319

سینئر سکنڈری کورس

کامرس / کاروباری مطالعہ

Senior Secondary Course

Commerce / Business Study

تلنگانہ اوپن اسکول سوسائٹی (ٹی او ایس ایس)
ایس سی ای آر ٹی، کیمپس، روبرو ایل بی اسٹیڈیٹ
بشیر باغ، حیدرآباد، 001 500
Phone: 040-23299568, Website: telanganaopenschool.org,
E-mail: dintoshyd@gmail.com

تلنگانہ اوپن اسکول سوسائٹی (TOSS)

حکومت تلنگانہ، حیدرآباد

پہلی اشاعت: 2024ء

تمام حقوق محفوظ ہیں

اس کتاب کا بنیادی مواد تلنگانہ اوپن اسکول سوسائٹی (TOSS) نے ''کامرس/کاروباری مطالعہ''، نیشنل انسٹی ٹیوٹ آف اوپن اسکولنگ (NIOS) کے نصاب سے G.O.Rt.No.723، اسکول ایجوکیشن (بجٹ۔ایس ایس اے) ڈیپارٹمنٹ 29-09-2008 (رول 4(n)) کے تحت جاری کیے گئے حکومتی احکامات کے مطابق لیا ہے۔اس طرح کا مواد کوئی بھی غیر مجاز ریپروڈکشن، تقسیم اور ڈسپلے سختی سے ممنوع ہے اور اس کے قانونی نتائج برآمد ہو سکتے ہیں۔

AKNOWLEDGEMENT

اس اشاعت کے کسی بھی حصے کو ناشر کی تحریری اجازت کے بغیر کسی بھی شکل میں یا کسی بھی ذریعہ سے دوبارہ پیش نہیں کیا جا سکتا ہے، بازیافت کے نظام میں ذخیرہ نہیں کیا جا سکتا ہے یا کسی بھی شکل میں منتقل نہیں کیا جا سکتا ہے۔

Printed in India

at the **Telangana Govt. Text Book Presss**
Mint Compound, Khairatabad, Hyderabad, Telangana

TEXT BOOK ADVISORY COMMITTEE

DR R. PRAVEEN KUMAR REDDY
ASSOCIATE PROFESSOR OF COMMERCE,
GOVERNMENT DEGREE COLLEGE, KUKATPALLY.

DR R. SRIDHAR
ASSISTANT PROFESSOR OF COMMERCE,
NAGARJUNA GOVERNMENT COLLEGE, NALGONDA.

CHIEF ADVISOR

DR AKULA RAVI
PROFESSOR OF COMMERCE
MAHATMA GANDHI UNIVERSITY
NALGONDA

COORDINATOR

SMT Y. PADMASREE
STATE COORDINATOR, TOSS
TELANGANA, HYDERABAD.

TRANSLATION

Dr. Amtul Wahab
Assistant Prof. Commerce
IPGDC (W), Nampally, Hyderabad

Iffath Unnia Begum,
Lecturer in Commerce,
Govt. City College, Nayapul Hyderabad

COVER PAGE AND LAYOUT DESIGN

Syeda Afra Fatima (Urdu DTP)
Imprint Computech, Medchal, Malkajgiri, Hyderabad

ایک لفظ آپ کے ساتھ

عزیز طالب علم،

میں آپ کو تلنگانہ اوپن اسکول سوسائٹی انٹرمیڈیٹ لیول کے کامرس/کاروباری مطالعہ کے اس کورس میں خوش آمدید کہتا ہوں۔ کاروبار ہماری روزمرہ کی زندگی کا سب سے اہم پہلو ہے۔ یہ ہماری بنیادی ضروریات کو پورا کرتا ہے اور ہماری زندگیوں کو آسان بناتا ہے۔ کاروبار متحرک ہے اور دن بہ دن بدلتا رہتا ہے۔ کاروبار کے طریقے تیزی سے بدل رہے ہیں اور جو کہ پرانے طریقہ کار سے بالکل مختلف ہیں۔ جدید ٹیکنالوجی کے استعمال، حکومت کی پالیسیوں اور لوگوں کے استعمال کے انداز نے کاروبار کو زیادہ حساس اور عالمی سطح پر مسابقتی بنا دیا ہے۔ لہذا، موجودہ سماج میں کاروبار کے کام کو متاثر کرنے والی تبدیلیوں کو سمجھنے، تجزیہ کرنے اور ان کا جواب دینے کے لیے ایک منظّم کوشش کی ضرورت ہے۔ مندرجہ بالا کو ذہن میں رکھتے ہوئے، تلنگانہ اوپن اسکول سوسائٹی کے لیے انٹرمیڈیٹ سطح پر کاروباری مطالعہ کے مضمون میں نصاب کو اس طرح سے ڈیزائن کیا گیا ہے کہ طالب علم کو سماج کی حقیقی زندگی کے حالات کا سامنا کرنے کے قابل بنائے گا۔

آپ کی سہولت کے لیے موضوع کے مکمل متن کو 5 ماڈیولز میں تقسیم کیا گیا ہے۔

کاروبار کے تعارف کے پہلے ماڈیول میں کاروبار کی نوعیت اور دائرہ کار پر ابواب موجود ہیں۔ سپورٹ سروسز؛ کاروباری ماحول، کاروبار کی شکلیں اور کاروبار کی کمپنی کی شکل شامل ہیں۔

بزنس مینجمنٹ اور اس کے افعال پر دوسرا ماڈیول مینجمنٹ کے بنیادی اصولوں پر اسباق کو شامل کرتا ہے۔ منصوبہ بندی اور تنظیم، عملہ اور ہدایت کاری اور کوآرڈینیشن اور کنٹرولنگ۔

تیسرا ماڈیول آپ کے لیے اس وقت مددگار ثابت ہوگا جب آپ کو اپنے کاروبار کے لیے مالی امداد کی ضرورت ہوگی۔ مذکورہ ماڈیول میں فنانشل پلاننگ اینڈ مینجمنٹ، قلیل مدت اور طویل مدت کے مالیاتی وسائل اور مالیاتی بازار کے اسباق ہیں۔

چوتھا ماڈیول اندرونی اور بیرونی تجارت سے متعلق ضرورت کو پورا کرتا ہے۔ یہ ماڈیول آپ کو مختلف قسم کی تجارتوں سے واقف کرائے گا اور WTO کے کردار کو سمجھنے میں بھی آپ کی مدد کرے گا۔

کاروبار اور روزگار کے مواقع پر پانچواں ماڈیول آپ کے لیے اس وقت مددگار ثابت ہوگا جب آپ ملازمت کے لیے جانے کا فیصلہ کرتے ہیں۔ مقصد یہ ہے کہ طالب علم کو روزگار کی دنیا کے بارے میں آگاہ کیا جائے تاکہ وہ علم حاصل کرنے کے بعد یا تو اپنا کاروبار شروع کر سکیں یا اپنی روزی کمانے کے لیے کہیں اور ملازمت اختیار کر سکیں۔ جدید کاروباری دور میں صارفین کے لئے کنزیومر پروٹیکشن ایکٹ درپیش مسائل کا حل فراہم کرتا ہے۔

آپ کی مشق کے لیے، کتاب کے آخر میں پرچہ سوال کا خاکہ اور مارکنگ اسکیم کے ساتھ ایک نمونہ سوالیہ پرچہ فراہم کیا گیا ہے۔

مجھے یقین ہے کہ آپ کو ان ابواب و اسباق اور ان کا نقطہ نظر دلچسپ لگے گا اور آپ اپنے علم کو حقیقی زندگی کے حالات میں لاگو کرنے کے قابل ہو جائیں گے۔ اس لیے اس کورس کے تمام اسباق کو غور سے پڑھیں اور اعتماد کے ساتھ امتحان کی تیاری کریں۔ اگر آپ کو اپنی پڑھائی میں کوئی دشواری پیش آتی ہے تو براہ کرم بلا جھجک مجھے لکھیں۔ آپ کی تجاویز ہمارے لیے قابل قدر ہیں۔

کورس کوآرڈینیٹر

پیش لفظ

بچوں کو تعلیم کی فراہمی ایک بنیادی حق ہے اور سماج کی مجموعی ترقی کے لیے ضروری ہے۔ حکومت تلنگانہ اس بات کو یقینی بنانے میں ایک اہم کردار ادا کرتی ہے کہ تعلیم سب کے لیے قابل رسائی ہے، اکثر تلنگانہ اوپن اسکول سوسائٹی (TOSS) جیسے ادارے قائم کرتی ہے تا کہ ان بچوں کی خدمت کی جا سکے جنہیں مختلف وجوہات کی وجہ سے رسمی تعلیم تک رسائی میں چیلنجوں کا سامنا کرنا پڑ سکتا ہے۔

سال 2023 تعلیمی سال سے شروع ہونے والے تلنگانہ اوپن اسکول سوسائٹی میں انٹرمیڈیٹ تعلیم حاصل کرنے والے طلباء کو معیاری تعلیم فراہم کرنے کے لیے، ہم نے بدلتے ہوئے کاروباری ماحول سے نمٹنے اور قومی تعلیمی پالیسی 2020 کے بنیادی اصولوں کو شامل کرنے کے لیے اپنی نصابی کتابوں پر نظر ثانی کا کام شروع کیا ہے۔ ہمارے طلباء کی ضروریات۔ سابقہ نصابی کتب کے برعکس جن میں بنیادی طور پر سوالات اور جوابات ہوتے ہیں، TOSS نے ان نصابی کتب کو ڈیزائن کرنے میں ایک طالب علم پر مبنی نقطہ نظر اپنایا ہے، جس میں ہمارے طلباء کے لئے اکتساب کے مختلف انداز اور ضروریات کو مدنظر رکھا گیا ہے۔ نقطہ نظر سیکھنے کے عمل میں فعال مشغولیت اور شرکت کی حوصلہ افزائی کرتا ہے۔

کامرس/کاروباری مطالعہ کی نصابی کتاب کو 20 ابواب جسے پانچ ماڈیولز میں تقسیم کیا گیا ہے۔ پہلا ماڈیول کاروباری تعارف، کاروباری تنظیموں کی شکلیں، کمپنی کی تنظیم کی تشکیل کا تصور دیتا ہے۔ دوسرا ماڈیول بزنس مینجمنٹ اور اس کے افعال سے متعلق ہے۔ تیسرا ماڈیول مالیاتی منصوبہ بندی، مالیاتی منڈیوں اور مالیاتی ذرائع پر بحث کرتا ہے۔ چوتھا ماڈیول اندرونی اور بیرونی تجارت سے متعلق ہے۔ آخری باب کاروبار اور روزگار میں آگاہی سے متعلق ہے۔ ہم حکومت تلنگانہ کے شکر گزار ہیں کہ انہوں نے نصاب پر نظر ثانی کرنے اور تعلیم کے معیار کو بہتر بنانے کے لیے اور پس منظر کی حمایت کے لیے NIOS، اسٹیٹ بورڈ آف انٹرمیڈیٹ ایجوکیشن، اسٹیٹ کوآرڈینیٹرز اور ٹیکسٹ بک ڈیولپمنٹ کمیٹی اور ایڈیٹر کے ان کی انمول آپریشن اور خدمات کے لیے پہل کی۔

اس نصابی کتاب کی بہتری کے لیے تعمیری تجاویز طلب کی جاتی ہیں۔ موصول ہونے والی تجاویز کا جائزہ لیا جائے گا اور آئندہ ایڈیشنز میں شامل کیا جائے گا۔

تاریخ: ڈائریکٹر

مقام: حیدرآباد۔ TOSS, Hyderabad

فہرست

ماڈیول	باب کا نمبر	باب کا نام	صفحہ نمبر
I		**کاروبار کا تعارف**	**1**
	.1	**کاروبار کی نوعیت اور دائرہ کار**	2-20
	.2	کاروبار میں امدادی خدمات	21-50
	.3	**کاروباری ماحول**	51-70
	.4	کاروباری تنظیموں کی اقسام	71-92
	.5	کاروباری تنظیم کی کمپنی شکل	93-121
II		**کاروباری انتظامیہ اور اس کے افعال**	**122**
	.6	انتظامی امور کے بنیادی خدوخال	123-138
	.7	منصوبہ بندی اور تنظیم کاری	139-156
	.8	تعیناتی عملہ اور ہدایت کاری	157-184
	.9	تال میل (رابطہ کاری) اور کنٹرول کاری	185-192
III		**مالیاتی کاروبار**	**193**
	.10	مالیاتی منصوبہ بندی اور مینجمنٹ	194-216
	.11	مختصر مدت کے مالیاتی ذرائع	217-228
	.12	طویل مدت کے مالیاتی ذرائع	229-244
	.13	مالیاتی بازار	245-266
.IV		**تجارت**	**267**
	.14	اندرونی تجارت	268-294
	.15	بیرونی تجارت	295-312
		تجارت اور روزگار میں آگاہی	**313**
	.16	خودروزگار	314-324
.V	.17	اجرتی روزگار	325-340
	.18	ہنرمندی کی ترقی	341-356
	.19	کاروبار کے جدید طریقے	357-374
	.20	کاروبار کے جدید طریقے	375-390

ماڈیول 1

کاروبار کا تعارف

Introduction to Business

1. کاروبار کی نوعیت اور دائرہ کار

آپ روزمرہ کی زندگی میں مختلف سرگرمیوں میں مشغول رہتے ہیں مگر جب آپ سے کوئی سوال کرتا ہے کہ آپ زندگی میں کیا بنا چاہتے ہیں یا مستقبل میں کیا کرنا چاہتے ہیں تو آپ کا جواب ہوسکتا ہے کہ میں ایک معقول/مناسب ملازمت کرنا چاہتا ہوں یا میں ڈاکٹر ،انجینئر ،ڈانسر یا موسیقار بنا چاہتا ہوں یا آپ کہہ سکتے ہیں کہ میں اپنا خود کا کاروبار کرنا چاہتا ہوں،لیکن آپ ان سرگرمیوں کو کیوں اپنانا چاہتے ہیں؟ ظاہر ہے ایسا آپ خاص طور پر روزی حاصل کرنے کے لیے کرتے ہیں۔ وسیع معنوں میں ہر انسان روزی حاصل کرنے کے مقصد سے جن سرگرمیوں میں مصروف رہتا ہے انھیں معاشی سرگرمیاں کہتے ہیں۔اس سبق میں آپ ان سرگرمیوں کے ساتھ ان کی اضاف بندی اور دیگر متعلقہ پہلوؤں کے متعلق بھی جانیں گے۔

اکتسابی مقاصد

☆ معاشرے کی ضروریات اور خواہشات کے درمیان فرق کرنا؛

☆ اس بات کا جواز پیش کرتا ہے کہ کس طرح معاشرے کی ضروریات کو متعدد معاشی سرگرمیوں سے پورا کیا جائے۔اور

☆ معاشی سرگرمی کی شناخت ان کی دلچسپیوں اور مہارتوں کے مطابق کی جاتی ہے۔

1.1 انسانی سرگرمیاں

ہر انسان کسی نہ کسی سرگرمی میں مشغول ہوتا ہے۔زراعت ،کھانا بنانا ،فٹ بال کھیلنا،کہانیوں کی کتابیں پڑھنا،کسی اسکول میں تعلیم حاصل کرنا،کسی کالج میں پڑھانا،کسی دفتر میں ملازمت کرنا،کسی پارک میں ٹہلنا وغیرہ،غرض کوئی بھی مصروفیت ہوسکتی ہے۔اگر آپ یہ دریافت کرنے کی کوشش کریں کہ انسان خود کو کسی نہ کسی مشغلہ میں کیوں مصروف رکھتا ہے،تو آپ دیکھیں گے کہ ان مصروفیات کے ذریعہ وہ اپنی چند ضروریات یا خواہشات کی تکمیل کرتا ہے۔انسان اپنی ضروریات اور خواہشات کی آسودگی کے لیے جن سرگرمیوں میں مصروف رہتا ہے،انھیں انسانی سرگرمیاں کہتے ہیں۔

اگرچہ ساری سرگرمیاں ضرورت اور خواہش کی آسودگی کے لیے ہوتی ہیں لیکن مقصد اور آخری نتائج کے اعتبار سے وہ ایک دوسرے سے مختلف ہوتی ہیں۔مثال کے طور پر اگر کھانا پکانے کے کام کو ہی لیا جائے تو ایک کھانا وہ ہوتا ہے جو گھر میں کنبہ کے افراد کے لیے والدہ تیار کرتی ہیں جبکہ دوسرا کھانا باورچی کے ذریعہ ہوٹلوں میں بنایا جاتا ہے۔ یہاں آپ غور کریں گے کہ کھانا پکانے کی سرگرمی (a) والدہ کے ذریعہ (1) باورچی کے ذریعے دونوں کا مقصد اور آخری نتیجہ (انجام) مختلف ہے۔ پہلے معاملے میں مقصد کنبے کے افراد کو بغیر کسی مالی معاوضہ کی توقع کے کھانا کھلانا ہے،جبکہ دوسرے معاملے میں کھانا تیار کرنا باورچی کی ملازمت کا ایک حصہ ہے اور وہ تنخواہ یا اُجرت کی شکل میں روپے حاصل کرتا ہے۔ پہلے معاملے میں خود آسودگی اور کنبے کی دیکھ بھال آخری نتیجہ ہے جبکہ دوسرے معاملے میں روزی حاصل کرنے کے لیے روپیے حاصل کرتا ہے۔

انسانی سرگرمیاں جو کسی مقصد جیسے روپیہ کمانے یا روزی کے حصول کرنے کے لیے اختیار کی جاتی ہیں، معاشی سرگرمیاں کہلاتی ہیں جبکہ دوسرے قسم کی سرگرمیاں جو خود آسودگی کے لیے کی جاتی ہیں غیر معاشی سرگرمیاں کہلاتی ہیں۔ ایک کسان اناج پیدا کرتا ہے، مزدور فیکٹری میں کام کرتا ہے، تنخواہ یا اجرت کے لیے ایک تجارت کرنے والا انسان (تاجر) اشیا کی خرید وفروخت میں مصروف رہتا ہے۔ یہ معاشی سرگرمیوں کی مثالیں ہیں جبکہ عبادت، جسمانی صلاحیت کے فروغ کے لیے کھیل کھیلنا، موسیقی کا سننا، سیلاب زدگان کے لیے امداد فراہم کرنا وغیرہ غیر معاشی سرگرمیوں کی مثالیں ہیں۔

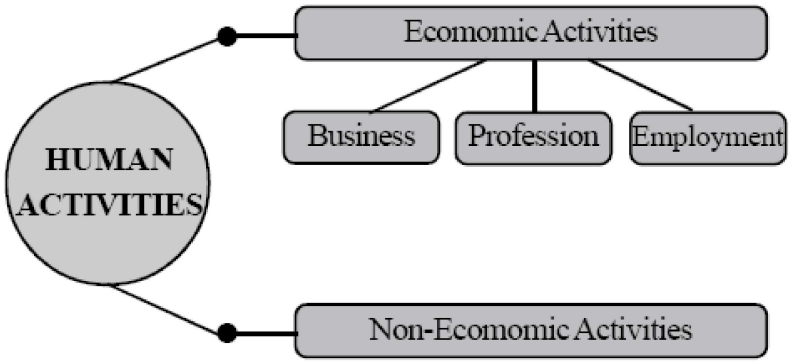


Figure: 1.1 Human Activities

1.2 معاشی سرگرمیوں کی اصناف بندی

معاشی سرگرمی ایک جز وقتی کام یا ایک مستقل کام بھی ہوسکتا ہے۔ مثال کے طور پر آپ کپڑے کی سلائی کا ہنر جانتے ہیں۔ ایک دن آپ اپنے کسی دوست کی قمیص کسی دیتے ہیں اور وہ آپ کو اس کے عوض کچھ روپے دیتا ہے۔ بے شک یہ ایک معاشی سرگرمی ہے۔ اس لیے کہ آپ کو کچھ مالی فائدہ ہوا ہے لیکن یہ ایک قلیل مدتی کام ہے۔ اگر آپ مستقل طور پر قمیص سینے لگتے ہیں اور اس کام کے لیے روپیے لیتے ہیں تو یہ کہا جائے گا کہ آپ مسلسل طور پر الگ معاشی سرگرمی کو انجام دے رہے ہیں۔ یہ بات قابل غور ہے کہ لوگ مستقل طور پر کسی معاشی سرگرمی میں مصروف رہ کر اپنی روزی کمانے کی کوشش کرتے ہیں۔ اس لیے ان سرگرمیوں کو جن میں لوگ مستقل طور پر مصروف رہ کر اپنی روزی کماتے ہیں لوگوں کا روزگار کہا جاتا ہے۔

حقیقت میں دنیا کا ہر انسان کسی نہ کسی روزگار میں مصروف ہے اور جسے وسیع طور پر مختلف حصوں میں تقسیم کیا جاسکتا ہے۔

(a) پیشہ

(b) ملازمت اور

(c) تجارت

اب ان روزگاروں کے بارے میں تفصیل سے جاننے کی کوشش کریں گے۔

1.2.1 پیشہ

آپ ڈاکٹر سے تو واقف ہوں گے۔ وہ کون ہیں اور کیا کرتے ہیں؟ وہ بنیادی طور پر ایسا انسان/ افراد ہیں جو مریضوں کی جانچ

کرنے کا مخصوص علم سیکھتے ہیں اور تربیت یافتہ ہوتے ہیں۔ وہ مرض کی تشخیص کرتے ہیں اور پھر ان کے مرض کا علاج کرتے ہیں اور یہ سب کرنے کے عوض وہ مریضوں سے فیس لیتے ہیں۔ اس طرح ہم چارٹرڈ اکاؤنٹنٹس کو دیکھتے ہیں جو حساب کتاب اور سیکس کے معاملات سے جڑے کاموں کے ماہر ہوتے ہیں اور فیس کے لیے لوگوں اور تنظیموں کی مدد کرتے ہیں۔ ہم انجینئر، ماہر تعمیرات، فلمی ستارے، رقاص، فن کار اور بہت سے دیگر لوگوں کو جو اپنے اپنے میدانوں میں مصروف ہیں، کو بھی دیکھتے ہیں۔ وہ بھی خصوصی صلاحیتوں کے ماہر اور تربیت یافتہ ہوتے ہیں۔ یہ سب لوگ پیشہ ور کہلاتے ہیں اور جن سرگرمیوں میں وہ مصروف ہیں انھیں پیشہ کہا جاتا ہے۔

پیشہ کے تصور کی مزید وضاحت کے لیے ہم اس کی بنیادی خصوصیات پر نظر ڈالیں گے۔

(a) پیشہ ایک روزگار ہے، جس کے لیے کسی انسان کو مخصوص علم اور مہارت حاصل کرنے کی ضرورت ہوتی ہے۔

(b) ان خدمات کے عوض حاصل کی گئی رقم عام طور پر فیس'' کہلاتی ہے۔

(c) بیشتر پیشہ ور کسی پیشہ ور انجمن/ ادارہ سے وابستہ ہوتے ہیں، جہاں اس پیشہ کے اصول وضوابط کو مرتب ہوتے ہیں جن کی افراد/ ارکان پیشہ تعمیل کرتے ہیں۔ مثال کے طور پر ہندوستان میں چارٹرڈ اکاؤنٹنٹ ایک پیشہ ور ادارے کے ہدایت یافتہ ہوتے ہیں جسے انسٹی ٹیوٹ آف چارٹرڈ اکاؤنٹینٹس آف انڈیا کہا جاتا ہے اور اسی طرح کرکٹ کھلاڑی، بین الاقوامی کرکٹ کونسل (آئی سی سی) سے جڑے ہوتے ہیں وغیرہ۔

(d) اکثر پیشہ ور بیشتر کالجوں، یونیورسٹیوں اور مخصوص اداروں سے مخصوص تعلیم حاصل کرتے ہیں۔ چند معاملات میں افراد اس قسم کی تعلیم اور مہارت کسی ایسے انسان سے حاصل کرتے ہیں جو اس میدان میں ماہر ہوتے ہیں مثال کے طور پر رقاص اور موسیقار وغیرہ۔

(e) پیشہ ور عام طور پر خود کا کام کرتے ہیں اور اپنی خدمات کا معاوضہ حاصل کرتے ہیں جسے وہ لوگ پریکٹس کا نام دیتے ہیں۔ اگر چہ ان میں سے چند کسی ادارے میں ملازم کے طور پر یا کنسلٹنٹ (صلاح کار) کے طور پر بھی کام کرتے ہیں۔

(f) ہر پیشے کا بنیادی مقصد خدمت کی فراہمی ہے، اگر چہ اس کے لیے وہ فیس لے سکتے ہیں۔ اپنے علم اور اپنی مہارت کا استعمال کر کے لوگوں سے ناجائز فائدہ نہیں اٹھانا چاہیے۔

وہ کبھی معاشی سرگرمیاں جو ذاتی خدمات فراہم کرتی ہوں اور مخصوص و ماہرانہ نوعیت کی پیشہ ورانہ تربیت اور مہارت پر مبنی ہونے کے ساتھ اصول وضوابط پر انحصار کرتی ہوں، انھیں پیشہ کہا جاتا ہے۔''

1.2.2 ملازمت

آپ نے دیکھا ہوگا کہ لوگ پابندی سے دفتر، فیکٹری اور اداروں میں کام کرنے کے لیے جاتے ہیں۔ یہ وہ لوگ ہوتے ہیں جو اداروں یا افراد کے ذریعہ تنخواہ یا اجرت کے عوض ان کے لیے کام کرتے ہیں۔ وہ ایسے لوگوں کے لیے کہا جاتا ہے کہ وہ نوکری کرتے ہیں۔ ہم کسی فرد کو بطور ڈاکیہ ملازم پاتے ہیں جہاں خطوں کو مندرج پتوں پر پہنچانا اس کی ذمہ داری ہے۔ یہاں محکمہ ڈاک کو مالک (آجر) اور پوسٹ مین کو ملازم کہا جاتا ہے۔ پوسٹ مین مخصوص شرائط کی پر کام کرتے ہیں اور اپنے کام کے عوض ماہانہ تنخواہ پاتے ہیں۔

ملازمت کی اہم خصوصیات یہ ہیں:

(a) ملازمت میں ایک شخص (ملازم) کسی دوسرے شخص (مالک) کے لیے کام کرتا ہے۔

(b) کام کرنے کی چند مخصوص شرائط ہوتی ہیں جیسے کام کرنے کے اوقات (دن میں کتنے گھنٹے) کام کی میعاد (ہفتے میں کتنے دن یا مہینے میں کتنے دن)، فرصت کی سہولت، تنخواہ/ اجرت، کام کرنے کی جگہ وغیرہ۔

(c) ملازم کام کے عوض تنخواہ (عام طور پر ماہانہ بنیاد پر) یا اجرت (عام طور پر یومیہ/ ہفتہ وار بنیاد پر ادا شدہ) پاتے ہیں۔ یہ رقم عام طور پر طے شدہ ہوتی ہے، آپس میں رضامندی کے ساتھ اور وقت کے ساتھ اس میں اضافہ بھی ہوسکتا ہے۔

(d) قانونی طور پر ملازم اور مالک کا رشتہ معاہدہ پر منحصر ہوتا ہے اور اس میں کوئی ایک فریق شرائط سے انحراف کرتا ہے تو دوسرے فریق کو قانونی کارروائی کرنے کی اجازت ہوتی ہے۔

(e) ایسی ملازمتیں بھی ہوتی ہیں جن میں کسی تکنیکی تعلیم یا مخصوص مہارت کی ضرورت نہیں ہوتی ہے لیکن مہارت والی ملازمت یا مخصوص ملازمت اور تکنیکی ملازمت میں ایک مخصوص سطح تک بنیادی یا تکنیکی تعلیم کی ضرورت ہوتی ہے۔

(f) ملازمت کا اہم مقصد اجرت یا تنخواہ کے ذریعہ یقینی آمدنی حاصل کرنا ہے۔

وہ معاشی سرگرمی جو ایک شخص کسی دوسرے شخص کے لیے ایک معاہدہ کے تحت کسی خاص اجرت/مختانہ کے عوض انجام دیتا ہے، ملازمت کہلاتی ہے۔''

1.2.3 کاروبار

آپ نے ٹاٹا کمپنیوں کے متعلق ضرور سنا ہوگا کہ وہ نمک سے لے کر ٹرک اور بسیں تک بناتی ہیں اور وہ ان اشیا کو ہمیں کو فروخت کرتی ہیں۔ اس عمل کے دوران وہ کمپنیاں منافع حاصل کرتی ہیں۔ کسی ایک قریبی دکاندار کو دیکھیں۔ وہ کیا کرتا ہے؟ وہ اشیا کو تھوک میں خریدتا ہے اور کم سے کم مقدار میں فروخت کرتا ہے اور اس عمل کے دوران وہ منافع کماتا ہے۔ اسی طرح کیبل ٹی وی آپریٹ کسی خاص قیمت پر ہم لوگوں کو رابطہ وسیلہ فراہم کراتے ہیں تاکہ ہم لوگ اپنے ٹی وی پر مختلف چینلوں کو دیکھ سکیں۔ اس عمل کے دوران کیبل ٹی وی آپریٹرز بھی منافع کماتے ہیں۔ یہ سب لوگ کسی تجارت میں مصروف ہیں اور ان کو تاجر کہا جاتا ہے۔ وہ اپنی سرگرمیاں باقاعدہ اور مسلسل جاری رکھتے ہیں اور منافع کماتے ہیں۔ اس لیے اصطلاح تجارت وہ انسانی سرگرمیاں ہیں جن میں پیداوار، اشیا کا تبادلہ اور خدمات شامل ہیں، جو منافع کمانے کے مقصد سے عمل میں آتی ہیں۔

کاروبار کی تشریح اس طرح کی جاسکتی ہے کہ وہ سرگرمی جس میں مسلسل پیداوار یا اشیا کی خریداری اور فروخت، تبادلہ اور ادل بدل، منافع حاصل کرنے کے مقصد سے کی جاتی ہے۔''

ہم مل مالکان، ٹرانسپورٹروں، بینکروں، تاجروں، درزیوں، ٹیکسی آپریٹروں وغیرہ کو کاروبار کرتے ہوئے دیکھتے ہیں۔ یہ سارے

لوگ پیداوار یا تجارت (خرید وفروخت) یا خدمات کی فراہمی جیسی سرگرمی میں مصروف ہوتے ہیں۔ وہ لوگ اپنا سرمایہ لگاتے ہیں، خطرہ برداشت کرتے ہیں اور منافع کمانے کے لیے کام کرتے ہیں۔ اس لیے کاروبار کی اہم خصوصیات مندرجہ ذیل ہیں:

(a) یہ ایک روزگار ہے جہاں ایک انسان پیداواری کام یا اشیا کی خرید وفروخت میں مصروف رہتا ہے۔ اشیا، اشیائے صارفین یا کیپٹل گڈس اشیا اصل یا پونچھی اشیا ہوسکتی ہیں۔ اسی طرح خدمات، ٹرانسپورٹیشن، بینکنگ، انشورنس وغیرہ کے طور پر بھی ہوسکتی ہے۔

(b) سرگرمیاں مسلسل یا باقاعدہ طور پر ہونی چاہئیں۔ ایک واحد لین دین کو عام طور پر کاروبار نہیں کہا جاتا۔ مثال کے طور پر اگر ایک شخص اپنی پرانی کار کو منافع کے ساتھ فروخت کرتا ہے تو اسے کاروبار کے طور پر تسلیم نہیں کیا جائے گا۔ لیکن اگر وہ باقاعدہ طور پر سل پرانی کاروں کو فروخت کرتا اور خریدتا رہا ہو تو اسے کاروبار تجارت مانا جائے گا۔

(c) کاروبار کا واحد مقصد منافع کمانا ہے۔ یہ تجارت کی بقا کے لیے لازمی ہے۔ بے شک اسے کسی شے یا خدمت کے ذریعہ ہی کیا جا سکتا ہے۔

(d) ہر ایک کاروبار کے لیے سرمایہ کاری ضروری ہے خواہ وہ رقم کی صورت میں ہو یا اشیا کی یا دونوں کی۔ یہ سرمایہ عام طور پر مالک کے ذریعے فراہم کیا جاتا ہے یا اپنی ذمہ داری پر کسی سے قرض لیا جاسکتا ہے۔

(e) منافع / آمدنی ہمیشہ غیر یقینی ہوتی ہے کیونکہ مستقبل بھی غیر یقینی ہوتا ہے اور ایک تجارت پیشہ انسان چند مخصوص عوامل پر کوئی قدرت نہیں رکھتا جو اس کی آمدنی پر اثر انداز ہوتی ہیں۔ اس لیے ہر ایک تجارت میں خطرات شامل ہیں جسے تاجر یا مالک کو برداشت کرنا ہی پڑتا ہے۔

1.2.4 کاروبار تجارت، پیشہ اور ملازمت کا موازنہ

تجارت کی اہم خصوصیات جاننے کے بعد اب ہم کاروبار کو پیشہ اور ملازمت سے الگ کریں گے۔

بنیاد	تجارت	پیشہ	ملازمت
(a) ادارے	کاروبار شروع کرنے کا فیصلہ اور اس سے منسلک قانونی کارروائی جیسیر جسٹریشن وغیرہ کو پورا کرنا۔	کسی پیشہ ورانہ ادارے، انجمن کی رکنیت ضروری ہے۔	مالک کے ساتھ ملازمین کا معاہدہ کرنا ضروری ہے۔
(b) تعلیمی استعداد	مخصوص تعلیمی صلاحیت ضروری نہیں ہے۔	پیشہ ورانہ تعلیم وتربیت متعلقہ میدان میں ہونا ضروری ہے۔	مالک اور ملازمت کی ضروریات کے مطابق

(c) سرمایہ	پونجی سرمایہ کاری اشد ضروری ہے۔ سرمایہ کاری کی رقم کا انحصار تجارت کی نوعیت اور پیمانے پر ہے۔	پونجی سرمایہ کاری کی کچھ حد تک ضرورت ہوتی ہے۔	پونجی سرمایہ کی کوئی ضرورت نہیں ہوتی ہے۔
(d) کام کی نوعیت	اشیا کی خرید وفروخت یا خدمات	ماہرانہ خدمت	ملازمت کی کارکردگی
(e) انعام	منافع	پیشہ وارانہ فیس	اجرت یا تنخواہ
(f) خطرہ/اندیشہ	نقصان کا اندیشہ	مناسب فیس نہ ملنے کا اندیشہ	کوئی اندیشہ نہیں جب تک کہ دفتر یا کاروبار حمل میں ہو۔
(g) منشا	منافع کی منشا	خدمت کی منشاء حالانکہ فیس لی جاتی ہے	روزی کمانے کی منشا

1.3 کاروبار کی اہمیت

کاروبار، جدید معاشرہ کا ایک لازمی جز ہے۔ منافع حاصل کرنے کے لیے یہ ایک منظّم اور باقاعدہ سرگرمی ہے۔ اس کا تعلق ان لوگوں سے ہے جو کسی مشترکہ معاشی مقصد کے حصول کے لیے کام کرتے ہیں۔ جدید معاشرہ بغیر کاروبار کے وجود میں نہیں آسکتا۔

(a) یہ صحیح مقام اور صحیح وقت میں بہتر قسم کے اور وسیع اور رنگارنگ اقسام کی اشیا اور خدمات کی فراہمی کرنے کے ذریعہ لوگوں کی زندگی کے معیار میں بہتری پیدا کرتا ہے۔

(b) کاروبار روزی حاصل کرنے اور کام کرنے کے مواقع فراہم کراتی ہے۔ اسی طرح یہ ملک کے اندر ملازمت کے مواقع پیدا کرتی ہے جو غربت کو کم کرتے ہیں۔

(c) یہ ملک کے کمیاب ذرائع کا استعمال کرکے وسیع پیمانے پر پیداوار کو بڑھاتی ہے۔

(d) کاروبار غیر ممالک کو معیاری اشیا اور خدمات کو درآمد کر ملک کی شبیہ کو بہتر بناتی ہے۔ یہ بین الاقوامی تجارتی میلوں اور نمائشوں میں شرکت کرکے بیرونی ممالک میں اپنے ملک کی ترقی اور تحصیل کی بھی نمائش کرتی ہے۔

(e) کاروبار ملک کے لوگوں کو بین الاقوامی معیار کی اشیا کے استعمال کا موقع بھی فراہم کراتا ہے۔ یہ اشیا/مصنوعات کی درآمدی کر کے بیرونی ممالک کے اندر پیداوار کے جدید طریقوں کے استعمال کے ذریعہ بہتر قسم کی مصنوعات کو ممکن بناتا ہے۔

(f) یہ سرمایہ کاروں کو ان کے سرمایہ کا بہتر منافع دیتی ہے اور فروغ وتوسیع کے مواقع بھی فراہم کراتا ہے۔

(g) کاروبار سیاحتی کی خدمات، ثقافتی پروگرام، تجارتی نمائش وغیرہ سے سماجی مفاد کو بھی فروغ دیتا ہے جو ملک کے مختلف حصوں کے

لوگوں کے لیے اپنی تہذیب، روایات اور رسم ورواج کے تبادلہ میں معاون ہوتا ہے۔اس سے قومی یکجہتی کا بھی فروغ ہوتا ہے۔

(h) کاروبار مختلف ممالک کے لوگوں کے درمیان ثقافتی تبادلہ کی بھی سہولیت فراہم کرتا ہے۔اس لیے یہ بین الاقوامی ہم آہنگی اور امن کو بھی قائم رکھتی ہے۔

(i) یہ سائنس اور ٹکنالوجی کے فروغ میں بھی مدد کرتا ہے۔جدید مصنوعات اور خدمات کی دریافت کے لیے یہ تحقیق وترقی کے کاموں پر بھی کافی سرمایہ خرچ کرتا ہے۔لہذا صنعتی تحقیقات کے ذریعے متعدد جدید مصنوعات اور خدمات کا بھی فروغ ہوتا ہے۔

1.4 کاروبار کے مقاصد

کاروبار کے مقاصد وہی ہوتے ہیں جو کوئی کاروباری تنظیم کسی مخصوص مدت میں تحصیل یا انجام دہی کی خواہش رکھتی ہے۔عام طور پر یہ یقین کیا جاتا ہے کہ کاروبار کا ایک ہی مقصد منافع حاصل کرنا ہے اور مالک کے مفاد کی حفاظت کرتا ہے۔کوئی بھی تجارت نہ تو اپنے ملازمین کے مفاد کو نظر انداز کرسکتی ہے نا اپنے صارفین یا گاہکوں کی بلکہ اور پورے سماج کے مفاد کو نظر انداز نہیں کرسکتی۔کاروبار کا مقصد قومی نشانہ اور آرزوؤں کی۔ی تکمیل کی جانب توجہ دینا اور ساتھ ہی ساتھ بین الاقوامی فلاح و بہبود بھی ہے۔اس لیے کاروبار کے مقاصد کی اصناف بندی اس طرح کی جاسکتی ہے:

(a) معاشی مقاصد (b) سماجی مقاصد

(c) انسانی مقاصد (d) قومی مقاصد

(e) عالمی مقاصد

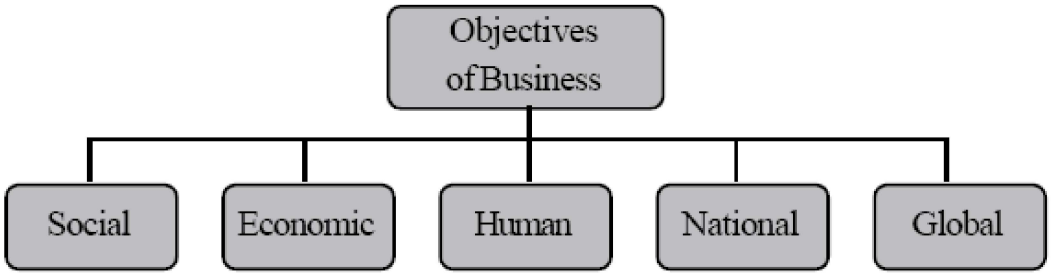


Figure: 1.2 Objectives of Business

اب ہم ان مقاصد کا تفصیلی جائزہ لیں گے:

(I) **معاشی مقاصد** کسی کاروبار کا معاشی مقصد منافع حاصل کرنے اور اس کے براہ راست اثر سے ہے۔کاروبار کے چند اہم مقاصد مندرجہ ذیل ہیں:

(a) معقول منافع حاصل کرنا

(b) نئے بازار کی تلاش/ دریافت اور زیادہ گاہک بنانا

(c) کاروبار کے دائرہ کی توسیع اور فروغ

(d) مصنوعات اور خدمات میں جدت کاری اور بہتری لانا

(e) دستیاب ذرائع کا بہترین اور ممکن طریقے سے استعمال کرنا

(II) سماجی مقاصد: معاشرہ کے فائدہ کے حصول کی خواہش تجارت کے سماجی مقاصد میں شامل ہے۔ چند اہم سماجی مقاصد یہ ہیں:

(a) معاشرہ کے لیے معیاری مصنوعات کی پیداوار کرنا اور ان کو مہیا کرانا

(b) مناسب داموں پر مصنوعات کو دستیاب کرانا

(c) جمع خوری، کالا بازاری اور زیادہ قیمت وصول کرنے جیسی ناجائز حرکات سے گریز کرنا

(d) معاشرہ کی فلاح و بہبود اور ترقی میں تعاون دینا۔

(e) سرمایہ کاری کرنے والوں کو مناسب اور جائز منافع دینا۔

(f) گاہک/ صارفین کی تعلیم کے لیے اقدامات کرنا

(g) قدرتی وسائل اور جنگلی جانوروں کا تحفظ نیز ماحول کا تحفظ کرنا

(III) انسانی مقاصد:

تجارت کا انسانی مقصد دراصل بنیادی طور پر اس کے ملازمین کے مفاد کا تحفظ اور فلاح و بہبود ہے۔ چند اہم انسانی مقاصد مندرجہ ذیل ہیں:

(a) ملازموں کو مناسب/معقول اجرت/مزدوری فراہم کرانا اور ان کی حوصلہ افزائی کرنا

(b) ملازمین کے لیے مناسب کام کا ماحول اور بہتر حالات پیدا کرنا

(c) ملازمت کو دلچسپ اور چیلنجنگ بنانے کے ذریعے ملازمین کو کام کی آسودگی فراہم کرنا اور موزوں لوگوں کو موزوں ملازمت دینا۔

(d) ملازمین کو زیادہ سے زیادہ ترقی کے مواقع فراہم کرانا۔

(e) ملازمین کی ترقی کے لیے نشوونما اور تربیت کا نظم کرنا۔

(f) سماج کے پس ماندہ طبقوں اور جسمانی اور ذہنی طور پر معذور لوگوں کو روزگار فراہم کرانا۔

(IV) قومی مقاصد: کاروبار کا قومی مقصد قومی مقاصد اور امنگوں کو پورا کرنا ہے۔

(a) ملازمت کے مواقع پیدا کرنا

(b) سماجی انصاف کا فروغ

(c) قومی مفاد اور فوقیت کی بنیاد پر مصنوعات کی پیداوار اور فراہمی

(d) ٹیکس اور دیگر بقایا جات کی باقاعدہ اور ایمانداری کے ساتھ ادائیگی

(e) بہتر صنعتی تعلقات کے فروغ کے ذریعے ریاست ملک میں قانون اور نظم ونسق کا قیام

(f) حکومت کی معاشی اور مالیاتی پالیسیوں کا نفاذ

(V) عالمی مقاصد: کاروبار کا عالمی مقصد عالمی بازار کے چیلنج کا سامنا کرنا ہے۔ چند عالمی مقاصد مندرجہ ذیل ہیں:

(a) عالمی معیار کی مصنوعات اور خدمات کو مہیا کرانا

(b) کاروبار کے عمل وسعت کے ذریعے دولت منداور غریب ممالک کے درمیان عدم مساوات کو کم کرنا۔

1.4.1 کاروبار میں منافع کا کردار

منافع کاروبار میں ایک اہم رول ادا کرتا ہے۔ درج ذیل نقاط سے کاروبار میں منافع کے رول کا پتہ چلتا ہے۔

1. **بقا(Survival):** منافع پرانے اثاثہ جات کو بنانے میں مدد کرتا ہے اور بقا کے لیے تنظیمی اہلیت بڑھاتا ہے۔
2. **مستقبل کی نمو اور پھیلاؤ:** زاید کمایا گیا منافع پھیلاؤ کے مقصد سے استعمال کیا جا سکتا ہے۔ کاروباری ادارے کو نئے نئے میدانوں میں مدد ملتی ہے۔
3. **ترغیب وتحریک:** کاروباری جو سخت محنت انجام دیتے ہیں ان کے لیے منافع ترغیب دینے کا باعث ہوتا ہے۔ منافع سے کاروباریوں کو زیادہ سے زیادہ کوشش انجام دیے جانے کی تحریک ملتی ہے۔
4. **وقار:** نفع کمانے والی تنظیمیں اپنے ملازمین کو اونچی اجرتیں تنخواہیں دینے اور دیگر سہولیات فراہم کرانے کی محتمل ہوسکتی ہیں۔ اس سے ملازمین تنظیم میں بنے رہتے ہیں اور نہایت ہی یا اہل افراد کے لیے اس کاروباری ادارے میں ملازمت کرنے کی کشش رہتی ہے۔ اس طرح نفع کمانے والے اکاروباری ادارے سماج میں نیک نامی کماتے ہیں۔
5. **اہداف کا حصول:** صرف نفع کمانے والے کاروباری ادارے اہداف حاصل کر سکتے ہیں کیوں کہ معاشی مقاصد کے حصول میں خرچ کی ضرورت ہوتی ہے۔
6. **کارکردگی کی پیائش:** کسی تنظیم کی کامیابی کا جائزہ اس کے منافع کو دیکھ کر لیا جاسکتا ہے۔ اس طرح منافع کاروبار میں کامیابی کا اشاریہ ہے۔ یہ کاروبار کی کارکردگی کی پیائش کرتا ہے۔
7. **کاروباریوں کے لیے ذریعہ معاش:** کاروباری افراد کی فیملی کے لیے منافع ایک باقاعدہ آمدنی ہے۔

1.4.2 کاروباری جوکھم

کاروبار غیر یقینی صورت حال سے پر ہے۔ غیر یقینی صورت حال مختلف طرح کی ہوسکتی ہیں جیسے فیشن میں ہونے والی تبدیلی، بازار قیمت میں گراوٹ کے سبب ہونے والے نقصانات، تیار اشیا آگ، طوفان، سنقلون، چوری وغیرہ کے سبب برباد ہوسکتی ہے۔ اس طرح کسی کاروباری ادارے کو چلاتے وقت جوکھم کا عصر موجود ہوتا ہے۔ کاروباری جوکھم کا مطلب ہے مستقبل میں غیر یقینی واقعات کے سبب نقصان ہونے کا خدشہ

کاروبار میں جوکھم کی نوعیت

1. **غیر یقینیت:** مستقبل کے عمل کی غیر یقینیت کے سبب کاروباری جوکھم پیدا ہوتا ہے۔ قدرتی آفات جیسے سیلاب، زلزلہ وغیرہ کا نتیجہ نقصان ہوتا ہے۔ انسانی اسباب جیسے ہڑتال، تالا بندی، حادثات چوری، ڈوبے قرضوں کے سبب نقصان ہوسکتا ہے۔ دیگر غیر یقینیت جیسے مسابقت، تعلیمی تبدیلیاں، قیمت میں گراوٹ وغیرہ ہیں۔

2. **منافع جوکھم کا صلہ ہے:** کوئی بھی کاروباری ادارہ جوکھم اٹھانے کا خواہش مند ہوتا ہے۔ وہ اچھا خاصہ منافع کماتا ہے۔ زیادہ سے زیادہ جوکھم لینے کا مطلب زیادہ سے زیادہ منافع ہوتا ہے۔

3. **پیمائش میں دشواری:** ایک کاروباری بعض جوکھموں کا اندازہ لگا سکتا ہے۔ وہ مستقبل میں واقع ہونے والے تمام جوکھم کا قیاس نہیں لگا سکتا۔ اس لیے جوکھم کی پیمائش بالکل درست طور پر نہیں کی جاسکتی۔

4. **کاروبار کا ضروری عنصر:** کاروباری سرگرمیاں جوکھم کے بعض عصر کے بغیر انجام نہیں دی جاسکتیں۔ جوکھم اٹھانا کاروبار کا ایک ضروری عنصر ہے۔

5. **تغیر پذیری:** کاروبار کی نوعیت اور سائز کے مطابق جوکھم کا درجہ الگ الگ ہوتا ہے۔ اگر سرمایہ شدہ رقم بہت زیادہ ہے تو جوکھم کا نہایت اونچا درجہ ہوگا۔ جوکھم کا درجہ وقت اور مسابقت کے سبب مختلف ہوتا ہے۔

کاروبار کے جوکھم کے اسباب

1. قدرتی اسباب: آگ، سیلاب، طوفان، سیقلون، زلزل؟، قحط سالی بجلی گرنا، برف باری، مدوجزر وغیر؟ کے نتیجے میں جان و مال اور آمدنی میں نقصان واقع ہوتا ہے۔ اس لیے قدرتی اسباب کاروبار کے کنٹرول میں نہیں رہتے۔

2. معاشی اسباب: اس سے مراد بازار کے حالات میں تبدیلی ہے۔ معاشی اسباب مانگ میں اتار چڑھاؤ، قیمت میں اتار چڑھاؤ، سستے متبادل کی دستیابی، مسابقتی کاروباری فرموں کی شکل میں ہوسکتا ہے۔

3. سیاسی اسباب: حکومت گرنے میں لائسنس پالیسی اور ٹیکس پالیسی میں تبدیلی ہوسکتی ہے۔ نتیجتاً کاروبار میں نقصان ہوسکتا ہے۔

درآمد کی پابندیاں، اونچے ٹیکس، ادھار لینے پر سود کی شرح میں اضافہ کاروبار میں نقصان کا موجب ہوسکتا ہے۔ سیاسی اسباب میں حکومتی پالیسیوں اور قوانین میں تبدیلیاں شامل ہیں۔

4. انسانی اسباب: نااہل مینجمنٹ اور ملازمین کی لاپروائی کے سبب نقصان ہوسکتا ہے۔ ورکرس مشینوں میں توڑ پھوڑ کر سکتے ہیں۔ وہ ہڑتال، تالا بندی وغیرہ میں شامل ہو سکتے ہیں۔ جس کا نتیجہ بھی نقصان ہوسکتا ہے۔ اگر مینجمنٹ پروڈکٹ کی مانگ کا اندازہ لگانے میں ناکام ہوتا ہے تو نقصان ہوسکتا ہے۔ انسانی اعمال غیر یقینی صورت حال کے موجب ہوتے ہیں جیسے جعل سازی، نقد کا ناجائز تصرف، اشیا کی چوری، فسادات، جنگ وغیرہ بھی نقصان کا سبب بن سکتے ہیں۔

5. مادی اور تکنیکی اسباب: ٹکنالوجی میں تبدیلی کے سبب مشینوں کو ان کی متوقع کارکردگی کی مدت سے پہلے ترک کرنا پڑسکتا ہے۔ گیس کے رساؤ، بانگر کے پھٹنے وغیرہ کے سبب میکانکی ناکامی واقع ہوتی ہے۔ وزن، تبخیر وغیرہ میں کمی کے سبب اثاثے کی قدر میں کمی ہوسکتی ہے۔ مادی سبب میں راستے میں اشیا کا نقصان بھی شامل ہوسکتا ہے۔

1.5 کاروبار کی گرمیوں کی اصناف بندی

کسی معیشت میں مختلف اقسام کی کاروباری سرگرمیاں سرگرمیوں پر نظر ڈالیے اور اس طرح کی عام سرگرمیاں دریافت کیجیے۔ ان میں سے مختلف سرگرمیاں درج ذیل ہیں:

- ☆ تیل، گیس اور معدنیات کی دریافت
- ☆ مصنوعات کی پیداوار
- ☆ مصنوعات کو ایک مقام/ ملک سے خرید کر اسے دوسرے مقام/ ملک میں فروخت کرنا
- ☆ عمارتوں، سڑکوں اور پلوں کی تعمیر
- ☆ خدمات جیسے ٹکٹنگ، مال کو گوداموں میں رکھنا، ٹرانسپورٹیشن، بینکنگ، انشیورنس وغیرہ کی فراہمی۔

جب ہم کاروباری سرگرمیوں کا تجزیہ کرتے ہیں تو ہم دیکھتے ہیں کہ بیشتر کاروباری سرگرمیاں پیداوار اور مصنوعات کے بنانے کے طریقہ کار خدمات یا مصنوعات یا خدمات کے تقسیم سے تعلق رکھتی ہیں۔ ان میں سے پہلی کو صنعت اور دوسری کو کاروبار کہتے ہیں۔ اس طرح ہم کاروبار کی صنعت اور کامرس میں اصناف بندی کرتے ہیں۔ اب ہم ان کی تفصیل جاننے کی کوشش کریں گے۔

1.5.1 صنعت

صنعت بنیادی طور پر ان تمام ایسی کاروباری سرگرمیوں سے ماخوذ ہے جن میں اشیا اور خدمات کی پیداوار اور مصنوعات بنانے کے طریقے شامل ہیں۔ یہ خام مال کو یا نیم تیار شدہ مصنوعات کو مکمل تیار شدہ مصنوعات میں تبدیل کرتی ہے۔ زمین کی تہ سے نکالے گئے کچے مال سے مصنوعات بنانا، اناج کی پیداوار، پھل، پھول وغیرہ، عمارات کی تعمیر، سڑکوں وغیرہ کی تعمیر یہ سب صنعت کی مثالیں

ہیں۔ یہ صنعتی سرگرمیاں کہلاتی ہیں اوران میں مصروف اکائی کوصنعتی اکائی کہتے ہیں۔اگر چہ وسیع معنوں میں خدمات کی فراہمی جیسے بینکنگ انشیورنس،ٹرانسپورٹ بھی صنعت کا ایک حصہ ہےاورانھیں تیسرے درجے کی صنعت کہتے ہیں۔

صنعتوں کی اصناف بندی

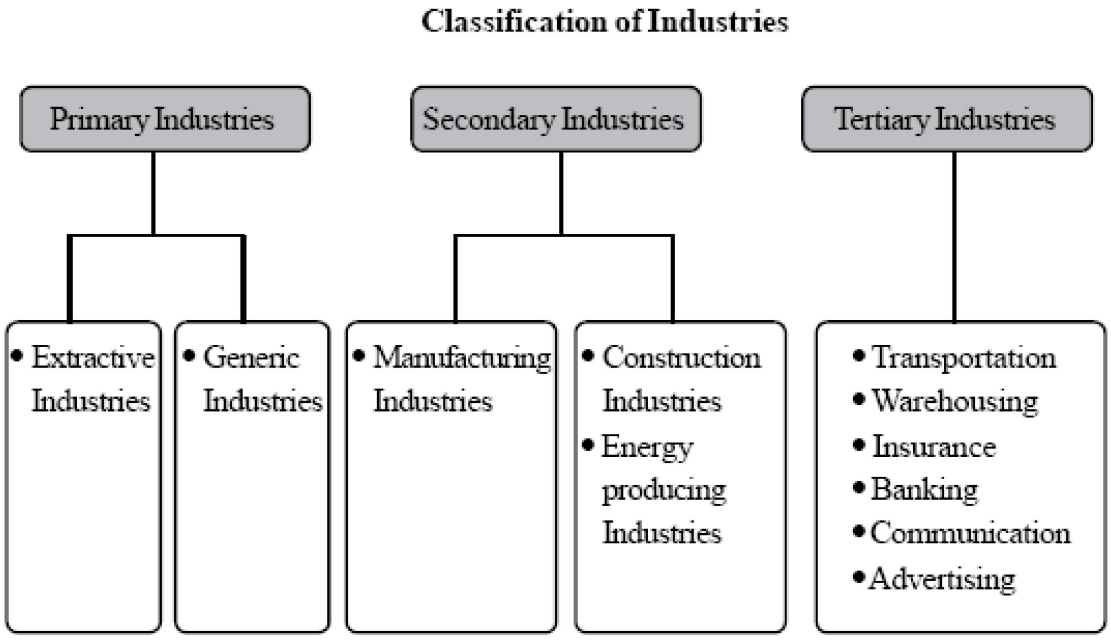


Figure: 1.3 Classification of Industries

A۔ ابتدائی صنعت

اس میں زراعت، جنگلات، ماہی گیری، کان کنی، کان کنی اور معدنیات نکالنا شامل ہیں۔ اسے دوزمروں میں تقسیم کیا جاسکتا ہے:

(i) **جینیاتی صنعت** جس میں خام مال کی پیداوار شامل ہے جس میں پیداوار کے عمل میں انسانی مداخلت سے اضافہ کیا جاسکتا ہے جیسے زراعت، جنگلات، اورمویشی اور ماہی گیری، اور

(ii) **استخراجی صنعت** جس میں مکمل خام مال کی پیداوار شامل ہے جسے کاشت کے ذریعے بڑھایا نہیں جاسکتا جیسے کہ معدنی کچ دھاتوں کی کان کنی، پتھر کی کھدائی، اور معدنی ایندھن کا نکالنا۔

B۔ ثانوی صنعت:

اس شعبے میں مینوفیکچرنگ کی صنعت شامل ہے جو

(i) بنیادی صنعتوں کے ذریعہ فراہم کردہ خام مال کو لے کرانہیں صارفین کے سامان میں پروسیس کرتا ہے، یا

(ii) ان اشیا پر مزید کارروائی کرنا جنہیں دوسری ثانوی صنعتیں مصنوعات میں تبدیل کر چکی ہیں، یا

(iii) صارفین اور غیر صارفین کے سامان کی تیاری کے لیے استعمال ہونے والی سرمایہ جاتی اشیا کی تعمیر۔ اس شعبے میں توانائی پیدا کرنے والی صنعتوں کے ساتھ ساتھ تعمیراتی صنعتیں بھی شامل ہیں۔

ثانوی صنعتوں کی درجہ بندی اس طرح کی جاسکتی ہے:

(a) بھاری صنعت یا بڑے پیمانے کی صنعت جس میں پلانٹ اور مشینری میں بھاری سرمایہ کاری کی ضرورت ہوتی ہے،

(b) چھوٹے پیمانے کی صنعت جس میں پودوں اور آلات میں کم سرمایہ کاری کی ضرورت ہوتی ہے۔ نظر ثانی شدہ ایم ایس ایم ای کی درجہ بندی میں کمپنی کا کاروبار بھی شامل ہے جبکہ پہلے درجہ بندی سرمایہ کاری کی بنیاد پر کی جاتی تھی۔ یکم جون 2020 تک ترمیم شدہ ایم ایس ایم ای کی درجہ بندی درج ذیل ہے۔

Manufacturing and Services Enterprise	
Enterprises	**Investment and Annual Turnover**
Micro Enterprises	up to 5 crore
Small Enterprises	5-50 crore
Medium Enterprises	50-250 crore

C. ثالثی (ٹرٹیری) صنعت:

اس شعبے کو سروس سیکٹر انڈسٹری کہا جاتا ہے اور اس میں ایسی صنعتیں شامل ہیں جو کوئی ٹھوس سامان پیدا نہ کرتے ہوئے خدمات یا غیر محسوس فوائد فراہم کرتی ہیں یا دولت پیدا کرتی ہیں۔ اس شعبے میں عام طور پر نجی اور سرکاری کاروباری اداروں کا امتزاج ہے۔ اس شعبے میں بینکنگ، مالیات، بیمہ، رئیل اسٹیٹ خدمات، تھوک، خوردہ، نقل وحمل، سیاحت، صحت، اطلاعاتی اور مواصلاتی خدمات وغیرہ شامل ہیں۔

سروس انٹر پرائزز:

یہ کاروباری ادارے خدمات فراہم کرنے یا فراہم کرنے میں مصروف ہیں اور آلات میں سرمایہ کاری کے لحاظ سے ان کی تعریف کی جاتی ہے۔

دیگر صنعتیں:

1. گھریلو صنعتیں:

ایک ایسی صنعت جہاں مصنوعات اور خدمات کی تخلیق فیکٹری پر مبنی ہونے کے بجائے گھر پر مبنی ہو۔ اگر چہ گھریلو صنعت کے

ذریعہ تیار کردہ مصنوعات اور خدمات اکثر منفرد اور مخصوص ہوتی ہیں اس حقیقت کے پیش نظر کہ وہ عام طور پر بڑے پیمانے پر تیار نہیں کی جاتی ہیں، اس شعبے میں پیدا کنندگان کو اکثر فیکٹری پر مبنی بڑی کمپنیوں کے ساتھ مقابلہ کرنے کی کوشش کرتے وقت متعدد نقصانات کا سامنا کرنا پڑتا ہے۔

1. ایک ایسی صنعت جس کی افرادی قوت خاندانی اکائیوں یا افراد پر مشتمل ہوتی ہے جو اپنے آلات کے ساتھ گھر پر کام کرتے ہیں
2. ایک چھوٹی اور اکثر غیر رسمی طور پر منظّم صنعت
3. ایک محدود لیکن جوش وخروش سے پیروی کی جانے والی سرگرمی یا موضوع۔

گھریلو صنعت کی مثالیں: بنائی، مٹی کے برتن وغیرہ۔

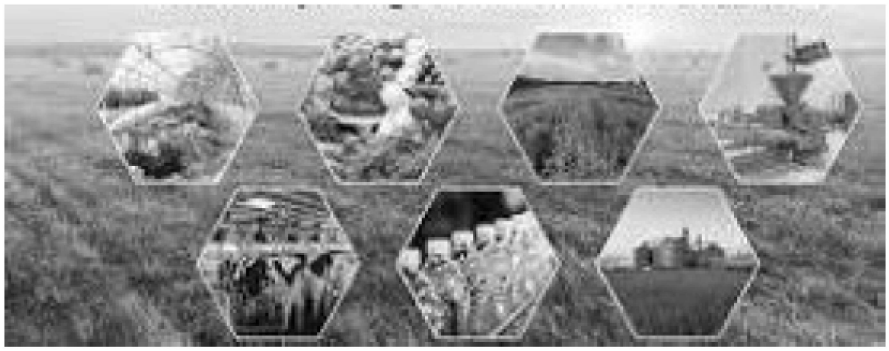


Figure: 1.3 Agro-based Industries

2. زراعت پر مبنی صنعت:

یہ صنعتیں پودوں اور جانوروں پر مبنی مصنوعات کو اپنے خام مال کے طور پر استعمال کرتی ہیں۔فوڈ پروسیسنگ، سبزیوں کا تیل، سوتی کپڑا، دودھ کی مصنوعات اور چمڑے کی صنعتیں اس کی مثالیں ہیں۔

3. معدنیات پر مبنی صنعتیں:

معدنیات پر مبنی صنعتیں کان کنی پر مبنی ہیں اور خام مال کے طور پر 'معدنی دھات' کا استعمال کرتی ہیں۔ یہ صنعتیں دیگر صنعتوں کو بھی فراہم کرتی ہیں۔ان کا استعمال بھاری مشینری اور تعمیراتی مواد کے لیے کیا جاتا ہے۔

4. سمندر پر مبنی صنعتیں:

میرین پر مبنی صنعتیں سمندر یا سمندر سے خام مال استعمال کرتی ہیں، مثال کے طور پر مچھلی کا تیل۔

5. جنگلات پر مبنی صنعتیں:

یہ صنعتیں جنگل سے خام مال جیسے لکڑی کا استعمال کرتی ہیں۔جنگل سے منسلک صنعتیں ہیں: کاغذ، دواسازی اور فرنیچر۔

6. نجی شعبے کی صنعتیں:

نجی صنعتیں وہ کاروبار ہیں جو کسی فرد یا افراد کے گروپ کی ملکیت اور چلائے جاتے ہیں۔

7. پبلک سیکٹر انڈسٹریز:

سرکاری شعبے کی صنعتیں حکومت کی ملکیت اور زیر انتظام ہوتی ہیں۔مثال کے طور پر، ہندوستان ایرونا ٹکس لمیٹڈ (ایچ اے ایل)

8. مشترکہ شعبے کی صنعتیں:

یہ صنعتیں ریاست اور افراد مشترکہ طور پر چلاتے ہیں۔ مثال کے طور پر ماروتی ادیوگ۔

9. کوآپریٹو سیکٹر کی صنعتیں:

کوآپریٹو صنعتیں خام مال کے سپلائرز، پروڈیوسروں یا کارکنوں کے ذریعے چلائی جاتی ہیں۔ مثال کے طور پر امول انڈیا۔

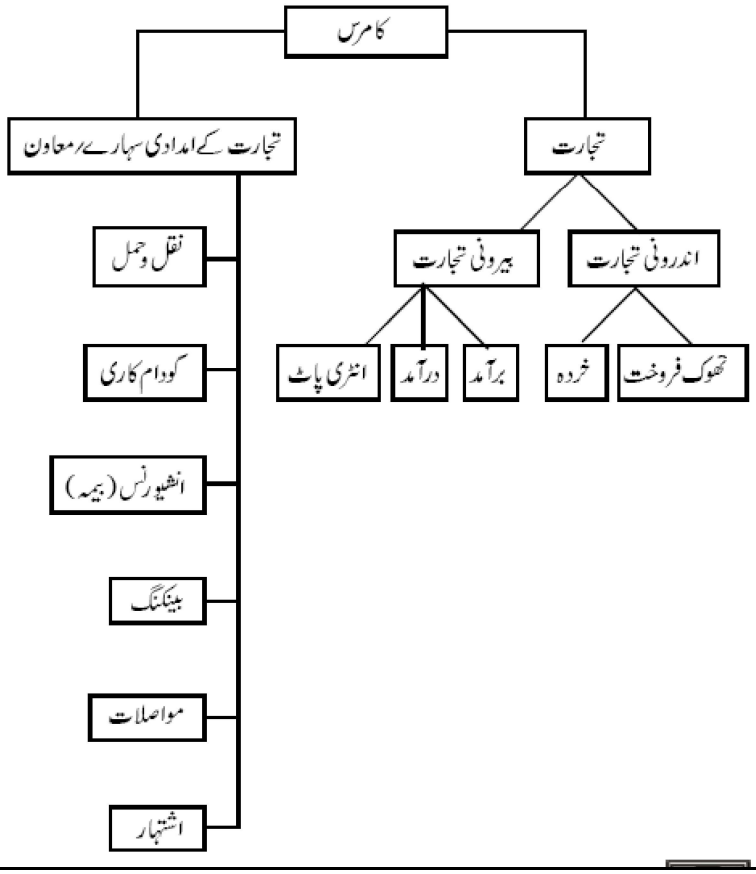
کامرس

ساری اشیا/مصنوعات اور خدمات ان لوگوں کو فراہم کی جاتی ہیں جنھیں ان کی ضرورت ہوتی ہے۔ اس میں متعدد اضافی سرگرمیاں شامل ہیں۔ مثال کے طور پر جب کوئی بریڈ تیار کرتا ہے تو وہ اسے درست مقام اور صحیح وقت پر دستیاب کراتا ہے۔ اس میں لوگوں کو مصنوعات سے باخبر/واقف کرانا، مصنوعات کو صحیح مقام پر جمع کرنا، خردہ دوکانوں پر فراہم کرانا، مصنوعات کی پیکنگ، مصنوعات کی ٹرانسپورٹیشن، مصنوعات کی فروخت وغیرہ جیسی سرگرمیاں شامل ہیں۔ یہ بھی سرگرمیاں مجموعی طور پر کامرس کہلاتی ہیں۔ یہ پیدا کاروں اور صارفین کے درمیان ضروری رابطہ فراہم کرتا ہے اور اشیا و خدمات کی خرید و فروخت میں سہولت پیدا کرتا ہے۔ حقیقت میں یہ ہر کام کو انجام دیتا ہے جو صارفین اور گاہک تک مصنوعات کے بغیر کسی رکاوٹ کے اور روانی سے پہنچا کے لیے میں ضروری ہوتا ہے۔ اس طرح کامرس میں شامل ہیں۔

(a) اشیا کی خرید و فروخت اور خدمات؛ اور

(b) وہ سرگرمیاں جو اشیا اور خدمات کو صارفین تک بغیر کسی رکاوٹ اور روانی کے ساتھ پہنچانے کے لیے ضروری ہوتی ہیں۔

کامرس کی اصناف بندی



1.5.2.1 تجارت

تجارت، کامرس کا لازمی جز ہے۔اس میں فروخت، اشیا/مصنوعات اور خدمات کی منتقلی یا تبادلہ ہوتا ہے۔ یہ اشیا اور خدمات کو آخری صارفین تک دستیاب کرانے میں مدد کرتی ہے۔اشیا کے وہ مینوفیکچرر جو مشین کے ذریعے سامان جو کافی مقدار میں پیداوار کرتے ہیں عام طور پر انھیں براہ راست صارفین کو فروخت کرنے میں مشکلات کا سامنا کرنا پڑتا ہے۔اس کی کئی وجوہات ہوسکتی ہیں جیسے پیداوار کی جگہ سے صارفین کی دوری یا ایک ہی وقت خریدے گئے پروڈکٹ کی مقدار میں ادائیگی کا مسئلہ وغیرہ۔اس لیے وہ لوگ کسی فرد یا ادارہ کی خدمات کا سہارا لیتے ہیں جو بنانے والوں سے مصنوعات خرید لتے ہیں اور صارفین کو فروخت کرتے ہیں۔مثال کے طور پر مقامی کرانہ کی دوکانوں کے مالک کرانہ کے اشیا کو بنانے والوں سے خرید کر صارفین کو فروخت کرتے ہیں۔بعض اوقات وہ ان اشیا کو تھوک فروخت کرنے والوں سے خریدتے ہیں اور گاہکوں کو فروخت کرتے ہیں۔ یہ امر قابل غور ہے کہ تھوک فروشوں کے ساتھ ساتھ خردہ فروشوں تجارت میں مصروف سمجھا جاتا ہے۔اس لیے تجارت کی خصوصیات کو مختصر یوں بیان کیا جاسکتا ہے۔

(a) اس میں اشیا کی حقیقی خرید وفروخت شامل ہے۔

(b) اس میں ایک مقام/انسان سے اشیا حاصل کر کے دوسرے مقام/انسان کو فروخت کرنا شامل ہے۔

(c) تاجر جنھیں بچولیا بھی کہا جاتا ہے، اشیا کی تقسیم میں معاون ہوتے ہیں۔

(d) تجارت مانگ اور سپلائی کو برابر بنائے رکھنے میں مدد کرتی ہے۔مثال کے طور پر ریاست پنجاب وافر مقدار میں چاول کی پیداوار کرتا ہے جبکہ اس ریاست میں اس کی مانگ زیادہ نہیں ہے۔تاجر پنجاب سے چاول خرید کر اسے اڑیسہ اور بنگال جیسی ریاستوں میں جہاں چاول کی کافی مانگ ہے،۔دستیاب کراتے ہیں۔اس طرح مانگ اور سپلائی کا تناسب برقرار رہتا ہے۔

تجارت کی درجہ بندی

عمل کرنے کے امر کی بنیاد پر تجارت کی درجہ بندی یوں کی جاسکتی ہے۔

(a) اندرونی یا داخلی تجارت؛ اور

(b) خارجی بیرونی تجارت

(a) اندرونی تجارت

جب تجارت ملک کی سرحد کے اندر ہوتو اسے اندرونی تجارت کہتے ہیں۔اس کا مطلب یہ ہے کہ خرید اور فروخت دونوں ملک کے اندر ہورہی ہیں۔

مثال کے طور پر ایک تاجر اونی کپڑے لدھیانہ کے کسی کارخانے دار سے خرید کر اسے دہلی کے خردہ دکانوں میں فروخت کرتا ہے۔اسی طرح کسی گاؤں کا ایک کاروباری شہر کے تھوک مارکیٹ سے اپنے گاؤں میں بیچنے کے لیے سامان خریدتا ہے۔ان دو مثالوں

سے یہ واضح ہوتا ہے کہ اندرونی تجارت ممکن ہے

(a) مینوفیکچرر سے اشیا خرید کر خردہ دکانوں کو فروخت کرنے کے ذریعہ۔

(b) تھوک فروخت کرنے والوں سے سامان خرید کر خردہ دکان میں فروخت کرنے کے ذریعہ۔

(b) بیرونی تجارت

مختلف ممالک کے درمیان تجارت بیرونی تجارت کہلاتی ہے۔ دوسرے الفاظ میں قومی سرحدوں سے باہر اشیا کی خرید وفروخت، بیرونی تجارت کہلاتی ہے۔ یہ مندرجہ ذیل کسی بھی صورت میں واقع ہوسکتی ہے۔

(i) A ملک کے کسی تجارتی ادارہ نے B ملک کے کسی تجارتی ادارے سے مصنوعات خریدیں اور اپنے ملک میں فروخت کیں تو یہ بر آمد تجارت کہلاتی ہے۔

(ii) 'A' ملک کے کسی تجارتی ادارے نے اپنے ملک میں پیدا مصنوعات کو 'B' ملک کو فروخت کیا تو اسے درآمد تجارت کہتے ہیں۔

(iii) ملک "A" کی فرموں نے ملک "B" کی فرموں سے "C" ملک کی فرموں کو بیچنے کے لیے سامان خریدا۔ اسے انٹری پاٹ تجارت کہتے ہیں۔

1.5.2.2 تجارت میں مددگار یا معاون

تجارت کے معاون وہ سرگرمیاں ہیں جن کا مقصد تجارت میں مختلف رکاوٹوں/مشکلوں کو دور کر کے تجارت کی مدد کرنا ہے۔ تجارت کی راہ میں پیدا ہونے والی رکاوٹیں/ رکاوٹیں یہ ہیں:

(a) **جگہ کی رکاوٹ:** آپ جانتے ہیں کہ سامان ایک جگہ یا ملک میں تیار کیا جاتا ہے لیکن پوری دنیا میں اس کی مانگ کی جاتی ہے۔ اس رکاوٹ کو سڑک، ریل یا ساحلی جہاز رانی کے ذریعے نقل وحمل کی سہولیات کی ترقی سے دور کیا جاسکتا ہے جو خام مال کو پیداوار کی جگہ اور تیار شدہ مصنوعات کو فیکٹریوں سے استعمال کی جگہ تک پہنچانے میں سہولت فراہم کرتی ہے۔

(b) **معلومات کی رکاوٹ:** دنیا کے لوگوں کو ان مصنوعات یا خدمات کے بارے میں کیسے پتہ چلتا ہے جو دنیا کے کس حصے یا ملک میں تیار کی گئی ہیں؟ اس لیے پروڈیوسروں، تاجروں اور صارفین کو ایک دوسرے کے ساتھ معلومات کے تبادلے کے قابل بنانے کے لیے مواصلاتی سہولیات کی ضرورت ہے۔ اس طرح ڈاک خدمات اور ٹیلی فون کی سہولیات کو بھی کاروباری سرگرمیوں کا معاون سمجھا جاتا ہے۔

(c) **وقت کی رکاوٹ:** آپ یہ بھی جانتے ہیں کہ کچھ اشیا مخصوص موسموں میں پیدا ہوتی ہیں لیکن جن کی مانگ سال بھر رہتی ہے۔ خاص طور پر وہ اشیا جو خراب ہونے والی نوعیت کی ہوں یا غیر پائیدار ہوں، جیسے سبزیاں، دودھ، دہی، دال، گندم، چاول وغیرہ۔ اس رکاوٹ کو دور کرنے کے لیے اسٹوریج یا گودام کی سہولیات کو فروغ دینے کی ضرورت ہے جو ضرورت پڑنے پر سامان کے اسٹاک کو رکھنے میں سہولت فراہم کر کے وقت کی رکاوٹ کو دور کرے۔ گودام کاروباری اداروں کو نقصان یا نقصان

سے بچنے کے لیے ذخیرہ کرنے کے مسئلے پر قابو پانے میں مدد کرتا ہے اور ضرورت پڑنے پر سامان کی دستیابی کو آسان بناتا ہے۔ کی مسلسل فراہمی اشیا اور اس طرح مستحکم قیمتوں کو برقرار رکھا جاسکتا ہے۔

(d) **خطرے کی رکاوٹ:** آپ جانتے ہیں کہ کاروبار کرنے کا مطلب خطرہ برداشت کرنے کے لیے تیار رہنا ہے۔ یہ نقل وحمل یا ذخیرہ کرنے کے دوران منافع کے نقصان یا اسٹاک کے نقصان کی شکل میں ہوسکتا ہے۔ یہ قدرتی ہوسکتا ہے یا انسان کے ذریعے تخلیق کیا گیا ہوسکتا ہے۔ کچھ خطرات بیمہ کے قابل ہوتے ہیں جن کی پیش گوئی کسی حد تک کی جاسکتی ہے لیکن غیر بیمہ خطرے کی پیش گوئی نہیں کی جاسکتی۔ لہذا، فیکٹری کی عمارت، مشینری، فرنیچر، اسٹاک میں رکھے ہوئے سامان یا نقل وحمل کے دوران سامان کو چوری، آگ، حادثات وغیرہ کی وجہ سے ہونے والے نقصان یا نقصان کا خطرہ معلوم ہے اور اسے سامان کے بیمہ کے ذریعے دور کیا جاسکتا ہے۔ برائے نام پریمیم کی ادائیگی سے، نقصان یا نقصان کی رقم اور چوٹ کے معاوضے کی رقم، اگر کوئی ہو، انشورنس کمپنی سے وصول کی جاسکتی ہے۔

(e) **مالیات کی رکاوٹ:** کہا جاتا ہے کہ مالیات کسی بھی کاروبار کی جان ہوتی ہے جس کے بغیر کوئی کاروباری سرگرمیاں انجام نہیں دی جاسکتیں۔ اس لیے مالیاتی اداروں کی ترقی کاروبار کے ہموار انعقاد کے لیے اہم، ضروری اور مطلوب ہے۔ اثاثے حاصل کرنے اور روزمرہ کے اخراجات کو پورا کرنے کے لیے درکار سرمایہ (مالیات) بینکنگ اور مالیاتی اداروں کے ذریعے فراہم کیا جاتا ہے۔ تجارتی بینک کاروباری تنظیموں کو قرض اور پیشگی رقم فراہم کر کے قرض دیتے ہیں۔ بینک چیک جمع کرنے، مختلف مقامات پر رقم بھیجنے اور تاجروں کی جانب سے بلوں میں رعایت دینے کا کام بھی کرتے ہیں۔ درآمد کنندگان اور برآمد کنندگان کی جانب سے تجارتی بینکوں کے ذریعے غیر ملکی تجارت میں، ادائیگیوں کا اہتمام کیا جاتا ہے۔

مذکورہ بالا تمام سرگرمیاں تجارتی سرگرمیوں کو آسان بنانے یا تجارتی سرگرمیوں کو مدد فراہم کرنے میں مدد کرتی ہیں۔ یہی وجہ ہے کہ ان کو تجارت کے لیے معاون/ امداد کہا جاتا ہے۔

اختتامی مشق

مختصر ترین جواب کے لیے سوالات

1. انسانی سرگرمی سے کیا مراد ہے؟
2. لفظ پیشہ (occupation) کی تشریح کریں۔
3. صارفین اشیا اور کیپٹل (پونجی) اشیا میں تفریق کریں۔
4. تولیدی (جینیٹک) صنعت سے کیا مراد ہے؟
5. تجارت کیا ہے؟
6. ''تجارت میں معاون'' سے آپ کی کیا مراد ہے؟
7. کاروباری جوکھم کے دو مادی اسباب بتائیں؟
8. کاروبار میں نقصان کے لیے انسانی اسباب کی دو مثالیں درج فہرست کیجیے۔

مختصر جواب کے لیے سوالات

1. ابتدائی صنعت کی مختلف اقسام کی وضاحت کیجیے۔
2. کاروباری سرگرمیوں کی اصناف بندی آپ کس طرح کریں گے؟
3. معاشی سرگرمیوں اور غیر معاشی سرگرمیوں میں تفریق کریں۔
4. کاروبار کی کوئی دو خصوصیات بیان کریں۔
5. کاروبار کی کوئی تین معاشی مقاصد بیان کریں۔
6. کاروباری جوکھم کی کوئی تین خصوصیات بتایئے۔
7. کاروباری جوکھم کے مادی اسباب مختصراً بیان کیجیے۔

طویل جواب کے لیے سوالات

1. جدید معاشرہ میں تجارت کی کیا اہمیت ہے؟ بیان کریں۔
2. پیشہ (Profession) سے کیا مراد ہے؟ ان کی خصوصیات بیان کریں۔
3. کاروبار کے مختلف انسانی مقاصد کی وضاحت کریں۔
4. صنعت" کے معنی بتائیں اور اس کی مختلف اقسام کی وضاحت کریں۔
5. کامرس (تجارت) اصطلاح کی تشریح کریں۔ کامرس سے متعلق مختلف سرگرمیوں کو بیان کریں۔
6. کاروبار میں منافع کے رول کی وضاحت کریں۔
7. کاروباری جوکھم سے کیا مراد ہے؟ کاروباری جوکھم کے قدرتی اسباب کی وضاحت کیجیے۔
8. کاروباری جوکھم کے اسباب بیان کیجیے۔
9. "منافع کاروبار میں اسی طرح کا رول نبھاتا ہے جیسا کہ انسانوں میں خون اس بیان کی روشنی میں اپنا تبصرہ پیش کیجیے۔
10. آپ کا دوست رمیش ایک کاروبار شروع کرنا چاہتا ہے۔ اس کے لیے اسے کاروباری جوکھم اور ان کے اسباب کے بارے میں جاننے میں دلچسپی ہے۔ کاروباری جوکھم کا مطلب اور اسباب واضح کیجیے۔

2. کاروبار میں امدادی خدمات
(BUSINESS SUPPORT SERVICES)

کیا آپ نے کبھی کسی تاجر کی تجارت کے عمل (کارروائی) کے دوران انجام دی گئی سرگرمیوں کا مشاہدہ کیا ہے؟ اپنے مقامی کرانہ کی دکان کو دیکھیں۔ اس دکان کے مالک کیا کرتے ہیں؟ وہ سرمایہ کا نظم کرتے ہیں۔ خاص/ بڑے بازار سے مال خریدتے ہیں، مال کو اپنی دوکان تک لاتے ہیں، ان سامانوں کو ترتیب سے دکانوں میں سجاتے ہیں اور گاہک کے مطالبے کے مطابق اسے فروخت کرتے ہیں۔ ان سرگرمیوں کو انجام دینے کے دوران مالک یا تاجر کو مختلف قسم کی مدد یا سہارے کی ضرورت ہوتی ہے۔ مثال کے طور پر وہ بینک سے قرض لے سکتا ہے۔ ایک ٹرک یا ٹیمپو کو مال کے نقل وحمل کے لیے کرایہ پر لے سکتا ہے وغیرہ۔ اس طرح تجارت کو کامیابی سے چلانے کے لیے مختلف امدادی خدمات یا سہاروں کی ضرورت ہوتی ہے۔ ان خدمات اور ان کے عمل/ طریقہ کار کی معلومات کے ساتھ اس سبق میں ہم بنیادی پہلوؤں جیسے سہولیات اہمیت اور طریقہ کار کے متعلق جانے گے۔

اکتسابی نتائج

☆ مختلف اقسام کی امدادی خدمات کے تصور کی وضاحت کرسکیں

☆ کاروبار کے لئے ان امدادی خدمات کی اہمیت پر بحث کریں گے

☆ کسی خاص کاروبار کے لئے ان امدادی خدمات کا اطلاق کرسکیں گے۔

2.1 کاروبار میں امدادی خدمات

پہلے بیان کیا جا چکا ہے کہ کاروبار کی امدادی خدمات ان تجارتی سرگرمیوں سے ماخوذ ہیں جو مال کو بنانے والوں سے صارفین تک تیزی سے پہنچانے میں تجارت کے معاون ہیں اور اس بنا پر تجارت کی عمل داری انجام دہی میں سہولت فراہم کراتے ہیں۔ ان میں بینک کاری، انٹیورنس نقل وحمل، مال کو گودام میں رکھنا اور مواصلات شامل ہیں۔ بینک کاری سرمایہ فراہمی کے ساتھ ادائیگی میں سہولت دیتی ہے۔ ہر قسم کے کاروباری اندیشوں سے نجات پانے کے لیے انشورنس، مال کو ایک مقام سے دوسرے مقام تک لانے لے جانے کے لیے نقل وحمل کی سہولت، مانگ میں موسمی تغیر سے نمٹنے کے لیے مختلف مقامات پر مال کو محفوظ رکھنے کے لیے مال گودام کی سہولت کی فراہمی، مصنوعات کے بنانے والوں، بچولیوں اور صارفین کے درمیان اطلاعات اور خیالات کے تبادلہ کے لیے مواصلات کی سہولت وغیرہ تجارتی خدمات تجارت کی مناسب اور بہتر کارکردگی کے لیے لازمی ہیں۔ اس طرح کسی بھی کاروبار کے لیے اور دنیا کے کسی بھی حصے میں اور ہر اس انسان کے لیے جو کاروبار میں لگا ہوا ہے، ان خدمات کے طریقہ کار اور استعمال سے باخبر ہونا ضروری ہے۔ اب ہم ان میں سے ہر ایک کے متعلق تفصیل سے جائیں گے۔

2.1.2 امدادی خدمات کے اقسام

کاروباری تنظیموں کی طرف سے اپنی سرگرمیوں کے انعقاد کے لیے استعمال کی جانے والی امدادی خدمات ہیں۔ اور شامل ہیں:

☆ بینک کاری ☆ بیمہ ☆ نقل وحمل ☆ مواصلات ☆ ذخیرہ اندوزی

2.2 بینک کاری

بینک ایک ادارہ ہے جو زر اور قرض میں معاملہ انجام دیتا ہے۔ یہ ان لوگوں سے سرمایہ جمع کرنے کے لیے قبول کرتا ہے جن کے پاس فاضل فنڈ ہوتے ہیں اور ان لوگوں کو قرض پیشگی فراہم کراتا ہے جن کو مختلف مقاصد کے لیے فنڈوں کی ضرورت ہوتی ہے۔ اس طرح بینک کاری، بینک کے ذریعے مختلف خدمات فراہم کرنے سے تعلق رکھتی ہے، جیسے روپے جمع کرانا، قرض اور پیشگی منظور کرنا اور دیگر ضمنی خدمات وغیرہ۔ بینک کاری ریگولیشن قانون، بینک کاری کی تشریح اس طرح کرتا ہے: " قرض دینے یا سرمایہ کاری کرنے کی غرض سے لوگوں سے رقم جمع کرنا اور مطالبہ کرنے پر یہ رقم دوبارہ ادائیگی کے لیے جیسے چیک، ڈرافٹ یا اور کسی طریقے سے فراہم کرنا۔ اس طرح روپیے جمع کرنے اور قرض فراہم کرانے یا اس کی سرمایہ کاری کو بینک کے لازمی عمل کے طور پر جانا جاتا ہے جو ایک بچولیے کی طرح کام کرتا ہے اور عوام کے روپے سے کاروبار کرتا ہے۔ بینک متعدد دیگر مالی خدمات بھی فراہم کراتا ہے جس کی وضاحت اس باب کے آخیر میں کی گئی ہے۔

مقامی بینکنگ نظام: تبادلے اور تبادلہ کا نظام ہندوستان میں قدیم زمانے سے رائج ہے۔ مختلف جگہوں پر مختلف قسم کے سکے اور وزن کے طریقے استعمال کیے جاتے تھے۔ جیسے جیسے معاشی زندگی آگے بڑھتی گئی، دھاتوں نے اپنی یکسانیت اور استحکام کی وجہ سے دوسرے ذرائع کی جگہ لے لی۔ لین دین کرنے کے لیے 'ہنڈی' اور 'چیٹی' جیسے دستاویزات استعمال میں تھے جہاں پیسہ تبادلے کا ذریعہ تھا۔

2.2.1 بینک کاری کی اہمیت

(a) **پونجی کی تشکیل**: بینک کے ذریعے قبول کیا گیا جمع شدہ سرمایہ تجارتی اداروں اور صنعتوں کی تجارتی سرگرمیوں کے لیے قرض اور پیشگی کی شکل میں دیا جاتا ہے۔ اس طرح بینک کاری بالواسطہ طور پر بچت کو سرمایہ کاری میں تبدیل کرتی ہے جو نتیجتاً پونجی کی تشکیل ہوتی ہے اور معیشت کی ترقی میں بھی کارآمد ہوتی ہے۔

(b) **کاروبار کی خدمات**: بینک کاری، مختلف متنوع خدمات کے ذریعے کاروبار میں مددگار رہوتی ہے۔ جیسے طویل مدتی قرض اور قلیل مدتی قرض، روپے بھیجنے کا نظم، چیکوں اور بلوں کی ادائیگی وغیرہ ایک ہمہ کرنے والے اور تاجر بینکر کی طرح کام کرتے ہوئے پونجی اگاہنے میں مدد دینا۔

(c) کرنسی کے استعمال کو کم کرنا: بینک لوگوں کو چیک کے ذریعے ادائیگی کرنے کے قابل بناتا ہے جو تحریری تصدیق اور سپردگی کے ذریعے منتقل کیا جاسکتا ہے۔ اس کے علاوہ مسافر اور سیاح نقد رقم کے عوض بینک کے ذریعہ جاری ٹراویلرز چیک اپنے ساتھ رکھ سکتے ہیں یا کریڈٹ سینئر سیکنڈری کارڈ کا استعمال کر سکتے ہیں جو بینکوں کے ذریعے جاری کیا جاتا ہے۔ اس طرح کرنسی کے استعمال میں خاطر خواہ حد تک کمی آتی ہے۔

(d) بچت کی فعالیت: بینک آپ کی بچت کو مختلف قسم کے اکاؤنٹ میں جمع کرنے کی اجازت دیتا ہے جیسے رواں کھاتہ، بچت بینک کھاتہ، میعادی جمع کا کھاتہ وغیرہ۔ حسب خواہش بینک سے روپیے نکالنے کی سہولت اور جمع شدہ رقم پر سود کی ادائیگی، لوگوں کو

روپے کی بچت اور بینکوں میں اسے رکھنے کے لیے ہمت افزائی کرتی ہے۔

(e) دیہی معیشت کو فائدہ: بینک کے دیہی علاقے کی شاخیں، دیہی علاقوں میں بچت کے فروغ میں کارآمد رول ادا کرتی ہیں اور کسانوں، چھوٹے کامگاروں، کاریگروں کو ترجیحی بنیاد پر کفایتی شرح پر قرض فراہم کرتی ہیں۔ اس سے دیہی معیشت کو بڑے پیمانے پر مدد ملتی ہے۔

(f) معیشت کی متوازن ترقی: بینک ان علاقوں کی شناخت کرتا ہے جن کو بالخصوص مدد کی ضرورت ہوتی ہے۔ صنعتی ترقی کے لیے وہ ان لوگوں کو ضروری امداد فراہم کرتا ہے۔ اسی طرح بینک پسماندہ علاقوں کی بھی شناخت کرتا ہے اور مناسب شرح پر معقول سرمایہ کی فراہمی کے ذریعے ان کے معاشی ترقی میں مدد کرتا ہے۔ اس طرح بینک پسماندہ علاقوں کے صنعت کی مدد کرتا ہے اور علاقائی ترقی کو توازن عطا کرتا ہے۔

(g) قرض کی پالیسی کا فروغ: قرض کی حکمت عملی معاشی ترقی کے لیے نہایت ضروری ہے۔ کسی ملک کا مرکزی بینک ایک باقاعدہ زری پالیسی کو فروغ دیتا ہے اور یہ اس کے لیے ملک کی ترقی کی رفتار کو جاری رکھنے اور معیشت کے وسیع تر مفاد میں بینک کی شرح کو متعین کرتا ہے اور زسپلائی کو منضبط کرتا ہے۔

2.2.2 بینکوں کی اقسام

گاہک کی مختلف مالیاتی ضروریات کو پورا کرنے کے لیے ہمارے ملک میں مختلف اقسام کے بینک ہیں۔ کسی فرد کو قلیل مدت کے لیے روپے کی ضرورت ہوتی ہے، جب کہ دوسروں کو طویل مدت کے لیے ضرورت ہوسکتی ہے۔ ایک کاروباری کو تجارت کے مقصد کے لیے فنڈوں کی ضرورت ہوتی ہے جبکہ دوسرے فرد کو ایک بڑی مینوفیکچرنگ لگانے کے لیے سرمایہ ضرورت ہوتی ہے۔ بعض اوقات حکومت کو بھی روپیے یا قرض کی ضرورت ہوتی ہے۔ اس لیے ان سب ہی ضروریات کی تکمیل کے لیے ہمارے ملک میں مختلف اقسام کے بینک کاری کے ادارے ہیں جنھیں ان کی کارکردگی کے مطابق مختلف زمروں میں تقسیم جاسکتا ہے:

(a) تجارتی بینک

(b) کوآپریٹیو بینک

(c) ترقیاتی بینک

(d) خصوصی بینک

(e) مرکزی بینک

آیئے اب ان تمام بینکوں کے بارے میں جانیں۔

(a) تجارتی بینک: تجارتی بینک وہ بینکنگ ادارے ہیں جو عوام سے روپے جمع کرنے کو قبول کرتے ہیں اور اپنے گاہکوں کو قلیل مدتی قرض اور پیشگی دیتے ہیں۔ ان دنوں تجارتی بینکوں نے تجارت اور صنعت کے لیے وسط مدتی اور طویل مدتی قرض بھی دینا شروع کردیا ہے۔ تجارتی بینکوں کو تین زمروں میں تقسیم کیا جاسکتا ہے:

(i) عوامی شعبہ کے بینک

(ii) نجی شعبہ کے بینک

(iii) غیر ملکی بینک

(i) عوامی شعبہ کے بینک: عوامی شعبہ کے بینکوں میں اکثریتی حصے داری حکومت ہند یا ریزرو بینک آف انڈیا کی ہوتی ہے۔ ایسے بینکوں کی مثالیں ہیں: اسٹیٹ بینک آف انڈیا، بینک آف بڑودہ، سنڈی کیٹ بینک اور دینا بینک۔

(ii) نجی شعبہ کے بینک: نجی شعبہ کے بینک کے معاملے میں سرمایہ کے حصص (Share) کی اکثریت نجی افراد کے قبضے میں ہوتی ہے۔ یہ بینک خود کا پبلک لمیٹیڈ کمپنیوں کے طور پر اندراج کراتے ہیں۔ ان بینکوں کی مثالیں ہیں: جموں اور کشمیر بینک، لارڈ کرشنا بینک لمیٹیڈ، ICICI بینک لمیٹیڈ، کوٹک بینک، HDFC بینک لمیٹیڈ وغیرہ۔

(iii) غیر ملکی بینک: یہ بینک غیر ملکوں میں شروع ہوئے تھے اور ان کی شاخیں ہمارے ملک میں کام کر رہی ہیں۔ ان بینکوں کی مثالیں ہیں: ہانگ کانگ اور شانگھائی بینکنگ کارپوریشن (HSBC) سٹی بینک، امریکن ایکسپریس بینک، اسٹینڈرڈ اینڈ چارٹرڈ بینک، اے۔ بی این امرو (ABN-AMRO) بینک وغیرہ۔

(b) کوآپریٹیو بینک: جب کوآپریٹیو سوسائٹی خود کو بینک کاری کے کاروبار میں مشغول کرتے ہیں تو یہ کوآپریٹیو بینک کہلاتے ہیں۔ کوآپریٹیو بینک عام طور پر پیداواری کاموں کے ساتھ ساتھ دیگر مقاصد کے لیے بھی قرض فراہم کراتے ہیں۔ سود کی شرح ان بینکوں میں عام طور پر کم ہوتی ہے۔ ان بینکوں کے نظم ونسق اور جانچ (معائنہ) کا کام ریزرو بینک آف انڈیا کرتا ہے۔ ہمارے ملک میں تین اقسام کے کوآپریٹیو بینک کام کر رہے ہیں جو یہ ہیں: (i) ابتدائی قرض سوسائٹیاں (ii) مرکزی کوآپریٹیو بینک (iii) ریاستی کوآپریٹیو بینک۔

(c) ترقیاتی بینک: ترقیاتی بینک دراصل مالی ادارے ہیں نا بینک دراصل مالی ادارے ہیں جو صنعت کو اوسط مدت یا طویل مدتی قرض فراہم کراتے ہیں۔ آزادی کے بعد ہندوستان میں صنعتوں کی تیزی سے ترقی کے لیے بڑے پیمانے پر مالیاتی سرمایہ کاری کی ضرورت تھی۔ ان اداروں کو قائم کرنے کے لیے ترقیاتی بینک ان کے فروغ میں مدد کرتے ہیں۔ ترقیاتی بینک صنعتوں کی توسیع وجدید کاری اور پرموشن میں میں بھی عدد فراہم کرتے ہیں۔ اوسط اور طویل مدتی قرض دینے کے علاوہ یہ بینک صنعتوں کے ذریعے جاری کیے گئے شیئرز (Shares) کی تائید کرتے ہیں۔ اگر ضرورت ہو تو ترقیاتی بینک تکنیکی صلاح اور مدد فراہم کراتے ہیں۔ انڈسٹریل فائنانس کارپوریشن آف انڈیا (IFCI) اور ریاستی مالی کارپوریشن (SFCS) ہندوستان میں ترقیاتی بینکوں کی مثالیں ہیں۔

(d) خصوصی بینک: ہمارے ملک میں کچھ ایسے بینک بھی ہیں جو چند مخصوص علاقے یا سرگرمی میں مصروف ہوتے ہیں اس لیے انھیں خصوصی بینک کہتے ہیں۔ ایکسپورٹ امپورٹ بینک آف انڈیا (EXIM Bank)، اسمال انڈسٹریز ڈیولپمنٹ بینک آف انڈیا (SIDBI) نیشنل بینک فار اگریکلچر اینڈ رورل ڈولپمنٹ (NABARD) ان بینکوں کی مثالیں ہیں۔



Fig.: 2.1 RBI Logo

(e) **مرکزی بینک** : ہر ملک میں ایک بینک ہوتا ہے جسے بینک کاری نظام کی رہنمائی اور منضبط کرنے کی ذمہ داری حاصل ہوتی ہے۔ایسے بینک کو مرکزی بینک کہتے ہیں۔

ایسے بینک چوٹی کے بینک ہوتے ہیں اور سب سے اعلیٰ اختیاری مالی ادارہ کے طور پر کام کرتے ہیں۔ ہندوستان میں مرکزی بینکنگ کا سب سے اعلیٰ اختیاری ادارہ ریزرو بینک آف انڈیا ہے۔

☆ یہ بینک عوام سے براہ راست کوئی کاروبار نہیں کرتا بلکہ یہ بینکرز بینک کے طور پر کام کرتا ہے اور دیگر تمام بینکوں کا حساب کتاب رکھتا ہے اور حسب ضرورت دوسرے بینکوں کو سرمایہ فراہم کرتا ہے۔

☆ یہ بینک کرنسی اور قرض کے حجم کو منضبط کرتا ہے اور بینک کاری کے سب ہی اداروں کی جانچ پڑتال اور معائنہ اور نگرانی کا اختیار رکھتا ہے۔

☆ ریزرو بینک آف انڈیا حکومت کے بینکر کے طور پر بھی کام کرتا ہے اور مختلف مدوں کے تحت حکومت کی وصولیابی، ادائیگی اور قرض کے ریکارڈ کے رکھ رکھاؤ کا کام بھی انجام دیتا ہے۔

☆ یہ حکومت کو مالیاتی اور قرض کی حکمت عملی میں مشورہ دیتا ہے اور بینک میں جمع سرمائے پر اور دیئے گیے قرض کے لیے شرح سود کو متعین کرنے میں اہم رول نبھاتا ہے۔

☆ یہ ملک کے غیر ملکی زرمبادلہ، سونا اور دیگر ضمانتی دستاویزات پر مشتمل کرنسی ریزرو کا بھی منگراں ہے۔

☆ دوسرا اہم کام ریزرو بینک کا کرنسی نوٹوں کا جاری کرنا اور زرسپلائی کرنا ہے۔

2.2.3 تجارتی بینکوں کے افعال

تجارتی بینکوں کا بنیادی کام عام لوگوں اور کاروبار کو مالیاتی خدمات فراہم کرنا، معاشی اور سماجی استحکام اور معیشت کی پائیدار ترقی کو یقینی بنانا ہے۔افعال کو دو زمروں میں تقسیم کیا گیا ہے۔

(a) ابتدائی کام (b) ثانوی کام۔

اب ہم ان کاموں کی نوعیت کے متنوعات کو واضح طور پر سمجھنے کی کوشش کریں گے۔

(a) بنیادی فرائض (ابتدائی کام): تجارتی بینکوں کے بنیادی سرگرمیاں ہیں:

(i) **جمع قبول کرنا:** تجارتی بینکوں کی سب سے اہم سرگرمی عوام کے جمع کو قبول کرتا ہے۔وہ لوگ جن کی فاضل آمدنی ہے یا بچت کیا ہوا سرمایہ ہے وہ اسے بینک میں جمع کرانے میں سہولت محسوس کرتے ہیں۔گاہکوں کی سہولت کے لیے بینک مختلف اقسام کے جمع کھاتے جیسے میعادی جمع کھاتہ، ریکرنگ جمع کھاتے، رواں کھاتہ، بچت بینک کھاتہ وغیرہ فراہم کرتے ہیں۔جن کی شرح سود الگ الگ ہوتی ہے۔عوام کے لیے بینک میں جمع فنڈوں کی سلامتی یقینی ہوجاتی ہے۔

(ii) **قرض کی فراہمی:** تجارتی بینکوں کا دوسرا سب سے اہم کام عوام اور کاروباری گھرانوں کو قرض فراہم کرنا ہوتا ہے۔ یہ گاہکوں کو قرض کے طور پر تجویز شدہ سود کی شرح پر رقم فراہم کرتے ہیں۔ قرض ایک مخصوص مدت کے لیے منظور کیے جاتے ہیں۔ قرض لینے والا رقم یک مشت یا قسطوں میں واپس ادا کرسکتا ہے۔ قرض اور پیشگی عام طور پر کسی اثاثہ یا املاک کی ضمانت کے عوض میں دیئے جاتے ہیں۔ قرض کی سہولت عام طور پر بینکوں کے ذریعے مختصر مدت کے لیے منظور کی جاتی ہے اور یہ کیش کریڈٹ، اوور ڈرافٹ یا بلوں کی ادائیگی کے طور پر ہوسکتی ہے۔ جیسے کہ پہلے بیان کیا جاچکا ہے بینک اوسط مدت یا طویل مدت کے لیے بھی قرض فراہم کراتا ہے۔

(b) **ثانوی کام:** ان دو بنیادی کاموں کے علاوہ تجارتی بینک متعدد دیگر تجارتی خدمات بھی فراہم کراتے ہیں۔ یہ خدمات بینک کی ان مخصوص سرگرمیوں کے علاوہ ہوتی ہیں اور یہ ان کی تکمیل کرتی ہے۔ دیگر سرگرمیوں کو تجارتی بینکوں کا ثانوی عمل کہا جاسکتا ہے۔ یہ کام لازمی طور پر غیر بینکنگ نوعیت کے ہوتے ہیں اور وسیع تر معنوں میں دو حصوں میں تقسیم کیے جاتے ہیں۔ (i) ایجنسی خدمات (ii) عمومی افادیت کی خدمات

(1) **ایجنسی خدمات:** ایجنسی خدمات ان خدمات کی طرف اشارہ کرتی ہیں جو تجارتی بینکوں کے ذریعے اپنے گاہکوں کو ایک نمائندہ کے طور پر فراہم کرائی جاتی ہیں۔ ان میں حسب ذیل شامل ہیں:

- ☆ چیکوں اور بلوں کی وصولیابی اور ان کی ادائیگی۔
- ☆ ڈیوڈنڈ، سود اور کرایہ وغیرہ کی وصولیابی۔
- ☆ ضمانتوں (سیکورٹیز)، (شیئرز، ڈنچرز، ڈبونڈز وغیرہ) کی خرید و فروخت
- ☆ کرایہ، سود، بیمہ کی قسط، چندہ وغیرہ کی ادائیگی
- ☆ ایک امانت دار کے طور پر کام کرنا
- ☆ ملک کے اندر یا باہر گاہکوں کی طرف سے دوسرے بینکوں اور مالیاتی اداروں کے لیے ایک نمائندے یا خط و کتابت کرنے والے کے طور پر کام کرنا۔

(ii) **عمومی افادیت کی خدمات:** عمومی افادیت کی خدمات وہ ہوتی ہے جو تجارتی بینکوں کے ذریعے صرف گاہکوں کو ہی نہیں بلکہ عام لوگوں کو بھی مہیا کرائی جاتی ہیں۔ یہ خدمات فیس یا قیمت کی ادائیگی کے عوض عوام کو دستیاب ہیں۔ ان میں مندرجہ ذیل خدمات شامل ہیں:

- ☆ بینک ڈرافٹ، پے آرڈر (میکرز چیک)، سفری چیک جاری کرنا۔
- ☆ بھروسے اور اعتماد کا خط (CreditofLetter) جاری کرنا۔
- ☆ محفوظ لاکر (Locker) میں قیمتی اشیا کو بحفاظت رکھنا۔
- ☆ ATM کارڈ، ڈیبٹ کارڈ اور کریڈٹ کارڈ کی سہولت۔

☆ انٹرنیٹ بینکنگ اور فون بینکنگ۔

☆ مختلف مقابلہ جاتی امتحانات کے داخلہ فارموں کی فروخت۔

☆ ٹیلیفون اور بجلی کے بلوں کو جمع کرانا۔

☆ حکومت اور عوامی اداروں سے جاری کردہ قرض کی ذمہ داری لینا۔

☆ گاہکوں کے لیے کارآمد اعداد و شمار اور تجارتی اطلاعات مہیا کرانا۔

☆ گاہکوں کی مالی حیثیت کے متعلق ثالث کے طور پر کام کرنا۔

2.2.4 بینک کھاتوں کی اقسام

بینک چار قسم کے ڈپازٹ اکاؤنٹ فراہم کرتے ہیں- بچت جمع کھاتا، چالو جمع کھاتہ، میعادی جمع کھاتہ اور تکراری جمع کھاتہ ۔حالیہ دنوں میں بینکوں کے بڑھتے ہوئے کردار کی وجہ سے کچھ نئے اکاؤنٹس بھی متعارف کرائے گئے ہیں جو دو یا دو سے زیادہ قسم کے ڈپازٹ اکاؤنٹس کی خصوصیات کو یکجا کرتے ہیں جیسے 2-ان-1 ڈپازٹ اکاؤنٹ، پاور سیونگ ڈپازٹ، سمارٹ ڈپازٹ، آٹو میٹک سویپ ڈپازٹ وغیرہ۔ آیئے ان کے بارے میں مزید جانیں:

1. **بچت جمع کھاتا:** ان جمع کا مقصد لوگوں کے درمیان بچت کی عادت کی حوصلہ افزائی کرنا ہے۔ بچت کھاتہ چھوٹی رقم بالفرض 100 روپے سے کھولا جاسکتا ہے۔ اس کھاتے میں کتنی بار بھی رقم جمع کی جاسکتی ہے۔ تاہم نکالنے پر کچھ پابندیاں ہیں۔ سود کم سے کم یومیہ بیلنس پر دیا جاتا ہے۔ ان جمع پر میعادی جمع (FD) کے مقابلے سود کی کم تر شرح منظور ہوتی ہے۔ کھاتہ دار کو پاس بک جاری کی جاتی ہے جو کھاتہ دار کے کھاتے میں جمع رقم اور نکالی گئی رقم اور ساتھ ہی ساتھ بیلنس ظاہر کرتی ہے۔
2. **چالو جمع کھاتا:** چالو یا رواں کھاتہ صنعت کاروں اور کاروباریوں کو حسب ضرورت رقم جمع کرنے یا نکالنے کی سہولت فراہم کرتا ہے۔ چیک کے ذریعہ کسی بھی وقت رقم نکالی جاسکتی ہے۔ ایسے کھاتے میں جمع کیے جانے پر کوئی پابندی نہیں ہے۔ اس کھاتہ بیلنس پر کوئی سود نہیں دیا جاتا۔ چالو جمع کو ڈیمانڈ ڈپازٹ بھی کہا جاتا ہے کیوں کہ یہ جمع کرنے والوں کے ذریعہ مطالبہ (مانگ) کیے جانے پر قابل ادائیگی ہوتا ہے۔
3. **میعادی جمع کھاتا:** میعادی جمع کھاتہ (FD) کے معاملے میں مخصوص مدت جیسے ایک سال، تین سال، پانچ سال وغیرہ کے لیے ایک متعین رقم جمع کی جاتی ہے۔ مقررہ مدت ختم ہونے کے بعد جمع سود کے ساتھ قابل ادائیگی ہوتا ہے۔ میعادی جمع پر سود کی اونچی شرح پیش کی جاتی ہے۔ جمع کی مدت کے دوران سود کی شرح متغیر ہوتی ہے۔ میعادی جمع کو ٹائم ڈپازٹ یا طویل مدتی جمع بھی کہتے ہیں۔ بینک پاس بک نہیں فراہم کرتا اور اس میعادی جمع کھاتے پر چیک بک کی بھی سہولت نہیں ہوتی۔ میعادی جمع پر سود کی شرح بچت کھاتے کی شرح سود زیادہ ہوتی ہے اور جمع کی مدت پر منحصر ہے۔
4. **تکراری جمع کھاتا:** تکراری جمع کھاتہ میں کھاتہ دار کو ایک مخصوص رقم ایک مخصوص مدت جیسے پانچ سال سات سال، دس سال وغیرہ کے لیے ہر مہینے جمع کرنی ہوتی ہے۔ مدت کے آخر میں کمائے گئے سود کے ساتھ جمع رقم کھاتہ داروں کو ادا کی جاتی ہے۔

پختگی (maturity) سے پہلے رقم نکالنے کی اجازت نہیں ہوتی۔ اس طرح کے کھاتے میں کھاتہ داروں کو چیک کی سہولت نہیں فراہم کی جاتی۔ تکراری جمع کو بڑھوتری میعادی جمع (Cumulative Deposit) بھی کہا جاتا ہے۔ کھاتہ داروں کو پاس بک جاری کی جاتی ہے جس میں ہر ماہ کے جمع کو دکھایا جاتا ہے۔ ریکرنگ جمع کھاتہ چھوٹے بچت کاروں کے ذریعہ استعمال کیا جاتا ہے۔ تکراری کھاتے پر جو سود کی شرح پیش کی جاتی ہے وہ بچت کھاتے کے سود کی شرح سے زیادہ ہوتی ہے۔

2.2.5 بینک کاری خدمات

کمرشل بینک جمع قبول کرنے اور رقم ادھار دینے کے علاوہ مختلف خدمات پیش کرتے ہیں۔

اس طرح کی خدمات درج ذیل ہیں:

1. **بینک ڈرافٹ جاری کرنا:** بینک ڈرافٹ ایک جگہ سے دوسری جگہ رقم ارسال کرنے کا آسان اور محفوظ طریقہ ہے۔ یہ وصول کنندہ کو ایک مخصوص رقم ادا کرنے یا جاری کنندہ بینک کے ذریعہ دوسری شاخ کو ادائیگ کرنے کا حکم ہے۔ رقم ارسال کرنے کے لیے درج ذیل طریقہ عمل کی پابندی کی جاتی ہے۔

(a) فرد جو رقم کو ارسال کرنے کا خواہش مند ہے اور بینک کو مجوزہ کمیشن کے ڈرافٹ کی رقم ادا کرتا ہے وہ ایک فارم پر کرتا ہے۔

(b) بینک اسے ڈرافٹ دیتا ہے۔

(c) اس کے بعد وہ بذریعہ ڈاک یا کور پر خدمات کے ذریعہ وصول کنندہ کو بینک ڈرافٹ بھیجتا ہے۔

(d) وصول کنندہ اسے اپنے بینک میں جمع کرتا ہے۔

(e) بینک جاری کرنے والے بینک سے ادائیگی وصول کرتا ہے اور اسے وصول کنندہ کے کھاتے میں کریڈٹ کرتا ہے۔

بینک ڈرافٹ کی خصوصیات

(a) بینک ڈرافٹ کے نکارے جانے کا جوکھم نہیں ہوتا۔

(b) جاری کردہ بینک، بینک ڈرافٹ کے لیے کچھ کمیشن چارج کرتا ہے۔

(c) بینک ڈرافٹ ایک جگہ سے دوسری جگہ رقم منتقل کرنے کا ایک محفوظ اور آسان طریقہ ہے۔

(d) بینک ڈرافٹ اس کے جاری ہونے کی تاریخ سے تین مہینے تک جائز رہتا ہے۔

(e) مخصوص رقم وصول کنندہ کو ادا کرنے کے آرڈر یا اس کے آرڈر پر مشتمل ہوتا ہے۔

2۔ **بینکر چیک (پے آرڈر):** پے آرڈر بینک ڈرافٹ کی طرح ہے لیکن یہ جاری کرنے والی شاخ میں واجب الادا ہوتا ہے۔ اس لیے اس کا استعمال شہر کے اندر رقم بھیجنے کے لیے کیا جاتا ہے۔ اسے مقامی بینک ڈرافٹ بھی کہا جاتا ہے۔ پے آرڈر کے لیے چارج شدہ کمیشن بینک ڈرافٹ کے لیے چارج کی گئی رقم سے زیادہ ہوتا ہے۔ بینک ڈرافٹ کی طرح پے آرڈر اس کے جاری کرنے کی تاریخ سے تین مہینے کے لیے جائز ہوتا ہے۔

3. رئیل ٹائم گراس سٹیل منٹ (RTGS): RTGS ایک فنڈ منتقلی نظام ہے۔ اس نظام میں فنڈوں کی منتقلی ایک بینک سے دوسرے بینک میں حقیقی وقت اور مجموعی بنیاد پر ہوتی ہے۔ یعنی اس میں ادائیگی کے لیے انتظار کی مدت نہیں ہوتی۔ لین دین کا تصفیہ اس کے پراس پر ہونے پر فوری طور پر کیا جاتا ہے۔ مجموعی تصفیہ کا مطلب یہ ہے کہ لین دین کسی دیگر لین دین کے ساتھ یکجا کیے بغیر ایک کے مقابل ایک کی بنیاد پر کیا جاتا ہے۔ وصول کرنے والا بینک فنڈ کی منتقلی کا پیغام وصول کرنے کے 2 گھنٹے کے اندر گاہک کے کھاتے میں کریڈٹ کرے گا۔ RTGS لین دین میں 5,000 روپے کی کم سے کم رقم ہوتی ہے۔ RTGS لین دین کے لیے اوپری حد کوئی نہیں ہے۔ RTGS لین دین کے لیے لگائی گئی فیس ہر بینک کی الگ الگ ہوتی ہے۔

4. نیشنل الکٹرانک فنڈ ٹرانسفر (NEFT): NEFT ایک منتقلی نظام ہے۔ NEFT میں ایک فرد، فرم یا کمپنی کسی بینک کی شاخ سے دوسرے فرد، فرم یا کمپنی جس کا ملک کے کسی دیگر بینک میں کھاتہ ہے فنڈ کو الکٹرانک ذریعہ سے منتقل کرسکتا ہے۔ فنڈ کی منتقلی ایک مخصوص مدت میں واقع ہوتی ہے۔ ہفتے کے دنوں میں (NEFT (daysweek لین دین دن میں 6 بار واقع ہوتا ہے۔ (9.30 بجے صبح، 10.30 بجے صبح، 12.0 بجے دوپہر 1.00 بجے، 3.00 بجے اور 4.00 بجے شام) سنیچر کو NEFT لین دین 3 بار واقع ہوتا ہے۔ (9.30 بجے، 10.30 بجے صبح اور 12.00 بجے دوپہر)

NEFT کی خصوصیات:

(a) NEFT مجاز بینک شاخ نقد جمع کر کے ایک فرد، فرم یا کمپنی، بینک کھاتہ کے بغیر بھی NEFT کا استعمال کرسکتی ہے۔

(b) NEFT نظام کے ذریعہ فنڈ وصول کرنے کے سلسلے میں کسی فرد، فرم یا کمپنی کا کھاتہ NEFT مجاز بینک شاخ میں ضرور ہونا چاہیے۔

(c) NEFT لین دین مجموعے (batches) میں واقع ہوتی ہے۔

(d) اگر کسی کا بینک کھاتہ نہیں ہے تو NEFT نظام کے ذریعہ زیادہ سے زیادہ -/49,999 روپے کی رقم منتقل کرسکتا ہے۔

(e) اگر کسی کا بینک کھاتہ ہے تو NEFT کے ذریعہ کم سے کم یا زیادہ سے زیادہ رقم کی کوئی حد نہیں ہے۔

(f) NEFT کا استعمال غیر ملکی ترسیل زر وصول کرنے کے لیے نہیں کیا جاتا۔

(g) فنڈ بھیجنے والے کو NEFT کے لیے چارجز ادا کرنے ہوں گے۔ بھیجی جانے والی رقم کے لحاظ سے چارجز کی رقم بھی مختلف ہوگی۔

(h) فنڈ وصول کرنے والے کو کسی کسی طرح کے چارجز نہیں ادا کرنے ہوتے۔

5. بینک اوورڈرافٹ: چالو کھاتہ دار کو چیک کے ذریعہ ایک مخصوص مدت تک اپنی کریڈٹ رقم - سے زیادہ نکالے جانے کی اجازت ہے۔ یہ سہولت کچھ اثاثوں کی ضمانت کے مقابل فراہم کی جاتی ہے۔ بینک اوورڈرافٹ پر سود کی اونچی شرح لگائی جاتی ہے۔ چالو کھاتے سے نکالی گئی زاید رقم ایک مجوزہ مدت کے اندر جمع کرنی ہوگی۔

6. نقد کریڈٹ: نقد کریڈٹ نظام کے تحت فرد، فرم یا کمپنی بینک سے رقم ادھار لے سکتی ہے۔ ایک مخصوص مدت تک کے لیے رقم ادھار لی جاسکتی ہے۔ قرض لینے والا رقم حسب ضرورت نکال سکتا ہے۔ قرض لینے والے کے ذریعہ نکالی گئی رقم پر سود لگایا جاتا

ہے۔نقد کریڈٹ (قرض) کی حد کا فیصلہ قرض لینے والے کے اثاثے اور ذاتی ساکھ کی بنیاد پر جینک کے ذریعہ لیا جاتا ہے۔

7. SMS الرٹ: یہ ایک طرح کی ای۔بینکنگ سہولت ہے۔اس خدمت کا استعمال کرنے کے لیے گاہک کو بینک میں اپنا موبائل نمبر رجسٹر کرانا ہوگا۔ بینک گاہک کے پروفائل میں کمپیوٹر کے نظام میں موبائل نمبر ریکارڈ کر لیتا ہے۔ جب بھی گاہک کے کھاتے میں کوئی لین دین واقع ہوتا ہے، اس کے موبائل پر SMS الرٹ آتا ہے۔ SMS الرٹ بغیر بینک گیے اس کے کھاتے کے تازہ ترین بیلنس کی نمبر معلومات فراہم کرتا ہے۔

2.2.6 ای بینکنگ

انٹرنیٹ بینکنگ یا الکٹرانک بینکنگ کا مطلب کمپیوٹر نظام کی مدد سے بینکنگ لین دین کو انجام دینا ہے۔ پرسنل کمپیوٹر (PC) اور براوزر کا کوئی استعمال کنندہ کسی بینکنگ فنکشن کو انجام دینے کے لیے بینک کے ویب سائٹ سے جڑ سکتا ہے۔ انٹرنیٹ کی مدد سے کوئی بھی استعمال کنندہ بینکنگ خدمات کا استعمال کرسکتا ہے۔ مثال کے لیے گاہک کا ATM (آٹو میڈیٹڈ ٹیلر مشین) کے ذریعہ رقم نکالنا۔

فوائد

(i) گاہک 24 گھنٹے اور 365 دنوں کی خدمات حاصل کرتا ہے۔

(ii) بینک تک غیر محدود رسائی (پہنچ) گاہک کی تسکین میں اضافہ کرتی ہے۔

(iii) ای۔بینکنگ سہولیات گاہکوں کو سفر کے دوران بینکنگ لین دین کو انجام دینے میں مدد کرتی ہے

(iv) ای۔بینکنگ لین دین کی لاگتوں کو کم کرتی ہے۔

(v) ای۔بینکنگ گاہکوں کو مجاز بناتی ہے۔

(vi) ای۔بینکنگ بینک کو مسابقتی فائدہ پہنچاتی ہے۔

ای۔بینکنگ کے ذریعہ پیش خدمات کی رینج درج ذیل ہے:

(i) الیکٹرانک فنڈ ٹرانسفر (EFT)

(ii) آٹو میٹیڈ ٹیلر مشین (ATM)

(iii) پوائنٹ آف میلز

(iv) الیکٹرانک ڈیٹا انٹرچینج (EDI) اور

(v) ڈیجیٹل کیش

2.2.7 ڈاک اور ٹیلی کام خدمات

پارسل پوسٹ: ڈاک کے ذریعہ مخصوص سائز اور وزن کے پارسل بھیجے جاسکتے ہیں۔ پارسل کے لیے ڈاک چارجز پارسل کے وزن اور دوری وغیرہ کے مطابق الگ الگ ہوتے ہیں۔ پارسل ڈاک کا استعمال کرتے ہوئے اشیا کو پورے ملک اور ملک کے باہر بھی بھیجا جاتا ہے۔

کوریر: نجی سیکٹر کے کاروباری اداروں کے ذریعہ کوریر خدمات پیش کی جاتی ہیں۔ کوریر خدمات کا استعمال کرتے ہوئے خطوط، چھوٹی مقدار میں اشیا کو ایک جگہ سے دوسری جگہ بھیجا جاتا ہے۔

بچت خدمات

1. **ڈاک خانے میں تکراری/ ریکرنگ (RD) جمع:** اس اسکیم میں زر کی ایک مخصوص رقم ایک مخصوص مدت (جیسے 5 سال، 10 سال وغیرہ) کے لیے ہر ماہ جمع کی جاتی ہے۔ سود کے ساتھ جمع کل رقم پختگی پر ادا کی جاتی ہے۔ RD کا خاص مقصد چھوٹی چھوٹی بچتوں کو جمع کرنا ہے۔ چیک کی سہولت نہیں فراہم کی جاتی۔ لیکن کھاتہ داروں کو پاس بک جاری کی جاتی ہے۔ پختگی (maturity) پر رقم واجب الادا ہو جاتی ہے۔ تاہم ریکرنگ جمع کھاتے کی ضمانت کے مقابل قرض فراہم کیا جا سکتا ہے۔
2. **نیشنل سیونگ سرٹیفکٹ (NS):** 100 روپے اور زیادہ سے زیادہ کسی رقم کے لیے لی جاتی ہے۔ اس کی میعاد 5 سال یا 10 سال ہوتی ہے۔ مدت کے آخر میں سود کے ساتھ NSC کی رقم جمع کرنے والے کو ادا کی جاتی ہے۔ NSC میں سرمایہ شدہ فنڈ سے ٹیکس فائدہ بھی دستیاب ہوتا ہے لیکن اس کی مجموعی رقم -1,00,000 روپے کی ہے۔
3. **پبلک پروویڈنٹ فنڈ (PPF):** کچھ مخصوص بینکوں یا ڈاکخانے میں 500 روپے سے ایک لاکھ تک کی رقم ہر سال جمع کرنے کے ذریعہ کوئی بالغ PPF کھاتہ کھول سکتا ہے۔ PPF کھاتے کی مدت ہر 15 سال ہے۔ اسے مزید 15 سال کے لیے بڑھایا جا سکتا ہے۔ PPF میں سرمایہ شدہ فنڈ انکم ٹیکس ایکٹ 1961 کے سیکشن 800 کے تحت ٹیکس کا فائدہ حاصل ہوتا ہے۔ جمع کی تفصیل کے ساتھ پاس بک کھاتہ دار کو جاری کی جاتی ہے۔
4. **ماہانہ آمدنی اسکیم (MIS):** کوئی ہندوستانی ایک واحد نام یا دوسرے فرد کے ساتھ مشترکہ طور پر ماہانہ آمدنی اسکیم کھول سکتا ہے۔ ایک بار میں 4.5 لاکھ (واحد نام کھاتے کے معاملے میں) اور 9 لاکھ روپے ہے۔ (مشترکہ کھاتے کے معاملے میں) تک جمع کیا جا سکتا ہے۔ کھاتہ دار کو سود ماہانہ طور پر کیا جاتا ہے یا پانچ سال کے آخر میں کھاتہ دار کو جمع رقم ادا کی جاتی ہے۔ کھاتہ دار کو پاس بک جاری کی جاتی ہے۔ پختگی سے پہلے رقم نکالنے کی اجازت نہیں ہوتی۔

2.3 انشورنس (بیمہ)

آپ جانتے ہیں کہ ہر کاروبار کو مختلف خطروں کا سامنا کرنا پڑتا ہے۔ مثال کے طور پر ملازمت کے تعلق سے ملازم کے ساتھ حادثہ پیش آنا، نقل وحمل کے دوران مال کا نقصان، مال گودام میں آگ لگ جانا وغیرہ جیسے حادثات ہو سکتے ہیں۔ ان سبھی حالات میں سارا نقصان کاروباری یا مالک کو برداشت کرنا پڑتا ہے۔ لیکن آج کل جوکھم یا نقصان کو پوری طرح نہیں برداشت کرنا پڑتا ہے۔ بیمہ کاروبار ان خطرات سے ہونے والے نقصانات سے حفاظت کرتا ہے۔ یہ ایک معمولی قیمت پر ہوتا ہے جسے بیمہ کی قسط کہا جاتا ہے۔ دوسرے الفاظ میں یہ تاجر کی نقصان کے ازالے میں مدد کرتا ہے۔ مکمل یا جزوی طور پر بیمہ کمپنیوں کے ذریعے نقصان جو کہ کاروبار کے دوران مختلف حادثات کے سبب ہو سکتا ہے ادائیگی کر دی جاتی ہے۔ بیمہ کے متعلق مفصل گفتگو سے قبل کاروبار کے اندیشے/ خطرے، ان کی نوعیت اور بیمہ کی اہلیت کے متعلق مختصر تصور حاصل کرنا لازمی ہے۔

کاروباری خطرہ سے مراد کچھ ایسے واقعات کے ہونے پر نقصان یا نقصان کا امکان ہے جو کسی کے قابو سے باہر ہیں۔ ہر قسم کے کاروباری خطرات بیمہ کے تحت نہیں آتے۔ کچھ خطرات بیمہ کے قابل ہیں جبکہ دیگر غیر بیمہ کے قابل ہیں۔ واضح طور پر، آگ، چوری، زلزلے، سیلاب وغیرہ کی وجہ سے ہونے والے نقصان کا خطرہ۔ برائے نام رقم کی ادائیگی پر بیمہ کیا جا سکتا ہے۔ ان کو بیمہ شدہ خطرات کہا جاتا ہے۔ لیکن، فیشن میں تبدیلی، مارکیٹ میں نئی مصنوعات متعارف کرانے یا حکومت کی پالیسی میں تبدیلی کی وجہ سے کسی پروڈکٹ کی مانگ میں کمی کی وجہ سے ہونے والے نقصان کے خطرے کا بیمہ نہیں کیا جا سکتا۔ ان کو غیر بیمہ خطرات کہا جاتا ہے۔ غیر بیمہ شدہ خطرات کو مکمل طور پر تاجر کو برداشت کرنا پڑتا ہے۔

ہندوستان میں بیمہ کی ایک طویل تاریخ ہے۔ ہمارے قدیم صحیفوں منو (منوسمرتی) یگنوالکیہ (دھرم شاستر) اور کوٹلیہ (ارتھ شاستر) میں بھی ایسے وسائل کے جمع ہونے کا ذکر ملتا ہے جنہیں آگ، سیلاب، قحط اور زلزلوں جیسی آفات کے وقت دوبارہ تقسیم کیا جا سکتا ہے۔ موجودہ شکل میں بیمہ 1818 کا ہے جب کولکتہ میں انیتا بھاوسر نے یورپی برادری کی ضروریات کو پورا کرنے کے لیے اورینٹل لائف انشورنس کمپنی کا آغاز کیا تھا۔ ہمارے ملک کی سب سے قدیم موجودہ انشورنس کمپنی نیشنل انشورنس کمپنی ہے، جو 1906 میں قائم ہوئی تھی اور اب بھی کاروبار میں ہے۔

2.3.1 بیمہ کا مفہوم

اصطلاح بیمہ کا مفہوم دو فریقوں کے درمیان معاہدہ ہے۔ ایک فریق کو بیمہ کرانے والا اور دوسرے کو بیمہ کرنے والے کہا جاتا ہے۔ بیمہ کرنے والے ایک متعین رقم (قسط) کے عوض کسی حادثہ کے واقع ہونے کے صورت میں، بیمہ کرانے والے کو خطرے یا اندیشے کی صورت میں ہونے والے نقصان کا معاوضہ ادا کرتے ہیں۔ بیمہ کے معاہدہ کے دستاویز کو "بیمہ پالیسی" کہتے ہیں فرد جس کے جو کھم کا بیمہ ہوتا ہے، بیمہ شدہ کہا جاتا ہے اور وہ رقم جس کے عوض بیمہ کرنے والے، نقصان کا معاوضہ ادا کرنے کو راضی ہوتے ہیں اسے پریمیم کہا جاتا ہے۔

اس طرح بیمہ کی تشریح یوں کی جا سکتی ہے کہ بیمہ کرنے اور کرانے والوں کے درمیان ایسا معاہدہ جس کے تحت ایک متعین رقم (پریمیم) کی ادائیگی کے عوض بیمہ کرانے والے کو کسی حادثہ کے واقع ہو جانے کی صورت میں (مثال ایک مخصوص عمر تک پہنچنے یا موت واقع ہونے) یا خطرے یا اندیشے کے واقع ہونے کے سبب حقیقی نقصان کے عوض متعین رقم کی ادائیگی کی جاتی ہے۔

2.3.2 بیمہ کی اہمیت

(a) جو کھم کے خلاف حفاظت: بیمہ کمپنی تجارت میں شامل خطروں/ جو کھم سے حفاظت فراہم کراتا ہے۔ تحفظ، بیمہ کرانے والے کے ذریعے برداشت کیے گئے نقصانات کے معاوضہ کی صورت میں ہوتا ہے۔

(b) خطرے کی تقسیم: بیمہ خطرے/ اجو کھم میں شریک ہونے میں مدد کرتی ہیں۔ عملی طور پر لوگوں کی ایک بڑی تعداد پریمیم کی ادائیگی کے عوض بیمہ کرانا چاہتی ہے۔ ان قسطوں سے ایک فنڈ کا قائم کیا جاتا ہے۔ اس طرح جمع ہوئے فنڈ/ سرمایہ کا استعمال چند لوگوں کو جنھیں

نقصان برداشت کرنا پڑتا ہے، معاوضہ دینے کے لیے کیا جاتا ہے۔ نتیجتاً نقصان لوگوں کی ایک بڑی تعداد- کے درمیان تقسیم ہو جاتا ہے۔

(c) قرض کے حصول میں مددگار: بینک یا مالی ادارے عام طور پر ضمانت سیکورٹی کی بنیاد پر قرض کی منظوری سے قبل اشیا یا املاک کا بیمہ کرانے پر زور دیتے ہیں۔ اس لیے بیمہ، مالی اداروں کے ذریعے دیئے گیے قرض اور پیشگی کو حاصل کرنے میں بھی سہولت فراہم کراتا ہے۔

(d) مختلف مزدور قانون کے تحت واجبات کے مقابلے تحفظ: بیمہ کمپنی ملازمین کے زخمی ہونے یا زخم کے مہلک ہو جانے کی صورت میں یا جزوی یا مکمل معذوری اور بیماری وزچگی کے لیے بھی ملازمین کو واجب الادا تلافی کے معاملے میں کاروباریوں کو تحفظ فراہم کرتی ہے۔

(e) معاشی ترقی میں تعاون: انشورنس کمپنیوں میں جمع کردہ سرمائے کی مختلف اقسام کی ضمانتوں اور منصوبوں میں سرمایہ کاری کی جاتی ہے جو ملک کی اقتصادی ترقی میں معاون ہوتی ہے۔

(f) ملازمت/ روزگار کے مواقع: انشورنس کمپنیاں لوگوں کی ایک بڑی تعداد کو مستقل طور پر روزگار بھی فراہم کراتی ہیں۔ متعدد لوگ انشیدرنس ایجنٹ (نمائندہ) کے طور پر کام کر کے اپنی روزی کماتے ہیں۔

(g) سماجی تحفظ: لائف انشیر رنس، ضعیف العمر اور قبل از وقت موت کے جوکھموں کے مقابلے سیکورٹی فراہم کرتا ہے۔ اس کے علاوہ ریاستی ملازمین انشورنس اسکیم کے ذریعے ملازمین کو بھی سماجی تحفظ فراہم کرایا جاتا ہے جس کی بنا پر حادثاتی خطرات کا احاطہ ہوتا ہے۔

2.3.3 انشورنس (بیمہ) کی اقسام

انشورنس کے موضوع اور خطرات/ جوکھم کی نوعیت کی بنیاد پر موٹے طور پر اس کی اصناف بندی درج ذیل طور پر جا سکتی ہے۔

(a) زندگی کا بیمہ (b) عام بیمہ

(i) آگ لگنے کا بیمہ

(ii) سمندری جہازوں کا بیمہ

(iii) دیگر اقسام کے بیمہ

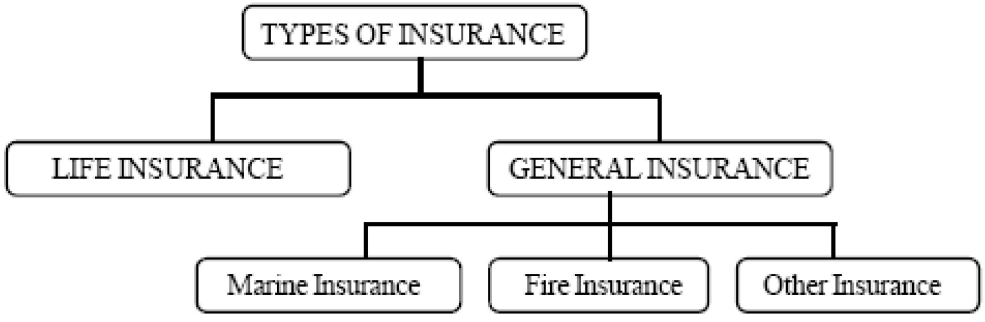


Fig. 2.2 Types of Insurance

اب ہم ان اقسام کا مختصر جائزہ لیتے ہیں۔

(a) **زندگی کا بیمہ:** ایک انسان ہونے کے ناطے ہم مختلف اقسام کے خطرات (جوکھم) کا سامنا کرتے ہیں۔ایک انسان کسی بیماری یا حادثہ کے سبب ناگہانی موت کا سامنا کرسکتا ہے۔ایسی صورت میں مرنے والے کے خاندان کو مالی مشکلات کا سامنا کرنا پڑسکتا ہے۔ اسی طرح ضعیف العمری میں وافر رقم/سرمایہ نہیں ہوتا کہ وہ آرام دہ زندگی گزار سکے۔ایک اور صورتحال ہوتی ہے جب اسے خطیر رقم کی ضرورت ہوتی ہے جیسے لڑکے یا لڑکی کی شادی، اعلیٰ تعلیم وغیرہ۔زندگی کا بیمہ ایک معاہدہ ہے، جو آپ کی اس قسم کی صورت حال میں حفاظت کرتا ہے۔اس میں بیمہ کرنے والا بیمہ کرانے والے کے انتقال یا کسی مخصوص مدت کے ختم ہونے کے بعد بیمہ کرانے والے کے ذریعہ ایک محفوظ رقم (قسط) کی ادائیگی یک مشت یا قسطوں میں ادا کرنے کی ذمہ داری لیتا ہے۔چونکہ بیمہ شدہ کو خطرہ/جوکھم کا واقع ہونا یقینی ہے اور وہ رقم جس کا بیمہ کرایا گیا ہے اس کی ادائیگی بھی دیر یا سویر ہوئی ہی ہے۔زندگی کے بیجے کے معاہدہ کو زندگی بیمہ بھی کہا جاتا ہے۔زندگی کا بیمہ کی پالیسی کی شروعات غیر یقینی زندگی کے تحفظ کے طور پر کی گئی تھی اور بتدریج اس کا دائرہ عمل وسیع ہوتا گیا۔دوسرے میدانوں میں صحت کا بیمہ، معذوری کا بیمہ، پنشن منصوبہ وغیرہ ہیں۔زندگی بیمہ پالیسی کی دو بنیادی اقسام ہیں

(a) **پوری زندگی کی پالیسی:** پوری زندگی کی پالیسی کے معاملے میں قسط کی ادائیگی باقاعدہ طور سے پوری زندگی کی جاتی ہے یا ایک متعین مدت کے لیے۔بیمہ شدہ رقم کی ادائیگی بیمہ کرانے والے کے انتقال کے بعد اس کے وارثوں کو کردی جاتی ہے۔اس قسم کی پالیسی اس لیے لی جاسکتی ہے کہ بیمہ کرانے والا اپنی موت کے بعد اپنے وارثان کو مالی امداد فراہم کرنا چاہتا ہے۔

(b) **وقف (endowment) پالیسی:** دوسری طرف وقف پالیسی ایک مخصوص مدت یا عمر تک چلتی ہے اور بہیمہ شدہ رقم کی ادائیگی مخصوص مدت کے بعد یا اس شخص کے انتقال کے بعد اگر یہ پہلے واقع ہوجائے تو ہوتی ہے۔یہ پالیسی سب سے عام پالیسی ہے جسے لوگ کراتے ہیں۔

ان اقسام کے علاوہ انشورنس کمپنیاں لوگوں کو راغب کرنے کے لیے متعدد دیگر اقسام کی پالیسیوں کی پیشکش کرتی ہیں۔ ہم ان پالیسیوں پر مختصر بحث کریں گے۔

(i) **مشترک زندگی بیمہ:** اس پالیسی کے تحت دو یا دو سے زائد افراد کی زندگی کا بیمہ مشترک طور پر کیا جاتا ہے۔بیمہ شدہ رقم کی ادائیگی کسی بھی ایک فرد کی موت واقع ہونے کی صورت میں زندہ رہنے والے فرد کو ادا کی جاتی ہے۔عام طور پر یہ پالیسی شوہر اور بیوی کے ذریعے مشترک طور پر یا کسی ادارے کے دو ساتھی کے ذریعہ مشترک طور پر لی جاتی ہے۔

(ii) **رقم واپسی کی پالیسی:** برخلاف عام وقف انشورنس پالیسی منصوبہ کے جہاں زندہ رہنے والے کو منافع کی صرف منصوبہ (پالیسی) کی مدت مکمل ہونے پر ہی ادائیگی ممکن ہے۔اس منصوبے کے تحت پالیسی رکھنے والے کو وقفے سے ادائیگی کرنے کا منصوبہ ہوتا ہے مثال کے طور پر ایک 20 سالہ رقم واپسی منصوبہ میں انشورنس کی گئی رقم کا 20 فی صد کی ادائیگی ہر ایک 5، 10 اور 15 سالوں کے بعد کی جاتی ہے اور بقیہ 50 فی صد بونس کے ساتھ 20 ویں سال کی جاتی ہے۔

(iii) **پنشن پلان (منصوبہ):** اس منصوبہ کے تحت بیمہ کرائی گئی رقم بیمہ کرانے والے (پالیسی ہولڈر) کو مقررہ مدت کے بعد بھی ملتی

رہتی ہے۔ یہ رقم اسے ماہانہ، سہ ماہی، ششماہی یا سالانہ قسطوں میں ملتی رہتی ہے۔ یہ منصوبہ ان لوگوں کے لیے فائدہ مند ہے جو ایک خصوصی عمر کے بعد مستقل آمدنی کی خواہش رکھتے ہیں۔

(iv) **اکائی منصوبے (Plans Unit)**: یہ منصوبہ انشورنس کور اور سرمایہ کاری یعنی دوہرے فائدہ کی پیشکش کرتا ہے۔ ہیمہ کرانے والے کے ذریعے قسطوں کی ادائیگی کا اطلاق (استعمال) مختلف کمپنیوں کے شیئر (Share) اور ڈیبچر (Debenture) خریدنے میں کیا جاتا ہے۔ میعادی ادائیگی رقم سرمایہ کاری کے منافع پر بہت حد تک منحصر ہوتی ہے۔

(v) **گروپ بیمہ اسکیم**: اس کا مقصد لوگوں کے گروپ کو کم قیمت پر زندگی کے بیمہ کا تحفظ دینا ہے۔ یہ منصوبہ کسی تجارتی گھرانے یا دفتر میں کام کرنے والے ملازمین کے گروپ کے لیے موزوں ہے۔

(b) فائر انشورنس (آگ لگنے کے خطرے کا بیمہ)

فائر انشورنس ایک معاہدہ ہے جس میں بیمہ کرنے والی (Insurer) کمپنی قسطوں کی ادائیگی کے عوض آگ لگنے سے ہونے والے نقصانات کا معاوضہ بیمہ کرانے والے کو مہیا کراتی ہے۔ رقم کی ادائیگی یک مشت کرنا ہوتی ہے۔ فائر انشورنس کا معاہدہ عام طور پر ایک سال کی مدت کے لیے ہوتا ہے جو سال گزرنے کے بعد خود بخود ختم ہو جاتا ہے۔ اگر چہ کوئی چاہے تو ایک خاص وقت تک قسطوں کی ادائیگی کے ذریعہ اس پالیسی کو دوبارہ بھی جاری رکھ سکتا ہے۔

آگ لگنے سے ہونے والے نقصانات کا کلیم دو شرطوں پر ادا کیا جاسکتا ہے:

(i) آگ حقیقی معنوں میں لگی ہو اور

(ii) آگ حادثے کے طور پر لگی ہو نہ کہ دانستہ لگائی گئی ہو۔ حالانکہ آگ کی وجہ غیر اہم ہوتی ہے۔

آگ کے بیمہ کا معاہدہ معاوضہ (تلافی) کا معاہدہ ہوتا ہے۔ جس کا مطلب ہے کہ بیمہ کرانے والا، املاک کے نقصان یا بربادی، آگ کے ذریعے ہونے والے نقصان سے کچھ بھی زیادہ یا پالیسی کی رقم سے زیادہ کا دعوی نہیں کرسکتا۔ (ان دونوں میں سے جو بھی کم ہو) یہ بات قابل غور ہے کہ آگ لگنے سے ہونے والے نقصان میں آگ بجھانے میں ہونے والے خرچ کی رقم بھی شامل ہے، جو آگ کے نقصانات کو کم سے کم کرنے کے لیے کی گئی ہو۔

(c) سمندری انشورنس

یہ ایک معاہدہ ہے، جس کے ذریعے انشورنس کمپنی کسی جہاز یا مال ڈھونے والے جہاز کے مالک کو اس خطرے کے عوض دیتی ہے، جو کسی سمندری حادثہ کے سبب واقع ہوتا ہے۔ سمندری سفر کے دوران، ایک جہاز کئی طرح کے خطرے کا سامنا کرتا ہے۔ جیسے دوسرے جہاز سے ٹکر، چٹان سے ٹکر، آگ، طوفان وغیرہ جیسے خطرات ان سبھی صورتحال میں مکمل نقصان کو تین زمروں میں تقسیم کیا گیا ہے

(i) جہاز کا نقصان

(ii) مال کا نقصان اور

(iii) مال بھاڑے (کرایہ کا نقصان)۔

سمندری انشورنس میں مال کے نقصان کا بیمہ کرایا جاتا ہے، جس کو کارگو انشورنس بھی کہا جاتا ہے۔ اگر جہاز کے نقصان کا بیمہ کرایا جاتا ہے تو اسے جہاز یا جہاز کے ڈھانچے کا انشورنس کہتے ہیں۔ مزید برآں کرایہ عام طور پر کارگو (Cargo) کے مالک کو جہاز کے بحفاظت بندرگاہ یا منزل مقصود پر پہنچنے کے بعد ادا کیا جاتا ہے۔ اس لیے جہاز کی کمپنیاں مال کے کرایہ کے نقصان کے خطرے کا بیمہ کراتی ہیں۔ اس طرح کے سمندری انشورنس کو مال کے کرایہ کا انشورنس بھی کہتے ہیں۔

(d) دیگر اقسام کے انشورنس (بیمہ)

زندگی، آگ اور سمندری بیمے کے علاوہ عام انشورنس کمپنی دوسرے اقسام کے خطرات کا مختلف منصوبوں کے ذریعے بیمہ کرتی ہیں ان میں سے چند خطرات کے مختلف منصوبوں کا ذیل میں ذکر کیا گیا ہے۔

(i) موٹر گاڑی کا انشورنس: سواری گاڑی، دین، مسافر گاڑیاں، موٹر سائیکل، اسکوٹر وغیرہ کا بیمہ حادثہ، چوری سے نقصان، زخمی ہونے کے سبب نقصان یا حادثہ میں کسی تیسرے فریق کی موت وغیرہ کے نقصانات کا بیمہ بھی انشورنس کمپنیاں کرتی ہیں۔ حقیقت میں تیسرے فریق کے لحاظ سے موٹر گاڑی کا بیمہ لازمی ہے۔

(ii) صحت کا بیمہ: یہ بیمہ پالیسی ہولڈر کے زخمی ہونے یا بیماری کے علاج میں ہونے والے طبی اخراجات (میڈیکل) سے تحفظ فراہم کراتا ہے۔ اسے طبی انشورنس (میڈیکل انشورنس) کے نام سے بھی جانا جاتا ہے۔ آج کل اس قسم کے بیچے کافی مقبول ہیں۔

(iii) فصل کا بیمہ: اس قسم کا بیمہ سیلاب یا خشک سالی کے سبب فصل خراب ہونے کی وجہ سے کسانوں کو ہونے والے نقصان سے تحفظ فراہم کرتا ہے۔

(iv) نقد روپے کا بیمہ: یہ بینکوں اور دیگر تجارتی اداروں کے نقل وحمل کے دوران ہو ہونے والے نقد روپے کے نقصان سے تحفظ فراہم کراتا ہے۔

(v) مویشی بیمہ: اس قسم کا بیمہ گائے، بھینس، بیل وغیرہ کے حادثہ یا بیماری کے سبب ہونے والی موت کے سبب ہونے والے نقصان کے خطرے سے تحفظ دیتا ہے۔

(vi) راجیشوری مہیلا کلیان بیمہ منصوبہ: اس قسم کا بیم؟ بیم؟ شدہ خواتین کے خاندان کے افراد کو ان کے انتقال یا معذور ہونے کی صورت میں اس کے خاندان کے افراد کو امداد فراہم کراتا ہے۔

(vii) امرتیا شکشا یوجنا بیمہ منصوبہ: یہ منصوبہ دست نگر بچوں کی تعلیم کے لیے ہے۔ اگر بیمہ کرانے والے والدین کو جسمانی چوٹ پہنچتی ہے جس کے سبب ان کا انتقال ہو جاتا ہے یا مستقل طور پر معذوری ہو جاتی ہے تو بیمہ کمپنی بیمہ کرانے والے والدین کے دست نگر بچوں کی تعلیم کے اخراجات فرہم کراتی ہے۔

(viii) چوری کا بیمہ: اس بیمے کے تحت انشورنس کمپنی چوری کے سبب ہونے والے نقصانات کا ذمہ لیتی ہے۔ جیسے منقولہ سامان کا نقصان، چوری وغیرہ۔

(ix) وفاداری کی ضمانت کا بیمہ: ملازمین کے ذریعے نقد روپیے کے نین یا سامانوں کے نین کے سبب ہونے والے نقصان کے

خطرے اندیشے کے خلاف تحفظ کے طور پر تاجر بیمہ کی خواہش رکھتے ہیں۔ملازمین کے ذریعے دھوکہ اور فریب، بے ایمانی وغیرہ کے سبب جو نقصان ہوتے ہیں اس کے ازالہ کے لیے بیمہ کی سہولت فراہم کی جاتی ہے۔اسے وفاداری ضمانتی بیمہ کہتے ہیں۔

2.3.4 بیمہ کے اصول

بیمہ معاہدہ کی قانونی حیثیت چند مبینہ اصولوں پر مبنی ہوتی ہے جن کا اطلاق مختلف قسم کے بیموں پر ہوتا ہے، جو مندرجہ ذیل ہیں۔

(a) **حتی الامکان اعتماد کا اصول:** بیمہ کا معاہدہ، باہمی بھروسہ اور اعتماد کا معاہدہ ہوتا ہے۔دونوں فریقین معاہدہ میں شامل ہوتے ہیں جیسے بیمہ کرنے اور کرانے والے کو بیمہ سے متعلق سارے حقائق کو لازمی طور پر عیاں کرنا ہوتا ہے۔زندگی کے بیچے کے معاملے میں تجویز کردہ کو ایمانداری کے ساتھ صحت، عادات، ذاتی تفصیل، خاندانی تفصیل وغیرہ سے متعلق معلومات کو ظاہر کرنا لازمی ہے۔کسی مادی حقیقت کو پوشیدہ رکھنے کی صورت میں معاہدہ جائز نہیں ہوگا۔اسی لیے خطرے کی پیمائش صرف بیمہ سے متعلق حقیقت کی بنیاد پر ہی کی جاتی ہے۔

(b) **بیمہ میں دلچسپی کے اصول:** اس اصول کے مطابق بیمہ کرانے والے کی بیمہ کے مواد میں قابل بیمہ مفاد کا ہونا لازمی ہے جس کا مطلب اس میں مالی دلچسپی یا مفاد کی موجودگی ہے۔کوئی اسی صورت میں بیمہ شدہ جائیداد یا زندگی میں قابل بیمہ دلچسپی رکھے گا جب وہ اس کے قائم رہنے یا اس کے نقصان یا تباہی سے حاصل کرنے کے مفاد سے منسلک ہو۔مثال کے لیے ایک فرد کو اپنی خود اور اپنی بیوی کی زندگی میں قابل بیمہ مفاد ہو۔اسی طرح ایک بیوی اپنے شوہر کی زندگی کا بیمہ کرانے میں دلچسپی رکھتی ہے۔جہاں تک جائیداد کا سوال ہے تو عام طور پر جائداد/ املاک کے معاملے میں مالک ہی قابل بیمہ دلچسپی رکھتا ہے۔لیکن جب وہ کسی ہاؤسنگ فائنانس کمپنی سے قرض لے کر مکان بناتا ہے تو یہ کمپنی بھی اس مکان میں دلچسپی لیتی ہے۔وہ بھی اس مکان کا بیمہ کرانا چاہتا ہے۔یہ بات قابل غور ہے کہ زندگی کے بیچے کے معاملے میں بیمہ میں قابل بیمہ پالیسی لینے کے وقت ہی موجود ہوگا۔سمندری بیمہ کے معاملے میں بیمہ میں قابل جائیداد نقصان یا بربادی کے وقت موجود ہوگا۔آگ بیمہ کے معاملے میں یہ مفاد پالیسی لیتے وقت یا املاک کی تباہی یا نقصان کے وقت ہوگا۔

(c) **معاوضہ (تلافی) کے اصول:** اصطلاح "معاوضہ کا مفہوم کسی کو حقیقی نقصان کے عوض تلافی کرنا یا اسے حادثہ سے قبل والے حالت میں لانا، یا بحال کرنا ہے جس حالت میں وہ بیمہ کرائے گئے حادثہ سے قبل تھا۔اس اصول کا اطلاق دیگر بیمہ پر بھی ہوتا ہے سوائے زندگی کے کیونکہ زندگی کے نقصان کی بحالی ممکن نہیں ہے۔معاوضہ کے اصول سے مراد یہ ہے کہ بیمہ کرانے والوں کو بیمہ معاہدہ سے منافع حاصل کرنے کی اجازت نہیں ہے۔کسی بیمہ شدہ حادثہ یا واقعہ سے متعلق معاہدہ کے ذریعے معاوضہ کی ادائیگی حقیقی معنوں میں ہونے والے نقصانات یا بیمہ کرائی گئی رقم کی بنیاد پر ہوتی ہے یا جو بھی کم ہو۔ایک شخص نے اپنے مکان کا بیمہ آگ کے حادثے کے مقابل 20 لاکھ روپے کے عوض کرایا۔اگر حادثہ رونما ہو گیا اور اس شخص کا اپنے مکان کی مرمت میں مبلغ 5 لاکھ روپے کا خرچ ہوا تو وہ صرف 5 لاکھ کے نقصان کا دعوی کرسکتا ہے نہ کہ پوری بیمہ شدہ رقم کا۔

(d) **اشتراک کا اصول:** کسی بھی یکساں نشے کا بیمہ ایک سے زیادہ بیمہ کمپنیوں کے ذریعے کرایا جاسکتا ہے۔اس صورت میں معاوضے

کی رقم کا دعوٹی دونوں کمپنیوں کی مدد سے یا تعاون سے ادا کیا جائے گا۔ اگر ایک بیمہ کمپنی نے پورا معاوضہ تنہا ہی ادا کر دیا تو دوسری بیمہ کمپنی کو پہلے والی کمپنی سے معاوضہ کی ادائیگی اسی تناسب سے کرنے کو کہا جا سکتا ہے۔ یہ بات قابل غور ہے کہ ایک سے زیادہ بیمہ کمپنی سے بیمہ کرانے پر کسی ایک بیمہ کمپنی سے معاوضہ کا دعوی کیا جا سکتا ہے لیکن اصل نقصان سے زیادہ کا معاوضہ حاصل نہیں کیا جا سکتا۔

(e) **قرضے کی منتقلی کا اصول:** اس اصول کے مطابق، بیمہ شدہ کے دعوی کا فیصلہ ہونے کے بعد بیمہ کے مالکانہ حقوق بیم؟ کار کمپنی کو منتقل ہو جاتے ہیں۔ دوسرے الفاظ میں اگر نقصان زدہ املاک کی کوئی قیمت ہے تو اسے بیمہ شدہ فرد کو رکھنے کی اجازت نہیں ہے کیونکہ اس طرح بیمہ کرانے والے کو اصل نقصان سے زیادہ حاصل ہو جائے گا جو معاوضے کے اصول کے خلاف ہے۔ جب ایک لاکھ روپیے سے زیادہ کا نقصان کسی حادثے کے سبب ہو اور انشورنس کمپنی بیمہ کرانے والے کو مکمل معاوضہ ادا کر دے تو بیمہ کمپنی اس املاک (نقصان شدہ) کو اپنے قبضے میں لے لیتی ہے اور اسے اس املاک کو فروخت کرنے کا بھی حق حاصل ہے۔

(f) **تخفیف کے اصول:** کسی حادثے کے واقع ہونے پر بیمہ کرانے والے (Insured) کو اس بیمہ کرائے ہوئے معاملے میں ہونے والے نقصانات کو کم سے کم کرنے کے لیے ہر ممکن اقدامات کرنے لازمی ہیں۔ یہ اصول اس بات کو یقینی بناتا ہے کہ بیمہ کرانے والا انشورنس پالیسی لینے کے بعد اس کی سلامتی سے بے توجہی نہ برتے اور نہ اسے نظر انداز کرے۔ بیمہ کرانے والے سے یہ امید کی جاتی ہے کہ وہ اس طرح برتاؤ کرے جیسے اس نے اس چیز کا بیمہ نہیں کرایا ہے۔ اگر املاک اثاثہ کی حفاظت کے غرض سے مناسب اقدامات نہیں کیے گئے تو بیمہ کرانے والے (Insured) کو بیمہ کمپنی سے پورا معاوضہ نہیں مل سکتا ہے۔ مثال کے طور پر اگر کسی مکان کا آگ لگنے کے عوض بیمہ کرایا گیا ہے اور آگ لگ جاتی ہے تو مالک کو آگ بجھانے کے لیے ہر ممکن اقدامات کرنے لازمی ہیں تا کہ نقصان کم سے کم ہو۔ اسی طرح جب ایک مکان کا چوری کے عوض بیمہ کرایا گیا ہو تو اُسے (مالک) چوری روکنے کے لیے ہر ممکن احتیاطی اقدامات کرنے ہوں گے۔

(g) **نزدیکی اسباب کے اصول:** اس اصول کے مطابق بیمہ کرانے والا صرف اسی صورت میں معاوضہ کا دعوی کر سکتا ہے جب نقصان کا سبب صرف بیمہ والے حادثہ واقعہ سے ہو۔ دوسرے الفاظ میں جب تک کہ واقعہ/ حادثے کا سبب سب سے قریبی نہ ہو۔ بیمہ کرانے والا انشورنس کمپنی سے نقصان کے معاوضے کا دعوی نہیں کر سکتا۔ مثال کے طور پر نارنگی لے جانے والے جہاز کا حادثہ کے مقابل بیمہ کرایا گیا تھا۔ یہ جہاز بندرگاہ پر محفوظ پہنچ گیا لیکن نارنگی کے جہاز سے اترنے میں دیر ہو گئی جس کے نتیجے میں نارنگی خراب ہو گئی۔ ہمہ کرنے والی کمپنی نقصان کے لیے کوئی معاوضہ نہیں ادا کرے گی کیونکہ نقصان کا نزدیکی سبب جہاز سے اتارنے میں ہوا نہ کہ سمندری سفر میں کسی حادثہ کی وجہ سے۔

2.4 نقل وحمل

آپ اس بات سے بخوبی واقف ہیں کہ مصنوعات کسی ایک مقام پر بنائی جاتی ہیں اور ان کا استعمال مختلف مقامات پر کیا جاتا ہے کیونکہ آج کل اشیا کے بازار ملک کے وسیع وعریض علاقے میں دور دراز تک پھیلے ہوئے ہیں یہاں تک کہ بیرونی ممالک میں بھی۔

لہذا اشیا کو ایک مقام سے دوسرے مقام تک ان کی کھپت یا صرف کے لیے لے جانا ہوتا ہے۔ مال اور مسافروں کے ایک مقام سے دوسرے مقام تک لے جانے کے عمل کو نقل وحمل کے نام سے جانا جاتا ہے۔ نقل وحمل میں استعمال کے طریقے سڑک کے راستے، ریل کے راستے، ہوائی اور یا آبی راستے کہے جاتے ہیں۔ حقیقت میں نقل وحمل پیداوار کے درمیان دوری کی رکاوٹ کو دور کر کے اشیا کے لیے افادیت کا مقام تیار کرنے کے لیے تجارتی سرگرمیوں میں سہولت پیدا کرتا ہے۔

قدیم زمانے میں زمین اور پانی کے ذریعے نقل وحمل مقبول تھی۔ تجارت کو زمین اور سمندر دونوں کے ذریعے برقرار رکھا جاتا تھا۔ سمندری تجارت عالمی تجارتی نیٹ ورک کی ایک اہم شاخ تھی۔ مالا بار کوسٹ، جس پر موزیریس واقع ہے، کی بین الاقوامی سمندری تجارت کی رومی سلطنت کے دور کی ایک طویل تاریخ ہے۔ رومی سلطنت میں کالی مرچ کی خاص قدر کی جاتی تھی اور اسے 'بلیک گولڈ' کے نام سے جانا جاتا تھا۔ صدیوں تک، یہ راستے پر غلبہ حاصل کرنے کے لیے مختلف سلطنتوں اور تجارتی طاقتوں کے درمیان دشمنی اور تنازعات کی وجہ بنی رہی۔

چوتھی صدی میں موریائی حکمرانی کے دوران سڑکوں کی ترقی میں زبردست تبدیلی آئی۔ موریہ دربار میں یونانی سفیر میگاستھینز نے لکھا ہے کہ موریہ سلطنت نے مواصلات کو آسان بنانے کے مقصد سے سڑکیں تیار کرنے کے لیے ایک بڑی چھلانگ لگائی۔ مواصلات کے ایک ذریعہ کے طور پر سڑکوں نے ترقی کے پورے عمل میں کلیدی اہمیت اختیار کر لی تھی۔

2.4.1 نقل وحمل (ٹرانسپورٹ) کی اہمیت

(a) نقل وحمل مال کی تقسیم میں ملک کے اندر اور سرحدوں کے باہر ایک اہم رول ادا کرتا ہے۔

(b) نقل وحمل مختلف بازاروں میں قیمتوں کی پائیداری اور یکسانیت بنائے رکھنے میں مدد کرتا ہے اور مختلف مقامات پر اشیا کی بدلتی ہوئی مانگ کے مطابق اس کی سپلائی کو مافق بنانے میں کامیاب ہوتا ہے۔

(c) صارفین کو اپنے گھروں میں اشیا کو حاصل کرنے کا فائدہ ہوتا ہے اور مسابقتی قیمتوں پر اشیا کے وسیع تر انتخاب کا موقع فراہم کرتا ہے۔

(d) یہ صنعت کے لیے خام مال کو مسلسل مہیا کرانے کو یقینی بناتا ہے۔

(e) مواد کے داخلی بہاؤ اور تیار اشیا کے بیرونی بہاؤ میں سہولت پیدا کر کے بڑے پیمانے پر صنعتوں کے نمو میں تعاون کرتا ہے۔

(f) بہتر نقل وحمل کے نظام سے بین الاقوامی مقابلے میں حوصلہ افزائی ہوتی ہے۔ یہ مختلف ممالک کے خرید وفروخت کرنے والوں کو عالمی بازار تک پہنچنے میں مدد کرتا ہے۔

2.4.2 نقل وحمل کے طریقے

ہم ایک مقام سے دوسرے مقام تک سفر کرنے کے لیے کار، بس یا ٹرین کو ذریعہ بناتے ہیں۔ لوگ کشتی، جہاز، ہوائی جہاز کا استعمال کرتے ہیں۔ ان کے ذریعے ہم ایک مقام سے دوسرے مقام تک جاتے ہیں۔ نقل وحمل کے ذرائع کو ایک مخصوص طریقے یا ذریعے کی ضرورت ہوتی ہے جس کے ذریعے یہ سفر کریں گے۔ مثال کے طور پر ایک ٹرک کو سڑک کی، ایک جہاز کو ہوا کی اور ایک پانی کے جہاز کو پانی کی ضرورت ہوتی ہے۔ اس طرح نقل وحمل کے طریقوں کی اصناف بندی کی جاسکتی ہے: (a) سڑک کے ذریعے نقل و

حمل (b) ریل کے ذریعے نقل وحمل (c) آبی راستے کے ذریعے نقل وحمل (d) ہوائی راستے کے ذریعے نقل وحمل۔ اب ہم ان سبھی نقل وحمل کے طریقوں کا مختصر جائزہ لیں گے۔

2.5 ترسیل

دو یا دو سے زائد لوگوں کے درمیان تصویری، تحریری، اشارہ یا علامت کے ذریعے خیالات، مشورہ تصویر اور اطلاعات کے تبادلہ کا عمل ترسیل کہلاتا ہے۔ ترسیل میں ہمیشہ ایک پیغام شامل ہوتا ہے جسے فریقین کے درمیان منتقل کیا جاتا ہے۔ اس میں کم سے کم دو فریق ہوتے ہیں، ایک بھیجنے والا اور دوسرا وصول کرنے والا۔ جب موصول کرنے والا پیغام کو وصول کرتا ہے اور اس کے مطابق عمل کرتا ہے تو ترسیل کا عمل مکمل سمجھا جاتا ہے۔

ترسیل کا قدیم زمانے سے ہی رواج رہا ہے۔ قدیم قدیم لوگ غار کی پینٹنگز اور راک آرٹ کی شکل میں پائی جانے والی علامتوں کے ذریعے اپنے تاثرات کا اظہار کرتے تھے۔ بولی جانے والی زبان بھی آسانی اور سہولت کے لیے تیار کی گئی تھی اور تحریر دھات، پتھر، لکڑی یا مٹی کے برتنوں پر لکھے گئے نوشتہ جات کی شکل میں تھی۔ ابتدائی دور میں لمبی دوری کے مواصلات کی قدیم ترین شکلوں میں سے ایک دھواں کے اشارے ہیں جو عام طور پر خطرے کے اشاروں کو پہنچانے یا لوگوں کو اکٹھا کرنے کے لیے استعمال ہوتے تھے۔ کبوتر دور دراز مقامات تک پیغامات پہنچانے کے لیے اہم پیغام رساں کے طور پر کام کرتے تھے۔ بعد میں، ٹیلی گراف، ٹیلی فون اور پرنٹنگ کی ترقی ہوئی۔ آج انٹرنیٹ مواصلات جس نے ہمارے مواصلاتی نمونوں اور ہماری زندگیوں میں مکمل انقلاب برپا کر دیا ہے۔

2.5.1 ترسیل کی اقسام

استعمال کیے گئے طریقے پر مبنی ترسیل زبانی تحریری یا غیر تحریری ہو سکتے ہیں جو یہ ہیں:

(a) **لفظی ترسیل:** جب ایک پیغام زبانی الفاظ کے ذریعہ ترسیل کیا جاتا ہے تو اسے زبانی ترسیل کہا جاتا ہے۔ یہ ایک خطبہ، جلسہ، جماعتی مباحثہ، کانفرنس ٹیلیفون کے ذریعے گفتگو، ریڈیو کے ذریعے پیغام وغیرہ کی صورت میں ہو سکتا ہے۔ اسے ترسیل کا کافی پر اثر اور کفایتی طریقہ (وقت اور پیسہ دونوں کے اعتبار سے) مانا جاتا ہے۔ داخلی اور خارجی ترسیل کا یہ سب سے عام طریقہ ہے۔ زبانی ترسیل سے سب سے بڑا نقصان یہ ہے کہ اس کی تصدیق نہیں کی جا سکتی کیونکہ عام طور پر اس کا کوئی ریکارڈ نہیں رکھا جاتا ہے۔

(b) **تحریری ترسیل:** جب ترسیل تحریری الفاظ کے ذریعے کی جاتی ہے (یہ خطوط، ٹیلی گرام، اطلاع نامہ، رپورٹ وغیرہ کی شکل میں ہوتا ہے) تو اسے تحریری ترسیل کہتے ہیں۔ یہ پیغام اور فیڈ بیک کے دستاویز فراہم کرتا ہے جسے بوقت ضرورت تصدیق کے لیے استعمال کیا جا سکتا ہے۔ عام طور پر لوگ تحریری ترسیل کرتے وقت بے حد احتیاط برتتے ہیں۔ یہ رسمی ہوتا ہے اور اس میں ذاتی جذبات واحساسات کی کمی ہوتی ہے جس کی وجہ سے اسے خفیہ رکھنے میں مشکل ہوتی ہے۔

(c) **غیر لفظی ترسیل:** بغیر کسی لفظ کے استعمال کیے ہوئے ترسیل کو غیر لفظی ترسیل کہتے ہیں۔ جب کسی تصویر، گراف، علامت، نقشہ، سیٹی، بزر، ہارن وغیرہ کے ذریعے ہم پیغام کی ترسیل کی جاتی ہے تو اس قسم کے اوزاروں کی مدد سے ہونے والی ترسیل کو ساعتی

ترسیل کہتے ہیں۔ اسی طرح جسمانی اشارہ علامت کے ذریعے ترسیل ہوتی ہے۔ جسم کے مختلف اعضا یا جسمانی زبان کے ذریعے یہ اشارتی علامت ترسیل کہلاتے ہیں۔ ہمارے قومی پرچم کو سلامی دینا، قومی ترانہ کو گاتے وقت ہماری غیر متحرک حالت، ہاتھ ہلاتے ہوئے، سر کو جنبش دیتے ہوئے، چہرے پر غصہ کا اظہار کرتے ہوئے وغیرہ بھی اشارہ علامتی ترسیل کی مثالیں ہیں۔ جب کوئی استاد طالب علم کو شاباشی دیتا ہے تو یہ اس کے کام کی تعریف سمجھی جاتی ہے اور یہ عمل طالب علم کو مزید بہتر کرنے کی حوصلہ افزائی کرتا ہے۔

2.5.2 ترسیلی خدمات

پیغام بھیجنے یا پیغام کا جواب حاصل کرنے کے لیے ایک ذریعے کی ضرورت ہوتی ہے جسے ترسیلی کے ذرائع کہا جاتا ہے۔ یہ پیغام کو موصولہ تک لے جاتا ہے اور اس کا جواب لاتا ہے۔ ترسیل کے عمومی استعمال کیے جانے والے ذرائع میں ڈاک خدمات، کوریئر خدمات، ٹیلیفون، سیلفون، ٹیلی گراف، انٹرنیٹ، فیکس، ای میل، واکس میل وغیرہ ہیں۔ انھیں ترسیلی ذرائع بھی کہا جاتا ہے۔ ان میں سے سب سے اہم خدمات جو تجارت میں پر اثر ترسیل میں مدد کرتی ہیں ان کی اصناف بندی اس طرح کی جاسکتی ہے۔ (1) محکمہ ڈاک کی خدمات (ii) ٹیلی ترسلی خدمات۔

1. **محکمہ ڈاک کی خدمات:** ہندوستان میں ڈاک کا نظام 1766 میں لارڈ کلائیو کے ذریعے سرکاری ڈاک بھیجنے کے لیے شروع کیا گیا۔ 1837 میں عوام کو دستیاب کرایا گیا۔ انڈین پوسٹل سروس ڈاک خدمات کا سب سے بڑا نیٹ ورک ہے۔ جس میں پورے ملک میں 1,55,516 پوسٹ آفس (ڈاکخانے) ہیں۔ جس میں سے 1,39,120 دیہی علاقے میں ہیں۔ ان کا تعلق بنیادی طور پر خطوط، پارسلوں، لفافوں وغیرہ کا جمع کرنا، انھیں الگ کرنا اور تقسیم کرنا ہے۔ اس کے علاوہ متعدد دیگر خدمات بھی عوام کے ساتھ ساتھ تجارتی گھرانوں کو بھی فراہم کرائی جاتی ہیں۔ محکمہ ڈاک کی خدمات حسب ذیل ہیں۔

(a) ڈاک کی خدمات

محکمہ ڈاک کی خدمات کا تعلق داخلی اور بین الاقوامی دونوں قسم کی ڈاک سے ہے۔ داخلی ڈاک وہ ہے جس میں بھیجنے والا اور وصول کرنے والا دونوں اس ملک میں رہائش پذیر ہوتے ہیں۔ دوسری طرف جب بھیجنے والا اور وصول کرنے والا مختلف ممالک میں رہتے ہیں تو اسے بین الاقوامی ڈاک کہا جاتا ہے۔ جب ایک تحریری پیغام بھیجنا ہوتا ہے تو ہم ایک پوسٹ کارڈ، اٹلینڈ لیٹر یا ایک لفافے کا استعمال کرتے ہیں۔ کسی شے کو جب کسی لفافے میں بھیجنا ہوتا ہے تو ہم پارسل ڈاک کی سہولت سے فائدہ اٹھاتے ہیں۔ مطبوعہ مواد کو بھیجنے کے لیے یا مطلوبہ کتاب، ماہنامہ، مبارک باد کے کارڈز کو بھی ہم ڈاک کے ذریعے بھیج سکتے ہیں۔ جسے بک پوسٹ کہا جاتا ہے۔ ان عام ڈاک خدمات کے علاوہ چند مخصوص ڈاک خدمات بھی عوام کی سہولت کے لیے محکمہ ڈاک کے ذریعے فراہم کی جاتی ہیں جو حسب ذیل ہیں:

(i) **سرٹیفکٹ آف پوسٹنگ:** عام معمولی خطوط کے لیے محکمہ ڈاک کوئی رسید نہیں دیتا ہے لیکن اگر ترسیل کردہ ثبوت چاہتا ہے کہ اس نے واقعی کوئی مط ترسیل کیا ہے تو ڈاکخانہ سے ایک متعین فیس کی ادائیگی کے ذریعے ایک صداقت نامہ حاصل کیا جاسکتا ہے جسے سرٹیفکیٹ آف پوسٹنگ'' کہتے ہیں۔ ان خطوط کے اوپر (Under Postal Cerfificate) یو پی سی لکھنا ہوتا ہے۔

(ii) **رجسٹرڈ ڈاک:** اگر ترسیل کرنے والا چاہتا ہے کہ ڈاک قطعی طور پر جانے والے کو موصول ہو جائے یا پھر دوسری صورت میں واپس اسے موصول ہو جائے تو محکمہ ڈاک رجسٹرڈ ڈاک کی سہولت فراہم کرتا ہے۔ جس کے لیے وہ اضافی قیمت لیتا ہے اور رجسٹرڈ پوسٹ کے لیے ایک رسید جاری کرتا ہے۔

(iii) **بیمہ ڈاک:** خطوط یا پارسل کے راستے میں برباد ہونے یا نقصان/گم ہو جانے کے عوض معاوضہ دینے کی غرض سے محکمہ ڈاک بیمہ ڈاک کی سہولت فراہم کرتا ہے۔ اس کے لیے محکمہ ڈاک ایک بیمہ کرنے والے کی طرح کام کرتا ہے۔ بیمہ کی قسط (پریمیم) ترسیل کنندہ کے ذریعے ادا کی جاتی ہے۔

(iv) **اسپیڈ ڈاک:** یہ سہولت فوری، معین وقت کے اندیقینی ڈاک سپردگی چند چنندہ شہروں میں اضافی قیمت کی ادائیگی پر فراہم کی جاتی ہے۔ یہ ملک کے 100 ڈاکخانوں میں دستیاب ہے اور 97 ملکوں سے اس کا رابطہ ہے۔

(v) **پوسٹ ریسٹینٹ:** جب پانے والے کا کوئی قطعی پتہ نہیں معلوم ہو تو ترسیل کردہ اس قسم کے ڈاک کی سہولت کا فائدہ حاصل کر سکتا ہے۔ خط کو اس مقام کے پوسٹ ماسٹر کے پتہ پر روانہ کیا جا سکتا ہے جس مقام پر وہ پانے والا شخص رہتا ہے۔ پانے والا اس خط کو پوسٹ آفس سے اپنی شناخت ثابت کر کے حاصل کر سکتا ہے۔ یہ سہولت سیاحوں اور سفری سیلز مین کے لیے نہایت موزوں ہے جن کا کسی مخصوص مقام پر کوئی یقینی پتہ نہیں ہوتا یا ان لوگوں کے لیے ہے جو کسی نئے مقام پر مستقل رہائش (پتہ) کی تلاش میں ہیں۔

(b) مالی خدمات:

محکمہ ڈاک کے ذریعے مختلف مالی خدمات بھی فراہم کی جاتی ہیں۔ جیسے بچت منصوبہ، روپیے بھیجنے کی خدمات اور میچوئل فنڈ اور سیکورٹیز کی تقسیم وغیرہ۔

(1) **بچت منصوبہ:** عوام سے بچت کے فروغ کے لیے ڈاکخانہ 8 مختلف منصوبے پیش کرتا ہے۔ جس میں ڈاک خانہ بچت بینک کھاتہ، 5-سالہ ڈاکخانہ معیادی جمع منصوبہ، ڈاکخانہ معیادی جمع کھاتہ، ڈاکخانہ ماہانہ آمدنی منصوبہ، 6 سالہ قومی بچت سرٹیفکیٹ منصوبہ، 15 سالہ عوامی پراویڈنڈ فنڈ کھاتہ (C/APPF)، کسان وکاس پتر منصوبہ، عمر رسیدہ شہری (سینئر سیٹیزن) بچت کھاتہ منصوبہ 2004۔

(ii) رقم ترسیل کرنے کی خدمات: ڈاکخانہ کے ذریعے پیش کردہ سہولت کے ذریعے رقم کو ایک مقام سے دوسرے مقام پر آسانی سے منتقل کیا جا سکتا ہے۔ یہ منی آرڈر اور پوسٹل آرڈر کی صورت میں ہوتا ہے۔ ملک کے اندر اور بیرون ملک میں بھی منی آرڈر ایک حکم ہے، جو ایک ڈاکخانہ سے دوسرے ڈاکخانہ کو جاری کیا جاتا ہے، یہ حکم ایک مخصوص رقم صرف اسی شخص کو دیئے جانے کا ہے جس کا نام اس منی آرڈر میں ہے۔ روپے بھیجنے والا رقم کو ڈاکخانہ کے حوالے کر دیتا ہے اور ضروری فیس کی ادائیگی کرنے کے بعد ڈاکخانہ روپے پانے والے کو ادا کرنے کی ذمہ داری لیتا ہے۔ ایک واحد منی آرڈر فارم کے ساتھ ہم صرف 5,000 روپے تک کی رقم بھیج سکتے ہیں۔ گاہکوں کی سہولت کے لیے ڈاکخانہ مختلف اقسام کے منی آرڈر کی خدمات کی پیشکش کرتا ہے۔ جیسے عام منی آرڈر، ٹیلی گرافک منی آرڈر، سیٹلائٹ منی آرڈر، اسپیڈ پوسٹ منی آرڈر، انسٹنٹ منی آرڈر، بین الاقوامی منی ٹرانسفر خدمات وغیرہ۔ تاجروں کی سہولت کے لیے یہ کارپوریٹ منی آرڈر خدمات بھی فراہم کرتا ہے۔ منی آرڈر کی طرح ہم پوسٹل آرڈر یعنی

انڈین پوسٹل آرڈرز (IPO) سے رقم بھیج سکتے ہیں۔ایک جگہ سے دوسری جگہ رقم بھیجنے کا یہ کافی آسان طریقہ ہے اور امتحان فیس یا ملازمت کی درخواست کرتے وقت اسے خاص طور پر استعمال کیا جاتا ہے۔

(iii) **میچوئل فنڈ اور سیکیورٹیز کی تقسیم**: سرمایہ کاری کرنے والوں کو مخصوص ڈاکخانہ کے ذریعے میچوئل فنڈ اور سرکاری سیکورٹیز خریدنے کا موقع فراہم کیا جاتا ہے۔اسٹیٹ بینک آف انڈیا کو میچوئل فنڈ، پروڈینشیل ICICI،RBI / حکومت کی امدادی باؤنڈ، اور ICICI کی سیفٹی باؤنڈ ہندوستان کے 42 ڈاکخانوں میں دستیاب ہیں جن میں بنگلور، چینی، چنڈی گڑھ، دہلی اور ممبئی شامل ہیں۔

(iv) بیمہ کی خدمات: ڈاک اور پیسہ بھیجنے کے علاوہ ڈاکخانہ زندگی کا بیمہ بھی لوگوں کو فراہم کراتا ہے۔یہ پیسے دو مختلف اسکیموں کے تحت کیے جاتے ہیں۔(1) ڈاک زندگی بیمہ (PLI) (ii) دیہی ڈاک زندگی بیمہ اسکیم (RPLI)۔ڈاک زندگی بیمہ 1984 میں پوسٹ اینڈ ٹیلیگراف محکمہ۔رکے ملازمین کی فلاح و بہبود کے لیے شروع کیا گیا تھا۔بعد میں اس کی توسیع کر دی گئی اور اب یہ مرکزی و ریاستی حکومتوں کے ملازمین، پبلک سیکٹر انڈرٹیکنگ (PSU)، یونیورسٹیوں، سرکاری امداد سے چلنے والے اداروں، قومیائے ہوئے بینکوں اور مالی اداروں، مقامی ادارے جیسے میونسپلٹی اور ضلع پریشد وغیرہ کے ملازمین جن کی عمر 50 سال سے کم ہو ایک مخصوص رقم کی ادائیگی (بالاقساط) کر کے ایک متعین مدت کے لیے زندگی کا بیمہ کر سکتے ہیں۔PLI پانچ اقسام کے بیمے کی پیشکش کرتی ہے۔(1) سرکشا (Suraksha)، پوری زندگی کا بیمہ (ii) سوویدھا (Suvidha) قابل منتقلی پوری زندگی کا بیمہ (iii) سنتوش (Santosh) انڈومنٹ بیمہ (iv) سومنگل (Sumangal)) (v) یگل سرکشا پی ایل آئی ہی کی طرح ڈاکخانہ دیہی علاقوں میں رہنے والوں کو کم قسط کی شرح پر RPLI (Rural Potal Life Insurance) کے تحت یہ سہولت دیتا ہے۔اس منصوبہ کو 24 مارچ 1995 کو شروع کیا گیا تھا اور یہ درج ذیل سبھی منصوبے RPLI کے تحت دستیاب ہیں۔

(c) فروغ کاروبار خدمات

مختلف ذرائع سے ڈاک لے جانے کے علاوہ ڈاکخانہ چند خصوصی خدمات کاروباری فرموں کو فراہم کرتا ہے جو یہ ہیں:

(i) **کاروباری ڈاک**: اس خدمت کے تحت ڈاکخانہ ان لوگوں کو جو کثیر تعداد میں ڈاک بھیجتے ہیں ڈاک سے روانہ کرنے سے قبل کی سرگرمیوں کا ذمہ لیتا ہے۔ان سرگرمیوں میں بھیجنے والے کے گھر سے ڈاک کو جمع کرنا، سامان کو لفافے میں رکھنا، چسپاں کرنا اور پتہ لکھنا، ڈاک کو الگ کرنا وغیرہ شامل ہیں۔

(ii) **میڈیا ڈاک**: محکمہ ڈاک کی ایک انوکھی پیشکش ''میڈیا کارپوریٹ اور حکومت کے اداروں کے لیے ہے تا کہ میڈیا پوسٹ کے ذریعہ ان کی رسائی امکانی گاہکوں تک آسانی سے ہو سکے۔اس سہولت کے تحت (a) پوسٹ کارڈ، اٹلینڈ لیٹر اور دیگر ڈاک مصنوعات پر اشتہار کی اجازت (6) لیئر باکس پر اشتہار کی جگہ دینا وغیرہ کی سہولت ہے۔

(iii) **ایکسپریس پارسل پوسٹ**: ڈاکخانہ کارپوریٹ اور کاروباری گاہکوں کو اپنی تیز رفتار ڈاک کے ذریعہ ایک مستند، تیز رفتار اور کفایتی پارسل خدمات بھی فراہم کرتا ہے۔یہ گھر گھر جا کر 35 کلوگرام تک کے وزن کے پارسل کی سپردگی اور 50,000 تک کی رقم کی وی پی پی PostPayableValue خدمات متعین مدت کے اندر فراہم کرتا ہے۔

(iv) براہ راست ڈاک: یہ کاروباری فرموں کو پمفلٹ، کتابچہ (Brochures) اور دیگر اشتہاری اشیا جیسے CDs، فلاپی، کیسٹ،

نمونے وغیرہ امکانی گاہکوں کو بہت کم شرح پر بھیجنے کی بھی سہولت دیتا ہے۔

(v) **خردہ ڈاک (PostRetail)**: عوامی افادیت کے بل جیسے ٹیلیفون، بجلی اور پانی کے بل، حکومت اور دیگر نجی اداروں کے لیے درخواست فارم کو فروخت کرنا، ڈاکیہ کے ذریعے سروے، ڈاکیہ کے ذریعے پتے کی تصدیق وغیرہ ایسی سرگرمیاں ہیں جو خردہ ڈاک کے تحت آتی ہیں۔

(vi) **تجارتی جوابی ڈاک**: اس سہولت کے تحت ڈاکخانہ گاہکوں کو تجارتی جوابی ڈاک کے ذریعے جواب بھیجنے کی اجازت دیتا ہے جس میں بھیجنے والے کو کوئی ڈاک ٹکٹ نہیں لگانا پڑتا۔ ڈاکخانہ بعد میں وصول کرنے والے سے ڈاک خرچ وصول کر لیتا ہے۔

(vii) **ڈاک کی چھوٹی خردہ دوکان**: ڈاک کی چھوٹی دوکان (Shoppe Post) کا مقصد گاہکوں کے لیے ڈاک کی مصنوعاتی اشیاء مبارک باد کے کارڈ اور چھوٹے تحفے کے فروخت کے لیے نظم کرتا ہے۔ یہ دکانیں چند ڈاکخانوں کے احاطے میں پائی جاتی ہیں۔

(VPP)PostPayableValue)

(viii) **قیمت کی قابل ادائیگی ڈاک**: یہ سہولت ان تاجروں کی ضرورت کے لیے فراہم کی جاتی ہیں جو اپنا سامان فروخت کرنے کی خواہش رکھتے ہیں اور اپنے اشیا کی قیمت ڈاکخانہ کے ذریعے حاصل کرتے ہیں۔ اس منصوبے کے تحت ڈاکخانہ فروخت کرنے والوں سے مناسب طریقے سے پیک کیا ہوا سامان موصول کرتا ہے اور ان کو گاہکوں تک لے جاتا ہے پھر وہ اس اشیا کی مکمل قیمت یعنی اشیا کی قیمت کے ساتھ ساتھ VPP کی فیس گاہک سے وصول کرتا ہے تب وہ اشیا گاہک کو سپرد کر دیتا ہے۔ بعد میں ڈاکخانہ اس رقم کو فروخت کرنے والے کو بھیج دیتا ہے۔

(ix) **کارپوریٹ منی آرڈر**: کاروباری ادارے بھی عام افراد کی طرح منی آرڈر کے ذریعہ روپیے منتقل کر سکتے ہیں۔ ان کے لیے ڈاکخانہ کارپوریٹ منی آرڈر اسکیم پیش کرتا ہے۔ اس کے ذریعے کاروباری ادارے ایک کروڑ روپے تک ملک کے کسی بھی حصے میں منتقل کر سکتے ہیں۔

(x) **پوسٹ باکس اور پوسٹ بیگ کی سہولت**: اس سہولت کے تحت ایک مخصوص نمبر اور ایک باکس یا بیگ الاٹ کیا جاتا ہے۔ ڈاکخانے میں جس میں ساری غیر رجسٹرڈ ڈاک جمع ہوتی ہے۔ ڈاکخانہ اس نمبر پر موصول ساری ڈاک کو اس بیگ یا باکس میں رکھتا ہے۔ متعلقہ پارٹی اپنی سہولت کے حساب سے اس ڈاک کو منگوانے کا انتظام کرتی ہے۔ یہ سہولت ان کاروباری اداروں کے لیے موزوں ہے جو اپنا نام یا پتہ عیاں نہیں کرنا چاہتے۔ ایسے میں وہ اس سہولت کا فائدہ مخصوص رقم دے کر اٹھا سکتے ہیں۔

(xi) **بل ڈاک خدمت**: سالانہ رپورٹ، بل، ماہانہ حساب کتاب کا بل یا اس نوعیت کی دوسری اشیا کو ڈاک سے بھیجنے کا یہ ایک کفایتی طریقہ ہے۔

(xii) **ای ڈاک**: اسی پوسٹ کو 30 جنوری 2004 کو شروع کیا گیا تھا تا کہ لوگ اس کے ذریعے ملک کے سارے ڈاکخانوں سے پیغام ترسیل یا موصول کر سکیں۔ اس کو تجارت کے لیے مزید کارآمد بنانے کے لیے ایک ای میل کی سہولت کارپوریٹ کے لیے، 18 اکتوبر 2005 کو شروع کی گئی جو ایک وقت میں زیادہ سے زیادہ 9,999 پتے پر ای میل بھیج سکتا ہے۔

2. ٹیلی مواصلاتی سروس (خدمات)

ہندوستان ٹیلیفون کی تعداد اور اس کے نیٹ ورک کے اعتبار سے دنیا کا 10 واں سب سے بڑا ملک ہے۔ یہاں مختلف ٹیلی مواصلات کی خدمات جو آج دستیاب ہیں وہ حسب ذیل ہیں:

(a) **فکسڈ لائن ٹیلیفون:** فکسڈ لائن ٹیلیفون یا ٹیلیفون لفظی مواصلات (ترسیل) کا بہت مقبول ذریعہ ہے۔ اس کا بیشتر استعمال داخلی اور خارجی تجارتی مواصلات میں ہوتا ہے۔ یہ لفظی گفتگو ساتھ ساتھ تحریری عبارت والے پیغامات دونوں کو بھیجنے کی سہولت فراہم کراتا ہے۔ سرکاری اور نجی ٹیلی کام کمپنیاں دونوں اس خدمت کو ہمارے ملک میں فراہم کرتی ہیں۔

(b) **سیلولر سرویسز:** ان دنوں سیلولر فون یا موبائل فون بہت مقبول ہیں کیونکہ یہ گاہکوں کو ہر وقت کہیں بھی رسائی فراہم کراتے ہیں۔ یہ فکسڈ لائن ٹیلیفون سے بہتر ہے۔ اس میں کئی جدید خصوصیات جیسے SMS ملٹی میڈیا سروسز (MMS) وغیرہ ہوتی ہیں۔ BSNL، MTNL، ائیرٹیل، آئیڈیا، ووڈافون، ریلائنس اور ٹاٹا ہمارے ملک کی اہم خاص موبائل فون خدمات فراہم کرنے والی کمپنیاں ہیں۔

(c) **ٹیلیگرام:** یہ ایک قسم کی تحریری ترسیل ہے، جس کے ذریعے پیغامات کو دور دراز مقام تک جلد از جلد بھیجا جاسکتا ہے۔ یہ عام طور پر اس وقت استعمال کیا جاتا ہے جب کسی اہم پیغام کو جلد سے جلد پہچانا اشد ضروری ہو۔ یہ سہولت ملک کے ہر ٹیلی گراف آفس میں دستیاب ہے۔

(d) **ٹیلکس (Telex):** ٹیکس ایک تحریری ترسیل کا ذریعہ ہے جس میں Teleprinter کا استعمال ہوتا ہے۔ یہ ایک قسم کی ٹیلی ٹائپ رائٹر مشین ہوتی ہے جس میں ایک معیاری Key-board لگا ہوتا ہے جو براہ راست ٹیلی فون سے جڑا ہوتا ہے۔

(e) **فیکس (Fax):** فیکس ایک الیکٹرانک آلہ ہے جو کسی تحریری یا طبع شدہ مواد کو دور دراز کے مقام پر فوری ترسیل کرسکتا ہے۔ ٹیلی فون لائن کا استعمال کرتے ہوئے یہ مشین کسی دستاویز کی ہو بہو نقل کسی دوسری فیکس مشین کو بھیجتی ہے۔ ان دنوں تجارت میں تحریری مواصلات (ترسیل) کے لیے یہ ایک سب سے زیادہ استعمال ہونے والا ذریعہ ہے۔

(f) **وائس میل (Voice Mail):** یہ آنے والی ٹیلی فون کال کے وصول کرنے اور جواب دینے کے لیے کمپیوٹر پر منحصر نظام ہے جو ٹیلی فون کے پیغامات کو، کمپیوٹر کی یادداشت (Memory) کے ذریعے ریکارڈ کرتا اور جمع کرتا ہے۔ اس طرح کال کرنے والا شخص ضروری معلومات/ اطلاعات حاصل کرسکتا ہے۔ وائس میل کے نمبر کو ڈائل کرکے اور پھر کمپیوٹر کے مطابق بتائی ہوئی ہدایت پر عمل کرتا ہے۔ عام افراد بھی وائس میل کے ذریعے پیغامات ریکارڈ کرسکتے ہیں۔ موصول کردہ اپنی سہولت سے اس مشین کے ذریعے پیغام حاصل کرسکتا ہے اور اس کے مطابق عملی اقدام کرسکتا ہے۔

(g) **ای میل (E-Mail):** الیکٹرانک میل جسے عام طور پر ای میل کے نام سے جانا جاتا ہے۔ یہ ترسیل کا جدید نظام ہے جو ایک کمپیوٹر سے دوسرے کمپیوٹر تک انٹرنیٹ کے ذریعے تحریری پیغام تصاویر یا آواز وغیرہ کی ترسیل کرتا ہے۔

(h) **متحدہ میسج خدمات:** یہ وہ نظام ہے جس کے ذریعہ فیکس، وائس میل اور ای میل (یہ تینوں) ٹیلی فون آلہ، فیکس مشین، موبائل فون، انٹرنیٹ براؤزر وغیرہ کا استعمال کرکے ای میل باکس سے وصول کرسکتے ہیں۔

(i) **ٹیلی کانفرنسنگ** : یہ ایک ایسا نظام ہے جس کے ذریعے لوگ بغیر جسمانی طور پر ایک دوسرے کے آمنے سامنے بیٹھے ہوئے گفتگو (تبادلہ خیال) کر سکتے ہیں۔اس میں آواز سن سکتے ہیں اور ایک دوسرے کی تصویر بھی دیکھ سکتے ہیں۔مزید برآں ان کے سوالوں کے جواب بھی مختلف ممالک میں بیٹھ کر دے سکتے ہیں۔اس نظام میں ٹیلی فون، کمپیوٹر اور ٹیلی ویژن جیسے جدید الیکٹرانک آلات کا استعمال ہوتا ہے۔

2.5.5 ترسیل کی اہمیت

(a) **کاروبار کا فروغ** : مواصلات (ترسیل) کے جدید ذرائع کے سبب کاروباری، مختلف مقامات پر بیٹھ کر بغیر کسی دشواری کے کاروباری کاروبار کو انجام دے سکتے ہیں، وہ دریافت کر سکتے ہیں، شرائط کو طے کر سکتے ہیں، آرڈر دے سکتے ہیں اور تصدیق بھیج سکتے ہیں۔اس سے قومی اور بین الاقوامی تجارت کے فروغ میں مدد ملتی ہے۔

(b) **مزدوروں کی حرکت پذیری**: لوگ جو اپنے گھروں اور کنبوں سے ملازمت کی تلاش میں دور دراز کے علاقوں میں جاتے ہیں، وہ مواصلات کے ذریعے اپنے دوستوں اور رشتہ داروں سے رابطہ قائم رکھتے ہیں۔اس طرح وہ پوری آمادگی کے ساتھ دوسرے مقامات پر ملازمت کے لیے جاتے ہیں۔

(c) **معاشرتی رشتہ** : مواصلات کی سہولت کے ذریعے جیسے ٹیلیفون، فیکس اور ای میل لوگ پیغامات اور اطلاعات کا تبادلہ اپنے دوستوں، رشتہ داروں سے باقاعدہ طور پر کر سکتے ہیں۔اس سے لوگوں کے درمیان معاشرتی رشتہ قائم رکھنے اور فروغ میں مدد ملتی ہے۔

(d) **ہم آہنگی اور گرفت** : سرکاری محکموں اور بڑے کاروباری اداروں کے آفس مختلف مقامات پر واقع ہوتے ہیں۔کسی ایک عمارت میں بھی مختلف محکمے ہوتے ہیں۔ پر اثر مواصلات (ترسیل) کی سہولت ان لوگوں کی سرگرمیوں کی ہم آہنگی اور ان پر گرفت میں مددگار ہوتی ہے۔

(e) **ملازمت کی انجام دہی میں بہتر کارکردگی** پر اثر مواصلات کافی حد تک ملازمت کی انجام دہی میں معاون ہوتے ہیں کیونکہ تجارت کی اکائی کے اندر باقاعدہ ترسیل ایک دوسرے کے خیالات اور ہدایات کو سمجھنے کے باعث لوگوں میں تعاون کے جذبہ (خواہش) کو یقینی بناتی ہے۔

(f) **پیشہ وروں کے لیے مددگار** : وکلا کو مختلف مقامات پر واقع عدالتوں میں، ڈاکٹروں کو مختلف نرسنگ ہومز میں، چارٹرڈ اکاؤنٹنٹ کو کمپنیوں کے مختلف آفسوں میں جانا ہوتا ہے۔ یہ موبائل فون پیشہ وروں کو اپنے اوقات/ پروگرام کو تبدیل کرنے، مطابقت کرنے میں بغیر کسی دشواری کے ان مدد کرتا ہے۔

(g) **ہنگامی حالات سے مقابلہ**: کسی واقع یا حادثہ کے رونما ہونے پر یا آگ لگنے پر جدید مواصلات کے ذرائع سے فوری امداد مانگی یا دستیاب کرائی جاسکتی ہے۔

(h) **سمندری اور ہوائی سفر** : سمندری جہاز اور ہوائی جہاز کو چلانے کے لیے مواصلات کے ذرائع بے حد اہم ہیں جن کو مخصوص

مقامات پر کنٹرول روم سے ہدایت کی ضرورت ہوتی ہے۔

(i) **تعلیم کی توسیع**: ریڈیو اور ٹیلی ویژن کے ذریعے تعلیمی پروگرام کے نشریہ اور ٹیلی کاسٹنگ کے ذریعے بغیر کسی ذاتی کوچنگ کی ضرورت کے طلبا کو تعلیم دینے کا مقبول ذریعہ ہے۔

(j) **اشتہار**: ریڈیو اور ٹیلی ویژن کا ذرائع ابلاغ کے طور پر اہمیت میں دن بہ دن اضافہ ہوتا جارہا ہے۔ چونکہ تجارتی اداروں کے لیے اشیا کے ذریعے عوام الناس کے پاس ان کے توسط سے پہنچانا آسان ہوگیا ہے۔ اس لیے ان کی مقبولیت میں اضافہ ہونا لازمی ہے۔

2.6 گودام Warehousing

گودام کا مطلب اس مقام سے ہے جہاں مال رکھا جاتا ہے اور وہاں مال رکھنے کا مفہوم ان سرگرمیوں سے ہے جن میں مال کو بڑے پیمانے پر باقاعدگی اور ترتیب کے ساتھ رکھا جاتا ہے تاکہ بوقت ضرورت اسے آسانی سے دستیاب کرایا جاسکے۔ دوسرے الفاظ میں مال گودام میں رکھنے کا مطلب مال کی بہت بڑی مقدار کو اس کی خریداری کے وقت یا پیداوار سے لے کر اصل استعمال یا فروخت تک محفوظ رکھنا ہوتا ہے۔ اس طرح پیداوار اور اشیا کے صرف کے دوران وقت کے فاصلے کو ختم کرنے کے ذریعہ وقت کی افادیت پیدا ہوتی ہے۔

ہمارے ماقبل تاریخی دور میں بھی ذخیرہ کرنے کی سہولیات کا استعمال مختلف اشیا کو محفوظ رکھنے کے لیے کیا جاتا تھا۔ وہ اینکورٹیڈ و، سبزیوں اور شراب کو ذخیرہ کرنے کے لیے جار راس ڈی بارو کا استعمال کرتے تھے۔ چونکہ ریفریجریشن کی سہولیات موجود نہیں تھیں ،اس لیے کھانے کے بڑے کنٹینرز کا استعمال کھانے اور سمندر کو تیل میں محفوظ کرنے یا اسے دھوپ میں خشک کرنے کے لیے کیا جاتا تھا۔ گرینیروس کے نام سے مشہور عمارتیں گندم، باجرہ، کبڑا وغیرہ جیسی غذائی فصلوں کو ذخیرہ کرنے کے لیے استعمال کی جاتی تھیں، تاکہ انہیں چوہوں اور کیڑوں سے بچایا جاسکے، اور جانوروں کے لیے چارہ ذخیرہ کرنے کے لیے بھی استعمال کیا جاتا تھا۔

2.6.1 گودام کی اہمیت

جیسا کہ پہلے بیان کیا جاچکا ہے گودام مال کی پیداوار اور ان کی کھپت کے درمیان وقفہ کو کم کرتا ہے اس لیے یہ بڑے پیمانے کے تجارتی مہم میں کارآمد رول ادا کرتا ہے۔ اس کے فوائد حسب ذیل ہیں:

(a) **خام مال کا جمع رکھنا**: پیداوار کو لگاتار جاری رکھنے کے لیے خام مال کا ذخیرہ بڑی مقدار میں رکھا جاتا ہے، صرف یہی نہیں چند خام مال سال کے صرف مخصوص مدت میں دستیاب ہوتے ہیں مثلاً کپاس، تاہن وغیرہ جبکہ پیداوار میں اس کا استعمال پورے سال ہوتا ہے۔ اس لیے بوقت ضرورت استعمال کے لیے ان کا ذخیرہ رکھا جاتا ہے۔

(b) **قیمت کے اضافے کے توقع کے سبب ذخیرہ**: اگر مال بنانے والے مستقبل میں خام مال کی قیمت میں اضافہ کی توقع کرتا ہے تو وہ اس کی پیشگی خرید کرنا چاہتے ہیں اور اس کا ذخیرہ کرتے ہیں۔ اگر وہ قیمت میں اضافہ کی توقع کرتے ہیں تو اس کا اشیا کی تجارت کرنے والوں پر بھی یکساں اطلاق ہوتا ہے۔

(c) **تیار شدہ مال کا ذخیرہ**: چونکہ عام طور پر مال مانگ کے توقع کے مطابق بنایا جاتا ہے، اس لیے ان ضروریات کو جمع رکھا جاتا ہے جب تک کہ فروخت نہ ہو۔ صرف یہی نہیں کچھ اشیا کی پیداوار سال بھر چلتی رہتی ہیں لیکن ان کی فروخت استعمال سال کے

مخصوص مدت میں ہی ہوتی ہے۔ جیسے بجلی کے سیکھے، اونی کپڑے۔ اسی طرح بعض چیزیں سال کے بعض حصے کے دوران پیداوار ہوتی ہے لیکن ان کا استعمال سال بھر ہوتا رہتا ہے جیسے شکر وغیرہ۔

(d) **تھوک فروخت کرنے والوں کے ذریعے ذخیرہ:** تھوک فروخت کرنے والے اشیا کو تھوک میں خریدتے ہیں اور اسٹاک کو گودام میں رکھتے ہیں اور وقت بوقت خردہ فروخت کرنے والوں کے ہاتھ بڑی مقدار میں فروخت کرتے ہیں۔

(e) **پیکیجنگ اور گریڈنگ:** گوداموں میں موجود اشیا کو ان کی سائز یا کوالٹی کے اعتبار سے گریڈ میں تقسیم کیا جاتا ہے اور ان کو آسانی سے برتنے اور فروخت کے مطابق پیکیجنگ کی جاتی ہے۔

(f) **درآمدگی کے استعمال کے لیے:** مال گوداموں کا استعمال درآمد کیے گئے سامانوں کو رکھنے کے لیے بھی کیا جاتا ہے، جب تک درآمد کرنے والا کسٹم ڈیوٹی کی ادائیگی نہیں کرتا اور مال کی سپردگی نہیں لیتا ہے۔

گودام میں مال رکھنے کے استعمال کی بنیاد پر یہ نتیجہ اخذ کیا جاسکتا ہے کہ یہ خرید وفروخت کے سلسلے کی ایک اہم کڑی ہے جو مال کی قدر و قیمت میں اضافہ کرتی ہے۔ یہ مانگ اور فراہمی کے تغیرات کو ہموار کرتا ہے۔ اس طرح جہاں کہیں بھی تجارت اور کامرس ہوتا ہے وہاں مال کے رکھنے کی ضرورت ہوتی ہے۔

2.6.2 مال گودام کی قسمیں

آپ نے دیکھا کہ گودام مختلف قسم کے اشیا کو جمع رکھنے کی ضرورت کو پورا کرتا ہے۔ اسی لیے مختلف اقسام کے گودام وجود میں آتے ہیں۔ جو حسب ذیل ہیں:

(a) **نجی گودام:** جو گودام مال بنانے والے یا تاجر کے ذریعے چلائے جاتے ہیں یا ان کی ذاتی ملکیت ہوتے ہیں جن میں صرف وہ خود اپنا مال رکھتے ہیں انھیں ذاتی یا نجی گودام کہا جاتا ہے۔

(b) **عوامی گودام:** عوامی گودام ایک آزاد اکائی ہوتا ہے جو دوسری فرموں کا مال رکھتے ہیں۔ کوئی بھی کرائے کی ادائیگی کر اپنے مال کو گودام میں رکھ سکتا ہے۔

(c) **سرکاری گودام:** یہ گودام حکومت کے ذریعے چلائے جاتے ہیں۔ اس کا نظم ونسق بھی حکومت کے ہاتھوں میں ہوتا ہے اور مالک بھی حکومت ہی ہوتی ہے۔ سینٹرل ویر ہاؤسنگ کارپوریشن آف انڈیا، ریاستی ویر ہاؤسنگ کارپوریشن اور فوڈ کارپوریشن آف انڈیا سرکاری گوداموں کی مثالیں ہیں۔ سرکاری اور نجی تجارتی ادارے بھی اپنا مال اس میں رکھ سکتے ہیں۔

(d) **معاہدہ جاتی گودام:** اس قسم کے گودام درآمد شدہ مال کو رکھنے کے لیے استعمال کیے جاتے ہیں جن کی درآمدگی ٹیکس ڈیوٹی کی ادائیگی کرنی ابھی باقی ہوتی ہے۔ یہ گودام عام طور پر گودی بندرگاہ کے حکام کی ملکیت ہوتا ہے اور بندرگاہوں کے قریب واقع ہوتا ہے۔

(e) **کوآپریٹیو گودام:** یہ گودام کوآپریٹیو سوسائٹیوں کے ذریعے ان کے ارکان کے فائدے کے لیے بنایا جاتا ہے۔ یہاں مال رکھنے کی سہولت نہایت کفایتی شرحوں پر فراہم کرائی جاتی ہے۔

2.6.3 گوداموں کے کام

گودام مال کو وسیع پیمانے پر باقاعدگی اور منظّم طریقے سے محفوظ رکھتے ہیں۔ یہ مال کو گرمی، ہوا، طوفان، نمی اور رطوبت وغیرہ سے تحفظ فراہم کرتے ہیں اور بربادی سے ہونے والے نقصانات کو کم سے کم حد تک کرتے ہیں۔ اس کے علاوہ گودام آج کل مختلف اقسام کے دیگر کاموں کو بھی انجام دیتے ہیں۔

(a) **مال کو جمع کرنا:** گودام کا بنیادی کام مال کو مناسب طریقے سے اس وقت تک رکھنا ہے جب تک کہ مال کو استعمال، خرچ یا فروخت کرنے کی ضرورت درپیش نہ ہو۔

(b) **مال کی حفاظت:** گودام مال کو گرمی، ہوا، گرد اور نمی وغیرہ کے سبب ہونے والے نقصانات سے محفوظ رکھنا ہے۔ یہ مختلف مصنوعات کے لیے ان کی نوعیت کے اعتبار سے مخصوص انتظام کرتے ہیں۔

(c) **خطرہ (جوکھم) برداشت کرنا:** گودام میں مال کے نقصان یا بربادی کے خدشے کو گودام کے نگہبان برداشت کرتے ہیں اس لیے وہ مال کی حفاظت کے لیے ہر احتیاطی تدابیر اختیار کرتے ہیں۔

(d) **مالیات کی فراہمی:** مال کو گودام میں رکھنے کے بعد مال کے مالک کو ایک رسید جاری کی جاتی ہے جو مال کے جمع ہونے کا ثبوت ہوتا ہے۔ اس رسید کا استعمال مال کے مالک بینکوں اور دیگر مالی اداروں سے قرض اور پیشگی حاصل کرنے کے لیے ضمانت کے طور پر استعمال کر سکتے ہیں۔ چند گودام کے مالک/نگہبان مال کے مالکوں کو مختصر مدت کے لیے مال کی ضمانت کے عوض پیشگی روپے بھی فراہم کراتے ہیں۔

(e) **پروسیسنگ:** چند مخصوص سامانوں/ اشیا کا استعمال اس صورت میں نہیں ہوتا ہے جس میں ان کی پیداوار ہوتی ہے۔ ان اشیا کو استعمال کے لائق بنانے کے لیے پروسیسنگ کی ضرورت پیش آتی ہے۔ مثال کے طور پر دھان کو پالش کرنا، لکڑیوں کو ہموار کرنا، پھلوں کو پکانا وغیرہ۔ بعض اوقات گودام کے نگہبان/ مالک بھی مال کے مالکوں کے واسطے ان سرگرمیوں کو انجام دیتے ہیں۔

(f) **قدر اضافہ خدمات:** گودام کے نگہبان، مال بنانے والوں، تھوک فروخت کردہ یا مال کو درآمد کرنے والوں کے واسطے مال کے درجہ/ معیار میں اضافہ اور مارکہ سازی کا کام بھی انجام دینے کی ذمہ داری لیتے ہیں۔ وہ مال کو ملانے، مرکب بنانے اور پیکنگ کرنے کی بھی سہولت فراہم کراتے ہیں تاکہ مال کے نظم اور فروخت میں آسانی ہو سکے۔

(g) **نقل وحمل:** چند معاملات میں گودام نقل وحمل کی سہولت بھی فراہم کراتے ہیں خصوصاً بڑے تاجروں کو۔ یہ مصنوعات کو پیداوار کے مقام سے لانے اور مال مالک کی گزارش پر مال کو سپردگی کے مقام تک پہنچاتے ہیں۔

اختتامی مشق

نہایت مختصر جواب کے لیے سوالات

1. اصطلاح "بینک کاری سے کیا مراد ہے؟
2. اصطلاح "بیمہ کی تشریح کریں۔
3. نقل وحمل کے ذریعے دور کی گئی رکاوٹوں کے نام لکھیے۔
4. بیمہ شدہ ڈاک کی افادیت کو بیان کریں۔
5. بانڈڈ ویرہاؤسنگ کیا ہے؟
6. ای۔بینکنگ کی مثال دیجیے۔
7. ڈاکخانے کی کسی دو بچت اسکیموں کا نام بتائیے۔
8. PPF اور MIS کی پوری شکل لکھئے۔

نہایت مختصر جواب کے لیے سوالات

1. تجارتی بینکوں کے ذریعے فراہم کی جانے والی دو عام افادی خدمات کا ذکر کیجیے۔
2. پوری زندگی کی پالیسی اور وقف پالیسی کے درمیان امتیاز کیجیے۔
3. تجارت میں نقل وحمل کی اہمیت کے دو نکتے کو بیان کیجیے۔
4. پوسٹ ریٹنیٹ محط سے کیا مراد ہے؟
5. ویرہاؤسنگ (گودام) کے دو کاموں کی وضاحت کیجیے۔
6. نقد ساکھ (cash credit) سے کیا مراد ہے؟
7. بینک اوورڈرافٹ کا کیا مطلب ہے؟
8. NSC کی پوری شکل بتائیے۔
9. کوریر سروس سے کیا مراد ہے؟

طویل جواب کے لیے سوالات

1. تجارتی بینکوں کے بنیادی کاموں کی وضاحت کیجیے۔
2. بیمہ کے قانونی معاہدہ کے دو اصولوں کو بیان کیجیے۔
3. نقل وحمل سے کیا مراد ہے؟ نقل وحمل کے دو مختلف طریقوں کو بیان کیجیے۔
4. تجارت کے افادیت کے لیے ڈاکخانہ کے ذریعے فراہم کی جانے والی چار خصوصی خدمات کو بیان کیجیے۔
5. گودام کی اہمیت کے کسی چار نکتوں کی وضاحت کیجیے۔
6. ڈاکخانہ میل سروس (ڈاک ارسال کرنے) کے علاوہ مختلف خدمات فراہم کرتا ہے۔اس بیان کی روشنی میں ڈاکخانے کے ذریعہ فراہم کردہ مختلف خدمات کی وضاحت کیجیے۔
7. آپ کا دوست شیش محسوس کرتا ہے کہ گودام کاری کی کوئی اہمیت نہیں ہے۔اسے گودام کاری کی اہمیت سمجھائیے۔

3. کاروباری ماحول
(Business Environment)

کسی بھی مقام پر کاروبار کی اکائی کو کامیابی کے ساتھ چلانے کے لیے اس ماحول کو سمجھنا بہت ضروری ہے جس ماحول میں کاروبار کو چلانا ہے۔ کیونکہ ماحولیاتی عوامل تجارت کے تقریباً ہر ایک پہلو کو متاثر کرتے ہیں خواہ وہ اس کی نوعیت ہو یا اس کا محل وقوع ہو۔ مصنوعات کی قیمت ہو یا پھر تقسیم کا نظام یا ملازمین سے متعلق پالیسی۔ لہذا کاروبار کے ماحول کے مختلف عناصر کے متعلق معلومات اہم ہیں جس میں معاشی، سماجی، ثقافتی، سیاسی، قانونی پہلو اور ٹکنالوجیکل پہلو وغیرہ شامل ہیں۔ اس بات میں ہم کاروبار کے ماحول کا تصور، اس کی نوعیت وافادیت اور ماحول کے مختلف عناصر کے متعلق معلومات حاصل کریں گے۔ اس کے علاوہ تجارت کی سماجی معاشرتی ذمہ داریوں اور کاروبار کی اخلاقیات کے متعلق بھی گفتگو ہوگی۔

کاروباری ماحول معاشی پہلو، سماجی وثقافتی پہلوؤں، سیاسی ڈھانچے، قانونی پہلوؤں اور تکنیکی پہلوؤں پر مشتمل ہوتا ہے۔ اس ماحول کو سمجھنا جس میں کمپنی کو کام کرنا ہے بہت ضروری ہے، کیونکہ یہ تمام پہلوؤں، سمندر کی نوعیت، اس کے مقام، مصنوعات کی قیمتوں، تقسیم کے نظام یا ذاتی پالیسیوں پر اثر انداز ہوتا ہے۔ اس باب میں ہم کاروباری ماحول کے تصور، اس کی نوعیت اور معنی اور ماحول کے مختلف اجزاء کے بارے میں سیکھیں گے۔ اس کے علاوہ، ہم کارپوریٹ سماجی ذمہ داری اور کاروباری اخلاقیات کے تصور سے بھی واقف ہوں گے۔

مقاصد

- ☆ کاروباری ماحول کے مختلف اجزاء اور کاروبار پر ان کے ممکنہ اثرات کی نشاندہی کرنا؛
- ☆ کاروبار کے لیے کاروباری ماحول کے اجزاء میں ہونے والی تبدیلیوں پر تبادلہ خیال کریں؛
- ☆ بیرونی ماحول میں تبدیلیوں کے لیے کمپنیوں کی کمزوری کی تفصیل۔
- ☆ حکومت کی طرف سے کی جانے والی مختلف اقتصادی اور پروموشنل سرگرمیوں اور کاروبار پر ان کے ممکنہ اثرات کی نشاندہی کریں۔
- ☆ حقیقی زندگی میں کمپنیوں کے مختلف سی ایس آر اقدامات پر تبادلہ خیال کریں۔
- ☆ یہ بتاتا ہے کہ کمپنیاں کس طرح زیادہ ماحول دوست بن سکتی ہیں۔
- ☆ کاروبار میں سماجی طور پر اخلاقی اور ذمہ دارانہ فیصلوں پر غور

3.1 کاروبار کے ماحول کا مفہوم

جیسا کہ پہلے بیان کیا گیا ہے، ہر کاروبار کی کامیابی اس ماحول سے مطابقت پر منحصر ہے جس میں کام کیا جارہا ہے۔ مثال کے طور پر جب حکومت کی پالیسیوں میں کوئی تبدیلی ہوتی ہے تو کاروبار کو ان نئی پالیسیوں کے مطابق ضروری تبدیلیاں کرنی ہوتی ہیں۔ اسی طرح ٹکنالوجی میں تبدیلی موجودہ مصنوعات کو بے کار بنا سکتی ہے جس طرح ہم نے دیکھا کہ کمپیوٹ کی شروعات کے سبب ٹائپ رائٹر کی

جگہ کمپیوٹر نے لے لی، رنگین ٹیلی ویژن نے بلیک اینڈ وائٹ ٹیلی ویژن کے رواج کو ختم کر دیا۔ مزید برآں فیشن میں ہونے والی یا گاہکوں کے ذوق میں کوئی تبدیلی کسی مخصوص مصنوعات کی بازار میں مانگ کو بدل سکتی ہے۔ جیسے جینس (Jeans) کی مانگ نے روایتی پوشاکوں کی سیل کو کم کر دیا ہے۔ یہ سارے پہلو خارجی عوامل ہیں جو کاروبار کے اختیار سے پرے ہیں۔ اس لیے کاروبار اکائیوں کو کاروبار کی کامیابی اور بقا کے لیے ان تبدیلیوں کے مطابق خود کو بدلنا ہوگا۔ ایسے میں کاروبار کے ماحول اور اس کے مختلف عناصر کی نوعیت کے تصور کا واضح مفہوم سمجھنا ضروری ہے۔

اصطلاح کاروبار کا ماحول، خارجی طاقت، عوامل اور ادارے، حکومت اور سماجی، سیاسی، قانون اور ٹکنالوجیکل عوامل وغیرہ اس میں شامل ہیں۔ ان میں سے چند عوامل یا طاقتیں کاروباری ادارے پر براہ راست اثر رکھتی ہیں اور دیگر عوامل بالواسطہ طور پر کام کرتے ہیں۔ لہذا تجارت کے ماحول کی تشریح کل حالات کے طور پر کی جاسکتی ہے جو کاروبار کے عمل سے راست یا بالواسطہ طور پر متعلق ہوتے ہیں۔ اس کی تشریح خارجی عوامل کا مجموعہ جیسے معاشی عوامل، سماجی عوامل، سیاسی اور قانونی عوامل، آبادیاتی عوامل، ٹیکنیکل عوامل وغیرہ کے طور پر بھی کی جاسکتی ہے جو غیر اختیاری نوعیت کے ہوتے ہیں اور کسی ادارے کے کاروباری فیصلوں کو متاثر کرتے ہیں۔

3.1.1 کاروباری ماحول کی خصوصیات

اس مباحثے کی بنیاد پر کاروباری ماحول کی خصوصیات کا خلاصہ مندرجہ ذیل نکات کے طور پر کیا جاسکتا ہے:

(a) کاروباری ماحول کسی کاروباری ادارے کے خارجی عوامل کا مجموعہ ہے اور وہ ان کے کام کو کافی متاثر کرتا ہے۔

(b) **مائیکرو اور میکرو عوامل:** مائیکرو یا مخصوص عوامل کا احاطہ کرتے ہیں جو سرمایہ کاروں، حریفوں اور کلائنٹس کے طور پر براہ راست متاثر کرتے ہیں۔ میکرو یا عمومی عوامل میں سماجی، سیاسی، ثقافتی، قانونی، سرکاری اور تکنیکی پہلو شامل ہیں۔

(c) **باہمی تعلق:** تمام مائیکرو اور میکرو عوامل ایک دوسرے پر منحصر اور ایک دوسرے سے جڑے ہوئے ہیں۔

(d) **متحرک:** کاروباری ماحول کی نوعیت متحرک ہے۔ اس کا مفہوم ہے کہ یہ ہمیشہ تغیر پذیر ہے۔

(e) **عدم یکسانیت:** کاروباری ماحول کی تبدیلیوں کی پیش گوئی نہیں کی جاسکتی ہے۔ معاشی اور سماجی ماحول کی تبدیلیاں اور مستقبل کے واقعات کی قطعی نوعیت کی پیش گوئی کرنا بہت مشکل ہے۔

(f) **پیچیدگی:** کاروباری ماحول ایک مقام سے دوسرے مقام میں مختلف اور ایک علاقے سے دوسرے علاقہ اور ایک ملک سے دوسرے ملک میں الگ ہوتا ہے۔ ہندوستان کے سیاسی حالات پاکستان کے سیاسی حالات سے مختلف ہیں۔ ہندوستان اور چین کے لوگوں کے ذریعے ذوق اور اقدار کا پروان چڑھنا کافی حد تک الگ ہے۔

3.1.2 کاروباری ماحول کی اہمیت

کاروبار اور اس کے ماحول کے درمیان ایک قریبی اور مسلسل تعامل ہوتا ہے جو تجارتی اداروں کو مستحکم بنانے اور اس کے ذرائع

کے استعمال کو زیادہ پر اثر بنانے میں مدد کرتا ہے۔ کاروباری ماحول کثیر رخی، پیچید؟ اور متحرک نوعیت کا ہوتا ہے اور کاروبار کی ترقی اور بقا پر دوررس اثر مرتب کرتا ہے۔ بالخصوص تجارت کی سماجی، سیاسی، قانونی اور معاشی ماحول کی با قاعدہ فہم تجارت کو مندرجہ طریقوں سے مدد دیتا ہے:

(a) مواقع اور خطرات کا تعین: کاروبار اور اس کے ماحول کے درمیان تعامل کاروبار کے مواقع اور خطرات کی شناخت کے ساتھ یہ کاروباری ادارے کو چیلنج کا کامیابی کے ساتھ مقابلہ کرنے میں مدد کرتا ہے۔

(b) ترقی کو سمت عطا کرنا: ماحول کے ساتھ تعامل تجارتی اداروں کے لیے ترقی کی نئی راہیں ہموار کرنے میں بھی مدد دیتا ہے۔ یہ کاروبار کو ترقی کے میدان میں اور ان کی سرگرمیوں کی توسیع کرنے کے قابل بناتا ہے۔

(c) مسلسل آموزش: ماحولیاتی تجربہ کاروباری چیلنج سے مقابلہ کرنے میں مینجر کے کام (ذمہ داریوں) کو آسان بناتا ہے۔ تازہ ترین معلومات اور تجارت کے دائرہ عمل میں تبدیلیوں کا سامنا کرنے کی مہارت اور فہم کے لیے منتظم کاروں کو مسلسل متحرک کرتا ہے۔

(d) ساکھ کی تعمیر: ماحول کا فہم کاروباری اداروں کی ساکھ کو بہتر بنانے اور ماحول کی نزاکت کے تئیں حساس ہونے کے ذریعے مدد کرتا ہے۔ مثال کے طور پر بجلی کی کمی کے مدنظر متعدد کمپنیاں اپنی فیکٹریوں میں کیپٹو پاور پلانٹ (CPP) لگتی ہیں اس طرح وہ اپنی بجلی کے کھپت کی ضرورت کو پورا کرتی ہیں۔

(e) مقابلہ کا سامنا کرنا: یہ کاروباری اداروں کو حریفوں کی حکمت عملی سمجھنے اور اپنی حکمت عملی کی تشکیل کے لیے حالات کے مطابق تجزیے میں مدد کرتا ہے۔

(f) اداروں کی طاقت اور کمزوریوں کی شناخت: کاروباری ماحول، ٹکنالوجیکل اور عالمی ترقی کے مدنظر انفرادی طاقت اور کمزوریوں کی شناخت میں مدد کرتا ہے۔

3.2 کاروباری ماحول کی اقسام

کاروباری ماحول کو صرف غیر اختیاری خارجی عوامل میں محدود کرتے ہوئے اس کی اصناف بندی اس طرح کی جاسکتی ہے: (a) معاشی ماحول (b) غیر معاشی ماحول – معاشی ماحول میں معاشی حالات، معاشی پالیسی اور ملک کا معاشی نظام شامل ہیں جبکہ غیر معاشی ماحول میں سماجی، سیاسی، قانونی، ٹکنالوجیکل، آبادیاتی اور قدرتی ماحول شامل ہیں۔ ان سب کا اثر کاروباری اداروں کے ذریعے اختیار کی گئی حکمت عملی پر پڑتا ہے اور ان میدانوں میں کوئی بھی تبدیلی، ان کے کام (عمل) پر دوررس اثر مرتب کرسکتی ہے۔ کاروباری ماحول پر ان میں سے ہر ایک شعبے کے بارے میں آیئے ایک مختصر جائزہ لیتے ہیں۔

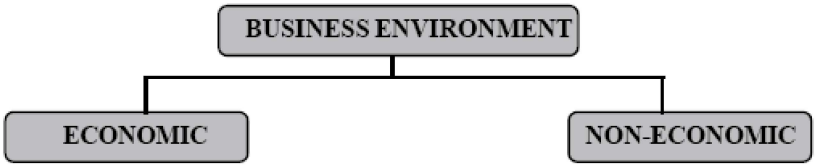


Fig.: 3.1

3.2.1 معاشی ماحول

ہرایک کاروباری ادارہ کی کامیابی اور بقا کا انحصار مکمل طور پر اس کے معاشی واقتصادی ماحول پر ہوتا ہے۔ جسے متاثر کرنے والے اہم عوامل مندرجہ ذیل ہیں:

(a) **معاشی حالات:** کسی ملک کے معاشی حالات معاشی عوام کے کے معاشی حالات معاشی عوام کے ایک مجموعہ سے ماخوذ ہیں، جس کا تجارتی اداروں اور اس کے کاموں پر کافی اثر پڑتا ہے۔ ان میں کل گھریلو پیداوار، فی کس آمدنی، اشیا اور خدمات کا بازار، سرمایہ کی دستیابی، زرمبادلہ کا ذخیرہ، غیر ملکی تجارت کی ترقی، سرمایہ بازار کی طاقت وغیرہ یہ بھی معاشی ترقی کی رفتار کو بہتر بنانے میں مدد کرتے ہیں۔

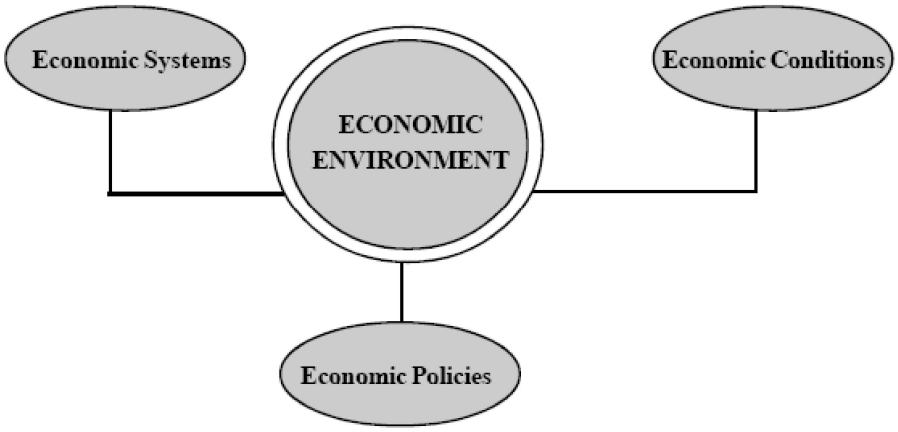


Fig.: 3.2

(b) **معاشی پالیسیاں:** کبھی کاروباری سرگرمیوں اور ان کے عمل پر براہ راست اثر وقتاً فوقتاً حکومت کے ذریعے بنائی جانے والی معاشی پالیسیوں کا ہوتا ہے۔ چند اہم معاشی پالیسیاں مندرجہ ذیل ہیں: (i) صنعتی پالیسی (ii) مالی پالیسی (iii) زر کی پالیسی (vi) غیر ملکی سرمایہ کاری کی پالیسی (v) برآمد، درآمد کی پالیسی۔ حکومت معاشی منظر نامے، سیاسی مستعدی اور بدلتی ہوئی ضرورتوں کے مدنظر ہونے والی ترقی کے لحاظ سے وقتاً فوقتاً پالیسیوں کو تبدیل کرتی رہتی ہے۔ ہر کاروباری ادارے کو اس پالیسی فریم ورک کے تحت سختی سے عمل کرنا ہوتا ہے اور اس کے مطابق تبدیلیاں پیدا کرنی ہوتی ہیں۔

(c) معاشی نظام: عالمی معیشت تین اقسام کے معاشی نظام سے منضبط ہوتی ہے جو یہ ہیں:

(i) سرمایہ دارانہ نظام (ii) سوشلسٹ معیشت اور (ii) مخلوط نظام معیشت۔ ہندوستان میں مخلوط معیشت کا رواج ہے جس کا مفہوم ہے عوامی شعبہ اور نجی شعبہ کا ساتھ ساتھ چلنا۔

اہم معاشی پالیسیاں مندرجہ ذیل ہیں:

(i) صنعتی پالیسی: حکومت کی صنعتی پالیسی ان تمام اصولوں، پالیسیوں، قانون، ضوابط اور طریقہ کار کا احاطہ کرتی ہیں جو ملک کے صنعتی اداروں کو سمت دیتے ہیں اور انہیں کنٹرول کرتے ہیں۔ یہ صنعتی ترقی کے طرز کو شکل فراہم کرتی ہیں۔

(ii) ملکی محاصل سے متعلق پالیسی: عوامی اخراجات، ٹیکس کاری اور عوامی قرض سے متعلق حکومت کی پالیسی اس میں شامل ہیں۔

(iii) زری پالیسی: وہ ساری سرگرمیاں اور مداخلت جن کا مقصد کاروبار کو قرض آسانی سے مہیا کرانا ہے اور تجارت وصنعت کو فروغ دینا ہے، اس پالیسی میں شامل ہیں۔

(vi) غیر ملکی سرمایہ کاری کی پالیسی: تیز رفتار صنعتی ترقی کے لیے مختلف شعبوں میں غیر ملکی سرمایہ کاری کے داخلی بہاؤ کو منضبط کرنا، اور جدید ٹکنالوجی کا فائدہ حاصل کرنا اس پالیسی کا مقصد ہے۔

(v) برآمد درآمد پالیسی: اس پالیسی کا مقصد برآمد میں اضافہ کرنا اور برآمد نیز درآمد کے درمیان فاصلہ کو کم کرتا ہے۔ اس پالیسی کے ذریعے حکومت مختلف ڈیوٹی ٹیکس وصول کرنے کا اعلان کرتی ہے۔ آج کل اس پالیسی کا مقصد رکاوٹوں اور کنٹرول کو ہٹانا اور کسٹم ڈیوٹی کو کم کرنے پر مرکوز ہے۔

3.2.2 غیر معاشی ماحول

غیر معاشی ماحول کے مختلف عناصر مندرجہ ذیل ہیں:

(a) سماجی ماحول: کاروبار کے سماجی ماحول میں سماجی عوامل جیسے رواج، روایت، اقدار، اعتقاد، غربت، خواندگی، امکانی زندگی کی شرح وغیرہ شامل ہیں۔ سماجی ڈھانچہ اور وہ اقدار جسے ایک معاشرہ پروان چڑھاتا ہے کسی کاروباری ادارے کے کام پر کافی حد تک اثر انداز ہوتا ہے۔ مثال کے طور پر تیوہار کے موسم میں نئے کپڑے، مٹھائیاں، پھلوں، پھولوں وغیرہ کی مانگ میں اضافہ ہو جاتا ہے۔ خواندگی کی شرح میں اضافے کے سبب صارفین، اشیا کے معیار کے متعلق کافی باشعور ہوتے جاتے ہیں۔ کنبے کی بناوٹ میں تبدیلی کے سبب ایک بچے کے ساتھ نیوکلیر خاندان کے تصور میں اضافہ ہوا ہے۔ اس سے اشیا خانہ داری کے مختلف اقسام کی مصنوعات کی مانگ میں اضافہ بھی ہوا ہے۔ یہ بات قابل غور ہے کہ کھپت کے طرز، کپڑے پہننے اور رہنے کے انداز، مختلف سماجی ڈھانچہ اور اس سے منسلک لوگوں میں نمایاں طور پر تبدیلی آئی ہے۔

(b) سیاسی ماحول: اس میں سیاسی نظام حکومت کی پالیسیاں کاروباری برادری کے تئیں رویہ اور تنظیم پسندی شامل ہیں۔ ان کبھی پہلوؤں کا اثر کاروباری فرموں کے ذریعے اختیار کی گئی حکمت عملی پر مرتب ہوتا ہے۔ حکومت کے استحکام کا اثر بھی کاروبار اور اس سے وابستہ سرگرمیوں پر پڑتا ہے۔ یہ مختلف مفادی گروپوں اور سرمایہ کاروں کو طاقت اور اعتماد کا پیغام دیتا ہے۔ مزید برآں سیاسی جماعتوں کے نظریات بھی کاروباری اداروں اور اس کے کام پر اثر مرتب کرتے ہیں۔ آپ واقف ہوں گے کہ کوکا کولا جو

ایک ٹھنڈا مشروب ہے کا استعمال اب بھی کافی ہوتا ہے، کو اپنا کاروباری عمل 1970 کے اواخر میں بند کرنا پڑا تھا۔ پھر ٹریڈ یونین کی سرگرمیاں بھی تجارتی اداروں کے کاموں پر اثر انداز ہوتی ہیں۔ ہندوستان میں بیشتر مزدور یونین کا الحاق مختلف سیاسی جماعتوں سے ہے۔ ہڑتال، تالہ بندی اور مزدوروں کا تنازعہ وغیرہ بھی تجارتی عمل پر مخالف اثر مرتب کرتے ہیں۔ حالانکہ مقابلہ جاتی ماحول کے رونما ہونے سے ٹریڈ یونین کافی پختگی ظاہر کر رہی ہے۔ اور کاروباری اداروں کے کام میں نیز اس کی کامیابی کے لیے منتظم کاروں کے ساتھ مزدوروں کے اشتراک کے ذریعے مثبت طور پر تعاون کرنا شروع کیا ہے۔

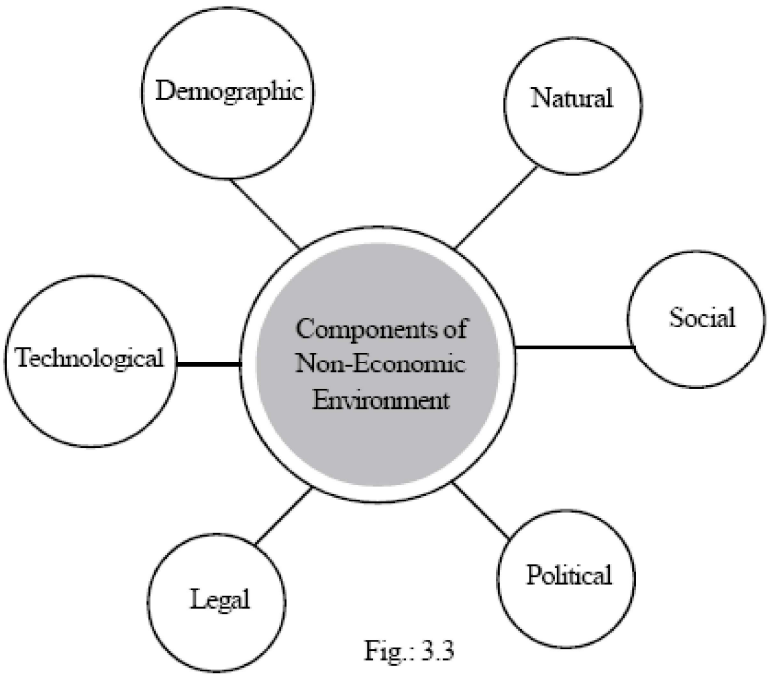


Fig.: 3.3

(c) **قانونی ماحول:** یہ اُن قانونی اصولوں کے مجموعے کو جو کاروباری اداروں اور ان کے کاموں کو اثر انداز کرتا ہے سے تعلق رکھتا ہے۔ ہر کاروباری ادارہ کو قانون کے دائرہ میں رہ کر کام کرنا ہوتا ہے اور اس کو تسلیم کرنا ہوتا ہے۔ اہم قانون جن کا تعلق کاروباری اداروں سے ہے، مندرجہ ذیل ہیں:

(i) کمپنی ایکٹ 2013 اور کمپنی ایکٹ 1956

(ii) زرمبادلہ عظیمی ایکٹ، 1999

(iii) فیکٹری ایکٹ، 1948

(iv) صنعتی تنازعہ ایکٹ، 1947

(v) گریجویٹی کی ادائیگی ایکٹ، 1972

(vi) صنعتی (ترقی اور ضابطہ) ایکٹ، 1951

(vii) خوراک میں ملاوٹ کی روک تھام ایکٹ، 1954

viii) ضروری اشیا ایکٹ، 2002

(ix) وزن اور پیمائش کا معیار ا ایکٹ 1956

(x) مونوپولیز اینڈ رسٹرکیوٹرینڈ پریکٹس ایکٹ، 1969

(ix) 1999، ٹریڈ مارک ایکٹ)

(xii) بیورو آف انڈین اسٹینڈرڈ ایکٹ، 2016

(xiii) کنزیومر پروڈکشن ایکٹ، 2019

(xiv) ماحولیاتی تحفظ 1986

(d) ٹکنالوجیکل ماحول: ٹکنالوجیکل ماحول میں، اشیا کی پیداوار و خدمات اور اس کی تقسیم میں اپنائے گئے طریقے، تکنیک اور نظریات شامل ہیں۔ مختلف ممالک کے بدلتے ہوئے ٹکنالوجیکل ماحول مصنوعات کی ڈیزائننگ پر بھی اثر انداز ہوتے ہیں۔ مثال کے طور پر امریکہ اور متعدد دیگر ممالک میں بجلی کے آلات 110 والٹ کے مطابق ڈیزائن کیے جاتے ہیں جبکہ اگر ان مصنوعات کو ہندوستان کے لیے بنایا جاتا ہے تو اسے 220 وولٹ کے مطابق بنایا جاتا ہے۔ مقابلے کے اس جدید دور میں ٹکنالوجیکل تبدیلیوں کی رفتار کافی تیز ہے۔ لہذا بازار میں ترقی اور بقا کے لیے تجارت میں وقتاً فوقتاً ٹکنالوجیکل تبدیلیاں اختیار کرنی پڑتی ہیں۔ یہ بات قابل غور ہے کہ بڑے صنعتی اداروں میں مصنوعات اور خدمات میں بہتری نیز جدت کاری کے لیے سائنسی تحقیقات ایک باقاعدہ سرگرمی ہے۔ کوئی بھی ادارہ پرانی نیز بے کار ٹکنالوجی پر قائم نہیں رہ سکتا ہے۔

(e) آبادیاتی ماحول: یہ آبادی کے حجم، جسامت، تقسیم اور آبادی کے اضافے شرح سے متعلق ہے۔ ان سبھی عوامل کا اثر براہ راست مختلف مصنوعات اور خدمات کی مانگ پر پڑتا ہے۔ مثال کے طور پر اگر کسی ملک کی آبادی کے اضافے کی بہت اونچی شرح ہے اور آبادی کا ایک بڑا حصہ بچوں پر مشتمل ہے تو وہاں بچوں کی مصنوعات کی مانگ زیادہ ہوگی۔ اسی طرح شہروں کے لوگوں کی مانگ دیہی علاقوں کے لوگوں کی مانگ سے مختلف ہوگی۔ آبادی میں کافی اضافہ مزدوروں کی آسان دستیابی کی طرف نشاندہی کرتا ہے۔ یہ کاروباری اداروں کو پیداوار میں مزدوروں کے ذریعہ تکنیک کا زیادہ سے زیادہ استعمال کرنے کی حوصلہ افزائی کرتا ہے۔ علاوہ ازیں مخصوص علاقے میں خارجی مزدوروں کی دستیابی کاروباری اداروں کو ان علاقوں میں اپنے ادارے کو قائم کرنے کی ترغیب بھی دیتا ہے۔ مثال کے طور پر امریکہ، کناڈا، آسٹریلیا، جرمنی، انگلینڈ کے کاروباری ادارے، ماہر کاریگروں/ مزدوروں کی دستیابی میں سہولت کے سبب ہندوستان میں اپنے ادارے قائم کرنے کے لیے آرہے ہیں۔ اس لیے جو کاروباری آبادیاتی شعبے کی تبدیلیوں پر نظر رکھتے ہیں اور ان کا مطالعہ کرتے ہیں تو مواقع ان کے دروازے پر دستک دیتے ہیں۔

(f) قدرتی ماحول: قدرتی ماحول میں وہ جغرافیائی اور ماحولیاتی عوامل شامل ہیں جن کا اثر کاروباری عمل پر ہوتا ہے۔ان میں قدرتی وسائل کی دستیابی، موسم اور آب وہوا، مقامی جغرافیائی عوامل وغیرہ شامل ہیں۔قدرتی مال کی نوعیت کا تجارت پر کافی اثر ہوتا ہے۔مثال کے طور پر چینی کی ملیں/کارخانے صرف ان مقامات پر لگائے جاتے ہیں جہاں گھنے کی کھیتی ہوسکتی ہے۔خام مال کے ذرائع کے نزدیک کسی کارخانے کو قائم کرنا ہمیشہ بہتر مانا جاتا ہے۔مزید قدرتی وسائل کی حفاظت اور ماحولیاتی توازن کو قائم رکھنے کے لیے حکومت کی حکمت عملی وغیرہ کاروباری شعبہ پر مزید ذمہ داریوں کا اضافہ کرتی ہے۔

3.3 ہندوستانی معیشت میں جدید ترقی

ہندوستان میں کاروبار کے معاشی ماحول میں تبدیلی کی رفتار کافی تیز ہے جس کی اہم وجہ حکومت کی معاشی پالیسیوں میں تبدیلی ہے۔آزادی کے وقت ہندوستانی معیشت بنیادی طور پر زراعت پر منحصر تھی اور صنعتوں کی بنیاد بہت کمزور تھی۔صنعتی ترقی کی رفتار میں اضافہ اور مختلف معاشی مسئلوں کو حل کرنے کے لیے حکومت کے متعدد اقدامات کیے جیسے صنعتوں کے مخصوص زمروں پر ریاستی ملکیت، معاشی منصوبہ بندی، نجی شعبہ کی اہمیت کو کم کرنا وغیرہ۔حکومت نے نجی شعبہ کے کاروباری اداروں کے کام کو کنٹرول کے لیے متعدد تدابیر اختیار کی ہیں۔ان تمام کوششوں کا ملا جلا ردعمل ہوا۔جس کے نتیجے میں مجموعی قومی پیداوار کے ساتھ ساتھ فی کس آمدنی اور نجی اشیا سیکٹر کی ترقی اور بنیادی ڈھانچہ میں بھی اضافہ ہوا لیکن صنعتی ترقی کی شرح کافی دھیمی تھی۔افراط زر میں اضافہ ہوا اور حکومت کو 1980 کی دہائی کے دوران زرمبادلہ کے شدید بحران کا سامنا کرنا پڑے جس کے نتیجے میں حکومت ہند نے 1991 میں معاشی پالیسی میں ایک بنیادی تبدیلی کی شروعات کی۔اس پالیسی کے ذریعے بیشتر معاملات میں صنعتی لائسنس کی ضرورت کو ختم کر دیا۔بیشتر صنعتوں میں میں نجی اشتراکیت کی اجازت دی۔متعدد عوامی شعبے کے صنعتی اداروں میں ارتداد سرمایہ کو انجام دیا گیا اور معیشت کو کافی حد تک آزاد کر دیا گیا۔غیر ملکی سرمایہ کاری کے لیے ہندوستان میں غیر ملکی سرمایہ کاری پر موشن بورڈ کی تشکیل کی گئی انھیں کو تین حصوں میں تقسیم کیا گیا ہے:

(a) کاروباری آزادانہ ماحول (b) خانگیانہ اور (c) عالمیانہ

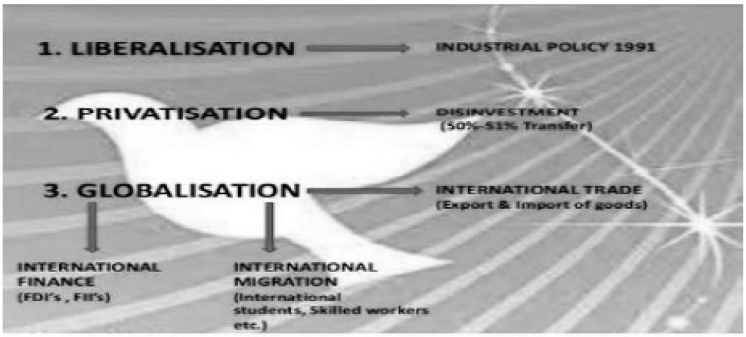


Fig.: 3.4

(a) آزادیانہ: کاروباری اداروں کے روانی سے کام کرنے میں غیر ضروری اختیارات اور پابندیوں کو خارج کرنے کے عمل کو لبر لائیزیشن کہتے ہیں۔اس میں حسب ذیل شامل ہیں:

(i) بیشتر صنعتوں میں صنعتی لائسنس کی ضرورت کو ختم کرنا۔

(ii) کاروباری سرگرمیوں کے پیمانے کے متعلق فیصلے کی آزادی۔

(iii) اشیا اور خدمات کی قیمت طے کرنے کی آزادی۔

(iv) ایکسپورٹ اور امپورٹ کے طریقہ کار کو آسان بنانا۔

(v) ٹیکس کی شرح میں تخفیف۔

(vi) ہندوستان میں غیر ملکی پونجی اور غیر ملکی ٹکنالوجی کو راغب کرنے کے لیے پالیسی کو آسان بنانا۔

اس آزادانہ ماحول کے عمل کے ذریعے ہندوستانی معیشت آزاد ہوگئی اور بڑے پیمانے پر دنیا سے تعامل کرنے کا آغاز ہوا۔ جس کا نتیجہ یہ ہوا کہ غیر ملکی کاروباری ادارے کو ہندوستان میں داخلہ میں سہولت ہوئی۔ اس کا نتیجہ یہ ہوا کہ بہتر کارکردگی اور سخت مسابقت میں اضافہ ہوگیا۔ آخر کار آزادانہ کاروباری ماحول ترقی کی اونچی شرح کی تحصیل میں کافی مددگار ثابت ہوا، اشیا کی دستیابی، مقابلہ جاتی قیمتوں پر آسانی سے ہونے لگی اور اسٹاک مارکیٹ (پونجی بازار) کو کافی فروغ ملا، غیر ملکی زرمبادلہ کے ذخیرہ میں اضافہ ہوا، افراط زر میں کمی آئی، روپے کی قدر مضبوط ہوئی، بہتر صنعتی تعلقات کی استواریت ہوئی وغیرہ۔

(b) خانگیانہ/نجی کاری Privatisation

نجی کاری سے مراد بیشتر سرگرمیوں میں نجی شعبہ کو شامل کرنے کے ذریعہ عوامی شعبہ (Public Sector) کے رول کو کم کرتا ہے۔ 1991 میں اعلان کردہ حکمت عملی میں اصلاح کے سبب عوامی شعبہ کی توسیع صحیح معنوں میں رک گئی اور نجی شعبہ نے آزادانہ ماحول کے وقفے (لبرلائزیشن کی مدت) کے دوران بہتر ترقی درج کی نجی کاری کے نکات میں حسب ذیل شامل ہیں:

(i) عوامی شعبے کی صنعتوں کے لیے مختص تعداد کو 17 سے گھٹا کر 8 کر دیا گیا۔ (بعد میں اسے 3 کر دیا گیا) اور مختص حلقوں میں چنندہ مسابقت کا آغاز ہوا۔

(ii) چنندہ عوامی شعبے صنعتی اداروں کے حصے (Shares) میں وسائل میں اضافہ کرنے کے لیے اور عوام و مزدوروں کی کاروبار میں وسیع شرکت کی غرض سے ارتدادسرمایہ کی شروعات کی گئی۔

(iii) MOU کے ذریعے کارکردگی میں بہتری لانا جس کے ذریعے منتظمین کو زیادہ آزادی دی گئی، لیکن مخصوص نتائج کے لیے ان کو ذمہ دار بھی بنایا گیا۔

ہندوستان میں ان اقدامات کے نتیجے میں کاروبار کے آزادانہ ماحول کے بعد (مابعد لبرلائزیشن مرحلہ) کی مدت میں ایک نجی شعبے کے کاروبار میں کافی پھیلاؤ دیکھا گیا۔ اس توسیع کا اندازہ یوں لگایا جاسکتا ہے کہ چوٹی کی 500 نجی شعبے کی کمپنیوں میں کل لاگت 93-1992 میں 1,39,806 کروڑ روپے سے بڑھ کر 95-1994 میں 2.34,751 کروڑ روپے ہوگئی۔ (68 فی

صدکا اضافہ صرف دوسالوں میں)۔

(C) گلوبلائزیشن Globalisation

گلوبلائزیشن کا مفہوم کسی ملک کی معیشت کو عالمی معیشت سے مربوط کرنا اور اشیا وخدمات کی آزاد آمد ورفت، پونجی سرمایہ، ٹکنالوجی اور مزدور کی ملک کی سرحدوں سے باہر آزاد آمد ورفت کرنا ہے۔ عالمی اقتصادیات کے ان مقاصد کو حاصل کرنے کے لیے حکومت نے مختلف تدابیر اختیار کی ہیں جیسے کسٹم ڈیوٹی میں تخفیف، امپورٹ اور ایکسپورٹ میں مقدار کی پابندی کوٹ'' کو ختم کرنا، غیر ملکی سرمایہ کاری میں سہولت فراہم کرنا اور غیر ملکی ٹکنالوجی کی حوصلہ افزائی۔ ان تدابیر سے پیداوار کی شرح میں اضافہ، ملازمت/ روزگار کے امکانات کی توسیع اور علاقائی عدم مساوات میں تخفیف کرنے کے حصول کی توقع کی جاتی ہے۔

3.3.1 کاروبار اور صنعت پر حکومتی پالیسی تبدیلیوں کے اثرات

1. تیزی سے بدلتا ٹکنالوجکل ماحول: نئی معاشی پالیسی کے تعارف کے بعد کمپنیوں کو عالمی درجے کی ٹکنالوجی اپنانے پر مجبور ہونا پڑا۔ اس کی وجہ مسابقت بڑھانا ہے۔
2. زیادہ مانگ کرنے والے صارفین: حکومتی پالیسی میں تبدیلی سے پہلے، صارفین بہت زیادہ تفتیش کیے بغیر اشیا اور خدمات خرید تے تھے۔ لیکن آج کل تیار کیے جانے والے پروڈکٹ صارفین کی مانگ پر تیار کیے جارہے ہیں۔ صارفین نے اچھی کوالٹی کی اشیا اور خدمات خریدنا شروع کیا ہے۔
3. بڑھتی مسابقت: آج کل ہندوستانی کمپنیوں کو نہ صرف گھریلو بازار سے بلکہ کثیر قومی کمپنیوں (MNCS) سے بھی مسابقت کا سامنا کرنا پڑ رہا ہے۔ اگر کمپنیاں مسابقت کا سامنا نہیں کرسکتیں تو ان کو بازار سے باہر ہونا پڑتا ہے۔
4. تبدیلی کی ضرورت: حکومتی پالیسی میں تبدیل ہونے سے پہلے کاروبار زیادہ مستحکم تھا۔ ایک بار جو پالیساں بن گئیں وہ طویل مدت تک جاری رہتی تھیں۔ لیکن آج کل کاروباری ماحول تیزی سے تبدیل ہوتا جارہا ہے۔ اس لیے کاروباری اداروں کو اپنی پالیسیوں میں وقتاً فوقتاً تبدیلی کرنی پڑتی ہے۔
5. انسانی وسائل کو فروغ دینے کی ضرورت: حکومتی پالیسی تبدیل ہونے سے پہلے ہندوستانی کمپنیوں کا انتظام ناکافی تربیت یافتہ عملہ کے ہاتھوں میں تھا۔ نئے بازار کی صورت حال کا تقاضہ یہ ہے کہ نہایت ہنرمند اور اہل انسانی وسائل کا استعمال کیا جائے۔ لہذا ہندوستانی کمپنیوں نے ٹریننگ اور انسانی مہارتوں کو فروغ دینا شروع کیا۔

3.3.2 اشیاء اور خدمات پر ٹیکس (جی ایس ٹی)

'ایک قوم اور ایک ٹیکس' کے موضوع کو مدنظر رکھتے ہوئے، حکومت ہند نے یکم جولائی 2017 سے سامان اور خدمات پر ٹیکس (جی ایس ٹی) نافذ کیا۔ یہ ایک بالواسطہ ٹیکس ہے جس کا اطلاق اشیا اور خدمات کی فراہمی پر ہوتا ہے اور اس نے بہت سے بالواسطہ مالیاتی

قوانین کی جگہ لے لی ہے جو پہلے ہندوستان میں موجود تھے۔ یہ ٹیکس ترقی کے لیے آمدنی کا ذریعہ ہونے کے علاوہ ریاست کو اپنے ٹیکس دہندگان کے کھاتوں کی ادائیگی کرنے میں بھی کلیدی کردار ادا کرتا ہے۔ موثر ٹیکس اس بات کو یقینی بناتا ہے کہ عوامی فنڈز کو پائیدار ترقی کے لیے سماجی مقاصد کی تکمیل میں مؤثر طریقے سے استعمال کیا جائے۔ جی ایس ٹی کاروبار اور معیشت کے لیے درج ذیل فوائد فراہم کرتا ہے:

i. ٹیکس پر ٹیکس کو ختم کرنا؛

ii. آسان اور آن لائن طریقہ کار کے ساتھ ٹیکنالوجی کے ذریعے چلایا جاتا ہے؛

iii. سامان اور خدمات کی لاگت کو کم کرنا؛

iv. ٹیکس کے طریقہ کار کو تیز کرنا؛

v. مطلوبہ تعمیل کی تعداد کو بہت کم کر دیا ہے؛

vi. جس شعبے کو اب منظّم نہیں کیا گیا ہے اسے باقاعدہ بنایا جا سکتا ہے۔

3.2 میک ان انڈیا

میک ان انڈیا کا آغاز حکومت ہند نے ستمبر 2014 میں ملک کی تعمیر کے اقدامات کے حصے کے طور پر کیا تھا۔ اس کا واحد مقصد سرمایہ کاری کو آسان بنانا، اختراع کو فروغ دینا، مہارتوں کی ترقی کو فروغ دینا اور دنیا بھر کے مختلف تجارتی شعبوں کو ہندوستان میں اپنی مصنوعات تیار کرنے اور انہیں جہاں چاہیں فروخت کرنے کے لیے مدعو کرنا ہے۔ اس نئے قومی پروگرام کی قیادت محکمہ صنعتی پالیسی اور فروغ (ڈی آئی پی پی) وزارت تجارت وصنعت، حکومت ہند کر رہی ہے۔ "میک ان انڈیا" پروگرام کا مقصد موجودہ صلاحیتوں کو بروئے کار لانا، اضافی روزگار کے مواقع پیدا کرنا اور ثانوی اور ترتیری شعبوں کو بااختیار بنانا ہے۔



Fig.: 3.5

Source: commons. wikimedia.org.wiki/file:make in-india....jpg

میک ان انڈیا پروگرام کا فوکس 25 شعبوں پر ہے۔ ان میں شامل ہیں: آٹو موبائل، ہوابازی، مصنوعات کیمیکل، ٹی آئی اور بی

پی ایم، مصنوعات دواسازی، تعمیرات، اسپتال، ریلوے، اجزائڈی آٹوموبائل، توانائی قابل تجدید، بائیوٹیکنالوجی، ایسپاسیو، توانائی ٹرمیکا، کیریٹرس وائی آٹو پسٹس، وائی سسٹمس الیکٹرانکوس۔اس پروگرام کا مقصد غیر ضروری قوانین اور ضوابط کو ختم کرکے، بیوروکریٹک عمل کو آسان بنا کر اور حکومت کو زیادہ شفاف، قبول کرنے والا اور ذمہ دار بنا کر کاروبار کرنے میں آسانی میں ہندوستان کی درجہ بندی کو بہتر بنانا ہے۔

میکنگ ان انڈیا کے مقاصد اور اہداف

i. روزگار کے مواقع کو بڑھانا؛

ii. کاروبار کرنے میں سہولت؛

iii. ٹیکنالوجی کو اپ ڈیٹ کرنا؛

iv. غیر ضروری قوانین اور پابندیوں کا خاتمہ؛

v. عالمی بازار میں ہندوستان کی درجہ بندی کو بہتر بنانا؛

vi. بیوروکریٹک طریقہ کار کو آسان بنانا؛

vii حکومت کو شفاف، قبول کرنے والا اور ذمہ دار بنانا؛

viii. ہندوستان کی اقتصادی ترقی کو تحریک دیں

3.3.3 ڈیجیٹل انڈیا

جولائی 2015 میں حکومت ہند کی طرف سے شروع کی گئی ایک اور نئی مہم کا مقصد دیہی علاقوں کو تیز رفتار انٹرنیٹ کنیکٹوٹی سے جوڑنا اور ڈیجیٹل خواندگی کو بہتر بنانا ہے۔حکومت کی خدمات کو تمام شہریوں کو الیکٹرانک طریقے سے دستیاب کرانے کے لیے الیکٹرانکس اور اطلاعاتی ٹیکنالوجی کے محکمے نے ڈیجیٹل انڈیا کا آغاز کیا تھا۔ایک ڈیجیٹل طور پر بااختیار معاشرہ صحت، تعلیم، مالیاتی خدمات، معلومات اور ٹیکنالوجی تک رسائی فراہم کرکے اپنے لوگوں کے معاشی اور سماجی پہلوؤں کو بہتر بنا سکتا ہے۔ڈیجیٹل انڈیا تین اہم اجزاء پر مشتمل ہے:

(a) ڈیجیٹل انفراسٹرکچر کی تعمیر؛

(b) ڈیجیٹل طریقے سے سرکاری خدمات کی فراہمی اور

(c) ڈیجیٹل خواندگی۔

ڈیجیٹل انڈیا کے فوائد

i. نئی خدمات کا تعارف ای-ایجوکیشن، ای-ہیلتھ، الیکٹرانک کمپنی، ڈیجی لاکر

ii. افراد کو با اختیار بنانا؛

iii. معلومات تک آسان رسائی؛

iv. خدمات کے معیار کو بہتر بنانا

v. کم دستاویزات اور رسمی کارروائیاں؛

vi. آئی ٹی شعبوں میں روزگار کے مواقع پیدا کرنا

vii. صنعت کو تحریک دینا

3.4 کاروبار کی سماجی ذمہ داریاں

ہر کاروباری ادارہ معاشرہ کا ایک اٹوٹ حصہ ہے۔ یہ معاشرہ کے کمیاب ذرائع کا استعمال خود کو قائم رکھنے اور ترقی کرنے کے لیے کرتا ہے۔ لہذا یہ ضروری ہے کہ کاروبار کی کوئی بھی سرگرمی معاشرہ کے طویل مدتی مفاد کو نقصان نہ پہنچائے۔ اگر چہ یہ مشاہدہ کیا گیا ہے کہ عملی طور پر کاروبار کے چند سماجی طور پر غیر مطلوبہ پہلو بھی ہوتے ہیں۔ جیسے ماحول کی آلودگی، ٹیکس کی عدم ادائیگی، ملاوٹی مصنوعات کا بنانا اور فروخت کرنا، گمراہ کن اشتہار دینا وغیرہ۔ ان وجوہات کے سبب کاروبار کی سماجی ذمہ داریوں کا وہ تصور ابھر کر سامنے آیا جس میں کاروبار کے مالک اور منتظمین کو ان کی کاروبار سے معاشرہ اور گاہک، ملازمین کے تئیں ذمہ داریوں کے متعلق باشعور بنایا گیا۔

3.4.1 سماجی ذمہ داریوں کا تصور

کاروبار کی سماجی ذمہ داریوں کا مفہوم کاروباری اداروں کے ذریعے اس طرح عمل کرنا ہے، جو سماج کے بہتر مفادات کی تکمیل کرتے ہوں۔ کاروبار کی سماجی ذمہ داری قانونی ذمہ داری سے مختلف ہے۔ قانونی ذمہ داری کی پابندی قانون کے ڈر یا اس کے اہتمام کے سبب کی جاتی ہے لیکن سماجی ذمہ داری کو سماج کی ضرورت کو پورا کرنے کے لیے کاروبار کی طرف سے کی جانے والی کوششوں سے مدد ملے گی۔ سماجی ذمہ داریوں کو پورا کرنے کے ذریعہ کاروبار ایک ایسے ماحول کی تخلیق کرتا ہے جو اس کی کامیابی کے تئیں مددگار ہوتا ہے۔ حکومت ہند بڑی کمپنیوں سے مطالبہ کرتی ہے کہ وہ ہر سال اپنے منافع کا کم از کم 2% سی ایس آر پر خرچ کریں۔

کاروبار میں درج ذیل اسباب کی بنا پر سماجی ذمہ داری ہوتی ہے۔

1. خود کا مفاد: طویل مدت کے دوران کاروبار کو سماج کی مانگوں کو پورا کرنے کے ذریعہ کامیابی کے ساتھ چلایا جا سکتا ہے۔ وہ لوگ جن کا اچھا ماحول تعلیم اور مواقع ہے وہ کاروبار کے لیے اچھے ملازمین، صارفین اور پڑوسی بن سکتے ہیں۔
2. سماجی قوت کو متوازی کرنا: کسی کاروبار کے فیصلے اور سرگرمیاں صارفین، ملازمین، ماحول اور کمیونٹی پر اثر انداز ہو سکتے ہیں۔ لہذا یہ سماجی قوت ہی ہے۔ اگر سماجی قوت اور ذمہ داری متوازن نہیں ہے تو کاروبار صارفین، ملازمین، ماحول اور کمیونٹی کے مفادات

کے خلاف اپنی قوت کا استعمال کرسکتا ہے۔

3. سماج کی تخلیق: کاروبار سماجی کی تخلیق ہے کیوں کہ یہ سماج کے ذریعہ فراہم کردہ وسائل کا استعمال کرتا ہے۔ لہذا اسے عوام کے مفاد میں ان وسائل کا استعمال کرنا چاہیے۔ ایک کامیاب کاروبار ایک خوش اور مطمئن کمیونٹی اور ملازمین کی تعمیر کرسکتا ہے۔

4. سماجی بیداری: آج کل صارفین مختلف پروڈکٹ کی کوالٹی، بازار قیمت، پروڈکٹ کو سپلائی کرنے والی معروف کمپنیوں کے نام وغیرہ سے آگاہ ہوتے ہیں۔ اس لیے کاروبار کو ان کے ساتھ مناسب معاملہ کیا جانا چاہئے بصورت دیگر وہ منظّم ہوں گے اور صارف ایسوسی ایشن کی تشکیل کریں گے۔ اس سے کاروبار کو سماجی ذمہ داریوں کو پورا کرنے کے لیے مجبور ہونا پڑے گا۔

5. عوامی شبیہ: اگر کاروبار سماجی ذمہ داریوں کو پورا کرتا ہے تو اس کی عوامی شبیہ بہتر ہوگی۔ عوام میں کاروباری ادارے کی ایک ساکھ ہوگی۔ بصورت دیگر کاروبار اور سماج کے درمیان تنازعہ پیدا ہوگا۔

6. اخلاقی جواز ہر کاروباری تنظیم سماج کے انسانی وسائل، مادی وسائل اور پونجی کا استعمال کرتا ہے۔ روڈ ویز، پاور، پانی کی سپلائی کاروباری فرموں کے ذریعہ استعمال کی جاتی ہے۔ کاروباری اکائیوں کے پروڈکٹ سماج کو فروخت کیے جاتے ہیں۔ اس لیے یہ کاروبار کی اخلاقی ذمہ داری ہے کہ وہ سماج کے بہبود میں تعاون کرے۔

3.4.2 مختلف جماعتوں کی سماجی ذمہ داریاں

یہ غور کرنے کی ضرورت ہے کہ جو لوگ کاروبار کو منظّم کرتے ہیں ان کی ذمہ داریاں صرف مالک کے مفاد تک محدود نہ ہو کر رہ جائیں۔ ان لوگوں کو کاروبار کے حصہ داروں جیسے ملازمین، صارفین، حکومت، معاشرہ اور عوام کی توقعات کا بھی خیال رکھنا ہوتا ہے۔ کاروبار کی ذمہ داریاں ان سبھی جماعتوں کے لوگوں کے تئیں کیا ہیں اس کا اب ہم جائزہ لیں گے۔

(a) **مالک یا حصہ داروں کے تئیں ذمہ داریاں** حصہ دار یا مالک وہ ہوتے ہیں جو کاروبار میں اپنی پونجی/سرمایہ لگاتے ہیں۔ ان لوگوں کو اپنی سرمایہ کاری کا معقول منافع چاہیے۔ آپ جانتے ہیں کہ کمپنیوں کے معاملے میں یہ ڈیونڈ کی شکل میں ہوتے ہیں۔ اس بات کو یقینی بنانے کی ضرورت ہے کہ ڈیوڈنڈ کی شرح سرمایہ کاری میں اٹھائے گئے خطرے اور ان پر ہونے والی آمدنی کے عین مطابق ہو ڈیوڈنڈ کے علاوہ حصہ دار (شیئر ہولڈر) یہ بھی توقع رکھتے ہیں کہ شیئر کی قیمت میں بھی اضافہ ہو۔ یہ بات کمپنی کی کاردگی پر منحصر ہے۔ کاروبار کے لیے مطلوبہ فنڈوں کو سرمایہ کار کے ذریعہ فراہم کی جاتی ہے۔ مالکوں یا سرمایہ کاروں کے تئیں کاروبار کی ذمہ داری درج ذیل ہے:

1- سرمایہ کاری کے تحفظ کو یقینی بنانا

2- مالیاتی پہلوؤں پر باقاعدہ درست اور مناسب معلومات فراہم کرنا

3۔ منصفانہ اور باقاعدہ ڈیونڈ

4۔ پونجی کی پرکھ کو یقینی بنانا

5۔ کاروبار کے اثاثوں کا تحفظ کرنا

(b) ملازمین کے تئیں ذمہ داری: ایک کاروباری ادارہ کو چاہیے کہ کام کی نوعیت اور بازار میں قیمتوں کی رائج شرح کی بنیاد پر ملازمین کو اجرت یا تنخواہ ملنے کو یقینی بنائے۔ سلامتی طبی سہولتیں، کینٹین، مکانوں کی سہولت، چھٹی کی سہولت اور سبکدوشی کے فائدوں کے اعتبار سے کام کرنے کے حالات بہتر ہوں۔ ان لوگوں کو بونس کی مناسب مقدار، تجارت کی آمدنیکا روباری کمائی کی بنیاد پر منی چاہیے۔ ترجیحاان لوگوں کو مینجمنٹ میں انہیں شرکت کے مواقع کی سہولت بھی ملنی چاہیے۔ بغیر ملازمین کے کوئی تنظیم باقی نہیں رہ سکتی۔ ملازمین کی ذہنی صلاحیت، کوششیں، ذہانت اور مہارت کاروباری اداروں کو کامیاب بناتی ہیں۔ اپنے ملازمین کے تئیں ذمہ داریاں درج ذیل ہیں:

1- معقول اور مناسب اجرتیں اور تنخواہیں فراہم کرنا

2۔ ورکرس کی اچھی صحت کے لیے کام کے بہتر حالات برقرار رکھنا

3۔ ہاؤسنگ بھی دیکھ بھال، تفریح وغیرہ جیسی خدمات فراہم کرنا

4 رکنیت کے شعور کو پیدا کرنا

5- کاروبار میں بہتر انسانی رشتے تخلیق کرنے کے ذریعہ ورکرس کا تعاون حاصل کرنا

(c) صارفین کے تئیں ذمہ داری: ایک کاروباری ذمہ داری ہے کہ وہ معیاری سامان اور خدمات کو مناسب قیمتوں پر صارفین کو مہیا کرائے۔ ملاوٹ، ناقص پیکنگ، گمراہ کن اور غیر دیانتدارانہ اشتہار سے گریز کریں اور گاہکوں کی شکایات پر توجہ دینے کے لیے باقاعدہ انتظام کو یقینی بنائیں۔ کاروبار کے ذریعہ تیار پروڈکٹ کا استعمال صارفین کے تئیں کاروباری کی ذمہ داری درج ذیل ہے:

1- اشیاوخدمات کی باقاعدہ سپلائی کو یقینی بنانا

2- معقول قیمتوں پر اشیا فراہمی

3- ایسی اشیا فراہم کرنا جو مختلف طبقوں کے صارفین کی ضرورتوں کو پورا کرنے میں مددگار ہوں

4۔ معیاری کوالٹی کی اشیا فراہم کرنا

5- صحیح اشتہار کو یقینی بنانا

6- نوری اور مسلسل خدمات فراہم کرنا

(d) **حکومت کے تئیں ذمہ داری:** ایک کاروباری ادارہ کو کاروبار کے قیام کے دوران حکومت کی ہدایات کو تسلیم کرنا چاہیے۔ انھیں تجارت کو قانونی طریقے سے چلانا چاہیے، ٹیکس کی ادائیگی ایمانداری کے ساتھ اور وقت پر کرنی چاہیے۔ انھیں کسی بدعنوانی یا کسی غیر قانونی سرگرمیوں میں ملوث نہیں ہونا چاہیے۔ حکومت کے تئیں کاروبار کی ذمہ داری درج ذیل ہے:

1۔ ملکی قوانین کی پابندی کرنا

2۔ ایمانداری کے ساتھ وقت پر ٹیکس ادا کرنا

3- سرکاری ملازمین کو بدعنوان بنانے سے بچنا

4۔ معاقی قوت اور اجارہ داری کے ارتکاز کے رجحان کی حوصلہ شکنی کرنا

5۔ غیر ملکی تجارت میں مناسب معاملات اختیار کرنا

(e) **معاشرے کے تئیں ذمہ داری:** کاروبار ہمارے معاشرے کا ایک اٹوٹ حصہ ہے اس لیے اسے معاشرے کے عام فلاح و بہبود کے لیے بھی تعاون کرنا چاہیے۔ انھیں معاشرتی اور ثقافتی اقدار کو قائم رکھنے کے ساتھ انھیں فروغ دینا چاہیے۔ ملازمت کے مواقع پیدا کرنے چاہئیں اور معاشرہ کے کمزور طبقے کو اوپر اٹھانے میں مدد کرنی چاہیے۔ انھیں معاشرہ کے مادی اور ماحولیاتی ماحول کی حفاظت کے اقدامات کرنا چاہیے۔ اور معاشرتی ترقیاتی پروگرام جیسے صحت کی دیکھ بھال، کھیل ثقافتی پروگرام وغیرہ میں تعاون کرنا چاہیے۔ کاروبار کو کمیونٹی کے لیے کام کرنا چاہیے۔ عوام کے تئیں کاروبار کی ذمہ داری درج ذیل ہے:

1۔ آلودگی سے ماحول کو تحفظ فراہم کرنا

2۔ روزگار کے بہتر مواقع فراہم کرنا

3۔ سماجی و ثقافتی قدروں کو تحفظ فراہم کرنا

4۔ تاج کے کمزور طبقوں جیسے معذور افراد، بیواؤں و درج فہرست قبائل وغیرہ کی مدد کرنا

5- قومی یکجہتی کو فروغ دینا

مختلف جماعتوں کے تئیں کاروبار کی سماجی ذمہ داریوں کی اہمیت کے مدنظر یہ بہتر ہوگا کہ کمپنی کے قانون کے تحت یہ انتظامات بھی ہوں کہ اس کی سالانہ رپورٹ میں سماجی سرگرمیوں کا بھی تذکرہ لازمی کر دیا جائے۔ گرچہ کئی بڑی کمپنیاں باقاعدگی سے اپنی سالانہ رپورٹ میں ان کے ذریعے انجام دی گئی سماجی سرگرمیوں کو رضا کارانہ طور پر شامل کر رہی ہیں۔ ان میں نمایاں ہیں: سیمنٹ کارپوریشن آف انڈیا انڈین آئل کمپنی کارپوریشن، نانا آئرن اینڈ اسٹیل کمپنی، ایشین پینٹ اور آئی ٹی سی وغیرہ۔ ان کی ذریعے پیش کی گئی رپورٹ یہ ثابت کرتی ہے کہ یہ کمپنیاں ماحول کی بہتری اور معاشرتی ترقی میں اپنے کردار کے تئیں کافی باشعور ہیں۔

3.4.3 کاروباری اور مالیاتی تحفظ

پودوں اور جانوروں کی بہتر حالت اس ماحول کے معیار پر منحصر ہے جس میں وہ رہتے ہیں۔ تیزی سے بڑھتی صنعت کاری، فاسٹ فوڈ مراکز کی بڑھتی تعداد اور ٹریفک نے ماحول کو بہت زیادہ نقصان پہنچایا ہے۔ بڑی تعداد میں فیکٹریوں اور ان کے ملازمین کے لیے اپارٹمنٹ کی تعمیر کے سبب جنگلات اور جنگلاتی زندگی میں بہت تیزی سے زوال آیا ہے۔ اس لیے ہوائی، شور اور آبی آلودگی بھی بڑھی ہے۔ حکومت نے آلودگی کو روکنے کے لیے قوانین وضع کیے ہیں۔ آلودگی کنٹرول بورڈ مرکزی اور ریاستی حکومتوں کے ذریعہ قائم کیے گیے ہیں۔ درج ذیل اسباب کی بنا پر ماحولیاتی آلودگی پیدا ہوتی ہے:

1- ہوائی آلودگی: ہوائی یا فضائی آلودگی مختلف عوامل کا نتیجہ ہے جس سے ہوا کے معیار میں کمی آتی ہے۔ آٹو موبائل (موٹر گاڑیوں) کے ذریعہ خارج کاربن مونو آکسائڈ سے ہوائی آلودگی میں مدد ملتی ہے۔

2- آبی آلودگی: فیکٹریوں سے نکلنے والے کیمیکل فضلات پر ملک کے آبی اجسام (تالاب، ندیاں وغیرہ) کو آلودہ کر رہے ہیں۔ پھولوں اور دیگر مواد سے بھرے پلاسٹک بیگ، پلاسٹک بوتلوں وغیرہ کو اس میں پھینکنے سے ہماری ندیوں، نالوں اور جھیلوں میں آلودگی پیدا ہوتی ہے۔

3- زمینی آلودگی: زراعت کیڑے مار دواؤں، کیمیکل وغیرہ کا زائد استعمال ہماری زمین کو آلودہ کر رہا ہے۔ لوگ روزانہ شاپنگ کرنے جاتے ہیں اور پلاسٹک تھیلوں میں خریدنے کی ان کی عادت بنی ہوئی ہے۔ لوگ ان پلاسٹک تھیلوں کو ادھر ادھر پھینک دیتے ہیں جس کے سبب منی آلودہ ہو جاتی ہے۔

4- شور آلودگی: فیکٹریوں کا چلنا شور آلودگی کا وسیلہ ہے۔ موٹر گاڑیوں سے بھی شور آلودگی پیدا ہوتی ہے۔ شور آلودگی ذہنی انتشار، سماعت میں نقص، دل میں خرابی کی موجب ہوتی ہے۔

آلودگی کو کنٹرول کرنے کی ضرورت

درج ذیل اسباب کی بنا پر آلودگی کنٹرول کی ضرورت ہوتی ہے:

1- سلامتی کے لیے خطرناک چیزوں میں کمی اور زندگی کی سلامتی کو یقینی بنانے کے لیے

2۔ لوگوں کو تلافی دینے کے لیے ذمہ داریوں کے جوکھم میں کمی

3۔ صحت عامہ کے تحفظ کے لیے

4- آبی آلودگی (جو مچھلیوں اور دیگر آبی پودوں پر اثر انداز ہوگی) انسانی صحت کے لیے خطرات، جیسے سانس لینے میں دشواری، آنکھوں میں جلن وغیرہ جیسی تکلیفوں میں کمی

5۔ زمین اور مشینوں کو صاف کرنے کی لاگت بچانے کے لیے۔

3.5 کاروباری اخلاقیات

کاروباری اخلاقیات کا مطلب وہ کاروباری عمل ہے جو سماج کے نقطہ نگاہ سے مطلوبہ ہے یعنی اخلاقی اصول جس کی پابندی کا روبار کے ذریعہ کی جانی چاہیے۔ کاروباری اخلاقیات کا روبار کرتے وقت یہ متعین کرنے سے متعلق ہے کہ کیا صحیح اور کیا غلط ہے۔ اخلاقیات سے ہماری مراد ان کاروباری عمل سے ہے جو سماج کے نقطہ نگاہ سے مطلوبہ ہے۔ اخلاقی کاروباری عمل کی کچھ مثالیں درج ذیل ہیں:

1- گاہک سے مناسب قیمتیں لینا

2 اشیا کے لیے مناسب وزن کا استعمال کرنا

3 حکومت کو صحیح اور فوری طور پر ٹیکس ادا کرنا

4 ملازمین کے لیے محفوظ پروڈکٹ کی سپلائی یقینی بنانا

5 ملازمین کے ساتھ مناسب برتاؤ

6 ناجائز کاروباری کاموں، بدعنوانی، کالا بازاری اور ذخیرہ اندوزی میں ملوث نہ ہونا

3.5.1 کاروباری اخلاقیات کے عناصر

کاروباری اخلاقیات کے عناصر درج ذیل ہیں:

1 کاروباری اخلاقیات کاروباری فرموں کی طرف سے خود پر لگایا گیا ڈسپلن پیدا کرتی ہے۔

2 کاروباری اخلاقیات کاروبار میں دیانت اور ذمہ داری پیدا کرتی ہے۔

3 کاروباری اخلاقیات کا مقصد گاہکوں، ملازمین، سپلائر کے تئیں منصفانہ اور معقول برتاؤ ہے۔

4 کاروباری اخلاقیات اور قانون ساتھ ساتھ چلتے ہیں جس سے ضوابط زندگی کی تکمیل میں مدد ملے گی۔

5 کاروباری اخلاقیات ان تمام کاروباری عمل کا احاطہ کرتا ہے جو سماج کے نقطہ نگاہ سے مطلوبہ ہوں۔

اختتامی مشق

نہایت مختصر جواب کے لیے سوالات

1. کاروباری ماحول کی خصوصیات بیان کریں۔
2. کاروباری ماحول کی مختلف اقسام بیان کریں۔
3. کاروباری کے غیر معاشی ماحول کے مختلف عناصر بیان کریں۔
4. ہندوستانی معیشت کے آزادانہ ماحول (لبرائزیشن) کے دو اثرات کو بیان کریں۔
5. اصطلاح" کاروباری اخلاقیات سے کیا مراد ہے؟
6. کاروبار کے تئیں سماجی ذمہ داری سے آپ کیا سمجھتے ہیں؟
7. کاروباری اخلاقیات سے آپ کیا سمجھتے ہیں؟
8. صارفین کے تعین کاروباری کی کوئی دو ذمہ داریاں بیان کیجیے۔
9. ماحولیاتی آلودگی کے دو اسباب بیان کیجیے۔
10. کاروباری اخلاقیات کے دو عناصر بیان کیجیے۔
11. کاروباری اخلاقیات کی دو مثالیں دیجیے۔

مختصر جواب کے لیے سوالات

1. کاروبار کا آبادیاتی ماحول کس طرح کاروبار کی سرگرمیوں کو متاثر کرتا ہے؟
2. لبرائزیشن کے عمل کے لیے ہندوستانی حکومت کے ذریعے کیے گئے اقدامات کیا ہیں؟
3. کاروباری اداروں کے حسب معمول کام کرنے میں سیاسی ماحول کے اثر کی وضاحت کریں۔
4. کاروباری اداروں کو سماجی طور پر کیوں ذمہ دار ہونا چاہیے؟
5. ہندوستانی معیشت کے گلوبلائزیشن اثرات کیا ہیں؟
6. سماجی ذمہ داری کے تصور کی مختصر اوضاحت کیجیے۔
7.. ملازمین کے تئیں کاروبار کی ذمہ داریوں کو بیان کیجیے۔
8. سماجی ذمہ داری کے حق میں چار دلائل پیش کیجیے۔
9. اصطلاح" کاروباری اخلاقیات سے کیا مراد ہے؟

طویل جواب کے لیے سوالات

1. کاروباری اداروں کے لیے کاروباری ماحول کی کیا اہمیت ہے؟ بیان کریں۔
2. کاروبار کے کسی دو غیر معاشی ماحول کی وضاحت کریں۔
3. کاروبار کی سماجی ذمہ داری سے کیا مراد ہے؟ تجارت کی معاشرہ کے تئیں کیا ذمہ داریاں ہیں۔؟ بیان کریں۔
4. کاروبار کیا معاشی ماحول کو اختصار سے بیان کریں۔
5. مختلف جماعتوں کی جانب کاروبار کی سماجی ذمہ داری کی وضاحت کریں۔
6. سرمایہ کاروں، صارفین اور ملازمین کے تئیں کاروبار کی ذمہ داریاں کیا ہیں؟
7. سماجی ذمہ داری سے کیا مراد ہے؟ کاروبار کی سماجی ذمہ داری کے حق میں کچھ نکات کی وضاحت کیجیے۔
8. کاروباری اخلاقیات سے کیا مراد ہے؟ تین مثالیں دیجیے۔ کاروباری اخلاقیات کے عناصر کون سے ہیں۔ مختصر اوضاحت کیجیے۔
9. کاروباری ماحول کے علم سے مواقع اور کاروبار کو مدد ملتی ہے۔ اس بیان کی روشنی میں کاروباری ماحول کی اہمیت واضح کیجیے جس سے کاروباریوں کو مستقبل کی منصوبوں کے لیے مدد ملتی ہے۔
10. کاروبار ورکرس، صارفین، حکومت اور کمیونٹی جیسے مختلف حصہ داروں کی توقعات کا خیال رکھتا ہے۔ کاروبار کی سماجی ذمہ داریوں کی وضاحت کے ساتھ اس بیان پر تبصرہ کیجیے۔

4. کاروباری تنظیموں کی اقسام
(The Forms of Business Organisations)

آپ کاروبار، اس کی اہمیت اور کاروباری سرگرمیوں کی درجہ بندی کے بارے میں پہلے سبق میں پڑھ چکے ہیں اور اس بات سے بھی آگاہ ہیں کہ ان سرگرمیوں کو ایک کاروباری ادارے (جو ملکیت اور مینجمنٹ کے مختلف طریقوں پر مشتمل ہوتے ہیں) کی ایک منظّم شکل میں افراد کے ذریعے انجام دیا جاتا ہے۔ ایک اکیلا شخص کاروبار کا مالک ہوسکتا ہے یا متعدد افراد مشترکہ طور پر کاروبار کے مالک ہو سکتے ہیں۔ لہذا ملکیت کی بنیاد پر ہم کاروباری تنظیم کی مختلف شکلیں دیکھتے ہیں۔ جیسے مالکانہ ادارے، شراکت دار فرم یا ایک کمپنی۔ اس سبق میں آپ کاروباری تنظیم کی مختلف شکلوں (جوائنٹ اسٹاک کمپنی کے علاوہ)، ان کی خصوصیات، اوصاف وحدود، موزونیت اور ان کی تشکیل میں شامل اقدامات کے بارے میں پڑھیں گے۔

اکتسابی محاصل

☆ کاروباری تنظیموں کی مختلف شکلوں کی بنیادی خصوصیات بیان کریں؛ اور

☆ کاروباری تنظیموں کی مختلف شکلوں میں فرق کریں۔

4.1 کاروباری تنظیم کے معنی

آپ کاروبار کے معنی اور کاروباری سرگرمیوں جیسے صنعت، کاروبار نقل وحمل، بینک کاری، بیمہ؟ وغیرہ؟ کے بارے میں پہلے ہی پڑھ چکے ہیں۔ اگر ان کاروباری سرگرمیوں کا بغور مشاہدہ کریں تو محسوس کریں۔ گے کہ خواہ کوئی بھی سرگرمی اختیار کی جائے اسے مختلف وسائل جیسے افراد، زر، سامان، مشینیں، ٹکنالوجی وغیرہ کا انتظام کرنا ہوتا ہے تاکہ وہ ان سرگرمیوں کو کامیابی کے ساتھ انجام دے سکے۔ صرف یہی نہیں بلکہ ان وسائل کو ایک منظّم انداز میں کام میں لانا ہوتا ہے تاکہ کاروبار کے مقصد کو حاصل کیا جاسکے۔

چاول کی من کی مثال ہی لیجیے۔ پہلے مالک زمین حاصل کرے گا، اس پر ایک عمارت کی تعمیر کرے گا، مشینیں خریدے گا اور ان کی تنصیب کرے گا، کام کرنے کے لیے مزدور لگائے گا، دھان خریدے گا اور چاول تیار کرنے کے لیے دھان کی عمل کاری کرے گا، پھر اسے وہ گاہکوں کو فروخت کرے گا۔ اس طرح دھان سے چاول تیار کرنے کے لیے آپ کو زمین، عمارت، مشینری، مزدور وغیرہ کو جمع کرنے اور ایک منظّم طریقے سے ان وسائل کو مجموعی طور پر عمل میں لانا ہوگا تبھی یہ ممکن ہوگا کہ آپ چاول تیار کریں اور انھیں گاہکوں کو فروخت کرکے منافع کما سکیں۔

اس طرح کاروبار کو چلانے اور منافع کمانے کے اس کے مقاصد کو حاصل کرنے کے لیے یہ ضروری ہے کہ بھی وسائل کو مجتمع کیا جائے اور ان کو منظّم انداز میں عمل میں لایا جائے اور ان سرگرمیوں کو موزوں طور پر مربوط وکنٹرول کیا جائے۔ اسی بندوبست کو کاروبار کی تنظیم کے طور پر جانا جاتا ہے۔

4.2 کاروباری تنظیم کی اقسام

کبھی آپ نے سوچا کہ مطلوبہ سرمایہ (پونجی) کون لگاتا ہے؟ دیگر وسائل کے بندوبست کی ذمہ داری کون اختیار کرتا ہے؟ ان کو عمل میں کون لاتا ہے اور مطلوبہ منافع کمانے کے لیے سرگرمیوں کو مربوط اور کنٹرول کون کرتا ہے؟ اگر آپ اپنے آس پاس نظر ڈالیں تو دیکھیں گے کہ ایک چھوٹے سے کرانے کی دکان کی ملکیت اور انتظام ایک اکیلے فرد کے ذمہ ہوتی ہے اور وہی ان تمام سرگرمیوں کو انجام دیتا ہے، لیکن بڑے کاروبار میں اکیلے فرد کے لیے یہ ممکن نہیں ہوسکتا کہ وہ ان تمام سرگرمیوں کو انجام دے۔ لہذا ایسے معاملوں میں دو یا اس سے زائد افراد کاروبار کے لیے مالیات فراہم کرنے اور اس کا بندوبست کرنے کے لیے ہاتھ ملاتے ہیں اور معاہدے کے مطابق اس کے منافع میں ساجھے داری کرتے ہیں۔ اس طرح کاروباری تنظیم کی ملکیت اور انتظام ایک اکیلے فرد کا ہوسکتا ہے یا افراد کے ایک گروہ کا جو ایک شراکت داری فرم یا جوائنٹ اسٹاک کمپنی کی شکل ہوسکتی ہے۔ ملکیت اور مینجمنٹ کے ایسے بندوبست کو کاروباری تنظیم کی ایک شکل کے طور پر جانا جاتا ہے۔ ہندوستان میں کاروباری تنظیم عام طور پر درج ذیل قسم کی ہوتی ہے:

(1) تنہا ملکیت

(2) شراکت داری

(3) مشترک ہندو فیملی

(4) کوآپریٹیو سوسائٹی

(5) مشترک سرمایہ کمپنی (جوائنٹ اسٹاک)

آیئے کاروباری تنظیم کی ان شکلوں کی حقیقی نوعیت کو تفصیل سے سمجھیں۔ اس میں مشترک سرمایہ کمپنی کو نہیں شامل کیا گیا ہے۔ جس کے بارے میں آپ اگلے سبق میں پڑھیں گے۔

4.3 تنہا ملکیت

گوپال ایک مقامی بازار میں کرانے کی دکان چلاتا ہے۔ وہ تھوک بازار سے اشیا خریدتا ہے اور گاہکوں کو ان کی ضرورت کے مطابق اشیا فروخت کرتا ہے۔ ایسا کرکے وہ کچھ نہ کچھ منافع کماتا ہے۔ اس نے دو سال پہلے ایک لاکھ کا سرمایہ لگا کر اپنا کاروبار شروع کیا تھا، یہ روپے اس نے اپنے دوست سے ادھار لیے تھے۔ آج وہ اپنا کاروبار کامیابی سے چلا رہا ہے وہ بہترین منافع کماتا ہے اور وہ ادھار رقم چکانے کے قابل بھی ہو چکا ہے۔ اس نے دکان میں اپنی مدد کے لیے دو لوگوں کو ملازمت پر بھی رکھ لیا ہے۔ گوپال کا کہنا ہے کہ وہ ایک تنہا ملکیتی کاروبار کا مالک ہے۔ کیا آپ متفق ہیں؟

اس سوال کا جواب دینے سے پہلے تنہا ملکیت کی صحیح فطرت کو جان لیں تو بہتر ہوگا۔

اصطلاح، تنہا (Sole) کا مطلب ہے۔ واحد اور ملکیت کا مطلب ہے، مالکانہ تصرف، یعنی صرف ایک شخص ہی اس کاروباری

تنظیم کا مالک ہے۔اس کا مطلب ہے کاروباری تنظیم کی وہ شکل جس میں ایک اکیلا شخص مالک ہوتا ہے اور کاروبار چلاتا ہے، منافع لیتا ہے اور نقصانات برداشت کرتا ہے۔اسے واحد مالک کے طور پر جانا جاتا ہے۔اسے کاروباری تنظیم کی تنہا ملکیت شکل کہتے ہیں۔گوپال بالکل یہی چیز انجام دے رہا ہے۔لہذا آپ کہہ سکتے ہیں کہ گوپال تنہا ملکیت کا کاروبار کر رہا ہے اور اسے تنہا مالک یا اکیلا تاجر کے طور پر جانا جاتا ہے۔مختلف اقسام میں شامل ایسی کاروباری تنظیموں کی ایک فہرست بنا سکیں گے؟ آپ نے بہت سی ایسی کاروباری تنظیمیں اپنے محلے میں یا آس پاس دیکھی ہوں گی۔کیا آپ کاروبار کی

1. سپریم ڈرائی کلینرز
2. _____
3. _____
4. _____
5. _____

تنہا ملکیت کی تعریف

جے ایل، بیسن کے مطابق کاروباری اکائی کی ایک قسم جہاں کاروباری مہم جوئی کے لیے سرمائے کی فراہمی، خطرہ برداشت کرنے اور کاروبار کے مینجمنٹ کے لیے صرف ایک فرد ہی ذمہ دار ہوتا ہے۔

اس طرح کاروباری تنظیم کی شکل تنہا ملکیت (Sole proprietorship) سے مراد ایک ایسی کاروباری مہم ہے جس کی ملکیت، مینجمنٹ اور اختیار ایک اکیلے فرد کا ہوتا ہے اور وہی پورے اختیار اور ذمہ داری کا حامل ہوتا ہے۔

اب آپ کاروباری تنظیم کی تنہا ملکیت کی بعض خصوصیات کا خاکہ کھینچ سکتے ہیں۔

4.3.1 تنہا ملکیت والی کاروباری تنظیم کی خصوصیات

(a) واحد ملکیت کاروباری تنظیم کی تنہا ملکیت میں ایک اکیلا مالک ہوتا ہے جو بھی وسائل کو مجتمع کرنے کے ذریعے کاروبار کی شروعات کرتا ہے۔

(b) ملکیت اور مینجمنٹ میں کوئی علاحدگی نہیں: مالک اپنی مہارت اور ذہانت کے مطابق خود ہی کاروبار کا انتظام کرتا ہے۔ملکیت اور مینجمنٹ میں کوئی علاحدگی نہیں ہوتی جیسا کہ کاروباری تنظیم کی کمپنی کی قسم کے معاملے میں ہوتا ہے۔

(c) قانونی ضابطہ کا کم ہونا کاروباری تنظیم کی ایک تنہا ملکیت کی تشکیل اور عمل میں کوئی قانونی ضابطہ شامل نہیں ہوتا ہے۔اس طرح اس کی تشکیل بہت آسان اور سادہ ہے۔

(d) **الگ کوئی ہستی نہیں**: اس کاروباری اکائی میں مالک سے الگ کوئی ہستی نہیں ہوتی۔ کاروباری شخص اور کاروباری ادارہ یا اکائی ایک ہی ہوتے ہیں اور کاروباری شخص اپنی کاروباری اکائی میں واقع ہونے والی ہر چیز کا ذمہ دار ہوتا ہے۔

(e) **نفع اور نقصان میں کوئی ساجھے داری نہیں**: واحد مالک اکیلے ہی منافع سے استفادہ کرتا ہے۔ اس کے ساتھ ہی پورا نقصان بھی وہی برداشت کرتا ہے۔ کوئی دوسرا شخص کاروبار کے نفع ونقصان میں شریک نہیں ہوتا۔ وہ اکیلا ہی خطرات برداشت کرتا ہے اور نفع کا صلہ بھی اسے ہی ملتا ہے۔

(f) **غیر محدود جواب دہی**: تنہا مالک کی جوابدہی غیر محدود ہے۔ نقصان کی صورت میں اگر اس کے کاروباری اثاثے کاروباری واجبات کو ادا کرنے کے لیے کافی نہیں ہیں تو اس کی ذاتی جائیداد کو کاروبار کے واجبات کی ادائیگی کے لیے استعمال کیا جا سکتا ہے۔

(g) **یک شخصی کنٹرول**: تنہا ملکیت کے کاروبار میں کنٹرول کرنے کا اختیار ہمیشہ مالک کے پاس ہوتا ہے۔ وہ کاروبار کو اپنی مرضی سے چلاتا ہے۔

گوپال تنہا ملکیت اپنانے کے بعد اپنے کاروبار کو چلانے میں خوش ہے ہے۔ کیونکہ اس کاروبار کو چلانے میں وہ بہت سے فائدے حاصل کرتا ہے اس کے ساتھ ہی اسے بہت کی دشواریوں کا بھی سامنا کرنا پڑتا ہے۔ کیا آپ کاروباری تنظیم کی اس شکل کی خوبیوں اور حدود کے بارے میں جاننا چاہیں گے؟ آیئے ہم اس پر بات کریں۔

4.3.2 تنہا ملکیت والی کاروباری تنظیم کی خوبیاں

(a) **تشکیل دینے اور ختم میں آسان**: کاروباری تنظیم کی تنہا ملکیت کو تشکیل دینا بہت آسان اور سادہ ہے۔ اس میں کسی قانونی شق اور ضوابط کا مشاہدہ کرنا ضروری نہیں۔ اسی طرح اگر مالک کسی وقت فیصلہ کرتا ہے تو وہ اس کاروبار کو ختم کر سکتا ہے۔

(b) **بہتر فیصلہ اور فوری کارروائی**: جیسا کہ پہلے بیان کیا جا چکا ہے کہ تنہا ملکیت کی تنظیم کے معاملے میں کوئی مداخلت نہیں کرتا۔ لہذا وہ کاروبار سے متعلق مختلف امور پر تیزی سے فیصلہ کر سکتا ہے اور اس کے مطابق فوری کارروائی انجام دے سکتا ہے۔

(c) **راست ترغیب**: تنہا ملکیت کی کاروباری تنظیم کی شکل میں کاروبار کا پورا منافع مالک کو جاتا ہے۔ اس سے مالک کو سخت محنت اور کاروبار کو مؤثر طور پر انجام دینے کی ترغیب ملتی ہے۔

(d) **عمل میں لچک کرنا**: کاروبار کی ضروریات کے مطابق تبدیلیوں کو موثر کرنا بہت آسان ہے۔ کاروباری سرگرمیوں میں توسیع یا تخفیف کے لیے بہت سے ضوابط کی ضرورت نہیں ہوتی جیسا کہ اس سے دیگر معاملات میں ہوتا ہے۔

(e) **کاروباری راز کو قائم رکھنا**: کاروباری راز صرف مالک کو ہی معلوم ہوتے ہیں۔ اسے دوسروں کو کسی طرح کی معلومات فراہم کرنے کی اس وقت تک ضرورت نہیں ہوتی جب تک کہ وہ خود فیصلہ نہ کرے۔ وہ اپنے کاروباری کھاتے کو شائع کرنے کا بھی

پابند نہیں ہے۔

(f) **ذاتی ربط**: چونکہ کاروبار سے متعلق ہر چیز کو مالک خود ہی دیکھتا بھالتا ہے اس لیے گاہکوں اور ملازموں کے ساتھ اچھے ذاتی رابطے قائم کرنا زیادہ آسان ہے۔ گاہکوں کی پسند ناپسند اور ذوق جاننے کے ذریعے مالک اس کے مطابق عمل کرتا ہے۔ اس طرح چونکہ ملازمین محدود ہوتے ہیں اور براہ راست مالک کی ماتحتی میں کام کرتے ہیں اس لیے ان کے ساتھ ہم آہنگی کے ساتھ رشتہ رکھنے اور کاروبار کو سہولت سے چلانے میں مدد ملتی ہے۔

کاروباری تنظیم کی تنہا ملکیت کی مختلف خوبیوں کے جاننے کے بعد آیئے اس کی حدود پر بحث کریں۔

4.3.3 تنہا ملکیت والی کاروباری تنظیم کی حدود

(a) محدود وسائل: واحد مالک کے وسائل ہمیشہ محدود ہوتے ہیں۔ اکیلے مالک ہونے کے سبب اپنے خود کے وسائل سے کافی سرمائے کا بندوبست کرنا ہمیشہ ممکن نہیں ہوتا۔ مزید سرمایہ دوستوں اور رشتہ داروں یا بینکوں سے رقم ادھار لینے کا بھی ضمنی مفہوم ہوتا ہے۔ لہٰذا اپنے کاروبار کے لیے فنڈ یکجا کرنے کی گنجائش محدود ہوتی ہے۔

(b) تسلسل میں کمی: کاروبار کا تسلسل مالک کی زندگی سے وابستہ ہوتا ہے۔ مالک کی بیماری، موت یا دیوالیہ پن سے کاروبار کے بند ہونے کی نوبت آسکتی ہے۔ اس طرح کاروبار کا تسلسل غیر یقینی ہوتا ہے۔

(c) غیر محدود ذمہ داری: آپ نے پڑھا ہے کاروبار اس کے مالک سے الگ نہیں ہوتا۔ قانون کی نظر میں مالک اور کاروبار یکساں ہیں۔ لہذا مالک کی ذاتی جائیداد کا بھی استعمال کاروباری ذمہ داریوں کو ہموار کرنے اور ادھار کی ادائیگی کے لیے کیا جاسکتا ہے۔

(d) بڑے پیمانے پر عمل کے لیے موزوں نہیں: چونکہ وسائل اور انتظامی اہلیت محدود ہوتی ہے اس لیے کاروباری تنظیم کی تنہا ملکیت بڑے پیمانے کے کاروبار کے لیے موزوں نہیں ہے۔

(e) محدود انتظامی مہارت: تنہا ملکیت والی کاروباری تنظیم میں ہمیشہ انتظامی مہارت کی کمی ہوئی ہے۔ ایک اکیلا شخص سبھی میدانوں جیسے خریداری، فروخت، مالیات کی فراہمی وغیرہ میں ماہر نہیں ہوسکتا۔ مزید برآں مالیاتی وسائل اور کاروباری حجم کے محدود ہونے کے سبب کاروباری تنظیم کی تنہا ملکیت والی میں پروفیشنل منیجر کو کام پر رکھنا بھی ممکن نہیں ہوتا۔

5.3.4 تنہا ملکیت والی کاروباری تنظیم کی موزونیت

آپ نے تنہا ملکیت کی کاروباری تنظیم کے معنی، خصوصیات، خوبیوں اور حدود کے بارے میں پڑھا۔ اس تفصیلی مطالعے کے بعد اب ان میدانوں کو شناخت کرنا آپ کے لیے آسان ہوجانا چاہیے جس میں کاروباری تنظیم کے لیے تنہا ملکیت زیادہ موزوں ہو۔

تنہا ملکیت وہاں موزوں ہے جہاں بازار محدود اور مقامی ہوا، نیز گاہک ذاتی توجہ کو اہمیت دیتے ہوں۔ یہ وہاں بھی موزوں سمجھی

جاتی ہے جہاں سرمایہ کی ضرورت کم ہواوراس میں شامل خطرات محدود ہوں۔ یہ ایسی اشیا کی پیداوار کے لیے بھی مناسب سمجھی جاتی ہے جس میں دستی مہارت شامل ہو۔مثال کے طور پر دستکاری آرائشی لیس یا جھالر بنانے کے کام، زیورات وجواہرات کا کام، درزی کا کام، بال کاٹنے وغیرہ کے کام۔اپنے محلے میں جائزہ لیں اورمختلف قسم کے کاروبار (جو تنہا مالکوں کے ذریعے چلائے جارہے ہوں) کی ایک فہرست بنائیں اوراس کے بعد درج بالا نکات کے تحت ان کی زمرہ بندی کریں۔

4.4 شراکت داری

پاس کے علاقے میں ایک ٹیکسٹائل فیکٹری شروع ہونے جارہی ہے جہاں گوپال اپنا کاروبار چلا رہا ہے۔ایک کاروباری شخص کے طور پر وہ اب ایک خوشگوار کیفیت میں ہے۔وہ سوچ رہا ہے کہ جب ایک بار ٹیکسٹائل فیکٹری قائم ہوجائے گی تب اسے زیادہ گاہک ملیں گے۔اس کی فروخت بڑھ جائے گی اوروہ زیادہ منافع کما سکے گا لیکن اس کے لیے اسے اپنا کاروبار بڑھانا ہوگا جس کے لیے اسے زیادہ رقم کی ضرورت ہے۔

سب سے بڑا مسئلہ یہ ہے کہ مزید فنڈ کا بندوبست کیسے کیا جائے۔اس کے پاس ایک متبادل یہ ہے کہ وہ بینکوں سے قرض حاصل کرے لیکن اس کے ذہن میں بار بار یہ خوف پیدا ہوتا ہے کہ کہیں نقصان نہ ہوجائے۔وہ خطرہ نہیں اٹھانا چاہتا۔ایک اورراستہ یہ ہے کہ وہ کسی دوسرے شخص سے ہاتھ ملائے۔ایسا کر کے وہ زیادہ وسائل مہیا کرسکتا ہے، کام میں ساجھے داری ہوگی جواس کاروباری تنظیم کی ایک نئی قسم بن جاتی ہے جسے شراکت داری تنظیم کے طور پر جانا جاتا ہے۔گوپال کاروباری تنظیم کی اس شکل کی صحیح نوعیت کے بارے میں صراحت حاصل کرتا ہے وہ اسے شروع کرنے سے پہلے موافق اورمخالف دونوں پہلوؤں کی جانچ کرتا ہے۔

شراکت داری دو یا اس سے زیادہ لوگوں کے درمیان ہوتی ہے جو اپنے مالیاتی اورانتظامی وسائل کو جمع کرتے ہیں اور کاروبار کو چلانے پر متفق ہوتے ہیں نیز اس کے منافع میں شریک ہوتے ہیں۔وہ افراد جو شراکت داری کی تشکیل کرتے ہیں انھیں انفرادی طور پر شریک یا پارٹنراور مجموعی طور پر فرم یا شراکت داری فرم کے طور پر جانا جاتا ہے۔بالفرض گوپال رحیم کے ساتھ ہاتھ ملاتا ہے تاکہ وہ ایک بڑی کرانے کی دکان کی شروعات کرسکے۔یہاں گوپال اوررحیم دونوں کو شریک یا شراکت دار کہا جاتا ہے جو مشترکہ طور پر شراکت دار فرم کو چلا رہے ہیں۔یہ دونوں اپنے وسائل کو جمع کریں گے اوراپنی مہارتوں کا اطلاق کرکے کاروبار کو چلائیں گے۔وہ ایک متفقہ مناسب میں نفع اورنقصان میں شریک ہوں گے۔درحقیقت وہ کام کرنے کے سبھی شرائط وضوابط کے تحت کبھی پہلوؤں کا سوچ سمجھ کر فیصلہ کریں گے۔ان کے درمیان ایک معاہدہ ہوگا جو زبانی تحریری یا مشمولہ ہوسکتا ہے۔جب معاہدہ تحریری طور پر ہوتا ہے تو اسے شراکت نامہ (Partnership deed) کہا جاتا ہے تاہم اس کے نہ ہونے پر انڈین پارٹنرشپ ایکٹ 1932 کی دفعات نافذ ہوں گی۔

ہندوستان میں کاروباری تنظیم کی شراکت داری کی شکل انڈین پارٹنرشپ ایکٹ 1932 کے ذریعے منضبط ہوتی ہے جس میں پارٹنرشپ کی تعریف اس طرح کی گئی ہے: ''افراد کے درمیان رشتہ جوان سبھی کے ذریعے چلائے جانے والے یا سبھی کے لیے ان میں سے کسی کے ذریعے کیسے جانے والے عمل کے ذریعے کاروبار کوانجام دینے میں ہونے والے منافع میں شریک ہونے پر متفق ہوئے ہوں۔''

5.4.1 شراکت داری کی کاروباری تنظیم کی خصوصیات

شراکت داری کی درج بالا تعریف کی روشنی میں شراکت داری کی کاروباری تنظیم کی مختلف خصوصیات کا خلاصہ ذیل میں کیا جاسکتا ہے:

(a) دو یا دو سے زائد افراد: شراکت داری فرم کی تشکیل کے لیے کم از کم دو افراد کی ضرورت ہوتی ہے۔ بینک سے متعلق کاروبار کے لیے زیادہ سے زیادہ افراد کی تعداد دس تک اور دیگر کاروبار کے لیے 20 تک محدود ہے۔ اگر درج بالا حد سے تعداد تجاوز کرتی ہے تو شراکت غیر قانونی ہو جائے گی اور ان کے رشتے کو شراکت داری نہیں کہا جاسکتا۔

(b) معاہداتی رشتہ: ان افراد کے درمیان ایک معاہدے کے ذریعے شراکت داری قائم کی جاتی ہے جو شریک ہونے کے لیے متفق ہوتے ہیں۔ ایسے افراد معاہدے کے مجاز ہونے چاہئیں۔ اس طرح، چھوٹے شراکت دار، پاگل اور دیوالیے افراد شریک بننے کے مجاز نہیں ہوتے۔ تاہم چھوٹے شریک کو شراکت داری فرم کے فوائد میں شامل کیا جاسکتا ہے یعنی نقصانات کی کسی ذمہ داری کے بغیر وہ منافع میں شریک ہوں گے۔

(c) کاروبار کے منافع میں شرکت: شراکت داری فرم کے کاروباری منافع اور خسارے میں شریک ہونے کے لیے شراکت داروں کے درمیان ایک معاہدہ ضرور ہونا چاہیے۔ اگر دو یا اس سے زائد افراد مشترکہ ملکیت کی جائیداد کی آمدنی میں ساجھے داری کرتے ہیں تو اسے شراکت داری نہیں سمجھا جائے گا۔

(d) قانونی کاروبار کا وجود: کاروبار جس کے منافع میں افراد شریک ہونے پر متفق ہوتے ہیں وہ قانونی ہونا چاہیے۔ اسمگلنگ، کالا بازاری وغیرہ میں شامل ہونے کے کسی معاہدے کو قانون کی نظر میں شراکت داری کاروبار نہیں کہا جاسکتا۔

(e) مالک ایجنٹ رشتہ: شریک کاروں کے درمیان ایجنسی رشتہ ہوگا۔ ہر شریک فرم کا مالک ہے اور ساتھ ہی اس کا ایجنٹ بھی۔ جب شریک دیگر فریق کے ساتھ معاملہ کرتا ہے تو وہ دیگر پارٹنروں کے ایجنٹ کے طور پر عمل کرتا ہے اور اس کے ساتھ ہی دیگر شریک کار بھی مالک ہوتے ہیں۔

(f) غیر محدود واجبات: فرم کے شراکت داروں کے واجبات غیر محدود ہوتے ہیں۔ وہ فرم کے قرضوں اور لازمی ذمہ داریوں کے لیے مشترکہ طور پر اور انفرادی طور پر بھی جوابدہ اور ذمہ دار ہوتے ہیں۔ اگر فرم کے واجبات پورا کرنے میں اس کے اثاثے ناکافی ہیں تو شراکت داروں کی ذاتی جائیداد کو بھی اس مقصد کے لیے استعمال کیا جاسکتا ہے۔ تاہم چھوٹے شریک کار کی واجبات محدود ہوتے ہیں اور منافع میں اس کی شرکت کی حدود طے شدہ ہوتی ہیں۔

(g) رضاکارانہ رجسٹریشن: پارٹنرشپ فرم کا رجسٹریشن لازمی نہیں ہے لیکن غیر رجسٹرڈ فرم کو بعض حدود کا سامنا کرنا پڑتا ہے جس سے رجسٹریشن کرایا جانا عملاً ضروری ہو جاتا ہے۔ غیر رجسٹرڈ شدہ فرم کی حدود درج ذیل ہیں:

(i) فرم بیرونی لوگوں پر عدالتی چارہ جوئی نہیں کرسکتی جبکہ بیرونی لوگ اس پر مقدمے کی کارروائی کرسکتے ہیں۔

(ii) شراکت داروں کے درمیان تنازعہ پیدا ہونے پر عدالت کے ذریعے اس تنازعہ کا تصفیہ ممکن نہیں ہے۔

(iii) فرم کسی دیگر فریق سے واجب الادا یا قابل وصول رقم کے لیے تطابق کا دعوی نہیں کرسکتی۔

4.4.2 شراکت داری کی کاروباری تنظیم کی خوبیاں

(a) تشکیل میں آسان: متعدد قانونی ضوابط کے بغیر شراکت داروں کی تشکیل آسانی سے کی جاسکتی ہے چونک؟ فرم کا رجسٹریشن ضروری نہیں ہے اس لیے ایک سادہ معاہدہ خواہ وہ تحریری ہو یا زبانی یا مشمولہ شراکت داری فرم بنانے کے لیے کافی ہے۔

(b) زیادہ وسائل کی دستیابی: چونکہ شراکت داری فرم کو شروع کرنے کے لیے دو یا دو سے زائد لوگ آپس میں تعاون کرتے ہیں اس لیے کاروباری تنظیم کی تنہا ملکیت کے مقابلے میں زیادہ وسائل یکجا کرنا ممکن ہوسکتا ہے۔

(c) بہتر فیصلے: شراکت داری فرم میں ہر شراکت دار کو کاروبار کے مینجمنٹ میں حصہ لینے کا حق ہے۔ سبھی بڑے فیصلے شراکت داروں کے مشورے اور مرضی سے لیے جاتے ہیں۔ اس طرح اجتماعی حکمت عملی سامنے آتی ہے اور ناعاقبت اندیشی اور بغیر سوچے سمجھے فیصلوں کے لیے کم گنجائش ہوتی ہے۔

(d) عمل میں لچک: شراکت داری فرم ایک لچکیلی تنظیم ہے۔ کسی بھی وقت شراکت دار سبھی شراکت داروں سے ضروری رضامندی لینے کے بعد اپنے کاروبار کے حجم یا نوعیت کو تبدیل کرنے کا فیصلہ لے سکتے ہیں۔

(e) جوکھموں میں ساجھے داری: فرم کے نقصانات کی بھی فریقوں کے ذریعے مساوی طور پر یا متفقہ تناسب کے لحاظ سے ساجھے داری کی جاتی ہے۔

(f) گہری دلچسپی: چونکہ شراکت دار منافع اور نقصانات کے حصہ دار ہوتے ہیں اس لیے کاروبار کے معاملات میں وہ بے حد دلچسپی لیتے ہیں۔

(g) مہارت کے فوائد: اپنے اختصاص یا مہارت اور علم کے مطابق بھی شراکت دار کاروبار میں سرگرمی کے ساتھ شریک ہوتے ہیں۔ شراکت داری فرم میں جو قانونی مشاورت فراہم کر رہی ہوں اپنے اختصاص کے مطابق ایک شریک دیوانی معاملات دیکھ سکتا ہے، دوسرا فوجداری معاملہ اور باقی لیبر یا مزدوروں کے معاملات دیکھ سکتا ہے وغیرہ۔ اسی طرح مختلف اختصاص کے حامل دو یا دو سے زائد ڈاکٹر شراکت داری میں ایک کلینک کی شروعات کرسکتے ہیں۔

(h) مفاد کا تحفظ: کاروباری تنظیم کی شراکت داری میں ہر شریک کے حقوق اور اس کے مفادات پوری طرح محفوظ ہوتے ہیں۔ اگر ایک شریک کسی فیصلے سے مطمئن نہیں ہے تو وہ فرم کی تحلیل کا مطالبہ کرسکتا ہے یا اپنی شراکت داری واپس لے سکتا ہے۔

(i) راز داری: فرم کے کاروباری راز صرف شراکت داروں کو معلوم ہوتے ہیں۔ لہذا کسی معلومات کو کسی دوسرے پر منکشف کرنے کی ضرورت نہیں ہوتی۔ یہ بھی ضروری نہیں کہ فرم کے سالانہ کھاتوں کو شائع کیا جائے۔

(j) کاروباری تنظیم کی شراکت داری کی نوعیت اور خوبیوں کو جاننے کے بعد اب گوپال نے کاروبار کو شراکت داری کے ذریعے پھیلانے کا فیصلہ کیا۔ ایک دن وہ خوشگوار مزاج میں رحیم سے ملا وہ بھی اسی محلے میں ایک کرانے کی دکان چلاتا ہے) اور کاروباری تنظیم کی شراکت داری کے تصور، خصوصیات اور خوبیوں کے بارے میں وضاحت کی۔ رحیم نے گوپال کی بات غور سے سنی اور گوپال سے کاروباری تنظیم کی اس شکل کے حدود (اگر ہیں) کے بارے میں پوچھا۔ گوپال کو ان کے حدود کے بارے میں کوئی اندازہ نہیں تھا۔ آیئے اب ہم اسے کاروباری تنظیم کی شراکت داری کی حدود کے بارے میں بتائیں۔

4.4.3 شراکت داری والی کاروباری تنظیم کی حدود

شراکت داری فرم کو بعض حدود کا سامنا کرنا پڑتا ہے، جو درج ذیل ہیں:

(a) **غیر محدود واجبات:** شراکت داری فرم کا سب سے اہم نقص شریک کے لامحدود واجبات ہیں۔ یعنی شراکت دار فرم کے قرض اور ذمہ داریوں کے لیے ذاتی طور پر جوابدہ ہوتے ہیں۔ دوسرے لفظوں میں ان کی ذاتی جائیداد کو فرم کے واجبات کی ادائیگی کے لیے استعمال کیا جاسکتا ہے۔

(b) **عدم استحکام:** ہر شراکت داری فرم کی مدت غیر یقینی ہوتی ہے۔ کسی شراکت دار کی موت، دیوالیے پن، نااہلیت یا سبکدوشی سے فرم کا خاتمہ ہو جاتا ہے۔ صرف یہی نہیں بلکہ کسی اختلاف کرنے والے شریک کے ذریعے شراکت داری کی تحلیل کے لیے کسی بھی وقت نوٹس دیا جاسکتا ہے۔

(c) **محدود سرمایہ:** چونکہ شراکت داروں کی کل تعداد 20 سے زیادہ نہیں ہوسکتی اس لیے جوائنٹ اسٹاک کمپنی کے مقابلے مالیات مہیا کرانے کی گنجائش محدود ہوتی ہے جبکہ اسٹاک کمپنی میں شیئرز کے حاملین کی تعداد کی کوئی حد نہیں ہوتی۔

(d) **شیئرز (حصص) کی غیر منتقلی:** کسی شراکت دار کے مفاد کے حصے کو دیگر شریک کار یا باہر والوں کو منتقل نہیں کیا جاسکتا۔ لہذا اس شریک کار کے لیے اس سے دشواری پیدا ہوتی ہے جو اپنے شیئر دوسروں کو پورے طور پر یا جزوی طور پر منتقل کرنا چاہتے ہیں۔ اس کا یہی متبادل ہے کہ فرم کو تحلیل کر دیا جائے۔

(e) **تنازعات کا امکان:** شراکت داری فرم میں ہر شریک کو مینجمنٹ میں شرکت کرنے کا برابر حق حاصل ہے۔ اس کے علاوہ ہر شریک اپنی رائے یا نقطہ نظر کسی بھی وقت کسی بھی معاملے میں منجمنٹ کے سامنے رکھ سکتا ہے۔ اس کے سبب کبھی کبھی شراکت داروں کے درمیان تصادم اور جھگڑا ہوسکتا ہے جس کے نتیجے میں فرم کی تحلیل ہوسکتی ہے۔

4.4.4 شراکت داروں کی اقسام

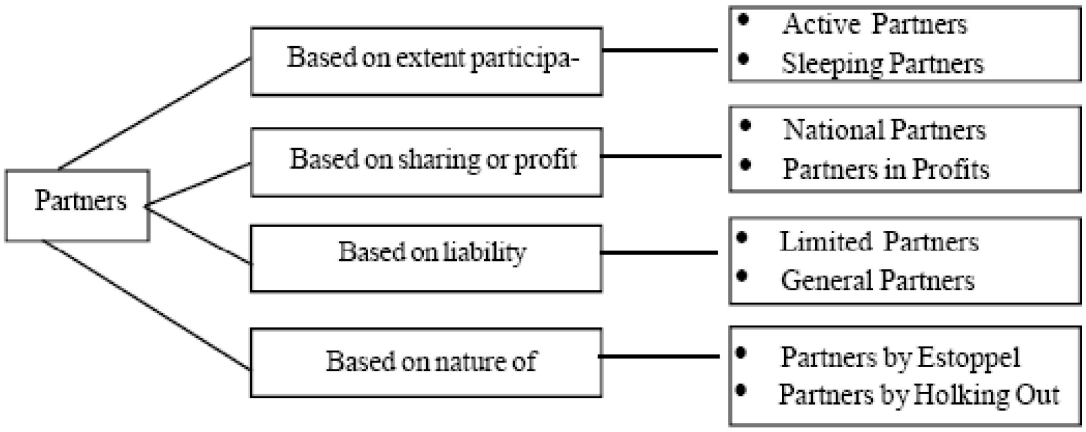


Fig.: 4.1

آپ پڑھ چکے ہیں کہ عام طور پر فرم کا ہر شراکت دار فرم میں اپنا سرمایہ لگاتا ہے، فرم کی سرگرمیوں کے روزمرہ کے بندوبست میں شامل ہوتا ہے اور متفقہ تناسب میں فرم کے نفع ونقصان میں شریک ہوتا ہے۔ دوسرے لفظوں میں کبھی شراکت داروں کو سرگرم شراکت دار سمجھا جاتا ہے تاہم بعض معاملوں میں ایسے بھی شراکت دار ہوتے ہیں جو ایک محدود کردار نبھاتے ہیں۔ وہ سرمایہ میں اشتراک کر سکتے ہیں لیکن ایسے شراکت داروں کو سرگرم شراکت دار کے طور پر نہیں سمجھا جاسکتا۔ اسی طرح کچھ افراد محض فرم کو اپنا نام دے سکتے ہیں اور فرم کے سرمائے میں ان کا کوئی اشتراک نہیں ہوتا۔ ایسے افراد صرف نام کے ہی شراکت دار ہوتے ہیں۔ اس طرح شرکت کے اطلاق اور منافع، واجبات وغیرہ کی بنیاد پر ان کو مختلف زمروں میں درجہ بند کیا جاسکتا ہے جو حسب ذیل ہیں:

(A) شرکت کے اطلاق پر مبنی: فرم کے روزمرہ کے مینجمنٹ میں شرکت کی حد کے لحاظ سے شراکت داروں کو سرگرم شریک اور غیر سرگرم شریک کے طور پر درجہ بند کیا جاسکتا ہے۔

a. شراکت دار جو کاروبار کے روزمرہ کے عمل میں سرگرمی کے ساتھ شریک ہوتے ہیں انھیں سرگرم شراکت دار یا فعال شراکت داروں کے طور پر جانا جاتا ہے۔

b. وہ شراکت دار جو کاروبار کی روزمرہ کی سرگرمیوں میں حصہ نہیں لیتے انھیں غیر سرگرم یا غیر فعال شراکت داروں کے طور پر جانا جاتا ہے۔ ایسے شراکت دار محض سرمایہ میں اشتراک کرتے ہیں اور نفع ونقصان میں شریک ہوتے ہیں۔

(B) منافع میں حصہ لینے کی بنیاد پر: شراکت داروں کو اہمی شراکت دار اور منافع میں حصہ داری شراکت دار کے طور پر درجہ بند کیا جاسکتا ہے۔

a. رسمی شراکت دار ایک شریک کے طور پر فرم کو اپنے نام کے استعمال کی اجازت دیتے ہیں۔ وہ نہ تو کوئی سرمایہ لگاتے ہیں اور نہ ہی روزمرہ کے کسی کام میں حصہ لیتے ہیں۔ وہ فرم کے منافع میں حصہ لینے کے مجاز بھی نہیں ہوتے تاہم وہ فرم کے سبھی عمل کے لیے تیسرے فریقوں کے تئیں جوابدہ ہوتے ہیں۔

b. ایسے افراد جو کاروبار کے منافع میں نقصانات کے لیے جوابدہ ہوئے بغیر شریک ہوتے ہیں انھیں منافع میں حصہ دار

شراکت دار کے طور پر جانا جاتا ہے۔ یہ صرف نابالغ شراکت داروں کے لیے قابل اطلاق ہوتا ہے جو فرم کے فوائد میں شامل ہوتے ہیں اور ان کے واجبات ان کے سرمایہ اشتراک تک محدود ہوتے ہیں۔

(C) واجبات پر مبنی: شراکت داروں کی درجہ بندی محدود شراکت دار اور عمومی شراکت دار کے طور پر کی جاسکتی ہے۔

a. محدود شراکت دار کے واجبات ان کے سرمایہ اشتراک کی حد تک محدود ہوتے ہیں۔ شراکت داری کی یہ قسم بعض یوروپی ممالک اور یو ایس اے میں محدود شراکت دار فرموں میں پائی جاتی ہے۔ ابھی تک ہندوستان میں اس کو منظوری نہیں ملی ہے۔ تاہم محدود واجبات شراکت داری ایکٹ پارلیمنٹ کے زیر غور ہے۔

b. شراکت دار جن کے غیر محدود واجبات ہوتے ہیں انھیں عام شراکت دار یا غیر محدود واجبات کے ساتھ شراکت دار کہا جاتا ہے۔ یہ بات قابل ذکر ہے کہ ہر شراکت دار جو ایک محدود شراکت دار نہیں ہے اسے عام شراکت دار کے طور پر جانا جاتا ہے۔

(D) ظاہر کردار اور برتاؤ کی بنیاد پر: مذکورہ بالا کے علاوہ شراکت داروں کی دو مزید اقسام ہوتی ہیں۔ a. شریک بذریعہ امر مانع اور b. شریک بذریعہ برقراری

a. شریک بذریعہ امر مانع: وہ شخص جو سر عام اس طرح کا برتاؤ کرتا ہے جیسے یہ تاثر دے رہا ہو کہ وہ فرم کا ایک شراکت دار ہے اسے شریک بذریعہ امر مانع کہا جاتا ہے۔ ایسے شراکت دار فرم کے منافع میں شریک ہونے کے مجاز نہیں ہیں لیکن پوری طرح ذمہ دار ہوتے ہیں۔ اگر کسی کو ان کی نام نہاد نمائندگی کے سبب پریشانی اٹھانی پڑتی ہو تو فرم ہی اس کے لیے ذمہ دار ہوتی ہے۔

b. شریک بذریعہ برقراری: اسی طرح اگر کوئی شریک یا شراکت داری فرم کسی مخصوص فرد کے بارے میں اعلان کرتی ہے کہ وہ ان کی فرم کا شریک کار ہے اور وہ شخص اسے قبول کرنے سے انکار نہیں کرتا، تب اسے شریک بذریعہ برقراری کہا جاتا ہے۔ ایسے شراکت دار منافع کے مجاز نہیں ہوتے لیکن فرم کی دین داریوں کے سلسلے میں پوری طرح جوابدہ ہوتے ہیں۔

شراکت داری کی اقسام

شراکت داری کو درج ذیل طریقے سے زمرہ بند کیا جاسکتا ہے:

1. **عام اور محدود شراکت داری** عام شرکت داری میں شراکت دار کی جواب دہی غیر محدود ہوتی ہے جب کہ محدد شراکت داری میں دو طرح کے شراکت دار ہوتے ہیں: عام شراکت دار اور خاص شراکت دار۔ عام شراکت دار کی جوابدہی جہاں محدود ہوتی ہے وہیں خاص شراکت دار کی جواب دہی غیر محدود ہوتی ہے۔ محدود شراکت داری میں کم سے کم ایک عام شراکت دار ہونا چاہیے۔
2. **مرضی کے مطابق شراکت داری** اور خاص شراکت داری مرضی کے مطابق شرکت داری کی تشکیل غیر معین مدت کے لیے کاروبار

چلانے کے لیے کی جاسکتی ہے جب کہ خاص شراکت داری کی تشکیل کچھ خاص مخصوص مقصد کے لیے کی جاسکتی ہے اور یہ مخصوص مقصد کی حصولیابی کے ساتھ ختم ہو جاتی ہے۔

3. **قانونی اور غیر قانونی شراکت داری:** اگر چہ پارٹنرشپ کو وجود میں لانے کے لیے انڈین پارٹنرشپ ایکٹ 1932 کے تحت رجسٹرڈ شراکت داری حاصل کرنا ضروری نہیں ہے۔ تاہم شراکت داری تنظیموں کو ایکٹ کی دفعات کے مطابق کام کرنا ہوتا ہے۔ وہ شراکت داری جو ایکٹ کی دفعات کے مطابق کام کرتی ہے اسے قانونی سمجھا جاتا ہے اور اسے قانونی شراکت داری کہا جاتا ہے۔ اس کے برعکس شراکت داری درج ذیل حالات میں غیر قانونی ہو جاتی ہے۔

گوپال کا ایک دوست راہل اس کی دکان پر آتا ہے اور گھنٹوں وہاں ساتھ ساتھ بیٹھتا ہے۔ گوپال کی غیر موجودگی میں وہ گاہکوں کو دیکھتا ہے اور اس کے سپلائر کے ساتھ معاملہ کرتا ہے۔ اس تاثر کے ساتھ کہ وہ راہل شراکت دار ہے (اگر چہ وہ نہیں ہے) ایک سپلائر ایک سودا طے کر دیتا ہے جسے گوپال تسلیم نہیں کرتا۔ اس عمل میں سپلائر کو نقصان اٹھانا پڑتا ہے۔ کیا وہ راہل سے تلافی کا دعوی کر سکتا ہے؟ راہل کس طرح کا شراکت دار ہے؟

4.4.5 شراکت داری والی کاروباری تنظیم کی موزونیت

ہم پہلے ہی پڑھ چکے ہیں کہ مختلف اہلیت، ہنر یا مہارت کے افراد کاروبار کو انجام دینے میں شراکت داری فرم کی تشکیل میں تعاون کر سکتے ہیں۔ تعمیرات، قانونی خدمات طبی خدمات وغیرہ فراہم کرنے جیسی کاروباری سرگرمیوں کو کاروباری تنظیم کی اس قسم کے تحت کامیابی سے چلایا جاسکتا ہے۔ اسے وہاں بھی موزوں سمجھا جاتا ہے جہاں سرمایہ کی ضرورت اوسط درجے کی ہوتی ہے۔ اس طرح تھوک تجارت، پیشہ ورانہ خدمات، کاروباری اداروں اور چھوٹی مصنوعاتی اکائیوں کو شراکت داری فرموں کے ذریعے کامیابی سے چلایا جاسکتا ہے۔

4.4.6 شراکت داری معاہدہ (شراکت نامہ)

کاروبار کو انجام دینے اور نفع ونقصان میں شریک کرنے کے لیے شراکت داروں کے درمیان ایک معاہدہ ہوتا ہے۔ یہ معاہدو تحریری طور پر زیادہ بہتر ہوتا ہے اور بھی شراکت داروں کے اس پر دستخط بھی ہونا چاہئیں۔ معاہدہ یعنی شراکت نامہ درج ذیل نکات پر مشتمل ہوتا ہے:

(i) فرم کا نام

(ii) کاروبار کی نوعیت

(iii) شراکت داروں کے نام اور پتے

(iv) کاروبار کا وقوع

(v) شراکت داری کی مدت (اگر اس سلسلے میں فیصلہ کیا گیا ہے)

(vi) ہر شراکت دار کے ذریعے فراہم کی جانے والی رقم

(vil) نفع ونقصان میں حصہ داری کا تناسب

(viii) شراکت داروں کے فرائض، اختیارات اور ذمہ داریاں

(ix) اراکین کو معاوضہ اور اراکین کی طرف سے نقد پنشن کا وقت اور مقدار

(x) سرمایہ پر آنے والے پر سود کے پنشن پر چارج۔

(xi) اضافی قیمت کا طریقہ

(xii) کھاتوں کی تیاری اور ان کی جانچ پڑتال

(xiii) فرم کو تحلیل کرنے کا طریقہ کار وغیرہ۔

(xiv) تنازعات کے حل کا طریقہ کار

(xv) ثالثی کی شق

4.4.7 معاہدے کی عدم موجودگی میں قابل اطلاق قواعد

اکثر، جب دو یا زیادہ دوست بہت اچھے تعلقات اور سب سے زیادہ نیک نیتی کے ساتھ رضا کارانہ طور پر کسی تحریری معاہدے کے بغیر کاروبار کرنے پر راضی ہوتے ہیں۔ برسوں کے دوران، جب کاروبار بہت زیادہ منافع کمانا شروع کرتا ہے یا اسے کافی نقصان اٹھانا پڑتا ہے، تو اس کی تقسیم پر تنازعات پیدا ہوتے ہیں، جو اچھے تعلقات کو متاثر کرتے ہیں اور اس کے نتیجے میں حقیقی معاشرے کی تحلیل ہوتی ہے۔ تو آپ کسی تحریری معاہدے کی عدم موجودگی میں تنازعہ کو حل کرنے کے لیے کیا کریں گے؟ لہذا، اسے تنازعہ کو حل کرنے کے لیے کمپنی کے معاہدے کی عدم موجودگی میں لاگو ہونے والی دفعات اور قواعد سے آگاہ ہونا چاہیے۔ یہ درج ذیل ہیں:

(a) کمپنی کے منافع یا نقصانات شراکت داروں کے درمیان مساوی طور پر تقسیم کیے جائیں گے۔

(b) کسی بھی شراکت دار کو سرمایہ پر سود کی اجازت نہیں ہوگی۔ (اگر اتفاق ہو جائے تو سود کی اجازت صرف کمپنی کے دستیاب منافع سے دی جائے گی۔) نقصان کی صورت میں سود کی اجازت نہیں ہوگی۔

(c) اراکین کی طرف سے ریٹائرڈ افراد پر کوئی سود نہیں لگایا جائے گا۔

(d) شراکت داروں کو کمپنی کو دیئے گئے قرض پر 6% سود کی اجازت ہوگی۔

(e) کسی بھی شراکت دار کو تنخواہ یا معاوضے کی اجازت نہیں ہوگی۔

(f) ہر شراکت دار کو کاروبار کے انتظام میں حصہ لینا چاہیے۔

لہذا، شراکت داروں کو اپنی کمپنی کو متعلقہ ریاست کی کمپنیوں کے رجسٹر میں رجسٹر کرنا ہوگا۔ اگرچہ رجسٹریشن لازمی نہیں ہے، رجسٹریشن نہ کرنے کے نتائج سے بچنے کے لیے، ٹیکس فوائد سے فائدہ اٹھانے کے لیے اس کی تخلیق کے وقت یا اس کے وجود کے دوران کسی بھی وقت ایسا کرنے کا مشورہ دیا جاتا ہے۔

کمپنی کو رجسٹر کرنے کا طریقہ کار مندرجہ ذیل ہے۔

(i) ایک مجوزہ فارم میں متعلقہ ریاست کے فرم رجسٹرار کو درخواست دینی ہوگی۔

(ii) کبھی شراکت داروں کو پوری طرح بھرے ہوئے فارم پر دستخط کرنے ہوتے ہیں۔

(iii) مجوزہ رجسٹریشن فیس کے ساتھ بھرا ہوا فارم فرموں کے رجسٹرار کے دفتر میں جمع ہونا چاہیے۔

(iv) رجسٹرار درخواست کی جانچ پڑتال کرے گا۔ اگر وہ مطمئن ہوتا ہے کہ رجسٹریشن سے متعلق کبھی ضوابط کی بجا طور پر تعمیل ہوئی ہے تو وہ اپنے رجسٹر میں فرم کا نام درج کرے گا اور رجسٹریشن کا سرٹیفکیٹ جاری کرے گا

گوپال اب ایک شرکت دار کے طور پر رحیم کے ساتھ شراکت داری فرم چلا رہا ہے۔ وہ اب اچھا منافع کما رہا ہے اور اپنے کاروبار کو ہموار ڈھنگ سے چلا رہا ہے۔ گوپال کے والد بھی اس محلے میں ایک تھوک کاروبار چلاتے ہیں۔ اس کاروبار کا انتظام وانصرام پہلے گوپال کے دادا کے ذریعے کیا جاتا تھا۔ ایک دن گوپال کے والد نے انکشاف کیا کہ گوپال اور اس کے چھوٹے بھائی اور بہن کے نام اس کے تھوک کاروبار میں مساوی حصہ ہے۔ یہ ایک فیملی کاروبار ہے اور گوپال اپنا خود کا شراکت داری کاروبار، اپنے خاندانی کاروبار میں اپنی حیثیت کھوئے بغیر جاری رکھ سکتا ہے۔ گوپال الجھن میں تھا۔ اس کے والد نے واضح کیا کہ ہندوستان کے قانون کے تحت یہ ایک مشترکہ ہندو فیملی کاروبار ہے۔ آیئے ہم کاروباری تنظیم کی مشترکہ ہندو فیملی کی پوزیشن کے بارے میں تفصیل سے جانیں۔

کاروباری تنظیم کی تنہا ملکیت اور شراکت داری کی اقسام کو جاننے کے بعد آیئے اب ہم کاروباری تنظیم کی ایک منفرد شکل کے بارے میں بات کریں جو صرف ہندوؤں کے درمیان ہندوستان میں رائج ہے۔ مشترک ہندو خاندان (JHF) کاروباری تنظیم کی ایک شکل ہے جسے ہندو غیر منقسم خاندان (HUF) فیملی کے ذریعے چلایا جاتا ہے، جہاں خاندان کی ایک کے بعد دیگر تین نسلوں کے فیملی ممبران کاروبار پر مشترکہ طور پر ملکیت رکھتے ہیں۔ خاندان کے سربراہ کو جسے کرتا (Karta) کے طور پر جانا جاتا ہے وہ کاروبار کا بندو بست کرتا ہے۔ دیگر ممبران کو باہمی سا جھے دار کہا جاتا ہے اور وہ سب ہی کاروبار کی جائیداد پر مساوی ملکیت کا حق رکھتے ہیں۔ مشترک ہندو خاندان کی رکنیت اس فیملی میں پیدائش کی بنا پر حاصل کی جاتی ہے۔ نابالغوں کے لیے کاروبار کا ممبر بنے کی کوئی پابندی نہیں ہے۔

ہندو قانون کے دیا بھاگ نظام کے مطابق مرد اور خاتون ممبران دونوں مشترکہ مالک ہوتے ہیں۔ لیکن ہندو قانون کے میتا کشر نظام کے تحت اس کے کنبہ کے صرف مرد ممبران برابر کے حصہ دار بنتے ہیں۔ جہاں ہندو قانون کا دیا بھاگ نظام ریاست بنگال میں نافذ ہے وہیں میتا کشر نظام باقی ملک میں عمل پذیر ہے۔

4.5.1 مشترک ہندو خاندان کی کاروباری تنظیم کی خصوصیات

درج بالا بحث سے یہ بات صاف ہوگئی ہے کہ مشترک ہندو خاندان کاروبار کی کچھ اہم خصوصیات ہیں جو درج ذیل ہیں:

(a) تشکیل: مشترک ہندو کنبہ کاروبار میں فیملی میں کم سے کم دو ممبر ہونے چاہئیں اور کنبہ کی کچھ موروثی جائیداد بھی ہونی چاہیے۔ اس

کی تشکیل معاہدے کے ذریعے نہیں بلکہ قانون کے عمل کے ذریعے ہوتی ہے۔

(b) **قانونی حیثیت:** مشترک ہندو کنبہ کاروبار ایک مشترکہ ملکیت کا کاروبار ہے۔ یہ ہندو وراثت ایکٹ 1956 کے ذریعے نافذ ہوتا ہے۔

(c) **ممبرشپ:** مشترک ہندو خاندان میں باہر والوں کو حصہ دار بنانے کی اجازت نہیں ہے۔ صرف غیر منقسم کنبہ کے ممبران کو پیدائش سے ہی حصہ دار بنے کا حق حاصل ہوتا ہے۔

(d) منافع میں شرکت: کبھی کاروبار کے منافع میں حصہ داروں کا مساوی حصہ ہوتا ہے۔

(e) انتظامی ذمہ داری: کاروبار کا اہتمام فیملی کے سب سے زیادہ بزرگ ممبر کے ذریعے کیا جاتا ہے جسے کرتا کے طور پر جانا جاتا ہے۔ دیگر ممبران کو مینجمنٹ میں شرکت کرنے کا حق نہیں ہوتا۔ کرتا؟ کو اپنی مرضی اور طریقوں سے کاروبار چلانے کا اختیار ہوتا ہے جس پر سوال نہیں اٹھایا جا سکتا۔ اگر حصہ دار مطمئن نہیں ہوتا تو غیر منقسم ہندو فیملی کی حیثیت حاصل کرنے کا صرف ایک حل ہے کہ اسے باہمی معاہدے کے ذریعے طے کیا جائے۔

(f) واجبات: ہر حصہ دار کی واجبات کاروبار میں اس کے حصے کی وسعت کے لحاظ سے محدود ہے۔ لیکن کرتا کے غیر محدود واجبات ہوتے ہیں۔ کاروباری واجبات کو پورا کرنے کے لیے اس کی ذاتی جائیداد کو بھی استعمال کیا جا سکتا ہے۔

(g) تسلسل: کسی حصہ دار کی موت کا کاروبار کے تسلسل پر کوئی اثر نہیں پڑتا۔ کرتا کی موت پر بھی یہ جاری رہتا ہے کیونکہ حصہ داروں میں سب سے بزرگ کرتا کی حیثیت اختیار کر لیتا ہے۔ تاہم، مشترک ہندو کنبہ کاروبار کو یا تو باہمی معاہدے کے ذریعے تحلیل کیا جا سکتا ہے یا عدالت میں تقسیم (بوارے) کے مقدمہ قائم کرنے کے ذریعے۔

4.5.2 مشترک ہندو خاندان کی کاروباری تنظیم کی خوبیاں

جیسا کہ اوپر بیان کیا گیا ہے چونکہ مشترک ہندو خاندان کے کاروبار میں بعض منفرد خصوصیات ہوتی ہیں۔ لہذا اس بنا پر اس کی خوبیاں درج ذیل ہیں:

(a) **منافع میں یقینی حصہ:** ہر حصہ دار کا کاروبار چلانے میں اس کی شرکت کے لحاظ سے منافع میں یقینی حصہ ہوتا ہے۔ اس سے چھوٹوں، بیمار، جسمانی اور ذہنی طور پر معذور حصہ داروں کے مفاد کو تحفظ فراہم ہوتا ہے۔

(b) **فوری فیصلہ:** کرتا کو کاروبار کے انتظام وانصرام میں پوری آزادی حاصل ہوتی ہے۔ بغیر کسی مداخلت کے فوری فیصلہ اختیار کرنے کا وہ اہل ہوتا ہے۔

(c) **علم اور تجربے میں شرکت:** مشترک ہندو کنبہ کاروبار سے کنبہ کے چھوٹے ممبران کو بڑے ممبروں کے علم اور تجربے کا فائدہ حاصل ہوتا ہے۔ اس سے نظم وضبط، خود ایثار تحمل وغیرہ جیسی خوبیوں کو ذہن نشیں کرنے میں بھی مدد ملتی ہے۔

(d) **ممبروں کے محدود واجبات:** کرتا کے علاوہ حصہ داروں کے واجبات کاروبار میں ان کے حصے کی وسعت کے لحاظ سے محدود ہوتے ہیں۔ ممبران کرتا کی ہدایات واحکامات کی پیروی کرتے ہوئے آزادانہ کاروبار کو چلاتے ہیں۔

(e) **کرتا کے غیر محدود واجبات:** کرتا کے غیر محدود واجبات کے سبب اس کی ذاتی جائیداد لین داروں کی ادائیگی کے لیے کاروبار کی

ناکامی کی صورت میں داؤں پر لگی ہوتی ہے۔مشترک ہندو کنبہ کاروبار کی یہ شق کرتا کو کاروبار کو زیادہ محتاط اور مؤثر طور پر چلانے میں دلچسپی پیدا کرتی۔ ہے۔

(f) **مسلسل وجود:** کسی بھی ممبر کی موت یا دیوالے سے کاروبار کا تسلسل متاثر نہیں ہوتا۔لہذا یہ طویل عرصے تک جاری رہ سکتا ہے۔

(g) **ٹیکس فوائد:** ہندو غیر منقسم خاندان کی ٹیکس مقاصد کے لیے آزادانہ تشخیص کی جاتی ہے۔موروثی حصہ داروں کو ٹیکس کے مقاصد کے لیے ان کی انفرادی آمدنی میں شامل نہیں کیا جاتا ہے۔

خوبیوں کو جاننے کے بعد آئے مشترک ہندو فیملی کاروباری تنظیم کی حدود پر غور کریں۔

4.5.3 مشترک ہندو خاندان کی کاروباری تنظیم کی حدود

(a) **محدود وسائل:** مشترک ہندو کنبہ کاروبار میں عموماً محدود مالیاتی اور انتظامی وسائل ہوتے ہیں اس لیے اسے بڑے کاروبار کے لیے موزوں نہیں سمجھا جاتا۔

(b) **ترغیب کی کمی:** موروثی حصہ دار اپنی شرکت کے لحاظ سے کاروبار کے منافع میں برابر حصہ حاصل کرتے ہیں۔لہذا عام طور پر اپنے طور پر بہتر کرنے کی تحریک نہیں ملتی۔

(c) **اختیار کے غلط استعمال کی گنجائش:** چونکہ کرتا کو کاروبار کے اہتمام وانتظام کی مطلق آزادی ہوتی ہے۔لہٰذا اپنے ذاتی حصول کے لیے اس کے غلط استعمال کی گنجائش ہوتی ہے۔مزید برآں اس کی اپنی حدود ہوسکتی ہیں۔

(d) **عدم استحکام:** مشترک ہندو فیملی کاروبار میں ہمیشہ ایک خطرہ سا بنا رہتا ہے۔فیملی میں کسی رخنہ کا نتیجہ ہوا رہ طلب کرنے کی صورت میں برآمد ہوسکتا ہے۔

5.5.4 مشترک ہندو فیملی کی کاروباری تنظیم کی موزونیت

مشترک ہندو فیلی کی کاروباری تنظیم کی قسم وہاں موزوں ہے جہاں فیملی کو چلتا ہوا کاروبار وراثت میں ملتا ہے اور فیملی کے ممبران، اس کاروبار کو فیلی کاروبار کے طور پر مشترکہ طور پر جاری رکھنا چاہتے ہیں۔دیگر صورت میں بھی کاروباری تنظیم کی اس قسم کو ایسے کاروبار کے لیے موزوں سمجھا جاتا ہے۔ جہاں محدود مالیاتی امور اور انتظامی وسائل کی ضرورت ہوتی ہے اور عمل کے بہت ہی محدود میدان کی ضرورت ہو۔یہ پایا گیا کہ مشترک ہندو فیملی کو عام طور پر تجارتی کاروبار، دیسی بینکنگ، چھوٹی صنعت، دستکاری وغیرہ میں لگی ہوئی ہے۔

5.6 کوآپریٹیو سوسائٹی

آپ نے تنہا ملکیت، شراکت داری اور کاروباری تنظیم کی مختلف شکلوں کے طور پر مشترک ہندو فیملی کے مطالعہ کے دوران غور کیا ہوگا کہ ان کی تشکیل عمل، سرمایہ اشتراک اور واجبات کے لحاظ سے بہت فرق ہوتا ہے لیکن ایک یکسانیت بھی ہے کہ کبھی منافع کمانے کے لیے کاروبار میں لگے ہوتے ہیں۔تاہم بعض تنظیمیں ایسی ہیں جو ممبران کو خدمات فراہم کرنے کے اہم مقاصد کے ساتھ کاروباری سرگرمیوں کو اختیار کرتی ہیں۔اگرچہ وہ تھوڑا منافع بھی کماتی ہیں لیکن ان کا خاص مقصد اپنے ممبروں کے بعض مشترکہ مفاد کی دیکھ بھال

کرنا ہوتا ہے۔ وہ ممبروں سے دستیاب وسائل مجتمع کرتے ہیں، زیادہ بہتر ممکنہ انداز سے اس سے استفادہ کرتے کر۔ ہیں اور فوائد میں حصہ داری کرتے ہیں۔ یہ تنظیمیں کوآپریٹو سوسائٹیوں کے طور پر جانی جاتی ہیں۔ آیئے اب کاروباری تنظیم کی اس قسم کے بارے میں تفصیل سے پڑھیں۔

انڈین کوآپریٹیو سوسائٹیز ایکٹ 1912 کا سیکشن 4 کوآپریٹیو سوسائٹی کی ایک ایسی سوسائٹی کے طور پر توضیح کرتا ہے جس کے ممبران کے معاشی مفادات کے فروغ کے مقاصد باہمی تعاون کے اصولوں کے مطابق ہوتے ہیں۔

اصطلاح باہمی تعاون (Co-operation) لاطینی لفظ Co"-"operari سے ماخوذ ہے۔ جہاں لفظ "Co کا مطلب ہے "with" (ساتھ) اور "operari" کا مطلب ہے'' کام کرنا اس طرح اس کا مطلب ہے مل کر ساتھ کام کرنا۔ لہذا وہ جو کچھ مشترک معاشی مقاصد کے ساتھ مل کر کام کرنا چاہتے ہیں وہ سوسائٹی کی تشکیل کر سکتے ہیں۔ جے کوآپریٹیو سوسائٹی کے طور پر جانا جاتا ہے۔

یہ افراد کی ایک رضا کارانہ انجمن کے طور پر اپنے معاشی مفاد کو فروغ دینے کے لیے مل کر کام کرتے ہیں۔ یہ اپنی مدد اور باہمی مدد کے اصول پر کام کرتے ہیں جس کا بنیادی مقصد ممبران کو تعاون فراہم کرنا ہے۔ لوگ گروہ کے طور پر سامنے آتے ہیں، اپنے انفرادی وسائل کو مجتمع کرتے ہیں، ان سے بہتر ممکنہ انداز میں استفادہ کرتے ہیں اور ان میں سے کچھ مشترکہ فوائد اخذ کرتے ہیں۔

4.6.1 کوآپریٹیو سوسائٹی کی خصوصیات

درج بالا تعریف کی بنیاد پر ہم کوآپریٹیو سوسائٹی کاروباری تنظیم کی درج ذیل خصوصیات شناخت کر سکتے ہیں۔

(a) رضا کارانہ انجمن: ممبران کوآپریٹیو سوسائٹی میں رضا کارانہ طور پر یعنی اپنی خود کی خواہش پر شامل ہو سکتے ہیں۔ افراد جن کا مشترک معاشی مقصد ہوتا ہے حسب مرضی سوسائٹی میں شامل ہو سکتے ہیں اور جب تک وہ چاہیں اس کے ممبر بنے رہ سکتے ہیں اور جب چاہیں سوسائٹی کو چھوڑ سکتے ہیں۔

(b) اوپن ممبرشپ: ممبرشپ ان سبھی لوگوں کے لیے ہوتی ہے جن کا معاشی مفاد مشترک ہوتا ہے۔ کوئی فرد بلا لحاظ ذات، نسل، مذہب، رنگ، جنس وغیرہ کے اس کا ممبر بن سکتا ہے۔

(c) ممبروں کی تعداد کوآپریٹو سوسائٹی کی تشکیل کے لیے کم از کم 10 ممبروں کی ضرورت ہوتی ہے۔ کثیر ریاستی کوآپریٹیو سوسائٹیوں کے معاملے میں ممبران کی کم سے کم تعداد ہر ریاست سے 50 ہونی چاہیے اگر ممبران انفرادی ہیں۔ کوآپریٹو سوسائٹی ایکٹ کسی کو آپریٹو سوسائٹی کے لیے ممبران کی زیادہ سے زیادہ تعداد کی صراحت نہیں کرتا۔ تاہم سوسائٹی کی تشکیل کے بعد ممبر ممبران کی زیادہ سے زیادہ تعداد کی صراحت کر سکتے ہیں۔

(d) سوسائٹی کا رجسٹریشن: ہندوستان میں کوآپریٹو سوسائٹیوں کا رجسٹریشن کوآپریٹیو سوسائٹیز ایکٹ 1912 یا ریاستی کوآپریٹیو سوسائٹیز ایکٹ کے تحت کیا جاتا ہے۔ کثیر ریاستی کوآپریٹیو سوسائٹیوں کا رجسٹریشن کثیر ریاستی کوآپریٹیو سوسائٹیز ایکٹ 2002 کے تحت کیا جاتا ہے۔ جب ایک بار رجسٹریشن ہو جاتا ہے تو سوسائٹی ایک الگ قانونی ہستی بن جاتی ہے اور بعض خصوصیات کی حامل ہو جاتی ہے جو درج ذیل ہیں:

(i) سوسائٹی دائمی جانشینی سے استفادہ کرتی ہے۔

(ii) اس کی خود کی مشترک مہر ہوتی ہے۔

(iii) یہ دوسروں کے ساتھ معاہدوں میں شامل ہوسکتی ہے۔

(vi) قانون کی عدالت میں دوسروں پر عدالتی چارہ جوئی کرسکتی ہے۔

(v) یہ اپنے نام سے خود جائیداد کی ملکیت اختیار کرسکتی ہے۔

(e) ریاستی کنٹرول: چونکہ کوآپریٹیو سوسائٹیوں کا رجسٹریشن لازمی ہے اس لیے ہر کوآپریٹیو سوسائٹی حکومت کے زیر کنٹرول اور نگرانی میں ہوتی ہے۔ کوآپریٹیو شعبہ سوسائٹیوں کے کام کاج پر نگرانی رکھتا ہے۔ سوسائٹی کے اپنے کھاتے ہوتے ہیں جن کا حکومت کے کوآپریٹیو محکمے کے ذریعے جانچ پڑتال (آڈٹ) ہوتی رہتی ہے۔

(f) سرمایہ کوآپریٹیو سوسائٹی کے سرمایہ میں اس کے ممبران کے ذریعے اشتراک کیا جاتا ہے، چونکہ ممبران کا اشتراک بہت محدود ہوتا ہے۔ لہذا یہ اکثر حکومت اور اعلیٰ کوآپریٹیو اداروں کے قرض یا ریاست اور مرکزی حکومت سے موصولہ مالی عطیات اور امداد پر منحصر ہوتی ہے۔

(g) جمہوری ترتیب کوآپریٹیو سوسائٹیوں کا بندوبست جمہوری انداز میں کیا جاتا ہے۔ ہر ممبر کو سوسائٹی کے مینجمنٹ میں حصہ لینے کا حق ہے۔ تاہم سوسائٹی اپنے مؤثر مینجمنٹ کے لیے ایک مینیجنگ کمیٹی کا انتخاب کرتی ہے۔ مینیجنگ کمیٹی کا انتخاب بلا لحاظ شیئروں کی تعداد کے ایک فرد، ایک ووٹ کی بنیاد پر کیا جاتا ہے۔ یہ سوسائٹی کی مجلس عامہ (General body) ہے جو وسیع ڈھانچے کی بنیاد رکھتی ہے جس میں مینیجنگ کمیٹی کام کاج انجام دیتی ہے۔

(h) خدماتی نصب العین: سبھی کوآپریٹیو سوسائٹیوں کا بنیادی مقصد اپنے ممبران کو خدمات فراہم کرنا ہے۔

(i) سرمایہ کاری پر منافع: ممبران کو ان کی پونجی یعنی سرمایہ کاری پر ڈیویڈنڈ کی شکل میں منافع ملتا ہے۔

(j) زائد کی تقسیم: سوسائٹی کے ممبران کو ڈیویڈنڈ کی ادائیگی کے بعد مخصوص فی صد اور سوسائٹی کی فلاح عامہ کے لیے الگ رکھنے کے بعد زائد منافع کو بونس کی شکل میں تقسیم کیا جاتا ہے۔

4.6.2 کوآپریٹیو سوسائٹیوں کی اقسام

آپ جانتے ہیں کہ کوآپریٹیو تنظیمیں سماج کے مختلف طبقات کی معاشی بہبود کو فروغ دینے کے لیے مختلف میدانوں میں قائم کی جاتی ہیں۔ لہذا لوگوں کی ضرورتوں کے مطابق ہم ہندوستان میں کوآپریٹیو سوسائٹیوں کی مختلف اقسام پاتے ہیں۔ چند اہم اقسام درج ذیل ہیں:

(a) صارف کواپریٹوسوسائٹیاں: ان سوسائٹیوں کی تشکیل معقول قیمت پر اچھی کوالٹی کی صرفی اشیا کی دستیابی ممکن بنانے کے ذریعے صارفین کے مفادات کے تحفظ کے لیے کی جاتی ہے۔

(b) پیدا کار کی کوآپریٹوسوسائٹیاں: ان سوسائٹیوں کی تشکیل چھوٹے پیدا کاروں اور دستکاروں کے مفادات کے تحفظ کے لیے خام مواد، اوزاروں اور ساز وسامان وغیرہ جیسی ضرورتوں کی امداد کی دستیابی کو ممکن بنانے کے لیے کی جاتی ہے۔

(c) مارکیٹنگ کوآپریٹیو سوسائٹیاں: مارکیٹنگ کوآپریٹوسوسائٹیوں کی تشکیل کے لیے چھوٹے پیدا کار باہمی تعاون کرتے ہیں تا کہ ان کی اشیا کی مارکیٹنگ کے مسئلے کو حل کیا جا سکے۔

(d) ہاؤسنگ کوآپریٹوسوسائٹیاں ممبران کو رہائشی مکانات فراہم کرنے کے لیے شہری علاقوں میں عام طور پر ہاؤسنگ کوآپریٹیو سوسائٹیوں کی تشکیل کی جاتی ہے۔

(e) کاشتکاری کوآپریٹیو سوسائٹیاں: ان سوسائٹیوں کی تشکیل چھوٹے کسانوں کے ذریعے بڑے پیمانے پر کاشتکاری کے فوائد حاصل کرنے کے لیے کی جاتی ہے۔

(f) کریڈٹ کوآپری سوسائٹیاں: ان سوسائٹیوں کی شروعات ان افراد کے ذریعے کی جاتی ہے جنھیں ادھار کی ضرورت ہوتی ہے۔ وہ ممبران سے جمع شدہ رقم وصول کرتے ہیں اور معقول شرح پر سود کے ساتھ انھیں قرض فراہم کرتے ہیں۔

4.6.3 کوآپریٹیو سوسائٹی کی خوبیاں

کوآپریٹوسوسائٹی کاروبار تنظیم کی ایسی شکل ہے جو اپنے خود کے منافع کو بیش ترین بنانے کی نسبت اپنے ممبروں کو سب سے زیادہ اہمیت دیتی ہے۔ اس کی خصوصیات اور مختلف اقسام کے مطالعہ کے بعد ہم اب کاروباری تنظیم کی خوبیوں کے بارے میں مطالعہ کر سکتے ہیں۔

(a) آسان تشکیل: کوئی دس بالغ ممبران رضا کارانہ طور پر ایک ایسوسی ایشن کی تشکیل دے سکتے ہیں اور رجسٹرار کوآپریٹیو سوسائٹیوں کے یہاں اس کا رجسٹریشن کرا سکتے ہیں۔ رجسٹریشن بہت آسان ہے اور اس میں بہت زیادہ قانونی ضوابط کی ضرورت نہیں پڑتی۔

(b) محدود واجبات کوآپریٹیو سوسائٹیوں کے ممبروں کی ذمہ داریاں ان کے سرمایہ اشتراک کے لحاظ سے محدود ہوتی ہیں۔ وہ سوسائٹی کے قرض کے لیے ذاتی طور پر ذمہ دار نہیں ہیں۔

(c) کھلی ممبرشپ کوئی بھی اہل ہم خیال شخص کوآپریٹیو سوسائٹی میں جب وہ چاہے شامل ہو سکتا ہے۔ ذات، نسل، جنس، رنگ کی بنیاد پر کوئی پابندی نہیں ہے۔ اس میں شامل ہونے اور نکلنے کا وقت بھی عموماً کھلا رکھا جاتا ہے۔

(d) ریاستی مدد: ملک کی ترقی کی ضرورت کمزور طبقات کی معاشی حیثیت میں اضافے کی ضرورت کو ناگزیر بنا دیتی ہے۔ لہذا کوآپریٹیو سوسائٹیاں ہمیشہ ریاست اور مرکزی حکومت سے بھی قرض عطیات، مراعات وغیرہ کی شکل میں مدد حاصل کرتی ہیں۔

(e) مستحکم مدت کار: کوآپریٹیو سوسائٹی دائمگی تواتر کا فائدہ اٹھاتی ہیں۔ کسی ممبر کی موت، استعفیٰ، دیوالیہ پن کا اثر اس کی علاحدہ قانونی ہستی کے سبب اس کے وجود پر نہیں پڑتا۔

(f) ٹیکس میں رعایت: کوآپریٹیو سوسائٹیوں کی تشکیل میں لوگوں کی حوصلہ افزائی کے لیے حکومت عام طور پر ٹیکس میں رعایت اور معافی فراہم کرتی ہے جو وقانوقت بدلتی رہتی ہے۔

(g) جمہوری مینجمنٹ کوآپریٹیو سوسائٹیوں کا انتظام وانصرام مینجنگ میٹی کے ذریعے کیا جاتا ہے جس کا انتخاب ممبروں کے ذریعے قائم کیے گئے حدود کے اندر اپنے خود کے اصول وضوابط کے تحت سے ہوتا ہے۔

4.6.4 کوآپریٹیو سوسائٹی کے حدود

اگر چہ کوآپریٹیو سوسائٹی کی تشکیل کا بنیادی مقصد اس کے ممبروں کے درمیان باہمی مدد اور تعاون کے نظام کو فروغ دینا ہے، تاہم تعاون کا جذبہ زیادہ عرصے تک نہیں قائم رہ پاتا۔ کوآپریٹیو سوسائٹیاں عام طور پر درج ذیل حدود کا سامنا کرتی ہیں۔

(a) محدود سرمایہ: زیادہ تر کوآپریٹیو سوسائٹیوں کو سرمایہ کی کمی کا سامنا کرنا پڑتا ہے۔ چونکہ سوسائٹی کے ممبران ایک محدود علاقے یا طبقے سے آتے ہیں اور ان کے پاس عموماً محدود ذرائع ہوتے ہیں، یہ ممکن نہیں ہے کہ ان سے زیادہ سرمایہ اکٹھا کیا جائے۔ مزید یہ کہ حکومت کی مدد اکثر ان کے لیے ناکافی رہتی ہے۔

(b) انتظامی مہارت کی کمی کوآپریٹیو سوسائٹی کی مینجنگ کمیٹی انتظامی مہارت کی کمی کے سبب سوسائٹی کا موثر اور کارگر بندوبست کرنے میں ہمیشہ اہل نہیں ہو پاتی۔ فنڈ کی کمی کے سبب بھی وہ پیشہ ورانہ مینجمنٹ سے فوائد حاصل کرنے کے اہل نہیں ہو پاتی۔

(c) ترغیب کی کمی: سرمایہ کاری پر حاصل کی شرح چونکہ کم ہوتی ہے لہذا ممبران میں ہمیشہ سوسائٹی کے معاملات میں شامل ہونے کا جذبہ نہیں پایا جاتا۔

(d) دلچسپی کی کمی: ایک بار جب کاروبار کے شروع کرنے اور چلانے کا جوش وحوصلہ ختم ہو جاتا ہے تو ممبروں کے درمیان عدم دلچسپی اور گروہ بندی ہو جاتی ہے۔ اس سے کوآپریٹیو بے جان اور غیر فعال سی بن جاتی ہے۔

(e) بدعنوانی کوآپریٹیو سوسائٹی سے متعلق حکومت کے ضوابط اور وقتاً فوقتاً جانچ پڑتال کے اہتمام کے باوجود مینجمنٹ میں بدعنوانی کو پوری طرح نظر انداز نہیں کیا جا سکتا۔

4.6.5 کوآپریٹیو سوسائٹی کی موزونیت

آپ نے پڑھا کہ کاروباری تنظیم کوآپریٹیو سوسائٹی، افراد کی رضا کارانہ ایسوسی ایشن ہے جو مالی طور پر مضبوط نہیں ہوتے اور کاروبار کو انفرادی طور پر اپنے سہارے شروع کرنے اور چلانے کے اہل نہیں ہو پاتے لہذا مشترک مسئلے کو حل کرنے اور مشترکہ

ضرورتوں کو پورا کرنے کے لیے کاوباری تنظیم کی یہ قسم زیادہ موزوں ہے۔اس طرح لوگ صرفی اشیا کو حاصل کرنے، رہائشی مکانات کی تعمیر، اشیا کی مارکیٹنگ، قرض اور پیشگی رقوم فراہم کرنے وغیرہ کے لیے باہمی تعاون کرتے ہیں۔کاروباری تنظیم کی یہ شکل عام طور پر چھوٹے اوراوسط درجے کے کاروباری عمل کے لیے موزوں ہے۔

اختتامی سوالات

نہایت مختصر جواب کے لیے سوالات

1. تنہا ملکیت کی تعریف کیجیے۔
2. ایسی کوئی دوصورت حال بیان کیجیے جہاں کاروباری تنظیم کی تنہا ملکیت والی قسم زیادہ موزوں ہوتی ہے۔
3. نابالغ شراکت دار EstoppelbyPartner) کون ہوتا ہے؟
4. ممبرشپ کی بنیاد پر شراکت داری اور تنہا ملکیت کے درمیان امتیاز کیجیے۔
5. اصطلاح موروثی حصہ دار (Coparcener) کے معنی بیان کیجیے۔

مختصر جواب کے لیے قسم کے سوالات

6. کاروباری تنظیم تنہا ملکیت کی موزونیت بیان کیجے کیجیے۔
7. کاروباری تنظیم کی شراکت دار قسم کی کمپنی کے دوحدود کی وضاحت کیجیے۔
8. شراکت نامہ (Partnership Deed) کیا ہے؟ کیا یہ شراکت داری کے لیے ضروری ہے؟
9. ایک مشترک ہندو فیملی میں اور شراکت داری فرم میں ایک چھوٹے شریک کی حیثیت کا تقابل کیجیے۔
10. رجسٹریشن سرٹیفکیٹ حاصل کرنے کے بعد کوآپریٹو سوسائٹی کی کسی چار خصوصیت کا ذکر کیجیے۔

طویل جواب کے لیے سوالات

11. کوئی چار قسم کے شراکت دار کا بیان کیجیے۔
12. مشترک ہندو فیملی کاروبار کیا ہے؟ اس کی اہم خصوصیات کا بیان کیجیے۔
13. کاروباری تنظیم کی مشترک ہندو فیملی کی مختلف خوبیوں کی وضاحت کیجیے۔
14. انڈین کوآپریٹیو سوسائٹیز ایکٹ 1912 کے مطابق کوآپریٹیو سوسائٹی کی تعریف کیجیے۔کاروباری تنظیم کی کوآپریٹیو سوسائٹی کی کسی دو خصوصیت کا بیان کیجیے۔

15. کوآپریٹوسوسائٹی کی کاروباری تنظیم کی شکل کی دوخصوصیات کی نشاندہی کرتا ہے۔

16. ہندوستان میں پائی جانے والی کوآپریٹیو سوسائٹیوں کی مختلف اقسام بیان کیجیے۔

17. یہ قول ہے کہ تحریری معاہدہ ہمیشہ بہتر ہوتا ہے۔اس قول کو ذہن میں رکھتے ہوئی شراکت داروں کے لیے یہ ہمیشہ مناسب ہوگا کہ وہ تحریری معاہدہ کریں۔اس معاہدہ کا کیا نام ہے اوراس میں عام طور پر کیا مواد شامل ہوتا ہے۔

18. جیسا کہ آپ نے کاروباری تنظیم کی مختلف شکلوں کا مطالعہ کیا ہے اگر موجودہ منظرنامے میں آپ کو کاروبار شروع کرنے کا موقع حاصل ہوتا ہے تو آپ کاروباری تنظیم کی کون سی شکل چنیں گے اوراور کیوں؟

5. کاروباری تنظیم کی کمپنی شکل
COMPANY FORM OF BUSINESS ORGANISATION

آپ بخوبی واقف ہوں گے کہ دوسرے پنج سالہ منصوبہ کی مدت کے دوران ملک کی صنعت کاری کو فروغ دینے کے لیے ہندوستان کے کم ترقی یافتہ علاقوں میں پانچ اسٹیل پلانٹ قائم کیے گیے تھے۔ کیا آپ جانتے ہیں کہ ان اسٹیل پلانٹوں کا مالک کون تھا؟ یہ حکومت ہند ہے۔ اس نے ایک جوائنٹ اسٹاک کمپنی اس مقصد کے لیے قائم کی جسے اسٹیل اتھارٹی آف انڈیا لمیٹڈ (SAIL) کے طور پر جانا جاتا ہے۔ آپ نے اسٹیٹ بینک آف انڈیا (SBI)، نیشنل تھرمل پاور کارپوریشن (NTPC)، گرام انڈسٹریز لمیٹڈ (GIL) ریلائنس انڈسٹریز لمیٹڈ (RIL) اور ناناآئرن اینڈ اسٹیل لمیٹڈ (TISL) کے نام سنے ہوں گے۔ یہ سبھی بڑی کاروباری اکائیاں ہیں اور جوائنٹ اسٹاک کمپنیوں کی شکل میں منظّم ہیں۔ اس سبق میں ہم جوائنٹ اسٹاک کمپنی، اس کی خوبیوں اور حدود کے علاوہ ان عوامل پر بھی بحث کریں گے جو کاروباری تنظیم کے انتخاب پر اثر انداز ہوتے ہیں۔

اکتسابی مقاصد

☆ منصوبہ بند معیشت کی ترقی کو بہتر بنانے میں حکومت کے رول پر بحث کریں

☆ عوامی اور خانگی اداروں کے مقاصد بیان کریں۔

5.1 جوائنٹ اسٹاک کمپنی

گزشتہ سبق میں آپ نے کاروباری تنظیم کی چار مختلف شکلوں یعنی تنہا ملکیت، شراکت داری، مشترک ہندو فیملی کاروبار اور کوآپریٹیو سوسائٹی کے بارے میں تفصیل کے ساتھ پڑھ لیا۔ آپ جانتے ہیں کہ ان شکلوں کو چھوٹے اور اوسط درجے کے کاروبار کے لیے موزوں سمجھا جاتا ہے۔ لہذا اگر آپ ایک سیمنٹ پلانٹ لگانا چاہتے ہیں جس میں کروڑوں روپے کی زبردست سرمایہ کاری کی ضرورت پڑتی ہے تو آپ کیا کریں گے؟

آپ سیمنٹ پلانٹ قائم کرنے کے لیے شراکت داری فرم کی تشکیل کے بارے میں سوچ سکتے ہیں لیکن اگر آپ کاروباری تنظیم کی شراکت داری کی حدود کے بارے میں سوچیں تب یقیناً آپ نہیں کہیں گے۔ شراکت داری ایسے کاروبار کے لیے موزوں متبادل نہیں ہوسکتی جہاں ایک خطیر سرمایہ کاری کی ضرورت ہوتی ہے۔ آپ جانتے ہیں کہ شراکت داری کی ممبرشپ پر ایک بندش ہے، لہذا یہ ممکن نہیں ہوسکتا کہ ایک سیمنٹ پلانٹ قائم کرنے کے لیے پونجی کی مطلوبہ رقم کا بندوبست کیا جاسکے۔ اگر لوگ فنڈ کا بندوبست کرنے کے اہل بھی ہوں تو شراکت داروں کے غیر محدود واجبات کے سبب کوئی خطرہ لینا نہیں چاہتا۔ ایسی صورت حال کاروباری تنظیم کی کمپنی کی قسم یا جوائنٹ اسٹاک کمپنی پہلی پسند ہوسکتی ہے جس کی بنا پر ہم ممبران سے آسانی کے ساتھ پونجی کی اتنی بڑی رقم کا حصول کرسکتے ہیں۔

ایک جوائنٹ اسٹاک کمپنی یا محض ایک کمپنی افراد کی ایک رضا کارانہ ایسوسی ایشن ہوتی ہے جس کی تشکیل عام طور پر کچھ بڑی کاروباری سرگرمیوں کو اختیار کرنے کے لیے کی جاتی ہے۔ یہ قانون کی رو سے قائم کی جاتی ہے اور قانون کے ذریعے ہی تحلیل ہوسکتی

ہے۔ کمپنی کا ایک علاحدہ وجود ہوتا ہے۔ اگر اس کے کسی ممبر کی موت بھی ہو جائے تو بھی کمپنی کا وجود قائم رہتا ہے۔ اس کے ممبران بعض مشترکہ مقاصد کے لیے سرمایہ کا اشتراک کرتے ہیں۔ اس طرح اشتراک کیا گیا سرمایہ کمپنی کی پونجی کی تشکیل کرتا ہے۔ کمپنی کی پونجی کو چھوٹی چھوٹی اکائیوں میں تقسیم کیا جاتا ہے جسے شیئر یا حصص کہتے ہیں۔ چونکہ ممبران کمپنی کے حصص خریدنے کے ذریعے اپنے زر کی سرمایہ کاری یا اصل کاری کرتے ہیں، اس لیے ان ممبران کو شیئر ہولڈر یا حصہ دار کہا جاتا ہے اور کمپنی کی پونجی کو سرمایہ حصص (Share capital) کہا جاتا ہے۔

ہندوستان میں جوائنٹ اسٹاک کمپنیوں کو کمپنیز ایکٹ 1956 کے ذریعے منضبط کیا جاتا ہے۔ ایکٹ کے مطابق ایک کمپنی کا مطلب ہے، ایک ایسی کمپنی جو اس ایکٹ کے تحت تشکیل دی جاتی ہے اور رجسٹر کی جاتی ہے یا ایک قائم شدہ کمپنی جس کا مطلب ہے کوئی بھی کمپنی جسے کسی بھی سابق کمپنیز ایکٹ کے تحت قائم اور رجسٹر کیا گیا ہو۔ یہ تعریف اتنی جامع نہیں ہے کہ کمپنی کی بنیادی خصوصیات کا پتہ چلتا ہو۔ تاہم سابق کمپنیز ایکٹ اور مختلف عدالتی فیصلوں میں دی گئی تعریف کی بنیاد پر اس کی توضیح ایک مصنوعی فرد کے طور پر کی جاسکتی ہے جسے قانون کے ذریعے تخلیق کیا گیا ہے، ایک دائمی تسلسل کے ساتھ جس کی ایک علاحدہ قانونی ہستی

5.2 جوائنٹ اسٹاک کمپنی کی خصوصیات

اب آپ ایک کمپنی کے تصور سے واقف ہیں۔ آیئے اب اس کی خصوصیات کا مطالعہ کریں۔

(a) ایسوسی ایشن شامل: ایک کمپنی کو سوسائٹیز کے قانون کے تحت شامل کیا جانا چاہیے۔ اس مقصد کے لیے درکار اراکین کی کم از کم تعداد 'پبلک کمپنی' کی صورت میں سات اور 'پرائیویٹ کمپنی' کی صورت میں دو ہے۔ سماج کے قانون کا سیکشن 3 ایک 'یک شخصی سماج' کی تشکیل کی بھی اجازت دیتا ہے۔

(b) ایک قانونی ادارہ جو اپنے اراکین سے الگ ہو: سماج سے مختلف، کمپنی اپنے اراکین سے الگ ہوتی ہے۔ لہذا، یہ حقوق سے لطف اندوز ہونے اور ان ذمہ داریوں کے تابع ہونے کے قابل ہے جو ان کے جیسے نہیں ہیں یا اس کے اراکین کی حمایت یافتہ ہیں۔ ایک کمپنی سامان کی مالک ہوسکتی ہے اور انہیں ایک جگہ کے طور پر منظم کرسکتی ہے۔ کوئی بھی رکن، انفرادی طور پر یا مشترکہ طور پر، کمپنی کے وجود کے دوران یا اس کے لیکویڈیشن میں اس کے اثاثوں پر جائیداد کے حقوق کا دعوی نہیں کرسکتا۔ ایک کمپنی، اپنے اراکین سے الگ ہونے والے شخص کے طور پر، اپنے اراکین سے ہتک عزت کا مطالبہ بھی کرسکتی ہے۔

(c) مصنوعی فرد: ایک جوائنٹ اسٹاک کمپنی اس معنی میں ایک مصنوعی فرد ہے کہ اسے قانون کے کے ذریعے تخلیق کیا گیا ہے اور یہ ایک قدرتی فرد کے مادی اوصاف نہیں رکھتی۔ یہ کھا نہیں سکتی، چل نہیں سکتی مسکرا یا رو نہیں سکتی، پڑھ لکھ نہیں سکتی، تاہم ایک قدرتی فرد کی طرح اس کی ایک قانونی حیثیت ہوتی ہے۔

(d) دائمی وجود: کمپنی کا وجود مسلسل قائم رہتا ہے۔ ممبران کی موت، خلل دماغ، دیوالیہ پن یا سبکدوشی سے کمپنی کی زندگی پر کوئی اثر نہیں پڑتا۔ یہ مسلسل جاری رہتی ہے۔ چونکہ اس کی تخلیق چونکہ قانون کے ذریعے کی جاتی ہے تو اسے صرف قانون کے ذریعے ہی تحلیل کیا جاسکتا۔ جاہے۔

(e) مخصوص مہر (Seal Common): چونکہ کمپنی کا کوئی مادی یا جسمانی وجود نہیں ہے لہذا یہ اپنے بورڈ آف ڈائریکٹرز کے ذریعے کام کرتی ہے، لیکن ان سب کے ذریعے کیے جانے والے معاہدے کمپنی کی ایک مخصوص مہر کے تحت کیے جائیں گے۔ یہ مخصوص مہر کمپنی کی رسمی دستخط ہوتی کاروباری مطالعہ ہے۔ مخصوص مہر کے ساتھ اور کمپنی کے کسی افسر کے ذریعے مناسب طور پر دستخط شدہ دستاویز کمپنی کے لیے پابندی کا باعث ہے۔

(f) ممبران کے محدود واجبات: کاروبار کی کمپنی شیئروں میں لوگوں کو چونکہ محدود مسائل اور واجبات کی سہولت پیش کرتی ہے اس لیے شیئروں میں اپنی رقم لگانے کے لیے لوگوں کی بڑی تعداد کو یہ اپنی طرف کھینچ سکتی ہے۔ ممبر کے واجبات اس کے حامل شیئروں کی رقم کی حد تک محدود ہوتے ہیں۔ دوسرے لفظوں میں کوئی بھی شیئر ہولڈر اسی حد تک ذمہ دار ہوسکتا ہے جس حد تک وہ شیئروں کی ظاہری قدر رکھتا ہے۔ اگر وہ اسے پہلے ادا کر چکا ہے جو بالعموم ہوتا ہے تو اسے کسی مزید رقم کو ادا کرنے کے لیے نہیں کہا جا سکتا۔ مثال طور پر اگر" کے پاس 100 روپے کا ایک شیئر ہے اور اس نے اس شیئر پر 75 روپے ادا کیے ہیں تو اس کے واجبات صرف 25 روپے تک ہی محدود ہوں گے۔

(g) شیئروں کی منتقلی: کمپنی (پلک کمپنی) کے ممبران اپنے شیئروں کو دوسروں کو جب اور جیسے چاہیں منتقل کرنے کے لیے آزاد ہیں۔ انھیں اپنے شیئروں کو منتقل کرنے کے لیے دوسرے شیئر ہولڈروں سے رضامندی لینے کی ضرورت نہیں ہے۔

(i) انتظامیہ کی تفریق: آپ جانتے ہیں کہ مختلف زمروں اور میدانوں کے لوگ ایک کمپنی کی پونجی میں اپنا اشتراک کرتے ہیں لہذا ان کے لیے یہ ممکن نہیں ہے کہ وہ کمپنی کے روزمرہ کے مینجمنٹ کی دیکھ بھال کریں۔ وہ کمپنی کی عام پالیسیوں کی فیصلہ سازی میں تو حصہ لے سکتے ہیں لیکن کمپنی کے روزمرہ کے معاملات کی ان کے ذریعے منتخب کیے گئے نمائندگان دیکھ بھال کرتے ہیں۔ ان نمائندگان کو ڈائرکٹر کہا جاتا ہے۔

6.3 کمپنیوں کی اقسام

ہمارے ملک میں کمپنیوں کی مختلف اقسام ہیں جو اپنی تشکیل کے انداز، کام کاج کے دائرہ کار، قومیت اور ممبرشپ کی حد کے لحاظ سے مختلف ہیں۔ ان میں سے زیادہ اہم وہ ہیں جو ممبرشپ کی حدوں پر مبنی ہیں یعنی

1. پرائیویٹ کمپنی
   (i) ایک شخص کی کمپنی
   (ii) چھوٹی کمپنی

اور (2) پبلک کمپنیاں

(1) پرائیویٹ کمپنی

سیکشن 2(68) کے تحت پرائیویٹ کمپنی سے ہمارا مطلب ایک ایسی کمپنی سے ہے جس کی درج ذیل خصوصیات ہیں:

(a) اس کی کارروائی کو منتقل کرنے کے حق کو محدود کریں، اگر وہ موجود ہے۔

(b) شامل کیے بغیر اس کے اراکین کی تعداد کو 200 تک محدود کرے۔

(i) وہ افراد جو کمپنی کے ذریعہ ملازم ہیں؛ اور

(ii) وہ افراد جو پہلے کمپنی کے ذریعہ ملازم تھے، اس ملازمت کے دوران کمپنی کے ممبر تھے اور ملازمت ختم ہونے کے بعد بھی ممبر رہے ہیں، اور جہاں دو یا دو سے زیادہ افراد مشترکہ طور پر کمپنی میں ایک یا ایک سے زیادہ حصص رکھتے ہیں، انہیں رکنیت کے مقاصد کے لئے ایک ممبر کے طور پر سمجھا جائے گا۔

(c) کمپنی کی کسی بھی قیمت کو سبسکرائب کرنے کے لیے عوام کی دعوت کی ممانعت کرتا ہے۔

ان کمپنیوں کی ملکیت صرف منتخب اور معروف افراد تک محدود ہے۔ پرائیویٹ لمیٹڈ کمپنی شروع کرنے اور اپنے نام کے آخر میں لفظ "پرائیویٹ لمیٹڈ" لکھنے کے لیے کم از کم دو افراد کی ضرورت ہوتی ہے۔ عام طور پر، جب محدود ذمہ داری والی سوسائٹیوں کو اپنے کاروبار کو بڑھانے کے لیے زیادہ رقم کی ضرورت ہوتی ہے، تو وہ نجی سوسائٹیاں بن جاتی ہیں۔ واضح رہے کہ نجی کمپنیاں سوسائٹیز کے قانون کے مختلف ضوابط سے مستثنیٰ ہیں۔

پرائیوٹ کمپنیاں درج ذیل دو اقسام کی ہوسکتی ہیں:

ایک فرد کی کمپنی: 2013 کے سوسائٹیز کے قانون کے سیکشن 3 (1) (c) میں "یک شخصی معاشرے" کی تعریف "ایک ایسے معاشرے کے طور پر کی گئی ہے جس کا رکن صرف ایک شخص ہو"۔ دوسرے لفظوں میں، ایک فرد والی کمپنی تشکیل دی جاسکتی ہے اگر کوئی نجی کمپنی اس کی طرف سے میمورنڈم کو سبسکرائب کرتی ہے اور رجسٹر کے حوالے سے قانون کے تقاضوں کی تعمیل کرتی ہے۔ اسے 'حصص کے ذریعے محدود' یا 'گارنٹی کے ذریعے محدود' کے طور پر رجسٹر کیا جاسکتا ہے۔ "ون پرسن کمپنی" کے الفاظ کا ذکر کمپنی کے نام کے نیچے ہونا چاہیے، جہاں بھی اس کا نام چھاپا گیا ہو، چپکا ہوا ہو یا کندہ ہو۔ ہندوستان میں، صرف قدرتی بالغ افراد جو ہندوستانی شہری ہیں اور ہندوستان میں مقیم ہیں، ایک شخص کی کمپنی (او پی سی) بنانے کے اہل ہوں گے۔

قانون کے تحت بہت سے ریلیشنز دستیاب ہیں، ان میں سے کچھ درج ذیل ہیں:

a) نقد بہاؤ کی حالت تیار کرنا ضروری نہیں ہے۔

b) سالانہ جنرل اسمبلی بلانا ضروری نہیں ہے۔

c) سالانہ اعلامیے پر ڈائریکٹر کے دستخط ہوسکتے ہیں اور ضروری نہیں کہ کمپنی کا سیکرٹری ہو۔

d) او پی سی کو کیلنڈر سال کے ہر نصف میں بورڈ آف ڈائریکٹرز کی صرف ایک میٹنگ منعقد کرنے کی ضرورت ہوتی ہے اور دو میٹنگوں کے درمیان فرق 90 دن سے کم نہیں ہونا چاہیے۔

(ii) چھوٹے کاروبار: 2013 کے سوسائٹیز کے قانون کے سیکشن 2 (85) میں اس کی تعریف اس طرح کی گئی ہے، "ایک چھوٹا کاروبار ایک ایسا کاروبار ہے جو عوامی کاروبار نہیں ہے" جس میں:

a) سماجی سرمایہ کی ادائیگی Rs.50 لاکھ سے زیادہ نہ ہو؛ اور

b) کاروبار کا حجم اس کے نقصانات اور فوائد کی آخری حالت کے مطابق 2 کروڑ روپے سے زیادہ نہیں ہے۔ ازاوسٹیڈانہیں یہ بات ذہن میں رکھنی چاہیے کہ ایک فرد کی کمپنی یا ایک چھوٹی کمپنی غیر منافع بخش ایسوسی ایشن کے طور پر تشکیل نہیں دے سکتی۔

(2) پبلک کمپنی [سیکشن 2(71)]

سیکشن 2(71) کے مطابق پبلک انٹر پرائز سے مراد ایک ایسا انٹر پرائز ہے جو

(a) یہ کوئی نجی کمپنی نہیں ہے؛

(b) مقرر کردہ رقم کے مطابق کم از کم سماجی سرمایہ ادا کیا گیا ہو، یا ایک بڑی رقم جو مقرر کی گئی ہو جو 5 کروڑ روپے سے زیادہ نہ ہو۔

پبلک کمپنی کی خصوصیات یہ ہیں:

(i) یہ عوام کو کھلی پیش کش کے ذریعے اپنے حصص اور تمسکات کو قبول کرنے کے لیے مدعو کر سکتی ہے۔

(ii) ایک پبلک کمپنی قائم کرنے کے لیے کم سے کم سات ممبروں کی ضرورت ہوتی ہے۔ اس کے ممبران کی زیادہ سے زیادہ حد پر کوئی پابندی نہیں ہے۔

(iii) حصص کے منتقل کرنے پر کوئی بندش نہیں ہے یعنی شیئر ہولڈر اپنے شیئرز کو عوام کو فروخت کرنے کے لیے آزاد ہیں۔

(iv) پبلک کمپنی کے لیے کم سے کم ادا شدہ سرمایہ پانچ لاکھ روپے کا ہے۔

(v) پبلک کمپنی کو اپنے نام کے بعد پبلک لمیٹیڈ یا محض لمیٹیڈ لکھنا ضروری ہے۔

ریلائنس انڈسٹریز لمیٹیڈ، بجاج آٹو لمیٹیڈ، ہندوستان لیور لمیٹیڈ، اسٹیل اتھارٹی آف انڈیا لمیٹیڈ پبلک کمپنیوں کی مثالیں ہیں۔

مندرجہ بالا کمپنیوں کی قسم کے علاوہ آپ نے متعدد دیگر قسم کی کمپنیوں جیسے گورنمنٹ کمپنی، اسٹیچوری کمپنی، چارٹرڈ کمپنی، فارین (غیر ملکی کمپنی، انڈین کمپنی، ملٹی نیشنل کارپوریشن، ہولڈنگ کمپنی اور سبسڈیری کمپنی سے بھی واقف ہوں گے۔

Sr. No.	Section	Brief Description	Private Limited Company	Public Limited Company
1	2	Meaning	Minimum Capital Rs. 100000 Right to transfer the shares : Restricted	Minimum Capital Rs. 500000 Subsidiary of a public Co. is deemed to be a Public Co.
2	3	No. of members Required	Min. 2 (Two), Max. 200 (Two Hundred)	Min. 7 (Seven) Max. No Limit
3	4	Name of the Company	"Private Limited" as last word	"Public limited" as last word
4	23	Issue of Securities	By way of Right Issue or Bonus Issue through Private Placement	To public through Prospectus ("Public Offer") by way of Right Issue or Bonus Issue through Private Placement
5	149	No. of Directors and Independent Directors	2 (Two) not required to appoint Independent Directors	3 (Three) and Incase of Listed Companies, at least One-Third as Independent Directors

نوٹ کریں:

1. 2015 کی روزگار ترامیم سے متعلق قانون کے مطابق، کم از کم اداشدہ سرمائے سے متعلق شق، جو پرائیویٹ اور پبلک لمیٹڈ کمپنی شروع کرنے کے لیے کم از کم سرمائے کی ضرورت کو غیر ضروری بناتی ہے، کو ختم کر دیا گیا ہے۔
2. 2015 کی سوسائٹیوں کی ترمیم سے متعلق قانون کے مطابق، پرائیویٹ اور پبلک لمیٹڈ دونوں کمپنیاں سرٹیفکیٹ آف ان کارپوریشن حاصل کرنے کے فوراً بعد اپنی تجارتی سرگرمیاں شروع کر سکتی ہیں۔

5.4 جوائنٹ اسٹاک کمپنی کی خوبیاں

کاروباری تنظیم کی کمپنی بڑے کاروبار چلانے کے لیے عام ہے۔ اس کی خوبیاں درج ذیل ہیں:

(a) زیادہ وسائل: جوائنٹ اسٹاک کمپنی ممبران کی بڑی تعداد کے سبب زیادہ مالیاتی وسائل مہیا کر سکتی ہے اور تمسکات، عوامی جمع کاری اور بغیر کسی خاص وقت کے مالیاتی اداروں سے قرض کے ذریعے سرمایہ اکٹھا کر سکتی ہے۔

(b) محدود واجبات: جوائنٹ اسٹاک کمپنی میں اس کے ممبران کے واجبات محدود ہوتے ہیں جو ان کے ذریعے حاصل شیئروں کے حد کے لحاظ سے ہوتے ہیں۔ کمپنی میں سرمایہ کاری کے لیے چھوٹے سرمایہ کاروں کی ایک بڑی تعداد کے لیے یہ باعث کشش ہے۔ اس سے زبردست پونجی مہیا کرنے میں کمپنی کو مدد ملتی ہے۔ محدود واجبات کے سبب کمپنی بڑی بڑی ذمہ داریاں لینے کی بھی اہل ہوتی ہے۔ اس سے آسانی سے سرمایہ کاری کرنے کے فیصلوں میں مدد ملتی ہے۔

(c) مسلسل وجود: کمپنی ایک مصنوعی فرد ہے جس کی تخلیق قانون کے ذریعے کی جاتی ہے اور اس کی آزادانہ قانونی حیثیت ہوتی ہے۔ اس کے ممبران کی موت، دیوالیے پن وغیرہ سے اس پر کوئی اثر نہیں پڑتا۔ اس طرح اس کا دائمی وجود قائم رہتا ہے۔

(d) بڑے پیمانے پر عمل کے فوائد: صرف جوائنٹ اسٹاک کمپنی کاروباری تنظیم کی وہ قسم ہے جو بڑے پیمانے پر عمل کے لیے پونجی فراہم کر سکتی ہے جس سے بڑے پیمانے پر پیداوار کی جا سکتی ہے۔ نتیجتاً اس کی کارکردگی میں اضافہ اور عمل کی لاگت میں تخفیف ہوتی ہے۔ اس سے توسیع کے لیے مزید گنجائش پیدا ہوتی ہے۔

(e) سیالیت: شیئروں کی منتقلی کی سہولت سرمایہ کاروں کے لیے اضافی ترغیب کے طور پر کام کرتی ہے کیونکہ پبلک کمپنی کے شیئروں کی تجارت اسٹاک ایکسچینج میں آسانی سے کی جا سکتی ہے۔ عوام شیئر خرید سکتے تے ہیں جب ان کے پاس سرمایہ کاری کے لیے رقم ہوتی ہے اور جب انھیں رقم کی ضرورت ہوتی ہے تو وہ اپنے شیئروں کو نقد رقم میں تبدیل کر سکتے ہیں۔

(f) پیشہ وارانہ مینیجمنٹ کمپنیوں کو سرگرمیوں کی پیچیدہ نوعیت اور بڑے حجم کے کاروبار کے سبب تنظیم کی ہر سطح پر پروفیشنل مینجروں کی ضرورت ہوتی ہے۔ اپنے کاروبار کے حجم اور مالیاتی مضبوطی کے سبب وہ ایسے میجروں کی تقرری کے متحمل ہو سکتے ہیں۔ اس سے ان کے معاملات کے بندوبست میں کارگزاری واثر پذیری پیدا ہوتی ہے۔

(g) تحقیق اور ترقی: ایک کمپنی عام طور پر پیداوار، ڈیزآئننگ اور اختراع، نئے پروڈکٹ کی بہتر عمل کاری، اشیا کی کوالٹی میں بہتری، اور اسٹاف کی تربیت کے نئے طریقے وضع کرنے کے لیے تحقیق و ترقی پر کافی رقم لگاتی ہے۔

(h) ٹیکس فوائد: اگرچہ کمپنیوں کو اونچی شرح پر ٹیکس ادا کرنا ہوتا ہے، لیکن اپنے ٹیکس کے بوجھ کو کم کرنے میں انکم ٹیکس ایکٹ کے تحت وہ بہت سی ٹیکس رعایت سے استفادہ بھی کرتی ہیں۔

5.5 جوائنٹ اسٹاک کمپنی کی حدود

جیسا کہ اوپر بیان کیا گیا ہے کہ ایک جوائنٹ اسٹاک کمپنی کی بہت سی خوبیاں ہیں اس کے باوجود کاروباری تنظیم کی اس قسم میں متعدد حدوں کا بھی سامنا کرنا پڑتا ہے۔ اہم حدود درج ذیل ہیں:

(a) **مشکل تشکیل:** کمپنی کی تشکیل میں کمپنیز ایکٹ کے تحت متعدد قانونی رسمیت کی تعمیل شامل ہے اور اس کے علاوہ وقتاً فوقتاً حکومت کے ذریعے وضع کیے گئے متعدد دیگر اصول اور ضوابط کی تعمیل کی جاتی ہے۔

(b) **ایک گروپ کے ذریعے کنٹرول:** نظریاتی طور پر ایک کمپنی کے بارے میں یہ مانا جاتا ہے کہ اس کا انتظام وانصرام تربیت یافتہ اور تجربہ کار ڈائریکٹروں کے ذریعے کیا جاتا ہے۔ لیکن ایسا عملاً بہت سے معاملوں میں نہیں ہوتا۔ زیادہ تر کمپنیاں ایک ہی فیملی سے تعلق رکھنے والے ڈائریکٹروں کے ذریعے چلائی جاتی ہیں، چونکہ اکثر شیئر ہولڈر کافی بکھرے ہوتے ہیں اس لیے وہ کمپنی کے مینجمنٹ کے تئیں معمولی رویہ رکھتے ہیں۔ زیادہ سے زیادہ شیئر رکھنے والے شیئر ہولڈر کمپنی کی طرف سے تمام فیصلے لیتے ہیں۔ اس طرح ایک کمپنی میں جمہوری خوبیاں عملاً واقعی موجود نہیں ہوتیں۔

(c) **زائد حکومتی کنٹرول:** کمپنی سے توقع کی جاتی ہے کہ وہ قوانین کی متعدد دفعات کی تعمیل کرے گی۔ ان کی عدم تعمیل کا مطلب ہے بھاری جرمانے کے لیے تیار رہنا۔ اس سے کمپنیوں کے کے ہموار عمل پر اثر پڑتا ہے۔

(d) **فیصلہ سازی میں تاخیر:** کمپنی کو بعض فیصلے لینے سے پہلے طریقہ عمل سے متعلق مخصوص ضوابط وکارروائی کو پورا کرنا ہوتا ہے جیسے بورڈ آف ڈائریکٹرز یا شیئر ہولڈرز کو مجلس عاملہ سے منظوری کی ضرورت ہوتی ہے۔ ایسے رسمی ضوابط میں وقت لگتا ہے اس لیے بعض اہم فیصلوں میں تاخیر ہوسکتی ہے۔

(e) **رازداری میں کمی:** بہت سے معاملوں میں رازداری برقرار رکھنا مشکل ہوتا ہے کیونکہ ان معاملات کے لیے بورڈ آف ڈائریکٹرز یا مجلس عاملہ کی منظوری کی ضرورت ہوتی ہے جن کی کارروائیاں عام طور پر عوام کے لیے کھلی ہوتی ہیں۔

(f) **سماجی برائیاں:** ایک جوائنٹ اسٹاک کمپنی بڑے پیمانے کی کاروباری تنظیم ہے جس میں کافی وسائل کی ضرورت ہوتی ہے۔ اس سے انھیں اقتدار بھی حاصل ہوتا ہے۔ ایسے اقتدار کے ناجائز استعمال سے سماج میں غیر صحت مندانہ کیفیت پیدا ہوتی ہے۔ مثال کے لیے ایک مخصوص کاروباری صنعت یا پروڈکٹ کی اجارہ داری، اپنے کام کو انجام دینے میں سیاست دانوں اور حکومت پر اثر انداز ہونا، ورکرس، صارفین اور سرمایہ کاروں کا استحصال وغیرہ۔

5.6 جوائنٹ اسٹاک کمپنی کی موزونیت

جوائنٹ اسٹاک کمپنی وہاں موزوں ہے جہاں کاروبار کا حجم بڑا ہوتا ہے عمل کا دائرہ پھیلا ہوتا ہے، اس میں شامل مسائل زیادہ ہوتے ہیں اور مالی وسائل نیز افرادی قوت کی ضرورت زیادہ ہوتی ہے۔ اس وقت بھی اسے ترجیح دی جاتی ہے جب اس کے کام کاج میں پروفیشنل مینجمنٹ کی ضرورت ہو۔ کچھ کاروباروں جیسے بینکنگ اور انشیورنس کے لیے جوائنٹ اسٹاک کمپنی زیادہ موزوں ہے۔ آج کل کاروبار کے زیادہ تر شعبوں میں بڑے پیمانے پر عمل کے لیے اسے زیادہ ترجیح دی جاتی ہے۔

5.7 تنظیم کی صحیح شکل کا انتخاب

آپ کاروباری ملکیت کی مختلف شکلوں کے بارے میں پہلے ہی پڑھ چکے ہیں جیسے تنہا ملکیت، شراکت داری، مشترک ہندو فیلی کاروبار کمپنی اور کوآپریٹیو سوسائٹی۔ آپ نے غور کیا ہوگا کہ کاروباری تنظیم کی کوئی بھی شکل ہماری سبھی طرح کی ضرورتوں کو نہیں پورا کر سکتی۔ یہی وجہ ہے کہ ہم اپنی معیشت میں رائج کاروباری تنظیم کی مختلف اقسام پاتے ہیں لہذا کاروباری تنظیم کی قسم کا انتخاب کرتے وقت ہم مختلف عوامل کا تجزیہ کرتے ہیں اور اپنی مالیاتی او انتظامی اہلیتوں کے مطابق نہایت موزوں شکل کا انتخاب کرنے کی کوشش کرتے ہیں۔ اب ہم ان عوامل کا مطالعہ کریں گے جو کاروباری تنظیم کی صحیح شکل کا انتخاب کرنے میں ہماری مدد کر سکتے ہیں:

(a) تشکیل کی آسانی: ایک تنہا تاجر اپنے ذاتی اختیار پر کسی بھی وقت کاروبار کی شروعات کر سکتا ہے اور اسے سمیٹ سکتا ہے۔ شراکت داری میں باہمی اعتبار اور بھروسے کی بہت ضرورت ہوتی ہے۔ کمپنی کی تشکیل کے لیے بہت سے قانونی ضوابط درکار ہیں لہذا تنہا ملکیت کی تشکیل سب سے زیادہ آسان ہے۔

(b) وسائل کی دستیابی: یک شخص کاروبار دنیا میں سب سے بہتر کاروبار ہے اگر مالک کے پاس کافی وسائل ہوں اور اس کے بندوبست کی اہلیت ہو۔ یہ بیان دکھاتا ہے کہ واحد فرد بڑے کاروبار کو بطور خاص چلانے کا اہل نہیں ہوتا اگر اس کے وسائل اور انتظامی صلاحیتیں محدود ہوں۔ شراکت داری میں بھی شراکت داروں کے مالیاتی وسائل محدود ہوتے ہیں مگر صرف ایک کمپنی ہی کافی پونجی مہیا کر سکتی ہے اور بڑے کاروبار کے مینجمنٹ کے لیے ضروری ماہرانہ رہنمائی حاصل کر سکتی ہے۔

(c) واجبات یا ذمہ داری یا جوکھم: ہم جانتے ہیں کہ ممبروں کے واجبات تنہا ملکیت اور شراکت داری میں غیر محدود ہوتے ہیں نیز کمپنی اور کوآپریٹیو سوسائٹیوں کے معاملے میں محدود ہوتے ہیں۔ چونکہ ممبران بڑی ذمہ داریاں لیتے ہوئے ہچکچاتے ہیں اس لیے وہ کمپنی میں سرمایہ کاری کرنے کو ترجیح دیتے ہیں۔

(d) استحکام: کسی کاروبار کی کامیابی کے لیے استحکام ضروری ہے۔ کمپنی اور کوآپریٹیو سوسائٹی کا وجود اس کے ممبران کی صحت اور دولت پر منحصر نہیں ہوتا۔ تنہا ملکیت اور شراکت داری اقسام تحلیل ہو جاتی ہیں لیکن کاروباری تنظیم کی کمپنی اپنے کسی ممبر کی موت یا دیوالیے پن کے بعد بھی جاری رہتی ہے۔

(e) لچک: کاروبار کی ایک مثالی قسم میں کام کاج کے لیے لچک ہوتی ہے جس کے فیصلے تیزی سے لیے جاتے ہیں اور فوری نافذ کیے جاتے ہیں۔ اس کے کام کاج میں کوئی بھی سختی کاروبار کی بقا اور افزائش کے لیے فائدہ مند نہیں ہوتی۔ جب کبھی زیادہ مالیات کی ضرورت ہوتی ہے تو کمپنی میں بہتر لچک پیدا ہوتی ہے۔ اس میں زیادہ سرمایہ مہیا کیا جا سکتا ہے اور حسب ضرورت زیادہ ممبران شامل کیے جا سکتے ہیں۔ شراکت داری میں ممبران کی تعداد کبھی 20 سے زیادہ نہیں ہو سکتی۔ تنہا ملکیت میں ایک اکیلا مالک ہوتا ہے اور مالیاتی وسائل کی دستیابی بھی محدود ہوتی ہے۔

عمل میں سب سے زیادہ لچک تنہا ملکیت قسم میں پائی جاتی ہے۔ اس میں شراکت داری قسم کی طرح دیگر ممبروں سے منظوری یا کمپنی قسم کی طرح ایکٹ کے دفعات کی تعمیل کی ضرورت نہیں ہوتی لہذا کاروبار کی نوعیت یا اس کے عمل میں تبدیلی تنہا ملکیت

کے معاملے میں سب سے زیادہ آسان ہوتی ہے۔

(f) رازداری: تنہا تاجر اپنے پورے کاروبار کا مالک ہوتا ہے اسے اپنے راز میں کسی کو شامل کرنے کی ضرورت نہیں ہوتی۔ شراکت داری باہمی وساطت کی بنیاد پر منظّم ہوتی ہے اور اس لیے سبھی شراکت داروں کو کاروبار کے بارے میں ہر چیز جاننے کا حق ہے۔ کمپنی میں متعدد دستاویزات فائل کرنے کی ضرورت ہوتی ہے اور اس کی سالانہ رپورٹوں کو شائع کیا جاتا ہے۔ لہذا کمپنی کے معاملے میں رازداری کم ہوتی ہے۔

(g) ریاستی کنٹرول کی حد: حالانکہ مجموعی طور پر یہ ممکن نہیں ہے کہ حکومتی ضوابط کی تعمیل سے بچا جائے لیکن کاروباری مہم جو ہمیشہ کاروباری تنظیم کی اس قسم کا انتخاب کرنا ہمیشہ پسند کریں گے جس میں حکومتی مداخلت کم سے کم ہو۔ تشکیل کے بعد بھی مختلف قانونی دفعات کی تعمیل کرنی ہوتی ہے۔ تنہا ملکیت اور شراکت داری میں حکومتی کنٹرول نسبتاً کم ہوتا ہے۔

5.8 کمپنی کی تشکیل

کمپنی کی تشکیل سوسائٹیز کے قانون کے مطابق کاروبار کو ایک محدود کمپنی کے طور پر رجسٹر کرنے کا عمل ہے۔ کمپنی کی تشکیل کسی انٹر پرائز کو شامل کرنے کا ایک طریقہ کار ہے۔ شامل کرنے کے مقصد کے لیے مختلف عوامل اور قانونی دستاویزات شامل ہیں۔ سہولت سے، کمپنی کی تشکیل کے پورے عمل کو چار مراحل میں تقسیم کیا جاسکتا ہے، یعنی:

(i) ترقی کا مرحلہ

(ii) رجسٹریشن/اندراج کا مرحلہ

(iii) سرمایہ کی سبسکرپشن کا مرحلہ

(iv) سرگرمیوں کے آغاز کا مرحلہ

آیئے اب کمپنی کی تشکیل کے ہر مرحلے پر تبادلہ خیال کریں:

5.8.1 ترقی کا مرحلہ

کاروبار کی ایک شکل خود سے پیدا نہیں ہوتی، کیونکہ یہ ایک مصنوعی شخص ہے، کسی فرد، لوگوں کے گروپ یا ادارے کی کوششوں کے نتیجے میں۔ یعنی اسے کسی شخص یا افراد کے ذریعے فروغ دیا جاتا ہے۔ جو لوگ ترقی کا کام سنبھالتے ہیں انہیں پروموٹر کہا جاتا ہے۔ اس مرحلے میں درج ذیل شامل ہیں:

(i) ترقی/فروغ کا عمل کسی خیال کے تصور سے شروع ہوتا ہے اور اس وقت ختم ہوتا ہے جب اس خیال کو عمل میں لایا جاتا ہے۔

(ii) عمل آوری: کسی خیال کا تصور کرنا کافی نہیں ہے، لیکن اسے عمل میں لانا ضروری ہے۔ اس کے لیے ایک تفصیلی تفتیش کی ضرورت ہے، جس میں بازار میں مناسب ذرائع سے مخصوص ڈیٹا اکٹھا کرنا ضروری ہے۔ اس کے بعد، کمپنی کے وسائل کو جمع کرنا، انہیں محفوظ جگہ پر رکھنا اور انہیں اپنی کمپنی کے قیام کے لیے تیار کرنا ضروری ہے۔

(a) پروموٹر کون ہوتا ہے؟

وہ شخص جو کاروبار کے فروغ کا ذمہ دار ہوتا ہے اسے پروموٹر کے نام سے جانا جاتا ہے۔ وہ کاروبار شروع کرنے کا خیال رکھتا ہے اور کمپنی کو انجام دینے کے لیے تمام ضروری اقدامات کرتا ہے۔ دھیرو بھائی امبانی ریلائنس انڈسٹریز کے پروموٹر ہیں۔ 2013 کے سوسائٹیز کے قانون کی دفعہ 2(69) پروموٹر کی اصطلاح کو ایک شخص کے طور پر بیان کرتی ہے۔

(i) جس کا نام پراسپیکٹس میں اس طرح رکھا گیا ہے یا کمپنی کے ذریعہ سیکشن 92 میں مذکور سالانہ اعلامیے میں اس کی شناخت کی گئی ہے۔ یا

(ii) کمپنی کے معاملات پر براہ راست یا بالواسطہ طور پر، شیئر ہولڈر، ڈائریکٹر یا دوسری صورت میں کنٹرول رکھتا ہے، یا تمام تعلیمی ادارے تعلیمی ادارے کی ہدایات پر عمل پیرا ہیں اور تمام تعلیمی ادارے تعلیمی ادارے کی ہدایات پر عمل پیرا ہیں۔

پروموٹر پیسہ اکٹھا کرنے، کاروباری خیالات کی تحقیقات کرنے، مالی اعانت کو منظّم کرنے، وسائل اکٹھا کرنے اور کام میں کمپنی قائم کرنے کے طریقے تلاش کرتا ہے۔ سوسائٹیز کے قانون نے پروموٹروں کو کوئی قانونی درجہ نہیں دیا ہے۔ وہ قابل اعتماد مقام پر ہے۔

5.8.2 رجسٹریشن کا مرحلہ

یہ وہ نوشتہ ہے جو کمپنی کو وجود دیتا ہے۔ کمپنی صحیح طریقے سے تب ہی بنتی ہے جب وہ سوسائٹیز کے قانون کے تحت باضابطہ طور پر رجسٹرڈ ہو۔ رجسٹریشن کا طریقہ کار: کمپنی کو رجسٹر کرنے کے لیے، کمپنیوں کے رجسٹر میں جمع کرائی جانے والی اہم دستاویزات درج ذیل ہیں:

(a) میمورنڈم آف ایسوسی ایشن: پبلک کمپنی کے لیے کم از کم 7 افراد اور پرائیویٹ کمپنی کے لیے 2 افراد کے دستخط ہونے چاہئیں۔ اسے صحیح طریقے سے فروخت کیا جانا چاہیے۔

(b) سماجی قوانین: اس دستاویز پر ان تمام افراد کے دستخط ہیں جنہوں نے میمورنڈم آف ایسوسی ایشن پر دستخط کیے ہیں۔

(c) ڈائریکٹرز کی فہرست: ڈائریکٹرز کی فہرست ان کے نام، پتے اور پیشوں کے ساتھ تیار کی جانی چاہیے اور رجسٹر آف کمپنیز کو پیش کی جانی چاہیے۔

(d) منتظمین کی تحریری رضامندی: ڈائریکٹرز کی تحریری رضامندی جو ڈائریکٹرز کے طور پر کام کرنے پر راضی ہو چکے ہیں، رجسٹرار کے سامنے تحریری عزم کے ساتھ اس معنی میں پیش کی جانی چاہیے کہ وہ اہلیت کے اقدامات کریں گے اور ان کے لیے ادائیگی کریں گے۔

(e) دفتر کے اندراج کی ہدایت: شامل کرنے کے وقت کمپنی کے رجسٹرڈ دفتر کے پتے کا نوٹس پیش کرنا بھی معمول کی بات ہے۔ اسے شامل کرنے کی تاریخ کے بعد 30 دنوں کے اندر پیش کیا جانا چاہیے۔

(f) قانونی اعلامیہ: ایک قانونی اعلامیہ پیش کیا جانا چاہیے جس میں اس بات کی نشاندہی کی گئی ہو کہ اس قانون کے تمام تقاضے اور رجسٹر کے سلسلے میں قائم کردہ قواعد اور ان سے پہلے یا اتفاقی معاملات پورے ہو چکے ہیں۔ جیوری کے اعلامیے پر دستخط کرنا ضروری ہے:

(i) سپریم کورٹ کا کوئی وکیل، یا

(ii) اعلیٰ عدالت کا وکیل، یا

(iii) ہائی کورٹ کے سامنے پیش ہونے کا حق رکھنے والا وکیل یا وکیل، یا

(iv) ہندوستان میں مشق میں پبلک اکاؤنٹنٹ سرٹیفکیٹ، جو کمپنیوں کی تشکیل کے لیے وقف ہے، یا

سبجیکٹ میں کمپنی کے ڈائریکٹر، ڈائریکٹر جنرل، سیکرٹری یا منیجر کے طور پر اشارہ کیا گیا ہے، جس میں کہا گیا ہے کہ قانون کی ضروریات اور متعلقہ اصولوں کو پورا کیا گیا ہے۔ کمپنیوں کے رجسٹر میں جمع کروانا ہوگا۔ جب مطلوبہ دستاویزات مقررہ ٹیرف کے ساتھ رجسٹرار کو پیش کی جائیں تو رجسٹرار دستاویزات کی جانچ کرتا ہے۔ اگر رجسٹرار مطمئن ہے تو کمپنی کا نام ہے
رجسٹر میں درج کریں۔ اس کے بعد، رجسٹرار ایک سرٹیفکیٹ جاری کرتا ہے جسے سرٹیفکیٹ ڈی انکارپوریشن کہا جاتا ہے۔

5.8.3 الحاق کا سرٹیفکیٹ

پیش کردہ دستاویزات کی جانچ پڑتال کرنے اور اس بات سے مطمئن ہونے کے بعد کہ وہ ترتیب میں ہیں، کہ مطلوبہ فیس کی ادائیگی کی گئی ہے اور یہ کہ دیگر تمام قانونی تقاضے مناسب طریقے سے پورے کیے گئے ہیں، رجسٹرار کمپنیوں کے رجسٹر میں کمپنی کا نام درج کرے گا اور اس کے نشان کے تحت تصدیق کرے گا کہ کمپنی تشکیل دی گئی ہے اور، ایک محدود کمپنی کی صورت میں، کہ یہ محدود ہے۔ اس کے بعد وہ اپنے دستخط کے تحت مقررہ فارم میں ایک سرٹیفکیٹ جاری کرے گا، جس میں تصدیق کی جائے گی کہ کمپنی تشکیل دی گئی ہے۔ سرٹیفکیٹ پر مشتمل ہے:

i. کمپنی کا نام

ii. جاری کرنے کی تاریخ، اور

iii. آپ کے رجسٹرڈ ہونے کا حق محفوظ ہے.

سرٹیفکیٹ آف انکارپوریشن کمپنی کا برتھ سرٹیفکیٹ بناتا ہے اور کمپنی ایک کارپوریٹ ادارہ بن جاتی ہے۔ کمپنی سرٹیفکیٹ آف انکارپوریشن میں مذکور تاریخ کو وجود میں آتی ہے۔

رجسٹرار کمپنی کو ایک CIN تفویض کرے گا، جو کمپنی کے لیے ایک مخصوص شناخت ہوگی اور اسے سرٹیفکیٹ میں بھی شامل کیا جائے گا۔

کارپوریٹ امور کی وزارت نے رجسٹرڈور کے ڈیجیٹل دستخط کے تحت الیکٹرانک طور پر سرٹیفکیٹ آف انکارپوریشن جاری کرنے کا اختیار دیا ہے۔

5.8.4 سرگرمیوں کے آغاز کا سرٹیفکیٹ

کمپنیوں سے متعلق 2013 کے قانون کے سیکشن 11 کو سوسائٹیز کی ترمیم سے متعلق 2015 کے قانون کے ذریعے خارج کر دیا گیا ہے، اس طرح تمام کمپنیوں، چاہے وہ نجی ہوں یا عوامی، کو سرٹیفکیٹ آف انکارپوریشن حاصل کرنے کے فوراً بعد کام شروع کرنے کی اجازت دی گئی ہے۔

5.9 ملٹی نیشنل کارپوریشن (کثیر قومی کمپنی)

ہم اپنی روزمرہ کی زندگی میں ہندوستانی اور غیر ملکی الاصل مختلف اشیا کا استعمال کرتے ہیں۔ غیر ملکی اشیا ہمارے ملک میں یا تو درآمد ہوتی ہیں یا یہ اشیا غیر ملکی کمپنیوں کے ذریعے ہمارے ملک میں تیار کی جاتی ہیں۔ آپ سوچ رہے ہوں گے کہ غیر ملکی کمپنیاں ہمارے ملک میں کیوں آرہی ہیں۔ دراصل وہ ہندوستان میں اپنی مصنوعات اور خدمات فراہم کرنے یا اپنی اشیا کو فروخت کرنے کے لیے آتی ہیں۔ اس طرح ہندوستانی کمپنیاں بھی کاروباری عمل کو اپنے ملک کی سرحدوں کے باہر پھیلا رہی ہیں۔ اسے گلوبلائزیشن کہا جاتا ہے جس کا مطلب ہے عالمی پیمانے کے بازار تلاش کرنے میں کے لیے ملک کی سرحدوں کے پار معاشی سرگرمیوں کی توسیع۔

نوٹس

5.9.1 ملٹی نیشنل کارپوریشن کی معنویت اور خصوصیات

عمومی طور پر ایک کثیر قومی کارپوریشن (ملٹی نیشنل کمپنیوں کے طور پر بھی اسے جانا جاتا ہے) وہ ہے جس کا رجسٹریشن ایک ملک میں کمپنی کے طور پر ہوتا ہے لیکن فیکٹریاں، برانچیں یا ذیلی اکائیاں قائم کر کے یہ ذریعے متعدد دیگر ملکوں میں اپنا کاروبار انجام دیتی ہیں۔ ایسی کمپنی ایک یا زائد ملکوں میں اشیا تیار کر سکتی ہے یا خدمات کا بندوبست کر سکتی ہے اور اسی یا دیگر ملکوں میں انھیں فروخت کر سکتی ہیں۔ آپ نے کئی ملٹی نیشنل کارپوریشنوں کے بارے میں سنا ہوگا جو ہندوستان میں کاروبار چلاتی ہیں جیسے ہیونڈائی موٹر کمپنی، کوکا کولا کمپنی، سونی کارپوریشن، میک ڈونالڈز کارپوریشن ہسٹی بینک وغیرہ۔

یہ بھی کارپوریشنز عام طور پر متعدد ملکوں میں پیداوار، مارکیٹنگ اور دیگر سہولیات مہیا کراتے ہیں۔ فروخت سے کمائے جانے والے منافع کے حجم اور اثاثوں کی قدر بھی عام طور پر بہت ہی زیادہ ہوتی ہے۔ وہ ہمارے ملک کے ساتھ دیگر ممالک میں اپنی شاخیں اور ذیلی اکائیاں قائم کر سکتے ہیں۔ ان کمپنیوں کو ان کے ملک کے صدر دفاتر کے ذریعے ان پر کنٹرول کیا جاتا ہے جو وسیع پالیسیاں وضع کرتے ہیں تاکہ انھیں نافذ کیا جا سکے۔

گلوبل انٹر پرائزز (MNCS) کی خصوصیات

کثیر قومی کمپنیوں کی خصوصیات درج ذیل ہیں:

1. مرتکز مینجمنٹ: کثیر قومی کمپنی داخلی ملک میں اپنے ہیڈ کوارٹر کے ساتھ دیگر ملکوں میں شاخیں اور ذیلی کمپنیاں کھولنے کے ذریعہ یہ اپنے کاروبار کو پھیلاتی ہے۔ کاروبار کا مینجمنٹ ہیڈ آفس کے ماتحت دیگر ملکوں میں کاروبار انجام دیتا ہے۔ ہیڈ آفس کے ذریعہ پیش کی گئی پالیسیوں کے مطابق سبھی شاخوں اور ذیلی شاخوں کو کام کرتا ہوتا ہے۔
2. کاروبار کا عالمی پیمانے پر پھلاؤ: کثیر قومی کمپنی کا کاروبار متعدد ممالک میں پھیلا ہوتا ہے۔ یہ کمپنی میزبان ملک میں رائج مقامی حالات کا پوری طرح استحصال کرتی ہیں۔ اس میں سستی مزدوری اور خام مواد کی دستیابی شامل ہے۔

3. بہتر کوالٹی کی اشیا: کثیر قومی کمپنی کو عالمی سطح پر مسابقت کرنی ہوتی ہے۔اس لیے اسے اپنے پروڈکٹ کی کوالٹی پر خاص توجہ دینی ہوتی ہے۔

4. بڑا حجم: کثیر قومی کمپنی کے پاس زبردست اثاثہ جات ہوتے ہیں۔IBM کے اثاثے کی قدر تقریباً ان بلین ڈالر ہے۔اسی طرح دیگر کمپنی IIT کی 70 ملکوں میں 800 شاخیں ہیں ہیں۔

5. بین الاقوامی بازار تک رسائی کثیر قومی کمپنی بین الاقوامی بازار میں اپنی شناخت آسانی سے قائم کر لیتی ہے اس کے متعدد پروڈکٹ اچھی کوالٹی، بڑے پیمانے پر تحقیق، اچھی مارکیٹنگ سہولیات اس کی وجہ ہے۔

6. اشتہار پر خاص توجہ: کثیر قومی کمپنی اشتہار پر خاص توجہ دیتی ہے۔یہ اس کی کامیابی کا راز ہے۔

5.9.2 ملٹی نیشنل کارپوریشن کے فائدے

ملٹی نیشنل کارپوریشن متعدد ملکوں میں وسیع پیمانے پر پیداوار اور تقسیمی سرگرمیوں کے سبب بڑی کمائیوں کے ذریعے متعدد فوائد حاصل کرتے ہیں۔اس کے علاوہ میزبان ملکوں سے بھی جہاں ملٹی نیشنل کارپوریشن کام کرتے ہیں، متعدد فائدوں کا حصول کرتے ہیں۔

(a) غیر ملکی پونجی کی سرمایہ کاری: ملٹی نیشنل کارپوریشن کے ذریعے پونجی کی راست سرمایہ کاری کم ترقی یافتہ ممالک میں ان کی معاشی ترقی کی تیز رفتاری میں مدد کرتی ہے۔

(b) روزگار کی تخلیق: ملٹی نیشنل کارپوریشن کے ذریعے صنعتی اور تجارتی سرگرمیوں کی توسیع کا نتیجہ روزگار کے مواقع کے تخلیق اور میزبان ممالک میں معیار زندگی بڑھانے کی صورمیں برآمد ہوتا ہے۔

(c) ترقی یافتہ ٹیکنالوجی کا استعمال: ملٹی نیشنل کارپوریشن کے وسیع وسائل کے ساتھ تحقیقی وترقیاتی سرگرمیاں اختیار کی جاتی ہیں جس سے پیداوار کے بہتر طریقوں اور عمل کاری میں اشتراک ہوتا ہے اور اس طرح اشیا کے معیار میں بہتری آتی ہے اور آہستہ آہستہ دیگر ممالک بھی اس ٹیکنالوجی کو حاصل کرتے ہیں۔

(d) ضمنی اکائیوں کا فروغ: ملٹی نیشنل کارپوریشن کے عمل کے نتیجے میں میزبان ممالک میں اکثر سامان اور خدمات کے سپلائر کی نیز ضمنی صنعتوں کو نمو حاصل ہوتا ہے۔

(e) برآمدات میں اضافہ اور غیر ملکی زرمبادلہ کا بہاؤ: ملٹی نیشنل کارپوریشن کے ذریعے کبھی کبھی میزبان ملکوں میں تیار اشیا کو برآمد کیا جاتا ہے۔اس طرح سمایا گیا غیر ملکی زرمبادلہ میزبان ممالک کے غیر ملکی زرمبادلہ کے ریزرو میں اشتراک کرتا ہے۔

(f) صحت مندانہ مسابقت: ملٹی نیشنل کارپوریشن کے ذریعے معیاری اشیا کی مؤثر پیداوار گھریلو پیداکاروں کو بازار میں بقا کے لیے اپنی کارکردگی بہتر بنانے میں ترغیب دیتی ہے۔

5.9.3 ملٹی نیشنل کارپوریشن کے حدود

مندرجہ بالا فوائد میزبان ملکوں کے لیے مفید ہیں لیکن ملٹی نیشنل کارپوریشن کے کئی ایسے حدود بھی ہیں جن پر ہمیں غور کرنا چاہیے۔

(a) میزبان ملکوں کی ترجیحات سے تعلق کم ملی نیشنل کارپوریشن عام طور پر زیادہ منافع بخش صنعتوں میں اپنی پونجی کی سرمایہ کاری کرتے ہیں اور میزبان ملک کے پسماندہ خطوں میں ترقی پذیر بنیادی صنعتوں اور خدمات کی ترجیحات کا لحاظ نہیں رکھتے۔

(b) گھریلو کاروبار پر خراب اثر: بڑے پیمانے پر عمل اور ٹیکنالوجیکل مہارتوں کے سبب ملٹی نیشنل کارپوریشن اکثر میزبان ملکوں میں بازاروں پر غالب ہونے میں اہلیت رکھتے ہیں اور اجارہ دارانہ اختیار حاصل کرنے کی طرف مائل ہوتے ہیں۔ اس طرح بہت سے مقامی کاروبار بند ہونے پر مجبور ہو جاتے ہیں۔

(c) ثقافت میں تبدیلی: صرفی اشیا نہیں میزبان ملکوں میں ملٹی نیشنل کارپوریشن کے ذریعے متعارف کرایا جاتا ہے عام طور پر مقامی ثقافتی معیارات کے مطابق نہیں ہوتیں۔ اس طرح غذا اور لباس وغیرہ سے متعلق لوگوں کی عادتیں تبدیلی کی طرف مائل ہوتی ہیں جو ان کی اپنی ثقافتی وراثت سے دور لے جاتی ہیں۔

5.10 جوائنٹ وینچر (مشترکہ تجارتی مہم جوئی)

جوائنٹ وینچر کاروبار کی ایک شکل ہے جہاں دو یا دو سے زیادہ فرمیں، پونجی اور کاروبار میں تعاون کرتی ہیں۔ یہ دونوں تنظیمیں نجی یا حکومتی تنظیمیں یا غیر ملکی کمپنی ہو سکتی ہے۔ جوائنٹ وینچر میں کاروباری ادارے ایک مخصوص مقصد کے لیے ایک ساتھ ملتے ہیں۔ اس سے فنڈوں کو جمع کرنے تکنیکی علم اور انتظامی مہارت میں آسانی ہوتی ہے، جوائنٹ وینچر میں کاروباری اداروں کے ذریعہ صلہ اور جوکھم میں شراکت ہوگی۔ مثال کے لیے ہندوستان کی ماروتی لمیٹڈ اور جاپان کی سوروکی لمیٹڈ نے ماروتی سوزوکی انڈیا لمیٹڈ کی تشکیل کے لیے ہاتھ ملایا۔ یہ ایک جوائنٹ وینچر ایک کاروباری ادارہ ہے۔

جوائنٹ وینچر کی خصوصیات

1. ترقی یافتہ ٹکنالوجی تک رسائی: جب دو یا دو سے زیادہ کمپنیاں ایک ساتھ ملتی ہیں، اس میں پیداوار کی جدید ترین تکنیکوں تک رسائی ہو سکتی ہے۔ اس سے لاگت کم ہوگی اور کوالٹی میں بہتری اور اضافی پیداواری ہوگی۔
2. پونجی کا مناسب استعمال: جوائنٹ وینچر پونجی کے مناسب ترین استعمال میں مدد کرتا ہے۔ پونجی اور دیگر وسائل کا کم ترین ضیاع ہوتا ہے۔
3. وسائل اور مہارت کا جمع ہونا: دو یا دو سے زیادہ کمپنیوں کے وسائل جوائنٹ وینچر کی تشکیل کرنے کے ذریعہ موثر طور پر جمع کیا جا سکتا ہے۔ اس سے بڑے پیمانے پر پیداوار میں مدد ملتی ہے اور بڑے پیمانے پر پیداوار لکایت ہو سکتی ہے۔
4. اختراع: یہ نہایت مسابقتی بازار ہے۔ دو کاروباری اداروں کے تصورات اور ٹکنالوجی سے کاروباری ادارے نئے تصورات اور پروڈکٹ کے اختراع میں مدد ملے گی۔
5. جوکھم اور صلہ میں شرکت: کاروباری ادارہ جو جوائنٹ ویچر کی تشکیل میں ہاتھ ملاتے ہیں وہ اضافی نفع کی شکل میں صلہ میں شریک ہوں گے۔ جوائنٹ وینچر کے شراکت دار کاروبار میں ہونے والے جوکھم میں بھی شریک ہوتے ہیں۔

5.11 پبلک پرائیویٹ پارٹنرشپ (PPP)

پبلک پرائیویٹ پارٹنرشپ کا مطلب ہے مالیات کی فراہمی، ڈیزائنگ اور ترقی پذیر بنیادی ساختی سہولیات میں پبلک سیکٹر اور پرائیویٹ سیکٹر کے درمیان شراکت PPP میں پرائیویٹ سیکٹر رقم، مہارت اور تکنیکی علم میں تعاون کرسکتا ہے۔ بنیادی ڈھانچہ اور نقل وحمل تعلیم، صحت کی دیکھ بھال، فضلہ مینجمنٹ کا رکھ رکھاؤ PPP کے ذریعہ کیا جاتا ہے۔

پبلک پرائیویٹ شراکت داری کی خصوصیات

1. PPP پروجیکٹ عوام کے مفاد میں ہوتے ہیں۔
2. PPP پروجیکٹ کی مدت کار کے دوران حکومت بھی پوری سرگرمی کے ساتھ شامل رہتی ہے۔
3. PPPs کا اکثر استعمال اعلیٰ ترجیح کے ساتھ حکومتی منصوبوں میں کیا جاتا ہے۔
4. PPP پروجیکٹ میں فنڈ، مہارت اور تجربہ نجی اور پبلک سیکٹر دونوں کا متحدہ ہوتا ہے۔
5. PPP پروجیکٹ میں، جوکھم کے سطحوں کو عوامی اور خانگی داارے دونوں ذمہ دار ہوتے ہیں۔

پبلک پرائیویٹ شراکت داری کی خوبیاں

1. پروجیکٹوں کے تیز نفاذ میں PPP کا نظریہ کام کرتا ہے۔
2. اس سے اعلیٰ کوالٹی خدمات میں مدد ملتی ہے کیوں کہ پبلک اور پرائیویٹ سیکٹر کی متحدہ مہارت شامل ہوتی ہے۔
3. موثر مینجمنٹ کاموں کے سبب لاگت گھٹانے میں مدد ملتی ہے۔
4. PPP میں حکومت اور نجی سیکیٹر کے درمیان جوکھم تقسیم ہوتا ہے۔
5. PPP میں پبلک اور پرائیویٹ سیکٹر دونوں کے ذریعہ فنڈ کی سرمایہ کاری کی جاتی ہے۔ لہذا حکومت کو ادھار رقم لینے کے بوجھ سے راحت ملتی ہے۔
6. حکومت عوامی خدمات کی لاگت اور کوالٹی کے لیے جوابدہ ہوتی ہے۔

پبلک پرائیویٹ شراکت داری کی خامیاں

1. پرائیویٹ سیکٹر کا مقصد منافع کو زیادہ سے زیادہ بڑھانا ہوتا ہے۔ لیکن عوامی کاموں کے لیے اس طرح کا نظریہ پسندیدہ نہیں ہوگا۔
2. ملک کے اہم رازوں کے افشاں ہونے کا امکان رہتا ہے۔
3. کبھی کبھی اہم پروجیکٹ کے پورا ہونے میں تاخیر ہوسکتی ہے کیوں کہ حکومت اور پرائیویٹ فرم کے درمیان تنازعہ پیدا ہوسکتا ہے۔

5.12 نجی اور عوامی اداروں کا تصور

جیسا کہ جانتے ہیں، معاشی ترقی کے لیے دو راستے ہیں؛ ایک براہ راست پیداواری سرگرمیوں کے ذریعے جس میں سرکاری اور نجی کاروباری دونوں ایسی صنعتیں قائم کرنے کی پہل کرتے ہیں جو نہ صرف اہم ہیں بلکہ ایک ایسی بنیاد تیار کرنے کے لیے بھی مطلوب ہیں جس کے ذریعے دیگر متعلقہ پیداواری سرگرمیوں کو فروغ دیا جا سکتا ہے۔ اور دوسرا، انفراسٹرکچر کے سوشل کیپٹل کے ساتھ ساتھ ٹرانسپورٹ، بجلی، پانی، نکاسی آب وغیرہ کی سہولیات کے ذریعے، جس میں بڑی سرمایہ کاری کی ضرورت ہوتی ہے جس کے بغیر پیداواری سرگرمیوں کی ترقی سست ہوگی۔ اس لیے دونوں شعبوں کو اپنا کردار ادا کرنا چاہیے۔ اس طرح نجی شعبے اور سرکاری شعبے کا وجود ناگزیر ہے کیونکہ دونوں راستے ایک دوسرے پر منحصر ہیں۔ شروع میں، حکومت ہند نے پیداواری سرگرمیوں میں سرمایہ کاری کا راستہ منتخب کیا تھا جس کی ہدایت بنیادی صنعتوں کو ایک غیر ملکی ملک کے تعاون سے اسٹیل کے پانچ پلانٹس کے طور پر قائم کرنے کی تھی۔ اس کے بعد ترقی کے عمل میں تیزی آئی۔

آپ نے نجی شعبے کی کمپنیوں کی کاروباری تنظیم کی مختلف شکلیں سیکھی ہیں، جیسے کہ تنہا ملکیت، شراکت داری فرم اور کمپنی جن کا بنیادی مقصد پیسہ کمانا اور معاشرے کی خدمت کرنا ہے۔ نجی شعبے کی کمپنیاں ان علاقوں میں کام نہیں کرتی ہیں جہاں منافع کا فیصد بہت کم یا کم ہے اور وہ عام طور پر عوام کی فلاح و بہبود کے لئے براہ راست ذمہ دار نہیں ہیں، لیکن 2013 کے سوسائٹیز کے قانون نے نجی شعبے کی کمپنیوں کو کارپوریٹ سماجی ذمہ داری پر پچھلے تین سالوں کے اپنے اوسط منافع کا کم از کم 2% خرچ کرنے کی ذمہ داری سونپی ہے۔ اگرچہ وہ خزانے میں ٹیکسوں کی شکل میں اور ملک کی اقتصادی ترقی میں حصہ ڈالتے ہیں، لیکن وہ معاشی ترقی کے لیے ضروری سماجی سرمائے کی ترقی میں شامل نہیں ہوتے۔ دولت کی تقسیم برابر ہے، تاکہ امیر مزید امیر اور غریب مزید غریب ہو جائیں۔ لہذا، حکومت کو عوامی کمپنیوں کے قیام میں اصولوں کے مطابق ایک اہم کردار ادا کرنا ہے۔

پبلک انٹر پرائز کی ابتداء ریاستی پالیسی کے ہدایتی اصولوں کے تحت چلتی ہے جو حکمرانی کے لیے رہنما اصول فراہم کرتی ہے لیکن کسی عدالت کے ذریعے نافذ نہیں ہوتی۔ یہ اصول ہندوستانی جمہوریت کے لیے سماجی اور معاشی رہنمائی فراہم کرتے ہیں اور ایک حقیقی فلاحی ریاست کے قیام کی راہ ہموار کرتے ہیں۔ یہ ریاست اور اس کے آلات کو حکم دیتا ہے کہ وہ پالیسیاں بناتے اور ان پر عمل کرتے ہوئے بعض بنیادی اصولوں پر عمل کریں۔

رہنما اصول تمام شہریوں کے لیے مواقع کی مساوات اور زندگی کے مناسب ذرائع کو یقینی بناتے ہیں، چند ہاتھوں میں دولت کے ارتکاز سے گریز کرتے ہیں۔ دوسرے لفظوں میں، یہ مساوات، آزادی اور آزادی فراہم کرتا ہے۔

1956 کی صنعتی پالیسی کی قرارداد نے مستقبل کے لیے ماحول اور لہجہ قائم کیا۔ کلیدی اور بنیادی صنعتوں کو سرکاری شعبے کے لیے محفوظ رکھتے ہوئے، انہوں نے منصوبہ بند اقتصادی ترقی کے پیمانوں کے اندر ترقی کے لیے تمام ممکنہ مواقع اور ترغیبات فراہم کرتے ہوئے، حکمرانی کے اشتراکی طرز پر عمل کرنے کے اپنے ارادے کو واضح کیا۔

5.12.1 نجی شعبے کی کمپنی

ہندوستان کی مخلوط معیشت میں، نجی شعبہ سرکاری شعبے کے لیے تکمیلی کردار ادا کرتا ہے۔ نجی کمپنیاں وہ ہوتی ہیں جو کسی نجی گروپ یا کسی فرد کی ملکیت ہوتی ہیں۔ نجی کمپنیوں کے تحت کاروبار کی مختلف اقسام انفرادی کمپنی، سوسائٹی، کوآپریٹو اور کمپنی ہیں۔ یہ ایک کاروباری سرگرمی پر مشتمل ہوتا ہے جس کی ملکیت اور انتظام نجی افراد کے پاس ہوتا ہے۔ نجی کمپنی کا مقصد منافع حاصل کرنا ہے۔

اس کی اہم خصوصیات یہ ہیں:

a) نجی ملکیت

b) نجی انتظام

c) نجی مالیات

d) منافع کا مقصد

e) نجی ذمہ داری

نجی کمپنی کے فوائد اور نقصانات

	فوائد	نقصانات
1	نجی خدمات یا نجی کمپنیوں کی ملکیت اور اس لیے انہیں چلانے کے لیے زیادہ اقتصادی سمجھا جاتا ہے۔	اگر عوامی کمپنی منافع پیدا نہیں کرتی ہے، تو اسے ٹیکس دہندگان کی حمایت حاصل کرنی پڑ سکتی ہے۔
2	اجرتوں اور خدمات کے اخراجات کے لحاظ سے نجی کمپنیوں کا زیادہ کنٹرول ہوتا ہے۔	اگر نجی کمپنی مقروض ہے تو اسے حکومت کی حمایت حاصل تھی تاکہ لوگ خدمات کا استعمال کر سکیں۔
3	وہ اپنی کمپنیوں کو مستقبل میں سرمایہ کاری کرنے اور پائیداری کو بہتر بنانے کے لیے استعمال کر سکتے ہیں۔	معیشت کے مطابق خدمات کی قیمتیں بڑھ سکتی ہیں۔

5.12.2 عوامی کاروبار کے معنی

PSU یا PSU کمپنیز کی اصطلاح ہندوستان میں کمپنیوں کے گروپ کی نمائندگی کرتی ہے جس کی ملکیت ہندوستان کی یونین حکومت ہے، یا بہت سی ریاستی یا علاقائی حکومتوں میں سے ایک، یا دونوں۔ PSU کمپنی میں، حصص کی اکثریت (51% یا اس سے زیادہ) مرکزی یا ریاستی حکومت کی ملکیت ہوتی ہے۔ اس وقت صرف حکومت کے لیے صرف تین شعبے باقی رہ گئے ہیں یعنی ریلوے، ایٹمی توانائی اور دھماکہ خیز مواد۔ نجی شعبوں/کھلاڑیوں کو ان شعبوں میں کام کرنے کی اجازت نہیں ہے۔

ہندوستان میں، عوامی اداروں کو ریاستی پالیسی کے ہدایتی اصولوں میں بیان کردہ مقاصد کو پورا کرنے کا کام سونپا گیا ہے جس کا مقصد اقتصادی طاقت کے ارتکاز اور نجی اجارہ داری کی ترقی کو روکنا ہے اور حکومت کو اشیا اور خدمات کی منصفانہ تقسیم کو یقینی بنانے کے

لیے تجارت اور صنعت پر سماجی کنٹرول کو نافذ کرنے میں مدد کرنا ہے۔

5.12.3 عوامی کاروبار کی خصوصیات

(a) **حکومتی ملکیت اور مینجمنٹ**: سرکاری کاروبار کی ملکیت اور مینجمنٹ مرکزی یا ریاستی حکومت کی ہوتی ہے یا اسے مقامی مقتدرہ (اتھارٹی) کے ذریعے چلایا جاتا ہے۔ حکومت عوامی کاروبار کی پورے طور پر مالک ہوسکتی ہے یا جزوی طور پر حکومت بھی صنعت کاروں اور عوام کی ملکیت میں ہوسکتی ہے۔ کسی بھی صورت میں کنٹرول، مینجمنٹ اور ملکیت بنیادی طور پر حکومت کی ہوتی ہے۔ مثال کے طور پر نیشنل تھرمل پاور کارپوریشن (NTPC) ایک صنعتی تنظیم ہے جسے مرکزی حکومت کے ذریعے قائم کیا گیا ہے اور اس کے سرمایہ حصص کا جزو عوام کے ذریعے فراہم کیا جاتا ہے۔

(b) **حکومتی فنڈوں کے ذریعے مالیات کی فراہمی**: عوامی کاروبار اپنی پونجی حکومت کے فنڈوں سے حاصل کرتے ہیں اور اس کے بجٹ میں ان کی پونجھی کے لیے اہتمام حکومت کے ذریعے کیا جانا ہوتا ہے۔

(c) **سماجی معاشی مقاصد**: سرکاری کاروبار کا محرک منافع کمانا نہیں ہوتا بلکہ ان کی خاص توجہ معقول قیمتوں پر خدمات یا اشیا فراہم کرنے کی ہوتی ہے۔ انڈین آئل کارپوریشن یا گیس اتھارٹی آف انڈیا لمیٹیڈ (GAIL) کو ہی لیجیے۔ یہ عوام کو پیٹرولیم اور گیس رعایتی قیمتوں پر فراہم کرتے ہیں۔

(d) **عوامی افادیت کی خدمات**: سرکاری سیکٹر کاروبار نقل وحمل، بجلی، ٹیلی مواصلات وغیرہ جیسی عوامی افادیت کی خدمات فراہم کرنے پر زیادہ سے زیادہ زور دیتے ہیں۔

(e) **عوامی جوابدہی**: سرکاری کاروبار حکومت کے ذریعے وضع کی گئی عوامی پالیسیوں سے منضبط ہوتے ہیں اور مقنّنہ کے تئیں جوابدہ ہوتے ہیں۔

(f) **زائد رسمی ضوابط**: حکومت کے اصول اور ضوابط عوامی کاروباری اداروں کو پابند کرتے ہیں کہ وہ اپنے عمل میں بہت زیادہ رسمی ضوابط کا مشاہدہ کریں۔ اس سے انتظامیہ کا کام بہت ہی زیادہ حساس اور گراں بار ہوتا ہے۔

5.12.4 عوامی کمپنیوں کے مقاصد کا خلاصہ اس طرح کیا جاسکتا ہے:

پبلک سیکٹر کے درج ذیل مقاصد ہیں:

(a) بنیادی ڈھانچے کی تخلیق اور توسیع کے ذریعے تیز رفتار اقتصادی ترقی کو فروغ دینا۔

b) ترقی کے لیے مالی وسائل پیدا کرنا

c) آمدنی اور دولت کی دوبارہ تقسیم کو فروغ دینا

d) روزگار کے مواقع پیدا کرنا

e) متوازن علاقائی ترقی کو فروغ دینا

(f) چھوٹے پیمانے اور معاون صنعتوں کی ترقی کو فروغ دینا، اور

(g) برآمدات کے فروغ اور درآمدات کی تبدیلی میں تیزی لانا۔

5.12.5 عوامی کمپنی کے فوائد اور نقصانات

	فائدے	نقصانات
.1	عوام نے خدمات کو کنٹرول کیا۔اس لیے منافع کے مارجن کو کم رکھا جاتا ہے۔	استعمال ہونے والی تمام رقم ٹیکس دہندہ کی جیب سے آتی ہے۔اس لیے ہمیں بہترین معیار اور قیمت کا تناسب نہیں ملے گا۔
.2	عوامی خدمات کا خرچ ٹیکس دہندگان کے ذریعے پورا کیا جاتا ہے،اس لیے بہت زیادہ قرض لینا ناممکن ہے۔	نجی کمپنیوں کا مقابلہ کم ہے،اس لیے نجی کمپنیوں کو بڑھنے کی اجازت نہیں ہے۔
.3	ان پر براہ راست حکومت کا کنٹرول ہوتا ہے اور اس لیے ان کا نامناسب استعمال نہیں کیا جاسکتا۔	کچھ تنظیمیں برقرار رکھنے کے لیے بہت مہنگی ہوتی ہیں اور ٹیکس دہندگان کی اتنی ہی رقم استعمال کرسکتی ہیں۔
.4	تمام ضروری خدمات مفت یا رعایتی ہوں گی اور کوئی بھی ان کے استعمال کے لیے عوام سے کم معاوضہ یا کم معاوضہ نہیں لے گا۔(جیسے اسکول اور ہسپتال)	خودمختاری صرف کاغذ پر۔

5.12.6 سرکاری اور نجی کمپنیوں کے درمیان فرق

شمار	فرق کی بنیاد	نجی شعبہ کاروبار	عوامی شعبہ کاروبار
.1	مقصد	زیادہ سے زیادہ منافع حاصل کرنا۔	سماجی اور اقتصادی بہبود کو زیادہ سے زیادہ کرنا اور متوازن ترقی کو یقینی بنانا۔
.2	ملکیت	افراد یا افراد کے گروپوں کی ملکیت	حکومت کی ملکیت۔
.3	مینجمنٹ	مالک اور پیشہ ور منتظمین کے زیر انتظام۔	حکومت کے زیر انتظام۔
.4	سرمایہ	مالکان کے ذریعہ قرضوں ،نجی ذرائع اور عوامی مدوں کے ذریعے تخلیق کیا گیا۔	عوام کی طرف سے فضائی آلودگی کا جائزہ لیا جاتا ہے۔
.5	دائرہ عمل	مناسب واپسی کے ساتھ تمام علاقوں میں اوپیرا۔	بنیادی شعبے اور عوامی خدمات میں کام۔اور سرمایہ کاری.

5.13 سرکاری کاروبار کی تنظیم کی اقسام

ہندوستان میں سرکاری سیکٹر کاروبار کے لیے تنظیم کی تین مختلف شکلوں کا استعمال کیا جاتا ہے۔

(1) شعبہ جاتی کاروبار

(2) قانونی (یا سرکاری) کارپوریشن

(3) سرکاری کمپنی۔

5.13.1 شعبہ جاتی کاروبار

تنظیم کے شعبہ جاتی کاروبار کی اس قسم کا استعمال ضروری خدمات جیسے ریلوے، ڈاک خدمات، نشریات وغیرہ کے اہتمام کے لیے کیا جاتا ہے۔ ایسی تنظیمیں حکومت کی وزارت کے مجموعی نگرانی کے تحت کام کرتی ہیں اور کسی دیگر سرکاری شعبے کی طرح ہی ان کی مالیاتی فراہمی اور کنٹرول کیا جاتا ہے۔ اس شکل کو ان سرگرمیوں کے لیے موزوں سمجھا جاتا ہے جہاں حکومت عوامی مفاد کے نظریے سے ان پر کنٹرول رکھنا چاہتی ہے۔ شعبہ جاتی کاروباری ادارے (Undertaking Departmental) سرکاری کاروباری اداروں میں سب سے زیادہ پرانی قسم ہے۔ شعبہ جاتی اداروں کی تنظیم، انتظام و نگرانی اور مالیاتی فراہمی حکومت کے ذریعے کی جاتی ہے۔ یہ حکومت کے کسی مخصوص شعبے کے زیر اختیار ہوتے ہیں۔ ہر شعبہ یا محکمہ کی سربراہی ایک وزیر کے ذریعے کی جاتی ہے۔ سبھی پالیسی امور اور دیگر اہم فیصلے متعلقہ کنٹرول کرنے والی وزارت کے ذریعے لیے جاتے ہیں۔ پارلیمنٹ ایسے کاروباری اداروں کے لیے عمومی پالیسی کی بنیاد رکھتی ہے۔



Fig. : 5.1 Rail ways- Departmental Undertaking

شعبہ جاتی اداروں کی خصوصیات

شعبہ جاتی اداروں کی اہم خصوصیات درج ذیل ہیں:

(i) یہ حکومت کے ذریعے قائم کیا جاتا ہے اور اس پر مجموعی اختیار وزیر کا ہوتا ہے۔

(ii) یہ حکومت کا ایک حصہ ہے اور کسی دیگر سرکاری شعبے کی طرح اس کا انتظام کیا جاتا ہے۔

(iii) اس کے لیے مالیاتی فراہمی سرکاری فنڈوں کے ذریعے کی جاتی ہے۔

(iv) اس کے لیے بجٹ، حساب اور آڈٹ کنٹرول کا اہتمام ہوتا ہے۔

(v) اس کی پالیسی کا نفاذ حکومت کے ذریعے کیا جاتا ہے اور یہ مقنّنہ کے تئیں جوابدہ ہے۔

شعبہ جاتی اداروں کی خوبیاں

شعبہ جاتی اداروں کی خوبیاں:

(a) سماجی مقاصد کی تکمیل: حکومت کا ان اداروں پر پورا کنٹرول ہتا ہے۔ اس طرح وہ اس کے سماجی، معاشی اغراض و مقاصد کی تکمیل کرسکتی ہے۔ مثال کے طور پر دور دراز کے علاقوں میں ڈاکخانے کھولنا، ریڈیو اور ٹی وی نشریاتی پروگرام جس سے لوگوں کی سماجی، معاشی اور ذہنی ترقی، وہ سماجی مقاصد ہیں جسے شعبہ جاتی ادارے پورا کرنے کی کوشش کرتے ہیں۔

(b) مقنّنہ کو جوابدہی: پارلیمنٹ میں شعبہ جاتی اداروں کے کام کاج کے بارے میں سوالات پوچھے جاسکتے ہیں اور متعلقہ وزیر کو اپنے جوابات سے عوام کو مطمئن کرنا ہوتا ہے۔ اسی طرح وہ کوئی ایسا قدم نہیں اٹھا سکتے جس سے عوام کے کسی مخصوص گروہ کے مفاد کو کوئی نقصان پہنچے۔ یہ کاروباری ادارے پارلیمنٹ کے ذریعے عوام کو جوابدہ ہوتے ہیں۔

(c) معاشی سرگرمیوں پر کنٹرول: ان کے ذریعے حکومت کو شخصی معاشی سرگرمیوں پر کنٹرول کرنے پر مدد ملتی ہے اور یہ سماجی و معاشی پالیسی کے ذریعے کاروبار کے طور پر عمل کرسکتے ہیں۔

(d) سرکاری محاصل میں اشتراک: حکومت سے متعلق شعبہ جاتی کاروباری اداروں سے اگر زائد حاصل ہوتا ہے تو اس سے سرکاری آمدنی میں اضافہ ہوتا ہے۔ اسی طرح اگر اس میں کوئی خسارہ یا کمی ہوتی ہے تو اسے حکومت کو پورا کرنا ہوتا ہے۔

(e) فنڈوں کے ناجائز استعمال کی کم گنجائش: چونکہ ایسے کاروبار میں بجٹ، حسابی اور آڈٹ کنٹرول ہوتا ہے۔ اس لیے ان کے فنڈوں کے غلط استعمال کا امکان نمایاں طور پر بہت ہی کم ہوتا ہے۔

شعبہ جاتی کاروبار کے حدود

شعبہ جاتی کاروباری اداروں کے درج ذیل حدود ہیں:

(a) بیوروکریسی (دفتر شاہی) کا اثر: سرکاری کنٹرول کے سبب ایک شعبہ جاتی ادارے کو بیوروکریسی سے متعلق کام کاج کی سبھی برائیوں کا سامنا کرنا پڑتا ہے۔ مثال کے طور پر خرچ کے لیے سرکاری منظوری ضروری ہے۔ اسی طرح ملازمین کی تقرری اور ترقی سے متعلق سرکاری فیصلوں کی تعمیل وغیرہ کی بنا پر اہم فیصلوں میں تاخیر ہوجاتی ہے، ملازمین کو فوری ترقی یا سزا نہیں مل پاتی۔ ان ہی اسباب سے شعبہ جاتی ادارے کے کام کاج کے طریقے میں کچھ دشواریاں پیدا ہوتی ہیں۔

(b) پارلیمانی کنٹرول کا زیادہ ہونا: پارلیمانی کنٹرول کے سبب روزمرہ کے انتظامی امور میں پریشانیاں پیدا ہوتی ہیں۔ یہ سب کاروبار کے کام کاج کے بارے میں پارلیمنٹ میں بار بار پوچھے جانے والے سوالات کی وجہ سے بھی ہوتا ہے۔

(c) پیشہ ورانہ مہارت کی کمی: انتظامیہ کے افسران جو شعبہ جاتی ادارے کے معاملات کا بندوبست دیکھتے ہیں انھیں عام طور پر

کاروباری تجربہ اور مہارت نہیں ہوتی۔ لہذا ان اداروں کا انتظام پیش؟ ورانہ انداز میں نہیں ہو پاتا اور انھیں کوتاہی کا سامنا کرنا پڑتا ہے جس سے سرکاری فنڈوں کا زائد نکاس ہو جاتا ہے۔

(d) لچک داری کی کمی: کامیاب کاروبار کے لیے لچک داری ضروری ہے تاکہ بدلتے وقت۔ کے تقاضوں کو پورا کیا جاسکے جبکہ شعبہ جاتی کاروباری اداروں میں پچک داری کی کمی ہوتی ہے کیونکہ اس کی پالیسیوں میں فوری تبدیلی نہیں ہو پاتی۔

(e) غیر موثر کام کاج: ایسی تنظیمیں نا اہل اسٹاف اور ملازمین کی کارکردگی کو بہتر بنانے کی موزوں ترغیبات میں کمی کے سبب نا اہلی کا سامنا کرتی ہیں۔

5.7.6 قانونی کارپوریشن

قانونی کارپوریشن یا پبلک کارپوریشن سے مراد ایسی تنظیمیں ہیں جو پارلیمنٹ یا ریاستی قانون ساز اسمبلیوں کے خصوصی ایکٹ کے تحت قائم کی گئی ہیں۔ اس کا انتظامی انداز، اس کے اختیارات وفرائض، سرگرمی کا میدان، اس کے ملازمین کے لیے اصول وضوابط سرکاری شعبوں وغیرہ کے ساتھ اس کے رشتوں وغیرہ کی صراحت متعلقہ ایکٹ میں کی جاتی ہے۔ قانونی کارپوریشنوں کی مثالوں میں اسٹیٹ بینک آف انڈیا، لائف انشورنس کارپوریشن آف انڈیا، انڈسٹریل فائنانس کارپوریشن آف انڈیا وغیرہ ہیں۔ یہ بات قابل ذکر ہے کہ ایک ہی ایکٹ کے تحت ایک سے زیادہ کارپوریشن قائم کیے جاسکتے ہیں۔ ریاستی بجلی بورڈ اور ریاستی مالیاتی کارپوریشن اسی زمرے کے تحت آتے ہیں۔



Fig. : 5.2 Statutory Corporation

قانونی کارپوریشنوں کی خصوصیات

قانونی کارپوریشنوں کی اہم خصوصیات درج ذیل ہیں:

(a) اسے پارلیمنٹ یا ریاستی قانون ساز اسمبلی کے خاص ایکٹ کے تحت قائم کیا جاتا ہے۔

(b) یہ ایک خودمختار ادارہ ہوتا ہے اور اپنے داخلی منتظمہ کے لحاظ سے سرکاری کنٹرول سے آزاد ہوتا ہے تاہم یہ پارلیمنٹ اور ریاستی مقنّنہ کے تئیں جوابدہ ہوتا ہے۔

(c) اس کی ایک علاحدہ قانونی ہستی ہوتی ہے۔ اس کی پونجی پوری طرح حکومت کے ذریعے فراہم کی جاتی ہے۔

(d) اس کا انتظام بورڈ آف ڈائریکٹرس کے ذریعے کیا جاتا ہے یہ ان افراد پر مشتمل ہوتا ہے جو کاروباری مینجمنٹ میں تربیت یافتہ اور

تجربہ کار ہوتے ہیں۔ بورڈ آف ڈائریکٹرس کے ممبران کی نامزدگی حکومت کے ذریعے کی جاتی ہے۔

(e) اسے مالیاتی امور میں خودکفیل مانا جاتا ہے تاہم ضروری ہونے پر وہ قرض لے سکتا ہے یا حکومت سے مدد طلب کر سکتا ہے۔

(f) ان کاروباری اداروں کے ملازمین کی بھرتی ان کی اپنی ضرورت کے مطابق بورڈ کے ذریعے طے کی گئی بھرتی کی شرائط وضوابط کی تعمیل کرنے کے ذریعے کی جاتی ہے۔

قانونی کارپوریشنوں کی خوبیاں

سرکاری کاروبار کے لیے تنظیم کی قانونی کارپوریشن کے فوائد حسب ذیل ہیں

(a) ماہر مینجمنٹ: اس سے شعبہ جاتی اور نجی کاروباری اداروں کو فوائد حاصل ہوتے ہیں۔ یہ کاروباری ادارے ماہر اور تجربہ کار ڈائریکٹروں کی رہنمائی میں کاروباری اصولوں کی بنیاد پر چلائے جاتے ہیں۔

(b) داخلی خودمختاری: ان کارپوریشنوں کے روز بہ روز کے مینجمنٹ میں حکومت کی کوئی سیدھی مداخلت نہیں ہوتی کیونکہ فیصلے کسی رکاوٹ کے بغیر فوری طور پر انجام دیئے جاسکتے ہیں۔

(c) پارلیمنٹ کو جوابدہ: قانونی حیثیت کی تنظیمیں پارلیمنٹ کے تئیں جوابدہ ہوتی ہیں۔ ان کی سرگرمیوں پر پریس اور عوام کی نگاہ ہوتی ہے۔ اس طرح انھیں کارکردگی اور جوابدہی کی اونچی سطح کو برقرار رکھنا ہوتا ہے۔

(d) لچک داری: چونکہ یہ مینجمنٹ اور مالیات میں آزاد ہوتے ہیں اس لیے ان کے عمل میں مناسب لچک داری پائی جاتی ہے۔ اس سے اچھی کارکردگی اور عملی نتائج کو یقینی بنانے میں مدد ملتی ہے۔

(e) قومی مفادات کو فروغ: قانونی کارپوریشن قومی مفادات کا تحفظ کرتے ہیں اور انھیں فروغ دیتے ہیں۔ حکومت اس قانونی کارپوریشن کو منضبط کرنے والے قوانین کی دفعات کے تحت ان کو پالیسی ہدایات دینے کی مجاز ہوتی ہے۔

(f) فنڈوں کی فراہمی آسان: چونکہ حکومت قانونی اداروں کی مالک ہوتی ہے اس لیے وہ بانڈ جاری کر کے مطلوبہ فنڈوں کو آسانی سے حاصل کر سکتی ہے۔

قانونی کارپوریشنوں کے حدود

قانونی کارپوریشنوں کی خوبیوں کا مطالعہ کرنے کے بعد اب ہم اس کے حدود پر بھی نگاہ ڈال لیتے ہیں۔ قانونی کارپوریشنوں میں درج ذیل حدود کا مشاہدہ کیا جاتا ہے:

(a) سرکاری مداخلت: سچ ہے کہ قانونی کارپوریشن کا سب سے بڑا فائدہ اس کی آزادی اور لچک داری ہے لیکن یہ پایا گیا ہے کہ یہ صرف کاغذ پر ہی ہے۔ حقیقتاً زیادہ تر معاملوں میں سرکاری مداخلت بہت زیادہ ہوا کرتی ہے۔

(b) ٹھوس: ان کی سرگرمیوں اور حقوق کے لیے ترمیمات صرف پارلیمنٹ کے ذریعے انجام دی جاسکتی ہیں۔ اس سے بدلتے حالات میں عمل کرنے اور جرات مندانہ فیصلے لینے میں کارپوریشنوں کے کاروبار میں متعدد رکاوٹیں پیدا ہوتی ہیں۔

(c) کمرشیل طرز زندگی اپنانے کی طرف ہے تو ج?ی: قانونی کارپوریشنوں کو عام طور پر معمولی مسابقت کا سامنا کرنا پڑتا ہے۔ انھیں اچھی کارکردگی کے لیے تحریک نہیں مل پاتی، لہذا ان کے یہاں اپنے معاملات کے انتظام میں کمرشیل اصولوں کو نظر انداز کرنے جیسی بات پیدا ہوتی ہے۔

5.13.3 سرکاری کمپنیاں



Fig.: 5.3 Government

کمپنیز ایکٹ 2013 کا سیکشن 2(45) گورنمنٹ انڈر ٹیکنگ کی وضاحت کرتا ہے " کوئی بھی کمپنی جس میں ادا شدہ شیئر کیپیٹل کا 51% سے کم نہ ہو مرکزی حکومت، یا کسی ریاستی حکومت یا حکومت کے پاس، یا جزوی طور پر مرکزی حکومت اور جزوی طور پر ایک یا زیادہ ریاستی حکومت اور اس میں ایسی کمپنی شامل ہے جو ایسی حکومت کی ماتحت کمپنی ہو۔"

یہ کمپنیاں کمپنیز ایکٹ، 2013 کے تحت رجسٹرڈ ہیں اور ان تمام قواعد وضوابط کی پیروی کرتی ہیں جو کسی دوسری رجسٹرڈ کمپنی پر لاگو ہوتے ہیں۔ حکومت ہند نے انتظامی خودمختاری، آپریشنل کارکردگی کو یقینی بنانے اور پرائیویٹ سیکٹر کو مسابقت فراہم کرنے کے لیے سرکاری کمپنیوں کے طور پر اپنے متعدد کاموں کو منظّم اور رجسٹر کیا ہے۔

سرکاری کمپنیوں کی خصوصیات

سرکاری کمپنیوں کی اہم خصوصیات درج ذیل ہیں:

(i) اس کا رجسٹریشن کمپنیز ایکٹ 2013 کے تحت ہوتا ہے۔

(ii) اس کی ایک علاحدہ قانونی ہستی ہوتی ہے۔ یہ عدالتی چارہ جوئی کر سکتی ہے اور اس کے خلاف عدالتی چارہ جوئی کی جا سکتی ہے اور اپنے نام سے جائیداد حاصل کر سکتی ہے۔

(iii) سرکاری کمپنیوں کی سالانہ رپورٹوں کو پارلیمنٹ میں پیش کیا جانا ہوتا ہے۔

(iv) پونجی پوری طرح یا جزوی طور پر حکومت کے ذریعے فراہم کی جاتی ہے۔ جزوی طور پر ملکیت والی کمپنی کے معاملے میں پونجی حکومت اور نجی سرمایہ کاروں کے ذریعے فراہم کی جاتی ہے۔ البتہ ایسے معاملے میں مرکزی یا ریاستی حکومت کو کم سے کم کمپنی کے 51% حصص اپنی ملکیت میں لینے ہوتے ہیں۔

(v) اس کا انتظام بورڈ آف ڈائریکٹرس کے ذریعے کیا جاتا ہے۔ کبھی ڈائریکٹر یا بیشتر ڈائریکٹروں کی تقرری حکومت کے ذریعے کی جاتی ہے جو بھی شرکت کی حد پر منحصر ہے۔

(vi) اس کے حساب داری اور آڈٹ عمل کم وبیش نجی کاروباری اداروں کی طرح ہیں اور اس کے آڈیٹر چارٹرڈ اکاؤنٹنٹ ہوتے ہیں جن کی تقرری حکومت کے ذریعے کی جاتی ہے۔

(vii) اس کے ملازمین سول ملازمین نہیں ہوتے۔ یہ اپنے آرٹیکلس آف ایسوسی ایشن کے مطابق اپنے عملہ سے متعلق پالیسیوں کو منضبط کرتا ہے۔

سرکاری کمپنیوں کی خوبیاں

ایک سرکاری کاروبار کی تنظیم کی سرکاری کمپنی قسم کی خوبیاں درج ذیل ہیں:

(a) قائم کرنے کا آسان طریقہ کار: کوئی حکومتی کمپنی دوسرے سرکاری کاروباری اداروں کے مقابلے میں آسانی سے قائم کی جاسکتی ہے کیونکہ اس میں پارلیمنٹ یا ریاستی مقنّنہ کے ذریعے بل پاس کیے جانے کی ضرورت نہیں ہوتی۔ اس کی تشکیل محض کمپنیز ایکٹ کے ذریعے پیش طریقہ عمل اپنانے کے ذریعے کی جاسکتی ہے۔

(b) کاروباری خطوط پر مؤثر کام کاج: سرکاری کمپنی کا روباری اصولوں پر چلائی جاسکتی ہے۔ یہ مالیاتی اور انتظامی معاملات میں پوری طرح آزاد ہوتی ہے۔ اس کے بورڈ آف ڈائریکٹرس میں عام طور پر بعض پروفیشنل اور شہرت یافتہ آزاد افراد شامل ہوتے ہیں۔

(c) موثر مینجمنٹ: چونکہ سرکاری کمپنی کی سالانہ رپورٹ بحث کے لیے پارلیمنٹ کے دونوں ایوان کے سامنے رکھی جاتی ہے۔ لہذا اس کا مینجمنٹ اپنی سرگرمیوں کو انجام دینے میں محتاط ہوتا ہے اور کاروبار کے انتظام میں کارکردگی کو یقینی بناتا ہے۔

(d) صحت مندان؟ مسابقت: یہ کمپنیاں عام طور پر نجی شعبہ کے ساتھ صحت مندانہ مسابقت کرتی ہیں اور معیار پر سمجھوتہ کیے بغیر معقول قیمتوں کو یقینی بناتی ہیں۔

سرکاری کمپنیوں کے حدود

سرکاری کمپنیوں کو درج ذیل حدود کا سامنا کرنا پڑتا ہے:

(a) ترغیب کی کمی: حکومتی کمپنیوں کے مینجمنٹ کو ہمیشہ عوامی جوابدہی کا خوف رہتا ہے۔ نتیجتاً صحیح وقت پر صحیح فیصلے لینے میں پہل کرنے کی کمی پائی جاتی ہے۔ مزید برآں بہت ممکن ہے کہ عوامی تنقید کے ڈر سے بعض ڈائریکٹر کاروبار میں حقیقی دلچسپی نہیں لیتے۔

(b) کاروباری تجربے کی کمی: عملاً ان کمپنیوں کا مینجمنٹ عام طور پر انتظامی سروس کے افسران کے ہاتھوں میں رکھا جاتا ہے جو پروفیشنل خطوط پر کاروباری تنظیم کے بندوبست میں اکثر تجربے کے لحاظ سے کمزور ہوتے ہیں۔ لہذا، زیادہ تر معاملوں میں وہ مطلوبہ کارکردگی سطح حاصل کرنے میں ناکام ہوتے ہیں۔

(c) پالیسیوں اور مینجمنٹ میں تبدیلی: ان کمپنیوں کی پالیسیوں اور مینجمنٹ میں اکثر حکومت کی تبدیلی کے ساتھ تبدیلی واقع ہوتی رہتی ہے۔ اصولوں، پالیسیوں اور طریقہ عمل میں بار بار تبدیلی سے کاروباری اداروں کو غیر صحت مندانہ صورت حال کا سامنا کرنا پڑتا ہے۔

5.14 عوامی شعبے کے کاروبار کا تقابلی جائزہ

بنیاد	شعبہ جاتی کاروباری ادارے	پبلک کارپوریشن	حکومتی کمپنیاں
1. قیام	وزارت کے ذریعے۔	خصوصی ایکٹ کے تحت پارلیمنٹ کے ذریعے۔	نجی شرکت کے ساتھ یا اس کے بغیر وزارت کے ذریعے۔
2. قانونی حیثیت	حکومت سے مختلف کوئی علاحدہ وجود نہیں۔	علاحدہ وجود عدالتی چارہ جوئی کر سکتا ہے اور اس کے خلاف عدالتی چارہ جوئی کی جاسکتی ہے۔	علاحدہ اجتماعی (کارپوریٹ)
3. پونجی	بجٹی تصرف سے فراہم کی جاتی ہے۔	پوری طرح حکومت کے ذریعے فراہم کی جاتی ہے۔	جزوی طور پر نجی کاروباری مہم جو اس ذریعے فراہم کی جاسکتی ہے۔
4. مینجمنٹ	متعلقہ وزارت سے سرکاری عبدو دار	بورڈ آفڈائریکٹرز	بورڈ آف ڈائریکٹرز میں نجی افراد شامل ہوسکتے ہیں
5. کنٹرول اور جوابدہی	وزیر اور متعلقہ وزارت کے زیر اختیار	پارلیمنٹ	حکومت (متعلقہ وزارت)
6. خودمختاری	حکومت کے جزو اور حصے کے طور پر کوئی خودمختاری نہیں۔	روزمرہ کے معاملات میں کوئی سرکاری مداخلت نہیں	سرکاری مداخلت سے کسی حد تک آزادی
7. موزونیت	دفاع، عوامی افادیت	بھاری صنعتیں اور طویل وقفے تک ترقی دینے کے ساتھ خدمات فراہم کرنے والے کاروبار	سبھی قسم کے صنعتی اور کمرشیل کاروبار

5.15 سرکاری شعبہ کے کاروبار کا رول

آپ جانتے ہیں کہ ہندوستانی معیشت مخلوط معیشت ہے اور نجی شعبہ کے ساتھ ساتھ سرکاری شعبہ ہماری معیشت کے فروغ میں اشتراک کرتے ہیں۔ تاہم کچھ ہی منتخب میدان ہیں جس میں حکومت معیشت کی متوازن ترقی اور عوام بہبود کو فروغ دینے کے لیے اپنے کاروباری ادارے قائم کرتی ہے۔ بہت سے ایسے میدان میں جہاں پونجی کی بڑے پیمانے پر سرمایہ کاری کی ضرورت ہوتی ہے لیکن منافع کی شرح یا تو بہت ہی قلیل ہوتی ہے یا اسے ایک طویل مدت کے بعد ہی حاصل کیا جاسکتا ہے جیسے بجلی کی تخلیق اور سپلائی مشین

بنانے، باندھ وغیرہ کی تعمیر کا معاملہ نجی کاروباری شخص ان میدانوں میں اپنے کاروبار قائم کرنے میں ہچکچاتے ہیں لیکن وہ عوامی مفاد کو نظر انداز نہیں کر سکتے۔ اس طرح یہ کاروباری ادارے حکومت کے ذریعے قائم ہوتے ہیں اور اسی کے ذریعے چلائے جاتے ہیں۔ اس طرح سرکاری کاروباری ادارے ملک کے ہر حصے میں صنعتوں کو فروغ دینے کے ذریعے متوازن علاقائی ترقی میں بھی مددگار ہوتے ہیں۔ مثال کے طور پر مدھیہ پردیش میں پھیلائی اسٹیل پلانٹ کے قیام کے ساتھ متعدد نئی چھوٹی صنعتیں ریاست میں قائم ہوئیں۔

ملک کی ترقی کے لیے صنعتی پیش رفت کی بہت ہی زیادہ اہمیت ہے اور اس کے لیے یہ ضروری ہے کہ چند بنیادی صنعتوں جیسے تیل، کوئلہ، گیس، لوہا، فولاد، بھاری بجلی کے سامان وغیرہ کو پوری طرح فروغ دیا جائے۔ سرکاری کاروباری ادارے ان بنیادی صنعتوں کی ترقی کو رواں دواں کرتے ہیں اور پرائیویٹ سیکٹر کی اشیا اور خدمات کے ساتھ ان کی ترقی میں بھی مدگار ہوتے ہیں۔ کچھ صنعتیں ایسی ہیں جن میں تکنیکی وجوہات کی بنا پر کثیر پونجی سرمایہ کاری کی ضرورت ہوتی ہے۔ بجلی، توانائی، گیس کی پیداوار بھاری مشینری اوزار، ٹیلی فون وغیرہ تیار کرنے کی صنعتیں اسی طرح کی صنعتیں ہیں۔

سرکاری کاروباری اداروں کی ترقی ایک فرد یا افراد کے کسی گروپ کے ہاتھوں میں معاشی قوت جمع ہونے سے بھی روکتی ہے۔ اس کی وجہ سے نہ صرف یہ کہ ہمارے ملک میں معاشی نابرابری بڑھ رہی ہے بلکہ غریب اور غریب ہوتے جا رہے ہیں اور امیر مزید امیر ہوتے جا رہے ہیں۔ سرکاری کاروباری مہم یا ادارے مختلف پالیسیوں جیسے عوامی بہبود کی سرگرمیوں سے کمائے گئے منافع کے استعمال کی مدد اور کم ترقیمتوں پر چھوٹے پیمانے کی صنعتوں کو خام مواد فروخت کرنے کے ذریعے نابرابری کو کم کرنے میں مددگار ہو سکتے ہیں۔

ملک کی معاشی ترقی کے لیے یہ بھی ضروری ہے کہ صرف ان صنعتوں کو فروغ دیا جائے جو درآمد کو کم کر سکیں اور برآمدات کو بڑھا سکیں۔ سرکاری کاروباری ادارے ایسی صنعتوں کی ترقی کو بھی یقینی بناتے ہیں۔

یہ ایک قدیم عقیدہ ہے کہ فوائد قدرت سے اخذ کیے جاتے ہیں اور کسی امتیاز کے بغیر سبھی کے لیے دستیاب ہونے چاہئیں۔ سرکاری کاروباری ادارے اس بات کو یقینی بناتے ہیں کہ زمین، تیل، کوئلہ، گیس، پانی اور دیگر ضروری وسائل مناسب قیمتوں پر بھی کے لیے دستیاب ہوں۔ ملک کی سلامتی سب سے بڑھ کر ہے۔ اسے یقینی بنانے میں کوئی سمجھوتہ نہیں کیا جانا چاہیے۔ جنگی ہوائی جہاز، ہتھیار اور گولہ بارود کی پیداوار ملک کی سلامتی کے ساتھ جڑی ہوئی ہے اور اسے اس مقصد کے لیے سرکاری کاروباری ادارے کے تسلط میں رکھا جاتا ہے۔ اسی طرح عوامی بہبود، ملک کی منصوبہ بند ترقی، علاقائی توازن، درآمد کا بدل اور معاشی قوتوں کی یکجائی پر قابو رکھنا وہ اہم مقاصد ہیں جن کو سرکاری کاروبار کے ذریعے حاصل کیا جاتا ہے۔

~اختتامی مشق

نہایت مختصر جواب کے لیے سوالات

1. جوائنٹ اسٹاک کمپنی میں اصطلاح شیئر سے کیا مراد ہے؟
2. کمپنیز ایکٹ 2013 کے مطابق اصطلاح کمپنی کے معنی بیان کیجیے۔
3. ملٹی نیشنل کارپوریشن سے کیا مراد ہے؟
4. جہاں تک کاروبار کے شروع کرنے کا معاملہ ہے ایک پبلک اور ایک پرائیویٹ کمپنی کے درمیان فرق بیان کیجیے۔
5. محض نام دیکھنے کے ذریعے پبلک اور پرائیویٹ کمپنی کی شناخت آپ کیسے کریں گے؟
6. پبلک پرائیویٹ پارٹنرشپ سے کیا مراد ہے؟
7. اس تنظیم کی شکل کا نام بتایئے جس کی تشکیل دو یا دو سے زیادہ آزاد فرموں کی متحدہ کوششوں سے انجام پاتی ہے۔
8. عوامی شعبہ کے کاروباری اداروں کی تعریف کیجیے۔
9. عوامی کارپوریشن سے کیا مراد ہے؟
10. شعبہ جاتی کاروباری اداروں (ڈپارٹمنٹل انڈرٹیکنگ) کے معنی بیان کیجیے۔
11. سرکاری کمپنی کیا ہے؟
12. سرکاری کاروباری اداروں کے ذریعے حاصل کیے جانے والے دو اہم مقاصد کے نام بتایئے۔

مختصر جواب کے لیے سوالات

1. بیان کیجیے کہ کمپنی کسی طرح ایک مصنوعی فرد ہے؟
2. پبلک کمپنی کی خصوصیات کا شمار کیجیے۔
3. ممبران اور اداشدہ سرمایہ کی بنیاد پر پرائیویٹ اور پبلک کمپنی کے درمیان امتیاز کیجیے۔
4. کاروباری تنظیم کی جوائنٹ اسٹاک کمپنی قسم کی موزونیت بیان کیجیے۔
5. ایک پرائیویٹ کمپنی کے ذریعے کن شرائط کو پورا کرنا ضروری ہے؟
6. شعبہ جاتی کاروباری اداروں کی چار خصوصیات بیان کیجیے۔
7. نجی شعبہ اور عوامی شعبہ کاروباری اداروں کے درمیان امتیاز کیجیے (فرق کے کسی دو نکات کے ذریعے)
8. واضح کیجیے (a) سماجی مقاصد کی تکمیل (b) شعبہ جاتی کاروباری ادارے کی خوبیوں کے طور پر معاشی سرگرمیوں پر کنٹرول)
9. ملک میں معاشی نابرابری کو کم کرنے میں سرکاری کاروبار کس طرح مددگار ہوتے ہیں؟
10. قانونی کارپوریشنوں کے دو حدود کے بارے میں وضاحت کیجیے۔

11. جوائنٹ وینچر سے کیا مراد ہے؟ کسی دو خصوصیات کو بیان کیجئے۔

طویل جواب کے لیے سوالات

1. وضاحت کیجیے کہ کاروباری تنظیم کی جوائنٹ اسٹاک کمپنی قسم بہت بڑے اور جو بھی پروجیکٹوں کو اختیار کرنے کے لیے مناسب ہے۔
2. جوائنٹ اسٹاک کمپنی کی کوئی پانچ خصوصیات بیان کیجیے۔
3. آپ شراکت داری میں اپنا کاروبار چلا رہے تھے لیکن اب آپ نے ایک جوائنٹ اسٹاک کمپنی کی تشکیل کی ہے۔ درج ذیل کے لحاظ سے آپ نے کیا فرق دیکھا:

(a) قانونی حیثیت (b) واجبات (c) مالیات

4. میزبان ملک کے لیے ملٹی نیشنل کارپوریشن کے کسی پانچ فوائد کی وضاحت کیجیے۔
5. کاروباری تنظیم کی صحیح شکل منتخب کرتے وقت کوئی ایسے پانچ عوامل بیان کیجیے جن پر غور کیا جانا ہوتا ہے۔
6. عوامی شعبہ کاروباری اداروں سے کیا مراد ہے؟ مختصراً اس کی خصوصیات بیان کیجیے۔
7. ہندوستانی معیشت کی متوازن ترقی اور ملک میں عوامی بہبود کو فروغ دینے میں سرکاری سیکٹر کے شعب؟ کاروباری ادارے کس طرح مددگار ہیں؟
8. سرکاری کمپنی کیا ہے؟ قانونی کارپوریشن سے یہ کس طرح مختلف ہے؟ ایسے پانچ فرق بتائیے۔
9. آپ ایک پبلک لمیٹڈ کمپنی کے ایک انٹرویو میں امیدوار کے طور پر شامل ہو رہے ہیں۔ انٹرویو بورڈ کا ایک ممبر پبلک کمپنی اور پرائیویٹ کمپنی میں فرق پوچھتا ہے۔ کن ہی 5 نکات کی مدد سے اپنے خیالات ظاہر کرنے کے ذریعہ انٹرویو بورڈ کو مطمئن کیجیے۔
10. انڈین کمپنی اور جاپانی کمپنی کے ایک مشترکہ وینچر کی خبر کے بارے میں پتہ چلنے پر آپ سوچنے لگے کہ یہ کیا ہے۔ آپ نے اپنے خود آموزشی مواد اور کچھ انٹرنیٹ سے معلومات حاصل کرنے کی کوشش کی۔ جوائنٹ وینچر سے متعلق اپنی دریافت کے بارے میں مختصراً وضاحت کیجیے۔

ماڈیول2

کاروباری انتظامیہ اوراس کے افعال

Business Management and its Functions

6. انتظامی امور کے بنیادی خدوخال

(FUNDAMENTALS OF MANAGEMENT)

ہم ایک خاتون خانہ کی مثال لیتے ہیں۔ وہ ایسی شخصیت ہے جو گھریلو کاموں کا بندوبست کرتی ہے۔ وہ کئی باتوں کا فیصلہ لیتی ہے۔ جیسے فرنیچر، پردوں، چادروں، صوفہ کور، برتنوں وغیرہ کے لحاظ سے گھر کو کیسے آراستہ کیا جائے؟ فیملی کے ارکان کے لیے کسی قسم کے کھانے پیش کیے جائیں۔ ناشتے، دوپہر کے کھانے، رات کے کھانے وغیرہ کے لیے کیا اوقات ہونے چاہئیں اس کے بعد وہ کھانا پکانے کے لیے ضروری سامانوں کا بندوبست کرتی ہے۔ گھریلو کاموں میں مدد کے لیے ملازمہ یا ملازم رکھتی ہے جو جز وقتی یا کل وقتی بنیاد پر کام کرتے ہیں اور اسی طرح کے بہت سے دوسرے کاموں کی وہ دیکھ بھال کرتی ہے۔ وہ نہ صرف ان سب چیزوں کے بارے میں فیصلہ کرتی ہے بلکہ مناسب طور پر یہ سارے کام انجام دینے کو یقینی بناتی ہے۔ اس مقصد کے لیے وہ خود بھی کام کرتی ہے اور بعض کاموں کو فیملی کے ممبران میں تقسیم کرتی ہے تاکہ کاموں کو ہموار طور پر انجام دیا جاسکے۔ مثال کے طور پر بچوں کو اسکول چھوڑنے کا کام اپنے شوہر کو سونپ سکتی ہے وغیرہ وغیرہ۔ ہر خاتون خانہ یہ سارے کام اپنے طریقے سے اپنی سمجھ، دلچسپی اور ذمہ داری کے لحاظ سے تو کرتی ہی ہے اور ساتھ ہی اسے دستیاب وسائل کو بھی دیکھنا پڑتا ہے۔

اسی طرح ایک اسکول ٹیچر کی مثال لیں جسے اسکولی بچوں کو پکنک پر لے جانے کا کام دیا گیا ہے۔ ٹیچر کو بھی کئی چیزوں کے بارے میں فیصلہ لینا ہوتا ہے جیسے کہاں جاتا ہے، کب جانتا ہے، کتنے طلبا اور دیگر اساتذہ جائیں گے، کتنی رقم کی ضرورت ہوگی، کہاں سے یہ رقم اکٹھی کی جائے گی، کس وقت بچے واپس آئیں گے، ان کو گھر سے کیسے لیا جائے گا اور انھیں گھر پر کیسے چھوڑا جائے گا وغیرہ۔ اس کے بعد وہ دوسرے افراد کو کاموں کی تفویض کرتا ہے جو اس کام سے اس کی مدد کریں۔ مثال کے طور پر وہ آمد و رفت کے لیے بس کے بندوبست کے لیے کسی دوسرے سے کہہ سکتا ہے، طلبا سے رقم اکٹھا کرنے کی ذمہ داری کسی کو سونپ سکتا ہے، طلبا کا گروپ بنا سکتا ہے جو کھانے پینے اور اس کی تقسیم کا بندوبست کریں وغیرہ۔ مزید برآں، ہر اسکول ٹیچر کو اگر اسی طرح کا کام سونپا گیا ہے تو وہ اسے اپنے خود کے طریقے سے نبھا سکتا ہے جو ٹیچر کی اہلیت اور دلچسپی نیز متعدد دیگر عوامل پر منحصر ہے۔

آیئے ایک اور مثال لیں: آپ کے محلے میں کیرانے کی کئی دوکانیں ہوسکتی ہیں۔ ایسی کسی دو دوکانوں کے بارے میں غور کیجیے جو تنہا ملکیت کے طور پر افراد کے زیر ملکیت ہیں۔ ان دونوں کے ذریعہ مختلف سرگرمیاں انجام دی جاتی ہیں۔ اشیا تیار کرنے والوں یا تھوک فروش سے اشیا حاصل کرنا اور انھیں صارفین کو فروخت کرنا، لین دین کا ریکارڈ رکھنا، ٹیکس ادا کرنا، عملہ کی نگرانی کرنا اور فروخت وغیرہ بہتر بنانے کی کوشش کرنا، تاہم کیسے وہ ان کاموں کو انجام دیتے ہیں یہ ان کی اہلیت اور ان کے متعدد عوامل جیسے دوکانوں کے محل وقوع اور ان کے معاون وغیرہ پر انحصار کرتا ہے۔

درج بالا مثالوں کا تجزیہ کرنے پر ہم خاتون خانہ، اسکول ٹیچر اور کیرانے کے مالک میں ایک چیز مشترک پاتے ہیں۔ یعنی ایک اہم سرگرمی علی الترتیب گھریلو، اسکول پکنک اور کاروبار کے بندوبست میں یہ سبھی شامل ہیں۔ اسی طرح ہم اس سبھی جگہوں پر پیجمنٹ پاتے ہیں۔ ہر خاتون خانہ اپنے گھریلو کاموں کا بندوبست کرتی، ہر پیشہ ور فرد اپنے معینہ کاموں کا انتظام کرتا ہے اور ہر کاروباری اپنے کاروبار کا نظم کرتا ہے۔ اس سبق میں ہم کاروبار کے انتظام کے سیاق وسباق میں مینجمنٹ کے تصور اور اس کی خصوصیات، نوعیت، اہمیت، فرائض اور ان عمومی اصولوں کا مطالعہ کریں گے جو مینجمنٹ کی عمل کاری میں انتظامی کارروائیوں میں رہنمائی کرتے ہیں۔

اکتسابی مقاصد

☆ کاروباری انتظام کے نقطہ نظر سے انٹر پرائز مینجمنٹ کے تصور کی وضاحت کریں۔

☆ کاروباری فریم ورک میں کاروباری انتظام کی اہمیت اور نوعیت کی وضاحت کریں۔

☆ کاروباری تنظیم میں موجود انتظام کی مختلف سطحوں کی نشاندہی کرنا؛ اور

☆ افعالی سطح پر کاروبار کی جانچ کرنے کے لیے اصول اور مینجمنٹ کے فنکشن کے درمیان فرق۔

6.1 مینجمنٹ کے معنی اور مقاصد

6.1.1 مینجمنٹ کے معنی

ایک کاروباری ادارے کے بارے میں غور کریں، یہ ایک صنعت ہوسکتا ہے یا ایک تجارتی ادارہ۔ دونوں معاملوں میں کسی کا روبار کو شروع کرنے اور اسے چلانے میں تھوڑی رقم کی ضرورت، کچھ مال، کچھ مشینوں اور کچھ افراد کی ضرورت ہوتی ہے جبکہ کچھ عمل کاری شامل ہوتی ہے۔ ان سبھی کو ایک کاروبار کے لیے مادخل سمجھا جاتا ہے جس کا نتیجہ پیداوار یا خدمات کے معنی میں ماحصل کی صورت میں برآمد ہوتا ہے۔ تاہم زر، خام مواد مشین اور افراد کی اسی مقدار اور عمل کاری کی پابندی کے ساتھ بھی معاملوں میں یہی ماحصل نہیں برآمد ہوسکتا۔

مثال کے طور پر، زر، افراد مشین اور مال کی اسی مقدار کے ساتھ اگر آپ اور رمیش ایک ہی طرح کے کاروبار کو آزادنہ طور پر شروع کرتے ہیں تو نتیجہ دونوں کے لیے شاید یکساں نہ ہو۔ بہت ممکن ہے آپ بہتر کریں اور رمیش کے لیے شاید اتنا بہتر نہ ہو۔ ایسا اس لیے ہے کہ ان کے ذریعہ مادخل یا درآید ہے۔ برآید یا ماحصل کی صورت میں برآمد نہیں ہوسکے اس میں مختلف سرگرمیوں کی ضرورت ہوتی ہے اور ان میں موزوں طور پر ہدایت کاری ارتباط اور یکجائی کرنی پڑتی ہے تاکہ ان مادخل یا درآئیدیوں (Inputs) کے ذریعہ اچھے نتائج برآمد ہوسکیں۔ لہذا مینجمنٹ کا مقصد ہے انسانوں، زر، مشینوں اور مال کی موزوں ہدایت کاری اور ارتباط کر کے پہلے سے متعین اہداف کو حاصل کرنا۔ دوسرے لفظوں میں مینجمنٹ سے مراد ہے مختلف سرگرمیوں کو انجام دینا، جیسے کہ منصوبہ بندی، تنظیم، تعیناتی عملہ، ہدایت کاری اور کنٹرول کاری کچھ نتائج ماحصل یا برآمد) حاصل کرنے لیے مختلف وسائل (مادخل یا درآمد) کی اس عمل کاری کو مینجمنٹ کے طور پر جانا جاتا ہے۔

6.1.2 مینجمنٹ کے مقاصد

مینجمنٹ کسی تنظیم کے دستیاب وسائل کا کارگر اور موثر استعمال کرنے میں مدد کرتا ہے۔ آخری نتائج جن کے تئیں تمام انتظامی کوششوں اور تنظیمی سرگرمیوں کا رخ رہتا ہے، یہی اس کے مقاصد ہیں۔

1. وسائل کا مناسب ترین استعمال: مینجمنٹ کو بہتر سے بہتر نتائج حاصل کرنے کے لیے تنظیم میں دستیاب انسانی اور مادی وسائل کے استعمال کے ذریعہ کم سے کم کوششوں کے ساتھ زیادہ سے زیادہ بہتر نتیجہ ظاہر کرنے کی کوشش کرنا چاہیے۔
2. پیداوار کے بھی عوامل کی پیداواریت میں اضافہ: مینجمنٹ کو وقت، رقم کے ضیاع (wastage) کو کم سے کم اور پونجی اور مختلف جیسے مختلف عوامل پیداوار سے پوری طرح استفادہ کرنے کی کوشش کرنی چاہیے۔ اس سے پیداوار کے تمام عوامل کی کارکردگی میں اضافہ ہوگا۔ اسے ہر سال پیداوار کے اونچے معیارات قائم کرنے کی کوشش کرنی چاہیے اور ان اہداف تک پہنچنے کے لیے سخت کوشش کرنی چاہیے۔
3. پونجی پر مناسب حاصل: مینجمنٹ کو مالوں کے ذریعہ سرمایہ شدہ پونجی پر ان کے مناسب حصول کو فراہم کرنا ہوتا ہے۔
4. اچھی ساکھ بنانا: مینجمنٹ کو مختلف سرگرمیوں جیسے ایڈورٹائزنگ کے ذریعہ پروڈکٹ کو مقبول بنانے، معقول قیمت، اچھی کوالٹی کے پروڈکٹ کے ذریعہ فرم کی ساکھ قائم کرنا چاہیے۔
5. بدلتے ماحول کے چیلنج کو پورا کرنا: وہ کاروباری ادارے جو بدلتی صورت حال کو اختیار کرنے میں خود کو مجبور پاتے ہیں وہ باقی نہیں رہ پائیں گے۔ مینجمنٹ کو بدلتے ماحول کے چیلنجوں کا مقابلہ کرنے کے لیے ٹھوس اقدامات کرنا چاہیے۔

6.2 مینجمنٹ کی خصوصیات

مینجمنٹ کی مختلف خصوصیات درج ذیل ہیں:

(a) مینجمنٹ ہمہ گیر ہے: اس کا مطلب یہ ہے کہ تنظیم کی ہر قسم کے لیے مینجمنٹ کی ضرورت ہوتی ہے۔ یہ ایک کاروباری یا سماجی یا سیاسی تنظیم ہوسکتی ہے۔ یہ چھوٹی یا بڑی فرم ہوسکتی ہیں۔ مینجمنٹ کی ضرورت اسکول، کالج یا یونیورسٹی یا بڑی فرم جیسے ریائنس انڈسٹریز لمیٹیڈ یا آپ کے محلے کی پرچون کی دوکان کو بھی ہوتی ہے۔ اس طرح یہ ایک ہمہ گیر مظہر ہے اور بھی تنظیموں میں عام اور ضروری عنصر ہے۔

(b) مینجمنٹ کا ایک ہدف ہوتا ہے: ہر تنظیم کی تخلیق بعض اہداف کے حصول کے لیے کی جاتی ہے۔ مثال کے طور پر ایک کاروباری فرم کے لیے یہ ہدف ہوسکتا ہے کہ وہ زیادہ سے زیادہ نفع کمائے اور یا معیاری اشیا اور خدمات فراہم کرے۔ کسی تنظیم کی مینجمنٹ کو ان تنظیمی مقاصد کی حصولیابی کا عزم کرنا ہوتا ہے۔

(c) مینجمنٹ ایک مسلسل عمل کاری ہے: مینجمنٹ ایک مسلسل جاری رہنے والا عمل ہے۔ یہ اس وقت تک جاری رہتا ہے جب تک تنظیم کا وجود قائم رہتا ہے۔ کوئی بھی سرگرمی بغیر مینجمنٹ کے اختیار نہیں کی جاسکتی۔ مینجمنٹ، پیداوار، فروخت، اسٹوریج عملی کار روائی وغیرہ جیسی بھی سرگرمیوں کو انجام دینے کی ضرورت ہوتی ہے۔ لہذا جب تک یہ ساری گرمیاں جاری رہتی ہیں مینجمنٹ کا عمل بھی جاری رہتا ہے۔

(d) مینجمنٹ مربوط کرنے کا عمل ہے: سبھی افعال، سرگرمیاں عمل کاری اور کارروائیاں باہمی طور پر مخلوط ہوتی ہیں۔ یہ مینجمنٹ کا کام

ہے کہ مطلوبہ نتیجہ حاصل کرنے کے لیے انھیں ایک ساتھ لایا جائے اور مربوط انداز میں عمل جاری رکھا جائے۔ درحقیقت ٹیم کے طور پر کامیابی کے ساتھ اشتراک کے لیے افرادہ مشین اور سامان کی یکجائی اور انفرادی کوششوں کے ارتباط یا ہم آہنگی کے بغیر تنظیمی مقاصد کو حاصل کرنا مشکل ثابت ہوگا۔

(e) مینجمنٹ غیر مادی ہوتا ہے: مینجمنٹ ایک مقام نہیں ہے جیسے کہ بورڈ کی میٹنگ کو ترسیمی (گرافک) طور پر دکھانا یا ایک اسکول کے پرنسپل کو اس کے آفس کی ڈیسک پر گرافی طور پر دکھانا، یہ ساری چیزیں دکھائی جاسکتی ہیں لیکن مینجمنٹ ایک غیر مرئی قوت ہے جسے آپ اصول، ضوابط، ماحصل، کام کے ماحول وغیرہ کی شکل میں اس کے وجود کو محسوس کر سکتے ہیں۔

(f) مینجمنٹ کثیر موضوعاتی ہے: کسی تنظیم کے مینجمنٹ میں مختلف موضوعات کے بارے میں وسیع و جامع علم کی ضرورت ہوتی ہے جس میں افراد، مشین، سامان کا انتظام و بندوبست، پیداوار تقسیم، حساب کتاب اور بہت سے دوسرے کاموں کی دیکھ بھال اور نگرانی رکھنا شامل ہے، اسی طرح ہم پاتے ہیں کہ مینجمنٹ کے اصول اور تکنیکی زیادہ تر مطالعہ کے تقریباً سبھی میدانوں جیسے انجینئرنگ، معاشیات سماجیات، انسانیات، ریاضیات، شماریات وغیرہ سے اخذ کیے جاتے ہیں۔

(g) مینجمنٹ ایک سماجی عمل کاری ہے: مینجمنٹ کا سب سے اہم پہلو ورک گروپوں میں منتظم لوگوں کی دیکھ بھال ہے۔ اس میں کام کے ماحول کو بہتر بنانا اور اس کے لیے لوگوں کو ترغیب دینا اور ایک سماجی مخلوق کے طور پر ان کی تسکین کا خیال رکھنا شامل ہے۔ سبھی انتظامی کارروائیاں بنیادی طور پر لوگوں کے درمیان رشتوں پر بنی ہوتی ہیں۔ لہذا اسے ایک سماجی عمل کے طور پر برتا جاتا ہے۔

(h) مینجمنٹ صورت حال پر مبنی ہوتا ہے: مینجمنٹ کی کامیابی صورتحال پر منحصر ہوتی ہے جو الگ الگ صورتحال میں مختلف ہوتی ہے۔ انتظامی بندوبست کا کوئی بہتر سے بہتر طریقہ نہیں ہے۔ مینجمنٹ کی تکنیک اور اصول نسبتی ہوتے ہیں اور بھی صورت حال کے لیے بہتر نہیں ثابت ہوتے۔

(i) انتظام متحرک ہے: انتظام ایک متحرک کام ہے اور اسے بدلتے ہوئے ماحول کے مطابق ڈھالنا پڑتا ہے۔ تنظیم بیرونی ماحول کے ساتھ تعامل کرتی ہے۔ یہ ماحول مختلف معاشی، سماجی اور سیاسی عوامل سے متاثر ہوتا ہے۔ خود کو برقرار رکھنے کے لیے تنظیم کو اپنے مقاصد کو ارتقاء میں بیرونی ماحول کے مطابق ڈھالنے کی ضرورت ہے۔

6.3 مینجمنٹ کی اہمیت

کسی تنظیم کا وجود اور کامیابی کافی حد تک اس مینجمنٹ کی قسم پر مبنی ہوتی ہے۔ معیاری وسائل کی کتنی بھی مقدار اس وقت تک مدد نہیں کرتی جب تک کہ انھیں موثر مینجمنٹ کے ذریعہ پیداوار استعمال میں نہ لگایا جائے۔ یہی وجہ ہے کہ مینجمنٹ کا مطالعہ ایک مضمون کے طور پر تقریباً مطالعہ کے ہر شعبے میں کیا جاتا ہے۔ گلوبلائیزیشن، جاب کی تخصیص، بدلتی ہوئی ٹکنالوجیوں، کاروبار کی نئی ذمہ داریوں، مسابقت، تحقیق اور ترقی پر زور دینے کے ساتھ آج کی صورت حال میں مینجمنٹ کا کردار کئی گنا بڑھ گیا ہے۔ مثبت نتیجے سے اس کی اہمیت

ظاہر ہوتی ہے جو کوئی تنظیم درج ذیل کے لحاظ سے حاصل کرتی ہے۔

(a) **مقاصد کی حصولیابی:** ہر تنظیم اور اس کے ہر ملازم کا بھی ایک مقصد ہوتا ہے جسے وہ حاصل کرنا چاہتا ہے، حتی کہ ہر شعبے، ہر اکائی یا ہر گروپ سے بھی عملی سطح پر ایک مقصد یا ہدف ہوتا ہے جسے حاصل کیا جانا ہوتا ہے۔ یہ صرف موزوں مینجمنٹ سے ہی ممکن ہے۔ سوچ سمجھ کر کی گئی منصوبہ بندی، بہتر رہنمائی اور مناسب رابطہ کاری اور کنٹرول کے ذریعہ دیئے گئے مقاصد کو حاصل کرنے کے لیے ہر گروپ کی کوششوں کی اثر پذیری کو یقینی بنایا جاسکتا ہے۔

(b) **استحکام اور نمو:** مینجمنٹ تنظیم کے دستیاب وسائل سے استفادہ کرنے کے لیے مؤثر اور کارگر طور پر جدوجہد کرتا ہے، سرگرمیوں اور کارروائیوں پر نگرانی رکھتا ہے، افعال کو مربوط کرتا ہے، ملازمین کو ترغیب دیتا اور متحرک کرتا ہے، ہمیشہ بدلتے ماحول میں تنظیم کی بہتری کو برقرار رکھتا ہے۔ اسی طرح یہ تنظیم کے کام کاج میں استحکام کو یقینی بناتا ہے اور اس کے نمو میں اشتراک کرتا ہے۔

(c) **تبدیلی و ترقی:** مینجمنٹ ماحول میں تبدیلیوں پر خود نظر رکھتا ہے اور مستقبل کی ترقی کی پیش بینی کرتا ہے اس کے مطابق منصوبے بنائے جاتے ہیں تاکہ تنظیم چیلنج سے نمٹنے کے لیے تیار رہے۔ مستقبل پر نظر رکھتے ہوئے ٹیکنالوجیوں، جاری عمل، انسانی عوامل کے طور پر عمل کاری کو مسلسل بنیاد پر فروغ دیا جاتا ہے۔

(d) **کارکردگی اور اثر پذیری:** مناسب منصوبہ بندی، تعیناتی عمل، تنظیم، ارتباط، ہدایت کاری اور اپنی انضباطی سرگرمیوں کے ذریعہ مینجمنٹ انسانی کوششوں اور جاری عمل کے کارگر انجام دہی اور اثر پذیری حاصل کرنے میں مدد کرتا ہے۔

6.4 انتظامیہ کی نوعیت

مینجمنٹ کی نوعیت کو درج ذیل کے لحاظ سے زیادہ بہتر طور پر سمجھا جاسکتا ہے۔

(a) **ایک عمل کاری کے طور پر مینجمنٹ:** مینجمنٹ منصوبہ بندی، تنظیمی اور کنٹرول کاری کی ایک دوسرے سے متعلق سرگرمیوں کے ایک سلسلے پر مشتمل ہوتا ہے۔ سبھی سرگرمیاں ایک منظّم طرز نظر کے ساتھ مناسب تواتر میں اختیار کی جاتی ہیں، تاکہ اس طرح یہ یقینی بنایا جاسکے کہ بھی افعال مشترکہ مقاصد کی حصولیابی کے رخ پر ہیں۔ اسی طرح پہلے سے متعین مقاصد کو پورا کرنے کے لیے اسے وسائل کو منظّم کرنے اور استعمال کرنے کے عمل کے طور پر سمجھا جاتا ہے۔

(b) **شعبہ علم کے طور پر مینجمنٹ:** مینجمنٹ عمل کا ایک منظّم ادارہ ہے جسے عمل اور تحقیق کے ذریعہ سالوں میں فروغ دیا گیا ہے، نمو کی گئی اور اس کا ارتقا ہوا ہے۔ اس طرح اضافہ پزیر علم کی اشاعت میجروں کی یکے بعد دیگرے آنے والی نسلوں کو کی جاتی رہی اور ان کے کاموں کے انجام دینے میں ان کا استعمال کیا جاتا رہا۔ اسی طرح یہ اپنے اصولوں اور رواج کے ساتھ مطالعہ کا ایک علاحدہ میدان بن گیا اور اس طرح اپنی خود کی تکنیکوں اور طرز نظر کے ساتھ ایک آزاد مضمون کے طور پر اس کا ارتقا ہوا۔

(c) **گروپ کے طور پر مینجمنٹ:** مینجمنٹ سے عام طور پر مراد منیجروں کے ایک ایسے گروپ سے ہے جو کسی تنظیم میں کام کر رہے ہوں اس میں اعلی منظّم کار اور درجہ اول کے نگراں شامل ہوتے ہیں۔ منیجر اپنے فرائض مشترکہ طور پر گروپ کے طور پر انجام دیتے

ہیں۔کاروبار کی کامیابی کسی ایک کی کارکردگی پر منحصر نہیں ہوتی بلکہ تمام نیجروں کی مجموعی کارکردگی پر بنی ہوتی ہے۔منیجر ٹیم کے طور پر کام کرتے ہیں۔اسی طرح کاروبار کے مقاصد کو پوری طرح حاصل کیا جاتا ہے۔تاہم ہر ایک تنظیم میں مینجمنٹ کی مخصوص سطحیں ہوتی ہیں جو اختیار اور ذمہ داریوں کے مختلف درجے اور فطرت کے ساتھ ہوتی ہیں۔

(d) سائنس کے ساتھ فن (آرٹ) کے طور پر مینجمنٹ: مینجمنٹ سائنس ہے اور آرٹ بھی ہے۔سائنس سے مراد علم کا ایک ایسے منتظم ادارے سے ہے جس میں بعض مظاہر یا مضمون، موضوع مطالعہ کو سمجھا جاتا ہے۔یہ متغیرات کے درمیان سبب واثر کا رشتہ قائم کرتا ہے۔یہ منظّم توضیح، تجرباتی تجزیہ، تنقیدی قدر شناسی اور منطقی مطابقت پر مبنی ہے۔سائنس میں ہم مظہر کے کیوں ہونے کے بارے میں مطالعہ کرتے ہیں۔مثال کے طور پر ہائیڈروجن کے دو سالمے، اسیج اور آکسیجن کا ایک سالمہ رانیم مل کر پانی (H_2O) بناتے ہیں۔اسی طرح ہم کہہ سکتے ہیں کہ زمین سورج کے گرد گھومتی ہے۔

مطالعہ کے کسی موضوع کو سائنس کہا جاسکتا ہے جس میں درج ذیل خصوصیات موجود ہیں۔

(i) علم کا ایک منظّم ادارہ جس میں تصورات، لوگ اور نظریات شامل ہوں

(ii) ہمیں سبب واثر رشتہ قائم کرنے کا اہل ہونا چاہیے۔

(iii) اس کے اصول قابل توثیق ہونے چاہئیں؟

(iv) اس میں قابل پیش گوئی نتائج کو یقینی بنایا جانا چاہیے۔

(v) ہمہ گیر اطلاق ہونا چاہیے۔

مطالعے کے مضمون کے طور پر مینجمنٹ درج بالا تقریباً سبھی خصوصیات کو پورا کرتا ہے۔سائنٹفک مینجمنٹ PERT اور CPM جیسے نظریات اور تکنیکی، تکنیکی تجزیہ، بجٹ کاری وغیرہ سبھی نوعیت کے اعتبار سے سائنٹفک ہے۔تاہم چونکہ اس کا تعلق انسانوں سے ہے اس لیے ہم معین سبب واثر رشتے کی پیش گوئی نہیں کر سکتے۔لہذا مینجمنٹ کو ایک خالص یا پوری طرح سائنس کے طور پر نہیں برتا جاسکتا۔

جہاں تک آرٹ کا سوال ہے آپ جانتے ہیں کہ اس کا مطلب مہارت کے اطلاق کے ذریعہ مطلوبہ نتائج پیش کرنا ہے۔یہ ایک شخص عمل کاری ہے بیان کرتا ہے کہ کسی چیز کو کرنے کا بہترین طریقہ نہیں ہے۔اس طرح یہ تخلیقی اور عمل کے ذریعہ اس میں بہتری پیدا ہوتی ہے۔آرٹ میں ہم مظہر کے کیسے ہونے کے بارے میں سیکھتے ہیں۔مثال کے طور پر مصوری کا معاملہ لیں۔پینٹنگ کا بہترین طریقہ کسی کو نہیں کہا جاسکتا۔کوئی زیادہ پینٹ کرتا ہے تو وہ اسے زیادہ بہتر بناتا ہے اور سیکھتا ہے کہ کسی طرح پینٹ کیا جائے۔اب مینجمنٹ پر نظر ڈالیں یہاں بھی بہت سی مہارتوں کا اطلاق ہوتا ہے (جیسے تکنیکی، تصوراتی، انسانی وغیرہ) اور یہ فطرتاً تخلیقی بھی ہوتا ہے۔کوئی یہ نہیں کہہ سکتا کہ یہ بندوبست کا بہترین مرتبہ ہے۔یہ ہر نیجر کے لیے متنوع ہوسکتا ہے۔کوئی زیادہ انتظامی عمل انجام دیتا ہے، زیادہ تجربہ کار ہوتا ہے اور وہ ماہر بنتا ہے۔اس طرح یہ سائنس اور آرٹ دونوں کا مجموعہ ہے۔

(e) پیشے کے طور پر مینجمنٹ: پیشہ ایک مشغلہ ہے۔درست طور پر کہا جائے تو کوئی بھی مشغلہ جو درج ذیل ضروریات کی تشکیل کرتا ہے اسے پیشہ (Profession) کہا جاتا ہے۔

(i) یہ علم کا ایک منظّم اور مرتب ادارہ ہے۔ انجینئرنگ یا چارٹرڈ اکاؤنسی جیسے پیشوں کی مثال لیں۔ ان میں ایک مخصوص علم کی ضرورت ہوجاتی ہے ہے۔

(ii) ہمیشہ ایسے علم کا ایک رسمی طریقہ ہوتا ہے۔ دوسرے لفظوں میں، وہ افراد جو کسی مخصوص پیشے میں ہیں انھیں بعض رسمی اداروں کے ذریعہ مخصوص علم حاصل کرنے کی ضرورت ہوتی ہے۔ مثال کے طور پر آپ کو وکیل یا انجینئر کا پیشہ اپنانے کے لیے وکیل یا انجینئرنگ میں ڈگری حاصل کرنے کی ضرورت ہوتی ہے۔

(iii) پیشہ ور افراد کے لیے مخصوص ضابطہ آداب کی اختراع کے لیے ایک تنظیم ہوتی ہے۔ یہ ضابطہ آداب ان معیارات کی بنیاد ہوتے ہیں جن کی تعمیل پیشہ ور افراد کے ذریعہ ان کے کام کو انجام دیتے وقت کی جاتی ہوتی ہے۔ مجوزہ ضابطے کی خلاف ورزی کا نتیجہ پیشہ وروں کے عمل کو ناقابل تسلیم بنانے کی صورت میں برآمد ہوسکتا ہے۔

(iv) اس میں کوئی شک نہیں کہ کوئی پیشہ کسی کی روزی کمانے کا ایک مشغلہ ہے لیکن مالیاتی صلہ اور ان کی کامیابی کی کوئی خاص پیمائش نہیں ہے۔ پیشہ ور سماج کے طویل مدتی مفادات کی تعمیل میں اپنے مخصوص علم کا استعمال کرتے ہیں اور اپنی سماجی ذمہ داری کے تئیں بھی آگاہ رہتے ہیں۔

اگرچہ صحیح معنی میں مینجمنٹ ممکن ہے کہ ایک پیشے کی کبھی ضروریات کی تکمیل نہ کرتا ہو لیکن یہ زیادہ تر مذکورہ ضرورتوں کی تکمیل کرتا ہے اور آج کل اسے ایک مکمل پیشہ مانا جاتا ہے۔ متعدد ادارے ایسے وجود میں آئے ہیں جو رسمی یا باضابطہ طریقے سے مینجمنٹ کی تعلیم دیتے ہیں اور مستقبل کے منیجروں کو تربیت دیتے ہیں۔ مختلف تنظیمیں جیسے یو ایس اے میں امریکن مینجمنٹ ایسوسی ایشن، ہندوستان میں آل انڈیا مینجمنٹ منیجروں کے نمائندہ اداروں کے طور پر کام کرتی رہی ہیں اور انھوں نے واجب طور پر منیجروں کے لیے ضابطہ و آداب کی تخلیق کی ہے۔ مینجمنٹ کے خصوصی میدان میں مزید بہت سی تنظیمیں وجود میں آئی ہیں۔

6.5 مینجمنٹ کی سطحیں

جیسا کہ پہلے بیان کیا جاچکا ہے کہ اختیار اور ذمہ داریوں کے متنوع درجے کے ساتھ مینجمنٹ کی بعض سطحیں ہوتی ہیں۔ کچھ میجر حتمی طور پر کاروبار کے مقاصد طے کرتے ہیں جبکہ بعض منیجر مختلف شعبوں میں ان مقاصد کو حاصل کرنے کا کام جیسے پیداوار، فروخت وغیرہ انجام دیتے ہیں اور چند منیجر کامگاروں کی روزمرہ کی سرگرمیوں کی نگرانی کرتے ہیں۔ میجر مختلف قسم کے فرائض انجام دیتے ہیں۔ اس طرح انھیں تین زمروں میں تقسیم کیا جاتا ہے۔

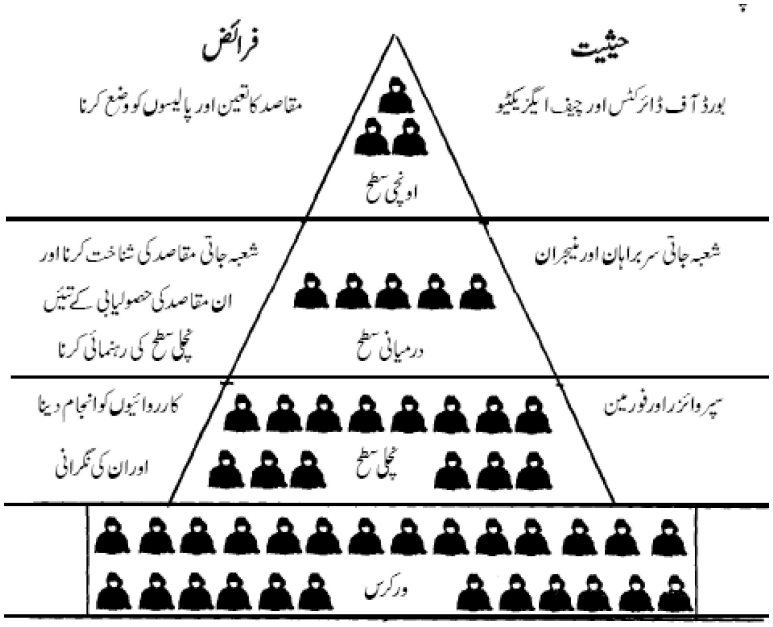
☆ اعلیٰ سطحی مینجمنٹ

☆ درمیانی سطح کا مینجمنٹ

☆ نچلی سطح کا مینجمنٹ

درج ذیل ڈائیگرام کے ذریعہ مختلف سطح کے مینجمنٹ کے فرائض، حیثیت اور رشتوں کے بارے میں آپ کو اندازہ ہوگا۔

ڈائیگرام سے پتہ چلتا ہے ہے اعلیٰ سطحی مینجمنٹ میں بورڈ آف ڈائریکٹرز اور چیف ایگزیکٹیو شامل ہوتے ہیں۔ چیف ایگزیکٹیو چیئرمین، نچنگ ڈائریکٹر، صدر، ایگزیکٹیو ڈائریکٹر یا جنرل منیجر کے طور پر نامزد ہوسکتے ہیں۔ یہ مسلح مجموعی طور پر کاروبار کے مقاصد متعین کرتی ہے اور ان مقاصد کو حاصل کرنے کے لے پالیسیاں وضع کرتی ہے۔ (پالیسی سازی کا مطلب ہے کاموں اور فیصلے کے لیے رہنما خطوط فراہم کرنا)۔ اعلیٰ مینجمنٹ تنظیم پر مجموعی اختیار بھی رکھتا ہے۔



درمیانی سطح کے مینجمنٹ میں مختلف شعبہ جات، جیسے پیداوار، فروخت وغیرہ کے سربراہان اور دیگر شعبہ جاتی منیجر شامل ہوتے ہیں۔ کبھی کبھی سینئر شعبہ جاتی سربراہان کو اعلی مینجمنٹ میں شامل کیا جاتا ہے۔ درمیانی سطح کے مینجمنٹ کے لیے کاروبار کے مقاصد کو حتمی طور پر شعبہ جاتی مقاصد میں منتقل کیا جاتا ہے۔ شعبوں کے سربراہان ان کے بعد اپنی حکمت عملی کا خاکہ بناتے ہیں تاکہ ان مقاصد کو حاصل کیا جاسکے۔ درمیانی سطح کے منیجر بطور خاص اپنے متعلقہ شعبوں کی سرگرمیوں سے متعلق ہوتے ہیں۔

نچلی سطح کا مینجمنٹ فورمین اور سپروائزروں (نگراں) پر مشتمل ہوتا ہے جو کام کرنے والے مزدوروں کی دیکھ بھال کرتا ہے اور یہ یقینی بناتا ہے کہ کام کو وقت پر مناسب طور پر انجام دیا جائے۔ اس طرح ان کی بنیادی ذمہ داری تنظیم میں اشیاء اور خدمات کی اصل حقیقی پیداوار کے لیے ہوتی ہے۔

مینجمنٹ کی ان تین سطحوں کو مجموعی طور پر مینیجمنٹ کی درجہ بندی کی شکل میں لیا جاتا ہے۔ اس سے سلسلہ مراتب میں منیجروں کے عہدوں اور حیثیتوں کا اشارہ ملتا ہے۔ اس سے ظاہر ہوتا ہے کہ درمیانی سطح کا مینجمنٹ اعلیٰ سطحی مینجمنٹ کا ماتحت ہوتا ہے اور نچلی سطح کا مینجمنٹ وسطی سطح کے مینجمنٹ کے ماتحت ہوتا ہے۔

درج بالا شکل کو ایک بار پھر بغور دیکھیں۔ آپ دیکھیں گے کہ ہر سطح پر لوگوں کی تعداد اوپر سے نیچے کی طرف جاتے جاتے بڑھتی جاتی ہے۔ کارکنان میں ہنرمند افراد، جسمانی کام کرنے والے مزدور، انجینئر، سائنس داں وغیرہ پر مشتمل تنظیم کی ممبرشپ کی ایک بڑی

ہیئت کی تشکیل کرتے ہیں۔انتظامی عہدوں میں ہر سطح پر منیجروں کی تعداد اگر نچلی سطح سے اوپر کی سطح پر جایا جائے تو کم ہوتی جاتی ہے۔تنظیم کی اونچی سطح پر بالعموم ایک فرد ہوتا ہے۔

6.6 مینجمنٹ کے فرائض

ہر تنظیم میں میجر بعض بنیادی فرائض انجام دیتے ہیں۔ان کو چھ زمروں یعنی منصوبہ بندی، تنظیم، تعیناتی عملہ، ہدایت کاری، رابطہ کاری اور کنٹرول کاری مع تقسیم کیا جاتا ہے۔ابتدائی بحث ذیل میں کی گئی ہے۔آپ ان فرائض کے بارے میں اگلے اسباق میں تفصیل کے ساتھ پڑھیں گے۔

(a) **منصوبہ بندی:** پیشگی میں یہ فیصلہ کرنا کہ کیا کیا جائے، اسے کب انجام دیا ئے، اسے کیسے انجام دیا جائے، وغیرہ کی منصوبہ بندی ہوتی ہے۔یہ بنیادی طور پر حاصل کیے جانے والے مقاصد کے انتخاب اور مختلف متبادلات میں مؤثر مدت عمل متعین کرنے سے متعلق ہے۔اس میں پیشگی اندازہ کرنا، اہداف مقرر کرنا، پالیسیوں اور پروگراموں کو فروغ دینا، کارروائیوں اور عمل کا شیڈول بنانا شامل ہے۔اسی طرح منصوبہ بندی میں کیا کرنا چاہیے، کیسے کرنا چاہیے، کون کرے گا، اسے کہاں انجام دیا جائے گا اور کیوں اس کو انجام دیا جاتا ہے وغیرہ کے متعلق فیصلے شامل ہیں۔منصوبہ بندی کا ضروری حصہ مقاصد کے تعین اور سرگرمیوں کے پروگرام پر مشتمل ہوتا ہے۔

(b) **تنظیم:** منصوبہ وضع کرنے کے بعد مینجمنٹ کو منتخب پروگراموں کو کامیابی کے ساتھ انجام دینے کے لیے سرگرمیوں اور فرم کے مادی وسائل کو منظّم کرنا ہوتا ہے۔اس میں مقصد کی تکمیل میں ہموار اور موثر عمل کو یقینی بنانے کے لیے مختلف سطحوں پر افعال، شعبہ جات اور عملہ کے درمیان اختیار اور ذمہ داری کے رشتوں کو متعین کرنا بھی شامل ہے۔اسی طرح مینجمنٹ کے کام کی تنظیم بنیادی طور پر معینہ کاموں کی شناخت اور اکائیوں نیز شعبوں میں ان کی گروپ بندی اور تنظیم میں زیادہ مربوط، نیز امداد باہمی کوشش کے لیے ہر شعبے میں مختلف حیثیتوں میں لوگوں کے فرائض اور ذمہ داریوں کو معین کرنے سے متعلق ہوتا ہے۔

(c) **تعیناتی عملہ:** تعیناتی عملہ انجام دی جانے والی مختلف سرگرمیوں کے لیے لوگوں کو ملازمت دینے سے متعلق ہے۔تعیناتی عملہ کا مقصد یہ یقینی بناتا ہے کہ مختلف عہدوں کے لیے موزوں لوگوں کی تقرری کی گئی ہے۔اس میں بھرتی، تربیت اور ترقی، تعیناتی، معاوضہ اور ملازمین کی کارکردگی کی تشخیص کا عمل شامل ہے۔

(d) **ہدایت کاری:** مینجمنٹ کے ہدایت کاری عمل میں ماتحتوں کی رہنمائی، ان کی کارکردگی کی نگرانی، مؤثر ترسیل اور انھیں متحرک کرنے کا عمل شامل ہے۔منیجر کو ایک اچھا قائد ہونا چاہیے۔ماتحتوں میں کسی طرح کی ناراسگی پیدا کیے بغیر اسے امکانات اور ہدایات جاری کرنے کا اہل ہونا چاہیے۔اسے اپنے ماتحتوں کی کارکردگی پر مسلسل نظر رکھنی چاہیے اور جب کبھی انھیں کسی دشواری کا سامنا ہو تو ان کی مدد کرنی چاہیے۔ترسیلی نظام یعنی فہم عامہ اور واضح ہونے کی کیفیت پیدا کرنے کے لیے معلومات کا تبادلہ با قاعدگی کے ساتھ انجام دیا جانا چاہیے۔نیچروں کو ماتحتوں کی ضرورتیں بھی سمجھنی چاہئیں اور بہتر سے بہتر کرنے کے لیے ان کا حوصلہ بڑھاتا چاہیے۔پیش قدمی کرنے اور تخلیقیت ابھارنے کی بھی حوصلہ افزائی کی جانی چاہیے۔

(e) کنٹرول کاری: مینجمنٹ کے کام میں وہ اقدامات شامل ہیں جو منصوبوں کے مطابق کام کو انجام دینے کو یقینی بنانے کے لیے کیے جاتے ہیں۔ اس میں کارکردگی کے معیارات قائم کرنا اور مرتب معیارات کے ساتھ حقیقی کارکردگی کی پیائش شامل ہے۔ اگر اختلافات نظر میں آئے تو اصلاحی اقدامات کیے جانے ہوتے ہیں جن میں معیارات پر نظر ثانی، افعال کو منضبط کرنا، نقائص کو دور کرنا اور کارکردگی کو بہتر بنانا شامل ہوتا ہے۔

6.7 مینجمنٹ کے اصول

یہ اصول بنیادی سچائیاں ہیں جنھیں عام طور پر انہیں سبب واثر کے رشتوں کی شکل میں بیان کیا جاتا ہے۔ مینجمنٹ کے اصول فیصلہ سازی کے لیے منیجروں کے لیے ایک وسیع رہنما خطوط ہیں۔

تصور

مینجمنٹ کے اصول مشاہدات اور آزمائشی مطالعات کی بنیاد پر اخذ کیے گیے ہیں۔ مینجمنٹ کے اصول سبب واثر (andcause effect) کا تعلق قائم کرتے ہیں اور فکر وعمل کے تئیں رہنمائی کا کام کرتے ہیں۔ مثال کے لیے کام کے تقسیم کے اصولوں کے مطابق " اختصاص (Specialization) کام کی تقسیم کا نتیجہ ہے۔ سبب (کام کی تقسیم) اور اثر (اختصاص) کی واضح طور پر نشاندہی کی جاسکتی ہے۔ مینجمنٹ کے اصول بنیادی سچائی کے بیانات ہیں، جو انتظامی فیصلوں کے لیے رہنما خطوط فراہم کرتے ہیں۔

مینجمنٹ کے اصولوں کی نوعیت

1. ہمیہ گیر: مینجمنٹ کے اصول سبھی طرح کی تنظیموں جیسے حکومتی کاروباری اداروں تعلیمی اداروں، کاروباری اداروں کے لیے قابل نفاذ ہوتے ہیں۔
2. لچکدار: بدلتی صورت حال کے مطابق مینجمنٹ کے اصولوں میں ترمیم کی جاتی ہے اور ان کا اطلاق ہوتا ہے۔ مثال کے لیے جب کوئی تنظیم کام کرنا شروع کرتی ہے تو یہ مرکزیت کے اصول کو اختیار کرسکتی ہے۔ جب تنظیم ایک بڑا کاروباری ادارہ بن جاتا ہے تو لامرکزیت کے اصول کا اطلاق کرے گا۔
3. انسانی برتاؤ پر اثر انداز ہونا مقصود: انسانی برتاؤ یا کردار پیچیدہ اور نا قابل پیش گوئی ہوتا ہے۔ مینجمنٹ کے اصول انسانی برتاؤ پر اثر انداز ہوتے ہیں۔ اس طرح انسانی وسائل کسی تنظیم کے بنا بہتر سے بہتر انجام دیتے ہیں۔ مثال کے طور پر نظم کے اصول کی پابندی کی جاتی ہے تاکہ درکرس کی فضول حرکت سے بچا جاسکے۔
4. سبب واثر تعلق: مینجمنٹ کے اصول واضح طور پر مختلف اعمال کے سبب اور مختلف فیصلوں کے نتائج کا اشارہ کرتے ہیں۔ مثال کے لیے ڈسپلن کے اصول کے مطابق کاروبار ہموار طور پر چلانا ڈسپلن کا نتیجہ ہے۔

مینجمنٹ کے اصولوں کی اہمیت

مینجمنٹ کے اصول تمام گروہی کوششوں میں نمایاں اہمیت کے حامل ہیں۔ مینجمنٹ اصولوں کی اہمیت کے نکات درج ذیل ہیں:

1. مینجمنٹ میں تحقیق کے لیے رہنمائی کی حیثیت سے عمل: ابھی تک جن اصولوں کو فروغ دیا گیا ہے ان کی آزمائش، نئی صورت حال میں کی جاسکتی ہے اور مینجمنٹ کے عمل کو زیادہ موثر بنایا جاسکتا ہے۔ مثال کے لیے شروع میں ورکرس کو ان کے معاوضے سے تحریک وترغیب ملتی تھی لیکن آج کل تنظیم کے ذریعہ فیملی صحت، بچوں کی تعلیم وغیرہ پر بھی ورکرس کو تحریک دینے اور انہیں برقرار رکھنے کے سلسلے میں غور کیا جانا چاہیے۔
2. تفہیم میں بہتری: مینجمنٹ کے اصولوں کے علم سے کسی کاروباری اردرے کے مینجروں کو مناسب انتظام وانصرام میں مدد ملتی ہے۔ مینجمنٹ کے اصول مینجروں کو صحیح فیصلہ لینے میں مدد کرتے ہیں۔ میجر صورت حال سے زیادہ بہتر ڈھنگ سے نمٹ سکتے ہیں۔
3. مینجروں کی تربیت کے لیے شعبوں کی شناخت: مینجمنٹ کے اصول ان میدانوں کی شناخت میں مدد کرتے ہیں جہاں میجروں کو تربیت دی جانی چاہیے۔
4 مینجروں کے لیے حوالے کے طور پر عمل: یہ اصول مینجروں کے لیے حوالے کے طور پر کام کرتے ہیں اور ان کے ذریعہ کیے گئے فیصلوں کا جائزہ لینے میں مدد کرتے ہیں کہ آیا یہ فیصلے مناسب اور درست ہیں۔
5. کارکردگی میں اضافہ: یہ اصول درست فیصلہ لینے میں مینجروں کے لیے رہنما خطوط ہیں۔ یہ اصول کاروباری ادارے کے مسائل حال کرنے میں مینجر کی مدد کرتے ہیں۔

6.7.1 سائنٹفک مینجمنٹ کے اصول

فریڈک ونسلو ٹیلر برنے اس بات کی نشاندہی کی کہ موجودہ مینجمنٹ کے عمل کی آزمائشی تجربات کے طریقے پر مبنی تھے۔ ایف ڈبلو ٹیلر کو سائنٹفک مینجمنٹ کے بانی کے طور پر جانا جاتا ہے۔ سائنٹفک مینجمنٹ کا مطلب ہے مینجمنٹ کے مسائل کے مطالعہ اور تجزیہ کے سائنسی طریقوں کا اطلاق۔ ٹیلر نے تنظیم کے مینجروں کی رہنمائی کے لیے درج ذیل اصولوں کو فروغ دیا۔ ان اصولوں کو سائنٹفک مینجمنٹ کے اصول کے طور پر جانا جاتا ہے۔ سائنٹفک مینجمنٹ کے اصول درج ذیل ہیں:

1. فرد کے کام کے ہر عنصر کے لیے سائنس کو فروغ: اس اصول کے مطابق فیصلے رواج پر مبنی نہ ہو کر عوامل کی بنیاد پر ہونے چاہئیں۔ کسی ورکر کو سونپے گئے کام کا مشاہدہ ہونا چاہیے کہ یہ کام کے ہر عصر (لیا گیا وقت، ورکر کی تکان وغیرہ) کا تجزیہ کیا جانا چاہیے۔ ایسے مشاہدے کا مقصد مفوضہ کام کو انجام دینے کے بہتر طریقے کا فیصلہ کرنا ہے۔ ٹیلر نے زور دیا کہ ہر مفوضہ کام سائنسی مطالعے پر مبنی ہونا چاہیے۔
2. ورکرس کا سائنسی انتخاب، تربیت اور ترقی: ایف ڈبلو ٹیلر نے تجویز دی کہ اگر تنظیم کارکردگی میں بہتری چاہتی ہے تو یہ ضروری ہے کہ ورکرس کی تعیناتی مفوضہ کام کے تجزیہ اور اس کی تفصیل کی بنیاد پر سائنسی طور پر پوری توجہ سے کی جانی چاہیے۔ اس طرح ان کی مہارتیں اور تجربہ مفوضہ کام کے عین مطابق ہوتے ہیں۔

3. ورکرس اور مینجمنٹ کے درمیان گہرا تعاون: ایف ڈبلو ٹیلر کا خیال ہے کہ منصوبے اور معیارات کے مطابق کام کو انجام دینے کے لیے ورکرس اور مینجمنٹ کے درمیان گہرا تعاون ہونا چاہیے۔

4. ذہنی رویہ میں انقلاب: ایف ڈبلو ٹیلر کے مطابق ورکرس اور مینجروں کے مکمل ذہنی انقلاب (بنیادی تبدیلی) کے بغیر سائنٹفک مینجمنٹ کامیاب نہیں ہوگا۔ ورکریں اور مینجروں کو اپنے رشتہ رشتوں اور کام کے لیے کی جانے والی کوششوں کے لحاظ سے ذہنی رویہ میں ایک مکمل تبدیلی ہونی چاہیے۔ اسے چینی انتظامی امور کے بنیادی خدوخال انقلاب یا ذہنی رویے میں بنیادی تبدیلی (revolutionmental) کہا جاتا ہے۔

5. زیادہ سے زیادہ خوشحالی: اس اصول کے مطابق ہر مینجمنٹ کا مقصد آجر اور ملازمین کے لیے زیادہ سے زیادہ خوشحالی کو یقینی بنانا ہونا چاہیے۔ یہ بھی ممکن ہے جب ورکر کو محدود آوٹ پٹ (پیداوار) کے بجائے زیادہ سے زیادہ آوٹ پٹ دیا جائے۔

6. ذمہ داری کی تقسیم: ٹیلر نے اس بات پر زور دیا کہ مینجمنٹ کی اور ورکرس کے درمیان ذمہ داریوں کی بالکل واضح تقسیم ہونی چاہیے۔ کام کی منصوبہ بندی مینجروں کی ذمہ داری ہونی چاہیے۔ کام کی تعمیل ورکرس کے ذریعہ انجام دی جانی چاہیے۔

6.2.2 سائنٹیفک مینجمنٹ کی تکنیک

ٹیلر کو سائنٹفک مینجمنٹ کی تکنیکوں خاص طور پر محکمہ پیداوار اور دوکان کی سطح پر بھی ہونے والی تکنیکوں کے بارے میں جانا جاتا ہے۔ ٹیلر کے ذریعہ پیش کی گئی سائنٹفک تکنیکیں درج ذیل ہیں:

1. کام کے بارے میں مطالعات: کام کا یہ مطالعہ موثر بہتری کے سلسلے میں کسی سرگرمی کی عملی کارکردگی کو منضبط کرنے والے تمام عوامل کا منظّم، بامقصد اور تنقیدی جائزہ ہے۔ اس میں وقت کا مطالعہ، حرکت کا مطالعہ، تکان کا مطالعہ اور طریقے کا مطالعہ شامل ہے۔

(a) وقت کا مطالعہ: کام کرنے اور اسے کرنے کے بہتر طریقے کو فروغ دینے کے لیے مطلوبہ وقت کا مشاہدہ اور انہیں درج کرنے کی تکنیک ہے۔

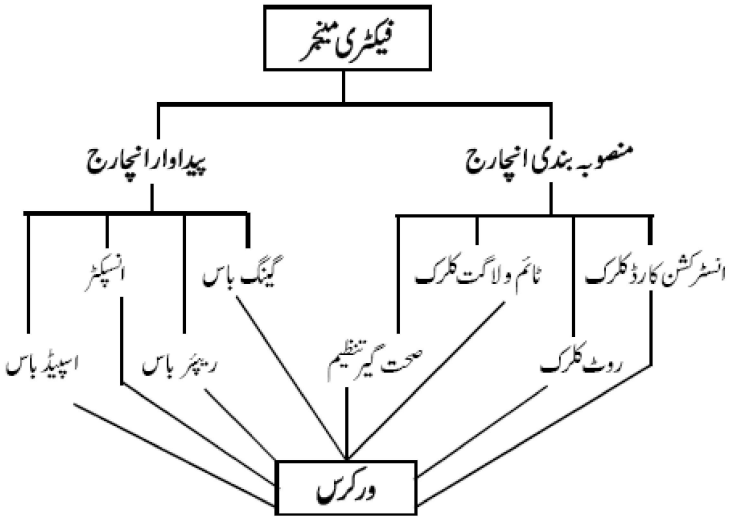
(b) حرکت کا مطالعہ: حرکت کے مطالعہ میں افراد، مشینوں اور مواد کی حرکت و نقل پذیری کا مشاہدہ اور تجزیہ کیا جاتا ہے۔ حرکت کے مطالعے سے فضول حرکتوں کو ختم کر اور مخصوص جاب کو انجام دینے کا بہتر طریقہ دریافت کرنے میں مدد ملتی ہے۔

(c) مکان کا مطالعہ: تکان کے اسباب اور اس کے نتائج کا منظّم، بامقصد اور تنقیدی جائزہ ہے۔ اس مطالعے کا مقصد پوری صلاحیت کے ساتھ کام کو پورا کرنے میں مطلوبہ آرام کی مقدار اور تواتر کا تعین ہے۔

(d) طریقے کا مطالعہ: طریقے کا مطالعہ جاب (عمیق پونجی یا شدید محنت) کو انجام دینے کے طریقوں کا تجزیہ کرنا اور ان کی جانچ پرکھ سے متعلق ہے۔ مینجمنٹ درج ذیل عوامل، مزدور لاگت، پونجی کی دستیابی، مواد کی لاگت وغیرہ پر غور کرنے، بہتر طریقے کو منتخب کرنا چاہیے۔

2. معیار بندی: اس سے مراد معیاری مواد اور ورکرس کے ذریعہ استعمال کے لیے مشینوں اور آلات کا استعمال کے لیے منتخب کرنے، لاٹینگ کے لحاظ سے کام کے حالات، ہواداری وغیرہ کی معیار بندی ہے۔ اس سے مفوضہ کاموں کی کارکردگی بہتر ہوگی۔

3. عملی یا تفاعلی فورمین شپ: تفاعلی فورمین شپ کے تحت کسی ورکر کی نگرانی متعدد فورمین کے ذریعہ کی جاتی ہے۔ آٹھ فورمین پیداوار کے مختلف پہلوؤں کا کنٹرول کرتے ہیں۔



محکمہ منصوبہ بندی کے تحت فورمین درج ذیل ہیں:

1. روٹ کلرک: وہ پیداوار کا عمل اور روٹ (راہ) متعین کرے گا جس کے ذریعہ خام مواد گزرے گا۔
2. ا.نسٹرکشن کارڈ کلرک: وہ ان درکرس کے لیے ہدایت پیش کرتا ہے جنھیں اپنے جاب کو انجام دینے کے لیے ان کی پابندی کرتی ہوتی ہے۔
3. ٹائم ولاگت کلرک: مختلف جاب کو انجام دینے کے لیے ٹائم ٹیبل مرتب کرتا ہے اور مزدور لاگت اور ہر عمل کی مواد لاگت کی صراحت کرتا ہے۔
4. تنظیم (ڈسپلن برقرار رکھنے والا): اس کی ذمہ داری ہوتی ہے کہ وہ فیکٹری میں ڈسپلن برقرار رکھے۔

محکمہ پیداوار کے تحت فورمین

1. گیٹنگ باس: وہ جاب کے لیے ورکرس، مشینیں، آلات اور مواد وغیرہ کا بندوبست کرتا ہے۔
2. اسپیڈ باس: پیداوار کی منصوبہ بند رفتار کو برقرار رکھنے کی ذمہ داری اس کی ہوتی ہے۔
3. ریپئر باس: اس کی ذمہ داری مشینوں، آلات اور ساز و سامان کے رکھ رکھاؤ (صفائی، چکنا کرنے، تیل ڈالنے وغیرہ کی ہوتی ہے۔
4. انسپکٹر: اسے اس بات کو یقینی بنانا ہوتا ہے کہ پیداوار محکمہ منصوبہ بندی کے قائم کردہ معیار کے معیار پر پورا اترتی ہے۔

6.7.3 تفرقی عدد شرح منصوبہ

ایف ڈبلو۔ٹیلر نے ان ورکرس کے لیے زیادہ ادائیگی کا جو معیاری آوٹ پٹ (پیداوار) پیش کرتے ہیں اور ان کے لیے کم تر ادائیگی جو معیاری پیداوار پیش کرتے ہیں نا کام ہوتے ہیں کی تجویز پیش کی ہے۔ ورکرس کو تیار کے گیے مال کی تعداد کی بنیاد پر ادائیگی ہوتی ہے۔ ورکرس کے مختلف مجموعے کے۔ لیے مختلف شرح کے سبب اسے تفرقی عدد شرح منصوبے کے طور پر جانا جاتا ہے۔

بالفرض معیاری آوٹ پٹ 100 اکائیاں متعین ہیں اور دو ورکر اور بتدریج 120 اکائیاں اور 180 کائیاں تیار کرتے ہیں۔ اگر ان دونوں اکائی کی RS1 شرح اور 0.75.Rs ہے تو A کو 1201 روپے اور B کو صرف 60 روپے ملیں گے۔ چوں کہ B کمتر ادائیگی حاصل کرتا ہے تو وہ اس دباؤ میں رہے گا کہ وہ اپنی کارکردگی میں بہتری پیدا کرے اور معیاری پیداوار کو حاصل کرے۔

6.8 مینجمنٹ کے عمومی اصول

سائنٹفک مینجمنٹ بنیادی طور پر کارگاہ پر انفرادی کارکن کی کارکردگی بڑھانے سے متعلق ہے۔ اس میں نیجروں کے کردار اور ان کے فرائض پر مناسب توجہ نہیں دی گئی تھی۔ تاہم تقریباً اسی زمانے میں فرانس میں ایک کوئلہ کان کنی کمپنی کے ڈائریکٹر ہینزی توکل نے مینجمنٹ کی عمل کاری کا ایک منظّم تجزیہ کیا۔ اس نے اس بات کو کافی محسوس کیا کہ نیجروں کی رہنمائی چند مخصوص اصولوں کے ذریعہ کی جانی چاہیے اور اس سلسلے میں اس نے مینجمنٹ کے 14 عمومی اصول وضع کیے جن کو مینجمنٹ میں کافی اہم سمجھا جاتا ہے۔ جو یہ ہیں:

1. کام کی تقسیم: اس اصول میں یہ پیش کیا گیا ہے کہ ایسے فرد کو ہی کام تفویض کیا جانا چاہیے جو اس کے لیے زیادہ بہتر طور پر موزو ہو۔ افراد کو تفویض کیے جانے والے کاموں کو ٹھوس کاموں میں تقسیم کیا جاتا چاہیے۔ اس سے اختصاص میں آسانی پیدا ہوتی ہے اور کارکردگی میں بہتری پیدا ہوتی ہے۔
2. اختیار اور ذمہ داری: ذمہ داری کا مطلب ہے کہ فرد کو تفویض کا کیا گیا کام اور اختیار سے مراد وہ حقوق ہیں جو کارکردگی کو یقینی بنانے کے لیے افراد اور چیزوں کے اہتمام کے لیے اسے دیئے جاتے ہیں۔ دوسرے لفظوں میں مؤثر نتائج کے لیے ذمہ داری کے ساتھ اختیار بھی دوش بدوش دیئے جانے چاہئیں۔
3. نظم وضبط: یہ اصول اس بات پر زور دیتا ہے کہ ماتحتوں کو اپنے بڑوں کا احترام کرنا چاہیے اور ان کے احکامات کی تعمیل کرنی چاہیے جبکہ دوسری طرف اعلیٰ عہدے داروں کا برتاؤ اس طرح ہونا چاہیے کہ اتحت اطاعت گزار بنیں۔ اگر اس طرح کے نظم وضبط کا مشاہدہ کیا جاتا ہے تو صنعتی تنازعات میں کوئی مسئلہ نہیں پیدا ہوگا۔
4. احکام کی وحدت: ماتحتوں کو صرف ایک اعلیٰ افسر کی نگرانی کے تحت رکھا جانا چاہیے جس سے وہ ہدایات حاصل کریں اور جس کے تئیں وہ جوابدہ ہوں۔ اس سے اختیارات اور ہدایات میں الجھاؤ پیدا ہونے ت میں الجھاؤ پیدا ہونے سے بچا جاسکتا ہے۔
5. ہدایات کی وحدت: سرگرمیوں کے ہر گروپ کا ایک مقصد ہو، ایک سربراہ اور ایک منصوبہ عمل ہو ورنہ اخراجات کا ضیاع ہوگا اور نیجروں میں بے سودی رقابت پیدا ہوگی۔
6. انفرادی مفاد کے بجائے عمومی مفاد کا تابع ہونا کوئی فیصلہ لیتے وقت تنظیم کی اجتماعی بہتری اور اجتماعی مفاد کو بحیثیت مجموعی انفرادی مفادات پر فوقیت دی جانی چاہیے۔ انفرادی مفاد تنظیم کے مجموعی مفاد کا تابع ہونا چاہیے۔ اس سے تنظیم کی بہبود کے ساتھ انفرادی ممبران کی فلاح و بہبود ہوتی ہے۔

7. معاوضہ: مینجمنٹ کو ملازمین کو منصفانہ اجرت دینے کی کوشش کرنی چاہیے تا کہ کارکنان کی معقول تسکین اور تنظیم کے لیے پیداواریت کو یقینی بنایا جاسکتا ہے۔

8. مرکزیت: جب کوئی ایک اکیلا شخص تنظیم کے معاملات کا نگراں ہوتا ہے تو اسے مکمل مرکزیت یا ارتکاز کیا جاتا ہے۔ چھوٹے کاروباری اداروں میں ایک اکیلا منیجر آسانی کے ساتھ ماتحتوں کے کام کی نگرانی کرسکتا ہے جب کہ بڑی تنظیموں میں کنٹرول کاری کو متعدد افراد میں تقسیم کردیا جاتا ہے۔ اس طرح مختلف سطحوں پر عملی فیصلہ سازی میں آسانی پیدا ہوتی ہے۔ فیول کی رائے تھی کہ کسی تنظیم میں اختیار کی مرکزیت اور نامزدگی کے درمیان مناسب توازن ہونا چاہیے۔

9. سلسلہ مدارج: اونچے سے نچلے درجوں تک اختیارات کا ایک سلسلہ ہے۔ اس سے اشارہ ملتا ہے کہ ماتحت اپنے فوری نگراں کو رپورٹ پیش کرتے ہیں جو سیدھے طور پر اسے اپنے باس کو آگے بڑھاتا ہے۔ اس سلسلے کی ترتیب برقرار رہتی ہے جب کہ بعض ہدایات کو سلسلے وار منتقل کرنا ہوتا ہے یا اس سلسلے میں استفسار کیا جانا ہوتا ہے۔

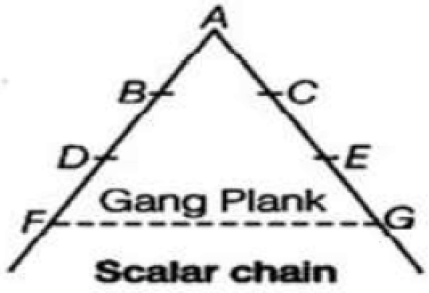


Fig.:6.3

10. ترتیب: افراد اور سامان کی تعیناتی مناسب طور پر کی جانی چاہیے، مناسب جگہ دستیاب ہونی چاہیے جہاں سامان یا مواد کو محفوظ طور پر رکھا جاسکتا ہے۔ ہر اس فرد کو کام دیا جانا چاہیے جو اسی کے لیے زیادہ موزوں ہو۔

11. معدلت: یہ اصول منیجروں سے یہ تقاضہ کرتا ہے کہ وہ کارکنان کے تئیں مہربان اور عدل پر مبنی رویہ رکھے۔ اس سے اعلیٰ عہدیداروں اور ماتحتوں کے درمیان ایک دوستانہ ماحول پیدا ہوتا ہے اور انھیں اپنے فرائض مؤثر طور پر انجام دینے کی تحریک دیتا ہے۔

12. مدت یا معیار میں استحکام: ملازمین کو ان کی مدت ملازمت میں استحکام اور تسلسل فراہم کرنا چاہیے۔ ملازمین کی ملازمت بار بار ختم کرنے سے بچنا چاہیے۔ اسے پرکشش معاوضہ اور عملہ کے ساتھ باعزت برتاؤ کے ذریعہ حاصل کیا جاسکتا ہے۔

13. پیش قدمی: یہ اس بات کی دلالت کرتا ہے کہ مطلوبہ نتائج حاصل کرنے میں کسی منصوبے کا خاکہ بنانے اور تعمیل کے لیے اس کے عملہ میں پیش قدمی کرنے کی حوصلہ افزائی کرنی چاہیے۔

14. ٹیم سے قلبی لگاؤ اور اس کی پاسداری: "CorpsdeEsprit" یہ فرانسیسی لفظ ہے جس کا مطلب ہے SpiritTeam یعنی مل جل کر کام کرنے کا جذبہ۔ منیجروں کو ملازمین میں ہمکاری اور تعاون کا جذبہ پیدا کرنا چاہیے۔ اس سے باہمی اعتماد اور جذبہ اتحاد کے ماحول کو فروغ دینے میں مدد ملتی ہے۔

فیول نے اسے واضح کیا کہ ان اصولوں کا اطلاق زیادہ تر تنظیموں میں کیا جاسکتا ہے لیکن یہ مطلق اصول نہیں ہیں۔ تنظیمیں انھیں اپنانے کے لیے آزاد ہیں جو ان کے لیے موزوں نہیں یا اپنی ضرورتوں کے مطابق کچھ کو ختم کرسکتی ہیں۔

اختتامی مشق

نہایت مختصر جواب کے لیے سوالات

1. اصطلاح مینجمنٹ کی تعریف کیجیے؟
2. مینجمنٹ کی مختلف سطحوں کو درج فہرست کیجیے۔
3. مل جل کر کام کرنے کا جذبہ (corpsdeEsprit) کے معنی بیان کیجیے۔
4. عام مفاد کے تئیں انفرادی مفاد کے تابع ہونے سے کیا مراد ہے؟
5. مینجمنٹ کے اصول کے طور پر معدلت کی اصطلاح کی تعریف کیجیے؟
6. سائنٹفک مینجمنٹ کا کوئی ایک اصول بتائیے۔
7. مطالعہ حرکت (studymotion) سے کیا مراد ہے؟

مختصر جواب کے لیے سوالات

8. مینجمنٹ کے کوئی تین مقاصد بیان کیجیے۔
9. مینجمنٹ کی مختلف خصوصیات کا ذکر کیجیے؟
10. نظم وضبط کے طور پر مینجمنٹ کے معنی کی وضاحت کیجیے۔
11. کیا مینجمنٹ کو ایک پیشے کے طور پر لیا جا سکتا ہے؟ اپنے جواب کے حق میں اسباب بتائیے۔
12. سائنٹفک مینجمنٹ سے کیا مراد ہے؟
13. مینجمنٹ کے اصولوں کی کوئی تین خصوصیات بین کیجیے۔
14. مینجمنٹ کے اصولوں کی اہمیت واضح کیجیے۔
15. مینجمنٹ کے اصولوں سے کیا مراد ہے؟
16. ذہنی انقلاب سے کیا مراد ہے؟

طویل جواب کے لیے سوالات

17. مینجمنٹ کی خصوصیات بیان کیجیے۔
18. مینجمنٹ کے مقاصد واضح کیجیے۔
19. مینجمنٹ کی اہمیت بیان کیجیے۔
20. مینجمنٹ کے مختلف افعال بیان کیجیے۔
21. ہنری فیوئل کے ذریعے بتائے گئے مینجمنٹ کے 14 اصول بیان کیجیے۔
22. مینجمنٹ کی کوئی تین خصوصیات واضح کیجیے۔
23. ڈسپلن کے طور پر اور گروپ کی حیثیت سے بھی مینجمنٹ کی وضاحت کیجیے۔

7. منصوبہ بندی اور تنظیم کاری

(Planning and Organisation)

پچھلے سبق میں آپ نے مینجمنٹ کے مختلف افعال کے بارے میں پڑھا، جیسے منصوبہ بندی تنظیم کاری، تعیناتی عمل، ہدایت کاری، رابطہ کاری اور کنٹرول کاری۔ اس سبق میں ہم پہلے دو افعال یعنی منصوبہ بندی اور تنظیم کاری کے بارے میں بحث کریں گے اور منصوبہ بندی کی فطرت، اہمیت اور عمل کاری اور تنظیم کاری کے بنیادی تصورات بشمول تنظیم کا طریقہ عمل، تنظیم کی ساخت، اختیار کی تفویض اور اتھارٹی لامرکزیت پر خصوصی توجہ دیں گے۔

اکتسابی مقاصد

☆ بیان کریں کہ کاروبار کی منصوبہ بندی کیسے کی جاتی ہے اور اس کی مخصوص خصوصیات کیا ہیں؛

☆ مختلف قسم کے کاروباری منصوبوں اور منصوبہ بندی کے عمل کے درمیان فرق؛ اور

☆ اس بات پر تبادلہ خیال کریں کہ کاروبار کو کس طرح منظّم کیا جاتا ہے اور اس کے درجہ بندی کے ڈھانچے کا جائزہ لیں۔

7.1 منصوبہ بندی کیا ہے

جب ہم منصوبہ بندی کی بات کرتے ہیں تو اس سے مطلب یہ ظاہر ہوتا ہے کہ کیا کیا جاتا ہے اور اسے کیسے انجام دیا جاتا ہے، اس کا پہلے سے ہی فیصلہ کرنا ہے۔ مثال کے طور پر آپ پہلے سے یہ فیصلہ کرتے ہیں کہ کہاں پڑھنا ہے (NIOS میں یا کسی باقاعدہ اسکول میں) اور کیا پڑھنا ہے (کاروبار کا مطالعہ اور اکاؤنٹس یا فزکس یا کیمسٹری) اور داخلے، آمد و رفت کے بندوبست اور کتابوں و اسٹیشنری وغیرہ خریدنے کا منصوبہ بناتے ہیں۔ اس طرح منصوبہ بندی با مقصد انداز میں چیزوں کے بارے میں اور ان کے کرنے کے بارے میں فیصلہ لینے ایک منظّم طریقہ ہے۔ کاروباری تنظیموں اور ان کے مینجمنٹ کے معاملے میں اس کی توضیح مستقبل کے مقاصد کو مرتب کرنے اور ان میں حاصل کرنے کے طریقوں اور ذرائع کے بارے میں فیصلہ کرنے کے عمل کے طور پر کی جاسکتی ہے۔ ایم۔ امی ہرے کے لفظوں میں ''منصوبہ بندی مستقبل میں کیا کیا جانا ہے، کے بارے میں پیشگی طور پر فیصلہ لینا ہے۔ اس میں مقاصد، پالیسیوں، طریقہ عمل اور متبادلات میں سے پروگراموں کا انتخاب شامل ہے۔

7.2 منصوبہ بندی کی خصوصیات

منصوبہ بندی کی بنیادی خصوصیات کا خلاصہ ذیل میں کیا جاسکتا ہے:

(a) منصوبہ بندی مینجمنٹ کا ابتدائی عمل ہے کیونکہ ہر سرگرمی کو اس سے پہلے کہ واقعتاً اسے انجام دیا جائے، منصوبہ بندی کیے جانے کی ضرورت ہوتی ہے۔ دوسرے لفظوں میں منصوبہ بندی میں سبھی دیگر انتظامی افعال کو ترتیب کے لحاظ سے پہلے رکھا جاتا ہے اور

اس میں تنظیم کاری، تعیناتی عملہ، ہدایت کاری اور کنٹرول کاری کے لیے ابتدائی بنیاد فراہم ہوتی ہے۔

(b) منصوبہ بندی ہمیشہ مقصد رخی ہوتی ہے۔ میجر اس وقت تک کسی چیز کا منصوبہ نہیں بنا سکتا جب تک کہ وہ یہ نہ جانے کہ وہ کیا حاصل کرنا چاہتا ہے۔ مثال کے طور پر آپ کسی سفر کا اس وقت تک منصوبہ نہیں بنا سکتے، جب تک کہ آپ یہ نہ جانیں کہ آپ کہاں جانا چاہتے ہیں، اس طرح منصوبہ بندی میں اس طرح کے اقدامات اختیار کیے جاتے ہیں کہ مطلوبہ مقصد کو حاصل کیا جا سکے۔

(c) منصوبہ بندی مینجمنٹ کی سبھی سطحوں پر اور بھی عملی شعبوں کے لیے بھی جاری وساری رہتی ہے۔ اعلیٰ سطح پر میجروں کو پوری تنظیم کے لیے منصوبہ بندی کرنی ہوتی ہے۔ وہ ایک طویل عرصے کے لیے منصوبہ بناتا ہے اور مجموعی طور پر تنظیم کے لیے مقاصد کی بنیاد رکھتا ہے۔ درمیانی سطح پر نیجر اپنے ماتحت شعبوں کے لیے سہ ماہی، ششماہی اور سالانہ منصوبے بناتا ہے، فورمین اور آفس سپروائزر ورکشاپ یا آفس کے سیکشن کے لیے منصوبہ بناتا ہے، وہ قلیل مدت یعنی اگلے دن، اگلے ہفتے یا اگلے مہینے کے لیے منصوبے بناتے ہیں۔

(d) منصوبہ بندی ہمیشہ مستقبل کے لیے موزوں ہوتی ہے۔ کیا کرنا ہے، کیسے کرنا ہے وغیرہ کا پہلے سے فیصلہ کرنا ہوتا ہے۔ اس میں کاروبار سے متعلق مختلف امور کے بارے میں معلومات جمع کرنے اور اس کے بعد مستقبل کے لیے راہ عمل منتخب کرنے کی ضرورت ہوتی ہے تاہم مستقبل کے لیے منصوبہ بندی کرتے وقت اس میں ماضی کے تجربات اور موجودہ صورت حال پر غور کرنا ہوتا ہے۔

(e) منصوبہ بندی ایک ذہنی سرگرمی ہے جس میں مستقبل میں آگے دیکھنے کی بعض تصوراتی مہارتوں کی ضرورت ہے۔ اس میں دوراندیشی اور مستقبل کے واقعات کی پیش بینی، متبادل راہ عمل کو فروغ دینے اور صحیح انتخاب کے لیے مضبوط قوت فیصلہ کی ضرورت ہوتی ہے۔

(f) منصوبہ بندی ایک مسلسل عمل ہے۔ تنظیموں میں منصوبے ایک مخصوص مدت کے لیے بنائے جاتے ہیں اور مابعد آگے کی مدت کے لیے نئے منصوبوں کی تعمیل کرتی ہوتی ہے، کبھی کبھی شرائط اور حالات کے تحت منصوبہ میں ترمیم کیے جانے کی ضرورت ہوتی۔ مثال کے طور پر ایک شوگر فیکٹری اتر پردیش کے بالائی خطے میں واقع ہے جہاں گزشتہ سال کے آخری سہ ماہی کے دوران 1,000 تن شکر پیدا کرنے کی منصوبہ بندی کی گئی تھی۔ اس کے مطابق مینجمنٹ نے قریبی علاقوں سے گنے کی حصولیابی کے لیے منصوبہ بنایا تھا، بدقسمتی سے برف باری کے سبب فصل کو نقصان ہوا۔ اس سے مینجمنٹ کو اپنے منصوبے میں تبدیلی کرنی پڑی اور دور کے علاقوں جیسے ہریانہ اور راجستھان سے گنا حاصل کرنے کا منصوبہ بنانا پڑا۔ اس سے 1000 ٹن سے کم کر کے 800 ٹن کی پیداوار کا بھی منصوبہ بنانا پڑا۔ اس طرح تنظیموں میں منصوبہ بندی ایک جاری رہنے والی سرگرمی ہے۔

(g) منصوبہ بندی میں بنیادی طور پر انتخابات کیا جانا شامل ہوتا ہے۔ منصوبہ بندی کی ضرورت تب پیدا ہوتی ہے جب اہداف یا مقاصد بہت سارے ہوں اور انھیں حاصل کرنے کے متبادلات بھی بہت زیادہ ہوں، منصوبہ بندی کرتے وقت متبادلات کی تشخیص کی جاتی ہے اور اس سلسلے میں انتخاب کیا جاتا ہے کہ کون سا راہ عمل اپنایا جائے۔

(h) منصوبہ بندی میں لچک داری ہوتی ہے، یہ کچھ پیشگی اندازہ کرنے کی بنیاد پر کی جاتی ہے جس کو ہوسکتا ہے ٹھوس شکل نہ مل سکے۔ لہذا منصوبہ بندی میں تبدیل شدہ صورت حال کے مطابق تبدیلی کی جانی ہوتی ہے، بعض مفروضات کے ساتھ سرگرمیوں کی منصوبہ بندی کی جاتی ہے جو ہوسکتا ہے صحیح نہ ثابت ہوں، منیجروں کو متبادل حکمت عملیوں اور منصوبوں کے لیے اہتمام کیے جانے کی گنجائش رکھنی پڑتی ہے جیسا کہ شوگر فیکٹری کے پہلے کی مثال میں اشارہ کیا گیا ہے۔

7.3 منصوبہ بندی کی اہمیت

منصوبہ بندی سبھی مینجمنٹ افعال میں سب سے زیادہ اہم ہے، ذیل میں اس کی کچھ اہمیت کے بارے میں بتایا گیا ہے:

(a) منصوبہ بندی سے عمل میں غیر یقینی، مسائل اور الجھاؤ کم ہوتا ہے منصوبہ بندی کے ذریعہ مستقبل کے راہ عمل کے بارے میں سبھی کو ہمیشہ چلنا ہوتا ہے اور اس طرح ہر ایک وہی جانتا ہے جسے کیسے جانے کی ضرورت ہوتی ہے۔ اس سے سمت کا احساس پیدا ہوتا ہے اور نتیجتاً عمل میں حسن کارکردگی کی صلاحیت پیدا ہوتی ہے۔

(b) منصوبہ بندی میجروں کے ذریعہ کی جانے والی فیصلہ سازی میں رہنمائی کرتی ہے، مقاصد کو حاصل کرنے کی منصوبہ بندی اور مقصد حاصل کرنے کے لیے راہ عمل کا تعین ان کی فیصلہ سازی اور کارروائی منصوبوں میں رہنمائی کے طور پر عمل کرتا ہے۔

(c) منصوبہ بندی ارتباط حاصل کرنے میں مدد کرتی ہے اور کنٹرول کے عمل میں سہولت پیدا کرتی ہے، مناسب منصوبہ بندی عملی سطح پر کاموں کو مربوط کرتی ہے۔ اس بنا پر رابطہ کاری زیادہ مؤثر ہے۔ اس سے انحرافات کی شناخت اور اصلاحی کارروائی میں بھی مدد ملتی ہے۔

(d) لچک داری کے عنصر کے ساتھ منصوبہ بندی تنظیم کو قابل موافقت بنا ہوتی ہے۔ دوسرے لفظوں میں منصوبہ بندی تنظیم کو بدلتے ماحول اور چیلنج کا سامنا کرنے کا اہل بناتی ہے۔

(e) منصوبہ بندی، عملی وسائل کے محتاط استعمال اور کارکردگی کی صلاحیت پیدا کرتی ہے، لیکن طریقوں کو دستیاب انتخابات میں سے منتخب کیا جاتا ہے، اس طرح سرگرمیوں کے تجاوز ہونے اور ضائع ہونے میں کمی پیدا ہوتی ہے۔

(f) منصوبہ بندی کی شروعات مقاصد کے تعین سے ہوتی ہے اور ان کی حصولیابی کی راہ پر ہوتی ہے۔ اس سے منتظم سرگرم اور مستعد ہوتا ہے۔ منیجروں کو وقتاً فوقتاً پیش رفت کا جائزہ لینا ہوتا ہے اور وہ مقاصد کی تکمیل کے لیے اپنی حکمت عملیوں کو نئے سرے سے مرتب کرتا ہے۔

(g) اسے اس پر غور کرنا چاہیے کہ منصوبہ بندی کے بھی کچھ حدود ہیں کیونکہ منصوبے بعض مفروضات اور ادھوری معلومات پر مبنی ہوتے ہیں، لہذا مینجمنٹ کو چوکس رہنا ہوتا ہے اور تبدیل شدہ صورت حال کا خیال رکھنے کے لیے ضروری لچکداری کا اہتمام کرنا ہوتا ہے۔

7.4 منصوبہ بندی کے حدود

مینجمنٹ کے لیے منصوبہ بندی بہت اہمیت کی حامل ہے۔ منصوبہ بندی ایک مستقبل کی مشق ہے اور مستقبل ہمیشہ غیر یقینی ہوتا ہے۔ تبدیلیاں کسی بھی وقت ہوسکتی ہیں اور ہوسکتا ہے کہ واقعات طے شدہ منصوبوں کے مطابق نہ ہوں۔ حکومتی پالیسیوں میں تبدیلی،

ماحولیاتی تبدیلیاں، قیمتوں میں اضافہ، قانونی قواعد وضوابط اور بین الاقوامی مارکیٹ کے حالات ہمارے تمام کاروباری منصوبوں کو متاثر کرتے ہیں۔اس کے بعد طیاروں میں ترمیم کرنے کی ضرورت ہے۔منصوبہ بندی کی اہم حدود درج ذیل ہیں:

1. سختی: منصوبے کا وجود ایک سخت گیر فریم ورک میں انتظامی سرگرمیاں پیش کرتا ہے۔ملازمین کے لیے تبدیلیاں قابل قبول نہیں ہوتی۔یہ رویہ ملازمین اور میجروں کو اپنے عمل میں غیر لچکدار بناتا ہے۔
2. احتمالی (امکان پر مبنی) منصوبے پیش گوئی پر مبنی ہوتے ہیں۔اس لیے وہ حقیقت کی عکاسی نہیں کرتے۔پیش گوئی یا احتمال ہوسکتا ہے جو ہوسکتا ہے درست نہ ہوا اور ان پیش گوئیوں پر مبنی منصوبے ممکن ہے غلط ثابت ہوں۔مثال کے طور پر امریکا، یوکے، فرانس وغیرہ جیسے ترقی یافتہ ممالک نے ثانوی ابتدائی بحران* کی پیش گوئی نہیں کی جس کا نتیجہ ان ملکوں کے معاشی بحران کی صورت میں برآمد ہوگا۔
3. مہنگا اور زیادہ وقت لگنا: منصوبہ بندی میں معلومات اکٹھا کرنے، اس کے تجزیہ اور توضیح میں کافی وقت لگتا ہے۔لہذا یہ بہت وقت طلب عمل ہے۔بحرانی صورت میں یہ ناقابل پیش گوئی ہوتا ہے۔اگر اخذ فوائد منصوبے کی لاگت سے زیادہ نہیں ہے تب یہ کسی تنظیم کی مالیاتی کارکردگی پر خراب اثر ڈالتا ہے۔
4. عمل میں تاخیر: منصوبہ بندی ایک وقت طلب عمل ہے۔زیادہ ضروری فیصلوں کی تعمیل کے معاملے میں منصوبہ بندی عمل میں تاخیر پیدا کرے گی۔
5. غلط رخ: کبھی کبھی منصوبہ بندی کا استعمال انفرادی اور گروہی مفادات کی تعمیل کے لیے استعمال کی جاسکتی ہے اور تنظیم کے مفاد کو نظر انداز کیا جاسکتا ہے۔
6. سلامتی کا غلط احساس: منصوبہ بندی اس معنی میں کسی تنظیم کے ملازمین کے درمیان سلامتی کا غلط احساس پیدا کرسکتی ہے چوں کہ سرگرمیاں منصوبے کے مطابق واقع ہوں گی اس لیے تشویش کی کوئی ضرورت نہیں۔

* U.S. میں سب پرائم رہن کا بحران ایک کثیر القومی مالیاتی بحران تھا جو 2007 اور 2010 کے درمیان پیش آیا اور 2007-2008 کے عالمی مالیاتی بحران میں اہم کردار ادا کیا۔

7.5 منصوبہ بندی کے اقدامات

تنظیم میں منصوبہ بندی ہر قدم کے عمل میں کی جاتی ہے جس کے بغیر مناسب منصوبے بنانا اور ان- کے نفاذ کو یقینی بنانا مشکل ثابت ہوسکتا ہے۔ایسے اقدامات درج ذیل ہیں:

1. **مقاصد کا قیام:** ہم سبھی جانتے ہیں کہ ہر تنظیم کے کچھ مقاصد ہوتے ہیں جو وہ حاصل کرنا چاہتی ہے۔منصوبہ دراصل زیادہ ٹھوس، واضح غیر مبہم معنی میں ان مقاصد کو معین کرنے کے ساتھ شروع کیا جاتا ہے، اس سے مینجمنٹ یہ واضح کرنے میں اہل ہوتا ہے کہ اسے کیا حاصل کرنا ہے اور اس کے بعد وہ اس کے مطابق بھی سرگرمیوں کی منصوبہ بندی کرتا ہے۔لہذا تنظیمی مقصد قائم کرنا اچھی

اور بامعنی منصوبہ بندی کے لیے اولین شرط ہے۔

2. **بیرونی اور داخلی حالات کے بارے میں مفروضات قائم کرنا:** کاروبار کے مستقبل کے ماحول کے بارے میں مفروضات قائم کرنا منصوبہ بندی کا دوسرا مرحلہ ہے۔ مثال کے طور پر یہ باور کیا جا سکتا ہے کہ ٹیکس سے متعلق قوانین میں کوئی تبدیلی نہیں ہوگی اور یہ کہ اس کی مالیاتی ضروریات کو پورا کرنے کے لیے کافی فنڈ دستیاب ہوں گے، کاروبار کے مستقبل کے ماحول کے بارے میں ان مفروضات کو منصوبہ بندی مفروضات کے طور پر جانا جاتا ہے۔ یہ مفروضات خارجی یا داخلی ہو سکتے ہیں، بیرونی منصوبہ بندی مفروضات کاروبار کے باہر کی شرائط سے متعلق ہوتے تے ہیں، داخلی منصوبہ بندی مفروضات تنظیم کے اندر کی صورت حال سے متعلق ہوتے ہیں۔

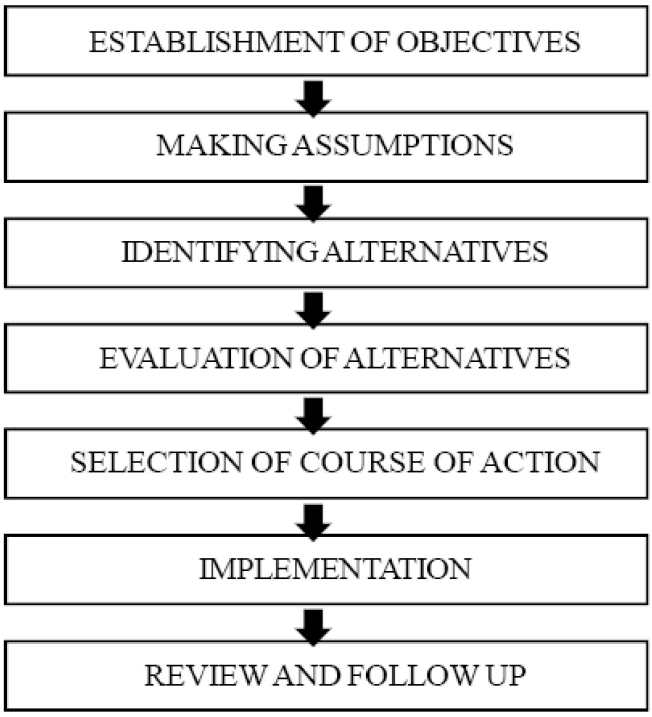


Fig.: 7.1

بیرونی منصوبہ بندی مفروضات میں بازار کی مانگ اور مسابقت کی نوعیت، کاروبار پر اثر انداز ہونے والے قوانین، وسائل کی دستیابی اور ٹیکنالوجی میں تبدیلیوں سے متعلق ہوتے ہیں۔ اگر مینجمنٹ بیرونی شرائط میں ممکنہ تبدیلیوں کو تصور میں لا سکتا ہے تو وہ اس سے پیدا ہونے والے مسائل کو حل کرنے کے اقدامات کر سکتا ہے اور کاروباری مواقع کے ابھرنے کے فوائد حاصل کرنے کا منصوبہ بنا سکتا ہے۔ مثال کے طور پر حکومتی پالیسیاں اور قوانین کافی صد فیچروں کے فیصلے پر اثر انداز ہو سکتے ہیں، حکومتی پالیسی میں ممکنہ تبدیلیوں کا پیشگی علم میجروں کو اپنی سرگرمیوں کو زیادہ مناسب طور پر انجام دینے کا اہل بنانا ہے۔

داخلی منصوبہ بندی مفروضات کسی تنظیم کے اندر کے حالات سے متعلق ہوتے ہیں، ان شرائط میں پیداوار کی لاگت، طریقے اور تکنیک، ملازمین، مشینری اور ساز و سامان کی قسم شامل ہیں۔ یہ سبھی چیزیں داخلی وسائل کی تخلیق کرتی ہیں جو یہ متعین کرتی ہیں کہ تنظیم کیا حاصل کرنے کی اہل ہے۔ بیرونی شرائط کا مطالعہ کسی کاروباری اکائی کو یہ جاننے کا اہل بناتی ہے کہ بازار میں دستیاب

مواقع کیا ہیں۔کاروبار اکائی کے لیے سینکڑوں مواقع دستیاب ہوتے ہیں لیکن وہ موقع کا فائدہ نہیں اٹھا سکتی۔اسے طے کرنا ہوتا ہے اس کی روشنی میں کیا کیا جانا ممکن ہے یعنی اندورونی عوامل کے مطالعے کی بنیاد پر وہ کن چیزوں کی پیداوار کرے گی اور اسے تقسیم کرے گی اور اس کے مطابق منصوبہ بندی کرتی۔

3. **متبادل راہ عمل کا فروغ:** منصوبہ بندی کا اگلا قدم مرتب مقاصد کو حاصل کرنے کے لیے متبادل راہ عمل کی شناخت کرتا ہے۔مثال کے طور پر کاروباری اکائی کا منافع بڑھانے کا مقصد حاصل کرنے کے لیے کوئی درج ذیل متبادلات میں سے ایک یا زیادہ متبادل کا استعمال کرسکتا ہے:

☆ .اپنی موجودہ اشیا کی فروخت کو بڑھانا

☆ پیداواری معیار کو بہتر بنانا

☆ .نئی اشیا/ پروڈکٹ لائن کو شامل کرنا

☆ .پروڈکٹ کی قیمتوں میں اضافہ

☆ .لاگتوں کو کم کرنا

4. **متبادلات کی تشخیص:** متبادلات کی تشخیص منصوبہ بندی کا چوتھا قدم ہے۔جب ایک میجر کے سامنے کوئی متبادل راہ عمل ہوتا ہے اسے اس کی عمل پذیری اور بہتر راستے کے انتخاب سے پہلے ہر راہ عمل کے ممکنہ نتائج کا جائزہ لینا ہوتا ہے،بعض متبادلات ہو سکتے ہیں جو قابل عمل نہ ہوں،مینجمنٹ کو ایسے متبادلات کو نظر انداز کرنا چاہئے ،مثال کے طور پر منافع زیادہ سے زیادہ کرنے کے لیے مینجمنٹ ورکرس کی اجرتوں کو کم کرنے کے بارے میں نہیں سوچ سکتا کیونکہ یہ قابل عمل نہیں ہے،اس طرح اگر قیمتیں بڑھتی ہیں تو کاروباری اکائی بازار میں مسابقت کرنے کی اہل نہیں ہوسکتی۔لہذا مینجمنٹ کو بقایا متبادل کی تشخیص کرنی چاہئے اور یہ طے کرنا چاہیے کہ مقاصد کو پورا کرنے میں وہ کسی حد تک مدد کرسکتے ہیں اور کیا دستیاب وسائل کی روشنی میں یہ قابل عمل ہیں۔

5. **مناسب راہ عمل کا انتخاب:** متبادلات کی تشخیص کے بعد منیجر ان متبادل کا انتخاب کرے گا جن سے کم سے کم لاگت پر زیادہ سے زیادہ فائدہ ہو۔متبادلات میں سے بہتر راہ کے انتخابات میں منیجر کو وسائل کے اپنے حدود کو بھی ذہن میں رکھنا چاہیے۔لہذا متبادل راہ عمل میں سے آخری انتخاب کا فیصلہ کرنے میں مینجمنٹ کو حتمی طور پر درج ذیل سے رہنمائی ملے گی۔

(a) بیرونی یا خارجی ماحول کے ذریعہ فراہم کیے گیے مواقع

(b) ان مواقع کا فائدہ اٹھانے میں کاروباری اکائی کی اہلیت

6. **نفاذ کے لیے بندوبست:** مینجمنٹ کے ذریعہ اپنے انتخاب کو آخری شکل دینے کے بعد بھی کلیدی عملہ کے ساتھ جن میں اس کا نفاذ کرنا ہے واجب مشورے کے ساتھ اس کے نفاذ کے لیے ضروری حکمت عملیاں اور کارروائی منصوبہ تیار کرنا چاہیے۔

7. **نظر ثانی اور پیروی:** اس بات کو یقینی بنانے کے لیے کہ منصوبوں پر عمل درآمد کیا جائے اور مطلوبہ طریقے سے نتائج حاصل کیے جائیں،مسلسل نگرانی اور پیروی ضروری ہے۔اس طرح ،ضروری ایڈجسٹمنٹ اور اصلاحات بروقت اور متعلقہ طریقے سے کی جا سکتی ہیں۔

7.6 منصوبہ بندی کی اقسام

1. **مقاصد:** مقاصد وحتمی نتائج ہیں جس کے تئیں ساری سرگرمیوں کا رخ ہوتا ہے۔ مثال کے طور پر کسی تنظیم کا مقصد ایک سال میں 1000 افراد کے کپڑے کی چھپائی میں تربیت فراہم کرنا ہے۔ جہاں تک ممکن ہو مقاصد مقداری اصطلاح میں قابل پیائش ہونے چاہئیں اور اس کے علاوہ قابل وصول ہونے چاہئیں۔

2. **حکمت عملی** بدلتے کاروباری ماحول میں وجود قائم رکھنے اور بازار میں مسابقت کا سامنا کرنے۔ لیے جو منصوبے وضع کیے جاتے ہیں انہیں حکمت عملی کہتے ہیں۔ حکمت عملی سے مراد وہ منصوبے ہیں جنھیں وسائل کے مناسب ترین استعمال کے زیادہ مسابقت کاروں کو ذہن میں رکھ کر تیار کیا جاتا ہے۔ حکمت عملی ایک جامع منصوبہ ہے جو کسی تنظیم کے مطلوبہ مستقبل کا اشارہ کرتا ہے۔ مثال کے لیے (1) ٹاٹا نے متوسط آمدنی گروپ کو بھی سستی کار (نینو) خریدنے کی طرف توجہ مبذول کرانے کی حکمت عملی اپنائی۔ (ii) لیبر کی تعداد کے سبب انفارمیشن ٹکنالوجی (IT) کمپنیوں نے نہ صرف انجینئروں کی تقرری کی بلکہ انھوں نے ریاضی اور فزکس مضمون کے گریجویٹ کو بھی بھرتی کرنے کی حکمت عملی اختیار کی۔

3. **پالیسی** پالیسی ایک بیان ہے جو فیصلہ سازی میں رہنمائی کرتی ہے۔ یہ ان سرحدوں کا تعین کرتی ہیں۔ جس کے اندر فیصلے لیے جاسکتے ہیں۔ پالیساں مقاصد کے حصولیابی کے تئیں فیصلوں کی رہنمائی کرتی ہیں۔ مثال کے لیے کسی تنظیم کی یہ پالیسی ہوسکتی ہے کہ وہ صرف ان امیدواروں کو ٹریننگ دے جنہوں نے 60 فی صد نمبرات سے زیادہ حاصل کیے ہوں۔

4. **طریقہ عمل** یا کارروائی طریقہ عمل وہ منصوبے ہیں جو کسی کام کی کارکردگی کے تواتر وترتیب کا تعین کرتا ہے۔ اگر طریقہ عمل کا فیصلہ پہلے ہی کرلیا جاتا ہے تو اس کی پابندی ہر ایک کرسکتا ہے۔ مثال کے لیے کسی تنظیم میں امیدواروں کو تربیت دینے کا طریقہ عمل کار روائی یا اقدامات کا سلسلہ

   (a) امیدواروں سے درخواست وصول کرنا

   (b) ہر امیدوار کے نمبروں کی تصدیق کرنا

   (c) ہر فرد کے ذریعہ ضروری تربیت کے میدان (سلائی کے کپڑے کی کٹنگ اور ہر عدد کی پیائش) کی تصدیق کرنا

   (d) فیس وصول کرنا ہر فرد کے لیے دیے جانے والے اسٹاپنڈ کا فیصلہ کرنا

   (e) تاریخ اور تربیت کی مدت بتانے کے لیے خطوط بھیجنا

   (f) تربیت کا مکمل کرنے پر تربیتی پروگرام چلانا

   (g) ہر شریک کو سرٹیفیکٹ جاری کرنا

5. **طریقے:** طریقہ وہ منصوبہ ہے جو یہ متعین کرتا ہے کہ طریقہ عمل کی کتنی مختلف سرگرمیاں پوری ہوئی ہیں۔ طریقہ کبھی اقدامات سے متعلق نہیں ہے بلکہ سلسلہ اقدامات کا صرف ایک قدم ہے۔ ایک بہتر طریقہ منتخب کیا جاتا ہے جس میں ایک ورکر کم سے کم تکان

محسوس کرتا ہے اور پیداواریت میں اضافہ ہوتا ہے۔ کام کرنے کے لیے طریقے معیار بند ہوتے ہیں۔ مثال کے لیے عمیق طریقہ یا عمیق پونچھی طریقہ کے ذریعہ کپڑے تیار کیے جاسکتے ہیں لیکن زیادہ موثر یہ ہے جس میں وہ کوئی کمیاب وسائل کی کم سے کم مقدار استعمال کرے گا۔ کارڈ رائیونگ، تربیت کی ابتدائی مدت کے دوران کار کے استعمال یا کمپیوٹر کے سافٹ ویئر کا استعمال کرنے کے ذریعہ کیا جاسکتا ہے۔

6. **اصول:** اصول واضح طور پر اشارہ کرتا ہے کہ ایک مخصوص صورت حال میں کیا کیا جاتا ہے اور کیا نہیں کیا جانا ہے۔ ان افراد کے خلاف سخت کارروائی کی جاسکتی ہے جو اصولوں کی خلاف ورزی کرتے ہیں۔ اصول وہ رہنما خطوط ہیں جن کو برتاؤ کی رہنمائی کے لیے وضع کیا جاتا ہے۔ مثال کے لیے کسی لائبریری میں "Keep Silence" یا فیکٹری میں "No Smoking" کا اصول ہوتا ہے۔

7. **بجٹ:** یہ عددی اطلاح میں ظاہر کیے گئے متوقع نتائج کا بیان ہے۔ بجٹ منصوبے کی ایک قسم ہے جسے مالیاتی اصطلاح یا مزدور گھنٹے کی اصطلاح میں، پروڈکٹ کی اکائی، مشین گھنٹوں وغیرہ کی اکائی میں ظاہر کیا جاتا ہے۔ بجٹ مقداری بیانات ہیں جو متوقع نتائج اور حصول مقصد کے لیے مطلوب اخراجات کا اشارہ کرتا ہے۔ مثال کے لیے نقد بجٹ ایک مدت کے دوران متوقع داخلی بہاؤ اور نقد بیرونی بہاؤ کا اندازہ کرتا ہے۔

8. **پروگرام:** پروگرام وہ منصوبہ ہے جو کیا، کیسے کون اور کب ایک مخصوص جاب انجام دینا ہے، پیش کرتا ہے۔ پروگرام تنظیم میں ایک منظّم عمل حاصل کرنے کا ایک طریقہ ہے۔ پروگرام ایک اسکیم ہے جو مخصوص مقصد انجام دینے کے لیے وضع کی جاتی ہے۔ اس میں صاف طور پر کیسے جانے والے اقدامات، استعمال کیے جانے والے وسائل اور منصوبہ جس میں کام کو پورا کیے جانے کی ضرورت ہے کی توضیح کی جاتی ہے۔ پروگرام میں عام طور پر مقاصد، پالیسی، طریقہ عمل، طریقوں، بجٹ وغیرہ کا مجموعہ شامل ہے۔ مثال کے لیے نئے پروڈکٹ، تربیتی پروگرام، ایڈورٹائزنگ پروگرام وغیرہ کو فروغ دینا۔

7.7 تنظیم کاری

منصوبہ بندی کے بعد مینجمنٹ کا اگلا اہم کام تنظیم کاری ہے۔ منصوبہ بندی کے معاملے میں آپ جانتے ہیں کہ ایک منیجر فیصلہ کرتا ہے کہ مستقبل میں کیا جاتا ہے۔ تنظیم کاری کے معاملے میں وہ ان طریقوں اور ہے۔ ذرائع کے بارے میں فیصلہ کرتا ہے جن سے اسکی گئی منعبہ بندی کے حصول میں آسانی پیدا ہوگی۔۔ بالفرض 6 مہینے کے اندر ٹھنڈے مشروبات کے لیے ایک نئے پلانٹ کے شروع کیسے جانے کی منصوبہ بندی کی گئی ہے۔ منیجر کے لیے اس کے بعد فوری کام ہوگا کہ وہ اس میں شامل مختلف کاموں کی شناخت کرے اور انھیں تفویض کیا جائے اور فرائض اور ذمہ داریوں کی ساخت تیار کرے تاکہ وہ چیزوں کو ہموار طریقے سے چلا پائے۔ یہ بھی کام کاموں کی تنظیم کے جزو کی تشکیل کرتے ہیں، اس طرح تنظیم کاری سے مراد درج ذیل کی عمل کاری ہے؟

تنظیم کی تعریف تنظیم میں سرگرمیوں کی شناخت اور جمع کرنے اور جسمانی، مالی اور انسانی وسائل کو جمع کرنے کے طور پر کی جاسکتی ہے تاکہ قائم کردہ مقاصد کے لیے ان کے درمیان پیداواری تعلقات استوار کیے جاسکیں۔

7.8 تنظیم کاری کی خصوصیات

1. **تنظیم انتظامی عمل کا ایک اہم کام ہے۔** منصوبہ بندی کے کام کی پیروی کریں اور وسائل کو اکٹھا کرنے، تنظیمی ڈھانچے کی تشکیل اور کام کی جگہوں کے درمیان اختیار اور ذمہ داری کے تعلقات کی وضاحت کا خیال رکھیں۔
2. **تنظیم ایک مسلسل عمل ہے:** یہ ایک جاری عمل ہے جو سرگرمیوں کی شناخت، سرگرمی کو جمع کرنے، کام کی تفویض اور ان کے درمیان تعلقات کے قیام سے متعلق ہے۔
3. **تنظیم وسیع ہے:** تنظیم کے انتظامی کام پر ہر سطح پر تمام منتظمین عمل کرتے ہیں۔ تاہم، ان کی نوعیت اور دائرہ کار مختلف سطحوں پر مختلف ہو سکتے ہیں۔ سینئر مینجمنٹ پوری تنظیم کے ساتھ شامل ہوتا ہے، انٹرمیڈیٹ مینجمنٹ نمایاں طور پر محکمہ جاتی سرگرمیوں میں شامل ہوتا ہے اور نچلی سطح کا مینجمنٹ یونٹس اور ڈویژنوں سے متعلق ہوتا ہے۔
4. **تنظیم کا رخ مقاصد کی طرف ہوتا ہے:** تنظیم کو تنظیم کے عمومی مقاصد کے حصول کی طرف ہدایت دی جاتی ہے۔ انفرادی مقاصد کو تنظیمی مقاصد کے ساتھ ہم آہنگ کریں۔
5. **تنظیم کا مطلب ہم آہنگی ہے:** تنظیم کا مطلب بنیادی طور پر ہم آہنگی ہے، کیونکہ یہ مختلف وسائل اور ملازمین کی کوششوں کے درمیان توازن کو یقینی بناتا ہے۔
6. **تنظیم ایک اجتماعی سرگرمی ہے:** تنظیم گروپوں/محکموں میں کام کرنے والے مختلف ملازمین کے درمیان تعلقات قائم کرتی ہے تاکہ ان کے درمیان تعاون کو یقینی بنایا جا سکے۔
7. **تنظیم اتھارٹی-ذمہ داری کے تعلقات قائم کرتی ہے:** اتھارٹی کنٹرول اور کمانڈ کا حق ہے، اور ذمہ داری کامیابی کے ساتھ کام انجام دینے کی ذمہ داری ہے۔ تنظیم کاموں کو کامیابی کے ساتھ انجام دینے کے لیے کام کی جگہوں اور ملازمین کے درمیان تعلقات قائم کرتی ہے۔

7.9 تنظیم کاری کی اہمیت

تنظیم کا کام بہت اہم ہے کیونکہ یہ کاروباری چیلنجوں کا سامنا کرنے کے لیے کسی بھی تنظیم اور ٹیم کی بقا اور ترقی میں مدد کرتا ہے۔ کام اور لوگوں کو مناسب طریقے سے گروپ کر کے، تنظیم انتظامیہ کو سہولت فراہم کرتی ہے، تخصص کو فروغ دیتی ہے، ترقی کو فروغ دیتی ہے اور اس وجہ سے اس کی کامیابی میں حصہ ڈالتی ہے۔ کچھ اہم نکات درج ذیل ہیں:

1. **خصوصیت کیلئے قیادت:** یہ تنظیم کام کی تقسیم کے تصور پر مبنی ہے اور اس سے تخصص کی طرف جاتا ہے۔ سرگرمیوں کو تقسیم کیا جاتا ہے، گروپ کیا جاتا ہے اور وسائل اور اہلیت کے لحاظ سے مختلف محکموں کو تفویض کیا جاتا ہے، انہیں خصوصی مراکز کے طور پر تیار کیا جاتا ہے۔
2. **وسائل کا زیادہ سے زیادہ استعمال:** تنظیم تمام مادی، مالی، انسانی اور تکنیکی وسائل کا مناسب استعمال اور مختص کرتی ہے۔ چونکہ تمام

کام کو چھوٹی سرگرمیوں میں تقسیم کیا جاتا ہے، اس لیے کوششوں کی نقل یا وسائل کا ضیاع نہیں ہوتا ہے۔ یہ وسائل کے بہترین ممکنہ استعمال کے قابل بناتا ہے۔

3. کام کی تقسیم اور اختیار کا وفد تنظیمی ڈھانچے میں تعلقات اور مواصلات کے خطوط کی واضح طور پر وضاحت کرتا ہے۔ اس سے ملازمین کے درمیان مزید الجھن اور تنازعات ختم ہو جاتے ہیں۔

4. کام اور اختیار کے اچھی طرح سے متعین شعبوں کو فراہم کر کے منظّم کرنا ملازمین کو آزادانہ سوچ، نئے خیالات اور اختراعی اقدامات کے لیے کافی آزادی لاتا ہے۔ اس سے تخلیقی صلاحیتوں کو فروغ ملتا ہے۔

5. توسیع اور ترقی: تنظیم کا عمل کمپنی کو موجودہ اصولوں سے ہٹنے اور نئے چیلنجوں کو قبول کرنے کی اجازت دے کر اس کی ترقی اور تنوع میں مدد کرتا ہے۔ کسی کمپنی کو مزید ملازمتوں، محکموں کو شامل کرنے اور یہاں تک کہ اپنی پروڈکٹ لائنوں کو متنوع بنانے کی اجازت دیتا ہے۔

6. ہم آہنگی کو آسان بنانا: تنظیم کو ملازمین، افعال اور مختلف محکموں کے درمیان ہم آہنگی کو برقرار رکھنے اور یقینی بنانے کے لیے ایک طریقہ کار کے طور پر بھی استعمال کیا جاتا ہے۔ انفرادی ملازمین کی سرگرمیاں محکمہ کے کام کاج اور تنظیم کے مقاصد کے ساتھ محکمہ کے مقاصد کے ساتھ اچھی طرح سے منسلک ہوتی ہیں۔

7. تبدیلی کے لیے موافقت: تنظیم کاروبار کو کاروباری ماحول میں ہونے والی تبدیلیوں کے مطابق ڈھالنے کی بھی اجازت دیتی ہے۔ تنظیمی ڈھانچے کو اپنے مقاصد اور مقاصد کو تبدیل یا سمجھوتہ کیے بغیر حالات میں تبدیلیوں کی صورت میں آسانی سے تبدیل اور نظر ثانی کی جاسکتی ہے۔

7.10 تنظیم کاری کا عمل

1. سرگرمیوں کی شناخت کاری ہر کاروبار کی تخلیق ایک مخصوص مقصد کے لیے کی جاتی ہے۔ اس کی بنیاد پر شامل سرگرمیوں کی شناخت کی جاسکتی ہے، مثال کے طور پر ایک مصنوعاتی فرم میں معمولاتی سرگرمیوں جیسے ملازمین کو تنخواہیں ادا کرنا، باہر سے قرضوں کا انتظام کرنا، حکومت کو ٹیکس ادا کرنا وغیرہ کے علاوہ اشیا کا تیار کرنا اور انھیں فروخت کرنا اہم سرگرمیاں ہیں جو متنوع ہو سکتی ہے۔ اگر تنظیم خدماتی ادارہ ہو یا ایک تجارتی فرم ہو، لہذا کسی کاروبار مہم کی مختلف سرگرمیوں کی شناخت ضروری ہے۔

2. سرگرمیوں کی گروپ بندی: ایک بار جب سرگرمیوں کی شناخت کر لی جاتی ہے، تب ان کی گروپ بندی کی ضرورت ہوتی ہے۔ ان کی گروپ بندی مختلف طریقوں سے کی جاتی ہے۔ وہ سرگرمیاں جو نوعیت کے اعتبار سے یکساں ہوں انھیں ایک گروپ میں رکھا جاسکتا ہے اور اس کے لیے ایک علاحدہ شعبے کی تخلیق کی جاسکتی ہے۔ مثال کے طور پر ایک پیداوار کی فروخت سے پہلے سرگرمیاں اختیار کی جاتی ہیں۔ تیار شے کی فروخت کے دوران اور شے کی فروخت کے بعد فروخت کاری کے شعبے کے کاموں کے تحت گروپ بندی کی جاسکتی ہے عام طور پر مینوفیکچرنگ اکائی کی بھی سرگرمیوں کو خریداری، پیداوار، مارکیٹنگ، حساب داری

اور مالیات وغیرہ جیسے اہم کاموں میں گروپ بند کیا جاسکتا ہے اور ہر کام کی ذیلی تقسیم مختلف مخصوص کاموں میں کی جاسکتی ہے۔

3. **ذمہ داریوں کی تفویض:** سبھی سرگرمیوں کی مخصوص کاموں میں شناحت کاری، گروپ بندی اور درجہ بندی کے عمل کے پورا ہونے کے بعد انھیں افراد کو تفویض کیا جاسکتا ہے جو ان کی ذمہ داری کو اختیار کریں گے۔

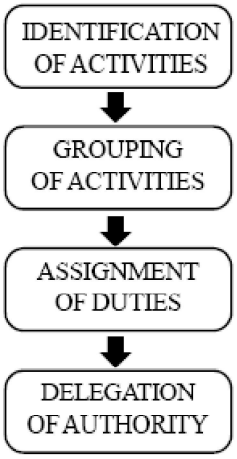


Fig.: 7.2 Process of organising

4. **اختیار کی تفویض:** مخصوص افراد کو دی گئی ذمہ داریوں کی بنیاد پر مؤثر کارکردگی کو یقینی بنانے کے لیے ضروری اختیارات بھی دیئے جانے ہوتے ہیں۔

7.11 تنظیم کی ساخت

تنظیم کی عمل کاری تنظیم کی ساخت کی شکل میں انتہا کو پہنچتی ہے جس سے ملازمت سے متعلق حیثیتوں کے اور مختلف عہدوں کے درمیان اختیارات کے رشتوں کے نیٹ ورک کی تشکیل ہوتی ہے، مختلف عوامل جن پر عام طور پر اچھی تنظیمی ساخت کو وضع کرنے سے پہلے غور کیا ہے وہ ہیں: ملازمت کی صراحت، شعبہ سازی، اختیار و ذمہ داری کے رشتے وغیرہ، پوری ساخت ایک اہرام کی شکل اختیار کرتی ہے (ساخت کی قسم پر نظر ڈالیں جو بعد میں دی گئی ہیں) اور کافی حد تک مفروضہ کاموں، سلسلہ مراتب کے رشتوں اور مواصلات اور رابطہ کاری کے انداز کا اشارہ کرتی ہے، سرگرمیوں کے بندوبست پر مبنی تنظیم کی عام طور پر استعمال کی گئی۔

7.11.1 تنظیم کی ساخت کے اقسام

دو نہایت اہم شکلیں ہیں:

(a) روایتی یا تفاعلی ساخت

(b) جدید یا تنظیمی ساخت، ان کے بارے میں ذیل میں بات کی گئی ہے۔

(a) روایتی یا تفاعلی ساخت

سرگرمیوں کے مزاج کی بنیاد پر، تنظیمی ڈھانچے کی دو شکلیں جو عام طور پر استعمال ہوتی ہیں وہ ہیں:

1. تفاعلی ساخت:

ہر شعبے کو ماتحت رکھنے کے ذریعہ تشکیل کی گئی کسی تنظیم کی ساخت کو تفاعلی ساخت کہا جاتا ہے، اس طرح کسی صنعتی کاروبار میں مصنوعاتی، فروخت کاری، مالیاتی جیسے افعال اور عملہ کاروبار کی اہم علاحدہ اکائیوں (شعبہ جات) کی تشکیل کر سکتے ہیں اور بڑے خردہ فروش اسٹور کے معاملے میں خریداری، فروخت اور گودام اہم اکائیاں ہوسکتی ہیں۔ یہ بات قابل غور ہے کہ بڑی اکائیوں کو مزید ذیلی اکائیوں میں تقسیم کیا جاتا ہے، مثال کے طور پر مصنوعاتی شعبے کو اسٹور، مرمت اور دیکھ بھال، پیداوار وغیرہ کے شعبے میں ذیلی تقسیم کی جاسکتی ہے۔ تنظیم ساخت کی اس شکل ہر اکائی کے تفاعلی شعبے میں ایک ماہر کی زیر سربراہی تفاعلی تخصیص کو فروغ دینے میں مدد ملتی ہے، اس سے شعبے میں ارتباط اور ہم آہنگی میں سہولت پیدا ہوتی ہے کیونکہ اس میں شامس مختلف سرگرمیوں سے وہ اچھی طرح واقف ہوتے ہیں تاہم ساخت کی اس قسم کو چھوٹی اور وسطی تنظیموں کے لیے موزوں سمجھا جاتا ہے۔ بڑی تنظیموں کے معاملے میں اس طرح کی اکائیوں کو جوڑا نہیں جاسکتا اور ان کا اہتمام مشکل ہوجاتا ہے۔

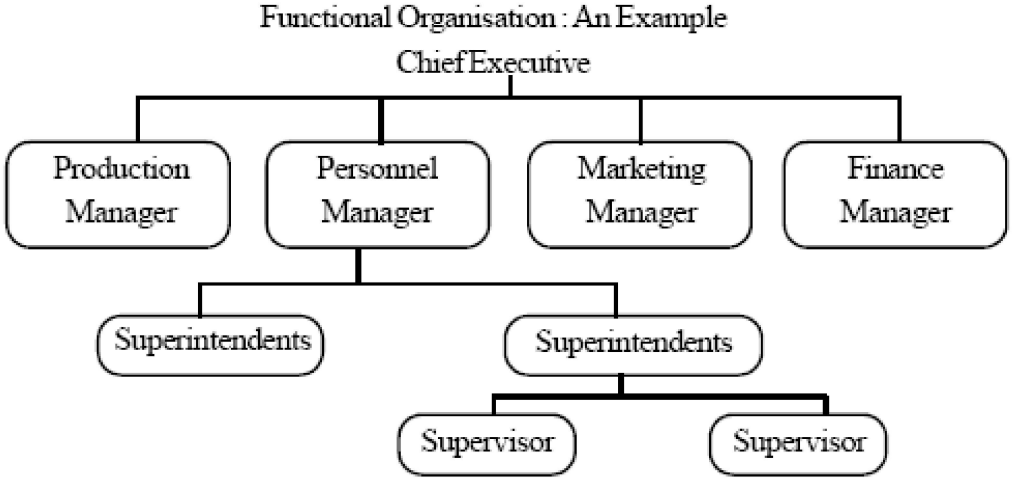


Fig.: 7.3 Functional Organisation : As Example

2 تقسیمی ساخت

بڑی تنظیموں میں جن کا کئی طرح کے پروڈکٹ کا معاملہ ہوتا ہے اور جو متعدد امتیازی بازاروں میں خدمات فراہم کرتی ہیں وہاں پر تقسیمی ساخت کو زیادہ موزوں سمجھا جاتا ہے۔ ایسی ساخت کے تحت تنظیم کو اکائیوں میں تقسیم کیا جاتا ہے جن میں مختلف علاقوں (بازاروں) میں مختلف اشیا سے متعلق سبھی سرگرمیاں سپرد کی جاتی ہیں۔ ہر ڈویژن کے سربراہ کو پروڈکٹ یا بازار کے علاقے سے متعلق سبھی کاموں کو دیکھنا پڑتا ہے۔

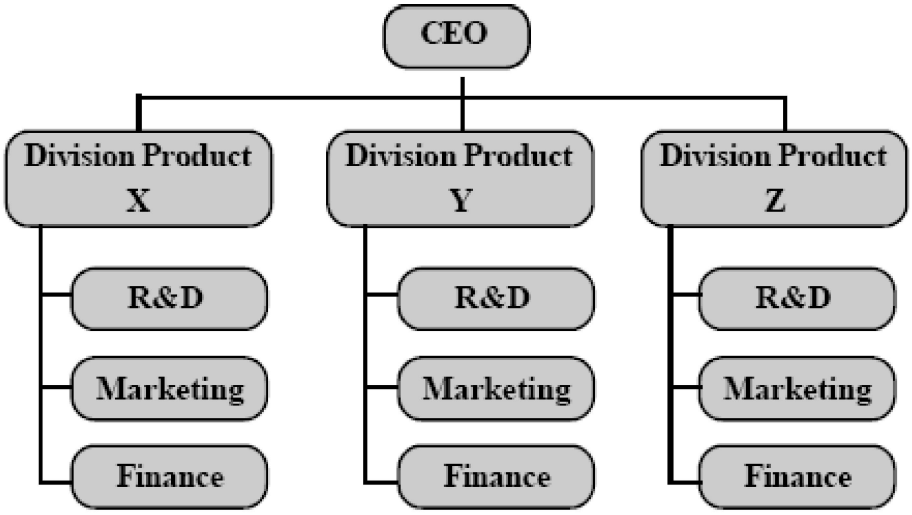


Fig.: 7.4 Divisional Structure

(b) جدید تنظیمی ڈھانچے

روایتی تنظیمی ڈھانچے درجہ بندی، سخت، پیچیدہ اور اصلاحات ہیں۔ان کی جگہ جدید تنظیمی ڈھانچے نے لے لی ہے، جو بغیر سرحدوں کے اور سادہ ہیں۔یہ ڈھانچے تیزی سے ہونے والی تبدیلیوں اور اختراع کے لیے موزوں ہیں اور اس لیے ان تنظیموں کے لیے مثالی ہیں جو غیر مستحکم اور ٹیکنالوجی سے چلنے والے ماحول میں کام کرتی ہیں۔عام طور پر استعمال ہونے والی شکلیں یہ ہیں: (a) آلات کی ساخت (b) میٹرکس کی ساخت (c) منصوبے کی ساخت

ان پر ذیل میں بحث کی گئی ہے:

(a) اس ڈھانچے میں، تنظیمیں ٹیموں پر مشتمل ہوتی ہیں اور ہر ٹیم ایک مشترکہ مقصد کی طرف کام کرتی ہے۔وہ لچکدار اور کم درجہ بندی والے ہوتے ہیں، اور ٹیمیں اپنے کام کی اپنی شکل کو شامل کر سکتی ہیں۔کچھ ٹیموں میں ٹیم کا ایک لیڈر ہو سکتا ہے جو ان کے گروپ کا کارگو ہو۔

(b) میٹرکس ڈھانچہ: میٹرکس ڈھانچہ پروجیکٹوں پر مبنی تنظیموں کے لیے ایک موثر نظام ہے۔اس ڈھانچے کے تحت، مختلف محکموں کے مختلف ماہرین ایک یا زیادہ منصوبوں پر کام کرتے ہیں۔ہر مخصوص پروجیکٹ ایک پروجیکٹ مینیجر کو تفویض کیا جاتا ہے اور پروجیکٹ کے مقاصد کو پورا کرنے کے لیے تمام ضروری وسائل مختص کیے جاتے ہیں۔اس قسم کے ڈھانچے میں دو منیجر ہوتے ہیں، پروجیکٹ منیجر اور فنکشنل منیجر۔

(c) نیٹ ورک ڈھانچے: ایک سرخ تنظیم وہ ہے جو ایک مرکزی تنظیم (جسے مرکزی تنظیم کہا جاتا ہے) کے اردگرد تشکیل دی جاتی ہے جو دوسری تنظیموں کے ساتھ وابستگی اور افہام و تفہیم رکھتی ہے، تاکہ مرکزی تنظیم کے لیے معاہدہ کے انداز میں ڈیزائن، مینوفیکچرنگ، مارکیٹنگ وغیرہ جیسے کام انجام دے سکے۔

7.12 رسمی اور غیر رسمی تنظیم

رسمی تنظیم سے مراد معروف مقاصد کو حاصل کرنے کے لیے شعبہ جات، ڈویژن اور افراد میں رسمی طور پر رشتوں کو قائم کرنا اور کرداروں کے لیے شعوری طور پر ساخت وضع کرنا ہے۔ دوسرے لفظوں میں رمی تنظیم واضح طور پر یہ بتاتی ہے کہ فرد کو کیا کرنا ہے، کس سے احکامات حاصل کرنا ہے اور کیا ضوابط، پالیسیاں اور کام کرنے کے طریقے کی تعمیل کی جانی ہے، اس طرح یہ ایک ایسا نظام ہے جس میں مفروضہ کاموں کی اچھی طرح توضیح پیش کی جاتی ہے، ہر ایک اختیار، ذمہ داری اور جوابدہی کی ایک معین پیائش کا حاصل ہوتا ہے، اس سے ترتیب کو فروغ ملتا ہے اور منصوبہ بندی اور کنٹرول کاری افعال میں سہولت پیدا ہوتی ہے۔

جبکہ دوسری طرف غیر رسمی تنظیموں سے مراد تنظیم میں افراد کے درمیان رشتہ ہے جو کہ ذاتی رویوں، پسند اور ناپسند پر بنی ہوتا ہے اور ان کی سماجی اور جذباتی ضرورتوں کی تکمیل کے ساتھ شروع ہوتا ہے اور فطری طور پر فروغ پاتا ہے۔ کام کی صورت میں لوگوں کی فطری گروپ بندی کو پیش کرتی ہے اور رمی تنظیم کے لیے تکمیل کا کام کرتی ہے کیونکہ یہ ان ضرورتوں کو فراہم کرتی ہے جس کی تعمیل رسمی تنظیم کے ذریعہ نہیں ہو پاتی۔ رسمی تنظیم میں ارکان کو اس بات کا موقع نہیں ملتا کہ وہ ذاتی خیالات اور تجربات کو آپس میں بانٹ سکیں اور اس لیے ایسی دلچسپی اور ضرورتوں کو پورا کرنے کے لیے غیر رسمی طور پر بین عمل کرتے ہیں۔ درحقیقت غیر رسمی تنظیم رسمی ساخت کے حدود کے سبب وجود میں آتی ہیں اور دونوں ایک دوسرے سے جڑی ہوتی ہیں، تاہم راوہ اپنی ابتدا، مقصد، ساخت، اختیار، ترسیلی ذرائع اور ممبران کے برتاؤ کے لحاظ سے مختلف ہوتی ہیں۔

7.13 رسمی اور غیر رسمی تنظیموں کے درمیان فرق

شمار	بنیاد	رسمی تنظیم	غیر رسمی تنظیم
1	معنی	اس کی تخلیق اعلیٰ مینجمنٹ کے ذریعہ کی جاتی ہے۔	اس کی تخلیق اعلیٰ مینجمنٹ کے ذریعہ نہیں کی جاتی یہ ملنے جلنے کی لوگوں کی فطری خواہش سے پیدا ہوتی ہے۔
2	تشکیل	ایک منصوبہ بنداور منتظم انداز میں انجام دیئے جانے والے تنظیم کے کاموں کو حاصل کرنے کے لیے اس کی تخلیق کی جاتی ہے۔	اس کی تشکیل ممبران کی ان ضرورتوں کی تسکین کے لیے ہوتی ہے جن کی تسکین رسمی تنظیم کے ذریعہ نہیں ہو پاتی۔

3	مقاصد	اس کا اہتمام باضابطہ طور پر مقرر کیے گئے منیجروں کے ذریعہ کیا جاتا ہے۔	غیر رسمی گروپ کے ممبران کسی کو اپنا قائد منتخب کرتے ہیں جو گروپ کے ممبران کی دلچسپیوں کا خیال رکھتا ہے۔
4	اختیار	رسمی تنظیم کے منیجروں کے پاس رہی یعنی با ضابطہ اختیار ہوتا ہے	غیر رہی گروپ کے قائد کا اختیار گروپ کے ممبران کے متحدہ تعاون پر منحصر ہے۔
5	نوعیت	رسمی تنظیم مستقل اور مستحکم ہوتی ہے	غیر رسمی تنظیم عارضی نوعیت کی ہوتی ہے۔ وقتاً نوقتاً اس کا حجم اور ممبر شپ بدلتی رہتی ہے۔

7.14 اختیار کی نیابت

تنظیموں میں منیجر کے لیے یہ مشکل ہے کہ اسے جن کاموں کی ذمہ داری تفویض کی گئی ہے وہ ان کو پورا کرے۔ وہ اس طرح دوسروں سے بعض کاموں کو انجام دینے کے لیے کہنے کے ذریعہ ایک رسمی انداز میں ان سے مدد طلب کرسکتا ہے۔ اس کا مطلب ہے کہ وہ کچھ کاموں کو اپنے ماتحت کو تفویض کرسکتا ہے اور کام کو انجام دینے کے لیے اختیار سونپ سکتا ہے اور ساتھ ہی انھیں جوابدہ بنا سکتا ہے۔ مثال کے طور پر ایک پروڈکشن میجر کے لیے ایک ہفتے کے اندر 1000 اکائیاں تیار کرنے کا نشانہ مقرر کیا جاسکتا ہے۔ وہ اپنے کاموں کو اپنے تین ماتحتوں کو تقسیم کرسکتا ہے کہ ہر ایک کو 250 اکائیاں تیار کرنی ہے اور 250 اکائیاں خود اپنے کرنے کے لیے رکھتی ہیں اور اس کے بعد وہ ان اکائیوں کو تیار کرنے کے لیے انھیں تنظیم کے وسائل کے استعمال کے لیے کافی اختیار بھی دیتا ہے۔ ایسا کر کے وہ اپنے ماتحتوں کو بھی غیر کارکردگی کے لیے جوابدہ بناتا ہے۔ دوسروں کو کام یا ذمہ داری اور اختیار کے ایک حصے کو سپرد کرنے اور کارکردگی کے لیے جوابدہی پیدا کرنے میں سرگرم عمل کو نیابت کے طور پر جانا جاتا ہے۔ اس طرح نیابت کے تین عناصر ہیں جو درج ذیل ہیں۔

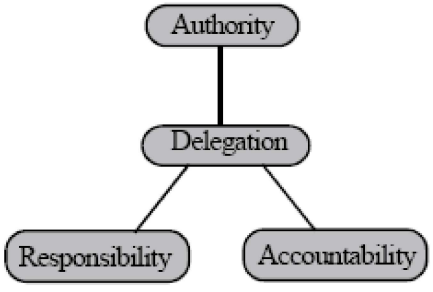


Fig - 7.4 Divisional Structure

1. ذمہ داری کی تفویض: اسے فرائض سپرد کرنے کے طور پر بھی جانا تا ہے فرائض کو دو حصوں میں تقسیم کیا جاسکتا ہے۔ ایک حصہ جو کہ فرد خود انجام دے سکتا ہے اور دوسرا حصہ وہ جو کارکردگی انجام دینے کے لیے اپنے ماتحتوں کو تفویض کرسکتا ہے۔
2. اختیار عطا کرنا: اختیار سے یہاں محض مراد کسی کام کو انجام دینے کے لیے باضابطہ اختیارات اور حیثیت جن کی ضرورت ہوتی ہے۔ جب فرائض کی تفویض ماتحتوں کو کی جاتی ہے تب مطلوبہ اختیار بھی اسے عطا کیا جانا ہوتا ہے۔ مثال کے طور پر جب کوئی

منیجر اپنے ماتحت سے اپنی طرف سے کمپنی کے کسی مہمان کو لانے کے لیے کہتا ہے تو اسے کچھ اختیار بھی دینا ہوگا۔ جیسے کمپنی کی گاڑی لے جانا، اس کے قیام کے لیے کمپنی کے مہمان خانے میں نشست مخصوص کرنا وغیرہ۔

3. جوابدہی کی تخلیق: اس سے مراد ان ماتحتوں کی طرف سے ذمہ داری نبھانا ہے جن میں یہ دیکھنے کے لیے کہ کام کو انجام دیا گیا ہے ذمہ داری اور اختیار سونپا گیا ہے۔ دوسرے لفظوں میں نائب اپنے پاس کے تئیں اسے اپنے تفویض کردہ کام کی کارکردگی کے لیے پوری طرح جوابدہ ہوتا ہے۔ اس طرح اعلیٰ عہدیدار اپنے ماتحت کی جوابدہی کے ذریعہ کارکردگی کو یقینی بناتا ہے۔

7.14.1 نیابت کی اہمیت

تنظیم کے عمل میں نیابت کو اہم عناصر میں سے ایک سمجھا جاتا ہے کیونکہ

1. اس سے منیجروں پر بوجھ کم ہوتا ہے اور کام میں کامیابی کے ساتھ ماتحت بھی شریک ہوجاتے ہیں-
2. ،اس سے انتظامی اثر پذیری میں بہتری پیدا ہوتی ہے کیونکہ ماتحت کو کام کا خاصہ حصہ سوچنے کے ذریعہ منیجر زیادہ اہم معاملوں پر توجہ مبذول کرنے کے لیے اہل ہوتے ہیں جن پر انھیں ذاتی طور پر توجہ دینے کی ضرورت ہوتی ہے۔
3. ایک ہی جگہ واقع صاحب اختیار کے ساتھ ذمہ داری کی نیابت ایک بہتر کام لائق حل پیش کرتی ہے۔
4. اس سے ماتحتوں کو بھی موقع ملتا ہے کہ مستقبل میں وہ زیادہ بڑی ذمہ داریاں اختیار کرنے، انھیں فروغ دینے متحرک کرنے اور اس کے لیے آمادہ ہوں۔
5. اس سے ایک صحت مندانہ کام کا ماحول اور ملازمین کے درمیان ایک ہم آہنگی کا ماحول پیدا ہوتا ہے۔ اس طرح نیابت سے تنظیمی نمو اور خوشحالی میں آسانی پیدا ہوتی ہے۔

7.15 لامرکزیت

لامرکزیت ت سے مراد سے مراد مینجمنٹ کی سبھی سطحوں پر اور سبھی شعبوں میں اختیار کو سوپنے کی تنظیمی طور پر کوشش کرتا ہے۔ اس سے ایک اچھی طرح سوچے سمجھے منصوبے کے تحت نچلی سطح پر فیصلہ سازی کا اختیار منتقل ہوتا ہے۔ ٹریفک پولس کی مثال لیجیے جو سڑک پر گاڑیوں کی آمد و رفت پر قابو رکھنے کا عمل کرتا ہے۔ وہ تنظیم میں ایک نچلی سطح کی حیثیت رکھتا ہے تاہم اسے بہت سارے اختیار دیئے جاتے ہیں۔ سینئر ٹریفک پر کنٹرول کو بہتر بنانے کے طریقوں اور ذرائع پر توجہ مبذول کرتا ہے۔ اسی طرح کاروباری اکائیوں سے معاملے میں سربراہان شعبہ جات کے پاس اختیار ہوتا ہے کہ وہ اپنے شعبے کے کام کاج سے متعلق اکثر کے معالات پر فیصلہ لے۔

اعلیٰ منیجر پالیسی سے متعلق فیصلے تک محدود ہوتے ہیں جیسے پیداواری سلسلوں میں اضافہ، مزید سرمایہ کاری وغیرہ لامرکزیت کے کئی فوائد ہیں۔

1. اس سے اعلیٰ سطحی مینجمنٹ پر کام کے بوجھ میں کمی پیدا ہوتی ہے

2. ملازمین کو متحرک کرتی ہے اور انھیں زیادہ خودمختاری دیتی ہے۔
3. پیش قدمی اور تخلیقیت کو فروغ دیتی ہے،
4. اس سے تیز اور مناسب فیصلے لینے میں بھی ملازمین کو مدد ملتی ہے،
5. عمل کاری کے معاملے میں اعلیٰ مینجمنٹ معمول کے کاموں سے آزاد ہوتا ہے اور نہایت اہم میدانوں میں توجہ مبذول کرنے اور افزائش کے لیے منصوبہ بنانے میں یکسو ہو پاتا ہے۔

7.15.1 نیابت اور لامرکزیت کے درمیان فرق

شمار	بنیاد	نیابت	لامرکزیت
1	معنی	تفویض سے مراد کام یا ذمہ داری اور اختیار کا ایک حصہ کسی دوسرے شخص کو سونپنے اور کارکردگی کے لیے ذمہ داری پیدا کرنے کا عمل ہے۔	لامرکزیت سے مراد انتظامیہ کی تمام سطحوں اور تمام محکموں میں اختیار کو تفویض کرنے کی منظّم کوشش ہے۔
2	نوعیت	یہ ایک لازمی عمل ہے کیونکہ کوئی بھی فرد خود سے تمام کام نہیں کرسکتا۔	یہ ایک اختیاری پالیسی ہے کیونکہ اس کا فیصلہ اعلیٰ انتظامیہ کرتی ہے۔
3	مقصد	منتظمین کے بوجھ کو کم کرنے کے لیے ایک سبق ہے۔	تنظیم میں ماتحتوں کو زیادہ اختیار دے کر ان کے کردار کو بڑھانا۔
4	وسعت	وفد کا دائرہ کار محدود ہے کیونکہ یہ اعلیٰ افسران اور ان کے قریبی ماتحتوں تک محدود ہے۔	لامرکزیت کا دائرہ وسیع ہے کیونکہ اس میں انتظام کی تمام سطحیں شامل ہیں۔
5	ذمہ داری	ذمہ داری مشترکہ نہیں ہوتی اور اعلیٰ پر پڑتی ہے۔	ذمہ داری بھی مشترکہ ہوتی ہے اور ماتحتوں کو سونپی جاتی ہے۔
6	اختیار	اختیار ماتحت سے اعلیٰ کے ذریعے دیا جاتا ہے۔	یہ ایک منظّم عمل ہے جو ہر سطح پر اور تمام افعال میں ہوتا ہے۔

اختتامی مشق

نہایت مختصر جواب کے لیے سوالات

1. منصوبہ بندی کے کوئی دو حدود بتائیے۔
2. منصوبہ بندی کی کسی دو اقسام کے نام بتائیے۔
3. تنظیم کاری سے کیا مراد ہے؟
4. منصوبہ بندی کے مفروضات کیا ہیں؟
5. اختیار (اتھارٹی) کے مفہوم کی وضاحت کیجیے۔
6. نیابت (delegation) کی تعریف کیجیے۔
7. لامرکزیت کے معنی بیان کیجیے۔

مختصر جواب کے لیے سوالات

1. منصوبہ بندی عمل کاری کے مختلف اقدامات بیان کیجیے۔
2. خارجی اور داخلی منصوبہ بندی مفروضات کے درمیان تفریق کیجیے۔
3. تفاعلی اختیار کیا ہے؟ لائن اتھارٹی سے یہ کس طرح مختلف ہے؟
4. نیابت کے مختلف عناصر کے بارے میں بتائیے۔
5. تنظیم کاری کے مختلف اقدامات کا ذکر کیجیے۔
6. اصول کو ایک منصوبے کے طور پر کیوں سمجھا جاتا ہے؟
7. طریقہ عمل (procedure) پر ایک مختصر نوٹ لکھیئے۔

طویل جواب کے لیے سوالات

1. منصوبہ بندی کی خصوصیات کی وضاحت کیجیے۔
2. منصوبہ بندی سے کیا مراد ہے؟ منصوبہ بندی کی اہمیت کے چار نکات بیان کیجیے۔
3. تنظیم کاری کیا ہے؟ تنظیمی عمل کاری کے اقدامات بیان کیجیے۔
4. رسمی اور غیر رسمی تنظیموں کے معنی کی وضاحت کیجیے ان دونوں کے درمیان فرق کیا ہیں؟
5. ملازمین کی نگرانی کے لیے اگر کوئی فرد ذمہ دار ہے تو اسے اختیار کیوں دیا جانا چاہیے؟
6. اصول، طریقہ عمل، بجٹ اور پروگرام پر ایک مختصر نوٹ لکھیئے۔
7. منصوبے کی قسم کے طور پر اصول، لریقوں کو ایک قسم کے طور پر واضح کیجیے۔
8. منصوبہ بندی کے حدود واضح کیجیے۔

8. تعیناتی عملہ اور ہدایت کاری

(Staffing and Directing)

ایک چھوٹی کاروباری اکائی جیسے کسی کرانے کی دوکان میں ممکن ہے مالک کو دوکان چلانے میں دوسروں کی مدد کی ضرورت نہیں ہو کیونکہ وہ خود بھی سرگرمیوں کی دیکھ بھال کرنے کا اہل ہوسکتا ہے۔ کاروبار کے حجم میں اضافہ کے ساتھ اسے اکیلے بھی سرگرمیوں کی نگرانی کرنا مشکل ثابت ہوسکتا ہے اور اسے موزوں افراد کو ملازمت پر رکھنا پڑسکتا ہے۔ یہ بہت ممکن ہے کہ آپ اپنا خود کا کاروبار شروع کریں اور ایسی صورت حال کا سامنا کریں اور ان افراد کو ملازمت پر رکھیں جو کاروبار چلانے میں آپ کی مدد کریں۔ متبادل طور پر آپ خود جاب کی جستجو کرنے والے ہو سکتے ہیں۔ دونوں صورت حال میں آپ اگر جائیں کہ تنظیم میں کس طرح ملازمین کی بھرتی ہوتی ہے، مختلف عہدوں کے لیے انتخاب اور تربیت ہوتی ہے تو یہ آپ کے لیے سودمند ثابت ہوسکتا ہے۔ اس سبق میں آپ عملہ تعیناتی کے عمل بشمول بھرتی کے ذرائع، ملازمین کے انتخاب کی عمل کاری اور ان کی تربیت کے مختلف طریقوں اور ترقی کے بارے میں تفصیل سے پڑھیں گے۔

اکتسابی مقاصد

☆ کاروباری تنظیم کے مخصوص عمل کو سمجھنے کے لیے اس میں عملے کے کردار کی وضاحت کریں۔

☆ جانچ پڑتال کریں کہ کس طرح انسانی وسائل کو بھرتی اور منتخب کیا جائے؛ اور

☆ عملے کی ہدایت اور نگرانی کے لیے انسانی وسائل کے ذریعے اپنائے گئے عمل کی وضاحت کریں۔

8.1 تعیناتی عملہ کے معنی

منصوبہ بندی اور تنظیم کاری کے عمل کے بعد اگلا مرحلہ ملازمتوں کو مکمل کرکرنے کے لئے تعیناتی عملہ کے ذریعہ تنظیمی ساخت کو پورا کیا جاتا ہے۔ تعیناتی عملہ سے مراد انسانی وسائل کو ملازمت پر رکھنے اور فروغ دینے کا انتظامی عمل ہے جو کسی تنظیم میں مختلف انتظامی اور غیر انتظامی سرگرمیوں کو انجام دینے کے سلسلے میں ہوتا ہے۔ اس تنظیم میں افرادی قوت کا تعین اور بھرتی، انتخاب، تربیت اور فروغ انسانی وسائل شامل ہیں۔ درحقیقت یہ مسلسل جاری رہنے والا عمل ہے کیونکہ تنظیم کو اپنے عملہ کو برقرار رکھنے اور تجدید کرنے کی ضرورت کبھی نہ ختم ہونے والا عمل ہے۔ منیجروں کو تنظیم کے لیے عملہ کی تعداد اور ترکیب پر مستقل نگرانی رکھے جانے کی ضرورت ہوتی ہے کیونکہ افرادی قوت کی ضرورت سرگرمیوں کی وسعت کے اور نئے شعبہ جات اور کام کی اکائیوں کے اضافے کے ساتھ تبدیل اور وسیع ہوتی رہتی ہے۔ نہ صرف یہ کہ کسی بھی وقت بعض لوگ چھوڑ دیں گے، سبکدوش ہوں گے، انھیں ترقی حاصل ہوگی یا تبادلہ ہوگا اس طرح خالی ہونے والی اسامیوں کو بھرا جاتا ہوتا ہے۔ یہ بات بھی قابل غور ہے کہ تعیناتی عملہ کا عمل انسانی وسائل مینجمنٹ کا ایک لازمی جز ہے اور اس کے وسیع مفہوم میں، اس میں کارکنان کے معاوضے کا تعین، ان کی کارکردگی کی تشخیص اور ان کی ترقی، تبادلہ وغیرہ کا فیصلہ کرنے کی سرگرمیاں بھی شامل ہیں۔

8.2 تعیناتی عملہ کی اہمیت

ہم بھی جانتے ہیں کہ ہر عظیم میں یہ افراد ہی ہیں جو کامیابی کے ساتھ کاروبار چلاتے ہیں۔ مثال کے طور پر اگر آپ کے پاس اچھے سیلز مین نہیں ہیں تو آپ اپنے پروڈکٹ کو فروخت نہیں کر سکتے خواہ یہ اچھا ہی کیوں نہ ہو۔ اس طرح آپ کے پاس بہتر کوالٹی کے خام مواد مشینیں وغیرہ ہو سکتی ہیں لیکن پروڈکٹ کی کوالٹی کو اس وقت تک یقینی نہیں بنایا جا سکتا جب تک کہ پیداوار کی عمل کاری میں اچھے کام کرنے والے نہ شامل ہوں۔ تعیناتی عملہ اس طرح ایک عمل کے طور پر بہت اہم ہے کیونکہ اس عمل کے ذریعے ہی ہم تنظیم کے لیے صحیح افراد کا انتخاب کر سکتے ہیں اور یہ یقینی بنا سکتے ہیں کہ وہ تنظیم کے ساتھ وابستہ رہیں گے۔ اچھی تعیناتی عملہ کے عمل کے فوائد درج ذیل ہیں:

(a) صحیح وقت پر صحیح جاب کے لیے صحیح لوگوں کو حاصل کرنے میں مدد کرتا ہے۔ تعیناتی عملہ کا عمل منیجر کو اس بات کا اہل بناتا ہے کہ کتنے کارکنان کی ضرورت ہے اور ان کی کیا اہلیتیں اور تجربہ ہونا چاہیے۔

(b) تعیناتی عملہ کا عمل تنظیمی پیداواری صلاحیت کو بہتر بنانے میں مددگار ہے۔ موزوں انتخاب کے ذریعے تنظیم معیاری کارکنان کو حاصل کرتی ہے اور مناسب تربیت کے ذریعے کارکنان کی کارکردگی کی سطح کو بہتر بنایا جا سکتا ہے۔

(c) اپنا حوصلہ و خود اعتمادی بہتر رکھنے کے لیے ملازمین کی جاب تسکین فراہم کرنے میں مدد کرتا ہے۔ مناسب تربیت اور ترقیاتی پروگراموں کے ساتھ ان کی کارکردگی بہتر ہوتی ہے اور وہ اپنے کیریئر کی پیش رفت کو یقینی محسوس کرتے ہیں۔

(d) تعیناتی تنظیم میں ہم آہنگی پیدا کرتی ہے۔ مناسب تعیناتی عملہ کے ذریعے افراد کی نہ صرف بھرتی اور انتخاب کیا جاتا ہے بلکہ ان کی کارکردگی کی پابندی کے ساتھ تشخیص کی جاتی ہے اور خوبیوں کی بنیاد پر ترقی دی جاتی ہے۔ ان سبھی کے لیے بعض اصول تیار کیے جاتے ہیں اور سبھی متعلقہ لوگوں کو بجا طور پر ان کی ترسیل کی جاتی ہے۔ اس سے ہم آہنگی اور امن پروان چڑھتا ہے۔

8.3 تعیناتی عملہ کی عمل کاری

تعیناتی عملہ کی عمل کاری تنظیم کے لیے ملازمین کے مختلف زمروں کی مطلوبہ تعداد دریافت کرنے کے ساتھ شروع ہوتی ہے۔ اسے افرادی قوت کی منصوبہ بندی کے طور پر جانا جاتا ہے۔ اس میں تنظیم کے لیے اسٹاف کی قسم اور مطلوبہ تعداد کا فیصلہ کیا جاتا ہے۔ اسے متعدد طریقوں جیسے جاب کا تجزیہ، کام کے بوجھ کے تجزیے وغیرہ جیسے مختلف طریقوں کے ذریعے انجام دیا جاتا ہے۔ تعیناتی عملہ میں اگلی چیز جو انجام دی جاتی ہے وہ ہے بھرتی کا عمل یعنی داخلی اور بیرونی وسائل دستیاب افرادی قوت دریافت کرنا۔ اگلا قدم جانچ اور انٹرویو کے ذریعے دستیاب افرادی قوت سے صحیح فرد کا انتخاب اور تقرر کرنا۔ اس کے بعد جاب پر تعیناتی اور کام کے ماحول اور تلاقی، ترقی، تبادلہ وغیرہ کے ضوابط وغیرہ سے تعارف کر دیا جاتا ہے۔ اس طرح تعیناتی عملہ کی عمل کاری میں مختلف اقدامات شامل ہیں۔

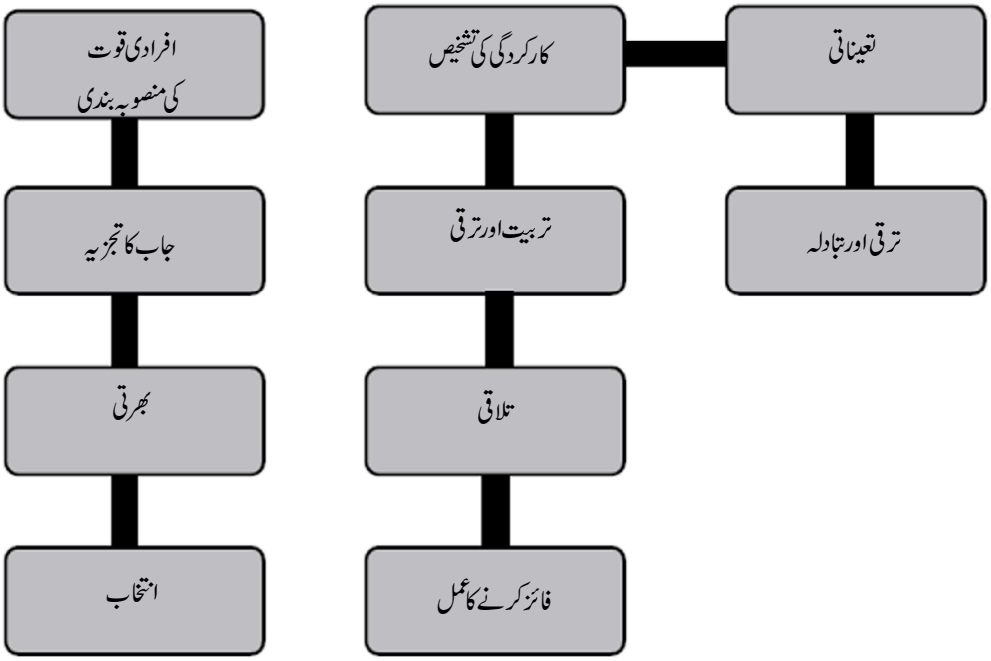


Fig. 8.1 Steps in staffing proess

آیئے زیادہ توضیح کے لیے مختصراً ان پہلوؤں پر بحث کریں۔

8.3.1 افرادی قوت کی منصوبہ بندی

افرادی قوت کی منصوبہ بندی سے مراد ایک تنظیم کے لیے مطلوبہ افرادی قوت کی تخمینہ سازی کا عمل ہے۔ مطلوبہ افرادی قوت کا اندازہ لگاتے وقت عام طور پر یہ ذہن میں رکھنا چاہیے کہ دستیاب بنیادی ساخت میں ٹکنالوجی، پیداوار شیڈول، بازار کا اتار چڑھاؤ، مانگ کا پیشگی اندازہ، حکومت کی پالیسیاں وغیرہ شامل ہیں۔ آزمائشی طور پر اس میں تنظیم کے لیے اسٹاف کی قسم کے ساتھ ضروری اسٹاف کی تعداد کا بھی فیصلہ لینا ہوتا ہے۔ افرادی قوت کی منصوبہ بندی میں توجہ صحیح وقت پر اہل لوگوں کی صحیح تعداد حاصل کرنے کی ہوتی ہے۔

8.3.2 جاب کا تجزیہ

بھرتی کے سیاق وسباق میں افرادی قوت کی منصوبہ بندی جیسے جاب کے تجزیہ کے دوسرے اہم پہلو سے واقفیت حاصل کرنے کی ضرورت ہوتی ہے جو بھرتی کے عمل کے لیے اولین شرط ہے۔ جاب کا تجزیہ ملازمین کے لیے مختلف زمروں کے لیے ضروری اہلیوں، مہارتوں اور تجربے کے تعین میں مدد ملتی ہے۔ اس میں شامل ہے:

(i) فرائض اور ذمہ داریوں کی اصطلاح میں ہر جاب کی شناخت کاری (جاب کی تفصیل) کی جاتی ہے۔۔

(ii) جاب انجام دینے کے لیے مطلوبہ اہلیتوں اور مہارتوں کا تعین (جاب کی صراحت) کہا جاتا ہے۔

8.3.3 بھرتی

مان لیجیے کہ آپ ایک ریستوراں کھولنا چاہتے ہیں۔منصوبہ بندی اور تنظیم کے بعد آپ جاب سے متعلق ان مختلف عہدوں سے بھی آگاہ ہیں جن کو پر کیا جاتا ہے۔ہم یہ کہہ سکتے ہیں کہ آپ ایک جنرل منیجر، ایک بڑے خانساماں، ایک محاسب اور کھانے کی ہوم ڈیلیوری کے لیے بہت سے دیگر عملے کا اندازہ لگایا ہے۔ممکن ہے آپ نے اپنے ریستوراں میں بھرتی کے لیے خواہش مند افراد کی ایک فہرست بنائی ہو۔مثال کے طور پر آپ کے انکل نے آپ سے ایک تجربہ کار جنرل منیجر مہیا کرنے کا وعدہ کیا ہے۔اس بینک کے منیجر نے جہاں سے آپ نے قرض لیا تھا آپ کے لیے ایک محاسب بھیجا ہو۔ایک معروف ہوٹل کے چیف خانساماں نے ایک خانساماں کے طور پر بھرتی ہونے کے لیے پہلے ہی آپ سے بات کی ہو یا ملا ہو یا ملاقات کی ہو۔ان سب باتوں کے علاوہ آپ جانتے ہیں کہ ایک دفتر ہے جو اپنی فیس لے کر آپ کی ضرورتوں کے مطابق جب کبھی آپ اس سے کہیں، لوگوں کا انتظام کرسکتا ہے۔آپ یہ بھی جانتے ہیں کہ اخبار میں اشتہار دینے سے بہت سے لوگوں کی درخواستیں حاصل کرنے میں آپ کو مدد مل سکتی ہے۔ان سبھی سرگرمیوں میں اپنے آپ کو شامل کرتے وقت آپ بنیادی طور پر جاب کے لیے موزوں یا خواہش مند امیدواروں کا ایک گروہ یا گروپ بنانے کی کوشش کر رہے ہیں۔ دوسرے لفظوں میں آپ اپنے کاروبار کے لیے عملہ کی بھرتی کر رہے ہیں۔اصطلاح بھرتی (Recruitment) کا استعمال اکثر روزگار کی صراحت کے لیے کیا جاتا ہے۔یہ صحیح ہے کہ عام طور پر جب ہم کہتے ہیں کہ فلاں فلاں افراد کی بھرتی کی ہے تو اس سے پتہ چلتا ہے کہ ہم نے انھیں روزگار پر رکھا ہے۔اگر ہم تعیناتی عملہ کے عمل کے ایک جزو کے طور پر دیکھیں تو اصطلاح بھرتی کا ایک محدود دائرہ ہے۔ اس سے محض لوگوں کے روزگار حاصل کرنے کے ابتدائی اقدامات یعنی تنظیم میں وقتاً فوقتاً بھرے جانے والے مختلف عہدوں کے لیے موزوں امیدواروں کی تلاش کی دلالت ہوتی ہے۔اس طرح بھرتی، روزگار کے لیے موزوں امیدواروں کی دریافت اور ان کو اپنی طرف مدعو کرنے کی عمل کاری ہے۔

بھرتی کے ذرائع

مختلف شامل عہدوں کے لیے ضروری اہلیوں اور تجربے کے تعین کے بعد کسی کو موزوں افراد کی تلاش کرنی پڑتی ہے اور ان کی درخواست وصول کرنی ہوتی ہے۔اس مقصد کے لیے ایک اندازہ لگانا پڑتا ہے کہ اس سلسلے میں ایسے افراد کہاں دستیاب ہوں گے۔ دوسرے لفظوں میں کسی کو بھی مخصوص عملہ کی ضرورتوں کی تشہیر سے پہلے بھرتی کے ذرائع اور مطلوبہ عہدوں کے لیے درخواست کے لیے موزوں افراد کو راغب کرنے کے بارے میں آگاہ ہونا چاہیے۔یہ ذرائع داخلی اور خارجی دونوں ہوسکتے ہیں۔

(A) داخلی ذرائع: کسی بھی کاروبار میں موجودہ ملازمین یہ توقع کرتے ہیں کہ انھیں ترقی کے مواقع ملیں گے اور باہر والوں سے پہلے اعلیٰ عہدوں کے لیے ان پر غور کیا جائے گا۔اس لیے خالی جگہوں کو بھرنے کے لیے بعض موجودہ ملازمین کو میجر ترقی دے سکتے ہیں اور تبادلہ کرسکتے ہیں۔داخلی بھرتی کا فائدہ یہ ہے کہ منیجروں کے لیے خالی اسامیوں کو بھرنا آسان ہوتا ہے کیونکہ وہ ماتحتوں کی اہلیتوں اور مہارتوں سے اچھی واقفیت رکھتے ہیں اور ان کی کارکردگی کا ان کے پاس ریکارڈ ہوتا ہے۔ملازمین بھی ترقی کے ذریعے اپنے کام کی کارکردگی کا مینجمنٹ کے ذریعے اعتراف کیے جانے پر بہت خوش ہوتے ہیں۔تاہم داخلی ذرائع یعنی تنظیم

سے بھرتی کرنے کا ایک بڑا نقص یہ ہے کہ وہ اپنے نظام میں نئے نئے لوگوں کو فائز کرنے کے عمل سے محروم ہو جاتی ہے۔

(B) **بیرونی ذرائع:** سبھی خالی جگہیں تنظیم سے ہی نہیں بھری جاسکتیں۔ موجودہ ملازمین میں مطلوبہ مہارت، پہل کرنے کی صلاحیت اور جاب کے لیے ضروری اہلیت کی کمی ہوسکتی ہے۔ لہذا منیجروں کو تنظیم سے باہر کچھ افراد کی بھرتی کرنی ہوتی ہے۔ نہ صرف یہ کہ بیرونی بھرتی میں بیرونی امیدواروں کی ایک بڑی تعداد سے ایک وسیع انتخاب فراہم ہوتا ہے۔ جن سے ملازمین کو بھرتی کیا جا سکتا ہے۔ کارکنان اور نچلی سطح پر ملازمین کی بھرتی اکثر تنظیم کے باہر سے کی جاتی ہے۔ بھرتی کے مختلف بیرونی وسائل درج ذیل ہیں:

(i) **میڈیا اشتہارات (Media Advertisements:)**: آپ نے تنظیموں میں خالی جگہوں کے بارے میں اخبارات میں اشتہارات دیکھے ہوں گے۔ اشتہار جاب، اس کی نوعیت، کام کے لیے مطلوبہ اہلیت، درخواست دینے کے طریقوں وغیرہ پر مشتمل ہوتا ہے۔ یہ اشتہار کا بہت عام ذریعہ ہے۔ جاب کے لیے اشتہارات خاص طور پر روزگار سے متعلق میگزین جیسے ایمپلائمنٹ نیوز، روزگار سماچار وغیرہ میں دیئے جاتے ہیں۔ آج کل ہم عام طور پر مختلف الیکٹرانک میڈیا جیسے ٹیلی ویژن اور انٹرنیٹ میں بھی ایسے اشتہارات نظر آتے ہیں۔ ایسے اشتہارات کا عام طور پر متوقع امیدواروں سے اچھا ردعمل حاصل ہوتا ہے۔

(ii) **روزگار دفتر (Employment Exchanges)**: ہندوستان میں جاب کے متلاشی اور ملازمین کی جستجو کرنے والے آجروں کو ایک ساتھ لانے کے لیے حکومت نے روزگار دفاتر قائم کیے ہیں۔ وہ لوگ جو روزگار تلاش کرنے میں لگے ہوتے ہیں وہ اپنا رجسٹریشن مقامی روزگار دفاتر میں کرالیتے ہیں۔ یہ ایسے بھی افراد کا تفصیلی ریکارڈ رکھتے ہیں جو جاب یا ملازمت تلاش کرنے میں مدد چاہتے ہیں۔ آجر قریبی روزگار دفتر میں خالی جگہوں کے بارے میں مطلع کرتا ہے۔ روزگار دفاتر اس میں ان روزگار چاہنے والے اہل افراد کے ناموں کی شناخت کرتا ہے جو اس میں پہلے ہی اپنا رجسٹریشن کرا چکے ہیں اور غور کے لیے ان کے نام آجر کے پاس بھیجتا ہے۔ اس طرح اگر آپ سینئر سیکنڈری امتحان پاس کرنے کے بعد جاب تلاش کر رہے ہیں تو یہ آپ کے لیے بہتر ہوگا کہ آپ اپنا رجسٹریشن روزگار دفتر میں کرالیں۔ یہ آپ کی اہلیتوں کے مطابق جاب کی موزونیت کو دھیان میں رکھتے ہوئے متوقع آجروں کو آپ کا نام دے سکتا ہے۔

(iii) **تعلیمی ادارے (Employment Exchanges)** : آج کل کمپنیاں یا بڑی تنظیمیں اپنے عملہ کی بھرتی کے لیے یونیورسٹیوں، ووکیشنل اداروں اور مینجمنٹ اداروں کے ساتھ رابطہ بنائے رکھتی ہیں۔ جب کبھی ضرورت پیدا ہوتی ہے تو یہ کمپنیاں معروف اداروں (خاص طور پر جو طلبا کو پیشہ ورانہ یا تکنیکی تعلیم فراہم کر رہے ہوں) کے پاس اپنے ایک یا زیادہ سینئر ایگزیکٹو بھیجتی ہیں۔ یہ ایگزیکٹیو خواہش مند امیدواروں کے انٹرویو لیتے ہیں اور اپنی ضروریات کے مطابق موزوں امیدواروں کا انتخاب کرتے ہیں۔ اس عمل کو عام طور پر کیمپس انٹرویو کے طور پر جانا جاتا ہے اور اسے ایک باضابطہ بنیاد پر متعدد کمپنیوں کے لیے منیجروں، انجینئروں تکنیشین وغیرہ کی بھرتی کا مؤثر ذریعہ مانا جاتا ہے۔

(iv) **بن مانگے درخواست (Unsolicited Application:)**: وہ لوگ جو ملازمت کی جستجو میں ہوتے ہیں اکثر اپنی خود کی پیش قدمی پر درخواست دیتے ہیں۔ وہ باور کرتے ہیں کہ شاید کچھ خالی اسامیاں ہوں گی اور بغیر کسی جاب اشتہارات کے درخواست دیتے ہیں۔ منیجر ایسی درخواستوں کو ریکارڈ میں رکھتے ہیں اور جب ضرورت ہوتی ہے تو موزوں امیدواروں سے رابطہ قائم کرتے ہیں۔

(v) **فیکٹری دروازے پر بھرتی**: یومیہ اجرت پر بھرتی کیے جانے والے فیکٹری مزدوروں کے معاملے میں ایسا خاص طور پر ہوتا ہے۔ ایسے کارکنان اتفاقی مزدور کے طور پر کام کرنے کے لیے فیکٹری گیٹ پر صبح جمع ہوتے ہیں۔ کئی بار موجودہ باقاعدہ ملازمین تعطیل پر ہوتے ہیں اور ان کی خالی جگہوں کو فیکٹری گیٹ پر بھرتی کے ذریعے بھرا جاتا ہے۔ یہ اتفاقی کارکنان جو کچھ وقت کے لیے فیکٹری میں کام کر لیتے ہیں انھیں کسی مرحلے پر باقاعدہ روزگار کے لیے زیرغور لایا جاسکتا ہے۔

(vi) رجوع کرنا یا حوالہ: کبھی کبھی مینجمنٹ مختلف ذرائع جیسے کارکنان یونین سابقہ ملازمین، موجودہ ملازمین، گاہکوں وغیرہ جیسے مختلف ذرائع سے غرض مند کارکنان کے بارے میں حوالے حاصل کرتا ہے۔ یہ ذرائع اہم ہیں کیونکہ ان کی سفارشات ان لوگوں کے ذریعے کی جاتی ہے جو تنظیم سے وابستہ ہوتے ہیں اور اس کی ضروریات سے پوری طرح آگاہ ہوتے ہیں۔ کبھی کبھی ہم اپنے دوستوں اور رشتے داروں سے ان کی جان پہچان کے لوگوں کو ملازمت پر رکھنے کی سفارشات حاصل کرتے ہیں۔ اس سلسلے میں ایسی سفارشات پر غور کرتے وقت زیادہ محتاط رہنا چاہیے۔

(vii) نجی روزگار ایجنسیاں: شہری علاقوں میں متعدد نجی تنظیموں نے روزگار ایجنسیوں کے طور پر کام کرنا شروع کر دیا ہے۔ یہ ایجنسیاں اپنے یہاں ان افراد کے ناموں کو درج کر لیتی ہیں جو روزگار کی تلاش میں ہوتے ہیں اور کوشش کرتے ہیں کہ ایسے امیدواروں کے لیے جاب انٹرویو کے بندوبست کی کوشش کریں۔

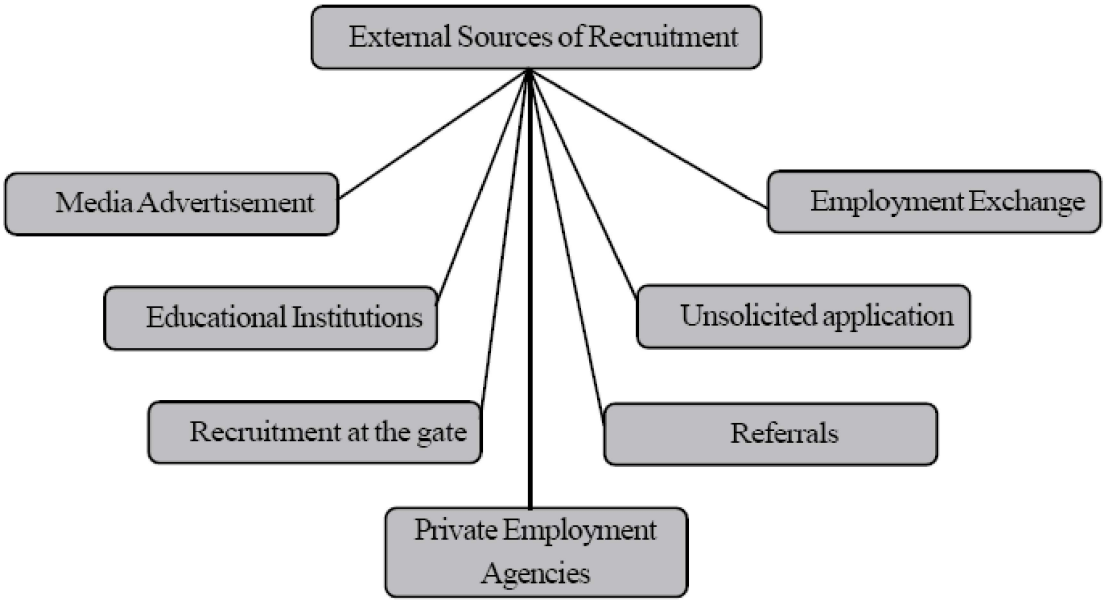


Fig.: 8.2 External Sources of Recruitment

8.3.3.1 بھرتی کے حالیہ رجحانات

(i) ای-بھرتی: ویب بیچ بھرتی کے جدید ذرائع ہیں جہاں خالی آسامیاں سرخ دنیا کے ذریعے شائع کی جاتی ہیں (www) اس میں فی امیدوار لاگت کو کم کرنے، وقت کی بچت، آسان ہونے اور تیز تر طریقہ ہونے کا فائدہ ہے، مثال کے طور پر، monster.com اور Jobsearch.com، naukri.com

(ii) خارجی کاری: بھرتی کا عملذیلی معاہدہ" کاروباری عمل کے ذیلی معاہدے (بی پی او) کی ایک شکل" ہے جس میں ایک آجر اپنے بھرتی کے عمل کو مکمل یا جزوی طور پر بیرونی خدمت فراہم کنندہ کو منتقل کرتا ہے۔

(iii) انٹرن شپ: یہ حالیہ گریجویٹس کو، خاص طور پر تکنیکی شعبوں میں، سمر انٹرن شپ کے طور پر کام کرنے کے لیے روزگار فراہم کرتے ہیں اور اس کے بعد، اپنی انٹرن شپ کی تربیت مکمل کرنے پر باقاعدہ ملازمت کی پیشکش حاصل کر سکتے ہیں۔

(iv) والک ان انٹرویو: اس طریقہ کار کے تحت آجر اخبار یا آن لائن میں 'ٹاک ان' کا اعلان داخل کر سکتا ہے۔ وہ لوگ جو ذاتی طور پر پیش کیے جاتے ہیں (جو شخصی طور پر آتے ہیں) یا فون کے ذریعے رابطہ کیا جاتا ہے (یعنی جو فون کے ذریعے بات چیت کرتے ہیں) سے درخواست کی جاتی ہے کہ وہ کام کی خالی جگہ کے لیے اپنا ڈیٹا فراہم کریں۔ یہ بھرتی کے ایک اچھے ذریعہ کے طور پر کام کرتا ہے جب خالی آسامیاں اچانک سامنے آتی ہیں اور انہیں فوری طور پر قبضہ کرنے کی ضرورت ہوتی ہے۔

8.3.4 انتخاب

جب خواہش مند امیدواروں کی درخواستوں/ ناموں کی مناسب تعداد بھرتی عمل کے ذریعے اکٹھی ہو جاتی ہے تب انتخاب کے عمل کی شروعات ہوتی ہے۔ انتخاب سے مراد خواہش مند امیدواروں کی فہرست میں سے نہایت موزوں شخص کے انتخاب کا عمل ہے۔ اس میں سبھی امیدواروں کی اہلیت اور تجربے کا جائزہ لینا اور جاب کے لیے متوقع باتوں کے ساتھ ان کا موازنہ کرنا شامل ہے تاکہ جاب کے لیے نہایت موزوں فرد کے بارے میں فیصلہ لیا جا سکے۔ پورا عمل متعدد اقدامات کے ذریعے ہوتا ہے جسے انتخاب کا طریقہ کار کہا جاتا ہے۔ آیئے ان سبھی اقدامات کا مختصر جائزہ لیں۔

(a) درخواستوں کو الگ کرنا

بھرتی کے عمل کے ذریعے امیدواروں سے درخواست وصول کرنے کے بعد ان کی جانچ کی جانی چاہیے تاکہ یہ فیصلہ لیا جا سکے کہ کون غور کیے جانے لائق ہے اور اس کے بعد باقی معاملات کو آگے بڑھایا جاتا ہے۔ عام طور پر امیدواروں سے سادے کاغذ پر ان کی اپنی ہاتھ سے لکھی درخواست مانگی جاتی ہے۔ کبھی کبھی جاب سے متعلق اشتہار میں درخواست میں دیئے جانے کی تفصیلات طلب کی جاتی ہے۔ بہت سے معاملوں میں امیدواروں کو کمپنی کے مجوزہ نام میں درخواست دیئے جانے کی ضرورت ہوتی ہے جو نام، پتہ، قومیت، مذہب، مادری زبان، تاریخ اور مقام پیدائش، ازدواجی حیثیت، تعلیم و تربیت، روزگار کی روداد، حوالہ جات وغیرہ پر مشتمل ہوتی ہے۔

الگ کرنے کے عمل میں درخواست کے مواد کی جانچ کرنا بھی شامل ہے تا کہ اس بات کا پتہ لگایا جا سکے کہ عمر، تجربہ، اہلیتوں اور مہارتوں کے لحاظ سے کم سے کم اہلیتی شرائط جو امیدواروں (جنھوں نے جاب کے لیے درخواست دی ہے ان کے ذریعے فراہم کی گئی ہیں وہ پوری ہوتی ہیں یا نہیں)۔ الگ کرنے کا عمل عام طور پر کمپنی کے ایک سینئر افسر یا کمیٹی برائے تفتیش (ScreeningCommitte) کے ذریعے انجام دیا جانا اور تفتیش کا مقصد ان مجاز امیدواروں کی ایک فہرست تیار کرنا ہے جن کی جانچ پڑتال آگے بھی کی جاتی ہے۔ وہ امیدوار جو مجاز نہیں ہیں اس بنا پر ان کے بارے میں مزید غور نہیں کیا جاتا اور ان کی فہرست خارج کر دی جاتی ہے۔

(b) **جانچ کا انعقاد:** درخواستوں کی چھان بین اور چھانٹنے کے بعد مجاز امیدواروں سے انتخابی آزمائشوں میں شامل ہونے کے لیے کہا جاتا ہے۔ یہ جانچ جاب کی ضرورتوں کے سلسلے میں امیدواروں کے ہنر اور ان کی اہلیتوں کو معلوم کرنے اور ان کی پیائش کے لیے کی جاتی ہیں۔ مثال کے طور پر اگر ایک ٹائپسٹ کی جاب میں کم سے کم ناکینگ رفتار 40 الفاظ فی منٹ کی ہے تو جانچ یہ دیکھنے کے لیے کی جاتی ہے کہ جاب کے لیے درخواست دینے والے امیدوار میں مطلوبہ ٹائپنگ رفتار کی اہلیت موجود ہے یا نہیں۔ امیدوار کے ذریعے جانچ میں کامیابی حاصل کرنے کا مطلب یہ نہیں ہوگا کہ اسے ملازمت پر رکھ لیا گیا ہے۔ اس سے پتہ چلتا ہے کہ جنھوں نے جانچ میں کامیابی حاصل کر لی ہے وہ مزید عمل کاری کے اہل ہیں اور جو ناکام ہیں ان پر غور نہیں کیا جائے گا۔ جانچ کی نوعیت متعلقہ جاب کی نوعیت پر منحصر ہے۔ مثال کے طور پر کلرک کی ملازمت کے لیے ذہانت اور فطری صلاحیت کی جانچ کا اہتمام کیا جا سکتا ہے جس میں معلومات عامہ کی جانچ، مقداری مسائل پر جانچ اور قوت استدلال نیز لفظیات کی جانچ شامل ہو سکتی ہے۔ صنعتی کارکنان اور تکنیکی اہلیت کے حامل لوگوں کے کارکردگی کی جانچ کا اہتمام کیا جا سکتا ہے۔ مثال کے طور پر ٹائپنگ کی رفتار و درستگی کا فیصلہ کرنے کی خاطر ٹائپ کرنے کے لیے ایک معیاری پیراگراف دیا جا سکتا ہے۔ اس طرح آؤ مکینک کے جاب کے لیے پسٹن ہٹانے کے لیے کہا جا سکتا ہے۔ اسے ہنرمندی یا کاروباری جانچ کے طور پر جانا جاتا ہے۔ نگراں اور منظّم کاری ملازمت کے لیے امیدوار کی شخصیت، فیصلہ سازی اہلیتوں کے بارے میں دریافت کرنے کے لیے جانچ کی جاتی ہے۔

(c) **انتخابی انٹرویو:** انتخاب کرنے کے طریقہ عمل کا ایک نہایت اہم جز وانٹرویو ہے۔ یہ درخواست فارم میں دی گئی معلومات کی جانچ کرنے اور جاب کے لیے جانچ کے ذرائع کے طور پر کام کرتا ہے۔ ایک انٹرویو میں امیدوار کو آجر یا آجر کے نمائندے کے سامنے بین تفاعل کرنا پڑتا ہے جہاں وہ امیدوار کی اہلیت کے بارے میں فیصلہ لینے کی کوشش کرتے ہیں۔ وہ امیدواروں کے پس منظر کی تفصیلات میں بھی جانے کا موقع حاصل کرتے ہیں جن سے امیدوار کی موزونیت کو سمجھنے میں کافی مدد ملتی ہے۔

(d) **حوالہ جات کی جانچ:** مطلوبہ اہلیت، مہارت اور تجربہ کے علاوہ یہ توقع کی جاتی ہے کہ وہ امیدوار جن کو روزگار دینے کے لیے غور کیا جانا ہے ان میں متوازن طبیعت، ایمانداری، وفاداری وغیرہ جیسی خوبیاں ہونی چاہئیں۔ ان خوبیوں کے بارے میں کسی جانچ کی بنیاد پر فیصلہ نہیں کیا جا سکتا۔ لہذا تعلیمی اداروں کے سربراہان (جہاں امیدواروں نے پڑھائی کی ہے) یا ان افراد سے جن کے نام امیدواروں نے ثالث کے طور پر دیئے ہیں یا ان کے سابق آجروں سے معلومات حاصل کی جاتی ہے اور توثیق کی جاتی ہے۔ بعض ملازمتوں جیسے خزانچی یا سیکورٹی گارڈ کے لیے معتبر ہونا ملازمت کے تقاضوں کے لحاظ سے بہت اہم ہے۔ لہٰذا یہ یقینی بنانے کے لیے کہ

ان افراد پر بھروسہ کیا جا سکتا ہے۔ان سے رابطہ قائم کرنے کی ضرورت کے تحت حوالے لیے جاتے ہیں۔تجربہ کار ملازمین کے معاملے میں ان کے مطابق آجروں کو اس مقصد کے لیے رابطہ کیا جا سکتا ہے۔

(e) طبی معائنہ: جاب کے لیے حتمی طور پر منتخب امیدواروں سے طبی معائنہ کرانے کی بات کی جاتی ہے یہ دیکھنے کے لیے کہ کیا منتخب امیدوار جاب کے لیے جسمانی طور پر موزوں ہے یا نہیں۔مناسب طبی معائنہ ملازمین کی صحت کے اعلیٰ معیار اور جسمانی صحت کو یقینی بناتا ہے جس کے نتیجے میں محنت کی مقدار، غیر حاضر باشی اور حادثات میں کمی پیدا ہوتی ہے۔طبی معائنے سے یہ بھی پتہ چلتا ہے کہ آیا وہ کسی بیماری میں تو مبتلا نہیں ہے جس کا علاج کیا جا سکتا ہے، جیسے کمزور بینائی وغیرہ۔طبی جانچ ملازمت کی مخصوص اقسام کے لیے ضروری ہے جیسے کہ پولیس اور فوج کا معاملہ جہاں جسمانی صحت بہت اہم ہے۔ملازمتوں کے بعض زمروں جیسے ڈرائیور کی ملازمت کے لیے مناسب بینائی بہت ضروری ہے۔

(f) تقرری کا خط جاری کرنا: حتمی طور پر منتخب امیدواروں کو تنظیم میں شامل ہونے کے لیے مدعو کیا جاتا ہے جس کے لیے ایک رسمی تقرری خط جاری کیا جاتا ہے جو ملازمت کی نوعیت، معاوضہ، تنخواہ اسکیل اور روزگار سے متعلق دیگر شرائط وضوابط پر مشتمل ہوتا ہے۔ عام طور پر تنظیم میں شامل ہونے کے لیے امیدوار کو معقول وقت دیا جاتا ہے۔

> آزمائشی مدت: زیادہ تر تنظیموں میں امیدواروں کو ابتدائی طور پر مستقل بنیاد پر تقرری نہیں کی جاتی کیونکہ یہ بہتر سمجھا جاتا ہے کہ خود جاب پر کچھ مہینوں کے لیے ان کی آزمائش کی جائے۔ملازمت کی اس مدت کو آزمائشی مدت کے طور پر جانا جاتا ہے۔

انتخاب کے طریقہ عمل میں اگر متعدد اقدامات درج فہرست کیے گیے ہیں لیکن سبھی معاملوں اقدامات کی پابندی ضروری نہیں ہوتی۔مثال کے طور پر یومیہ اجرت پر اتفاقی یا عارضی مزدوروں کی ملازمت کے لیے کمپنی افسر کے ذریعے محض انٹرویو لیا جانا کافی ہے جبکہ ٹائپسٹ یا کلرک کی جاب کے لیے درخواستوں کی جانچ پڑتال کر کے الگ کرنے، آزمائشوں اور انٹرویو کے انعقاد ضروری ہوں گے۔اسی طرح خزانچی کے جاب کے لیے حوالہ کی جانچ کیا جانا بھی ضروری ہوسکتا ہے۔

انتخاب اور بھرتی کے درمیان فرق

شمار	بنیاد	بھرتی	انتخاب
1	معنی	بھرتی سے مراد جاب کے لیے اچھی درخواستیں طلب کرنے کا عمل ہے	درخواست کنندگان میں سے نہایت موزوں کی شناخت کرنا انتخاب ہے
2	مقاصد	بھرتی کی عمل کاری میں جہاں تک ممکن ہو زیادہ سے زیادہ امیدواروں کو راغب کرنے کی کوشش ہے	انتخاب کا مقصد ہوتا ہے کہ غیر موزوں امیدواروں کو مسترد کر دیا جاتا ہے۔

3	نوعیت	تنظیم میں امیدواروں کو راغب کرنے کا ایک مثبت عمل ہے۔	انتخاب ایک منفی عمل کاری ہے کیونکہ اس میں بہت سے امیدواروں کو مسترد کر دیا جاتا ہے۔
4	کاروائی	یہ ایک آسان عمل ہے۔	یہ ایک پیچیدہ عمل ہے جو کئی مراحل کے ساتھ گزرنا پڑھتا ہے۔

8.3.5 تعیناتی

اگر منتخب امیدوار تنظیم میں شامل ہونے کا فیصلہ کرتا ہے تو اسے متعلقہ حکام کو رپورٹ کرنی ہوتی ہے اور وہ باضابطہ تحریری طور پر اپنی رضامندی دینے کے ذریعے تنظیم میں شامل ہوتا ہے۔ اسے مخصوص جاب کو انجام دینے کے لیے رکھا جاتا ہے۔ اس طرح تعیناتی سے مراد تنظیم میں اس عہدے پر منتخب امیدواروں کی تعیناتی ہے جس کے لیے اس کا انتخاب کیا گیا ہے۔ ہر امیدوار کی تقرری روزگار کی تفصیلات کے ریکارڈ کے ذریعے اپنائی جاتی ہے۔ ایسے ریکارڈوں کو مناسب طور پر رکھا جاتا ہے اور ملازمت کے ریکارڈ کے طور پر بیان کیا جاتا ہے۔ یہ ریکارڈ تربیت، ترقی، اضافہ وغیرہ کے لیے ملازمین کے انتخاب جیسے مواقع پر مفید مقصد کی تعمیل کرتا ہے۔ یہ ایک مثبت کام ہے کیونکہ یہ امیدواروں کو تنظیم کی طرف راغب کرتا ہے۔ یہ ایک سادہ عمل ہے۔ انتخاب دلچسپی رکھنے والے امیدواروں کی فہرست میں سے سب سے موزوں شخص کا انتخاب کرنے کا عمل ہے۔ انتخاب کا مقصد نااہل امیدواروں کو مسترد کرنا ہے۔ یہ ایک منفی فعل ہے کیونکہ یہ امیدواروں کو ہر قدم پر مسترد کرتا ہے۔ یہ ایک پیچیدہ عمل ہے کیونکہ اس میں کئی مراحل شامل ہوتے ہیں۔ اس عہدے یا عہدے پر فائز ہوں جس کے لیے امیدوار کا انتخاب کیا گیا ہے۔ نئے ملازم کی ابتدائی تفویض اور موجودہ ملازمین کی منتقلی اور ترقی شامل ہے۔ تربیت، ترقی، اضافے وغیرہ کے لیے ملازمین کے انتخاب کے طور پر، بہت سے مواقع پر ایک مفید مقصد کے لیے بھی کام کرتے ہیں۔

8.3.6 فائز کرنے کا عمل (Induction)

فائز کرنے کا عمل تنظیم کے لیے نئے ملازمین کے تعارف کا عمل ہے۔ نئے ملازمین کو یہ معلوم ہونا چاہیے کہ کس کے ماتحت اور کس کے ساتھ اسے کام کرنا ہے۔ وہ کام کے ماحول سے واقفیت اور تطابق حاصل کرتا ہے اور اصول وضوابط، کام کی شرائط وغیرہ کے بارے میں ایک عام تصور حاصل کرتا ہے۔ عام طور پر نے ملازمین کا نوری نگراں کار اسے اس کام کے ماحول سے تعارف کراتا ہے۔ فائز کرنے کے عمل کا مناسب پروگرام اس کی تشویش کو کم کرتا ہے کہ کس طرح کام سے نمٹنا ہے اور تنظیم کا کس طرح حصہ بننا ہے۔ اس طرح تنظیم وجاب کے تئیں موافق رویے کو فروغ دینے میں مدد ملتی ہے۔

8.3.7 تربیت اور ترقی

ملازمین کو ان کے علم و مہارت میں بہتری پیدا کرنے میں مدد کی جاتی ہے تا کہ وہ اپنے کاموں کو زیادہ مؤثر طور پر انجام دے سکیں۔ اس عمل کو ٹریننگ یا تربیت کہا جاتا ہے۔ ایک مخصوص مقصد کے لیے لوگوں کے علم و مہارت کو بڑھانے کے لیے یہ ایک منظّم سرگرمی ہے۔ اصطلاح "ترقی" سے مراد مخصوص مقصد کے لیے نہ صرف یہ کہ مہارت یا ہنرمندی اور اہلیتوں کی تخلیق ہے بلکہ زیادہ مشکل اور چیلنج سے بھرپور کاموں کو انجام دینے کے لیے ملازمین کی مجموعی لیاقت و اہلیت پیدا کرنا ہے۔ اسے عام طور پر نیجروں اور ایگزیکٹیو کی تربیت کے حوالے سے استعمال کیا جاتا ہے۔ تربیت ایک مخصوص جاب کو موثر طور پر انجام دینے کے لیے ملازمین کے علم اور تکنیکی مہارتوں کے بڑھانے کا نام ہے۔ ترقی سے مراد ملازمین کو آگے بڑھانے میں مدد کے لیے وضع کے گیے مواقع کی آموزش ہے۔ اس میں تمام میدانوں میں فرد کو آگے بڑھانا شامل ہے۔ ترقی سے افرادی قوت کو تکنیکی مہارتوں، مسئلے کو حل کرنے والی مہارتوں اور فیصلہ سازی سے متعلق مہارتوں کو بہتر بنانے میں مدد ملتی ہے۔ تربیت نئے ملازمین کے لیے ضروری ہے۔ اس کے ساتھ ہی کام میں موجودہ ملازمین کی کارکردگی بہتر بنانے کے لیے ضروری ہے۔ نئے ملازمین کے لیے تربیت اس لیے ضروری ہے کہ انھیں جاب کے لیے مطلوبہ طریقہ عمل اور مہارت سے واقفیت حاصل ہونے میں مدد ملتی ہے۔ موجودہ ملازمین کے لیے بھی معیاری وقفے پر تربیت کام کو کرنے کے بہتر طریقے سیکھنے میں اور اس وقت بھی جب کہ وہ نئے کاموں کی ذمہ داری لے رہے ہوں، مددگار ہے۔ اس طرح تربیت سے ان کے علم و ہنر کو بہتر بنانے اور زیادہ مؤثر طور پر کاموں کو انجام دینے میں مدد ملتی ہے۔ اس سے انھیں ترقی میں بھی مدد ملتی ہے اور ان کے رویوں اور اعتماد کی سطح میں بھی بہتری پیدا ہوتی ہے۔

تربیت اور ترقی کے درمیان فرق

شمار	بنیاد	تربیت	ترقی
1	نوعیت	تربیت صرف تکنیکی مہارتوں کو سکھنے سے متعلق ہے	ترقی تکنیکی تعلیمات انسانی اور تصورات سے متعلق ہے۔
2	موزونیت	یہ تکنیکی عملہ کے لیے موزوں ہے۔	یہ نیجر یا اسٹاف کے لیے موزوں ہے۔
3	وقت کا دورنیہ	یہ قلیل مدتی عمل ہے۔	یہ ایک طویل مدتی عمل ہے۔
4	اورینٹیشن	یہ تکنیکی مہارت سکھاتی ہے اور غیر انتظامی عملہ کے لیے ہوتی ہے۔	اس میں تصورات اور انسانی مہارتوں کو سکھایا جاتا ہے اور انتظامی عملہ کے لیے ہوتی ہے۔
5	اکتساب کی وسعت	پہلے سے موجود کوالٹی کو فروغ دیتی ہے	ترقی عمل کی چھپی کوالٹی اور ذہانت کو فروغ دیتی ہے۔

تربیت وترقی کی اہمیت

تربیت اور ترقی تنظیم اور ملازمین دونوں کے لیے فائدہ مند ہیں، کیونکہ وہ نہ صرف ملازمین کی پیداواری صلاحیت میں اضافہ کرتے ہیں اور ترقی کو آسان بناتے ہیں، بلکہ تنظیم کو کامیابی کی طرف لے جاتے ہیں۔

تنظیموں کے لیے تربیت کے فوائد:

1. کم ترضیاع، تربیت یافتہ ورکر کے طور پر آموزش اور جاب انجام دینے میں اسے کم وقت لگتا ہے۔
2. بہتر ملازم کارکردگی سے زیادہ سے زیادہ منافع کی صورت پیدا ہوتی ہے۔
3. افراد مشینوں اور مواد سے بہتر استفادہ۔
4. ورکرس کے ذہن میں مثبت رویہ کو فروغ اور نئے جوکھم اٹھانے کے افرادی قوت (ورک فورس) کو محرک کرنا۔
5. لیبر کی تعداد اور ان کی غیر باشی کو کم کرنا۔
6. تربیت یافتہ ورکر ماحولیاتی تبدیلیوں کو غیر تربیت یافتہ ورکرس کے مقابلے زیادہ تیزی سے مطابقت پیدا کر لیتے ہیں۔

ملازمین کو تربیت دینے کے فوائد

1. تربیت سے حاصل بہتر ہنر و مہارتوں سے ورکرس کے لیے بہتر کیریر متبادل ہوتا ہے۔
2. ورکر کے ذریعہ پیش بہتر کارکردگی انہیں زیادہ کمانے میں مدد کرتی ہے۔
3. تربیت یافتہ ورکر کو مسائل سے نمٹنے کے لیے بہتر شعور ہوگا اور وہ پیچیدہ قسم کے کام کو برتنے کے اہل ہوں گے۔
4. تربیت سے افرادی قوت کی حوصلہ مندی بڑھتی ہے۔

تربیت کے طریقے

ملازمین کو تربیت دینے کے مختلف طریقے ہیں جنھیں دو زمروں میں تقسیم کیا جاسکتا ہے۔

(1) کام کے دوران اپنائے جانے والے طریقہ کار (دوران کار طریقہ)

(2) کام سے الگ رہ کر اپنائے جانے والے طریقہ کار

1. کام کے ساتھ ساتھ تربیتی طریقہ کار: ان طریقوں میں ملازمین کو کام انجام دیتے وقت ان کے نگراں یا سینئر کی مدد سے بجا طور پر ان کے جاب کے بارے میں سکھایا جاتا ہے۔ ان طریقوں سے مشق کے ذریعے خود آموزش کی حوصلہ افزائی ہوتی ہے۔ سینئر کے معاون کے طور پر کام کرتے وقت جاب پر ہدایت یا کوچنگ (کے رموز بتلانے) اور جاب تبدیل کرنے اور سکھانے، زیر مطالعہ حیثیت، عارضی ترقی جاب پر رہتے ہوئے تربیت کے کچھ عام طریقے ہیں۔
2. کام سے الگ رہ کر اپنائے جانے والے طریقہ کار: ان طریقوں میں کام کی جگہ سے دور ملازمین کی تربیت شامل ہے۔ اس طرح ماہرین تربیت کا اہتمام کر سکتے ہیں اور ملازمین جاب کو پورا کرنے کے فوری دباؤ سے آزاد ہوتے ہیں۔ مظاہرے یا

نمائش کے ساتھ لکچرس، کانفرنس، کسی امر پر مباحثہ، ویڈیو شو اور فلمیں دکھانے کے ذریعے کام سے الگ رہ کر جاب سے متعلق تربیتی طریقوں میں سے بعض عام طریقے ہیں۔ اس کے علاوہ کام سے الگ رہ کر جاب ایک اور تربیتی طریقہ ہے جیسے نوعملہ تربیت (training Vestibule) کہا جاتا ہے۔ نوعملہ تربیت سے مراد ورکشاپ میں خاص طور پر وضع کیے گئے طریقے کے لحاظ سے تربیت دینا ہے جس میں کام کی جگہ کے حقیقی حالات سے ممکنہ طور پر جتنا زیادہ مماثل ہوسکتا ہے اتنا مماثل کرنے کی کوشش کی جائے۔ ایسے ورکشاپ میں ملازمین کی ایک بڑی تعداد کو نسبتاً ایک قلیل مدتی وقت میں تربیت دی جاسکتی ہے۔

8.3.8 کارکردگی کی جانچ

لوگ اپنی صلاحیتوں اور ذہانت میں مختلف ہوتے ہیں، اور یہ ضروری ہے کہ انتظامیہ ان اختلافات کو جان لے تاکہ انہیں مناسب انعام مل سکے۔ کارکردگی کی تشخیص کا مطلب ملازمین کی کارکردگی کا اندازہ لگانا ہے۔ کارکردگی کی تشخیص کا مطلب کچھ پہلے سے قائم معیارات کے مقابلے میں کسی ملازم کی اصل اور/ یا ماضی کی کارکردگی کا جائزہ لینا ہے۔ خاص طور پر، اس کا مطلب ہے کام کی جگہ پر ملازمین کی متعلقہ مہارتوں کا منظّم طریقے سے اندازہ لگانا۔ یہ منتظمین کو ان ملازمین کی شناخت کرنے کی اجازت دیتا ہے جو تفویض کردہ کام کو تسلی بخش طریقے سے انجام دے رہے ہیں، اور وہ لوگ جو یہ نہیں کرسکتے، اور کیوں۔ منصفانہ ہونے کے لیے، کارکردگی کی تشخیص انہی طریقوں کا استعمال کرتے ہوئے اور کام کی وردی کے معیارات کو مدنظر رکھتے ہوئے کی جانی چاہیے۔ قائم کردہ معیار پیداوار کی مطلوبہ مقدار، کیے گئے کام کا معیار، کام کے عمل میں پیدا ہونے والے مواد کے فضلے کو کم سے کم کرنا وغیرہ ہوسکتا ہے۔

8.3.9 تلافی

تلافی ایک نہایت اہم عامل ہے جو مینجمنٹ اور کامگاروں کے درمیان رشتوں پر اثر انداز ہوتا ہے۔ کوئی تنظیم ملازمین کو بغیر واجب تلافی پیش کیے بغیر نہ تو راغب کرسکتی ہے اور نہ ہی اہل ملازمین کو برقرار رکھ سکتی نا ہے۔ اصطلاح تلافی یا معاوضہ تنظیم کو پیش کی گئی خدمات کے لیے ملازمین کے لیے مالیاتی اور غیر مالیاتی سلسلے کے ایک وسیع دائرے کا اظہار کرتا ہے۔ اس میں اجرتیں تنخواہیں اور دیگر فوائد شامل ہیں جو کوئی آجر اپنے ملازمین کو ان کی خدمات کے لیے پیش کرتا ہے۔ تلافی کو دو زمروں میں تقسیم کیا جاسکتا ہے:

(a) بنیادی/ ابتدائی تلافی

(b) ضمنی تلافی

بنیادی تلافی کسی ملازم کے لیے ہر ماہ ادا کی جانے والی ایک مقررہ رقم ہے۔ اس میں اجرتیں، تنخواہ اور الاؤنس شامل ہیں جو ملازم کو اس کی کارکردگی کے بلا لحاظ ادا کیے جاتے ہیں۔

ضمنی تلافی سے مراد وہ تلافی ہے جو ملازمین کو زیادہ مؤثر طور پر کام کرنے میں متحرک کرنے کی غرض سے ادا کی جاتی ہے۔ اسے ترتیبی تلافی کے طور پر بھی جانا جاتا ہے۔ یہ ترغیبات زری یا غیر زری ہوسکتی ہیں۔ زری ترغیبات میں بونس، فروخت پر کمیشن یا منافع میں

شریک کرنے کے منصوبے شامل ہے کے منصوبے شامل ہیں جبکہ دوسری طرف غیر زری ترغیبات میں سپر وائزر کے ساتھ دوستانہ تعلقات، چیلنج سے پر کاموں کی تفویض اور اعتراف وغیرہ شامل ہیں۔ ایسی ترغیبات سے ملازمین کی جاب میں دلچسپی برقرار رکھنے اور سخت محنت سے کام کرنے کی ترغیب ملتی ہے۔ اس سے ملازمت کی تسکین بھی ملتی ہے۔

8.3.10 ترقی (درجہ بڑھانا) اور تبادلہ

جب کسی ملازم کو ایک ایسی جاب تفویض کی جاتی ہے، جس میں موجودہ جاب کی نسبت زیادہ سے زیادہ ذمہ داریاں، زیادہ تنخواہیں، اونچی حیثیت اور وقار ہو تو اسے ترقی (Promotion) کے طور پر جانا جاتا ہے۔ اس طرح ترقی سے مراد، ملازمین کا اونچی سطح یا حیثیت میں آگے بڑھنا ہے۔ ترقی کا خاص مقصد فرد کی اہلیوں کا پورا استعمال اور اس کی ملازمتی تسکین میں بھی اضافہ کرنا ہے۔ ترقی کی بنیاد خدمت یا فضلیت میں برتری ہوسکتی ہے۔ اگر فضیلت یکساں ہے تو وہ جو سینئر ہوگا اس کی ترقی کے لیے غور کیا جاتا ہے۔ جب کسی ملازم کی کارکردگی اطمینان بخش نہیں اور اس میں بہتری نہیں پیدا کی جاسکتی تو اسے نچلے درجے کی جاب تفویض کی جاسکتی ہے جو نچلے درجے کا ہوگا اور جس میں کم تر حیثیت اور تنخواہ ہوگی۔ اسے تنزلی Demotion) کے طور پر جانا جاتا ہے۔

تبادلے سے مراد جاب میں وہ تبدیلی ہے جہاں کسی ملازم کو اسی درجے اور تنخواہ کا ایک مختلف کام تفویض کیا جاتا ہے یا جب کسی فرم کی دوسری اکائی میں اسی طرح کے کام کی تفویض کی جاتی ہے۔ اس طرح تبادلے میں عام طور پر تنخواہ میں اضافہ یا ایک برتر حیثیت نہیں شامل ہوتی۔ یہ محض اس لیے کیا جاتا ہے کہ ملازم کو مزید تجربہ حاصل ہو سکے یا اسے جاب تسکین زیادہ سے زیادہ مل سکے یا مختلف اکائیوں میں اسٹاف کی ضروریات میں توازن قائم کیا جاسکے۔

8.4 ہدایت کاری کے معنی

کسی کاروبار کا بندوبست کرتے وقت منیجروں کو لوگوں کے ذریعہ انجام دی گئی چیزوں کو حاصل کرنا ہوتا ہے۔ ایسا کر پانے کے لیے اسے بہت سی سرگرمیاں انجام دینی ہوتی ہیں جیسے ان لوگوں کو رہنمائی جو ان کے ماتحت کام کرتے ہیں۔ انھیں مشترکہ مقاصد کو حاصل کرنے کے لیے حوصلہ افزائی کے ساتھ ان کی قیادت کرنی ہوتی ہے۔ مثال کے طور پر ایک آفس منیجر کو اپنے ماتحتوں جیسے ٹائپسٹ، آفس اسٹنٹ، دفتر کاؤنٹ کلرک وغیرہ کی سرگرمیوں کی نگرانی کرنی ہوتی ہے۔ اسے ان میں ہدایات جاری کرنی ہوتی ہے، علاوہ کام متعلقہ سرگرمیوں کو بتانا اور سمجھانا پڑتا ہے۔ اسے ان کو یہ بھی بتانا ہوتا ہے کہ انھیں کیا کرنا ہے اور اسے کیسے انجام دینا ہے۔ آفس منیجر منصوبہ بنا سکتا ہے، تنظیم کرسکتا ہے اور لوگوں کی تقرری کرسکتا ہے۔ لیکن وہ مقاصد تب تک نہیں حاصل کرسکتا جب تک وہ اپنے ماتحتوں کو مخصوص فرائض نہ تفویض کرے اور بہتر کارکردگی کے لیے انھیں متحرک کرے۔ منیجر کی یہ بھی سرگرمیاں ہدایت کاری عمل کی تشکیل کرتی ہیں۔ اس طرح ہدایت کاری تنظیم کے مقاصد حاصل کرنے میں اس میں کام کرنے والے لوگوں کو ہدایات دینے، رہنمائی کرنے، نگرانی کرنے اور حوصلہ افزائی سے متعلق ہے۔ یہ وہ عمل کاری ہے جس میں لوگوں کو بتایا جاتا ہے کہ کیا کرنا ہے اور یہ دیکھا جاتا ہے کہ وہ بہتر طور پر مکن انداز میں اسے انجام دے رہے ہیں یا نہیں ہدایت کاری عمل میں یہ سب بھی شامل ہیں۔

☆ لوگوں کو بتانا کہ انھیں کیا کرتا ہے اور یہ وضاحت کرنا کہ انھیں کیسے انجام دینا ہے؟

☆ ماتحتوں کو ہدایات اور احکامات جاری کرنا کہ وہ شیڈول کے مطابق اپنی تفویضات کو انجام دیں؛ ان کی ہدایتوں کی نگرانی کرنا؟

☆ منیجروں کی امیدوں پر کھرا اترنے اور تنظیمی مقاصد کی حصولیابی کے لیے اشتراک کرنے کے لیے ان کی حوصلہ افزائی؛

☆ اور قیادت فراہم کرنا، منیجر منصوبہ بندی کرتے ہیں اور فیصلہ لیتے ہیں۔

وہ کام کو معین کرنے کے لیے تنظیم کرتے ہیں اور کاروباری ادارے میں موزوں عہدوں کی تخلیق کرتے ہیں۔ لوگوں کو کاموں کو انجام دینے کے لیے ملازمت پر رکھا جاتا ہے۔ لیکن جاب حاصل کرنے کا صنعتی کام ہدایت کاری تفاعل کے تحت آتا ہے۔

اس طرح ہدایت کاری دوران عمل کا مینجمنٹ ہے۔ اس عمل کی مشق کے ذریعہ ہی میجر لوگوں کے ذریعہ چیزوں یا مقاصد کو حاصل کرتے ہیں۔

8.5 ہدایت کاری کی اہمیت

منصوبے محض منصوبے ہی رہ جاتے ہیں اگر انھیں عمل میں نہ لایا جائے۔ ہدایت کاری نہ ہو تو ماتحتوں کو نوٹس کوئی اندازہ نہیں ہوگا کہ انھیں کیا کرنا ہے۔ انھیں شاید تحریک نہیں ملے گی کہ وہ جاب کو اطمینان بخش طریقے سے انجام دیں۔ منصوبوں کا نفاذ اس طرح کافی حد تک ہدایت کاری عمل سے ہی وابستہ ہے۔ مینجمنٹ کے عمل کے طور پر ہدایت کاری کئی طرح سے مفید ہے۔

☆ اس سے ماتحتوں کو دیئے گئے کام کو شیڈول کے مطابق پورا کرنے میں مدد ملتی ہے اور رہنمائی حاصل ہوتی ہے۔

☆ کام کو اطمینان بخش طور پر پورا کرنے اور اس کے لیے پوری کوشش نیز جدوجہد کرنے میں ماتحتوں کو ضروری تحریک ملتی ہے۔

☆ اس سے نظم وضبط برقرار رکھنے اور وہ لوگ جو کام کو زیادہ بہتر طور پر انجام دے رہے ہوں انھیں صلہ ملنے میں مدد ملتی ہے۔

☆ ہدایت کاری میں نگرانی بھی شامل ہوتی ہے جو یہ یقینی بنائے جانے کے لیے ضروری ہے کہ کاموں کو احکامات اور ہدایات کے مطابق انجام دیا گیا ہے۔

☆ تنظیم میں مختلف لوگ الگ الگ سرگرمیاں انجام دیتے ہیں۔ یہ بھی سرگرمیاں ایک دوسرے سے متعلق ہوتی ہیں۔

☆ مختلف ارتباط اور سرگرمیوں کو انجام دینے اور یقینی بنانے کے لیے انھیں اچھی طرح انجام دیا گیا ہے۔ ہدایت کاری اہم ہے۔ اس طرح یہ مختلف سرگرمیوں کو مربوط کرنے میں مدد کرتا ہے اور یہ بھی کہ تنظیمی مقاصد کے ساتھ ساتھ اندازہ مقاصد میں بھی مطابقت پیدا ہوتی ہے۔

☆ ہدایت کاری میں قیادت بھی شامل ہے جو کام کے لیے مناسب ماحول کی تخلیق کرنے اور باہمی طور پر مل جل کر کام کرنے کا جذبہ (جذبہ اتحاد عمل) پیدا کرنے میں ضروری مدد فراہم کرتی ہے۔

8.6 ہدایت کاری میں پائے جانے والے عناصر

ترسیل، نگرانی، تحریک اور قیادت ہدایت کاری کے چار ضروری عناصر ہیں۔ اگلے سیکشنوں میں ہم اس کے اجزا کی نوعیت اور اہمیت کے بارے میں بحث کریں گے۔

8.6.1 ترسیل

ترسیل ایک بنیادی تنظیمی عمل ہے جو اس عمل کاری کی دلالت کرتا ہے جس کے ذریعے ایک فرد (جو مرسل کے طور پر جانا جاتا ہے) دوسرے فرد (جو وصول کنندہ کے طور پر جانا جاتا ہے) کو معلومات یا پیغامات ارسال کرتا ہے۔ تنظیموں میں ترسیل کا مقصد احکامات، ہدایات یا معلومات کو پہنچانا ہوتا ہے تاکہ کارکردگی اور ملازمین کے رویے یا طرز عمل میں مطلوبہ تبدیلیوں کو سامنے لایا جاسکے۔ ایک تنظیم میں نگراں ماتحتوں کو معلومات کی ترسیل کرتا ہے۔ موزوں ترسیل کے نتیجے میں واضح ہونے کی صورت پیدا ہوتی ہے اور ماتحتوں کے تعاون کو یقینی بنایا جاتا ہے۔

ناقص ترسیل نگراں اور ماتحتوں کے درمیان غلط فہمی کے سبب مسائل پیدا کرسکتی ہے۔ ماتحتوں کو انھیں بھیجے جانے والے پیغامات درست طور پر سمجھنے ہوں گے۔

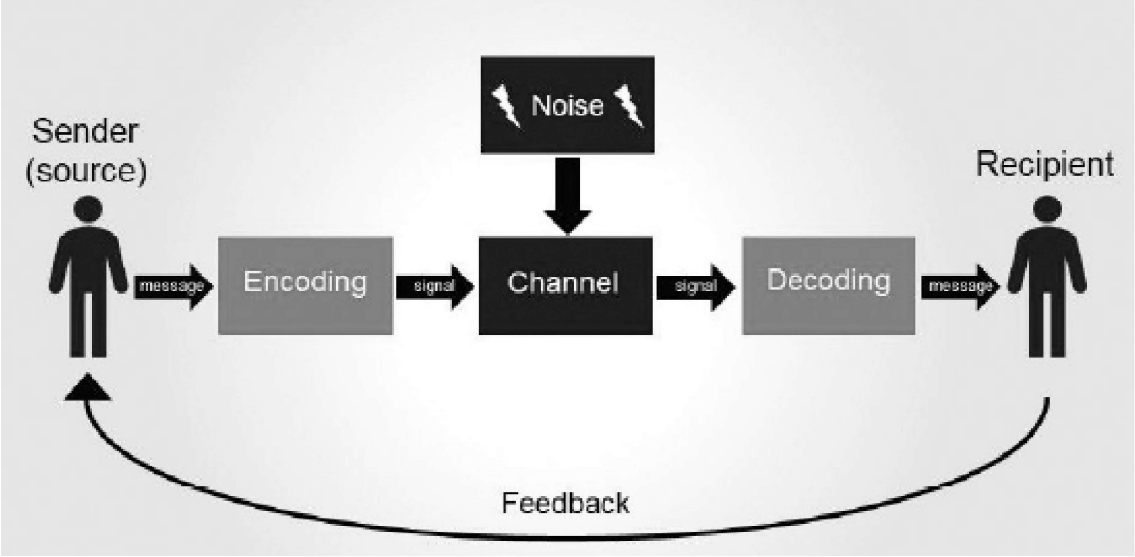


Fig.: 8.3 Communication Process

اس طرح ترسیل میں:

☆ دو فریق ہوتے ہیں ایک تو مرسل اور دوسرے کو وصول کنندہ کے طور پر سمجھا جاتا ہے؟

☆ ترسیل کے ذریعہ وصول کنندہ کو پیغام بھیجا جاتا ہے؟ اور

☆ .وصول کنندہ پیغام کو وصول کرتا ہے اور اسے سمجھتا ہے۔

ترسیل کا مطلب ہمیشہ یہ نہیں ہوتا کہ نگراں سے ماتحت کو پیغام بھیجا جائے۔ اس کا مطلب یہ بھی ہوسکتا ہے کہ ماتحت سپروائزر کو پیغام بھیجے۔ مثال کے طور پر، ماتحت نگراں کو اسمبلی لائن پر نقائص/مسائل کے بارے میں مطلع کرسکتا ہے۔ لہذا یہ دوطرفی عمل کاری ہے۔

ترسیل کی اہمیت

تنظیم میں ترسیل اتنی اہم ہے کہ اسے تنظیم کا بنیادی عنصر سمجھا جاتا ہے۔ ہدایت کاری کی کامیابی کافی حد تک اس بات پر منحصر ہے کہ کسی طرح مؤثر طور پر میجر اپنے ماتحتوں کو ترسیل کرسکتا ہے۔ سبھی سطحوں پر اور کبھی سطحوں کے درمیان تنظیم میں مناسب ترسیل اور ماحصل کی مقدار اور کوالٹی دونوں کو بہتر بناسکتی ہے۔ ترسیل کے چند فوائد درج ذیل ہیں۔

☆ ترسیل سے ملازمین کے درمیان اپنے کردار کو سمجھنے اور مؤثر طور پر کام انجام دینے میں مدد ملتی ہے۔

☆ اس سے ارتباط یا مطابقت اور باہمی سمجھ حاصل کرنے میں مدد ملتی ہے جس سے صنعتی ہم آہنگی پیدا ہوتی ہے اور پیداوار میں اضافہ ہوتا ہے۔

☆ ترسیل انتظامی کارکردگی میں بہتری پیدا کرتی ہے اور اسٹاف میں تعاون کو یقینی بناتی ہے۔

☆ مؤثر ترسیل ملازمین کے ذہنی رویوں کو ڈھالنے اور ان کی حوصلہ مندی و خود اعتمادی پیدا کرنے میں مدد کرتی ہے۔

☆ ترسیل ایک ذریعہ ہے جس سے تنظیم میں اختیاری نیابت اور لامرکزیت کامیابی کے ساتھ انجام پاتی ہے۔

ترسیل کی اقسام

کسی تنظیم میں ترسیل کاری نگراں سے ماتحت کو، ماتحت سے نگراں کو اور ایک ہی سطح پر دو نگراں کے درمیان بھی انجام پاتی ہے۔ ترسیل زبانی یا تحریری یا جسمانی اشاروں کے علاوہ ترسیل رسمی یا غیر رسمی ذرائع سے بھی کی جاسکتی ہے۔ اس طرح ترسیل کی مختلف اقسام یوں ہوں گی۔

استعمال کیے جانے والے ذرائع کی بنیاد پر	ہدایت کی بنیاد پر	طریق عمل کی بنیاد پر
(1) رسمی (ii) اوپر کی طرف	(ii) نیچے کی طرف (ii) غیر لفظی۔ اشاروں کے ذریعہ (iii) متوازی (iv) وتری (ترچھا)	(1) لفظی- (a) زبانی (b) تحریری (ii) غیر رسمی

آیئے ان کے بارے میں مختصر بات کریں۔

(a) **رسمی اور غیر رسمی ترسیل:** وہ راہ جس کے ذریعہ معلومات رواں ہوتی ہے اسے ترسیل کا ذریعہ کہا جاتا ہے۔ ہر تنظیم میں ہمارے پاس رسمی اور غیر رسمی دونوں ذرائع ہوتے ہیں۔ ترسیل کی راہ جو مینجمنٹ کے ذریعہ رسمی طور پر قائم رشتوں پر بنی ہوتی ہیں انھیں رسمی ذرائع کہا جاتا ہے۔ مثال کے طور پر جنرل منیجر ایک فیصلے کی ترسیل پروڈکشن منیجر کو کرتا ہے جو اس کے بعد نورمین کو احکامات یا ہدایات جاری کرتا ہے۔ یہ ترسیل اس طرح بھی ہوسکتی ہے کہ ایک کارکن GPF کھاتے سے قرض کے لیے اپنے نگراں کو درخواست دیتا ہے۔ وہ اسے منیجر شعبہ حساب کو بڑھا سکتا ہے جو اسے حتمی طور پر جنرل منیجر (مالیات) کے پاس منظوری کے لیے بھیجتا ہے۔

ترسیل جو اسٹاف یعنی عملہ کے درمیان غیر رسمی یا سماجی رشتوں کی بنیاد پر واقع ہوتی ہے اسے غیر رسمی ترسیل کہا جاتا ہے۔ مثال کے طور پر پروڈکشن پیداوار اور اکاؤنٹنٹ کے درمیان معلومات کا تبادلہ جو کہ دوستانہ طور پر یا دوست ہونے کی حیثیت سے کرتے ہیں یا اس طرح کے دیگر معاملے زیادہ تر غیر رسمی ذرائع کا استعمال تنظیم کے ممبروں کے دوستانہ میں عمل کے سبب ہوتا ہے۔ درحقیقت یہ خالصتاً ذاتی یا تنظیمی معاملوں سے متعلق ہوسکتا ہے۔

(b) **اوپر کی طرف نیچے کی طرف افقی یا متوازی اور وتری ترسیل:** تنظیم میں ترسیل کی روانی یا رخ کی بنیاد پر اس کی درجہ بندی اوپر کی جانب، نچلی جانب، افقی یا وتری ہوسکتی ہے۔

جب ملازمین نگراں کو درخواست، عرضداشت، رپورٹ، تجویز یا خیالات ترسیل کرتے ہیں تو ترسیل کی روانی اوپری جانب یعنی چلی سطح سے اوپر کی سطح پر ہوتی ہے۔ مثال کے طور پر جب ایک ٹائپسٹ تجویز کے ڈبے میں اپنی تجویز ڈالتا ہے یا ایک فورمین فیکٹری کے منیجر کو مشینری کے رکنے کی رپورٹ کرتا ہے تو ترسیل کا بہاؤ اوپر کی جانب ہوتا ہے۔ اوپری جانب ترسیل نے ملازمین کو اپنے شعبہ کے عمل میں سرگرم شرکت کیے جانے کی حوصلہ افزائی ہوتی ہے۔ ان کا حوصلہ بڑھتا ہے اور ذمہ داری کے احساس میں بھی اضافہ ہوتا ہے جب کام پر اثر انداز ہونے والے مسائل کے بارے میں ان کے نگراں کے ذریعہ سنا جاتا ہے۔

ترسیل نگراں سے درجہ بہ درجہ نچلی جانب کی جاتی ہے تو اسے نچلی جانب ترسیل کہتے ہیں۔ مثال کے طور پر جب نگراں ماتحتوں کو احکامات اور ہدایات جاری کرتے ہیں تو ترسیل کا بہاؤ نیچے کی طرف یعنی اوپر سے نیچے کی طرف ہوتا ہے۔ اس طرح کام کی تفویضات کی نوٹس کارکردگی کے لیے درخواستوں وغیرہ کی ترسیل بلیٹن بورڈ، میموز، رپورٹ، تقریروں، میٹنگ وغیرہ کے ذریعہ کی جاتی ہے یہ سبھی شکلیں نیچے کی جانب ترسیل کی ہیں۔ تنظیم میں ترسیل ایک ہی سطح پر ممبروں کے درمیان بھی ہوسکتی ہے۔ مثال کے طور پر پروڈکشن منیجر، سیلز منیجر کو ترسیل کرسکتا ہے۔ اسے ترسیل کے افقی بہاؤ کے طور پر جانا جاتا ہے۔ یہاں ترسیل ایک ہی عہدے اور حیثیت کے لوگوں کے درمیان ہوتی ہے۔ ایسی ترسیل سرگرمیوں میں ارتباط پیدا کرتی ہیں جو باہمی طور پر وابستہ ہوتے ہیں۔ جب ترسیل ان لوگوں کے درمیان ہوتی ہے جو نہ تو ایک ہی شعبے کے ہوتے ہیں اور نہ ہی تنظیمی سلسلہ مراتب کے

یکساں سطح کے ہوتے ہیں، انھیں وتری ترسیل کہا جاتا ہے۔ مثال کے طور پر لاگت محاسب (accountantcost) مندوبین فروخت سے رپورٹ کے لیے درخواست کرسکتا ہے۔ اس طرح کی ترسیل خاص حالات کے تحت ہوتی ہیں۔

(c) **لفظی اور غیر لفظی ترسیل:** استعمال کیے جانے والے طرز عمل کی بنیاد پر ترسیل لفظی یا غیر لفظی ہوسکتی ہے۔ ترسیل کیے جانے کے وقت منیجر اپنے ماتحتوں سے آمنے سامنے یا ٹیلی فون سے بات چیت کرسکتے ہیں یا ان میں خطوط بھیجے جاسکتے ہیں یا نوٹس یا میمو جاری کیا جا سکتا ہے۔ یہ لفظی ترسیل ہیں۔ اس طرح ترسیل کا لفظی طریق عمل زیادہ یا تحریری ہوسکتا ہے۔ آمنے سامنے ترسیل، انٹرویو، میٹنگ اور سمیناروں کے طور پر کی جانے والی ترسیل زبانی ترسیل کی مثالیں ہیں۔ ٹیلی فون پر احکامات اور ہدایات جاری کرنا اور مابین ترسیلی نظام بھی زبانی ترسیل ہے۔ ترسیلی کے تحریری طرز عمل میں خطوط، سرکلر، نوٹس اور میمو شامل ہیں۔ کبھی کبھی لفظ ترسیل کے ساتھ ساتھ مدد کے طور پر غیر لفظی ترسیل بھی کی جاتی ہے۔ جیسے چہرے سے ظاہر ہونے والے تاثرات اور جسمانی اشارے۔ مثال کے طور پر ہاتھ کا ہلانا مسکراہٹ یا تیوری چڑھانا وغیرہ اسے اشارتی ترسیل کے طور پر جانا جاتا ہے۔

موثر ترسیل کے لیے رکاوٹیں

بندشیں وہ رکاوٹیں ہیں جو ترسیل پر خراب اثر ڈالتی ہیں۔ ان رکاوٹوں کے بارے میں درج ذیل زمروں کے تحت بتایا گیا ہے:

A. معنیاتی رکاوٹیں

یہ رکاوٹیں اس وقت پیدا ہوتی ہیں جب پیغام کو بھیجنے والا (مرسل) اور وصول کنندہ الفاظ، جملوں، علامتوں وغیرہ کو مختلف طور پر سمجھتا ہے۔

1. مختلف معنوں کے ساتھ علامتیں: کسی لفظ کے مختلف معنی ہوسکتے ہیں۔ مثال کے طور پر منٹ (یعنی وقت اور مختصر روداد دونوں کے ہی معنی میں ہیں)
2. خراب طور پر ظاہر کیا گیا پیغام: کبھی کبھی منیجر غلط الفاظ کا استعمال کرسکتا ہے۔ نیجر ضروری الفاظ کو ترک کرسکتا ہے۔
3. ناقص ترجمہ: منیجر اپنے باس سے معلومات وصول کرتا ہے اور اسے اپنے ماتحتوں کو منتقل کرتا ہے۔ منیجر اپنی سمجھ کی سطح کے مطابق سبھی ملازمین کو اسے منتقل کرتا ہے۔ اگر معلومات کا وصول کنندہ اس کی ناقص ترجمانی کرتا ہے تو یہ ترسیل میں رکاوٹ ہوسکتی ہے۔
4. غیر واضح مفروضات: کبھی کبھی مرسل یہ سمجھ لیتا ہے کہ وصول کنندہ بنیادی باتوں کو جانتا ہے۔ لہذا مرسل اسے صرف خاص مواد کے بارے میں ترسیل کرسکتا ہے۔ موثر ترسیل میں یہ بھی ایک رکاوٹ ہوسکتی ہے۔

B. نفسیاتی رکاوٹیں

نفسیاتی رکاوٹیں ذہنی کیفیت کے سبب ظاہر ہوتی ہیں!

1. توجہ میں کمی: جب وصول کنندہ بعض اہم کام میں مشغول ہوتا ہے تو وہ پوری توجہ سے نہیں سن پاتا۔ توجہ میں یہ کمی موثر ترسیل میں رکاوٹ ثابت ہوگی۔
2. ترسیل اور یاد رکھنے کی کمزور کیفیت: جب ترسیل مختلف خطوں، پیغام کے متواتر ترسیل کے ذریعہ گزرتی ہے تو معلومات کے ضائع ہونے کا نتیجہ نکل سکتا ہے۔
3. قبل از وقت تشخیص کبھی کبھی معلومات کا وصول کنندہ پورے پیغام کو سننے سے پہلے فیصلہ کر لیتا ہے۔ معلومات کے تبادلے میں یہ رکاوٹ ہوتی ہے۔
4. بے اعتمادی: معلومات کا وصول کنندہ اور مرسل ایک دوسرے پر بھروسہ نہیں کرتے تو وہ اس کے اصل مفہوم میں ایک دوسرے کا پیغام نہیں سمجھ سکتے۔

C. تنظیمی رکاوٹیں

کچھ تنظیمیں مادی رکاوٹیں ترسیل میں دشواری پیدا کرتی ہیں، یہ ہیں:

1. اصول اور ضوابط: سخت گیر اصول، لال فیتہ شاہی عمل میں تاخیر، معلومات کی نقل پذیر میں تاخیر پیدا کرتی ہیں۔
2. 2 حیثیت: کبھی کبھی اعلیٰ عہدہ کے حامل منتظم اعلیٰ نچلے عہدوں کے منیجروں کو پوری معلومات نہیں گزارتے۔
3. تنظیمی پالیسیاں: تنظیم میں کام کرنے والے بھی افراد کے درمیان رشتوں کا تعین تنظیمی پالیساں کرتی ہیں۔ مثال کے لیے مرکزیت پر مبنی تنظیم میں تمام اہم معلومات کو صرف اعلی افسروں کی سطح پر برقرار رکھا جاتا ہے۔
4. تنظیمی ساخت میں پیچیدگی: تنظیم میں جہاں پر انتظامی سطحیں (پیچیدہ ساخت) کئی ہوتی ہیں ترسیل میں تاخیر ہوگی۔ معلومات وصول کنندہ تک پہنچتے پہنچتے بدل جاتی ہے۔

D۔ ذاتی رکاوٹیں

1. اتھارٹی (اختیار) کے چیلنج کا ڈر: اعلیٰ عہدیدار معلومات کو اس وقت منسوخ کرنے کی کوشش کرتے ہیں اگر ماتحتوں پر اپنے اختیار کھونے کا ڈر ہوتا ہے۔
2. ماتحتوں میں اعتماد کی کمی: اعلی سطح کے افسران اپنے ماتحتوں کی اہلیت پر بھروسہ نہیں کرتے۔ اس لیے وہ ان کی صلاح پر کوئی توجہ نہیں دیتے۔
3. ترسیل کرنے میں تامل: ماتحت اگر یہ یقین کرتے ہیں کے ترسیل ان کے مفادات پر خراب اثر ڈال سکتی ہے تو وہ اپنے باس سے ترسیل کرنے میں تامل محسوس کر سکتے ہیں۔
4. مناسب ترغیب کی کمی: ماتحتوں کو ترغیب کی کمی بھی ایک وجہ ہوسکتی ہے جیسا کہ وہ سمجھ سکتے ہیں کہ ان کی تجاویز کو کوئی اہمیت نہیں دی جاتی۔

رکاوٹوں پر کیسے قابو پایا جائے

زیادہ تر رکاوٹوں کو دور کیا جا سکتا ہے۔ اگر ترسیل کو زیادہ بامعنی اور موثر بنایا جائے جس کے لیے نیچر کو درج ذیل نکات پر غور کرنا ہوتا ہے:

1. ترسیل کرنے سے پہلے دوسروں سے مشورہ: اگر ترسیل کیے جانے والے پیغام کو تیار کیے جانے میں شریک ہوتے ہیں تو وہ اسے منظور کریں گے اور اس کے نفاذ کے پابند عہد ہوں گے۔ اس لیے یہ بہتر ہے کہ پیغام کو تیار کرنے میں دوسروں کو شامل کرنا بہتر ہوگا۔
2. وصول کنندہ کی ضرورتوں کے مطابق ترسیل کرنا: پیغام کے مرسل کو وصول کنندہ کی سمجھ کی سطح کو سمجھنا چاہیے۔ پیغام کے مواد، زبان اور انداز کو وصول کنندہ کی تعلیم اور ذہانت کی لحاظ سے تطابق کرنا چاہیے۔
3. ترسیل کرنے سے پہلے تصور کی وضاحت: ترسیل کرنے والے کو بھیجے جانے والے پیغام کا تجزیہ گہرائی سے کرنا چاہیے۔ ترسیل کرنے والے کو ترسیل کیے جانے والے پیغام کو واضح کرنا چاہیے اور آسان لفظوں میں پیغام کو گزارا جانا چاہیے۔
4. اچھا سامع (سننے والا): میجر کو ملازمین کا پیغام پوری توجہ و صبر سے سننا چاہیے۔ اس سے منیجروں کے ساتھ آزادانہ ملنے میں ملازمین کو مدد ملتی ہے۔
5. مناسب فیڈ بیک: ترسیل تبھی مکمل ہے جب پیغام کو وصول کنندہ کے ذریعہ سمجھا جاتا ہے۔ بھیجے جانے والے پیغام کے بارے میں سوال پوچھ کر ترسیل کی کامیابی کو یقینی بنایا جانا چاہیے۔ وصول کنندہ کو پیغام کے جوابی عمل کے لیے حوصلہ افزائی کرنا چاہیے۔ اس طرح ترسیل دوطرفہ عمل سے بنتی ہے۔
6. ترسیل کی پیروی: میجروں کو ماتحتوں کو دی گئی ہدایتوں پر نظر ثانی کرتے ہوئے ان ہدایتوں کو آگے بڑھانا چاہیے۔
7. غیر رسمی ذرائع کا استعمال: منیجر کو ترسیل کے رسمی ذرائع کو مدد دینے کے لیے اسے غیر رسمی ذرائع کا استعمال کرنا چاہیے۔

13.3 نگرانی

ملازمین کو کیا کرنا ہے اور کیسے انجام دینا ہے اس کی ہدایات دینے کے بعد منیجر کا فریضہ یہ ہے کہ وہ یہ دیکھے کہ کیا اس کی ہدایات کے مطابق وہ کام انجام دیتے ہیں یا نہیں۔ اسے نگرانی (Supervison) کے طور پر جانا جاتا ہے۔ میجروں کو نگراں کی حیثیت سے اپنا کام نبھانا ہوتا ہے اور یہ بھی یقینی بنانا ہوتا ہے کہ اس کی ہدایات اور منصوبوں کے مطابق کام کو انجام دیا گیا ہے۔ نگراں بھی ہدایات کی توضیح کرتا ہے اور دونوں کے تعاون کے ساتھ ایک ٹیم کے طور پر کام کرنے کے لیے ملازمین کی رہنمائی کرتا ہے۔ نگراں ماتحتوں کے کام سے متعلق اکثر معمولاتی مسائل کو حل کرتے ہیں۔ اس طرح نگراں درج ذیل افعال انجام دیتا ہے۔

یہ ماتحتوں کو جاری کیے گیے احکامات اور ہدایات کی توضیح کرتا ہے اور یہ یقینی بناتا ہے کہ انھیں سمجھ لیا گیا ہے اور ان کی پوری طرح پابندی کی گئی ہے؛

- ☆ وہ یہ یقینی بناتا ہے کہ ماتحتوں نے اپنے کاموں کو انجام دینے کے لیے مطلوبہ سہولیات حاصل کر لی ہیں؟
- ☆ ان کے کاموں کو انجام دینے میں ماتحتوں کی سرگرمیوں پر نگرانی جاری رکھتا ہے اور رہنمائی کرتا ہے؟
- ☆ اپنے ماتحتوں کو ان کے روزمرہ کے کاموں کے وسیع پہلوؤں سے انھیں آگاہ کرنے کے ذریعہ ان کے ذہنی ادراک میں وسعت پیدا کرتا ہے؟
- ☆ اپنے ماتحت مختلف ماتحوں کے کام کو مربوط کرتا ہے؛ اور
- ☆ غلطیوں اور بھول چوک کی شناخت کرتا ہے اور ان کی تصیح کو یقینی بناتا ہے۔

سپروائزر کے کام

سپروائزر دیگر تمانیجروں کی طرح لیکن مینجمنٹ کی نچلی سطح پر کام کرتا ہے۔ وہ اپنے خود کے محکمے کے لحاظ سے منصوبہ بندی تنظیم کاری، ہدایت کاری اور کنٹرول کاری کو انجام دیتا ہے۔ اس کا ایک بڑا وقت اپنے ماتحتوں کی سرگرمیوں میں ہدایت کاری اور کنٹرول کاری کے لیے وقف رہتا ہے۔ وہ کاروباری ادارے کے دیگر محکموں کی سرگرمیوں کے ساتھ مربوط کر کے اپنے ماتحتوں کی سرگرمیوں کا ارتباط بھی کرتا ہے۔ اس کے علاوہ کچھ خاص افعال انجام دیتا ہے جنھیں ذیل میں بیان کیا گیا ہے:

1. **اعلیٰ مینجمنٹ اور ورکرس کے درمیان کڑی:** سپروائز اعلی سطح پر کام کرنے والے میجروں اور ورکرس کے درمیان ایک کڑی کا کام کرتا ہے۔ وہ درکرس کو اعلیٰ سطح کے منیجروں کے فیصلے سے آگاہ کرتا ہے اور مختلف کارکردگی رپورٹوں کے ذریعہ اعلیٰ سطح مینجمنٹ کو ورکرس کی کارکردگی ترسیل کرتا ہے۔ وہ اعلیٰ سطح کے مینجمنٹ کو ورکرس کی شکایت، مطالبات کے احساسات وغیرہ بھی ترسیل کرتا ہے۔
2. **مثالی ماحول تخلیق کرنا:** کام کرنے والوں اور مینجمنٹ کے درمیان ایک اہم کڑی ہونے کی حیثیت سے سپروائزر سے یہ توقع کی جاتی ہے کہ وہ اعلیٰ سطح کے مینجمنٹ کے نظریات، خواہشات اور فیصلوں کو ورکرس کو درست طور پر ترسیل کرنے کے ذریعہ تنظیم میں

کام کے لیے ایک مثالی ماحول تیار کرے۔

3. ورکرس کی رہنمائی کرنا: بہتر نتائج حاصل کرنے کے لیے سپروائزر کو کام کے لیے اور ورکرس کی اہلیت اور ان کے ذہنی رویے کو ذہن میں رکھتے ہوئے اسے جاب کی تفویض کرنی ہوتی ہے۔ وہ انہیں ضروری آلات اور ساز وسامان، خام مواد مہیا کراتا ہے تا کہ مفوضہ کاموں کی مناسب تعمیل ہو سکے۔ وہ اکمالیت اور درستگی کے ساتھ کام کے انجام کو یقینی بنانے کے لیے مناسب طور پر ورکرس کی بھی رہنمائی کرتا ہے۔

4. معیاری پیداوار (آوٹ پٹ): سپروائزر ورکرس کی کارکردگی پر مستقل نگاہ رکھنے کے ذریعہ معیاری آوٹ پٹ کو یقینی بنانا ہوتا ہے۔ اسے یہ یقینی بنانا ہوتا ہے کہ ورکرس منصوبے کے مطابق اپنی کارکردگی انجام دیں۔ اس سے آوٹ پٹ میں تیز روانی پیدا ہوگی۔

5. فیڈ بیک: سپروائزر اپنے ماتحت کی کارکردگی پر نگاہ رکھتا ہے اور ان کی طاقت اور کمزوریوں کی شناخت کرتا ہے۔ مستقبل میں ورکرس کی کارکردگی کو مزید بہتر بنانے کے مقصد کے ساتھ ورکرس کو اس کے بارے میں فیڈ بیک فراہم کرتا ہے۔

6. تربیتی پروگراموں کی تجویز پیش کرتا ہے: سپروائزر ان میدانوں کی شناخت کرتا ہے جن میں ورکرس کو تربیت (ٹریننگ) کی ضرورت ہوتی ہے اور اس کے لحاظ سے وہ تربیتی پروگراموں کی تجویز کرتا ہے جس کا انتظام ان کے ذریعہ کیا جانا چاہیے۔

8.6.3 تحریک وترغیب

ترغیب وتحریک، ہدایت کاری کا ایک اہم عنصر ہے۔ موزوں ہدایات یا احکامات کا جاری کرنا ہی لازمایہ یقینی نہیں بناتا کہ انھیں مناسب طور پر انجام دیا جائے گا۔ اس میں منیجروں کو ملازمین کو عمل کرنے اور متوقع نتیجہ حاصل کرنے کے لیے ہمت افزائی کرنی اور ترغیب دلانی پڑتی ہے۔ اسے تحریک (motivation) کہا جاتا ہے۔ یہ ایک قوت ہے جو ایک فرد کو دوران کار حوصلہ بڑھاتی ہے اور مخصوص مقاصد کی حصولیابی کے لیے اپنی اہلیت کے بہتر سے بہتر استعمال کی اس کی آمادگی میں شدت پیدا کرتی ہے۔ یہ مالیاتی ترغیبات (جسے بونس، کمیشن وغیرہ) کی شکل میں یا غیر مالیاتی (جیسے ستائش، اعتراف وغیرہ وغیرہ) کی شکل میں ہوسکتی ہے۔ یہ تو مثبت یا منفی ہوگی۔ بنیادی طور پر تحریک مقصد رخی ہوتی ہے۔ اور عمل کرنے کے لیے لوگوں کو چاق وچوبند بناتی ہے۔

تحریک کی اہمیت

جاب کو انجام دیتے وقت دو باتیں ضروری ہوتی ہیں۔ کام کرنے کی اہلیت اور کام کے لیے آمادگی۔

کام کے لیے آمادہ ہوئے بغیر، کام کرنے کی اہلیت سے نتائج نہیں حاصل کیے جاسکتے۔ تحریک کی اہمیت کام کرنے کی اس کی اہلیت کو کام کی آمادگی میں بدلنے میں واقع ہے۔ اس طرح تحریک لوگوں کو جاب انجام دینے کے لیے ہدایت کاری کا ایک اہم عنصر ہے۔ تحریک کے بعض دیگر فوائد یا اہمیت درج ذیل ہیں:

☆ مناسب تحریک کے ساتھ پیداوار کے عوامل جیسے افراد، زر، سامان وغیرہ کا زیادہ سے زیادہ استعمال ہوسکتا ہے؟

☆ اگر ملازمین کو تحریک ملتی ہے تو اس سے ملازمین کے ملازمت میں شامل ہونے ، چھوڑنے کے معاملات اور غیر حاضر باشی (absentecism) میں کمی ہوگی ؛

☆ تنظیم کے تئیں ملازمین کے درمیان وابستگی کے مفہوم کو پروان چڑھاتی ہے اور ان کی خود اعتمادی اور حوصلے میں اضافہ کرتی ہے؟

☆ تحریک شکایات اور دکھ و تکلیف کے معاملات کم کرنے میں مدد کرتی ہے۔ ضیاع اور حادثے کی شرح بھی کم ہوتی ہے؛ اور

☆ موزوں ترغیبی تکنیک مینجمنٹ زیادہ اہل اور بہتر معیار کے ملازمین کو راغب کر سکتی ہے۔

متحرک کس طرح کریں

ہدایت کاری کی اہمیت جاننے کے بعد یہ جاننے کی خواہش ہوگی کہ ملازمین کو تحریک و ترغیب دینے کے لیے عام طور پر کیا کیا جاتا ہے۔ درحقیقت ایک مخصوص انداز میں افراد کو متحرک کرنے کا کوئی طے شدہ اصول نہیں ہے اور نہ ہی کبھی افراد کو ایک ہی انداز میں ترغیب دی جاتی ہے۔ تاہم تحریک کے معاملے میں ہوئی بہت ساری تحقیق کی بنیاد پر تحریک دیتے وقت درج ذیل باتیں ذہن میں رکھنی ہوتی ہیں۔ ہر ملازم کی اپنی ضرورتیں ہوتی ہیں جو وہ پوری کرنا چاہتا ہے، ہدایت کاری کے وقت یہ بھی یقینی بنانا ضروری ہے کہ فرد کی کسی بھی نامکمل ضرورت کا خیال رکھا جائے۔ یہاں ہمیں یہ سمجھنا چاہیے کہ ضرورت کیا ہے۔ ضرورت کسی چیز کی کمی کا احساس ہے اور ہر فرد ضرورت کی تسکین یا کمی کو پورا کرنے کے ذریعہ اس احساس کا خیال رکھنے کی کوشش کرتا ہے۔ مثال کے طور پر جب آپ بھوکے ہوں تو آپ کھانے کی کمی کو پورا کرنے کے لیے کھانا کھاتے ہیں۔ لہذا یہاں بھوک آپ کی ضرورت ہے۔ ہر فرد کی ضرورت الگ الگ ہوتی ہیں۔ تاہم یونہی مشترکہ ضرورتیں ایسی ہیں جو اکثر معاملوں میں موجود مانی جاتی ہیں۔

ماسلو کے مطابق ضرورتوں کی درجہ بندی

ماسلو کے مطابق فرد کی متعدد ضرورتیں ہوتی ہیں اور ان کے نظم یا ترتیب کا تعین کیا جا سکتا ہے۔ اگر فرد کو اپنی ضرورت سے تسکین ہوتی ہے تو وہ اگلی ضرورت کے بارے میں سوچتا ہے۔ دوسرے طرف ضرورت کی تسکین کے بعد تیسری ضرورت کے تسکین کی کوشش کرتا ہے اور اسی طرح وہ آگے بڑھتا ہے۔ لہذا ضرورتیں محرک ہوتی ہے ہیں۔ ماسلو نے درج ذیل طور پر ضرورتوں کی درجہ بندی کی ہے:

1. عضویاتی یا جسمانی ضرورتیں: اس میں غذا، رہائش اور کپڑے کی ضرورتیں شامل ہیں۔
2. تحفظ و سلامتی کی ضرورتیں: ایک بار جب جسمانی ضرورتیں پوری ہو جاتی ہیں تب لوگ اپنی سلامتی کی ضرورتوں کے بارے میں سوچتے ہیں۔ سلامتی میں جسمانی سلامتی اور معاشی سلامتی کی ضرورت شامل ہے۔ جسمانی سلامتی کا مطلب حادثات، بیماری وغیرہ سے سلامتی ہے۔ معاشی سلامتی سے مراد ذریعہ معاش کی سلامتی ہے۔
3. سماجی ضرورتیں: انسان ایک سماجی مخلوق ہے۔ وہ سماج میں عزت کے ساتھ رہنا چاہتا ہے۔ لہذا وہ دوستوں اور رشتہ داروں کا

خواہش مند ہوتا ہے جن کے ساتھ وہ خوشیوں اور دکھوں میں شریک ہو سکے۔ سماجی ضرورتوں میں پیار، لگاؤ، دوستی وغیرہ کی ضرورت شامل ہے۔

4. تعلق خاطر اور مانے جانے کی ضرورتیں: اس طرح کی ضرورتیں اور احترام و اعتراف کیے جانے سے متعلق ہوتی ہیں۔ ایسی ضرورتوں کو انانیت (needsEgo) کے طور پر جانا جاتا ہے۔

5. خود تحقیق کی ضرورتیں: خود تحقیق کی ضرورتیں کسی فرد میں بنے کی جو اہلیت ہوتی ہے وہ وہ اس سے متعلق ہے۔ اس میں نمو، آمودگی نفس کی ضرورتیں شامل ہیں۔

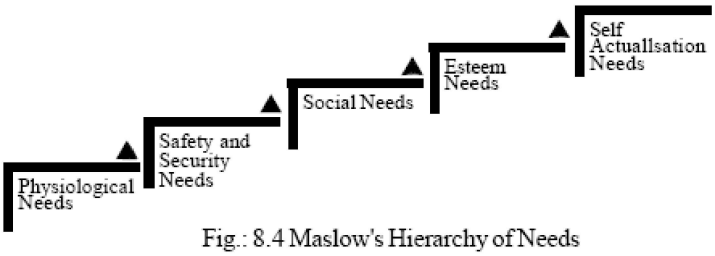


Fig.: 8.4 Maslow's Hierarchy of Needs

سرمایہ کاری کی ترغیب: حوصلہ افزائی مثبت محرک اثرات ہیں جو لوگوں کو اپنی کارکردگی کو بہتر بنانے میں مدد کرتے ہیں۔ وہ مالیاتی ترغیبات (مونیٹریوس) اور انسینٹو وس نو فائنانسیر وس (کوئی مونیٹریوس نہیں) ہو سکتے ہیں۔

مالیاتی ترغیبات درج ذیل ہیں:

1. تنخواہ اور الاؤنس: ہر ملازم کے لیے تنخواہ بنیادی زری ترغیب ہے۔ تنخواہ میں بنیادی تنخواہ، مہنگائی بھتہ وغیرہ شامل ہے۔
2. بونس: بونس کا مطلب ملازمین کو اس ادائیگی سے جو ان کے مستقل ملنے والے کے علاوہ ہے۔ بونس فنڈ، نقد، تفریح گاہوں یا غیر ممالک میں دورے کی شکل میں فراہم کیا جاتا ہے۔
3. کمیشن: سیلز کے محکمے میں سیلز پرسن کو ان کی فروخت کی بنیاد پر کمیشن حاصل ہوتا ہے۔
4. سبکدوشی فائدہ: ہر ملازم اپنی سبکدوشی (ریٹائرمنٹ) کے بعد کے مستقبل کے بارے میں فکرمند رہتا ہے۔ کچھ ریٹائرمنٹ فوائد ہیں، پرووِیڈنٹ فنڈ، پنشن، گریجویٹی وغیرہ۔
5. اضافی سہولت (Prequisites): بغیر کرایہ کی رہائش، کار الاؤنس، خادم کی سہولت وغیرہ کو اضافی سہولت کہلاتا ہے۔

غیر مالیاتی ترغیبات درج ذیل ہیں:

1. کیریر کی ترقی کے مواقع مناسب ہنر ترقی پروگرام ملازمین کو بہتر کارکردگی ظاہر کرنے کے۔ لیے حوصلہ افزائی کریں گے۔
2. حیثیت: حیثیت کا مطلب تنظیم میں کسی فرد کا عہدہ ہے۔ عہدہ (rank) کا تعلق اختیار، ذمہ داری اور دیگر مزید فوائد سے ہے۔ ہر فرد کو اعلیٰ عہدے کی خواہش ہوتی ہے۔ لہذا ملازم کو اعلی عہدے پر فائز کرنے سے تحریک مل سکتی ہے۔
3. ملازم کے اعتراف کیے جانے کے پروگرام: ہر ملازم چاہتا ہے کہ اسے تنظیم کا ایک اہم جزو سمجھا جائے۔ تنظیم کے کام کو اس طرح

تقسیم کیا جانا چاہیے کہ ہر ملازم محسوس کرے کہ اس کے کام کا ایک حاصل ہے اور وہ اس کام کو کرنے کا اہل ہے۔ اس سے ورکر کو تحریک ملتی ہے اور وہ ایک ذمہ دارانہ انداز میں سخت محنت کرتا ہے۔

4. ملازمین کی شرکت: اس کا مطلب فیصلہ سازی میں خاص طور پر ورکرس سے متعلق فیصلوں میں ملازمین کی شراکت ہے۔

8.6.4 قیادت

جہاں تحریک ایک عمل کاری ہے جس کے ذریعہ ملازمین رضا کارانہ کام کرنے کی طرف مائل ہوتے ہیں وہیں قیادت مقصد حاصل کرنے کے لیے مطلوبہ طریقے سے کام کے لیے دوسروں کو ترغیب دینے اور متحرک کرنے کی اہلیت ہے۔ اس طرح ایک فرد جو دوسروں پر اثر انداز ہونے کا اہل ہے اور اپنی ہدایات منوالیتا ہے اسے ایک قائد کے طور پر جانا جاتا ہے۔ مثال کے طور پر کسی تنظیم میں چند نئی مشین لگانے کا فیصلہ کیا جاتا ہے جس کے لیے کارکنان مزاحمت کر رہے ہیں۔ تاہم ایک کارکن پیش قدمی کرتا ہے اور کارکنان کو نئی مشینوں پر کام کرنے کے فوائد کے بارے میں سمجھاتا ہے اور مینجمنٹ کے فیصلے کو انھیں تسلیم کرنے کے لیے منالیتا ہے۔ اب اسے ایک قائد کہا جاتا ہے جو کارکنان کے ایک گروپ پر اثر انداز ہونے کا اہل ہوتا ہے اور وہ اس کی بات مانتے ہیں۔ عملاً منیجر کو اپنے مقاصد کی حصولیابی کے تئیں اپنے ماتحتوں کی رہنمائی اور قیادت کرنی ہوتی ہے اور اس کے مؤثر استعمال سے منیجر کو ایک اچھا قائد کہا جاسکتا ہے۔

قیادت عمل کاری ہے جو لوگوں پر اثر انداز ہوتی ہے اور تنظیمی مقاصد کو پورا کرنے کے لیے ان کی آمادگی کو ابھارتی ہے۔ انتظامی قیادت کا خاص مقصد مقاصد کے حصول میں کارکنان گروپ کے تعاون کی خواہش حاصل کی جاتی ہے۔

قیادت کی اہمیت

کسی تنظیم کے مقاصد بھی پورے ہوسکتے ہیں جب اس کے ملازمین ایسے مقاصد کی تکمیل کے لیے کام کر رہے ہوں۔ مطلوبہ انداز میں لوگ کام کریں، اس کے لیے مناسب ہدایات اور رہنمائی ضروری ہے اور یہ ہدایتی عمل کاری بھی مؤثر ہوتی ہے جب افراد جو ایسی ہدایتیں دیتے ہوں اور ان کے اندر قائدانہ خوبیاں موجود ہوں۔ کسی تنظیم کے عمل میں قیادت ضروری ہوتی ہے اور اس کی اہمیت اور فوائد متنوع ہوتے ہیں۔ ان میں سے چند یہ ہیں۔

☆ قیادت ملازمین کو کارکردگی کو بہتر بناتی ہے۔ قائدین پیروکاروں کو متحرک کرسکتے ہیں اور اس بنا پر ان کی کارکردگی سطح میں اضافہ ہوتا ہے۔

☆ مسلسل تعاون اور رہنمائی کے ساتھ قائدین پیروکاروں میں اعتماد پیدا کرنے کے اہل ہوتے ہیں اور اس بنا پر رفتار و درتنگی کو بڑھانے میں اور ضائع ہونے میں کمی کرتے ہیں۔

☆ دوستانہ اور امدادی کوششوں سے قائد ملازمین میں حوصلہ مندی اور خود اعتمادی پیدا کرنے کا اہل ہوتا ہے جس سے ان کو پیداواری صلاحیت میں اضافہ ہوتا ہے۔

قیادت کی خوبیاں

کسی قائد کو اگر کامیاب ہوتا ہے تو اس میں بعض خوبیاں ہونی چاہئیں۔

1. ایک اچھے قائد میں پیشہ وارانہ اہلیت، ذہانت اور تجزیاتی صلاحیت ہونی چاہیے اور اس میں ایمانداری، خلوص، دیانت داری اور ذمہ داری کے جذبے کے ساتھ ساتھ مناسب برتاؤ کا جذبہ بھی ہونا چاہیے۔
2. اس میں پہل کرنے، استقلال اور متعدد رہنے کی صلاحیت ہونی چاہیے۔ اس کا ذہنی رویہ حقیقت پر بنی ہونا چاہیے۔
3. اس میں اپنے ماتحتوں سے مؤثر ترسیل کی صلاحیت ہونی چاہیے۔ کسی قائد کے لیے انسانوں کے باہمی تعلقات سے متعلق مہارتوں کا حامل ہونا ضروری ہے۔
4. چیزوں کو اچھی طرح انجام دیئے جانے کے سلسلے میں مینجروں کو ماتحتوں پر اپنا اثر ورسوخ رکھنا چاہیے اور ان کے رضا کارانہ تعاون کی جستجو کرنی چاہیے۔ اگر ان کی قیادت موزوں برتاؤ یا انداز پر بنی نہیں ہوتی تو وہ کامیاب نہیں ہو پائیں گے۔

اختتامی مشق

نہایت مختصر جواب کے لیے سوالات

1. افرادی قوت (Manpower) کی منصوبہ بندی سے کیا مراد ہے؟
2. جاب کا بیان اور جاب کی صراحت کے درمیان امتیاز کیجیے۔
3. بیرونی بھرتی کے کن ہی چار وسائل کو درج فہرست کیجیے۔
4. انتخاب کا مطلب بیان کیجیے۔
5. پرموشن سے کیا مراد ہے؟
6. انسانی وسائل مینجمنٹ اور تعیناتی عمل میں کون وسیع تر ہے؟
7. ورکرس کو جاب کو انجام دینے کی مہارت کے ساتھ پیش کرنے کے لیے استعمال کی جانے والی اصطلاح کا نام بتایئے۔
8. ہدایت کاری کا کیا مطلب ہے؟ مختلف عناصر کا نام بتایئے۔
9. قائد کون ہے؟ کوئی چار اچھے قائد کی صلاحیتوں کی فہرست بنایئے۔
10. مالیاتی ترغیب سے کیا مراد ہے؟ غیر مالیاتی ترغیبات کی دو قسم شمار کیجیے۔

مختصر جواب کے لیے سوالات

1. بھرتی اصطلاح کی تعریف کیجیے۔ داخلی بھرتی کے مختلف فوائد بیان کیجیے۔
2. ترقی (develpment) سے کیا مراد ہے؟ ترقی اور تربیت کے مابین فرق بتایئے۔

3. تربیت تنظیم کے لیے فائدہ مند ہے؟ تبصرہ کیجیے۔
4. ہدایت کاری کی اہمیت کی مختصراوضاحت کیجیے۔
5. ہدایت کاری کی بنیاد پر ترسیل کی مختلف اقسام بیان کیجیے۔
6. ایک نگراں (سپروائزر) کے افعال کی وضاحت کیجیے۔
7. تحریک کی اہمیت بیان کیجیے۔
8. انتخاب اور بھرتی کے مابین فرق کو ظاہر کیجئے۔
9. ترسیل کی معنیاتی رکاوٹیں کیا ہیں؟
10. مالیاتی ترغیبات کی کن ہی تین ترغیبات کی مختصر وضاحت کیجیے۔

طویل جواب کے لیے سوالات

1. بیرونی بھرتی کے وسیلے کے طور پر روزگار دفتر کے کردار کی وضاحت کیجیے۔
2. انتخابی عمل کاری میں شامل مختلف اقدامات کو مختصر بیان کیجیے۔
3. انتخاب اور بھرتی کے درمیان امتیاز کیجیے۔
4. تربیت سے کیا مراد ہے؟ تربیت کے مختلف طریقوں کی وضاحت کیجیے۔
5. ہدایت کاری کے انتظامی عمل کے ضروری عناصر بیان کیجیے۔
6. ترسیل کیا ہے؟ وضاحت کیجیے کہ کسی طرح ترسیل مینجمنٹ کے ہدایت کاری عمل کا ایک اہم عنصر ہے؟
7. مینجمنٹ میں نگرانی اصطلاح سے کیا مراد ہے؟ مختصر وضاحت کیجیے کہ ایک نگراں کے فرائض کیا ہیں؟
8. اصطلاح قیادت کی وضاحت کیجیے اور ایک اچھے قائد کی خوبیاں بیان کیجیے۔
9. ''قیادت مینجمنٹ کے ہدایت کاری عمل کے نہایت اہم عنصر کے طور پر سمجھا جاتا ہے۔ اس بیان کی روشنی میں قیادت کی اہمیت کی وضاحت کیجیے۔
10. سپروائزر کے افعال کیا ہیں؟ مختصراواضح کیجیے۔
11. تحریک کے سلسلے میں ماسلو کی ضرورت کی درجہ بندی کی تفصیل بتائیے۔
12. زری ترغیبات سے کیا مراد ہے؟ کوئی پانچ زری ترغیبات بیان کیجیے۔ کمپنی کے ملازمین کو تحریک دینے کے لیے استعمال غیر مالیاتی ترغیبات کی مختصر وضاحت کیجیے۔
13. ترسیل میں کچھ رکاوٹیں ہیں جو تنظیمی ساخت، اصول وضوابط سے متعلق ہیں۔ ایسی تین رکاوٹیں بیان کیجیے۔
14. ترسیل میں کچھ رکاوٹیں ہیں جو ارسال کنندہ اور وصول کنندہ دونوں کی ذہنی کیفیت سے متعلق ہیں۔ کوئی چار رکاوٹیں بیان کیجیے۔

9. تال میل (رابطہ کاری) اور کنٹرول کاری

(CO-ORDINATION AND CONTROLLING)

آپ نے مینجمنٹ کے مختلف فرائض منصبی اور منصوبہ بندی، تعیناتی عملہ اور ہدایت کاری کے کاموں کے بارے میں پڑھا۔ اس باب میں ہم تال میل (ارتباط) اور نگرانی کی تفصیلات پڑھیں گے۔ آپ جانتے ہیں کہ ایک تنظیم کی مختلف سرگرمیوں کو گروپ بند کیا جاتا ہے اور مختلف سرگرمیوں کے ذریعہ انجام دی جاتی ہے اور ہر ایک شعبے میں ڈویژن (حلقہ) سب ڈویژن (ذیلی حلقہ) ہوتا ہے۔ تنظیمی مقاصد کو مؤثر طور پر حاصل کرنے کے لیے یہ یقینی بنائے جانے کی ضرورت ہوتی ہے کہ ہر ڈویژن اور ذیلی ڈویژن اور شعبہ جات کی سرگرمیوں میں ہم آہنگی اور مطابقت ہو اور مناسب طور پر نگرانی کی جائے کہ تنظیم کی کارکردگی منصوبوں اور مجوزہ وقت شیڈول کے مطابق ہو۔ ایسے بھی گروپوں کی سرگرمیوں کے مناسب تال میل (ارتباط) اور کنٹرول کے ذریعہ حاصل کیا جاتا۔ اب ہم تال میل (ارتباط) اور کنٹرول کے تصورات اور کنٹرول کے عمل میں شامل مختلف اقدامات کے بارے میں پڑھیں گے۔

اکتسابی مقاصد

☆ انتظام کے ایک فعال شعبے کے طور پر ہم آہنگی کی اہمیت پر تبادلہ خیال کریں۔

☆ انسانی وسائل کو کنٹرول کرنے کے عمل کو بیان کریں؛ اور

☆ کاروباری تنظیم میں انسانی وسائل کو کنٹرول کرنے کی اہمیت کا جائزہ لیں۔

9.1 تال میل (ارتباط) کے معنی

ہر تنظیم میں مختلف گروپوں کے ذریعہ ہر طرح کے کام انجام دیئے جاتے ہیں اور مجموعی طور پر تنظیم کے مقاصد حاصل کرنے کے لیے صرف ایک اکیلے گروپ سے انجام دیئے جانے کی توقع نہیں کی جاسکتی۔ لہذا یہ ضروری ہو جاتا ہے کہ مختلف عملی گروپوں اور شعبوں کی سرگرمیوں میں ہم آہنگی یا توازن پیدا کیا جائے۔ مینجمنٹ کے اس عمل کو تال میل اور نگرانی کے طور پر جانا جاتا ہے۔

اس سے افراد عمل گروپوں اور شعبوں کے درمیان اتحاد عمل کو یقینی بنایا جاتا ہے اور مختلف سرگرمیوں اور افعال کو انجام دینے میں ہم آہنگی اور توازن پیدا کیا جاتا ہے تاکہ تنظیمی مقاصد کو مؤثر طور پر حاصل کیا جاسکے۔ دوسرے لفظوں میں تال میل اور نگرانی عام مقصد ہدف کے حصول کی کوشش میں اتحاد عمل فراہم کرنے کی انفرادی اواجتماعی کوششوں کا ایک مرتب بندوبست ہے۔ ایک تنظیم میں مثال کے طور پر شعبہ خریداری پیداوار کے لیے خام مال خریدتا ہے، شعبہ پیداوار اشیا کی پیداوار کرتا ہے اور شعبہ فروخت کاری آرڈر وصول کرتا ہے اور اشیا کو فروخت کرتا ہے۔ یہ بھی شعبے ایک مربوط انداز میں کام کریں گے تاکہ تنظیمی مقاصد کو بجا طور پر حاصل کیا جاسکے۔ اس طرح ارتباط میں تنظیم کی مختلف اکائیوں کی مختلف سرگرمیوں اور کوششوں میں ہم آہنگی شامل ہوتی ہے۔ اس طرح منصوبہ بند مقاصد کو کم سے کم تصادم کے ساتھ حاصل کیا جاسکتا ہے۔

بریش کے مطابق، تال میل اور نگرانی مختلف ممبروں کے کاموں کی موزوں تفویض کو یقینی بنانے سکے ذریعہ ٹیم کو متوازن کرنا اور اکٹھا رکھنا اور یہ دیکھنا ہے کہ خود ممبروں کے درمیان ہم آہنگی کے ساتھ کاموں کو انجام دیا جاتا ہے۔''

9.2 تال میل کی اہمیت

مینجمنٹ کے ایک عمل کے طور پر تال میل کی اہمیت خاص طور پر اس حقیقت سے پیدا ہوتی ہے کہ مختلف گروپوں، اکائیوں، شعبوں کے ذریعہ انجام دیئے جانے والے کام کل کاموں کے ایک لازمی جز کی تشکیل کرتے ہیں جس کے لیے تنظیم قائم کی گئی ہے۔ بغیر ہم آہنگ کوشش یا اتحاد عمل کے کچھ شعبوں میں مقاصد کا حصول دیگر شعبوں کے ساتھ ٹکراؤ پیدا کر سکتا ہے یا حصولیابیوں کے اوقات صحیح طور پر موزوں نہ ہو اس سے بچنا ہوتا ہے اور منیجروں کو مختلف اور تصادم ہونے سے روکنا ہوتا ہے تا کہ اتحاد عمل کو حاصل کیا جا سکے۔ کاروباری عمل کے حجم اور پیمانے میں اضافے کے ساتھ ساتھ ارتباط کی اہمیت بھی بڑھ گئی ہے۔ ایسا درج ذیل اسباب کی بنا پر ہے۔

(a) کام کی وسعت اور حجم میں جب کبھی اضافہ ہوتا ہے تو اس میں زیادہ لوگ اور عمل گروپ بھی لگھیں گے۔ لہذا اس بات کا امکان بھی بڑھ جاتا ہے کہ کام کرنے والے لوگ ایک دوسرے سے متصادم یا نا موافق ہوں کیونکہ ان کے ذریعہ اکائی اور ذیلی اکائی کے مقاصد کو تنظیم مقاصد کی نسبت زیادہ اہم سمجھا جا سکتا ہے۔ لہذا بڑے کاروباری ادارے میں سرگرمیوں کو مربوط کرنا میجروں کے لیے ایک بڑا کام اور ذمہ داری بن جاتی ہے۔

(b) بڑی تنظیموں کا عام طور پر میلان یہ ہوتا ہے کہ سرگرمیاں مختلف مقامات پر واقع ہوں، جس سے لوگوں کے درمیان مکن ہے بار بار اور قریبی ہی عمل یا عام نہیں ہو پائے۔ لہذا ارتباط یا مطابقت کیے جانے کی ضرورت زیادہ ہوتی ہے اور یہ نیجروں کے لیے ایک بڑی ذمہ داری بن جاتی ہے۔

(c) تنظیم کی توسیع میں اضافہ اکثر کاروباری سرگرمیوں میں تنوع کے ساتھ ہی ہوتا ہے۔ ایسا نئی غیر لقہ اشیا کو موجود اشیا کے ساتھ شامل کرنے کے سبب ہو سکتا ہے۔ نتیجتا سرگرمیوں کی زیادہ تقسیم اور تحتی تقسیم ہو سکتی ہے۔ اس کے ساتھ ہی انتظامی سطح اور ذمہ داریوں کی عمودی تقسیم کی تعداد میں متعلقہ بھی اضافہ ہوتا ہے۔ ان سب باتوں سے ارتباط جتنا زیادہ مشکل ہوتا ہے اتنا ہی اہم بن جاتا ہے۔

تنظیم میں ارتباط کی اہمیت کو دیکھتے ہوئے اسے کبھی کبھی مینجمنٹ کا جوہر اصل کہا جاتا ہے۔ یہ تنظیم کے سبھی شعبوں اور شاخوں میں نیجروں کا کام ہے اور اس کا اطلاق مینجمنٹ کی سبھی سطحوں پر ہوتا ہے۔ اس سے آخر کار مقاصد کے باہم موافق کرنے، کاروبار کے مقاصد کی تکمیل گروپوں کے درمیان ہم آہنگ تعلقات کو قائم رکھنے اور تنظیم میں مثبت اور کارگزاری کو یقینی بنانے میں مدد ملتی ہے۔

9.3 کنٹرول کاری (نگرانی) کے معنی

انتظامی منصوبہ بندی کا نتیجہ مقاصد کو وضع کرنے اور اہداف مقرر کرنے کی صورت میں برآمد ہوتا ہے۔ مقاصد کو حاصل کرنے کے لیے ایک مناسب تنظیمی ساخت وضع کی جاتی ہے۔ لوگوں کو مختلف کاموں کی ذمہ داری تفویض کی جاتی ہے اور ان کے متعلقہ کاموں کو

انجام دینے کے لیے ہدایات دی جاتی ہیں۔اس کے بعد حقیقی کارکردگی کا وقتاً فوقتاً جائزہ لیا جاتا ہے تاکہ یہ یقینی بنایا جاسکے کہ جو کچھ حاصل کیا گیا ہے وہ منصوبوں اور اہداف سے مطابقت رکھتا ہے یا نہیں۔یہی کنٹرول کا عمل ہے۔اس طرح مینجمنٹ کے ایک عمل کے طور پر کنٹرول کاری سے مراد منصوبہ بندی معیاری کارکردگی کے مقابل کام کی حقیقی کارکردگی کی قدر کا یقینی کرتا ہے اور اگر ضروری ہے تو اصلاحی کارروائی اختیار کرنا ہے۔

ہنری فایول کے مطابق کنٹرول میں اس بات کی توثیق کرنا شامل ہے کہ کیا ہر چیز اپنائے گئے منصوبے کے جاری کی گئی ہدایات اور قائم اصولوں کے مطابق واقع ہوتی ہے۔

بریس کے مطابق، کنٹرول" منصوبوں پر مشتمل قبل متعین معیارات کے مقابل موجودہ کارکردگی کی جانچ ہے جس میں مناسب پیش رفت اور اطمینان بخش کارکردگی کو یقینی بنانے کا خیال رکھا جاتا ہے اور ساتھ ہی ساتھ متوقع مستقبل کی ضرورتوں کے لیے رہنمائی کے طور پر ان منصوبوں پر کام کرنے سے حاصل تجربے کو بھی درج کیا جاتا ہے۔

منصوبہ بندی اور کنٹرول کاری ایک دوسرے سے مربوط ہیں اور ایک دوسرے پر منحصر ہیں۔کنٹرول کاری منصوبہ بندی پر منحصر ہے کیونکہ منصوبہ بندی اہداف یا معیارات فراہم کرتی ہے جن کے مقابل حقیقی کارکردگی کا موازنہ کیا جاسکتا ہے جبکہ دوسری طرف کنٹرول کاری منصوبہ بندی کی تشخیص ہے۔اس سے منصوبہ بندی کے نقائص کا پتہ چلتا ہے اور منصوبوں کو بہتر بنانے میں مدد ملتی ہے۔مثال کے طور پر ایک فیکٹری میں 10 کامگاروں کی ضرورت چھوٹے گول ٹکڑوں میں اسٹیل شیپ کاٹنے کے لیے ہے۔منصوبہ عمل میں یہ تجویز کی گئی کہ ہر کارکن کو ایک دن میں 40 ٹکڑے کاٹنا چاہیے۔(ایک ہفتے میں 240 ٹکڑے)۔ایک ہفتے کے بعد میجر کو پتہ چلتا ہے کہ 10 کامگاروں میں 6 ایسے تھے جن میں سے ہر ایک صرف 200 ٹکڑے کاٹ سکے اور باقی 4 میں سے ہر ایک نے صرف 180 ٹکڑے کاٹے۔اس انحراف کے اسباب کا پتہ لگانے کے سلسلے میں وہ کام کی جگہ پر کامگاروں کو فراہم کی گئی جسمانی سہولیات کا جائزہ لیتا ہے۔ان کے حالات سے مطمئن ہونے اس کے بعد منیجر اس نتیجے پر پہنچتا ہے کہ کامگاروں کے لیے فی ہفتے 240 کمروں کے حاصل کرنے کا ہدف بہت زیادہ ہے۔

اس لیے اس میں فی ہفتے 240 سے کم کر کے 200 ٹکڑے کرنے کے لیے ترمیم کی جانی چاہیے۔اس طرح نیچر منصوبے میں کنٹرول کے عمل کے ذریعہ ترمیم کرتا ہے۔اس سے پتہ چلا کہ اس نے جو معیار مقرر کیے نے ل طور پر اونچے تھے اور کامگاروں کی پہنچ کے باہر تھے۔یہ بات قابل غور ہے کہ مؤثر کنٹرول کے عمل کے سلسلے میں منیجروں کو نہ صرف معیارات مقرر کرنا چاہیے بلکہ یہ دیکھنا چاہیے کہ حقیقی اور معیاری کارکردگی کے درمیان فاصلے کے بارے میں معلومات اور اگر کوئی انحرافات ہو تو اسے درست کرنے کے لیے اختیار کی گئی کارروائی پر بھی نظر رکھنی چاہیے۔یہ ضروری اس لیے ہے کہ اس میں معلومات کے بغیر فنیچر انحرافات کی پیائش نہیں کرسکیں گے اور بغیر اصلاحی کارروائی کے پورا کنٹرول کاری عمل بے معنی ہو جائے گا۔

آپ یہ بھی غور کریں کہ کنٹرول کاری محض انجام دیئے گئے کام کی جانچ کا نام نہیں ہے بلکہ اس میں کارکردگی کے معیار، لیے گئے وقت اور لگنے والی لاگت کی جانچ بھی شامل ہے۔درج بالا مثال میں بالفرض ہر کارکن ہر ہفتے 240 ٹکڑے کاٹ لیتا لیکن زیادہ تر

ٹکڑے مخصوص سائز کے نہیں تھے یا اسٹیل کی شیٹوں کی بربادی زیادہ ہوتی تھی تو اس کا نتیجہ تنظیم کے لیے غیر ضروری نقصان کی صورت میں ہوگا۔ لہذا میجروں کو اس لے میں قدم اٹھانا ہوگا کہ وہ کام کے معیار کو بہتر کرے اور بربادی کو کم سے کم کرے۔ سلسلے اس طرح کنٹرول کاری میں شامل ہے:

(a) کام کی نوعیت، قدری مقدار اور معین مدت کو جاننا؟

(b) منصوبے کے ساتھ کارکردگی کا موازنہ؛

(c) اگر کوئی انحراف ہو تو اس کا تجزیہ کرنا؟

(d) اصلاحی اقدامات کرنا؛ اور

(v) اگر ضروری ہو تو منصوبوں کی ترمیم کی تجویز پیش کرنا۔

9.4 کنٹرول کی خصوصیات

کنٹرول کی بنیادی خصوصیات درج ذیل ہیں۔

1. منصوبہ بندی کنٹرول کی بنیاد ہے جس کی منصوبہ بندی کی گئی ہے، اس کے مطابق کارکردگی کی جانچ کیے جانے کو کنٹرول کہا جاتا ہے۔ الہذا منصوبہ بندی کنٹرول کاری اور معیارات کو مرتب کرنے اور کارکردگی کے اہداف سے پہلے آتی ہے۔

2. کنٹرول ایک مسلسل عمل ہے: یہ مینجمنٹ کا جاری اور حرکی عمل ہے۔ اس میں کارکردگی کا مسلسل جائزہ لیا جانا شامل ہے اور یہ ایک ہی وقت میں کی گئی مشق نہیں ہے۔ کنٹرول کی مدت عام طور پر کام کی نوعیت، کام کے مقدار اور مینجمنٹ کی پالیسیوں پر منحصر ہے۔

3. کنٹرول کبھی جگہ قابل نفوذ ہے: کنٹرول کا عمل مینجمنٹ کی سبھی سطحوں پر انجام دیا جاتا ہے۔ اور ہر میدان عمل اور ہر اکائی یا شعبے میں انجام دیا جاتا ہے۔ اس طرح کنٹرول ہر جگہ جاری و ساری رہتا ہے۔

4. عمل یا کارروائی کنٹرول کا جوہر ہے: کنٹرول کارروائی عمل ہے۔ اگر کارکردگی کی بہتری یا منصوبوں کی ترمیم کے لیے اصلاحی کارروائی نہ کی جائے تو کنٹرول کا بنیادی مقصد فوت ہو جائے گا۔

5. کنٹرول میں مستقبل پر نظر رکھی جاتی ہے۔ کنٹرول فطرتاً مستقبل کے لیے موزوں ہوتا ہے۔ یہ موجود کارکردگی کی پیائش تو کرتا ہی ہے اس کے ساتھ ہی ساتھ اصلاحی کارروائی کے لیے رہنمایانہ خطوط فراہم کرتا ہے۔ اس سے منصوبوں کے مطابق مستقبل کی کارکردگی میں یقینی رخ پیدا ہوتا ہے۔ اس طرح یہ ترقی پسند ہے۔

9.5 کنٹرول کا عمل کیوں ضروری ہے۔

کنٹرول کاری مینجمنٹ کا ایک اہم تفاعل ہے۔ یہ انحرافات کی درست نشان دہی کرتا ہے جس کی بنیاد پر منیجر اصلاحی اقدامات اختیار کر سکتے ہیں۔ اگر کنٹرول کا کوئی عمل نہ ہو تو مطلوبہ طور پر کام کو انجام نہیں دیا جا سکتا اور نااہلی کا پتہ نہیں لگایا جا سکتا۔ مثال کے طور پر

ایک کارخانہ ہے جہاں جلد سازی کا کام کیا جاتا ہے۔ مالک 5 افراد کو ملازمت پر رکھتا ہے اور انھیں بتاتا ہے کہ ایک گھنٹے میں کم سے کم چار کتابوں پر جلد بندی ہونی چاہیے۔ یہ کامگار ایک دن میں چھ گھنٹے کام کرتے ہیں۔ دن کے آخر میں انجام دیئے گئے کاموں کا جائزہ لینے کے لیے وہ انھیں بلاتا ہے۔ اسے پتہ چلتا ہے کہ 28" کتابوں، 258 کتابوں 24 کتابوں اور اور (E) علی الترتیب 22 اور 20 کتابوں کی جلد سازی کر سکے۔ وہ 'A' کے کام کی ستائش کرتا ہے اور اسے شاباشی دیتا ہے۔ وہ "اور" کو تنبیہ کرتا ہے کیونکہ معیار کو حاصل آنے میں وہ ناکام رہے۔ اس کی 'A' کو شاباشی دینے اور "اور" کو تنبیہ دینے کا عمل بنیادی طور پر اس کے کنٹرول کاری عمل کے سبب ہے۔ بالفرض وہ کام کی جانچ نہیں کرتا اور کبھی کارکنوں کے ساتھ ایک جیسا برتاؤ کرتا تو بہتر کارکردگی دکھانے کی طرف نہیں مائل ہوتا اور " اور " کی نااہلی کا پتہ نہیں لگ سکتا اور ظاہر ہے وہ اس کارکردگی کو جاری رکھ سکتے تھے۔

آج کل کنٹرول کی اہمیت نمایاں طور پر بڑھ چکی ہے جس کی کئی وجوہات ہیں۔ کاروباری اکائیاں سائز کے لحاظ سے بڑھ چکی ہیں جس میں کافی متنوع قسم کے کام شامل ہیں۔ مختلف پیداداروں اور فروخت کاروں کے درمیان بازار میں کافی مسابقت ہے لہذا میجروں کو کارکردگی عمل کو برقرار رکھنا اور اسے مسلسل بہتر بنانا ہوتا ہے۔ اس مقصد کے لیے کیے گئے کام کی باقاعدہ جانچ کی جانی ہوتی ہے۔ اس سے لاگت اور بربادی کو کم ترین کرنے میں بھی مدد ملتی ہے یہ بھی ضروری ہے کہ حصولیابی کے اہداف کو وقتاً فوقتاً بڑھایا جائے اور کام کی بہتر کارکردگی کے لیے ملازمین کو واجب صلہ دیا جائے۔ یہ صرف کنٹرول کے عمل کے ذریعہ ہی ممکن ہے۔ اس طرح کنٹرول کاری:

(a) اہداف یا مقررہ نشانے کو حاصل کرنے میں مدد کرتی ہے؟

(b) بروقت اصلاحی کارروائی اختیار کرنے میں مددگار ہے؟

(c) ملازمین کی کارکردگی کی نگرانی اور انھیں بہتر بنانے میں مددگار ہے؟

(d) بہتر ارتباط یا مطابقت حاصل کرنے میں مدد کرتی ہے؟

(e) بہتر منصوبہ بندی میں مدد کرتی ہے؟

(f) غلطیوں کو کم سے آنے میں مدد کرتی ہے؟

(h) فیصلہ سازی میں آسانی پیدا کرتی ہے: اور

(i) نگرانی کو آسان بناتی ہے۔

منصوبہ بندی اور کنٹرول کاری میں رشتہ

منصوبہ بندی حاصل کیے جانے والے اہداف یا میعارات کا تعین کرتی ہے۔ مقرر کیے گئے معیارت کے ساتھ حقیقی کارکردگی پر کنٹرولنگ نگاہ رکھتی ہے۔ اس طرح منصوبہ بندی کنٹرول کاری کے لیے کسوٹی مقرر کرتی ہے۔ لہٰذا بغیر منصوبہ بندی کنٹرول بے کار ہے۔

منصوبہ بندی راہ عمل مرتب کرتی ہے۔ کنٹرول حقیقی اختیار کردہ عمل اور منصوبہ بندی کے درمیان موازنہ کرتا ہے۔ کنٹرول عمل سے انحراف کی شناخت کرتا ہے اور اصلاح کارروائی شروع کرتا ہے۔ منصوبہ بندی کنٹرول پر عمل کرتے وقت نتیجہ خیز ہوتی ہے۔

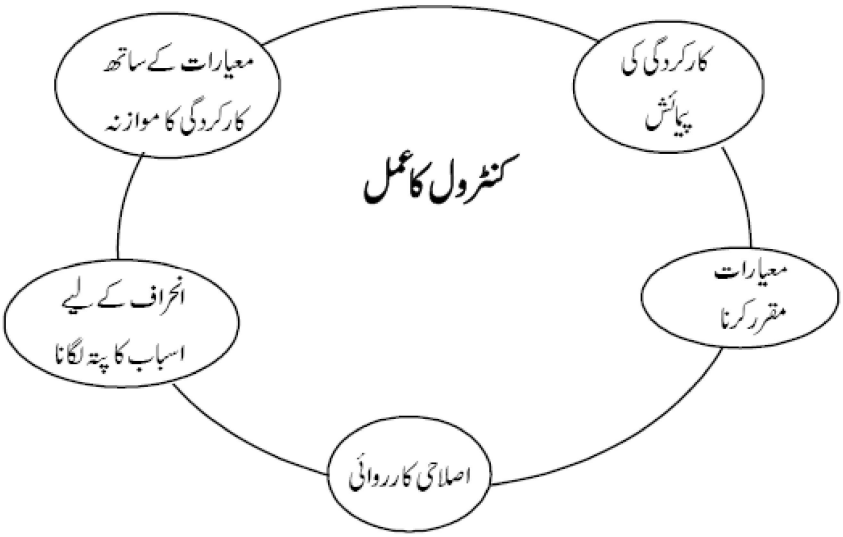
منصوبہ بندی آگے دیکھے جانے کا عمل ہے۔ کیوں کہ تمام منصوبے مستقبل کے لیے تیار کیے جاتے ہیں۔ لیکن یہ پختہ ڈاٹا کی بنیاد پر آگے دیکھتا ہے۔ لہذا ہم کہہ سکتے ہیں منصوبہ بندی پیچھے دیکھنے اور آگے دیکھنے دونوں کا عمل ہے۔

کنٹرول کاری آگے دیکھنے کا عمل ہے کیوں کہ کنٹرول کاری میں حقیقی کارکردگی کا موازنہ منصوبہ بند کارکردگی سے کیا جاتا ہے۔ کنٹرول کاری پیچھے دیکھنے کا بھی عمل اس لیے ہے کہ معیار سے انحراف کا پتہ لگانے کے لیے پچھلے سال کی کارکردگی پر منیجر نگاہ ڈالتا ہے۔ منصوبہ بندی کی طرح کنٹرولنگ بھی پیچھے اور آگے دیکھے جانے دونوں کا عمل ہے۔

9.6 کنٹرول کی عمل کاری

کنٹرول کی عمل کاری مختلف اقدامات پر مشتمل ہے۔ درج ذیل مثال پر غور کریں۔ رام ایک ملبوسات تیار کرنے والی کمپنی میں ملازم ہے۔ اس کا کام چلون کی سلائی کرتا ہے۔ اس نگراں کا اس بات کی صراحت کرتا ہے کہ اسے ایک دن میں 20 پتلونوں کی سلائی کرتی ہے۔ یہ کنٹرول کی عمل کاری کا پہلا قدم ہے یعنی معیارات کا مقرر کرنا۔ دن کے آخر میں نگراں گفتی کرتا ہے اور پاتا ہے کہ رام نے صرف 18 پتلون مکمل کیے ہیں۔ اس طرح کارکردگی کی پیائش، کنٹرول کے عمل میں دوسرا قدم ہے۔ اس کے بعد وہ معیارات کے ساتھ اس کا موازنہ کرتا ہے۔ یہ کنٹرول کے کام کا تیسرا قدم ہے جسے معیارات کے ساتھ کارکردگی کا موازنہ کہا جاتا ہے۔ دوسرے کام کرنے والوں کی کارکردگی سے موازنہ کرتے وقت وہ پستہ کرتا ہے کہ دو کامگاروں نے معیارات سے کم تیار کیا ہے۔ جب گراں کمزور کارکردگی کے اسباب کا پتہ لگانے کی کوشش کرتا ہے تو وہ پاتا ہے وہ مشینیں جن پر یہ دو کامگار کام کر رہے تھے اس میں کچھ نقص ہے۔ کنٹرول کاری کا یہ چوتھا قدم ہے اور اسے انحراف کے اسباب دریافت کرنا" کے طور پر جانا جاتا ہے۔ اس کے بعد وہ مستقبل میں مشینری میں ایسے غیر متوقع نقائص سے بچنے کے لیے فیصلہ کرتا ہے کہ ہر دن کبھی ساز و سامان اور پرزوں کا معائنہ کیا جائے گا۔ یہ اصلاحی عمل ہے جو کنٹرول کاری میں پانچواں اور آخری قدم ہے۔

1. **معیارات قائم کرنا:** معیارات قائم کرنا کنٹرول کا پہلا تقاضہ ہے۔ معیارات منصوبوں سے اخذ کیے جاتے ہیں اور موازنے کے لیے بنیاد فراہم کرتے ہیں۔ معیارات مختلف قسم کے ہوتے ہیں، جیسے فی گھنٹہ تیار کی گئی اکائیوں کی تعداد، فی اکائی پیداوار کی لاگت، ہر دن ردی اور ضیاع کی قابل قبول مقداری اشیا کی کوالٹی وغیرہ۔ جہاں تک ممکن ہو معیارات مقداری اصطلاح میں مرتب کرنے چاہئیں مقادری معیارات ایک ٹھوس پیائش فراہم کرتے ہیں اور موازنہ میں مددگار رہوتے ہیں۔ یہ بھی اتنا ہی اہم ہے کہ مقررہ معیارات حقیقی اور قابل حصول ہوں، نہ تو بہت زیادہ اونچے ہوں اور نہ ہی بہت کم تر ہوں۔ اگر یہ بہت اونچے ہوں گے تو ملازمین کی حوصلہ شکنی ہوگی جبکہ دوسری طرف اگر اتنے کم تر ہوں گے تو تنظیم کم تر کارکردگی پر عمل کرے گی جس سے لاگت زیادہ اونچی ہوگی۔ جب معیارات کو پوری طرح نہیں حاصل کیا جاسکتا تو گوارا کیسے جانے لائق انحرافات کی حد بھی مقرر کی جانی چاہیے۔ اسے کم ترین اور بیش ترین حدوں کی اصطلاح میں ظاہر کیا جاسکتا ہے۔ قابل قبول میں کارکردگی میں کسی اصلاحی کارروائی کی ضرورت نہیں ہوتی۔



2. **کارکردگی کی پیمائش:** جب معیارات مقرر ہو جاتے ہیں تو اگلا قدم با قاعدہ وقفے پر کارکردگی کی پیمائش کرنا ہوتا ہے۔ پیمائش مادی کاموں کے معاملے میں جیسے تیار کی گئی اکائیاں، واقع لاگت، لگا ہوا وقت وغیرہ مشکل نہیں ہے کیونکہ انھیں آسانی سے ماپا جا سکتا ہے۔ کارکردگی کی پیمائش مشاہدات، معائنہ اور رپورٹنگ کے ذریعہ کی جا سکتی ہے۔ عام طور پر نچلی سطحوں پر مشاہدہ اور معائنہ کی بنیاد پر اکثر وقفوں پر ایک جامع کنٹرول کاری کی جا سکتی ہے۔ مینجمنٹ کی اعلیٰ سطحوں پر ایک با قاعدہ وقفے پر رپورٹیں تیار کی جاتی ہے۔ کارکردگی کی پیمائش جتنی ممکن ہو سکے کی جانی چاہیے تا کہ اگر کوئی اصلاحی کارروائی کی ضرورت تو اسے بروقت انجام دیا جا سکے۔

3. معیارات کے ساتھ کارکردگی کا موازنہ کنٹرول کاری میں اگلا قدم معیارات کے مقابل حقیقی کارکردگی کا موازنہ ہے۔ معیارات اگر اچھی طرح واضح ہوں اور معروضی طور پر ان کی پیمائش کی جا سکتی ہو تو موازنہ کرنا بہت آسان ہو جاتا ہے، لیکن ایسی سرگرمیوں کے معاملے میں جہاں قابل پیمائش مقدار معیارات تیار کیا جانا مشکل ہوتا ہو تو کارکردگی کی پیمائش اور جانچ مشکل ہو جاتی ہے۔ حقیقی اور معیاری کارکردگی کے موازنہ سے تین نتائج برآمد ہو سکتے ہیں: حقیقی کارکردگی (a) مساوی ہو سکتی ہے، (b) معیار سے زیادہ ہو سکتی ہے یا (c) معیار سے کم ہو سکتی ہے۔ اگر حقیقی کارکردگی معیار کے برابر ہے تو منیجروں کو کوئی قدم اٹھانے کی ضرورت نہیں ہوتی لیکن جہاں انحرافات کا پتہ چلتا ہے، وہاں اصلاحی کارروائی ضروری ہو جاتی ہے۔ میجروں کو یہ پتہ کرنا چاہیے کہ یہ احرا کیا قابل قبول حد میں ہیں یا اس کے باہر ہیں۔ انحرافات کے لیے اصلاحی کارروائی تبھی ضروری ہوتی ہیں جب یہ قابل قبول حد کے باہر ہوں۔

4. **انحرافات کے اسباب کی شناخت:** اصلاحی کارروائی کیسے جانے سے پہلے منیجروں کو انحرافات کے اسباب کا پتہ لگانے کی کوشش کرنی چاہیے۔ نقص سے ہو سکتا ہے کہ معیارات جو مقرر کیے گئے ہیں وہ ماتحت کی ناکارکردگی کے بجائے ناقابل حصول ہوں۔ مزید برآں، انحرافات ماتحت کی غلطی کی وجہ سے نہ ہو کر میجر کے ذریعہ جاری ہدایات کی نوعیت کے سبب واقع ہوئے ہوں۔ لہذا یہ ضروری ہے کہ اسباب جس کے سبب انحرافات واضح ہوتے ہیں، ان کا پتہ لگایا جانا چاہیے تا کہ مناسب اصلاحی کارروائی کا یقین کیا جا سکے۔

5. **اصلاحی کارروائی کرنا:** انحرافات کے اسباب جاننے کے بعد اگلا قدم اس میں اصلاح یا بہتری پیدا کرنے کے لیے اٹھایا جانا چاہیے جس میں معیارات کی نظر ثانی، کارکنان کے انتخاب اور تربیت کے طریقوں میں تبدیلی اور بہتر ترغیب فراہم کرنا شامل ہے جیسا کہ پہلے بیان کیا گیا ہے، میجروں کو صرف بڑے انحرافات پر یکسو ہونا چاہیے۔ چھوٹے انحرافات یعنی قابل قبول حد میں انحرافات اتنا زیادہ باعث تشویش نہیں ہوتے۔ معیارات سے انحرافات کی اصلاح فوری طور پر کی جانی چاہیے کہ مزید نقصانات سے بچا جا سکے۔

اختتامی مشق

نہایت مختصر جواب کے لیے سوالات

1. تال میل کے دو فوائد بیان کیجیے۔
2. کنٹرول کی چار خصوصیات بیان کیجیے۔
3. کنٹرول کے سیاق وسباق میں انحراف کیا ہے؟
4. کنٹرول کی اہمیت کے کوئی دو اسباب بیان کیجیے۔
5. کنٹرول کاری سے کیا مراد ہے؟

مختصر جواب کے لیے سوالات

1. کنٹرول سے کیا مراد ہے؟
2. کنٹرول کاری میں اٹھائے جانے والے اقدامات کو درج فہرست کیجیے۔
3. مختصراً وضاحت کیجیے کہ ارتباط کو مینجمنٹ کا جوہر کیوں کہا جاتا ہے؟
4. منصوبہ بندی اور کنٹرول اور ایک دوسرے سے الگ نہیں ہو سکتے۔ مختصراً بحث کیجیے۔
5. -منیجر کو کیا کرنا چاہیے جب حقیقی اور معیاری کارکردگی کے درمیان فرق ہو۔
6. منصوبہ بندی اور کنٹرول کاری میں قریبی اور باہمی رشتہ ہوتا ہے۔ تبصرہ کیجیے۔

طویل جواب کے لیے سوالات

1. کنٹرول کاری کے مختلف اقدامات کی وضاحت کیجیے۔
2. مینجمنٹ کی سبھی سطحوں پر اور سبھی شعبہ عمل میں ارتباط کی ضرورت ہوتی ہے۔
3. کنٹرول کی خصوصیات بیان کیجیے۔
4. کنٹرول کاری کا مطلب بتائیے۔ یہ کیوں مطلوبہ ہے کہ ہر تنظیم کو اپنی سرگرمیوں میں بعض کنٹرول نظام کی پابندی کرنی چاہیے۔
5. کنٹرول کاری اور منصوبہ بندی کے درمیان رشتے کی تفصیل بیان کیجیے۔۔

10. مالیاتی منصوبہ بندی اور مینجمنٹ

(FINANCIAL PLANNING AND MANAGEMENT)

مالیات ، صنعت اور تجارت کے لئے خون حیات ہے۔مناسب مالی اعانت کی دستیابی کے بغیر کاروبار کا تیز رفتار اور اقتصادی کام کرنا ممکن نہیں ہے۔کوئی بھی کاروباری سرگرمی مالی مدد کے بغیر چلائی نہیں لے جاسکتی۔مالیاتی عملداری کسی بھی کاروباری تجویز کا مرکزی موضوع ہے۔ایسے سیاسی فیصلے کا تصور کرنا بہت مشکل ہے جس کے مالی اثرات نہ ہوں۔اس طرح کسی بھی کاروباری تنظیم کی بقا، ترقی اور اچھی صحت کے لیے مالیات کا موثر انتظام ضروری ہے۔اس طرح ،ایک موثر مالیاتی انتظام کی عدم موجودگی میں، کئی ناپسندیدہ نتائج آنے والے ہیں۔پیداوار اور فروخت کے دوران ٹھوس مالیاتی انتظام کی عدم موجودگی فنڈز کے غیر موثر استعمال کا باعث بنتی ہے اور کمپنی کی خوش قسمتی کو برباد کردے گی۔اس لیے ملک کی صنعتی ترقی کے لیے ایک باخبر اور قابل مالیاتی انتظام ایک مطلق ضرورت ہے۔

اکتسابی مقاصد

☆ مالیاتی مینیجر کے ذریعے لیے گئے مختلف مالیاتی فیصلوں کی وضاحت کریں۔

☆ مالیاتی انتظام کے مقاصد بیان کریں؛

☆ طویل اور قلیل مدت میں فنڈز کی بنیادی ضروریات کی نشاندہی کرنا؛ اور

☆ منافع سے فائدہ اٹھا کر کاروبار پر پڑنے والے اثرات پر بحث کریں۔

10.1 مالیاتی انتظامیہ کے معنی

مالیاتی انتظام بنیادی طور پر معاشی اور دانشمندی سے فنڈز حاصل کرنے اور خطرے کی صورتحال میں ان فنڈز کو انتہائی منافع بخش طریقے سے استعمال کرنے ، مستقبل کی کارروائیوں کی منصوبہ بندی کرنے اور مختلف ٹولز کے ذریعے موجودہ اور مستقبل کی کارکردگی اور ترقی کو کنٹرول کرنے سے متعلق ہے۔دوسرے لفظوں میں، مالیاتی انتظام بنیادی طور پر تین فیصلوں سے متعلق ہے، یعنی سرمایہ کاری کا فیصلہ، مالی اعانت کا فیصلہ اور منافع کا فیصلہ۔

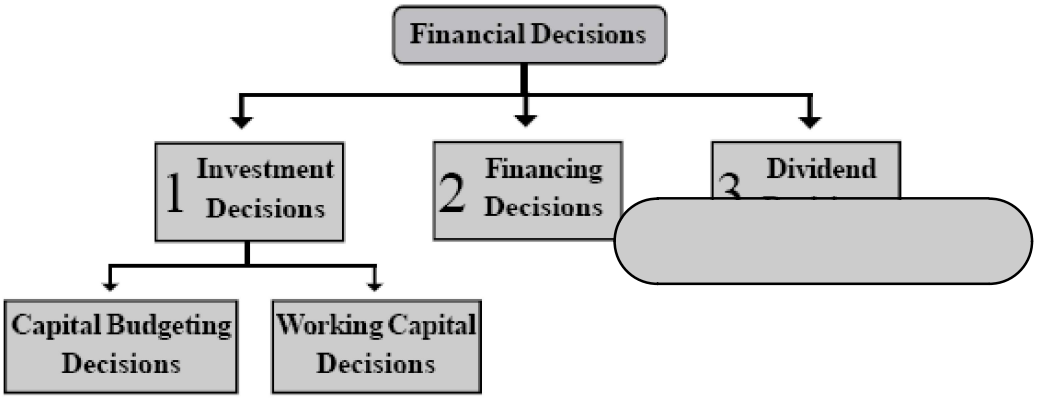


Fig.: 10.1 Financial Decisions

10.1.1 سرمایہ کاری فیصلہ:

اس فیصلے کا مطلب قابل عمل اور پیداواری اثاثوں کا محتاط انتخاب ہے جس میں فنڈز کی سرمایہ کاری کی جانی چاہیے۔اس میں شامل ہیں:

(a) فکسڈ اثاثوں میں طویل مدتی سرمایہ کاری سے متعلق فیصلہ؛

(b) موجودہ اثاثوں میں قلیل مدتی سرمایہ کاری سے متعلق فیصلہ (جسے سرمایہ کا فیصلہ کہا جاتا ہے)

دو اور فیصلے بھی ہیں:

(c) سیکیورٹیز میں پورٹ فولیو میں سرمایہ کاری سے متعلق فیصلہ؛ اور

(d) انضمام اور حصول میں سرمایہ کاری سے متعلق فیصلے

اس فیصلے میں اثاثوں جس میں فنڈ کی سرمایہ کاری کی جاتی ہے اس کا محتاط انتخاب شامل ہے۔قائم ثاثوں (پونجی کی بجٹ کاری) میں سرمایہ کاری کرنے سے متعلق فیصلے اور موجودہ اثاثے (چالو پونجی) میں سرمایہ کاری سے متعلق فیصلوں پر یہاں غور کیا جاتا ہے۔ سرمایہ کاری کے فیصلوں پر نقد بہاؤ، شامل جوکھم، تکنیکی تبدیلیوں کا اثر پڑتا ہے۔

2- مالیاتی فیصلہ:

یہ فیصلہ اس تناسب سے متعلق ہے جس میں مختلف وسائل سے فنڈ مہیا کیے جاتے ہیں۔فنڈ کی لاگت، شامل جوکم، کنٹرول، نقد بہاؤ جیسے عوامل پر مالیاتی فیصلہ لینے سے پہلے غور کیا جاتا ہے۔مالیاتی فیصلے میں فرم کو ملکیت والے فنڈوں اور ادھار فنڈوں کی نسبت طے کرنی ہوتی ہے۔ملکیت والے فنڈ اکیوٹی شیئر پونجی، ترجیحی حصص پونجی اور برقرار کمائی پر مشتمل ہوتے ہیں۔ادھار فنڈ میں ڈیبچر، قرض اور پبلک ڈپازٹ وغیرہ شامل ہوتے ہیں۔

(a) جمع کیے جانے والے سرمائے کی کل لاگت کتنی ہوگی؟ مثال کے طور پر: (i) اپنے سرمائے کی لاگت (ii) برقرار رکھی گئی کمائی کی لاگت (iii) ترجیحی حصص کی لاگت (iv) بانڈز کی لاگت (v) طویل اور مختصر مدت میں دیگر قرضوں کی لاگت۔(vi) مالیاتی فوائد (vii) انسٹرومنٹ جاری کرنے کی لاگت۔

(b) فنڈ اکٹھا کرنے کا صحیح وقت کیا ہے؟

(c) کیا کمپنی کو سبسکرپشن کے انتظامات کرنے چاہئیں؟ اگر ایسا ہے تو کس لحاظ سے؟

(d) مختلف آلات کا بہترین امتزاج (بڑی ساخت) کیا ہے؟

(e) قرض اور سرمائے سے متعلق قانونی دفعات۔

(f) حصول کی دھمکی سے کمپنی کی جائیداد کے نقصان کا خطرہ۔

(g) مارکیٹ میں کمپنی کی تصویر۔

(h) آلات کی لیکویڈیٹی

(i) کتنا فنڈ درکار ہے؟

(j) انوینٹریوں کی مالی اعانت کے لیے بے ساختہ پیچھا کرنا، جو کہ لاگت سے پاک ہے، خزانہ کا ذریعہ (تجارتی قرض دہندگان وغیرہ)۔

3. ڈیوڈنڈ فیصلہ:

یہ فیصلہ کمائے گئے منافع کے تصرف سے متعلق ہوتا ہے۔ فرم کے اس منافع کو کاروبار میں برقرار رکھا جاتا ہے یا ڈیوڈنڈ کے طور پر شیئر کے حاصل کو تقسیم کیا جا سکتا ہے۔ کمپنی کو یہ فی فیصلہ لینا ہوتا ہے کہ کتنے منافع کو ڈیوڈنڈ کے طور پر تقسیم کیا جانا چاہیے اور مستقبل میں کاروبار کو بڑھانے کے لیے کتنا برقرار رکھنا چاہیے۔ جو عوام ڈیوڈنڈ کے فیصلے پر اثر انداز ہوتے ہیں وہ ہیں نقد بہاؤ کی حیثیت، کمائی کا استحکام، افزائش کے مواقع ہیں۔

(a) شیئر ہولڈرز کی طرف واپسی: ڈیویڈنڈ کی رقم اور ڈیویڈنڈ کی شرح کا فیصلہ کیا جانا ہے۔

(b) برقرار رکھے ہوئے منافع: برقرار رکھے ہوئے منافع کی رقم کو حتمی شکل دینا ہوگی جو کہ انٹر پرائز کی توسیع اور تنوع کے منصوبوں پر منحصر ہوگی۔ اس لیے، ڈیویڈنڈ کے فیصلے کا مقصد شیئر ہولڈرز کی واپسی کو زیادہ سے زیادہ کرنا چاہیے تاکہ اس کی سرمایہ کاری کی قدر زیادہ سے زیادہ ہو۔ ایکویٹی شیئر ہولڈرز کی واپسی دو اجزاء پر مشتمل ہوتی ہے یعنی ڈیویڈنڈ اور کیپٹل گین۔

10.2 مالیاتی انتظامیہ کے مقاصد

مالیاتی انتظام کے اہم مقاصد یہ ہیں:

زیادہ سے زیادہ منافع: ایک کاروباری فرم ایک تنظیم ہے جو اس کے مالک کے لیے منافع کمانے کے بنیادی مقصد کے لیے قائم کی گئی ہے۔ عام طور پر، منافع کو زیادہ سے زیادہ کرنا کاروبار کا بنیادی مقصد سمجھا جاتا ہے۔ مختلف مفادات کو بلا وجہ نقصان پہنچائے بغیر کمپنی کو ترقی کرنے کے قابل بنانے کے ذریعہ منافع قابل قبول ہوگا۔ لیکن صرف ایک مقصد کے طور پر منافع مجموعی طور پر کمپنی کے لیے نقصان دہ ثابت ہو سکتا ہے۔ اسے مالکان کی معاشی بہبود کو زیادہ سے زیادہ بنانے کے لیے ایک آپریشنل معیار کے طور پر مسترد کر دیا گیا ہے اور یہ ان کی معاشی کارکردگی کے لحاظ سے متبادل کورسز کی درجہ بندی کے لیے عملی طور پر قابل عمل اقدام فراہم کرنے میں ناکام ہے۔ یہ درج ذیل حدود کا شکار ہے:

(a) یہ مبہم ہے۔

(b) یہ واپسی کے وقت کو نظر انداز کرتا ہے۔

(c) یہ خطرے کو نظر انداز کرتا ہے۔

دولت کی زیادہ سے زیادہ قیمت اور قدر کو زیادہ سے زیادہ کرنا: یہ عام طور پر سمجھا جاتا ہے کہ کاروبار کا بنیادی مقصد دولت کو زیادہ سے زیادہ کرنا ہے جو کہ مالکان کے پاس موجود حصص کی قیمت کو زیادہ سے زیادہ کرنے میں مضمر ہے کیونکہ وہ ابتدائی سرمائے میں

شراکت دار ہیں۔اس مقصد کو حاصل کرنے کے لیے، فنانشل مینیجر اثاثوں میں فنڈز مختص کرتا ہے اور وقت، وقت کی قدر کو مدنظر رکھتے ہوئے ان کے استعمال کو کنٹرول کرتا ہے۔کاروبار کا مقصد دولت کو زیادہ سے زیادہ بنانا ہے اور اس کا انحصار دو عوامل پر ہوتا ہے، فی شیئر کمایا ہوا منافع اور کیپٹلائزیشن کی شرح۔

10.3 مالیاتی منصوبہ بندی

یہ سمجھنے کے لیے کہ مالیاتی منصوبہ بندی کیا ہے، پہلے تصور کریں کہ آپ کے پاس اس وقت پیسہ نہیں ہے لیکن آپ کچھ آمدنی کمانے کے لیے تیار ہیں، آپ کیا کرتے ہیں؟ یقینی طور پر، آپ سرمایہ کاری کے دستیاب، محفوظ اور ترقی کی صلاحیت کے ساتھ مختلف مواقع تلاش کریں گے اور ان کا جائزہ لیں گے، جہاں سے آپ ایسی آمدنی یا منافع حاصل کر سکتے ہیں جو لاگت سے زیادہ ہو۔پھر، اس وقت آپ یہ معلوم کرنے کی بھی کوشش کریں گے کہ آپ سرمایہ کاری کے مقاصد کے لیے کم قیمت پر پیسہ یا فنڈز کہاں سے حاصل کر سکتے ہیں یا ان کا انتظام کر سکتے ہیں، کیونکہ آپ کے پاس پیسہ نہیں ہے۔اسے مالیاتی منصوبہ بندی کہتے ہیں۔اسی طرح کاروبار میں مالیاتی منصوبہ بندی کا مطلب سرمایہ کاری اور مالی اعانت کا انتخاب ہے۔اس طرح مالیاتی منصوبہ بندی کا تعلق فنڈز کے حصول، ان فنڈز کی سرمایہ کاری اور کمپنی کے فنڈز کو اس کے مقاصد تک پہنچانے کے سلسلے میں مالیاتی پالیسیوں کی تشکیل سے ہے۔اس طرح مالیاتی منصوبہ بندی میں درج ذیل پہلو شامل ہوتے ہیں:

(a) کمپنی کی اصل مالی حالت کا تخمینہ لگانا۔

(b) مستقبل کی ترقی کے امکانات اور اختیارات کا تجزیہ کرنا۔

(c) ہلے سے طے شدہ ترقی کے مقصد کے لیے سرمایہ کاری کے اختیارات کا جائزہ لینا۔

(d) مستقبل کی ترقی اور منافع کے لیے منصوبے۔

(e) فنڈز کی ضرورت کا تخمینہ لگانا اور متبادل مالی اختیارات پر غور کرنا۔

(f) متبادل ترقی کے منصوبوں اور مالی اعانت کے اختیارات کے درمیان موازنہ کریں اور انتخاب کریں۔

(g) مالیاتی منصوبوں کے نتائج۔

10.3.1 ٹھوس اور مضبوط مالیاتی منصوبہ کے لیے ضروری لوازمات

کسی بھی کاروباری ادارے کے لیے مالیاتی منصوبہ تیار کرتے وقت درج ذیل امور کا لحاظ رکھنا ضروری ہے تا کہ وہ کاروبار کامیابی کے ساتھ آگے بڑھ سکے اور کاروبار کے نظم ونسق کے حوالے سے ضروری امور انجام پاسکیں۔

(a) منصوبہ سیدھا سادہ اور آسان ہو: دور حاضر میں مختلف طرح کی ضمانتیں مختلف شکلوں میں دی جاسکتی ہیں۔ان کے عوض بازار اور منڈیوں سے قرض لیا جاسکتا ہے مگر پھر بھی ایکوئی شیئرز تک محدود رہنے کو ہی اچھا سمجھا جاتا ہے یا پھر سادہ قسم کے مقررہ شرح سود والے تمرکات کو ہی اچھا سمجھا جاتا ہے۔

(b) منصوبہ طویل عرصے کو سامنے رکھ کر وضع کیا جانا چاہیے کسی کاروباری ادارے کی مالی ضرورتوں کا اندازہ کرتے وقت اور اس کے لیے مالیات فراہم کرنے کے لیے طویل عرصے کی ضرورتوں اور حالات کو سامنے رکھنا چاہیے۔ مالیاتی منصوبہ بندی کے لیے کافی عرصہ کو نظر میں رکھنا ضروری ہے اور سال بہ سال سرمایہ کی ضرورتوں میں تبدیلی کے پہلو کو بھی سامنے رکھنا ضروری ہے۔

(c) منصوبہ بندی میں لچک ہونی ضروری ہے: مالیاتی ضرورتوں کے لیے طویل المدتی ضرورتوں کو سامنے رکھنا ضروری ہے۔ پھر بھی یہ ممکن نہیں کہ مستقبل کے سارے امکانات اور ساری ضرورتیں نظر میں آجائیں۔ متعلقہ فرم اپنا توسیعی پروگرام کچھ تبدیلیوں کے ساتھ شروع کرسکتی ہے، لہذا مالیاتی منصوبہ بندی اس انداز پر ہونی ضروری ہے کہ اس کے تحت ان تمام پہلوؤں کا احاطہ کیا جاسکے اور حسب ضرورت اس میں ردوبدل ہوسکے اور کسی بھی کام کی تکمیل میں دیر نہ ہو اور بدلے ہوئے حالات کے تحت جو بھی ضرورتیں پیش آئیں، ان کو پورا کیا جاسکے۔

(d) منصوبہ ایسا ہو کہ اس کی روشنی میں جو رقم بھی خرچ کی جائے اس کا پورا پورا فائدہ ہو: اس منصوبے میں مالیات کی فراہمی کے حوالے سے ضروری تدابیر بتائی گئی ہوں جیسا کہ کہا جاچکا ہے کہ کاروبار میں سرمایہ کی کمی کی وجہ سے اس کی سرگرمیوں میں کمی نہ آنی چاہیے۔ اس کے ساتھ ایسا بھی نہ ہو کہ اس میں بہت سی رقومات اس طرح بچی پڑی رہیں کہ ان سے کوئی کام نہ لیا جائے۔ منصوبہ میں ہر ضرورت کو پورا کرنے کے لیے گنجائش نکالی گئی ہو اور ہر روپے کا صحیح صحیح استعمال ہو۔ رقومات جمع ہو کر پڑی نہیں رہنی چاہئیں۔

(e) فراہم کردہ سرمایہ کا حساب کتاب رکھا جائے اور اس سلسلے میں جو رقم خرچ ہو اس کا الگ سے حساب رکھا جائے اور یہ کام کم سے کم لاگت پر کیا جانا چاہیے۔ اس بات کو یقینی بنانا ضروری ہے کہ جو سرمایہ فراہم کرایا جائے اور اس پر جو لاگت آئے، وہ ایک معقول حد تک ہی ہو۔ منصوبہ کے تحت فائنینشیل چیکس کا نظام بروئے کار لایا جائے یعنی اس میں قرض بھی لیا جائے اور ایکوئی حصص کے ذریعے بھی سرمایہ فراہم کرایا جائے۔ سرمایہ کی باکفایت فراہمی کے لیے یہ موزوں نظام ہے، بصورت دیگر شیئر ہولڈروں کے سرمایہ پر ہونے والے منافع پر مضر اثرات پڑیں گے۔

(f) اثاثہ جات اور کاروبار کو نقدی میں بدل دینے (سیالت) کی صلاحیت کو یقینی بنانا ضروری ہے: کاروبار ایسے پھیلے انداز پر ہو کہ جو فرم کاروبار کررہی ہے، جب چاہے وہ اس کے ذریعے نقد رقومات حسب منشا پاسکے۔ اس سے فرم کے انتظامیہ کو پریشانیوں میں

نہیں پڑنا پڑتا۔اس سے سرمایہ کاروں کا اعتماد بحال رہتا ہے۔دوسرے لفظوں میں رقومات کے ذریعے سرمایہ کاری اس انداز پر ہو کہ ممکنہ خطرات سے نمٹنے اور ہنگامی ضرورتوں کو پورا کرنے کے لیے کاروبار میں گے لگے اثاثہ جات کے عوض نقد رقومات حاصل ہوسکیں۔

10.3.2 مالیاتی منصوبہ بندی کی اہمیت

1. فنڈوں کی مناسب ضروریات کا اندازہ لگانے میں مدد کرتی ہے۔
2. مضبوط پونجی ساخت کو فروغ دینے میں آسانی پیدا کرتی ہے۔
3. فنڈوں کے مناسب ترین استعمال میں مدد دیتی ہے۔
4. فنڈوں کی قلت اور فنڈوں کے زائد ہونے سے احتراز کی کوشش کرتی ہے۔
5. کاروباری ادارے کے مختلف شعبوں میں ارتباط کے لیے پالیساں اور طریقہ کار فراہم کرتی ہے۔
6. تنظیم کی مالیاتی سرگرمیوں کو کنٹرول کرنے کی بنیاد کے طور پر عمل کرتی ہے۔
7. کاروبار میں ان دیکھی مالی صورت حال کا سامنا کرنے میں مدد کرتی ہے۔

10.4 پونجی ساخت کا تصور

عام طور پر، پونجی/سرمایہ کی دو قسمیں ہیں:

1. مساوی سرمایہ
2. قرض کا سرمایہ۔

A) مساوی سرمایہ: اس سے مراد حصص یافتگان (مالکان) کے کاروبار اور جائیداد میں لگائی گئی رقم ہے۔یہ مالی اعانت کا سب سے مہنگا ذریعہ ہے۔عام طور پر، سماجی سرمایہ دو اقسام پر مشتمل ہوتا ہے:

1) سرمایہ کا حصہ، جو وہ سرمایہ ہے جو اصل میں کاروبار میں عام سماجی سرمائے اور ترجیحی سماجی سرمائے کے بدلے میں لگایا گیا تھا؛ اور

(2) حصص پر یمیم کی رکھی ہوئی آمدنی + آزاد محفوظات + فاضل منافع + ہنگامی صورتحال + ترقیاتی چھوٹ ریزرو کے صوابدیدی دفعات پر مشتمل ہے۔یہ ان منافعوں کی نمائندگی کرتا ہے جو پچھلے برسوں سے ڈیویڈنڈ کے طور پر تقسیم نہیں کیے گئے ہیں جو کمپنی نے رکھے ہیں اور کاروبار کی ترقی، توسیع یا حصول کے لیے استعمال کیے جائیں گے۔

ب) قرض سرمایہ: حکومت، نیم سرکاری + قانونی کارپوریشنوں اور دیگر ایجنسیوں سے تمام قرضوں پر مشتمل ہوتا ہے + بینکوں اور مالیاتی اداروں سے میعادی قرض + ڈیبینچر کے مسائل + تمام موخر ادائیگی کی ذمہ داریاں۔قلیل مدتی قرض جیسے کارگذار سرمایہ کی

ضروریات کو بھی سرمایہ کے ڈھانچے کا حصہ سمجھا جاتا ہے۔ کسی فرم کے سرمایہ کے ڈھانچے سے مراد قرض اور حصص کے اس امتزاج کا انتخاب ہوتا ہے، جو کاروبار کے کاموں کی مالی اعانت اور فرم کے حصص کی مارکیٹ قدر کو زیادہ سے زیادہ کرنے کے لیے استعمال ہوتا ہے۔

10.4.1 پونجی/سرمایہ ڈھانچہ کا نمونہ

چنانچہ، سرمایہ ڈھانچہ سے مراد حصص سرمایہ، ترجیحی حصص سرمایہ، ڈیبینچرز، طویل مدتی قرض، رکھی ہوئی آمدنی اور فنڈز کے دیگر طویل مدتی ذرائع کے تناسب یا مجموعہ سے مراد کل سرمایہ میں ہے جو ایک فرم کو اپنا کاروبار چلانے کے لیے جمع کرنا چاہیے۔ جب کوئی کمپنی اس بات کا تجزیہ کر رہی ہے کہ کس سرمایہ کے ڈھانچے کو اپنانا ہے تو وہ اس کا انتخاب کر سکتی ہے:

(i) صرف ایکویٹی حصص کے ساتھ سرمایہ ڈھانچہ

(ii) ایکویٹی اور ترجیحی حصص کے ساتھ سرمایہ کا ڈھانچہ

(iii) ایکویٹی حصص اور ڈیبینچرز کے ساتھ سرمایہ ڈھانچہ

(iv) ایکویٹی، ترجیحی حصص اور ڈیبینچرز کے ساتھ سرمایہ ڈھانچہ

10.4.2 لاگت اور قرض وایکویٹی کا خطرہ

قرض اور ایکویٹی، لاگت اور خطرے میں مختلف ہیں۔ قرض میں کم لاگت شامل ہوتی ہے کیونکہ قرض پر ادا کردہ سود کو محصول کے اخراجات کے طور پر سمجھا جاتا ہے اور یہ ٹیکس سے تحفظ کے ساتھ مشروط ہے، لیکن یہ خطرناک ہے کیونکہ قرض پر باقاعدہ سود کی ادائیگی کاروبار کے لیے ایک قانونی ذمہ داری ہے۔ اگر کمپنی قرض ادا کرنے میں ناکام ہو جاتی ہے تو، ڈیبینچر ہولڈر کمپنی کے اثاثوں پر دعویٰ کر سکتے ہیں اور اگر کمپنی سود کی ادائیگی میں ناکام رہتی ہے، تو وہ تحلیل اور دیوالیہ ہونے کے مرحلے تک جا سکتی ہے۔

ایکویٹی سیکیورٹیز کمپنی کے نقطہ نظر سے محفوظ سیکیورٹیز ہیں کیونکہ کمپنی کی کوئی قانونی ذمہ داری نہیں ہے کہ وہ ایکویٹی شیئر ہولڈرز کو ڈیویڈنڈ ادا کرے چاہے کمپنی منافع یا نقصان پر چل رہی ہو لیکن ایکویٹی مہنگی ہے کیونکہ ڈیویڈنڈ کی ادائیگی ٹیکس تحفظ سے مشروط نہیں ہے اور ان کی واپسی کی توقع زیادہ ہے نیز کمپنی کی کوئی قانونی ذمہ داری نہیں ہے کہ وہ کمپنی کے مالک کی زندگی کے دوران اپنا سرمایہ ادا کرے۔ ایکویٹی شیئر ہولڈرز کو ان کا سرمایہ صرف کیک کے آخری ٹکڑے کے طور پر کمپنی کے ختم ہونے کے بعد ملے گا۔

10.4.3 سرمایہ ڈھانچہ اور مالیاتی ڈھانچہ کے درمیان فرق

1۔ سرمایہ کے ڈھانچے میں نان کرنٹ واجبات شامل ہیں جبکہ مالیاتی ڈھانچے میں نان کرنٹ واجبات اور موجودہ واجبات شامل ہیں۔

2۔ سرمایہ ڈھانچہ شیئر ہولڈرز کے فنڈ اور طویل مدتی قرض پر مشتمل ہوتا ہے جبکہ مالیاتی ڈھانچہ شیئر ہولڈرز کے فنڈ، طویل مدتی قرض

اورموجودہ واجبات پر مشتمل ہوتا ہے۔

3۔ سرمایہ ڈھانچہ سے مراد کمپنی کے جملہ سرمایہ میں طویل مدتی قرض اور ایکویٹی کا تناسب ہے جبکہ مالیاتی ڈھانچہ سے مراد خالص مالیت یا شیئر ہولڈرز کے فنڈ یا مالکان کی ایکویٹی اور تمام ذمہ داریاں ہیں یعنی طویل مدتی اور مختصر مدتی۔

4۔ کسی کمپنی کا سرمایہ کا ڈھانچہ اس کے مالیاتی ڈھانچے کا ایک حصہ ہوتا ہے جبکہ مالیاتی ڈھانچہ سرمائے کی ساخت اور موجودہ واجبات پر مشتمل ہوتا ہے۔

5۔ سرمایہ کے ڈھانچے میں قلیل مدتی یا موجودہ واجبات شامل نہیں ہیں جبکہ مالی ڈھانچہ طویل مدتی اور قلیل مدتی واجبات کا مجموعہ ہے۔

10.4.4 سرمایہ ڈھانچہ کا تعین کرنے والے

سرمایہ ڈھانچہ کے فیصلے پر اثر انداز ہونے والے عوامل یہ ہیں:

1۔ نقدی کی روانی کا موقف: کسی کمپنی کے سرمایہ کے ڈھانچے میں قرض اور ایکویٹی کا مرکب کیا ہونا چاہئے اس کا انحصار اس کی کافی نقد آمدنی پیدا کرنے کی صلاحیت پر ہے کیونکہ کمپنی ڈیبینچر ہولڈرز کو ایک مقررہ شرح سود، ترجیحی حصص کو ڈیویڈنڈ اور قرض پر اصل اور سود کی رقم ادا کرنے کی قانونی ذمہ داری کے تحت ہے۔

2۔ سرمایہ کاری پر واپسی: سرمایہ کاری پر واپسی ایک اور اہم عنصر ہے جو سرمایہ کے ڈھانچے کا فیصلہ کرنے میں مدد کرتا ہے۔ اگر سرمایہ کاری پر منافع شرح سود سے زیادہ ہے، تو کمپنی کو اپنے سرمایہ کے ڈھانچے میں قرض کو ترجیح دینی چاہیے۔ جبکہ، اگر سرمایہ کاری پر واپسی قرض پر ادا کی جانے والی واپسی کی شرح سے کم ہے، تو کمپنی کو قرض سے بچنا چاہیے اور ایکویٹی سرمایہ پر انحصار کرنا چاہیے۔

3۔ ٹیکس کی شرح: اعلیٰ ٹیکس کی شرح قرض کو سستا بناتی ہے کیونکہ قرض فراہم کرنے والے کو ادا کیا جانے والا سود ٹیکس کی ذمہ داری کا حساب لگانے سے پہلے ٹیکس تحفظ سے مشروط ہوتا ہے جبکہ کمپنی کو شیئر ہولڈرز کو ادا کردہ ڈیویڈنڈ پر ڈیویڈنڈ ڈسٹری بیوشن ٹیکس ادا کرنا پڑتا ہے۔ لہٰذا ٹیکس کی زیادہ شرح کا مطلب ہے کہ وہ قرض کو ترجیح دے گا جبکہ کم ٹیکس کی شرح کا مطلب سرمایہ کی ساخت میں ایکویٹی ہے۔

4۔ مالیہ کی لاگت: اگر کوئی کمپنی کم شرح سود پر فنڈز لینے کا انتظام کر سکتی ہے، تو وہ ایکویٹی کے مقابلے میں زیادہ قرض کو ترجیح دے گی۔ دوسری طرف، ایکویٹی شیئر ہولڈرز اپنی سرمایہ کاری پر زیادہ منافع کی توقع کرتے ہیں یعنی فی حصص کی آمدنی۔ اگر قرض کے استعمال سے، ای پی ایس بڑھ رہا ہے، تو کمپنی قرض کو سرمایہ کے ڈھانچے میں شامل کر سکتی ہے لیکن جب ای پی ایس' قرض کو شامل کرنے کے ساتھ کم ہونا شروع ہو جائے تو کمپنی کو لازمی طور پر ایکویٹی شیئر ہولڈر یا قرض اور ایکویٹی کے ایسے امتزاج پر انحصار کرنا چاہیے جس پر ای پی ایس سب سے زیادہ ہو۔

5۔ فلوٹیشن لاگت: فلوٹیشن لاگت حصص یا ڈیبینچر کے اجراء پر ہونے والی لاگت ہے۔ ان اخراجات میں اشتہار کی لاگت، انڈر

رائٹنگ، بروکریج، بینکوں کے ساتھ معاہدہ اور قانونی فیس وغیرہ شامل ہیں جنہیں نظر انداز نہیں کیا جا سکتا۔عوامی مسائل کے مقابلے میں مالیاتی اداروں سے قرضوں کے ذریعے سرمایہ حاصل کرنے میں کم لاگت شامل ہے۔

6۔ خطرے پر غور: اگر کسی کمپنی کا کاروباری خطرہ کم ہے، تو وہ قرض کی ضمانتوں کے اجراء کے ذریعہ زیادہ سرمایہ اکٹھا کر سکتی ہے جبکہ زیادہ کاروباری خطرے کے وقت، اس کا انحصار ایکویٹی پر ہونا چاہیے۔

7۔ لچک: فنڈز جمع کرنے کی لچک کو برقرار رکھنے کے لیے، اس کے پاس غیر متوقع حالات کا خیال رکھنے کے لیے قرض لینے کی طاقت کی کچھ گنجائش ہونی چاہیے کیونکہ قرض کی زیادتی فرم کی مزید قرض لینے کی صلاحیت کو محدود کر سکتی ہے۔

8۔ کنٹرول: کمپنی کا مکمل کنٹرول ایکویٹی شیئر ہولڈرز کے ہاتھ میں ہے کیونکہ وہ مالک ہیں۔کمپنی کے معاملات کو چلانے کا اختیار بورڈ آف ڈائریکٹرز کے پاس ہے۔ڈیبینچر ہولڈرز کا انتظام میں کوئی کام نہیں ہے اور ترجیحی شیئر ہولڈرز کو سالانہ جنرل میٹنگ میں ووٹ دینے کا محدود حق حاصل ہے۔

9۔ قرض کے احاطہ کا تناسب: اعلی سود کے احاطہ کے تناسب کا مطلب ہے کہ کمپنی کے پاس قرض کے فنڈ سیکیورٹیز زیادہ ہو سکتے ہیں جبکہ کم سود کے احاطہ کا تناسب کا مطلب ہے کم ادھار لئے فنڈ سیکیورٹیز۔

10 ۔قرض خدمات احاطہ کا تناسب: اگر ڈیبٹ سروس کوریج ریشو زیادہ ہے، تو کمپنی کے سرمائے کے ڈھانچے میں زیادہ قرض ہو سکتا ہے کیونکہ یہ کمپنی کی اپنے قرض کی ادائیگی کی صلاحیت کو ظاہر کرتا ہے لیکن اگر قرض خدمات احاطہ کا تناسب کم ہے، تو یہ اشارہ کرتا ہے کہ کمپنی کو قرض سے بچنا چاہیے اور صرف ایکویٹی سرمایہ پر انحصار کرنا چاہیے۔

11 ۔ریگولیٹری فریم ورک: ایک کمپنی، ایس ای بی آئی کے رہنما خطوط کے اندر حصص اور ڈیبینچر جاری کرتی ہے اور قرض لیتی ہے۔ اگر مالیاتی پالیسیاں زیادہ لچکدار ہیں، تو وہ مزید قرض کے لیے جا سکتی ہیں جبکہ اگر ایس ای بی آئی کے رہنما خطوط آسان ہیں، تو کمپنیاں اضافی سرمایہ کے لیے مالیاتی اثاثوں کے اجراء کو ترجیح دے سکتی ہیں۔

12۔ حصص بازار کی حالت: حصص بازار دو شرائط کے تحت کام کرتا ہے یعنی اچھال اور کساد بازاری جو کہ سرمایہ کے ڈھانچے کو متاثر کرتی ہے خاص طور پر جب کمپنی اضافی سرمایہ جمع کرنے کی منصوبہ بندی کر رہی ہو کیونکہ سرمایہ کار اپنے معاملات میں زیادہ محتاط ہو سکتے ہیں۔اچھال کی مدت کے دوران، کاروبار پھل پھول رہا ہے اور سرمایہ کار خطرات مول لینے کی ہمت کرتے ہیں اور ڈیویڈنڈ اور سرمایہ کے حصول کی صورت میں زیادہ منافع حاصل کرنے کے لیے ایکویٹی شیئرز میں سرمایہ کاری کرنے کو ترجیح دیتے ہیں جبکہ کساد بازاری میں حصص بازار کا کاروبار سست ہے اور سرمایہ کار خطرات مول لینے کے لیے متزلزل ہیں۔لہذا، یہ مشورہ دیا جاتا ہے کہ مقررہ سود والی سیکیورٹیز جاری کی جائیں کیونکہ یہ کم خطرے والی ہیں اور مقررہ ادائیگی اور سود کی باقاعدہ ادائیگی کو یقینی بنائیں۔

10.5 لیوریج (بیعانہ)

آپ اکثر اپنے دوستوں اور ساتھی ملازمین کو یہ کہتے ہوئے سنتے ہیں کہ فروخت کا ہدف حاصل کرنے کے لیے ان پر کام کا

زیادہ بوجھ ہے۔ایسا کیوں ہوتا ہے؟ یہ سیلز مینیجر کی طرف سے سیلز ملازمین کو دیے گئے حد سے زیادہ سیلز ہدف کی وجہ سے ہوتا ہے جو اپنی کمپنی کے لیوریج کو جانتا ہے جس کے ذریعے وہ نقصان اٹھانے اور مارکیٹ میں اپنا حصہ کھونے کے خطرے کو کم کر سکتے ہیں۔لہذا، اس کی اپنی کمپنی اور حریف کمپنی کے کاروباری لیوریج کا علم آپ کی کمپنی کو کاروبار میں برتری حاصل کرنے کے مواقع فراہم کرے گا جبکہ یہ فیصلہ کرتے ہوئے کہ فروخت سے کتنی آمدنی پیدا کرنا ہے اور کتنا فنڈ درکار ہے۔

لفظ 'لیوریج' لفظ 'لیور' سے ماخوذ ہے جس سے مراد وہ آلہ ہے جس کے ذریعے آپ کم سے کم کوششوں سے زیادہ وزن اٹھا سکتے ہیں۔

اسی طرح کاروبار میں، لیوریج (بعض اوقات گیئرنگ کے طور پر بھی جانا جاتا ہے) سے مراد ایک اثاثہ خریدنے، کمپنی چلانے، دوسری کمپنی حاصل کرنے وغیرہ کے لیے قرض اور/یا کریڈٹ کی خاصی مقدار کا استعمال ہے، اس امید کے ساتھ کہ لین دین سے ایکویٹی ہولڈرز کو ٹیکس کے بعد کا منافع قرض لینے کی لاگت سے زیادہ ہو جائے گا جس کا مطلب ہے فی حصص کی آمدنی میں اضافہ۔ای پی ایس کو زیادہ سے زیادہ کرنے اور مالک کو واپسی بڑھانے کے لیے فرم کے سرمایہ کے ڈھانچے میں زیادہ قرض لینے کی فرم کی صلاحیت سے مراد ہے کیونکہ قرض حاصل کرنے کی لاگت ایکویٹی کے مقابلے سستی ہے اور سرمایہ کی لاگت کو کم سے کم کرتی ہے۔اسی لیے ہر فرم اپنے سرمایہ کے ڈھانچے میں زیادہ سے زیادہ قرض کو شامل کر کے سرمایہ کی لاگت کو کم کرنے کی کوشش کرتی ہے۔

10.5.1 لیوریج کی اقسام

اسے تین اقسام میں تقسیم کیا جا سکتا ہے:

(a) مالی بیعانہ: اگر آپ کسی کمپنی کی بیلنس شیٹ کا تصور کر سکتے ہیں، تو مالیاتی بیعانہ بیلنس شیٹ کے بائیں جانب سے مراد ہے۔مالی لیوریج سے مراد یہ ہے کہ فرم اس کی ادائیگی کیسے کرے گی یا مہم کی مالی اعانت کیسے کی جائے گی۔

مالی بیعانہ: کاروباری فرم کے سرمایہ کے ڈھانچے میں قرض کی رقم سے مراد ہے۔یہ مالیاتی خطرے کی پیمائش کرتا ہے جو قرض کے اجزاء کے زیادہ استعمال کی وجہ سے سود کے زیادہ عائد ہونے کی وجہ سے پیدا ہوتا ہے۔کمپنی کے ای پی ایس پر ای بی آئی ٹی میں ہونے والی تبدیلیوں کے اثر کو بڑھانے کے لیے مقررہ مالیاتی تبدیلیوں کو استعمال کرنے کی کمپنی کی صلاحیت ہے۔ایک اعلی مالی فائدہ سرمایہ کے ڈھانچے میں قرض کے اعلی فیصد کی نشاندہی کرتا ہے۔یہ ہمارے قرض کی مالی اعانت سے حاصل ہونے والے منافع کو بڑھاتا ہے۔مالی فائدہ = سود اور ٹیکس سے پہلے کی آمدنی (ای بی آئی ٹی)/ٹیکس سے پہلے کی آمدنی ای بی آئی ٹی

(b) کارگذار لیوریج: کمپنی کے لاگت کے ڈھانچے میں بنیادی طور پر دو قسم کے اخراجات ہوتے ہیں-مقررہ لاگت اور متغیر اخراجات۔کارگذار لیوریج متغیر اخراجات کے لیے مقررہ لاگت کا تناسب ہے۔اگر کسی کاروباری فرم کی متغیر لاگت کے مقابلے میں بہت زیادہ مقررہ لاگتیں ہیں، تو فرم کے بارے میں کہا جاتا ہے کہ وہ کارگذار لیوریج کو بے نقاب کرتی ہے جو کاروباری خطرہ یا کارکردگی کے خطرہ کی پیمائش کرتی ہے، یعنی فروخت آمدنی میں اتار چڑھاو کی وجہ سے ای بی آئی ٹی میں تغیر۔اس کا مطلب یہ ہے کہ اگر کسی فرم کے

پاس کارگذار لیوریج زیادہ ہے، تو فروخت کے حجم میں ایک چھوٹی تبدیلی کے نتیجے میں سود اور ٹیکس سے پہلے کی آمدنی میں بڑی تبدیلی اور سرمایہ کاری کئے گئے سرمایہ پر واپسی ہوتی ہے۔ یہ ہمارے پلانٹ اور آلات یا مقررہ اثاثوں سے حاصل ہونے والے منافع کو بڑھاتا ہے۔

آپریٹنگ لیوریج = تعاون / سود اور ٹیکس سے پہلے آمدنی (EBIT)

(c) مشترکہ لیوریج: یہ فرم کے ایس پی ایس پر فروخت کے حجم کے اثر کی نشاندہی کرتا ہے۔ یہ تعاون اور ای بی ٹی کے درمیان تعلق ہے۔ ایک اعلیٰ مشترکہ لیوریج اس بات کی نشاندہی کرتا ہے کہ فرم زیادہ خطرے سے مشروط ہے جس میں کاروباری خطرہ اور مالی خطرہ دونوں شامل ہیں۔ یہ کارگذار لیوریج اور مالی لیوریج کو ضرب دے کر بھی معلوم کیا جاسکتا ہے۔

مشترکہ لیوریج = تعاون / ای بی ٹی

یا

مشترکہ لیوریج = مالی لیوریج × کارگذار لیوریج۔

فرض کریں، اگر کارگذار لیوریج 2 ہے اور مالیاتی لیوریج 5 ہے، تو مشترکہ لیوریج 10 ہوگا۔ یہ بتاتا ہے کہ اگر فروخت آمدنی میں ایک فیصد کا اضافہ ہوتا ہے، تو ٹیکس سے پہلے کی آمدنی یا ٹیکس سے پہلے منافع میں 10 فیصد اضافہ ہوگا اور اس کے برعکس۔

10.4.2 کارگذار لیوریج اور مالیاتی لیوریج کے مشترکہ اثرات

کارگذار لیوریج	مالیاتی لیوریج	اثر
1	زیادہ	انتہائی خطرہ، زیادہ سود کی نکاسی
2	زیادہ	مقررہ اخراجات کے مقابلہ میں کم فروخت ہنوز غیر اطمینان بخش ہے
3	کم	منافع کو بڑھانے کے لئے انتہائی مثالی صورتحال
4	کم	کم انتظامی انتباہ یا خطرے کا ٹلنا

10.6 مقررہ سرمایہ کا حصول

جب آپ کوئی بھی کاروباری منصوبہ شروع کرنے کے لیے تیار ہوتے ہیں، تو آپ کو ابتدائی طور پر دو قسم کے سرمایہ کی ضرورت ہوگی۔ پہلا مقررہ سرمایہ اور دوسرا کارگذار سرمایہ۔ اس بات کو مدنظر رکھا جائے کہ کاروبار کو چلانے اور برقرار رکھنے کے لیے مقررہ سرمایہ اور کارگذار سرمایہ، دونوں ضروری ہیں۔

غیر۔ وجود اثاثے (مقررہ اثاثے) حاصل کرنے کے لیے مقررہ سرمایہ کا استعمال کیا جاتا ہے جو ایک سے زیادہ کھاتہ کی مدت کے لیے کاروبار کی خدمت کرے گا۔ عام طور پر یہ ٹھوس مقررہ اثاثوں کی شکل میں موجود ہوتا ہے جیسے پلانٹ اور مشینری، فیکٹری کی زمین

اوراس کی عمارتیں، کمپنی کا ہیڈ کوارٹر اور دفاتر، عمارتیں، کمپیوٹنگ اور کمیونیکیشن انفراسٹرکچر اور غیر محسوس اثاثوں میں سرمایہ کاری جیسے پیٹنٹ، کاپی رائٹس، خیر سگالی وغیرہ۔

سادہ الفاظ میں، مقررہ اثاثوں کے حصول میں لگایا گیا سرمایہ جو پائیدار نوعیت کے ہوں اور جن کے فوائد طویل عرصے تک حاصل کیے جاسکیں، اسے مقررہ سرمایہ کہا جاتا ہے۔ مقررہ اثاثوں میں سرمایہ کاری، جملہ سرمایہ کی سرمایہ کاری کے حصے کے طور پر، سامان تیار کرنے کے لیے ایک امید افزاء ذریعہ ہے جسے بعد میں کمائی بڑھانے کے لیے فروخت کیا جاسکتا ہے۔

10.6.1 مقررہ سرمایہ کی خصوصیات

(i) یہ کاروبار میں کی جانے والی ایک لازمی ابتدائی سرمایہ کاری ہے۔

(ii) یہ کاروبار میں لگائے گئے جملہ سرمایہ کا ایک حصہ ہے۔

(iii) اپنی طویل مدتی ضروریات کو پورا کرنے کے لیے کاروبار میں اس کا مستقل وجود ہے۔

(iv) یہ ٹھوس طبعی اثاثوں اور غیر محسوس اثاثوں کی خریداری کے لیے استعمال ہوتا ہے۔

(v) یہ کاروبار کو فروغ دینے کے لیے ضروری ہے، جیسے کہ بہت بڑی اشتہاری مہم۔

(vi) یہ کاروبار کی توسیع، جدید کاری اور تنوع کے لیے بھی ضروری ہے۔

10.6.2 مقررہ سرمایہ یا طویل مدتی مالیات کے ذرائع

1۔ حصص کی اجرائی: یہ مقررہ سرمایہ کا سب سے اہم ذریعہ ہے۔ عام طور پر، دو قسم کے حصص ہوتے ہیں جیسا کہ پچھلے ماڈیول میں زیر بحث آیا ہے۔

(الف) ایکویٹی حصص اور (ب) ترجیحی حصص

2۔ درست حصص کا اجراء: جب کوئی کمپنی مزید حصص جاری کرنے کا فیصلہ کرتی ہے، تو اسے پہلے اپنے موجودہ شیئر ہولڈرز کو مارکیٹ کی قیمت سے کم قیمت پر جاری کیا جاتا ہے۔ حصص کا سرمایہ بڑھتا ہے لیکن شیئر ہولڈرز کی تعداد نہیں بڑھتی۔ عام طور پر، حقوق کا مسئلہ مقررہ سرمایہ کو جمع کرنے کے لیے بہت کفایتی ہوتا ہے۔

3۔ حصص کو خانگی طور پر رکھنا: اس کا مطلب ہے کہ کمپنی اپنے حصص براہ راست سرمایہ کاروں کے ایک چھوٹے گروپ جیسے بینک، مالیاتی ادارے، میوچل فنڈز وغیرہ کو فروخت کرتی ہے۔

4۔ ڈیبینچر کی اجرائی: یہ کمپنی کے ادھار شدہ سرمایہ کی نمائندگی کرتا ہے اور ڈیبینچر رکھنے والے کو پہلے سے طے شدہ شرح پر ڈیبینچر میں سرمایہ کاری پر سود ملتا ہے۔

5۔ میعادی قرض: کمپنی اپنی پراجیکٹ تجزیہ رپورٹ جمع کر کے بینکوں اور مالیاتی اداروں جیسے ایچ ڈی ایف سی، آئی سی آئی سی آئی وغیرہ سے میعادی قرض حاصل کرتی ہے۔

6۔ رکھی ہوئی آمدنی: یہ کمپنی کی طرف سے کمائے گئے غیر تقسیم شدہ منافع کا ایک حصہ ہے۔اس بچائے ہوئے منافع کو منافع کی واپسی کہا جاتا ہے۔

7۔ لیز پر مالیہ: لیز پر مالیہ کے تحت، اجارہ دار جو اثاثوں کا مالک ہے لیز کی بنیاد پر اثاثے لیز لینے والے کو دیتا ہے اور ان اثاثوں کو استعمال کرنے کے لیے لیز کرایہ وصول کرتا ہے۔

10.6.3 مقررہ سرمایہ کی ضرورت کا تعین کرنے والے

کاروبار کی مقررہ سرمایہ کی ضروریات کے تعین کو متاثر کرنے والے عوامل درج ذیل ہیں:

1۔ کاروبار کی نوعیت: تجارت سے تعلق رکھنے والے کے مقابلے تیاری سے تعلق رکھنے والے کو زیادہ مقررہ سرمایہ کی ضرورت ہوتی ہے کیونکہ تیاری انٹر پرائز کے معاملے میں مقررہ اثاثوں میں سرمایہ کاری زیادہ ہوتی ہے۔

2۔ کاروبار کا حجم: یہ منحنی، چھوٹی، درمیانی یا بڑے پیمانے کی صنعتیں ہوسکتی ہیں۔کاروبار کے حجم کا اندازہ کرتے وقت پیمانے یہ ہیں: کاروبار کا ٹرن اوور؛ سرمایہ کاری' کاروبار کے بازار میں حصص کا موازنہ کرنا وغیرہ۔اس طرح، شراکت داری فرموں اور واحد ملکیت کے مقابلے میں کمپنی کے کاروبار کے لیے زیادہ مقررہ سرمایہ کی ضرورت ہوتی ہے۔

3۔ کارکردگی کا پیمانہ: یہ اس حجم کی نشاندہی کرتا ہے جس میں پیداوار ہوتی ہے جس کے بعد مارکیٹ میں اس کی کامیاب فروخت ہوتی ہے۔عام طور پر، کارکردگی کا پیمانہ بڑا ہوگا اگر مقررہ سرمایہ کی دستیابی زیادہ ہو اور اس کے برعکس۔

4۔ ٹکنالوجی کا استعمال: مزدوروں کو ترغیب کی تکنیک استعمال کرنے والی کمپنیوں کو سرمایہ دار کمپنیوں کے مقابلے میں کم مقررہ سرمایہ کی ضرورت ہوتی ہیں۔

5۔ تیار کردہ مصنوعات کی اقسام: کاغذی کلپس جیسی سادہ مصنوعات تیار کرنے والی کمپنیوں کو صنعتی مصنوعات جیسی پیچیدہ مصنوعات تیار کرنے والی کمپنیوں کے مقابلے میں مقررہ سرمایہ کی کم ضرورت ہوگی۔

6۔ سرگرمیوں کا دائرہ: اگر کاروبار کا دائرہ وسیع ہے، تو اسے زیادہ مقررہ سرمایہ کی ضرورت ہوتی ہے جیسے کہ تیاری، جانچ اور جوڑنا ان لوگوں کے مقابلے جن کا دائرہ کار محدود ہے اس کے لیے کم مقدار میں مقررہ سرمایہ کی ضرورت ہوتی ہے جیسے کہ کمپنی صرف جوڑنے کی سرگرمیاں انجام دیتی ہے۔

7۔ اثاثے حاصل کرنے کا طریقہ: اگر اثاثے کرایہ یا لیز پر براہ راست حاصل کیے جاتے ہیں تو اس کے لیے قسط کی خریداری کی بنیاد اور براہ راست نقد خریداری کی بنیاد کے مقابلے میں کم مقررہ سرمایہ کی ضرورت ہوتی ہے۔

8۔ سرکاری سبسڈی: اس کا مطلب ہے حکومت کی طرف سے وضع کردہ بعض شرائط وضوابط پر ضرورت مند کمپنیوں کے لیے مختص مالی امداد۔عام طور پر، پسماندہ علاقوں میں کام کرنے والی کمپنیوں کو مقررہ اثاثوں کی خریداری کے لیے رعایت یا سبسڈی ملتی ہے (جس کے لیے مقررہ سرمایہ کی کم مقدار کی ضرورت ہوتی ہے) جبکہ ترقی یافتہ علاقوں میں کام کرنے والی کمپنیوں کو کوئی سبسڈی

نہیں ملتی حالانکہ انہیں مقررہ سرمایہ کی ضرورت زیادہ ہوتی ہے۔

10.6.4 مقررہ سرمایہ کی ضرورت کا تعین یا تخمینہ لگانا

مقررہ سرمایہ کی ضرورت کا تخمینہ لگانا کافی پیچیدہ کام ہے کیونکہ اس کے لیے مالیہ کے بنیادی اصولوں کے مکمل علم کی ضرورت ہوتی ہے۔ مارکیٹ اور مسلسل مشق جس کے بغیر کوئی مقررہ سرمایہ کی مطلوبہ مقدار کا اندازہ لگانے میں کامیاب نہیں ہوگا۔ مقررہ اثاثوں میں لگائی گئی رقم کو مقررہ سرمایہ کہا جاتا ہے اور مالیہ کی زبان میں اسے کیپٹل بجٹنگ کہا جاتا ہے جس میں دو سب سے اہم تخمینہ شامل ہوتے ہیں، یعنی کیش آؤٹ فلو اور کیش ان فلو (نقدی کا بہاؤ اور نقدی کی آمد)۔ جب کوئی نیا اثاثہ خریدنا ہوتا ہے، تو اسے خریدنے اور اثاثے کو پیداوار میں ڈالنے میں شامل اخراجات کا تخمینہ لگانا ضروری ہوتا ہے۔ اس کو کیش آؤٹ فلو کے طور پر یا قطعی خالص نقد سرمایہ کاری کہا جاتا ہے۔ اس کے ساتھ ہی، پراجیکٹ کے کام میں آنے کے بعد سالانہ کیش فلو پیدا ہوگا۔ لہٰذا، اثاثہ کی موجودگی پر ہونے والی پیداوار اور فروخت کے نتیجے میں نقدی کی آمد کا اندازہ لگانا ضروری ہے۔ نقدی کی آمد کے اس تخمینے کو خالص نقد فائدہ کہا جاتا ہے۔ درج ذیل مثالیں آپ کو مقررہ سرمایہ کی ضرورت کا تخمینہ لگانے میں بلیو پرنٹ فراہم کریں گی۔

الف۔ مقررہ سرمایہ کی ضرورت کا تخمینہ لگانا (نقدی کا بہاؤ)

اشیاء	رقم (روپئے
1۔ مقررہ اثاثوں کی تخمینہ قیمت +(ب) حمل ونقل کے اخراجات یا انھیں کے جانے کی لاگت +(ج) تنصیب کی لاگت	100 5 5
1 کا جملہ	110
2۔جمع: کارگذار سرمایہ میں مستقل اضافہ جمع: ٹیکس ریبیٹ کو ایڈجسٹ کرنے کے بعد تربیت کے اخراجات' اگر کوئی ہیں تو	20 10
2 کا جملہ	30
3۔منجملہ (2+1)	140
4۔ منہائی: پرانے مقررہ اثاثوں کی فروخت سے نقدی (نکالنے کی قیمت۔نکالنے اور ٹھکانے لگانے کی لاگت	5
5۔ بقیہ (4-3) یا نقدی کا بہاؤ یا مقررہ اثاثوں کی ضرورت	135

ب۔نقدی کے بہاؤ کا تخمینہ (مقررہ اثاثوں کی کارکردگی سے معاوضہ تک)

اشیاء	رقم (روپئے
1۔ فروخت سے ہونے والی آمدنی (نقد فروخت اور ادھار فروخت یہ فرض کرتے ہوئے کہ یہ جان بوجھ کر اور جب یہ قابل عمل ہو جائے گا)	100

2۔ منہائی: فروخت کی گئی اشیاء کی لاگت (نقد اخراجات یعنی مقررہ اور متغیر اخراجات)	(40)
3۔ ای بی ڈی آئی ٹی (فرسودگی، سود اور ٹیکس سے پہلے) (2-1)	60
4۔ اب منہا کریں: مقررہ اثاثوں کی فرسودگی کی رقم	(10)
5۔ یہ ای بی آئی ٹی ہے (سود اور ٹیکس سے قبل آمدنی) (4-3)	50
6۔ اب منہا کریں قابل ادا سود یا 5 سے ادا شدنی	(10)
7۔ بقیہ (6-5) یا ای بی ٹی (ٹیکس سے قبل آمدنی)	40
8۔ اب منہا کریں قابل ادا آمدنی ٹیکس یا 7 سے ادا کیا گیا @ 30 فیصد 40 روپے پر	(12)
9۔ بقیہ (8-7) یا ای اے ٹی (ٹیکس کے بعد آمدنی)	28
10۔ جمع: ای اے ٹی میں فرسودگی (نکتہ نمبر 4 میں دیا گیا ہے)	10
11۔ اب یہ نقدی کی آمد ہے بطور مقررہ سرمایہ کا ذریعہ	38

چنانچہ جملہ مقررہ سرمایہ کی ضرورت مساوی ہوگی 97 روپے کے (یعنی بہاؤ 135 روپے میں سے 38 روپے منہا کرنے پر)

10.7 کارگذار سرمایہ

عام طور پر، کارگذار سرمایہ روزانہ کی بنیاد پر کاروبار کی خدمت کے لیے استعمال ہونے والی رقم ہے جو روزمرہ کی پیداوار اور اسے چلانے کی ضروریات کو پورا کرتی ہے۔ منافع بخش کاروباری آپریشن، طویل مدتی اثاثوں کی فروخت، طویل مدتی قرض لینے اور مالکان کی طرف سے سرمایہ کاری کے ذریعے کارگذار سرمایہ میں اضافہ کیا جا سکتا ہے۔ غیر منافع بخش کاروباری کارروائیوں سے اس کو کم کیا جا سکتا ہے۔ طویل مدتی اثاثوں کی طویل مدتی مالیہ کے بغیر خریداری، مالکان میں نقد رقم تقسیم کرنا۔ اسے گردشی سرمایہ بھی کہا جاتا ہے کیونکہ موجودہ اثاثوں میں لگائی گئی زیادہ تر رقم ایک چکر سے گزرتی ہے جیسا کہ:

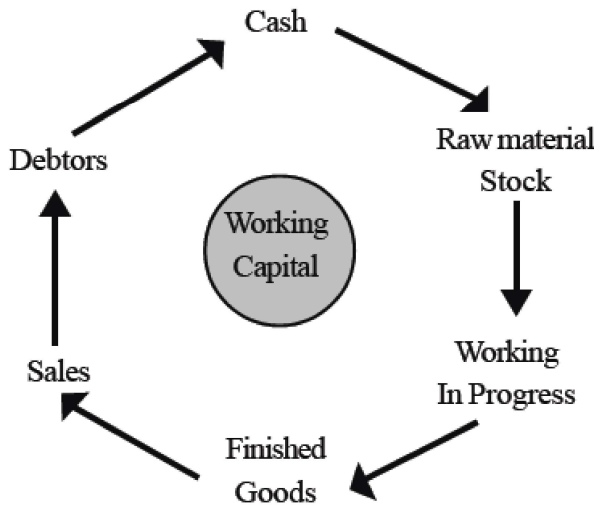


Fig.: 10.2 Working Capital

10.7.1 کارگذار سرمایہ کا تصور

کارگذار سرمایہ کے تصور کو دو مختلف طریقوں سے سمجھا جا سکتا ہے۔ یہ ہیں:

الف) کارگذار سرمایہ کا مجموعی تصور: اس سے مراد موجودہ اثاثوں میں فرم کی سرمایہ کاری ہے۔ موجودہ اثاثے وہ اثاثے ہیں جو ایک کھاتہ کی مدت کے اندر آسانی سے نقدی میں تبدیل ہو سکتے ہیں۔ 12 ماہ کہیں.

(ب) کارگذار سرمایہ کا خالص تصور: اس سے مراد موجودہ واجبات کا کل موجودہ اثاثہ جات سے زیادہ ہے یا موجودہ اثاثوں کو مائنس کرنٹ واجبات سے تعبیر کرتا ہے۔ موجودہ واجبات وہ ہیں جو ایک سال کے اندر قابل ادا ہو سکتے ہیں۔

10.7.2 تصور کا انتخاب

تصورات کا انتخاب مطالعہ کے مقصد پر منحصر ہے۔ اگر مقصد کاروبار کی کارکردگی کا اندازہ لگانا ہے، تو کارگذار سرمایہ کا مجموعی تصور موزوں ہوگا۔ لیکن اگر مقصد تحلیل کے موقف کا اندازہ لگانا ہے تو خالص تصور موزوں ہوگا۔

10.7.3 کارگذار سرمایہ کے اقسام

کارگذار سرمایہ کو دو اقسام میں تقسیم کیا جا سکتا ہے۔

(الف) مستقل/مقررہ کارگذار سرمایہ: ہر فرم کو موجودہ اثاثوں یا بنیادی موجودہ اثاثوں میں کم از کم سرمایہ کاری کی سطح کو برقرار رکھنا ہوتا ہے تا کہ بغیر کسی رکاوٹ کے کاموں کے تسلسل کو یقینی بنایا جا سکے جو انوینٹری کی کم از کم سطحوں کی نمائندگی کرتا ہے، قرض پالیسی کی وجہ سے قرض دہندگان میں رقم کی کم از کم سطح ہمیشہ منسلک ہوتی ہے اور کاروبار کے یومیہ اخراجات کو پورا کرنے کے لیے مناسب نقدی کی ضرورت ہوتی ہے۔ ایک فرم طویل مدتی ذرائع سے کاروبار چلانے میں بنیادی موجودہ اثاثوں کی مالی اعانت کرتی ہے۔

(ب) متغیر کارگذار سرمایہ: اسے لچکدار کارگذار سرمایہ بھی کہا جاتا ہے۔ متغیر کارگذار سرمایہ کی ضرورت کا انحصار پیداوار اور فروخت میں تبدیلی پر ہوتا ہے جس کی وجہ صنعت کی طلب یا موسمی تبدیلی ہوتی ہے جیسے کہ چوٹی کے موسم اور مستقل کام کرنے والے سرمایہ کے اوپر اور اس سے اوپر کے موسم میں کمی۔ ایک فرم قلیل مدتی قرض کے ذریعے کارگذار سرمایہ کی اپنی اتار چڑھاؤ کی ضروریات کو پورا کرتی ہے۔

10.7.4 کارگذار سرمایہ بمقابلہ لیکویڈیٹی

ایک خوردہ فروش، تقسیم کار یا تیار کنندہ کے پاس موجودہ اثاثوں میں کارگذار سرمایہ کی ایک بڑی مقدار ہو سکتی ہے۔ تاہم، اگر اس کے زیادہ تر موجودہ اثاثے سست رفتاری سے چلنے والی انوینٹری میں ہیں، تو کمپنی کے پاس طے شدہ تاریخوں پر اپنی ذمہ داریوں کی ادائیگی کے لیے لیکویڈیٹی نہیں ہو سکتی ہے۔ اسی طرح، اگر کوئی کمپنی اپنے کھاتوں کو وصول کرنے سے قاصر ہے، تو اس کے پاس اپنی ذمہ داریوں کی ادائیگی کے لیے لیکویڈیٹی نہیں ہو سکتی ہے۔

اس کے برعکس، ایک ایسی کمپنی پر غور کریں جو مقبول مصنوعات آن لائن فروخت کرتی ہے اور گاہک جب آرڈر دیتے ہیں تو بینک کریڈٹ کارڈ یا ڈیبٹ کارڈ سے ادائیگی کرتے ہیں۔ مزید، کمپنی کے سربراہ کنندے کمپنی کو مصنوعات خریدنے کے 60 دن بعد ادائیگی کرنے کی اجازت دیتے ہیں۔ ہوسکتا ہے اس کمپنی کے پاس کارگذار سرمایہ بہت کم ہو، لیکن اس میں وہ لیکویڈیٹی ہوسکتی ہے جس کی اسے ضرورت ہے۔

10.7.5 کارگذار سرمایہ کے اجزاء

(a) موجودہ اثاثے

کارگذار سرمایہ کا ایک بڑا جز و موجودہ اثاثے ہیں۔ موجودہ اثاثوں کی مختصر تعریف یہ ہے: کمپنی کی نقد رقم کے علاوہ اس کے دیگر وسائل جن کی توقع ہے کہ ایک سال کے اندر نقد رقم میں تبدیل ہوجائے گی۔ موجودہ اثاثوں کی مثال میں شامل ہیں:

(i) نقدی اور نقدی کے مساوی

(ii) عارضی یا قلیل مدتی سرمایہ کاری

(iii) کھاتے قابل وصول یا مقروض یا کتابی قرض

(iv) انوینٹری جیسے خام مال، نیم تیار اشیاء اور تیار اشیاء

(v) اشیاء

(vi) پہلے سے طے شدہ اخراجات

(b) موجودہ واجبات

کارگذار سرمایہ کا دوسرا بڑا جز و موجودہ واجبات ہیں۔ موجودہ ذمہ داریوں کی مختصر تعریف یہ ہے: کمپنی کی ذمہ داریاں جو ایک سال کے اندر واجب الادا ہوں گی۔ موجودہ ذمہ داریوں کی مثالیں شامل ہیں:

(i) قرض کی اصل قسط کی رقم جو ایک سال کے اندر واجب الادا ہوگی۔

(ii) کھاتے قابل ادائیگی / متعدد قرض دہندگان

(iii) بینک اوورڈرافٹ / کیش کریڈٹ / قلیل مدتی قرض

(iv) قابل ادائیگی اجرت

(v) ملازمین سے پے رول ٹیکس روکے گئے۔

(vi) جمع شدہ اخراجات / ذمہ داریاں (افادیت، مرمت، سود، وغیرہ)

(vii) گاہک کے ڈپازٹس اور موخر آمدنی۔

10.7.6 مقررہ سرمایہ اور کارگذار سرمایہ کے درمیان فرق

فرق کی بنیاد	مقررہ سرمایہ	کارگذار سرمایہ
1۔معنی	مقررہ سرمایہ وہ سرمایہ کاری ہے جو طویل مدتی فائدہ حاصل کرنے کے لئے کاروبار کی جانب سے کی جاتی ہے۔	کارگذار سرمایہ کاروبار میں لگانے کے لئے یومیہ ضرورت ہے۔
2۔اثاثہ جات کا حصول	مقررہ سرمایہ غیر موجودہ اثاثوں کی خریدی کے لئے استعمال کیا جاتا ہے۔	اس کا استعمال موجودہ اثاثوں کی خریدی کے لئے کیا جاتا ہے۔
3۔تبدیلی	فوری طور پر نقدی یا اس کی نوعیت میں تبدیلی نہیں کی جاسکتی ہے	ایک سال کے اندر نقدی میں تبدیل کیا جاسکتا ہے۔
4۔مدت	طویل مدت کے لئے کاروبار کی خدمت کرتا ہے	مختصر مدت کے لئے کاوبار کی خدمت کرتا ہے۔
5۔فائدہے	ایک کھاتہ کی مدت سے زیادہ فائدہ دیتا ہے	ایک کھاتہ کی مدت سے کم فائدہ دیتا ہے
6۔لیکویڈیٹی	بہت کم لیکویڈیٹی	بہت زیادہ لیکویڈیٹی

10.7.7 کارگذار سرمایہ کا تعین کرنے والے

ایک انٹر پرائز میں کارگذار سرمایہ کی جملہ سرمایہ کاری پر مختلف قسم کے عوامل اثر انداز ہوتے ہیں۔ان میں سے اہم ہیں:

1۔ ابتدائی اور تشکیلی مرحلہ: ایک نئے پراجیکٹ کا آغاز اور ابتدائی سال کارگذار سرمایہ فنڈز کی منصوبہ بندی اور فراہمی کے لیے سب سے اہم مرحلہ ہیں۔

2۔ کاروباری چکر کا موقف: کاروباری چکر کی گردش کارگذار سرمایہ کے موقف میں تبدیلی لاتی ہیں۔اوپر کی طرف بڑھنے کا تعلق فروخت میں اضافہ اور انونیٹریز اور کتابی قرضوں کی سطح میں اضافہ سے ہے۔دوسری طرف، جب کمی ہوتی ہے، تو انونیٹریز اور کتابی قرض کی سطح گر سکتی ہے، جس سے نقدی میں لچک ہوتی ہے۔

3۔ کاروبار کی نوعیت: کاروبار کی نوعیت اس کے کارگذار سرمایہ کی ضروریات پر ایک اہم اثر رکھتی ہے۔کچھ منصوبوں کے لیے، جیسے ریٹیل اسٹورز، تمباکو کی تیاری، تعمیراتی کمپنیاں، وغیرہ، مقررہ اثاثے برائے نام یا اتفاقی ہو جاتے ہیں اور ان کے لیے کارگذار سرمایہ کی کثرت کی ضرورت ہوتی ہے۔

4۔ تیاری کا چکر: خام مال کی خریداری اور تیار شدہ اشیاء حاصل کرنے والے تیاری کے عمل کی تکمیل کے درمیان ایک توسیع شدہ مدت کا مطلب ظاہر ہے کہ کارگذار سرمایہ کی ضروریات میں اضافہ کی صورت میں فنڈز کو بڑے پیمانہ پر جوڑ ناہ ہوگا۔

5۔ صارفین کے لیے ادھار کی شرائط: صارفین کو دئے جانے والے ادھار کی شرائط کتابی قرضوں میں سرمایہ کاری کی سطح کا تعین

کر کے کارگذار سرمایہ کی سطح کو متاثر کرتی ہیں۔ آزادانہ ادھار اور سستی وصولی کے طریقہ کار یا بقایہ کی وصولی کے معاملے میں اجازت دینے والا رویہ ان فنڈز کو بھی بند کر سکتا ہے جو دوسری صورت میں کام چلانے کی ضروریات کے لیے دستیاب ہوں گے۔

6۔ خام مال کی فراہمی میں خلل: کچھ خام مال صرف مخصوص موسموں میں دستیاب ہوسکتا ہے اس لئے ان کو پہلے ہی کم مہینوں کے لیے حاصل اور ذخیرہ کرنا پڑے۔ کارگذار سرمایہ کی ضروریات، ایسے حالات میں، موسمی اتار چڑھاو کو درج کرے گی۔

7۔ اشیاء کی طلب میں تبدیلی: طلب سے زائد پیداوار کے دوران اسٹاک کی بڑھتی ہوئی سطح کے لیے کارگذار سرمایہ کی بڑھتی ہوئی مقدار کی ضرورت ہوگی اور یہ فنڈز کچھ مہینوں تک انوینٹریز میں بند رہیں گے۔ مالیاتی منصوبہ بندی میں مستحکم پیداوار اور موسمی فروخت سے وابستہ فنڈز کی ضروریات کے اس نمونے کو شامل کرنا ہوگا۔

8۔ پیداواری پالیسیاں: پیداواری پالیسی کی مستحکم شرح کی حکمت عملی کو سال بھر میں برقرار رکھا جاتا ہے جیسا کہ تیار کردہ اشیاء کی واضح موسمی طلب کے مقابلے میں کاروبار کے لیے خطرہ سمجھا جاتا ہے۔ مسئلہ تیار مال کی بڑھتی ہوئی انوینٹری کی سطح کو مدد کرنے کے لیے فنڈز تلاش کرنے کا ہے جب تک کہ وہ چوٹی کے موسم میں ختم نہ ہو جائیں۔

9۔ مسابقتی حالات: مسابقت کا درجہ کارگذار سرمایہ کی ضروریات کو متاثر کرنے والا ایک اہم عنصر ہے۔ صارفین کو جیتنے اور برقرار رکھنے کے لیے، مدمقابل کے طریقوں کو مدنظر رکھتے ہوئے، اپنی ادھار کی پالیسیاں بنانے میں بہت محدود صوابدید کے ساتھ، ادھار کی شرائط کو بڑھانا بھی ضروری ہوگا۔ چنانچہ کتابی قرض میں سرمایہ کاری، ایک اعلیٰ ترتیب کی ہوگی جس میں اضافی فنڈز کی ضرورت ہوگی۔

10۔ ترقی اور توسیعی پروگرام: جیسے جیسے کاروبار بڑھتا ہے، اضافی کارگذار سرمایہ تلاش کرنا پڑتا ہے۔ فروخت میں اضافہ اور کارگذار سرمایہ یا موجودہ اثاثوں میں اضافہ کے درمیان ربط قائم کرنے کے لیے کوئی آسان فارمولا نہیں ہے۔

11۔ منافع کی سطح: حالات کے تقاضوں کے مطابق، کچھ کاروباری ادارے دوسروں کے مقابلے میں زیادہ مجموعی مارجن پیدا کرتے ہیں۔ زیادہ مجموعی مارجن ہر نقدی دور کی تکمیل پر اندرونی پیداوار کی اعلیٰ شرح کے امکانات کو بہتر بناتا ہے جو کہ اس مفروضے پر مبنی ہے کہ اعلی مجموعی مارجن کا فائدہ مارکیٹنگ اور انتظامی شعبوں میں مہنگی کاروباری سرگرمیوں میں ضائع یا ختم نہیں ہوتا ہے۔

12۔ ٹیکس: کارگذار سرمایہ کی منصوبہ بندی میں ٹیکس کی ذمہ داری ایک ناگزیر عنصر ہے۔ یہ ایک مختصر مدتی ذمہ داری ہے جو نقدی میں قابل ادائیگی ہے۔ ایڈوانس ٹیکس قسطوں میں ادا کرنا پڑ سکتا ہے، یہ حساب کتاب سال کے متوقع منافع پر مبنی ہے۔ زیادہ ٹیکس کے ادوار کارگذار سرمایہ پر اضافی دباؤ ڈالتے ہیں۔ فنانس مینیجر، جو ٹیکس کے معاملات میں اچھی طرح سے باخبر ہے، ٹیکس کی منصوبہ بندی کے لیے قابل تعریف گنجائش رکھتا ہے تا کہ ٹیکس کے ذریعے نقدی کے بہاؤ کو کم کیا جا سکے۔

13۔ ڈیویڈنڈ پالیسی: ڈیویڈنڈ، ایک بار اعلان ہو جانے کے بعد، ایک قلیل مدتی ذمہ داری ہے، جس سے نقد رقم نکلتی ہے۔ واجب الادا اور قابل ادائیگی منافع کی فوری تقسیم کو کنٹرول کرنے والے قانونی ضوابط ہیں۔

14۔ فرسودگی کی پالیسی: فرسودگی کی پالیسی اس رقم کے تعین کے اردگرد ہے جسے فرسودہ چارجس کے طور پر فراہم کیا جانا ہے تا کہ پرانے یا متروک اثاثوں کو تبدیل کرنے کا حتمی ذریعہ بنایا جا سکے۔ فرسودگی کے طریقہ کار کے انتخاب کے اہم مالی اثرات ہوتے ہیں۔ اگر موجودہ سرمایہ کے اخراجات فرسودگی کی فراہمی سے کم ہوتے ہیں، تو کارگذار سرمایہ کا موقف مضبوط ہو جاتا ہے اور قلیل مدتی قرض لینے کی ضرورت نہیں ہو سکتی ہے۔

15۔ محفوظات کی پالیسی: انٹر پرائز مینجمنٹ کے پسندیدہ اہداف میں سے ایک منافع میں سے مناسب ذخائر کو تیار کرنا ہے۔ جہاں کہیں بھی ذخائر کو بڑھانے کی خواہش غالب ہو، کارگذار سرمایہ یا فنڈز کے موقف کو ترجیح دی جاتی ہے اور ڈیویڈنڈ کو بہتر مدد ملتی ہے۔

16۔ قیمت کی سطح میں تبدیلی: اسے افراط زر بھی کہا جاتا ہے۔ یہ سچ ہے کہ تمام قیمتیں ایک ہی رفتار سے نہیں چلتی ہیں۔ اور نہ ہی وہ سب ایک ہی سمت میں چلتے ہیں۔ قیمت کی تبدیلیوں میں یہ تنوع تضادات پیدا کرتا ہے۔ اس سے کچھ کمپنیوں کو ان کے کارگذار سرمایہ کے مسائل سے نجات مل جاتی ہے اور ساتھ ہی، یہ دوسروں کیکارگذار سرمایہ کے مسائل کو بڑھاتا ہے یا اس میں شدت پیدا کرتا ہے۔

17۔ کارکردگی میں بہتری: کمپنی کی کارکردگی اور اس کے کارگذار سرمایہ کے موقف کے درمیان ایک واضح تعلق ہے۔ کارکردگی نقدی چکر کی رفتار کو تیز کرتی ہے، اور کارگذار سرمایہ ٹرن اوور کو بہتر بناتا ہے۔ یہ منافع کو بہتر بنا کر اور اضافی فنڈز کی اندرونی پیداوار میں مدد کر کے کارگذار سرمایہ پر دباؤ کو جاری کرتا ہے۔

10.7.8 کارگذار سرمایہ کی ضرورت کا تخمینہ لگانا

کارگذار سرمایہ کی ضرورت کا مقصد اپنے شیئر ہولڈرز کی دولت کو زیادہ سے زیادہ کرنا ہے۔ اس کوشش میں، ایک فرم کو اپنے کام کاج سے کافی منافع حاصل کرنا چاہیے جس کے لیے کامیاب فروخت کی سرگرمیوں کی ضرورت ہوتی ہے۔ جس کے لیے موجودہ اثاثوں کی ضرورت ہے کیونکہ فروخت فوری طور پر نقدی میں تبدیل نہیں ہوتی ہے۔ اس میں فروخت کو نقدی میں تبدیل کرنے کا ایک کارگذار چکر شامل ہے۔ ایک فرم کو مقررہ اثاثوں میں ابتدائی سرمایہ کاری کی وصولی کے لیے کئی سال درکار ہوتے ہیں۔ اس کے برعکس، موجودہ اثاثوں میں سرمایہ کاری ایک سال میں کئی بار تبدیل ہو جاتی ہے جس کی وجہ سے موجودہ اثاثوں میں سرمایہ کاری کی کم ضرورت ہوتی ہے۔

کارگذار سرمایہ کی ضروریات کا اندازہ لگانے کا سب سے مناسب طریقہ کارگذار چکر کا تصور ہے۔ تاہم، کارگذار سرمایہ کی ضروریات کا تعین کرنے کے لیے کئی دوسرے طریقے استعمال کیے جا سکتے ہیں۔ یہ ہیں:

(الف) موجودہ اثاثے رکھنے کی مدت کا طریقہ یا کارگذار چکر تک رسائی:

یہ طریقہ کارگذار چکر کے تصور پر مبنی ہے۔ وسائل کو انونیٹریز میں، فروخت میں، قرض دہندگان میں اور آخر میں نقدی میں

تبدیل کرنے کے بعد، فروخت کو تبدیل کرنے کے لیے یہ وقت کی ضرورت ہے۔ یہ اس طرح دکھایا گیا ہے:

موجودہ کارگذار چکر کی مدت =

انوینٹری کی تبدیلی کی مدت + قرض دہندگان (قابل وصول) تبادلوں کی مدت - قرض دہندگان کی موخر مدت۔

کارگذار سرمایہ کی ضروریات = (تیار کردہ اشیاء کی تخمینہ لاگت X موجودہ کارگذار چکر کی مدت) + مستقل نقدی کی ضرورت۔

(b) فروخت کا تناسب: موجودہ اثاثوں کو فروخت کے ساتھ تبدیل کرنے کے مفروضے پر فروخت کے تناسب کے طور پر کارگذار سرمایہ کی ضروریات کا اندازہ لگانا۔

(c) مقررہ سرمایہ کاری کا فیصد: مقررہ سرمایہ کاری کے فیصد کے طور پر کارگذار سرمایہ کی ضروریات کا اندازہ لگانا۔

10.8 ڈیویڈنڈ فیصلہ

آپ پہلے ہی جان چکے ہیں کہ ڈیویڈنڈ کا فیصلہ بھی مالیاتی انتظام کے اہم شعبوں میں سے ایک ہے۔ جیسا کہ آپ جانتے ہیں کہ ترجیحی حصص کے اجراء کے ذریعہ سرمایہ بڑھانے کے وقت قابل ادائیگی ڈیویڈنڈ کی شرح مقرر ہے۔ لہذا، ایک کمپنی کو ایکویٹی شیئر ہولڈرز کو ڈیویڈنڈ ادا کرنے سے پہلے اپنے ترجیحی شیئر ہولڈر کو ڈیویڈنڈ ادا کرنا چاہیے۔ لہذا، ڈیویڈنڈ کے فیصلے کا تعلق ترجیحی شیئر ہولڈرز کو ڈیویڈنڈ ادا کرنے سے نہیں ہے بلکہ ایکویٹی شیئر ہولڈرز کو ڈیویڈنڈ کی ادائیگی سے متعلق ہے۔

اس فیصلے کا اہم پہلو یہ طے کرنا ہے کہ ٹیکس کے بعد منافع کی کتنی رقم شیئر ہولڈرز میں تقسیم کی جائے اور کاروبار کی ترقی اور توسیع کے لیے مالی اعانت کے لیے کمپنی میں کتنی رقم رکھی جائے۔ لہذا، ڈیویڈنڈ پالیسی کی تشکیل میں موجودہ ڈیویڈنڈ کے لیے شیئر ہولڈرز کی خواہش اور کمپنی کی ترقی اور توسیع کے لیے فنڈز کی ضرورت میں توازن شامل ہے۔

ڈیویڈنڈ پالیسی کا بنیادی مقصد شیئر ہولڈر کی واپسی کو زیادہ سے زیادہ کرنا چاہیے تاکہ اس کی سرمایہ کاری کی قدر زیادہ سے زیادہ ہو۔ شیئر ہولڈرز کی واپسی ڈیویڈنڈ کی آمدنی اور کیپٹل گین پر مشتمل ہوتی ہے۔

10.8.1 ڈیویڈنڈ کیا ہے؟

ڈیویڈنڈ کمپنی کے فنڈز کے استعمال کو تشکیل دیتا ہے۔ منافع ایک کمپنی کی طرف سے اس کے شیئر ہولڈر ممبروں کو کی جانے والی ادائیگیاں ہیں۔ یہ منافع کا حصہ ہے جو اسٹاک ہولڈرز کو ادا کیا جاتا ہے۔ منافع کی ادائیگی کوئی خرچ نہیں ہے۔ بلکہ، یہ شیئر ہولڈرز کے درمیان ایک اثاثہ کی تقسیم ہے۔ ڈیویڈنڈ کی رقم کا تعین ہر سال کمپنی کی سالانہ جنرل میٹنگ میں کیا جاتا ہے، اور اسے نقد رقم یا کمپنی کے منافع کا فیصد قرار دیا جاتا ہے۔ ایک بار اعلان ہونے کے بعد، ڈیویڈنڈ فرم کی ذمہ داری بن جاتا ہے۔ ایک اعلی ڈیویڈنڈ کی پیداوار کو اس بات کا ثبوت سمجھا جاتا ہے کہ اسٹاک کی قیمت کم ہے، جبکہ کم ڈیویڈنڈ کی پیداوار کو اس بات کا ثبوت سمجھا جاتا ہے کہ اسٹاک کی قیمت زیادہ ہے۔

ترجیحی حصص رکھنے والوں کو منافع میں سے کمپنی میں سرمایہ کاری کی گئی رقم پر مقررہ شرح پر اپنا باقاعدہ ڈیویڈنڈ ادا کرتے ہیں لیکن ایکویٹی حصص رکھنے والے کے پاس منافع کے باوجود ڈیویڈنڈ وصول کرنے کی کوئی ضمانت نہیں ہے کیونکہ یہ بورڈ آف ڈائریکٹرز کا صوابدیدی اختیار ہے کہ وہ کوئی ڈیویڈنڈ ادا کرے یا نہ کرے۔ ایکویٹی شیئر ہولڈر ڈیویڈنڈ کا دعوی نہیں کر سکتے۔

10.8.2 ڈیویڈنڈ کی ادائیگی کا طریقہ

(الف) نقد ڈیویڈنڈ: جب کوئی کمپنی اپنی خالص کمائی کا کچھ حصہ نقدی کی شکل میں اپنے شیئر ہولڈرز کے ساتھ بانٹتی ہے، تو ہم اسے نقد منافع کہتے ہیں۔

(b) اسٹاک ڈیویڈنڈ: اسے بونس شیئرز کے نام سے بھی جانا جاتا ہے۔ ڈیویڈنڈ اسٹاک کے حصص کی شکل میں ادا کیا جا سکتا ہے۔ اسٹاک ڈیویڈنڈ ایشو کے تحت، کمپنی سرمایہ کار کی موجودہ رقم کے تناسب میں اضافی حصص جاری کرتی ہے۔ جب کہ ایک سرمایہ کار کے ساتھ حصص کی تعداد بڑھ جاتی ہے، حصص کی مارکیٹ قدر ہی رہتی ہے۔

(ج) اسٹاک کی دوبارہ خریداری: اس قسم کے ڈیویڈنڈ کے تحت، موجودہ شیئر ہولڈر کو اپنے حصص کو ایک مقررہ شرح پر کمپنی کو واپس فروخت کرنے کا اختیار ملتا ہے۔ عام طور پر، مقررہ شرح مروجہ مارکیٹ شرح سے زیادہ ہوتی ہے۔ اس کا خیال ہے کہ حصص کی قدر کم ہے۔ یہ حصص کی قیمت سے آمدنی (ای/پی) تناسب کو کم کرنے میں بھی مدد کرتا ہے۔ کمپنی کی فی حصص آمدنی میں بھی اضافہ ہوگا۔ اس طرح سرمایہ کار کو اپنی جیب میں کچھ رقم واپس مل جاتی ہے اور پروموٹرز/انتظامیہ کو کمپنی میں زیادہ حصص مل جاتے ہیں۔

10.8.3 ڈیویڈنڈ کی ادائیگی کا طریقہ کار

(الف) اعلان کی تاریخ: وہ تاریخ جس پر بورڈ آف ڈائریکٹرز ڈیویڈنڈ کا اعلان کرتا ہے اسے اعلان کی تاریخ' کہا جاتا ہے۔

(ب) ریکارڈ کی تاریخ: ایک شیئر ہولڈر اس وقت ڈیویڈنڈ حاصل کرنے کا اہل ہوتا ہے جب اس کا نام 'ریکارڈ کی تاریخ' کو شیئر ہولڈر کے رجسٹر میں درج ہوتا ہے۔

(ج) ادائیگی کی تاریخ: ڈیویڈنڈ کے چیک ریکارڈ پر شیئر ہولڈرز کو بھیجے جاتے ہیں۔

(د) سابق ڈیویڈنڈ کی تاریخ: اسٹاک کا ایک حصہ اس تاریخ پر سابقہ ڈیویڈنڈ بن جاتا ہے جب بیچنے والا ڈیویڈنڈ رکھنے کا حقدار ہوتا ہے۔ اس وقت، اسٹاک کو سابق ڈیویڈنڈ ٹریڈنگ کہا جاتا ہے۔ سابق ڈیویڈنڈ اسٹاک کا خریدار اگلی ڈیویڈنڈ ادائیگی کا حقدار نہیں ہے۔

10.8.4 ڈیویڈنڈز کے حصول کا تعین کرنے والے

ترجیحی شیئر ہولڈرز کو ڈیویڈنڈ مقررہ شرح پر ادا کیا جاتا ہے اور ترجیحی بنیادوں پر ادا کیا جاتا ہے یعنی ایکویٹی شیئر ہولڈرز کو ڈیویڈنڈ ادا کرنے سے پہلے۔ ایکویٹی شیئر ہولڈرز کو ادا کیا جانے والا ڈیویڈنڈ کسی بھی کمپنی کی انتظامیہ کی طرف سے ڈیویڈنڈ کے فیصلے میں شامل اصل مسئلہ ہے۔ تین اہم عوامل ہیں جو کمپنی کے ڈیویڈنڈ کے فیصلے کو متاثر کر سکتے ہیں:

(الف) نقدی کا آزادانہ بہاؤ: کمپنی تمام دستیاب مثبت خالص موجودہ قیمت کے منصوبوں میں سرمایہ کاری کرنے کے بعد کسی بھی نقد رقم کو بطور منافع ادا کرتی ہے۔

(ب) ڈیویڈنڈ گاہک: ڈیویڈنڈ کی ادائیگی کا ایک خاص نمونہ ایک قسم کے شیئر ہولڈر کے لیے دوسرے سے زیادہ موزوں ہوسکتا ہے۔ ایک ریٹائر ہونے والا سرمایہ کار ایسی کمپنی میں سرمایہ کاری کرنے کو ترجیح دے سکتا ہے جو مستقل طور پر زیادہ منافع بخش پیداوار فراہم کرتی ہے، جب کہ ملازمت سے زیادہ آمدنی والے بریکٹ والا شخص اپنی آمدنی پر ٹیکس کی اعلیٰ معمولی شرح کی وجہ سے منافع سے بچنے کو ترجیح دے سکتا ہے۔ اگرچہ، ایک ہندوستانی کمپنی سے حاصل کردہ منافع کی آمدنی شیئر ہولڈرس کے ہاتھوں میں مستثنیٰ ہے یا تو نقد یا بونس شیئر کی شکل میں ادا کی جاتی ہے جب تک کہ فروخت نہ ہوجائے۔ اگر گاہک ڈیویڈنڈ کی ادائیگیوں کے مخصوص نمونوں کے لیے موجود ہے، تو ایک کمپنی اپنے حصص کی قیمت کو زیادہ سے زیادہ کرنے اور کسی مخصوص گاہک کو پورا کر کے اپنے سرمایہ کی لاگت کو کم کرنے کے قابل ہوسکتی ہے۔ اس طرح، یہ نسبتاً مستقل ڈیویڈنڈ کی ادائیگی کا باعث بن سکتا ہے۔

(ج) معلوماتی اشارے: ڈیویڈنڈ کے اعلانات سرمایہ کاروں کو کمپنی کے مستقبل کے امکانات کے بارے میں معلومات فراہم کرتے ہیں۔ فرض کریں، اگر کسی کمپنی نے بہت زیادہ منافع کا اعلان کیا ہے، تو یہ ممکنہ اور موجودہ سرمایہ کاروں کو یہ اشارہ دیتا ہے کہ کمپنی کے پاس مستقبل میں سرمایہ کاری کے مواقع نہیں ہیں اور اس کے برعکس جو حصص کی مارکیٹ قیمت میں کمی یا اضافہ کرتا ہے۔ یہ منافع کے معلوماتی مواد کی وجہ سے ہے۔

اختتامی مشق

نہایت مختصر جواب کے لیے سوالات

1. مالیاتی فیصلہ کی تفہیم سے کیا مراد ہے؟
2. ڈیویڈنڈ فیصلہ کی تفہیم سے کیا مراد ہے؟
3. سرمایہ فیصلہ کی تفہیم سے کیا مراد ہے؟
4. مالیاتی منصوبہ بندی سے کیا مراد ہے؟
5. کارگزاری سرمایہ کے عناصر کو بیان کیجئے۔
6. قرض اور ایکویٹی کے اجزاء بیان کیجئے۔
7. ڈیویڈنڈ فیصلہ میں اطلاعات کے اشاروں کا ہمیت کی وضاحت کیجئے۔

مختصر جواب کے لیے سوالات

1. مالیاتی انتظام کے مقصد کا تنقیدی جائزہ لیں۔
2. لیبر کیپٹل کے تصور اور اس کے انتخاب کی وضاحت کریں۔
3. کیپٹل فجو کے ذرائع کی فہرست بنائیں۔
4. سرمائے کی ساخت اور اس کے اجزاء کی وضاحت کریں۔
5. ایکویٹی کیپٹل اور قرض سے وابستہ لاگت اور رسک کی وضاحت کریں۔
6. مالیاتی منصوبہ بندی کے چار مقاصد کی نشاندہی کریں۔
7. منافع کی ادائیگی کے مختلف طریقوں کی وضاحت کریں۔
8. فکسڈ کیپٹل اور لیبر کیپٹل کے درمیان فرق
9. سرمائے کے ڈھانچے اور مالیاتی ڈھانچے میں فرق کریں۔

طویل جوابی سوالات

1. مالیاتی منصوبہ بندی سے کیا مراد ہے؟ ٹھوس، معتبر اور مستحکم مالیاتی پلان کے لیے چار ایسے عناصر کو بیان کیجیے جو اس میں معاون ہوں۔
2. قرض کے ذریعے طویل عرصے کے لیے سرمایہ کی فراہمی سے شیئر ہولڈروں کے منافعوں کی رقم پر کیا کیا اثرات پڑتے ہیں۔ مثال دے کر سمجھائیے۔
3. ڈیویڈنڈ سے کیا مراد ہے؟ ڈیویڈنڈ کو طے کرتے وقت کیا کیا باتیں پیش نظر رکھنی چاہئیں؟
4. کسی کاروبار کے لیے چالو سرمایہ کی حد آپ کس طرح طے کریں گے؟ مختصر بیان کیجیے۔
5. مالیاتی مینجمنٹ میں شامل فیصلوں کی وضاحت کیجیے۔
6. لیوریج کی اصطلاح کیا ہے؟ مختلف اقسام بیان کیجئے۔

11. مختصر مدتی مالیاتی ذرائع

(SHORT TERM SOURCES OF FINANCE)

مسٹر انل سنگھ پچھلے دو برسوں سے ایک ریستوراں چلا رہے ہیں۔ کھانے کے بہترین معیار نے ریستوراں کو کچھ ہی عرصے میں مقبول بنا دیا ہے۔ اپنے کاروبار کی کامیابی سے متاثر ہو کر مسٹر سنگھ اب مختلف جگہوں پر اسی طرح کے ریستورانوں کی ایک سلسلہ کھولنے کے خیال پر غور کر رہے ہیں۔ تاہم، اس کے پاس اس کے ذاتی ذرائع سے دستیاب رقم اس کے کاروبار کی توسیع کی ضروریات کو پورا کرنے کے لیے کافی نہیں ہے۔ اس کے والد نے انھیں بتایا کہ وہ کسی دوسرے ریسٹورنٹ کے مالک کے ساتھ شراکت داری کر سکتے ہیں، جو مزید فنڈز لائے گا لیکن اس کے لیے منافع کی تقسیم اور کاروبار پر کنٹرول کی بھی ضرورت ہوگی۔ وہ بینک سے قرض لینے کا بھی سوچ رہے ہیں۔ وہ پریشان اور الجھن میں ہیں، کیوں کہ انھیں کوئی اندازہ نہیں ہے کہ انھیں اضافی فنڈز کیسے اور کہاں سے حاصل کرنا چاہئے۔ وہ اپنے دوست رمیش سے اس مسئلے پر بات کرتے ہیں، جو انھیں فنڈز جمع کرنے کے کچھ اور طریقوں کے بارے میں بتاتا ہے۔ وہ انھیں مزید متنبہ کرتا ہے کہ ہر طریقہ کے اپنے فوائد اور حدود ہیں اور اس کا حتمی انتخاب اس مقصد اور مدت جیسے عوامل پر مبنی ہونا چاہیے جس کے لیے فنڈز درکار ہیں۔ وہ ان طریقوں کے بارے میں جاننا چاہتے ہیں۔

اکتسابی مقاصد

☆ مالیہ کے قلیل مدتی ذرائع کی وضاحت کرنا؛

☆ قلیل مدتی فنڈنگ کے ذرائع اور وسائل کی نشاندہی کرتا ہے۔

☆ طویل مدتی مالیاتی ذرائع، وسائل اور طویل مدتی فنڈز فراہم کرنے والے اداروں کی وضاحت کرتا ہے۔

11.1 کاروباری مالیہ

کاروباری مالیہ سے مراد کاروبار میں استعمال ہونے والی رقم اور قرض ہے۔ مالیہ' کاروبار کی بنیاد ہے۔ یہ اثاثے، اشیاء، خام مال کی خریداری اور دیگر معاشی سرگرمیوں کے بہاؤ کے لیے ضروری ہے۔ کاروباری مالیہ کی تعریف 'اس وقت رقم کی فراہمی کے طور پر کی جاسکتی ہے جب کسی کاروبار کو اس کی ضرورت ہو۔

کاروبار کی مالی ضروریات

ہر کاروبار کو سرمایہ کی ضرورت ہوتی ہے۔ کاروبار کے آغاز کے وقت سرمایہ درکار ہوتا ہے۔ جب کاروبار چل رہا ہو تو اس کی بھی ضرورت ہوتی ہے۔ جیسا کہ ایک کاروبار حجم میں بڑھتا ہے اور پھیلتا ہے، اسے قائم کرنے کے لیے مالیات کی ضرورت ہوتی ہے۔ کاروبار کے لیے سرمایہ کی ضروریات کو دو درجوں میں تقسیم کیا گیا ہے جن پر ذیل میں بحث کی گئی ہے:-

☆ مقررہ سرمایہ

☆ کارگذار سرمایہ

1۔ مقررہ سرمایہ

ہر کاروبار کو اپنی سرگرمیاں شروع کرنے کے لیے کافی مقدار میں مقررہ سرمایہ کی ضرورت ہوتی ہے۔جیسا کہ نام سے ظاہر ہوتا ہے،مختلف مقررہ یا مستقل اثاثوں میں لگائے گئے سرمایہ کی رقم، جو کسی کاروبار کو چلانے کے لیے ضروری ہوتی ہے،اسے مقررہ سرمایہ کہا جاتا ہے۔یہ مقررہ اثاثے زمین،عمارت،مشینری،آلات وغیرہ ہوسکتے ہیں۔مقررہ اثاثے عام طور پر اپنی شکل نہیں بدلتے اور مختصر نوٹس پر کاروبار سے دستبردار نہیں ہوسکتے۔تاہم،ان کو ختم کیا جاسکتا ہے .اس طرح مقررہ سرمایہ ان اثاثوں کی خریداری کے لیے درکار فنڈز ہیں جو کاروبار میں طویل عرصے کے لیے بار بار استعمال کیے جاتے ہیں۔

غیر موجودہ اثاثوں میں سرمایہ کاری جیسے خیر سگالی، پیٹنٹ،حقوق، کاپی رائٹس،طویل مدتی وصولی وغیرہ بھی مقررہ اثاثوں کا حصہ ہیں۔مقررہ اثاثوں میں سرمایہ کاری کے لیے درکار سرمایہ کی مقدار کاروبار کے حجم،نوعیت اور طریقہ کار کے ساتھ مختلف ہوتی ہے۔ خلاصہ یہ ہے کہ مقررہ سرمایہ مقررہ اثاثوں اور دیگر غیر موجودہ اثاثوں پر مشتمل ہے۔

مقررہ سرمایہ کی اہمیت

شروع سے ہی یعنی کاروبار کا تصور، زمین کی خریداری،عمارت کی تعمیر،مشینری کی خریداری،سرمایہ وغیرہ کی ضرورت ہے۔مزید برآں، مشینری کی توسیع اور جدید کاری کے لیے بھی مقررہ سرمائے کی ضرورت ہوتی ہے۔لہذا کسی کاروبار میں مقررہ سرمایہ کی مناسب مقدار کا ہونا ضروری ہے۔

2۔ کارگذار سرمایہ

بیلنس شیٹ کی شرائط میں،کارگذار سرمایہ موجودہ اثاثوں اور کاروبار کے موجودہ واجبات کے درمیان فرق ہے۔موجودہ اثاثہ جات ان اثاثوں کو کہتے ہیں،جنہیں کاروبار میں مختصر مدت کے اندر،حسابات سال میں آسانی سے نقدی میں تبدیل کیا جاسکتا ہے۔اس میں کیش ان ہینڈ اور بینک بیلنس، وصول کیے جانے والے بل،قلیل مدتی سرمایہ کاری،اور خام مال کی انوینٹری شامل ہیں۔جبکہ دوسری طرف،موجودہ واجبات وہ ہیں جو موجودہ اثاثوں میں سے ایک حسابات سال کی مختصر مدت کے اندر ادا کرنے کا ارادہ رکھتے ہیں۔اس میں قابل ادائیگی بل،قلیل مدتی قرض، بینک اوور ڈرافٹ، قابل ادائیگی ڈیویڈنڈ، قابل ادائیگی ٹیکس وغیرہ شامل ہیں۔کارگذار سرمایہ جسے گردشی سرمایہ بھی کہا جاتا ہے،کاروبار کے لئے خون اور اعصاب کی طرح ہے۔کارگذار سرمایہ زیادہ تر خام مال کی خریداری،اجرت کی ادائیگی، کاروبار کے موسمی فوری مطالبات،فروخت کے لیے مزید سامان کی خریداری، اشتہارات کے اخراجات کو پورا کرنے، صارفین کو قرض کی سہولیات فراہم کرنے وغیرہ کے لیے استعمال ہوتا ہے۔

موجودہ اثاثے -موجودہ واجبات = کارگذار سرمایہ

موجودہ اثاثوں اور موجودہ واجبات کے درمیان فرق زائد ہے،کاروبار میں ایک مثبت کارگذار سرمایہ ہے۔اگر فرق منفی ہے،

تو کاروبار میں منفی یا کام کرنے والے سرمایہ کی کمی ہے۔

کارگذار سرمایہ کی اہمیت

کارگذار سرمایہ کی اہمیت ذیل میں زیر بحث ہے:

الف) کاروبار کی قرض ادا کرنے کی صلاحیت: یہ کاروبار کی قرض ادا کرنے کی صلاحیت میں مدد کرتا ہے۔ پیداوار کا بہاؤ بلاتعطل رہتا ہے۔

ب) گرمجوشی: کاروباری شخص مزدوروں کو اجرت اور دیگر بلوں کو وقت پر ادا کرنے کے قابل ہے۔ اس سے کاروبار میں گرمجوشی پیدا کرنے میں مدد ملتی ہے۔

ج) سازگار شرائط پر قرض: قرض ادا کرنے کی اعلی صلاحیت اور زیادہ گرمجوشی والا کاروبار بینکوں سے آسانی سے قرض حاصل کرسکتا ہے۔

د) نقد رعایت: مناسب کارگذار سرمایہ کے ساتھ ایک کاروبار خریداریوں پر نقد رعایت حاصل کرسکتا ہے۔ اس سے لاگت کو کم کرنے میں مدد ملتی ہے۔

ھ) بحران کا سامنا کرنے کے قابل بناتا ہے: ایک مناسب کام کرنے والا سرمایہ کسی کاروبار کو کاروباری بحران کا سامنا کرنے کے قابل بناتا ہے۔

م) ڈیویڈنڈ کی باقاعدہ ادائیگی: کارگذار سرمایہ کی کافی مقدار کاروبار کو منافع کمانے اور سرمایہ کاروں کو وقت پر ڈیویڈنڈ ادا کرنے کے قابل بناتی ہے۔

11.2 کاروباری مالیہ کی اقسام

مالیہ کی ضرورت طویل مدتی، درمیانی مدت یا مختصر مدت کے لیے ہوسکتی ہے۔ مقررہ اور کارگذار سرمایہ کے حوالے سے مالی ضروریات ایک تنظیم سے دوسرے میں مختلف ہوتی ہیں۔ ان ضروریات کو پورا کرنے کے لیے مختلف ذرائع سے فنڈز جمع کرنے کی ضرورت ہے۔ کچھ ذرائع جیسے حصص اور ڈیبنچر کا اجراء طویل مدت کے لیے رقم فراہم کرتے ہیں۔ اس لیے یہ طویل مدتی مالیات کے ذرائع کے طور پر جانے جاتے ہیں۔ دوسری طرف تجارتی قرض، نقد قرض، اوورڈرافٹ، بینک لون وغیرہ جیسے ذرائع جو کہ کم مدت کے لیے رقم مہیا کرتے ہیں، کو قلیل مدتی مالیہ کے ذرائع کہا جاتا ہے۔ لہذا اس مدت کی بنیاد پر جس کے لیے فنڈز درکار ہیں، کاروباری سرمایہ کو تین اقسام میں تقسیم کیا گیا ہے:

1) قلیل مدتی سرمایہ
2) وسط مدتی کا سرمایہ
3) طویل مدتی سرمایہ

قلیل مدتی سرمایہ: قلیل مدتی فنڈز وہ ہیں جو ایک سال سے زیادہ کی مدت کے لیے درکار ہیں۔ تجارتی قرض، تجارتی بینکوں سے قرض اور تجارتی کاغذات ان ذرائع کی کچھ مثالیں ہیں جو مختصر مدت کے لیے فنڈز فراہم کرتے ہیں۔ مختصر مدت کی مالی اعانت

موجودہ اثاثوں کی مالی اعانت کے لیے سب سے عام ہے جیسے کہ قابل وصول اکاؤنٹس اور انوینٹریز۔

وسط مدتی سرمایہ: جہاں ایک سال سے زیادہ لیکن 5 سال سے کم مدت کے لیے فنڈز درکار ہوں، وہاں مالیہ کے وسط مدتی ذرائع استعمال کیے جاتے ہیں۔ان ذرائع میں کمرشل بینکوں سے قرض، عوامی ذخائر، لیز فنانسنگ اور مالیاتی اداروں سے قرض شامل ہیں۔

طویل مدتی سرمایہ: طویل مدتی ذرائع 5 سال سے زائد مدت کے لیے کسی کاروبار کی مالی ضروریات کو پورا کرتے ہیں اور اس میں حصص اور ڈیبینچرز، طویل مدتی قرضے اور مالیاتی اداروں سے قرض جیسے ذرائع شامل ہوتے ہیں۔اس طرح کے مالیہ کی عام طور پر مقررہ اثاثوں جیسے آلات، پلانٹ وغیرہ کے حصول کے لیے ضرورت ہوتی ہے۔اس سبق میں ہم قلیل مدتی مالیہ کے مختلف ذرائع اور ان کے متعلقہ خوبیوں اور خامیوں کے بارے میں تفصیل سے مطالعہ کریں گے۔

11.2.1 قلیل مدتی فنانس

قلیل مدتی مالیہ/سرمایہ سے مراد عام طور پر ایک سال سے کم مدت کے لیے مالیہ کی فراہمی ہے۔اسے کارگذار سرمایہ مالیہ کے نام سے بھی جانا جاتا ہے۔قلیل مدتی سرمایہ کو کارگذار سرمایہ کی ضرورت کے لیے استعمال کیا جاتا ہے۔قلیل مدتی فنڈز کی دستیابی ضروری ہے۔قلیل مدتی فنڈز کی کمی کاروبار کے بند ہونے کا باعث بھی بن سکتی ہے۔

11.2.2 قلیل مدتی سرمایہ کے مقاصد

قلیل مدتی سرمایہ مندرجہ ذیل مقاصد کو پورا کرتا ہے:

i۔ یہ روزمرہ کی مالی ضروریات کو پورا کر کے کاروباری کارروائیوں کو آسانی سے چلانے میں سہولت فراہم کرتا ہے۔

ii۔ یہ فرموں کو خام مال اور تیار مصنوعات کا ذخیرہ رکھنے کے قابل بناتا ہے۔

iii۔ مختصر مدت کے مالیہ کی دستیابی کے ساتھ، سامان ادھار پر فروخت کیا جا سکتا ہے۔فروخت ایک خاص مدت کے لیے ہوتی ہے اور قرض داروں سے رقم کی وصولی میں وقت لگتا ہے۔اس وقت کے وقفہ کے دوران، پیداوار جاری رہتی ہے اور کاروبار کے مختلف کاموں کے لیے رقم کی ضرورت ہوگی۔

iv۔ قلیل مدتی مالیہ اس وقت زیادہ ضروری ہو جاتا ہے جب مختصر نوٹس پر پیداوار کے حجم کو بڑھانا ضروری ہو۔

v۔ کارکردگی کے چکر کے دوران نقد رقم کے بہاؤ کی اجازت دینے کے لیے مختصر مدت کے فنڈز کی بھی ضرورت ہوتی ہے۔کارکردگی کے چکر سے مراد پیداوار کے آغاز اور فروخت کی وصولی کے درمیان وقت کا فرق ہے۔

11.2.3 قلیل مدتی سرمایہ کے فوائد اور نقصانات

قلیل مدتی قرض کاروباری خدشات کو ان کی رقم کی عارضی ضروریات کو پورا کرنے میں مدد کرتے ہیں۔وہ تنظیم پر دلچسپی کا

بھاری بوجھ نہیں بناتے ہیں۔لیکن بعض اوقات تنظیمیں غیر یقینی صورتحال اور دیگر وجوہات کی بنا پر ایسے قرضوں سے دور رہتی ہیں۔

قلیل مدتی مالیہ کی خوبیاں

الف) کفایتی: قلیل مدتی مقاصد کے لیے مالیہ کا انتظام ایک مختصر نوٹس پر کیا جا سکتا ہے اور اس میں اضافہ کی کوئی قیمت شامل نہیں ہے۔ قابل ادائیگی سود کی رقم بھی قابل برداشت ہے۔اس طرح قلیل مدتی مالیہ کو بڑھانا نسبتاً زیادہ کفایتی ہے۔

ب) لچک: قلیل مدتی مالی ضرورت کو پورا کرنے کے لیے قرض جب بھی ضرورت ہو اُٹھائے جا سکتے ہیں۔اگر ضرورت نہ ہو تو ان کو واپس کیا جا سکتا ہے۔یہ لچک فراہم کرتا ہے۔

ج) انتظامیہ میں کوئی مداخلت نہیں: قلیل مدتی مالیہ کے قرض دہندگان قرض لینے کی تشویش کے انتظام میں مداخلت نہیں کر سکتے ہیں۔انتظامیہ فیصلہ سازی میں اپنی آزادی برقرار رکھتی ہے۔

د) طویل مدتی مقاصد کو بھی پورا کر سکتے ہیں: عام طور پر کاروباری فرمیں مختصر مدت کے کریڈٹ کی تجدید کرتی رہتی ہیں۔مثال کے طور پر، نقد قرض ایک سال کے لیے دیا جاتا ہے لیکن سالانہ جائزہ کے ساتھ اسے 3 سال تک بڑھایا جا سکتا ہے۔تین سال کے بعد اس کی تجدید کی جا سکتی ہے۔اس طرح قلیل مدتی مالیات کے ذرائع بعض اوقات طویل مدتی مقاصد کے لیے فنڈز فراہم کر سکتے ہیں۔

قلیل مدتی مالیہ کے نقصانات

قلیل مدتی مالیہ چند خامیوں سے دوچار ہے جو ذیل میں درج ہیں:

الف) مقررہ بوجھ: تمام قرضوں کی طرح قلیل مدتی قرضوں پر تنظیم کے منافع یا نقصان سے قطع نظر سود ادا کرنا پڑتا ہے۔یہی وجہ ہے کہ کاروباری ادارے قلیل مدتی مالیہ کو صرف عارضی مقاصد کے لیے استعمال کرتے ہیں۔

ب) اثاثوں پر چارج: عام طور پر قلیل مدتی مالیات کو منقولہ اثاثوں کی حفاظت کی بنیاد پر اٹھایا جاتا ہے۔ایسی صورت میں قرض لینے کی تشویش ان اثاثوں کی حفاظت کے خلاف مزید قرضے نہیں بڑھا سکتی اور نہ ہی ان کو فروخت کیا جا سکتا ہے جب تک کہ قرض کی ادائیگی نہیں ہو جاتی۔

ج) مالیات کو بڑھانے میں دشواری: جب کاروباری فرموں کو وقفے وقفے سے بھاری رقم کے نقصانات کا سامنا کرنا پڑتا ہے یا مارکیٹ کی طلب کم ہوتی ہے یا صنعت کساد بازاری کا شکار ہوتی ہے، تو وہ اپنی ساکھ کھو دیتی ہے۔ایسے حالات میں انہیں بینکوں یا قلیل مدتی مالیات کے دیگر ذرائع سے قرض لینا مشکل ہوتا ہے۔

د) غیر یقینی صورتحال: بحران کے معاملات میں کاروباری فرموں کو ہمیشہ قلیل مدتی مالیاتی ذرائع سے فنڈز حاصل کرنے کی غیر یقینی صورتحال کا سامنا کرنا پڑتا ہے۔اگر مطلوبہ فنانس کی رقم زیادہ ہے، تو مالیہ حاصل کرنا بھی زیادہ غیر یقینی ہے۔

ھ) قانونی طریقہ کار: بعض اوقات قلیل مدتی ذرائع سے مالیہ جمع کرنے کے لیے بعض قانونی ضابطوں کی تعمیل کی جاتی ہے۔اگر

حصص ضمانت کے طور پر جمع کروانے ہیں تو ٹرانسفر ڈیڈ تیار کرنا ضروری ہے۔ ایسی رسمی کارروائیوں میں کافی وقت لگتا ہے اور بہت سی پیچیدگیاں پیدا ہوتی ہیں۔

11.3 قلیل مدتی سرمایہ بڑھانے کے طریقے

جیسا کہ ہم سمجھتے ہیں، جب ہمیں قلیل مدتی مالیہ کی ضرورت ہوتی ہے، تو کاروبار کے لیے قلیل مدتی مالیہ بڑھانے کے مختلف طریقے ہوتے ہیں۔ قلیل مدتی مالیات کی ہر قسم کی مختلف خصوصیات ہوتی ہیں اور اسے مختلف حالات میں استعمال کیا جا سکتا ہے۔ قلیل مدتی مالیہ کو بڑھانے کے کئی طریقے ہیں جو ذیل میں درج ہیں:

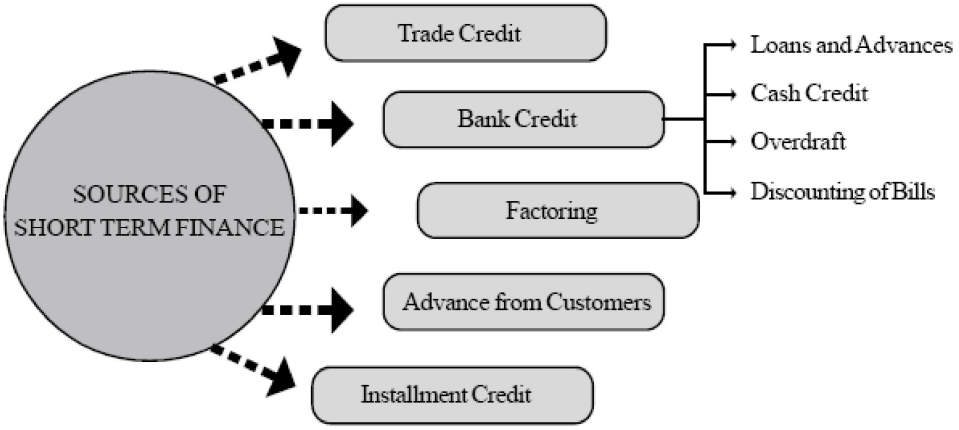


Fig.: 11.1 Sources of Short Term Finance

11.3.1 تجارتی قرض

تجارتی قرض سے مراد وہ قرض ہے جو تیار کنندے اور تاجروں کو خام مال، تیار اشیاء، اجزاء وغیرہ فراہم کرنے والوں کی طرف سے دیا جاتا ہے۔ عام طور پر کاروباری ادارے 30 سے 90 دن کے قرض پر اشیاء خریدتے ہیں۔ یہ وہ قرض ہے جو حسابات کی قابل ادائیگیوں کے ذریعہ بڑھایا جاتا ہے۔

ہم اس قرض کی دو اقسام میں درجہ بندی کر سکتے ہیں - مفت تجارتی قرض اور ادا شدہ تجارتی قرض۔ ایام کی ایک مخصوص تعداد کے بعد۔ ادائیگی کی شرائط کے مطابق، سربراہ کنندہ ادائیگی میں تاخیر پر سود وصول کرتا ہے۔ لہذا، اس سے پہلے کی مدت مفت تجارتی قرض ہے اور اس کے بعد ادائیگی تجارتی قرض ہے۔

یہ بالکل واضح ہے کہ مفت تجارتی قرض زیادہ سے زیادہ ہونا چاہیے کیونکہ یہ مفت ہے۔ ایک صارف کو مفت تجارتی قرض کتنا دیا جاتا ہے؟ یہ خریدار کی ساکھ کی اہلیت، ادائیگی کے وعدوں میں نظم وضبط برقرار رکھنے، کاروبار کا بڑا حصہ وغیرہ پر منحصر ہے۔ ان عوامل پر آپ کی شرح جتنی زیادہ ہوگی، آپ کے کاروبار کے لیے مفت تجارتی قرض اتنا ہی زیادہ ہوگا۔

ادا شدہ تجارتی قرض یقینی طور پر قلیل مدتی مالیہ کی ایک قسم ہے، لیکن ترجیحی فہرست میں، یہ کافی نیچے ہوگا۔ مختصراً، اس کا انتخاب

صرف اس صورت میں کیا جانا چاہیے جب کوئی اور مالیہ دستیاب نہ ہو۔اس کا انتخاب نہ کرنے کی وجہ اس کی زیادہ سود کی قیمت ہے۔

تجارتی قرض کی خوبیاں

تجارتی قرض کی اہم خوبیاں درج ذیل ہیں:

(i) تجارتی قرض فنڈز کا ایک آسان اور مسلسل ذریعہ ہے۔

(ii) تجارتی قرض آسانی سے دستیاب ہوسکتا ہے اگر گاہک کی قرض کی اہلیت فروخت کنندہ کو معلوم ہو۔

(iii) تجارتی قرض کو کسی تنظیم کی فروخت کو فروغ دینے کی ضرورت ہے۔

(iv) اگر کوئی تنظیم مستقبل قریب میں فروخت کے حجم میں متوقع اضافہ کو پورا کرنے کے لیے اپنی انوینٹری کی سطح کو بڑھانا چاہتی ہے، تو وہ اس کی مالی اعانت کے لیے تجارتی قرض کا استعمال کرسکتی ہے۔

(v) یہ فنڈز فراہم کرتے وقت فرم کے اثاثوں پر کوئی چارج نہیں لگاتا ہے۔

تجارتی قرض کے نقصانات

فنڈز کے ذریعہ تجارتی قرض کی کچھ حدود ہیں، جن کی وضاحت درج ذیل ہے:

(i) آسان اور لچکدار تجارتی قرض سہولیات کی دستیابی کسی فرم کو زیادہ تجارت کرنے پر آمادہ کرسکتی ہے، جس سے فرم کے خطرات میں اضافہ ہوسکتا ہے۔

(ii) تجارتی قرض کے ذریعے فنڈز کی صرف محدود مقدار ہی پیدا کی جاسکتی ہے۔

(iii) رقم جمع کرنے کے دیگر ذرائع کے مقابلے میں یہ عام طور پر فنڈز کا ایک مہنگا ذریعہ ہے۔

11.3.2 بینک قرض

کمرشل بینک کاروباری فرموں کو قلیل مدتی مالیہ دیتے ہیں جنہیں بینک قرض کہا جاتا ہے۔ جب بینک قرض دیا جاتا ہے، قرض لینے والے کو یہ حق حاصل ہوتا ہے کہ وہ قرض کی رقم ایک وقت میں یا جب ضرورت ہو قسطوں میں نکالے۔ بینک قرض قرضوں، کیش کریڈٹ، اوورڈرافٹ اور رعایتی بلوں کے ذریعے دیا جاسکتا ہے۔

(i) قرض اور پیشگی

جب ایک مخصوص رقم ایک مخصوص مدت کے بعد قابل ادائیگی بینک کے ذریعہ پیش کی جاتی ہے، تو اسے بینک لون کہا جاتا ہے۔ اس طرح کی پیشگی ایک الگ قرض کھاتہ میں جمع کی جاتی ہے اور قرض لینے والے کو قرض کی پوری رقم پر سود ادا کرنا پڑتا ہے قطع نظر اس کے کہ قرض کی اصل رقم کتنی بھی ہو۔ عام طور پر اثاثوں کی ضمانت پر قرض دیئے جاتے ہیں۔

(ii) نقد قرض

یہ ایک ایسا انتظام ہے جس کے تحت بینک قرض لینے والے کو ایک مخصوص حد تک رقم نکالنے کی اجازت دیتے ہیں۔ اس حد کو

نقدقرض کی حد کے نام سے جانا جاتا ہے۔ابتدائی طور پر یہ حدایک سال کے لیے دی جاتی ہے۔جائزہ لینے کے بعداس حدکومزیدایک سال تک بڑھایا جاسکتا ہے۔تاہم،اگرقرض لینے والا پھربھی حد جاری رکھنا چاہتا ہے،تو اسے تین سال کے بعدتجدید کرنا ہوگا۔سود کی شرح حدکی مقدار کے لحاظ سے مختلف ہوتی ہے۔

بینک نقدقرض کی گرانٹ کے لیے اضافی ضمانت مانگتے ہیں۔اس انتظام میں،قرض لینے والامنظورشدہ حد کے اندررقم نکال سکتا ہے،واپس کرسکتا ہےاوردوبارہ نکال سکتا ہے۔سودصرف اصل میں نکالی گئی رقم پرلیا جاتا ہے نہ کہ پوری حدکی رقم پر۔

(iii) اوورڈرافٹ

جب کوئی بینک اپنے جمع کنندگان یا کھاتہ داروں کواپنے اکاؤنٹ میں ایک مخصوص حدتک بیلنس سے زیادہ رقم نکالنے کی اجازت دیتا ہےتو اسےاوورڈرافٹ سہولت کہا جاتا ہے۔یہ حدخالصتاً قرض لینے والے کی ساکھ کی بنیاد پردی جاتی ہے۔بینک عام طور پر20,000روپے تک کی حددیتے ہیں۔اس نظام میں،قرض لینے والے کو ہر مہینے کے آخری جمعہ کواپنے اکاؤنٹ میں مثبت بیلنس دکھانا ہوتا ہے۔سودصرف اوورڈرا کی رقم پرلیا جاتا ہے۔اوورڈرافٹ کی صورت میں شرح سودنقدقرض کےتحت وصول کی جانے والی شرح سے کم ہے۔

(iv) بلوں پررعایت

بینک بھی زرِمبادلہ کے بلوں میں رعایت دے کررقم پیشگی دیتے ہیں۔جب یہ دستاویزات بینک کے سامنےرعایت کے لیے پیش کی جاتی ہیں،تو بینک ڈسکاؤنٹ کی کٹوتی کے بعدرقم کوصارف کےاکاؤنٹ میں جمع کردیتے ہیں۔رعایت کی رقم بل کی مدت کے لیےسود کی رقم کے برابر ہے۔

تجارتی قرض اور بینک قرض کے درمیان فرق

سلسلہ نشان	نوعیت	تجارتی قرض	بینک قرض
1	معیاد کی لمبائی	نسبتا مختصر مدتی عموما 30 ‘60یا90دن	نظرانداز
2	ضمانت	عموما غیرمحفوظ	غیرمحفوظ قرض کے لئے اعلی میعار۔بصورت دیگرمحفوظ
3	ملوث رقم	چھوٹی	بڑی
4	وسائل کی منتقلی	اشیاءیاخدمات	رقم
5	تجزیہ کی توسیع	وسیع جب لین دین کا حجم بڑا ہو	گہرائی سے جانچ تحفظ اور جمع کرنے کی صلاحیت کےتعلق سے

11.3.2.1 بینک قرض کے لیے درکار ضمانتوں کی اقسام

قرض لینے والے کی ذاتی ضمانت کے ساتھ ساتھ فرم کی خیر سگالی کے علاوہ کچھ ٹھوس اثاثوں کی ضمانت پر قرض اور پیشگی رقم بینک کی طرف سے دیے جاتے ہیں۔اس طرح بینک قرض کے لئے ضمانتیں دو قسم کی ہوسکتی ہیں:

(i) ذاتی ضمانت

(ii) ٹھوس اثاثوں کی ضمانت۔

ذاتی ضمانت کا مطلب ہے قرض لینے والے کی قرض کی اہلیت۔ بینک قرض لینے والے کی مالی قابلیت اور بینک کے ساتھ ماضی کے معاملات کی بنیاد پر فیصلہ کرتے ہیں۔

مختصر مدتی مالیہ کی توسیع کے لیے بینکوں کے ذریعے درج ذیل ٹھوس اثاثے قبول کیے جاتے ہیں:

الف) منقولہ اشیاء: خام مال اور تیار سامان کا ذخیرہ بینک قرض کیلئے ضمانت کے طور پر بینک قبول کرتے ہیں۔ادائیگی نہ کرنے کی صورت میں یہ اشیاء فروخت کردی جاتی ہیں اور بینک کی طرف سے رقم وصول کی جاتی ہے۔

ب) حصص اور اسٹاک: وہ حصص اور اسٹاک جن کا حوالہ تسلیم شدہ اسٹاک ایکسچینج میں دیا جاتا ہے بینک قرض کے لئے ضمانت کے طور پر قبول کیا جاتا ہے۔قرض لینے والے سے لازمی ہے کہ وہ شیئر سرٹیفکیٹ کے ساتھ بطور ضمانت اس کے دستخط شدہ ٹرانسفر ڈیڈ جمع کرے۔

ج) اشیاء کی ملکیت کی دستاویزات: اشیاء لادنے کا بل، ریلوے کی رسیدیں (آر آر)، اشیاء کی رسید (جی آر)، ویئر ہاؤس وارنٹ مختلف دستاویزات ہیں جنہیں اشیاء کی ملکیت کی دستاویزات کے طور پر قبول کیا جاتا ہے۔ بینک سے قرض حاصل کرنے کے لیے، قرض لینے والا ان دستاویزات میں سے کسی کو بھی بینک کے حق میں درست طور پر توثیق کرنے کے بعد بینک میں جمع کرا سکتا ہے۔ یہ بینک کو ادائیگی میں ناکام ہونے کی صورت میں اشیاء سے نمٹنے کے قابل بناتا ہے۔

د) فکسڈ ڈپازٹ کی رسیدیں: یہ ایک رسید ہے جو بینک کی طرف سے گاہک کے ذریعہ کی گئی فکسڈ ڈپازٹ کے ثبوت کے طور پر جاری کی جاتی ہے۔ بینک اس رسید کی ضمانت پر قرض دیتے ہیں۔قرض پر لیا جانے والا سود ڈپازٹس پر دیے گئے سود سے زیادہ ہے۔ بینک عام طور پر ایسی رسیدوں کی مالیت کے 90 فیصد تک قرض دیتے ہیں۔

ھ) لائف انشورنس پالیسیاں: بینک لائف انشورنس پالیسی کی بنیاد پر ایسی رسیدوں کی حوالگی کی قدر کی رقم تک قرض دیتے ہیں۔

م) زیورات یا قیمتی دھاتیں: اس قسم کی ضمانت نجی اور کاروباری مقاصد کے لیے رقم ادھار لینے کے لیے پیش کی جاسکتی ہے۔ مالکین بعض اوقات قرض حاصل کرنے کے لیے زیورات یا دیگر قیمتی دھاتیں پیش کرتے ہیں۔

g) دیگر ضمانتیں: مذکورہ اثاثوں اور دستاویزات کے علاوہ، بینک مختصر مدت کے قرض دینے کے لیے نیشنل سیونگ سرٹیفکیٹ (این ایس سی)، اندرا وکاس پترا (آئی وی پی) اور کسان وکاس پترا (کے وی پی) کو بھی قبول کرتے ہیں۔

11.3.3 عامل

عامل بھی انوائس ڈسکاؤنٹنگ کی طرح ایک ایسا ہی انتظام ہے جہاں کسی کاروبار کے حسابات کی وصولی کسی تیسرے فریق کو اس قیمت پر فروخت کی جاتی ہے جو کہ وصول کیے جانے والے حسابات کی قابل قدر رقیمت سے کم ہوتی ہے۔اس خریدی پارٹی کو عام طور پر ایک عامل کے طور پر جانا جاتا ہے۔ یہ عامل خدمات بینک اور دیگر مالیاتی ادارے دونوں فراہم کرتے ہیں۔ عامل کی بہت سی قسمیں ہیں جیسے سہارے کے ساتھ یا بغیر سہارے کے وغیرہ۔ عامل ایک مالیاتی خدمت ہے جس کے تحت 'عامل' مختلف خدمات پیش کرتا ہے جس میں شامل ہیں:

(الف) بلوں کی رعایت (بغیر کسی سہارے کے) اور اس کے تحت گاہک کے قرض کی وصولی، اشیاء یا خدمات کی فروخت کے حساب سے وصول ہونے والی رقم کو ایک خاص رعایت پر عامل کو فروخت کیا جاتا ہے۔ عامل خریدار سے تمام قرض کنٹرول اور قرض کی وصولی کا ذمہ دار بن جاتا ہے اور فرم کو کسی بھی ناقص قرض/نقصان سے تحفظ فراہم کرتا ہے۔ عامل کے دو طریقے ہیں- سہارا اور غیر سہارا۔ ریکورس فیکٹرنگ کے تحت، کلائنٹ خراب قرضوں کے خطرے سے محفوظ نہیں ہے۔ دوسری طرف، عامل غیر وسائلی عوامل کے تحت پورے قرض جو کھم کو فرض کرتا ہے یعنی قرض کی عدم ادائیگی کی صورت میں گاہک کو رسید کی پوری رقم ادا کی جاتی ہے۔

(ب) ممکنہ گاہک وغیرہ کے قرض کی اہلیت کے بارے میں معلومات فراہم کرنا، عوامل فرموں کی تجارتی تاریخ کے بارے میں بڑی مقدار میں معلومات رکھتے ہیں۔ یہ ان لوگوں کے لیے قابل قدر ہوسکتا ہے جو عامل خدمات استعمال کر رہے ہیں اور اس طرح وہ ان صارفین کے ساتھ کاروبار کرنے سے بچ سکتے ہیں جن کا ادائیگی کا ریکارڈ خراب ہے۔ عوامل مالیات، مارکیٹنگ وغیرہ کے شعبوں میں متعلقہ مشاورتی خدمات بھی پیش کر سکتے ہیں۔ عامل فراہم کردہ خدمات کے لیے فیس وصول کرتا ہے۔ عامل ہندوستانی مالیاتی منظرنامہ پر صرف نوے کی دہائی کے اوائل میں آر بی آئی کے اقدامات کے نتیجے میں نمودار ہوئی۔ ایسی خدمات فراہم کرنے والی تنظیموں میں ایس بی آئی فیکٹرس اینڈ کمرشل سروسز لمیٹڈ، اسٹیٹ بینک آف انڈیا، پنجاب نیشنل بینک، الہ آباد بینک وغیرہ شامل ہیں۔ اس کے علاوہ، بہت سی غیر بینکنگ فینانس کمپنیاں اور دیگر ایجنسیاں عامل خدمات فراہم کرتی ہیں۔

عامل کی خوبیاں

قلیل مدتی مالیہ کے ذریعہ کے طور پر عامل کے فوائد درج ذیل ہیں:

(i) عامل کے ذریعے فنڈز حاصل کرنا دوسرے ذرائع جیسے بینک قرض کے ذریعہ مالیہ سے سستا ہے۔

(ii) عامل کے ذریعہ نقدی کے بہاؤ کو تیز کرنے کے ساتھ، گاہک اپنی ذمہ داریوں کو جب بھی ضرورت ہو فوری طور پر پورا کرنے کے قابل ہو جاتا ہے۔

(iii) فنڈز کے ایک ذریعہ کے طور پر عامل لچکدار ہے اور ادھار فروخت سے نقدی کی آمد کے ایک مخصوص نمونے کو یقینی بناتا ہے۔ یہ ایک قرض کے لیے تحفظ فراہم کرتا ہے جسے ایک فرم دوسری صورت میں حاصل کرنے سے قاصر ہوسکتی ہے۔

(iv) یہ فرم کے اثاثوں پر کوئی چارج نہیں بناتا ہے۔

(v) گاہک کاروبار کے دیگر فعال شعبوں پر توجہ دے سکتا ہے کیونکہ قرض کنٹرول کی ذمہ داری عامل کے کندھوں پر ہوتی ہے۔

عامل کے نقصانات

قلیل مدتی مالیات کے ذریعہ کے طور پر عامل کے نقصانات درج ذیل ہیں:

(i) یہ ذریعہ مہنگا ہوتا ہے جب رسیدیں بہت زیادہ اور مقدار میں چھوٹی ہوں۔

(ii) عامل فرم کی طرف سے فراہم کردہ پیشگی مالیہ عام طور پر سود کی معمول کی شرح سے زیادہ سود کی قیمت پر دستیاب ہوتا ہے۔

(iii) عامل، گاہک کے لیے تیسرا فریق ہے جو اس سے نمٹنے کے دوران آرام دہ محسوس نہیں کرسکتا۔

11.3.4 گاہکوں سے پیشگی

گاہکوں سے پیشگی سے مراد گاہک کی طرف سے دیے گئے آرڈر کی قیمت کے لئے پیشگی ہے۔اس طرح، یہ اشیاء کی قیمت کا ایک حصہ ادائیگی ہے جو بعد میں فراہم کی جائے گی۔

خوبیاں

(الف) سود سے پاک: پیشگی کے طور پر پیش کی گئی رقم سود سے پاک ہے۔لہذا، مالی بوجھ کے بغیر فنڈز دستیاب ہیں۔

(ب) کوئی ٹھوس ضمانت نہیں: فروخت کنندے کو گاہک سے پیشگی مانگتے وقت کوئی ٹھوس ضمانت جمع کرنے کی ضرورت نہیں ہے۔اس طرح اثاثے مفت رہتے ہیں۔

(ج) واپسی کی کوئی ذمہ داری نہیں: پیشگی کے طور پر موصول ہونے والی رقم واپس نہیں کی جائے گی۔اس لیے واپسی کی کوئی ذمہ داریاں نہیں ہیں۔

نقصانات

(الف) محدود رقم: گاہک کی طرف سے پیشگی رقم آرڈر کی قیمت سے مشروط ہے۔قرض لینے والوں کی ضرورت پیشگی رقم سے زیادہ ہو سکتی ہے۔

(ب) محدود مدت: صارفین کی پیشگی مدت صرف اشیاء کی ترسیل تک ہے۔اس پر نظر ثانی یا تجدید نہیں کی جاسکتی۔

(ج) اشیاء کی عدم ترسیل کی صورت میں جرمانہ: عام طور پر پیشگی اس شرط سے مشروط ہوتی ہے کہ اگر اشیاء وقت پر نہ پہنچایا جائے تو آرڈر منسوخ کردیا جائے گا اور پیشگی رقم سود کے ساتھ واپس کرنا ہوگا۔

11.3.5 اقساط کا قرض

اقساط کا قرض ایک ایسا نظام ہے جس کے تحت اشیاء کو قبضے میں لینے کے وقت تھوڑی سی ادائیگی کی جاتی ہے اور باقی رقم

قسطوں میں ادا کی جاتی ہے۔قسط کی رقم سود پر مشتمل ہے۔

اقساط کا قرض کی خوبیاں

(i) اثاثوں کا فوری قبضہ: ابتدائی قسط (ڈاؤن پے منٹ) کی ادائیگی پر فوری طور پر اثاثوں کی فراہمی یقینی بنائی جاتی ہے۔

(ii) اثاثوں اور آلات کے لیے آسان ادائیگی: مہنگے اثاثے اور آلات جو طویل مدتی فنڈز کی ناکافی ہونے کی وجہ سے نہیں خریدے جاسکتے ہیں قسطوں کے ذریعے ادائیگی پر آسانی سے خریدے جاسکتے ہیں۔

(iii) ایک بار کی سرمایہ کاری کی بچت: اگر اثاثہ یا اشیاء کی قیمت بہت زیادہ ہے، اگر یکمشت ادائیگی کی جاتی ہے تو کاروبار کے فنڈز منجمد ہونے کا امکان ہے۔اقساط کا قرض ایک مرتبہ کی سرمایہ کاری پر بچت کا باعث بنتا ہے۔

(iv) کاروبار اور دفتر کی توسیع اور جدید کاری کی سہولت: جب قسطوں میں ادائیگی کی سہولت دستیاب ہو تو کاروباری فرمیں ضروری آلات اور مشینیں خریدنے کی استطاعت رکھتی ہیں۔اس طرح، کاروبار اور دفتر کی توسیع اور جدید کاری میں قسطوں کے قرض کے ذریعے سہولت فراہم کی جاتی ہے۔

اقساط کا قرض کے نقصانات

(i) ضروری خراجات: قسط کی ادائیگی کاروبار میں نفع یا نقصان سے قطع نظر ادائیگی کا عہد ہے۔

(ii) سود کی ادائیگی کی ذمہ داری: قسطوں میں قرض کے نظام کے تحت سود کی ادائیگی واجب ہے۔عام طور پر فروخت کنندہ زیادہ شرح سود وصول کرتے ہیں۔

(iii) قرض ادا نہ کرنے کی صورت میں اضافی بوجھ: فروخت کنندے بعض اوقات جرمانے یا اضافی سود کی صورت میں سخت شرائط عائد کرتے ہیں، اگر خریدار قسط کی رقم ادا کرنے میں ناکام رہتا ہے۔

(iv) نقدی نہیں آتی: تجارتی قرض کی طرح، اقساط کا قرض اثاثہ یا اشیاء کی خریداری میں سہولت فراہم کرتا ہے۔اس سے نقدی دستیاب نہیں ہوتی جسے تمام ضروری مقاصد کے لیے استعمال کیا جاسکتا ہے۔

اختتامی مشق

1۔ کاروبار کی مختلف ضروریات کی فہرست بنائیں جن کے لیے فنڈز درکار ہیں۔

2۔ قلیل مدتی سرمایہ کی خوبیاں اور خامیاں بیان کریں۔

3۔ کاروباری اداروں کے لیے قلیل مدتی مالیات کیوں ضروری ہے؟

4۔ قلیل مدتی مالیات کے مختلف ذرائع کی فہرست بنائیں۔

5۔ نقدی قرض اور بینک اوورڈرافٹ کے درمیان فرق کے مختلف نکات کو شمار کریں۔

6۔ کاروباری مالیہ کے طریقوں کے طور پر عامل اور اقساط کا قرض کی خوبیوں اور خامیوں کو بیان کریں۔

12. طویل مدتی مالیاتی ذرائع

LONG-TERM SOURCES OF BUSINESS FINANCE

پچھلے سبق میں ہم نے قلیل مدت میں مالی اعانت کے مختلف ذرائع پر تبادلہ خیال کیا۔ایک مدت کے لئے ایک کاروبار میں سرمایہ کاری کی جاتی ہے کہ فنڈز,.i.e.ایک سال سے زیادہ،طویل مدتی مالی اعانت کے طور پر جانا جاتا ہے۔اس باب میں ہم اس کے بارے میں مزید سیکھیں گے۔

اکتسابی مقاصد

☆ طویل مدتی مالی اعانت کے معنی،نوعیت اور ضرورت کو بے نقاب کریں۔

☆ اندرونی اور بیرونی دونوں طرح کی طویل مدتی مالی اعانت کے مختلف ذرائع کی نشاندہی کرنا۔

☆ طویل مدتی مالی اعانت کے مختلف ذرائع کی وضاحت کریں۔

☆ طویل مدتی مالی اعانت کے مختلف ذرائع کی خوبیوں اور نقصانات کا خاکہ؛ اور

☆ ان عوامل کو سمجھیں جو مالی اعانت کے ذرائع کے انتخاب کو متاثر کرتے ہیں۔

12.1 طویل مدتی مالیہ

جن فنڈز کی ایک سال کی مدت کے اندر ادائیگی نہیں کی جانی چاہیے انہیں طویل مدتی فنڈنگ کے ذرائع کہا جاتا ہے۔طویل مدتی مالی اعانت کے کچھ اختیارات کمپنی کے مستقل سرمائے کا براہ راست حصہ بنتے ہیں۔ایسے معاملات میں نہ تو رقم کی واپسی کی ذمہ داری پیدا ہوتی ہے۔طویل مدتی فنانسنگ کو فکسڈ کیپٹل بھی کہا جاتا ہے۔

12.1.1 طویل مدتی مالیہ کی ضرورت

1) طویل مدتی مالی اعانت زمین،عمارتوں، پلانٹوں،مشینری،آلات،تکنیکی تعاون کے محصولات وغیرہ کے طور پر طے شدہ اثاثوں کی ضروریات کا احاطہ کرتی ہے۔

2) یہ اہم کارپوریٹ تنظیم نو کے لیے بھی ضروری ہے،بشمول انضمام،حصول،کنٹرول،جدید کاری وغیرہ۔

3) آپ کو I+D (تحقیق اور ترقی) کے ایک بڑے پلازہ کے لئے مالی اعانت کی ضرورت ہے

4) مارکیٹنگ کی حکمت عملی تیار کرنا یا سہولیات میں اضافہ کرنا ضروری ہے۔

5) سرمائے کی ضرورت کے ایک جزو کا بھی احاطہ کرتا ہے جو لیبر کیپٹل کا غیر متغیر حصہ ہے۔

12.2 طویل مدتی مالیہ کے ذرائع

طویل مدتی مالیہ کے اندرونی طور پر کیا جاسکتا ہے، تنظیم کے اندر سے، یا تنظیم کے باہر سے۔

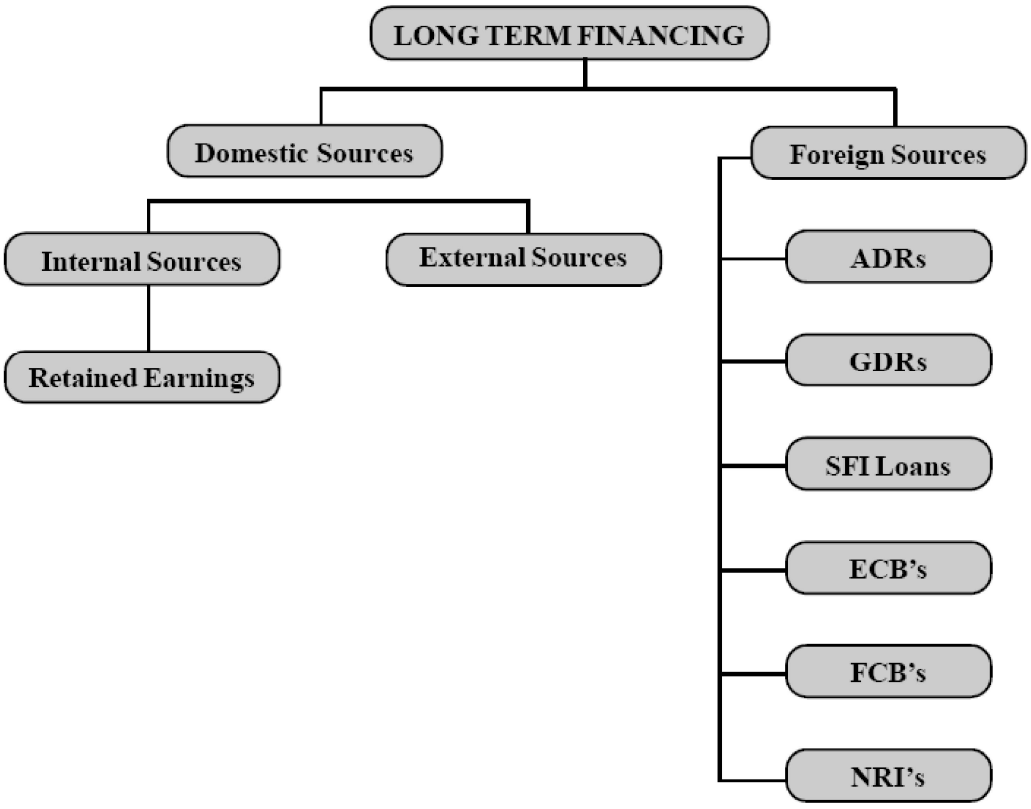


Fig. 12.1 Sources of Long-Term Finance

12.2 ڈومیسٹک ذرائع

مالیات کوطویل مدت کے لیےقومی سطح پر، یااندرونی طور پر، یعنی کاروبار کےاندر سے، یابیرونی طور پر، کاروبار سے باہر سے جمع کیا جاسکتا ہے۔سبق میں طویل مدتی مالی اعانت کے بیرونی ذرائع پر پہلے سے وسیع پیمانے پر تبادلہ خیال کیا گیا ہے۔اندرونی کلیدی ماخذ-برقراررکھی گئی افادیت-پر پہلے تبادلہ خیال کیا جاتا ہے۔

A. داخلی یااندرونی ذرائع-بچتکردہ آمدنی

کسی فرد کی طرح کمپنیاں بھی اپنے منافع کا ایک حصہ مستقبل کی سرمائے کی ضروریات کو پورا کرنے کے لیے محفوظ رکھتی ہیں۔منافع کا وہ حصہ جوحصص یافتگان میں تقسیم نہیں کیا جاتا ہے،لیکن اسے برقراررکھا جاتا ہےاورکاروبار میں دوبارہ سرمایہ کاری کی جاتی ہے،اسے برقراررکھا ہوا منافع یا منافع کی دوبارہ سرمایہ کاری کہا جاتا ہے۔2013 کے سوسائٹیز کے قانون کے مطابق، کمپنیاں اپنے منافع کا ایک حصہ دوسرے ذخائر میں منتقل کرنے کا پابند ہیں جیسے جنرل ریزرو، بونس کی ادائیگی کا ریزرو اور ریزرو ڈی Dividendos. deIgualación ان فنڈز کوطویل مدتی مالی ضروریات کو پورا کرنے کے لیے استعمال کیا جاسکتا ہے، جیسے کہ خریداری فکسڈ اثاثوں، تزئین وآرائش اور جدید کاری وغیرہ۔مالی ضروریات کی طویل مدتی مالی اعانت کے اس طریقہ کو ریٹینشین ڈی گانانسیاس بھی کہا جاتا ہے۔

خوبیاں

منافع کو برقراررکھنے کے فوائد درج ذیل ہیں:

1. **سرمایہ/پونجی کا سستا ذریعہ:** جب اس منبع سے سرمایہ دستیاب ہوتا ہے تو کوئی اخراجات نہیں ہوتے۔ کمپنی کی طرف سے سود ادا کرنے یا رقم واپس کرنے کی کوئی ذمہ داری نہیں ہے۔ اسے کاروبار کی توسیع اور جدید کاری کے لیے محفوظ طریقے سے استعمال کیا جاسکتا ہے۔
2. **مالیاتی استحکام لانا:** ایک کمپنی جس کے پاس کافی ذخائر ہوں وہ کاروبار میں اونچائیوں کا سامنا کرسکتی ہے۔ ایسی کمپنیاں افسردگی کے وقت بھی اپنا کاروبار جاری رکھ سکتی ہیں، جس سے ان کی خیرسگالی بڑھ سکتی ہے۔
3. **حصص یافتگان کے لیے فوائد:** حصص یافتگان کے پاس مستحکم منافع کی ضمانت ہوتی ہے۔ جب کمپنی کو کافی منافع نہیں ملتا ہے، تو وہ منافع کی ادائیگی کے لیے اپنے ذخائر کے ساتھ دوبارہ کام کرسکتی ہے۔ صرف یہی نہیں، بونفیکیشن شیئرز کے اجرا سے اس کی شرکت کا حجم بہتر ہوسکتا ہے۔ ذخائر کی وجہ سے، سرمائے میں اضافہ ہوتا ہے، یعنی سیکیورٹیز مارکیٹ میں حصص کی قیمت میں اضافہ ہوسکتا ہے۔

نقصانات

منافع کو برقرار رکھنے کی حدود درج ذیل ہیں:

1. **صرف زیادہ فوائد کی صورت میں ممکن ہے:** فنانسنگ کا یہ طریقہ تب ہی ممکن ہے جب کمپنی بہت زیادہ منافع حاصل کرے اور وہ کئی سالوں تک۔
2. **حصص یافتگان میں عدم اطمینان کا باعث بن سکتا ہے جو منافع کی توقع کرتے ہیں:** منافع کا جمع ہونا اکثر کمپنیوں کی طرف سے منافع کی کم ادائیگی کا باعث بنتا ہے۔ صرف یہی نہیں، کمپنیاں منافع کی بڑی ادائیگی سے بچنے کے لیے اسے بونفیکیشن شیئرز کے اجرا کے لیے استعمال نہیں کرسکتی ہیں۔ یہ حصص یافتگان میں عدم اطمینان کا باعث بن سکتا ہے۔
3. **اس کے نتیجے میں انتظامیہ کی طرف سے فنڈز کا ناقص انتظام ہوسکتا ہے:** برقرار رکھے گئے فوائد کے ذریعے جمع ہونے والا سرمایہ فنڈز کے استعمال میں کم محتاط رہنے کی سمت کی حوصلہ افزائی کرتا ہے، جو کم منافع کا باعث بن سکتا ہے۔ یہ شیئر ہولڈرز کے طویل مدتی مفاد میں نہیں ہے۔

B بیرونی ذرائع

وہ پہلے ہی اس مقصد کے بارے میں جان چکا ہے جس کے لیے کاروبار کو طویل مدتی مالی اعانت کی ضرورت ہے۔ چھوٹی تنظیموں میں، طویل مدتی مالیات عام طور پر مالکان فراہم کرتے ہیں۔ لیکن بڑی تنظیموں کے لیے اور گمنام سوسائٹیوں کے لیے، بیرونی طور پر طویل مدتی مالی اعانت حاصل کرنے کے لیے کئی آپشن دستیاب ہیں۔ بیرونی ذرائع سے طویل مدتی مالی اعانت کے لیے عام طور پر استعمال ہونے والے طریقے درج ذیل ہیں۔

اب ہم ان پر تفصیل سے بات کرتے ہیں۔

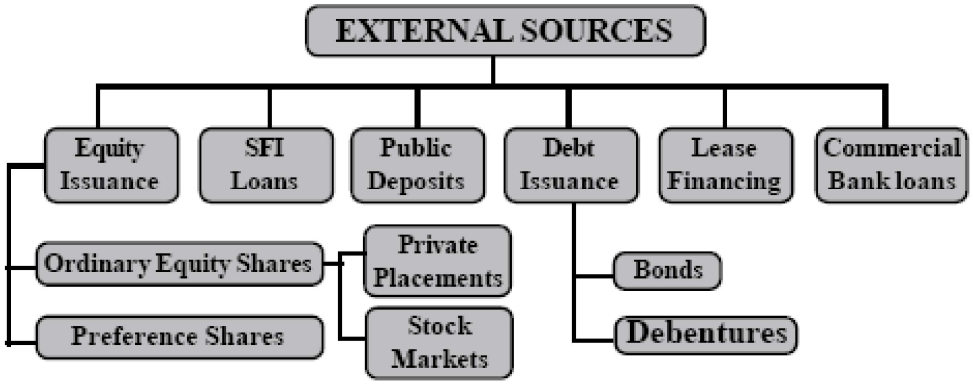


Fig. 12.2 External Sources of Long-term Financing

آیئے اب ان کے بارے میں تفصیل سے بات کرتے ہیں۔

I. ایکویٹی جاری کرنا

شیئر سب سے چھوٹی اکائی ہے جس میں کمپنی کا کل سرمایہ تقسیم ہوتا ہے۔مثال کے طور پر، جب کوئی کمپنی روپے بڑھانے کا فیصلہ کرتی ہے۔حصص جاری کر کے عوام سے 50 کروڑ کا سرمایہ حاصل کریں، پھر وہ اپنے سرمائے کو ایک متعین مالیت کی اکائیوں میں تقسیم کرسکتا ہے، یعنی 10 روپئے یا 100 روپئے- ان انفرادی اکائیوں کو اس کے حصص کہا جاتا ہے۔ ہر شیئر کی قیمت اور جاری کیے جانے والے حصص کی تعداد کا فیصلہ کرنے کے بعد، کمپنی پھر عوام کو حصص خریدنے کی دعوت دیتی ہے۔سرمایہ کاری کرنے والے عوام پھر اپنی صلاحیتوں کے مطابق حصص خریدتے ہیں۔وہ سرمایہ کار جنہوں نے حصص خریدے ہیں یا حصص میں رقم لگائی ہے انہیں شیئر ہولڈرز کہا جاتا ہے۔انہیں اپنی سرمایہ کاری پر منافع کے طور پر منافع ملتا ہے۔آپ جانتے ہیں کہ سرمایہ کار مختلف عادات اور مزاج کے ہوتے ہیں۔ کچھ کم خطرہ مول لینا چاہتے ہیں اور باقاعدہ آمدنی میں دلچسپی رکھتے ہیں۔جبکہ دوسرے مستقبل میں بھاری منافع کی توقع میں زیادہ خطرہ مول لینے کے لیے تیار ہیں۔مختلف قسم کے لوگوں کی بچت کو ٹیپ کرنے کے لیے، ایک کمپنی دو قسم کے حصص جاری کرسکتی ہے، یعنی۔(a) عام ایکویٹی حصص، اور (b) ترجیحی حصص۔

(a) عام ایکویٹی شیئرز

ایکویٹی شیئرز وہ حصص ہیں جو ڈیویڈنڈ کے دعوے یا سرمایہ کی ادائیگی کے معاملے میں کسی ترجیحی حق سے لطف اندوز نہیں ہوتے ہیں۔ایکویٹی شیئر ہولڈرز کو ترجیحی حصص پر ڈیویڈنڈ کی ادائیگی کے بعد ہی ڈیویڈنڈ ملتا ہے۔ایکویٹی شیئر ہولڈرز کے لیے ڈیویڈنڈ کی کوئی مقررہ شرح نہیں ہے۔ڈیویڈنڈ کی شرح زائد منافع پر منحصر ہے۔اچھا منافع ہونے کی صورت میں، کمپنی ایکویٹی شیئر ہولڈرز کو زیادہ شرح پر ڈیویڈنڈ ادا کرتی ہے۔ایک بار پھر کسی کمپنی کو ختم کرنے کی صورت میں، ایکویٹی شیئر کیپٹل صرف دوسروں کے دعووں کی واپسی کے بعد ہی واپس کیا جاتا ہے۔درحقیقت انہیں کمپنی کے مالکان کے طور پر شمار کیا جاتا ہے جو ووٹنگ کے حقوق کے ذریعے اپنا اختیار استعمال کرتے ہیں جس سے وہ لطف اندوز ہوتے ہیں۔اس طرح کے حصص جاری کرنے سے جمع ہونے والی رقم کو ایکویٹی شیئر کیپیٹل کہا جاتا ہے۔اسے ملکیتی سرمایہ یا مالکان کا فنڈ بھی کہا جاتا ہے۔

ایکویٹی شیئرز کی خوبیاں

شیئر ہولڈرز کے نقطہ نظر سے

☆ ایکویٹی شیئر ہولڈرز کمپنی کے مالک ہیں۔

☆ یہ ان لوگوں کے لیے موزوں ہے جو زیادہ آمدنی کے لیے جوکھم لیتے ہیں۔

☆ تشویش کے منافع میں اضافے کے ساتھ اسٹاک مارکیٹ میں ایکویٹی شیئرز کی قیمت بڑھ جاتی ہے۔

☆ ایکویٹی شیئرز کو اسٹاک مارکیٹ میں آسانی سے فروخت کیا جاسکتا ہے۔

☆ ذمہ داری حصص کی برائے نام قدر تک محدود ہے۔

☆ ایکویٹی شیئر ہولڈرز کو کسی کمپنی کے انتظام میں اپنی رائے ہوتی ہے کیونکہ انہیں ووٹنگ کے حقوق سے نوازا جاتا ہے۔

انتظامیہ کے نقطہ نظر سے

☆ کمپنی اپنے مقررہ اثاثوں میں کوئی چارج لگائے بغیر ایکویٹی شیئرز جاری کر کے سرمایہ بڑھا سکتی ہے۔

☆ ایکویٹی شیئرز جاری کر کے اکٹھا کیا گیا سرمایہ کمپنی کی زندگی کے دوران واپس ادا کرنے کی ضرورت نہیں ہے۔اس کی واپسی صرف اس وقت کی جائے گی جب کمپنی سمیٹے گی۔

☆ کمپنی پر ایکویٹی شیئرز پر ڈیویڈنڈ ادا کرنے کا کوئی پابند نہیں ہے۔کمپنی صرف اس صورت میں منافع کا اعلان کر سکتی ہے جب کافی منافع ہو۔

☆ اگر کوئی کمپنی ایکویٹی شیئرز جاری کر کے زیادہ سرمایہ اکٹھا کرتی ہے،تو یہ قرض دہندگان کے درمیان زیادہ اعتماد کا باعث بنتی ہے۔

عام حصص کے نقصانات

حصص یافتگان کے نقطہ نظر سے

☆ سرمایہ شیئر ہولڈرز کو تب ہی منافع ملتا ہے جب کمپنی کافی منافع حاصل کرتی ہے۔منافع کا اعلان کرنے کا فیصلہ کمپنی کے بورڈ آف ڈائریکٹرز پر آتا ہے۔

☆ سرمائے کے حصص میں بہت زیادہ قیاس آرائیاں ہیں۔یہ خوشحالی کے وقت میں سچ ہے جب کمپنیوں کا منافع زیادہ ہوتا ہے۔

☆ سرمایہ کے حصص یافتگان بہت زیادہ خطرے کی حمایت کرتے ہیں۔نقصان کی صورت میں،انہیں منافع نہیں ملتا ہے،اور کمپنی کے لیکویڈیشن کی صورت میں،وہ سرمایہ کاری کی رقم کی وصولی کے لیے آخری ہوتے ہیں۔عام حصص واقعی کمپنی کی قسمت کے ساتھ نادن اور ہنڈن ہیں۔

انتظامیہ کے نقطہ نظر سے

☆ عام حصص کے اجرا کے ذریعے فنڈز اکٹھا کرنے کے لیے مزید رسمی کارروائیوں اور طریقہ کار میں تاخیر کی ضرورت ہوتی ہے۔اس کے علاوہ،قرض کے مقابلے میں عام حصص کے اجرا کے ذریعے سرمایہ اکٹھا کرنے کی لاگت زیادہ ہوتی ہے۔

☆ چونکہ سرمایہ کے حصص یافتگان کو ووٹنگ کے حقوق حاصل ہیں، اس لیے وہ ووٹوں پر اثر انداز ہونے اور کمپنی کا کنٹرول سنبھالنے کے لیے گروپ بناتے ہیں۔ یہ مفادات کے تصادم کا باعث بن سکتا ہے، جو کمپنی کے مناسب کام کاج کے لیے نقصان دہ ہے۔

عام حصص کا اخراج

اسٹاک مارکیٹ

مشترکہ حصص قومی سیکیورٹیز مارکیٹوں، جیسے این ایس ای اور بی ایس ای پر جاری کیے جاسکتے ہیں۔تاہم، اسٹاک مارکیٹوں میں حصص جاری کرنے کے قابل ہونے کے لیے، جاری کنندہ کا ایک متعین سائز ہونا چاہیے اور وہ ترقی کے ایک مخصوص مرحلے میں ہونا چاہیے۔اس کے علاوہ، اسٹاک مارکیٹوں میں جاری کرنا ایک پیچیدہ عمل ہے جس میں بہت وقت لگتا ہے اور یہ مہنگا ہوتا ہے۔

نجی پلیسمنٹ

بعض اوقات، اسٹاک مارکیٹوں میں حصص کے اجرا کی پیچیدگیوں اور پابندیوں سے بچنے کے لیے، کمپنیاں نجی ذرائع سے نئے حصص جاری کرنے کا فیصلہ کرسکتی ہیں۔اس عمل کو حصص کی نجی تعیناتی کہا جاتا ہے۔ پرائیویٹ پلیسمنٹ مختلف اداروں جیسے انویسٹرز اینجلس، ریزگو کیپٹلسٹ یا پرائیویٹ کیپٹل انویسٹرز کے ذریعے کی جاسکتی ہے۔ یہ ادارے عام طور پر ترقی کے مرحلے میں کمپنیوں میں طویل مدتی سرمایہ کاری کرتے ہیں، بصورت دیگر سیکیورٹیز مارکیٹوں اور بینک فنانسنگ کے ذریعے سرمایہ اکٹھا کرنے میں مشکلات کا سامنا کرنا پڑتا ہے۔ یہ سرمایہ کار زیادہ خطرے والی کمپنیوں میں اپنے سرمائے کا حصہ ڈالتے ہیں جن میں ناکامی کا زیادہ امکان ہوتا ہے۔ اس طرح، جب حصص افراد یا نجی علم کے اداروں کے ذریعہ جاری کیے جاتے ہیں، تو اسے حصص کی نجی تعیناتی کے نام سے جانا جاتا ہے۔

(b) ترجیحی حصص: ترجیحی حصص وہ حصص ہوتے ہیں جو منافع اور سرمائے پر واپسی کے لحاظ سے ترجیحی حقوق رکھتے ہیں۔ عام حصص کو کوئی منافع ادا کرنے سے پہلے، ترجیحی حصص پر ایک مقررہ شرح پر منافع ادا کیا جانا چاہیے۔تاہم، یہ منافع صرف اس صورت میں ادا کیا جاتا ہے جب منافع ہوتا ہے۔مزید برآں، لیکویڈیشن کے وقت، ترجیحی حصص کا حامل عام حصص یافتگان کو ادائیگی کرنے سے پہلے اپنا سرمایہ وصول کرے گا۔ترجیحی حصص کے مالکان کو ووٹ دینے کا حق نہیں ہے۔ وہ کمپنی کے انتظام میں حصہ نہیں لے سکتے۔ کمپنی کے لیے ترجیحی حصص جاری کرنا لازمی نہیں ہے۔

ترجیحی حصص کی اقسام

ایک کمپنی کے پاس مختلف قسم کے ترجیحی حصص جاری کرنے کا اختیار ہے۔ آیئے ہم مختلف قسم کے ترجیحی حصص کو دیکھتے ہیں جو کمپنی جاری کر سکتی ہے۔

(i) **کنورٹیبل اور نان کنورٹیبل ترجیحی حصص:** وہ ترجیحی حصص جنہیں ایک مخصوص مدت کے بعد ایکویٹی شیئرز میں تبدیل کیا جا سکتا ہے وہ کنورٹیبل ترجیحی حصص کہلاتے ہیں۔ بصورت دیگر، وہ غیر تبدیل شدہ ترجیحی حصص کے طور پر جانے جاتے ہیں۔

(ii) **مجموعی اور غیر مجموعی ترجیحی حصص:** مجموعی ترجیحی حصص میں، غیر ادا شدہ منافع جمع کیا جاتا ہے اور آئندہ سالوں میں ادائیگی کے لیے آگے بڑھایا جاتا ہے۔ دوسری طرف، غیر مجموعی ترجیحی حصص میں، اگر موجودہ سال کے منافع میں سے ادا نہیں کیا جاتا ہے تو ڈیویڈنڈ جمع نہیں ہوتا ہے۔

(iii) **حصہ لینے والے اور غیر شریک ترجیحی حصص:** حصہ لینے والے ترجیحی حصص کو ایکویٹی حصص کو پہلے سے طے شدہ شرح پر ڈیویڈنڈ کی ادائیگی کے بعد منافع میں حصہ لینے کا حق حاصل ہے۔ غیر شریک ترجیحی حصص اس طرح کے حق سے لطف اندوز نہیں ہوتے ہیں۔

(iv) **قابل تلافی اور نا قابل واپسی ترجیحی حصص:** ترجیحی حصص جن کی پختگی کی ایک مقررہ تاریخ ہو، وہ قابل تلافی ترجیحی حصص کہلاتے ہیں۔ یہاں، کمپنی ایک مقررہ مدت کے ختم ہونے کے فوراً بعد ترجیحی حصص یافتگان کو رقم واپس کرنے کا عہد کرتی ہے۔ دوسری طرف، جہاں ترجیحی حصص کی رقم صرف لیکویڈیشن کے وقت واپس کی جاتی ہے، وہ نا قابل تلافی ترجیحی حصص کے نام سے جانا جاتا ہے۔

تقابل کی بنیاد	ایکویٹی شیئرز	ترجیحی حصہ داری
معنی	ایکویٹی شیئرز کمپنی کے عام حصص ہیں جو کمپنی میں شیئر ہولڈر کی حصہ ملکیت کی نمائندگی کرتے ہیں۔	ترجیحی حصص وہ حصص ہیں جو ڈیویڈنڈ کی ادائیگی اور سرمائے کی ادائیگی کے معاملات پر ترجیحی حقوق رکھتے ہیں۔
ڈیویڈنڈ کی ادائیگی	تمام واجبات کی ادائیگی کے بعد ڈیویڈنڈ ادا کیا جاتا ہے۔	ایکویٹی شیئر ہولڈرز پر ڈیویڈنڈ کی ادائیگی میں ترجیح۔
سرمائے کی ادائیگی	کمپنی کے سمیٹنے کی صورت میں، ایکویٹی شیئرز کی ادائیگی آخر میں کی جاتی ہے۔	کمپنی کے ختم ہونے کی صورت میں، ایکویٹی شیئرز سے پہلے ترجیحی حصص کی ادائیگی کی جاتی ہے۔
ڈیویڈنڈ کی شرح	اتار چڑھاؤ	طے شدہ
چھٹکارا	نہیں	ہاں

ووٹنگ کے حقوق	ایکویٹی شیئرز ووٹنگ کے حقوق رکھتے ہیں۔	عام طور پر، ترجیحی حصص میں ووٹنگ کے حقوق نہیں ہوتے ہیں۔
کنورٹبلٹی	ایکویٹی شیئرز کو کبھی تبدیل نہیں کیا جاسکتا۔	تاہم خاص حالات میں انہیں ووٹ کا حق مل جاتا ہے۔
ڈیویڈنڈ کے بقایا جات	ایکویٹی شیئر ہولڈرز کو پچھلے سالوں کے ڈیویڈنڈ کے بقایا جات حاصل کرنے کا کوئی حق نہیں ہے۔	ترجیحی حصص کو ایکویٹی شیئرز میں تبدیل کیا جاسکتا ہے۔ ترجیحی شیئر ہولڈرز کو عام طور پر موجودہ سال کے ڈیویڈنڈ کے ساتھ بقایا جات مل جاتے ہیں، اگر پچھلے سال میں ادا نہ کیا گیا ہو، سوائے غیر مجموعی ترجیحی حصص کے معاملے کے۔

ii. قرض کا اجراء

(a) ڈیبینچرز

کمپنیاں ڈیبینچرز جاری کر کے طویل مدتی فنڈز اکٹھا کر سکتی ہیں جو سرمایہ کاروں کے لیے ایک مقررہ شرح سود کی صورت میں یقینی شرح منافع رکھتی ہیں۔ اسے کمپنی کا قرضہ دار سرمایہ یا قرض لیا ہوا سرمایہ کہا جاتا ہے۔ ڈیبینچر ادھار لی گئی رقم کا تحریری اعتراف ہے۔ یہ شرائط وضوابط کی وضاحت کرتا ہے، جیسے شرح سود، ادائیگی کا وقت، پیش کردہ سیکیورٹی وغیرہ۔ یہ عوام کو اسی طرح سبسکرائب کرنے کے لیے پیش کیے جاتے ہیں جیسا کہ شیئرز کے معاملے میں کیا جاتا ہے۔

ڈیبینچر ہولڈر کمپنی کے قرض دہندگان ہیں اور کمپنی کی طرف سے کمائے گئے منافع سے قطع نظر سود حاصل کرنے کے حقدار ہیں۔ انہیں ووٹ دینے کا کوئی حق نہیں ہے۔ لہذا وہ کاروبار کے روزمرہ کے انتظام میں مداخلت نہیں کرتے ہیں۔ عام طور پر، ڈیبینچر مکمل طور پر محفوظ ہوتے ہیں۔ اگر کمپنی ڈیبینچرز پر سود ادا کرنے یا اصل رقم ادا کرنے میں ناکام رہتی ہے تو، ڈیبینچر رکھنے والے اسے اپنے اثاثوں کی فروخت سے وصول کر سکتے ہیں۔

ڈیبینچرز کی خوبیاں

(a) ڈیبینچر محفوظ قرضے ہیں۔ کمپنی کے ختم ہونے پر، وہ ایکویٹی اور ترجیحی شیئر ہولڈرز کو کوئی ادائیگی کرنے سے پہلے قابل واپسی ہیں۔

(b) ڈیبینچر ہولڈرز منافع سے قطع نظر یقینی واپسی حاصل کرتے ہیں۔

(c) ڈیبینچرز کا اجراء کمپنی کو اس قابل بناتا ہے کہ وہ ایکویٹی شیئر ہولڈرز کو زیادہ منافع فراہم کر سکے جب کمپنی کی کمائی اچھی ہو۔ اسے تجارت پر ایکویٹی کہتے ہیں۔

(d) ڈیبینچر ہولڈرز کو ووٹ دینے یا کمپنی کے انتظام میں حصہ لینے کا کوئی حق نہیں ہے۔ لہذا، ڈیبینچرز جاری کر کے، کمپنی اپنے انتظام پر کنٹرول کو کمزور کیے بغیر اضافی سرمایہ اکٹھا کرتی ہے۔

(e) ڈیبینچرز پر ادا کردہ سود کو اخراجات کے طور پر سمجھا جاتا ہے اور کمپنی کے منافع سے وصول کیا جاتا ہے۔ اس طرح کمپنی انکم ٹیکس بچاتی ہے۔

ڈیبینچرز کے نقصانات

(a) اگر کمپنی کی کمائی غیر یقینی اور غیر متوقع ہے تو سود کی ادائیگی اور اصل رقم کی ادائیگی کی مقررہ ذمہ داری کی وجہ سے ڈیبینچرز کا اجراء سنگین مسائل پیدا کر سکتا ہے۔ لہذا، جب کمپنی اچھی اور مستحکم آمدنی کی توقع رکھتی ہے، تب ہی اسے ڈیبینچر جاری کرنا چاہیے۔

(b) کمپنی، جو ڈیبینچر جاری کرتی ہے، ڈیبینچر ہولڈرز کے حق میں اپنے اثاثوں پر چارج بناتی ہے۔ لہذا ایک کمپنی جس کے پاس کافی مقررہ اثاثے نہیں ہیں وہ ڈیبینچر جاری کر کے رقم ادھار نہیں لے سکتی۔

(c) کمپنی کے اثاثوں کو ایک بار گروی رکھنے کے بعد مزید قرض لینے کے لیے استعمال نہیں کیا جا سکتا۔ لہذا، ڈیبینچرز کا اجراء کمپنی کی قرض لینے کی صلاحیت کو کم کرتا ہے۔

ڈیبینچرز کی اقسام

ڈیبینچرز کی درجہ بندی اس طرح کی جا سکتی ہے:

(i) **قابل تلافی اور نا قابل واپسی ڈیبینچر:** وہ ڈیبینچر جو ایک مخصوص تاریخ پر قابل واپسی ہوتے ہیں، انہیں قابل تلافی ڈیبینچر کہا جاتا ہے۔ دوسری طرف، کوئی مقررہ وقت نہیں ہے جس کے ذریعے کمپنی نا قابل تلافی ڈیبینچرز کی صورت میں رقم واپس کرنے کی پابند ہے۔ یہ ڈیبینچر ہولڈر اس وقت تک اپنی رقم واپس حاصل کرنے کا مطالبہ نہیں کر سکتے جب تک کہ کمپنی سود کی ادائیگی میں کوئی ڈیفالٹ نہ کرے۔ لہذا ان ڈیبینچرز کو مستقل ڈیبینچر بھی کہا جاتا ہے۔

(ii) **کنورٹیبل اور نان کنورٹیبل ڈیبینچرز:** کنورٹیبل ڈیبینچرز کے حاملین کو اپنے ڈیبینچرز کو ایکویٹی شیئرز میں تبدیل کرنے کا اختیار دیا جاتا ہے۔ لیکن نان کنورٹیبل ڈیبینچرز کی صورت میں کمپنی ایسا کوئی آپشن نہیں دیتی۔

(iii) **محفوظ اور غیر محفوظ ڈیبینچر:** محفوظ ڈیبینچرز کمپنی کے اثاثوں پر بطور سیکیورٹی چارج کے ساتھ جاری کیے جاتے ہیں۔ یہ چارج مقرر کیا جا سکتا ہے، یعنی مخصوص اثاثہ پر، یا یہ تیرتا ہوا ہو سکتا ہے۔ محفوظ ڈیبینچرز کو رہن والے ڈیبینچر کے نام سے بھی جانا جاتا ہے۔ دوسری طرف، غیر محفوظ شدہ ڈیبینچرز بغیر کسی اثاثوں پر بطور سیکیورٹی چارج کیے محض ادائیگی کے وعدے کے ساتھ جاری کیے جاتے ہیں۔ لہذا ان ڈیبینچرز کو ننگے یا سادہ ڈیبینچر بھی کہا جاتا ہے۔ آج کل ڈیبینچر ہمیشہ محفوظ ڈیبینچرز کے طور پر جاری کیے جاتے ہیں۔

(iv) **رجسٹرڈ اور بیئرر ڈیبینچر:** رجسٹرڈ ڈیبینچرز کے لیے جاری کرنے والی کمپنی ڈیبینچر ہولڈرز کا ریکارڈ برقرار رکھتی ہے۔ ایسے ڈیبینچرز کی کوئی بھی فروخت یا منتقلی کمپنی کے ساتھ رجسٹرڈ ہونی چاہیے۔ دوسری طرف، بیئرر ڈیبینچرز بالکل قابل گفت وشنید آلات کی طرح ہیں اور محض ڈیلیوری کے ذریعے منتقلی کے قابل ہیں۔ کمپنی ایسے ڈیبینچر ہولڈرز کا کوئی ریکارڈ نہیں رکھتی۔ سود کے کوپن ان

کے ساتھ منسلک ہیں اور کوئی بھی سود حاصل کرنے کے لیے کوپن تیار کرسکتا ہے۔حصص اور ڈیبینچر کے بارے میں کچھ خیال رکھنے کے بعد آیئے ان میں فرق معلوم کرتے ہیں۔

حصص اور ڈیبینچر میں فرق

بنیاد	شیئرز	ڈیبینچرز
1. حیثیت	شیئر ہولڈرز کمپنی کے مالک ہیں۔ڈیبینچرز پر ایک مقررہ شرح پر سود ادا کیا جاتا ہے۔سود قابل ادائیگی ہے چاہے کمپنی خسارے میں چل رہی ہو۔	ڈیبینچر ہولڈر کمپنی کے قرض دہندگان ہیں۔وہ عام طور پر ایک مقررہ مدت کے لیے قرض فراہم کرتے ہیں، جن کی واپسی کی جاتی ہے۔
2. سرمایہ کاری پر منافع کی نوعیت	وہ ملکیتی سرمایہ فراہم کرتے ہیں جو کہ قابل واپسی نہیں ہے جب تک کہ کمپنی ختم نہ ہوجائے۔	شیئر ہولڈرز کو منافع ملتا ہے۔اس کی رقم مقرر نہیں ہے کیونکہ یہ کمپنی کے منافع پر منحصر ہے۔
3. حقوق	شیئر ہولڈرز کمپنی کے حقیقی مالک ہیں۔انہیں ووٹ دینے اور کمپنی کی پالیسیوں کا تعین کرنے کا حق ہے۔	ڈیبینچر ہولڈرز کو کمپنی کی میٹنگ میں شرکت کا حق نہیں ہے۔لہذا کمپنی کے انتظام میں ان کا کوئی کہنا نہیں ہے۔
4. سیکورٹی	حصص جاری کرنے کے لیے کسی سیکیورٹی کی ضرورت نہیں ہے۔	عام طور پر ڈیبینچر محفوظ ہوتے ہیں۔لہذا، جب ڈیبینچرز جاری کیے جائیں تو کافی فکسڈ اثاثوں کی ضرورت ہوتی ہے۔
5. ادائیگی کا حکم	ڈیبینچر ہولڈرز اور قرض دہندگان کی ادائیگی کے بعد ہی شیئر کیپیٹل واپس کیا جاتا ہے۔	ڈیبینچر ہولڈرز کو حصص یافتگان پر ادائیگی کی ترجیح ہوتی ہے۔
6. خطرہ	واپسی کی غیر یقینی صورتحال کی وجہ سے خطرہ زیادہ ہے۔	واپسی کے یقین کی وجہ سے کم خطرہ۔

III گھریلو خصوصی مالیاتی اداروں (SFIs) سے قرض

آزادی کے بعد ہندوستان میں بڑی تعداد میں مالیاتی ادارے قائم کیے گئے ہیں جن کا بنیادی مقصد صنعتی اداروں کو درمیانی اور طویل مدتی مالی امداد فراہم کرنا ہے۔انڈسٹریل فائنانس کارپوریشن آف انڈیا (IFCIs)، انڈسٹریل ری کنسٹرکشن بینک آف انڈیا، اسٹیٹ فنانشل کارپوریشن (SFCs)، اسٹیٹ انڈسٹریل ڈیولپمنٹ کارپوریشن (SIDCs) جیسے ادارے نئے انٹرپرائزز کے قیام کے ساتھ ساتھ موجودہ اداروں کی توسیع اور جدید کاری کے لیے مالی مدد فراہم کرنے کے لیے قائم کیے گئے ہیں۔یہ مالیاتی ادارے زیادہ سے زیادہ 25 سال کی مدت کے لیے قرض دیتے ہیں۔یہ قرضے کمپنی کی جائیداد کے رہن اور/ یا سٹاک/حصص وغیرہ کے فرضی تصور کے

تحت آتے ہیں۔

اس طرح کے قرضوں سے حاصل ہونے والے بڑے فوائد یہ ہیں:

(i) قابل ادائیگی سود کی شرح مارکیٹ کی شرح سے کم ہے اور

(ii) قرض کی رقم بڑی ہے۔

تاہم، اس میں بہت سی قانونی اور تکنیکی رسمیں شامل ہیں اور بات چیت کی مدت بھی عام طور پر طویل ہوتی ہے۔ مالیاتی ادارے اکثر فنڈز کے استعمال اور کمپنی کے کام کاج پر کچھ حد تک کنٹرول رکھنے کے لیے ایک یا دو ڈائریکٹرز کو نامزد کرتے ہیں۔

IV. کمرشل بینکوں سے قرض لینا

ہندوستان میں تجارتی بینک 3 سے 5 سال کی مدت کے لیے قرض دے سکتے ہیں۔ ان قرضوں تک کمپنیوں کی طرف سے سرمایہ کاری کے اخراجات سمیت مختلف استعمال کے لیے رسائی حاصل کی جاسکتی ہے۔ یہ کمپنی کے کریڈٹ سٹینڈنگ پر منحصر ہے- یہ ضمانت کے خلاف یا اس کے بغیر جاری کیے جاسکتے ہیں۔

خوبیاں

بینکوں سے طویل مدتی قرض لینے کے فوائد درج ذیل ہیں:

1. یہ مالیات کا ایک لچکدار ذریعہ ہے کیونکہ قرض کی رقم کو کاروباری ضرورت کے مطابق بڑھایا جا سکتا ہے اور جب فنڈز کی ضرورت نہ ہو تو اسے پیشگی واپس کیا جاسکتا ہے۔
2. بینک اپنے کلائنٹس کے مالیاتی کاموں کو خفیہ رکھتے ہیں۔
3. حصص، ڈیبنچر وغیرہ کے اجراء کے مقابلے میں شامل وقت اور لاگت کم ہے۔
4. بینک قرض لینے کی تشویش کے اندرونی معاملات میں مداخلت نہیں کرتے ہیں۔
5. قرضے آسان اقساط میں واپس کیے جاسکتے ہیں۔
6. چھوٹے پیمانے کی صنعتوں اور دیہاتوں اور پسماندہ علاقوں میں صنعتوں کے معاملے میں، سود بہت کم ہے۔

نقصانات:

کمرشل بینکوں سے طویل مدتی قرض لینے کی حدود درج ذیل ہیں:

1. قرض دیتے وقت بینکوں کو ذاتی ضمانت یا اثاثوں کا گروی رکھنے کی ضرورت ہوتی ہے۔ لہٰذا کاروباران اثاثوں پر مزید قرض نہیں لے سکتا۔ اس طرح، یہ قرض لینے والوں کی قرض لینے کی صلاحیت کو کم کرتا ہے۔
2. اگر قلیل مدتی قرضوں کو بار بار بڑھایا جاتا ہے، تو ان کے تسلسل کے بارے میں ہمیشہ غیر یقینی صورتحال رہتی ہے۔

3. بینکوں سے ٹرم لون حاصل کرنے کے لیے بہت ساری رسمیں پوری کرنی پڑتی ہیں۔ یہ رسمی طور پر بینکوں سے قرض لینے میں وقت لگتا ہے اور تکلیف دہ ہوتی ہے۔

عوامی ڈپازٹس

یہ فنانس کا ایک بہت پرانا طریقہ ہے جو ہندوستان میں رائج ہے۔ جب کمرشل بینک نہیں تھے تو لوگ اچھی ساکھ کے کاروباری خدشات کے ساتھ اپنی بچت جمع کراتے تھے۔ آج بھی یہ مختصر اور درمیانی مدت کے فنانس کو بڑھانے کا ایک بہت مقبول اور آسان طریقہ ہے۔ اس طریقہ کار کے تحت کمپنیاں اپنے شیئر ہولڈرز، ملازمین اور عام لوگوں کو اپنی بچت کمپنی کے پاس جمع کرانے کے لیے مدعو کر کے فنڈ اکٹھا کر سکتی ہیں۔ عوام کو راغب کرنے کے لیے، کمپنی عام طور پر بینک ڈپازٹ پر سود کی نسبت زیادہ شرح سود پیش کرتی ہے۔ جس مدت کے لیے کمپنیاں عوامی ڈپازٹس کو قبول کرتی ہیں وہ چھ ماہ سے ساٹھ ماہ کے درمیان ہوتی ہے۔

خوبیاں

پبلک ڈپازٹس کی خوبیاں درج ذیل ہیں۔

1. **سادہ اور آسان:** پبلک ڈپازٹ کے ذریعے رقم ادھار لینے کا طریقہ بہت آسان ہے۔ اس کے لیے بہت سی قانونی کارروائیوں کی ضرورت نہیں ہے۔ اخبارات میں اشتہار دینا پڑتا ہے اور رسید جاری کرنی ہوتی ہے۔
2. **اثاثوں پر کوئی چارج نہیں:** عوامی ڈپازٹس محفوظ نہیں ہیں۔ کمپنی کے مقررہ اثاثوں پر ان پر کوئی چارج نہیں ہے۔
3. **اقتصادی:** عوامی ذخائر کے ذریعے قرض لینے پر اٹھنے والے اخراجات دوسرے طریقوں جیسے حصص اور ڈیبینچر کے اجراء کے اخراجات سے بہت کم ہیں۔
4. **لچکدار:** عوامی ذخائر کمپنی کے سرمائے کے ڈھانچے میں لچک لاتے ہیں۔ ضرورت پڑنے پر ان کو اٹھایا جا سکتا ہے اور ضرورت نہ ہونے پر واپس کیا جا سکتا ہے۔

نقصانات

پبلک ڈپازٹس کی حدود درج ذیل ہیں۔

1. **غیر یقینی صورتحال:** عوام کو اپنی بچت جمع کرنے کے لیے راغب کرنے کے لیے ایک تشویش اعلی شہرت کی ہونی چاہیے اور اس کی کریڈٹ ریٹنگ زیادہ ہونی چاہیے۔ جمع رقم کی اچانک واپسی ہو سکتی ہے جس سے مالی مسائل پیدا ہو سکتے ہیں۔ جمع کنندگان کو موسم کے مناسب دوست سمجھا جاتا ہے۔
2. **عدم تحفظ:** عوامی ڈپازٹس میں تشویش کے اثاثوں پر کوئی چارج نہیں ہوتا ہے۔ کمپنیوں کے ساتھ بچت جمع کرنا ہمیشہ محفوظ نہیں ہو سکتا ہے، خاص طور پر ان کمپنیوں کے ساتھ، جو مالی طور پر بہت اچھی نہیں ہیں۔
3. **جمع کی گئی رقم کی حدیں:** اس رقم کی حدیں ہیں جو عوامی ڈپازٹ کے ذریعے جمع کی جا سکتی ہیں۔

VI لیز فنانسنگ

لیز ایک معاہدہ ہے جس کے تحت ایک دوسرے کے اثاثوں کو خریدے بغیر کرایہ کی ادائیگی پر مالک کی اجازت کے ساتھ استعمال کرسکتا ہے۔ اثاثے کے مالک کو 'لیز دینے والا' اور استعمال کرنے والے کو 'لیز لینے والا' کہا جاتا ہے۔ استعمال کی مدت کو لیز کی مدت کہا جاتا ہے جس کے بعد کرایہ دار اثاثہ کی خریداری کا انتخاب کرسکتا ہے۔

لہٰذا لیزنگ ایک ایسا انتظام ہے جو کسی کاروباری ادارے کو اثاثوں کی ملکیت کے بغیر استعمال کرنے اور اس پر مکمل کنٹرول کرنے کے قابل بناتا ہے۔ مالک کو بدلے میں کرایہ ملتا ہے اور معاہدے کی شرائط کے مطابق وہ کسی بھی وقت معاہدہ منسوخ کرسکتا ہے۔ یہ نظام کاروبار کو پودوں اور مشینری اور دیگر مقررہ اثاثوں کو طویل مدت تک استعمال کرنے میں مدد کرتا ہے بغیر ان کی خریداری میں بڑی رقم لگائے۔ لیز کی مدت کے اختتام پر اثاثہ مالک کے پاس واپس چلا جاتا ہے۔ اثاثوں کے مالک کے پاس اسے صارف کو کم قیمت پر فروخت کرنے کا اختیار بھی ہے۔ بعض اوقات صارف کمپنی لیزنگ کمپنی سے اپنے موجودہ اثاثے خریدنے کی درخواست کرسکتی ہے اور انہیں لیز کی بنیاد پر وہی اثاثے استعمال کرنے کی اجازت دے سکتی ہے۔ یہ کمپنی کو طویل مدتی فنڈز کو بچانے کے قابل بناتا ہے جو دوسرے مقاصد کے لیے استعمال کیے جاسکتے ہیں۔ یہ 'فروخت اور لیز بیک' سسٹم کے نام سے جانا جاتا ہے۔

خوبیاں:

لیز فنانسنگ کی اہم خوبیاں یہ ہیں:

1. یہ کرایہ دار کو کم سرمایہ کاری کے ساتھ اثاثہ حاصل کرنے کے قابل بناتا ہے۔
2. سادہ دستاویزات اثاثوں کی مالی اعانت کو آسان بناتی ہیں۔
3. کرایہ دار کی طرف سے ادا کیے جانے والے لیز کے کرایے قابل ٹیکس منافع کے حساب سے کٹوتی کے قابل ہیں۔
4. یہ کاروبار کی ملکیت یا کنٹرول کو کمزور کیے بغیر فنانس فراہم کرتا ہے۔
5. لیز کا معاہدہ کسی انٹر پرائز کی قرض بڑھانے کی صلاحیت کو متاثر نہیں کرتا ہے۔
6. متروک ہونے کا خطرہ کم لوگوں سے ہوتا ہے۔ یہ کرایہ دار کو اثاثے کو تبدیل کرنے کے لیے زیادہ لچک دیتا ہے۔

نقصانات:

لیزنگ فنانس کی حدود ذیل میں دی گئی ہیں۔

1. لیز کا معاہدہ اثاثوں کے استعمال پر کچھ پابندیاں لگا سکتا ہے۔ مثال کے طور پر، یہ کرایہ دار کو اثاثہ میں کوئی تبدیلی یا ترمیم کرنے کی اجازت نہیں دے سکتا ہے۔
2. لیز کی تجدید نہ ہونے کی صورت میں عام کاروباری سرگرمیاں متاثر ہوسکتی ہیں۔
3. اس کے نتیجے میں زیادہ ادائیگی کی ذمہ داری ہوسکتی ہے اگر سامان کارآمد نہیں پایا جاتا ہے اور کرایہ دار لیز کے معاہدے کو قبل از وقت ختم کرنے کا انتخاب کرتا ہے۔

4. کرایہ دار کبھی بھی اثاثے کا مالک نہیں بنتا۔ یہ اسے اثاثہ کی بقایا قیمت سے محروم کر دیتا ہے۔

12.2.2 غیر ملکی ذرائع

(i) امریکن ڈپازٹری رسیدیں (ADRs)

ڈپازٹری رسیدیں جو صرف امریکی اسٹاک مارکیٹوں میں تجارت کے لیے امریکہ میں مقیم بینک کے ذریعے جاری کی جاتی ہیں وہ امریکن ڈپازٹری رسیدیں (ADR) کہلاتی ہیں۔ ADRs صرف امریکی شہریوں کو جاری کیے جاتے ہیں۔

(ii) گلوبل ڈپازٹری رسیدیں (GDRs)

گلوبل ڈپازٹری رسیپٹس (GDRs) اور امریکن ڈپازٹری ریسیٹس (ADRs) کا ایشو غیر ملکی ذرائع سے فنڈز اکٹھا کرنے کے مختلف طریقے ہیں۔ اس طریقہ کار کے تحت ہندوستانی کمپنیوں کے حصص ڈپازٹری رسیدوں (عالمی یا امریکی) کی شکل میں جاری کیے جاتے ہیں جن کا غیر ملکی بازاروں میں کاروبار ہوتا ہے۔

جی ڈی آر کے تحت، کمپنی کے حصص کو پہلے بین الاقوامی بینکوں کے ذریعے ڈپازٹری رسیدوں میں تبدیل کیا جاتا ہے۔ یہ ڈپازٹری رسیدیں امریکی ڈالر میں متعین ہیں۔ پھر یہ ڈپازٹری رسیدیں غیر ملکی اسٹاک ایکسچینج کے ذریعے عالمی سطح پر فروخت کے لیے پیش کی جاتی ہیں۔ جی ڈی آر کے حاملین شیئر ہولڈرز کی طرح ڈیویڈنڈ کے حقدار ہیں۔ لیکن انہیں ووٹ کا حق حاصل نہیں ہے۔ آئی سی آئی سی آئی، وپرو وغیرہ جیسی کئی ہندوستانی کمپنیوں نے جی ڈی آر کے اجراء کے ذریعے غیر ملکی سرمایہ اکٹھا کیا ہے۔

(iii) کثیر القومی خصوصی مالیاتی اداروں (SFIs) سے قرضے

بعض اوقات، کمپنیاں بین الاقوامی مالیاتی اداروں جیسے ورلڈ بینک اور انٹرنیشنل فنانس کارپوریشن (IFC) سے براہ راست یا دوبارہ مالی اعانت کے ذریعے بھی قرض لے سکتی ہیں۔ یہ فنڈنگ؟؟ خاص طور پر بنیادی ڈھانچے کی مصنوعات اور ترجیحی شعبوں میں کام کرنے والے کاروباروں کی مالی اعانت میں عام ہے۔

(iv) بیرونی تجارتی قرضے (ECBs)

بعض اوقات، غیر ملکی کرنسیوں پر قرض لینے پر لاگو کم شرح سود کا فائدہ اٹھانے کے لیے، کمپنیاں غیر ملکی بینکوں سے طویل مدتی غیر ملکی کرنسی کے قرضے لینے کی کوشش بھی کر سکتی ہیں۔ ان قرضوں کو بیرونی تجارتی قرضے کہا جاتا ہے۔ اگرچہ ان قرضوں کی قیمت مقامی قرضوں سے کم ہو سکتی ہے، ای سی بی کے قرض لینے والوں کو کرنسی کے منفی اتار چڑھاو کا سامنا کرنا پڑ سکتا ہے۔

(v) غیر ملکی کرنسی کنورٹیبل بانڈز (FCCBs)

یہ ایکویٹی سے منسلک قرض کی ضمانتیں ہیں جنہیں ایک مخصوص مدت کے بعد ایکویٹی یا ڈپازٹری رسیدوں میں تبدیل کیا جانا ہے۔ اس طرح، ایف سی سی بی کے حاملین کے پاس یہ اختیار ہے کہ وہ یا تو انہیں پہلے سے طے شدہ قیمت یا شرح مبادلہ پر

ایکویٹی شیئرز میں تبدیل کرے، یا بانڈز کو برقرار رکھے۔FCCBs غیر ملکی کرنسی میں جاری کیے جاتے ہیں اور ان پر ایک مقررہ شرح سود ہوتی ہے جو کہ اسی طرح کے کسی دوسرے غیر تبدیل شدہ قرض کے آلے کی شرح سے کم ہوتی ہے۔FCCBs غیر ملکی اسٹاک ایکسچینج میں درج اور تجارت کی جاتی ہیں۔وہ ہندوستان میں جاری کیے گئے کنورٹیبل ڈیبینچرز سے بہت ملتے جلتے ہیں۔

(vi) غیر مقیم ہندوستانیوں کی مالی اعانت (NRIs فنانسنگ)

بیرون ملک مقیم ہندوستانی نژاد اور قومیت کے افراد کو شیئرز کی فروخت (غیر رہائشی ہندوستانی یا این آر آئی) کاروبار کے طویل مدتی فنڈز اکٹھا کرنے کا ایک اور طریقہ ہے۔ایک غیر رہائشی ہندوستانی یا غیر رہائشی ہندوستانیوں کے زیر کنٹرول کمپنی ہندوستانی کمپنی کے ادا شدہ سرمائے کی مقررہ حدود میں سرمایہ کاری کر سکتی ہے۔

12.3 فنڈز کے ذرائع کے انتخاب کو متاثر کرنے والے عوامل

کاروبار کی مالی ضروریات مختلف قسم کی ہوتی ہیں-طویل مدتی، قلیل مدتی، مقررہ اور اتار چڑھاؤ۔اس لیے کاروباری ادارے فنڈز اکٹھا کرنے کے لیے مختلف قسم کے ذرائع کا سہارا لیتے ہیں۔

فنڈز کے ہر ذریعہ کی اپنی خوبیاں اور حدود ہوتی ہیں، صرف فنڈز کے کسی ایک ذریعہ پر انحصار کرنے کے بجائے ذرائع کا مجموعہ استعمال کرنے کا مشورہ دیا جاتا ہے۔مالیاتی ذرائع کے انتخاب کو متاثر کرنے والے عوامل ذیل میں زیر بحث آئے ہیں۔

1. **لاگت:** لاگت کی دو قسمیں ہیں یعنی فنڈز کی خریداری کی لاگت اور فنڈز کے استعمال کی لاگت۔ان دونوں اخراجات کو فنڈز کے ذرائع کے بارے میں فیصلہ کرتے وقت مدنظر رکھا جانا چاہیے جو کسی تنظیم کے ذریعے استعمال کیے جائیں گے۔
2. **مالیاتی طاقت اور آپریشنز کا استحکام:** کاروبار کی مالی طاقت فنڈز کے ذرائع کے انتخاب میں ایک اہم عنصر ہے۔کاروبار کو اصل رقم اور ادھار کی رقم پر سود کی ادائیگی کے لیے مالی حالت میں ہونا چاہیے۔
3. **تنظیم کی شکل اور قانونی حیثیت:** کاروباری تنظیم کی شکل اور حیثیت پیسہ اکٹھا کرنے کے ذریعہ کے انتخاب کو متاثر کرتی ہے۔ مثال کے طور پر ایک پارٹنرشپ فرم ایکویٹی حصص کے اجراء سے رقم اکٹھا نہیں کر سکتی کیونکہ یہ صرف مشترکہ اسٹاک کمپنی جاری کر سکتی ہے۔
4. **مقصد اور وقت کی مدت:** کاروبار کو اس مدت کے مطابق منصوبہ بندی کرنی چاہیے جس کے لیے فنڈز درکار ہیں۔اسی طرح جس مقصد کے لیے فنڈز درکار ہیں اس پر غور کرنے کی ضرورت ہے تاکہ ذریعہ استعمال کے ساتھ مماثل ہو۔مثال کے طور پر، ایک طویل مدتی کاروباری توسیعی منصوبہ کو بینک اوور ڈرافٹ کے ذریعے مالی اعانت فراہم نہیں کی جانی چاہیے جسے مختصر مدت میں ادا کرنے کی ضرورت ہوگی۔
5. **رسک پروفائل:** کاروبار کو شامل خطرے کے لحاظ سے مالیاتی ذرائع میں سے ہر ایک کا جائزہ لینا چاہیے۔مثال کے طور پر ایکویٹی میں کم سے کم خطرہ ہوتا ہے کیونکہ حصص کی سرمایہ کی واپسی صرف سمیٹنے کے وقت کی جاتی ہے اور اگر کوئی منافع دستیاب نہ ہو تو اسے ادا کرنے کی ضرورت نہیں ہے۔دوسری طرف قرض میں اصل اور سود دونوں کی ادائیگی کا شیڈول ہوتا ہے۔

6. **کنٹرول:** فنڈز کا ایک خاص ذریعہ کسی فرم کے انتظام پر مالکان کے کنٹرول اور طاقت کو متاثر کرسکتا ہے۔ مثال کے طور پر، ایکویٹی شیئرز کے اجراء کا مطلب کنٹرول کو کمزور کرنا ہوسکتا ہے، کیونکہ ایکویٹی شیئر ہولڈرز ووٹنگ کے حقوق سے لطف اندوز ہوتے ہیں۔ قرض کے معاہدے کے حصے کے طور پر مالیاتی ادارے اثاثوں کا کنٹرول لے سکتے ہیں یا شرائط عائد کرسکتے ہیں۔ اس طرح کاروباری فرموں کو اس بات کو ذہن میں رکھتے ہوئے ایک ذریعہ کا انتخاب کرنا چاہئے کہ وہ کس حد تک کاروبار پر اپنا کنٹرول بانٹنے کے لئے تیار ہیں۔

7. **قرض کی اہلیت پر اثر:** بعض ذرائع پر کاروبار کا انحصار مارکیٹ میں اس کے کریڈٹ کی اہلیت کو متاثر کرسکتا ہے۔ مثال کے طور پر، محفوظ ڈیبینچرز کا اجراء مپنی کے غیر محفوظ قرض دہندگان کے مفاد کو متاثر کرسکتا ہے اور کمپنی کو کریڈٹ کے طور پر مزید قرضوں کی توسیع کے لیے ان کی رضامندی کو بری طرح متاثر کرسکتا ہے۔

8. **فنڈز کے حصول میں لچک اور آسانی:** مثال کے طور پر بینکوں اور مالیاتی اداروں سے قرض لینے کی صورت میں پابندی والی دفعات، تفصیلی چھان بین اور دستاویزات اس وجہ سے ہوسکتی ہیں کہ کوئی کاروباری ادارہ اسے ترجیح نہ دے، اگر دوسرے آپشن آسانی سے دستیاب ہوں۔

9. **ٹیکس فوائد:** مختلف ذرائع کو ان کے ٹیکس فوائد کے لحاظ سے بھی تولا جاسکتا ہے۔ مثال کے طور پر، جبکہ ترجیحی حصص پر ڈیویڈنڈ ٹیکس کی کٹوتی کے قابل نہیں ہے اور ٹیکس فائدہ حاصل کرنے والی تنظیموں کی طرف سے اسے ترجیح نہیں دی جاسکتی ہے۔ ٹیکس فائدہ حاصل کرنے کے لیے، فکسڈ چارجڈ سیکیورٹیز (قرض) کو ترجیح دی جاتی ہے۔

اختتامی مشق

انتہائی مختصر جوابات والے سوالات

1. لیز فنانسنگ سے کیا مراد ہے؟
2. 'ترجیحی حصص' کے معنی بیان کریں۔

مختصر جوابی سوالات

1. GDR اور ADR کے درمیان فرق کریں۔
2. 'مالیات کو کاروبار کی لائف لائن سمجھا جاتا ہے، خاص طور پر جدید دور میں'۔ اس کی وجوہات بھی بتائیں۔
3. انتظامیہ کے نقطہ نظر سے، ایکویٹی حصص کی دو خوبیاں اور دو حدود دیں۔
4. ترجیحی حصص کی چار اقسام کی وضاحت کریں جو کمپنی جاری کرسکتی ہے۔

طویل جوابات والے سوالات

1. 'ڈیبینچر' کیا ہیں؟ ایک کمپنی کے لیے طویل مدتی مالیات کے ذریعہ کے طور پر ڈیبینچرز کی تین خوبیاں اور تین حدود بیان کریں۔
2. طویل مدتی مالیات کے ذرائع کے طور پر 'حصص' اور 'ڈیبینچرز' کے درمیان فرق کریں۔
3. خصوصی مالیاتی ادارے (SFIs) سے کیا مراد ہے؟ طویل مدتی فنڈز کے ذریعہ SFIs سے قرض لینے کی دو خوبیاں اور دو خامیاں بیان کریں۔
4. (a) منافع کو برقرار رکھنا؛ اور (b) عوامی ذخائر، طویل مدتی مالیات کے طریقوں کے طور پر وضاحت کریں۔

13. مالیاتی بازار

(Financial Market)

آپ جانتے ہی ہیں کہ کاروباری اور تجارتی ادارے مختصر المدتی اور طویل المدتی ہر دو بنیادوں پر سرمایہ اکٹھا کرتے ہیں تا کہ اس رقم سے وقتاً فوقتاً چالو سرمایے اور مستقل نوعیت کے اثاثہ جات کی فراہمی کی ضرورتوں کو پورا کیا جا سکے۔ اس پس منظر میں ہر دو طرح کے فنڈز کی ضرورت ہوتی ہے۔ ان اداروں اور تاجروں اور کاروباری افراد کے پاس ایسا سرمایہ بھی ہونا چاہیے جسے وہ ضرورت کے مطابق بسرعت (تیرڑ کے ساتھ) حاصل کر سکیں۔ اس طرح سے رقومات فراہم کرنے والے مختلف اداروں اور رقومات چاہیے والوں کے درمیان آپسی رابطہ بنانے کی ضرورت ہے تا کہ تجارتی اداروں اور صنعتی اداروں کو حسب ضرورت رقومات مل سکیں اور رقومات فراہم کرنے والے ادارے ان ضرورت مندوں کو رقومات منتقل کر سکیں۔ سرمایہ کی فراہمی کے اس پہلو پر سرمایہ بازار کی نظر رہتی ہے۔ اس بازار کے تحت رقومات کے طلب گار اس جگہ سے رابطہ قائم کر سکتے ہیں جہاں سے کہ یہ قرضے مل سکتے ہیں۔ یہ کام ایک نظام کے تحت انجام پاتا ہے اور اس نظام کے ذریعے سرمایہ کار رقومات ضرورت مندوں کو منتقل کرتے ہیں اور ساہوکار وغیرہ کاروباری اداروں کو رقمیں فراہم کرتے ہیں اور یہ سب کام بآسانی انجام پاتا ہے۔

اکتسابی مقاصد

☆ مالیاتی بازار اور سرمایہ بازار کے کردار اور اہمیت کو بیان کریں؛ اور

☆ سرمایہ بازار اور مالیاتی بازار میں تجارت کے لیے دستیاب مختلف قسم کے مالیاتی آلات کی شناخت کریں۔

13.1 بازار اصل

ہم سب اس حقیقت سے واقف ہیں کہ رقومات ان شعبہ جات سے لی جاتی ہے جہاں وہ فاضل رقومات کی شکل میں موجود ہو اور وہاں سے ان شعبہ جات کو منتقل کی جاتی ہیں جہاں وہ کم ہیں۔ اس طرح سے زائد رقومات کے حامل افراد ضرورت مندوں کو رقومات فراہم کرتے ہیں تا کہ وہ اپنی ضروریات پوری کر سکیں۔ اس طرح کاروبار میں سرمایہ کاروں سے رقومات حاصل کر لی جاتی ہیں اور فاضل رقومات کے حامل افراد یہ رقم فراہم کرتے ہیں۔

اب دیکھنا یہ ہے کہ یہ دونوں گروپ کسی طرح آپس میں ملتے ہیں اور ایک دوسرے کے ساتھ لین دین کرتے ہیں۔ سرمایہ بازار ان دونوں گروپوں کے درمیان رابطے کا کام کرتا ہے۔ یہ ایک ایسا نظام ہے جو قرض لینے والوں اور قرض دینے والوں کے درمیان کا رابطہ ہے، گویا سرمایہ بازار سے مراد یہ ہے کہ یہ ایک ایسا ترسیلی نظام ہے جو سرمایہ کاروں یعنی رقومات، بطور قرض دینے والوں اور قرض لینے والوں کے درمیان رابطہ بناتا ہے۔ اس نظام کے تحت رقومات کی منتقلی کا عمل آسان بنا دیا جاتا ہے۔ اس میں ایسے افراد شامل ہوتے ہیں جو سرمایہ فراہم کرتے ہیں یا جو مالیاتی ادارے ہیں، وہ اور ان کے علاوہ درمیان میں کچھ اور بھی لوگ ہوتے ہیں جو تجارت کے عام اصولوں کے تحت ایک دوسرے سے مربوط ہوتے ہیں اور ان سب میں آپسی مواصلاتی رابطہ قائم رہتا ہے۔ ان کے توسط سے مختلف مالیاتی اثاثہ جات کی تجارت ہوتی ہے اور قرضوں کی فراہمی کا یہی ادارے اور لوگ وسیلہ بنتے ہیں۔

آگے بڑھنے سے قبل قرضوں کی دستاویزات کے بارے میں جان لینا بھی ضروری ہے۔

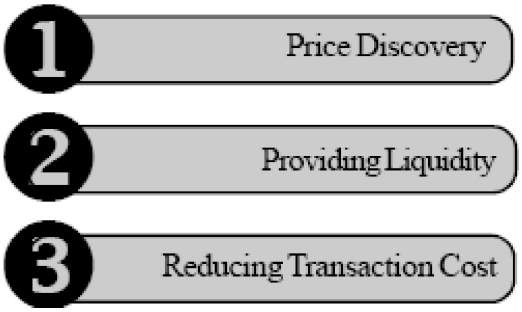
بل آف ایکسچینج ایک ایسی دستاویز ہے جو تحریر میں غیر مشروط آرڈر ہے۔ اس پر بل بنانے والے کے دستخط ہوتے ہیں۔ اس دستاویز میں کسی شخص کو مخصوص کر کے ایک صراحت شدہ رقم کی ادائیگی کے لیے اس سے کہا جاتا ہے۔ یہ رقم اس شخص کو ادا کی جاتی ہے جس کا نام دستاویز میں درج ہوتا ہے یا پھر اس شخص کو جس کو ادا کرنے کے لیے اس دستاویز میں اس کا نام مخصوص کر دیا گیا ہو۔ اس بات کو ایک مثال کے ذریعے سمجھا جا سکتا ہے۔

مان لیجیے کہ گوپال نے 50 ہزار روپے بطور قرض مدن کو دیے ہیں۔ یہ رقم مدن کو ہی لوٹانی ہے۔ اب گوپال مدن کو یہ ہدایت کرے گا کہ وہ 50 ہزار روپے تک کی رقم مدھو کو اس کے مانگنے پر دیدے یا پھر اس قرض کی مدت پوری ہو جانے کے بعد یہ رقم اسے ادا کر دے۔ اس دستاویز کو بل آف ایکسچینج کہیں گے۔ مدھو اگر چاہے تو اسے کسی اور شخص کے نام بھی منتقل کر سکتی ہے۔

درشنی ہنڈی ایک تحریری دستاویز (یہ دستاویز نہ تو بینک کی طرف سے لکھا گیا کوئی نوٹ ہے نہ ہی کرنسی نوٹ ہے)، جس پر اس کے بنانے والے کے دستخط ہوتے ہیں۔ اس میں غیر مشروط ڈھنگ سے اس بات کا وعدہ کیا جاتا ہے کہ اس کی رو سے کوئی مقررہ رقم کسی ایک شخص کو یا کسی اور شخص کو ادائیگی کا آرڈر دینے کے مطابق وہ رقم دے دی جائے گی یا پھر اس دستاویز کے حامل شخص کو یہ رقم ادا کی جانی ہوتی ہے۔

مثال کے طور پر آپ نے اپنے دوست جس کا نام جگن ہے، سے 20 ہزار روپے بطور قرض لیے ہیں۔ اس کے لیے دستاویز مرتب ہوگی جس میں یہ کہا گیا ہوگا کہ آپ یہ رقم جگن کو یا اس دستاویز کے حامل شخص کو اس کے مطالبے پر ادا کریں گے یا اس دستاویز میں یہ وعدہ کیا گیا ہوگا کہ آپ یہ رقم 3 ماہ بعد لوٹا دیں گے۔ ایک بار آپ جب اس دستاویز پر دستخط کر دیں گے اور اس کا اندراج کر دیں گے اور پھر مرتب کردہ یہ دستاویز جگن کو سونپ دیں گے تو دستاویز ایک معاہدہ کی شکل میں آ گئی۔ اب جگن ذاتی طور پر بھی یہ دستاویز آپ کو دے سکتا ہے اور اس کی بنیاد پر رقم کا مطالبہ کر سکتا ہے یا وہ یہ دستاویز کسی تیسرے شخص کو تھما دے گا اور وہ جگن کی طرف سے آپ سے رقم وصول کرنے کا مجاز ہوگا۔ وہ کسی اور شخص کے نام پر بھی اس کی توثیق کر سکتا ہے اور وہ شخص بھی کسی اور کے نام سے اس دستاویز کی توثیق کر سکتا ہے تاوقتیکہ یہ رقم آپ حتمی طور پر ادا نہ کر دیں۔ جو شخص بھی آپ کے سامنے یہ تحریر پیش کرے گا آپ اس کو یہ رقم ادا کریں گے۔ یہ دستاویز درشنی ہنڈی یا پرامیزری نوٹ کہلاتی ہے۔

آیئے اب مالیاتی بازار کے اہم افعال پر نظر ڈالتے ہیں۔



شکل۔13.1 مالیاتی بازاروں کے افعال

مالیاتی بازار بنیادی طور پر تین اہم کام انجام دیتے ہیں جو ہیں (1) قیمت کا تعین (2) لیکویڈیٹی کی فراہمی اور (3) لین دین کے اخراجات میں کمی۔ ہم ان افعال سے تفصیل سے نمٹیں گے۔

(1) قیمت کا تعین: مالیاتی بازار میں خریداروں اور فروخت کنندگان کے درمیان تعامل کی علامت ہے جو مالیاتی آلے/اثاثے کی قیمت کا تعین کرتی ہے۔ مالیاتی بازار ان لوگوں کے ذریعے فنڈز مختص کرنے میں بھی مدد کرتے ہیں جو ان لوگوں کے درمیان سرمایہ کاری/قرض دینا چاہتے ہیں جنہیں فنڈز کی ضرورت ہے۔

(2) متناسب لیکویڈیٹی: مالیاتی منڈیوں کی موجودگی مالیاتی آلات کو لیکویڈیٹی فراہم کرتی ہے، کیونکہ یہ سرمایہ کاروں کو ضرورت پڑنے پر اپنا مالیاتی آلہ فروخت کرنے کے لیے ایک پلیٹ فارم فراہم کرتی ہے، جس سے لیکویڈیٹی میں آسانی ہوتی ہے۔ لیکویڈیٹی سے مراد یہ ہے کہ کسی اثاثے کو کتنی آسانی سے نقد میں تبدیل کیا جا سکتا ہے۔ یہ ایک اہم کام ہے جو مالیاتی منڈیاں انجام دیتی ہیں، کیونکہ ایسے حالات پیدا ہو سکتے ہیں جن میں سرمایہ کار اپنی مالی اور دیگر ضروریات کو پورا کرنے کے لیے اپنے مالیاتی آلات فروخت کرنے پر مجبور ہو سکتے ہیں، اور لیکویڈیٹی کی عدم موجودگی میں، انہیں مالیاتی آلات کو میعاد ختم ہونے تک برقرار رکھنا پڑتا ہے، جس سے وہ اپنے پاس موجود مالیاتی آلات کے منافع سے بھی محروم ہو جاتے ہیں۔

(3) لین دین کے اخراجات کو کم کرنا: مالیاتی بازار مالیاتی آلات کے بارے میں معلومات حاصل کرنے پر خرچ ہونے والے اخراجات کو کم کرتے ہیں کیونکہ مالیاتی بازار ایک منظّم پلیٹ فارم فراہم کرتے ہیں جہاں تجارت کرنے والے فریق (سرمایہ کار، قرض لینے والے اور قرض دہندگان) اکٹھے ہوتے ہیں اور مالیاتی مصنوعات اور خدمات کے بارے میں معلومات کا اشتراک کرتے ہیں جو مالیاتی خدمات/آلات کے صارفین اپنے مالی مقاصد کے لیے استعمال کر سکتے ہیں۔

مذکورہ بالا افعال کے علاوہ مالیاتی بازار سرمایہ کاروں اور قرض دہندگان کے درمیان بات چیت کے لیے ایک منظّم پلیٹ فارم پیش کرتے ہوئے سہولیات بھی فراہم کرتے ہیں جہاں مالیاتی آلات کی خصوصیات اور نوعیت سے متعلق معلومات قرض دہندگان اور سرمایہ کاروں کے درمیان آسانی سے شیئر کی جا سکتی ہیں۔

13.2 پونجی بازاروں کی اقسام

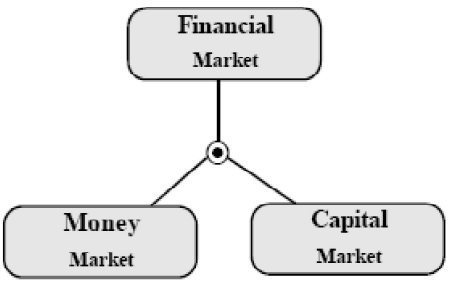


Fig. 13.2 Types of Financial Market

مالیاتی بازار کے دو شعبے ہوتے ہیں وہ یہ ہیں:

(a) منی مارکیٹ

(b) پونجی مارکٹ

بازارزر منی مارکیٹ کے نام سے پکارا جاتا ہے۔اس کے ذریعے مختصر مدت کے لیے قرضے مل جاتے ہیں جبکہ پونجی بازار سے متوسط عرصے اور طویل عرصے کے لیے قرض مل جاتا ہے۔ان دونوں طرح کے بازاروں کی تفصیل جان لینا ضروری ہے۔

ہندوستان میں مانیٹری مارکیٹ کا ارتقاء اور سفر

ہندوستان میں جدید بینکنگ کی بنیاد تین پریسڈنسی بینکوں کی تشکیل کے ساتھ شروع ہوئی: بینک آف بنگال (1806) بینک آف بمبئی (1840) اور بینک آف مدراس (1846) جو بالآخر امپیریل بینک آف انڈیا (اصل میں اسٹیٹ بینک آف انڈیا کے نام سے جانا جاتا ہے) بنانے کے لیے ضم ہو گئے۔ ہندوستان میں بینک کی بنیاد نے ہندوستان میں مالیاتی منڈیوں کی ابتدا کی راہ ہموار کی۔اس وقت ہندوستان میں کرنسی مارکیٹ انتہائی غیر منظّم تھی اور 1935 میں ریزرو بینک آف انڈیا کے قیام تک اپنی نوعیت میں منتشر تھی۔آزادی کے بعد (سال 1947 میں) منی مارکیٹ میں اداکاروں کی تعداد، جیسے تجارتی بینک، لائف انشورنس کمپنیاں، پرنسپل اسٹیٹ اور نجی ٹرسٹ، فعال شرکاء تھے۔آزادی کے بعد کے دور میں اور نوے کی دہائی کی آمد سے پہلے، مانیٹری مارکیٹ میں منی مارکیٹ، تجارتی خطوط کی مارکیٹ، ٹریژری لیٹرز مارکیٹ، انٹر بزنس اور انٹر بینک ڈپازٹس جیسے اجزاء موجود تھے۔1990 کی دہائی میں کی جانے والی مالیاتی اصلاحات کے ساتھ، ہندوستان میں مالیاتی منڈیوں نے شرح سود کے ڈھانچے کو ختم کرنے، شرح سود میں ٹیکسوں کے خاتمے، قانونی لیکویڈیٹی ریلیشن شپ (ایس ایل آر) کی ضروریات میں کمی، تجارتی کاغذ اور منی مارکیٹ کے میوچل فنڈز (ایم ایم ایم ایف) کا تعارف کا تجربہ کیا۔اس طرح، 50 کی دہائی میں ایک غیر منظّم ڈھانچہ ہونے اور 60 اور 70 کی دہائی میں ایک غیر ترقی یافتہ بازار ہونے کی وجہ سے، مالیاتی بازار نے 90 کی دہائی کے آغاز سے، یعنی ہندوستان میں معاشی اصلاحات کے بعد کی مدت کے ساتھ ایک منظّم شکل اور ایک رسمی ڈھانچہ اختیار کرنا شروع کر دیا۔

13.3 منی مارکیٹ (بازارزر)

منی مارکیٹ مختصر عرصے کے لیے رقومات فراہم کرتا ہے۔ یہ ایسے مالیاتی اثاثہ جات کے معاملے نبٹاتا ہے جو ایک سال کے لیے لی گئی رقومات سے تعلق رکھتے ہیں۔ مینی مارکیٹ نقد رقومات کے معاملے نہیں بناتا ہے بلکہ قرضہ سے متعلق دستاویزات کے لیے مارکیٹ فراہم کرتا ہے۔اس کا تعلق بل آف ایکچینج پرامیزری نوٹس (درشنی ہنڈی)، تجارتی کاغذات سے متعلق خزانوں کے بلوں وغیرہ سے ہے۔ یہ مالی دستاویزات ایک طرح سے نقد رقومات کا بدل ہیں۔ان سے کاروباری اداروں کو مدد ملتی ہے۔ان کے ذریعے دیگر تنظیمیں بھی استفادہ کرتی ہیں۔ان کے ذریعے مختصر عرصے کے لیے رقومات بطور قرض حاصل کی جاتی ہیں۔

منی مارکیٹ سے مراد یہ نہیں ہے کہ اس طرح کا کوئی مخصوص بازار ہے۔ یہ سلسلہ ایسے مالیاتی اداروں سے تعلق رکھتا ہے جو مختصر عرصے کے لیے قرض فراہم کرتے ہیں۔ ان سے مختصر المدتی ضروریات پوری کی جاتی ہیں۔ اس طرح کے معاملات زیادہ تر ٹیلی فون پر ہی طے پاتے ہیں یا پھر بذریعہ فیکس یا انٹرنیٹ کے توسط سے انجام پاتے ہیں۔ ہندوستان کا روپیہ پیسہ سے متعلق بازار ریزرو بینک آف انڈیا، کمرشیل بینک، کوآپریٹو بینک اور دیگر خصوصی نوعیت کے مالیاتی اداروں پر مشتمل ہوتا ہے۔ ہندوستان میں منی مارکیٹ کا سربراہ ریزرو بینک آف انڈیا ہے۔ ان کے علاوہ کچھ اور مالیاتی ادارے جو اس ذیل میں آتے ہیں، درج ذیل ہیں: نان بینکنگ، فائنانشیل کمپنیاں (این بی ایف سی) دیگر مالیاتی ادارے جیسا کہ لائف انشورنس کارپوریشن، جی آئی سی، یوٹی آئی وغیرہ۔

13.3.1 منی مارکیٹ سے متعلق دستاویزات

درج ذیل دستاویزات وہ ہیں جن کو منی مارکیٹ دستاویزات کے نام سے پکارتے ہیں یا ان کو سیکیورٹیز بھی کہا جاتا ہے۔

(a) کال منی (عندالطلب رقم): نقد رقومات کی وقتی ضرورتوں کو پورا کرنے کے لیے بینک کال منی سے کام لیتے ہیں۔ اس کی وضاحت یہ ہے کہ وہ ایک دوسرے سے رقم ادھار لیتے ہیں اور ادھار پر رقم دیتے بھی ہیں، یہ کام ان کو بالعموم روزانہ ہی کرنا پڑتا ہے۔ رقم طلب کرنے پر اس کو ادا کرنا ہوتا ہے اور اس کی میعاد ایک دن سے لے کر دو ہفتے یعنی چودہ دن تک کے درمیان کی ہوتی ہے۔ کال منی پر ادا شدہ سود جس شرح سے ادا کیا جاتا ہے، اسے کال ریٹ یعنی مختصر الطلب شرح سود کہا جاتا ہے۔

(b) خزانے کا بل (ٹریژری بل): یہ ایک طرح کا پرامیزری نوٹ ہوتا ہے جسے ریزرو بینک آف انڈیا جاری کرتا ہے۔ اس سے رقومات کی مختصر المدتی ضرورتوں کو پورا کیا جاتا ہے۔ ٹریژری بل باسانی ادل بدل کی جانے والی دستاویز ہے۔ جس کے پاس یہ بل ہوگا، وہ اسے ریزرو بینک آف انڈیا سے فوری یا پیشگی صورت میں کیش کرا سکتا ہے۔ یہ بل بالعموم ان کی اصل قیمت سے کسی قدر کم قیمت پر جاری کئے جاتے ہیں۔ ان کو اس حساب سے ادا کر دیا جاتا ہے جو رقم ان پر لکھی ہوتی ہے۔ وہ قیمت جس پر بل تیار کیا گیا اور جس کا اندراج اس میں کیا گیا اور وہ قیمت جو سود کے بغیر صراحت کی گئی ہے، ان دونوں کا فرق ہی سود کی رقم کو واضح کر دیتا ہے۔ یہ بل ضمانت شدہ دستاویزات کی شکل میں ہوتے ہیں اور ان کو زیادہ سے زیادہ 364 دنوں کے لیے جاری کیا جاتا ہے۔ بینک، مالیاتی ادارے اور کارپوریشن عام طور پر ٹریژری مارکیٹ میں اہم کردار ادا کرتے ہیں۔ مثال کے طور پر، 1 مارچ 2018 کو، رمیش نے ایک بونس ڈیل ٹیسوروڈی ان اینو (او 52 سیمانا) اور 1 ڈی مارزوڈی 2019، ایل بونو ڈوٹیسورو فیوکینجڈ و پور Rs.10000، پیانڈ وایفیکٹو امینٹ Rs.800 کوموانٹرس (500Rs.-Rs.10000) خریدنے کے لیے Rs.9200 ادا کیے۔ 8.69% (Rs.9200/Rs.800) [(مونٹوڈیل انٹرس)/(پریسوڈی کمپرا)].

(c) تجارتی (کمرشیل) پیپر: کمرشل پیپر (CP) ایک ایسی مقبول عام دستاویز ہے جس کے تحت کمپنیوں کو درکار چال سرمایہ فراہم کیا جاتا ہے۔ اس طرح سے کمرشیل پیپر ایک غیر ضمانت شدہ دستاویز ہے جسے پرامیزری نوٹ کی شکل میں جاری کیا جاتا ہے۔ یہ نظام 1990 میں متعارف ہوا تھا۔ اس سے کارپوریٹ اداروں میں قرض لینے والے مختصر المدتی قرضے حاصل کرتے ہیں۔ یہ قرضے 15 دن

سے لے کر ایک سال تک کے لیے ہوتے ہیں۔ کمرشیل پیپر توثیق اور تصدیق کے بعد منتقل کیے جاسکتے ہیں۔ کمرشیل پیپر مارکیٹ میں شہرت یافتہ کمپنیاں بلیوچپ کمپنیاں اہم کردار نبھاتی ہیں۔

(d) رقم جمع کرانے کی تصدیقی سند (سرٹیفکیٹ آف ڈپازٹ): سرٹیفکیٹ آف ڈپازٹ کو مختصر "سی ڈی" کہتے ہیں۔ مختصر المدتی دستاویزات ہیں جو کمرشیل بینک اور اسپیشل فائنانشیل انسٹی ٹیوشنز کی طرف سے جاری کی جاتی ہیں۔ ان کو ایک فریق دوسرے کو بآسانی منتقل کرسکتا ہے۔ سی۔ڈی کے مکمل ہونے کی میعاد 91 دن سے لے کر ایک سال تک کی ہے۔ ان کو فرداً فرداً بھی جاری کیا جاتا ہے اور کو آپریٹیو اداروں کو بھی دیا جاتا ہے۔ اس طرح کمپنیوں کو بھی یہ دستاویزات دی جاتی ہیں۔

(e) ٹریڈ بل: عام طور پر تاجر تھوک دکانداروں سے یا پھر مینوفیکچروں سے ادھار مال لیتے ہیں۔ مال فروخت کرنے والے ادھار مال دیتے ہیں اور یہ ادھار ایک صراحت شدہ مدت کے لیے ہوتا ہے اور اس مدت کے پوری ہوجانے پر مال فروخت کرنے والے کو مال کی قیمت ملتی ہے۔ اگر مال فروخت کرنے والا فوری رقم چاہتا ہے تو وہ اپنے نام سے بل آف ایکسچینج لے لے گا۔ یہ ایک طرح سے مال فروخت کرنے والے اور مال خریدنے والے کے درمیان ایک معاہدہ ہے اسے ٹریڈ بل بھی کہتے ہیں۔ اسے کسی بھی بینک سے اس کی مدت مکمل ہونے سے قبل ہی کیش کرا سکتے ہیں۔ بل کی میعاد پوری ہونے پر بینک کو مال خریدنے والے کی طرف سے اس کی رقم ادا کردی جاتی ہے۔ کمرشل بینک، ٹریڈ بل لے لیتے ہیں مگر ان کو کمرشل بل کے نام سے لیا جاتا ہے۔ اس طرح کا ٹریڈ بل ایک ایسی دستاویز ہوتا ہے جس کے تحت بل کی رقم لینے والے کو مختصر عرصے کے لیے رقم مل جاتی ہے تاکہ اس کا روزمرہ کا کام چلتا رہے۔

Name of the instrument	Duration	Issuer
Treasury Bill	Not exceeding 364 days	RBI
Commercial paper	15 days to one year	Highly reputed companies
Call money	1day to fortnight	banks
Certificate of Deposit	91 days to one year	Banks & Special Financial Institutions
Commercial bill	Within 1 year	seller

13.4 پونجی بازار (بازار اصل)

پونجی بازار (کیپیٹل مارکیٹ) وہ بازار ہے جو متوسط عرصے اور طویل المدتی بنیادوں پر رقومات فراہم کراتا ہے۔ متوسط عرصے نیز طویل المدتی قرضوں کی حصولی کے لیے یہ ایک ادارہ جاتی نظام ہے۔ اس کے تحت سیکورٹیز کی تجارت اور فروخت بھی عمل میں آتی ہے۔ اس نظام کے تحت درج ذیل امور انجام پاتے ہیں۔

جس بازار میں سیکورٹیز کی خرید و فروخت کا کاروبار ہوتا ہے، اسے سیکیورٹیز مارکیٹ کہتے ہیں۔ اس کے دو شعبے ہیں ایک پرائمری

مارکیٹ کے نام سے اور دوسرا سیکنڈری مارکیٹ کے نام سے جانا جاتا ہے۔ پرائمری مارکیٹ میں نئی اور تازہ سیکیورٹیز کو جاری کیا جاتا ہے، اسے نیو ایشو مارکیٹ کے نام سے بھی پکارتے ہیں۔ سیکنڈری (ثانوی) مارکیٹ میں موجودہ اور پہلے سے چلی آرہی سیکیورٹیز کی خرید وفروخت ہوتی ہے، اس کا نام اسٹاک مارکیٹ یا اسٹاک ایکچینج بھی ہے۔

13.4.1 پرائمری مارکیٹ

پرائمری مارکیٹ میں ایسے انتظامات ہوتے ہیں جن سے کمپنیاں طویل عرصے کے لیے رقومات حاصل کرتی ہیں۔ یہ کام شیئرز اور تمسکات کے اجرا کے ذریعے انجام پاتا ہے۔ آپ جانتے ہی ہیں کہ کمپنیاں ابتدائی مرحلے میں نئے نئے شیئرز اور تمسکات جاری کر کے رقومات حاصل کرتی ہیں اور بوقت ضرورت کاروبار بڑھانے کی خاطر بھی ایسا کرتی ہیں۔ یہ کام نجی طور پر دوستوں اور رشتہ داروں کے تعاون سے انجام پاتا ہے۔ مالیاتی ادارے بھی اس میں مددگار ثابت ہوتے ہیں یا پھر بینکوں وغیرہ کے ذریعے حصص وغیرہ کا اجرا ہر صورت میں کمپنیوں کو ایک مسلمہ قانونی طریقہ اپناتے ہوئے یہ کام کرنا پڑتا ہے۔ اس کام میں بہت سے آدمی درمیان میں ہوتے ہیں جیسے کہ دلال، تمسکات کے اجرا کا بیمہ کرانے والے وغیرہ۔ یہ سب پرائمری مارکیٹ میں جز ولازم کی حیثیت رکھتے ہیں۔ پبلک سیکٹر کی کمپنیاں مثالاً آئل اینڈ نیچرل گیس کمیشن (او این جی سی)، جی اے آئی ایل، این ٹی پی سی اور نجی سیکٹر کی کمپنیاں جیسے ٹاٹا کنسلٹنسی سروسز (ٹی سی ایس)، بائیوکون، جیٹ ایرویز وغیرہ نے عوام کے سامنے ایسے بہت سے مواقع رکھے ہیں جن میں وہ اپنی رقومات لگا سکتے ہیں۔

13.4.2 سیکنڈری مارکیٹ (ثانوی مارکیٹ)

ثانوی مارکیٹ کو اسٹاک مارکیٹ یا اسٹاک ایکچینج کے نام سے پکارا جاتا ہے۔ ان کے ذریعے طویل المدتی قرضے حاصل کئے جاتے ہیں۔ شیئرز اور تمسکات میں لگایا جاسکتا ہے۔ ایسی سہولتیں دی گئی ہیں کہ بوقت ضرورت ان کو کیش کرایا جاسکتا ہے۔ یہ سیکیورٹیز کو بآسانی نقد رقومات میں تبدیل کرنے کی سہولت فراہم کرتے ہیں اور اس کام کو بغیر کسی تاخیر کے انجام دیا جاتا ہے۔ یہ شیئرز اور تمسکات کی تجارت کی ایک منظم مارکیٹ ہے۔ اس میں رقومات کا تحفظ اور حسابات کی شفافیت نمایاں ہوتی ہے۔ درحقیقت ایک سرگرم ثانوی مارکیٹ سے پرائمری مارکیٹ کی نشوونما کا عمل آسان ہو جاتا ہے کیونکہ پرائمری مارکیٹ میں سرمایہ کاری کرنے والوں کو ایک ایسے مارکیٹ کی فراہمی یقینی ہو جاتی ہے جہاں وہ اپنے اثاثہ جات کے عوض رقومات حاصل کرسکیں۔ پرائمری مارکیٹ میں تاجر بینک کاروں، میوچول فنڈ، مالیاتی اداروں اور انفرادی سرمایہ کاروں کا اہم رول ہوتا ہے جبکہ سیکنڈری مارکیٹ میں ان سب کا رول تو ہوتا ہی ہے اور ان کے علاوہ اسٹاک دلال بھی ہوتے ہیں۔ جو سٹاک ایکھینچ کے رکن ہوتے ہیں اور جو تجارت کے عمل کو آسان بناتے ہیں۔ پرائمری مارکیٹ اور ثانوی مارکیٹ کے بارے میں یہ سب کچھ جان لینے کے بعد اب ان کے درمیان کیا فرق ہے، اس کو بھی جان لینا چاہیے۔

13.5 پرائمری مارکیٹ اور سیکنڈری مارکیٹ کا فرق

پرائمری مارکیٹ اور سیکنڈری مارکیٹ کے درمیان درج ذیل امور ان کا فرق اور الگ الگ خصوصیات واضح کرتے ہیں۔

1. **فرائض**: پرائمری مارکیٹ کی اصل ذمہ داری تازہ اور نئی سیکورٹیز کے اجرا کے ذریعے طویل المدتی قرضے اور رقومات فراہم کرتا

ہے جبکہ ثانوی مارکیٹ میں موجودہ طویل المدتی سیکیورٹیز کو تسلسل کے ساتھ تیار بازار ملتا ہے۔

2. **شرکاء:** پرائمری مارکیٹ میں مالیاتی اداروں کا رول بہت اہم ہے اور میوچول کے فنڈ انفرادی سرمایہ کاروں میں بھی ان کی بڑی اہمیت ہے۔ ثانوی یعنی سیکنڈری مارکیٹ میں ان سب کے ساتھ اسٹاک مارکیٹ کے دلال جو کہ اسٹاک ایکسچینج کے رکن بھی ہوتے ہیں، اہم رول نبھاتے ہیں۔

3. ضرورتوں کی فہرست: جن ضرورتوں کو ثانوی مارکیٹ میں اہمیت حاصل ہے، انھیں کے لیے سیکیورٹیز سے استفادہ کیا جا سکتا ہے، البتہ پرائمری مارکیٹ میں ضرورتوں کے لیے کوئی فہرست مرتب نہیں کی جاتی۔

4.. قیمتوں کا تعین: پرائمری مارکیٹ کے ضمن میں انتظامیہ ہی قیمتوں کا تعین کرتا ہے۔ اس سلسلے میں سیکیورٹیز کے نئے اجرا کی ضرورتوں کے حوالے سے سیبی (SEBI) کے قواعد وضوابط کی تعمیل کی جاتی ہے البتہ ثانوی مارکیٹ کے ضمن میں سیکیورٹیز کی قیمتوں کا تعین ڈمانڈ اور سپلائی کے حوالے سے ہوتا ہے یہ صورت حال بازار میں اولتی بدلتی رہتی ہے۔

ہندوستان میں اسٹاک ایکسچینج کی ایک مختصر تاریخ

ہندوستان میں اسٹاک ایکسچینج کی تاریخ 18 ویں صدی کی ہے، جب ان کی تجارت بنیادی طور پر ممبئی اور کولکتہ جیسے شہروں میں کمپنی آف دی ایسٹ انڈیز کی اقدار (حصص/ بونس) میں ہوتی تھی۔ تاہم، سیکیورٹیز مارکیٹ کی سرگرمیوں میں اضافہ 1850 کے سوسائٹیز کے قانون کی منظوری کے بعد دیکھا گیا، جس نے محدود ذمہ داری والی کمپنیوں کو متعارف کرایا۔ اس عرصے میں قائم شدہ تجارتی کاروباری اداروں کی تعداد میں تیزی سے اضافے کے ساتھ ساتھ پیداوار میں بھی اضافہ دیکھا گیا۔ اس دور میں پہلا اسٹاک ایکسچینج بھی تشکیل پایا، جو 1875 میں بمبئی اسٹاک ایکسچینج تھا۔ 1947 میں آزادی کے بعد، ہندوستان میں سیکیورٹیز مارکیٹوں میں ایک محدود سرگرمی دیکھی گئی کیونکہ مالیاتی نظام/ اداروں کا کردار محدود تھا۔ 1950 اور 1960 کی دہائیوں کے دوران کمزور صنعتی بنیاد اور بچت کی کم شرح کی وجہ سے سیکیورٹیز مارکیٹ میں زیادہ ترقی نہیں ہوئی۔ تاہم، اس عرصے میں سیکیورٹیز مارکیٹ کی سرگرمیوں کی حمایت اور فروغ کے لیے مختلف ضوابط کا نفاذ دیکھا گیا، جس کے مثبت نتائج 1970 کی دہائی میں ظاہر ہونے لگے اور 1980 کی دہائی تک ہندوستان میں سیکیورٹیز ایکسچینج کی تعداد میں نمایاں اضافہ ہوا۔ 1990 کی دہائی کے آغاز کے ساتھ، سیکیورٹیز مارکیٹوں میں کئی اصلاحات 1947 کے ایکٹ آف کنٹرول آف کیپٹل ایمیشنز کی تکرار اور 1992 میں ہندوستان میں ایکویٹی مارکیٹوں کے جنرل ریگولیٹر کے طور پر SEBI کی تشکیل کے ساتھ انجام دی گئیں۔ سیبی کے قیام کے بعد، سیکیورٹیز مارکیٹ میں مختلف تبدیلیاں آئی ہیں اور اس نے بڑی مقدار میں لین دین کا انتظام کیا ہے۔

13.6 پونجی بازار اور منی مارکیٹ کے درمیان فرق

1. **فنڈس کی معیاد:** منی مارکیٹ مختصر المدتی رقومات فراہم کرتا ہے جبکہ سرمایہ بازار طویل عرصے کے لیے رقومات فراہم کرتا ہے۔

2. منی مارکیٹ کا تعلق سیکیورٹیز سے ہے جیسے ٹریژری بل، کمرشیل پیپر، ٹریڈ بل، ڈپازٹ سرٹیفیکیٹ اور سرمایہ بازار شیئرز، تمسکات، بانڈز اور سرکاری سیکورٹیز کا کاروبار کرتا ہے۔

3. شرکاء: منی مارکیٹ کے شراکت داروں میں ریزرو بینک آف انڈیا، کمرشیل بینک، نان بینکنگ مالیاتی کمپنیاں وغیرہ شامل ہیں جبکہ سرمایہ بازار میں اسٹاک کے دلال، میوچول فنڈز، مالیاتی ادارے اور انفرادی طور پر سرمایہ کاری کرنے والے وغیرہ شامل ہوتے ہیں۔

4. ریگولیٹر: منی مارکیٹ کا نظم ونسق ریزرو بینک آف انڈیا سنبھالے ہوئے ہے جبکہ سرمایہ بازار کا انتظام سیکورٹیز ایک ھنج بورڈ آف انڈیا یعنی سیبی (SEBI) سنبھالے ہوئے ہے۔

13.7 اسٹاک ایکسچینج

جیسا کہ اوپر بتایا جاچکا ہے کہ اسٹاک ایکسچینج بالعموم سیکنڈری مارکیٹ کے لیے استعمال کیا جاتا ہے۔ یہ ایک ایسی جگہ ہے جہاں مختلف قسم کی موجودہ سیکیورٹیز جیسا کہ شیئرز، تمسکات، بانڈز، سرکاری کفالتیں خریدی اور فروخت کی جاسکتی ہیں اور یہ کام باقاعدگی سے انجام پاتا ہے۔ اسٹاک ایکسچینج باعموم ایک منظّم ایسوسی ایشن ہے، یا یہ ایک سوسائٹی ہے یا یہ ایک کمپنی ہے جس کے ارکان محدود تعداد میں ہوتے ہیں۔ یہ خریداروں اور مال فروخت کرنے والوں کے لیے ایک طرح کے دلال ہوتے ہیں۔ سیکیورٹیز کنٹریکٹ (ریگولیشن) ایکٹ نیا اسٹاک ایکسچینج کی تعریف اس طرح کی ہے:

یہ ایک ایسوسی ایشن ہے، یہ ایک تنظیم یا افراد کی ایسی باڈی ہے جو خرید وفروخت سے متعلق کاروبار نیز سیکیورٹیز کے معاملات میں معاونت کرتا ہے، اس کو منضبط رکھتا ہے اور بزنس پر کنٹرول رکھتا ہے۔ یہ ہر طرح کے کاروبار کو خواہ وہ قانونی ادارے کی حیثیت سے تشکیل شدہ ہو یا نہ ہو مدد دیتا ہے۔''

اسٹاک ایکسچینج کی چند اہم خصوصیات درج ذیل ہیں:

1. یہ ایک منظّم بازار ہے۔
2. یہ ایسا مقام فراہم کرتا ہے جہاں موجودہ اور منظور شدہ بانڈز، حصص، سرٹیفیکیٹ بآسانی خریدے اور فروخت کئے جاسکتے ہیں۔
3. ایک اسٹاک ایکسچینج میں اس کے ارکان کے درمیان لین دین ہوتا ہے یا ان کی طرف سے منظور شدہ ایجنٹوں کے ذریعے یہ کاروبار ہوتا ہے۔
4. متعلقہ اسٹاک ایکسچینج کے قواعد وضوابط کی روشنی میں یہ کاروبار ہوتا ہے۔
5. یہ عوام کو مکمل معلومات بہم پہنچاتا ہے۔ لین دین کے معاملوں اور اس سے متعلق اشیا کی قیمتوں کے بارے میں سبھی معلومات فراہم کرتا ہے۔ ہر روز ہونے والے کاروبار کے حوالے سے یہ سب اطلاعات متعلقہ ممبروں اور ارکان کو دی جاتی ہیں۔

13.7.1 اسٹاک ایکسچینج کے فرائض

اسٹاک ایکسچینج کے فرائض درج ذیل ہیں:

1. سیکوریٹی کے لئے تیار مارکیٹ فراہم کرنا: یہ ایک ایسا مقام ہے جہاں مرتب کردہ فہرست کے مطابق کفالتیں با قاعدگی سے خریدی اور فروخت کی جاسکتی ہیں۔ اسٹاک ایکسچینج شیئرز، تمسکات، بانڈز اور سرکاری سیکورٹیز کے لیے ایک مسلسل مارکیٹ ہے۔ ان سیکیورٹیز کے لین دین کے کاروبار کو اس سے معتبریت حاصل ہوتی ہے اور سرمایہ کار اپنی رقومات بآسانی وصول کر سکتے ہیں۔

2. **اشیا کی قیمتوں اور فروخت کے بارے میں اطلاعات ملتی ہیں:** ایک اسٹاک ایکسچینج مختلف سیکورٹیز کے ذریعے کئے جانے والے کاروبار اور لین دین کا ریکارڈ رکھتا ہے اور روزمرہ کی اطلاعات فراہم ہے۔ ہر روز سامان کی کتنی بکری ہوئی اور ہر مال کے حوالے سے اس کی قیمت کیا رہی، اس طرح کی سبھی اطلاعات بذریعہ اخبارات اور ذرائع ابلاغ عوام کو بہم پہنچاتا ہے۔ درحقیقت دور حاضر میں منتخب شیئرز کی قیمتوں کے حوالے سے ہر منٹ کی اطلاع ٹی وی چینلوں پر ملتی رہتی کراتا ہے۔ سی این بی سی، زی نیوز، این ڈی ٹی وی، ہیڈ لائن ٹو ڈے وغیرہ چینلوں پر اس طرح کی خبریں بآسانی مل جاتی ہیں۔ اس سے سرمایہ کاروں کو اپنی دلچسپی کی سیکورٹیوں کی خرید و فروخت پر تیزی سے فیصلہ لینے میں مدد ملتی ہے۔ نہ صرف یہ کہ اس طرح کی معلومات سے قیمتوں کے تعین اور ان کے رجحانات کا پتہ کرنے میں مدد ملتی ہے بلکہ ان کے تصرف کی قدر کا بھی پتہ چلتا ہے۔ اگر مطلوب ہو تو بینک سے قرضوں کے حصول میں بھی اس سے مدد ملتی ہے۔

3. **کاروبار اور سرمایہ کاری کو تحفظ بہم پہنچاتا ہے:** اسٹاک ایکسچینج پر کاروبار صرف اس کے ارکان ہی کرتے ہیں۔ یہ کام صاف شفاف طریقے سے انجام پاتا ہے۔ یہ کام ضابطہ کے تحت انجام پاتا ہے۔ اس کے لیے طریقہ کار معین ہے۔ رقومات کی حوالگی اور ادائیگی کے وقت مقرر ہیں۔ سٹاک اینچ پر ہونے والا لین دین انتہائی محفوظ طریقے پر انجام پاتا ہے۔ اس لین دین میں عدم ادائیگی، عدم حوالگی وغیرہ کا کوئی خطرہ نہیں ہوتا۔ سیکیورٹیز اینڈ ایکھینج بورڈ آف انڈیا (سیبی) SEBI نامی ادارہ اسٹاک ایکسچینج کا کاروبار منضبط بناتا ہے اور سٹاک دلالوں کی کارگزاری کو ضابطوں کے مطابق آگے بڑھاتا ہے۔

یہی نہیں کہ اسٹاک ایکسچینج صرف انھیں سیکیورٹیز میں تجارت کی اجازت دیتا ہے جو اس کی فہرست میں شامل ہیں۔ ایسا بھی نہیں کہ یہ صرف فہرستوں کے مرتب کرنے پر ہی اکتفا کرتا ہو۔ یہ وہ ادارہ ہے جو کمپنی بنی کے حوالے سے یہ بتاتا ہے کہ یہ کمپنی کسی قدر معتبر ہے۔ ایسا بھی نہیں کہ یہ محض گاہے لگاہے چند معلومات بہم پہنچانے تک ہی محدود ہو۔ یہ ضرور ہے کہ یہ کی کمپنی کی مالی حیثیت اور نفع پذیری کے اعتبار سے اس کی ضمانت نہیں لیتا ہے مگر یہ مینی کی اس طرح ضرور مدد کرتا ہے کہ وہ اپنی معتبریت قائم رکھ سکے۔

4. **بچتوں کو بڑھاوا دینے اور سرمایہ بندی کے لیے معاون تنظیم:** اسٹاک مارکیٹ کی بہتر کارکردگی سے پرائمری مارکیٹ کی سرگرمیاں سرگرمی سے آگے بڑھتی ہیں۔ اسٹاک ایکھینچوں میں اچھی کارگزاری اور شیئرز کے حوالے سے اچھا ماحول بن جانے سے شیئرز

کے اجرا میں اضافہ ہوتا ہے۔اس طرح سے صنعتی اور تجارتی کارخانوں میں ان بچتوں کی مدد سے سرمایہ کاری کی جاتی ہے۔اس سے شیئرز اور تمسکات میں کی جانے والی سرمایہ کاری سے کاروبار میں اس انداز پر مدد ملتی ہے کہ اس رقم کو بوقت ضرورت اثاثہ جات کی فروخت کے بعد نقد رقومات کی شکل میں حاصل کیا جاسکتا ہے۔اس سے لوگوں کو اس بات کی بھی علم ہوتا ہے کہ وہ اپنی ان بچتوں کو کہاں، کس موقع پر کسی طرح استعمال کریں تا کہ اس سے مناسب انداز میں فائدہ اٹھا سکیں۔اس سے بچتوں کو بڑھاوا ملتا ہے اور لوگ جوکھم مول لینے کا حوصلہ اپنے اندر پیدا کر لیتے ہیں۔اس طرح بچتوں کو کارپوریٹ اور سرکاری سیکورٹیز میں سرمایہ کاری کے طور پر لگانے کی حوصلہ افزائی ہوتی ہے۔اس انداز سے تشکیل سرمایہ میں مدد ملتی ہے۔

5. اقتصادی اور کاروباری حالات کی ناپ تول: کسی ملک کی اقتصادی خوشحالی کا پتہ اسٹاک ایکسچینج کی کارگزاری سے لگ سکتا ہے۔ بدلتے ہوئے اقتصادی، سماجی اور سیاسی حالات میں شیئرز کی قیمتیں اس کے حساب سے گھٹتی بڑھتی رہتی ہیں۔اقتصادی خوشحالی کے دور میں شیئرز کی قیمتیں بڑھتی ہیں۔اقتصادی جمود کی حالت میں قیمتیں گھٹتی ہیں۔کاروبار میں مندے بن کے رجحان سے کاروباری سرگرمیاں سرد پڑ جاتی ہیں۔اسٹاک ایکسچینجوں میں تجارت کی افزونی اور اس کے مماثل سیکورٹیز کی قیمتوں میں گراوٹ میں اضافہ ملک کے اقتصادی اور کاروباری حالات کے حوالے سے سرمایہ کاروں کے رجحان کو واضح کرتا ہے۔یہ ایک ایسا پیمانہ ہے جس سے کاروبار کے حوالے سے اس کی عام صورت حال کا پتہ چل جاتا ہے۔

6. رقومات بہتر انداز پر مختص کرنا: اسٹاک مارکیٹ کے لین دین کے نتیجے میں کمتر منافع والے کاروبار سے رقومات زیادہ نفع کمانے کی صلاحیت والے کاروبار میں منتقل کر دی جاتی ہیں۔اس سے ترقی کی بڑھی ہوئی صلاحیتوں سے نفع کمانے کی کوشش کی جاتی ہے۔اس طرح معیشت کے مالی وسائل نفع بخش کاروبار کی طرف منتقل کر دیے جاتے ہیں۔

13.7.2 اسٹاک ایکسچینج کے فائدے

اسٹاک ایکسچینج کے کاموں کو جان لینے کے بعد اب ہمیں ان فائدوں پر نظر ڈالنی ہے جو اس کے ذریعے ہوتے ہیں۔ان منافعوں کو کمپنیوں، سرمایہ کاروں اور بحیثیت مجموعی سماج کے نقط ؟ نظر سے سمجھنا ہے۔

(a) کمپنیوں کو ہونے والے فائدے

i. جن کمپنیوں کو اسٹاک ایکسچینج کی فہرست میں شامل کر لیا گیا ہے، ان کو قابل بھروسہ مانا جاتا ہے۔ان کو رقومات قرض کے طور پر دی جاسکتی ہیں اور وہ دوسری کمپنیوں کے مقابلے زیادہ معتبر سمجھی جاتی ہیں۔ان کے بارے میں یہ یقین ہو جاتا ہے کہ ان کی ماحالت اچھی ہے اور وہ قابل بھروسہ کمپنیاں ہیں۔

ii. ان کی سیکیورٹیز کا مارکیٹ پھیلا ہوا ہوتا ہے اور دنیا بھر میں سرمایہ کاری کرنے والے ایسی سیکورٹیز کے حوالے سے باخبر ہو جاتے ہیں۔اس طرح سے وہ اپنا سرمایہ لگانے کے لیے ایک قابل بھروسہ نظام سے جڑ جاتے ہیں۔

iii. بھروسہ اور خیر سگالی کے بڑھ جانے کے سبب ایسی کمپنیوں کی طرف لوگوں کا رجحان بڑھ جاتا ہے اور اس لیے ان کی سیکیورٹیز کی قیمت بڑھ جاتی ہے اور ان کی سودے بازی کی صلاحیت بھی بڑھ جاتی ہے اور مشترکہ طور پر چلائی جانے والی کمپنیوں میں ان کی سودے بازی کی قوت بڑھ جاتی ہے۔

iv. کمپنیوں کو حصص کے اجرا وغیرہ کے سلسلے میں قیمتوں کے تعین اور ان کے سائز کے لیے فیصلہ لینے میں آسانی رہتی ہے۔

(b) سرمایہ کاروں کے فائدے

1. سرمایہ کاری کرنے والوں کو کفالتوں (سیکیورٹیز) حصص وغیرہ کی خرید و فروخت کے حوالے سے آسانی رہتی ہے۔ یہ کام وہ اپنی مرضی سے مناسب وقت پر کرنے کی پوزیشن میں آجاتے ہیں۔
2. اسٹاک ایکسچینج میں لین دین کی آسانی اور معتبریت کے باعث سرمایہ کاری کرنے والوں کو کسی قسم کا تردد نہیں ہوتا اور نا ہی ان کی ادائیگی اور حوالگی کے مسائل پیش آتے ہیں۔
3. اسٹاک ایکسچینج میں جن سیکیورٹیز کا کاروبار ہوتا ہے، وہ یقینی اور محفوظ طریقے پر ہوتا ہے اور ان کو سیکیورٹیز کی قیمتوں کے بارے میں باقاعدگی سے خبر ملتی رہتی ہے۔ اس وجہ سے سرمایہ کار یہ طے کر سکتے ہیں کہ وہ ان سیکورٹیز کو کب خرید میں اور کب فروخت کریں۔
4. اسٹاک ایکھینچ میں جن سیکیورٹیز کا لین دین ہوتا ہے، ان کی بنیاد پر بینکوں سے قرض لینا آسان ہو جاتا ہے کیونکہ بینک جائیداد وغیرہ کو بطور ضمانت رکھ کر اس پر قرض دینا پسند کرتے ہیں۔ جائداد فروخت کر کے ایسی رقومات وصول کی جاسکتی ہیں جو قرض لینے والا ادا کرنے سے قاصر ہوتا ہے اور اس کی فروخت کے تعلق سے اس کی قیمت کا بآسانی اندازہ لگایا جاسکتا ہے۔

(c) سماج کو ہونے والے فائدے

1. سرمایہ کاری سے ملنے والے دلکش منافعوں اور اس کے ساتھ اس سہولت کی موجودگی میں کہ ان کے حصص، کفالتیں فروخت کی جاسکتی ہیں، لوگوں کو اس بات کی ترغیب ملتی ہے کہ وہ اپنی رقومات بچائیں اور ان کو طویل المدتی سیکیورٹیز میں لگائیں۔ اس سے ملک میں سرمایہ بندی (پونجی تشکیل) کا عمل فروغ پاتا ہے۔
2. اسٹاک ایکھینچ میں سیکیورٹیز کی خرید و فروخت کا عمل آسان ہونے کی وجہ سے نئے حصص کے اجرا کی حوصلہ افزائی ہوتی ہے اور اس طرح سے صنعتی کاروبار پھیلتا ہے اور آگے بڑھتا ہے۔ اس کے نتیجے میں صنعتی ترقی کی شرح میں اضافہ ہوتا ہے۔
3. اسٹاک ایکسچینج مالی وسائل کی حصولی کے عمل کو آسان بناتا ہے اور ان وسائل کو زیادہ نفع بخش کاموں کے لیے استعمال کیا جاسکتا ہے۔ اس طرح کے کاموں میں سرمایہ کاروں کو سرمایہ کاری بڑھانے کی ترغیب ملتی ہے۔
4. اسٹاک ایکسچینج میں سرگرمیوں کی گہما گہمی سے شیئرز کی قیمتوں کے اتار چڑھاؤ کا علم ہوتا رہتا ہے اور اس سے اس بات کا اندازہ لگایا جاسکتا ہے کہ ملک میں اقتصادی شرح ترقی کیا ہے۔
5. اسٹاک ایکسچینج میں سرکاری سیکیورٹیز کا بھی لین دین ہوتا ہے، اس لیے سرکار سے قرضوں کی وصولی کا عمل آسان ہو جاتا ہے۔

سرکار، بجلی بورڈ، میونسپل کارپوریشنز اور پبلک سیکٹر کے ادارے جو بانڈز جاری کرتے ہیں، وہ کامیاب رہتے ہیں اور ان کی مانگ بڑھی ہوئی رہتی ہے۔

13.7.3 اسٹاک ایکسچینج کے حدود

کسی بھی دوسرے ادارے کی طرح یہ بات اسٹاک ایکھینج کے لیے بھی درست ہے کہ اس کے بھی حدود ہیں۔ اسٹاک ایکسچینج کے حوالے سے ایک کمی یہ کہی جاسکتی ہے کہ اس میں قیاس آرائی یا سستے بازاری کا انحصار زیادہ ہے کیوں کہ قیمتوں کے گھٹنے بڑھنے کے تعلق سے قیاس آرائیاں بہت ہوتی ہیں۔ اس کی وجہ سے سیکیورٹیز کی خرید و فروخت سے مختلف اوقات میں قیمتوں کے اتار چڑھاؤ سے ایک حد تک ہی فائدہ اٹھایا جاسکتا ہے۔ قیمتوں میں کمی و بیشی کا اندازہ لگانے والے اکثر اندازے کی غلطی سے پوری رقم وصول نہیں کر پاتے۔ ان کا لین دین صرف قیمتوں کے فرق کو جانچنے پر ہی منحصر رہتا ہے۔ بالعموم اس طرح کی سٹہ بازی کو ایک صحت مند طریقہ خیال کر لیا گیا ہے اور یہ اسٹاک ایکسچینج کی سرگرمیوں کا کلیدی نکتہ بن گیا ہے۔ اس پر حد سے زیادہ زور دینا قیمتوں میں اتار چڑھاؤ کا سبب بن جاتا ہے اور اس سے بہت سی معفر اور خراب رسمیں جنم لے رہی ہیں، نیز مخصوص مفادات کے تحت اس کو بڑھاوا دیا جارہا ہے۔ اس عمل میں ایماندار اور قص سرمایہ کار نقصان اٹھاتے ہیں اور وہ بازار سے باہر نکل کر خود کو اس سے الگ تھلگ کر لیتے ہیں۔

اسٹاک ایکسچینج کے کاروبار کی ایک اور کمی یہ ہے کہ سیکیورٹیز کی قیمتیں غیر یقینی سیاسی، سماجی اور اقتصادی حالات میں گھٹتی اور بڑھتی رہتی ہیں۔ اپنے اپنے مفادات کے تحت مختلف فریق طرح طرح کی افواہیں اڑا دیتے ہیں اور ان کی وجہ سے قیمتوں میں اتار چڑھاؤ آجاتا ہے۔ ان حالات میں مستقبل کے حساب سے قیمتوں کا اندازہ کرنا مشکل ہوجاتا ہے اور سیکیورٹیز میں سرمایہ کاری کے لیے مناسب حکمت عملی کا اپنانا دشوار ہوجاتا ہے۔ البتہ آج کل اسٹاک ایکھینج کے کاموں پر گہری نظر رکھی جاتی ہے اور SEBI (سیبی) کی نگرانی میں یہ کام کرتے ہیں جو ان کی کارکردگی کو صحت مند بنانے کی تدابیر اختیار کرتا ہے۔ اس کے بارے میں آگے چل کر مزید معلومات دی جائیں گی۔

13.8 اسٹاک ایکسچینج میں سٹہ بازی

اسٹاک ایکسچینج میں سیکیورٹیز کی خریدار اور ان کو فروخت کرنے والے دو طرح کے کام کرتے ہیں۔ ایک تو سٹہ بازی کے طرز پر یعنی کثیر منافعوں کی امید بندھا کر سرمایہ کاروں کو متوجہ کرنا، دوسرے ان کی کوشش سرمایہ کاروں کو اپنی طرف رغبت دلانے کی جانب زیادہ ہوتی ہے۔ وہ لوگ جو اپنی آمدنی کو باقاعدہ صورت میں حاصل کرنے کے لیے سیکیورٹیز خریدتے ہیں اور اس طرح سرمایہ لگا کر مستقل آمدنی چاہتے ہیں، ایسے لوگ طویل المدتی سرمایہ کاری سے نفع حاصل کرنے کی کوشش کرتے ہیں۔ وہ سیکیورٹیز کو خریدتے ہیں اور قیمت پوری پوری وصول کرتے ہیں۔ ایسے کاروبار کو سرمایہ کاری والا لین دین کہتے ہیں۔

لیکن اکثر سیکیورٹیز اس مقصد سے خریدی جاتی ہیں کہ ان کو مستقبل میں زیادہ قیمت پر فروخت کیا جائے گا یا سیکیورٹیز کو فی الوقت اس امید کے ساتھ فروخت کر دیا جاتا ہے کہ مستقبل میں جب ان کی قیمت کم ہوگی تو ان کو دوبارہ خرید لیں گے تو اسے وعدہ بازاری یا سٹہ

بازاری کہتے ہیں۔

اس طرح کے کاروبار کا اصل مقصد یہ ہوتا ہے کہ قیمتوں میں اتار چڑھاؤ کا فائدہ اٹھایا جائے اور وقتاً فوقتاً گفتی بڑھتی قیمتوں سے نفع کمالیا جائے۔ اسٹاک ایکسچینج اس طرح کے لین دین کو بھی بڑھاوا دیتا ہے کہ قیمتوں میں اتار چڑھاؤ کے ساتھ ساتھ وہ سیکیورٹیز کو حاصل کرلے اور ان کو فروخت کردے۔ مثال کے طور پر رقمی نے موزر پیئر لمیٹڈ نامی کمپنی کے 200 حصص خریدے اور فی حصہ (شیئر) 210 روپے کے حساب سے لیا اور ان کو 235 روپے فی شیئر کے حساب سے فروخت کردیا۔ اس نے شیئرز کو نہ تو لیا اور نہ ہی ان کو کسی اور کو سونپا بلکہ صرف قیمتوں کے فرق کے حساب سے پانچ ہزار روپے دلالی یا کمیشن کی رقم حاصل کرلی۔ ایک اور مثال ہے کہ موہت نے سیشائی پیپرز لمیٹڈ نامی کمپنی کے 200 شیئرز خریدے۔ یہ شیئرز بحساب 87 روپے فی شیئر خریدے گئے اور ان کو 69 روپے فی شیئر کے حساب سے فروخت کردیا گیا۔ وہ اس لین دین میں ان دونوں قیمتوں کے فرق یعنی 3600 روپے بمع دلالی یا کمیشن کی رقم ادا کرکے یہ معاملہ نمٹا دیتا ہے۔ البتہ دور حاضر میں اسٹاک ایکسچینج کے نظام کے تحت لین دین کا تصفیہ اتار چڑھاؤ کے عمل کے ساتھ انجام پاتا ہے مگر ایسی سہولت صرف ایسے کاروبار اور لین دین کے لیے ہوتی ہے جو ایک ہی دن میں نبٹالی جاتی ہے، اس معاملہ کو آگے کے لیے اٹھا کر نہیں رکھا جاتا۔

اتار چڑھاؤ کے ساتھ انجام پانے والا لین دین سابق ن میں سٹاک ایکسچینج کی تجارت آمنے سامنے ہوا کرتی تھی۔ اس کا مخصوص اور اصطلاحی نام پیٹ ٹریڈنگ ہے یعنی تجارت کا تبادلہ گاہی نظام۔ اس میں کمپیوٹر کا استعمال نہیں ہوتا تھا اور ترقی یافتہ کمپیوٹر سافٹ ویئر کا استعمال بھی اس میں نہیں ہوتا۔ یہ تو آج کے دور کا نظام ہے۔ ان دنوں میں لین دین انجام پانے کا دوسرا ہی طریقہ تھا مثلاً یہ کہ شیئرز کی دستاویزات کی حوالگی یا شیئرز سرٹیفکیٹ کا اجرا۔ شیئرز فروخت کرنے والا ان دستاویزات کو خریدار کے حوالے کردیتا تھا اور خریدار سے ان کی قیمت وصول کرلیتا تھا۔ یہ کام اسٹاک ایکسچینج میں ہفتے کے کسی بھی مقررہ دن پر انجام پاتا تھا۔ مثال کے طور پر ہفتہ کے روز یا بدھ کے روز۔ اس لین دین میں شیئرز کی خریداری اور فروخت کے حوالے سے یہ نہ سوچا جاتا تھا کہ اسے کسی دن خریدا یا کسی دن فروخت کیا گیا ہے۔ اس کو فکسڈ سیٹلمنٹ یعنی حتمی تصفیہ نظام کہتے تھے۔

آج الیکٹرانک اور کمپیوٹر کا زمانہ ہے۔ شیئرز کا لین دین اور اس کا ریکارڈ کمپیوٹر میں محفوظ کرلیا جاتا ہے۔ اس طرح سے اسٹاک ایکسچینج اس نظام کو گشتی چکائی کے نظام کے نام سے پکارتے ہیں۔ اس سے مراد یہ ہے کہ لین دین کے مقرر کردہ دنوں کے بعد ہی یہ لین دین ہوتا ہے اور اس کے لیے اب ہفتہ کے دوران کوئی دن متعین نہیں ہوتا۔ مثال کے طور پر اسٹاک ایکسچینج گشتی نظام کے تحت T" + 2 دنوں میں ادائیگی سے دلچسپی رکھتا ہے تو لین دین کے وقوع پذیر ہونے کے بعد کسی بھی دو کام کے دنوں میں یہ انجام پاسکتا ہے۔" سے مراد یہ ہے کہ لین دین کا دن۔ اگر گشتی نظام کے تحت T7 کی میعاد رکھی گئی ہے تو لین دین کے بعد ساتویں دن رقم کا بھگتان ہوسکتا ہے۔ شیئرز کا کمپیوٹری نظام سے تبادلہ کردیا جاتا ہے، اس طرح سے حسابات رکھنے ڈیمیٹیر لائزڈ اکاؤنٹ (Dematerialised Account) یا مختصراً ڈی میٹ اکاؤنٹ کہا جاتا ہے۔ اس سے مراد یہ ہے کہ شیئر کسی دستاویز کی مادی شکل میں نہ ہوکر صرف کمپیوٹر میں محفوظ رہتا ہے اور اس کے نام سے ہوتا ہے جس کو یہ شیئر دیا گیا ہے۔ کمپیوٹری نظام کے تحت رقومات کا ادل بدل مختلف ناموں سے بشرط ضرورت اور بوقت ضرورت کیا جاتا رہتا ہے۔ چیک سے رقومات آنے پر بھی یہ حسابات کمپیوٹر میں محفوظ کرلیے جاتے ہیں۔

اگر چہ وعدہ بازاری اور سرمایہ کاری کئی لحاظ سے ایک دوسرے سے مختلف ہیں لیکن عملی طور پر یہ بتانا مشکل ہے کہ اصل سرمایہ کار کون ہے اور کون وہ ہے جو محض وعدہ بازاری سے کام لے رہا ہے۔ کبھی کبھی وہ شخص جس نے شیئرز خرید لئے ہیں اور لمبے عرصے کے لیے سرمایہ کاری کر دی ہے، ان حصص (شیئرز) کو یکا یک فروخت کر دینے کا ارادہ کر لیتا ہے۔ یہ ایسی حالت میں ہوتا ہے کہ بازار میں یکا یک شیئرز کی قیمت بڑھ گئی تو فائدہ اٹھانے کے لیے وہ ان کو فروخت کر دے گا یا اگر اس بات کا ڈر پیدا ہو گیا کہ بازار میں حصص کی قیمت گرنے والی ہے تو بھی وہ ان کو فروخت کر دے گا۔ لیکن اس شخص کو ہم سٹہ بازی یا وعدہ بازاری میں ملوث ایک تاجر نہیں مان سکتے کیونکہ اس کا بنیادی مقصد سرمایہ کاری کرنا ہے، البتہ اگر کسی شخص کا بنیادی مقصد قیمتوں کے اتار چڑھاؤ سے فائدہ ہی اٹھانا ہے تو وہ سرمایہ کار نہ کہلائے گا بلکہ وہ صرف وعدہ بازاری سے جڑا ہوا ایک شخص ہوگا۔ اقتصادی اصولوں کی روشنی میں یہ کاروبار اس وقت وعدہ بازاری کے تحت آتا ہے جب اسے قیمتوں میں ہونے والے فرق کی بنیاد پر قیمت مل جاتی ہے یا اس فرق کی وجہ سے جو کمی یا بیشی ہوتی ہے، وہ رقم اسے ادا کرنی ہوتی ہے اور ان میں سیکیورٹیز کی حوالگی سے نہیں گزرنا پڑتا۔ ایک طرح سے اس سلسلے میں سرمایہ کار کے ارادے اور منشا کو سمجھنا بہت دشوار ہے۔

کچھ لوگ وعدہ بازاری کو قمار بازی سے ہی تعبیر کرتے ہیں اور اسے ایک سماجی برائی مانتے ہیں لیکن ایسا سوچنا غلط ہے کیونکہ کہ وعدہ بازاری کا تعلق دور اندیشی سے ہے اور اس لین دین کو کڑی مشقت والا کاروبار کہا جا سکتا ہے جبکہ سٹہ ایک بے سوچی سمجھی دور اندیشی سے دور ایک سرگرمی ہے اور اسٹاک ایکسچینج کی کامیابی کے لیے ایک ضروری امر ہے۔ البتہ جوا کھیلنا فی الواقعی قابل سزا ہے اور بے سوچے سمجھے مستقبل کے بارے میں قیاس آرائی بھی فی الواقعی جوا ہے اور اس سے بچنا ضروری ہے۔

13.9 ہندوستان میں اسٹاک ایکسچینج

ہندوستان میں ممبئی میں پہلا منظّم پیمانے کا اسٹاک ایکسچینج شروع کیا گیا۔ اسے ممبئی اسٹاک ایکسچینج (بی ایس ای) کا نام دیا گیا۔ اس کے بعد 1894 میں احمد آباد میں اسٹاک ایکسچینج شروع کیا گیا اور پھر 1908 میں کولکاتہ میں سٹاک ایکسچینج قائم کیا گیا۔ 1939 تک ہندوستان میں کل 7 اسٹاک ایکسچینج قائم کر دیے گئے اور 1945 میں ان کی تعداد بڑھ کر 21 تک پہنچ گئی۔ دوسری جنگ عظیم میں کثیر منافعوں کی امید میں شیئر بازاری کو فروغ ملا۔ ملک میں متعدد غیر منظّم اسٹاک ایکسچینج بھی کام کر رہے تھے۔ یہ باقاعدہ طور پر قائم نہیں کئے گئے تھے۔ ان کو ہنڈیوں کی فروخت کا بازار کہا گیا۔ 1956 میں سیکیورٹیز کے ٹھیکوں کے ضابطوں سے متعلق قانون پاس کیا گیا۔ اس قانون کی رو سے ہندوستان میں اسٹاک ایکسچینجوں کے ضابطوں کو مرتب کیا گیا۔ اس وقت ہندوستان میں 23 شاک ایکسچینج ہیں۔ ان میں نیشنل سٹاک ایکسچینج (این ایس ای) کا نام سب سے نمایاں ہے۔ یہ ممبئی میں قائم ہے۔ ہندوستان کے اہم مالیاتی اداروں نے اسے آگے بڑا بڑھایا ہے۔ 1992 میں اسے قانونی حیثیت سے تشکیل دیا گیا۔ اس نے 1994 میں اپنا کام شروع کیا۔ اس کا نظام کارپوریٹ یعنی منظّم طور پر مرتب کیا گیا۔ اس کا لین دین پورے ملک میں ہے اور ہر کام کمپیوٹری نظام کے تحت خود کار ادارے کی شکل میں انجام پاتا ہے۔

ایک اوراسٹاک ایکسچینج اوور دی کاونٹر ایکسچینج آف انڈیا(OTCEI) India of)[(ExchangeCounterTheOver کے نام سے ہے۔ یوٹی آئی، آئی سی آئی سی آئی، آئی ڈی بی آئی جیسے بینکوں اور مالیاتی اداروں نے اسے آگے بڑھایا ہے۔ اسے آئی ایف سی آئی، ایل آئی سی وغیرہ نے بھی تعاون دیا۔ ستمبر 1992 میں اس نے بطور خاص اپنے کاروبار کو آگے بڑھایا اور چھوٹے نیز متوسط درجے کی کمپنیوں کا کاروبار تیزی سے آگے بڑھ سکا۔ ان کا ایکوئی سرمایہ 30 لاکھ روپے سے بھی آگے بڑھا اور 25 کروڑ روپے سے کچھ ہی کم رہا۔ یہ نظام نئے صنعتکاروں کو اپنے نئے نئے پراجیکٹ چلانے کے لیے سرمایہ فراہم کراتا ہے اور رعایتی شرح پر یہ رقومات فراہم کرادی جاتی ہیں۔ اس کی خدمات سے کمپیوٹری نظام کی مدد سے پورے ملک کے لوگ مستفید ہو سکتے ہیں۔ ملک کے 20 اہم شہروں میں اس کے 20 نمائندہ دفاتر ہیں۔ اس اسٹاک ایکھینج میں ان کمپنیوں کی سیکیورٹیز کا لین دین ہو جاتا ہے جو خالصتاً OTCEI کی فہرست میں درج ہیں۔ مزید برآں ہندوستان کے دیگر اسٹاک ایکسچینجوں میں درج فہرست تمسکات اور شیئرز نیز یوٹی آئی کی یونٹوں اور دیگر میوچول فنڈوں کا لین دین بھی OTCEI میں جائز سیکیورٹیز کی شکل میں ہوتا ہے۔ یہ وہ اشاک ای چینج ہے جس کا لین دین اب اگر گھٹ گیا ہے اور اس کی کو دور کرنے کے اقدامات کیے جارہے ہیں۔ درحقیقت فی الحال صورت حال یہ ہے کہ بی ایس ای اور این ایس ای نامی دو اسٹاک ایچ ایسے ہیں جن کا کاروبار اور جن کا نام پورے ملک میں پھیلا ہوا ہے اور یہی وہ اسٹاک ایکسچینج ہیں جو ملک بھر میں سیکیورٹیز کا زیادہ تر کاروبار سنبھالے ہوئے ہیں۔

13.10 اسٹاک ایکسچینج کے قواعد وضوابط

جیسا کہ اوپر کہا جاچکا ہے کہ ایسا نہیں کہ اسٹاک ایکسچینج کا سب کام ٹھیک ہی ہو، اس سلسلے میں کچھ خامیاں بھی ہیں۔ ان کی سرگرمیوں پر انتہائی سخت نگرانی چاہیے تاکہ اس سلسلے کے کاروبار میں تحفظ کا پہلو نظروں سے اوجھل نہ ہونے پائے۔ اس کے لیے 1956 میں ہی سکیورٹیز کنٹریکٹس (ریگولیشنز) ایکٹ پاس کر دیا گیا تھا۔ اس کی مدد سے مرکزی حکومت نے اسٹاک ایکسچینجوں کو سرکاری سطح پر تسلیم کر لیا تھا۔ چنانچہ ہر اسٹاک ایکھینج اس کی مدد سے ایسے مناسب قوانین وضع کرنے کا پابند ہے جن کی رو سے ان کے کاموں کی نگہداشت ہو سکے اور اس کے لیے مرکزی حکومت سے منظوری لی جاسکے۔ چنانچہ بھی اسٹاک ایکسچینجوں کے لیے ضروری ہے کہ وہ اپنے امور کے حوالے سے وقتاً فوقتاً حکومت کو مطلع کرتے رہیں۔ حکومت کو سیکیورٹیز کے اندراج اور ان کی فہرستوں کی ترتیب وتشکیل کے حوالے سے وسیع اختیارات حاصل ہیں۔ ان قوانین میں ترمیم بھی ہوسکتی ہے، ان کی منظوری رد کی جاسکتی ہے اور انتہائی نامساعد حالات میں سٹاک ایکسچینجوں کے نظم ونسق اور نگرانی کرنے والی کمیٹیوں کو ایک طرف بھی کیا جاسکتا ہے۔ ایکٹ کی رو سے سرکار نے سیکیورٹیز ریگولیشنز (رواز) 1957 میں نافذ کر دیے تھے جن میں منجملہ دیگر امور کے ایسا طریقہ کار واضح کر دیا گیا ہے۔ جس کی روشنی میں ان کو تسلیم کیا جاسکے اور سرکاری سطح پر منظوری دی جاسکے، چنانچہ اس کی روشنی میں ان کو تھوڑے تھوڑے وقفے سے گوشوارہ داخل کرنا ہوتا ہے اور سالانہ گوشوارہ بھی داخل کرنا ہوتا ہے۔ منظور شدہ اسٹاک ایکس چھینجوں کے لیے ایسا کرنا ضروری ہے۔ ان کے امور کی جانچ پڑتال ہوتی ہے، ان کے ارکان کی جانچ ہوتی ہے اور سیکورٹیز کے اندراجات اور فہرستوں کی ترتیب وتشکیل کے لیے جانچ پرکھ کی جاتی ہے۔

13.11 سیبی (SEBI) کا رول

جون 1991 میں اقتصادی اصلاحات کا عمل شروع ہوا چنانچہ حکومت ہند نے سرمایہ بازار کی اصلاحات کے لیے متعدد اقدامات شروع کیے۔ مثلاً یہ کہ کنٹرولر آف کیپیٹل اشوز (سی سی آئی) کا دفتر ختم کر دیا گیا اور سکیورٹیز ایکسچینج بورڈ آف انڈیا (سیبی) کو سرکاری سطح پر تسلیم کر لیا گیا۔ اس کے درج ذیل امور کو سرکاری منظوری دیدی گئی۔

(a) سیکیورٹیز کے حوالے سے سرمایہ کاروں کی رقومات کا تحفظ

(b) سیکیورٹیز کے بازار کے فروغ کو تقویت دینا

(c) سیکیورٹیز کے بازار کو باضابطہ رکھنا

(d) اس سلسلے کے دیگر امور یا اس سلسلے سے جڑے ہوئے کچھ اور امور درپیش ہوں تو ان کو حل کرنا سیبی کو سرمایہ بازار سے متعلق مختلف پہلوؤں کے حوالے سے ضروری اختیارات سے لیس کر دیا گیا ہے جیسا کہ

i. اسٹاک ایکسچینجوں کے کاروبار کو باضابطہ بنانا

ii. دیگر سیکورٹیز کے بازار کو منضبط کرنا

iii. میوچول فنڈوں اور ان کے درمیان کے اس سلسلے کے اداروں کو رجسٹر کرنا اور ان سے باضابطہ کام کرنا

iv. سرمایہ کاروں کو سرمایہ کاری کے حوالے سے ضروری معلومات بہم پہنچانا اور اس سلسلے کے درمیانی اداروں کو اس کام کی تربیت دینا

v. تجارت کے غیر پسندیدہ طریقوں کی روک تھام

vi. شیئرز کی وافر تعداد میں حصولی کو منضبط کرتا اور کمپنیوں کا نظم ونسق سنبھالنا

vii. ضروری اطلاعات فراہم کرنا، معائنہ کرنا، تحقیقات اور تفتیش کرنا، اسٹاک ایکسچینجوں کا آڈٹ کرانا، درمیانی اداروں کا آڈٹ کرانا اور اسٹاک مارکیٹ میں ایسی تنظیمیں تشکیل دینا جو اس تمام کارروائی کو از خود منضبط کرا سکیں۔

viii. کیپیٹل اشوز (کنٹرول) ایکٹ 1947 کے تحت درکار ضروری اقدامات اور کارروائیوں کو انجام دینا۔ تحقیقات اور تفتیش کے ساتھ ساتھ سیکیوریٹر کنٹریکٹس (Regulations) ایکٹ 1956 کے تحت ضروری امور انجام دینا۔ مرکزی سرکار اس سلسلے میں جو بھی اختیارات تفویض کرے گی ان کی روشنی میں اس کام کو آگے بڑھایا جائے گا۔

سرمایہ کاروں کے مفادات کے تحفظ کی اپنی کوششوں کے ایک حصے کے طور پر، SEBI نے بنیادی بازار میں بہت سی اصلاحات کا آغاز کیا ہے، جن میں شامل ہیں:

1. عوامی پیشکش کے دستاویزات میں انکشاف کے بہتر معیارات

2. محتاط قواعد کا تعارف اور جاری کرنے کے طریقہ کار کو آسان بنانا۔

3. کمپنیاں اب عوامی پیشکش کرتے وقت اپنے منصوبوں سے وابستہ تمام حقائق مواد اور خطرے کے عوامل کو ظاہر کرنے کی پابند ہیں۔ جاری کرنے کے تمام دستاویزات کا سیبی کے ذریعے جائزہ لیا جانا چاہیے تا کہ یہ یقینی بنایا جا سکے کہ انکشافات نہ صرف کافی ہیں بلکہ مستند اور درست بھی ہیں۔

4. سیبی نے منصفانہ اور سچے انکشافات کی ضمانت کے لیے عوامی نشریات کے لیے ایک تشہیری ضابطہ بھی متعارف کرایا ہے۔

5. انویسٹمنٹ بینکوں اور یوٹی آئی سمیت تمام میوچل فنڈز کو سیبی کے ریگولیٹری فریم ورک میں شامل کیا گیا ہے۔ ایک ضابطہ اخلاق جاری کیا گیا ہے جو قیمتوں کے تعین اور اخراج کے پریمیم کے حوالے سے سرمایہ کاروں کے تئیں اعلی درجے کی ذمہ داری کی وضاحت کرتا ہے۔

6. اخراج کی لاگت کو کم کرنے کے لیے، اخراج کی سبسکرپشن کو اس شرط پر اختیاری بنایا گیا ہے کہ اخراج کو زیادہ سبسکرائب نہ کیا جائے۔ اس صورت میں جب جاری کردہ رقم سے کم سبسکرائب کیا جاتا ہے 90% عوام کو پیش کردہ رقم کا, پوری رقم سرمایہ کاروں کو واپس کر دیا جائے گا.

7. موجودہ مارکیٹ کی قیمتوں سے متعلق نہیں قیمتوں کے پروموٹروں کو حصص کی ترجیحی تقسیم کا عمل روک دیا گیا ہے اور نجی تعیناتی زیادہ پابند ہو گئی ہے۔

8. تمام بنیادی اخراج کو اب ڈپازٹ موڈ کے ذریعے حاصل کیا جانا چاہیے۔ ابتدائی عوامی پیشکش (او پی آئی) ایک کتاب کی تعمیر کا انتخاب کر سکتے ہیں، جس کے لیے قیمتوں کی حد اور ایشو کے سائز کا انکشاف کرنا ضروری ہے۔ غیر مادی حصص والی کمپنیاں جب چاہیں برائے نام قیمت میں تبدیلی کر سکتی ہیں۔ SEBI کتاب سازی کو ایک ایسے عمل کے طور پر بیان کرتا ہے جس کے ذریعے ایک کارپوریٹ ادارے کی طرف سے جاری کی جانے والی مجوزہ اقدار کی مانگ کو بڑھایا اور تعمیر کیا جاتا ہے، اور ان اقدار کی قیمت کا اندازہ ان اقدار کی مقدار کا تعین کرنے کے لیے کیا جاتا ہے جو نوٹس، سرکلری، اعلان، دستاویز یا پیشکش کے دستاویز کی معلومات کی یادداشت کے ذریعے خارج ہوں گی۔

جہاں تک ثانوی بازار میں اقدامات کا تعلق ہے، یہ بات قابل ذکر ہے کہ سیکیورٹیز کنٹریکٹس (ریگولیشن) کے قانون کے تحت سیکیورٹیز ایکسچینج کو ریگولیٹ کرنے کے تمام قانونی اختیارات اب 1995 میں اقدار میں ترمیم سے متعلق ایکٹ کی منظوری کے ذریعے SEBI کو دیے گئے ہیں۔ ثانوی بازار میں اقدامات یہ ہیں:

1. سیبی نے سیکیورٹیز مارکیٹ میں بچولیوں کی سرگرمیوں کو منظّم کرنے کے لیے قواعد اور ضابطہ اخلاق کو باضابطہ طور پر مطلع کیا ہے اور اس کے بعد سیکیورٹی مارکیٹ میں رجسٹریشن اور سیبی میں اندراج کو لازمی قرار دیا ہے۔

2. اس نے عوام کے مزید نمائندوں کو شامل کرنے کے لیے اسٹاک ایکسچینج کے گورننگ باڈیز کی تشکیل کے لیے رہنما خطوط جاری کیے ہیں۔

3. اسٹاک ایکسچینج میں کارپوریٹ رکنیت بھی متعارف کرائی گئی ہے۔
4. اسٹاک مارکیٹوں کی سلامتی کے تحفظ اور تحفظ کے لیے مراعات یافتہ معلومات کے استعمال سے متعلق ضوابط کو مطلع کیا ہے اور انضمام اور حصول کے لیے رہنما خطوط جاری کیے ہیں۔
5. سیبی نے ہندوستانی اسٹاک ایکسچینج کے روایتی تجارتی نظام کا مسلسل جائزہ لیا ہے اور طریقہ کار کو آسان بنانے، لین دین میں شفافیت اور اس کی لاگت کو کم کرنے کی کوشش کی ہے۔
6. مارکیٹ میں ضرورت سے زیادہ قیاس آرائیوں اور اتار چڑھاؤ کو روکنے کے لیے، اس نے خراب نظام کو ختم کر دیا ہے اور مسلسل لیکویڈیشن اور مشتقات میں تجارت متعارف کرائی ہے۔
7. تمام اسٹاک ایکسچینج کو مشورہ دیا گیا ہے کہ وہ ایک معاوضہ کارپوریشن/لیکویڈیشن گارنٹی فنڈ قائم کریں تاکہ بروقت لیکویڈیشن کی ضمانت دی جا سکے۔
8. سیبی وقتاً فوقتاً ملک بھر میں سرمایہ کاروں کی تعلیم کے لیے سیکیورٹیز مارکیٹ میں بچولیوں اور کانفرنسوں کے لیے تربیتی پروگراموں کا اہتمام کرتا ہے۔

13.12 نیشنل اسٹاک ایکسچینج آف انڈیا (NSEI)

نیشنل اسٹاک ایکسچینج آف انڈیا (NSEI) کو 1992 میں تسلیم کیا گیا تھا اور اس نے 1994 میں کام کرنا شروع کر دیا تھا۔ NSEI میں سیکیورٹیوں کی تجارت کمپیوٹروں کے نیٹ ورک کے ذریعہ واقع ہونے لگی۔ NSEI مختلف قسم کی سیکیورٹیوں کے لیے قومی پیمانے پر شفاف بازار فراہم کرتا ہے۔

NSEI کے مقاصد

1. سبھی طرح کی سیکیورٹیوں کے قومی پیمانے کے شفاف بازار فراہم کرنا۔
2. ایک موزوں مواصلاتی (ترسیل) نیٹ ورک کے ذریعہ پورے ملک کے سرمایہ کاروں تک رسائی کو یقینی بنانا۔
3. الکٹرانک تجارتی نظاموں کے استعمال کو مؤثر سیکیورٹیاں فراہم کرنا۔
4. مختصر تصفیہ گردش اور بہی میں اندراج تصفیے نظام کو دستیاب بنانا
5. بین الاقوامی معیارات کو پورا کرنا۔

13.12.1 اسٹاک ایکسچینج (دارالمبادلہ) کا تجارتی طریقہ عمل

آج کل سیکیورٹیز کو تجارت اسٹاک ایچ سے دلال کے دفتر (بروکرز آفس) میں منتقل ہوگئی ہے۔ سیکیورٹیز ان دلالوں (جو اسٹاک ایکسچینج کے رکن ہوتے ہیں) کی مدد سے خریدی اور فروخت کی جاتی دے۔

یہ سیکیورٹیوں کے خریدار اور فروخت کاروں کے درمیان بچولیوں کے طور پر کام کرتے ہیں۔ کمپنیاں اسٹاک ایکسچینج کے ذریعہ

تجارت کے مقصد سے اسٹاک ایکچینج میں درج فہرست اپنی سیکیورٹیز کو حاصل کرتی ہیں۔تجارتی طریقہ عمل میں درج ذیل اقدامات شامل ہیں:

1. دلال کا انتخاب: اولا سرمایہ کار دلال کا انتخاب کرتا ہے جس کے ذریعہ وہ سیکیورٹیوں کو خریدے گا یا فروخت کرے گا۔

2. آرڈر پیش کرنا: دلال کے انتخاب کے بعد سرمایہ کار آرڈر پیش کرتا ہے جس میں کمپنی کا نام، خرید یا فروخت کیے جانے والے حصص (شیئر) کی تعداد، قیمت جس پر لین دین کیا جاتا ہوتا ہے، بیان ہوتا ہے۔

3. دلال کے ذریعہ تجارت: اگر کسی خریدار/فروخت کنندہ کے کمپیوٹر میں ان کی مطلوبہ قیمت بتائی جاتی ہے تو دلال معاملہ کرتا ہے۔ اسٹاک ایکھینچ میں لین دین نقد بنیاد پر یا بدلہ (اگلی ادائیگی تک رکھنے) کی بنیاد پر ہوتا ہے۔

4. سرمایہ کار کو معلومات: دلال سرمایہ کار کو معاملے کے بارے میں باخبر کرتا ہے۔خریدار ادائیگی کا بندوبست کرتا ہے۔

5. تصفیہ: الیکٹرانک بک انٹری کے واسطے کلیئرنگ ہاؤس کے ذریعہ بھی لین دین کا تصفیہ کیا جاتا ہے۔

13.13 ڈپازٹری خدمات

ڈپازٹری ایکٹ 1996 کے ذریعہ ہندوستان میں ڈپازٹری خدماتی نظام کی شروعات کی گئی۔ڈپازٹری نظام کے تحت غیر مادی بنانے کے عمل کے ذریعہ مادی سیکیورٹیوں کو الیکٹرانک شکل میں بدلا جاتا ہے۔ڈپازٹری نظام کے اجزائے ترکیبی ہیں:

1. ڈپازٹری (جمع کے تحویل دار)
2. ڈپازٹری شرکاء (DP)
3. جاری کنندہ کمپنی
3. سرمایہ کار

ڈپازٹری ایک بینک کی طرح ہے جس میں سرمایہ کار اپنے شیئر (حصص) جمع کرسکتا ہے اور نکال سکتا ہے۔ڈپازٹری شریک (DP) ڈپازٹری کا ایک ایجنٹ ہے۔سرمایہ کار صرف DP کے ساتھ تعامل کرتا ہے۔کوئی بھی مالیاتی ادارہ SEBI میں میں رجسٹریشن کے بعد DP بن سکتا ہے۔کمپنی کے شیئر میں لین دین الیکٹرانک شکل میں کی جانی ہوتی ہے اسے ڈپازٹری میں رجسٹرڈ ہونا چاہیے۔

سرمایہ کار جو الیکٹرا یک شکل میں سیکورٹیز حاصل کرنا چاہتے ہیں وہ ڈی میٹ کھاتہ کھولتے ہیں۔ڈیمیٹ کھاتہ غیر مادی بنائے گئے کھاتے کا مخفف ہے۔ڈی میٹ اکاؤنٹ سے مراد وہ کھاتہ ہے جسے ایک ہندوستانی کو الیکٹرانک شکل میں درج فہرست سیکیورٹیوں میں تجارت کے DPs کے ساتھ کھولنا پڑتا ہے۔اس کھاتے سے دو ڈی میٹرائزڈ اکیٹر ایک شکل میں متلف کمپنیوں کے شیئر اپنے پاس رکھ سکتا ہے۔ ڈپازٹری کے ذریعہ فراہم خدمات کو ڈپازٹری خدمات کے طور پر جانا جاتا ہے۔ ہندوستان کے دو ڈپازٹری ہیں۔ NSDL (نیشنل سیکیورٹیز ڈپازٹری لمیٹڈ) اور CDSL (سینٹرل ویازٹری سروسز لمیٹڈ)۔

13.13.1 ڈپازٹری کے ذریعہ فراہم خدمات

1. ڈی میٹرلائزیشن (Demat) جو مادی سرٹیفکٹ کو الیکٹرا یک شکل میں بدل دیتا ہے۔

2. ری میٹرلائزیشن (remat) الیکٹرانک سیکیورٹیوں سے مادی سرٹیفکٹ حاصل کرتا ہے۔یہ ڈی مٹ کالتا ہے۔

3. سیکیورٹیز کی منتقلی
4. تجارت کا تصفیہ

ڈپازٹری نظام کا طریقہ کار

سرمایہ کار کو ڈیمیٹ درخواست فارم (DRF) ڈپازٹری شریک (DP) کو سرٹیفکٹ کے ساتھ داخل کرنا ہوگا۔ DRF,DP اور شیئر سرٹیفکٹ جاری کردہ کمپنی میں داخل کرتا ہے اور ڈپازٹری کو مطلع کرتا ہے۔ کمپنی DRF اور شیئر سرٹیفکٹ کی تصدیق کرتی ہے۔ اس کے بعد کمپنی ڈپازٹری کو ڈی میٹرلائزیشن کی توثیق کرتی ہے۔ ڈپازٹری اسے DP کو مطلع کرتا ہے۔ اس کے بعد DP سرمایہ کار کے ڈیمیٹ کھاتے میں شیئر کے ساتھ کریڈٹ کرتا ہے۔ DP سرمایہ کار کو کھاتے کا ایک گوشوارہ بھیجتا ہے۔

13.13.2 ڈپازٹری خدمات کے فوائد

درج ذیل وجوہات کی بنا پر ڈپازٹری خدمات فائدہ مند ہیں:

1. کسی کمپنی کے شیئر اور اسٹاک کی کسی اسٹاک ایکسچینج میں فروخت وخرید ڈپازٹری خدمات کے ذریعہ آسان ہوتی ہے۔
2. وقت کی بچت
3. کاغذی کارروائی نہیں
4. کم ترلین دین لاگت
5. تجارت میں آسان
6. لین دین میں شفافیت
7. سرمایہ کار کی مادی موجودگی اسٹاک ایچینج میں ضروری نہیں ہوتی
8. سیکیورٹی سرٹیفکٹ کے نقصان اور مسخ کرنے کا جوکھم ختم سیکنڈری

اختتامی مشق

نہایت مختصر جواب کے لیے سوالات

1. مالیاتی بازار (فائنانشل مارکیٹ) سے کیا مراد ہے؟
2. منی مارکیٹ کی قرض حاصل کرنے سے متعلق دستاویزات کی چار مثالیں دیجیے۔
3. سرمایہ بازار (پونجی بازار) کا مفہوم واضح کیجیے۔
4. اسٹاک ایکسچینج سے کسی کمپنی کو ہونے والی کوئی سے دو فائدے بیان کیجیے۔
5. ان تنظیموں کا نام بتاؤ جو کہ ہندوستان میں منتظم پیمانے کی منی مارکیٹ سے وابستہ ہیں۔
6. ڈپازٹری سے کیا مراد ہے؟

مختصر جواب کے لیے سوالات

1. منی مارکیٹ کی وضاحت کیجیے اور دور حاضر کے معاشی نظام میں ان کی اہمیت بتائیے۔
2. پونجی بازار (کیپیٹل مارکیٹ) کیا ہے؟ یہ منی مارکیٹ سے کس طرح سے مختلف ہے؟
3. پرائمری مارکیٹ اور سیکنڈری مارکیٹ کے درمیان کیا فرق ہے؟
4. بچتوں کو بڑھاوا دینے اور سرمایہ بندی میں اسٹاک ایکسچینج کس طرح سے معاون ہے؟
5. سیبی (SEBI) نے ثانوی مارکیٹ کو منضبط کرنے کے لیے کیا کیا اقدامات کیے ہیں؟
6. ڈیمیٹ اکاؤنٹ سے کیا مراد ہے۔
7. انل شیئر بازار میں رقم لگانا چاہتا ہے۔ مالیاتی صلاح کار کی حیثیت سے آپ اسے کیا تجویز دیں گے۔

طویل جواب کے لیے سوالات

1. اسٹاک ایکسچینج کی تعریف کیجیے اور اس کے فرائض اور ذمہ داریوں پر روشنی ڈالیے۔
2. کمپنیوں کے نقطہ نظر سے اسٹاک ایکسچینج کی کیا اہمیت ہے اور سرمایہ کاروں کی نظر میں اس کے کیا کیا فائدے ہیں؟
3. سرمایہ کاروں کے مفادات کے تحفظ میں سیبی (SEBI) کا کیا رول ہے اور یہ کسی طرح سے اسٹاک ایکسچینج کے کاروبار پر کنٹرول رکھتا ہے؟
4. درج ذیل عنوانات کی تشریح کیجیے: (a) ہندوستان میں اسٹاک ایکسچینج (b) اسٹاک ایکسچینج کے قواعد وضوابط
5. سیکیورٹیز کے بازار کے دو اہم اجزا پر تفصیل سے روشنی ڈالیے۔

ماڈیول4

تجارت

Trade

14. اندرون ملک تجارت

(INTERNAL TRADE)

آپ اپنی روزمرہ کی زندگی میں مختلف طرح کی اشیا اور چیزوں کو کام میں لاتے ہیں۔ مثال کے طور پر ایک نوٹ بک قلم، صابن، کپڑے، لباس، ترکاریاں، پھل وغیرہ۔ یہی نہیں ان کے علاوہ بھی بہت سا سامان آپ کے روزمرہ کے استعمال میں رہتا ہے جیسا کہ ریڈیو، ٹی وی، بجلی کے سیکھے، فرنیچر وغیرہو۔ آپ یہ سب سامان کہاں سے خریدتے ہیں۔ ظاہر ہے کہ آپ اس کے جواب میں کہیں گے کہ آس پاس کے بازار ہے۔ البتہ کبھی کبھی خاص خاص موقعوں پر جیسے کہ کوئی تیوہار آ گیا ہے یا شادی کا موقع ہے تو آپ کسی ایسے بازار میں جاتے ہیں جو آپ کے گھر سے کچھ فاصلے پر ہے۔ اب سوال یہ پیدا ہوتا ہے کہ یہ سب چیزیں اور مصنوعات مارکیٹ میں کیسے پہنچتی ہیں۔ اس کا جواب یہ ہے کہ بہت سے کارخانے، فرمیں اور بہت سے ایسے لوگ ہیں جو کارخانے یا فرم سے مال اُٹھا کر بازار میں لاتے ہیں اور پھر اسے ان گاہکوں کو فروخت کرتے ہیں جن کے لیے وہ سامان تیار کیا گیا ہے۔ یہ وہ لوگ ہیں جو کارخانے اور فرم نیز آخری گاہکوں کے درمیان کی کڑی ہیں۔ اس سبق میں ہم ان فرموں اور ان لوگوں کے بارے میں جانکاری حاصل کریں گے جو ملک بھر میں ضروریات کا سامان بنانے والی فرموں اور عوام کے درمیان رابطہ قائم کرتے ہیں۔ ضروریات کا سامان خریدنے والوں کے سامنے مال کو پسند کرنے کے حوالے سے مخصوص ملک کے اندر بہت سی دکانیں اور فرمیں ہوتی ہیں۔ اس طرح وہ اپنی پسند کی دکان سے اپنی پسند کا مال حاصل کر لیتے ہیں۔

اکتسابی مقاصد

اس سبق کے مطالعہ کے بعد اس قابل ہو جائیں گے کہ

- ☆ کاروبار میں داخلی تجارت کے اہم کردار کی وضاحت کریں؛
- ☆ مختلف قسم کے بچولیوں اور ان کے کردار کے درمیان فرق کریں۔
- ☆ خوردہ دکانوں کی مختلف اقسام اور ان کی اہمیت کے درمیان فرق؛ اور
- ☆ تقسیم کے مختلف رجحانات اور گھریلو تجارت میں ان کی اہمیت کی وضاحت کرتا ہے۔

14.1 اندرون ملک تجارت کا مفہوم

ایک ملک میں تیار شدہ مال اندرون ملک بھی فروخت ہوتا ہے اور اسے باہر کے ملکوں میں بھی فروخت کیا جاتا ہے۔ اگر مال کی خرید و فروخت ملک کی جغرافیائی حدود کے اندر ہوگی تو اس کو اندرون ملک کی تجارت کہا جائے گا۔ یہ خرید و فروخت ایک ہی مقام پر ہو سکتی ہے، ایک ہی گاؤں میں ہو سکتی ہے، ایک ہی شہر میں ہو سکتی ہے یا ایک ہی قصبہ کے اندر ہو سکتی ہے یا پھر یہ مختلف ریاستوں کے مابین ہو سکتی ہے مگر ملک ایک ہی ہوگا۔ اندرون ملک تجارت کو گھریلو تجارت یا داخلی تجارت یا ہوم ٹریڈ بھی کہا جاتا ہے۔ اندرون ملک تجارت کے تصور کو واضح کرنے کے لیے ہمیں اس کی خصوصیات کو جاننا ہوگا۔

داخلی تجارت یا اندرون ملک تجارت کی خصوصیات یہ ہیں

داخلی تجارت کی خصوصیات

(a) ایک ہی ملک کی حدود کے اندر مال کی خرید وفروخت۔
(b) مال کی قیمت اس ملک کی کرنسی اور سکتے میں ادا کی جائے گی۔
(c) اس میں مال تیار کرنے والے، مال کو استعمال کرنے والے اور ان دونوں کے درمیان رابطہ قائم کرنے والے کی ضرورت ہوتی ہے
(d) اس میں بچولیے اور دلالوں کی ضرورت ہوتی ہے جن کے ذریعے سامان اور سروسز (خدمات) کا تبادلہ عمل میں آتا ہے۔

14.2 اندرون ملک تجارت کی درجہ بندی

بالعموم ہم سامان روزمرہ کے استعمال کے لیے خریدتے ہیں۔ یہ سامان ہم مقامی دکانداروں سے خریدتے ہیں۔ یہ دکاندار بڑی تعداد میں سامان خریدتے ہیں اور پھر وہ ہم کو ہماری ضرورتوں کے مطابق تھوڑا تھوڑا کر کے فروخت کرتے ہیں۔ کیا آپ جانتے ہیں کہ یہ دُکاندار کہاں سے یہ سب سامان خریدتے ہیں۔ یہ دکاندار بڑی مقدار میں سامان اس سے خریدتے ہیں جو کہ اسے تیار کرتا ہے۔ اس سے دکاندار براہ راست سامان حاصل کرتے ہیں یا پھر کسی ایسی دکان سے لیتے ہیں جو تھوک میں یہ سب مال فروخت کرتی ہے۔ اس طرح ہم یہ دیکھتے ہیں کہ کچھ دکاندار بڑی مقدار میں سامان خرید کر بڑی تعداد میں دکانداروں کو فروخت کرتے ہیں البتہ کچھ دکاندار ایسے ہیں جو بڑی تعداد میں سامان خرید کر تھوڑا تھوڑا کر کے اسے فروخت کرتے ہیں اور ہر گاہک کو اس کی ضرورت کے مطابق سامان دیتے ہیں۔ اس انداز پر اندرون ملک جو تجارت ہوتی ہے اسے دو حصوں میں تقسیم کیا جا سکتا ہے:

(1) تھوک تجارت اور (2) خردہ تجارت۔

اندرون ملک تجارت کی مذکورہ دونوں اقسام کے حوالے سے کچھ تفصیلات درج ذیل ہیں۔

14.2.1 تھوک تجارت

تھوک فروشی یا تھوک تجارت سے مراد یہ ہے کہ مال تیار کرنے والے سے بڑی تعداد میں سامان حاصل کیا جائے اور پھر اسے دوسرے خریداروں کو تھوڑا تھوڑا کر کے فروخت کر دیا جائے۔ تھوک تجارت کرنے والے تھوک فروش سوداگر کہے جاتے ہیں۔ یہ وہ لوگ ہیں جو مال تیار کرنے والے اور چھوٹے دکانداروں کے درمیان کی کڑی ہیں۔ بالعموم یہ ایسے تاجر ہوتے ہیں جو ایک ہی مال یا چند ہی مال اور اشیا کو تھوک میں خرید کر خردہ فروشوں کو فروخت کرتے ہیں۔

تھوک فروش کے کام

1. اشیا کو جمع کرنا: تھوک فروش مختلف مینوفیکچرر سے اشیا خریدتا ہے اور مناسب اسٹاک اپنے پاس رکھتا ہے۔
2. درجہ بندی اور پیکنگ: تھوک فروش اشیا کو ان کی سائز، وزن شکل اور کوالٹی کے مطابق تقسیم کرتا ہے۔ اس طرح وہ خردہ فروش کو فروخت کے لیے چھوٹی مقدار میں اشیا تیار کرتا ہے۔
3. نقل وحمل: تھوک فروش پیدا اور کے مراکز سے اشیا کو اپنے گوداموں میں منگاتا ہے اور پھر یہاں سے خردہ فروشوں کے یہاں جاتا ہے۔ کچھ تھوک فروشوں کی اپنی خود کی گاڑیاں ہوتی ہیں جو اشیا کی نقل وحمل کے لیے ہوتی ہیں۔

4. گودام کاری: تھوک فروش گودام میں خردہ فروش کے لیے اسٹاک رکھتا ہے تا کہ خردہ فروشوں کو اشیا دستیاب کرائی جا سکے۔
5. مالیات کی فراہمی: تھوک فروش مینوفیکچر سے اشیا خریدتا ہے اور کبھی کبھی پیشگی ادائیگی کرتا ہے۔ وہ خرد؟ فروش کو ادھار پر اشیا فروخت کرتا ہے۔ اس طرح وہ مینوفیکچرر اور خردہ فروشوں دونوں کو مالیات فراہم کرتا ہے۔
6. جوکھم برداشت کرنا: اسٹوریج کے دوران مانگ میں تبدیلیوں کا جوکھم تھوک فروش برداشت کرتا ہے۔ وہ اشیا کے نقصان کا جو کھم، ڈوبنے والے قرض کا بھی جوکھم لیتا ہے۔
7. بازار کے بارے میں معلومات فراہم کرنا: تھوک فروش ذوق، فیشن، خریداری کی عادتوں وغیرہ میں تبدیلی کے بارے میں معلومات اکھٹی کرتا ہے تا کہ وہ مینوفیکچر کو معلومات فراہم کر سکے اور اس طرح وہ صارفین کی ضرورتوں کے مطابق اشیا تیار کر سکتا ہے۔
8. فروخت کاری خرد فروش پورے ملک میں بکھرے ہوتے ہیں، متعدد تھوک فروش خردہ فروش سے آرڈر لینے کے لیے سیلز پرسن کو ملازمت پر رکھتے ہیں۔

تھوک فروش کے ذریعہ فراہم کی جانے والی خدمات

تھوک فروش مینوفیکچرر اور خردہ فروش کو خدمات فراہم کرتے ہیں۔

(a) مینوفیکچرر کے لیے خدمات: تھوک فروش مینوفیکچرر کے لیے درج ذیل خدمات پیش کرتے ہیں: (2) تھوک خریداری: تھوک فروش خردہ فروش کی بڑی تعداد سے آرڈر اکھٹا کرتا ہے اور مینوفیکچرر سے بڑی مقدار میں اشیا خریدتا ہے۔

(b) گودام کاری کی سہولت: تھوک فروش اپنے خود کے گودام میں اشیا کی بڑی مقدار میں اسٹاک رکھنے کے ذریعہ اسٹورنگ کے عمل سے مینوفیکچر کو راحت دیتا ہے۔ اس لیے مینوفیکچرر کو گودام کاری کے کاموں سے راحت ملتی ہے۔

2) خردہ فروشوں کو خدمات

(a) باقاعدہ سپلائی: تھوک فروش خردہ فروش کے لیے اشیا کا ایک بڑا اسٹاک رکھتا ہے۔ وہ یقینی بناتا ہے کہ خدرہ فروشوں کو ہمہ وقت اشیا دستیاب رہے۔ اس طرح وہ خردہ فروش کے لیے اشیا کی باقاعدہ سپلائی برقرار رکھتا ہے۔

(b) مالیاتی مدد: تھوک فروش عام طور پر خردہ فروش کو اشیا ادھار فروخت کرتا ہے۔ خردہ فروش فروخت کی بنیاد پر تھوک فروش کو ادائیگی کرتا ہے۔ لہذا پونجی کے ساتھ وہ کاروبار کو مناسب طور پر آسانی سے برت سکتا ہے۔

(c) اشتہار: تھوک فروش اپنی شے کا اشتہار پابندی سے دیتا رہتا ہے۔ لہذا اشیا کی فروخت کا عمل خردہ فروشوں کے لیے آسان ہو جاتا ہے۔

(d) بازار کے بارے میں معلومات: تھوک فروش خردہ فروش کو نئے پروڈکٹ کے بارے میں تازہ ترین معلومات فراہم کرتا ہے۔ تھوک فروش قیمت کو الٹی اور خریداری کے وقت جیسے معاملوں میں خردہ فروش کو صلاح دیتا ہے۔

(e) جوکھم کا تحفظ: تھوک فروش اشیا کا بڑا اسٹاک رکھتا ہے اور خردہ فروش کو ادھار فروخت کرتا ہے۔ نتیجتا خردہ فروش کو کم جوکھم برداشت کرنا ہوتا ہے۔

14.2.2 خردہ تجارت

خردہ تجارت سے مراد یہ ہے کہ مینوفیکچرر یا مال تیار کرنے والے سے سامان خرید کر اسے براہ راست اس گاہک تک پہنچانا جو کہ اسے استعمال کرے گا۔ خردہ فروش اپنی دکان پر بہت سا سامان رکھتے ہیں۔ خردہ فروش وہ تاجر ہوتے ہیں جو اپنا مال ان گاہکوں کو فروخت کرتے ہیں جو خرید کر اسے خود استعمال کرتے ہیں۔ یہ خردہ فروش تھوڑی تھوڑی مقدار اور تعداد میں سامان اور اشیا فروخت کرتے ہیں اور اپنی ضرورت کے مطابق ہی سامان خریدتے ہیں۔

خردہ فروشی کی خصوصیات

خردہ فروش جو مال بیچتے ہیں، اس کے حوالے سے چند خاص خاص باتیں درج ذیل ہیں:

(a) خردہ فروش اپنی دکان پر مختلف طرح کا سامان برائے فروخت رکھتے ہیں۔

(b) خردہ فروش مال تیار کرنے والے سے یا تھوک فروش دکاندار سے سامان خرید کر اپنی دکان پر اسے فروخت کرتا ہے۔ یہ دکاندار تھوڑا تھوڑا کر کے مال فروخت کرتا ہے۔

(c) خردہ تجارت بالعموم اصل بازار کے علاقے کے قریب ہی ہوتی ہے۔

(d) خردہ فروش بالعموم مال ادھار پر لے لیتے ہیں اور گاہکوں سے نقد رقم لے کر اسے فروخت کرتے ہیں۔ (5) خردہ فروش کا مال تیار کرنے والے سے بالواسطہ رابطہ قائم رہتا ہے۔ یہ رابطہ تھوک فروش دکاندار کے توسط سے ہوتا ہے، البتہ گاہکوں سے اس کا تعلق براہ راست ہوتا ہے۔

خردہ فروشوں کے ذریعہ فراہم کی جانے والی خدمات

خردہ فروش صارفین اور تھوک فروشوں کو درج ذیل خدمات فراہم کرتے ہیں:

1. صارفین کو پیش خدمات خردہ فروش صارفین کو درج ذیل خدمات فراہم کرتے ہیں۔

(a) اشیا کی باقاعدہ سپلائی: خردہ فروش صارفین کو فروخت کے لیے اشیا کا تیار اسٹاک رکھتے ہیں۔

(b) موزوں ترین محل وقوع: خردہ دکانیں رہائشی علاقے میں واقع ہوتی ہیں اور کئی گھنٹے تک کھلی رہتی ہیں۔ صارفین اپنی سہولت کے حساب سے خردہ فروشوں سے اشیا خرید سکتے ہیں۔

(c) وسیع انتخاب: خردہ فروش مختلف قسم کے پروڈکٹ کا اسٹاک رکھتے ہیں۔ صارفین ایک ہی چھت کے نیچے ہر چیز خریدنا پسند کرتے ہیں۔ لہذا خردہ فروش مختلف کمپنیوں کے پروڈکٹ کا اسٹاک رکھ کر صارفین کے لیے وسیع انتخابات فراہم کرتے ہیں۔

(d) ہوم ڈیلوری: کسی زائد چارج کے کچھ خردہ فروش صارفین کے گھروں پر اشیا کی سپلائی کرتے ہیں۔

(e) صارف تعلیم: جب بازار میں کوئی نیا پروڈکٹ آتا ہے خردہ فروش صاف طور پر اپنے حتمی صارفین کو پروڈکٹ کی خوبیوں اور استعمال کی وضاحت کرتے ہیں۔

2. تھوک فروشوں کو پیش خدمات

(a) بازار کے بارے میں معلومات: خردہ فروش تھوک فروشوں کو صارفین کے ذوق، فیشن وغیرہ میں تبدیلیوں کے بارے میں قیمتی معلومات فراہم کرتے ہیں۔

(b) تقسیم میں مدد: خردہ فروش مختلف صارفین سے چھوٹے چھوٹے آرڈر کی ایک بڑی تعداد کو جمع کرنے اور تعمیل کے بوجھ سے مینوفیکچرر اور تھوک فروش کو راحت دیتے ہیں۔

(c) بڑے پیمانے کی پیداوار: خردہ فروش بڑے پیمانے پر عمل کے لیے مینوفیکچرر کی مدد کرتے ہیں۔

(d) نئے پروڈکٹ کو فروخت کرنا: نئے نئے پروڈکٹ خردہ دکانوں میں پرکشش انداز میں ڈسپلے کیے جاتے ہیں تاکہ صارفین کو ان کے پروڈکٹ کو خریدنے کے لیے صارفین کو ترغیب مل سکے۔

14.3 اندرون ملک تجارت میں بچولیے اور دلال

مال کی تقسیم اور اس کی فروخت میں مال تیار کرنے والوں اور گاہکوں نیز صارفین کا تھوک فروش اور خردہ فروش دکانداروں سے ہی واسطہ پڑتا ہے۔ یہ پیدا کاروں اور صارفین، بچولیوں کا رول ادا کرتے ہیں۔

تقسیم کی زنجیر

بچولیے مال تیار کرنے والوں اور اس مال کو استعمال کرنے والوں کی مفید خدمات انجام دیتے ہیں۔ مال تیار کرنے والوں کو ان کی وجہ سے نقل وحمل کے انتظامات کرنے، مال کو گودام میں رکھنے، اس کے لیے روپیہ پیسہ مہیا کرنے اور اس کی فروخت کے انتظامات سے نجات مل جاتی ہے اور وہ بڑی حد تک اس طرح کے کاموں کو انجام دینے سے بچ جاتے ہیں۔ مال تیار کرنے والے کی ذمہ داری بس مال تیار کرنے تک ہی محدود ہو کر رہ جاتی ہے۔ یہ بچولیے اور دلال ہی مال کی فروخت اور اسے تقسیم کرنے کی ذمہ داری سنبھال لیتے ہیں۔ صارفین کے لیے بھی یہ بچولیے اور دلال نفع بخش اور مفید ثابت ہوتے ہیں۔ ان کی وجہ سے مال اس مقام تک پہنچ پاتا ہے جہاں وہ اسے بآسانی خرید سکتے ہیں۔

مال کی تقسیم کے اس نظام میں تھوک فروشوں اور خردہ فروشوں کا رول کیا رہتا ہے، اسے درج ذیل سطور میں بیان کیا جا رہا ہے:

14.3.1 سامان کی تقسیم میں بچولیوں کا رول

(a) تھوک فروش دکانداروں کا رول: مال کو تھوک میں فروخت کرنے والے اپنے کاموں اور اپنی خدمات سے مال تیار کرنے والوں اور خردہ فروشوں کو بہت سے فائدے پہنچاتے ہیں۔ مال تیار کرنے والے کا وقت بچتا ہے اور اسے کوئی کوشش نہیں کرنی پڑتی کہ مال کو گاہکوں کو پہنچائے بلکہ پورا دھیان اسے مال تیار کرنے پر ہی دینا ہوتا ہے۔ مال تیار کرنے والے کا دھیان اس بات پر رہتا ہے کہ اس کا مال تھوک فروش کے حوالے کر دیا جائے۔ تھوک فروش مال کو اکٹھا ہی لیتے ہیں اور اس سے ان کو یہ فائدہ ہوتا ہے کہ مال کفایتی نرخ پر مل جاتا ہے اور اس طرح ان کو اس تجارت میں فائدہ ہوتا ہے۔ تھوک فروش تھوڑا تھوڑا مال خردہ فروشوں کو دیتے ہیں۔ یہ مال وہ ادھار پر دے دیتے ہیں۔ وہ مال تیار کرنے والے کو اس بات سے آگاہی کرا دیتے ہیں کہ گاہکوں کو کس طرح کا مال پسند ہے اور ان کا مزاج، ذائقہ، پسند کس طرح بدل کے نئی قسم کے سامان کی طرف جا رہی ہے اور وہ اس میں کیا کیا تبدیلیاں پسند کرتے ہیں۔ تھوک فروش

دکانداروں کوسامان اکٹھا کر کے جوکھم مول لینی پڑتی ہےاور پھراس کی نقل وحمل کی ذمہ داری بھی سنبھالنی پڑتی ہے۔

(b) خردہ فروشوں کا رول

خردہ فروش مال ان لوگوں کوفروخت کرتے ہیں جواس سامان کواستعمال کرتے ہیں۔وہ گاہکوں کی مانگ اوران کی ضرورتوں پرنظر رکھتے ہیں۔ان کے سامنے ایسی بہت سی چیزیں، اشیااور مصنوعات پیش کرتے ہیں جن میں سے گاہک اپنی پسند کی چیز حاصل کرلیں۔خردہ فروش گاہکوں کواپنی طرف راغب کرنے کے لیےمختلف مقامات سے سامان حاصل کرتے ہیں۔خردہ فروش گاہکوں کو مال ادھار پربھی دیتے ہیں۔خردہ فروش گاہکوں کوایسی سہولت بھی دیتے ہیں جس سے وہ مال کو بدل سکیں اورسامان خریدنے سےقبل اور بعد کی کچھ سہولتیں بھی ان کوفراہم کراتے ہیں۔جوسامان دیتے ہیں،اس کے حوالے سےایسی ہدایات بھی دیتے ہیں کہ اسے کس طرح کام میں لاتا ہے۔ یہ دکاندار کسی بھی شے کوطرح طرح کی کوششوں سےفروخت کرتے ہیں گویا کہ وہ اس کے سیلز مین ہیں۔وہ گاہک کو لبھا کر،سمجھا بجھا کر مال فروخت کردیتے ہیں۔مال کے حوالے سے گاہکوں کی جورائے ہوتی ہے،اس سے مال کے تیار کرنے والے کوآگاہ کراتے ہیں۔ یہی صورت حال ہرطرح کے مال اورسروس کے حوالے سے پیش آتی ہے۔

14.3.2 تقسیم کے سلسلے میں بچولیوں کے رول کی پرکھ

جیسا کہ اوپر بتایا گیا ہے، مال کی فروخت کےعمل میں بچولیے متعدد خدمات فراہم کرتے ہیں۔سوال یہ ہے کہ کیا ان کوان خدمات کےعوض کچھ رقم ادا کرنی ہوتی ہے۔جی ہاں! بچولیوں کی یہ خدمات بالکل مفت نہیں ہوتیں بلکہ وہ جس چیز کوفروخت کرتے ہیں اس میں ان کا نفع شامل رہتا ہے۔یہ ایک طرح سےان خدمات کا صلہ ہے جوانھوں نے اسےفروخت کرنے کے لیے کیں۔اس طرح جو چیز فروخت کی جارہی ہے،اس کی قیمت فروخت بڑھ جاتی ہےاور وہ مال اس سے زیادہ قیمت پرفروخت ہوتا ہے، جواس کے تیار کرنے پرلاگت آئی ہے۔



مثال کے طور پرایک قلم کی لاگت پانچ روپے ہےیعنی وہ پانچ روپے میں بن کرتیار ہوا ہے۔مال تیار کرنے والا اسے تھوک فروش کو6 روپے میں دے دیتا ہے۔تھوک فروش خردہ فروش دکاندار کوسات روپے میں دے دیتا ہےاور دکاندار اپنے گاہک کواسے آٹھ روپے پچاس پیسے میں فروخت کرے گا۔اس طرح بچولیوں کے حصے میں قلم کا منافع دوروپے پچاس پیسے آیا۔(ایک روپیہ ایک روپیہ پچاس پیسے)۔اس سے تیار مال یعنی قلم کی قیمت بڑھ گئی۔

مال ایک آدمی سے دوسرے کو،دوسرے سے تیسرے کو،تیسرے سے براہ راست گاہک تک پہنچنے میں قیمتوں میں اضافہ ہوتا رہتا ہے۔)اکثر یہ بحث سامنے آتی ہے کہ درمیان کے آدمی یعنی یہ بچولیے یادلال کوئی مفید مقصد پورا نہیں کرتے بلکہ ان کی وجہ سے کسی چیز کی قیمت غیرضروری طور پر بڑھتی رہتی ہے۔لیکن اس بات کونہیں بھولنا چاہیے کہ یہ دلال یا بچولیے مال تیار کرنے والےاور گاہکوں کے لیے نفع بخش ہیں اوراسی بنیاد پران کومنافع میں۔سے حصہ ملتا ہےلیکن منافع معقول اورمناسب ہونا چاہیے۔یہ اتنا زیادہ نہیں ہونا چاہیے کہ گاہکوں پر بوجھ بن جائے۔بچولیوں کے ذریعے اشیا کی متقی اور درجہ بدرجہ ایک سے دوسرے کو پہنچانے کا عمل ایسا ہے کہ ان کی موجودگی سے کچھ مسائل بھی پیدا ہوتے ہیں۔

اگر درمیان میں بہت سے لوگ ایسے ہوں کہ مال ایک سے دوسرے کو، دوسرے سے تیسرے کو سلسلہ وار منتقل ہوتا رہے اور ہر شخص اپنے حصے کا منافع کما تا رہے تو پھر یہ مال گاہک کو بہت اونچی قیمت پر دستیاب ہوگا۔ کچھ دلال اور بچھو لیے تجارتی عمل میں بدعنوانیوں کے مرتکب ہوتے ہیں، مثال کے طور پر وہ مال کو کچھ عرصے کے لیے روک لیتے ہیں اور اس طرح ذخیرہ بندی کے ذریعے اس کی قیمت بڑھا دیتے ہیں یا وہ مال میں ملاوٹ کر دیتے ہیں تا کہ ان کو مال کی فروخت سے زیادہ سے زیادہ نفع ہو سکے۔ کبھی کبھی وہ گاہکوں کو کمتر درجے کا مال دے کر ان سے خوب نفع کماتے ہیں۔ یہ دلال یا بچولیے اس طرح کے جوکھم میں نہیں پڑتے جیسا کہ ہڑتال، تالہ بندی، صارفین کی پسند میں بدلاؤ، فیشن کی تبدیلی وغیرہ۔ یہ سب جوکھم اور خدشات تو مال تیار کرنے والے کو ہی جھیلنے پڑتے ہیں۔ کبھی کبھی ایک دلال یا تجارت کے عمل میں مصروف درمیانی شخص کو مال دوسرے دلال کو دینے میں تاخیر واقع ہو جاتی ہے۔ اس طرح یہ کام بجائے آسان ہونے کے اور دشوار ہو جاتا ہے۔

بہر صورت درمیان کے ان آدمیوں کے فائدے اور ان سے پیدا ہونے والے مسائل کا اگر تقابلی مطالعہ کیا جائے تو ان کے فائدے مسائل کے مقابلے زیادہ ہیں۔ نتیجا یہ کہ کوئی بھی شخص صاف صاف یہ کہہ سکتا ہے کہ درمیانی آدمیوں، بچولیوں، دلالوں سے مال تیار کرنے والوں اور اس کے اصل گاہکوں کے درمیان اہم رابطہ قائم رہتا ہے اور تجارتی عمل میں ان کی ضرورت ہے۔

آئیے اب ذرا تھوک فروشی کی تجارت کا خردہ فروشی سے مقابلہ کر کے دیکھیں۔

14.3.3 تھوک تجارت اور خردہ تجارت کا فرق

تھوک تجارت اور خردہ تجارت کا فرق درج ذیل ہے:

	بنیاد	تھوک تجارت	خردہ تجارت
1.	اشیا کی تعداد	یہ چند ہی اشیا کی تجارت کرتا ہے	بکری میں بہت سا سامان رکھنا ہوتا ہے
2-	سامان کی وہ مقدار جو خریدی اور فروخت کی گئی	بڑی مقدار	چھوٹی مقدار
3-	خریداری کا ماخذ	مینوفیکچررز	تھوک دکانداروں سے مال تیار کرنے والوں سے
4۔	اصل سرگرمی	سامان اس غرض سے فروخت کرتا کہ اس کی دوبارہ فروخت ہو سکے	گاہکوں کے براہ راست استعمال کے لیے سامان فروخت کرنا
5۔	کتنی رقم درکار ہوتی ہے	بڑی	چھوٹی
6۔	مال تیار کرنے والوں اور صارفین کے ساتھ تعلقات	مال تیار کرنے والوں کے ساتھ براہ راست تعلقات اور گاہکوں کے ساتھ بالواسطہ تعلقات	مال تیار کرنے والوں سے بالواسطہ تعلقات اور صارفین نیز گاہکوں سے براہ راست تعلقات
7۔	جائے وقوع	اسی علاقے میں واقع ہونا جہاں دیگر تھوک فروش ایک سا مال فروخت کرتے ہوں	رہائشی علاقوں میں واقع ہونا
8۔	نمائش	سامان کی نمائش کی بہت زیادہ ضرورت نہیں	ضروری سامان کو دلکش انداز میں

14.4 خردہ فروشی کی اقسام

پچھلے باب میں آپ خردہ تجارت کے حوالے سے معلومات حاصل کر چکے ہیں۔آپ اپنے گاؤں یا شہر میں پاس کی دُکان سے اپنی ضرورت کا سامان تھوڑا تھوڑا کر کے خرید لیتے ہیں۔شہروں میں آپ سامان کسی بڑے دکان اسے خریدتے ہیں۔ایک ہی دکان میں طرح طرح کا سامان رکھا جاتا ہے۔آپ اس میں سے اپنی پسند کا سامان خرید لیتے ہیں۔یہ سب دکانیں خردہ فروشوں کی ہوتی ہیں۔

خردہ فروشوں کی دکانوں کی درجہ بندی اس طرح کی جاتی ہے۔چھوٹے پیمانے کی دکان، وسطی درمیانی درجے کی دکان اور بڑے پیمانے کی دکان۔ان دکانوں کی ملکیت کے انداز الگ الگ ہیں۔کچھ دکانیں ایسی ہیں کہ ان کا مالک ایک ہے، کچھ دکانیں آپسی اشتراک سے چل رہی ہوتی ہیں اور کچھ دکانیں کوآپریٹو سوسائٹیوں کے ذریعہ چلائی جاتی ہیں یا پھر وہ جائنٹ اسٹاک کمپنیاں ہوتی ہیں۔ لیکن خردہ فروشی کے لیے ایک عام پیمانہ یہ ہے کہ اس کی درجہ بندی اس انداز پر کی جائے کہ ان کی دکان کسی ایک جگہ پر مستقل طور پر ہے یا نہیں۔اس پیمانے کے مطابق خردہ فروشوں کی دکانوں کو دو زمروں میں تقسیم کیا جاسکتا ہے۔

1۔ چلتی پھرتی دکانیں 2۔ مستقل نوعیت کی ایک ہی جگہ پر واقع دکانیں

ان کی تفصیل درج ذیل ہے:

14.4.1 چلتی پھرتی دکانیں:

یہ چھوٹے پیمانے کی دکانیں ہوتی ہیں پھٹکر میں سامان فروخت ہوتا ہے۔یہ لوگ ادھر اُدھر گھومتے پھرتے ہیں اور تھوڑی تھوڑی تعداد میں سامان گاہکوں کو فروخت کرتے رہتے ہیں۔ان کی کوئی مستقل دکان نہیں ہوتی جہاں وہ اپنا سامان ایک جگہ رکھ کر اسے فروخت کرسکیں۔مثال کے طور پر صبح کے وقت اخبار فروش گھر گھر جا کر اخبار ڈال دیتے ہیں، اس طرح مونگ پھلی بیچنے والے کھلونے اور چوڑیاں بیچنے والے بسوں اور ٹرینوں میں گھوم پھر کر اپنا سودا فروخت کرتے رہتے ہیں۔پھل اور سبزی فروش بھی گلی در گلی گھوم کر اپنا مال فروخت کیا کرتے ہیں۔ریڑھی والے گاڑیوں پر پھل اور سبزیاں، ترکاریاں رکھ کر گھوم پھر کر یہ چیزیں فروخت کیا کرتے ہیں۔آئس کریم نمکین بیچنے والے بھی اسی انداز پر گھوم پھر کر اسے فروخت کرتے ہیں۔چاول مٹی کے برتن، دریاں، قالین گاڑیوں پر رکھ کر گھوم پھر کر گھر گھر دکھایا جاتا ہے اور ان کو فروخت کیا جاتا ہے۔گھروں کے آس پاس پڑیوں پر سامان لگا کر بھی اس طرح یہ مال فروخت کیا جاتا ہے۔

شہروں اور قصبوں میں مختلف طرح سے پھیری والے اپنا سامان فروخت کرتے ہیں۔

1. ایسے بھی تاجر ہیں جو کسی مقررہ دن پر ہی دکان لگاتے ہیں اور بازار کے مختلف حصوں میں اپنی دکانیں مقررہ دن پر ہی کھولتے ہیں۔گاؤں میں اس طرح کے بازار کو پیٹھ یا ہات کہتے ہیں۔شہروں میں انھیں ہفتہ وار بازار کہا جاتا ہے۔
2. چلتی پھرتی دکانوں کے ذریعے گھر گھر جا کر بھی مال فروخت کیا جاتا ہے۔اکثر حالتوں میں اشیا کی قیمتیں طے شدہ اور متعین کردہ نہیں ہوتیں بلکہ قیمت کے بارے میں سودے بازی ہوتی ہے اور اس کے بعد ہی قیمت طے پاتی ہے۔اکثر حالتوں میں یہ زیادہ تر وہ سامان ہوتا ہے جو کسی خاص برانڈ یا مارکہ یا نشان کے تحت نہیں فروخت کیا جاتا۔

14.4.2 مستقل نوعیت کی ایک جگہ پر واقع دُکانیں

اکثر خردہ فروش اپنی کسی دکان یا مقررہ جگہ پر بیٹھ کر سامان فروخت کرتے ہیں۔ان کو گھر گھر جا کر یا گھر پھر کر اپنا سامان فروخت نہیں کرنا پڑتا۔یہ دکانیں بالعموم بازار میں ہوتی ہیں یا تجارتی منڈیوں میں ہوتی ہیں یا رہائشی مکانات کے آس پاس ہوتی ہیں۔ان

دکانوں پر جو سامان رکھا ہوتا ہے، وہ محدود تعداد اور مقدار میں ہوتا ہے۔ یہ مستقل نوعیت کی دکانیں لین دین کے حجم کی بنیاد پر اور کاروبار کی وسعت کے اعتبار سے درج ذیل دو زمروں میں رکھی جاتی ہیں:

(a) چھوٹے پیمانے کی مستقل نوعیت کی دکانیں جہاں مال پھٹکر میں فروخت ہوتا ہے۔

(b) بڑے پیمانے کی ایسی دکانیں جو مستقل نوعیت کی ہیں مگر جہاں مال پھٹکر میں فروخت ہوتا ہے۔

ان دونوں طرح کی دکانوں کی تفصیل یہ ہے:

(a) مستقل نوعیت کی دکانیں

جہاں مال پھٹکر میں فروخت ہوتا ہے۔ یہ چھوٹے پیمانے کی دُکانیں ہوتی ہیں۔ ہر آبادی میں ایسی دکانیں ہوتی ہیں جہاں مال پھٹکر میں فروخت ہوتا ہے۔ یہ دکانیں بہت چھوٹے پیمانے پر سامان اور سروس فروخت کرتی ہیں۔ ان کے پاس مال کی محدود اقسام ہوتی ہیں اور یہ سامان ایسا ہوتا ہے کہ یہ ان رہائشی کالونیوں کی ضرورت پوری کر سکے جہاں کہ یہ دکانیں واقع ہیں۔ ان کی تجارت کم سرمایہ کے ساتھ ہوتی ہے اور ان کے گاہک محدود ہوتے ہیں۔ آپ کے گھر کے پاس دال، تیل، نمک، اناج جیسے سامان کی دکانیں اسی طرح کے زمرے میں آتی ہیں۔ یہ دکانیں جس طرح کا سامان فروخت کرتی ہیں، ان کی بنیاد پر ان خردہ فروشوں کی دکانوں کی درجہ بندی درج ذیل طریقے پر کی جاسکتی ہے:۔

(i) جنرل اسٹور یا متفرق سامان کا اسٹور
(ii) سنگل لائن اسٹور
(iii) خصوصی سامان کا اسٹور
(iv) استعمال شدہ سامان کی دکان

آیئے ان دکانوں سے متعلق تفصیل سے جانیں۔

(i) جنرل اسٹور یا متفرق سامان کا اسٹور



ale Fig. 14.1 General Store

یہ اسٹور جیسا کہ ان کے نام سے واضح ہے عام استعمال کی متعدد اشیا کا ذخیرہ رکھتے ہیں۔ یہ روزمرہ کے استعمال میں آنے والی اشیا فروخت کرتے ہیں۔ مثال کے طور پر مختلف اسٹور غسل خانہ، لیٹرین وغیرہ سے متعلق سامان کے ساتھ بنیان، انڈرویر، بسکٹ اور مکھن، ڈبل روٹی نمکین، صابن تحفہ میں دی جانے والی اشیا اور قلم، دوات، پینسل، کاغذ، کتابیں وغیرہ فروخت کے لیے رکھتے ہیں۔ یہ خردہ فروش نقد رقم کے عوض برا؟ راست گاہک کو سامان فروخت کرتے ہیں۔ یہ دکاندار مستقل گاہکوں کو رعایت بھی در دیتے ہیں اور مال ادھار پر دے دیتے ہیں اور گھر تک سامان پہنچاتے ہیں اور اس کے لیے کوئی پائی پیسہ نہیں لیتے۔

(ii) سنگل لائن اسٹور

یہ ایسے اسٹور ہوتے ہیں جو کسی ایک خاص سامان کو فروخت کرتے ہیں، جیسے دواؤں کی دُکان، کتابوں کی دکان کھلونوں کی دکان، تیار ملبوسات کی دکان وغیرہ۔ یہ سب کی سب ایسی دکانیں ہیں جو صرف ایک طرح کے مال کی فروخت کرنے تک ہی اپنی

سرگرمیوں کو محدود رکھتی ہیں، ان کو وسنگل لائن اسٹور کہا جاتا ہے۔ ان دکانوں پر ایک ہی مال کی مختلف اقسام، ڈیزائن اور رنگ، سائز وغیرہ کا سامان فروخت ہوتا ہے۔

(iii) خصوصی سامان کا اسٹور

کچھ اسٹور ایسے ہوتے ہیں کہ وہ کسی خاص کمپنی، چھاپ، برانڈ، مارکہ کا سامان فروخت کرتے ہیں۔ مثال کے طور پر ووڈ لینڈ جوتوں کی دکانیں۔ ایسی دکان پر ووڈ لینڈ کمپنی کی تیار کردہ تمام اشیا۔ جوتوں سے لے کر پارچہ جات تک فروخت کی جاتی ہیں۔

(iv) دوسرے درجے کا مال فروخت کرنے والی دکانیں

آج کل شہروں اور قصبات میں ایسی بھی دکانیں ہیں جہاں استعمال شدہ مال یا دوسرے درجے کا مال فروخت کیا جاتا ہے۔ مثلاً کتابیں، فرنیچر، پارچہ جات اور گھریلو استعمال کی دیگر اشیا جو پہلے استعمال میں آچکی ہیں فروخت کی جاتی ہیں۔



Fig. 14.2 Second-hand Goods Shop

(b) بڑے پیمانے کی مستقل نوعیت کی خردہ فروشی کی دکانیں

چھوٹی چھوٹی دکانوں کا ذکر اوپر کیا گیا ہے، ان کے علاوہ بڑے سائز کی ایسی دکانیں بھی ہوتی ہیں جو خردہ میں اپنا مال فروخت کرتی ہیں مگر مال بڑی تعداد اور بڑی مقدار میں فروخت کرتی ہیں۔ ان کو خردہ فروشی کی ایسی دکانوں میں شمار کیا جاتا ہے جو بڑے پیمانے پر خردہ فروشی کرتی ہیں۔

بڑے پیمانے پر خردہ فروشی ایک ایسی تجارت ہے جہاں ایک ہی قسم کا سامان یا مختلف طرح کا سامان بڑے تعداد اور مقدار میں ہوتا ہے اور وہ اسے کسی بڑے دکان پر رکھ کر بہت سے گاہکوں کو فروخت کرتے ہیں۔ اس کے لیے کوئی ایک دکان یا ایک سے زیادہ کئی دکانیں ہوتی ہیں۔ اس طرح کا نظام گاہکوں کی سہولتوں کو سامنے رکھ کر وضع کیا جاتا ہے۔ کہیں کہیں پر سامان بڑی مقدار اور تعداد میں گاہکوں کو براہ راست بھی فروخت کر دیا جاتا ہے۔

بڑے پیمانے کی خردہ فروشی کی دکانیں اور ان کی اقسام

ہندوستان میں بڑے پیمانے کی خردہ فروشی کی دکانوں کی اقسام نیچے دی جارہی ہیں؟

(i) محکمہ جاتی (ڈپارٹمینٹل اسٹور) (ii) ملٹی پل شاپس

(iii) سپر مارکیٹ (iv) کنزیومر کوآپریٹو اسٹور

(v) بذریعہ ڈاک آرڈر موصول ہونے پر خردہ فروشی (vi) فرینچائز

ان مختلف اقسام کی تفصیل درج ذیل ہے:

(i) ڈپارٹمینٹل اسٹور (محکمہ جاتی اسٹور)

یہ خردہ فروشی کی ایسی دکان ہے جہاں بڑے پیمانے پر مختلف طرح کا سامان رکھا جاتا ہے۔ یہ سامان ایک ہی عمارت میں رہتا ہے۔اس عمارت کو مختلف شعبہ جات اور مختلف حصوں میں تقسیم کر دیا جاتا ہے۔

ڈپارٹمنٹل اسٹور کی خصوصیات

i. پوری عمارت کو کئی محکموں یا حصوں میں تقسیم کیا گیا ہے۔

ii. ہر محکمہ میں کاغذ، کتابیں، الیکٹرانک مصنوعات، ملبوسات، زیورات وغیرہ کے مضامین کے طور پر مخصوص قسم کی مصنوعات فراہم کی جاتی ہیں۔

iii. ان تمام محکموں کو ایک سمت کے تحت مرکزی طور پر کنٹرول کیا جاتا ہے۔ایک بار جب آپ اس قسم کے اسٹور میں داخل ہوتے ہیں، تو آپ اپنی تمام خریداری ایک محکمے سے دوسرے محکمے میں منتقل کر سکتے ہیں۔

iv. لوگوں کو اپنی تمام خریداری ایک ہی اسٹور میں کرنے کی ترغیب دینے کے لیے، یہ اسٹور صارفین کے آرام کے لیے ریستوراں، ٹیلی فون، باتھ روم، اے ٹی ایم وغیرہ جیسی سہولیات بھی پیش کرتے ہیں۔

v. یہ اسٹور ڈومیسائل تک مفت ڈیلیوری، ٹیلی فون آرڈرز پر عمل درآمد، کریڈٹ کی سہولیات وغیرہ جیسی خدمات بھی پیش کرتے ہیں۔

vi. عام طور پر شہروں اور دیہاتوں کے اہم تجارتی مراکز میں واقع ہے، تاکہ مختلف مقامات کے گاہک آسانی سے اپنی سہولت کے مطابق مصنوعات خریدنے آسکیں۔

vii. بگ بازار، وشال میگمارٹ، ایبونی، شاپرز اسٹاپ ہمارے ملک کے کچھ سرکردہ ڈپارٹمنٹ اسٹور ہیں۔



Fig. 14.3 Departmental Store

ڈپارٹمنٹل اسٹورز کے فائدے

(a) ایک ہی جگہ پر مختلف طرح کا سامان گاہکوں کو مل جاتا ہے۔اس سے ان کا وقت بچتا ہے اور ان کو جگہ جگہ بھاگنا دوڑنا نہیں پڑتا۔

(b) یہ ڈپارٹمینٹل اسٹور مختلف کارخانوں اور مینوفیکچروں کے تیار کردہ مختلف طرح کے سامان اور اشیا فراہم کر دیتے ہیں۔

(c) ڈپارٹمنٹل اسٹور بڑی تعداد اور مقدار میں مینوفیکچروں اور کارخانوں سے مال خرید لیتے ہیں۔ان کو اس طرح رعایتی خرچ پر سامان مہیا ہو جاتا ہے۔ بڑے پیمانے پر سامان خریدنے سے جو فائدہ حاصل ہوتے ہیں،ان سے یہ اسٹور استفادہ کرتے رہتے ہیں۔

(d) یہ اسٹور بڑے پیمانے پر منظّم کیے جاتے ہیں،اس لیے یہ ایسے لوگوں کو روزگار دیتے ہیں جو لائق ہوتے ہیں اور ان کی خدمات سے فائدہ اٹھا کر اسٹور گاہکوں کی خدمت کرتے ہیں۔

(e) ایک ہی اسٹور میں مختلف اشیا کی فروخت کے لیے الگ الگ شعبے ہوتے ہیں، بھلے ہی آپ اپنا سامان کسی ایک شعبہ سے خرید میں مگر آپ کی نظر میں باقی شعبہ جات اور ڈپارٹمنٹ بھی آ جائیں گے جہاں مختلف سامان رکھا ہوتا ہے،اس طرح سے سامان کی پلیٹی اور تشہیر خوب ہوتی ہے۔

ان تمام خوبیوں کے باوجود ان سٹوروں کے فائدے کئی لحاظ سے محدود ہو کر بھی رہ جاتے ہیں۔

ڈپارٹمنٹل سٹوروں کی حد بندیاں

(a) ڈپارٹمنٹل اسٹور چلانے کے لیے بڑے پیمانے پر سرمایہ درکار ہوتا ہے۔

(b) یہ اسٹور اکثر و بیشتر عام رہائشی علاقوں سے دور دراز مقامات پر واقع ہوتے ہیں اس لیے روزمرہ کا سامان خریدنے کے لیے گاہکوں کا بآسانی ان تک پہنچنا ممکن نہیں۔

(c) ان محکمہ جاتی اسٹوروں کو چلانا مہنگا سودا ہے۔ان کے چلانے پر اخراجات بہت ہوتے ہیں۔جگہ کا کرایہ ہی کافی ہوتا ہے۔جگہ خریدنی ہو تو اس کے لیے بڑی رقم چاہیے۔ پھر اسٹور کی عمارت کو سجانے سنوارنے اپر بھی کافی لاگت آتی ہے۔اسٹور میں بہت سے لوگوں کو ملازم رکھنا پڑتا ہے،ان کی تنخواہوں کا بوجھ بھی پڑتا ہے۔گاہکوں کو بھی مختلف طرح کی سہولتیں دی جاتی ہیں،ان پر بھی کافی رقومات خرچ ہوتی ہیں۔

(d) ڈپارٹمنٹل اسٹور میں مال کے مالکوں اور گاہکوں کے درمیان براہ راست رابطہ قائم نہیں ہو پاتا اسٹور کے ملازم ہی گاہکوں روبرو ہوتے ہیں۔ مال تیار کرنے والوں کو براہ راست اس بات کا علم نہیں ہو پاتا کہ گاہک کیا چاہتے ہیں،ان کی پسند کیا ہے،ان کی نظر میں سامان یا اشیا کی کوئی اہمیت ہے یا نہیں۔

(ii) ملٹی پل شاپس (سلسلہ دکان)

گذشتہ سبق میں یہ بتایا گیا ہے کہ ڈپارٹمینٹل اسٹور میں تمام کاروبار ایک ہی عمارت میں ہوتا ہے اور گاہکوں کو اس کی طرف لایا جاتا ہے۔اب ملٹی پل شاپس کے حوالے سے جانکاری ضروری ہے۔ یہ دکانداروں کا وہ طریقہ ہے کہ مال تیار کرنے والے گاہکوں کی طرف رجوع ہوتے ہیں اور گاہکوں کے قریب ہی دکانیں کھول لیتے ہیں۔

کیا آپ نے کبھی خردہ فروشی کی ایسی دکانوں کو اپنے علاقے میں دیکھا ہے کہ جو اسٹور کی طرح ہوں اور یہ دکانیں کسی ایک مارکہ

یا برانڈ یا تجارتی نشان کے ساتھ ایک ہی طرح کی چیزیں فروخت کرتی ہوں۔ن کے نام بھی ایک ہی ہوں اوران کی سجاوٹ اور اپنی ظاہری نمائش میں بھی ایک جیسی ہی ہوں۔مثال کے طور پر آپ کے محلّہ میں رے مانڈ ،نرولا، میک ڈونالڈ وغیرہ کے ناموں سے ایسے اسٹور ہوسکتے ہیں۔ان دکانوں کا سلسلہ ایک ہی جیسا ہوتا ہے اوران کو ملٹی پل شاپ کہا جاتا ہے۔

ملٹی پل شاپس کی خصوصیات

i. وہ اپنے تمام اسٹورز پر ایک ہی قیمت پر مصنوعات کی ایک جیسی رینج فروخت کرتے ہیں۔
ii. یہ اسٹور عام طور پر بڑے مینوفیکچررز/ پروڈیوسروں کی ملکیت اور ہدایت ہوتے ہیں۔
iii. کسی شہر کے مختلف مقامات پر یا کسی ملک کے مختلف شہروں اور دیہاتوں میں کئی شاخیں کھولیں۔ان ٹائنڈوں کو "ٹائنڈ اس ڈی کیڈینا" بھی کہا جاتا ہے۔
iv. کئی اسٹورز اسی طرح کی مصنوعات سے نمٹتے ہیں، بنیادی طور پر روزمرہ کے استعمال کے لیے، جیسے جوتے ، ٹیکسٹائل، گھڑیاں، آٹوموٹو مصنوعات وغیرہ۔
v. تمام اسٹورز میں اسی طرح کی اشیاء کی قیمت یکساں ہے۔تمام اسٹورز میں اسی طرح کی اشیاء کی قیمت یکساں ہے۔
vi. یہ اسٹور عام طور پر آسانی سے مرکزی بازار یا مسابقتی تجارتی مرکز میں واقع ہوتے ہیں۔

ملٹی پل شاپس کے فائدے

ملٹی پل شاپس خریداروں اور مال بیچنے والوں کے لیے کئی لحاظ سے نفع بخش ہیں۔ان کے بارے میں تفصیل درج ذیل ہے۔

(a) ملٹی شاپس بالعموم ایک ہی طرح کی بنی ہوتی ہیں، اس کی وجہ سے گاہک کو ان دکانوں کی نشاندہی بآسانی ہو جاتی ہیں۔ان کی کھڑکیاں، سامان کے ڈسپلے کا انداز، سجاوٹ اور دکان کے سامنے سامان سجانے کے لیے رکھا ہوا کاؤنٹر اور میز بھی یکساں طرز کی ہی ہوتی ہیں۔سائن بورڈ بھی ایک ہی سا ہوتا ہے۔

(b) اس طرح کی دکانوں سے درمیانی آدمی، دلال، اور بچولیوں کی ضرورت ختم ہو جاتی ہے اور تھوک فروشوں اور خردہ فروشوں کے درمیان براہ راست رابطہ قائم رہتا ہے۔

(c) یہ دکانیں بڑی مقدار یا تعداد میں سامان خریدتی ہیں، اس وجہ سے تھوک میں مال خریدنے سے جو فائدے ہوتے ہیں، ان کو حاصل ہو جاتے ہیں۔ان دکانوں کی شہرت پہلے ہی کافی ہوتی ہے۔پھر ان کے اشتہار سب دکانوں کو ملا کر ایک ساتھ دیے جاتے ہیں، اس وجہ سے بھی خرچ کم ہوتا ہے۔

(d) گاہکوں کو ان دکانوں پر مال مقابلہ ستا ملتا ہے کیوں کہ ان دکانوں کو چلانے کے اخراجات کم ہوتے ہیں اور یہ دکانیں درمیانی آدمی یا بچولیوں یا دلالوں کی ضرورت محسوس نہیں کرتیں۔

(e) چوں کہ گاہکوں کو اصلی اور معیاری سامان براہ راست مینوفیکچرروں سے حاصل ہوتا ہے، اس لیے ملاوٹی سامان یا جعلی سامان کا خدشہ جاتا رہتا ہے۔ان دکانوں پر دھوکہ دھڑی نہیں ہوتی۔معیاری سامان کی مناسب قیمتوں پر دستیابی سے گاہکوں میں ان کے تئیں اعتماد بڑھ جاتا ہے۔

14.8.2 ملٹی پل شاپس کی حد بندیاں

مندرجہ بالا سطور میں ملٹی پل شاپس کی خوبیوں کو بیان کیا جا چکا ہے لیکن ان کے باوجود ان میں کچھ خامیاں اور کمزوریاں بھی پائی جاتی ہیں۔

(a) یہ دکانیں اشیا اور مصنوعات کی جو اقسام رکھتی ہیں، وہ کسی نہ کسی حد تک محدود ہی ہوتی ہیں اور گاہک کے لیے یہ ممکن نہیں کہ وہ ایک ہی طرح کا کبھی سامان دیکھ کر ان میں سے اپنی پسند کے مطابق خرید سکے۔

(b) یہ سب فروخت نقد رقم کے عوض ہوتی ہے، اس لیے گاہک ان دکانوں سے ادھار سامان نہیں خرید پاتے۔

(c) گاہکوں کو دکانداروں سے سودے بازی کرنے کا موقع نہیں مل پاتا۔ ان دکانوں میں اشیا کی قیمتیں مقرر ہوتی ہیں۔ صدر مقام پر ان کی قیمتیں مقرر کر لی جاتی ہیں اور کوئی بھی دکان اپنے طور پر اس کی قیمت میں ردوبدل کی مجاز نہیں۔

(d) ملٹی پل دکان کا انتظام برانچ منیجر کے پاس ہوتا ہے۔ ان کو صدر دفتر کا حکم ہر حالت میں ماننا ہوتا ہے۔ یہ دکاندار گاہک کو نہ تو مطمئن کرنے کی کوشش کرتے ہیں، نہ اس تعلق سے وہ اپنی طرف سے کوئی دلچسپی لیتے ہیں۔

(iii) سپر مارکیٹ Super Market

سپر مارکیٹ خردہ فروشی کی ایک اور قسم کا نظام ہے جہاں سے ہم گھر کی روزمرہ ضرورت کا سامان خریدتے ہیں اور ایک ہی بار میں وہاں جا کر ہفتے بھر کا یا مہینے بھر کا سامان لے آتے ہیں۔ بڑے پیمانے پر خردہ فروشی کے اس نظام کے بارے میں کچھ تفاصیل درج ذیل ہیں:

سپر مارکیٹ بڑے پیمانے پر خردہ فروشی کی ایسی دکان ہے جہاں مختلف طرح کی روزمرہ کے استعمال کی چیزیں ملتی ہیں جیسے ترکاریاں، سبزیاں، پھل، آٹا، دال، تیل، صابن، برتن، کپڑے، بجلی کا سامان، الیکٹرانک کا سامان۔ یہ سب اشیا ایک ہی چھت کے نیچے مل جاتی ہیں۔ یہ سپر مارکیٹ اس غرض سے قائم ہوتی ہے تا کہ عوام کو روزمرہ کی ضرورتوں کا سامان مناسب داموں پر مل سکے۔ اس طریقے سے اشیا کی فروخت کے اس نظام میں دلالوں اور بچولیوں وغیرہ کی ضرورت نہیں ہوتی۔ یہ دکانیں شہر کے وسط میں واقع ہوتی ہیں اور ان کی شاخیں رہائشی گھروں کے آس پاس قائم کی جاتی ہیں۔ ڈپارٹمینٹل اسٹور کے برعکس سپر مارکیٹ میں یہ سہولت نہیں ہوتی کہ وہ آپ کے آرڈر پر آپ کو سامان گھر بھجوا دے۔ یہ سپر مارکیٹ گاہکوں کو ادھار پر بھی مال فروخت نہیں کرتا۔ ان دکانوں پر گاہکوں کو مطمئن کرنے کی کوئی کوشش نہیں ہوتی۔ گاہک اپنی پسند کا سامان از خود ہی اٹھا لیتے ہیں۔ سامان کو لے کر وہ کاؤنٹر پر آتے ہیں جہاں ان سے اس کی قیمت وصول کی جاتی ہے اور سامان ان کے حوالے کر دیا جاتا ہے۔

سپر مارکیٹ کے فائدے

سپر مارکیٹ کے فائدے درج ذیل ہیں:

(a) سپر مارکیٹ میں گھروں میں درکار روزمرہ کا سامان مختلف اقسام میں مل جاتا ہے۔

(b) اس میں معیاری قسم کا سامان ملتا ہے اور گاہکوں کو ایسی اشیا خریدنے کا اندیشہ نہیں رہتا جن میں ملاوٹ ہو جو یا علی سامان ہو۔ ان دکانوں میں یہ اندیشہ صفر کے برابر ہے۔

(c) سپر مارکیٹ میں سامان کی قیمت عام بازار کے مقابلے کم ہوتی ہے۔ اس کی وجہ یہ ہے کہ یہاں جو سامان خرید کر لایا جاتا ہے، وہ

بڑی تعداد یا مقدار میں ہوتا ہے، اس لیے کفایتی خرچ پر خریدا گیا ہوتا ہے اور پھر یہ بھی کہ اس سامان کو براہ راست مال تیار کرنے والوں اور مینوفیکچرروں سے حاصل کیا جاتا ہے۔

(d) سپر مارکیٹ میں سیلز مینوں اور معاونین کی ضرورت نہیں پڑتی، اس وجہ سے یہاں سامان لانے میں خرچ کم آتا ہے اور اس وجہ سے اشیا کی قیمتیں مناسب رہتی ہیں۔ یا دلالوں کی مدد نہیں لی جاتی۔ ان وجوہات سے سپر مارکیٹ میں دستیاب اشیا کی قیمت مقابلہ کم رہتی ہے۔

(e) گاہک کو مختلف طرح کا مختلف کمپنیوں اور مینوفیکچرروں کا سامان ایک ہی جگہ مل جاتا ہے۔ اس طرح گاہک سامان کا ایک دوسرے سے مقابلہ کر کے دیکھ سکتے ہیں اور اس بنیاد پر وہ اپنے لیے سامان آسانی سے پسند کر سکتے ہیں اور پھر یہ بھی کہ آپ کو جب بھی وقت ملے اس میں جا کر سپر مارکیٹ سے اپنی پسند کا سامان خرید سکتے ہیں۔

سپر مارکیٹ کی خامیاں

سپر مارکیٹ کے حوالے سے کچھ خامیاں بھی سامنے آتی ہیں:

(a) سپر مارکیٹ شروع کرنے کے لیے بڑے پیمانے پر رقومات درکار ہوتی ہیں۔

(b) رقومات ناکافی ہونے سے پیشہ ورانہ انتظامیہ کو فائدے نہیں مل پاتے۔ سپر بازار میں ایسے لوگوں کی خدمات نہیں مل پاتیں جو اس کام میں ماہر ہوں۔

(c) گاہکوں کو نقد رقومات کے عوض ہی سامان فروخت کیا جاتا ہے۔ گاہکوں کو ادھار پر سامان نہیں ملتا۔

(d) سپر مارکیٹ اپنی خدمت آپ کے اصول پر کام کرتا ہے۔ اس میں ایسا سامان نہیں ملتا جس کو سودا فروشی کے ماہرین کے توسط سے خریدنا نفع بخش ہوتا ہے۔

(iv) کنزیومر کوآپریٹیو اسٹور

بڑے پیمانے پر خردہ فروشی کی ایک شکل کنزیومر کوآپریٹو اسٹورز ہیں۔ یہ کوآپریٹو سوسائٹیوں کی نگرانی میں کام کرتے ہیں۔ کسی خاص علاقے کے صارفین یا کسی خاص گروپ کی شکل میں گاہک اگر روزمرہ کی ضرورتوں کی اشیا کو حاصل کرنے میں دشواری محسوس کرتے ہیں، تو وہ بالعموم کوآپریٹ سوسائٹی تشکیل دے لیتے ہیں اور خردہ فروشی کا کام سنبھال لیتے ہیں۔ صارفین کا کا یہ کوآپریٹو اسٹور سامان کو براہ راست مینوفیکچرر کے سے خرید لیتا ہے یا اس شخص سے یہ سامان حاصل کر لیا جاتا ہے جو اس سامان کی تقسیم یعنی ڈسٹری بیوشن کے لیے ذمہ دار ہے اور پھر رعایتی نرخ پر اسے فروخت کیا جاتا ہے۔ صارفین کے کوآپریٹیو اسٹور کے فائدے درج ذیل ہیں:

کنزیومر کوآپریٹیو اسٹور کے فائدے

(a) کنزیومر کوآپریٹو اسٹور پر سامان بازار سے قیمت پر دستیاب ہوتا ہے کیوں کہ اس میں بچولیوں اور دلالوں کا منافع شامل نہیں ہو پاتا۔

(b) یہ کوآپریٹو نقد قیمت پر سامان فروخت کرتے ہیں اس لیے رقم کے مارے جانے اور ادھار میں اس کے پھنس جانے کا خطرہ نہیں رہتا۔

(c) یہ دکانیں اور یہ اسٹور، کوآپریٹیو اسٹور کے ارکان کے گھروں کے آس پاس ہوتے ہیں اور ان سے ممبران کے علاوہ عام لوگ بھی فائدہ اٹھا سکتے ہیں۔

(d) کنزیومر کوآپریٹیو اسٹور جو نفع کماتا ہے، وہ اس کے ارکان میں بطور بونس تقسیم کر دیا جاتا ہے۔

کنزیومر کوآپریٹیو اسٹور کے حدود

(a) کنزیومر کوآپریٹو اسٹور کے پاس اکثر رقومات کی کمی ہوتی ہے۔ یہ اسٹور ایسے لوگوں پر مشتمل ہوتا ہے جن کی آمدنی محدود ہوتی ہے۔

(b) رقومات کی کمی اور وسائل کی کمی کاروبار کو پھیلنے اور وسعت دینے کی راہ میں حائل ہوتی ہے۔

(c) ان اسٹوروں کا نظم ونسق بالعموم ایسے لوگ سنبھالتے ہیں جن کے پاس تجربہ نہیں ہوتا اور رقومات کی کمی کے سبب پیشہ وارانہ ماہروں کی خدمات سے استفادہ ممکن نہیں ہوتا۔

(v) بذریعہ ڈاک خردہ فروشی

بذریعہ ڈاک یا کوریئر کے ذریعے گاہک کی طرف سے آرڈر آنا اور اس کی تعمیل کرتے ہوئے گاہک کو سامان بھجوانا اس نظام سے تعلق رکھتا ہے۔ حیرانی کی بات یہ ہوگی کہ گاہک کو اس خردہ فروشی کی معلومات کیسے ملتی ہے اور اسے یہ کیسے معلوم ہوتا ہے کہ فلاں دکاندار کیا کیا سامان فروخت کرتا ہے جبکہ وہ کبھی اس دکان تک آیا بھی نہ ہو۔ اس سلسلے میں یہ گفتگو ضروری ہے کہ ڈاک کے ذریعے سامان کے آرڈر دینے کا نظام آخر کیسے کام کرتا ہے۔

جو دکاندار بذریعہ ڈاک آرڈر کے طلب گار ہوتے ہیں، وہ اخبارات، میگزینوں وغیرہ کے ذریعہ اس بات کے لیے اشتہار دیتے ہیں۔ کتابوں، بروشروں اور دستی اشتہاراوں کے علاوہ اشیا کی فہرستوں میں بھی اس بات کا ایڈورٹائزمنٹ کرتے ہیں۔ اشتہاروں میں آرڈر فارم اور دیگر تفاصیل بھی ہوتی ہیں کہ یہ آرڈر کس طرح سے دیا جاسکتا ہے اور ان چیزوں کا تفصیلی بیان بھی ہوتا ہے جو بذریعہ ڈاک آرڈر موصول ہونے پر ارسال کی جاسکتی ہیں۔ ان اشتہارات کو دیکھ کر جن گاہکوں کو سامان کے خریدنے سے دلچسپی ہوتی ہے وہ اپنا آرڈر بذریعہ ڈاک دے دیتے ہیں۔ جب خردہ فروش کو یہ آرڈر مل جاتا ہے، تو وہ بذریعہ ڈاک یا کوریر سے سامان ارسال کر دیتا ہے۔ سامان کی پیشگی ادائیگی گاہک منی آرڈر کے ذریعے یا ڈیمانڈ ڈرافٹ کے ذریعے کرتا ہے۔ قیمت اس وقت بھیجنی ہوتی ہے جب سامان منگانے کا آرڈر دیا جاتا یا سامان مل جانے پر یہ قیمت نقد رقم کی صورت میں یا وی پی پی (ویلیو پے ایبل پوسٹ) کے ذریعے ادا کی جاتی ہے۔ ویسے ڈاک آرڈر پر سامان کی قیمت، سامان مل جانے پر ہی ادا کی جاتی ہے نہ کہ پیشگی رقم کی صورت میں ادا کی جاتی ہے۔ گھر بیٹھے گاہک اس طریقے سے سامان منگانے کا آرڈر دیتا ہے اور مال فروخت کرنے والا دور دراز رہنے والے گاہکوں کو بھی سامان فراہم کرتا ہے۔

یہ طریقہ ہر طرح کے سامان کے منگانے کے لیے درست اور کارآمد نہیں ہے۔ بذریعہ ڈاک ایسا سامان منگایا جاتا ہے جس کو پہلے سے دیکھنے کی ضرورت نہیں جیسے کتابیں، پودے اُگانے والے بیج، چھری کانٹے، چھچھے اور ہلکا پھلکا سامان جو جلد خراب نہ ہو مثال دوائیں، صابن، برش، تیل، تیار کپڑے کل پرزے، کیمرہ وغیرہ کیونکہ ایسا سامان ڈاک کے ذریعے ابھی سکتا ہے۔

بازار میں جن اشیا کی بڑے پیمانے پر مانگ ہے اور جن کے بھیجنے کے اخراجات مقابلہ کم ہوتے ہیں، اس طریقے سے بھیجی جاسکتی ہیں۔

بذریعہ ڈاک خردہ فروشی کے فائدے

ڈاک کے ذریعے خردہ سامان منگانے میں درج ذیل فائدے ہیں:

(a) اس طرح خردہ فروشی کا کام شروع کرنا کفایتی ہے۔ اس کے لیے دکان کی ضرورت نہیں ہوتی۔ دکان کا کرایہ بچتا ہے، دکان کی سجاوٹ پر پیسہ خرچ نہیں کرنا پڑتا۔ اس کے لیے سیلز مین وغیرہ بھی نہیں رکھنے پڑتے۔۔

(b) اس طرح کام کے لیے مختصر سا سرمایہ درکار ہوتا ہے اور جو سرمایہ لگایا جاتا ہے وہ بذریعہ ڈاک دکانداری میں نفع دیتا ہے۔ ایک دلال اور بچھولیے کے ذریعے سامان دوسرے دلال کو دینے میں جو رقم ضائع ہوتی ہے وہ بچ جاتی ہے بلکہ سامان براہِ راست گاہکوں کو ارسال کر دیا جاتا ہے۔ تیار مال کا ذخیرہ اپنے پاس رکھنے کی ضرورت نہیں اور سامان نمائش کے لیے کسی الماری، تختہ یا کاؤنٹر پر سجانے کی ضرورت نہیں۔ گاہک سے آرڈر ملنے کے بعد وہ سامان کہیں سے بھی حاصل کر لیا جائے یا اسے تیار کر لیا جائے۔ اس طرح سے سرمایہ کسی ایک کام میں پھنسانے کی ضرورت نہیں۔ سامان کو اسٹور کرنے کے لیے بھی سرمایہ لگانے کی ضرورت نہیں ہوتی۔

(c) بذریعہ ڈاک گاہکوں کا دائرہ ملک گیر سطح پر پھیلا ہوا ہوتا ہے۔ یہ آرڈر نہ صرف اپنے ملک کے گاہکوں سے بلکہ باہر کے ملکوں کے گاہکوں کی طرف سے بھی آسکتے ہیں، بس ضرورت اس بات کی ہے کہ اس علاقے میں ڈاک اور کوریر کی سہولتیں موجود ہوں۔

(d) گاہک گھر بیٹھے سہولت سے سامان منگانے کا آرڈر دے سکتے ہیں اور ان کو اپنے گھر بیٹھے سامان مل سکتا ہے۔ دور بیٹھے گاہکوں کو بھی ہر طرح کا سامان بھیجا جاسکتا ہے۔

(e) گاہکوں کو مقابلہ کم قیمت پر سامان مل جاتا ہے چونکہ اس نظام کے تحت سامان بھیجنے والے دکانداروں کے اخراجات کم ہوتے ہیں، اس لیے وہ سامان کی قیمت بھی زیادہ طلب نہیں کرتے۔

بذریعہ ڈاک سامان منگوانے میں پیش آنے والی خامیاں

بذریعہ ڈاک خردہ فروشی کا نظام کچھ خامیاں رکھتا ہے جو درج ذیل ہیں:

(a) اس طرح سامان خریدنے میں گاہک اپنے طور پر اس سامان کی جانچ پڑتال نہیں کر سکتا جسے وہ خرید رہا ہے۔ اس سے اس بات کا امکان رہتا ہے کہ گاہک کو اپنی پسند کی اشیا اور وہ مال جو اس نے منگایا ہے، نہ دستیاب ہو۔ اشتہارات میں جن اشیا کو دکھایا گیا ہے اور جن کو دیکھ کر آرڈر دیا گیا ہے، تو بھی بھیجی جانے والی اشیا سائز، رنگ، ڈیزائن وغیرہ کے اعتبار سے اس سے مختلف ہوں جو کہ اشتہار میں دکھائی گئی ہیں یا جن کا ذکر فہرست اشتہار میں کیا گیا ہے۔

(b) خریداری کے اس نظام میں گاہک اور مال فروخت کرنے والے کا براہ راست رابطہ قائم نہیں ہوتا۔ اس وجہ سے گاہک کو مال کے حوالے سے جو شبہات ہوں گے، وہ ان کے بارے میں کوئی استفسار نہیں کر پائے گا۔ سامان کو کیسے استعمال کیا جائے اور اسے سنبھال کر کس طرح رکھیں، یہ باتیں بھی گاہک کو نہیں معلوم ہو پائیں گی۔

(c) اس طرح مال منگانے کا جو آرڈر دیا جاتا ہے، اس میں کچھ وقت بھی لگتا ہے اور ایسا نہیں کہ سامان کا ادھر آرڈر دیا اور سامان آپ

کے حوالے کر دیا گیا۔ دکاندار کے پاس آرڈر پہنچے گا۔ وہ مختلف جگہوں سے سامان اکٹھا کرے پھر وہ اسے پیک کر کے ارسال کرے گا۔ یہ ایسا طریقہ ہے کہ جلد خراب ہونے والی اشیا اس طریقے سے نہیں منگائی جاسکتیں یا اگر گاہک کو کوئی مال فوری طور پر درکار ہے تو وہ فورا میسر نہیں ہو سکے گا۔

(d) ڈاک کے ذریعے سامان منگانے کا طریقہ بھی اقسام کے سامان کے لیے ٹھیک نہیں۔ روزمرہ کی اشیا، بھاری بھرکم سامان، جلد خراب ہونے والی اشیا کو اس اطریقے سے خریدنا مناسب نہیں ہے۔

(e) اس طریقہ کار میں سامان ادھار پر حاصل کرنا بھی ممکن نہیں۔ صرف نقد ادائیگی پر ہی سامان حاصل کیا جاسکتا ہے۔

اس طرح بذریعہ ڈاک سامان منگانے میں کچھ فائدے اور آسانیاں ہیں تو کچھ نقصانات اور دشواریاں بھی ہیں۔ اب سوال یہ پیدا ہوتا ہے کہ کیا یہ طریقہ ہمارے ملک میں مقبول ہے۔ حالانکہ یہ طریقہ کوئی نیا نہیں بلکہ بہت پرانا ہے لیکن یہ بہت زیادہ رائج نہیں۔ کیا آپ کو اس بات پر حیرانی ہے کہ طریقہ مقبول کیوں نہیں، خاص کر ہمارے ملک ہندوستان میں یہ کیوں بڑے پیمانے پر رائج نہیں۔

اس طریقہ کے رواج پانے میں کچھ خامیاں جن کا اوپر ذکر کیا گیا ہے، حائل ہیں۔ ان کے علاوہ بھی کچھ اور اسباب بھی ہیں جن کی وجہ سے یہ طریقہ ہندوستان میں رائج نہیں ہو پایا۔ اس کی بڑی وجہ یہ ہے کہ ہمارے ملک میں ناخواندہ لوگوں کی اکثریت ہے۔ وہ اشتہارات نہ پڑھ سکتے ہیں، نہ ان کو سمجھ سکتے ہیں، اس طور پر وہ اشیا کی فہرستوں کا بھی مطالعہ نہیں کر پاتے۔ ان کو یہ نہیں معلوم کہ کون کون سی اشیا بذریعہ ڈاک منگائی جاسکتی ہیں۔ پھر اس طور پر سامان منگانے میں خردہ فروش دکانداروں کی بدعنوانی اور بے ایمانی سے اس طریقے پر سے اعتماد اٹھ گیا ہے۔

گاہکوں کو اس بات کا بھروسہ نہیں ہوتا کہ ڈاک سے سامان منگانے پر مال ٹھیک آجائے گا۔ براہ راست خرید کا نظام اس لیے مقبول ہے کہ اس میں گاہک دکاندار سے براہ راست رابطہ قائم کر کے سامان خریدتا ہے اور اسے اطمینان رہتا ہے کہ اس نے اپنی پسند سے سامان لے لیا ہے۔ ایک بڑی بات یہ ہے کہ اس طریقے سے گاہک کو سب مال نقد لینا ہوگا ادھار نہیں لے پائے گا۔

یہ بھی ایک کمی ہے، اس لیے ملک کی آبادی کا بڑا حصہ اس طریقے سے سامان نہیں خرید پاتا۔

(vi) فرین چائز کا نظام (فروخت کاری کا حق)

آپ نے دیکھا ہوگا کہ کچھ ریستورانوں اور دکانوں پر نئے سال کے کارڈ، کرسمس کارڈ اور تحائف کے طور پر دیا جانے والا سامان فروخت ہوتا ہے۔ یہ سب دکانیں ایک ہی تجارتی نشان، مارکہ وغیرہ کا استعمال کرتی ہیں اور ان کی ظاہری زیبائش، نمائش بھی ایک ہی طرح کی ہوتی ہے۔ یہ سب دکانیں ایک ہی مال فروخت کرتی ہیں لیکن وہ دکانیں یا اسٹور کسی ایک شخص کی ملکیت میں نہیں ہوتیں اور وہ سلسلہ وار ایسی دکانیں بھی نہیں ہوتیں جو ایک ہی مالک یا کسی ایک ہی انتظامیہ کے تحت آتی ہوں۔ آپ کو حیرانی ہوگی کہ یہ سب دکانیں مختلف ہوتے ہوئے بھی ایک ہی مارکہ اور ایک ہی تجارتی نشان کیسے استعمال کر لیتی ہیں اور یہ سب ایک ہی مال کیسے فروخت کرتی ہیں۔

ان دکانوں کو مختلف لوگ مختلف مقامات اور محلوں میں اپنے اپنے طور پر چلا رہے ہیں۔ خردہ فروشی کا یہ ایک ایسا نظام ہے جسے فرین چائنز (ادارے کی طرف سے خردہ فروش کو ایک محدود علاقے میں سامان فروخت کرنے کی اجازت دی جاتی ہے۔

فرین چائز خردہ فروشی کا نظام ہے جہاں دو فریقوں میں یہ معاہدہ ہو جاتا ہے کہ ایک فریق دوسرے کو صراحت شدہ سامان فروخت کرنے یا سامان تیار کرنے کا یا کچھ خاص سروس فراہم کرنے کا اختیار دے دیتا ہے۔ سامان تیار کرنے والا فریق، اس کا مالک

ہوتا ہے۔ چونکہ اسے یہ سامان تیار کرنے کی خصوصی مہارت حاصل ہوتی ہے اس لیے اسے فرین چائزز کے نام سے پکارا جاتا ہے جبکہ فریق ثانی کو فرین چائزی اس کہتے ہیں۔ یہ ایک ایسا آزادانہ طور پر کام کرنے والا کاروباری ادارہ ہوتا ہے جسے فرین چائزر کی تیار کردہ اشیا یا فراہم کردہ سروس کو فروخت کرنے کا حق حاصل ہوتا ہے اور یہ حق کچھ رقم دے کر حاصل کرلیا جاتا ہے۔ فرین چائزی خرد؟ فروش دکاندار کے طور پر کام کرتا ہے، وہ کسی محدود جغرافیائی علاقے میں کام کرتا ہے۔ اس علاقے میں اسے کام کرنے کی اجازت دی جاتی ہے اور اس سلسلے میں فرین چائنز کے ساتھ معاہدہ کیا جاتا ہے۔

خردہ فروشی کا نظام جسے فرین چائز کہا جارہا ہے، ہمارے ملک میں بہت مقبول ہے گذشتہ دس برسوں میں اسے اور بھی زیادہ مقبولیت ملی ہے۔ بہت سے کاروبار ایسے ہیں جو ملک گیر سطح پر مقبول ہوئے ہیں اور اس نظام کے تحت وہ ترقی کررہے ہیں اس طرح کی کچھ مثالیں درج ذیل ہیں:

تیار کھانوں (فاسٹ فوڈ) کی دکانیں، ریستوراں جیسے (میک ڈونالڈ)، دکانیں جن پر مبارکبادی کے کارڈ دستیاب ہیں جیسے (ہال مارک، آرگیز)، تیار کپڑوں کا دکانیں جب کہ (بینگٹن، نیومیرو، یولاف، ڈیلر) کمپیوٹر کی تعلیم دینے والے ادارے جیسے (این آئی آئی ٹی، اپینک)۔

فرین چائز کی خصوصیات

فرین چائز کی خاص خاص باتیں درج ذیل ہیں:۔

(a) فرین چائزر اور فرین چائزی کے مابین جو معاہدہ ہوتا ہے، اس کے تحت تجارتی لین دین کیا جاتا ہے۔ فرین چائنز سے یہ مراد ہے کہ کونسا ادارہ کس خردہ فروش کو کس محدود علاقے میں سامان فروخت کرنے کا حق دے دیتا ہے۔ یہ معاہدہ بالعموم ایک محدود مدت کے لیے ہوتا ہے۔

(b) اس نظام کے تحت جس شخص سے معاہدہ ہوجاتا ہے اس کی طرف سے وہ شخص اس ادارے کمپنی کے تجارتی نشان کو استعمال کرسکتا ہے اور کارخانہ دار کے تیار کردہ مال کو خردہ میں فروخت کرسکتا ہے مگر یہ حق کچھ فیس ادا کر کے حاصل کیا جاتا ہے۔

(c) معاہدہ کے وقت فیس ادا کردی جاتی ہے۔ اس فیس کو یک مشت ادا نہ کر کے اس کا ایک حصہ معاہدہ کے وقت اور بقیہ میں ہفتہ وار، ماہانہ، سالانہ یا سہ ماہی کسی بھی اطور پر ادا کی جاسکتی ہے۔ جس سے معاہدہ ہوا ہے وہ جس قدر مال فروخت کرتا ہے، اس کی کوئی مقررہ فی صد بطور فیس ادا کرتا ہے یا یہ طریقہ اختیار نہ کر کے رقم مقرر کرلی جاتی ہے اور پھر وہ حسب شرائط ادا کی جاتی ہے۔

(d) معاہدہ کرنے والا سامان کی نمائش کے لیے بڑی جگہ فراہم کراتا ہے اور اہم علاقوں میں جگہ کو حاصل کیا جاتا ہے، اسے سجایا جاتا ہے اور سامان یہاں برائے فروخت رکھا جاتا ہے۔ زیادہ تر معاملات میں اس طرح سے مال فروخت کرنے کے لیے فراہم کردہ مقامات کو پہلے سے معاہدہ میں طے شدہ معیارات کے مطابق سجانا ہوتا ہے اور گاہکوں کی خدمت کے حوالے سے جو معیارات طے کیے جاتے ہیں ان کے مطابق ہی سامان فروخت کرنا ہوتا ہے۔

(e) خردہ فروشی کے اس نظام کے تحت ایسی اشیا خوب بکتی ہیں جن کے اشتہار شائع ہوتے ہیں یا برانڈ مقبول ہیں۔ اس پس منظر میں اس معاہدے سے معاہدہ کرنے والے کو فائدہ ہوتا ہے۔ معاہدہ کرنے والا مقبول برانڈ کا نام کسی نئی چیز کے سلسلے میں استعمال کر کے اس کا فائدہ اٹھا سکتا ہے۔

(f) ادارہ جو اپنا نام کسی دوسرے کو استعمال کرنے کی اجازت دیتا ہے وہ یہ کام بہت سوچ سمجھ کر کرتا ہے۔ اس سلسلے میں کئی باتوں کو سامنے رکھنا ہوتا ہے۔ مثلاً یہ کہ حق صرف انھیں کو دیا جائے جو اسے انجام دینے کے اہل ہیں اور ان کے اس سلسلے کے تجربات ہیں اور وہ گاہکوں کو مطمئن کرنے کی صلاحیت رکھتے ہیں اور پھر سب سے بڑی بات یہ کہ ان کی مالی حالت درست ہونی چاہیے تا کہ وہ یہ کاروبار کامیابی سے چلا سکیں۔ اگر جس شخص کو اس طرح خردہ فروشی کا حق دیا گیا اور وہ اپنے مشن میں ناکام ہو گیا تو اس میں ادارے کی بدنامی ہے اور جس شخص نے اسے یہ کام کرنے کا حق دیا تھا اس کے کاروبار کا مستقبل بھی ٹھپ ہو سکتا ہے۔

فرین چائز (خردہ فروشی کے حق) کے فائدے

(a) اس طریقے سے کارخانہ دار اپنے کاروبار کو بڑھا سکتا ہے اور اس طرح اسے مزید سرمایہ کاری کے بغیر کاردوبار کو پھیلانے کا موقع مل جاتا ہے۔ جس شخص کو یہ حق استعمال کرنے کا موقع ملتا ہے وہ اس کے عوض اس کی فیس ادا کرتا ہے۔ اس فیس کی ادائیگی کے بعد ہی وہ مروجہ برانڈ کا استعمال کر سکتا ہے۔

(b) جس شخص کو اس برانڈ کے استعمال کا حق ملتا ہے، اسے اس کے استعمال سے فائدہ ہوتا ہے چونکہ حاصل کردہ برانڈ مقبول عام برانڈ ہوتا ہے۔

(c) گاہک کو اس برانڈ کا سامان خریدنے سے یہ اطمینان رہتا ہے کہ وہ معیاری سامان ہے اور جو کوالٹی اور قیمت میں قابل بھروسہ ہے۔ گاہک کو اس تعلق سے کسی طرح کی ضمانت درکار نہیں ہوتی۔ اس طرح خردہ فروشوں کے توسط سے متعلقہ سامان یا سروس گاہکوں کی بڑی تعداد تک پہونچ جاتی ہے۔

خردہ فروشی کے حق کے نظام یعنی فرین چائز کی خامیاں

(a) جو شخص اپنے مارکہ اور برانڈ کے استعمال کا حق دوسروں کو دیتا ہے تو اسے اس شخص کی سرگرمیوں پر کوئی کنٹرول نہیں ہوتا جس کو اسے یہ حق دیا گیا ہے۔ اگر اس نے گاہکوں کے ساتھ ٹھیک ٹھیک معاملہ نہیں کیا تو اس سے اس ادارے کی اور اس مارکہ کی بدنامی ہوگی جس کو استعمال کر کے وہ سامان فروخت کیا گیا ہے اور اس سے ادارے کا اتحاد اور اس کا بزنس متاثر ہو سکتا ہے۔

(b) اگر جس شخص کو اس مارکہ کے استعمال اور اس کے نام پر سامان فروخت کرنے کا حق دیا گیا ہے اسے فائدہ نہ ہوا تو اس کے لیے اس فیس کو ادا کرنا ایک سپنا بن سکتا ہے جو اس معاہدہ کے تحت ادا کرنی ہے۔

(c) اگر خردہ فروش کے پاس اس کے گاہکوں سے کوئی شکایت آتی ہے تو اس کے لیے مسائل کھڑے ہو سکتے ہیں۔ اب وہ اپنی شکایت کس سے کرے۔ ایسی صورت میں مال بیچنے کا حق دینے والے اور اس شخص کے درمیان اختلافات شروع ہو جاتے ہیں جسے یہ حق دیا گیا ہے۔ اس صورت میں الزام در الزام کا سلسلہ شروع ہو جاتا ہے اور ان شکایتوں کو دور کرنے کی ذمہ داری کوئی نہیں لیتا۔

14.5 اشیا کی ڈسٹری بیوشن سے وابستہ تازہ ترین رجحانات

دور حاضر میں انفارمیشن ٹکنالوجی نے متعدد انداز میں پیش رفت کی ہے اس دور میں کمپیوٹر، ٹیلی فون اور انٹرنیٹ وغیرہ کے استعمال اور رواج نے سامان اور اشیا کی فروخت کے نظام پر گہرے اثرات مرتب کیے ہیں وہ مال تیار کرنے والے ہوں یا اس کا استعمال کرنے والے ہوں، ان سب نے ان سہولتوں سے فائدہ اٹھایا ہے۔ آج صارفین اور گاہک کو اپنی پسند کا سامان گھر بیٹھے مل جاتا ہے اور اسے کہیں مارے مارے پھرنا نہیں پڑتا۔ اسے دفتروں کے چکر کاٹنے نہیں پڑتے۔ وہ دن یا رات میں کسی بھی وقت مطلوبہ اشیا کو

پاسکتا ہے۔اشیا کی فروخت کے جدید نظام کے تحت اور اس سلسلے کی دستیاب سہولتوں کو سامنے رکھتے ہوئے یہ بات سورج کی طرح روشن ہے کہ اب یہ اشیا براہ راست حاصل کی جاسکتی ہیں اور بچھو لیے یا دلالوں کی ضرورت نہیں ہوتی اور اس وجہ سے اخراجات کم ہو گئے ہیں۔ اب مینوفیکچرر براہ راست گاہکوں سے جڑا ہوا ہے اور کمپیوٹر پر ویب سائٹ کی مدد سے نیز انٹرنیٹ کے ذریعے براہ راست مال کی خوبیاں اس کے ملنے کے پتے وغیرہ معلوم ہو جاتے ہیں۔

(a) براہ راست مارکیٹنگ: اشیا کی فروخت کے اس نظام میں دلالوں اور بچولیوں کی مدد نہیں لی جاتی بلکہ گاہکوں کے براہ راست رابطہ قائم کرلیا جاتا ہے اور تھوک فروشوں خردہ فروشوں کی مدد کے بغیر گاہکوں کو براہ راست اشیا فروخت کی جاتی ہیں اور خدمات فراہم کی جاتی ہے۔مینوفیکچر رامکانی گاہکوں کو اپنی تیار کردہ اشیا اور مال کے حوالے سے خبریں بہم پہونچاتے ہیں اور اپنے مال کا اشتہار اخبارات میں، ریڈیو، ٹی وی پر دیتے ہیں یا پھر اشیا کی فہرست شائع کرتے ہیں ان کے سلسلے میں خطوط اور پمفلیٹ شائع کرائے جاتے ہیں۔اس سامان کو خریدنے کے خواہشمند ٹیلی فون سے مینوفیکچر رکو ماں بھیجنے کے لیے کہہ سکتے ہیں۔ یا بذریعہ ڈاک خط بھیج کر مال منگانے کی فرمائش کرسکتے ہیں۔بذریعہ کمپیوٹر ای میل کے ذریعے بھی مال منگانے کا آرڈر دیا جاسکتا ہے۔

براہ راست سامان منگانے کے اس طریقے سے درمیانی آدمیوں، بچولیوں اور دلالوں کو ملنے والا منافع کم کر دیا جاتا ہے اور مینوفیکچر رگاہک کو مقابلتہ کم قیمت پر سامان مہیا کرادیتا ہے۔اس طرح مینوفیکچر رکو ہونے والا منافع جوں کا توں بنا رہتا ہے۔جبکہ بچولیوں اور دلالوں کی معرفت سامان بھیجنے میں یہ منافع کسی قدر کم ہو جاتا ہے۔اس طریق کار میں وقت کی بچت بھی ہے۔مینوفیکچر راپنا سامان تھوک فروش کو دے، تھوک فروش خردہ فروش کو دے اور پھر اس سے گاہک سامان حاصل کرے، اس طرح وقت زیادہ لگتا ہے یہ لین دین اور زیادہ تیزی سے ہوسکتا ہے بشرطیکہ مال تیار کرنے والے بالکل گاہک کے سامنے ہوں۔ براہ راست لین دین میں ایک فائدہ یہ ہے کہ مال تیار کرنے والے کو گاہک کے ان خیالات کا علم ہو جاتا ہے جو وہ اس مال کے بارے میں رکھتا ہے۔

براہ راست مارکیٹنگ اور اشیا کی فروخت کے عمل میں اطلاح پانے کے حوالے سے گاہک کے سامنے کئی طریقے ہوتے ہیں۔ مینوفیکچر ان طریقوں کی مدد سے گاہکوں سے رابطہ قائم کرسکتے ہیں مثال:

☆ چھپی ہوئی فہرست اشیا جس کے ذریعے گاہک کو ان اشیا کا علم ہو جاتا ہے جو اسے مل سکتی ہیں۔اس فہرست کو کیٹ لاگ رشیلنگ کہا جاتا ہے۔

☆ جن اشیا کو فروخت کرنا ہوتا ہے

☆ ان کا اشتہار ٹیلی ویژن پر دکھایا جاتا ہے اور یہ ٹیلی وائز وشاپنگ کہلاتی ہے۔

☆ بروشر اور خطوط ڈاک سے بھیجے جاتے ہیں اور یہ ڈائرکٹ میل رٹیلنگ کہلاتی ہے۔

براہ راست اشیا کی فروخت کا طریقہ ایسی اشیا کے سلسلے میں اپنایا جاتا ہے جن کو آسانی سے اور محفوظ طریقے پر بذریعہ ڈاک کور پر بھیجا جاسکتا ہے اور ان کی افادیت اور خوبیوں سے گاہکوں کو بذریعہ اشیا کی فہرست اور خطوط مطلع کیا جاتا ہے۔ ٹیلی ویژن پر اشتہار دے کر بھی اشیا کے بارے میں گاہکوں کو واقف کرادیا جاتا ہے۔اس طرح کے سامان میں کتابیں، میگزین، جسمانی کسرت کا سامان، فرنیچر ، وغیرہ شامل ہے۔

(b) انٹرنیٹ مارکیٹنگ: مال تیار کرنے والے اپنی ویب سائٹ بنالیتے ہیں اور آج ہر شخص کمپیوٹر اور انٹرنیٹ سے استفادہ کررہا ہے۔ چنانچہ انٹرنیٹ کے ذریعے بھی سامان کی خرید وفروخت ہورہی ہے۔اس طریقہ کے تحت مال منگانے کا فوری آرڈر دیا جاتا ہے اور دنیا میں آپ خواہ کسی بھی جگہ ہوں وہیں سے سامان منگانے کا آرڈر دے سکتے ہیں اور دن رات میں کسی بھی وقت یہ آرڈر دیا

جاسکتا ہے۔گھر پر کمپیوٹر سے ہی یہ آرڈر دیا جاسکتا ہے یا پھر گھر کے قریب جو بھی سائبر کیفے ہو، وہاں سے آرڈر دے سکتے ہیں۔ ویب سائٹ پر مطلوبہ شے کی تصویر دیکھی جاسکتی ہے۔اس کے بارے میں درج معلومات سے واقفیت حاصل کی جاسکتی ہے اور پھر آرڈر دیا جاسکتا ہے۔کمپیوٹر کا ماؤس یعنی بٹن دبا کر مال منگانے کا آرڈر دے دیجیے۔کریڈٹ کارڈ کے ذریعے مال کی قیمت ادا کر دیجیے یا پھر بینک ڈرافٹ بنوا کر بھیج دیجیے۔

انٹرنیٹ کے ذریعے سامان کی خرید وفروخت اور بھی آسان ہے۔یہ خریداری کسی بھی وقت کسی بھی جگہ سے کی جاسکتی ہے۔ایک ہی طرح کے مال کی مختلف کمپنیوں کی قیمت کا تقابلی مطالعہ بھی کیا جاسکتا ہے بس کمپیوٹر پر مختلف ویب سائیں دیکھ لیجیے۔ایک دکان سے دوسری دکان پر جانے اور وقت برباد کرنے کی ضرورت نہیں اور اب بازار میں جانے کی ضرورت بھی نہیں۔

بھلے ہی ہمارا دکاندار دوسرے ملک میں ہو اور وہ مال کہیں اور تیار ہوتا ہو۔اس طرح انٹرنیٹ- کے اس نظام سے مال تیار کرنے والوں کو بھی ہر جگہ سے گاہک مل جاتے ہیں۔چنانچہ پھولوں سے لے کر اشیا تک اور کپڑوں سے لے کر کمپیوٹر تک دور دراز مقام پر مال تیار کرنے والوں سے ضرورت کا سامان منگایا جاسکتا ہے۔

لیکن اس طرح سامان کی خریدوں فروخت میں ایک کمی یہ ہے کہ مال کی تصویر دیکھ کر ہی اس کے حوالے سے اندازے لگائے جاتے ہیں۔مال کو چھو کر یا اس کو حقیقی صورت میں نہیں دیکھ سکتے نہ اس کے حوالے سے کسی اور گاہک کے تجربات کا علم ہوتا ہے۔ ویب سائٹ پر اس طرح عملی معلومات فراہم نہیں ہو پاتیں۔

(c) **ٹیلی مارکیٹنگ**: مال تیار کرنے والے اور مینوفیکچرر اکثر ٹیلی فون سے گاہکوں کے ساتھ رابطہ قائم کرتے ہیں اور اپنے مال کی خوبیوں کو واضح کرتے ہیں اور ان کو اس کے خریدنے کی ترغیب دیتے ہیں۔کریڈٹ کارڈوں کی فروخت، کتابوں اور رسائل کے لیے چندہ اکٹھا کرنے کے واسطے بھی اس طریقے سے گاہکوں سے رابطہ قائم کیا جاتا ہے۔کلب کا ممبر بنانے یا کسی تنظیم کا رکن بنانے کے واسطے بھی اسی طریقے پر کوشش کی جاتی ہے۔

مال تیار کرنے والے کا ایجنٹ گاہکوں سے ٹیلی فون پر رابطہ قائم کرتا ہے اور اپنے مال کی خوبیاں بیان کرتا ہے۔اس طرح رابطہ قائم کرنے اور گاہک سے بات کرنے میں اس کی دلچسپی کا اندازہ لگا لیا جاتا ہے اور اس کو اس مال کے خریدنے کی طرف راغب کر لیا جاتا ہے۔اگر گاہک مال کے خریدنے پر راضی ہو جاتا ہے تو یہ مال بذریعہ ڈاک یا کوریر سے بھیج دیا جاتا ہے۔

دور حاضر میں بڑے تعداد میں گاہکوں تک پہونچنے کے لیے ٹیلی مارکیٹنگ کے طریقے بہت ضروری اور مفید ہیں۔اس کے لیے کمپیوٹری نظام کی مدد لی جاتی ہے۔گاہکوں کو براہ راست خطاب نہ کر کے کمپیوٹری نظام کی مدد سے انھیں اطلاعات بہم پہونچا دی جاتی ہیں۔ٹیلی فون کے مطلوبہ نمبروں کو مشینوں کی مدد سے ڈائل کیا جاتا ہے اور کمپیوٹر میں پہلے سے ریکارڈ کردہ آواز میں گاہک کو وہ پیغام سنا دیا جاتا ہے جو اس تک جانا ضروری سمجھا جاتا ہے۔

گاہک اگر چاہے تو اسے یہ موقع دیا جاتا ہے کہ وہ مینوفیکچرر کا پیغام سن کر اپنا پیغام اور اپنی بات بھی ریکارڈ کرا دے اور اگر وہ مال کے سلسلے میں کوئی بات پوچھنا چاہتا ہے تو وہ اپنا سوال ریکارڈ کرا دے یا پھر مال خریدنے کے لیے اپنا آرڈر ریکارڈ کرا دے۔

14.15.1 بدلتے ہوئے وقت میں خردہ فروشی

پچھلے سبق میں خردہ فروشی کی مختلف اقسام کی وضاحت کی جا چکی ہے یہ خردہ فروشی، پھیری والوں، کھوکوں، چھوٹی، بڑی دکانوں، مقامی جنرل اسٹوروں یا بذریعہ ڈاک مال منگانے کی سہولتوں کے ذریعے ہوسکتی ہے۔اس کے علاوہ انٹرنیٹ کی سہولتوں سے استفادہ

کرتے ہوئے بھی یہ مال خریدا جاسکتا ہے۔ یہ سامان ٹیلی مارکیٹنگ یعنی کمپیوٹری نظام کی مدد سے بھی خریدا جاسکتا ہے۔

زمانہ جوں جوں ترقی کرتا گیا اس کے ساتھ ساتھ کاروبار نے بھی ترقی کی اور خردہ فروشی اس کاروبار کا ایک اہم حصہ بن گئی۔ اس میں ترقی ہوئی اور یہ متحرک انداز میں آگے بڑھی۔ یہ خردہ فروشی بھی اس طرح ترقی اور تبدیلیوں سے دوچار ہوئی جیسا کہ دیگر شعبوں میں ترقی دیکھنے کو ملی۔ ماضی قریب میں اس شعبے میں زبردست تبدیلیاں دیکھنے کو ملیں اور اس میں دوررس ترقیاتی پروگرام اپنا لیے گئے۔ اس پس منظر میں تبدیلیوں کو خردہ فروشی میں ایک انقلاب سے تعبیر کیا جاتا ہے اور یہ صورت حال محض ہندوستان تک ہی محدود نہیں بلکہ پوری دنیا میں دیکھی جاسکتی ہے۔

ہندوستان میں خردہ فروشی کے لیے بہت قدیم زمانے سے مقامی طور پر کرانہ کی دکانیں رہی ہیں۔ اب خردہ فروشی کے عمل کو گاہکوں کے واسطے اور آسان بنادیا گیا ہے۔ ایک طرح سے دکانداری اب ایک ایسا پیشہ بن گئی ہے کہ اس کے ذریعے دکاندار خواہ مرد ہو یا عورت لطف اندوز ہوسکتا ہے۔

خردہ فروشی کے تحت اب یہ کوشش کی جاتی ہے کہ گاہکوں کو اپنی پسند کا سامان خریدنے کا موقع دیا جائے۔ ان کے سامنے مختلف طرح کی اشیا اور مصنوعات پڑی ہوں جن میں سے وہ اپنی پسند کا سامان لے سکے اور اس طرح دکاندار کو منافع کمانے کا موقع ملے۔ اس کے ساتھ ساتھ گاہک اور دکاندار دونوں کو زیادہ سے زیادہ سہولتیں دینے اور آرام واطمینان کے ساتھ کام کرنے کا موقع دینے پر زور دیا جاتا ہے۔

خردہ فروشی کے چند دلچسپ رجحانات کا ذکر نیچے کیا جارہا ہے۔ یہ ایسی باتیں ہیں جن کا آپ نے بھی اپنی روزمرہ کی زندگی میں تجربہ کیا ہوگا۔

دور حاضر میں خریداروں کی قوت خرید بڑھی ہے مگر ان کے پاس وقت کی کمی ہے آج عوام کا طرز زندگی پہلے سے بدلا ہوا ہے۔ ان حالات میں اس بات کی کوشش کی جاتی ہے کہ گاہکوں کو گھر بیٹھے ان کی ضرورت کا سامان فراہم کرادیا جائے اور اس کے لیے ان پر اخراجات کا کوئی مزید بار نہ پڑے اب تو ان کو دودھ، جوس جیسی روزمرہ کی اشیا تھیلیوں میں بند کر کے فراہم کردی جاتی ہیں اور اس طرح مختلف اشیائے ضرورت کو ان تک پہونچانے کی کوشش کی جاتی ہے۔ گاہک اب یہ چاہتا ہے کہ اسے اپنی ضرورت کا سامان کسی ایک ہی جگہ سے مل جائے اور اسے مارا مارا نہ پھرنا پڑے۔ اس مقصد کے تحت ڈیپارٹمینٹل اسٹور کھلے ہوئے ہیں اور اب انٹرنیٹ، ای میل، بذریعہ ڈاک، ایس ایم ایس اور بذریعہ ٹیلی فون اشیا طلب کرلی جاتی ہے۔

☆ . بہت سے کاروباری لوگ جواب تک مال کی تیاری سے ہی دلچسپی رکھتے تھے اب ان کی کوشش اس بات کی ہوتی ہے کہ وہ بھی براہ راست گاہک تک پہونچیں اور اپنا سامان براہ راست فروخت کریں۔ ایک طرح سے وہ بھی خردہ فروشی سے جڑ گئے ہیں۔ اپنے مال کی نمائش کے لیے انھوں نے بھی شوروم بنالیے ہیں۔ انھوں نے اپنے اپنے تجارتی نشانات اور مارکوں کے تحت سامان فروخت کرنے پر زور دے رکھا ہے۔ وہ ان لوگوں سے رابطہ بنائے ہوئے ہیں جو کہ خردہ فروش ہیں یا پھر وہ براہ راست اپنے ایجنٹوں کے ذریعے مال فروخت پر زور دیتے ہیں۔ یہ ایجنٹ مینوفیکچررس کو گاہک سے براہ راست جوڑ رہے ہیں۔ اس طرح ان کی کوشش یہ ہوتی ہے کہ سامان فروخت کرنے کا اب تک کا جو طریقہ رائج رہا ہے اور جس کے مطابق تھوک فروشوں اور خردہ فروشوں کی اس کام میں ساجھے داری ہوتی ہے اسے برطرف کر کے گاہکوں تک براہ راست رسائی حاصل کریں۔

☆ . خردہ فروش گاہکوں کو اپنی طرف متوجہ کرنے کے لیے اور ان کی ہمت افزائی کے لیے کچھ ایسی دلکش اسکیمیں چلا رہے ہیں جن کے تحت گاہکوں کو سامان خریدنے میں جیب پر زیادہ بوجھ نہ ڈالنا پڑے۔ اس طرح کی اسکیمیں زیادہ تر ایسے سامان خریدنے

کے لیے ہوتی ہیں جو پائیدار نوعیت کا سامان ہے اور خراب ہونے والا بھی نہیں ہے مثلاً ریفری جیریٹر، ٹیلی ویژن، ایر کنڈیشنر وغیرہ۔ خردہ فروش یہ سامان خریدنے والوں کو سرمایہ بھی فراہم کر دیتے ہیں اور اس کے عوض وہ ان سے بہت کم شرح پر سود لیتے ہیں۔ صارفین کو قرض دلانے کے لیے کچھ دکانداروں نے بینکوں کے ساتھ معاہدے کر رکھے ہیں تا کہ صارفین اس رقم سے یہ سب سامان خرید سکیں۔

☆ سامان فروخت کرنے کے لیے خودکار روبنڈنگ مشینوں کا بھی استعمال کیا جا رہا ہے۔ ان مشینوں کے توسط سے گاہکوں کو با آسانی سامان مل جاتا ہے اور گاہکوں کے سامنے پسند کرنے کے واسطے بہت طرح کا سامان ڈال دیا جاتا ہے۔ اس طرح گاہک اپنی پسند کی اشیا با آسانی حاصل کر سکتے ہیں۔ گاہکوں کو اخبار، میگزین، چاکلیٹ، مانع حمل اشیا کولڈ ڈرنک کی بالٹیاں وغیرہ حاصل کرنے کے لیے مطلوبہ اشیا کی قیمت مشین میں ڈال کر، اس کا بٹن دبانا ہوتا ہے۔ اس طرح وہ سامان مشین، کے ذریعے پہنچ جاتا ہے اور اس میں کسی انسان کی مدد درکار نہیں ہوتی۔

☆ خردہ فروشی میں انقلاب کا جدید انداز شاپنگ مالس ہیں۔ اشیا کی فروخت کے لیے کمپلیکس بنا لیے گئے ہیں۔ شہری علاقوں میں اس طرح کے بہت سے احاطے موجود ہیں۔ یہ سب سامان ایک ہی احاطے میں رکھا جاتا ہے۔ مزید یہ کہ ان احاطوں میں کچھ اس طرح کی خدمات اور سروسز فراہم کرنے کا بھی بندوبست ہوتا ہے جیسے گاڑیاں کھڑی کرنے کے لیے جگہ، یا سنیما ہال، اشیائے خورونی کی مختلف اقسام کے رکھنے کی جگہ۔ ان جگہوں پر ڈپارٹمینٹل اسٹور بھی کھول لیے جاتے ہیں، اکثر جگہوں پر ریستوراں قائم کر لیے گئے ہیں جہاں مختلف طرح کی اشیا رکھی ہوتی ہیں جن کو فروخت کرنا ہوتا ہے۔

☆ اس تجارت کی کئی منزلیں ہوتی ہیں۔ مختلف اشیا فروخت کرنے والی دکانیں کھلی ہوتی ہیں یہ سب دکانیں ایک ہی جگہ ہوتی ہیں۔ صارفین اور گاہک ایسے دکانداری کے ایسے مقامات اور احاطوں کو خوب پسند کرتے ہیں۔ یہاں مختلف طرح کی سہولتیں اور ضرورت کا سامان ایک ہی جگہ مل جاتا ہے۔ اس طرح کے مقامات پر کمزور ضعیف العمر اور معذور افراد کے چلنے پھرنے اور بیٹھنے اٹھنے کی خاطر بہت سی سہولتیں فراہم کر دی جاتی ہیں۔ وھیل چیر (پہیے دار کرسی جس کے ذریعے معذور افراد چلتے پھرتے ہیں) وغیرہ بھی ان مقامات پر رکھی ہوتی ہیں۔

☆ دور حاضر میں خردہ فروشی کے لیے مختلف راستے اپنا لیے گئے ہیں اب ایک ہی چیز کو بذریعہ ڈاک منگانے کا آرڈر دیا جا سکتا ہے اور اسی چیز کو ڈپارٹمینٹل اسٹور سے بھی خریدا جا سکتا ہے یا پھر اس کے فروخت کرنے والے ایجنٹ کی معرفت اسے حاصل کیا جا سکتا ہے، یا پھر کسی جنرل اسٹور سے حاصل کیا جا سکتا ہے۔ انٹرنیٹ کی مدد سے بھی اسے حاصل کیا جا سکتا ہے۔ مثال کے طور پر آئس کریم پھیری والوں سے لی جا سکتی ہے۔ مقامی دکانوں سے بھی اسے لے سکتے ہیں، ڈپارٹمنٹل اسٹور سے بھی اسے حاصل کیا جا سکتا ہے۔ اس کی ویب سائٹ بھی ہے جسے Amul.com.website کہتے ہیں۔

☆ خردہ فروشی کی کچھ دکانیں مختلف طرح کے سامان فروخت کر رہی ہیں۔ خردہ فروشی کے دو مختلف انداز اور طریقوں کو یکجا کر لیا گیا ہے اور ڈپارٹمینٹل اسٹور اور ایک مالک کے تحت کھلی ہوئی مختلف دکانوں کو ایک ساتھ ملا لیا جاتا ہے اور ملک بھر میں مختلف مقامات پر یہ اسٹور کھول دیے جاتے ہیں اور ان کو جگ بازار یا وشمال میگا مارٹ کے نام سے پکارا جاتا ہے۔

☆ سپر مارکیٹ اور ڈپارٹمنٹل اسٹور کو ایک ساتھ جوڑ کر ایک بڑا بازار بنتا ہے۔ خردہ فروشی کے سلسلے کی یہ ایک بڑی سہولت ہے۔ گاہک کو ایک ہی جگہ ہر طرح کا سامان مل جاتا ہے۔ گاہک ایک ہی بار میں اس بڑے بازار سے مہینے بھر کا یا پورے ہفتے کا سب سامان خرید سکتا ہے۔ اس طرح سے ہم دیکھتے ہیں کہ ایک ملک کی اندرونی تجارت مختلف شکلوں میں ہوتی ہے اور گاہکوں کی

ضرورتوں اور مطالبات کی بنیاد پر یہ اپنا راستہ بناتی ہے۔ وقت بدلنے کے گاہکوں کی پسند میں آنے والی تبدیلیوں کو سامنے رکھتے ہوئے اندرون ملک تجارت مختلف انداز سے ہوتی ہے۔

14.5.2 چیمبر آف کامرس اینڈ انڈسٹری

چیمبر آف کامرس کاروباری افراد کی ایک رضا کارایسوسی ایشن ہے۔ ایک خاص خطے یا ملک میں مینوفیکچرری، تاجر اور دیگر کاروباری افراد چیمبر آف کامرس انڈسٹری کے ممبر ہوں گے۔ اس تنظیم کی تشکیل سبھی ممبروں کے عام کاروباری مفاد کو فروغ دینے کے لیے کی جاتی ہے۔ چیمبر آف کامرس ایک خطے یا ملک میں کامرس اور صنعت کی ترقی کو مزید رفتار دیتا ہے۔ یہ ایک غیر منافع بخش تنظیم ہے۔

14.5.3 داخلی تجارت میں استعمال کیے جانے والے دستاویزات

درج ذیل دستاویز کا استعمال داخلی تجارت میں کیا جاتا ہے:

1. پرفارما انوائس: یہ وہ دستاویز ہے جو خریدار کو اصل خرید سے پہلے بھیجا جاتا ہے۔ خریدار کے ذریعہ خریدی جانے والی مخصوص اشیا کے لیے ادائیگی کرنے کے لیے اس کے ذریعہ مطلوبہ رقم کے بارے میں معلومات فراہم کی جاتی ہے۔ اس میں تقریباً وہی معلومات ہوتی ہے جو ایک (انوائس) میں فراہم ہوتی ہے۔ درج ذیل معاملوں میں اسے بھیجا جاتا ہے۔
   (a) جب اشیا حوالگی کی بنیاد پر بھیجی جاتی ہیں۔
   (b) جب اشیا کو بیرون ملک بھیجا جاتا ہے۔
   (c) جب سپلائر اشیا کو ارسال کرنے سے پہلے ادائیگی کی توقع رکھتا ہو۔
2. انوائس (بیجک) یہ وہ دستاویز ہے جو فروخت کار کے ذریعہ خریدار کو اس وقت بھیجا جاتا ہے جب اشیا کی سپلائی کی گئی ہو۔ یہ ایک دستاویز ہے جس میں نوعیت شرح اور ادائیگی کی ان شرائط کا ذکر ہوتا ہے جن پر اشیا کو ارسال کیا جائے گا۔
   (a) خریدار کو اشیا کے آرڈر اور سپلائی میں غلطی کا پتہ لگنے میں مدد ملتی ہے۔
   (b) یہ لین دین کو درج کرنے کی ایک بنیاد ہے۔
   (c) اشیا کے بھیجنے کے بارے میں اس سے خریدار کو اطلاع ملتی ہے۔
   (d) فروخت کار کو خریدار سے وصول کی جانے والی رقم کے بارے میں اندازہ حاصل ہوتا ہے۔
3. **ڈیبٹ نوٹ**: یہ وہ دستاویز ہے جو ایک فریق (فروخت کار یا خریدار جو بھی ہو) دوسرے فریق کو مطلع کرنے کے لیے تیار کیا جاتا ہے کہ مخصوص اسباب کی بنا پر مخصوص رقم کے ساتھ وصول کنندہ کے کھاتے میں ڈیبٹ کیا گیا ہے۔ فروخت کار کے ذریعہ درج ذیل معاملوں میں خریدار کو ڈیبٹ نوٹ بھیجا جاسکتا ہے۔
   (a) جب اشیا کا چارج بیجک (انوائس) میں کم لگایا گیا ہو
   (b) جب غلطی سے بیجک میں کچھ اشیا کو شامل نہیں کیا گیا ہو۔

خریدار فروخت کار کو درج ذیل معاملوں میں ڈیبٹ نوٹ بھیج سکتا ہے:

(a) جب خریدار کے ذریعہ فروخت کار کو اشیا واپس کر دی گئی ہو اور فروخت کار اس کے لیے خریدار کو الاؤنس دینے کو تیار ہو۔

(b) جب فروخت کار بیچک میں لگائی گئی وہی اشیا بھیجنے میں ناکام ہو۔

(c) جب بیچک میں لگائی گئی قیمت زیادہ ہو۔

4. **کریڈٹ نوٹ:** یہ وہ دستاویز ہے جو ایک فریق (خریدار یا فروخت کار) کے ذریعہ تیار کر کے وصول کنندہ کو دوسرے فریق (خریدار یا فروخت کار) کے پاس بھیجا جاتا ہے کہ اس کے کھاتے کو مذکورہ رقم کے ساتھ کریڈٹ کیا گیا ہے اور اس میں وجوہات بھی بیان کی جاتی ہے۔

درج ذیل معاملے میں خریدار فروخت کار کو ایک کریڈٹ نوٹ بھیج سکتا ہے:

(a) جب اشیا کو خریدار کے ذریعہ اشیا واپس کی جاتی ہے۔

(b) جب بعض اشیا ناقص ہوں اور خریدار کے ذریعہ گھٹی قیمت پر منظوری دی گئی ہو۔

(c) جب بیچک کے مقابلے کم اشیا بھیجی گئی ہو۔

درج ذیل معاملوں میں خریدار کے ذریعہ فروخت کار کو کریڈٹ نوٹ بھیجا جا سکتا ہے:

(a) جب فروخت کار بیچک کے مقابلے غلطی سے زیادہ اشیا بھیج دیتا ہے۔

(b) جب غلطی سے بیجک میں اسی مد کا چارج نہیں لگایا گیا ہو۔

14.5.4 لاری رسید

جب اشیا ایک ٹراسپورٹ کمپنی کے ذریعہ بھیجی جاتی ہے تو بلنگ کے وقت ٹرانسپورٹ کمپنی کے ذریعہ ایک لاری رسید جاری کی جاتی ہے:

1۔ ٹرانسپورٹ کا نام، پتہ اور فون نمبر

2۔ بھیجنے والے کا نام، پتہ اور فون نمبر

3۔ اس فرد کا نام، پتہ اور فون نمبر جسے ممکنہ طور پر اشیا کو سپرد کیا جاتا ہے

14.5.5 تجارت کی شرائط

(1) ڈیلیوری پر نقد (COD) یہ ایک طرح کا لین دین ہے جس میں اشیا کے لیے ادائیگی سپردگی کے وقت کی جانی ہوتی ہے۔ اگر خریدار اشیا کی ڈیلوری (سپردگی) کے وقت ادائیگی نہیں کرتا تو شے فروخت کار کو واپس ہو جائی گی۔

(ii) فری آن بورڈ (FOB): اس میں شپ منٹ (لداؤ) سے لے کر جہاز پر اشیا کے لدان اور برآمد (export) ڈیوٹی (اگر کوئی ہو) تک کے تمام چارجز شامل ہوتے ہیں۔

(iii) لاگت، بیمہ اور کرایہ (CIF): اس میں منزل تک پہنچانے کے لیے اشیا کی لاگت، اشیا کو لے جانے میں واقع تمام اخراجات اور بیمہ چارجز شامل ہوتا ہے۔

(iv) یہ عبارت ہے جو کلرک کی غلطیوں کے مقابل دستبرداری کے طور پر استعمال کیا جاتا ہے۔

اختتامی مشق

1. اندرون ملک تجارت یعنی انٹرنل ٹریڈ سے کیا مراد ہے؟
2. ملی پل شاپس کا مفہوم بتایئے۔
3. تھوک یعنی ہول سیل میں مال فروخت کرنے کے کوئی سے دو فائدے بتایئے۔
4. فرن چائز کی اصطلاح کا کیا مفہوم ہے؟
5. بڑے پیمانے پر خردہ فروشی کے کاروبار کی کوئی سی چار اقسام کا نام بتایئے۔

مختصر جواب کے لیے سوالات

1. اشیا کی فروخت کے نظام میں تھوک فروش کا کیا کردار ہے؟ وضاحت کیجیے۔
2. محکمہ جاتی اسٹور (ڈپارٹمنٹل اسٹور) کی کوئی سی چار خصوصیات اور خوبیاں بتائیں۔
3. تھوک فروش اور خردہ فروش کے درمیان امتیازی خصوصیات واضح کرنے کے لیے کوئی سی چار باتیں بتایئے۔
4. سپر مارکیٹ کے فائدے بتایئے۔
5. بذریعہ ڈاک سامان منگانے کا آرڈر دینے سے کیا مراد ہے؟ وضاحت کیجیے۔

طویل جواب کے لیے سوالات

1. ڈپارٹمنٹل اسٹور کی خصوصیات بیان کریں۔ یہ اسٹور ملٹی پل اسٹور سے کسی لحاظ سے مختلف ہوتے ہیں۔
2. اشیا کی فروخت کے نظام میں دلالوں اور بچولیوں کا کیا کردار ہوتا ہے۔
3. کنزیومر آپریٹیو اسٹور سے آپ کیا سمجھتے ہیں؟ اس کی خصوصیات مختصراً بیان کیجیے۔
4. فرن چائز (ادارے کی طرف سے خردہ فروشوں کو محدود علاقوں میں سامان فروخت کرنے کا حق دینا) بڑے پیمانے پر کاروبار کو پھیلانے کی ایک شکل ہے۔ اس کی خصوصیات بیان کیجیے۔
5. اشیا کی فروخت کے جدید رجحانات مختصر بیان کیجیے۔

15. بیرونی تجارت

(EXTERNAL TRADE)

انسانی معاشرہ ترقی کی راہ پر گامزن ہے اور سائنس وٹکنالوجی نے بے پناہ ترقی کی ہے۔اس کے نتیجے میں تجارت کا دائرہ بھی وسیع ہوگیا ہے اور اب تجارت کا میدان ملک کی سرحدوں تک ہی محدود نہیں رہ گیا ہے بلکہ یہ سرحدیں پار کر کے دیگر ملکوں سے جاملا ہے۔ ہم اپنی ضرورت کا سامان دیگر ملکوں سے خرید سکتے ہیں اور ہمارے یہاں جو سامان ہماری ضرورتوں سے زائد ہے اسے دوسرے ملکوں کو منتقل کر سکتے ہیں اور یہ سب کام بغیر کسی دشواری کے انجام پاسکتے ہیں۔ جب دو مختلف ملکوں کی کاروباری کمپنیاں مختلف اشیا کی خرید و فروخت کے عمل میں حصہ لیتی ہیں تو اسے بیرونی تجارت کا نام دیا جاتا ہے۔اب یہ سوچیں کہ ایک وہ تجارت اور لین دین تھا جس کا مطالعہ آپ نے پچھلے سبق میں کیا ہے اور ایک یہ بیرونی تجارت ہے۔سوال یہ ہے کہ ان دونوں تجارتوں میں طریقہ کار اور نوعیت کے اعتبار سے کیا فرق ہے؟ اس پس منظر میں آیئے ہم ان سوالوں کے جواب تلاش کرنے کی کوشش کریں۔

اکتسابی مقاصد

☆ بیرونی یا خارجی تجارت اس کی اہمیت کی وضاح کریں۔

☆ بیرونی تجارت کے تعلق سے سامنے آنے والی مختلف دشواریوں کی وضاحت کریں۔

☆ درآمد اور برآمد اتجارت کے طریقہ کار کے درمیان فرق کریں اور

☆ معیشت میں برآمدات کے لئے مختلف اقدامات کی نشاندہی کریں۔

15.1 بیرونی تجارت: معنی ومفہوم

آپ یہ بات تو جانتے ہی ہیں کہ دنیا کا کوئی ملک یہ دعوی نہیں کرسکتا کہ اس کے پاس وہ کبھی سامان موجود ہے جس کی ملک کے لوگوں کو ضرورت ہوتی ہے۔لہذا قدرتی طور پر ان کو دیگر ملکوں میں تیار مال پر انحصار کرنا پڑتا ہے تاکہ وہ اپنے عوام کی ضرورتوں کو پورا کر سکیں۔مثال کے طور پر ایک ملک کے پاس لوہے اور فولاد کے ذخائر وافر مقدار میں ہیں لیکن المونیم نہیں ہے یا ہے تو کم ہے۔اس لیے اسے المونیم کی کمی اور اس کی ضرورت کو پورا کرنے کے لیے دوسرے ملکوں پر انحصار کرنا پڑتا ہے اور اس کے لیے ان ملکوں سے رابطہ قائم کرنا پڑتا ہے جہاں المونیم وافر مقدار میں دستیاب ہے۔یہی نہیں بلکہ وہ ممالک بھی ملکی مصنوعات اور زرعی پیداوار ان کی ضرورتوں سے زیادہ ہے وہ یہ چاہتے ہیں کہ اسے دوسرے کے ہاتھوں فروخت کر کے نفع کمائیں اور بدلے میں ان ملکوں سے وہ سامان خرید لیں جس کی ان کے اپنے یہاں کمی ہے۔یہ بھی دیکھنے میں آتا ہے کہ کچھ ملکوں کو چند مصنوعات کی تیاری میں ملکہ حاصل ہے اور اس کے لیے انھوں نے ترقی یافتہ ٹکنالوجی کی مدد سے اس کی پیداوار بڑھالی ہے جبکہ دوسرے ملکوں کے لیے اس کام میں کمال دکھانا مشکل نظر آتا ہے یا پھر یہ کہ وہ ممالک یہ سوچتے ہوں کہ اگر یہی مال وہ اپنے یہاں تیار کریں گے تو مقابلہ مہنگا پڑے گا۔اس لیے وہ ان اشیا کو ان ملکوں سے خریدنے کے ترجیح دیتے ہیں جہاں وہ وافر تعداد میں تیار ہوتی ہیں۔لہذا مختلف ممالک میں قدرتی وسائل ایک کی حالت اور ایک کی مقدار میں نہیں ملتے اور چند ملکوں کو چند مخصوص آئٹموں کی تیاری میں دوسروں پر فوقیت حاصل ہوجاتی ہے۔اس طور پر مختلف ممالک میں ساز وسامان اور خدمات کے تبادلے کا عمل فروغ پاتا ہے، اس طرح کا لین دین اور ساز وسامان کا تبادلہ بیرونی تجارت کے زمرے میں

آتا ہے۔اسے غیر ملکی تجارت بھی کہتے ہیں اور اسے بین الاقوامی تجارت کے نام سے بھی پکارا جاتا ہے۔

جب ایک ملک اپنی سرحدوں سے پرے اور دوسرے ملکوں کے ساتھ سامان کی خرید وفروخت کرتا ہے تو اسے بیرونی تجارت کہتے ہیں اس کو غیر ملکی تجارت بھی کہتے ہیں یا پھر بین الاقوامی تجارت کے نام سے پکارتے ہیں۔انگریزی اصطلاحات کی روشنی میں اسے ایکسٹرنل ٹریڈ، فارن ٹریڈ یا انٹرنیشنل ٹریڈ کہا جاتا ہے۔

15.2 بیرونی تجارت کی اقسام

اشیاء اور خدمات کی خرید وفروخت کی بنیاد پر بیرونی تجارت کو تین اقسام میں بانٹا جاسکتا ہے، جو درج ذیل ہیں:

(a) امپورٹ ٹریڈ (درآمداتی تجارت) (b) ایکسپورٹ ٹریڈ (برآمداتی تجارت)

(c) انٹری پاٹ ٹریڈ (باز برآمدتی تجارت)

(a) درآمداتی تجارت: جب کسی ایک ملک کا کاروباری ادارہ، دوسرے ملک سے سامان خریدتا ہے تو اسے درآمد یا امپورٹ سے جڑی تجارت کہتے ہیں۔مثال کے طور پر جب حکومت ہند دوسرے ملکوں سے پٹرولیم کی مصنوعات خریدتی ہے یا الیکٹرانک کا سامان خریدتی ہے یا سونا، مشینیں وغیرہ خریدتی ہے، تو یہ درآمداتی تجارت یا امپورٹ ٹریڈ کہلاتی ہے۔

(b) ایکسپورٹ ٹریڈ (برآمداتی تجارت): جب کسی ملک کی کمپنی یا فرم دوسرے ملکوں کے ہاتھوں اپنا سامان فروخت کرتی ہے تو اسے برآمداتی تجارت کہتے ہیں۔مثال کے طور پر لوہے، فولاد، چائے، کافی، کوئلہ وغیرہ جسے ہندوستان کی کمپنیاں دوسرے ملکوں کو فروخت کرتی ہیں۔

(c) انٹری پاٹ ٹریڈ: جب ایک فرم دوسرے ملکوں سے سامان منگاتی ہے اور اس طرح کے سامان کو بغیر کسی تبدیلی یا قدرے تبدیلی کے ساتھ دوسرے ملک کو برآمد کر دیتی ہے تو یہ عمل انٹری پاٹ کہلاتا ہے۔اس کی مثال یہ ہے کہ ایک ہندوستانی کمپنی نے تھائی لینڈ سے ربڑ منگائی اور اسے جاپان کو برآمد کر دیا تو اسی عمل کو انٹری پاٹ یعنی باز برآمدی تجارت کہا جائے گا۔اب سوال یہ ہے کہ تھائی لینڈ اور جاپان کے درمیان ہندوستان کی اس طرح کی مداخلت اور اس میں حصہ لینے کی کیا ضرورت تھی اور جاپان نے براہ راست تھائی لینڈ سے ربڑ کیوں نہیں منگائی۔اس کے کچھ ممکنہ اسباب پر ذیل میں روشنی ڈالی جارہی ہے۔

ایک ملک کبھی کبھی دوسرے ملک سے براہ راست سامان نہیں درآمد کرسکتا کیوں کہ:

☆ جس ملک کو سامان برآمد کیا جارہا ہے، اس کے پاس سامان بھیجنے کے لیے براہ راست راستہ نہیں ہے

☆ جس سے درآمداتی اور برآمداتی ممالک آپس میں براہ راست رابطہ قائم کرسکیں۔

☆ جو سامان دوسرے ملکوں سے منگایا جارہا ہے، اسے برآمد کرنے سے قبل اس کی درجہ بندی اور صاف ستھری پیکنگ کے عمل کی ضرورت ہے کیوں کہ یہ سب سہولتیں اس ملک میں دستیاب نہیں ہیں جہاں سے یہ مال بھیجا گیا ہے۔ برآمداتی اور درآمداتی ملکوں کے درمیان اس طرح کی تجارت کے حوالے سے کوئی معاہدہ نہ ہوگا۔

مشاہداتی اور غیر مشاہداتی تجارت

مشاہداتی یا سامنے نظر آنے والی تجارت سے مراد حقیقی اشیا کی درآمدات اور برآمدات سے ہے جبکہ اس کے برعکس غیر مشاہداتی تجارت کے تحت دوسرے ملکوں سے ملنے والی خدمات آتی ہیں۔ جہاز رانی اور انشورنس (بیمہ) سے متعلق خدمات، غیر ملکی سیاحوں کی خدمات، غیر ملکی کاریگروں کی خدمات نیز قرضوں پر سود وغیرہ اس ان دیکھی یعنی غیر مشاہداتی تجارت کی مثالیں ہیں۔

15.3 غیر ملکی تجارت کی اہمیت

بیرونی تجارت کسی بھی ملک کی اقتصادی حالت کی ایک اہم نشانی ہے۔ بیرونی تجارت سے باہر دو طرح کے ممالک استفادہ کرتے ہیں یعنی مال منگانے والے ملک بھی اور وہ ملک بھی جو اپنے یہاں سے دوسرے ملکوں کو مال بھیج رہے ہیں۔ اگر چہ وہ ممالک جو اپنے یہاں سے دوسرے ملکوں کے لیے مال روانہ کرتے ہیں، زرمبادلہ کی شکل میں زیادہ نفع کماتے ہیں تاہم وہ ممالک بھی جہاں پر مال بھیجا جارہا ہے وہ درآمد شدہ بہتر اشیا کے استعمال سے استفادہ کرتے ہیں۔ اس سے وہ اپنے عوام کا معیار زندگی بلند کرتے ہیں بیرونی تجارت کی اہمیت کا جائزہ لیں۔

(a) **خصوصی مہارت میں اضافہ:** بیرونی تجارت میں وہ ملک دوسروں کو مال سپلائی کررہا ہے برآمد شدہ مال کے حوالے سے خصوصی مہارت کا حامل بن جاتا ہے۔ جب کسی خاص شے کی مانگ اور اس کی طلب بڑھ جاتی ہے تو اس مال کے تیار کرنے والوں کی حوصلہ افزائی ہوتی ہے اور وہ اس سلسلے میں خصوصی مہارت کے حامل سمجھے جاتے ہیں۔ مثال کے طور پر جاپان میں تیار شدہ الیکٹرانک کے سامان کی پوری دنیا میں مانگ ہے، اس پس منظر میں اس مال کی تیاری کے حوالے سے خصوصی مہارت میں اضافہ ہوا ہے اسی طرح ہمارے ملک میں چائے بطور خاص پیدا ہوتی ہے اور کافی اور چینی کی فراہمی کے لیے بھی ہندوستان مشہور ہے۔

(b) **معیار زندگی میں بہتری:** درآمداتی تجارت سے وہ ملک ان اشیا کا استعمال کرسکتا ہے جو اس کے یہاں تیار نہیں ہوتیں، اس کے برعکس برآمدات سے اسے غیر ملکی زرمبادلہ ملتا ہے۔ اس طرح درآمداتی اور برآمداتی تجارت سے ملک میں رہنے والوں کا معیار زندگی بلند ہوتا ہے۔

(c) **مسابقت اور مقابلہ کی سکت بڑھتی ہے:** بیرونی تجارت سے مسابقت کا حوصلہ اور سکت پیدا ہوتی ہے۔ اس جذبے کے تحت مقامی کمپنیاں اپنا مال بہتر سے بہتر طریقے پر تیار کرنے کے لیے کوشاں نظر آتی ہیں اور وہ جدید ترین ٹکنالوجی سے کام لیتی ہیں۔ اس طرح تیار مال کی کوالٹی بہتر سے بہتر ہوتی چلی جاتی ہے جس سے بالآخر گاہکوں اور صارفین کو فائدہ پہنچتا ہے اور وہ بہتر قسم کا معیاری سامان حاصل کر پاتے ہیں اور یہ مال دوسری اشیا کے مقابلہ میں سستے داموں پر مل سکتا ہے اور اس سامان کی ورائٹی بھی بہت عمدہ ہوتی ہے۔

(d) **روزگار کے مواقع نکلتے ہیں:** بیرونی تجارت سے زرعی، تجارتی اور صنعتی سرگرمیاں فروغ پاتی ہیں اور اس طرح روزگار کے زیادہ سے زیادہ مواقع لوگوں کے سامنے آتے ہیں۔

(e) **قیمتوں کی مساوات:** بیرونی تجارت کے سہارے دنیا بھر میں سامان اور اشیا کی قیمتوں میں مساوات آتی ہے۔ اگر کسی ملک میں سامان کی قلت اور کمی سے اس کی قیمتوں میں اضافہ ہوتا ہے تو باہر کے ملکوں سے سامان منگا کر اس رجحان کو روکا جاسکتا ہے۔ اور اگر سامان کے وافر اور بکثرت ہونے کی وجہ سے اس کی قیمتیں کم ہونے لگتی ہیں تو اس سامان کو دوسرے ملکوں کو بھیج کر اس رجحان پر قابو پایا جاسکتا ہے۔

ہندوستان میں بیرونی تجارت کی تاریخ کا اندازہ

ہندوستان میں، بیرونی تجارت ایک تصور کے طور پر وادی سندھ کی تہذیب (BCE3300-1300) سے پرانی ہے جس میں تاجر بابل، میسوپوٹیمیا اور فارس جیسی عصری تہذیبوں کے ساتھ تجارت کرتے تھے۔ وہ سونے، چاندی، تانبے اور فیروزی جیسی اشیا کا تبادلہ کرتے تھے۔ ایسے شواہد موجود ہیں جو ظاہر کرتے ہیں کہ ہڑپہ دور کے تاجروں نے وسطی ایشیا سے لے کر جدید مغربی ایشیا جیسے عراق، ایران، کویت اور شام تک پھیلے سمندری تجارتی نیٹ ورک میں حصہ لیا۔ جدید دور کے عراق (قدیم میسوپوٹیمیا تہذیب) میں آثار قدیمہ کے مقامات کو ہڑپہ کی مہریں اور زیورات ملے ہیں۔ ہڑپہ کے ابتدائی دور (3200-2600 قبل مسیح) میں بھی ثقافتی مماثلتیں دکھائی دیتی ہیں جب بات ہڑپہ اور وسطی ایشیائی تہذیبوں کے درمیان مٹی کے برتنوں، مہروں، مجسموں اور زیورات کے ڈیزائن کی ہوتی ہے۔ ہڑپہ کے کچھ مقامات جیسے لوتھل، سورکوٹاڈا اور بالاکوٹ اہم تجارتی ساحلی شہر تھے جو بیرونی تجارت کو سہولت فراہم کر رہے تھے۔ ہڑپہ تہذیب کے لوتھل کے مقام پر خلیج فارس سے ایک سرکلر بٹن والی مہر ملی تھی جو اس بات کی نشاندہی کرتی ہے کہ ان دونوں ساحلی شہروں کے درمیان تجارتی روابط موجود تھے۔

(f) بین الاقوامی تعلقات: بیرونی تجارت کی مدد سے مختلف ملکوں کے عوام ایک دوسرے کے قریب آتے ہیں اور وہ آپس میں ایک دوسرے کی ضرورتوں کو سمجھنے لگتے ہیں اور وہ مختلف تجارتی اور ثقافتی پروگراموں میں شانہ بشانہ چلنے کی کوشش کرتے ہیں۔ اس طرح ان ملکوں کے مابین خیر سگالی اور ہم آہنگی پیدا ہوتی ہے اور تعلقات میں گہرائی اور گیرائی آتی ہے۔

(g) اقتصادی ترقی: ہر ملک کی اقتصادی ترقی بڑی حد تک بیرونی تجارت کے حجم کو بڑھا دیتی ہے۔ اگر ایک ملک کسی مال کے سلسلے میں خصوصی مہارت کے لیے اپنا مقام بنالیتا ہے تو اسے عالمی سطح پر مقبولیت حاصل ہوتی ہے اور اس پس منظر میں اسے زیادہ سے زیادہ مال بنانے کی ضرورت محسوس ہوتی ہے۔ اس طرح مال کی تیاری اور برآمدات بڑھا کر ملک کی اقتصادی ترقی کی رفتار بڑھالی جاتی ہے۔

(h) قدرتی وسائل کا مناسب استعمال: بیرونی تجارت کے ذریعے ہر ملک کے قدرتی وسائل سے مناسب طور پر کام لیا جاسکتا ہے۔ مثال کے طور پر ایک ملک میں معدنی ذخائر وافر ہیں مگر اس کے پاس زمین کھود کر انھیں باہر لانے کی تکنیک نہیں ہے، اس لیے اسے جدید آلات باہر کے ملکوں سے درآمد کرنے ہوں گے۔ یہ مشینری اسے ترقی یافتہ ملکوں سے ملے گی اس کے بعد ہی وہ ملک اپنے قدرتی وسائل سے کام لے سکے گا۔

15.4 بیرونی تجارت کی دشواریاں

داخلی یعنی اندرون ملک تجارت میں خریدار اور مال فروخت کرنے والے آپس میں ملتے ہیں اور آپسی سہولتوں کو سامنے رکھ کر کاروباری لین دین ہو جاتا ہے لیکن بیرونی تجارت میں صورت حال قطعی مختلف ہوتی ہے۔ سامان اور خدمات کی خریداری یا فروخت میں جو طریق کار اپنایا جاتا ہے وہ لمبا ہوتا ہے۔ کاروباری لوگوں کو مختلف طرح کی دشواریوں کا سامنا کرنا پڑتا ہے۔ ذیل میں اس غیر ملکی تجارت کے حوالے سے خریدار اور مال فروخت کرنے والے کو جس قسم کی دشواریاں پیش آتی ہیں ان کا ذکر کیا جاتا ہے۔

(a) جغرافیائی فاصلہ: بیرونی تجارت کا ایک مشکل مرحلہ سامان کو دور دراز مقامات تک پہنچاتا ہے، البتہ پڑوسی ملکوں کے حوالے سے یہ دشواری بہت زیادہ نہیں ہے۔ فاصلہ ہونے کے سبب درآمدات اور برآمدات کرنے والوں کے درمیان جلد ہی قریبی تجارتی تعلقات بنانا دشوار امر ہے۔

(b) **جوکھم اور خطرہ زیادہ ہوتا ہے** بیرونی تجارت میں سامان کو طرح طرح کے جوکھم اٹھانے کا امکان رہتا ہے۔ طویل فاصلہ ہونے سے سامان کی نقل وحمل کو زیادہ خطرہ بنا رہتا ہے۔ سامان بذریعہ بحری جہاز بھیجا جاتا ہے۔ راستہ میں طوفان آنے یا جہاز کے ڈوب جانے یا کسی چنان وغیرہ سے ٹکرا جانے کے خطرات ہوتے ہیں۔ جہاز پر دشمنوں کا قبضہ بھی ہوسکتا ہے اور وہ اسے لوٹ سکتے ہیں، اس لیے بحری راستہ کے لیے ایک الگ سے بیمہ ہوتا ہے مگر اس کی وجہ سے سامان کی نقل وحمل کے اخراجات بڑھ جاتے ہیں۔

(c) **ٹرانسپورٹ اور مواصلاتی نظام کی دشواریاں**: طویل راستے پر خطرات زیادہ ہوتے ہیں، اس سے ٹرانسپورٹ اور مواصلاتی نظام متاثر ہوتا ہے اور اس سامان کو بعجلت تمام منزل مقصود تک پہونچانے میں دشواریوں کا امکان رہتا ہے۔ اگر چہ مواصلات کے موجودہ جدید نظام کی مدد سے ان مشکلات کو حل کرلیا گیا ہے مگر اس سے اخراجات بڑھ گیے ہیں اور پھر بھی ہر طرح کی اطلاعات اور معلومات کا حصول ممکن نہیں۔ سامان کے اتارنے چڑھانے کے لیے کافی وقت درکار ہوتا ہے اور اس سے اخراجات بھی بڑھ جاتے ہیں جس سے سامان کی قیمت بڑھ جاتی ہے۔

(d) پابندیاں اور دشواریاں: بیرونی تجارت کو کشم، ٹیرف، شرح مبادلہ کے ضابطے جیسی مختلف دشواریوں کا سامنا کرنا پڑتا ہے اور اس کی وجہ سے بیرونی تجارت کی گنجائش محدود ہوجاتی ہے۔

(e) غیر ملکی منڈیوں کا مطالعہ: مختلف اشیا کے حوالے سے منڈیوں کی اپنی اپنی ضروریات اور خصوصیات ا۔ ہر شے کی مانگ، طلب، اس کا بازار میں مقابلہ، خریدار کی پسند وغیرہ کو لے کر الگ الگ معیار ہیں، اس لیے غیر ملکی منڈی کا مطالعہ بھرپور اور گہرائی کے ساتھ کیا جانا ضروری ہے تبھی غیر ملکی تجارت میں کامیابی ملے گی۔ یہ کام کسی فرد واحد کے نقط ؟ نظر سے خواہ وہ مال درآمد کر رہا ہو یا برآمد کر رہا ہو، بہت آسان نہیں۔

(f) قواعد وضوابط میں تبدیلی: بیرونی تجارت کے حوالے سے ہر ملک کے ضابطے الگ الگ ہیں۔ ان ضابطوں کو سیاسی اور اقتصادی مفادات کے پیش نظر وضع کیا جاتا ہے۔ یہ ضابطے وقتاً فوقتاً ادلتے بدلتے رہتے ہیں۔ تاجروں کے لیے ہر وقت ان سے باخبر رہنا ایک دشوار امر ہے اور ہر ملک کے ضابطوں کے حوالے سے ہر وقت کی معلومات کا حاصل رہنا بھی ایک مشکل امر ہے۔

(g) قیمتوں میں بار بار تبدیلی: بیرونی تجارت میں ہر مال کی قیمت اولتی بدلتی رہتی ہے۔ غیر ملکی زر مبادلہ کے سبب ان میں بار بار تبدیلی آتی ہے اور درآمداتی اور برآمداتی محصولات بھی وقتاً فوقتاً بدلتے رہتے ہیں۔

غیر ملکی شرح مبادلہ سے ہماری مراد یہ ہے کہ ایک ملک کے سکہ کا تناسب دوسرے ملک کے سکے کی قیمت کے مقابلے میں کیا ہے۔ مثال کے طور پر ہندوستان کا روپیہ وراپریل 2011 کو اس تناسب سے تھا ایک امریکی ڈالر ہندوستان کے 61.13 روپے کے برابر تھا۔ یہ شرح بدلتی رہتی ہے اور اس کی وجہ سے غیر ملکی سکہ کی قوت خرید میں بدلاؤ آتا رہتا ہے۔ آپ دور حاضر میں یہ معلوم کریں کہ ایک امریکی ڈالر ہندوستان کے کتنے روپوں کے برابر ہے ایک امریکی ڈالر = ہندوستانی (کتنے) روپے۔ یہ شرح کسی تاریخ کی ہے اسے بھی تحریر کریں۔

15.5 بیرونی تجارت کے حوالے سے سہولتیں بہم پہونچانے والے

اس سبق کے پچھلے حصے میں ہم نے ان مسائل کو لیا تھا اور ان کے تعلق سے چند مشکلات پر روشنی ڈالی تھی جو مال درآمد کرنے والوں اور باہر بھیجنے والوں کو پیش آتی ہیں۔ ان سب دشواریوں کو جان لینے کے بعد کیا آپ سمجھتے ہیں کہ تاجر اور کاروباری صرف اپنے

طور پر ہی بزنس کامیابی کے ساتھ چلالیں گے۔اس کا جواب یقینی طور پر نہیں میں ہے یعنی وہ کاروبار تو اپنے طور پر چلا پائیں گے مگر مال کی خریداری اور مال کی فروخت میں دوسروں کی مدد اور تعاون درکار ہوگا۔اس تعلق سے مختلف انداز میں مدد دینے والوں کو بیرونی تجارت کے عمل کو آسان بنانے والا اور سہولتیں بہم پہونچانے والا کہتے ہیں۔آیئے ہمیں اس زمرے کے کچھ ایسے لوگوں کے بارے میں جانکاری حاصل کر لینی چاہیے۔

1. انڈنٹ ہاؤسز (مال کا آرڈر حاصل کرنے والے وفائر) اور فرمیں یہ وہ وفاتر ہیں جو سامان کا آرڈر حاصل کرتے ہیں اور اس کے ساتھ اس سے تعلق کچھ ہدایتیں بھی دی جاتی ہیں وہ ان آرڈروں کے ساتھ لگی ہوتی ہیں۔
2. مال برآمد کرنے والی فرمیں: ان کو ایکسپورٹ ہاؤسز کہا جاتا ہے۔یہ ایسی تنظیمیں ہیں جو مال برآمد کرنے سے متعلق سرگرمیوں کو بڑھاوا دیتی ہیں۔ان کے نام کچھ اس طرح سے ہیں: (STC) ایس ٹی سی (MMTC) ایم ایم ٹی سی، ہینڈلوم اور ہینڈی کرافٹس ایکسپورٹ کارپوریشن جے مختصراً (HHEC) انچ ایچ ای سی کہتے ہیں۔اس طرح کا ایک اور دفتر ہے جسے سنٹرل کاٹیج انڈسٹریز کارپوریشن کہتے ہیں وغیرہ۔
3. فارورڈنگ ایجنٹس: یہ وہ کارکن ہیں جو مال برآمد کرنے والوں کی طرف سے کام کرتے ہیں اور بحری جہاز پر مال لدوانے، اتروانی اور اس تعلق سے تمام کاموں کو انجام دیتے ہیں۔
4. کلیرنگ ایجنٹس: یہ وہ کارکن ہیں جو مال درآمد کرنے والوں کی طرف سے ذمہ داریاں نبھاتے ہیں اور جس بندرگاہ پر مال پہونچا ہے وہاں کے تمام ضابطے پورے کرتے ہیں اور کشم کے حکام سے سامان حاصل کرتے ہیں اور پھر اسے ریل یا سڑک کے ذریعے اس جگہ تک پہنچاتے ہیں جہاں مال منگانے والے نے اسے منگوایا ہے۔
5. جہازراں کمپنی (شپنگ کمپنی): یہ وہ کمپنی ہے جو کرائے کی رقم لے کر سامان ڈھوتی ہے اور پھر یہ سامان مال منگانے والے کی بتائی ہوئی جگہ تک اسے پہونچاتی ہے۔
6. انشورنس کمپنی: جس مال کا بیمہ کر دیا جاتا ہے تو اس کے نقصان کی بھرپائی بیمہ کمپنی پر کو کرنی ہوتی ہے۔مال گودام سے مال اٹھا کر اس جگہ تک پہونچانا جہاں مال منگانے والے نے منگایا ہے اس تمام راستے پر اگر کوئی نقصان ہوگا تو اس کی بھرپائی متعلقہ انشورنس کمپنی کرے گی۔
7. ٹریڈ کمشنر: یہ وہ افسر ہیں جو سرکار کی طرف سے متعین کیے جاتے ہیں۔یہ سفارت خانے کے ملازم ہوتے ہیں اور یہ ملک کے تجارتی مفادات کی باہر کے ملکوں میں نمائندگی کرتے ہیں۔تجارتی تعلقات کے بارے میں معلومات حاصل کر کے تاجروں تک پہونچاتے ہیں اور امپورٹ نیز ایکسپورٹ کے حوالے سے تاجروں کو ضروری مشورے دیتے ہیں۔
8. تجارت کی نمایندگی کرنے والے ارکان: یہ وہ کارکن ہوتے ہیں جو مال برآمد کرنے والوں کی رہنمائی کرتے ہیں۔باہر کے ملکوں میں رہ کر اپنے ملک کے سامان اور برآمداتی اشیا کے حوالے سے وہاں کے ایکسپورٹروں کو معلومت بہم پہونچاتے ہیں۔جو سامان وہاں ایکسپورٹ کیا گیا ہے اس کی قیمت ادا ہو جائے، اس کی بھی وہ کوشش کرتے ہیں اور اس سلسلے کے قانونی امور کے تعلق سے ضروری مشورے دیتے ہیں۔

امپورٹرز اور ایکسپورٹرز کے لیے کچھ ضروری امور

اگر آپ امپورٹ اور ایکسپورٹ کا کاروبار شروع کرنا چاہتے ہیں تو آپ کے پاس مندرجہ ذیل کاغذات اور دستاویزات کا ہونا

ضروری ہے۔

1. امپورٹ، ایکسپورٹ کوڈ (ای ای سی) نمبر: غیر ملکی تجارت کے ڈائرکٹر (ڈائرکٹر جنرل آف فارن ٹریڈ) ای ای سی نمبر دیتے ہیں۔اس کاروبار کو کرنے والی ہر کمپنی کے پاس یہ نمبر ہونا ضروری ہے۔اس کے بغیر بیرونی تجارت سے متعلق کوئی کاغذ آگے نہیں بڑھ سکتا۔
2. رجسٹریشن اور رکنیت کا سرٹی فیکیٹ (آری ایم سی): بیرونی تجارت سے متعلق پالیسی کے تحت سرکار ایکسپورٹروں اور امپورٹروں دونوں کو کچھ سہولتیں دیتی ہے۔ان سہولتوں سے استفادے کے لیے آر سی ایم سی ضروری ہے یہ سرٹی فیکیٹ اس کی مجاز ایکسپورٹ پروموشن کونسل جاری کرتی ہے۔ایکسپورٹ پروموشن کونسل سرکار کی طرف سے مقرر کردہ تنظیم ہے جو مختلف قسم کی اشیا اور مصنوعات کی برآمدات کو آگے بڑھاتی ہے۔

15.6 برآمداتی تجارت کا طریق کار

ایک ملک سے دوسرے ملک میں سامان بھیجنے اور اسے برآمد کرنے کا عمومی طریق کار اس طرح سے ہے۔

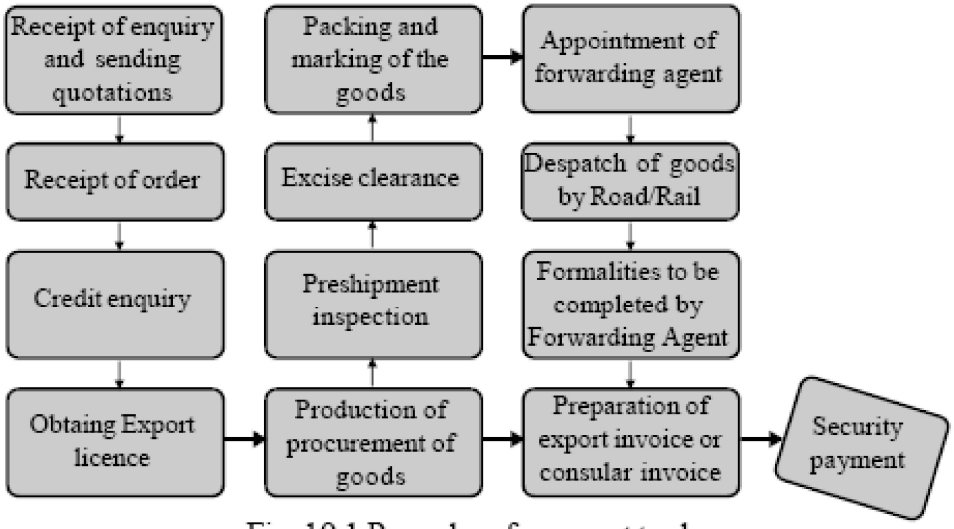


Fig. 19.1 Procedure for export trade

1. **معلومات حاصل کرنا اور اشیا کی قیمتوں کی فہرست ارسال کرنا:** باہر سے سامان منگانے والا اولا ان مختلف ایکسپورٹروں کو ایک سوالنامہ ارسال کرتا ہے اور مطلوبہ اشیا کی قیمتیں، ان کی کوالٹی اور ادائیگی کے طریق کار کے ساتھ مال منگانے کی تفصیلات بھی جاننا چاہتا ہے۔اس کے جواب میں مال برآمد کرنے والے قیمتوں کی فہرست ارسال کرتے ہیں اور جن اشیا کے بارے میں پوچھا گیا ہے ان کی قیمتوں، کوالٹی، ادائیگی کے طریق کار، اور دیگر شرائط وغیرہ کے سلسلے میں تفصیل سے لکھتے ہیں۔
2. **مال کی فرمائش یا ایکسپورٹ کے آرڈر کی وصولی:** اگر وہ شخص جو مال منگوانا چاہتا ہے، مال بھیجنے کی شرائط اور حالات قابل قبول اور اپنے موافق پاتا ہے، تو وہ مال منگانے کا آرڈر دے دیتا ہے، اس آرڈر کو indent بھی کہتے ہیں۔اس آرڈر میں اس سامان کی تفصیل ہوتی ہے جسے منگانا ہے اور یہ پوچھا جاتا ہے کہ اس کی کتنی قیمت ادا کی جائے گی اور یہ مال کسی طرح اور کن شرائط کے ساتھ ارسال کیا جائے گا اور اس کی پیکنگ کس طرح کی ہوگی۔اس کے ساتھ کچھ اور تفصیلات بھی اگر ضرور ہی ہوں گی تو دی جائیں۔جب مال برآمد کرنے والے کو یہ آرڈر مل جائے گا اور وہ اسے تسلی بخش سمجھے گا تو وہ مال بھیجنے پر رضامندی ظاہر کرے گا اور سامان برآمد کرنے پر راضی ہو جائے گا۔

3. ادائیگی کی یقین دہانی کے متعلق معلومات: مال برآمد کرنے والے کو اس بات کا یقین ہونا چاہیے کہ مال کی قیمت کی وصولی میں کوئی خطرہ یا خامی نہیں ہے۔ مال بھیجنے والے کو یہ اطمینان ہونا چاہیے کہ جو شخص مال منگا رہا ہے وہ اس کی قیمت ادا کرنے کا اہل ہے۔ اس کام کے لیے وہ مال منگانے والے سے بینک کی طرف سے دیا جانے والا لیٹر آف کریڈٹ یا کوئی اور ضمانت مانگ سکتا ہے۔

4. **ایکسپورٹ لائسنس کا حصول:** ملک کی درآمداتی اور برآمداتی پالیسی الگ الگ ہوتی ہے۔ کچھ سامان تو ہر ملک محصول کی ادائیگی کے بغیر درآمد کر لیتا ہے اور کچھ ایسا سامان ہوتا ہے جس کو منگانے کے سلسلے میں کچھ پابندیاں اور شرائط ہوتی ہیں۔ ہندوستان میں جو شخص مال باہر بھیجتا ہے اسے چند ضابطوں کی تکمیل کر لینے کے بعد ایکسپورٹ لائسنس کے لیے درخواست دینی ہوتی ہے۔ اس لائسنس کو پانے کے لیے اسی افسر کو درخواست دی جاتی ہے جو اس کو دینے کا مجاز ہوتا ہے یہ افسر مطمئن ہونے کے بعد ایکسپورٹ لائسنس دیدے گا۔ ایکسپورٹ لائسنس پانے کے کے لیے ایکسپورٹر کو سب. سے پہلے آئی ای سی (IEC) نمبر حاصل کرنا ہوگا۔ اس کے بعد اسے آر سی ایم سی RCMC حاصل کرنا ہوگا۔ یہ اجازت اسے اس کی مجاز برآمدات کو بڑھاوا دینے والی کونسل کی طرف سے دی جائے گی اور یہی کونسل اسے RCMC دے گی۔ اس کے بعد اسے اپنا نام ایکسپورٹ کریڈٹ اینڈ گارنٹی کارپوریشن میں رجسٹر کرانا ہوگا۔ جس کا مختصر نام ہے ای سی جی سی۔ اس کارپوریشن میں رجسٹر ہو جانے سے مال برآمد کرنے والے کو عدم ادائیگی کا خطرہ نہیں رہے گا۔

5. **سامان کی تیاری اور اس کا حصول:** ایکسپورٹر کو یا تو سامان خود تیار کرنے پڑے گا یا پھر اسے بازار سے خریدتا ہوگا۔ یہ سامان ان شرائط کو اپنی کوالٹی، مقدار اور قیمتوں کے پس منظر میں اس معیار کے مطابق ہونا چاہیے جس کو indent میں واضح کیا گیا ہے۔

6. **برآمد کرنے کے لیے جہازوں پر لادنے سے پہلے سامان کی جانچ:** اس بات کو یقینی بنانے کے لیے کہ جو مال بھیجا جا رہا ہے وہ معیاری ہے حکومت نے یہ لازمی قرار دیا ہے کہ مال لادنے سے قبل اس کی جانچ ہونی چاہیے۔ یہ کام کچھ افسروں اور اداروں کو سونپا گیا ہے۔

7. **اکسائز کا اجازت نامہ:** ہندوستان میں تیار مال پر سنٹرل اکسائز ایکٹ کے تحت اکسائز محصول لگتا ہے، اس لیے جو مال برآمد کیا جاتا ہے اس کے حوالے سے محصول کی ادائیگی سرٹی فیکٹ ضروری ہے۔ حکومت ہند نے بہت سے سامان پر یہ محصول معاف بھی کر دیا ہے بشرطیکہ یہ وہ سامان ہو جسے صرف برآمد کرنے کے لیے ہی تیار کیا گیا ہو۔

8. **سامان کی پیکنگ اور اس کی پہچان کے لیے امتیازی نشان:** انڈنٹ indent میں دے گئی ہدایات کے مطابق ہی پیکنگ کرنی چاہیے۔ پیکنگ میں لاپروائی کے باعث اگر کوئی نقصان ہو جاتا ہے تو یہ نقصان مال بھیجنے والے کا ہی ہوگا۔ ضرورت ہو تو بلنگ سے قبل اس کی درجہ بندی کر دی جائے۔ ہر بنڈل پر مناسب علامات ونشانات بنا دیے جائیں۔ اس سلسلے میں جو ہدایات ہوں ان پر عمل کرتے ہوئے یہ نشانات لگانے ضروری ہیں تاکہ سامان کی آسانی سے پہچان ہو سکے۔

9. **مال بھجوانے والے ایجنٹ کی تقرری:** ایکسپورٹر سامان کے بنڈل پوری طرح باندھ کر اور لپیٹ کر بندرگاہ تک براہ راست روانہ کر سکتے ہیں یا اگر وہ چاہیں تو اپنے ایجنٹ کے توسط سے اس مال کو وہاں بھجوا سکتے ہیں۔ اگر سامان کسی ایک مقام پر اکٹھا کر کے رکھا ہوا ہو تو ایکسپورٹر اپنے ایجنٹ کے توسط سے وہ ساری کارروائی کریں اسکتا ہے جو کہ اسے خود کرنی تھی تاک؟ سامان بذریعہ بحری جہاز روانہ کیا جا سکے۔ اس ایجنٹ کو اس کام کے لیے کمیشن کے طور پر رقم ادا کرنی ہوگی۔

10. **ریل رسٹرک کے ذریعے مال کی روانگی:** ایکسپورٹر کو اس شہر تک جہاں بندرگاہ واقع ہے سامان بذریعہ ریل یا سڑک روانہ کرنا

ہوگا۔ وہ ریلوے کی رسید ایجنٹ کو ارسال کر دے گا اور اس کے ساتھ ضروری ہدایات بھی دے دے گا۔ ایجنٹ سامان سنبھال کر اس سے متعلق ضروری ضابطے کی کارروائی مکمل کرے گا اور اس کے بعد یہ سامان بحری جہاز میں لدوا کر اس شخص تک بھجوائے گا جس نے اسے منگایا ہے۔

11. متعینہ ایجنٹ کو کیا کیا کاروائی کرنی ہوگی:

(a) کسٹم پرمٹ حاصل کرنا: ایجنٹ کو کسٹم کے دفتر میں درخواست دینی ہوگی جس میں سامان کی پوری تفصیل ہوگی اور اس مقام کو واضح کرنا ہوگا جہاں وہ سامان بھیجا جا رہا ہے۔ اس کے بعد اسے کسٹم پرمٹ ملے گا۔ اگر یہ سامان ایسا ہے کہ اس پر کوئی محصول نہیں لگتا تو فوراً ہی کسٹم پرمٹ دیدیا جائے گا ورنہ اس سلسلے کی دوسری کارروائیوں کو پورا کرنا ضروری ہوگا۔

(b) سامان کو جہاز پر لادنے کا حکم: ایجنٹ کو جہاز پر سامان لادنے کے لیے کافی جگہ حاصل کرنی ہوتی ہے۔ اس کے لیے اسے ایک معاہدے پر دستخط کرنے ہوں گے اور یہ معاہدہ جہازراں کمپنی کے ساتھ ہوتا ہے۔ کمپنی سے اجازت کے بعد وہ سامان جہاز میں چڑھایا جائے گا۔

(c) جہاز میں مال کے لادنے کے بل کو مکمل کرنا اور برآمداتی محصول کی ادائیگی: ایجنٹ کو مال لادنے کے بل کی تین کاپیاں فراہم کرانی ہوں گی اور پھر ان کو کسٹم ہاؤس میں جمع کرنا ہوگا۔ اس بل کی بنیاد پر محصول کا حساب لگایا جاتا ہے۔ یہ کام کسٹم کے حکام کرتے ہیں۔ ایجنٹ کو یہ محصول ادا کرنا ہوگا۔ اس کے ساتھ ہی اصل کاپی اور تیسری کاپی حاصل کرنی ہوگی۔ یہ کاغذات اسے کسٹم اتھارٹی سے حاصل کرنے ہوتے ہیں۔ ان کو ٹینگ بل کے نام سے پکارا جاتا ہے۔

(d) بندرگاہ کے واجبات کی ادائیگی: ایجنٹ کو اس مقام تک جہاں وہ بندرگاہ پر اپنا سامان جہاز میں چڑھائے گا سامان لے جانے کے انتظامات کرنے ہوں گے۔ اس مقصد کے لیے ایک کاغذ جس کا نام ڈک چالان ہے، اسے پوری طرح بھر کر اس کی دو نقول ڈک (بندرگاہ) حکام کو دینی ہوتی ہیں۔ اس کے ساتھ ٹینگ بل کی ایک کاپی اور چمپین شپنگ آرڈر کی ایک کاپی بھی رکھی جاتی ہے۔ بندرگاہ کے نام پر یہ اخراجات وصول ہو جانے کے بعد متعلقہ حکام اس چالان کی ایک نقل اپنے اپنے پاس رکھیں گے اور دوسری کاپی دستخط کرنے کے بعد ایجنٹ کو لوٹا دیں گے۔

(e) سامان کے لدان سے قبل کسٹم کی تصدیق: جوں ہی جہاز بندرگاہ پر آ کر لگتا ہے تو بندرگاہ کے حکام اس میں سامان لدوانا شروع کر دیتے ہیں۔ سامان کے لدان سے قبل کسٹم افسران یہ اطمینان کرتے ہیں کہ کسی آئٹم پر محصول لینا رہ تو نہیں گیا ہے اور کیا کوئی آئٹم ایسا ہے جس کا ٹینگ بل میں اندراج نہیں ہو سکا ہے۔ جہاز کا کپتان یا اس کا معاون سامان اس وقت ہی جہاز پر چڑھانے دے گا جب ٹینگ کے لیے اسے آرڈر دکھا دیا جائے گا۔

(f) رسید: جہاز کا کپتان یا اس کا معاون ایک رسید جاری کرے گا۔ اس رسید کو Mate (میٹ) کی رسید کے نام سے جانا جاتا ہے۔ یہ رسید سامان کی لدائی پوری ہو جانے کے بعد جاری کی جاتی ہے۔ اس رسید میں مال کی تفصیل بنڈلوں کی تعداد، پیکنگ کی حالت وغیرہ کے بارے میں اندراجات ہوتے ہیں

(g) بل آف لے ڈنگ (لدان بل): متعلقہ ایجنٹ جہازراں کمپنی کو کپتان کے معاون کی طرف کے جاری شد؟ رسید دکھائے گا۔ اس رسید کو دکھانے پر اسے ایک اور کاغذ دیا جائے گا جس کا نام بل آف لے ڈنگ ہے۔ ایجنٹ کو تین فارموں کی خانہ پری کرنی ہوگی۔ اس بلاف لے ڈنگ کی تین کاپیاں ہوتی ہیں جن میں سامان کی تفصیل، سامان کسی مقام پر جا رہا ہے، جہاز کا نام، تاریخ، مقام جہاں مال جہاز پر چڑھایا گیا، اس شخص کا نام اور پتہ جہاں یہ سامان بھیجا جا رہا ہے، یہ سب تفصیل دینی ہوں گی۔ اگر اس

مال کا بھاڑہ ادا کر دیا گیا ہے تو اس بل کے اوپر لکھا ہوگا کہ بھاڑہ ادا کر دیا گیا ورنہ تو لکھا جائے گا کہ بھاڑہ کی ادائیگی باقی۔ اس صورت میں یہ بھاڑہ وہاں لیا جائے گا جہاں مال جہاز سے اترے گا۔

(h) بحری جہاز کے ذریعے بھیجے گئے مال کا بیمہ: بحری جہاز سے جو مال بھیجا جاتا ہے اس کے راستے میں ضائع ہونے کا خطرہ ہوتا ہے۔ اس خطرے سے بچنے کے لیے سامان کا بیمہ کرالینا ضروری ہے۔ اگر مال منگانے والے نے کچھ شرائط رکھی ہوں تو ان کی روشنی میں ہی بیمہ ہونا چاہیے۔ یہ شرائط انڈنٹ میں درج ہوتی ہیں اور اگر ہدایات نہ ہوں تو مال برآمد کرنے والے کو از خود سامان کا بیمہ کرالینا چاہیے۔ لے ڈنگ کے بل اور دیگر دستاویزات کے ساتھ انشورنس پالیسی بھی مال منگانے والے کو بھیجی جاتی ہے۔

(i) مال برآمد کرنے والے کے لیے نصیحت: ایجنٹ ایکسپورٹر یعنی مال برآمد کرنے والے کو مطلع کرتا ہے کہ؟ سامان جہاز پر چڑھا دیا گیا اور اس سلسلے کی دوسری تفاصیل سے بھی اسے آگاہ کراتا ہے۔ وہ انشورنس پالیسی، بل آف لے ڈنگ، شپنگ بل وغیرہ ایکسپورٹر کو بھیجے گا۔ اس کے ساتھ وہ اپنی اجرت اور دیگر اخراجات کا گوشوارہ بھی پیش کرے گا۔

12. **برآمداتی بیچک (سامان کی فہرست) کی تیاری اور نیابتی بیچک:** ایکسپورٹر (مال برآمد کرنے والا) ایک فہرست اس سامان کی تیار کرتا ہے جو بھیجا گیا ہے، اسے فارن (غیر ملکی) بیچک یا فارن انوائس کے نام سے جانا جاتا ہے، لیکن یہ فہرست مال بھجوانے والا ایجنٹ کے مشورے اور نصیحت اور ہدایات کے موصول ہو جانے پر ہی تیار کی جاتی ہے۔ اس فہرست میں بھیجے گئے مال کی مقدار اور یہ کہ مال کے عوض مال منگانے والے سے کتنے روپے لینے ہیں، کی وضاحت ہوتی ہے۔ بہت سے ملکوں میں کسٹم کے قوانین کے تحت یہ ضروری ہے کہ جب مال اپنی منزل پر پہونچ جانے کے بعد جہاز سے اتارا جائے تو اس سے قبل نیابتی بیچک دکھانا ہوگا، جس کے بعد سامان کو وہاں سے باہر نکالنے میں آسانی ہوگی۔ اگر مال منگانے والا بھی اس کا طلب گار ہو کہ ایکسپورٹر کو اس طرح کی دستاویز کے لیے ضروری بندوبست کرنا ہوگا۔

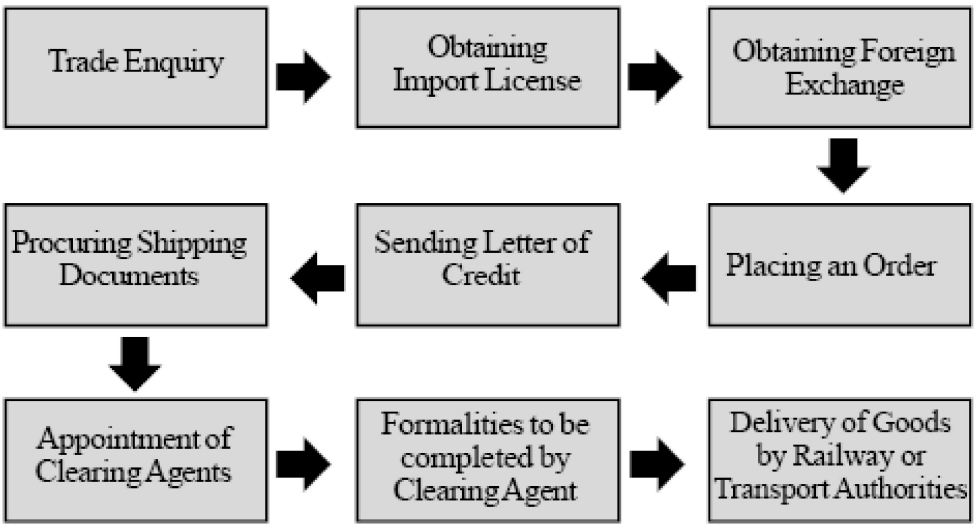
13. **ادائیگی کی رقم کی وصولی:** ادائیگی کے دو متبادل طریقے ہیں، ان کے ذریعے ایکسپورٹر کو رقم ادا کی جاسکتی ہے۔

(a) **لیٹر آف کریڈٹ:** مال منگانے والے کی طرف سے لیٹر آف کریڈٹ جاری کیا جاتا ہے اور اس کی بنیاد پر، ایکسپورٹر یعنی مال سپلائی کرنے والے کو فوری ادائیگی ہو جاتی ہے۔ یہ لیٹر مال منگانے والے کے بینک کی طرف سے مال بھیجنے والے کو دیا جاتا ہے۔ ایکسپورٹر کو بینک کی مقامی برانچ میں بل جمع کر کے رقم مل جاتی ہے بشرطیکہ یہ بل اپنے ہی ملک کا ہو اور اس ملک کے بینک نے مال منگانے والے کی طرف سے یہ لیٹر آف کریڈٹ جاری کیا ہو۔

(b) **رہن گروی نامہ:** اگر ایکسپورٹر کو رقم کی ادائیگی فوری طور پر مطلوب ہے تو اسے بل مل سکتا ہے (جو کہ مال منگانے والے کو قابل قبول ہو)۔ اس بل کی رقم پیشگی ادائیگی کے طور پر اس کے بینک سے مہیا کی جاسکتی ہے۔ لیکن اس مقصد کے لیے اسے ایک رہن نامہ لکھنا ہوگا جو کہ بینک میں داخل کر دیا جائے گا۔ یہ رہن نامہ بل آف ایکسچینج کے ساتھ منسلک ہوگا۔ اس خط کی بنیاد پر ایکسپورٹر بینک کو اس بات کا حق دے دیتا ہے کہ اگر مال منگانے والے کا بل ادا نہیں ہو پاتا تو بینک کو اس سامان کو فروخت کرنے کا حق حاصل ہوگا۔ اس طرح بینک ایکسپورٹر کو دی گئی رقومات وصول کر لے گا۔

15.7 درآمداتی تجارت کا طریق کار

درآمداتی مال کے حوالے سے جو خدمات ضروری ہیں ان کی تفصیل درجہ ذیل ہے۔



1. **تجارت کے حوالے سے معلومات:** مال منگوانے والے ایکسپورٹر (مال برآمد کرنے والے) سے تحریری درخواست بھیج کر اس مال کے لیے جو وہ منگانا چاہتا ہے، بہت سی معلومات حاصل کرتا ہے یعنی مال کی قیمت، کوالٹی، مقدار، اور دیگر نکات۔ ایکسپورٹر مال کی قیمت اور دیگر معلومات مال منگانے والے کو فراہم کرتا ہے۔
2. **درآمداتی لائسنس کا حصول:** مال منگانے والے کے پاس اگر امپورٹ لائسنس نہیں ہے تو وہ مال نہیں منگا سکتا۔ اس کے لیے اسے امپورٹ لائسنسنگ اتھارٹی سے لائسنس حاصل کرنا پڑتا ہے۔ ہندوستان میں ڈی جی ایف ٹی DGFT سے آئی ای سی IEC نمبر حاصل کرنا لازمی ہے DGFT سے مراد ڈائرکٹر جنرل فارن ٹریڈ ہے۔
3. **غیر ملکی زرمبادلہ حاصل کرنا:** ریزورو بینک آف انڈیا غیر ملکی زرمبادلہ کا لین دین سنبھالتا ہے۔ مال منگانے والے کو ضروری کاغذات کے ساتھ ریزرو بینک آف انڈیا میں ایک چیک کنٹرول ڈپارٹمنٹ کی درخواست دینی ہوتی ہے۔ اس درخواست کی جانچ پڑتال کر کے ریزرو بینک آف انڈیا غیر ملکی زرمبادلہ جاری کیے جانے کی منظوری دیتا ہے۔
4. **مال منگانے کا آرڈر دینا:** انڈنٹ سے مراد خریداری کے اس آرڈر سے ہے جو مال منگانے والا اس ایکسپورٹر کے یہاں دیتا ہے جس سے اس کو مال منگانا ہے۔ انڈینٹ میں منگائے جانے والے سامان کی صراحت ہوتی ہے۔ یہ آرڈر مال تیار کرنے والے کو براہ راست بھیجا جا سکتا ہے۔ اس طرح مال برآمد کرنے والے ایجنٹ کے نام بھی یہ آرڈر براہ راست بھیجا جاتا ہے۔
5. **لیٹر آف کریڈٹ ارسال کرنا:** بالعموم مال منگانے والا اور وہ شخص یا فرم جس سے مال منگانا ہوتا ہے آپس میں ایک دوسرے کے واقف کار نہیں ہوتے۔ اس لیے مال بھیجنے والے کو یہ اطمینان کرنا ضروری ہوتا ہے کہ وہ جس شخص کو مال بھیج رہا ہے، وہ مال کی قیمت ادا کرنے میں ایماندار اور صحیح آدمی ہے۔ بالعموم ایکسپورٹر، مال بھیجنے والے سے لیٹر آف کریڈٹ مانگتا ہے۔ مال درآمد کرنے والا، اس بینک کے قواعد وضوابط کی روشنی میں جس میں کہ اس کا کھاتہ ہوتا ہے، مال بھیجنے والے کو لیٹر آف کریڈٹ ارسال کرتا ہے۔ اس کی وجہ سے ایکسپورٹر کے لیے مال کی قیمت کی ادائیگی یقینی ہو جاتی ہے اور یہ اس حد تک یقینی ہوتی ہے جو رقم کہ لیٹر آف کریڈٹ میں واضح کر دی گئی ہے۔
6. **شپنگ سے متعلق دستاویز کی فراہمی:** مال منگانے والا بل آف لے ڈنگ، شپنگ بل وغیرہ جیسی ضروری دستاویزات حاصل

کرنے کے لیے ضروری کارروائی کرتا ہے۔ یہ دستاویزات ایکسپورٹر کی ہدایت کی روشنی میں جاری کی جاتی ہیں۔ ان دستاویزات کی بنیاد پر بھیجے گئے مال کو وصول کرلیا جاتا ہے۔ مال منگانے والے کو ایکسپورٹر کے بینک جا کر ادائیگی کرنی ہوتی ہے اور اس بنیاد پر ضروری وہ کاغذات مل جاتے ہیں جن کو دکھا کر مال وصول کرلیا جاتا ہے۔

7. کلیرنگ ایجنٹ کی تقرری: مال منگانے والا یا تو خود مال وصول کرلے گا یا پھر وہ اپنی طرف سے کسی کو اس کے لیے مجاز بنادے گا جسے کلیرنگ ایجنٹ کہتے ہیں اور وہ اس کی طرف سے سامان وصول کرلے گا۔ مال منگانے والا اپنے ایجنٹ کی معرفت سامان کی وصولی سے متعلق ضروری کاغذات بھیجتا ہے۔ اس کام کے عوض کلیرنگ ایجنٹ کو مناسب معاوضہ دیا جاتا ہے۔

8. کلیرنگ ایجنٹ کے ذریعے مکمل کی جانے والی کارروائی:

(a) مال کی حوالگی کی تصدیق: جب بحری جہاز بندرگاہ پر پہونچتا ہے تو کلیرنگ ایجنٹ متعلقہ جہاز راں کمپنی سے رابطہ قائم کرتا ہے اور بل آف لے ڈنگ حاصل کرلیتا ہے جو کہ اس کے نام پر بنایا جاتا ہے۔ اگر مال برآمد کرنے والے نے بھاڑہ ادا نہیں کیا ہے تو بل آف لے ڈنگ کے اجرا سے قبل بھاڑہ ادا کرنا ہوگا۔

(b) بل آف انٹری: ایجنٹ کے لیے ضروری ہے کہ وہ کشم حکام کو اندراجات کے بل (بل آف انٹری) کی تعین نقول پیش کرے۔ یہ حکام اس پر عائد شدہ محصول کا حساب کریں گے اور وہ رقم کلیرنگ ایجنٹ سے وصول کریں گے۔

(c) گودی (بندرگاہ) پر ہوئے اخراجات کی ادائیگی: ایجنٹ کو جہاز میں سے مال اتروانے کے لیے پورٹ ٹرسٹ کی رسید کی دو نقول مکمل کرنے کے بعد متعلقہ دفتر میں جمع کرانی ہوں گی۔ اس کے ساتھ بل آف انٹری کی تعین نقول بھی ایجنٹ کو داخل کرنی ہوں گی۔ بندرگاہ کے اخراجات کی وصولی کے بعد متعلقہ حکام پورٹ ٹرسٹ کی ایک کاپی اور بل آف انٹری کی دونوں کاپیاں بھی ایجنٹ کو واپس کردیں گے۔ ایجنٹ بل آف انٹری کی دونوں کاپیوں کے ساتھ پورٹ ٹرسٹ کی رسید کشم حکام کے حوالے کر دے گا، اگر کسٹم ڈیوٹی ادا کرنی ہے تو ایجنٹ وہ بھی ادا کرے گا۔ اس کے بعد ہی سامان اس کے حوالے کیا جائے گا۔

(d) ریل یا سڑک کے راستے مال کی روانگی: کلیرنگ ایجنٹ کو بندرگاہ سے مال کو ریل یا سڑک کے ذریعے بھجوانے کا انتظام کرنا ہوگا۔ یہ سامان متعلق سامان کے اصل مالک کی منزل تک پہونچانا ہوتا ہے اور اس کے لیے ریل کی رسید یا ٹرانسپورٹ اتھارٹی کی رسید حاصل کرنی ہوتی ہے۔

(e) مال منگانے والے کے لیے مشورہ: سامان کی روانگی کے بعد کلیرنگ ایجنٹ مال منگانے والے کو ایک نصیحت آمیز خط لکھے گا جس میں واضح کیا جائے گا کہ یہ سامان بذریعہ ریل یا بذریعہ سڑک بھیجا گیا ہے اور اس کے کب تک پہنچنے کا امکان ہے۔ اس کے ساتھ ریلوے کی رسید یا ٹرانسپورٹ اتھارٹی کی رسید جیسی بھی صورت ہو بھیجنی ہوگی۔ اس کے ساتھ اخراجات اور مطلوبہ معاوضے کے لیے بھی لکھنا ہوگا۔

9. ریلوے ٹرانسپورٹ اتھارٹی سے سامان کی وصولی مال منگانے والا ریلوے یا ٹرانسپورٹ اتھارٹی کی طرف سے جاری کردہ رسید دکھا کر مال وصول کرے گا اور پھر وہاں سے اپنے مال گودام تک لے جائے گا۔

15.8 بیرونی تجارت کے سلسلے کی ضروری دستاویزات

بیرونی تجارت کے سلسلے کے کچھ اہم کاغذات کی تفصیل درج ذیل ہے:

1. **انڈنٹ:** انڈنٹ اس آرڈر کو کہتے ہیں جو باہر سے سامان منگانے کے لیے دیا جاتا ہے۔ یہ آرڈر اس شخص کے نام ہوتا ہے جو باہر

سے سامان بھیجے گا۔اس میں منگائے جانے والے سامان کے تعلق سے سب ہی ضروری ہدایات ہوتی ہیں مثلاً یہ کہ یہ مال کتنی مقدار میں بھیجنا ہے، کس کوالٹی کا سامان بھیجنا ہے، اسے کسی طرح سے پیک کرنا ہے، اس پر کیا کیا نشانات کس کس طرح ڈالنے ہیں، کتنے عرصے کے اندر اندر اسے بھیجنا ہے، اس کی قیمت کی ادائیگی کس طرح ہوتی ہے۔اس کے علاوہ اس کو جہاز سے بھیجنے کے سلسلے میں اور اس کے لادنے کے حوالے سے ضروری ہدایات بھی دی جاتی ہیں نیز مال کے بیمہ کرائے جانے سے متعلق بھی ہدایت ہوتی ہے۔

2. **لیٹر آف کریڈٹ:** بیرونی تجارت میں مال منگانے والے کو یہ ثبوت دینا ہوتا ہے کہ وہ قابل بھروسہ آدمی ہے اور مال کی قیمت پر وقت ادا کرے گا۔چنانچہ ماں بھیجنے والا کبھی کبھی مال کی لدان سے قبل ہی جزوی یا پوری قیمت مانگ لیتا ہے۔اس مقصد کے تحت مال منگانے والا، ایکسپورٹر کو اپنے اس بینک سے جس میں کہ اس کا کھاتہ ہوتا ہے، لیٹر آف کریڈٹ جاری کرا دیتا ہے جو کہ مال بھیجنے والے کا نام ہوتا ہے۔جو شخص مال منگا رہا ہے، اس کے ملک کا بینک یہ لیٹر جاری کرتا ہے اور یہ لیٹر اس کے نام ہوتا ہے جو کہ غیر ملکی تاجر ہے اور جو کہ مال بھیج رہا ہے۔اس میں بینک کی طرف سے یہ ضمانت دی جاتی ہے کہ وہ جس شخص کو ماں بھیج رہے ہیں، اس کا بینک میں کھاتہ ہے اور اس میں اتنی رقم ہے کہ مال کی قیمت ادا کر دے گا۔اس طرح مال منگانے والے کی طرف سے یہ اطمینان ہو جاتا ہے کہ وہ بھروسہ کا آدمی ہے اور مال منانے والے کو بندرگاہ پر سامان پہنچ جانے پر ہل آف لے ڈنگ اور جہاراں کمپنی کو درکار دیگر ضروری کاغذات کے دکھانے کے بعد وہ سامان مل جائے گا۔

3. **بل آف لے ڈنگ:** جہاز کے مالک کی طرف سے تیار کردہ یہ ایک دستاویز ہے جس میں جہاز کے مالک کی طرف سے اس بات کی تصدیق ہے کہ اس نے سامان حاصل کر لیا ہے اور منزل مقصود پر وہ یہ سامان حوالے کر دے گا۔یہ ایک طرح سے سامان کی وصول کی رسید ہے اور اس بات کا ثبوت کہ اس نے یہ سامان اس شخص کو حوالے کرنے کے لیے لیا ہے جس نے کہ اسے منگایا ہے۔یہ کاغذ ایکسپورٹر کی طرف سے مال منگانے والے کو ارسال کیا جاتا ہے۔اس بل کو دکھا کر وہ سامان وصول کر سکے گا۔البتہ اس کے ساتھ جہاز راں کمپنی کو درکار دیگر کاغذات بھی دکھانے ہوں گے۔

4. **ہدایتی اور اطلاعاتی خط:** مال بھیجنے والے ایجنٹ کی طرف سے مال بھیجنے والے اصل مالک کو ایک خط بھیجا جاتا ہے جس میں وہ لکھتا ہے کہ برآمداتی مال کے سلسلے کی تمام کارروائی مکمل کر لی گئی ہے اور جہاز میں سامان لدوا کر اسے بھیج دیا گیا ہے۔اس خط کے ساتھ ہی مال بھیجنے والا ایجنٹ ایک گوشوارے میں اخراجات کی تفصیل بھی دیتا ہے جس میں اس کی اجرت کا بھی ذکر ہوتا ہے اور اس کی تفصیل بھی دی جاتی ہے۔کلیرنگ ایجنٹ بھی اس طرح کا ایک کاغذ تیار کرتا ہے جسے مال منگانے والے کو ارسال کر دیا جاتا ہے۔اس میں یہ وضاحت ہوتی ہے کہ بھیجے گئے مال کے سلسلے کی تمام کارروائیاں مکمل کر لی گئی ہیں۔اس کے ساتھ رسید بھی ہوتی ہے جو اس بات کا ثبوت ہوتی ہے کہ مال منگانے والے کو مال ارسال کر دیا گیا ہے۔اس سلسلے کے اخراجات کی تفصیل بھی دیدی جاتی ہے اور کمیشن کے طور پر دی جانے والی رقوم کا بھی ذکر ہوتا ہے۔اس طرح سے یہ وہ کاغذ ہے جسے درآمداتی اور برآمدات پر دو قسم کی تجارتی لین دین میں استعمال کیا جاتا ہے۔

5. **دستاویزی بل:** سامان پانے کی مجاز دستاویز بل آف ایکسچینج کے ساتھ ارسال کی جاتی ہے۔یہ بل ایکسپورٹر کے نام پر بنتا ہے اور وہ یہ رقم مال منگانے والے سے وصول کرتا ہے اس بل کو ڈاکومنٹری بل کہتے ہیں۔یہ دو طرح کا ہوتا ہے (الف) ادائیگی کے عوض ڈاکومنٹری بل (ب) اقرار کے عوض ڈاکومنٹری بل: جہاں تک ادائیگی کے عوض ڈاکومنٹری بل کا تعلق ہے تو برآمد کردہ اور بھیجے گئے مال کے تعلق سے مجاز بنانے کی دستاویزات مال منگانے والے کو دیدی جاتی ہیں مگر یہ اس وقت دی جاتی ہیں۔جبکہ بل

آف ایکسچینج کی رقم مال منگانے والے نے ادا کر دی ہو۔ اقرار کے عوض ڈاکومنٹری بل کا جہاں تک تعلق ہے، بھیجے گئے مال کی حوالگی کا مجاز بنانے کی دستاویزات مال منگانے والے کو اس وقت دی جاتی ہیں جب اس نے مال بھیجنے والے کی طرف سے بل آف ایکسچینج قبول کر لیا ہو۔

6. **انشورنس پالیسی** انشورنس کمپنی انشورنس پالیسی جاری کرتی ہے۔ اس کی رو سے صراحت شدہ اسباب کی بنا پر اگر سامان کا نقصان ہو جائے یا اس کے ضائع ہونے کا امکان ہو، تو یہ کمپنی اس کی بھرپائی کرے گی۔ اگر بیمہ نہیں ہوگا تو یہ نقصان سامان کے مالک کو بھگتنا پڑے گا، خواہ وہ ایکسپورٹر ہو یا مال منگانے والا۔ لاگت بیمہ بھاڑہ (کاسٹ انشورنس فریٹ) یعنی سی آئی ایف کی رو سے بیمہ بالعموم مال بھیجنے والا بیمہ کراتا ہے جبکہ فری آن بورڈ یعنی ایف او بی کے تحت بیمہ مال منگانے والا کراتا ہے۔ انشورنس پالیسیاں مختلف طرح کی ہوتی ہیں جن سے مختلف طرح کے خطرات سے برآمداتی سامان ضائع ہونے کی صورت میں اس کی بھرپائی کی جاتی ہے۔

7. **شپنگ آرڈر:** بحری جہاز میں جگہ محفوظ کرانے کے لیے ایکسپورٹر یا اس کا ایجنٹ شپنگ کمپنی کے ساتھ معاہدہ کرتا ہے۔ معاہدہ ہو جانے پر یہ جہاز راں کمپنی جہاز میں مال لادنے کی اجازت دی دیتی ہے۔ اس سلسلے میں جہاز کے کپتان کو ہدایت دی جاتی ہے کہ وہ جہاز میں صراحت شدہ مقدار میں مال اس شخص سے لے کر چڑھائے جو کہ مال بھیج رہا ہے۔

8. **شپنگ بل:** یہ ایک ایسی دستاویز ہے جو ایکسپورٹر (مال بھیجنے والا) تیار کرتا ہے یا پھر اس کی طرف سے متعینہ ایجنٹ اسے تیار کرتا ہے۔ اس بل کی بنیاد پر متعلقہ حکام اس محصول کا حساب لگاتے ہیں جو کہ ایکسپورٹر کو ادا کرنا ہوتا ہے۔

9. **میٹ (معاون) کی رسید:** جب سامان بندگارہ پر جہاز میں لانے کے لیے لایا جاتا ہے تو بندرگاہ کے حکام اس کے لیے ایک رسید جاری کرتے ہیں۔ بندرگاہ کے حکام کا یہ فرض بنتا ہے کہ وہ سامان کو جہاز میں لدوائیں لیکن اگر یہ سامان براہ راست جہاز میں پہونچا دیا جاتا ہے تو جہاز کا کپتان یا اس کا معاون جسے میٹ کہتے ہیں، اس کے لیے ایک رسید جاری کرتا ہے جو اس بات کی تصدیق ہے کہ جہاز میں مال چڑھا دیا گیا ہے۔ اس کاغذ کو میٹ کی رسید یا معاون کی رسید کے نام سے پکارتے ہیں۔ اگر معاون مطمئن نہیں ہے کہ جو سامان چڑھایا جاتا ہے اس کی پیکنگ ٹھیک نہیں ہے تو اس کی رسید اس حالت میں ایسی رسید ہے جس میں پیکنگ کے بارے میں بتا دیا جاتا ہے۔ اسے فاول میٹ رسید کہتے ہیں۔ بصورت دیگر وہ کلین میٹ رسید جاری کرتا ہے۔

10. **بندرگاہ چالان بندرگاہ وارنٹ اور بندرگاہ رسید:** مال بھیجنے والے کو بندرگاہ کے واجبات کی ادائیگی کے لیے ایک فارم بھرنا پڑتا ہے۔ اسے ڈوک چالان کا نام دیا گیا ہے۔ بندرگاہ کے اخراجات اور واجبات کی ادائیگی کے بعد ایک اجازت نامہ جاری کیا جاتا ہے جس کی بنیاد پر یہ سامان بندرگاہ میں جہاز پر چڑھانے کے لیے لایا جاتا ہے۔ اس اجازت نامے کا نام ہے ڈوک وارنٹ۔ ایک اور کاغذ ڈوک رسید کے نام سے دیا جاتا ہے یہ رسید اس وقت دی جاتی ہے جبکہ سامان بندرگاہ کے اندر آ چکا ہو اور اسے بندرگاہ کے حکام کو سونپ دیا گیا ہو کہ وہ اسے جہاز میں چڑھوا دیں۔

11. **کونسلران وائس:** ایکسپورٹر ایک خصوصی بیجک فارم کی خانہ پری کرتا ہے۔ اس میں سامان کے حوالے سے تمام تفصیل درج ہوتی ہے۔ اس میں لکھا جاتا ہے کہ کیا کیا سامان بھیجا جا رہا ہے اور یہ تصدیق بھی کرنی ہوتی ہے کہ اس پر جو قیمت لکھی گئی ہے وہ درست ہے: اس بیجک پر اس ملک کا کونسلر دستخط کرتا ہے جہاں کہ وہ مال بھیجا جا رہا ہے یہ کونسلر اس ملک میں تعینات ہوتا ہے جہاں سے مال بھیجا جا رہا ہے۔ یہ دستاویز اس لیے حاصل کی جاتی ہے کہ بیجک میں قیمت کم یا زیادہ کر کے نہ دکھائی جا سکے اور یہ سامان اس ملک کے کشم حکام با آسانی وصول کر کے مال منگانے والے تک پہونچا سکیں جس ملک میں کہ وہ مال بھیجا گیا ہے۔

12. **مال کے اصل مقام کے حوالے سے تصدیق:** اس دستاویز کے ذریعے یہ تصدیق کی جاتی ہے کہ یہ مال جو بھیجا جا رہا ہے، یہ اسی ملک میں تیار کیا گیا ہے جس کا نام اس پر لکھا ہوا ہے۔ یہ ایک طرح کا ایسا سرٹیفکیٹ ہے جو مال کے اصل ہونے کا ثبوت ہے یہ سرٹیفکیٹ ملکوں کے مابین تجارتی معاہدوں کی بنیاد پر دیا جاتا ہے۔ ان معاہدوں کی رو سے ان کے یہاں تیار مال بھیجنے پر درآمداتی محصول کم لگتا ہے۔ کچھ ایوان تجارت اس بات کے مجاز ہوتے ہیں کہ یہ سرٹیفکیٹ جاری کر سکیں۔

13. **فضائی راستوں کا بل:** یہ ایک ایسی دستاویز ہے جو جلد خراب ہو جانے والے مال کے سلسلے میں اس کو بذریعہ ہوائی جہاز بھیجنے کی حالت میں جاری کی جاتی ہے۔ فضائی کمپنی کی طرف سے یہ رسید جاری کی جاتی ہے اور یہ اس سامان سے متعلق ہوتی ہے جسے وہ کمپنی لے جا رہی ہے۔ مال درآمد کرنے والا منزل مقصود پر اسے دکھا کر اپنا مال چھڑا لیتا ہے۔ اس رسید میں مال بھیجنے والے کا نام اور پتہ، مال منگانے والے کا نام اور پتہ یا اس کے ایجنٹ کا نام اور پتہ، سامان کی تفصیل، بنڈلوں کی تعداد، وزن، سامان کا حجم، بھاڑے کی تفصیل بھاڑے کی کل رقم، مال کسی مقام پر لادا گیا اور کسی مقام پر اسے اتارنا ہے ہوائی جہاز کا نمبر اور اس کی پرواز کا نمبر، تاریخ وغیرہ درج ہوتا ہے۔

14. **برآمداتی بیجک غیر ملکی بینک:** مال برآمد کرنے والے غیر ملکی بیجک تیار کرتے ہیں اور وہ اسے سامان کو جہاز پر لدوانے کے بعد مال منگانے والے کو بھیج دیتے ہیں۔ اس دستاویز میں جہاز کا نام، جس بندرگاہ سے مال لادا گیا اس کا نام، جس بندرگاہ پر مال اتارنا ہے اس کا نام، انڈنٹ نمبر، بنڈلوں کی تعداد اور اس پر کیا کیا نشانات ہیں ان کی تفصیل، سامان کی قیمت اور دیگر اخراجات بشمول بھاڑہ، بندرگاہ کے اخراجات اور بیمہ کے اخراجات وغیرہ درج ہوتے ہیں۔

15. **بل آف انٹری:** یہ ایک فارم ہے جسے مال وصول کرتے وقت مال منگانے والا بھرتا ہے۔ اس دستاویز کی بنیاد پر درآمد شدہ مال بندرگاہ سے لیا جا سکتا ہے۔ یہ دو طرح کے ہوتے ہیں:

(a) ایک بل آف انٹری وہ ہے جبکہ مال منگانے والا مال چھڑاتے وقت سب کا مال ایک ہی دفعہ میں لے لینا چاہتا ہے تو اس وقت اس کو جو بل آف انٹری دکھانا پڑتا ہے اسے گھریلو استعمال کے لیے بل آف انٹری سے موسوم کہا جاتا ہے

(b) ایک بل آف انٹری وہ ہے جبکہ مال منگانے والا مال کو مال گودام میں منتقل کرنا چاہتا ہے اور تھوڑا تھوڑا کر کے وہ سامان لینا چاہتا ہے تو اس وقت اسے جو بل آف انٹری دکھانا پڑتا ہے اسے مال گودام والا بل آف انٹری کہتے ہیں۔ اس کی وجہ یہ ہو سکتی ہے کہ مال منگانے والا ایک ساتھ سب مال کے لیے محصول ادا کرنے کا اہل نہیں ہوتا یا پھر یہ کہ اس کے پاس اس مال کو محفوظ رکھنے کے لیے جگہ نہیں ہوتی۔ بذریعہ ڈاک مال درآمد کرنے کے لیے بل آف انٹری کی ضرورت نہیں ہوتی بلکہ ایک طرح سے غیر ملکی ڈاک خانہ ڈیوٹی اور محصول کا حساب لگا کر بل تیار کرتا ہے۔

15.9 عالمی تجارتی تنظیم

آٹھویں یوروگوے راؤنڈ کامیاب ہوا اور اس کے نتیجے میں عالمی تجارتی تنظیم (WTO) کا قیام عمل میں آیا۔ WTO کی شروعات یکم جنوری 1995 سے ہوئی اور اس نے GATT کی جگہ لی۔ فطری طور پر GATT کے ممبر عالمی تجارتی تنظیم کے ممبر بن گیے۔ یہ یوروگوے راؤنڈ کے آخری عمل میں شامل معاہدے کا نظم ونسق دیکھتا ہے۔

دسمبر 2017 تک، ڈبلیو ٹی او کے 164 ارکان ہیں۔ ڈبلیو ٹی او کا صدر دفتر جنیوا، سوئٹزرلینڈ میں ہے۔

جیسا کہ نام سے ظاہر ہے GATT بین الاقوامی تجارت کے لیے ٹیرف اور دیگر تجارتی پابندیوں اور مجوزہ اصول وضوابط کا

معاملہ رکھتا تھا۔ GATT ممبروں کے درمیان بات چیت کے ذریعہ تجارتی بندشوں کو ہٹانے کی جستجو کی گئی تھی۔ GATT سات راؤنڈ کی بات چیت میں آخری یوروگوے راؤنڈ تھا جسے ستمبر 1986 میں شروع کیا گیا تھا اور یہ دسمبر 1993 میں انجام پذیر ہوا تھا۔ اس بات چیت میں نہ صرف روایتی موضوعات جیسے ٹیرف اور غیر ٹیرف پابندیوں کا احاطہ کیا گیا تھا لیکن اس میں سات اہم موضوعات کا احاطہ کرنے کے لیے اس کے موضوعات میں مزید توسیع کی گئی۔ یہ موضوع تھے: (1) بازار رسائی (ii) زراعت (iii) ٹکسٹائل (iv) اٹلکچوئل پراپرٹی رائٹس (TRIPS)، (1) سرمایہ کاری اقدامات اور خدمات سے متعلق تجارت (vi) (TRIMS) خدمات میں تجارت اور (vii) ادارہ جاتی معاملات۔ جب امور سے متعلق تجارت کے مختلف پہلوؤں پر بات چیت GATT کے ذریعہ پوری کامیابی کے ساتھ انجام پر پہنچی تو وہیں یہ بہرحال محسوس کیا گیا کہ GATT کے پاس ممبر ملکوں کے درمیان تجارتی تنازعات کے حل کے لیے کوئی میکانیت نہیں تھی۔

چھوٹے ممالک کے اراکین پر اپنی مرضی مسلط کریں۔ اس طرح، ایک ایسی تنظیم کی ضرورت ہوگی جو تمام اراکین کے لیے منصفانہ مواقع فراہم کر سکے اور اختیار اور مساوات کے ساتھ تجارتی تنازعات کو حل کر سکے۔ اس کی وجہ سے عالمی تجارتی تنظیم (ڈبلیوٹی او) کا قیام عمل میں آیا جو بین الاقوامی تجارت میں تنازعات کو حل کرنے کے لیے ایک بہت زیادہ طاقتور طریقہ کار پیش کرتا ہے۔ ہندوستان یکم جنوری 1995 سے ڈبلیوٹی او کا رکن اور 8 جولائی 1948 سے جی اے ٹی ٹی کا رکن رہا ہے۔ جاری رکھنے سے پہلے، ہم نے جی اے ٹی ٹی اور ڈبلیوٹی او کے درمیان کچھ اہم اختلافات سیکھے جن کا خلاصہ اس طرح کیا جا سکتا ہے:

1. **تصوراتی فریم ورک:** جی اے ٹی ٹی بنیادی طور پر بین الاقوامی تجارت کو فروغ دینے کے مقصد سے کثیر الجہتی تجارتی معاہدوں کے لیے قواعد وضوابط کا ایک مجموعہ تھا، جبکہ ڈبلیوٹی او ایک ادارہ جاتی طریقہ کار ہے جو بین الاقوامی تجارت کو منظّم، نگرانی اور آزاد کرنا چاہتا ہے۔
2. **ادارہ جاتی وجود:** جی اے ٹی ٹی کا کوئی ادارہ جاتی وجود نہیں ہے، جبکہ ڈبلیوٹی او کا ایک مستقل ادارہ جاتی کردار ہے جس میں ایک سیکرٹریٹ کام کر رہا ہے۔
3. **شرکت کی نوعیت:** جی اے ٹی ٹی کے معاملے میں، شریک ممالک معاہدہ کرنے والی جماعتیں تھیں، جبکہ ڈبلیوٹی او کے پاس اقوام کی رکنیت ہے۔
4. **جی اے ٹی ٹی سے متعلق قواعد وضوابط** صرف اشیا پر لاگو ہوتے تھے، جبکہ ڈبلیوٹی او کے معاملے میں وہ اشیا اور خدمات دونوں پر لاگو ہوتے ہیں۔

عالمی تجارتی تنظیم کے مقاصد

(i) معیار زندگی بڑھانا
(ii) روزگار کی تخلیق
(iii) عالمی وسائل کا مناسب ترین استعمال
(iv) تحفظ پسندانہ ترقی

عالمی تجارتی تنظیم بین الاقوامی تجارت میں سہولت فراہم کرنے اور فروغ دینے میں ایک اہم رول نبھارہی ہے۔ درج ذیل نکات سے WTO کے رول کا خلاصہ ہوتا ہے۔

(i) WTO بین الاقوامی کاروبار میں آسانی پیدا کرتی ہے عالمی امن کو فروغ دیتی ہے۔

(ii) بین الاقوامی تجارت کے عمل میں آنے والی بندشوں کو کم کرتی ہے۔

(iii) عالمی تجارتی تنظیم کے معاہدوں نے بین الاقوامی تجارت اور رشتوں کو بہت ہموار اور قابل پیش گوئی بنادیا ہے۔

(iv) آزاد تجارت لوگوں لوگوں کے آمدنی کی سطح بڑھانے کے ذریعہ ان کے معیار زندگی کو بہتر بناتی ہے۔

(v) آزاد تجارت نے صفت پر مبنی پروڈکٹ کے متنوع قسم حاصل کرنے اور وافر گنجائش پیدا کی ہے

(vi) آزاد تجارت کے سبب معاشی نمو کو رفتار ملی ہے۔

(vil) تجارت سے متعلق معاملوں میں خاص اور ترجیحی برتاؤ کے ذریعہ ترقی پذیر ملکوں کے نمو کو پروان چڑھانے میں عالمی تجارتی تنظیم مددگار ہے۔

اختتامی مشق

نہایت مختصر جواب کے لیے سوالات

1. بیرونی تجارت کسے کہتے ہے؟
2. بیرونی تجارت کی مختلف اقسام کے نام بتایئے؟
3. انٹری پاٹ ٹریڈ کسے کہتے ہیں؟
4. بیرونی تجارت کیوں اہم ہے؟ دو اسباب بیان کریں؟
5. برآمدات تجارتی کے فروغ کے سلسلے کے کوئی دو اقدامات بتایئے؟

مختصر جواب کے لیے سوالات

1. بیرونی تجارت میں سامان کی پیکنگ اور اس کی مارکیٹنگ کی وضاحت کریں؟
2. ایکسپورٹر کو رقم کی ادائیگی کے دو متبادل طریقے بتایئے؟
3. لیٹر آف کریڈٹ سے آپ کیا سمجھتے ہو؟
4. وضاحت کیجیے: (i) بل آف لے ڈنگ (ii) شپنگ آرڈر اور (iii) میٹ ریٹ

طویل جواب کے لیے سوالات

1. حکومت ہند نے برآمدات کی تجارت کو سہولت دینے اور اس سلسلے میں رعایتیں دینے کے لیے کیا کیا قدم اٹھائے ہیں؟
2. ایکسٹرنل ٹریڈ (بیرونی تجارت) میں جو مختلف دستاویزات درکار ہوتی ہیں، ان کے نام بتایئے؟
3. سریش آپ سے جاپان سے بال پین منگانے کے لیے طریق کار معلوم کرنا چاہتا ہے، اسے اس سلسلے میں مناسب ہدایات دیں؟
4. ستیش چمڑے کی مصنوعات سنگاپور بھیجنا چاہتا ہے، اس کے لیے اسے طریق کار سمجھایئے؟
5. ہندوستانی معیشت کے حوالے سے برآمداتی تجارت کی ضرورت اور اہمیت پر روشنی ڈالیں؟

ماڈیول 5

تجارت اور روزگار میں آگاہی

Awareness in Business and Employment

16. خودروزگار

(SELF-EMPLOYMENT)

خود کاروبار کی نوعیت اور دائرہ عمل، کاروبار معاون خدمات، کاروباری ماحول، کاروبار کے جدید طریقوں، کاروبار کی مختلف شکلوں وغیرہ سے واقفیت حاصل کرنے کے بعد آپ ایک ذریعہ معاش کے بارے میں سوچ رہے ہوں گے۔اس مرحلے پر آپ کو فیصلہ کرنا ہے کہ کیا آپ کسی تنظیم میں ملازمت کرنا پسند کریں گے یا اپنا کا کاروبار شروع کرنا چاہیں گے؟ جب آپ کسی ادارے میں ملازمت قبول کرتے ہیں تو آپ کو اپنے مالک کی ضروریات کے مطابق مختلف کاموں کو انجام دینا ہوتا ہے اور آپ تنخواہ کے طور پر آمدنی کی ایک مقررہ رقم حاصل کر سکتے ہیں۔لیکن ملازمت تلاش کرنے کے بجائے آپ روزی کمانے کے لیے ذاتی طور پر بھی کچھ کر سکتے ہیں۔آپ خردہ فروشی کی دکان، درزی کی دکان، ریستوراں، بیکری اور کنکشنری، بیوٹی سیلون وغیرہ اپنے محلے میں کھول سکتے ہیں۔ دوسرے لفظوں میں آپ چھوٹے پیمانے پر تجارت کرنے یا اشیا تیار کرنے کے کام میں لگ سکتے ہیں یا قیمت لے کر بعض خدمات فراہم کرنے کا کام کر سکتے ہیں۔ایسی معاشی سرگرمیوں کو خودروزگار کے طور پر جانا جاتا ہے۔اس سبق میں ہم کاروبار میں خودروزگار کا پیشہ اختیار کرنے کے بارے میں مزید مطالعہ کریں گے۔

اکتسابی مقاصد

☆ خودروزگار کے امکانات اور خودروزگار کی راہیں تلاش کرتا ہے۔اور

☆ چھوٹے کاروبار کے لیے حکومتی تعاون کے فائدے کی وضاحت کرتا ہے:

16.1 خودروزگار کے معنی

آپ جانتے ہیں کہ ذریعہ معاش یا روزی کمانا زندگی گزارنے کے لیے ضروری ہے۔آپ کے والد، والدہ، بھائی، بہن وغیرہ، ہوسکتا ہے وہ مختلف معاشی سرگرمیوں میں شامل ہوں جن کے ذریعے وہ اپنی روزی کماتے ہوں۔کیا آپ نے کبھی ان سرگرمیوں کا مشاہدہ کیا ہے؟ وہ واقعتاً کیا کام انجام دیتے ہیں؟ شاید ان میں بعض لوگ فیکٹریوں، دکانوں، زرعی شعبوں وغیرہ میں کام کر رہے ہوں اور اپنے آجروں سے اپنی خدمات کے عوض ایک مقررہ رقم حاصل کرتے ہوں۔یہ افراد معاشی سرگرمی میں لگے ہوئے ہیں جنھیں اجرتی روزگار یا ادا شدہ روزگار کے طور پر جانا جاتا۔ سے افراد ایسے ہیں جو خود ایک پیشے میں یا کسی کاربار میں لگے ہوئے ہیں جس کی وہ شروعات کرتے ہیں اور ذاتی طور پر اس کا اہتمام اور بندوبست کرتے ہیں۔وہ اپنے پیشے کو کامیابی سے انجام دینے کے لیے اپنی پوری کوشش کرتے ہیں اور سبھی طرح کی پریشانیاں اٹھاتے ہیں، ان کے کام سے ہونے والی ساری کمائی ان ہی کو جاتی ہے۔ہم سبھی نے اپنے محلے میں چھوٹی کرانے کی دکانوں، درزی کی دکانوں، میڈیکل اسٹور وغیرہ دیکھا ہوگا۔ان کی ملکیت اور بندوبست ایک فرد کا ہوتا ہے جس میں وہ کچھ معاونین کی مدد لے بھی سکتے ہیں اور شاید نہ بھی لیتے ہوں۔ان کی معاشی سرگرمیوں کو خودروزگار کے طور پر جانا جاتا ہے۔ل

لہذا جب کوئی فرد کسی معاشی سرگرمی میں مصروف ہوتا ہے اور خود اپنے طور پر اس کا بندوبست کرتا ہے تو اسے خود روزگار کے طور پر جانا جاتا ہے۔ مندرجہ بالا باتوں سے ہم خود روزگار کی خصوصیات کا تجزیہ کر سکتے ہیں۔

16.2 خود روزگار کی خصوصیات

خود روزگار کی خصوصیات درج ذیل ہیں:

1. خود روزگار میں کسی کے ذریعہ اپنے طور پر روزی کمانے کے لیے کچھ کرنا شامل ہوتا ہے۔
2. اس میں ایک فرد کے ذریعہ ملکیت اور سرگرمیوں کا مینجمنٹ شامل ہوتا ہے اگر چہ وہ اپنی مدد کے لیے ایک یا دو افراد کی مدد لے سکتا ہے۔ اس طرح خود روزگار میں دوسرے افراد کو بھی ملازمت مل سکتی ہے۔
3. خود روزگار سے ہونے والی کمائی مقررہ نہیں ہے۔ یہ آمدنی پر منحصر ہے جو وہ اشیا تیار کرنے، خریدنے یا دوسروں کو کسی قیمت کی بنیاد پر خدمات فراہم کرتا ہے۔
4. خود روزگار میں مالک اکیلا ہی منافع لیتا ہے اور نقصان کی بھی ذمہ داری لیتا ہے۔ لہذا ہم دیکھتے ہیں کہ خود روزگار میں کوشش اور صلہ کے درمیان سیدھا رابطہ ہوتا ہے۔
5. اس میں کچھ سرمایہ کاری (پونجی) کی ضرورت ہوتی ہے۔ یہ رقم معمولی بھی ہو سکتی ہے۔
6. خود روزگار میں اپنے کاروبار کو نفع بخش طور پر چلانے اور اسے فروغ دینے کے لیے دستیاب ہونے والے کسی بھی موقع سے استفادہ کی خاطر کوئی فرد فیصلہ لینے میں آزاد ہوتا ہے۔ اس میں کسی کو اپنی مرضی کے مطابق اور رائج قوانین کی حدود میں کام کرنے کی پوری آزادی ہوتی ہے۔
7. اس طرح خود روزگار کی تعریف ایک معاشی سرگرمی کے طور پر کی جا سکتی ہے جو کوئی ایک منافع بخش پیشے کے طور پر خود اپنے طور پر انجام دے سکتا ہے۔ یہ اشیا کو تیار کرنے اور فروخت کرنے، اشیا کو خرید کر فروخت کرنے اور قیمتا خدمات پیش کرنے پر مشتمل ہو سکتا ہے۔

16.3 خود روزگار کی اہمیت

پیشہ کسی کے روزی کمانے کا ایک طریقہ ہے۔ خود روزگار ایک پیشہ یا کاروبار بھی ہے کیونکہ کوئی بھی کاروبار یا خدمات کو سرگرمیوں میں خود کو لگا سکتا ہے اور اپنے لیے روزی کما سکتا ہے۔ بے روزگاری کے بڑھنے اور ملازمت کے لیے موزوں مواقع میں کمی کے ساتھ خود روزگار کی اہمیت کافی بڑھ گئی ہے۔ اس اہمیت کو اس طرح بیان کیا جا سکتا ہے۔

2017-18 کے پیریڈک لیبر فورس سروے (PLFS) کے مطابق افرادی قوت میں سیلف ایمپلائڈ کا حصہ، 12-2011 اور 2017-18 کے درمیان 52.2 فیصد پر جمود کا شکار رہا، افرادی قوت میں سیلف ایمپلائڈ کا حصہ ہندوستان کی کچھ غریب ترین ریاستوں (6 فیصد) میں زیادہ تھا: راجستھان (65%)، اتر پردیش (64%)، اور جھارکھنڈ (61%) اس کی اہمیت کو اس طرح شمار کیا جا سکتا ہے

1. **چھوٹے کاروبار کا فائدہ:** چھوٹے پیمانے کے کاروبار میں بڑے پیمانے کے کاروبار کے مقابلے کئی فوائد ہیں۔ اسے آسانی سے شروع کیا جاسکتا ہے اور اس میں سرمایہ کاری کے لیے چھوٹی رقم کی ضرورت ہوتی ہے۔ خود روزگار میں چھوٹے پیمانے کی سرگرمیاں شامل ہوتی ہیں جو بڑے پیمانے کے کاروبار کی بہتر متبادل ہیں جس میں ماحولیاتی آلودگی، گندی بستیوں، مزدوروں کے استحصال جیسی مختلف برائیاں پیدا ہوتی ہیں۔
2. **اجرتی روزگار پر فوقیت:** خود روزگار میں کمائی کی کوئی حد نہیں جیسا کہ اجرتی روزگار میں ہوتی ہے۔ خود روزگار میں کوئی شخص اپنے فائدے کے لیے ذاتی صلاحیت کا استعمال کرسکتا ہے۔ یہ فیصلے فوری اور آسانی سے لیے جاسکتے ہیں۔ یہ سبھی عوامل اجرتی روزگار پر خود روزگار کو ترجیح دینے کی ترغیب دیتے ہیں۔
3. **کاروباری مہم جوئی اختیار کرنے کے جذبے کو فروغ:** کاروباری مہم جوئی میں ذمہ داری لینا شامل ہوتا ہے کیونکہ کاروباری مہم جوئی اشیا کی پیداوار اور مارکیٹنگ کے نئے طریقوں کے اختراع کی کوشش کرتا ہے جبکہ دوسری طرف خود روزگار میں یا تو ذمہ داری نہیں ہوتی یا بہت ہی کم ہوتی ہے لیکن جیسے ہی خود روزگار شخص اختراعی بنتا ہے اور اپنے کاروبار کو پھیلانے کے لیے قدم اٹھاتا ہے۔ وہ ایک کاروباری مہم جو یا کارانداز بن جاتا ہے لہذا خود روزگار کاروباری مہم یا کارانداز کے لیے افتتاحی مقام کی حیثیت اختیار کرلیتا ہے۔
4. **انفرادیت پر مبنی خدمات کو فروغ:** خود روزگار انفرادیت خدمات جیسے خیاطی (درزی کا کام)، مرمت کا کام، ادویات سے متعلق کام وغیرہ کی شکل میں بھی ہوسکتا ہے۔ ایسی خدمات صارف کو بہتر تسکین فراہم کرنے میں مددگار ہوتی ہیں۔ انھیں آسانی سے شروع کیا جاسکتا ہے اور انفرادی طور پر چلایا جاسکتا ہے۔
5. **تخلیقیت کی گنجائش:** یہ فن دستکاری میں تخلیقیت اور ہنرمندی کے لیے مواقع فراہم کرتی ہے جس سے ہندوستان کی ثقافتی وراثت کو تحفظ حاصل ہوتا ہے۔ مثال کے طور پر دستکاری اور ہینڈلوم وغیرہ کی مصنوعات میں ہم تخلیقی تصورات دیکھ سکتے ہیں۔
6. **بے روزگاری کے مسئلہ میں کمی:** خود روزگار ان لوگوں کے لیے منافع بخش مشغلے کے مواقع فراہم کرتا ہے جو بے روزگاری میں مبتلا ہیں اس طرح یہ بے روزگاری کے مسئلہ کو کم کردیتا ہے۔
7. **اعلیٰ تعلیم کے لحاظ سے کم مراعات یافتہ لوگوں کے لیے فائدہ مند:** سیکنڈری یا سینئر سیکنڈری امتحانات کے بعد کسی نہ کسی وجہ سے ہر ایک اعلیٰ تعلیم نہیں حاصل کرپاتا۔ ایسے افراد کسی پیشے میں خود روزگار کے طور پر اپنا پیشہ شروع کرسکتے ہیں جس میں اعلیٰ تعلیم کی ضرورت نہیں ہوتی۔ یہ بھی قابل غور ہے کہ خود روزگار کو حکومتی پالیسیوں اور پروگراموں میں کافی ترجیح دی گئی ہے۔ کاروباری مہم جوئی اور خود روزگار کی حوصلہ افزائی کے لیے پورے ملک میں متعدد اسکیمیں شروع کی گئی ہیں۔

16.4 خود روزگار کے مختلف پہلو

خود روزگار کی اہمیت کے مطالعے کے بعد آپ اپنا خود کا کاروبار شروع کرنے کے لیے متحرک ہوسکتے ہیں بھلے ہی یہ چھوٹے پیمانے پر ہو، لیکن وہ کون سے میدان ہیں جس میں آپ کامیابی کے ساتھ اپنے کاروبار چلاسکتے ہیں۔ خود روزگار میں ایک موزوں پیشہ منتخب کرنے سے قبل آپ کو کچھ پہلوؤں یا طریقہ کار کے بارے میں اندازہ ہوگیا ہوگا جس میں خود روزگار کے مواقع دستیاب ہیں۔ آیئے درج ذیل میں خود روزگار کے طریقوں کی زمرہ بندی کریں۔

1. 1-تجارتی؛
2. مصنوعاتی
3. پیشہ ورانہ اور
4. فرد پر مبنی خدمات

آیئے ان کے بارے میں ہم مزید بحث کریں۔

1. **تجارتی:** آپ جانتے ہیں کہ تجارت میں اشیا اور خدمات کو خریدنا نیز فروخت کرنا شامل ہے۔ سرمایہ کاری کی چھوٹی رقم کے ساتھ کوئی بھی ایک چھوٹی تجارتی اکائی کی شروعات کرسکتا ہے اور اسے چلا سکتا ہے۔ آپ اپنے محلے میں ایک چھوٹی کرانے یا اسٹیشنری کی دکان شروع کرنے کے بارے میں سوچ سکتے ہیں اگر آپ زیادہ رقم کی سرمایہ کاری کے اہل ہیں اور ذمہ داری اٹھانے کے لیے آمادہ ہیں تو تھوک کاروبار بھی آپ کے لیے ایک اچھا متبادل ہے۔ کوئی ایجنسی کاروبار بھی اختیار کرسکتا ہے یا ایک اسٹاکسٹ بھی بن سکتا ہے۔ جائیداد کے خرید وفروخت کا کاروبار بھی آج کل بلندیوں پر ہے۔ یہ بھی ایک نفع بخش متبادل ہے۔
2. **مصنوعاتی:** اینٹیں بنانے، بیکری یا کنکشنری کی چیز میں تیار کرنے کی ایک چھوٹی صنعت شروع کی جاسکتی ہے۔ ان کبھی کاروبار میں سرمایہ کاری کی کم رقم اور معمولی ساز وسامان کی ضرورت ہوتی ہے۔ کاشتکاری (Farming) ایک اور میدان ہے جس میں وہ اکیلے کام کو انجام دے سکتا ہے یا ایک یا دو افراد کی مدد سے کرسکتا ہے۔ یہ خود روزگار کا ایک قدیم میدان ہے۔ پھلوں کے باغ، ڈیری، مرغی پالن، ریشم کے کیڑوں کی پرداخت، مچھلی پالن، باغبانی وغیر؟ خود روزگار کے طریقوں کی اچھی مثالیں ہیں۔
3. **پیشہ وارانہ:** ایسے پیشے جس میں ایک مخصوص میدان میں مخصوص علم اور تربیت کی ضرورت ہوتی ہے خود روزگار کے مواقع فراہم کرتے ہیں۔ وکیل، ڈاکٹر، چارٹرڈ اکاؤنٹنٹ، ماہرین تعمیرات اور صحافی اس زمرے میں آتے ہیں۔ تاہم لوگوں کو ضابطہ آداب کی تعمیل کرتی ہوتی ہے جو ان کی ایسوسی ایشن کے ذریعہ وضع کیے جاتے ہیں۔ ی مخصوص علم اور تربیت کے متقاضی ہوتے ہیں۔
4. **انفرادیت پر مبنی خدمات:** خیاطی (درزی کا کام) موٹر مرمت، بال کاٹنے، فیشن ڈیزائننگ، انٹیریر ڈیکوریشن وغیرہ ایسی کاروباری سرگرمیاں ہیں جو صارفین کے لیے انفرادی خدمات فراہم کرتی ہیں۔ انھیں آسانی سے شروع کیا جاسکتا اور انفرادی طور پر عمل میں لایا جاسکتا ہے۔ یہ سرگرمیاں ان لوگوں کی ذاتی ہنرمندی اور مہارت پر مبنی ہوتی ہیں۔ لوہار، بڑھئی، سنار وغیرہ خود روزگار افراد ہیں۔

خود روزگار میں ان میدان کو منتخب سمجھے جس میں آپ کو روزی روٹی حاصل کرنے میں دلچسپی ہے۔ اگر آپ اپنے خود کے لیے چھوٹے کاروبار کو شروع کرنے کا فیصلہ کرتے ہیں تو اپنے انتخاب کے بارے میں اور اپنے ملک میں چھوٹے کاروبار کے دائرے اور اہمیت کے بارے میں پورا علم ہونا چاہیے۔ اس کے علاوہ حکومتی پالیسی اور اس کی ترقی کے لیے ادارہ جاتی مدد کے بارے میں بھی واقفیت ہونی چاہیے۔ اگلے سیکشنوں میں آپ تفصیل کے ساتھ چھوٹے کاروبار کے ان پہلوؤں کے بارے میں پڑھیں گے۔

> 2017-18 کے متواتر لیبر فورس سروے (PLFS) کے مطابق سیلف ایمپلائڈ کی اکثریت (60%) زراعت میں مصروف تھی اور زیادہ تر غیر زرعی سرگرمیوں میں مصروف تھے تجارت، مینوفیکچرنگ، ٹرانسپورٹ اور اسٹوریج میں۔

16.5 چھوٹے کاروبار کے معنی

جب کوئی آپ سے پوچھے کہ ایک چھوٹا کاروبار کیا ہے تو آپ کہیں گے کہ ایک کاروبار جس میں:

1. .اصل سرمایہ کاری کی کم ضرورت ہو،
2. مزدوروں کی کم مقدار کا استعمال ہوتا ہو،
3. پیداوار کا حجم یا قدر کم ہو۔

جی ہاں! یہ صحیح ہے۔ حجم، اصل سرمایہ کاری، ملازمین کی تعداد، پیداوار کی مقدار اور پیداوار کی قدر وغیرہ کاروباری ادارے کی پیمائش کی عمومی کسوٹی ہیں۔

آپ ایک چھوٹے کاروبار کی توضیح ایک ایسے کاروبار کے طور پر کر سکتے ہیں جن کا بندوبست سرگرم طور پر اس کے مالکوں کے ذریعہ کیا جائے جو ایک مقامی علاقے میں اپنا عمل انجام دے رہے ہوں اور نسبتا سائز میں چھوٹے ہوں۔ حکومت ہند نے ہمارے ملک میں چھوٹی صنعتی اکائیوں کی توضیح کے لیے پلانٹ اور مشینری میں قائم پونجی سرمایہ کاری کو ہی ایک کسوٹی سمجھا ہے۔ 1958 تک ایک صنعتی اکائی جس میں قائم پونجی سرمایہ کاری 5 لاکھ روپے سے کم تھا اور 50 کارکن ملازمت میں تھے۔ اگر پاور کا استعمال کر رہے ہوں یا نہ کر رہے ہوں تو 100 کارکن ملازمت کو ایک چھوٹے کاروبار کے طور پر سمجھا گیا تھا۔ اس مد کو حکومت کے ذریعہ وقتاً فوقت بدلا جاتا رہا ہے۔

MSMED ایکٹ 2006 کے تحت پلانٹ اور مشینری میں کی گئی سرمایہ کاری کی بنیاد پر، زمین اور عمارت میں سرمایہ کاری کو چھوڑ کر۔

1. 25 لاکھ روپے سے 5 کروڑ روپے (50 ملین روپے) کے درمیان سرمایہ کاری کرنے والے مینوفیکچرنگ یونٹس کو چھوٹے کاروباری ادارے کہا جاتا ہے اور؛ 2۔ سروس یونٹس کے لیے، 10 لاکھ روپے سے 2 کروڑ روپے (20 ملین روپے) کے درمیان سرمایہ کاری چھوٹے کاروبار ہیں۔ مندرجہ بالا بحث کی بنیاد پر اب ہم چھوٹے کاروبار کی اہم خصوصیات کی شناخت کر سکتے ہیں:

(i) ایک چھوٹے کاروبار کی ملکیت اور بندوبست صرف ایک یا چند افراد کا ہوتا ہے۔

(ii) مالک کاروبار کی روز ب؟ روز سرگرمیوں میں شرکت کرتا ہے۔

(iii) مینجمنٹ میں مالکوں کی شرکت سے فوری فیصلہ لینے میں مدد ملتی ہے۔

(iv) ایک چھوٹے کاروبار کا میدان عمل محدود ہوتا ہے۔ یہ عام طور پر مقامی لوگوں کی ضرورتوں کو پورا کرتا ہے۔

(v) چھوٹی کاروباری اکائیوں میں عموماً سخت محنت کی ضرورت ہوتی ہے اور اس طرح اس میں کم اصل سرمایہ کاری کی کم ضرور پڑتی ہے۔

(vi) اس کے چلانے میں عموماً مقامی وسائل کا استعمال کیا جاتا ہے۔ چھوٹے پیمانے کی مصنوعاتی اکائیاں عام طور پر خام مواد، محنت وغیرہ کے وسائل کے قریب تر ہوتی ہیں۔

(vii) وقف تخیل (وہ مدت جس میں کاروبار کو اپنی سرمایہ کاری پر حاصل کے لیے انتظار کرنا ہوتا ہے) بہت مختصر ہوتا ہے۔

(viii) چھوٹے کاروبار کے چلانے میں لچک ہوتی ہے۔ اس میں آسانی سے اس کی نوعیت، میدان عمل، پیداوار کی عمل کاری وغیرہ میں سماجی، سیاسی اور معاشی صورت حال کے مطابق تبدیلی کی جاسکتی ہے۔

16.6 چھوٹے کاروبار کی اقسام

ہندوستان میں ہم چھوٹے کاروبار کی مختلف اقسام پاتے ہیں۔ان کی زمرہ بندی پلانٹ اور مشینری میں سرمایہ کاری کی بنیاد یا عمل کی نوعیت یا مقام کی بنیاد پر کی جاسکتی ہے۔چھوٹے کاروبار کی بعض اہم اقسام درج ذیل ہیں۔

(a) چھوٹے پیمانے کی صنعتیں (b) بہت چھوٹی صنعتیں

(c) ضمنی صنعتی کاروبار (d) دیہی صنعتیں

(e) گھریلو صنعتیں (f) چھوٹے کاروباری ادارے

آیئے ان چھوٹے کاروبار کے بارے میں ایک مختصر جائزہ لیں۔

(a) چھوٹے پیمانے کی صنعتیں: ایک چھوٹے پیمانے کی صنعتی اکائی وہ ہے جس میں پلانٹ اور مشینری قائم پونجی اصل سرمایہ کاری ایک کروڑ روپے سے زیادہ نہ ہو۔بعض برآمداتی پرموشن اکائیوں کے معاملے میں اس سرمایہ کاری کی حد 5 کروڑ روپے تک بڑھائی جاسکتی ہے۔

☆ چھوٹے مینوفیکچرنگ انٹر پرائزز کے پلانٹ اور مشینری میں پچیس لاکھ روپے سے زیادہ کی سرمایہ کاری ہوتی ہے لیکن پانچ کروڑ روپے سے زیادہ نہیں۔

☆ تاہم، آلات میں سرمایہ کاری دس لاکھ روپے سے زیادہ ہے لیکن چھوٹے سروس انٹر پرائزز میں دو کروڑ روپے سے زیادہ نہیں ہے۔چھوٹے پیمانے کے شعبے میں تقریباً اکیس بڑے صنعتی گروپ ہیں۔

(b) بہت چھوٹی صنعتیں: ایک کاروباری اکائی جس کا پلانٹ اور مشینری میں کل قائم پونجی سرمایہ کاری 25 لاکھ سے تجاوز نہ کرتی ہو اسے بہت چھوٹی صنعت (industrytiny) کہا جاتا ہے۔

(c) ضمنی صنعتی کاروبار: جب ایک چھوٹے پیمانے کی صنعت کی سپلائی اس کے پیداوار کی 50 فی صد سے کم نہ ہو تو اسے ضمنی صنعتی کاروبار کہا جاتا ہے۔قائم اصل سرمایہ کاری کی حد ایک کروڑ روپے کا اطلاق اس پر بھی ہوتا ہے۔اگر شمنی اکائی کی ملکیت کسی دیگر کاروباری اکائی کی ہو تو یہ چھوٹے کاروبار کی اپنی حیثیت سے محروم ہو جاتا ہے۔

(d) دیہی صنعتیں: ایک اکائی جو دیہی علاقے میں واقع ہو اور جس کی پلانٹ اور مشینری میں قائم اصل سرمایہ کاری 50,000 روپے فی دستکار یا کارکن سے تجاوز نہ کرے اسے دیہی صنعت کے طور پر جانا جاتا ہے۔

(e) گھریلو صنعتیں: یہ چھوٹی مصنوعاتی اکائیاں ہوتی ہیں جو آسان اشیا بناتی ہیں جس میں کچھ مخصوص ہنرمندی یا مہارت جیسے دستکاری، آرائشی اشیا وغیرہ شامل ہے۔ان میں پیداوار کے لیے سبھی ساز و سامان کا استعمال مقامی تکنیکوں کے ساتھ کیا جاتا ہے۔گھریلو افراد کی مدد سے پوری طرح یا ابتدائی طور پر کل وقتی یا جز وقتی بنیاد پر گھریلو صنعتیں چلائی جاتی ہیں۔ان اکائیوں سرمایہ کاری کی پونجی یا اصل کی حد کے ذریعہ متعین نہیں کیا جاسکتا۔

(f) چھوٹے کاروباری ادارے: ان کاروباری اداروں میں پلانٹ اور مشینری میں قائم اصل سرمایہ کاری ایک لاکھ روپے سے تجاوز نہیں کرتی۔

16.7 ہندوستان میں چھوٹے کاروبار کی اہمیت

چھوٹے کاروبار کا مطلب، خصوصیات اور مختلف اقسام کے بارے میں بحث کرنے کے بعد اس کی اہمیت پر آئیے نظر ڈالیں۔ چھوٹے کاروباری ادارے ہر جگہ پائے جاتے ہیں۔ کسی ملک کی سماجی و معاشی ترقی میں یہ اہم کردار ادا کرتے ہیں۔ ہندوستان میں پونجی وسائل، محنت اور قدرتی وسائل کی کثرت کے سبب چھوٹے پیمانے کے کاروبار کو ملک کی معاشی منصوبہ بندی میں ایک اہم مقام حاصل ہے۔ ہندوستان میں چھوٹے پیمانے کے کاروبار کا حصہ مینوفیکچرنگ سیکٹر میں پیداوار کی مجموعی قدر کا 35 فی صد فی 80 صد کل صنعتی روزگار اور کل برآمدات کا تقریباً 45 فی صد ہے۔ ان اشتراک کے علاوہ چھوٹے پیمانے پر کاروبار کی اہمیت درج ذیل عوامل کے سبب روز بہ روز بڑھتی جارہی ہے۔

1. چھوٹے کاروباری ادارے فوری اور بڑے پیمانے کے روزگار کی تخلیق کے اہل ہیں۔
2. ان میں بڑے پیمانے کے کاروباری ادارے کی نسبت کم پونجی سرمایہ کاری کی ضرورت ہوتی ہے۔
3. مقامی وسائل کے استعمال اور تنظیمی نیز رواں لاگت میں کمی کے سبب پیداوار کی لاگت کم ہوتی ہے۔
4. چھوٹی صنعتیں ملک کے غیر استعمال شدہ وسائل کی موثر حرکت پذیری میں مددگار ہوتی ہیں۔ مقامی وسائل اور دیہی تکنیک کی مدد سے عالمی معیار کی اشیا دیہی اور گھریلو صنعتوں کے ذریعہ تیار کی جاسکتی ہیں۔
5. چھوٹی صنعتیں ملک کی متوازن علاقائی ترقی کو فروغ دیتی ہیں۔ انھیں وسائل کے اصل مقام پر آسانی سے قائم کیا جاسکتا ہے جس سے اس مقام کی مجموعی معاشی ترقی ممکن ہوجاتی ہے۔
6. چھوٹی صنعتیں غیر ملکوں میں معیاری اشیا کی برآمدات کے ذریعہ قومی شبیہ کو بہتر بنانے میں مدد کرتی ہیں۔ ہندوستانی دستکاری، ہینڈلوم اشیاء []، آرائشی جھالر، پارچ؟ کاری وغیرہ کی مانگ بین الاقوامی بازار میں کافی زیادہ ہے۔
7. لوگوں کے معیار زندگی بڑھانے میں چھوٹے کاروباری ادارے مددگار ہوتے ہیں۔ لوگ روزگار حاصل کرتے ہیں یا اپنا کاروبار آسانی سے شروع کرسکتے ہیں۔ لوگ روزمرہ کے استعمال کے لیے مختلف قسم کی معیاری اشیا حاصل کرتے ہیں۔

16.8 چھوٹے کاروبار کا دائرہ کار

چھوٹے کاروبار کا دائرہ بہت وسیع ہے جو خوردہ فروشی سے لے کر مصنوعاتی تک کی متنوع سرگرمیوں کا احاطہ کرتا ہے۔ معاشی سرگرمی کے بعض میدان ہیں جس میں چھوٹے کاروباری ادارے کی تشکیل کے ذریعہ موثر طور پر کامیابی کے ساتھ انجام دیا جاسکتا ہے۔ آیئے چھوٹے کاروبار کے دائرے کے بارے میں بحث کریں۔

1. تجارت جس میں اشیا اور خدمات کی خرید و فروخت شامل ہوتی ہے اس میں شروعات کم پونجی اور کم وقت میں شروع کی جاسکتی ہے۔ معاشی سرگرمی کے اس میدان پر چھوٹے پیمانے کے کاروباریوں کا غلبہ ہے۔
2. وہ سرگرمیاں جس میں شخصی خدمات کی ضرورت ہے جیسے موٹر کی مرمت، ٹیلرنگ، بڑھئی کے کام بیوٹی پالر وغیرہ۔ یہ چھوٹے کاروبار قائم کرنے کے لیے چلائے جاتے ہیں۔
3. ان لوگوں کے لیے یہ متبادل ہے جو ملازمت نہیں کرنا چاہتے بلکہ ذاتی روزگار کرنا چاہتے ہیں۔ لوگ آزادی سے اپنے طور پر

چھوٹے کاروبار چلانے کا کام کر سکتے ہیں۔

4. پیداوار اور خدمات کے لیے جس کی کم مانگ ہو یا ان کی مانگ کسی مخصوص علاقے تک محدود ہو، چھوٹے پیمانے کے کاروبار کے لیے زیادہ موزوں ہے۔

5. ایک بڑی صنعتی اکائی چھوٹی اکائیوں کے سہارے کے بغیر اچھے ڈھنگ سے نہیں چل سکتی۔ یہ صنعتی اکائیاں اکثر بعض پرزے وغیرہ پیدا کرنے کے لیے چھوٹی اکائیوں پر منحصر ہوتی ہیں جو پرزے ان کے ذریعہ منافع بخش طور پر نہیں تیار کیے جا سکتے۔

6. بزنس براس آؤنسورسنگ (BPO) کے دور میں بہت سے نئے میدان چھوٹے کاروباری اداروں کے لیے کھلے ہیں۔

7. کاروباری ادارے جس میں گاہکوں اور ملازمین کے ساتھ مالکوں کے ذریعہ مستقل ربط قائم رکھنے کی ضرورت ہوتی ہے چھوٹے کاروبار کی شکل میں ہی کامیابی کے ساتھ چلائے جا سکتے ہیں۔

16.9 چھوٹے کاروبار کے تئیں حکومتی پالیسی

حکومت ہند نے ملک کے سماجی و معاشی حالات میں بہتری کے لیے چھوٹے کاروباری اداروں کی وسیع امکانی صلاحیت کو دیکھتے ہوئے انھیں خصوصی اہمیت دی ہے۔ بدلتی معاشی صورت حال کو ذہن میں رکھتے ہوئے متعدد تعاون اور مدد کا اعلان وقتاً فوقتاً ہوتا رہا ہے۔ ذیل میں کچھ ایسے اقدامات دیے گئے ہیں جو ہندوستان میں چھوٹے کاروبار کی ترقی کے لیے حکومت نے اٹھائے ہیں۔

1. اس کے تحت چھوٹے پیمانے کی صنعتوں کے لیے نرم اور آسان بنائی گئی کریڈٹ پالیسی (جیسے قرضے اور پیشگی لینے کے عمل میں کم سے کم رسمی ضوابط، رعایتی شرح پر قرض وغیرہ) فراہم کی گئی ہے۔

2. بڑے پیمانے کی صنعتوں کے ساتھ مسابقت سے دور رکھنے کے لیے حکومت ہند نے چھوٹے پیمانے کی صنعتوں کے ذریعہ خصوصی پیداوار کے لیے تقریباً 800 مدوں کو محفوظ کیا ہے۔

3. اشیاء اور خدمات (GST) کی ادائیگی سے استثنیٰ کی حد 1 اپریل 2019 سے چھوٹی صنعتوں کے لیے 40 لاکھ ٹرن اوور تک بڑھا دی گئی ہے، GST کمپوزیشن اسکیم کے تحت چھوٹے تاجر اور کاروبار 1.5 کروڑ کے ٹرن اوور کی بنیاد پر 1 اپریل 2019 سے 1 کروڑ کے پہلے ٹرن اوور کے مقابلے میں 1 فیصد ٹیکس ادا کر سکتے ہیں۔

4. حکومت اپنے استعمال کے لیے اسٹیشنری اور دیگر اشیا خریدتے وقت چھوٹے کاروباری اشیا کو ترجیح دیتی ہے۔

5. چھوٹے پیمانے کے صنعتی کاروبار کی ترقی، مالیات کی فراہمی اور فروغ کے لیے متعدد ادارے جیسے اسمال انڈسٹریل ڈیولپمنٹ بینک آف انڈیا (SIDBI)، نیشنل بینک فار اگریکلچرل اینڈ رورل ڈیولپمنٹ (NABARD) ڈسٹرکٹ انڈسٹریز سینٹر (DICS) وغیرہ حکومت کے ذریعہ قائم کیے گئے ہیں۔

6. حکومت ہند نے بہت چھوٹے اور اوسط کاروباری اداروں کے لیے ایک الگ وزارت قائم کی ہے۔ (http.msme.gov.in) تاکہ ملک میں چھوٹے کاروباری اداروں کی ترقی کی موثر منصوبہ بندی اور نگرانی ہو سکے۔

7. بڑی تعداد میں صنعتوں کو اس کے منصوبوں اور پالیسیوں کے فوائد پہنچانے کے لیے اس نے سرمایہ کاری کی حد 3 کروڑ سے کم کر کے ایک کروڑ کر دی ہے۔

8. حکومت چھوٹے پیمانے کے کاروبار کے منتخبہ سیکٹروں میں ٹکنالوجی میں سرمایہ کاری کے لیے 12 فی صد کی اصل سرمایہ کاری اعانت کرتی ہے۔
9. کلی معیاری مینجمنٹ (ٹوٹل کوالٹی مینجمنٹ) کی حوصلہ افزائی کے لیے حکومت ISO9,000 سرٹیفیکیشن حاصل کرنے کے سلسلے میں ہر یونٹ کو 75,000 روپے کا عطیہ فراہم کرتی ہے۔
10. ہیڈلوم سیکٹر میں مالیاتی فراہمی، ڈیزائن اور مارکیٹنگ تعاون فراہم کرنے کے لیے حکومت نے دین دیال ہتھ کرگھا پرستھان یوجنا کی شروعات کی ہے۔
11. حکومت ہند نے دیگر صنعتی اکائیوں کے ذریعہ چھوٹے پیمانے کی اکائیوں کی کل حصہ داری (Share) (Holding کے 24 فی صد تک کی اجازت دی ہے۔
12. حکومت چھوٹے کاروباری اداروں کو رعایتی شرح پر زمین، بجلی اور پانی فراہم کرتی ہے۔
13. دیہی اور پسماندہ علاقوں میں چھوٹے کاروبار قائم کرنے کے لیے خصوصی ترغیبات دی جاتی ہیں۔
14. حکومت تیار زمین اور صنعتی املاک فراہم کر کے چھوٹے پیمانے کی صنعت قائم کرنے کے لیے حوصلہ افزائی کرتی ہے۔
15. درمیانے اور چھوٹے کاروباری اداروں کے شعبے کو سرمایہ فراہم کرنے کی مدرا اسکیم کے ذریعے، حکومت نے ان لوگوں کو سرمایہ فراہم کرنے کی کوشش کی ہے جو اپنے کاروبار شروع کرنا چاہتے ہیں۔
16. کچھ حکومتی پالیسیاں اسکل انڈیا مشن کے فریم ورک کے تحت ہنرسازی کی سرگرمیوں پر توجہ مرکوز کرتی ہیں جو خود ملازمت کرنے والے افراد کو زیادہ پیداواری ملازمتیں شروع کرنے کی اجازت دیتی ہیں۔
17. خواتین اور بچوں کی ترقی کی وزارت، حکومت ہند نے خواتین کو زراعت، باغبانی، فوڈ پروسیسنگ، ہینڈلوم، روایتی دستکاری جیسے کڑھائی، سفر اور سیاحت، مہمان نوازی، کمپیوٹر اور آئی ٹی خدمات جیسے شعبوں میں تربیت دینے کے لیے سپورٹ ٹو ٹریننگ پروگرام فار ویمن (STEP) کا آغاز کیا، خاص طور پر ہندوستان میں ہنرمندی کی تربیت کی رسمی سہولیات تک رسائی نہیں۔
18. ایک اور سرکاری اقدام 'اسٹینڈ اپ انڈیا' 2015 میں شروع کیا گیا جس کا مقصد خواتین کاروباریوں، درج فہرست ذاتوں اور درج فہرست قبائل کے افراد کو مینوفیکچرنگ، خدمات یا تجارتی شعبے میں گرین فیلڈ انٹرپرائزز قائم کرنے کے لیے ادارہ جاتی قرض فراہم کرنا ہے۔ اسٹینڈ اپ انڈیا پورٹل چھوٹے کاروباریوں کے لیے ایک ڈیجیٹل پلیٹ فارم کے طور پر بھی کام کرتا ہے اور انہیں فنانسنگ اور کریڈٹ گارنٹی کے بارے میں معلومات فراہم کرنے میں مدد کرتا ہے۔

16.10 چھوٹے کاروبار کو صنعتی امداد

کاروباری ادارے شروع کرنے اور چلانے کے لیے مختلف وسائل اور سہولیات کی ضرورت ہوتی ہے۔ یہ تکنیکی، مالیاتی، مارکیٹنگ یا ٹریننگ امداد کی شکل میں ہوسکتی ہے۔ ایسی امداد وقتاً فوقتاً مختلف ادارے یا تنظیمیں قائم کرنے کیلیے فراہم کی جاتی ہے۔ آیئے اب کچھ اداروں اور ان کے کرداروں کے بارے میں جانیں جو اس طرح کی امداد فراہم کرتے ہیں۔

1. نیشنل اسمال انڈسٹریز کارپوریشن لمیٹڈ: یہ سال 1955 میں قائم کی گئی تھی تاکہ ہندوستان میں چھوٹی صنعتوں کی ترقی ہوسکے اور

انھیں بڑھاوا دیا جا سکے۔ یہ چھوٹے پیمانے کی صنعتوں کو قسب الاقساط خریداری اسکیموں کے تحت اور کرایہ داری کی بنیاد پر بھی مشینری فراہم کرتی ہے۔ یہ چھوٹے پیمانے کی صنعتی اشیا کی برآمداتی فروخت کاری میں بھی مدد کرتی ہے اور ان کی ترقی وٹکنالوجی کے معیار کو بڑھانے نیز جدید کاری پروگرام کے نفاذ میں بھی مددگار رہے۔

2. اسٹیٹ اسمال انڈسٹریز ڈیولپمنٹ کارپوریشن: یہ چھوٹی اور دیہی صنعتوں کی ترقیاتی ضرورتوں کو پورا کرنے کے لیے ہمارے ملک کی مختلف ریاستوں میں قائم کی گئی ہے۔ ان کے اہم کاموں میں کمیاب خام مواد کے حصول اور تقسیم قسط وار خریداری کی بنیاد پر مشینری کی سپلائی، چھوٹے پیمانے کی صنعتوں کی اشیا کے لیے مارکیٹنگ سہولیات فراہم کرنا شامل ہے۔

3. نیشنل بینک فار اگریکلچر اینڈ رورل ڈیولپمنٹ: 1982 میں زراعتی اور دیہی سیکھوں کو مالیات فراہی کے لیے ایک چوٹی کے ادارے کے طور پر قائم کیا گیا تھا۔ یہ علاقائی دیہی بینکوں اور کوآپریٹیو بینکوں کے ذریعہ دیہی علاقوں میں زرعی، چھوٹے پیمانوں، گھریلو اور دیہی صنعتوں، دستکاری اور دیگر متعلقہ سرگرمیوں کے لیے مالی مدد فراہم کرتا ہے۔

4. اسمال انڈسٹریز ڈیولپمنٹ بینک آف انڈیا: یہ 1990 میں چھوٹے صنعتی کاروباروں کو بڑھاوا دینے، مالیات اور ترقی کے لیے ایک اہم مالیاتی ادارے کے طور پر قائم کیا گیا تھا۔ یہ ہمارے ملک میں چھوٹے پیمانے کی صنعتوں کے لیے قرض کی سہولیات فراہم کرنے والے سبھی بینکوں کے لیے چوٹی کے ادارے کے طور پر کام کرتا۔ ہے۔

5. اسمال انڈسٹریز سروس انسٹی ٹیوشن: اس کا قیام چھوٹے کاروباری اداروں کو مشاورت اور تربیت فراہم کرنے کے لیے کیا گیا۔ یہ ادارے تکنیکی امدادی خدمات پیش کرتے ہیں اور کارانداز یت ترقیاتی پروگراموں کا اہتمام کرتے ہیں۔ یہ چھوٹے پیمانے کی صنعتوں کو تجارتی اور بازار سے متعلق معلومات بھی فراہم کرتے ہیں۔

6. ضلعی صنعتی مراکز: ہمارے ملک میں چھوٹی صنعتوں کو فروغ دینے کے لیے ضلعی سطح پر ضلعی صنعتی مراکز (DICs) کھولے گئے ہیں جو وسائل کی دستیابی کو ذہن میں رکھ کر صنعتی طور پر امکانی صلاحیت کا پتہ لگانے کے لیے سروے کرتے ہیں۔ ان کے خاص کاموں میں مرکزی اور ریاستی حکومت کی مختلف اسکیموں کا نفاذ بھی شامل ہے۔ وہ نئی اکائیوں کو قائم کرنے، مناسب مشینری، ساز وسامان اور خام مواد کے انتخاب میں ان کی رہنمائی کرنے کی غرض سے کاروباری مہم جو لوگوں کی مختلف تجاویز کی قدر و قیمت کی جانچ کرتے ہیں۔

اختتامی مشق

نہایت مختصر جوابی سوالات

1. خودروزگار اصطلاح کا کیا مطلب ہے؟
2. چھوٹے کاروبار کی کوئی دو خصوصیات بیان کیجیے۔
3. بہت چھوٹی صنعت (industryTiny) کیا ہے؟
4. ہندوستان میں پائی جانے والی کوئی چار قسم کی چھوٹے پیمانے کی صنعتوں کا شمار کیجیے۔

مختصر جوابی سوالات

5.. خودروزگار کی کوئی چار خصوصیات بیان کیجیے۔
6. خودروزگار کے کسی دو طریقوں کی وضاحت کیجیے۔
7. چھوٹے کاروبار کی کوئی چار خصوصیات بیان کیجیے۔
8. ہندوستان میں چھوٹے کاروبار کو مدد فراہم کرنے میں SIDBI اور SISI کے کردار کے بارے میں بتائیے۔
9. وہ کون سے میدان ہیں جن میں چھوٹے پیمانے کے کاروبار کو کامیابی کے ساتھ قائم کیا جا سکتا ہے؟

طویل جوابی سوالات

10. خودروزگار کی اہمیت کے کسی چار نکات کی وضاحت کیجیے۔
11. چھوٹی صنعت کی کسی چار اقسام کے بارے میں بتائیے اور ان کی توضیح کیجیے۔
12. ہندوستان میں چھوٹے کاروبار کو فراہم کی جانے والی مختلف ادارہ جاتی مدد کے بارے میں تفصیلات بیان کیجیے۔
13. چھوٹے پیمانے کے کاروبار کی ترقی کے لیے حکومت ہند کے ذریعہ فراہم کی جانے والی کسی چھ مدد اور معاونت کے بارے میں بتائیے۔
14. ہندوستان میں چھوٹے کاروبار کی اہمیت بیان کیجیے۔
15. کلاس 12 پاس کرنے کے بعد، رادھا اپنا بوتیک شروع کرنا چاہتی ہے۔ اس کے والد نے اس سے اس کی ابتدائی مالی ضروریات پوری کرنے کا وعدہ کیا ہے۔ اسے اس کی ٹیچر نے مشورہ دیا ہے کہ بہت سے سرکاری ادارے مختلف شعبوں میں مدد فراہم کر رہے ہیں اور وہ ان سے رابطہ کر سکتی ہیں۔ ایسی ایجنسیوں کے نام بتائیں اور ان کی مدد کی نوعیت بتائیں جو یہ چھوٹے کاروبار شروع کرنے میں فراہم کر سکتی ہیں۔
16. انیل اپنے بچپن سے دیکھ رہے ہیں کہ ان کے والد جو کہ ایک نامور کمپنی میں اعلیٰ عہدے پر کام کر رہے ہیں، دفتر سے کافی دیر اور تھکے ہوئے آتے ہیں۔

اکثر اوقات وہ دفتری کام کے دباؤ کی وجہ سے تناؤ میں رہتا ہے اس لیے وہ کبھی بھی اجرتی ملازمت پر نہ جانے کا فیصلہ کرتا ہے۔ انیل اپنا کاروبار شروع کرنا چاہتا ہے۔ اسے خودروزگار کے مختلف طریقوں کی وضاحت کریں تاکہ وہ ان میں سے ہر ایک کے فوائد اور نقصانات کو سمجھ سکے۔

17. اجرتی روزگار
(Job Employment)

جب آپ نے اجرتی روزگار کے ذریعے اپنی روزی روٹی کمانے کا فیصلہ لیا ہے تو آپ کو ایک ملازم کے طور پر کام کے لیے آمادہ ہونا چاہیے۔ ملازمت کے کچھ شرائط وضوابط ہوتے ہیں اور معاوضے یا صلاح کے طور پر تنخواہ یا اجرت کی ایک مقررہ رقم حاصل کی جاتی ہے، لیکن آپ روزگار یا ملازمت کے میدان میں کسی طرح داخل ہوں گے؟ ملک میں روزگار کی موجودہ صورت حال میں کوئی ملازمت حاصل کرنا آسان کام نہیں ہے۔ کسی ملازمت کے لیے مطلوبہ اہلیت اور تجربے کے علاوہ سنجیدہ تیاری کی بھی ضرورت ہوتی ہے۔ مختلف اداروں میں ملازمت کی خالی جگہوں کو تلاش کرنے، اس کے لیے اپنے کوائف (Resume) تیار کرنے اور بھیجنے اور روزگار سے متعلق جانچ وآزمائش کا سامنا کرنے کے لیے آمادہ ہونے کی ضرورت ہے۔ اس سبق میں آپ ان نکات کے بارے میں تفصیل سے پڑھیں گے۔

اکتسابی مقاصد

☆ ملازمت کی آسامیوں کے بارے میں معلومات کے مختلف ذرائع کو تلاش کرتا ہے- پرنٹ اور الیکٹرانک میڈیا، جاب پورٹل اور حوالہ، پلیسمنٹ ایجنسیوں کے معنی، تصور، پیش کردہ ملازمتیں؛ اور

☆ ملازمت کے لیے تیاریاں- بائیوڈیٹا کی تیاری، ملازمت کے امتحان کی تیاری، انٹرویو کی تیاری

17.1 خالی جگہوں کے بارے میں معلومات کے وسائل

آپ کچھ ایسے لوگوں کو جانتے ہوں گے جو مختلف فیکٹریوں، دیگر کاروباری اکائیوں اور دفتروں میں کام کر رہے ہوں گے۔ اگر آپ ان سے معلوم کریں کہ دفاتر میں خالی اسامیوں کے بارے میں انھوں نے کیسے معلومات حاصل کی تھیں تب آپ کو پتہ چلے گا کہ انھوں نے مختلف ذرائع سے ضروری معلومات حاصل کی تھیں جیسے:

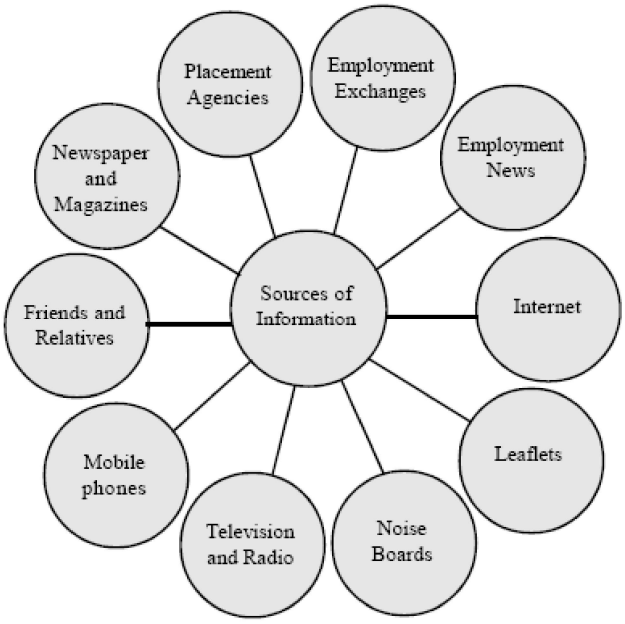


Fig. 21.1 Sources of information

آیئے ہم ان تمام وسائل کے بارے میں مختصر معلومات حاصل کریں:

1. روزگار دفاتر: ہمارے ملک میں روزگار دفاتر ملازمت تلاش کرنے والوں اور ملازمت فراہم کرنے والوں دونوں کو ایک ساتھ لانے کے لیے حکومت کے ذریعے قائم کیے گئے ہیں۔ روزگار دفاتر میں ملازمت کے متلاشی افراد کی ایک فہرست رکھی جاتی ہے اور ملازمت کے مختلف زمروں کے لیے ان کی اہلیتوں کے اعتبار سے ناموں کا رجسٹریشن کیا جاتا ہے۔ جب آجر بھرتی کے لیے روزگار دفاتر میں رسائی حاصل کرتا ہے تو وہ اس کی فہرست سے امیدواروں کی شناخت کرتا ہے اور ان خالی جگہوں کے بارے میں انھیں مطلع کرتا ہے تاکہ وہ متعلقہ آجروں تک اپنی رسائی حاصل کرسکیں۔

2. تعیناتی عملہ یعنی پلیس میٹ ایجنسیاں: یہ نجی طور پر چلائے جانے والے ادارے ہیں جن کا خاص کام ملازمت کے متلاشی لوگوں کو ان کے متوقع آجروں سے متعارف کرانا ہے۔ یہ اس طرح کا کام کرتی ہیں جو حکومتی ملکیت کے روزگار دفاتر انجام دیتے ہیں۔

3. اخبارات و رسائل: علاقائی اور قومی سطح پر اخباروں اور رسالوں کا استعمال ملازمت سے متعلق خالی جگہوں کے بارے میں امیدواروں کے لیے معلومات فراہم کرنے کا سب سے عام استعمال ہونے والا ذریعہ ہے۔ آجر عام طور پر اپنے یہاں خالی اسامیوں کے بارے میں اشتہار دیتے ہیں اور متوقع امیدواروں کو اپنی امیدداری پیش کرنے کے لیے مدعو کرتے ہیں۔

4. ایمپلائمنٹ نیوز: ایمپلائمنٹ نیوز/ روزگار کا چار ہر ہفتے وزارات اطلاعات ونشریات حکومت ہند کے ذریعے شائع کیا جاتا ہے جو مختلف تنظیموں میں ملازمت کی خاص حیثیت کے اشتہار پر مشتمل ہوتا ہے۔ یہ بیک وقت انگریزی، ہندی اور اردو زبانوں میں شائع کیا جاتا ہے۔

5. انٹرنیٹ: خالی جگہوں کی دستیابی کے بارے میں معلومات حاصل کرنے کا یہ نہایت آسان ذریعہ ہے۔ آج کل متعدد ادارے اپنے دفاتر میں خالی جگہوں کو پُر کرنے کے لیے اپنی ویب سائٹ کے ذریعے پیشکش فراہم کرتے ہیں۔ انٹرنیٹ استعمال کرنے کے ذریعہ کوئی بھی اپنی اہلیت اور تجربے کے مطابق ملازمت کی مختلف جگہوں کے بارے میں معلومات حاصل کرسکتا ہے۔

6. لیف لیٹ (Leaflets): شہروں اور قصبوں میں کبھی کبھی بھرتی کے لیے اشتہار لیف لیٹ میں دیے جاتے ہیں اور اخبار فروخت کرنے والوں کے ذریعے انھیں تقسیم کیا جاتا ہے۔ یہ خاص طور پر وہاں موزوں ہے جہاں آجر کسی مخصوص ملازمت کے لیے صرف مقامی لوگوں کو روزگار دینا چاہتا ہے۔

7. دفاتر اور فیکٹریوں کے نوٹس بورڈ: مختلف ملازمت کی خالی جگہوں کے بارے میں معلومات حکومت اور نجی دفاتر کے نوٹس بورڈوں پر یا فیکٹری کے دروازے کے قریب چسپاں کردی جاتی ہیں۔

8. ٹیلی ویژن اور ریڈیو: کبھی کبھی ملازمت سے متعلق خالی جگہوں کے بارے میں معلومات ٹیلی ویژن کے ذریعے نشر کی جاتی ہے۔ یہ خاص پروگراموں یا خبروں اور دیگر پروگراموں کے درمیان چلتی ہوئی پیٹیوں پر تحریری پیغام کی شکل میں دکھائی دیتی ہے۔ کیبل ٹیلی ویژن آپریٹر بھی مقامی علاقوں میں اشتہار دیتے ہیں۔ خالی اسامیوں کے بارے میں اشتہارات ریڈیو کے ذریعے بھی نشر کیے جاتے ہیں جو آج کل مقبول ہو رہے ہیں۔

9. موبائل فون: خالی جگہوں کے بارے میں معلومات کبھی کبھی SMS کی شکل میں موبائل فون پر وصول ہوتی ہے۔ پیغام وصول کرنے پر فرد اپنی امیدداری پیش کرنے میں دلچسپی دکھا سکتا ہے۔ SMS میں دی گئی ہدایات کی تعمیل کے ذریعے مزید معلومات بھی حاصل کی جاسکتی ہیں۔

10. دوست اور رشتہ دار: اکثر ہم حکومت، نجی اور کاروباری اداروں میں ملازمت کی خالی جگہوں کے بارے میں معلومات اپنے دوستوں اور رشتے داروں سے بھی حاصل کرتے ہیں۔ دفاتر کے موجودہ اسٹاف بھی موجودہ خالی جگہوں کے بارے میں دوسروں کو معلومات فراہم کرسکتے ہیں۔

17.2 روزگار دفاتر کے کردار

روزگار دفاتر کا ابتدائی مقصد ملازمت کی جستجو کرنے والوں کو باقاعدہ ملازمت یا خود روزگار کے ذریعے روزگار کا بندوبست کرنا ہے۔ اس مقصد کو حاصل کرنے کے لیے ہندوستان میں روزگار دفاتر درج ذیل کاموں کو انجام دیتے ہیں۔

(a) ملازمت کے خواہاں کا رجسٹریشن اور تعیناتی تاکہ محنت کی مانگ و رسد میں موزوں توازن کو یقینی بنایا جاسکے۔

(b) محنت (لیبر) کی مانگ اور اس کے مؤثر مینجمنٹ کے استعمال کے لیے ڈاٹا میں (مرتب معلومات) تیار کرنے کے سلسلے میں سہ ماہی بنیاد پر جامع روزگار مارکیٹ کی معلومات یکجا کرنا۔

(c) ملازمت چاہنے والوں کے کیریر کے بارے میں مشورے اور ان کی مؤثر رہنمائی کو ذہن میں رکھتے ہوئے ووکیشنل رہنمائی کا کام انجام دینا۔

(d) خود روزگار کے لیے ملازمت چاہنے والوں (بطور خاص دیہی غیر رسمی شعبہ میں) کی حوصلہ افزائی کے لیے دستیاب مہارتوں یا ہنرمندیوں اور مطلوبہ قابل فروخت مہارتوں کا جائزہ لینے کے تخصیص پر مبنی مخصوص علاقائی مطالبہ یا سروے کا اہتمام کرنا۔

(e) بعض ریاستی حکومتوں کے ذریعے جیسا کہ فیصلہ کیا گیا ہو، روزگار دفاتر کے ذریعے ملازمت چاہنے والوں کے بعض مخصوص زمرات کو بے روزگار بھتے کی تقسیم کا بندوبست کرنا۔

ملازمت میں لوگوں کو مدد فراہم کرنے کے لیے ریاستی حکومتوں کے ذریعے 904 سے زیادہ روزگار دفاتر چلائے جارہے ہیں۔ ان میں ریاستی روزگار دفاتر (S.E.E) ضلعی روزگار دفاتر (DEF)، دیہی روزگار بیورو (REB)، یونیورسٹی روزگار معلومات اور رہنمائی بیورو (GB&UEI) وغیرہ شامل ہیں۔ روزگار دفاتر کو ڈائرکٹریٹ جنرل آف ایمپلائمنٹ اینڈ ٹریننگ (T&OGE) کے ذریعے نگرانی رکھی جاتی ہے۔

17.2.1 رجسٹریشن کا طریقہ

روزگار دفاتر میں کسی کو اپنا نام رجسٹر کرانے کے لیے درج ذیل طریقے اپنائے جاتے ہیں:

1. کام کے دنوں میں کسی دن مخصوص اوقات کے دوران کسی روزگار دفتر میں امیدوار جاسکتا ہے۔ وہ روزگار دفتر سے ایک خالی فارم یا کارڈ حاصل کرسکتا ہے جو رجسٹریشن کے لیے ہوتا ہے اور اسے پر کیا جانا ہوتا ہے۔ اس کارڈ میں نام، والد کا نام، رہائشی

پتہ، اہلیتوں، زمرہ (عام، درج فہرست ذات یا درج فہرست قبائل کے زمرے سے متعلق)، N.C.O کوڈ نمبر، مطلوبہ ملازمت، مقام (جہاں امیدوار ملازمت کا خواہش مند ہے)، متوقع تنخواہ، کام کا تجربہ اور دیگر متعلق معلومات کے لیے اندراجات کیے جاتے ہیں۔

2. بعض دستاویزات کو کارڈ کے ساتھ منسلک کیا جاتا ہے۔ جیسے عمر کا ثبوت، تعلیمی اہلیتوں، تجربے وغیرہ کی فوٹو کاپی، اس کے ساتھ رہائش کا ثبوت جیسے ڈرائیونگ لائسنس، ووٹر کا شناختی کارڈ، PAN کارڈ نمبر، پاسپورٹ یا راشن کارڈ، امیدواروں کو بھی اصل سرٹیفکیٹ/ دستاویزات اور مذکورہ بالا سبھی دستاویزات کو فوٹو کاپیوں کا ایک سیٹ بھی لانا ہوتا ہے۔ یہ نوٹو کاپیاں روزگار دفاتر میں رکھ لی جاتی ہیں۔

3. کارڈ کو پر کرنے اور اس کے ساتھ منسلک کاغذات کو تیار کرنے کے بعد آپ کو اپنی سرٹیفکیٹ اور نقول کے ساتھ ایمپلائمنٹ افسر سے ملنا ہوتا ہے۔ وہ نقول کی تفویض کرے گا اور کارڈ پر اپنے دستخط کرنے کے بعد اصل واپس کر دے گا۔

4. توثیق شدہ کارڈ کو روزگار دفتر میں ریکارڈ اور مستقبل میں ملازمت کے لیے بلائے جانے کے لیے رکھ لیا جائے گا اور جاب کا کوڈ نمبر (NCD)، رجسٹریشن کی تاریخ اور آپ کے نمونہ دستخط پر مشتمل رجسٹریشن کارڈ آپ کو دے دیا جائے گا۔ ہر تین سال پر رجسٹریشن کارڈ کی تجدید کی جانی ہوتی ہے۔ روزگار دفتر سے کسی قسم کی خط و کتابت کے لیے آپ کو رجسٹریشن نمبر کا ذکر کرنا ضروری ہوتا ہے۔

یہاں یہ بھی بیان کرنا مناسب ہوگا کہ موجودہ روزگار کی صورت حال میں روزگار دفاتر کے کردار اتنے اہم نہیں رہ گئے ہیں۔ متعدد بھرتی ایجنسیاں جیسے اشاف سلیکشن کمرشل، ریلوے بھرتی بورڈ، بینکنگ سروس بھرتی بورڈ وغیرہ کے اس میدان میں آنے سے روزگار دفاتر کے کام کاج کا میدان محدود ہو چکا ہے۔ درحقیقت آج کل زیادہ تر سبھی بڑے اداروں حکومتی اور غیر حکومتی دونوں کی اپنی بھرتی ایجنسیاں ہیں۔ سپریم کورٹ کے فیصلے کے ذریعے آجروں کی طرف سے اب یہ ضروری ہو گیا ہے کہ وہ دیگر میڈیا میں خالی جگہوں کا اشتہار دیں اور نہ صرف روزگار دفاتر کے ذریعے پیش کیے گئے امیدواروں پر غور کریں بلکہ امیدوار کے انتخاب کے لیے دیے گئے کھلے اشتہارات کے ذریعے پیش امیدواروں پر بھی غور کریں۔ لہذا روزگار دفاتر ان محدود زمروں تک سمٹ گئے ہیں جو تقرری کی نچلی سطحوں تک کے لیے ہوتے ہیں۔

17.2.2 روزگار دفاتر کے ذریعے دستیاب ملازمت کی اقسام

روزگار دفاتر مختلف قسم کی ملازمتوں کے لیے رجسٹرڈ درخواست کنندگان کے ناموں کو پیش کرتے ہیں۔ کچھ ایسی ملازمتوں/ عہدوں جن کے لیے عموماً روزگار دفاتر ناموں کو پیش کرتے ہیں کی فہرست درج ذیل ہے:

آیا	میٹر ریڈر
حجام	موٹر میکانک
بکنگ کلرک	نرس

کیرٹیکر (نگراں/محافظ)	آفس اسسٹنٹ
بڑھئی	آپریشن تھیٹر اسٹنٹ
ڈاٹا انٹری آپریٹر	چپراسی
ڈاکٹر	فارمسسٹ
الیکٹریشن	معالج عضویات (فزیوتھیراپسٹ)
انسٹرکٹرس (اسٹینو اسٹینوٹائپسٹ)	پلمبر (نل ساز)
جرنلسٹ	پروگرامر (کمپیوٹر سافٹ ویئر)
لیبارٹری اسٹنٹ	ریسپشنسٹ
لیبارٹری انڈنٹ	صفائی کرم چاری
لیبارٹری تکنیشن	فروخت نمائندگان
لائبریرین	صفائی انسپکٹر
لائبریری انٹنڈنٹ/اسٹنٹ	سیکوریٹی گارڈ
لفٹ آپریٹر	اسٹینوگرافر
مالی	استاد (ایڈیڈیا پرائمری)
میسنجر	ٹیلی فون آپریٹر
ٹائپسٹ	ٹراویل ایجنٹ
ایکس رے ٹکنیشین	ترجمہ نگار

17.3 پلیس منٹ ایجنسیوں کا کردار

پلیس منٹ ایجنسیاں تھی روزگار ایجنسیاں یا مینیجمنٹ صلاح کار ہوسکتی ہیں۔نجی روزگار ایجنسیاں آجروں اور ملازمت کے لیے دستیاب موزوں امیدواروں کو ایک ساتھ لانے کا کام انجام دیتی ہیں۔نجی ایجنسیاں اخبارات، رسائل اور انٹرنیٹ پر اشتہار دیتی ہیں۔ وہ بھی متوقع آجروں اور ملازمت چاہنے والے افراد کا ڈاٹا بینک (مجموعی معلومات) تیار کرتی ہیں۔ یہ ڈاٹا بینک جاب چاہنے والوں اور آجروں کے لیے علی الترتیب موزوں آجر یا امیدوار تلاش کرنے میں مددگار رہوتے ہیں۔ وہ ملازمت چاہنے والوں کو آجروں کے بارے میں وقتاً فوقتاً معلومات دیتی رہتی ہیں اور ساتھ ہی ساتھ امیدواروں کی اہلیوں، مہارتوں اور تجربے کے لحاظ سے ملازمت کی دستیابی کے بارے میں ان کو مطلع کرتی رہتی ہیں۔ کچھ پچیس منٹ یا تعیناتی ایجنسیاں کاروباری مطالعہ امیدواروں کے ڈاٹا اور دیگر دستاویزات تیار کرنے میں بھی ان کی مدد کرتی ہیں۔

پلیس منٹ میں ایجنسیاں آجر کے ذریعے صراحت شدہ ضروریات کو ذہن میں رکھتے ہوئے درخواست کنندگان کی جانچ کرتی ہیں۔ وہ امیدواروں کی فہرست فراہم کرتی ہیں اور ادارہ صرف انٹرویو کے حتمی دور کا انٹرویو لیتا ہے۔ یہ ایجنسیاں بنیادی طور پر بڑے شہروں میں کام کرتی ہیں اور اپنی خدمات کے لیے آجر اور ملازم دونوں سے فیس لیتی ہیں۔ ملک کے مختلف حصوں میں جعلی پلیس منٹ ایجنسیاں بھی پائی جاتی ہیں۔ یہ جعلی ایجنسیاں جاب چاہنے والوں سے رقم وصول کر کے جعلی انٹرویو کا بندوبست کرتی ہیں۔ ملازمت چاہنے والوں کو چاہیے کہ ان کی خدمات حاصل کرنے میں محتاط رہیں۔

مینجمنٹ صلاح کار مینجمنٹ کی وسطی اور اونچی سطح پر منتظمین کی تعیناتی کے سلسلے میں خصوصی مہارت رکھتے ہیں۔ یہ بنیادی طور پر ایگزیکٹیو (منتظمین) تلاش کرنے والی ایجنسیاں ہوتی ہیں۔ یہ ایجنسیاں ملکی پیمانے پر کام کرتی ہیں اور آجر و ملازم دونوں سے فیس کی بڑی رقم وصول کرتی ہیں۔ قومی پیمانے پر معروف کچھ مینجمنٹ صلاح کار ہیں: ABC کنسلٹنٹ، فرگوسن ایسوسی ایشن، دی سرچ ہاؤس اینڈ اینالٹک مسلٹنس بیورو۔

پلیس منٹ ایجنسیاں بنیادی طور پر نجی سیکٹروں میں ملازمت کی دستیابی کے بارے میں معلومات فراہم کرنے میں مددگار ہیں۔ زیادہ تر چھوٹے اور اوسط کاروباری ادارے بھی قسم کی افرادی قوت کی ضرورت کے لیے پلیسمنٹ ایجنسیوں پر منحصر ہوتے ہیں۔ بڑے کاروباری ادارے اکثر خالی جگہوں کے لیے اشتہار براہ راست اخبارات اور انٹرنیٹ میں دیتے ہیں۔ جاب تلاش کرنے والے آفس اسٹنٹ، ناپسٹ، سیلز مین، مارکیٹنگ ایگزیکٹیو اکاؤنٹ اسٹنٹ، کمپیوٹر آپریٹر وغیرہ کے عہدے کے لیے آپریٹر پلیسمنٹ ایجنسیوں میں اپنے نام درج کرا سکتے ہیں۔

17.4 تشہیری میڈیا کا کردار

آپ نے روزگار دفاتر اور پلیسمنٹ ایجنسیوں کے کردار کے بارے میں پڑھا جو ملازمت کے متلاشی امیدواروں کو ان کی پسند کی ملازمت دلوانے میں معاون ہوتی ہیں۔ ایڈورٹائزنگ میڈیا بھی ملازمت کی خالی جگہوں اور اس کے لیے درخواست دینے کے طریقوں کے بارے میں ملازمت چاہنے والوں کو معلومات پہنچانے میں مددگار ہوتی ہیں۔ آپ جانتے ہیں کہ ملازمت کی خالی اسامیوں کے اشتہارات پرنٹ میڈیا اور الیکٹرانک میڈیا میں دیے جاتے ہیں۔ پرنٹ میڈیا میں اخبارات، ایمپلائمنٹ نیوز، رسائل اور میگزین وغیرہ شامل ہیں۔ اس طرح الیکٹرانک میڈیا میں بالخصوص انٹرنیٹ، ٹیلی ویژن ریڈیو شامل ہیں۔

17.4.1 پرنٹ میڈیا

ملازمت کی خالی جگہوں کے اشتہارات کے لیے بہت عام پرنٹ ذریعہ اخبارات ہیں۔ کبھی چھوٹی اور بڑی کمپنیاں اپنی خالی اسامیوں کے اشتہار علاقائی اور قومی دونوں سطح پر مقبول اخبارات میں دیتی ہیں۔ ایمپلائمنٹ نیوز اپنی ہفتہ وار اشاعت میں ملازمت کی خالی جگہوں کے لیے اشتہارات دیتا ہے۔ کچھ معروف اخبارات ہفتہ وار بنیاد پر روزگار سے متعلق خبریں دینے کا اہتمام کرتے ہیں۔

پرنٹ میڈیا میں خالی اسامیوں کے لیے اشتہارات کا ملازمت چاہنے والوں کا زبردست جوابی عمل حاصل ہوتا ہے کیونکہ اسے

مجاز ہونے کی کسوٹی، درخواست فارم کا پروفارما، درخواست فارم کو بھرنے کے لیے ہدایت وغیرہ کی پوری تفصیل پر مشتمل ہوتا ہے۔

17.4.2 الیکٹرانک میڈیا

انفارمیشن اور مواصلاتی ٹکنالوجی کی پیش رفت کے ساتھ الیکٹرانک میڈیا بھرتی کے لیے بہت عام آسان ذریعہ بن گیا ہے۔ ایسی بہت سی ویب سائٹ ہیں جو روزگار کے مواقع کے بارے میں معلومات فراہم کرتی ہیں۔ کچھ ایسی سائٹ ہیں :

www.naukri.com www.monsterindia.com ,www.carerindia.com www.placementindia.com۔ یہ مختلف ملازمتوں کو تلاش کرنے کی اس طرح سہولت فراہم کرتی ہیں:

- ☆ زمرہ کمپیوٹر تعلیمی، انجینئرنگ، فروخت اور مارکیٹنگ وغیرہ)
- ☆ مطلوبہ عبد (فٹر بجلی سے متعلق کام، آفس اسسٹنٹ، ٹیچر وغیرہ)
- ☆ ملازمت کا مقام (یعنی شہر یا ریاست جس میں ملازم خواہاں ملازمت تلاش کرنا چاہتے ہیں)
- ☆ تجربہ (تجربے کی مدت)
- ☆ متوقع تنخواہ (سالانہ پیکیج 2 تا 3 لاکھ، 3 تا 5 لاکھ، 5 تا 10 لاکھ وغیرہ)

ملازمت چاہنے والے درج بالا کسوٹی کی بنیاد پر ملازمت کی مختلف اقسام کے بارے میں معلومات محض مختلف پلیس منٹ ایجنسیوں کی ویب سائٹ دیکھنے کے ذریعے حاصل کر سکتے ہیں۔ ملازمت چاہنے والے افراد اپنے لیے موزوں ملازمت دریافت کرنے کے لیے ان پلیس منٹ ایجنسیوں کو اپنے کوائف بھیج سکتے ہیں۔ وہ ای میل کے ذریعے اپنی اہلیت اور تجربے کے مطابق ملازمت کی دستیابی کے بارے میں معلومات حاصل کر سکتے ہیں اور اس کے مطابق انٹرویو کے لیے آجروں سے رابطہ کرنے کے لیے کارروائی کر سکتے ہیں۔

17.5 ملازمت کے لیے درخواست دینا

اس سبق کے ابتدائی سیکشن میں آپ نے ان مختلف وسائل کے بارے میں جانا جہاں سے آپ ملازمت کے لیے خالی جگہوں، مطلوبہ اہلیت اور تجربہ اور آجر کے بارے میں تفصیلات معلوم کر سکتے ہیں۔ اب فرض کیجیے ایک مخصوص عہدے کے لیے آپ اپنی امیدواری پیش کرنا چاہتے ہیں تو آپ کیا کریں گے؟ بلاشبہ آپ ایک درخواست تیار کریں گے جو آپ کی اہلیت اور تجربے اور دیگر تفصیلات پر مشتمل ہوگی اس طرح عہدے کے لیے خود کو موزوں امیدوار کے طور پر پیش کرنے کا جواز حاصل کریں گے۔ کسی کے پروفیشنل یا کام کے تجربے اور اہلیتوں کے مختصر روداد یا بیان کو بایوڈاٹا (بایوگرافک ڈانا یعنی کوائف) یا مختصر شخص کوالف (Resume) یا CV کے طور پر جانا جاتا ہے۔

17.5.1 بایوڈاٹا تیار کرنا

آیئے ہم سیکھیں کہ کیسے بایوڈاٹا تیار کیا جاتا ہے۔ زیادہ تر معاملوں میں آجر اپنے مجوزہ پروفارما میں درخواست وصول کرنا چاہتے ہیں تاکہ درخواستوں کی جانچ پڑتال کا ان کا کام آسان ہو جائے۔ ایسی صورت میں آج کی توجہ مبذول کرنے کے لیے مختلف انداز میں اپنے خود کے بایوڈاٹا تیار کرنے کے بارے میں آپ کو فکرمند نہیں ہونا چاہیے لیکن دوسری صورتوں میں نجی سیکٹروں میں جاب

کے لیے زیادہ تر آپ کو طرز، زبان، پیشکش، اپنے بایوڈاٹا کے مواد کے بارے میں خاص توجہ دینی چاہیے۔ طویل بایوڈاٹا تیار کرنے سے بچنا چاہیے۔ اپنی اہلیتوں، ذمہ داریوں، تجربہ اور حصولیابیوں وغیرہ کو مختصراً پیش کرنا چاہیے۔

آپ کے بایوڈاٹا میں چار بنیادی سیکشن ہونے چاہئیں۔

1. اپنے نام، رابطے کی تفصیلات
2. آپ کی تعلیمی اہلیتیں (تعلیمی اور تکنیکی)
3. اپنے کام کی روداد (ذمہ داریوں، تجربے اور حصول یابیوں وغیرہ کے بارے میں)
4. آخر میں حوالوں سے متعلق تفصیلات دینی چاہیے۔

مسلکہ کاغذات کی فہرست کو اپنے بایوڈاٹا کے آخر میں دیا جاسکتا ہے۔

مختصراً آپ کے بایوڈاٹا میں درج ذیل نکات ہونے چاہئیں۔

1. پورا نام (بڑے حروف میں)
2. والد/شوہر کا نام
3. تاریخ پیدائش
4. رہائشی پتہ
5. تعلیمی اہلیتوں کی تفصیلات
6. اگر کوئی ہو تو تکنیکی یا پروفیشنل تفصیلات
7. تجربہ
8. حوالوں کے نام
9. مسلکہ کاغذات کی فہرست
10. امیدوار کے دستخط

مختلف فارمیٹ اور طرز میں درج بالا نکات پیش کیے جاسکتے ہیں۔ آج کل آجر آپ کی اہلیتوں اور حصول یابیوں کے بارے میں صفحہ در صفحہ پڑھنے کے بجائے تیزی سے بایوڈاٹا کی جانچ پڑتال کرنا چاہتا ہے۔ لہٰذا اپنے پیغام کو پہنچانے کے لیے محض حسب ضروت بیان کے ساتھ اسے مختصر اور واضح رکھا جانا چاہیے۔ مناسب ترتیب میں درج بالا تفصیلات کو مرتب کرنے میں مختصر یہ عوامل آپ کی رہنمائی کرنے میں مددگار ثابت ہوں گے۔

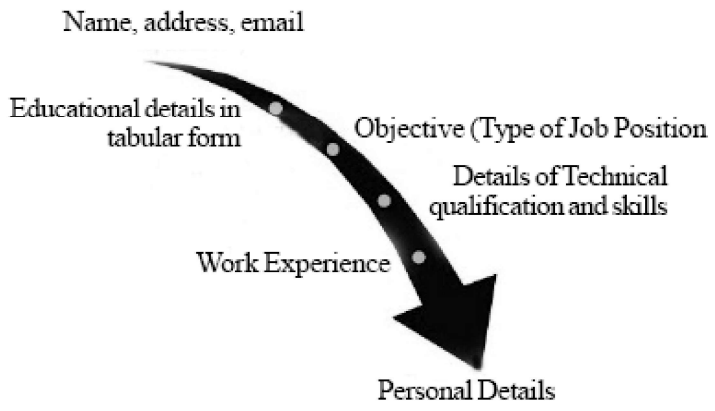


Fig. 21.2 Components of Biodata

1. اپنی روداد کی شروعات اپنے نام، پتے، فون نمبر اور ای میل پتے کے ساتھ کریں جن میں عموماً صفحے کے مرکز پر رکھا جاتا ہے۔
2. عہدے کی قسم بیان کریں جس کے لیے آپ جستجو کر رہے ہیں۔ یہ مقصد کے عنوان کے تحت ایک یا دو جملے میں ہو۔
3. اب اپنی تعلیمی تفصیلات دیں جس اسکول، کالج، ادارے، بورڈ کے نام، حاصل کیے گئے نمبرات کا فی صد، امتحان پاس کرنے کا سال وغیرہ خلاصے کی شکل میں ہوں۔
4. کوئی تکنیکی تعلیم یا مہارت ہو تو اس کی تفصیلات کا ذکر کیا جا سکتا ہے۔ اس میں ایسی مہارتوں یا تجربے جیسے کمپیوٹر سے واقفیت، اضافی تربیت، غیر ملکی زبان یا دیگر پروفیشنل ایسوسی ایشن جس سے آپ کا تعلق ہو کے بارے میں اور دیگر معلومات شامل ہو سکتی ہیں۔
5. جاب کی تفصیل اور آپ کے ذریعے اس سلسلے میں نبھائی گئی ذمہ داریوں کے ساتھ کام کے تجربے کو بھی بیان کیا جانا چاہیے۔
6. ازدواجی حیثیت، تاریخ پیدائش، والد/شوہر کا نام یا فیملی کی تفصیلات، شوق اور دلچسپی، ذاتی تفصیلات کے علاحدہ عنوان کے تحت بیان کی جا سکتی ہیں۔

17.5.2 کورنگ خط

جب آپ جاب کے لیے درخواست دے رہے ہوں تو بایوڈاٹا مناسب کورنگ لیٹر کے ساتھ ہونا چاہیے۔ آپ سوچ رہے ہوں گے کہ کورنگ لیٹر کس طرح لکھا جائے۔ اس سیکشن میں ہم کورنگ لیٹر کے تحریر کرنے کے مختلف پہلوؤں کے بارے میں بتلائیں گے۔

(a) شروعات: یہ وہ مقام ہے جہاں آپ آجروں کو بتاتے ہیں کہ آپ کون ہیں؟ آپ کیوں درخواست دے رہے ہیں؟ اور اس خالی جگہ کے بارے میں آپ کو کیسے معلوم ہوا؟ آپ کون ہیں کا حصہ خود کے بارے میں مختصر تعارف کرانے کے بارے میں ہے محض اپنے بارے میں بنیادی حقائق کے بارے میں ذکر کریں۔ آپ کیوں تحریر کر رہے ہیں، یہاں پر آپ کسی عہدے کے لیے درخواست دے رہے ہیں کا ذکر کریں۔ اس کے بعد یقیناً آپ ادارے یا ملازمت کے بارے میں بتائیں کہ آپ نے کیسے جانا، آپ لکھ سکتے ہیں۔ آپ کے شعبہ فروخت میں زیر تربیت کی خالی جگہ سے متعلق معلومات مورخہ 29 فروری 2008 کے ہندوستان ٹائمس میں شائع آپ کے اشتہار کے حوالے سے معلوم ہوئی۔

(b) اپنی امیدواری کی موزونیت: خط کے اس حصے کا مقصد اس سبب کا ذکر کرنا ہے کہ آجر کو کیوں آپ کو اس کے لائق امیدوار کے طور پر دیکھنا چاہیے۔ یہ زیادہ بہتر ہوگا کہ ایک ایسے بیان سے شروعات کریں جس سے آپ کی اہلیتوں کے بارے میں ایک عام جائزہ لیا جا سکے اور اس بات پر زور پڑتا ہے کہ آپ ان کی ضروریات کے لحاظ سے موزوں ہوں۔ ایک مثالی جملہ مینجمنٹ میں ایک تربیت یافتہ گریجویٹ کے طور پر میں درج ذیل مہارتوں اور ہنرمندی کو پیش کرتا ہو۔

(c) ادارے کے بارے میں: خط کے اس حصے میں آپ ادارے کے بارے میں بعض مثبت باتیں بتا سکتے ہیں اور یہ ذکر کر سکتے ہیں کہ آپ یہاں کام کرنے کے لیے ان کا ایک جزو کیوں بننا چاہتے ہیں۔ آپ ادارے کی شہرت، پچھلے ریکارڈ، فروخت ریکارڈ سائز، کارپوریٹ کلچر، مینجمنٹ یا کسی ایسی چیز کے بارے میں بتا سکتے ہیں جن سے انھیں فخر محسوس ہو۔ متوقع آجر یہ جانا پسند

کرتے ہیں کہ آپ نے انھیں منتخب کرنے کے لیے کیا اسباب پیش کیے اور وہ محض ان سیکڑوں کمپنیوں میں سے ایک ہے جہاں آپ درخواست دے رہے ہیں۔

(d) مزید غور یا کارروائی کے لیے درخواست: یہ خط کا انتقامی پیراگراف ہے۔ یہ آجر کے بارے میں شکریہ ادا کرنے کے لیے ہوتا ہے کہ اس نے آپ کا خط پڑھا یا جاب کے ایک امیدوار کے طور پر آپ کے لیے غور کیا۔ ایک اہم بات یہ ہے کہ خط کا اختتام درج ذیل اقدام اٹھاتے ہوئے پرتپاک انداز میں ہونا چاہیے۔

آخر میں ظاہری صورت، حروف اور قواعد کی غلطیوں کے سلسلے میں اپنے خط کی جانچ کیجیے۔ آپ تعریفی اختتام کے لیے تیار ہیں۔ اپنے خط کے آخر میں اپنے دستخط کرنا نہ بھولیں۔

17.5.3 ملازمت کے لیے درخواست دیتے وقت کچھ کرنے اور نہ کرنے کی باتیں

آپ نے ابھی دیکھا کہ ملازمت کے لیے درخواست دینے کا مطلب ہے کہ آپ کے پاس ایک بایوڈاٹا اور کورنگ لیٹر ہو جو آپ کی خوبیوں کے بارے میں دستاویز کے طور پر ہو۔ کرنے اور نہ کرنے کی درج ذیل فہرست سے آپ کو بہتر انداز میں اپنی درخواست تیار کرنے میں مدد ملے گی۔

(a) اشتہار میں دی گئی سبھی ہدایات کی تعمیل کریں۔ اگر اس میں کہا گیا ہے کہ متعین فوٹوگراف یا بایوڈاٹا کی تین نقول بھیجیں تو اس طرح بھیجیں جیسا کہ کہا گیا ہے! آجر کے پاس ایسا کرنے کے لیے کہنے کی اپنی وجہ ہوتی ہے۔

(b) یہ یقینی بنالیں کہ آپ کی درخواست وقت پر بھیجی اور وصول کی جائے۔ بہت سی کمپنیاں تاخیر سے پہنچنے والی درخواستوں کی رسید تک نہیں دیتیں کیونکہ اس سے درخواست کنندگان کے کمزور ٹائم مینجمنٹ کا اظہار ہوتا ہے۔

(c) ایک درخواست میں سبھی دستاویزات شامل کریں۔ اس بات کو یقینی بنالیں کہ سبھی دستاویزات ترتیب سے لگی ہوں اور مسلک ہوں۔ آپ کا کورنگ لیٹر سب سے اوپر ہونا چاہیے۔

(d) ملازمت کے اپنی درخواست دیتے وقت ایک ہی کورنگ لیٹر کو ہمیشہ نہ استعمال کریں۔ اپنی درخواست دیتے وقت ہمیشہ خالی جگہ جس کے لیے درخواست دے رہے ہوں اس کے لحاظ سے مناسب تبدیلیاں کر کے نیا کورنگ لیٹر بنائیں۔ اسے روایتی نہ بنائیں۔

(e) یہ فرض نہ کریں کہ آپ کی درخواست وصول ہو چکی ہے۔ آجر سے یا پلیس منٹ ایجنسی سے توثیق کریں کہ آپ کی درخواست وصول ہو چکی ہے یا نہیں۔ درخواستیں ڈاک میں غائب ہو سکتی ہیں بلکہ ای میل کی بھی توثیق کی جانی چاہیے۔

(f) اپنی درخواست میں تحریری حوالے نہ شامل کریں۔ انھیں تبھی شامل کریں جب اس کے لیے کہا جائے۔

(g) ملازمت کے لیے درخواست دیتے وقت سبھی حقائق معلوم کرنے کی کوشش کریں اور اپنی درخواست کو اس لحاظ سے موزوں بنائیں۔

(h) اگر آپ کی درخواست پر غور نہیں کیا گیا ہے تو سبب معلوم کریں۔ اس سے سیکھیں۔ اپنی کمزوریوں کو جانیں جس سے دوسری بار درخواست دیتے وقت بہتر کرنے میں آپ کو مدد ملے گی۔

17.6 روزگار سے متعلق جانچ

روزگار کے لیے انتخابی جانچ عام طور پر تحریری جانچ، جسمانی صحت کی جانچ اور انٹرویو کی شکل میں ہوتی ہے۔ آیئے ان کے بارے میں مختصر آجائیں:

17.6.1 تحریری جانچ

زیادہ تر ادارے خاص طور پر حکومتی سیکٹر میں امیدوار کے انتخاب کے لیے تحریری جانچ کا اہتمام ہوتا ہے۔ اس جانچ کا اہتمام امیدوار کی مضمون سے متعلق معلومات یا عمومی صلاحیت معلوم کرنے کے لیے کیا جاتا ہے۔ بیانیہ یا کثیر انتخابی سوالات تحریری جانچ کے لیے وضع کیے جاتے ہیں۔ عمومی صلاحیت کی جانچ کے لیے سوالات حالات حاضرہ، جنرل سائنس، استدلال، حساب، زبان وغیرہ سے پوچھے جاتے ہیں۔ ملازمت چاہنے والوں کو تحریری جانچ کے لیے سنجیدگی سے تیاری اور پوری طرح مشق کرنی چاہیے۔

17.6.2 جسمانی صحت کی جانچ

ملازمت کے بعض زمروں جیسے دفاع، پولیس اور جنگلاتی شعبے سے تعلق رکھنے والی خدمات کے لیے امیدوار کی جسمانی صحت کی جانچ ضروری ہے۔ لہذا صحیح امیدوار کے انتخاب کے لیے وہ جسمانی صحت کی جانچ کا اہتمام کرتے ہیں۔ تقریباً سبھی معاملوں میں تقرری کے لیے پیشکش کرنے کے ذریعے طبی جانچ کا اہتمام کیا جاتا ہے۔ اس جانچ کا بندوبست یہ جاننے کے لیے کیا جاتا ہے کہ امیدوار کو کوئی ایسی مہلک بیماری تو بندوبست نہیں جس سے اس کی ملازمت کے دوران عام کام کاج کرنے میں کوئی پریشانی پیدا ہو۔

17.6.3 انٹرویو

ترسیلی مہارت، پیش کرنے کی مہارت، موضوع پر عبور، قائدانہ خوبی، شخصیت وغیرہ کے بارے میں فیصلہ لینے کے لیے عام طور پر انٹرویو کا بندوبست کیا جاتا ہے۔ اسے گروہی مباحث اور شخصی انٹرویو کی شکل میں انجام دیا جاتا ہے۔ گروہی مباحثے کے لیے چھوٹے چھوٹے گروپوں کی تشکیل کی جاتی ہے اور کوئی مخصوص موضوع بحث کے لیے دے دیا جاتا ہے۔ مباحثے کے دوران آجر امیدوار کی ترسیلی اور قائدانہ خوبیوں کو پرکھنے کے ذریعے فیصلہ لیتا ہے۔ آجر مباحثہ کے کمرے میں بیٹھ کر یا کلوز سرکٹ نیلا ویژن کے ذریعے امیدواروں کا مشاہدہ کرسکتا ہے۔ یہ عمل ٹیلی کانفرنسنگ طریقے سے بھی انجام دیا جاسکتا ہے جس میں آجر دور دراز کے مقام پر چنی کہ کسی بیرونی ملک میں بیٹھ کر عمل کا مشاہدہ کرسکتا ہے۔

ذاتی انٹرویو میں متوقع آجر اور ملازمت مختلف طریقوں یا انداز کا استعمال کرنے کے ذریعے ایک دوسرے کے ساتھ تعامل اور بات چیت کرتے ہیں۔ یہاں پر متوقع آجر مختلف زاویوں جیسے اس کی شخصیت ترسیلی مہارت، مضمون پر عبور، قوت فیصلہ، ایمانداری، دیانت داری، تحمل، برداشت کرنے کی صلاحیت، انکساری، سرعت وغیرہ کے سلسلے میں امیدوار کا جائزہ لینے کی کوشش کرتا ہے۔ ذاتی انٹرویو درج ذیل شکل میں لیا جاسکتا ہے:

(a) ٹیلی فون کے ذریعے انٹرویو

(b) ٹیلی کانفرنس کے ذریعے انٹرویو

(c) انٹرنیٹ کے ذریعے بات چیت

(d) آمنے سامنے تعامل

آمنے سامنے انٹرویو ذاتی انٹرویو کی بہت عام شکل ہے جس میں امیدوار کو انٹرویو بورڈ کے ساتھ باہمی تعامل کے لیے کیا جاتا ہے۔ انٹرویو بورڈ کی سربراہی چیر پرسن کے ذریعے کی جاتی ہے اور یہ بورڈ اس تنظیم کے سینئر افسروں اور بیرونی ماہرین پر مشتمل ہوتا ہے۔ ذاتی انٹرویو کی دیگر شکلیں جیسے ٹیلی فون کے ذریعے انٹرویو، ٹیلی کانفرنسنگ کے ذریعے انٹرویو اور انٹرنیٹ کے ذریعے بات چیت کارپوریٹ سیکٹر میں عام بات ہے۔

17.6.4 ذاتی انٹرویو

ذاتی انٹرویو منعقد کرنے کا خاص مقصد ایک مخصوص عہدے کے لیے امیدوار کی موزونیت کی جانچ کرنا ہے۔ لہذا یہ آپ کے لیے ضروری ہے کہ جسمانی و ذہنی اور نفسیاتی طور پر انٹرویو کے لیے تیاری کریں۔ اس سیکشن میں آپ ذاتی انٹرویو کے مختلف پہلوؤں کے بارے میں پڑھیں گے جس سے آپ کو انٹرویو بورڈ کا سامنا آسانی اور اعتماد کے ساتھ کرنے میں مدد ملے گی۔ آیئے ہم تین مختلف مراحل میں پورے طریقہ عمل کی زمرہ بندی کے ذریعے ان نکات پر بحث کریں۔ (1) انٹرویو کے لیے تیار کرنا؛ (ii) انٹرویو کے دن؛ (iii) انٹرویو کے دوران۔

(1) انٹرویو کے لیے تیاری

اس مرحلے میں آپ درج ذیل تجاویز پر غور کر سکتے ہیں:

1. حالات حاضرہ کے بارے میں پوری معلومات رکھیں، اہم موجودہ قومی اور بین الاقوامی مسائل اور امور، اخبارات با قاعدہ پڑھنے اور ریڈیو سننے اور ٹیلی ویژن پر مباحثہ دیکھنے کے ذریعے مفاد عامہ کے موضوعات کے بارے میں واقفیت حاصل کریں۔
2. ادارے کے بارے میں اس کی خاص سرگرمی، پس منظر، توسیع یا کسی دوسری کمپنی کے خریدنے کے منصوبے (Takeover plan) وغیرہ کے بارے میں معلومات حاصل کریں۔ یہ سبھی معلومات ادارے کی سالانہ رپورٹ یا اس کی ویب سائٹ سے جانی جاسکتی ہیں۔
3. جس عہدے کے لیے درخواست دی گئی ہو اس کی جاب پروفائل کے بارے میں جانیں۔
4. مہارت کے اپنے میدان کے بارے میں معلومات کو تازہ کریں۔ اپنے مطالعے کے مضمون پر نظر ثانی کرنا بہتر ہوگا۔
5. اپنی طاقت اور کمزوری کو درج فہرست کریں۔
6. اگر ممکن ہو تو انٹرویو کی جگہ پر جائیں۔ پہلے جانے سے انٹرویو کے دن پابندی اوقات کو یقینی بنانے میں مدد ملے گی اور اس کے

علاوہ گھبراہٹ بھی کم ہوگی۔ایک فولڈر میں انٹرویو کے لیے کال لیٹر سمیت اپنے دستاویزات اور سرٹیفکیٹ رکھ لیں۔

(ii) انٹرویو کے دن

1. رات کو اچھی طرح سوئیں اور صبح کو جلد اٹھ جائیں۔
2. اپنے معمولات کے کام کریں۔
3. اپنی ظاہری ہیئت کو صاف ستھرا اور سلیقے کا بنالیں۔اچھی طرح پریس کیے ہوئے کپڑے، خوب پالش کیسے ہوئے جوتے پہنیں۔
4. اپنے دستاویز فولڈر کرلیں اور انٹرویو کی جگہ پر وقت سے پہنچ جائیں۔
5. جگہ پر پہنچنے کے بعد واش روم جائیں، اپنے بال کنگھا کریں اور اپنی ظاہری شکل وصورت پر نظر ڈالیں۔
6. اپنی باری کے لیے انٹرویو کی جگہ پر انتظار کریں۔
7. انتظار کے دوران آپ کمپنی کی مطبوعات کتابچے وغیرہ بھی طلب کر سکتے ہیں۔اسے پڑھیں۔

(iii) انٹرویو کے دوران

انٹرویو چیمبر کے اندر درج ذیل نکات کا خیال رکھیں:

1. انٹرویو کمرے میں داخل ہونا نہایت اہمیت کا حامل ہے۔دستک دیں، خیر سگالی ظاہر کریں اور جتنی نرمی سے ہو سکے انٹرویو لینے والے کا سامنا کرتے وقت دروازے کو آہستہ سے بند کر دیں۔پورے اعتماد کے ساتھ چلیں۔جب تک آپ سے کہا نہ جائے نہ بیٹھیں۔اگر انٹرویو لینے والا ہاتھ ملانا چاہتا ہو تو گرم جوشی، اعتماد اور یقین کے ساتھ ہاتھ ملائیں۔یاد رکھیں کہ پہلا تاثر بہت اہم ہے۔آپ کے داخل ہونے، آپ کے چلنے کے انداز، اعتماد اور طور طریقوں کے لیے آپ کا مشاہدہ کیا جارہا ہوتا ہے۔
2. امیدوار کی باڈی لینگوئج (جسمانی اشارات) کا مشاہدہ بھی بغور کیا جاتا ہے۔ٹھیک سے بیٹھیں اور دلچسپی وتوجہ کا رویہ ظاہر کرنے کے لیے تھوڑا سا آگے کی طرف جھکیں۔کسی چیز جیسے کاغذ قلم، چشمہ یا میز پر پڑی دیگر چیزوں جیسے پیپر ویٹ وغیرہ سے نہ کھیلیں۔کسمسانے یا بے چینی ظاہر کرنے، اچھلنے یا پھڑک اٹھنے، کھرچنے وغیرہ سے اعتماد اور یکسوئی میں کمی ظاہر ہوتی ہے۔
3. سوالات کا جواب دیتے وقت درج ذیل نکات کا مشاہدہ کیے جانے کی ضرورت ہوتی ہے:

☆ سنیں، سوچیں اور اس کے بعد بات کریں۔

☆ جواب دینے میں بہت زیادہ عجلت نہ کریں۔اپنا وقت لیں۔

☆ اگر آپ نے سوال نہیں سنا ہے یا سمجھا نہیں ہے تو بہت انکساری کے ساتھ دہرانے کے لیے کہیں۔

☆ کوئی اور چیز نہ فرض کریں اور غلط حیثیت اختیار کریں۔

☆ .اگر آپ جواب نہیں جانتے تو صاف صاف بتادیں کہ آپ نہیں جانتے۔

☆ .اگر آپ نے کوئی غلطی کی ہے تو اسے شائستہ انداز میں مان لیں۔

☆ اپنے جواب مختصر اور صاف صاف دیں۔کوئی بھی باتونی شخص کو نہیں پسند کرتا۔

☆ جھوٹ نہ بولیں۔اپنے جواب میں ایمانداری برتیں۔

☆ غصہ نہ ہوں اور اس پر قابو رکھیں خواہ سوالات ہتک آمیز یا غیر مناسب یا غیر متعلق ہوں۔یاد رکھیے یہ آپ کے تحمل یا رویے کی جانچ کے لیے پوچھا جاسکتا ہے۔

4. خلل انداز نہ ہوں۔آنکھ سے رابطہ رکھیں۔

5. میرا مطلب ہے،اوکے وغیرہ جیسے الفاظ سے بچیں۔

6. سوالات کا جواب دیتے وقت حوصلہ مندی، ہمت اور توانائی کا مظاہرہ کریں۔اس سے پتہ چلتا ہے کہ ملازمت میں واقعی آپ کی دلچسپی ہے۔

7. سوالات تبھی پوچھیں جب آپ سے کہا جائے۔

8. پورے انٹرویو کے دوران مہذب اور شائستہ رہیں۔شکریہ،معافی چاہتا ہوں،جی(Yes)(please جیسے الفاظ کا استعمال حسب موقع کریں اس سے آپ کی خوش اخلاقی ظاہر ہوتی ہے۔

9. مزاج اور رویے میں کوئی بناوٹ یا تصنع نہ پیدا کریں۔کسی کی نقل کرنے کی کوشش نہ کریں۔

10. انٹرویو کے آخر میں انٹرویو لینے والوں کو مسکراہٹ کے ساتھ شائستگی سے شکریہ ادا کریں۔

11. آپ کی میز سے چیزوں کے اٹھانے،کھڑے ہونے،کمرے سے جانے کا بھی مشاہدہ کیا جاتا ہے۔

12. پورے اعتماد کے ساتھ اسے انجام دیں۔اعتماد و بھروسے سے چلیں۔انٹرویو لینے والے کا سامنا کرتے وقت دروازہ کھولیں اور جانے کے بعد دروازہ بند کردیں۔

13. عمارت چھوڑنے سے پہلے ریسپشنسٹ یا سیکریٹری سے اپنی نیک خواہشات کا اظہار کرنا نہ بھولیں۔

انٹرویو کا تجزیہ یہ جاننے کے لیے کریں کہ آپ نے کیا غلط کیا۔اپنی ناکامی کو قبول کریں اور اگلے انٹرویو کے لیے تیار رہیں۔

کچھ مثالی سوالات جو انٹرویو میں پوچھے جاتے ہیں	انٹرویو لینے والا امیدوار میں کیا دیکھنا چاہتا ہے	انٹرویو میں مسترد کیے جانے کے کچھ عام اسباب
● اس ملازمت کے لیے آپ خود کو موزوں کیوں سمجھتے ہیں۔ ● اپنے بارے میں اپنی فیملی کے پس منظر کے بارے میں کچھ بتائیں۔ ● آپ کی طاقت اور کمزوریاں کیا ہیں؟ ● آپ اس کمپنی میں ملازمت کیوں کرنا چاہتے ہیں؟ ● آپ نے یہ لائن / فیلڈ کیوں منتخب کی؟ ● زندگی میں آپ کے مقاصد کیا ہیں؟ ● آپ کے شوق کیا ہیں؟ اور آپ اپنا خالی وقت کیسے گزارتے ہیں؟ ● تنخواہ کے بارے میں آپ کی توقعات کیا ہیں؟	● شخصیت ● مضمون کا علم / ذہانت ● تعلیم و تجربہ ● ترسیلی مہارت ● گزشتہ حصولیابی / کامیابی ● ذاتی اوصاف جیسے ایمانداری، دیانت داری، صبر و تحمل، خوش اخلاقی، تیزی وغیرہ	● اپنی ذات کو ٹھیک سے روشناس نہ کرانا۔ ● خوش اخلاقی / شائستگی کی کمی ● خلوص میں کمی ● بددیانتی یا فریب دہی ● کمزور ترسیلی مہارت ● غیر منظم اور گول مول جوابات ● جھوٹ بولنا ● پابندی اوقات کا نہ ہونا ● علم و ذہانت میں کمی ● تیز آواز ● اعتماد میں کمی یا ضرورت سے زیادہ اعتماد ● کمزور تیاری

اختتامی مشق

نہایت مختصر جوابی سوالات

1. ملازمت کی خالی جگہوں کی معلومات کے کسی چار وسائل کا شمار کیجیے۔
2. بھرتی کے عمل میں مینجمنٹ صلاح کار کا کردار بیان کیجیے۔
3. اصطلاح شخصی کو الف (Resume) سے کیا مراد ہے؟
4. ملازمت چاہنے والوں کے کوئی چار اوصاف بیان کیجیے۔
5. گروپ مباحثے'' سے انٹرویو لینے والا کن خوبیوں کی جانچ کرسکتا ہے؟

مختصر جوابی سوالات

1. بھرتی کے عمل میں روزگار دفاتر نمایاں کردار نہیں ادا کررہے ہیں، کیا آپ اس بیان سے متفق ہیں؟ اسباب بتائیے۔
2. ان وسائل کا نام بتائیے جو ملازمت کی خالی جگہوں کے بارے میں معلومات فراہم کرتے ہیں۔
3. بھرتی کے عمل میں پلیس منٹ ایجنسیوں کے ذریعے کیا کام انجام دیے جاتے ہیں؟
4. ان چار نکات کو بیان کیجیے جو کسی کو اپنے بایوڈاٹا میں تحریر کرنے چاہئیں؟
5. ملازمت کے عہدے کے لیے خالی جگہوں کے بارے میں معلومات فراہم کرنے میں پرنٹ میڈیا کا کردار بیان کیجیے۔

طویل جوابی سوالات

1. روزگار دفاتر میں نام کا رجسٹریشن حاصل کرنے کے طریقہ عمل کو مختصر بیان کیجیے۔
2. ہندوستان میں روزگار دفاتر کے کردار کی وضاحت کیجیے۔
3. اپنی پسند کی ملازمت حاصل کرنے کے لیے ملازمت چاہنے والوں کی مدد کرنے میں الیکٹرانک میڈیا کا کردار بیان کیجیے۔
4. کسی کمپنی کو بایوڈاٹا بھیجنے کے لیے کورنگ لیٹر تیار کرتے وقت کسی کو کن نکات پر غور کرنا چاہیے؟
5. انتخابی جانچ کی انٹرویو شکل کے بارے میں مختصراً بتائیے۔

18. ہنرمندی کی ترقی

(SKILL DEVELOPMENT)

ہنرمندی کی ترقی اسکل انڈیا کے وژن کے لیے مرکزی حکومت کی ایک پہل ہے۔اس کا مقصد ان نوجوانوں کی مہارتوں کو فروغ دینا ہے جنہیں صنعتی تنظیموں میں ملازمت دی جاسکتی ہے۔حکومت نے 15 جولائی 2015 کو 19 مراکز میں اسکل انڈیا پروگرام کا آغاز کیا۔ان مراکز میں شامل ہیں۔اگرتلہ، احمد آباد، ایزول، بڈی، چنئی، دمن، دہرادون، گنگٹوک، حیدرآباد، ایٹانگر، جے پور، لکشدیپ، ممبئی، پٹنہ، پورٹ بلیئر، پڈوچیری، سلواسا، شیلانگ، ادھم پور۔اسکل انڈیا ایک نقطہ نظر ہے جو صنعت کے لیے درکار مہارتوں کو فروغ دینے پر مرکوز ہے۔مرکزی حکومت نے ہنرمندی کو فروغ دینے کے لیے ہنرمندی اور صنعت کاری کی ترقی کے لیے وقف ایک وزارت بھی بنائی ہے۔

اکتسابی مقاصد

☆ مہارت یا ہنر کی ترقی کے تصور کی وضاحت کریں؛

☆ اسکل انڈیا کے مقاصد اور خصوصیات کی شناخت کرنا؛

☆ مہارت کی ترقی کی ضرورت اور اہمیت کو اجاگر کرنا؛ اور

☆ حکومت، این ایس ڈی سی اور دیگر اداروں کے اقدامات کے استعمال کی وضاحت کریں

18.1 مہارت کی ترقی کا تصور

اسکل انڈیا یا ہندوستان کی صلاحیتوں کی ترقی کے لیے قومی مشن 15 جولائی 2015 کو وزیراعظم نریندر مودی کی طرف سے شروع کی گئی ایک مہم ہے، جس کا مقصد ہندوستان میں 40 کروڑ سے زیادہ لوگوں کو صنعت سے متعلق مختلف مہارتوں میں شامل کرنا ہے۔اس کی اہمیت کی وجہ سے، ہر سال 15 جولائی کو عالمی یوم نوجوانوں کی اہلیت کے طور پر منایا جاتا ہے۔اس پالیسی نے 2009 کی قومی ہنرمندی کی ترقی کی پالیسی کی جگہ لے لی۔

اسکل انڈیا کا وژن مختلف اسکیموں اور تربیتی کورسز کی مدد سے 2022 تک ایک بااختیار لیبر فورس بنانا ہے۔مختلف حکومتی اقدامات شامل ہیں، جیسے:

☆ ہنرمندی کی ترقی کے لیے قومی مشن

☆ ہنرمندی اور صنعت کاری کی ترقی کے لیے قومی پالیسی، 2015

☆ پردھان منتری کوشل وکاس یوجنا (پی ایم کے وی وائی)

☆ ہنرمندی کے لیے قرضوں کی اسکیم

☆ ہنرمند دیہی ہندوستان

ہنرمندی کی ترقی اسکل انڈیا کے وژن کو پورا کرنے کے لیے مرکزی حکومت کی ایک پہل ہے۔اس کا مقصد ان نوجوانوں کی مہارتوں کو فروغ دینا ہے جنہیں صنعتی تنظیموں میں ملازمت دی جاسکتی ہے۔اس مقصد کے لیے، مرکزی حکومت نے ہنرمندی اور صنعت کاری کی ترقی کے لیے وقف ایک وزارت بھی بنائی ہے تاکہ اسکل انڈیا کے مقاصد کو تحریک دی جاسکے، جیسا کہ اس باب کے اگلے حصے میں بحث کی جائے گی۔

ہنرمندی کی نشوونما کا عمل ہے:

☆ ہنرمندیوں کی خلاف ورزیوں کی شناخت، اور

☆ کسی فرد کو اپنے مقاصد کے قابل بنانے کے لیے موجودہ ہنروں کو فروغ دیں۔

18.2 اسکل انڈیا کے اہداف اور خصوصیات

اسکل انڈیا نے درج ذیل مقاصد کی وضاحت کی ہے جن کی طرف وہ کوشاں ہے:

☆ ہندوستان کے نوجوانوں کی صلاحیتوں کی ترقی کے لیے مواقع، جگہ اور گنجائش پیدا کریں۔

☆ ان شعبوں میں سے مزید ترقی کرنا جو اتنے سالوں سے مہارتوں کی ترقی کے تحت ہیں۔

☆ مہارتوں کی ترقی کے لیے نئے شعبوں کی شناخت کریں۔

☆ نئے پروگرام کا مقصد 2020 تک ہمارے ملک میں 50 کروڑ نوجوانوں کو تربیت اور مہارت کی ترقی فراہم کرنا ہے، جس میں ہر گاؤں کا احاطہ کیا جائے گا۔

یہ مقاصد خصوصی اقتصادی زون (ایس ای زیڈ) اور صنعتی پارکوں سمیت مائیکرو، چھوٹے، درمیانے اور بڑی صنعتوں کے لیے ہنرمند مزدوروں کی مناسب دستیابی کو یقینی بنانے کے لیے حکومت کے جذبے کے مطابق ہیں۔حکومت تربیت اور تعیناتی کے موثر طریقہ کار کے ساتھ ساتھ روزگار کی مختلف اسکیموں میں ہم آہنگی پیدا کرنا چاہتی ہے۔

اسکل انڈیا مرکزی اور ریاستی حکومتوں کے ذریعے کیے گئے پچھلے اقدامات کے مقابلے میں منفرد ہے۔خصوصیات جو اسے منفرد بناتی ہیں:

☆ نوجوانوں کو اس طرح بااختیار بنانے پر زور دیا گیا ہے کہ وہ روزگار حاصل کریں اور ان کی صنعت کاری کو بھی بہتر بنائیں۔

☆ روایتی نوعیت کے تمام پیشوں کے لیے تربیت، مدد اور رہنمائی فراہم کریں جیسے بڑھئی، کابلرس، ویلڈرس، لوہار، معمار، نرسیں، ٹیلر، بنکر وغیرہ۔

☆ جڑوں کے سامان، تعمیر، نقل وحمل، ٹیکسٹائل، زیورات کی صنعت، زیورات کے ڈیزائن، بینکنگ، سیاحت اور مختلف دیگر شعبوں جیسے نئے شعبوں پر زیادہ زور دیا گیا ہے، جہاں مہارتوں کی ترقی ناکافی یا خالی ہے۔

☆ تربیتی پروگرام بین الاقوامی سطح پر ہیں تاکہ ہمارے ملک کے نوجوان نہ صرف اندرونی بلکہ امریکہ، جاپان، چین، جرمنی، روس اور مغربی ایشیا جیسے دیگر ممالک کے مطالبات کو بھی پورا کرسکیں۔

☆ 'اسکل انڈیا' پروگرام کی ایک اور قابل ذکر خصوصیت تربیتی عمل کو معیاری بنانے اور تصدیق کرنے کے لیے 'رورل انڈیا اسکل' کے نام سے ایک مخصوص نام بنانا ہوگا۔

☆ پروگرام ایک پیمائش پر شروع کیے گئے ہیں اور مخصوص عمر کے گروپوں کی ضروریات پر مبنی ہیں، جن میں زبان اور مواصلات کی مہارتیں، زندگی کی مہارتیں اور مثبت سوچ، ذاتی ترقی کی مہارتیں، انتظامی مہارتیں، رویے کی مہارتیں، بشمول محنت اور روزگار کی مہارتیں شامل ہوسکتی ہیں۔

☆ اسکل انڈیا کورس کا طریقہ کار اختراعی ہے، اور اس میں کھیل، گروپ ڈسکشن، خیالات کے سیشن، عملی تجربات، کیس اسٹڈیز وغیرہ شامل ہیں۔

18.3 مہارت کی ترقی کی ضرورت اور اہمیت

1. بڑی تعداد میں نوجوان آبادی

ہندوستان دنیا کا دوسرا سب سے زیادہ آبادی والا ملک ہے، جس میں دنیا کی آبادی کا تقریبا پانچواں حصہ ہے۔ 'پرسپیکٹیو اس ڈی لا پوبلشین منڈیل' کے 2019 کے جائزے کے مطابق، آبادی 135 ملین تھی۔ ہندوستان میں 50% سے زیادہ آبادی 25 سال سے کم عمر اور 65% سے زیادہ 35 سال سے کم عمر کی ہے۔ توقع ہے کہ 2020 میں ہندوستانی سمندر کی اوسط عمر 29 سال ہوگی، اس کے مقابلے میں چین کے لیے 37 اور جاپان کے لیے 48 سال ہوگی۔ اتنی بڑی نوجوان آبادی حکومت کو پابند کرتی ہے کہ وہ اس بات کو یقینی بنانے کے طریقے تلاش کرے کہ وہ ہندوستان کے عالمی سپر پاور اور ایک ترقی یافتہ ملک بننے کے خواب کو پورا کرنے میں مدد کے لیے پیداواری طور پر ملازمت کرے۔ اسکل انڈیا اس سمت میں ایک بنیادی پہل ہے۔

2. صنعتی اور زرعی ترقی کے لیے تعاون

تربیت کے ذریعے انسانی وسائل کی ترقی میں سرمایہ کاری ایک مناسب صلاحیت والی آبادی فراہم کرتی ہے جو ہندوستان کی صنعتی اور زرعی ترقی کو براہ راست اور سازگار طور پر متاثر کرتی ہے۔

3. کاروباری اور چھوٹے اور درمیانے درجے کے کاروباری اداروں کا فروغ

صنعت کاری ایک اقتصادی سپر پاور کے طور پر ہندوستان کی ترقی کی کلید ہے۔ اس لیے اسکل انڈیا ان اہل کاروباریوں کی مدد کرنے کے لیے ایک سنگ بنیاد ہے جو ایک بار پھر اپنے طور پر روزگار کے تخلیق کار بن سکتے ہیں۔

4. اس خلا کو پر کرنا جسے تعلیمی شعبہ پورا کرنے کے قابل نہیں ہے:

ہندوستانی تعلیمی نظام طلباء کو صنعت میں روزگار کے لیے تیار کرنے کے کچھ پہلوؤں میں پیچھے ہے۔ اس لیے ہنرمند اور تعلیم یافتہ افرادی قوت کے درمیان فرق کو ختم کرنے اور صنعت کی ہر قسم اور پیمانے کے لیے افرادی قوت کو دستیاب کرنے کے لیے اسکل انڈیا کی ضرورت ہے۔

18.4 ہنرمندی کے فروغ کے لیے اقدامات

184.1 پردھان منتری کوشل وکاس یوجنا - پی ایم کے وی

پردھان منتری کوشل وکاس یوجنا (پی ایم کے وی وائی) حکومت ہند کا ایک منفرد اقدام ہے جس کا مقصد عالمی منڈی کے لیے مہارتوں/ہنرمندی اور فہرستوں کی بنیاد پر تقریباً 24 لاکھ نوجوان ہندوستانیوں کو صنعت کے لیے موزوں بنانا ہے۔ اس اسکیم کے تحت، سیکھنے والوں کو تربیت اور تشخیص کو کامیابی کے ساتھ مکمل کرنے پر مالی مدد اور ایک سند بھی ملے گی، جس سے انہیں بہتر مستقبل کے لیے ملازمت حاصل کرنے میں مدد ملے گی۔ یہ اسکیم بنیادی طور پر نوجوانوں کی تشکیل اور انہیں صنعتی دنیا کے چیلنجوں کا سامنا کرنے کے لیے تیار کرنے پر مرکوز ہے۔

اسکولوں اور کالجوں میں ہنرمندی کی ترقی پر کم زور دینے کو مدنظر رکھتے ہوئے حکومت نے تربیتی مراکز قائم کرنے کا فیصلہ کیا ہے۔ دلچسپی رکھنے والے امیدواروں کو کورس میں حصہ لینے کے لیے کچھ بنیادی مراحل پر عمل کرنا چاہیے۔ یہ توقع کی جاتی ہے کہ امیدوار، سب سے پہلے، ایک تربیتی مرکز تلاش کریں، اندراج کریں، مطلوبہ مہارتیں سیکھیں، تشخیص اور سرٹیفیکیشن پروگرام میں حصہ لیں، اور آخر میں انعام حاصل کریں۔ پی ایم کے وی وائی اسکیم کو ملک بھر میں ہنرمندی کے کئی شعبوں میں کامیابی کے ساتھ نافذ کیا جارہا ہے۔ پی ایم کے وی وائی 2.0 کے 2020 تک مکمل ہونے کی امید ہے۔ یہ پی ایم کے وی وائی 3.0 کی لانچ تجویز کے ساتھ ہم آہنگ ہے۔

18.4.2 ہنرمندی کے فروغ کے لیے قومی مشن

ہنرمندی کی ترقی کے لیے قومی مشن (این ایس ڈی ایم) کا آغاز عزت مآب وزیراعظم نے نوجوانوں کی ہنرمندی کے عالمی دن کے موقع پر 15 جولائی 2015 کو کیا تھا تاکہ ایک ایسا ٹھوس ادارہ جاتی فریم ورک فراہم کیا جاسکے جو پورے ملک میں ہنرمندی کی ترقی کی کوششوں کو لاگو اور وسیع کرے اور سال 2022 تک کم از کم 300 ملین لوگوں کو بااختیار بنائے۔ اس مشن کے تحت ہنرمندی اور صنعت کاری کی ترقی کی وزارت سمیت 20 وزارتیں/مرکزی محکمے ہنرمندی کے فروغ سے متعلق 40 سے زیادہ اسکیموں/پروگراموں کے نفاذ میں شامل ہیں۔ مشن کے تحت تربیتی سرگرمیوں کا نفاذ اس کی متعلقہ ہدایات کے تحت مختلف اسکیموں کی بجٹ کی دفعات کے مطابق کیا جائے گا۔

اس کے علاوہ، ہنرمندی کی ترقی کے لیے قومی فنڈ حکومت ہند نے ملک میں ہنرمندی کی ترقی کے لیے 995.10 کروڑ روپے کے ابتدائی سرمائے کے ساتھ قائم کیا ہے۔

18.4.3 ہنرمندی اور صنعت کاری کی ترقی کے لئے قومی پالیسی، 2015

پالیسی کا بنیادی مقصد فرد کو بااختیار بنانا ہے، جس سے وہ مسلسل سیکھنے کے عمل کے ذریعے اپنی مکمل صلاحیت کا ادراک کرسکے جہاں قابل اعتماد سرٹیفکیٹ، جمع کرنے اور کریڈٹ کی منتقلی وغیرہ جیسے آلات کے ذریعے قابلیت جمع کی جاتی ہے۔ جیسے جیسے افراد ترقی کرتے ہیں، معاشرے اور قوم کو بھی ان کی بہتر صلاحیتوں سے فائدہ ہوتا ہے۔ قومی سیاست:

i. نوجوانوں اور آجروں دونوں کے لیے معیاری سمندری امنگوں کی پیشہ ورانہ تربیت بنانا۔
ii. رسمی تعلیم کے ساتھ پیشہ ورانہ تربیت کے سیال انضمام کے ذریعے زیادہ ترقی کے لیے ایک اہل لیبر فورس کی طرف عمودی اور افقی

دونوں راستوں کو یقینی بنانا۔

iii. معیاری تربیت کے لیے نتیجہ پر مبنی نقطہ نظر پر توجہ مرکوز کریں جس کے نتیجے میں ایک طرف زیادہ روزگار اور افراد کے لیے زندگی کے بہتر ذرائع ہوں اور دوسری طرف بنیادی، ثانوی اور تر تیری شعبوں میں زیادہ پیداواری صلاحیت پیدا ہو۔

iv. ہر شہری کے لیے مساوی اور آسان رسائی کو یقینی بنانے کے لیے تربیتی بنیادی ڈھانچے اور تربیت کاروں کی صلاحیت اور معیار میں اضافہ کرنا۔

v "میک ان انڈیا" جیسے پروگراموں سمیت صنعت کی سیکٹرل ضروریات اور ملک کی اسٹریٹجک ترجیحات کے ساتھ اہل کارکنوں کی فراہمی کو ہم آہنگ کر کے انسانی وسائل کی ضروریات کو پورا کرنا۔

vi اہل کام کی مانگ اور سپلائی کو یکجا کرنے کے لیے آئی ٹی پر مبنی ایک معلوماتی نظام قائم کریں، جو سپلائی کو مانگ کے برابر کرنے اور اس سے جوڑنے میں مدد کر سکتا ہے۔

vii پیشہ ورانہ معیارات کی تعریف میں آجروں کی فعال شرکت کے ذریعے اضافے کے میدان میں قومی معیارات کو فروغ دینا۔

viii کام میں تربیت کی اہمیت کو پہچانیں، کام میں سیکھنے کو مہارتوں کو فروغ دینے کی تمام کوششوں کا ایک لازمی حصہ بنائیں۔

ix. اس بات کو یقینی بنائیں کہ سماجی اور جغرافیائی طور پر پسماندہ اور پسماندہ گروہوں (جیسے ایس سی، ایس ٹی، او بی سی، اقلیتیں، معذور افراد وغیرہ) کی گنجائش کی ضروریات ہیں۔ مناسب طریقے سے خطاب کیا جاتا ہے.

x. مناسب تربیت اور تربیت میں صنفی نقطہ نظر کو شامل کر کے افرادی قوت میں خواتین کی زیادہ سے زیادہ شرکت کو فروغ دینا۔

18.4.4 ہنرمندی لون اسکیم

یہ ہنرمندی کے لیے قرض کی ایک پہل ہے جس میں اگلے پانچ سالوں کے دوران ہنرمندی کے فروغ کے پروگرام میں مدد کرنے کے خواہشمند افراد کو Rs.5000 سے 1.5 لاکھ تک کے قرضے پیش کیے جائیں گے۔ خیال یہ ہے کہ پیشہ ورانہ تربیتی پروگراموں تک رسائی میں آنے والی مالی رکاوٹوں کو ختم کیا جائے۔

18.4.5 قومی دیہی روزگار مشن: اجیوکا اسکلس

آجیوکا-نیشنل رورل لائیولی ہڈمشن (این آر ایل ایم) حکومت ہند کی دیہی ترقی کی وزارت (ایم او آر ڈی) کی طرف سے شروع کی گئی ایک پہل ہے۔ یہ پروگرام (اے ایس ڈی پی) این آر ایل ایم کے تحت کام کرتا ہے۔ اس کا مقصد نوجوانوں کی پیشہ ورانہ امنگوں اور مفادات کو سمجھنا اور ان کی روزانہ کی آمدنی میں اضافہ کرنا ہے۔ یہ مشن غریب برادریوں کے نوجوانوں کو اپنی صلاحیتوں کو بہتر بنانے اور ملک کی اہل لیبر فورس میں شامل ہونے کا موقع فراہم کرتا ہے۔ پروگرام کی کچھ اہم خصوصیات میں پلیسمنٹ کے بعد مدد، تربیت کے دوران کھانا اور نقل وحمل اور بیمہ شدہ پلیسمنٹ شامل ہیں۔

این آر ایل ایم وقف اور حساس معاون ڈھانچے کے ذریعے مناسب پلیٹ فارم کی تخلیق کے ذریعے غریبوں کی کاروباری

مہارتوں کی حمایت کر کے تبدیلی لانا چاہتا ہے۔ این آر ایل ایم کی مانگ پر مبنی حکمت عملی ہے اور اس اسکیم کو نافذ کرنے کے لیے ریاستوں کو اپنا نقطہ نظر رکھنے کی ترغیب بھی دیتی ہے۔ اس اسکیم کے ذریعے نجی شعبے کو بھی خود روزگار پیدا کرنے کے لیے تربیتی ادارے قائم کرنے کی ترغیب دی جارہی ہے۔

18.4.6 دین دیال اپادھیائے گرام کوشل یوجنا-DDU-GKY

دین دیال اپادھیائے گرام کوشل یوجنا (ڈی ڈی یو-جی کے وائی) دیہی نوجوانوں کے لیے تعیناتی سے منسلک مہارتوں کی ترقی کا ایک پروگرام ہے۔ اب تک ڈی ڈی یو-جی کے وائی اسکیم کے تحت 66 خصوصی منصوبے انجام دیے جا چکے ہیں۔ 15 ریاستوں میں کم از کم پانچ پروجیکٹ منظور شدہ ہیں اور بہت سے زیر عمل ہیں۔

ڈی ڈی یو-جی کے وائی ملک بھر میں مختلف قسم کے پیشہ ورانہ تربیتی پروگراموں کو مالی اعانت فراہم کرتا ہے جس میں 250 سے زیادہ دفاتر شامل ہیں، جیسے ریٹیل، ہاسپیٹیلیٹی، ہیلتھ، کنسٹرکشن، آٹو موٹر ریز، کیورو، الیکٹریکو، فونٹینر یا، گیماس اور جویریا۔ ڈی ڈی یو-جی کے وائی کو پورے ہندوستان میں اپنایا جارہا ہے کیونکہ یہ اسکیم تقریباً تمام ریاستوں اور مرکز کے زیر انتظام علاقوں میں بڑے پیمانے پر نافذ کی جارہی ہے۔

18.4.7 دیندایالانتیو دیوجنا-قومی اربن لائف ہاؤڈزمشن-DAY-NULM

ڈی اے وائی-این یو ایل ایم مشن کا بنیادی مقصد شہری گھرانوں کی غربت کو کم کرنا اور انہیں منظّم طریقے سے اپنی صلاحیتوں سے متعلق روزگار کے مواقع تک رسائی فراہم کرنا ہے۔ اس اسکیم کے ایک حصے کے طور پر، لوس سین ہوگرار بنوس، لوس وینڈیڈورس ایمبولینٹس ار بنوس وغیرہ کی مدد کے لیے علاقائی کیبو ورکشاپس بھی۔ لانچ کیا گیا۔ پروگرام کے اہم مقاصد میں سے ایک تربیت اور مہارتوں میں بہتری کے ذریعے لوگوں کو زندگی کے پائیدار ذرائع حاصل کرنے میں مدد کرنا ہے۔

ایک اور مقصد شہری غریبوں کو ایسے کورسز میں حصہ لینے کی ترغیب دے کر ان کی آمدنی میں اضافہ کرنا ہے جو روزگار اور/ یا خود روزگار کے مواقع فراہم کر سکتے ہیں، جو بالآخر زندگی کے بہتر معیار کی طرف لے جائے گا۔ اس اسکیم کے ذریعے حکومت ہند غیر منظّم کام کے شعبوں میں ایک باقاعدہ کارکن کو درپیش خطرات کو ختم کرنے کی بھی امید کرتی ہے۔ یہ یقین کہ غریبوں میں کاروباری صلاحیت اور غربت سے نکلنے کی جان بوجھ کر خواہش بھی ہوتی ہے، یہی اس مشن کو آگے بڑھاتا ہے۔

18.4.8 مہاتما گاندھی قومی دیہی روزگار گارنٹی ایکٹ NREGA:

این آر ای جی اے غیر اہل دستی کارکنوں کو معاوضے پر مبنی روزگار فراہم کر کے دیہی علاقوں میں کام کرنے کے حق کی ضمانت دیتا ہے۔ ایک فرد کو ہر گھر میں کم از کم 100 دن کے روزگار کی ضمانت دی جاتی ہے جو اس رکن کے لیے ہے جو اہلیت کے بغیر کام کرنے کو تیار ہے۔ این آر ای جی اے کے تحت روزگار کی ایک قانونی شق ہے اور روزگار کی اسکیموں کو براہ راست گراماتی پنچایتوں کے ذریعے نافذ کیا جاتا ہے۔

اقتصادی تحفظ فراہم کرنے اور دیہی اثاثے بنانے کے علاوہ، نریگا کا مقصد ماحولیات کا تحفظ، دیہی خواتین کو بااختیار بنانا، دیہی-شہری نقل مکانی کو کم کرنا اور سماجی مساوات کو فروغ دینا ہے۔

18.4.9 ٹریننگ کے ڈائریکٹر جنرل-ماڈیولر روزگار کے قابل مہارت-DGTMES

حکومت ہند اور وزارت محنت نے مشترکہ طور پر 'انیشیٹیو اڈی ڈیسر رولوڈی ہیبلیڈ یڈس' (ایس ڈی آئی) کے تحت 'ہیبلیڈ یڈس ماڈیولر ایمپلیبلز' (ایم ای ایس) کا آغاز کیا ہے۔اس اسکیم کے تحت، یہ اسکول چھوڑنے والوں اور موجودہ کارکنوں، خاص طور پر غیر منظّم شعبے میں، روزگار کے قابل مہارتوں میں صلاحیت پیدا کرے گا۔ یہ پروگرام 2007 سے چل رہا ہے اور اعداد وشمار سے پتہ چلتا ہے کہ اسکول چھوڑنے والے طلباء کی ایک بڑی تعداد کو پیشہ ورانہ تربیت اور سیکھنے کے مختلف پروگراموں کے ذریعے اپنی ملازمت کو بہتر بنانے کے لیے مہارتوں کی ترقی تک رسائی حاصل نہیں ہے۔

اس اسکیم کا بنیادی مقصد ان لوگوں کو پیشہ ورانہ تربیت فراہم کرنا ہے جنہوں نے اسکول چھوڑ دیا ہے، آئی ٹی آئی کے گریجویٹس، نوجوان دیہی اور بے روزگار افراد کو ان کی ملازمت کی اہلیت کو بہتر بنانے کے لیے۔اس کے علاوہ، 14 سال سے زیادہ عمر کے ان لوگوں کو ترجیح دی جاتی ہے جنہوں نے چائلڈ لیبر کی شکل میں تکلیف اٹھائی ہے تاکہ وہ ملازمت کے قابل مہارتیں سیکھ سکیں اور اس طرح تنخواہ کے ساتھ روزگار حاصل کر سکیں۔

18.5 این ایس ڈی سی اور دیگر تنظیموں کا کردار

18.5.1 قومی کارپوریشن ڈی ڈیسر للوڈی ہیبلیڈ یڈز

نیشنل ڈیولپمنٹ کارپوریشن آف انڈیا (این ایس ڈی سی) کو ایک پبلک پرائیویٹ ایسوسی ایشن (پی پی پی) کے طور پر قائم کیا گیا تھا جس کا بنیادی مینڈیٹ ہندوستان میں مہارتوں کے پینو راما کو تیار اور فعال کرنا تھا۔این ایس ڈی سی کا بنیادی فلسفہ درج ذیل ستونوں پر مبنی ہے:

- ☆ **تخلیق کریں:** معیار کی پیشہ ورانہ تربیت کے بڑے اداروں کی تشکیل کو فعال طور پر متحرک کریں۔
- ☆ **فنڈ:** سبسڈی اور شیئر کیپٹل سمیت طویل مدتی سرمایہ فراہم کر کے خطرے کو کم کریں۔
- ☆ **اہلیت:** مہارتوں کی نشوونما کے لیے ضروری معاون نظاموں کی تخلیق اور پائیداری۔

اس میں صنعت کی قیادت میں سیکٹرل ہیبلٹیز کونسلیں شامل ہیں۔

این ایس ڈی سی کے اہم مقاصد یہ ہیں:

- ☆ صنعت کی نمایاں شرکت کے ذریعے مہارتوں کو بین الاقوامی معیار تک بہتر بنائیں اور معیارات، نصاب اور معیار کی یقین دہانی کے لیے ضروری فریم ورک تیار کریں۔
- ☆ مناسب پی پی پی ماڈلز کے ذریعے مہارتوں کی ترقی کے لیے نجی شعبے کے اقدامات کو بہتر بنائیں، ان کی حمایت کریں اور ان

میں ہم آہنگی پیدا کریں اور نجی شعبے کی اہم آپریشنل اور مالی شرکت کے لیے کوشش کریں۔

☆ مالی اعانت فراہم کرنے میں "مارکیٹ تخلیق کار" کا کردار ادا کرنا، ان شعبوں میں جہاں مارکیٹ میکانزم غیر موثر ہیں یا غیر حاضر ہیں۔

☆ ایسے اقدامات کو ترجیح دیں جو وقت کے پابند اثرات کے بجائے ضرب یا اتپریرک اثر ڈال سکتے ہیں۔

☆ **پارٹنرشپ**: این ایس ڈی سی متعدد اسٹیک ہولڈرز کے ساتھ ایسوسی ایشن کے ذریعے کام کرتا ہے تاکہ کپیسیٹیشن ایکوسسٹم کو متحرک اور تیار کیا جا سکے۔

☆ نجی شعبے کے ساتھ شراکت داری: ایسوسی ایشن کے شعبوں میں بیداری پیدا کرنا، صلاحیت پیدا کرنا، قرضوں کی مالی اعانت، سیکٹر اسکلز کونسلوں کی تخلیق اور آپریشن، تصدیق کے لیے تشخیص، روزگار پیدا کرنا، کارپوریٹ سماجی ذمہ داری، عالمی مہارتوں کی قابلیت اور خصوصی اقدامات میں شرکت شامل ہیں جیسا کہ اڑان جموں و کشمیر پر مرکوز ہے۔

☆ بین الاقوامی وعدے-سرمایہ کاری، تکنیکی مدد، بین الاقوامی معیارات، بیرون ملک روزگار اور دیگر شعبے۔

☆ مرکزی وزارتوں کے ساتھ شراکت داری: میک ان انڈیا، سوچھ بھارت، پردھان منتری جن دھن یوجنا، اسمارٹ سٹی، ڈیجیٹل انڈیا، نمامی گنگا وغیرہ پروگراموں میں شرکت کریں۔

☆ ریاستی حکومتوں کے ساتھ شراکت داری: پروگراموں اور اسکیموں کی ترقی، این ایس کیو ایف کے ساتھ صف بندی اور صلاحیتوں کو مضبوط بنانا، پروگرام کو عملی جامہ پہنانا، صلاحیتوں کو مضبوط کرنے کی کوششیں وغیرہ۔

☆ یونیورسٹیوں اور اسکولوں کے ساتھ شراکت داری-مخصوص تربیتی پروگراموں کے ذریعے تعلیم کو پیشہ ورانہ بنانا، کریڈٹ فریم ورک کا ارتقا، کاروباری افراد کی ترقی وغیرہ۔

☆ غیر منافع بخش تنظیموں کے ساتھ اتحاد- پسماندہ اور خصوصی گروہوں کی صلاحیتوں کو مضبوط بنانا، زندگی کے ذرائع کی ترقی، خود روزگار اور کاروباری پروگرام۔

☆ ابتدائی مراحل میں سماجی کاروباریوں کی مدد کریں جو تربیت کے ماحولیاتی نظام میں فرق کو دور کرنے کے لیے اختراعی کاروباری ماڈلز پر کام کرتے ہیں، بشمول معذور افراد کے لیے پروگرام۔

اپنے قیام کے بعد سے این ایس ڈی سی نے کئی کامیابیاں حاصل کی ہیں۔ یہ ہیں:

☆ ملین سے زائد اہل طلباء

☆ تربیت اور صلاحیت کی ترقی کے لیے نجی شعبے کی 235 انجمنیں (ہر ایک 10 سال کی مدت میں کم از کم 50,000 افراد کو تربیت دے گی)۔

☆ 38 سیکٹر اسکل کونسلوں (ایس ایس سی) کو خدمات، مینوفیکچرنگ، زراعت اور متعلقہ خدمات اور غیر رسمی شعبوں میں منظوری دی گئی۔ ان شعبوں میں حکومت کی طرف سے شناخت کیے گئے اعلی ترجیح کے 20 شعبوں میں سے 19 اور میک ان انڈیا پہل کے تحت 25 شعبے شامل ہیں۔ (جدول 22.1 سے رجوع مکرر)

☆ 744, منفرد قومی پیشہ ورانہ معیارات (این او ایس) کے ساتھ 1386 کوالیفکیشن پیک جن کی 1000 سے زیادہ کمپنیوں نے توثیق کی ہے۔

☆ اس نے 10 ریاستوں میں پیشہ ورانہ تربیت متعارف کرائی ہے، جس میں 2400 سے زیادہ اسکولوں، 2 جنھوں کا احاطہ کیا گیا ہے، جس سے 2.5 لاکھ سے زیادہ طلباء مستفید ہوئے ہیں۔ این او ایس اور ایس ایس سی کی تصدیق پر مبنی نصاب۔ این ایس ڈی سی یو جی سی/ اے آئی سی ٹی ای کے تحت 21 یونیورسٹیوں اور کمیونٹی کالجوں کے ساتھ مل کر تعلیم اور تربیت کو قومی قابلیت فریم ورک (این ایس کیو ایف) کے ساتھ ہم آہنگ کرنے کے لیے کام کر رہا ہے۔

☆ وزارت داخلہ کے زیر انتظام علاقوں میں تعلیمی پروگراموں کے نفاذ کی ایجنسی، پی ایم کے وی وائی۔

☆ 1400 تربیتی شراکت داروں، 28,179 تربیتی مراکز، 16,479 ٹرینرز، 20 روزگار پورٹلز، 77 تشخیصی ایجنسیوں اور 4983 پینلائزڈ تشخیص کاروں کے ساتھ سسٹم ڈی گیسٹیئن ڈیل ڈیسر رولوڈی ہیلیڈ یڈس (ایس ڈی ایم ایس)۔

18.5.2 نیشنل ایجنسی فار اسکل ڈیولپمنٹ

ہنرمندی کی ترقی کے لیے قومی ایجنسی (این ایس ڈی اے) ایک خودمختار ادارہ (1860 کے رجسٹر آف سوسائٹیز کے قانون کے تحت ایک سوسائٹی کے طور پر رجسٹرڈ) کو ملک میں ہنرمندی کی ترقی کی سرگرمیوں کو مربوط اور ہم آہنگ کرنے کے مینڈیٹ کے ساتھ بنایا گیا تھا، اور یہ ہنرمندی کی ترقی اور صنعت کاری کی وزارت (ایم ایس ڈی ای) کا حصہ ہے۔

این ایس ڈی اے کے کام یہ ہیں:

☆ 12 ویں پانچ سالہ منصوبے اور اس سے آگے کی تربیت کے مقاصد کو پورا کرنے کے لیے ہر ممکن اقدامات کرنا۔

☆ مختلف وزارتوں/ مرکزی محکموں، ریاستی حکومتوں، این ایس ڈی سی اور نجی شعبے کے درمیان مہارت کی ترقی کے لیے نقطہ نظر کو مربوط اور ہم آہنگ کریں۔

☆ اس بات کو یقینی بنانے کے لیے کہ معیار اور معیارات شعبے کی مخصوص ضروریات کو پورا کرتے ہیں، این ایس کیو ایف کو واضح اور فعال کریں۔

☆ ہنرمندی کی ترقی کے لیے ریاستی مشنوں کے لیے نوڈل ایجنسی بنیں

☆ کثیر الجہتی ایجنسیوں اور نجی شعبے سمیت بین الاقوامی ایجنسیوں جیسے مختلف ذرائع سے مہارتوں کی ترقی کے لیے اضافی بجٹ کے وسائل کی بازیابی۔

☆ موجودہ مہارتوں کی ترقی کے پروگراموں کا جائزہ لیں تاکہ ان کی تاثیر کا اندازہ کیا جا سکے اور انہیں زیادہ موثر بنانے کے لیے اصلاحی اقدامات تجویز کیے جا سکیں۔

☆ ہنرمندی کی ترقی سے متعلق ایک قومی ڈیٹا بیس بنائیں اور اسے برقرار رکھیں، جس میں متحرک لیبر مارکیٹ انفارمیشن سسٹم (ایل ایم آئی ایس) کی ترقی بھی شامل ہے۔

☆ دفاع کے لیے مثبت اقدامات کریں۔

☆ اس بات کو یقینی بنائیں کہ پسماندہ اور پسماندہ گروہوں جیسے ایس سی، ایس ٹی، او بی سی، اقلیتوں، خواتین اور معذور افراد کی تربیت کی ضروریات کو پورا کیا جائے۔

☆ کسی بھی دوسرے کام کی مشق کریں جو سمندر کو حکومت ہند نے تفویض کیا ہے۔

این ایس ڈی اے کی طرف سے کی جانے والی سرگرمیاں

نیشنل کوالیفیکیشن فریم ورک (این ایس کیوایف) کی نگرانی اور نفاذ کے علاوہ این ایس ڈی اے کی طرف سے کئے گئے کچھ دیگر اقدامات درج ذیل ہیں:

1. **حکومت ہند کی مہارتوں کی ترقی کے لیے اسکیموں کو معقول بنانا**

این ایس ڈی اے نے مہارت کی ترقی کی مختلف مرکزی اسکیموں میں معیارات کو یکجا کرنے کے لیے مختلف وزارتوں اور اسٹیک ہولڈرز کے ساتھ کام کیا ہے، جبکہ شمال مشرقی، پہاڑی اور دیگر جغرافیائی ریاستوں کی خصوصی ضروریات کو تسلیم کیا ہے جو مہارت کی ترقی کے لیے چیلنجنگ حالات پیش کرتے ہیں۔

2. لیبر مارکیٹ کی معلومات کے مربوط نظام (ایل ایم آئی ایس) کی تشکیل

حکومت ہند کی دیگر تمام وزارتوں اور ریاستی حکومتوں کے ساتھ شراکت داری ہنر مندی کے فروغ کے تمام اہم پہلوؤں پر ایک قومی ڈیٹا بیس بنایا جا رہا ہے۔ یہ ایک واحد نقطہ ہوگا جہاں تمام متعلقہ معلومات شہریوں کے لیے مفت دستیاب ہوں۔ ایل ایم آئی ایس موثر کارکردگی لائے گا، شفاف ہوگا اور سب کے لیے دستیاب ہوگا، اور مختلف اسکیموں سے مستفید ہونے والے شخص کی صورتحال کو کافی حد تک کم کرنے میں مدد کرے گا۔

3. **ریاستوں سے وابستگی**

این ایس ڈی اے اب مختلف حکومتوں کے ساتھ مہارتوں کی ترقی کے لیے اپنے عملی منصوبے کی منصوبہ بندی کرنے، صلاحیتوں کی ترقی کی اپنی پالیسیاں تیار کرنے اور مناسب انتظامی طریقہ کار قائم کرنے میں ان کی مدد کرنے کے لیے فعال طور پر مصروف ہے۔ ایشین ڈویلپمنٹ بینک (اے ڈی بی)، یوروپی یونین (ای یو) اور ڈی ایف آئی ڈی (ڈیپارٹمینٹو ڈی ڈیسرولو انٹرنیشنل ڈیل گوبیرنو ڈیل رینو یونیڈو) کے ساتھ تکنیکی امدادی پروگراموں کے ذریعے این ایس ڈی اے 11 ریاستوں کی صلاحیتوں کی ترقی کے لیے ریاستی مشنوں کو اپنی اپنی صلاحیتوں کو بڑھانے میں مدد کر رہا ہے۔

4. **ہنر مندی میں اختراع کے لیے پہل**

این ایس ڈی اے میں منعقدہ انیشیٹیو اڈی انوویشن این ہیبلیڈ یڈس کے تحت ایک کمیٹی قائم کی گئی ہے۔ این ایس ڈی اے مہارتوں کی ترقی پر اختراعی خیالات، تصورات اور طریقوں کو مدعو کرتا ہے۔ کمیٹی اختراعات کی تمام تجاویز کا جائزہ لیتی ہے تاکہ ان کے نفاذ کو بڑے پیمانے پر آسان بنایا جا سکے۔

18.5.3 سیکٹرل مہارت کونسلز

اس کی تخلیق کے بعد سے، این ایس ڈی سی کی طاقت کے اہم ستونوں میں سے ایک سیکٹرل ہیبلیٹیز کونسلیں (ایس ایس سی) ہیں جو صنعت کے مطالبات اور کیپسیٹیشن کی ضروریات کے درمیان فرق کو ختم کرنے میں اہم کردار ادا کرتی ہیں۔ آج تک این ایس ڈی سی نے مختلف شعبوں میں 38 کونسل آف ہیبلیٹیز کو منظوری دی ہے۔

نیشنل اسٹینڈ آف اوکیوپیشن ہندوستان کی صلاحیت کے ماحولیاتی نظام میں این ایس ڈی سی کی سب سے اہم شراکت میں سے ایک ہے، جو ایس ایس سی کی بدولت ممکن ہوا، جو قومی ایسوسی ایشن کی تنظیمیں ہیں جو تمام اداکاروں کو اکٹھا کرتی ہیں: صنعت، کام اور تعلیمی شعبے۔

ہر ایس ایس سی ایک خود مختار ادارے کے طور پر کام کرتا ہے اور اسے سیکشن 8 کی کمپنی یا سوسائٹی کے طور پر رجسٹر کیا جا سکتا ہے۔ این ایس ڈی سی کو ایس ایس سی کو ابتدائی مالی اعانت کے ساتھ شروع کرنے اور انکیو بیٹ کرنے کا حکم دیا گیا ہے تا کہ ان کی ترقی کو آسان بنایا جا سکے اور انہیں مقررہ وقت میں خود کفالت کی اجازت دی جا سکے۔

ایس ایس سی اور اس کے قیام کے سالوں کی فہرست مندرجہ ذیل ہے:

ہر ایس ایس سی کا کردار

اسے درج ذیل کاموں کے لیے ایس ایس سی میں شامل کیا گیا ہے:

☆ مہارت کی ترقی کی ضروریات کی شناخت، بشمول مہارت کی اقسام، رینج اور گہرائی کی فہرست تیار کرنا تا کہ افراد کو ان میں سے کسی ایک کا انتخاب کرنے میں آسانی ہو۔

☆ اس شعبے کی مہارتوں کی ترقی اور مہارتوں کی انونیٹری کو برقرار رکھنے کے لیے ایک منصوبہ تیار کرنا۔

☆ ہنروں/صلاحیتوں اور قابلیت کے معیارات کا تعین کریں اور انہیں قومی قابلیت فریم ورک (این ایس کیو ایف) کے مطابق مطلع کریں۔

	2010-11	2011-12	2012-13	2013-14	2014-15	2015-16
Priority Sectors	- Auto - Retail - IT/ITeS	- Media & Entertainment - Gems & Jewelry - Leather - Electronics - BFSI	- Logistics - Construction - Food Processing	- Life Sciences - Hospitality - Textiles & Handlooms - Apparels - Handicrafts - Power - Iron & Steel	- Hydrocarbons - Chemical & Petrochemicals - Furniture & Furnishings - PwD - Green Jobs	- Management - Strategic Manufacturing
Large Workforce		- Rubber - Capital Goods - Agriculture	- Telecom Aviation - Mining	- Aerospace & - Paints & Coatings - Earthmoving & Infra Building	- Sports tation	- Instrumen-
Informal Sectors			- Plumbing	- Beauty & Wellness	- Domestic Workers	

Table 18.1 - Sector Skill Councils and their founding year

☆ نیشنل اسکلس کوالیفکیشن کمیٹی (این ایس کیو سی) کے ذریعہ طے شدہ این ایس کیو ایف کے مطابق وابستگی، منظوری، امتحان اور تصدیق کے عمل کو معیاری بنانا۔

☆ یہ قابلیت کے پیکٹ/قومی پیشہ ورانہ معیارات (کیو پی/این او ایس) کے ساتھ منسلک تربیتی پروگراموں کے لیے مہارتوں کی بنیاد پر کیبو تشخیص اور سرٹیفکیشن بھی لے سکتا ہے۔

☆ ان کے متعلقہ شعبوں کے لیے وابستگی، منظوری، امتحان اور تصدیق کے معیارات کے قیام میں شرکت۔

☆ این ایس ڈی سی اور ریاستوں کے ساتھ مل کر ٹرینرز کی تربیت کے نفاذ کی منصوبہ بندی اور سہولت فراہم کرنا۔

☆ تعلیمی لیاقتوں کا فروغ۔

☆ ایس ٹی/ایس سی گروپوں، معذور افراد اور اقلیتوں کی تربیت کی ضروریات پر خصوصی توجہ دی جاتی ہے۔

☆ اس بات کو یقینی بنائیں کہ قائم کردہ معیارات کے مطابق اہل اور اہل افراد کے پاس معقول اجرت کے ساتھ ملازمت کی ضمانت ہو۔

☆ کام کی جگہ کا تعین

☆ مہارتوں کی تربیت کا سب سے اہم نتیجہ روزگار، سمندری خود روزگار یا تنخواہ کے طور پر روزگار ہے۔

☆ روزگار کو آسان بنانے کے لیے، ایس ایس سی کو پلیسمنٹ اور موبائل ایپلی کیشنز کا اپنا پورٹل تیار کرنے کی ترغیب دی گئی ہے۔

18.5.4 ہنرمندی اور صنعت کاری کی ترقی کی وزارت-MSDE

ہنرمندی اور صنعت کاری کی ترقی کی وزارت (ایم ایس ڈی ای) پورے ملک میں ہنرمندی کی ترقی کی عمومی کوششوں کے تال میل، پیشہ ورانہ اور تکنیکی تربیت کے فریم ورک کی تعمیر، ہنرمندی کی تازہ کاری، نئی مہارتوں کی تخلیق اور نہ صرف موجودہ ملازمتوں کے لیے بلکہ پیدا ہونے والی ملازمتوں کے لیے بھی اختراعی سوچ کے لیے ذمہ دار ہے۔

وزارت نے کئی دوسرے مشنوں کی مدد اور مدد کی ہے جو مہارتوں کی ترقی پر بھی توجہ مرکوز کرتے ہیں، جیسے

☆ ہنرمندی کی ترقی کے لیے قومی ایجنسی (این ایس ڈی اے)

☆ نیشنل کارپوریشن فار ڈویلپمنٹ آف اسکلز (این ایس ڈی سی)

☆ ہنرمندی کی ترقی کے لیے قومی فنڈ (این ایس ڈی ایف)

☆ 38 (ایس ایس سیز) بھی

☆ این ایس ڈی سی کے ساتھ تربیت کے 187 ایسوسی ایٹس رجسٹرڈ ہیں۔

وزارت ہنرمندی کے فروغ، یونیورسٹیوں اور اس شعبے کے دیگر اداروں کے لیے تربیتی مراکز کے موجودہ سلسلے کے ساتھ بھی کام کرنا چاہتی ہے۔

18.5.5 وزارت محنت و روزگار-MOLE

محنت اور روزگار کی وزارت (ایم او ایل ای) حکومت ہند کی قدیم ترین اور اہم ترین وزارتوں میں سے ایک ہے۔

☆ اس وزارت کی بنیادی ذمہ داری عام طور پر مزدوروں اور غریب دیہی اور شہری اور معاشرے کے پسماندہ طبقات کے مفادات کا تحفظ کرنا ہے۔

☆ حکومت کی توجہ منظّم اور غیر منظّم دونوں شعبوں میں مزدور قوتوں کے لیے فلاح و بہبود کے فروغ اور سماجی تحفظ کی فراہمی پر بھی

مرکوز ہے۔

☆ وزارت بنیادی طور پر خواتین اور بچوں کی فلاح و بہبود پر توجہ مرکوز کرتی ہے اور مختلف اقدامات کی حمایت کے لیے پروگرام بھی شروع کیے ہیں۔

☆ نیشنل کیریئر سروسز محنت اور روزگار کی وزارت کا ایک اور پروگرام ہے جو نوجوانوں کو آسان طریقے سے محنت کی برابری کی خدمات فراہم کرنے کا ذمہ دار ہے۔ یہ پروجیکٹ تعلیم، کیریئر کے مواقع، ملازمتوں وغیرہ کے بارے میں بھی آسانی سے معلومات فراہم کرتا ہے۔

18.5.6 ہنرمندی کے فروغ میں صنعت کا کردار

ہندوستان میں مہارتوں کی ترقی ایک لازمی ضرورت ہے، کیونکہ حکومت اکیلے اس کام کو انجام نہیں دے سکتی۔ صنعت آہستہ آہستہ کارپوریشنوں اور سرکاری شعبے کی کمپنیوں کی زیادہ سے زیادہ شرکت دیکھ رہی ہے جو ایک قدم آگے بڑھ رہے ہیں اور کارپوریٹ سماجی ذمہ داری (آر ایس سی) کے اپنے اقدامات کے ذریعے مہارت کی ترقی میں مدد دے کر نوجوانوں میں سرمایہ کاری کر رہے ہیں۔ وہ مختلف سرگرمیوں میں حصہ لے رہے ہیں جیسے مالی اعانت، بنیادی ڈھانچے کی فراہمی، پیشگی تعلیم کو تسلیم کرنا، قابلیت اور پیشہ ورانہ معیارات کے قومی فریم ورک کو اپنانا وغیرہ۔ پاور گرڈ، کول انڈیا، این ٹی پی سی، امبوجا سیمنٹ، ایسار اور کوکا کولا جیسی تنظیمیں کچھ نمایاں مثالیں ہیں۔

IMPORTANT ABBREVIATIONS:

S.No	Abbreviation	Expanded Form
1	ASDP	Aajeevika Skill Development Programme
2	PMKVY	Pradhan Mantri Kaushal Vikas Yojana
3	DAY-NULM	Deendayal Antyodaya Yojana - National Urban Livelihoods Mission
4	DDU-GKY	Deen Dayal Upadhyay Gram Kaushal Yojana
5	MES	Modular Employable Skills
6	NRLM	National Rural Livelihood Mission
7	NREGA	National Rural Employment Guarantee Act
8	NSDM	National Skill Development Mission
9	NSDF	National Skill Development Fund
10	SEZ	Special Economic Zones
11	SDI	Skill Development Initiative
12	NSDA	National Skill Development Agency
13	MoRD	Ministry of Rural Development
14	DGT-MES	Director General of Training - Modular Employable Skills
15	ITI	Industrial Training Institute
16	NSDC	National Skill Development Corporation
17	PPP	Public-Private Partnership
18	SSC	Sector Skill Councils
19	NOS	National Occupational standards
20	SDMS	Skill Development Management System
21	MSDE	Ministry of Skill Development and Entrepreneurship
22	LMIS	Labour Market Information System
23	ADB	Asian Development Bank
24	DFID	Department for International Development
25	EU	European Union
26	NSQC	National Skills Qualification Committee
27	QP/NOS	Qualifications Pack /National Occupational standards
28	MoLE	Ministry of Labour and Employment
29	CSR	Corporate Social Responsibility
30	NSQF	National Skills Qualifications Framework

اختتامی مشق

انتہائی مختصر جواب کا سوال

1. مندرجہ ذیل جملے کو مختصر طور پر مکمل کریں:

مہارتوں کی نشوونما _____ کا عمل ہے۔

2. مرکزی اور ریاستی حکومتوں کی طرف سے کی گئی کسی بھی پچھلی پہل کے مقابلے میں اسکل انڈیا سی کو منفرد بنانے والی دو خصوصیات کو مختصر طور پر بیان کریں۔

3. ہندوستان میں ایک بڑی نوجوان آبادی اسکل انڈیا کی طرف حکومت کے جذبے کی ایک اہم وجہ کیوں ہے؟

4. کیا ہمارا موجودہ تعلیمی نظام ملک کی ہنرمندی کی ضروریات کو پورا کرنے کے لیے کافی ہے؟ مختصر گفتگو کریں۔

5. کیا مہاتما گاندھی اسکیم ہندوستان میں دیہی ترقی کی امنگوں کو پورا کرنے کے لیے کافی ہے؟

6. دیہی ترقی میں ڈی ڈی یو-جی کے وائی اور ڈی اے وائی-این یو ایل ایم سے کیا کردار ادا کرنے کی توقع ہے؟ شراکت داری کے کون سے کلیدی شعبے ہیں جن میں این ایس ڈی سی نجی شعبے کے ساتھ شامل ہے؟

7. ایس ایس سی کو خودمختار اداروں کے طور پر بنانے کی کیا اہمیت ہے؟

8. وزارت محنت اور ایمپلوئی (ایم او ایل ای) کے تحت قومی روزگار خدمات کی اسکیم کے نفاذ پر مختصر بحث کریں۔

مختصر جوابات والے سوالات

1. مختصر لکھیں-

(a) نیشنل کارپوریشن فار دی ڈیولپمنٹ آف اسکلز

(b) نیشنل اسکل ڈیولپمنٹ ایجنسی

2. ہنرمندی کے فروغ کے لیے درج ذیل اقدامات پر مختصر معلومات لکھیں

(a) ہنرمندی کی ترقی کے لیے قومی مشن

(b) ہنرمندی اور صنعت کاری کی ترقی کے لیے قومی پالیسی، 2015

(c) پردھان منتری کوشل وکاس یوجنا (پی ایم کے وی وائی)

(d) ہنرمندی کے لیے قرضوں کی اسکیم

(e) دیہی ہندوستان اسکل

3. اسکل انڈیا کے کلیدی مقاصد کو مختصر طور پر لکھیں۔

4. این آر ایل ایم کے تحت چلنے والے آجیوکا اسکلز ڈیولپمنٹ پروگرام (اے ایس ڈی پی) کی اہمیت کو مختصر طور پر بیان کریں۔

5. ہندوستان میں ہنرمندی کے فروغ میں کون سی دو وزارتیں کلیدی کردار ادا کرتی ہیں؟ ہر ایک کے بارے میں مختصر نوٹ لکھیں۔

طویل جوابات-سوالات

1. سنٹرل گورنمنٹ ہیبلیٹیز ڈیولپمنٹ انیشی ایٹو کے مقاصد کی وضاحت کریں۔نوجوانوں میں مہارتوں کی ترقی اوراپ ڈیٹ کے لیے کیااقدامات شروع کیے گئے ہیں؟
2. این ایس ڈی سی متعدد فریقوں کے ساتھ انجمنوں کے ذریعے کام کرتا ہے جو کیپیسیٹیشن ماحولیاتی نظام کے ارتقا میں دلچسپی رکھتے ہیں۔ان تمام شراکت داروں کی فہرست بنائیں اوران میں سے ہرایک کے کاغذ کے بارے میں مختصر طور پر لکھیں۔
3. ان وجوہات کی وضاحت کریں جن کے لیے حکومت ہنرمندی کی ترقی کو ہندوستان کی ترقی میں ایک بہت اہم ستون سمجھتی ہے۔
4. 2015 کی ہنرمندی اورصنعت کاری کی ترقی کے لیے قومی پالیسی کس طرح ہندوستان کی مربوط ترقی کے لیے حکومت کے ایجنڈے کی حمایت کرنے کی تجویز کرتی ہے؟
5. دیہی ترقی 'خاص طور پر مہارت کے ذریعے' حکومت کا ایک اہم مقصد ہے۔اس میں ان اہم پروگراموں کی فہرست دی گئی ہے جنہیں حکومت مہارتوں کو مضبوط بنانے کے ذریعے دیہی ترقی کو فروغ دینے کے لیے نافذ کررہی ہے۔

19. کاروبار کے جدید طریقے
(MODERN MODES OF BUSINESS)

آپ جانتے ہیں کہ عام طور پر کسی مصنوعات کی خریداری اور خدمات کے لیے ہم کسی نزدیکی بازار میں جاتے ہیں، ریلوے ٹکٹ بک کرنے کے لیے ریلوے ریزرویشن کاؤنٹر جاتے ہیں روپے جمع کرنے اور نکالنے کے لیے بینک جاتے ہیں وغیرہ۔لیکن آج کل یہ ساری سہولتیں ہمارے گھر کے دروازے پر دستیاب ہیں۔اطلاعات اور مواصلات کی ٹکنالوجی نے اس خواب کو حقیقت بنا دیا ہے۔اس ٹکنالوجی نے کاروبار کے طریقے میں زبردست تبدیلیاں پیدا کی ہیں۔اب بینکوں اور ریلوے ریزرویشن کاؤنٹر پر لمبی قطار میں کھڑے ہونے کی کوئی ضرورت نہیں ہے یہ سارے لین دین انٹرنیٹ کی مدد سے ہو رہے ہیں۔ہم اب عالمی بازار کا دورہ کسی بھی وقت اپنے گھر پر بیٹھ کر کر سکتے ہیں اور متعدد سہولیات کا فائدہ جسمانی طور پر بازار کی کسی دوکان یا بازار کا دورہ کیے بغیر حاصل کر سکتے ہیں۔یہ ساری ترقی حکومت کے ذریعے نافذ اقتصادی پالیسیوں میں تبدیلیوں کا نتیجہ ہے۔گلوبلائزیشن کے سبب ہونے والا سب سے اہم فائدہ جو ہندوستان کو ہوا وہ ٹکنالوجی کی دنیا سے ہمارا تعارف ہے۔کثیر قومی کارپوریشن (MNCs) کو اپنی جدید سائنس اور ٹکنالوجی کے ساتھ ہندوستانی بازار کی دریافت کرنے کا موقع ملا۔اگر چہ ہندوستان کو تبدیل ہوتی ہوئی ٹکنالوجی کو اپنانے میں زیادہ وقت نہیں لگا اور بہت جلد یہ عالمی بازار میں کامیاب کھلاڑی کی شکل میں نمودار ہوا۔ٹکنالوجیکل انقلاب کے علاوہ دوسرے تصورات جو کامیابی کے ساتھ ہندوستانی بازار میں خدمات کی آؤٹ سورسنگ یا بزنس پراسیس آوٹ سورسنگ BPO یا داخل ہوئے اس نے کاروباری اداروں کو اپنے مرکزی حریف پر توجہ مرکوز کرنے میں مدد کی۔اس سبق میں آپ کاروبار کے ان جدید طریقوں کے متعلق تفصیلی مطالعہ کریں گے۔

اکتسابی مقاصد

- ☆ وضاحت کریں کہ الیکٹرانک بینکنگ/آن لائن کمپنیوں کے لیے کیوں اہم ہیں
- ☆ کاروبار کے لیے آن لائن لین دین کو استعمال کرنے کے امکانات تلاش کریں؛ اور
- ☆ محفوظ آن لائن لین دین کے لیے احتیاطی تدابیر اختیار کریں۔

19.1 ای۔بزنس اور ای کامرس

وہ دن چلے گئے جب ہمیں ریلوے یا ایئر لائنز پر اپنے ٹکٹ محفوظ کرنے، یا مقامی بازاروں میں اپنا کھانا یا کپڑے خریدنے کے لیے ایک خطار بنانی پڑتی تھی۔اب سب کچھ صرف ایک کلک یا انگلی کی جنبش کے فاصلے پر ہے۔اب ورچوئل مارکیٹ نے رفتار پکڑ لی ہے۔بگ بازار، بگ باسکٹ bigbasket.com کے طرز پر تبدیل ہو گیا ہے اور کپڑوں کی دکانیں اب Myntra.com کی طرز پر تبدیل ہو گی ہیں۔جیسا کہ پہلے بیان کیا گیا ہے کہ سامان خریدنے اور خدمات کے حصول کے لیے عام طور پر کسی نزدیکی بازار میں جاتے ہیں جہاں خریدار اور فروخت کرنے والے آپس میں لین دین کرتے ہیں۔خریدار معیار کی جانچ کرتے ہیں اور قیمت کا مول بھاؤ

کرتے ہیں۔ دوسری طرف فروخت کرنے والے خریدار کو آمادہ کرتے ہیں اور لین دین کو انجام دیتے ہیں۔ بعض اوقات ہم فروخت کرنے والوں سے ٹیلی فون پر رابطہ قائم کرتے ہیں یا خط و کتابت کے ذریعے کسی مخصوص شے کو خریدنے کے لیے پیش قدمی کرتے ہیں۔ یہ تجارت کے عام طریقے ہیں۔ حالانکہ اب غیر حقیقی بازار کے طریقے رفتار پکڑ رہے ہیں۔ جس کے ذریعے لوگ اپنی پسند کی اشیا اور خدمات اپنے گھروں میں بیٹھ کر ہی حاصل کرتے ہیں۔ یہ اطلاعات کی ٹکنالوجی کی شروعات سے ممکن ہو سکا ہے۔ پیداوار، خرید و فروخت، بینکنگ، انشورنس وغیرہ کی سرگرمیاں، کمپیوٹر اور انٹرنیٹ کے استعمال کے سبب تیز رفتار ہوگئی ہیں۔ جب یہ ساری سرگرمیاں الکٹرانک آلات کے ذریعے انجام دی جاتی ہیں تو یہ الیکٹرانک کاروبار (Business-E) کہلاتی ہیں۔ چونکہ تمام ای-کاروبار میں انٹرنیٹ ایک اہم رول ادا کرتا ہے۔ اس لیے ہم پہلے انٹرنیٹ کے متعلق معلومات حاصل کریں گے۔

انٹرنیٹ جسے بعض اوقات صرف نمیٹ کے نام سے بھی جانا جاتا ہے، ایک ایسا نظام ہے جس کے ذریعے سائنس وٹکنالوجی، تواریخ، سیاسیات، کھیل، تجارت، تازہ واقعات، موسیقی، تفریح، خبر میں اور بہت سے دوسرے موضوعات کی معلومات اس کو استعمال کرنے والا حاصل کرسکتا ہے۔ یہ استعمال کرنے والے کی مندرجہ ذیل طریقے سے مدد کرتا ہے۔

(a) دنیا بھر میں پھیلے جال (World Wide web (WWW) کے ذریعے کسی بھی موضوع پر معلومات تلاش کرنا۔

(b) یہ اخباروں اور ٹیلی ویژن چینلوں کے ذریعے فراہم خبروں کو پڑھنا۔

(c) ای میل کے استعمال سے پیغام کا تبادلہ۔

(d) حکومت، انفرادی اور پرائیویٹ ادارے کے ڈاٹا ہیں (اعداد وشمار) کو تلاش کرنا۔

(e) فائل، تصاویر، ایمیشن وغیرہ کی منتقلی۔

(f) ذاتی طور پر دوسروں سے گفتگو کرنا جب دونوں کا انٹرنیٹ سے رابطہ ہو۔

(g) اشیا اور خدمات کے فہرست کی کتاب کو براؤزر اور تلاش کرنا اور سامانوں کو آن لائن خریدنا۔

(h) مصنوعات اور خدمات کی معلومات فراہم کرنے کے لیے اپنے ادارے کا ویب سائٹ قائم کرنا۔

انٹرنیٹ کا تصور حکومت کے ایڈوانس ریسرچ پروجیکٹ ایجنسی (ARPA) کے ذریعے 1969 میں ایک ملٹری پروجیکٹ کے طور پر عمل میں آیا تھا جسے ARPANET کے نام سے جانا جاتا ہے۔ یہ ایک تعلیمی اور تحقیقاتی نٹ ورک کے طور پر عمل میں آیا تھا۔ بعد میں اسے عوام اور کمرشیل استعمال کے لیے کھول دیا گیا۔ 1979 میں اسے انٹرنیٹ کا نام دیا گیا۔ اب اسے عالمی نیٹ ورک کے طور پر استعمال کیا جاتا ہے۔

19.2 الیکٹرانک کامرس

آپ جانتے ہیں کہ کامرس میں خرید وفروخت اور کاروباری امدادای-خدمات جیسے نقل وحمل، بیمہ؟، بینک کاری، مواصلات و غیرہ شامل ہیں۔ جب ان ساری سرگرمیوں کو اطلاعات اور مواصلات کی ٹکنالوجی کا استعمال کرتے ہوئے انجام دیا جاتا ہے تو اسے ای کامرس یا الیکٹرانک کامرس کہتے ہیں۔ دوسرے الفاظ میں ای کامرس تجارت کے عمل کو الکٹرانک آلات کی مدد سے کمپیوٹر اور انٹر کنکٹڈ

ٹیلی مواصلات نیٹ ورک کا استعمال کرنے کو کہتے ہیں۔اس میں فروخت کرنے کی پیش کش اور اس کی منظوری الیکٹرانک طور پر انٹرنیٹ کے ذریعے کی جاتی ہے۔اس میں دو متعلقہ فریق کے درمیان باہمی تعامل (تبادلہ خیال) کی ضرورت ہوتی ہے۔اسے آن لائن۔ ٹریڈنگ بھی کہا جاتا ہے۔آن لائن شاپنگ اور ای۔شاپنگ وغیرہ کا نام بھی اسے دیا جاتا ہے۔

19.3 ای۔کامرس کی تاریخ

الیکٹرانک کامرس کا آغاز 1960 کی دہائی میں ہوا، جب کمپنیوں نے دوسری کمپنیوں کے ساتھ تجارتی دستاویزات کا اشتراک کرنے کے لیے الیکٹرانک ڈیٹا ایکسچینج (ای ڈی آئی) کا استعمال کرنا شروع کیا۔1979 میں، انسٹی ٹیوٹو نیسیونل امریکانو ڈی ایسٹینڈرز نے اے ایس سی ایکس 12 کو الیکٹرانک نیٹ ورکس کے ذریعے دستاویزات کا اشتراک کرنے والی کمپنیوں کے لیے ایک عالمگیر معیار کے طور پر تیار کیا۔1980 کی دہائی میں استعمال میں اضافہ ہوا، اور 1990 کی دہائی میں ای بے اور ایمیزون کے عروج نے الیکٹرانک کامرس کی صنعت میں انقلاب برپا کر دیا۔

ای کامرس دو کمپنیوں کے درمیان ہوتا ہے، جیسے کاروبار (بزنس) سے کاروبار تک (B2B) کمپنیوں اور گاہکوں کے درمیان (B2C)، گاہک سے گاہک کے درمیان (C2C) ، اور گاہک سے تجارت (C2B)

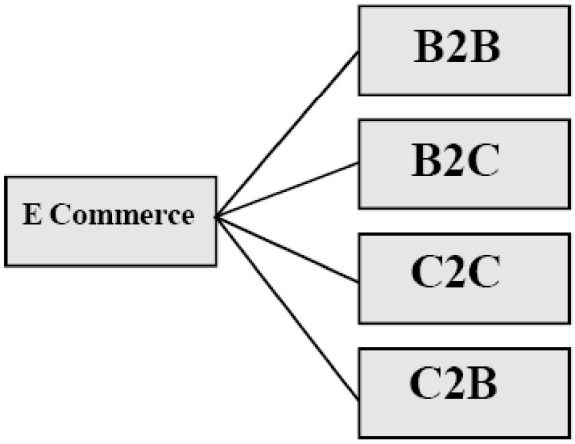


Fig. 19.1 E-Commerce

1. **B2B** یہ تبادلہ خیال (تعامل) بنانے والوں اور مہیا کرانے والوں کے درمیان اشیا اور خدمات - لیے ہوتا ہے یا پھر بنانے والوں اور تھوک کاروبار کرنے والوں کے درمیان یا تھوک کاروبار کرنے والوں اور خردہ کاروبار کرنے والوں کے درمیان۔اس میں کمپیوٹر کے نیٹ ورک کا استعمال دریافت کرنے یا آرڈر دینے کے لیے، سامان کے مہیا کرانے کی معلومات دینے، ادائیگی کرنے وغیرہ کے متعلق کیا جاتا ہے۔

2. **B2C**: جیسا کہ نام سے ظاہر ہے، ایک طرف کاروباری ادارے ہوتے ہیں اور دوسرے سرے پر گاہک صارفین۔یہ کاروباری ادارے اپنے گاہکوں سے 24 گھنٹے رابطہ رکھنے میں مدد کرتے ہیں۔اس میں خرید و فروخت کی بے شمار سرگرمیاں جیسے کاروبار کے فروغ، آرڈر کی تلاش، مہیا کرانے کی معلومات وغیرہ شامل ہیں۔

3. **C2C**: عام طور پر اس میں دونوں طرف صارفین ہی ہوتے ہیں۔یہ ان سامانوں کے لیے ہوتا ہے جن کا کوئی مستقل بازار

میکانزم نہیں ہوتا ہے۔ جیسے استعمال کی ہوئی کتابیں اور خانہ داری کے سامان/آلات وغیرہ

4. **C2B**: یہ الیکٹرانک کامرس کی ایک قسم ہے جس میں صارفین اپنی مصنوعات اور خدمات کو کمپنیوں کو خریدنے اور خریدنے کے لیے آن لائن دستیاب کراتے ہیں۔ یہ روایتی B2C ٹریڈنگ ماڈل کے برعکس ہے۔

19.4 انٹرابی کامرس

عام طور پر کوئی ای کامرس اور ای کاروبار کے اصطلاح کا استعمال ایک دوسرے کے متبادل کے طور پر بھی کرسکتا ہے۔ لیکن عملی طور پر ای۔ کاروبار کا استعمال وسیع معنوں میں ہوتا ہے۔ ای۔ کاروبار صرف اپنے گاہک اور مہیا کرانے والے کے درمیان ہی کاروبار ایک وسیع اطلاع ہے جس میں ای کامرس اور دیگر الیکٹرانک کے ذریعے ہونے والے کاروباری عمل جیسے پیداوار، حساب کتاب، سرمایہ، ملازمین کا طبقہ اور انتظامیہ وغیرہ شامل ہیں۔ دوسرے الفاظ میں ای کاروبار میں صرف B2C، B2B اور C2C شامل نہیں ہوتے بلکہ انٹرابی کامرس جیسیک اروباری ادارے کے اندر مختلف محکموں اور لوگوں کے درمیان تعامل اور کاروبار، مثال کے طور پر خرید و فروخت کا محکمہ پیداوار کے محکمے سے، گاہکوں کی ضرورت کے مطابق مصنوعات کی غرض سے باقاعدہ تبادلہ خیال کرسکتا ہے۔ اُسی طرح مختلف محکموں کے درمیان باقاعدو تعامل اشیا کی فہرست بنانے میں، نقد کے بہتر اظم، پیداواری صلاحیت کا مناسب استعمال، گاہک کی وقت پر اور وافر مقدار میں خدمات کی فراہمی وغیرہ میں مدد کرتا ہے۔ اس لیے ای۔ کاروبار کا مفہوم اہم کاروباری عمل کے لیے انٹرنیٹ ٹکنالوجی کا استعمال ہے۔



Fig. 19.2 E-Business

19.5 ای کامرس/ای کاروبار کے فوائد

ای کامرس/ای کاروبار کی خوبیوں کو مندرجہ ذیل طریقے سے بیان کیا جاسکتا ہے۔

(a) وسیع رسالی: ترقی یافتہ کمپیوٹر ورکنگ نظام کی مدد سے کاروباری اکائی قومی سطح کے ساتھ ساتھ عالمی سطح پر کام کرتی ہے۔ خریدار اور فروخت کرنے والے دنیا کے کسی بھی حصے میں ایک دوسرے سے تبادلہ خیال کرسکتے ہیں۔ اس سے نئے بازار کی معلومات حاصل کرنے میں مدد ملتی ہے۔

(b) گاہکوں کی بہتر خدمت: ای کامرس کسی کمپنی کو گاہک کے لیے کاروبار کو کسی بھی وقت کھولنے کی سہولت فراہم کراتا ہے۔ مصنوعات کے متعلق تازہ اطلاعات ویب کے ذریعے فراہم کی جاسکتی ہے۔ یہ مصنوعات اور خدمات فراہم کرانے والے کو خدمت کا وسیع دائرہ فراہم کراتی ہے، خریداری کے قبل اور خریداری کے بعد بھی اور گاہکوں کے سوالات کا جواب بھی بغیر تاخیر

کیسے ہوئے دے سکتی ہے۔

(c) لین دین میں کم وقت: ای-کاروبار لین دین میں عام خرید وفروخت کے مقابلے میں کم وقت لیتی ہے، کیونکہ پیداوار کرنے والے تقسیمی ذرائع میں تخفیف کر دیتے ہیں اور صارفین سے براہ راست رابطہ قائم کرتے ہیں۔ یہ کہنی کی نئی مصنوعات کو بازار میں متعارف کرانے، گاہکوں کا ردعمل جلدی حاصل کرنے اور ضروری تبدیلیوں کو نافذ کرنے میں بغیر زیادہ لاگت اور وقت کے ضائع کیے ہوئے مدد کرتی ہے۔

(d) لاگت کی بچت اور کم قیمت: آئی-کامرس کے ذریعے لین دین میں کاروبار میں حقیقی لاگت کی بچت ہوتی ہے، کیونکہ اس میں نہ تو کسی اشیا کا مظاہرہ کرنا ہوتا ہے اور نہ ہی گودام میں بڑا ذخیرہ رکھنے کی ضرورت پیش آتی ہے اور ملازمین کی تعداد بھی محدود ہوتی ہے۔ مثال کے طور پر چونکہ فرمائش کو براہ راست نظام میں ڈال دیا جاتا ہے اس لیے کسی سیلز ملازم یا کلرک کی ضرورت نہیں ہوتی۔ اس سے گاہکوں کو کم قیمت پر مصنوعات کی فراہمی اور کاروبار کی عملی لاگت میں کافی بچت ہو جاتی ہے۔

(e) کاروبار اور منافع میں اضافہ: ای کامرس کے ذریعے کمپنیاں گاہکوں کی ایک بڑی تعداد اور متنوع گاہکوں تک رسائی حاصل کرنے میں مدد ملتی ہے اور نئے بازار کو جاننے کا موقع ملتا ہے۔ اس سے کمپنیوں کو اپنی کاروبار کی توسیع کرنے اور زیادہ منافع حاصل کرنے میں مدد ملتی ہے۔

(f) گاہکوں کو سہولت: گاہکوں کو بھی ای کامرس سے مختلف طریقوں سے فائدہ ہے۔ وہ لوگ مقابلہ جاتی قیمتوں پر مہیا کرانے والوں کی بڑی تعداد تک رسائی حاصل کرتے ہیں، وسیع دائرہ انتخاب کا لطف اٹھاتے ہیں اور معیاری اشیا/مصنوعات حاصل کرتے ہیں۔ وہ فوراً اور کارگزار خدمت حاصل کرتے ہیں اور آسانی سے نئی مصنوعات کی معلومات حاصل کرتے ہیں۔

(g) مصنوعات کی شخصی کاری اور سفارش: ای کامرس سائٹ وزیٹر، تلاش اور خریداری کی تاریخ کو ٹریک کر سکتی ہے۔ وہ دوسرے گاہکوں کی سفارشات اور جائزے بھی شامل کرتے ہیں، جس سے ہمیں آن لائن خریداری کرتے وقت صحیح فیصلہ کرنے میں مدد ملتی ہے۔

19.6 ای کامرس/ای-کاروبار کی حدود

ای کامرس کی چند حدود مندرجہ ذیل ہیں:

(a) اس میں گاہکوں کے ساتھ ذاتی رابطہ کی کمی ہوتی ہے جس کے سبب یہ کپڑوں اور زیورات جیسی اشیا کے لیے غیر موزوں ہے۔

(b) دیب کے ذریعے اچھی تصویر، مصنوعات کا تفصیلی بیان فراہم ہو سکتا ہے لیکن گاہک وہ مصنوعات جس کو وہ خریدنا چاہتے ہیں اسے حقیقتاً دیکھ محسوس یا آزما نہیں سکتے۔

(c) لین دین کو فوراً انجام دیا جا سکتا ہے، لیکن مصنوعات کی ماڈی سپردگی میں اکثر کافی وقت لگتا ہے اور تاخیر ہوتی ہے۔ اس سے گاہکوں کو کافی مشکلات کا سامنا کرنا پڑتا ہے۔

(d) آن لائن کے ذریعے خریدی گئی نقص والی مصنوعات کی واپسی اکثر مسائل سے پر اور وقت صرف کرنے والا عمل ہے۔

(e) انٹرنیٹ کے ذریعے خریداری دوستوں یا کنبہ کے ساتھ خریداری کی مہم کے تجربہ کی طرح نہیں ہوتی۔ یہ ان لوگوں کے لیے موزوں نہیں ہے جو حسب معمول دوستوں اور کنبہ کے افراد کے مشورے سے خریداری کرتے ہیں۔

(f) آن لائن لین دین میں متعدد خطرے بھی ہیں جس کے نتیجے میں لین دین میں ملوث فریقین کو مالی، نفسیاتی یا وقار کا نقصان ہوسکتا ہے۔

ان خطروں کا تعلق:

(i) لین دین (آرڈر لیتے ہی غلطی، سپردگی میں غلطی، ادائیگی میں غلطی)،

(ii) اعداد و شمار کا ذخیرہ اور ترسیل

(iii) اعتمادیت سے ہے۔

(g) علاوہ ازیں، ذاتی تفصیل کی پوشیدگی اور مالی لین دین کی سلامتی استعمال کرنے والوں کے لیے تشویش کا باعث ہے۔ یہ بات قابل غور ہے کہ مذکورہ حدود میں سے بیشتر حدود کا اطلاق B2C کامرس میں ہوتا ہے۔ کامرس میں ان حدود کی مناسبت بہت کم ہوتی ہے کیونکہ دونوں ہی فریق کافی علم رکھتے ہیں، باوسیلہ اور باخبر ہوتے ہیں اور ایک دوسرے سے باقاعدہ تبادلہ خیال کرتے ہیں۔ لہذا کوئی بھی مہیا کرانے والا اپنے کاروباری گاہکوں کی لین دین میں بدنظمی کو برداشت نہیں کرسکتا۔ تاہم ان میں چند چیلنج بھی ہوتے ہیں جن پر قابو پانا ہوگا۔ جو یہ ہیں

(a) معقول انٹرنیٹ ڈھانچہ کی کمی

(b) سپردگی اور ادائیگی سے متعلق امور

(c) سائبر قوانین کی غیر موجودگی۔

19.7 آن لائن لین دین کے مرحلے

جیسا کہ کسی بھی کاروباری طریقہ کار میں ہوتا ہے آن لائن کاروبار کا روائی مندرجہ ذیل مرحلوں میں ہوتی ہے:

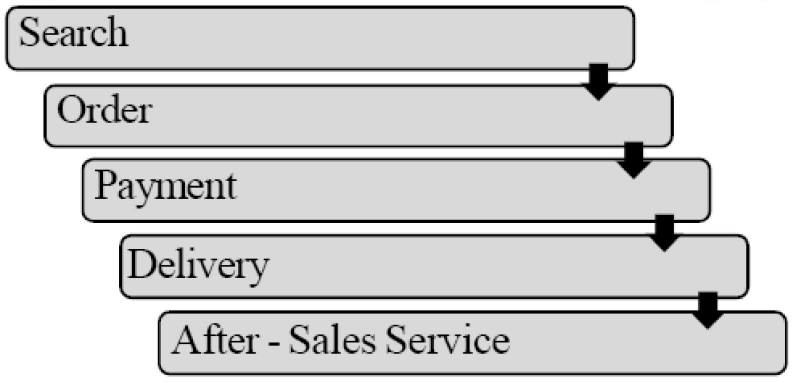


Fig. 19.3 Stages in online transactions

(a) تلاش:: خریداری کرنے کے لیے ویب سائٹ کا استعمال کرتے ہوئے گاہک کو ایک مناسب فروخت کرنے والے کی تلاش کرنی ہوتی ہے۔

(b) آرڈر: جب فروخت کرنے والا مل جائے اواشیا کا انتخاب ہوگیا ہوتو گاہک رابطہ قائم کرتے ہیں اور شرائط کے متعلق آپس میں گفتگو کرتے ہیں۔ مطمئن ہونے کے بعد گاہک چیک آؤٹ کی طرف بڑھتا ہے جس میں رجسٹریشن فارم پُر کرنا اور ایک پاس ورڈ کے ساتھ اکاؤنٹ رکھنا شامل ہوتا ہے۔ اس کے بعد وہ اپنا آرڈر اس اشیا کے لیے دے سکتے ہیں جسے انھوں نے حقیقی شاپنگ کارٹ میں ڈال رکھا ہے۔ منتخب اشیا کا ریکارڈ رکھ لیا جاتا ہے، جب آپ کسی آن لائن اسٹور کی تلاش کر رہے ہوتے ہیں۔

(c) ادائیگی آن لائن خریداری میں ادائیگی کا طریقہ عام طور پر کریڈٹ کارڈ کے ذریعے ہوتا ہے۔ گاہک اپنے کریڈٹ کارڈ کے نمبر کو داخل کرتے ہیں، کارڈ کے خاتمے کی تاریخ اور بل بنانے کے لیے اپنا پتہ درج کرتے ہیں اور فروخت کرنے والے گاہک کی تفصیل کی تصدیق کر سکتے ہیں۔ ٹویٹ کارڈ کا بھی استعمال اس کے لیے کیا جا سکتا ہے۔ دوسری صورت میں ادائیگی چیک کے ذریعے بھی ڈاک سے ارسال کر کے کی جا سکتی ہے۔

(d) سپردگی: ادائیگی ہونے یا اس کا یقین ہونے کے بعد فروخت کرنے والا گاہک کی ہدایت کے مطابق سامان کی سپردگی کا نظم کرتے ہیں۔

(e) فروخت کے بعد کی سہولت: کسی بھی لین دین میں کئی مسائل درپیش ہو سکتے ہیں جیسے مال کا نقصان یا سامان میں نقص وغیرہ ہو۔ مشین یا اشیا صارفین جیسے سامان کے لیے اس میں ضمانت قائم رکھنے کی سہولت کا بھی انتظام ہوتا ہے۔ ای۔ ونڈرس کی اس قسم کی شکایات اور خدمات پر توجہ دینے کے لیے ضروری انتظامات کرنے ہوتے ہیں۔

19.8 سلامتی تحفظ کے لیے احتیاط

ای کامرس میں گاہکوں کی جانب سے فروخت کرنے والوں سے بے شمار خطرات ہوتے ہیں۔ آن لائن لین دین میں عام طور پر سلامتی کو یقینی بنانے میں مندرجہ ذیل اقدامات کے جاتے ہیں:

(a) پاس ورڈ: آن لائن شاپنگ میں اپنا اکاؤنٹ فروخت کنندہ (آن لائن وینڈر) کے ساتھ رجسٹر کرانا ہوتا ہے۔ یہ گاہک کو کسی ناجائز شخص کے ذریعے انٹرنیٹ پر لاگ آن کرنے سے گریز کرنے کے لیے پاس ورڈ فراہم کراتا ہے۔

(b) مستند شناخت: آن لائن کے استعمال کے ذریعے پیغام بھیجنے والے کی حسب ضرورت درست شناخت ضروری ہے۔ اس سے پاس ورڈ کے غلط استعمال یا دھوکہ کے امکانات سے بچا جا سکتا ہے۔

(c) رمزنگاری انکرپشن: اس کے ذریعے اعداد و شمار کو ایک خفیہ زبان (Code) میں تبدیل کر دیا جاتا ہے تاکہ اسے دوسرے لوگ نہ پڑھ سکیں۔ اعداد و شمار کی کوڈ میں تبدیلی بھیجنے والے کے ذریعے کر دی جاتی ہے اور موصول کرنے والا اسے ڈی کوڈ کر لیتا ہے۔ اس مقصد کے لیے وہ نمبروں کا استعمال کرتے ہیں۔ دوسرا متبادل Binary اور algorithem Encryption طریقہ خفیہ کنجی کا (Secret key) کا نظام ہے۔

(d) ڈیجیٹل دستخط: ڈیجیٹل دستخط کا استعمال پیغام بھیجنے والے کی مستند شناخت اور پیغام کی سالمیت کی تصدیق کے لیے کیا جاتا ہے

تا کہ راستے میں کوئی تبدیلی نہ ہو سکے۔ ترسیل، مستند شناخت اور سالمیت کے اعتبار سے ڈیجیٹل دستخط کو کافی محفوظ مانا جاتا ہے بشرطیکہ اسے اس طرح تیار کیا جائے کہ اس شخص کا جس کے ذریعے اس کا استعمال کیا جارہا ہو، اس پر خصوصی کنٹرول ہو۔

(e) بھروسے مند تیسرا فریق: سلامتی کو یقینی بنانے کا دوسرا طریقہ یہ ہے کہ لین دین کی ایک نقل تیسرے فریق کو ترسیل کر دی جائے جس پر دونوں فریقین کا اعتبار ہو اور کارروائی ریکارڈ کا استعمال کسی تنازعہ کی صورت میں کیا جاسکتا ہے۔

اگر چہ رمز نگاری، ڈیجیٹل دستخط اور بھروسے مند تیسرے فریق کی سہولت چھوٹے تاجر کے ذریعے کسی بھی ویب سائٹ کا قائم کرنا یا کسی چوری شدہ کریڈٹ کارڈ کے استعمال کے خلاف یہ یقینی سلامتی فراہم نہیں کرتی ہے۔ لہذا فریقین کو بہت ہوشیار رہنے کی ضرورت ہے اور ای کامرس کے ذریعے کاروبار کرنے میں سلامتی کو یقینی بنانے کے لیے ساری ممکن احتیاطی تدابیر کرنی ہوتی ہیں خواہ جو بھی لاگت ہو۔

19.9 ای کامرس کا استعمال

ای کامرس کا اثر کاروبار کے ہر شعبے میں گاہکوں کی خدمات سے لے کر نئی مصنوعات کے ڈیزائن تک دکھائی دینا شروع ہو گیا ہے۔ اس نے اطلاعات پر مبنی گاہکوں سے تعامل، انٹرنیٹ بک شاپ، آن لائن سپر مارکیٹ، الکٹرانک اخبارات، آن لائن کاروبار اسٹاک ایکھینچ میں)، آن لائن اشتہارات، آن لائن ٹیکسیشن، آن لائن نکلنگ، آن لائن بینکنگ، پوسٹل مواصلات میں کمپیوٹر (ای پوسٹ) وغیرہ کی سہولت فراہم کی ہیں۔ ہم ان میں سے چند ای کامرس کی خدمات سے متعلق تصور کا جائزہ لیں گے کہ کس طرح اس نے ان شعبوں کے عمل کو بدل ڈالا ہے۔

19.9.1 ای۔بینکنگ



Internet Banking ATM Credit/Debit Card

Fig. 19.4 e-Banking

اس دور کا تصور کریں جب کسی کو روپے جمع کرنے یا نکالنے کے لیے ہفتے کے کسی مخصوص دن اور مخصوص اوقات میں جانا ہوتا یا ڈرافٹ بنانا ہوتا تھا۔ لمبی قطاریں اور انتظار ایک عام بات تھی لیکن آج کل کسی بینک کا منظر بہت مختلف ہے۔ کوئی اب اپنی سہولت کے مطابق روپے جمع کرنے کے ساتھ ساتھ نکال بھی سکتا ہے۔ ہندوستان کے کسی ایک مقام پر اکاؤنٹ ہونے سے کوئی شخص ملک کے کسی بھی حصے میں لین دین کر سکتا ہے۔ بینکنگ شعبے کے چند جدید رجحانات مندرجہ ذیل ہیں:

(a) ٹیلی بینکنگ: کسی گاہک کو ایک پاس ورڈ نمبر دیا جاتا ہے، جسے T-PIN یا Telephonic کہا جاتا ہے جس کے ذریعے وہ

اپنے اکاونٹ تک رسائی حاصل کرسکتا ہے۔ ٹیلی فون کے ذریعے اور روپے نکالنے، ڈرافٹ بنوانے کی ہدایات دے سکتا ہے۔ گاہک موبائل فون کے ذریعے بھی ہدایت دے سکتا ہے۔ اس طرح بینک بھی گاہک کو مختلف منصوبوں، مواقع، آخری تاریخ وغیرہ کی معلومات فراہم کرسکتا ہے اور بقیہ رقم کی بھی اطلاع گاہک کو دے سکتا ہے۔

(b) انٹرنیٹ بینکنگ: یہ ایک دوسرا طریقہ ہے جس کے ذریعے گاہک اپنے اکاؤنٹ تک رسائی حاصل کرسکتا ہے اور ہدایت دے سکتا ہے۔ یہ گاہک کا کام آسان کر دیتا ہے کیونکہ وہ کسی مقام سے کسی وقت اور کتنی بار بھی اکاؤنٹ تک رسائی حاصل کرسکتا ہے۔ گاہک محض ایک پاس ورڈ نمبر استعمال کرتا ہے اور گھر پر بیٹھ کر لین دین کی تفصیل حاصل کرتا ہے۔

(c) **اے ٹی ایم**: یہ آج کل بینک کاری صنعت میں کافی مقبول ہے۔ ATM ایک کمپوٹرائزڈ مشین ہے جس کا استعمال بینک کے روز مرہ کے زیادہ تر کاموں میں کیا جاتا ہے۔ یہ مقناطیسی پلاسٹک کارڈ کے ذریعے عمل کرتا ہے جسے عرف عام میں ATM Card کہا جاتا ہے۔ ATM کارڈ کو مشین میں داخل کرنے اور PIN نمبر (پرسنل آریفکیشن نمبر) کو مشین میں ڈالنے کے بعد گاہک اس کا استعمال روپے نکالنے یا جمع کرنے کے لیے کرسکتے ہیں۔ گاہک اپنے اکاؤنٹ میں بقیہ رقم کی معلومات بھی حاصل کر سکتے ہیں اور گزشتہ 5/10 لین دین کا ایک مختصر بیان بھی لے سکتے ہیں۔

شروعات میں گاہکوں کو صرف اسی بینک کے ATM تک رسائی ہوسکتی تھی جس میں ان کا اکاؤنٹ ہوتا تھا لیکن آج کل چند بینکوں نے دوسرے بینکوں سے ان کے ATM کے استعمال کے لیے معاہدہ کیا ہے۔ اس لیے اب گاہک ان بینکوں کے ATM کی سہولت کا استعمال کرسکتے ہیں جس بینک میں ان کا اکاؤنٹ نہ بھی ہو، لیکن صرف ان بینکوں کے ATM کا جن سے اُس بینک معاہدہ ہوا ہے۔

(d) ڈیبٹ کارڈ ڈیبٹ کارڈ ایک الیکٹرانک کارڈ ہے جس کا استعمال ادائیگی کرتے وقت آسانی سے کیا جاسکتا ہے۔ یہ کارڈ ان لوگوں کے لیے جاری کیا جاتا ہے جن کا بینک میں چالو کھاتہ یا بچت کھاتہ ہو۔ اس کارڈ کا حامل اشیا اور خدمات کی خریداری کے لیے مختلف آوٹ لیٹ پر اس کارڈ کا استعمال کرسکتا ہے۔ اس کارڈ کے حامل کارڈ اپنے بینک کھاتے میں دستیاب بیلنس رقم تک خرچ کرنے کی اجازت ہے۔ اس کا استعمال ATM کارڈ کی طرح کیا جاسکتا ہے۔

(e) کریڈٹ کارڈ: چند بینک اُن افراد کو کریڈٹ کارڈ جاری کرتے ہیں جن کا اکاؤنٹ ان کے بینک میں نہیں ہوتا۔ یہ کارڈ افراد کی ساکھ کی تصدیق کے بعد جاری کیے جاتے ہیں۔ افراد ان کارڈوں کا استعمال مختلف دکانوں میں ادائیگی کے لیے کرسکتے ہیں۔ اُسے جاری کرنے والے بینک قرض کی ایک حد معین کرتے ہیں جس کے اندر ہی وہ مصنوعات کی خریداری کرسکتے ہیں۔ بینک کیے گیے لین دین کا حساب کتاب وقفہ وقفہ سے جاری کرتے ہیں اور افراد کو اتنی رقم بینک کو متعین مدت کے اندر ادا کرنی ہوتی ہے۔ لہذا گاہکوں کو 10 سے 55 دنوں کے قرض کی مدت مل جاتی ہے، یہ مدت ایک بینک سے دوسرے بینک میں مختلف ہوتی ہے جو لین دین کی نوعیت پر بھی منحصر ہے۔ اگر ادائیگی متعین مدت میں کردی جاتی ہے تو کوئی سود نہیں دیا جاتا اگر گاہک رقم معین مدت کے اندر واپس نہیں کرتے تو بینک واجب الادا رقم پر اونچی شرح پر سود وصول کرتا ہے۔ بیشتر بینک لین دین اور کریڈٹ

کارڈ کے ذریعے خریدی گئی مصنوعات کے انشورنس کرانے کے لیے کارڈ مالکوں کو بونس پوائنٹ دیتے ہیں۔ کارڈ کے مالک اس کارڈ کا استعمال ATM کے ذریعے روپے نکالنے کے لیے بھی کر سکتے ہیں۔

(f) تعلیم: تعلیمی تشکیل میں، الیکٹرانک کامرس انٹرایکٹو تعلیمی ویڈیو کانفرنس، آن لائن کلاسوں اور مختلف تعلیمی مراکز کے رابطے میں بھی اہم کردار ادا کرتا ہے۔ اب ہمارے پاس بہت سے کورسز اور کلاسیں بھی آن لائن ہیں۔ مثال کے طور پر، ہندوستان میں ہم ہارورڈ بزنس اسکول کے زیر اہتمام آن لائن کلاسوں کا حصہ بن سکتے ہیں۔

19.9.2 ای-ٹکٹنگ


Fig. 19.5 E - Ticketing

ٹکٹ کی خریداری اب اتنی آسان ہوگئی ہے کہ آپ ریلوے ریزرویشن گھر بیٹھے ہی کرا سکتے ہیں یا یہاں تک کہ آپ اس وقت بھی جب (سفر میں ہوں) کہیں جا رہے ہوں۔ اگر آپ کی رسائی انٹرنیٹ تک ہے تو آپ ریلوے کی اطلاعات تفصیل سے حاصل کر سکتے ہیں اور اس کے مطابق ٹکٹ بک کرا سکتے ہیں۔ آپ کو اس کی ادائیگی کریڈٹ کارڈ/ ڈیبٹ کارڈ کے ذریعے کرنی ہوتی ہے۔ آپ ہوائی جہاز کا ٹکٹ بھی بک کرا سکتے ہیں اسی طریقے کے ذریعے حالیہ دنوں میں ہوابازی کے شعبہ میں نجی شعبہ کے داخلے کے ساتھ ہوائی ٹکٹ کے انٹرنیٹ کے ذریعے بلنگ کے مقابلے میں کافی اضافہ ہوا ہے اور انٹرنیٹ کے ذریعہ اس کی بولی لگائی جانے لگی ہے۔ سب سے زیادہ بولی بولنے والے کو اصل قیمت سے بہت کم شرح پر سفر کرنے کا فائدہ ملتا ہے۔ ای ٹکٹنگ خدمت موبائل فون کے ذریعے بھی دستیاب ہے۔

19.9.3 ای-اشتہار (E-Advertising)

انٹرنیٹ کے ذریعے اشتہار نے بازار کی حکمت عملی میں انقلاب برپا کر دیا ہے۔ چھپائی اور ٹیلی ویژن کے برعکس جس میں سارے اشتہار کا ایک ساتھ انبار لگا دیا جاتا ہے انٹرنیٹ کی دنیا میں ہر ایک اپنی پسند کا اشتہار منتخب یا اسے نظر انداز کر سکتا ہے جہاں نیٹ ورلڈ میں سرفر اپنی پسند کے اشتہار پر ہی کلک کرے گا۔ وہ اپنی خود کی دلچسپی کے اشتہار منتخب کر سکتا ہے۔ آئی اشتہار بھی عہد طفلی میں ہے اور اس کی دنیا کے صرف ایک چھوٹے حصے کا احاطہ کرتی ہے۔

19.9.4 اسٹاک ایکسچینج میں اسی ٹریڈنگ



Fig. 19.6 e - Trading

OTCEI کے قیام کے ساتھ ہی آن لائن تجارت کا آغاز ہوا۔ اب قومی اسٹاک ایکسچینج (NSE) اور ممبئی اسٹاک ایکسچینج (BSE) بھی مکمل طور پر آن لائن تجارت کرنے لگا ہے کیونکہ بیشتر اسٹاک بروکر (دلال) کی رسائی انٹرنیٹ تک ہو چکی ہے۔ اب چھوٹے چھوٹے سرمایہ کاری کرنے والے اور اسٹاک نیز شیئر کے تاجر بھی آن لائن کام

کرنے لگے ہیں۔انٹرنیٹ ان لوگوں کوایک ایک منٹ کی معلومات فراہم کراتا ہے جوحالیہ دنوں تک صرف مالی اداروں کودستیاب تھے۔ آن لائن ولالی کی خدمات کا استعمال خرید وفروخت کے عمل کوخودکار بناتا ہے۔اس سے دلالی کی اجرتوں میں کمی آئی ہے۔انٹرنیٹ تجارت کوشفاف بناتا ہے کیونکہ گاہک بازار کی قیمت کی اطلاع آن لائن حاصل کرلیتے ہیں اورسرمایہ کارفوری طور پر دیکھی گئی قیمت پر سوداطے کرنے کے اہل ہوتے ہیں۔اسٹاک اورشیئر کے مالکانہ حقوق کی منتقلی کوسرمایہ کاری کرنے والے کے Demat اکاؤنٹ میں الکٹرانک طریقے سے ریکارڈ کیا جاسکتا ہےلہذا مالی سپردگی کی ضرورت سے گریز کیا جاتا ہے۔اس سے بار بار تصفیہ کرنااورتصفیے کی مدت محض دودن کرنا بھی ممکن ہوگیا ہے۔

19.9.5 ڈاک ترسیل اورطریقہ کار میں کمپیوٹر کا استعمال

جدید کاری کے منصوبے کے حصے کےطور پر رجسٹرڈ ڈاک اورڈاک الگ کرنے کا کام ہندوستان کے ڈاکخانوں کی ایک بڑی تعداد میں کمپیوٹر کے ذریعے کیا جارہا ہے۔منی آرڈر کوملک کے اندر بھیجنے کے لیے درکار مدت میں کمی کے لیے منی آرڈر کواب VSAT سیٹلائٹ نیٹ ورک کے ذریعے بھیجا جاتا ہے جس کے نتیجے میں منی آرڈر گاہک کو بہت جلدمل رہے ہیں۔ Voice-mail یا serviceAudiofax کی نئی پالیسی کا اعلان جولائی 2001 میں ہوا تھاایک متحدہ پیغام سروس UMS کوشامل کرکے ایک نظام جس کے ذریعے وائس پیغام،ڈاک ٹیکس اورای میل کوموصول کیا جاسکتا ہے،ایک میل باکس سے ٹیلی فون،فیکس مشین،موبائل فون،انٹرنیٹ بروشروغیرہ کااستعمال کرتے ہوئے کیا گیا ہے۔

19.9.6 ای۔پوسٹ

آپ ای میل کے متعلق جانتے ہیں جومواصلات کا سب سے تیز رفتار ذریعہ ہے۔کسی اطلاع کوای میل کے ذریعے بھیجنے والے اورموصول کرنے کے لیےہمیں ایک کمپیوٹر،انٹرنیٹ کے رابطہ اور بھیجنے والے نیز موصول کردہ کے ای میل اکاؤنٹ کی ضرورت ہوتی ہے۔حالانکہ یہ ٹکنالوجی ابھی تک ملک کے دیہی علاقوں اوردوردراز علاقے میں نہیں پہنچ سکی ہے۔پھربھی اس خلیج کودورکرنے کے لیے اورای میل کی سہولت ملک کے دیہی علاقے کےلوگوں تک پہچانے کے لیےمحکمہ ڈاک نے ای۔پوسٹ سہولت کا آغاز کیا ہے۔اس کے ذریعےلوگ ای میل کوڈاکخانوں سے بھیجنے یاوصول کرنے کے اہل ہوں گے۔

ای پوسٹ ایک نظام ہے جس کے تحت طبع شدہ یاہاتھ سے لکھے ہوئے تحریری پیغام کوای میل کےطور پرانٹرنیٹ پر بھیجا جاتا ہے۔ مقررہ ڈاکخانوں میں ان پیغامات کو پرنٹ کیا جاتا ہے،ملفوف کیا جاتا ہےاوردوسرے خطوں کی طرح اس کی ڈاکیے کے ذریعے سپردگی کی جاتی ہے۔اس مقصد کے لیے اہم شہروں اورکبھی ضلعوں کے صدرڈاکخانوں میں ائی۔پوسٹ پیغام موصول کرکے اسے سب سے نزدیکی ای۔ڈاک مرکز میں روانہ کرنے کے لیےآگے بڑھادیتے ہیں۔اسی طرح ای۔پوسٹ پیغامات جواُن علاقوں کے لیےموصول ہوتے ہیں جوسپردگی کے اختیار سے باہر ہوں تو پرنٹ کیے جانے کے بعد اسے متعلقہ ڈاکخانہ کوسپردگی کے لیے بھیج دیا جاتا ہے۔ ڈاکخانوں کے ذریعے ای۔پوسٹ کا فائدہ اٹھانے کےعلاوہ ان کوگاہک کے گھروں سے یاآفس یاکسی بھی مقام سے رسائی حاصل کی جاسکتی ہےاگران کی رسائی انٹرنیٹ تک ہے۔گاہک ادائیگی کارڈ کے ذریعے کرسکتے ہیں جوصدرڈاکخانوں اوردیگر دکانوں میں دستیاب

ہیں۔ گاہک کو استعمال کرنے والے کے طور پر اندراج کرنا ہوتا ہے اور اس خدمت تک رسائی ای۔ پوسٹ کے پورٹل http://indiapost.nic.in پر لاگ کر کے حاصل کر سکتے ہیں۔اس کی موجودہ محصول،ایک A4 سائز صفحہ کے پیغام کے لیے 10 فی پتہ ہے۔

19.10.7 کامیاب ای۔ برنس نفاذ کے لیے مطلوبہ وسائل

کامیاب ای۔ بزنس کے لیے درج ذیل وسائل کی ضرورت ہوتی ہے؟

1. ایک ویب سائٹ: اپنے گاہکوں کے ساتھ موثر ترسیل کے لیے ایک ویب سائٹ تیار کرنا ہوگی۔ کاروباری ادارے کی تفصیلی معلومات ویب سائٹ پر فراہم ہونی چاہیے اور ویب سائٹ پر ضروری تصویریں بھی ڈالنی چاہئیں۔
2. تکنیکی طور پر اہل ورک فورس: ای۔ بزنس تبھی کامیاب ہوسکتا ہے جب ایک تربیت یافتہ افرادی قوت (ورک فورس) ہو۔ ملازمین کو کمپیوٹروں میں نئے رجحانات کو آسانی سے برتنے کا اہل ہونا چاہیے۔ سیلز محکمے کے عملے کو فروخت سے متعلق پوچھ تاچھ، آرڈر کو پراس کرنے اور فوری سپردگی کو یقینی بنانے کے لیے تربیت یافتہ ہونا چاہیے۔
3. مناسب کمپیوٹر: کاروباری ادارے کے پاس کاروبار کے متوقع حجم کو برتنے کے لیے مناسب اسپیڈ اور میموری کے ساتھ کمپیوٹر ہونا چاہیے۔ کاروباری اداروں کے پاس ضروری انٹرنیٹ سروس پرووائڈر (ISP) اور ایپلی کیشن سروس پرووائڈر (ASP) سرور اور پورٹل اور ای میل کی سہولت ہوئی چاہیے۔
4. موثر ٹیلی مواصلاتی نظام: اعلیٰ میعار کے کال کے ساتھ اچھی ٹیلی فون لائنس ہونی چاہئیں تا کہ ای۔ بزنس زیادہ موثر ثابت ہو۔ کاروباری فرموں پر خراب اثر پڑے گا اگر ٹیلی فون لائنیں بار بار ڈس کنکٹ ہوں گی۔
5. ادائیگی کی میکانیت: ویب سائٹ پر مناسب معلومات فراہم کی جانی چاہیے تا کہ گاہکوں کو ادا کی جانے والی رقم کے بارے میں صحیح اندازہ ہو۔ اگر زائد رقم وصول ہوتی ہے تو وصول زاید رقم کی واپسی کے لیے اندرونی ڈھانچے کا نظام تخلیق کیا جانا چاہیے۔ کاروباری اداروں کو بینکوں اور کریڈٹ ایجنسیوں کا بندوبست کرنا چاہیے تا کہ الیکٹرانک رسیدوں اور ادائیگی کے لیے اہل ہوسکیں۔

19.9.7 آن لائن لین دین کی ادائیگی کی میکانیت

1. فروخت کنندہ تلاش کرنا: خریدار فروخت کنندہ کے ویب سائٹ پر جائے گا۔ آن لائن شاپنگ خریدار کو ایک رجسٹریشن فارم بھر کر آن لائن رجسٹریشن کرانا ہوتا ہے۔ رجسٹریشن کا مطلب ہے خریدار کو ایک پاس ورڈ فراہم کرنے کے ذریعہ آن لائن فروخت کنندہ کے پاس ایک کھاتہ کھولنا ہوگا۔
2. پروڈکٹ کا انتخاب: دیگر فروخت کنندگان کے ذریعہ پیش قیمتوں اور کوالٹی کا موازنہ کرنے کے بعد خریدار پروڈکٹ کا انتخاب کرتا ہے۔
3. آرڈر دینا: ویب سائٹ کے براؤزنگ کے وقت خریدار اپنے شاپنگ کارٹ میں منتخب مدوں کو ڈراپ کرتا ہے۔ شاپنگ کارٹ مدوں کا ایک آن لائن ریکارڈ ہے جسے ویب سائٹ براؤزنگ کے وقت خریدار کے ذریعہ چنا جاتا ہے۔

4. ادائیگی کی میکانیت: آن لائن شاپنگ کے ذریعہ خریداریوں کی ادائیگی درج ذیل طریقے سے انجام دی جاسکتی ہے:

(a) ڈیلیوری پر نقد (COD): آن لائن آرڈر کی ہوئی اشیا کے لیے ادائیگی اشیا کی مادی سپردگی کے وقت نقد میں کی جاسکتی ہے۔

(b) چیک: خریدار آن لائن وینڈر کو چیک بھیج سکتا ہے۔ اشیا کی سپردگی چیک کی رقم وصول کرنے پر کی جاسکتی ہے۔

(c) نیٹ بینکنگ منتقلی: خریدار لین دین کی منظور قیمت کی رقم آن لائن وینڈر کے کھاتے میں منتقل کرسکتا ہے۔

(d) کریڈٹ/ ڈیبٹ کارڈ کریڈٹ کارڈ کے معاملے میں خریدار کریڈٹ پر خریداری کرسکتا ہے۔ جاری کرنے والا چینک فروخت کنندہ کے کھاتے میں کریڈٹ اور خریدار کے کھاتے میں ڈیبٹ کرنے کے لیے لین دین میں شامل رقم منتقل کرتا ہے۔

(e) ڈیجیٹل نقد: یہ الیکٹرانک کرنسی کی ایک شکل ہے جو سائبر اسپیس میں موجود ہوتی ہے۔ گاہک کے حق میں اس رقم کے لیے جو وہ ادا کرتا ہے ڈیجیٹل نقد جاری کرتا ہے۔ بینک ایک خاص سافٹ ویر سپلائی کرے گا جس سے گاہک اپنے کھاتے سے ڈیجیٹل کیش نکال سکے گا۔

5. ڈیلیوری ادائیگی وصول کرنے کے بعد خریدار کو وہ پروڈکٹ دیا جاتا ہے۔

19.9.9 ای لین دین کا تحفظ وسلامتی

آن لائن لین دین میں جوکھم شامل ہوتا ہے۔ آن لائن لین دین میں فریقین کو مالیاتی، نیک نامی اچھی شہرت) یا فعلیاتی نقصان ہوسکتا ہے۔

1. لین دین کے جوکھم: لین دین کے جوکھم مختلف اقسام کے ہوسکتے ہیں:

(a) آن لائن آرڈر لینے دینے میں عہد شکنی فروخت کنندہ دیے گیے آرڈر سے انکار کردیتا ہے یا گاہک اپنے دیے گیے آرڈر کو مسترد کردیتا ہے۔

(b) ڈیلیوری میں عہد شکنی: مقصود ڈیلیوری نہیں ہوتی، اشیا کی غلط پتے پر سپردگی ہوجاتی ہے یا آرڈر شدہ مال کے بجائے کسی اور اشیا کی سپردگی ہوجاتی ہے۔

(c) ادائیگی کی عہد شکنی: گاہک دعوی کرتا ہے کہ سپلائی شدہ اشیا کی ادائیگی کردی گئی ہے اور فروخت کنندہ وصول نہیں کرنا۔

درج بالا عہد شکنی یا کوتاہی سے بچنے کے لیے درج ذیل اقدامات کا استعمال کیا جاسکتا ہے:

(i) گاہک کی شناخت اور محل وقوع کی تصدیق رجسٹریشن کے وقت کی جاسکتی ہے۔

(ii) فروخت کنندہ یہ یقینی بنانے کے لیے کہ آیا گاہک نے رجسٹریشن فارم میں تفصیلات کو صحیح طور پر بھر دیا ہے 'Cookies' کی تصدیق کرسکتا ہے۔ Cookies ٹیلی فون میں کالر ID کی طرح ہے۔ جس سے ٹیلی مارکیٹر کے لیے گاہک کے بارے میں اہم معلومات فراہم ہوتی ہے۔

(iii) گاہک کو اچھی طرح قائم شدہ شاپنگ سائٹ سے خریداری کرنی چاہیے۔

2. ڈاٹا اسٹوریج اور ترسیلی جوکھم: لوگ خوغرضانہ مقصد یا تفریح کی غرض سے ڈاٹا چرا سکتے ہیں یا خراب اور(Vital) VIRUS(Information Under Siege) کر سکتے ہیں۔ڈانا کوخراب کرنے کے لیے ہیکنگ وہ طریقے ہیں جو ڈاٹا کومسخ کرنے کے لیے استعمال کیے جاتے ہیں۔وقتاً فوقتاً اینٹی وائرس پروگراموں کی تنصیب کی جانی چاہیے۔ترسیل کے دوران ڈاٹا کو بیچ میں روک لینے کوختم کرنے کی رمز باری (cryptography) کا استعمال کیا جاتا ہے۔اسے .'hyper text' کہتے ہیں۔نا قابل خواندگی فارمیٹ میں بدلنے کے ذریعہ کومحفوظ کرنے کا عمل رمزنگاری یا کریپوگرافی ہے۔صرف وہی جوخفیہ کلید کے حامل ہوتے ہیں سادہ متن میں پیغام کو قابل فہم عبارت میں بدل سکتے ہیں۔

3. انٹیلیکچوئل پراپرٹی اور پرائیویسی: کوئی بھی انٹرنیٹ میں دستیاب ڈاٹا کی نقل کرسکتا ہے اور دوسروں کوفراہم کرسکتا ہے۔اشتہاری مواد کا ڈھیر materialsJunk لگنے کے نتیجے میں کی تشکیل ہوتی ہے جو کہ ایک بڑا مسئلہ ہوسکتا ہے۔

19.10 خدمات کی آؤٹ سورسنگ

کاروبار میں ایک اوراہم رجحان آوٹ سورسنگ ہے یعنی کاروبار کی کچھ سرگرمیاں جیسے داخلی عملہ اور بیرونی وسائل کے ذریعے روایتی طور پر برتی جانے والی سرگرمیوں کوانجام دینے کے لیے خارجی وسائل کا استعمال کیا جاتا ہے۔مثال کے طور پر بیشتر کمپنیاں اب تک صفائی اور سلامتی سے متعلق سرگرمیوں کے لیے اپنے اداروں میں اپنا خود کا عملہ رکھتی تھیں۔لیکن بعد میں ان کاموں کو باہر کی ایجنسی سے ٹھیکہ کی بنیاد پر کروانا شروع کر دیا۔دراصل آؤٹ سورسنگ (Outsourcing) مینجمنٹ کی ایک حکمت عملی ہے،جس کے ذریعے کوئی تنظیم اپنے غیر مرکزی کاموں کوٹھیکہ پر خصوصی خدمت کی فراہمی کرنے والوں کو دیتی ہے۔اس نظریہ سے کہ وہ ان کی ماہرانہ کارگزاری اور کم لاگت کا فائدہ اٹھاسکیں اور اپنے منتظم کاروں کی اپنے خود کے اہم کاموں پر توجہ مرکوز رہے۔اطلاعات کی ٹکنالوجی (I nformation Technology) وہ شعبہ ہے جس میں اس نظریہ کا کافی تیزی سے اضافہ ہورہا ہے اور حالیہ سالوں میں IT کے نظام میں اس کا مزید اضافہ ہوا ہے۔کیونکہ اس IT شعبہ نے مکمل تجارتی عمل جیسے تنخواہ کا عمل، چیک وغیرہ جمع کرانے کو آوٹ سورسنگ سے کرانا شروع کر دیا ہے۔اسے (Business Process Outsourcing) BPO کے نام سے جانا جاتا ہے۔یہ بات قابل غور ہے کہ ہندوستانی IT-BPO شعبہ نے گھریلو اور درآمدی تجارت دونوں میں 07-2006 میں 28 اضافہ درج کیا ہے جس کے نتیجے میں حکومت کی آمدنی 48 بلین ڈالر سے بھی تجاوز کرگئی ہے۔یہ 1998 کی کل آمدنی میں تقریبا 10 گنا اضافہ ہے۔

BPO کی ضرورت

1. پیداواریت میں اضافہ
2. لاگت میں کمی
3. بنیادی کاروبار پر فوکس کرنے کے مواقع

4. ٹکنالوجی کوتازہ ترین بنانا

5. کاراندازیت (entrepreneurship) روزگاراور برآمد کومتحرک کرنا

19.10.1 BPO کی خصوصیات

BPO کی بنیادی خصوصیات مندرجہ ذیل ہیں:

(a) کسی سرگرمی کو باہر کی کسی ماہر ایجنسی کو ٹھیکہ پر دینا جو اپنے مین پاور (افرادی قوت) کے ذریعے اُن سرگرمیوں کو تسلی بخش طریقے سے انجام دینے کی ذمہ داری لیتی ہیں۔

(b) عام طور پر آؤٹ سورسنگ غیر بنیادی سرگرمیوں کے معاملے میں کی جاتی ہیں، جیسے ہاؤس کیپنگ اور سیکورٹی وغیرہ لیکن اب ان کی توسیع مرکزی (اہم) سرگرمیوں تک بھی ہوگئی ہے۔ مثال کے طور پر ایک اسکول اپنے طلبا کے لیے کمپیوٹر تعلیم کے نظم کے لیے ایک کمپیوٹر تربیتی ادارے کو کام پر لگا سکتی ہے یا ایک بینک اپنے چیک کے کارروائی کے لیے کسی ادارے کی مدد لے سکتا ہے۔

(c) کاروباری عمل کی آؤٹ سورسنگ کی دو خاص شکلیں ہیں:

(i) تیسرے فریق سے آؤٹ سورسنگ

(ii) مخصوص سرگرمیوں کے نظم کے لیے بنائی گئی اپنی خود کی معاون کمپنی کے لیے آؤٹ سورسنگ۔

19.11.2 خدمات کی آوٹ سورسنگ کی خوبیاں

(a) یہ تنظیموں کو ان شعبوں پر توجہ مرکوز کرنے کے مواقع فراہم کرتا ہے، جن کی یہ تنظیمیں اہلیت یا قوت رکھتی ہیں۔۔ تنظیموں کو تکراری اور عام لگے بندھے کاموں سے آزاد رکھتی ہیں۔

(b) یہ تنظیموں کے ذرائع کے بہتر استعمال میں مدد کرتی ہے تا کہ انتظامیہ اپنی توجہ چنندہ سرگرمیوں پر مرکوز کر سکے اور اعلیٰ کارکردگی حاصل کر سکے۔

(c) یہ تنظیموں کو مناسب قیمتوں پر ماہرانہ اور خصوصی خدمات حاصل کرنے میں مدد کرتی ہے جو آئندہ بہتر خدمت اور لاگت میں کمی کا باعث ہوگا۔ BPO تنظیمیں اس شعبے میں اچھی صلاحیت رکھتی ہیں اور خدمت کو مزید موثر طور پر فراہم کرنے کے لیے بہتر عمل اختیار کرتی ہیں۔

(d) یہ کاروبار کی توسیع میں مدد کرتی ہے کیوں کہ آؤٹ سورسنگ سے وسائل کی بچت ہوتی ہے اور اس کا استعمال پیداواری صلاحیت اور مصنوعات کے معیار میں اضافہ اور نئے بازار کی تلاش کرنے میں کیا جا سکتا ہے۔

(d) مالی فائدہ کے علاوہ، یہ بین تنظیمی معلومات میں حصہ داری اور اشتراکی آموزش میں سہولت فراہم کرتی ہے۔

19.11.3 خدمات کی آوٹ سورسنگ کے حدود

(a) اس کی مخالفت مزدور انجمنوں کے ذریعے ہو سکتی ہے جو محسوس کرتے ہیں کہ اس کے سبب ان کی طاقت اور مواقع میں کمی ہو

جائے گی۔

(b) یہ راز داری کو کم کرتا ہے کیونکہ آؤٹ سورسنگ میں دوسری اطلاع کا تبادلہ کافی ہوتا ہے۔اس کا مفہوم یہ ہے کہ ایسے ایسے افراد کے ذریعہ اس کی ترسیل حریفوں تک کی جاسکتی ہے۔

(c) گلوبلائزڈ آؤٹ سورسنگ کے سبب بعض اوقات ملکی مزدوروں میں نارانگی ہوسکتی ہے جو مقابلہ میں اضافہ کے سبب خطرہ محسوس کرتے ہیں۔

(d) تنظیمیں جو دوسروں کو کرائے پر کام میں لگاتے ہیں، وہ انتظامی گرفت کی کمی کے مسئلے کا سامنا کرسکتی ہیں کیونکہ خارجی خدمت فراہم کنندہ کا بہ نسبت اپنے ملازموں کا نظم کرنا زیادہ مشکل ہے۔صرف یہی نہیں یہ تنظیموں کے اندر ماہرین کی کمی یا مکمل خاتمہ کا سبب بن سکتا ہے اور تنظیمیں جزوی یا مکمل طور پر خدمت فراہم کرنے والوں پر منحصر ہوجاتی ہیں۔

مذکورہ آؤٹ سورسنگ کی حدود کے مدنظر یہ ضروری ہو جاتا ہے کہ آؤٹ سورسنگ کی کمپنیاں ضروری احتیاطی تدابیر کریں، خدمت کے فراہم کرنے والوں سے مستقل رابطہ قائم رکھیں اور آؤٹ سورسنگ کیسے ہوئے عمل پر کنٹرول برقرار رکھیں۔

19.10.4 نالج پراس آوٹ سورسنگ (KPO)

KPO کا مطلب ان خدمات کی آؤٹ سورسنگ ہے جس میں کسی بیرونی تنظیم کے ذریعہ انتہائی اعلی درجے کی نالج ورک انجام دیا جاتا ہے۔کارکردگی اور کوالٹی کو بہتر بنانے اور کاروبار کو انجام دینے کی لاگت کو کم کرنے کے لیے اسے خاص طور پر انجام دیا جاتا ہے۔ KPO میں صحیح مہارتوں، رویے اور تجربے والے پروفیشنل کی ضرورت ہوتی ہے۔

BPO اور KPO میں فرق

BPO	KPO
1-لائق اعادہ عمل	1-ناقابل اعادہ عمل
2-تیز آموزش کی ضرورت	2-باقاعدہ و مستقل آموزش کی ضرورت
3۔ورکرس کی بڑی تعداد	3-مختصر ورک فورس
4-نسبتاً کم ماہر افراد	4-اسپیشلسٹ ماہرین
5۔مسائل کو حل کرنے کے لیے پہلے سے متعین طریقہ	5۔مسئلے کو حل کرنے کے لیے پہلے سے کوئی متعین طریقہ نہیں

اختتامی مشق

نہایت مختصر جواب کے لئے سوالات

1. اصطلاح 'ای۔کامرس' کی تشریح کریں۔
2. آن لائن لین دین کے دوران لازمی دو احتیاطی تدابیر کو بیان کریں۔
3. خدمات کی خارجی ذرائع کے دو فوائد کو بیان کریں۔
4. انٹرنیٹ بینکنگ سے کیا مراد ہے؟
5. B2C ای کامرس کا مفہوم بتائیں۔
6. اس الیکٹرانک کرنسی کا نام بتایئے جو سائبر اسپیس میں موجود ہوتی ہے۔

مختصر جواب کے لیے سوالات

1. روزمرہ کی زندگی میں انٹرنیٹ کے کسی چار فوائد کو بیان کریں۔
2. ای کاروبار اور ای کامرس کے درمیان فرق کو بیان کریں۔
3. ای کامرس کے کسی چار حدود کو بیان کریں۔
4. ڈیبٹ کارڈ اور کریڈٹ کارڈ کے درمیان فرق بیان کریں۔
5. عوام کے لیے ای۔پوسٹ کی سہولت کی کارآمدگی کی وضاحت کریں۔
6. ای۔بزنس کے کامیاب نفاذ کے لیے کوئی دو مطلوبہ ضرورت بیان کیجیے۔
7. نالج پر اس آوٹ سورسنگ سے کیا مراد ہے؟

طویل جواب کے لیے سوالات

1. ای کامرس کی خوبیوں کی وضاحت کریں۔
2. ای کامرس کے لین دین کے طریقہ کار کو بیان کریں۔
3. ای- بینکنگ طریقے کے تحت بینکنگ خدمات کے کن ہی چار رجحانات کی وضاحت کریں۔
4. خدمات کی آوٹ سورسنگ سے کیا مراد ہے؟ ان کی خصوصیات کی وضاحت کریں۔
5. ای- بینکنگ کے مفہوم کو بیان کریں اور اس کے دو طریقوں کی وضاحت کریں۔
6. BPO اور KPO میں فرق کیجیے۔
7. ای۔بزنس لین دین کی سلامتی کو کس طرح یقینی بنایا جاسکتا ہے؟
8. آن لائن لین دین کے ادائیگی میکانزم میں شامل اقدامات کی وضاحت کیجیے۔
9. مدرڈے پر آپ اپنی ماں کو تحفے میں ایک نیا موبائل فون دینا چاہتے ہیں۔آپ کے ایک دوست نے آپ کو بتایا کہ آپ آن

لائن شاپنگ کے ذریعہ اسے کافی سستا حاصل کر سکتے ہیں۔اس کے لیے آپ کے پاس کوئی تجربہ نہیں ہے۔لیکن آپ کم سے کم ایک بار اس کے لیے کوشش کرنے کا فیصلہ کرتے ہیں۔آن لائن شاپنگ کے ذریعہ اپنی ماں کے لیے موبائل فون حاصل کرنے کے لیے کیا اقدامات کرنے ہوں گے وضاحت کیجیے۔

10. آپ کے والد اکاروباری ہیں جن کا ڈیجیٹل گھڑیوں کا کاروبار ہے۔انہوں نے اپنے دوست سے اخبارات ورسائل میں ای۔ بزنس کے بارے میں کافی سن رکھا ہے۔اب وہ ای۔ بزنس کے میدان میں شامل ہونا چاہتے ہیں۔ساتھ ہی وہ نئی بازاروں میں داخل ہونے کی خواہش مند ہیں۔XII کلاس کے طالب علم کے طور پر وہ اس معاملے میں آپ سے بات کرنا چاہتے ہیں۔ ای۔ بزارم کے کامیاب نفاذ کے لیے مطلوبہ مختلف وسائل کے بارے میں ان سے وضاحت کیجیے۔

20. صارفین کا تحفظ

(CONSUMER PROTECTION)

ہم اپنی روزمرہ کی زندگی میں مختلف طرح کی اشیاء سامان اور خدمات حاصل کرتے ہیں۔ جو بھی سامان ہم خریدیں گے یا جس سروس سے بھی فائدہ اٹھائیں گے، اس کی قیمت ہم کو ادا کرنی ہوگی اور اس چیز یا اس سروس کے استعمال سے ہم اطمینان حاصل کرتے ہیں، لیکن اکثر ایسا بھی ہوتا ہے کہ ہم جو مال خریدتے ہیں، اس سے ہم کو تسلی نہیں ہوتی۔ اس کی ایک وجہ یہ ہوتی ہے کہ جو سامان ہم نے خریدا، وہ معیاری اور درست نہ تھا اور ہم نے وہ سامان اس کا اشتہار پڑھ کر خرید لیا تھا جبکہ اشتہار میں اس کے حوالے سے جو بھی کہا گیا وہ درست نہ تھا یا پھر دُکاندار نے ہم سے اس مال کی قیمت اس کی اصل قیمت سے زیادہ وصول کر لی یا پھر اس نے وہ مال جو ہم نے خریدا تول میں کم کر دیا، غرضکہ اس طرح کی وجوہات کی بنیاد پر ہم سامان کو خرید کر مطمئن نہیں ہو پاتے۔ سوال یہ ہے کہ کیا یہ سب طریقے چلتے رہنے چاہئیں ظاہر ہے کہ اس کا جواب نفی میں ہوگا۔ اب سوال یہ ہے کہ ان خامیوں اور کمزوریوں اور خرابیوں کو دور کرنے کے آخر کیا طریقے ہیں۔ اس کا جواب یہ ہے کہ علاج کے لیے ایسے طریقے اپنانے ہوں گے جن سے صارفین کا تحفظ عمل میں آ سکے۔

اس سلسلے میں صارفین کے حقوق اور ذمہ داروں کو نگاہ میں رکھنا ہوگا اور اس سلسلے کے قانونی اقدامات سے ان برائیوں کا تدارک کرنا ہوگا۔ تب ہی صارفین کی شکایات کا ازالہ ہو سکے گا۔ اس سبق میں ان تمام باتوں کی وضاحت کی گئی ہے۔

اکتسابی مقاصد

☆ صارفین اور صارفین کے تحفظ کی اہمیت کے بارے میں تفہیم پیدا کرنا؛

☆ صارفین کے حقوق اور ذمہ داریوں کی وضاحت کی اہمیت کی نشاندہی کرنا؛ اور

☆ صارفین کی حفاظت کے لیے کیے گئے اقدامات کی وضاحت کریں۔

20.1 صارف کے معنی

"صارف" سے مراد کوئی بھی شخص ہے جو

(i) کسی ایسے معاوضے کے لیے کوئی سامان خریدتا ہے جس کی ادائیگی کی گئی ہو یا وعدہ کیا گیا ہو یا جزوی طور پر ادائیگی کی گئی ہو یا جزوی طور پر وعدہ کیا گیا ہو، یا موخر ادائیگی کے کسی نظام کے تحت اور اس میں اس شخص کے علاوہ اس سامان کا کوئی بھی صارف شامل ہے جو ادا کردہ یا عہد شدہ، یا جزوی طور پر ادا شدہ یا جزوی وعدہ شدہ ادائیگی کے لیے اس طرح کا سامان خریدتا ہے۔ یا تاخیر سے ادائیگی کے نظام کے تحت، جب اس طرح کا استعمال ایسے شخص کی منظوری سے کیا جاتا ہے، لیکن اس میں کوئی ایسا شخص شامل نہیں ہوتا ہے جو دوبارہ فروخت کے لیے یا کسی تجارتی مقصد کے لیے ایسی مصنوعات حاصل کرتا ہے۔ یا

(ii) کسی ایسے معاوضے کے لیے جو ادا کیا گیا ہو یا وعدہ کیا گیا ہو یا جزوی طور پر ادا کیا گیا ہو یا جزوی طور پر وعدہ کیا گیا ہو، یا موخر ادائیگی کے کسی نظام کے تحت کسی بھی خدمت کا کرایہ یا فوائد اور اس میں اس شخص کے علاوہ ایسی خدمت کا کوئی مستفید شامل ہے جو خدمات کو کسی ادائیگی یا وعدے کے لیے رکھتا ہے یا اس سے فائدہ اٹھاتا ہے، یا جزوی طور پر ادا کیا جاتا ہے اور جزوی طور پر وعدہ کیا جاتا ہے، یا تاخیر سے ادائیگی کے نظام کے تحت، جب ایسی خدمات کا فائدہ پہلے ذکر کردہ شخص کی منظوری سے لیا جاتا

ہے،لیکن اس میں کوئی ایسا شخص شامل نہیں ہے جو کسی تجارتی مقصد کے لیے ایسی خدمت استعمال کرتا ہے۔

20.2 صارفین کے تحفظ کا تصور

صارفین کے تحفظ سے یہ مراد ہے کہ ان کے حقوق اور مفادات کا تحفظ کرایا جائے۔ دوسرے لفظوں میں صارفین کے تحفظ کے سلسلے میں اٹھائے جانے والے اقدامات اس سلسلے کی کڑی ہیں۔ اس کے معنی یہ بھی ہیں کہ کاروباری لوگوں کے غیر محتاط اور غیر اخلاقی طریقوں اور بدعنوانیوں سے گاہک کو بچایا جائے اور ان کی شکایات کا جلد از جلد ازالہ کیا جائے کاروباریوں کے استحصال سے صارفین کو بچانے کے لیے اقدامات ضروری ہیں۔ صارفین اور گاہکوں کے ساتھ بالعموم جس انداز پر بدعنوانیاں ہوتی ہیں وہ کچھ اس طرح کی

a) سامان میں ملاوٹ یعنی سامان میں کچھ ایسی اشیا ملا دی جاتی ہیں جو معیاری نہیں ہوتیں اور ان کو فروخت کیا جاتا ہے۔

(b) بناوٹی اونقلی مال: مال کو اس طرح تیار کرنا جس سے اس کی قیمت کم ہو جائے اور وہ اپنی اصلی حالت میں باقی نہ رہے۔

(c) غیر معیاری مال کی فروخت یعنی ایسا سامان فروخت کرنا جو معیار کے مجوزہ ضابطوں کے ہم پلہ نہ ہو۔

(d) نقلی اور جعلی سامان فروخت کرنا۔

(e) غلط وزن کا استعمال اور مال کو کم تولنا

(f) مال کی غلط طریقے پر چوری چھپے ذخیرہ اندوزی کرنا اور پھر اس کی کالا بازاری کرنا اورا

(g) س طرح سے اس کو مہنگا کر کے فروخت کرنا۔

(ا) کسی شے کو مقررہ قیمت سے زیادہ قیمت پر فروخت کرنا۔

(i) خراب اور غیر معیاری مال فروخت کرنا۔ اشتہارات کے ذریعے گاہکوں کو گمراہ کرنا اور ان میں ایسی ایسی باتیں بتانا جن کا حقیقت سے دور کا بھی واسطہ نہ ہو اور اس گھٹیا مال یا سروس کو معیاری بتانا اور اس کا گریڈ اور معیار بڑھا کر بتانا۔

(j) گھٹیا قسم کا مال فراہم کرنا یعنی مال اور سروس فراہمی کی جائے، وہ اس درجہ سے کمتر ہو جس درجے کی چیز دینے کے لیے کہا گیا ہو۔

(k) الیکٹرانک کامرس اب ان تمام قوانین کے تحت ہوگی جو براہ راست فروخت پر لاگو ہوتے ہیں۔ تمام ای کامرس پلیٹ فارمز کو دکانداروں کی تفصیلات، جیسے ان کا پتہ، ویب سائٹ، ای میل وغیرہ، اور رقم کی واپسی، تبدیلیوں، معاہدے کی شرائط اور ضمانتوں سے متعلق دیگر شرائط کو اپنی ویب سائٹ پر ظاہر کرنا ہوگا تاکہ شفافیت کو بڑھایا جا سکے۔

مندرجہ بالا مثالوں سے واضح ہوتا ہے کہ گاہک کو جو مال دیا جاتا ہے یا جو سروس فراہم کرائی جاتی ہے، وہ کمتر درجے کی دے کر اس کا استحصال کیا جاتا ہے۔ ہندوستان ایک جمہوری ملک ہے جہاں اس طرح کی بدعنوانیوں کی گنجائش نہیں، لہذا صارفین کے تحفظ کے لیے حکومت اور رضا کار اداروں نے ضروری اقدامات کیسے ہیں۔

ہندوستان میں صارفین کے استحصال کی مثالیں

☆ ایک شخص نے ایک ٹیلی ویژن کسی کے ہاتھ فروخت کیا اور اس سے 200 روپے سروس چارج کے طور پر لے لیے حالانکہ مال فروخت کرنے والے نے یہ مرمت اس دوران کی جبکہ ابھی اس کی وارنٹی یعنی گارنٹی کی مدت باقی تھی۔

☆ مختلف مسافروں کو ایک ہی دن ایک ہی سفر کے لیے ٹکٹ دیے گئے اور ان پر جو سیٹ نمبر ڈالا گیا، وہ بھی سب کا ایک ہی تھا۔

☆ اسٹیٹ بینک آف انڈیا نے 50 روپے جرمانہ لے کر تب ایک شخص کو چیک بک دی اور یہ دکھایا کہ اس کے کھاتے میں جو رقم جمع تھی وہ اس سے کم تھی جو کہ ہوئی چاہیے تھی۔

☆ کھانا پکانے کی گیس کا سلنڈر جو گاہک کو دیا گیا وہ مقررہ وزن سے کم تھا۔

20.3 صارفین کے تحفظ کی اہمیت

صارفین کے تحفظ کا ایک وسیع ایجنڈا ہے۔اس میں صارفین کو ان کے حقوق اور ذمہ داریوں کے بارے میں تعلیم دینا اور ان کی شکایات کو حل کرنے میں مدد کرنا بھی شامل ہے۔صارفین اور صارفین دونوں کے لیے صارفین کا تحفظ ضروری ہے۔

صارفین کے نقطہ نظر سے صارفین کے تحفظ کی اہمیت کو درج ذیل نکات سے سمجھا جا سکتا ہے:

(i) صارفین کی لاعلمی

صارفین کی وسیع پیمانے پر لاعلمی کے پیش نظر، صارفین کے استحصال کو روکنے کے لیے صارفین کو ان کے لیے دستیاب حقوق اور وسائل کے بارے میں تعلیم دینا ضروری ہے۔

(ii) غیر منظّم صارفین

صارفین کو صارفین کی تنظیموں کی شکل میں منظّم کرنے کی ضرورت ہے جو ان کے مفادات کا خیال رکھیں۔اگر چہ ہندوستان میں صارفین کی تنظیمیں قائم کی گئی ہیں، لیکن یہ ضروری ہے کہ صارفین کو اس وقت تک مناسب تحفظ فراہم کیا جائے جب تک کہ یہ تنظیمیں صارفین کے مفادات کے تحفظ اور فروغ کے لیے کافی طاقتور نہ ہو جائیں۔

(iii) صارفین کا عمومی استحصال

صارفین کو غیر اخلاقی تجارتی طریقوں، استحصال کرنے والوں اور ناقص اور غیر محفوظ مصنوعات، ملاوٹ، جھوٹی اور دھوکہ دہی کی تشہیر، اکا پاریمینٹو، باچا کو وغیرہ کے طور پر غیر منصفانہ کے خلاف تحفظ کی ضرورت ہے۔

کاروبار کے نقطہ نظر سے

کاروبار کو صارفین کی حفاظت اور انہیں مناسب طریقے سے مطمئن کرنے پر بھی زور دینا چاہیے۔یہ مندرجہ ذیل وجوہات کی بناء پر اہم ہے:

(i) طویل مدتی کاروبار میں دلچسپی

روشن کمپنیاں محسوس کرتی ہیں کہ طویل مدت میں اپنے صارفین کو مطمئن کرنا ان کے مفاد میں ہے۔مطمئن گاہک نہ صرف بار بار فروخت کرتے ہیں بلکہ ممکنہ گاہکوں کو راغب کرنے میں بھی مدد کرتے ہیں۔

(ii) کمپنیاں معاشرے کے وسائل کا استعمال کرتی ہیں۔

کاروباری تنظیمیں ایسے وسائل کا استعمال کرتی ہیں جو معاشرے سے تعلق رکھتے ہیں اور اس لیے ان کی ذمہ داری ہے کہ وہ مصنوعات کی فراہمی کریں اور ایسی خدمات فراہم کریں جو عوامی مفاد میں ہوں۔

(iii) سماجی ذمہ داری

کاروبار کی دلچسپی کے مختلف گروہوں کے تئیں سماجی ذمہ داری ہوتی ہے۔کاروباری تنظیمیں سامان بیچ کر اور صارفین کو خدمات فراہم کر کے پیسہ کماتے ہیں،اس لیے ان کے مفادات کو اچھی طرح سے حل کیا جانا چاہیے۔

(iv) اخلاقی جواز

صارفین کے مفادات کا خیال رکھنا اور کسی بھی قسم کے استحصال سے بچنا کسی بھی کاروبار کا اخلاقی فرض ہے۔

(v) حکومت کی مداخلت

ایک کاروبار جو کسی بھی قسم کے تجارتی طریقوں میں حصہ لیتا ہے وہ حکومت کی مداخلت یا کارروائی کو مدعو کرے گا۔اس سے کمپنی کی شبیہ کو نقصان پہنچ سکتا ہے اور اسے نقصان پہنچ سکتا ہے۔

20.4 صارفین کے حقوق

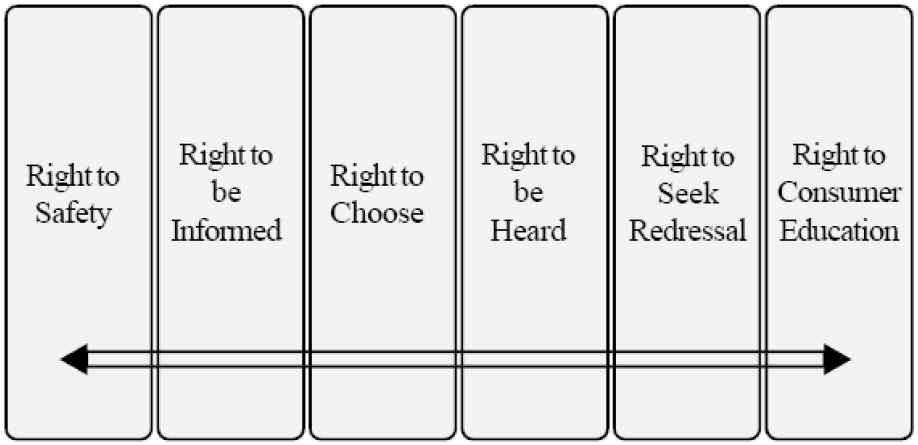


Fig. 17.1 Right of Consumers

(a) تحفظ کا حق

صارفین کا یہ حق بنتا ہے کہ ایسے سامان اور ایسی خدمات اور سروسز سے ان کی حفاظت کی جاتی ہے جو صحت یا زندگی کے لیے خطرناک اور مضرت رساں ہوتی ہیں مثال کے طور پر ایسی گاڑی جس میں نقص ہو اور اس کے چلانے نے سے کسی حادثہ کے ہو جانے کا امکان ہو۔اس طرح بجلی کا مختلف سامان جو کم معیاری ہو۔ہال ہی میں عوامی سطح پر مشروبات کے حوالے سے احتجاج کیے گئے اور ان کا بائیکاٹ کیا گیا کیونکہ ان کے سلسلے میں یہ شکایت سامنے آئی کہ ان میں خطرناک جراثیم موجود ہیں اور یہ مقررہ حد بندی سے زیادہ ہیں۔حفاظت ایک اہم حق ہے جو صارفین کو ملنا چاہیے۔اس کے ذریعے اس بات کو یقینی بنانا ہے کہ مینوفیکچرر ایسا مال تیار نہیں کریں گے جو معیاری نہ ہو اور جو انسان کی صحت کے لیے خطرناک ہو۔

(b) صارفین کو ہر طرح کی معلومات حاصل کرنے کا حق

صارفین کے تحفظ کے پس منظر میں ضروری ہے کہ ان کو ہر شے، ہر مال اور ہر سروسز اور خدمت کے سلسلے میں مکمل معلومات ہوں اور ان کا کوئی پہلو ایسا نہ ہو جو ان پر واضح نہ ہو۔چنانچہ گاہک اور صارف کو ہر شے کے بارے میں مکمل معلومات حاصل ہونی چاہئیں۔

انھیں اشیا اور خدمات کے معیار، مقدار، کوالٹی اور قیمت وغیرہ کے بارے میں علم ہونا ضروری ہے۔ آج کے زمانے میں ہر چیز کے لیبل اور اس پر لگے پرچے میں تفصیلی معلومات درج ہوتی ہیں۔۔

(c) انتخاب کا حق

گاہک کا یہ حق ہوتا ہے کہ وہ کون سی شے خریدے۔ اس کی نظر بازار میں دستیاب ایک ہی طرح کے مختلف مال اور اشیا پر ہوتی ہے اور وہاں ہر چیز کی قیمت ایک دوسرے کے مقابلے پر الگ الگ ہوتی ہے۔ اس طرح خریدار کے سامنے بہت سی اشیا ہوتی ہیں، ان میں سے اسے اپنی پسند کے مطابق خریدنا ہوتا ہے۔ صارفین کو یہ اطمینان ہونا چاہیے کہ وہ مناسب قیمت پر معیاری مال خرید رہا ہے۔

(d) شکایت سننے کا حق

اگر گاہک کی شکایت سننے کے لیے کوئی موقع نہ دیا جا سکے گا تو اس طرح اس کے تحفظ کا حق، ان کو معلومات حاصل ہونے کا حق اور پسند کرنے کا حق، یہ سب کے سب بے معنی ہو جائیں گے۔ موٹے طور پر اس حق کا مطلب یہ ہے کہ صارفین کی شکایات سرکار اور سرکاری اداروں تک پہنچنی چاہیے۔ سرکار جب بھی صارفین کے حقوق کے حوالے سے کوئی ایسی مرتب کرتی ہے تو اس طرح کی شکایات کے ازالے کے لیے تدارکی اقدامات فراہم ہو جاتے ہیں۔

(5) شکایت کے ازالے کا حق

اگر سامان یا سروس (خدمات) کے حوالے سے شکایات ہوں اور ان کی کارگزاری، معیار، کوالٹی وغیرہ میں کمی ہو تو شکایت کرنے کا حق ہے اور ضرورت ہو تو وہ شے مرمت کے لیے بھیجی جائے یا اس کی جگہ دوسری چیز حاصل کی جائے۔ مینوفیکچرر، اشیا کو فروخت کرنے والا دکاندار اس کی مرمت کرائے گا یا اسے بدل دے گا۔ صارفین کے تحفظ کا قانون گاہکوں کی جائز شکایات کا منصفانہ تصفیہ کرے گا۔ یہ نظام ضلع، ریاستی اور قومی سطح پر کام کرتا ہے۔

(6) صارفین کو باخبر کرنے کی ضرورت اور حق

صارفین کو معلومات حاصل کرنے کا حق ہے۔ اس کا مطلب یہ ہے کہ صارف میں اتنی ہنرمندی ہوشیاری اور صلاحیت ہوگی کہ وہ ہر اس چیز کے بارے میں معلومات حاصل کر سکے جسے وہ خرید رہا ہے۔ اس کام میں صارفین کی انجمنیں تعلیمی ادارے اور پالیسی ساز ذمہ دار اہم کردار ادا کر سکتے ہیں۔ ان سے توقع کی جا سکتی ہے کہ وہ درج ذیل باتوں کو سامنے رکھ کر ان کے بارے میں معلومات فراہم کرا دیں گے۔

20.5 صارفین کی ذمہ داریاں

1. صارف کو اپنے حق کا استعمال کرنا چاہیے

صارفین کے تحفظ کے قانون کے تحت صارفین کو مختلف حقوق دیے جاتے ہیں، جیسے حفاظت کا حق، انتخاب کا حق وغیرہ۔ لیکن یہ حقوق تب ہی کارآمد ثابت ہوں گے جب صارف ان کا استعمال کرے گا۔ صارف کو شکایت درج کرنی چاہیے، اپنے حقوق

سے آگاہ ہونا چاہیے اور جب بھی ضروری ہو ان کا استعمال کرنا چاہیے۔

2. صارفین کی احتیاط

صارفین کو بیچنے والے کی باتوں پر اندھا دھند یقین نہیں کرنا چاہیے۔ آپ کو اشیا یا خدمات کے بارے میں تمام معلومات حاصل کرنے پر اصرار کرنا چاہیے۔

3. حقیقی شکایات کی مرمت کے لیے شکایات

زیادہ تر وقت، صارف اس نقصان کو نظر انداز کرتا ہے جو ناقص سامان یا خدمت خریدنے پر ہوتا ہے۔ صارف کو ایک چھوٹے سے نقصان کے لیے بھی شکایت درج کرنی چاہیے۔ صارفین میں یہ بیداری دکانداروں کو معیاری مصنوعات کی پیشکش کے بارے میں زیادہ آگاہ کرے گی۔

4. صارفین کو معیار سے آگاہ ہونا چاہیے

ناقص معیار کے سامان، ملاوٹ والی مصنوعات اور ڈپلیکیٹ مصنوعات کی فراہمی کے مسائل تب ہی حل ہو سکتے ہیں جب صارف سامان یا خدمات خریدتے وقت معیار کے نشانات جیسے برانڈ آئی ایس آئی، ایگمارک وغیرہ تلاش کرے۔

5. اشتہارات میں نہ پھنسیں۔

اشتہارات اکثر مصنوعات یا خدمات کی خصوصیات یا خصوصیات کو بڑھا چڑھا کر پیش کرتے ہیں۔ صارف کو اشیا کے اصل استعمال کا اشتہار میں دکھائے گئے استعمال سے موازنہ کرنا چاہیے اور اصرار کرنا چاہیے کہ اگر ضروری ہو تو وہ مبالغہ آمیز خصوصیات کو ظاہر کرنا بند کر دیں۔

6. خریداری کی رسید پر اصرار کریں

شکایت جمع کرانے کے لیے، صارف کو خریداری کا ثبوت درکار ہوتا ہے، اور رسید اس بات کا ثبوت ہے کہ صارف نے سامان یا خدمات کے لیے ادائیگی کی ہے۔ بیچنے والا خریداری کی رسید دینے کا پابند ہے چاہے خریدار اس کی درخواست نہ کرے۔

7. صارفین کی سوسائٹیوں کی تشکیل

صارفین کی سوسائٹیوں کی تشکیل کرنا جو صارفین کو تعلیم دینے، ان کے مفادات کے تحفظ اور دکانداروں کے استحصال سے بچانے میں فعال کردار ادا کر سکیں۔

8. ماحول کا احترام کریں

صارفین کو ماحول کا احترام کرنا چاہیے، کچرا پھینکنے سے گریز کرنا چاہیے اور آلودگی میں حصہ ڈالنا چاہیے۔

20.6 صارفین کے تحفظ کے طریق کار اور ذرائع

ہندوستان میں، غربت کی لکیر سے نیچے رہنے والے صارفین کی ایک بڑی تعداد ناخواندہ ہے اور اپنے حقوق سے بے خبر ہے۔ لہذا، صارفین کے تحفظ کی نقل و حرکت ترقی یافتہ ممالک کی نقل و حرکت جیسی نہیں ہو سکتی۔ ہندوستان میں، یہ ایک سماجی تحریک ہونی چاہیے جس

میں زندگی کے تمام شعبوں کے لوگوں کو اپنا کردار ادا کرنا ہو۔ مندرجہ ذیل
ہندوستان میں صارفین کے تحفظ کی کچھ شکلیں اور ذرائع ہیں جن کی پیروی کی جاتی ہے:

1. کمپنیوں کی طرف سے خودمختاری

بڑی کمپنیوں نے محسوس کیا ہے کہ وہ صرف صارفین کو مناسب اہمیت دیتے ہوئے طویل عرصے تک ترقی اور ترقی کر سکتی ہیں۔ سماجی طور پر ذمہ دار کمپنیاں معیار کے معیار پر عمل کرتی ہیں اور صارفین کی شکایات کو دور کرنے کے لیے صارفین کی توجہ کا ایک سیل تشکیل دی ہے۔

2. کاروباریوں کی انجمنیں

مختلف کاروباری انجمنوں، جیسے فیڈریشن ڈی کامراس ڈی کامرسیوای انڈسٹریا ڈی لا انڈیا (ایف آئی سی سی آئی) اور کنفیڈریشن ڈی لا انڈسٹریا ڈی انڈیا (سی آئی آئی) نے ضابطہ اخلاق تیار کیے ہیں جو صارفین سے نمٹنے کے لیے رہنما اصول قائم کرتے ہیں۔

3. آگاہی کا پروگرام

صارفین میں بیداری کی سطح کو بڑھانے کے لیے حکومت ہند نے تشہیر کے مختلف اقدامات شروع کیے ہیں۔ باقاعدگی سے رسالے، بروشر، لبریٹ اور مختلف کارٹیل شائع کرتا ہے۔ ہر سال 15 مارچ کو صارفین کے حقوق کا عالمی دن اور 24 دسمبر کو صارفین کا قومی دن منایا جاتا ہے۔

4. صارفین کی تنظیمیں

صارفین کی تنظیمیں صارفین کو ان کے حقوق اور فرائض کے بارے میں تعلیم دینے میں اہم کردار ادا کرتی ہیں۔ یہ تنظیمیں بیچنے والے کے ذریعے استحصال کی صورت میں صارفین کو راحت حاصل کرنے میں بھی مدد کرتی ہیں۔

کہانیوں کی تنظیموں کی مثالیں یہ ہیں: سی ای آر سی (سینٹر وڈی ایجوکیشن ای انویسٹی گیشن ڈیل کنزیومیڈور) احمد آباد؛ وائس (آرگنائزیشن والنٹیر یا این انٹرس ڈی لا ایجوکیشن ڈیل کنزیومیڈور) نئی دہلی؛ سی جی ایس آئی (سوسیڈاڈ ڈی اورینٹیشین ال کنزیومیڈور ڈی انڈیا)

5. حکومت

حکومت ہند نے صارفین کے مفادات کے تحفظ کے لیے قوانین اور قوانین کا ایک مجموعہ نافذ کیا ہے، اور حکومت کی طرف سے نافذ کیا گیا سب سے اہم قانون 2019 کا صارفین کے تحفظ کا قانون ہے۔ اس ایکٹ نے تین سطحوں میں قرارداد کی ایجنسیوں کو فراہم کیا ہے، یعنی ضلع فورم، قومی کمیشن اور ریاستی کمیشن۔

6. لوک عدالت

لوک عدالتیں عوامی شکایات کے تیزی سے حل کے لیے موثر اور اقتصادی نظام ہیں۔ ناراض فریق اپنی شکایت کے ساتھ براہ راست

عدالتوں سے رابطہ کرسکتا ہے، اور ایکٹ میں ان کے مسائل پر تبادلہ خیال کیا جاتا ہے اور فیصلے فوری طور پر لیے جاتے ہیں۔ بجلی کے بلنگ ، ٹیلی فون کے بلنگ، ٹریفک حادثات وغیرہ کے معاملات کا فوری حل کے لیے لوک عدالت میں علاج کیا جاسکتا ہے۔ درحقیقت، انڈین ریلوے، مہانگر ٹیلی فون نگم لمیٹڈ اور دہلی ودیوت بورڈ ایکٹ میں صارفین کی شکایات کو حل کرنے کے لیے باقاعدگی سے لوک عدالتیں مناتے ہیں۔

7. مفادعامہ کا مقدمہ

مفاد عامہ کی عرضی (پی آئی ایل) ایک ایسی اسکیم ہے جس کے تحت کوئی بھی شخص معاشرے کے مفاد میں عدالتوں میں اپیل کرسکتا ہے۔ گروپوں اور غیر نمائندگی والے مفادات کو قانونی علاج فراہم کرنے کی کوششیں شامل کریں۔ ان گروپوں کو صارفین، اقلیتیں، غریب لوگ، ماحولیات کے ماہرین اور دیگر تشکیل دے سکتے ہیں۔ کوئی بھی شخص یا تنظیم، اگرچہ شکایات کا حصہ نہیں ہے، کسی بھی سماجی ظلم کی صورت میں اصلاحی کارروائی کی درخواست کرنے کے لیے عدالت جاسکتا ہے۔

8. صارفین کی فلاح و بہبود کے لیے فنڈ

حکومت نے مالی مدد فراہم کرنے کے لیے صارفین کی فلاح و بہبود کا فنڈ بنایا ہے جو ملک میں، دیہی علاقوں میں صارفین کی رضا کارانہ نقل وحرکت کو مضبوط کرتا ہے۔ یہ فنڈ بنیادی طور پر صارفین کی تعلیم میں تشکیل اور تحقیق، شکایات سے نمٹنے، مشورے اور رہنمائی کے طریقہ کار، مصنوعات کی جانچ کی لیبارٹریوں وغیرہ کے لیے سہولیات قائم کرنے کے لیے استعمال ہوتا ہے۔

9. قانون سازی کے اقدامات

ہندوستان میں صارفین کے مفادات کے تحفظ اور انہیں کاروباری مالکان کے بے ایمان اور غیر اخلاقی طریقوں سے بچانے کے لیے مختلف قوانین نافذ کیے گئے ہیں۔ ان میں سے کچھ اعمال درج ذیل ہیں:

(i) ڈرگ کنٹرول ایکٹ 1950

(ii) اگری کلچرل پراڈکٹس (گریڈنگ اینڈ مارکیٹنگ) ایکٹ 1937

(iii) انڈسٹریز (ڈیولپمنٹ اینڈ ریگولیشن) ایکٹ 1951

(iv) پریوینشن آف فوڈ اڈلٹریشن ایکٹ 1954 (خوردنی اشیا میں ملاوٹ کی روک تھام کا قانون)

(v) اسا سینشل کوموڈٹیز ایکٹ 1955

(vi) دی اسٹینڈرڈ آف ویٹ اینڈ میجرز ایکٹ 1956 (معیاری ناپ تول سے متعلق قانون)

(vii) مونوپولیز اینڈ ریسٹریکٹوٹریڈ پریکٹیز ایکٹ 1969

(vii) پری ونشن آف بلیک مارکٹنگ این مین ٹی نفس آف ایسنشل سپلائز ایکٹ 1980

(viii) کالا بازاری کی روک تھام اور ضروری اشیا کی فراہمی کو یقینی بنائے رکھنے کا قانون۔

(ix) بیوروآف اینڈین اسٹینڈرڈز ایکٹ 1986

ان تمام قوانین کا مقصد اور دلچسپی بنیادی طور پر تعزیری ہے، حالانکہ ان میں سے کچھ احتیاطی نوعیت کے بھی ہیں۔

20.7 صارفین کے تحفظ کا قانون

صارفین کے تحفظ کا قانون پہلی بار 1986 میں منظور کیا گیا تھا اور 1 جولائی 1987 کو نافذ ہوا تھا۔ 2019 کے نئے صارفین کے تحفظ کے قانون کو 9 اگست 2019 کو صدر کی منظوری ملی اور یہ 20 جولائی 2020 کو نافذ ہوا۔ صارفین کے تحفظ کے قانون 2019 کا بنیادی مقصد انتظامیہ کے لیے حکام کے قیام اور بروقت اور موثر حل کے ذریعے صارفین کے حقوق کا تحفظ کرنا ہے۔

صارفین کے تحفظ کے قانون 2019 کی اہم خصوصیات

1. صارفین کے تحفظ کے لیے مرکزی اتھارٹی (سی سی پی اے) کا قیام

قانون کے پاس سی سی پی اے قائم کرنے کا اختیار ہے، جو صارفین کے حقوق کا تحفظ، فروغ اور نفاذ کرے گا۔ سی سی پی اے غیر منصفانہ تجارتی طریقوں، گمراہ کن تشہیر اور صارفین کے حقوق کی خلاف ورزی سے متعلق مقدمات کو منظّم کرے گا۔

سی سی پی اے کو مجرموں پر جرمانہ عائد کرنے اور مصنوعات یا خدمات کو واپس لینے کے احکامات جاری کرنے، غیر منصفانہ تجارتی طریقوں کو بند کرنے اور صارفین کی طرف سے ادا کی جانے والی قیمت کی ادائیگی کا حق حاصل ہوگا۔ سنٹرل اتھارٹی فار کنزیومر پروٹیکشن کے پاس خلاف ورزیوں کے معاملات کی تحقیقات اور تفتیش کے لیے تحقیقات کا ایک حصہ ہوگا۔ سی سی پی اے کی سربراہی ڈائریکٹر جنرل کریں گے۔

2. صارفین کے حقوق

i. اشیا یا خدمات کی مقدار، معیار، پاکیزگی، طاقت، قیمت اور معیار کے بارے میں معلومات حاصل کریں۔

ii. خطرناک اشیا اور خدمات سے محفوظ رہنا۔

iii. غیر منصفانہ یا پابند تجارتی طریقوں سے محفوظ رہیں۔

iv. مسابقتی قیمتوں پر مختلف قسم کے سامان یا خدمات حاصل کریں۔

3. تشہیر میں شامل ہونے کی ممانعت اور سزا

سنٹرل اتھارٹی برائے صارفین کے تحفظ (سی سی پی اے) کو گمراہ کن یا غلط تشہیر کے لئے اینڈوسنٹ یا مینوفیکچرر کو 2 سال تک قید کی سزا دینے کا اختیار حاصل ہوگا (e.g. ایل یینتر لکشمی دھن وارشا) یہ بات قابل ذکر ہے کہ بار بار جرم کرنے پر 50 لاکھ روپے کا جرمانہ اور 5 سال تک قید کی سزا ہو سکتی ہے۔

4. صارفین کے تنازعات کے حل کے لیے کمیشن

قانون میں قومی، ریاستی اور ضلعی سطح پر صارفین کے تنازعات کے حل کے کمیشن (سی ڈی آر سی) قائم کرنے کا اختیار ہے۔

سی ڈی آر سی متعلقہ شکایات کا ازالہ کریں گے؛

i. ضرورت سے زیادہ یا دھوکہ دہی کے الزامات

ii. تجارتی طرز عمل غیر منصفانہ یا پابند ہیں

iii خطرناک اشیا اور خدمات کی فروخت جو زندگی کے لیے خطرناک ہوسکتی ہے۔

iv. ناقص اشیا یا خدمات کی فروخت

5. الیکٹرانک کامرس لین دین کا احاطہ کرتا ہے

نئے قانون نے 'صارف' کی تعریف کو وسیع کر دیا ہے۔اب اس تعریف میں کوئی بھی شخص شامل ہے جو آف لائن یا آن لائن لین دین ، الیکٹرانک ذرائع ، ٹیلی سیلز ، براہ راست فروخت یا کثیر سطحی مارکیٹنگ کے ذریعے کوئی سامان یا سمندر خریدتا ہے۔پچھلے ایکٹ میں خاص طور پر الیکٹرانک کامرس کے لین دین کو شامل نہیں کیا گیا تھا ، اور اس لیگون کو نئے قانون کے ذریعے حل کیا گیا ہے۔

6. مالیاتی دائرہ اختیار میں بہتری

نئے قانون کے تحت نظر ثانی شدہ مالی حدود۔نتیجتا ، ضلع اب صارفین کی شکایات کو حل کرسکتا ہے جہاں سامان یا خدمات کی قیمت INR 10,000,000 (دس ملین ہندوستانی روپے) سے زیادہ نہیں ہے۔ریاستی کمیشن تنازعات کے بارے میں جان سکتا ہے جہاں مذکورہ قیمت INR 10,000,000 (دس ملین ہندوستانی روپے) سے زیادہ ہے لیکن INR 100,000,000 (ہندوستانی روپے کے سینٹ ملین) سے زیادہ نہیں ہے اور قومی کمیشن دائرہ اختیار کا استعمال کرسکتا ہے جہاں مذکورہ بالا قیمت INR 100.000,000 سے زیادہ ہے۔

7. شکایات کی الیکٹرانک پیشکش

نیا قانون صارفین کو رہائش یا کام کی جگہ پر واقع صارف کی عدالت میں شکایات جمع کرانے کے لیے لچک فراہم کرتا ہے۔یہ اسے خریداری کی جگہ پر پیش کرنے کے اصل عمل سے مختلف ہے یا جہاں بیچنے والے کے پاس اپنا دفتر کا پتہ رجسٹرڈ ہے۔نئے ایکٹ میں ایسی دفعات بھی شامل ہیں جو صارفین کو الیکٹرانک طور پر اور ویڈیو کانفرنسوں کے ذریعے فریقین کی سماعتوں اور/ یا امتحانات کے لیے شکایات جمع کرانے کے قابل بناتی ہیں۔اس کا مقصد طریقہ کار کی سہولت فراہم کرنا اور صارفین کے لیے تکلیف اور ہراساں کرنے کو کم کرنا ہے۔

8. صارفین کے تحفظ کے لیے مرکزی اتھارٹی کا قیام

نئے قانون میں وسیع انتظامی اختیارات کے ساتھ ایک ریگولیٹری اتھارٹی کے قیام کی تجویز ہے جسے سنٹرل اتھارٹی فار کنزیومر پروٹیکشن

(سی سی پی اے) کے نام سے جانا جاتا ہے۔سی سی پی اے کے پاس تحقیقات کا ایک حصہ ہوگا، جس کی سربراہی ایک ڈائریکٹر جنرل کرے گا، جو صارفین کے تحفظ سے متعلق قانون کی خلاف ورزیوں پر تحقیقات یا تحقیقات کر سکے گا۔اگر سی پی اے کو سرکاری کارروائی کرنے، مصنوعات کو واپس لینے، سامان/خدمات کی قیمت کی واپسی کا حکم دینے، لائسنس منسوخ کرنے اور اجتماعی دعوے پیش کرنے کے وسیع اختیارات دیئے گئے ہیں، اگر کسی صارف کی شکایت ایک سے زیادہ (1) شخص کو متاثر کرتی ہے۔

9. پروڈکٹ کی ذمہ داری اور مجرمانہ نتائج

نئے قانون نے مصنوعات کے لیے ذمہ داری کا تصور متعارف کرایا ہے اور معاوضے کے کسی بھی دعوے کے لیے اس کے دائرہ کار میں مصنوعات کے مینوفیکچرر، مصنوعات کی خدمات فراہم کرنے والے اور مصنوعات کے بیچنے والے کا احاطہ کرتا ہے۔"مصنوعات بیچنے والے" کی اصطلاح کی تعریف ایک ایسے شخص کو شامل کرنے کے لیے کی گئی ہے جو تجارتی مقصد کے لیے مصنوعات کی جگہ کا تعین کرنے میں شامل ہے اور اس طرح اس میں الیکٹرانک کامرس کے پلیٹ فارم بھی شامل ہوں گے۔یہ دفاع کہ ای کامرس پلیٹ فارم محض 'پلیٹ فارم' یا 'ایگریگیٹرز' کے طور پر کام کرتے ہیں، قبول نہیں کیا جائے گا۔مصنوعات کی خدمات کے سپلائرز اور مصنوعات کے فروشوں کے مقابلے میں مینوفیکچررز کے لیے زیادہ ذمہ داری/خطرہ ہے، اس بات پر غور کرتے ہوئے کہ نئے قانون کے تحت، مینوفیکچررز مصنوعات کے لیے ذمہ داری کے اقدامات میں ذمہ دار ہوں گے یہاں تک کہ جب وہ یہ ظاہر کریں کہ وہ نہیں تھے۔کسی پروڈکٹ کی ایکسپریس گارنٹی دیتے وقت لاپرواہی یا دھوکہ دہی۔ذمہ داری کے دعووں کے لیے نئے قانون کے تحت کچھ مستثنیات فراہم کیے گئے ہیں، جیسے کہ جب پروڈکٹ کا غلط استعمال، تبدیلی یا ترمیم کی گئی ہو تو پروڈکٹ کا بیچنے والا ذمہ دار نہیں ہوگا۔

10. غیر منصفانہ تجارتی طرز عمل

نیا ایکٹ غیر منصفانہ تجارتی طریقوں کی ایک خصوصی اور وسیع تعریف متعارف کراتا ہے، جس میں صارفین کی طرف سے اعتماد میں فراہم کردہ ذاتی معلومات کا انکشاف بھی شامل ہے، جب تک کہ اس طرح کے انکشافات کسی دوسرے قانون کی دفعات کے مطابق نہ کیے جائیں۔

11. تنازعات کے متبادل حل کے لیے تصفیہ

نیا قانون تنازعات کے حل کے متبادل طریقہ کار کے طور پر ثالثی کا بندوبست کرتا ہے، جس سے تنازعات کے تصفیے کا عمل آسان اور تیز تر ہوتا ہے۔اس سے تنازعات کو زیادہ تیزی سے حل کرنے اور صارفین کی عدالتوں پر دباؤ کو کم کرنے میں مدد ملے گی، جن کے سامنے پہلے ہی متعدد مقدمات زیر التوا ہیں۔

20.8 کون شکایت درج کرسکتا ہے؟

مندرجہ ذیل افراد کنزیومر پروٹیکشن ایکٹ 2019 کے تحت شکایت درج کرا سکتے ہیں:

(a) ایک یا زیادہ صارفین؛

(b) تسلیم شدہ صارفین کی کوئی رضا کارانہ انجمن، چاہے صارف اس انجمن کا رکن ہو یا نہ ہو؛ ایسوسی ایشن یا نہیں؛

(c) مرکزی حکومت یا کوئی ریاستی حکومت؛

(d) ایک یا زیادہ صارفین جب ایک ہی دلچسپی کے متعدد صارفین ہوں۔

(e) کسی صارف کی موت کی صورت میں قانونی وارث یا نمائندہ؛ اور

(f) جب صارف نابالغ ہو تو شکایت اس کے والد یا قانونی سرپرست کے ذریعے درج کرائی جاسکتی ہے۔

20.9 صارف کی شکایت کا اندراج

صارفین کے دفتر میں شکایت جمع کرانے سے پہلے، یہ مشورہ دیا جاتا ہے کہ گاہک دوسرے فریق کو مصنوعات (سامان یا خدمات وغیرہ) میں خرابی کے بارے میں مطلع کرے۔ اور دیکھیں کہ آیا دوسرا حصہ نقصانات کی ادائیگی کرنے یا مصنوعات کو تبدیل کرنے کے لیے تیار ہے۔ اگر ایسا ہوتا ہے تو اس وقت تنازعہ حل ہو جائے گا۔ لیکن اگر دوسرا فریق نظر انداز کرتا ہے یا انکار کرتا ہے، تو صارف کو متعلقہ فورم سے رابطہ کرنے اور شکایت جمع کرانے کی ضرورت ہے۔

شکایت جمع کرانے سے پہلے، صارف کو پہلے یہ فیصلہ کرنے کی ضرورت ہے کہ اس کے معاملے میں صارف عدالت کا دائرہ اختیار کس میں واقع ہے۔

صارفین کے فورموں کا دائرہ اختیار

صارف کو اپنی شکایت کسی ایسی صارف عدالت میں پیش کرنی چاہیے جس کے پاس معاملے کا فیصلہ کرنے کے لیے علاقائی اور مالی دونوں دائرہ اختیار ہوں۔

علاقائی دائرہ اختیار شکایت کو ضلعی عدالت (سیکشن 11) ریاستی کمیشن (سیکشن 17) یا قومی کمیشن (سیکشن 21) میں مقامی حدود کے اندر پیش کیا جانا چاہئے جس کے دائرہ اختیار کا تعلق ہے۔

مالی دائرہ اختیار ذیل میں درج قیمت کے حوالے سے صارفین کی شکایات درج کی جاسکتی ہیں:

☆ ضلع فورم-1 کروڑ تک

☆ کمیشن اسٹیٹل -1 کروڑ سے 10 کروڑ تک

☆ قومی کمیشن-10 کروڑ سے زیادہ

کنزیومر فورم میں شکایت درج کرنے کا طریقہ کار:

مرحلہ 1: شکایت سادہ کاغذ پر کی جاسکتی ہے، اس کے لیے اسٹامپ کاغذ کی ضرورت نہیں ہے۔

مرحلہ 2: شکایت کا مسودہ تیار کیا جانا چاہیے جس میں کارروائی کی وجہ قائم کرنے کے لیے ضروری حقائق کی نشاندہی کی جانی چاہیے۔ صارف کی شکایت میں درج ذیل چیزوں کا ذکر کیا جانا چاہیے:

(a) دعویدار اور اس کے برعکس حصہ یا حصوں کی تعداد اور مکمل تفصیلات۔

b) حاصل کردہ اشیا یا خدمات کی خریداری کی تاریخ اور وقت اور ان کی طرف سے ادا کی گئی رقم۔

c) تنازعہ کی تفصیلات؛ مصنوعات میں خرابی یا خدمت کے ناقص معیار وغیرہ کے طور پر۔

d) شکایت میں درخواست کردہ معاوضے کی تفصیلات۔

e) استعمال شدہ خدمات کے نمبروں یا تفصیلات کے ساتھ خریدی گئی اشیا کی تفصیلات۔

f) ان تمام دستاویزات کی کاپیاں جو صارف کے دعوے کی تائید کرتی ہیں اور کارروائی کی وجہ قائم کرنے کے لیے ضروری ہیں، جیسے کہ خریدی گئی اشیا یا استعمال کی گئی خدمت کی رسیدوں کی کاپی، گارنٹی کی وصولی، نقصان کے معاوضے کی درخواست کرنے والے تاجر کو جمع کرائی گئی شکایت کی کاپی، منسلک کی جاسکتی ہیں۔

مرحلہ 3: دعوی کردہ معاوضے کی شکایت میں وضاحت کی جانی چاہیے اور اس کے ساتھ ہی صارف معاوضے، نقصانات، قانونی چارہ جوئی کے اخراجات وغیرہ کی بھی درخواست کرسکتا ہے۔ لیکن ان رقوم کو مختلف تصورات کے تحت اور متعلقہ صارف عدالتوں کے مالی دائرہ اختیار کے مطابق تفصیل سے بیان کیا جانا چاہیے۔

مرحلہ 4: شکایت میں دائرہ اختیار کا اعلان اس بات کی نشاندہی کرنے کے لیے کیا جانا چاہیے کہ معاملہ کس طرح صارف کی عدالت کے دائرہ اختیار میں ہے۔

مرحلہ 5: شکایت کے ساتھ تصدیق کا اعلامیہ منسلک ہونا چاہیے، جس میں کہا گیا ہو کہ دعوے میں کیے گئے تمام حقائق اور دعوے درست اور درست ہیں۔

مرحلہ 6: شکایت کے آخر میں آپ کو دستخط کرنے ہوں گے۔ صارف خود یا اپنے مجاز نمائندے کے ذریعے بحث کرسکتا ہے۔ ضلع کی عدالت یا ریاستی کمیشن کے سامنے دائر کی گئی شکایت کو تین کاپیوں میں پیش کیا جانا چاہیے اور جب اسے قومی کمیشن کے سامنے پیش کیا جائے تو ہر مخالف فریق کے لیے اضافی کاپیوں کے ساتھ چار کاپیوں میں پیش کیا جانا چاہیے۔

مرحلہ 7: شکایت اس تاریخ سے دو سال کے اندر جمع کرائی جانی چاہیے جس میں کارروائی کی وجہ سامنے آئی ہو۔ تاخیر کی صورت میں، شکایت درج کرنے کی اجازت دینے کے لیے کافی وجوہات پیش کی جانی چاہئیں۔

کون سی شکایات درج کرائی جاسکتی ہیں؟

"شکایت" سے مراد کوئی بھی تحریری الزام ہے، جو کسی دعویدار کی طرف سے اس قانون کے ذریعہ یا اس کے تحت متناسب راحت حاصل کرنے کے لیے لگایا گیا ہو،

(i) کسی تاجر یا خدمت فراہم کنندہ کے ذریعہ ایک غیر منصفانہ معاہدہ یا غیر منصفانہ تجارتی عمل یا پابند تجارتی عمل اپنایا گیا ہے۔

(ii) وہ سامان جو اس نے خریدا ہو یا اس نے خریدنے پر رضامندی ظاہر کی ہو، ایک یا زیادہ نقائص کا شکار ہو؛

(iii) معاہدہ شدہ یا استعمال شدہ یا معاہدہ کرنے پر رضامند یا اس کے ذریعہ استعمال کی جانے والی خدمات میں کچھ کمی ہے۔

(iv) ایک تاجر یا خدمت فراہم کنندہ، جیسا بھی معاملہ ہو، نے شکایت میں مذکور سامان یا خدمات کے لیے قیمت سے زیادہ قیمت

وصول کی ہے:

- نافذ قانون کے ذریعہ یا اس کے تحت طے شدہ؛ یا
- سامان میں یا ان سامان پر مشتمل کسی پیکیج میں نمائش؛ یا
- نافذ قانون کے مطابق یا اس کے تحت اس کی طرف سے ظاہر کردہ قیمتوں کی فہرست میں ظاہر کیا گیا؛ یا
- فریقین کے درمیان اتفاق رائے؛

(v) وہ اشیا جو استعمال ہونے پر زندگی اور حفاظت کے لیے خطرناک ہیں، عوام کو فروخت کے لیے پیش کی جارہی ہیں:

- اس طرح کے سامان کی حفاظت سے متعلق معیارات کی خلاف ورزی، جیسا کہ نافذ قانون کے ذریعہ ضروری ہے۔
- جہاں تاجر کو معلوم ہو کہ پیش کردہ سامان عوام کے لیے غیر محفوظ ہیں۔

(vi) ایسی خدمات جو استعمال ہونے پر عوام کی زندگی اور حفاظت کے لیے خطرناک یا ممکنہ طور پر خطرناک ہوں، کسی ایسے شخص کی طرف سے پیش کی جارہی ہیں جو کوئی بھی خدمت فراہم کرتا ہے اور جو جانتا ہے کہ وہ زندگی اور سلامتی کے لیے نقصان دہ ہیں۔

(vii) پروڈکٹ کی ذمہ داری کی کارروائی کا دعوی پروڈکٹ کے مینوفیکچرر، پروڈکٹ بیچنے والے یا سامان کی خدمت فراہم کرنے والے پر ہوتا ہے، جیسا کہ مناسب ہو۔

صارفین کو کس کس طرح راحت دی جاسکتی ہے؟

جس ادارے کو شکایت بھیجی گئی ہے، وہ ادارہ یا کمیشن شکایت کی نوعیت کی بنیاد پر نیز اس بنیاد پر کہ شکایت کنندہ نے کس طرح سے راحت طلب کی ہے، اسے راحت دے سکتا ہے جو کچھ اس طرح کی ہوں گی جو درج ذیل ہیں۔

(a) سامان کی خرابی دور کردی جائے۔ سروس میں جو خامیاں ہوں، ان کو دور کردیا جائے۔

(b) خراب سامان کی جگہ دوسرا اچھا سامان دے دیا جائے۔

(c) جو قیمت ادا کی گئی ہے، وہ واپس ہوجائے۔

(d) اس سودے میں جو نقصان ہوا یا اس سے جو چوٹ پہنچی، اس کا معاوضہ دیا جائے۔

(e) کاروبار میں جو غلط طریقہ اپنایا گیا ہے، وہ ترک کردیا جائے اور اس کو دوبارہ سے نہ اپنایا جائے۔

(f) خطرناک مضرت رساں اور نقصان دہ سامان کو بازار سے ہٹالیا جائے اور اس کی فروخت بند کردی جائے۔

(g) جن گاہکوں کو نقصان پہنچا ہے، ان کو نقصان کے عوض معاوضہ دے کر اس کی بھرپائی کی جائے۔

شکایت درج کرانے کے لیے وقت کی حد

صارف یا گاہک کو اس تاریخ سے جب سے اسے متنازعہ مال کے حوالے سے نقصان پہنچا ہے، اور کارروائی کی ضرورت محسوس ہوتی ہے، دو سال کے اندر اندر شکایت درج کرانے کا حق ہے۔ لیکن اگر تاخیر کے لیے مناسب اور جائز اسباب ہوں تو یہ شکایت دو سال کے بعد بھی کرائی جاسکتی ہے۔

20.10 شکایتوں کے ازالہ کے لیے مشینری

District Commission	State Commission	National Commission	Central Consumer Protection Authotity

1. ڈسٹرکٹ کمیشن/ضلعی کمیشن

ہر ریاستی حکومت، ہر ضلع میں ڈسٹرکٹ فورم قائم کرتی ہے۔

(a) تشکیل: ڈسٹرکٹ فورم میں ایک چیرمین اور دیگر ارکان ہوتے ہیں۔ان میں سے ایک رکن خاتون ہوتی ہے۔ضلع فورموں میں ڈسٹرکٹ جج کے مرتبے کا افسر سربراہ ہوتا ہے۔

(b) دائرہ کار: ڈسٹرکٹ کنزیومر فورم کے نام تحریری درخواست دی جاتی ہے۔یہ ایسے تمام معاملات کی سماعت کرتا ہے جہاں مال کی کل قیمت 20 لاکھ روپے سے تجاوز نہ کرے۔

(c) اپیل: اگر شکایت کنندہ ڈسٹرکٹ فورم کے فیصلے سے مطمئن نہیں ہے تو اس فیصلے کو ریاستی کمیشن کے سامنے چیلنج کیا جاسکتا ہے۔یہ اپیل ڈسٹرکٹ فورم کے آرڈر آنے کے 30 دن کے اندر اندر ہوتی چاہیے۔

2. ریاستی کمیشن

یہ ریاستوں کی حکومتوں کے ذریعے اپنی اپنی ریاستوں میں قائم کیا جاتا ہے۔

(ا) تشکیل: ہر ریاستی کمیشن مندرجہ ذیل پر مشتمل ہوگا:

(1) صدر؛اور

(2) مرکزی حکومت کے مشورے سے مقرر کردہ اراکین کی تعداد سے کم از کم چار یا اس سے زیادہ نہیں۔

(b) دائرہ اختیار: تحریری شکایت ریاستی کمیشن کو اس وقت پیش کی جاسکتی ہے جب سامان یا خدمات کی قیمت اور معاوضے کا دعوی ایک لاکھ روپے سے زیادہ ہو۔

(c) اپیل: اس صورت میں کہ ملزم فریق ریاستی کمیشن کے حکم سے مطمئن نہیں ہے، وہ حکم جاری ہونے کے 30 دن کے اندر قومی کمیشن میں اپیل کرسکتا ہے۔

3. قومی کمیشن

قومی کمیشن کا قیام 1988 میں مرکزی حکومت نے کیا تھا۔

(a) تشکیل: قومی کمیشن مندرجہ ذیل پر مشتمل ہوگا:

(1) صدر؛اور

(2) چار سے کم نہیں اور ممبروں کی تعداد سے زیادہ نہیں جو مقرر کی جاسکتی ہے۔

(b) دائرہ اختیار: ان اشیا یا خدمات اور معاوضے سے متعلق تمام شکایات جن کی قیمت ایک لاکھ روپے سے زیادہ ہے۔

(c) اپیل: قومی کمیشن کے حکم کے خلاف حکم جاری ہونے کے 30 دن کے اندر سپریم کورٹ میں اپیل دائر کی جاسکتی ہے۔

4. صارفین کے تحفظ کے لیے مرکزی اتھارٹی:

(یہ تصور پہلے ہی صارفین کے تحفظ کے ایکٹ کے سیکشن 20.7 میں بیان کیا گیا ہے)

اختتامی مشق

نہایت مختصر جواب کے لیے سوالات

1. کنزیومر (صارف، گاہک، خریدار) کا مفہوم واضح کریں؟
2. صارفین کے تحفظ سے کیا مراد ہے؟
3. صارفین کی آگہی سے کیا مراد ہے؟
4. صارفین کے استحصال کی کوئی مثالیں دیجیے؟
5. مال کی کوالٹی کی تصدیق کرنے والے معیاری نشانات میں سے کوئی سے چار نشان بتائیے۔
6. ریاستی کمیشن میں کس کے مقدمات درج کئے جاتے ہیں؟

مختصر جواب کے لیے سوالات

1. ریاستی کمیشن کی ساخت اور دائرہ اختیار کی وضاحت کریں۔
2. کنزیومر ویلفیئر فنڈ بنانے کے مقصد کی نشاندہی کریں۔
3. کنزیومر پروٹیکشن ایکٹ 2019 کے تحت شکایات کے حل کے لیے کون شکایت درج کرا سکتا ہے؟
4. خریداری کرتے وقت تین ذمہ داریوں کا ذکر کریں جنہیں صارف کو دھیان میں رکھنا چاہیے۔
5. ہندوستان میں صارفین کے تحفظ کی شکلوں اور ذرائع کی وضاحت کریں۔

طویل جواب کے لیے سوالات

1. صارفین کے تحفظ کی ضرورت کیوں ہے؟ وضاحت کریں؟
2. CPA کے مطابق صارف کے حق کو بیان کیجئے۔ صارف تحفظ کے لیے صارف تنظیم کے رول کی وضاحت کیجیے؟
3. صارف کے لیے صارف تحفظ کے اہمیت مختصراً واضح کیجیے؟
4. ایک دکاندار نے آپ کو کچھ مصالحہ یہ کہہ کر فروخت کیا، کہ یہ خالص ہے۔ مگر بعد میں اسے کسی لیبارٹری میں پرکھا گیا اور اس تجربے نے یہ بتایا کہ اس میں ملاوٹ ہے۔ بحیثیت ایک گاہک اور صارف اس غلط کام کے بدلے میں آپ کیا کارروائی کریں گے اور دکاندار کے خلاف کیا قدم اٹھائیں گے؟
5. کنزیومر پروٹیکشن ایکٹ 2019 کے تحت صارفین کے لیے دستیاب معاوضہ کے طریقہ کار کی وضاحت کریں۔

پرچہ سوال کا خاکہ (319)

مضمون: کامرس/کاروباری مطالعہ　　سطح: انٹرمیڈیٹ

مارکس:100　　وقت:3 گھنٹے

1. Weightage by Objectives

مقاصد	نشانات	جملہ نشانات کا%
معلومات	30	30%
تفہیم	40	40%
اطلاق	30	30%
جملہ	100	100%

2. Weightage by type of questions

سوالات کی قسم	سوالوں کی تعداد	سوال کے لئے نشانات	جملہ مارکس
طویل جوابی سوالات	5	8	40
مختصر جوابی سوالات	9	4	36
انتہائی مختصر جوابی سوالات	12	2	24
جملہ	26		100

طویل جوابات کے سوالات:9 میں سے صرف 5 سوالات کے جوابات دینے ہوں گے۔ وی ایس اے کے سوالات کے لیے کوئی آپشن نہیں ہے۔

3. Weightage by contents

		نشانات				سوالوں کی تعداد		
شمار	ماڈیول	جملہ	LA´	SA	VSA	LA	SA	VSA
.1	کاروبار کا تعارف (5 اسباق)	16	8	4	4	2	2	2
	کاروباری انتظامیہ اور اسکے افعال (4 باب)	24	8	12	4	2	5	2
	کاروباری مالیات (4 باب)	24	8	12	4	2	4	2
	تجارت (2 باب)	16	8	4	4	1	2	2
	کاروبار اور روزگار میں آگاہی (5 باب)	20	8	4	8	2	2	4
	جملہ	100	40	36	24	9	14	12

4. امتحان کی دشواری کی سطح

سطح	%	نشانات
مشکل	25%	25
اوسط	45%	45
آسان	30%	30
جملہ	100%	100

ٹی او ایس ایس (TOSS) کامرس (319)

نمونہ پرچہ سوال

وقت: گھنٹہ | نشانات: 100

I. ذیل میں دیے گئے پانچ میں سے کسی بھی سوال کا جواب دیں۔
ہر سوال کے 8 نشانات مقرر ہے۔ 5 x 8 = 40

1. صنعت کی تعریف؟ آپ صنعتوں کی مختلف اقسام کی درجہ بندی کیسے کرتے ہیں؟
2. تجارتی بینکوں کے اہم کاموں کی وضاحت کریں۔
3. انتظامیہ کے افعال لکھیں۔
4. منصوبہ بندی کے مراحل لکھیں۔
5. ٹھوس مالیاتی منصوبے کے ضروری عناصر کیا ہیں؟
6. فرم کے لیبر کیپٹل کے تعین کنندگان کی وضاحت کریں۔
7. تھوک تجارت اور خوردہ تجارت کے درمیان فرق کی وضاحت کریں۔
8. ملازمت کی پیشکشوں کے بارے میں معلومات کے ذرائع لکھیں۔
9. صارفین کے حقوق کی وضاحت کریں۔

II. مندرجہ ذیل میں سے 9 سوالوں کا جواب دیں۔ ہر سوال کے 4 نشانات مقرر ہیں۔ **9 x 4 = 36**

10. شراکت نامہ بیان کیجئے؟ کوئی بھی اس کے اصول بیان کیجئے۔
11. جوائنٹ اسٹاک کمپنی کی تشکیل کے مراحل لکھئے۔
12. سائنٹفک مینجمنٹ سے کیا مراد ہے؟
13. ڈیلی گیشن کے مختلف عناصر لکھئے۔
14. انتخاب کے عمل کے مراحل لکھیں۔
15. مواصلات میں رکاوٹوں کے بارے میں لکھیں۔
16. مالیاتی منصوبہ بندی کے چار مقاصد لکھیں۔
17. جی ڈی آر اور اے ڈی آر کے درمیان فرق بیان کریں۔
18. مالیاتی بازاروں کی اقسام لکھیں۔
19. اسٹاک ایکسچینج کے دو افعال لکھیں۔
20. سپر مارکیٹوں کے فوائد لکھیں۔

21. بیرونی تجارت کی اہمیت لکھئے۔

22. پلیسمنٹ ایجنسیوں کے ذریعے انجام دیے جانے والے دو کام لکھیں۔

23. الیکٹرانک کامرس کے بارے میں لکھیں۔.

III. تمام سوالات کا جواب دیں۔

ہر سوال کے 2 نشانات لکھئے۔ **12 x 2 = 24**

24. انشورنس

25. کاروبار کی اخلاقیات

26. انتظامیہ

27. بھرتی

28. Dividend

29. لیز کی مالی اعانت

30. گوداموں میں تجارت

31. WTO

32. خودکار ملازم

33. Resume

34. این ایس ڈی سی

35. صارف