وسیع بنا دیا ہے۔

(ب) قومی منڈی

جب کسی شے کے خریدار اور فروخت کار ملک کے تمام حصوں میں موجود ہوں، تو اس شے کی منڈی کو قومی منڈی کہتے ہیں۔ مثلاً پاکستان میں گندم اور چاول کی منڈی کو قومی منڈی کہیں گے۔ کیونکہ ان اشیاء کی خرید و فروخت ملک کے تمام حصوں میں ہوتی ہے۔ قومی منڈی میں ایک شے کی ایک ہی قیمت رائج ہوتی ہے۔ مختلف علاقوں میں کسے شے کی قیمت میں فرق صرف ایک جگہ سے دوسری جگہ لے جانے پر جو خرچ آئے گا وہی ہوگا۔ مثلاً اگر سیالکوٹ میں (جہاں گندم پیدا ہوتی ہے) گندم کی فی من قیمت پچاس روپے ہو تو اور راولپنڈی میں گندم کا بھاف پچپن روپے فی من ہو اور سیالکوٹ سے راولپنڈی تک پہنچانے پر پانچ روپے فی من اخراجات برداشت کرنے پڑیں تو ہم کہیں گے کہ دونوں مقامات پر گندم کی قیمت یکساں ہے۔

(ج) بین الاقوامی یا عالمی منڈی

اگر کسی شے کے خریدنے والے اور فروخت کرنے والے دنیا کے تمام ملک میں موجود ہوں تو اس شے کی منظوری کو بین الاقوامی یا عالمی منڈی کہتے ہیں۔ کپاس، سونا اور چاندی کی تمام ممالک میں مانگ ہے۔ اس لیے ان کی منڈی کو بین الاقوامی منڈی کہا جائے گا۔ تیز رفتار ذرائع نقل و حمل اور ذرائع خبر رسانی کی وجہ سے بین الاقوامی منڈی کا دائرہ وسیع ہو گیا ہے، تاہم حالات خراب ہونے کی وجہ سے بین الاقوامی کیشنگیوں، تجارتی پابندیوں اور معمولات اور زر مبادلہ پر کنٹرول کی پالیسیوں سے عالمی منڈی کا دائرہ محدود ہو جائے گا۔

2.2۔ منڈیاں بلحاظ وقت

منڈی کی تقسیم وقت کے لحاظ سے بھی کی جاسکتی ہے۔ جس میں طلب اور رسد کی قوتیں باہمی طور پر توازن کی حالت میں پہنچتی ہیں۔ وقت کے نقطہ نظر سے منڈی کی تین اقسام ہو سکتی ہیں۔

(الف) یومیہ منڈیاں

یومیہ منڈی میں شے کی رسد اس مقدار تک محدود ہوتی ہے جو پہلے ہی فروخت کنندگان کے پاس موجود ہوتی ہے۔ اس صورت میں وقت کی کمی کے باعث عملی لحاظ سے رسد میں اضافہ یا کمی کرنا ناممکن ہوتا ہے فروخت کرنے والے کے پاس جس قدر بھی شے کی رسد دستیاب ہو وہ اسی دن فروخت کرنا لازمی ہے۔ اگلے روز ہو سکتا ہے کہ قیمت میں پہلے سے کمی ہو یا اضافہ۔ چونکہ یومیہ منڈی میں شے کی رسد معین ہوتی ہے۔ اس لیے شے کی قیمت پر اس کی طلب بھی اثر انداز ہوتی ہے۔ طلب کم ہو جائے تو قیمت بھی کم ہو جاتی ہے، عام طور پر مچھلی، دودھ، گوشت اور سبزیوں جیسی جلد خراب ہو جانے والی اشیاء کی منڈی یومیہ ہوتی ہے۔

(ب) قلیل عرصہ کی منڈیاں

یومیہ منڈی کی طرح قلیل عرصہ کی منڈی بھی شے کی رسد محدود ہوتی ہے۔ کسی شے کی طلب یا قیمت میں اضافہ ہونے سے رسد میں اضافہ پہلے سے موجود پیداواری ذرائع کے استعمال سے ہو سکتا ہے۔ اس عرصہ میں صرف متغیر عاملین پیدائش مثلاً محنت خام مواد کی مقدار اور اوقات کار کو شے کی طلب میں تبدیلی کے مطابق گھٹایا یا بڑھایا جاسکتا ہے۔ لیکن کارخانے کی عمارت اور مشینری وغیرہ جیسے معین عاملین پیدائش میں کوئی تبدیلی نہیں کی جاسکتی۔ قلیل عرصہ میں شے کے معارف پیدائش اس کی رسد پر اثر انداز تو ضرور ہوتے ہیں۔ لیکن بہت زیادہ نہیں۔ قیمت پر طلب کا اثر اب بھی غالب ہے۔ اگر طلب میں اضافہ ہوگا تو قیمت بھی بڑھ جائے گی اور طلب میں کمی سے قیمت بھی کم ہو جاتی ہے۔

طول عرصہ کی منڈیاں

(ج) طویل عرصہ کی منڈیوں میں وقت زیادہ ہونے کی وجہ سے طلب میں تبدیلی کے مطابق شے کی رسد میں تبدیلی لائی جاسکتی ہے۔ اگر طلب میں مستقل طور پر اضافہ ہو جائے تو رسد میں بھی نہ صرف موجودہ ذرائع پیدائش کے استعمال سے بلکہ نئے ذرائع پیدائش کی تنصیب سے اضافہ کیا جاسکتا ہے۔ مثلاً اگر جوتوں کی طلب بڑھ جائے تو سب سے پہلے پیدا کنندگان پہلے سے موجود مشینوں کو استعمال کر کے اور اوقات کار وغیرہ میں اضافہ کر کے اپنی پیداوار کو طلب کے مطابق بڑھانے کی کوشش کریں گے۔ اگر طلب پھر بھی برقرار رہے تو پیدا کنندگان تاجر نئی مشینیں نصب کریں گے۔ اور نئے پیدا کنندگان بھی میدان میں آجائیں گے۔ اس طرح رسد طلب کے برابر ہو جائے گی۔ اور طلب اور رسد کا ایک نیا توازن ہو جائے گا۔

2.3 منڈیاں بلحاظ نوعیت اشیاء

شے کی نوعیت کے لحاظ سے بھی منڈیوں کی مختلف اقسام ہو سکتی ہیں۔ جو کہ مندرجہ ذیل ہیں۔

(ا) عمومی منڈیاں

عمومی منڈی سے مراد ایسی منڈی ہے جہاں کسی مخصوص شے کی بجائے مختلف قسم کی اشیاء خرید و فروخت ہوتی ہے۔ چھوٹے قبضوں اور دیہاتوں میں یہیں اکثر و بیشتر ایسی منڈیاں ملتی ہیں۔ ان منڈیوں میں روزمرہ اور گھریلو ضروریات کی ہر قسم کی عام اشیاء دستیاب ہوتی ہیں مثلاً چینی، نمک، پکڑا اور تمام خوردنی اشیاء ایک جگہ سے خریدی جاسکتی ہیں۔ اس قسم کی منڈیاں اب صرف چھوٹے دیہاتوں اور قصبات میں پائی جاتی ہیں۔ شہروں میں زیادہ تر مخصوص منڈیاں بھی پائی جاتی ہیں۔

(ب) مخصوص منڈیاں

شہروں میں زیادہ تر مخصوص منڈیاں بھی ہوتی ہیں اور مخصوص منڈی جس میں صرف ایک خاص شے ہی خرید و فروخت ہوتی ہے۔ مثلاً سبزی منڈی میں سبزی ہی بکتی ہے۔ اس طرح سونے اور چاندی میں قیمتی دھاتوں کی منڈیاں بھی ہوتی ہیں۔

(ج) نمونہ کے ذریعہ فروخت کی منڈیاں

نمونہ سازی کے فن سے بھی منڈی کا دائرہ وسیع ہو سکتا ہے۔ ایک پیدا کنندہ کے لیے کسی شے کی کثیر مقدار کو دروازہ مقامات پر اپنے گاہک تک پہنچایا اور انہیں اس شے سے روشناس کروانا بہت مشکل ہوتا ہے۔ اس شکل سے بچنے کے لیے نمونہ سازی کے ذریعہ فروخت کار کا سلسلہ شروع کیا گیا ہے۔ پیدا کنندہ خریدار کو متعلقہ شے کا صرف نمونہ ہی دکھاتا ہے اور اسی بنا پر سودا طے ہو جاتا ہے۔ یہ طریقہ کار ان اشیاء کے لیے خاص طور پر بہت کارآمد ثابت ہوا ہے۔ جن اشیاء کی خرید و فروخت بھاری مقدار میں ہوتی ہے۔

(د) درجہ بندی کے ذریعہ فروخت کی منڈیاں

اشیاء کی درجہ بندی کرنے سے ہی کاروباری سرگرمیوں کو بھی کافی وسعت ہوتی ہے۔ اس طریقہ کار کے مطابق ایک ہی شے کو معیار کے اعتبار سے مختلف درجوں میں تقسیم کر دیا جاتا ہے۔ بدرجہ کی ایک مخصوص کوالٹی ہوتی ہے۔ اسے ایک مخصوص امتیازی نام سے پکارا جاتا ہے۔ خریداروں اور فروخت کاروں کے درمیان کسی شے کے مخصوص درجہ کا سودا ہوتا ہے۔ مثلاً ہمارے ملک میں مختلف درجوں کی گندم ہوتی ہے۔ اگر ایک فروخت کنندہ، میکسی پاک (گندم کی قسم کا نام) کی قیمت کا حوالہ دے رہا ہو، تو خریدار اس

بات کو بخوبی سمجھتا ہے کہ وہ گندم کی کس قسم کا سودا کر رہا ہے۔ اسے متعلقہ شے کو بنات خود دیکھنے کی کوئی ضرورت نہیں پڑتی۔ صرف شے کا درجہ معلوم ہونے میں وہ اس کی خریداری کا آرڈر دے سکتا ہے۔ درجہ بندی کے ذریعے فروخت کے طریقہ کار کی وجہ سے خریدار کو متعلقہ شے کی پوری مقدار دیکھانے کی ضرورت نہیں پڑتی۔ بلکہ اس طریقہ سے نمونہ دکھانے کی بھی ضرورت پیش نہیں رہتی۔ جس سے منڈی کا دائرہ بہت وسیع ہوگا۔

2.4 منڈی بلحاظ مقابلہ

تجارتی نقطہ نگاہ سے مقابلہ سے مراد خریداروں اور فروخت کاروں کے درمیان سودا بازی کا عمل ہے۔ مقابلہ کے اعتبار سے منڈی کی عموماً دو اقسام ہیں۔

مکمل منڈیاں

نامکمل منڈیاں

مکمل منڈیاں

مکمل منڈی سے مراد ایسی منڈی ہے جس میں مکمل مقابلہ رائج ہو۔ مکمل مقابلہ میں خریدار اور فروخت کار ایک دوسرے سے بڑھ چڑھ کر بولی دینے میں آزاد ہوتے ہیں جس کے نتیجہ میں منڈی میں ایک شے کی ایک اور صرف ایک ہی قیمت رائج ہوتی ہے۔

نامکمل منڈیاں

نامکمل منڈی سے مراد وہ منڈی ہے جس میں مکمل مقابلہ کی خصوصیات پائی جاتی ہیں۔ نامکمل منڈی میں ایک ہی شے کی ایک سے زائد قیمتیں رائج ہوتی ہیں۔

3 - مقابلہ بلحاظ درجہ مسابقت

قارئین کی یاد دہانی کے لیے یہاں ذکر کیا جاتا ہے کہ انہوں نے سابقہ صفحات میں منڈی کی اقسام بلحاظ جغرافیائی محل وقوع، وقت، شے کی نوعیت وغیرہ کا مطالعہ کر لیا ہے۔ یہاں درجہ مسابقت کے لحاظ سے منڈی کے حالات و کوائف کا جائزہ پیش کیا جائے گا۔ درجہ مسابقت کی دو صورتیں سامنے آئی ہیں۔ منڈی میں مقابلہ کے حالات پائے جائیں گے یا نامکمل مقابلہ کے۔

3-1 مکمل مقابلہ

مقابلہ کی اس صورت میں درج ذیل شرائط کا پایا جانا ضروری ہے۔

(الف) خریدار اور فروخت کار کثیر تعداد میں موجود ہوں

مکمل مقابلہ کی صورت میں منڈی میں ایک شے کو خریدنے والے کثیر مقدار میں موجود ہوتے ہیں۔ فروخت کار اپنے ذخیرہ کا قلیل حصہ فروخت کے لیے پیش کرتا ہے اور خریدار بھی اسی قلیل حصہ کو خرید کے لیے منتخب کرتا ہے نتیجتاً کوئی شخص بھی انفرادی طور پر شے کی قیمت پر اثر انداز نہیں ہوتا۔

(ب) اشیاء کی یکسانیت

جب اشیاء میں اکائیوں، رنگ و شکل اور علاقائی اعتبار سے یکسانیت پائی جائے تو منڈی اشیاء کی یکسانیت پر دلالت کرتی ہے اس طرح ان اشیاء یا اکائی کی قیمت پر فروخت کار کے ہاں برابر ہوگی۔ خریدار اس طرح اشیاء کی خرید میں آزاد ہوتا ہے وہ جہاں سے چاہے اپنی خریداری عمل میں لائے۔

(ج) معلومات سے مکمل آگاہی

خریدار اور فروخت کار دونوں منڈی کے حالات سے پوری طرح آگاہ ہوتے ہیں۔ خریداریہ بات جانتا ہے کہ ایک چیز کو کس شرح پر خریدا جاسکتا ہے اور فروخت کار بھی اس منصوبے باخبر ہوتا ہے کہ وہی چیز مختلف مقامات پر کس نرخ سے فروخت ہو رہی ہوگی۔ اشیاء کی قیمت میں اگر کوئی معمولی سا فرق نظر آئے گا تو وہ اخراجات بار برداری کا ہو سکتا ہے۔ جو اشیاء کی پیدائش کی جگہ اور منڈی کے وجود کی جگہ کے فاصلے پر دلالت کرتا ہے۔

(د) آزادانہ داخلہ و اخراج

یہ مکمل مقابلہ اس وقت وجود میں آتا ہے جب فرموں کے اندراج اور اخراج پر کسی قیم کی پابندی نہ ہو۔

وہ اپنی مرضی سے منڈی میں مصنوعی کاروبار کے لیے جب چاہیں داخل ہو جائیں اور جب چاہیں اپنے کاروبار کو ختم کر دیں۔

(ر) عالمین پیدائش کی مکمل حرکت پذیر

عالمین پیدائش (ذہن، محنت، سرمایہ، تنظیم) حرکت پذیری میں مکمل طور پر آزاد ہوتے ہیں۔ اگر دن کو ایک فرم میں کم معاوضہ ملتا ہو تو یہ اپنی مرضی سے کسی ایسی فرم میں چلے جاتے ہیں جہاں کہ معاوضہ زیادہ ہو۔ بلکہ عالمین پیدائش اس تلاش میں ہوتے ہیں کہ زیادہ معاوضہ ادا کرنے والی فرم کا سراغ مل جلتے۔ جب ان کا معاوضہ برابر ہوگا تو ہر فرم کی پیدا کردہ اشیاء کی قیمت بھی یکساں ہوگی۔ جس سے بالآخر منڈی میں ایک شے کی صرف ایک ہی قیمت ہوگی۔ مقابلہ کی یہ شکل ناپید ہے کیونکہ منڈی کی شرائط اپنے وزن پر پوری نہیں اترتیں۔ ہاں کسی پھوٹے سے گاؤں میں زرعی اجناس کی خرید و فروخت کا سلسلہ اس مقابلہ کا حامل ہو سکتا ہے۔

3.2 ناکمل مقابلہ

منڈی کی وہ حالت ناکمل مقابلہ کے شمار میں آئے گی جس میں مکمل مقابلہ کی درج شدہ خصوصیات ناپید ہوں گی۔ ناکمل مقابلہ کی اہم ترین شکل یہ ہوگی کہ اس میں ایک ہی شے کی مختلف قیمتیں منظر عام پر آئیں گی۔ اس طرح ناکمل مقابلہ کی درج ذیل شکلیں سامنے آئیں گی۔

(الف) واحد اجارہ داری

اجارہ داری اصل مکمل مقابلہ کی ضد ہے۔ منڈی کی ایسی حالت سامنے آئے گی۔ جس میں ایک ہی فرم پر اشیاء جیسا کرنے کی ذمہ داری عائد ہوتی ہے۔ پیداوار کی تمام اکائیاں ہم جنس ہوں گی اور منڈی میں اس پیدائش کا کوئی نعم البدل بھی نہیں ہوگا۔ اس طرح اجارہ دار کو شے پر مکمل کنٹرول حاصل ہوتا ہے۔ وہ شے کی مقدار کو بڑھا کر قیمت میں کمی کر سکتا ہے یا رسد کو کم کر کے قیمت کو بڑھا بھی سکتا ہے۔ عموماً دیکھنے میں آتا ہے کہ اجادار کے شے پر اثر انداز ہونے والے اختیارات لامحدود نہیں ہوتے کیونکہ اجارہ دار کا مقصد زیادہ سے زیادہ نفع کمانا ہے۔ گاہکوں کی طلب کا عنصر بھی اس کے سامنے ہوتا ہے۔ جب گاہک کی طلب میں لچک ہو تو طلب زیادہ ہونے پر اگر وہ اشیاء کی قیمت کم بھی مقرر کر دے تو پھر بھی زیادہ نفع کما سکتا ہے۔ اگر طلب میں لچک نسبتاً کم ہے تو اجارہ دار یقیناً رسد کو کم کر کے قیمت میں اضافہ کر دے گا۔ خالص اجارہ داری کا وجود کم ہی نظر آتا ہے لیکن تجارتی نقطہ نگاہ سے اس کو بڑی اہمیت حاصل ہے۔

اب) متشیفہ اجارہ داری

اس اجارہ دارانہ ماحول میں دو فرمیں ایک شے کی رسد مہیا کرنے کی ذمہ دار ہوتی ہیں۔ ان اشیاء کی تمام اکائیاں ہم جنس ہوتی ہیں اور ایک دوسرے کا نعم البدل بھی۔ چونکہ ایسے حالات ممکنات سے نہیں ہٹتا اس کی تفصیل بھی اعطاء تحریر میں نہیں لائی جاسکتی۔

ج) کثیر اجارہ داری

کثیر اجارہ داری سے مراد منڈی کی وہ حالت ہے جس میں دو سے زیادہ فرمیں گاہکوں کو رسد مہیا

معاشرتی اجارہ داری

جب ایک فرم کو اختیارات اس لیے دیے جاتے ہیں کہ وہ معاشرے کی فلاح و بہبود میں سر توڑ کوشش کرے گی۔ نیز یہ کہ کوئی دوسرا ادارہ اس فریقہ کو سرانجام نہ دے سکے۔ مثال کے طور پر بجلی پیدا کرنے اور تقسیم کے سلسلے میں اس کو اجارہ داری حاصل ہے۔

قانونی اجارہ داری

جب کوئی شخص یا ادارہ کوئی نئی چیز بناتا ہے تو اس کے مخصوص نام پر تسلیم کروا لیتا ہے۔ اس طرح اگر شخص یا فرم کو اجارہ داری حاصل ہو جاتی ہے۔ مثلاً ایک شخص کتاب تعینیت کرنے کے بعد اس پر لکھوا لیتا ہے کہ جملہ حقوق محفوظ ہیں۔

خود ساختہ اجارہ داری

جب کوئی فرم اپنی جسامت کے اعتبار سے بڑی ہو جائے تو ہر شے کی قدر کم کر دیتی ہے۔ اس سے دوسرا فرم منڈی کو چھوڑنے پر مجبور ہو جاتی ہیں۔ ایسی صورت میں جسامت والی منڈی کو اجارہ دارانہ حیثیت حاصل ہو جاتی ہے۔ جس کو خود ساختہ اجارہ داری کہا جاتا ہے۔ بعض دفعہ بڑی بڑی فرمیں آپس میں اندرونی معاہدہ کی بنا پر مقابلہ کار حجام ختم کر دیتی ہیں۔

اجارہ کی خوبیاں اور خامیاں

اجارہ داری کی خوبیوں اور خامیوں کو درج ذیل پنج پر درج کیا جاتا ہے۔

اندرونی اور بیرونی کفایتیں

دو بیع پیمانے پر اشیاء تیار کرنے والے ادارے کو اندرونی اور بیرونی کفایتیں حاصل ہو جاتی ہیں۔ جس پر معارف میں کمی ہو جاتی ہے اور پیداوار میں اضافے کے امکانات حاصل ہو جاتے ہیں۔

سرمایہ کاری میں امانت

اجارہ داری میں سرمایہ کاری کے امکانات روشن ہوتے ہیں کیونکہ اس سے مصارف پیدا نش کم ہو جاتے ہیں۔ لفع زیادہ سے زیادہ متوقع ہوتا ہے۔ کاروبار کا وسیع ہونا بھی نتیجہ خیر ہے۔

قیمتوں میں استحکام

قیمتوں کے اتار چڑھاؤ کے امکانات بہت ہی کم ہوتے ہیں کیونکہ اجارہ دار عوام کے رجحان کے پیش نظر طلب و رسد میں توازن قائم کر لیتا ہے۔

کرتی ہیں۔ اگر تمام فرموں کی اشیاء متماثل ہوں تو اسے خالص کثیر اجارہ داری اور اگر اشیاء ایک دوسرے نعم البدل نہ ہوں تو متفاوت کثیر اجارہ داری کہا جاتا ہے۔ دوسری شکل میں ہر فرم اپنی پیدا کردہ اشیاء میں تنوع پیدا کرتی ہے۔ یہ فرق مختلف النوع رنگوں، پیکینگ اور علامتی نشانوں کی شکل میں نظر آتا ہے۔

3.3 اجارہ دارانہ مقابلہ

جب اشیاء پیدا کرنے والی لا تعداد فرمیں ہوں اور ان کی اشیاء میں ان کے نعم البدل ہونے کی جھلک نظر نہ آتی ہو اور محض قریبی نعم البدل ہوں۔ اس میں ہر فرم گاہکوں کی کشش کے لیے دیدہ زیب قسم کے اشتهاتان اور دیگر تجارتی پتھکنڈے استعمال کرتے ہیں تاکہ ناظرین کو اپنی اشیاء کے اچھا ہونے کا تاثر دے سکیں اجارہ دارانہ مقابلہ کے اس عمل کو تفاوت پیداوار کے نام سے پکارا جاتا ہے۔ اشیاء کو مشہور کرنے کے سلسلے میں پیدا کار اپنے گرد گاہکوں کا ایک حلقہ قائم کر لیتا ہے۔ اس بنا پر قطع نظر قیمت کے بعض لوگ مخصوص فرموں کی بنائی ہوئی اشیاء خریدنے پر ترجیح دیتے ہیں۔ اس طرح ایک اعتبار سے ان مستقل گاہکوں کی حد تک ہر فرم کو اپنے خالص دائرہ اثر میں اجارہ داری حاصل ہو جاتی ہے۔ اجارہ داری کے تحت ایک شے کا بعبید نعم البدل حاصل ہو جاتا ہے اس لیے اجارہ دار اپنی مرضی سے اشیاء کی قیمت مقرر کر دیتے ہیں۔ لیکن اجارہ دارانہ مقابلہ کی صورت میں ایک ہی شے کو پیدا کرنے والی فرمیں کثیر تعداد میں ہوتی ہیں۔ اگر عامل نہ بھی ہو تو قریبی نعم البدل حاصل ہو جاتے ہیں۔ لہذا گاہک کو ایک فرم کی شے پسند نہ آئے پر دوسری فرم کی پیدا کردہ شے خریدنے میں دیے بھی فرم قیمت مقرر کرنے سے پہلے اپنے سرخیوں کی مقرر کردہ قیمتوں کو زیر غور رکھتی ہے نیز یہ کہ فرمیں گاہکوں کی تعداد کو بڑھانے کے لیے مختلف ذرائع ابلاغ سے کام لیتی ہیں۔ خلاصہ کے طور پر یوں کہا جاسکتا ہے کہ اجارہ دارانہ مقابلہ کی شکل میں شے کو پیدا کرنے والے فرمیں اکثر

تعداد میں موجود ہوتی ہیں۔ ایک کی پیدا کردہ شے سے قریبی مماثلت رکھتی ہے۔ نیز ہر فرم دوسری فرم سے پیداوار میں تنوع پیدا کرنے کی کوشش کرتی ہے جس کے لیے اشتہارات کا استعمال عمل میں لایا جاتا ہے۔

اجارہ داری کی اقسام

قدرتی آجارہ داری

بعض اشیاء مخصوص ملکوں کو قدرت کا عطیہ ہوتی ہیں جیسے بنگلہ دیش، ہٹ سن پیدا کرنے میں ایک واحد ملک ہے۔

تحقیق و تجربہ

کسی فرم کی ترقی کے لیے اس کے اندر شعبہ تحقیق و تجربہ کا قیام ضروری ہے۔ آجارہ دار کے پاس کثیر مسائل ہوتے ہیں جن کی موجودگی سے فائدہ اٹھاتے ہوئے تحقیق و تجربہ کی طرف خصوصی توجہ دیتا ہے۔ اس کے نتیجے میں نئی ایجادات کا ظہور ہو جاتا ہے۔ یہ ایک نہ ختم ہونے والا سلسلہ بن جاتا ہے جس سے فرم ترقی کی راہیں کرتی ہے۔ مفاد عامہ کے لیے موزونیت بعض دفعہ آجارہ داری خود وجود میں لائی جاتی ہے جیسے مفاد عامہ کے لیے واٹر بجلی تقسیم کرتی ہے۔

خامیاں

معاشی ترقی میں رکاوٹ

آجارہ داری کی تمام تر توجہ زیادہ سے زیادہ منافع کمانے پر مرکوز ہوتی ہے۔ اس مقصد کو حاصل کرنے کے لیے وہ کسی شے کی رسد کم کر کے قیمت بڑھا دیتا ہے کیونکہ صارفین کی طلب میں بدستور زیادتی ہوتی رہتی ہے۔ اس طرح وہ زیادہ نفع کمانے کے قابل ہو جاتا ہے۔

دولت کا ارتکاز

آجارہ داری نظام کے تحت دولت کمٹ کر چند ہاتھوں میں آ جاتی ہے جس سے عوام غریب اور مفکول الحال ہو جاتے ہیں۔

نقل پذیری کا فقدان

آجارہ دارانہ نظام میں عاملین پیداوار پر بھی اثر پڑتا ہے۔ کیونکہ وہ ایک مخصوص قسم کی اشیاء کی پیدائش

میں مصروف عمل ہوتے ہیں۔ کسی دوسرے پیشے کی طرف توجہ دینا محال ہو جاتا ہے۔
نئے آجروں کی حوصلہ شکنی

اجارہ دار بہت بڑی مقدار میں سرمایہ کے مالک ہو جاتے ہیں۔ منڈی میں کاروبار پر چھا جاتے ہیں۔ اگر کوئی آجر منڈی میں شامل ہونا چاہے تو اس کے لیے اجارہ دار کئی رکاوٹیں کھڑی کر دیتے ہیں نئے شخص کو منڈی میں آجمرنے کا موقع ہی نہیں ملتا۔

اختراعات کی کمی
 اختراعات اور جدت کا مقابلہ کا نتیجہ ہوتی ہیں۔ چونکہ اجارہ دار کسی نئے آجر کو منڈی میں داخل نہیں ہونے دیتے اس لیے اختراعات اور جدت کے میدان میں بہت بڑا خلا واقع ہو جاتا ہے۔ معاشرتی ترقی بری طرح محروم ہوتی ہے۔

صارفین کا احساس محرومی
 صارفین کو اشیاء کے درمیان انتخاب کا موقع ہی نہیں ملتا۔ کیونکہ جو نئے اجارہ دار پیدا کریں گے۔ صارفین چارونا چارابی اشیاء کو استعمال میں لائیں گے۔ جہت اور اختراعات منظر عام پر نہیں آئیں اور نہ ہی صارفین کو ان کے مزاج کے مطابق اشیاء دستیاب ہوتی ہیں۔

4۔ اشیاء کی خرید و فروخت کے عناصر

اشیاء کی خرید و فروخت میں تین عناصر شامل ہوتے ہیں جو مندرجہ ذیل ہیں۔

الف۔ اشیاء

ب۔ افراد

ج۔ سرگرمیاں

اشیاء کو افراد خریدتے اور بیچتے ہیں۔ خریدار صارفین کہلاتے ہیں اور بیچنے والے فروخت کار کہلاتے ہیں یہ فروخت کار دلال بھی ہو سکتے ہیں اور تاجر اور صنعت کار بھی۔ خریداروں اور فروخت کاروں کی اپنی اپنی سرگرمیاں ہوتی ہیں۔

مارکیٹنگ کے دوران اشیاء کی مد بندی کی جاتی ہے۔ یہ مد بندیاں کرتے وقت کچھ باتیں ذہن میں رکھنا پڑتی ہیں جیسے۔

اشیاء کیسے خریدی جاتی ہیں؟

اشیاء کو کون خریدتا ہے؟

اشیاء کو کب خریدا جاتا ہے؟

اشیاء کو کہاں خریدا جاتا ہے؟

اشیاء کو کتنی مقدار میں خریدا جاتا ہے؟

اشیاء کو کتنے وقفے کے ساتھ خریدا جاتا ہے؟

مارکیٹنگ کے نظام کے مطالعہ کے لیے اشیاء کی مد بندی ضروری ہے۔ جو اشیاء کی انواع و اقسام کو مد نظر رکھتے ہوئے کی جاتی ہے۔ مثلاً ذیل میں اشیاء کی مختلف مد بندیاں کی جا رہی ہیں۔

پائیدار اور منیاع پذیر اشیاء۔

ابتدائی نیم تیار شدہ اشیاء اور مصنوعات

منفعتی اشیاء اور اشیائے صرف۔

اشیاء کی یہ مد بندی ان کی نوعیت کو مد نظر رکھتے ہوئے کی گئی ہے۔ ایسی اشیاء جن کو ذخیرہ کیا جاسکتا ہو۔

اور خراب ہونے پر ان کی مرمت وغیرہ کی جاسکتی ہو، پائیدار اشیاء کہلاتی ہیں۔ مثلاً لیجر بھر پڑا ایک پائیدار شے ہے۔ صارفین ایسی اشیاء کو اپنے نزدیک ترین کاروباری مرکز سے خریدنا پسند کرتے ہیں۔ تاکہ خرابی کی صورت میں شے کو فوری مرمت کرایا جاسکے۔ اس کے برعکس ایسی اشیاء جو جلد منافع ہو جانے والی ہوں اور جنہیں طویل عرصے کے لیے محفوظ نہ کیا جاسکتا ہو، منیاع پذیر اشیاء کہلاتی ہیں۔ مثلاً پھل، انڈا، سبزیاں وغیرہ چونکہ یہ اشیاء نازک ہوتی ہیں لہذا انہیں سر بند کرنے کی ضرورت پیش آتی ہے۔ ایسی اشیاء بھی صارفین اپنے قریبی کاروباری مرکز سے خریدنے کو ترجیح دیتے ہیں۔

۴.۱ ابتدائی اشیاء نیم تیار شدہ اشیاء اور مصنوعات

ابتدائی اشیاء عام طور پر کھیتوں، جنگلوں، پھلی گا ہوں اور کانوں سے حاصل کی جاتی ہیں۔ یہ قدرت کا عطیہ ہوتی ہیں اور صنعتی شعبے میں بطور خام مال استعمال ہوتی ہیں۔ نیم تیار شدہ اشیاء وہ اشیاء ہیں۔ جو ابھی تیاری کے مراحل میں ہوتی ہیں۔ لیکن صارفین کے زیر استعمال بھی ہوتی ہیں۔ مثلاً کپاس سے کپڑا بناتے وقت دھاگہ وجود میں آتا ہے جو ایک نیم تیار شدہ شے ہے۔ جب اشیاء پیداوار کے تمام مراحل طے کر چکی ہیں تو آج انہیں فروخت کے لیے پیش کر دیتا ہے یہ اشیاء مصنوعات کہلاتی ہیں مثلاً کپڑا، کاغذ، چینی، سگر میٹ اور مشینری وغیرہ۔ صنعتی اشیاء خرید پیداوار دولت کے لیے استعمال کی جاتی ہیں۔ ان کی خرید و فروخت کے وقت ان کا معیار اور قیمت خاص طور سے زیر غور آتی ہیں۔ جب کہ اشیائے صرف وہ اشیاء ہیں جو ایک مرتبہ استعمال کے بعد اپنی افادیت کھو بیٹھی ہیں۔ یہ اشیاء عام طور سے پرچون فروش کے ہاں دستیاب ہوتی ہیں۔ جیسے جوتا، صابن، چھری وغیرہ اشیاء کی خرید و فروخت کی بابت سرگرمیوں کو دو حصوں میں تقسیم کیا جاتا ہے۔

(۱) وہ سرگرمیاں جن کی بدولت اشیاء کو ایک مقام سے دوسرے مقام تک منتقل کیا جاتا ہے۔

(ب) وہ سرگرمیاں جن کی بدولت اشیاء کو ایک فرد سے دوسرے فرد تک منتقل کیا جاتا ہے۔

جس طرح اشیاء و خدمات کی پیداوار کا عمل افادہ شے تخلیق کرتا ہے۔ اسی طرح اشیاء و خدمات کی منتقلی کا عمل افادہ مقام اور افادہ ملکیت کو جنم دیتا ہے۔ لہذا اشیاء کی خرید و فروخت کے موضوع کی اہمیت و افادیت

نحوہ بیان ہو جاتی ہے۔

اشیاء کی خرید و فروخت کی سرگرمیاں تمام کاروباری دنیا پر حاوی نظر آتی ہیں ان کا آغاز کارخانوں سے ہوتا ہے اور اختتام پر چون کی دکانوں میں ہوتا ہے۔ ان سرگرمیوں کو سرانجام دینے کے لیے مختلف ادارے ہوتے ہیں۔ جن کے ذمے کچھ فرائض ہوتے ہیں۔ ان اداروں میں جو سرکاری اور نجی نوعیت کے ہوتے ہیں۔ حکومت کا ذکر از حد ضروری ہے۔ کیونکہ جہاں تمام کاروباری زندگی میں حکومت کا عمل دخل بڑھ رہا ہے وہاں اشیاء کی خرید و فروخت کے سلسلے میں بھی حکومت کا کردار از خود نمایاں ہے۔

4.2- مارکیٹنگ (منڈی کاری) کے موضوع کی اہمیت و افادیت

اشیاء کی خرید و فروخت کے موضوع کا مطالعہ کسانوں، صنعت کاروں، کاروباری حضرات، آجرین اور صائین غریبیکہ سبھی کے لیے سود مند ہے اس کا مطالعہ اس لیے بھی ضروری ہے کہ معاشرے کے ایک طبقے کے مفادات دوسرے طبقے کے مفادات سے مختلف اور متضاد ہیں جو طبقہ جس قدر معلومات فراہم کرے گا۔ اسی قدر بہتر طور پر اپنے مفادات کا تحفظ کر سکے گا۔ اشیاء کی خرید و فروخت کی سرگرمیوں کا مطالعہ صارف کے لیے اس واسطے ضروری ہے کہ وہ ان اشیاء کو خرید کر اپنی ضروریات کی تسکین چاہتا ہے اشیاء کی خرید و فروخت سرگرمیوں کا مطالعہ آجر کے لیے اس واسطے ضروری ہے کہ وہ اپنی اشیاء کو بیچ کر زیادہ سے زیادہ منافع حاصل کرنا چاہتا ہے۔ صارف کی توجہ کامرکوز اشیاء اور ان کی قیمتیں ہوتی ہیں۔ وہ کم ترین قیمتیں ادا کرنے پر آمادہ ہوتا ہے جبکہ آجر زیادہ سے زیادہ قیمت وصول کرنے کے لیے کوشاں رہتا ہے۔ اگر حالات و واقعات ایسا رخ اختیار کریں کہ صارف اشیاء کی خریداری سے انکار کر دے تو آجر کو خسارے کا امکان ہوتا ہے منڈی کے نظام اور اشیاء کی خرید و فروخت سے واقفیت اس قسم کی صورت حال سے نبرد آزما ہونے کی صلاحیت اجاگر کرتی ہے۔

اشیاء کی خرید و فروخت کے نظام کی معاشی اور معاشرتی قدر و منزلت بھی صاف واضح ہے اگر مارکیٹنگ کا نظام مستعد ہو اور مصارف کم ہوں تو اشیاء کی قیمتیں کم ہوں گی جب صارف کو اشیاء کم قیمت پر میسر آئیں گی تو وہ زیادہ اشیاء خرید سکے گا، گویا اس کی حقیقی آمدنی میں اضافہ ہو جائے گا۔ جب تمام افراد کی حقیقی آمدنیوں میں اضافہ وقوع پذیر ہو تو قومی آمدنی میں اضافہ ہو گا۔ اسی طرح اشیاء کی خرید و فروخت سماجی بہبود میں اضافے کا موجب بنتی ہے۔

5- پاکستان میں اشیا کی خرید و فروخت کا نظام

پاکستان بنیادی طور پر ایک زرعی ملک ہے۔ صنعتی میدان میں یہ بھی نو وارد کی حیثیت رکھتا ہے۔ اگر اس کی برآمدات میں زرعی اجناس اور خام مال کا تناسب زیادہ ہے جب کہ درآمدات میں مصنوعات کا تناسب زیادہ ہے۔ پاکستان اپنی برآمدات کا جو معاوضہ حاصل کرتا ہے اور اپنی درآمدات کے جو مصارف ادا کرتا ہے ان کا پاکستان کے مارکیٹنگ کے نظام یا پاکستان میں اشیا کی خرید و فروخت کے نظام سے گہرا تعلق ہے۔

زرعی پیداوار کی صورت میں اشیا کی خرید و فروخت کے اخراجات کسان برداشت کرتا ہے۔ صنعتی پیداوار کی صورت میں اشیا کی خرید و فروخت کے اخراجات صارف برداشت کرتا ہے پاکستان میں آبادی کا بچپن فیصد حصہ زراعت پر انحصار کرتا ہے۔ اپنی آمدنی کا خطیر حصہ زرعی اجناس کی خرید و فروخت پر خرچ کرتا ہے۔ لیکن اس شے کی قیمت میں شامل نہیں کرتا ہے۔ اپنی آمدنی کا کچھ حصہ وہ روزمرہ کے استعمال کی اشیا کی خریداری پر خرچ کرتا ہے اور کچھ حصہ زرعی آلات کی خریداری پر۔ جس کی خرید و فروخت کے اخراجات بھی وہ خود برداشت کرتا ہے۔ یہ پاکستان کی تاریخ کا المیہ ہے کہ یہاں زرعی اجناس کی خرید و فروخت کا نظام انتہائی پسماندہ اور ناقص ہے۔ اچھی فصل کی صورت میں بھی کسان کو انہیں کا جاز معاوضہ نہیں مل پاتا۔ اس کی آمدنی کا ایک بڑا حصہ زرعی اور صنعتی اشیا کی خرید و فروخت پر صرف ہو جاتا ہے۔ اس کی آمدنی گزراوقات کے معیار تک محدود رہتی ہے غربت اس کا مقدر ہے وہ قرضے میں آنکھ کھوتا ہے اور قرضے ہی میں آنکھ بند کر لیتا ہے۔

زرعی اجناس کی خرید و فروخت کا بڑا نقص یہی ہے کہ مصارف خرید و فروخت مصارف پیدائش میں شامل نہیں ہوتے یہ اخراجات کسان کو برداشت کرنے پڑتے ہیں۔ ضرورت اس امر کی ہے کہ کسان کو معاشی تحفظ دیا گیا جائے اور ایسی مراعات دی جائیں کہ اسے پیداوار کا معقول معاوضہ مل جائے۔

صنعتی اجناس کی خرید و فروخت کے سلسلے میں اشیا کی منتقلی کے اخراجات صارف برداشت کرتا ہے۔ شے کی قیمت مختتم فرم کے مصارف پیدائش کے مساوی مقرر کی جاتی ہے جس میں مناسب منافع شامل ہو جاتا ہے۔ اگر زرعی اجناس کی قیمتیں بھی اسی اصول کی روشنی میں مقرر کی جائیں تو کاشت کار اور صنعت کار ہم پلہ اور مساوی حیثیتوں میں کام کریں گے اور کسان جس معاشی عدم مساوات اور استحصال کا شکار ہے اس کا تدارک ہو سکے گا۔

5-1۔ خود آزمائی نمبر ۱

(الف) مندرجہ ذیل خالی جگہوں کو پُر کیجئے۔

- ۱۔ مارکیٹنگ کی سرگرمیوں کا تعلق اشیا کی _____ کی منتقلی سے ہوتا ہے۔
- ۲۔ کسی ملک کے افراد کے معیار زندگی کا انحصار مارکیٹنگ کے _____ پر ہوتا ہے۔
- ۳۔ اگر مارکیٹنگ کا نظام مستعد ہو تو _____ کم ہوں گے۔
- ۴۔ اگر مارکیٹنگ کے مصارف کم ہوں تو اشیا _____ کم ہوں گی۔
- ۵۔ زرعی اجناس کی خرید و فروخت کے مصارف شے کی _____ میں شامل نہیں ہوتے۔
- ۶۔ پاکستان میں زرعی کا خرید و فروخت کا نظام بہت _____ ہے۔

(ب) ذیل میں ہر بیان کے آخر پر صحیح اور غلط کے الفاظ درج ہیں بیان کی روشنی میں صحیح یا غلط لفظ کے گرد نشان لگائیے۔

آجر اور مصارف اپنے اپنے مفادات کے تحفظ کی خاطر مارکیٹنگ کے نظام کا مطالعہ کرتے ہیں۔
صحیح / غلط

مارکیٹنگ کے مصارف اور معیار زندگی میں ایک منفی تفاعل رشتہ موجود ہے۔
صحیح / غلط

اشیا کی خرید و فروخت افادہ مقام کو جنم دیتی ہے۔
اگر خرید و فروخت کے مصارف کم ہوں تو شے کی قیمتیں بھی کم ہوں گی۔ بالوں کی تحقیق آمدنی کم ہو جائے گی۔
صحیح / غلط

زرعی اجناس کی خرید و فروخت کے اخراجات کسان برداشت کرتا ہے۔
صنعتی اجناس کی خرید و فروخت کے اخراجات صنعتکار برداشت کرتا ہے۔
صحیح / غلط

(ج) ذیل میں ہر بیان کے چند جوابات دیے گئے ہیں۔ آپ ایسے درست جواب پر نشان لگائیے۔
جس سے بیان کی تکمیل ہوتی ہو۔

- ۱۔ مارکیٹنگ کے نظام کے مطالعہ کی مدد سے مصارف
- (الف) زیادہ منافع کما سکتا ہے۔

ب۔ اپنی آمدنی بڑھا سکتا ہے۔
ج۔ اپنی ضروریات بطریق احسن پوری کر سکتا ہے۔
د۔ زیادہ اشیاء پیدا کر سکتا ہے۔

2۔ پاکستان میں زرعی اجناس کی خرید و فروخت کا نظام اس لیے ناقص ہے کہ خرید و فروخت کے اخراجات۔

الف۔ کسان کو برداشت کرنے پڑتے ہیں۔

ب۔ کارخانہ دار کو برداشت کرنے پڑتے ہیں۔

ج۔ صارف کو اٹھانا پڑتے ہیں۔

د۔ صارف اور کارخانے دار مل کر برداشت کرتے ہیں۔

6۔ مارکیٹنگ (منڈی کاری) کے مراحل

مارکیٹنگ دراصل اشیاء کے اپنے جاتے پیدائش سے جاتے استعمال تک سفر کرنے کا نام ہے۔ اس سفر میں اشیاء مختلف مراحل مدارج یا ادوار سے گزرتی ہیں گو یا پہلے اشیاء کی خرید و فروخت کی تیاری کا عمل وجود میں آتا ہے اور پھر اشیاء کی خرید و فروخت کا عمل شروع ہوتا ہے۔ لہذا ہم پہلے اشیاء کی خرید و فروخت کی تیاری کے عمل کا جائزہ لیتے ہیں۔ اس کے تین ادوار ہیں۔

6.1۔ اجتماع یا ارتکاز

مارکیٹنگ کے پہلے مرحلے میں اشیاء کو ایک مقام پر جمع کیا جاتا ہے خام مال مختلف مقامات پر پیدا کیا جاتا ہے لہذا ضروری ہے کہ ان چھوٹی چھوٹی مقداروں کو اکٹھا کیا جائے تاکہ انہیں بھوک فروشوں تک فروخت کی غرض سے بھیجا جاسکے۔ اسی طرح مصنوعات کو جمع کیا جاتا ہے۔ انہیں پرچون فروشوں کی مدد سے صارفین تک پہنچایا جاتا ہے۔

6.2۔ تقسیم

مارکیٹنگ کے دوسرے مرحلے میں خام مال کو صنعت کاروں اور مصنوعات کو صارفین تک لے جانے کے انتظامات شامل ہیں۔ اگر رسید بھوک فروش حضرات کو فراہم کی جا رہی ہے تو اسے بڑی مقداروں میں بانٹا جاتا ہے۔ اگر صارفین کو فراہم کی جا رہی ہے تو چھوٹی مقداروں میں تقسیم کیا جاتا ہے۔

6.3۔ توازن

یہ مارکیٹنگ کا تیسرا اور انتہائی اہم مرحلہ ہے۔ اس میں رسد کو طلب سے متوازن کیا جاتا ہے۔ اشیاء کو کم طلب والے علاقوں سے زیادہ طلب والے علاقوں کی طرف منتقل کیا جاتا ہے۔ اس طرح قیمتوں میں استحکام پیدا کیا جاتا ہے۔

7 مارکیٹنگ (منڈی کاری) کے عوامل و فرائض

اب ہم ان حوامل کا جائزہ لیتے ہیں جو اشیاء کی خرید و فروخت کو براہ راست فروغ دیتے ہیں۔ مختلف سرکاری اور نجی ادارے اشیاء کو کھلیاؤں اور کارخانوں سے منڈی، محکوک فروش پرچون فروش اور صارفین تک پہنچانے کا موجب بنتے ہیں۔ لہذا ان کی کچھ ذمہ داریاں ہوتی ہیں۔ اشیاء کی خرید و فروخت کے سلسلے کے اہم فرائض مندرجہ ذیل ہیں۔

7.1- خریداری

اشیاء کی خریداری کے عمل میں آجریں بھی شامل ہوتے ہیں اور صارفین بھی۔ آجریں حضرات پیداوار مقاصد کے لیے خام مال کے خریدنے پر آمادگی کا اظہار کرتے ہیں۔ صارفین اپنی ضروریات کی تکمیل کے لیے اشیاء خریدتے ہیں، خریداری کا عمل اس وقت شروع ہوتا ہے جب خریدار اپنی ضروریات کا تعین کرتے ہیں۔ شے کی قیمت کے تعین کے لیے گفت و شنید کی جاتی ہے۔ چیز کا معیار اور مقدار مقرر کیے جاتے ہیں کیونکہ شے کی ترسیل کے مختلف ذرائع اختیار کیے جاسکتے ہیں۔ لہذا بہترین طریقہ رسد کا انتخاب کیا جاتا ہے۔ خریداری ہی کے وقت اشیاء کی روانگی اور ان کی وصولی کی تاریخوں کے معاملات طے ہوتے ہیں۔

7.2- فروخت

خرید اور فروخت دو ایسی سرگرمیاں ہیں جو باہم منسلک اور مربوط ہیں اگر ایک سمت خریداری ہو رہی ہے تو دوسری طرف فروخت کا عمل جاری رہتا ہے۔ دونوں سرگرمیوں کا تعلق اشیاء کی منتقلی سے ہوتا ہے۔ تاہم فروخت کنندہ ایسی صورت حال سے بھی دوچار ہو سکتا ہے۔ جس میں صارف نے آخری لمحے اپنا فیصلہ

بدل دیا ہو۔ نئے کی خریداری سے انکار کر دیا ہو۔ فروخت کنندہ اپنی شے کی طلب پیدا کرنے کے لیے اشتہار بازی پر انحصار کر سکتا ہے۔ اخبارات، ریڈیو، ٹیلی ویژن پر اشتہارات کے ذریعے اپنی شے کو مقبول بنا سکتا ہے۔ اس طرح اس کی فروخت میں خاطر خواہ اضافہ ممکن ہوتا ہے۔

7-3- بار برداری

خرید و فروخت کی سرگرمیاں اس وقت تک تشنہ تکیل رہتی ہیں۔ جب تک کہ اشیاء کی منتقلی مکمل میں نہ آجائے اشیاء کی ملکیت بدلنے کے لیے ضروری ہے کہ ان کا مقام تبدیل کیا جائے۔ ظاہر ہے کہ خریدار اور فروخت کنندہ کے درمیان جس قدر فاصلہ زیادہ ہوگا بار برداری کی اہمیت اسی قدر زیادہ ہوگی۔ فی الواقعہ اشیاء کی خرید و فروخت کے مصارف کا جزو اعظم ہی بار برداری کے اخراجات ہوتے ہیں۔ گویا اشیاء کی خرید و فروخت کو متاثر کرنے والی ایک اہم سرگرمی اشیاء کی بار برداری ہے۔

7-4 ذخیرہ کاری

ایشیا کی خرید و فروخت کے دوران انہیں وقتاً فوقتاً محفوظ کرنے کی ضرورت پیش آتی ہے۔ ایسی اشیاء جن کی طلب مختلف وقفوں سے کی جاتی ہو۔ ان کا ذخیرہ نہایت ضروری ہوتا ہے۔ مصنوعات کے معاملے میں یہ عامل نہایت متحرک نظر آتا ہے جس کی وجہ یہ ہے کہ مصنوعات کی طلب غیر یقینی ہوتی ہے۔ لہذا جب طلب غیر یقینی ہوتی ہے۔ لہذا جب طلب کم ہو تو اشیاء کا ذخیرہ کر لیا جاتا ہے۔ موجودہ دور میں اشیاء کی طلب کا پہلے سے تعین کر لیا جاتا ہے۔ اس کے بعد اشیاء کو تیار کر کے طلب کے منظر عام پر آنے تک محفوظ کر لیا جاتا ہے۔ منیاج پذیر اشیاء کو سرد خانوں میں محفوظ کر لیا جاتا ہے تاکہ طلب کے ظاہر ہونے پر انہیں خرید و فروخت کے لیے پیش کیا جاسکے۔

7-5 معیار بندی اور درجہ بندی

معیار بندی اور درجہ بندی دونوں ہی اشیاء کی خرید و فروخت میں مددگار ثابت ہوتے ہیں۔ معیار بندی کا مطلب یہ ہے کہ اشیاء کو ان کی اندرونی و بیرونی ماہیتوں، صلاحیتوں کے اعتبار سے ممتاز کیا جائے۔ اس کا مقصد یہ ہوتا ہے کہ اشیاء کے معیار کی نشاندہی کر دی جائے۔ لہذا آج کل ہم

دیکھتے ہیں کہ بہت ساری فرمیں اپنی اشیاء کے معیار کے تعین کے لیے ٹریڈ مارکس کا استعمال کرتی ہیں۔ معیار بندی کی اصطلاح کی وضاحت کے لیے ہم ایک کاروباری فرد کی مثال لیتے ہیں جو سیبوں کی خرید و فروخت کے کاروبار سے منسلک ہے۔ یہ اپنے سیبوں کو تین علیحدہ ٹوکروں میں رکھتا ہے۔ ایک ٹوکروے میں کشمیر کے دوسرے ٹوکروے میں کوئٹہ کے اور تیسرے ٹوکروے میں مری کے سیب رکھے ہیں۔ اس طرح کاروباری نے اپنے سیبوں کی معیار بندی کر دی ہے۔

اشیاء کی درجہ بندی سے مراد یہ ہے کہ کسی شے کو رنگ سادیا ایسے ہی کسی فرق کی بناء پر مختلف حصوں میں بانٹ دیا جائے مثال کے طور پر ایک شخص سیبوں کا کاروبار کرتا ہے۔ اس کے پاس کوئٹہ کے کاشت کیے ہوئے سیب ہیں وہ ان سیبوں کو دو حصوں میں بانٹ دیتا ہے۔ وہ بڑے سیبوں کو ایک ٹوکروے میں اور چھوٹے سیبوں کو دوسرے ٹوکروے میں رکھتا ہے۔ سیبوں کی یہ تقسیم سیبوں کی درجہ بندی کہلائے گی۔ درحقیقت درجہ بندی معیار بندی کا ایک حصہ ہے۔ معیار بندی کا فائدہ یہ ہوتا ہے کہ صارف کو پہچاننے میں دشواری پیش نہیں آتی۔ اسی طرح خریداری کا عمل سرعت کے ساتھ پروان چڑھتا ہے۔ پھر معیار بندی اور درجہ بندی اشیاء کی خرید و فروخت کے مصارف کو کنٹرول کرنے میں بھی اہم کردار ادا کرتے ہیں۔

7.6 سرمایہ کی فراہمی

پائل کے الفاظ میں مارکیٹنگ کے نظام کو تسلسلہ بخشنے والا اہم ترین آلہ سرمایہ ہے۔ جن افراد کے ہاتھوں اشیاء منتقل ہوتی ہیں ان میں صنعت کار، تھوک فروش، پرچون فروش شامل ہیں۔ پھر کہیں اشیاء صارف تک پہنچتی ہیں۔ قدرتی طور پر صنعت کار "تھوک فروش" اور پرچون فروش کو کچھ اخراجات برداشت کرنے پڑتے ہیں۔ جن میں سیلز مینوں کے مشاہرے، اشتہار بازی، بار برداری اور دفتر کے دیر بہت رکھنے کے اخراجات شامل ہوتے ہیں۔ صارف میں یہ رجحان پایا جاتا ہے کہ وہ شے کے وصول پا جانے کے بعد ہی قیمت کی ادائیگی کو تسلیم ہے۔ جبکہ متذکرہ بالا اخراجات کو برداشت کرنے کے لیے فوری طور پر سرمائے کی ضرورت پیش آتی ہے۔ اگر کاروبار درآمد برآمد کا ہو تو مارکیٹنگ کے لیے سرمائے کی فراہمی اور زیادہ اہمیت اختیار کر لیتی ہے۔

7.7. پیکنگ

پیکنگ کا مطلب اشیاء کو محفوظ کرنا اور انہیں سربند کرنا ہے۔ اس طرح اشیاء چوری ہو جانے، ضائع ہو جانے، بہہ جانے، گل سڑ جانے اور اسی طرح کے دیگر خطرات سے محفوظ ہو جاتی ہیں۔ محض فروش اشیاء بڑی مقدار، اور پرچون فروش چھوٹی مقدار میں سربند کرتے ہیں۔ پیکنگ کے لیے کس قسم کا مواد استعمال کیا جائے؟ اس کا فیصلہ شے کی نوعیت کے اعتبار سے کیا جاتا ہے۔ پرانے زمانے میں اشیاء مٹی کے برتنوں میں پیک کی جاتی تھیں۔ لیکن اب یہ طریقہ غیر موزوں سمجھا جانے لگا ہے۔ اور اس مقصد کے لیے کاغذ کڑا، لکڑی، شیشہ اور پلاسٹک وغیرہ استعمال ہوتا ہے۔ عام طور پر ٹھوس اشیاء کو گانٹھوں میں باندھا جاتا ہے۔ سبز یوں اور پھلوں کو لکڑی کے ڈبوں میں شیشے کی اشیاء کو گتے کے اندر اور ادویہ کو پلاسٹک کی بوتلوں وغیرہ میں رکھا جاتا ہے۔ پیکنگ کے لیے دیدہ زیب رنگوں کا استعمال کیا جاتا ہے۔ مختلف رنگ مختلف انسانی جذبات کی عکاسی کرتے ہیں مثلاً سفید رنگ پاکیزگی، سبز رنگ تازگی، نیلا رنگ ٹھنڈک اور سرخ رنگ گرمی کی علامت ہوتے ہیں۔ لہذا شے کی نوعیت کے اعتبار سے رنگ کا انتخاب کیا جانا چاہیے۔ بڑی عمر کے لوگوں کے استعمال کی اشیاء پیکنگ بخمیدہ رنگوں والے مواد اور بچوں کے کھلونوں وغیرہ کی پیکنگ شوخ رنگ کے مواد سے کرنی چاہیے۔ پیکنگ کے اوپر سربند شدہ شے کی تصویر کی بھی ہو سکتی ہے۔ جس سے شے بآسانی شناخت پذیر ہو جاتی ہے۔ ادویات کی پیکنگ پر استعمال کنندہ کے لیے ہدایات درج کی جاتی ہیں۔

اشیاء کی مارکیٹنگ کے سلسلے میں پیکنگ بڑی سودمند ہوتی ہے اور فروخت کو فروغ دینے میں بڑی موثر

ثابت ہوتی ہے علاوہ ازیں

- 1۔ پیکنگ شے کے معیار اور مقدار کو استقامت بخشتی ہے۔
- 2۔ یہ براؤن اور ریڈ مارک کے استعمال کی تربیت دیتی ہے۔
- 3۔ سربند شدہ شے کم جگہ گھیرتی ہے۔ لہذا پرچون فروشوں کے یہاں بطور نمونہ بھی رکھی جاسکتی ہے۔
- 4۔ پیکنگ منافع کی شرح میں اضافہ کرتی ہے۔
- 5۔ سربند اشیاء کے وقار میں اضافہ ہو جاتا ہے۔

7.8 خطرے کا احتمال

نقصان کے امکان کو خطرے کا نام دیا جاتا ہے۔ کاروبار میں شے کے چوری ہو جانے، آگ لگ جانے، سیلاب میں بہہ جانے اور کساد بازاری کا ڈر رہنا ہے۔ کاروباری شخص ان غیر یقینی حالات سے واقف ہوتا ہے اور ان کا سامنا کرنے کے لیے تیار رہتا ہے۔ لہذا مارکیٹنگ کا ایک فرض یہ بھی ہے کہ خطرے کو اٹھایا جائے۔ مارکیٹنگ کے خطرات جس قدر کم ہوں گے اشیاء کی خرید و فروخت اسی قدر زیادہ ہوگی۔ اور یہ خطرات جتنے گہمیر ہوں گے فروخت کا حجم کم ہو جائے گا۔ کاروباری شخص مارکیٹنگ کے خطرات پر مندرجہ ذیل طریقوں سے قابو پا سکتا ہے۔

- 1۔ کاروباری شخص خطرے سے بچ سکتا ہے۔ مثلاً وہ اشیاء کو منائع ہونے سے بچانے کے لیے فرج کا استعمال کرتا ہے۔ ایسی عمارت میں کاروبار کرتا ہے جہاں آگ نہ لگ سکے۔
- 2۔ وہ خطرے کے امکان کو کم کر سکتا ہے اور یہ طریقہ زیادہ قابل عمل ہے، جیسے آگ کے لگ جانے کو روکنے کے لیے آگ بجھانے والے عملے کی تعیناتی کرنا، کساد بازاری کے رجحان کو بھانپنے کے لیے منڈی کے حالات میں گہری دلچسپی لیتا۔
- 3۔ کچھ ایسے خطرات ہیں جو کاروباری شخص کو بہر حال اٹھانے پڑتے ہیں جس کے لیے اسے اپنے آپ کو تیار رکھنا پڑتا ہے۔ اور اس مقصد کے لیے وہ رقم مخصوص کر دیتا ہے۔
- 4۔ مارکیٹنگ کے خطرات کو ایسے افراد کی سمت منتقل کیا جاسکتا ہے جو خطرات کو اٹھانے میں تخصیص یافتہ ہوں۔
- 5۔ کاروباری شخص اپنی اشیاء کا بیمہ کر سکتا ہے اور اس طرح وہ بلا خوف و خطر خرید و فروخت کے عمل کو جاری رکھ سکتا ہے۔

7.9 منڈی کے حالات سے واقفیت اور تحقیق و تجربہ

مُجوں آبادی میں اضافہ ہوتا گیا انسانی ضروریات بڑھتی چلی گئیں۔ ہر لمحہ بڑھتی ہوئی ضروریات

کی تشکیل کے لیے اشیاء کی انواع کے اعتبار سے منڈیاں وجود میں آئیں۔ اب ہر خریدار کی خواہش ہوتی ہے کہ وہ اپنی متعلقہ منڈی کی بابت وسیع معلومات رکھتا ہو وہ منڈی میں رائج قیمت سے شناسا ہو۔ اپنی پسند و ناپسند سے واقف ہو، رائج الوقت فیشن سے ہم آہنگ ہو۔ شے کی تیاری میں استعمال کیے جانے والے مواد کے معیار کو پرکھ سکے۔ نیز وہ یہ بھی جاننا چاہے گا کہ مستقبل میں صنعت کسی بحران سے تو دوچار ہو جائے گی۔ اگر قیمتوں میں اضافے کا امکان ہو تو وہ اشیاء کو ذخیرہ کرے گا۔ اگر قیمتوں میں کمی کے آثار ہوں تو خریدار کوشش کرے گا کہ اپنی ضرورت کو قیمتوں کے گرنے تک ملتوی کر دے۔

بعینہ صنعت کار بھی منڈی کے حالات سے ہم آہنگ ہو سکتا ہے اور ان سے مستفید ہو سکتا ہے۔ وہ تھوک فروش، پرچون فروش اور گاہکوں کے رد عمل کو سمجھتا اور ان کی روشنی میں قیمتوں کا تعین کرتا ہے۔ منڈی کے حالات آجریں اور صارفین تک پہنچانے کے لیے مختلف ادارے اور ایجنسیاں سرگرم عمل رہتی ہیں ترقی یافتہ ممالک میں اخبارات، ریڈیو اور ٹیلی ویژن کے ذریعے منڈی کے متغیرات کے بارے میں معلومات فراہم کی جاتی ہیں۔ اس طرح اشیاء کی خرید و فروخت کے عمل کو آسان بنایا جاتا ہے اور اس ضمن میں آنے والے اخراجات کو ممکنہ حد تک کم کرنے کی سعی کی جاتی ہے۔

7-10 خود آزمائی نمبر 2

الف مندرجہ ذیل خالی جگہوں کو پُر کیجیے۔

- 1۔ مارکیٹنگ کے _____ اشیاء کی خرید و فروخت کی تیاری کے پہلے عمل کا جائزہ لیتے ہیں۔
- 2۔ مارکیٹنگ کے _____ وہ عناصر ہیں جو اشیاء کی خرید و فروخت پر براہ راست اثر انداز ہوتے ہیں۔
- 3۔ اشیاء کی خرید و فروخت کے مصارف کا جزو اعظم _____ کے اخراجات ہیں۔
- 4۔ اشیاء کی خرید و فروخت کے سلسلے میں چیزوں کو وقتاً فوقتاً _____ کرنے کی ضرورت پیش آتی ہے۔
- 5۔ اشیاء کی درجہ بندی سے _____ زیادہ مستحکم ہو جاتی ہے۔

ب۔ ذیل میں ہر بیان کے آخر پر صحیح اور غلط کے الفاظ مرقوم ہیں۔ بیان کی روشنی میں صحیح یا غلط لفظ کے گرد دائرہ کا نشان لگائیے۔

1۔ شے کی خریداری کے عمل کے دوران مصارف شے کی مقدار اور معیار جیسے معاملات کا تعین کرتا ہے۔
صحیح / غلط

2۔ درجہ بندی اور معیار بندی ایک ہی سرگرمی کے دو نام ہیں صحیح / غلط

3۔ سب اشیاء کی طلب کم ہو تو آجبر اور صنعت کار افراد قیمتوں کی کمی کو روکنے کے لیے اشیاء کا ذخیرہ کر لیتے ہیں۔
صحیح / غلط

4۔ اگر خریداروں اور فروخت کاروں کو منڈی کے حالات کا علم ہو تو مارکیٹنگ کے مصارف کم ہو جاتے ہیں۔
صحیح / غلط

5۔ مارکیٹنگ کے خطرات اعلیٰ و آخر کار دوبارہ شخص کو ہی برداشت کرنے پڑتے ہیں۔
صحیح / غلط

ج۔ ذیل میں ہر بیان کے چند جوابات دیے گئے ہیں آپ ایسے درست جواب پر نشان لگائیے جس سے بیان کی تکمیل ہوتی ہے۔

1۔ اشیاء کی خرید و فروخت کے مصارف کی زیادتی کی بڑی وجہ
الف۔ خام مال کی گرانی ہے۔

ب۔ بار برداری کے اخراجات ہیں۔

ج۔ محنت کے مصارف ہیں۔

سرمایہ دار کا سود ہے ۔

2۔ اشیاء کی معیار بندی سے مراد یہ ہے کہ آجر اور صارف

الف۔ بہت سی اشیاء کو ایک دوسرے سے ممتاز کر سکتے ہیں ۔

ب۔ محض چند اشیاء کو ایک دوسرے سے ممتاز کرتے ہیں ۔

ج۔ ایک ہی شے کی مختلف قسموں میں سے کسی ایک کو بطور معیار اپنا سکتے ہیں ۔

3۔ منڈی کے حالات سے واقفیت

الف۔ آجر اور صارف دونوں کے لیے یکساں فائدے مند ہے ۔

ب۔ صرف آجر کے لیے نفع بخش ہے ۔

ج۔ آجر کے لیے زیادہ اور صارف کے لیے کم فائدے مند ہے ۔

د۔ صرف صارف کے لیے سود مند ہوتی ہے ۔

4۔ مارکیٹنگ کے نظام میں ذخیرہ اندوزی اس طرح مستحکم ہوتی ہے کہ

الف۔ شے کی رسد کو بالکل روک لیا جاتا ہے ۔

ب۔ شے کو دافر مقدار میں منڈی میں لایا جاتا ہے ۔

ج۔ رسد کے کم ہونے پر طلب کم اور رسد کے بڑھنے پر طلب بڑھادی جاتی ہے ۔

د۔ طلب کے کم ہونے پر رسد کم اور طلب کے بڑھنے پر رسد کو بڑھایا جاتا ہے ۔

8۔ جوابات خود آزمائی

خود آزمائی نمبر 1

| | | |
|--------------|----------|----------|
| الف۔ 1۔ یکیت | 2۔ مصارف | 3۔ مصارف |
| 4۔ قیمتیں | 5۔ قیمت | 6۔ ناقص |
| ب۔ 1۔ صحیح | 2۔ غلط | 3۔ صحیح |
| 4۔ غلط | 5۔ صحیح | 6۔ غلط |
| ج۔ 1۔ ج | 2۔ الف | |

خود آزمائی نمبر 2

| | | |
|----------------|--------------|---------------|
| الف۔ 1۔ مدار ج | 2۔ عوائل | 3۔ بار برداری |
| 4۔ ذخیرہ | 5۔ شے کی قدر | |
| ب۔ 1۔ صحیح | 2۔ غلط | 3۔ صحیح |
| 4۔ صحیح | 5۔ غلط | |
| ج۔ 1۔ ب | 2۔ ج | 3۔ الف |
| 4۔ د | | |

سیلز میں شپ

تحریر: ایس۔ اے۔ صدیقی
نظر ثانی: علی حسن مظفر

یونٹ کا تعارف

اس یونٹ میں سیزمین شپ کی اصطلاح کی وضاحت کی گئی ہے۔ سیزمینوں کی بھرتی کے طریق کار پر روشنی ڈالی گئی ہے۔ سیزمینوں کی تربیت کا مواد پیش کیا گیا ہے۔ ان کے اختیارات کی نشاندہی کی گئی ہے اور ان کے معاوضوں کی مختلف اشکال بیان کی گئی ہیں۔ ایک اچھے سیزمین کی خصوصیات گنوائی گئی ہیں۔ گاہکوں کی اقسام اور ان کی خریداری کے محرکات بتائے گئے ہیں۔ نیز سیزمین کی کوششوں اور فروخت کے عمل کا تجزیہ کیا گیا ہے۔

یونٹ کے مقاصد

اس یونٹ کے پڑھنے کے بعد آپ اس قابل ہو جائیں گے کہ :

- 1- سیزمین شپ کی تعریف کر سکیں۔
- 2- سیزمینوں کی بھرتی کے طریق کار کی وضاحت کر سکیں۔
- 3- ان کی تربیت کے طریقے بتا سکیں۔
- 4- سیزمینوں کے معاوضوں کی مختلف شکلوں کی تشریح کر سکیں۔
- 5- سیزمین کے اختیارات کی نشاندہی کر سکیں۔
- 6- ایک اچھے سیزمین کی خصوصیات گنوا سکیں۔
- 7- گاہکوں کی اقسام کی فہرست سازی کر سکیں۔
- 8- خریداری کے محرکات کی توضیح کر سکیں۔
- 9- فروخت کے عمل کا ناقدانہ جائزہ لے سکیں۔

فہرست مضامین

| صفحہ | عنوان | نمبر شمار |
|------|---|-----------|
| 325 | سیلز میں شپ کا مفہوم اور تعریف | 1 |
| 326 | سیلز میں شپ کی اہمیت اور افادیت | 1-1 |
| 327 | سیلز میں شپ کے مضمون کی وسعت | 1-2 |
| 327 | فروخت کے سلسلہ میں کی جانے والی منصوبہ بندی | 1-3 |
| 329 | خود آزمائی عمل | 1-4 |
| 331 | سیلز میزوں کی بھرتی اور ان کا تقرر | 2 |
| 332 | سیلز میزوں کی بھرتی کا سلسلہ | 3 |
| 332 | اجرائی اقدامات | 3-1 |
| 333 | بھرتی کا طریق کار | 3-2 |
| 336 | بھرتی کے طریقہ کی وضعی کے بعد شعبہ فروخت کے اقدامات | 3-3 |
| 338 | معاہدہ تقرری | 3-4 |
| 338 | خود آزمائی عمل | 3-5 |
| 341 | سیلز میں کے مواد خطے کی اسکیمیں | 4 |
| 341 | مشاہرہ یا انتخاب | 4-1 |
| 341 | کشن | 4-2 |
| 342 | الاولیٰ نمبر | 4-3 |
| 342 | منافع میں ذمہ داری | 4-4 |

| | |
|-----|--|
| 343 | 5 — سیز میوزن کی تربیت کی ضرورت |
| 344 | 5.1 — سیز میوزن کی تربیت کے مقاصد |
| 344 | 5.2 — سیز میوزن کی تربیت کے طریقے |
| 347 | 6 — سیز میوزن کی نگرانی |
| 347 | 6.1 — علاقہ بندی یا علاقائی تقسیم |
| 348 | 6.2 — کوٹا سسٹم |
| 349 | 7 - سیز میوزن کے اختیارات |
| 350 | 8 - سیز میوزن کا اطلاع نامہ |
| 352 | 8.1 - خود آزمائی نمبر 3 |
| 354 | 9 - ایک اچھے سیز میوزن کی خصوصیات |
| 356 | 9.1 - سیز میوزن شپ اور اشیاء کی درجہ بندی و میٹار بندھ |
| 357 | 10 - سیز میوزن اور گاہک کے اقسام |
| 357 | 10.1 - تفریحی اوقات کا ہاٹ گاہک |
| 358 | 10.2 - کم گو گاہک |
| 358 | 10.3 - خرسید گاہک |
| 358 | 10.4 - زود گو گاہک |
| 359 | 10.5 - بے صبر گاہک |
| 359 | 10.6 - شکلی اور جمعی گاہک |
| 359 | 10.7 - ہمزاج گاہک |
| 359 | 10.8 - خود فریبی کا شکار گاہک |
| 360 | 11 - سیز میوزن اور خریداری کے محرکات |
| 361 | 12 - فروخت کے نکات |

362

362

363

363

364

364

365

365

367

۱۳۔ فروخت کا عمل اور فروخت کا کلیہ

۱۳.۱ مکان فروخت

۱۳.۲ پیش رسائی

۱۳.۳ رسائی کے طریقے

۱۳.۴ پیش کش

۱۳.۵ رد اعتراضات

۱۳.۶ لین دین کا وقوع

۱۳.۷ خود آزمائی نمبر ۴

۱۴۔ جوابات خود آرائی

1 - سیلز مین شپ کا مفہوم اور تعریف

نہدہنی اور صنعتی انقلاب کی بدولت اشیاء و خدمات کی پیدائش میں بے دریغ اضافہ رونما ہوا ہے۔ پیدائش کے اس جدید ڈھانچے اصل اساس جان توڑ مقابلہ ہے۔ اگر کسی سے کی پیدائش کے سلسلے میں صنعت کار کو شدید مقابلے کا سامنا ہے تو اس شے کی فروخت کے طے میں وہ شدید تر مقابلے سے دوچار ہے۔ ہر صنعت کار گاہکوں کی خواہشات اور ترجیحات کا احترام کرتا ہے۔ ان کی روشنی میں ال تیار ہنسے۔ اور اس طرح وہ منڈی پر مکمل تسلط حاصل کرنے میں سرگرم مل ہے۔ آج اس بات کی صداقت سے کس کو انکار ہو سکتا ہے کہ وہ اشیاء کو بنانے سے وہ مشکل کام انہیں فروخت کرنا ہے۔ اشیاء کی فروخت سے متعلق گوناگوں مسائل و معاطات نے سیلز مین شپ کے میر کو نہ صرف جنم دیا ہے۔ بلکہ لا منطقی جواز بھی پیش کر دیا ہے۔ "سیلز مین شپ ان افرادی کاوشوں کو کہتے ہیں جن کے نتیجے میں صارفین میں شے کو خرید لینے کا رجحان پیدا ہوتا ہے۔" سیلز مین شپ کی بدولت ہر معارف تک ذاتی طور پر رسائی ممکن ہو جاتی ہے اور اس طرح اشیاء کی فروخت کو توسیع دی جاتی ہے۔

جب یہ کہا جاتا ہے کہ سیلز مین شپ گاہک کو شے خریدنے پر آمادہ کرنے کی کوشش کرتا ہے تو اس سے مراد گاہک کو دھوکہ دینا اسے لڑا کرنا ہرگز مقصود نہیں۔ بلکہ یہ ایک تعلیم یافتہ اور خوش مزاج شخص کہ وہ ایماندارانہ کاوشیں ہے جس سے وہ گاہک کو شے کے فوائد سے روشناس لاتا ہے اسے شے خرید لینے کی ترغیب دیتا ہے۔ دھوکہ دہی، غلط بیانی اور ملامت سیلز مین شپ کی روح کے منافی باتیں ہیں جبکہ سیلز مین شپ کو منت، مہارت، خلوص، صمیمیت، رہنمائی اور ترغیب دینے کا فن بھی کہا جاتا ہے۔

ذیل میں سیلز مین شپ کی چند مستند تعریضیں پیش کی جا رہی ہیں۔

وائٹ ہیڈ کے خیال میں "سیلز مین شپ کسی سے کو اس طرح پیش کرنے کا فن ہے کہ متوقع خریدار نہ صرف شے کی ضرورت محسوس کرنے لگے، بلکہ اسے پسند بھی کر لیتا ہے۔" یوں باہمی افہام و تفہیم سے کلی بخش فروخت جنم لیتی ہے۔

ایک ماہر نے سیلز مین شپ کی تعریف اس طرح کی ہے کہ "یہ گاہک کی ضرورت کو پورا کرنے اور خریدار اور فروخت کار کے درمیان سلسل اور منافع بخش تعلق جوڑنے کے فن کا نام ہے۔" جیسی ڈی کوچ کا کہنا ہے کہ سیلز مین شپ وہ علم ہے جو مستقبل کے خریدار کے دل میں شے سے محسوس کی گئی پید کرتا ہے "اب کار فیڈ بلیک کی مقبول عام تعریف پیش کی جا رہی ہے۔ وہ کہتے ہیں کہ "سیلز مین شپ جن دونوںات پر مشتمل ہے۔ ان میں اولی گاہک کا اعتماد حاصل کرنا اور دوم اسے مستقل گاہک بنالینا شامل ہیں۔"

اد پر پیش کی گئی کم و بیش تمام تعریفوں سے یہ امر واضح ہوتا ہے کہ تریخ سازی سیزین شپ کی روح رواں گردانی جاتی ہے سیزین شپ کا مقصد کسی شے کی طلب پیدا کرنا اسے قائم رکھنا اور مزید فروغ دینا ہے۔ فروخت کے سلسلے میں کی جانے والی کوششیں اسی وقت شروع ہوتی ہیں جب سیزین شپ کے تمام ممکنہ فوائد پرکشش پیرائے میں گاہک کے گوش گزار کر دے۔

فی الواقع شے کو گاہک کے سامنے نفاست سے پیش کرنا اس کے حذر خالی و دیاننداری سے نمایاں کرنا سیزین شپ کے اولین ہیں۔ فروخت کے مرحلے نہ مثالی باتیں ہیں نہ گاہک کی زیادہ سے زیادہ تسکین کردی جائے اور فروخت کار کو مناسب منافع دے دیا جائے۔ ان مقاصد کے حصول کی خاطر سیزین پین پینٹ وارانہ علیت کا اظہار کرتا ہے اور ایک باوقار انداز اختیار کرتا ہے۔ اس ضمن میں اس بات کا بار بار اعادہ کیا جاتا ہے کہ سیزین کا کام گاہک کے اندر شے کے حصول کی شدید خواہش کا پیدا کرنا ہے۔ اس سیزین میں جس قدر تحقیقی اور تقابلی صلاحیتیں موجود ہوں گی۔ اسی قدر فروخت میں وسعت آئے گی۔ سیزین کا مقصد یہ ہے کہ شے کی نہ صرف طلب پیدا کی جائے بلکہ اسے دلکش بنایا جائے۔ نیز یہ کہ شے کو تیز رفتاری کے ساتھ بڑی مقدار میں فروخت کیا جائے۔ اس سلسلے میں گاہک کی تسلی اور اس کی خدمت ایک سیزین کے لئے رہنما اصول ثابت ہوتے ہیں۔

1.1 سیزین شپ کی اہمیت و افادیت

پہلے پہل یہ غلط فہمی عام تھی کہ سیزین شپ کے ذریعے سادہ لوح گاہکوں کو بلیک میل کیا جاتا ہے۔ جلد ساز کے اہم فیہر سیاری شے فروخت کر دی جاتی ہے۔ لیکن وقت کے ساتھ ساتھ یہ تصور صرف باطل ثابت ہوا۔ اب سیزین شپ کی اہمیت کو دنیا بھر میں تسلیم کر لیا جانے لگا ہے اسی فروخت کے عمل کو سرعت دینے کے لئے ناگزیر خیال کیا جانے لگا ہے اور اسی کی بدولت صارفین کو پرکھا جاتا ہے۔ شے سے متعلق گاہکوں کی آراء، اعتراضات اور شکایات سے واقفیت حاصل کی جاتی ہے۔ ان کے ازالہ کے لئے کوششیں عمل میں لائی جاتی ہیں۔ لہذا یہ سباطور پر کہا جاسکتا ہے کہ سیزین شپ کے مالک اور اس کے گاہک کو ایک دوسرے کے روبرو لا کھڑا کرتا ہے۔

سیزین شپ ایک تریقی مرحلہ ہے۔ جس میں اشیاء و صراف کے سامنے پیش کی جاتی ہیں اور اس کی ترجیحات کا تعین کیا جاتا ہے شیخس کے خیال میں سیزین شخصی افادہ پیدا کرتا ہے۔ اگر یہ درمیانی تعلق مفقود ہو تو اشیاء کی موجود ہوتے ہوئے بھی گاہک ان کے ممکنہ فوائد سے لاعلم رہے اور ان کے مسائل سے بے خبر رہے۔ یہ سیزین ہی کا کام ہے کہ وہ گاہک کی بے خبری کو دور کرتا ہے، شے کے معیار اور مقدار کے بارے میں اس کی علیت میں اضافہ کرتا ہے سیزین کی تریخی صلاحیتیں بیش قیمت تعیشات کی طلب پیدا کرتی چلی آتی ہیں۔

- سیلزمین شپ کی اہمیت و افادیت کا صحیح تعین کرنے کے لئے مندرجہ ذیل باتیں ذہن میں رکھنی چاہئیں۔
- ۱۔ اگر سیلزمین شے کی مناسب طلب و موجودگی لائیں گے، تب ہی بیانیہ پیدائش میں توسیع کی جائے گی۔
- ۲۔ سیلزمین کی کوشش سے خستہ حالی کا سدباب کیا جاتا ہے۔
- ۳۔ موثر سیلزمین شپ سے بیدار میں اضافہ ہوتا ہے۔ جس سے روزگار کے مواقع بڑھتے ہیں سیلزمین کا اصل مقصد فروخت کو توسیع دینا ہے۔ جس سے مبالغہ کی شرح میں خاطر خواہ اضافہ ہوتا ہے۔
- ۴۔ سیلزمین حضرات منڈی میں تعیشت کی طلب پیدا کرتے ہیں۔ جس سے لوگوں کے معیار زندگی میں اضافہ ہوتا ہے۔
- ۵۔ سیلزمین کاروباری شخصی اور گاہک کے درمیان رابطہ کا کام دیتے ہیں ان کی اطلاعات کاروباری طبقہ کے لئے بہترین رہنمائی فراہم کرتی ہیں۔ شے کے معیار کو بلند کرنے میں کامیاب ثابت ہوتی ہیں۔
- ۶۔ سیلزمین شپ ایک منفعت بخش پیشہ ہے۔ اس میں نوجوانوں کے لئے ایک اچھے مستقبل کی ضمانت موجود ہے۔
- ۷۔ سیلزمین نئے لوگوں سے نئے اور نئے مقامات پر جاتے ہیں ان کے تجربے میں گرائنڈ اضافہ ہوتا ہے۔ یہ تجربہ انہیں اچھا کاروباری بننے میں مدد دیتا ہے۔

1.2۔ سیلزمین شپ کے مضمون کی وسعت

سیلزمین شپ کا دائرہ کار بہت وسیع ہوتا ہے یہ ایک کاروباری تنظیم کی ان تمام سرگرمیوں کا احاطہ کرتا ہے جو وہ شے کی فروخت کے مضمون میں کرتی ہے۔ شے کی فروخت کی منصوبہ بندی، مختلف سیلزمین افراد کی بھرتی، ان کی تربیت اور ان کے مساوموں کا تعین اس مضمون کے اہم موضوعات ہیں۔ نیز سیلزمین کا مضمون ایک اچھے سیلزمین کی طریقوں، گاہکوں کی اقسام، فروخت کے مختلف مراحل، اور اصولوں پر بھی طبعی بحث کی دعوت دیتا ہے۔

1.3۔ فروخت کے سلسلے میں کی جانے والی منصوبہ بندی

فروخت کے شعبے کے سربراہ کا فرین ادین یہی ہے کہ وہ اشیاء کی فروخت سے متعلق ایک واضح پالیسی ترتیب دے۔ تاکہ کامیاب کو تعاقب بنیادوں پر فروخت کیا جاسکے۔ اسے چاہئے کہ یہ حکمت عملی وضع کرتے وقت ناظم کی تحقیق و تجربے کو کام میں لایا جائے۔ یہ حکمت عملی لچکدار ہونی چاہئے اور اس میں تازہ ترین اعداد و شمار شامل کئے جانے چاہئیں۔ ایک اچھی حکمت عملی ایک طرف تو زیادہ سے زیادہ گاہک ڈھونڈ نکالتی

ہے، اور دوسری طرف سلیزین طبقہ کے لئے رہنمائی کا کام دیتی ہے۔ اس کی روشنی میں سلیزین اپنے فرائض بطور احسن انجام دیتے رہتے ہیں۔
فروخت کے سلسلے میں وضع کیا جانے والی کوئی بھی حکمت عملی مندرجہ ذیل امور کی جانب اشارہ کرتی ہے۔

- (الف) طریقہ فروخت
- (ب) شرائط فروخت
- (ج) ضمانت و خدمت

(الف) طریقہ فروخت :- سب سے پہلے یہ فیصلہ کیا جاتا ہے کہ آیدشے کو گاہکوں کے ہاتھ براہ راست فروخت کیا جائے، پرچون کرکٹوں کے ذریعے بیچا جائے، محسوس فروکشوں کے وسیلے سے بیچا جائے۔ یا کاروباری دلالوں کے حوالے سے فروخت کیا جائے

دب، شرائط فروخت :- شرائط فروخت میں شے کی قیمت اور قیمت کی ادائیگی کے وقت طریقہ کا تعین کیا جاتا ہے۔ نیز سلیز پالیسی صارفین کو شے کی پائیداری کی ضمانت فراہم کرتی ہے۔ یہ ضمانت بالعموم قیمتی اشیاء جیسے گھڑی، ویڈیو، ٹائپ رائٹر وغیرہ کے بارے میں ہوتی ہے۔ اگر پیچیدہ مشینری فروخت کی جا رہی ہے، بعد از فروخت مرمت کی سہولت بھی بہم پہنچائی جاتی ہے۔ فروخت کار مشینری کی مرمت کے لئے کاریگر بھیجتا ہے۔ مرمت کی سہولتیں بلانا مواضع پیش کی جاتی ہیں۔

(ج) ضمانت و خدمت :- بعد از فروخت مرمت کی سہولت گاہک کو شے سے پورا پورا استفادہ کرنے کا موقع دیتی ہے۔ اس سے گاہک کے دل میں فرم کی ساکھ بڑھتی ہے۔ اسے احساس ہو جاتا ہے کہ فروخت کنندہ گاہک کے آرام کے لئے فکر مند ہے۔ اس طرح گاہک آئندہ بھی کاروباری کو فراموش نہیں کرتا۔ اس طرح شے کی فروخت پر مثبت اثرات مرتب ہوتے ہیں۔

فروخت کی حکمت عملی وضع کرتے وقت اس بات کا دھیان رکھا جانا چاہیے کہ بعد از فروخت مرمت کے اخراجات بہت زیادہ نہ ہوں۔ اور نہ ہی وہ شے کی قیمت میں بہت زیادہ اضافہ کے باعث بنیں۔ یہ بھی خیال رکھنا چاہیے کہ بعد از فروخت مرمت کی سہولت تمام گاہکوں کو یکساں دستیاب ہیں۔ اس سلسلے میں ان میں کوئی تفریق روا نہیں رکھی گئی۔ ضرورت پڑنے پر گاہک کو یہ خدمات فی الفور مہیا کی جانی چاہئیں۔

۱.۴۔ خود آزمائی نمبر ۱

الف، مندرجہ ذیل خالی جگہوں کو پُر کیجیے۔

- ۱۔ سیزمین شپ ان _____ کاوشوں کو کہتے ہیں۔ جن کی بدولت گاہک میں شے خریدنے کا رجحان جنم لیتا ہے۔
 - ۲۔ گاہک کو خریداری کی ترغیب دینے کے فن کو _____ کہا جاتا ہے۔
 - ۳۔ گارنٹیڈ بیک کے خیال میں سیزمین شپ گاہک کو نئے فروخت کرنے کی غرض سے اس کا _____ حاصل کرنے پر شوق ہے۔
 - ۴۔ سیزمین شپ کا مقصد گاہک کو _____ دینا نہیں اور نہ ہی اسے ناقص سے فروخت کرنا ہے۔
 - ۵۔ سیزمین شپ ایک _____ مرحلہ ہے جس سے گاہک کی ترجیحات کا تعین کیا جاتا ہے۔
 - ۶۔ پیدائش پیمانہ گیر کی کیفیتوں سے اسی وقت استفادہ ممکن ہے جب سیزمینز کی کوششوں سے شے کی _____ منڈی میں آ رہی ہو۔
 - ۷۔ سیزمینز کی کاوشوں سے ملک میں _____ کا سد باب کیا جاتا ہے۔
 - ۸۔ فروخت کی مفسوبندہ کے اہم امور طریقہ فروخت، شرائط فروخت اور _____ ہوتے ہیں۔
 - ۹۔ ذیل میں ہریان کے آخر پڑ میسج اور غلط کے الفاظ درج ہوتے ہیں۔ بیان کی روشنی میں صحیح، یا غلط نقطہ کے گرد دائرہ کا نشان لگائیے۔
- | | |
|--|---|
| <ol style="list-style-type: none"> ۱۔ دھوکہ دہی اور غلط بیانی اور اھرا سیزمین شپ کے منافی باتیں ہیں۔ ۲۔ سیزمین شپ شے کے مالک اور خریدار کے درمیان ایک مسلسل اور منافع بخش رابطے کا نام ہے۔ ۳۔ سیزمینز اشیائے تعبیش کی طلب پیدا نہیں کر سکتے۔ ۴۔ سیزمینز کی کوششیں شغفی افادہ پیدا کرتی ہیں۔ ۵۔ سیزمین شپ کے معنوں کو اس بات سے غرض نہیں کہ سیزمین کو معاوضہ کیے مگر ادا کیا جانا چاہیے۔ | <p>صحیح غلط</p> <p>صحیح غلط</p> <p>صحیح غلط</p> <p>صحیح غلط</p> <p>صحیح غلط</p> |
|--|---|
- ۱۰۔ ذیل میں ہریان کے چند جوابات تحریر کئے گئے ہیں۔ آپ ایسے درست جواب پر نشان لگائیے جن سے بیان کی تکمیل ہوتی ہو۔
 - ۱۔ سیزمین شپ شے کی فروخت کو فروغ دینے کے لئے کی جانے والی ۔
 - ا۔ انفرادی کوششوں کا نام ہے۔
 - ب۔ روہی تحریک کو کہتے ہیں۔

- ج - اجتماعی کا دشمن سے متعلق ہے۔
 د - اشتہار بازی کو کہا جاتا ہے۔
- 2۔ سیلز میں شپ کا مضمون۔
 ا - گاہکوں کی اقسام سے متعلق ہے۔
 ب - شے کی تیاری کے عمل پر بحث کرتا ہے۔
 ج - اشیاء کی ترسیل کا علم ہے۔
 د - سیلز میوز کی ضرورت و ملازمت کے متعلق ہے۔
- 3۔ شعبہ فروخت کا اولین فریضہ ہے کہ وہ۔
 ا۔ سیلز میوز کی سرگرمیوں کو محدود کرے۔
 ب - شے کی رسد جاری کرے
 ج - برعقابہ فروشوں کے منڈی سے نکال باہر کرے۔
 د - فروخت کی ایک واضح حکمت عمل تشکیل دے۔

2۔ سیز مینوں کی بھرتی اور ان کا تقرر

کسی فرم کے مشبہ فروخت کا ایک اہم فریضہ فروخت کے عمل کی یقیناتی ہے۔ فروخت کا یہ عمل جس کی اکثریت سیز مینوں پر مشتمل ہوتی ہے۔ فرم کی روح رواں گروانا جاتا ہے اور فرم کی کامیابی یا ناکامی کا ذمہ دار ہوتا ہے شے کو لوگوں میں مسرت کرانے اور اسے مقبول بنانے کے لیے صحیح سیز مینوں کی بھرتی ضروری ہے۔ سیز مینوں کی بھرتی کرتے وقت ان کی تعلیمی قابلیت، کردار ذہنی میلان اور اس نوعیت کی دوسری باتیں غور پذیر ہونی چاہئیں تاکہ بحیثیت سیز مین صحیح افراد کا تقرر عمل میں آئے۔ اگر غیر مہذبہ اور غیر مستعد افراد سیز مین منتخب ہو جائیں تو وہ فرم کی ساکھ کو نقصان پہنچائیں گے اور اس ضمن میں کی جانے والی مسماعی رائے گاہ جائیں گی منطقہ نتیجے کے طور پر نا اہل سیز مینوں کو ملازمت سے برخاست کرنا پڑے گا، اور ان اساسیوں کو دوبارہ پڑ کیا جائے گا۔ جو یقیناً ایک ہنگامہ اور دقت طلب کام ہے۔ اس لیے یہ کہا جاتا ہے کہ اگر صحیح اور محنتی سیز مینوں کا انتخاب ممکن ہو جائے تو وہ فرم کیلئے ایک انول اثاثر ثابت ہوتے ہیں۔

3۔ سیز مینوں کی بھرتی کا سلسلہ

سیز مینوں کی بھرتی کے حوالے سے مندرجہ ذیل امور پر غور ضروری ہے۔

ابتدائی اقدامات
بھرتی کا طریق کار
معاہدہ تعیناتی

3.1۔ ابتدائی اقدامات

فروخت کے شعبے کا سربراہ سیز مینوں کی بھرتی سے پہلے کام کی نوعیت اور اس کے لیے ایک صحیح امیدوار کے اہل کا جائزہ لیتا ہے۔ وہ سیز مین کے کام کا گہرا تجربہ کرتا ہے اور ایک اچھے سیز مین کی خصوصیات کا زائچہ تیار کرتا ہے۔ کام کے تجربے سے مراد ایک سیز مین کی ذمہ داریوں کی نشاندہی کرنا ہے کام کی نوعیت کے اعتبار سے سیز مینوں کی اقسام کی باتیں۔ اور ان کے فرائض کا علیحدہ علیحدہ تعین کیا جاتا ہے۔ جب تک کام کی نوعیت کا منظر عمیق تجربہ نہ کیا جائے یہ توقع بعث نہ کہ بطور سیز مین موزوں افراد کا چناؤ عمل میں آئے گا۔

کام کے تجربہ کے دوران اس بات کا خاص خیال رکھنا پڑتا ہے کہ ہر قسم کے سیز مین کی ذمہ داریوں کی واضح اور غیر مبہم الفاظ میں ترمیم کر دی گئی ہے۔

سیز مینوں کے فرائض مختلف طرح کے ہو سکتے ہیں۔ مثلاً شعبے کی فروخت کے فرائض، روزمرہ کے فرائض، انتظامی فرائض ہر ایک کی خدمت کے فرائض، خیر سگاری کے فرائض وغیرہ وغیرہ۔

فروخت کے فرائض کا تعلق اس بات سے ہے کہ سیز مین گاہک کے سامنے شعبے کے خدوخال اور خواص گنوائے۔ گاہک سے گفتگو کرے اور اس کے تجسس کو منطقی اعتبار سے دور کرے۔ سیز مین کے معمولاتی فرائض میں نئے گاہکوں کے نام اور پتے درج کرنا، کاروباری گری، سردی، ہفتہ وار، اطلاعات ناموں کی تیاری جیسی باتیں شامل ہیں۔ انتظامی فرائض کا مطلب

روزمرہ کے کام کی شیڈولنگ، گاہکوں کا نقطہ نظر سمجھنا، شے کی فروخت کو فروغ دینے کے لیے اجتماعات کرنا ہے۔ سیزمین کے ذمہ گاہکوں کی خدمت سے متعلق کچراہم فرائض ہوتے ہیں۔ مثلاً شے کو گاہک تک وقت مقررہ پر پہنچانا، گاہک کی شکایات کا جائزہ اور ان کا ازالہ کی تجاویز دینا، اور بعد از وقت مرمت کی خدمات مہیا کرنا۔

اسی طرح سیزمین کو خیر سگال سے متعلق ذمہ داریوں کو بھی یکسر نظر انداز نہیں کیا جاسکتا۔ ایک سیزمین کے لیے ضروری ہے وہ گاہک سے مسلسل رابطہ قائم رکھے، نیرزدہ اشیاء گاہک کو فروخت کر چکا ہے اس کی بابت گاہک کی رائے دریافت کرے۔ شخصی تجربہ: سیزمین کے پیشے کے لیے موزوں افراد کی تقرری کے لیے ضروری ہے کہ امیدوار کم ترین تعلیمی استعداد اور دیگ خواص طے کر لیے جائیں۔ ان خواص میں امیدوار کا تجربہ، تربیت، ذہنی، جسمانی صحت اور اخلاقی اقدار میں ایمانداری، وقار اور جانفشانی خوش اخلاقی اور تعاون جیسی باتیں آتی ہیں شامل ہیں۔ سیزمین کے پیشے کے متمنی امیدوار کے اندامان خوبیوں کا مجموعہ ہونا اس کی بحیثیت سیزمین کامیابی کی دلیل ہے۔

3.2۔ بھرتی کا طریق کار

اس کے بعد فروخت کے شعبے کا سربراہ سیزمینوں کی بھرتی کے طریقوں کا جائزہ لیتا ہے۔ سیزمینوں کی بھرتی کے مختلف طریقے ہوتے ہیں۔ ان میں سے کسی بھی طریقے کو اپنایا جاسکتا ہے۔ تاکہ مناسب، مستعد اور معنی افراد ہی کا انتخاب عمل ہوگا

سیزمینوں کی بھرتی کے ذرائع

- | | |
|-------|---------------------------------|
| (الف) | اندرون عملہ |
| (ب) | مقابلہ کاروباری تنظیموں میں سے |
| ج | دیگر کاروباری اداروں میں سے |
| (د) | گاہکوں اور ان کے ملازمین میں سے |
| (کا) | تعلیمی ادارے |

(س) اخبارات میں اشتہار برائے ملازمت

(کف) تجویز کردہ امیدواران

(لا) اتفاقی یا بغیر اشتہار کے درخواست دہندگان

(الف) اندرون عملہ : فرم کو چاہیے کہ سلیز مینوں کے لیے اپنے ملازمین کو ترجیح دے۔ ایسے افراد جو فرم کے شمار لائق، پیداواری اور اشتہاری شعبے میں کام کر رہے ہوں۔ سلیز مین کے بطور منتخب کیا جاسکتا ہے۔ عام طور پر بھرتی کا یہی طریق کار موزوں خیال کیا جاتا ہے۔ وجہ صاف ظاہر ہے کہ فرم ان افراد کو پہلے سے جانتی ہے اور ان کی سابقہ ملازمت کے ریکارڈ کی روشنی میں ان کی صلاحیتوں کو پرکھ سکتی ہے۔ البتہ اس بات کا لحاظ رکھنا چاہیے کہ یہ افراد ایک سلیز مین کے لیے جو بنیادی کوائف رکھے گئے۔ وہ پورے کرتے ہیں۔ اس طریقہ انتخاب کا دوسرا فائدہ یہ ہے کہ امیدوار شے کی نوعیت، اور فرم کی پالیسیوں کو بخوبی سمجھتا ہے۔ اس طرح وہ شے کی فروخت سے متعلق بہتر استعداد کا مظاہرہ کرتا ہے۔ اگر کاروباری، تنظیم، انجینئرنگ کی اشیاء یا دوسری ٹیکنیکل اشیاء تیار کر رہے ہیں تو سلیز مینوں کی بھرتی کے لیے یہ بہترین طریقہ چناؤ ہے۔ اس طرز انتخاب کا ایک اہم فائدہ یہ ہے کہ فرم سے دیر نہ لگاؤ کے باعث ایسے سلیز مینوں کی اندرون عملہ بھرتی سے فرم کے ملازمین کی حوصلہ افزائی ہوتی ہے۔

سلیز مینوں کے اندرون عملہ چناؤ کے کچھ نقص بھی ہیں۔ مثلاً اس طرح سلیز مینوں کی ایک گنی چنی تعداد ہی دستیاب ہوتی ہے مزید برآں یہ طریقہ اقرباء پروری کو جنم دیتا ہے۔ جی سے عملہ میں بے اطمینانی کی فضا ابھرتی ہے۔

(ب) یرمقابلہ فرمیں : ہر شہر اور ہر ملک میں ایک ہی شے کا کاروبار کرنے والی فرمیں ہوتی ہیں۔ بعض اوقات مختلف فرموں کے ملازمین کسی ایک فرم کی ملازمت میں خاص دلچسپی رکھتے ہیں۔ ایسے افراد کام کی نوعیت کا پہلے سے تجربہ رکھتے ہیں۔ گویا وہ فرم کے لیے قیمتی اثاثہ ثابت ہو سکتے ہیں۔ وہ شے کی نوعیت، گاہکوں کی عادات اور فروخت کے ہنر سے آشنا ہوتے ہیں۔ لہذا فرم کو ان کی تربیت کے مصارف نہیں برداشت کرتے پڑتے۔ یہ لوگ اپنے تجربہ کی روشنی میں فرم کے کام کو نئی نچ پر ڈال سکتے ہیں۔ ایسے افراد کو معقول معاوضے دے کر ان کی خدمات سے طویل مدت تک فائدہ اٹھایا جاسکتا ہے فروخت کے شعبے کے سربراہ کو چاہیے کہ ایسے افراد کو معقول معاوضے دے کر ان کی خدمات سے طویل مدت تک فائدہ اٹھایا جاسکتا ہے۔ فروخت کے شعبے کے سربراہ کو چاہیے کہ ایسے افراد کی فہرست تیار کرے جو اعلیٰ قابلیتوں اور طویل تجربے کے حامل ہوں، اور دیگر فرموں میں معمولی تنخواہ کے عوض کام کر رہے ہوں۔

اس طریقہ چناؤ کی مخالفت میں یہ دلیل دی جاسکتی ہے۔ کہ ایسے سلیز میں جو ماضی میں کسی دوسری فرم سے منسلک رہے

ہوں کی وفاداریاں شکوک ہوتی ہیں اور وہ فرم کو کسی وقت بھی خیر آباد کہہ سکتے ہیں۔ پھر ایسے سلیز میں کے لیے یہ امر یقیناً دشوار گزار ہوتا ہے۔ جو گاہکوں کو پہلے ایک فرم کی شے تجویز کرتا تھا۔ ان گاہک کو ایک دوسری فرم کی شے کی خریداری پر آمادہ کرے۔

(ج) دیگر کاروباری تنظیمیں: اگر شعبہ فروخت کا سربراہ مناسب خیال کرے تو دیگر شعبہ ہائے زندگی سے سلیز میں منتخب کر سکتا ہے۔ ممکن ہے کہ ابتدا میں ایسے افراد فروخت کے طور پر طریقے نہ جانتے ہوں لیکن وقت تربیت اور تجربہ سے اچھے سلیز بن ثابت ہوں۔

تاہم یہ اندازہ لگانا مشکل امر ہے۔ کہ ایک شخص جو کسی دوسرے پیشے میں کامیاب ہے۔ لازمی طور پر ایک کامیاب سلیز میں بھی ثابت ہوگا۔

(د) گاہک اور ان کے ملازمین: بعض اوقات فرم ایسے ایسے مستقل گاہکوں کو بطور سلیز میں بھرتی کر لیتی ہے۔ جو اس پیشے میں دلچسپی کا اظہار کریں، اور مطلوبہ قابلیت اور میلان رکھتے ہوں۔ ایسے گاہک کو جو شے کے استعمال کا سابقہ تجربہ رکھتے ہوں۔ بحیثیت سلیز میں مقرر کر دیا جاسکتے ہیں۔

(ر) تعلیمی ادارے: تعلیمی ادارے جہاں دیگر شعبہ ہائے زندگی کے لیے افراد مہیا کرتے ہیں۔ وہاں وہ سلیز میں شپ کے کاروبار کے لیے بھی ملکیا کرتے ہیں۔ اس مقصد کے لیے تعلیمی اداروں میں سلیز میں شپ کا مضمون متعارف کرایا جانا چاہئے اور اس مضمون کا باقاعدہ نصاب کا نفاذ عمل میں لایا جائے۔ تاکہ طالب علم سلیز میں شپ کے پیشے کے مطلوبہ تعلیمی معیار تک پہنچ جائیں۔ نیز اس مضمون کے طالب علموں کے لیے عملی تربیت کا انتظام ہونا چاہئے۔ اگر ممکن ہو تو فرم کے فروخت کے شعبے کا سربراہ تعلیمی اداروں کا دورہ کرنے اور طالب علموں کو سلیز میں کی حیثیت سے فرم میں شامل ہونے کی دعوت دے اگر نوجوان طبقہ اس پیشے کو اختیار کرے تو معنی اور کامیاب سلیز میں ثابت ہو سکتے ہیں۔

اس اخبارات میں اشتہار برائے ملازمت: سلیز میںوں کی بھرتی کا مقبول عام طریقہ اخبارات میں، اسامیاں ملتی ہیں، کے اشتہارات ہیں۔ یہ اشتہارات رسائل و جرائد میں بھی دے دیے جاسکتے ہیں، ریڈیو اور ٹیلی ویژن پر پڑے بھی جاسکتے ہیں۔ اشتہار میں سلیز میں کے لیے مطلوبہ تعلیمی معیار، تجربہ، اور تنخواہ اور کام کی نوعیت درج ہوتے ہیں۔ اشتہار کے جواب میں سلیز میں کے کام میں دلچسپی رکھنے والے افراد اپنی درخواستیں بھیجتے ہیں۔ اس طریقہ سے موزوں سلیز میںوں کے انتخاب کا روش امکان ہوتا ہے۔

(ک) تجویز کردہ امیدواران اکثر اوقات کاروباری اور سیاسی طبقے کے بااثر افراد بھی لوگوں کے نام برائے تقرری سلیزین پیش کرتے ہیں۔ اگر یہ لوگ ایک سلیزین کے بنیادی لوازمات پورے کرتے ہوں تو انہیں بحیثیت سلیزین تعینات کیا جاسکتا ہے۔ اعلیٰ شہرت کے حامل افراد کے تجویز کردہ سلیزین اور عالمی مرتبت گاہکوں سے رجوع کرتے اور فروخت کو فروغ دے سکتے ہیں۔ البتہ اس بات کا خیال رکھنا چاہیے کہ سفارش کرنے والا شخص خواہ کوئی بھی ہو نا اہل اور نامناسب افراد بطور سلیزین نہ چنے جائیں۔

(د) اتفاقی امیدواران بعض اوقات اخبارات میں سلیزینوں کی بھرتی کے لیے کوئی اشتہار منیں دیا جاتا تاہم بے روزگار نوجوان روزگار کی توقع میں درخواستیں دے دیتے ہیں۔ ایسے افراد کی صلاحیتوں کو دیکھ کر اور آسانی کے موجودگی کو دیکھتے ہوئے انہیں بطور سلیزین منتخب کیا جاسکتا ہے۔

3.3۔ بھرتی کے طریقہ کی وضاحت کے بعد شعبہ فروخت کے اقدامات

سلیزینوں کی بھرتی کے طریقہ انتخاب کے تین کے بعد شعبہ فروخت مندرجہ ذیل اقدامات کرتا ہے۔

(الف) سادہ کاغذوں پر درخواستوں کی وصولی

(ب) سوالرجات

(ج) ذاتی بات چیت

(د) نفاذ امتحان

(ر) طبی امتحان

(س) حتمی فیصلہ

(الف) درخواستوں کی وصولی : عام طور پر امیدواروں کو ہدایت دی جاتی ہے کہ وہ سادہ کاغذ پر اپنے کوالف جس میں تعلیمی قابلیت، تجربہ اور جسمانی حالت درج ہوں ادارے کو بھیجیں۔ آج کل مطلوبہ معلومات مجوزہ فارموں پر بھی طلب کی جاتی ہیں۔ فارم میں بہت سے سوالات موجود ہوتے ہیں ہر سوال کے بالمقابل جواب کے لیے جگہ موجود ہوتی ہے۔ سوا تمام اس طرح فریب دیا جاتا ہے۔ کرا میٹر سے متعلق اچھی خاصی معلومات جمع ہو جاتی ہیں۔ پھر شعبہ فروخت ہر امیدوار کی موزونیت کا ابتدائی جائزہ لیتا ہے۔ امیدوار جب انداز

سے معلومات فراہم کرتا ہے۔ اس سے امیدوار کی قابلیت اور استعداد جانچنے میں خاصی مدد ملتی ہے۔ درخواست ناموں پر موجود کاملوں کا تعلق امیدوار کے نام، ولدیت، مستقل پتہ، آبائی شہریت، تاریخ پیدائش، عمر، ازدواجی حیثیت، تعلیمی قابلیت، پیشہ وارت، تجربہ، متوقع تنخواہ، قد، وزن، مشاغل اور خاندانی پس منظر سے ہوتا ہے۔

ب) حوالہ جات : فرم کے شعبہ فروخت کا سربراہ امیدوار کے حوالہ جات میں سے رابطہ قائم کرتا ہے۔ تاکہ ان کی وفاداریوں کا تعین کرے۔ قریب قریب ہر فرم امیدوار سے دو حوالہ جاتوں کے نام طلب کرتی ہے۔ جو اس کے اچھے کردار کی ضمانت دے سکیں تاہم ان حوالہ جات میں کی آراء کسی قانونی حیثیت کی حامل نہیں ہوتیں۔ کیونکہ امیدوار ایسے افراد کے حوالے دیتا ہے جو یقیناً اس کے بارے میں اچھی رائے دیں گے۔ لہذا فرم کو اس ضمن میں خاصی احتیاط سے کام لینا ہوتا ہے۔ اس سلسلے میں وہ امیدوار کے تعلیمی ادارے اور اس کے اساتذہ کی رائے پر بھروسہ کر سکتا ہے۔

ج) شخصی انٹرویو : فروخت کے شعبہ کا سربراہ درخواستوں کا منظر عمیق جائزہ لیتا ہے اور ہر امیدوار ابتدائی شرائط پوری کر سکتا ہے۔ انہیں ذاتی انٹرویو کا موقع فراہم کرتا ہے۔ سلیزمنوں کے انتخاب کے سلسلے میں انٹرویو ایک اہم قدم ہے۔ انٹرویو لینے والے افراد کے ذہنی تعصبات سے پاک ہونے چاہئیں ان میں دوسروں کے جوہر کو پرکھنے کی غیر معمولی صلاحیت موجود ہونی چاہیے۔ دوران انٹرویو انہیں امیدوار کی شخصیت، صحت، ذہانت، تجربہ اور فروخت کے کام میں اس کی دلچسپی کا خاص خیال رکھنا چاہیے۔

سلیزمن کے شعبے کے امیدواران کی صلاحیتوں کا کیا حقہ جائزہ لینے کے لیے ایک سے زیادہ انٹرویو کیے جاسکتے ہیں۔ امیدوار کی حاضر دماغی، ہوشیاری اور فہم و ادراک کو جانچنے کے لیے سادہ مگر گہرے سوالات بڑے مددگار ثابت ہوتے ہیں پھر دوران انٹرویو امیدواروں کی کارکردگی کی روشنی میں نتائج کی فہرست تیار کی جاتی ہے۔

د) نفسیاتی امتحان : انٹرویو کے بعد امیدوار کو نفسیاتی امتحان سے گزارا جاتا ہے۔ امتحان کا مقصد اس بات کا جائزہ لینا ہے کہ امیدوار سلیزمن کے پیشے کی جانب رجحان رکھتا ہے یا نہیں۔ ان نفسیاتی اور ذہنی ٹیسٹوں کے نتائج امیدوار کی فروخت کے شعبے میں دلچسپی، اس کی تنظیمی صلاحیت، قوت برداشت، مستقل مزاجی اور باقاعدگی جانچنے میں معاون ثابت ہوتے ہیں۔

ر) طبی معائنہ : جو امیدوار ابتدائی انٹرویو و تحریری و نفسیاتی امتحان کے مراحل کامیابی سے طے کر لیتے ہیں۔ بعد میں طبی معائنہ کے لیے بھیجا جاتا ہے۔ یہ معائنہ عموماً فرم کا ڈاکٹر کرتا ہے اور امیدوار کی جسمانی حالت کے بارے میں اپنی رائے دیتا ہے۔ طبی معائنہ کے دوران اس بات کا بغور جائزہ لیا جاتا ہے کہ امیدوار میں کوئی ایسی جہانی کمزوری تو نہیں جو بحیثیت سلیزمن اس امیدوار کی استعداد پر اثر انداز ہو۔

(س) حتمی چناؤ : کامیاب امیدواروں کو حتمی چناؤ کی غرض سے انٹرویو کیا جاتا ہے اس انٹرویو میں سلیز مین کی ذمہ داریوں پر بے لاگ بحث ہوتی ہے شعبہ فروخت کا سربراہ کامیاب امیدواروں کو ایک تحریری حکم نامہ جاری کرتا ہے۔ انہیں اپنی ذمہ داریاں سمجھانے کے لیے کچھ مدت دی جاتی ہے۔

3.4۔ معاہدہ تقرری

بہت سی فرمیں منتخب سلیز مینز سے تقرری کے وقت ایک معاہدے پر دستخط کراتی ہیں۔ بالعموم یہ معاہدہ قانونی نوعیت کا ہوتا ہے، جس کے تحت سلیز مین کا ایک کم ترین مقررہ مدت تک کے لیے فرم سے الحاق کیا جاتا ہے۔ اس معاہدے میں سلیز مین کی شرائط ملازمت درج ہوتی ہیں۔ معاہدے میں سلیز مین کی ذمہ داریوں اس کے اختیارات اس کا معاوضہ اور فرم سے علیحدگی کے طریق کار سے متعلق باتیں درج ہوتی ہیں۔ یہ معاہدہ فرم اور سلیز مین دونوں ہی کے مفادات کا تحفظ کرتا ہے۔ اس کی رو سے فرم سلیز مین کی نگرانی اور رہنمائی کرتی ہے۔ جبکہ اسی کی مدد سے سلیز مین اپنے فرائض سے آگہی حاصل کرتا ہے۔

3.5۔ خود آزمائی

(الف) مندرجہ ذیل غالی جگہوں کو پُر کیجئے

- 1۔ سلیز مینوں کی بھرتی کے وقت ان کی تعلیمی استعداد، کردار اور _____ پر غور ضروری ہے۔
- 2۔ اگر غیر مستعد افراد سلیز مین منتخب ہو جائیں تو _____ کی سزا کو نقصان پہنچتا ہے۔
- 3۔ کام کے تجربہ کے دوران سلیز مین کی _____ کی نشاندہی کی جاتی ہے۔
- 4۔ فروخت کے فرائض سے مراد یہ ہے کہ سلیز مین کا ہک کے سامنے شعبے کے _____ بیان کر دے۔
- 5۔ اگر فرم ٹیکنیکل نوعیت کی شے تیار کر رہی ہے تو ان کے لیے سلیز مین کی _____ ہی بہتر طریقہ چناؤ ہے۔
- 6۔ سلیز مینوں کے اندرون عملہ چناؤ کا نقصان یہ ہے کہ اس سے _____ کی حوصلہ افزائی ہوتی ہے۔
- 7۔ سلیز مینوں کے _____ سے چناؤ کا فائدہ یہ ہے کہ سلیز مین کام کا سابقہ تجربہ رکھتے ہیں۔
- 8۔ سلیز مینوں کی بھرتی کے لیے درخواستیں عام طور پر _____ پر طلب کی جاتی ہیں۔
- 9۔ شعبہ فروخت کا سربراہ صرف انہیں درخواست دہندوں کو انٹرویو کے لیے طلب کرتا ہے جو سلیز مین کے پیشے کے _____ پروراکہ تھے ہیں۔

10۔ امتحان سے امیدوار کی کام میں دلچسپی، مستقل مزاجی، قوت برداشت اور باقاعدگی
باجائے میں مدد ملتی ہے۔

11۔ طبی امتحان کا مقصد یہ اطمینان کر لینا ہے کہ سیزین شپ کے امیدوار میں ایسی کوئی _____ نہیں جو
اس کی استعداد پر اثر انداز ہو۔

دب، ذیل میں ہر بیان کے آخر پر صحیح اور غلط کے الفاظ درج ہیں۔ بیان کی روشنی میں صحیح یا غلط لفظ کے گرد دائرہ کا نشان
لگائیے۔

1۔ سیزینوں کی بھرتی ایک مندرگاہ اور وقت طلب کام ہے۔

2۔ سیزینوں کا انتخاب اندرونِ عمل سے مقصود ہو تو ضروری نہیں کہ امیدوار سیزین کے بنیادی کوائف
صحیح/غلط بھی پورا کرتے ہوں۔

3۔ بر مقابلہ فرموں سے چنے گئے سیزینوں کی ذمہ داریاں مشکوک ہوتی ہیں۔

4۔ شعبہ فروخت کو چاہیے کہ وہ سیزین کے بارے میں اس کے تعلیمی ادارے اور اساتذہ کی آراء پر
صحیح/غلط حیرت مہر نہ کرے۔

5۔ معاہدہ تقرری فرم اور سیزین دونوں ہی کے مفادات کا تحفظ کرتا ہے۔

6۔ سیزینوں کی تربیت کا بصری کا طریقہ کم خرچ اور زیادہ مؤثر ہوتا ہے۔

7۔ مطالعاتی مواد میں سیزینوں کی ذمہ داریوں کی نشاندہی اور ان کے لیے ہدایات کا اندراج ہوتا ہے۔

8۔ تربیت یافتہ سیزین کسی بھی فرم کے لیے نہایت قیمتی اثاثہ گردانے جاتے ہیں۔

(ج) ذیل میں ہر بیان کے چند جوابات تحریر کیے گئے ہیں۔ آپ ایسے درست بیان پر نشان لگائیے جس سے بیان کی تکمیل
ہوتی ہو۔

(1) سیزین کے کام کے تجربے سے مراد

(ا) شے کی نوعیت کا تعین کرنا ہے۔

(ب) سیزین کے معاوضوں کا تعین کرنا ہے۔

(ج) سیزینوں کی تعداد طے کرنا ہے۔

(د) سیزینوں کی ذمہ داریوں کی نشاندہی کرنا ہے۔

(2) اگر فرم ٹیکنیکل نوعیت کی شے تیار کر رہی ہو تو سیزینوں کی بھرتی کا بہترین طریقہ۔

(1) اندرونِ عمل بھرتی ہے۔

- (ب) ہر مقابلہ فرموں سے چننا ہے۔
- (ج) اخبارات میں آسامیاں خالی ہیں کے اشتہار دینا ہے۔
- (د) دیگر کاروباری فرموں سے تقرری ہے۔
- (3) سلیزبنوں کی ملازمت کے لیے درخواست فارم اس طرح ترتیب دیا جاتا ہے کہ
- (۱) امیدوار کے خاندانی پس منظر کا پتہ چل جاتا ہے۔
- (ب) اس کی تعلیمی استعداد ظاہر ہو جاتی ہے۔
- (ج) اس کے ذہنی رجحان کا پتہ چل جاتا ہے۔
- (د) امیدوار کی شخصیت سامنے آ جاتی ہے۔
- (4) طبی امتحان کا مقصد سلیزبن کی۔
- (۱) تعلیمی قابلیت کو جانچنا ہے۔
- (ب) حیاتی صحت کا اندازہ لگانا ہے۔
- (ج) ذہنی رجحان کا پتہ چلانا ہے۔
- (د) مالی حالت کے بارے میں جاننا ہے۔
- (5) معاہدہ تقرری ایک اہم دستاویزات ہو۔
- (۱) سلیزبن کے مفاد کا تحفظ کرتی ہے۔
- (ب) فرم کے مفاد کا تحفظ کرتی ہے۔
- (ج) فرم اور سلیزبن دونوں کے مفاد کی دیکھ بھال کرتی ہے۔
- (د) گاہک کی حفاظت کرتی ہے۔

4۔ سیزمین کے معاوضے کی اسکیمیں

سیزمین کے معاوضے کی مختلف شکلیں ہو سکتی ہیں۔ مثلاً تنخواہ کمیشن بزنس کی ادائیگی منافع میں حصہ دانی، الاؤنسز وغیرہ ذیل میں ہر شکل پر تفصیل سے روشنی ڈالی جا رہی ہے۔

4.1۔ مشاہرہ یا تنخواہ

یہ ایک متعین معاوضہ ہے اور اس کی نوعیت معیاری ہوتی ہے۔ اس طریقہ کے مطابق ہر سیزمین کو ہفتہ وار یا ماہانہ تنخواہ دی جاتی ہے۔ تنخواہ کے سکیل کے حساب سے سیزمین کو سالانہ ترقی بھی ملتی ہے۔ مشاہرہ کم از کم اتنا ہونا چاہیئے کہ سیزمین بنیادی لوازمات زندگی ضرور پوری کر سکے۔

یہ طریقے معاوضہ آسان اور قابل فہم ہے۔ یہ سیزمین کو ایک یقینی ذریعہ آمدنی کی حمایت دیتا ہے۔ تاہم اس طریقہ میں مستقیم یہ ہے۔ کہ اس میں باصلاحیت سیزمینز کے لیے کوئی کشش نہیں ہوتی۔ محنتی اور کام چور سیزمین کے ساتھ یکساں سلوک انصاف کے تقاضوں کے مطابق ہے۔

4.2۔ کمیشن

اس کمیشن میں سیزمین کو کوئی مستقل یا خدمات کی انجام دہی کے سلسلے میں دلایا جاتا ہے۔ مثلاً اگر سیزمین گاہکوں سے وصولیاں وقت مقررہ سے پہلے جمع کر لیتا ہے۔ معمول سے زیادہ اشیاء فروخت کرتا یا غیر مقبول اشیاء بیچنے میں کامیاب ہو جاتا ہے۔ اخراجات میں کفایت شماری کا مظاہرہ کرتا اور فرم کو قیمتی مشورے دیتا ہے تو وہ خصوصی انعام کا مستحق قرار پاتا ہے۔ بزنس سیزمینوں کی حوصلہ افزائی کا بہترین طریقہ ہے۔ اس میں کام کرنے کی لگن پیدا کرتا ہے۔

نام دہ پتے سیزمین کو دیتا ہے۔ جس سے ملنا اور جی، پر نظر رکھی جا سکتی ہے۔

4.3۔ الاؤنسز

سیلز مین اس ذمہ داریوں کی انجام دہی کے دوران مختلف اخراجات برداشت کرتے ہیں۔ فرم کو چاہیے کہ الاؤنسز دے کر ان اخراجات کو پورا کرے۔ مثلاً اگر سیلز مین اپنے کام کی انجام دہی کے سلسلے میں ایک مقام سے دوسرے مقام پر جاتے ہیں تو انہیں سفر کے اخراجات برداشت کرنے چاہئیں۔ اسی صورت میں فرم کو چاہیے کہ سیلز مینوں کے لیے سفری الاؤنس کے اجراء کا بندوبست کرے۔ اگر الاؤنسز کے بلوں کی فی الفور ادائیگی کر دی جائے تو سیلز مینوں کی کارکردگی میں مثبت تبدیلی متوقع ہوتی ہے۔

4.4۔ منافع میں ذمہ داری

بعض فرمیں اپنے باقائیدہ منافع کا ایک حصہ سیلز مینوں کے لیے مخصوص کر لیتی ہیں جو سیلز مینوں میں برابر شرح سے تقسیم کر دیا جاتا ہے۔ اگر تنخواہ اور کمیشن کے ساتھ کل منافع میں بھی سیلز مینوں کو شریک کر لیا جائے تو ان میں فرم سے تعلق کا احساس بڑھے گا۔ وہ اپنے فرائض زیادہ لگن اور دل جمعی سے ادا کریں گے۔

5۔ سلیز مینوں کی تربیت کی ضرورت

منتخب شدہ سلیز مینوں کے لیے مناسب تربیت کا بندوبست کیا جاتا ہے۔ شعبہ فروخت کا سربراہ اسے اپنی سماجی ذمہ داری سمجھتا ہے۔ کہ وہ اطمینان کرے کہ اسٹیاؤ کی فروخت کے فرائض صرف تربیت یافتہ عملے ہی کو تفویض کیے گئے ہیں۔ اگر ایسا نہیں ہے تو نا تجربہ کار سلیز مین کا کھول کو متاثر نہیں کر سکیں گے۔ جس سے شے کی فروخت پر مثبت اثرات مرتب نہیں ہوں گے۔ سلیز مین کی کامیابی کا انحصار اس تربیت اور تجربے پر ہے جو وہ حاصل کرتا ہے۔ سلیز مین کی تربیت ہی وہ ضروری عامل ہے جو اسے اعتماد بخشتی ہے اور اسے کامیابی سے ہمکنار کرتی ہے۔

کچھ لوگوں کا یہ خیال ہے کہ سلیز مین پیدا ہوتے ہیں، تیار نہیں کیے جاتے۔ سلیز مین نواداد صلاحیتوں کے مالک ہوتے ہیں لہذا ان کے لیے کسی تربیتی کورس کی ضرورت نہیں۔

اس کے برعکس کچھ لوگ یہ کہتے ہیں کہ ہر پیشے کے لیے کچھ نواداد صلاحیتوں کا ہونا بے شک ضروری ہے۔ مگر ان غنفی خوبوں کو چمکانے کے لیے پیشہ دارانہ تربیت کی ضرورت ہوتی ہے۔ سلیز مین حضرات بھی اسی زمرے میں آتے ہیں۔ اس میں شک نہیں کہ سلیز مین بننے کے لیے کچھ غنفی وصف ہوتے چارٹس تاہم اس وصف کے عملی اظہار اور نکھار کے لیے تربیت مناسبت ضروری ہے۔ سلیز مینوں کی تربیت ان کی مستعدی اور پیشہ دارانہ کامیابی کی ضامن ہوتی ہے۔ دوران تربیت ہر سلیز مین کی صلاحیتوں کو صحیح سمت دی جاتی ہے۔ پرانے اور تجربہ کار سلیز مینوں کی بھی وقتاً فوقتاً تربیت کا انتظام کیا جاتا ہے۔ تاکہ وہ شے کی نوعیت اور فرم کی حکمت عملی کے بارے میں تازہ ترین معلومات حاصل کرتے رہیں۔ گویا ثابت یہ ہوا کہ ہر نئے اور پرانے سلیز مین کے لیے تربیت انتہائی ضروری ہے۔ تاکہ وہ فروخت کی جدید ترین مہارت حاصل کر سکیں۔ نیز لوگوں کی پسند ناپسند جانتے، ان کی عادات اطوار اور نفسیات کو سمجھنے کے لیے بھی سلیز مین کی تربیت بہت ضروری ہے۔

5.1۔ سیزمین کی تربیت کے مقاصد

سیزمین کی تربیت کے چیدہ چیدہ مقاصد درج ذیل ہیں۔

- (۱) اشیاء کی خرید و فروخت کے تصور اور طریقے سمجھنا۔
- (ب) فروخت کو توسیع دینے کے لیے گاہکوں کو ہم خیال بنانے سے متعلق ضروری معلومات فراہم کرنا۔
- (ج) سیزمین کو فرم کی شے اور حکمت عملی سے روشناس کرانا۔
- (د) سیزمین کو اشیاء کی فروخت کے اصول و ضوابط سکھانا۔
- (ر) سیزمین کو کاروباریوں اور صارفین سے متعارف کرانا۔
- (س) سیزمین کا منڈی میں مقابلے کی صورت حال کو سمجھنا۔
- (کے) ناموزوں اور غیر مستعد سیزمینوں کی چھاننی کرنا، سیزمینوں کی ایک خاص تعداد تیار رکھنا، تاکہ شے کو خیر باد کہہ جانے والوں کے صیغ نعم البدل دستیاب ہو سکیں۔

5.2۔ سیزمینوں کی تربیت کے طریقے

سیزمین حضرات کی تربیت کے کئی ایک طریقے موجود ہیں۔ فرم ان میں سے کوئی بھی طریقے اپنا سکتی ہے۔ تربیتی طریقے کا انتخاب چیز کی نوعیت منڈی کے حالات اور تربیت امیدوار کی صلاحیت دیکھ کر کیا جاتا ہے۔ سیزمین کی تربیت کے بڑے بڑے طریقے مندرجہ ذیل ہیں۔

- (۱) دور رس
- (ب) فروخت کے سلسلے کی ملاقاتیں و اجتماعات
- (ج) رسائل و کتب -
- (د) عمل تربیت -
- (ر) مراسلاتی تربیت
- (س) اجری تربیت بذریعہ تصاویر و ٹیلی ویژن

(الف) دروس : سیزمین تربیت کے پیشے کے لیے منتخب کیے جانے والے افراد کی تربیت کے لیے اسباق کا انتظام کیا جاتا ہے۔ زیر تربیت افراد ان اسباق کو سنتے اور اہم نکات محفوظ کرتے چلے جاتے ہیں۔ اس طرح وہ اپنے کام میں مہارت حاصل کرتے ہیں۔ درس کس قدر مؤثر ہوتا ہے۔ اس کا انحصار درس کے میاں اور زیر تربیت شخص کی توجہ اور انہماک پر ہوتا ہے۔ اچھی تربیت کے لیے لازمی ہے کہ درس کے بعد گروہی بحث اور تحریری امتحانات بھی ہوں۔

(ب) ملاقاتیں اور اجتماعات : فروخت کی ذمہ دار انتظامیہ و قفول کے ساتھ اجتماعات کا انعقاد کرتی ہے، اور سیزمین کو شرکت کی دعوت دیتی ہے، انتظامیہ کے اعلیٰ احکام فروخت کے فروغ کے موضوع پر تعاریف کرتے ہیں جدید طریقہ ہائے فروخت پر روشنی ڈالتے ہیں۔ اس طرح سیزمین فروخت کی حکمت عملی صارفین کی شکایات منڈی کے رجحانات کے بارے میں اپنی علمی استعداد میں اضافہ کرتا ہے۔

(ج) رسائل و کتب : سیزمین حضرات کو حوالہ جاتی کتب، رسائل اور فہرستیں فراہم کی جاتی ہیں۔ فروخت کا مابنام، فرم کی تاریخ، اس کا پس منظر اس کی حکمت عملی سننے کے خواص اور اس کی مقبولیت کے بارے میں معلومات مہیا کرتا ہے۔ اس میں سیزمین کے لیے ہدایات بھی درج ہوتی ہیں۔ خیر وہ بدلتی ہوئی صورت حال پر عمل کر سکتا ہے۔ فروخت کے بریدے میں سیزمینوں کے لیے تازہ ترین اطلاعات بھی موجود ہوتی ہیں۔

(د) عملی تربیت : فروخت کے کام کی نوعیت سے متعلق بنیادی معلومات کے بعد سیزمین کی عملی تربیت کا مرحلہ آتا ہے۔ سیزمین اور اس کا تربیتی اہتمام سیزمین سے وابستہ توقعات کا جائزہ لیتا ہے۔ وہ گفتگو کا آغاز کرتا ہے اور فروخت سے متعلق اہم نکات کی وضاحت کرتا ہے۔ اس کے بعد زیر تربیت سیزمین ان نکات اور الفاظ و عادات کو دہراتا ہے اور اس طرح فروخت کی عملی تربیت حاصل کرتا ہے۔ عام طور پر سیزمین کی عملی تربیت ایک مہینہ اور دشوار اگر ارفع خیال کیا جاتا ہے۔

(ر) مراسلاتی تربیت : سیزمین حضرات کو ان کے علاقوں میں بھیج دیا جاتا ہے۔ جب کہ وقتاً فوقتاً انہیں اسباق بھیجے جاتے ہیں، جو فروخت کی حکمت عملی اور ایسی نوعیت کی معلومات کے حامل ہوتے ہیں۔ سیزمینوں کو ضروری ہدایات بھی بذریعہ ڈاک بھیجی جاتی ہیں۔ سیزمینوں سے یہ توقع کی جاتی ہے کہ وہ اس درسی مواد کو پڑھیں گے اور اگر کوئی مشکل درپیش ہو تو رہنمائے تربیت سے خط و کتابت کے ذریعے اس پر قابو پایا جاسکتا ہے۔ تربیت کا یہ طریق کار سیزمینوں کے لیے بڑا ہی مفید ثابت ہوتا ہے۔

بھروسہ اس طریقہ تربیت کے سلسلے میں آنے والے مہارت بھی مقابلہ کم ہوتے ہیں۔

(س) تربیت بذریعہ ٹیلی ویژن : سیریز میوز کی تربیت کے لیے ٹیلی ویژن سے مدد لی جاسکتی ہے۔ ان کی ہدایات اور اصلاح کے لیے روزانہ یا ہفتہ وار پروگرام نشر کیے جاسکتے ہیں۔ ناظر سیریز میں ان پروگراموں کے حوالے سے اپنی پیشہ ورانہ مہارت میں اضافہ کر سکتے ہیں۔ اس طریقہ تربیت میں کچھ خامیاں بھی ہیں۔ اول تو یہ کہ لکھری طریقہ تربیت خاصا مہنگا ثابت ہوتا ہے۔ دوم یہ کہ تربیت کا لکھری طریقہ اس وقت مؤثر ثابت ہوتا ہے۔ جب سیریز میں کی تربیت کل سمت کا تعین ہو اور پروگرام کا نفس مضمون واضح ہو۔

6 — سیزمین کی نگرانی

شعبہ فروخت کے سربراہ کا فرض ہے کہ وہ اپنے زیر اثر عملے سے بہتر کارکردگی کا مظاہرہ کر اٹے۔ وہ اس بات کا خیال رکھے کہ سیزمین فروخت کے کام کو دہیے گئے خطوط پر چلا رہے ہیں، وہ فرم کے مفادات کے تحفظ کی خاطر سیزمینز کی نگرانی کرتا ہے اور حسب ضرورت انہیں ہدایات جاری کرتا ہے ان حالات میں اس کی حیثیت ایک دوست رہنا اور نگران کی ہی ہوتی ہے۔ وہ فروخت کے کام کو سیزمینز کے درمیان تقسیم کر دیتا ہے اگر وہ آرام طلب ہو جائے تو سیزمین بھی آرام طلبی اور رستی کا شکار ہو جاتے ہیں۔ اس طرح سیزمینز کی تنخواہ اور تربیت برآئے والے اعتراضات اور مساعی بیکار جاتی ہیں۔ گویا ثابت ہوا کہ سیزمینز کی نگرانی رہنمائی مدد اور احتساب نہایت ضروری باتیں ہیں۔

اگر سیزمینز کے اختیارات و فرائض کی وضاحت کر دی گئی ہو تو، ان کی نگرانی اور احتساب میں بہت مدد ملتی ہے۔ سیزمینز کی نگرانی کے لیے مندرجہ ذیل اقدامات کیے جا سکتے ہیں۔

علاقہ بندی یا علاقائی تقسیم
کوٹنا سٹم

6.1 — علاقہ بندی یا علاقائی تقسیم

بعض فرمیں اپنے سیزمین حضرات کی محدود کار مشین کر دیتی ہیں۔ وہ اپنے علاقوں میں اشتیاد کی فروخت کا کام سنبھال لیتے ہیں۔ حقوق فردی کے سلسلے میں جبرانی تقسیم خاص طور پر ایک اچھا قدم ہے۔ ہر سیزمین کو ایک علاقہ تفویض کر دیا جاتا ہے۔ بعض اوقات شعبے کی فروخت کے لیے علاقائی حد بندی سیاسی ڈھانچے کے مطابق کی جاتی ہے۔ طلب کی شدت مقابلے کی نوعیت گاہکوں کی اقسام، موسم کے حالات اور بار برداری کے اعتراضات جیسے عوامل کو سامنے رکھتے ہوئے علاقے کی نشان بندی کی جاتی ہے۔ اس سلسلے میں جدید رجحان یہی ہے کہ سیزمین کو تھوڑا سا علاقہ دیا جاتا ہے۔ اگر وہ اشتیاد جانفشانی اور برق رفتاری سے فروخت کر دے تو اس کا علاقہ بڑھا دیا جاتا ہے۔ علاقے بڑھ جانے تو سیزمین کو ٹرانسپورٹ کی سہولت بھی فراہم کر دی جاتی ہے۔ علاقوں کی تقسیم بندی کرتے سے سیزمینز کی کوششوں کو منظم کرنے میں بڑی مدد ملتی ہے۔ پھر سیزمین بھی اپنے اپنے علاقوں میں فروخت کو بڑھانے کے لیے سخت محنت کرتے ہیں۔ جس کا صلہ انہیں جلد یا بدیر ملتا ہے۔

علاقوں کا تئیں کرنے کے بعد فروخت کے شعبے کا سربراہ گاہکوں کی نشاندہی کرتا ہے اور ان دیہاتوں تعمیروں اور گاہکوں کے

6.2۔ کوٹا سٹم

کوٹا سے مراد فروخت کی وہ حد ہے۔ جو ایک سیلزمین ایک مخصوص مدت میں حاصل کرنا چاہتا ہے۔ اس سے مراد کام کی وہ مقدار ہے۔ جس کی سیلزمینل سے فروا فروا توقع کی جاتی ہے۔ علاقائی کوٹا سے مراد فروخت کی وہ حد ہے۔ جو اس کے علاقے کے سیلزمین کو دی گئی مدت میں حاصل کرنا ہوتی ہے۔ کوٹا مقرر کرتے وقت منڈی کے حقائق و حالات اور سیلزمین کی اہلیت و صلاحیت کو پیش نظر رکھا جاتا ہے۔ فروخت کی مقرر کردہ اور حاصل کردہ حد سے سیلزمین کی کارکردگی کا اندازہ لگایا جاسکتا ہے۔ اور اس کے معاد ضے کا تعین کیا جاتا ہے۔ ظاہر ہے کہ فروخت کی حد مقرر کر دینے سے سیلزمین کی نگرانی اور دیکھ بھال کا کام سہل ہو جاتا ہے۔

7۔ سیزمین کے اختیارات

سیزمین کے اختیارات سے مراد لی جاتی ہے کہ وہ دی گئی حدود میں کام کرتا ہے اور گاہک سے صرف اسی درجہ کی سود سے بازی کر سکتا ہے۔ یعنی اسے اجازت ہو، مزدورت اس امر کی ہوتی ہے کہ ملازمین کے اختیارات کی وضاحت کر دی جائے اور اسے قیمت کے تعین کرنے، نئے گاہکوں کو ادھار کی سہولت دینے اور گاہک کو بعد از فروخت مرمت وغیرہ کی خدمات مہیا کرنے میں سیزمین کو وسیع اختیارات دے دیئے جائیں۔ لیکن عام طور پر صورت حال اس کے برعکس پائی گئی ہے۔ قیمتوں کے تعین کے سلسلے میں قیمتوں کی فرسٹ خاص طور پر ایک ایسا عنصر ہے جو سیزمین کو پابند سلاسل کر دیتا ہے۔

اس سلسلے میں ہر تا یہ چاہیئے کہ سربراہ شعبہ فروخت سیزمین کو ایسی خفیہ ہدایات جاری کرے جن کی بدولت وہ گاہک سے زیادہ آدھ خود اعتمادی سے سود سے بازی کر سکے۔ اور وہ گاہک کے ہاتھ شے زیادہ مراعات کے ساتھ فروخت کر سکے۔ بعد ازاں گاہک کے لیے الگ سہولتوں اور مراعات کی رقم سے باتا وعدہ اجازت حاصل کر لے۔

سیزمین کو یہ بات سمجھا دینی چاہیئے کہ وہ شے کے معیار سے متعلق گاہک سے جتنی بات گدعوے کو کھوکھلے وعدے نہ کرے۔ کیونکہ اگر یہ وعدے پورے نہ کیے جاسکیں تو ادارے کی ساکھ کو نقصان پہنچنے کا احتمال ہوتا ہے۔ سیزمین کو چاہیئے کہ وہ فروخت کی پالیسی کی حدود میں رہتے ہوئے ہی کسی قسم کی ضمانت دے۔ تاکہ اسے ادارے کی تائید اور حمایت حاصل رہے۔ اسی طرح سیزمین کو چاہیئے کہ ادارے کی پیشگی اجازت کے بغیر ادھار کاروبار نہ کرے۔ متوقع گاہک کی کاروباری اور سماجی حیثیت کو قریض سیکشن کے سامنے تفصیل سے بیان کرے۔

عنقریب کہ ایک سیزمین کو اپنی کاروباری اکائی کی فروخت سے متعلق حکمت عملی ہی کو اپنانا چاہیئے اور اس کی حدود میں رہتے ہوئے اپنی پیشہ ورانہ ذمہ داریاں ادا کرنی چاہئیں۔

8۔ سیزمین کا اطلاع نامہ

مختلف علاقہ میں کام کرنے والے سیزمین اپنے اپنے علاقے میں فروخت کے کام کی معیاری اطلاع شعبہ فروخت کو بھیجتے ہیں یہ اطلاع نامے مختلف نوعیت کا معلوماتی مواد فراہم کرتے ہیں۔ سیزمین کا اطلاع نامہ شعبہ فروخت کو اس قابل کرتا ہے کہ وہ منڈی کے رجحان کو بھانپ لے اور ساتھ ساتھ سیزمین کی قوت کا اندازہ بھی لگائے۔ اطلاع نامے کے مواد کی روشنی میں وہ سیزمین کو ہدایات دیتا ہے۔ بولنگ کا خیال ہے کہ یہ اطلاع نامہ شعبہ فروخت کو اس قابل بناتا ہے کہ وہ سیزمین کی ترقی کا جائزہ لے۔ حسب ضرورت اس پر تنقید اور اس کی رہنمائی کرے۔ مستقبل کے گاہکوں کو کم خطوط لکھے اور کاروباری معاہدے کرے۔

گو با فروخت کے خبرنامہ کے چار واضح مقاصد ہوتے ہیں۔

اطلاع فراہم کرنا۔

مال لینے کا عمل۔

انتظام۔

جانچ لینے کا عمل۔

فروخت کے خبرنامہ کا پہلا مقصد اطلاع کا جمع کرنا ہے۔ یہ اطلاعات منڈی کے حالات اور صارف کے تاثرات پر مبنی ہوتی ہیں۔ ان میں سیزمین کی اپنی کادشوں کا ذکر بھی ہوتا ہے اور اس کی تجاویز بھی شامل ہوتی ہیں۔ چونکہ سیزمین صارف کے زیادہ قریب ہوتا ہے لہذا وہ فروخت کی انتظامیہ کو زیادہ بہتر طور پر آگاہ کر سکتا ہے۔ کٹے کے منڈی سے سہلے جانے میں کمی مشکلات پیش ہیں۔ سیزمین کے خبرنامہ کی روشنی میں شعبہ فروخت کا سربراہ کٹے کے معیار اس کی مقدار اور قیمت میں رد و بدل کر سکتا ہے۔ اس طرح سیزمین کی اطلاعات رہنما اصول بن جاتی ہیں۔ اور مارے کاروباری سانچے پر اثر انداز ہوتی ہیں۔

سیزمین کا اطلاع نامہ فروخت کے عمل پر نگرانی رکھنے میں مددگار ثابت ہوتا ہے۔ اس کی بدولت فرم سیزمین کے شعبہ فروخت کا سربراہ، فیلڈ کے عمل سے قریبی تعلق قائم رکھتا ہے اور جب اور جس کی ضرورت ہو، ضروری ہدایات، حکم نامہ اور انتباہ جاری کر سکتا ہے۔

سیزمین کے اطلاع نامہ کی روشنی میں اس کی صلاحیتوں کو جانچا جاسکتا ہے اور اس کے معاوضے کا تعین کیا جاسکتا ہے۔ پھر ان اطلاع ناموں کی روشنی میں سیزمین کی ترقی کے احکامات کا جائزہ لیا جاتا ہے۔

سیلز مین کے اطلاع نامہ کے اندراجات ۔

عام طور پر سیلز مین اطلاع نامہ مجوزہ فارموں پر بھیجتے ہیں، جس سے انہیں اکٹھا کرنے اور انہیں شعبہ فروخت کو روانہ کرنے میں آسانی ہوتی ہے۔ یہ اطلاع نامے مختلف اقسام کے ہوتے ہیں ۔

(الف) اطلاع نامہ ملاقات : ان اطلاع ناموں میں ان گاہکوں کے نام اور تعداد درج ہوتے ہیں جن سے اطلاع نامے کی مدت کے دوران سیلز مین نے ملاقات کی ہوتی ہے۔ اطلاع میں ملاقات کی تاریخ و وقت اور اس کے نتیجے کے بارے میں باتیں درج ہوتی ہیں ۔

(ب) اطلاع نامہ فروخت : اس اطلاع نامہ میں فروخت شدہ مال کا حجم اور اس کی مالی قدر درج ہوتی ہے ۔

(ج) نئے کھاتوں کا اطلاع نامہ : سیلز مین اپنے اس میٹری اطلاع نامہ میں نئے گاہکوں کے نام اند پتے بھیجتا ہے۔ انہیں فروخت کی جانے والی اشیاء کی مقدار اور مالیت بیان کرتا ہے ۔ ساتھ ساتھ گاہک کی اعتباری کیفیت ظاہر کرتا ہے۔

(د) ضائع شدہ کاروبار کا اطلاع نامہ : کچھ گاہک وقت کے ساتھ کاروبار سے قطع تعلق کر لیتے ہیں۔ یا مال کی خریداری عارضی طور پر روک دیتے ہیں۔ سیلز مین ان اطلاع ناموں میں کاروبار کی خستہ حالی کی وجوہات بیان کرتا ہے ۔

(ر) اطلاع نامہ شکایات : جب گاہک مال کے بارے میں کسی قسم کی شکایات کرتا ہے تو سیلز مین اس امر کی اطلاع ایک اطلاع نامہ کے ذریعے اپنی کاروباری تنظیم کو کرتا ہے۔ نیز سیلز مین گاہکوں کی شکایات کے ازالہ کے لیے تجاویز پیش کرتا ہے ۔

(س) کاروبار کی توقعات پر مبنی اطلاع نامہ : یہ اطلاع نامہ کاروبار کے آمد آمد اور چڑھاؤ سے متعلق قیاس آرائیوں پر مبنی ہوتے ہیں ان میں سیلز مین منڈی کے حالات کا جائزہ پیش کرتا ہے ۔

(ص) سیلز مین کے پروگرام کا اطلاع نامہ : سفری سیلز مینوں کو اپنے دوروں کی پیشگی اطلاع دینی پڑتی ہے۔ اس اطلاع نامہ میں اس کے دوروں کا پروگرام بمعہ مقام، تاریخ، اور پتہ درج ہوتا ہے۔ اس طرح شعبہ فروخت کا سربراہ سیلز مین کی حرکات و سکنات کی خبر رکھتا ہے اور حسب ضرورت انہیں ہدایات جاری کر سکتا ہے ۔

(ط) اطلاع نامہ برائے اخراجات : ان اطلاع ناموں میں سیلز مین ان اخراجات کی تفصیل پیش کرتا ہے جو اس نے اپنے شعبہ فروخت کے فرائض کی ادائیگی میں برداشت کیے ہوتے ہیں ۔

رع، اطلاع نامہ برائے ادائیگی بقایاجات : کچھ ایسے اطلاع نامے ہوتے ہیں جو کاروبار کی مالی حالت کے بارے میں معلومات فراہم کرتے ہیں۔ ان میں سلیز میں گاہکوں سے بقایاجات کی وصولی کی صورت حال بیان کرتا ہے۔ نیز وہ گاہکوں کی اعتباری حیثیت کے بارے میں فرم کو مطلع کرتا ہے۔ اگر گاہکوں کی جانب سے بقایاجات کی ادائیگی میں تاخیر ہوئی ہو تو انہیں وجوہات بھی بیان کرتا ہے۔

(کف) اشتہار بازی کے اثرات پر مشتمل اطلاع نامہ : ایک کاروباری فرم اپنی مصنوعات کی تشریح کے لیے جو اقدامات کرتی ہے۔ سلیز میں فروخت پر ان کے اثرات بغور پڑھتا ہے اور ان کا جائزہ اطلاع نامہ کی شکل میں فرم کو ارسال کرتا ہے۔ اگر سلیز میں ضروری خیال کرے تو فرم کو ذریعہ اشتہار تبدیل کرنے کا مشورہ دیتا ہے۔

81 خود آزمائی 3

(الف) مندرجہ ذیل خالی جگہوں کو پُر کیجئے۔

- 1 - کوٹا سے مراد فروخت کی وہ مخصوص حد ہے جو ایک سلیز میں ایک _____ میں حاصل کرتا ہے۔
- 2 - _____ ایک ایسا عامل ہے جو سلیز میں کا خاص طور پر پابند سلاسل کر دیتا ہے۔
- 3 - سلیز میں کا _____ فرم کو مختلف نوعیت کا معلوماتی مواد فراہم کرتا ہے۔
- 4 - _____ ایک متعین معاوضہ ہے جس کی نوعیت معیاری ہوتی ہے۔
- 5 - سلیز میں کو _____ خصوصی اور فاضل خدمات کے صلے میں دیا جاتا ہے۔
- 6 - کمیشن کی ادائیگی کے لیے عام طور پر فرم _____ مقرر کر لیتی ہے۔
- 7 - اگر سلیز میں کو اپنے فرائض کے سلسلے میں ایک جگہ سے دوسری جگہ جانا پڑے تو اس کے لیے _____ کا بندوبست کیا جاتا ہے۔

- 8 - ایک اچھے سلیز میں کے لیے قدرتی جوہر بھی ضروری ہیں۔ اور _____ بھی۔
 - 9 - ضروری ہے کہ سلیز میں کو حدس دینے کے بعد گروہی بحث بھی ہو اور _____ بھی۔
 - 10 - سلیز میں کی نگرانی کے اہم طریقے علاقائی تقسیم اور _____ ہیں۔
- (ب) ذیل میں ہر بیان کے آخر پر صحیح اور "غلط" کے الفاظ درج ہیں۔ بیان کی روشنی میں صحیح یا غلط ب لفظ کے دائرہ کا نشان لگائیے۔

- 1 - اگر کمیشن کو طریقہ ادائیگی بنالیا جائے تو محنت کش سلیز میگزین کی حوصلہ افزائی نہیں ہوتی۔ صحیح/غلط

خود آزمائی 2

(الف)

- | | |
|-----------------------|------------------|
| 1 - ذہنی میلان | 2 - فرم |
| 3 - ذمہ داریوں | 4 - خواص |
| 5 - اندرون عملہ | 6 - اقربا پروری |
| 7 - برہم مقابلہ فرموں | 8 - مجوزہ فارموں |
| 9 - بنیادی کوائف | 10 - نفسیات |
| 11 - حساباتی معذوری | |

(ب)

- | | |
|----------|----------|
| 1 - صحیح | 2 - غلط |
| 3 - صحیح | 4 - غلط |
| 5 - صحیح | 6 - غلط |
| 7 - صحیح | 8 - صحیح |

(ج)

- | | |
|-------|---------|
| 1 - د | 2 - الف |
| 3 - د | 4 - ب |
| 5 - ج | |

خود آزمائی 3

(الف)

- | | |
|-------------------|----------------------|
| 1 - خاص نکت | 2 - قیمتوں کی فہرست |
| 3 - اطلاع نام | 4 - مشاہرہ |
| 5 - بونس | 6 - فیصد |
| 7 - سفری الاؤنس | 8 - پیشہ درآمد تربیت |
| 9 - تحریری امتحان | 10 - کوٹا سسٹم |

(د) گاہک کو دکان کی شہرت کا احساس دلایا جاتا ہے

(5) اعتراضات فروخت کی وہ منزل ہے جہاں سیزین :

(۱) گاہک سے شے کا آرڈر وصول کرتا ہے۔

(ب) گاہک کے شکوک و شبہات دور کرتا ہے۔

(ج) دکان کی سجاوٹ پر زور دیتا ہے۔

(د) شے کے خواص گنونا ہے۔

(6) آخر لین دین کا مطلب :

(۱) گاہک کو خوش آمدید کہنا ہے۔

(ب) شے کے فوائد تفصیلاً بیان کرتا ہے۔

(ج) گاہک کے اندیشوں کو بغور سنتا ہے۔

(د) شے کا آرڈر بک کرتا ہے۔

14۔ جوابات خود آزمائی

خود آزمائی 1

| | | |
|-----------------|------------|-------|
| 2 سیزین شپ | 1 انفرادی | (الف) |
| 4 دھوکہ | 3 اعتماد | |
| 6 مسلسل طلب | 5 تربیت | |
| 8 ضمانت و ضمانت | 7 غصہ مالی | |

(ب)

| | |
|-------|-------|
| 2 صبح | 1 صبح |
| 4 صبح | 3 غلط |
| | 5 غلط |

(ج)

(1) الف (2) د (3) د

2- سبزیں بن کر چاہیے کہ دورانِ فروخت گاہک سے نامحمانہ رویہ اختیار کرے۔
 سبزیں بن کو خریداری کے محرکات سے بے نیاز بننے کی فائدہ بیان کر دیئے جائیں۔
 خود فروشی کا شکار گاہک اپنی بصیرت میں اضافے کا متمنی ہوتا ہے۔
 شرمیلا گاہک اپنے رائے کا برملا اظہار کرتا اور شے کی قیمت میں تخفیف چاہتا ہے۔
 (ج) ذیل میں ہر بیان کے چند جوابات تحریر کیے گئے ہیں۔ آپ ایسے درست جواب پر نشان لگائیے جس سے بیان کی تکمیل ہوتی ہو۔

1 — کم گو گاہک ایک ایسا خریدار ہے۔ جو

(ا) سبزیں سے بات ناپسند کرتا ہے۔

(ب) سبزیں کو زحمت دینے سے احتراز کرتا ہے۔

(ج) کسی قبل از وقت کاروباری عہدہ دہان سے مانع ہوتا ہے۔

(د) بے ارادہ دکان میں داخل ہوتا ہے۔

2- فطرتِ انسانی کا مطالعہ سبزیں بن کو اس قابل کر دیتا ہے کہ وہ

(ا) مختلف گاہکوں میں تہیز کر سکے۔

(ب) گاہک کو شے خریدنے پر مجبور کر دے۔

(ج) گاہک سے من مانی قیمت وصول کر لے۔

(د) گاہک کے خریداری کے محرک کو سمجھے۔

3- پرچون فروشی کے سبزیں بن کو فروخت کے امکان تلاش نہیں پڑتے کیونکہ

(ا) وہ اشتیائے ضرورت فروخت کر رہا ہوتا ہے۔

(ب) گاہک چل کر اس کے پاس آتے ہیں۔

(ج) اس کے پاس شے کی رسید محدود ہوتی ہے۔

(د) اس کے پاس شے کی فروخت کا پروگرام موجود ہوتا ہے۔

4- فروخت کے عمل میں رسائی وہ مقام ہے جہاں

(ا) سبزیں بن سے کوئی نزہت کر چکتا ہے۔

(ب) اشتیاء کی درجہ بندی کی جاتی ہے۔

(ج) شے کے ظاہری و باطنی خواص گنوائے جاتے ہیں۔

خود کی کوئی منطقی بنیاد نہیں۔ وہ فروخت کو یقینی بنانے کے لیے اقدامات کر سکتا ہے۔ مثلاً وہ گاہک کو آسان اقساط میں قیمت کی ادائیگی کی پیشکش کرے۔

13.6۔ لین دین کا وقوع

فروخت کے عمل کا یہ وہ مرحلہ ہے۔ جہاں سیلزمین کے لیے ضروری ہے کہ وہ شے کے خواص کو مختصراً دہرائے۔ اور گاہک کو مجبور کر دے کہ وہ کوئی حتمی فیصلہ کرے۔ اگر سیلزمین یہ محسوس کرے۔ کہ گاہک نئے شے خریدنے کا فیصلہ کر لیا ہے تو اپنی پیشہ ورانہ حکمت سے گاہک سے دریافت کرے۔ کہ وہ شے کو کسی مقدار میں محفوظ کرے۔ بقرض محال گاہک شے کی خریداری سے انکار کر دے۔ تو بھی سیلزمین کسی بد اخلاقی اور بد مزاجی کا مظاہرہ نہ کرے۔ اور جملہ آداب کو ملحوظ رکھتے ہوئے گاہک سے معذرت چاہیے اگر گاہک شے کی خریداری پر آمادگی ظاہر کرے۔ تو وہ گاہک کا شکریہ ادا کرے۔ اور فرم کی جانب سے اسے ہر ممکنہ خدمت اور تعاون کا یقین دلائے۔ ساتھ ہی اس امر کا اظہار کرے کہ آنے والے وقتوں میں فرم اور گاہک کے تعلقات مضبوط سے مضبوط تر ہوتے چلے جائیں گے۔

13.7۔ خود آزمائی ۷

(الف) مندرجہ ذیل خالی جگہوں کو پُر کیجئے۔

- 1 — مختلف اشیاء کی فروخت سے منسلک سیلزمینوں کی _____ مختلف ہوتی ہیں۔
- 2 — ایک ذہین سیلزمین شے کی فروخت میں حائل _____ کو نہ صرف سمجھ لیتا بلکہ ان پر تابو بھی پالیتا ہے۔
- 3 — ایک _____ سیلزمین اپنے گاہک کی سخت و سست سننے کی سکت رکھتا ہے۔
- 4 — گاہک محض وقت گزاری کے لیے دکان میں آگھستا ہے۔ _____
- 5 — گاہک فوری توجہ کو قیمت میں معمول رعایت پر ترجیح دیتا ہے۔ _____
- 6 — سیلزمین کو چاہیے کہ وہ _____ گاہک سے بچت میں نہ الجھے بلکہ اسے فرم کی وفاداریوں کا یقین دہانی کرائے۔

7 — شے کی فروخت کا عمل دراصل ایک _____ عمل ہوتا ہے۔

(ب) ذیل میں ہر بیان کے آخر پر صحیح، اور غلط کے الفاظ درج ہیں۔ بیان کی روشنی میں صحیح یا غلط لفظ کے گرد دائرے کا نشان لگائیے۔

صحیح/غلط

1 - فروخت کے امکان کی دریافت ایک نہ ختم ہونے والا سلسلہ ہوتا ہے۔

فردخت کے متعلق گفتگو شروع کرے۔ اس دوران وہ اعتماد، وقار، مہارت اور خوش اخلاقی کا دامن ہاتھ سے نہ چھوڑے۔
ہرچون فردخی کے سلیز مین کو چاہیے کہ وہ گاہک کو ہمان کی حیثیت دے۔ سلیز مین کو چاہیے کہ اسے خوش آمدید کہے
اور اس کی ہمان داری کرے۔ وہ گاہک سے اس کی مطلوبہ شے کے متعلق سوال کرے اور اسے شے کے نمونے پیش کرے
اور دوران گفتگو دل گداز اور نامحاذر رویہ اختیار کرے۔

13.4 - پیش کش

گاہک سے رابطہ جوڑے اور استقبالیہ جملوں کی ادائیگی کے بعد سلیز مین کا دوبارہ امور کی جانب آتا ہے۔ وہ واضح
اور شائستہ انداز میں گاہک کے رد و برد شے پیش کرتا ہے۔ فردخت کے عمل کے دوران یہ بات بہت اہم ہے۔ کہ شے کو کس انداز
سے پیش کیا جا رہا ہے۔ اس سے نہ صرف گاہک کا زاویہ نظر متعین ہوتا ہے بلکہ گاہکوں کی ایک بڑی تعداد کوئی ابتدائی فیصلہ
بھی کر لیتی ہے۔ کہ آیا اسے شے خریدنی چاہیے یا نہیں بعد میں تو گاہک اپنے فیصلے پر نظر ثانی نہیں کرتا ہے۔
سلیز مین کو شے کے خواص اور استعمال کے فوائد اس طرح بیان کرنے چاہئیں کہ وہ گاہک کے ذہن پر ایک خوشگوار تاثر
چھوڑیں۔ گاہک شے میں جن باتوں کا متلاشی ہوتا ہے۔ ان میں گاہک کی خواہش، ضرورت، دلچسپی، توجہ اور افادیت شامل ہیں۔
اگر اسے شے میں یہ عناصر نظر آجائیں تو وہ شے خریدنے کی پوزیشن میں ہوتا ہے اور اپنی آمادگی کا اظہار کرتا ہے۔

13.5 - رد اعتراضات

سلیز مین شے کے خد وخال کو مؤثر پیرائے میں بیان کر دے تو گاہک کے دل میں شے کی خواہش جاگزیں ہوتی ہے۔ لیکن
فردخت کے عمل میں صرف یہی کافی نہیں۔ سلیز مین کو چاہیے کہ وہ شے کی فردخت سے مربوط تمام اہم نکات کی وضاحت
کرے۔ شے کا اس کی متبادل اشیا سے مقابلہ کرے۔ اس طرح شے کی برتری کو ثابت کر دکھائے۔ اگر سلیز مین مدلل اور مؤثر
گفتگو کرے۔ شے کی پائیداری کی ضمانت دے۔ بعد از فردخت کی خدمت کی یقین دہانی کرائے اس طرح گاہک کے شکوک و
شبہات دور کرے تو گاہک شے کی خریداری پر مضامندی ظاہر کر دیتا ہے۔

در اصل فردخت کے حجم کا انحصار اس بات پر ہے کہ سلیز مین گاہک کے اعتراضات کا کس طرح جواب دیتا ہے
اور ہوشیار سلیز مین گاہک کے اعتراض کو کویدتا اور اپنی فنی مہارت سے اس کے خوف اور ہچکچاہٹ کو دور کرتا ہے۔ اور مکالمہ
سے گاہک کے مخالفانہ دلائل کو اپنی موافقت میں ڈھال دیتا ہے۔

سلیز مین کو چاہیے کہ وہ گاہک سے تکرار نہ کرے۔ نہ ہی کسی تلخی روشنی کا اظہار کرے۔ بلکہ گاہک کے اعتراض کو پرسکون
انداز میں سنے۔ اس کے اعتراض کو اپنی فنی مہارت کے لیے ایک چیلنج خیال کرے۔ وہ گاہک کو یقین دہانی کرائے کہ اس کے

ایک ایسا سلیزین جو گاہکوں سے ملاقاتوں کا کوئی پروگرام مرتب نہیں کرتا جسے کو نمایاں مقدار میں فروخت نہیں کر پاتا۔ فروخت کے امکان تلاش کرنے کے لیے سلیزین ذاتی مشاہدے سے بھی کام لیتا ہے اور ملاقاتوں سے بھی۔ بااثر لوگوں سے مشورہ بھی کرتا ہے اور متوقع گاہکوں کی فہرست بھی بناتا ہے۔ بعض لوگ سلیزین، اپنے مستقل گاہکوں سے درخواست کرتا ہے کہ وہ ایسے لوگوں کے نام اور پتے تجویز کریں۔ جن کے ہاتھ وہ اشیاء فروخت کر سکے۔ گویا فروخت کے امکانات کی تلاش بہت نہ ختم ہونے والا سلسلہ ہے جو کامیاب فروخت کی جانب پہلا قدم قرار پاتا ہے۔

13.2- پیش رسائی

سلیزین گاہک سے روز بروز ہونے کے لیے اپنے آپ کو ذہنی طور پر تیار کرتا ہے۔ کچھ ابتدائی قدم اٹھاتا ہے۔ مثلاً وہ متوقع خریداروں کے ناموں اور پتوں کی نہ صرف یقین دہانی کرتا ہے۔ بلکہ اوقات ملاقات کے بارے میں بھی جان لیتا ہے۔ اگر انفرادی ملاقات مقصود ہو تو سلیزین گاہک کی عمر، تعلیم، اس کی عادات اور مالی اور سماجی حیثیت کا تعین کرتا ہے۔ لیکن اگر کاروباری فرم سے ملاقات کا ارادہ ہو۔ تو وہ گاہک کے کاروبار کی نوعیت، اس کی موجودہ حالت اور گاہک کے خریداری کے محرکات کی درجہ گردانی کرتا ہے۔

پہلے فروشی سے وابستہ سلیزین کو گاہک تک پیش رسائی کے سلسلے میں اشیاء اس طرح ترتیب دینی چاہئیں کہ گاہک دکان میں داخل ہونے پر مجبور نہ ہو جائے۔ اسے چاہئے کہ دکان کو صاف ستھرا رکھے۔ دکان میں روشنی اور ہوا کا مناسب گردش ہو۔ اسی طرح اشیاء کا ترتیب بھی دیدہ زیب ہونی چاہیئے۔

گاہک سے لین دین کے لیے پیش رسائی کے اقدام بہت ضروری ہیں۔ انہیں کے لیے ضروری ہے کہ سلیزین گاہک کے خریداری کے محرک کو سمجھے تاکہ فروخت کے سلسلے میں کی جانے والی گفتگو کو اس محرک سے ہم آہنگ کر سکے۔

13.3- رسائی کے طریقے

فروخت کے عمل کا حقیقی آغاز گاہک تک رسائی سے ہوتا ہے۔ سلیزین کی کوشش ہوتی ہے کہ وہ گاہک کا اندازہ کر کے اس مقصد کے لیے وہ کسی دوست کے ذریعے بھی اپنے آپ کو متعارف کر سکتا ہے اور ذاتی ملاقات سے۔ شہ، اوقات فرم گاہک کے نام پہلے سے خط تحریر کر دیتی ہے کہ جسے سے متعلق معلوماتی مواد فراہم کر دیتی ہے اور اسے اپنے سلیزین کی آمد کی پیشگی اطلاع دیتی ہے بعض اوقات گاہک سے ٹیلی فون، ملاقاتی کارڈ، یا ذاتی خط کے ذریعے رابطہ قائم کیا جاتا ہے اور سلیزین ملاقات کا وقت مقرر کر لیتا ہے۔ پھر پروگرام کے مطابق سلیزین گاہک سے ملاقات کرتا ہے اور چند استقبالیہ جملوں سے اپنی گفتگو کا آغاز کرتا ہے۔ سلیزین کو چاہئے کہ غیر ضروری شوخی یا گھبراہٹ کا مظاہرہ نہ کرے۔ وہ

13۔ فروخت کا عمل اور فروخت کا کلیہ

حقیقت یہ ہے کہ کسی شے کی فروخت ایک نفسیاتی عمل ہے اور اس میں سبزیں میں کی ذہنی کاوشوں کو بڑا دخل حاصل ہوتا ہے وہ گاہک کو یہ ترغیب دینا چاہتا ہے کہ وہ شے کو خرید لے۔ چونکہ سامے گاہک ایک سے نہیں ہوتے لہذا اسے گاہکوں کی درجہ بندی کرنی پڑتی ہے اور ان کے محرکات کو سمجھنا پڑتا ہے۔ سبزیں میں کو اپنی گفتگو اس بیچ پر ڈالنی ہوتی ہے کہ دکان پر آنے والا شخص شے خریدنے پہ مجبور ہو جائے اور اس مقصد کے حصول میں اس کی ترغیبیں صلاحیتیں کارفرما ہوتی ہیں۔ سبزیں میں یہ بات بخوبی سمجھتا ہے کہ اسے کیا کہنا ہے کیا اور کیسے کہنا ہے۔ تاکہ اس کی بات موثر ثابت ہو۔

اگر فروخت کے عمل کا تجزیہ کیا جائے تو پتہ چلے گا کہ یہ عمل مندرجہ ذیل مدارج سے گزرتا ہے۔

13.1۔ امکان فروخت۔

13.2۔ پیش رسائی۔

13.3۔ رسائی کے طریقے۔

13.4۔ پیش کش۔

13.5۔ رد اعتراضات۔

13.6۔ لین دین کا وقوع۔

13.1۔ امکان فروخت

امکان فروخت سے مراد شے کی فروخت کے روشن امکان دریافت کرنا ہے۔ بالفاظ دیگر اس سے مراد فروخت شدہ گاہکوں کو ڈھونڈ لگانا ہے۔ متوقع خریدار ایک ایسا شخص ہے جو واقعی شے کا ضرورت مند ہو۔ اور جس کے ہارے میں کما جاسکتا ہو کہ وہ شے کو خرید لے گا۔ پرچون فروشی سے منسلک سبزیں میں کو فروخت کے امکان دریافت منبیں کرنے پڑتے بلکہ زندگی چل کر اس کے پاس آتی ہیں۔ لیکن مخصوص اشیاء کے سبزیں میں یا بیمہ زندگی کے سبزیں میں کو فروخت کے امکان ڈھونڈ لگانے میں سخت محنت کرنی پڑتی ہے، اور گاہکوں سے ملاقاتیں کرنی پڑتی ہیں۔

12 — فروخت کے نکات

ایک کامیاب سلیزمین شے کے خواص کی فہرست تیار کرتا ہے اس کی تمام نمایاں ہری و باطنی خوبیوں کو اس صراحت سے بیان کرتا ہے کہ صارت نہ صرف شے کی برتری کا معترف ہو جاتا ہے بلکہ اسے خرید بھی لیتا ہے۔ فروخت کے نکات دراصل شے کے ہی فوائد ہیں جو استعمال کنندہ کو حاصل ہوتے ہیں۔ دوران خریداری اس کے زیر غور ہوتے ہیں۔ فروخت کے نکات میں شے کا انوکھا طریقہ پیداؤں، شے کی ساخت، رنگوں کا امتزاج، موزوں حجم، استعمال کے خواص، دلفریب سریندی، مناسب قیمت اور ادھار کی سہولت شامل ہیں۔

مختلف اشیاء کی فروخت کے نکات مختلف ہوتے ہیں۔ ضروریات زندگی کے سلسلے میں معیار اور قیمت قابل غور ہوتی ہیں۔ تخصیص یافتہ اشیاء جن میں سائیکلیں، کتابیں اور ٹائپ رائٹر شامل ہیں اپنی غیر معمولی افادیت و کفایت کے بل بوتے پر فروخت ہوتی ہیں۔ اشیائے تعیشت یعنی ریڈیو، کاروں، قیمتی کپڑوں اور ریفریجریٹو وغیرہ کی فروخت کے وقت یہ دیکھا جاتا ہے کہ شے فیشن کے مطابق ہے، اور یہ خصوصی امتیاز و برتری کا احساس دلاتی ہے یا نہیں۔

فروخت کے نکات کی وضاحت کی عرض و غایت شے کے خصوصی استعمال اس کی ناقابل بیان دلکش سے متعلق صارت کی بصیرت میں اضافہ کرتا ہے۔ لہذا سلیزمین کے لیے ان سے آگاہی بہت ضروری ہے۔ یہ اس لیے بھی ضروری ہے کہ وہ خریداری کے محرک کی روشنی میں ان نکات کو بیان کرے۔ ایک اہل سلیزمین نہ صرف انسانی نفسیاتی سے گہری شناسائی رکھتا ہے۔ بلکہ شے کی ماہیت کا بھی گہرا مطالعہ کرتا ہے اور گاہک کی خریداری کے محرک پر فروخت کے نکات، کو منطبق کر دیتا ہے۔ گویا سلیزمین کی فروخت کے نکات سے واقفیت شے کی فروخت پر مثبت اثرات پیدا کرتی ہے۔

11 — سلیز مین اور خریداری کے محرکات

جب کوئی شخص کسی شے کو خریدنا چاہتا ہے اس کے پس پردہ کوئی نہ کوئی محرک کارفرما ہوتا ہے مصداق کوئی نہ کوئی جذبہ دل میں سموئے، خریداری کے لیے نکلنا ہے سلیز مین کا کام ان جذبوں، ریلوں اور رجحانات کو سمجھنا ہے۔ اس لیے ضروری ہے کہ سلیز مین انسانی نفسیات پر گہری نظر رکھتا ہو تاکہ وہ مصداق کو بہتر انداز سے شے کی خریداری پر آمادہ کر سکے۔

سلیز مین کا یہی کام ہے کہ وہ شے کو پرکشش انداز سے پیش کرے اور خریدار کے دل میں اس کے لیے شدید لگن پیدا کر دے۔ فطرت انسانی کا مطالعہ اسے اس قابل کر دیتا ہے کہ وہ خریداری کے محرکات کو سمجھے، مصداق کی ضروریات کو ٹٹولے اور ضرورت کی تکمیل کا شدید احساس دلائے۔

اشیاء کی خریداری کے عام طور پر مندرجہ ذیل محرکات ہوتے ہیں۔

پہلے نمبر پر بنیادی محرکات آتے ہیں۔ ان کا تعلق خوراک، پوشاک، اور رہائش سے ہوتا ہے۔ دوسرے نمبر پر منتخب محرکات آتے ہیں۔ ان کا تعلق انسانی آرام و آسائش سے ہوتا ہے۔ ان محرکات کو مصداق کا ماحول، اس کی مالی اور سماجی حیثیت جنم دیتے ہیں۔ تیسرے نمبر پر سرپرستی کے محرکات آتے ہیں۔ ان کا مقصد کسی خاص فرم کا سرپرستی قبول کرنا ہے۔ بعض افراد مخصوص فرموں یا دکانوں سے ہی خریداری کرتے ہیں۔ بعض اوقات شے نادر نوعیت کی ہوتی ہے اور ایک ہی دکان سے دستیاب ہوتی ہے۔ اس محرک کو جنم دینے میں دکان کی وقوع دکاندار کی شہرت اور اشیاء کی نمود و نمائش کو بھی بہت دخل ہوتا ہے۔

ایک مثالی سلیز مین کو چاہیے کہ وہ ہر خریدار کے بنیادی محرک کو سمجھے اور اس محرک کی روشنی میں ہی اپنی گفتگو کا آغاز کرے۔ اسے چاہیے کہ وہ لوگوں کے محرکات اور شے کے خواص کے بارے میں اپنی وسیع معلومات کا اظہار کرے۔ اس طرح خریدار کو مجبور کر دے کہ وہ اس شے کو خرید کر ہی دم لیں۔

لے جائے اور گاہک کو اس کی خریداری پر آمادہ کرے۔

10.5۔۔ بے صبر گاہک

ایسا گاہک فوری توجہ کا طالب ہوتا ہے۔ یہ معمولی سی تاخیر سے مستقل ہوسکتا ہے۔ اور شور بکاربھی کر سکتا ہے۔ ایسا گاہک ٹپی چوڑی بحث میں الجھنا پسند نہیں کرتا۔ وہ فوری توجہ اور جلدین دین کو قیمت میں معمولی رعایت پر ترجیح دیتا ہے۔ لہذا دکان کو چاہئے کہ ایسے سیلز بن کی ضرورت کی ترجیحی بنیادوں پر پورا کرے۔ اور اسے جلد از جلد شے فروخت کر کے فارغ کر دے۔

10.6۔ تشکی اور حجتی گاہک

تشکی گاہک یہ سوچتا ہے کہ شاید سیلز میں اس سے غلط بیانی سے کام لے رہا ہے۔ اس لیے وہ سیلز بین کی باتوں کا اعتبار کرتا ہے، اور نہ شے کی پائیداری کا بلکہ اکثر سیلز بین کا مذاق اڑاتا ہے، اور اس پر طنز پر جملے کرتا ہے۔ شے کی خریداری کے سلسلے میں فیصلہ کرنے سے بچکھاتا ہے۔ سیلز بین کو چاہئے کہ اس سے بحث میں نہ اگلے بلکہ اسے فرم کی دبا داریوں، اس کی شہرت اور ہر قسم کی خدمت کی دوبانی کرائے۔ صرف اسی طرح سے گاہک کے شکوک دود کیے جاسکتے ہیں اور اسے شے فروخت کی جاسکتی ہے۔

10.7۔ بد مزاج گاہک

یہ گاہک آداب و اخلاق کے فرائض سے نا بلند ہوتا ہے۔ کرخت لہجے میں بات کرتا ہے اور بے جا تنقید کرتا ہے۔ بعض اوقات نازیبا زبان استعمال کرنے سے بھی گریز نہیں کرتا۔ اشتیاء کے نمونوں کو لاپرواہی سے اٹھاتا، رکھتا ہے۔ ایک اچھا سیلز بین ایسے گاہک کی تذلیل نہیں کرتا بلکہ گاہک کی حرکات و سکنات کو خندہ پیشانی سے برداشت کرتا ہے۔ وہ کسی تعصب کا شکار ہوئے بغیر ایسے گاہک کی ضرورت کو پورا کرتا ہے۔

10.8۔ خود فیری کا شکار گاہک

یہ گاہک توجہ اور عزت کا متنی ہوتا ہے اور اپنے بارے میں احساس برتری کا شکار رہتا ہے۔ اس کا اندازہ تقزانی ہوتا ہے۔ ایسا گاہک ہر لحاظ یہ تاثر دینا چاہتا ہے کہ وہ بہت کچھ جانتا ہے۔ اور اس بصیرت میں اضافہ کی کوئی ضرورت نہیں۔ سیلز بین کو چاہئے کہ ایسے گاہک کی انا کو بھرج نہ ہونے دے۔ وہ کو شش کرے کہ موز و نیت کا ناٹل کرے۔ سیلز بین کو ایسے گاہک کے سامنے شے کی ناز کی اور حمد کی پہلو بیان کرے۔ کیونکہ یہی وہ محاسن ہیں جو اس قسم کے گاہک کے غرور و تکبر پر اثر انداز ہو سکتے ہیں۔

تلاش میں ہوتا ہے۔ گویا اس کی خریداری کا کوئی محرک نہیں ہوتا۔ سیلزمین کو چاہیئے کہ ایسے شخص کو اس کے حال پر چھوڑ دے اور جب تک وہ کوئی سوال نہ کرے۔ اس سے کچھ دریافت نہ کیا جائے۔ وہ کوئی بات پوچھے تو احترام کے ساتھ اسے مطمئن کیا جائے۔ کیونکہ ممکن ہے کہ اپنی نارمل کیفیت میں وہ کچھ خریداری کرنے پر آمادہ ہو جائے۔

10.2- کم گو گاہک

کم گو گاہک شے میں اپنی دلچسپی کا اظہار نہیں ہونے دیتا۔ وہ محسوس کرتا ہے کہ خاموشی اسے سیلزمین سے کسی قسم کے دھمے و وعید سے دور رکھتی ہے۔ اسی غرض سے وہ خاموشی سے سیلزمین کی بات سننا رہتا ہے، اور اپنے رد عمل کو ظاہر نہیں ہونے دیتا۔ سیلزمین کو چاہیئے کہ وہ ایسے گاہک سے اکتاہٹ کر اظہار نہ کرے بلکہ شے کے تمام خواص کو بے تکلفی سے بیان کر دے۔ اس دوران وہ گاہک سے اس کی پسند سے متعلق اکا دکا سوال کرتا چلے۔ اس طرح خاموش اور کم گو گاہک کو شے کی خریداری پر راضی کیا جاسکتا ہے۔

10.3- شرمیل گاہک

یہ گاہک سادگی اور خوش اخلاقی کا پیکر ہوتا ہے۔ یہ شے کی بات نہ کسی رائے کا برملا اظہار کرتا اور نہ ہی قیمت میں رعایت کا طلب گار ہوتا ہے۔ وہ یہ خیال کرتا ہے کہ کہیں سیلزمین کو نہ حمت نہ ہو۔ یہ شے کی اقسام تک کے بارے میں کچھ پوچھنے سے ہچکچاتا ہے۔ سیلزمین کو چاہیئے کہ اس سے لین دین کرنے وقت چالاکی نہیں بلکہ ذہانت کا مظاہرہ کرے۔ اور شرمیل گاہک کو ایک دوست اور ہمدرد کے روپ میں ملے۔ اسی سے نرم لہجے میں بات چیت کرے۔ اس سے گاہک کی ہچکچاہٹ اور تذبذب کی کیفیت دور ہو جائے گی۔ وہ شے کی خریداری میں اپنی دلچسپی کا کھل کر اظہار کرے گا۔

10.4- رود گو گاہک

گاہکوں کی ہر قسم مسلسل گفتگو کی عادی ہوتی ہے۔ یہ لوگ شے خریدنا چاہتے ہیں۔ لیکن غیر ضروری اور غیر متعلقہ سوالات کرتے ہیں اور اتنا زیادہ بولنے ہیں کہ سیلزمین کو اپنا نقطہ نظر واضح کرنے کا موقع نہیں دیتے۔ سیلزمین کو چاہیئے کہ انہیں گفتگو سے نہ روکے بلکہ جی جناب اور خوشامد سے کام لے۔ جب گاہک اپنی بات مکمل کر لے تو سیلزمین اسے شے کی خوبیوں کی طرف

10۔ سیلزمین اور گاہک کی اقسام

فروخت کی کاوشیں اس بات کی متقاضی ہوتی ہیں کہ سیلزمین میں انسانی فطرت کا مطالبہ کرے اسے بیک وقت مختلف لاہنگوں سے نمٹنا پڑتا ہے لہذا فرودی ہے کہ وہ گاہکوں کی پسند و ناپسند، رجحانات اور شکوک و شبہات کا تجزیہ کرے۔ پھر سیلزمین مختلف عمر کے مختلف تعلیمی قابلیت رکھنے والے اور مختلف پیشوں سے تعلق رکھنے والے افراد کا سامنا کرتا ہے۔ سو اس کے لیے فرودی ہے کہ ان کے ریلوں اور رجحانات کو پرکھے، نیز گفتگو کرتے وقت وہ گاہک کے عزیداری کے محرکات کو اچھی طرح سمجھ لے۔

سیلزمین کے لیے لازمی ہے کہ وہ مختلف قسم کے گاہکوں کی پہچان کر سکے۔ اور ہر ایک کی شخصیت، لباس، چال، ڈھال اور عادات کی روشنی میں فروخت کی موزوں ترین حکمت عملی اپنائے۔ ذیل میں گاہکوں کی چند اقسام پیش کی جا رہی ہیں جن سے سیلزمینوں کو واسطہ پڑتا ہے۔

تفصیل اوقات کا باعث گاہک

کم گو گاہک

شریلا گاہک

رو دو گو گاہک

بے صبر گاہک

شکل اور جیتی گو گاہک

گستاخ اور بد اخلاق گاہک

خود فریبی، غلط فہمی کا شکار گاہک

10.1۔ تفسیع اوقات کا باعث گاہک

یہ وہ گاہک ہے جو بعض وقت گزارنے کے ارادے سے دکان میں گھستا ہے، ایسا شخص سیکاری، تفکر یا فرض سے فراری

وہ لگا ہوں کے ساتھ ہر ممکن تعداد کرتا ہے۔ ایک اچھا سیزمین تختی مزاج ہوتا ہے۔ وہ انواع و اقسام کی اشیاء اور لگا ہوں سے لین دین کرتا ہے۔ اس میں گاہک کی سخت سست سنی لینے کی قوت برداشت موجود ہوتی ہے۔

ی۔ ایک اچھا سیزمین منسار طبیعت کا مالک ہوتا ہے۔ وہ لوگوں میں گھل مل جاتا ہے۔ اس کے برعکس خود فراموش، تنہائی پسند اور قوتی افراد اچھے سیزمین ثابت نہیں ہوتے۔

9-1۔ سیزمین شپ اور اشیاء کی درجہ بندی و معیار بندی

اشیاء کی درجہ بندی دو ایسی سرگرمیاں ہیں، جو دور حاضر میں سیزمین شپ کے لیے ضروری ہیں۔ یہ سرگرمیاں سیزمین کے کام کو مددگار آسان بناتی ہیں۔ یہ گاہک اور سیزمین کے درمیان باہمی انتہام و تفہیم کو بڑھانے اور غیر ضروری بحث کو ختم کر دیتی ہیں۔

اشیاء کی درجہ بندی سے مراد ان کی علیحدہ علیحدہ نشاندہی کرنا مقصود ہوتا ہے۔ مثلاً سیبوں کی دکان پر سیزمین سیبوں کے مختلف ڈھیر لگاتا ہے۔ ہر ڈھیر کے سیبوں کا تعلق ایک مختلف علاقے سے ہوتا ہے۔ یہ سیبوں کی درجہ بندی کہلائے گی۔

معیار بندی سے مراد مختلف قسم کی اشیاء کے معیار قائم کر دینا ہے۔ مثلاً گندم کے بچوں کی لڑکے تو بے شمار اقسام ہیں لیکن انہیں بچوں میں ایک قسم جیسے میکسی پاک کہا جاتا ہے۔ اس کی ٹی ایکڑ پیداوار دوسری اقسام کے مقابلے میں کیس زیادہ تھی۔ لہذا میکسی پاک کو ہمارے کسان بجائیں میں جو شہرت و مقبولیت حاصل ہوئی ہے وہ گندم کی دوسری قسم کو حاصل نہیں ہو سکی۔ لہذا میکسی پاک کے حوالے سے گندم کے بچوں کی اقسام کی معیار بندی کر دی گئی ہے۔

اگر سیزمین اشیاء کی درجہ بندی و معیار بندی کر دے تو گاہک انہیں با آسانی شناخت کر لیتا ہے۔ اور بغیر شک و تردد کے شے خرید لیتا ہے۔ ایک سیزمین کے لیے یہ سرگرمیاں اہم ستون کی حیثیت رکھتی ہیں، اور ان پر فروخت کی کمی ویٹھی کا انحصار ہوتا ہے۔

اسی عرض و غایت کو مد نظر رکھتے ہوئے ہر اچھا سیزمین اپنی اشیاء کے منڈی سے جلد اٹھائے جانے کے لیے درجہ بندی و معیار بندی میں مہارت حاصل کر لیتا ہے اور فروخت کے لیے ان پر انحصار کرتا ہے۔

بد اخلاق سیزمین فرم کے مفادات کو نقصان پہنچاتا ہے اور فروخت کی حوصلہ شکنی کا باعث بنتا ہے۔
 س - ایک مثالی سیزمین کو ذہین دور رس ہونا چاہیئے۔ ان خوبیوں کی بدولت وہ فروخت میں حائل دشواریوں کو نہ صرف سمجھ لیتا ہے بلکہ ان پر قابو بھی پالیتا ہے۔

ص - ایک اچھے سیزمین میں اس کے پیشے کے لیے طبی رجحان موجود ہونا ضروری ہے۔ اس سے اس میں خود اعتمادی، پُر دان چڑھتی ہے۔ اس خود اعتمادی میں تجربے کے ساتھ ساتھ اضافہ ہوتا رہتا ہے۔

ط - ایک اچھا سیزمین گاہک کو خوش آمدید کہتا ہے۔ اس کی ہنریت دریافت کرتا ہے اسے اطمینان سے بیٹھنے کے لیے کرسی وغیرہ پیش کرتا ہے۔ اس کے بعد اس کی مطلوبہ شے اس کی خدمت میں پیش کرتا ہے۔

ع - ایک اچھے سیزمین کو شے کے بارے میں وسیع معلومات رکھنی چاہئیں۔ تاکہ وہ گاہک کے خریداری کے محرک کو سامنے رکھ کر بات کرے اور اپنی رائے کو ٹھوس دلیلوں کے ساتھ پیش کرے۔

ک - ایک اچھے سیزمین کے لیے اچھے حافظے کا ہونا ضروری ہے۔ اسے یاد رکھنا چاہیئے کہ اسے کس گاہک سے کس وقت اور کیا بات کہنی ہے۔ اس خبری کی بدولت وہ کاروبار کے لین دین کو سہل بنا سکتا ہے۔

گ - ایک اچھے سیزمین کو شے فروخت کرنے کا ہنر آتا ہے۔ وہ ہر عمل اور باموقع بات کرتا ہے۔ اور گاہک کو جلد متاثر کر لیتا ہے وہ گاہک کے نقطہ نظر کو سمجھتا اور دوسرے کے جذبات، مجرد کیے بغیر اپنا مطمحہ نظر بے تکلفی سے بیان کر دیتا ہے۔

ل - ایک سیزمین کے لیے یہ بھی ضروری ہے کہ وہ معلومات عامہ کا ذخیرہ رکھتا ہو۔ نیز جو شے وہ فروخت کر رہا ہے اگر اس نوعیت ٹیکنیکی ہو تو اس کا فرض ہے کہ وہ شے کے ٹیکنیکل پہلوؤں کو بھی بڑی مہارت کے ساتھ بیان کرے۔

۴ - ایک اچھے سیزمین کو فرم کا دائرہ کار ہونا چاہیئے۔ اسے چاہیئے کہ کوئی ایسا قدم نہ اٹھائے جس سے فرم کے مفاد کو نقصان پہنچے کا اندیشہ ہو۔

ن - سیزمین میں کام کرنے کی لگن موجود ہونی چاہیئے۔ سست، ہنگامی اور پریشان حال افراد سیزمین کے پیشے کے لیے مردوں ثابت نہیں ہوتے۔

و - ایک اچھا سیزمین ایماندار، پُر خلوص اور قابل اعتبار ہوتا ہے۔ وہ گاہک کو غلط بیانی کے یا دھوکہ دے کر ناقص شے فروخت نہیں کرتا

9۔ ایک اچھے سلیزین کی خصوصیات

ایک مثالی سلیزین کی تعریف پیش کرنا یقیناً ایک مشکل کام ہے۔ کیونکہ اس بات کا انحصار بڑی حد تک اس پر ہے کہ وہ کس شعبے کی فروخت سے وابستہ ہے۔ مختلف اشیاء کی فروخت کے لیے مختلف سلیزین ہوتے ہیں۔ ان کی ذمہ داریاں بھی قدرے جدا جہد ہوتی ہیں۔ لہذا ہر ایک کو مختلف خبریوں کا مالک ہونا چاہیئے۔ ہم کہہ سکتے ہیں کہ سلیزین شپ کے خواہشمند امیدوار کو اس پیشے کی بنیادی معلومات ضروری ہونی چاہئیں۔ مثلاً اسے اپنی ذمہ داریوں سے فروخت کی جانے والی شے اور گاہکوں کے رجحانات کے متعلق علم ہونا چاہیئے۔

ایک سلیزین کی شخصیت جہاں دوسرے پہلوؤں کی عکاسی کرتی ہے وہاں اس کے کام کی بھی آئینہ دار ہوتی ہے۔ جب سلیزین فروخت کی قسم کا آغاز کرتا ہے تو وہ دوسرے لوگوں سے ملتا ہے اور ان کے رویوں اور رجحانات کا مطالعہ کرتا ہے۔ اس لیے سلیزین کی اپنی شخصیت بڑی حاذب ہونی چاہیئے۔ اس کے لیے پرسکون، خوش اخلاق اور ایماندار ہونا بھی ضروری ہے۔ مجموعی طور پر ایک اچھے سلیزین میں مندرجہ ذیل محاسن ہونے چاہئیں۔

الف - ایک اچھے سلیزین کو پرکشش اور پراعتماد شخصیت کا حامل ہونا چاہیئے تاکہ وہ جن گاہکوں سے ملے، ان پر اچھا تاثر قائم کرے۔

ب - چہرے کی تازگی کا تعلق اچھی صحت سے ہوتا ہے۔ اور اچھی صحت اچھی کارکردگی کی ضامن ہوتی ہے۔ سلیزین کے لیے ضروری ہے کہ وہ تندرست و صحت مند ہو۔ اچھی خوراک اور جسمانی ورزش سے وہ اپنی صحت برقرار رکھ سکتا ہے۔

ج - ایک اچھا سلیزین خوش لباس ہوتا ہے۔ اچھے لباس سے سلیزین کی شخصیت میں اضافہ ہوتا ہے۔

د - ایک اچھے سلیزین کو بلند آواز، خوش گفتار ہونا چاہیئے۔ لہجہ کی تلخی، غیر میٹاری تلفظ، پرشور اور طنزیہ گفتگو سے سلیزین گاہک کو بیزار کر دیتا ہے جس سے فروخت پر منفی اثرات مرتب ہوتے ہیں۔

ر - دراصل خوش اخلاقی ہی ایک سلیزین کے لیے رہنما اصول ہوتی ہے۔ اچھی عادات سے سلیزین گاہک کے دل جیت لیتا ہے۔

- 2 - منافع میں حصہ دار کا سے سیز میز میں فرم سے تعلق کا احساس بڑھتا ہے۔ صیغہ/غلط
- 3 - مطالعاتی مواد کی فراہمی سے سیز میز کی عملی تربیت مکمل ہو جاتی ہے۔ صیغہ/غلط
- 4 - مراسلاتی طریقہ تربیت ایک منہنگا طریقہ تربیت ہے؟ صیغہ/غلط
- 5 - سیز میں کے اطلاع نامہ کا پہلا مقصد اطلاع فراہم کرنا ہے۔ صیغہ/غلط
- 6 - نئے کھاتوں کے اطلاع نامہ میں گاہکوں سے لبقا یا جات کی وصولی سے متعلق باتیں درج ہوتی ہیں۔ صیغہ/غلط
- 7 - اطلاع نامہ برائے اخراجات میں عوامی شکایات بھیجی جاتی ہیں۔ صیغہ/غلط

(ج) ذیل میں ہر بیان کے چند جوابات تحریر کیے گئے ہیں۔ آپ ایسے درست جواب پر نشان لگائیے جس سے بیان کی تکمیل ہوتی ہو۔

(1) مشاہدہ سیز میں کو معاوضے کا وہ طریقہ ہے جس میں سیز میں کو

(1) مزدوریات زندگی کی ضمانت دی جاتی ہے۔

(ب) اس کے تنخواہ کے سکیل کے مطابق معیاری ادائیگی ہوتی ہے۔

(ج) صرف منافع میں حصہ دیا جاتا ہے۔

(د) فروخت کے تناسب سے ادائیگی ہوتی ہے۔

(2) دروس کے دوران زیر تربیت سیز میں

(1) مطالعاتی مواد پڑھنے ہیں۔

(ب) طریقہ فروخت پر تقاریر کرتے ہیں۔

(ج) باہمی سمجھ و تفہیم سے تربیت حاصل کرتے ہیں۔

(د) اسباق سن کر نکات نوٹ کرتے ہیں۔

(3) سیز میں کے اطلاع نامہ برائے فروخت میں

(1) عوامی شکایات درج ہوتی ہیں۔

(ب) ضائع شدہ مال کی مقدار لکھی ہوتی ہے۔

(ج) فروخت کردہ مال کا حجم اور قدر تحریر ہوتی ہیں۔

(د) نئے گاہکوں کے نام اور پتے تحریر کیے جاتے ہیں۔

(ب)

2 صحیح

4 غلط

6 غلط

1- غلط

3- غلط

5- صحیح

7- غلط

(ج)

2 د

1- ب

3- ج

خود آزمائی 4

(الف)

- | | | |
|-------------|-------------|------------------------|
| 3- سمجھ دار | 2- دشواریوں | 1- صلاحیتیں |
| 6- محبتی | 5- بے صبر | 4- تفسیح اوقات کا باعث |
| | | نفسیاتی |

(ب)

- | | | |
|--------|---------|---------|
| 3- غلط | 2- صحیح | 1- صحیح |
| | 5- غلط | 4- غلط |
| 3- ب | 2- د | 1- ج |
| 6- د | 5- ب | 4- ج |

(ج)

اشیاء کے تقسیم کے مراحل

تحریر: ایس۔ اے۔ صدیقی
نظر ثانی: علی حسن مظفر

یونٹ کا تعارف

اس یونٹ میں تھوک فروش اور پرجون فروش پر بحث کی گئی ہے۔ تھوک فروش اور پرجون کی خدمات کا ذکر کیا گیا ہے نیز ان کے فرق کو واضح کیا گیا ہے۔ پرجون فروش کی ذیلی اکائیوں جن میں شبہ جاتی گودام ذواضمانی وکائن، ڈاک کاروبار اور نیلام گھر شامل ہیں ان کی تشکیل اور ان کے مصائب و محاسن پر روشنی ڈالی گئی

یونٹ کے مقاصد

- اس یونٹ کو پڑھنے کے بعد آپ اس قابل ہو جائیں گے کہ :
- 1۔ آپ تھوک فروش اور پرجون فروش کی تعریف کر سکیں۔
- 2۔ تھوک فروش کی خدمات کا جائزہ لے سکیں۔
- 3۔ تھوک فروش اور پرجون فروش کے فرق کو ظاہر کر سکیں
- 4۔ تھوک کی ذیلی اقسام کی فہرست تیار کر سکیں۔
- 5۔ شبہ داری گودام کی تشکیل اور اس کے انتظام کو بخوبی چلا سکیں۔

فہرست مضامین

مضامین

- 375 1 - تھوک فروش اور اس کی خدمات
- 375 1.1 - تھوک فروش کی تعریف
- 375 1.2 - تھوک فروش کے فرائض
- 376 1.3 - کارخانہ دار کے لیے تھوک فروش کی خدمات
- 376 1.4 - پرجون فروش کے لیے تھوک فروش کی خدمات
- 378 2 - پرجون فروش
- 378 2.1 - پرجون فروش کی ضرورت و اہمیت
- 379 2.2 - پرجون فروش کے فرائض
- 379 3 - تھوک فروش اور پرجون فروش میں فرق
- 380 3.1 - خود آزمائی نمبر 1
- 382 4 - پرجون فروشی کی اقسام
- 383 5 - شعبہ داری سٹور
- 384 5.1 - ساخت اور نظم و نسق
- 384 5.2 - خوبیاں
- 385 5.3 - خامیاں
- 385 6 - ذواضنائی یا سلسلہ جاتی دوکانیں
- 386 6.1 - انتظام و انصرام
- 386 6.2 - خوبیاں
- 387 6.3 - خامیاں
- 387 6.4 - شعبہ جاتی سٹور اور ذواضنائی دوکانوں میں فرق

| | |
|-----|---------------------------------------|
| 388 | 7 - خرید و فروخت کے دیگر مراکز |
| 388 | 7.1 - ایک قیمت والی دکانیں |
| 388 | 7.2 - ڈاک کے ذریعہ کاروبار |
| 389 | 7.3 - خوبیاں |
| 389 | 7.4 - نقصانات |
| 390 | 7.5 - جامد یا مبین قیمتوں والی دکانیں |
| 390 | 7.6 - نیلام گھر |
| 390 | 7.7 - خود آزمائی نمبر 2 |
| 392 | 8 - جوابات |

1۔ تھوک فروش اور اس کی خدمات

1.1۔ تھوک فروش کی تعریف

امریکہ میں سن 1954ء میں کاروبار کی بابت جو اعداد و شمار اکٹھے کیے گئے ان کے مطابق تھوک فروش کی تعریف ان الفاظ میں کی گئی ہے -

”تھوک فروش اشیاء کو صنعتی تجارتی اور پیشہ وارانہ استعمال کنندوں کے ہاتھوں فروخت کر دینے کا نام ہے“
گویا تھوک فروش اشیاء جن افراد کو فروخت کرتا ہے ان کا مقصد مزید اشیاء پیدا کرنا ہے۔ وہ اشیاء ان افراد کو فروخت نہیں کرتا جو انہیں اپنے ذاتی تصرف میں لے آتے ہیں:-

ایرلین تھامس EUELVN THOMAS نے تھوک فروش کی انتہائی مختصر مگر جامع تعریف کی ہے۔ ان کے خیال میں تھوک فروش صنعت کار اور پرچون فروش کے درمیان رابطے کا نام ہے۔

لہذا ہم کہہ سکتے ہیں کہ تھوک فروش ایسا کاروبار ہے جو اشیاء کو کارخانے داروں سے بڑی مقداروں میں خریدتا اور پرچون فروش کے ہاتھوں چھوٹی چھوٹی مقداروں میں فروخت کرتا ہے۔

اگر تھوک فروش کے فرائض پر نظر ڈالی جائے تو یہ بات سامنے آئے گی کہ تھوک فروش اشیاء صنعتی اکائیوں کو بھی فروخت کرتا ہے اور پرچون فروشوں کو بھی وہ خام مال صنعتی اداروں اور انجینیئروں کو فراہم کرتا ہے اور مصنوعات پرچون فروشوں کو مہیا کرتا ہے۔ تاہم وہ صارفین کو براہ راست کچھ فروخت نہیں کرتا اور اگر ایسا ہے تو یہ محض شاذ و نادر ہی ہوتا ہے۔

1.2۔ تھوک فروش کے فرائض

تھوک فروش منافع کی غرض سے اشیاء کی خرید و فروخت کرتا ہے۔ اس کے فرائض مندرجہ ذیل ہیں -

- 1۔ اشیاء کو کارخانوں، کھیتوں، گاؤں، محلی گاہوں وغیرہ سے جمع کرنا اور خریدنا۔
- 2۔ اشیاء کا ذخیرہ کرنا۔
- 3۔ اشیاء کی باربرداری کے انتظامات کرنا۔
- 4۔ کاروباری مقاصد کے لیے خام مال فراہم کرنا۔
- 5۔ شیشے کے خواب بہر جانے آگ لگ جانے یا چوری ہو جانے کی صورت میں نقصان کی ذمہ داری قبول کرنا۔

6 - نرخ میار رنگ و وزن کے اعتبار سے اشیاء کی درجہ بندی کرنا۔

7 - قیمتوں طلب اور رسد چیسے اہم امور کے بارے میں کارخانہ داروں کو اطلاعات فراہم کرنا۔

1.3- کارخانہ دار کے لیے تھوک فروش کی خدمات

تھوک فروش کارخانے دار اور پرچون فروش کے درمیانی رابطے کا نام ہے یہ کارخانے دار کے لیے اہم نوعیت کی خدمات سرانجام دیتا ہے۔ ذیل کی سطور میں ان خدمات کا جائزہ لیا گیا ہے۔

1 - تھوک فروش خام مال کو مختلف مقامات سے جمع کرتا اور اسے کارخانہ دار کے استعمال کے لیے حاضر کر دیتا ہے۔

اس کا فائدہ یہ ہوتا ہے کہ کارخانہ دار کو خام مال کی فراہمی کی بابت فکر دامن گیر نہیں ہوتی۔ وہ اپنی صلاحیتیں توجہ اور وقت اشیاء کی پیدائش کے عمل کو بہتر بنانے پر مرکوز کر دیتا ہے۔

2 - تھوک فروش اشیاء کا رو بار بڑے پیمانے پر کرنا ہے۔ جس سے صنعت کار کو پیدائش پر پیمانہ کبیر کی عام کفایتیں حاصل ہر جاتی ہیں اور مصداقت پیدائش کم ہو جاتے ہیں۔

3 - تھوک فروش مصنوعات بڑے پیمانے پر حاصل کرتا ہے۔ وہ پرچون فروشوں سے بڑی مقدار میں حکم نامے وصول کرتا اور خام مال فراہم کرتا ہے اس طرح صنعت کار چھوٹے چھوٹے حکم ناموں پر مسلسل مال فراہم کرنے کی مصدقیت سے نچک جاتا ہے۔

4 - زراعت کا شعبہ خام مال فراہم کرتا ہے۔ بہت سا خام مال موسمی نوعیت کا ہوتا ہے۔ تھوک فروش اسے محفوظ کر لیتا ہے۔ اور اس طرح اشیاء کی تیاری کا عمل بغیر کسی روک ٹوک کے جاری رہتا ہے۔

5 - تھوک فروش صارفین کی پسند و ناپسند سے واقف ہوتا ہے۔ وہ صنعت کار کو اس بارے میں اپنے مشوروں سے نوازتا ہے۔ ان مشوروں پر عمل کرتے ہوئے صنعت کار پیدائش کے حجم کو طلب و رسد کے تقاضوں کے مطابق کم و بیش کرتا رہتا ہے۔

6 - تھوک فروش اشیاء کا ذخیرہ کر لیتا ہے جب شے کی طلب بڑھ جائے وہ رسد میں اضافہ کر دیتا ہے۔ جب شے کی طلب گھٹ جائے وہ رسد میں کمی کر دیتا ہے اس طرح تھوک فروش قیمتوں کے استحکام میں معاون ثابت ہوتا ہے۔

1.4- پرچون فروش کے لیے تھوک فروش کی خدمات

ایک تھوک فروش صنعت کاروں کی طرح خود وہ فروش کو بھی اہم خدمات بہم پہنچاتا ہے جن سے ان کے کاروبار کو مست

اور استحکام ملتا ہے چند اہم خدمات درج ذیل ہیں۔

خرید کے سلسلے میں : مال کی خریداری کے سلسلے میں ایک تھوک فروش خوردہ فروشوں کو بڑی اہم خدمات مہیا کرتا ہے۔ یہ واضح رہے کہ خوردہ فروشوں کی دکانوں پر بے شمار اشیاء ہوتی ہیں جو مختلف علاقوں اور مختلف کارخانوں میں تیار ہوتی ہیں۔ جن کا ایک خوردہ فروش کے لیے جانے پیدائش سے حاصل کرنا ممکن نہیں ہوتا۔ کیونکہ وہ نہ تو جگہ جگہ سفر کر سکتا ہے اور نہ ہی وہ مختلف قسم کی اشیاء کو محفوظ طریقوں سے لاسکتا ہے۔ لیکن تھوک فروش کی ذات نے خوردہ فروشوں کو ہر قسم کی زحمت سے بچالیا ہے۔ ایک تھوک فروش کے پاس ایسے ذرائع ہوتے ہیں کہ وہ ہر قسم کی اشیاء زیادہ مقدار میں خرید کر اپنے پاس رکھ سکتا ہے اور پھر خوردہ فروشوں کو ان کی ضرورت کے مطابق مہیا کر سکتا ہے۔

خوردہ فروش کو اس صورت میں سب سے بڑا فائدہ یہ ہوتا ہے کہ اسے اپنی ضرورت سے زیادہ مال نہیں خریدنا پڑتا اس طرح وہ سارے سرمایہ کو کسی ایک کام میں نہیں لگاتا بلکہ اس سے اپنی ضرورت کی تمام اشیاء تھوڑی تھوڑی خرید لیتا ہے اور اپنے کاروبار کو آسانی سے چلاتا رہتا ہے۔

مال کی فوری وصولی : خوردہ فروش کیونکہ چھوٹے پیمانے پر کام کرتے ہیں اس لیے وہ اتنا ہی مال خریدتے ہیں جتنی وہ ضرورت محسوس کرتے ہیں۔ یہ سہولت انہیں تھوک فروشوں سے ہی مل سکتی ہے تھوک فروش انہیں حسب ضرورت مال فوراً مہیا کر رہے ہیں جو براہ راست خریداری میں ان کے لیے ممکن نہ تھا کہ وہ جب چاہیں تھوڑی مقدار میں مال کسی کارخانہ خرید کر لے آئیں۔ اس سہولت سے خوردہ فروش کو کئی فوائد حاصل ہیں۔

1- مال کی خرید کے لیے تازہ سرمایہ کاری نہیں کرنی پڑتی۔

2- مال کو ذخیرہ کرنے کے لیے جگہ کی دشمناری پیش نہیں آتی۔

3- ہر وقت اسے تازہ اور تیار مال میسر آتا رہتا ہے۔

ذخیرہ کاری : ایک تھوک فروش خوردہ فروش کے لیے ذخیرہ کاری کی خدمات بھی انجام دیتا ہے۔ کیونکہ اسے خوردہ فروشوں کو ان کی ضرورت کے مطابق مال مہیا کرنا ہوتا ہے اس لیے وہ ہمیشہ مال کا اپنے پاس ذخیرہ رکھتا ہے۔ ذخیرہ کاری کے لیے کیونکہ کافی جگہ اور سرمایہ کی ضرورت ہوتی ہے اس لیے عام طور پر خوردہ فروش ذخیرہ کاری نہیں کرتے بلکہ تھوک فروش کے ذریعے سے ہی استفادہ کرتے ہیں۔

سرمایہ کاری : ایک تھوک فروش اکثر خوردہ فروش کو مال ادھار دیتا ہے جسے بیچ کر وہ تھوک فروش کو رقم ادا کر دیتا ہے۔ اور پھر اور مال ادھار لے لیتا ہے، اس طرح اسے کاروبار میں زیادہ سرمایہ کاری نہیں کرنا پڑتی۔ اور تھوڑے سرمائے سے ہی کاروبار چلا لیتا ہے، دوسرے وہ کیونکہ مال بھی ضرورت کے مطابق تھوڑا تھوڑا خریدتا ہے اس لیے اسے ذخیرہ کاری کے اخراجات بھی نہیں کرنا پڑتے۔

تحمل خطرات : ذخیرہ کاری کے سلسلے میں ہر کے خطرات ، تھوک فروش خود ہی برداشت کرتا ہے۔ ذخیرہ کاری کے سلسلے میں عام طور پر دو طرح کے خطرات ہوتے ہیں۔ ایک یہ کہ چیزیں زیادہ عرصہ تک پڑی پڑی خراب نہ ہو جائیں اور دوسرے قیمتوں میں تبدیلی کی وجہ سے نقصان کی ٹوہنت نہ اُجھائے۔ ان خطرات کا تھوک فروش کو ہی سامنا ہوتا ہے۔ پرچون فروش کا ان سے بری الذمہ ہے۔

کاروباری معلومات : تھوک فروش کیونکہ اکثر بڑے پیمانے پر کام کرتے ہیں اس لیے وہ بازار کے رجحانات پیش میں تبدیلی اور جدید مصنوعات کے بارے میں خود ہی مختلف ذرائع اور وسائل سے معلومات حاصل کرتے ہیں پھر وہ انہیں ملاتے کو خوردہ فروشوں تک پہنچاتے ہیں تاکہ وہ ان سے فائدہ اٹھا سکیں ایک خوردہ فروش کے ذرائع اطلاعات بہت محدود ہوتے ہیں ان کا اخبارات ، مطبوعات اور دوسرے مواصلاتی ذرائع کے لیے کم ہی تعلق ہوتا ہے اس لیے خوردہ فروشوں کو اکثر و بیشتر کاروباری معلومات ، تھوک فروشوں سے ہی ملتی ہیں۔

2۔ پرچون فروش

2.1۔ پرچون فروش کی ضرورت و اہمیت

پرچون فروش ایک ایسا کاروبار ہے جو اشیاء کو لوگوں کی ضرورت کے مطابق چھوٹی چھوٹی مقداروں میں فروخت کرتا ہے وہ اپنے مقامی مراکز میں انواع و اقسام کی اشیاء کو فروخت کی غرض سے پیش کرتا ہے پرچون فروش آج اور صارفین کے درمیان رابطے کا کام دیتا ہے اور یہ اس سلسلے کی آخری کڑی ثابت ہوتا ہے۔

پرچون فروشی کاروبار کی قدیم ترین شکل ہے۔ جوں جوں تہذیب انسانی پھیلتی چھوٹی گئی یہ کاروبار بھی اپنی ارتقائی منزل طے کرتا گیا۔ اس کاروبار کا تعلق اشیاء کو فروخت کرنے اور انہیں صارفین تک پہنچانے سے ہوتا ہے۔ ہر شخص کی آمدنی محدود ہوتی ہے۔ جب کہ اس کی ضروریات محدود ہوتی ہیں۔ کیونکہ پرچون فروش بہت سی اشیاء کی فروخت سے منسلک ہوتا ہے۔ اس واسطے صارف کی اگلی ضروریات کو دہرا کر سکتا ہے۔ پرچون فروش مختلف کارخانوں سے مال جمع کرتا ہے۔ اس کے یہاں ہر صارف کو اس کی پسند اور ذوق کے مطابق شے دستیاب ہوتی ہے۔

یہی وجہ ہے کہ کاروباری افراد کا ایک بڑا حصہ پرچون فروشی میں مصروف ہے آج کل پرچون فروشی کے کاروبار کی مختلف قسمیں ملتی ہیں۔ ہر پرچون فروش اپنے کاروبار کے حجم و تنظیم کے لحاظ سے دوسرے پرچون فروش سے ممتاز نظر آتا ہے۔ کسی قسم کے افراد جتنی زیادہ اشیاء و خدمات استعمال کریں گے ان کا معیار زندگی اتنا ہی بلند ہوگا۔ جب لوگوں کا معیار زندگی

بلند ہو گا تو ان کی خلاق و مہبود میں اضافہ ہو گا پرچون فروش اشیاء و خدمات کی بھاری مقدار لوگوں تک پہنچانے اور ان کے معیار زندگی کو بلند کرنے میں مرکزی کردار ادا کرتا ہے۔ آج کل کے دور میں جب کہ کارخانے و ادارہ صراف کے درمیان فاصلہ بہت بڑھ گیا ہے۔ پرچون فروش ایک رابطے کا کام دیتا ہے۔ آج اور صنعتکار کے وجود کو قائم رکھنے کے لیے پرچون فروش کا وجود بہت ضروری ہے اسی دلیل میں پرچون کے کاروبار کا معاشی جواز موجود ہے۔

2.2۔ پرچون فروش کے فرائض

پرچون کا کاروبار ایک یا چند افراد کی ملکیت ہوتا ہے۔ کچھ پرچون فروش صرف چند اشیاء فروخت کر رہے ہوتے ہیں کچھ دوسرے بہت ساری اشیاء فروخت کر رہے ہوتے ہیں پرچون فروش اپنے کاروبار کی ساخت کے اعتبار سے تو مختلف ہو سکتے ہیں لیکن ان سب کے فرائض ایک جیسے ہوتے ہیں۔ جن کو درج ذیل طریق پر پیش کیا جاتا ہے۔

- 1۔ وہ اشیاء کو چھوٹی چھوٹی مقدار میں فروخت کرتا ہے۔
- 2۔ وہ شے کو صاف کی دہلیز تک چھوڑ کر جاتا ہے اور ان کے کرام کا خاص خیال رکھتا ہے۔
- 3۔ پرچون فروش پر شے کی مختلف خصوصیات سے صاف کو آگاہ کرتا ہے اس مقصد کے لیے نمونے کے طور پر صاف کو پیش کرتا اور اشیاء کی نمائش کرتا ہے۔
- 4۔ وہ لوگوں کی پسند و نا پسند کا خیال کرتا ہے اور اس کے مطابق کارخانے وار سے مال تیار کرواتا ہے۔
- 5۔ وہ اشیاء لوگوں کی ضروریات کے مطابق فراہم کرتا ہے۔
- 6۔ جو صارفین قیمت کی تعداد ایسی کم کر سکتے، پرچون فروش انہیں ادھار کی سہولت ہم پہنچاتے ہیں۔

3۔ تھوک فروش اور پرچون فروش میں فرق

تھوک فروش اور پرچون فروش دو اہم کاروباری دلال ہیں جو بغرض و غایت، منافع اشیاء کے لین دین کا کاروبار کرتے ہیں۔ یہ دونوں کارخانے وار اور صارفین کے درمیان رابطے کا کام دیتے ہیں۔ اس قدر مشترک کے باوجود ان میں واضح فرق پایا جاتا ہے۔ جو ذیل کی سطور میں ظاہر کیا گیا ہے۔

- 1۔ تھوک فروش کے یہاں شے کی قیمت کم اور پرچون فروش کے یہاں شے کی قیمت زیادہ ہوتی ہے۔
- 2۔ تھوک فروش کے منافع کی شرح کم جب کہ پرچون فروش کے منافع کی شرح زیادہ ہوتی ہے۔

- 3۔ عام طور پر یہ دیکھنے میں آیا ہے کہ تھوک فروش نقد لین دین کرتا ہے جب کہ پرچون فروش اشیاء ادھار بھی دے دیتا ہے۔
- 4۔ تھوک فروش کارخانے دار اور پرچون فروش کے درمیانی رابطے کا کام دیتا ہے جب کہ پرچون فروش کارخانے دار اور صارت کے درمیان رابطے کا کام دیتا ہے۔
- 5۔ تھوک فروش عام طور سے کسی ایک شے کی خرید و فروخت میں تخصیص حاصل کر لیتا ہے۔ اس کے برعکس پرچون فروش ردزمرہ کے استعمال کی بہت سی اشیاء کی فروخت کی ذمہ داری قبول کیے ہوتا ہے۔
- 6۔ تھوک فروش شے کو بڑی مقدار میں خریدتا اور بیچتا ہے۔ پرچون فروش لوگوں کی فوری ضروریات کو ملحوظ خاطر رکھتے ہوئے اشیاء کو چھوٹی چھوٹی مقدار میں خریدتا اور بیچتا ہے۔
- 7۔ تھوک فروش اپنی اشیاء کاروباری افراد کو فروخت کرتا ہے۔ پرچون فروش اشیاء صارفین کو فروخت کرتا ہے۔
- 8۔ تھوک فروش کی فروخت کردہ اشیاء پیدائش دولت کے کام آتی ہیں۔ پرچون فروش کی فروخت کردہ اشیاء صرف دولت کے کام آتی ہیں۔ استعمال کے بعد اس کی فروخت کردہ اشیاء کا افادہ ہمیشہ کے لیے ختم ہو جاتا ہے۔
- 9۔ جو اشیاء تھوک میں فروخت کی جاتی ہیں وہ تقسیم کے مراحل طے کو چلتی ہیں۔

3.1۔ خود آزمائی نمبر 1

(الف) مندرجہ ذیل خالی جگہوں کو پُر کیجئے۔

- 1۔ صنعت کا مادہ پرچون فروش کے درمیانی رابطے کو ————— کہتے ہیں۔
- 2۔ تھوک فروش ایسے کاروباری شخص کو کہتے ہیں جو اشیاء کا ————— پیمانے پر لین دین کرتا ہے۔
- 3۔ تھوک فروش کے کاروبار کی غرض و غایت ————— کا حصول ہوتا ہے۔
- 4۔ تھوک فروش اشیاء کی ان کے معیار، رنگ اور وزن کے اعتبار سے ————— کر لیتا ہے۔
- 5۔ تھوک فروش طلب اور رسد میں توازن پیدا کر کے ————— کو استحکام بخشتا ہے۔
- 6۔ چھوٹی چھوٹی مقداروں میں انواع و اقسام کی اشیاء فروخت کرنے والے شخص کو ————— کہتے ہیں۔
- 7۔ ————— کاروبار کی قدیم ترین شکل گردانی جاتی ہے۔
- 8۔ پرچون فروش لوگوں کی ————— کا خیال رکھتا ہے اور اس کے مطابق مال تیار کر داتا ہے۔
- 9۔ پرچون فروش لوگوں کو ————— کی سہولت بہم پہنچاتا ہے۔

(ب) ذیل میں ہر بیان کے آخر پر ”صحیح“ اور ”غلط“ کے الفاظ درج ہیں۔ بیان کی درستی میں صحیح یا غلط لفظ کے گرد دائرہ کا نشان لگائیے۔

- 1۔ تصوک فروش اپنا مال صارفین کے ہاتھوں فروخت کرتا ہے۔
- 2۔ بڑے پیمانے پر کاروبار کرنے سے تصوک فروش کو اندرونی و بیرونی کفایتیں حاصل ہوتی ہیں اور مصارف پیدائش کم ہو جاتے ہیں۔
- 3۔ تصوک فروش صنعت کار کو خام مال اور طلب و رسد جیسے اہم معاملات پر اطلاعات مہیا کرتا ہے۔
- 4۔ تصوک فروش کے یہاں شے کی قیمت پرچون فروش کی شے کی قیمت سے زیادہ ہوتی ہے۔
- 5۔ تصوک فروش مال کی فراہمی میں تسلسل پیدا کرتا ہے۔
- 6۔ پرچون فروش کے یہاں اشیاء کا لین دین صرف نقد کیا جاتا ہے۔
- 7۔ پرچون فروش صاف کو شے جیسی اور جتنی مقدار میں درکار ہو فراہم کرتا ہے۔

(ج) ذیل میں ہر بیان کے چند جواہات پئے گئے ہیں آپ ایسے درست جواب پر نشان لگائیے جس سے بیان کی تکمیل ہوتی ہو۔

(1) تصوک فروش اپنا مال

(ا) صارفین کو فروخت کرتا ہے

(ب) زیادہ قیمت پر فروخت کرتا ہے۔

(ج) بڑی مقداروں میں فروخت کرتا ہے۔

(د) ادھار فروخت کرتا ہے۔

(2) تصوک فروش طلب اور رسد کو باہم متوازن کرتا ہے جس

(ا) اشیاء کی رسد کم ہو جاتی ہے۔

(ب) اشخاص کی پیداوار گر جاتی ہے۔

(ج) قیمتوں کا بحران پیدا ہو جاتا ہے۔

(د) قیمتوں کا استحکام آتا ہے۔

(3) تصوک فروش اور پرچون فروش کی قدر مشترک

(ا) نقد رو پار ہے۔

(ب) منافع کا حاصل ہے۔

(ج) اشیائے صرف کی فراہمی ہے۔

(د) خام مال کی ترسیل ہے۔

4۔ پرچون فروشی کی اقسام

پرچون فروشی کے کاروبار کی تقسیم بندی مندرجہ ذیل انداز میں کی گئی ہے۔

گھوم بھگ کر کاروبار کرنے والے پرچون فروش۔

دکان میں بیٹھ کر کاروبار کرنے والے پرچون فروش۔

گھوم بھگ کر کاروبار کرنے والے پرچون فروش کی اقسام مندرجہ ذیل ہیں۔

پھیری والے خزانچہ والے۔

ستے فروخت کار۔

منڈی کے کاروباری۔

گلیوں کے کاروباری۔

(الف) پھیری والے، اور خزانچہ فروش، پھیری والے اپنی اشیاء ہاتھ سے دھکیل جانے والی گاڑیوں پر لاد کر گھر گھر جاتے ہیں۔ خزانچہ والے اشیاء اپنے سروں یا پشت پر اٹائے پھرتے ہیں۔ یہ عام طور ضیاع پذیر اور تلف ہو جانے والی اشیاء فروخت کرتے ہیں۔

(ب) ستے فروخت کار: یہ وہ کاروباری ہیں جن کا کوئی مستقل ٹکانا نہیں ہوتا۔ یہ رہائشی علاقوں میں جگہ کر اٹے پر حاصل کر لیتے ہیں لیکن دکان کی کوئی مستقل حیثیت نہیں ہوتی، اسی واسطے جب کسی علاقے میں کاروبار چمک اٹھتا ہے تو یہ دکان بلا وقت ایک مقام سے دوسرے مقام پر منتقل کر سکتے ہیں۔ یہ روزمرہ کے استعمال کی اشیاء فروخت کرتے ہیں۔ جن میں فائڈیشن میں تیار شدہ کپڑے اور بچوں کے کھلونے شامل ہوتے ہیں۔

(ج) منڈی کے کاروباری افراد: اس نوسے کے پرچون فروش ہفتہ کے مخصوص دنوں میں مختلف مقامات پر اپنا دکان بھاتے ہیں۔ دکان کے سامنے گاہک کے لیے اشیاء کی نمائش کرتے ہیں۔ پاکستان میں پرچون فروش کی بہترین مثال ممبئی بازار ہیں۔ اس کے علاوہ آوار بازار اور منگل بازار بھی نہ صرف وجود میں آئے ہیں۔ بلکہ تیزی سے عوام میں مقبول ہوئے ہیں۔

(د) گلیوں کے کاروباری افراد: گنجان آباد شہروں میں بڑی بڑی شاہراہوں گلیوں اور سڑکوں کے کنارے اشیاء خرید و فروخت دیکھنے میں آئی ہے۔ کاروباری شخص اپنا مال دری یا چادر پر پھیلا دیتا ہے۔ عام طور پر ایسے افراد کسی

مخصوص شے کی فروخت سے منسلک ہوتے ہیں اور سینما گھروں، ریوے، میٹروں اور بس سٹاپوں کے آس پاس پڑاؤ ڈالتے ہیں۔ یہ افراد ایسی اشیاء بیچتے ہیں جو آسانی سے استعمال پذیر ہوتی ہیں ایک وقت میں ایک شخص ایک ہی شے کا کاروبار کرتا ہے۔ جو شے فروخت کی جا رہی ہے اس کی طلب بڑی مقدار میں کی جاتی ہے۔

گھوم بھوم کر کاروبار کرنے والے ان پرچون فروشوں میں کچھ خصوصیات مشترک ہوتی ہیں جو مندرجہ ذیل ہیں۔

ان پرچون فروشوں کی مستقل مکانات نہیں ہوتی۔

یہ پرچون فروش چھوٹی مقدار میں اشیاء لیے بھرتے ہیں۔

ان کے سرمائے کی مقدار قلیل ہوتی ہے۔

یہ مستقل ایک ہی شے کا کاروبار نہیں کرتے۔

ان کے انتظامی اخراجات کم ترین ہوتے ہیں۔ اس لیے مستقل سکونت والی پرچون تنظیموں کے مقابلے میں قیمتیں بھی کم ہوتی ہیں۔

یہ پرچون فروش عموماً ضیاع پذیر اشیاء جیسے پیل، سبزیاں، مچھلی، دودھ، انڈا وغیرہ کا کاروبار کرتے ہیں۔ مستقل سکونت والی پرچون تنظیموں کا بڑھ چڑھ کر مقابلہ کرتے ہیں۔

5۔ شعبہ داری سٹور

شعبہ داری سٹور پرچون فروشی کی ایک ایسی تنظیم کو کہتے ہیں جو ایک ہی عمارت میں سکونت پذیر ہو اور ایک مرکز کے تحت کام کر رہی ہو اس تنظیم کے ذیلی حصے ہوتے ہیں جن کی اپنی اپنی مخصوص سرگرمیاں ہوتی ہیں۔

شعبہ داری سٹور ایک ہی عمارت میں ایک ہی مرکز سے مربوط بہت سی شخصیات یافتہ دکانوں کے ایسے مجموعے کو کہتے ہیں جو مختلف انواع اشیاء کے لیے دین کا کاروبار کر رہے ہیں۔

لغوی اعتبار سے شعبہ داری سٹور بہت سی دکانوں کے ایسے مجموعے کا نام ہے جن کا نظم و نسق ایک مرکز کے پاس ہو یہ مرکز عملے کی تعداد، اشیاء کی خریداری، اشتہار بازی اور حساب کتاب کا نگران ہوتا ہے جب کہ زیریں حصے اپنے بنفٹ، تصرف و خزانہ کی دیکھ بھال کے ذمہ دار ہوتے ہیں۔ پاکستان میں ان کی بہترین مثال وہ ریٹیل سٹورز ہیں جو تمام بڑے بڑے شہروں میں قائم کیے گئے ہیں اور جہاں سے لوگ اپنی ضرورت کی تقریباً ہر ایک شے خرید سکتے ہیں۔

حجب صنعتی ترقی کا سورج طلوع ہوا تو لوگوں کو ایسے تجارتی مرکز کی ضرورت محسوس ہوئی جو ان کی زیادہ سے زیادہ ضروریات کو پورا کر سکے۔ اس وقت تک صارفین خاصی باوقار خریداری کے متمنی ہو گئے تھے اور چھوٹے پرچون فروش

جو خدمات سرانجام نہیں دے سکتے تھے ان کی انجام دہی کے لیے شعبہ داری سٹور وجود میں آئے۔
 شعبہ داری سٹورز کی ابتدا انیسویں صدی میں مغربی ممالک سے ہوئی دنیا کا پہلا شعبہ داری سٹور 1852ء میں
 فرانس کے شہر پیرس میں قائم ہوا اور بونی مارش BON MARSH کے نام سے مشہور ہوا 1860ء اور اس کے
 لگ بھگ ایسے سٹورز امریکہ اور انگلستان میں بھی کھل گئے اور ان کی مقبولیت میں جبروت تک اضافہ ہوتا گیا۔

5.1- ساخت اور نظم و نسق

اپنی ساخت کے اعتبار سے شعبہ داری سٹور مشترکہ سرمائے کی انجمن سے ملتا جلتا ہے۔ شعبہ داری سٹور کا انتظام چلانے
 کے لیے ناظمین کا ایک بورڈ (BOARD OF DIRECTORS) سٹور کے بہت سے حصے ہوتے ہیں۔ ہر حصے کا
 ایک ناظم ہوتا ہے۔ حصوں کے ناظمین مجموعی ناظم کے احکامات اور ہدایات کی روشنی میں اپنے اپنے حصوں کا کام چلاتے ہیں۔
 مجموعی ناظم سٹور کے حصوں کے ناظمین کا وقتاً فوقتاً اجلاس بلا تا ہے۔ جس میں سٹور کے مسائل و معاملات پر بحث کی جاتی ہے۔
 اور مختلف حصوں کے طریق کار میں ہم آہنگی پیدا کرنے کی سعی کی جاتی ہے۔

5.2- خوبیاں

- 1۔ شعبہ داری سٹور سے گاہک انواع و اقسام کی اشیاء خرید سکتے ہیں۔
- 2۔ شعبہ داری سٹور ایک ہی عمارت میں واقع ہوتا ہے۔ لہذا گاہک کو اپنی ضروریات پوری کرنے کے لیے دکان بہ دکان گھومنا
 نہیں پڑتا۔
- 3۔ شعبہ داری سٹور اپنے گاہکوں کو ادھار کی سہولت فراہم کرتے ہیں۔ یہاں گاہکوں کے لیے طمام گاڑیں موجود ہوتی ہیں۔
 یہ خدمات سٹور کی مقبولیت میں اضافہ کرتی ہیں۔
- 4۔ ای سٹورز میں بلا صلاحیت ماہرین کام کرتے ہیں جو اشیاء کی خریداری ان کی فروخت اور قیمتوں کے تعین کے سلسلے میں
 گراں قدر مشورے دیتے ہیں۔
- 5۔ یہ سٹور اشتہار بازی پر کثیر رقم خرچ کرتے ہیں جس سے فروخت میں خاطر خواہ اضافہ ہوتا ہے۔
- 6۔ ان سٹورز میں اشیاء کی خریداری بڑے پیمانے پر کی جاتی ہے۔ مالی حالات مستحکم ہونے کی وجہ سے ادائیگی نقد کی جاتی
 ہے۔ ان ہی وجوہات کی بنا پر حکم جاتی سٹور بہ آدرکھتی وغیرہ سے چھوٹ حاصل کر لیتے ہیں اور مصارف و عیواید کم ہو
 جاتے ہیں۔
- 7۔ سٹورز میں فروخت زیادہ ہوتی ہے اس لیے وصولیال بھی زیادہ ہوتی ہیں۔

5-3۔ خامیاں

- 1۔ سماعت کا کرایہ، عملے کی تنخواہ اور استخباراتی شعبہ رازی سٹور کے مصارف میں زبردست اضافہ کے ذمہ دار ہے۔
- 2۔ شعبہ رازی سٹور میں مصارف زیادہ ہوتے ہیں پس قدرتی طور پر اشیاء کی قیمتیں بھی زیادہ مقرر کی جاتی ہیں۔
- 3۔ یہ سٹوڈ اہم تجارتی مراکز میں قائم کیے جاتے ہیں۔ لہٰذا آبار ان سٹورز سے خریداری سے محروم رہتی ہے۔
- 4۔ شعبہ رازی سٹور کے عملے میں سے زیریں محکمے ہوتے ہیں جہاں تنخواہ یا قدرتی طور پر کم کوٹا ہے۔ جب عملے کی تعداد زیادہ ہوتی ہے تو ان کی تنگدستی ایک دشوار گزار امر کی شکل اختیار کر لیتا ہے۔
- 5۔ شعبہ رازی سٹور کو کامیابی سے چلانے کے لیے تربیت یافتہ عملہ درکار ہوتا ہے عام طور پر ایسے افراد نہیں مل پاتے اور اگر مل جائیں تو سٹور کو ان کی خدمات کا بھاری معاوضہ ادا کرنا پڑتا ہے۔

6۔ ذواضعانی یا سلسلہ جاتی دوکانیں

جب پرجوں کا کاروبار تیزی سے فروغ پاتا ہو تو کاروباری شخص نئے نئے علاقوں میں شاخیں قائم کرتا ہے جنہیں ذواضعانی دوکانیں کہا جاتا ہے۔ یہ دوکانیں محدود چند اشیاء کا لین دین کرتی ہیں۔ کاروبار کی ملکیت ایک مرکزی شخص کے پاس ہوتی ہیں جو شے کی خریداری کا کام کرتا ہے، اور تمام انتظام سنبھالتا ہے لیکن مصنوعات کو فروخت کی عرض سے اختیاراً کاروباری اکائیوں میں تقسیم کر دیئے جاتے ہیں اسی وجہ سے انہیں سلسلہ جاتی دوکانیں بھی کہا جاتا ہے۔ پرجوں فروشی کی اصطلاح میں ایسی ذیلی اکائیاں جن کا صدر دفتر ایک ہی ہوا اس کے مجموعے کو ذواضعانی دوکان کہتے ہیں۔ ذواضعانی دوکانوں میں جو پرجیں فروخت کے لیے پیش کی جاتی ہیں وہ مزدوریات زندگی کے زمرے میں آتی ہیں۔ یہ باسانی شناخت پذیر اور استحقاق پذیر ہوتی ہیں۔ لہٰذا وہ جلد فروخت ہو جانے کی صلاحیت رکھتی ہیں۔ ذواضعانی دوکانوں کی بہترین مثال یاٹاشو کمپنی ہے جس کی شاخیں جگہ بہ جگہ قائم کی گئی ہیں۔

خصوصیات

اپنی بنیاد کے اعتبار سے ذواضعانی دوکانوں کی کچھ مشترکہ خصوصیات ہوتی ہیں۔ مثلاً

- یہ دوکانیں اشیائے مرث فروخت کرتی ہیں۔
- یہاں نقد وصولی پر زور دیا جاتا ہے۔

یہ دو کانیں ایک یا چند اشیاء فروخت کرتی ہیں۔

ان کا نظام بہت جلد ارہوتا ہے یعنی طلب کے زیادہ ہوتے پر نئی شاخ کھول جا سکتی ہے اور طلب کے کم ہونے پر پرانی شاخوں کو بند کیا جا سکتا ہے۔

اشیاء کی میسر بندی کر دی جاتی ہے۔

شے کی خریداری مرکزی دفتر کرتا ہے جب کہ اسے فروخت کی عرض سے ذیلی دفاتر میں بھیج دیا جاتا ہے۔

6.1- انتظام و انصرام

ایک ذواضعانی دکان کا انتظام و انصرام کچھ اس طرح سے کیا جاتا ہے۔ کہ وہ مشترکہ سرمائے کی انجمنوں سے مشابہ نظر آتی ہیں دوکان نظم و نسق چلانے کے لیے ناظمین کا ایک بورڈ تشکیل دیا جاتا ہے۔ جس میں ایک انتظامی ناظم اور ایک عمومی ناظم ہوتا ہے ان کے عیسہ و عیسہ فرائض و ذمہ داریاں ہوتی ہیں۔ انتظامی ناظم اعمیارات کا اصل سرچشرہ ہوتا ہے اور وہ مرکزی دفتر میں بیٹھ کر تمام امور کی نگرانی کرتا ہے ایک بڑی ذواضعانی کے مختلف حصے ہوتے ہیں جو مندرجہ ذیل ہیں۔

خریداری کا حصہ۔

ذخیرہ اندوزی کرنے والا حصہ۔

فروخت کرنے والا حصہ۔

حساب کتاب کی جانچ پڑتال کرنے والا حصہ۔

ایک بڑی ذواضعانی دکان جس کی بہت ساری شاخیں ہوتی ہیں، ان کو علاقے کی ترتیب سے بانٹ دیا جاتا ہے۔ ہر شاخ کا منیجر اپنی شاخ کی کارکردگی کی بابت رپورٹ علاقائی دفتر کو بھیجتا ہے جہاں سے وہ مرکزی دفتر کو ارسال کر دی جاتی ہیں۔

6.2- خوبیاں

- 1- ذواضعانی دوکانیں بڑے پیمانے پر اشتہار کا لین دین کرتی ہیں۔ جس کی وجہ سے انہیں بہت سی اندرونی و بیرونی کنٹینس حاصل ہو جاتی ہیں اور مصارف پیدا نہیں کم ہو جاتے ہیں۔
- 2- ان دکانوں میں اشیاء کی قیمتیں مقابل کم ہوتی ہیں۔
- 3- یہاں قیمت دو اور مال کو
- 4- ایک ذواضعانی دکان میں دوسری پر چون فروش تنیلموں کی نسبت مقابلے کا زیادہ سکت ہوتی ہے۔
- 5- یہ دوکانیں عوام کے زیادہ نزدیک رہ کر کاروبار کرتی ہیں۔

- 6 اگر کسی ذواضعافی دکان کی ایک شاخ میں رسد کی کمی ہو تو اسے دوسری شاخ سے باسانی اور فوری طور پر پورا کیا جاسکتا ہے۔
- 7 یہ دکانیں ایک خاص مییار رکھنے والی اشیاء فروخت کرتی ہیں جو باسانی شناخت پذیر ہوتی ہیں اور جسے گاہک بغیر کسی خوف یا تردد کے خرید لیتا ہے۔
- 8 ذواضعافی دکان کی ہر شاخ کو مقامی لوگوں کی ضروریات کے مطابق مال فراہم کیا جاتا ہے اس طرح طلب اور رسد میں توازن برقرار رکھتے ہوئے کسار بازاری سے بچا جاسکتا ہے۔
- 9 مرکزی دفتر ذیلی شاخوں کو مال فراہم کرتا اور شعبے کی قیمت مقرر کرتا ہے اس لیے اسے مجموعی وصولیوں کا صحیح انداز ہوتا ہے اور حساب کی جانچ پڑتال کا طریق کار بہت سہل ہوتا ہے۔
- 10 ذواضعافی دکان شعبے کی طلب کے بڑھنے پر نئی شاخیں کھول سکتی اور طلب کے کم ہونے پر پرانی شاخیں غم کر سکتی ہے۔

6.3۔ نمایاں

- 1 جو مصنوعات فروخت کے لیے پیش کی جاتی ہیں ان کی اقسام گنی جاتی ہیں جس سے گاہک کا حلقہ انتخاب تنگ ہو جاتا ہے۔
- 2 ذواضعافی دکانیں لوگوں کی پسند اور ذوق کی تسکین کرنے میں ناکام رہتی ہیں۔
- 3 ذیلی شاخوں کے اختیارات محدود ہوتے ہیں جس سے جدت خیالی اور فرنی شاسی کا فقدان پایا جاتا ہے۔
- 4 ذاتی توجہ نہ ملنے اور ادھار کی سہولت نہ ہونے سے گاہکوں کی حوصلہ شکنی ہوتی ہے۔
- 5 دکان مرکزی دفتر کی وضع کردہ حکمت عملی سے ہی چلتی ہے ذیلی شاخیں من و عن اس کی پابندی کرتی ہیں۔ جس سے اندازہ ہو جاتا ہے کہ دکان کا نظام کس قدر غیر لچکدار ہوتا ہے۔

6.4۔ شعبہ داری سنٹور اور ذواضعافی دکان میں فرق

- 1 شعبہ داری سنٹور ایک ہی عمارت میں قائم کیا جاتا ہے۔ جب کہ ذواضعافی دکان ایک سے زیادہ عمارتوں پر مشتمل ہوتی ہے۔
- 2 شعبہ داری سنٹور کی عمارت اہم تجارتی مقامات پر موجود ہوتی ہے جب کہ ذواضعافی دکان کی شاخیں غیر اہم مقامات پر موجود ہو سکتی ہیں۔
- 3 شعبہ داری سنٹور لوگوں کو اپنی جانب بلاتا ہے۔ ذواضعافی دکانیں خود چل کر لوگوں تک جاتی ہیں۔
- 4 شعبہ داری سنٹور میں گونا گوں اشیاء لوگوں کو فروخت کے لیے پیش کی جاتی ہیں۔ ذواضعافی دکان میں محدود چند اشیاء

نہا مروخت کے لیے پیش کی جاتی ہیں۔

- 5- شعبہ داری سٹور کے زیر انتظام محکمہ کے ناظم بہت بااثر ہوتے ہیں جب کہ ذواضمانی دکانوں کے سٹور کے مالک کے اختیارات محدود ہوتے ہیں مرکزی دفتر جو حکمت عملی وضع کرتا ہے تمام ناظمین ان پر عمل پیرا ہوتے ہیں۔
- 6- عام طور پر شعبہ داری سٹور کے اخراجات ذواضمانی دکان کے اخراجات سے زیادہ ہوتے ہیں۔
- 7- شعبہ داری سٹور میں اشیاء کی قیمتیں زیادہ اور ذواضمانی دکانوں میں اشیاء کی قیمتیں کم ہوتی ہیں۔
- 8- شعبہ داری سٹور کی طرز کے پرچون کاروبار میں خطرے کا امکان زیادہ ہوتا ہے۔
- 9- شعبہ داری سٹور کے مختلف حصوں کی کارکردگی میں زیادہ ہم آہنگی پائی جاتی ہے۔
- 10- شعبہ داری سٹور اپنے گاہکوں کو بوقت ضرورت ادھار کی سہولت بہم پہنچاتے ہیں۔ جب کہ ذواضمانی دکانوں میں نقد لین دین ہوتا ہے۔

7- خرید و فروخت کے دیگر مراکز

7.1- ایک قیمت والی دکانیں

یہ وہ پرچون فروش ہیں جن کے ہال ہر مال کی ایک ہی قیمت رائج ہوتی ہے۔ ایسے افراد روزمرہ کی اشیاء بیچتے ہیں جن میں گھریلو استعمال کے برتن، تیار شدہ کپڑے، بچوں کے کھلونے وغیرہ شامل ہوتے ہیں۔ اس کاروبار کے بھی کچھ فوائد ہیں۔ صاف شے کی قیمت کے بارے میں کسی تذبذب کا شکار نہیں ہوتا۔ فروخت کار اپنا مال گاہک کے سامنے پیش کر دیتا ہے اور خریدار کسی بحث میں ملوث ہوئے بغیر اپنی پسند کی شے کا انتخاب کر لیتا ہے۔

7.2- ڈاک کے ذریعے کاروبار

ڈاک سے موصول شدہ احکامات پر کاروبار۔

ذرائع نشر و اشاعت کی ترقی کے ساتھ یہ ممکن ہو گیا ہے کہ کاروبار خط و کتابت کے ذریعے کیا جائے اس طرح کاروبار میں دسٹ بھی آئے اور اشیاء کا لین دین اندرون ملک اور بیرون ملک بھی کیا جائے گا۔

اس کاروبار کا انحصار اشتہار بازی اور نشر و اشاعت پر ہوتا ہے۔ کاروباری شخص اپنی مصنوعات کے بارے میں اشتہار دیتا اور مطالعاتی ادب چھپواتا ہے۔ گاہک اور ادب کو بڑھ کر اپنی پسند کا انتخاب کر لیتا ہے اور جتنی تعداد یا مقدار میں

شے درکار ہوتی ہے۔ وہ خط لکھ کر منگوا لیتا ہے۔ کاروباری شخص اپنے مال خانے سے مطلوبہ مال پیک کر کے ارسال کر دیتا ہے۔ محکمہ ڈاک کا کارندہ یہ مال لے کر گاہک کے گھر پہنچا دیتا ہے۔ اگر گاہک حکم نامے کے ساتھ ہی سے کی قیمت روانہ کر دے تو اسے حکم نامے کے ساتھ قیمت کی ادائیگی کا طریق کار کہتے ہیں۔ اگر حکم نامے پر قیمت ادا کرے تو اسے "اجراء قیمت کی ادائیگی کا طریقہ کار" کہتے ہیں اور VPP کا نظام اپنایا جاتا ہے۔

اس سلسلے میں محکمہ ڈاک کا معاوضہ برائے نام ہوتا ہے یہ معاوضہ قیمت سے واکزار کر کے باقی ماندہ رقم محکمہ ڈاک کا روپاری تک پہنچا دیتا ہے۔

7.3۔ خوبیاں

ڈاک کے کاروبار میں سلع کی تنخواہوں کے اخراجات مقبلاً کم ہوتے ہیں۔ کاروباری اور گاہک کا براہ راست تسلیق ہوتا ہے۔ کاروباری کو گاہک کی پسند و ناپسند کا باقاعدہ علم ہوتا رہتا ہے اور اس کے مطابق مال تیار کرایا جاتا ہے۔ اس کاروبار کا اصل محرک اشتہار بازی ہے۔ فروخت کے زیادہ یا کم ہونے سے اشتہار بازی کے مؤثر یا غیر مؤثر ہونے کا بخوبی اندازہ ہو جاتا ہے۔ گاہک کو گھر بیٹھے مال پہنچ جاتا ہے۔ وہ جہاں تھکاوٹ، اور شے محفوظ رہتا ہے۔

7.4۔ نقصانات

ناخواندہ افراد اس طرز کے کاروبار سے استفادہ نہیں کر سکتے۔ خریداری سے پہلے گاہک کو شے کی جانچ پڑتال کا کوئی موقع نہیں ملتا۔ گاہک کو شے کی مرمت کی سہولت حاصل نہیں ہوتی۔ یہ کاروبار اشتہار بازی کے سہارے چلتا ہے آج کل اشتہار بازی کے اخراجات بڑھ گئے ہیں۔ جو قیمتوں میں اضافے کا موجب بنتے ہیں۔

عام طور پر جراثیم ڈاک سے ملگوانی جاتی ہیں گاہک ان کے معیار سے مطمئن نہیں ہوتا۔ اگر ڈاک کا نظام غیر مستعد ہو تو گاہک کو پریشانی اٹھانا پڑتی ہے۔ گاہکوں کو ادھار کی سہولت میسر نہیں آتی۔

7.5۔ جامد یا معین قیمتوں والی دکانیں

معین قیمتوں کی دکانوں کا آغاز امریکہ سے ہوا یہ انگلستان میں اس نوعیت کے خریداری کے مراکز اب بھی پائے جاتے ہیں۔ عام طور پر قیمتیں طے شدہ ہوتی ہیں۔ لیکن بحرانی حالتوں میں تبدیلی کا امکان موجود ہوتا ہے۔ مثلاً دوسری جنگ عظیم کے دوران، روزمرہ کے استعمال کی اشیاء میں زبردستی کی واقع ہو گئی جس سے ان مراکز میں بھی قیمتیں بنی حد تک بڑھ گئیں۔ تاہم قیمتوں میں ہونے والا یہ اضافہ برائے نام تھا۔

اس قسم کے کاروباری مراکز مہبت جلد لوگوں کی دلچسپی کا باعث بن جاتے ہیں۔ وجہ صاف ظاہر ہے۔ وہ جانتے ہیں کہ ان سے کیا قیمت وصول کی جائے گی۔ جو اشیاء فروخت کے لیے پیش کی جاتی ہیں ان کی میاں بندی کر دی جاتی ہے جس کی وجہ سے گاہک کو چیز بغیر چھان بین کے قابل قبول ہو جاتی ہے۔ کم اور متوسط آمدنیوں والے افراد بڑھ چڑھ کر خریداری کرتے ہیں۔ پیدائشی برہیمانہ کیس کی کفایتیں حاصل رہتی ہیں۔ طلب، رسیدیں ہم آہنگی برقرار رہتی ہے۔ ایسے مراکز میں اگرچہ منافع کا ثمر کم ہوتا ہے تاہم مجموعی فروخت زیادہ ہونے سے مجموعی منافع بھی بڑھ جاتا ہے۔

7.6۔ نیلام گھر

نیلام گھروں میں بھی اشیاء کے لین دین کا کاروبار کیا جاتا ہے۔ لوگ اپنی اشیاء فروخت کی عرض سے نیلام گھر لے جاتے ہیں۔ نیلام گھر کا منتظمعلانات و اشتہارات کے ذریعے نیلام کی تاریخ کا اعلان کر دیتا ہے اور اشیاء کو نمائش کے لیے پیش کر دیتا ہے۔ خریداری میں دلچسپی رکھنے والے افراد نیلام گھر جاتے اور دیگر خریداروں کے ساتھ قیمتوں کے سلسلے میں مقابلہ کرتے ہیں۔ زیادہ استطاعت رکھنے والا شخص شے خرید لیتا ہے۔ نیلام گھر کا منتظم شے کی قیمت سے اپنی خدمات کا معاوضہ منہا کر لیتا ہے جسے کمیشن کہا جاتا ہے۔ اس طرح خرید و فروخت کا عمل اپنی مکمل کو پہنچتا ہے۔

نیلام گھروں کی مقبولیت کی بھی کچھ وجوہات ہیں مثلاً خریداری سے قبل شے کو دیکھ لیتا اور اس کے بارے میں اطمینان کر لیتا ہے۔ جب خریداروں میں مقابلہ سخت تر ہو تو اشیاء بازاری کی نسبت سستے داموں بھی مل جاتی ہیں۔

7.7۔ خود آزمائی نمبر 2

(الف) مندرجہ ذیل خالی جگہوں کو پُر کیجئے۔

- 1۔ شنبہ داری سٹور کا نظم و نسق ایک _____ کے پاس ہوتا ہے۔
- 2۔ پہلا شنبہ داری سٹور 1852ء میں فرانس کے شہر پیرس میں قائم ہوا اور _____ کہلا یا۔

- 3 - سٹور کا نظم و نسق چلانے والے ————— کو سبھاری معاوضے دیئے جاتے ہیں۔
 - 4 - شعبہ داری سٹور بڑے بڑے شہروں میں اہم ————— مقامات پر قائم کیے جاتے ہیں۔
 - 5 - شعبہ داری سٹور اپنے صارفین کو بہت سی ————— مہیا کرتا ہے جو اس کی مقبولیت کا موجب بنتی ہیں۔
 - 6 - ناظمین کے بورڈ کے سربراہ کو ————— کہتے ہیں۔
 - 7 - شعبہ داری سٹور ایک ہی ————— میں واقع ہوتا ہے لہذا گاہک کو جگہ بہ جگہ گھومنا نہیں پڑتا۔
 - 8 - ذواضعانی دکان ایسی کاروباری شکل کو کہتے ہیں جس کی ————— مختلف مقامات پر کام کر رہی ہوتی ہیں۔
 - 9 - ذواضعانی دکان کا دوسرا نام ————— ہے۔
 - 10 - ان دکانوں کا نظام اس اعتبار سے ————— ہوتا ہے کہ شاخیں بآسانی کھولی اور بند کی جاسکتی ہیں۔
- (ب) ذیل میں ہر بیان کے آخر پر صحیح اور غلط کے الفاظ درج ہیں۔ بیان کی روشنی میں صحیح یا غلط لفظ کے گود دائرہ کا نشان لگائیے۔

- 1 - اپنی ساخت کے اعتبار سے شعبہ داری سٹور مشترکہ سرمائے کی انجمن سے ملتا ہے۔ صحیح/غلط
- 2 - شعبہ داری سٹور کی فروخت زیادہ اور وصولیاں کم ہوتی ہیں۔ صحیح/غلط
- 3 - ذواضعانی دکانوں میں فروخت کی جانے والی شے بآسانی شناخت پذیر نہیں ہوتی۔ صحیح/غلط
- 4 - شعبہ داری سٹور کی نسبت ذواضعانی دکانیں عوام کے زیادہ قریب ہوتی ہیں۔ صحیح/غلط
- 5 - مناسب قیمتوں والی دکانوں سے لوگ اس لیے خریداری کرتے ہیں کیوں کہ انہیں قیمتوں کے بارے میں قطعی علم ہوتا ہے۔ صحیح/غلط

- 6 - ڈاک کے کاروبار سے خواندہ و ناخواندہ دونوں قسم کے افراد استفادہ کر سکتے ہیں۔ صحیح/غلط
- (ج) ذیل میں ہر بیان کے چند جوابات دیئے گئے ہیں آپ ایسے درست جواب پر نشان لگائیے جس سے بیان کی تکمیل ہوتی ہو۔

(۱) شعبہ داری سٹور بہت سی دکانوں کے ایسے مجموعے کو کہتے ہیں جو

(۲) - اشیاء کو عاریتاً فروخت کرتا ہو۔

(ب) - شہروں اور دیہاتوں کے درمیان واقع ہو۔

(ج) - دفاعی بنیادوں پر قائم ہو۔

(د) ایک ہی عمارت میں ایک ہی مرکز کے زیر انتظام ہو۔

2. خیمہ داری طور پر عملہ کی تعداد زیادہ ہونے سے

(ا) خریداری میں اضافہ ہو جاتا ہے۔

(ب) مصارف میں اضافہ ہو جاتا ہے۔

(ج) روزگار کے مواقع پیدا ہوتے ہیں۔

(د) اشتہار بازی کے اخراجات کم ہو جاتے ہیں۔

(3) ایسی کاروباری تنظیم جس کی شاخیں جگہ بہ جگہ قائم ہوں

(ا) شعبہ داری طور پر کہلاتا ہے۔

(ب) باہمی تعاون کا طور کہلاتا ہے۔

(ج) معین قیمتوں کا گودام کہلاتا ہے۔

(د) ذواصنافی دکان کہلاتا ہے۔

(4) ذواصنافی دکان کی ذیل شاخیں اپنے صدر دفتر کی وضع کردہ حکمت عملی

(ا) کے تابع ہوتی ہیں۔

(ب) سے اختلاف کر سکتی ہیں۔

(ج) سے اتفاق کرتی ہیں۔

(د) کو نظر انداز کر سکتی ہیں۔

8۔ جوابات

خود آزمائی نمبر 1

الف

| | | | | | |
|-----|------------|-----|--------|-----|------------|
| (1) | تھوک فروش | (2) | بڑے | (3) | منافع |
| (4) | ذریعہ بندی | (5) | قیمتوں | (6) | پرجون فروش |
| (7) | پرجون فروش | (8) | پسند | (9) | ادھار |

ب

- | | | | | | |
|-----|------|-----|------|-----|------|
| (1) | غلط | (2) | صحیح | (3) | صحیح |
| (4) | غلط | (5) | صحیح | (6) | غلط |
| (7) | صحیح | | | | |

ج

- | | | | | | |
|-----|---|-----|---|-----|---|
| (1) | ج | (2) | د | (3) | ب |
|-----|---|-----|---|-----|---|

خود آزمائی نمبر 2

الف

- | | | | | | |
|------|--------|-----|-----------|-----|--------------|
| (1) | پورڈ | (2) | برقی مارش | (3) | علی |
| (4) | تجارتی | (5) | خدمات | (6) | انتظامی ناظم |
| (7) | عمارت | (8) | شاخیں | (9) | سلسلہ |
| (10) | چکدار | | | | |

ب

- | | | | | | |
|-----|------|-----|------|-----|-----|
| (1) | صحیح | (2) | غلط | (3) | غلط |
| (4) | صحیح | (5) | صحیح | (6) | غلط |

ج

- | | | | | | |
|-----|-----|-----|---|-----|---|
| (1) | د | (2) | ب | (3) | د |
| (4) | الف | | | | |

اندرونی تجارت

تحریر: علی حسن مظفر
نظر ثانی: محمد امین

یونٹ کا تعارف

اس یونٹ میں سب سے پہلے تو یہ بتایا گیا ہے کہ اندرونی تجارت کیا ہے ؟ اس کے بعد اس تجارت کا ایک مروجہ طریقہ بتایا گیا ہے ۔

اندرون ملک کی تجارت کا مروجہ طریقوں کو اس یونٹ میں ایک منطقی ترتیب اور مربوط طریقے سے پیش کیا گیا ہے جس کو پڑھ کر ایک طالب علم ملک کے اندرونی مروجہ طریقوں کو سمجھ سکتا ہے ۔

اس کے علاوہ اس یونٹ میں چند ان دستاویزات کا ذکر بھی کر دیا گیا ہے جو اندرون تجارت میں (خاص طور پر مال کی ترسیل مال کی سپردگی اور رقوم کی ادائیگی کے وقت) اکثر استعمال ہوتی ہے ۔

یونٹ کے مقاصد

- ہمارا طالب علم کیونکہ کامرس کا طالب علم ہے اور کامرس کا تعلق تجارت سے ہے لہذا اس یونٹ کو اس انداز سے لکھا گیا ہے کہ اس کو پڑھنے والے طلباء اس قابل ہو جائیں کہ
- 1 - اندرونی تجارت کے درجہ طریقوں کی وضاحت کر سکیں۔
 - 2 - اندرونی تجارت کے سلسلے میں پیدا ہونے والی مشکلات کا کوئی مناسب حل تلاش کر سکیں۔
 - 3 - اندرونی تجارت میں ہونے والی خط و کتابت کی اہمیت اور ضرورت بیان کر سکیں۔
 - 4 - تجارتی خطوط کے انداز اور اسلوب کو اپنا سکیں۔
 - 5 - ملک میں درجہ ذرائع ادائیگی کا تعارف کر سکیں۔
 - 6 - اندرونی تجارت میں درجہ فارموں کو پر کرنے کے طریقہ عمل کو سمجھا سکیں۔
 - 7 - بتا سکیں کہ اشیا کی ترسیل سے پہلے کون کون سی دستاویزات کو استعمال کیا جاتا ہے اور ان کو کس طرح مکمل کیا جاتا ہے۔

فہرست مضامین

عنوان

| | |
|-----|---------------------------------|
| 399 | 1۔ اندرونی تجارت کا تعارف |
| 399 | 1.1 - تجارت کا مفہوم |
| 399 | 1.2 - تجارت کی تعریف اور اقسام |
| 399 | 2۔ اندرونی تجارت |
| 400 | 2.1 - اندرونی تجارت کی خصوصیات |
| 401 | 3۔ اندرونی تجارت کا مزدبہ طریقہ |
| 401 | 3.1 - استفسار نامہ |
| 403 | 3.2 - ترخانہ |
| 404 | 3.3 - قیمتوں کی اقسام |
| 405 | 3.4 - نامہ پیش کش |
| 405 | 4۔ خرید کے لوازمات |
| 405 | 4.1 - حکام نامہ |
| 405 | 4.2 - اطلاع نامہ |
| 406 | 4.3 - حوالہ کے خطوط |
| 406 | 4.4 - ادھار کی منظوری |
| 408 | 5۔ معاہدہ فروخت |
| 408 | 5.1 - مال کی کیفیت |
| 409 | 5.2 - مال کی کمیست |
| 409 | 5.3 - مال کی منتقلی |
| 409 | 5.4 - قیمت کی ادائیگی |
| 409 | 5.5 - بیمہ اور بیکنگ |

| | |
|-----|---|
| 410 | 5-6 - متفرق شرائط |
| 410 | 5-7 - فرمائش نامہ کی تعمیل |
| 410 | مال کی ترسیل |
| 410 | 6-1 - اشیاء کی نوعیت |
| 410 | 6-2 - وقت |
| 410 | 6-3 - اخراجات |
| 410 | 6-4 - مروجہ ذرائع نقل و صل |
| 412 | 6-5 - ریل کے بذریعہ مال بھیجنے کا طریقہ |
| 412 | 6-6 - بیچک اور اس کا نمونہ |
| 415 | 7- اشیاء کی سپردگی |
| 416 | 7-1 - ہرجانہ |
| 416 | 7-2 - گھاٹ کا کرایہ |
| 416 | 7-3 - شکایت نامہ |
| 417 | 7-4 - شکایت نامہ کی خصوصیات |
| 417 | 7-5 - ازالہ شکایت کے خطوط |
| 418 | 8- ذرائع ادائیگی رقم |
| 419 | 8-1 - بذریعہ منی آرڈر |
| 419 | 8-2 - بذریعہ پوسٹل آرڈر |
| 419 | 8-3 - بذریعہ چیک |
| 419 | 8-4 - بذریعہ ڈرافٹ |
| 420 | 8-5 - رسید |
| 420 | 9- خود آزمائی 1 |
| 423 | 10- خود آزمائی 2 |
| 424 | 11- جوابات خود آزمائی |
| 424 | 12- کتابیات |

1۔ اندرونی تجارت کا تعارف

1۔ تجارت کا مفہوم

تجارت کے لفظی معنی تبادلہ کے ہیں اور یہ تبادلہ کسی نہ کسی صورت میں شروع سے ہی جاری تھا۔ لیکن اس کی شکل و صورت وقت کے ساتھ ساتھ بدلتی رہی۔ جوں جوں انسان نے تہذیب و تمدن میں ترقی کی۔ توں توں تجارت میں تنوع پیدا ہوتا رہا۔ دراصل تجارت کی ترقی انسانی تہذیب و تمدن کی ترقی سے ہی عبارت ہے۔

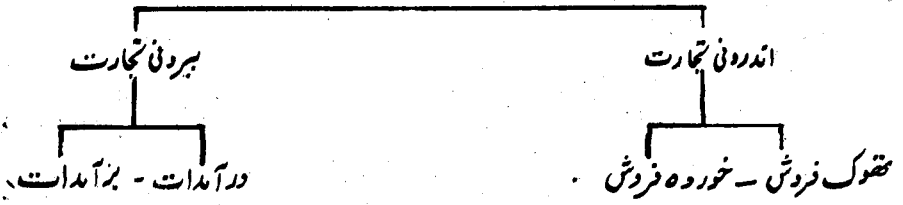
جب انسان تمدنی زندگی اور سماجی برد و باش سے بہرہ ور نہ تھا تو اس وقت وہ تجارت سے بھی نا آشنا تھا اور یہ وہ زمانہ ہے جس کو ہم کم دیش جنگی کا زمانہ کہہ سکتے ہیں۔ اس دور میں انسان جنگوں میں رہتا، درختوں کے پھل کھاتا اس کے تہوں سے لباس کی ضرورت پوری کرتا اور رہائش کا مسئلہ بھی درخت کی شاخوں سے حل کرتا۔ پھر کئی صدیوں کے بعد جب آگ دریافت ہوئی تو پھر انسان کی زندگی میں کچھ تبدیلی آئی۔ اب وہ کچھ چیزیں بنا کر استعمال میں لانے لگا۔ اور یہ اس کے ارتقاء کی دوسری منزل تھی۔ اب وہ کپڑے سی کر پہننے لگا، گوشت وغیرہ کا کھانے لگا تھا، اور رہائش کے لیے جھونپڑیاں تیار کرنے لگا تھا۔ پھر آہستہ آہستہ ان جھونپڑیوں کے کمینوں کا آپس میں ارتباط ہوا، اور یوں جھوٹے جھوٹے کمبوں نے قبیلہ کی شکل اختیار کر لی اور پھر یہیں قبیلے کا دس، قصبے اور شہروں کی صورت میں تبدیل ہو گئے۔

جب تک انسان نے قبیلہ کی صورت اختیار نہ کی تھی، اس وقت تک کسی منظم تجارت کا وجود نہ تھا۔ جس پر کتبہ اپنی ضرورت خود ہی پوری کرتا، اور پھر ضروریات میں اتنی محدود تھیں کہ ہر کتبہ با آسانی انہیں پورا کر سکتا تھا۔ لیکن جب انسان نے قبیلہ کی صورت اختیار کی پھر ایسی ایسی ضروریات پیدا ہوئیں کہ ان کا کسی فرد واحد کے لیے پورا کرنا ممکن نہ تھا۔ یہاں آ کر انسان نے ایک نیلے اصول طے کیا جس کو ہم آج کی زبان میں اصول کہتے ہیں۔ یعنی کچھ لو اور کچھ دے کا اصول اور آج تک یہی اصول تجارت کی بنیاد ہے اور اس کو بلفظ دے کر سمجھ بھی سکتے ہیں۔

1.2۔ تجارت کی تعریف اور اقسام

تجارت سے مراد وہ تمام مشاغل ہیں جو بلا واسطہ یا بالواسطہ مال کی پیدائش، مال کی تقسیم، مال کی منتقلی، باقاعدہ طور پر جاری رکھنے اور پیدا کار اور صارفین کے درمیان ایک خوشگوار رابطہ قائم رکھنے میں صادق ثابت ہوتے ہیں۔ بلفظ دیگر تجارت ان معاشی مشاغل کا نام ہے جو ایجاد کو جانے پیدائش سے عام صارت کے ہاتھوں تک پہنچانے میں بلا واسطہ یا بالواسطہ مدد

تجارت کی اقسام



2۔ اندرونی تجارت

اندرونی تجارت سے مراد ایسی تجارت ہوتی ہے جو ایک ہی ملک میں رہنے والے مختلف افراد کے درمیان ہو۔ عام طور پر ایسی تجارت ان اشیاء کی ہوتی ہے جو ملک کے اندر ہی پیدا ہوتی ہیں برآمد شدہ اشیاء کی اندرون ملک خرید و فروخت بھی اندرونی تجارت کے تحت آتی ہے۔

اندرون ملک کی تجارت ہو یا بیرون ملک کی تجارت، ہر قسم کی تجارت دو فریقوں کے باہم رابطے سے ہی ممکن ہوتی ہے۔ ان دو فریقوں میں سے ایک فرد شدہ (فروخت کار) ہوتا ہے اور دوسرا خریدار۔ عام دیکھنے میں آیا ہے کہ خریدار ہی طلب کار ہوتا ہے۔ چنانچہ جب وہ کوئی مال خریدنے کا ارادہ کرتا ہے۔ تو اس کے ذہن میں چند فروخت کار مرزد آجاتے ہیں۔ اگر وہ خود فیصلہ کرنے میں دقت محسوس کرے کہ اسے مال کس سے خریدنا چاہیے۔ تو وہ اپنے ساتھیوں سے مشورہ اور معاونت بھی لے لیتا ہے۔

زیر نظر ۱۔ میں اندرونی تجارت کی اقسام (تھوک فروش خوردہ فروش) زیر بحث نہیں۔ بلکہ اسی میں صرف وہ طریقہ زیر بحث ہے جو اندرونی تجارت کے سلسلے میں ہمارے ملک میں رائج ہے۔

2.1۔ اندرونی تجارت کی خصوصیات

اندرونی تجارت کی خصوصیات، درج ذیل ہیں۔

- 1۔ یہ تجارت ہمیشہ اندرون ملک ہوتی ہے۔
- 2۔ اس تجارت کا دائرہ کار اندرونی منڈیوں تک محدود ہوتا ہے۔
- 3۔ یہ تجارت ملکی اشیاء اور غیر ملکی مال کی خرید و فروخت پر محیط ہوتی ہے۔
- 4۔ اس میں زرمبادلہ ضرورت نہیں ہوتی۔

3 — اندرونی تجارت کا مروجہ طریقہ

کوئی خریداریہ فیصلہ کر لینے کے باوجود کہ وہ کن لوگوں سے مال خریدے گا، وہ فری طور پر مال میں خریدتا بلکہ وہ مال خریدنے کے لیے مندرجہ ذیل طریقہ کار کو اپناتا ہے -

- 1 - استفسار نامہ
- 2 - نرخ نامہ
- 3 - مایڈ پش کسٹ
- 4 - حکم نامہ
- 5 - اطلاعات نامہ
- 6 - حوالے خطوط
- 7 - ادوار کی منظوری
- 8 - مباد، تردست
- 9 - ایتار کی ترسیل
- 10 - اشیاء کی منتقلی
- 11 - اشیاء کی سپردگی
- 12 - شکایت نامہ
- 13 - دعوی نقصان کو تسلیم کرنا
- 14 - نقصان کی تلافی
- 15 - ادائیگی رقوم

اب بیان کیے گئے مروجہ طریقہ کار کو تفصیل سے بیان کیا جاتا ہے -

3.1 — استفسار نامہ

مال خریدنے سے پہلے معلوم کیا جاتا ہے کہ مطلوبہ مال کی قیمت کیا ہے، اور وہ مال کی مطلوبہ مقدار کن شرائط کے تحت فروخت

کرن کے۔ اگر یہ معلومات کسی خط کے ذریعے حاصل کی جائیں تو ایسے خط کو "استفسار نام" کہتے ہیں۔ یہ استفسار نام تمام آدمیوں کا کچھ سے بالاتر ہوتا ہے۔ کیونکہ اس میں اکثر تجارتی اصطلاحات کا استعمال ہوتا ہے۔ اس خط میں جو مال مطلوب ہو اس کی تمام تفصیلات درج ہوتی ہیں تاکہ فروخت کار صحیح معلومات فراہم کر سکے۔

مقصد و اہمیت : استفسار نام کا اصل مقصد مطلوبہ اشیا کی قیمتیں معلوم کرنا ہوتا ہے۔ بعض اوقات اس کا مقصد ان اشیا کے بارے میں معلومات حاصل بھی کرنا ہوتا ہے جن کو پہلی درجہ خریدنا ہو۔ علاوہ ازیں خریدار کو فروخت کار کی فراہم کردہ معلومات سے چند نیا اشیا کا پتہ بھی چل جاتا ہے جو بازار میں متبادل یا متقابل صورت میں دستیاب ہوں۔ اپنے مقصد کے اعتبار سے ہر خط کار دو بار کا ایک بنیادی اور اہم ترین خط ہے۔

خصوصیات : کاروباری خط چند منفرد خصوصیات کی بنا پر سرکاری خطوط سے مختلف ہوتے ہیں۔ کیوں کہ ان میں جاذبیت جامعیت اور ملائمت لازمی ہوتی ہے۔ استفسار نام میں بھی ان خصوصیات کا ہونا ضروری ہے۔ ہر خط ہر طرح سے واضح اور جاذب نظر ہونا چاہیے۔ کیوں کہ یہ عام طور سے کسی خریدار کی طرح پہلا خط ہوتا ہے جو کسی فروخت کار کو دکھایا جاتا ہے۔ اگر آپ کسی کو خط لکھتے ہیں کہ وہ آپ کو فلاں فلاں مال کی قیمتیں ارسال کرے تو اگر وہ واپس نہیں کرتا تو اس کا مطلب یہ ہوا کہ اس نے آپ کے خط سے اثر قبول نہیں کیا۔ درہنہ آپ کی طرف وہ دست تعاون ضرور بڑھانا چاہئے اس خط کو ہم کاروباری لحاظ سے ایک ناکام خط لکھیں گے۔ خط کا اسلوب بیان اور لب و لہجہ ایسا ہونا چاہیے کہ مکتوب الیہ اس سے اتنا متاثر ہو کہ وہ آپ کے ساتھ کاروباری لین دین کرنے میں خوش محسوس کرے۔

کوئی بھی کاروباری خط اس وقت ہی کارآمد اور مؤثر ہو سکتا ہے جب اس میں مندرجہ ذیل خصوصیات ہوں۔

- 1۔ سادگی ، خط آسان اور سادہ زبان میں ہونا چاہیے۔
- 2۔ درستگی ، خط میں فراہم کی ہوئی معلومات درست ہونی چاہئیں۔
- 3۔ جاذب نظر ، خط جاذب نظر ہونا چاہیے تاکہ پڑھنے والا متاثر ہو۔
- 4۔ اختصار ، خط میں غیر ضروری باتوں سے گریز کرنا چاہیے۔
- 5۔ جامعیت ، خط میں مطلوبہ معلومات مکمل ہونی چاہئیں۔
- 6۔ ترتیب ، خط ترتیب سے ہونا چاہیے بے ترتیبی ہر چیز کا حسن نگاہ رڈ دیتی ہے۔
- 7۔ انداز بیان ، خط کا انداز بیان اچھوتا اور دل پذیر ہونا چاہیے۔
- 8۔ خوش اخلاقی ، خوش اخلاقی خط کے حسن کو نکھار دیتی ہے۔
- 9۔ خلوص ، خط کی تحریر میں خود غرضی کا احساس نہیں ہونا چاہیے۔
- 10۔ خدمت ، خط جذبہ خدمت سے مامور ہونا چاہیے۔

3.2 - نرخ نامہ

مفہوم : استفسار نامہ موصول ہونے کے بعد تمام متعلقہ فرمیں اور کمپنیاں، اس کا جواب بھیجتی ہیں جیسی میں مذکورہ مال کی قیمت اور مال کے فروخت کرنے کی دیگر شرائط اور بعض ایسی معلومات درج ہوتی ہیں جو مختلف تجارتی کمپنیاں اپنے اپنے مال کے متعلق فراہم کرنا ضروری سمجھتی ہیں۔ اس جوابی خط کو اصطلاح میں نرخ نامہ کہتے ہیں۔

مقصد و اہمیت : نرخ نامہ کا مقصد خریدار کو مطلوبہ اشیاء کی قیمتوں سے آگاہ کرنا ہوتا ہے۔ اس مقابلہ کی دنیا میں اس خط کو بہت اہمیت حاصل ہے۔ قیمتیں بتاتے وقت بڑی احتیاط سے کام لینا چاہئے۔ ان خطوط کو لکھتے وقت ان باتوں کو ذہن میں رکھنا چاہئے کہ خریدار آپ کی لکھی ہوئی قیمتوں سے مطمئن ہو جائے اور آپ کو مال منگوانے کا حکم نامہ جاری کر دے۔ لیکن اگر وہ ایسا نہ بھی کر سکے تو بھی وہ آپ کی قیمتوں سے غلط تاثر لے کر بدظن نہ ہو جائے۔ کیونکہ اگر کوئی نیا گاہک ذہن میں یہ سمجھالے گا کہ غلام فرم یا کمپنی زیادہ یا غلط قیمتیں وصول کرتی ہے تو وہ آئندہ ایسی فرم یا کمپنی کو استفسار نامہ جاری نہیں کرے گا، اور یہ ایک اچھے کاروبار کی سادھ پر بدنامی داغ ہوگا۔

نرخ نامہ کی اقسام : نرخ نامہ کی حسب ذیل تین اقسام ہیں :

(الف) عام نرخ نامہ

(ب) مخصوص نرخ نامہ

(ج) تخمینہ

(الف) عام نرخ نامہ : بڑے بڑے کاروبار اپنی پیدا کردہ اشیاء کی قیمتوں کی فہرست گاہکے ہنگامے جاری کرتے ہیں۔ ایسی فہرست کو عام نرخ نامہ کہتے ہیں۔ اس قسم کے نرخ ناموں کی وقعت زیادہ دیر تک رہتی ہے۔ اس کے برعکس جو نرخ نامہ خریدار کے استفسار پر جاری کیا جاتا ہے۔ وہ کیونکہ ایک مخصوص نوعیت کا ہوتا ہے اس لیے اس میں درج شدہ قیمتیں بھی ایک خاص مدت تک کے لیے ہوتی ہیں۔ عام نرخ نامہ میں اشیاء اور ان کی قیمتیں درج تو ضرور ہوتی ہیں لیکن فروخت شدہ پر اس قسم کی کوئی ذمہ داری نہیں ہوتی ہے کہ فہرست میں درج شدہ مال کی فراہمی کا پابند ہوگا کیونکہ ہو سکتا ہے کہ جب مال کی فرمائش آئے تو اس وقت تک مال فروخت ہو چکا ہو۔

(ب) مخصوص نرخ نامہ : مخصوص نرخ نامہ سے مراد ایسا نرخ نامہ ہوتا ہے جو کسی کے استفسار پر یا مخصوص حالات میں جاری کیا جاتا ہے۔ اس نرخ نامہ میں مال کی فراہمی چند شرطوں کی پابند ہوتی ہے۔ عام طور پر اس نرخ نامہ کی مدد رہبر ذیل اقسام میں۔

(۱) فہرست قیمت حاضر : حالات کے بدلنے کے ساتھ قیمتیں بھی بدلتی رہتی ہیں، بدلتی ہوئی قیمتوں کے مطابق جب کوئی فہرست جاری کی جائے تو اس کو فہرست قیمت حاضر کہتے ہیں۔ اس قسم کی فہرستیں خریداروں کو محض اس لیے بھیجی جاتی ہیں کہ وہ مال کی تازہ قیمتوں سے باخبر رہیں یہ گاہکے گاہکے شائع ہوتی رہتی ہیں تاکہ عام لوگ بھی تازہ قیمتوں کے واقف رہیں۔

(2) **فہرست محکم قیمت** : فہرست محکم قیمت ایک ایسی فہرست ہوتی ہے جس میں درج شدہ قیمتوں میں ایک مدت تک وہ بدل نہیں ہو سکتا۔ اس کے جاری کرنے کے بعد فروخت شدہ، پر یہ ذمہ داری عائد ہوتی ہے کہ وہ ایک مقررہ مدت تک قیمتوں کو تبدیل نہیں کرے گا اور وہ اس مدت تک درج شدہ قیمتوں پر ہی مال فروخت کرے گا۔

عام نرخ نامہ اور محکم نرخ نامہ میں فرق ہے کہ ایک فروشنده اس بات کا پابند نہیں ہوتا کہ وہ عام نرخ نامہ کے مطابق مال فروخت کرے گا لیکن محکم نرخ نامہ جاری ہونے کے بعد وہ اس بات کا پابند ہے کہ جب تک پیش کش کی مدت ختم نہ ہو جائے وہ اس قیمت پر ہر حال میں فروخت کرے گا جو محکم نرخ نامہ میں درج ہے۔

(3) **تخفیفی نرخ نامہ** : بعض اوقات بعض فرمیں اپنا مال ایک معینہ مدت کے لیے رعایتی نرخوں پر بیچنے کا اعلان کرتی ہیں۔ اور اس مقصد کے لیے ایک نرخ نامہ بھی جاری کرتی ہیں جس کو تخفیفی نرخ نامہ کہا جاتا ہے۔ یہ فرمیں بھی اس بات کا پابند ہوتی ہیں کہ وہ مدت مقررہ تک تخفیفی قیمتوں پر مال فروخت کریں۔

(4) **تخمینہ** : بعض اوقات بعض کاموں کے لیے فرموں اور کمپنیوں سے لاگت یا قیمت خرید کا اندازہ دریافت کر لیا جاتا ہے اس اندازی لاگت یا قیمت کو تخمینہ کہتے ہیں۔

3.3۔ قیمتوں کی اقسام

اندرونی تجارت میں قیمتوں کی اقسام مروج ہیں جو کہ درج ذیل ہیں۔

(1) **مقامی قیمت** : مقامی قیمت سے مراد وہ بازار کی قیمت ہے جو فروخت کارچیز کی فروخت کے وقت طلب کرتا ہے اس قیمت میں کوئی اور اخراجات شامل نہیں ہوتے۔ مثلاً مال کی ترسیل اور پیکیج وغیرہ (لیکن ہمارے ہاں عام رواج یہ ہے کہ فروشنده مال کی ترسیل وغیرہ کے تمام اخراجات خود ہی برداشت کرتا ہے اور ان اخراجات کو قیمت میں شامل کر کے خریدار سے وصول کر لیتا ہے۔

(2) **ایس قیمت** : اس سے مراد ایسی قیمت کے علاوہ گودام سے ریلوے اسٹیشن تک کے تمام اخراجات بھی شامل ہوتے ہیں یعنی مال کو اسٹیشن یا ڈھ تک پہنچانے کے اخراجات فروشنده ادا کرتا ہے۔ البتہ گاڑیوں یا سڑکوں پر مال لدوانے کے اخراجات خود خریدار کو برداشت کرنا ہوتے ہیں۔

(3) **ایف او آر قیمت** : اس سے مراد ایسی قیمت ہے جس میں مال کی مقامی قیمت گودام سے اسٹیشن تک مال پہنچانے کے اخراجات اور مال کو گاڑی پر لدوانے کے اخراجات شامل ہوتے ہیں۔ البتہ اس میں ریل کا کرایہ شامل نہیں ہوتا۔

(4) **سی اینڈ ایف قیمت** : اگر ایف او آر میں ریلوے کا کرایہ بھی شامل کر لیا جائے تو اس طرح جو قیمت نکلتی ہے وہ سی اینڈ ایف قیمت کہلاتی ہے۔ دوسرے لفظوں میں یہ وہ قیمت ہوتی ہے جو اصل قیمت میں مال اسٹیشن تک لے جانے کا خرچ، گاڑی یا ہائیڈرو

کا خرچہ، اور گاڑی کا کرایہ جمع کر کے حاصل ہوتی ہے۔

5 سی آئی ایف قیمت : جب سی ایفٹ ایف میں مال کے حصہ کی رقم جمع کر لی جلتے تو اس طرح جو قیمت حاصل ہوگی وہ سی آئی ایف قیمت کہلائے گی۔ اس میں سٹیشن سے مال خریدار کے گودام تک پہنچانے کے اخراجات شامل ہیں۔

6 فرینک کو قیمت : یہ ایسی قیمت ہوتی ہے جس میں تمام اخراجات شامل ہوتے ہیں جو مال کو فروش سے لے کر گودام تک خریدار کے گودام تک پہنچانے میں آتے ہیں۔ اس صورت میں مال کی وصولی تک کوئی اخراجات بھی خریدار کو اپنی طرف سے نہیں کرنے پڑتے۔ کیونکہ یہ تمام اخراجات فروشدہ کے ذمہ ہوتے ہیں اور اس نے یہ اصل قیمت میں شامل کر لیے ہوتے ہیں۔

نرخ نامہ میں مذکور قیمتوں میں سے کوئی بھی وضع کی جاسکتی ہے لیکن اس کا انحصار خریدار پر ہے کہ وہ کس قیمت پر مال خریدنا چاہتا ہے۔ یہ تمام قیمتیں اندرونی تجارت میں رائج ہیں۔

3.4۔ نامہ پیشکش

فروخت کار خریدار کو نرخ نامہ ارسال کرتے وقت، نرخ نامہ کے نیچے یا پھر نیلجہ ایک خط کے ذریعے اپنے مال کی فروخت کی جو پیش کش کرتا ہے وہ نامہ پیش کش کہلاتی ہے۔ اس میں دیگر تفصیلات کے ساتھ ساتھ اپنے بھرپور تعاون کی یقین دہانی بھی کرداتا ہے۔

اہمیت و خصوصیت : خیالات، اشیاء اور مصنوعات خواہ کتنی ہی اچھی کیوں نہ ہوں اگر اس میں صحیح طریقے سے پیش نہ کیا جائے تو پچھپچھے بھونڈے اور بے کار لگتی ہیں۔ پیش کش کے خطوط کا مقصد بھی اشیاء اور مصنوعات کو اس طریقے سے پیش کرنا ہوتا ہے کہ خریدار ان کے خریدنے کو اپنا نقطہ نظر بنا لیں۔ تحریر اس میں شگفتہ اور پرکشش ہو کر پڑھنے والے کے دل میں اشیاء و مصنوعات اترتی چلی جائیں۔ اس قسم کے خطوط میں مبالغہ اور غلط بیانی سے حتیٰ امکان گریز کرنا چاہیے۔ کیونکہ اگر کوئی خریدار خطوں کی لفاظی میں اگر مال خریدے گا تو وہ کل کو مال کے معیار ہی نہ ہونے کی صورت میں آپ کو شرمندہ بھی کر سکتا ہے یا ہمیشہ کے لیے بد ذن بھی ہو سکتا ہے۔ اس لیے ایسے خطوط بڑے چھپے تلے لفظوں میں کسی دانشمند شخص کو لکھنے چاہئیں۔

4۔ خرید کے لوازمات

4.1۔ حکم نامہ

مفہوم : جب تمام کمپنیوں کے نرخ نامے موصول ہو جاتے ہیں تو خریدار تمام نرخ ناموں کا جائزہ لیتا ہے۔ اور ایک ایسے

نرخ نامے کا انتخاب کرتا ہے جس کی پیش کردہ قیمت زیادہ معقول اور شرائط زیادہ مناسب ہوتی ہیں۔ کسی ایک فرم کے نرخ نامے قبول کر لینے کے بعد اس کو مال کی فرمائش بھیج دی جاتی ہے اور فرمائشی خط کو اصطلاح میں حکم نامہ کہتے ہیں۔

اہمیت و خصوصیت : حکم نامہ کی کیوں کہ ایک قانونی حیثیت ہوتی ہے اس لیے اس کو تمام تفصیلات درج کر دی جاتی ہیں۔ مال کی تفصیلات بھی بڑی احتیاط سے لکھی جاتی ہیں تاکہ بصورت اختلاف انہیں کسی کوتاہی کی وجہ سے نقصان بردہداشت کرنا پڑے۔ کیوں کہ قانونی طور پر بہم وہ مال اسی طریقے سے لینے کے پابند ہوں گے جس کا ذکر حکم نامہ میں کر دیا ہوگا۔

حکم نامہ صاف واضح اور کامل ہونا چاہیئے اور حوالہ نامہ ہمیشہ نقصان دہ ثابت ہوتا ہے۔ حکم نامہ میں ادائیگی کے بارے میں بھی وضاحت ہونی چاہیئے کہ کس طرح اور کن شرائط کے مطابق کی جائے گی۔ اس میں مال کی ترسیل و سپردگی کی مکمل تفصیل ہونی چاہیئے علاوہ انہیں اگر آپ مال کی قسم، نوعیت اور نزاکت کے مطابق پیکیج یا کسی اور سلسلے میں کوئی واضح ہدایت کرنا چاہیں وہ بھی کر سکتے ہیں۔

4.2۔ اطلاع نامہ

مفہوم : اس سے مراد ایسا خط ہے جو فرمائش موصول ہونے کے بعد فروشنده فرمائش کی وصولیابی کی اطلاع کے طور پر خریدار کو بھیجتا ہے۔ اطلاع نامہ جاری کرنے کے بعد وہ اس کی فرمائش کو ”آرڈر بک“ میں درج کر لیتا ہے (عام طور پر ادھار فرمائش کا ایک الگ رجسٹر ہوتا ہے چنانچہ ایسی فرمائشات کو ایک دوسرے شعبہ میں بھیج دیا جاتا ہے جو اس بات کا فیصلہ کرتا ہے کہ مال ادھار فروخت کیا جائے یا نہ، اس کے لیے وہ کاروباری حوالہ کے خطوط لکھتا ہے اور پھر ان خطوط کے جواب کی روشنی ادھار فروخت کا فیصلہ کرتا ہے۔)

مقصد و اہمیت : اطلاع نامہ جاری کرنے کے دو مقصد ہوتے ہیں۔ ایک تو یہ مقصد ہوتا ہے کہ حکم نامہ موصول ہو گیا ہے اور فروشنده اس کو مال کی ترسیل کرنے پر آمادہ ہے۔ دوسرا مقصد یہ ہوتا ہے کہ فروشنده کا شعبہ ترسیل باخبر ہے کہ فلاں مال فلاں تاریخ تک فلاں جگہ پہنچانا ضروری ہے۔ چنانچہ یہ شعبہ مال کو مفردہ اور مقررہ وقت تک پہنچانے کے انتظامات کرتا ہے۔

اب اگر فرمائش کسی نئے گاہک سے موصول ہوتی ہو تو پھر اس اطلاع نامے کے ایک ذریعہ مال کی ترسیل کی آمادگی، مشروط طور پر ظاہر کی جاتی ہے۔ اس سے خریدار مال کی وصولی کا اس وقت تک منتظر نہیں رہتا جب تک وہ مشروط پوری نہ کرے۔

4.3۔ حوالہ کے خطوط

مفہوم : جب کسی نئے گاہک کی ادھار فرمائش موصول ہوتی ہے تو عام طور پر مال کی ترسیل سے پہلے اس گاہک سے

کاروباری حوالہ مہیا کرنے کی شرط لگائی جاتی ہے۔ کاروباری حوالہ سے مراد ایسے کاروباری اداروں کے نام اور پتے ہوتے ہیں جس سے نیا گاہک لین دین کر رہا ہو یا کرتا رہا ہو۔ بعض وقت حوالے کے طور پر نئے گاہک کا نام اور پتہ بھی پوچھ لیا جاتا ہے۔ جب تمام حوالے فروشنده کے پاس پہنچ جاتے ہیں تو وہ ان اداروں کے نام خط لکھ کر یہ دریافت کرتا ہے کہ کیا وہ اس نئے گاہک سے پرہیز طرح واقف ہیں یا نہیں، لین دین کے معاملات میں اس پر اعتماد کیا جاسکتا ہے کہ نہیں، کیا وہ واجب الاداء رقوم کو ادا کرنے کی پابندی قبول کرتا ہے یا نہیں وغیرہ جب ان کی طرف سے تسلی بخش جواب آ جاتا ہے تو پھر یہ فروشنده اس گاہک کی فرمائش کی تکمیل کرتا ہے۔ لیکن اگر کسی نے نقد مال خریدنا ہو تو پھر اس قسم کی انجمنوں میں پڑنے کی ضرورت نہیں ہوتی۔ جب کاروبار کا متعلقہ شعبہ اس امر کی منظوری دے دے کہ فلاں گاہک کو ادھار مال فروخت کیا جاسکتا ہے تو بھیجے جانے والے مال کی تفصیل گودام یا سٹور کے نگران کے پاس بھیج دی جاتی ہے۔ جو فرمائش کی تفصیل کے مطابق مال کی پیکنگ کرتا ہے اور مال کا بیچک (الٹو) بھی تیار کرتا ہے۔ مقصد و اہمیت : یہ ٹھیک ہے کہ آج کل کاروبار کی وسعت ادھار لین دین پر ہی ہے۔ مگر اس صورت حال میں یہ اس بات کا خیال رکھنا بھی ضروری ہے کہ ادھار مال صرف ان کو دیا جائے جن سے رقوم مل جانے کی توقع ہو۔ ورنہ ادھار کے ڈوب جانے کی صورت میں اچھے خاصے کاروبار کو سخت قسم کے نقصانات کا سامنا ہو سکتا ہے۔ اس لیے ہر کاروباری ادارے کے لیے ضروری ہے کہ وہ ہرنئے گاہک کے پاس ادھار مال فروخت کرنے سے پہلے اس کی مالی پوزیشن بھی جانے اور اس کا انداز لین دین بھی حوالہ کے خطوط لکھنے کا مقصد بھی یہی ہوتا ہے کہ وہ ایسے لوگوں سے اخلاقی ضمانت وصول کر لیں جن کے نئے گاہک بننے نام پتے دیئے ہوں۔

بعض اوقات نئے گاہک کے بارے میں فراہم شدہ معلومات پر ہی اکتفا کر لیا جاتا ہے اور بعض اوقات واضح ضمانت بھی حاصل کی جاتی ہے۔ اس لحاظ سے یہ خط بہت اہم سمجھا جاتا ہے۔ کسی کے بارے میں معلومات فراہم کرنے والا بھی بہت احتیاط سے کام لیتا ہے۔ کیونکہ وہ اگر تحریری ضمانت عیناً نہ بھی کرے تو بھی وہ انہیں فراہم کردہ معلومات کی بناء پر کاروباری اور اخلاقی طور پر اس شخص کا ضامن بن جاتا ہے جس شخص کے بارے میں وہ یہ لکھتا ہے کہ فلاں شخص کی مالی پوزیشن بھی ٹھیک ہے۔ اور وہ کاروباری لین کا بھی صحیح ہے۔

راز داری : سب خطوں سے مختلف اس خط کا خاصہ یہ ہے کہ اس طرز کی خط و کتابت کو انتہائی راز داری میں رکھا جاتا ہے۔ کیونکہ ان خطوط پر نام صرف شخصی وقار کا انحصار ہوتا ہے بلکہ کاروباری وقار کا انحصار بھی ہوتا ہے۔ حوالہ کے خطوط لکھتے وقت بعض اوقات لکھ دیا جاتا ہے کہ اس سلسلے میں حاصل کردہ تمام معلومات کو صیغہ راز میں رکھا جائے گا۔ اگر یہ بات واضح طور پر نہ بھی لکھی جائے تو بھی یہ کاروباری ضابطہ کے بہت ضروری ہے کہ کسی کی مالی حالت یا کاروباری حالت کو کسی دوسرے پر منکشف نہ کیا جائے۔ لہذا اچھے کاروباری اس بات کا خاص خیال رکھتے ہیں کہ کسی کی مالی یا کاروباری کردہ کسی پر نظر نہ پڑے۔

4.4۔ ادھار کی منظوری

مفہوم : جب فرد شدہ کو نئے گاہک کی طرف سے حوالہ کے خطوط لکھنے کے لیے نام اور پتے موصول ہو جاتے ہیں اور وہ ان پتوں پر مطلوبہ معلومات حاصل کرنے کے لیے خطوط لکھتا ہے اور ان خطوط کے جواب میں شخص موصول ہو جاتے ہیں تو پھر وہ خریدار کو ایک معقول گاہک تصور کرتے ہوئے اس ادھار لین دین کرنے پر آمادہ ہو جاتا ہے۔ چنانچہ وہ اس آمادگی کا اظہار ادھار کی منظوری کی صورت میں کرتا ہے۔

شرائط : اگر فرد شدہ ادھار مال بیچنے سے پہلے مزید کوئی شرائط کو نہ تو وہ اس موقع پر کر لیتا ہے۔ مثلاً مال بیچنے کے اخراجات یا کمیشن وغیرہ کی فی صد وغیرہ۔ علاوہ ازیں کیونکہ ادھار مال لین دین کا یہ پہلا موقع ہوتا ہے اس لیے وہ اپنے اصول اور ضابطوں سے بھی نئے گاہک کو آگاہ کر دیتا ہے۔ وہ مال کی ترمیم اور رقم کی وصولی کے بارے میں بھی وضاحت کر دیتا ہے تاکہ بعد میں کسی قسم کا اختلاف پیدا نہ ہو۔

5۔ معاہدہ فروخت

مفہوم : بعض اوقات جب ہم کسی شخص یا کمپنی سے مال خریدتے ہیں تو ہم اس سے ایک معاہدہ کرتے ہیں جسے ”معاہدہ فروخت“ کہتے ہیں۔ سربمبارقی معاہدہ میں دو فریق ہوتے ہیں۔ ایک فروخت کار اور دوسرا خریدار۔ یہ معاہدہ ان شرائط کے مطابق کیا جاتا ہے جو فریقین کو قبول ہوں۔ یہ ضروری نہیں، کہ یہ معاہدہ تحریری ہو بلکہ یہ زبانی بھی ہو سکتا ہے۔ لیکن معاہدہ ہمیشہ تحریری کرنا چاہیے تاکہ بعد ازاں جھگڑے وغیرہ کی صورت میں معاہدہ طے ہو سکے، معاہدہ فروخت کی کئی شرائط ہوتی ہیں جو کہ مندرجہ ذیل ہیں۔

5.1۔ مال کی کیفیت

جب ایک فرم مال تیار کرتی ہے تو وہ کبھی ایک ڈیزائن میں ہوتا ہے۔ اور مختلف کوالٹی کا ہوتا ہے۔ اس لیے جب ہم مال خریدنا چاہتے ہیں تو ہم کارخانہ دار کو یہ کہیں گے کہ ہمیں فلاں ڈیزائن اور کوالٹی کا مال درکار ہے اب کارخانہ دار ہوں جو مال بھیجے گا وہ ہمارے بتائے ہوئے ڈیزائن اور کوالٹی کے مطابق ہونا چاہیے۔ اگر وہ ہماری اس شرط کے مطابق مال نہ بھیجے تو ہم یہ مال واپس کرنے کے مجاز ہوں گے

خریدار مال کی خرید سے پہلے مطلوبہ نمونہ دیکھتا ہے۔ اگر وہ اسے پسند آجائے تو اس کے مطابق آرڈر دے دیتا ہے جس چیز کا وزن کیا جاسکتا ہو اس کی تصویری مقدار جو گاہک کو دکھائی جاتی ہے اسے نمونہ کہتے ہیں اور جس چیز کی پیمائش کی جاتی ہے اس کا جھوٹا

سائیکل اور گاڑی کو پسند کے لیے بھیجا جاتا ہے اس کو پٹرین کہتے ہیں۔ اسی طرح کچھ چیزیں برانڈ سے پہچانی جاتی ہیں۔ مثلاً طوطا مارکہ مہندی دھوبی مارکہ صابن وغیرہ

5.2۔ مال کی قیمت

جب ہم کارخانہ دار کا مال پسند کر لیتے ہیں تو ہم اسے کہتے ہیں کہ میں فلاں مال اتنی مقدار میں بھیج دیا جائے۔ اس طرح جب وہ ہمیں مال بھیجے گا تو اگر وہ مال ہمارے آرڈر کے مطابق ہوگا تو ہم اسے قبول کر لیں گے اگر وہ ہمارے دیئے ہوئے آرڈر کے مطابق نہ ہوگا ہم اس مال کو واپس کارخانہ دار کو بھیج دیں گے۔ لیکن اگر ہم رکھنا چاہیں تو رکھ بھی سکتے ہیں۔

5.3۔ مال کی منتقلی

ہم کارخانہ دار کو اس بات سے بھی آگاہ کر دیں گے کہ میں فلاں کس ذریعے سے پہنچنا چاہتی ہوں اب کارخانہ دار اس بات کا پابند ہے کہ وہ ہمارے بتائے ہوئے طریقے سے مال بھیجے۔ لیکن اگر کارخانہ دار اس شرط کے مطابق مال نہیں بھیجتا، تو پھر کسی بھی سفر یا نقصان کا ذمہ وہ خود ہے۔

5.4۔ قیمت کی ادائیگی

معاہدہ فروخت میں یہ بات طے ہوتی ہے کہ مال کی ادائیگی کتنی مدت کے بعد ہو جانی چاہیے۔ یہاں یہ بات بھی طے ہوتی ہے کہ رقم کے ذریعے سے بھیجی جائے۔ مثلاً بینک کے ذریعے، یا منی آرڈر کے ذریعے۔ اگر رقم کے ذریعے بھیجنے کا پایا ہو تو پھر اس میں یہ بھی وضاحت ہوتی ہے کہ چیک کے ذریعے یا ڈرافٹ کے ذریعے۔ اب خریدار اس بات کا پابند ہے کہ وہ طے شدہ طریقے کے مطابق فروخت کار یعنی فروشنہ کو رقم ارسال کرے۔

کاروبار میں کیونکہ زیادہ رقوم کالین دینا ہوتا ہے اس لیے ادائیگی بذریعہ چیک یا ڈرافٹ ہی کی جانی چاہیے۔ منی آرڈر کی صورت میں رقوم کی ترسیل پر خرچہ بہت زیادہ ہوتا ہے۔

5.5۔ بیمہ اور پیکنگ

اگر ہم چاہتے ہیں کہ مال کا ترسیل سے پہلے بیمہ کوہایا جائے تو ہم اس بات کو بھی پہلے ہی طے کر لیں گے اور فروخت کار کو واضح طور پر ہدایت دیں گے کہ مال کا ترسیل سے پہلے بیمہ ضرور کروائے۔ اسی طرح اگر ہم مال کی پیکنگ کے سلسلے میں کوئی خاص احتیاط چاہتے ہیں تو ہمیں اس معاملے کو بھی پہلے ہی طے کرنا ہوگا۔ اب اگر کارخانہ دار یا فروخت کار ہمارے بتائے ہوئے طریقے سے پیکنگ

نہیں کروانا یا ہمارے کہنے کے باوجود مال کا بیہ متنبیں کروانا تو اس صورت میں راستے میں مال خراب ہو جانے کی صورت میں کارخانہ دار یا فروخت کار ذمہ دار ہو گا لیکن اگر بیہ کروا دیا ہو گا تو پھر نقصان کی صورت میں بیہ کی اس نقصان کی ذمہ دار ہو گی۔

5.6۔ متفرق شرائط

مذکورہ شرائط کے علاوہ اگر فروخت کار یا خریدار کوئی اور شرائط طے کرنا چاہیں، تو وہ کر سکتے ہیں مگر شرائط غیر قانونی اور کاروباری ضابطوں کے منافی نہیں ہونی چاہئیں۔

5.7۔ فریالش نامہ کی تعمیل

جب ادھار مال بیھنے کی منظوری ہو جاتی ہے اور معاہدہ فروخت بھی طے پا جاتا ہے تو پھر فروشدہ مال بھجوانے کے انتظامات کرتا ہے۔ اگر فروشدہ نے یہ آرڈر پہلے، آرڈر تک میں درج نہ کیا ہو تو پھر وہ اب اس آرڈر کو درج کر کے مال اکٹھا کرنے کی غرض سے سنڈر یا گودام کے نگراں کے پاس بھیج دیتا ہے اب یہ لوگ مال کو اکٹھا کر کے پیکیج ڈیپارٹمنٹ میں بھجوا دیتے ہیں جہاں اس پر ایک خاص نشان لگایا جاتا ہے اور پھر اسے مشینریس کو بھیج دیا جاتا ہے تاکہ یہ مال خریدار کو روانہ کیا جاسکے۔

6۔ مال کی ترسیل

جب مال فرمائش کے مطابق پیک ہو جائے۔ اس کا بیچک اور دیگر کاغذات تیار ہو جائیں، تو مال ہدایات کے مطابق یا کسی مزدور ذریعے سے خریدار کو ارسال کر دیا جاتا ہے۔ بار برداری کے کسی بھی ذریعے کو استعمال کرنے سے پہلے چند ایک ضروری باتوں کا خیال رکھنا ضروری ہے۔

6.1۔ اشیاء کی نوعیت

اگر اشیاء جلد گسٹ جانے والی ہوں تو ان کو کسی تیز رفتار ذریعہ سے بھیجنا چاہئے۔ اگر اشیاء وزنی ہوں، تو پھر مال گاڑی کے ذریعے ارسال کرنی چاہئے، اگر اشیاء جسامت میں کم اور قیمت میں زیادہ ہوں تو پھر ہوائی سہانہ کے ذریعے بھی بھیج سکتی ہیں۔ لیکن اگر اشیاء جسامت اور قیمت دونوں میں کم ہوں تو پھر مسافر گاڑی میں بھیجنا فائدہ مند رہتا ہے۔ اسی طرح تھوڑے فاصلے پر اشیاء کو بھیجنے کے لیے ٹرک اور ویگن وغیرہ زیادہ سود مند ہے۔ ذریعہ حمل و نقل منتخب کرتے وقت اصل تو خریدار کی ہدایات کا خیال رکھنا چاہئے لیکن اگر خریدار کی اس سلسلے میں کوئی واضح ہدایات نہ ہوں تو پھر فروشدہ کو اپنی سوجھ بوجھ کے بہتر ذریعہ اختیار

کرنا چاہیے۔

6.2۔ وقت

مال کی ترسیل کے لیے وقت کا خیال رکھنا بھی بہت ضروری ہے۔ اگر مال کہیں جلد پہنچانا ہو تو پھر نقل و حمل کا ایسا ذریعہ کیا جانا چاہیے جو تیز رفتراور محفوظ ہو۔ مثلاً اگر مال نوعیت اور ضرورت کے اعتبار سے اہم ہے تو اس کو مال گاڑی کی بجائے مسافر گاڑی یا مسافر گاڑی کی بجائے کسی تیز رفتراور گاڑی سے بھیجا جاسکتا ہے۔ اگر وہ جسامت میں کم اور قیمت میں زیادہ ہے تو اس کو جلد از جلد پہنچانے کے لیے ہوائی جہاز بہترین ذریعہ نقل و حمل ہے۔

6.3۔ اخراجات

کوئی ذریعہ نقل و حمل اختیار کرتے وقت کرایہ وغیرہ کا بھی خیال رکھنا چاہیے۔ اس مقابلہ کی دنیا میں اگر کسی چیز کی لاگت بڑھ جائے تو پھر مال کی مارکیٹ میں فروخت کرنے میں دشواری آتی ہے۔ اس طرح کاروبار کو نقصان پہنچتا ہے۔

6.4۔ مروجہ ذرائع نقل و حمل

ہمارے ملک میں اشیاء کی ترسیل کے لیے عام طور سے مندرجہ ذیل ذرائع میں سے کوئی ایک ذریعہ اختیار کیا جاتا ہے۔ (الف) بذریعہ ڈاک: اگر اشیاء بہت ہلکی ہلکی اور اینٹیں کہیں دور دراز بھی بھجوانا مقصود نہ ہوں تو انہیں عام طور سے پارسل اور رجسٹرڈ کی صورت میں بذریعہ ڈاک خارجہ ارسال کیا ہے۔ لیکن یہ کاروباری نقطہ نظر سے موزوں نہیں کیونکہ اس ذریعے سے ایک تو زیادہ اور وزن کی چیزیں ارسال نہیں کی جاسکتیں اور دوسرے زیادہ مقدار میں بھی اشیاء کو ارسال نہیں کی جاسکتا ہے۔ البتہ نمونے کی صورت میں کسی ایک جگہ سے دوسری جگہ معمولی وزن کی اشیاء کو اسی ذریعے سے ارسال کیا جاتا ہے۔ جو اس مقصد کے لیے موزوں بھی ہے محفوظ بھی اور سستا بھی۔

(ب) بذریعہ شامراہ: اگر مال شہر میں پہنچانا مقصود ہو تو پھر مال دستی اور ریل گاڑیوں کے ذریعے پہنچا دیا جاتا ہے۔ ریڑھوں اور وگنوں کے ذریعے مال بھیجتے وقت ایک رقعہ دیا جاتا ہے جس کو ”رقعہ ترسیل“ کہتے ہیں۔ اس میں مال کی قیمت، مال کی مقدار، اور دیگر تفصیلات درج ہوتی ہیں۔ جب مال خریدار کے پاس پہنچ جاتا ہے تو مال پہنچانے والا رقعہ ترسیل کی نقل پر خریدار کے دستخط لے لیتا ہے۔

جب مال دوسرے شہر میں پہنچانا مقصود ہو تو پھر مال ٹرکوں کے ذریعے پہنچایا جاتا ہے۔ تجارتی نقطہ نظر سے مال ٹرکوں کے ذریعے بھیجنا بڑا فائدہ مند ہے۔ اس ذریعہ ترسیل میں سب سے بڑا فائدہ یہ ہے کہ اگر خریدار کا مال کئی جگہ پڑا ہو تو

ٹرک والے خود ہی اکٹھا کر کے خریدار پہنچا دیتے ہیں۔ اس طرح خریدار مال کو مختلف مقامات سے ایک ہی جگہ اکٹھا کرنے کی تکلیف سے بچ جاتے ہیں۔ یہ طریقہ ترسیل ان اشیاء کی منتقلی میں مناسبت موزوں ہے جو جلد خراب ہونے والی ہوتی ہیں (ج) ریل گاڑیوں کے ذریعے: اگر مال کو دور دراز کے علاقوں میں بھیجا جاتا ہے جو بھاری بھی ہو اور مال کی مقدار بھی بہت زیادہ ہو تو ترسیل کا بہترین ذریعہ ریل گاڑی ہے۔ ریلوے میں عام طور سے وہ مال بھیجا جاتا ہے جو بھاری بھی ہو اور دیر پا بھی، یہاں مال کی ترسیل مال گاڑی سے بھی ہو سکتی ہے اور مسافر گاڑی کے ذریعے سے بھی۔ مسافر گاڑی کے ذریعے مال بہت جلد پہنچ جاتا ہے۔ مگر اس میں اخراجات زیادہ آتے ہیں۔ اس لیے اگر مال زیادہ مقدار میں ہو تو پھر مال گاڑی کے ذریعے ہی بھیجا جاتا ہے۔

ریل گاڑی پر مال بھیجنے کے دو طریقے ہیں۔ ایک آر۔ او۔ دوسرا او۔ آر کہلاتا ہے۔ اگر مال آر۔ آر کے ذریعہ سے بھیجا جائے تو مال کی حفاظت کی ذمہ داری ریلوے پر ہوتی ہے اس صورت میں اگر دوران سفر مال کو نقصان پہنچ جائے تو ریلوے اس کی تلافی کرتی ہے۔ اس کے برعکس اگر مال او۔ آر کے طریقے سے بھیجا جائے اور مال کو دوران سفر نقصان پہنچ جائے تو ریلوے اس نقصان کی ذمہ داری نہیں ہوتی۔ نقصان کی صورت میں سادہ نقصان مالک کو ہی برداشت کرنا ہوتا ہے۔

6.5۔ ریل کے ذریعے مال بھیجنے کا طریقہ

(الف) بلٹی فارم: ریل کے ذریعے مال بھیجنے والے کو سب سے پہلے ایک فارم بھرننا پڑتا ہے جسے بلٹی فارم کے نام سے جانا جاتا ہے۔ یہ ایک ایسا مطبوعہ فارم ہوتا ہے جو مال، ریلوے کے حوالے کرتے وقت پرکھنا ہوتا ہے جس میں مال بھیجنے والے کا نام اور پتہ مال وصول کرنے والے کا نام اور پتہ، مال کا وزن یا مقدار، مال کے پہنچنے کا پتہ، کرایہ مال کس نے دینا ہے (ارمال کفندہ نئے یا وصول کفندہ نئے) اور اسی طرح مال کے بارے میں دیگر ضروری تفصیلات کا اندراج کیا جاتا ہے۔

اس مال کو بک کرتے ہی ریلوے کلرک ایک رسید جاری کر دیتا ہے جو اس بات کا ثبوت ہوتی ہے کہ مال ریلوے کی حفاظت میں پہنچ چکا ہے۔ اب اس مال کے بھرانے والا اس ریلوے کی رسید یعنی آر۔ آر۔ کو ایک الگ لفافہ میں رجمٹری کر دے اور خریدار کو بھیج دیتا ہے۔ خریدار اس رسید کی مدد سے اپنے شہر کے ریلوے اسٹیشن سے مال وصول کر لیتا ہے۔

(ب) ضمانت نامہ تلافی: اگر کسی وجہ سے ریلوے کی رسید آر۔ آر خریدار کے پاس نہ پہنچ سکے یا لگم ہو جائے تو خریدار ریلوے کے متعلقہ اصحاب کو ملے گا، جو ایک خاص قسم کے ضمانت نامہ پر اس کے دستخط لے کر مال اس کے حوالے کر دیں گے۔ اس ضمانت نامہ کو ”ضمانت نامہ تلافی“ کہتے ہیں۔ مگر یہاں شرط یہ ہے کہ خریدار کے پاس رقم ترسیل ضرور پہنچ چکا ہو۔

6.6۔ بیچک اور اس کا نمونہ

مال کی ترسیل کے پہلے میں ایک اہم دستاویز بیچک کا ذکر کر دینا بھی بے جا نہ ہوگا، کیونکہ جب مال خریدار کو ارسال

کیا جاتا ہے تو اس کو آر۔ آر۔ کے ساتھ یا الگ مال کی واجب الادا قیمت اور دیگر تفصیلات سے بھی آگاہ کیا جاتا ہے جن کا مال کے ساتھ گھر تعلق ہوتا ہے۔ یہ تفصیلات بیچک کے ذریعے ہی ارسال کی جاتی ہیں۔

بیچک سے مراد ایک ایسا فارم ہے جو فروشدہ تیار کرتا ہے اس میں وہ اصل واجب الادا رقم، مال کی مقدار اور وہ جملہ اخراجات درج کیے جاتے ہیں۔ جو فروشدہ نے خریدار سے وصول کرنا ہوتے ہیں۔ یہ عام طور پر ایک مطبوعہ فارم ہوتا ہے جس پر مندرجہ ذیل باتوں کا اندراج ہوتا ہے۔

1. فرمائش کا حوالہ نمبر اور تاریخ۔
2. فروشدہ و خریدار کے نام اور پتے۔
3. ارسال کردہ مال کی مقدار اور تفصیل۔
4. نرخ اور ٹوٹل قیمت۔
5. دیگر اخراجات (مثلاً پیکنگ وغیرہ)۔
6. شرائط ادائیگی رقم۔
7. خاص تخفیف کا ذکر۔

اس بیچک کے نیچے فروشدہ اپنے دستخط کرنا ہے اور آخر میں سمجھوتہ چوک یعنی دینی کے الفاظ بھی۔ اگر پہلے سے یہ الفاظ چھپے ہوئے ہوں تو ترمیم دیتا ہے۔ جس کا مطلب یہ ہوتا ہے کہ اگر بیچک کی تیار میں کوئی غلطی ہو گئی تو اس کی تصحیح کے لیے فریقین ہمیشہ رضا مند ہوں گے۔

نمونہ بیچک

| نمبر شمار | مقدار | تفصیلات | شرح | رقم |
|-----------|-------|---------------------------------------|-----|------|
| 1 | 10 | بک کیپنگ اینڈ اکاؤنٹینسی از میاں مظفر | 25 | 250 |
| 2 | 20 | اصول تجارت از میاں مظفر | 15 | 150 |
| 3 | 10 | دفتری دستور العمل از میاں مظفر | 10 | 100 |
| 4 | 10 | بنیادی معاشیات از میاں مظفر | 20 | 200 |
| 5 | 10 | جدید بینکاری از میاں مظفر | 15 | 150 |
| 6 | 10 | نظامت کاروبار از میاں مظفر | 20 | 200 |
| 7 | 10 | "کی" ٹوبک کیپنگ از میاں مظفر | 15 | 150 |
| | | مصدات پیکنگ | | 1200 |
| | | مصدات بار برداری | | 50 |
| | | کاروباری پنڈ 10% | | 50 |
| | | (مطبوعہ قیمت) | | 1300 |
| | | | | 120 |

1180

دستخط بیچک

بروقت نقد ادائیگی کی صورت میں 5% مزید بشہ دیا جائے گا۔

(الف) رسمی بیچک : جب کوئی خریدار مال خریدنا چاہتا ہے اور اسے یہ معلوم نہ ہو کہ مال منگوانے میں کل کتنا خرچہ آئے گا تو وہ اس کے لیے فروشنده کو ایک خط لکھتا ہے جس میں ان معلومات کا استفسار کوٹا ہے۔ اس کے جواب میں فروشنده جو بیچک جاری کرتا ہے اسے ”رسمی بیچک“ کہتے ہیں۔

یہ بیچک اصلی بیچک کی طرح ہی تیار کیا جاتا ہے۔ اس کے ذریعے خریدار کو مال کے بارے میں تمام تفصیلات کا پتہ لگ جاتا ہے اور مال کے خریدنے میں آسانی رہتی ہے۔ بعض اوقات رسمی بیچک مندرجہ ذیل صورتوں میں بھی تیار کیا جاتا ہے۔

(1) جب خریدار کی مالی حالت نامعلوم ہو تو اس کی فرمائش موصول ہونے کے بعد اس کو رسمی بیچک کے ذریعے مطلوبہ مال کی قیمت سے آگاہ کیا جاتا ہے۔ تاکہ وہ مال خریدنے سے پہلے واجب الادا رقم سے آگاہ ہو جائے۔

(2) کسٹم حکام کی اطلاع کے لیے بھی رسمی بیچک تیار کیا جاتا ہے۔ فروشنده جب مال باہر کے ملک کو ارسال کرتا ہے تو وہ رسمی چیک کے ذریعے پیش از وقت بھی کسٹم حکام کو آگاہ کر دیتا ہے کہ جو مال باہر جا رہا ہے وہ کس قسم کا ہے اور کس قیمت کا ہے۔

بیچک کے سلسلہ میں یہاں ایک اور نقطہ وضاحت طلب ہے کہ بیچک میں درج شدہ الفاظ ”موصول چوک یعنی دینی“ کا عملی اطلاق کیسے ہوتا ہے۔ ان الفاظ کا عملی اطلاق مندرجہ ذیل دو دستاویزات کی مدد سے ہوتا ہے :

1۔ رقم دین

2۔ رقم لین

(ب) رقم دین : فروشنده کو بیچک پیش دینے کے بعد اگر پتہ چلے کہ بیچک میں واجب الوصول رقم کم لکھی گئی ہے تو وہ اس کا تصحیح کے لیے ایک رقم جاری کرتا ہے جس کو ”رقم دین“ کہتے ہیں۔ مثلاً اگر واجب الوصول رقم 1180 کی بجائے 1100 لکھی گئی ہو تو اس طرح 80 روپے کم لکھے گئے ہیں۔ جس کا خریدار دین دار ہے۔ لہذا اس امر کی اطلاع وہ خریدار کو ”رقم دین“ کے ذریعے کرتا ہے۔

مورخ

نمونہ

رقم دین بحق علمی کتاب خانہ

میسرز فرحان اینڈ کمپنی

اردو بازار، لاہور۔

سول لائن گوجرانوالہ

80/-

بیچک نمبر 2000 پر عمومی رقم -/80 روپے کم لکھی گئی ہے۔

دستخط میجر برائے علمی کتب خانہ لاہور

(ج) رقم لین : کبھی ایسا بھی ہوتا ہے کہ فروشنده جب بیچک کرتا ہے تو وہ غلطی سے مجموعی زائد لکھ دیتا ہے۔ اس زائد رقم میں تخفیف کے لیے جو دستاویز جاری کی جاتی ہے اس کو ”رقم لین“ کہتے ہیں۔ یعنی خریدار اس زائد رقم کا لین دار ہے۔

بعض اوقات خریدار کسی نقص کی وجہ سے مال فروشدہ کو واپس کر دیتا ہے۔ مال واپس موصول ہونے پر فروشدہ کو رقعہ دینا جاری کر دیتا ہے جو اس بات کا اقرار ہوتا ہے کہ خریدار واقعی خراب مال کی رقم کا لین دار ہے۔ یہ ہمیشہ سرخ سیاہی سے تیار کیا جاتا ہے۔ اس کے کالم بھی رقعہ دین کی طرح ہوتے ہیں۔ البتہ عبارت میں فرق ہوتا ہے۔

(د) گوشوارہ حسابات : جب مال کی ترسیل مکمل ہو جاتی ہے تو قیمت کی وصولی کا مرحلہ آتا ہے عام رواج کے مطابق ہر ماہ کے اختتام پر فروشدہ ایک گوشوارہ داخل کرتا ہے۔ جس میں مستحق خریداروں کے حسابات کی تفصیل ہوتی ہے۔ اس کو گوشوارہ "حسابات" کہتے ہیں۔

یہ عام طور پر ہر ماہ کے آغاز میں خریداروں کے نام جاری کر دیا جاتا ہے۔ جس کے مطابق خریدار رقم کی ادائیگی کے استقامت کرتے ہیں۔

7۔ اشیاء کی سپردگی

اشیاء کی سپردگی سے مراد اشیاء کو خریدار کے حوالے کرنا ہے۔ اگر اشیاء کو ایک ہی شہر میں ایک مقام سے دوسرے مقام تک پہنچانا ہو تو سپردگی اس کی رقعہ ترسیل سے ہی ہو جاتی ہے جو ریڑھے یا دو گین والے کو فروشدہ دیتا ہے۔ ریڑھے یا دو گین والا، فروشدہ کے اس رقعہ ترسیل پر مال کی وصولی کے دستخط کو الیقا ہے۔ لیکن اگر اشیاء کی سپردگی دوسرے شہر میں کرنا ہو تو پھر مال کو ٹرک یا ریل پر بک کر روانے کے بعد اس کی رسید خریدار کو بھجوا دی جاتی ہے اور خریدار اس رسید کے ذریعے ٹرک یا ریلوے کے متعلق محکمہ سے اشیاء وصول کر لیتا ہے۔ اس کام کو حرفت عام میں "بلٹی چھڑانا" کہتے ہیں۔ یہاں یہ نقطہ بھی سمجھنا ضروری ہے۔ جب بلٹی خریدار کو ارسال کر دی جاتی ہے تو اصولاً مال خریدار کے سپرد کر دیا جاتا ہے مگر عملاً یہ اس وقت ہی ہوتا ہے جب خریدار بلٹی کے ذریعے تحقیق طور پر مال وصول کر لیتا ہے۔ مال بک کر روانے کے بعد ذمہ داری ٹرانسپورٹ ایجنسی پر آ جاتی ہے۔ مال کا کرایہ بعض اوقات فروشدہ ٹرانسپورٹ ایجنسی ادا نہیں کرتا اور بات کا رسید پر ذکر ہوتا ہے۔ لہذا اس صورت میں "بلٹی چھڑانا" اور خریدار کو مال کا کرایہ بھی ادا کرنا پڑتا ہے۔ ڈاک خانہ میں یہ طریقہ دی پٹی۔ پٹی کی صورت میں فراہم ہے۔

مال وصول کرنے کے بعد اب مال کی حفاظت اور مال کو اپنے گودام یا سٹور تک پہنچانے کی ذمہ داری خریدار کی ہو جاتی ہے۔ ماسوائے اس صورت میں کہ فروشدہ نے مال کو خریدار تک پہنچانے کی خود ذمہ داری قبول کی ہو۔ اگر فروشدہ نے مال خریدار کے سٹور یا گودام تک خود پہنچانا ہو تو وہ اس صورت میں اٹھنے والے تمام اخراجات بیکپ (انوائس) میں جمع کر لیتا ہے جو خریدار کو مال کی اصل قیمت کے ساتھ فروشدہ کو واپس ادا ہونے پر

7.1- ہرجانہ

بعض اوقات مال ریلوے یا پوسٹ آفس سے وصول ہونے میں تاخیر ہو جاتی ہے۔ تو اس صورت میں ریل والے یا ڈاکٹر بعض اوقات کٹنگ سے ہرجانہ وصول کرتے ہیں اس ہرجانہ کو کاروباری اصطلاحات میں ڈیلوریج کہتے ہیں۔

7.2- گھاٹ کا کرایہ

اگر مال کسی دریا وغیرہ کے ذریعے کسی دوسرے مقام پر بھیجا یا لیا ہو تو پھر دریائی راستے پر گزرنے کی بنیاد پر جو کرایہ ادا کیا جاتا ہے اس کو ہارٹ ایج یا گھاٹ کا کرایہ کہتے ہیں۔

7.3- شکایت نامہ

مفہوم : انسان خطا کا مبتلا ہے۔ تمام تر اعتیاد کے باوجود کسی وقت انسان سے بھول چوک ہو ہی جاتی ہے، اور جب کسی سے بھول چوک ہو جائے تو شکایت مقررہ نمونہ ہے۔ بھول چوک کے علاوہ دوران کاروبار کچھ ایسے حالات بھی پیش آ جاتے ہیں جن پر انسان کمزور نہیں کر سکتا مثلاً موسم کی خرابی، مزدوروں کی بد مزاجی، ناگہانی حادثات یا ریل اور ڈاک خلعے والوں کی بے نیازی کی وجہ سے اگر کسی کو مال وقت پر نہ پہنچے تو شکایت جمع ہوتی ہیں۔

اسی طرح کسی خاص چیز کے سیزن میں حکم ناموں کی بھرمار اور مال کی کمی کی وجہ سے بھی غلطیوں کا ہو جانا بعید از قیاس نہیں۔ ایسے حالات میں ہر کاروباری آدمی جانتا ہے کہ شکایات ضرور آئیں گی، اور اگر وہ ایک اچھا کاروباری آدمی ہے تو وہ ایسی شکایات کا خندہ پیشانی سے ازالہ کرنے کے لیے تیار رہے گا۔

ایک اہم مگر ناخوشگوار فرض : عام خطوط کی نسبت شکایتی خط لکھنا زیادہ مشکل ہے۔ کیوں کہ ایسا خط کھتے وقت دو باتوں کو ذہن میں رکھنا ضروری ہوتا ہے : ایک تو یہ کہ شکایت کا مؤثر طریقہ سے ازالہ بھی ہو جائے اور دوسرا یہ کہ جس نے شکایت کی ہو اس سے تعلقات بھی استوار رہیں۔

شکایت کرنا ایک ایسا فرض ہے جسے انتہائی ناخوشگوار بھی کیا جاسکتا ہے اور انتہائی ضروری بھی۔ اگر یہ محسوس کر لیا جائے کہ جس کو شکایت کی جائے گی تو وہ آئندہ تعلقات استوار رکھنے کے لیے اس کا ازالہ کر دے گا تو یہ انتہائی اہم بات ہوگی۔ اس لیے کہ جس نے شکایت کی کہ شکایتی خط لکھنے میں زیادہ سوچ بچار کی ضرورت ہے تاکہ مقصد بھی پورا ہو جائے اور اگر آدمی بھی برا نہ منائے۔

7.4۔ شکایت نامہ کی خصوصیات

(1) جائز شکایات : ایک شکایتی خط کے لیے ضروری ہے کہ شکایت جائز ہو۔ ناجائز شکایت کی بناء پر شکایتی خط تحریر نہیں کرنا چاہیے۔ شکایت کے لیے نہایت مناسب قسم کے الفاظ استعمال کرنے چاہئیں، الفاظ سے خلوص نکلتا ہو اور ان الفاظ کا شمار ایسے سے گریز کرنا چاہیے جس سے فرم کی بے عزتی یا تعزیک کا پہلو نکلتا ہو۔ نیز ایسی باتیں نہیں لکھنی چاہئیں جن سے ظاہر ہو کہ فروشنده نے جان بوجھ کر غلط مال بھیجا ہے۔

(2) فرم کی شہرت : ہر چھوٹی بڑی فرم کا ایک مقام ہوتا ہے۔ اس کی کاروباری سماں اور اعتبار ہوتا ہے۔ ایک اچھے شکایتی خط میں یہ خصوصیت ہونی چاہیے کہ اس خط سے اس فرم کی شہرت، کاروباری سماں یا اعتبار کو نقصان نہ پہنچے۔

(3) اصل شکایت کی نشاندہی : ایک اچھے شکایتی خط میں اصل شکایت وضاحت سے تحریر کرنی چاہیے۔ ایسے الفاظ لکھنے سے گریز کرنا چاہیے جن سے خط پڑھنے والے کو اصل شکایت کو سمجھنے میں کوئی مشکل پیش آئے۔ مثال کے طور پر اگر مال بکلی قسم کی کوالٹی کا بھیجا گیا ہو تو یہ وضاحت سے تحریر کر دینا چاہیے کہ آپ نے فلاں فلاں مال غلطی سے بکلی کوالٹی کا بھیج دیا ہے یا غلط قسم کی پکیٹ سے مال راستے میں لوٹ گیا ہے وغیرہ وغیرہ۔

(4) خوش اخلاقی : شکایت خواہ کتنی ہی سخت قسم کی کیوں نہ ہو۔ خوش اخلاقی اور اعتدال پسندی کا مظاہرہ ہر حال ایسی صفات ہیں جن کی افادیت کو کسی طور پر بھی نظر انداز نہیں کیا جاسکتا۔ یہ ایسی صفات ہیں جن سے دوسروں کا دل جیتا جاسکتا ہے اس لیے ایک اچھے کاروباری خط شکایتی خط کو اس خصوصیت کا خاص ہونا چاہیے۔

(5) مکمل حوالہ : ایک اچھا شکایتی خط نام فروغ حوالوں سے لکھا جانا چاہیے تاکہ خط پڑھنے والے کو غلطی ٹھونڈنے میں زیادہ مشکل پیش نہ آئے مثلاً اس بل کا یا آرڈر کا نمبر، اور لین دین کی تاریخ وغیرہ۔

(6) مؤثر انداز بیانی : شکایتی خط نہایت مؤثر زبان میں لکھنا چاہیے۔ تلخ خط مؤثر ثابت نہیں ہوتا۔ اگر خط مؤثر زبان میں لکھا جائے تو تھکان کو مزید فروغ حاصل ہوتا ہے جس سے تعلقات کو مستحکم کرنے میں مدد ملتی ہے۔

7.5۔ ازالہ شکایت کے خطوط

مفہوم : ازالہ شکایت کا خط ایک بہت ہی نازک خط ہوتا ہے۔ شکایت کے خط کا ایک اچھا جواب گاہک کو پھر سے اعتماد میں لے لیتا ہے۔ آج کل جب کہ ہر صنعت میں سخت مقابلہ اور کھینچ تانی ہو رہی ہے، نئے گاہک بنانا اور ایک شاہی گاہک کو پھر سے اعتماد میں لینا بہت اہم ہوتا ہے۔

گاہک کا کسی وجہ سے فروشنده کو شکایتی خط لکھنا بظاہر ایک عام سا واقعہ ہوتا ہے، لیکن اس کو پورے تحمل اور صبر سے دل سے پڑھ کر اور شکایت سے آگاہ ہو کر پورے کاروباری وقار اور سنجیدگی سے جواب دینا ایک نازک اور مشکل مسئلہ ہے۔

بعض گاہک بالکل ناجائز قسم کی شکایت کرتے ہیں یا کسی غیر اہم بات کو خواہ مخواہ طول دینے کی کوشش کرتے ہیں یہ وقت فرم کے لیے بڑا نازک اور نہایت اہمیت کا حامل ہوتا ہے۔ کیونکہ فرم کی ذرا سی غلطی سے ایک مستقل گاہک کے ناراض ہو جانے کا خدشہ ہوتا ہے۔ خط کا جواب اس طرح دیا جائے کہ کاروباری تعلقات پر بالکل اثر نہ پڑے اور کاروباری تعلقات مزید مستحکم ہوں، یہی ایک ازالہ شکایت کے خط کا مرکزی مقصد ہوتا ہے۔

(الف) خصوصیات

(1) فوری جواب : ازالہ شکایت کے خط کا جواب دینے میں کوئی غیر ضروری دیر نہیں لگانی چاہیے تاکہ ایک دوسرے کے دل میں غلط فہمیاں اور بدگمانیاں پیدا نہ ہوں۔ خط کا جواب نہ صرف خوش اخلاقی کا مرقع ہو بلکہ گاہک کی شکایت کو جانچا جائے اور شکایت کا ازالہ بھی فوری کیا جائے تاکہ خریدار کا تزلزل اعتماد بحال ہو سکے۔

(2) مثبت انداز : ازالہ شکایت کا تمام تر انداز مثبت اور صلح کن ہونا چاہیے۔ تاکہ منفی اور جھگڑالو۔ بلکہ اصول یہ ہے کہ اگر شکایت سراسر ناجائز بھی ہو تو پھر بھی گاہک کو ایسے مثبت انداز میں جواب دینا چاہیے کہ کاروباری معاملات پر کوئی بُرا اثر نہ پڑے خط کا جواب سیدھا سادہ ہونا چاہیے جس سے خریدار کو یہ تاثر ملے کہ اس کی شکایت ناجائز یا غلط فہمیوں پر مبنی تھی۔

(3) خلوص : ازالہ شکایت کے خط کی خصوصیات میں سے سب سے بڑی خصوصیت یہ ہونی چاہیے کہ خط کی تحریر سے خلوص کے جذبات نمایاں ہوں۔ خلوص بھرا خط دوسروں کے دل کو موہ لے گا اور آپ کے کاروباری معاملات پر ایک اچھا اثر پڑے گا۔

(4) اعتماد کی فضا : فرم اگر گاہک کو پہنچے ہوئے نقصان یا کوفت کا ازالہ نہ بھی کر سکے تو بھی اس خط کو ایسے انداز میں لکھنا چاہیے کہ خریدار سے اعتماد کی بحالی ہو سکے، اور خریدار خیال نہ کرے کہ فروشنده نے اس کو خواہ مخواہ نقصان پہنچانے کی کوشش کی ہے۔

8۔ ذرائع ادائیگی رقم

عام طور پر معاہدہ فروخت میں اس بات کی وضاحت بھی ہوتی ہے کہ خریدار کس طریقے سے ادائیگی کرے گا۔ ادائیگی کئی طریقوں سے ہو سکتی ہے۔

بذریعہ منی آرڈر
بذریعہ پوسٹل آرڈر
بذریعہ چیک
بذریعہ بینک ڈرافٹ

8.1- بذریعہ منی آرڈر

ادائیگی کا سب سے جتنگ طریقہ منی آرڈر کا ہے جو کاروباری حضرات کے لیے موزوں نہیں۔ البتہ اگر بہت معمولی رقم کہیں ارسال کرنا ہو تو پھر منی آرڈر کے ذریعے کی جاسکتی ہے۔

8.2- بذریعہ پوسٹل آرڈر

اگر ادائیگی ایک دور روپے یا پانچ دس روپے کی ہو مثلاً کسی رسالے کا چندہ وغیرہ، تو پھر جس قدر ادائیگی ہو، اتنی ہی مالیت کا پوسٹل نوٹس سے ایک پوسٹل آرڈر خرید لیا جاتا ہے۔ اور اس کو اس شخص کے نام بھجوا دیا جاتا ہے جس کو رقم بھیجی مقصود ہو۔ وہ اس پوسٹل آرڈر کو کسی نزدیکی ڈاک خانے سے کیس کر دیتا ہے۔

8.3- بذریعہ چیک

اس زمانے میں زیادہ ترین دین بنکوں کے ذریعے ہوتے ہیں۔ اس کی دو وجوہات ہیں کہ ایک تو بینک کے ذریعے رقم ارسال کرنے میں خرچہ بہت کم آتا ہے، اور دوسرے رقم حفاظت سے اس شخص تک پہنچ جاتا ہے جس کو رقم واجب الادا ہو۔ فروشنده اور خریدار دونوں کو ایک دوسرے پر اعتماد ہے تو یہ ذرائع ادائیگی بہت آسان اور سستی ہے۔ چیک عام طور پر کرائے بھیجے جاتے ہیں۔ کیونکہ کراس چیک سے رقم کے ضائع ہونے کا احتمال نہیں ہوتا۔ کراس چیک اگر راستہ میں گم بھی ہو جائیں تو کوئی دوسرا شخص اس کی مدد سے بینک سے رقم نہیں لے سکتا۔ کراس چیک ہمیشہ اس کے حساب میں جمع ہوتا ہے۔ جس کے نام کا ٹائگیا ہو چیک کو کراس کرنے کے کئی طریقے ہیں۔ بہر طور احتیاط کے طور پر چیک وغیرہ بذریعہ رجسٹری ہی بھجوانے چاہئیں تاکہ ان کے گم ہونے کا یا کسی دوسرے ہاتھ میں آنے کا احتمال ختم ہو جائے۔

8.4- بذریعہ بینک ڈرافٹ

فروشنده تو ادائیگی نقد ہی پسند کرتا ہے لیکن کیونکہ ادھار فروخت کاروبار کا رواج ہے اس لیے نقد ادائیگی کم ہی ہوتی ہے۔

موجودہ طریقہ تجارت میں کاروباری حضرات یا تو ادائیگی بذریعہ کراس چیک کرتے ہیں، یا پھر بذریعہ ڈرافٹ۔ فروشنده اور خریداروں کے نقطہ نظر سے رقم کی ادائیگی کا بہترین طریقہ بنک ڈرافٹ ہی ہے۔ بنک ڈرافٹ میں کسی بھی طرح کا خدشہ نہیں ہوتا کیونکہ بنک اس وقت تک بنک ڈرافٹ جاری نہیں کرتا جب تک ادائیگی کرنے والے کی رقم بنک میں موجود نہ ہو۔ جن لوگوں کی بنک میں رقم نہیں ہوتی تو انہیں بنک ڈرافٹ حاصل کرنے کے لیے نقد رقم بنک کو ادا کرنا ہوتی ہے۔ یہ ترسیل زر کا سب سے مزید اور سستا طریقہ ہے۔ ڈرافٹ بنانے کے سلسلے میں بنک جو معاوضہ لیتا ہے، وہ بھی بہت ہی کم ہوتا ہے۔ جو شخص ادائیگی کرنا چاہتا ہے وہ بھی اس طریقے سے ادائیگی میں تحفظ محسوس کرتا ہے۔ بنک سے ڈرافٹ حاصل کرنے کے بعد خریدار اس کو ڈاک کے ذریعے فروشنده کو ارسال کر دیتا ہے۔ فروشنده اس ڈرافٹ کی مدد سے اس بنک سے رقم وصول کر لیتا ہے جس کے نام یہ ڈرافٹ جاری کیا گیا ہوتا ہے۔ ڈرافٹ عام طور سے کراس کر کے بھجوا یا جاتا ہے۔ اور کراس نہ کیا گیا ہو تو پھر لازمی طور پر بذریعہ رجسٹری بھجوانا چاہیے تاکہ راستے میں گم ہونے کا احتمال ختم ہو جائے۔

8.5- رسید

رقم وصول کرنے کے بعد فروشنده ایک رسید جاری کرتا ہے۔ جس میں ساری تفصیل درج ہوتی ہے۔ وصول شدہ رقم وہ لفظ میں طبعی درج کرتا ہے اور ہندسوں میں بھی۔ اس رسید پر وہ تاریخ وصولی بھی درج کرتا ہے اور ٹکٹ بھی لگا یا جاتا ہے۔ اگر رقم سو روپے سے زائد ہو تو 40 پیسے کا ٹکٹ لگا یا جاتا ہے، اگر اس سے کم ہو تو 15 پیسے کا، لیکن ہزار روپے سے زائد ٹکٹ کی شرح بدل جاتی ہے۔

اندرونی تجارت کے سلسلے میں ایک فروشنده اور خریدار کو کن مراحل سے گزرنا پڑتا ہے۔ اس تفصیل کے بعد آپ کو بھی علم ہو گیا ہے کہ جو اشیاء بازار میں خریدی اور بیچی جاتی ہیں وہ کن کن مراحل سے گزر کر بیاں پہنچتی ہیں۔

9- خود آزمائی 1

ہر سوال کی عبارت نامکمل ہے ایسے جو پر نشان لگائیں جس سے ہر سوال کی عبارت مکمل ہو جائے۔

سوال نمبر 1 - اس دنیا میں تجارت کا وجود

- (ا) زمانہ قدیم ہی سے تھا۔
- (ب) ماضی قریب میں قائم ہوا۔
- (ج) پیسے کی ایجاد کے بعد قائم ہوا۔

سوال نمبر 2 اللہ تعالیٰ نے رزق کا زیادہ حصہ

- (ا) تجارت میں رکھا ہے۔
- (ب) زراعت میں رکھا ہے۔
- (ج) ملازمت میں رکھا ہے۔

سوال نمبر 3 اندرونی تجارت میں عام طور پر

- (ا) دو فریق ہوتے ہیں۔
- (ب) منڈیاں بیرون ملک ہوتی ہیں۔
- (ج) زر مبادلہ کی ضرورت پڑتی ہے۔

سوال نمبر 4 اندرونی تجارت بیرونی تجارت کے مطابق ہے۔

- (ا) تجارت کے مروجہ طریقہ کے اعتبار سے۔
- (ب) تجارت میں استعمال ہونے والی زبان کے اعتبار سے۔
- (ج) تجارت میں استعمال ہونے والی کرنسی کے اعتبار سے۔
- (د) تجارت میں خرید و فروخت ہونے والے مال کے اعتبار سے۔

سوال نمبر 5 مال صارفین کے ہاتھ

- (ا) بالواسطہ پہنچتا ہے۔
 - (ب) بلا واسطہ پہنچتا ہے۔
 - (ج) بالواسطہ اور بلا واسطہ پہنچتا ہے۔
- سوال نمبر 6 ”کچھ لو اور کچھ دو“ تجارت کا ایک

- (ا) بنیادی اصول ہے۔
- (ب) سماجی اصول ہے۔
- (ج) اخلاقی اصول ہے۔

سوال نمبر 7 استفسار نامہ

- (ا) اندرونی تجارت میں لکھا جاتا ہے۔
- (ب) بیرونی تجارت میں لکھا جاتا ہے۔
- (ج) دونوں قسم کی تجارتوں میں لکھا جاتا ہے۔

سوال نمبر 8- کاروباری خطوط انہی چند خصوصیات کی بناء پر سرکاری خطوط سے

(۱) منفرد ہوتے ہیں۔

(ب) مختلف ہوتے ہیں۔

(ج) مطابق ہوتے ہیں۔

سوال نمبر 9- کاروباری خطوط میں کون کونسی خصوصیات ہونی چاہئیں۔

(۱) جاذبیت

(ب) جامعیت

(ج) ملائیت

(د) درستگی

(س) الف، ب، ج، د

سوال نمبر 10- وہ کون سی قیمت ہے جس میں اصل قیمت کے علاوہ بیل کا کرایہ بھی شامل ہوتا ہے۔

(۱) مقامی قیمت

(ب) اے۔ ایس قیمت

(ج) سی۔ اینڈ ایف

سوال نمبر 11- اگر قیمت میں وہ تمام اخراجات شامل کر لیے جائیں تو ایک فرو شدہ مال کو خریدار کے گودام تک پہنچانے

کے لیے برداشت کرتا ہے تو وہ

(۱) سی۔ آئی اینڈ ایف قیمت کہلاتی ہے

(ب) فریکو قیمت کہلاتی ہے

سوال نمبر 12- کسی بھی حکم نامہ کو اس وقت قانونی حیثیت حاصل ہوتی ہے جب وہ

(۱) معاہدہ فروخت کے بعد لکھا جائے۔

(ب) سرکاری کاغذ اب پر لکھا جائے۔

(ج) معاہدہ کی بنیادی شرائط کے مطابق لکھا جائے۔

سوال نمبر 13- سوال کے خطوط

(۱) نئے گاہک کی مالی حالت جاننے کے لیے ہوتے ہیں۔

(ب) نئے گاہک کی کاروباری ساکھ جاننے کے لیے ہوتے ہیں۔

- (ج) نئے گاہک کو اپنے تسلط میں لینے کے لیے ہوتے ہیں۔
 (د) نئے گاہک کو اپنے حلقہ کار میں لینے کے لیے ہوتے ہیں۔

10۔ خود آزمائی 2

ہر سوال کی عبارت مکمل کرنے کے لیے نیچے دیئے گئے بیانات درست بیان پر نشان لگائیے۔

سوال نمبر 1۔ تجارت میں

- (ا) معاہدہ فروخت تحریری ہونا چاہیئے۔
 (ب) معاہدہ فروخت زبانی ہونا چاہیئے۔
 (ج) معاہدہ فروخت نہیں ہونا چاہیئے۔

سوال نمبر 2۔ ریل کے ذریعے مال بھیجنے سے پہلے جو فارم پُر کرنا پڑتا ہے اسے کہتے ہیں۔

- (ا) بلٹی فارم۔
 (ب) پرو فارم یا بیچک ہے۔
 (ج) ضمانت نامہ تلافی ہے۔

سوال نمبر 3۔ فروشدہ کو بیچک بھیج دینے کے بعد اگر پتہ چلے کہ بیچک میں واجب الوصول رقم کم لکھی گئی ہے تو وہ اس کی تصحیح کے لیے جو رقعہ جاری کرتا ہے اسے

- (ا) رقم دین کہتے ہیں۔
 (ب) رقم لین کہتے ہیں۔

سوال نمبر 4۔ کاروباری رقوم کی ادائیگی کرنے کے لیے بہتر ذریعہ

- (ا) منی آرڈر ہے۔
 (ب) پوسٹل آرڈر ہے۔
 (ج) کراس چیک ہے۔
 (د) بینک ڈرافٹ ہے۔

11۔ جوابات خود آزمائی

خود آزمائی 1

- | | |
|---------|---------|
| 1 - الف | 2 - ب |
| 3 - الف | 4 - د |
| 5 - ج | 6 - الف |
| 7 - ج | 8 - ب |
| 9 - س | 10 - ج |
| 11 - ب | 12 - ج |
| 13 - ب | |

خود آزمائی 2

- | | |
|---------|---------|
| 1 - الف | 2 - الف |
| 3 - الف | 4 - د |

12۔ کتابیات

- | | |
|----------------|---|
| 1 - اصول تجارت | بخشی بختیار، جدید بکڈلو، فیصل آباد |
| 2 - کامرس | ایم مختار، اقبال بکڈلو، کراچی |
| 3 - مخزن تجارت | عمر حسن، ڈائریکٹریٹ آف ٹیکنیکل ایجوکیشن |
| | پشاور |

غیر ملکی تجارت

تحریر: محمد امین
نظر ثانی: علی حسن مظفر

یونٹ کا تعارف

زمانہ قدیم ہی سے قوموں کے درمیان تجارت خارجہ کا رواج کسی نہ کسی شکل میں موجود رہا۔ موجودہ دور میں تجارت جہ کی اہمیت اور بڑھ گئی ہے۔ یہی وجہ ہے کہ دنیا کے ایک کونے کا مال چشمِ زدن میں دنیا کے دوسرے کونے پہنچنے لگ ہے۔ اگر ایک ملک کے اندر اندر ہی یہ تجارت وقوع پذیر ہو تو یہ بین العلاقاتی تجارت کہلائے گی مگر دنیا کے ممالک کے درمیان ہونے والا تجارت میںہ الاقوامی، بیرونی یا خارجہ تجارت کہلاتی ہے۔

یونٹ کے مقاصد

- اس یونٹ کو پڑھنے کے بعد آپ اس قابل ہو جائیں گے کہ غیر ملکی تجارت کے مفہوم کی وضاحت کر سکیں۔
- برآمد و درآمد میں توازن پیدا کر سکیں اور اپنے ملک کے لیے اعتدالی شکل میں زرمبادلہ کا سکیں۔
- ملک میں تیار شدہ مال کو بیرون ملک فروخت کرنے کے لیے منڈیاں تلاش کر سکیں۔
- غیر ملکی تجارت کی دو شاخوں، برآمد و درآمد کے طریق کار اپنا سکیں۔
- بحیثیت برآمد کنندہ / درآمد کنندہ غیر ملکی تجارت سے متعلقہ فرائض سرانجام دے سکیں۔

فہرست مضامین

عنوان

| | |
|-----|--|
| 428 | 1۔ غیر ملکی تجارت کا تہوار اور اس کی اہمیت |
| 428 | 1.1۔ غیر ملکی تجارت کے معرض وجود میں آنے کی اقتصادی وجوہات |
| 429 | 1.2۔ غیر ملکی تجارت کی اہمیت |
| 430 | 1.3۔ پاکستان میں غیر ملکی تجارت کا رجحان |
| 431 | 1.4۔ پاکستان کی تجارتی پالیسی |
| 431 | 1.5۔ پاکستان کی غیر ملکی تجارت کی خصوصیات |
| 432 | 2۔ برآمدی تجارت کا طریق کار |
| 435 | 2.1۔ درآمدات کے مراحل |
| 437 | 3۔ غیر ملکی تجارت میں مشکلات |
| 438 | 3.1۔ برآمدات سے متعلق مسائل کا حل |
| 439 | 4۔ غیر ملکی تجارت کی معلومات کے ذرائع |
| 441 | 5۔ بیرونی تجارت کی اقسام |
| 441 | 5.1۔ برآمدی تجارت |
| 443 | 5.2۔ بیرونی تجارت میں اضافہ کرنے کی تدابیر |
| 446 | 5.3۔ درآمدی تجارت |
| 447 | 5.4۔ درآمدی تجارت کا مربوط طریقہ |
| 450 | 5.5۔ بیرونی تجارت میں قیمتوں کی اقسام |
| 451 | 6۔ رجسٹریشن |
| 451 | 6.1۔ رجسٹریشن کا طریق کار |
| 454 | 7۔ ادارہ فروغ برآمدات |
| 455 | 8۔ خود آزمائی |
| 459 | 9۔ جواب خود آزمائی |

۱۔ غیر ملکی تجارت کا تعارف اور اس کی اہمیت

غیر ملکی تجارت کو بیرونی تجارت کے نام سے بھی پکارا جاتا ہے۔ غیر ملکی تجارت مختلف ممالک کے کاروباری اداروں کے درمیان تجارتی لین دین (جس میں خرید و فروخت شامل ہے) پر مشتمل ہے جس سے سامان یا خدمات یا ادائیگیاں ایک ملک سے دوسرے ملک کو پہنچتی ہیں۔ غیر ملکی تجارت کے ذریعہ ایک ملک کی مصنوعات دوسرے ملک یا ممالک تک پہنچتی ہیں۔ موجودہ فنی اور سائنسی دور میں کوئی ملک بھی ضمانت نہیں دے سکتا کہ وہ اپنی تمام تر ضروریات اپنی ہی پیدا کردہ مصنوعات سے پوری کر سکے گا۔ ناگزیر وجوہات کی بنا پر اگر ایک ملک اشیاء کی پیدائش میں عاری ہے تو یقیناً اس کو کسی دوسرے ملک سے ان اشیاء کی وصولی کے لیے رجوع کرنا ہوگا ورنہ وہ نامساعد حالات کا شکار ہو جائے گا۔ روزمرہ زندگی میں استعمال ہونے والی اشیاء سے لے کر دفاع کے ساز و سامان تک دنیا کے کئی ممالک غیر ملکی تجارت کی احتیاج رکھتے ہیں۔ وقت کے تقاضوں نے ایک ملک کو مجبور کر دیا ہے کہ وہ کسی دوسرے ملک کے ساتھ غیر ملکی تجارت کے لیے عہد و پیمان کرے۔ غیر ملکی تجارت میں یہ امر قابل غور ہے کہ دو ملکوں کے درمیان اشیاء یا خدمات کے تبادلہ کے وقت انسانی احتیاجات کی تکمیل کے عنصر کو مد نظر رکھا جائے۔ اشیاء کی درآمد و برآمد کے سلسلہ میں مختلف ذرائع سے عوام کو مانوس کیا جاتا ہے۔ تاکہ خرید و فروخت کے سلسلہ میں درمیان میں کوئی رکاوٹ حائل نہ ہو۔

دوسری قوموں یا ملکوں کی طرح ہمارا ملک پاکستان بھی غیر ملکی تجارت میں اہم کردار ادا کر رہا ہے۔ یہ کردار زمانہ قدیم کے رسم و رواج کی روشنی میں نہیں بلکہ اس کو وقت کی ایک اہم ضرورت تصور کیا گیا ہے۔

ملکی تجارت کے مقابلہ میں غیر ملکی تجارت کافی پیچیدہ ہے لیکن وقت کے ساتھ ہم آہنگی پیدا کرنے کے لیے اس کو ناگزیر سمجھا گیا ہے۔ غیر ملکی تجارت کے معرض وجود میں آنے کی وجوہات کو تفصیل سے بیان کیا جاتا ہے۔

۱.۱۔ غیر ملکی تجارت کے معرض وجود میں آنے کی اقتصادی وجوہات

غیر ملکی تجارت کے ارتقاء میں جن دو اقتصادی یا معاشی نظریات کا ذکر کیا جاتا ہے وہ نظریہ مطلق فائدہ اور نظریہ تقابلی فائدہ ہیں۔ نظریہ مطلق فائدہ کے پیش نظر بعض ممالک میں ایسی چیزوں کی بہتات ہوتی ہے جو دوسرے ممالک میں نہیں پائی جاتیں۔ مثلاً جنوبی افریقہ میں ہیرے اور سودا، کوئٹہ میں زمر، ریاستہائے متحدہ امریکہ میں سیلیم اور مشرق وسطیٰ میں تیل کی بہتات ہے۔

لہذا ممالک کو ان اشیاء پر قدرتی اسباب کے ذریعہ اجارہ داری حاصل ہے۔ اگر یہ اشیاء ان ممالک کی اپنی ضروریات سے زائد ہیں، پھر یا تو ان سے یہ اشیاء دوسرے ممالک طلب کریں گے یا یہ ممالک خود دوسرے ممالک میں منڈیاں تلاش کریں گے، تاکہ ان اشیاء کو فروخت کیا جائے۔ دوسرا نظریہ تقابلی فائدہ کا نظریہ ہے۔ اسی نظریہ کے تحت ایک ملک وہی اشیاء پیدا کرے گا، جو وہ کم سے کم لاگت پیدا کر سکتا ہے۔ جس شے پر زیادہ لاگت آتی ہے وہ دوسرے ملک سے منگوائے گا۔ نظریہ تقابلی فائدہ کے سلسلہ میں ایک ملک میں ماہر کاریگر، انتظامی قابلیت، انصرام کی صلاحیت اور خام مال کی بہتات شامل ہے۔ مثال کے طور پر آئرلینڈ میں لینن کا کپڑا اور سوئٹزرلینڈ میں پیر کا پاپا جانا اسی زمرہ کی خصوصیات ہیں۔

1.2- غیر ملکی تجارت کی اہمیت

1- غیر ملکی تجارت کسی ملک کو اپنے اندر موجود مسائل کو کام میں لانے کا ذریعہ بنتی ہے۔

2- قدرتی ذرائع اور وسائل کے مطابق ہر ملک کسی خاص پیشہ میں مہارت حاصل کر لیتا ہے جس سے تخصیص کاری کا عمل وجود میں آجاتا ہے۔

3- جس ملک کے اندر وسائل زیادہ ہوں وہ اشیاء کی وسیع پیمانے پر پیدائش کرے گا جس سے مختلف ممالک میں منڈیوں کا دائرہ وسیع ہوگا۔ درآمد و برآمد کی رفتار بڑھ جاتی ہے۔ درآمدی ملک مستفید ہونے لگتے ہیں۔

4- اشیاء کے تبادلے سے تجارتی تعلقات بننے لگتے ہیں جس سے ممالک کے مابین خوشی اور امن کے آثار نمودار ہو جاتے ہیں۔ ممالک ایک دوسرے کو قریب سے دیکھتے ہیں اور اس طرح امن کو بھی پائیداری نصیب ہوتی ہے۔

5- اشیاء کے تبادلے سے ملک کے اندر پیدا ہونے والی اشیاء کا معیار درست رہے گا کیونکہ درآمد کی جانے والی اشیاء سے مقابلہ کرنا ایک اہدی امر ہے۔ مقابلہ کی وجہ سے ملک کے اندر اجارہ داری پیدا نہ ہوگی اور وہی قیمتوں میں زیادہ اضافہ ہوگا۔

6- اگر کسی ملک میں مشینوں کی صنعت کا فقدان ہے تو وہ اس کی کوپور کرنے کے لیے دوسرے ملک سے مشینری منگوا سکتا ہے۔ اس ملک کی صنعت میں ترقی ہوگی اور عوام کی زندگی میں ایک قسم کا انقلاب آجائے گا۔

7- جب کوئی ملک ناگہانی آفات کا شکار ہو جاتا ہے تو وہ اپنے عوام کو بچانے کے لیے کسی دوسرے ملک سے تجارت کا ماتہ بڑھاتا ہے۔ جس سے بہت حد تک مصائب و آفات کا مقابلہ کیا جاسکتا ہے۔

8- اگر کسی ملک میں اس کی اپنی ضرورت سے زیادہ مقدار میں اشیاء پیدا ہو رہی ہیں تو بین الاقوامی سطح پر دوسرے ممالک میں ان اشیاء کو فروخت کرنے کی منڈیاں تلاش کر کے اشیاء کو ضائع نہ ہونے سے بچایا جاسکتا ہے۔

9- ہمارا ملک پاکستان ابھی مشینری کی صنعت میں خود کفیل نہیں ہوا اگر مشینری کو درآمد کر کے کاشتکاری جدید طریقوں سے کرنا

ہے جس سے بہت کم محنت سے زیادہ کام ہو جاتا ہے۔

10۔ اگر کوئی ملک مقروض ہے تو وہ برآمدات بڑھا کر ہی قرضوں سے نجات حاصل کر سکتا ہے۔

11۔ غیر ملکی تجارت لوگوں کو کاروبار کے مواقع میسر آتے ہیں اور نئی ملازمتوں کے دروازے کھل جاتے ہیں۔ نقل و حمل کی کمپنیاں۔ بیمہ کمپنیاں، جہاز رانی بلکہ ہر شعبہ متحرک نظر آتا ہے، اور بے روزگاری ختم ہو جاتی ہے۔

12۔ غیر ملکی تجارت سے کسی ملک کے دفاع کو مضبوط کیا جاسکتا ہے۔

13۔ غیر ملکی تجارت سے بہت سی بین الاقوامی منڈیاں وجود میں آتی ہیں۔ جن سے ایک دوسرے ساتھ روابط استوار ہوتے ہیں۔

14۔ ترقی یافتہ اور ترقی پذیر ممالک یکساں طور پر غیر ملکی تجارت سے مستفید ہوتے ہیں۔

1.3۔ پاکستان میں غیر ملکی تجارت کا رجحان

پاکستان میں غیر ملکی تجارت کا رجحان آزادی حاصل کرنے کے وقت سے پایا جاتا ہے اس طرح اس تجارت کا ماخذ ایک تاریخی المیہ ہے جس سے معاشی مہالقت پیدا ہو گئی۔ کوریا میں جنگ کی گرم بازاری سے پہلے پاکستانی میں موافق توازن ادائیگی کا استقرار رہا۔ کوریا کی جنگ نے تمام دنیا میں پاکستان کے خام مال کی زبردست طلب پیدا کر دی جس سے 51-1950ء کے مالی سال میں 57.64 کروڑ روپے کا موافق توازن ادائیگی منظر عام پر آیا۔ اس موافق توازن ادائیگی کی وجہ سے درآمدات کے سلسلہ میں حکومت پاکستان نے آزادانہ پالیسی کا اجراء کر دیا۔ اس پالیسی کا نام آزاد عمومی لائسنس رکھا گیا۔ 1952ء میں جنگ کوریا کے خاتمہ پر یہ پالیسی بہت ہی مہلک ثابت ہوئی کیوں کہ پاکستانی خام مال کی قیمتیں بڑی طرح اثر انداز ہوئی۔ بعد ازاں پاکستان میں ایک پالیسی وضع کی گئی جس کی رو سے مقامی منڈیوں میں خام روٹی کی قیمتیں بڑھادی گئیں، جو کہ بین الاقوامی منڈیوں کی قیمتوں سے بہت زیادہ تھیں۔ قیمتوں میں اضافہ کی وجہ سے پاکستان کی برآمدات کو بلحاظ ضخامت اور قیمت بھیجاںک زوال کا منہ دیکھنا پڑا نتیجہ کے طور پر پاکستان کی مشکلات میں مزید اضافہ ہوتا چلا گیا۔

حکومت پاکستان کی آزاد عمومی لائسنس پالیسی کا ناقدانہ تجزیہ ظاہر کرتا ہے کہ پالیسی قابل تحسین نہیں رہی تھی۔ کیونکہ جنگ کی گرم بازاری نے غیر معمولی قسم کے حالات پیدا کر دیئے تھے، اور اس امر کی پیش بندی نہیں کی جاسکتی تھی کہ یہ حالات عرصہ دراز تک رہیں گے۔ ہمارے لیے بہتر ہوتا کہ ہم موافق توازن ادائیگی کو معیشت کی ترقی کے لیے امسال اشیاء و سرمایہ درآمد کرتے۔ حکومت پاکستان نے آزاد عمومی لائسنس پالیسی میں نقص محسوس کیا اور اسے 1982ء میں کالعدم قرار دے دیا۔ لیکن توازن ادائیگی کے زوال پذیر رجحان کو رد کارہ جاسکا نتیجہ کے طور پر 1954-1955ء میں پاکستان کی توازن ادائیگی کی کیفیت اس کے بالکل خلاف چلی گئی لہذا اس خسارے کی تطبیق کے متعلق غور کیا جانے لگا۔ پاکستانی روپے کی قیمت کو کم کر دیا گیا۔ تاکہ خسارے کے بحران پر قابو پایا جاسکے۔ لیکن 1956 تا 1958ء کے عرصہ میں غذائی فصلوں کی قلت کی وجہ سے کسی قسم کی اصلاح معرض وجود میں نہ آئی 1958ء

میں جب صدر محمد ایوب خان کی سربراہی میں مارشل لا حکومت قائم ہوئی، تو ہمارا زبردستی محفوظ خطرناک طریق سے زوال کی آخر حدود کو چھوڑ دیا تھا۔ اس نئی حکومت نے حالات کو معمول پر لانے کے لیے حفاظتی تدابیر اختیار کیں۔ غیر ملکی تجارت کی حوصلہ افزا کے لیے 1959ء میں بزنس سکیم کو متعارف کرایا گیا اس سکیم سے ہمارے ملک میں برآمدات کو حوصلہ افزا ترقی نصیب ہوئی۔ مذکورہ بالا واقعات کے بعد پاکستان غیر ملکی تجارت کے سلسلے میں ایک نئے دور میں داخل ہوا۔ حکومت پاکستان نے برآمدات کے نظام، غیر مزدوری درآمدات توازن ادائیگی کے حالات کی اصلاح اور تجارت کی شرائط پر مثبت طریقے سے غور کیا۔ جس کے نتیجے پر پاکستان نے لحاظ اشیاء اور بلحاظ ممالک، غیر ملکی تجارت میں تنوع پیدا کیا۔ اب پاکستان ایک صنعتی ملک بننے جا رہا ہے صنعتوں کے قیام میں ترقی کی وجہ سے خام مال کا استعمال بڑھتا جا رہا ہے جس سے پاکستان کی برآمدات میں زیادہ سے زیادہ تیار شدہ مال شامل کیا جا رہا ہے۔ برآمدات کے سلسلے میں اشرکی ممالک کے ساتھ تعلقات استوار کرنا ایک مستحسن قدم ہے۔ ان ممالک میں روس، چین اور دوسرے افریقیائی ممالک شامل ہیں۔ آج کل پاول کی پیداوار میں پاکستان نے غیر ملکی منڈیوں میں ایک مستحکم مقام حاصل کر لیا ہے۔ اس کے ساتھ ساتھ مختلف النوع اشیاء برآمد کی جا رہی ہیں۔ اس کے عوض غیر ممالک سے کوئلہ، سینٹ اور فوہیہا کیا جا رہا ہے۔ پاکستان نے مسلم ممالک کو بھی برآمدات کی ترمیم شروع کر دی ہے۔

پاکستان نے گھانا، مالی، کینیا، ٹانزانیہ، سوڈان، تنزانیہ، ایٹھوپیا، الجیریا، تیونس، متحدہ عرب امارات، شام، عراق، ایران، انڈونیشیا اور ترکی وغیرہ کے ساتھ منفعت بخش سلو پر تجارتی روابط استوار کرنے میں نمایاں کامیابی حاصل کر لی ہے۔ یورپ کی مشترکہ منڈی کی طرح پاکستان بھی آر، سی، ڈی کے معاہدہ کے تحت ایمان اور ترکی کے ساتھ منسلک ہو چکا ہے۔

1.4۔ پاکستان کی تجارتی پالیسی

- 1 دنیا کے تمام ممالک کے ساتھ تجارت کو ترقی دینا اور تجارتی میدان میں ان کے ساتھ ابدی رشتے قائم کرنا۔
- 2 زرمبادلہ کمانے کی غرض سے پاکستانی برآمدات میں اضافہ کرنا، زائد اشیاء اور تیار شدہ مال کو فروخت کرنا۔
- 3 کسب زرمبادلہ کے تخمینہ کے مطابق درآمدات پر قابو پانا، صنعتی مصارف اور مزدوری اعتبارات کے حصول کے لیے فوراً تلاش کرنا۔

کار بار اور تجارت سے متعلقہ خدمات کو ترقی دینا جس میں چھادی ترسیل، تجارتی ذرائع اور بحری بیہ پالیسی میں اصلاح کو ناکارہ اور ذریعہ ملک کی بڑھتی ہوئی ضروریات کی کفالت ہو سکے اور زیادہ سے زیادہ زرمبادلہ کمایا جاسکے۔

1.5۔ پاکستان کی غیر ملکی تجارت کی خصوصیات

- 1 - پاکستان میں تجارت کا توازن موافق اور معمول پر ہے لیکن پاکستان کو اپنے قیمتی زرمبادلہ کا بہت سا حصہ غیر مرنی مرول پر خرچ کیا

پڑتا ہے جن میں سفر کے اخراجات کی ادائیگی، بیرونی ملک خاندانوں کی نگہداشت اور استفادہ کے لیے ترسیلات زر مبادلہ تعلیم کی اقساط، چھوٹ کی واپسی، جہازی ترسیل کے عوض بار برداری کے اخراجات، بینکاروں کے اخراجات، بیرونی سرمایہ کاروں کے لیے ترسیلات زر مبادلہ وغیرہ شامل ہیں۔ پاکستان میں جہازی ترسیل کا نظام، بینکاری اور بیمہ کاری کی خدمات غیر پاکستانی لوگوں کے ماحول میں ہیں۔

(2) ہماری غیر ملکی تجارت کا 80% حصہ بحری جہازی ترسیل کے ذریعہ عمل میں آتا ہے۔

(3) پاکستان میں غیر ملکی تجارت زیادہ تر برقی کار انداز کرتے ہیں لیکن اس تجارت کا نظم و ضبط حکومت پاکستان کے ہاتھ میں ہے، جن کے لیے لائسنس کا طریقہ کار، کوئٹہ سنسٹر اور زر مبادلہ کی گنجائش وغیرہ کی قدر انداز کر لی جاتی ہے۔

(4) پاکستان کی زیادہ تر غیر ملکی تجارت برطانیہ ریاست ہائے متحدہ امریکہ، جاپان اور کینیڈا کے ساتھ ہوتی ہے۔ ہندوستان کے ساتھ ہمارے تجارت 959 میں اس کے روپے میں کی آجائے کی وجہ سے بند کر دی گئی۔ اور بعد میں 1965ء کے جنگ کے وقت تجارت مطلق طور پر بند ہو گئی۔ اس کی کوپرا کرنے کے لیے حکومت پاکستان نے ریاست ہائے متحدہ امریکہ اور جاپان وغیرہ سے تجارت بڑھا دی ہے۔ اشتراکی ممالک کے ساتھ تجارت اب ترقی پر جاری ہے۔

(5) پاکستان کی درآمدات میں ان گنت اشیاء شامل ہیں جو کہ تیار شدہ پیداوار سے متعلق ہیں۔ اوائل میں ہر چھوٹی بڑی شے درآمد کی جاتی تھی۔ مگر پاکستان میں صنعت کے قیام سے غیر ملکی اشیاء پر انحصار کم ہوتا چلا آ رہا ہے۔ ان درآمدی اشیاء میں صنعت اور معاشی ترقی میں کام آنے والی مشینری شامل ہے۔

2۔ برآمدی تجارت کا طریقہ کار

(الف) تسبیل بحیثیت برآمد کنندہ

(1) سب سے پہلے برآمد کنندہ اپنے آپ کی شعبہ انکم ٹیکس کے ساتھ تسبیل کرواتا ہے۔ اور تصدیق نامہ حاصل کرتا ہے۔

(2) نظامت درآمد برآمد کے قریبی دفتر کو مجوزہ فارم پر درخواست پیش کرتا ہے۔ درخواست کے ساتھ تمام مطلوبہ دستاویزات

منسلک کی جاتی ہیں

(3) تسبیل کی تجدید کے لیے ناظم درآمد و برآمد کے دفتر سے جاری شدہ ہدایت کے مطابق بینک و فلک، پاکستان کی معرفت رقم جمع کروائی جاتی ہے۔ اجازت نامہ کی تاریخ ختم ہونے کے بعد مجوزہ فیض جمع کر داکر اجازت نامہ کی تجدید کروائی جاسکتی ہے۔

(4) تسبیل کے لیے اولین بینک چالان کی رسید سے مشروط طور پر تسبیل نامہ جاری ہو جاتا ہے۔ بعد ازاں جلد دستاویزات کی مکمل پڑ۔ کے بعد برآمد کنندہ کے نام اجسزی تسبیل نامہ جاری کو دیا جاتا ہے۔

(5) برآمد کنندہ رجسٹریشن کے لیے دیا جانے والی درخواست کے ساتھ مندرجہ ذیل دستاویزات لفٹ کرتا ہے۔ انکم ٹیکس سرٹیفکیٹ اپنے کارخانہ کے لیے حاصل کیے گئے ٹیکسٹری ایکٹ کی رجسٹریشن کا صداقت نامہ، قومیت کا سرٹیفکیٹ ٹرانزیکشن کی صورت میں معاہدہ شراکت کی نقل کسی چیمبرگٹ کا مرس کے ساتھ الحاق کا ثبوت، سرمایہ اور سرمایہ کاری کی تصدیق کے لیے کسی بینک کا جاری کردہ سرٹیفکیٹ۔

(ج) تاسیس معاہدہ

- (1) کسی بھی ادارہ فروغ برآمدات سے امکانی خریداروں اور برآمدی مال کی مالک کے متعلق معلومات حاصل کی جاسکتی ہیں۔
- (2) بیرون ملک خریداروں سے رابطہ قائم کیا جاتا ہے۔ مخصوص طریق پر ان کو پیش کش بھیجی جاتی ہے۔ اشیاء کے نمونے ان کی قیمت اور کم قیمت کے ٹنڈر بھیجے جاتے ہیں۔
- (3) نرخ نامہ میں قیمتوں کا اندراج سرنگ یا ڈالر کی مالیت میں ہونا چاہیئے۔ کرایہ کی طے شدہ قسم کا ذکر و معینیت سے مبرا ہونا چاہیئے
- (4) لین دین کے لیے ہر دو فرق کو ایک دوسرے کے بینکار کی اطلاع حاصل کر لینی چاہیئے۔
- (5) خریدار سے لین دین ختم کرنے کے بعد اس ملک میں قائم شدہ پاکستانی تنظیم پاکستان ڈیپو میٹ اینڈ ٹریڈیشن سے بینک کا حوالہ حاصل کر لینا ضروری ہے۔

(6) مال کی ترسیل کے سلسلہ میں وقت ترسیل، بندش کی قسم، معاشرہ کے لوازمات، ثالثی کا طریق کار، طریقہ ادائیگی رقم اور بیمہ کے متعلق مکمل معلومات حاصل کر لی جائیئے

(ج) برآمدی طریق کار کا معاہدہ

- (1) مال کی بندش سے پہلے اس کا بنظر غائر معاشرہ کر لیا جائے اور اس امر کی توثیق کی جائے کہ تمام اشیاء طے شدہ شرائط کو پورا کرتی ہے۔
- (2) مال کو خریدار کی ہدایت کے مطابق باندھا جائے۔ خیال رہے کہ باندھی جانے والی اشیاء کی درست فہرست موجود ہو۔
- (3) کارندہ جہاز ترسیل کی دساتط سے جہاز میں جگہ مخصوص کر دالی جائے۔
- (4) جہاز ترسیل سے متعلقہ درج ذیل دستاویزات کی تکمیل کی جاتی ہے۔ کارندہ محکمہ کی گیسری سے اشیاء کا معاشرہ کرواتا ہے۔

1۔ بیچک چھ نقول۔

2۔ فرست تفصیل سامان چھ نقول۔

3۔ جی پی۔ آد فارم۔

(5) جب کسٹم (کو گری) کے افسران جہاز ترسیل کے متعلق مطمئن ہو جائیں اور سامان جہاز پر لا دیا جائے تو برآمد کنندہ اپنے بینکار کو مندرجہ ذیل دستاویزات بھیجے گا۔

1۔ بیچک چار نقول۔

- 2 - بار نام -
 - 3 - پالیسی بیمہ
 - 4 - فہرست تفصیل سامان چار نقول
 - 5 - درست طریق سے پر کیا ہوا "جی۔ پی۔ آر" فارم
 - 6 - اصل سرٹیفکیٹ
 - 7 - مال کی کیفیت، کمیست، وزن یا پیمائش کا سرٹیفکیٹ۔
 - 8 - دیگر دستاویزات جس کا معاہدہ میں ذکر کیا گیا ہو۔
- (6) بینکار مطلوبہ دستاویزات درآمد کنندہ کو بھیجے گا۔ درآمد کنندہ سے وصول شدہ رقم برآمد کنندہ کے کھاتہ میں جمع کر دے گا۔

(د) رقم کو وصول کرنے کے طریقے

- (1) اعتبار نامہ: بیرون ملک درآمد کنندگان کی طرف سے پاکستان کے برآمد کنندگان کو ان کے بینک کی طرف سے جاری کردہ ضمانت نامہ ہے کہ درآمد کنندگان نے رقبہ جمع کرادی ہے۔ وہ برآمد کنندگان کو لازمی طور پر ادا کر دی جائے گی کیونکہ یہ رقم درآمد کنندگان کے حق میں ناقابل واپسی ہے۔
- (2) درستی نوشتہ: یہ ایک ایسی ہنڈی ہوتی ہے جس کے عوض اسے پیش کرنے پر ادائیگی ہو جاتی ہے یا مخصوص مدت کے بعد ادائیگی عمل میں آتی ہے۔
- (3) ترمیمی ادائیگی: درآمد کنندہ معاہدہ کو لیتا ہے کہ مال کی فروخت پر ہی ادائیگی ہوگی۔ لیکن یہ ضروری ہوتا ہے کہ اس ادائیگی ہوگی۔ لیکن یہ ضروری ہوتا ہے کہ اس ادائیگی کے لیے صحت مقرر کی جاتی ہے جو کہ تقریباً 120 دن ہوتی ہے۔
- (ز) برآمد کنندہ کے لیے سہولت:
- (1) کاروباری سیاحت: برآمد کنندہ ادا کردہ فروغ برآمدات کی اجازت سے بیرونی ملکوں کی برآمد کے فروغ کی صورت حال کا جائزہ لینے کے لیے سیاحت کر سکتا ہے۔
- (2) بیرون ملک دفتر کی شاخ: برآمد کنندہ بیرون ملک اپنے دفتر کی شاخ قائم کر سکتا ہے۔ اس سے خریداروں کے ساتھ مستقل طور پر رابطہ قائم کیا جاسکتا ہے۔
- (3) کمیشن کی ادائیگی: برآمد کنندہ بیرون ملک کارندہ کو بینک دولت پاکستان کی اجازت سے 5% کمیشن ادا کر سکتا ہے۔ یاد رہے کہ کارندے کو مقرر کرنے کی شرط معاہدہ میں طے کر دانی جاتی ہے۔
- (4) نمونے کی برآمد و درآمد: پیماس روپے کی مالیت کا نمونہ بغیر کسی رکاوٹ کے بھیجا جاسکتا ہے۔ درآمد کیے

جانے والے نمونے پر کسی قسم کے لائسنس کی ضرورت نہیں، بشرطیکہ اس کی مالیت 25000 سے زیادہ نہ ہو۔

(5) محصول کرگیری پر چھوٹ : درآمد کردہ خام مال پر لگائے جانے والے کرگیری کے محصول پر چھوٹ ملتی ہے لیکن یہ چھوٹ ملتی ہے لیکن یہ چھوٹ اسی خام مال پر ملے گا، جو کہ برآمدی مال کے تیار کرنے میں خریدا گیا ہو۔

(6) محصول آبکاری پر چھوٹ : تیار شدہ مال جو کہ حقیقتاً برآمد کیا گیا ہے پر مائڈ کردہ محصول آبکاری کی واپسی کا مطالبہ کیا جاسکتا ہے۔ اسی طرح قابل برآمد مال کی تیاری میں استعمال ہونے والے خام مال پر چھوٹ حاصل کرنے کی گنجائش ہے۔

(7) بکری ٹیکس کی واپسی : ایسے تیار شدہ مال پر جو کہ برآمد کیا گیا ہو اس پر ادا کیے گئے بکری ٹیکس کی واپسی کا مطالبہ کیا جاسکتا ہے۔ مذکورہ مال کی تیاری میں استعمال شدہ خام مال پر ادا کیے گئے ٹیکس کی واپسی کا بھی مطالبہ کیا جاسکتا ہے۔

(8) محصول آمدنی (آمدنی ٹیکس) کی رعایت : شخص الیہ کی آمدنی میں اگر برآمدات سے حاصل کیا ہوا نفع شامل ہو تو اسے آمدنی ٹیکس پر چھوٹ دینے کے لیے آمدنی پر تخصیصی شرح سے ٹیکس لگایا جاتا ہے۔

(9) ہولڈ ٹیکس : نئی معرض وجود میں آنے والی برآمدی صنعت پر ماحول کے جائزہ کے مطابق دو سے چھ سال تک ہولڈ ٹیکس عائد کیا جاتا ہے۔

(10) ادا کروادور کماؤ سیگمنٹ (منصوبہ) : نئی صنعتوں کے قیام کی اس بنیاد پر منظوری دی جاتی ہے کہ مشینری وغیرہ کے درآمد کنندہ اخراجات مشینری ہی کی پیداوار کو برآمد کر کے پورے کیے جائیں گے۔

(11) منصوبہ تحفظ برآمدات : اس منصوبہ کے تحت خریدار کے ملک میں پیش آنے والے مالی خطرات کے خلاف ہر قسم کی ضمانت دی جاتی ہے اس منصوبہ کے تحت خام روٹی اور خام پیٹ سن کے علاوہ ہر قسم کی برآمدات کے نقصان کی تلافی کی جاتی ہے۔ چونکہ عام بیمہ کمپنیاں اتنا بھاری زائد نہیں اٹھاتی تھیں جس سے برآمد کنندگان کی حوصلہ افزائی ہو سکے، اب اس منصوبہ کے تحت فراہمی سے برآمد کنندگان مال برآمد کرتے ہیں۔

(12) ماقبل جہازی ترسیل قرضہ : جب بینکار حکمنامہ کی توثیق کر لیتا تو معاہداتی جہازی ترسیل سے پہلے ہی برآمد کنندہ کو قرضہ دے سکتا ہے۔

(ص) سہولتوں سے استفادہ کرنے کا طریق کار

(1) جب قابل برآمد اشیاء کی صنعت میں درآمد کردہ خام مال استعمال کیا جائے تو جہازی ترسیل کی دستاویزات میں دعوت تحریر کر دیا جائے کہ خام مال کے تیار شدہ مال میں تبدیل ہو جاتے کے بعد درآمدی محصول، بکری ٹیکس کی واپسی کا مطالبہ کیا جائے گا۔

(2) ایسا سال مرسلہ جس پر آبکاری محصول عائد ہونے والا ہو اس کے لیے بھی جہازی ترسیل کی دستاویز پر اس دعویٰ

کا اندراج کیا جاتا ہے کہ برآمدی مال کی پیداوار کے بعد آبکار کی محصول کی واپسی کا مطالعہ کیا جائے گا۔

(3) برآمدی طریق کار کی تکمیل اور برآمدات کی مالیت کے مطابق برآمد کنندہ کے بینکار کو غیر ملکی زر مبادلہ کی بازیابی کے بعد برآمد کنندہ کو گیری کے ناظم کو درخواست دے گا کہ درآمد کردہ خام مال براد اکودہ درآمدی محصول بکری ٹیکس واپس کر دیا جائے کیونکہ یہ خام مال تیار شدہ برآمدی مال پر خرچ ہو چکا ہے۔

برآمدات کی جہازی ترسیل سے قابل ہی مال گزاری بروڈ ٹیک مذکورہ محصولات کی واپسی کے لیے رسائی حاصل کر لی جائے تاکہ مجوزہ طریق کار کو اپنانے میں تاخیر نہ ہو۔

2.1۔ درآمدات کے مراحل

رسمی بیچک : مرسل یا برآمد کنندہ سامان فروخت کی نوعیت، کیفیت، اوسمیت، تجارتی نشان اور بندش وغیرہ کے متعلق ایک گوشوارہ بناتا ہے۔ یہ گوشوارہ فرمائش کی قبولیت کے بعد درآمد کنندہ کو اس کی شرائط کے پیش نظر تیار کیا جاتا ہے۔ اسی گوشوارہ میں اشیاء کے نرخ وغیرہ بھی درج ہوتے ہیں۔ اسی رسمی بیچک کے وصول ہونے پر درآمد کنندہ برآمد کنندہ کے نام اعتبار نام لکھاتا کھولتا ہے۔ درآمد کنندہ کو اختیار ہوتا ہے کہ وہ مختلف اداروں سے ایسے رسمی بیچک حاصل کرے۔ موزوں سامان، شرائط اور کم قیمت کے عناصر کے پیش نظر وہ رسمی بیچک منتخب کر لیتا ہے۔ کسی بیچک سے دوران سفر پیش آنے والے خطرات سے مال کو بچانے کے لیے بیمہ کر دیتا ہے۔ بیمہ خطر اتی ہونا چاہیے تاکہ نقصان کی صورت میں مال کی قیمت اور اقساط بیمہ پوری وصول ہو جائیں۔

برآمد کنندہ کے بینکار سے رابطہ قائم کر کے اسے بیمہ کی دستاویزات لائسنس، رسمی بیچک کا معنی مشاہدہ کروانے کے بعد مال فراہم کنندہ کے نام اعتبار نام جاری کرواتا ہے۔ مال مرسل کے وصول ہونے پر درآمد کنندہ، لائسنس پر مجوزہ فیس ادا کرتا ہے۔

اعتبار نام پر لائسنس کا نمبر، بیمہ کمپنی کا نام، معاہدہ سے طے شدہ رقم کی مقدار (جو کہ پونڈ، سٹرلنگ یا ڈالر میں ہو) اس کا نام جس کے حق میں اعتبار نام جاری کرنا ہو، درآمدی مال کی کچھ تفصیل سامان کی ترسیل کا طریقہ، ترسیل کے کوٹ، رقم کی ادائیگی کا طریق کار اور اعتبار نام کی تاریخ انقضاء وغیرہ کا اندراج ہوتا ہے۔ درآمد کنندہ کی ہدایت کے مطابق اعتبار نام کی ترسیل کا طریقہ وغیرہ اندراج ہوتا ہے۔ بینکار بھی آمد کنندہ کے ملک میں اپنے کارندہ کے ذریعہ برآمد کنندہ کو مطلوبات کی فراہمی کے سلسلہ میں ہدایت کرتا ہے۔

جب برآمد کنندہ شرائط کے مطابق سامان کی ترسیل کا انتظام کر لیتا ہے۔ تو وہ درآمد کنندہ کے نام سنڈی تحریر کو کے جہازی ترسیل کی دستاویزات کے ساتھ اپنے بینکار کے حوالہ کر دیتا ہے۔ ان دستاویزات میں بیچک، صداقت نامہ وزن و پیمائش، بار نامہ اور فہرست تفصیل سامان قابل ذکر ہیں۔ دستاویزات کے مجرہ کی نقول براہ راست درآمد کنندہ کو بھیجی جاتی ہیں۔ ان نقول کو وصول پر درآمد کنندہ بنک سے اصلی دستاویزات وصول کر لیتا ہے۔

اس مرحلہ پر درآمد کنندہ بل کی مالیت اور واجبات بنک کی ادائیگی کے بعد اس سے ایک رسید جاری کروا لیتا ہے جو کہ مال وصول

کرنے کے لیے بنیادنی حیثیت رکھتا ہے۔

تمام قسم کی دستاویزات تصفیہ تریسیل کارندہ کے سپرد کر دی جاتی ہیں۔ محصولات و بکری ٹیکس کی ادائیگی اور دیگر واجبات ادا کرنے کے بعد مال کو واکر اور کردایا جاتا ہے۔

محصولات کو گیری کے افسران بچک اور دعویٰ کے مطابق مال کی پڑتال کرتے ہیں۔ اور تمام اقسام کی شرائط پوری ہونے کے بعد مال امانتدار کے حوالے کر دیا جاتا ہے۔

مال کی غلط حوالگی : اگر مال مرسلہ کا کچھ حصہ منزل مقصود سے پہلے آنے والی یا بعد میں آنے والی بندرگاہ پر اتار دیا جائے یا غیر متعلقہ آدمی کو تقسیم کر دیا جائے تو اس صورت میں تصفیاتی کارندہ اپنی تداوی رپورٹ میں کراچی پورٹ ٹرسٹ اور جہازی ترسیل کے کارندہ کو اطلاع دے دیتا ہے۔ کارندہ اطلاع موصول ہونے پر بیرون ملک اپنے مالک اور دوسری تمام بندرگاہوں پر اطلاع بھیجتا ہے۔

3۔ غیر ملکی تجارت میں مشکلات

غیر ملکی تاجروں سے شناسائی کا فقدان : تاجروں کو ایک دوسرے سے فاصلہ پر ہونے کی وجہ سے باہمی مفاہمت کے مواقع کم میسر آتے ہیں۔ جس سے عہدہ و سہان میں شامل ہوتے وقت، ایک یا دونوں فریق ہچکچاہٹ محسوس کرتے ہیں۔ بیرونی منڈیوں کے قوانین سے عدم واقفیت : غیر ملکی منڈیوں کے دور دراز ہونے کی وجہ سے بروقت اور پوری واقفیت نہیں مل سکتی۔ یہی عدم واقفیت، غیر ملکی تجارت کے لیے سبب راہ بن جاتی ہیں۔ کاروبار آزادانہ طور پر نہیں ہو سکتا۔ محصولات درآمد و برآمد : غیر ملکی اشیا کو منگوانے پر سہاری ٹیکس ادا کرتا ہے۔ اشیا اپنی اصل قیمت سے منگی بڑاتی ہیں۔ اس طرح غیر ملکی تجارت کی حوصلہ شکنی ہوتی ہے۔

زبانوں میں اختلاف : زبانوں کا اختلاف دو ملکوں کے درمیان تجارت کے ریلے میں مزید خط و کتابت پر اثر انداز ہوتا ہے۔ زبان کے اختلاف کی وجہ سے اعلیٰ سطح پر تشہیر اور لبیل وغیرہ لگانے کا کام تسلی بخش نہیں ہو سکتا۔ اس مشکل پر قابو پانے کے لیے تجارتی اداروں کو مختلف زبانوں کے ماہرین رکھنے پڑتے ہیں یا یہ کام جمیر آف کامرس کی مدد سے آسان کیا جاسکتا ہے۔ تاجروں پر اسی طرح زائد مالی بوجھ پڑ جاتا ہے۔

ادائیگی میں دشواریاں : ہر قوم ایک مخصوص قسم کا زر بطور قدر نما استعمال کرتی ہے۔ مثلاً پاکستان میں روپیہ، کینیڈا میں ڈالر، جاپان میں ین، یونان میں درہما، میکسیکو میں پیسو، ہالینڈ میں گیلڈر، اور اٹلی میں لیرا۔ زر گردش میں ہے۔ یہ حالات ایک ایسی میکابنت کا تقاضا کرتے ہیں جس سے کرنسی اس کی اپنی شکل میں ادا کی جائے۔ یا ایک دوسری شکل میں تبدیل ہو سکے۔ کسی وقت ”سونا“ مشترک قدر نما کے طور پر فراوانی سے استعمال ہوتا تھا۔ لیکن اب سونے کی کمیابی نے تجارت میں بہت سی پیچیدگیاں پیدا کر دی ہیں۔ ہر ملک کا متعلقہ

زر کی حد میں اس امکان کی پیشی اسی شکل پر مزید اضافہ کا باعث بن رہی ہے۔ جن ممالک کو جنگ کا سامنا کرنا پڑتا ہے ان کا مختص سونا کم ہو جاتا ہے جس سے غیر ملکی تجارت کے دوران نہ تو ڈالروں میں قیمت ادا کر سکتے ہیں اور نہ ہی برآمدات کے ذریعہ کسی ملک کی کرنسی حاصل کر سکتے ہیں۔

تجارتی اشیاء پر پابندی، بعض دفعہ مخصوص حالات کے تحت غیر ملکی تجارت کے راستے بالکل مسدود ہو جاتے ہیں۔ اکی وجہ وہ رکاوٹیں بنتی ہیں، جو کہ نرخ ناموں، حصہ رسد، زر مبادلہ کی پابندیوں، براہ راست مبادلہ یا بعض اشیاء کے مکمل امتناع پر مشتمل ہوتی ہیں۔

ذرائع آمد و رفت میں دشواریاں: ذرائع آمد و رفت کا غیر ملکی تجارت سے متعلق کرنا ہے۔ وقت پرانی رائے کا انتظام و انصرام نہ ہونے کی وجہ سے کاروبار کی ساکھ ہی ختم ہو جاتی ہے۔ یہ سبھی امید ہے کہ ذرائع آمد و رفت کا معاوضہ اشیاء کی اپنی قیمتوں سے زیادہ ہو۔

اشیاء کی منتقلی میں نقصان کا امکان: غیر ممالک سے اشیاء کو اندرون ملک لانا بہت بڑے نقصان کو دعوت دیتا ہے اس نقصان سے بچنے کے لیے مال کا بیمہ کرنا پڑتا ہے۔ کئی ایک کمپنیوں سے معاہدہ کرنا پڑتا ہے جس سے کئی قسم کی مشکلات سامنے آتی ہیں۔

متفرق دشواریاں: بعض ممالک کے رسم و رواج، عادات، قانونی پابندیاں، حکومت کے نظریات اور سیاسی قسم کے نظام تجارت میں سد راہ بنتے ہیں۔ یہ بات بہت بڑی اہمیت کی حامل ہے کہ تاجر کو اس بات کا علم ہونا چاہیے کہ جس ممالک کے ساتھ وہ غیر ملکی تجارت میں اپنا عہدہ یہاں استوار کرنا چاہتا ہے اس کی فائدہ کردہ پابندیاں اور رسم و رواج کیا ہیں۔

3.1۔ برآمدات سے متعلق مسائل کا حل

برآمدات سے متعلق مسائل کے حل اور دیگر امور میں رہنمائی کا درج ذیل طریق کار اپنایا جائے۔

- 1۔ بیرون ملک خریداروں سے رابطہ استوار رکھا جائے۔
- 2۔ غیر ملکوں سے آنے والے ٹیڈر، اطلاعات اور کاروباری دریافتوں کا ریکارڈ رکھا جائے۔
- 3۔ دفتر کے افسران غیر ملکی درآمد کنندگان سے بالمشافہ گفتگو کے مواقع فراہم کریں۔
- 4۔ غیر ملکی تاجر کی ساکھ اور کاروبار سے متعلق اس کا لوگوں پر اعتماد معلوم کرنے کے ذرائع تلاش کیے جائیں۔
- 5۔ جہاز ترسیل عمل میں لاتے وقت جہاز میں جگہ کا لحاظ، انتظام قبل از وقت کر لیا جائے۔
- 6۔ بیرونی منڈیوں میں روشن امکانات ہونے کا جائزہ اس منہج پر لیا جائے کہ کس شعبہ کی پیداوار کی مانگ کس جگہ پر زیادہ ہے۔
- 7۔ برآمدات کے دوران پیدا ہونے والے جھگڑوں کی ثالثی کا انتظام کیسے ہوگا۔

8۔ بیرونی منڈیوں میں مالی کی فروخت کاری میں جاذبیت پیدا کرنے کے لیے اپنے مال کی نمائش کا موزوں جگہوں پر انصرام کیا جائے۔

9۔ بیرون ممالک تجارتی دورہ پر کیے ہوئے ماہرین سے ان کی واپسی پر رپورٹیں حاصل کر کے اپنی کارکردگی میں تبدیلی پیدا کرنا۔

10۔ غیر ملکی برآمد کنندگان سے ان کے پاکستان آنے پر اپنی مصنوعات سے متعلق تاثرات معلوم کرنا۔

11۔ بیرون ملک پاکستانی مصنوعات کو مشترک کرنا۔

12۔ برآمدات کی ترقی کے لیے وقت کے تقاضوں کے پیش نظر زیادہ سہولتیں بہم پہنچانا۔

13۔ مصنوعات کے نمونہ جات میں مسابقت کے پیش نظر تبدیلی کرنا۔

14۔ اپنے دفتر کی بیرون ملک شاخیں قائم کرنا تاکہ تازہ ترین حالات سے آگاہ رہے اور ضرورت پڑے تو مصنوعات کو خریداروں تک پہنچانے میں آسانی رہے۔

15۔ برآمدات کے فروغ کے لیے بیرون ملک جانے پر ویزا حاصل کرنا۔

16۔ دفتر کے عمل کو برآمدی طریقہ کاری کی تربیت کی سہولت بہم پہنچانا۔

17۔ بیرون ملک قائم شدہ پاکستانی تجارتی دفاتر سے ہر قسم کی اطلاعات مسلسل وصول کرتے رہنا۔

4۔ غیر ملکی تجارت کی معلومات کے ذرائع

پاکستانی تجارتی دفاتر : یہ دفاتر برآمد کنندگان کی بیرون ملک تجارتی اداروں سے شناسائی کراتے ہیں اور ان کو اطلاعات مہیا کرتے ہیں۔

درآمد برآمد کی تنظیمیں : یہ تنظیمیں ادارہ فروغ برآمدات کی سفارشات پر درآمد و درآمد کنندگان کو تسہیل کے صداقت نامے جاری کرتی ہیں۔

مرکزی ریلیٹیو لیورڈ : مرکزی ریلیٹیو لیورڈ سے حاصل ہونے والی معلومات بہم گہر ہوتی ہیں۔ درآمدات میں حاصل ہونے والی شکلات کا ازالہ ہو جاتا ہے۔ یہ لیورڈ بیرون اور اندرون ملک معاملات کا بہترین واسطہ ہے۔

وزارت تجارت : مخصوص قسم کے معاملات مسائل اور تنقیح طلب امور کو سمجھانے میں مدد کرتی ہے۔

بنک دولت پاکستان : یہ زرمبادلہ اور ملکی غیر ملکی کرنسی میں ادائیگی یا وصولی کے بارے میں معلومات دیتا ہے۔

نیشنل بینک آف پاکستان : جدولی بینک کی خدمات پیش کرتا ہے۔ حکومتوں کے درمیان سامان کے تبادلوں میں مدد

کرتا ہے، اور مال کے بدلے مال کے لین دین میں رہنمائی کرتا ہے۔

جدولی بینک : یہ برآمد کنندگان کو اعتبار نامے جاری کرنے، مال کی وصولی، مالی امداد بہم پہنچانے اور مستند پانچویں درجہ اور ایجنٹوں کے مالی حیثیت کے بارے میں اطلاعات بہم پہنچاتا ہے۔ المختصر یہ بینک برآمد کنندگان کے درمیان قابل اعتماد رشتہ ہے۔

چیمبر آف کامرس اینڈ انڈسٹری : چیمبر آف کامرس اینڈ انڈسٹری کا برآمدی شعبہ وپیش ہونے والے مسائل کا تصفیہ کرتا ہے۔ چیمبر برآمد کنندگان کے لیے اطلاعات کے مرکز کی حیثیت سے فرائض سرانجام دیتا ہے۔ برآمد کنندگان کو مشورے دیتا ہے اور دیگر متعلقہ خدمات بھی سرانجام دیتا ہے۔ برآمدی ترسیل کے اوزان و پیمائشوں کے بارے میں معلومات فراہم کرتا ہے۔

تجارتی ایسوسی ایشن : یہ ایسوسی ایشن وہی خدمات سرانجام دیتی ہے جو کہ چیمبر آف کامرس اینڈ انڈسٹری۔

پاکستان بیمہ کارپوریشن : ایکسپورٹ کرڈٹ گارنٹی اسکیم کے تحت برآمدات کو پورا پورا تحفظ دیتی ہے۔ اس تحفظ کی صفات نہ تو دیگر بیمہ کمپنیاں دیتی ہیں اور نہ ہی دوسرے تجارتی فرائض۔

تجہیزی کمپنیاں : یہ کمپنیاں برآمدات کے لیے مستقبل میں جہاز رانی کی اطلاع دیتی ہیں۔ برآمدات سے متعلق ضروری ستادیات مہیا کرتی ہیں۔ سامان لانے پر جگہ کا اختصاص کرتی ہیں اور کرایہ باربر داری سے متعلق معلومات بہم پہنچاتی ہیں۔

تصفیاتی اور ترسیلی کارندے : یہ ایجنٹ کسٹم میں برآمدات کے لین دین سے متعلق کاغذی کارروائی کی تکمیل کرتے ہیں۔ یہ ایجنٹ کسٹم سے رجسٹرڈ ہوتے ہیں اور تجہیزی کمپنیاں ان کو تسلیم کرتی ہیں۔ یہ تجہیزی ترسیل کی نگرانی کرتی ہیں اور با اختیار ایجنٹ کا سا کردار ادا کرتی ہیں۔

بیمہ کمپنیاں : یہ کمپنیاں جہاز رانی کے دوران پیش آنے والے خطرات کے خلاف سامان کا بیمہ کرتی ہیں۔ برآمدات سے متعلق بیمہ پالیسیوں سے اور مجوزہ نرخوں سے آگاہ کرتی رہتی ہیں۔

شعبہ رسد اور فروغ سرمایہ کاری : یہ شعبہ برآمدی صنعتوں کے باقاعدہ تیار سے آگاہ رکھتا ہے۔ دیگر صنعتیں قائم کرنے کے لیے سہولتیں فراہم کرتا ہے۔

یہ برآمدات کے لیے تصفیہ دیتا ہے۔ سیزنیکس اور ڈیویٹوں کی واپسی کی اجازت دیتا ہے۔ جس کو مرکزی ریونیو بورڈ نے مقرر کیا ہوتا ہے۔ ترسیل پر برآمدی ڈیویٹ وصول کرتا ہے۔

مرکز اطلاعات برآمدات و تشہیر کراچی : یہ مرکز فروغ تجارت کے سلسلہ میں سوالوں کے جوابات فراہم کرتا ہے مثلاً کون سے ملک میں کس مال کی مانگ ہے۔ ایک مصنوعات کو کون کون سے ادارے تیار کر رہے ہیں۔ بیرون ملک خریداروں کے نام اور پتے حاصل کرنے کا کیا طریق کار ہے اور کسی ادارہ کے کارندے اور تقسیم کنندگان کون کون سے ہیں۔ مختلف ممالک میں محصولات کی شرح کیا ہے اور ادارہ فروغ برآمدات کی جدید خدمات کون کون سی ہیں۔

5۔ بیرونی تجارت کی اقسام

بیرونی تجارت کو دو شعبوں میں تقسیم کیا جاتا ہے۔ جو کہ برآمدی اور درآمدی تجارت کے نام سے موسوم ہیں۔

5.1۔ برآمدی تجارت

برآمدی تجارت سے مراد ایسی تجارت ہے جس میں اندرون ملک کی پیداوار دیگر ممالک کو بھیجی جاتی ہے اپنے ملک کے اندر پیدا کیا ہوا مال جب ضرورت سے زیادہ ہو یا دوسرے ممالک کی نسبت اس کی پیدائش میں کم لاگت آتی ہو تو یہی مال دوسرے ممالک کے ہاتھ فروخت کرنا برآمدی تجارت کہلاتا ہے۔ اس سے ملک کے لوگوں کو روزگار بھی مہیا ہوتا ہے۔ نیز زر مبادلہ میں بھی فائدہ اٹھاتا ہے۔

پاکستان میں برآمدی تجارت کا انتظام و انصرام مختلف قسم کی نجی اور سرکاری تنظیمیں سرانجام دے رہی ہیں۔ ان تنظیموں متعلقہ صنعت کار یا مالکان اپنی خود ساختہ اشیاء یا دیگر ذرائع سے ساخت شدہ مال حاصل کر کے بیرونی ملک بھیجتے ہیں۔ اس مال کی ترسیل کی ذمہ داری براہ راست قبول کر لیتے ہیں یا بذریعہ ترسیل کارندہ مال برآمد کیا جاتا ہے۔ ترسیل کارندے مال کی برآمد میں اہم کردار ادا کرتے ہیں۔ حکومت کی طرف سے ہر قسم کا بند کڑا یا بند یوں کو پورا کرنے کی ضمانت دیتے ہیں۔ ترسیل کارندے ضرورت پیش آنے پر مال کی درست طریق سے پیکنگ وغیرہ میں بھی مدد ہوتے ہیں اور جہادی ترسیل کا خاطر خواہ انتظام کرتے ہیں

برآمدی بزنس سیکم کے تجارت سے بہت سے صنعت کار اور برآمد کنندگان بڑی کامیابی سے اشیاء کی برآمد کر رہے ہیں۔ بعض صنعت کار صرف اپنی اشیاء کی پیدائش پر زور دیتے ہیں۔ جن کو برآمد کرنے میں فائدہ نظر آتا ہے۔ مثال کے طور پر کراچی کی ایک فرم ”جو اسٹرٹ فرم“ اپنی سو فیصد ملبوسات بیرون ملک بھیجتی ہے۔ ترسیل نمائندے عموماً ایسے صنعت کاروں کی نمائندگی کرتے ہیں جن کی مصنوعات کے متوازی کوئی مسابقت نہیں ہوتی وہ اپنی ذمہ داری پر مال برآمد کرنے میں یا برآمدی تاجر کی طرف سے ذمہ داری قبول کرتے ہیں۔ سرکاری تنظیمیں جن میں سے ایک ٹریڈنگ کارپوریشن بھی ہے۔ بیرون ملک خریداروں سے مال ہینا کرنے کے لیے حکم نامے وصول کرتی ہے۔ برآمدی تاجر ایسے کاروباری ادارے ہوتے ہیں جن کا مقصد مقامی منڈیوں سے مال خرید کر بیرونی منڈیوں میں گاہکوں کو مال فروخت کرنا ہوتا ہے۔ برآمدی تاجر یا زرعی پیداوار میں تخصیص حاصل کرتے ہیں یا مصنوعات میں برآمدی تاجر بہت بڑے سرمائے کے مالک ہوتے ہیں اور وسیع پیمانے پر کاروبار کرتے ہیں یہ تاجر یا تو گاہکوں سے حکم نامے وصول کرنے کے بعد مال خریدتے ہیں یا پیشین گوئی کر کے مال کا ذخیرہ کر لیتے ہیں۔

برآمدی تجارت میں برآمدی آرہی نام بھی قابل ذکر ہے۔ یہ مال کا ذخیرہ نہیں کرتے بلکہ ایک ملک سے دوسرے ملک کے گاہک

کی طرف سے مال خرید کر اسے بھیجتے ہیں۔ اس خدمت گزاری کے عوض وہ طے شدہ شرائط کے مطابق معاوضہ وصول کرتے ہیں جس کو "ڈولائی" کہا جاتا ہے۔

بھارتی ملک برآمدی تجارت کو فروغ دینے کے ذرائع : برآمدی تجارت کا سب سے مشکل اور اہم پہلو غیر ملکی خریداروں سے حکم نامے وصول کرنا ہے۔ مختلف تنظیمیں اپنے کاروبار کی نوعیت کے مطابق مختلف طریقے استعمال کرتے ہیں۔ ذیل میں چند ذرائع کا ذکر کیا گیا ہے جو برآمدی تجارت کے فروغ کے لیے ہر قسم کے کاروبار میں مشترک سمجھے جاتے ہیں۔
ادارہ فروغ برآمدات : ادائن میں ہمارے ملک کے اندر محکمہ ترقی برآمدات، محکمہ تجارتی اطلاعات اور محکمہ نمائش برآمدات وغیرہ قائم تھے۔ ان تمام محکموں کا ادغام 1963ء میں ایک نئے ادارہ "ادارہ فروغ برآمدات" میں کر دیا گیا ہے۔ پوٹ میں اس ادارہ کا تذکرہ تفصیل سے موجود ہے۔

برآمدی منڈیوں کا ترقیاتی فنڈ : برآمدات بڑھانے کے لیے یہ ضروری امر ہے کہ بیرونی ممالک میں ان کی تشریح کا انتظام ہو، اور مسابقت کے بڑھتے ہوئے رجحان کا پورا پورا علم ہو۔ برآمدی ادارے اس بات سے آگاہ ہوں کہ کس قسم کی اشیاء کی زیادہ طلب ہے۔ ان عنوانات سے متعلق ہر قسم کا مشورہ دینے کے لیے بیرونی منڈیوں کا سروے کرنے والی پارٹی کی خدمات حاصل کی جاتی ہے۔ مالی اخراجات پورے کرنے کے لیے ادارہ فروغ برآمدات نے ایک مخصوص فنڈ قائم کیا ہوا ہے ٹریڈنگ کارپوریشن آف پاکستان، 1967ء میں اس کارپوریشن کا قیام عمل میں لایا گیا۔ ملک کی درآمدی پالیسی کے تحت صنعتی خام مال اور مالی مرمت درآمد کرتی ہے۔ اس کا اداسہ سرمایہ پانچ کروڑ روپیہ ہے۔ یہ درآمدات اور برآمدات میں حصہ لیتی ہے۔ یہ کارپوریشن چھوٹے اور درمیانے درجے کے برآمد کنندگان کے لیے بڑی عمدہ معاون ثابت ہوئی ہے۔

برآمدی بزنس سیکم : 1959ء میں حکومت پاکستان نے برآمدات کو فروغ دینے کے لیے یہ سیکم جاری کی تھی۔ اس سیکم کے تحت زر مبادلہ کی کمائی کا ایک خاص تناسب برآمد کنندگان کے حوالے کر دیا جاتا ہے۔ اس حصہ کو بزنس کا نام دیا گیا ہے۔ زرمبادلہ کی شکل میں ملی ہوئی رقم ایسے دستاویز کی شکل میں دی جاتی ہے جسے بزنس داؤچر کہتے ہیں۔ برآمد کنندگان اس داؤچر کو 50 یا 200 فیصد مالیت پر فروخت کر سکتے ہیں۔ بزنس کی حصول کی توقع نے برآمد کنندگان کو برآمدات بڑھانے میں ترغیب دی ہے۔ لیکن یہ بات بھی ذکر کرنے کے قابل ہے کہ 1972ء میں پاکستان میں روپے کی قدر کم ہو جانے سے برآمد کنندگان کی حوصلہ شکنی ہوئی ہے۔

چاول کی برآمدی کارپوریشن : پاکستان ایک زرعی ملک ہے۔ پیداوار کے سلسلہ میں یہ خود کفیل ہی نہیں ہو چکا، بلکہ چاول کو اپنی ضرورت سے بہت زیادہ پیدا کر رہا ہے۔ 1974ء میں چاول کی حاصل پیداوار کو برآمد کرنے کے لیے رائس ایکسپورٹ کارپوریشن آف پاکستان قائم کی گئی۔ اس کا منظور شدہ سرمایہ 5 کروڑ روپیہ ہے۔ منڈیوں کی تلاش کے لیے وفد بھیجا اس کی ذمہ داری ہے۔ اس کارپوریشن کا سالانہ منافع 12 کروڑ روپیہ ہے۔ اندرون اور بیرون ملک تشریح کرنے کا انتظام و انصرام کرتی ہے۔
برآمدی قرضوں کی ضمانتی سیکم : اس سیکم کے تحت برآمد کنندگان کو قرض کی عدم ادائیگی کے خلاف تحفظ مل

جاتا ہے۔ برآمد کنندگان پاکستان انشورنس کارپوریشن سے بیمہ کروا لیتے ہیں۔ اس کے عوض انہیں معمولی سی قسط ادا کرنی پڑتی ہے۔ اس سیکم سے برآمد کنندگان کی حوصلہ افزائی ہوتی ہے۔ بیرون ملک سے وصول ہونے والی رقم پر سیاسی تجارتی خطرات اثر انداز نہیں ہوتے۔ نیز عدم ادائیگی کی صورت میں ہونے والے نقصان کی ذمہ داری کارپوریشن ہی قبول کرتی ہے۔ یہ سیکم 1962 میں شروع کی گئی تھی۔ اس کارپوریشن کی یقین دہانی پر برآمد کنندگان مثبت ماحول میں برآمدات بڑھاتے چلے جا رہے ہیں۔ اس کا سب سے بڑا فائدہ پاکستان کے لیے غیر ملکی زرمبادلہ کمانا ہے۔

کاشن ایکسپورٹ کارپوریشن آف پاکستان : یہ کارپوریشن 1973ء میں قائم ہوئی۔ اس کا آغاز پانچ کروڑ کے منظور شدہ سرمایہ سے کیا گیا۔ بنیادی طور پر یہ کارپوریشن کپاس کی فروخت کے سلسلہ میں خرید و فروخت کے ساتھ معاہدے کرتا ہے اور معاہدوں کے مطابق کپاس کی ترسیل کرتی ہے۔ جھکڑے کی صورت میں فریقین کے درمیان مصالحت کی فضا پیدا کرتی ہے۔ کپاس کی ترسیل کرتی ہے۔ کپاس دھننے، باندھنے اور گانٹھیں بنانے کے کام کو معیاری بنانے میں بہت بڑی دلچسپی کا اظہار کرتی ہے۔

ایکسپورٹ فنانس سیکم : یہ سیکم 1978ء میں برآمدات کو فروغ دینے کے سلسلہ میں جاری کی گئی۔ اس سیکم کے تحت سٹیٹ بینک آف پاکستان، تجارتی بینکوں کو صفر فیصدی شرح سود پر قرضہ فراہم کرتا ہے جس کو تجارتی بینک 3% شرح پر برآمد کنندگان کو قرضہ فراہم کرتے ہیں۔ اس سیکم سے برآمد کنندگان کو بروقت امداد مل جاتی ہے جس سے ان کی حوصلہ افزائی ہوتی ہے۔

ایکسپورٹ ریپیٹ سیکم : سلسلے ہوئے کپڑے، ہوزری کی اشیاء، قالین، کھیلوں کا سامان، رد مال، تولیے اور صورت سے تیار کردہ اشیاء بیرون ملک مقبول بنانے کے لیے حکومت نے برآمد کنندگان کو کسٹم کی چھوٹ دے رکھی ہے تاکہ بیرون ملک اپنی مصنوعات کو مقبول بنایا جائے۔

ایکسپورٹ پروسیسنگ زون : برآمدات کے شعبہ کو ترقی دینے کے لیے لاہور اور کراچی دو مخصوص شہروں میں صنعتوں کا قیام عمل میں لایا گیا ہے۔ یہ تمام کام تمام مال برآمد کیا جائے گا۔ ان صنعتوں کے قیام میں مقامی غیر ملکی سرمایہ کاروں نے سرمایہ فراہم کیا ہے۔ کراچی کا زون کم دیش مکں ہو گیا ہے۔ ان علاقوں میں صنعتیں قائم کرنے والوں کو یہ رعایت دی گئی ہے کہ وہ جو نیم خام مال یا مشینری منگوانا چاہیں اس پر درآمدی ٹیکس نہیں لگے گا اس طرح جب ان کا تیار شدہ مال برآمد کیا جائے گا تو برآمدی ٹیکس بھی معاف ہو گا۔

5.2۔ بیرونی تجارت میں اضافہ کرنے کی تدابیر

بیرونی تجارت کا سب سے اہم اور مشکل حصہ بیرون ملک خرید و فروخت کے حکم نامے وصول کرنا ہے۔ مختلف قسم کی تنظیمیں مختلف طریقے اختیار کر کے بیرون ممالک کا کام پیدا کرتی ہیں اور مخصوص حکمت عملی کے ذریعہ ان سے حکم نامے وصول کرتے ہیں۔ بیرون ملک خرید و فروخت کے لیے ذیل میں چند تدابیر درج کی جاتی ہیں۔

تاسیسی اور اشتہاری خطوط :

پاکستان میں عموماً بہت بڑی تعداد میں برآمدی تنظیموں نے اس طریقہ کار کو اپنایا ہوا ہے۔ وہ اپنی تجارت کے فروغ کے لیے تاسیسی اور اشتہاری خطوط بذریعہ ڈاک بھیجتے ہیں وہ امریکی گاہک کو اپنی اشیاء کی نوعیت خصوصیت اور دیگر متعلقہ کرائے کی تفصیلی معلومات بہم پہنچاتے ہیں۔ فروش کاری میں جا ذہبیت پیدا کرنے کے لیے اشتہار پر اشیاء کے نمونے اور عینا کر جانے والی سمولٹوں کا تذکرہ ہوتا ہے اسلوب تحریر سے امریکی گاہک متاثر ہو کر حکم نامہ بھیجنے میں دلچسپی کا اظہار کرتے ہیں۔ اب یہ بات بھی ذہنی میں رکھنی پڑھتی ہے کہ دور جدید میں مسابقت اور مقابلے کے لوازمات پرورے کرنے کا جذبہ ویدانگی کی حد تک پہنچ چکا ہے۔ فروش کار ادارے بیرونی منڈی میں جانے والے مال میں جدت پیدا کرنے کے لیے تحقیقی طرز پر کام کرتے ہیں۔ اس لیے آج کل صرف اشتہار پر ہی اکتفا نہیں کیا جاسکتا بلکہ منڈی میں اس قسم کے آنے والے مال سے مسابقت کا پہلو بھی زیر غور لانا ہو گا تاکہ گاہک مقابلہ شایع چیز کی خرید کی طرف رجحان کا اظہار کرے۔ ان حالات کے پیش نظر اشتہاری خطوط کے ذریعہ امریکی گاہکوں کو مستحق طریق سے مخاطب کیا جائے۔ اظہار خیالات میں کسی قسم کی دو معنویت موجود نہ ہو۔ اشیاء کی تشریح یا وضاحت کے سلسلہ میں اجزاء کا باہم ارتباط ہو یہاں تک کہ تحریر سے گاہک ذہنی طور پر اسی شے کے خریدنے کی طرف راغب ہو۔ اور فروش کاری کو ایک فن کی شکل میں منظر عام پر لایا جائے۔

سفری نمائندے، سفری نمائندے صنعت کار کی طرف سے گاہکوں کو مال سے متعارف کرانے کے لیے مقرر کیے جاتے ہیں۔ یہ بیرون ملک جاتے ہیں اور امریکی گاہکوں سے بالمشافہ گفتگو کرتے ہیں مال کی پسندیدگی پر گاہک سے حکمنامہ وصول کیا جاتا ہے یہ نمائندے مال کی طلب اور منڈی میں اس کے صرف کا اندازہ لگاتے ہیں۔ مال کے بارے میں گاہکوں کے تاثرات لیتے ہیں نیز یہ بھی معلوم کیا جاتا ہے کہ گاہک کسی شے کے کسی نمونے کی طرف مائل ہیں۔ اس طرح منڈی میں گاہکوں کی پسند کی اشیاء لانے کی کوشش کی جاتی ہے۔ دور جدید میں اچھی طرز کے نمونوں کو بھی کچھ وقت کے بعد فرسودہ تصور کر لیا جاتا ہے۔ اس طرح آئندہ ترسیل کے لیے صنعت کار مال کی معیار بندی کرتے ہیں۔ منڈیوں میں ایک ہی شے کے مختلف نمونے اسی مسابقت اور گاہکوں کے رجحانات کا نتیجہ ہیں۔

باہمی گفتگو اور مال کی مانگ سے آگاہ ہونے کے علاوہ سفری نمائندہ مال کو زیادہ سے زیادہ قیمت کے عوض فروخت کر سکتا ہے۔ گاہک کو مال کی خرید کے لیے گرویدہ کرنے کے لیے مال کی خصوصیات بتائی جاتی ہیں۔ مختلف ممالک میں مال کی مانگ کی تفصیل مہیا کی جاتی ہے۔ مال میں خوشگوار تبدیلی کی وجہ بتائی جاتی ہے اور گاہک کو قائل کرنے کے لیے نمائندہ دیگر سمولٹوں کا ذکر بھی کرتا ہے۔

اگرچہ اس طریق کار سے مال کی فروش کاری بہت مہنگی پڑتی ہے لیکن اگر نمائندہ کو بہتر تربیت سے آراستہ کر کے بھیجا جائے تو اس کے ذریعہ فروخت کو بہت بڑا فروغ مل سکتا ہے۔ جس سے بے حد نفع حاصل ہونے کے روشن امکانات موجود ہوتے ہیں۔ ہمارے ملک سے فروخت کے فروغ کے لیے بھی نمائندے باہر جاتے ہیں مگر ان کا بہت یافتہ اور اپنے فن میں ماہر ہونا ضروری ہے۔ ضرورت اس امر کی ہے کہ ان نمائندوں کے ذریعہ مال کی فروخت کے لیے نئی منڈیوں اور نئے گاہکوں کو تلاش کیا جائے۔

بیرونی رسائل کے ذریعہ تشریح : مال کو برآمد کرنے والے بعض ادارے اپنے مال کی فروخت کے لیے

بیرون ملک اعتبارات رسائل وغیرہ میں اشتہار دیتے ہیں۔ چونکہ اخبارات اور رسالوں وغیرہ کو متعدد لوگ پڑھتے ہیں، جس سے فروغ کا
 میں فروغ کا توقع ہوتی ہے۔ اس بات کا ذکر کر دینا مناسب ہوگا کہ بیرون ملک اخبارات وغیرہ میں اشتہار دینے پر بہت سے پابندیاں
 ہیں جن کو پورا کیے بغیر کامیابی ناممکن ہے اس کے علاوہ ایک ملک کا صنعت کار دوسرے ملک کے مقیم کو اپنا نمائندہ مقرر کر کے
 اپنے مال کو گاہکوں سے متعارف کروا سکتا ہے۔ جس سے فروش کاری میں خاطر خواہ اضافہ ہوتا ہے۔ ادارہ فروغ برآمدات بھی مالی کو فروخت
 کرنے میں مدد دیتا ہے۔ یہ ادارہ پاکستانی مصنوعات کو اندر دلی ملک ہی نہیں، بلکہ بیرون ملک نمائندوں کا انتہام کرتا ہے جس سے مال کی
 شہرت ہوتی ہے۔ بیرون ملک اسی ادارے کا مال فروخت ہوتا ہے جو شرائط کی پابندی کرتا ہے اور مال کی کیفیت اور کمیت کو پورا
 پورا خیال رکھتا ہے۔ اگر اس سلسلہ میں غفلت کا اظہار کرتا ہے یا مال کے اشتہار اور بیٹیں کش میں تضاد پایا جائے تو اس کے کاروبار
 کو بہت جلد زوال آجائے گا۔

بیرونی منڈیوں میں اپنے مال کی تحقیق کے ذریعہ بھی فروش کاری کو فروغ دیا جاسکتا ہے۔ جاپان کی مثال ہمارے سامنے ہے کہ
 وہ اس فن میں مہارت کے ذریعہ ایشیاء کی تمام منڈیوں پر چھا چکا ہے۔ یہ کہنا ہے جائز ہوگا کہ اس کی تیار کردہ مصنوعات کسی دیکھی شکل
 میں تمام بیرونی ممالک میں موجود ہیں۔

ذاتی دورے، صنعت کاروں کے فروش کاری کے سلسلہ میں غیر ملکی دورے بہت بڑی اہمیت کے حامل ہیں۔
 نمائندے کی بجائے ممالک خود گاہکوں سے رابطہ قائم کرنے کے لیے دوسرے ممالک کے دورے ترتیب دیتا ہے صنعت کار
 اپنی مصنوعات سے لوگوں کو متعارف کرانے کے لیے ذاتی دلچسپی اور سنجیدگی کا اظہار کرتا ہے۔ نمائندہ بعض اوقات کسی مصلحت کے
 پیش نظر مال کی تفصیل بتانے میں بعض پہلوؤں پر روشنی نہیں ڈال سکتا۔ جس سے فروش کاری متاثر ہوتی ہے۔

بیرونی ایجنسی، بعض اوقات صنعت کار کو بیرون ملک ایسی سہولتیں مہیا کر سکتی ہیں کہ وہ اپنی مصنوعات کی فروخت
 کے لیے وہاں ایجنسی قائم کر سکے۔ اس طرح امکانی گاہک کچھ عرصہ تک چیزوں کا بغور معائنہ کر سکتے ہیں۔ ایجنسی پر موجودہ مال
 مسابقت کے میدان میں بھی اس ملک کی مصنوعات کے ساتھ رکھا جاسکتا ہے جس سے فروش کاری میں فروغ کے روشن امکان
 منظر عام پر آ سکتے ہیں۔

مستقل شاخیں: اگر مذکورہ بالا ایجنسیوں کے قیام کو مستحسن کارکردگی کے پیش نظر دوام حاصل ہو جائے تو ایجنسی مستقل شاخ
 کی شکل اختیار کر لیتی ہے۔ اس کا سب سے بڑا فائدہ یہ ہے کہ مصنوعات کو مسابقت کے پیش نظر بہتر بنایا جاسکتا ہے۔ دوسرا فائدہ
 اس کا یہ ہے کہ صنعت کار مصنوعات کو بیرون ملک فراہم کر کے ملکی سطح پر شہرت حاصل کر سکتا ہے۔ صنعت کار ضرورت سے
 زیادہ محتاط ہوگا۔ تاکہ اس کی سالک کو کسی قسم کا ضعف نہ پہنچے۔

5.3۔ درآمدی تجارت

کسی دوسرے ملک سے اشیاء اندرون ملک جنگوانے کو درآمدی تجارت کہتے ہیں۔ یہ اشیاء بیرونی ممالک سے براہ راست بھی اور کسی انڈنٹ فرم کے توسط سے بھی جنگوانی جاسکتی ہیں۔

درآمدی تجارت کی تنظیم، چونکہ یہ تجارت دو ملکوں کے درمیان ہوتی ہے جس کی وجہ سے اس کی تنظیم کے شعبے و ذیل مستند ملکوں میں پھیلے ہوتے ہیں۔ درآمدی تجارت کی تنظیم کو مندرجہ ذیل تین شعبوں میں تقسیم کیا سکتا ہے۔

1۔ مال کی فراہمی

2۔ متوسل عاملین

3۔ مال کی تقسیم

1۔ مال کی فراہمی : درآمد تجارت میں یہ شعبہ بڑی اہمیت کا حامل ہے۔ جو برآمدی ملک میں کام کرتا ہے۔ یہ شعبہ برآمد کرنے والی اشیاء کو مختلف جگہوں سے حاصل کر کے ایک جگہ اکٹھا کرتا ہے، اور پھر مال کو اقسام کے لحاظ سے الگ کرتا ہے۔ اس کے بعد یہ مال کو درجنوں کے اعتبار سے برآمد کنندگان کو پہنچا دیتا ہے۔ تجارت کے مذکورہ شعبے میں دکان کے لوگ کام کرتے ہیں۔ ایک چھوٹے پیمانے پر مال فراہم کرنے والے اکثر و بیشتر اپنے غائبوں کے ذریعے مختلف منڈیوں سے مال حاصل کرتے ہیں۔

2۔ متوسل عاملین : درآمدی تجارت میں اس شعبے کو بھی بڑی اہمیت حاصل ہے۔ یہ شعبہ بھی دونوں ملکوں میں کام کرتا ہے۔ یہ شعبہ دو اہم کام انجام دیتا ہے جو کہ درج ذیل ہیں۔

(۱) فرد شدہ ملک کے برآمد کنندگان کے لیے

(ج) خریدار ملک کے درآمد کنندگان کے لیے

فرد شدہ ملک کے برآمد کنندگان ملک کے فراہم کاروں سے مال خرید کر ملک کے درآمد کنندگان کے پاس بھیج دیتے ہیں۔ پھر ان درآمد کنندگان سے مال بھوک فروش خود خرید لیتے ہیں اس کے بعد مال بالترتیب خوردہ فروشوں اور عام گاہکوں کے ہاتھوں میں پہنچ جاتا ہے۔

فرد شدہ ملک کے برآمد کنندگان اور خریدار ملک کے درآمد کنندگان کا بیرونی تجارت میں بڑا دخل ہوتا ہے۔ ان لوگوں کے پاس سرمائے کی بہتات ہوتی ہے۔ یہ لوگ دوسرے ملکوں کی منڈیوں سے مکمل واقفیت رکھتے ہیں، اور عام طور پر دوسرے ملکوں کے تاجروں سے بھی ان کے تعلقات ہوتے ہیں۔ یہی وجہ ہے کہ انہیں مال کی درآمد و برآمد میں کوئی خاص دقت نہیں ہوتی۔

3۔ مال کی تقسیم : اس شعبہ کا تعلق صرف خریدار ملک سے ہوتا ہے۔ اس شعبہ میں ملک کے عام بھوک فروش اور خوردہ فروش حصہ لیتے ہیں۔ بھوک فروش کافی مقدار میں مال درآمد کنندگان سے خرید لیتے ہیں۔ ان سے پھر خوردہ فروش

حسب ضرورت مال خرید لیتے ہیں اور تھوڑا تھوڑا عام گاہکوں کو فروخت کرتے رہتے ہیں۔

مال کی درآمد میں کمیشن ایجنٹ بھی بڑا اہم رول ادا کرتا ہے۔ کمیشن ایجنٹ دوسرے کے لیے مال درآمد کرتا ہے اور پھر اپنی خدمات کا معاوضہ کمیشن کی صورت میں وصول کرتے ہیں۔ لیکن یورپین ممالک درآمد تجارت اسی طریقہ پر بھی کرتے ہیں کہ جو ممالک ان کے لیے مال خریدتے ہیں ان ملکوں کے بڑے بڑے تاجر دوسرے ممالک میں اپنے ذیلی دفاتر قائم کر دیتے ہیں۔ تو یوں انہیں مال سستا اور اعلیٰ کو الٹی کامیا ہو جاتا ہے۔

انڈنٹ فرم : یہ نمائندہ فرم ہے جو کہ ان تاجروں کے لیے مال درآمد کرتی ہے جو خود درآمدی سرگرمیوں میں حصہ نہ لینا چاہتے ہوں۔ یہ فرم اپنے لیے مال درآمد نہیں کرتی بلکہ خواہش مند تاجروں سے آرڈر وصول کر کے ان کی نمائندگی کرتے ہوئے ان کا مطلوبہ مال درآمد کرتا ہے۔ تاجر انڈنٹ فارم ٹرک کے اس فرم کو اپنا نمائندہ تسلیم کر لیتا ہے اور درآمد کی کے حقوق اس کے حوالے کر دیتا ہے۔ انڈنٹ فارم تمام کارروائی کے مکمل ہو جانے کے بعد متعلقہ ملک میں اپنا شاخ سے رابطہ قائم کرتی ہے اور وہ مال براہ راست تاجر کے پاس پہنچ جاتا ہے۔ یہ فرم تاجر سے کوئی معاوضہ وصول نہیں کرتی بلکہ تاجر سے اپنی خدمات کے عوض کمیشن وصول کرتی ہے۔ اس طریق کار سے۔

- تاجر بہت سی پیچیدگیوں سے بچ جاتے ہیں۔
 - تاجر کو مخصوص قسم کا لائسنس حاصل نہیں کرنا پڑتا۔
 - تاجر کو مطلوبہ مقدار میں مال منگو کر دیا جاسکتا ہے۔
 - درآمدی معاملات سے لاعلم ہونے والے تاجر سہولت سے مال حاصل کر لیتے ہیں۔
- ترقی پذیر ممالک اور نوآزاد ممالک میں انڈنٹ فرموں کا جال پھیلا ہوا ہے یہ فرمیں نفع کا بہت سا حصہ بطور کمیشن وصول کر لیتی ہیں۔ یہ فرمیں ملک کے بڑے بڑے شہروں اور ساحلی شہروں میں بہتات سے واقع ہیں۔

5.4۔ درآمدی تجارت کا مروجہ طریقہ

درآمد کنندگان ملکی ہوں یا غیر ملکی دونوں کو مال کی درآمد کے لیے مندرجہ ذیل مراحل سے گزرنا پڑتا ہے۔

- 1۔ درآمدی لائسنس کا حصول۔
- 2۔ فرمائش کی ترسیل۔
- 3۔ کھانا لین کا کھولنا۔
- 4۔ زر مبادلہ کا انتظام۔
- 5۔ بل کی ادائیگی۔

6 - مال کی حوالگی -

7 - کسٹم اور جیٹ کے مراحل -

8 - معاملات کا اختتام -

9 - سرکاری گودام -

1 - درآمدی لائسنس کا حصول : ہر قسم کی درآمدی تجارت کے لیے گورنمنٹ سے قانونی طور پر لائسنس حاصل کرنا ضروری ہوتا ہے۔ اس کے بغیر کوئی تاجر بھی براہ راست مال درآمد کر سکتا ہے اور نہ انڈمٹ کر سکتا ہے۔ یہاں یہ امر بھی واضح رہے کہ کوئی تاجر اتنی ہی مالیت کا مال منگوا سکتا ہے جتنی مالیت کا درآمدی لائسنس ہوتا ہے۔ آئندہ صفحات میں اسے تفصیل سے درج کیا گیا ہے۔

2 - فرمائش کی ترسیل : ایسے تاجر یا درآمد کنندگان ہی اپنی فرمائش خط یا بحری تار کے ذریعے دوسرے ملک میں درآمد کنندہ کو بھیجتے ہیں جن کے پاس مال درآمد کرتے کا لائسنس ہوتا ہے۔ فرمائش کا خط ہر لحاظ سے مکمل ہوتا ہے۔ یعنی اس میں مال کی تمام تفصیلات درج ہوتی ہیں۔ نیز اس میں یہ بھی درج ہوتا ہے کہ مال کس بندرگاہ سے جہاز پر چڑھایا جائے گا اور کس تاریخ تک خریدار کی بندرگاہ تک پہنچایا جائے گا۔

3 - کھاتہ لین کا کھولنا : بیرونی تجارت میں زرمبادلہ کی پیچیدگیاں ہوتی ہیں۔ اس لیے قیمت کی ادائیگی ایک اچھا خاصا مسئلہ بنتی ہے۔ لہذا اس کے لیے ابتداء ہی میں سارے لوازمات پورے کرنے ہوتے ہیں۔ اس مسئلہ کو یوں حل کیا گیا ہے کہ جب بیرون ملک سے فرمائش کی قبولیت کی اطلاع آجاتی ہے تو پھر درآمد کنندہ غیر ملکی تاجر کے حق میں اس کے منظور کردہ بینک میں کھاتہ کھول دیتا ہے۔ کھاتہ کھل جانے کے بعد بینک مستحق غیر ملکی تاجر کو مخصوص خط کے ذریعے اس کے نام کھاتہ کھل جانے پر مطلع کر دیتا ہے۔ اس اطلاع نام کو تجارتی زبان میں "اعتبار نامہ" یا لیٹرائٹ کرڈٹ کہتے ہیں۔

4 - زرمبادلہ کا انتظام : درآمدی تجارت میں رقم کی ادائیگی کے لیے زرمبادلہ کا انتظام کرنا ایک نہایت اہم کام ہوتا ہے۔ درآمد اور برآمد کنندہ کیونکہ مال کی قیمت اپنے اپنے سکوں میں مقرر کرتے ہیں لہذا ضروری ہوتا ہے کہ ایک ایسی شرح مبادلہ طے کر لی جائے جس کے مطابق ادائیگی ہو سکے۔ مرکزی بینک تھوڑے سے تھوڑے عرصے بعد ایسی فہرستیں شائع کرتا رہتا ہے جس میں شرح مبادلہ درج ہوتی ہے۔ چنانچہ اس کے مطابق ہی ادائیگی کو درآمدی ہے۔

زرمبادلہ کا معاملہ طے ہو جانے کے بعد درآمد کنندہ کو مال کی وصولی کے لیے یوم انتظار کرنا پڑتا ہے۔ مناسب وقفہ کے بعد برآمد کنندہ کی طرف سے جب مال کی ترسیل کی اطلاع اسے موصول ہوتی ہے تو پھر یہ مال وصول کرنے کی تیاری شروع کر دیتا ہے۔

5 - بل کی ادائیگی : مال کی ترسیل کے بعد برآمد کنندہ اپنے بینک کو مال کی ترسیل کے کاغذات اور بل، درآمد کنندہ کو ادائیگی کے لیے پیش کرنے اور مال درآمد کنندہ کے حوالے کرنے کی اس وقت ہدایت کرتا ہے۔ جب درآمد کنندہ مال کی ادائیگی کرتا ہے

چنانچہ درآمد کنندہ بنک کو طے شدہ شرح کے مطابق رقم ادا کر کے مال وصول کر لے گا۔ لیکن اگر درآمد کنندہ مال کی قیمت پوری ادا نہ کر سکے تو وہ بنک کو درخواست کر تا ہے کہ وہ اس کی بھر رقم ادا کر دے۔ چنانچہ بنک اس سے ملٹی کے کاغذات اور کفالت نامہ لے کر اس کی طرف سے بل کی ادائیگی کر دیتا ہے اور مال کو اس وقت تک اپنے پاس رکھتا ہے جب تک وہ درآمد کنندہ سے رقم وصول کر لے۔

6۔ کسٹم اور جی ٹی کا مرحلہ : مال جب بندر گاہ پر پہنچ جاتا ہے تو اس کو وصول کرنے سے پہلے درآمد کنندہ کو بہت سے مراحل سے گزرنا پڑتا ہے۔ جن کی تفصیل درج ذیل ہے۔

مال کی فہرست : جب درآمد کنندہ یا اس کا نمائندہ مال وصول کرنے کے لیے بندر گاہ پر پہنچے ہی کسٹم حکام کے سامنے پیش ہوتا ہے۔ اور کسٹم حکام درآمد شدہ مال کی فہرست کا بنظر غائر مطالعہ کرتے ہیں۔ بعد ازاں معائنہ وہ اس بات کا جائزہ لیتے ہیں کہ درآمد شدہ مال پر محصول لگ سکتا ہے یا نہیں۔ مال کے ناقابل محصول ہونے کی صورت میں منسلکہ کاغذ پر دستخط کر کے فہرست واپس کر دی جاتی ہے۔ درآمد شدہ مال کی فہرست کو بل "آف اسٹری" کہتے ہیں۔

کسٹم کا اجازت نامہ : درآمد شدہ مال قابل محصول ہونے کی صورت میں کسٹم حکام محصول کی رقم فہرست پر درج کرنے کے بعد درآمد کنندہ کو ایسی فہرست کی ایک نقل واپس کر دیتے ہیں جسے دکھا کر درآمد کنندہ مال چھڑا لیتا ہے۔ اس نقل کو کسٹم کا اجازت نامہ کہتے ہیں۔

جی ٹی چالان (گودی کا چالان) : درآمد کنندہ کو کسٹم حکام سے فارغ ہونے کے بعد متعلقہ گودی کی مالدار کو وہ شرائط پوری کرنی ہوتی ہیں۔ اس کے لیے اسے خاص فارم پر کرنا پڑتا ہے جسے جی ٹی چالان اسے واپس کر دیا جاتا ہے۔ جہاز سے مال چھڑانے میں مدد دیتی ہے۔

جہاز ران کمپنی سے رابطہ : کسٹم اور جی ٹی سے فارغ ہو کر درآمد کنندہ جہاز کے حکام کو کسٹم کا اجازت نامہ جی ٹی چالان، بلٹی کے کاغذات اور بیچک وغیرہ دکھا کر مطمئن کرتا ہے کہ وہ مال کا اصل مالک یا اصل مالک کا نمائندہ ہے۔

جہاز کا کرایہ : جہاز کا کرایہ اکثر برآمد کنندہ ہی ادا کرتا ہے لیکن اگر وہ کرایہ ادا نہ کرے تو اس صورت میں درآمد کنندہ ہی کرایہ کی ادائیگی کرنا ہوتی ہے۔ قیمت طے کرتے وقت اس کی وضاحت ہو چکی ہوتی ہے کہ جہاز کا کرایہ کون ادا کرے گا۔ بہر حال جہاز کے حکام اس وقت تک مال حوالے نہیں کرتے جب تک جہاز کا کرایہ موصول نہیں ہو جاتا۔

مال کی حوالگی کا حکم نامہ : جہاز کے حکام مکمل تسلی کے بعد درآمد کنندہ کے نام جہاز سے مال وصول کرنے کے لیے ایک تحریری حکم جاری کرتے ہیں جو مال کی حوالگی کا حکم نامہ کہلاتا ہے۔ اس حکم نامہ کے ساتھ گیٹ پاس بھی جاری ہوتا ہے۔ ان دونوں اجازت ناموں کا مطلب یہ ہوتا ہے کہ جہاز (عرشہ) کے حکام مال درآمد کنندہ کے حوالے کر دیں۔ چنانچہ مال درآمد کنندہ کے حوالے کر دیں۔ چنانچہ مال درآمد کنندہ کے حوالے کر دیا جاتا ہے۔

سرکاری گودام : اگر کبھی درآمد کنندہ محصولات و دیگر واجبات ادا نہ کر سکے تو ایسی صورت میں وہ اپنی درآمدات کو

کسٹم والوں کی نگرانی میں سرکاری گوداموں میں جمع کروا دیتا ہے، اور بعد میں واجبات ادا کر کے مال گودام سے چھڑا لیتا ہے۔ اگر وہ خود واجبات ادا کرنے کے قابل نہ ہو تو وہ اپنے بینک کو اس کی جانب سے ادائیگی کی درخواست کرتا ہے۔ چنانچہ بینک محصول کی ادائیگی کر کے مال اپنے قبضے میں لے لیتا ہے۔ اس طرح درآمد کنندہ سرکاری گوداموں کے کرائے وغیرہ سے محفوظ رہتا ہے۔

معاملت کا اختتام، مال چھڑانے کے بعد درآمد کنندہ کی اپنی مرضی ہے کہ وہ مال کو اپنے گوداموں تک لائے یا وہیں کسی تاجر کے ہاتھ فروخت کر دے۔

جب مال تمام مراحل سے گزر کر درآمد کنندہ کے پاس آتا ہے تو وہ سب سے پہلے مال کا جائزہ لیتا ہے کہ آیا مال صحیح حالت اور انڈنٹ کے مطابق ہے وہ اس امر کی اطلاع درآمد کنندہ کو کرتا ہے۔ اگر کوئی اعتراض ہو تو اسے خط و کتابت کے ذریعے حل کیا جاتا ہے۔ اور اگر اعتراضات طے ہو جائیں تو درآمدی معاملات اختتام پذیر ہو جاتی ہے۔

5.5۔ بیرونی تجارت میں قیمتوں کی اقسام

یہاں اس بات کو سمجھ لینا بھی ضروری ہے کہ بیرونی تجارت میں قیمت کا رواج ایک ہی طرز کا نہیں ہوتا بلکہ درآمد کنندہ اور برآمد کنندہ آپس میں جہاں دوسرے معاملات کو خط و کتابت کے ذریعے طے کرتے ہیں، وہاں قیمتوں کے متعلق بھی طے کر لیتے ہیں کہ کوئی قیمت دونوں فریقوں کو قابل قبول ہوگی۔ بیرونی تجارت میں مندرجہ ذیل اقسام کی قیمتوں کا رواج ہے۔

ایف۔ اے۔ ایس : اس سے مراد وہ قیمت ہے جس میں مال کی اصل قیمت کے علاوہ اسے جہاز تک پہنچانے کے اخراجات بھی شامل ہوتے ہیں۔ مثلاً بینک کے اخراجات، بندرگاہ تک مال پہنچانے کے اخراجات، ایکسپورٹ ڈیوٹی اور ڈاک ڈیوٹی وغیرہ۔

ایف۔ او۔ جی۔ اس سے مراد ایسی قیمت ہے جس میں اصل قیمت کے علاوہ مال کے بندرگاہ تک پہنچانے اور جہاز پر لدوانے کے اخراجات کو ایف۔ او۔ جی کہتے ہیں۔

ایکس شپ پرائس : مال کو خریدار کی بندرگاہ تک پہنچانے کے تمام اخراجات قیمت میں شامل ہوتے ہیں لہذا "ایکس شپ پرائس" ایسی قیمت ہے جس میں مال کی ترسیل، بندرگاہ کا ٹیکس، جہاز کا کرایہ اور مال کو خریدار کی بندرگاہ تک پہنچانے میں جن قدر بھی اخراجات ہوں وہ قیمت میں شامل ہوتے ہیں۔

ان لونیٹ : اس طرز کی قیمت سے ایسی قیمت مراد ہے جس میں وہ تمام اخراجات شامل ہوتے ہیں جو مال کی خریدار کی بندرگاہ سے گوداموں تک پہنچانے میں ہوتے ہیں۔

ڈیوٹی پیسٹ : ایسی قیمت جس میں مال کی کسٹم ڈیوٹی کی ادائیگی تک کے تمام اخراجات شامل ہوں اسے ڈیوٹی پیسٹ کہتے ہیں۔

جب بیرونی تجارت کے سلسلہ میں استغفار نامہ جاری کیا جاتا ہے تو اس کے جواب میں جو نرخ نامہ آتا ہے اس میں مذکورہ اقسام میں سے کسی ایک کی قیمت پر رمضان ہونا ہوتا ہے۔ چنانچہ خریدار جس قیمت پر بھی رمضان ہوا فرزندہ اس قیمت کے مطابق مال اسے ارسال کر دیتا ہے۔

6۔ رجسٹریشن

درآمدی تجارت ایکٹ : پاکستان میں ہونے والی تجارت امپورٹس اینڈ ایکسپورٹس کنٹرول، ایکٹ 1950 کے تحت عمل میں آتی ہے۔ اس ایکٹ کے تحت ہر قسم کی درآمد کے لیے ضروری ہے کہ چیف کنٹرولر آف امپورٹس اینڈ ایکسپورٹس سے اجازت لی جائے۔ اس اجازت نامہ کو لائسنس یا پرمٹ کا نام دیا جاتا ہے۔ اگر درآمد حکومت پاکستان کے ذمہ دار سے ہوں تو اس صورت میں اجازت نامہ کو لائسنس کہا جائے گا، اور اگر درآمد کنندہ بیرون ملک اپنے وسائل استعمال کرے تو اس اجازت نامہ کو پرمٹ کہیں گے۔ اس طرح کاریں اور دوسری اشیاء جو گفٹ اور سیگنل اسکیم کے تحت آئیں ان کے لیے پرمٹ جاری کیے جائیں گے۔

رجسٹریشن : درآمدی تجارت شروع کرنے سے پہلے اپنا، اپنی فرم یا محدود پیمانے پر چلائے جانے والے ادارے کا نام چیف کنٹرولر امپورٹس اینڈ ایکسپورٹس کے محکمہ سے رجسٹرڈ کر دانا ضروری ہوتا ہے۔ رجسٹریشن حاصل کرنے کے بعد کاروبار شروع کرنے والا درآمدی پالیسی کے مطابق درآمدی سہولتوں سے فائدہ اٹھانے کے قابل جاتا ہے۔ رجسٹریشن کے لیے قابلیت کی کوئی شرط نہیں ہوتی۔ صرف پاکستان کا شہری ہونا کافی ہے۔ فرد واحد خواہ وہ ایک یا اس سے زیادہ صنعتی یا تجارتی اداروں کا مالک ہو ایک ہی رجسٹریشن کے سرٹیفکیٹ جاری کیا جاسکتا ہے۔ ایک سے زیادہ ناموں میں رجسٹریشن کروانا خلاف منافی ہے۔ ایسے شخص کے خلاف کارروائی عمل میں لائی جائے گی۔ اس کی رجسٹریشن منسوخ کی جاسکتی ہے جن جن فرموں یا پرائیویٹ لمیٹڈ کمپنیوں کے حصہ داران مشترک ہوں اس دفعہ کا اطلاق ان پر بھی ہوتا ہے۔

6.1۔ رجسٹریشن کا طریقہ کار :

تجارتی درآمد کنندہ : رجسٹریشن کے لیے درخواست محکمہ کے تسلیم شدہ فارم پر جس کا نمبر منسلک ہے ضمیمہ نمبر 1 اپنے بینک کی نامزد شاخ کے توسط سے علاقے کے ناظم یا نائب ناظم درآمد و برآمد کے دفتر میں گزارنا ہوتا ہے۔ یہ فارم تمام بینکوں سے مل سکتے ہیں۔ درخواست پر دستخط مالک خود یا فرم کا کوئی محضہ دار کر سکتا ہے۔ جب کہ کمپنی کی صورت میں اس کا ڈائریکٹر یا سیکرٹری کر سکتا ہے۔

اس درخواست کے ساتھ مندرجہ ذیل دستاویزات بھیجنا ضروری ہوتی ہیں۔

الف - رجسٹریشن فیس مبلغ گیارہ سو تیس روپے (بٹول قیمت پاس بک) کی ادائیگی کی اصل رسید - یہ رقم چالان فارم پر اپنے نزدیک ترین سٹیٹ بینک یا نیشنل بینک کی برانچ میں درج ذیل ہیڈ آف اکاؤنٹ میں جمع کروائی جاتی ہے۔

ب - واحد مالک درخواست کے ساتھ اپنا شناختی کارڈ منسلک کرے گا۔ اگر مشترک کاروباری ادارہ ہے تو اس کے تمام حصہ داروں کے شناختی کارڈ اور کمپنی کی صورت میں اس کے ڈائریکٹروں کے شناختی کارڈ درخواست کے ساتھ لگانے پڑتے ہیں۔

ج - انکم ٹیکس ڈیپارٹمنٹ کے جاری کردہ نیشنل ٹیکس سرٹیفکیٹ نمبر۔

د - درخواست کے ساتھ اگر فرم ہے تو اس کا شراکت نام رجسٹر آف فرمز کے سرٹیفکیٹ اور ملٹیڈ کمپنی کی صورت میں میمورنڈم اور آرٹیکل آف ایسوسی ایشن مع رجسٹر آف سٹاک کمپنیز کے سرٹیفکیٹس منسلک کرنے ہوتے ہیں۔

چیف کنٹرولر کا متعلقہ دفتر درخواست مکمل ہو جانے پر درخواست گزار کو رجسٹرڈ کر لیتا ہے۔ رجسٹریشن سرٹیفکیٹ مندرجہ ذیل متعلقہ ادارے کے پتے پر ارسال کر دیتا ہے۔

2 - برائے صنعتی درآمد کنندہ : ایسے صنعتی ادارے جو مشینری اور خام مال درآمد کرنا چاہتے ہیں۔ ان کے لیے بھی رجسٹریشن کا طریقہ وہی ہے جو ادیر درج ہے۔ لیکن ان صنعتی اداروں کو جن کا کل سرمایہ دو کروڑ روپے سے زیادہ ہو اور ایک کروڑ روپے سے زیادہ مالیت کی مشینری درآمد کرنا چاہتے ہیں، ان کے لیے مزوری ہے کہ وہ چیف کنٹرولر امپورٹس ایکسپورٹس کو رجسٹریشن کے لیے درخواست دینے سے قبل متعلقہ صوبائی ڈائریکٹریٹ آف انڈسٹریز یا ادارہ فروغ سرمایہ کاری سے پیشگی منظوری حاصل کریں گے۔

رجسٹریشن کی سالانہ تجدید : درآمدی رجسٹریشن سرٹیفکیٹ کی مدت ہر سال 31 دسمبر کو ختم ہو جاتی ہے۔ لہذا اس کی تجدید کرنا ضروری ہوتی ہے۔ اس کا طریق کار مندرجہ ذیل ہے۔

(الف) درآمد کنندہ اپنے نامزد بینک کو ہدایت کرتا ہے کہ وہ اس کی پاس بک متعلقہ دفتر کو 31 جنوری تک مندرجہ ذیل دستاویزات کے ساتھ تجدید کے لیے بھیج دے۔

1 - فیس کی ادائیگی کی رسید مبلغ سو روپیہ۔ یہ فیس بھی اکی میں جمع ہوگی، جس میں رجسٹریشن کی فیس۔

2 - گزشتہ سال کا انکم ٹیکس احکام تخصیص یا ڈیٹاڈ نوٹس کی ضرورت پڑے گی۔ اگر کسی وجہ سے محکمہ انکم ٹیکس نے فیصلہ نہیں

کیا تو انکم ٹیکس آفیسر کا تصدیق نامہ کہ اس سال آمدن کا گوشوارہ داخل کر دیا ہے یا کر دیا جائے گا۔

(ب) ان متعلقہ کافات کے موصول ہو جانے پر متعلقہ دفتر پاس بک مزوری اندراجات کے بعد واپس بینک کو بھیج دی جاتی ہے۔

(ج) اگر کسی وجہ کے باعث درآمد کنندہ 31 دسمبر تک فیس جمع نہیں کر آیا یا اس کا بینک 31 جنوری تک پاس بک

فیس کی رسید وغیرہ کے ساتھ متعلقہ دفتر کو نہیں بھیجتا تو پھر پانچ سو روپیہ مزید جمع کرانے کے بعد دوران سال کسی بھی

وقت تجدید کرائی جاسکتی ہے۔ لیکن سالہا سال گزر جانے کے بعد رجسٹریشن کو پوری فیس یعنی گیارہ سو روپے دے کر تجدید ہو سکے گی۔

رجسٹریشن سے استثنائاً : مندرجہ ذیل درآمدی اشیاء رجسٹریشن سے مستثنیٰ ہیں۔

(الف) دوسرے ملکوں سے آنے والے لوگوں کا ذاتی مال یا ایسی اشیاء جو پرمٹ پر درآمد ہوتی ہوں۔

(ب) دو ایٹال یا محاطہ کے لیے اخبارات و کتب وغیرہ جو ڈاک کے ذریعہ ذاتی استعمال کے لیے درج ذیل سالانہ مالیاتی حد تک درآمد کی جائیں۔

اخبارات - =/ 800 روپے

کتب و رسائل وغیرہ یا قرآن مجید کی ریکارڈنگ کے کیٹ۔ =/ 1600 روپے

مخصوص پیشوں سے متعلق افراد، خاص مضامین پر کتابوں اور فنی تحقیقاتی اداروں کے لیے۔ =/ 3000 روپے

دو ایٹال =/ 400 روپے

مندرجہ بالا اشیاء درج کی گئی مالیاتی حد تک ذاتی استعمال کے لیے درآمد کرتے کے لیے لائسنس یا مرٹ کی ضرورت نہیں ہوتی۔ قارئین کی واقفیت کے لیے چیف کنٹرولر درآمد و برآمد علاقائی اور ذیلی دفاتر کی نشاندہی کی جاتی ہے۔

چیف کنٹرولر درآمد و برآمد کے علاقائی اور ذیلی دفاتر

پاکستان میں محکمہ درآمد و برآمد کے دفاتر اور ان کے پتے درج ذیل ہیں۔

- 1 چیف کنٹرولر درآمد و برآمد 5 سوک سینٹر اسلام آباد (ریڈ آفس)۔
- 2 کنٹرولر درآمد و برآمد اسٹیٹ لائف بلڈنگ نمبر 4 شاہراہ لیاقت، کراچی۔
- 3 کنٹرولر درآمد و برآمد عالمگیر بلڈنگ ایڈورڈ روڈ، لاہور۔
- 4 کنٹرولر درآمد و برآمد سرحد سمیرا آف کامرس بلڈنگ جی ٹی روڈ، پشاور۔
- 5 ڈپٹی کنٹرولر درآمد و برآمد بالمقابل جی پی او جناح روڈ، کوئٹہ۔
- 6 ڈپٹی کنٹرولر درآمد و برآمد 17 ای ایونٹ نمبر 7، لطیف آباد، حیدر آباد۔
- 7 ڈپٹی کنٹرولر درآمد و برآمد 848 بوسن روڈ ملتان۔
- 8 ڈپٹی کنٹرولر درآمد و برآمد 98-اے، پیپلز کالونی، فیصل آباد۔
- 9 ڈپٹی کنٹرولر درآمد و برآمد 155-ڈی، سیٹلائٹ ٹاؤن، گوجرانوالہ۔
- 10 ڈپٹی کنٹرولر درآمد و برآمد ایچ ایچ کمرش بلڈنگ، کینٹ روڈ، سیالکوٹ۔
- 11 ڈپٹی کنٹرولر درآمد و برآمد ایڈمنسٹریٹو بلاک، انڈسٹریل اسٹیٹ میرپور (آزاد کشمیر)۔

12 ڈپٹی کنٹرولر درآمد و برآمد 5 سوک سینٹر، اسلام آباد۔

لائسنس حاصل کرنے کا طریقہ : درآمد کنندہ اگر لائسنس لینا چاہیے بشرطیکہ وہ پہلے سے رجسٹرڈ ہو تو اسے اپنے بینک سے رجوع کرنا ہوگا۔ درآمدی لائسنسوں کے فارم تمام شیڈول بینکوں میں دستیاب ہیں۔ درآمد کرنے والے کی ہدایت پر متعلقہ بینک لائسنس فارم میں درآمد کے لیے ورکارشے کی تفصیل اور قیمت درج کرتا ہے۔ جس کے بعد درآمد کنندہ فارم پر دستخط کرنے کے لیے ضروری ہے کہ درآمد کنندہ بینک میں خود جائے۔

درآمدی لائسنسوں پر اس کی مالیت کے دو فیصد کے برابر لائسنس فیس بھی ادا کرنا ہوتی ہے۔ جو درآمد کنندہ لائسنس پر دستخط کرتے وقت اس فیس کی ادائیگی کی اصل رسید بھی بینک کو دینا ہوتی ہے۔ اس کے بعد نامزد بینک لائسنس فارم پر درآمد کنندہ کے دستخط کی تصدیق کر کے اس کے پاس ہک فیس کی رسید کے ساتھ متعلقہ دفتر میں داخل کر دیتا ہے۔ جہاں ضروری جانچ پڑتال کے بعد لائسنس فارم کی توثیق کر دی جاتی ہے۔

7- ادارہ فروغ برآمدات

بھاری حکومت نے پاکستانی برآمد کنندگان کو امداد بہم پہنچانے کے لیے ایک مؤثر اور فعال قسم کی تنظیم قائم کی ہے جس کو ادارہ فروغ برآمدات کہتے ہیں یہ تنظیم متواتر بیرونی ممالک کے برآمد کنندگان سے رابطہ قائم کرتی ہے۔ تاکہ پاکستانی برآمد کنندگان سے ان کا ارتباط قائم رکھا جاسکے۔ جب کسی شے کے بارے میں کوئی سوال نامہ بیرون ملک کی کسی تنظیم سے موصول ہوتا ہے تو ادارہ مذکور اس سوال نامہ کو متعلقہ برآمدی شعبہ یا صنعت کار کو بھیج دیتا ہے۔ جملہ معاملات سے متعلقہ کوالٹ اکٹھے کیے جاسکتے ہیں ادارہ کے ماہرین ان کوالٹ کا تجزیہ کرتے ہیں۔ ان ماہرین کی سفارشات کی رہنمائی میں حکومت برآمدات کے قوانین میں تبدیلی کرتی ہے۔ نیز اصلاح طلب امور کی طرف فوری توجہ دی جاتی ہے۔ ملک کے متعدد دہشہروں میں فروغ برآمدات کے ادارے پاکستانی برآمد کنندگان کی مدد کے لیے مود ہیں۔ پاکستان کے فروغ برآمدات کے ادارے بیرون ملک قائم شدہ قونصل خانوں اور تجارتی دفاتر درآمد و برآمد سے متعلقہ معلومات حاصل کرتے ہیں۔ معلومات کی روشنی میں درآمد و برآمد کی رفتار کو تیز کیا جاسکتا ہے۔

ادارہ فروغ برآمدات نے کراچی میں ایک شعبہ قائم کیا ہوا ہے۔ جو درآمد اور برآمد کنندگان کو ہر قسم کی اطلاعات اور مشورے بہم پہنچاتا ہے۔ یہ شعبہ ادارہ فروغ تجارت معلومات اور مرکز مشاورت کلاتا ہے۔ ان معلومات میں بیرونی ممالک کی مصنوعات کے مسابقتوں کے کوالٹ، جدول، تعرفہ، نرخ نامے کی وضاحت کے علاوہ دیگر بہت سی اقسام کی مفید معلومات شامل ہیں۔

برآمد کنندگان کے لیے ادارہ فروغ برآمدات کی خدمات

- برآمدات سے متعلق مشکلات کے حل میں اور طریق کار میں رہنمائی کرنا اور بیرون ملک خریداروں سے رابطہ قائم کرنا
- دوسرے ممالک سے موصول ہونے والے مندرجہ پیشکش اور سوالات کے مطابق معلومات بہم پہنچانا۔
- اندرون ملک گھمے برآمد کنندگان کی پیشکش کو بیرون کے درآمد کنندگان کو پہنچانا۔
- بیرون ملک تجارتی اداروں کی سادھ سے متعلق اطلاعات سے باخبر کرنا۔
- سامان کی برآمد کے لیے تجزیہ کا انتظام کرنا۔
- بیرون ممالکوں میں ملکی ساخت کے ساز و سامان کی فروخت کے مواقع تلاش کرنا۔
- مال کی برآمد سے متعلق جھگڑوں کو نپٹانا، بین الاقوامی مناشٹول اور میلوں میں پاکستانی مصنوعات کو مشہور کرنا۔
- بیرون ملک پاکستانی تجارتی وفد سے اطلاعات وصول کرنا۔
- بیرونی ممالک کے تجارتی وفد کی جمع کردہ معلومات سے واقفیت حاصل کرنا۔
- برآمد کنندگان کے ساز و سامان کی بیرون ملک تشریح کرنے میں رہنمائی مہیا کرنا۔
- درآمدات کی رفتار کو تیز کرنے کے لیے برآمد کنندگان کو سہولتیں مہیا کرنا۔
- مصنوعات کے نمونوں میں خوشگوار تبدیلی پیدا کرنا۔
- تجارت کے لیے سفری سہولتیں بہم پہنچانا۔
- بیرون ملک دفاتر کی شاخیں قائم کرنا۔
- تجارت کو فروغ دینے کے سلسلے میں بیرون ملک جانے والے لوگوں کو ویزے دلوانے میں مدد کرنا۔
- بیرون ملک پاکستانی تجارتی وفاتر کا عوام کو تعارف کرانا۔

8۔ خود آزمائی

درج ذیل فقرات میں خالی جگہوں کو مناسب الفاظ سے پُر کیجئے۔

سوال نمبر 1

- الف - غیر ملکی تجارت ملکی تجارت سے زیادہ _____ ہے۔
- ب - حکومت پاکستان نے آزاد عمومی لائسنس پالیسی کو _____ میں کالعدم قرار دے دیا تھا۔

- ج - پاکستان نے مسلم ممالک کو برآمدات کی _____ شروعات کر دی ہے۔
- د - برآمدات میں اضافہ سے _____ بڑھتا ہے۔
- ر - پاکستان بہت سا زرمبادلہ _____ مددوں پر خرچ کرتا ہے۔
- س - برآمد کنندہ بیرون ملک اپنے دفتری _____ قائم کر سکتا ہے۔
- ط - اعتبار نامہ پر لائسنس کا نمبر اور _____ کمپنی کا نام لکھا جاتا ہے۔
- ک - بھاری ٹیکس ادا کرنے سے غیر ملکی تجارت کی حوصلہ _____ ہوتی ہے۔
- ل - ہر قوم ایک مخصوص قسم کا زر بطور _____ استعمال کرتی ہے۔
- م - اٹلی کے زر کا قدر نما _____ کہلاتا ہے۔
- ن - سونے کی کمیابی سے تجارت میں بہت سی _____ پیدا ہو گئی ہیں۔
- و - جس ملک میں مال برآمد کیا جائے وہاں کے _____ کا علم ہوتا چاہیے۔
- سوال نمبر 2 ذیل میں ہر سوال کے عنوان کے نیچے چند نامکمل بیانات ہیں۔ مناسب بیان تلاش کر کے نشان لگائیے
- جو عنوان کے ساتھ مل کر پورا مطلب دیتا ہو۔

- الف - جب کوئی ملک ناگہانی آفات کا شکار ہو جاتا ہے
- 1 - تو وہ عوام کو بچانے کے لیے بیرون فی تجارت ناگزیر سمجھتا ہے۔
 - 2 - تو وہ ملکی درآمدات بند کر دیتا ہے۔
 - 3 - تو وہ ملکی برآمدات میں فوری اضافہ کر دیتا ہے۔
 - 4 - تو وہ بیرونی ممالک سے تعلقات قطع کر لیتا ہے۔

ب - غیر ملکی تجارت سے

- 1 - عوام مفلسک الحال ہو جاتے ہیں۔
- 2 - عوام کی زندگیوں میں انقلاب آ جاتا ہے۔
- 3 - ملک مقروض ہو جاتا ہے۔
- 4 - ملک میں صنعت کا فقدان
- ج - جب کسی ملک میں ضرورت سے زیادہ مال پیدا ہوتا ہے تو
- 1 - زائد مال کو ذخیرہ کرنا بہتر ہوگا۔
- 2 - مال کو مفت تقسیم کیا جائے گا۔

- 3۔ مال کو ضائع کرنا بہتر ہو گا۔
- 4۔ غیر ملکی تجارت عمل میں لائی جائے گی۔
- د۔ کسی ملک کا قرضہ سے بچات حاصل کرنے کا ایک ذریعہ
 - 1۔ برآمدات بڑھانا ہے۔
 - 2۔ قرضہ کی ادائیگی سے انکار کرنا ہے۔
 - 3۔ معیار کو بڑھا دینا ہے۔
 - 4۔ معافی کی درخواست کرنا ہے۔
- س۔ غیر ملکی تجارت سے

- 1۔ لوگوں کو کاروبار کے مواقع میسر آتے ہیں۔
- 2۔ نقل و حمل کی کمپنیاں معرض وجود میں آتی ہیں۔
- 3۔ سہماں رانی کا شبہ متحرک نظر آتا ہے۔
- 4۔ نمبر 1، 2، اور 3 متاثر ہوتے ہیں۔

ط۔ غیر ملکی تجارت سے

- 1۔ ترقی پذیر ممالک مستفید ہوتے ہیں۔
- 2۔ ترقی یافتہ ممالک مستفید ہوتے ہیں۔
- 3۔ نمبر 1 اور 2 دونوں مستفید ہوتے ہیں۔

ح۔ غیر ملکی تجارت کی حوصلہ افزائی کے لیے بونس سکیم کو

- 1۔ 1952ء میں متعارف کرایا گیا۔
- 2۔ 1955ء میں متعارف کرایا گیا۔
- 3۔ 1959ء میں متعارف کرایا گیا۔
- 4۔ 1968ء میں متعارف کرایا گیا۔

ف۔ پاکستانی روپے کی قیمت کم کرنے کا ایک مقصد

- 1۔ سہولت کے بحران پر قابو پانا تھا۔
- 2۔ عوام کو منفعہ کے حامل بنانا تھا۔
- 3۔ کرنسی بڑھانا تھا۔

4- قرعہ جات مہات کرانا تھا -

ک - برآمد کنندہ رجسٹریشن کے لیے دی جانے والی درخواست کے ساتھ -

1- انکم ٹیکس کا سرٹیفکیٹ لف کرتا ہے -

2- سیز ٹیکس رجسٹریشن کا سرٹیفکیٹ منسلک کرتا ہے -

3- فیکٹری ایکٹ کی رجسٹریشن کا صداقت نامہ لف کرتا ہے -

4- نمبر 1 نمبر 2 اور نمبر 3 میں درج شدہ دستاویزات لف کرتا ہے -

ل - برآمدی طریق کار کے معاہدہ میں -

1- جہاز میں جگہ مخصوص کروانا شامل ہے -

2- مال کو خریدار کی ہدایت کے مطابق ہاندھا جاتا ہے -

3- سیچک کی چار نقول کی چار نقول بھیجی جاتی ہیں -

4- نمبر 1 نمبر 2 اور نمبر 3 میں درج شدہ لوازمات پورے کرتے ہوئے ہیں -

سوال نمبر 3 ہر فقرہ کے سامنے صحیح اور غلط کے الفاظ تحریر کریں - بیان کی روشنی میں صحیح یا غلط لفظ کے گرد دائرہ لگا ہے -

الف - غیر ملکی تجارت کو انڈرون فی تجارت بھی کہتے ہیں - صحیح / غلط

ب - غیر ملکی تجارت میں صرف اشیاء ہی خریدی جاتی ہیں - صحیح / غلط

ج - غیر ملکی تجارت وقت کی ضرورت ہے - صحیح / غلط

د - غیر ملکی تجارت کے معرض وجود میں آنے کی وجہ اقتصادی نہیں ہو سکتی - صحیح / غلط

ر - غیر ملکی تجارت سے انسانی احتیاجات پوری ہوتی ہیں - صحیح / غلط

س - تخصیصی کاری غیر ملکی تجارت کو فروغ دیتی ہے - صحیح / غلط

ط - زیادہ وسائل رکھنے والا ملک غیر ملکی تجارت میں حصہ نہیں لے سکتا - صحیح / غلط

ع - برآمدات میں حصہ لینے والے ممالک بیرونی منڈیاں تلاش نہیں کرتے - صحیح / غلط

ک - غیر ملکی تجارت سے توازن ادائیگی کا استقرار قائم رہتا ہے - صحیح / غلط

ل - پاکستان میں صنعت کے قیام سے غیر ملکی اشیاء پر انحصار کم ہو جاتا ہے - صحیح / غلط

م - ادارہ فروغ برآمدات امکانی گاہکوں کی نشاندہی کرتا ہے - صحیح / غلط

ن - برآمدی طریق کار کے معاہدہ میں جہاز میں جگہ مخصوص نہیں کروائی جاتی - صحیح / غلط

سوال نمبر 4

- الف - وہ کون سی اقتصادی وجوہات ہیں جن کی بنا پر بیرونی تجارت معروضہ وجود میں آتی ہے۔
- ب - غیر ملکی تجارت کی اہمیت پر مبسوط نوٹ تحریر کیجئے۔
- ج - مندرجہ ذیل پر نوٹ تحریر کیجئے۔
- پاکستان کی تجارتی پالیسی، پاکستان کا غیر ملکی تجارت کی خصوصیات پاکستان میں غیر ملکی تجارت کا رجحان۔
- د - برآمدی تجارت کے طریق کار کے تمام اقدام پر روشنی ڈالیے۔
- ر - مال برآمد کرنے والے تاجر کو کون کون سی سہولیات میسر ہوتی ہیں؟
- س - درآمدات کے عمل طریق کار پر تبصرہ کیجئے۔
- ص - غیر ملکی تجارت میں کون کون سی مشکلات درپیش ہیں۔
- ط - برآمدات سے متعلق مسائل کا حل کیا ہونا چاہیئے۔
- ع - غیر ملکی تجارت سے متعلق متعلقہ معلومات کہاں سے حاصل کی جائیں گی۔
- ک - بیرونی تجارت میں اضافہ کرنے کی تدابیر تحریر کیجئے۔
- ل - درآمدی تجارت پر مفصل نوٹ لکھیے۔
- م - بیرونی تجارت میں قیمتوں کا اقسام لکھیے۔
- ن - رجسٹریشن سے کیا مراد ہے اس پر مفصل نوٹ لکھیں۔
- و - لائسنس سے کیا مراد ہے۔ یہ کس طرح اکٹھا اور کیا جلتا ہے۔
- ی - ادارہ قرون برآمدات کا تفاعل بیان کریں۔

9۔ جوابات خود آزمائی

سوال نمبر 1

- | | | |
|--------------|--------------|----------------|
| الف - پیچیدہ | ر - غیر مرئی | ل - قدرنا |
| ب - 1952 | س - شاغ | م - لیرا |
| ج - تزیل | ط - بیمہ | ن - پیچیدگیاں |
| د - زرمبادلہ | ک - ممکن | و - رسم وروداج |

سوال نمبر 2

- | | | | |
|---|-------|---|-----|
| 1 | - الف | 3 | - ط |
| 2 | - ب | 3 | - ع |
| 4 | - ج | 1 | - ن |
| 1 | - د | 4 | - ک |
| 4 | - س | 4 | - ل |

سوال نمبر 3

- | | | | | | |
|-----|--------|---|--------|---|--------|
| الف | - غلط | ب | - غلط | ج | - صحیح |
| د | - غلط | ر | - صحیح | س | - صحیح |
| ظ | - غلط | ع | - غلط | ک | - صحیح |
| ل | - صحیح | م | - صحیح | ن | - غلط |
| و | - | | | | |

ذرائع نقل و حمل

تحریر: علی حسن مظفر
نظر ثانی: محمد امین

یونٹ کا تعارف

اس یونٹ میں یہ بتایا گیا ہے کہ اگر ذرائع آمدورفت نہ ہوتے تو انسان کبھی بھی ترقی نہ کر سکتا۔ اور یہ کہ جس طرح جسم کو حرکت میں رکھنے کے لیے خون کی ضرورت ہوتی ہے اسی طرح کسی ملک کی زندگی برقرار رکھنے کے لیے ذرائع آمدورفت کی ضرورت ہے۔ اور معاشرہ میں خوشحالی، آمدورفت کے بہتر ذرائع سے ہی ممکن ہے۔

یونٹ کے مقاصد

اس یونٹ کو بڑھانے کے بعد آپ اس قابل ہو جائیں گے کہ

- 1 - ان میں یہ شعور پیدا ہو جائے کہ وہ ذرائع آمدورفت کی اہمیت کو سمجھ سکیں کہ کتنے معاشی ترقی کے لیے کیونکر ضرور
- 2 - وہ آمدورفت کے راستوں اور آمدورفت کے ذرائع میں نمایاں فرق محسوس کر سکیں۔
- 3 - وہ اس بات سے بھی کماحقہ واقف ہو سکیں، کہ تجارتی سامان کی ترسیل کے لیے کب، کیوں اور کون سے
- 4 - ذرائع اور راستے وغیرہ ہو سکتے ہیں۔
- 5 - ان میں ملک کے اندر موجود ذرائع کو بہتر سے بہتر طریقے سے استعمال کرنے کی صلاحیت پیدا ہو جائے۔
- 6 - وہ ذرائع آمدورفت کے سلسلے میں پیدا ہونے والی مشکلات کو سمجھ سکیں اور ان کو بہتر بنانے کے لیے اپنی اہمیت کو بروئے کار لائیں۔

فہرست مضامین

| صفحہ | عنوان |
|------|---|
| 465 | 1 — ذرائع نقل و حمل کی اہمیت |
| 466 | 1.1 — ذرائع نقل و حمل کی معاشی افادیت |
| 467 | 2 — ذرائع نقل و حمل کا ارتقاء |
| 468 | 2.1 — پیسے کی ایجاد |
| 469 | 3 — ذرائع نقل و حمل |
| 469 | 3.1 — پانی کے راستوں پر چلنے والی چیزیں |
| 471 | 3.2 — ریل کی سڑکوں پر چلنے والی چیزیں |
| 473 | 3.3 — سڑکوں پر چلنے والی چیزیں |
| 474 | 3.4 — ہوائیں اڑنے والی چیزیں |
| 474 | 4 — نقل و حمل کی اقسام |
| 476 | 4.1 — آبی یا سمندری راستے |
| 476 | 4.2 — ریل کے راستے |
| 477 | 4.3 — میدانی راستے |
| 478 | 4.4 — ہوائی راستے |
| 479 | 4.5 — پائپ لائنیں |
| 480 | 5 — تجارتی سامان کی ترسیل |
| 483 | 5.1 — بار برداری کے لیے مناسب ذرائع |
| 483 | 5.2 — شرح کرایہ کا تعین |
| 484 | 5.3 — دو مقبول ذرائع آمد و رفت کی خصوصیات |

484

(۱) ہائی ویز کی خصوصیات

485

(ب) ریلوے کی خصوصیات

586

5۰۶- ذرائع نقل و صل کے فوائد

487

6- خود آزمائی

488

7- جوابات خود آزمائی

1۔ ذرائع نقل و حمل کی اہمیت

اگر ہم کامرس کی تعریف کو ذہن میں لائیں تو ہمیں یاد آ جائے گا کہ کامرس سے مراد :
 ”وہ معاشی مشاغل ہیں جو اشیاء و خدمات کے تبادلہ کے سلسلے میں انسانوں، جنگلوں، اور وقت کی رکاوٹوں کو دور کرتے کرتے ہیں۔“

وہ رکاوٹیں جو انسانوں اور وقت کے بارے میں ہوتی ہیں وہ تاجر لوگ معاونین تجارت، انشورنس کمپنیوں، اور بینکوں کی مدد سے دور کر لیتے ہیں، لیکن جو رکاوٹیں جگہ کے بارے میں ہوتی ہیں ان کو دور کرنے کے لیے مربوط قسم کے ذرائع آمد و رفت کی ضرورت ہوتی ہے۔

کسی بھی ملک کی صنعتی اور تجارتی ترقی کا انحصار وہاں کے ذرائع آمد و رفت پر ہوتا ہے اگر ملک میں بہتر قسم کے ذرائع آمد و رفت ہوں گے تو ان سے نہ صرف تجارتی سامان کی منتقلی میں آسانی ہوگی بلکہ لوگوں کی طرز زندگی اور معیار زندگی پر بھی بہت اچھا اثر پڑے گا۔ ذرائع آمد و رفت، تہذیب و تمدن پر بھی گہرا اثر پڑتا ہے۔ یہی وجہ ہے کہ انسان اس وقت تک بہتر تمدن اختیار نہ کر سکا، جب تک اس کو دنیا کی دوسری اقوام سے راہ و رسم پیدا کرنے کا موقع نہ ملا۔ یہ ذرائع آمد و رفت سے بھی ممکن ہوا۔ اگر ہم پرانی تہذیب پر نظر ڈالیں تو ہمیں پتہ چلتا ہے کہ کیوں کہ اس وقت ذرائع بہتر نہیں تھے اس لیے وہ لوگ تجارتی اور معاشرتی طور پر انتہائی پس ماندہ تھے۔ اس دور میں اشیاء و خدمات کی منتقلی تو کیا ایک انسان دوسرے انسان کی بود و باش سے واقف تک نہ تھا۔

اس زمانے میں انسان کی زندگی جنگلی جانوروں کی مانند تھی۔ ایک ہی جگہ اور ایک ہی علاقہ کی دینا تھا۔ وہ کنوئیں کے میٹروں کی طرح کنوئیں کو ہی عالم آب و گل سمجھتا۔ اس کے لیے ذرائع آمد و رفت کے نا آشنا ایسی ہی مہلک تھی جیسے کسی جائیداد سے خون منجمد کر کے اسے بے حرکت کر دیا گیا ہو۔

کہا جاتا ہے کہ آج کل کوئی ملک اور خبر ایک دوسرے سے دور نہیں رہا۔ زمیں کی فضا میں کھینچ گئی ہیں دور کے فاصلے سمٹ گئے ہیں یہ سب آہر کسی کی بدولت ہوا۔ ذرائع آمد و رفت ہی کی بدولت، آج ہم چھ سات ہزار میل دور رہنے والے امریکی اور کینیڈیائی لوگوں کو بھی اپنے سے دور نہیں سمجھتے صرف اس لیے کہ ہم ان کے پاس بھی 24 گھنٹے میں پہنچ جاتے ہیں۔

اشیاء کی چھوٹے اور بڑے پیمانے پر تجارت، دور افتادہ کاروباری اداروں کے لین دین، غیر ترقی یافتہ ملکوں کو ضروریات زندگی کے فراہمی، وباؤں اور طوفانوں میں انسانی زندگی کی حفاظت اور اس طرح کی ہزاروں خدمات

محض ذرائع آمد و رفت کے وجود میں آنے سے ہی ممکن ہوئیں۔ تصور کریں کہ اگر کوئی علاقہ یا فرم کسی دوسرے علاقہ یا فرم سے کٹ کر رہ جائے تو اس کے زندہ رہنے کے امکانات کیا رہیں گے۔

ذرائع آمد و رفت کی اہمیت کا احساس ایک گاڑی یا جہاز کی خرابی سے بروقت فٹاک نہ پہنچنے سے ہو سکتا ہے۔ ڈاک گاڑی یا جہاز میں کتنے ہی خطوط ضروری ہوں گے، کتنے ہی بینا بات ضروری ہوں گے، کتنے ہی نئے کاروباری معاہدے ہوں گے۔ کتنی ہی کاروباری اطلاعات ہوں گی۔ کتنی ہی موصولی اور ترسیلی معلومات ہوں گی، مغنی جب وقت پر کچھ بھی دوسروں کو نہ پہنچ سکے گا تو سب نظام درہم برہم ہو جائے گا۔ اسی طرح مال جب ایک مقام سے دوسرے مقام تک وقت پر نہ پہنچ سکے گا تو تمام کاروبار چھوٹ ہو جائے گا۔ کئی لوگ بیماری سے مر جائیں گے، اور کئی لوگ قحط اور بھوک کا شکار ہو جائیں گے۔ اور کئی جگہوں پر وافر مال گل سرسبز تباہ ہو جائے گا۔ یہ ہستی کھلی، مہالکتی و دروٹی دنیا قیامت کا منظر پیش کرنے لگے گی۔

ان مثالوں سے بخوبی اندازہ لگایا جاسکتا ہے کہ ذرائع آمد و رفت کسی ملک میں اس قدر اہم ہیں جس قدر جسم کو حرکت میں رکھنے کے لیے خون اہم ہے۔ ملکوں کی اور انسانوں کی زندگی آج کے دور میں ٹرانسپورٹ کی حرکت سے ہی جارت ہے۔

۱۰۱۔ ذرائع نقل و حمل کی معاشی افادیت

(الف) اشیاء کی فراہمی : ذرائع آمد و رفت کا سب سے اہم پہلو یہ ہے کہ ہم ان کے ذریعہ اشیاء کو ان مقامات تک پہنچا دیتے ہیں، جہاں پر ان کی ضرورت ہوتی ہے۔ اگر ہم ایسا نہ کر سکتے تو اس کے دو نمایاں نقصان ہوتے کہ ایک تو اشیاء ضرورت مندوں تک نہ پہنچتی اور دوسرے ان جگہوں پر گل سرسبز خزانے ہو جاتیں جہاں وہ زائد از ضرورت ہوتیں۔

(ب) قیمتوں میں استحکام : ذرائع آمد و رفت کا ایک اہم پہلو یہ بھی ہے کہ اگر یہ ایک مقام سے دوسرے مقام تک منتقل نہ ہو سکتیں تو پھر ان کی قیمتوں میں کبھی استحکام پیدا نہ ہوتا۔

(ج) زمین کی قدر : اگر ذرائع آمد و رفت میر نہ ہوں تو ان زمینوں کی قدر ختم ہو جائے جو وافر مقدار میں پیداوار نہیں دیتی ہیں کیونکہ ہم ان کی پیداوار کو کبھی بھی دوسرے مقامات پر نہ بھیجا سکیں۔ ذرائع آمد و رفت کی وجہ سے کیونکہ وہ دور دور منڈیوں میں بھیج دی جاتی ہیں اس لیے ان زمینوں کی قدر بھی برقرار رہتی ہے جو منڈیوں سے بہت دور ہیں۔ چنانچہ یہی وجہ ہے کہ دور دراز کی زمینوں کے کرائے اور لگان ہی بڑھتے رہتے ہیں۔ مناسب ذرائع آمد و رفت اگر مہیا نہ ہوتے تو بہت سی زمینیں غیر نفع بخش ہو جاتی ہیں اور اسی کے نتیجہ میں بہت سے لوگ بے روزگار ہو جاتے۔

بالائی دیکھ کر ترقی سے پہلے میدان علاقوں میں اشیاء کا ایک مقام سے دوسرے مقام تک پہنچانا بہت مشکل تھا اس لیے اس وقت تک ہمیں زراعت اور قدرتی وسائل کا کتنی وغیرہ میں کوئی ترقی نظر نہیں آتی۔

(د) قیمتوں میں کمی : ترقی یافتہ ذرائع کا اہم پہلو یہ بھی ہے کہ اس سے اشیاء کی قیمتوں میں کمی واقع ہوتی ہے۔ سستی

ٹرانسپورٹیشن سے اشیاء کی پیداوار پر لاگت کم آتی ہے، جس سے اشیاء کی قیمتوں میں کمی ہو جاتی ہے۔ اشیاء کی قیمتوں میں کمی مندرجہ ذیل طریقوں سے واقع ہوتی ہے۔

- (1) خام مال کی فراہمی بہتر اور سستے ذرائع آمدورفت سے ہم مالی بھی سستے کرایہ پر چل کر سکتے ہیں۔
- (2) مزدوروں کی فراہمی، آسان اور بہتر ذرائع آمدورفت سے مزدوروں کی فراہمی بھی آسانی سے ممکن ہو جاتی ہے۔
- (3) مشینوں کی فراہمی، اگر ملک میں ذرائع آمدورفت اور معقول اور محفوظ ہوں تو مشینوں کی فراہمی میں کافی سہولت میسر آ جاتی ہے، اور ان کی منتقلی پر لاگت بھی کم آتی ہے جس کا بالآخر اشیاء کی قیمتوں پر اثر پڑتا ہے۔
- (4) پیدائش برپیمانہ کبیر، بہتر ذرائع آمدورفت کی موجودگی میں پیدائش برپیمانہ کبیر ممکن ہو جاتی ہے اور اس صورت میں کیونکہ بہت سی کفایتیں حاصل ہوتی ہیں اس لیے اشیاء پر لاگت کم آتی ہے۔ جس سے قیمتوں میں کمی آ جاتی ہے۔
- (5) مقابلہ کی حالت، جہاں بھی ذرائع آمدورفت بہتر اور سستے ہوں گے وہاں منڈیوں میں مقابلہ کی حالت پیدا ہو جائے گی۔ اور اس طرح اشیاء (جو فروخت کے لیے منڈیوں میں لائی گئی ہیں) کی قیمتوں میں کمی واقع ہو جائے گی جس کا عام صارف کو فائدہ پہنچے گا۔
- (6) شہروں کی طرف رجحان، اگر ٹرانسپورٹیشن بہتر ہوگی تو لوگوں کا رجحان شہروں کی طرف ہو گا اور دیوں کا رو بار کا اور اداروں کو سستے اور بہتر مزدور میسر آئیں گے جس سے اشیاء کی پیداواری لاگت میں کمی واقع ہوگی۔
- (7) معاشرہ کی خوش حالی: بہتر اور سستی ٹرانسپورٹیشن سے کیونکہ قیمتوں میں کمی واقع ہوتی ہے، اس لیے عام لوگوں کی قوت خرید بڑھتی ہے۔ اس طرح معاشرہ خوش حالی طرف گامزن ہو جاتا ہے۔

2۔ ذرائع نقل و حمل کا ارتقاء

ذرائع آمدورفت کا ارتقاء: پہلے زمانے میں آمدورفت کا انتہائی ناقص تھا، آمدورفت کے ذرائع بھی ناقص اور ناکارہ تھے، چنانچہ اس خامی نے اس وقت کی سہولت پر بہت بڑا اثر ڈالا۔ یہ دور انسان کے لیے انتہائی دشوار گزار تھا۔ شروع میں تو انسان خود ہی بار برداری کے فرائض انجام دیتا، بعد میں وہ لادو جانوروں کی مدد لینے لگا۔

یہ قدرت کی بے نیازی ہے کہ اس نے ہر علاقہ کی ضرورت کے مطابق وہاں اس قسم کے جانور پیدا کیے ہوئے ہیں۔ مثلاً میدانی علاقوں کے لیے گدھے، بیل اور گھوڑے، اریگت فی علاقوں کے لیے اونٹ، جنگلی علاقوں کے لیے ہاتھی اور پہاڑی علاقوں کے لیے چرو وغیرہ۔

جب پہیہ ایجاد ہو گیا تو انسانوں نے انیس جانوروں کے نام سے بیہ گاریاں بتالیں جیسے بیل گاڑی۔ اونٹ گاڑی وغیرہ

ان گاڑوں کی مدد سے انسان کو سامان ایک مقام سے دوسرے مقام تک پہنچانے میں سہولت تو ہو گئی، لیکن وہ ان سے معاشی افادیت حاصل نہ کر سکا۔

2۔ پیسے کی ایجاد

پیسہ کب ایجاد ہوا، ہم اس کے بارے میں یقینی طور پر کچھ نہیں کہہ سکتے، البتہ ہم اتنا حزد جانتے ہیں کہ انسان نے کسی گاڑی کے ساتھ پیسے کا استعمال آج سے تقریباً 12 ہزار سال پہلے کیا۔ پیسے کی ایجاد سے پہلے اشیاء کی منتقلی کے لیے انسان پیسوں کے بغیر گاڑی استعمال کرتا تھا۔ اس کو کھینچتا اور آگے بڑھاتا بہت دشوار تھا۔ پھر انسان نے محسوس کیا کہ یہ گاڑی گول پتھر وہ اور گولی گولیوں پر بڑی آسانی سے آگے بڑھ سکتی ہے۔ اور اس اساس نے انسان کو ایک پیسے کا "تخیل" دیا۔

اب اس نے لکڑی کے گول ٹکڑے بنائے، اہ ان کو گاڑی کے نیچے رکھا آہستہ آہستہ لکڑی کے ہی گول ٹکڑے پیسوں کی شکل میں تبدیل ہو گئے۔ اور گاڑی کا ایک اہم حصہ بن گئے۔ اسی پیسے کی ایجاد تھی۔

یہاں گاڑی کے نیچے تادمہ پیسوں کو لگانے کا رواج آج سے پانچ ہزار سال پہلے وجود میں آ گیا تھا۔ اس طرز کی بیل گاڑی آثار قدیمہ یعنی ہڑپہ اور منجودھار د کے کھنڈرات میں بھی پائی گئی ہیں۔ بعد ازاں ہی پیسے ایجاد بہتر صورت میں تبدیل ہوتے رہے پچھلی دو صدیوں میں کئی قسم کے پیسے ایجاد ہو چکے ہیں۔ آج کل ہم لکڑی، لوہے، ربر اور پلاسٹک کے پیسے اکثر حرکت میں دیکھ رہے ہیں۔

پیسے کی ایجاد نے انسانی زندگی کے ہر شعبہ میں ایک انقلاب برپا کر دیا ہے، آج زراعت، صنعت و حرفت کان کنی اور تعمیرات وغیرہ ہر شعبہ پیسے کی وجہ سے رواں دواں ہے۔ یہاں اگر یہ کہہ دیا جائے کہ زندگی کا انحصار ہمارے ہاتھ پر ہے تو بے جا نہ ہو گا۔ کیونکہ اس کے بغیر اشیاء کی منتقلی تو کیا، اشیاء کی اس مقدار میں پیداوار بھی ممکن نہیں جس مقدار میں آج انسان کو ضرورت ہے۔

آپ زراعت کی مثال ہی لیں کہ جب انسان لکڑی کے بنے ہوئے ہل اور مہیوں کی مدد سے کھیتی باڑی کرتا تو وہ خوداک کی ایک تھیل پیداوار حاصل کرتا، لیکن ٹریکٹر کی مدد سے کھیتی باڑی نے اس کی پیداوار میں کئی گنا اضافہ کر دیا ہے۔ ٹریکٹر کی حرکت پیسے ہی کی مرہون منت ہے۔ یہ عام مشاہدہ ہے کہ ٹریکٹر ہل کی نسبت بہتر اور تیز کام کرتا ہے۔ یہ ایک وقت میں کئی اوصاف کا حامل ہے یعنی گرائی تک زمین کھود دیتا ہے، زیادہ مقدار میں زمین کھود دیتا ہے اور تھوڑے وقت میں زیادہ زمین کو کاشت کے قابل بنا دیتا ہے۔ تمام اوصاف کی وجہ سے ٹریکٹر نے کسان کی زندگی کو آسان اور پرسکون بنا دیا ہے۔ اور اس خوش حالی میں پیسے کا برابر کا حصہ ہے۔

اسی طرح اگر آپ صنعت کی مثال لیں، تو اس میں جو شینیں چلتی ہیں اس کی حرکت میں بھی کئی چھوٹے چھوٹے پیسے اپنے

اپنے مقام پر سرگوداں ہیں۔ پیسے کی ایجاد نے تاحرف زراعت اور صنعت میں گراں قدر اضافہ کیا ہے بلکہ ہر حرکت کرنے والے چیز کو اس قدر بہتر اور تیز بنا دیا ہے کہ انسان نے اس کی مدد سے دقت اور قوت کی بے شمار بچت کر لی ہے اس سے انسان انسان نے صرف ایک دوسرے کی حذر تیں پوری کرنے کے قابل ہو گیا ہے بلکہ اس سے فاصلے بھی بہت حد تک سمٹ گئے ہیں۔

آج کلاں کی گھڑی، اور نیکسٹریوں کی مشینیں سب پیسے کی مدد سے ہی سفر زندگی میں رواں دواں ہیں۔ اس دور میں مشکل سے ہی کوئی ایسی چیز حرکت میں نظر آئے گی جس پیسے کی معاونت حاصل نہ ہو۔
پیسہ بلاشبہ انسان کی بہت بڑی ایجاد ہے۔ آج کا زمانہ پیسے سے اس قدر منسلک ہے کہ اگر کوئی سرکردہ گروہ ”پتہ جام“ ہڑتال کی دھمکی دے دے تو زمانہ حیران و ششدر رہ جاتا ہے کہ وہ کس طرح زندہ رہے گا۔

3۔ ذرائع نقل و حمل

3.1۔ پانی کے راستوں پر چلنے والی چیزیں (الف) کشتیاں

سورہ ابراہیم میں رب العزت نے قرآن حکیم میں واضح طور پر ارشاد فرمایا کہ اللہ نے تمہارے لیے کشتی کو مسخر کیا کہ وہ سمند میں اس کے حکم سے چلے۔ ایک اور جگہ سورہ ہود میں نوح علیہ السلام کو فرمایا کہ ”میری رہنمائی کے مطابق مجھے سامنے کشتی بناؤ۔ ان آیات کو یہ سے ثابت ہو کہ اللہ تعالیٰ کی رہنمائی میں سب نے پہلی کشتی حضرت نوح علیہ السلام نے استعمال کی جس نے ان کو اور ان کے پیروں کا رونا کو طوفان سے بچایا اور آئندہ نسلوں کی بقا کے لیے بھی انسانی اور حیوانی جوڑوں کو محفوظ کر لیا۔ اس بات کا علم انسان کو قرآن کے ذریعہ ہوا اور پھر بعد میں تمام انسانوں کو مسلمانوں کے ذریعہ ہوا۔
گو پانی کو انسان نے ابتداء سے ہی ذریعہ آمد و رفت بنا رکھا تھا مگر اس کے لیے کوئی ایسی چیز وجود میں نہ آئی تھی۔ جس کو وہ اپنی مرضی سے ایک مقام سے دوسرے مقام تک لے جا سکے کشتیاں یا عرشے جو کچھ بھی انسان بطور ذریعہ بار بار استعمال کرتا وہ ہوا کے یا پانی کے محتاج ہوتے۔

شروع میں باد بان کشتیوں کا زمانہ نظر آتا ہے۔ انسان سفر کے لیے جن کشتیوں کو استعمال کرتا ان پر اس کا کوئی کنٹرول نہیں تھا۔ یہ جدھر ہوا کا رخ ہوتا، ادھر ہی چلتی جاتیں اور اسی نسبت سے ان کو باد بان کشتیاں کہا جاتا ہے۔ ان کشتیوں کا کوئی راہ متعین نہ ہوتا تھا اور نہ ہی یہ طوفان باد و باران سے محفوظ ہوتی تھیں۔ ان کا منزلوں پر پہنچنا یقیناً نہ تھا۔ بعض اوقات

یہ ایسے نامعلوم مقامات پر پہنچ جاتیں جن کا انسان کو وہم و گمان بھی نہ ہوتا۔

قدرت کی نیامنی دیکھیے بعض نامعلوم جگہیں بھی انسان کے لیے ترقی کا سبب بنی۔ مثلاً کوئٹہ کو پتہ نہ تھا کہ اس کی کشتی کدھر جا رہی ہے۔ مگر اس کو یہ کشتی ایسے مقام پر لے گئی جس میں قدرت کے بے بہا خزانے دفن تھے۔ اور خزانوں کی اس دنیا کو ہم آج امریکہ کہتے ہیں۔

ریلیوز کے وجود میں آنے سے پہلے، اشیاء کو زیادہ تر پانی کے ذریعے ہی منتقل کیا جاتا تھا۔ اس طرح اس زمانہ میں تجارتی دنیا کا دار و مدار پانی پر ہی تھا۔ اور اسی وجہ سے تمام اہم ترین شہر دریاؤں اور سمندروں کے کنارے آباد ہوئے۔

(ب) سیٹیم بوٹس اور لوکو موٹورز

اٹھارویں صدی میں سیٹیم انجن کی ایجاد نے ذرائع آمد و رفت میں ترقی کی راہ دکھائی۔ جہاز رانی کے لیے سیٹیم انجن پہلی دفعہ 1807 میں استعمال ہوا سیٹیم انجن کی ایجاد سے "سیٹیم بوٹس" اور "لوکو موٹورز" وجود آئیں جنہوں نے حیرت انگیز طریقے سے اشیاء و منتقلی کو شستا بھی بنا دیا اور بہتر بھی۔

ایک امریکی شخص "روبرٹ فلٹن" نے سب سے پہلے جب 1807 میں ایک کامیاب سیٹیم بوٹ بنائی تو اس کی اوسط سپید 6 میل فی گھنٹہ چڑھائی کی طرف اور دس سے بارہ میل فی گھنٹہ اترائی کی طرف تھی۔ سیٹیم بوٹس 1817 میں کاروباری صورت میں استعمال ہونے لگی تھیں۔

ابتداء میں سیٹیم بوٹس کے ریٹ بھی تغیر پذیر تھے۔ اگر سامان کی زیادتی ہو جاتی یا لوگوں کا رش بڑھ جاتا تو ریٹ بھی بڑھ جاتے۔ اگر سامان یا لوگوں کی کمی آ جاتی تو ریٹ بھی بڑھ جاتے، اور جب پانی اتر جاتا تو ریٹ چار گنا تک پہنچ جاتے۔ بعض مقامات پر تو ملاحین کو اجارہ داری حاصل تھی۔ اور وہ منہ مانگے ریٹ لیتے۔ پھر جہاں جہاں مقابلہ کی حالت پیدا ہوتی جاتی ریٹ کی شرح گرتی جاتی۔

ٹرانسپورٹ کی تاریخ میں 1839 تک کچھ سی حالات نظر آتے ہیں۔ مگر زمانے کی ترقی کے ساتھ ساتھ ٹرانسپورٹ میں بھی ترقی ہوتی گئی، اور اس ترقی کا ایک پہلو یہ بھی سامنے آیا کہ 1880 میں ٹریفک کے باقاعدہ اصول مرتب ہوئے۔

(ج) بحری جہاز

زیادہ مقدار میں اور کم اذکم اخراجات پر اشیاء کو ایک مقام سے دوسرے مقام تک پہنچانے کے لیے کسی ذریعہ کی تلاش میں انسان کافی دیر سے کوشاں تھا۔ تو آخر اس نے وہ ذریعہ تلاش کر ہی لیا۔ یہ ذریعہ بحری جہاز تھا۔ مگر اس کا تصور انسان کو زمانہ قدیم سے ہی مل چکا تھا مگر اس ساخت میں جہاز بنانا کہ وہ نہ صرف بے شمار وزن ایک مقام سے دوسرے مقام تک منتقل کر سکے بلکہ سمندری طوفانوں کا مقابلہ بھی کر سکے ایک دشوار عمل تھا۔ لیکن وہ کون سا کام ہے جس کو کرنے کی خالق حقیقی نے انسان کو قوت اور عقل نہ بخشی ہو۔

بحری جہاز کو اگر آپ دیکھیں تو ایک دفتہ تو یقیناً یہ سوچ کر حیران رہ جائیں گے کہ کس طرح یہ پہاڑ جیسا فلفہ پانی میں ہزاروں من وزن اٹھائے جھومتا جھومتا سفر طویل طے کر رہا ہے۔ پھر حیران کن بات یہ بھی ہے کہ اگر آپ کوئی پتھر مارا یا پانی میں پھینکیں تو وہ فوراً ڈوب جاتا ہے مگر یہ بحری جہاز ہے کہ ہزاروں من پتھر اور لوہا اٹھائے منزل کی طرف خراماں خراماں رواں دواں نظر آتا ہے۔

یہ ذرائع بار برداری کو ریل اور موٹر کے مقابلے میں رفتار میں سست ہے مگر مقدار اٹھانے میں یہ یکٹے روزگار ہے۔ آپ اس پر پتھروں، لوہے، لکڑی اور اناج کے انبار لادیں، یہ بے سحر بے کراں ہیں ایک مستقل مزاج جاندار کی طرح، طویل مسافت کو روانہ ہو جاتے گا۔

اس طریقہ نقل و حمل سے بیرونی تجارت کو بہت زیادہ فروغ ہوا۔ اس سے نہ صرف بیرونی تجارت میں تعلقات قائم ہوئے بلکہ ملکوں کے درمیان معاشرتی اور سفارتی تعلقات نے بھی جنم لیا۔

بار برداری کے مذکورہ تمام طریقوں سے یہ طریقہ سستا ثابت ہوا۔ آج ہر ملک اس طریقہ بار برداری سے فائدہ اٹھا رہا ہے

3.2۔ ریل کی پٹریوں پر چلنے والی چیزیں

(الف) ریل گاڑیاں

ریلوں آمد و رفت کا نہایت پسندیدہ ذریعہ ہیں، نزدیکی مقامات کے لیے تو اکثر لوگ بسوں اور ٹراکیوں سے سفر کرتے ہیں۔ لیکن دور کے سفر کے لیے وہ ریل گاڑیوں کو ترجیح دیتے ہیں اس کی وجہ یہ ہے کہ یہ ذریعہ مقابلتا سستا، محفوظ اور باقاعدہ نظم و ضبط کا حامل ہے۔ تجارتی مال، مال گاڑیوں کے ذریعے ہی بھیجا جاتا ہے۔ لیکن کم حجم والی اور جلدی پہنچانی جانے والی اشیاء اکثر سواری گاڑی میں بک کر روانہ جاتی ہیں۔ زیادہ جگہ گھیرنے والے سامان اور بھاری صنعتی سامان کو بندرگاہوں سے اندرون ملک لانے میں ریل ایک نمایاں کردار ادا کرتی ہے۔ اسی طرح سامان تجارت باہر کے ملکوں کو بھیجنے کے لیے بندرگاہ تک منتقل کرنے میں بھی ریل کا کردار بہت نمایاں ہے۔

ریلوں سے نہ صرف انسانوں اور اشیاء کو ہی ایک جگہ سے دوسری جگہ منتقل کرتی ہے بلکہ ڈاک کو بھی ایک جگہ سے دوسری جگہ پہنچانے میں انتہائی معاون ہے۔ کسی بھی ملک کی معاشی اور سوشل ترقی کا دار و مدار اس ملک کی قابل اعتماد تیز اور تیز ٹرانسپورٹ پر ہے جو ڈائریکٹ، ریل، ہائی ویز، اسٹریٹ، ڈائریکٹ اور ہاپ لائنز پر مشتمل ہے۔ مگر ٹرانسپورٹ کا اثر اشیاء کی پیداوار، اشیاء کی تقسیم اور اشیاء کے صرف پر بالکل واضح نظر آتا ہے۔ مگر کسی بھی ملک کی تجارت پر ریل ویز کا عمل دخل مذکورہ نظام ذرائع آمد و رفت سے زیادہ ہوتا ہے۔

تجارتی دنیا میں اشیاء کئی مراحل سے گزرتی ہیں مثلاً خام مال کی تیاری کا مرحلہ، اشیاء کو قابل فروخت بنانے کا مرحلہ

غیرہ، تو کسی بھی صنعت، زراعت اور تجارت میں یہ مراحل ٹرانسپورٹ کی مدد کے بغیر ممکن نہیں ہو سکتے، اور ان مراحل کی تکمیل میں پل کا ایک اہم کردار ہے۔

ریل گاڑی میں حیرت انگیز ترقی

کچھ عرصہ پہلے جنوبی جاپان میں ”سیان جاپانی“ کے پاس جاپانی کے کچھ چوٹی کے سائنس دانوں نے مقناطیسی کشش کی مدد سے ایک ریل گاڑی کو 325 میل فی گھنٹہ کی رفتار سے دوڑا کر اس دنیا کو حیران و ششدر کر کے دکھ دیا تھا۔ لیکن امریکہ کے کیلیفورنیا کے ایک سائنسدان ”سالروٹس“ نے ایک نیا پروگرام تیار کیا ہے۔ اس پروگرام کے مطابق 21 ویں صدی تک امریکہ کی ریاست ٹیکساس کے مشرقی کنارے کے شہر ”نیویارک“ سے مغربی کنارے پر آباد ”لاس اینجلس“ تک چلنے والی ایک نئی ریل گاڑی تیار کی جائے گی۔ اس ریل گاڑی کا نام ”پلین ٹرین“ رکھا گیا ہے۔ یہ ٹرین ”نیویارک“ سے ”لاس اینجلس“ تک 5800 میل کا سفر مک جگ چھ ہزار میل فی گھنٹہ کی رفتار سے کل 54 منٹوں میں طے کرے گی۔ یعنی کسی تیز رفتار طیارے سے بھی تیز۔

پلین ٹرین کو چلانے کے لیے ”نیویارک“ اور ”لاس اینجلس“ کے درمیان 5800 میل لمبی سرنگ بنائی جائے گی۔ اس سرنگ کے اندر دو فیصد میں فائرنگس کی بٹوب بنائی جائے گی۔ اس بٹوب کے اندر دو یکم میپوں کی مدد سے ہوا کو پورے طور پر باہر خارج کر دیا جائے گا۔ تاکہ پلین ٹرین بغیر کسی رکاوٹ کے تیز رفتاری سے چل سکے۔ اس سرنگ کی بٹوب میں اس طرح کا ماحول مصنوعی طریقے سے تیار کیا جائے گا جو خلا میں تیز ترین جہازوں کو تیز رفتاری سے چلانے کے لیے موجود ہوتا ہے۔ چھ ہزار میل فی گھنٹہ کی رفتار سے دوڑنے والے پلین ٹرین میں سفر کرنے والے مسافروں کو اپنا توازن قائم رکھنے میں کافی مشکل پیش آ سکتی ہے۔ لیکن اس کا انتظام بھی کر لیا گیا ہے۔

پلین ٹرین کی تعمیر پر امریکی سرکار کے 250 بلین ڈالر خرچ ہوں گے یہ کام انتہائی مشکل ہے، لیکن امریکی سائنس دانوں کے لیے اس دنیا میں کوئی بات بھی ناممکن نہیں۔ کیونکہ جو سائنس دان انسان کو چاند تک پہنچا سکتے ہیں وہ 6 ہزار میل فی گھنٹہ کی رفتار سے گاڑی بھی چلا سکتے ہیں۔

اب سوال یہ ہے کہ ریل ویز کیوں کہ تجارتی دنیا میں سب سے اہم ہے۔ اس کی کئی وجوہات ہیں جن میں خاص درج ذیل ہیں۔

- 1۔ یہ ایک سستا ذریعہ آمد و رفت ہے۔
- 2۔ یہ ایک محفوظ ذریعہ نقل و حمل ہے۔
- 3۔ یہ لمبے سفر کے لیے انتہائی موزوں ذریعہ ہے۔
- 4۔ یہ بھاری اشیاء کی ترسیل کے لیے نہایت مناسب ذریعہ ہے۔
- 5۔ موجودہ دور میں ایئر کنڈیشنڈ پارسل گاڑیوں نے اسے ضیاع پذیر اشیاء کے لیے بھی موزوں ذریعہ بنا دیا ہے۔
- 6۔ یہ اندرونی ملک اشیاء کی ترسیل کے لیے ایک ذریعہ ہے۔

7- اس ذریعہ رسیل سے نقل کا احتمال بہت کم ہے۔

3.3۔ سڑکوں پر چلنے والی چیزیں (الف) موٹر گاڑیاں

19 ویں صدی کے آخر میں موٹر گاڑیاں وجود میں آئیں اور "ٹائی وی" کا باقاعدہ آغاز ہوا۔ لیکن اپنی نوعیت کے اعتبار سے ان کا دائرہ کار چھوٹے سفروں تک ہی محدود رہا۔ لمبے سفر اور زیادہ سامان کی ترسیل کے لیے یہ سسٹم ابتداء میں ریلوے کو مات نہ دے سکا۔ پچھلی صدی تک یہ سسٹم مقامی استعمال تک ہی محدود رہا۔ لیکن اب یہ بھی سرحدوں کے اس پار تک پہنچنے لگا ہے اور براہ راست ریلوے کے مقابلے میں آگیا ہے۔

"آٹوموبائل" اور "موٹر وہیکل" نے اچھی اور مضبوط سڑکوں کا تقاضا کیا اور بیسویں صدی کے شروع میں اس کام کی طرف بھی بھرپور توجہ دینی پڑی۔ اب ٹرانسپورٹ کا یہ ذریعہ اتنی اہمیت حاصل کر گیا ہے کہ آج یہ ایک انتہائی ترقی یافتہ نظام ریلویز کا رقیب بن گیا ہے۔ اور بعض جگہوں پر یعنی پہاڑی اور غیر سہوار علاقوں میں ریلوے کو بھی مات کر گیا ہے۔

اس بات کا احساس پندرہویں صدی میں ہی پیدا ہو گیا تھا کہ میکانکی آلات کے ذریعے نقل و حرکت ہو سکتی ہے۔ انہیں "لیوناردو" نے جو ایک مشہور اطالوی مصور تھا پہلے ہی پھاپ سے چلنے والی گاڑی کا منصوبہ تیار کر لیا تھا۔ اور جب اس نے یہ منصوبہ تیار کر لیا تو "لوکلاس" نامی ایک سائنس دان نے اس کے منصوبے سے فائدہ اٹھاتے ہوئے 1876ء میں پہلے تین پہیے والی گاڑی گھوڑے کے بغیر میکانکی آلات سے چلائی۔ اگرچہ یہ گاڑی دیکھنے میں بہت بھونڈی تھی، لیکن سچی موٹر گاڑیوں سے ہم آگاہ ہیں وہ ایک ایسی ہی ایجاد کے بعد بن سکی ہیں، جو انیسویں صدی کے آخر میں ہوئی تھیں۔

"لوکلاس" کے بعد دوسرے سائنس دانوں کو بھی شوق پیدا ہوا۔ "چارلس" اور "فرینک" دو بھائی بھی اپنی تجربہ گاہ میں گاڑی بنانے کا تجربہ کرتے رہے۔ ایک بھائی چارلس جو گاڑی کا ڈھانچہ بنانے میں مصروف تھا، اور دوسرا بھائی "فرینک" اس کا انجن بنانے میں مصروف تھا۔ 1882 میں چارلس میں چارلس نے نئی موٹر گاڑی کا ڈھانچہ اس مثال سے تیار کیا تھا کہ اس کا بھائی فرینک اس کے لیے ایک موٹر انجن تیار کرے گا۔ پھر فرینک نے 1893 میں نئے انجن کی میکانکی مشکلات پر قابو پایا، اور پھر ایک امر باقی رہ گیا کہ اس گاڑی کو حسب منشاء روکنے کا بندوبست ہو۔ کیونکہ جب فرینک نے پہلی مرتبہ انجن چلایا تھا تو گاڑی قابو میں نہ رہ سکی تھی، اور دلدردیں لگا گئی تھی۔

اس کے بعد دونوں بھائیوں نے آٹوموبائل بنانے کے لیے ایک کمپنی کی بنیاد رکھی پھر اکثر سائنس دان اور دوسرے

لوگ اس صنعت کی طرف متوجہ ہوئے۔ ان دونوں مہائیوں کی وجہ سے آج امریکہ میں پانچ لاکھ سے زیادہ افراد اس صنعت میں کام کر رہے ہیں۔

آج سے 62 سال پہلے یعنی 20 ۱9ء میں امریکہ میں کل 362 موٹر یختیں تھیں جن میں امریکی ساخت کی موٹر یخت صرف 4 تھیں اور آج امریکہ کے ہر پانچویں شخص کے پاس ایک موٹر کار ہے۔

یہ کیسا انقلاب ہے کہ ”نکولاس“ نے سب سے پہلے اپنے ملک کو گھوڑا گاڑی سے سجات دلائی اور اس کے بعد ”چارلس اور فرینک“ دونوں مہائیوں نے ”نکولاس“ کی ایجاد کو آگے بڑھا کر موٹر گاڑی میں بدل دیا۔ گویا انسان کی کوشش نے گھوڑا گاڑی کی جگہ موٹر گاڑی لاکھڑی کی۔

3.4 ہوا میں اڑنے والی چیزیں

(الف) ایئر شپ

انسان کی شریعت سے ہی خواہش تھی کہ وہ ہوا میں اڑے، چنانچہ اس نے اس خواہش کی تکمیل میں اپنی تمام تر صلاحیتیں صرف کر دیں۔ مگر وہ کامیاب نہ ہوا۔ کیونکہ اسے اس بات کا علم ہو گیا تھا کہ اس کے مسل (پٹھے) اتنے کمزور ہیں کہ وہ ہوا میں نہ ہی اس کا بوجھ اٹھا سکتے ہیں، اور نہ ہی اسے کسی حرکت میں لاسکتے ہیں۔ اب انسان کو پروں کے علاوہ ایک ایسی چیز کی ضرورت محسوس ہوئی جو ہوا میں اس کا بوجھ اٹھا سکے۔

آج سے پورے دو سو سال پہلے یعنی 83 17ء میں ”مونٹ گو لفر برادران“ نے اپنے مضبوط ہمارے کو گرم ہوا سے بھرا اور پھر اس میں ایک انسان کو ہوا میں بھیجا۔ یہ بخارہ ہوا میں صرف 25 منٹ تک ٹھہر سکا۔ یہ انسان کس لیے ایک عجیب تجربہ تھا جو 15 اکتوبر 83 ۱7ء کو وقوع پذیر ہوا۔

اس واقعہ کے دس دن بعد دو فرانسیسی آدمی بخارے میں ہائیڈروجن گیس بھر کر ہوا میں اڑے۔ گرم ہوا یا ہائیڈروجن کو تیز عام ہوا سے ہلکی ہوتی ہے۔ اس سے ہوا کے سمندر میں یہ کچھ دیر تک تیرتے رہے۔ لیکن بخارے اڑنے والا انسان تیز ہواؤں سے محفوظ نہ تھا۔ تیز ہوا جبر جاتی بخارے کو لے جاتی۔ لہذا یہ بخارے سفر کے لیے استعمال نہ ہو سکے۔

اس کے بعد 1852 میں ایک فرانسیسی انجینئر ”ہنری گفرڈ“ نے ایک ایئر شپ بنایا اس میں تین ہارس پاور کا سیلیم انجن لگا یا گیا۔ یہ انجن کیونکہ بھاری تھا اس لیے اس نے ایئر شپ کا وزن بڑھا دیا چنانچہ بعد ازاں اس انجن کو پٹرول انجن میں تبدیل کر دیا گیا جرمن نے بہت سے ایئر شپ بنائے جو اس نے 1914ء میں پہلی جنگ عظیم میں استعمال کیے۔ اب تک اس ایجاد میں بہت ترقی ہو چکی تھی۔ اور یہ ایئر شپ انسانوں کو اور اشیاء کو ایک مقام سے دوسرے مقام تک پہنچانے لگے تھے۔ بہت سالوں تک یہ کامیابی کے ساتھ اڑتے رہے۔ مگر یہ حادثوں سے محفوظ نہ تھے، کسی نہ کسی وجہ سے حادثہ کا شکار ہو جاتے۔

(ب) ہوائی جہاز

ایر شپ کے زمانے میں ہی انسان ایک ایسی جہاز بنانے کی کوشش میں تھا جو ہوا میں اڑ کر انسانوں کو اور ضروری اشیاء کو ایک مقام سے دوسرے مقام سے دوسرے مقام تک باحفاظت پہنچا سکتا۔ اس کوشش میں انسان نے 1993ء میں نمایاں کامیابی حاصل کر لی تھی، مگر کیونکہ یہ اس کا ایک تجرباتی دور تھا اس لیے وہ ان جہازوں کو آزاد اعظالیوں سے پہلی جنگ عظیم میں استعمال نہ کر سکا۔

سب سے پہلا ہوائی جہاز دو امریکی بھائیوں نے 1903ء میں بنایا جن کو رائٹ برادران کہتے ہیں اس وقت سے آج تک ہوائی جہاز کا وجود تیزی سے دنیا میں ترقی کر رہا ہے۔ اور آج جیٹ اور الف 16 طیاروں کا ذکر اکثر سننے میں آتا ہے۔ اب تو ان جہازوں میں پٹرول انجن کی بجائے جیٹ انجن لگا دیئے ہیں جن سے ہوائی جہازوں کو برق رفتار بنا دیا ہے۔

آج کل ہوائی جہاز انسانوں یا اشیاء کو ہی ایک جگہ سے دوسری جگہ تک نہیں پہنچاتے بلکہ یہ جنگوں کی اہم ضرورت بن گئے ہیں۔ دفاعی جہاز کی ایجاد نے جنگوں میں سب سے زیادہ اہمیت حاصل ہے۔

ہوائی جہاز کی ایجاد کیونکہ ایک انوکھی ایجاد تھی۔ اس نے تو کاروباری دنیا میں طویل عرصہ جاری۔ خاصے سمٹ گئے، راتے سڑ گئے۔ انسان ایک ہی صحبت میں کیس سے کیس جا پہنچا۔ آج کل بار بار داری کے لیے اس طریقہ کو بھی استعمال کیا جاتا ہے۔ گویہ ذریعہ بار بار داری مذکورہ تمام ذرائع سے منہنگا ہے مگر قیمتی اور ملکی چھلکی اشیاء کے لیے انتہائی مرزوں ہے۔

آج کی تیز دنیا میں تقریباً ہر ملک ڈاک کی ترسیل کے لیے ہوائی جہاز استعمال کرتا ہے۔ پسماندہ ملکوں میں یہ ذریعہ صرف ہیرہ پی ڈاک کے لیے استعمال ہوتا ہے مگر ترقی یافتہ ملکوں میں اندرونی ڈاک بھی اسی ذریعہ بار بار داری سے ایک مقام سے دوسرے مقام تک پہنچائی جاتی ہے۔

4۔ نقل و حمل کی اقسام

نقل و حمل کی درج ذیل پانچ اقسام ہیں :

آبی یا سمندری راستے

ریل کی پٹریاں

میدانی راستے (سڑکیں)

ہوائی راستے

پائپ لائنیں

4.1۔ آبی یا سمندری راستے

دریاؤں یا سمندری راستوں پر کشتیاں، جہاز، لاجپیں اور اس طرف کی دوسری اشیاء چلتی ہیں ان کو آبی یا سمندری راستے کہتے ہیں۔ یہ راستے کئی قاعدوں کے متحمل ہوتے ہیں۔

1۔ یہ آسان راستے ہوتے ہیں۔

2۔ یہ راستے مقابلہ سے ہوتے ہیں۔

3۔ بھاری اشیاء کو دوسرے مقام تک پہنچانے کے لیے موزوں ہوتے ہیں۔

پرانے زمانے میں آمدورفت اور تجارت زیادہ تر انہیں راستوں سے ہوا کرتی تھی، یہی وجہ ہے کہ موزوں ساحلوں والے سمندروں اور دریاؤں کے کنارے بڑے بڑے صنعتی اور تجارتی شہر آباد ہو گئے۔

موجودہ دور میں بھی بھاری سامان سمندری یا آبی راستوں سے بھیجنا، معاشی لحاظ سے زیادہ فائدہ مند رہتا ہے۔ کیونکہ اس ذریعہ بار برداری پر کرایہ کم لگتا ہے۔ ان راستوں کے ذریعے عام طور پر وہ سامان بھیجا جاتا ہے جو اگر دیر سے بھی منزل مقصود پر پہنچے تو کچھ نقصان نہ ہو۔

کیونکہ دوسرے ذرائع آمدورفت کے مقابلے میں یہ سبب مدد ذریعہ ہے۔ اس لیے اس سے جلد مضائقہ ہو جانے والی یا تازہ اور قیمتی اشیاء کی ترسیل نہیں کی جاتی۔ یہ ذریعہ بھاری، کم قیمت، اور زیادہ حجم والی اشیاء مثلاً سیمنٹ، کوئلہ، سمارتی لکڑی، گندم، چاول اور دوسری ایسی اشیاء کے لیے موزوں ترین ذریعہ ہے۔ مشینری خواہ صنعتی ہو، زرعی ہو یا دفائی ہو، کیونکہ وزن میں بھاری اور حجم میں زیادہ ہوتی ہے اس لیے یہ ہمیشہ سمندری راستوں سے ہی ایک ملک سے دوسرے ملک میں بھجوائی جاتی ہے۔

بعض اوقات اندرون ملک بھی اشیاء کو ایک مقام سے دوسرے مقام تک آبی راستوں کے ذریعے سے ہی پہنچایا جاتا ہے۔ مثلاً بنگلہ دیش میں پٹ سن دریاؤں کے ذریعے بڑی بڑی کشتیوں میں لاد کر لائی جاتی ہے۔ یورپ میں کی مخصوص حالت کے پیش نظر وہاں تمام آمدورفت کا بڑا ذریعہ دریا ہی ہیں۔ البتہ پاکستان کے دریا آمدورفت کے قابل نہیں) کیونکہ ان میں پانی بہت کم ہے۔

پانی کی کدڑگاہیں بھی سرکوں کی طرح ذاتی، انفرادی اور اجتماعی طور پر استعمال ہوتی ہیں۔ ان گزرگاہوں کے ادارے یا افراد اپنے اپنے جہازوں کے لیے ذاتی طور پر بھی استعمال کرتے ہیں اور کرایہ کے جہازوں کے لیے بھی کرایہ کے جہازوں کو ہم وصول میں تقسیم کر لیتے ہیں۔

1۔ عام ذریعہ بار برداری۔

2۔ مخصوص ذریعہ بار برداری۔

جہاز رانی میں بڑے بڑے تاجروں ذاتی جہاز استعمال کرتے ہیں ان کو ”پرائیویٹ کیریئر“ یا ”پروپرائیٹی“ کہتے ہیں۔

اشیاء کی عام ترسیل کے لیے ہی استعمال ہوتا ہے لیکن اگر اشیاء کی مقدار زیادہ ہو تو تاجر لوگ پورے کا پورا جہاز بھی کرایہ لیتے ہیں تو ایسے جہاز کو "تھارٹر" کہتے ہیں۔
جب کوئی "تھارٹر" کو اپنے لیے ہی مخصوص ذریعہ بار برداری بن جاتا ہے۔ یہ کنٹرولڈ اشیاء کی نوعیت زائے کی نوعیت، یا حالات کی نوعیت پر ہوتا ہے۔

4.2۔ ریل کے راستے

پانی کا ذریعہ آمد و رفت نہ ہی تیز رفتار تھا اور نہ ہی بہتر۔ اس لیے انسان اس کو سسٹم میں لگا رہا کہ کوئی بہتر ذریعہ تلاش کرے۔ وہ اشیاء کو زیادہ مقدار اور کم از کم وقت میں ایک مقام سے دوسرے مقام تک پہنچانا چاہتا تھا۔ چنانچہ اس نے مسلسل کوشش سے سسٹم کا انجن تیار کر لیا۔ اس کے ساتھ ہی ریل کی پٹری وجود میں آگئی اور اس طرح کاروبار دنیا میں انقلاب آگیا۔
ریل کا پٹری کے وجود میں آنے سے پہلے ریل کے ڈبے ہلکے پھلکے ہوتے تھے جو جو گھوڑے اور فخر کھینچتے تھے۔ مگر جب سسٹم انجن وجود میں آگیا، تو پٹری کی ضرورت محسوس ہوئی اور آخر یہ ضرورت بھی پوری کر لی گئی۔

برطانیہ میں ریلوے کے باقاعدہ آغاز سے پہلے "ٹرام ویز" کا رواج ہوا۔ اور یہ اٹھارہویں صدی کا زمانہ ہے۔ امریکہ میں سب سے پہلی ٹرام ویز انیسویں صدی کے شروع میں یعنی 1807ء میں بوسٹن میں "سیلاس ڈائٹن" نے تیار کی اس کے بعد کئی مقامات پر ٹرام ویز چلنے لگیں۔

سب سے پہلے ریلوے اور ٹرام ویز کو ٹکوں کو ایک جگہ سے دوسری جگہ پر منتقل کرنے کے لیے استعمال کی جاتی تھیں۔ اس وقت تک یہ ذرائع آمد و رفت عوام کے لیے نہیں تھے۔ آخر 1823ء میں "جان سٹیونسن" کو یہ ذمہ داری سونپی گئی کہ وہ مقام عام کے لیے ریلوے لائن قائم کرے۔

امریکہ میں "ہالٹی مور" پہلی ریلوے لائن ہے جو "میری لینڈ" کی ریاست میں 1827ء میں قائم ہوئی یہ 1830ء میں عام لوگوں کے استعمال کے لیے کھول دی گئی۔ مگر برطانیہ اس میدان میں بہت آگے تھا۔

امریکہ کو اس میدان میں بھی برطانیہ کی برتری گوارا نہ تھی۔ چنانچہ اس نے اس معاملے میں حیرت انگیز ترقی کی۔ امریکہ میں 1840ء میں ریلوے لائن صرف 22 میل لمبی تھی جب کہ 1940ء میں 2 لاکھ 33 ہزار 6 سو 70 میل لمبی لائن بچھا دی گئی تھی اور یہ کوئی معمولی بات نہ تھی۔

1860ء کے بعد تقریباً ساری دنیا میں ریلوے آبی ذرائع پر سبقت لے گئی تھی۔

۔ سیدانی راستے (سڑکیں)

سطح زمین کے اوپر گرگاہوں کے بطور پرکے پکے کٹی چھوٹے بڑے راستے نظر آتے ہیں۔ یہ گرگاہیں (اندرون ملک اور اندرون شہر کئی مقامات کو آپس میں ملائی ہیں۔ اس میں گرگاہوں کو میدانی راستے کہتے ہیں لیکن آج کی زبان میں ہم ان راستوں سڑکوں کے نام سے موسوم کرتے ہیں۔

پہلے پہلے سڑکیں کچی ہوتی تھیں ماس کی دو وجوہات تھیں ایک تو یہ کہ ابھی تک وہ طریقہ ہی نہیں معلوم ہو سکا تھا کہ جس کی مدد سے سڑکیں پختہ بنائی جا سکیں اور دوسرے کیوں کہ یہ ایک غیر میکانیکی دور تھا اور اس وقت تک ایسی کوئی چیز ہی ایجاد نہ ہوئی تھی جو بچی اور پختہ سڑکوں کا تقاضا کرتی۔ اس لیے بہت دیر تک کچی سڑکیں ہی زیر استعمال رہیں۔ ان کا استعمال بھی محدود تھا کہ تمام فلوں کی صورت میں یا باجی، گھوڑوں، اور اونٹوں پر ان سے گزرتے۔

سڑکوں کی ترقی اس وقت ہوئی جب موٹر گاڑیاں ایجاد ہو گئیں۔ موٹر گاڑیوں کا وجود اس بات کا تقاضی ہو گیا کہ سڑکوں کی حالت کو بہتر کرنا یا جلائے۔ موٹر گاڑیوں کی رفتار کے مد نظر سڑکوں کو ہموار اور مضبوط بنانا ضروری تھا۔ کیونکہ کچی سڑکوں تیزی سے بھاگتی ہوئی دنیا کا ساتھ نہیں دے سکتی تھیں۔

کچی سڑکوں پر سفر مہم جوئی کے مترادف تھا۔ یہ سفر مہنگا، سست اور تھکا دینے والا تھا۔ اس لیے اس دور میں قریب کا انسان بھی دوسرے انسان کے خیالات اور مشوروں کے اس طرح مستفید نہ ہو سکا جس طرح آج کل ہے۔ یہاں تک کہ ایک انسان دوسرے انسان کی ضروریات، کاروباری انداز کر سکا، اور بڑی احساس۔ آمدرفت کے دشوار ذرائع کی وجہ سے وہ قریب ہو کر بھی دوسرے انسان سے دور رہا۔

ایک ہی محل میں بند انسان کب تک جی سکتا تھا۔ یہ محل سے باہر نکلنے کے لیے کوشاں رہا اور ایک دن آزاد دنیا کا آزاد باشندہ بن گیا۔ اسی نے اپنے راستے پختہ کر لیے اور بھاگتی دنیا کے ساتھ خود بھی بھاگنے لگا۔

تنہائی کے احساس نے انسان کو ناکارہ کر دیا تھا، اور یہ تنہائی اس وقت تک ختم نہیں ہو سکتی تھی، جب تک وہ دور دورہ ٹمک پہنچنے کی آسانی پیدا نہ کرتا۔ جڑ گاڑیاں وجود میں آچکی تھیں اب ان گاڑیوں کو ایسے راستے درکار تھے جن پر وہ تیزی سے بھاگ بھی سکیں اور محفوظ بھی رہ سکیں۔ مقصد سڑکوں کی پختہ تعمیر نے مکمل کر دیا۔ سڑکوں کی تعمیر سے تجارتی دنیا ایک نئے دور میں شامل ہو گئی اب انسان پیسے سے زیادہ ماڈرن اور سوشل ہو گیا ہے، اور اس کا اس تبدیلی نے اس کو تجارت کا نیا نیا راہیں دکھائی۔

موٹر گاڑیوں کی ضرورت کے مطابق جب ملکوں میں پختہ سڑکیں وجود میں آگئیں تو پھر پختہ سڑکوں کی کشش سے موٹر گاڑیاں کثرت نئی صورتیں سامنے آئیں جن کو آج ہم کئی قسموں میں تقسیم کر سکتے ہیں مثلاً۔ کار۔ جیپ۔ بس۔ لاری۔ ٹرک۔ ڈالے۔

رٹیکٹر۔ رٹالی اور لوڈنگ وغیرہ۔

تقسیم اور استعمال کے اعتبار سے سرکس بھی پانی کی گڈر گاہوں کی طرح انفرادی اور اجتماعی طور پر استعمال ہوتی ہیں ان شاہراہوں پر بھی مختلف قسم کی گاڑیاں نظر آتی ہیں جن میں کوئی ذاتی ہوتی ہیں اور کوئی کرایہ کی۔ کرایہ کی گاڑیاں پھر دو قسموں میں تقسیم ہو جاتی ہیں۔

1۔ عام ذریعہ بار برداری۔

2۔ مخصوص ذریعہ بار برداری۔

تجارتی لوگ اشیاء کی عام ترسیل کے لیے عام ذریعہ بار برداری استعمال کرتے ہیں لیکن اگر اشیاء کی مقدار زیادہ ہو تو وہ پھر لہڈا ٹرک یا ٹرالر بک کروالیتے ہیں۔ اور اسی طرح ایک عام ذریعہ ایک مخصوص ذریعہ بن جاتا ہے۔ یہ ذریعہ بار برداری درج ذیل صورتوں میں زیادہ مفید ہے۔

1۔ نزدیکی سفر کے لیے۔

2۔ اشیاء کو جلد پہنچانے کے لیے۔

3۔ ہلکی اشیاء کی ترسیل کے لیے۔

4۔ ضیاع پذیر اشیاء کی ترسیل کے لیے۔

4.4۔ ہوائی راستے

سمندری راستوں کی طرح ہوائی راستوں کے بننے کی بھی کوئی ضرورت نہیں ہوتی۔ البتہ جس بحری جہازوں کے ٹھہرانے کے بندر گاہوں کی ضرورت ہوتی اسی طرح ہوائی راستوں پر چلنے والی جہیزوں کو ٹھہرانے کے لیے ایک "ایئر پورٹ" کی ضرورت ہوتی ہے۔ چنانچہ دنیا کے تقریباً ہر ملک میں اس مقصد کے لیے "ایئر پورٹ"یں موجود ہیں۔

ہر ملک کے نقشہ کے مطابق ہوائی پروازوں کے راستے متعین ہیں۔ کوئی جہاز اگر بغیر اجازت کسی دوسرے ملک کی حد میں آجائے تو وہ قابلِ مداخلت ہے۔ جنگ کی حالت میں تو دو متحارب ملک کسی قیمت پر بھی ایک دوسرے کا جہاز اپنی حدود میں نہیں آنے دیتے، مگر عام حالات میں ہر ملک کا دوسرے ملک سے ایک معاہدہ ہوتا ہے جس کے مطابق ایک دوسرے کے ملک سے گزرتے ہیں۔ مگر ان کے لیے مبنی کی پابندی ہوتی ہے کہ وہ کم از کم کس بلندی سے کسی دوسرے ملک کو عبور کریں گے۔

جنگ عظیم اول میں ہوائی جہازوں کی پرواز کا سلسلہ تو جاری ہو چکا تھا مگر جنگ عظیم کے بعد ہوائی جہازوں کی آمد و رفت میں بہت ترقی ہوئی۔

جنگ کے دوران ہزاروں لوگ ہوائی جہازوں کی ملازمت میں مختلف عہدوں پر فائز ہوئے اور جنگ کے بعد یہ لوگ ہوائی جہازوں کے پرائیویٹ اداروں میں کھپ گئے۔ جنگ کے ختم ہونے پر ان پرائیویٹ اداروں کے گورنمنٹ سے

بہت سے فالتو جہاز خرید لیے تھے اور اب یہ جہاز مختلف کاموں میں استعمال ہونے لگے تھے۔ مثلاً

- 1 - محدود پروازوں کے لیے۔
- 2 - مناظر کے نظاروں کے لیے۔
- 3 - ہوا بازی سکھانے کے لیے۔
- 4 - فضائی فوٹو گرافی کے لیے۔
- 5 - استھارات پھینکنے کے لیے۔

اب دنیا کے ہر ملک میں باضابطہ ہوائی کمپنیاں قائم ہو چکی ہیں۔ سہولت، آرام، اور حفاظت کے نقطہ نظر سے ان کی خدمات درجہ اول میں شمار کی جاتی ہیں۔ اس ذریعہ سے وقت کی بے انتہا بچت ہو گئی ہے۔ دنوں کا سفر گھنٹوں ہونے لگا ہے۔

ہوائی راستوں کے ذریعے بار برداری کرنا مندرجہ ذیل صورتوں میں زیادہ مفید ہے :

- 1 - جب اشیاء کم حجم اور کم وزن کی ہوں۔
- 2 - جب اشیاء زیادہ قیمت اور نازک طرز کی ہوں۔
- 3 - جب اشیاء کو دور دراز جگہ پہنچانا مقصود ہو۔

4.5۔ پائپ لائنیں

پائپ لائنیں سروس دو حصوں میں تقسیم کی جاتی ہیں۔

- 1۔ تیل پائپ لائنیں۔
- 2۔ گیس پائپ لائنیں۔

تیل پائپ لائنیں

سیال اشیاء مثلاً تیل اور پٹرول کی ترسیل کے لیے پائپ لائنوں کو بطور ٹرانسپورٹ 1865ء میں پہلی بار استعمال کیا گیا۔ اس مقصد کے لیے پہلی پائپ لائن امریکہ کی ایک مغربی ریاست ”ہنسلوانیا“ میں تعمیر کی گئی۔ یہ پائپ لائنیں دوسرے چار ایجنٹوں کی طرف سے جو بھجائی گئی تھیں۔ اس کے ذریعہ خام تیل کو صاف کرنے کی غرض سے دوسرے مقام تک پہنچا دیا جاتا تھا، اور اس کے ذریعے تیل پہنچانے کی لاگت بھی دوسرے ذرائع کے مقابلہ میں کم تھی۔ اس لائن کی کامیابی نے اور زیادہ لائنیں بھجوانے کے رجحان کو بڑھا دیا۔ اچھنڈی سالوں میں امریکہ کی ایک ریاست کی پائپ لائن مکمل طور پر ”ریلوی“ اور ”ریفری“ سے منسلک ہو گئی۔ اور پھر یہ لائنیں اس حد تک بڑھیں کہ 1946ء تک امریکہ میں ایک لاکھ 44 ہزار میل لمبی تیل کی پائپ لائنیں بھجی تھیں۔

اقسام

ہاٹ لائنوں کو دو حصوں میں تقسیم کیا جاتا ہے۔

1۔ تیل اکٹھا کرنے والی لائنیں۔

2۔ تیل آگے بڑھانے والی لائنیں۔

تیل اکٹھا کرنے والی لائنیں

یہ وہ لائنیں ہوتی ہیں جو خام تیل کو تیل کے کنوؤں سے یا تیل کے دفینوں سے نکالتی ہے۔ خام تیل کو کنوؤں سے نکال کر بعض اوقات بندرگاہوں یا ریفریٹریوں کو بھیجنے کے لیے دفینوں میں محفوظ کر لیا جاتا ہے۔ یہ لائنیں دو سے چار انچ تک موٹی ہوتی ہیں۔ جو کنوؤں کی سطح پر بچھائی جاتی ہے۔ جب کوئی کنواں بند یا خشک ہو جائے تو اس لائن کو باسانی دوسرے نئے کنویں پر منتقل کر دیا جاتا ہے۔

تیل آگے پہنچانے والی لائنیں

تیل کو آگے بندرگاہوں یا ریفریٹریوں تک پہنچانے کے لیے گریڈنگ لائنوں کو ٹرک لائنوں کے ساتھ جوڑ دیا جاتا ہے۔ اگر تیل دفینوں میں محفوظ رکھا گیا ہو تو پھر اس لائن کو دفینوں کے ساتھ جوڑ دیا جاتا ہے۔ اس مقصد کے لیے عام طور پر آٹھ انچ کی ہاٹ لائن استعمال کی جاتی ہے۔ لیکن ضرورت کے مطابق اس سے زیادہ موٹائی والی لائنیں بھی بچھائی جاسکتی ہیں اور یہ موٹائی 28 انچ تک پہنچ جاتی ہے۔ اس لائن میں خام تیل عام طور پر ایک سے پانچ میل فی گھنٹہ کی رفتار سے چلتا ہے۔

ٹرک لائنیں، صاف شدہ تیل کو ان مقامات تک پہنچانے میں استعمال ہوتی ہیں جہاں سے اس کو دوسرے مقامات تک پہنچانے کے لیے جہازوں، گاڑیوں یا آئل ٹینکروں میں لادنا ہوتا ہے۔

پمپنگ سٹیشن

ہاٹ لائن پر تقریباً 35 سے 40 میل کے فاصلوں پر "پمپنگ سٹیشن" قائم کیے جاتے ہیں، لیکن یہ فاصلہ، ہاٹ کے سائز تیل کی رفتار اور ملکوں کے حالات کے مطابق بدلتا رہتا ہے۔ یہ سٹیشن ہوا کے دباؤ سے تیل کی رفتار برقرار رکھتے ہیں۔ صاف شدہ تیل کی رفتار خام تیل کی رفتار سے زیادہ ہوتی ہے اس کو بھی ایک مقررہ رفتار کے مطابق آگے بڑھانے کے لیے پمپنگ کی ضرورت ہوتی ہے۔

الف) گیس ہاٹ لائن

ہاٹ لائن قدرتی گیسوں کی ترسیل کے لیے بھی استعمال ہوتی ہیں۔ سب سے پہلے 1870ء میں قدرتی گیس کی ترسیل کے لیے امریکہ میں کولمبیا کی ہاٹ لائن "ولیسٹ ملوم فیلڈ" سے "روچسٹر" تک استعمال ہوئی۔ جس کا درمیانی فاصلہ 25 میل تھا۔ گیس کی ترسیل کے لیے لوہے کی ہاٹ لائنیں پہلی بار "ٹائٹس ولی" میں 1872ء میں استعمال ہوئی۔ لیکن گیس کو دور علاقوں میں پہنچانے

کے ”پہلی لمبی لائن جو 120 میل تھی، 1891 میں بچائی گئی۔ یہ لائنیں ”انڈیا ناٹا“ سے ”شکاگو“ تک تھی۔ گیس ہاٹ لائنوں کو بچانے کا تیز رفتار زمانہ 1927ء سے 1932ء تک کا ہے۔ 1944ء تک امریکہ میں 25 ہزار میل لمبی لائنیں بچائی جا چکی تھیں۔

گیس لائنوں کا کسی بھی ٹرانسپورٹ سے مقابلہ نہیں کیا جاسکتا۔ کیونکہ گیس نہ ہی ریل گاڑیوں کے ذریعے ایک مقام سے دوسرے مقام تک پہنچائی جاسکتی ہے اور نہ ہی جہازوں کے ذریعے۔ البتہ ایندھن کے طور پر گیس کا مقابلہ پٹرول اور کوئلے وغیرہ سے جاری ہے۔ اس بات کا سبب امکان ہے کہ گیس کے ذریعے ٹرانسپورٹ چلانے کے اخراجات بہت کم ہر جائیں گے۔

(ب) قدرتی گیس کا استعمال

قدرتی گیس گھریلو، صنعتی اور تجارتی طور پر استعمال ہوتی ہے، گھریلو طور پر استعمال ہونے کے زمرے میں رہائش گاہوں، اور ہوٹلوں کا ذکر آتا ہے۔ صنعتی طور پر استعمال کے سلسلے میں ہوٹلوں، کلبوں اور اس طرح کے دوسرے اداروں کا ذکر آتا ہے۔

ابتداء میں گیس کا استعمال گھروں، فیکٹریوں اور کارخانوں تک ہی محدود تھا مگر اب سائنس کی تحقیق یہاں تک پہنچ چکی ہے کہ اب بجل گنے دور نے والی گاڑیوں میں بھی پٹرول کی جگہ گیس استعمال ہونے لگا ہے۔

پاکستان میں قدرتی گیس کو سوئی گیس کو سوئی گیس کہتے ہیں۔ جس کا حال قریباً تمام بڑے شہروں میں پھیل چکا ہے۔ ہمارے ملک میں بھی گھریلو، صنعتی اور تجارتی طور پر استعمال ہو رہی ہے۔ یہ ہر ایندھن سے سستی بھی ہے اور آرام دہ بھی۔

امریکہ میں گوئڈاڈ کے لحاظ سے گھریلو صارفین زیادہ ہیں جو گیس استعمال کرتے ہیں مگر مقدار کے لحاظ سے قدرتی گیس سب سے زیادہ صنعتی یونٹوں میں استعمال ہوتی ہے اور خاص طور پر ان صنعتی یونٹوں میں جو لیڈ، بجلی پیدا کرنے میں مصروف ہیں، لیکن ہماری ٹیکنالوجی کیونکہ اس حد تک ترقی نہیں کر سکی کہ ہم گیس سے بجلی پیدا کریں اس لیے ہمارے ملک میں بجلی کی کمی کا اکثر ذکر ہوتا ہے، اور واپڈا والے بیچارے لوڈ شیڈنگ سے بجلی کی کمی کو برداشت کرتے ہیں۔

(ج) قدرتی گیس کی ترسیل

گیس کی ترسیل بھی اسی طریقے سے ہوتی ہے جس طرح تیل کی ترسیل ہوتی ہے کہ گہرے رنگ لائن کو کوئلے کے ساتھ لگا دیا جاتا ہے۔ اور پھر ٹرنگ، لائن کو گہرے رنگ، لائن کے ساتھ جوڑ دیا جاتا ہے مگر اس میں وہ طریقہ کار استعمال نہیں کیا جاتا جو تیل کی ترسیل کے لیے کیا جاتا ہے۔ تیل نے کیونکہ عداوت ہونا ہوتا ہے اس سے اس کو عداوت تک پہنچانے سے پہلے ”رہنمائی“ میں پہنچانا ہوتا ہے مگر گیس کو ڈائریکٹ ہی ضرورت کے مقامات پر ارسال کر دیا جاتا ہے۔ اسی طرح دوسرا فرق یہ بھی ہے کہ تیل کو عداوت کرنے سے پہلے یا عداوت کرنے کے بعد سٹور کیا جاسکتا ہے مگر گیس کو سٹور کرنا ممکن نہیں۔ تیسرا فرق یہ ہے کہ تیل کی طرح گیس کو پہنچانے کا کوئی کام مخصوص نہیں کہ جہاں سے لوگ اگر بے جا ہیں۔ اس کو جگہ جگہ، گھر گھر ہاٹ لائنوں کے ذریعے گورنمنٹ نے خود ہی پہنچانا ہوتا ہے۔

5- تجارتی سامان کی ترسیل

5.1- بار برداری کے لیے مناسب ذریعہ

جدید دور میں کام کی نوعیت کے لحاظ سے ہر ذریعہ آمد و رفت کی ضرورت پڑ سکتی ہے۔ ایک کاروباری ادارے کی انتظامیہ کا فرض ہے کہ اشیاء کی نوعیت کے لحاظ سے وہ کوئی بہتر ذریعہ آمد و رفت اپنائے۔ کونسا ذریعہ کس قسم کی ترسیل کے لیے موزوں ہے یہ بات تجارتی اشیاء کی نوعیت پر منحصر ہوتی ہے مثلاً۔

- 1- اگر چیزیں جلد ضائع ہونے والی ہوں، فاصلہ کم ہو، ماسٹ پیچیدہ ہو تو بسوں اور ٹرکوں کو ترجیح دی جاتی ہے۔
- 2- اگر سامان بھاری ہو، راستہ طویل ہو، اشیاء پائیدار ہوں تو ریل گاڑیوں کو ترجیح دی جاتی ہے۔
- 3- اگر سامان بہت زیادہ مقدار میں ہو، فوری ضرورت کا نہ ہو، موسمی اثرات سے ضائع ہونے والا نہ ہو تو بحری جہازوں کو ترجیح دی جاتی ہے۔
- 4- اگر سامان قیمتی اور ہلکا بھلکا ہو، نازک نوعیت کا ہو، جلد پہنچانا مقصود ہو تو ہوائی جہازوں کو ترجیح دی جاتی ہے۔

5.2- شرح کرایہ کا تعین

آمد و رفت کے مختلف ذرائع کے کرایوں کے تعین کے مختلف اصول ہیں لیکن عام طور پر کرایہ کا تعین کرتے وقت مندرجہ ذیل اصولوں کو ذہن میں رکھا جاتا ہے۔

اشیاء کی مالیت

جس قدر اشیاء کی قدر و قیمت زیادہ ہوگی، اس قدر کرایہ زیادہ ہوگا

اشیاء کی ضیاع پذیری

جس قدر اشیاء جلد ضائع ہونے والی ہوں گی ان کا کرایہ بھی زیادہ ہوگا۔

اشیاء کا وزن

کرایہ کا تعین کرتے وقت بھاری بھر کم اشیاء کا کرایہ زیادہ متعین کیا جاتا ہے۔

اشیاء کی نزاکت

جو چیزیں نوعیت کے اعتبار سے نازک ہوں ان کا کرایہ بھی اکثر زیادہ ہوتا ہے۔

5- اشیاء کا پھیلاؤ

اشیاء خواہ وزن میں کم ہوں، لیکن اگر پھیلاؤ زیادہ ہو تو ان کا کرایہ بھی زیادہ ہوگا مثلاً روٹی کو اگر گانٹھوں کی شکل میں لوڈ نہ کیا جائے تو اس کا کرایہ پھیلاؤ کی وجہ سے اصل سے بہت زیادہ ہوگا۔ جو چیز پھیلاؤ کی وجہ سے زیادہ جگہ گھیرتی ہے اس کا کرایہ بھی زیادہ ہوتا ہے۔

6- خصوصی توجہ کی ضرورت

جن اشیاء کی منتقلی میں خصوصی توجہ کی ضرورت ہوتی ہے، ان کا کرایہ بھی زیادہ متعین کیا جاتا ہے۔

7- مکمل مقابلہ کی حالت

جب اشیاء کی منتقلی کے لیے اور ذرائع بھی دستیاب ہوں تو پھر کرایہ مقابلہ کم مقرر کیا جاتا ہے۔ لیکن اگر متبادل ذرائع دستیاب نہ ہو تو پھر زیادہ کرایہ ادا کرنا پڑتا ہے۔

تاجر حضرات کو اشیاء کی نقل و حمل کے لیے بڑی سمجھ سے ذریعہ نقل و حمل چننا چاہئے۔ کیونکہ مہنگا ذریعہ چننے کی وجہ سے اشیاء کی خرید کے مصارف میں اضافہ ہو سکتا ہے۔ اور اس طرح یہ حالات بھی پیدا ہو سکتے ہیں کہ منڈی میں مکمل مقابلہ کی صورت میں آجر کو نقصان پہنچ جائے

5.3- دو مقبول ذرائع آمد و رفت کی خصوصیات

مندرجہ ذیل سطور میں دو مصروف ذرائع آمد و رفت ہائی ویز اور ریلویز کی خصوصیات، الگ، الگ بیان کی جا رہی ہیں۔ تاکہ برکتِ محنت آسانی رہے۔

(الف) ہائی ویز کی خصوصیات

- ۱- کم اخراجات : سڑکوں پر چلنے والوں کو سڑکوں کی حفاظت اور تعمیر کے لیے کم خرچ کرنا پڑتا ہے۔
- 2- براہ راست لوڈنگ : اشیاء براہ راست سڑکوں وغیرہ پر لا دی جاسکتی ہیں اس طرح منزل مقصود پر بھی براہ راست
- 3- پہنچائی جاسکتی ہے۔
- 3- کم خطرات : سڑکوں پر مال لادنے میں خطرات بھی کم ہوتے ہیں۔ اشیاء کو راستے میں تبدیل نہیں کیا جاتا۔
- 4- اوقات مقرر نہیں : سڑکوں پر چلنے والی گاڑیوں کے اوقات مقرر نہیں ہوتے۔ تاجر لوگ اپنی سہولت کے لیے جب چاہیں ان کے ذریعے مال منتقل کر سکتے ہیں۔
- 5- غیر متعین راستے : سڑکوں وغیرہ کے راستے بھی متعین نہیں ہوتے۔ تاجر اپنی مرضی کے مطابق جس راستے کو چاہیں اپنا سکتے ہیں۔

6- گھر گھر، جگہ جگہ : ٹرکوں کی مدد سے مال گھر گھر، اور جگہ جگہ آسانی سے پہنچایا جاسکتا ہے جس سے تاجر کو بہت سہولت رہتی ہے۔

7- پیکنگ کے اخراجات میں کمی : ٹرکوں کے ذریعہ مال بھجوانے میں پیکنگ وغیرہ کے اخراجات بھی نسبتاً کم ہوتے ہیں۔

8- تھوڑے فاصلے کے لیے : تھوڑے فاصلے پر اشیاء پہنچانے کے لیے یہ ذرائع بے حد مفید ہوتے ہیں۔

9- ضیاع پذیر اشیاء : جو اشیاء جلد خراب ہونے والی ہوں ان کو منزل مقصود تک پہنچانے کے لیے ٹرک اور وٹمن سروس بہت موزوں ہے۔

10- دیہاتی علاقوں کے لیے : دیہاتی علاقوں سے عام مال یا خلیص شہروں تک لانے کے لیے یہ سب سے اعلیٰ ذریعہ ہے اور نسبتاً سستا بھی ہے۔

11- ریلوے کے لیے مفید : سڑکوں پر چلنے والے ذرائع ریلوے کو بھی بہت سہولتیں مہیا کرتے ہیں۔ یہ مال کو دور دراز علاقوں سے شیش تک پہنچاتے ہیں۔

12- پھلوں اور سبز لہوں اور دودھ مکھن کے لیے : روزمرہ کی اشیاء مثلاً پھل، سبزی، دودھ، مکھن، انڈے، گوشت اور موسمی اشیاء کو تیزی سے ایک علاقے سے دوسرے علاقے تک پہنچانے میں ان ذرائع سے کوئی بہتر نہیں۔

اس بات کا صحیح جائزہ لینے کے لیے کہ ہائی ویز اور ریلوے ویز میں سے کون سا ذریعہ یا برداری کے لیے زیادہ بہتر ہے یہ فروری ہے کہ یہاں ریلوے کی خصوصیات بھی بیان کر دی جائیں۔

(ب) ریلوے کی خصوصیات

1- کم کرایہ : ریلوے کا کرایہ نسبتاً کم ہوتا ہے۔

2- یکساں نوعیت : ریلوے کی خدمات زیادہ تیز اور یکساں نوعیت کی ہوتی ہیں۔

3- مسلسل اور یقینی : ریلوے کی خدمات زیادہ مسلسل اور یقینی ہوتی ہیں۔

4- زیادہ محفوظ : اشیاء کا بذریعہ ریل بھیجنا نسبتاً زیادہ محفوظ ہوتا ہے۔

5- بھاری بھر کم اشیاء : بھاری بھر کم اشیاء کے لیے یہ ذریعہ بہت سے زیادہ موزوں ہے۔

6- اشیاء کی مقدار : اشیاء اگر زیادہ مقدار میں ہوں تو اس ذریعہ کو بلا امتیاز خصوصیت حاصل ہے۔

7- لمبا فاصلہ : لمبے فاصلے پر اشیاء بھجوانے کے لیے اس ذریعہ کو ہائی ویز پر فوقیت حاصل ہے۔ کیونکہ لمبے سفر کے لیے اس کی خدمات زیادہ اطمینان بخش اور محفوظ ہیں۔

8- مزدوروں کی منتقلی : ریلوے کے ذریعہ کی وجہ سے محنت زیادہ تیز و پُر ہو گئی ہے۔ دنیا کے ہر علاقے میں انہیں ذرائع کی وجہ سے یہ ہوا ہے۔

- 9 - محنت کی منتفی : کچھ ملکوں میں مزدوروں کی تعداد افرہوتی ہے۔ اور کچھ کم۔ چنانچہ جن علاقوں میں مزدوروں کی ضرورت ہوتی ہے۔ وہاں تک مزدور اپنے ذرائع کی بدولت پہنچتے ہیں۔
- 10 - تجارت کی ترقی : اندرونی اور بیرونی دونوں اقسام کی تجارت جو پھیلاؤ ہم آج کل دیکھ رہے ہیں وہ ذرائع نقل و حمل کی وجہ سے ہوا ہے۔
- 11 - انسانی خدمات میں کمی : ان ذرائع کی بدولت قحط، بیماری، اور قدرتی آفات کا وجہ سے انسان کو جو خدمات تھے نہ کم ہو گئے ہیں کیونکہ ایسی ضرورت میں اشیائے ضرورت کے علاقوں میں منتقل کر دی جاتی ہیں۔
- 12 - جنگ و جدل کا زمانہ : جب تک کسی ملک کا ذرائع نقل و حمل مضبوط اور مربوط نہ ہو، کوئی ملک بھی اپنا اندرونی دفاع نہیں کر سکتا۔ اس نے جنگ و جدل کے زمانہ میں بھی ذرائع نقل و حمل بہت اہم کردار ادا کرتے ہیں۔
- 13 - قیمتوں پر کنٹرول : اگر ملک میں ذرائع نقل و حمل عام ہوں گے اور جائے پیدائش سے جڑے صرت تک اشیاء پہنچانا آسان ہوں گی اور ملک میں مقابلہ کی حالت برقرار رہے گی، جس سے قیمتیں کنٹرول پر رہیں گی۔

54- ذرائع نقل و حمل کے فوائد

ذرائع نقل و حمل کے بے شمار فوائد ہیں جن کو مختصراً بیان کیا جاتا ہے۔

- 1 - بھاری بھر کم مال کی فروخت : اس کی بدولت کاروباری حضرات اپنے بھاری بھر کم مال کو بھی دور دراز کے علاقوں میں فروخت کرنے کے قابل ہو گئے ہیں۔
- 2 - مشینوں کی فراہمی : اس نے جدید طرز کی صنعتیں لگاتے کے لیے مشینوں کی فراہمی میں بے حد اہم کردار ادا کیا ہے۔
- 3 - دوسرے ملکوں سے رابطہ : اس کی وجہ سے اپنی کھال میں مست رہنے کا تصور ختم ہو گیا ہے۔ ہر ملک دوسرے ملک سے رابطہ قائم کرنے پر مجبور ہے۔
- 4 - منقطع علاقوں سے تعلق : اس کی وجہ سے ان علاقوں سے بھی تعلق قائم ہو گیا ہے جو دنیا سے بالکل منقطع تھے۔
- 5 - وافر پیداوار کی کھپت : اس کی بدولت وافر پیداوار کے علاقوں سے اشیاء ان علاقوں میں پہنچانا آسان ہو گئی ہیں جن میں شدید قلت تھی۔
- 6 - ضیاع پذیر اشیاء کی ترسیل : جدید ذرائع نقل و حمل نے ان ضیاع پذیر اشیاء کا انتقال بھی ممکن بنا دیا ہے جو ایک ہی جگہ بڑی بڑی گل سرخ جاتی تھیں۔

6۔ خود آزمائی

سوال نمبر 1 - مندرجہ ذیل خالی جگہوں کو مناسب الفاظ سے پُر کیجیے۔

- (الف) معاشرتی مشاغل _____ کی رکاوٹوں کو دور کرتے ہیں۔
 (ب) کسی ملک کی صنعتی ترقی کا انحصار ذرائع _____ پر ہوتا ہے۔
 (ج) پرانے وقتوں میں تجارتی اور معاشرتی پس ماندگی کا سبب _____ کا ناپید ہونا تھا۔
 (د) جنگلاتی علاقوں میں بار برداری کے لیے _____ استعمال ہوتے ہیں۔
 (س) میدانی علاقوں میں بار برداری کے لیے _____ استعمال ہوتے ہیں۔
 (ص) رگیستانی علاقوں میں بار برداری کے لیے _____ استعمال ہوتے ہیں۔
 (ط) ابتداء میں آمدورفت کا نظام بہت _____ تھا۔
 (ع) پہلے کی ایجاد نے انسانی زندگی کے ہر شعبہ میں ایک _____ پیدا کر دیا ہے۔
 (ف) اس دور میں شکل سے ہی کوئی ایسی چیز حرکت میں نظر آئے گی جس کو پہلے کی حاصل نہ ہو۔

سوال نمبر 2 ہر بیان کی تعبیر یا تفسیر کے لیے اس کے آگے دیئے گئے درست یا غلط الفاظ کے گرد دائرے کا نشان لگائیے۔

- (الف) پرانے زمانے کی اور نئے زمانے کی طرز زندگی میں کوئی فرق نہیں۔ صحیح / غلط
 (ب) آمدورفت کے ذرائع کی ترقی سے کاروبار کے فاصلے سمٹ سکتے ہیں۔ صحیح / غلط
 (ج) ذرائع آمدورفت کے ناقص ہونے کی وجہ سے معلومات کی ترسیل میں نقص واقع ہوگا۔ صحیح / غلط
 (د) ذرائع نقل و حمل میں خرابی کی وجہ سے اشیاء ضرورت مند لوگوں تک نہیں پہنچائی جاسکتیں۔ صحیح / غلط
 (س) ذرائع آمدورفت کا یہ قطعاً مقصد نہیں کہ زائد اشیاء دوسری جگہ پہنچادی جائیں۔ صحیح / غلط
 (ص) اگر اشیاء دوسرے ممالک کو منتقل نہ کی جائیں تو قیمتوں میں استحکام پیدا نہیں ہو سکتا۔ صحیح / غلط

سوال نمبر 3 ہر بیان کو مکمل کرنے کے لیے اس کے نیچے دیئے گئے اجزاء میں سے درست جزو کے گرد دائرے کا نشان لگائیے۔

(۱) معاشرتی مشاغل اشیاء اور خدمت کے تبادلہ کے سلسلہ میں

(الف) انسانی رکاوٹوں کو دور کرتے ہیں۔

(ب) جگہ کی رکاوٹوں کو دور کرتے ہیں۔

(ج) وقت کی رکاوٹوں کو دور کرتے ہیں۔

(د) الف، ب اور ج تینوں عناصر شامل ہیں۔

2- انسانوں اور وقت کے بارے میں پیش آنے رکاوٹوں کو دور کرنے کے لیے

(الف) معاونین تجارت سے مدد لی جاتی ہے۔

(ب) انشورنس کمپنیوں سے مدد لی جاتی ہے۔

(ج) بنکوں سے مدد لی جاتی ہے۔

(د) الف، ب اور ج کے ذرائع استعمال میں لائے جاتے ہیں۔

3- کسی ملک کے بہتر ذرائع آمدورفت کی وجہ سے

(الف) صنعتی اور تجارتی ترقی عمل میں آئے گی۔

(ب) معیار زندگی پر اچھا اثر پڑے گا۔

(ج) تہذیب و تمدن پر گہرا اثر پڑے گا۔

(د) سامان کی منتقلی میں آسانی ہوگی۔

(س) الف، ب، ج، د، تمام پر گہرا اثر پڑے گا۔

4- دو ملکوں کے درمیان کاروباری مقصد کے لیے فاصلے سمٹ جانا۔

(الف) ذرائع آمدورفت میں ترقی کی وجہ سے۔

(ب) قرضہ پر اشیاء حاصل ہو جانے کی وجہ سے ہے۔

(ج) انسانی تہذیب کی وجہ سے ہے۔

(د) لوگوں کے جنگ جو ہونے کی وجہ سے ہے۔

5- ذرائع آمدورفت میں نقص کی وجہ سے

(الف) اشیاء کی قیمتوں میں استحکام نہیں رہے گا۔

(ب) زمین کی قدر کم ہو جائے گی۔

(ج) شہینوں کی فراہمی بروقت نہیں ہو سکے گی۔

(د) الف، ب، اور ج متاثر ہوں گے۔

7۔ جوابات خود آزمائی

سوال نمبر 1

(الف) انسان ہجرت وقت، (ب) ذرائع آمدورفت (ج) ذرائع آمدورفت (د) ذرائع آمدورفت (د) ،
(س) بیل، گدھے، گھوڑے، (ص) اونٹ (ط) ناقص، (ع) انقلاب (ف) مساوت ۔

سوال نمبر 2

(الف) غلط (ب) غلط (ج) درست (د) صحیح (س) غلط (ص) صحیح ۔

سوال نمبر 3

(1) د (2) د (3) د (4) الف (5) د ۔

بنکاری

تحریر: پروفیسر اقبال بخت
نظر ثانی: علی حسن مظفر

یونٹ کا تعارف

موجودہ زمانے میں ترقی کا دائرہ دار اس بات پر ہے کہ کس طرح وسائل کو بہتر طور پر استعمال کیا جائے۔ جو وسائل بچوں کی شکل میں عام لوگوں کے پاس موجود ہوتے ہیں گروہ یہ نہیں جانتے کہ ان حقیر وسائل کو کس طرح استعمال کریں کہ وسائل بھی استعمال ہو جائیں اور انہیں ذاتی طور پر فائدہ بھی حاصل ہو۔ اس مقصد کے لیے ہم بینکوں کی طرف رجوع کرتے ہیں۔ بینک آج کل کے نئے میں وسائل رکھنے والوں اور وسائل استعمال کرتے والوں کے درمیان رابطہ کا کام انجام دیتے ہیں۔ یہ تجارتی بینک ہی ہیں جن کے طفیل وسائل پیدا بھی ہو رہے ہیں اور وسائل استعمال بھی ہو رہے ہیں۔ زیر نظر یونٹ میں بینکوں کی تعریف، اقسام، فرائض اور کردار کے ساتھ ساتھ اس بات کا بھی جائزہ لیا جا رہا ہے کہ بینک کس طرح زر اعتبار تخلیق کے وسائل میں اضافہ اور ترقی کی رفتار کو برصا کرنے کا سبب بنتے ہیں۔ یونٹ کے آخر میں مختلف اکاؤنٹس کا تذکرہ کیا گیا کہ جن شکلوں میں ہم اپنی بچتوں کو بینک میں رکھ سکتے ہیں۔

یونٹ کے مقاصد

- اس یونٹ کو پڑھنے کے بعد آپ اس قابل ہو جائیں گے کہ
- 1 - بنکوں کی مختلف اقسام کے درمیان فرق کو پہچان سکیں۔
 - 2 - تجارتی بنکوں کے فرائض کو سمجھ سکیں اور ان پر عمل کر سکیں۔
 - 3 - یہ بتا سکیں کہ تجارتی بنک کس طرح زر اعتبار پیدا کرتے ہیں۔
 - 4 - مرکزی بنک کے فرائض کو بیان کر سکیں۔
 - 5 - حسابات کی مختلف شکلوں میں امتیاز کر سکیں۔

فہرست مضامین

مضامین

| | |
|-----|----------------------------------|
| 495 | 1- بینک کی تعریف اور اقسام |
| 495 | 1.1 - تعریف |
| 495 | 1.2 - دائرہ کار |
| 495 | 1.3 - بینکوں کی اقسام |
| 496 | 1.4 - اہم نکات |
| 497 | 2- بینکوں کے فرائض |
| 497 | 2.1 - تجارتی بینک کے فرائض |
| 499 | 2.2 - تخلیق زر اعتبار |
| 502 | 2.3 - نتیجہ |
| 503 | 2.4 - زر اعتبار کی تنسیخ |
| 503 | 2.5 - زر اعتبار کی تخلیق کی حدود |
| 504 | 2.6 - اہم نکات |
| 505 | 3- مرکزی بینک |
| 505 | 3.1 - تعارف |
| 505 | 3.2 - فرائض |
| 505 | 3.3 - اہم نکات |
| 507 | 4- حسابات کی اقسام |
| 507 | 4.1 - حسابات کے فوائد |
| 508 | 4.2 - حسابات کی اقسام |
| 511 | 4.3 - اہم نکات |

512

5- ہنگامی کی اصلاحات

513

6- خود آزمائی

514

7- جہاد خود آزمائی

1۔ بنک کی تعریف اور اقسام

1.1۔ تعریف

یوں تو بینک کی بہت سی تعریضیں پیش کی گئی ہیں۔ مگر جسے سب سے بہتر تعریف سمجھا گیا ہے وہ درج ذیل ہے۔
 ”بینک سے مراد ایسا ادارہ ہے جو عام لوگوں سے ان کی فالتو رقم اپنے پاس بطور امانت رکھتا ہے اور یہی رقم ضرورت مند تاجروں اور سودا گروں کو قرض دے کر سود لگاتا ہے۔“

1.2۔ دائرہ کار

اسی تعریف کے نقطہ نظر سے بینکوں کے فرائض کی حدود کا تعین ہو جاتا ہے یعنی ایک طرف بینک لوگوں سے ان کی فالتو رقمات لے کر اپنے پاس جمع رکھتا ہے اور دوسری طرف ان رقمات کو کاروبار میں لگاتا ہے۔ اس طرح امانت داروں کو کم سود ادا کر کے امداد کاروباری طبقے سے زیادہ سود وصول کر کے اپنے لیے منافع کا انتظام کرتا ہے۔ بینک ان دو حدود کے درمیان کئی دوسرے فرائض بھی سنبھال لیتا ہے جن کی نوعیت اور تعداد مقرر نہیں۔ بینک اپنے منافع کو بڑھانے کے لیے دو انتہاؤں کے درمیان کسی بھی فریضہ سے اپنے ذمے لے سکتا ہے۔

1.3۔ بینکوں کی اقسام

عمد حاضر میں کئی طرح کے بینک کام کر رہے ہیں۔ ان کی اقسام درج ذیل ہیں۔

(الف) تجارتی بینک
 یہ بینک عوام سے ان کی فاضل رقمات وصول کر کے ضرورت مند تاجروں کو قرض مہیا کرتا ہے۔ اس کے علاوہ بینک بروہ ذمہ داری قبول کرنے پر تیار رہتا ہے جس کے صلے میں اسے معاوضہ یا کمیشن وصول ہو مثلاً ہینڈیوں پر کوٹنی کا ٹکا۔

(ب) مرکزی بینک
 یہ بینک پورے ملک کا واحد بینک ہوتا ہے جو نظام بینکاری چلانے کا ذمہ دار ہوتا ہے۔ اس کے پیش نظر عوام کی خدمت مقصد ہوتا ہے نہ کہ محض منافع لگانا پاکستان کے مرکزی بینک کا نام سیٹ بینک آف پاکستان ہے۔

(ج) بچت کے بینک
 یہ بینک عام تجارتی بینکوں کی طرح کام نہیں کرتے۔ یہ بینک کے لوگوں سے ان کی محض بچتوں

وصول کرتے ہیں مگر ان کو بذات خود کاروبار میں نہیں لگاتے بلکہ حکومت کے حوالے کر دیتے ہیں۔ پاکستان میں دو ایسے ادارے ہیں جنہیں بچت کے بینک کہا جاتا ہے۔ یعنی ڈاکھنے کے سیونگ بینک اور نیشنل سٹورز۔

(د) مبادلہ لاتی بینک

ان بینکوں کی ذمہ داری زرمبادلہ کا کام کرنا ہے۔ یہ بینک غیر ملکی کرنسیاں خریدتے اور فروخت کرتے ہیں بغیر ملکی کرنسیاں قدرے کم نرخ پر خرید کر زیادہ نرخ پر بیچنے سے ان بینکوں کا منافع پیدا ہوتا ہے۔

(ر) زراعتی بینک

یہ بینک زراعت کی ترقی کے لیے مخصوص ہے یعنی زرعی سرگرمیوں مثلاً ٹریکٹر کی خریداری، یٹوب ویل کی تنصیب کھاد اور بیج کی خریداری وغیرہ کے لیے یہ بینک قلیل مدت اور طویل مدت قرضے جاری کرتا ہے۔ پاکستان میں اس بینک کا نام ”زرعی ترقیاتی بینک آف پاکستان“ ہے جس کا صدر مقام اسلام آباد میں ہے۔

(س) صنعتی بینک

یہ بینک صنعتی ترقی کے لیے وقت ہے۔ یہ بینک عموماً طویل عرصے کے قرضے دیتا ہے کیوں کہ صنعتیں قائم کرنے اور انہیں منافع پرورد بنانے میں کافی مدت لگتی ہے یہ بینک عموماً مقامی اور غیر ملکی کرنسیوں دونوں صورتوں میں قرضے فراہم کرتا ہے۔ پاکستان میں اس بینک کا نام ”صنعتی ترقیاتی بینک آف پاکستان“ ہے۔

(ط) رہنئی بینک

اس بینک سے لوگ اپنی قیمتی اشیاء گروی رکھ کر قرضہ لیتے ہیں۔ قیمتی اشیاء میں سونا چاندی، دکان، مکان، کارخانہ، فیکٹری، کار، کوحٹی، پلاٹ، زیورات، وغیرہ شامل ہیں۔ یہ بینک اپنے دیے ہوئے قرضوں کی واپسی تک رہنئی شدہ منقولہ اور غیر منقولہ جائیداد سے منافع حاصل کرنے کا حق رکھتے ہیں۔ پاکستان میں یہ بینک علیحدہ طور پر کام نہیں کرتے بلکہ تجارتی بینکوں نے ہی ان کا فرض سنبھال لیا ہے۔

(ع) امداد باہمی کے بینک

”اپنی مدد آپ“ کے جذبہ کے زیر اثر امداد باہمی کے بینک معرض وجود میں آتے ہیں۔ سمجھوتہ ایشیا میں ان کی عمر سو سال ہے۔ یہ بینک صرف اپنے ارکان کو ہی قرض دینے کے پابند ہیں۔ پاکستان میں یہ بینک گاؤں کی سطح پر، ضلع کی سطح پر، صوبائی سطح پر اور وفاقی سطح پر کام کر رہے ہیں۔

1.4۔ اہم نکات

- 1۔ بینک سے مراد ایسا ادارہ ہے جو لوگوں سے فالتو رقومات وصول کرتا ہے اور ضرورت مندوں کو قرض دیتا ہے۔
- 2۔ بینک کے فرائض کا دائرہ محدود اور مخصوص نہیں ہوتا۔ ان میں اضافہ ہوتا رہتا ہے۔
- 3۔ بینک کوئی بھی ایسا فریضہ اپنے ذمہ لیتا ہے جس کے نتیجے میں معاوضہ یا کمیشن ملے۔
- 4۔ بینک رقم جمع کرنے والوں کو کم شرح سے سود ادا کرتا ہے اور ضرورت مندوں سے زیادہ سود وصول کرتا ہے۔ سودی ان دو شرحوں کا فرق بینک کے لیے منافع بن جاتا ہے۔
- 5۔ بینکوں کی مختلف اقسام ہیں مثلاً تجارتی بینک، رہنما بینک اور تعاونی بینک۔
- 6۔ بینکوں کی اقسام کے نام سے ہی ان کے فرائض کا اندازہ لگایا جاسکتا ہے۔ مثلاً زراعتی بینک زری شعبے کی ترقی کے لیے اور صنعتی بینک صنعتی ترقی کے لیے وقف ہوتے ہیں۔

2۔ بینکوں کے فرائض

اس یونٹ کے پہلے حصے میں ہم نے بینک کی تعریف پیش کی، اور بینکوں کی اقسام کا جائزہ لیا۔ اب دوسرے سیکشن میں ہم بینکوں کے فرائض پر بحث کرنا چاہتے ہیں۔ اس حصے میں پہلے ہم تجارتی بینکوں اور اس کے بعد مرکزی بینکوں کے فرائض زیر بحث لائیں گے۔

2.1۔ تجارتی بینک کے فرائض

تجارتی بینک (جیسا کہ نام سے ظاہر ہے) ایسا بینک ہے جو تجارتی مقاصد کے لیے قرض فراہم کرتا ہے۔ زراعتی ترقی یا صنعتوں کے قیام کے لیے قرضے دینا ان بینکوں کا کام نہیں ہوتا۔ پاکستان میں اس وقت پانچ تجارتی بینک کام کر رہے ہیں جو کہ نام یہ ہیں حبیب بینک، یونائیٹڈ بینک، مسلم کمرشل بینک، نیشنل بینک اور الائیڈ بینک یہ بینک ایک طرف عوام سے ان کی بچائی ہوئی فالتو رقومات وصول کرتے ہیں اور دوسری طرف ضرورت مند تاجروں اور صارفین کو قرض فراہم کرتے ہیں۔

تجارتی بینکوں کے فرائض درج ذیل ہیں۔

- 1۔ امانتیں جمع کرنا، تجارتی بینک عوام کی بچائی ہوئی رقومات کی حفاظت کی ذمہ داری قبول کرتے ہیں۔ گھریلو بینات

بڑی رہیں تو ان کے خرچ ہو جانے یا چوری ہو جانے کا خدشہ رہتا ہے۔ بینک ان امانتوں کی حفاظت کی ذمہ داری بھی لیتے ہیں۔ اور ان پر ناہنر رقم بھی ادا کرتے ہیں جو منافع کھلاتی ہے۔ ان امانتوں کی کئی قسمیں ہیں جن کا تفصیلی تذکرہ اگلے سیکشن میں آئے گا۔

2- قرضوں کی فراہمی: تجارتی بینکوں کا دوسرا اہم کام ضرورت مند کاروباری لوگوں اور سرمایہ کاروں کو قرضے فراہم کرنا ہے ان قرضوں پر بلند شرح سے سود وصول کیا جاتا ہے۔ پاکستان میں یہ شرح 14% سالانہ تھی جبکہ امانت داروں کو تجارتی بینک 7 1/2% سود ادا کرتے تھے۔ اس طرح جو رقم بچ رہتی تھی وہ بینکوں کا منافع کھلاتی تھی۔ مگر یکم جولائی 1985ء سے اس نظام کو مکمل طور پر تبدیل کر دیا گیا ہے۔

3- ہسٹریوں پر کٹوتی کا طے: تجارتی بینک تاجروں کی ہسٹریوں پر بڑے لگا کر بھی منافع کماتا ہے۔ ہوتا اس طرح ہے کہ اگر وہ تاجراشیاد کے بین دین کے وقت نقد رقم کی ادائیگی کی بجائے مستقبل قریب میں ادائیگی کا وعدہ کریں تو جو معاہدہ لکھا جاتا ہے اسے ہنڈی کہتے ہیں۔ یہ ہنڈی عموماً 3% شرح کٹوتی پر تجارتی بینک سے معنویٰ جاسکتی ہے۔ اس کا مطلب یہ ہے کہ بینک ہنڈی پیش کرنے والے کو 100 روپے کے بدلے 97 روپے نقد ادا کر کے ہنڈی خرید لیتا ہے جسے کچھ مدت اپنی تحویل میں رکھ کر مفروض تاجر کو دے دیتا ہے جو اسے وصول کر کے 100 روپیہ بینک کو ادا کر دیتا ہے۔ یہ 3% کٹوتی بینک کے لیے منافع کھلاتی ہے۔

4- سرمایہ کاری کرنا: تجارتی بینک ضرورت مند تاجروں کو قرض دے کر سود کماتے کے علاوہ بعض دفعہ خود بھی سرمایہ کاری کر کے منافع کماتے ہیں۔ تجارتی بینک عوام کی طرف سے جسے شدہ رقمات کو کسی نئے کارخانے کی تشکیل یا پرانے کارخانے کی تجدید اور حیدار کے لیے سرمایہ لگاتا ہے۔ اس کام کے لیے بینک ہر قسم کا شان بھرتی کرنا ہے اور خود تمام امور کی نگرانی کرتا ہے۔ مثال کے طور پر حبیب بینک نے حبیب شوگر مل قائم کی ہوئی ہے۔ اس مل کا منافع خود حبیب بینک کی تحویل میں چلا جاتا ہے۔

5- انتقال زر: ایک شہر سے دوسرے شہر میں رقمات کی منتقلی کے لیے بینک آسان ترین ذریعہ ہیں۔ بڑی رقمات کو دوسری جگہوں پر منتقل کرنے کے لیے ڈرافٹ جاری کرتا ہے۔ کاغذ کا یہ ٹکڑا آسانی جیب میں رکھ کر دوسرے شہر لے جایا جاسکتا ہے جہاں وہ کیش ہو جاتا ہے۔ ڈرافٹ کی فوری ادائیگی کے لیے بذریعہ ٹیلی فون، تار یا ٹیلی پرینٹر بھی اطلاع دی جاتی ہے۔

6- آسان آلہ مبادلہ: قومی کرنسی کی بھی ملک میں سرکاری طے پر آلہ مبادلہ کا کام کرتی ہے۔ نوٹوں کے ذریعے اشتیاد کا لین دین ہمیشہ سے ہوتا آیا ہے۔ مگر یہاں مشکل یہ ہے کہ بڑی بڑی ادائیگیاں نوٹوں میں کرنی بھی آسان نہیں۔ تجارتی بینکوں نے یہ مشکل آسان کر دی ہے۔ بینک چیکوں کے ذریعے بڑی بڑی رقم کی ادائیگیاں آسانی کر لیتے ہیں۔ اس کام کے لیے ایجنسی الحقیقت لاکھوں اور کروڑوں کی رقم خود اٹھا کر نہیں لے جاتی بڑی اور گنتے کی زحمت بھی نہیں اٹھانی پڑتی۔

7- ایجنسی کی خدمات: تجارتی بینک اپنے امانت داروں اور دوسرے لوگوں کے لیے ایجنسی کی خدمات مہیا کرتے ہیں مثلاً بجلی، گیس، پانی ٹیلی فون کے بلوں کی ادائیگی وغیرہ ان کے لیے ٹیکسوں کی ادائیگی، محض کی خرید و فروخت

منافع جات کی وصولی کا کام انجمنی کی خدمات کہلاتی ہیں جنہیں بینک بخود ہی انجام دیتے ہیں۔ اشیائے تجارت کو ذخیرہ کرنے کے لیے گوداؤں کی سہولت بھی تجارتی بینک اپنے امانت دانوں کو فراہم کرتے ہیں۔

8۔ بیرونی تجارت کی سرپرستی : تجارتی بینک درآمد و برآمد کا دوبارہ کرنے والے تاجروں کو بیرونی کرنسیوں اور ہنڈیوں کی خرید و فروخت کی سہولت فراہم کرتے ہیں۔ یہ بینک درآمد کنندگان سے رقوم کی وصولی اور برآمد کنندگان کو ان کی ادائیگی کا اہتمام کرتے ہیں۔ یہ بین دین ہنڈیوں اور لیٹراف کریڈٹ کے ذریعے انجام دیا جاتا ہے۔

9۔ قیمتی اشیاء کی حفاظت : گاہکوں کی قیمتی اشیاء کے تحفظ کے لیے بینک اپنی خدمات پیش کرتا ہے، جائیداد کے کاغذات، وصیت نامے، زیورات، میرے جواہرات، ہنڈیاں، کفایتیں، انکائی بانڈ، نقد زر پیوہ وغیرہ عموماً گھروں میں غیر محفوظ سمجھا جاتا ہے۔ اس کی تلافی کے لیے بینک "لاکزر" گاہکوں کو مہیا کرتے ہیں۔ "لاکزر" مہیا کرنے کا معمولی سا معاوضہ لیا جاتا ہے۔ یہاں یہ امر بیان کرنا دلچسپی سے خالی نہ ہو گا کہ تجارتی بینک ہر وہ ذمہ داری قبول کر لیتے ہیں جس کے نتیجہ میں ان کو کمیشن یا منافع ملنے کی توقع ہو۔ اس سلسلے میں ایک اہم فرعیہ جو تجارتی بینک انجام دیتے ہیں، وہ ان کا زر اعتبار تخلیق کرنا ہے۔ یہ فرض اس قدر اہم اور پیچیدہ ہے کہ خود اسی فرعیہ پر بہت کچھ لکھا جاسکتا ہے۔ ذیل میں ہم تجارتی بینکوں کے اسی پہلو کا جائزہ لے رہے ہیں۔

2.2۔ تخلیق زر اعتبار

ذاتی خواہش : یہ بات تو آپ بڑھ چکے ہیں کہ تجارتی بینک عوام سے ان کی بچائی مہرئی خالتو رقیں وصول کرتے ہیں اور پھر ان امانتوں میں سے قرضے جاری کرتے ہیں۔ یہ بینک جس قدر زر اعتبار تخلیق کرتے ہیں اسی قدر بینکوں کو ذاتی منافع ملتا ہے۔ اپنا منافع بڑھانے کے لیے بینک اس بات کے لیے کوشاں رہتے ہیں کہ امانتوں میں سے زیادہ سے زیادہ زر اعتبار تخلیق کریں۔ یہ کام ایک خاص طریقے سے انجام دیا جاتا ہے۔ ذیل میں ہم اس بات کی وضاحت کر رہے ہیں کہ بینک زیادہ سے زیادہ زر اعتبار کس طرح تخلیق کرتے ہیں۔

عمومی مشاہدہ : یہ بات عام طور پر دیکھنے میں آئی ہے کہ لوگ بینکوں میں جس قدر رقوم جمع کرتے ہیں اسی قدر قوت واپس نہیں نکلواتے۔ اس طرح بینک کے پاس ہر وقت کچھ نہ کچھ زائد رقم خالتو پڑی رہتی ہے۔ مشاہدہ اور تجربہ سے بینک پر لازم معلوم کر لیتے ہیں کہ وہ کم از کم کتنی رقم مستقلاً اپنے پاس رکھیں کہ کوئی بھی رقم نکلوانے کا طالب شخص (گاہک) بغیر رقم لیے واپس نہ جائے۔ یہ کم سے کم رقم ایک طرح کی سخت بندش ہوتی ہے جسے بینکوں کو تسلیم ہی کرنا پڑتا ہے۔

شرح نقدیت : وہ کم سے کم رقم جو تجارتی بینکوں کو ہر حال میں اپنے پاس نقد حالت میں اپنے پاس رکھنی پڑتی ہے شرح نقدیت کہلاتی ہے۔ نقد رقم رکھنا اس لیے ضروری ہے کہ کوئی شخص جو چیک لے کر بینک آئے نقد رقم کی واپسی کا مطالبہ کرے تو اس

کا چیک کیش ہوئے بغیر ذرہ جائے ورنہ بینک کے گاہکوں میں مایوسی پھیل جائے گی اور نظام بینکاری درہم برہم ہو جائے گا۔
تناسب : یہ بات یاد رکھنے کے قابل ہے کہ مندرجہ نقدیت جس قدر بلند ہوگی اسی قدر کم ذرہ اعتبار تخلیق ہوگا۔
 اگر یہ شرح پست ہو تو ذرہ اعتبار زیادہ مقدار میں تخلیق کیا جاسکتا ہے۔ مثال کے طور پر اگر نقدیت کی شرح 20٪ ہو تو 100 روپے کی امانت سے 500 روپے کا ذرہ اعتبار پیدا کیا جاسکتا ہے۔ اس طرح 100٪ ہونے کی صورت میں ذرہ اعتبار 10 ملین تک بن سکتا ہے۔ اس سلسلے میں جو فارمولہ پیش کیا جاسکتا ہے وہ یہ ہے۔

$$\frac{\text{پ}}{\text{ش}} = \text{ح}$$

اس فارمولے میں "ح" سے مراد ذرہ اعتبار کا حجم ہے۔ "پ" کا مطلب ہے پہلی امانت اور "ش" سہ ماہی نقدیت کا ترجمان ہے۔

پہلا مرحلہ : ذرہ اعتبار کی تخلیق کے لیے ایک مثال کا سہارا لیتے ہیں۔ فرض کیجئے کہ ملک کے تمام بینکوں میں مندرجہ نقدیت 20٪ ہے اور آج ہی نیشنل بینک میں 1000 روپے کی نئی امانت جمع کرائی جاتی ہے۔ نیشنل بینک اس امانت کا 20٪ اپنے پاس نقد رکھ کر 800 روپے کسی تاجر کو قرض دے دیتا ہے۔ بینک یہ قرض نقد رقم کی صورت میں ادا نہیں کرتا بلکہ اس مفروضہ تاجر کے نام سے اپنے ہی بینک میں ایک نیا اکاؤنٹ 800 روپے کی مالیت کا کھول دیتا ہے اور اسے ایک چیک بک جاری کر دیتا ہے کہ وہ جب چاہے جزدی یا کسی طور پر یہ رقم نکلوائے۔ یہ تھا ذرہ اعتبار کی تخلیق کا پہلا مرحلہ۔

دوسرا مرحلہ : نیشنل بینک سے قرض لینے والا تاجر قرض کی رقم سے اپنی مطلوبہ اشیاء خرید کر 800 روپے کا چیک کسی اشید فروخت کرنے والے کو دے دیتا ہے۔ جو قرض کو لینے والے سے حبیب بینک میں جمع کر دیتا ہے۔ اس طرح حبیب بینک میں 800 روپے کی مالیت کا ایک نئی امانت وجود میں آتی ہے۔ حبیب بینک بھی اس کا پانچواں حصہ یعنی شرح نقدیت 1٪ اپنے پاس رکھ کر باقی 640 روپے کسی تاجر کو قرض دیتا ہے۔

تیسرا مرحلہ : حبیب بینک سے 640 روپے کا قرض لینے والا تاجر اس رقم کے ذریعے اپنی پسند کی اشیاء کسی باہر سے خرید کر اس رقم کا چیک اسے دے دیتا ہے جو ممکن ہے اس چیک کو یونائیٹڈ بینک میں جمع کر دے۔ اس طرح یونائیٹڈ بینک میں 640 روپے کی ایک نئی امانت وجود میں آتی ہے۔ یونائیٹڈ بینک سے اس امانت کا 20٪ یعنی 129 روپے نقد رکھ کر باقی رقم کسی اور تاجر کو بطور قرض دے دیتا ہے۔ (یعنی 512 روپے)

اگلا مرحلہ : اس طرح ہر نئے بینک میں ایک نئی امانت وجود میں آتی رہتی ہے اور ہر بینک امانت کا 20٪ اپنے پاس رکھ کر باقی رقم اپنے کسی گاہک (تاجر) کو قرض دے دیتا ہے۔ یہ مسئلہ اسی طرح چلتا رہتا ہے یہاں تک کہ آخر میں قرض دینے کے لیے کوئی رقم نہیں بچتی۔

گوشوارہ : زر اعتبار کی تخلیق کے لیے جر مثال ابھی ابھی بیان کی گئی ہے، اسے ذیل میں ہم ایک گوشوارہ کی شکل میں پیش کرتے ہیں۔

| قرضے کی مابیت (80%) 800 روپے | نقدیت کی مجبوری 20% 200 روپے | امانتوں کا سلسلہ 1000 روپے | بینک |
|------------------------------------|------------------------------------|-------------------------------|--------------------------|
| " 640 | " 160 | " 800 | 1. نیشنل بینک آف پاکستان |
| " 512 | " 128 | " 640 | 2. حبیب بینک |
| " 409-60 | " 102-40 | " 512 | 3. یونائیٹڈ بینک |
| " 327-68 | " 81-92 | " 409-60 | 4. مسلم کمرشل بینک |
| " 262-15 | " 65-53 | " 327-68 | 5. الائیڈ بینک |
| " وغیرہ | " وغیرہ | " 262-15 | 6. کوئی اور بینک |
| | | | 7. ساتواں بینک |
| | | | 8. علی بذالقیاس |

نام بینکوں کا میزبان 5000/- 1000/- 4000/-

وضاحت : کل امانتیں جو موجود ہیں آئیں وہ 5000 روپے کے برابر ہیں۔ ان میں سے 1000 روپیہ توافقیہ شکل میں دستیاب ہے۔ گویا 4000 روپیہ بنیاد وجود میں آیا۔ یہی اعتباری زر کی تخلیق ہے۔ مذکورہ بالا گوشوارہ پر غور کرنے سے معلوم ہوتا ہے کہ ہر امانت میں سے 20% نقد رکھا جا رہا ہے، اور باقی 80% بینکوں کی طرف سے بطور قرض فراہم کیا جا رہا ہے۔ ملک میں بہت سے بینک موجود ہونے کی وجہ سے اصل امانتوں سے کئی گنا زیادہ زر وجود میں آجاتا ہے بہر حال مذکورہ بالا مثال کے مطابق جب نقدیت کی شرح 1/5 یا 20% ہو تو کسی بھی نئی امانت سے جو زر اعتبار تخلیق ہوگا وہ اس امانت کا 5% ہوگا۔ اسی طرح جب نقدیت کی شرح 1/10 یا 10% ہو تو 10 گنا زر اعتبار وجود میں آئے گا۔ اگر نقدیت کی شرح 50% ہو تو محض دس گنا زر اعتبار تخلیق ہوگا۔

ذیل میں آپ کی سہولت کے لیے ایک گوشوارہ درج کیا جا رہا ہے جو یہ ظاہر کرتا ہے کہ نقدیت کی شرح کے مختلف ہونے سے زر اعتبار کی تخلیق کسی حد تک متاثر ہوتی ہے۔

گوشوارہ

| نقدیت کی شرح درج ذیل ہو | تو کتنے گنا زر اعتبار تخلیق ہوگا |
|-------------------------|----------------------------------|
| 1. 2% | 50 گنا |
| 2. 3% | 33 |
| 3. 4% | 25 |

| | | | | | |
|-----|----|---|----|---|---|
| گنا | 20 | % | 5 | - | 4 |
| " | 10 | " | 10 | - | 5 |
| " | 5 | " | 20 | - | 6 |
| " | 4 | " | 25 | - | 7 |
| " | 3 | " | 33 | - | 8 |
| " | 2 | " | 50 | - | 9 |

2.3- نتیجہ

مذکورہ بالا گزشتہ سے یہ بات ظاہر ہوتی ہے کہ نقدیت کی شرح جس قدر کم ہوگی، اسی قدر زیادہ زر اعتبار تخلیق ہو سکتا ہے جنوں نقدیت کی شرح بڑھتی جاتی ہے۔ زر اعتبار کا حجم کم سے کم ہوتا جاتا ہے اس کی وجہ ظاہر ہے کہ بینک قرض دے کر ہی منافع کما سکتے ہیں۔ قرض اسی وقت ہی دیا جاسکتا ہے کہ جب نقد رقومات رکھنے کی مجبوری کم سے کم ہو۔ بینک لوگوں کا امانتوں کا جتنا بڑا حصہ نقد حالت میں رکھنے پر مجبور ہوں گے، اسی قدر ان کے قرض دینے کی صلاحیت محدود ہو جائے گی اور اتنا ہی منافع کمانے کے امکانات کم ہو جائیں گے۔

2.4- زر اعتبار کی تنسیخ

گزشتہ چند صفحات میں ہم نے امانتوں سے زر اعتبار کی تخلیق کا عمل سمجھایا ہے۔ اب جہاں تک زر اعتبار کی تنسیخ کا تعلق ہے، یہاں بھی یہی عمل دہرایا جاسکتا ہے۔ جب کوئی شخص بینک سے اپنی امانت نکلوا لیتا ہے تو اس کا اثروقتوں پر پڑتا ہے۔ امانت کے واپس چلے جانے پر قرضہ دینے کی صلاحیت جنوں کہ محدود ہو جاتی ہے اسی طرح دوسرے بینکوں میں بھی امانتوں کے سکڑاؤ کا عمل شروع ہو جاتا ہے۔ ہر بینک سے امانتوں کے سکڑ جانے پر زر اعتبار کی جنسیخ عمل میں آجاتی ہے۔ امانتوں کے نکلنے اور زر اعتبار کے حجم پر مجموعی اثر مرتب ہونے میں بھی چند گنا کا تعلق ہے۔ اگر نقدیت کی شرح 20 ہو تو 100 روپے کی امانت نکل جانے سے 500 روپے کے مساوی زر اعتبار کم ہو جاتا ہے۔ یہاں یہ بات یاد رکھنی چاہیے کہ زر اعتبار کی تخلیق اور تنسیخ دونوں کا دار و مدار شرح نقدیت ہے۔

زر اعتبار کی تخلیق کے سلسلے میں یاد رکھنا چاہیے کہ اس کا انحصار چند شرائط پر ہے۔ ان شرائط کو دیکھ کر ہی اندازہ لگایا جاسکتا ہے کہ کسی امانت کے وجود میں آنے سے کتنے گنا زر اعتبار تخلیق ہوگا۔ ذیل میں ہم زر اعتبار کی تخلیق کی حدود کا اندازہ لگانے کے لیے چند شرائط کا ذکر کر رہے ہیں۔

2.5- زر اعتبار کی تخلیق کی حدود

یاد رہے کہ زر اعتبار بھی کسی حد تک ہی تخلیق کیا جاسکتا ہے۔ اس کی تخلیق کی راہ میں چند دشواریاں حائل ہیں جو درج ذیل ہیں:

1- **شرح نقدیت:** بینکیوں کو اپنے گاہکوں کی ضروریات پوری کرنے کے لیے کچھ رقم اپنے پاس نقد حالت میں رکھنی پڑتی ہے۔ اگر شرح نقدیت بلند ہو تو قرض دینے کی صلاحیت محدود ہو جاتی ہے اور کم مقدار میں ہی زر اعتبار تخلیق ہو سکتا ہے۔ اس کے برعکس اگر شرح نقدیت پست ہو تو زیادہ رقومات بطور قرض گاہکوں کو فراہم کی جاسکتی ہیں جس سے زر اعتبار وسیع ہو جاتا ہے۔

2- کرنسی کی مقدار

زر اعتبار کے کم یا زیادہ ہونے کا انحصار سرکاری کرنسی کی مقدار پر ہے۔ اگر کرنسی کی مقدار زیادہ ہو تو لوگ چیکوں میں امانتیں بھی زیادہ جمع کرائیں گے اور ان کی بنیاد پر قرضے بھی بڑی مقدار میں فراہم کیے جاسکیں گے اس کے برعکس کرنسی کی مقدار کم ہونے کی صورت میں بینکوں کی امانتوں میں تحفیف رونما ہوگی جس سے زر اعتبار کی تخلیق متاثر ہوگی۔

3- زر نقد کی طلب

زر اعتبار کے حجم کا انحصار اس بات پر بھی ہے کہ لوگ نقد رقم سے کسی حد تک روزمرہ کالین دین انہام دیتے ہیں۔ اگر روزمرہ کی خرید و فروخت کے کرنسی نوٹ وغیرہ کا استعمال کیے جائیں گے تو لوگ زیادہ سے زیادہ رقم اپنے پاس نقد حالت میں رکھیں گے اور بینکیوں میں امانتیں کم ہو جائیں گی جس سے زر اعتبار محدود ہو جائے گا۔ اگر لوگ چیکوں وغیرہ کے استعمال کے مادی ہیں تو نقد روپیہ ان کی جیب کی بجائے بینکوں میں موجود ہوگا جہاں سے زر اعتبار آسانی سے تخلیق ہو سکے گا۔

4- قیمتی اثاثوں کی موجودگی

جب بینک اپنے گاہکوں کو قرضے فراہم کرتا ہے تو اس سے منقولہ اور غیر منقولہ جائیداد وغیرہ بطور ضمانت طلب کرتا ہے۔ کسی معاشرہ میں سونا، چاندی، مکان، دکان، جائیداد یا دوسرے قیمتی اثاثے جس قدر زیادہ موجود ہوں گے، اتنا ہی بینک

با آسانی فرغے دے سکے گا اس کے برعکس یہ قیمتی اثاثے جتنے کم ہوں گے اتنے ہی کم قرضے فراہم ہوں گے جس کے نتیجے میں زراعت کا بھی مختل ہو جائے گا۔

5- زرعی پالیسی

مرکزی بینک کی طرف سے نافذ کردہ زرعی پالیسی پر بھی اس بات کا انحصار ہے کہ بینک زراعت کا تھیں کو یں گے یا زیادہ۔ اگر مرکزی بینک کی یہ پالیسی ہو کہ ملک میں کاروبار ترقی کریں اور سرمایہ کاری بڑھے تو اس کے لیے وہ ایسے اقدامات کو نا ہے کہ زراعت کا پھیلاؤ عمل میں آئے۔ اگر مرکزی بینک بڑھا ہے تو زراعت میں وسعت پیدا نہیں ہو سکتی۔

6- بینکوں کا تعاون

زراعت کا پھیلاؤ یا سکڑاؤ کا انحصار اس بات پر ہے کہ ملک کے مختلف بینک کس حد تک ایک دوسرے سے تعاون کرتے ہیں۔ اگر بینک ایک دوسرے کے چیک وغیرہ کو آسانی سے قبول کریں اور ادائیگی کر دیں تو زراعت کا عمل بلا روک ٹوک جاری رہے گا۔ اس کے برعکس اگر وہ ایک دوسرے کے چیک کیش کرنے یا قبول کرنے سے انکار کریں تو زراعت کا کسی بھی بینک کی طرف سے مستحق انفرادی طور پر تھیں نہیں ہو سکے گا۔

7- کاروباری حالت

اگر عام منڈی میں ترقی کے آثار موجود ہوں اور قیمتوں میں چڑھاؤ کی کیفیت ہو تو لوگ بینکوں سے بخوبی قرض لیتے ہیں جس سے زراعت میں وسعت پیدا ہوتی ہے۔ اس کے برعکس اگر منڈی میں منڈے کا رجحان ہو، قیمتیں نیچے کی طرف آ رہی ہوں اور معیشت تنزل کا شکار ہو تو لوگ بینکوں سے نئے قرض لینے کی بجائے پرانے قرضے بھی واپس کرنے شروع کر دیتے ہیں۔ قرضوں کی واپسی سے زراعت میں سکڑاؤ کا عمل شروع ہو جاتا ہے۔

2.6- اہم نکات

1- تجارتی بینک صرف تجارتی شعبے کو قرض کی سہولت فراہم کرتے ہیں ان کا کام صنعتی یا زراعتی مقاصد کے لیے قرضے دینا نہیں ہوتا۔

2- پاکستان میں پانچ تجارتی بینک کام کر رہے ہیں جو سب کے سب قومی ملکیت میں آچکے ہیں۔

3- تجارتی بینک لوگوں سے ان کی امانتیں لے کر اپنے پاس محفوظ رکھتے ہیں، مزدور ت مند گاہوں کو قرضے فراہم کرتے ہیں، کاروباری ہنڈیوں پر پڑ لگاتے ہیں، خود بھی سرمایہ کاری کرتے ہیں۔ ایک شہر سے دوسرے شہر و قومات بھیجنے کی آسانی فراہم کرتے ہیں، بڑی بڑی رقومات کی ادائیگی کے لیے چیک استعمال کرتے ہیں، کمیشن پر ہر کام کرنے پر تیار ہو جاتے ہیں، سودنی تجارت میں ہاتھ بٹاتے ہیں اور قیمتی اثاثہ کی حفاظت کا قرض انجام دیتے ہیں۔

4- تجارتی بینک ایک خاص عمل کے ذریعے زراعتی اعتبار تخلیق کرتے ہیں۔ وہ جس قدر زیادہ زراعتی اعتبار پیدا کرتے ہیں، اسی قدر وہ منافع کماتے ہیں۔

5- زراعتی اعتبار کی وسعت میں سب سے اہم کردار شرح نقدیت ادا کرتی ہے۔ یہ شرح جس قدر بہت ہوگی، اسی قدر زیادہ زراعتی اعتبار تخلیق ہوتا ہے۔ اگر شرح نقدیت بلند ہو تو کم زراعتی اعتبار پیدا ہوتا ہے۔

6- اگر شرح نقدیت 20% ہو تو 100 روپے کی نئی امانت سے 500 روپے کا زراعتی اعتبار پیدا ہوتا ہے۔ زراعتی اعتبار کی تینیس بھی اسی طرح عمل میں آتی ہے۔

7- زراعتی اعتبار کی تخلیق پر کئی حد بندیاں عائد ہوتی ہیں مثلاً شرح نقدیت کرنسی کی مقدار زراعتی نقد کی طلب، قیمتی اثاثوں کی موجودگی، زراعتی پالیسی، بینکوں کا تعاون اور عمومی کاروباری حالت۔

3- مرکزی بینک

3.1- تعارف

1920 میں برسلز میں منعقدہ کانفرنس کی قراردادوں کے بموجب تمام ملکوں نے اپنے ہاں مرکزی بینک قائم کرنے شروع کیے۔ آج صورت حال یہ ہے کہ ہر ملک میں ایک مرکزی بینک موجود ہے اس بینک کی تعریف یوں کی جاتی ہے کہ ”یہ وہ بینک ہوتا ہے جو مفاد عامہ کے لیے کام کرے، ہر ملک کے خزانہ کو پیش نظر رکھے اور منافع کمانے کو اپنا اولین مقصد خیال نہ کرے“

3.2- فرائض

ذیل میں ہم مرکزی بینک کے فرائض کا جائزہ لے رہے ہیں۔

1- نوٹوں کا اجراء

عام لوگوں کو خرید و فروخت کی سہولت فراہم کرنے کے لیے مرکزی بینک سکوں اور نوٹوں کی اشاعت کا بندوبست کرتا ہے پہلے یہ کام تجارتی بینک کرتے تھے۔ مگر افراط زر پھیل جانے کے خوف سے ان سے یہ اختیار واپس لے لیا گیا۔ اب مکمل یکسانیت اور ہم رنگی کے ساتھ کرنسی کا انتظام ہو گیا ہے۔ مرکزی بینک اکثر و بیشتر سوئے کے 100 فی صد ضمانت کے ساتھ اور کسی کسی آذر تناسب کے ساتھ نوٹوں کی اشاعت کرتا ہے۔ نوٹ اب عوام میں بہت مقبولیت حاصل کر گئے ہیں۔

2- حکومت کا بینک

جس طرح تجارتی بینک عوام کو لین دین کی سہولت فراہم کرتا ہے اسی طرح حکومت کے لین دین کے لیے مرکزی بینک اپنی خدمات پیش کرتا ہے۔ ملازمن کو تنخواہیں ادا کرنا، ٹیکس کی وصولی، سرکاری ادائیگیاں اور زر مبادلہ کی حفاظت کرنا مرکزی بینک کا کام ہے۔ مشکل وقت یہ بینک تجارتی بینکوں کی طرف سے پیش کردہ ہنڈیوں اور بلوں وغیرہ پر بڑھی لگاتا ہے۔ حکومت کے لیے ادائیگیوں کے ترانوں کا انتظام بھی یہی بینک کرتا ہے۔

3- بینکوں کا بینک

نظام بینکاری کو قائم کرنے اور چلانے کی ذمہ داری مرکزی بینک کے سپرد ہے۔ تجارتی بینک قائم کرنے، اس کی نئی شاخیں کھولنے، شرح سود کا تعین کرنا، لگانے کی شرح کا فیصلہ کرنا مرکزی بینک کا کام ہے۔ زری پالیسی کی تشکیل اور نفاذ بھی اسی بینک کے فرائض میں شامل ہے۔ ان کاموں کی بدولت ہی عوام نظام بینکاری پر انہیں تہہ کے اعتماد کرتے ہیں اور تجارتی بینکوں میں اپنی امانتیں بلا جھجک جمع کرا دیتے ہیں۔ اگر اعتماد کی یہ فضا قائم نہ ہو تو تجارتی بینکوں کا دیوالیہ نکل جائے۔

4- دھاتی سرمایہ کا محافظ

عوام کی سہولت کے لیے مرکزی بینک نوٹ اور سکے کی پشت پناہی سونے چاندی یا زر مبادلہ سے کرتا ہے۔ دھاتی سرمایہ کے ایک جگہ محفوظ رکھنے سے عوام میں اعتماد قائم ہوتا ہے۔ دھاتی سرمایہ میں سے ہی بیرونی ادائیگیاں کی جاتی ہیں۔ اس دھاتی سرمایہ کے ذخائر سے نجی کرنسی کی اندرونی اور بیرونی قدر و قیمت میں استحکام پیدا ہوتا ہے۔ مرکزی بینک اس دھاتی سرمایہ کی حفاظت کا فرض انجام دیتا ہے۔

5- زر محفوظ کا نگران

قانون کے تحت تمام تجارتی بینک اپنی طلبی امانتوں اور مدتی کا کچھ حصہ مرکزی بینک کے پاس جمع کراتے ہیں۔ یہ رقم زر محفوظ کہلاتی ہے۔ پاکستان میں تجارتی بینکوں پر قانوناً یہ پابندی عائد ہے کہ اپنی دونوں طرح کی امانتوں کا پانچ پانچ فیصد سٹیٹ بینک آف پاکستان میں جمع کرائیں۔ زر محفوظ کی شرح میں اضافہ کر دیا جاتا ہے جب کہ تعزیری زر کے حالات میں اس شرح میں کمی کر دی جاتی ہے۔

6- بینکوں کا آخری سہارا

مرکزی بینک کی موجودگی تجارتی بینک کے لیے بہت نعمت ہے۔ منافع لگانے کے لیے تجارتی بینک اپنے گاہکوں کی ہنڈیوں کو کیش کر دیتے ہیں اور اس طرح آخری تاریخ آنے تک یہ ہنڈیاں بینکوں میں جمع رہتی ہیں۔ اگر کسی وقت بینک نقد رقم نکلوانے والوں کی بھیڑ لگ جائے تو تجارتی بینکوں کو ہنڈیاں بیچنا مشکل ہو جاتا ہے۔ ایسے دشوار وقت میں تجارتی بینک اپنی ہنڈیاں مرکزی بینک کو پیش کر دیتے ہیں۔ تجارتی بینکوں کے لیے مرکزی بینک آخری سہارے کا کام

انجام دیتے ہیں۔ مرکزی بینک کو ہنڈیاں دے کر تجارتی بینک نقد رقوم حاصل کر لیتا ہے جسے گاہکوں کے مطالبے پورے کرنے کے لیے استعمال کرتے ہیں۔

7- حساب گھر کی سہولت

مختلف کاروبار کا لوگ اپنے حساب کتاب مختلف بینکوں میں رکھتے ہیں۔ ان کے چیک ایک دوسرے بینکوں میں آتے جاتے رہتے ہیں اور ہر بینک دوسرے بینک کے چیکوں کو بآسانی کیس کی سہولت دینے کے لیے تمام بینک ٹھیکری بینک کی زیر نگرانی ایک دوسرے کے حسابات بے باق کر دیتے ہیں۔ ضروری نہیں کہ عملاً تمام رقومات ادا کی جائیں یا موصول کی جائیں بلکہ ایک دوسرے کے حسابات بآسانی منسوخ کرتے رہتے ہیں۔ مثلاً اگر حبیب بینک نے مجموعی طے پر یونائیٹڈ بینک کو دس لاکھ روپیہ دینا ہے اور اس سے پندرہ لاکھ روپیہ لینا ہے تو ضروری نہیں کہ دونوں ایک دوسرے کو چھپیں لاکھ روپیہ ادا کر کے حسابات بے باق کریں بلکہ عملاً یونائیٹڈ بینک محض پانچ لاکھ روپیہ دے کر حسابات کے باہمی لین دین بری اتزمر ہو جائے گا۔ یہ حساب گھر کی سہولت کہلاتی ہے یہ سہولت کاروباری حلقوں کے لیے بہت بڑی نعم کا درجہ رکھتی ہے۔ اس سہولت کے سبب کاروباری طبقے بلا خوف و خطر ایک دوسرے کو چیک کے ذریعے

3.3- اہم نکات

- 1 - مرکزی بینکوں کا قیام ۱۹۲۰ء کی کانفرنس کے بعد عمل میں آیا۔
- 2 - ہر ملک میں ایک ہی مرکزی بینک ہوتا ہے۔
- 3 - مرکزی بینک کا مقصد خدمت عوام ہوتا ہے۔
- 4 - مرکزی بینک کئی اہم فرائض انجام دیتا ہے جو تجارتی بینکوں کے فرائض سے یکسر مختلف ہوتے ہیں
- 5 - مرکزی بینک نوٹوں کی اشاعت کرتا ہے اور سکہ سازی کرتا ہے۔
- 6 - مرکزی بینک حکومت کا بینک اور تجارتی بینکوں کا سربراہ ہوتا ہے۔
- 7 - مرکزی بینک دھاتی سرمایہ اور زر محفوظ کو اپنے پاس محفوظ رکھتا ہے۔
- 8 - مرکزی بینک تجارتی بینکوں کے لئے نقد رقم فراہم کرنے کا آخری اور واحد سہارا ہوتا ہے۔
- 9 - مرکزی بینک تمام تجارتی بینک کو حسابات بے باق کرنے کی سہولت فراہم کرتا ہے۔

4۔ حسابات کی اقسام

4.1۔ حسابات کے فوائد

بنیك وہ ادارہ ہے جہاں لوگ اپنی آمدنی سے بچایا ہوا روپیہ پیسہ محفوظ رکھتے ہیں۔ یہ رقوم مختلف حسابات میں رکھی جاتی ہیں۔ ان حسابات کی اقسام کے بارے میں تفصیل سے پڑھنے سے بیشتر آئیے پہلے ان حسابات کے فوائد پر بحث کر لیتے ہیں۔ بینکوں میں حسابات رکھنے کے درج ذیل فوائد ہیں۔

- 1۔ حسابات رکھنے والی رقم کی ذاتی طور پر حفاظت کرنے سے آزاد ہو جاتا ہے۔
- 2۔ کاروبار میں نقد ادائیگیوں اور وصولیوں کے جھمبیدوں سے بچ جاتا ہے۔
- 3۔ گاہک حساب رکھنے کی بناء پر قرضہ کی سہولت حاصل ہو جاتی ہے۔
- 4۔ گاہک بینک سے سرمایہ کاری کرنے کے معاملہ میں رہنمائی حاصل کرتا ہے۔
- 5۔ غیر ملکی ادائیگیوں اور وصولیوں کا معاملہ آسان ہو جاتا ہے۔
- 6۔ رقومات کی منتقلی چکیوں کے ذریعے آسان بن جاتی ہے۔
- 7۔ حسابات کی بدولت سہولتوں پر گاہک پڑ گوارا کئے ہیں۔
- 8۔ گاہکوں کے قیمتی سامان اور دستاویزات کی حفاظت بینک اپنے ذمہ لے لیتے ہیں۔
- 9۔ گاہکوں کو محض اکاؤنٹ کی بناء پر کئی اضافی سہولتیں حاصل ہو جاتی ہیں۔

4.2۔ حسابات کی اقسام

چونکہ بینکوں میں حسابات رکھنے والے افراد کا تعلق مختلف پیشوں، آمدنیوں، بچتوں کی سطح سے ہوتا ہے، اور قیلے وہ تمام ہی اپنی رقومات مختلف حسابات میں رکھتے ہیں۔ ان مختلف حسابات کے نام یہ ہیں۔

- 1۔ چالو حساب
- 2۔ بچت حساب
- 3۔ مدنی حساب
- 4۔ نفع و نقصان کا کھاتہ
- 5۔ نفع و نقصان کا معیاری کھاتہ

۱۔ چالو حساب

یہ ایک ایسا حساب ہے جس میں گاہک جب چاہے رقم جمع کر دے اور دن میں جتنی مرتبہ چاہے نکلوا دے۔ یہ حساب عموماً آدمی کاروباری لوگ کھولتے ہیں جن کی ضروریات غیر یقینی ہوتی ہیں۔ انہیں معلوم نہیں ہوتا کہ انہیں کب اور کتنی رقم کی ضرورت پڑ جائے۔ اسی حساب میں جمع کرانی ہوئی رقومات چونکہ بینکوں کے لیے کارآمد نہیں ہوتیں (کیونکہ انہیں کسی بھی وقت نکالا جاسکتا ہے) اس لیے تجارتی بینک ان حسابات پر کوئی سود یا منافع ادا نہیں کرتے بلکہ الٹا رقومات کی حفاظت کرنے کا معاوضہ گاہکوں سے وصول کرتے ہیں۔ رقومات کی حفاظت کرنے کا معاوضہ کبھی ششماہی اور کبھی سالانہ وضع کر لیا جاتا ہے۔

چالو حساب دوسرے حسابات سے مختلف ہوتا ہے کیونکہ اس حساب پر منافع میں ملتا بلکہ الٹا بینک حفاظت کا معاوضہ گاہک سے وصول کرتا ہے۔ اس حساب کی چند مخصوص خصوصیات ہیں مثلاً چالو حساب پر رکھی ہوئی رقم بلا اطلاع کی بھی وقت واپس نکلوائی جاسکتی ہیں۔ اس کام کے لیے کوئی نوٹس دینے کی ضرورت نہیں ہوتی۔ اس کے علاوہ اس حساب میں رکھی ہوئی رقومات پر کوئی معاوضہ وصول نہیں ہوتا۔ نیز اس حساب کو کھولنے کے لیے گاہک کا ذاتی نام یا فرم کا نام کافی سمجھا جاتا ہے یہ حساب دونوں ناموں پر کھولا جاسکتا ہے۔ اس حساب کا تفصیلی خاکہ گاہک کو فراہم نہیں کیا جاسکتا۔ اس حساب کو کھولنے کے لیے بینک نئے گاہک سے یہ تقاضہ کرتا ہے کہ وہ کسی پرانے گاہک سے فارم پر تصدیق برائے تعارف کرا کے لائے۔ کسی اجنبی آدمی کا چالو حساب کھولنا مشکل ہوتا ہے۔

2۔ بچت حساب

اس حساب کے تحت محدود آمدنی رکھنے والے حضرات اپنی بچتوں کو بینک میں جمع کراتے ہیں۔ یہ حساب کفایت شہری کی تلقین کرتا ہے۔ اس حساب میں سے تمام رقم بیک وقت واپس نہیں نکلوائی جاسکتی۔ اس حساب میں چونکہ گاہک کی رقم کسی نہ کسی حد تک بینک میں پڑی رہتی ہے جو بینک کے لیے کارآمد ہوتی ہے اسی لیے بینک اس حساب میں رکھی ہوئی رقومات پر مناسب شرح سے سود ادا کرتے ہیں۔ یہ حساب کم سے کم پانچ روپے سے کھولا جاسکتا ہے۔ پاکستان میں اس قسم کے کھاتے یکم جولائی 1985ء سے مکمل طور پر بند کر دیئے گئے ہیں۔

بچت حساب کی خصوصیات میں یہ بات شامل ہے کہ قلیل آمدنی والے افراد اپنی معمولی بچتوں کو اس حساب میں جمع کر سکتے ہیں۔ اس حساب کی بدولت بچت کرنے کے عمل کی حوصلہ افزائی ہوتی ہے۔ یہ حساب ایک سے زائد ناموں سے کھولا جاسکتا ہے۔ اس حساب میں جمع کرانی ہوئی رقومات کو بینکوں کے لیے کارآمد بنانے کے لیے یہ پابندی عائد ہے کہ گاہک ہفتے میں دو دفعہ سے زیادہ ہار رقم نہیں نکلوا سکتے اور یہ بھی کہ کسی ایک دفعہ میں کل رقم کا چوتھائی زائد نہیں نکلوا یا جاسکتا۔

پاکستان میں قاعدہ یہ ہے کہ بچت حساب میں رکھی ہوئی بچتوں پر حوتا 8 فیصد منافع یا سود ادا کیا جاتا ہے جو گاہک کے بے حوصلہ افراد ہے۔ اس حساب میں بچت رکھنے والے گاہک کو "پاس بک جاری کی جاتی ہے جس میں رقم جمع کرانے اور ادانے کی تمام تفصیلات درج ہوتی ہیں۔ اس حساب میں رقم جمع کرانے اور نکلوانے کی تمام تفصیلات درج ہوتی ہیں اس حساب میں رقم رکھنے والوں کو بینک "چیک بک" بھی جاری کرتا ہے کہ وہ قواعد کے مطابق کل رقم کا کچھ حصہ ضرورت پڑنے پر نکلوا یا بچا سکے۔

3- معیاری حساب

معیاری حساب وہ حساب ہوتا ہے جس میں رقم کسی مخصوص عرصے کے لیے جمع کرائی جاتی ہے۔ یہ حساب وہ لوگ استعمال کرتے ہیں جنہیں اس بات کا یقین ہوتا ہے کہ ان کی رقم انہیں ایک خاص مدت تک درکار نہیں ہے اور وہ اس کے بغیر کچھ عرصے تک گزارہ سکتے ہیں۔ اس حساب کے تحت امانت جمع کرنے والا کا فدی کارروائی مکمل کر کے رقم جمع کرانا ہے اور معینہ مدت گزر جانے پر اسے واپس لے لیتا ہے۔ یہ رقم مع سود گاہک کو واپس مل جاتی ہے۔

معیاری حساب میں رکھی ہوئی رقم کے بارے میں چونکہ بینک کو یقین ہوتا ہے کہ وہ اس رقم کو قرضہ دینے یا سرمایہ کرنے کے لیے استعمال کر سکتا ہے، اس لیے بینک کافی زیادہ شرح سے گاہک کو سود ادا کرتا ہے۔ سود کی یہ شرح بچت حساب میں رکھی ہوئی امانتوں کے سود سے کہیں زیادہ ہوتی ہے۔

معیاری حساب میں گاہک بینک کو یہ لکھ کر دیتا ہے کہ وہ ایک خاص مدت گزرنے سے پیشتر رقم واپس نہیں نکلوائے گا۔ یہ بات ممکن ہے کہ مدت گزرنے سے پیشتر ہی گاہک کو اپنی رقم کی ضرورت پڑ جائے تو وہ سود چھوڑ کر اپنی رقم واپس نکلوا سکتا ہے۔ یہ بھی ممکن ہے کہ جمع کرائی ہوئی رقم کی ضمانت پر بینک گاہک کو کچھ رقم بطور قرض فراہم کر دے۔ اس معیار کا حساب پر جو سود ادا کیا جاتا ہے وہ بچت حساب کے سود سے زیادہ ہوتا ہے کیونکہ بینک معینہ مدت تک جمع کرائی ہوئی رقم کو بلا جھجک استعمال کر سکتا ہے۔ اس معیاری حساب کی ایک خاصیت یہ بھی ہے کہ اس میں بینک گاہک کو چیک بک جاری نہیں کرتا اور وہ اسے رقم مخصوص عرصہ کے لیے جمع کرائی گئی ہے اس لیے اس کے نکلوانے کا سوال ہی پیدا نہیں ہوتا۔ اس اکاؤنٹ کے کھولنے پر ایک رییزو دے دی جاتی ہے جسے دکھا کر گاہک مخصوص مدت گزرنے پر بینک سے اپنی رقم واپس لے سکتا ہے۔ یکم جولائی 1985ء سے چونکہ سودی نظام ختم کر دیا گیا ہے اس لیے پاکستان میں یہ کماتے بھی یکم جولائی 1985ء سے مکمل طور پر بند کر دیئے گئے ہیں

یکم جنوری 1981ء سے پاکستان میں بلا سود بینکاری کا کام شروع کر دیا گیا ہے۔
اسی یکم کے تحت گاہک دو طریقوں سے اپنی رقمات نفع و نقصان کے مشراکتی تھیں
میں رکھ سکتے ہیں۔ ان دونوں کی تفصیلات ذیل میں درج ہیں۔

4۔ نفع و نقصان کا شرارتی کھاتہ

یہ دراصل ایک طرح کا بچت کا کھاتہ ہی ہے۔ اس اکاؤنٹ کے کھولنے کا طریقہ کا وہی ہے جس کے تحت بچت کے کھاتے کھولے جاتے تھے۔ پہلے یہ پابندی تھی کہ یہ کھاتہ 100 روپے سے کم رقم پر نہیں کھولا جاسکتا ہے لیکن یکم جولائی 100 سے یہ پابندی ختم کر دی گئی ہے اب یہ کھاتے 10 روپے سے بھی کھل جاتے ہیں۔ البتہ نفع و نقصان میں شراکت کے لیے یہ ضروری ہے کہ کھاتہ میں رقم 100 روپے سے کم نہ ہو۔ اس کھاتہ کی بنیاد اسلامی معاشی مدلل پر رکھی گئی ہے۔ اس میں گاہکوں سے مخصوص شرح سود کا وعدہ نہیں کیا جاتا بلکہ سال یا چھ ماہ گزرنے پر بینک کی تمام سرگرمیوں کا جائزہ لے کر یہ معلوم کیا جاتا ہے کہ بینک کو کہاں کہاں منافع ہوا ہے اور کس کس جگہ نقصان اٹھانا پڑا ہے۔ نفع و نقصان کا مجموعی میزان تیار کر کے جو جواب آتا ہے وہ مختلف رقومات کے تناسب سے تمام گاہکوں میں تقسیم کر دیا جاتا ہے۔ اگر مجموعی میزان مثبت ہو تو ہر گاہک کو اپنی رقم کے تناسب سے منافع مل جائے گا۔ اور اگر میزان منفی ہو تو ہر گاہک و بینک سے نقصان میں شریک ہونا پڑے گا۔ یہی وجہ ہے کہ اس کھاتہ کو نفع و نقصان کا شرارتی کھاتہ کہا جاتا ہے۔

5۔ نفع و نقصان کا شرارتی معیاری کھاتہ

یہ کھاتہ دراصل معیاری حساب کی ایک نئی شکل ہے جسے اسلامی معاشی اصولوں پر مرتب کیا گیا ہے۔ اس کھاتہ میں کم از کم 1000 روپیہ جمع کرایا جاتا ہے۔ اس کھاتہ کو کھولنے کے لیے وہی طریقہ کار اختیار کیا جاتا ہے جو معیاری کھانہ کی شکل میں اختیار کرنا پڑتا ہے۔ یہاں بھی گاہک کو چیک بک جاری نہیں کی جاتی بلکہ رسید دے دی جاتی ہے جسے معینہ مدت گزرنے کے بعد گاہک بینک کو دکھا کر اپنی رقم وصول کر سکتا ہے۔ اس کھاتہ پر جو زائد ادائیگی کی جائے گی۔ وہ پہلے سے طے شدہ نہیں ہوتی۔ پچھلے پیراگراف میں درج شدہ نفع و نقصان کے شرارتی کھاتے کی طرح یہاں بھی گاہک و بینک کے مجموعی منافع یا نقصان میں برابر کا شریک رہتا ہے۔

4.3۔ اہم نکات

- 1۔ بینک میں حساب کھولنے سے گاہک کو کئی طرح کے فوائد حاصل ہوتے ہیں مثلاً قیمتی اشیاء کی حفاظت یا قرضہ کی سہولت۔
- 2۔ بینکوں میں پانچ طریقوں سے حساب کھولا جاسکتا ہے یعنی چالو حساب، بچت حساب، مدتی حساب، نفع و نقصان کا شرارتی مدتی کھاتہ۔
- 3۔ چالو حساب میں رقم ہر وقت جمع کرانی جاسکتی ہے اور ہر وقت واپس نکلائی جاسکتی ہے۔
- 4۔ بچت حساب میں سے رقم ہفتہ میں دوبارہ نکلائی جاسکتی ہے۔ اس حساب پر مناسب شرح سود ملتا ہے۔
- 5۔ مدتی حساب میں بھاری شرح سے سود ملتا ہے۔ مخصوص مدت گزرنے سے پہلے یہ رقم نکلائی نہیں جاسکتی۔

- 6 - یکم جنوری 1981ء سے پاکستان میں اسلامی نظام بینکاری کا آغاز ہو چکا ہے۔
- 7 - اسلامی نظام بینکاری کے تحت نفع و نقصان کا شراکتی کھاتہ کھولا گیا ہے جس کے تحت مخصوص شرح سے سود ملنے کی بجائے منافع ہونے پر منافع ملتا ہے اور گاہک کو نقصان میں بھی شریک ہونا پڑتا ہے۔
- 8 - معیاری حساب کی طرح نفع و نقصان میں شراکتی بنیاد پر معیاری کھاتہ بھی پاکستانی بینکوں میں کھولا گیا ہے۔ اس کے تحت بھی گاہک نفع اور نقصان میں برابر کا شریک ہوتا ہے۔
- 9 - پاکستان میں یکم جولائی 1985ء سے بچت کے کھاتے اور معیاری کھاتے بند کر دیئے گئے ہیں اب ہم صرف تین طرح کے کھاتے کھول سکتے ہیں۔
- 1 - چالو کھاتہ
- 2 - نفع و نقصان کا شراکتی کھاتہ
- 3 - نفع و نقصان کا معیاری کھاتہ
- 10 - پرانے بچت کے کھاتوں کو نفع و نقصان کے شراکتی کھاتوں میں تبدیل کر دیا گیا ہے۔
- 11 - اپنے معیاری کھاتے نہیں کھولے جاسکتے لیکن بینک پرانے کھولے ہوئے کھاتوں کو ان کی مدت پوری ہونے تک جاری رکھے گا۔

5۔۔۔ بینکاری کی اصطلاحات

- 1 - اثاثے
- 2 - امانت
- 3 - امداد باہمی کی انجمن
- 4 - بچت حساب
- 5 - بینک
- 6 - تجارتی بینک
- 7 - چالو حساب
- 8 - حساب گھر
- 9 - رہن
- 10 - زر اعتبار
- قیمتی اشیاء جائیداد۔
- بچت بینک میں جمع کرانا۔
- اپنی مدد آپ کے جذبہ کے تحت بنائی جانے والی انجمن یا ادارہ۔
- وہ کھاتہ جس سے ہر وقت رقم نہ نکلوائی جاسکے۔
- بچتوں اور قرضہ کا کاروباری ادارہ۔
- تجارت اور کاروباری طبقے کو قرض دینے والا ادارہ
- جس کھاتہ سے ہر وقت رقم نکلوائی جاسکے۔
- تجارتی بینکوں کے باہمی لین دین کو بے باقی کرنے کی وہ سہولت جو مرکزی بینک فراہم کرے
- قرض لینے کے لیے کوئی چیز بطور ضمانت پیش کرنا۔
- چیک بینکوں سے وجود میں آنے والا زر۔

- 11- زر مبادلہ غیر ملکی کرنسیاں۔
- 12- سود اصلی رقم پر زائد ملنے والی رقم
- 13- شرح نقدیت قرض دینے سے پیشتر امانتوں کا وہ حصہ جو بینک نقد حالت میں ہر وقت اپنے پاس رکھتے ہیں۔
- 14- گاہک بینک میں رقم جمع کرانے والا یا قرض لینے والا۔
- 15- مدتی حساب مخصوص مدت تک جو رقم نہ نکلوائی جاسکے۔
- 16- مرکزی بینک تجارتی بینکوں کا سربراہ ادارہ۔
- 17- نفع و نقصان کا مشترک کٹھا۔ اسلامی اصولوں پر مبنی بینکوں کے نئے کھاتے
- 18- ہنڈی کاروباری لوگوں کا لین دین دین کا تحریری معاہدہ جس میں رقم کی ادائیگی کا وعدہ کیا گیا ہو۔

6- خود آزمائی

درج ذیل ہر فقرہ کے سامنے صحیح اور غلط الفاظ دے گئے ہیں بیلن کی روشنی میں صحیح یا غلط لفظ پر نشان لگائیے۔

- 1- بینک کا کام فاضل رقم وصول کرنا اور قرض دینا ہے۔ ص / غ
- 2- بینک کے فرائض کی تعداد ہمیشہ کے لیے مخصوص اور محدود کردی گئی ہے۔ ص / غ
- 3- بینک کوئی بھی ایسا قرض سنبھال سکتا ہے جو اسے کشن دلائے۔ ص / غ
- 4- مرکزی بینک ایک ملک میں ایک ہوتا ہے۔ ص / غ
- 5- پاکستان میں کئی قسموں کے بینک کام کر رہے ہیں۔ ص / غ
- 6- تجارتی بینکوں کا کام تجارتی شہبہ جات کو قرضے دینا ہے۔ ص / غ
- 7- ہنڈیوں پر صرف مرکزی بینک بٹ لگاتے ہیں۔ ص / غ
- 8- اگر نقدیت کی شرح 25% ہو تو 100 روپے کا مددے ہار گنا زر اعتبار پیدا کیا جاسکتا ہے۔ ص / غ
- 9- اگر مختلف بینک آپس میں تعاون نہ کریں تو زر اعتبار کی تخلیق کا عمل جاری رہ سکتا ہے۔ ص / غ
- 10- امانتیں واپس نکلوانے پر زر اعتبار کی تیسخ عمل میں نہیں آسکتی۔ ص / غ
- 11- ضرورت پر ایک ملک میں دس تک مرکزی بینک ہو سکتے ہیں۔ ص / غ
- 12- مرکزی بینکوں کا نظام 1920ء میں عمل میں آیا۔ ص / غ

- 13۔ مرکزی بینک کا بنیادی مقصد قرضع کمانا ہے
 14۔ مرکزی بینک کے علاوہ تجارتی بینک بھی نوٹ شائع کرتے ہیں۔
 15۔ تجارتی بینکوں کا آخری سہارا مرکزی بینک ہوتا ہے۔
 16۔ گاہک کو بینک میں حسابات رکھنے میں کوئی فائدہ نہیں ہوتا۔
 17۔ چالو حساب پر بینک گاہکوں کو سود ادا کرتا ہے۔
 18۔ بچت حساب میں سے رقومات ہر وقت نکالی جاسکتی ہیں۔
 19۔ بچت حساب اور معیارى حساب دونوں پر برابر سود ملتا ہے۔
 20۔ پاکستان میں اسلامى نظام بینکاری کا آغاز 1981ء میں ہوا۔

7۔ جوابات خود آزمائی

| | | | | | | | |
|------|------|------|------|------|------|------|------|
| صحیح | 4 - | صحیح | 3 - | غلط | 2 - | صحیح | 1 - |
| صحیح | 8 - | غلط | 7 - | صحیح | 6 - | صحیح | 5 - |
| صحیح | 12 - | غلط | 11 - | غلط | 10 - | غلط | 9 - |
| غلط | 16 - | صحیح | 15 - | غلط | 14 - | غلط | 13 - |
| صحیح | 20 - | غلط | 19 - | غلط | 18 - | غلط | 17 - |

زر

تحریر: محمد امین
نظر ثانی: محمد امین

یونٹ کا تعارف

اس یونٹ میں زر کی تعریف اور تصور سے آواز کیا گیا ہے۔ زر کے وظائف پر بحث کی گئی ہے تاکہ متعلم یہ جان سکے کہ زر کے ایک آلہ مبادلہ کی حیثیت سے معرض وجود میں آنے سے اصولی تجارت پر کیا اثر ہوا۔ زر کی تخلیق کا عمل، زر کی رسد اور اس کے اجزائے ترکیبی، طلب زر، اور طلب زر کے محرکات پر بحث کی گئی ہے۔ آخر پر نظر یہ مقدار زر سے متعارف کرایا گیا ہے۔ چونکہ زر تجارت کی سرگرمیوں کے ساتھ چولی دامن کا رشتہ ہے لہذا اصولی تجارت کے مبتدی کے لیے زر کے مختلف پہلوؤں سے واقفیت حاصل کرنا از حد ضروری ہے۔

یونٹ کے مقاصد

- 1 — زر کے آلہ مبادلہ ہونے کے تصور کی تعریف کر سکیں۔
- 2 — براہ راست مبادلہ پر زر کی فوقیت کی جانچ کر سکیں۔
- 3 — تقسیم پذیری کی وقت دور کرنے والی مشترک قدر پر روشنی ڈال سکیں۔
- 4 — زر کے وظائف بیان کر سکیں۔
- 5 — تخلیق زر کے عمل پر بحث کر سکیں
- 6 — زر کی رسد اور اجزائے ترکیبی کی عمل کاری کو اپنا سکیں۔

فہرست مضامین

صفحہ

مضامین

519

1- زر کی تعریف اور تصور

519

1.1 - ہم زر استعمال کیوں کرتے ہیں۔

519

1.2 - تبادلی نظام

520

1.3 - تبادل کی مشکلات

520

1.4 - زر اور دیگر اشیاء کے درمیان فرق

521

1.5 - زربحیثیت آلہ مبادلہ

521

1.6 - زر کی مقبولیت عامہ

521

1.7 - زر کی تعریف

521

2- زر کے وظائف

522

2.1 - زربحیثیت آلہ مبادلہ

522

2.2 - زربحیثیت پیمانہ قدر

523

2.3 - زر موجد ادائیگیوں کا معیار

523

2.4 - زربحیثیت ذخیرہ قدر

524

3- تخلیق زر کا عمل

524

3.1 - اجناسی زر

524

3.2 - زر کاغذی

525

3.3 - زربینک

525

3.4 - تخلیق زر اور کرنسی نوٹوں کے اجراء کے احوال

525

3.5 - اصول کرنسی

526

3.6 - اصول بینکاری یا مناسب محفوظات کا نظام

| | |
|-----|--|
| 526 | 4۔ رسد اور اس کے اجزائے ترکیبی |
| 526 | 4.1 - زر کی رسد اور ذخیرہ زر |
| 527 | 4.2 - زر کی رسد کے اجزائے ترکیبی کیا ہیں |
| 529 | 5۔ طلب زر |
| 529 | 5.1 - زر کیوں طلب کیا جاتا ہے |
| 529 | 5.2 - طلب زر کے محرکات |
| 532 | 6۔ نظریہ مقدار زر |
| 532 | 6.1 - نظریے کا خاکہ |
| 532 | 6.2 - نظریے کی عمل کاری |
| 532 | 6.3 - نظریے کی اصل ارتقاء |
| 533 | 6.4 - نظریے کے بنیادی تصورات |
| 534 | 7۔ خود آزمائی |
| 536 | 8۔ جوابات |

1- زر کی تعریف اور تصور

سب سے پہلے ہم زر کے تصور اور نوعیت کو بیان کر رہے ہیں۔ اس کے بعد ہم زر کی تعریف کریں گے۔

1.1- ہم زر استعمال کیوں کرتے ہیں

جب بھی ہم کوئی چیز خریدیں گے تو اس کے عوض ہمیں کچھ نہ کچھ رقم ضرور ادا کرنی پڑے گی۔ اگر آپ کچھ رقم نہیں ہے تو آپ کوئی چیز نہیں خرید سکتے۔ اس کے برعکس اگر ہمارے پاس پانچ دس روپے یا سو روپے کا نوٹ ہو تو ہم مختلف اشیاء خرید سکیں گے۔ اس کا مطلب یہ بھی نہیں کہ ہم بازار سے سب چیزیں خرید سکتے ہیں۔ ہم اپنے پاس رقم کے حساب سے خریداری کر سکتے ہیں۔

یہ ظاہر ہے کہ جب بھی کوئی چیز خریدنا چاہتے ہیں تو ہم کو زر استعمال کرنا پڑتا ہے۔ جتنا روپیہ ہمارے پاس ہو گا اشیاء کی اتنی ہی زیادہ مقدار ہم خرید سکیں گے۔

اب دیکھیں کہ فروخت خریداری کی خدمت ہے۔ جب آپ کوئی چیز خریدتے ہیں تو آپ کو اس کے بدلے میں زر ادا کرنا پڑتا ہے۔ لیکن جب ہم کوئی شے فروخت کرتے ہیں کوئی کاروبار قطعہ زمین وغیرہ تو ہم زر وصول کرتے ہیں۔ دوسرے لفظوں میں اشیاء اور خدمات کی خرید و فروخت میں زر استعمال ہوتا ہے۔ خدمت (Service) سے کہا مراد ہے؟ یہ اصطلاح اس محنت کے لیے رائج ہے جو صے کی خاطر کی جاتی ہے۔ جب ڈاکٹر آپ کے گلے کی خرابی کا علاج کرتا ہے یا عجم آپ کے بال تراشتا ہے تو یہ دونوں آپ کی خدمت سبجالا رہے ہیں۔ ریلوے اسٹیشن پر اپنا سامان اٹھوانے کے لیے آپ قلی کو بلاتے ہیں وہ قلی آپ کی خدمت سرانجام دیتا ہے۔ اس نوعیت کی سب خدمات کا معاوضہ آپ کو ادا کرنا ہوتا ہے۔ جس میں زر کا استعمال ہوتا ہے۔ چونکہ خرید و فروخت کے عمل میں زر کے واسطے سے اشیاء اور خدمات کا مبادلہ بھی شامل ہے اس لیے زر کو آلہ مبادلہ (Medium Exchange) بھی کہتے ہیں۔

1.2- تبادلہ نظام (Barter System) کسے کہتے ہیں

تاریخ انسانی کے ابتدائی ہی میں زر بحیثیت آلہ مبادلہ استعمال ہونے لگا تھا۔ ابتدائے زمانے میں لوگ زر کی عدم موجودگی کے باعث اپنی خواہشات متبادل اشیاء کا اشیاء سے مبادلہ کے ذریعے پوری کرتے تھے۔ اشیاء کا اشیاء سے یہ مبادلہ تبادلہ کہلاتا ہے۔ آج بھی ملک کے نسبتاً کم ترقی یافتہ دیہی علاقوں میں متبادل رائج ہے۔ زمیندار اپنی فصل کی جنس یعنی

چاول، گندم وغیرہ کا ایک حصہ دکاندار کے حوالے کر کے اپنی ضروریات کی اشیاء یعنی، کپڑا، سبزیاں وغیرہ حاصل کرتا ہے۔

3.1۔ تبادول کی مشکلات

زمانہ قبل زر میں جب دکانداروں کا وجود نہ تھا، تبادول حد درجہ خام شکل میں موجود تھا۔ ان دنوں تبادول نے کئی مشکلات کو جنم دیا۔ مثلاً

(الف) تبادول کا تقاضا ہے کہ احتیاجات کی دو طرفہ مطابقت (Double Coincidence of Wants)

ہو۔ مثلاً نور زمان ایک بیل خریدتا ہے جس کا گندم سے مبادلہ مقصود ہے۔ تو نور زمان کو کسی ایسے شخص سے معاملہ کرنا ہو گا جو نہ صرف گندم رکھتا ہے بلکہ بیل کی تلاش میں بھی ہے۔ اگر نور زمان کا معاملہ اقبال سے ہوتا ہے جو گندم رکھتا ہے، لیکن مبادلے میں کپڑے کا طلبگار ہے تو اس صورت میں نور زمان اور اقبال کے درمیان معاملہ نہیں ہو سکتا۔

(ب) تبادولی نظام میں کوئی مشترکہ پیمانہ قدر نہیں ہوتا۔ اگر ایسے دو شخص یکساں چیزیں خریدیں تو ایک دوسرے کے ساتھ اشیاء کا مبادلہ کرنے کے خواہشمند ہوں پھر بھی ان کی اشیاء کی موزوں شرح مبادلہ کا مسئلہ پیدا ہو سکتا ہے۔ دو اشیاء (مثلاً بیل اور گندم) کا مبادلہ کی شرح سے کیا جائے کہ گندم کی کتنی مقدار ہو کہ بیل کی مالیت کے برابر ہو جائے۔

(ج) اس نوعیت کی مشکلات زیادہ پیچیدہ ہو جاتی ہیں۔ جب اشیاء مبادلہ بیل یا گھوڑے ایسی چیزیں ہوں جو چھوٹے چھوٹے حصوں میں تقسیم نہیں کیا جاسکتا۔ یہ مسئلہ تقسیم پذیری (Problem Of Divisibility) کہلاتا ہے۔

4.1۔ زر اور دیگر اشیاء کے درمیان فرق

زر اور دیگر اشیاء میں ایک مشترکہ خصوصیت موجود ہے۔ لیکن جن وجوہات کی بناء پر زر فائدہ مند سمجھا جاتا ہے وہ دیگر اشیاء کے فوائد سے مختلف ہوتی ہیں۔ جن طرح آپ کو معلوم ہے کہ ہم اشیاء کو دو حصوں میں تقسیم کر سکتے ہیں۔ اشیائے صرف جو پھننے، کھانے، چلانے یا کسی بھی طریقے سے صرف کرنے کے لیے طلب کی جاتی ہیں۔ اور اشیائے سرمایہ جو اشیائے صرف کی پیدائش میں کام آتی ہیں۔ مشینیں اور فیکٹریاں اشیائے صرف مثلاً کپڑا، آٹا وغیرہ تیار کی جاتی ہیں۔

اب ہم اشیائے صرف اور سرمایہ کا زر سے موازنہ کرتے ہیں زر عام مفہوم میں کوئی شے صرف نہیں۔ کیونکہ پھننے، کھانے پینے یا کسی بھی طرح صرف کرنے میں استعمال نہیں ہوتا اور نہ ہی یہ عام مفہوم میں شے سرمایہ (Capital Good) ہے۔ سرمائے کی بنیادی خصوصیت یہ ہے کہ وہ خام مواد یا مداخل (Inputs) کو نئی شکل دے کر مادی تہذیبوں کے عمل سے مصنوعات تیار کرتا ہے۔ مادی عمل گمبوں آٹے میں اور فولادی سرے، فولادی ٹکڑوں (Strip) میں تبدیلی کر دیئے جاتے ہیں۔ زر اس قسم کی مادی کمالات نہیں دکھا سکتا۔ بنیادی طور پر زر اشیائے سرمایہ کے برعکس مختلف طریقوں سے

کام کرتا ہے۔

1.5۔ زربخثیت آلہ مبادلہ

یہ ظاہر ہے کہ زر اشیائے مروت اشیائے سرمایہ دونوں سے مختلف ہے۔ کیا ہم یہ سمجھ لیں کہ زر کسی طرح بھی کارآمد نہیں ہے۔ ظاہر ہے ایسا نہیں ہے۔ زر کارآمد ضرور ہے لیکن اس کے فوائد کی نوعیت غیر معمولی نوعیت کی حامل ہے۔ زر ایک شے مبادلہ ہے۔ یہ اسی میں کارآمد ہے جہاں مبادلہ ہوتا ہے۔ جبکہ دیگر اشیاء ایک فرد پر مشتمل خثیت میں بھی کارآمد ہیں جہاں مبادلہ (اشیاء) نہیں ہوتا چنانچہ زر مبادلہ معیشت اور مروت قبادی معیشت ہی میں کارآمد ہے۔

1.6۔ زر کی مقبولیت عامہ

کسی بھی قسم کے زر کے لیے ایک فردی شرط یہ ہے کہ جس معاشرے میں زر رائج ہے اس کے افراد اسے عام طور پر قبول کرتے ہوں۔ اگر آمد دین کے نزدیک اس لیے مفید ہے کہ اس کے ذریعے اقبال اپنا فرض چکا سکتا ہے۔ اس نوعیت کی مقبولیت عامہ ایک سماجی منظر ہے۔ اور مختلف مقامات پر اور اوقات میں ہر قسم کی اشیاء اسی سماجی خصوصیت کی بدولت زر کے طور پر استعمال ہوتی ہیں۔ چنانچہ ہر وہ شے جو کسی معاشرے کے افراد میں عام طور پر قبول کی جانے لگے زر کے طور پر استعمال ہونے لگتی ہے۔

1.7۔ زر کی تعریف

زر کی نوعیت اور تصور پر بحث و تمحیص کے نتیجے میں زر کی درج ذیل تعریفیں کی گئی ہیں۔
(الف) ہر وہ شے جو کسی معاشرے میں عام طور پر رائج ہو اور قیمتوں اور قرضوں کے ضمن میں معیاری اکائی کا کام دے بطور زر استعمال کی جاسکتی ہے۔
(ب) زر مبادلے کی آلہ ہے اور ایسی معیاری اکائی ہے جس کے ذریعے قیمتوں اور قرضوں کا اظہار ہوتا ہے۔

2۔ زر کے وظائف

بعض معیشت دانوں نے زر کی تعریف یوں کی ہے۔
”زروہ شے ہے جو زر کے فرائض ادا کرے“ اس سے ہم یہ مطلب لیں گے کہ وہ چیز جو بھی زر کے فرائض ادا

کرے" اس سے ہم یہ مطلب لیں گے کہ ہر وہ چیز جو بھی زر کے فرائض ادا کرتی ہے۔ زر کہلاتی ہے۔ یہاں بجا طور پر یہ سوال پیدا ہوتا ہے کہ زر کون سے فرائض یا وظائف سرانجام دیتا ہے۔ زر کے بہت سے وظائف ہیں لیکن ان میں چار ایسے ہیں جن کو ہم بنیادی کہہ سکتے ہیں جو مندرجہ ذیل بیان کرتے ہیں۔

1 - زر ایک مبادلہ

2 - زر ایک معیار

3 - زر ایک پیمانہ

4 - زر ایک ذخیرہ

اب ہم زر کے ان چار نکات کو تفصیل سے بیان کرتے ہیں۔

2.1 - زربحیثیت آلہ مبادلہ

زر کا پہلا اور بہترین وظیفہ یہ ہے کہ وہ آلہ مبادلہ کی حیثیت سے کام کرتا ہے۔ اس وظیفے کی اہمیت کا اندازہ اس امر سے لگایا جاسکتا ہے کہ بعض معیشت والے زر کی تعریف ہی یہ کرتے ہیں کہ زر آلہ مبادلہ ہے۔ لیکن زربحیثیت میں اشیاء کا مبادلہ زر کہلاتا ہے۔ اس طرح سے زر مبادلہ کی بڑی مشکل حل کر دیتا ہے۔

زرمی معیشت میں کوئی شخص اپنے بیل کے بدلے میں گندم حاصل کرنا چاہے تو اسے ایسے شخص کی تلاش نہیں ہوگی جو بیل کا گاہک ہو۔ وہ اپنا بیل منڈی میں فروخت کر کے روپیہ حاصل کرے گا، اور اس روپے سے اپنی پسند کا کپڑا خرید کرے گا۔ زر کے استعمال سے ہر شخص استفادہ کرتا ہے خواہ وہ صارف ہو یا آجر۔ صادرات کے پاس محدود ذخیرہ ہوتا ہے جو وہ مارکیٹ میں خرچ کر سکتا ہے۔ وہ مختلف اشیاء پر اپنا روپیہ اسی طریقہ سے خرچ کرتا ہے۔ کہ اسے زیادہ سے زیادہ تسکین حاصل ہو۔ آجر کو متعدد عاملین پیدائش خریدنا ہوتے ہیں۔ یعنی زمین، محنت اور سرمایہ روپے کی مدد سے وہ باگماتی مطلوبہ عاملین اس محنت سے خرید سکتا ہے۔ اس کے مصارف کم سے کم اور منافع زیادہ ہو جاتے۔

اس طرح ہم دیکھتے ہیں کہ زر صارفوں اور آجروں دونوں ہی کو اپنی اپنی آمدنی سے زیادہ سے زیادہ مفاد حاصل کرنے میں مدد دیتا ہے صارفین اس کی مدد سے اپنے استعمال میں آنے والی اشیاء اور خدمات کے مختلف افادہ کو یکساں کر سکتے ہیں۔ اور آجروں قانون مساوی مختلف پیداوار کے مطابق اپنے مختلف اخراجات کے تحت اپنے مختلف پیداواروں کو یکساں کر سکتے ہیں۔

2.2 - زربحیثیت پیمانہ قدر

زر کا دوسرا وظیفہ یہ ہے کہ وہ پیمانہ قدر ہے۔ ہم ایک مشترکہ پیمانے کے طور پر ہر شے کی قدر کا اظہار زر کے

خزانے سے کرتے ہیں جس طرح ایک فٹ کا مطلب ایک مخصوص لمبائی اور ایک کلو کا مطلب ایک مخصوص وزن ہوتا ہے۔ ٹھیک اسی طرح زر کی ایک اکائی قدر کی ایک مخصوص مقدار کو ظاہر کرتی ہے۔ زر ہر شے کی مالیت کو ناپنے کا آلہ ہے اور مختلف اشیاء کی مالیتوں کے موازنے میں بھی مددگار ثابت ہوتا ہے۔ دوسرے لفظوں میں زر کے استعمال سے ایک فرد یا ریٹ میں موجود مختلف اشیاء کی اضافی قیمتوں کا تعاقب کر سکتا ہے، اور مختلف اشیاء پر اپنی آمدنی اس انداز سے خرچ کر سکتا ہے کہ وہ اپنی رقم سے زیادہ سے زیادہ فیکس حاصل کر سکے۔

2.3۔ زر موجد ادائیگیوں کا معیار

زر کا تیسرا وظیفہ یہ ہے کہ وہ موجد ادائیگیوں کے معیار کا کام دیتا ہے۔ موجد ایسی ادائیگیاں ہیں جو مستقبل میں کی جاتی ہیں۔ روپے کے لین دین جو ہر کاروباری معاشرے کا معمول ہوتا ہے۔ موجد ادائیگیاں کی جاتی ہیں۔ سب کوئی شخص اپنی جمع شدہ رقم قرضے کے طور پر دیتا ہے تو یقین دہانی چاہتا ہے کہ یہ قرضہ واپس ملے تو اسے (سود اور منافع کے علاوہ) اسی مالیت کے برابر رقم ملے چنانچہ فردی ہے کہ لین دین کسی ایسی شے کی صورت میں ہونا چاہیے جو معقول حد تک مستحکم مالیت کی حامل ہو۔ بہت سے اشیاء وقت گزرنے کے ساتھ ساتھ خراب ہو جاتی ہیں یا اپنی قدر کو کھودیتی ہیں۔ مثال کے طور پر غلہ، پھل، میوہ وغیرہ چنانچہ اس قسم کی اشیاء قرضہ دینے یا قرضے کی پیمائش کرنے کے لیے موزور نہیں ہوتیں۔ قرضے کسی مخصوص مدت کے لیے لیے جاتے ہیں جو مختصر عرصے ہو سکتی ہے اور طویل بھی۔ ان قرضوں کی پیمائش کے لیے کوئی نہ کوئی اکائی ہونی چاہیئے۔

اس بات کو بھی ہم درست مانتے ہیں کہ زر کی قدر بھی وقت کے ساتھ ساتھ بدلتی رہتی ہے اگر زر کو موزوں مواد سے تیار کیا جائے اور حکومت درست تجارتی اور بجٹ پالیسیاں اختیار کرے تو زر کی قدر کو معقول حد تک مستحکم رکھا جاسکتا ہے۔

2.4۔ زربحیثیت ذخیرہ قدر

زر کا چوتھا وظیفہ یہ ہے کہ اس کو ذخیرہ قدر کے طور پر برتا جاتا ہے۔ ہم مانتے ہیں کہ گندم اور چاول ایسی اشیاء ہیں جن کو زیادہ دیر تک ذخیرہ کرنا ممکن نہیں ہے۔ لیکن زر اس مشکل سے عہدہ برآ ہوتا ہے۔ آپ اپنی قوت خرید زر کی شکل میں طویل عرصے کے لیے ذخیرہ کر سکتے ہیں۔ اس طرح زر کی ذخیرہ اندوزی سے قدر کا ذخیرہ کیا جاسکتا ہے اس کی وجہ یہ ہے کہ زر عام قوت خرید یا وسائل پر دسترس کا دوسرا نام ہے۔

جدید میشت والوں زر کے ایک اور پہلو پر دور دے رہے ہیں۔ زر کی مالیت چونکہ بلحاظ تعریف زر سے زیادہ مقبول عام شے ہے اس لیے یہ جملہ وسائل میں بھی سب سے زیادہ سیال پذیر ہے۔ زر پر دسترس کا مطلب یہ ہے۔

کہ آپ جہاں چاہیں اور جب چاہیں کوئی بھی شے حاصل کر سکیں۔ زر ایسی شے ہے کہ اس کے خریداروں کی بھی کمی نہیں ہوتی۔

3۔ تخلیق زر کا عمل

تخلیق زر کے عمل میں مختلف پہلو زیر بحث آتے ہیں۔ جن کو ہم باری باری بیان کریں گے۔

3.1۔ اجناسی زر

جب ہم تخلیق زر کی تاریخ کے ادراک اٹھتے ہیں تو، دیکھتے ہیں کہ مختلف زمانوں میں طرح طرح کی اشیاء کو آلہ مبادلہ کے طور پر آزمایا گیا۔ اس ضمن میں مویشیوں کا ذکر دلچسپی سے خالی نہ ہوگا (Capital) اور (Chattle) اس لفظ (Cattel) سے ماخوذ ہیں۔ مویشیوں کے علاوہ درج ذیل اشیاء قابل ذکر ہیں جہاں، چمڑا اور کھالیں، ہسپیاں، تیل، تانبہ، لوہا، سونا، چاندی اور ہیرے جواہرات۔

ان میں سے تمام اشیاء بعض فوائد اور بعض نقصانات کی حامل ہیں۔ مثلاً مبادلے (Exchange) کی غرض سے مویشیوں کو چھوٹے چھوٹے حصوں میں تقسیم نہیں کیا جاسکتا۔ لیکن اگر اسے ذخیرہ کر لیا جائے تو سبب کسی کے ذریعے اس قسم کے زر میں اضافہ ممکن ہے۔ زمینوں کا تیل سیال پذیر کرنسی کی اچھی مثال ہے جن کو جس حد تک چاہیں تقسیم کر سکتے ہیں۔ لوہے کو زنگ لگ جاتا ہے اور اس کی مالیت کے مقابلے میں اس کا حجم کہیں زیادہ ہوتا ہے۔ اگر لوہا زر کے طور پر رائج ہو تو اسے گاڑی میں لادنا پڑے گا۔ لوہے کے مقابلے میں ہیرے جواہرات حجم کے لحاظ سے چھوٹے اور مالیت کے لحاظ سے بہت قیمتی ہوتے ہیں البتہ کامیاب ہوتے ہیں۔

3.2۔ زر کا غذی

موجودہ دور اجناسی زر کا نہیں بلکہ کاغذی زر کا دور ہے۔ ہمیں معلوم ہے کہ زراں اشیاء کی خاطر طلب کیا جاتا ہے، بودہ خرید سکتا ہے۔ ہم زر کو براہ راست صرف میں نہیں لاسکتے۔ یعنی ہم جو شے یا خدمت استعمال کرنا چاہتے ہیں وہ زر کے بدلے میں حاصل کر لیتے ہیں اگر ہم زر کو جمع کریں یا اسے خرچ نہ کریں تو بھی اس کی قدر و قیمت اس درجہ سے ہوتی ہے کہ ہم جب باپیں اسے خرچ کر سکتے ہیں۔

زر کا غذی ایک بہت ہی آسان ترین آلہ مبادلہ ہے۔ حکومت جس مالیت (5، 10، 50) روپے کے نوٹ جاری کرنا چاہے۔ باسانی ایک ہلکے پھلکے، مختصر اور نقل پذیر کاغذ پر چھاپ کر جاری کر سکتی ہے۔ زر کا غذی پر نقش کاری کے ذریعے جسے کرنسی کے

خطرے سے بڑی حد تک بچا جاسکتا ہے۔

مختصراً یہ کہ زر کا غذی اپنی متعدد خصوصیات کی بنا پر زر کے طور پر استعمال کے لیے انتہائی موزوں ہے۔ یہ ہلکا سیدھا نقل پذیر ہے اور معمولی سا حجم پیش قیمت مالیت کا حامل ہوتا ہے۔

3.3- زر بینک

زر بینک کا دور (چکیوں یا امانتیں) زر کا غذی کے دور کے ساتھ نمودار ہوا۔ ریاست ہائے متحدہ امریکہ ایسے صنعتی طور پر ترقی یافتہ ملک کا 10/9 روز مرہ زری لین دین چکیوں کے ذریعے ہوتا ہے۔ لوگ بہت کم رقم اپنی جیب میں رکھتے ہیں۔ صرف دوپہر کے کھانے اور بس کے کرایے کے لیے رقم اپنے پاس رکھتے ہیں باقی عام قسم کی ادائیگیاں چیک کے ذریعے کرتے ہیں۔

3.4- تخلیق زر اور کرنسی نوٹوں کے اجراء کے اصول

تخلیق زر اور کرنسی نوٹوں کے اجراء کی دو اقسام ہیں۔

- 1 - اصول کرنسی یا ثابت اعتمادی نظام
- 2 - اصول بنکاری یا تناسب مصنوعات کا نظام

3.5- اصول کرنسی

اسی نظام کے تحت سونے یا چاندی ایسی دھات کے ذخائر کی بنیاد کے بغیر نوٹوں کی ایک مبینہ تعداد جاری کی جاسکتی ہے اس کو ضمانتی خد کہتے ہیں برطانیہ میں یہ نظام 1944ء کے بینک چارٹر کے ذریعے شروع کیا گیا تھا۔ اس چارٹر کے تحت برطانیہ کا مرکزی بینک "بنک آف انگلینڈ" سونے کی پشت پناہی کے بغیر چودہ ملین پونڈ کی مالیت تک کے نوٹ جاری کر سکتا تھا یہ حد 928 اور 939 او میں بڑھا کر بالترتیب 260 ملین اور 300 ملین پونڈ کر دی گئی۔

اس نظام کی سب سے بڑی خامی ہے کہ یہ چکر دار نہیں ہوتا ہے۔ اعتمادی یا ضمانتی حد Fiduciary Limit کے تحت تجارتی ضرورتوں کے مطابق نوٹوں کی تعداد میں اضافہ نہیں کیا جاسکتا۔ بلکہ اس صورت میں ممکن ہے جب سونے کے ذخائر میں اضافہ ہو جائے۔ کسار بازاری یا بھرانوں کے زمانے میں جب ہنگامی تقاضوں کو پورا کرنے کے لیے نوٹوں کی تعداد میں اضافہ ضروری ہو گیا تھا تو بینک چارٹر کی شرائط (Provision) کو معطل کرنا پڑا تاکہ بینک آف انگلینڈ کو نوٹ جاری کرنے کے لامحدود اختیارات مل جائیں۔ ایک اور خامی یہ ہے کہ اس کے تحت سونے کا ایک بہت بڑا ذخیرہ بے کار پڑا رہتا ہے جس کی وجہ یہ

ہے کہ مرکزی بینک کی طرف سے جاری شدہ نوٹوں کی پشت پناہی کی غرض سے سونے کی ایک مخصوص مقدار بینک کے خزانوں (Vault) میں رکھنی پڑتی ہے ان خامیوں کی بنا پر یہ نظام مرکزی بینک کے نوٹ جاری کرنے کے سلسلے میں اپنی مقیدیت کھو چکا ہے۔

3.6۔ اصول بنکاری یا متناسب محفوظات کا نظام

اس نظام کے تحت مرکزی بینک اپنے جاری کردہ نوٹوں کی پشت پناہی کی غرض سے ایک خاص تناسب سے جو عموماً 25 اور 40 فیصد کے درمیان رہتا ہے۔ سونے کے ذخائر رکھنے کا پابند ہوتا ہے۔ یہ نظام پہلی جنگ عالمگیر کے بعد مقبول ہوا۔ اور فرانس میں 1928ء میں رائج ہو گیا۔ جوں جوں مرکزی بینک کے طلائی ذخائر میں اضافہ ہوتا جاتا ہے اس کو نوٹ جاری کرنے کی گنجائش زیادہ ہوتی ہے۔

فرض کریں کہ اسٹیٹ بینک آف پاکستان نے سونے کے ذخائر کا تناسب (Reserve Ratio) فیصد مقرر کیا ہے۔ اس صورت میں بنکاری کے تحت جب بینک چالیس روپے کا سونا حاصل ہوتا ہے تو وہ سو روپے کی مالیت کے نوٹ جاری کر سکتا ہے۔ دور حاضر میں دھاتی ذخائر اپنی اہمیت کھو بیٹھے ہیں اور ان کی جگہ منظور شدہ سیرورنی مبادلہ (Approved Foreign Exchange) نے لے لی ہے جس میں بین الاقوامی کرنسیاں مثلاً ڈالر، پونڈ، فرانک من وغیرہ شامل ہیں۔ پاکستان میں نوٹ جاری کرنے کا اختیار اسٹیٹ بینک کو ہی حاصل ہے 1950ء اور 1960ء کی دہائیوں میں اسٹیٹ بینک آف پاکستان نے متناسب محفوظات کا نظام اپنایا۔

4۔ رسد اور اس کے اجزاء کے برابری

4.1۔ زر کی رسد اور ذخیرہ زر

زر کی رسد کے بارے میں جو پہلی بات ذہن نشین رکھنی چاہیے وہ یہ ہے کہ کسی دوسری شے کی رسد سے مختلف ہوتی ہے۔ کیونکہ اشیاء مسلسل پیدا کی جاتی ہیں زر کا معاملہ ذرا مختلف ہے۔ رسد زر سے ہماری مراد زر کا وہ موجودہ ذخیرہ ہے جو سب کا سب معاشرے کے افراد کی تسخیل میں ہو گا۔ رسد زر میں اضافے کا مطلب اہل زر کی طرف سے نہایت فروخت نہیں بلکہ ذخیرہ زر میں اضافہ ہے۔

ایک مئی میں زر کی رسد ایک معینہ وقت میں اشیاء کے لیے طلب پر محمول کی جاسکتی ہے۔ ایک معینہ وقت میں

خروج کو وہ سالہ روپیہ اس عرصے میں خریدی ہوئی تمام اشیاء کی ایک قسم کی طلب ہے۔ لیکن اس کو سہولت کی خاطر معاشرے کے کل اخراجات یا خام ملکی اخراجات (Cross Domestic Expendi) قرار دیا جاتا ہے زر کی رسد کے کل ذخیرے کو کہتے ہیں۔

چنانچہ زر کی طلب اور رسد کی اصطلاحیں دراصل زر کے ذخیرہ کی طلب اور رسد کے لیے متعل ہیں۔ زر کی رسد کو ذخیرہ سمجھنا حقیقت پسندانہ بات ہے کیونکہ ذرا اشیاء کی طرح مسلسل پیدا کیا جاتا ہے۔ نہ صرف کیا جاتا ہے بلکہ زر کا مبادلہ ہے اس لیے یہ ایک معنی میں غیر فنا پذیر ہے۔ زر کا ایک معینہ مختلف طریقوں سے بار بار استعمال کیا جاتا ہے۔ اس ضمن میں آپ کے مشاہدے میں یہ بات آئی ہوگی کہ ایک روپیہ کا جو نوٹ آپ بال پر اسٹنٹ بیچ خریدنے کے لیے دکاندار کو دیتے ہیں ممکن ہے وہ دکاندار ایسے اخباری رسالہ یا کوئی اور شے خریدنے کے لیے استعمال کرے۔ یا ایک روپے اور پانچ روپے کے نوٹ اور ہر قسم کے ایک طویل مدت تک لوگوں میں گردش کرتے رہتے ہیں۔ وہ بار بار ایک سے دوسرے ہاتھ میں منتقل ہوتے رہتے ہیں۔

4.2۔ زر کی رسد کے اجزاء تھے ترکیبی کیا ہیں

ہم نے رسد کی یہ تعریف کی ہے کہ یہ زر کی وہ کل مقدار یا ذخیرہ ہے جو عوام کی تحویل میں ہو۔ یہاں یہ سوالات ذہن میں اترتے ہیں کہ رسد زر کی بنیاد کیسی ہوتی ہے؟ رسد زر کس پر مشتمل ہوتی ہے؟ یا دوسرے لفظوں میں رسد کے اجزاء کون سے کیا ہیں۔

ان سوالوں کا جواب اس بات پر منحصر ہے کہ ہم رسد کی توجہ وسیع معنوں میں کرتے ہیں یا محدود معنوں میں رسد کے تین بڑے اجزاء ہیں۔

زیر گردش سکے۔

زیر گردش کرنسی نوٹ۔

طلبی امانتیں۔

تاہم اگر رسد زر کے وسیع تر معنی کو پیش نظر رکھیں تو ہمیں ایک چوتھا جز بھی شامل کرنا پڑے گا۔ یعنی مبیعہ اور پس اندازی امانتیں Time & Saving Deposits آئیے ان اجزاء پر الگ الگ بحث کریں۔

(الف) سکے

سب سے پہلے ہم زیر نگاہی کا ذکر کریں گے۔ ایک پیسہ، دو پیسہ، پانچ پیسہ، دس پیسہ، سچاس پیسہ اور ایک روپے کا سکہ بھی متعدد پیمانے پر رائج ہے۔ کرنسی کے اعشاری نظام کے نفاذ سے پہلے حکومت پاکستان نے ایک آنہ اور آٹھ آنے کا پیمانہ

اور آٹم کے سکے بنارکھے تھے۔ اگرچہ بچوں کے نزدیک ان چھوٹے چھوٹے سکوں کی بڑی اہمیت ہے تاہم یہ کل رسد زرمیں کوئی خاص اضافہ نہیں کرتے۔ یہ علامتی سکے (Token Money) بھی کہلاتے ہیں۔ حقیقت یہ ہے کہ وہ اپنی مصداق قدر و قیمت سے کہیں زیادہ مالیت محض اس وجہ سے رکھتے ہیں کہ ہم جب چاہیں ان کے بدلے میں دوسری رقم کا دراصل کر سکتے ہیں۔

(ب) کرنسی نوٹ

زور کی یہ دوسری قسم زیادہ اہم ہے کاغذی کرنسی کو بڑی آسانی سے منتقل کیا جاسکتا ہے اور یہ بے حد مقبول ہوئی ہے۔ آپ کو معلوم ہے کہ پاکستان میں مندرجہ ذیل کرنسی نوٹ رائج ہیں۔

- | | |
|-----------------------|------------------------|
| ○ ایک روپے کا نوٹ | ○ دو روپے کا نوٹ |
| ○ پانچ روپے کا نوٹ | ○ دس روپے کا نوٹ |
| ○ پچاس روپے کا نوٹ | ○ سو روپے کا نوٹ |
| ○ پانچ سو روپے کا نوٹ | ○ ایک ہزار روپے کا نوٹ |

اگر آپ ان نوٹوں کا بغور معائنہ کریں تو ہم دیکھیں گے کہ ایک روپے کے نوٹ کے اوپر حکومت پاکستان کی وزارت خزانہ کے سیکریٹری کے دستخط ثبت ہیں۔ جب کہ باقی ماندہ تمام نوٹوں کے اوپر پاکستانی مرکزی بینک یعنی سٹیٹ بینک آف پاکستان کے گورنر کے دستخط ہیں۔ اگر آپ دس روپے کے نوٹ کا معائنہ کریں تو اس پر یہ عبارت درج پائیں گے بینک دولت پاکستان دس روپیہ۔ حامل ہذا کو مطالبہ پر ادا کرے گا۔ حکومت پاکستان کی ضمانت سے جاری ہوا۔

اس عبارت کی رو سے اسٹیٹ بینک آف پاکستان حکومت پاکستان کے قوانین کا پابند ہے کہ وہ دس روپے کے نوٹ کو آپ کی خواہش کے مطابق پانچ روپے کے دو نوٹوں یا دس روپے کے ایک نوٹ میں بدل دے۔

(ج) طلبی امانتیں

ایک تیسری قسم کو بھی معیشت دانوں نے زور قرار دیا ہے۔ یہ ایسی بینک امانتیں ہوتی ہیں جو بذریعہ چیک پر ادا کرنی پڑتی ہیں (یعنی ایسا روپیہ جو بذریعہ چیک بینک سے لیا جاسکتا ہے)۔ اگر آپ کا جلیب بینک پلیڈ کے حساب میں ایک ہزار روپیہ موجود ہے تو یہ امانت (Deposit) کہلاتی ہے۔ اس کی وجہ یہ ہے کہ آپ اپنے حساب سے چیک کے ذریعے یہ روپیہ نکلا کر جہاں چاہیں ادا کر سکتے ہیں۔ آپ کی امانت کسی بھی آلہ مبادلہ سے کم نہیں اور چونکہ آپ جب چاہیں اس میں سے روپیہ نکلا سکتے ہیں اس لیے یہ اسی طرح کا معیار قدر اور حساب کی اکائی (Unit of Account) ہے۔

طلبی امانتیں ایسی امانتیں ہیں جن کو بینک سے جزی یا کسی طرح پر بذریعہ چیک برآمد کیا جاسکتا ہے۔ ایسی امانتیں کمی وقت

جی برآمدگی جاسکتی ہیں اور ان کا برآمدگی کے لیے وقت کی کوئی قید نہیں ہوتی۔

(د) معیاری اور پس اندازی امانتیں

معیاری امانتیں ایسی امانتیں ہیں جو بنک سے ایک معینہ مدت گزرنے کے بعد ہی نکلوائی جاسکتی ہیں یعنی پانچ یا دس سال بعد۔ طلبی امانتیں چیک لکھ کر نہیں نکلوائی جاسکتیں۔

اپنے وسیع تر مفہوم میں رسد زر میں ہر قسم کی معیاری اور پس اندازی امانتیں شامل ہوتی ہیں۔ چاہے وہ کرنشل بینک میں ہوں یا میچل سیدنگ بینکوں اور سیدنگ اور قرضہ المیہ موسی ایشنوں میں ہوں۔ ڈیفنس سیدنگ سرٹیفکیٹ پس انداز کی امانتوں کی سہ ترین مثال ہے۔

5۔ طلب زر

5.1۔ زریوں طلب کیا جاتا ہے؟

اس سوال کا جواب ایک تو یہ ہو سکتا ہے کہ زر اس لیے طلب کیا جاتا ہے کہ وہ متعدد اہم وظائف انجام دیتا ہے لیکن یہ تو عام سا جواب ہوا۔ جب کہ ہم تفصیل سے جانتا چاہتے ہیں کہ زر کن اعراض کے لیے ہاتھ میں رکھا جاتا ہے، ہم دیکھتے ہیں کہ ہر زر کو پاس رکھنے کی خواہش پائی جاتی ہے۔ افراد اور سوسائٹیاں، کارکن اور کمپنیاں، کاروباری اور سرکاری ملازمین سب کے سب زر کو نقد یا سیال اثاثے کی شکل میں اپنے پاس رکھنا چاہتے ہیں۔ مشہور معیشت دان لارڈ کینیزن نے زر کو بصورت نقد رکھنے کی خواہش کو سیالیت کی ترجیح کا نام دیا ہے۔ طلب زر کا دار و مدار تین بڑے محرکات پر ہوتا ہے۔ جو درج ذیل ہیں۔

5.2۔ طلب زر کے محرکات

○ محرک معاملات

○ محرک پیش بندی

○ محرک تخمین

(ا)۔ محرک معاملات

ہر قسم کی انسانی سوسائٹی میں اشیاء اور خدمات کی خرید و فروخت ہوتی ہے۔ اب ہر شخص کے لیے یہ ممکن نہیں ہوتا کہ

وہ اپنی ضرورت کی سب اشیاء خود پیدا کرے۔ ہم معاشی تجربے کے لیے سوسائٹی کو دو اہم گروہوں میں تقسیم کر سکتے ہیں۔
آجرین اور صارفین

(i) محرک کاروبار

اگر ہم اس معاشی لین کو آجرین کے نقطہ نظر سے دیکھیں تو معلوم ہوگا کہ آجرین عاقلین پیدائش (زمین محنت اور سرمایہ) کو حاصل کر کے کوئی فیکٹری یا پیداواری یونٹ قائم کرتے ہیں۔ ان عاقلین کے مبادضوں کے لیے آجرین کے پاس کافی سیال رقم ہونی چاہئے۔ جب فیکٹری چالو ہو تو آجرین کو فیکٹری کی مصنوعات کے لیے خام مال خریدنا پڑتا ہے۔ جو ظاہر ہے کہ مفت میں ملتا۔ چنانچہ آجرین مصنوعات کو زر کی کافی مقدار ادائیگیوں کے لیے رکھنی پڑتی ہے۔

مختصر یہ کہ آجرین کو امر مجبوری زر کی کچھ مقدار پیداواری اخراجات پورے کرنے کے لیے رکھنی پڑتی ہے۔ تاکہ وہ خام مال، بار برداری اجرتوں اور تنخواہوں کی ادائیگی کر سکیں۔ اس غرض سے جو زر آجرین اپنے پاس رکھتے ہیں وہ محرک کاروبار کو پورا کرنے کے لیے مخصوص ہوتا ہے۔ یہ ظاہر ہے کہ (کاروباری) غرض سے جو رقم رکھی جائے گی اس کا بڑی حد تک انحصار کسی مخصوص فیکٹری یا فرم کی مجموعی پیداوار پر ہوگا۔ جتنی زیادہ پیداوار ہوگی عموماً اتنی ہی زیادہ رقم جاری اخراجات پورے کرنے کے لیے درکار ہوگی۔ آجرین اور کاروباری اداروں کا لین دین جن غرض سے ہوتا ہے اس کو محرک کاروبار کہتے ہیں۔

(ii) محرک آمدنی

آئیے اب صارفین کے نقطہ نظر سے معاشی معاملات کا جائزہ لیں۔ تمام افراد صارف ہوتے ہیں۔ ایک طرف ہمیں آمدنی کے حصول کے لیے محنت کرنی پڑتی ہے۔ دوسری طرف اپنی روزمرہ ضروریات پوری کرنے کے لیے محنت کرنی پڑتی ہے۔ دوسری طرف اپنی روزمرہ ضروریات پوری کرنے کے لیے اپنی آمدنی خرچ کرنی پڑتی ہے۔ یہیں طبوس اشیائے خورد و نوش کتب اور روزمرہ صرف کی گونا گوں اشیاء خریدی ہوئی ہیں چنانچہ ہمارے پاس زر کی ایک مخصوص مقدار کا ہونا ضروری ہے تاکہ ہم اپنے روزمرہ کے معاملات نبھاسکیں اور مختلف اشیاء اور خدمات صرف کر سکیں۔ اگر ہماری آمدنی تنہا ہی سی ہے تو ہم تنہا ہی سی اشیاء ہی حاصل کر پائیں گے، اور اگر ہماری آمدنی معقول ہے تو ہم اشیاء اور خدمات کا ایک وسیع طیف حاصل کر سکتے ہیں۔ دوسرے لفظوں میں معاملات کا حجم آمدنی کی سطح پر منحصر ہوتا ہے اسی لیے صارفین کے معاملات کے لیے پردہ محرک کو محرک آمدنی کہا جاتا ہے اور جو بحث کی گئی ہے اس کا حاصل یہ ہے کہ محرک معاملات کے لیے مخصوص رقم کا انحصار درج ذیل پر ہوگا۔

1 - پیداواری اکائیوں کے حجم اور کاروبار کی مقدار پر۔

2 - سوسائٹی کے اراکین کی کافی ہوئی ذاتی آمدنیوں کے سائز پر۔ جوں جوں کاروباری سلسلہ پھیلتا گا۔ آمدنی میں اضافہ ہوگا اور رفتہ رفتہ محرک معاملات کے تحت مقدار زروں میں بھی اضافہ ہوگا۔ مختلف اقسام کے معاملات کے لیے مطلوبہ

رقم وسیع تر معنوں میں ایک آرہباد لہمیا کرنے کا وظیفہ انجام دے رہی ہوگی۔

(ب) محرک پیش بندی

محرک پیش بندی ایک اور سبب ہے جس کی بناء پر روپیہ طلب کیا جاتا ہے یا ہاتھ میں رکھا جاتا ہے۔ مستقبل عموماً غیر یقینی ہوتا ہے ناگہانی حادثات پیش آ سکتے ہیں، گھر کا کوئی فرد بیمار پڑ سکتا ہے۔ یا کاروبار میں ناگہانی خلل پڑ سکتا ہے۔ دوسرے لفظوں میں مستقبل کی پیش بینی سے قاصر رہتے ہیں۔ تاہم شعوری کوشش سے ہم مستقبل کے مسائل سے اپنا تحفظ کر سکتے ہیں اور ہم ایک معقول رقم غیر متوقع اخراجات پر دے کرنے کے لیے مخصوص کر لیتے ہیں۔ محرک پیش بندی کے تحت جو رقم افراد ہاتھ میں رکھتے ہیں اور وقتاً فوقتاً اور فرداً فرداً بدلتی رہتی ہے۔ ظاہر ہے کہ خوشحال لوگ ناگہانی ضرورتوں کے لیے مفلوک الحال لوگوں کے مقابلے میں زیادہ رقم اپنے پاس رکھ سکتے ہیں۔ پرامن اور محفوظ ایام میں لوگ پیش بندی سے طور پر کم رقم اپنے پاس رکھتے ہیں۔ لیکن جب سیاسی حالات، دگرگوں ہوں اور گزربار کا خدشہ ہو تو لوگ غیر یقینی مستقبل کو محفوظ بنانے کے لیے زیادہ رقم ہاتھ میں رکھنا پسند کرتے ہیں۔ محرک پیش بندی کے تحت روپیہ مستقبل کی ضروریات کے برخلاف، عمومی طور پر ذخیرہ قدر کا وظیفہ سرانجام دیتا ہے۔

(ج) محرک تخمین

زر کو اپنی تحویل میں رکھنے کا تیسرا محرک تخمین محرک ہے ہم نے ابھی جن دو محرکوں پر بحث کی ہے۔ یہ محرک ان سے مختلف نوعیت کا ہے محرک معاملات اور محرک پیش بندی سے بجا طور پر معاشرے کے بیشتر اراکین کا واسطہ پڑتا ہے۔ لیکن چنانچہ تخمینہ محرک کا تعلق ہے۔ معاشرے کے تمام افراد سبب یا تخمین نہیں ہو سکتے۔ سبب یا ایسے افراد ہوتے ہیں جو اسٹاک ایکسچینج یا سرمد بازار میں حصص اور بانڈ کی خرید و فروخت کرتے ہیں۔ پاکستان میں ایسے دو بڑے اسٹاک ایکسچینج موجود ہیں کو ایچ اے ڈی لاہور میں ان بازاروں میں حصص بانڈز اور سرمایہ کاری کی اکائیوں کی خرید و فروخت ہوتی ہے۔

سبب یا عموماً ایسی فرموں اور کمپنیوں کے حصص خریدتے ہیں۔ جن سے منافع ملنے کی توقع ہو۔ وہ ایسے حصص فروخت کرنے کی کوشش کرتے ہیں جن کی مالیت خاصی بڑھ چکی ہو، لیکن اگلے ہفتوں یا مہینوں میں اس کے گرنے کا احتمال ہو۔ دوسرے لفظوں میں سبب یا نسبتاً سستے حصص جن کی مالیت میں اضافہ متوقع ہو خریدتے ہیں۔ اور ایسے حصص فروخت کر دیتے ہیں۔ جن کی مالیت عروج کو پہنچ چکی ہو۔ اور اب اس کے گرنے کا احتمال ہو۔ ظاہر ہے کہ سبب یا سبب یا ایک خطرناک کاروبار ہے۔ کیونکہ اس کی بنیاد مستقبل کے تخمینوں یا حصص کی متوقع شرح منافع پر ہوتی ہے۔ اگر حصص کے متعلق تخمینہ درست ثابت ہوں تو سبب یا سبب یا حصص دار کو منافع حاصل ہوگا۔ اس کے برعکس اگر اس کے اندازے غلط نکلیں یا غیر متوقع احوال خلل انداز ہوں تو ممکن ہے کہ سبب یا سبب یا خاصا نقصان اٹھانا پڑے جن ممالک میں اسٹاک ایکسچینج کے بازار وسیع و عریض در ترقی یافتہ ہیں وہاں تخمینہ سرگرمی عام ہے۔ امریکہ، برطانیہ، جرمنی اور جاپان میں سے بے شمار لوگ حصص کی خرید و فروخت

کا دھندلا کرتے اور منافع کماتے اور بعض اوقات نقصان اٹھاتے ہیں لیکن پاکستان جیسے ترقی پذیر ملک میں تخمین سرگرمیاں منڈی چنڈی کاروباروں اور وسط بازوں تک محدود ہے۔ اس وجہ سے سٹے بازی کے لیے روپے کی طلب ترقی یافتہ ممالک کے مقابلے میں ترقی پذیر ممالک میں خاصی کم ہوتی ہے۔

6 نظریہ مقدار زر

6.1۔ نظریے کا خاکہ

نظریہ مقدار زر کا بنیادی تصور یہ ہے کہ جب معاشرے میں مقدار زر بڑھ جاتی ہے تو قیمتوں کی سطح بھی بلند ہو جاتی ہے اور قدر زر گر جاتی ہے۔ اس کے برعکس جب مقدار زر میں کمی ہو جاتی ہے۔ تو قیمتوں کی سطح بھی نیچے آ جاتی ہے اور قدر زر میں اضافہ ہو جاتا ہے۔ گواپنی کھدڑی سے شکل و صورت سے یہ نظریہ اس سادہ بیان کا مظہر ہے کہ قیمتوں کی سطح کا تین مقدار زر کے ذریعے ہوتا ہے۔

6.2۔ نظریے کی عمل کاری

نظریہ مقدار متعدد مفروضات پر مبنی ہے۔ فرض کریں کہ مقدار زر بڑھ جاتی ہے اور زر کی ہر اکائی اتنی ہی باز نرخ کی جاتی ہے جتنی بار کہ سابقہ ذخیرہ زر کی اوسط اکائی خرچ ہوتی تھی نتیجہ یہ ہوگا کہ لوگ تازہ کمایا ہوا روپیہ اشیاء اور خدمات پر خرچ کریں گے۔ اس مرحلے پر ہمیں ایک اور مفروضہ قائم کرنا پڑے گا۔ ہم فرض کرتے ہیں کہ اشیاء اور خدمات کے کل ذخیرے میں کوئی خاص اضافہ نہیں ہوتا۔ اب اگر ذخیرہ اشیاء بدستور رہتا ہے لیکن لوگوں کے پاس خرچ کے لیے روپیہ کی مقدار بڑھ جاتی ہے تو روپے کی کل اکائیاں بڑھ جائیں گی۔ دوسرے لفظوں میں اشیاء اور خدمات کی کل طلب بڑھ جائے گی۔ لیکن چونکہ اشیاء اور خدمات کی کل طلب کا ذخیرہ بدستور رہتا ہے اس لیے قیمتوں کی سطح بلند ہو جائے گی۔ چنانچہ مقدار زر میں اضافے کے باعث سطح قیمت میں اضافہ ہو جائے گا اور سطح قیمت میں فیصد مقدار زر میں فیصد اضافے کے مطابق ہوگا۔

6.3۔ نظریے کی اصل ارتقاء

نظریہ مقدار زر کی اصل اور ارتقاء درج ذیل معاشین کا مرسون منت ہے۔ جنہیں باربن، رچرڈ کاٹلین (دونول فرانسینی) جان لاک۔ ڈوید ریکارڈر، ارون ہشمر۔ اے سی پیگور اور لارڈ کینز۔

(الف) ابتداء اور ارتقاء

سب سے پہلے چینین ہاڈین نے 568ء میں فرانس میں قیمتوں میں اضافے کے اسباب کی وضاحت کی۔ اگرچہ اس نے قیمتوں میں اضافے کے پانچ اسباب گنوائے تاہم اسے یقین تھا کہ اس کا بڑا سبب قیمتی دھاتوں سونے، چاندی میں اضافہ تھا۔ جو کہ اس زمانے میں بطور زر مستعمل نہیں۔ انیسویں صدی کے آغاز میں برطانوی معیشت دان ڈیوڈ ریکارڈ نے یہ خیال ظاہر ہے کہ ہر ملک کے کاروباری لین دین کے لیے زر کی خاص مقدار کی ضرورت ہوتی ہے۔ کم سے زیادہ اگر زر کی اصل مقدار اس رقم سے زیادہ ہو جائے تو سطح قیمت میں اضافہ ناگزیر ہو جائے گا۔

ایک فرانسیسی بینکار اور معیشت دان رچرڈ کاٹنسن (1734-1680) اپنے ایک مقالے میں یہ مؤقف اختیار کیا تھا کہ ذخیرہ قدر میں اضافے کے نتیجے میں قیمتوں میں اضافہ ہو جائے گا جن کی وجہ یہ ہے کہ ذخیرہ قدر میں اضافے کے باعث لوگوں کے خرچ کی شرح بڑھ جائے گی۔

(ب) پروفسیر اردون فشر کا نظریہ

تاہم نظریہ زر کے میدان میں سب سے ارفع نام پروفسیر اردون فشر کا ہے۔ (1867-1947) جس نے اپنی معروف کتاب "زر کی قوت خرید The Purchasing Power of Money" میں نظریہ مقدار زر کو سانچے میں ڈھال دیا۔ اس نے نظریے کی وضاحت کے لیے ایک مساوات مبادلہ وضع کی جو مقدار زر اور سطح قیمت کے درمیان ایک واضح تعلق قائم کرتی ہے۔

6.4۔ نظریے کے بنیادی تصورات

(الف) مقدار زر اور سطح قیمت کا باہمی تعلق

قدر زر میں تبدیلی کیوں ہوتی ہے۔ ایسا کیوں ہوتا ہے۔ کہ کسی وقت میں قیمتوں میں عام اضافہ ہونے لگتا ہے۔ جبکہ کسی دوسرے موقع پر قیمتیں کم ہونے لگتی ہیں۔ بعض معاشین کی رائے میں قیمتوں کی عام سطح میں تبدیلیوں اور مقدار زر میں تبدیلیوں میں قریبی تعلق پایا جاتا ہے یہ خیال فروغ پذیر ہوا اور نظریہ مقدار کے سانچے میں ڈھل گیا۔

(ب) زیادہ زر بلند تر طلب قیمتیں

نظریہ مقدار زر یہ ہے کہ قیمتوں کی عام سطح کا زیادہ تر دار و مدار ملک میں موجود کل مقدار زر پر ہوتا ہے۔ فرض کریں کہ کسی ملک کی حکومت ایک دم عوام پر مہربان ہو جاتی ہے۔ ہر شہری کو ایک ایک روپے کا عطیہ دیتی ہے۔ اب لوگوں کے پاس خرچ کرنے کو زیادہ روپیہ ہو گا اور وہ اشیاء اور خدمات خریدنی شروع کریں گے۔ لیکن مقدار زر میں جو اضافہ ہوا ہے اس کی بنیاد اشیاء اور خدمات کی مقدار میں کوئی تبدیلی نہیں ہوگی۔ جب اشیاء اور خدمات کی مقدار پر زیادہ روپیہ خرچ کیا جائے گا تو قیمتوں میں اضافہ ناگزیر ہو جائے گا۔ جتنا زیادہ روپیہ خرچ کیا جائے گا قیمتوں میں اتنا ہی اضافہ ہوگا۔

سطح قیمت اور قدر زر

سطح قیمت اور قدر زر کے درمیان کیا تعلق پایا جاتا ہے۔ سطح قیمت اور قدر زر کے درمیان مکوس (متضاد) تعلق ہوتا ہے۔ جب سطح قیمت بلند ہوتی ہے تو قدر زر میں مقدار زر سے مکوس (Inverse) رد و بدل ہوتا ہے۔

پروفیسر ٹارگ کا موقف

پروفیسر ٹارگ نے نظریہ مقدار زر میں بیان کیا ہے۔ مقدار زر کو دگنا کر دیا جائے تو دیگر حالات بدستور رہنے کی صورت میں قیمتیں پہلے کی نسبت دگنی ہو جائیں گی اور قدر زر اُدھی رہ جائے گی۔ مقدار زر کو آدھا کر دیا جائے۔ تو قیمتیں پہلے کی نسبت اُدھی رہ جائیں گی اور قدر زر دگنی ہو جائے گی۔

7۔ خود آزمائی

سوال نمبر 1۔ مندرجہ ذیل غالی جگہوں کو مناسب الفاظ سے پر کیجیے۔

- 1۔ اگر آپ کے پاس _____ نہیں ہے تو آپ کوئی چیز خرید نہیں سکتے۔
- 2۔ قیمتوں کے ضمن میں زر ایک _____ اکائی بھی ہے۔
- 3۔ _____ سے قرضوں اور قیمتوں کا اظہار کیا جاتا ہے۔
- 4۔ _____ صارفین اور آجروں کے لیے برابر کا فائدہ پہنچاتا ہے۔
- 5۔ زر کے استعمال سے صاف زیادہ سے زیادہ _____ حاصل کرتا ہے۔
- 6۔ زر کا غذی پر نقش کاری کے ذریعہ _____ کو کسی سے بچایا جاسکتا ہے۔
- 7۔ پاکستان میں نوٹ جاری کرنے کا اختیار _____ بینک کو ہے۔

سوال نمبر 2۔ ہر بیان کے آخر پر درست اور غلط الفاظ تحریر ہیں بیان کی روشنی میں درست یا غلط لفظ کے گرد دائرہ کا نشان لگائیے۔

- | | |
|----------|--|
| درست/غلط | 1۔ زر کی کم مقدار سے ہم زیادہ اشیاء خرید سکتے ہیں۔ |
| درست/غلط | 2۔ اشیاء کی خرید کے لیے زر کیس بھی کام نہیں آتا۔ |
| درست/غلط | 3۔ آکر قدر کی عدم موجودگی میں مبادلہ کا نظام بہتر تھا۔ |
| درست/غلط | 4۔ زر کو بھی اشیائے صرف میں شمار کیا جاتا ہے۔ |
| درست/غلط | 5۔ موجودہ دور میں خدمت کے بدلے خدمت کا رواج ہے۔ |

درست/غلط

6۔ اجٹائی زر اور کاغذی زر میں بہت فرق ہے۔

درست/غلط

7۔ زر ہے کو زر کے طور پر استعمال کرنا وقت طلب ہے۔

درست/غلط

8۔ زر کاغذی آسانی سے نقل پذیر ہے۔

درست/غلط

9۔ تمام ممالک میں کوئی ایک ہی نام سے مشہور ہے۔

سوال نمبر 3 ہر سوال کے نامکمل بیان کو مکمل کرنے کے لیے کچھ جیسے تحریریں بیان کو مکمل لانے کے لیے درست جملہ کے گرد دائرہ کا نشان لگائیے۔

1۔ زر

(الف) اشیاء کی خرید و فروخت میں استعمال ہے۔

(ب) خدمت کے معاوضہ میں بھی ادا کیا جاتا ہے۔

(ج) صرف آلہ مبادلہ ہے۔

(د) تمام تفاعل میں استعمال ہوتا ہے۔

2۔ زر کی عدم موجودگی میں

(الف) اشیاء کا اشیاء سے تبادلہ ہوتا تھا۔

(ب) کوئی شخص اپنی ضرورت پوری نہیں کر سکتا تھا۔

(ج) اشیاء کے تبادلہ کی ضرورت پوری پیش ہی نہیں آتی تھی۔

(د) اشیاء بغیر کسی قدر اندازہ کے وصول کر لی جاتی تھیں۔

3۔ موجودہ دور میں

(الف) اشیاء کا مبادلہ بالکل نہیں ہوتا۔

(ب) صرف بیرونی ملکوں سے اشیاء کا مبادلہ ہوتا ہے۔

(ج) براہ راست مبادلہ کی مثال ملتی ہے۔

(د) تمام اشیاء کی خرید و فروخت کا کوئی مخصوص آلہ مبادلہ نہیں ہے۔

4۔ زر مبادلے کا آلہ

(الف) اور معیاری اکائی بھی ہے۔

(ب) اور براہ راست قابل استعمال بھی ہے۔

(ج) ہے مگر ناقابل تقسیم پذیر ہے۔

(د) ہے مگر بعض ملکوں میں قابل قبول نہیں ہے۔

8 جوابات

سوال نمبر 1-

- | | | |
|---------|------------|----------|
| (1) رقم | (2) معیاری | (3) زر |
| (6) زر | (5) تسکین | (6) جعبی |
| (7) نیٹ | | |

سوال نمبر 2-

- | | | |
|---------|----------|----------|
| (1) غلط | (2) غلط | (3) غلط |
| 4 غلط | (5) غلط | (6) درست |
| 7 درست | (8) درست | (9) غلط |

سوال نمبر 3-

- | | | |
|-------|---------|-------|
| (1) د | (2) الف | (3) ج |
| (4) د | | |

ہیمرہ کاری

تحریر: محمد اسلم
نظر ثانی: علی حسن مظفر

یونٹ کا تعارف

آج کے ترقی یافتہ دور میں انسان کو قوت لایوت کے لیے اور پھر اپنے کاروبار کو وسعت دینے کے لیے مگر کی چار دیواری سے نہیں بلکہ سمندر کی حدود کو بھی عبور کرنا پڑتا ہے۔ جس قدر کاروبار میں وسعت ہوتی جاتی ہے خطرات بھی بڑھتے جاتے ہیں۔ مال خرید و فروخت، چوری، آگ یا دیگر حادثات کی نذر ہو سکتا ہے۔ خطری اور بحری راستہ پر برابر کے خطرات منڈلاتے رہتے ہیں۔ جان و مال کی تباہ کاری کا ناقص موصول کرنے کے لیے مختلف کمپنیوں سے متعلقہ پالیسیاں خریدی جاسکتی ہیں۔ جس کا اس یونٹ میں ذکر کیا گیا ہے۔

دور حاضر میں اس بات کی اہم ضرورت تھی کہ طلباء اور دیگر کاروباری حضرات کی نقصان کی صورت میں تلافی کے لیے رہنمائی کی جائے لہذا ممکنہ حد تک اس یونٹ میں بیمہ کی ضرورت، زندگی کے بیمہ، آگ کے بیمہ، بحری بیمہ یا سمندری بیمہ اور حادثاتی بیمہ پر روشنی ڈالی گئی ہے۔

یونٹ کے مقاصد

اس یونٹ کے مطالعہ سے طلباء اس قابل ہو جائیں گے کہ :

- 1۔ بیمہ کاری کا پس منظر اور تاریخ بیان کر سکیں۔
- 2۔ بیمہ کاری کے کاروبار کی وضاحت کر سکیں۔
- 3۔ عملی زندگی میں ضرورت پڑنے پر خود بیمہ کر سکیں اور بیمہ کاری کو بطور پیشہ اپنانے کی صورت میں لوگوں کا بیمہ کر سکیں۔
- 4۔ بیمہ کے متعلقہ تمام بنیادی اصطلاحات پر روشنی ڈال سکیں
- 5۔ بیمہ کاری کی معاشی اہمیت و افادیت اور اس کے طریق کار کی وضاحت کر سکیں۔
- 6۔ نقصانات کی صورت میں تصفیہ کے متعلقہ معاملات کو نمٹا سکیں۔

فہرست مضامین

صفحہ

مضامین

| | |
|-----|--|
| 541 | 1- بیمہ کاری |
| 541 | 1.1 — بیمہ کاری کی تعریف |
| 541 | 1.2 — فریقین بیمہ |
| 542 | 1.3 — معاہدہ بیمہ کی خصوصیات |
| 543 | 2- بیمہ کی ضرورت |
| 544 | 2.1 — بیمہ کی اقسام |
| 544 | 3- زندگی کا بیمہ |
| 545 | 3.1 — زندگی کے بیمہ کی اہمیت |
| 546 | 3.2 — زندگی کے بیمہ کے اصول |
| 548 | 3.3 — زندگی کے بیمہ کے حصول کا طریقہ کار |
| 550 | 3.4 — زندگی کے بیمہ کی اقسام |
| 551 | 3.5 — مطالبات کا تصفیہ |
| 551 | 4- آگ کا بیمہ |
| 553 | 4.1 — آگ کے بیمہ کے لوازمات |
| 554 | 4.2 — آگ کے بیمہ کا طریق کار |
| 555 | 4.3 — تجویز و قبولیت |
| 558 | 4.4 — آگ کے بیمہ کی اقسام |
| 559 | 4.5 — آگ کے بیمہ اور زندگی کے بیمہ کا موازنہ |
| 560 | 5- بحری یا سمندری بیمہ |
| 560 | 5.1 — بحری بیمہ کی تعریف |
| | 5.2 — بحری بیمہ کے اصول |

| | |
|-----|---|
| 561 | 5.3 - بحری بیمہ کی اقسام |
| 563 | 5.4 - بحری بیمہ کروانے کا طریق کار |
| 564 | 5.5 - بحری بیمہ کی بنیادی شرائط یا ذمہ داریاں |
| 564 | 6 - حادثاتی بیمہ |
| 564 | 6.1 - حادثاتی بیمہ کی دست |
| 568 | 6.2 - حادثاتی بیمہ کی تعریف |
| 568 | 6.3 - حادثاتی بیمہ کی اقسام |
| 571 | 6.4 - حادثاتی بیمہ کا طریق کار |
| 572 | 7 - خود آزمائش |
| 574 | 8 - حجابات |

1۔ بیمہ کاری

(INSURANCE)

1.1۔ بیمہ کاری کی تعریف (Definition of Insurance)

”فریقین کے درمیان ایک ایسا تحریری معاہدہ جس میں ایک فریق بعوض پریمیم دوسرے فریق کو اس کی جان و مال کے نقصان (جو کہی گئی آئندہ کے وقوع پر موقوف ہو) کی تلافی کرنے کا وعدہ کرے بیمہ کہلاتا ہے۔“ مختصراً نقصان کی تلافی کرنے کے معاہدہ کو بیمہ کہتے ہیں۔“

1.2۔ فریقین بیمہ

فریقین بیمہ کے معاہدہ میں دو فریق ہوتے ہیں۔

1۔ بیمہ دار (Insured) یا (Assurer)

2۔ بیمہ کرنے والا (بیمہ کینی) یا (Assurer) بیمہ دہندہ وہ رقم جو بیمہ دار بیمہ دہندہ کو ادا کرتا ہے۔ خواہ اس کی ادائیگی یکمشت ہو، سالانہ یا ششماہی، سہ ماہی یا ماہوار۔ پریمیم کہلاتی ہے بیمہ کے وہ کاغذات جن پر قواعد و ضوابط اور شرائط بیمہ پالیسی تحریر ہوں۔ اسے (Insurance Policy) کہتے ہیں اور وہ رقم جس کے لیے بیمہ کرایا جائے بیمہ شدہ رقم کہلاتی ہے۔

بیمہ کی مندرجہ ذیل تعریف سے یہ امر واضح ہے کہ بیمہ کرا لینے سے خطرات کو ٹالا یا ختم نہیں کیا جاسکتا ہے بلکہ خطرات ایک دوسرے فریق یعنی بیمہ کینی کو منتقل ہو جاتے ہیں۔ اور ان خطرات کی ذمہ داری قبول کرنے کا معاوضہ پریمیم یا قسط کی صورت میں ادا کیا جاتا ہے۔

1.3۔ معاہدہ بیمہ کی خصوصیات (Characteristics)

- 1۔ یہ معاہدہ تحریری ہوتا ہے۔
- 2۔ اس معاہدہ میں دو فریق ہوتے ہیں۔
- 3۔ اس معاہدہ میں ایک فریق بعوض پریمیم دوسرے فریق کے جان و مال کے نقصان کی تلافی کا اقرار کرتا ہے۔
- 4۔ پریمیم یا قسط کی ادائیگی کی مدت کا تعین معاہدہ سے پیشگی طے پا جاتا ہے۔ جو کہ عام طور پر یکمشت۔ سالانہ یا ششماہی

2۔ بیمہ کی ضرورت

(NEED OF INSURANCE)

حضرت انسان میں پیش بینی اور دور اندیشی کا جوہر ایک فطری چیز ہے۔ کیونکہ زمانہ قدیم سے جب کہ انسان اس کرہ ارض پر آباد ہوا، اسے اپنی جان اور مال کا مختلف خطرات سے واسطہ پڑا، جس کے نتیجے میں اسے کبھی جانی اور کبھی مالی نقصان اٹھانا پڑا۔ فکر مال اور بیوی بچوں کے روشن مستقبل و دور اندیشی اور پیش بینی کے جوہر کو اور بھی چمکانے میں معاون ثابت ہوا اور اس حقیقت نے انسان کو کچھ نہ کچھ پس انداز کرنے پر بھی مجبور کیا۔

آج کے انسان نے اپنی خدا داد عقل و دانش اور فہم و فراست کی صلاحیت کی بدولت آسائشات اور تعلیقات کے دلفریب سامان پیدا کر کے دنیا کو بہشت کا منہ بنادیا ہے۔ مگر اس کے ساتھ ساتھ انسانی زندگی کے سر پر خطرات ہر وقت منڈلا رہے ہیں۔ ہر وقت حوادث کا خطرہ رہتا ہے۔ صورت حال یہ ہوتی ہے کہ کسی عزیز کو اسٹیشن پر خدا حافظ کئے گئے راستے میں ویگن نے کچل دیا۔ بازار سے سودا سلف خرید کر واپس آنے کی بجائے نقش واپس آگئی۔ دو لہا برات لے کر گیا۔ مگر گھر واپس زندہ لوٹنا نصیب نہ ہوا۔ پس دوسری پس سے ٹکرا گئی پس کلنا چرر اور ڈرائیور کی جان، ہان آفریں کے سپرد۔ مکان آگ لگنے سے خاکستر ہو گیا۔ اس طرح ایک شخص جو اپنے خاندان کا واحد کفیل ہو۔ کسی سانچو کا شکار ہو جائے یا کسی مرض میں مبتلا ہو کر اس دار فانی سے مدھار جائے تو ہو سکتا ہے کہ اس کے پس ماندگان شینے کے محتاج ہو جائیں یا کسی تاجر کا تجارتی جہاز باہر کے ملک جا رہا ہو اور وہ جہاز طوفان کی زد میں آ کر غرق ہو جائے تو ممکن ہے کہ وہ تاجر مفلس اور کوڑی کوڑی کے لیے محتاج ہو جائے۔ ان چند مثالوں سے واضح ہو جاتا ہے کہ انسان کو ان حادثات کی وجہ سے کس قدر شدید نقصانات برداشت کرنے پڑتے ہیں۔

چنانچہ حساس ارباب نظر نے لوگوں کو مرگ ناگمانی کے دل دوز میں منظر سے یہ سبق لیا ہے کہ وہ خدا کی شان بے نیازی سے مجبور ہیں اور مجبور رہیں گے۔ کیونکہ موت انسانی مرض کے مطابق نہیں آتی۔ عزرائیل کے ہاتھ ہلنے سے نہیں جا سکتے۔ مشیت ایزدی کے سامنے سب سرنگوں ہیں۔ کوئی دخل نہیں دے سکتا۔ مزدوروں کا انجام خدا جانے مگر باقی زندہ لوگ ہمارے معاشرے کا اہم حصہ ہیں۔ پس ماندگان کو زندہ درگور ہونے سے بچانے کے لیے اہل نظر کے غور و فکر اور تدبیر نے بیمہ کا ڈھانچہ اختیار کیا۔ کیونکہ انسانی حکمت عملی ہمیشہ اس کی کوشاں رہی ہے کہ ان ذرائع کو تلاش کیا جائے جس سے اُن بے کس اور مجبور افراد کے شدید اور خطرناک نقصان کا تدارک ہو سکے۔ انہی ذریعوں میں

سے ایک ذریعہ بیمہ ہے۔

انسانی تہذیب کی ترقی کے ساتھ ساتھ بیمہ کے معاہدات نے بھی مختلف شکلیں اختیار کی ہیں۔ اور اس نے بہت زیادہ اہمیت اختیار کر لی ہے۔ مثلاً اب ایک شخص اپنے ہاتھ پیر۔ آنکھیں وغیرہ کا بیمہ کر سکتا ہے۔ اس کے والدین اپنی اولاد کا تعلیم کے متعلق یا لڑکیوں کی شادی کی رقم سے متعلق بھی بیمہ کر سکتے ہیں۔ ہر شخص اس بات کا خواہاں ہے کہ اس کی ضمیمی کے زمانہ میں یا نامزدوں مالی حالات کے زمانہ میں اسے کچھ رقم حاصل ہو یا اس کی یہ خواہش ہوتی ہے کہ اپنی اولاد کے لیے کچھ اثاثہ چھوڑ جائے۔ جس سے ان کی مالی مدد ہو سکے۔ اب ان سب حالات میں بیمہ ان کا مددگار ہوتا ہے۔ جیسا کہ مندرجہ ذیل نکات سے واضح ہوتا ہے۔

کاروبار، جائیداد اور انسانی زندگی کے لیے بیمہ کی بہت زیادہ اہمیت ہے۔ اس اہمیت کو ہم بیمہ کی اقسام کے لحاظ سے کچھ اس طرح تقسیم کر سکتے ہیں۔

2.1۔ بیمہ کی اقسام

1۔ تجارت کے فروغ کے لیے

تجارتی سامان عام طور پر دور دراز کے علاقوں سے بحری جہازوں، ہوائی جہازوں، مال گاڑیوں اور ٹرکوں وغیرہ کے ذریعے سے منگواتے ہیں۔ دوران سفر سامان کو آگ لگنے، فضائی و سمندری خطرات سے نقصان پہنچنے کا احتمال ہوتا ہے۔ اگر سامان کا بیمہ نہ کر دیا گیا ہو تو نقصان مالک کو برداشت کرنا پڑتا ہے۔ بصورت دیگر نقصان بیمہ کمپنی کو منتقل ہو جاتا ہے۔ اگر مال کے بیمہ کا بندوبست نہ ہو تو تاجر مال باہر سے منگوانے کا خطرہ مول نہیں لیتے ہیں۔ جس سے تجارت پر بہت بڑے اثرات پڑتے ہیں، اور کاروبار مٹپ ہو کر رہ جاتا ہے۔ بیمہ کی مدد سے تاجر بڑے اطمینان سے اشیاء کا تبادلہ کرتے ہیں۔ جس سے تجارت کو فروغ ملتا ہے۔

2۔ اثاثہ جات اور جائیداد کے تحفظ کے لیے

اگر قیمتی اثاثہ جات مثلاً مکانات، دکانات، گوداموں وغیرہ کا بیمہ نہ کر دیا گیا تو زلزلہ، سیلاب، آتش زدگی وغیرہ سے نقصان کی صورت میں اکیلے مالک کو ہی نقصان برداشت کرنا پڑتا ہے۔ جس سے اس کی مالی حالت بُری طرح متاثر ہو جاتی ہے۔ بصورت دیگر نقصانات بیمہ کمپنی کو منتقل ہو جائیں گے۔ اور یہ پھر مالک نئے سرمے سے جائیداد حاصل کرنے کے قابل ہو جائے گا۔

3۔ زندگی

یہ زندگی ایک ماضی زندگی ہے۔ انسانی زندگی کا کوئی اعتبار نہیں نہ جانے اس جہاں سے کس وقت اگلے جہاد

کے لیے بلاوا آجائے۔ اگر انسان اپنا کم فوٹ ہو جائے اور اس کے لواحقین کے لیے کوئی جائیداد یا پس انداز کی ہوئی رقم نہ ہو تو انہیں مالی مشکلات کا سامنا کرنا پڑتا ہے۔ یہ بھی ہو سکتا ہے کہ انسان کسی حادثے کی بنا پر ناکارہ ہو جائے اور وہ کوئی کام نہ کر سکے۔ اکثر ایسا دیکھنے میں آیا ہے کہ بعض لوگ جب ابھی خاصی آمدنی حاصل کر رہے ہوتے ہیں، تو بعد میں بہتر زندگی گزارنے میں اور پس انداز نہیں کرتے، لیکن جب وہ بوڑھے ہو جاتے ہیں تو ان کے کمانے کی قوت میں کمی آجاتی ہے۔ وہ زیادہ کام نہیں کر پاتے۔ ان دنوں انہیں اپنے پیٹ کے جسم کی آگ بجھانے کے لیے سادہ غذا تک بھی میسر نہیں آتی۔ ایسے حالات میں اگر ایسے اشخاص نے اپنی زندگیوں کا بیمہ کر رکھا ہو تو انہیں برٹھاپے میں کافی رقم مل جاتی ہے جس سے وہ اپنی زندگی بہتر طور پر گزارنے کے قابل ہو جاتے ہیں۔ بصورت دیگر ان کی موت کے بعد ان کے پسماندگان کو کافی رقم مل جاتی ہے۔

مزید برآں بیمہ کمپنیاں چوں کہ بیمہ کی رقم چھوٹی چھوٹی اقساط میں وصول کرتی ہیں جو کہ ”قطرہ قطرہ دریا می شد“ کے مترادف کافی بڑی رقم بن جاتی ہے۔ جسے قومی ترقیاتی منصوبوں میں لگا دیا جاتا ہے۔ جس سے یہ منصوبے تکمیل پذیر ہوتے ہیں۔ جن کی بدولت ملک ترقی و خوشحالی کی راہوں پر گنا گنا رہتا ہے۔

زندگی کا بیمہ افراط زر کو روکنے کا بھی ایک اہم اور مؤثر طریقہ ہے۔

3- زندگی کا بیمہ

(LIFE INSURANCE)

زندگی کے بیمہ کی تعریف

زندگی کے بیمہ کا معاہدہ وہ معاہدہ ہے جس میں بیمہ دہندہ بعض ایک خاص پرییم (قسط) کے اس کی ذمہ داری لیتا ہے کہ بیمہ دار کو معینہ مدت کے بعد یا بیمہ دار کی موت پر اگر معینہ مدت سے پہلے واقع ہو) وہ رقم ایک مقررہ رقم منافع یا بغیر منافع کے (جیسے طے پایا ہو) متوفی کے نامزد شدہ شخص کو یا اس کے ورثاء کو ادا کرے گا۔ بیمہ دہندہ کو (Assurer) اور بیمہ دار (Assured) کہتے ہیں۔

اس بیمہ میں رقم کا ملنا یقینی بات ہے۔ چاہے نقصان ہو یا نہ ہو۔ تلافی و نقصان کا اصول اس بیمہ میں لاگو نہیں ہوتا۔ اگر ایک شخص کی موت واقع نہیں ہوتی تو بھی اس کو ایک خاص مدت کے بعد رقم وصول ہو جاتی ہے۔

3.1- زندگی کے بیمہ کی اہمیت

1- سماجی ضرورت

بیمہ زندگی ایک اہم سماجی ضرورت اور موجودہ وقت کا اہم ترین تقاضا ہے۔

2- پس اندازی کا ذریعہ

زندگی کا بیمہ کم از کم رقم کی واپسی خرید کر بھی کروایا جاسکتا ہے۔ جس سے ہر دہے کے لوگ استفادہ کر سکتے ہیں۔ جس بیمت کا رجحان بڑھتا ہے۔ اس طرح بیمہ کمپنی جمع شدہ رقم سے سرمایہ کاری کرتی ہے۔ جو ملک کے مجموعی اثاثہ جات میں اضافہ کا باعث بنتی ہے۔

3- مالی ضمانت

موت واقع ہو جانے کے بعد متوفی کے پس ماندگان کے لیے بیمہ ایک مالی ضمانت ہوتی ہے۔

4- بڑے ایام کی پیش بندی

اکثر دیکھنے میں آتا ہے کہ بعض لوگ جب اچھی خاصی کمائی کر رہے ہوتے ہیں اور اپنی زندگی بڑی خوشحالی سے گزار رہے ہوتے ہیں۔ مگر پس انداز نہیں کرتے۔ لیکن جب بڑے ہو جاتے ہیں تو ان کے کمانے کی طاقت کم ہو جاتی ہے وہ زیادہ کام نہیں کرتے ان دنوں انیس دو وقت کا پیٹ سبر کر کھانا بھی نصیب نہیں ہوتا۔ اس طرح اگر کسی خاندان کا کمانے والا بغیر کچھ رقم پس انداز کیے ہوئے مرجائے تو اس کے لواحقین کو غربت میں دن گزارنے پڑتے ہیں۔ ان حالات میں اگر ایسے اشخاص نے اپنی زندگیوں کا بیمہ کروا رکھا ہو تو پہلی حالت میں اسے خود بڑھاپے میں کافی رقم مل جاتی ہے۔ جس سے وہ اچھی زندگی گزار سکتا ہے۔ دوسری صورت میں اس کے مرنے کے بعد اس کے پس ماندگان کو کافی رقم مل جاتی ہے۔ جس سے وہ بڑے دنوں کا آسانی سے مقابلہ کر سکتے تھے۔

5- افراط زر کی روک تھام میں مدد

اس کے علاوہ بیمہ کمپنیاں تمام بیمہ کرانے والوں سے بیمہ کی رقم اقساط کی صورت میں وصول کرتی رہتی ہیں جو کہ تھوڑی تھوڑی کر کے کافی بڑی رقم بن جاتی ہے۔ جسے قومی ترقیاتی کاموں میں لگا دیتی ہے۔ اس طرح ملک کے ترقیاتی منصوبوں کی تکمیل میں کافی مدد ملتی ہے۔

زندگی کا بیمہ افراط زر کو روکنے کا بھی ایک مؤثر طریقہ ہے کیونکہ اس طرح لوگ اپنی وافر رقم بیمہ کمپنی کے حوالے کر دیتے ہیں جس سے ان کی قوت خرید میں کمی آجاتی ہے۔ اور وہ غیر ضروری اشیاء کی خریداری سے اجتناب کرتے ہیں۔ مندرجہ بالا نکات کے پیش نظر زندگی کے بیمہ کو عوام میں مقبول بنانا بے حد ضروری ہے۔

2.3- زندگی کے بیمہ اصول

1- حد سے زیادہ اعتبار و اعتماد کا اصول

زندگی کے بیمہ میں حد سے زیادہ اعتبار و اعتماد کا اصول کارفرما ہوتا ہے۔ زندگی کے بیمہ میں بیمہ کروانے والا بیمہ کمپنی کو اپنی صحت کے بارے میں صحیح معلومات و کوائف بہم پہنچاتا ہے۔ تاکہ بیمہ کمپنی پالیسی کی رقم اور پیسہ کی رقم کا صحیح صحیح تعین ہو سکے۔

اگر کوئی شخص غلط اطلاعات بہم پہنچائے تو اطلاع ملنے پر بیمہ کمپنی معاہدہ منسوخ کرنے کی مجاڑ ہوتی ہے۔

2۔ قابل بیمہ حقوق کا اصول

بیمہ کرنے والے شخص کو قابل بیمہ حقوق کا حاصل ہونا اشد ضروری ہوتا ہے۔ ان حقوق کے اہم نکات درج ذیل ہیں۔

- 1۔ ہر شخص کو اپنی زندگی سے متعلق قابل بیمہ حقوق حاصل ہوتے ہیں۔
- 2۔ شوہر کو اپنی بیوی کی زندگی اور بیوی کو اپنے شوہر کی زندگی کے قابل بیمہ حقوق حاصل ہوتے ہیں۔
- 3۔ والدین کو اپنی اولاد اور اولاد کو اپنے والدین کی زندگی کے قابل بیمہ حقوق حاصل ہوتے ہیں۔
- 4۔ ایک قرض خواہ کو اپنے قرض دار کے قابل بیمہ حقوق حاصل ہوتے ہیں۔ یہاں یہ امر قابل ذکر ہے کہ زندگی کے بیمہ میں تلافی و نقصان کے اصول کا اطلاق نہیں ہوتا۔ کیونکہ بیمہ کمپنی کو بیمہ شدہ رقم بیمہ کرانے والے کی موت پر یا ایک مقررہ مدت کے بعد ادا کرنا ہوتی ہے۔ بیمہ کی اس قسم میں بیمہ شدہ رقم کا ملنا یقینی بات ہوتی ہے چاہے نقصان ہو یا نہ ہو اس کے برعکس بحری اور آگ کے بیمہ میں کمپنی عزت نقصان کی تلافی کا وعدہ کرتی ہے۔ اگر نقصان نہ ہو تو پھر اس کی تلافی کا سوال ہی پیدا نہیں ہوتا۔

3.3۔ زندگی کے بیمہ کے حصول کا طریق کار (Procedure of Life Assurance)

جب کوئی شخص اپنی یا کسی دوسرے شخص کی زندگی پر اس کا بیماری مفاد ہو، یعنی جس کی زندگی کے بارے میں قابل بیمہ حقوق حاصل ہوں، کے بیمہ کے حصول کا خواہشمند ہوتا ہے اسے درج ذیل کام کرنا پڑتا ہے۔

- 1۔ ایجاب / تجویز
- 2۔ عمر کے ثبوت کے تصدیق نامہ کی فراہمی
- 3۔ طبی / ڈاکٹری معائنہ کا حصول
- 4۔ منظوری کا حصول
- 5۔ بیمہ پالیسی کی فراہمی یا اجراء
- 6۔ ایام میں رعایت یا بھوٹ

1۔ ایجاب یا تجویز کا فارم (Proposal Form)

زندگی کے بیمہ کے خواہشمند شخص کو سب سے پہلے بیمہ کمپنی یا اس کے ایجنٹ سے ایک ایجابی فارم حاصل کرنا ہوتا ہے۔ اس میں سے بہت سے کوائف سوالیہ شکل میں دیئے ہوتے ہیں۔ جن کے جوابات کی روشنی میں بیمہ کمپنی ایجاب کنندہ کی عمر، اس کے پیشہ، کوئی خطرناک مرض (جس میں وہ پہلے کبھی مبتلا رہ چکا ہو)، خونی رشتہ داران (بھائی، بہن، والدین کی موت کے اسباب اگر وہ

نوٹ ہو چکے ہوں۔ اگر موت واقع ہو جائے۔ تو بعد کے ورثاء کون ہوں گے۔ وغیرہ کے متعلق معلومات اکٹھی کرتی ہے۔ اس کے علاوہ اس فارم میں بیمہ کر دانے والے کے دود و دستوں کے نام اور پتے بھی دریافت کیے گئے ہوتے ہیں۔ جن سے بیمہ کمپنی مزید معلومات حاصل کر سکتی ہے۔

2- پیدائش تصدیق نامہ کی فراہمی (certificate of date of Birth)

زندگی کا بیمہ کر دانے والے کے لیے بیمہ کر داتے وقت جو سب سے ضروری دستاویز فراہم کرنا ہوتی ہے۔ وہ اس کی عمر کے بابت سرٹیفکیٹ ہوتا ہے۔ جس سے پتہ چلتا ہے کہ اس کی موجودہ عمر کتنی ہے۔ کیا جو وہ عمر بتا رہا ہے وہ سرٹیفکیٹ کے مطابق ہے۔ ایجاب کنندہ اپنی عمر جو ایجابی فارم میں تحریر کرتا ہے۔ اسے پیدائش تصدیق نامہ یا سکول کا تصدیقی نامہ پاسپورٹ اعلیٰہ بیان یا جنم پتر سے ثابت کیا جاسکتا ہے۔ گو عمر کا ثبوت فوری ضروری نہیں ہوتا۔ اور بیمہ دار اس کو کسی بھی وقت مہیا کر سکتا ہے۔ لیکن پھر بھی اسے لازم ہوتا ہے کہ وہ اپنی حیات میں اس کو مکمل کر دے اور بیمہ کمپنی سے اس کی قبولیت حاصل کرے بعد ازاں دیگر اس کی وفات پر اس کے لواحقین کو اس کی عمر کا ثبوت پیش پیش کرنے میں سہیدہ دقتیں پیش آسکتی ہیں۔

(Certificate of Medical Check Up)

3- طبی یا ڈاکٹری معائنہ

جب بیمہ کمپنی ایجابی (قبولیت) فارم کے جوابات سے مطمئن ہو جائے تو وہ اپنے منظور شدہ ڈاکٹر جو کہ اکثر بیمہ کمپنی کے ملازم ہوتے ہیں۔ بیمہ دار کا تفصیلی طبی معائنہ کر دیتا ہے۔ معائنہ کے بعد ڈاکٹر اپنی رپورٹ بیمہ کمپنی کو ارسال کر دیتا اس رپورٹ سے بیمہ داری کی عام صحت اور بیماریوں وغیرہ جن میں وہ مبتلا رہ چکا ہو یا ایسی بیماریاں جو اسے لاحق ہوں کا پتہ چل جاتا ہے۔

Acceptance of Proposal Form)

4- ایجاب کی منظوری

بیمہ کمپنی، تجویز فارم، ڈاکٹری رپورٹ اور دستوں کی طرف سے حاصل کردہ معلومات کی اچھی طرح سے جانچ پڑتال کرتی ہے۔ اگر کمپنی بیمہ دار کی فراہم کردہ اطلاعات کو تسلی بخش تسلیم کرے تو بیمہ کی تجویز منظور کر لی جاتی ہے۔ اور بیمہ کر دانے والے شخص کو بیمہ کی پہلی قسط ادا کرنے کو کہا جاتا ہے۔ جب پہلی قسط ادا کر دی جاتی ہے تو بیمہ کا معاہدہ تکمیل کو پہنچ جاتا ہے اور بیمہ کمپنی ذمہ دار بن جاتی ہے۔

(Assurance of Policy)

5- بیمہ پالیسی کی فراہمی یا اجراء

جب بیمہ کمپنی پہلی قسط وصول کر لیتی ہے۔ تو پھر وہ بیمہ پالیسی جاری کرتی ہے۔ جس پر بیمہ شدہ رقم کی مالیت کے حساب سے دستاویزی ٹکٹ لگا ہوتا ہے۔ اور اس پر بیمہ کمپنی کو دود و ڈائریکٹران اور ایک مینجر کے دستخط ہوتے ہیں اس میں کئی ایک کوالٹ ہوتے ہیں۔ مثلاً بیمہ کر دانے والے کا نام، پتر، قسط، بیمہ کی ادائیگی کی تاریخ اور مطالبات کی تفصیل وغیرہ۔

(Days of Grace)

ایام میں رعایت یا چھوٹ

پرمیم کی پہلی قسط ادا کر دینے کے بعد بیمہ دار کے لیے ضروری ہے کہ وہ پرمیم کی اقساط معاہدہ کے مطابق سالانہ، ہشماہی، سہ ماہی یا ماہانہ (جیسی بھی صورت ہو) مقررہ مدت کے اندر ادا کرتا رہے۔ اگر اس میں کسی قسم کی کوتاہی ہو تو بیمہ پالیسی کے ساقط ہونے کا خدشہ ہوتا ہے۔ بیمہ کمپنی نے اپنی طرف سے بیمہ دار کی سہولت کے لیے کچھ پرمیم کی ادائیگی کے سلسلہ میں کچھ اضافی دنوں کی رعایت بھی رکھی ہوتی ہے۔ انہیں رعایتی ایام بھی کہتے ہیں۔ یہ رعایتی دن ایک ماہ یا تیس یوم (ان میں جو مدت زیادہ ہو) کے ہوتے ہیں۔ اس مدت میں پرمیم کی غیر ادا شدہ قسط ادا کرنے کی رعایت ہوتی ہے۔ تاکہ پالیسی قائم رہے۔ کیونکہ اس میں طرفین کا ہی مفاد ہوتا ہے۔ یہ رعایت سالانہ ہشماہی، اور سہ ماہی قسطیں ادا کرنے سے متعلق ہوتی ہے۔ اگر بیمہ کی قسط ماہانہ ادا کی جا رہی ہو تو یہ رعایت پندرہ یوم کی ہوتی ہے۔ اگر ان ایام میں بھی پرمیم کی اقساط ادا نہ ہوں تو یہ پابندی پالیسی کی شرائط کے مطابق) پالیسی ختم اور غیر قانونی ہو جائے گی۔ لیکن اگر بیمہ دار رعایتی ایام کے دوران بغیر پرمیم کے ادا کیے فوت ہو جائے تو پالیسی ساقط نہ ہوگی۔ بلکہ پرمیم کی غیر ادا شدہ قسط کی رقم بیمہ شدہ رقم سے منہا کرنے کے بعد بیمہ کی باقی ماندہ رقم کے ورثاء یا اس کے نامزد شدہ فرد کو کر دی جائے گی۔

(Kinds of Life Insurance Policy)

3.4۔ زندگی کے بیمہ کی اقساط

بیمہ کی درج ذیل اقسام کا شمار زندگی کے بیمہ میں ہوتا ہے۔

1۔ معیاری یا مدتی بیمہ

بیمہ کی اس قسم کے تحت بیمہ ایک خاص مدت کے لیے کیا جاتا ہے۔ اگر بیمہ کرانے والا اس مدت تک زندہ رہے تو رقم اس کو جیتے جی مل جاتی ہے۔ ورنہ رقم اس کے ورثاء کو مل جاتی ہے۔ مدتی بیمہ میں ہم مدت کے لحاظ سے بیمہ کمپنی کو قسطیں ادا کرتے ہیں۔ اگر بیمہ کرانے والے کی موت چند ایک اقساط ادا کرنے کے بعد واقع ہو جائے تو پھر بھی بیمہ کمپنی اس بات کی پابند ہے کہ وہ بیمہ شدہ رقم اس کے لواحقین کو واپس کر دے۔ تاکہ وہ باعزت زندگی گزار سکیں۔

2۔ بامنافع اور بے منافع بیمہ

بیمہ کمپنی بامنافع اور بلامنافع دونوں قسم کی پالیسیوں کا اجراء کرتی ہے۔ بامنافع پالیسی کی صورت میں لگائی گئی رقم پرسود نہیں ملتا۔ اس لیے اسے قسط بیمہ تھوڑی ادا کرنی پڑتی ہے۔ اور اگر کوئی شخص بیمہ پر منافع (سود) لیتا ہے تو اسے قسط زیادہ ادا کرنی پڑتی ہے۔

(Whole life Policy)

3۔ کل عمری بیمہ

بیمہ کی اس صورت میں بیمہ کمپنی صرف اسی وقت ہی ادا کرتی ہے۔ جب واقعی ہی بیمہ دار مر جائے۔ مدت کے بعد

رقم بیمہ دار کے ورثہ کو مل جاتی ہے۔

4۔ میقاتی بیمہ

بیمہ نامہ کی اس قسم کے تحت بیمہ ایک خاص مدت کے لیے کو دیا جاتا ہے۔ اگر اس مدت میں بیمہ کرنے والا مر جائے تو بیمہ شدہ رقم بیمہ کمپنی ادا کر دے گی۔ اگر وہ مدت خیر و عافیت سے گزر گئی تو بیمہ کمپنی کچھ بھی ادا نہیں کرے گی۔

5۔ مشترکہ زندگی کا یا مشترکہ بیمہ

بیمہ کی اس قسم میں دو، تین یا چار اشخاص یا کوئی ایک خاندان مل کر بیمہ کو دالیتا ہے۔ ان بیمہ کروانے والے افراد میں سے اگر کوئی ایک بھی فوت ہو جائے تو بیمہ کمپنی رقم ادا کر دیتی ہے۔

(Group Insurance)

6۔ جماعتی بیمہ

بیمہ کی یہ قسم کسی دفتر یا ادارہ کے ملازمین کی سہولت کے لیے بیمہ کمپنی پیش کرتی ہے۔ اس میں خیال رکھا جاتا ہے کہ شروع ہی سے کسی دفتر کے ملازمین ایک گروپ کی صورت میں اس بیمہ میں شریک ہو جائیں۔ اگر تمام ملازم شامل نہ ہوں تو اس ادارہ یا دفتر سے پچھتہ صفا افراد ابتداء میں اس بیمہ کے خواہشمند ہوں تو بیمہ کمپنی اس تعداد کو مناسب سمجھتی ہے اور بیمہ پالیسی جاری کر دیتی ہے۔ اس بیمہ میں ایک گروپ کے لیے صرف ایک پالیسی جاری کی جاتی ہے۔ اور بیمہ کا تصدیق نامہ اس گروہ کے ہر فرد کو دیا جاتا ہے۔ گروہ کے ہر فرد کو بیمہ کا تحفظ اس وقت تک رہتا ہے جب تک وہ اس گروہ یا گروپ کا ممبر ہے اگر وہ اس ادارہ سے الگ ہو جائے تو وہ تحفظ ختم ہو جائے گا۔ لیکن بیمہ کمپنی عموماً یہ اختیار اس فرد کو دیتی ہے کہ اگر وہ چاہے تو انشیت بیمہ کی تصدیق نامہ کو اپنی زندگی کے بیمہ میں عمر کے لحاظ سے تبدیل کر سکتا ہے۔

جماعتی بیمہ کے لیے طبی مسائل کی قید یا پابندی نہیں ہوتی۔ جہاں تک گروہ کے افراد کا تعلق ہے۔ بیمہ کمپنی اس ادارہ یا دفتر وغیرہ کے افراد کی مجموعی تعداد کو آبادی کا ایک ہی نمونہ سمجھتی ہے۔ اور پرمیم کی رقم اس آبادی کو دیکھتے ہوئے مقرر کرتی ہے۔ اس گروہ کا اگر کوئی فرد یا افراد فوت ہو جائیں تو بیمہ شدہ رقم اس کے ان ورثہ کو مل جاتی ہے۔

7۔ بچوں کی تعلیم و تربیت کا بیمہ

یہ بیمہ بچوں کی تعلیم و تربیت کی غرض سے کیا جاتا ہے۔ تاکہ بوقت ضرورت بچوں کو ایک معقول رقم ملے۔ اس مقصد کے لیے والدین اقساط کی ادائیگی۔ ایک مقررہ مدت تک یا اپنی موت تک کرتے رہتے ہیں۔ ان کی موت کے بعد ایک خاص رقم ایک خاص مدت تک ان کے بچوں کو ملتی رہتی ہے۔ تاکہ وہ اپنی تعلیم کے اخراجات برداشت کر کے اپنی تعلیم کی تکمیل کر سکیں۔ بیمہ کی اس قسم کو ووراندیجی کا بیمہ بھی کہا جاتا ہے۔

8۔ شادی کے لیے بیمہ

یہ بیمہ والدین اپنے بچوں کی شادی بیاہ کے لیے حاصل کرتے ہیں۔ وہ تھوڑی تھوڑی رقم بیمہ کمپنی کو باقاعدگی سے ادا کرتے

رہتے ہیں - انہیں ایک عرصہ کے بعد اپنے بچوں کی شادی کے لیے ایک خطیر رقم مل جاتی ہے - اس طرح والدین اپنے بچوں کی شادی کے اخراجات کے تفکرات سے آزاد ہو جاتے ہیں -

(Annuity)

9۔ بیمہ سالانہ آمدنی یا سالانہ وظیفہ ادائی بیمہ

عام طور پر بیمہ کمپنیاں سالانہ وظیفہ دستاویزات بھی فروخت کرتی ہیں - اور جو شخص انہیں سالانہ ادائیگی کے معاہدہ کے تحت خرید کرتا ہے وہ سالانہ خریدار (وظیفہ دار) کہلاتا ہے - سالانہ وظیفہ ادائی کے بیمہ میں خریدار اس دستاویز کی قیمت یکمشت ادا کرتا ہے جس کے بعد بیمہ کمپنی ذمہ دار بن جاتی ہے - کہ وظیفہ دار کو ایک مقررہ رقم اس کی تاحیات ادا کرتی رہے - یہ دستاویز بیمہ پالیسی بالکل برعکس ہوتی ہے - مثال کے طور پر بیمہ دار کو تاحیات پر بیمہ ادا کرنا پڑتا ہے - اور اس کے فوت ہونے پر بیمہ کی رقم قابل ادائیگی ہوتی ہے - لیکن اس کے برعکس سالانہ وظیفہ ادائی کی دستاویز میں وظیفہ دار ابتدا ہی میں یکمشت رقم ادا کر دیتا ہے - اور بیمہ کمپنی اس کے عوض اسی کو سالانہ وظیفہ مقررہ اوقات میں تاحیات ادا کرتی رہتی ہے اور اس کے فوت ہونے پر یہ ختم کر دی جاتی ہے -

10۔ محدود ادائی پالیسی بیمہ

اس بیمہ پالیسی کے تحت بیمہ کی اقساط کی ادائی ایک مقررہ محدود مدت مثلاً پانچ دس یا پندرہ سال گزرنے کے بعد ختم ہو جاتا ہے - لیکن بیمہ کا معاہدہ قائم و دائم رہتا ہے - مثال کے طور پر اگر کسی نے عمری بیمہ پالیسی خرید رکھی ہو اور یہ محدود پالیسی کے تحت ہو تو بیمہ دار پر بیمہ کی اقساط ایک مقررہ مدت تک جو کہ بیمہ کی مدت سے کم مدت ہوتی ہے ادا کرنے کے بعد اپنی ذمہ داری سے براء الذم ہو جاتا ہے - اس کے بعد اس کے فوت ہونے پر بیمہ کی رقم اس کے ورثاء کو ادا کر دی جائے گی -

11۔ بیمہ قرضہ

قرضہ کا بیمہ ایک معینہ مدت کے لیے کیا جاتا ہے - اگر اس مدت کے اندر قرض دار دیوالیہ ہو جائے یا منکر ہو جائے یا فوت ہو جائے اور قرضہ ادا نہ ہو تو مدت گزرنے پر رقم بیمہ کمپنی ادا کرتی ہے عموماً اس قسم کا بیمہ مہبت متورے عرصہ کے لیے ہوتا ہے -

3.5۔ مطالبات کا تصفیہ

زندگی کے بیمہ کی صورت میں بیمہ کی مدت ختم ہونے پر یا بیمہ کرنے والے کے انتقال پر بیمہ شدہ رقم کی ادائیگی کا سوال پیدا ہوتا ہے - اگر بیمہ کرنے والا خود زندہ ہو تو بیمہ کمپنی رقم اسے ادا کرے گی - اسے صرف یہ ثابت کرنا ہو گا کہ یہ وہی شخص ہے جس نے بیمہ کرایا تھا - اگر بیمہ کرنے والا فوت ہو گیا تو اس کے ورثاء کو مندرجہ ذیل کاغذات پیش کرنے پڑتے ہیں -

- 1۔ اموات کے رجسٹر سے بیمہ کرنے والے کی موت کا ثبوت -

- 2- صداقت نامہ وراثت۔
- 3- کسی ایسے شخص کا ثبوت جو متوفی کے جائزے میں شامل ہوا تھا۔
- 4- اس ڈاکٹر کا صداقت نامہ جس نے متوفی کا علاج کیا ہو۔
- 5- بیمہ کمپنی تمام دستاویزات کی ضروری جانچ پڑتال کے بعد بیمہ کی رقم وراثہ کو ادا کر دیتی ہے۔

4- آگ کا بیمہ (Fire Insurance)

آگ کا بیمہ ایک ایسا معاہدہ ہوتا ہے۔ جس کے تحت بیمہ کمپنی بیمہ کو لانے والے سے اس بات کا وعدہ کرتی ہے۔ کہ مقررہ مدت میں متعلقہ مال و اسباب یا جائیداد کو آگ کی وجہ سے اگر نقصان ہوا تو وہ اس کی تلافی کرے گی۔ آگ کے بیمہ کے تحت بیمہ کمپنی نقصان کی صورت میں اسے پورا کرنے کی ذمہ دار ہوتی ہے۔ اسی طرح بیمہ کرانے والا قسط بیمہ ادا کرنے کا ذمہ دار ہوتا ہے۔

4.1- آگ کے بیمہ کے لوازمات (Essentials of Insurance)

دونوں فریقوں کے درمیان باہمی اعتماد اور خلوص کا ہونا اشد ضروری ہوتا ہے کوئی ایک دوسرے کو دھوکہ فریب دینے کی کوشش نہ کرے۔ معاہدہ کا ہر شرط واضح ہونا چاہیے۔ تاکہ بعد میں غلطی سے بچ سکیں ہر طور درج ذیل اصول آگ کے بیمہ کے لیے لاگو ہوتے ہیں۔

1- قابل بیمہ حقوق

مال اسباب کو بیمہ صرف وہی شخص کروا سکتا ہے۔ جس کو اس پر قابل بیمہ حقوق حاصل ہوں۔ مثال کے طور پر ایک بس کا بیمہ اس کا مالک کر سکتا ہے۔ ایک ڈرائیور یا کنڈکٹر نہیں کیونکہ ڈرائیور وغیرہ کو بس پر مال کا بیمہ حقوق حاصل نہیں ہوتے۔

2- حد سے زیادہ اعتبار و اعتماد

یہاں حد سے زیادہ اعتبار و اعتماد سے مراد یہ ہے کہ جسے جائیداد یا مال و اسباب کا بیمہ کرایا جائے گا اس سے متعلق تمام اطلاعات کمپنی کو بالکل حقائق پر مبنی فراہم کرتی چاہئیں کسی بھی حقیقت کو چھپایا نہ جلتے تاکہ کمپنی پر بیمہ مقرر کرتے وقت سہولت محسوس کرے۔ اس طرح بیمہ کمپنی کی طرف سے یہ وضاحت ضروری ہوتی ہے کہ وہ کس قسم کے نقصان کی تلافی کا ذمہ لے رہی ہے۔

3- تلافی و نقصان کا اصول

آگ کا بیمہ خالصتاً تلافی و نقصان کا بیمہ ہے اگر متعلقہ مال یا جائیداد کو آگ لگنے کی وجہ سے نقصان پہنچے تو بیمہ کمپنی صرف بیمہ شدہ رقم تک کا نقصان برداشت کرنے کا ذمہ لیتی ہے۔ اگر مال یا جائیداد کو آگ لگنے کی وجہ سے نقصان نہ ہو تو بیمہ کمپنی کی کوئی ذمہ داری نہیں ہوتی۔

4- مالکانہ حقوق

نقصان کی صورت میں نقصان شدہ مال پر بیمہ کمپنی کا مالکانہ حق بن جاتا ہے اور وہ مال اپنے قبضہ میں لے کر نقصان کی تلافی کرواتی ہے۔

اس سلسلہ میں یہ امر واضح رہے کہ بیمہ کمپنی نقصان کی صورت میں صرف وہ رقم ادا کرتی ہے جتنی رقم کا مال آگ کی وجہ سے ضائع ہوا ہو۔ بے شک بیمہ پالیسی کی مالیت جتنی ہی کیوں نہ ہو۔ مثال کے طور پر دو لاکھ روپیہ کا بیمہ کرایا اور اتفاقاً آگ لگ گئی، اور یہ ثابت ہو گیا کہ گودام میں صرف بیس ہزار روپیہ کی روٹی جل کر خاکستر ہوئی ہے۔ اس صورت میں بیمہ کمپنی بیس ہزار روپیہ سے زیادہ ادا نہیں کرے گی۔

(Principle of Subrogation)

5- اصول قائم مقامی کا مطلب

اصول قائم مقامی کا مطلب یہ ہے کہ بیمہ کمپنی بیمہ افراد کے نقصان کی تلافی کرنے کے بعد ان جگہ حقوق کی ذمہ دار بن جاتی ہے جو اس کو کسی شخص ثالث کے خلاف اس نقصان کے متعلق ہوں۔ مگر یہ بات واضح رہنی چاہیے کہ اگر بیمہ شدہ مال یا جائیداد کو جبروی نقصان پہنچا ہو اس صورت میں اس مال کی ملکیت بیمہ دار کی ہی رہتی ہے۔ وہ صرف اسی نقصان کا معاوضہ پانے کا مستحق ہو جاتا ہے جو اس کے مال کو آگ وغیرہ لگنے سے پہنچا ہے یا وہ نقصان اس قسم کا ہو جن کی مرمت ہو سکتی ہو تو وہ اس مرمت کے خرچ کا مستحق ہوتا ہے۔ لیکن وہ شے اس کی ہی ملکیت و قبضہ میں رہے گی۔ اس کے برعکس اگر نقصان پہنچنے سے جائیداد بالکل ضائع ہو جائے اور اس مال کی شکل و صورت اس طرح تبدیل ہو جائے کہ اصل شے کھلانے کے قابل نہ رہے یا اس کی مرمت پر قیمت سے زیادہ خرچ آ رہا ہو تو بیمہ کمپنی کی معینہ رقم مالک مال (بیمہ دار) کو ادا کر کے اس شے کو اپنے قبضہ میں لینے کی مجاز ہو جاتی ہے۔ مگر اس سے پیشتر یہ ضروری ہو کہ بیمہ دار نے بیمہ کمپنی کے حق میں اس سلسلہ میں تحریر دے دی ہو کہ وہ ضائع شدہ مال کو اپنے قبضہ میں لے سکتی ہے اس لئے علاوہ بیمہ کمپنی اس بات کا حق رکھتی ہے کہ وہ بیمہ دار کے نقصان کی تلافی کرنے کے بعد اس شخص کے خلاف دعویٰ دائر کر دے۔ جس کی وجہ سے مال یا جائیداد کو نقصان پہنچا ہو۔ اگر بیمہ دار تیسرے شخص کے مقابلہ میں خود اپنے حق سے دستبردار ہو جائے تو بیمہ کمپنی بھی اس حد تک اپنی ذمہ داری سے دستبردار ہو جائے گی۔ بیمہ کمپنی کو قائم مقامی کا حق صرف اس صورت میں ہوتا ہے جب اس نے نقصان کی کل رقم جس کا بیمہ کرایا گیا تھا۔ بیمہ دار کو ادا کر دی ہو۔ اور بیمہ دار نے اس سلسلہ میں بیمہ کمپنی کے حق میں تحریر دے دی ہو۔

6 - کسی ایک ہی شے کا ایک سے زائد کمپنیوں سے بیمہ کر دانے کی صورت میں نقصان کی صورت میں رقم کسی ایک کمپنی سے وصول کی جاسکتی ہے۔ اس کے بعد دیگر بیمہ کمپنی اس ایک کمپنی کو جس نے کل نقصان کی رقم ادا کی جو اپنی ذمہ داری (بقیہ حصہ) ادا کی کو دیتی ہیں۔ بیمہ دار کو یہ حق ہرگز حاصل نہیں ہوتا کہ وہ اپنے نقصان سے زیادہ رقم بیمہ کمپنیوں سے وصول کرے۔ اگر وہ ایسا کرے تو اس کو زائد رقم واپس کرنا ہوگی۔

4.2 - آگ کے بیمہ کا طریق کار

جوں کہ بیمہ کمپنیاں بھی آج کل تخصیص کار کے اصول پر عمل پیرا ہیں۔ لہذا آگ کے بیمہ کے لیے ایسی بیمہ کمپنی کی طرف رجوع کرنا چاہیے جو اس قسم کا بیمہ کرتی ہو۔ بیمہ کمپنی ایک تجویزی فارم دے گی۔ اس کو پُر کر کے بیمہ کروانے والا شخص کمپنی کو واپس کر دے گا۔ بیمہ کمپنی اس کی اچھی طرح پڑتال کرتی ہے۔ اگر وہ اس میں درج شدہ باتوں سے مطمئن ہو جائے تو بیمہ کمپنی بیمہ کرانے والے کو کہتی ہے کہ وہ پرمیم کی رقم ادا کرے اس کے بعد بیمہ کمپنی آگ کے بیمہ کی پالیسی جاری کر دیتی ہے اور نقصان کی تلافی کا ذمہ لیتی ہے۔ آگ کا بیمہ کی پالیسی ایک مخصوص عرصہ کے لیے جو کہ عام طور پر ایک سال کے لیے جاری کی جاتی ہے۔ مقررہ عرصہ کے خاتمہ پر بیمہ پالیسی کی تجدید کرائی جاسکتی ہے۔

آگ کے بیمہ میں بیمہ کرانے والا تجویزی فارم میں اپنا نام، پتہ، بیمہ شدہ مال و جائیداد کی تفصیل اور بیمہ شدہ رقم وغیرہ کا اندراج کرتا ہے۔ اس پر دستاویزی ٹکٹ چسپاں ہوتے ہیں آگ کے بیمہ نامہ کی پشت پر مندرجہ ذیل شرائط درج ہوتی ہیں

1- غلط معلومات کی فراہمی، غلط نمائندگی اور غلط بیانی کی صورت میں پالیسی منسوخ متصور ہوگی۔

2- مال و اسباب کے خطرات کی تبدیلی کی اطلاع بیمہ کمپنی کو فراہم کرنا ہوگی۔

3- نقصان کی صورت میں بیمہ کمپنی کو فوری طور پر مطلع کرنا ہوگا۔ اور نقصان کی تفصیل پندرہ یوم کے اندر اندر کمپنی کو فراہم کرنا ہوگی۔

4- اگر مطالبہ غلط اور جعبی ہوا تو بیمہ کمپنی تلافی و نقصان کی ذمہ دار نہ ہوگی۔

5- بیمہ کمپنی نقصان میں تلافی و نقصان کی بجائے تباہ ہونے والے مال کی طرح کا مال فراہم کر کے بھی تلافی کرنے کی مجاز ہوگی۔

6- بیمہ کمپنی جائے وقوعہ پر جا کر ضائع شدہ مال پر قبضہ کر سکے گی اور بیمہ شدہ جائیداد کو لے کر با بھی سکے گی۔

7- مطالبات کا تصفیہ ثالث کر سکیں گے۔

8- بیمہ نامہ منسوخ ہو جانے کی صورت میں ادا شدہ رقم ضبط کی جائیں گی۔

9- کمپنی کی چھٹی ہوئی رسیدات یا بیمہ شدہ کا غذات ہی قابل عمل اور صحیح متصور ہوں گے۔

آگ کا بیمہ مندرجہ ذیل صورتوں میں جاری نہیں ہوتا۔

1- امانت یا کمیشن شدہ مال۔

2 - شیشہ، جواہرات، مسودات، اور نایاب اشیاء وغیرہ -

3 - نمونہ جات، ڈیزائن -

4 - نقدی، سنڈیلوں، جائیدادی دستاویزات وغیرہ -

5 - دھماکہ پیدا کرنے والا سامان جیسے بارود، آتشیں اسلحہ وغیرہ -

6 - زلزلہ جنگ، فسادات کی وجہ سے نقصان کی تلافی کے لیے آگ کا بیمہ جاری نہیں کیا جاسکتا -

7 - آگ کے بیمہ کے حصول کے طریق کار کچھ اس طرح کی مزید وضاحت بھی کر جاسکتی ہے -

4.3 - تجویز و مقبولیت

ہر معاہدہ میں تجویز اور مقبولیت لازم و ملزوم ہوتے ہیں۔ جب ایک فریق ایجاب یا تجویز کرے اور دوسرا فریق اس تجویز کو قبول کرے تو معاہدہ عمل میں آتا ہے۔ معاہدہ آگ میں بھی یہی صورت ہوتی ہے۔ اس معاہدہ میں تجویز کنندہ اپنی تحریری تجویز جسے پروپوزل کہتے ہیں اک پروپوزل فارم کے ذریعے کرتا ہے۔ اس فارم میں ایجاب کنندہ کی ذات اور جائیداد کے بارے میں مختلف کوائف کا استفادہ کیا جاتا ہے۔ ان سوالات کا جواب صحیح اور بلا کسی امر کو پوشیدہ رکھے دیا جاتا ہے۔ طریقہ پر دیا جانا لازمی ہے۔ تاکہ بیمہ کمپنی ایجاب قبول کرنے میں اپنی صحیح رائے قائم کر سکے اس فارم میں جائیداد کی صحیح بازاری قیمت رجسٹرڈی کے مطابق ہو) کا تحریر کیا جانا ضروری ہوتا ہے۔

1- مالی اور اخلاقی حیثیت کی گواہی

بیمہ کمپنی آگ کے بیمہ میں صرف نقصان کی تلافی کو ہی پیش نظر نہیں رکھتی۔ بلکہ بیمہ دار کی اخلاقی حیثیت بھی پیش نظر رکھنے لگتی ہے۔ بعض دفعہ غیر ذمہ داری اور اخلاقی سے جاری لوگ بیمہ کے بعد ہی اپنے سامان یا مال کو آگ لگا دیتے ہیں تاکہ بیمہ کمپنی سے دعویٰ کر کے رقم وصول کر سکیں۔ بیمہ دار کے دشمن بھی اپنی دشمنی کی آگ کو مشتعل کرنے کے لیے بعض اوقات مال کو آگ لگا دیتے ہیں۔ تاکہ اسے نقصان پہنچے تو اس صورت میں بیمہ کمپنی نقصان کی ذمہ دار ہوگی۔ مگر آئندہ کے لیے کمپنی یہ اندازہ لگا لیتی ہے کہ بیمہ دار کی شہرت اور حالات کیا ہیں۔ اس لیے بیمہ کمپنی معاہدہ سے پیشتر ہی بیمہ کروانے والے کی حیثیت کا پتہ چلانے کے لیے مناسب مشاوت مہیا کرنے کے لیے کہتی ہے۔ علاوہ انہیں اگر بیمہ کا خواہش مند شخص بہت ہی مشہور یا معزز ہو یا بیمہ کمپنی اس سے فائدہ ہو تو اس کو اس کے مال اور اخلاقی حیثیت کی گواہی سے رعایت دے دی جاتی ہے۔

2 - جائیداد کی جانچ پڑتال

تجویز فارم کی وصولی کے بعد بیمہ کمپنی اس کا بغور جائزہ لیتی ہے۔ اور اگر مناسب سمجھے اور بیمہ پالیسی جاری کرنے کا ارادہ ہو تو پھر اپنے ماہرین کو بھیج کر بیمہ کروانے والے کی جائیداد کی ضروری جانچ پڑتال کے لیے بھیجتی ہے۔ اس جانچ پڑتال کے بعد

کرنے والوں کی رپورٹ اور سفارش کے مطابق بیمہ کروانے والے کی درخواست منظور کی جاتی ہے۔ یا مسترد کر دی جاتی ہے۔ اگر منظور کرے تو اس امر کی اطلاع مع پرمیم کی شرح تحریر کر کے بیمہ کے خواہشمند شخص کو بھیج دی جاتی ہے۔

3- تجویز یا ایجاب کی قبولیت

جب بیمہ دلا منظوری اور پرمیم کی شرح کی اطلاع پا کر اپنا پہلا پرمیم ادا کر دے اس وقت معاہدہ قبول ہو کر یا تکمیل کو پہنچتا ہے۔

4- وقتی یا عبوری بیمہ پالیسی کا اجراء

بیمہ دار کی طرف سے پہلی قسط وصول کرنے کے بعد بیمہ کمپنی ایک عارضی دستاویز کا اجراء کرتی ہے۔ اس کے اجراء سے بیمہ دار کو بیمہ کے تمام فوائد حاصل ہو جاتے ہیں جو اسے باقاعدہ بیمہ پالیسی کے اجراء پر حاصل ہوتے ہیں۔ یہ دستاویز اس لیے ضروری ہوتی ہے کہ باقاعدہ بیمہ پالیسی کے اجراء میں تاخیر سے پیدا ہونے والے خلاء کو پورا کیا جاسکے۔

5- بیمہ ایجنٹ کی پرچیاں

اکثر اوقات براہ راست بیمہ کمپنی کی بجائے کمپنی کے نمائندہ سے بیمہ پالیسی حاصل کی جاتی ہے۔ اس صورت میں بیمہ ایجنٹ کی طرف سے استعمال میں لائے جانے والے کاغذ کو بیمہ ایجنٹ کی پرچی کہتے ہیں۔ اس پر بیمہ کروانے والے کا نام، پتہ، مال کی مقدار اور نوعیت بیمہ شدہ رقم کی کل مقدار۔ پرمیم کی طے شدہ شرح درج ہوتی ہے۔ جب اس پرچی پر بیمہ کمپنی کے دستخط ہو جاتے ہیں تو اس کا مطلب یہ ہوتا ہے کہ بیمہ کمپنی نے بیمہ کے دلال سے یہ اقرار کر لیا ہے کہ بیمہ پالیسی جاری کر دی جائے گی۔ گو کمپنی قانوناً مجبور نہیں ہے کہ پالیسی کا اجراء کرے۔ بیمہ دار کو کمپنی کے خلاف صرف اس وقت حقوق حاصل ہوتے ہیں جب باقاعدہ اسٹامپ شدہ پالیسی کا اجراء ہوا ہو نہ صرف پرچی کے اجراء سے بیمہ دار کو کوئی قانونی حقوق حاصل نہیں ہوتے۔

6- ایک سے زائد آتشزدگی

بعض دفعہ ایسا اتفاق بھی ہوتا ہے کہ ایک ہی پالیسی کے دوران ایک سے زائد آتشزدگی کے واقعات رونما ہو جاتے ہیں۔ ایسے حالات میں بیمہ کمپنی پہلی بار آگ لگنے سے ہونے والے نقصان کو پورا کر دے گی۔ لیکن اگر بعد میں پھر دوسری آتشزدگی ہوئی ہو تو بیمہ دار اس مرتبہ نقصان پر صرف پالیسی کی باقی ماندہ رقم سے زائد کا مستحق نہ ہو گا۔ لیکن اگر وہ چاہے کہ پہلی آتشزدگی کے بعد مزید پرمیم کے مطابق ادا کر کے پھر تکمیل تحفظ کر سکتا ہے۔ لیکن بیمہ کمپنی کو اس کے لیے قانوناً مجبور نہیں کیا جاسکتا ہے۔

4.4- آگ کے بیمہ کی اقسام

(Kinds of Fire Insurance)

(Average policy)

1- اوسط پالیسی

جب بیمہ دار اپنے مال یا جائیداد کی اصل قیمت سے کم مالیت کا بیمہ کر لے اس صورت میں بیمہ کمپنی مال یا جائیداد

ملی قیمت اور بیمہ شدہ رقم تناسب سے نقصان کی تلافی کرتی ہے۔ مثلاً ایک شخص کی جائیداد 1,00,000 روپے ہے۔ لیکن وہ اس کا بیمہ 5,000 روپے کا کرواتا ہے اب اگر اس میں سے 50,000 روپے کا سامان جو کہ کل مالیت کا حصہ ہے۔ تباہ ہو جائے تو بیمہ کمپنی آگ لگنے کی بنا پر ہونے والے نقصان کو پورا کرنے کے لیے بیمہ شدہ رقم کا 1/2 حصہ سے گی۔ کیونکہ نصف مال کو آگ سے نقصان پہنچا ہے۔ مختصراً بیمہ کمپنی اس صورت میں مال کل رقم کا نصف ادا نہیں کرے بلکہ بیمہ شدہ رقم کا نصف ادا کرے گی۔

(Full Value Policy)

پوری مالیت کی پالیسی

اس پالیسی کے تحت بیمہ کمپنی پورے مال کا بیمہ کرتی ہے اور بیمہ کروانے والا بھی تجویزی فارم میں جائیداد کی کل قیمت دیتا ہے۔ اگر تمام مال آگ لگنے کی وجہ سے ضائع ہو جائے تو کمپنی تمام نقصان کی تلافی کرنے کی ذمہ دار ہوتی ہے۔

(specific Policy)

تعیینی پالیسی

اس پالیسی کے تحت بیمہ کرنے والے مال و اسباب کی قیمت طے کر لی جاتی ہے، اور نقصان ہونے کی صورت میں بیمہ شدہ رقم تک ہی ادا کرتی ہے۔ اور اگر نقصان کے رقم بیمہ شدہ رقم سے کم ہو تو بیمہ کمپنی رقم پوری کرنے کی بجائے نقصان کی رقم تک ادا کرتی جاتی ہے۔

غیر تعینی پالیسی

اس پالیسی کے تحت بیمہ کرنے سے قبل مال کی قیمت کا پہلے تعین نہیں کیا جاتا بلکہ نقصان ہو جانے کے بعد رقم کا اندازہ لگایا جاتا ہے۔

5- متحرک یا جاریہ پالیسی

مختلف مقامات پر پڑے ہوئے مال کے سلسلہ میں جاری کی جانے والی پالیسی جاریہ پالیسی ہوتی ہے۔ اس پالیسی کے تحت بیمہ شدہ رقم میں اضافہ یا کمی بھی کی جاسکتی ہے۔ مثال کے طور پر ایک گودام میں 1,00,000 (ایک لاکھ) کا مال پڑا ہوا ہے۔ اور اس ایک لاکھ کا بیمہ کر دیا ہوا ہے۔ اب اگر اس میں 50,000 روپے کا اور سامان خرید کر رکھ دیا جائے اگر اس مال پر خارجہ پالیسی خرید کر رکھی ہو تو پھر یہی پالیسی میں مزید پچاس ہزار کی رقم جمع کر دی جائے گی۔

(Rent Policy)

6- کرایہ کی پالیسی

بعض اوقات بیمہ کمپنی اپنے گاہکوں کی سہولت کے لیے کرایہ کی پالیسی بھی جاری کرتی ہے۔ جس کے تحت بیمہ کمپنی نقصان کی تلافی کا ذمہ لیتی ہے۔ گودام یا دکان کرائے پر دیتے والوں کو آگ لگنے کی صورت میں اٹھانا پڑتا ہے۔ مثال کے طور پر اگر آگ لگنے کی بنا پر مکان گودام یا دکان جل جائے تو بیمہ کمپنی ایک مقررہ مدت تک جس کا معاہدہ ہوا ہو بیمہ کرانے والے کو کرایہ ادا کرتی ہے۔

(Replacement of Re instatement Policy)

7- بحالی جائیداد کی پالیسی

اس پالیسی میں بحالی کے فقرہ کی بنا پر بیمہ کمپنی بیمہ کرانے والے کے نقصان کی تلافی نقدی میں کرنے کی بجائے نقصان یا ضائع شدہ مال یا جائیداد کو دوبارہ تعمیر وغیرہ کر کے کرتی ہے۔ یہ فقرہ بیمہ دار کی طرف سے دھوکہ دہی کے انسداد کی غرض سے لکھا جاتا ہے۔

(Profit Insurance Policy)

8- نفع کی پالیسی

اس قسم کی پالیسی خرید کرنے والے سے بیمہ کمپنی یہ وعدہ کرتی ہے کہ آگ لگنے کی صورت میں اگر آپ کا کاروبار بند ہو گیا تو ایسی صورت میں جتنی دیر کاروبار بند رہے گا۔ اس عرصہ کے لیے ہونے والے منافع سے آپ کو جو ہاتھ وصول پڑیں گے۔ وہ نفع بیمہ کمپنی خود اپنی طرف سے ادا کر دے گی۔ یہ منافع بیمہ کمپنی گذشتہ چند سالوں کا اوسط منافع معلوم کر کے ادا کرتی ہے۔

(In transit Policy)

9- سفری پالیسی

اس پالیسی کے تحت بیمہ کمپنی بیمہ دار کا مال بسلا مت منزل مقصود تک پہنچانے کے لیے وعدہ کرتی ہے اگر راستے میں مال وغیرہ کو آگ لگ جانے سے نقصان پہنچے تو ایسے نقصان کو بیمہ کمپنی پورا کرتی ہے۔ اس کے برعکس اگر مال صحیح سلامت مطلوب جگہ پہنچ جائے تو ایسی صورت میں بیمہ کمپنی کسی قسم کی کوئی رقم ادا نہیں کرتی۔

(Scheduled Policy)

10- شیڈول بیمہ پالیسی

اکثر اوقات بعض لوگوں کی جائیداد مختلف مقامات پر ہوتی ہے۔ اور وہ اس قسم کی جائیداد کا الگ الگ بیمہ کرانے کی بجائے ایک ہی پالیسی میں تمام جائیداد کا اکٹھا بیمہ کرانے کو ترجیح دیتے ہیں جس سے انہیں کافی مشکلات سے بچ سکا جا سکتا ہے۔ لہذا اس طرح سے ہونے والا بیمہ شیڈول بیمہ پالیسی کہلاتا ہے۔ جاریہ پالیسی اور شیڈول پالیسی میں بنیادی فرق یہ ہے کہ جاری پالیسی کے تحت ایک ہی شہر میں مختلف مقامات پر پڑے ہوئے سامان کا بیمہ ہوتا ہے۔ جب کہ شیڈول پالیسی کے تحت مختلف شہروں میں واقع جائیداد کا بیمہ کیا جاتا ہے۔

(All in one policy)

11- مکمل پالیسی

چونکہ بیمہ پالیسی اس پالیسی کے تحت ان تمام تفصیلات کی تلافی کی ذمہ داری ہوتی ہے۔ جو آگ لگنے، نقب زنی اور تیسرے شخص کے نقصان کی وجہ سے ہوئے ہوں۔ اس قسم کی پالیسی میں ہونے والے نقصان کے اسباب میں آگ کا بھی تذکرہ ہوتا ہے لہذا اس قسم کی بیمہ پالیسی کو آگ کے بیمہ میں شمار کیا جاسکتا ہے۔

5.4۔ آگ کے بیمہ اور زندگی کے بیمہ کا موازنہ

آگ کا بیمہ

زندگی کا بیمہ

بلیماظ اہمیت

- 1۔ زندگی کا اعتبار نہ ہونے کی بنا پر یہ بیمہ مزدوری ہے۔
- 2۔ بڑھاپے میں محتاجی سے بچنے کے لیے۔
- 3۔ زندگی کے خطرات سے حفاظت کے لیے۔
- 4۔ بیماری یا جسم کے جزوی نقصان کی صورت میں مالی امداد کے حصول کے لیے۔

- 5۔ لازمی بچت کی ترغیب کے لیے۔
- 6۔ مرنے کے بعد ورثہ کی امانت کے لیے۔
- 7۔ بچوں کی تعلیم و تربیت کے لیے اور شادی کے لیے۔

بلیماظ اقسام

- | | |
|-------------------------------|------------------|
| 1۔ مدتی بیمہ | 1۔ تعین بیمہ |
| 2۔ عمری بیمہ | 2۔ مالیاتی بیمہ |
| 3۔ با منافع اور بے منافع بیمہ | 3۔ فلورٹنگ بیمہ |
| 4۔ میقاتی بیمہ | 4۔ کرایہ کا بیمہ |
| 5۔ مشترکہ زندگی کا بیمہ | 5۔ نفع کا بیمہ |
| 6۔ سروائیونل بیمہ | |

بلیماظ اصول

- | | |
|--------------------------------|--------------------------------|
| 1۔ تلافی نقصان کا اصول | 1۔ تلافی نقصان کا اصول |
| 2۔ قابل بیمہ حقوق کا اصول | 2۔ قابل بیمہ حقوق کا اصول |
| 3۔ حد سے زیادہ اعتبار و اعتماد | 3۔ حد سے زیادہ اعتبار و اعتماد |
| 4۔ صحیح صحیح معلومات کی فراہمی | 4۔ صحیح صحیح معلومات کی فراہمی |

بمحافظ بنیادی شرائط

- | | | | |
|---|------------------------------|---|---|
| 1 | تجویزی فدا دم کی کمیس | 1 | ایسباب و قبولیت |
| 2 | ڈاکٹر کا معائنہ | 2 | نقصان کی صورت میں کمپنی کو فوراً اطلاع کی فراہمی۔ |
| 3 | منظوری | 3 | دستاویز کا چھپا ہوا ہونا۔ |
| 4 | پہلی شرط کی ادائیگی | 4 | منظوری |
| 5 | باقاعدہ بیمہ پالیسی کا اجراء | 5 | پہلی قسط کی ادائیگی |
| | | 6 | باقاعدہ پالیسی کا اجراء |
| | | 7 | نقصان کی تلافی کا بیمہ کمپنی کی ذمہ داری |

5۔ بحری یا سمندری بیمہ

(Marine Insurance)

سمندری بیمہ کا رواج سب سے پہلے "لبارڈز" (Lombards) نے رائج کیا۔ یہ لوگ اٹلی کے رہنے والے تھے۔
 پترھویں صدی میں یہ لوگ انگلستان میں آکر آباد ہو گئے اور پھر ان سے انگلستان والوں نے سمندری بیمہ کا طریقہ سیکھا۔ بندرہویں
 صدی کے آخر تک انگلستان میں اس کا رواج عام ہو گیا تھا۔

سمندری بیمہ کا باقاعدہ، ایکٹ 1601 میں پاس ہوا۔ مگر یہ ایکٹ بہت لحاظ سے ادھورا تھا۔ 1756ء تک اس ایکٹ
 میں کوئی قابل ذکر بہتری نہ ہوئی تھی اور 1756ء میں جب لارڈز میزفیلڈ (Mansfield) چیف جسٹس کے عہد سے
 پرفائز ہوئے تو انہوں نے سمندری بیمہ کے تمام قوانین کو بہتر بنانے کے لیے گہرا مطالعہ شروع کر دیا۔ اور اس کام کی تحقیق پر
 اپنے آپ کو وقت کر دیا۔ اس میدان میں تحقیق کا ایک اہم پہلو یہ تھا کہ بحری بیمہ کا یہ نظام اندرون ملک اور بیرون ملک
 کس طرح بہتری سے چل سکتا ہے۔ اور آخر کار انہوں نے اپنے مطالعہ اور تحقیق سے ایسے قوانین وضع کر لیے، جو آج بھی بحری
 بیمہ کی اس شاخ میں جتنی قانون مانے جاتے ہیں۔

میزفیلڈ (Mansfield) کی تحقیق کے بعد 1786ء میں سب سے پہلے مسٹر پارک (Park) نے
 ایک کتاب شائع کی اور اب تقریباً دو صدیاں گزرنے کے بعد اس کتاب کو بحری بیمہ میں ایک بنیادی حیثیت حاصل ہے۔

(Definition of Marine Insurance)

5.1۔ بحری بیمہ کی تعریف

بحری بیمہ سے مراد ایک ایسا معاہدہ جس کی رو سے ایک فریق بیمہ دہندہ (بیمہ کمپنی، دوسری فریق بیمہ دار (بیمہ کرڈ) والے) سے وعدہ کرتا ہے کہ وہ ایک مقررہ رقم کے عوض خواہ وہ یکمشت ادا کر دی جائے یا قسطوں میں (صلیبی بھی صورت ہو) اگر بیمہ شدہ مال یا جہاز یا کرایہ کو دوران بحری سفر یا پالیسی کی مدت یا معیار کے درمیان کوئی نقصان بیمہ شدہ خطرات سے پہنچے وہ اس کی تلافی کر دے گا۔

بحری بیمہ کی تمام شرائط ایک دستاویز میں درج ہوتی ہیں جس کو بحری بیمہ کی پالیسی کہتے ہیں سبب کمی سامان کا بحری بیمہ کرایا جاتا ہے تو سامان کو سمندری خطرات سے جو نقصان پہنچتا ہے اس سے تاجریج جاتا ہے کیونکہ ایسے نقصانات کو پورا کرنے کی ذمہ داری بیمہ کمپنی نے لے رکھی ہوتی ہے۔

(Principle of Marine Insurance)

5.2۔ بحری بیمہ کے اصول

بحری بیمہ کے اصول درج ذیل ہیں۔

1۔ بیماوی مفاد یا قابل بیمہ حقوق

بیماوی مفاد یا قابل بیمہ حقوق سے مراد وہ تمام ضروری حقوق ہیں جو ایک بیمہ کروانے والے کو اپنے اس مال (جس کا بیمہ کروایا جا رہا ہو) میں حاصل ہوں۔ مختصراً بیمہ کروانے والے کو اس مال و جائیداد میں قابل بیمہ حقوق حاصل ہونا چاہیئے جس کا وہ بیمہ کر رہا ہو۔ یہ بات ضروری ہے کہ بیمہ کروانے والے وقت حق بیمہ ہونا چاہیئے۔ مگر یہ اور بھی ضروری ہے کہ بوقت نقصان قابل بیمہ حق لازمی ہو۔ درج ذیل اشخاص کو قابل بیمہ حق لازمی ہوتے ہیں۔

1۔ جہاز کے مالک کو جہاز میں۔

2۔ مالک مال کو اپنے مال میں۔

3۔ کرایہ پر جہاز حاصل کرنے والے شخص کو کرایہ کی رقم تک قابل بیمہ حق حاصل ہوتا ہے۔

4۔ قرض خواہ (یعنی قرض وصول کرنے والا) مقرض (یعنی قرض ادا کرنے والا) قرض کی رقم تک حق رکھتا ہے۔

5۔ جہاز کے ملازم بقدر اپنی تنخواہوں کے۔

6۔ راہن کو بقدر اپنی رہن کی رقم کے قابل بیمہ حقوق حاصل ہوتے ہیں۔

7۔ 1- میں کا اس مال پر جو اس کی امانت میں دے دیا گیا ہو۔

2- صحیح صحیح معلومات کی فراہمی

بیمہ آگ کی طرح بحری بیمہ بھی مکمل دیانتداری اور اعتماد پر مبنی ہوتا ہے۔ بیمہ کے ہر دو فریق کی یہ ذمہ داری ہوتی ہے کہ وہ دیانتداری ہوتی ہے کہ وہ دیانتداری سے تمام اہم واقعات جہان کے علم میں ہوں ایک دوسرے پر واضح کریں۔

3- تلافی نقصان

بحری بیمہ کی صورت میں بیمہ کمپنی اس بات کی ذمہ دار ہوتی ہے کہ نقصان کی حد تک بیمہ دار کے نقصان کی تلافی کر دے۔

4- مالکانہ حقوق

بیمہ کے اس اصول کے تحت جہاز وغیرہ غرق ہونے سے نقصان کی صورت میں بیمہ کمپنی نقصان کی کل رقم ادا کرے اس مال کی مالک ہو جاتی ہے۔ یعنی اگر جہاز کو سمندر سے دوبارہ نکال لیا جائے تو وہ بیمہ کمپنی کی ملکیت ہو گا۔ اس کے علاوہ بیمہ کمپنی کو وہ تمام حقوق بھی حاصل ہو جاتے ہیں جو بیمہ دار کو اس نقصان کے متعلق کسی تیسرے شخص کے خلاف ہو۔

5- بحری بیمہ پالیسی کی تفویض یا منتقلی

بحری بیمہ میں ایک بیمہ دار دوسرے شخص کو تفویض کر سکتا ہے۔ بشرطیکہ پالیسی میں اس کی ممانعت نہ ہو۔ بحری بیمہ آگ اور زندگی کے بیمہ میں تفویض کے طریق کار سے متعلق کافی اختلاف ہے۔ بحری بیمہ پالیسی میں اگر ممانعت نہ کی گئی ہو تو تفویض ہو سکتی ہے۔ آگ کے بیمہ میں تفویض صرف اس وقت ہو سکتی ہے۔ جب کمپنی اس امر کی اجازت دے۔ اگر وہ اجازت نہ دے تو بلا اجازت تفویض بے معنی و بے کار ہوگی۔ جبکہ زندگی کے بیمہ میں اس قسم کی کوئی رکاوٹ نہیں ہوتی۔ زندگی کے بیمہ کی صورت میں کمپنی کو مطلع کر کے کوئی بیمہ دار اس پالیسی کو آگے کسی کو تفویض یا منتقل کر سکتا ہے۔

(Kinds of Marine Insurance)

5.3- بحری بیمہ کی اقسام

1- سفری پالیسی (Voyage Policy)

ایسی پالیسی جس کے تحت کسی مال کا ایک خاص سفر کے لیے بیمہ کیا جائے۔ سفری پالیسی کھلاقی ہے۔ مثال کے طور پر ایک تاجر اپنا مال کراچی سے لندن بھیج رہا ہو تو اس طرح جب وہ اس مال کے بیمہ کراچی سے لندن تک کے سفر کے لیے کروائے گا تو ایسی پالیسی سفری پالیسی کہلاتی ہے۔ اس قسم کے معاہدہ کے تحت اگر مال بحیرہ ریت منزل مقصود پر پہنچ جائے تو بیمہ کمپنی اپنی ذمہ داریوں کے خاتمہ کی وضاحت کر دیتی ہے۔ بصورت دیگر راستے میں سمندری خطرات کی بنا پر نقصان ہو جائے تو بیمہ کمپنی زیادہ سے زیادہ بیمہ شدہ رقم تک کے نقصان کی تلافی کی ذمہ دار ہوتی ہے۔

2- وقتی یا مدتی پالیسی (Time Policy)

اس پالیسی کے تحت مال کا بیمہ ایک خاص عرصہ (جو کہ عموماً ایک سال سے زیادہ نہیں ہوتا) اکرایا جاتا ہے۔ اگر

مال کو ایسی صورت میں نقصان پہنچے تو بیمہ کمپنی اس کی تلافی کی ذمہ دار نہیں ہوگی۔

(Mixed Policy)

3- ملٹی پلی پالیسی

بحری بیمہ کی صورت میں بیمہ کروانے والے وقت اگر وقت اور سفر دونوں کو ملحوظ رکھا جائے تو ایسی پالیسی ملٹی پلی پالیسی کہلاتی ہے۔ ایسی پالیسی اس وقت خریدی جاتی ہے۔ جب تاجر کو اس بات کا وثوق کے ساتھ علم ہو کہ جس ملک کو مال روانہ کیا جا رہا ہے اس کا سفر کتنے وقت کا ہے۔

(Valued Policy)

4- مالیتی یا قدری پالیسی

بحری بیمہ کی اس پالیسی میں اتنی مالیت یا رقم کا ذکر ہوتا ہے جس کے لیے بیمہ کروایا گیا ہو۔ اس بیمہ کے سخت نقصان کی صورت میں بیمہ شدہ رقم کی حد تک نقصان کی تلافی کی جاتی ہے۔

5- غیر مالیتی یا غیر قدرتی پالیسی

ایسی پالیسی جس میں بیمہ شدہ رقم کا اندراج نہیں ہوتا۔ بلکہ اس پالیسی میں جب مال کو نقصان پہنچے تو اس وقت اس کا اندازہ لگا جاتا ہے۔ اور اس کی تلافی بیمہ کمپنی کو دیتی ہے۔

(Floating Policy)

6- متحرک یا جاریہ پالیسی

جاریہ پالیسی ایک ایسی پالیسی ہے جس کے تحت مال روانہ کرنے وقت بیمہ پالیسی میں کمی خاص جہاز وغیرہ کا ذکر کیے بغیر کسی بھی جہاز کے ذریعے بھیجا جائے۔ مال جس وقت جہاز پر لوڈ کر دیا جاتا ہے۔ تو بیمہ کمپنی کو اطلاع دی جاتی ہے کہ اتنی رقم کا مال بھیجا گیا ہے۔ بیمہ کمپنی کل بیمہ شدہ رقم سے یہ رقم منہا کر دیتی ہے یہ پالیسی عام طور پر ایسے تاجروں کے لیے موزوں ہوتی ہے جو وقتاً فوقتاً مختلف جہازوں کے ذریعے مال منگواتے ہیں اس قسم کی پالیسی سے درج ذیل دو فوائد ہوتے ہیں۔

1- مال کا بار بار بیمہ نہیں کرنا پڑتا۔

2- بیمہ کی شرح بہت کم ہوتی ہے۔

7- بشرطیہ پالیسی یا سٹم بازی

اگر کوئی بیمہ کروانے والا کسی شے کا بیادای مفاد یعنی قابل بیمہ حقوق نہ رکھنے کے باوجود بھی بیمہ کمپنی سے بیمہ کروائے اور بیمہ کمپنی بیادای مفاد کی عدم موجودگی کو نظر انداز کرے یا بیمہ کا معاہدہ "مفاد یا بغیر مفاد" کے فقرہ سے کرے۔ تو ایسی پالیسی سٹم بازی یا بشرطیہ پالیسی کہلائے گی۔ مگر یہ پالیسی قانوناً کالعدم قرار دی جاتی ہے۔ اگر بیمہ کمپنی نے ایسی پالیسی جاری کر رکھی ہو جس میں بیمہ کروانے والے کو بیادای مفاد حاصل نہ ہو تو نقصان کی صورت میں بیمہ کمپنی اپنی کاروباری سلاک اور مجرم قائم رکھنے کے لیے بھی نقصان کی تلافی کر دیتی ہے۔

5.4۔ بحری بیمہ کروانے کا طریق کار (Procedure of Marine Insurance)

بحری بیمہ درج ذیل دو ذرائع سے کروایا جاسکتا ہے۔

(الف) لائیڈز ایسوسی ایشن۔

(ب) بیمہ کمپنی

(Edward Lied)

(الف) لائیڈز ایسوسی ایشن

لائڈز ایسوسی ایشن کے ذریعے بیمہ کروانے کے طریق کار سے پیشتر اس کا مختصر سا تعارف کروانا زیادہ موزوں معلوم

ہوتا ہے۔

لندن میں ایک شخص ایڈورڈ لائیڈ نامی کا ایک کافی ہاؤس تھا۔ اس کافی ہاؤس میں جہازوں

و دیگر تاجروں کو بیٹھتے تھے۔ بیمہ کرنے والے اشخاص کافی ہاؤس بھی اس جگہ جمع ہو جاتے تھے۔ کافی ہاؤس کے مالک نے

اپنے گاہکوں کی سہولت کے لیے دینا کے تمام حصوں سے جہازوں کے متعلق معلومات فراہم کرنے کا بندوبست بھی کر دیا

ہوا تھا۔ آہستہ آہستہ یہ کافی ہاؤس بیمہ کاری کا گھر بن گیا۔ اور لائیڈز کے نام سے مشہور ہو گیا۔ انڈر رائٹرز جو یہاں جمع ہوتے

تھے۔ انہوں نے جماعت کی شکل اختیار کر لی جو کہ ”لائڈز ایسوسی ایشن“ کے نام سے مشہور ہوئی۔

لائڈز ایسوسی ایشن ایک ایسی جماعت ہے جو بیمہ کروانے والے افراد پر مشتمل ہے جنہیں انڈر رائٹرز کہا جاتا ہے۔

اس ایسوسی ایشن کے ارکان انفرادی طور پر بیمہ کاری کی خدمات سر انجام دیتے ہیں۔

لائڈز کا زیادہ تر کام ایجنٹوں کے ذریعہ انجام پاتا ہے۔ بیمہ کا خواہشمند تاجر ایجنٹ ان معلومات کو ایک کاغذ

پر لکھ کر انڈر رائٹرز کو پیش کرتے ہیں اور اس پر بیمہ کی شرح لکھ دیتا ہے۔ اگر بیمہ کی شرح منظور ہو جائے تو انڈر رائٹرز

جس قدر رقم کے لیے ذمہ داری قبول کر سکتے ہوں اس کا نقد پر لکھ دیتے ہیں۔ اس طرح چٹ یا کاغذ مختلف انڈر رائٹرز

کے پاس منتقل ہو جاتی ہے۔ آخر کار جس قدر رقم کا بیمہ کروانا ہو پوری ہو جاتی ہے۔ اس چٹ کی اہمیت بہت زیادہ

ہوتی ہے۔ کیونکہ اس چٹ کی مدد سے ہی بیمہ نام تیار کیا جاتا ہے اور اس پر تمام انڈر رائٹرز دستخط کرتے ہیں ایجنٹ

سہی قسط بیمہ حاصل کرنے کے بعد بیمہ نامہ بیمہ کروانے والے کو دے دیتا ہے۔ ایجنٹ اپنا معاوضہ بصورت کیشن قسط

بیمہ پر ایک خاص فی صد کے حساب سے لیتا ہے۔

(ب) بیمہ کمپنی کے ذریعہ

بیمہ کمپنیوں کا کاروبار عام طور پر مشترکہ سرمایہ کی کمپنیوں کی صورت میں چل رہا ہے ان کمپنیوں کے ذریعہ سے بیمہ کروانے والا

درج ذیل طریق کار اختیار کرتا ہے۔

1- تجویزی فارم کی خانہ پری

بیمہ کردانے والے کو سب سے پہلے تجویزی فارم پُر کرنا ہوتا ہے۔ اس فارم میں درج ذیل خانہ جات ہوتے ہیں جن کو پُر کر کے ضروری قسم کی معلومات فراہم کی جاتی ہے۔

- 1 - بیمہ کرانے والے کا نام -
- 2 - جہاز کا نام (جس کے ذریعے مال روانہ کیا جا رہا ہو) -
- 3 - سفر کی تاریخ -
- 4 - سفر کا متوقع عرصہ -
- 5 - مال کی تقسیم -
- 6 - مال کی مقدار -
- 7 - بیکنگ کا طریقہ -
- 8 - بیکنگ کے نشانات -
- 9 - مالیت جتنی کا بیمہ کرانا درکار ہو درقم کا تعین کرتے وقت مال کی اصل قیمت میں اخراجات شامل کر کے اس میں مروجہ سود کی شرح جو بازار میں چل رہی ہو، کے حساب سے متوقع منافع جمع کر دینا چاہیے، یا رقم = قیمت + مروجہ سود + یا متوقع منافع =

5.5- بحری بیمہ کی بنیادی شرائط یا ذمہ داریاں (Basic Terms of Insurance)

بحری بیمہ کی صورت میں درج ذیل دو بنیادی شرائط کا اطلاق ہوتا ہے۔

(الف) لازمی بنیادی شرائط -

(ب) ظاہر کردہ بنیادی شرائط -

لازمی بنیادی شرائط سے مراد ایسی شرائط ہیں جن کا ہر بیمہ نامہ پر اطلاق ہوتا ہے۔ ان کو عام طور پر بیمہ نامہ میں ظاہر نہیں کیا جاتا۔ یعنی ان شرائط کے عدم اظہار کی صورت میں بھی ان کو طرفین ہی بیمہ کی بنیاد سمجھتے ہیں یہ شرائط درج ذیل ہوتی ہیں۔

1 - جہاز کا سمندری سفر کے قابل ہونا

اس شرط کے تحت جہازیں میں بیمہ شدہ مال روانہ کرنا ہو۔ ہر لحاظ سے ٹھیک ہونا چاہیے۔ جہاز اس قابل ہو کہ سمندر کے حادثات کا مقابلہ کر سکے۔ اور جہاز کا عملہ ضرورت کے مطابق ہو۔ جہاز کے عملہ کے پاس حفاظتی اقدامات کے

تحت ضروری اشیاء موجود ہوں اور جہاز میں زیادہ وزن نہ ہو۔ جہاز جس بندرگاہ سے روانہ ہو رہا ہو اور راستہ میں آنے والی تمام بندرگاہوں میں جہاں بھی رکے سمندری سفر کے قابل ہو۔

2۔ راستہ کا تبدیل نہ کرنا

یہ امر بھی طے شدہ ہوتا ہے کہ سفر میں جہاز اپنا عام راستہ تبدیل نہیں کرے گا۔ بیمہ نامہ میں جہاز کا راستہ تحریر کر دیا جاتا ہے۔ لیکن بعض ہنگامی حالات میں جہاز اپنا راستہ تبدیل کر سکتا ہے۔ ایسے حالات کسی انسان کی جان بچانا اور خود جہاز کو کسی قسم کا خطرہ درپیش ہونا ہو سکتے ہیں۔ جی سے جہاز کو قابو میں رکھنا مشکل ہو جائے۔ اگر مندر بالا وجوہات کے بغیر جہاز کا راستہ تبدیل کیا جائے گا۔ تو بیمہ کمپنی اپنی ذمہ داری سے سبکدوش ہو جائے گی۔

3۔ غیر قانونی تجارت

اس شرط کے تحت بیمہ شدہ مال جو جہاز میں لے جایا جا رہا ہو۔ اس کی تجارت اور قانون کے منافی نہ ہو۔ مثلاً سمگلنگ کا مال۔ پوس۔ افیون۔ شراب بھنگ۔ منشیات وغیرہ۔

4۔ سامان کی مقدار

جہاز پر لاوے جانے والے سامان کا وزن جہاز کی استعداد سے زیادہ نہ ہو۔ اگر جہاز کی برداشت سے زیادہ سامان لاو دیا جائے تو نقصان کی صورت میں بیمہ کمپنی ذمہ دار نہ ہوگی۔

5۔ جہاز کی ساخت

بیمہ دار نے بیمہ کمپنی کو یہ بھی یقین دہانی کروانا ہوتی ہے کہ جہاز کو جس پانی میں سفر کرنا ہے۔ وہ اس جہاز کی بناوٹ اور ساخت کے عین موافق ہے۔ ورنہ اگر اس شرط کی خلاف ورزی ہو تو اس صورت میں بیمہ کمپنی ذمہ دار نہ ہوگی۔

(ب) واضح یا ظاہر کردہ بنیادی شرائط

بیمہ پالیسی کی کچھ ایسی شرائط بھی ہوتی ہیں۔ جن کی وضاحت کر دینا ضروری سمجھا جاتا ہے۔ اگر ان شرائط پر عمل نہ کیا جائے تو بیمہ کمپنی نقصان کی تلافی سے انکار کر سکتی ہے، اور ساتھ ہی بیمہ پالیسی بھی منسوخ ہو سکتی ہے ایسی شرائط جن کی بیمہ کمپنی وضاحت کر دیتی ہے۔ وہ درج ذیل ہیں۔

1۔ جہاز کا مقررہ تاریخ اور وقت پر روانہ ہونا۔

2۔ جہاز کا معمول کے راستوں پر سفر کرنا۔

3۔ جہاز کے محافظ عملہ کا جہاز کے ہمراہ سفر۔

4۔ جہاز کے عملہ کا غیر جانبداری کا تعین۔

5۔ بحری قزاقی یا پکڑا دھکڑے سے بری ہونے کا یقین۔

- 6 - بحری بیمہ کی پالیسی خریدنے سے پیشتر ہی اگر کسی حادثہ کی وجہ سے نقصان ہو جائے تو اس کا دعویٰ نہ کرنے کا یقین۔
- 7 - صرف ایسی بند گاہوں پر رکنا۔ جن کا سفر کے آغاز سے پہلے نشاندہی کر دی گئی ہو۔
- 8 - مناسب مقدار میں سفری اخراجات موجود ہونے کا یقین دلانا۔ وغیرہ وغیرہ۔

6۔ حادثاتی بیمہ

6-1۔ حادثاتی بیمہ کی وسعت (Scope of Accident Insurance)

صنعتی انقلاب کے بعد ملکوں میں بہت ساری معاشی اور معاشرتی تبدیلی آگئی تھی۔ تبدیلیوں کے بعد صرف اشیاء کو دور دراز پہنچایا جانے لگا تھا بلکہ اور جی بہت سے خطرات کے تحفظات کی ضرورت کا احساس ہونے لگا تھا۔ چنانچہ وہ محرکات جن کی بنا پر ”حادثہ کا بیمہ“ وجود میں آیا۔

بیمہ کی چار معروف صورتیں مندرجہ ذیل ہیں۔ جن میں حادثہ کا بیمہ سب سے کم عمر ہے۔

1۔ سمندری بیمہ

2۔ آگ کا بیمہ

3۔ زندگی کا بیمہ

4۔ حادثہ کا بیمہ

بظاہر بیمہ کی یہ مختلف شکلیں ہیں اور یہ مختلف اشیاء سے متعلق ہیں۔ لیکن ان سب کا مقصد ایک ہے اور وہ مقصد ”خطرات سے تحفظ“ حاصل کرنا یا نقصان کی صورت میں ”تلافی“ حاصل کرنا ہے۔ دراصل انشورنس ایک تالاب ہے جس میں بہت سے لوگ قطرہ قطرہ پانی کا جمع کرتے ہیں اور جب کسی ایک کی کمیٹی ختم ہو جاتی ہے۔ تو پھر اس تالاب کے پانی سے اس شخص کی کمیٹی کو دوبارہ سرسبز و شاداب کر دیا جاتا ہے۔ دوسرے لفظوں میں بہت سے لوگ ایک کے لیے سہارا بن جاتے ہیں۔

حادثہ کا بیمہ 1840ء میں شروع ہوا اور بتدریج ترقی کرتا گیا۔ ہم اس بیمہ کی ارتقائی منازل کو مندرجہ ذیل صورتوں میں ظاہر کر سکتے ہیں۔

پہلی منزل 1840ء تا 1880ء

یہ وہ زمانہ ہے جب ریلوے ایجاد ہو چکی تھی۔ مگر وہ ابتدائی سالوں میں زیادہ محفوظ نہ تھی۔ جس کی وجہ سے اکثر حادثات

پیش آتے تو ایسی صورت میں زندگیوں کو بھی نقصان پہنچتا اور ریل گاڑیوں کو بھی تو اس نقصان کی تلافی کے حادثہ کا بیمہ وجود میں آ
دوسری منزل 1880ء تا 1890ء

یہ دور صنعتی ترقی کا دور ہے۔ ہر قوم صنعتی مشینوں سے افادہ کرنے لگی ہے۔ مزدور مشینوں سے کام کرنے لگے ہیں۔ پیداوار
بڑھنے لگی ہے۔ جس چیز کے فوائد ہوں اس کے نقص بھی ہوتے ہیں مشینوں کی وجہ سے مزدوروں کی زندگیاں بھی خطرے میں آگئی ہیں
اور وہ حادثوں کا شکار ہونے لگے۔ چنانچہ مزدوروں کے تحفظ کے لیے آواز بلند ہوئی اور پھر نتیجہ میں ”مالکان کی ذمہ داری کا ایکٹ“
پاس ہو جاتا ہے اور اس طرح مشینوں کے حادثہ کا شکار ہونے والے مزدور کی تلافی کا ذمہ دار مالک کو بٹھرا دیا جاتا ہے۔ اب وہ
مزدوروں کی انشورنس خود کرواتا ہے اور ان کے بیمہ کی اقساط بھی خود ادا کرتا ہے۔

تیسری منزل 1890ء تا 1906ء

اس دور میں موٹر بھی ایجاد ہو جاتی ہیں اور ان کی وجہ سے بھی موٹروں کو اور انسانوں کو حادثے پیش آنے لگتے ہیں اور یہ مزدور
سمجھا جانے لگتا ہے کہ حادثوں کی وجہ سے جو نقصان ہوتے ہیں ان کی تلافی کی جلتے تو ”موٹر وہیکل ایکسیڈنٹ“ کے تحت بیمہ
ہونے لگتا ہے۔

چوتھی منزل 1906ء تا حال

یہ زمانہ تیزی سے ترقی کی طرف بڑھنے کا ہے۔ اس میں ریل، مشین اور موٹر کے حادثات کے علاوہ دیگر حادثاتی
نقصانات کے بارے میں بھی غور و فکر ہوتا ہے چنانچہ ایسے نقصانات (جو آگ لگنے کی وجہ سے یا ڈاکہ اور نقب زنی کی
وجہ سے ہوتے ہیں) کا تحفظ بھی کیا گیا ہے۔

بیمہ کی خاص اقسام یعنی زندگی آگ اور بحری بیمہ جات کے علاوہ کچھ دیگر بیمہ جات بھی ہیں جن کو مذکورہ تین بیمہ جات کی
طرح اہمیت تو نہیں دی جاسکتی لیکن موجودہ ترقی یافتہ دور مشینی دور میں ان کی اہمیت بہت ہے۔ خصوصاً حادثہ کے بیمہ کی مشینی
اد سائنس ترقی کے ساتھ ساتھ اس کا دائرہ بھی وسیع تر ہوتا جا رہا ہے۔

بیمہ کی اس قسم کے تحت ان سب بیمہ جات کا شمار ہوتا ہے جن کا تحفظ آگ زندگی اور بحری بیمہ کے تحت نہیں دیا
جاسکتا ہے۔ حادثات کے بیمہ کو درج ذیل اقسام میں تقسیم کیا جاسکتا ہے۔

1 - ذاتی حادثات -

2 - موٹر کے حادثات -

3 - عوامی ذمہ داری کا بیمہ -

4 - وفاداری کا بیمہ -

5 - جائیداد کا بیمہ -

6.2۔ حادثاتی بیمہ کی تعریف

حادثاتی بیمہ کہتے ہیں مراد فریقین کے درمیان ایک ایسا معاہدہ جس کی رو سے ایک فریق دوسرے فریق سے وعدہ کرتا ہے کہ کسی حادثہ کی صورت میں اس کی جان یا مال کو جو نقصان پہنچے اس کی (یعوض پریمیم) تلافی کر دے گا۔ ایسا معاہدہ حادثاتی بیمہ کہلاتا ہے۔

6.3۔ حادثاتی بیمہ کی اقسام

بیمہ کی اس قسم کے تحت ان بیمہ جات کا شمار ہوتا ہے۔ جن کا تحفظ آگ، زندگی اور بحری بیمہ کے تحت نہیں دیا جاسکتا۔ حادثات کے بیمہ کو درج ذیل اقسام میں تقسیم کیا جاسکتا ہے۔

- 1۔ ذاتی حادثات
- 2۔ موٹر کے حادثات
- 3۔ سوجھی ذمہ داری کا بیمہ
- 4۔ وقاداری کا بیمہ
- 5۔ جائیداد کا بیمہ
- 6۔ ذاتی حادثہ

1۔ ذاتی حادثہ (Personal Accident)

حادثاتی بیمہ کی اس قسم کے تحت موت اور وہ تمام ذاتی مضرات آتے ہیں جو کسی حادثہ سے واقع ہوئے ہوں۔ بیمہ کمپنی اس بیمہ کے تحت بیمہ دار سے وہ وعدہ کرتی ہے کہ اگر وہ کسی حادثہ میں فوت ہو جائے تو کمپنی اس کے ورثاء کو بیمہ شدہ رقم کی ادائیگی کر دے گی۔ اگر حادثہ سے اسے کوئی اور نقصان پہنچے جیسے جسم کا کوئی حصہ بوجہ حادثہ کٹ جائے تو اس کو وہ معینہ رقم جو کسی عضو کے قطع ہونے پر پالیسی میں ادائیگی کے لیے درج ہو بیمہ کمپنی ادا کرے گی۔ موت یا مضر خواہ موٹر کے حادثہ سے سہا یا اتفاقاً گولی لگنے سے یا کارخانہ میں کسی مشین وغیرہ سے، بیمہ کمپنی اس کی ذمہ دار ہو جاتی ہے۔

حادثہ کی صورت میں بیمہ دار کی موت واقع ہو یا جسم کے کسی حصہ کو نقصان پہنچے بیمہ دار کے ورثاء کی ذمہ داری ہے کہ وہ اس امر کی اطلاع فوری طور پر بیمہ کمپنی کو بھیجیں۔ بصورت دیگر بیمہ کمپنی اپنی ذمہ داری سے بری یعنی آزاد ہوگی۔

چوں کہ اس بیمہ کا تعلق بیمہ دار کی ذات سے ہے اس لیے اس بیمہ پر معاہدہ اجراء کا اطلاق نہیں ہوتا بلکہ بیمہ کمپنی نے جس رقم کا معاہدہ کیا ہے۔ اسے ادا کرنا پڑے گی۔

2۔ موٹر کے حادثات کا بیمہ

حادثاتی بیمہ کی اس قسم کا تعلق موٹر گاڑیوں مثلاً موٹر کار، سکورٹ، موٹر سائیکل، بس، ٹرک، دیگر ٹریکٹر وغیرہ سے ہوتا ہے اس معاہدہ کے تحت بیمہ کمپنی بیمہ دار کی گاڑی کو حادثہ وغیرہ کی صورت میں نقصان پہنچنے پر اس کی تلافی کرتی ہے۔

موٹر کار کا بیمہ بھی مکمل دیا مندرجہ اور صحیح معلومات بیمہ پہنچانے کے اصول پر ملتی ہوتا ہے۔ بیمہ کروانے کے خواہشمند شخص کو تمام سوالات جو اس سے دریافت کیے گئے ہوں کا صحیح اور دیا مندرجہ جواب دینا لازمی ہوتا ہے اگر بیمہ کروانے والے کی طرف سے صحیح جوابات نہیں دیئے گئے اور کوئی بھی مخفی بات رکھی گئی ہو تو بیمہ کمپنی صحیح حالات سے آگاہ ہونے پر پالیسی کو کاغذی قرار دے سکتی ہے یہ سوالات ایک فارم میں درج ہوتے ہیں اور بیمہ دار ان کا تحریری جواب بیمہ کمپنی کو فراہم کرتا ہے مثلاً بیمہ دار کی عمر، یا موٹر کے انجن کی قوت، یا موٹر کی قیمت کو غلط بیانی کی بنا پر بیمہ کمپنی بیمہ دار کے مقابلہ میں اپنی ذمہ داری سے بری نہیں ہوتی۔ خواہ بیمہ دار نے وہ پالیسی غلط بیانی سے ہی کیوں نہ حاصل کی ہو۔ اس کا اصل سبب یہ ہے کہ حکومت نے موٹر کا بیمہ لازماً قرار دیا ہے۔ اس لیے تیسرے شخص کا نقصان تو کمپنی کو ادا کرنا پڑے گا۔ مگر وہ رقم جو اس نے تیسرے شخص کو ادا کی ہے بیمہ دار سے وصول کر سکتی ہے۔

موٹر کے بیمہ میں حسب ذیل خطرات کا تحفظ ہوتا ہے۔

- ۱۔ عوام کے خطرہ کی ذمہ داری۔
- ۲۔ جائیداد کے نقصان کی ذمہ داری۔
- ۳۔ موٹر کی ٹکر کے خطرہ کی ذمہ داری۔
- ۴۔ آتشزدگی کا خطرہ۔
- ۵۔ چوری کا خطرہ۔

مذکورہ تمام خطرات اگر ایک ہی پالیسی کے تحت ہوں تو وہ جامع پالیسی کہلاتی ہے۔ اب ان خطرات کی الگ الگ وضاحت پیش کی جاتی ہے۔

و۔ عوام کے خطرہ کی ذمہ داری

اس کے تحت وہ تمام حادثات آتے ہیں جو تیسرے شخص کو بیمہ دار کی موٹر سے پیش آسکے۔ خواہ وہ ملک ہوں یا نہ ہوں۔ ان حادثات اور نقصانات کی ذمہ داری بیمہ کمپنی پر آتی ہے۔ بیمہ کمپنی بیمہ پالیسی میں کچھ قیود مقرر کر سکتی ہے۔ جس کی پابندی بیمہ دار پر لازمی ہوتی ہے۔ مثلاً موٹر کار کا مقررہ حدود کے اندر ہی چلانا موٹر کے مقررہ کام کے استعمال کا تعین وغیرہ وغیرہ۔ اسے فرنی ثالث کے نقصان کا بیمہ (Third Party Insurance) بھی کہتے ہیں۔

۱۔ جائیداد کے نقصان کی ذمہ داری

اگر بیمہ شدہ بی یا موڑنے کسی دوسرے شخص کی جائیداد کو نقصان پہنچا کر تباہ کر دیا ہو تو اس نقصان کی تلافی کی ذمہ داری بیمہ کمپنی پر ہوتی ہے۔

۲۔ موڑ کے تصادم کے خطرہ کا بیمہ

اس بیمہ کا یہ مقصد ہوتا ہے کہ مالک کو اس نقصان سے محفوظ رکھا جائے جو اس کی بیمہ شدہ موڑ کو کسی سمارٹ یا غیر سمارٹ شے کے تصادم کے نتیجے میں پہنچا ہو۔ اس نقصان کی تلافی یا ترمیم کر کے یا اس کو بحال کر کے یا اس کی قیمت مارکیٹ کے مطابق ادا کر کے کی جاسکتی ہے۔

۳۔ آتشزدگی کا خطرہ

اس پالیسی کے تحت بیمہ شدہ موڑ کی آتشزدگی سے مالک کو جو نقصان ہوتا ہے۔ بیمہ کمپنی اس کی تلافی کی ذمہ دار ہوتی ہے۔ یہ پالیسی آگ کی پالیسی کے مشابہ ہوتی ہے۔

۴۔ چوری کا خطرہ

اس پالیسی کے تحت بیمہ شدہ موڑ کی چوری سے مالک کو جو نقصان ہوتا ہے۔ بیمہ کمپنی اس نقصان کی تلافی کرتی ہے۔

۵۔ فریق ثالث کے نقصان کی ذمہ داری کا بیمہ

جن کو علی قانون کی رو سے موڑ گاڑیوں کے مالکان کو بیمہ کر دانا ضروری ہوتا ہے۔ لہذا وہ اپنی موڑ کا فریق ثالث کے نقصان کا بیمہ کرائے اور اگر وہ بیمہ نہیں کرانا تو وہ اپنی موڑ سڑک پر نہیں لاسکتا۔ اس لیے جب موڑ کا بیمہ ہو چکا ہو تو کسی شخص کو اپنی موڑ سے نقصان پہنچے تو بیمہ کمپنی ذمہ دار ہو جاتی ہے۔ اس سے فائدہ یہ حاصل ہوتا ہے۔ کہ جس شخص کو نقصان پہنچا وہ بیمہ کمپنی سے وصول کر لیتا ہے۔ اگر بیمہ غلط بیانی سے کر دیا گیا ہو تو بیمہ کمپنی نقصان کی ادائیگی کے بعد رقم واپس لینے کا مجبور کر سکتی ہے۔

۶۔ وفاداری کا بیمہ

وفاداری کا بیمہ کہے بیمہ کمپنی اس نقصان کی ذمہ داری لیتی ہے جو بیمہ دار کے کسی ملازم نے غبن، خورد برد یا دیگر بددیواری یا کام کی لاپرواہی سے اسے پہنچایا ہو۔ بیمہ کمپنی ایسے نقصان کی تلافی دیتی ہے۔

۷۔ نقب زنی کا بیمہ

چوڑی بھی چونکہ ایک حادثہ ہے لہذا حادثاتی بیمہ کے خطرات کی اس صورت میں بیمہ کمپنی بیمہ دار کے مال کی برقت شب یا دن چوری سے پیدا ہونے والے نقصان کی تلافی کی ذمہ داری لیتی ہے۔ لیکن اس نقصان میں سرقت یعنی بغیر نقب کے چوری سے ہونے والے نقصان کی رقم شامل نہیں ہوتی۔

6.4۔ حادثاتی بیمہ کا طریق کار

حادثاتی بیمہ کے تحت پاکستان میں عام طور پر بیمہ کمپنیاں موٹر گاڑیوں کے متعلق اور ملازمین بیمہ کے تحفظ کی مشترکہ پالیسیاں ہی جاری کرتی ہیں۔ کسی موٹر گاڑی کو حادثہ سے پہنچنے والے نقصان کے خطرات سے تحفظ کے لیے بیمہ کمپنی حادثاتی بیمہ کے لیے درج ذیل طریق کار اختیار کرتی ہے۔

1۔ فارم تجویز

دیگر بیمہ جات کی طرح موٹر گاڑی کا حادثاتی بیمہ حاصل کرنے والے کو ایک تجویزی فارم پُر کر کے بیمہ کمپنی کو دینا ہوتا ہے۔ جن سے بیمہ کروانے والے کا نام، گاڑی کا نام، ساخت، ماڈل، انجن نمبر وغیرہ اور بیمہ کروانے والے کا پتہ درج ہوتا ہے۔ اور ذاتی حادثہ کی پالیسی میں بیمہ کروانے والے کا نام، پتہ، عمر، پیشہ، امکانی حادثات (کسی فیکٹری ملازم کی صورت میں) کا تذکرہ ہوتا ہے۔ پروپوزل فارم کے بغیر مطالعہ کے بعد بیمہ کمپنی اگر مطمئن ہو تو پھر وہ موٹر گاڑی کے بیمہ پالیسی کی صورت میں کاغذ کی جانچ پڑتال کے لیے مالک سے کاغذات طلب کرتی ہے۔

2۔ کاغذات کا معاشرہ

موٹر گاڑی کے حادثہ کی صورت میں بیمہ کمپنی موٹر گاڑی کے مالک سے مزید سٹی کے لیے گاڑی کے متعلقہ کاغذات مثلاً رسید، رجسٹریشن وغیرہ طلب کرتی ہے۔ تاکہ قابل بیمہ حقوق کا پتہ چلانے کے ساتھ ساتھ دیگر اہم تقاضوں کو پورا کیا جاسکے۔

3۔ منظوری

جب بیمہ کمپنی کاغذات کی جانچ پڑتال کے بعد ہر طرح سے مطمئن ہو جاتی ہے۔ تو بیمہ کی تجویز منظور کر لی جاتی ہے۔ اور بیمہ کروانے والے کو پہلی قسط کی ادائیگی کے لیے کہا جاتا ہے۔ جب پہلی قسط وصول ہو جائے تو بیمہ کا معاہدہ مکمل ہو جاتا ہے، اور کمپنی کسی قسم کے نقصان کی صورت میں تلافی کی ذمہ دار بن جاتی ہے۔

4۔ بیمہ پالیسی کا باقاعدہ اجراء

پہلی قسط کی وصولی کے بعد بیمہ کمپنی بیمہ دار کو باقاعدہ بیمہ پالیسی جاری کر دیتی ہے۔

7۔ خود آزمائی

- سوال نمبر 1۔ درج ذیل خالی جگہوں کو موزوں الفاظ سے پُر کیجیے۔
- (الف) نقصان کی تلافی کرنے کے معاہدہ کو _____ کہتے ہیں۔
- (ب) خطرات کی ذمہ داری قبول کرنے کا معاہدہ _____ یا _____ کی صورت میں ہی ادا کیا جاتا ہے۔
- (ج) _____ کے لیے بیمہ کی بہت زیادہ اہمیت ہے۔
- (د) زندگی کا بیمہ _____ کو روکنے کا بھی ایک اہم اور مؤثر طریقہ ہے۔
- (س) زندگی کا بیمہ کم از کم _____ کی پالیسی خرید کر ہی کر دیا جاسکتا ہے۔
- (ص) زندگی کے بیمہ میں بیمہ کردارنے والا _____ کو اپنی صحت کے بارے میں صحیح معلومات پہنچاتا ہے۔
- (ط) جب بیمہ کمپنی پہلی قسط وصول کر لیتی ہے تو پھر وہ _____ جاری کرتی ہے۔
- (ع) بیمہ کمپنی _____ اور _____ دونوں قسم کی پالیسیوں کا اجرا کرتی ہے۔
- (ف) جماعتی بیمہ کے لیے _____ کی قید یا پابندی نہیں ہوتی۔
- (دک) _____ کا بیمہ ایک معینہ مدت کے لیے کیا جاتا ہے۔
- سوال نمبر 2 بیان کی روشنی میں سامنے دیئے گئے الفاظ صحیح یا غلط پر نشان لگائیے۔
- (الف) آگ کے بیمہ کا کوئی معاہدہ نہیں ہوتا۔
- (ب) مقررہ عرصہ کے خاتمہ پر بیمہ پالیسی کی تجدید نہیں کرائی جاسکتی۔
- (ج) بیمہ کے ہر معاہدہ میں تجویز اور قبولیت لازم و ملزوم ہوتے ہیں۔
- (د) بیمہ نامہ مفسوخ ہو جانے کی صورت میں ادا شدہ رقم ضبط نہیں ہوگی۔
- (س) اکثر اوقات براہ راست بیمہ کمپنی کی بجائے کمپنی کے نمائندہ سے بیمہ پالیسی حاصل کی جاتی ہے۔
- (ص) پروری قابلیت کی پالیسی کے تحت بیمہ کمپنی پر سے مال کا بیمہ کرتی ہے۔
- (ط) مخصوص حالات میں بیمہ کمپنی اپنے گاہکوں کی سہولت کے لیے کرایہ کی پالیسی جاری نہیں کرتی۔
- (ع) سفری پالیسی کے تحت بیمہ کمپنی بیمہ دار کا مال منزل مقصود تک پہنچانے کا وعدہ کرتی ہے۔

صحیح / غلط

صحیح / غلط

صحیح / غلط

صحیح / غلط

صحیح / غلط

صحیح / غلط

صحیح / غلط

صحیح / غلط

صحیح / غلط

(ف) سمندری بیمہ کا باقاعدہ ایکٹ 1605ء میں پاس ہوا۔

صحیح / غلط

(ک) سفری پالیسی کے تحت کسی مال کی ایک خاص سفر کے لیے بیمہ کر دیا جاتا ہے۔

سوال نمبر 3 ہر سوال کے عنوان کے ساتھ مختلف بیانات ہیں درست بیان تلاش کر کے اس کے گرد دائرہ لگائیں ہر عنوان کے ساتھ دل کو درست مطلب دے۔

(۱) زندگی کا بیمہ کر دینے کے لیے سب سے ضروری دستاویز

1 - سرٹیفیکیٹ فراہم کیا جاتا ہے۔

2 - ایجابی فارم فراہم کیا جاتا ہے۔

3 - پاسپورٹ فراہم کیا جاتا ہے۔

4 - حلف نامہ فراہم کیا جاتا ہے۔

(ب) جماعتی بیمہ کسی دفتر یا ادارہ کے ملازمین کی سہولت کے لیے

1 - بیمہ کر دینے والا پیش کرتا ہے۔

2 - بیمہ کمپنی پیش کرتی ہے۔

3 - ملازمین پیش کرتے ہیں۔

4 - دفتر یا ادارہ پیش کرتا ہے۔

(ج) معاہدہ آگ میں تجویز کنندہ اپنی تحریری تجویز ایک

1 - تحریر کے ذریعے کرتا ہے۔

2 - معاہدہ کے ذریعے کرتا ہے۔

3 - پروپوزل فارم کے ذریعے کرتا ہے۔

4 - بیمہ نامہ کے ذریعے کرتا ہے۔

(د) بحری بیمہ کی تمام شرائط ایک -

1 - پروفوزل فارم میں ہوتی ہیں۔

2 - دستاویز میں ہوتی ہیں۔

3 - ایجابی فارم میں ہوتی ہیں۔

4 - حلف نامے میں ہوتی ہیں۔

8۔ جوابات

سوال نمبر 1

| | | | | | |
|-------|-----------|-----|--------------------|-----|------------|
| (الف) | بیمہ | (ب) | پریمیم، قسط | (ج) | کاروبار |
| (د) | افراط زر | (س) | رقم | (ص) | بیمہ کپنی |
| (ط) | بیمہ کپنی | (ع) | بامنافع، بلا منافع | (ت) | طبی معائنہ |
| (ک) | قرضہ | | | | |

سوال نمبر 2

| | | | | | |
|-------|------|-----|------|-----|------|
| (الف) | غلط | (ب) | غلط | (ج) | صحیح |
| (د) | غلط | (س) | صحیح | (ص) | صحیح |
| (ط) | غلط | (ع) | صحیح | (ت) | غلط |
| (ک) | صحیح | | | | |

سوال نمبر 3

| | | | | | |
|-------|---|-----|---|---|---|
| (الف) | 1 | (ب) | 2 | ج | 3 |
| (د) | 4 | | | | |

تجارتی انجمنیں

تحریر: محمد اسلم
نظر ثانی: علی حسن مظفر

یونٹ کا تعارف

یہ یونٹ تجارتی انجمنوں کے م کے بارے میں ہے اس یونٹ میں تجارتی انجمنوں کی تعریف، خصوصیات، اہمیت، طریق کار اور تنظیم کے علاوہ ایوان صنعت و تجارت کی تعریف کا کردگی اور فوائد و نقصانات، ایوان صنعت و تجارت کے وفاق کشاک کشیچ، اشیاء پیداوار کے بازار سے متعلقہ مراد شامل ہے۔

یونٹ کے مقاصد

- اس یونٹ کے مطالبہ کے بعد آپ اس قابل ہو جائیں گے کہ -
- 1- تجارتی انجمنوں کی تعریف، خصوصیات، اہمیت بیان کر سکیں۔
- 2- تجارتی انجمنوں کے قیام کے طریق کار اور نظم و نسق پر تبصرہ کر سکیں۔
- 3- ایوان صنعت و تجارت کی تعریف اور کارکردگی پر روشنی ڈال سکیں۔
- 4- ایوان صنعت و تجارت کے مقاصد، کارکردگی و فاق اور فوائد و نقصانات پر گفتگو کر سکیں۔
- 5- اشیاء پیداوار کے بازار اور طریق کار کی وضاحت کر سکیں۔

فہرست مضامین

مضامین

| | |
|-----|--|
| 579 | 1- تجارتی انجمنیں |
| 579 | 1.1 - تجارتی انجمن کی تعریف |
| 579 | 1.2 - تجارتی انجمن کی خصوصیات |
| 580 | 1.3 - تجارتی انجمن کی اہمیت |
| 580 | 1.4 - تجارتی انجمن کا طریق کار |
| 581 | 1.5 - تجارتی انجمنوں کے قیام اعراض و مقاصد |
| 583 | 1.6 - تجارتی انجمنوں کا اہم سرگرمیاں |
| 585 | 1.7 - تجارتی انجمنوں کے فوائد و نقصانات |
| 587 | 1.8 - پاکستان میں تجارتی انجمنیں |
| 587 | 1.9 - پاکستان میں تجارتی انجمنوں کے فرائض |
| 587 | 1.10 - پاکستان میں چند تجارتی انجمنوں کے نام |
| 598 | 2- ایران تجارت |
| 589 | 2.1 - ایران تجارت کی تعریف |
| 590 | 2.2 - ایران تجارت کے مقاصد |
| 594 | 2.3 - پاکستان میں ایران تجارت |
| 594 | 2.4 - پاکستان میں ایران تجارت کے فرائض و خدمات |
| 596 | 2.5 - پاکستان میں ایران تجارت کی فہرست |
| 597 | 3- شاہک ایکسچینج |
| 597 | 3.1 - شاہک ایکسچینج کی تعریف |
| 597 | 3.2 - شاہک ایکسچینج کے فوائد |

| | |
|-----|---|
| 598 | 3.3 - سٹاک ایکسیجینج کے نقصانات |
| 599 | 3.4 - سٹاک ایکسیجینج کی تاریخ |
| 600 | 3.5 - سٹاک ایکسیجینج کی تنظیم |
| 601 | 3.6 - سٹاک ایکسیجینج کی اصطلاحات کے کاروبار میں استعمال ہونے والی |
| 605 | 4- ایوان ہائے صنعت و تجارت کا وفاق |
| 605 | 4.1 - ایوان ہائے صنعت و تجارت کے وفاق کی تعریف |
| 605 | 4.2 - ایوان صنعت و تجارت کے وفاق کے مقاصد |
| 606 | 4.3 - مختلف ٹریڈ گروپس |
| 607 | 4.4 - گروپ آف انڈسٹری |
| 608 | 5- اشیاء یا پیداوار کا بازار (ایکسیجینج) |
| 608 | 5.1 - اشیاء کے بازار کی تعریف |
| 608 | 5.2 - اشیاء کے بازار کا نظم و نسق |
| 608 | 5.3 - طریق کار |
| 608 | 5.4 - پیداوار یا اشیاء کی ایکسیجینج کے مقاصد |
| 610 | 6- خود آزمائی |
| 615 | 7- جراثیمات |

1۔ ٹریڈ ایسوسی ایشن تجارتی انجمنیں

1.1۔ تجارتی انجمن کی تعریف

مختصراً ایک ہی نوعیت کے کاروبار کے اشتراک کی ایک صورت تجارتی انجمن ہے۔ انٹرنیشنل و کامرس کی ڈکشنری کے مطابق عام طور پر ہر قسم کے کاروبار کے مفادات کی نگرانی کے لیے ایک ادارہ ہوتا ہے۔ جو کہ ٹریڈ ایسوسی ایشن کہلاتا ہے۔ جیسے برطانیہ میں لیورپول کاٹن ایسوسی ایشن وغیرہ وغیرہ۔

تجارتی انجمن کی تعریف کچھ اس طرح سے بھی کی جاسکتی ہے ہم پیشہ تاجروں صنعت کاروں اور بیوپاریوں کی ایک ایسی رضا کارانہ تنظیم جو ایک ہی نوعیت کے کاروبار یا بیوپار سے متعلق ان کے مابین مفادات کی حفاظت کرنے، باہمی اختلافات دور کرنے اور ان کے درمیان دوستانہ تعلقات استوار کرنے کی سہولت افزائی کرے ٹریڈ ایسوسی ایشن کہلاتی ہے۔

یہ تنظیم مقامی یا علاقائی طور پر قائم کی جاتی ہے یعنی دفعہ اس کا دائرہ کار کسی ایک محلہ، گاؤں، شہر، یا پورے علاقہ تک پھیلا ہوا ہوتا ہے۔ مثلاً انجمن بہبود آرڈیشن غلامنڈی اوکاڑہ انجمن تاجران کیزاکر اچر ہارڈویر انجمن برائے ٹھکانہ روڈ لاہور۔ کاٹن ٹیکسٹائل ملز ایسوسی ایشن آف پاکستان، صابن ایسوسی ایشن گولچوک فیصل آباد وغیرہ۔

تجارتی انجمن کاروباری اشتراک کی ایک سادہ ترین شکل ہے یہ اشتراک عارضی نوعیت کا بھی ہو سکتا ہے باہمی مفادات کی خاطر کیا جانے والا اشتراک ایک زبانی یا تحریری معاہدہ کے نتیجے میں وقوع پذیر ہوتا ہے۔ مختلف مقامی طور پر اپنی بالادستی قائم رکھنے کے لیے متحد ہو جاتی ہیں۔ یا بھروسہ کلی طور پر اپنا دھرم ختم کر کے یا اپنی پہچان کو برقرار رکھتے ہوئے ایک بڑی فرم کاروبار و حاکمیتی ہیں۔ اور اس طرح اجارہ داری کی تمام مراعات سے فائدہ اٹھاتی ہیں۔ مشترکہ مقاصد کے حصول کے لیے فرموں کا رضا کارانہ تنظیم ٹریڈ ایسوسی ایشن کہلاتی ہے۔

تجارتی انجمن کاروبار اور صنعت کے مشترکہ مسائل کے حل کے لیے تشکیل دی جاتی ہیں۔ تجارتی انجمنوں کے ممبران انجمنوں میں شمولیت کرنے یا علیحدگی اختیار کرنے کے لیے آزاد ہوتے ہیں۔

1.2۔ تجارتی انجمن کی خصوصیات

1۔ ٹریڈ ایسوسی ایشن باہمی کاروباری مفادات کی خاطر ایک اشتراک ہے۔

2۔ اس میں ایک ہی میدان میں تجارت کا کاروبار کرنے والے ادارے شامل ہوتے ہیں۔

- 3 - اس کے ہر رکن کو انفرادی طور پر ممبر رکھتے ہیں اور اجتماعی طور پر اس کی حیثیت ایسی ایشن کی سی ہوتی ہے۔
- 4 - اس کے حقوق کے تحفظ کی خاطر اسے حکومت سے رجسٹر بھی کروایا جاسکتا ہے۔
- 5 - ممبران کو ممبر شپ فیس ممبران ششماہی، سالانہ یا یک مشت ادا کرنا ہوتی ہے۔
- 6 - اس کے انتخابات کو چلانے کے لیے ارکان مل کر ایک انتظامیہ تشکیل دیتے ہیں جو باہمی مفادات کی نگرانی کے لیے خلوص نیت سے کام کرتے ہیں۔
- 7 - اس کی کارکردگی کا جائزہ لینے کے لیے وقتاً فوقتاً اجلاس ہوتے رہتے ہیں۔
- 8 - ایسی ایشن کے قواعد و ضوابط کی پابندی نہ کرنے والے ممبر کی ممبر شپ ختم بھی کی جاسکتی ہے۔
- 9 - ایسی ایشن جن مقاصد کے لیے قائم کی گئی ہو اگر پورے رہہ رہے ہوں تو ایسی ایشن ختم بھی کی جاسکتی ہے۔

1.3۔ تجارتی انجمن کی اہمیت

سرمایہ دارانہ معیشت کے تحت صنعتی میدان میں کارخانہ دار کا رجحان پیداوار میں اضافہ و تخصیص کار، خود کار مشینری اور کمپیوٹر کے استعمال کی طرف ہونے کے ساتھ ساتھ وہ یہ بھی چاہتا ہے۔ اس کی مصنوعات کی پیدائش یا تیاری پر کم از کم خرچ کئے نتیجتاً پیداوار کی قیمتیں اس قدر کم ہو جاتی ہیں کہ کاروبار میں کسی کمپنی کو فائدہ نہیں ہو رہا ہوتا۔ اس صورت حال سے بچنے کی خاطر ٹریڈ ایسوسی ایشن کا وجود ناگزیر ہوتا ہے۔ شروع کیا جانے والا کاروبار اپنی یا منافع بقاد کا خرابی ہوتا ہے اور اس کے لیے صرف بونٹ انتظامی نہیں بلکہ دیگر اقدامات کی بھی ضرورت ہوتی ہے۔ ان میں سے ایک قدم کاروبار کی نگرانی کے لیے ٹریڈ ایسوسی ایشن کا قیام ہے۔ یہ ایسوسی ایشن اس وقت وجود میں آتی ہے جب ایک کاروباری یا صنعتی ادارے باہمی مفادات، کاروباری بہبود اور ترقی کے لیے ایک ہی پلیٹ فارم پر اکٹھے ہو جائیں۔ آج کے جدید دور میں ترقی یافتہ ادارے ٹریڈ ایسوسی ایشن اس وقت وجود میں آتی ہے جب ایک کاروباری یا صنعتی ادارے باہمی مفادات، کاروباری بہبود اور ترقی کے لیے ایک ہی پلیٹ فارم پر اکٹھے ہو جائیں۔ آج کے جدید دور میں ترقی یافتہ ادارے ٹریڈ ایسوسی ایشن جو کہ کاروبار کی ایک سادہ صورت ہے کا نتیجہ ہیں۔

1.4۔ تجارتی انجمنوں کا طریق کار

”تجارتی انجمن“ ایک ہی جگہ کاروبار یا تجارت کرنے والے افراد اپنے باہمی مفادات کی نگرانی کے لیے قائم کرتے ہیں۔ ہر تجارتی انجمن اپنا اپنا الگ فنڈ قائم کرتی ہے جس میں اس کے ممبران ممبران، سہ ماہی، یا سالانہ ایک مقررہ رقم بطور چندہ جمع کرتے ہیں۔ یہ فنڈ ایک انجمن کے ان تمام مطلوبہ مقاصد (جن کے لیے وہ قائم کی گئی ہو) کو حاصل کرنے کے لیے استعمال کیا جاتا ہے ان انجمنوں کو حل کرنے کے لیے بھی ممبران کچھ قواعد و ضوابط باہمی صلاح مشورے تشکیل دیتے ہیں۔ جن کو عموماً پھر وارڈ کار میں لے آجاتا

ہے۔ ان قواعد و ضوابط کی پابندی ہر ممبر کا اخلاقی اور معاشرتی فرض ہوتا ہے۔ ٹریڈ ایسوسی ایشن ”شریعت آدمی کے معاہدہ“ یعنی (شرعیہ معاہدہ) کے اصول کے تحت تشکیل پاتی ہے۔ اس ایسوسی ایشن کے قیام کا مقصد گلا کاٹنے والے مقابلہ گچاؤ یا تحفظ ہوتا ہے۔

ایک کاروباری۔ نیا تجارتی یا صنعتی ادارہ کا سربراہ اپنے ہی سرمایہ سے اور اپنی ہی نگرانی میں منافع کی خاطر جدوجہد کرتا ہے۔ اس دوران اسے کئی ایک مالی اور کاروباری معاملہ جیسی مشکلات کا سامنا کرنا پڑتا ہے اور وہ ان مشکلات کے ازالہ کے لیے اس میدان میں محدود دوسرے کاروباری ادارے کے ساتھ شریک کار ہو جاتا ہے۔ ان کا یہ کاروبار لمبہ میں ایک ایسوسی ایشن کی شکل اختیار کر لیتا ہے۔

لیکن جاپان میں یہ طریق کار قدرے مختلف ہے۔ جاپان جو کہ معاشی لحاظ سے ترقی یافتہ ممالک کی صف میں شامل ہے وہاں یہ تجارتی ادارہ اپنی ایک انجمن قائم کرتا ہے اور پھر اس انجمن کو جلد ممبران آپس میں مل کر باہمی انعام و نفیم سے چلاتے ہیں۔ اس میں سب سے بڑی افادیت یہ ہے کہ سربراہ ادارہ خدا نخواستہ کسی وجہ سے ذہنی یا جسمانی طور پر مغضوب ہو جائے تو اس کے بعد والا رکن اس ادارہ کا نظم و نسق سنبھال لینا ہے اور اس طرح ادارے کے وجود اور ساخت کو کوئی دھچکا نہیں لگتا کیونکہ وہ ان سب معاملاتی میں اس قدر ماہر اور کاروباری معاملات سے باخبر ہوتا ہے۔ (جبکہ کہ مغضوب یا مفروز ہونے والا) اور یہ تمام کام بطریق احسن انجام پاتے ہیں اور پھر یہی ایسوسی ایشن اپنے ٹریڈ کے نام سے دوسری ٹریڈ ایسوسی ایشن کی ممبر بنتی ہے۔

1.5۔ تجارتی انجمنوں کے قیام کے اغراض و مقاصد

تجارتی انجمنوں کے قیام کے مقاصد درج ذیل ہیں۔

1۔ خام مال کی فراہمی

ٹریڈ ایسوسی ایشن کے قیام کا بنیادی مقصد خام مال کی فراہمی ہے۔ ممبران اپنے فہم و فراست کو بروئے کار لاتے ہوئے فیصلہ کرتے ہیں کہ مطلوبہ خام مال انہیں کہاں سے اور کن نرخوں پر اور کتنی مقدار میں میسر آ سکتا ہے اگر یہ خام مال ملکی منڈیوں میں دستیاب ہو سکے۔ تو یہ بیرون ملک منڈیوں سے منگواتے ہیں۔ لیکن وہ یہ بات ذہن میں رکھتے ہیں کہ باہر سے مال منگوانے پر اخراجات زیادہ نہیں اٹھنے چاہئیں۔ کہیں ایسا نہ ہو کہ باہر سے خام مال منگوانے کی بجائے تیار شدہ اشیاء ہی سستے داموں دستیاب ہوں۔ ہم خام مال منگوا کر یہاں پر چیزیں تیار کریں۔ وہ بہت زیادہ منگنی پڑی۔

2۔ مزدوروں کی مزدوری

تجارتی انجمن مزدوروں کی فراہمی اور مچران کی اجرت کے تینوں کے لیے اپنی خدمات سرانجام دیتی ہیں۔ اجرت کا تینوں کئی ایک معاشی اقتدار کو پیش نظر رکھتے ہوئے کیا جاتا ہے۔ یہ امر ہمیشہ ملحوظ خاطر رکھا جاتا ہے کہ مزدور کو کم از کم اس قدر مزدوری

مزدور ملنی چاہیے جس سے خوشحال زندگی بسر کر سکیں۔ یہ انجمن اپنے کاروبار کی نوعیت کے مطابق مزدوروں کی فراہمی کا بندوبست کرتی ہے۔ مثلاً ان کے کارخانے کے لیے ایسے مزدور تلاش کیے جائیں گے۔ جو ان کی صنعت سے بہرہ ور ہوں گے۔ سینٹ کے کارخانہ کے لیے سینٹ کا کام جاننے والے مزدوروں کا بندوبست کیا جائے گا۔

اس طرح کپڑے کی صنعت کے لیے ترجیح یافتہ مزدوروں کا بندوبست بھی اس سے متعلقہ انجمن کے مقاصد میں شامل ہوتا ہے۔ اس طرح کارخانے تالا بند یوں سے محفوظ رہیں گے جس کے نتیجے میں پیداوار میں اضافہ ہوگا۔ یہ امر بھی اشیاء کی قیمتوں میں اعتدال پرکھنے کا باعث ہوگا۔

3۔ پیداوار کی قیمتوں کا تعین

کسی صنعت میں تیار کی جانے والی اشیاء کی قیمتوں کا تعین بھی یہ ریڈیو ایسوسی ایشن کرتی ہے۔ اشیاء کی قیمتوں کا تعین کرتے وقت یہ احتیاط رکھی جاتی ہے کہ کسی شے کی قیمت اس قدر ہو جو کہ اوسط درجہ کی قوت خرید کا عصارہ بھی اس چیز کو باآسانی خرید سکے اس طرح ایک تو ان چیزوں کی طلب بڑھے گی اور دوسری طرف ہر مزدور کو روزگار میسر آئے گا۔ یہ دونوں امداد ملک کو خوشحالی کی راہوں پر گامزن کر دیں گے۔ اس کے برعکس ان چیزوں کی قیمتیں بڑھا کر مقرر کی جائیں تو عام عمارت کی قوت خرید سے قیمتیں باہر ہونے کی بنا پر طلب کم ہوگی۔ جس کے نتیجے میں کارخانہ بند ہونے کا خدشہ ہوتا ہے۔ جو کسی بھی طرح ملکی معیشت کے لیے نیک فال ثابت نہیں ہوتا۔

4۔ حکومت کی پالیسی پر غور و خوض

تجارتی انجمن کے قیام کا ایک مقصد حکومت کی پالیسی پر نظر رکھنا بھی ہوتا ہے۔ ممبران اپنے باہمی اجلاس میں اپنے کاروبار سے متعلقہ حکومت کی پالیسیاں زیر بحث لاتے ہیں۔ اگر حکومت کی پالیسی کا کوئی نقطہ ان کے کاروباری یا معاشی مفاد کے خلاف ہو تو ایک قرارداد کے ذریعے اس میں مناسب ترمیم کے لیے حکومت سے درخواست کرتے ہیں اگر حکومت انہیں صحیح سمجھے تو اپنی پالیسی میں مناسب تبدیلی کر لیتی ہے۔ حکومت کی یہ پالیسی عام طور پر محصولات، انکم ٹیکس، ایکسائز ٹیکس، لیبر، واپڈا، ریلوے، درآمد سے متعلق ہوتی ہیں۔

5۔ بونس کی تقسیم

تجارتی انجمن کارکنوں اور مزدوروں میں بونس کی تقسیم کا بھی بندوبست کواتی ہے۔ بونس کی صحیح تقسیم کسی صنعت، فیکٹری یا کارخانہ کی پیداوار پر بڑی حد تک صحت منداثرات مرتب کرتی ہے۔ بونس کی وصولی سے مزدور پر نفسیاتی سا اثر ہوتا ہے کہ کارخانہ دار ایسے بھی اپنے منافع میں شامل رہا ہے۔ اس طرح کارکن، خوش دل و کار رکھ، کے مترادف مزدور یا زیادہ دلچسپی اور چاہت سے کام کرتا ہے۔ اسی کا یہ عمل اپنی خوشحالی اور قوم کی مجموعی ترقی کی طرف ایک اہم قدم ہوتا ہے۔

1.6۔ تجارتی انجمنوں کی اہم سرگرمیاں

- 1۔ تجارتی انجمنیں درج ذیل اہم سرگرمیاں سرانجام دیتی ہیں۔
- 2۔ قیمتوں میں استحکام۔
- 3۔ پیداوار پر کنٹرول۔
- 4۔ اطلاعات و معلومات کی فراہمی۔
- 5۔ اعداد و شمار کی فراہمی۔
- 6۔ قیمتوں کی رپورٹ کی فراہمی۔
- 7۔ حکومت سے رابطہ۔
- 8۔ عوام سے رابطہ۔
- 9۔ آجر اور آجرہ میں تعلقات قائم کرنا۔
- 10۔ بیوپار۔

11۔ 10 کاسٹ اکائیٹنگ (اشیاء کی لاگت کا پیشگی تخمینہ)

12۔ ہجڑول کا تصفیہ

پیداوار کے معیار کی بندی و سادگی۔

1۔ قیمتوں میں استحکام

تجارتی انجمنیں قیمتوں کو کنٹرول کرنے والی کونسلوں یا کمیٹیوں کی خدمات حاصل کر کے قیمتوں کا ایک شیڈول تیار کرتی ہیں۔ جس پر عمل کرنے کے لیے تمام ممبران پابند ہوتے ہیں اگر کوئی بھی ممبر ادارہ اس شیڈول پر عمل پیرا نہ ہو تو اس کا یہ عمل معاہدہ کی صریحاً خلاف ورزی تصور کیا جاتا ہے۔ ٹریڈ ایسوسی ایشن کی طرف سے قیمتوں میں استحکام کا یہ قدم خوردہ فروش کے لیے قیمت خرید اور قیمت فروخت میں ایک مناسب مارجن پیدا کرنے کے لیے اٹھایا جاتا ہے۔ ان اشیاء میں عام طور پر ایسی اشیاء شامل ہوتی ہیں جن کے اوپر قیمتیں درج ہوتی ہیں اور ان پر ٹریڈ مارک اور تیار کرنے والے کا نام درج ہوتا ہے۔

2۔ پیداوار پر کنٹرول

تجارتی انجمنیں دوسری اہم سرگرمیاں پیداوار پر کنٹرول کرتا ہے۔ اس اصول کے تحت ایسوسی ایشن کی انتظامیہ اپنے ہر ممبر کو مجموعی پیداوار میں کوٹہ سسٹم کے تحت اشیاء کا ایک مخصوص ہی پیدا کرنے کے لیے دیتی ہیں۔ ایک عرصہ کے آؤ میں پھر یہ بھی دیکھا جاتا ہے کہ کس ممبر ادارے نے اپنے کوٹہ سے زائد پیداوار کی ہے اور اس طرح سے اسی اصول کی

خلاف ورزی کرنے والے ممبر ادارہ کو جرمانہ بھی کیا جاتا ہے۔

3- اطلاعات و معلومات کی فراہمی

تجارتی انجمنوں کا یہ کام بھی ہے کہ وہ اپنے ممبران کو ان کے مفاد کے لیے اطلاعات بہم پہنچائے۔

4- اعداد و شمار کی فراہمی

تجارتی انجمنیں اعداد و شمار کی بہت ساری اطلاعات اکٹھی کرتی ہیں اور پھر اپنے ممبران کو بہم پہنچاتی ہیں۔ ان میں خاص کو پیداوار کا مقدار، فروخت کی مقدار، منڈی کا رجحان وغیرہ کی اطلاعات شامل ہوتی ہیں اندرونی و بیرونی معاشی حالات کے بارے میں جاننے خیر نامے شائع کر کے ممبران کو آگاہ رکھا جاتا ہے۔

5- قیمتوں کی اطلاع کی فراہمی

بعض انجمنوں نے اپنے آپ کو صرف اور صرف اشیاء کا فروخت کے سلسلہ میں شرائط اور حالات ممبران اداروں تک پہنچانے کے لیے وقف کر رکھا ہے ایسوی ایشن کا یہ قدم مؤثر مقابلہ کے لیے بڑا ہی معاون ثابت ہوتا ہے۔

6- حکومت سے رابطہ

تجارتی انجمن مسنت و تہارت کے لیے ایک نمائندہ کی حیثیت سے کام کرتی ہے۔ ایسے تمام مسائل جن سے تجارتی ادارے دوچار ہوں ان کے حل کے لیے یہ ایسوی ایشن حکومت سے رابطہ قائم کرتی ہے۔

7- عوام سے رابطہ

تجارتی انجمنیں مختلف صنعتوں کے وقار کو عوام الناس کی نظروں میں بلند کرنے کے لیے بھی کوشاں رہتی ہیں۔ یہ اشتہاری کے ذریعے تجارتی ترقی اور صارفین کی طلب کو بڑھانے کے لیے بھی کافی اہم اقدامات کرتی ہیں۔ آج کے دور میں یہ ایسوی ایشن عوام الناس سے رابطہ کر کے انہیں گھٹیا پیداوار کے بارے میں بے معرفت غیور کرتی ہیں بلکہ بڑھیا اشیاء کے حصول کے لیے راہنمائی بھی کرتی ہیں۔

8- آجر اور آجیر کے تعلقات

بہت ساری ایسوی ایشنوں صنعتی جھگڑوں، مالک اور مزدور کے جھگڑوں، مالک اور مزدور کے جھگڑوں کے خاتمہ کے لیے بھی اپنی اہم خدمات بروئے کار لاتی ہیں۔

بیوپار

مسئاری اشیاء کے لین دین میں ناجائز طریقوں کو ختم کرنے کے لیے انجمنیں از خود خرید و فروخت کا کام بھی کرتی ہیں۔

10- کاسٹ اکاؤنٹنگ (اشیاء کی تیاری پر لاگت کا پیشگی تخمینہ)

مقابلہ کی شرائط کو بہتر بنانے کے لیے یہ ایسوی ایشن اپنے ممبران کو اشیاء کی تیاری کے سلسلہ میں پیشگی تخمینہ کی سہولت

بھی فراہم کرتی ہے۔
11۔ جھگڑوں کا تصفیہ

ٹریڈ ایسوسی ایشن کے ممبر ادارے اگر جھگڑوں کی صورت میں اس سے رابطہ یا رجوع کریں تو یہ ایسوسی ایشن بطور ثالثہ ان کے جھگڑے ختم کروانے کے لیے انتہائی اہم اور موثر خدمات سرانجام دیتی ہیں۔

12۔ سداوار کے معیار کی بلندی و سادگی

تجارتی انجمنیں سداوار کی سادگی اور ان میں یکسانیت پیدا کرنے کے لیے ایک معیار مقرر کر دیتی ہیں جس سے ان کی قیمت مقرر کر دیتی ہیں جس سے ان کی قیمت مقرر کرنے میں بڑی سہولت پیدا ہو جاتی ہے۔

1.7۔ تجارتی انجمنوں کے فوائد و نقصانات

تجارتی انجمنوں کے فوائد کچھ اس طرح سے ہیں۔

1۔ اعداد و شمار سے استفادہ

ٹریڈ ایسوسی ایشن۔ معاشی معاملات کے بارے میں اعداد و شمار کی فراہمی کی خدمات سرانجام دیتی ہیں۔ یہ اعداد و شمار تاجر برادری کو مستقبل کے بارے میں پالیسیاں ترتیب دینے میں مدد دیتے ہیں۔

2۔ فنی ہدایات و راہنمائی

یہ انجمنیں اپنے ممبران کو اشیاء کی تیاری کے طریقوں کو بہتر بنانے، اشیاء بہتر فروخت کے لیے اقدامات کرنے، غیر مزدبی اخراجات کو کم کرنے، کام کی رفتار کو تیز کرنے کے ساتھ ساتھ اشیاء کی تیاری و فروخت کے اخراجات کو کم کرنے کے لیے نہ صرف فنی ہدایات فراہم کرتی ہیں بلکہ ان کی مدد بھی کرتی ہیں۔

3۔ تجارتی اتحاد میں اضافہ

تجارتی انجمنیں اپنے ممبران کو ایک جگہ اکٹھا کرنے میں مدد دیتی ہیں پھر تاجر اپنی اشیاء کے ڈیزائن، پیدائش، قیمت، فروخت اور کاریگروں جیسے پیچیدہ مسائل کے حل کے لیے اپنے درمیان اتحاد و اتفاق کی فضا پیدا کرنے کی کوشش کرتی ہیں۔ اس قسم کا اتحاد مشترکہ مفاد اور پیدائش کے سلسلہ میں کفایتوں میں مددگار ثابت ہوتا ہے۔

4۔ قیمتوں کا استحکام

قیمتوں کے بارے میں معاہدہ جات قیمتوں میں استحکام پیدا کرنے میں مدد دیتے ہیں۔ اسی طرح تجارتی تنظیمیں صنعت کاروں کو معاشی تباہی سے بچا لیتی ہے۔

5۔ مالک اور مزدور کے اختلافات کو دور کرتا۔

یہ تجارتی تنظیمیں اجراء اور مزدور کے باہمی اختلافات کو دور کر کے پیداوار میں اضافہ کرنے کا باعث بنتی ہیں۔

6۔ برآمدی اشیاء کا معاشرہ

قابل برآمد اشیاء کا معاشرہ کرنا اور برآمد کے بارے میں مزدوری قواعد و ضوابط کی تشکیل بھی یہ تنظیمیں کرتی ہیں۔ اشیاء کے معاشرہ کرنے کے بعد تصدیق ناموں کا اجراء بھی یہ تنظیمیں کرتی ہیں۔

7۔ شکایات کا جائزہ

غیر ملکی درآمد کنندگان اور ملکی برآمد کنندگان کی شکایات کا جائزہ لے کر معاہدہ جات کے مطابق ان کا ازالہ کرنا۔

تجارتی انجمنوں کے نقصات

تجارتی انجمنوں کے نقصانات درج ذیل ہیں۔

1۔ بے جا دباؤ

بعض اوقات تجارتی انجمنوں کا حکومت کے ساتھ اچھا خاصہ اثر و رسوخ ہوتا ہے جس کے نتیجے میں وہ حکومت کی پالیسیاں نافذ کرانے کے لیے ممبر اداروں کو مجبور کرتی ہیں جس کا تمام صارفین کو نقصان پہنچتا ہے۔

2۔ اجارہ داری کا رجحان

ممبر اداروں کے درمیان پیداوار کو کنٹرول کرنے یا مقابلہ سے اجتناب یا قیمتوں کو مقرر کرنے کا عمل اجارہ داری کی طرف ایک ثابت قدم ہوتا ہے۔ یعنی یہ اجارہ داری کو دعوت دیتا ہے۔

3۔ خود غرضی کی فضا

یہ مشاہدہ میں آیا ہے کہ کچھ مفاد پرست لوگ ایسوسی ایشنوں کے ممبر ہی ذاتی مفادات کے پیش نظر جیتے ہیں۔ جب مشکل کے وقت پیداوار کی حد بندی کر دی جاتی ہے۔ اس وقت اشیاء کی قیمتیں تیز ہو جاتی ہیں۔ پھر یہ ممبران تنظیم کے اصولوں کو توڑ کر اپنی اشیاء کی پیداوار میں اضافہ کر لیتے ہیں اور ناجائز منافع خوری کرتے ہیں۔ ان کا یہ قدم ایسوسی ایشن کی بدنامی کا باعث بنتا ہے۔

4۔ بے جا پابندیاں

قیمتوں میں استحکام کی خاطر ٹریڈ ایسوسی ایشنز پیداوار کو کنٹرول کرتی ہیں۔ مگر اس بے جا کنٹرول سے ان ممبر اداروں کو نقصان پہنچتا ہے جن کے پاس جدید اور بڑی مشینری موجود ہو اور انہیں پیداوار پر پیادہ صنعت پر مجبور کیا جائے۔ اس کے نتیجے میں انفرادی ملکیت کے اداروں کو نشوونما کا موقع نہیں ملتا۔

1.8۔ پاکستان میں تجارتی انجمنیں

آزادی کے وقت پاکستان کو زرعی معیشت ورثہ میں ملی۔ بہت ساری موجودہ صنعتوں کا آزادی سے پہلے نام و نشان تک نہ تھا۔ صارفین کی ضروریات کو درآمدات کے ذریعے پورا کیا جاتا رہا۔ لیکن جلد ہی پاکستان نے صنعتی میدان میں اس قدر ترقی کی ہے کہ ملکی ضروریات کو پورا کرنے کے ساتھ ساتھ اب بہت ساری پیداوار کی برآمد بھی کی جا رہی ہے۔ پاکستان کی معیشت میں اس تبدیلی سے ایسے فعال ادارے کی ضرورت محسوس کی گئی جو ملکی پیداوار کو برآمد کر سکے۔ صنعتی پیداوار میں اضافہ کے ساتھ ساتھ اس کے متعلقہ کئی ایک مسائل بھی جنم لے رہے ہیں جن کے حل کے لیے کچھ منظم اداروں کی ضرورت محسوس ہوئی جو صنعت و تجارت کے میدان میں پیش مشکلات اور مسائل کو دور کرنے میں مدد دے سکیں۔ ٹریڈ ایسوسی ایشن کا قیام بڑی اہم قسم کی پیداوار میں فعال اور برآمد کو فروغ دینے کے لیے عمل میں لایا گیا۔

1.9۔ پاکستان میں تجارتی انجمنوں کے فرائض

پاکستان میں تجارتی انجمنوں کے فرائض درج ذیل ہیں۔

1۔ حکومت کو درآمدات و برآمدات کے بارے میں مشورے فراہم کرنا۔

2۔ پاکستانی برآمدات میں اضافہ کرنا۔

3۔ بیرونی تاجروں کو اشیاء کی پیدائش میں مدد فراہم کرنے کے لیے حکومت سے درخواست کرنا۔

4۔ متعلقہ کاروباری تنظیم کی وساطت سے تاجروں اور صنعت کاروں کو مفید مشورے فراہم کرنا۔

5۔ حکومت کو اشیاء کے معیار، پیکنگ، کی منظوری کے بارے میں مشورے دینا۔ خاص کر برآمدات کے معیار کو بہتر بنانے کے لیے تجاویز فراہم کرنا۔

6۔ قابل درآمد اشیاء کا نمائندہ کرنا۔ اس نمائندہ کے قواعد و ضوابط تیار کرنا اور نمائندہ کے بعد برآمدات کے تسلی بخش ہونے کا سرٹیفکیٹ جاری کرنا۔

7۔ بیرونی درآمد کنندگان اور ملکی برآمد کنندگان سے اشیاء کے معیار کے بارے میں شکایات کا اور معاہدہ کی شرائط کا جائزہ لینا۔

ایسے اعداد و شمار، مراسلات، رپورٹوں وغیرہ کی فراہمی جن سے ممبر ادارے استفادہ کر سکیں۔

1.10۔ پاکستان میں چند تجارتی انجمنوں کے نام

1۔ پاکستان وول مرچنٹس ایسوسی ایشن۔

- 2 - فیصل آباد آئل ملز ایسوسی ایشن -
- 3 - آئرن اینڈ ہارڈ ویئر مرچنٹس ایسوسی ایشن -
- 4 - لاہور پرنٹرز ایسوسی ایشن -
- 5 - پاکستان فلم پروڈیوسرز ایسوسی ایشن -
- 6 - پاکستان فلم ڈسٹری بیوٹرز ایسوسی ایشن -
- 7 - لاہور کلاسیک ٹریڈرز ایسوسی ایشن -
- 8 - پاکستان پیپرز پروڈیوسرز ایسوسی ایشن -
- 9 - پاکستان کاشی جنرز ایسوسی ایشن -
- 10 - پاکستان کریما مرچنٹس ایسوسی ایشن
- 11 - پاکستان ملز اوٹرز ایسوسی ایشن
- 12 - سپورٹس گئرز ایسوسی ایشن سیالکوٹ
- 13 - سرجیکل آلات مینوفیکچررز ایسوسی ایشن لاہور

2۔ ایوان تجارت (چیمبرز آف کامرس)

2.1۔ ایوان تجارت کی تعریف

ایوان تجارت "تاجروں کا روہاری آدمیوں، صنعت کاروں، اور سرمایہ کاروں کی ایک ایسی رضا کارانہ تنظیم ہے جو عموماً منظم سطح پر تاجر برادری کے جائزہ کاروہاری تجارتی، معاشی مفادات کی نگہانی، کاروہاری بہتری اور ترقی کے لیے اپنی خدمات انجام دیتی ہیں یہ ایوان عام طور پر ایسے اضلاع میں قائم کیے جلتے ہیں جو کاروہاری لحاظ سے زرخیز ہوں۔ جیسے چیمبرز آف کامرس لاہور، پشاور، کراچی، فیصل آباد، گوجرانوالہ وغیرہ۔"

یہ ایک بین الاقوامی ادارہ ہے۔ اس کی اہمیت کا اندازہ اس حقیقت سے لگایا جاسکتا ہے کہ یہ ادارہ نہ صرف آزاد معیشت میں عام ہے بلکہ مرکزی کنٹرولڈ معیشت میں بھی ان کا رواج ہے۔

اپنے کاروہاری بہتری اور ترقی کے لیے تاجر اور صنعت کار چیمبرز آف کامرس کی رکنیت حاصل کرتے ہیں اور باقاعدہ چنڈہ کی ادائیگی کر کے ایک مزدوری اور اضافی خرچ کی صورت میں اخراجات برداشت کرتے ہیں۔

اس طرح ایران تجارت عام اداروں کی خاطر وہ خدمات انجام دیتا ہے جو ایک فرد یا صدیا ایک فرم سرانجام نہیں دے سکتی۔ یہ ادارہ سارے ملک کے تمام تجارتی اداروں کی خدمات بجالاتا ہے۔ ایران تجارت نفع کمانے کی بجائے خدمت کے اصول کے تحت کام کرتا ہے اور اس کے ممبر جو چندہ ادا کرتے ہیں یہ ادارہ مختلف اوقات انہیں خدمات کی صورت میں چندہ کی رقم سے بڑھ کر کئی گنا زیادہ صلہ فراہم کرتا ہے۔ یہ ایوان جو خدمات انجام دیتے ہیں اس میں ہم پیشہ برادری کے ایثار پر مختلف لابیائی تشکیل دینا، ممبران کو مفید اطلاعات بہم پہنچانا اور متعلقہ افراد کے لیے نہ صرف ذرائع رسل و رسائل کا بندوبست کرنا بلکہ ان کی نگہانی کرنا بھی شامل ہوتی ہے۔ اس کے علاوہ ایوان تجارت جو رقم ممبران سے وصول کرتا ہے ان کو بھی صنعت و تجارت کے میدان میں تربیت یافتہ عملہ کی کو دور کرنے کے لیے بھی وسیع پیمانے پر بروئے کار لاتا ہے۔ ایوان ہائے تجارت تاجر برادری کے پیشہ دارانہ مفادات کی نگہداشت کے لیے کام کرتے ہیں یہ ایوان ملکی تجارت کے لیے انتظامی و دفنی امور میں مدد فراہم کرتے ہیں۔ اور صنعت و تجارت کے فروغ میں مدد دیتے ہیں تاجر برادری کی شکایات کو سرکاری ایجنسیوں تک پہنچاتا بھی ان کے فرائض میں شامل ہوتا ہے۔ یہاں تجارتی انجمنوں اور ایران تجارت اور دفنی کی وضاحت بھی مزدوری معلوم ہوتی ہے۔ تجارتی انجمنیں مخصوص تجارتی یا صنعتی اداروں کی نمائندگی کے لیے قائم کی جاتی ہیں جب کہ ایوان تجارت عموماً تاجروں کے مفادات کے لیے ان کی راہنمائی کرتے ہیں۔ پاکستان میں ایوان ہائے صنعت و تجارت لنڈا آرگنائزیشن آرڈیننس 1961 کے تحت قائم کیے جاتے ہیں۔ ایوان تجارت کا نظم و نسق

مجلس عاملہ جو کہ میران ہی میں سے ہر سال انتخاب کے ذریعے تشکیل دی جاتی ہے چلاتی ہے۔ مجلس عاملہ عموماً 30 ممبران پر مشتمل ہوتی ہے۔ ایران کا صدر ایران کی راہنمائی اور انتظام کرتا ہے۔ ایوان کے صدر، سینیٹر نائب صدر اور نائب صدر کا چناؤ مجلس عاملہ کرتی ہے۔ ایران کی تمام پارلیامان مجلس عاملہ تشکیل دیتی ہے جن پر عمل درآمد ایران کا صدر اپنے سیکرٹریٹ کے ذریعے جس میں سینیٹر نائب صدر پلیٹ فورم اور آفیسر اور عملہ ہوتا ہے کو داتا ہے۔ صدر، سینیٹر نائب صدر، نائب صدر صرف ایک سال یعنی بارہ ماہ کے لیے منتخب کیا جاتا ہے جب کہ مجلس عاملہ کے ممبران کا چناؤ تین سال تک برقرار رہتا ہے۔ ایران کی پارلیامان اور معاملات میں مسلسل قائم رکھنے کے لیے مجلس عاملہ کے میران کی کل تعداد کا ایک تہائی ہر سال منتخب کیا جاتا ہے۔ اس کام کے لیے صدر کی معاونت سینیٹر وائس پریذیڈنٹ اور وائس پریذیڈنٹ کرتے ہیں۔

2.2۔ ایوان تجارت کے مقاصد

ایوان تجارت کے مندرجہ ذیل مقاصد ہیں۔

- 1 - صنعت و تجارت میں بہتری و ترقی۔
- 2 - اطلاعات کی فراہمی۔
- 3 - تجاویز و آراء کی فراہمی۔
- 4 - ناقابل عمل پارلیامان پر اظہار۔
- 5 - ثالث کی خدمات۔
- 6 - تحقیقی خدمات۔
- 7 - وزارت تجارت و حکومت سے رابطہ۔
- 8 - تجارتی و خود کی نامزدگی۔
- 9 - اعلیٰ حکام سے گفت و شنید۔
- 10 - تجارتی و خود سے ملاقات۔
- 11 - تجارتی نمائندوں اور مہاجرین کے لیے نامزدگی۔
- 12 - تجارتی خطوط کا اجراء۔
- 13 - تجارتی ویزا کے اجراء کی سفارشات۔
- 14 - زرمبادلہ کی ادائیگی کی سفارشات۔
- 15 - غیر ملکی تاجروں سے تنازعات کے خاتمہ کے لیے خدمات۔

16 - لائبریری کی خدمات -

17 - تصدیق ناموں کا اجراء -

18 - کاروباری ساکھ کی رپورٹ کی فراہمی -

1 - صنعت و تجارت میں بہتری اور ترقی

ایوان تجارت کے قیام کے مقاصد میں سے بنیادی مقصد اپنے ملک کے کاروبار اور صنعت و تجارت کو ترقی اور بہت دینا ہوتا ہے ایوان تجارت کے نمائندے لکرا ایسے اقدامات کرتے ہیں جو ملکی پیداوار کے لیے مفید ہوں۔

2 - اطلاعات کی فراہمی

ایوان تجارت کا دوسرا مقصد اپنے ممبران کو ملکی و غیر ملکی منڈیوں کی قیمتوں کے اتار چڑھاؤ، حکومتوں کی پالیسیوں سے باخبر رکھنا اور دیگر مزدوری اطلاعات فراہم کرنا ہوتا ہے۔ یہ ایوان تمام تاجروں کو بدلے ہوئے حالات سے فوری طور پر آگاہ کرتا ہے۔

ان اطلاعات کی فراہمی کے لیے ایوان تجارت نے باقاعدہ ایک شعبہ نشر و اشاعت قائم کر رکھا ہے جو اپنے ممبران کے لیے نشر و اشاعت کے سلسلہ میں ذیل خدمات فراہم کرتا ہے۔

3 - ایوان کا ہفت نامہ

ایوان تجارت ایک ہفت نامہ جاری کرتا ہے جس میں ممبران عوام کے لیے تجارت سے متعلقہ غیر ملکی بینک کے اسٹفسارات، تفصیلات، معاشی اعداد و شمار، مرکزی بینک کے مراسلات، کسٹم، سرکاری صنعت و تجارت کے متعلقہ شعبہ جات کے بارے میں ملکی معیشت اطلاعات درج ذیل ہوتی ہیں۔ اس ہفت نامہ کی ترسیل صرف ممبران تک محدود موقوف ہے۔ یہ ممبران کے لیے مفید اطلاعات کا ایک ذریعہ ہے۔

4 - سالانہ رپورٹ کی فراہمی

ایوان تجارت سالانہ رپورٹ بھی جاری کرتا ہے جو کہ اس کی مخلصانہ کوششوں اور خدمات کی آئینہ دار ہوتی ہے۔ میں سالانہ ترقی کا جائزہ دیتا ہوتا ہے۔

- ممبران کا کوائف نامہ

ایوان ممبران کے ناموں، ان کے کاروبار کی نوعیت کے بارے میں ایک ملکی کوائف نامہ (ڈائریکٹری) شائع کرتا ہے۔

- بحیثیت نشر و اشاعت

ایوان اپنے ممبران کے مفاد کے لیے مصنوعات پر بھی وقتاً فوقتاً مواد شائع کرتا رہتا ہے۔

7۔ تجاویز و آراء

ایران تجارت حکومت کو ملکی تجارت کے فروغ و ترقی کے لیے وقتاً فوقتاً اپنی سفارشات مرتب کر کے ارسال کرتا ہے ان سفارشات میں سے قابل عمل سفارشات پر حکومت عمل کر کے ملکی تجارت کی وسعت کے لیے اقدامات کرتی ہے۔ بعض اوقات بجٹ، درآمدی، برآمدی پالیسی وغیرہ کے بارے میں تاثرات کے اظہار کے لیے حکومت خود بھی ایران تجارت کو کہتی ہے۔ اس طرح حکومت کے کہنے پر بھی یہ ایران حکومت کو اپنی آزاد اور تجاویز سے آگاہ کرتا ہے۔

8۔ ناقابل عمل پالیسیوں پر اظہار

ایران تجارت کے قیام کا یہ بھی مقصد ہوتا ہے کہ حکومت کی طرف سے اگر کوئی ایسی پالیسی وضع کی گئی ہو جو تجارتی عمل ہو یا ممبران کے مفادات کے خلاف ہو تو ایران حکومت کو اس میں مناسب ترمیم کے لیے قائل کرتا ہے اور اگر حکومت یہ محسوس کرے کہ ایران کی یہ بات واقعی جائز ہے تو پھر اسے بھی بدل دیتی ہے۔

9۔ ثالث کی خدمات

ایران کے باقاعدہ ممبران میں اگر کسی سطح پر کوئی لڑائی جھگڑا یا غلط فہمی پیدا ہو جائے تو پھر ایران کی انتظامیہ بطور ثالث اس جھگڑے یا غلط فہمی کو دور کرنے کے لیے اپنی خدمات فراہم کرتی ہے۔

10۔ تحقیقی خدمات

ایران تجارت ملکی تجارت کی راہ میں حائل مشکلات اور مسائل کو حل کرنے کے لیے کوشاں رہتا ہے اور حکومت کی پالیسیوں کو موثر بنانے کے لیے بھی تحقیقی خدمات کر کے منڈی کے حالات، خام مال کی فراہمی وغیرہ کی شرائط کو بہتر بنانے کی کوشش کرتا ہے۔

11۔ وزارت تجارت و حکومت سے رابطہ

ایران تجارت کے قیام مقصد وزارت تجارت سے مربوط بھی ہوتا ہے۔ لہذا وزارت تجارت ملکی درآمد و برآمد کے لیے جرائد اقدامات کرنے والی ہو ایران کی انتظامیہ ان سے باخبر رہتی اور اپنے دوسرے ممبران کو بھی بروقت آگاہ کرتی ہے۔

12۔ تجارتی وفد کی نامزدگی

حکومت پاکستان کے شعبہ برآمدات کے استفسار پر ایران کا میاب اور ماہر تجربہ کار تاجروں کی غیر ممالک کے دوروں کے لیے نامزدگی کرتا ہے۔ ایران کا یہ عمل تاجر برادری کو ان کی برآمدات بڑھانے کے لیے اچھا موقعہ کا کام دیتا ہے۔

13۔ اعلیٰ حکام سے گفت و شنید

ممبران کے خصوصی مسائل کے حل کے بارے میں ممبران کے خیالات و نظریات سے استفادہ کرنے کے لیے اعلیٰ حکام سے گفت و شنید کے انتظامات کرنا بھی ایران کے مفاد میں شامل ہوتا ہے۔ بعض اوقات حکام کو ایران میں مجلس عاملہ اہم مسائل پر تبادلہ خیال کرتی ہے۔

14۔ تجارتی وفد سے ملاقات

جب کبھی بیرونی وفد پاکستان کا تجارتی دورہ کرتا ہے تو یہ ایران اس کے ساتھ ملاقات اور گفت شنید کے انتظامات کرتے ہیں۔ ان میں تمام ممبران کو بھی مختصر سے وقت میں مدعو کیا جاتا ہے تاکہ وہ مذکورہ وفد سے ملاقات کر کے تبادلہ خیال کر سکیں۔

15۔ تجارتی نمائشوں و میلہ جات کے لیے نامزدگی

شعبہ ترقی و برآمدات، رسالہ بیرون ملک مختلف نمائشوں اور میلہ جات کا اہتمام ہے۔ اس کے لیے ایران صنعت و تجارت تعاون کرتا ہے۔ تشدید ترقی و برآمدات ایران تجارت کی سفارشات پر ہی مزدوں تاجروں کو ان میلوں اور نمائشوں میں حصہ لینے کے لیے اجازت دیتا ہے۔ تاجروں کی ان میلہ جات میں شرکت نہ صرف ممبران کی اشیاء کو فروخت کرنے کا موقع فراہم کرتی ہے بلکہ تاجر آرڈر بک کرتے ہیں۔ بیرونی خریداروں سے رابطہ بڑھاتے ہیں اور بیرونی منڈیوں کا جائزہ لے کر اپنی مصنوعات کو اچھے داموں فروخت کرتے ہیں۔

16۔ تعارفی خطوط کا اجراء

ایران تجارت بین الاقوامی میاں کا ادارہ ہونے کی حیثیت سے دوسرے ممالک کے ایرانیوں سے خط و کتابت کرتا ہے۔ ایسے ممبران جو بیرون ملک دورہ کرنا چاہتے ہوں تو ان کو ایران تجارت تعارفی خطوط جاری کرتا ہے تاکہ وہاں انہیں ضروری سہولتیں میسر آسکیں۔ ان خطوط کو دوسرے ممالک کے ایرانی وفد کی نگاہ سے دیکھتے ہیں۔

17۔ تجارتی ویزا کے اجراء کی سفارشات

ایسے تاجر جو کاروباری مقاصد کے لیے بیرون ممالک جانا چاہتے ہیں ان کے لیے باہر سے آنے والے سفارتی حکام کو ایران صنعت و تجارت ویزا اجاری کرنے کی سفارشات بھی کرتا ہے اور سفارتی مشن ان سفارشات کو بڑی اہمیت دیتا ہے۔ بہت سارے تاجروں کے بارے میں خود ایران تجارت کی سفارشات طلب کرتا ہے۔

18۔ زر مبادلہ کی ادائیگی کی سفارشات

وہ تاجر جو بیرونی ممالک سے لین دین کرنا چاہتے ہوں۔ ان کے لیے ایران تجارت مرکزی بینک سے زر مبادلہ حاصل کرنے کی بھی سفارش کرتا ہے۔

19۔ غیر ملکی تاجروں سے تنازعات کے خاتمہ کے لیے خدمات

لین دین کے دوران ممبر تاجروں کے بیرونی تاجروں سے لہونے والے تنازعوں کے خاتمہ کے لیے بھی ایران اپنی خدمات فراہم کرتا ہے۔

20۔ لائبریری کی خدمات

ایوان ممبران کی سہولت کے لیے لائبریری کی سہولت بہم پہنچاتے ہیں۔ تجارتی ڈائریکٹری، گائیڈز، بین الاقوامی ایوان ہائے صنعت و تجارت کی فہرست، ڈائریاں، کسٹم کے ضوابط مخصوص صنعتوں اشیاء اور درآمدات، برآمدات کے بارے میں اطلاعات بہم پہنچاتا ہے۔ ایوان کی لائبریری میں پاکستان کی معیشت کے مختلف سیکٹروں پر بھی کتابوں کی شکل میں مواد فراہم کرتا ہے۔

21۔ تصدیق ناموں کا اجراء

۱۹۹۱ ایوان تجارت برآمدی جانے والی اشیاء کی صحت کے بارے میں تصدیق نامہ جاری کرنے کا مجاز ہوتا ہے اور ان تصدیق ناموں کو بیرون ملک بڑا اعتماد حاصل ہوتا ہے۔

(2) بحری جہاز ان کمپنیوں کو کرایہ وغیرہ کے تعین کے لیے مال کے وزن کے بارے میں مطلوبہ تصدیق نامے بھی جاری کرتا ہے۔

(3) ایوان تجارت مال کی قیمتوں اور میسر کے بارے میں غیر ملکی تاجروں کی تسلی کے لیے بھی تصدیق نامے جاری کرتا ہے۔

22۔ کاروباری ساکھ کی رپورٹ

بیرونی درآمد کنندگان اور بیرونی ممالک کے مشن پاکستان کی کمپنیوں کے بارے میں کاروباری مقاصد کے سلسلہ میں احباب اور کاروباری ساکھ کی رپورٹ طلب کرتے ہیں تو ایوان تجارت انہیں ایسی رپورٹیں فراہم کرتے ہیں۔

2.3۔ پاکستان میں ایوان تجارت

آزادی کے وقت متحدہ ہندو پاک کے کل 56 کے قریب ایوان تجارت اپنے فرائض سرانجام دیتے رہے ہیں۔ آزادی کے بعد صرف چند ایوان تجارت پاکستان کے حصہ میں آئے۔ عجب کہ حصہ میں آنے والے اداروں میں ممبران کی تعداد بھی بری طرح کمی کا شکار تھی۔ آزادی کے فوراً بعد 1947ء میں حکومت پاکستان نے متاثرہ لوگوں کی آباد کاری پر بھرپور توجہ دی۔ اسی کے ساتھ ساتھ حکومت معاشی خوشحالی کے لیے بھی کوشاں رہی۔ حکومت نے صنعت و تجارت کے میدان میں خصوصی توجہ سے کام لیا۔ اب حکومت کی کوششوں سے پاکستان میں ایوان ہائے تجارت کی صورت حال آزادی کے وقت سے خاصی بہتر ہے۔ حکومت نے موجودہ کو ٹریڈ ایسوسی ایشن و ایوان تجارت میں شرکت کے لیے بڑی حوصلہ افزائی کی ہے اسی حکومت کے خوشگوار قدم کا بھائی نتیجہ ہے کہ آج کے ایوان ہائے تجارت بہت وسیع پیمانہ پر خدمت سرانجام دے رہے ہیں۔

2.4۔ پاکستان میں ایوان تجارت کے فرائض و خدمات

پاکستان میں قائم ایوان تجارت درج ذیل خدمات مہیا کر رہے ہیں۔

۱۔ صنعتوں کا قیام و ترقی

ایوان تجارت کا مقصد صنعتوں کے قیام و ترقی میں خدمات پیش کرنا ہے۔

2- کاروبار کا تحفظ

ملک میں چلنے والی صنعتیں کاروبار اور تجارت کے تحفظ کے لیے اقدامات کرنا بھی ایوان تجارت کی خدمات میں شامل ہے۔

3- مختلف معاملات کا حل

کامرس اور صنعت و تجارت سے متعلق مختلف معاملات پر غور و خوض اور ان کے حل کا کام بھی ایوان تجارت کرتا ہے۔

4- اعداد و شمار کی فراہمی

ایوان تجارت پاکستان میں قائم صنعت و تجارت کے متعلقہ اطلاعات و اعداد و شمار کی فراہمی کا بھی ذمہ دار ہوتا ہے۔

5- صنعت کاروں تاجروں میں اتحاد کو فروغ

صنعت کاروں اور تاجروں میں باہمی مفاہمت و اتحاد و یگانگت کے فروغ میں مدد و ہمہ پہنچانا بھی ایوان تجارت کا

فرض ہوتا ہے۔

6- باہمی جھگڑوں کا تصفیہ

ایوان تجارت اپنے ممبران کے درمیان جھگڑوں کا تصفیہ کروانے کے لیے ثالثی خدمات بھی پیش کرتا ہے۔

7- نمائندگی

ایوان تجارت اپنے ممبر صنعت کاروں کی نمائندگی کرتا ہے اور ان مسائل کے حل کے لیے حکومت سے رجوع کرتا ہے۔

8- تجارتی و فنی علم کی فراہمی

ایوان تجارت ملک میں تجارتی علم اور فنی مہارت کے فروغ کے لیے بھی کوشش کرتا ہے۔

9- قوانین کی موافقت یا مخالفت

ایوان تجارت حکومت کی طرف سے وقتاً فوقتاً نافذ کیے جانے والے قوانین پر غور و خوض کرتا ہے۔ اگر یہ ملک صنعت و

تجارت کے لیے مفید ہوں تو ان کے اطلاق کے لیے حکومت کی حمایت کرتا ہے اگر یہ صنعت و تجارت کے شعبہ میں نقصان دہ

اہوں تو پھر ایوان تجارت ان قوانین کی مخالفت کرتا ہے۔ اور ان قوانین میں مناسب ترامیم کے لیے تجویز پیش کرتا ہے۔

10- برآمدی و درآمدی تاجروں میں رابطہ

ایوان تجارت جو ایک اور بڑی خدمت سرانجام دیتا ہے وہ درآمدی و برآمدی تاجروں اور رابطہ قائم کروانے سے متعلق ہے۔

11- مفید کاموں میں شمولیت

ایوان تجارت حکومت، میونسپلٹی بندرگاہ حکام، ریلوے حکام یا کسی بھی دوسرے ادارے کی طرف سے کیے جانے

والے ان مفید اقدامات میں شرکت کرتا ہے جو اس کے لیے مفید ہوں یا ایسی سہولتیں، حقوق یا رعایتیں جو مذکورہ اداروں کی

طرف سے پہنچائی جا رہی ہوں ان سے استفادہ کرتا ہے۔

12۔ اداروں کا قیام

ایوان تجارت صنعتی، فنی اداروں کو نہ صرف قائم کرتا ہے بلکہ ان کی دیکھ بھال بھی کرتا ہے اور ان کی بقاد کے لیے کوشش بھی کرتا ہے

13۔ ماہرانہ رائے کی فراہمی

ایوان تجارت تاجر حضرات کو کاروباری امور کے بارے میں اپنی رائے سے نوازا تا بھی ہے۔

14۔ قرضہ جات کی فراہمی

پاکستان میں تاجروں کے لیے قرضہ جات کی فراہمی کا بندوبست کرنا۔

15۔ تجربہ و مشاہدہ گاہوں کا قیام

ایوان تجارت تاجروں کے مفاد کے لیے تجربہ نگاہ مشاہدہ گاہوں کا قیام عمل میں لاتا ہے۔

2.5۔ پاکستان میں ایوان تجارت کی فہرست

1۔ - دفاق ایوان تجارت صنعت و تجارت پاکستان۔

2۔ - ایوان صنعت و تجارت کراچی

3۔ - ایوان تجارت حیدر آباد

4۔ - ایسوسی ایٹڈ ایوان تجارت ملتان

5۔ - ایوان صنعت و تجارت لاہور

6۔ - ایوان صنعت و تجارت پشاور

7۔ - ایوان صنعت و تجارت کوئٹہ

8۔ - ایوان صنعت و تجارت فیصل آباد

9۔ - ایوان تجارت گوجرانوالہ وغیرہ وغیرہ۔

3۔ سٹاک ایپینج

3.1۔ سٹاک ایپینج کی تعریف

”ایک ایسی منڈی جہاں سرکاری وغیرہ سرکاری وغیرہ سرکاری کفالتوں، بانڈز اور کمپنیوں کے حصص اور تسکلت کی خرید و فروخت ہوتی ہو سٹاک ایپینج کہلاتی ہے۔“

اہمیت :- سٹاک ایپینج کا بنیادی مقصد سرمایہ کاروں کو اپنی سرمایہ کاری نقدی میں تبدیل کرنے یا کفالتوں کی خریداری وغیرہ کا موقع فراہم کرنا ہوتا ہے۔ اس کی اہمیت کا اندازہ ”بہار کس“ کے ان الفاظ سے لگایا جاسکتا ہے جس میں اس نے نوجوان جرمن سفارتکار کو مشورہ دیتے ہوئے کہا تھا کہ ”اگر آپ یہ جاننا چاہتے ہوں کہ برطانیہ میں اشیاء کالین یہ کیسے ہو رہا ہے تو آپ کو ہاؤس آف کامن کا مطالعہ کرنے کی بجائے لندن سٹاک ایپینج پر نظر رکھنا ہوگی“

بعینہ اگر ہم بھی کسی ایک مخصوص دن کو اپنے ملک کی سیاسی اور معاشی حالت کا اندازہ کرنا چاہتے ہوں تو میں بھی سٹاک ایپینج جو ایک معاشی ریڈار کا کام دیتی ہے اس کا مطالعہ کرنا ہوگا۔ روزمرہ زندگی میں سٹاک ایپینج کے ذریعے کام کرنے والوں پر بھی اس کا مفہوم واضح نہیں۔ بعض لوگوں کے نزدیک سٹاک ایپینج روسپیہ پسپہ کمانے کا آسان ذریعہ، راتوں رات کروڑ پتی بننے کی جگہ اعلیٰ بابا کا خزانہ ہے جب کہ دوسرے لوگوں کے نزدیک جو افسانہ ہے۔ کچھ لوگ اسے عالمی منڈی، کسی ملک یا قوم کی سیاسیات اور مالیات کا مرکز اور خوشامی کا علامت قرار دیتے ہیں۔ بعض لوگ اسے بلا پینڈے کا برتن گردانتے ہیں۔ مگر اس کا صحیح مفہوم کچھ اس طرح سے ہے :- ایک ایسی منظم منڈی جہاں قواعد و ضوابط اور سہولیات کے تحت تمام قسم کے حصص اور کفالتوں

کالین دین ہو سٹاک ایپینج کہلاتی ہے۔

3.2۔ سٹاک ایپینج کے فوائد

- سٹاک ایپینج کے درج ذیل فوائد ہیں -
- 1 - حصص و کفالتوں کی خریداری کا مرکز -
- 2 - سیاسی و مالی خوشامی -
- 3 - زرعی و صنعتی ترقی میں مدد -
- 4 - بچتوں کی ترغیب و سرمایہ کاری -

حصص و کفالتوں کی خریداری کا مرکز

بائیداد سے متعلقہ حصص اور کفالتوں کی خریداری میں مدد دیتی ہے۔ خواہ ان حصص اور کفالتوں کا دنیا کے کسی حصہ ہی سے تعلق کیوں نہ ہو لہذا یہ منڈی دیتا بھر کا تجارتی مرکز کہلاتی ہے۔

سیاسی و مالی خوشحالی

ماہرین اقتصادیات کسی ملک کی اقتصادی و سیاسی حالت کا پتہ لگانے کے لیے سٹاک ایکسچینج کا ہی جائزہ لیتے ہیں۔ اس منڈی میں اگر مندرجہ کا رجحان ہو تو اس سے کسی ملک کی اقتصادی بد حالی کا اندازہ لگایا جاتا ہے۔ اور اگر حصص اور کفالتوں کی خریداری کے لیے اندرون و بیرون ملک ہالگ بڑھ رہی ہو تو اسے ملک کی خوشحالی کے لیے نیک فال سمجھا جاتا ہے۔

زرعی و صنعتی ترقی

سٹاک ایکسچینج کسی ملک کی زرعی و صنعتی ترقی اور بہتری کے لیے بھی مدد بہم پہنچاتی ہے۔ حقیقت میں سٹاک ایکسچینج ملکی صنعت زراعت اور تجارت مدد فراہم کرتی ہے۔ اس کے اس وصف کی بناء پر اسے کاروباروں کا کاروبار کہا جاسکتا ہے۔ بچتوں کی ترغیب و سرمایہ کاری

سٹاک ایکسچینج نہ صرف سرمایہ کے اجتماع میں مدد دیتی ہے بلکہ سرمایہ کو متحرک بھی بناتی ہے۔ سٹاک ایکسچینج کی سہولت کے بغیر بہت سارے لوگ جن کے پاس سرکاری یا غیر سرکاری حصص اور کفالتیں ہوتی ہیں وہ اپنی رقوم سے فائدہ نہیں اٹھا سکتے۔ کیونکہ وہ اس توقع پر اپنی رقوم کو صنعتی اداروں میں لگاتے ہیں کہ جب کبھی بھی فوری ضرورت پڑے وہ اپنی کفالتوں یا حصص کو وہ سٹاک ایکسچینج کی وساطت سے فروخت کر سکیں گے۔ اس سے باکسانی یہ نتیجہ اخذ کیا جاسکتا ہے کہ سٹاک ایکسچینج نہ صرف بچتوں میں اضافہ کا باعث بنتی ہے بلکہ وہ بچتوں کو متحرک اور فعال بنانے میں بھی مکمل مددگار ثابت ہوتی ہیں۔

3.3۔ سٹاک ایکسچینج کے نقصانات

- 1۔ سٹہ بازی۔
- 2۔ سرمایہ کاروں کی گھٹیا چالیں۔
- 3۔ معاشی بد حالی۔
- 4۔ غیر پیداواری سرمایہ کاری۔

1۔ سٹہ بازی

سٹاک ایکسچینج کے ذریعے عوام الناس بہتر توقعات کے پیش نظر لین دین کرتے ہیں۔ یعنی انہیں آنے والے معاشی حالات

کی کوئی خبر نہیں ہوئی۔ اس طرح انہیں بعض دفعہ مالی منفعت کی بجائے خاصا خسارہ ہوتا ہے جو کہ اجتماعی معاشرہ پر بڑی طرح اثر انداز ہوتا ہے۔

2- سرمایہ کاروں کی گھٹیا چالیں

سٹاک ایکسچینج کے ذریعے کاروبار کرنے والے سرمایہ کار دلالوں کے جالوں میں پھنس کر ان کی گھٹیا چالوں سے بھی نقصان اٹھاتے ہیں اس طرح یہ ملکار سرمایہ کار سادہ لوح عوام کو اپنے مختلف حربوں سے لوٹتے ہیں

3- معاشی بد حالی

روپیہ پیسہ کی آسمان منتفی سے معاشی بد حالی کو فروغ ملتا ہے۔

4- غیر پیداواری سرمایہ کاری

دلالوں اور سرمایہ کاروں کے غلط حربوں کے نتیجے میں مناسب اور صحیح سرمایہ کاری کا فقدان رہتا ہے جس کی وجہ سے پیداواری سرمایہ کاری نہیں ہو پاتی۔ لوگ وقتی طور پر اپنی بچتوں کو حصص اور کفالتوں کی خریداری میں صرف کر لیتے ہیں اور جب کبھی کسی دوسری جگہ حصص اور کفالتوں کی خریداری میں فائدہ نظر آ رہا ہو، وہاں سرمایہ کاری کر لیتے ہیں اس طرح سے وہ اپنے سرمایہ سے خاطر خواہ فائدہ نہیں اٹھا پاتے۔

”نیچتہ صرف صحیح معنوں میں منظم سٹاک ایکسچینج ہی ملک کی خوشحالی اور ترقی میں مددگار ہو سکتی ہے۔ لہذا سٹاک ایکسچینج کو قائم کرنے سے اہم ترین کام اس کو منظم کرنا ہے۔“

3.4- سٹاک ایکسچینج کی تاریخ

سٹاک ایکسچینج عمرِ حاضر کی پیداوار ہے۔ قریباً دو سو سال پہلے دنیا میں کہیں بھی سٹاک ایکسچینج کا نام و نشان ٹک نہ تھا۔ سب

سے پہلے برطانیہ میں لندن سٹاک ایکسچینج کے نام سے 1773ء میں سٹاک ایکسچینج قیام پذیر ہوئی اس کے بعد فرانس، جرمنی اور امریکہ نے بھی لندن سٹاک ایکسچینج کی طرز پر کفالتوں کی خرید و فروخت کے لیے اپنی اپنی سٹاک ایکسچینج قائم کر لی۔

برصغیر ہندو پاک میں باقاعدہ سٹاک ایکسچینج بمبئی کے مقام پر 1887ء میں تشکیل دی گئی اس کے بعد کلکتہ اور مدراس وغیرہ میں بھی سٹاک ایکسچینج انڈین سٹاک ایکسچینج کے نام سے بمبئی میں 1938ء میں تشکیل دی گئی جس کے ڈائریکٹران کوہر لیاظ سے بااختیار بنا دیا گیا۔

وطن عزیز پاکستان کے قیام کے بعد کراچی سٹاک ایکسچینج کے نام سے پہلی سٹاک ایکسچینج معرض وجود میں آئی اس کے بعد پاکستان مشرقی پاکستان میں ڈھاکہ کے مقام پر ڈھاکہ سٹاک ایکسچینج بنائی گئی۔ اور پھر یہ سلسلہ جاری و ساری رہا اور اب پاکستان کے قریباً ہر صوبائی ہیڈ کوارٹر پر سٹاک ایکسچینج قائم ہے۔

3.5- سٹاک ایپیچینج کی تنظیم

اکثر سٹاک ایپیچینجز کا کاروبار مشترکہ سرمایہ کی کمپنی کی شکل میں حصص یا ضمانت کی محدود ذمہ داری کی بنیاد پر ہوتا ہے۔ ممبر سٹاک حاصل کرتے وقت ہر ممبر ایک مخصوص فیس ادا کرتا ہے۔ اور سٹاک ایپیچینج کے قواعد و ضوابط کا پابند ہوتا ہے۔ اس کے ممبران کی تعداد محدود ہوتی ہے۔ یہی وجہ ہے کہ رکفیت کے لیے بھاری معاوضہ ادا کرنا پڑتا ہے۔

سٹاک ایپیچینج کا نظم و نسق انتظامی کمیٹی کے ہاتھوں میں دے دیا جاتا ہے جس کے افسران بالا چیرمین اور سیکرٹری ہوتے ہیں۔ بعض سٹاک ایپیچینجز بھی کئی خاص امور کی بہتر انجام دہی کے لیے سب کمیٹیاں بھی بنا دی جاتی ہیں۔ سٹاک ایپیچینج کا روزمرہ کاروبار کمیٹی کے وضع کردہ قواعد و ضوابط کے مطابق چلا جاتا ہے۔ دیگر سٹاک ایپیچینجز کے برعکس لندن سٹاک ایپیچینج کے ممبران دو گروپوں میں تقسیم ہیں جنہیں "بروکرز اور جربز" کہتے ہیں۔ جو بربز مخصوص قسم کی کفالتوں کی خرید و فروخت میں مہارت رکھتے ہیں لہذا وہ خود کفالتوں اور حصص کی خرید و فروخت کرتے ہیں۔ بروکرز جب کاروباری اوقات میں ان سے رابطہ کرتے ہیں تو جربز ایک حد تک کفالتوں اور حصص کا لین دین کرتے ہیں۔ بروکرز عوام کے ایجنٹس یعنی نمائندوں کے طور پر جربز سے حصص اور کفالتوں کی خرید و فروخت کرتے ہیں لہذا اس طرح سے بروکرز عوام اور جربز کے درمیان ایک رابطہ کار کے اپنے فرائض انجام دیتا ہے۔ وہ خود کاروبار نہیں کرتے بلکہ متوسطین کی حیثیت سے حصص اور کفالتوں کی خرید و فروخت کے سلسلہ میں عوام کی مدد کرتے ہیں۔

سٹاک ایپیچینج کی رکفیت حاصل کرتے وقت ہر رکن کو یہ وضاحت کرنا ہوتی ہے کہ وہ بطور بروکر کام کرے گا یا بطور جربز۔ یہ امر قابل ذکر ہے کہ بیک وقت ہر ممبر ایک کی حیثیت میں کام کر سکتا ہے خواہ وہ بطور ممبر کرنا چاہے یا بطور جربز۔ بروکر اور جربز کے درمیان کوئی شراکت نہیں ہوتی۔

یہ دعویٰ کیا جاتا ہے کہ جربز اور بروکر کی خدمات اور فرائض میں امتیاز عوام میں اعتماد کی فضا پیدا کرنے کے لیے انتہائی مؤثر ثابت ہوتا ہے۔ ایک گاہک یہ جان رہا ہوتا ہے کہ بروکر اپنے کمیشن کی خاطر کام کر رہا ہے۔ لہذا گاہک کبھی بھی اس سے دھوکا نہیں کھاتا۔ بعض اوقات تو بروکر کے بارے میں اتنا اعتماد پیدا کر دیا جاتا ہے کہ گاہکوں کو حصص اور کفالتوں کی خرید و فروخت کے سلسلہ میں صرف اور صرف ان کی خدمات ہی درکار رہوں گی۔

سٹاک ایکسچینج کے کاروبار میں استعمال ہونے والی اصطلاحات

1- "AL" الاٹمنٹ لیٹر

”حصص کی منتقلی کا خط“ یہاں الاٹمنٹ سے مراد کسی شخص کو حصص کی مخصوص تعداد کی منتقلی ہے۔ جب حصص کے حصول کی درخواست منظور کر لی جائے تو پھر فروخت کرنے والی کمپنی اور خریدار پارٹی آپس میں لین دین کی پابند ہو جاتی ہیں۔ فروخت کرنے والی کمپنی حصص کے سرٹیفکیٹ کا اجرا کرتی ہے جس سٹاک ایکسچینج کی اصطلاح میں ”AL“ الاٹمنٹ لیٹر یا حصص کی منتقلی نامہ یا خط کہتے ہیں۔

حصص کا سرٹیفکیٹ

یہ ایک ایسی دستاویز ہے جس پر کمپنی اپنی مہر کے ساتھ حصص خریدنے والے کو جاری کرتی ہے۔ اس میں خریدار کا نام ”پتہ“ حصص کی تعداد اور دوسرے ضروری امور درج ہوتے ہیں۔

3- "PP"

ادھوری ادائیگی کے حصص یہ اصطلاح ایسے حصص کے لیے استعمال ہوتی ہے جن کی پوری رقم وصول نہ ہوئی ہو۔ جب حصص کا سرٹیفکیٹ تیار کیا جا رہا ہوتا ہے اس وقت اس کے ساتھ اس امر کی وضاحت کردی جاتی ہے کہ ان حصص کی کچھ ادائیگی بقایا ہے۔

4- "FP"

پوری/کمل ادائیگی حصص۔ ایسے حصص جن کی ادائیگی پوری کی پوری ہو چکی ہو وہ کمل ادائیگی کے حصص کہلاتے ہیں۔

5-

بلا منافع حصص کی فروخت۔ ایسے حصص جن پر فروخت کرتے وقت اصطلاح

بلا منافع حصص کا اندراج ہو۔ ان پر مزید کسی قسم کا سود یا منافع واجب الادا نہیں ہوتا۔ بالفاظ دیگر ایسے حصص کا خریدار کسی قسم کے منافع یا سود کا حقدار نہیں ہوتا۔

6- بلا منافع حصص کی فروخت

جب کمپنی منافع کا اعلان کر چکی ہو تو اس وقت کفالتوں کے خریدار کو منافع کی وصولی کا حق بھی کفالتوں کی منتقلی کے ساتھ ہی منتقل ہو جاتا ہے۔ یعنی وہ کمپنی کے منافع میں سے وصولی کا حقدار بن جاتا ہے۔

7- استحقاقی رعایتی حصص ("RIGHT SHARE")

ایسے حصص جو کمپنی کے پہلے حصہ داروں کو مزید فروخت کے لیے جاری کیے جائیں (RIGHT SHARES)

کہلاتے ہیں۔ چونکہ ایسے حصص جات رعایتی نرخوں پر فروخت ہوتے ہیں لہذا انہیں استحقاقی حصص کہا جاتا ہے۔ ایسے

حصہ جات جن کے ساتھ اصطلاح کا اندراج ہو اس سے مراد یہ ہوتی ہے کہ حصوں کی فروخت کے ساتھ ہی جیسے حصص کے حقوق فروخت کنندہ سے خریدار کو منتقل ہو گئے ہیں۔ بعینہ اس سے متعلقہ تمام دیگر حقوق بھی خریدار کو منتقل ہو چکے ہیں اور اگر حصص کی فروخت کے وقت (Ex right) اصطلاح کا اندراج ہو تو اس سے مراد یہ ہوتی ہے کہ ایسے حصہ جات بغیر دیگر حقوق کے منتقل ہوئے ہیں۔

”B“ بونس

بونس کی اصطلاح استعمال کرتے وقت یہ مفہوم لیا جاتا ہے کہ ایسے حصص خرید کرتے وقت خریدار کا مفاد انڈر رقم کی وصولی کے بغیر ایک خاص تناسب سے بڑھ رہا ہے۔ اگر ہم یہ کہیں کہ یونائیٹڈ بینک لمیٹڈ نے 40.1 کی نسبت سے بونس حصص کا اجراء کیا ہے تو اس سے ہم یہ مراد لیتے ہیں کہ ہر وہ حصہ دار جس کے پاس یونائیٹڈ کمربل بینک کے 4 بونس حصص ہیں اسے ایک حصہ بلا معاوضہ حاصل کرنے کی اجازت ہوگی۔ اور اگر ایسے حصص کی صورت میں اصطلاح میں $X \times B$ کا ذکر ہو تو اس سے مراد کہ بونس کی وصولی کا حق نا حال فروخت کرنے والے کے پاس ہے اور اگر (Cum Bonus) کا ذکر ہو تو اس سے مراد ہے کہ بونس حصص کی وصولی کا حق فروخت کنندہ سے خرید کنندہ کو منتقل ہو گیا ہے۔

”FD“ آخری یا حتمی منافع

آخری یا حتمی منافع کے لیے اصطلاح ”F“ استعمال میں لائی جاتی ہے۔ یہ ایسا منافع ہے جو مالی سال کے آخر پر ادا کیا جاتا ہے عبوری منافع

ایسا منافع جو مالی سال کے دوران ادا کیا جائے وہ منافع عبوری کہلاتا ہے۔ ایسا منافع حساب نویسی کی کتب بند کرنے سے پہلے ادا کر دیا جاتا ہے۔

برموقع لین دین کا معاہدہ

برموقع لین دین کا معاہدہ ایسا معاہدہ ہوتا ہے جس میں لین دین دو یوم کے اندر اندر کرنا ہوتا ہے۔ اس میں معاہدہ قرار پانے کا دن شامل ہوتا ہے مگر ڈاک کے سفر کی مدت شامل نہیں ہوتی۔

مستقبل کے لین دین کا معاہدہ

اس معاہدہ میں اشیاء کی فراہمی اور روپیہ جیسے کی وصولی اور ادائیگی دونوں میں آئندہ کی کسی تاریخ پر ملوثی کو دی جاتی ہیں۔ کراچی اسٹاک ایکسچین میں مستقبل کے لین دین کے معاہدہ کے تحت کاروبار ہر ماہ کی تیس (23) تاریخ طے پاتا ہے اور اس دن کو لین دین کے طے پانے کا دن گردانا جاتا ہے۔ مستقبل کا لین دین کلیرنگ ہاؤس کے ذریعے سرانجام پاتا ہے۔ اس معاہدہ کے تحت کام کرنے والی درج ذیل پارٹیاں قابل ذکر ہیں۔ آدم جی انٹرنیشنل، اکوہ لود۔ سے آن اور پاکستان ٹیبا کو لمیٹڈ وغیرہ وغیرہ۔

سسٹہ بازی (SPECULATION)

جب ایک شخص یا فریق آئندہ منافع کمانے کی توقع پر کفالتوں کی خرید و فروخت اس طرح کرے کہ مقررہ تاریخ پر کفالتوں کا لین دین کر دے۔ اس کا یہ عمل سسٹہ بازی کہلاتا ہے۔ مثال کے طور پر اگر مسٹر ہارون 2 جون 1985 کو 50 170 روپے کا آدم جی انشورنس کا حصہ خریدتا ہے کہ آنے والے وقت میں اس کا قیمت بڑھ جائے گی اور اس طرح اس کو منافع حاصل ہوگا یہ عمل سسٹہ باز کہلاتے گا۔

سسٹہ بازوں کی درج ذیل اقسام ہیں۔

بیل (BULL)

ایسا سسٹہ باز جو کسی کفالت یا حصہ کو اس طرح اس کی ادائیگی کی تاریخ سے پہلے خریدتا ہے۔

بیر (BEAR)

ایسا سسٹہ باز جو خریدی ہوئی کفالتوں کو اس لیے بیچ دیتا ہے کہ ان کی آخری تاریخ سے پہلے ایک دفعہ اس کی قیمتیں گر جائیں اور اس طرح دوبارہ کم قیمت پر انہیں خرید سکے گا اور منافع کمائے گا۔

شٹیک (BEAG)

ایک ایسا سسٹہ باز جو کفالتوں اور حصص کی خرید و فروخت کرنے کی بجائے محض حصص وغیرہ مہیا کرتا ہے۔ یہ مرد نئی کمپنی کے حصص منافع پر فروخت کرانے میں مدد بہم پہنچاتا ہے۔

ٹیکنیکی حیثیت

یہ اصطلاح مارکیٹ کی اندر فی حیثیت کو ظاہر کرنے کے لیے استعمال میں لائی جاتی ہے۔ اگر مارکیٹ میں کاروبار زیادہ ہوا اور کفالتوں اور حصص کی بھرپور فروخت ہوئی ہو تو اس مارکیٹ کی مضبوط حیثیت قرار دیا جائے گا۔ اس کے برعکس اگر مارکیٹ میں خریداری زیادہ ہوئی تو اس کا مطلب کمزور مارکیٹ لیا جاتا ہے۔ زیادہ خریداری سے مراد یہاں یہ لی جاتی ہے کہ اگر خریداری نے اس مقدار سے زیادہ خرید کی ہو جتنی کہ مقدار مارکیٹ میں موجود ہے اور زیادہ فروخت سے مراد ایسی فروخت ہے جس میں تاجر حاضر شاٹک سے بھی زیادہ کے معاہدے کر لیں۔

کرب کے نرخ (KARB RATES)

ایسے نرخ جو منظم شاٹک ایکسچینج کے باہر جائے جائیں۔ یہ معاملہ اس وقت واقع ہوتا ہے جب کمپنی کی پریسکٹس جاری ہو چکی ہو، مگر حصص وغیرہ شاٹک ایکسچینج میں درج نہ کروائے گئے ہوں۔ ایسی صورت میں حصص صرف الاٹمنٹ اجازت نامہ کے حصول کے لیے وقت درج کروائے جاتے ہیں۔

مجموعی خرید و فروخت

مجموعی خرید و فروخت کی اصطلاح کل حصص کی تعداد جن کی خرید و فروخت یا لین دین ہوا ہو کو ظاہر کرنے کے لیے استعمال کی جاتی ہے۔

(Market Tone)

منڈی کا رجحان

اس اصطلاح کا مطلب قیمتوں کے رجحان کو ظاہر کرنا ہے۔ اگر منڈی میں قیمتوں میں اضافہ ہو رہا ہو گا تو صورت حال کو (BOOM) وغیرہ کہا جائے گا اور اگر منڈی کا رجحان ہو گا تو اصطلاح (DEPRESSION) وغیرہ استعمال ہو گا۔

4۔ ایوان ہائے صنعت و تجارت کا وفاق

4.1۔ ایوان صنعت و تجارت کے وفاق کی تعریف

مختلف ایوان ہائے صنعت و تجارت باہمی مفادات کے حصول کی خاطر مل کر ایک وفاق قائم کر لیتے ہیں جو کہ ایوان صنعت و تجارت باہمی مفادات کے حصول کی خاطر مل کر ایک وفاق قائم کر لیتے ہیں جو کہ ایوان صنعت و تجارت کا وفاق کہلاتا ہے۔ چونکہ ایوان صنعت و تجارت کے مقاصد میں ممبران کے ماشی مفادات کا تحفظ اور اشیاء کے تبادلہ میں ہر ممکن مدد بہم پہنچانا ہوتا ہے۔ لہذا ان مقاصد کے حصول کی خاطر اگر انہیں فرداً فرداً کسی مشکل کا سامنا ہو تو وہ اپنے وفاق سے رابطہ قائم کر لیں۔ وفاق اپنے تمام تر ذرائع کو استعمال میں لاتے ہوئے ان کے مسائل کے حل کے لیے ہر ممکنہ اقدام کرتا ہے۔

آزادی کے بعد پاکستانی تاجروں نے اسے بہتر طور پر علاقائی ضروریات کے مطابق منظم کیا علاوہ ان کے رفتہ رفتہ پاکستان کے دوسرے علاقوں میں بھی ایوان ہائے صنعت و تجارت قائم ہوتے چلے گئے اور 1961ء میں حکومت کے نافذ کردہ قانون برائے تجارتی تنظیم آرڈیننس کے تحت انہیں مزید فروغ اور استحکام حاصل ہوا۔ اس قانون کی رو سے علاقائی ایوانوں کو مربوط کرنے کے لیے ایک وفاق ایران ہائے صنعت و تجارت کا قیام عمل میں لایا گیا۔ جس کا صدر دفتر کراچی میں ہے۔ یہ وفاق 24 جون 1960ء کو کمپنیز ایکٹ 1913ء کے تحت کراچی میں قائم کیا گیا۔

وفاق ایران ہائے تجارت و صنعت کراچی ملک کے تمام علاقائی ایوانوں کا قومی وفاق ہے۔ یہ وہی فرائض انجام دے رہا ہے جو آزادی سے قبل وفاق ایران ہائے تجارت ہندوستان دیتا تھا۔ جو دسمبر میں دہلی میں قائم کیا گیا تھا۔ پاکستانی خلا نے اس خلا کو نہ صرف ختم کر دیا جو پرانے ہندوستانی وفاق کی وجہ سے پیدا ہوا تھا۔ بلکہ اس کی بدولت پاکستان کے مختلف شہروں میں کافی نئے ایوان قائم ہوئے۔ وفاق ایران ہائے صنعت و تجارت کراچی کے قدیم ترین اہلکار ہیں ایوان صنعت و تجارت لاہور ہے۔ مگر اس کے علاوہ ملتان، فیصل آباد، راولپنڈی، کوئٹہ، سکھر، حیدرآباد، پشاور اور گوجرانوالہ علاقائی ایوان ہائے تجارت و صنعت صنعتی استحکام کے لیے مستحکم بنیادوں پر کام کر رہے ہیں۔

4.2۔ ایوان صنعت و تجارت کے وفاق کے مقاصد

ایوان صنعت و تجارت کے وفاق کے مقاصد کچھ اس طرح سے ہیں۔

- 1۔ پاکستان کی تجارت، بیوپار، زراعت، صنعت، معدنیات اور ٹرانسپورٹ کے فروغ کے لیے کوشش اور مدد کرنا۔
- 2۔ پاکستانیوں اور پاکستان میں بسنے والے دیگر غیر ملکی تاجروں کو ملکی اور غیر ملکی تجارت کے فروغ اور تحفظ کے لیے مدد کرنا۔

کوششیں بروئے کار لانا بلکہ ان کی زراعت، ٹرانسپورٹ، صنعت، مینوفیکچر، مالیات، بینکاری، بیمہ کاری کے شعبوں میں مدد فراہم کرنا۔

3۔ مختلف ایوان ہائے تجارت کے درمیان دوستانہ تعلقات کے فروغ کے لیے اقدامات کرنا۔ اس کے علاوہ یہ وفاق ایکی صنعتی تنظیموں جہاں اندرون ملک یا بیرون ملک کام کر رہی ہوں کے درمیان رابطہ قائم کرنے کے لیے بھی اپنی گرانقدر خدمات فراہم کرتا ہے۔

4۔ مذکورہ بالا تمام مقاصد کے حصول کے لیے بالواسطہ یا بلاواسطہ مثبت اقدام کرنا۔

5۔ اعداد و شمار و اطلاعات کو اکٹھا کر کے متعلقہ ایوانوں کو فراہم کرنے کے ساتھ ساتھ تجارتی، تکنیکی، اور معاشی معلومات میں اضافہ کرنا بھی ایوان ہائے صنعت و تجارت کے وفاق کے مقاصد میں شامل ہے۔

6۔ پاکستان کے عوام کے لیے تجارتی، صنعتی، فنی اور سائنس کی تعلیم کے فروغ کے لیے اقدامات کرنا۔

7۔ ملکی معاشی مفادات کے حصول کی خاطر بنائے جانے والے قوانین کی حمایت یا مخالفت کے لیے ضروری اقدامات کرنا تاکہ اس کے ممبر اداروں کے حقوق کا تحفظ کیا جاسکے۔

8۔ ممبران کے مابین جھگڑوں کی صورت میں حالات کا نہ صرف جائزہ لینا بلکہ جھگڑے ختم کروانے کے لیے بطور ثالث خدمات فراہم کرنا بھی ایوان ہائے صنعت و تجارت کے وفاق کے مقاصد میں شامل ہے۔ اس سلسلہ میں اگر ماہرین کی خدمات کی ضرورت پڑے تو وہ بھی وفاق فراہم کرتا ہے۔

9۔ بیرون ملک پاکستانی تاجروں کی صنعتی و تجارتی حقوق کے لیے پاسداری بھی کرتا ہے۔

10۔ اندرون ملک تجارتی و صنعتی اداروں کو منظم کرنے کی خاطر ایوان تجارت کے قیام کے لیے مدد فراہم کرتا ہے۔

11۔ ضروری موقع پر مختلف جگہوں پر سیمیناروں اور کانفرنسوں کا انعقاد کرنا۔

12۔ بوقت ضرورت قرض حاصل کرنا یا سپر فنانس کے بانڈز، ہنڈیوں، پراسیوری نوٹوں اور کفالتوں پر رقم حاصل کرنا۔

13۔ اجراء اور آجیر کے درمیان پائی جانے والی غلط فہمیوں کو دور کر کے خوشگوار تعلقات کے قیام کے لیے کوششیں کرنا۔

14۔ دوسرے تجارتی اداروں یا تنظیموں کے حصص کے حصول کے لیے کوشش کرنا وفاق کے فرامین میں شامل ہے۔

15۔ وفاق اپنے حصص، اثاثہ جات، تسکات اگر بیچنا مقصود ہوں تو ان کی فروخت کا بندوبست کرتا ہے۔

3.4۔ مختلف ٹریڈ گروپ

ایک ہی نوعیت یا طرز کے کاروبار سے وابستہ تاجر اپنے کاروبار سے متعلقہ معاشی مسائل کے حل اور دیگر مفادات کے حصول کی خاطر اپنا ایک گروپ قائم کر لیتے ہیں جو کہ ان کا ٹریڈ گروپ کہلاتا ہے۔ مثال کے طور پر درآمد (امپورٹ)

برآمد (ایکسپورٹ) کے ٹریڈ کا ایک گروپ یا زر مبادلہ کے کاروبار سے وابستہ تمام لوگوں کا ایک گروپ وغیرہ وغیرہ
ٹریڈ گروپ کہلاتا ہے۔

4.4- گروپ آف انڈسٹری

ہر ملک میں مختلف قسم کی صنعتیں سرگرم عمل ہوتی ہیں، جیسے شوگر انڈسٹری، سینٹ انڈسٹری، ٹیکسٹائل انڈسٹری،
سٹیل انڈسٹری اور سوپ انڈسٹری وغیرہ وغیرہ۔ یہ صنعتیں اپنے اپنے معاشی مفادات کی خاطر اپنا اپنا الگ گروپ تشکیل دے
لیتی ہیں۔

گروپ آف انڈسٹری اور گروپ آف ٹریڈ میں ہم اقیانوس کچھ اس طرح سے بھی کر سکتے ہیں۔ دراصل گروپ آف انڈسٹری
میں ایک مخصوص صنعت کا تعلق ہوتا ہے۔ جب کہ اس کے متعلقہ تمام ضروریات مثلاً خام مال، مشینری، تربیت یافتہ عملہ
کی فراہمی کی خدمات مختلف ٹریڈ گروپ جو کہ اپنے اپنے میدان عمل میں طاق ہوتے ہیں مہیا کرتے ہیں، مثلاً کسی مخصوص
صنعت کے لیے زر مبادلہ کا گروپ آف ٹریڈ ہی کرے گا۔ ایمان صنعت و تجارت میں گروپ آف انڈسٹری اور گروپ
آف ٹریڈ کے ممبران کو یکساں اہمیت حاصل ہوتی ہے۔

5۔ اشیاء یا پیداوار کا بازار

5.1۔ اشیاء کے بازار کی تعریف

اشیاء کی ایکچینج سے مراد ایک ایسی منظم و مخصوص منڈی ہے جہاں کسی ایک خاص چیز یا کچھ چیزوں کے تبادلہ کے لیے سہولیات بہم مل سکیں۔ اشیاء یا پیداوار کی ایکچینج کہلاتی ہے۔

5.2۔ اشیاء کے بازار کا نظم و نسق

اشیاء کی ایکچینج میں تجارت ممبران کے ذریعے سے سرانجام دی جاتی ہے جو کہ غیر ممبران کے لیے بھی اپنی خدمات فراہم کرتے ہیں۔ شاگ ایکچینجز کی طرح اشیاء کی ایکچینجز کا نظم و نسق بھی بروڈ آف ڈائریکٹران کے ہاتھوں میں ہوتا ہے۔ ان ڈائریکٹران کا چناؤ ایک مقررہ وقت کے بعد کیا جاتا ہے۔

5.3۔ طریق کار

اشیاء کی ایکچینج کا اہم ترین فرض مستقبل کے لین دین میں سہولیات بہم پہنچانا ہوتا ہے۔ لیکن اکثر شاگ ایکچینجز خودی یا بر موقع لین دین بھی کرتی ہیں۔ ان ایکچینجز کے فرائض میں تجارتی خبروں اور اطلاعات کی فراہمی بھی شامل ہوتی ہے۔ اس فرض کی انجام دہی کے لیے اشیاء کی ایکچینجز کا رابطہ بڑی بڑی بین الاقوامی خبر رساں ایجنسیوں سے ہوتا ہے جو کہ تیز ترین مواصلاتی رابطوں پر قیمتوں وغیرہ سے آگاہ کرتی ہیں۔ اس طرح سے یہ قیمتوں میں یکسانیت رکھنے میں بہت بڑی مدد فراہم کرتی ہیں۔ عام طور پر وہ اشیاء یعنی پیداوار جو فروخت کرنا مقصود ہوں ان کو دکھایا نہیں جاتا، ماسوائے بر موقع لین دین یا خرید و فروخت میں بڑھ چکی ہیں۔ ان میں سے نمونہ جات فراہم کیے جاتے ہیں۔ جن سے خریدی یا بیچی جانے والی اشیاء کا اندازہ ہو جاتا ہے۔ مگر لین دین کے معاہدوں یا لین دین میں صرف اشیاء کی درجہ بندی یا معیار سے اندازہ لگا یا جاتا ہے اشیاء کے لین دین میں طے پانے والے اکثر معاہدوں کی تکمیل اشیاء کی فراہمی سے نہیں ہوتی ایسے معاہدہ جات قیمتوں میں تفاوت کی وصولی اور ادائیگی سے تکمیل پاتے ہیں یعنی جب مارکیٹ میں کسی جنس کی کم قیمت ہو اس وقت اس کی خرید کا صرف معاہدہ کر لیا جائے (جنہیں بے شک وصول نہ بھی کیا جائے) اور جب قیمتیں بڑھ جائیں اس وقت فروخت کا معاہدہ کر لیا جائے اس طرح قیمتوں میں جو فرق واقع ہوا ہو اسے بطور منافع حاصل کر لیا جائے۔

اشیاء یا پیدوار کے بازار کی تعریف کچھ اس طرح سے بھی کی جاسکتی ہے : اشیاء یا پیدوار کے بازار سے مراد وہ بازار ہے جہاں اشیاء کی خرید و فروخت عمل میں آتی ہو۔ اشیاء کے بازار نے خاص طور پر کپاس، اون، گندم، آلو، اور چائے وغیرہ کے بازاروں کو کافی حد تک منظم کیا گیا ہے۔ یعنی ان اشیاء کے لین دین کے اصول و ضوابط اور طریقہ کار کا تعین سختی سے کیا گیا ہے۔ ان بازاروں میں اشیاء کی میاں بندی و درجہ بندی کا کاروبار بھی کیا جاتا ہے۔ اس مقصد کے لیے اشیاء کے مقررہ معیار اور نمونوں کی بنیاد پر کاروبار ہوتا ہے۔ یہ ضروری نہیں کہ اشیاء کی مادی طور پر نمائش کی جائے۔ دنیا کے تقریباً تمام ممالک میں ایسے بازار قائم ہو چکے ہیں جن میں اشیاء کا لین دین باقاعده و باضابطہ طور پر ہوتا جا رہا ہے۔ ہمارے وطن عزیز پاکستان میں ایسے بازاروں کو مختلف منڈیوں کا نام دیا گیا ہے۔ جیسے انارک کی منڈیاں، مہبودہ جات و سبزی کی منڈیاں۔ لکڑی کی منڈیاں وغیرہ وغیرہ۔

ان منڈیوں میں خرید و فروخت کا فاقی طور پر موجودہ ہوتے ہیں، اور اشیاء کا تبادلہ کرتے ہیں۔ اشیاء بازاروں کی درج ذیل دو بڑی اقسام ہیں۔

(۱) بازار عام (۲) بازار خاص

(۱) بازار عام سے مراد وہ بازار ہے جہاں ایک سے زائد اشیاء خریدی اور بیچی جاسکتی ہیں۔

(۲) بازار خاص سے مراد وہ بازار ہے جہاں صرف اور صرف کسی ایک خاص شے کی خرید و فروخت ہو۔ جیسے روٹی، پٹن، چائے وغیرہ۔

اشیاء کے مذکورہ بالا بازاروں میں درج ذیل دو اقسام کا کاروبار ہوتا ہے۔

(۱) فوری (۲) التوائی

1- فوری

فوری کا دوبارہ سے مراد یہ ہے کہ وہ خریدار فروخت کار کو فوراً نقدی کی صورت میں ادائیگی کرتا ہے، اور فروخت کار اشیاء خریدار کے حوالے کر دیتا ہے۔ اس طرح لین دین اپنے اختتام کو پہنچتا ہے۔

2- التوائی

اس سے مراد ایسا لین دین ہے جس میں لین دین کا معاہدہ تو کسی ایک خاص تاریخ کو طے پاتا ہے مگر عملی لین دین بعد میں کیا جاتا ہے۔ یعنی یا تو رقم فروخت کار پہلے وصول کر لیتا ہے اور مال بعد میں فراہم کرتا ہے۔ ایسے لین دین کو التوائی لین دین کا ہی رواج ہے۔ کپڑا، گئی، کھاد، بیج وغیرہ کے لیے اکثر لین دین ادھار پر ہوتا ہے۔ باغات وغیرہ کی غلای کا کام بھی التوائی کا دوبارہ میں شمار ہوتا ہے۔

اشیاء یا پیداوار کے لین دین کا طریق کار

بعض اشیاء مثلاً آلو، روئی، کھاد، تباکو وغیرہ کا لین دین کچھ اس طرح سے بھی طے پاتا ہے کہ آلو کی فصل کھیتوں میں ہی تیار کھڑی ہے اور آلو ابھی زمین سے نکالے نہیں گئے، اور سودا اسی حالت میں طے پا رہا ہے۔ بلکہ یہ کتنا زیادہ درست ہوگا کہ یہ لین دین اسی وقت شروع ہو جاتا ہے جب زراعت کار (کسان) سے کھڑی فصل کا سودا مستقبل کی کسی تاریخ کے لیے طے ہو جاتا ہے۔ اس قسم کے آنے والے وقت کے لین دین میں قیمت یا تو معاہدہ کے وقت ہی طے کر کے معاہدہ میں درج کر دی جاتی ہے۔ یا پھر قیمتوں کا تعین مستقبل میں فصل کے مییار پر چھوڑ دیا جاتا ہے۔

اس قسم کے سودوں میں باغات و زرعی پیداوار کے سودے شمار ہوتے ہیں۔

5.4۔ پیداوار یا اشیاء کی ایکسچینج

اشیاء کی ایکسچینج کے درج ذیل مقاصد ہیں۔

اشیاء کی ایکسچینج، بنکاری، گودام کاری، تاجروں اور کیش ایکسچینٹوں کے کاروبار میں بڑی مدد فراہم کرتی ہے۔ کسی کمپنی یا شخص کے اثاثہ جات، واجبات کا لین دین کرنے کے لیے اشیاء کی ایکسچینج بڑی مدد فراہم کرتی ہے۔

منافع جات کے معاہدہ جات میں اشیاء کی ایکسچینج شریک ہونے کے مواقع فراہم کرتی ہے۔ اپنے ممبران کو تجارتی سہولیات فراہم کرتی ہے۔

6۔ خود آزمائی

درج ذیل بیانات کے آزر پر صحیح اور غلط کے الفاظ تحریر یہ ہیں بیان کی روشنی میں ان کے گرد دائرہ لگائیں۔

الف -

- 1 - تجارتی انجمن ایک ایسی تنظیم ہے جو ممبران کے مال و جان کی محافظ ہے۔ صحیح / غلط
- 2 - تجارتی انجمن ایک ایسی تنظیم ہے جو ممبران کے نجی مفادات کی محافظ ہے۔ صحیح / غلط
- 3 - تجارتی انجمن ایک ایسی تنظیم ہے جو ممبران کے معاشی مفادات کی محافظ ہے۔ صحیح / غلط
- 4 - تجارتی انجمن ایک ایسی تنظیم ہے جو غیر ممبران کے معاشی مفادات کی محافظ ہے۔ صحیح / غلط
- 5 - انجمن بہبود آرٹھتیاں فروٹ لاہور کا شمار تجارتی انجمن میں ہوتا ہے۔ صحیح / غلط
- 6 - انجمن بہبودی طلبہ کا شمار تجارتی انجمن میں ہوتا ہے۔ صحیح / غلط

- 7 - انجمن فروغ زبان اردو کا شمار تجارتی انجمن میں ہوتا ہے -
 - 8 - تجارتی انجمن مزدوروں کے باہمی اشتراک کا نتیجہ ہے -
 - 9 - تجارتی انجمن ملک کے تمام تجارتی اداروں کے باہمی اشتراک کا نتیجہ ہے -
 - 10 - تجارتی انجمن بین الاقوامی سطح پر اداروں کے باہمی اشتراک کا نتیجہ ہے -
 - 11 - تجارتی انجمن ایک ہی قسم کے تجارتی اداروں کے باہمی مفادات کے لیے یکجا ہونے پر تشکیل دی جاتی ہے -
 - 12 - تجارتی انجمن کے ممبران باہمی طور پر ایک فنڈ قائم کرتے ہیں -
 - 13 - تجارتی انجمن ممبران کے باہمی فنڈ کے بغیر ہی چلتی ہے -
 - 14 - تجارتی انجمن غیر ملکی امداد سے چلتی ہے -
 - 15 - تجارتی انجمن کی عموماً ملکی حکومت مدد کرتے ہیں -
 - 16 - تجارتی انجمن کی امداد مختیر لوگ کرتے ہیں -
 - 17 - تجارتی انجمن ممبران کی دوسرے علاقہ کے باہر لوگوں کے سرمایہ سے چلتی ہے -
 - 18 - ممبران انجمن کے فنڈ میں چندہ یکمشت جمع کرواتے ہیں -
 - 19 - ممبران انجمن کے فنڈ میں چندہ سہ ماہی یا سالانہ جمع کرواتے -
 - 20 - ممبران انجمن کے فنڈ میں چندہ بذریعہ اقساط جمع کرواتے ہیں -
- ب - درج ذیل بیانات کا ہاں یا نہیں میں جواب دیجئے -

- 1 - کیا تجارتی انجمن کے قیام کا مقصد خام مال کی فراہمی ہے ؟
- 2 - کیا تجارتی انجمن کے قیام کا مقصد مزدوروں کی مزدوری کا قیام ہے -
- 3 - کیا تجارتی انجمن کے قیام کا مقصد پیداوار کی قیمتوں کا قیام ہے -
- 4 - کیا تجارتی انجمن کے قیام کا مقصد حکومت کی تجارتی پالیسی پر غور و خوض
- 5 - کیا تجارتی انجمن کے قیام کا مقصد بزنس کی صحیح تقسیم بھی ہے ؟
- 6 - کیا تجارتی انجمن کے قیام کا مقصد معص کی فروخت ہے -
- 7 - کیا تجارتی انجمن کے قیام کا مقصد مزدوروں کے ساتھ مذاکرات ہے ؟
- 8 - کیا تجارتی انجمن کے قیام کا مقصد منافع حیات میں اضافہ ہے -
- 9 - کیا تجارتی انجمن کے قیام کا مقصد مؤثر اشتہار بازی ہے ؟
- 10 - کیا تجارتی انجمن کے قیام کا مقصد دفاعی امور کی انجام دہی ہے -

- ۲۱ - کیا تجارتی انجن کو اس کے مقاصد کے حصول کی خاطر رجسٹر کروایا جاتا ہے ؟
- ۱۲ - کیا ممبران کو کوئی ممبر شپ فیس ادا کرنا ہوتی ہے ۔
- ۱۳ - کیا تجارتی انجن کے اجلاس وقتاً فوقتاً بلائے جاتے ہیں ؟
- ۱۴ - کیا انجن کے قواعد و ضوابط کی خلاف ورزی کرنے والوں کی رکنیت ختم کی جاسکتی ہے ؟
- ۱۵ - کیا ایوان تجارت میں زمیندار، شرکت کرتے ہیں ؟
- ۱۶ - کیا ایوان تجارت میں کاریگر شرکت کرتے ہیں ؟
- ۱۷ - کیا ایوان تجارت صنعت کاروں اور سرمایہ کاروں کی ایک تنظیم ہے ۔
- ۱۸ - کیا ایوان تجارت کی حدود ایک ملک تک محدود ہوتی ہیں ؟
- ۱۹ - کیا ایوان تجارت تاجر برادری کے معاشی مفادات کی نگرانی کرتا ہے ؟
- ۲۰ - کیا ایوان تجارت ممبران کے نجی مفادات کا خیال رکھتا ہے ؟
- درج ذیل خالی جگہوں کو مناسب جگہوں کو مناسب الفاظ سے پُر کیجئے ۔

ج ۔

- ۱ - ایوان تجارت کے ممبران ہا قاعدہ ایک _____ کی ادائیگی کرتے ہیں ۔
- ۲ - ایوان تجارت کے سب سے اہم مقصد ممبران کے کاروبار کی _____ ہے
- ۳ - ایوان تجارت نفع کمانے کی بجائے _____ کے اصول کے تحت کام کرتا ہے ۔
- ۴ - ایوان تجارت ایک _____ نامہ جاری کرتا ہے ۔
- ۵ - ایوان تجارت تاجروں ، صنعت کاروں ، سرمایہ کاروں کی ایک _____ تنظیم ہے ۔
- ۶ - ایک ایسی منڈی جہاں سرکاری وغیرہ سرکاری کفالتوں ، بانڈز ، حصص وغیرہ کی خرید و فروخت ہو وہ کہلاتی ہے ۔
- ۷ - معاشی زندگی میں شاک ایچینج _____ کا کام دیتی ہے ۔
- ۸ - شاک ایچینج سے _____ حالات کا جائزہ لیتے ہیں مدد ملتی ہے ۔
- ۹ - _____ کی ترغیب میں شاک ایچینج مدد کرتی ہے ۔
- ۱۰ - پہلی شاک ایچینج _____ میں قائم ہوئی ۔
- ۱۱ - شاک ایچینج کی کاروبار عام طور پر _____ کی کمپنی کی صورت میں ہوتا ہے ۔
- ۱۲ - شاک ایچینج کی رکنیت کے لیے _____ ادا کرنا ہوتی ہے ۔

- 13 - سٹاک ایکسیج کے ممبران کی تعداد _____ ہوتی ہے۔
 - 14 - دیگر مخصوص امور کے لیے _____ تشکیل دی جاتی ہیں۔
 - 15 - سٹاک ایکسیج کی رکنیت کے لیے ایک _____ پُر کرنا ہوتا ہے۔
 - 16 - سٹاک ایکسیج سے مڑڑ _____ میں مدد ملتی ہے۔
 - 17 - سٹاک ایکسیج کے بارے میں _____ نے کچھ تاثرات دیے ہیں۔
 - 18 - اشیاء کی ایکسیج _____ ہوتی ہے۔
 - 19 - اشیاء کی ایکسیج کا نظم و نسق _____ ممبران کے ہاتھ میں ہوتا ہے۔
 - 20 - اشیاء کی ایکسیج کا نظم و نسق _____ ممبران کے ہاتھ میں ہوتا ہے۔
- تجارتی انجمن کا قیام مختلف ممالک کے تاجران کے باہمی _____ کا نتیجہ ہے

د - ذیل میں ہر نام مکمل بیان کے تحت چند فقرات دیے گئے ہیں۔ ایسے فقرات پر نشان لگائیے جس سے نام مکمل بیان ہو سکے۔

(1) پیداوار کے بازار کا نظم و نسق۔

- (الف) - عوام کے ہاتھ میں ہوتا ہے۔
 - (ب) - حکومت کے ہاتھ میں ہوتا ہے۔
 - (ج) - منتخب ممبران کے ہاتھ میں ہوتا ہے۔
 - (د) - غیر ملکی تاجران کے ہاتھ میں ہوتا ہے۔
- (2) ایران صنعت و تجارت کے وفاق کا قیام۔

- (الف) - ممبران کے معاشی مفادات کے تحفظ اور اشد کے تبادلوں کے لیے عمل میں لایا جاتا ہے۔
 - (ب) - عوام الناس کے معاشی مفادات کے تحفظ کے لیے عمل میں لایا جاتا ہے۔
 - ج - غیر ملکی لوگوں کے مفادات کے تحفظ کے لیے عمل میں لایا جاتا ہے۔
- س - خالی جگہ مناسب الفاظ سے پُر کیجیے۔

- 1 - ایران ہائے تجارت ہندوستان کا وفاق _____ میں قائم ہوا۔
- 2 - پاکستان ایران ہائے صنعت و تجارت کا وفاق _____ میں قائم ہوا۔
- 3 - پاکستان ایران ہائے صنعت و تجارت کا وفاق شہر _____ میں واقع ہے۔
- 4 - پاکستان ایران ہائے صنعت و تجارت کا وفاق کینیڈا کیٹ _____ کے تحت قائم کیا گیا۔

(ج) درج ذیل فقرات میں سے درست پر (درست) کا نشان لگائیے۔

- 1۔ ایران ہائے صنعت و تجارت کے وفاق میں مختلف ایران ہائے صنعت و تجارت شامل ہوتے ہیں۔
- 2۔ ایران ہائے صنعت و تجارت کے وفاق میں صرف دو ایران ہائے صنعت و تجارت شامل ہوتے ہیں۔
- 3۔ ایران ہائے صنعت و تجارت کے وفاق میں اور کوئی ایران شامل نہیں ہوتا۔
- 4۔ پاکستان میں ایران صنعت و تجارت کے وفاق میں اور کوئی ایران شامل نہیں ہوتا۔
- 5۔ ایران ہائے صنعت و تجارت کے وفاق ذمہ دار ملک کا دفاع ہوتا ہے۔
- 6۔ ایران ہائے تجارت و صنعت کا کام صرف ملکی زراعت کے لیے کوشش اور مدد فراہم کرنا ہے۔
- 7۔ ایران ہائے تجارت و صنعت کے وفاق کے مقاصد میں ملک کی تجارت و صنعت کو فروغ دینا شامل ہوتا ہے۔
- 8۔ اشیاء کے بازار کے مقاصد میں اشیاء کا تبادلہ، بنکاری، گودام کاری، تاجروں اور کمپنیوں کے کاروبار میں محدود مدد فراہم کرتا ہے۔

7۔ جوابات

(الف)

| | | | |
|----------|----------|-----------|----------|
| غلط - 1 | غلط - 2 | صحیح - 3 | غلط - 4 |
| صحیح - 5 | غلط - 6 | غلط - 7 | غلط - 8 |
| غلط - 9 | غلط - 10 | صحیح - 11 | غلط - 12 |
| غلط - 13 | غلط - 14 | غلط - 15 | غلط - 16 |
| غلط - 17 | غلط - 18 | صحیح - 19 | غلط - 20 |

(ب)

| | | | |
|----------|-----------|-----------|-----------|
| ہاں - 1 | ہاں - 2 | ہاں - 3 | ہاں - 4 |
| نہیں - 5 | نہیں - 6 | ہاں - 7 | نہیں - 8 |
| نہیں - 9 | نہیں - 10 | ہاں - 11 | ہاں - 12 |
| ہاں - 13 | ہاں - 14 | نہیں - 15 | نہیں - 16 |
| ہاں - 17 | ہاں - 18 | ہاں - 19 | نہیں - 20 |

(ج)

| | | | |
|------------------|-------------------|----------------|-----------------------------|
| چندہ - 1 | بہتری و ترقی - 2 | خدمت - 3 | سہفت - 4 |
| رضا کارانہ - 5 | سٹاک ایکسچینج - 6 | ریڈار - 7 | مماش و اقتصاد - 8 |
| بچتوں - 9 | - 10 | کراچی - 11 | مشترکہ سرمایہ کی کمپنی - 12 |
| فیس - 13 | محدود - 14 | سب کیٹیاں - 15 | رکنیت فارم - 16 |
| سرمایہ کاری - 17 | لیبار کس - 18 | منظم - 19 | منتخب - 18 |
| اشتراک - 19 | | | |

(د)

1 - 2 - 3 - 4 - 5 - 6 - 7 - 8 - 9 - 10 - 11 - 12 - 13 - 14 - 15 - 16 - 17 - 18 - 19 - 20

(س)

| | | | |
|-----------|-----------|-----------|----------|
| 1926ء - 1 | 1960ء - 2 | کراچی - 3 | 1913 - 4 |
|-----------|-----------|-----------|----------|

(ص) 1 - 2 - 3 - 4 - 5 - 6 - 7 - 8 - 9 - 10 - 11 - 12 - 13 - 14 - 15 - 16 - 17 - 18 - 19 - 20

