BNCM102GET

کاروباری تنظیم-1

(Business Organisation-1)

بیچلر آف آرٹس اینڈ سائنس (بی۔اے اور بی۔ایس سی)

چار سالہ پروگرام

(پہلا سمسٹر)

مرکز برائے فاصلاتی و آن لائن تعلیم

مولانا آزاد نیشنل اردو یونیورسٹی

حیدرآباد-32، تلنگانہ، بھارت

Copyright © 2025, Maulana Azad National Urdu University, Hyderabad
All right reserved. No part of this publication may be reproduced or transmitted in any form or by any means, electronically or mechanically, including photocopying, recording or any information storage or retrieval system, without prior permission in writing form the publisher (registrar@manuu.edu.in)

ISBN : 978-81-992584-0-2
Course : Business Organisation -1
First Edition : September 2025
Copies : 7000
Price : 70/- (The price of the book is included in admission fee of distance mode students)

Course Coordinator

Prof. Md. Sadat Shareef,
Professor (Commerce), CDOE, MANUU

Editorial Board/Editors

Name of the Editors	Unit Numbers
Prof. Dr. Md. Sadat Shareef, Professor (Commerce), CDOE, MANUU	1, 2, 5, 6, 8
Dr. Mohd. Abid Ali Asst Professor /Guest faculty (Commerce) CDOE, MANUU	3, 4, 7
Dr. Zafar Ahmed (Zafar Gulzar) DTP, Maulana Azad National Urdu University, Hyderabad	Language Editor

Production

Prof. Nikhath Jahan
Professor (Urdu),
CDOE MANUU

Mr. P Habibulla
Assistant Registrar, Purchase & Stores Section, MANUU

Dr. Mohd Akmal Khan,
Assistant Professor (C)/Guest Faculty,
CDOE MANUU

Mohd Abdul Naseer
Section Officer, CDOE MANUU

Shaik Ismail,
UDC, CDOE, MANUU

Syed Faheemuddin, LDC
Purchase & Stores Section, MANUU

On behalf of the Registrar, Published by:

Centre for Distance and Online Education

Maulana Azad National Urdu University
Gachibowli, Hyderabad-500032 (TG), India
*Director:*dir.dde@manuu.edu.in*Publication:*ddepublication@manuu.edu.in
Phone number: 040-23008314 Website: manuu.edu.in

CRC Prepared by the Hafiz Mohammed Rashed Moin Uz Zafar, Computer Operator, CDOE, MANUU

Printed at : Karshak Print Solutions Private Limited, Hyderabad.

فہرست

پیغام	وائس چانسلر، مولانا آزاد نیشنل اردو یونیورسٹی	4
پیغام	ڈائرکٹر، مرکز برائے فاصلاتی و آن لائن تعلیم	5
کورس کا تعارف	کورس کو آرڈی نیٹر (اردو)	6

اکائی نمبر	اکائی کا نام	مصنف	صفحہ نمبر
1۔	کاروبار	ڈاکٹر محمد عابد علی	7
2۔	کاروبار کی درجہ بندی		23
3۔	کاروبار کے افعال	پروفیسر محمد سعادت شریف پروفیسر کامرس، مرکز برائے فاصلاتی اورآن لائن تعلیم، مولانا آزاد نیشنل اردو یونیورسٹی، حیدرآباد Prof. Dr. Md. Sadat Shareef, Professor (Commerce), CDOE, MANUU	38
4۔	کاروبار کی سماجی ذمہ داری		50
5۔	کاروباری تنظیم	ڈاکٹر محمد عابد علی اسسٹنٹ پروفیسر / گیسٹ فیکلٹی (کامرس)، مرکز برائے فاصلاتی اورآن لائن تعلیم، مولانا آزاد نیشنل اردو یونیورسٹی، حیدرآباد Dr. Mohd. Abid Ali Guest faculty / Assistant Professor (Commerce), CDOE, MANUU	63
6۔	کاروباری تنظیم کی درجہ بندی		77
7۔	تنہا تاجر	پروفیسر محمد سعادت شریف	91
8۔	شراکت داری	ڈاکٹر محمد عابد علی	107
	نمونہ امتحانی پرچہ		122
	ٹائٹل پیج (Title Page):	ابراہیم اکرم صدیقی	

پیغام

مولانا آزاد نیشنل اردو یونیورسٹی (MANUU) 1998 میں پارلیمنٹ کے ایک ایکٹ کے ذریعے قائم کی گئی۔ یہ ایک مرکزی جامعہ ہے جس نے این اے اے سی کی جانب سے گریڈ +A حاصل کیا ہے۔ اس جامعہ کے قیام کے مقاصد ہیں: (1) اردو زبان کا فروغ، (2) پیشہ ورانہ اور تکنیکی تعلیم کو اردو میڈیم میں قابل رسائی اور دستیاب بنانا، (3) روایتی اور فاصلاتی طریقۂ تعلیم کے ذریعے تعلیم فراہم کرنا، اور (4) خواتین کی تعلیم پر خصوصی توجہ دینا۔ یہ وہ نکات ہیں جو اس مرکزی جامعہ کو دیگر تمام مرکزی جامعات سے ممتاز کرتے ہیں اور اسے ایک انفرادیت بخشتے ہیں۔ قومی تعلیمی پالیسی 2020 میں بھی مادری زبانوں اور علاقائی زبانوں میں تعلیم حاصل کرنے پر زور دیا گیا ہے۔

اردو کے ذریعے علم کے فروغ کا مقصد یہی ہے کہ اردو جاننے والے طبقے کے لیے عصری علوم اور مضامین تک رسائی آسان بنائی جائے۔ ایک طویل عرصے تک اردو میں درسی مواد کی کمی رہی ہے۔ اردو یونیورسٹی کے پاس اب اردو میں 350 سے زیادہ کتابوں کا ذخیرہ موجود ہے اور ہر سمسٹر کے ساتھ اس تعداد میں اضافہ ہو رہا ہے۔

اردو یونیورسٹی این ای پی 2020 کے وژن کے مطابق مادری / گھریلو زبان میں تعلیمی مواد فراہم کرنے کے قومی مشن کا حصہ بننے کو اپنے لیے ایک اعزاز سمجھتی ہے۔ مزید یہ کہ اردو بولنے والا طبقہ اردو میں مطالعہ کے مواد کی عدم دستیابی کے سبب نئے اُبھرتے شعبوں اور جدید تر معلومات کے موجودہ میدانوں میں تازہ ترین معلومات و اطلاعات کے حصول سے محروم نہیں رہے گا۔ مذکورہ بالا میدانوں میں مواد کی دستیابی کی بدولت حصولِ معلومات کا نیا شعور بیدار ہوا ہے جو یقیناً اردو داں طبقے کی دانشورانہ ترقی پر اثر انداز ہو گا۔

فاصلاتی اور آن لائن طلبہ کے لیے تعلیم و تدریس کے عمل کو سہل بنانے کے لیے یونیورسٹی کا سینٹر فار ڈسٹنس اینڈ آن لائن ایجوکیشن (CDOE) اردو اور متعلقہ مضامین میں خود اکتسابی مواد (SLM) کی تیاری کو یقینی بناتا ہے۔

MANUU فاصلاتی اور آن لائن لرننگ کے طلبہ کے لیے SLM بلا معاوضہ فراہم کرتا ہے۔ یہ مواد اُردو کے ذریعے علم حاصل کرنے میں دلچسپی رکھنے والے ہر شخص کے لیے برائے نام قیمت پر دستیاب ہے۔ تعلیم تک رسائی کے دائرے کو مزید پھیلانے کے مقصد سے، اردو / ہندی / انگریزی / عربی میں eSLM یونیورسٹی کی ویب سائٹ پر مفت ڈاؤن لوڈ کے لیے دستیاب رکھا گیا ہے۔

مجھے بے حد خوشی ہے کہ متعلقہ فیکلٹی کی محنت اور مصنفین کے مکمل تعاون کی بدولت FYUG بی۔اے، بی۔ایس سی اور بی۔کام کی کتابوں کی اشاعت کا عمل بڑے پیمانے پر شروع ہو گیا ہے۔ فاصلاتی اور آن لائن لرننگ کے طلبہ کی سہولت کے لیے خود اکتسابی مواد (SLM) کی تیاری اور اشاعت کا عمل یونیورسٹی کے لیے اہمیت رکھتا ہے۔ مجھے یقین ہے کہ ہم اپنے خود تعلیمی مواد کے ذریعے اردو جاننے والے ایک بڑے طبقے کی ضروریات کو پورا کرنے کے قابل ہوں گے اور اس یونیورسٹی کے مقصدِ قیام کو پورا کریں گے اور اپنے ملک میں اپنی موجودگی کو جائز ٹھہرا سکیں گے۔

نیک تمناؤں کے ساتھ!

پروفیسر سید عین الحسن
شیخ الجامعہ، مانو

پیغام

موجودہ دور میں فاصلاتی تعلیم کو دنیا بھر میں ایک نہایت مؤثر اور مفید طریقۂ تعلیم کے طور پر تسلیم کیا جاتا ہے اور بڑی تعداد میں لوگ اس طریقۂ تعلیم سے فائدہ اٹھا رہے ہیں۔ مولانا آزاد نیشنل اردو یونیورسٹی نے بھی اردو زبان بولنے والے عوام کی تعلیمی ضروریات کو مد نظر رکھتے ہوئے اپنے قیام کے وقت سے ہی فاصلاتی تعلیم کا طریقہ متعارف کرایا۔ مولانا آزاد نیشنل اردو یونیورسٹی نے 1998 میں ڈائریکٹوریٹ آف ڈسٹنس ایجوکیشن (نظامتِ فاصلاتی تعلیم) کے ساتھ کام کا آغاز کیا اور 2004 سے باقاعدہ پروگرام شروع ہوئے، اس کے بعد مختلف شعبہ جات قائم کیے گئے۔

یو جی سی نے ملک میں نظام تعلیم کو مؤثر طور پر منظم کرنے میں ایک اہم کردار ادا کیا ہے۔ اوپن اینڈ ڈسٹنس لرننگ (ODL) موڈ کے تحت چلنے والے مختلف پروگرام، جو سینٹر فار ڈسٹنس اینڈ آن لائن ایجوکیشن (CDOE) میں چل رہے ہیں، یو جی سی-ڈی ای بی کے منظور شدہ ہیں۔ یو جی سی-ڈی ای بی نے فاصلاتی اور باقاعدہ تعلیم کے نصاب کو ہم آہنگ کرنے پر زور دیا ہے تاکہ فاصلاتی تعلیم حاصل کرنے والے طلبہ کے معیار کو بہتر بنایا جاسکے۔ چونکہ مولانا آزاد نیشنل اردو یونیورسٹی ایک دُہرے طرز (ڈوئل موڈ) کی یونیورسٹی ہے جو فاصلاتی اور روایتی دونوں طریقۂ تعلیم کی خدمات فراہم کرتی ہے، اس لیے اپنے مقاصد کو یو جی سی-ڈی ای بی کے رہنما خطوط کے مطابق حاصل کرنے کے لیے اس نے چوائس بیسڈ کریڈٹ سسٹم (CBCS) متعارف کرایا گیا جس کا خود اکتسابی مواد (Self Learning Materials) یو جی سی کے قوانین اور کریڈٹ فریم کے مطابق نئے سرے سے تیار کیے جاچکا ہے۔

سینٹر فار ڈسٹنس اینڈ آن لائن ایجوکیشن (CDOE) کل انیس (19) پروگرام پیش کرتا ہے جن میں یو جی، پی جی، بی ایڈ، ڈپلومہ اور سرٹیفکیٹ پروگرام شامل ہیں۔ اس کے ساتھ ساتھ تکنیکی مہارتوں پر مبنی پروگرام بھی شروع کیے جارہے ہیں۔ سی ڈی او ای نے جولائی 2025 سے این ای پی-2020 کے مطابق چار سالہ یو جی پروگرام کا آغاز کیا ہے۔ بی اے، بی ایس سی اور بی کام کے آنرز پروگراموں کو این سی ایف کے مطابق ڈیزائن کیا گیا ہے جس سے طلبہ کو آنرز ڈگری حاصل کرنے میں مدد ملے گی۔ سال 2025-2026 سے ایم بی اے پروگرام اوڈی ایل موڈ میں متعارف کرایا گیا ہے۔

مانو نے طلبہ کی سہولت کے لیے نو ریجنل سنٹرز (بنگلورو، بھوپال، دربھنگہ، دہلی، کولکاتا، ممبئی، پٹنہ، رانچی اور سری نگر) اور چھ سب ریجنل سنٹرز (حیدرآباد، لکھنؤ، جموں، نوح، وارانسی اور امراوتی) کا ایک وسیع نیٹ ورک قائم کیا ہے۔ اس کے علاوہ وجے واڑا میں ایک ایکسٹینشن سنٹر بھی قائم کیا گیا ہے۔ ان ریجنل اور سب ریجنل سنٹروں کے تحت ایک سو پچاس سے زیادہ لرنرز سپورٹ سنٹر (LSCs) اور بیس پروگرام سنٹر بیک وقت چلائے جارہے ہیں تاکہ طلبہ کو تعلیمی اور انتظامی سہولیات فراہم کی جاسکیں۔ سینٹر فار ڈسٹنس اینڈ آن لائن ایجوکیشن اپنی تعلیمی اور انتظامی سرگرمیوں میں آئی سی ٹی کا بھرپور استعمال کرتا ہے اور اپنے تمام پروگراموں میں صرف آن لائن موڈ کے ذریعے ہی داخلے فراہم کرتا ہے۔

طلبہ کے لیے سیلف لرننگ میٹیریل (SLM) کی سوفٹ کاپی سینٹر فار ڈسٹنس اینڈ آن لائن ایجوکیشن کی ویب سائٹ پر دستیاب کرائی جاتی ہیں اور آڈیو و ویڈیو ریکارڈنگ کے لنک بھی ویب سائٹ پر فراہم کیے جاتے ہیں۔ اس کے علاوہ طلبہ کو ای۔ میل اور واٹس ایپ گروپ کی سہولت بھی فراہم کی جارہی ہے جن کے ذریعے انہیں پروگرام کے مختلف پہلوؤں جیسے کورس رجسٹریشن، اسائنمنٹ، کاؤنسلنگ، امتحانات وغیرہ کے بارے میں مطلع کیا جاتا ہے۔ باقاعدہ کاؤنسلنگ کے علاوہ گزشتہ دو برسوں سے طلبہ کے تعلیمی معیار کو بہتر بنانے کے لیے زائد تدارکی (Remedial) آن لائن کاؤنسلنگ بھی فراہم کی جارہی ہے۔

امید کی جاتی ہے کہ سینٹر فار ڈسٹنس اینڈ آن لائن ایجوکیشن تعلیمی اور معاشی طور پر پسماندہ آبادی کو عصری تعلیم کے دھارے میں شامل کرنے میں ایک اہم کردار ادا کرے گا۔ تعلیمی ضروریات کو مد نظر رکھتے ہوئے نئی تعلیمی پالیسی (NEP-2020) کے مطابق مختلف پروگرامز میں تبدیلیاں کی گئی ہیں اور توقع ہے کہ اس سے اوپن اینڈ ڈسٹنس لرننگ کے نظام کو مزید مؤثر اور کارآمد بنانے میں مدد ملے گی۔

پروفیسر محمد رضا اللہ خان

ڈائرکٹر، سی ڈی او ای، مانو

کورس کا تعارف

کاروباری تنظیم-1بی اے،بی ایس سی چار سالہ کورس (آنرس)(آٹھ سمسٹر) میں پہلا سمسٹر میں جنرک الکٹیو(GE) کے تحت ایک مضمون ہے۔اس مضمون کے ذریعہ کاروبار،کاروبار کے افعال،کاروباری شرکاء، کمپنی کے قیام اوراس کے بنیادی دستاویزات کے متعلق درکار معلومات حاصل ہوں گے۔ خوداکتسابی مواد کی تیاری میں نصاب کے ساتھ ساتھ مضمون کو آسان، قابل فہم،ذوقِ سلیم کی پرورش کو مد نظر رکھا گیاساتھ ہی کاروباری ذہن کی تخم ریزی ہوتی ہے۔

ہر اکائی میں اکائی کا تعارف، معنی ومفہوم، تمثیلی سوالات اوران کا حل،اہم نکات،کلیدی الفاظ،اکتسابی نتائج اور مشقی سوالات اور انگریزی اوراردواصطلاحات بھی دئے گئے ہیں۔یہ کتاب جامعہ ہٰذاکے بی کام کے روایتی وفاصلاتی تعلیم کے متعلمین کے ساتھ ساتھ دیگر جامعات کے کامرس کے طلباء کے لیے بھی کافی مفید ثابت ہو گی۔

مواد کی ترتیب میں تسلسل کو برقرار رکھنے کی عاجزانہ کوشش کی گئی ہے تاہم کوئی بھی کوشش اپنے آپ میں مکمل نہیں ہوتی بلکہ اس میں مزید اصلاح کی ضرورت ہوتی ہے۔یہ کتاب معززاساتذہ کرام،ذہین وفتین طلباء کی خدمت میں پیش کی جارہی ہے۔ اس پس منظر میں مطالعہ کے دوران درپیش مشکلات، حل طلب وضاحتوں کی نشاندہی کرتے ہوئے اپنے صلاح ومشورے سے نوازیں جن کو مستقبل کی اشاعت میں شامل کیا جاسکتا ہے۔آپ اپنے قیمتی آراو تجاویز dir.dde@manuu.edu.in پر میل کرسکتے ہیں۔ تجاویز کے ساتھ فون نمبر، نام اور مکمل پتہ بھی ارسال کرکے شکریہ کاموقع عطا کریں۔

نیک تمناؤں کے ساتھ

پروفیسر محمد سعادت شریف

کورس کوآرڈی نیٹر، سی ڈی او ای، مانو، حیدرآباد

اکائی 1۔ کاروبار

(Buisness)

اکائی کے اجزا

1.0	تمہید	(Introduction)
1.1	مقاصد	(Objectives)
1.2	معنی ومفہوم اور تعریف	(Meaning and Definition)
1.3	کاروبار کا تصور	(Concept of Business)
1.4	کاروبار کی نوعیت / خصوصیات / خدوخال	(Nature/Characterstics/Features of Buisness)
1.5	کاروبار کے مقاصد	(Objectives of Business)
1.6	کاروبار کے عناصر	(Factors of Business)
1.7	کاروبار کی ضرورت	(Need of Business)
1.8	کاروبار کی اہمیت	(Importance of Business)
1.9	اکتسابی نتائج	(Learning Outcomes)
1.10	کلیدی الفاظ	(Keywords)
1.11	نمونہ امتحانی سوالات	(Model Examination Questions)

1.0 تمہید (Introduction)

انسانی زندگی کئی سرگرمیوں کا مرکز ہے اور یہ سرگرمیاں معاشی اور غیر معاشی سرگرمیوں پر مشتمل ہیں۔انسان چاہے ان سرگرمیوں کو پسند کرے یا نہ کرے لیکن سرگرمیاں انسانی زندگی کا حصہ ضرور ہیں۔انسان اپنی زندگی میں بے شمار سرگرمیوں میں حصہ لیتا ہے اوران سرگرمیوں کا حصہ بنتا ہے۔ ہر سرگرمی میں انسان کا رول الگ الگ ہوتا ہے۔اگر یوں کہا جائے تو بے جا نہ ہوگا کہ ہر انسان ایک اداکار ہے،اورزندگی ایک تھیٹر ہے،جہاں ڈرامہ کی نوعیت کے اعتبار سے انسان کو الگ الگ رول ادا کرنا پڑتا ہے،اوراس کا رول بھی مختلف ہوتا ہے۔بزرگوں اور خود اپنا تجربہ بتاتا ہے کہ سرگرمیاں دو قسم کی ہوتی ہیں۔ایک معاشی اوردوسری غیر معاشی سرگرمیاں۔معاشی سرگرمیوں کا تعلق پیداواراوردولت کے تبادلہ سے ہے۔معاشیات میں ہم ان سرگرمیوں کو معاشی سرگرمیاں(Economic

Activities) کہتے ہیں۔ ان سر گرمیوں کے نتیجہ میں انسان اپنی روزمرہ کی ضروریاتِ زندگی پوری کرتا ہے۔ ان سر گرمیوں کے نتیجہ میں انسان مزدوری، تنخواہ، نفع حاصل کرتا ہے۔ انہیں پیشہ کہتے ہیں۔ جیسے ایک انجینئر گھر بناتا ہے، ٹیچر اسکول جاتا ہے، ڈاکٹر کلینک جاتا ہے، ملازم ملازمت کے لیے آفیس جاتا ہے۔ بہر کیف انسان اپنی صلاحیتوں کی مناسبت سے کام کرتا ہے۔ دولت کے حصول کے لیے مختلف راستے اختیار کرتا ہے۔ یہی پیشوں کی مختلف مثالیں ہیں۔ ان پیشوں کی مدد سے انسان اپنی ضروریات کی تکمیل کرتا ہے۔ اپنی خواہشات کی تکمیل کرتا ہے۔ اشیا تیار بھی کی جاسکتی ہیں یا تیار کی ہوئی اشیا خریدی جاسکتی ہیں یا پھر خدمات انجام دے کر معاوضہ حاصل کیا جاسکتا ہے۔ بہر کیف معاوضہ کا حصول چاہے کسی صورت میں ہو وہ معاشی سر گرمی ہے۔

1.1 مقاصد (Objectives)

- اس اکائی کے مطالعہ کے بعد آپ اس قابل ہو جائیں گے کہ:
- کاروبار کے مفہوم کو سمجھ سکیں۔
- کاروبار کے مقاصد کو بیان کر سکیں۔
- معاشی اور غیر معاشی سر گرمیوں کے درمیان فرق کر سکیں۔
- ضروریات زندگی کی تکمیل کے لیے محنت کی اہمیت کو اجاگر کر سکیں۔
- کاروبار سے نفع کے حصول کے تصور کی تفہیم کر سکیں۔
- کاروبار کی درجہ بندی کر سکیں۔
- کاروبار، صنعت اور کامرس کے درمیان فرق کر سکیں۔

1.2 معنی و مفہوم اور تعریف (Meaning and Definition)

اصطلاح Business کے معنی "مصروفیت" کے ہیں، لیکن تکنیکی پسِ منظر میں دیکھا جائے تو کاروبار وہ سر گرمیاں ہیں جو اشیا کی پیداوار یا خرید یا اشیا کی فروخت ہے۔ آج کل خدمات کو بھی معاشی سر گرمیوں میں شامل کر لیا گیا ہے۔ خرید و فروخت کاروبار کی روح ہے۔ لیکن ایسی خرید و فروخت مسلسل ہونی چاہیے۔ ایک ڈاکٹر اپنی کار فروخت کر کے شخصی استعمال کے لیے نئی کار خریدتا ہو تو اس عمل کو کاروبار کی تعریف میں شمار نہیں کیا جاتا، کاروبار کے لیے ضروری ہے کہ منافع حاصل کرنے کے لیے اشیا کی خرید و فروخت کی جائے۔ منافع کے مقصد کے تحت خرید و فروخت کے عمل کو وہ دہراتا رہے تو وہ کاروبار کی تعریف میں آئے گا۔

مختلف مصنفین نے کاروبار کی مختلف انداز سے تعریف کی ہے۔ چند اہم تعریفات کو ذیل میں بیان کیا جاتا ہے۔

1) L.H. Haney نے کاروبار کی تعریف یوں کی ہے "ایک انسانی سر گرمی جو کہ راست طور پر اشیا کی خریدی اور فروخت کے ذریعہ دولت کے حصولی کے متعلق ہے"۔

2) Keith and Carlo کے مطابق "کاروبار وہ تمام سرگرمیوں کا ایک مجموعہ ہے جس میں خانگی منافع کے لیے اشیا اور خدمات کی پیداوار، فراہمی اور تقسیم شامل ہے"۔

3) S.O. Wheeler نے کاروبار کی تعریف یوں کی ہے "کاروبار ایک ایسا ادارہ ہے جو معاشرے کو خانگی منافع کی ترغیب کے تحت اشیا اور خدمات کی فراہمی کے لیے منظم طریقہ پر چلایا جاتا ہے"۔

مذکورہ بالا تعریفات کی روشنی میں ہم کاروبار کو یوں بیان کرسکتے ہیں کہ نفع کمانے کے مقصد کے تحت اشیا کی پیداوار، یا تبادلہ، یا خدمات کی فراہمی سے متعلق تمام سرگرمیاں کاروبار سے تعلق رکھتی ہیں۔ آج کے جدید دور میں کاروبار اشیا یا خدمات کے لیے محدود نہیں رہا۔ کاروبار کو آجکل ایک نئے زاویہ سے دیکھا جارہا ہے۔ سوسائیٹی بعض دیگر امور کو بھی کاروبار میں شامل کیا ہے۔ جیسے گاہکوں کی پسند، ذوق اور ترجیح کے مطابق اشیا اور خدمات کی فراہمی، معیاری اشیا کی فراہمی کے لیے پیداواری طریقۂ عمل اور ٹکنالوجی میں بہتری لانا، گاہکوں کے ذوق اور بدلتے رجحانات کے مطابق اختراعی نت نئی اشیا تیار کرنا۔ عوام کی فلاح کے لیے سماجی ذمہ داری نبھانا وغیرہ۔ کاروبار کی ایک اہم سرگرمی ہے۔

1.3 کاروبار کا تصور (Concept of Business)

کاروبار کا تصور دراصل کاروبار کے پیچھے ایک بنیادی تصور ہے۔ اسی تصور کی بنیاد پر کاروبار کا ماڈل، منصوبہ، ویژن، متن ترتیب دیا جاتا ہے۔ مثال کے طور پر Uber ہے جو ایک برانڈ نام کے تحت ڈرائیورز کو جمع کرکے خدمات فراہم کی جارہی ہیں۔ اسی کاروباری تصور کی بنیاد پر دوسرے طرز کے کاروبار شروع کیے جاسکتے ہیں۔ اب یہ تصور صحت، پکوان اور دیگر شعبہ جات میں بھی اپنے وجود کو منوا رہا ہے۔

کاروبار کا روایتی تصور بمقابلہ کاروبار کا جدید تصور (Traditional Concept of Buseniss Vs Modern Concept)

کاروبار کے روایتی اور جدید تصور کو ذیل میں دیکھا جاسکتا ہے۔

کاروبار کا روایتی تصور	کاروبار کا جدید تصور
1۔ کاروبار کا روایتی تصور اشیا کے پیداکنندے کو اہمیت دیتا ہے۔ اس تصور میں نفع پر زور دیا جاتا ہے۔	1۔ کاروبار کا جدید تصور صارف اور سماج کو اہمیت دیتا ہے۔ یہ تصور صارف اور سماجی مفاد پر زیادہ توجہ دیتا ہے۔
2۔ کاروبار کا روایتی تصور کا مقصد زیادہ پیداوار اور زیادہ فروخت کے ذریعہ نفع حاصل کرنا ہے۔	2۔ کاروبار کے جدید تصور صارفین کی تسکین اور سماجی فلاح کے ذریعہ زیادہ سے زیادہ نفع کمانا ہے۔
3۔ کاروبار کے حدود مقامی اور قومی سطح تک محدود تھے۔	3۔ کاروبار کے حدود عالمی سطح تک وسیع کردیے گئے۔ کاروبار کے لیے عالمی سطح تک توسیع دی گئی۔
4۔ کاروبار کے روایتی تصور نے طویل مدت میں صارفین کی فلاح یا سماجی مفادات کو نظر انداز کیا ہے۔ اس کا اہم فلسفہ صارفین کی طلب کی تکمیل کے لیے پیداوار میں اضافہ کرنا تھا۔	4۔ کاروبار کے جدید تصور میں طویل مدت میں صارفین کی تسکین کے ذریعہ سماجی مفادات کا تحفظ کیا گیا ہے تاکہ صارفین اور سماجی معیار زندگی کی سطح میں اضافہ کیا جاسکے۔

5۔ اس تصور کے تحت صارفین کی پسند ناپسند، ترجیح اور ذوق کو شاید ہی اہمیت دی گئی ہو۔	5۔ کاروبار کے اس جدید تصور کے تحت تمام کاروباری سرگرمیاں صارفین کی ضروریات اور ترجیحات کے اطراف گھومتی ہیں۔
6۔ روایتی تصور کے تحت بازارکاری کے اہم افعال پیداوار اور فروخت کاری تھے۔	6۔ جدید تصور کے تحت بازارکاری فروخت اور خدمات کے بعد میں اشیاسے متعلق منصوبہ کاری، تحقیق، اشتہارکاری، قیمت کاری، کاروبار کے فروغ کی تکنیکیں شامل ہیں۔
7۔ روایتی تصور فروخت کنندے بازار سے منسلک ہے۔ جہاں غیر طلب شدہ اشیاپر پوری توجہ دی جاتی ہے۔ جو کہ خریدار یعنی صارفین اس شئے کی خرید کے بارے میں سوچا نہیں کرتے۔ یہ تصور غیر ترقی یافتہ ممالک میں مروج ہے۔	7۔ جدید تصور پر خریدار کے بازار سے منسلک ہیں۔ تصور کا انطباق صنعتی اشیاکی کمپنیوں سے زیادہ اشیائے صارفین سے متعلق کمپنیوں میں زیادہ ہوتا ہے۔ چھوٹی کمپنیوں سے زیادہ بڑی کمپنیوں میں ہوتا ہے۔ جدید تصور ترقی یافتہ ممالک میں مروج ہے۔
8۔ روایتی تصور آج کے گلاکاٹ مسابقتی دور اور پیچیدہ کاروباری دنیا میں اپنی اہمیت کھودیا ہے۔	8۔ جدید تصور آج کے مسابقتی ماحول میں زیادہ اہمیت اختیار کر گیا ہے۔

1.4 کاروبار کی نوعیت / خصوصیات / خدوخال (Nature/Characterstics/Features of Buisness)

کاروبار کی اہم خصوصیات درجہ ذیل ہیں۔

1) معاشی سرگرمیاں (Economic Activities):

کاروبار کے ذریعہ نفع کمایا جاتا ہے۔ اس لیے کاروبار ایک معاشی سرگرمی ہے اور معاشی سرگرمیاں پیسہ کمانے، روزمرہ کی زندگی گزارنے کے لیے انجام دی جاتی ہیں۔ انسان جتنی زیادہ محنت کرے گا اتنا ہی زیادہ نفع کمائے گا۔ اور اس کی معیار زندگی بھی اتنی زیادہ بلند ہوگی۔

2) اشیاکی تیاری / خدمات کی فراہمی (Production of Goods and Providing Services):

کاروبار کے لیے اشیاکی پیداوار عمل میں لائی جاتی ہے یا تیار اشیاخریدی جاتی ہیں، تاکہ گاہکوں کو فروخت کیا جاسکے۔ اشیادو قسم کی ہوتی ہیں۔ ایک اشیائے صارفین دوسرے اشیائے اصل۔ اشیائے صارفین وہ اشیا ہوتی ہیں جو استعمال کے لیے تیار ہوتی ہیں، جیسے غذائی اشیا، کپڑے، فرنیچر وغیرہ۔ اشیائے اصل وہ اشیا ہوتی ہیں جو اشیاکی تیاری کے لیے استعمال کی جاتی ہیں، جیسے مشینری، خام مال وغیرہ۔ خدمات کی شکل بنکنگ، بیمہ، گودارکاری، حمل و نقل وغیرہ۔

3) اشیاکی فروخت / تبادلہ (Sale / Exchange of Goods):

کاروبار میں اشیاکی فروخت پر مشتمل ہوتا ہے یا پھر خدمات کی فراہمی پر مشتمل ہوتا ہے۔ اس کی قیمت مقرر ہوتی ہے۔ اس بنیادی

قیمت پر اشیا کی خرید اور فروخت کی جاتی ہے۔ شخصی استعمال یا صرف کے لیے اشیا کی خرید و فروخت کاروبار نہیں۔ اشیا کی فروخت اور تبادلہ نفع کمانے کے لیے ہو تو یہ عمل کاروبار کہلاتا ہے۔ گھر میں غذائی اشیا کی تیاری کاروبار نہیں، لیکن ہوٹل میں غذائی اشیا کی تیاری کاروبار ہے۔

4) تسلسل (Continuity):

اشیا کی خرید و فروخت یا خدمات کی فراہمی مسلسل ہو تو یہ کاروبار ہے۔ کبھی کبھار گھریلو یا شخصی ضروریات کے لیے خرید و فروخت ہو تو یہ عمل کاروبار نہیں کہلاتا۔ مثال کے طور پر اگر کوئی شخص ایک نئی موٹر سائیکل خریدنے کے لیے پرانی موٹر سائیکل فروخت کر رہا ہو تو یہ کاروبار نہیں۔

5) منافع کا حصول(Acquiring Profit):

کاروباری سرگرمیوں کا اہم اور اصل مقصد نفع کمانا ہوتا ہے۔ کاروبار امید پر قائم ہوتا ہے۔ امید کچھ اور نہیں بلکہ نفع کی کمائی ہے۔ کاروبار کو استقامت اسی وقت حاصل ہوتی ہے جبکہ منافع حاصل ہوتا رہے۔ افراد نفع کی امید پر کاروباری سرگرمیوں میں شامل ہوتے ہیں۔ یہی وجہ ہے کہ تاجر نفع کے حصول کے لیے فروخت کے حجم کو بڑھانے اور پیداواری لاگت کو کم کرنے میں کوئی کسر نہیں چھوڑتے، پوری توانائی لگا دیتے ہیں۔ تاکہ نفع کا حصول یقینی ہو جائے۔

6) نفع کی غیر یقینی(Uncertanity of Profit):

تاجر کاروبار میں سرمایہ مشغول کر کے نفع کی امید کرتا ہے۔ لیکن کاروبار کی خصوصیت یہ ہے کہ بعض اوقات مشغول شدہ سرمایہ پر نفع کا حصول غیر یقینی ہوتا ہے۔ کیونکہ ہم نفع کی مقدار کتنی ہوگی، اس کا اندازہ نہیں لگا سکتے۔ اس کے علاوہ یہ بات بھی غیر یقینی ہوتی ہے کہ نفع بھی حاصل ہو گا۔ کاروبار میں نقصان بھی ہو سکتا ہے۔ ایسا نہیں کہ تاجر محنت نہیں کرتا۔ محنت کرتا ہے لیکن نفع ہو گا یا نقصان اس کی پیش بینی نہیں کر سکتا۔ لہٰذا یوں کہا جا سکتا ہے کہ کاروبار میں مشقت کے بعد بھی نفع کا حصول غیر یقینی ہوتا ہے۔

7) جوکھم (Risk):

کاروبار میں جوکھم ہوتا ہے۔ نفع کچھ اور نہیں بلکہ کاروبار میں نقصان کا خطرہ یعنی جوکھم مول لینے کا صلہ ہے۔ جوکھم دراصل نقصان کا خوف ہے۔ کاروبار کی یہ خصوصیت دراصل غیر یقینی صورتحال کی طرف اشارہ کرتی ہے۔ بازار میں کاروباری ادارے بے قابو اور غیر یقینی صورتحال میں کام کرتے ہیں۔ جہاں نقصان کا امکان پایا جاتا ہے خطرہ کچھ اور نہیں ہوتا بلکہ صارفین کی پسند ناپسند، ذوق، فیشن میں تبدیلی، مسابقت، صارفین کے ذائقہ میں تبدیلی، حکومت کی تبدیل ہوتی پالیسیاں وغیرہ سے ہوتا ہے۔ جو ہر دم تبدیل ہوتی رہتی ہیں۔ قدرتی آفات بھی نقصان کا سبب بنتے ہیں، جیسے چوری، آگ لگ جانا، سیلاب کا آنا، ملازمین کا ہڑتال کر دینا وغیرہ۔ لیکن ایک کامیاب تاجر درست پیش گوئی اور بیمہ کے ذریعہ کاروباری خطرات کو کم کر سکتا ہے۔

8) افادیت(Utility):

انسانی خواہشات کی تکمیل اشیا کے ذریعہ ہوتی ہے اشیا معیاری ہوں تو تسکین کا لطف دوبالا ہو جاتا ہے۔ مختلف اشیا وقت، شکل، جگہ

اور ملکیت میں اضافہ کا باعث ہوتی ہیں۔اس کا انحصار ان کی افادیت پر ہوتا ہے۔ کاروبار صارفین کی طلب اور خواہشات کو پورا کرنے کے ساتھ معاشی طور پر مستحکم بناتا ہے۔افادیت میں اضافہ مزید اس وقت ہو جاتا ہے جب اشیا کو پیدائش کے مقام سے صرف کے مقام تک پہنچایا جاتا ہے۔

کاروبار، پیشہ اور روزگار کے درمیان فرق

فرق کی بنیاد	کاروبار	پیشہ	روزگار
کام کی نوعیت	کاروبار میں اشیااور خدمات کی تیاری یا تبادلہ ہوتا ہے۔	پیشہ کے تحت افراد مخصوص شخصی خدمات فراہم کرتے ہیں۔	ملازم مالک کے بتائے ہوئے کام کی تکمیل کرتا ہے۔
اہلیت / قابلیت	کاروبار کرنے کے لیے کسی مخصوص تعلیم و تربیت کی ضرورت نہیں ہوتی، تاجر کی دلچسپی اور لگن کامیابی کی ضمانت ہے۔	کسی پیشہ کو اختیار کرنے کے لیے مخصوص تعلیم اور تربیت کی ضرورت ہوتی ہے۔	کام کی نوعیت کی مناسبت سے اہلیت درکار ہوتی ہے۔اس کے بغیر کام انجام نہیں دیا جاسکتا۔
قیام / قائم کرنا	کاروبار کو قائم کرنے والے فرد کو قانونی کاروائی کی تکمیل کرنا ہوتا ہے۔	کسی پیشہ سے منسلک ادارے کی رکنیت ضروری ہوتی ہے۔	کسی ملازمت کے حاصل کرنے کے لیے تقرر نامہ کافی ہوتا ہے۔
سرمایہ کاری	کاروبار کی نوعیت اور کاروبار کے حدود کی مناسبت سے رقم مشغول کرنا ہوتا ہے۔	آفیس کے قیام کے لیے کچھ رقم صرف کرنے کی ضرورت ہوتی ہے۔	روزگار اختیار کرنے کی صورت میں سرمایہ کی نہیں بلکہ تعلیم کی ضرورت ہوتی ہے۔
معاوضہ	کاروبار کرنے پر تاجر کو منافع حاصل ہوتاہے۔	خدمات سے استفادہ کرنے پر موکل سے مقررہ فیس وصولی کی جاتی ہے۔	ملازمت اختیار کرنے کی صورت میں معاہدہ کے مطابق اجرت یا تنخواہ دی جاتی ہے۔ملازمت میں جوکھم نہیں ہوتا۔
جوکھم	کاروبار میں خرید وفروخت پر نقصان کا اندیشہ لگا رہتاہے۔	پیشہ میں جوکھم کم ہوتا ہے،زیادہ نقصان نہیں ہوتا۔	ملازمت سے متعلق قواعد وضوابط کو اپنانا ضروری ہوتا ہے۔
ضابطہ اخلاق	کاروبار میں کاروباری انجمنوں کے مقرر کردہ ضابطۂ اخلاق پر عمل کرنا پڑتاہے۔	پیشہ وارانہ ادارے کی جانب سے مقرر کردہ ضابطہ اخلاق پر عمل آوری ضروری ہوتی ہے۔	ملازمت کا مقصد خاندان کی کفالت کے لیے تنخواہ حاصل کرنا ہوتا ہے۔
مقصد / محرکہ	کاروبار میں نفع کمانا مقصد ہوتا ہے۔	سوسائٹی کی خدمت، فیس کے حصول یا آمدنی حاصل کرنا اختیار	ملازمت شخص اہلیت اور تعلیم کی بنیاد پر دی جاتی ہے۔دوسروں کو منتقل نہیں کیا

		کر دہ پیشہ کا مقصد ہوتا ہے۔	جا سکتا۔
مفادات کی منتقلی	چند قواعد وضوابط پر عمل کر کے کاروباری مفادات کو کسی دوسرے فرد کو منتقل کیا جاسکتا ہے۔	پیشہ شخصی صلاحیت ہے، اس کو منتقل نہیں کیا جاسکتا۔	روزگار کی صورت میں مفادات منتقل نہیں کیے جاسکتے۔

1.5 کاروبار کے مقاصد (Objectives of Business)

مقصد ایک مقررہ نشانہ ہے، جس کے حصول کے لیے تمام تر کوششیں صرف کی جاتی ہیں۔ ایک کمپنی یا فرم کے وجود کے لیے مقصد ضروری ہوتا ہے۔ مقاصد کاروبار کو ایک رُخ فراہم کرتے ہیں۔ مقاصد تاجروں کے مشغول سرمایہ پر شرح واپسی یعنی نفع کے حصول سے متعلق ہے۔ جس کو وہ انجام دیتے ہیں۔ عام طور پر تاجروں کا اہم مقصد کاروبار کے ذریعہ نفع کمانا ہوتا ہے۔ ہر تاجر اپنے سرمایہ سے زیادہ نفع کمانا چاہتے ہیں۔ یعنی وہ اپنے کاروبار میں لگائی گئی رقم سے زیادہ شرح پر نفع حاصل کرنا چاہتے ہیں۔ کاروبار کا دوسرا پہلو سماج کی خدمت سے متعلق ہے۔ کاروبار کے ذریعہ روزگار کی تخلیق عمل میں آتی ہے۔ اور دیگر کاروباری سرگرمیاں بھی انجام دی جاتی ہیں۔ یہاں طلبا کو یہ بات ذہن میں رکھنا چاہیے کہ کاروبار میں اعظم ترین نفع حاصل کرنا اچھا نہیں سمجھا جاتا، اور اگر دیگر تاجروں کو بھی اس کاروبار میں سرمایہ لگانے کے لیے تحریک ملتی ہے، جہاں کاروبار میں مسابقت کے لیے راہ ہموار ہوتی ہے۔ کاروبار کے مقاصد کا مطالعہ تین عناوین کے تحت کیا جاسکتا ہے۔ ان کو ذیل میں تفصیل سے بیان کیا جاتا ہے۔

1) کاروبار کے معاشی مقاصد (Economic Objectives of Business)

معاشی مقاصد کو ذیل میں بیان کیا جاتا ہے۔

i) نفع کمانا (Earning of Profit): کاروبار نفع کمانے کے لیے جاری رکھے جاتے ہیں۔ کاروبار کرنے کے نتیجہ میں نفع حاصل ہوتا ہے۔ کیونکہ کاروبار کا بنیادی مقصد نفع کمانا ہوتا ہے۔ کاروباری میدان آسان نہیں ہوتا ہے۔ کاروبار کے دوران کئی چیلنجس کا سامنا ہوتا ہے۔ اور کاروبار جوکھم بھرا ہوتا ہے۔ اس میں کئی غیر یقینی حالات درپیش ہوتے ہیں جیسے تجارتی صارفین کے ذوق میں تبدیلی، زر کے بازار میں تبدیلیاں، حکومت کی پالیسی، صارفین کی ترجیحات میں تبدیلی وغیرہ۔ کاروباری سرگرمیوں کی انجام دہی کے بعد نفع کا حصول ضروری ہوتا ہے۔ نفع کاروباری فرم کے وجود، توسیع، دیگر اشیا کی پیداوار کے لیے بھی ضروری ہوتا ہے۔

سرمایہ کار کاروبار میں اپنے مشغول کردہ سرمایہ پر نفع کی اچھی شرح چاہتے ہیں۔ فرم سے وابستہ ورکرز اور عہدیدار اچھی اجرتیں اور تنخواہ چاہتے ہیں، اور خود تاجر مکرر سرمایہ کاری کے لیے زیادہ نفع چاہتے ہیں تاکہ کاروبار آگے بڑھتا رہے۔ ان تمام توقعات کو اسی وقت پورا کیا جاسکتا ہے جبکہ فرم یا کمپنی کے نفع کی شرح اچھی ہو۔

ii) کاروبار کا وجود (Survival of Business): بازار میں کاروباری ادارے کا وجود نفع کے حصول کی بنیاد پر برقرار رہتا ہے۔ کاروبار کو دوسری فرمس سے مسابقت کا خدشہ لاحق ہوتا ہے۔ بازار میں پیدا شدہ بازار کاری ماحول میں تبدیلیاں اور مستقبل کی غیر یقینی

صورتحال وغیرہ سے بھی نبرد آزما ہونے کا بھی خوف ہوتا ہے۔ اس لیے تاجر ان سب سے نمٹتا ہے۔ کاروباری غیر یقینی صورتحال بہتر ہونے پر ہی ان چیلنجس کا سامنا آسانی سے کیا جاسکتا ہے۔

iii) نشوونما و ترقی (Growth and Development) : کوئی بھی فرم بازار میں اسی وقت ٹِک سکتی ہے جبکہ وہ وقت کے گذرنے کے ساتھ اس کی نشوونما و ترقی ہو۔ نشوونما و ترقی پر کاروبار کا مقصد ہوتا ہے۔ ایسا اسی وقت ہوسکتا ہے جبکہ فرم یا کمپنی سرمایہ کی مناسبت سے نفع بھی حاصل کررہی ہو اور کاروبار کی توسیع عمل میں لاسکتی ہو۔ ایک غیر منظم کاروبار زیادہ عرصہ قائم نہیں رہ سکتا۔ اس لیے کاروبار کی نشوونما اور ترقی کے لیے منصوبہ تیار کرکے اس پر عمل درآمد کیا جائے، تاکہ کاروبار دن دوگنی اور رات چوگنی ترقی کرسکے۔ یہی عمل بہتر مستقبل کی ضمانت ہے۔

iv) معیاری اشیا کی پیداوار (Production of Standard Goods) : فرم یا کمپنی اسی وقت نفع کما سکتی ہے جبکہ وہ اشیا کی فروخت اور خدمات کی فراہمی کے ذریعہ نفع کمارہی ہو۔ اسی سلسلے کی اگلی کڑی یہ ہوگی کہ فرم اشیا کی خرید وفروخت اور خدمات کی فراہمی کے ذریعہ صارفین کو معیاری اشیا اور خدمات پیش کرکے مطمئن ہوسکتی ہے۔ عام طور پر پیداکنندے اشیا کی طلب کا اندازہ لگاتے ہیں اور اسی کی مطابق اشیا فراہم کرتے ہیں تاکہ صارفین کو کوئی دشواری نہ ہو۔ بازار کاری میں وہ تمام سرگرمیاں شامل ہیں جن سے ہمیں وقتی، مقامی اور مالکانہ افادہ حاصل ہوتا ہے۔ تاجر ہمیشہ نئے گاہکوں کی تلاش میں ہوتے ہیں۔ تاکہ ان کی اشیا کی فروخت میں اضافہ ہو۔ اس سلسلہ میں اس بات کا خاص خیال رکھا جاتا ہے کہ نئے صارفین کی تلاش کی چکر میں پرانے گاہک چھوٹ نہ جائیں۔ ایسا اسی وقت ممکن ہے جب اشیا کا معیار بہترین ہو اور قیمت بھی معیار کی مناسبت سے واجبی ہو۔

v) تکنیکی بہتری (Improvement in Technology) : پیداکنندہ کے لیے ضروری ہے کہ وہ ہمیشہ اشیا کی تیاری کے لیے بہترین ٹکنالوجی استعمال کرے۔ کیونکہ یہ دور مسابقتی دور ہے۔ اس لیے بہترین ٹکنالوجی استعمال کرے تاکہ اس گلا کاٹ مسابقت کے دور میں بازار میں اپنی شئے کو دوسرے پیداکنندوں کے برابر رکھا جاسکے۔ ہر پیداکنندہ صارفین کو معیاری اشیاء کم قیمت پر فراہم کرنے کی کوشش کررہا ہے۔ ایسی صورت میں عصری ٹکنالوجی کا استعمال ضروری ہوجاتا ہے۔ عصری ٹکنالوجی دراصل معیاری شئے کی کم لاگت پر تیار کرنے میں مددگار ہوتی ہے۔ اس لیے ہر تاجر کے لیے ضروری ہے کہ وہ پیداوار کے عصری طریقوں کو اپنائے۔ تاکہ صارفین کے تقاضوں اور ان کے ذوق کی تکمیل کی جاسکے۔

vi) وسائل کا اچھا استعمال (Good Utilisation of Resources) : وسائل کا بہترین استعمال ضروری ہے۔ جیسے افراد، زر، خام مال، پلانٹ، مشینری، عصری ٹکنالوجی وغیرہ۔ وسائل کی قلت ہے ان کا بہترین استعمال کاروبار کو مستحکم کرنے میں مددگار ہوتا ہے۔ عصری ٹکنالوجی کے استعمال کی صورت میں ملازمین کو مشین اور آلات کے استعمال کے طریقہ کار کی تربیت دی جائے۔ خام مال کی تضیع سے بچنے کی ترکیب بتائی جائے۔ بے کار اشیاء کے استعمال کے طریقوں سے عملہ کو واقف کروایا جائے۔ سرمایہ اتنا ہی صرف کیا جائے جتنا کہ اس سے فائدہ حاصل ہونے کی توقع ہو۔ اگر ان امور کو پیش نظر رکھا جائے تو وسائل کا بہترین استعمال ہوسکتا ہے۔

vii)اختراع (Innovation): اختراع پیداوار کے نئے طریقوں اور عصری ٹکنالوجی کے استعمال کے نئے طریقوں سے متعلق ہے۔ پیداوار کے لیے جب نئے طریقوں کو استعمال کیا جاتا ہے تو اچھے نتائج حاصل ہوتے ہیں۔ وہ کمپنیاں جو عصری ٹکنالوجی کا سب سے پہلے استعمال کرتے ہیں زیادہ سے زیادہ فائیدہ اٹھاتے ہیں۔ آج کے اس مسابقتی دور میں کاروباری ماحول میں اختراع کاروبار کو آگے بڑھانے میں مددگار ثابت ہوتا ہے۔ معیاری اشیاء کو صارفین ہاتھوں ہاتھ لیتے ہیں، پسند کرتے ہیں، طلب بڑھتی ہے اور طلب کے بڑھنے کے ساتھ فروخت کی مقدار میں اضافہ ہوتا ہے۔ اور نفع کی شرح میں بھی اضافہ ہوتا ہے۔

viii)بازار کی تخلیق(Creation of Markets): کاروبار کا اہم مقصد اشیاء کی خرید و فروخت ہے۔ بازار کاری اشیاء کی ملکیت کی منتقل کی جانے والی محنت اور ان کی طبعی تقسیم پر مشتمل ہوتی ہے۔ بازار کاری ان تمام سرگرمیوں کا احاطہ کرتی ہے جو وقتی، مقامی اور ملکیتی افادہ سے متعلق ہوں۔ تاجر ہمیشہ نئے گاہکوں کی تلاش میں سرگرداں رہتا ہے تاکہ فروخت کی مقدار میں اضافہ ہوسکے۔ اس کے ساتھ تاجر پرانے گاہکوں سے تعلقات کو برقرار رکھنے کے لیے موزوں قیمت پر معیاری اشیا سربراہ کرتا ہے۔ اس طرح نئے بازار اور گاہکوں کی تلاش اور ان سے تعلقات کو برقرار رکھنے کا سلسلہ جاری رہتا ہے اور یہی سرگرمی تاجر کی تیار کردہ شئے کے لیے بازار میں فرم کے وجود کو بنائے رکھتی ہے۔

2)کاروبار کے سماجی مقاصد(Social Objectives of Business)

کاروبار کے سماجی مقاصد درجہ ذیل ہیں۔

i)اشیا کی تیاری / خریدی (Purchase / Production of Goods): فرم کے لیے ضروری ہوتا ہے کہ وہ صارفین کو درکار اشیا کی پیداوار / تیاری کی طمانیت دے یا اس بات کا یقین دلائے کہ وہ ہمیشہ اشیا کی سربراہی کو برقرار رکھے گا۔ تاجر کو چاہیے کہ وہ مختلف اشیا کی کل طلب کا تخمینہ کرکے، اس کے مطابق اشیا تیار کرے۔ آج کل فلاحی مملکتی حکومتیں بھی سوسائٹی کی ضرورتوں کے مطابق کاروباری سرگرمیوں کو مربوط کرے۔ ایسا اسی وقت کیا جاسکتا ہے جبکہ مختلف لائسنسنگ قوانین ایسا کرنے کی اجازت دے۔ مختلف اشیا کی طلب کے مطابق لائسنس کی اجرائی عمل میں آتی ہے۔

ii)معیاری اشیا اور خدمات کی سربراہی (Providing Standard Goods and Services): ہر تاجر کی یہ ذمہ داری ہے کہ وہ مناسب و موزوں قیمت پر معیاری اشیا اور خدمات صارفین کو سربراہ کریں۔ ہر تاجر کا مقصد ہونا چاہیے کہ وہ گاہکوں کے ذوق کی تکمیل ہو جائے۔ ملاوٹی، غیر معیاری، ناقابلِ استعمال یا صحت کے لیے نقصاندہ اشیا کی سربراہی کاروباری اخلاقیات کے خلاف ہوگی۔ اشیا کی قلت کے زمانے میں گاہک بہت زیادہ متاثر ہوتے ہیں۔ صارفین کو آج بھی غیر معیاری اشیا زیادہ قیمت پر سربراہ کیے جاتے ہیں، اور آج بھی اشیاء کی خاطر خواہ مقدار میں سربراہی نہیں ہورہی ہے۔ اگر فرم اسی سلسلہ کو طویل مدت تک جاری رکھتی ہے تو کاروبار ترقی نہیں پاسکتا۔ بعض اوقات کاروبار بند ہونے کے امکانات پائے جاتے ہیں۔ اس لیے ہر تاجر کے لیے ضروری ہے کہ صارفین کے ذوق و شوق اور ترجیحات کا تجزیہ کرکے معیاری اشیا موزوں ترین قیمت پر سربراہ کرے۔

iii) حکومت سے تعاون (Helpful to Government): ہمارے ملک میں سوشلزم طرز معیشت پر عمل آوری ہوتی ہے۔ اس لیے کاروبار کے لیے ضروری ہے کہ وہ سوشلزم طرز معیشت کے مقاصد کے حصول کے لیے مددگار ہو۔ ایسی طرز معیشت میں عوامی اور خانگی شعبہ جات کا رول نہایت اہم ہوتا ہے۔ ملک کی معاشی ترقی کے لیے معینہ مقاصد کے ترجیحات کے مطابق عمل آوری ضروری ہے۔ ہندوستان میں ابھی تک ایسا کبھی نہیں ہوا کہ کمپنیوں کی پالیسیاں حکومتی پالیسی کے خلاف بنی ہوں۔ بعض اوقات اگر بن بھی جائے تو ان پالیسیوں سے پہلو تہی کر لیا جاتا ہے۔ اسی طرح مختلف ٹیکس کی ادائی سے بھی اجتناب کیا جاتا ہے۔ ان صورتوں میں کاروبار اور حکومت کے درمیان غلط فہمیاں اور بدگمانیاں پیدا ہو جاتی ہیں۔ اس لیے ضرورت اس بات کی ہے کہ تاجر مثبت فکرِ رسائی اپنائے اور حکومت کی پالیسیوں کے مطابق مثبت رویہ اپنائیں۔ تاکہ قومی مسائل کے لیے حل میں مددگار ثابت ہو۔

iv) روزگار کے مواقعوں میں اضافہ (Increase in Employement Opportunities): تاجر اپنے کاروبار کو بڑھانے کے لیے روزگار کے مواقع فراہم کرتے ہیں۔ جس کی وجہ سے مقامی اور غیر مقامی دونوں افراد کو روزگار کے مواقع فراہم کرتے ہیں۔ جیسے فرم اگر اپنے کاروبار کی توسیع کرنا چاہے تو یہ عمل زاید روزگار کے مواقع فراہم کرنے کا ذریعہ ثابت ہوتا ہے۔

1.6 کاروبار کے عناصر (Factors of Business)

کاروبار کے عناصر درجہ ذیل ہیں۔

1) قدرتی عناصر (Natural Factors):

قدرتی عوامل کاروبار کے اہم اور بنیادی عامل ہیں۔ جغرافیائی حالات، آب و ہوا، زمینی صلاحیت، معدنیات، پانی وغیرہ چند اہم قدرتی عوامل ہیں۔ کوئی بھی تاجر جس علاقہ میں کاروبار یا صنعت کے قائم کرنے کا ارادہ کرتا ہے اس فیصلہ پر اس علاقہ کے جغرافیائی حالات اثر انداز ہوتے ہیں۔ کیونکہ اس مخصوص علاقہ میں رہنے والے صارفین کا ذوق و شوق، ترجیحات اور مطلوبات ایک جیسے ہوتے ہیں۔ اور اسی بناء پر تیار کردہ شئے کی طلب کا اندازہ کیا جاسکتا ہے۔ اور یہی اشیاء دوسرے علاقہ میں پسند کی بھی جاسکتی ہیں اور نہیں بھی۔ مثال کے طور پر تلنگانہ میں پسند کی جانے والی اشیاء دلی میں پسند نہیں کی جاسکتیں۔ یوں بھی ہو سکتا ہے کہ تلنگانہ پسند کی جانے والی اشیاء کوئی ضروری نہیں کہ ٹاملناڈو یا کیرالا میں بھی پسند کی جائیں۔ کسی بھی علاقہ میں قائم کیے جانے والے کاروبار یا صنعت پر اس علاقے کے صارفین کی پسند یا ناپسند کا بڑا اثر ہوتا ہے۔ جغرافیائی حالات جیسے موسم، بارش، آلودگی، رطوبت وغیرہ کا کاروبار کے قیام کے فیصلوں پر اثر انداز ہوتے ہیں۔ کیونکہ ان مخصوص علاقوں میں وہی کاروبار یا صنعت آگے بڑھ سکتی ہے جو اس علاقہ کے صارفین کی ترجیحات، پسند، ذوق اور مطلوبات کی تکمیل کر سکے۔ جیسے ہمارے ملک ہندوستان میں کپڑے کی صنعت ممبئی اور کوئمبتور میں ترقی کی ہے۔ اور یہیں پر کپڑے کی صنعت کا ارتکاز عمل میں آیا ہے۔ مغربی بنگال میں پٹ سن (جوٹ) کی صنعت کا ترجیحاً عمل میں لایا گیا۔ کیونکہ ان ریاستوں میں اس کاروبار اور صنعت کے لیے درکار مخصوص اشیا پائی جاتی ہیں، اور خام مال بآسانی دستیاب ہوتا ہے۔ حیاتیاتی عناصر قدرتی وسائل پر مشتمل ہوتے ہیں۔ جیسے کھیت، ماہی گیری، جنگلات۔ معدنیات جیسے کوئلہ، تیل اور ایندھن، دھات، توانائی، پانی وغیرہ بھی قدرتی عوامل پر قائم ہوتے ہیں۔

2)آبادیاتی عناصر (Demographic Factors):

آبادیاتی عامل میں آبادی کی تعداد، نمو، عمر اور جنس کی ترکیب، تعلیمی سطح، زبانیں، مذہب وغیرہ مختلف عوامل کا مطالعہ کیا جاتا ہے۔ یہ کاروبار کے قیام میں اہم کردار ادا کرتے ہیں۔ عوام کی پسند، ترجیحات، اعتقادات، ضروریات وغیرہ کی وجہ سے طلب کی شرح بھی مختلف ہوگی۔ اور ان کی طلب کو پورا کرنے کے لیے بازار کاری کی حکمت عملی بھی مختلف اختیار کی جاتی ہے۔ اس عنصر کے اثرات کی بنا پر صنعت کار اپنے کاروبار کو ایک مخصوص علاقہ تک محدود کر دیتے ہیں۔ آبادی کی نوعیت متفرق ہونے کی وجہ سے تاجر کو ان چیلنجس سے نمٹنے کے لیے بازار کاری کے لیے مختلف منصوبوں پر عمل درآمد کرنا پڑتا ہے۔ اور اس کے اثرات کو پیداوار پر بھی محسوس کیا جاسکتا ہے۔ مزدور بھی مختلف الرائے، مختلف الجنس ہوتے ہیں۔ اس جھکاؤ کو چھوٹے علاقوں میں بھی دیکھا جاسکتا ہے۔ جہاں ایک زبان ہی رابطہ کا ذریعہ ہے۔ ان کے رسم و رواج اور ذات مختلف ہوتے ہیں۔ اس کے علاوہ سیاسی وفاداری بھی ان کو مختلف گروہوں میں تقسیم کرنے میں اہم رول ادا کرتی ہے۔ آبادیاتی عوامل کاروبار کے قیام و ترقی میں اہم کردار ادا کرتے ہیں۔

3)معاشی عناصر (Economic Factors):

معاشی عناصر، معاشی نظام، معاشی پالیسیوں اور معاشی حالات پر مشتمل ہوتے ہیں۔ دوسرے عناصر کے مقابل معاشی عناصر کاروبار کو راست متاثر کرتے ہیں۔ خانگی شعبہ کا انحصار ملک کے معاشی نظام پر ہوتا ہے۔

جس ملک میں جو معاشی نظام رائج ہوتا ہے اسی نظام کے تحت کاروبار قائم کیے جاتے ہیں۔ مخلوط معاشی نظام میں عوامی اور خانگی ادارے پیداوار کرتے ہیں۔ جبکہ سرمایہ دارانہ معاشی نظام میں سرمایہ دار طبقہ پیداوار کو کنٹرول کرتا ہے۔ اشتراکی معاشی نظام میں حکومت کی سرپرستی حاصل ہوتی ہے۔

4)سیاسی اور قانونی عناصر (Political and Legal Factors):

ایک ملک کے حدود میں معاشی عناصر کا سیاسی اور قانونی عناصر سے تعلق ہوتا ہے۔ سیاسی اور قانونی عناصر کاروباری قوانین کے پس منظر میں ہوتے ہیں۔ جس کی بناء پر فرم یا کمپنی اپنے روزمرہ کے کاروبار کو آگے بڑھاتی ہے۔ صنعتوں کو کنٹرول کی سطح مختلف ہوتی ہے، لیکن اس کے اثرات کی تردید نہیں کی جاسکتی۔ خاص طور پر عالمی کساد بازاری(Great Depression) کے بعد معاشی زندگی میں حکومت کی دخل اندازی کو واضح طور پر عالمی سطح پر محسوس کیا گیا۔ ہندوستانی پس منظر میں کاروباری پالیسی پر حکومت کے رول اور اس کی مداخلت کے اثرات مختلف النوع ہیں۔ مروجہ کاروباری ماحول میں حکومت مقامی، ریاستی اور مرکزی سطح پر اثر انداز ہو رہی ہے اور اس کا رول بھی مختلف ہے۔ جیسے حکومت ریگولیٹر، کوآرڈینیٹر، کیر ٹیکر، نگران کار اور سپلائیر کے طور پر اپنا رول ادا کرتی ہے۔ اس کے ساتھ ساتھ حکومت مسابقت کنندے اور ایک گاہک کے طور پر بھی اپنا رول نبھاتی ہے۔ کسی بھی ملک میں رائج معاشی نظام کے مطابق ملک میں فرمس قائم کرنے کی اجازت ہے۔ اس کے علاوہ اشیا کی قیمت اور تقسیم پر حکومت کا کنٹرول پایا جاتا ہے، اور مقرر کردہ قیمتوں پر اشیا کی فروخت کی جاتی ہے۔ مزید برآں چند شعبہ جات کو خصوصی ہمت افزائی کے تحت مختص کیا جاتا ہے۔ مزدوروں کے لیے ایک جامع قانون بھی پایا جاتا ہے۔ جس کی رو سے آجرین کو اقل ترین اجرت کی ادائی کے لیے پابند کرتا ہے۔ اس کے علاوہ مزدور کو بونس کی ادائی کے لیے بھی گنجائش فراہم کی جاتی ہے۔

درآمدی اور برآمدی تجارتی پالیسیوں کا اعلان مرکزی حکومت کرتی ہے۔ حکومت فینانسر اور سپلائیر کے طور پر بھی کام کرتی ہے۔ مالیہ مالی اداروں کے ذریعہ اور قدرتی وسائل خام مال کی صورت میں فراہم کرتی ہے۔ کاروباری پالیسی کی تدوین کے ساتھ ساتھ ٹیکس قوانین بھی بنائے جاتے ہیں۔ تاکہ حکومت کے مالی وسائل میں اضافہ ہو۔ حکومت کاروبار کو اپنے کنٹرول میں رکھتی ہے، تاکہ یہ صنعتیں قابو میں رہیں۔

5) سماجی عناصر (Social Factors):

مختلف عناصر کے ساتھ ساتھ سماجی اور تہذیبی عناصر بھی کمپنیوں کے مظاہرے اور پالیسیوں پر اثر انداز ہوتے ہیں۔ سماجی اور تہذیبی عناصر کاروبار کے لیے بھی ایک چیلنج ہے۔ اس لیے منتظمین یا فیصلہ کمیٹی کاروباری حکمت عملی اور کاروباری پالیسیوں کی تدوین میں سماجی عوامل کو کافی اہمیت ان عناصر کو کافی اہمیت دیتی ہے۔ کاروبار کو سماجی اور تہذیبی عناصر کے مطابق بنانے پر خاطر خواہ نفع بھی حاصل ہوتا ہے اور نفع بھی کاروباری فرم کی نفع کمانے کی صلاحیت کا اشارہ ہے۔ لیکن آجکل کمپنیاں صرف نفع کمانا ہی کاروبار کا مقصد نہیں رکھا ہے، بلکہ وہ سماجی ذمہ داریاں بھی ادا کرتے ہیں۔ صارفین کے ساتھ ساتھ سماج کی فلاح بھی کمپنی کا مقصود ہونا چاہیے۔ سماجی فلاح کمپنی کی عوامی بقا کی ضامن ہے۔ یہی وجہ ہے کہ تعلیمی اداروں، یونیورسٹیوں کی عمارتیں تعمیر ہو رہی ہیں۔ مخصوص مضامین کی ترقی و ترویج کے لیے اسکالرشپ دینے کے علاوہ Chairs بھی قائم کی جارہے ہیں۔ بعض مخصوص بڑے تجارتی گھرانے تعلیمی ادارے اور یونیورسٹیاں بھی قائم کر رہے ہیں۔

6) طبعی اور تکنیکی عناصر (Physical and Technological Factors):

طبعی عناصر میں موسم، ماحولیاتی عناصر وغیرہ شامل ہیں۔ کاروبار کی کامیابی پر طبعی اور تکنیکی عناصر اثر انداز ہوتے ہیں۔ اگر ملک میں طبعی سہولیات نہ ہوں تو کاروبار کی کامیابی کے امکانات موہوم ہو جاتے ہیں۔ ٹکنالوجی کچھ اور نہیں بلکہ کام کرنے کا علم ہے۔ ٹکنالوجی میں ترقی کا مطلب ایجاد و اختراع ہے، جو کہ کسی بھی ملک کی ترقی میں ضروری عنصر ہے۔ Joseph Schumpter پہلا ماہر معاشیات ہے جس نے معاشی ترقی میں ٹکنالوجی کی اہمیت کی نشاندہی کی۔ اس ماہر معاشیات کے مطابق صنعتی ترقی و نشوونما کا انحصار تکنیکی ایجادات پر ہے، جو بعد کو نفع کی صورت میں ظاہر ہوتی ہیں۔

1.7 کاروبار کی ضرورت (Need of Business)

کاروبار کی ضرورت دراصل رواں کاروبار کی صورت حال اوراس کے نشانوں کے درمیان خلا ہے۔ کاروبار کی ضرورت تنظیم میں تبدیلیوں کی نشاندہی کرکے اس پر عمل درآمد کرنا ہے۔ اس پر عمل درآمد اسی وقت ہو سکتا ہے جبکہ فرم افراد کی خدمات کو حاصل کرے۔ پراجکٹس پر عمل آوری کا آغاز کرے اوران سرگرمیوں کو شئے کی صورت دے کر خریدنے لائق بنائے، تاکہ صارفین پیش کردہ شئے کو خریدیں۔ لہٰذا مختصراً ہم یوں کہہ سکتے ہیں کہ بازار میں موجود اشیا کی قیمت، معیار اور طلب کو ذہن میں رکھیں اور یہ فیصلہ کرنا ہے کہ ہم بطور آجر کس طرح کس معیار اور قیمت پر اشیا تیار کریں کہ اشیا کی قیمت معیار اور طلب میں اضافہ کے تقاضوں کو پورا کریں، تاکہ صارفین کے ذوق کی تسکین کر سکیں۔ ایسا اسی وقت ہو سکتا ہے جبکہ ہم صارفین کی سہولتیں جیسے آفس، فیکٹری، گودام، ڈاٹا سنٹرز، چلّر فروشی اور شوروم سے فراہم کریں۔ اس طرح ہم صارفین کے ذوق کی تسکین کے ذریعہ کاروباری ضرورت کو پورا کر سکتے ہیں۔

1.8 کاروبار کی اہمیت (Importance of Business)

کاروبار معیار زندگی کو بہتر بناتا ہے۔ اس کو ہم دو طرح سے دیکھ سکتے ہیں۔ اولاً کاروبار صارفین کی سہولت، صحت اور ان کی خوشیوں کے لیے اعلیٰ و معیاری اشیا اور خدمات فراہم کریں۔ ثانیاً کاروبار افراد کو روزگار کے مواقع فراہم کرتا ہے، تاکہ ان کو آمدنی ہو سکے اور وہ اپنی معیار زندگی کو بہتر بنا سکے۔ اس لیے کاروبار کو ایک اہم انسانی سرگرمی قرار دیا جاتا ہے۔ کاروبار کسی بھی قوم ملک کی ترقی کی ضمانت ہے۔ کاروبار کی اہمیت کا اندازہ افعال سے لگایا جاسکتا ہے۔

1)معاشی ترقی (Economic Development):

کسی بھی قوم اور ملک کی ترقی میں کاروبار ایک کلیدی رول ادا کرتا ہے۔ کاروبار صرف اشیاء کی خرید و فروخت کا نام نہیں ہے بلکہ صنعت اور کامرس کی ترقی ہے۔ صنعتیں ملک میں دستیاب مختلف قدرتی اور دیگر وسائل کا استعمال کرتی ہیں۔ اسی طرح تجارتی سرگرمیوں کے فروغ کے ذریعہ اشیا اور خدمات کا قومی اور بین الاقوامی سطح پر تبادلہ ہے۔ ایسا عمل نہ صرف ملک کے صارفین کے احتیاجات کی تسکین کرتا ہے بلکہ بین الاقوامی سطح پر مقبول عام ہوتا ہے، اور ہمیں بیرونی کرنسی حاصل ہوتی ہے۔

2)قدرتی وسائل کا استعمال (Use of Natural Resources):

قدرتی وسائل قدرت کا ایک نہایت قیمتی تحفہ ہے۔ ان وسائل کے استعمال میں کاروبار ایک کلیدی رول ادا کر رہا ہے۔ چند ممالک میں قدرتی وسائل سے مالا مال ہیں تو کچھ ممالک معدنی وسائل اور چند ممالک سائنس و ٹکنالوجی میں آگے ہیں۔ کاروباری افراد یعنی تاجر کاروبار میں ان وسائل کا استعمال کچھ اس انداز سے کرتے ہیں کہ ساری انسانیت دنیا بھر میں ان سے مستفید ہوتی ہے۔

3)معیار زندگی میں بہتری (Improvement in Standard of Life):

افراد کی معیار زندگی کا مطلب آرام، صحت اور تفریح و خوشیاں ہیں۔ جن سے افراد کی زندگی مزیّن ہوتی ہے۔ افراد اپنی زندگی کو بہتر بنانے کے لیے ان آسائشوں کا استعمال کرکے پر سکون زندگی گزارتے ہیں۔ اور یہ اپنے آپ کو تکالیف سے آزاد تصور کرتے ہیں۔ یہی خوشیاں ان کی زندگی کا سرمایہ ہوتی ہیں۔ اس کے بر خلاف کاروبار سے افراد کو روزگار ملتا ہے، آمدنی حاصل ہوتی ہے، جس سے یہ اپنی معیار زندگی کو بہتر بناتے ہیں۔

4)انسانی احتیاجات کی تسکین (Fulfilment of Human Wants):

انسان کی احتیاجات لامحدود ہوتی ہیں۔ اور یہ وقت کے ساتھ ساتھ بدلتی رہتی ہیں۔ کاروبار ان افراد کو موزوں قیمت پر معیاری اشیا فراہم کرکے ان کی خواہشات کی تکمیل کرتا ہے۔ کاروبار کی عدم موجودگی میں انسانی احتیاجات کی تسکین ممکن نہیں۔

5)روزگار کی فراہمی (Provides Employment):

کاروبار روزگار کا ایک اہم ذریعہ ہے۔ کسی بھی ملک کے شہریوں کے لیے روزگار کے مواقع فراہم کرتا ہے۔ انتظامی اور تکنیکی ضروریات کی تکمیل کے لیے ملازمین کی ضرورت ہوتی ہے۔ کاروبار صنعت اور کامرس دنیا کے کسی بھی ملک کی بیروزگاری دور کرنے کے لیے

مدد گار ہیں۔ اور بڑی حد تک بے روزگاری کے مسائل کے حل کے لیے مدد ومعاون ہیں۔

6)بیرونی کرنسی میں اضافہ (Increase in Foreign Currency) :

بیرونی کرنسی کسی بھی ملک کی معیشت کے لیے بڑی اہمیت کی حامل ہے۔ کاروبار بیرونی کرنسی کے حصول میں مددگار ہیں۔ اشیا کی بر آمد کے ذریعہ بیرونی کرنسی حاصل کی جاسکتی ہے۔ اشیا اور خدمات کی پیداوار اور فراہمی کے لیے صنعتوں اور کامرس کی ترقی ضروری ہے۔ کاروبار اس ضرورت کو پورا کرتے ہیں۔ کاروبار توازن ادائیات کو برقرار رکھتے ہیں۔ بیرونی کرنسی کو کاروبار کی ترقی کے لیے مشینریوں، پلانٹ اور دیگر آلات کی درآمد کے لیے استعمال کیا جاسکتا ہے۔

7)حکومت کی آمدنی میں اضافہ (Increase in Government Revenue) :

کاروبار کے ذریعہ جو رقم حاصل ہوتی ہے اس میں حکومت کا بھی حصہ ٹیکس کی صورت میں موجود ہوتا ہے۔ کاروبار کی ترقی کے ساتھ حکومت کی آمدنی میں بھی اضافہ ہوتا ہے۔ ٹیکس کی کئی صورتیں ہیں۔ جیسے ایکسائیز ڈیوٹی، ویاٹ، انکم ٹیکس، جائیداد پر ٹیکس وغیرہ۔ ٹیکس کی وصولی میں حکومت کی آمدنی میں اضافہ ہوتا ہے۔ اس رقم کو عوام کی فلاح پر خرچ کیا جاتا ہے۔

8)خود مکتفی (Self Sufficiency) :

کاروبار، صنعت اور کامرس کی ترقی نے عوام کی ضروریات کی تکمیل کی ہے۔ کامیاب کاروبار کسی بھی ملک کو اس میدان میں خود مکتفی بناتا ہے۔ اضافہ پیداوار ہونے پر دوسرے ممالک کی عوام کی احتیاجات کی تکمیل کے لیے بر آمد کیا جاسکتا ہے۔ اور بیرونی کرنسی حاصل کی جاسکتی ہیں۔ اور ملک کو بین الاقوامی سطح پر مقبولیت حاصل کی جاسکتی ہے۔

9)بین الاقوامی تعلقات (International Relations) :

بین الاقوامی تعلقات کو برقرار رکھنے میں کاروبار کا بہت بڑا دخل ہوتا ہے۔ اشیا کی درآمد اور بر آمد سے بیرونی کرنسی حاصل ہوتی ہے۔ ٹکنالوجی کا بھی تبادلہ عمل میں آتا ہے۔ جسکی وجہ سے کسی بھی ملک کی ترقی کو ایک نئی جہت عطا کی جاسکتی ہے۔

1.9 اکتسابی نتائج (Learning Outcomes)

انسانی زندگی مختلف سرگرمیوں کا مرکز ہے، اور یہ سرگرمیاں معاشی اور غیر معاشی ہوتی ہیں۔ جو اسکی زندگی کا حصہ ضرور ہوتی ہیں۔ اصطلاح کاروبار (Business) کے معنی مصروفیت کے ہیں۔ لیکن اس کے پس منظر میں دیکھا جائے تو کاروبار وہ سرگرمیاں ہیں جو اشیا کی پیداوار یا خرید و فروخت سے ہے۔ آجکل خدمات کو بھی معاشی سرگرمیاں تصور کر لیا گیا ہے۔ خرید و فروخت کاروبار کی روح ہے۔ کاروبار کی تعریف مختلف مصنفین نے مختلف انداز سے کی ہے۔ L.H.Haney کے مطابق "ایک انسانی سرگرمی جو کہ راست طور پر اشیا، کاروبار کی نوعیت، خصوصیات، خدوخال، معاشی سرگرمیاں ہیں"۔

نفع کمانا، کاروبار کا وجود، نشوونما و ترقی، معیاری اشیاء کی پیداوار، تکنیکی بہتری، وسائل کا بہتر استعمال، اختراع، بازار کی تخلیق، کاروبار کے معاشی مقاصد ہیں۔ اسی طرح اشیا کی تیاری یا خریدی، معیاری اشیا یا خدمات کی فراہمی، حکومت سے تعاون، روزگار کے مواقعوں میں

اضافہ، سماجی خدمات، آلودگی میں کمی وغیرہ کاروبار کے چند اہم سماجی مقاصد ہیں۔ اور صارفین کی تسکین، ملازمین کی فلاح، حصص داروں کی تسکین، حکومت کے لیے مددگار کاروبار کے سماجی مقاصد ہیں۔ ہر معیشت میں کاروبار کی کافی اہمیت پائی جاتی ہے۔ معیشت میں کاروبار سے معاشی ترقی، قدرتی وسائل کا استعمال، معیار زندگی میں بہتری، انسانی احتیاجات کی تسکین، روزگار کی فراہمی، بیرونی کرنسی میں اضافہ، حکومت کی آمدنی میں اضافہ، خود اکتفالت یا خود مکتفی، بین الاقوامی تعلقات وغیرہ حاصل ہوتے ہیں۔ یہ ملک کو مستحکم بنانے میں اہم کردار ادا کرتے ہیں۔ کاروبار پر مختلف عوامل اثرانداز ہوتے ہیں۔ ایسے تمام عوامل جس پر کاروبار انحصار کرتے ہوں انہیں کاروباری عوامل یا عناصر کہتے ہیں۔

قدرتی عناصر، آبادیاتی عناصر، معاشی عناصر، سیاسی اور قانونی عناصر، سماجی عناصر، طبعی اور تکنیکی عناصر، چند اہم عوامل ہیں جن پر ہر ملک کے کاروبار قائم ہوتے ہیں۔ عوامل کو مدنظر رکھے بغیر کاروبار کو کامیابی سے ہمکنار نہیں کیا جاسکتا۔ ہر کامیاب تاجر اپنی تجارت کے آغاز سے قبل کاروبار کے متعلق مختلف معاملات میں کافی غور و خوص کرتا ہے۔

1.10 کلیدی الفاظ (Keywords)

1)	کاروبار Business	:	کاروبار اشیا کی خرید و فروخت ہے۔
2)	معاشی سرگرمیاں	:	ایسی سرگرمیاں جس کا مقصد نفع کمانا ہو۔
3)	غیر معاشی سرگرمیاں	:	ایسی سرگرمیاں جس کا مقصد سماج کی فلاح و بہبود ہو۔
4)	جوکھم Risk	:	کاروبار میں نفع کے حصول کی غیر یقینی کیفیت جوکھم ہے۔
5)	افادہ Utility	:	کسی شئے یا خدمت سے فائدہ افادہ ہے۔
6)	احتیاج Want	:	انسان کو کسی شئے یا خدمت کی خواہش احتیاج ہے۔
7)	قدرتی وسائل	:	قدرت کی طرف سے وافر مقدار میں حاصل خام اشیا قدرتی وسائل ہے۔

1.11 نمونہ امتحانی سوالات (Model Examination Questions)

معروضی جوابات کے حامل سوالات

1. آپ کے قریبی علاقے میں قائم کسی کاروبار کا نام__________ہے۔
2. معاشی سرگرمی کا مقصد______کمانا ہوتا ہے۔ (منافع)
3. تجارت (Business) کے معنی_______ہیں۔ (مصروفیت)
4. کاروبار میں نفع کے حصول کی غیر یقینی کیفیت کو______کہتے ہیں۔ (جوکھم)
5. کاروبار کو قائم کرنے سے قبل______عوامل پر کافی غور کیا جاتا ہے۔

6. بچوں کا آپس میں کھیل کود معاشی سرگرمیاں ہیں۔ (صحیح یا غلط)

7. قدرتی وسائل کا کاروبار میں بھی استعمال ہوتا ہے۔ (صحیح یا غلط)

8. ہمارے ملک میں مخلوط طرز معیشت کا نظام مروج ہے۔ (صحیح یا غلط)

9. صنعتوں سے آلودگی پیدا ہوتی ہے۔ (صحیح یا غلط)

10. افراد کی معیار زندگی کا مطلب آرام، صحت اور تفریح ہے۔ (صحیح یا غلط)

مختصر جوابات کے حامل سوالات

1. کاروبار سے کیا مراد ہے؟
2. جوکھم کسے کہتے ہیں؟
3. افادہ سے کیا مراد ہے؟
4. اختراع کا کیا مطلب ہے؟
5. آلودگی کسے کہتے ہیں؟
6. قدرتی وسائل کی مثالیں دیجیے؟
7. کاروبار کی ضرورت کو بیان کیجیے۔

طویل جوابات کے حامل سوالات

1. کاروبار کی تعریف کیجیے اور اس کی خصوصیات تحریر کیجیے۔
2. کاروبار، پیشہ اور روزگار کے درمیان فرق کیجیے۔
3. کاروبار کے مقاصد بیان کیجیے۔
4. کاروبار کے روایتی تصور اور جدید تصور کے درمیان امتیاز کیجیے۔
5. کاروبار کی اہمیت کو بیان کیجیے۔
6. کاروبار کے عناصر کو بیان کیجیے۔

اکائی 2۔ کاروبار کی درجہ بندی

(Classification of Business)

اکائی کے اجزا

2.0	تمہید	(Introduction)
2.1	مقاصد	(Objectives)
2.2	معنی و مفہوم اور تعریف	(Meaning and Definition)
2.3	کاروبار کی درجہ بندی	(Classification of Business)
2.4	کامرس	(Commerce)
2.5	کامرس کی درجہ بندی	(Classification of Commerce)
2.6	تجارت، کامرس اور صنعت کے درمیان تعلق	(Relation between Trade, Commerce & Industry)
2.7	اکتسابی نتائج	(Learning Outcomes)
2.8	کلیدی الفاظ	Keywords
2.9	نمونہ امتحانی سوالات	Model Examination Questions

2.0 تمہید (Introduction)

عزیز طلباء! ہم پہلے باب میں کاروبار کے معنی و مفہوم سے آگاہ ہو چکے ہیں۔ کاروبار یعنی Business انگریزی زبان کے لفظ Busy سے معنون ہے، جس کے معنی مصروفیت کے ہیں۔ اگر آپ اپنے ہی گھر کے افراد کی مصروفیات کا صبح کے ساتھ ہی مشاہدہ کریں تو معلوم ہوگا کہ آپکی والدہ ناشتہ کی تیاری میں مصروف ہوں گی۔ آپکے بھائی بہن اسکول جانے کی تیاری کر رہے ہوں گے۔ آپ کے والد آفس یا دوکان جانے کی فکر میں نظر آئیں گے۔اب آپ ان تمام اراکین خانہ کی مصروفیات پر نظر ڈالیں تو ان کو الگ الگ کر سکیں گے۔ جیسے گھریلو سرگرمیاں، تعلیمی سرگرمیاں اور معاشی سرگرمیاں، یعنی والدہ گھریلو سرگرمیوں، بھائی بہن تعلیمی سرگرمیوں اور والد معاشی سرگرمیوں میں مشغول نظر آئیں گے۔ والدہ اور بھائی بہن کی سرگرمیاں غیر معاشی اور والد کی سرگرمیاں معاشی ہوں گی۔ معاشی اس لحاظ سے کہ وہی گھر چلاتے ہیں اور گھر چلانے کے لیے روپیوں کی ضرورت ہوگی اور وہ ضرورت والد آفیس میں کام کرکے یا تجارت یعنی کاروبار کے ذریعہ تنخواہ یا نفع کما کر پوری کرتے نظر آئیں گے۔اب ہم سرگرمیوں کو درجہ بند طریقہ پر دیکھیں گے تنخواہ یا نفع پانے کے لیے کیا کرنا پڑتا

ہے۔ نفع کمانے کے لیے کاروبار کرنا پڑتا ہے یا خدمات انجام دے کر تنخواہ یا اجرت حاصل کرنی پڑتی ہے۔ اب ہم اس کو تفصیل سے دیکھیں گے۔ تمام کاروباری سرگرمیوں کو دو بڑے زمروں میں تقسیم کیا جاسکتا ہے۔ اس اکائی میں آپ کاروبار کی درجہ بندی کے متعلق معلومات حاصل کرسکیں گے۔

2.1 مقاصد (Objectives)

اس اکائی کے مطالعہ کے بعد آپ اس قابل ہو جائیں گے کہ:

- کاروبار کی درجہ بندی سے واقف ہوں۔
- کاروبار کے مختلف اقسام کی وضاحت کرسکیں۔
- چلرو تھوک فروش کے تصور کو بیان کرسکیں۔
- کامرس اور تجارت کے درمیان تعلق کو بیان کرسکیں۔
- کاروبار کی ضرورت کو بیان کرسکیں۔

2.2 معنی و مفہوم اور تعریف (Meaning and Definition)

اشیا کی خصوصیت، ماہیت کے اعتبار سے مختلف حصوں میں تقسیم کرنا درجہ بندی کہلاتا ہے۔ مشترکہ خصوصیات کی بنیاد پر گروپ بندی کرنا درجہ بندی کہلاتا ہے۔ کام، سازوسامان، پیداوار وغیرہ کو ان کے مشترکہ خصوصیات و استعمالات وغیرہ کی بنیاد پر تقسیم کرنا درجہ بندی کہلاتا ہے۔ دفتر، کاروباری وگھریلو معاملات میں مختلف سازوسامان کو استعمالات، ضرورت و اہمیت کی بنیاد پر مختلف حصوں میں تقسیم کیا جاتا ہے۔ درجہ بندی کے سبب مشترکہ خصوصیات کی حامل اشیاء کا ایک گروپ تیار ہوتا ہے۔

عزیز طلباء! آپ اپنے ملبوسات اور کاپی کتابوں کی درجہ بندی پر غور کیجیے تو پتہ چلتا ہے کہ کتاب اور کاپیوں کو ان کی اہمیت و استعمالات کی بنیاد پر کاپی اور کتابوں کی علٰحیدہ قطار میں جماتے ہیں۔ نہ صرف یہ بلکہ کتاب کاپیوں کو ان کی لمبائی اور چوڑائی کی بنیاد پر بھی ترتیب دیتے ہیں۔ اسی طرح کاروبار بھی اپنی خصوصیت، صفت، اہمیت، معروفیت، افعال وغیرہ کی بنیاد پر ان کو مختلف حصوں میں تقسیم کیا جاتا ہے۔

2.3 کاروبار کی درجہ بندی (Classification of Business)

کاروبار ایک معاشی سرگرمی ہے۔ جس میں تاجر منافع حاصل کرنے کے مقصد کے تحت اشیاء کی خرید وفروخت کرتے ہیں۔ کاروبار میں صرف اشیاء کی خرید وفروخت ہی شامل نہیں ہوتی بلکہ اشیاء کی تیاری اور پیداوار بھی شامل ہوتی ہے۔ اس طرح کاروبار میں اشیاء کی تیاری یا

پیداوار، اشیاء کی خرید و فروخت بھی کاروبار کا حصہ ہوتے ہیں۔ اشیاء کی تیاری کے بعد فروخت کا مرحلہ شروع ہوتا ہے۔ بغیر اشیاء کی تیاری یا پیداوار کے بازار میں خرید و فروخت ممکن نہیں۔ ملبوسات، کاغذ، پن، پنسل، صابن، جوتے، چپل، فرنیچر، موٹر گاڑی، کھلونے، ظروف (کراکری) وغیرہ وغیرہ اشیاء کو صنعتوں میں تیار کیا جاتا ہے۔ میوے، اناج کی پیداوار کے لیے تخم ریزی کی جاتی ہے۔ کان کنی کی مدد سے، معدینیات کی مدد سے مختلف صنعتیں قائم ہوتی ہیں۔ مذکورہ تمام کاروبار سے تعلق رکھتے ہیں۔ اس طرح کاروبار کو حسب ذیل دو زمروں میں تقسیم کیا جاتا ہے۔

1۔ صنعت (Industry) 2۔ کامرس (Commerce)

1۔ صنعت (Industry): صنعت خام مال کو قابلِ استعمال اور صارفین کے لیے فائدہ بخش اشیاء میں تبدیل کرنے سے متعلق ایک سرگرمی ہے۔ صنعت خام مال کو تیار اشیاء میں تبدیل کرنے کا بہترین عمل ہے۔ اور اس عمل میں خام مال کا شکلی افادہ سامنے آتا ہے۔ صنعت کو ایک جیسی اشیاء تیار کرنے والی کمپنیوں کا مجموعہ کو صنعت کہا جاتا ہے۔ جو کاروبار کی بنیادی سرگرمی ہے۔ آج کے دور میں صنعت کی درجہ بندی غیر معمولی تناظر میں کی جارہی ہے۔ اس کو شعبہ سے تعبیر کیا جارہا ہے۔ جیسے آٹو موبائیل صنعت کو Automobile Sector کہا جاسکتا ہے۔ اس کے کئی شعبے ہوسکتے ہیں۔ صنعت کی شعبہ کی صورت میں گروہ بندی کی بنیادی تیار کی گئی شئے ہے۔ جس کو فروخت کرنے کے لیے بازار میں صارفین کے سامنے پیش کیا جاتا ہے۔ ان اشیاء کو تین صورتوں میں دیکھا جاسکتا ہے۔

i) اشیائے صارفین ii) اشیائے اصل iii) وسطی / درمیانی اشیا

صنعت کا تعلق اشیاء کی پیداوار سے ہے جبکہ کامرس کا تعلق ان تمام سرگرمیوں سے ہے جو اشیاء یا خدمات کے تبادلہ میں سہولت کا باعث ہوتے ہیں۔ ان کاروباری سرگرمیوں (Business Activities) کو یوں دیکھا جاسکتا ہے۔

صنعتوں کی قسمیں (Types of Industries)

صنعتوں کی تین زمروں میں درجہ بندی کی گئی ہے۔

1) ابتدائی صنعتیں 2) ثانوی صنعتیں 3) ثلاثی صنعتیں

1۔ ابتدائی صنعتیں (Primary Industries):

یہ وہ صنعتیں ہیں جہاں قدرتی وسائل نکالنے، حاصل کرنے، پودوں اور زندہ اجسام کی باز تخلیق وغیرہ شامل ہیں۔ ان کی مزید ذیلی تقسیم ذیل میں دی گئی ہے۔

i) استخراجی صنعتیں (Extractive Industries): اس صنعت میں دولت کی مختلف صورتیں زمین کے اندر سے یا پانی یا ہوا سے اُگانے یا نکالنے کی سرگرمی کے ذریعہ حاصل کی جاتی ہیں۔ ان صنعتوں کی حاصل کردہ اشیاء کی تیاری میں نسبتاً بہت کم انسانی محنت لگتی ہے۔ استخراجی صنعتوں کی حاصل کردہ اشیاء عموماً مینوفیکچرنگ اور تعمیری صنعتوں میں اشیاء کی تیاری میں استعمال ہوتی ہیں۔ بعض صورتوں میں ان اشیاء کو راست طور پر بھی استعمال کیا جاسکتا ہے۔ جیسے شکار بازی، ماہی گیری، کان کنی، پھل دار درختوں سے پھل حاصل کرنا، کاشت کاری، پودے لگا کر جنگل کے علاقہ کو بڑھانے کا عمل وغیرہ۔ مختصراً اس صنعت کی دو طرح سے زمرہ بندی کی جاسکتی ہے۔ پہلے زمرے، دوسرے

زمرے میں اشیاء کو انسانی مہارت کے ذریعہ حاصل کیا جاتا ہے۔ جیسے کاشت کاری، جنگل کو بڑھانا وغیرہ۔ یہ صنعتیں ابتدائی خام مال فراہم کرتے ہیں۔ یہ خام مال زیادہ تر زمین سے حاصل ہوتا ہے۔ استخراجی صنعتیں ان زمینی خام مال سے کئی مفید اور فائدہ بخش اشیاء میں تبدیل کرتی ہیں۔

ii) جینیاتی صنعتیں: (Genetic Industries) ان صنعتوں کا تعلق پیداوار کی تجدید اور چند مخصوص جانوروں اور پودوں کی اضافی پیداوار کو حاصل کرنے سے ہے۔ تاکہ ان کی فروخت کے ذریعہ زیادہ سے زیادہ نفع کمایا جاسکے۔ جیسے نرسریز، جانوروں کی افزائشِ نسل، مچھلی کی افزائیش، پولٹری فارمس وغیرہ۔ پودوں اور جانوروں کی افزائیش کے ذریعہ غیر معمولی نفع کماتے ہیں۔ اس میں کوئی شک نہیں کہ موسم، قدرت اور موزوں ماحول ان صنعتوں میں ایک اہم کردار ادا کرتا ہے۔ لیکن انسانی ہنرمندی کا دخل بھی نمایاں طور پر پایا جاتا ہے۔

2) ثانوی صنعتیں: (Secondary Industries)

ابتدائی صنعتوں کی تیار کردہ اشیاء کی پرسیسنگ ثانوی صنعتوں سے متعلق ہے۔ خام مال کے طور پر سونے کی کان سے (معدن) کے طور پر سونا حاصل کرنا ابتدائی صنعت ہے۔ اور اس سے زیورات بنانا ثانوی صنعت ہے۔ ثانوی صنعت کو دو زمروں میں درجہ بند کیا جاسکتا ہے۔ ایک مینوفیکچرنگ انڈسٹریز، دوسرے کنسٹرکشن انڈسٹریز۔

i) مینوفیکچرنگ انڈسٹریز: یہ صنعت خام مال کو نیم مکمل یا تیار مال میں تبدیل کرتی ہے۔ یہ صنعت خام مال کو انسانی استعمال کے قابل بنانے کے لیے شکلی افادہ میں تبدیل کرتی ہے۔ صارفین کے استعمال کی بیشتر اشیاء کو مینوفیکچرنگ انڈسٹریز تیار کرتے ہیں۔ ثانوی صنعتیں مشینیں، اوزار اور دوسرے آلات و اوزار دوسری صنعتوں کو سربراہ کی جاتی ہیں۔ استخراجی صنعتوں کی تیار کردہ اشیاء کو مینوفیکچرنگ انڈسٹری میں خام مال کے طور پر استعمال کرتی ہیں۔ مینوفیکچرنگ صنعتوں کی دو قسم کی اشیاء تیار کرتی ہیں۔

a) صنعتی اشیاء(Industrial Goods): ایسی اشیاء جو مینوفیکچرنگ صنعتوں کے استعمال کے لیے تیار کی گئیں ہوں، انہیں صنعتی اشیا کہتے ہیں۔ مثال کے طور پر مشینری، آلات، چرخے، لیور، سانچے وغیرہ مینوفیکچرنگ صنعت کے لیے اشیائے صارف ہیں۔ انہیں صنعتی اشیا کہتے ہیں۔

b) اشیائے صارفین: (Consumer Goods) اشیائے صارفین وہ اشیاء ہیں جنہیں صارفین اپنی روزمرہ ضروریات کی تکمیل کے لیے استعمال کرتے ہیں۔ مثال کے طور پر بریڈ، ٹوتھ پیسٹ، صابن، تیل، کپڑے، چاول، جوار، گیہوں وغیرہ۔

مینوفیکچرنگ انڈسٹریز کو مزید چار ذیلی حصوں میں زمرہ بند کیا جاسکتا ہے۔

(i) تحلیلی صنعت (Analytical Industry): اس قسم کی صنعت میں خام مال کئی اشیاء تجزیہ و ترکیب کے بعد مختلف عناصر کو الگ کرکے حاصل کی جاتی ہیں۔ مثال کے طور پر خام پٹرول کی صفائی کے دوران ہمیں پٹرول، ڈیزل، گیسولین، کروسین، ڈانبر (ٹار) اور چکنائو تیل وغیرہ حاصل ہوتے ہیں۔

(ii) ترکیبی صنعت(Processing Industry): اس قسم کی صنعت میں خام مال سے تیار اشیاء حاصل کرنے کے لیے ایک مقررہ طریقۂ عمل سے گزارا جاتا ہے۔ ایک طریقۂ عمل سے گزارنے کے بعد جو شئے حاصل ہوتی ہے جو دوسرے طریقۂ عمل کے لیے خام

مال کی حیثیت رکھتی ہے۔اسی طرح دو، تین یا چار طریقۂ عمل سے گزارنے کے بعد تیار شئے حاصل ہوتی ہے۔مثال کے طور پر گنّا(Sugar Cane)یا نیشکر کو مختلف طریقۂ عمل سے گزارنے کے بعد شکر حاصل ہوتی ہے۔اسی طرح روئی سے کپڑا حاصل کرنے کے لیے بھی کئی طریقۂ عمل ہوتے ہیں۔دھنکنا(اوتنا) ginning، دھاگہ بنانا،بننااور رنگنے کے عمل سے گزارا جاتا ہے۔تب کپڑا حاصل ہوتا ہے۔

(iii) کیمیاوی صنعت : (Synthetic Industry) اس صنعت میں مختلف قسم کے خام مال کو یکجا کرکے داخل عمل کیا جاتا ہے۔جس سے ایک شئے حاصل ہوتی ہے۔جیسے سمنٹ کی تیاری میں پتھر، جپسم، کوئلہ وغیرہ درکار ہوتا ہے۔اسی طرح صابن اور پینٹس کی تیاری میں بھی مختلف قسم کے خام مال کو استعمال کیا جاتا ہے۔

(iv)اکھٹا کرنے کی صنعت(Assembly Industry):اس صنعت میں مختلف عناصر واجزااور حصوں کو جمع کرکے شئے حاصل کی جاتی ہے۔جیسے کمپیوٹر، سیکل، ٹیلی ویژن، کار، لاری وغیرہ۔

2)تعمیری صنعت : (Construction Industry)

جیسا کہ نام سے ظاہر ہے یہ صنعت تعمیر سے متعلق ہے۔معیشت کی مسلسل ترقی کے لیے انفراسٹرکچر کی ضرورت ہے۔تعمیری صنعت سڑکیں،ڈیمس، بڑے پل، سینکڑوں فلیٹس پر مشتمل عمارتیں، فلائی اوورس بنانے میں مصروفِ عمل ہے۔یہ صنعتیں دوسری صنعتوں کی تیار کردہ اشیاء استعمال کرتی ہیں۔جیسے لکڑی کے فریمس، اینٹ، اسٹیل، سمنٹ، پائپیں وغیرہ۔عام طور پر اس صنعت میں زیادہ تر انجینیرنگ اور آرکٹیکچر کی صلاحیتیں استعمال ہوتی ہیں۔تعمیر میں انجینیرنگ اور آرکیٹیکچر کو ایک فن کے طور پر استعمال کیا جاتا ہے۔ان کا رول نہایت اہم ہوتا ہے۔اس صنعت میں انجینیرنگ اور تعمیری کام کرنے والی فرمس ان سرگرمیوں کو منظم انداز میں انجام دیتی ہیں۔

3)ثلاثی یا خدماتی صنعت (Tertiary or Service Industry)

ثالثی یا خدماتی صنعت ابتدائی اور ثانوی صنعت کی سرگرمیوں کو جاری رکھنے کے لیے تقویتی خدمات (Support Services) انجام دیتی ہے۔اور ساتھ ہی ساتھ کاروبار سے متعلق سرگرمیوں کو سرعت دینے میں معاون و مددگار ہے۔مختصراً یہ کہا جاسکتا ہے کہ یہ صنعت ابتدائی یا ثانوی صنعتوں کے لیے خدماتی سہولتیں بہم پہنچاتی ہیں۔کاروباری سرگرمیوں کی طرح ان خدمات کو کامرس کا حصہ تصور کیا جاسکتا ہے۔یا معاون تجارت عناصر تصور کیا جاسکتا ہے۔خدماتی صنعت تمام کاروباری سرگرمیوں کو آگے بڑھانے یا ان کو ترقی دینے میں کلیدی حیثیت کی حامل ہے۔ان خدمات کو درجہ ذیل صورتوں میں دیکھا جاسکتا ہے۔

i)بنکنگ ii)بیمہ iii)حمل و نقل iv) گودام کاری

v)اشتہار کاری vi)ترسیل vii)پیکنگ

مذکورہ بالا خدمات کو مختصراً یوں بیان کیا جاسکتا ہے۔

i)بنکنگ: ہر ملک کی معیشت میں بنکنگ شعبہ ایک اہم کردار ادا کرتا ہے۔صنعتوں کو پیداواری اور کاروباری سرگرمیوں کو جاری رکھنے کے لیے بنکنگ شعبہ ہر قسم کی مطلوبہ مالی خدمات بہم پہنچاتا ہے۔ہر قسم کی پیداواری اور کاروباری سرگرمیوں کو جاری رکھنے کے لیے بنکنگ خدمات ناگزیر سمجھی جاتی ہیں۔

ii)بیمہ: صنعتی اور کاروباری سرگرمیاں جوکھم بھری ہوتی ہیں۔ان صنعتی اور کاروباری سرگرمیوں کی انجام دہی میں ہمیشہ غیر یقینی کیفیت لگی رہتی ہے۔ایسی صورت میں اثاثوں ومشینوں اور کاروبار کو نقصان پہنچنا ایک عام سی بات ہے، نقصان ہو جاتا ہے، اثاثے از کار رفتہ ہو جاتے ہیں۔اس نقصان کی پابجائی کے لیے بیمہ کمپنیاں آگے آتی ہیں، اور کاروبار یا فیکٹریوں کے وجود کو جاری وساری رکھتی ہیں۔

iii)حمل و نقل: کسی بھی صنعت یا کاروبار کا انحصار حمل و نقل یعنی Transportation پر ہوتا ہے۔اشیاء کی تیاری کے بعد جائے پیدائش سے جائے صارف تک لے جانا حمل و نقل کے ذریعہ ممکن ہے۔کاروبار کی کامیابی کا انحصار بھی حمل و نقل پر ہے۔اگر کاروبار میں بروقت اشیاء نہ پہنچائی جائیں تو کاروبار کی ناکامی کا ڈر لگا رہتا ہے۔اس لیے حمل و نقل کاروبار اور صنعت دونوں کے لیے اہم ہے۔

iv) گودام کاری: کسی بھی شئے کی پیداوار سال تمام جاری رہتی ہے۔لیکن اس شئے کی طلب کا ہمیشہ ہونا کوئی ضروری نہیں۔اس لیے تیار اشیاء کو ان کی طلب تک محفوظ رکھنا پڑتا ہے۔بڑی مقدار میں اشیائے صرف کو گودام میں محفوظ رکھا جاتا ہے۔اس لیے گودام کاری کاروباری کامیابی کی کلید ہے۔

v)اشتہار کاری: شئے کی تیاری کے بعد اس کے استعمال، مقدار و معیار اور قیمت و خصوصیات کا صارفین کے علم میں لانا ضروری ہے۔اسی ضرورت کے تحت اشتہار دیا جاتا ہے۔تاکہ صارفین شئے کے استعمال سے آگاہ ہو سکیں۔

vi)ترسیل (Communication): ترسیل زبانی یا تحریری اشاروں سے پیغام پہنچانے اور وصول کرنے کا عمل ہے۔جس کے ذریعہ ایک فریق دوسرے فریق کو معلومات فراہم کرتا ہے۔ترسیل جتنی اچھی ہوگی اتنا ہی فائدہ ہوتا ہے۔صنعت و کاروبار میں ترسیل کاروبار کو ایک نئی جہت عطا کرنے میں مددگار ہے۔

vii) پیکنگ / باندھنا: ہر تاجر کی خواہش ہوتی ہے کہ اس کی تیار کردہ شئے کی فروخت زیادہ سے زیادہ ہو۔اس نشانے کو حاصل کرنے کے لیے تاجر تیار کردہ شئے کو اچھے، خوبصورت، دل لبھانے والے انداز میں پیکنگ کرتا ہے۔تاکہ وہ خوبصورت دکھائی دے اور صارف کو خریدنے کے لیے مجبور کرے، اور فروخت میں اضافہ ہو۔اس لیے پیکنگ بھی کاروبار میں نہایت اہمیت کی حامل ہے۔

4)اربعی صنعتیں (Quarternary Industries)

معیشت کی اربعی صنعت کا تعلق اس معاشی سرگرمی سے ہے جو فطانتی یا علم پر مبنی معیشت سے منسوب ہو۔اس کا تعلق انفارمیشن ٹکنالوجی، میڈیا، ترقی و تحقیق سے ہے۔چند مصنفین نے اس کو Quinary Industry بھی کہا ہے۔جو کلچر اور ریسرچ سے متعلق ہے۔ معلومات پر مبنی خدمات جیسے معلومات حاصل کرنا، اور دوسروں تک پہنچانا۔علمی خدمات جیسے رابطہ، تعلیم، مالی منصوبہ کاری۔بلاگنگ اور ڈیزائیننگ وغیرہ دیگر مصنفین نے کہا کہ اربعی صنعت خالص خدماتی صنعت ہے۔جو کہ تفریحی صنعت ہے، اور میڈیا، کلچر اور گورنمنٹ پر مشتمل ہے۔

2.4 کامرس (Commerce)

کامرس کو دو حصوں کاروبار اور معاون کاروبار عناصر میں زمرہ بند کیا گیا ہے۔اور کاروبار کو داخلی کاروبار اور خارجی کاروبار میں تقسیم

کیا گیا۔ داخلی کاروبار کو چلر کاروبار اور ٹھوک کاروبار میں اور خارجی کاروبار کو درآمدی کاروبار، برآمدی کاروبار اور درآمد برائے برآمد کاروبار میں تقسیم کیا گیا۔ اسی سلسلہ کو آگے بڑھاتے ہوئے معاونِ تجارت عناصر کو حمل و نقل، تقسیم، گودام کاری، بیمہ کاری اور اشتہار کاری کی صورت میں دیکھا گیا ہے۔ اب ہم ان تمام عنوانات پر تفصیلی نظر ڈالیں گے۔

کامرس ان تمام سرگرمیوں سے متعلق ہے جو اشیاء اور خدمات کو ان کے اصل مقام سے ان کے صرف یا استعمال کی جگہ تک پہنچاتی ہیں۔ کامرس میں دو قسم کی سرگرمیاں شامل ہیں۔ جیسے (i تجارت ((ii،Trade) معاونِ تجارت عناصر (Aids to Trade)۔

اشیاء اور خدمات کی خرید و فروخت کو تجارت سے منسوب کیا جاتا ہے۔ اشیاء کے تبادلے کے دوران کئی سرگرمیاں انجام دی جاتی ہیں۔ ان سرگرمیوں کو معاون تجارت عناصر کہا جاتا ہے۔ ان سرگرمیوں میں حمل و نقل، بنکنگ، بیمہ، ترسیل، گودام کاری، پیکنگ، اشتہار کاری شامل ہیں۔ معاونِ تجارت عناصر پیدا کنندے اور صارفین کے درمیان حائل مختلف رکاوٹوں کو دور کرتے ہیں۔ اس طرح ہر قسم کی تجارت کے لیے کامرس ایک جامع اصطلاح ہے۔ جیسے داخلی تجارت، چلر فروشی اور ٹھوک فروشی، بیرونی تجارت (درآمد، برآمد)، درآمد برائے برآمد اور دیگر خدمات جیسے حمل و نقل، گودام کاری، ترسیل، اشتہار کاری، پیکنگ وغیرہ۔ یہ تمام عناصر پیدا کنندے اور صارفین کے درمیان حائل رکاوٹوں کو دور کرتے ہیں۔

کامرس کی تعریف (Definition of Commerce)

کامرس کی تعریف مختلف مصنفین نے مختلف انداز سے کی ہے۔ ایک عام تعریف یوں دی جاسکتی ہے۔ کامرس بڑے پیمانے پر خصوصاََ خرید و فروخت کی سرگرمی ہے۔ اس کو یوں سمجھا جاسکتا ہے کہ کامرس کاروبار کا وہ حصہ ہے جو اشیاء اور خدمات سے متعلق ہے، اور جس میں وہ تمام سرگرمیاں شامل ہیں جو راست یا بالواسطہ تبادلہ کو آسان بناتے ہوں۔

1) جیمس اسٹیفنسن کے مطابق "کامرس صنعتی دنیا کے اراکین کے درمیان اشیاء کے تبادلہ کے لیے منظم نظام ہے"۔

2) نویل براڈمین کے الفاظ میں "کامرس گروہ پر مبنی سرگرمیوں سے متعلق ہے۔ جس میں راست یا بالواسطہ جائے پیدائش کے مقام سے راست استعمال کرنے والے افراد کے درمیان اشیاء کی تقسیم شامل ہے"۔

2.4.1 کامرس کی اہمیت (Importance of Commerce)

ملکی سطح پر ہی نہیں بلکہ عالمی سطح پر کامرس کاروبار کے لیے خطِ حیات بن چکا ہے۔ کسی بھی ملک کے عوام کی معیار زندگی اور ترقی کی سطح کو کامرس سے جوڑ دیا گیا ہے۔ کامرس کی اہمیت کا اندازہ درجہ ذیل نکات سے لگایا جاسکتا ہے۔

1) قوم کا خطِ حیات (Life Line of a Nation)

کامرس کے بغیر کسی بھی ملک کی ترقی کا تصور نہیں کیا جاسکتا۔ اس لیے معیشت کی ترقی و نشوونما کے لیے تجارت اور معاونِ تجارت عناصر کی بھی ترقی ضروری ہے۔ ایک ملک کی ترقی کے لیے حمل و نقل، بنکنگ، گودام کاری، بیمہ، ترسیل وغیرہ کی ترقی شرطِ اول ہے۔ تاہم یہ سہولتیں نہ صرف صنعت کے لیے ضروری ہیں بلکہ ملک کے ہر فرد کے لیے ضروری ہے۔ اس لیے یوں کہا جاسکتا ہے کہ کامرس قوم کے لیے خطِ حیات ہے۔

2)انسانی احتیاجات کی تسکین (Satisfaction of Human Wants)

انسانی احتیاجات لامحدود ہیں۔ لیکن ان احتیاجات کی تسکین مختلف اشیاء اور خدمات کو استعمال کر کے حاصل کی جاسکتی ہے۔ ان اشیاء کو صارفین کی طلب و تسکین کے لیے صنعتی مقام سے صارفین تک لایا جاتا ہے۔ ان اشیاء اور خدمات کا تبادلہ کامرس کی مدد سے عمل میں آتا ہے۔ اس طرح کامرس انسانی خواہشات کی تسکین میں مددگار ہے۔

3)صنعت کی ترقی(Development of Industry)

گاہکوں کے لیے صنعتیں مختلف اشیاء تیار اور خدمات فراہم کرتی ہیں۔ صنعتیں راست طور پر اپنی تیار کی گئیں اشیاء کو راست طور پر گاہکوں تک پہنچ کر فروخت نہیں کر سکتیں۔ اگر صنعت کی تیار کردہ اشیاء فروخت نہ ہو تو اشیاء کو تیار کرنا بے سود ہوگا۔ کامرس اشیاء کی فروخت کے لیے نہ صرف بازار تخلیق کرتا ہے، بلکہ ان اشیاء کو ملک کے مختلف مقامات پر رہائش پذیر گاہکوں تک پہنچاتا ہے۔ مختلف سہولتیں جیسے حمل و نقل، ترسیل، بیمہ، مالیہ، گودام کاری وغیرہ تاجروں تک پہنچاکر اس بات کی تلقین کی جاتی ہے کہ وہ اپنی تجارتی سرگرمیوں کو آگے بڑھائیں۔ اس طرح کامرس اشیاء کے لیے طلب اور صنعتوں کی ترقی کے لیے تبادلہ کو اہمیت دی ہے۔

4)اشیاء اور خدمات کے افادہ کی تخلیق(Creating Utilities in Goods and Services)

کامرس نہ صرف کاروباری ترقی کا غماز ہے، بلکہ اشیاء اور خدمات کے افادہ کی تخلیق میں بھی مددگار ہے۔ کامرس افراد، وقت، جوکھم، مالیہ، مقام کی افادیت اشیاء اور خدمات، تخلیق ہی نہیں کرتا ہے، بلکہ پیداوار اور صَرف میں توازن برقرار رکھتا ہے۔ تجارت، گودام کاری، حمل و نقل، بیمہ، بنکنگ، ترسیل، اشتہار کاری کی سہولتیں، اشیاء اور خدمات کی افادیت میں اضافہ کرتی ہیں، اور خریدار کے لیے زیادہ سے زیادہ مفید بنانے کی حتی المقدور کوشش کی جاتی ہے۔

5)روزگار کے مواقعوں کی تخلیق (Creating Employment Opportunities)

کامرس تجارت اور دیگر متعلقہ سرگرمیوں میں روزگار کے مواقعوں کی تخلیق میں کافی مددگار ثابت ہوا ہے۔ تجارت، حمل و نقل، بنکنگ، بیمہ، گودام کاری، ترسیل، اشتہارکاری سرگرمیوں کو انجام دینے کے لیے کئی لوگ روزگار حاصل کررہے ہیں۔ کامرس ہندوستان میں ایک بڑی مقدار میں روزگار فراہم کرنے والا شعبہ ثابت ہوا ہے۔

6)بلند معیار زندگی (Higher Standards of Living)

کامرس معیشت میں غیر معمولی طور پر روزگار کے مواقع فراہم کرنے کا باعث ہوا ہے۔ تاجرین اور دوسرے افراد بازاروں کی توسیع کے ساتھ ان کی آمدنیوں میں بھی اضافہ ہوا ہے۔ آمدنی میں اضافہ ہونے پر عوام کی معیار زندگی بھی بلند ہوئی ہے۔ عوام اب معیاری اشیاء کا مطالبہ کررہے ہیں۔ کامرس کی مدد سے عوام مختلف بازاروں سے معیاری اشیاء خرید رہے ہیں۔

7)بازار کی توسیع (Expansion of Markets)

آج کے جدید تخلیقی دور میں ترسیل اور اشتہار کاری کی سہولتیں پیداکنندوں کی اتنی مدد کی ہے کہ وہ اپنی اشیاء ایسے مقامات تک پہنچا رہے ہیں جہاں پہلے کوئی گاہک بھی ان اشیاء کو جانتا بھی نہیں تھا۔ گاہکوں کے سامنے اب مختلف اشیاء ہیں، اور ان اشیاء کی خوبیوں کے بارے میں

بھی گاہک اب جاننے لگے ہیں۔ اور ان کے سامنے مختلف قسم کی اشیاء رکھی ہیں۔ اور ان کے مجملہ اب وہ بہتر سے بہتر اشیاء کا انتخاب کرنے لگے ہیں۔ ای۔ کامرس کے آغاز نے مختلف اشیاء کے لیے بازاری حدود میں اضافہ کیا ہے۔ اور گاہک اشیاء کی قیمت اور معیار کا تقابل کرکے بہترین اور معیاری اشیاء واجبی قیمتوں پر خرید رہے ہیں۔ اس طرح کامرس نے مختلف اشیاء کے لیے بازاری حدود میں توسیع کی ہے، اور اس کا فائدہ صارفین اٹھا رہے ہیں۔

8) تحقیق اور ترقی کی ہمت افزائی (Encouragement of Research and Development)

کاروبار کی ترقی نے پیدا کنندوں کے درمیان مسابقت کا ماحول پیدا کر دیا ہے۔ ہر فرم بازار پر اپنی کارکردگی بہتر اور معیاری اشیاء موزوں قیمت پر صارفین کو فراہم کرکے چھا جانا چاہتی ہے۔ اس مسابقت نے پیدا کنندوں کے درمیان تحقیق و ترقی کے لیے دلچسپی کا سامان فراہم کیا ہے۔ مسابقتی بازار میں فرم اپنے وجود کو برقرار رکھنے کے لیے اشیاء کو موزوں و مناسب قیمت پر فراہم کرنا ضروری ہو جاتا ہے۔ فروخت میں اضافہ اور بازار میں جمے رہنا اسی وقت ممکن ہے جبکہ تحقیق و ترقی کے لیے مسلسل کوششیں جاری رکھی جائیں۔

9) ممالک کے درمیان سیاسی اتفاقِ رائے (Political Understanding Among Countries)

کامرس ایک واحد مضمون ہے جس نے کاروبار کو بین ملکی سیاسی و تجارتی اتفاقِ رائے کے لیے راہ ہموار کی ہے۔ ترقی پذیر ممالک اپنی عوام کی احتیاجات کی تسکین کے لیے اشیاء کی ضرورت محسوس کرتی ہیں، اور ترقی یافتہ ممالک چاہتے ہیں کہ بیرونی ممالک اپنی پیداواری مطلوبات کی توسیع متعلقہ ملک میں کریں۔ دوسرے ممالک کی تجارت پر انحصار کرنے والے ممالک آپس میں سیاسی سمجھوتہ یا اتفاقِ رائے کے لیے بھی کامرس نے ایک کامیاب راستہ فراہم کیا ہے۔

2.5 کامرس کی درجہ بندی (Classification of Commerce)

کامرس کی درجہ بندی دو زمروں میں کی جاسکتی ہے۔

1) تجارت (Trade)　　　2) معاونِ تجارت عناصر (Aids to Trade)

1) تجارت (Trade)

اشیاء اور خدمات کی خرید و فروخت اور فراہمی تجارت ہے۔ تجارت کامرس کا ایک ناگزیر حصہ ہے۔ تجارت کے ذریعہ اشیاء کو پیدا کنندگان سے صارفین تک منتقل کیا جاتا ہے۔ آج کے عصری اور تکنیکی دور میں اشیاء کی پیداوار بڑے پیمانے پر کی جارہی ہے۔ اور پیدا کنندوں کے لیے اشیاء کی فروخت کے لیے راست صارفین تک پہنچنا ممکن نہیں۔ کچھ تاجر ایسے بھی ہیں جو مختلف بازاروں میں اپنی تیار اشیاء فراہم کرنے میں کامیاب ہوئے ہیں۔ یہی وجہ ہے کہ پیدا کنندے بازارکاری کی مشکلات سے نجات پاگئے ہیں، اور اشیاء کی پیداواری سرگرمیوں پر اپنی تمام تر توجہ مرکوز کر رہے ہیں۔ اشیاء کی فروخت نہ ہونے پر اشیاء کی بڑے پیمانے پر پیداوار ممکن نہیں۔ کیونکہ تجارت اشیاء کی فروخت، منتقلی یا تبادلہ سے متعلق ہے۔ اس میں معاون تجارت عناصر شامل نہیں۔ جیسے حمل و نقل، بنکنگ، بیمہ وغیرہ معاونِ تجارت عناصر کامرس کا اٹوٹ حصہ ہیں۔

تجارت کی اقسام (Types of Trade)

تجارت کو دو حصوں میں زمرہ بند کیا گیا ہے۔

1)داخلی تجارت 2)خارجی تجارت

1)داخلی تجارت (Internal Trade)

کسی ایک ملک کے جغرافیائی حدود میں کی جانے والی تجارت کو داخلی تجارت کہتے ہیں۔خدمات اور اشیاء کی خرید وفروخت ملک کے حدود میں انجام پاتی ہیں۔اشیاء اور خدمات کا تبادلہ ملکی کرنسی کے ذریعہ عمل میں آتا ہے۔یا پھر اس ملک کے بنکنگ سسٹم کے ذریعہ عمل میں آتا ہے۔اسی طرح اشیاء کی ایک مقام سے دوسرے مقام تک منتقلی بھی ملکی حمل و نقل کے ذریعہ عمل میں آتی ہے۔داخلی تجارت کو ملکی تجارت بھی کہا جاتا ہے۔اس تجارت میں خریدار اور فروخت کنندے ایک ہی ملک سے پائے جاتے ہیں۔داخلی تجارت دو طرح سے انجام دی جاتی ہے۔

i)تھوک فروشی تجارت (Wholesale Trade) ii)چلر فروشی تجارت (Retail Trade)

i)تھوک تجارت (Wholesale Trade) : تھوک تاجرین پیدا کنندوں یا صنعتوں سے راست طور پر بھاری مقدار میں مال خرید کر چلر تاجرین کو فروخت کرتے ہیں۔تھوک تجارت میں اشیاء کثیر مقدار میں خریدی جاتی ہیں۔اور چلر فروش تاجروں کو فروخت کی جاتی ہے۔چلر فروش تاجرین کا راست تعلق گاہکوں سے ہوتا ہے۔تھوک فروش پیدا کنندوں اور چلر فروش تاجروں کے درمیان ایک کڑی کی حیثیت رکھتا ہے۔پیدا کنندے بڑے پیمانے پر اشیاء تیار کرکے بڑی مقدار میں ٹھوک فروشوں کو فروخت کر دیتا ہے،یا پھر چلر فروشوں کو بھی فروخت کر سکتا ہے۔جو پیدا کنندے کے راست ربط میں ہوتے ہیں۔عام طور پر تھوک فروش ایک ہی قسم کی اشیاء کا ایک بڑا ذخیرہ رکھتے ہیں۔اور یہ چلر فروشوں کو چھوٹی چھوٹی مقدار میں فروخت کرتے ہیں۔چلر فروش گاہکوں اور ٹھوک فروشوں کے درمیان ایک کڑی کی حیثیت رکھتا ہے۔

ii)چلر فروش تجارت(Retail Trade):ایسا تاجر جو صارفین کی ضرورت کے مطابق چھوٹی وبڑی مقدار میں مال فروخت کرتا ہو چلر تاجر کہلاتا ہے۔چلر فروش تاجرین تھوک فروش سے اشیاء خرید کر گاہکوں کو چھوٹی مقدار میں فروخت کر دیتے ہیں۔چلر فروش گاہکوں کو مختلف اقسام کی اشیاء فراہم کرتا ہے،جو مختلف تھوک تاجروں سے خریدی گئی ہوتی ہیں۔چلر فروش تاجرین صارفین کے قریب ہوتے ہیں۔اس لیے وہ اپنے علاقے کے صارفین کی ضرورت سے بہ خوبی واقف ہوتے ہیں۔اسی لیے صارفین کی خواہش کے مطابق مال فراہم کرتے ہیں۔چلر فروش تاجرین فروخت میں اضافہ کے لیے صارفین کو ادھار کی سہولت بھی فراہم کرتے ہیں۔

2)خارجی تجارت (International Trade / External Trade)

دو یا دو سے زاید اقوام،ملکوں کے درمیان تجارت کو خارجی تجارت کہتے ہیں،یا پھر اسے بین الاقوامی تجارت بھی کہتے ہیں۔بین الاقوامی تجارت میں دو یا زاید اقوام کے شہریوں کے درمیان خدمات اور اشیاء کا تبادلہ عمل میں آتا ہے۔اس تجارت میں خریدار اور فروخت کنندے دو مختلف ممالک سے تعلق رکھتے ہیں۔خارجی تجارت یا بین الاقوامی تجارت کو تین زمروں میں درآمدی تجارت، برآمدی تجارت اور

درآمد برائے برآمد تجارت، تین حصوں میں تقسیم کیاجاسکتاہے۔

i)درآمدی تجارت (Import Trade): درآمدات عالمی تجارت کا ایک اہم حصہ ہیں۔ درآمدی تجارت وہ تجارت ہے جہاں دوسرے ملک سے مال خریدا جاتاہے۔ عام طور پر درآمدی تجارت میں اشیائے اصل کی درآمد پر زیادہ توجہ دی جاتی ہے۔ اندرون ملک پیداوار کی قلت کی صورت میں دوسرے ملکوں سے مال خریدا جاتاہے۔

ii)برآمدی تجارت(Export Trade): ایسی تجارت جس میں دوسرے ملکوں کو مال فروخت کیا جاتاہو اس کو برآمدات کہتے ہیں۔یعنی برآمدی تجارت میں دوسرے ممالک کو اشیاء فروخت کی جاتی ہیں۔ ملک میں تیار کردہ اشیاء ضرورت سے زاید یا فاضل مقدار میں ہونے کی صورت میں دوسرے ملکوں کو مال فروخت کیا جاتاہے۔ اس تجارت سے ملک کو بیرونی سرمایہ حاصل ہوتاہے۔

iii)درآمد برائے برآمد تجارت(Entrepot Trade): بعض اوقات مال اس مقصد سے دوسرے ملک سے خریدا جاتاہے تاکہ کسی دوسرے ملک کو برآمد کیا جائے۔ اس قسم کی تجارت کو درآمد برائے برآمد کہا جاتاہے۔ اس تجارت کا اہم مقصد منافع کمانا ہوتاہے۔

معاونِ تجارت عناصر(Aids to Trade)

معاونِ تجارت عناصر کا مطلب ایسی سرگرمیاں جو کاروبار / تجارت کے فروغ میں مددگار ہوں۔ یہ عوامل اشیاء اور خدمات کے تبادلہ میں رکاوٹوں کو انفراسٹرکچر کی فراہمی کے ذریعہ دور کرتے ہیں، اور اشیاء کی منتقلی کو آسان بناتے ہیں۔ کاروباری انفراسٹرکچر میں حمل و نقل، بنکنگ، گودام کاری، بیمہ کاری، ترسیل، مالیہ کاری اور دیگر خدمات شامل ہیں۔ ان مذکورہ خدمات پر ذیل میں بحث کی گئی ہے۔

1) بنکنگ اور فینانس(Banking and Finance):

بنکنگ اور فینانس اہم تجارتی عامل ہیں۔ اشیاء کی پیداوار اور ان کی فروخت کے درمیان ہمیشہ وقفہ رہاہے۔ تاجر پیداکنندوں سے اشیاء خریدتاہے، اور صارفین کو فروخت کرتاہے۔ اشیاء کی فروخت کے ساتھ ہی رقم حاصل نہیں ہوتی، بلکہ رقم کی وصولی کے لیے کچھ وقت درکار ہوتاہے، اس لیے کاروباری سرگرمیوں کو جاری رکھنے کے لیے مالیہ درکار ہوتاہے۔ ایسی صورت میں تجارت /کمرشیل بنکس اوور ڈرافٹ، لونس یا کیش کریڈیٹ کی صورت میں بنک یا مالیاتی ادارے فرم کی مالی مدد کرتے ہیں۔ یہ ادارے بین الاقوامی تجارت میں بھی اہم رول ادا کرتے ہیں۔ جبکہ کاروباری فریق ایک دوسرے کو نہیں جانتے۔ دستاویزات کو بنکس کے ذریعہ واجب الادا رقم کی ادائی کے بعد دستاویزات حوالے کردیے جاتے ہیں۔ یوں بنکس مالی مسائل پر قابو پانے میں مدد کرتے ہیں۔ اس کے علاوہ تجارتی بنکس کمپنی کے بانی افراد کو عوام سے سرمایہ کی تشکیل میں بھی مدد کرتے ہیں۔

2)حمل و نقل اور ترسیل (Transport and Communication):

حمل و نقل کاروبار کا ایک لازمی عامل ہے۔ اس کے سبب پیداوار صنعت سے صارفین تک بآسانی پہنچ جاتی ہے۔ اشیاء کی تیاری ایسے مقام پر ہوسکتی ہے جہاں اس تیار شدہ شئے کے لیے طلب نہ ہو یا کم ہو۔ اس لیے ان اشیاء کو ایسے مقامات تک لے جایا جاتاہے جہاں ان کی طلب اور صَرف زیادہ ہو۔ حمل و نقل کی مدد سے ہم اشیاء کی مقامی افادیت کی تخلیق کرسکتے ہیں۔ اشیاء کی مقامی افادیت پیداکنندے کو پیداوار میں اضافہ کرنے اور نفع بخش قیمت حاصل کرنے میں حمل و نقل مددگار ہے۔ صارفین تک وقت پر اشیاء کی منتقلی میں اہم کردار ادا کرتے

ہیں۔شئے کی عدم منتقلی پر وہ ان اشیاء کو استعمال نہیں کرسکتے۔حمل و نقل کے کئی ذرائع ہیں جیسے سڑکیں،ریل،بحری جہاز،ہوائی جہاز وغیرہ کامرس اور صنعت کی نشوونماو ترقی میں مددگار ہے۔پیداکنندہ اشیاء کو بڑے یا چھوٹے پیمانے پر تیار کرسکتا ہے۔اشیاء،صارفین کے ذوق کے مطابق ہونے پر ان کی طلب میں اضافہ ہوتا ہے۔حمل و نقل کی سہولت کے ساتھ ساتھ ترسیل کی سہولت بھی ہونی چاہیے،تاکہ پیداکنندوں،تاجروں،صارفین آپس میں معلومات بہم پہنچاسکیں یا شئے کے تعلق سے تبادلۂ خیال کرسکیں۔ٹیلی فون اور ڈاک کی سہولت کو بھی معاونِ تجارت عناصر میں شمار کیا گیا ہے۔

3) گودام کاری (Warehousing):

صنعتیں اپنی پیداوار کو گودام میں محفوظ رکھتی ہیں۔کیونکہ صنعتیں یا فرمس یا کمپنیاں طلب سے قبل اندازاً اشیاء تیار کرلیتی ہیں۔کیونکہ طلب کا صحیح تخمینہ نہیں کیا جاسکتا۔بعض اوقات اشیاء کی طلب کے ایام میں بھی اشیاء تیار کرکے سربراہ کی جاتی ہیں۔لیکن اشیاء کو اس وقت تک محفوظ رکھا جانا ضروری ہوتا ہے جب تک کہ ان تیار کردہ اشیاء کے لیے بازار میں صارفین اپنی احتیاج کی تکمیل کے لیے طلب نہ کریں۔بازاری طلب کے اعتبار سے گودام سے مال فراہم کیا جاسکتا ہے۔گھریلو تجارت کے ساتھ ساتھ خارجی تجارت میں بھی گوداموں کی زیادہ ضرورت ہوتی ہے۔کیونکہ پیداوار اور صرف کے درمیان کافی وقفہ پایا جاتا ہے۔زرعی اشیاء کی پیداوار موسمی ہوتی ہے۔لیکن ان کی طلب سال بھر رہتی ہے۔اس لیے ان زرعی اشیاء یعنی غذائی اجناس کا گودام میں محفوظ کردینا ضروری ہوتا ہے،تاکہ سال بھر طلب کے مطابق صارفین کو فراہم کیا جاسکے۔

4) اشتہارکاری (Advertising):

پیداوار کو صارفین سے واقف کروانے کے لیے تشہیر کا سہارا لیا جاتا ہے۔صارفین کو بازار میں فراہم مختلف اشیاء کے استعمال، معیار،مقدار اور قیمت سے واقف کروانا ضروری ہوتا ہے۔صارفین کو اشیاء کے بارے میں معلومات نہ ہوں تو وہ اس کے استعمال سے قاصر ہوں گے۔اور اشیاء کے لیے بازار میں طلب نہ ہوگی۔اس لیے صارفین میں شعور بیداری کے لیے اشتہارکاری کا سہارا لیا جاتا ہے۔اگر پیداکنندے گاہکوں میں اضافہ کرنا چاہیں یا دوسرے شہر میں اپنی اشیاء کو فروخت کے لیے پیش کرنا چاہیں تب بھی اشتہارکاری کے ذریعہ صارفین کو اشیاء سے واقف کروایا جاسکتا ہے۔تشہیر کے ذریعہ بازار میں دستیاب مختلف اشیاء کی افادیت کے تعلق سے صارفین کو آگاہ کیا جاتا ہے۔پیداوار کے متعلق حقیقی معلومات،آسان الفاظ،اچھی تشہیر کے اوصاف ہیں۔

5) بیمہ کاری (Insurance):

بیمہ عصر حاضر کا اہم کاروباری عامل کہلاتا ہے۔بیمہ سے تاجرین کو حادثات سے ہونے والے نقصانات کی پابجائی ہوتی ہے۔اشیاء کو ان کے صنعتی مقام سے بازار تک پہنچانے میں جوکھم ہوتا ہے۔اشیاء جس سواری میں لے جائی جارہی ہیں وہ حادثہ کا شکار ہوسکتی ہے،یا مال چوری ہوسکتا ہے۔اس کے سبب نقصانات سے بچنے کے لیے تاجر مال کا بیمہ کرواتا ہے۔بیمہ کمپنیاں پریمیم کی ادائی کے عوض ہر قسم کے نقصان کی پابجائی کرتی ہیں۔بیمہ کے سبب فرمس غیر معمولی نقصان سے بچ جاتی ہیں۔

2.6 تجارت، کامرس اور صنعت کے درمیان تعلق (Relation between Trade, Commerce & Industry)

تجارت، کامرس اور صنعت ایک دوسرے سے جڑے ہوئے ہیں۔ یہ ایک دوسرے سے متاثر ہوتے ہیں، اور ان کا ایک دوسرے پر انحصار بھی ہوتا ہے۔ صنعت گاہکوں کے لیے اشیاء تیار کرتی ہے، اور خدمات فراہم کرتی ہے۔ کامرس کی بدولت ان اشیاء اور خدمات کو تجارت اور معاونِ تجارت عناصر کی مدد سے صارفین تک پہنچتی ہے۔ تجارت دراصل خریدار اور فروخت کنندے کے درمیان تبادلہ سے جُڑی ہے۔ کامرس سے جُڑے عناصر جیسے حمل و نقل، بنکنگ، ترسیل، گودام کاری، بیمہ، اشتہار کاری وغیرہ اشیاء اور خدمات کو پیدا کنندے سے صارف تک پہنچاتے ہیں۔ اس بحث سے معلوم ہوتا ہے کہ تجارت، کامرس اور صنعت ایک دوسرے سے جُڑے ہوئے ہیں اور ان کا ایک دوسرے پر انحصار ہے۔ اس تعلق کو درجہ ذیل نکات سے ظاہر کیا جاسکتا ہے۔

1) صنعت اشیاء تیار کرتی ہے اور خدمات فراہم کرتی ہے۔ اور کامرس صنعت کی تیار کردہ اشیاء اور خدمات کو صارفین تک پہنچاتی ہے۔ یوں کہا جاسکتا ہے کہ تجارتی سرگرمیوں کے لیے صنعت ایک مضبوط بنیاد فراہم کرتی ہے۔

2) صنعت اشیاء اور خدمات کو ان افراد کو فراہم کرتی ہے جو اشیاء کو خریدنا اور خدمات سے استفادہ کرنا چاہتے ہیں۔ صنعت راست طور پر صارفین تک فروخت کے لیے نہیں پہنچتی، بلکہ تھوک فروش سے خرید کر چلر فروش کو بڑی مقدار میں فروخت کرتے ہیں، اور چلر فروش راست صارفین کو فروخت کرتے ہیں۔ یہ عمل کامرس کے ذریعہ انجام پاتا ہے۔ صنعت کامرس اور تجارت کے بغیر خرید و فروخت کا کام انجام نہیں دے سکتی، اس لیے کامرس کو صنعت کے لیے خطِ حیات کہا جاتا ہے۔

3) تجارت کا مطلب اشیاء اور خدمات کی خرید اور فروخت ہے۔ صنعت اور کامرس دونوں تجارت کے لیے بنیاد فراہم کرتے ہیں۔ تجارت صنعت اور کامرس کے درمیان ایک کڑی کا کام کرتی ہے، یعنی جوڑتی ہے۔ معاون تجارت عناصر جیسے بیمہ، ٹرانسپورٹ، بیمہ کاری، بنکنگ، ترسیل وغیرہ تجارت کے بہاؤ کو جاری رکھنے میں مدد دیتے ہیں۔ پس یہ کہا جاسکتا ہے کہ صنعت، کامرس اور تجارت کے درمیان نہایت قریبی تعلق پایا جاتا ہے۔ ایک دوسرے کی ترقی کے لیے بنیاد فراہم کرتے ہیں۔

2.7 اکتسابی نتائج (Learning Outcomes)

ہر چھوٹے و بڑے کاروبار منافع کمانے کے لیے انجام دیے جاتے ہیں۔ پیداوار اور تجارت کے اعتبار سے کاروباری سرگرمیاں الگ الگ ہوتی ہیں۔ ان سرگرمیوں کو دو بڑے زمروں میں تقسیم کیا جاسکتا ہے۔ (1 صنعت (2 کامرس۔ صنعت کا تعلق اشیاء کی پیداوار سے ہے، جبکہ کامرس کا تعلق ان تمام سرگرمیوں سے ہے جو اشیاء یا خدمات کے تبادلہ میں سہولت کا باعث ہوتے ہیں۔ صنعتوں کو ابتدائی صنعتیں، ثانوی صنعتیں اور ثلاثی صنعتیں تین زمروں میں تقسیم کیا جاتا ہے۔ ابتدائی، ثانوی اور ثلاثی صنعتوں کو مزید ضمنی حصوں میں تقسیم کیا جاسکتا ہے۔

کامرس ان تمام سرگرمیوں سے متعلق ہے جو اشیاء اور خدمات کو ان کے صنعتی مقام سے ان کے صرف یا استعمال کے مقام تک پہنچاتا ہے۔ کامرس میں دو قسم کی سرگرمیاں شامل ہیں۔(i) تجارت(Trade)، (ii)) معاونِ تجارت عناصر(Aids to Trade)۔

جیمس اسٹیفینسن کے مطابق "کامرس صنعتی دنیاکے اراکین کے درمیان اشیاءکے تبادلہ کے لیے منظم نظام ہے"۔ معاشی سرگرمی، کاروبار کا حصہ، نفع وجہ تحریک، مال اور خدمات کا تبادلہ، افادیت کی تخلیق، کاروباری معاملات کا تسلسل کامرس کے اہم خصوصیات ہیں۔

کامرس کی بدولت اندرون ملک مختلف معاشی سرگرمیاں وجود میں آتی ہیں۔ روزگار کی فراہمی، معیار زندگی میں اضافہ، احتیاجات کی تکمیل، صنعتوں کی ترقی کے ساتھ ساتھ معیشت میں استحکام پیدا ہوتا ہے۔ داخلی تجارت کی صورت میں خرید و فروخت اندرون ملک واقع ہوتی ہے۔ اس کے بر خلاف دو مختلف ممالک کے درمیان تجارت کو بین الاقوامی یا خارجی تجارت کہتے ہیں۔ تھوک فروش پیداکنندوں سے بھاری مقدار میں مال حاصل کر کے چلر تاجرین کو مال فروخت کرتا ہے۔ چلر تاجرین صارفین کو ضرورت کے مطابق مال فروخت کرتے ہیں۔ حمل و نقل اور ترسیل، بنکنگ اور فینانس، گودام کاری، اشتہار کاری، بیمہ کاری معاون تجارت کے عوامل ہیں۔

2.8 کلیدی الفاظ (Keywords)

درجہ بندیClassification	:	خصوصیت وافعال کی بنیاد پر تقسیم کرنا درجہ بندی کہلاتا ہے
خط حیاتLife Line	:	صنعت کی مستقبل میں کارکرد مدت کو خط حیات کہتے ہیں
تخلیقیتCreativity	:	کسی میدان میں نئی شے کی تیاری کو تخلیقیت کہتے ہیں
جینیاتGenetic	:	افزائش نسل کی صنعت کے میدان یا علم کو جنیاتGenetics کہتے ہیں

2.9 نمونہ امتحانی سوالات(Model Examination Questions)

معروضی جوابات کے حامل سوالات

1۔ دو مختلف ممالک کے درمیان ہونے والی تجارت کو ______ تجارت کہتے ہیں۔ (بین الاقوامی)

2۔ چلر تاجرین ______ سے مال خرید کر صارفین کو فروخت کرتے ہیں۔ (تھوک فروش)

3۔ استخراجی صنعت کی مثالیں ______ ہیں۔ (کان کنی، ماہی گیری)

4۔ اشیائے صارفین کی مثالیں ______ ہیں۔ (صابن، ملبوسات، اناج)

5۔ غیر معاشی سرگرمی کی مثال ______ ہیں۔ (ہمدردی، دیانتداری)

درجہ ذیل صحیح ہیں یا غلط بتائیے۔

6۔ بنک، حمل و نقل، گودام معاونین تجارت ہیں۔ (صحیح / غلط)

7۔ اشیاء کی وقتی اور مقامی افادیت ہوتی ہے۔ (صحیح / غلط)

8۔ کاروبار میں خرید و فروخت ضروری نہیں۔ (صحیح / غلط)

9۔ انسانی احتیاجات محدود ہیں۔ (صحیح / غلط)

10۔ صنعت، کامرس اور تجارت کے درمیان قریبی تعلق پایا جاتا ہے۔ (صحیح / غلط)

مختصر جوابات کے حامل سوالات

1. کاروبار سے کیا مراد ہے؟
2. صنعت کسے کہتے ہیں؟
3. کامرس سے کیا مراد ہے؟
4. ابتدائی صنعت کسے کہتے ہیں؟
5. جینیاتی صنعت کسے کہتے ہیں؟
6. تعمیری صنعت سے کیا مراد ہے؟
7. کاروبار میں بیمہ کی اہمیت کو بیان کیجیے۔
8. گودام کی اہمیت پر بحث کیجیے۔
9. کاروبار سے کیا مراد ہے؟ وضاحت کیجیے۔

طویل جوابات کے حامل سوالات

1. صنعت کے معنی کیا ہیں؟ اس کی اقسام بیان کیجیے۔
2. کامرس کی تعریف کیجیے۔ اس کی خصوصیات بیان کیجیے۔
3. کامرس کی تعریف کیجیے۔ اس کے افعال بیان کیجیے۔
4. کامرس کی اہمیت کو اجاگر کیجیے۔
5. کامرس کی درجہ بندی کے بارے میں تفصیل سے لکھیے۔
6. معاونِ تجارت عناصر کیا ہیں؟ تفصیل سے لکھیے۔
7. تجارت، کامرس اور صنعت کے درمیان کیا تعلق ہے؟

اکائی 3۔ کاروبار کے افعال

(Functions of Business)

اکائی کے اجزا

3.0	تمہید	Introduction
3.1	مقاصد	Objectives
3.2	معنی ومفہوم اور تعریف	Meaning and Definition
3.3	کاروباری افعال کی ماہیت	Nature of Business Functions
3.4	کاروبار کے اجزا	Elements of Business
3.5	کاروباری افعال کے اقسام / قسمیں	Categories of Business Functions
3.5.1	کور افعال / مرکزی افعال	Core Functions
3.5.2	سہاری افعال / امدادی افعال	Support Functions
3.6	کاروبار کا مملکت پر اثر	Impact of Business on State
3.7	اکتسابی نتائج	Learning Outcomes
3.8	کلیدی الفاظ	Keywords
3.9	نمونہ امتحانی سوالات	Model Examination Questions

3.0 تمہید (Introduction)

ہم اپنی روزمرہ زندگی میں چھوٹے اور بڑے مختلف اقسام کے کاروبار کو دیکھتے ہیں۔ اسکول کے ایام میں اسکول کے سامنے جام، پھل، بیر، آئسکریم وغیرہ کے کاروباری حضرات کو آپ دیکھ چکے ہیں۔ صبح کے ابتدائی اوقات میں گلی کوچے میں ترکاری و میوہ فروش کا مشاہدہ کر چکے ہیں۔ اسی طرح گھر کے قریب میں موجود کرانہ دوکان سے آپ ضرورت کے سامان خرید چکے ہیں۔ عیدین، تہوار، شادی یا تقاریب وغیرہ کے دوران ملبوسات اور دیگر ضروریات کے سامان کی خریدی کے لیے بڑے بڑے دوکانات کو دیکھ چکے ہیں۔ اس کے علاوہ چاکلیٹ، بسکٹ، کپڑے، بیگ، جوتے، ادویات، سمنٹ، لوہے، فولاد وغیرہ کی تیاری کے بھاری پیمانے کی صنعتیں پائی جاتی ہیں۔ یہ تمام کاروبار کی مختلف شکلیں ہیں۔ کاروبار کی نوعیت کے اعتبار سے مختلف افعال پائے جاتے ہیں۔ اس اکائی میں آپ کاروبار کے مختلف اقسام کا مطالعہ کرینگے۔

3.1 مقاصد (Objectives)

اس اکائی کے مطالعہ کے بعد آپ اس قابل ہو جائیں گے کہ:

- کاروبار اور اس کے افعال کو بیان کر سکیں۔
- کاروبار اور اس کے افعال کی اہمیت کی وضاحت کر سکیں۔
- کاروباری افعال کی ضرورت اور اس کے کردار کو بیان کر سکیں۔
- کاروبار اور اس کے مختلف افعال کے درمیان تقابل کر سکیں۔

3.2 کاروباری افعال کے معنی و مفہوم (Meaning of Business Function)

کاروبار ایک اہم معاشی سرگرمی ہے۔ منافع کمانا کاروبار کا اہم مقصد ہے۔ ہر چھوٹے اور بڑے کاروبار کے مختلف افعال میں کافی فرق پایا جاتا ہے۔ چھوٹے کاروبار میں کام کی نوعیت مختصر جبکہ بڑے کاروبار میں کام بڑے پیمانے پر ہوتا ہے۔

1) کاروبار کے متعلق انجام دی جانے والی تمام سرگرمیوں کو کاروباری افعال کہا جاتا ہے۔
2) کسی کاروبار سے تعلق رکھنے والے مختلف کام یا سرگرمی کو کاروباری افعال کہتے ہیں۔
3) کاروبار کے مقاصد کی تکمیل میں مدد دینے والے تمام افعال کو کاروباری افعال کہتے ہیں۔
4) کاروباری افعال کا تعلق کاروبار سے ہوتا ہے۔
5) ایسے تمام کام جو کاروبار یا ان کے متعلق انجام دیے جاتے ہوں، انہیں کاروباری افعال کہتے ہیں۔
6) ہر چھوٹے و بڑے کام جو کاروبار کے لیے انجام دیے جاتے ہیں وہ کاروباری افعال کہلاتے ہیں۔
7) کاروباری افعال میں شخصی افعال کا شمار نہیں ہوتا ہے۔ تاجر کے شخصی افعال کو کاروباری افعال سے علٰحیدہ رکھا جاتا ہے۔

کاروباری افعال کے خصوصیات

کاروباری افعال کی چند اہم خصوصیات کو ذیل میں بتلایا گیا ہے۔

1. کاروباری افعال کا تعلق کاروبار سے پایا جاتا ہے۔
2. کاروباری افعال میں ذاتی یا شخصی کام کو شامل نہیں کیا جاتا۔
3. کام یا کارکردگی کی نوعیت کے اعتبار سے کاروباری افعال چھوٹے یا غیر معمولی ہوتے ہیں۔
4. کاروباری افعال کا تعلق کاروباری مقاصد سے ہوتا ہے۔
5. کاروباری افعال کو بہتر بنانے میں آجر یا تاجر یا مالک کی دلچسپی راست طور پر اثر انداز ہوتی ہے۔
6. کامیاب تاجر کاروباری افعال میں تسلسل برقرار رکھتے ہیں۔

7. کاروباری افعال کاروبار کے نظم ونسق کا حصہ ہوتے ہیں۔

8. کاروباری افعال پر وقت، موسم وغیرہ راست طور پر اثرانداز ہوتے ہیں۔

9. ایک ہی نوعیت یا ایک ہی قسم کے کاروباری افعال میں مشابہت پائی جاتی ہے۔ جبکہ مختلف نوعیت کے کاروبار میں مختلف نوعیت کے افعال پائے جاتے ہیں۔

3.3 کاروباری افعال کی ماہیت (Nature of Business Functions)

کاروبار کے فروغ اور اس کے قیام میں مختلف افعال کارکرد ہوتے ہیں۔ تاجرین یا صنعتکار کاروبار کو منظم طور پر انجام دینے کے لیے سائنسی نقطۂ نظر پر عمل کرتے ہیں۔ چھوٹے اور بڑے کاروبار کے افعال میں خاص فرق پایا جاتا ہے۔ چھوٹے پیمانے کے تاجرین کی سرگرمیاں مختصر اور سرمایہ محدود ہوتا ہے۔ کاروبار کی نوعیت کے اعتبار سے افعال انجام پاتے ہیں۔ منصوبہ بندی، ذخیرہ اندوزی، خریداری، بازارکاری، صارفین سے تعلقات، صارفین کے وسائل، وسائلِ کاروبار، بازاری حالت کا تجزیہ، کاروبار کا تجزیہ، سرمایہ کا تعین، پیش قیاسی، کاروبار کے مالکانہ حقوق، تنہا تجارت، شراکتی کاروبار، محدود کمپنی، فروخت پالیسی، طریقہ فروخت وغیرہ کاروبار کی ماہیت کو ظاہر کرتے ہیں۔

کاروبار پر وقت، ماحول، آب و ہوا، علاقہ، تہذیب و تمدن، مذہب، رسم و رواج وغیرہ تمام عوامل اثرانداز ہوتے ہیں۔ اس لیے بعض کاروبار کسی مخصوص علاقوں یا معقول آب و ہوا میں کامیابی سے ہمکنار ہوتے ہیں۔ جبکہ دوسرے مقام پر بالکل ناکام ہوتے ہیں۔ پیداواری اداروں میں مال کی تیاری اور اس کی حکمت عملی سے متعلق افعال پائے جاتے ہیں۔ پیداوار کے مختلف مراحل اور ان کے مسائل کو حل کرتے ہوئے پیداوار میں تسلسل برقرار رکھنے پر توجہ دی جاتی ہے۔ شئے کے معیار پر خاص توجہ دی جاتی ہے۔ شئے کو تیار کرنے کے بعد اس کی تقسیم اور صارفین تک پہنچانے کے افعال پائے جاتے ہیں۔ چھوٹے وبڑے پیداواری اداروں کے افعال میں خاص فرق پایا جاتا ہے۔ شئے کی نوعیت، پیداواری مراحل، ٹکنالوجی، نظم و ضبط یعنی صنعتی انصرام، حمل و نقل، موسمی حالت، سرکاری سرپرستی وغیرہ کاروبار کے افعال کو متاثر کرتے ہیں۔ اسی طرح شئے کی خصوصیت کے اعتبار سے ذخیرہ اندوزی و فروخت پالیسی اختیار کی جاتی ہے۔ دیرپا اشیاء کے مقابلے میں غیر دیرپا اشیاء کو فوری فروخت کرنا لازمی ہوتا ہے۔

3.4 کاروبار کے اجزا (Elements of Business)

کاروبار ایک اہم معاشی سرگرمی ہے۔ جو مختلف معاشی سرگرمیوں کا مجموعہ ہے۔ کاروبار میں ہر عامل کی کافی اہمیت ہوتی ہے۔ وہ تمام عوامل جن پر کاروبار کے قیام اور ترقی کا دارومدار ہوتا ہے۔ اس کو کاروبار یا تجارت کے عوامل کہتے ہیں۔ دراصل یہ کاروبار کے پلر (ستون) ہوتے ہیں۔ جن پر تجارت کی عمارت قائم ہوتی ہے۔ ذیل میں تجارت کے چند اہم عوامل کو بتلایا گیا ہے۔

1. تجارت کا خیال اور کاراندازیت
2. منصوبہ بندی اور پیش قیاسی
3. مالیہ سازی
4. پیداواری منصوبہ بندی اور لاگتی ساخت

5. بازار کاری اور صارفین سے تعلقات 6. ذخیرہ کاری کا نظم

7. رقم کے استعمال کا نظم 8. محل وقوع

1۔ تجارت کا خیال اور کاراندازیت (Business Idea and Entrepreneurship) :

تجارت کا خیال یا تصور پیدا ہونا کاروبار کے آغاز کا بنیادی عمل ہے۔ تجارتی ذہن کے بغیر تجارت کامیابی سے انجام نہیں دی جاسکتی۔ تجارت یا کاروبار کے خیال یا تصور میں کاروبار کے مختلف عوامل زیر بحث آتے ہیں۔ کاروبار کا تعین کرنا، کونسا کاروبار کرنا ہے، کاروبار کے لیے وقت، کاروبار کے لیے سرمایہ، کاروبار کی نوعیت، مختلف اقسام کے کاروبار کے درمیان امتیاز اور بہتر کاروبار کا انتخاب کرنا وغیرہ مختلف عوامل پر تفصیلی جائزہ لیا جاتا ہے۔ کاروبار کا خیال ہی کاروبار کے آغاز کا سبب بنتا ہے۔ یہ پہلا عامل ہے جو تاجر کو موزوں فیصلہ لینے میں مدد دیتا ہے۔

2۔ منصوبہ بندی اور پیش قیاسی (Planning and Forecasting):

منصوبہ بندی اور پیش قیاسی ہر چھوٹے اور بڑے تجارت کے اہم عوامل ہیں۔ تجارت کے انتخاب کے بعد اس کی پیش قیاسی کو مد نظر رکھتے ہوئے منصوبہ بندی کی جاتی ہے۔ صحیح اور بہتر منصوبہ بندی نصف کامیابی ہے۔ ناقص منصوبے تجارت پر منفی اثرات مرتب کرتے ہیں۔ یہ تجارت کے زوال کا سبب بنتے ہیں۔ اسی لیے تجارتی منصوبہ بندی کے دوران مختلف ماہرین و تجربہ کار تاجرین سے صلاح و مشورے لیے جاتے ہیں۔ بازاری حالات، مقدار طلب، آبادی، حکومتی پالیسی، قیمتوں کا نظام، فروخت وغیرہ مختلف عوامل کو مد نظر رکھتے ہوئے پیش قیاسی کی جاتی ہے۔

3۔ مالیہ سازی (Financing):

مالیہ کاروبار کا ایک اہم عامل ہے۔ کاروبار کی نوعیت کے اعتبار سے موزوں مقدار میں سرمایہ مشغول کیا جاتا ہے۔ سرمایہ یا مالیہ کا کاروبار میں ویسا ہی رشتہ ہوتا ہے، جس طرح انسان کے جسم میں خون کو رتبہ حاصل ہوتا ہے۔ کاروبار کی نوعیت، ضرورت کے اعتبار سے سرمایہ مشغول کرنا مالیہ سازی کہلاتا ہے۔ ضرورت سے زیادہ یا ضرورت سے کم سرمایہ مشغول کرنا کاروبار کی غلط پالیسی کی عکاسی کرتا ہے۔ جس کے دوررس منفی اثرات مرتب ہوتے ہیں۔ ایک کامیاب تاجر تجارت میں مشغول ہر ایک روپیہ پر موزوں اعظم ترین منافع حاصل کرنا چاہتا ہے۔ یہ اسی وقت ممکن ہے جبکہ کاروبار اور سرمایہ کے درمیان توازن جو ضرورت سے زیادہ یا ضرورت سے کم سرمایہ مشغول کرنے سے احتیاط برتی جاتی ہے۔

4۔ پیداواری منصوبہ بندی اور لاگتی ساخت (Production Plan and Cost Structure):

پیداواری منصوبہ بندی پیداواری مقدار کو طئے کرنے میں مدد دیتی ہے، مقدار پیداوار اور لاگت کے درمیان قریبی تعلق پایا جاتا ہے۔ مقدار پیداوار میں اضافہ سے پیداواری لاگتوں میں تخفیف ہوتی ہے۔ پیداوار میں عصری آلات اور ٹکنالوجی کا استعمال، بہتر کنٹرول، پیداواری مراحل بھی لاگتوں میں کمی کا باعث ہوتے ہیں۔ ایک کامیاب صنعتکار یا تاجر اپنے کاروبار کے اعتبار سے مقدار اور لاگت میں توازن پیدا کرنے کی کوشش کرتا ہے۔ بڑے پیمانے پر پیداوار سے پیداواری لاگتوں میں کمی واقع ہوتی ہے۔ مشینوں کی پیداواری صلاحیت سے کم مقدار میں پیداوار سے پیداواری لاگت میں اضافہ ہوتا ہے۔ پیداوار بڑے پیمانے کے مطابق لاگت مقرر کرتے ہوئے پیداوار حاصل کرنے

پر پیداواری لاگتوں میں کمی آتی ہے۔ مقدار پیداوار گھٹانے پر پیداواری لاگتوں میں اضافہ ہوتا ہے۔ اس لیے پیداواری لاگتوں میں کمی کے لیے مقدار پیداوار میں اضافہ کیا جاتا ہے۔

5۔ صارفین سے تعلقات (Customer Relationship) :

صارفین، کاروبار یا تجارت کا ایک اہم حصہ ہیں۔ صارفین کی بدولت ہی تجارت کو ترقی اور فروغ حاصل ہوتا ہے۔ تاجرین یا صنعتکار صارفین کے ذوق و شوق اور ضرورت کو مد نظر رکھتے ہوئے اشیا کی پیداوار عمل میں لاتے ہیں۔ جو تاجر صارفین سے اچھے تعلقات کو اہمیت دیتے ہیں۔ ان کا کاروبار برق رفتاری سے ترقی کے منازل طئے کرتا ہے۔ ملک کے طول و عرض کے صارفین کی احتیاجات، قوت خرید، آمدنی کی سطح، سماجی طرز عمل وغیرہ کو ملحوظ رکھتے ہوئے اشیا تیار کرنے والی صنعتیں سماج میں ممتاز مقام رکھتی ہیں۔ صارفین ان ہی تاجرین سے مال خریدنے پر آمادہ ہوتے ہیں، جو ان کے ذوق کے مطابق ہو۔ اس کے علاوہ رعایتی قیمت، معیاری پیداوار، موزوں مقدار، ادھار پالیسی، مال کی دستیابی یا فراہمی کا طریقہ کار وغیرہ چند اہم عوامل ہیں، جو صارفین سے بہتر تعلقات پیدا کرنے میں اہم کردار ادا کرتے ہیں۔

6۔ ذخیرہ کاری کا نظم (Inventory Management) :

مال کے ذخیرہ کو انونٹری کہتے ہیں۔ اس کے انتظام کو ذخیرہ کا انتظامیہ کہا جاتا ہے۔ ذخیرہ اندوزی کے معنی مال کا ذخیرہ کرنا ہے، ذخیرہ انتظامیہ کاروبار کا اہم عامل ہے۔ صنعت یا تجارت کی صلاحیت یا پیداوار کے اعتبار سے خام مال اور تیار مال اور دیگر ضروری ساز و سامان کا ذخیرہ رکھا جاتا ہے۔ ضرورت سے زائد اور ضرورت سے کم مقدار میں ذخیرہ رکھنا تجارت کی غلط اور ناقص پالیسی کی عکاسی کرتا ہے۔ انسب سطح پر ذخیرہ اندوزی صنعت کی کامیابی کی ضامن ہے۔ کس قدر ذخیرہ رکھا جائے، ذخیرہ کہاں رکھا جائے، ذخیرہ رکھنے کا طریقہ کار، ذخیرہ رکھنے پر اخراجات، مال کی نوعیت وغیرہ اہم عوامل ہیں جو ذخیرہ کے انتظامیہ سے تعلق رکھتے ہیں۔

7۔ نقدی یا رقم کے استعمال کا نظم (Cash Management) :

نقد رقم کا نظم کاروبار کے اہم افعال کا ایک حصہ ہے۔ کاروباری لین دین، ضرورت، مقدار فروخت، ادھار کی پالیسی، مال کا ذخیرہ یا اسٹاک، کاروبار کا پھیلائو وغیرہ وغیرہ مختلف عوامل کے اعتبار سے نقدی کی ضرورت ہوتی ہے۔ ایک کامیاب تاجر کاروباری لین دین اور نقد رقم کے درمیان توازن پیدا کرتا ہے۔ ضرورت سے زائد اور ضرورت سے کم نقدی ہر دونوں صورتیں کاروبار پر منفی اثرات مرتب کرتی ہیں۔ کاروبار کی ضرورت کے اعتبار سے نقد رقم مشغول کی جاتی ہے، اور ضرورت کے مطابق نقد رقم کی موزوں مقدار کاروبار میں استعمال کے لیے رکھی جاتی ہے۔ نقد رقم کے نظم میں معمولی سی غفلت بھی نقصان کا باعث ہو سکتی ہے۔ اس لیے ایک کامیاب تاجر کاروباری ضرورت کے اعتبار سے سرمایہ کو مشغول کرتا ہے، اور روز مرہ کے کاروبار میں استعمال کے لیے نقد رقم رکھتا ہے۔ نقدی رواں اثاثہ ہے۔

8۔ محل وقوع:

محل وقوع کاروبار کی ترقی و استحکام میں مرکزی کردار ادا کرتے ہیں۔ ایسے علاقے یا مقامات جہاں پر کاروبار بہتر اور موزوں انداز میں کامیابی سے ہمکنار ہوتے ہوں اس مقام کو محل وقوع کہتے ہیں۔ ہر مقام ہر قسم کے کاروبار کے لیے موزوں نہیں ہوتے بلکہ مقام اور وقت کی بنیاد پر کاروبار انجام دیے جاتے ہیں۔ صحرائی، پہاڑی، جنگلاتی، ہموار علاقوں کے کاروبار میں خاص فرق پایا جاتا ہے۔ سرد علاقوں میں گرم

سازوسامان کی طلب پائی جاتی ہے۔ اسی طرح گرم علاقوں میں ٹھنڈی اشیاء کی طلب میں اضافہ ہوتا ہے۔ مقام یا محل وقوع کاروبار کے قیام و ترقی میں اہم کردار ادا کرتے ہیں۔

3.5 کاروباری افعال کے اقسام / قسمیں (Categories of Business Functions)

کاروبار کی نوعیت کے اعتبار سے کاروباری افعال انجام دیے جاتے ہیں۔ چلر فروش تھوک فروش سے بھاری مقدار میں مال خرید کر صارفین کو حسب ضرورت مال فروخت کرتے ہیں۔ چھوٹے اور بڑی نوعیت کے کاروبار میں کافی فرق پایا جاتا ہے۔ کاروبار کے بعض بنیادی افعال میں مشابہت پائی جاتی ہے۔ کاروبار کے اعتبار سے کاروباری افعال کو ذیل کے دو حصوں میں تقسیم کیا جاتا ہے۔

1۔ بنیادی افعال (کور افعال یا مرکزی افعال) 2۔ امدادی افعال یا (سہاری افعال)

3.5.1 مرکزی افعال (Core Functions)

کاروبار کے لازمی اور ضروری افعال کو مرکزی افعال (Core Function) کہتے ہیں۔ ایسے تمام افعال جن کے بغیر کاروبار کو جاری اور برقرار رکھنا دشوار ہوتا ہو، ان کاروبار کے کور افعال کہتے ہیں۔ بعض اوقات ان افعال میں چند ثانوی افعال کو بھی شامل کرلیا جاتا ہے۔ مرکزی افعال کا انحصار کاروبار کی نوعیت پر ہوتا ہے۔ چھوٹے پیمانے کے تاجر، پھیری والے تاجر یا بڑے پیمانے پر کاروبار کرنے والے تاجر کے افعال میں کافی فرق پایا جاتا ہے۔ مال کی خریداری، مال کا ذخیرہ، قیمت سازی، فروخت کی پالیسی کاروبار کے بنیادی افعال ہیں۔ کاروبار کے اعتبار سے وقت کی پابندی، صفائی، مال کی نکاسی کا موزوں نظم، مال کی پیشکشی، صارفین سے تعلقات، ترسیلی صلاحیت وغیرہ کا تعلق کاروبار کے مرکزی افعال سے ہے۔ ان افعال کے بغیر کاروبار کا تصور ممکن نہیں۔

صنعتی یا پیداواری اداروں میں کاروبار کے مرکزی افعال کا تعلق پیداوار اور اس کے پیداواری مراحل سے ہوتا ہے۔ خام مال کی خریدی، ذخیرہ پر کنٹرول، پیداواری مشینوں کا استعمال، پیداواری مراحل، اشیا کا معیار و مقدار وغیرہ پیداواری اداروں کے مرکزی افعال سے ہوتا ہے۔ ان افعال پر موزوں و بہتر کنٹرول و ربط وضبط پیداوار میں تسلسل کو برقرار رکھتے ہیں۔ اس کے برخلاف ان مرکزی افعال کی انجام دہی میں عدم دلچسپی صنعتی نقصان کا سبب بن سکتی ہے۔

3.5.2 امدادی افعال یا سہاری افعال (Support Functions)

سہاری افعال کاروبار کے فروغ میں مرکزی کردار ادا کرتے ہیں۔ ایسے تمام افعال جو کاروبار کو فروغ دینے یا کاروبار میں مددگار ثابت ہوتے ہوں، انہیں سہاری افعال کہتے ہیں۔ سہاری افعال کی بدولت کاروبار یا پیداوار، صارفین یا گاہکوں تک آسانی سے پہنچا جاسکتا ہے۔ بنیادی افعال کی طرح سہاری افعال بھی کافی اہمیت کے حامل ہوتے ہیں۔ سہاری افعال کو ذیل کے زمروں میں تقسیم کیا گیا ہے۔

i . تقسیم اور حمل و نقل کی خدمات
ii . بازارکاری
iii . آئی سی ٹی
iv . انسانی وسائل کا نظم
v . گودام
vi . تشہیر

i. تقسیم اور حمل و نقل کی خدمات (Distribution and Logistics Services)

صنعتی یا پیداواری اداروں میں تیار مال کو ملک کے مختلف علاقوں میں صارفین تک پہنچانے کے لیے حمل و نقل کی سہولتیں اہم کردار ادا کرتی ہیں۔ یہ مال کی نکاسی کا لازمی حصہ ہیں۔ حمل و نقل کو تجارت کے سہاری افعال میں شمار کیا جاتا ہے۔ یہ افعال صارفین اور صنعتوں کے درمیان پل یا برج کا باعث ہیں۔ صارفین یا تھوک فروشوں تک تیز رفتاری کے ساتھ مال فراہم کرنا اہم مقصد ہوتا ہے۔ یہ فروخت کو بڑھانے کے ساتھ ساتھ صنعت کے مختلف پہلوئوں پر مثبت اثرات مرتب کرتا ہے۔ مال کی پیکنگ، مال کے ذخیرہ، مال کی نکاسی وغیرہ مال کی تقسیم کاری کے افعال میں شامل ہیں۔ بڑے پیمانے کی صنعتیں مال کی نکاسی کے مستقل اور محفوظ ذرائعوں پر عمل کرتے ہیں۔ تاکہ مال کی نکاسی پر اخراجات کم سے کم عائد ہوسکے۔ اخراجات میں کفایت کے سبب مال کو صارفین تک رعایتی قیمتوں پر پہنچایا جاسکتا ہے۔ Logistics خدمات میں مال کی نکاسی، مال کی نکاسی کی منصوبہ بندی، پیکنگ، ذخیرہ اندوزی، ذخیرہ کنٹرول اور اس کی حوالگی وغیرہ شامل ہیں۔ جن کا مال کی نکاسی کے نظم سے گہرا تعلق ہے۔ یہ پیداواری مقام سے شروع ہوکر اشیاکے صارفین تک پہنچنے تک کے تمام مراحل اور اس کے منصوبوں کا احاطہ کرتا ہے۔

ii. بازارکاری (Marketing)

بازارکاری کاروبار کے فروغ اور توسیع میں اہم کردار ادا کرتے ہیں۔ بازارکاری کے افعال کاروبار کو سہارا دیتے ہیں۔ اس لیے ان کو سہاری افعال میں شمار کیا جاتا ہے۔ تشہیر، بازار پر تحقیق، صارفین کے رد عمل کا مطالعہ، بازار کی ساخت، مابعد تشہیر اثرات، فروخت میں معاون عوامل، اشیاکی نمائش وغیرہ تیار مال سے متعلق معلومات کی فراہمی کے ذرائع ہیں، جو بازارکاری میں مدد دیتے ہیں۔

iii. انفارمیشن و کمیونکیشن ٹکنالوجی (Information and Communication Technology)

آج کے عصری دور میں اطلاعات و ترسیل کے آلات کاروبار کو فروغ دینے میں مرکزی کردار ادا کررہے ہیں۔ کمپیوٹر، انٹرنٹ، ہارڈویر، سافٹ ویر اس کے بنیادی اجزا ہیں۔ جن کی مدد سے عالمی سطح پر ہر قسم کی پیداوار کے متعلق آسانی سے معلومات حاصل کی جاسکتی ہیں۔ ان عوامل کے سبب آن لائن فروخت میں اضافہ ہوا ہے۔ شہری علاقوں میں ان آلات کے سبب معیشت کے مختلف میدانوں میں جدید طرز کے روزگار اور کاروبار فروغ پارہے ہیں۔ آن لائن کار، بس، ریل، ہوائی جہاز، ہوٹل کی بکنگ کرنے، غذائی اشیاکا آرڈر کرنے، سامان کی خریداری وغیرہ کے لیے یہ آلات نہایت ہی کارآمد ثابت ہورہے ہیں۔ انفارمیشن و کمیونکیشن ٹکنالوجی کی وجہ سے کسی بھی شئے کی طبعی خصوصیات، قیمت، استعمال، رنگ، معیار، مقدار، ساخت وغیرہ کے تعلق سے تمام معلومات آسانی سے آن لائن دستیاب ہیں۔ جن سے مطمئن ہونے کے بعد صارفین آرڈر دیتے ہیں۔ شہری علاقوں میں سہولتیں اور انفارمیشن و ٹکنالوجی کے آلات کی کافی سہولتیں حاصل ہیں۔

iv. انسانی وسائل کا نظم (Human Resorce Management)

انسانی وسائل کا نظم کاروبار کو فروغ دینے میں اہم کردار ادا کرتا ہے۔ ملازمین کے بغیر کاروبار کو فروغ نہیں دیا جاسکتا۔ چھوٹے کاروبار میں تاجر خود ہی تقریباً تمام خدمات انجام دے سکتا ہے۔ لیکن بڑے پیمانے کے کاروبار میں ملازمین کا تقرر کرنا لازمی ہوجاتا ہے۔ کاروبار کی نوعیت کے اعتبار سے ملازمین کا تقرر کرنا، اوقات کار مقرر کرنا، موزوں معاوضہ دینا، ترغیبی اقدامات کرلینا، کام میں دلچسپی پیدا

کرنا، کام کی تربیت دینا، کام کے طریقہ کار سے معلومات فراہم کرنا وغیرہ انسانی وسائل کے نظم کا حصہ ہے۔ اس کے تحت ملازمین کو عصری آلات اور اس کے استعمال کی تربیت بھی دی جاتی ہے۔ کام میں دلچسپی برقرار رکھنے کے لیے ترغیبی اقدامات لیے جاتے ہیں۔ طبی سہولتیں، مفت تعلیمی وسفری سہولتیں وغیرہ فراہم کرتے ہیں۔ یہ تمام عوامل کاروبار کو فروغ دینے میں اہم کردار ادا کرتے ہیں۔ انسانی وسائل کے نظم تحت ملازمین کے مسائل اور ان کی یکسوئی کے طریقہ کار کی موزوں انداز میں وضاحت کی جاتی ہے۔

v. گودام (Godown)

گودام کاروبار میں اہم کردار ادا کرتے ہیں۔ ہر پیداواری ادارہ اپنی پیداوار کو فروخت کے لیے گودام میں محفوظ رکھتا ہے۔ گودام کی بدولت تجارت میں توازن اور استحکام پیدا ہوتا ہے۔ ہر صنعت سال بھر اشیا تیار کرتی ہے۔ یہ ضروری نہیں کہ پیداشدہ اشیاء کی طلب سال بھر جاری ہو۔ وقت، ماحول، موسم، آب و ہوا، علاقے وغیرہ مختلف عوامل طلب کو متاثر کرتے ہیں۔ شئے کی طلب یا فروخت تک پیداوار کو گودام میں رکھا جاتا ہے۔ گودام کے اخراجات، مال کی پیکنگ، نگرانی کے اخراجات، گودام کا کرایہ، بجلی وغیرہ مختلف اخراجات کو پیش نظر رکھتے ہوئے مال کا ذخیرہ کیا جاتا ہے۔ غیر ضروری ذخیرہ اندوزی سے فرم کو نقصان ہوتا ہے۔ اس سے بچنے کے لیے ذخیرہ کی موزوں مقدار رکھی جاتی ہے۔

vi. تشہیر (Advertisement)

پیداوار کو عوام یا صارفین سے متعارف کروانے کے لیے تشہیر لازمی ہے۔ ہر چھوٹے و بڑے صنعتکار اپنی پیداوار کے اہم تفصیلات کو تشہیر کے ذریعہ پیش کرتے ہیں۔ تشہیر سے صارفین راست طور پر متاثر ہوتے ہیں۔ فروخت کو بڑھانے یا کاروبار کے فروغ کے لیے تشہیر لازمی عامل ہے۔ سادہ الفاظ، صاف جملے، منفرد آواز وغیرہ اچھی تشہیر کے اہم لوازمات ہیں۔ لازم ہے کہ تشہیر میں حقائق کو بیان کیا جائے، مبالغہ یا غیر ضروری الفاظ سے پرہیز کریں۔ مقامی سطح پر زیر استعمال اشیا کی تشہیر لازمی نہیں، لیکن قومی و عالمی سطح پر زیر استعمال اشیا کی تشہیر لازمی ہے۔

3.6 کاروبار کا مملکت پر اثر (Impact of Business on State)

کاروبار معاشی سرگرمیوں کا منبع ہے۔ جو ملک میں مختلف انداز میں معاشی سرگرمیوں کو جاری رکھتا ہے۔ ہر چھوٹے و بڑے کاروبار ملک کی معیشت پر اثرانداز ہوتے ہیں۔ کاروبار کے سبب عاملین پیداوار متحرک کیے جاتے ہیں۔ بھاری اور وسیع پیمانے کے کاروبار کے سبب قومی بلکہ عالمی سطح پر تیز رفتار معاشی سرگرمیاں وجود میں آتی ہیں۔ جبکہ چھوٹے پیمانے کی صنعتوں کے سبب مقامی یا علاقائی سطح پر معاشی سرگرمیاں وجود میں آتی ہیں۔ یہ مقامی سطح پر ضروریات کو تکمیل کرنے میں اہم کردار ادا کرتے ہیں۔ قومی سطح پر کاروبار کے اثرات کو ذیل میں بتلایا گیا ہے۔

1. روزگار کے ذرائعوں میں اضافہ کرنا
2. وسائل کا استعمال
3. علاقہ واری توازن کو برقرار رکھنا
4. قومی اور فی کس آمدنی میں اضافہ

5. معیار زندگی میں اضافہ | 6. سرکاری آمدنی میں اضافہ
7. صنعتوں کا قیام | 8. قومی ضروریات کی تکمیل

1۔ روزگار کے ذرائعوں میں اضافہ کرنا:

کاروبار ایک اہم معاشی سرگرمی ہے، جو معیشت کے مختلف میدانوں میں روزگار کے ذرائعوں میں اضافہ کا سبب بنتی ہے۔ چھوٹے و بڑے کاروبار ملک میں روزگار کے ذرائعوں میں اضافہ کا باعث ہوتے ہیں۔ کاروبار کی وجہ سے تعلیمیافتہ، غیر تعلیمیافتہ، ہنر مند، غیر ہنر مند تمام افراد کو اہلیت کے مطابق روزگار حاصل ہوتا ہے۔ یہ معیشت میں بیروزگاری کی شرح کم کرنے میں اہم کردار ادا کرتے ہیں۔ کاروبار کے سبب معیشت میں مختلف قسم کے بازار وجود میں آتے ہیں۔ سڑکوں کی توسیع، گودام کی تعمیر، بنکوں کا قیام، مالیاتی اداروں کا قیام، ٹکنالوجی کی فراہمی، دوکانات کی تعمیر، عملہ کا تقرر، معیار کی جانچ وغیرہ وغیرہ مختلف میدانوں میں روزگار میں اضافہ ہوتا ہے۔ مقامی سطح پر کاروبار سے روزگار میں اضافہ ہوتا ہے۔ جبکہ قومی سطح پر کاروبار سے عالمی سطح کے بازار وجود میں آتے ہیں، اور معیشت کے مختلف شعبوں میں ترقی حاصل ہوتی ہے۔

2۔ وسائل کا استعمال:

ملک کے مختلف علاقوں میں وسائل مختلف انداز میں پھیلے ہوئے ہوتے ہیں۔ وسائل کاروبار کے قیام، ترقی و توسیع میں اہم کردار ادا کرتے ہیں۔ معدنیات، شہری علاقوں سے قربت، گودام، آبرسانی کی سہولتیں، بجلی و مزدور کی سہولتیں، تربیت یافتہ عملہ کی فراہمی، ٹکنالوجی کی دستیابی، حکومت کی سرپرستی وغیرہ چند اہم وسائل ہیں جو تاجروں، صنعتکاروں کو کاروبار قائم کرنے کی جانب راغب کرتے ہیں۔ ایک کامیاب تاجر ایسے مقام پر اپنی تجارت کو قائم کرتا ہے جہاں پر زیادہ سے زیادہ سہولتیں فراہم ہوں۔ کاروبار کے لیے ضروری وسائل کا تعین کیے بغیر کاروبار کا قیام نقصان کا باعث ہوتا ہے۔

3۔ علاقہ واری توازن کو برقرار رکھنا:

پسماندہ علاقوں میں کاروبار کے قیام سے علاقہ واری توازن کو برقرار رکھا جاسکتا ہے۔ پسماندہ علاقوں کی ترقی و ترویج کے لیے کارانداز کو صنعتوں اور کاروبار قائم کرنے کی ترغیب دی جاتی ہے۔ رعایتی شرح سود پر قرض کی فراہمی، محصول کی معافی، آسانی سے اجازت ناموں کی منظوری وغیرہ چند اہم ترغیبی اقدامات ہیں، جن سے تاجرین متاثر ہو کر پسماندہ علاقوں میں صنعتی یا کاروباری سرگرمیوں کو انجام دینے تیار ہو جاتے ہیں۔ جس سے پسماندہ علاقوں کو ترقی کے مواقع حاصل ہوتے ہیں۔ ساتھ ہی ان علاقوں میں رہائشی سہولتوں کے ساتھ ساتھ بنیادی سہولتوں میں بھی اضافہ ہوتا ہے۔ بتدریج علاقہ واری توازن کو برقرار رکھا جاسکتا ہے۔

4۔ قومی اور فی کس آمدنی میں اضافہ:

چھوٹے و بڑے کاروبار قومی اور فی کس آمدنی کو متاثر کرتے ہیں۔ کاروبار کے سبب ملک میں معاشی سرگرمیاں وجود میں آتی ہیں۔ گھریلو پیداوار میں اضافہ کے ساتھ ساتھ برآمدات میں بھی اضافہ ہوتا ہے۔ مملکت میں روزگار فراہم ہونے سے فی کس آمدنی میں اضافہ ہوتا ہے۔ معیار زندگی اچھی ہو جاتی ہے۔ بڑے پیمانے کی صنعتوں کے قیام سے پیداوار میں اضافہ کے ساتھ ساتھ برآمدات میں

بھی اضافہ ہوتا ہے۔ قومی اور فی کس آمدنی میں اضافہ معیشت کی نشوونما کی طرف ایک مثبت اشارہ ہے۔

5۔ معیار زندگی میں اضافہ:

روزگار اور آمدنی میں اضافہ کے سبب معیار زندگی میں بھی اضافہ ہوتا ہے۔ عوام زیادہ مقدار اور معیار میں غذا اور لباس اور ضروریات زندگی کے سامان کا استعمال کرسکتے ہیں۔ بہتر تعلیم اور معیاری ادویات استعمال کرسکتے ہیں۔ روزگار نہ صرف آمدنی میں اضافہ کا باعث ہے بلکہ عوام کی معیار زندگی کو بھی بلند کرنے کا باعث ہے۔ معیار زندگی کسی بھی ملک کی بہتر معیشت کی عکاسی کرتی ہے۔ ترقی پذیر ممالک کے مقابل میں ترقی یافتہ ممالک میں روزگار کے ذرائع زیادہ ہوتے ہیں۔ اس لیے ان کی معیار زندگی دیگر ممالک کے مقابلے میں بہتر ہوتی ہے۔ زرعی اور ترقی پذیر ممالک میں غربت، بھوک مری زیادہ ہوتی ہے۔ اس لیے ان ممالک کی معیار زندگی کی سطح کم ہوتی ہے۔

6۔ سرکاری آمدنی میں اضافہ:

کاروبار یا تجارت کے سبب حکومت کو محصول اور دیگر آمدنیاں حاصل ہوتی ہیں۔ کاروبار کے ساتھ ہی حمل و نقل، سامان کی منتقلی، گودام، سود، بین ریاستی محصول، جرمانے، فیس وغیرہ وغیرہ مختلف نوعیت کی آمدنیوں میں اضافہ ہوتا ہے۔ تجارت میں سہولتیں پیدا کرنا اور اس کی ترقی میں تاجر یا صنعتکاروں کی مدد کرنا حکومت کی اہم ذمہ داری ہوتی ہے۔ تجارتی سہولتوں میں اضافہ کی وجہ سے حکومت کی آمدنی میں بھی اضافہ ہوتا ہے۔ محصول سرکاری آمدنی کا ایک اہم ذریعہ ہیں۔ یہ سرکاری اخراجات کی پابجائی میں اہم کردار ادا کرتے ہیں۔ مختلف ممالک میں مختلف اقسام کے محصول عاید کیے جاتے ہیں۔ درآمدی محصول، فروختپر محصول، ویاٹ، کسٹم ڈیوٹی، ریاستی و مرکزی حکومتوں کی جانب سے عاید ٹیکس محصول کی چند مثالیں ہیں۔

7۔ صنعتوں کا قیام:

ملک میں صنعتوں کے قیام، ترقی اور استحکام میں اہم کردار ادا کرتے ہیں۔ اندرون ملک پیداوار سے مختلف معاشی فوائد حاصل ہوتے ہیں۔ اس لیے کاروبار کی نوعیت کے اعتبار سے صنعتوں کے قیام کی ہمت افزائی کی جاتی ہے۔ جغرافیائی حالات اور معدنیات کی بنیاد پر صنعتوں کے قیام سے معیشت میں استحکام پیدا ہوتا ہے۔ کاروبار کی بدولت موزوں رفتار سے مال کی نکاسی عمل میں آتی ہے۔ تیز رفتار فروخت سے صنعتوں میں استحکام پیدا ہوتا ہے۔ یہ معیشت میں اہم کردار ادا کرتے ہیں۔ مقامی ضرورتوں کی تکمیل میں چھوٹے پیمانے کی صنعتیں مرکزی کردار ادا کرتی ہیں۔ اس طرح قومی ضروریات کی تکمیل کے لیے بھاری یا وسیع پیمانے کی صنعتیں ناگزیر ہوتے ہیں۔

8۔ قومی ضروریات کی تکمیل:

کاروبار ملک کے ضروریات کی تکمیل میں اہم کردار ادا کرتے ہیں۔ موسم، آب و ہوا، علاقائی ضرورت، وبائی امراض، عوامی ضروریات وغیرہ مختلف حالات کو مد نظر رکھتے ہوئے کاروبار کیے جاتے ہیں۔ غیر موافق یا ناسازگار حالات، آفات سماوی وغیرہ جیسے حالات میں یہ عوامی و بنیادی ضروریات کی تکمیل میں اہم کردار ادا کرتے ہیں۔ ملک کے طول و عرض میں جغرافیائی و موسمی حالت کے اعتبار سے کاروبار انجام دیے جاتے ہیں۔ اس لیے یہ ملک کے ہر علاقے کے عوامی ضروریات کی تکمیل کے ساتھ ساتھ دیگر علاقوں میں خدمات یا اشیا کی

منتقلی کے ذریعہ قومی ضروریات کی تکمیل میں ساز گار ہوتے ہیں۔ ملک کے ایک علاقہ کی فاضل پیداوار کو ملک کے دوسرے ضرورت مند علاقوں کو برآمد کیا جاتا ہے۔ کاروبار کی بدولت ہی قومی ضروریات کی تکمیل ممکن ہے۔

3.7 اکتسابی نتائج (Learning Outcomes)

کاروبار ایک اہم معاشی سرگرمی ہے۔ منافع کمانا کاروبار کا اہم مقصد ہے۔ کاروبار کے قیام، توسیع اور فروغ میں مدد دینے والے تمام عوامل کو کاروباری افعال کہتے ہیں۔ موسم، علاقہ، آب و ہوا، سرمایہ، ٹکنالوجی وغیرہ مختلف عوامل کاروبار پر اثرانداز ہوتے ہیں۔ کاروبار کے افعال کو مرکزی افعال اور سہاری افعال دو حصوں میں تقسیم کیا گیا ہے۔ کاروبار کے مرکزی اور لازمی افعال کو کور افعال کہتے ہیں۔ یہ کاروبار کو فروغ دینے یا کاروبار کے قیام کے لازمی حصہ ہوتے ہیں۔ اس لیے ان کو کاروبار کے مرکزی افعال کہتے ہیں۔ مال کی خریدی، فروخت پالیسی، ذخیرہ اندوزی، قیمت سازی وغیرہ کو کاروبار کے مرکزی افعال کہتے ہیں۔ ان افعال کے علاوہ چند ایسے افعال جو کاروبار کی مدد کرتے ہوں یا سہارا دیتے ہوں انہیں سہاری افعال کہتے ہیں۔ حمل و نقل کے ذرائع، بازارکاری، انفارمیشن و کمیونکیشن ٹکنالوجی، انسانی وسائل کا انتظامیہ کاروبار کے سہاری افعال ہیں۔

ملک کی ترقی و استحکام میں کاروبار اہم کردار ادا کرتے ہیں۔ ترقی یافتہ اور ترقی پذیر ممالک کے کاروبار میں نمایاں فرق پایا جاتا ہے۔

صنعتی اور ترقی یافتہ ممالک میں بڑے پیمانے پر کاروبار کیے جاتے ہیں۔ کاروبار کی ترقی و توسیع کے سبب ملک میں روزگار کے ذرائعوں میں اضافہ ہوتا ہے۔ قومی آمدنی اور پیداوار میں بھی اضافہ ہوتا ہے۔ قومی اور فی کس آمدنی میں اضافہ سے صارفین کی معیار زندگی میں اضافہ ہوتا ہے۔ پسماندہ علاقوں کو ترقی دینے اور علاقہ واری توازن کو برقرار رکھنے میں کاروبار کو مرکزی اہمیت حاصل ہے۔

3.8 کلیدی الفاظ (Keywords)

مرکزی افعال Core Function : ایسے افعال جو کاروبار کے قیام کے لیے لازمی ہوتے ہوں انہیں مرکزی افعال کہتے ہیں۔

سہاری افعال Support Function : ایسے افعال جو کاروبار کے فروغ اور توسیع میں مدد دیتے ہوں انہیں سہاری افعال کہتے ہیں۔

مہم کار Entrepreneur : ایسا شخص جو کاروبار کا جوکھم برداشت کرتا ہو یا کاروبار کا آغاز کرتا ہو اس کو کارانداز کہتے ہیں۔

پیش قیاسی Forecasting : مستقبل کے حالات کے قبل از وقت تعین کرنا پیش قیاسی کہلاتا ہے۔

ذخیرہ Inventroy : کاروبار میں موجود مال کی مقدار کو ذخیرہ کہتے ہیں۔ خام مال کا ذخیرہ، تیار مال کا ذخیرہ، صفائی کے سامان کا ذخیرہ وغیرہ ذخیرہ کے چند اہم مثالیں ہیں۔

قومی آمدنی National Income : کسی سال ملک کی مجموعی آمدنی کو قومی آمدنی کہتے ہیں۔

فی کس آمدنی Per Capita Income : کسی سال ایک شہری یا فرد کی آمدنی کو فی کس آمدنی کہتے ہیں۔ ملک کی قومی آمدنی کو ملک کی آبادی سے تقسیم کرنے پر فی کس آمدنی حاصل ہوتی ہے۔

محصول Tax : حکومت کے اخراجات کی پابجائی کے لیے محصول کے نام پر رقم حاصل کرتی ہے۔ محصول کی مختلف اقسام ہیں۔ ٹیکس کو ادا کرنے پر خدمات حاصل کرنا لازمی نہیں ہے۔

معدنیات Minerals : قدرتی طور پر زمین میں پائے جانے والے دھاتوں کو معدنیات کہتے ہیں۔

مالیہ یا سرمایہ Finance or Capital : کاروبار میں مشغول روپیے کو سرمایہ یا مالیہ کہتے ہیں۔

دیر پا اشیا Durable Goods : ایسے اشیا جو طویل مدت تک محفوظ رہ سکتی ہوں انہیں دیر پا اشیاء کہتے ہیں۔ عام طور پر طویل مدت کو مہینے یا سال میں محسوب کیا جاتا ہے۔

غیر دیر پا اشیا Non-Durable Goods: ایسی اشیا جو قلیل وقفہ یا چند گھنٹوں، ایک یا دو دن میں ضائع یا خراب ہوتے ہوں انہیں غیر دیر پا اشیا یا خراب ہونے والی اشیا بھی کہتے ہیں۔

3.9 نمونہ امتحانی سوالات (Model Examination Questions)

معروضی جوابات کے حامل سوالات

1. کاروبار کا اہم مقصد ____________ ہوتا ہے۔
2. ہنر مند طبقہ کی مثالیں ____________ ہیں۔
3. کاروبار کے بنیادی افعال کی مثالیں ____________ ہیں۔
4. چھوٹے پیمانے کی صنعتوں کے مثالیں ____________ ہیں۔
5. بڑے پیمانے کی صنعتوں کی مثالیں ____________ ہیں۔

مختصر جوابات کے حامل سوالات

1. کاروبار سے کیا مراد ہے؟ اس کے معنی و مفہوم کی وضاحت کیجیے۔
2. کاروبار میں مالیہ سازی سے کیا مراد ہے؟ وضاحت کریں۔
3. نقدی انتظامیہ سے کیا مراد ہے؟ وضاحت کریں۔
4. کاروبار میں سہاری افعال کی اہمیت کو بیان کیجیے۔
5. کاروبار کی خصوصیات بیان کیجیے۔

طویل جوابات کے حامل سوالات

1. کاروبار کے مفہوم کو بیان کرتے ہوئے مملکت پر اس کے اثرات کی وضاحت کیجیے۔
2. کاروباری افعال کی قسمیں (Categories of Business Function) کی وضاحت کیجیے۔
3. کاروبار یا تجارت کے اہم عوامل کی وضاحت کیجیے۔
4. علاقہ واری عدم توازن کو دور کرنے میں کاروبار مددگار ثابت ہوتے ہیں؟ بحث کیجیے۔
5. بیروزگار کے خاتمہ میں روزگار کس طرح کارگر ثابت ہوتا ہے؟ وضاحت کیجیے۔

اکائی 4۔ کاروبار کی سماجی ذمہ داری

(Social Responsibility of Business)

اکائی کے اجزا

4.0	تمہید	Introduction
4.1	مقاصد	Objectives
4.2	معنی و مفہوم اور تعریف	Meaning and Definition
4.3	سماجی ذمہ داری کی مائیت	Nature of CSR
4.4	سماجی ذمہ داری کا تصور	Concept of CSR
4.5	عالمی سطح پر سماجی ذمہ داری کا آغاز و ارتقا	Evolution of CSR in the World
4.6	سماجی ذمہ داری کے مقاصد	Objectives of CSR
4.7	کاروبار کے سماجی ذمہ داریوں کے ستون	Pillars of CSR
4.8	کاروبار کی سماجی ذمہ داری کی ضرورت	Need of CSR
4.9	کاروبار کی سماجی ذمہ داری کی اہمیت	Importance of CSR
4.10	کاروبار کے آغاز کے اقدامات	Steps to Start an Entreprise
4.11	اکتسابی نتائج	Learning Outcomes
4.12	کلیدی الفاظ	Keywords
4.13	نمونہ امتحانی سوالات	Model Examinations Questions

4.0 تمہید (Introduction)

کاروبار ایک اہم معاشی سرگرمی ہے۔ کاروبار چھوٹے اور بڑے مختلف نوعیت کے پائے جاتے ہیں۔ ایک کاروبار سے مختلف دیگر اقسام کے کاروبار کو فروغ حاصل ہوتا ہے۔ تشہیر، حمل و نقل کی سہولتیں، گودام، بیمہ، ترسیل، ابلاغ وغیرہ مختلف میدانوں کو ترقی حاصل ہوتی ہے۔ بلکہ اس کے ساتھ ساتھ معیشت میں مزید معاشی سرگرمیوں کو فروغ حاصل ہوتا ہے۔ کاروبار کے ساتھ ساتھ سماجی و ماحولیاتی تحفظ، سماجی انصاف، سماجی ترقی کو بھی اولین اہمیت دی جاتی ہے۔ سماج میں سماجی خدمات انجام دینے والے مختلف افراد یا تنظیمیں پائی جاتی ہیں۔

جن کا مقصد منافع کمانا نہیں، بلکہ سماجی خدمت کرنا ہوتا ہے۔ اسی پس منظر میں وہ سماجی ضرورت کو مد نظر رکھتے ہوئے سماجی خدمات انجام دیتے ہیں۔ اس اکائی میں ہم کاروبار کی سماجی ذمہ داریوں سے متعلق معلومات حاصل کرینگے۔

4.1 مقاصد (Objectives)

اس اکائی کے مطالعہ کے بعد آپ اس قابل ہو جائیں گے کہ:

- کاروبار اور اس کی سماجی ذمہ داریوں کے معنی و مفہوم کی وضاحت کر سکیں۔
- سماجی ذمہ داریوں کی اہمیت کو بیان کر سکیں۔
- سماجی ذمہ داریوں کی وسعت کی وضاحت کر سکیں۔
- کاروبار میں سماجی ذمہ داریوں کی ضرورت کو بیان کر سکیں۔
- کاروبار کی سماجی ذمہ داریوں کے مقاصد کی وضاحت کر سکیں۔
- کاروبار کی سماجی ذمہ داریوں سے حاصل فوائد کو بیان کر سکیں۔

4.2 معنی و مفہوم اور تعریف (Meaning and Definition)

کاروبار کے سماجی ذمہ داری کے مفہوم کی تفہیم کے لیے ذیل میں چند تعریفات دیے گئے ہیں۔

☆ کاروباری اداروں کی جانب سے سماج کے فلاح و بہبودی کے انجام دیے جانے والے کام کو کاروبار کی سماجی ذمہ داری کہتے ہیں۔

☆ کاروباری یا صنعتی ادارے سماجی و ماحولیاتی تحفظ اور سماجی ضرورتوں کی تکمیل کے لیے کاروباری اداروں کی جانب سے رضاکارانہ طور پر انجام دیے جانے والے کام کو کاروبار کی سماجی ذمہ داری کہتے ہیں۔

☆ سماجی استحکام و ترقی کے لیے صنعتی اداروں کی جانب سے کیے جانے والے اقدامات کو کاروبار کی سماجی ذمہ داری کہتے ہیں۔

☆ Lord Holme and Richard Walts کے مطابق: مملکت کی ترقی کے لیے کاروباری اداروں کی جانب سے مسلسل انجام دیے جانے والے اخلاقی افعال یا اخلاقی حصہ داری کو کاروبار کی سماجی ذمہ داری کہتے ہیں۔

☆ کاروبار کی سماجی ذمہ داری کسی تنظیم کی جانب سے انجام دیے جانے والے منظم افعال ہیں، جن کی مدد سے سماجی و ماحولیاتی تحفظ کے ساتھ اور مستقل معاشی استحکام حاصل ہوتا ہے۔

☆ کاروبار کی سماجی ذمہ داری کاروبار کی جانب سے مسلسل انجام دیے جانے والے اخلاقی افعال ہوتے ہیں، جن کی مدد سے ملازمین و سماج کے معیار زندگی میں اضافہ کے ساتھ ساتھ معاشی ترقی حاصل ہوتی ہے۔

☆ عالمی بنک کے مطابق: کسی کاروبار کی جانب سے معاشی ترقی، ملازمین و سماج کی معیار زندگی میں اضافہ کے لیے انجام دیے جانے والے مسلسل حصہ داری یا افعال کو کاروبار کی سماجی ذمہ داری کہتے ہیں۔

☆ کاروباری اداروں یا صنعتوں کی جانب سے سماج میں ادا کی جانے والی حصہ داری کو کاروبار کی سماجی ذمہ داری کہتے ہیں۔

☆ صنعتوں یا پیداواری اداروں کی جانب سے سماجی تحفظ و ترقی میں اخلاقی طور پر ادا کی جانے والی ذمہ داری ہوتی ہے، جس کے سبب سماجی و معاشی تحفظ کے ساتھ ملازمین اور سماج کو فائدہ حاصل ہوتا ہے، ساتھ ہی معیشت میں استحکام پیدا ہوتا ہے۔

☆ World Business Council for Sustainable Development کے مطابق: معاشی ترقی اور ملازمین کاروبار کے معیار زندگی میں اضافہ کے لیے کاروبار، صنعت کار یا صنعتوں کی جانب سے اخلاقی طور پر مسلسل حصہ داری ادا کرنے کو کاروبار کی سماجی ذمہ داری کہتے ہیں۔

☆ Mallen Baker کے مطابق: سماج پر مثبت اثر و رسوخ کو قائم کرنے کے لیے اختیار کیے جانے والے طریقہ کار کاروبار کی سماجی ذمہ داری ہوتی ہے۔

☆ European Commission (2002) کے مطابق: کاروبار کی سماجی ذمہ داری ایک اہم تصور ہے۔ جس میں کمپنیاں سماجی و ماحولیاتی تحفظ، ترقی و استحکام میں رضاکارانہ طور پر کاروباری مراحل اختیار پر عمل کرتے ہوں، کاروبار کی سماجی ذمہ داری کہلاتی ہے۔

4.3 سماجی ذمہ داری کی ماہیت (Nature of Corporate Social Posibility)

سماجی ذمہ داری عصر حاضر میں ایک اہم اور سلگتا ہوا موضوع ہے۔ وسیع پیمانے کے کاروباری اداروں کو سماج میں سماجی کاموں میں مشغول کرنے کے لیے کمپنی ایکٹ 2013 کے مطابق کاروبار کی سماجی ذمہ داری کا قانون لاگو کیا گیا ہے۔ اس قانون کی بدولت صنعتوں کے لیے لازمی ہے کہ وہ اپنے منافع کا 2٪ حصہ سماجی ضرورتوں کی تکمیل پر خرچ کریں۔ یہ صنعتکاروں کو سماج سے قریب کرتے ہیں۔ یہ قانون صنعتکاروں میں اخلاقی رجحان کو فروغ دیتا ہے۔ جس کے سبب سماج کو درپیش اہم مسائل کو حل کرنے کے لیے سرمایہ فراہم کرتے ہیں۔ اس سے سماجی ضرورتوں کی تکمیل کے ساتھ ساتھ مملکت میں استحکام اور تقویت پیدا ہوتی ہے۔ یہ قانون سماجی احساسات کو فروغ دیتا ہے۔ اس سے سماجی و ماحولیاتی اور ملک میں دستیاب قدرتی وسائل کا تحفظ ہوتا ہے۔ سماجی ترقی و تحفظ کے لیے منصوبہ بند طریقہ پر سرمایہ کاری کی جاتی ہے، ان سرگرمیوں کے لیے سرکاری سرپرستی بھی حاصل ہوتی ہے۔ سرکاری قواعد و اصول کی روشنی میں ضروری مدات پر سرمایہ مشغول کیا جاتا ہے۔ یہ قانون ملازمین، حصص دار، سماج کے درمیان توازن پیدا کر رہا ہے۔

صارفین کے لیے سماجی ذمہ داری پر عمل آوری: صارفین کے حقوق کا تحفظ کاروباری سماجی ذمہ داری کا ایک اہم مقصد ہے۔ سماجی ذمہ داری کے اصول کی روشنی میں صارفین اپنے استحصال سے محفوظ رہتے ہیں۔ صارفین کے حقوق کا تحفظ ہوتا ہے۔ اس اصول کے مطابق صارفین کو صحیح مقدار میں صحیح قیمت پر معیاری مال بروقت حاصل ہوتا ہے۔ نقائص سے پاک مال فراہم ہوتا ہے۔ صارفین اپنے استحصال سے محفوظ رہتے ہیں۔ صارفین دھوکہ، غبن، خردبرد جیسے معاملات سے محفوظ رہتے ہیں۔ صارفین کے لیے ضروری خدمات بھی فراہم کی جاتی ہیں۔ صارفین کی شکایات کے ازالہ کے لیے موزوں طریقہ کار کو اختیار کیا جاتا ہے۔

ملازمین سے متعلق سماجی ذمہ داری پر عمل آوری : کسی صنعت یا پیداواری اداروں میں برسر خدمت عملہ صنعت کے ملازمین کہلاتے ہیں۔ صنعتکار کے لیے لازمی ہے کہ ملازمین کیصحت کی برقراری کا خاص خیال رکھے۔ سماجی ذمہ داری کے تصور کے تحت ملازمین کے مسائل کو یکسوئی کرنے، ملازمین کو ضروری سہولتیں فراہم کرنے، حادثات سے روک تھام کے لیے، بیماریوں کے تحفظ کے لیے، شرائط کار کا منصفانہ تقسیم، فلاحی اقدامات کی عمل آوری، اجرت، بونس کی باقاعدگی کے ساتھ ادائی وغیرہ اہم افعال ہیں، جس پر عمل کرتے ہوئے ملازمین کے حقوق کا تحفظ ہوتا ہے۔ یہ نہ صرف ملازمین کے لیے بلکہ صنعت کے لیے بھی فائدہ مند ہے۔ یہ ذمہ داری ملازمین کو صنعت سے جوڑے رکھنے میں مدد دیتی ہے، اور مزدوروں کی منتقلی پر کنٹرول کرتی ہے۔

4.4 کاروبار میں سماجی ذمہ داری کا تصور (Concept of CSR)

عالمی سطح پر ہندوستان پہلا ملک ہے جس نے کاروبار کی سماجی ذمہ داری کے قانون کو کمپنیز ایکٹ 2013 کے تحت ملک بھر میں نافذ کیا۔ کاروبار کی سماجی ذمہ داری (CSR) کا تصور کا آغاز 1970 کے دہے میں امریکہ میں کاروبار (Business) اور سماج (Society) کے درمیان سماجی معاہدہ (Social Contract) ہوا۔ عالمی سطح پر ہندوستان پہلا ملک ہے جس نے کاروبار کی سماجی ذمہ داری (CSR) کو قانونی حیثیت دی۔ یہ قانون کمپنی ایکٹ 2013 کے دفعہ 135 سے تعلق رکھتا ہے۔ پارلیمنٹ کے دونوں ایوانوں میں پاس ہونے کے بعد صدر جمہوریہ ہند کی 29 اگست 2013 کو دستخط کے ساتھ ملک بھر میں یکم اپریل 2014 سے نافذ العمل ہے۔ اس قانون کے تحت کمپنی کے لیے لازمی ہے کہ گذشتہ تین سال کے اوسط منافع کا 2 فیصد رقم سماجی ضرورتوں پر صرف کرے۔

امریکی ماہر معاشیات Howard Bowen کو دور جدید میں کاروبار کی سماجی ذمہ داریوں (CSR) کا باوا آدم کہا جاتا ہے۔ انہوں نے 1953 میں اپنی کتاب Social Responsibilities of The BusinessMan میں کاروباری اخلاق اور سماجی اثرات کی وضاحت کی ہے۔ 1970 کے دہے میں کاروبار کی سماجی ذمہ داریوں کے تصور کا آغاز ہوا۔ کاروبار کی سماجی ذمہ داری ذیل کی تین اہم ذمہ داریوں کی وضاحت کرتی ہے۔

1. کاروبار کی مدد سے معاشی ترقی اور روزگار فراہم ہو۔
2. ایمانداری اور ذمہ داری کے ساتھ کاروبار کو جاری رکھیں۔ ملازمین اور صارفین کے ساتھ اچھے تعلقات کو برقرار رکھنا۔
3. سماجی اور ماحولیاتی موقف کی بہتری کے لیے کوشش کرنا۔

کاروبار کی سماجی ذمہ داری کے تحت انجام دیے جانے والے کام:

کاروبار کی سماجی ذمہ داریوں کے تحت حسب ذیل کام یا افعال انجام دیے جاسکتے ہیں۔

1. غربت کا خاتمہ، صحت عامہ کی برقراری، صاف پینے کے پانی کی فراہمی۔
2. ناخواندگی کا خاتمہ، معذور افراد کے لیے تعلیم کا نظم، تعلیم بالغان واطفال۔
3. صنفی امتیاز کا خاتمہ، خواتین ولاوارث افراد کے لیے ہاسٹلس کا قیام۔

4. سماجی عدم مساوات کا خاتمہ۔
5. ثقافت و تہذیب کی بر قراری، تاریخی عمارتوں، قومی ورثہ کا تحفظ۔
6. قومی سطح پر کھیل کود کا فروغ۔
7. وزیر اعظم قومی آفات فنڈ میں عطیہ۔
8. مرکزی حکومت کی جانب سے مسلمہ قرار دی گئی ٹکنالوجی کی ترقی میں عطیہ۔
9. قومی آفت کے انتظامیہ (Disaster Management) میں امداد۔
10. مرکزی اور ریاستی حکومت کی جانب سے پسماندہ قرار دیے گئے علاقوں میں بازآبادکاری کی خدمات۔

4.5 عالمی سطح پر کاروبار کی سماجی ذمہ داریوں کا آغاز و ارتقا (Evolution of CSR in the World)

ہندوستان عالمی سطح پر کثیر آبادی والا زرعی اور جنوبی ایشیائی ملک کی حیثیت سے مشہور ہے۔ یہاں پر عالمی سطح کی قدیم تاریخی واقعات، قدیم تہذیب و تمدن وغیرہ کے متعلق کافی شہادتیں موجود ہیں۔ موریا حکمران کا مشہور وزیر چانکیا نے بھی اپنی کتاب ارتھ شاستر میں سماجی ذمہ داریوں کی وضاحت کی ہے۔ ہر علاقے کے حکمرانوں نے سلطنت کے تحفظ کے ساتھ ساتھ سماجی فلاح و بہبود کو اولین اہمیت دی ہے۔ سماجی ذمہ داریوں کا تصور ایک قدیم تصور ہے۔ ہر مذہب اور سماج، سماجی خدمت عوامی فلاح و بہبودی کو اولین اہمیت دیتا ہے۔ انسان کی فلاح و بہبودی سماج سے جڑی ہوتی ہے۔ سماجی استحکام کے ساتھ ساتھ فرد کو بھی تقویت حاصل ہوتی ہے۔ مختلف حکمرانوں اور سلاطین و خلفا کے دور میں سماجی ضرورتوں اور ان کی تکمیل کے لیے ممکنہ اقدامات کیے جاتے رہے ہیں۔ خلیفۂ دوم حضرت عمر فاروقؓ نے سماجی استحکام اور ترقی کے لیے سماجی فلاح و بہبودی کو اہمیت دیتے ہوئے بیت المال کا قیام، وظیفہ پیرانہ سالی کو منظوری دی، تاکہ سماج کے ہر فرد کی ضرورت کی تکمیل ہو سکے۔ سماجی ذمہ داریوں کے سبب سماج میں تسلسل کے ساتھ افعال انجام پاتے ہیں، اور ساتھ ہی متوازن ترقی حاصل ہوتی ہے۔

4.6 سماجی ذمہ داری کے مقاصد (Objectives of CSR)

کاروبار ایک اہم معاشی سرگرمی ہے جو معیشت پر راست طور پر اثر انداز ہوتی ہے۔ کاروباری یا تجارتی، صنعتکاروں کی جانب سے تجارتی کام کے ساتھ ساتھ سماجی فلاح و بہبود معیشت کی ترقی استحکام اور بنیادی ضروریات کی تکمیل کے لیے بھی خدمات انجام دیتے ہیں۔

یہ صنعتکاروں کی جانب سے سماجی ضروریات کی تکمیل اور سماجی استحکام کے لیے انجام دیے جانے والے کام ہوتے ہیں۔

کاروبار کی سماجی ذمہ داریوں کے اہم مقاصد کو ذیل میں بتلایا گیا ہے۔

1. سماجی ذمہ داریوں کی انجام دہی کے لیے ایک مشترکہ مقام یا مرکزیت پیدا کرنا۔
2. کاروباری سماجی ذمہ داریوں کے پس منظر میں تحقیق و ترقی، تربیت، وسائل و صلاحیتوں کے فروغ کے امکانات جیسے شعبہ جات میں خدمت کے مواقع پیدا کرنا۔

3. کاروبار اور سماجی تعلقات کے درمیان مثبت اور اچھے تعلقات پیدا کرنا۔

4. کاروبار کی سماجی ذمہ داریوں کے افعال یا خدمات کی بہتر طور پر انجام دہی میں مدد کرنے والے اداروں کی ہمت افزائی کرنا۔

5. سماج کی بنیادی ضروریات کی تکمیل اور صحت مند ماحول فراہم کرنا۔

6. کاروبار کے منفی اثرات سے سماج کو محفوظ رکھنا۔

7. سماج میں صحت مند ماحول پیدا کرنا۔

8. سماجی مسائل کو حل کرنا۔

9. سماجی اور اخلاقی رجحان کو فروغ دینا۔

10. معیشت کے ترقی واستحکام کے لیے بنیاد فراہم کرنا۔

کاروبار کے سماجی ذمہ داریوں سے تاجرین کو حاصل فوائد

ہر چھوٹے وبڑے تاجر سماج میں خود کو ممتاز و منفرد بنانے کے لیے کوشاں ہوتے ہیں۔ اسی لیے پیداوار کو صارفین کے لیے قابل استعمال بنانے پر ترجیح دی جاتی ہے۔ ایسی پیداوار جو صارفین کے لیے فائدہ اور سہولت بخش ہو وہ عوام میں اپنا مقام خود پیدا کرتی ہیں۔ پیداوار کو منفرد بنانے کے ساتھ ساتھ سماجی فلاح و بہبود کے افعال انجام دیتے ہوئے سماج میں متحرک رہنا چاہتے ہیں۔ کاروبار کی سماجی ذمہ داریوں کے اصول کے تحت ہر صنعتکار سماجی کام کے ضروری فنڈز کو مختص کرتے ہوئے اس کو باقاعدہ استعمال کرتے ہیں۔ کاروبار کی سماجی ذمہ داریوں کے سبب صنعتکاروں یا تاجر یا کاروبار کو حاصل فوائد کو ذیل میں بیان کیا گیا ہے۔

1. سماج میں صنعت یا پیداواری اداروں کو مقبول ہونے کا موقع حاصل ہوتا ہے۔

2. سماج میں کاروبار کی ساکھ میں اضافہ ہوتا ہے۔

3. سرکاری اسکیمات سے مستفید ہوتے ہیں۔

4. صارفین سے تعلقات میں اضافہ ہوتا ہے۔

5. پیداواری لاگتوں میں تخفیف کے ساتھ محصول کے فوائد حاصل ہوتے ہیں۔

6. معیشت میں روزگار کے ذرائع پیدا ہوتے ہیں۔ جن سے کاروبار کو فروغ حاصل ہوتا ہے۔

7. کاروبار کو قوت بخشتی ہے۔

8. سرمایہ کاروں کو راغب کرتی ہے۔

4.7 کاروبار کے سماجی ذمہ داریوں کے ستون (Pillars of Corporate Social Responsibility)

کارپوریٹ سماجی ذمہ داریوں کے تین اہم ستون کو ذیل میں بیان کیا گیا ہے۔

1. معاشی ستون (Economic Pillar)

کاروبار کی سماجی ذمہ داری کا یہ ایک اہم ستون ہے۔ معاشی استحکام اور ترقی سے تعلق رکھنے والے تمام معاملات معاشی ستون سے تعلق رکھتے ہیں۔ اس میں سرمایہ کاری، کاروبار کی نوعیت، پیداوار، روزگار کی سطح اور سماجی اور ملک کو حاصل معاشی فوائد پر بحث کی جاتی ہے۔ یہ معیشت کے مختلف شعبوں میں استحکام پیدا کرتے ہیں ساتھ ہی ملک کو درپیش مختلف معاشی مسائل کو حل کرنے میں مددگار ثابت ہوتے ہیں۔

2. ماحولیاتی ستون (Environmental Pillars)

ماحولیات کا تحفظ کاروبار کی سماجی ذمہ داری کا ایک اہم ستون ہے۔ قدرتی، سماجی، انسانی، وسائل کا تحفظ اوراس پر اثرانداز منفی عوامل کی روک تھام ضروری ہے۔ آب و ہوا، جنگلات، جنگلی جانور، پرندے، انسان، زمین، پانی، ہوا وغیرہ ماحول سے تعلق رکھتے ہیں۔ سماج کے ہر ایک پہلو کا تحفظ وقت کی ایک اہم ضرورت ہے۔ یہ تصور سماجی ذمہ داری کا احساس پیدا کرتی ہے۔ اس لیے اس کو ایک اہم ستون قرار دیا گیا ہے۔

سماجی تحفظ کے لیے صنعتکار مختلف منصوبوں کے تحت سرمایہ کاری کرتے ہیں۔ اوزون گیس کے منفی اثرات سے تحفظ کرنا بھی وقت کی ایک اہم ضرورت ہے۔ صنعتوں سے خارج ہونے والے مختلف گیس اور فاضل مادے سماج اور قدرتی چیزوں کو جلد متاثر کرتے ہیں۔ ان سے آب و ہوا اور پرندے، جنگلات، زمین اور پانی کے خراب یا ناقص ہونے کے امکانات پیدا ہوتے ہیں۔ بیماریوں کے پھیلنے اور پرندوں کے ہلاک ہونے کے امکانات بھی پیدا ہوتے ہیں۔ زمین اور پانی کے خراب ہونے سے کاشتکاری اور انسانی زندگی متاثر ہوتی ہے۔ ماحولیاتی تحفظ اور اس کی بقا کے متعلق قاعدے اصول پالیسی طریقہ کار کو حکومت قطعیت دیتی ہے۔ جس پر عمل کرنا لازمی ہوتا ہے۔ ماحول کے تحفظ پر کیے جانے والے اقدامات سے معیشت کے دیگر شعبوں میں استحکام پیدا ہوتا ہے۔ شفاف اور صحت مند ماحول معیشت کے استحکام و ترقی میں مرکزی کردار ادا کرتے ہیں۔ سبز زار میں اضافہ، جنگلاتی علاقے میں اضافہ، گندے پانی کی نکاسی کے موزوں طریقہ، بیماریوں کی روک تھام کے لیے جراثیم کش ادویات کا چھڑکائو، آبادی سے دور صنعتوں کا قیام وغیرہ ماحولیاتی تحفظ کے لیے چند اہم اقدامات ہیں۔

3. سماجی تحفظ (Social Security)

سماجی تحفظ وقت کی ایک اہم ضرورت ہے۔ ایسے کاروبار کی ہمت افزائی کی جاتی ہے جس سے سماجی ضرورتوں کی تکمیل کے ساتھ سماجی مساوات اور استحکام پیدا ہو، سماجی تحفظ کو سماجی ذمہ داری کا ایک ستون قرار دیا جاتا ہے۔ عوام، روزگار، سماج، سماجی ضرورتوں کی تکمیل، سماجی استحکام پر اولین اہمیت دی جاتی ہے۔ سماج کے مختلف طبقات اور ان کی ضرورتوں کی تکمیل کے لیے موزوں اقدامات کیے جاتے ہیں۔ سماج کو مہذب بنانے، تعلیمیافتہ اور بہتر شہری بنانے، احساس ذمہ داری پیدا کرنے جیسے اقدامات کی مدد سے سماج کو متحرک اور قابل عمل بنایا جاسکتا ہے۔

4.8 کارپوریٹ سماجی ذمہ داری کی ضرورت (Need of CSR)

کاروبار کی سماجی ذمہ داریوں کی ہر دور اور ہر سماج میں ضرورت لاحق ہوتی ہے۔ تاجر اور صنعتکار اپنی تجارت کی مدد سے زیادہ منافع

حاصل کرنا چاہتے ہیں۔ تجارتی افعال کے پس منظر میں سماجی نقصان کے امکانات پیدا ہوتے ہیں۔ کاروبار کے فروغ اور اس کے استحکام کے ساتھ ساتھ سماج کے تحفظ و یکجہتی پیدا کرنا کاروبار کا ایک اہم مقصد ہے۔ یہ تاجر صنعتکاروں کو تجارت کے قیام اور توسیع کے ساتھ ساتھ سماجی ذمہ داری کا احساس بھی پیدا کرتی ہے۔ کاروبار کے سماج پر مثبت اثرات کے ساتھ ساتھ سماجی ترقی و استحکام کو اہمیت دی جاتی ہے۔ تجارت سے تاجر یا صنعتکاروں کو فائدہ حاصل ہوتا ہے۔ لیکن تاجر کی خدمات سے سماج کو بھی مستفید کیا جاسکتا ہے۔ عصر حاضر میں سماجی ذمہ داری ایک بنیادی عمل اور لازمی عنصر ہے۔ جس کی مدد سے سماج کو بہتر اور مستحکم بنایا جاسکتا ہے۔ ترقی یافتہ ممالک کے مقابلے میں ترقی پذیر ممالک مختلف مسائل سے دوچار ہوتے ہیں۔ غربت، بیروزگاری، ناخواندگی، غیر صحت مند ماحول، حمل و نقل کی عدم سہولتیں، بنیادی سہولتوں کا فقدان وغیرہ کئی مسائل پائے جاتے ہیں۔ کسی بھی حکومت کو فوراً ان مسائل کو حل کرنا کافی دشوار ہوتا ہے۔ سماجی ذمہ داری کے تصور کو بہتر طور پر استعمال کرتے ہوئے ان مسائل کی یکسوئی کرنے میں مدد ملتی ہے۔ ان مسائل کی یکسوئی کرنا وقت کی ایک اہم ضرورت ہے۔ کاروباری کی سماجی ذمہ داری کے تحت صنعتوں کو ان بنیادی مسائل کو حل کرنے کی تائید کی جاتی ہے، تاکہ مسائل کی یکسوئی ہوسکے۔

4.9 کاروبار کی سماجی ذمہ داریوں کی اہمیت (Importance of CSR)

ہر چھوٹی و بڑی معیشت کے ساتھ ساتھ ترقی پذیر اور ترقی یافتہ ممالک میں بھی سماجی ذمہ داریوں کی کافی اہمیت پائی گئی ہے۔ سماجی ذمہ داریاں نہ صرف سماجی فلاح و بہبودی کو تقویت پہنچاتے ہیں بلکہ ساتھ میں معیشت کے استحکام کا باعث ہوتے ہیں۔ ذیل میں کاروبار کی سماجی ذمہ داریوں کی اہمیت کو بیان کیا گیا ہے۔

1. غربت کی شرح میں کمی
2. کاروبار کی برقراری
3. کمپنی برانڈ میں بہتری
4. معیشت میں نئے مواقع پیدا کرنا
5. سرمایہ کاروں میں رغبت پیدا کرنا
6. ملازمین کی برقراری یا مصروف رکھنا

1. غربت کی شرح میں کمی (Poverty Alleviation)

سماجی ذمہ داریوں کے تحت ہر کمپنی سماجی و فلاح و بہبود کے افعال انجام دیتی ہے۔ جس کے سبب معیشت کے مختلف میدانوں میں معاشی سرگرمیاں وجود میں آتی ہیں۔ جس سے تعلیمیافتہ، غیر تعلیمیافتہ، ہنرمند، غیر ہنرمند وغیرہ تمام افراد کو روزگار کے مواقع حاصل ہوتے ہیں۔ یہ بتدریج غربت یا بھوک مری جیسے سماجی مسائل کو حل کرنے میں اہم کردار ادا کرتی ہیں۔ ترقی یافتہ ممالک کے مقابلے میں ترقی پذیر ممالک میں غربت زیادہ پائی جاتی ہے۔ سماجی فلاح و بہبود کے تحت روزگار پر مبنی تربیتی پروگرام منعقد کیے جاتے ہیں۔ اس طرح سماجی ضرورت کے تحت تعمیراتی کام انجام دیے جاتے ہیں۔ پینے کے پانی کی فراہمی، سڑکوں کی تعمیر، بیماریوں کی روک تھام، تعلیمی سہولتیں جیسے اقدامات کیے جاتے ہیں۔ ان تمام سرگرمیوں کے سبب معیشت کے مختلف میدانوں میں روزگار کے ذرائع پیدا ہوتے ہیں۔ جس سے بے روزگاروں کو روزگار ملتا ہے۔ یہ بیروزگاری کی شرح میں اہم کردار ادا کرتے ہیں۔

2. کاروبار کی برقراری (Bunisess Sustainability)

ہر تاجر، صنعتکار اپنے کاروبار کو سماج میں منفرد مقام پیدا کرتے ہوئے کاروبار کو طویل مدت تک بر قرار رکھنا چاہتا ہے۔ اس مقصد کو حاصل کرنے میں سماجی ذمہ داری اہم کردار ادا کرتی ہے۔ سماجی ذمہ داریوں کے پروگرام کے تحت سماج میں مختلف پروگرام یا پراجکٹ یا افعال انجام دیے جاتے ہیں۔ ان اقدامات سے سماج مستفید ہوتا ہے۔ سماجی خدمات سماج کو کاروبار یا صنعت سے قریب لاتی ہے۔ یہ کاروبار کو طویل مدت تک بازار میں بر قرار رکھنے میں مدد دیتی ہے۔ سماجی ضرورتوں کو مد نظر رکھتے ہوئے صنعتکار پیداوار جاری رکھتے ہیں۔ یہ عمل بالواسطہ طور پر کاروبار کو طویل مدت تک کارکرد و فعال رکھتا ہے۔ کاروبار کی سماجی ذمہ داری کاروبار کو بر قرار رکھنے یا طویل مدت تک بازاری طلب فراہم کرنے میں اہم کردار ادا کرتے ہیں۔

3. کمپنی برانڈ میں بہتری (Improve Company Brand)

سماجی ذمہ داریوں کے تحت سماج میں انجام دیے جانے والے مختلف کاموں یا افعال کے سبب کمپنی کی شہرت اور مانگ میں خود بخود اضافہ ہوتا ہے۔ ہر کمپنی اپنے مخصوص برانڈ کے ساتھ سماجی خدمت انجام دیتی ہے۔ وہ اپنے برانڈ کے ساتھ سماجی خدمات انجام دیتی ہے۔ برانڈ کے ساتھ ساتھ کمپنی پر اعتبار میں اضافہ ہوتا ہے۔

4. معیشت میں نئے مواقع پیدا کرنا (Open New Opportunites in Market)

کاروبار کی سماجی ذمہ داریوں کے تحت انجام دیے جانے والے مختلف افعال کے سبب روزگار اور سرمایہ کاری کے نئے نئے مواقع پیدا ہوتے ہیں۔ معیشت میں اختراعی صلاحیتوں کو فروغ حاصل ہوتا ہے۔ نئے علاقوں اور اشیاء کے پروڈکٹ لائین میں اضافہ ہوتا ہے۔ سماجی ضرورت کے تحت اقدامات کیے جاتے ہیں۔ معیشت کے ہر چھوٹے و بڑے علاقوں خاص کر پسماندہ علاقوں میں سماجی فلاح و بہبود جیسی خدمات انجام دی جاتی ہیں۔ جس سے نئے معاشی مواقع پیدا ہوتے ہیں۔

5. سرمایہ کاروں میں رغبت پیدا کرنا (Attract More Investors)

تاجر یا صنعتکاروں کی جانب سے انجام دیے جانے والے مختلف افعال کے سبب سرمایہ کاروں کو سرمایہ کاری کی ترغیب حاصل ہوتی ہے۔ سرمایہ کار صنعتوں میں سرمایہ کاری سے مطمئن ہوتے ہیں۔ یہ سماج کے دیگر افراد کو بھی سرمایہ کاری کے لیے تحریک پیدا کرتی ہے۔ سرمایہ کار یا صنعتکاروں کے درمیان آپسی مسابقت پیدا ہوتی ہے۔ یہ بتدریج سرمایہ کاری میں تحریک کا باعث بنتی ہے۔

6. ملازمین کی برقراری یا مصروف کرنا (Employee Engagement)

صنعتوں کی جانب سے سماجی افعال کے سبب صنعت کے ملازمین یا عملہ کو مصروف رکھنے اور ملازمین کو بر قرار رکھنے میں مدد ملتی ہے۔ ملازمین کو کام میں مصروف رکھنے پر ان میں کام میں دلچسپی کے ساتھ ساتھ صنعت کی سرگرمیوں میں مثبت رویہ پیدا ہوتا ہے۔ صنعتی کام میں بڑھ چڑھ کر حصہ لینے لگتے ہیں۔ یہ خود بخود دیگر ملازمین میں کام میں شوق اور جذبہ پیدا کرنے کا سبب بنتا ہے۔ یہ صنعتوں میں نظم و ضبط کو بر قرار رکھنے اور ملازمین میں مثبت رویہ پیدا کرنے میں اہم کردار ادا کرتا ہے۔

4.10 کاروبار کے آغاز کے اقدامات (Steps to Start an Entreprise)

ہر تاجر کاروبار کے آغاز سے قبل کامیابی سے ہمکناری کے لیے بازاری حالات کا جائزہ لیتا ہے اور کامیابی سے کاروبار کو قائم کرنے اور اس کو برقرار رکھنے کے لیے کاروبار کے متعلق سنجیدگی سے منصوبہ بندی کی جاتی ہے۔ جس طرح مکان کی تعمیر سے قبل متعلقہ ماہرین یا انجنیر سے صلاح و مشورے کے ساتھ بجٹ کو ملحوظ رکھتے ہوئے مکان کی تعمیر کا خاکہ تیار کرتے ہیں، اس کے لیے موزوں وسائل کا بندوبست اور وقت کو ملحوظ رکھتے ہوئے تعمیراتی کام شروع کیا جاتا ہے۔ اسی طرح کاروبار کے آغاز سے قبل کاروبار کے متعلق تفصیلی جائیزہ لیا جاتا ہے۔ کاروبار کے آغاز کے چند اہم مراحل کو ذیل میں بتلایا گیا ہے۔

1. بازار کا سروے کرنا۔
2. کاروبار کا انتخاب کرنا۔
3. کاروبار کے مقام کا تعین کرنا۔
4. کاروبار کے نام کا تعین کرنا۔
5. کاروبار کی ساخت کا تعین کرنا۔
6. سرمایہ فراہم کرنا۔
7. کاروبار کا رجسٹریشن کروانا۔

1. بازار کا جائزہ یا سروے کرنا:

بازار کا سروے کاروبار کے آغاز کا پہلا مرحلہ ہے۔ کسی کاروبار کو شروع کرنے سے قبل بازار کے حالات کا جائزہ لینا لازمی ہوتا ہے۔ بازار کا جائیزہ یا سروے میں بازار کی موجودہ صورتحال اور طلب اور رسد کا اندازہ قائم ہوتا ہے۔ یہ کاروبار کو قطعیت دینے میں اہم کردار ادا کرتا ہے۔ بازار کے سروے کے بعد ہی تاجر کسی نتیجہ پر پہنچتا ہے کہ بازار کے موجودہ پس منظر میں کونسا کاروبار موزوں اور بہتر ہوگا۔ بازار کے سروے کے دوران سابقہ کئی سال یا مہینوں یا موسموں کے مختلف حالات اور اس کے دوران بازار کے نشیب و فراز کا اندازہ قائم ہوتا ہے۔ اس کی مدد سے مستقبل کے لیے حکمت عملی اختیار کرنے میں مدد ملتی ہے۔

2. کاروبار کا انتخاب کرنا:

کاروبار کا انتخاب دوسرا اہم مرحلہ ہے۔ بازار کے سروے سے حاصل نتائج کی بنیاد پر کسی موزوں کاروبار کو قطعیت دی جاتی ہے۔ کاروبار کا صحیح انتخاب کاروبار کی نصف کامیابی ہوتی ہے۔ کاروبار کے انتخاب میں کافی احتیاط اور حقائق سے کام لیا جائے۔ غیر ضروری قیاس کی بنیاد پر کاروبار کے انتخاب سے گریز کیا جائے۔ کاروبار تاجر کی صلاحیت و استطاعت کے مطابق ہونا چاہیے۔

3. کاروبار کے مقام کا تعین کرنا:

کاروبار کی کامیابی میں کاروبار کا مقام مرکزی کردار ادا کرتا ہے۔ ہر مقام ہر قسم کے کاروبار کے لیے موزوں نہیں ہوتا، ہر کاروبار اپنا ایک موزوں مقام رکھتا ہے۔ صحیح اور موزوں مقام کاروبار کو استحکام فراہم کرتا ہے۔ مثلاً مدارس کے قریب کاپی، کتاب، زیراکس کا کاروبار کامیابی سے چلائے جاتے ہیں۔ اسی طرح بازار یا چوراہوں کے پاس ہوٹلس، ملبوسات وغیرہ مختلف کاروبار کے لیے بہتر مقام ہوتے ہیں۔ بس

اسٹانڈز وریلوے اسٹیشن کے قریب آٹو اسٹانڈ پائے جاتے ہیں۔کاروبار کے لیے مقام کے تعین کے دوران مزدوروں کی فراہمی، حمل و نقل کی سہولت، صارفین کی آمد، گودام، بجلی، پانی کی سہولت، صارفین کی نقل وحرکت وغیرہ وغیرہ مختلف عوامل کو پیش نظر رکھا جاتا ہے۔

4. کاروبار کے نام کا تعین کرنا:

ہر تاجر اپنے کاروبار کو کسی موزوں نام کی مدد سے پیش کرتا ہے۔کاروبار کے نام کی وجہ سے کاروبار کو سمجھنے میں مدد دیتی ہے۔ نام آسان قابل استعمال اور نقائص سے پاک ہو، کہنے اور سننے میں دلکش ہو، کاروبار کی نوعیت کے اعتبار سے کاروبار کا نام منتخب کیا جاتا ہے۔ مثلاً :مشروبات کے کاروبار کے لیے اسی سے تعلق رکھنے والے نام کا انتخاب کیا جاتا ہے۔ہوٹل یاچائے کے کاروبار کے لیے چائے پتی کے مشہور علاقوں اور خصوصیت کی بنیاد پر نام رکھا جاتا ہے۔ بعض اوقات تاجرین اپنے ہی نام کے ساتھ کاروبار کو جوڑ کر کاروبار کا نام رکھ لیتے ہیں۔ بعض اوقات مذہبی مقامات کے نام کا بھی استعمال کرتے ہیں۔کاروبار کے نام کو قطعیت دینے کے دوران کافی احتیاط برتی جائے۔

5. کاروبار کی ساخت کا تعین کرنا:

کاروبار اپنی نوعیت کے اعتبار سے چھوٹا بڑا یا مختصر نوعیت کا ہو سکتا ہے، جس کو کاروبار کی ساخت کہتے ہیں۔کاروبار کی ساخت کاروبار کے دیگر عوامل پر اثر انداز ہوتی ہے۔ تاجر کی صلاحیت اور تجربہ کے اعتبار سے کاروبار کی ساخت مقرر ہوتی ہے۔ محدود یا چھوٹے کاروبار محدود علاقوں میں خدمات انجام دیتے ہیں۔وسیع کاروبار سے وسیع علاقے کے صارفین مستفید ہوتے ہیں۔مال سنٹر، مارکٹ، بگ بازار وغیرہ بڑے پیمانے کے کاروبار ہیں۔

6. سرمایہ کی فراہمی:

سرمایہ کو کاروبار جسم میں خون کا رُتبہ حاصل ہوتا ہے۔کاروبار کی نوعیت و ساخت کے اعتبار سے موزوں مقدار میں سرمایہ کی فراہمی کو یقینی بنانا لازمی ہوتا ہے۔ ضرورت سے کم یا ضرورت سے زائد سرمایہ کاروبار پر منفی اثرات پیدا کرتا ہے۔کاروبار کے اعتبار سے موزوں سرمایہ منافع میں اضافہ کا سبب بنتا ہے۔ بغیر کسی منصوبہ بندی کے بے تحاشہ سرمایہ مشغول کرنے پر شرح منافع میں کمی کے ساتھ نقصانات کے امکانات بڑھ جاتے ہیں۔ سرمایہ کی فراہمی کے ساتھ ساتھ کاروبار کے مختلف حصوں میں سرمایہ کی موزوں تقسیم بھی لازمی ہے۔ مال کی خریدی کے لیے گودام کے اخراجات، فرنیچر، ماہانہ متفرق اخراجات کی ادائی وغیرہ کے اعتبار سے سرمایہ کی فراہمی کو یقینی بنانے سے کاروبار کی ترقی ممکن ہے۔

7. کاروبار کا رجسٹریشن یا اجازت نامہ کا حاصل کرنا:

کسی بھی کاروبار کو شروع کرنے کے لیے متعلقہ علاقے کے سرکاری دفاتر سے اجازت نامہ حاصل کرنا لازمی ہوتا ہے۔ سرکاری مراحل کی تکمیل کے بعد کاروبار کرنے کی اجازت حاصل ہوتی ہے۔اس کے بعد عملی طور پر کاروبار کا آغاز ہوتا ہے۔اجازت کے بغیر کاروبار کا آغاز نہیں کرنا چاہیے۔

4.11 اکتسابی نتائج (Learning Outcomes)

کاروبار کی سماجی ذمہ داری کو ہر دور میں اہمیت دی گئی۔ اس کے سبب سماج میں ترقی اور استحکام پیدا ہوتا ہے۔ سماجی مسائل کو دور کرنے میں کاروبار کی سماجی ذمہ داری اہم کردار ادا کرتے ہیں۔ 1970 کے دہے میں اس تصور کو فوقیت حاصل ہوئی۔ ہندوستان پہلا ملک ہے جس نے کاروبار کی سماجی ذمہ داری کو قانونی حیثیت دی۔ اس کے تحت صنعتوں کے لیے لازمی ہے کہ منافع کا 2٪ حصہ سماجی ضرورتوں کی تکمیل پر خرچ کریں۔ بیماریوں کی روک تھام، شہریوں کی سہولتوں کو فراہم کرنا، پانی کی فراہمی، بنیادی ضروریات کی تکمیل، غربت میں کمی، کھیل کود، تعلیمی سرگرمیوں کو جاری رکھنا، سماجی ذمہ داری کے تحت انجام دیے جانے والے چند اہم کام ہیں۔ کاروبار کی سماجی ذمہ داریوں کے سبب صنعتکاروں کے ساتھ ساتھ سماج کو فوائد حاصل ہوتے ہیں۔ سماج میں فلاحی خدمات کے سلسلے میں مختلف میدانوں میں روزگار کے ذرائع پیدا ہوتے ہیں۔ بیروزگاری میں کمی اور علاقہ واری توازن قائم ہوتا ہے۔ ترقی یافتہ ممالک کے ساتھ ساتھ ترقی پذیر ممالک میں سماجی ذمہ داری کی کافی اہمیت پائی جاتی ہے۔ اس کی بدولت ہندوستان جیسے زرعی پسماندہ ممالک میں ترقیاتی افعال انجام دیے جاتے ہیں۔ ہر چھوٹے و بڑے کاروبار کی معیشت میں کافی اہمیت پائی جاتی ہے۔ ہر تاجر یا صنعتکار کاروبار کے آغاز سے قبل مختلف مراحل سے گزرتا ہے۔ جیسے بازار کا جائزہ لینا، کاروبار کا تعین کرنا، مقام کی نشاندہی، مالیہ کی فراہمی، رجسٹریشن کروانا وغیرہ۔

4.12 کلیدی الفاظ (Keywords)

مثبت	:	ریاضی میں استعمال کی جانے والی علامت ہے۔ دیگر مضامین میں اس کو ترقی یا اچھے اثرات کو ظاہر کرنے کے لیے یا ترقی کو بتانے کے لیے لفظ مثبت کا استعمال کیا جاتا ہے۔
استحصال	:	ذاتی مفادات کے لیے دوسروں کا غلط استعمال استحصال کہلاتا ہے۔
بجٹ یا موازنہ	:	آمدنی و اخراجات کا خلاصہ موازنہ کہلاتا ہے۔
صنعتکار	:	صنعتوں یا پیداواری اداروں کو قائم کرنے والے شخص کو صنعتکار کہتے ہیں۔
رغبت	:	دلچسپی

4.13 نمونہ امتحانی سوالات (Model Examination Questions)

معروضی جوابات کے حامل سوالات

1. ہندوستان میں کاروبار کی سماجی ذمہ داری کا قانون __________ سال سے رائج ہوا۔
2. سماجی ذمہ داری کے تحت انجام دینے والے کام کی مثالیں __________ ہیں۔
3. کاروبار کے آغاز کا پہلا مرحلہ __________ ہے۔

4. بیت المال کو__________ خلیفہ نے قائم کیا۔

5. ارتھ شاستر کے مصنف__________ ہیں۔

مختصر جوابات کے حامل سوالات

1. سماجی ذمہ داریوں کے مقاصد بیان کریں۔
2. کاروبار کی سماجی ذمہ داریوں کے معنی و مفہوم کی وضاحت کیجیے۔
3. سماجی ذمہ داریوں کے تحت انجام دیے جانے والے افعال کی وضاحت کیجیے۔
4. سماجی ذمہ داریوں سے تاجر کو حاصل فوائد کو بیان کیجیے۔
5. کاروبار کے سماجی ذمہ داریوں کے قانون کی وضاحت کیجیے۔

طویل جوابات کے حامل سوالات

6. کاروبار کی سماجی ذمہ داری سے کیا مراد ہے؟ اس کی اہمیت کو بیان کیجیے۔
7. کاروبار کے آغاز کے مختلف اہم مراحل کی وضاحت کیجیے۔
8. کاروبار کے سماجی ذمہ داریوں کے اہم ستون کی وضاحت کیجیے۔
9. کاروبار کی سماجی ذمہ داریوں سے حاصل فوائد کو بیان کیجیے۔
10. ہندوستان میں کاروبار کی سماجی ذمہ داریوں کی اہمیت و افادیت پر بحث کیجیے۔

اکائی 5۔ کاروباری تنظیم

(Business Organisation)

اکائی کے اجزا

5.0	تمہید	Introduction
5.1	مقاصد	Objectives
5.2	معنی و مفہوم اور تعریف	Meaning and Definition
5.3	کاروباری تنظیم کا تصور اور ضرورت	Concept and Need
5.4	کاروباری تنظیم کے خصوصیات	Features of Business Organisation
5.5	کاروباری تنظیم کا اطلاق	Application of Business Organisation
5.6	وسعت اور اہمیت	Scope and Importance
5.7	کاروباری تنظیم کی مختلف شکلیں	Types of Business Organisation
5.8	ضروری لوازمات	Essential Requirements
5.9	اکتسابی نتائج	Learning Outcomes
5.10	کلیدی الفاظ	Keywords
5.11	نمونہ امتحانی سوالات	Model Examination Questions

5.0 تمہید (Introduction)

عزیز طلبا! آپ اپنی روزمرہ کی زندگی میں کئی ایک سرگرمیاں انجام دیتے ہیں۔ آپ ہی نہیں بلکہ آپ کے والدین، بھائی بہن وغیرہ کی سرگرمیوں کا مشاہدہ کریں تو معلوم ہوگا کہ ہر سرگرمی کے پسِ منظر میں کوئی نہ کوئی مقصد چھپا ہوتا ہے، جیسے اگر کوئی شخص کہیں نوکری کر رہا ہو تو اس کے بدلے میں ہر ماہ تنخواہ پاتا ہے۔ مزدور اپنی محنت کے عوض اُجرت حاصل کرتا ہے۔ بہر کیف ہر سرگرمی کے پسِ پشت کوئی نہ کوئی مقصد ہوتا ہے۔ اور ہر مقصد کے حصول کے بعد محنت کا صلہ تنخواہ، اُجرت، نفع، کمیشن، سود وغیرہ کی صورت میں حاصل ہوتا ہے۔ یہ تمام سرگرمیاں منظم انداز میں انجام دی جاتی ہیں۔ زمانہ قدیم سے ہی انسان مختلف سرگرمیوں کو انجام دیتا رہا ہے۔ سرگرمی کچھ

اور نہیں بلکہ کام کرنا ہے۔ اس طرح وہ تمام سرگرمیاں جن میں ہم صبح تا شام حصہ لیتے ہیں انسانی سرگرمیاں(Human Activities) کہلاتی ہیں۔ آپ بھی ان سرگرمیوں کا حصہ ہیں۔

5.1 مقاصد (Objectives)

آپ اس اکائی کے مطالعہ کے بعد اس قابل ہو جائیں گے کہ:

- انسانی سرگرمی کے مفہوم کو بیان کر سکیں۔
- کاروباری تنظیم کے معنی بتا سکیں۔
- کاروباری تنظیم کے تصور کی وضاحت کر سکیں۔
- کاروباری تنظیم کی اہمیت کی توضیح کر سکیں۔
- کاروباری تنظیم کی ضرورت کو ظاہر کر سکیں۔
- کاروباری تنظیم کے انطباق کی ضرورت بیان کر سکیں۔
- کاروباری تنظیم کی مطلوبات کو شمار کر سکیں۔

5.2 کاروباری تنظیم کے معنی اور مفہوم (Meaning of Business Organization)

کاروباری تنظیم ایک مرکب اصطلاح ہے، دو الفاظ کاروبار اور تنظیم پر مشتمل ہے۔ ہر وہ سرگرمی جس کا مقصد نفع کمانا ہے کاروباری سرگرمی کہلاتی ہے۔ نفع خدمات فراہم کر کے بھی کمایا جاسکتا ہے۔ یا اشیا کے تبادلہ کے ذریعہ کیا جاسکتا ہے۔ اس لیے کاروبار کو یوں بیان کیا جاسکتا ہے کہ ہر وہ سرگرمیاں جن کا تعلق احتیاجات کی تکمیل کرنے والی اشیا یا خدمات کی فراہمی سے ہو اور ان کا مقصد نفع کمانا ہو کاروباری سرگرمیاں کہلاتی ہیں۔ جیسے چاول، گیہوں اور دالوں کی فروخت، پارسل پہنچانا، حمل و نقل، مالی سرگرمیاں وغیرہ۔ وہ تمام اشخاص جو کاروبار میں مصروفِ عمل ہوں انہیں تاجر یا بیوپاری کہتے ہیں۔ لفظ تنظیم منظم سرگرمیوں سے متعلق ہے۔ ایک کاروباری سرگرمی اس وقت حقیقت میں تبدیل ہوسکتی ہے جبکہ مطلوبہ وسائل کو ایک مقام پر لایا جائے، اور ان سرگرمیوں کو مربوط کیا جائے۔ وسائل کا منظم طور پر استعمال کرنا، کاروبار میں نظم پیدا کرنا تنظیم سے تعلق رکھتے ہیں۔ کاروبار میں ان تمام کا استعمال کاروباری تنظیم کہلاتا ہے۔

کاروباری تنظیم کی تعریف (Definition of Business Organization)

تجارتی سرگرمیوں کو جاری رکھنے کے مقصد سے جس ادارے کی تشکیل کی جاتی ہے اس کو کاروباری تنظیم کہتے ہیں۔ اس تنظیم کی توثیق مروجہ قوانین کے نظام کے تحت مبادلہ معاہدات، جائیداد کے حقوق وغیرہ کرتے ہوں۔ اصطلاح کاروباری تنظیم یہ ظاہر کرتی ہے کہ کاروبار کی تشکیل کیسے عمل میں آتی ہے اور ان کی ساخت ان کے مقاصد کے حصول میں کیسے مدد کرتی ہے۔ عمومی طور پر کاروبار کی تشکیل کی توجہ کا مرکز نفع کا حصول ہوتا ہے یا سماجی فلاح ہوتا ہے۔ اس طرح کاروباری تنظیم ایک ادارہ جاتی نظم ہے جو کسی بھی قسم کی کاروباری سرگرمی

کا انعقاد عمل میں آتا ہے۔ اس کاروباری تنظیم کو کوئی ایک فرد یا افراد پر مشتمل ایک گروہ چلاتا ہے۔ ان افراد کے درمیان ایک معاہدہ طئے پاتا ہے کہ کاروباری تنظیم تشکیل دی جائے۔ یہ معاہدہ رسمی یا غیر رسمی ہو سکتا ہے۔

Wheeler نے کاروباری تنظیم کی تعریف یوں کی ہے "ایک فرم، کمپنی یا انٹرپرائیز جو اشیاء کی خرید و فروخت کرتی ہے اس فرم کا مالک ایک فرد یا افراد پر مشتمل گروہ ہو سکتا ہے۔ جس کو چند مخصوص پالیسیوں کے تحت چلایا جاتا ہے"۔

اشخاص جو یکجا ہونے میں اپنے وسائل اکٹھا کرتے ہیں اور فرم کی سرگرمیوں کو سب کے فائدے کے لیے جاری رکھتے ہیں، تا کہ نفع ہونے پر معینہ اور طئے شدہ تناسب میں تقسیم کر لیں۔

5.3 کاروباری تنظیم کا تصور اور ضرورت (Concept and Need of Business Organization)

ہر معاشرے میں چھوٹے و بڑے مختلف قسم کی سرگرمیاں انجام دی جاتی ہیں۔ یہ سرگرمیاں معاشی اور غیر معاشی ہو سکتی ہیں۔ معاشی سرگرمیاں معاشرے کی جزو زندگی ہے۔ ان سرگرمیوں کو محض معاشی فوائد و احتیاجات کی تکمیل کے لیے انجام دیا جاتا ہے۔ کاروباری تنظیم ایک فرم ہے جس کو کاروبار کرنے کے لیے قائم کیا جاتا ہے۔ اصطلاح کاروباری تنظیم دراصل کاروبار کی ساخت ہے۔ اس بات کا جائزہ لیا جاتا ہے کہ مقاصد کے حصول کے لیے کس قسم کی تنظیم بہتر ہوگی۔ سماجی فلاح یا کاروبار کو نفع کمانے کے مقصد کے تحت قائم کیا جاتا ہے۔ اگر کسی تنظیم کے نفع کمانے کے لیے قائم کیا جائے تو نفع کے لیے تنظیم (For Profit Organization) کہتے ہیں۔ اور اگر سماجی فلاح کے لیے قائم کیا جائے تو Not for Profit Organization کہتے ہیں۔ کاروبار چلانے کے لیے مختلف تنظیمیں قائم اور چلائی جاتی ہیں۔ جیسے تنہا تجارت، شراکت اور کمپنی وغیرہ۔ تجارتی تنظیم کی ہر قسم کے فائدے اور نقصانات ہیں۔ ہر قسم کی کاروباری تنظیم میں جوکھم پایا جاتا ہے۔ نقصانات برداشت کرنا پڑتا ہے۔ تیسرے فریقین کو ادائیات کی ذمہ داری نبھانی پڑتی ہے۔ اگر ہم تنہا تاجر کی مثالیں لیں تو معلوم ہوگا کہ وہ آزادانہ کام کر سکتا ہے۔ حکومت کے قواعد زیادہ اثر انداز نہیں ہوتے۔ لیکن مالی جوکھم لگا رہتا ہے۔ دوسری طرف محصلہ نفع کا خود ہی حقدار ہوتا ہے وہیں قرضوں کی ادائی کا بھی وہی ذمہ دار ہوتا ہے۔ حتیٰ کہ اس کو اپنی جائیداد بھی فروخت کرنی پڑ سکتی ہے۔ کاروبار کو منظم طور پر چلایا جاتا ہے اس کے باوجود کاروبار میں جوکھم ہوتا ہے۔ ایک طرف کاروبار میں جوکھم کو اقل ترین کرنا ہوتا ہے تو دوسری طرف کاروبار کے اثاثوں اور سرمایہ کاری کے استعمال میں دانشمندی کا ثبوت دینا پڑتا ہے۔ کاروباری تنظیم جتنا زیادہ اثاثوں کا بہترین استعمال کرے گی اتنا ہی زیادہ نفع کی مقدار میں اضافہ کی امید ہوتی ہے۔ کاروباری تنظیم کی جڑیں صنعتی انقلاب سے جڑی ہوئی ہیں۔ صنعتی انقلاب کے دوران غیر ہنر مند مزدوروں کو ہٹا کر ہنر مند مزدوروں کی بھرتی عمل میں آئی۔ اس طرح صنعت نے مشینوں کی بدولت ترقی کے منازل طے کی ہے۔ کئی افراد، صناع اور خاندان گھروں میں کام چھوڑ کر فیکٹری میں کام کرنے کو ترجیح دی۔ چونکہ تنظیموں پر زیادہ توجہ مرکوز تھی۔ اس لیے اختیارات کو غیر مرکوز کر کے مزدوروں اور مینجرز کو مراتب بندی کے تحت احکامات صادر کیے گئے۔ انفرادی طور پر مزدور کا کام مخصوص اور حسبِ معمول ہو گیا۔ جو بتدریج عملی پیداوار اور کاروبار میں محنت کی تقسیم کے تصور نے جگہ بنائی۔

کاروباری تنظیم کاروبار کو راست طور پر متاثر کرتے ہیں، قانون کے تحت کاروبار کی ترقی کے لیے ترجیح دی جاتی ہے۔ بعض اوقات مرکزی اور ریاستی حکومتیں صنعتی و تجارتی پالیسی کے تحت بعض صنعتوں کو ترغیبات کا اعلان کرتی ہیں، تاکہ ملک وریاست کے پسماندہ علاقوں کو ترقی دی جاسکے۔ اسی مناسبت سے پارلیمنٹ اور اسمبلی میں قوانین بنائے جاتے ہیں۔ کسی بھی صنعت کی نفع مندی ملک کی معیشت کی نشوونما وترقی میں مددگار ہوتی ہے۔ یہی وجہ ہے کہ ملک کی ہر گورنمنٹ قوانین تیار کرکے سرمایہ کاروں کی مدد کرتی ہے۔ تاکہ وہ غیر ضروری کاروباری قرضوں سے نجات پاجائیں۔

1776 میں اسکاٹ لینڈ کے ایک ماہر معاشیات آدم اسمتھ نے ایک کتاب لکھی جس کا نام An Inquiry into The Nature and Causes of Wealth of Nations تھا۔ اس میں انہوں نے عملِ پیدائش میں محنت کی تقسیم کے تصور کو پیش کیا۔ پیداکنندوں کو بھی یہ بات سمجھ میں آئی کہ پیداوار میں اضافہ اسی وقت ہوسکتا ہے جبکہ مزدوروں کو مشینوں پر کام کرنے کی تربیت دی جائے، تاکہ پیداوار میں اضافہ ہوسکے۔ انگلینڈ کے ایک ریاضی دان چارلیس بابیج نے بھی عملِ پیدائش میں محنت کی تقسیم کا مطالعہ کیا۔ اس نے فیکٹریوں میں تنظیم، انتظامیہ، منصوبہ کاری اور مزدوروں کی تعلیم وتربیت کے تجزیہ میں سائنس اور ریاضی کا استعمال کیا۔ بیسویں صدی کے اوائل میں چارلس بابیج کے خیالات اور افکار کو تنظیم وانتظامیہ کے نظریہ میں شامل کیا گیا۔ اس کو سائنٹفک مینجمنٹ کہا گیا۔ سائنٹفک مینجمنٹ کے نظریات کو فریڈرک ٹیلر نے نظریہ کو پانچ اُصولوں کی شکل دی۔ فریڈرک ٹیلر پیشہ سے امریکہ میں انجنیر تھا۔ اس کے پانچ اُصول کچھ یوں تھے۔

1) اندرون کاروباری تنظیم ذمہ داری کی مزدور سے مینجر کو منتقلی۔

2) اشیا کی پیداوار میں اعظم ترین کارکردگی کے حصول کے لیے سائنٹفک طریقے استعمال کرنا۔

3) ہر کام کو بہتر طور پر کرنے کے لیے قابل عملہ کا تقرر کرنا۔

4) مزدوروں کی بہتر طور پر تربیت فراہم کرنا۔

5) کام کے دوران مزدوروں پر نگرانی، تاکہ قاعدہ اور طریقہ کے مطابق کام ہو، تاکہ مالی نتائج توقع کے مطابق حاصل ہوں۔

ٹیلر کے ان اُصولوں کو فاسٹ فوڈ ریسٹورنٹس میں دیکھا جاسکتا ہے۔

5.4 کاروباری تنظیم کی خصوصیات (Characteristics of Business Organization)

کاروباری تنظیم کی خصوصیات درجہ ذیل ہیں۔

1) مال یا خدمات کا تبادلہ (Transfer of Goods and Services)

مال کی خرید وفروخت یا خدمات کی فراہمی کاروبار کی اہم اور بنیادی خصوصیت ہے۔ کاروباری تنظیم مال کی خرید وفروخت کرتی ہے یا پھر خدمات بھی فراہم کرتی ہے۔ خرید وفروخت کے تبادلے کے لیے اشیاء تیار کی جاتی ہیں یا دوسرے پیداکنندوں سے خرید کر فروخت کی جاتی ہیں، اور ان اشیا اور خدمات کا تبادلہ رقم کے عوض عمل میں آتا ہے۔

2)اشیااور خدمات سے معالمت (Dealing in Goods and Services)

تمام کاروباری ادارے اشیاءاور خدمات کی فراہمی رقم کے عوض بیچتے اور فراہم کرتے ہیں۔ یہ اشیا دو قسم کی ہو سکتی ہیں۔ ایک اشیائے صارفین یا اشیائے اصل۔ اشیائے صارفین غذائی اشیا، کپڑے، ٹوتھ پیسٹ، صابن، چاول، جوار، شکر وغیرہ۔ اشیائے اصل وہ اشیا ہیں جن اشیا کی تیاری میں استعمال کیا جاتا ہے جیسے پلانٹ و مشین، آلات اوزار وغیرہ۔ اس کے بر خلاف خدمات جیسے پانی کی سر براہی، الیکٹر سٹی سپلائی، حمل و نقل کی سہولتیں، بنکنگ، بیمہ وغیرہ کو فراہم کیا جاتا ہے۔

3) نفع کمانے کی تحریک (Profit Motive)

کاروبار کا اہم مقصد منافع کمانا ہوتا ہے۔ اسی مقصد کے تحت تمام کاروباری تنظیمیں تشکیل دی جاتی ہیں۔ ایسی تنظیم جس کو عوامی فلاح کے لیے قائم کیا جاتا ہے اس کو کاروباری تنظیم نہیں کہا جاسکتا۔ کیونکہ ان کے قیام کا مقصد نفع کمانا نہیں ہوتا۔ نفع کی تحریک تنظیم کو بر قرار رکھنے میں ترغیب دیتی ہے۔ کیونکہ تاجر اپنے سرمایہ کے عوض نفع کمانا چاہتا ہے۔ اسی مقصد کے تحت کاروبار کی حکمت عملی اختیار کی جاتی ہے۔

4)معاملات کا تسلسل (Continuity of Transactions)

کاروباری معاملات تسلسل کے ساتھ جاری و ساری رہتے ہیں۔ یعنی کاروبار میں اشیاء کی خرید و فروخت کا عمل مسلسل ہونا چاہیے۔ مثال کے طور پر اگر کوئی شخص اپنی کار کو فروخت کرتا ہے تو اس کا یہ عمل کاروبار نہیں کہلاتا۔ کیونکہ اس کا یہ عمل اتفاقی ہے۔ اگر کار کی تجارت کے طور پر خرید و فروخت کرتا ہو تو اس کا یہ عمل کاروبار کہلاتا ہے۔ کاروبار کے لیے لازمی ہے کہ منافع کے مقصد کے تحت تجارت انجام دے۔

5)غیر یقینی اور جوکھم (Uncertainty and Risk)

ہر تاجر کو کاروبار میں مستقبل کی غیر یقینی صورتحال اور جوکھم کا سامنا ہوتا ہے۔ ہر کاروبار غیر یقینی اور جوکھم سے بھرا ہوا ہے۔ کیونکہ مستقبل ہمیشہ غیر یقینی ہوتا ہے۔ قیمتوں میں اتار چڑھاؤ، طلب میں تبدیلی، صارفین کی پسند ناپسند، فیشن میں تبدیلی، موسم میں تبدیلی وغیرہ۔ اسی طرح دیگر عناصر جیسے آگ کا حادثہ، ڈکیتی، زلزلہ، مزدوروں کی ہڑتال، حکومت کی پالیسی میں تبدیلی وغیرہ۔ یہ تمام عناصر کاروبار کو متاثر کرتے ہیں۔

6)سماجی ذمہ داری (Social Responsibility)

ہر تاجر کو تجارت کے ساتھ ساتھ اس پر سماجی ذمہ داری بھی عائد ہوتی ہے۔ کاروبار کا مقصد ہمیشہ نفع کمانا نہیں ہوتا، بلکہ سماج کے تئیں چند ذمہ داریاں بھی عاید ہوتی ہیں۔ سماج کو یہ اُمید ہوتی ہے کہ تاجر کم قیمت پر اچھی معیاری اشیا فراہم کرے۔ ان تاجروں سے یہ اُمید بھی ہوتی ہے کہ سماجی سہولتیں بہم پہنچائیں۔ جیسے اسکول، دواخانے، پارکس وغیرہ۔ یہ فائدے نہ صرف ملازمین کو پہنچائیں بلکہ اس علاقہ میں موجود افراد کو بھی فائدہ پہنچائیں۔ کمپنی ایکٹ کے مطابق بڑے پیمانے کے صنعتوں کے لیے لازمی ہے کہ وہ اپنے منافع کا ٪2 حصہ سماجی

ضرورتوں کی تکمیل پر خرچ کریں۔ اس مقصد کے تحت سماج میں پینے کے پانی کی فراہمی، مدارس میں بنیادی ضرورتوں کی تکمیل، ادویات کی فراہمی، آلودگی پر قابو وغیرہ پر سرمایہ صرف کرتے ہیں۔

5.5 کاروباری تنظیم کا اطلاق (Application of Business Organizations)

کاروباری تنظیم کا اطلاق ہر قسم کے کاروبار پر ہوتا ہے۔ بغیر کسی تنظیم کے کاروبار انجام نہیں دیا جاسکتا۔ اصطلاح کاروباری تنظیم سے یہ ظاہر ہوتا ہے کہ کاروبار کی ساخت کیا ہے؟ اور کاروبار کی ساخت کاروبار کے مقاصد کے حصول کا باعث ہے یا نہیں؟ عام طور پر کاروباری تنظیم کی ڈیزائننگ کچھ اس انداز سے کی جاتی ہے کہ وہ نفع کے حصول کی طرف مائل ہوتی ہے۔ تاکہ تنظیم کی نشوونما ہو اور ساتھ ہی ساتھ عوامی فلاح بھی پیش نظر ہوتی ہے۔ کاروباری تنظیم سماجی ترقی کی سمت کامیابی کے لیے کام کرتی نظر آتی ہے۔ ایسی تنظیم جس کا مقصد منافع کمانا ہوتا ہو وہ کاروباری تنظیم کہلاتی ہے۔ اور اگر تنظیم کا مقصد سماجی خدمت ہو تو وہ فلاحی تنظیم کہلاتی ہے۔ فلاحی تنظیم شعبۂ حیات کے کئی شعبوں میں جیسے تعلیم، صحت وغیرہ خدمات انجام دیتی ہے۔ ان تنظیموں کو بغیر نفع کی تنظیمیں بھی کہتے ہیں۔ تنہا تجارت، شراکت، کمپنی، کوآپریٹیو سوسائٹی، ہندو مشترکہ خاندان وغیرہ۔ کاروبار کی مختلف شکلیں کاروبار کی نوعیت، وسعت و پھیلائو کے اعتبار کاروبار کی تنظیم ترتیب دی جاتی ہے۔ نظم کے بغیر کاروبار کا تصور نہیں کیا جاسکتا۔

5.6 کاروباری تنظیم کی وسعت اور اہمیت (Scope and Importance of Business Organization)

جیسا کہ آپ جانتے ہیں کاروباری تنظیم کاروبار اور تنظیم کی ایک مرکب اصطلاح ہے۔ کاروباری تنظیم کی وسعت اور اہمیت کو سمجھنے کے لیے دونوں الفاظ کے معنی و مفہوم نہایت واضح ہونا چاہیے۔ کاروبار ایک انسانی سرگرمی ہے۔ جس کے ذریعہ صارفین کو اشیا اور خدمات پہنچائی جاتی ہیں اور نفع کمایا جاتا ہے۔ کاروبار کے لیے وسائل کا منظم کرنا، ترتیب دینا، نظم پیدا کرنا تنظیم کہلاتا ہے۔

تنظیم کو ذیل کے دو حصوں میں تقسیم کیا جاتا ہے۔

1) تنظیمِ مال (Material Organization)　　　2) انسانی تنظیم (Human Organization)

1) تنظیمِ مال (Material Organization): کسی بھی فرم یا صنعت کی کامیابی کے لیے خام مال، آلات، سرمایہ کا ہونا ضروری ہے۔ اشیا کی تیاری کا انحصار عاملین پیداوار عناصر پر ہوتا ہے۔ خام مال کا موزوں مقدار میں فراہم کرنا، مناسب آلات کا استعمال ضروری ہے۔ ان سب کا انحصار سرمایہ پر ہوتا ہے۔ سرمایہ کی عدم فراہمی سے مال اور آلات کی خریدی ممکن نہیں۔ مزدور، سرمایہ، تنظیم عاملین پیداوار میں پیداوار کی نوعیت و قسم کے اعتبار سے خام مال اور دیگر ضروری اشیا فراہم کیے جاتے ہیں۔

2) انسانی تنظیم (Human Organization): تنظیم کو کامیابی سے ہمکنار کرنے کے لیے ذمہ دار افراد کا ہونا لازمی ہے۔ کاروبار کی اعتبار سے تنظیم چھوٹی اور بڑی ہو سکتی ہے۔ تنظیم کے مفاد میں مختلف فرائض اور ذمہ داریوں کو نبھانے کے لیے قابل عملہ کا تقرر

کیا جاتا ہے۔ تنظیم تقرر شدہ عملہ کو اختیارات تفویض کیے جاتے ہیں، تا کہ وہ اپنی فرائض و ذمہ داریوں کی تکمیل بحسن خوبی انجام دے سکیں۔

کاروباری تنظیم کی اہمیت (Importance of Business Organization)

1) اشیا کی پیداوار (Production of Goods)

فرم کی تمام کاروباری سرگرمیاں اشیا کی پیداوار کی جانب موڑدی جاتی ہیں۔ فرم خدمات فراہم کرسکتی ہے یا پھر اشیا تیار کر کے صارفین کو پہنچا سکتی ہے۔ ہر دو صورتوں میں سماج کی خدمت درپیش ہوتی ہے۔

2) وسائل کا بھرپور استعمال (Efficient Use of Resources)

کاروباری تنظیم عاملین پیدائش اور دیگر وسائل کے بھرپور استعمال میں کلیدی رول ادا کرتی ہے۔ جس کی وجہ سے اشیا کی پیداواری لاگت اقل ترین ہو جاتی ہے۔ جس کے نتیجہ میں اشیاء کے دام کم ہوتے ہیں۔ فروخت میں اضافہ ہوتا ہے۔ اس طرح فرم کی نفع کی شرح میں اضافہ ہوتا ہے۔

3) ٹیکنالوجی کا بہتر استعمال (Efficient Use of Technology)

ایک مثالی کاروباری تنظیم ٹیکنالوجی کی تبدیلی کے ساتھ ساتھ فرم میں بھی تکنیکی ترقی کی طرف توجہ دی جاتی ہے۔ مشین اور پلانٹس کی تبدیلی کے ذریعہ پیداوار میں اضافہ کی کوشش کی جاتی ہے۔ اس طرح شئے کے معیار میں بھی اضافہ ہوتا ہے۔

4) تخلیقی فکر (Creative Thinking)

پیداوار کے مختلف شعبہ جات میں الگ الگ مینجرز ہوتے ہیں۔ مینجر اپنے شعبہ کا ذمہ دار ہوتا ہے۔ اس کو شعبہ کی ترقی کے لیے اپنی تخلیقی سوچ کے ذریعہ ترقی دینے کے لیے آزادی دی جاتی ہے۔ اس طرح کاروباری تنظیم مینجرز میں تخلیقی رجحان کو فروغ دینے میں محرک کا باعث ہے۔

5) بروقت فیصلہ سازی (Timely and Quick Decision)

چونکہ کاروباری تنظیم مینجرز کو آزادی دے رکھی ہوتی ہے۔ اس لیے مینجرز بروقت اور جلد فیصلہ سازی کے ذریعہ خریداری، فروخت، ڈیزائننگ یا بازاری صورتحال کا فائدہ اٹھاتے ہیں۔ جس کی وجہ سے فرم کو فائدہ ہوتا ہے۔

6) ماہر سیلزمین کا استعمال (Use of Skilled Salesman)

کاروباری تنظیمیں اشیاء کی فروخت کے لیے ماہر سیلزمین کا تقرر کرتی ہیں۔ تا کہ تیار کردہ اشیاء جلد فروخت ہو جائیں۔ سیلزمین اشیا جلد فروخت کے لیے تعریف کے پل باندھتا ہے۔ اس کی چکنی چپڑی باتوں کا ایسا اثر ہوتا ہے کہ صارفین خریدی کے لیے جلد راغب ہو جاتے ہیں۔

7) مسائل کی یکسوئی (Recognition of the Problems)

کاروباری تنظیم کی وجہ سے روزمرہ کاروبار میں پیش آنے والے مسائل اور دشواریوں کی شناخت جلد ہوتی ہے۔ اس کے حل کو

فوری تلاش کر کے ضروری امکانات جاری کیے جاتے ہیں۔

8)ذمہ داری / وجوب کا تعین (Fixing of Responsibility)

کاروباری تنظیم کی سب سے اہم خصوصیت یہ ہے کہ کسی واقعہ کے وقوع پذیر ہونے پر اس کی ذمہ داری کی نشاندہی فوری کر دی جاتی ہے۔ اور تدارک کی اقدامات فوری لیے جاتے ہیں۔ جس کی وجہ سے زیادہ نقصان نہیں ہوتا۔

9)بازگیری (Feedback)

کاروباری تنظیم بروقت فیصلہ لیتی ہے۔ عموماً یہ فیصلے پیداوار کے تعلق سے ہوتے ہیں۔ اشیا کی تیاری کے بعد اس کے معیار کے تعلق سے صارفین سے بازگیری کی جاتی ہے، تاکہ رائے معلوم ہو سکے۔ اشیا کی تیاری سے قبل عام طور پر کاروباری تنظیمیں بازار کا ایک بار جائزہ لیتی ہیں کہ شئے کی طلب کا کیا موقف ہے۔ اگر فرم کی تیار کردہ شئے فروخت کے لیے پیش کی جائے تو فروخت کا موقف کیا ہوگا۔ اگر فیڈبیاک مثبت ہو تو شئے کو بازار میں فروخت کے لیے پیش کیا جاتا ہے ورنہ نہیں۔

10)اقل ترین لاگت (Minimum Cost)

کاروباری تنظیمیں ہمیشہ اپنے مقاصد اقل ترین خرچ پر حاصل کرنا چاہتی ہیں۔ تاکہ زیادہ خرچ نہ ہو۔

5.7 کاروباری تنظیم کی مختلف شکلیں (Types of Business Organisation)

تنظیم کی کئی شکلیں ہیں جو مختلف کاروباری اداروں کے مطلوبہ معیارات کے مطابق ہوتی ہیں۔ ان کاروباری اداروں کو حسب ذیل تین زمروں میں تقسیم کیا جاتا ہے۔

1)خانگی کارجوئی یا فرمس 2)عوامی کارجوئی یا فرم 3)مشترکہ شعبہ جاتی کارجوئی یا فرم

ذیل میں ہر ایک پر تفصیلی روشنی ڈالی گئی ہے۔

1)خانگی کارجوئی یا فرمس(Private Enterprises):

خانگی افراد کی جانب سے قائم تجارتی اداروں کو خانگی انٹرپرائزس کہتے ہیں۔ خانگی انٹرپرائزس کو حسب ذیل میں بتلایا گیا ہے۔

i) تنہا تجارت(Sole Proprestership)

ii) شراکت(Partnership)

iii) مشترکہ ہندو خاندانی فرم(Joint Hindu Family Ferms)

iv) مشترکہ سرمایہ کمپنی(Joint Stock Company)

v) امداد باہمی انجمن(Co - operative Societies)

i) تنہا تجارت (Sole Propretorship): ایسا کاروبار جس میں ایک شخص ہی کاروبار کا مالک ہوتا ہو وہ تنہا تجارت کہلاتا ہے۔ یہ تجارت کی ایک قدیم شکل ہے۔ تنہا تجارت میں ایک فرد ہی کاروبار کا مالک ہوتا ہے۔ یہ تجارت اتنی ہی پرانی ہے جتنی کہ ہماری تہذیب ہے۔

تنہا تجارت میں ایک فرد کاروبار پر مکمل نگرانی اور کنٹرول کرتا ہے۔ اکیلا تاجر ہی کاروبار کے سیاہ و سفید کا ذمہ دار ہوتا ہے۔ یعنی کاروبار میں نفع و نقصان کا خود ذمہ دار ہوتا ہے۔ کاروبار کے لیے ضروری سرمایہ کو خود ہی فراہم کرتا ہے۔ کاروبار کے آغاز، قیام اور ترقی میں خود ہی سرمایہ مشغول کرتا ہے۔ تنہا تجارت نہایت سادہ تنظیم ہے۔ اس کی تشکیل کے لیے کوئی قانونی کاروائی ضروری نہیں ہوتی۔ لیکن بعض اوقات بلدیہ یا حکومت مقامی سے ایک اجازت نامہ حاصل کرکے کاروبار شروع کیا جاسکتا ہے۔

2) شراکت (Partnership): ایسا کاروبار جس میں دو یا زاید افراد کاروبار کے مالک ہوتے ہوں وہ شراکتی کاروبار کہلاتا ہے۔ یہ شرکا آپس میں معاہدہ کی رو سے کاروبار میں شریک ہوتے ہیں۔ شراکت دو یا زاید افراد پر مشتمل ایک انجمن ہے جو مشترکہ ملکیت کے تحت نفع و نقصان میں شریک ہوتے ہیں۔ شراکت کی تشکیل اسی وقت عمل میں آتی ہے جبکہ دو یا زاید افراد شراکت کے معاہدہ کے تحت کاروبار کرنا چاہتے ہیں۔ شرکا کاروبار میں سرمایہ کے ساتھ ساتھ اپنی خدمات بھی فراہم کرتے ہیں۔ شراکتی کاروبار میں کاروباری افراد کی انتظامی اور کاروباری صلاحیتوں سے فائدہ اٹھایا جاسکے۔ اس لیے اس کاروبار کی کافی اہمیت حاصل ہے۔ شراکتی کاروبار کی مدد سے تنہا تجارت کی کئی خامیوں کو دور کیا جاسکتا ہے۔

3) مشترکہ ہندو خاندانی فرمس (Joint Hindu Family Firms): مشترکہ ہندو خاندان کی فرمس صرف ہندوستان میں پائی جاتی ہیں۔ جیسا کہ نام سے ظاہر ہے کہ یہ صرف ہندو خاندانوں کی حد تک محدود ہے۔ ان فرمس کو شراکتی قانون کے بجائے ہندو خاندان کے تحت کنٹرول کیا جاتا ہے۔ اس کی رکنیت کا طریقہ کار بالکل مختلف ہے۔ اس کی رکنیت صرف اُسی خاندان میں پیدائش پر حاصل کی جاسکتی ہے یا اس خاندان کے مرد سے شادی کرنے پر حاصل ہوتی ہے۔ بشرطیکہ وہ مرد اس مشترکہ ہندو خاندان کی رکنیت رکھتا ہو۔ اس خاندان کا صدر ''کرتا'' کہلاتا ہے اور اس کے اراکین Coparcenor کہلاتے ہیں۔ ''کرتا'' ہی کاروبار کا حساب و کتاب رکھتا ہے۔

4) مشترکہ سرمایہ کمپنی (Joint Stock Company): مشترکہ سرمایہ کمپنی کا آغاز تیرہویں صدی میں اٹلی میں ہوا۔ کمپنی کئی اراکین کی انجمن ہوتی ہے جو سرمایہ فراہم کرتے ہیں۔ تاکہ کاروبار چلایا جاسکے اور نفع ہونے پر اپنا حصہ حاصل کرسکے۔ کمپنی ایک مصنوعی شخص ہے جو قانونِ کمپنی کے تحت وجود میں آتی ہے۔ کارپوریٹ وجود، محدود ذمہ داری، دائمی تسلسل اور قابل منتقل حصص اس کے چند اہم خصوصیات ہیں۔ ان کمپنیوں کو ڈایریکٹرز چلاتے ہیں۔ کمپنی کے حصص دار کمپنی کی میٹنگ میں ڈائرکٹر کا تقرر کرتے ہیں۔ اس طرح یہ ڈایریکٹرز حصص داروں کے نمایندہ ہوتے ہیں۔ کمپنیاں خانگی اور عوامی ہوسکتی ہیں۔ ان کمپنیوں کو حصص یا گیارنٹی کے تحت رجسٹر کیا جاتا ہے۔

5) انجمن امداد باہمی (Co-operative Societies): انجمن امداد باہمی ایک رضاکارانہ انجمن ہے جس کو اراکین کی خدمت کے لیے قایم کیا جاتا ہے۔ دوسرے اداروں کی طرح اس انجمن کا مقصد نفع کمانا نہیں ہوتا ہے بلکہ اراکین کی خدمت ہوتا ہے۔ لہٰذا یوں کہا جاسکتا ہے کہ انجمن کے قیام کا مقصد صرف اراکین کی خدمت ہے۔ اس لیے اس انجمن کا قیام خالص اراکین کی خدمت کے لیے ہوتا ہے۔ یہ ایک مشترکہ کارجوئی (Joint Enterprise) ہے۔ یہ مالی اعتبار سے مضبوط ادارے نہیں ہوتے۔ یہ اپنے طور پر سرگرمیاں انجام نہیں دے سکتے۔ ان کے یکجا ہونے کا مقصد نفع کمانا نہیں بلکہ سرمایہ کی کمی سے نمٹنے کے لیے قایم کیا جاتا ہے۔ انجمن امداد باہمی کی طرح انجمنیں کارپوریٹ وجود کی طرح محدود ذمہ داری اور دائمی تسلسل جیسی خوبیوں کے مالک ہوتے ہیں۔ انجمن امداد باہمی کو قانون انجمن امداد باہمی

1912 کے تحت درج رجسٹر کیا جاتا ہے۔ ان پر حکومت کا کنٹرول ہوتا ہے۔

عوامی کارجوئی / فرم (Public Enterprises): عوامی فرم عوامی ملکیت ہوتی ہے۔ اور یہی کاروبار کو آگے بڑھاتی ہیں۔ انہیں پبلک انٹر ٹیکنگ یا اسٹیٹ انڈر ٹیکنگس کہتے ہیں۔ ان فرمس میں زیادہ تر حصہ حکومت کا ہوتا ہے۔ حکومت کا حصہ جزوی یا کلی ہو سکتا ہے۔ یعنی سرمایہ کلی طور پر یا جزوی طور پر حکومت کا ہوتا ہے۔

ان اداروں کے قیام کا مقصد عوام کو معیاری اشیا اور خدمات کو واجبی قیمتوں پر فراہم کرنا ہے۔ ان اداروں کو نفع کے تصور کا کلی طور پر انکار نہیں کیا جا سکتا۔ ان اداروں کو یوں دیکھا جا سکتا ہے۔

1)شعبہ جاتی تنظیم 2)عوامی کارپوریشنس 3) گورنمنٹ کمپنیز

1)شعبہ جاتی تنظیم(Departmental Organization):

شعبہ جاتی تنظیم کا تصور ایک پرانا تنظیمی تصور ہے۔ یہ حکومت کا قائم کردہ ادارہ ہے۔ کاروبار کی اس شکل میں ادارہ گورنمنٹ کے ایک حصہ کے طور پر سرگرم ہوتے ہیں اور ان اداروں کا سارا انتظام سیول سرونٹس کرتے ہیں۔ اس شعبہ کے سیکریٹری ایک چیف ایگزیکٹو کے تحت اور متعلقہ وزرا کے تحت کنٹرول کیا جاتا ہے۔ اس شعبہ کی کارکردگی کا پارلیمنٹ میں جوابدہ متعلقہ وزیر ہوتا ہے۔ شعبہ جاتی تنظیم عوامی افادہ خدمات کے لیے موزوں ہے اور حکمتِ عملی پر مبنی صنعتوں کے لیے بھی موزوں ہے۔ ہندوستان میں آر ٹی سی، ریلویز، ڈاک گھر، ریڈیو، ٹیلی وژن وغیرہ حکومت کے طور پر کام کر رہے ہیں۔

2)عوامی کارپوریشنس (Public Corporations):

عوامی کارپوریشنس ریاستی یا مرکزی حکومت کی ایما پر خصوصی قوانین کی منظوری لے کر ان اداروں کو قائم کیا جاتا ہے۔ اس قانون میں کارپوریشنس کے حدود وضع کر دیے جاتے ہیں۔ عوامی کارپوریشنس کو خصوصی مقصد کے حصول کے لیے علحیدہ قانونی شناخت کے ساتھ ان اداروں کو قائم کیا گیا ہے۔ ہندوستان میں ریزروبنک آف انڈیا، انڈسٹریل فینانس کارپوریشنس اور فیکٹری کارپوریشنس کو پارلیمنٹ میں قانون بنا کر ان اداروں کو قائم کیا گیا۔

3) گورنمنٹ کمپنیاں(Government Corporations):

کسی کمپنی کی مرکزی یا ریاستی حکومت خصوصی قانون کے تحت گورنمنٹ کمپنی کا آغاز ہوا ہو تو، حکومت کی ملکیت ہوتی ہے۔ گورنمنٹ کی کمپنیوں کو عوامی یا خانگی لمٹیڈ کے طور پر رجسٹرڈ کرواسکتے ہیں۔ لیکن دونوں صورتوں میں انتظام کمپنی کی حکومت کی ہوتی ہے۔ یہاں ایک بات ذہن میں رکھیں کہ عوامی اور خانگی دونوں صورتوں میں انتظام یا انتظامیہ تبدیل نہیں کیا جاتا۔ اور دونوں صورتوں میں کمپنیوں کا رجسٹریشن جلد ہو جاتا ہے۔ گورنمنٹ سے وابستہ، گورنمنٹ کمپنی کو چند مراعات حاصل ہوتے ہیں۔ لیکن نان گورنمنٹ کمپنیاں فائدہ اٹھاتے ہیں۔ حکومت دونوں کمپنیوں کے مراعات کا فائدہ اٹھاتے ہیں۔ سرکاری کمپنی کے قیام کے لیے کسی خصوصی قانون کی ضرورت نہیں ہوتی۔

جائینٹ سیکٹر اِنٹر پرائیز س(Joint Sector Enterprises)

جائینٹ سیکٹر خانگی اور سرکاری کے درمیان شراکت کی ایک شکل ہے۔ اس شراکت میں خانگی اور سرکاری ادارہ کا ایک سنگم ہوتا ہے۔ لیکن انتظام خانگی شعبہ کے ہاتھوں میں ہوتا ہے۔ ادارے پر نگرانی بورڈ آف ڈایریکٹر کرتا ہے۔ اس کی اطلاع سرمایہ کار کو دے دی جاتی ہے۔ مرکزی حکومت کے رہنمایانہ اُصول کے بعد ریاستی حکومت 26٪ خانگی فرم کا 25٪ اور عوام کی سرمایہ کاری 49٪ تھی۔ خانگی کمپنی اداشدہ سرمایہ کا 25٪ تھا۔ مرکزی حکومت کی اجازت کے بغیر کوئی بھی شخص اداشدہ سرمایہ کا 25٪ نہیں رکھ سکتا۔ مشترکہ سیکٹر اس بات کی طمانیت دیتا ہے کہ ترقی سے لیس ٹیکنالوجی اور حکومت اور خانگی شعبہ کے وسائل کا استعمال اچھا ہوگا۔

5.8 کاروباری تنظیم کے لیے ضروری لوازمات (Requirements of Business Organization)

عزیز طلبا! جیسا کہ آپ نے نوٹ کیا ہوگا کہ کاروبار اس جدید دنیا کا ایک پیچیدہ عمل ہے۔ جدید کاروبار میں بھی گاہکوں نے کافی پیچیدگیاں پیدا کی ہیں۔ حالانکہ کاروبار گاہکوں کے لیے کیا جاتا ہے اور کاروبار گاہکوں سے ہی چلتا ہے۔ آج کے دور میں گاہک دنیا کے طول اور عرض میں انفرادی طور پر پھیلے ہوئے ہیں۔ مجمع کی شکل میں نہیں پائے جاتے۔ ایسے حالات میں مجموعی طلب کا تخمینہ بڑی باریک بینی سے کرنا پڑتا ہے۔ گاہک کاروبار کی بنیاد ہیں اور کاروبار کو برقرار رکھنے میں اہم رول ادا کرتے ہیں۔ گاہکوں کے ذوق، مزاج، پسند، ناپسند کا لحاظ رکھنا اور ان کی احتیاجات کی تکمیل جوئے شیر لانے کے مماثل ہے۔ ''ڈاکٹر محمد سعادت شریف کے مطابق گاہک کاروبار یا بازار کاری کے نظام کا مرکز ہے، جس کے اطراف کاروبار کے مختلف سیارے محوری و مداری گردش کرتے ہیں''۔ اگر کوئی تاجر گاہکوں کے معیارات کے مطابق اشیا فراہم کرتا ہو تو کاروبار کامیاب ہو جاتا ہے۔ اگر ہم عام فہم انداز میں یوں کہہ سکتے ہیں کہ کامیاب بازار کاری کاروبار کی کامیابی کا باعث ہے۔ کاروباری فرم اس وقت تک کامیاب نہیں ہو سکتی جب تک کہ داخلی نظم اور انتظام کی طرف توجہ نہ دے۔ اسی خارجی طور پر تاجر اشیا کو بازار میں فروخت کے لیے پیش کر کے کامیاب ہونے کا دعویٰ نہیں کر سکتا۔ یہ سلسلہ میں عوام کی آمدنی کو بھی ملحوظ رکھنا پڑتا ہے۔ یہی وجہ ہے کہ تاجر کی نظر ہمیشہ گاہکوں کی آمدنی پر ہوتی ہے۔ کیونکہ گاہکوں کی آمدنی محدود ہوتی ہے اسی مناسبت سے احتیاجات بھی محدود ہوتی ہیں۔ اس لیے اشیا کی قیمت کے تعین کا انحصار گاہکوں کی قوت خرید پر ہوتا ہے۔ درجہ ذیل کاروباری تنظیم کی مطلوبات کاروبار کی کامیابی کی ضمانت ہیں۔

1) مقاصد کا تعین(Determination of Objectives)

کسی بھی کاروبار کی کامیابی کا انحصار کاروبار کی نوعیت پر ہوتا ہے۔ یعنی قطعی طور پر یہ فیصلہ کرنا پڑتا ہے کہ کس قسم اور معیار کی اشیا تیار کرنا ہے یا اگر کوئی خدمات فراہم کرنا ہو تو کس قسم کی خدمات پیش کریں کہ اس کی طلب زیادہ ہو اور گاہک ان اشیا اور خدمات سے مستفید ہوں۔ مثال کے طور پر اگر کوئی فرم آٹا تیار کر کے فروخت کرنا چاہے تو اس کو یہ فیصلہ کرنا پڑے گا کہ جوار، گیہوں، مکئی، باجرہ وغیرہ سے کس کا آٹا تیار کرے؟ یہ فرض کر لیا جائے کہ گیہوں کا آٹا تیار کیا جائے تب یہ بھی فیصلہ کرنا ہوگا کہ گیہوں شربتی ہو کہ بنسی۔ یہاں شربتی گیہوں کا آٹا تیار کرنے کا فیصلہ ہو جائے تب مزید سوال یہ پیدا ہوگا کہ صرف آٹا ہی تیار کیا جائے یا میدہ؟ بہر کیف قطعی فیصلہ لے کر کسی ایک کا انتخاب کرنا پڑتا ہے۔ تاکہ تیار کردہ شئے بازار میں پیش کرتے ہی اس کو گاہک خرید لیں۔ مختصراً یوں سمجھ لیں کہ ابتدائی مقاصد کے ساتھ

ساتھ ذیلی مقاصد کو بھی پیش نظر رکھا جائے، تا کہ ابتدائی یا بنیادی مقاصد حاصل ہو سکیں۔ ذیلی مقاصد پر نظر فرم کی کامیابی کے حصول میں ایک نیا رنگ پیدا کر دیتی ہے۔

2)منصوبہ کاری اور تنظیم کی تشکیل (Planning and Settingup of a Suitable Organization)

مقاصد کے حصول اور منصوبہ کے نفاذ کے بعد ان کی تعمیل کے لیے موزوں ہنر مند، نیم ہنر مند اور بے ہنر عملہ کی ضرورت ہوتی ہے۔ اگر عملہ نہ ہو تو سارے مقاصد، منصوبے ادھورے رہ جاتے ہیں۔ یعنی تکمیل نہیں پاتے۔ موزوں تعداد میں عملہ ہو تو سارا کام اچھے انداز میں پائے تکمیل کو پہنچتا ہے۔ اس کے ساتھ ساتھ موزوں مشینری، پلانٹ، خام مال وغیرہ کا ہونا بھی ضروری ہے۔ تا کہ اشیا کی پیداوار میں کوئی رکاوٹ نہ ہو اور معینہ مقاصد حاصل ہوں۔ منصوبہ کاری پیش بنی اور حکمت عملی کا نام ہے۔ جس کی بدولت کاروبار اپنے بنیادی اور ثانوی مقاصد کو حاصل کرتی ہے۔ مستقبل کے لیے منصوبہ بندی کے بعد تنظیم کا ہونا بھی اشد ضروری ہے۔ جس کے ذریعہ مقاصد بھی حاصل ہوتے ہیں اور منصوبوں کو نفاذ بھی آسان ہوتا ہے۔ جہاں تک منصوبہ کے نفاذ کا سوال ہے منصوبہ کے مطابق موزوں افعال موزوں ترین عملہ کو ساتھ لے کر انجام دیے جائیں تا کہ مقاصد کا حصول آسان ہو۔

3)فنڈز کی فراہمی (Availability of Funds)

فنڈز یا سرمایہ کو کاروبار میں خون کا رتبہ حاصل ہے۔ سرمایہ کاروبار کا لازمی جز ہے۔ مقاصد کا تعین، پیداوار کی قطعیت کے لیے سرمایہ / فنڈز نہ ہوں تو مقاصد کا حصول ممکن نہیں۔ اور جب مقاصد حاصل نہ ہوں تو کاروبار کی کامیابی بھی ممکن نہیں۔ فنڈز (مالیہ) تنظیم کے لیے خونِ حیات ہے اور فنڈز نہ ہوں تو کاروبار کے ناکام ہونے کا خدشہ لاحق ہوتا ہے اور ذہنی انتشار میں اضافہ ہوتا ہے۔

4)موزوں مقام پذیری اور سائیز(Proper Location and Size)

جس مقام پر کاروبار قائم کیا جاتا ہے وہ کاروبار کا مقام کہلاتا ہے۔ کاروبار کے مقام کا تعین کرنے کے دوران کسی بھی فرم کی تشکیل کے لیے موزوں مقام، مشینری اور پلانٹ اور دیگر سہولتوں کا ہونا بھی ضروری ہے۔ مختلف زاویوں سے کافی غور وخوص کیا جاتا ہے۔ اس میں کسی بھی قسم کی کوتاہی سے کاروبار یا صنعت کو نقصان کا باعث بن سکتی ہے اور اس ناکامی کا سدباب نہیں کیا جاسکتا۔ کاروباری یا پیداوار کس پیمانے پر کی جائے یہ فیصلہ بھی فرم کے لیے نہایت اہم ہوتا ہے۔ اس فیصلہ سازی پر تکنیکی، انتظامی، بازار کاری اور مالی معاملات، جوکھم، فرم کی تیار کردہ اشیا کی طلب میں لچک وغیرہ عوامل پر تجزیہ کیا جاتا ہے۔ مذکورہ عناصر کی مصالحت کی بنیاد پر موزوں پیمانے کی پیداوار کے لیے فیصلہ لیا جائے۔ فرم کے قیام کی ابتدا سے ہی بڑے یا مثالی پیمانے پر پیداوار ممکن نہیں۔ لیکن مثالی پیمانے پر پیداوار کی کوشش کو جاری رکھا جائے۔

5) تحقیق کے لیے موزوں سہولتیں (Suitable Facilities for Research)

کاروبار کو نشوونما، توسیع اور تبدیل کے لیے ممکنہ اقدامات لازمی ہوتے ہیں۔ یہ صرف اُسی وقت ممکن ہے جبکہ فرم مسلسل ایک اہم کام اختراع و ایجاد پر مظاہرے پر توجہ دے۔ اختراع اور ایجاد صرف کسی نئی شئے کے وجود میں لانے کی حد تک ہی محدود نہیں ہے بلکہ فرم کی پیداواری عمل کے طور طریقوں میں تبدیلی، اشیا کے معیار میں تبدیلی، گاہکوں سے معاملت کے طریقہ کار میں تبدیلی وغیرہ، فرم کے

لیے ایک مطلوبہ ضرورت کی تکمیل ہے۔ یہ تمام بحث ظاہر کرتی ہے کہ تحقیق، اختراع اور ایجاد جدید کاروباری دنیا کے تقاضوں کی تکمیل ہے۔اس کے بغیر اختراع اور ایجاد نہیں۔اور بغیر اختراع وایجاد کے کاروبار منجمد اور زوال پذیر ہو جاتا ہے۔

6) قابل اور حرکیاتی قیادت (Efficient and Dynamic Leadership)

ایک کاروباری فرم اُسی وقت اپنے مفوضہ کام اور مقاصد کے حصول میں کامیاب ہو سکتی ہے جب تک کہ موثر انداز میں اس کی تنظیم نہ کی جائے۔ تنظیم یا انتظام کا مطلب ایک گروہ کی کوششوں کے لیے رہنمائی، ہدایت، کنٹرول اور ان کے کام کو مربوط کرنا ہے۔ اس عمل کے نتائج اُسی وقت حاصل ہو سکتے ہیں جبکہ کاروباری قیادت حرکیاتی اور مضبوط و مستحکم نہ ہو۔ کاروبار جس کے زیر نگرانی قائم ہوتے ہیں اس کی صلاحیت و دور اندیشی و حکمت عملی کے اعتبار سے کاروبار کو فروغ حاصل ہوتا ہے۔ ایک قابل تجربہ کار منتظم کی نگرانی میں کاروبار میں بہتری پیدا ہو سکتی ہے۔ بصورت دیگر کاروبار کو نقصان بھی ہو سکتا ہے۔

5.9 اکتسابی نتائج (Learning Outcomes)

کاروباری تنظیم ایک مرکب اصطلاح ہے جو دو الفاظ کاروبار اور تنظیم پر مشتمل ہے۔ ہر وہ سرگرمی جس کا مقصد نفع کمانا ہے کاروباری سرگرمی ہے۔ خدمات فراہم کرکے بھی نفع کمایا جاسکتا ہے۔ اس لیے کہا گیا کہ ”وہ سرگرمیاں جن کا تعلق احتیاجات کی تکمیل کرنے والی اشیا یا خدمات کی فراہمی سے ہو اور ان کا مقصد نفع کمانا ہو کاروباری سرگرمیاں کہلاتی ہیں“۔ کاروباری تنظیم کی اہمیت کا اندازہ اشیاء کی پیداوار، وسائل کا بھرپور استعمال، ٹیکنالوجی کے بھرپور استعمال، تخلیقی فکر، بروقت فیصلہ سازی، ماہر سیلزمین کا استعمال جیسے عناصر سے کیا جاسکتا ہے۔ کاروباری فرمس کی تین شکلیں ہو سکتی ہیں۔ خانگی فرم جیسے تنہا تجارت، شراکت، ہندو غیر منقسم خاندان، کمپنی، کوآپریٹیو سوسائیٹیز عوامی فرمس، گورنمنٹ کمپنی، مشترکہ فرم وغیرہ شامل ہیں۔ کاروباری تنظیم کے مطلوبات میں مقاصد کا تعین، منصوبہ کاری اور تنظیم کی تشکیل، فنڈز کی فراہمی، موزوں مقام پذیری اور سائز، تحقیق کے لیے موزوں سہولتیں قابل اور حرکیاتی قیادت وغیرہ ضروری ہیں۔

5.10 کلیدی الفاظ (Keywords)

1) کاروبار Business : ایسی سرگرمیاں جن کا مقصد نفع کمانا ہو۔

2) تنظیم Organization : تنظیم دراصل مختلف سرگرمیوں کو مربوط کرنے سے متعلق ہے۔

3) وسائل Resources : وہ ذرائع جہاں سے سرمایہ اور خام مال پیداوار کے لیے ضروری عناصر حاصل ہوتے ہیں۔

4) بازگیری Feedback : اشیا کے استعمال کے بعد صارفین کی رائے کا حصول بازگیری ہے۔

5.11 نمونہ امتحانی سوالات (Model Examination Questions)

معروضی جوابات کے حامل سوالات

1) کاروباری تنظیم ایک ________ اصطلاح ہے۔ (مرکب)

2) نفع کے لیے جو سرگرمیاں انجام دی جاتی ہیں وہ ______ سرگرمیاں ہیں۔ (معاشی)

3) فریڈرک ٹیلر پیشہ سے ______ تھا۔ (انجنیر)

4) اشیاء کے استعمال کے بعد صارفین کی رائے کا حصول ______ ہے۔ (بازگیری)

5) انجمن امداد باہمی ایک رضاکارانہ انجمن ہے۔ (ہاں یا نہیں)

6) مشترکہ ہندو خاندان کا صدر کرتا ہوتا ہے۔ (ہاں یا نہیں)

7) فرم کا عملہ انسانی وسائل کی مثال نہیں ہے۔ (ہاں یا نہیں)

8) خام مال، محنت، تنظیم سرمایہ عاملین پیدائش کے عناصر ہیں۔ (ہاں یا نہیں)

9) کاروبار میں بروقت فیصلہ سازی ضروری نہیں ہے۔ (ہاں یا نہیں)

مختصر جوابات کے حامل سوالات

1) کاروباری تنظیم سے کیا مراد ہے؟

2) نفع کمانے کے لیے قائم تنظیموں کی مثالیں دیجیے۔

3) شراکت کسے کہتے ہیں؟

4) ہندو مشترکہ خاندان پر مختصر نوٹ لکھیے۔

5) انجمن امداد باہمی کے بارے میں آپ کیا جانتے ہو۔

6) بازگیری کیا ہے؟

7) جائینٹ اسٹاک کمپنی کیا ہوتی ہے؟

8) سماجی ذمہ داری کسے کہتے ہیں؟

9) فریڈرک ٹیلر کے پانچ اُصول کیا ہیں؟

10) تنہا تاجر کون ہوتا ہے۔

طویل جوابات کے حامل سوالات

1) کاروباری تنظیم کی تعریف کیجیے اور اس کی خصوصیات بیان کیجیے۔

2) کاروباری تنظیم کی وسعت اور اہمیت واضح کیجیے۔

3) کاروباری فرمس کی مختلف شکلوں کو سمجھائیے۔

4) کاروباری تنظیم کے مطلوبات پر بحث کیجیے۔

اکائی 6۔ کاروباری تنظیم کی درجہ بندی

(Classification of Business Organisation)

اکائی کے اجزا

6.0 تمہید Introduction

6.1 مقاصد Objectives

6.2 کاروباری تنظیم کی درجہ بندی کی تعریف، معنی و مفہوم

Definition and Meaning of Classification of Business Organisation

6.3 ایک مثالی تنظیم کی شکل An Ideal Form of Organisation

6.4 موزوں تنظیم کی شکل کا انتخاب Choice of Suitable Form of Organisation

6.5 (c)خانگی محدود کمپنی سے عوامی محدود کمپنی میں تبدیلی

Change from Private Limited Company to Public Limited Company

6.6 اکتسابی نتائج Learning Outcomes

6.7 کلیدی الفاظ Keywords

6.8 نمونہ امتحانی سوالات Model Examination Questions

6.0 تمہید (Introduction)

عزیز طلبا! آپ نے پچھلی اکائی میں کاروباری تنظیم کے معنی و مفہوم کے سلسلے میں پڑھا ہے کہ کاروباری تنظیم دراصل معاشی سرگرمیوں کا نظم ہے۔ جس کے ذریعہ نفع کمایا جاتا ہے۔ یہ سرگرمیاں ایک دوسرے سے مربوط ہوتی ہیں۔ اس کے باوجود ان سرگرمیوں میں جوکھم ہوتا ہے۔ یہی وجہ ہے کہ ان کو For Profit Organisation کہتے ہیں۔ کاروبار کے سائیز کی مناسبت سے کاروباری تنظیم کا انتخاب کیا جاتا ہے۔ کاروباری تنظیم کے انتخاب کا انحصار کاروبار سے دلچسپی رکھنے والے افراد کے سرمایہ، انسانی وسائل اور صلاحیتوں پر ہوتا ہے۔

6.1 مقاصد (Objectives)

آپ اس اکائی کے مطالعہ کے بعد اس قابل ہو جائیں گے کہ:

- کاروباری تنظیم کی درجہ بندی کے مفہوم سے واقفیت حاصل کر سکیں۔
- کاروبار پر اثر انداز ہونے والے عناصر سے شناسائی حاصل کر سکیں۔
- کاروباری تنظیم کے اقسام پر بحث کر سکیں۔

6.2 کاروباری تنظیم کی درجہ بندی کی تعریف، معنی و مفہوم

(Definition and Meaning of Classification of Business Organisation)

کاروبار دراصل نفع کمانے کا ایک ذریعہ ہے۔ لیکن کاروبار کرنے کا طریقہ کار مختلف ہوتا ہے۔ کاروبار کو مختلف انداز سے کرنے کے طریقہ کار کو الگ الگ انداز میں بانٹا جاسکتا ہے۔ اس کو درجہ بندی کہتے ہیں۔ چونکہ یہاں کاروباری تنظیم کو مختلف شکلوں میں درجہ بند کیا جاتا ہے، اس لیے اس کو کاروباری تنظیم کی درجہ بندی کہا جاتا ہے۔ کاروبار کو ایک انٹرپرائیز یا تنظیم یا ایک وجود کی صورت میں دیکھا جاتا ہے جو کسی صنعتی سرگرمی، تجارتی یا پیشہ وارانہ سرگرمیوں کے پس منظر میں دیکھا جاتا ہے۔ کیونکہ اصطلاح کاروبار افراد کی منظم کوشش ہوتی ہیں، تاکہ وہ اپنی اشیاء کی فروخت یا خدمات کی فراہمی کے بدلے نفع حاصل کر سکیں۔ کاروباری سرگرمیوں کے پیمانے تنہا تجارت سے کثیر قومی کارپوریشنس کی صورت میں دیکھے جاسکتے ہیں۔ کاروباری تنظیم کے پیمانے الگ ہوسکتے ہیں۔ ان کی شکل و صورت الگ ہوسکتی ہے۔ لیکن کاروبار اشیا کی تیاری اور نفع پر فروخت، خدمات کی فراہمی کے ذریعہ نفع کے حصول کی صورت میں ہوتے ہیں۔ کاروباری سرگرمیوں میں یہی شامل نہیں ہوتے بلکہ سرمایہ کاری، تجارت اور مالیہ کاری وغیرہ بھی شامل ہیں۔ کاروباری تنظیم کی درجہ بندی کے پس منظر میں متعدد مشقیں سرانجام دی جاتی ہیں اور اگر اس کو عمومیت کے زمرہ میں لایا جائے تو اس کو صنعت کہتے ہیں۔ جبکہ اشیا کی ترتیب بھی صنعت کے حدود میں آتی ہے اور اشیا کی نفع کے لیے حرکت پذیری کامرس کا نفسِ مضمون ہے۔ جیسا کہ کہا جاچکا ہے کاروباری سرگرمیوں کی تین اہم صورتیں ہیں سرمایہ کاری، کاروبار اور مالیہ کاری وغیرہ۔

1) کاروباری سرگرمیاں (Business / Operating Activities)

کاروباری سرگرمیوں کی انجام دہی دراصل کاروباری افعال ہیں جو اشیا کی نفع کے لیے فراہمی اور نفع کے لیے خدمات کی فراہمی ہے۔ کاروباری یا آپریٹنگ سرگرمیوں میں فروخت، تقسیم، بازارکاری اور اشیا کی پیداوار اور خدمات نفع کے لیے پیش کرنا ہے۔

2) مالیہ کاری سرگرمیاں (Financing Activities)

ایسی سرگرمیاں جہاں پر مالیہ پر خصوصی توجہ دی جائے مالیہ کاری سرگرمیاں کہلاتی ہیں۔ ان سرگرمیوں میں طویل مدتی معاہدات، تاجر کے کاروباری اثاثے اور مختصر مدتی مالیہ کاری میں تبدیلیاں شامل ہیں۔ اس کے علاوہ ان سرگرمیوں میں نقدی بہائو، اندرون کمپنی نقدی مساوی یا برابر یا پھر مالیہ کا ذریعہ جہاں سے یہ حاصل کیا گیا ہے۔

3) سرمایہ کاری سرگرمیاں (Investing Activities)

سرمایہ کاری سرگرمیاں جہاں کاروبار میں ان کی ترجیحات کی بنیاد پر انجام دی جائیں ان سرگرمیوں کو نقدی وصولیات کے تحت لیا جاتا ہے۔ ان میں طویل مدتی اثاثے اور دیگر تمسکات کی خرید و فروخت شامل ہے۔ دوسرے الفاظ میں یہ وہ حاصل شدہ نقدی اور ادا کردہ نقدی ہے جو ایک حسابی سال میں کاروبار نے طویل مدتی سرمایہ کاری اور کاروبار کو چالو حالت میں رکھنے کے لیے لیا گیا ہو۔

کاروباری فرم ایک ادارہ جاتی انتظام ہے جو کاروباری سرگرمیوں کا انعقاد عمل میں لایا جاتا ہے۔ یہ فرم کسی ایک فرد کے ذریعہ یا افراد پر مبنی انجمن کے ذریعہ چلائی جاسکتی ہے اوراس فرم کی بنیاد رسمی یا غیر رسمی معاہدہ ہے جو ان افراد کے درمیان انجام پاتا ہے جو کاروبار کو منظم انداز میں چلانا چاہتے ہوں۔Wheeler نے کاروباری تنظیم کے بارے میں یوں اظہار خیال کیا ہے ”ایک فرم، کمپنی یا اِنٹرپرائیز جو خرید و فروخت کرتی ہو ایک شخص یا افرد کے گروہ کی ملکیت ہو اور جس کا انتظام ایک مخصوص کاروباری پالیسیوں کے تحت کیا جاتا ہو“۔ مختصراً یوں کہا جاسکتا ہے کہ سماج کے فائدے کے لیے افراد یکجا ہوں، اپنے وسائل کو جمع کرکے کاروباری سرگرمیاں انجام دیں تو یہ کاروباری تنظیم ہے۔

کاروباری تنظیم کے انتخاب پر اثر انداز ہونے والے عناصر(Factors Influencing Choice of Form of Organisation)

کاروباری تنظیم کے انتخاب پر اثر انداز ہونے والے عناصر درجہ ذیل ہیں۔

1)مطلوبہ سرمایہ(Capital Requirement)

سرمایہ کی ضرورت کا انحصار کاروبار کی نوعیت اور کاروباری پیمانے پر ہوتا ہے۔یعنی کاروبار بڑے پیمانے پر کیا جارہا ہے یا چھوٹے پیمانے پر کیا جارہا ہے۔ ایک پیداواری فرم کو چلر فروش دوکان کی بہ نسبت زیادہ سرمایہ درکار ہوتا ہے۔ اگر کاروبار بڑے پیمانے پر ہو تو سرمایہ کی بھی زیادہ ضرورت ہوتی ہے۔ اس لیے سرمایہ کی ضرورت کی مناسبت سے تنظیم کا انتخاب کیا جانا چاہیے۔ تنظیم کی شکل کچھ ایسی ہونی چاہیے کہ اس کے سائز کے مطابق سرمایہ فراہم کیا جاسکے۔ مثال کے طور پر سرمایہ کی مقدار کم ہو تو تنہا تجارت بہتر ہوتی ہے اور اس سے زیادہ سرمایہ درکار ہو تو شراکتی کاروبار بہتر ہوتے ہیں۔ اور اگر غیر معمولی سرمایہ کی ضرورت ہو تو کمپنی طرز تجارت بہتر ہوتی ہے۔ ایسی صورت میں کمپنی دوسرے سرمایہ کاروں سے بھی حصص، ڈبنچرز کے عوض سرمایہ حاصل کر سکتی ہے۔ تنہا طرز تجارت اور شراکتی کاروبار کی صورت میں سرمایہ میں اضافہ کے ذرائع محدود ہوتے ہیں۔ اس طرح یوں کہا جاسکتا ہے کہ کاروبار کے لیے تنظیم کے انتخاب میں سرمایہ راست طور پر اثر انداز ہوتا ہے۔

2)وجوب / ذمہ داری (Liability)

تنہا طرز تجارت اور شراکتی طرز تجارت میں مالکین کی ذمہ داری لامحدود ہوتی ہے۔ ان کی ذمہ داری سرمایہ فراہم کرنے کی حد تک ہی محدود نہیں ہوتی ہے بلکہ کاروبار کی دوسری ذمہ داریوں کی تکمیل کے لیے بھی یہی مالکین ذمہ دار قرار پاتے ہیں۔ کمپنی طرز تجارت کی صورت میں حصص داروں کی ذمہ داری حصص کی قیمت کی ادائی کی حد تک ہی محدود ہوتی ہے۔یعنی حصص کی قیمت خرید کی ادائی تک محدود ہوتی ہے۔ اگر کسی وجہ سے کمپنی حصص کی قیمت جُزوی طور پر وصول کرتی ہے تو حصص دار حصص کی غیر اداشدہ رقم کی حد تک ہی رقم ادا کرے گا۔ اس سے زیادہ رقم وصول نہیں کی جاتی۔ کاروباری نقصانات کی پابجائی کے لیے حصص دار رقم کی ادائی کے ذمہ دار نہیں ہوتے۔

جب کاروبار میں زیادہ جوکھم ہو تو کمپنی طرز تجارت موزوں ہوتی ہے۔ کاروبار میں زیادہ جوکھم نہ ہو تو تنہا طرز تجارت یا شراکت بہتر ہے۔ کمپنی کے اراکین کی مقدار زیادہ ہوتی ہے۔ اس لیے وجوب محدود ہوتا ہے۔

3) تسلسل (Continuity)

کاروباری طرز تجارت کے لیے تنظیم کے انتخاب میں تسلسل کاروبار نہایت اہم عنصر ہے۔ اگر فرم مستحکم ہو اور کاروبار کے بند ہو جانے کا خدشہ نہ ہو تو زیادہ سرمایہ لگانے کی طرف لوگ مائل ہوں گے۔ تربیت یافتہ اور تعلیم یافتہ افراد کاروبار میں زیادہ تعداد میں جڑنے لگ جائیں گے۔ اس طرح مشاہدہ کے مطابق کمپنی طرز تجارت ہی ایسی تنظیم ہے جو استقامت اور تسلسل کی ضمانت دے سکتی ہے۔ تنہا طرز تجارت تسلسل اور استقامت کا باعث نہیں ہے۔ کیونکہ مالک کے انتقال کے بعد کاروبار کو بند کر دینا پڑتا ہے یا پھر سرمایہ کی کمی یا غیر معمولی نقصان کی صورت میں کاروبار کو بند کر دینا پڑتا ہے۔ شراکتی فرم کی کاروباری مدت مستقل نہیں ہوتی۔ کئی مختلف وجوہات کی بنیاد پر شراکتی کاروبار کو بند کر دیا جاسکتا ہے۔ صرف کمپنی طرز تجارت ہی ایک موزوں تنظیم تجارت ہے جو حصص دار کی شخصی زندگی سے متاثر نہیں ہوتی۔ کمپنی طرز تجارت اسی وقت موزوں ہوتی ہے جبکہ کاروبار میں استقامت اور تسلسل ضروری ہو۔

4) انتظامی ضروریات (Managerial Needs)

انتظامی اور انصرامی مطلوبات بھی تجارت کے لیے تنظیم کے انتخاب کے فیصلہ پر اثر انداز ہوتے ہیں۔ اگر کاروبار چھوٹے ہوں اور وہ صرف مقامی ضروریات کی تکمیل کرتے ہوں تو ایک فرد ہی انتظام کر لے سکتا ہے۔ ایسی صورت میں تنہا تجارت ہی موزوں طرز تجارت ہوگی۔ اگر کاروبار کا حجم بڑا ہو تو اور کئی علاقوں کا احاطہ کرتا ہو تو زیادہ افراد کی ضرورت ہوگی۔ تاکہ کاروبار کی نگرانی کر سکیں۔ اس طرح کاروباری سرگرمیوں میں اضافہ ہوتا ہے۔ ان کے انتظام کے لیے شراکتی طرز تجارت بہتر ہوتی ہے۔ تمام شرکا کاروباری افعال انجام دے سکتے ہیں۔ جب کاروبار بڑے پیمانے پر کیا جائے تو کاروبار کے ہر شعبہ کے انتظام کے لیے ماہرین کی خدمات حاصل کی جاتی ہیں۔ ایسی غیر معمولی طرزِ تجارت کے لیے کمپنی بہتر ہوتی ہے۔ اس کے برخلاف تنہا تجارت اور شراکتی کاروبار میں اتنی سکت نہیں ہوتی ہے کہ وہ کاروباری انتظام کے لیے مختلف شعبوں کی نگرانی کے لیے ماہر عملہ کا تقرر کرے۔ اس کے علاوہ تعلیمیافتہ اور تربیت یافتہ افراد چھوٹے پیمانے کے کاروبار میں کام کرنا پسند نہیں کرتے۔ کیونکہ ان کا یہاں کوئی مستقبل نہیں ہوتا۔

5) لچک پذیری (Flexibility)

کسی بھی کاروبار کے لیے ضروری ہے کہ اس کی کارکردگی میں لچک کا عنصر ہو۔ کیونکہ کاروباری حالات ہمیشہ ایک جیسے نہیں رہتے۔ اس لیے حالات اور ماحول میں تبدیلی کی مناسبت سے اس میں تبدیلی کی گنجائش ہو۔ تنہا طرز تجارت، شراکت اور کمپنی طرز تجارت سے زیادہ لچکدار ہے۔ تنہا طرز تجارت میں تاجر کاروباری معاملات میں آزادانہ فیصلہ لے سکتا ہے۔ کاروبار میں کئی تبدیلیاں لا سکتا ہے۔ بروقت فیصلہ سازی کے ذریعہ ماحول اور قیمتوں کا فائدہ اٹھاتا ہے۔ ایسی تبدیلیوں سے تاجر کو نقصان نہیں ہوتا۔

6) آسان تشکیل (Easy Formation)

کسی کاروباری تنظیم کی تشکیل کے لیے زیادہ قاعدے و قوانین نہ ہوں تو ایسی صورت میں بھی طرز تنظیم کا انتخاب عمل میں آتا

ہے۔ جائینٹ اسٹاک کمپنی کی صورت میں اس کے رجسٹریشن کے لیے تربیت یافتہ اور ماہرین کا ہونا ضروری ہوتا ہے۔ اس کے علاوہ کمپنی کے انکارپوریشن میں بھی زیادہ خرچ ہوتا ہے۔ اس کے بر خلاف تنہا تجارت کا آغاز اور تشکیل کے لیے کوئی قواعد و ضوابط نہیں ہوتے۔ اگر کمپنی کے مالکین مختلف آئینی مراحل سے گذر نہیں جاتے کمپنی کا قیام ایک مشکل امر تصور کیا جاتا ہے۔

7) ٹیکس کا وجوب (Tax Liability)

تنہا طرز تجارت اور شراکت کی بہ نسبت کمپنی کی صورت میں ٹیکس کی ادائی کا وجوب ہوتا ہے۔ کمپنی کو ٹیکس کا دوہرا وجوب درپیش ہوتا ہے۔ انفرادی طور پر کمپنی پر ٹیکس لگایا جاتا ہے پھر اس کے بعد حصص داروں کو ادا کردہ رقم پر بھی ٹیکس لگتا ہے۔ جبکہ تنہا تجارت اور شراکتی کاروبار پر الگ الگ یعنی دوہرا ٹیکس عاید نہیں کیا جاتا۔ چھوٹے پیمانے پر جو کاروبار کیے جاتے ہیں وہ غیر معمولی ٹیکس سے بچ سکتے ہیں۔

8) سرکاری قواعد و ضوابط (Governmnet Regulations)

کاروبار کے لیے تنظیم کی شکل کے بارے میں فیصلہ لینے کے دوران اس پر اثرانداز ہونے والے قواعد و ضوابط کو بھی زیر غور رکھا جائے۔ ایک کمپنی کے انکارپوریشن کے لیے کئی قواعد و ضوابط سے گذرنا ہوتا ہے اور ان کی تکمیل و تعمیل بھی ضروری ہے۔ کمپنی کے لیے ضروری ہوتا ہے کہ وہ ہر سال کمپنی کے تعلق سے حکومت کو معلومات فراہم کرے۔ مختلف قوانین پر عمل آوری کے لیے ماہرین قانون کی مدد لینی پڑتی ہے۔ تنہا طرز تجارت کی صورت میں کسی بھی قانون کی تعمیل ضروری نہیں۔ اسی طرح شراکتی طرز تجارت بھی سرکاری قواعد و ضوابط کی تعمیل سے آزاد ہے۔ یہی نہیں بلکہ فرم کا رجسٹریشن لازمی نہیں۔

9) کاروباری سرگرمیوں کی نوعیت (Nature of Business Activities)

کاروبار کے لیے تنظیم کے انتخاب کے فیصلہ سازی میں کاروباری سرگرمیوں کی نوعیت بھی ایک اہم عنصر ہے۔ اگر فرم کی سرگرمیاں مقامی بازار کی حد تک ہی محدود ہوں، موسمی اشیا یا جلد خراب ہونے والی اشیاء تک محدود ہوں تب تنہا تجارت بہتر ہے۔ تنہا تجارت کے لیے سرمایہ بھی کم درکار ہوتا ہے اور کاروبار کے حدود بھی کم ہوتے ہیں۔ اس کے بر خلاف اگر کاروباری سرگرمیاں وسیع بازار میں انجام دی جارہی ہوں اور کاروبار بھی بڑے پیمانے پر کرنا مقصود ہو تو کمپنی طرز تجارت زیادہ موزوں ہے۔ اگر کسی کا مقصد اپنے اراکین کی خدمت کرنا ہو تو کوآپریٹیو زیادہ بہتر ہے۔

10) پائیداری (Stability)

کاروبار کا تسلسل اور پائیداری کاروبار کے لیے تنظیم کے انتخاب میں ایک اہم عنصر ہے۔ اگر کاروبار کا تسلسل نہ ہو درمیان میں ہی بند کر دیا جائے، تب وسائل کا ضیاع ہوگا اور ساتھ ہی وہ صارفین جو اب تک کاروبار سے جڑے ہوئے تھے ان کا اعتماد ختم ہو جائے گا۔ اگر کلی طور پر دیکھا جائے تو یہ ایک سماجی نقصان ہے۔ کمپنی ہی کاروبار کی بہتر صورت جہاں تسلسل اور پائیداری دیکھی جاتی ہے اراکین کے انتقال کر جانے یا ان کے دیوالیہ ہونے پر کمپنی کے کاروبار پر کوئی اثر نہیں ہوتا۔ اسی طرح تنہا طرز تجارت کی صورت میں مالک کی موت یا دیوالیہ یا پاگل ہو جانے پر کاروبار کو بند کر دیا جاتا ہے۔ شراکتی کاروبار میں بھی غیر یقینی کیفیت ہوتی ہے۔ کیونکہ شریک کی موت دیوالیہ اور پاگل یا دیوانہ ہو جانے پر کاروبار تحلیل ہو جاتے ہیں۔

11) ملکیت اور انتظامیہ کے درمیان تعلق (Relationship between Ownership and Management)

شراکت اور تنہا طرز تجارت میں ملکیت اور انتظامیہ کے درمیان راست تعلق پایا جاتا ہے۔ لیکن کمپنی طرز تجارت میں ملکیت اور انتظامیہ دونوں ایکدوسرے سے الگ ہوتے ہیں، مالکین الگ ہوتے ہیں اور انتظامیہ الگ ہاتھوں میں ہوتا ہے۔ کمپنی کے حصص دار نہ صرف ملک بلکہ بیرون ملک میں بھی ہوسکتے ہیں۔ اس لیے یہ کمپنی کے انتظام میں حصہ نہیں لے سکتے یا کمپنی کے روزمرہ انتظام میں پوری سرگرمی کے ساتھ حصہ نہیں لے سکتے یا کمپنی کے روزمرہ انتظام میں پوری سرگرمی کے ساتھ حصہ نہیں لے سکتے۔ کمپنی کا انتظام چند اشخاص کے ہاتھوں میں ہوتا ہے۔ ان افراد کو مجموعی طور پر مجلس نظما (Board of Directors) کہتے ہیں۔ لیکن جب مالکین ہی انتظام اپنے ہاتھوں میں رکھنا چاہتے ہیں تو تنہا طرز تجارت اور شراکت موزوں ہے۔ اگر سرمایہ کاروں کے پاس انتظام میں حصہ لینے کے لیے وقت نہیں ہے تو وہ اپنا سرمایہ کمپنی کے حصص کی خریدی میں لگاتے ہیں۔ کیونکہ ان کے لیے کمپنی ہی موزوں ہے۔

12) کاروباری راز کی حفاظت (Retention of Business Secrets)

تاجر کے لیے ضروری ہے کہ وہ کاروبار کے لیے جس تنظیم کا انتخاب کیا ہے وہ نہایت منفعت بخش ہے۔ غیر معمولی نفع کے حصول کا باعث ہے۔ اس لیے تاجر کاروباری راز کا دوسرے مسابقت کنندوں کے سامنے انکشاف نہ کرے۔ ورنہ بازار میں مزید مسابقت کنندے آجانے سے نفع کی شرح اور کاروبار پر اثر پڑسکتا ہے۔ اس لیے کاروباری دوستوں کا انتخاب بھی سوچ بچار کے بعد کرنا چاہیے، تاکہ کاروبار پر کوئی اثر نہ پڑے۔ ورنہ نقصان کا اندیشہ ہوتا ہے۔

13) جوکھم لینے کی صلاحیت (Risk Taking Ability)

اگر کاروبار میں جوکھم کو کم کرنے کا ارادہ ہو تب کمپنی طرز تجارت کو ترجیح دی جائے۔ کیونکہ جوکھم لینے سے ہونے والے نقصان کو حصص داروں کی بڑی تعداد کے درمیان تقسیم کردیا جاتا ہے، جس کی وجہ سے زیادہ نقصان نہیں ہوتا۔ لیکن تنہا طرز تجارت میں جوکھم زیادہ ہوتا ہے۔ یہاں تک کہ تاجر کی ذاتی ملکیت بھی دائو پر لگ جاتی ہے۔ اگر تاجر کے منصوبہ کے مطابق کاروبار آگے نہ بڑھے تب بازار کے نقشہ سے ہی کاروبار غایب ہوجاتے ہیں۔ شراکت کی صورت میں شرکا بڑی حد تک نقصان کو کم کرنے کی کوشش کرتے ہیں۔ کاروباری جوکھم جیسے سیلاب، زلزلہ، فسادات، ہڑتال وغیرہ سے ہونے والے نقصانات کی پابجائی بیمہ پالیسی کے ذریعہ کی جاسکتی ہے۔ ایسا اسی وقت ممکن ہے جبکہ کاروبار اتنے نفع بخش ہوں کہ بیمہ پالیسی کے سالانہ اخراجات کی ادائی ہوسکے۔

14) نفع کی تقسیم (Division of Profit)

اگر کاروبار کا مالک کاروبار سے ہونے والے نفع کو خود تک محدود رکھنا چاہتا ہو تو تنہا طرز تجارت ہی بہترین انتخاب ہوگا۔ کیونکہ کاروبار سے ہونے والے نفع کے بارے میں حصہ داری کا دعویٰ کرنے والا کوئی نہ ہوگا۔ اسی طرح کاروباری نفع کو تقسیم کرنے کا ارادہ ہو تو شراکت بہتر تنظیم ہوگی۔ یونہی اگر کمپنی طرز تجارت میں کاروبار کی نشو و نما و ترقی مقصود ہو اور بازاری مواقعوں کا استحصال کرنا ہو اور زیادہ سے زیادہ نفع کمانا منشاء ہو اور نفع کو تمام حصص داروں میں تقسیم کرنا ہو تو کمپنی طرز تجارت بہتر ہے۔

6.3 ایک مثالی تنظیم کی شکل (An Ideal Form of Organisation)

پچھلے صفحات میں آپ نے پڑھا کہ کاروباری تنظیم کی مختلف شکلیں ہیں، لیکن کونسی کاروباری تنظیم مثالی ہے؟ بتایا گیا ہے کہ ایک مثالی کاروباری تنظیم میں درجہ ذیل خدوخال ہونے چاہیے!

1) تشکیل (Formation)

ایک مثالی تنظیم کی تشکیل نہایت آسان ہوتی ہے۔ کاروباری فرم کا جائیزہ اور قواعد وضوابط پر عمل آوری نہایت کم ہو۔ یعنی کاروبار کا قیام آسان ہو، کسی قاعدے و قانون کے تابع نہ ہو۔

2) وجوب (Liability)

کاروباری وجوب کا مطلب فرم کے واجبات کی تکمیل کے لیے تاجر کی جائیداد کا کس حد تک استعمال کیا جائے گا۔ ایک مثالی تنظیم میں اراکین کا وجوب کاروباری حصہ کی قیمت کی ادائی کی حد تک ہی محدود ہوتا ہے۔ فرم کے واجبات کی ادائی کے لیے اراکین کے شخصی اثاثے استعمال نہیں کیے جاتے۔

3) سرمایہ (Capital)

کسی بھی تنظیم کے قیام کے لیے سرمایہ کا ہونا از حد ضروری سمجھا جاتا ہے۔ ساتھ ہی ساتھ کاروبار کو چالو رکھنے کے لیے بھی روزمرہ کی ضروریات کی تکمیل کے لیے بھی سرمایہ کی ضرورت ہوتی ہے۔ تاکہ کاروبار کو کامیابی کے ساتھ چلایا جاسکے۔ مثالی تنظیم وہ ہے جو کاروبار کے آغاز پر موزوں مقدار میں سرمایہ فراہم کرسکے اور فرم کی ترقی اور توسیع کے لیے بھی سرمایہ فراہم کرسکے۔

4) انتظامی اہلیت (Managerial Efficiency)

ایک تجارتی اکائی کو کامیابی کے ساتھ پائیداری کے ساتھ چالو حالت میں رکھنے کے لیے ماہر انتظامی عملہ اور مینجر کا ہونا ضروری ہے۔ مثالی تنظیم کی شکل کے انتخاب کے وقت اراکین کو ترغیبات دینا تاکہ وہ پوری یکسوئی کے ساتھ سخت محنت کرے۔ جہاں انفرادی مقاصد اور تنظیمی مقاصد کے درمیان ہم آہنگی ہو، یہی مثالی تنظیم کی شکل ہوگی۔

5) لچک پذیری (Flexibility)

ایک مثالی تنظیم کی شکل کچھ ایسی ہو کہ کاروباری ماحول میں ہونے والی تبدیلیوں کے مطابق اپنے آپ کو ڈھال سکے، جیسے اگر ٹکنالوجی بدل جائے، تیز رفتار مشین بازار میں آجائے تو اشیاء کی پیداوار میں بہتر لانے کے لیے تنظیم اس تبدیل شدہ ٹکنالوجیکو اپنانے یا اس اثاثہ کو پرانے اثاثے سے تبدیل کرلے، تاکہ وہ زمانہ کی رفتار کے ساتھ رہے اور اگر کوئی کاروباری تنظیم ایسا نہیں کرتی تب وہ جلد ہی بازار سے غائب ہوجاتی ہے۔ یعنی کاروبار کو بند کردینا پڑتا ہے۔

6) مفادات کی منتقلی (Transfer of Interest)

اگر فرم کا کوئی رکن کسی وجہ سے کاروباری مفادات کسی اور کے نام منتقل کرنا چاہتا ہو تو مثالی تنظیم اس رکن کو تیسرے فریقین کے

نام مفادات منتقل کرنے کی اجازت دیتی ہے۔

7) ٹیکس کی ادائی (Tax Payment)

کاروباری تنظیموں کی جتنی شکلیں ہیں ان کے حاصل کردہ نفع پر ٹیکس عاید ہوتا ہے۔ ایک مثالی کاروباری تنظیم وہ ہے جو اپنے حاصل کردہ نفع پر کم سے کم ٹیکس ادا کرتی ہو۔

8) رازداری (Secrecy)

چند کاروباری تنظیم کی کچھ شکلیں ایسی ہوتی ہیں جہاں کاروباری راز کا افشاء نہیں کیا جاتا۔ مالک ہی ان راز کو اپنے تک ہی محدود رکھتا ہے۔ عام لوگوں کے ساتھ ان کو ظاہر نہیں کرتا۔ ایسی صورت میں کم سے کم راز اپنے تک محدود رکھنے والی فرم کو ترجیح دی جائے۔ یہی مثالی کاروباری تنظیم ہے۔

9) حکومت کی مداخلت (Government Interference)

ایک مثالی کاروباری تنظیم وہ ہوتی ہے جو حکومت کو کاروباری معاملات میں مداخلت کا کم موقع دے۔ یعنی فرم کے روزمرہ کاروباری سرگرمیوں میں حکومت کی مداخلت کم ہو۔

6.4 موزوں تنظیم کی شکل کا انتخاب (Choice of Suitable Form of Organisation)

مذکورہ بالا خدوخال یا خصوصیات کسی بھی کاروباری اکائی میں نہیں پائے جاتے۔ تاجر کے لیے ضروری ہے کہ وہ لاگت اور منفعت کا جائزہ لے۔ یہ جائزہ تاجر کو فرم کے قیام کے لیے راہ ہموار کرے گا کہ زیادہ سے زیادہ فائدہ کم لاگت پر کونسی طرز تجارت میں حاصل ہوگا۔ کاروبار کے لیے موزوں تنظیم کی شکل کے انتخاب کے سلسلہ میں بڑی احتیاط اور منصفانہ جائزہ لے کر تنظیم کا انتخاب کرنا چاہیے۔ کیونکہ یہ ناقابل واپسی فیصلہ ہوتا ہے۔ غلط فیصلہ کی صورت میں غیر معمولی نقصانات سے دوچار ہونا پڑتا ہے۔ کاراندازی کے لیے ضروری ہے کہ وہ موزوں کاروباری تنظیم کے انتخاب کے لیے زیادہ وقت، توانائی اور پیسہ لگائیں اور متعلقہ امور پر بڑی گہرائی سے جائزہ لیں اور انتخاب کے لیے آگے قدم بڑھائیں۔

کاروباری تنظیم کی شکل کا انتخاب دو مراحل میں کیا جاتا ہے۔

1) نئی تنظیم کا آغاز 2) موجودہ تنظیم کی توسیع

1) نئی تنظیم کا آغاز

نئی تنظیم کے لیے وہی نکات ذہن نشین ہونے چاہئیں جس کو ہم نے ایک مثالی تنظیم کی شکل میں پڑھا ہے۔ نئی تنظیم کے آغاز کے لیے تشکیل، وجوب، سرمایہ، انتظامی اہلیت، لچک پذیری، مفادات کی منتقلی، ٹیکس ادائی، رازداری اور حکومت کی مداخلت و پالیسی کو پیش نظر رکھنا ہوگا۔ اگر ان نکات پر گہری نظر ہو تو نئی تنظیم کا آغاز آسان ہوتا ہے۔

2) موجودہ تنظیم کی توسیع (Expanding an Existing Organisation)

کاروباری تنظیم کے ابتداًانتخاب کے بعد ضروری نہیں کہ کاراندازاسی پہلی تنظیم کی شکل میں باقی وبرقرار رہے۔ایسی تنظیم کو کئی مسائل درپیش ہوتے ہیں۔ جیسے

i) متنوع کاروبار   ii) مالیہ کی طویل مدتی ضرورت   iii) ماہرانہ انتظامی صلاحیتیں

iv) کلی طورپر تنظیم جدید   v) جوکھم کے تصورات میں تبدیلی   vi) کنٹرول برقرار رکھنے میں مشکلات

مذکورہ بالاصورتوں میں تنظیم کی ایک شکل دوسری شکل میں تبدیلی ضروری ہوجاتی ہے۔موجودہ تنظیم کی شکل میں تبدیلی کے لیے درجہ ذیل متبادل صورتوں پر غور کیاجاتاہے۔

(a) تنہاطرز تجارت سے شراکتی طرز تجارت میں تبدیلی   (b) شراکتی طرز تجارت سے خانگی محدود کمپنی میں تبدیلی

(c) خانگی محدود کمپنی سے عوامی محدود کمپنی میں تبدیلی

(a) تنہاطرز تجارت سے شراکتی طرز تجارت میں تبدیلی

جب تنہا تاجر اپنے کاروبار میں توسیع کرنا چاہتا ہے تو وہ خود ہی تنہا تاجر کے طور پر برقرار رہتے ہوئے ایک مینجر کا تقرر کرتا ہے۔ تاکہ وہ تنہاطرز تجارت سے شراکتی طرز تجارت میں تبدیلی میں مدد کرے۔ان کو تفصیل سے ذیل میں دیکھا جاسکتا ہے۔

تنہاطرز تجارت اور شراکت کے درمیان انتخاب

عناصر / نکات	مینجر	شراکت
1۔ تشکیل	کاروباری تنظیم میں کوئی تبدیلی نہیں	ایک شراکتی معاہدہ پر دستخط کی جاتی ہے اور فرم قانونِ شراکت 1932 کے تحت رجسٹرڈ کروایاجاتاہے۔
2۔وجوب	تمام واجبات اور قرضوں کی ادائی تنہا تاجر کرے گا۔ کاروباری جوکھم بھی وہی بدستور برداشت کرے گا۔	جوکھم کو تمام شرکاء برداشت کرتے ہیں اور فرم کے تمام قرض کی ادائی شرکاء کی مشترکہ ذمہ داری ہوتی ہے۔
3۔ لچک پذیری	اگرچیکہ یہ اتنا آسان نہیں کہ حالات کے بدلنے کی وجہ سے تنہاطرز تجارت دوسری تجارتی شکل میں بدلی جاسکتی ہے۔اس کے لیے مینجر کی رائے بھی لینے کی ضرورت نہیں ہوتی۔وہ کسی کی رائے کامحتاج نہیں ہوتا۔	تمام شرکاء کی باہمی رائے سے بدلتے ہوئے حالات کی مناسبت سے کاروبار کی تنظیم کی شکل بدلی جاسکتی ہے۔
4۔ سرمایہ	اگر مزید سرمایہ کی ضرورت ہو تو تنہا تاجر خود ہی برداشت کرتا ہے۔ مینجر زاید سرمایہ کی ضرورت فراہم نہیں کرتا۔	اگر کاروبار میں زاید سرمایہ کی ضرورت ہو تو شرکاء سرمایہ فراہم کرتے ہیں، تاکہ کاروبار کی توسیع میں آسانی ہو۔
5۔انتظامی صلاحیت	مینجر تنہا تاجر کی انتظامی رہنمائی کرتا ہے، لیکن کاروبار پر کنٹرول تنہا تاجر کا ہوتا ہے۔	انتظامی فیصلے شرکاء مشترکہ طور پر لیتے ہیں، اور کنٹرول بھی مشترکہ طور پر تمام شرکاء کرتے ہیں۔

6۔مفادات کی منتقلی	تنہا تاجر کاروباری مفادات کسی تیسرے فریق کو منتقل کر سکتا ہے۔اس کے لیے تاجر کو کسی کی اجازت نہیں لینی پڑتی۔	تمام شرکاء کی باہمی رضامندی سے کاروباری مفادات منتقل کیے جاسکتے ہیں۔
7۔ ٹیکس کی ادائی	مینجر کو ادا کی جانے والی تنخواہ تنہا تاجر کے کاروباری نفع سے منہا کی جاسکتی ہے۔کاروباری نفع انکم ٹیکس کے قانون کے مطابق ٹیکس ادا کیا جاتا ہے۔	شرکاء کو ادا کی جانے والی تنخواہ، بونس، کمیشن وغیرہ چند پابندیوں کے ساتھ ادا کی جاتی ہے۔ نفع پر سرچارج کے ساتھ ٹیکس ادا کیا جاتا ہے۔
8۔رازداری	کاروباری راز تنہا تاجر اپنے پاس رکھتا ہے۔اس کا افشا نہیں کرتا۔	کاروباری راز تمام شرکاء پر منکشف ہوتے ہیں۔

مذکورہ بالا نکات کے تجزیہ سے صاف ظاہر ہوتا ہے کہ تنہا تاجر مینجر کا تقرر کرے اور اگر کاروباری جوکھم ناقابل برداشت ہو تو وہ کسی دوسرے افراد کو بطور شریک کاروبار میں شامل کر سکتا ہے یا پھر کاروبار بامِ عروج پر ہو اور کاروبار کی توسیع کے لیے سرمایہ فراہم نہ کر سکتا ہو تب بھی وہ دوسرے افراد کی سرماوی اور انتظامی مدد سے تنہا طرز تجارت کو شراکتی طرز تجارت میں تبدیل کر سکتا ہے۔

(b)شراکتی فرم سے خانگی محدود کمپنی میں تبدیلی

مینجر کے تقرر کے بعد بھی تنہا تاجر اپنے کاروبار کی توسیع اور ترقی کے تقاضوں کی تکمیل نہ کر سکتا ہو تو تب وہ اپنے کاروبار کو شراکتی طرز تجارت میں تبدیل کر سکتا ہے۔وہ اپنے کاروبار کو خانگی محدود کمپنی میں بھی تبدیل کر سکتا ہے۔اگر ایک چالو شراکتی فرم مزید توسیع اور ترقی کے لیے ساز گار حالات رکھتی ہو تو اس کے سامنے دو راستے ہوتے ہیں۔

i) فرم میں مزید شرکاء کو جوڑیں ii) خانگی محدود کمپنی میں تبدیل کردے

اس سلسلے میں درجہ ذیل میں بحث کی گئی ہے۔

شراکت یا خانگی کمپنی کے درمیان انتخاب

نکات	شراکت	خانگی محدود کمپنی
1۔ تشکیل	اس کا قیام آسان ہے۔رجسٹریشن بھی لازمی نہیں۔	اس کے قیام کے لیے کافی وقت اور رقم کی ضرورت ہوتی ہے۔ قانونِ کمپنی کے مطابق کمپنی کا رجسٹریشن لازمی ہے۔
2۔وجوب	شرکاء کی ذمہ داری لامحدود ہوتی ہے۔	حصص دار کی ذمہ داری صرف حصص کی قیمت خرید کی ادائی کی حد تک محدود ہے۔
3۔لچک پذیری	تمام شرکاء کی باہمی رضامندی فرم کے کاروبار میں تبدیلی ممکن ہے۔کسی قانونی کاروائی کی تکمیل ضروری نہیں۔	کاروبار میں تبدیلی ایک گراں بار طریقۂ عمل ہے۔ تبدیلی قانونی کاروائی متقاضی ہوتی ہے۔

4۔ سرمایہ	شراکتی فرم کاروبار کے تسلسل کو برقرار رکھنے کے لیے کافی کچھ رقم دے سکتے ہیں۔ لیکن اتنی رقم نہیں جس سے کہ ایک کمپنی قائم کرسکے۔	کمپنی کافی مقدار میں سرمایہ کی تشکیل کرسکتی ہے۔ کیونکہ اراکین کی تعداد زیادہ ہوتی ہے۔ خانگی کمپنی کے لیے 50 اور شراکتی فرم کے لیے 20 شرکاء کی حد مقرر ہے۔
5۔ انتظامی صلاحیت	فیصلہ تمام شرکاء مشترکہ طور پر لیتے ہیں۔ انفرادی فیصلے اس وقت تک قابل عمل نہیں ہوتے جب تک تمام شرکاء کی رضامندی حاصل نہ ہو جائے۔ جس کی وجہ سے فیصلہ سازی میں تاخیر ہوتی ہے۔	کمپنی کے تمام اراکین کی جانب سے منتخبہ ڈایریکٹرز فیصلے لیتے ہیں۔ جس کی وجہ سے کاروباری مواقعوں کا بہتر استعمال ہوتا ہے۔ کاروبار کی رفتار میں بھی اضافہ ہوتا ہے۔
6۔ مفادات کی منتقلی	تمام شرکاء کی باہمی رضامندی سے کاروباری مفادات کی منتقلی عمل میں آسکتی ہے۔	قانون کے تحت اراکین کے مفادات کی منتقلی عمل میں آتی ہے۔ اراکین تیسرے فریقین کو اپنے مفادات منتقل نہیں کرسکتے۔
7۔ ٹیکس کی ادائی	قانون کے مطابق شراکتی کاروبار کی آمدنی پر ٹیکس لگایا جاتا ہے۔	کمپنی کے نفع پر بھی ٹیکس لگایا جاتا ہے۔ مجموعی طور پر شراکتی فرم سے ٹیکس کی شرح زیادہ ہوتی ہے۔
8۔ رازداری	فرم کے کھاتے کے تعلق سے تمام شرکاء واقف ہوتے ہیں۔ لیکن رجسٹرار کے روبرو پیش کرنا لازمی نہیں۔ اس طرح کھاتوں کے تعلق سے رازداری برتی جاتی ہے۔	کمپنی کے لیے لازمی ہے کہ وہ کھاتوں کی آڈٹ کروائیں۔ رجسٹرار آف کمپنیز کو پیش کرے۔ لیکن رازداری کی سطح شراکتی کاروبار سے کم ہوتی ہے۔

مذکورہ بالا تقابلی تجزیہ اس حقیقت کو واضح کرتا ہے کہ شراکتی فرم کو خانگی محدود کمپنی میں تبدیل کرنے کے بجائے مزید شرکاء کو کاروبار میں داخل کیا جائے تو بہتر ہوگا۔ اس کے باوجود اگر شرکاء اپنی ذمہ داری کو کم کرنا چاہیں یا سرمایہ میں اضافہ کرنا چاہیں تب یہ بہتر ہوگا کہ وہ خانگی محدود کمپنی میں تبدیل کرلیں۔

6.5 (c) خانگی محدود کمپنی سے عوامی محدود کمپنی میں تبدیلی

(Change from Private Limited Company to Public Limited Company)

نکات	خانگی کمپنی	عوامی کمپنی
1۔ تشکیل	ایک خانگی کمپنی اپنے کاروبار کا آغاز سرٹیفکیٹ آف انکارپوریشن حاصل کرنے کے بعد کرسکتی ہے۔	عوامی کمپنی اپنے کاروبار وثیقہ برائے آغاز کاروبار حاصل کرنے کے بعد کرسکتی ہے۔
2۔ وجوب	اراکین کی ذمہ داری حصص کی قیمت کی ادائی کی حد	عوامی کمپنی کی صورت میں بھی اراکین کا وجوب حصص کی

	تک محدود ہوتی ہے۔	قیمت کی ادائی کی حد تک محدود ہوتا ہے۔بشر طیکہ کمپنی لیمٹیڈ بائی گیارنٹی یالامحدود کمپنی نہ ہو۔
3۔لچک پذیری	قانونی مراحل کی تکمیل کے بعد کاروباری سرگرمیاں تبدیلی کی جاسکتی ہیں۔	قواعد وضوابط کی تکمیل کے بعد کاروباری سرگرمیوں کی نوعیت تبدیل کی جاسکتی ہیں،یعنی آبجکٹ کلاز میں تبدیلی کرکے کاروبار تبدیل کیا جاسکتا ہے۔
4۔سرمایہ	چونکہ خانگی کمپنی میں اراکین کی تعداد مقرر ہوتی ہے۔اس لیے خانگی کمپنی کسی حد تک سرمایہ کی رقم میں اضافہ کرسکتی ہے۔	اراکین کی تعداد پر کوئی پابندی نہیں ہوتی۔ کمپنی کے سرمایہ میں کافی حد تک اضافہ کیا جاسکتا ہے۔
5۔انتظامی صلاحیت	انتظامی فیصلے مجلس نظما(Board of Directors)لیتی ہے۔عموماً ڈایریکٹرز ہی کمپنی کے مالک ہوتے ہیں۔اس میں پیشہ وارانہ رنگ نہیں پایاجاتا۔کنٹرول بانیوں کے ہاتھ میں ہوتا ہے۔	انتظام اور ملکیت دونوں الگ ہوتے ہیں۔عموماً مینجرز انتظام اورانصرام کے ماہر ہوتے ہیں۔کانگی کمپنی سے زیادہ عوامی کمپنی کا انتظام پیشہ وارانہ ہوتا ہے۔کنٹرول کئی حصص داروں کی اکثریت کے ہاتھوں میں ہوتا ہے۔
5۔مفادات کی منتقلی	حصص کی آزادانہ منتقلی عمل میں نہیں لائی جاسکتی۔	حصص کی منتقلی آزادانہ طور پر عمل میں آتی ہے۔اسٹاک ایکسچینج کے ذریعہ حصص کی منتقلی عمل میں لائی جاسکتی ہے۔
7۔ ٹیکس کی ادائی	خانگی اور عوامی کمپنیاں انکم ٹیکس قوانین کے تحت ہوتے ہیں۔مقررہ شرح پر ٹیکس ادا کرناہوتا ہے۔	خانگی اور عوامی دونوں کمپنیاں قانون انکم ٹیکس 1961 کے تحت مقررہ شرح ٹیکس ادا کرتی ہیں۔
8۔رازداری	تنقیح شدہ کھاتے رجسٹرار آف کمپنیز کو پیش کیے جاتے ہیں۔لیکن یہ کھاتے عوام کے مشاہدہ کے لیے نہیں ہوتے،صرف کمپنی کے اراکین ہی کھاتوں کا مشاہدہ کرسکتے ہیں۔	عوامی کمپنی کے بھی تنقیح شدہ کھاتے راجسٹرار آف کمپنیز کو پیش کیے جاتے ہیں۔ کمپنی کے سالانہ کھاتے اورر پورٹس حصص داروں کو بھیجے جاتے ہیں،کوئی رازداری نہیں برتی جاتی۔

جہاں تک کاروباری سرگرمیوں میں لچک پذیری کا سوال ہے اراکین کی ذمہ داری، ٹیکس کی ادائی کی بنیادی دونوں یعنی خانگی اور عوامی کمپنیوں کے درمیان زیادہ فرق نہیں۔لیکن مفادات کی منتقلی میں عوامی کمپنی کو خانگی کمپنی پر فوقیت حاصل ہے۔اس طرح دونوں اقسام کی کمپنیوں میں انتخاب کارانداز کی صوابدید پر ہے۔وہ اپنی صلاحیت،سوچ،فکروخیال کی بنیاد پر کسی ایک کمپنی کے آغاز یا تبدیلی کے پہلوئوں پر ترجیح دے سکتا ہے۔

6.6 اکتسابی نتائج (Learning Outcomes)

کاروبار دراصل نفع کمانے کا ایک ذریعہ ہے۔ لیکن کاروبار کرنے کا طریقہ کار الگ ہوتا ہے۔ کاروبار کی مختلف صورتوں کو ان کی افادیت کی مناسبت سے تقسیم کرنے کا عمل درجہ بندی کہلاتا ہے۔ چونکہ اس اکائی میں کاروباری تنظیم کو مختلف شکلوں میں درجہ بند کیا جاتا ہے، اس لیے اس کو کاروباری تنظیم کی درجہ بندی کہا جاتا ہے۔ کاروباری سرگرمیوں کی تین صورتیں ہیں۔ 1۔ کاروباری سرگرمیاں، 2۔ مالیہ کاری سرگرمیاں اور 3۔ سرمایہ کاری سرگرمیاں۔

کاروباری تنظیم کی شکل کے انتخاب میں دو صورتوں میں کیا جاتا ہے۔ 1۔ نئی تنظیم کا آغاز اور 2۔ موجود تنظیم کی توسیع۔ نئی تنظیم کا آغاز کا انحصار یا کاروباری تنظیم کے انتخاب پر اثر انداز ہونے والے عناصر جیسے مطلوبہ سرمایہ، وجوب، تسلسل، انتظامی ضروریات، لچک پذیری، آسان تشکیل، ٹیکس کا وجوب، سرکاری قواعد و ضوابط، کاروباری سرگرمیوں کی نوعیت، پائیداری، ملکیت اور انتظامیہ کے درمیان تعلق، کاروباری راز کی حفاظت، جوکھم لینے کی صلاحیت اور نفع کی تقسیم ہے۔ موجودہ تنظیم کی توسیع کاروباری تنظیم ابتداً انتخاب کے بعد ضروری نہیں کہ کارانداز اسی پہلی تنظیم کی شکل میں باقی اور برقرار رہے۔ ایسی تنظیم کو کئی مسائل درپیش ہوتے ہیں۔ جیسے متنوع کاروبار، مالیہ کی طویل مدتی ضرورت، ماہرانہ انتظامی صلاحیتیں، کلی طور پر تنظیم جدید، جوکھم کے تصورات میں تبدیلی اور کنٹرول برقرار رکھنے میں مشکلات ہیں۔

موجودہ تنظیم کی شکل میں تبدیلی کے لیے متبادل صورتوں پر غور کیا جاتا ہے۔ جیسے تنہا طرز تجارت سے شراکتی طرز تجارت میں تبدیلی، شراکتی طرز تجارت سے خانگی محدود کمپنی میں تبدیلی اور خانگی محدود کمپنی سے عوامی محدود کمپنی میں تبدیلی۔

6.7 کلیدی الفاظ (Keywords)

1) درجہ بندی Classification : خاص درجہ یا مقام کا تعین ہونا۔ خصوصیات کی مناسبت سے تقسیم درجہ بندی ہے۔

2) لچک پذیری Flexibility : کاروبار میں تبدیلی کی گنجائش۔

3) وجوب Liability : کاروباری قرضوں کی ادائی میں ذاتی جائیداد بھی فروخت کی جاسکتی ہے، اس کو وجوب کہتے ہیں۔

4) مجلس نظما Board of Directors : کمپنی کے حصص راست کاروباری سرگرمیوں میں حصہ نہیں لیتے، بلکہ ان کے چنندہ ماہر افراد کاروبار چلاتے ہیں۔ ان افراد کو مجموعی طور پر مجلس نظما کہتے ہیں۔

5) سرمایہ Capital : کاروبار میں مشغول کردہ تاجر کی رقم کو سرمایہ کہتے ہیں۔

6.8 نمونہ امتحانی سوالات (Model Examination Questions)

معروضی جوابات کے حامل سوالات

1) کاروبار ______ کمانے کا ایک ذریعہ ہے۔ (نفع)
2) مالیہ کاری سرگرمی کی مثال ________ ہے۔ (طویل مدتی معاہدات، تاجر کے اثاثہ وغیرہ)
3) کاروباری سرگرمیوں میں ______ ضروری ہے۔ (تسلسل)
4) تنہا طرز تجارت کی تشکیل ________ ہے۔ (آسان)
5) ______ میں ملکیت اور انتظامیہ الگ الگ ہاتھوں میں ہوتے ہیں۔ (کمپنی طرز تجارت)
6) مالیہ پر مرکوز سرگرمیاں مالیہ سرگرمیاں نہیں ہے۔ (ہاں / نہیں)
7) کاروباری تنظیم میں لچک پذیری ضروری ہے۔ (ہاں / نہیں)
8) کاروبار میں پائیداری ضروری نہیں۔ (ہاں / نہیں)
9) کاروبار میں جوکھم ہوتا ہے۔ (ہاں / نہیں)
10) شراکت میں مفادات کی منتقلی نہیں کی جاسکتی۔ (ہاں / نہیں)

مختصر جوابات کے حامل سوالات

1) کاروباری سرگرمیوں پر مختصر نوٹ لکھیے۔
2) کاروبار میں لچک پذیری کیوں ضروری ہے؟
3) ٹیکس کے وجوب سے کیا مراد ہے؟
5) انتظامیہ اور ملکیت کا کیا الگ ہونا ضروری ہے؟
6) تنہا طرز تجارت سے کیا مراد ہے؟
6) شراکت پر مختصر نوٹ لکھیے۔
7) کاروبار پر حکومت کس حد تک اثر انداز ہوتی ہے۔

طویل جوابات کے حامل سوالات

1) کاروباری تنظیم کی درجہ بندی کیا ہے؟ اس کے انتخاب پر اثر انداز ہونے والے عناصر کیا ہیں۔
2) موجودہ یا چالو تنظیم کی توسیع پر نوٹ لکھیے۔
3) کاروباری تنظیم کی مختلف صورتوں کو مختصراً بیان کیجیے۔
4) ایک مثالی تنظیم کے خدوخال بیان کیجیے۔
5) تنہا طرز تجارت اور شراکت کے درمیان انتخاب پر نوٹ لکھیے۔
6) شراکت اور خانگی کمپنی کے درمیان انتخاب پر اظہار خیال کیجیے۔
7) خانگی محدود کمپنی سے عوامی کمپنی میں تبدیلی کیسے عمل میں آتی ہے۔

اکائی 7۔ تنہا تاجر

(Sole Proprietorship)

اکائی کے اجزا

7.0	تمہید	Introduction
7.1	مقاصد	Objectives
7.2	معنی و مفہوم اور تعریف	Meaning and Definition
7.3	تنہا تاجر کے خصوصیات یا خدوخال	Characteristics Sole Proprietorship
7.4	تنہا تاجر کی اہمیت	Importance of sole Proprietership
7.5	تنہا تاجر کی سماجی پسندیدگی	Social Desirability of sole Trader
7.6	تنہا طرز تجارت کا قانونی موقف	Legal Position of Sole Trade Business
7.7	تنہا تاجر کے فوائد	Advantages of sole Trader
7.8	تنہا تاجر کی خامیاں	Disadvantages of sole trader
7.9	اکتسابی نتائج	Learning Outcomes
7.10	کلیدی الفاظ	Keywords
7.11	نمونہ امتحانی سوالات	Model Examination Questions

7.0 تمہید (Introduction)

ہم اپنے روزمرہ زندگی میں ہر چھوٹے وبڑے کاروبار کو دیکھتے ہیں۔ صبح سویرے ترکاری فروش رہائشی علاقوں میں ترکاری کا کاروبار کرتا ہے۔ رہائشی علاقوں میں چھوٹے چھوٹے کرانہ دوکان نظر آتے ہیں۔ جہاں سے ہم اپنی ضروریات زندگی کے اناج وغذائی ضروریات کے سامان خریدتے ہیں۔ اسکول کے سامنے آئسکریم، پھلی، جام، بیر وغیرہ کو فروخت کرتے دیکھتے ہیں۔ اس طرح بس اسٹانڈ، ریلوے اسٹیشن، دواخانے، بازار یا چوراستوں پر میوہ فروش کے ٹھیلے نظر اس طرح ملبوسات، جوتے، اسٹیشنری، ظروف، فرنیچر وغیرہ کے بڑے بڑے دوکانات نظر آتے ہیں۔ کاروبار اپنی انوعیت کے اعتبار سے چھوٹے اور بڑے ہوتے ہیں ان تمام کا اہم مقصد منافع کمانا ہوتا ہے۔ اس مقصد کے تحت تاجرین اپنی تجارتی حکمت عملی اور سرگرمیوں کو انجام دیتے ہیں۔ اس اکائی میں آپ تنہا تجارت یا تنہا تاجر Sole Proprietor کے

متعلق معلومات حاصل کریں گے۔

7.1 مقاصد (Objectives)

اس اکائی کے مطالعہ کے بعد آپ اس قابل ہو جائیں گے کہ

- تنہا تاجر کے معنی و مفہوم کی وضاحت کر سکیں۔
- تنہا تاجر کے خصوصیات فوائد و نقصانات کو بیان کر سکیں۔
- تنہا تاجر کی اہمیت و افادیت کو بیان کر سکیں۔

7.2 معنی و مفہوم اور تعریف (Meaning and Definition)

تنہا تجارت ایک اہم اور قدیم طرز تجارت ہے۔ تنہا تجارت یا تنہا تاجر کے معنی و مفہوم کی تفہیم کے لیے ذیل میں دی گئیں تعریفات کا مطالعہ کیجیے۔

☆ "ایسا کاروبار جس میں ایک ہی شخص کاروبار کا مالک ہوتا ہو اس کو تنہا تاجر کہتے ہیں"۔

☆ "لفظ Sole Proprietor دو الفاظ Sole اور Proprietor کا مجموعہ ہے۔" لفظ Sole سے مراد تنہا یا اکیلا اور Proprietor کے معنی مالک کے ہیں اس طرح ایسا کاروبار جس میں اکیلا شخص کاروبار کا مالک ہوتا ہے اس کو تنہا تاجر کہتے ہیں"۔

☆ ایسی تجارت جس میں کاروبار کے نفع و نقصان کا خود اکیلا تاجر ہی ذمہ دار ہوتا ہو اس کو تنہا تاجر کہتے ہیں"۔

☆ ایسا کاروبار جس میں ایک ہی شخص کاروبار کا ذمہ دار ہوتا ہو اس کو تنہا تاجر کہتے ہیں"۔

☆ ڈیویڈسن (Davidson) کے مطابق " ایسا کاروبار جس کو ایک شخص منافع کے لیے کاروبار چلاتا ہے اور جوکھم برداشت کرتا ہو تنہا تاجر کہلاتا ہے"۔

☆ امریکن ماہر معاشیات Lewis Henry Haney کے مطابق "ایسا کاروبار جس میں ایک اکیلا شخص ہی کاروباری معاملات کی نگرانی کرتا ہو اور خود اکیلا کاروبار کو چلاتا ہو تنہا تاجر کہلاتا ہے"۔

☆ S.R. Davar کے مطابق " ایسا کاروبار جس میں بغیر کسی شراکت کے خود کا کاروبار چلاتا ہو اپنا ذاتی سرمایہ مشغول کرتا ہو کاروبار میں ضرورت کے مطابق تنخواہ پر ملازمین کو تقرر کرتا ہو تنہا تاجر کہلاتا ہے"۔

☆ Koontz and Fulmer کے مطابق "ایسا کاروبار جس کو ایک شخص ہی کنٹرول کرتا ہو اور مالک ہوتا ہو تنہا تاجر کہلاتا ہے"۔

☆ B.O Wheeler کے مطابق " ایسا کاروبار جس میں تنہا تاجر ہی کاروبار کا مالک ہوتا ہو کاروبار کو خود کنٹرول اور نگرانی کرتا ہو' کاروبار کے نفع و نقصان یا جوکھم کا خود ذمہ دار ہو تنہا تاجر کہلاتا ہے"۔

☆ James Stephenson نے تنہا تاجر کی تعریف ان الفاظ میں کی ہے۔ "تنہا تاجر ایک شخص ہے جو کاروبار صرف اپنے لیے کرتا ہے وہ نہ صرف کاروبار کے سرمایہ کا مالک ہوتا ہے بلکہ اکثر کاروبار کا منتظم اور مینیجر ہوتا ہے اور تمام نفع اور نقصانات کی ذمہ داری لیتا ہو۔" عمومی طور پر تنہا تاجر کی تعریف یوں کی جاسکتی ہے:

"تنہا تاجر ایک شخص ہوتا ہے جو اپنے وسائل سے کاروبار قائم کرتا ہے اپنی مدد کے لیے افراد کا تقرر کر کے کاروبار کا انتظام چلاتا ہے اور کاروباری منافعوں اور نقصانات کو اکیلا برداشت کرتا ہے۔

مندرجہ بالا تعریفات کی روشنی میں تنہا تاجر سے مراد ایسا کاروبار جس میں ایک اکیلا شخص ہی کاروبار کی تمام سرگرمیوں کا ذمہ دار اور مالک ہوتا ہے وہی نفع و نقصانات کے ذمہ دار ہوتا ہے کاروباری سرگرمیوں کی خود ہی کنٹرول اور نگرانی کرتا ہو۔ ضرورت پر تنخواہ پر ملازمین کو رکھتا ہو تنہا تاجر کہلاتا ہے۔ تنہا تاجر کو "Sole Proprietor" یا "Sole Trader" یا "Individual Enterpreneurship" یا "One man Business" بھی کہتے ہیں۔

7.3 تنہا تاجر کے خصوصیات یا خدوخال (Characteristics Sole Proprietorship)

تنہا تاجر کے چند اہم خصوصیات کو ذیل میں بتلایا گیا۔

1۔ تنہا ملکیت	2۔ مالک کاروبار سے جدا نہیں	3۔ لا محدود ذمہ داریاں	4۔ نفع و نقصان کا اکیلا حقدار
5۔ آسان تشکیل	6۔ کنٹرول	7۔ سرمایہ	8۔ استحکام
9۔ انتظامیہ	10 –رازداری		
11 – تحریک			

ذیل میں ہر ایک پر تفصیلی روشنی ڈالی گئی ہے

1۔ تنہا ملکیت (One Man Ownership)

تنہا ملکیت، تنہا تاجر کی بنیادی اور اہم خصوصیت ہے۔ اس قسم کے کاروبار میں ایک ہی شخص کاروبار کا مالک ہوتا ہے۔ کاروبار کی حکمت عملی خود ہی اختیار کرتا ہے۔ یہ کاروبار کے تمام راز محفوظ رکھتا ہے۔ تجارتی اشیاء کی خرید و فروخت، ذخیرہ اندوزی، قیمت سازی وغیرہ میں کامل اختیارات رکھتا ہے اس پر لازم ہے کہ وہ سرکاری اصولوں کی روشنی میں کاروبار انجام دیں غیر قانونی کاروبار کی اجازت نہیں ہوتی۔

2۔ مالک کاروبار سے جدا نہیں (No Seperate Business Entity)

تنہا تجارت میں تاجر ہی کاروبار کا مالک ہوتا ہے اس لیے تجارت کو مالک سے علحدہ نہیں کرسکتے۔ مالک سے ہی کاروبار کا عروج و زوال منسلک ہوتا ہے۔ تجارتی ترقی سے مالک کو معاشی فوائد حاصل ہوتے ہیں۔ تجارت کی ترقی و وسعت کے لئے مالک ہر ممکنہ کوشش کرتا ہے کاروبار کی تمام سرگرمیوں میں بذات خود شریک ہو کر کامیابی سے ہمکنار ہونے کی کوشش کرتا ہے اور مالک کی معمولی غلطی بھی کاروبار کے نقصان کا سبب بنتی ہے اس لیے مالک کو تجارت سے جدا نہیں کیا جاسکتا۔

3۔لا محدود ذمہ داری(Unlimited liability)

لا محدود ذمہ داری تنہا تاجر کی اہم خصوصیت ہے تنہا تجارت میں ایک ہی شخص کاروبار کا مالک ہو تا ہے اس لئے نفع و نقصان کا خود ہی ذمہ دار ہو تا ہے کاروبار کے نقصانات یا دیوالیہ کی صورت میں مکمل واجبات کی ادائیگی تنہا تاجر پر عائد ہوتی ہے واجبات یا ذمہ داریوں کی ادائیگی کے لیے رقومات کی عدم فراہمی کی صورت میں لازم ہے کہ وہ اپنے اثاثے، مکان، گاڑی، وغیرہ فروخت کر کے رقم ادا کریں۔ اس طرح تنہا تاجر پر لا محدود ذمہ داری عائد ہوتی ہے۔

4۔ نفع و نقصان کا ذمہ دار(Responsible for Profit and Loss)

تنہا تجارت میں تاجر ہی کاروبار کا مالک ہو تا ہے۔ اس لئے مالک ہی نفع و نقصان کا خود ذمہ دار ہو تا ہے کاروبار سے حاصل فوائد سے خود ہی مستفید ہو تا ہے اس طرح نقصان کی صورت میں تاجر ہی نقصان کو برداشت کر تا ہے۔ نقصانات سے محفوظ رہتے ہوئے بیش ترین منافع حاصل کرنے کی حکمت عملی اختیار کر تا ہے۔ منافع کمانا تاجرین کا انعام ہو تا ہے منافع ہی تاجرین کو تجارت سے جوڑے رکھتا ہے۔

5۔ آسان تشکیل(Easy Formation)

آسان تشکیل تنہا کاروبار کی اہم خصوصیت ہے۔ شراکتی کاروبار یا دیگر کاروبار کے مقابلے میں تنہا کاروبار کو قائم کرنا کافی آسان اور سہولت بخش ہو تا ہے۔ تنہا تجارت کے قیام کے لیے زیادہ قانونی کاروائیوں کی ضرورت نہیں ہوتی۔ تنہا تاجر اپنی معاشی موقف و استطاعت کے اعتبار سے آسانی سے کاروبار کو قائم کر سکتا ہے اس قسم کے کاروبار کے قیام کے لیے کوئی زائد قانونی شرائط نہیں ہوتے اس لیے تنہا تاجر کو قائم کرنا کافی آسان ہو تا ہے۔

6۔ کنٹرول(Control)

تنہا تاجر ہی کاروبار کا مالک ہو تا ہے اس لیے وہ کاروبار پر کنٹرول کرتے ہوئے کاروبار کے تمام سرگرمیوں پر خود ہی گہری نظر رکھتا ہے۔ کنٹرول بھی کاروباری پالیسی کا حصہ ہو تا ہے۔ کاروبار کی موزونیت ترقی و استحکام کو مد نظر رکھتے ہوئے کنٹرول کا موزوں طریقہ اختیار کر تا ہے۔ کاروبار چھوٹا ہونے پر خود ہی تمام ذمہ داریوں کو سنبھالتا ہے جبکہ کاروبار وسیع ہونے پر ملازمین کو تنخواہ پر رکھتے ہوئے ان کے ہر کام کی نگرانی کر تا ہے ماتحت یا ملازمین مالک کی نگرانی و ہدایت کے مطابق خدمات انجام دیتے ہیں۔ اس طرح تنہا تاجر کاروبار کے ہر چھوٹے و بڑے افعال پر نگرانی کر تا ہے۔

7۔ سرمایہ(Capital)

سرمایہ کاروبار کا ایک بنیادی عامل ہے سرمایہ کے بغیر کاروبار کا وجود ممکن نہیں اسی لئے کاروبار میں سرمایہ کو خون کا رتبہ حاصل ہے۔ کاروبار کی نوعیت کے اعتبار سے سرمایہ مشغول کیا جا تا ہے۔ تنہا تاجر اپنی ذاتی صلاحیت و استطاعت کے مطابق کاروبار میں سرمایہ مشغول کر تا ہے تنہا تاجر کی سرمایہ فراہم کی صلاحیت محدود ہوتی ہے کسی بھی شخص یا تاجر کے پاس محدود مالیاتی وسائل ہوتے ہیں تاجر اپنے محدود وسائل کی مدد سے کاروبار میں اس طرح سرمایہ کاری کرتے ہیں جس سے تاجر کو بیش ترین منافع حاصل ہو سکے۔ منافع سرمایہ کاری کے لیے ترغیب کا باعث ہو تا ہے۔ کاروبار اور اس کی نوعیت کے اعتبار سے سرمایہ مشغول کرنے پر ہی تاجر کو فائدہ حاصل ہو تا ہے۔

8۔استحکام(Stability)

کاروبار کی ترقی تاجر کی صلاحیت پر منحصر ہوتی ہے۔مالک کی ذہنی صلاحیت، کاروباری افعال انجام دینے کی صلاحیت، تندرستی، دور اندیشی، پیش قیاسی وغیرہ مختلف ایسی صفات ہیں جو تنہا تجارت کی ترقی واستحکام میں مرکزی کردار ادا کرتے ہیں۔ایک قابل منظم تاجر کی تجا رت میں تیز رفتار ترقی واستحکام پیدا ہوتا ہے۔تاجر منافع کمانے کے ساتھ ساتھ کاروبار کو مستحکم کرنا چاہتا ہے اس مقصد کے تحت مختلف اوقات میں کاروبار کی کامیابی کے لیے حکمت عملی اختیار کرتا ہے تنہا تجارت میں استحکام پیدا کرنا آسان ہوتا ہے۔

9۔انتظامیہ(Management)

تنہا تاجر اپنی تجارت کا خود منتظم ہوتا ہے کاروبار کی تمام انتظامی سرگرمیوں کو خود ہی انجام دیتا ہے۔کاروبار کے لیے مال کی خریدی، ذخیرہ اندوزی، قیمت سازی، ادھار پالیسی، گاہکوں سے روابط، ادھار خرید وفرخت پالیسی، دیگر تاجرین سے روابط وغیرہ مختلف میدان میں خود ہی منتظم کا کردار ادا کرتا ہے۔تنہا تاجر کا انتظام کافی آسان اور سہولت بخش ہوتا ہے۔

10۔رازداری(Secrecy)

تاجر اپنے کاروباری راز کا افشانہیں کرتے تنہا تجارت میں کاروباری راز اکیلے شخص کے پاس ہی ہوتے ہیں۔تنہا تاجر اپنی کاروباری راز کا افشانہیں کرتا ایک کامیاب تاجر اپنی کاروباری راز کو افراد خاندان یا گھریلو افراد لڑکا، لڑکی وغیرہ سے بھی کہنے سے گریز کرتے ہیں کا روباری معاملات کو تنہا تجارت میں صحیح اور بہتر طور پر راز میں رکھا جاسکتا ہے۔شراکتی کاروبار میں کاروبای راز تمام شرکا کے درمیان ہوتے ہیں اور اس میں راز افشاہونے کے قوی امکانات پائے جاتے ہیں۔

11۔تحریک(Motivation)

سارے کاروبار کا ایک شخص مالک ہوتا ہے وہ تمام منافعوں کا حقدار ہوتا ہے اور نقصانات بھی برداشت کرتا ہے، اس قسم کے کا روبار میں محنت اور نفع میں راست تعلق ہوتا ہے اگر وہ کاروبار کی کامیابی کے لیے زیادہ محنت ومشقت کرے گا تو نفع بھی زیادہ ہوگا زیادہ نفع کا روبار کی توسیع کے لیے تحریک کا باعث ہے کیونکہ وہی تمام نفع کا مالک ہوتا ہے۔

7.4 تنہا تاجر کی اہمیت (Importance of sole Proprietership)

معیشت میں چھوٹے وبڑے کاروبار کی کافی اہمیت پائی جاتی ہے۔کاروبار راست طور پر معیشت کو متاثر کرتے ہیں۔تنہا تجارت میں تا جر ہی کاروبار کا مالک ہوتا ہے۔کاروبار کی ہر معاملت سے گہری وابستگی ہوتی ہے۔ٹھیلہ پر کاروبار، ترکاری فروش، کرانہ دوکان، آئیسکریم دوکان، حجام کی دوکان، فرنیچر کا کاروبار، میڈیکل دوکان، ادویات کی دوکان وغیرہ تنہا تجارت کی چند اہم مثالیں ہیں۔یہ کاروبار اپنی خصوصیات کے اعتبار سے خدمات انجام دیتا ہے سماج اور بازار میں اس کی اہمیت پائی جاتی ہے۔تنہا تجارت کی اہمیت کو حسب ذیل زمروں میں تقسیم کیا جا تا ہے۔

1۔تنہا تاجر کی انفرادی اہمیت　　2۔تنہا تاجر کی سماجی اہمیت

3۔ تنہا تاجر کی قومی اہمیت 4۔ تنہا تاجر کی صنعتکار یا پیدا کنندوں کے لئے اہمیت

اب ہم ہر ایک کے متعلق تفصیل سے بحث کرینگے

1۔ تنہا تاجر کی انفرادی اہمیت(Individual Importance of Sole Proprietership)

تنہا تجارت سے انفرادی اعتبار سے تاجر کو کافی فوائد حاصل ہوتے ہیں تنہا تاجر کے پاس تنہا تجارت کی کافی اہمیت پائی جاتی ہے۔ کارو باری ذہن کا حامل شخص آسانی کے ساتھ قلیل سرمایہ اور مختصر تجربہ کی بنیاد پر تنہا تجارت کو قائم کر سکتا ہے۔ اس کاروبار میں خود کے تجربہ اور ذاتی دلچسپی اہم کردار ادا کرتی ہے ایک اوسط محنت کا عادی شخص بھی تنہا تجارت کو آسانی سے قائم کر سکتا ہے، تنہا تجارت کے قیام سے گھریلو اخراجات کی پابجائی کے ساتھ ساتھ ان کے معیار زندگی میں بہتری پیدا ہو سکتی ہے۔ انفرادی طور پر معاشی سرگرمیوں میں حصہ لینے کا یہ ایک اہم ذریعہ ہے۔ فردیا تجارت کے حامی افراد کو روزگار حاصل ہوتا ہے روزگار سے منسلک ہونے کے ساتھ ہی اس کی آمدنی و معیار زندگی میں استحکام پیدا ہوتا ہے۔

2۔ تنہا تاجر کی سماجی اہمیت(Social Importance of Sole Trader)

تنہا تجارت سے سماج کو کافی فوائد حاصل ہوتے ہیں۔ تنہا تجارت سماج کی ضروریات کی بنیاد پر قائم ہوتے ہیں۔ اکثر چھوٹے پیمانے کی تنہا تجارت کرانہ دوکان، ترکاری فروش، وغیرہ رہائشی علاقوں میں قائم ہوتے ہیں۔ یہ تاجرین سماج کی ضرورتوں کو مد نظر رکھتے ہوئے اپنی کاروباری سرگرمیاں انجام دیتے ہیں۔ سارفین کو ضرورت کے ساز و سامان یا ضروریات زندگی کے اشیاء بر وقت اور کفایتی قیمتوں میں دستیاب ہوتے ہیں جس سے سماج کا وقت ضائع ہونے سے بچ جاتا ہے۔ یہ سارفین کے ہر چھوٹے وبڑے عمر کے افراد تنہا تجارت سے مستفید ہوتے ہیں یہ ہماری ضروریات کی تکمیل میں اہم کردار ادا کرتے ہیں۔ سماج کے اطراف معاشی سرگرمیاں وجود میں آتی ہیں یہ سماجی ضرورتوں کو مد نظر رکھتے ہوئے اپنی خدمات انجام دیتا ہے۔

3۔ تنہا تاجر کی قومی اہمیت(Importance of Sole Trader to the Nation)

تنہا تجارت انفرادی، سماجی اہمیت کے ساتھ ساتھ قومی اہمیت کے حامل ہوتی ہے۔ کسی بھی ملک کی معیشت کا انحصار اس ملک کی معاشی سرگرمیوں پر ہوتا ہے۔ تنہا تجارت کی بدولت پیداوار کی فروخت میں اضافہ ہوتا ہے۔ جس سے معیشت میں معاشی سرگرمیاں فروغ پاتی ہیں۔ بیروزگاری پر قابو پانے یا معیشت روزگار پیدا کرنے میں تنہا تجارت ناگزیر ہے۔ ہر تعلیم یافتہ و غیر تعلیم یافتہ، مرد و عورت تنہا تجارت کو قائم کر سکتی ہے۔ اس لئے معیشت کے ہر فرد کو اس سے منسلک ہونے کا موقع فراہم ہوتا ہے۔

مختلف تاجرین اپنی اپنی دلچسپی کے اعتبار سے تجارت قائم کرتے ہیں تجارت کے قیام میں سماجی ضرورتیں عوامی، حاجتیں رسم و رواج تہذیب و تمدن مذہب رہائشی علاقے آب و ہوا، حکومت کی پالیسی وغیرہ مختلف عوامل اثر انداز ہوتے ہیں اس لئے ملک کے مختلف علاقوں میں تاجر مقامی ضرورتوں کے اعتبار سے تجارت قائم کرتے ہیں جس کے سبب ملک کے طول و عرض میں تجارتی سرگرمیاں وجود میں آنے کے ساتھ ساتھ روزگار کے ذرائع پیدا ہوتے ہیں۔ بیروزگاری کے خاتمہ میں تنہا تجارت اہم کردار ادا کرتی ہیں۔

4۔ تنہا تاجر کی صنعتکار یا پیدا کنندوں کے لئے اہمیت(Importance of sole trader to Industrialist)

کسی بھی پیداوار کو صارفین تک پہنچانے میں ٹھوک تاجر کے ساتھ ساتھ تنہا تاجر بھی اہم کردار ادا کرتے ہیں تنہا تاجر چھوٹے اور بڑے پیانے کے کاروبار کرتے ہیں۔ تنہا تاجر سماج کے قریب ہوتے ہیں جو صنعتکاروں کی پیداوار کو صارفین تک پہنچانے میں اہم کردارادا کرتے ہیں ہر چھوٹے اور بڑے پیانے کے تنہا تاجر مال کی نکاسی کا آخری ذریعہ ہے۔ملبوسات، جوتے، چپل، فرنیچر، ظروف تعمیراتی سازو سامان، بگ بازار، مارٹ، موٹر گاڑیاں، آٹو موبائیل، الکٹرانک ساز وسامان، بیکری، ہوٹلس وغیرہ چند بڑے پیانے کی دوکانیں ہیں۔ اس طرح کرانہ، میوہ، ترکاری فروش، پھیری کا کاروبار وغیرہ چند چھوٹے پیانے کے تاجر ہیں مذکورہ یہ دونوں قسم کے تاجر، صارفین یا گاہکوں کو ضروری سازوسامان فروخت کرتے ہیں۔

7.5 تنہا تاجر کی سماجی پسندیدگی(Social Desirability of sole Trader)

تنہا طرز تجارت کی کئی خامیاں ہیں جس کی وجہ سے کاروباری تنظیم کی کئی شکلیں وجود میں آئیں اور کاروباری میدان پر پھیل گئیں لیکن تنہا طرز تجارت کی اہمیت دنیا بھر میں باقی وبرقرار رہی ہے۔

7.5.1 تمام کے لیے روزگار(Employment for All)

جیسا کہ نام سے ظاہر ہے تنہا طرز تجارت یعنی ایک فرد کی جانب سے چلایا جانے والا کاروبار ہے۔ لیکن تنہا تاجر کو اپنی مدد کے لیے اور اس کی غیر حاضری میں کام کرنے کے لیے دوسرے افراد کی ضرورت پڑتی ہے اس طرح نہ صرف وہ خود روزگار حاصل کرتا ہے بلکہ دوسروں کو بھی روزگار دیتا ہے۔

7.5.2 کم سرمایہ کی ضرورت(Less Capital Required)

تنہا طرز تجارت میں زیادہ سرمایہ کی ضرورت نہیں ہوتی۔ کم وسائل رکھنے والا فرد بھی چھوٹے پیانے پر کاروبار کرسکتا ہے جیسے کھلونے فروخت کرنے والا کارندہ یا ترکاری، میوہ، فروخت کرنے کے لیے زیادہ سرمایہ کی ضرورت نہیں ہوتی یہ ایسی طرز تجارت ہے۔ ترکاری یا میوہ فروش، کرانہ دوکان وغیرہ یہ طرز تجارت افراد کو آزادانہ کاروبار اختیار کرنے کے لیے ابھارتی ہے سماج میں تجارت کو معیوب نہیں سمجھا جاتا۔

7.5.3 نقصانات کا کم امکان(Less Risk of Losses)

عام طور پر تنہا تجارت چھوٹے پیانے پر کی جاتی ہے سرمایہ کی بھی زیادہ ضرورت نہیں ہوتی اگر کوئی شخص موجودہ کاروبار کو نفع بخش تصور نہ کرے تو وہ دوسرا کاروبار کرسکتا ہے۔ کاروبار کی نوعیت تبدیل کرنے سے سرمایہ خراب نہیں ہوتا اور نہ ہی نقصان اٹھانا پڑتا ہے اس لیے اس قسم کے کاروبار ہر شخص اپنانے میں جھجھک محسوس نہیں کرتا۔

7.5.4 کم قیمت پر مال کی فراہمی(Provides Goods at Low Prices)

اس طرز تجارت میں گاہکوں کو کم قیمت پر مال فراہم کیا جاسکتا ہے چونکہ کئی تنہا تاجر ہوتے ہیں ان کے درمیان مسابقت بھی سخت

ہوتی ہے اس لیے اشیاء کی قیمتیں نسبتاً کم ہوتی ہیں۔ فروخت کے مصارف بھی کم ہوتے ہیں جس کی وجہ سے تاجر کو اشیاء کو کم قیمت پر فروخت کرنے سے نقصان نہیں ہوتا۔

7.5.5 آمدنی کی مساویانہ تقسیم(Equal Distribution of income)

تنہا طرز تجارت اجاہ دارانہ رجحانات کے فروغ میں ایک رکاوٹ ہے کاروبار کی دیگر شکلیں اجارہ دارانہ رجحانات کے فروغ کا باعث ہے۔ لیکن تنہا طرز تجارت کی صورت میں دولت کے مرکوز ہونے کے امکانات بہت کم ہوتے ہیں۔ ایسی طرز تجارت میں ہر شخص اپنی بچت سے سرمایہ کاری کر سکتا ہے جس کے نتیجہ میں آمدنی کی مساویانہ تقسیم عمل میں آتی ہے اور مساوی نفع حاصل ہوتا ہے لیکن کاروبار چند ہاتھوں میں مرکوز ہو تو دولت کا ارتکاز عمل میں آتا ہے۔

7.5.6 چھوٹے پیداکنندوں کے لیے مددگار(Helpful to small Producers)

تنہا تاجر مال چھوٹے پیداکنندوں سے خریدتا ہے اور گاہکوں کو فروخت کرتا ہے تقسیم کے ذرائعیوں سے کئی ایک درمیانی افراد نکل جاتے ہیں جس کی وجہ سے کمیشن کا ایک جزوی حصہ پیداکنندوں کے پاس بچ جاتا ہے۔ اور ایک حصہ قیمتوں میں کمی کی صورت میں صارفین کو منتقل ہو جاتا ہے۔

7.5.7 صارفین کے لیے مددگار(Helpful to Consumers)

تنہا تاجر صارفین کو خریداری میں مدد کرتا ہے یہ تاجر گلیوں میں اپنی دوکانیں کھولتے ہیں تاکہ صارفین اپنے قرب وجوار سے ضرورت کی اشیاء خریدیں۔ آجکل تاجر صارفین کے گھر کی دہلیز تک مال سربراہ کر رہے ہیں۔

7.5.8 تاجروں کے لیے ٹریننگ سنٹر(Training Centre for Businessman)

تنہا طرز تجارت کاروبار کے بیش ترین گُر سیکھنے کا موقع فراہم کرتے ہیں چونکہ کم سرمایہ مطلوب ہوتا ہے اس لیے(Trial and Error Method) کے طریقہ پر سیکھنے کے لیے سرمایہ زیادہ مشغول نہیں کرنا پڑتا۔ کاروبار کے سرد وگرم برداشت کرنے کے بعد کاروبار میں توسیع کی جاسکتی ہے یوں کہا جاسکتا ہے کاروباری تربیت حاصل کرنے کے لیے یہ ایک بہترین کاروباری تنظیمی شکل ہے۔

7.6 تنہا طرز تجارت کا قانونی موقف (Legal Position of Sole Trade Business)

تنہا طرز تجارت کا قانونی موقف درجہ ذیل نکات سے واضح ہوتا ہے۔

1- کوئی ایسا قانون نہیں ہے جس کے تحت تنہا تجارت کے لیے رجسٹریشن درکار ہو۔ شراکتی قانون 1932 کے تحت شراکتی کارو بار کئے جاتے ہیں اسی قانون کے تحت رجسٹریشن کیا جاتا ہے ٹھیک اسی طرح کمپنی کے تحت چلنے والے کاروبار کا قانونِ کمپنی 1956 کے تحت رجسٹریشن کیا جاتا ہے اور اس قانون کے کئی شقوں کے تحت مختلف اقدامات کئے جاتے ہیں لیکن تنہا طرز تجارت کسی قانون کی پابند نہیں ہے۔ کوئی بھی شخص اپنی صوابدید پر کاروبار کا آغاز بھی کر سکتا ہے اور اسی طرح تحلیل بھی کر سکتا ہے۔ اس پر کسی قانون کی تابعداری لازمی و ضروری نہیں اور نہ ہی کوئی قانون اس قسم کے کاروبار کو پابند کر سکتا ہے۔

2-اگر کسی قانون کا اطلاق اس تجارت پر ہو سکتا ہے تو اس کی تابعداری کی جا سکتی ہے جیسے بلدیہ سے لائیسنس لے کر کاروبار قائم کرنا۔ اگر ایسا ضروری ہو تو تنہا تاجر کے لیے ضروری ہے کہ وہ لائیسنس کے بغیر کاروبار کا آغاز نہ کرے اسی طرح اگر کوئی شخص سونے کے فروخت کے لیے دوکان خالی کرنا چاہے تو اس پر لازم ہے کہ وہ حکومت سے اجازت لے۔ شراب کی دوکان کھولنا چاہے تب بھی حکومت سے اجازت حاصل کرے۔ بہر کیف تنہا تاجر کے لیے ضروری ہے کہ وہ ہر صورت میں قانون کی تعمیل کرے۔

3- تنہا تاجر اور کاروبار ایک ہیں دونوں الگ الگ نہیں کاروبار میں استحکام اور استقامت تاجر کی صوابدید پر ہے موت یا کسی وجہ سے کاروباری پس منظر سے غائب ہو جائے تب کاروبار بھی تحلیل ہو جائے گا۔ اس طرح تاجر اور کاروبار ایک صورت میں الگ الگ نہیں۔

4- تنہا تاجر کی ذمہ داری لا محدود ہوتی ہے۔ اگر کاروبار تحلیل ہو جائیں تو کاروباری اثاثہ میں کوئی امتیاز نہیں کیا جائے گا تیسرے فریقین کے مطالبات کی تکمیل کے لیے تاجر کی خانگی جائیداد یا اثاثہ کی فروخت کی جا سکتی ہے۔

7.7 تنہا تاجر کے فوائد (Advantages of sole Trader)

تنہا تاجر کے چند اہم فوائد کو ذیل میں بتلایا گیا ہے۔

1۔ آسان تشکیل	2۔ ذاتی دلچسپی	3۔ رازداری
4۔ قابوکاری	5۔ بروقت فیصلہ سازی	6-صارفین سے خوشگوار تعلقات
7۔ روزگار کی فراہمی	8- کفایتی	9۔ افراد خاندان کی تربیت
10۔ کاروبار میں لچک	11-ساکھ	12-راست تحریک
13-انتظام پر کم خرچ	14۔ قانونی پابندیاں نہیں ہوتی	15۔ معاشرتی طور پر پسندیدہ
16۔ ملازمین کے ساتھ بہترین تعلقات		17۔ ساکھ کی منتقلی

1۔ آسان تشکیل(Easy Formation)

دوسرے کاروبار کے مقابلے میں تنہا تجارت کا قیام کافی آسان اور سہولت بخش ہوتا ہے۔ اس قسم کی تجارت کے لیے کوئی قانونی پابندیاں، رسم ورواج، دفتری مراحل نہیں پائے جاتے ضرورت کے مطابق دفتری و سرکاری مراحل کافی آسان ہوتے ہیں۔ کسی خاص پابندیوں کی ضرورت نہیں ہوتی اس قسم کے کاروبار کا قیام کافی آسان اور سادہ ہے۔ تاجر اپنی دلچسپی اور رائے کے مطابق کاروبار کو قائم کر سکتا ہے۔

2۔ ذاتی دلچسپی(Personal Interest)

تنہا تاجر کاروبار کا خود مالک ہوتا ہے اس کاروبار کی ترقی و ترویج اور استحکام میں شخصی دلچسپی کے ساتھ سرگرم حصہ لیتا ہے۔ ذاتی دلچسپی ذوق، کاروباری ذہن کاروبار کو تقویت پہنچاتے ہیں یہ کاروبار کی ترقی کے ساتھ ساتھ تاجر کے مالی موقف کو بھی مستحکم کرتی ہے شراکتی کاروبار میں اس قسم کی دلچسپی کا فقدان پایا جاتا ہے۔ تنہا تاجر کو اپنی تجارت سے خاص دلچسپی پائی جاتی ہے کاروبار کی ترقی سے اس کی معیشت

میں استحکام پیدا ہوتا ہے۔اس لیے کاروبار کی ترقی وترویج میں تاجر کی دلچسپی اہم کردار ادا کرتی ہے۔

3۔رازداری(Secrecy)

رازداری تنہا تجارت کی اہم صفت ہے۔ اس طرز تجارت میں تاجر کاروبار کے راز، کاروباری حکمت عملی، پالیسی وغیرہ کو راز میں رکھا جاسکتا ہے۔ کیوں کہ اس کاروبار میں کوئی دوسرا فریق شامل نہیں ہوتا اس لئے کاروباری راز کو کافی رازداری اختیار کرتا ہے۔ اکثر تاجرین تجارتی راز کو افراد خاندان سے بھی محفوظ رکھتے ہیں صرف قابل اعتبار و قابل سمجھ اور مستقبل کے ذمہ دار خاندان کے فرد کو ہی راز میں شامل کرتے ہیں۔

4۔ قابو کاری(Controlling)

تنہا تاجر ہی کاروبار کا مالک ہوتا ہے اس لئے کاروبار کے تمام امور پر خود ہی کنٹرول کرتا ہے خرید پالیسی، فروخت پالیسی، اشیاء کا ذخیرہ اندوزی، قیمت سازی وغیرہ تمام معاملات کو خود ہی بحسن خوبی نبھاتا ہے اس لئے ہر مرحلے کو اپنے قابو میں رکھ سکتا ہے۔ کاروبار میں ضرورت کے اعتبار سے تنخواہ پر ملازمین کا تقرر کرتا ہے ان ملازمین کو موزوں کام تفویض کرتے ہوئے ان کی کارکردگی پر خاص نگرانی رکھتا ہے۔

5۔بروقت فیصلہ سازی(Timely Decision)

بروقت فیصلہ سازی تنہا تاجر کی اہم خوبی ہے اس طرز تجارت میں فیصلہ لینے میں کسی دوسرے فریقین کی منظوری اور رضامندی وغیرہ کی ضرورت نہیں ہوتی کاروبار کے فیصلوں کو خود ہی طے کرتا ہے فیصلے لینے میں کوئی تاخیر نہیں ہوتی۔ ایک دانشمند تاجر وقت کی نزاکت وموزونیت اور سابقہ تجربات کی بنیاد پر موزوں فیصلے لینے میں تاخیر نہیں کرتا وقت اور حالات کو مد نظر رکھتے ہوئے کاروباری فیصلے لیتا ہے۔

6۔صارفین سے خوشگوار تعلقات(Good Relationship with Customers)

تنہا تاجر کاروبار کا خود مالک ہوتا ہے یہ اپنی کاروبار کی ترقی وترویج کے لئے صارفین سے اچھے اور مثبت روابط قائم رکھنے کو ترجیحی دیتا ہے۔ تمام اقسام کے کاروبار کے مقابلے میں تنہا تاجر ہی صارفین سے راست اور بہتر روابط رکھنے میں کامیاب ہوتا ہے۔ صارفین سے اچھے روابط ہی کاروبار کی ترقی کی ضمانت ہوتے ہیں۔ تاجر پر اعتبار، سازوسامان اور ان کی قیمت پر بھروسہ،معیار پر اطمینان، صارفین کی خواہشات اور ضروریات کا خیال رکھنا، ضرورت کے مطابق صارفین کو سامان فراہم کرنا وغیرہ صارفین سے خوشگوار روابط کی علامات ہیں۔ تاجر ان نکات پر عمل پیرا ہوتے ہیں خوشگوار تعلقات برقرار رکھنے کی کوشش کرتا ہے یہ کاروبار کی ساکھ میں اضافہ کا سبب بنتے ہیں۔

7۔روزگار کی فراہمی(Employment Opportunity)

تنہا تاجر، بے روزگار افراد کو آسانی سے روزگار فراہم کرتے ہیں کاروبار کی وسعت وضرورت کے مطابق ملازمین کو تنخواہ پر تقرر کر سکتا ہے۔ تعلیمیافتہ وغیر تعلیمیافتہ،ہنر مند، محنت کش، اکاؤنٹنٹ وغیرہ۔ مختلف افراد کو موزوں روزگار فراہم کر سکتا ہے۔

8۔ کفایتی(Economical)

دیگر کاروبار کے مقابلے میں تنہا تجارت کو کفایتی انداز میں شروع کیا جاسکتا ہے اس طرز تجارت میں تاجر خود ہی کاروبار پر نگرانی اور کنٹرول کرتا ہے اس لیے یہ کفایتی طرز تجارت ہوتی ہے جس سے اسکو مالی فوائد حاصل ہوتے ہیں۔

9۔افراد خاندان کو روز گار کی فراہمی(Provides employment to family members)

تنہا تاجر اپنے افرد خاندان کو روز گار کی فراہمی کا ذریعہ بنتا ہے۔یہ اپنے تجربات کی بنیاد پر افراد خاندان کو تجارت کے قیام میں مدد فراہم کرتا ہے جس سے افراد خاندان کو تجربہ حاصل ہونے کے ساتھ روز گار کے لئے ذرائع پیدا ہوتے ہیں۔

10۔کاروبار میں لچک(Flexibility in Operation)

تنہا تجارت چھوٹے پیمانے پر کیا جانے والا کاروبار ہے اگر کاروبار کی نوعیت اور تبدیلی مقصود ہو تو بڑی آسانی سے تبدیل کی جاسکتی ہے کاروبار کی تبدیلی میں زیادہ مالی بوجھ عائد نہیں ہوتا۔اگر پیداواری سر گرمیاں انجام دی جارہی ہوں تب بھی ان سر گرمیوں کی تبدیلی بھی آسانی سے ممکن ہے اور اس کے لیے زیادہ مشقت یا کوشش درکار نہیں ہوتی ہے۔کاروبار بڑے پیمانے پر کئے جارہے ہوں تو پیداواری طریق عمل میں تبدیلی مشکل ہوتی ہے۔کاروبار چھوٹے پیمانے پر ہوں تو اشیاء کی طلب میں تبدیلی کے ساتھ پیداوار کی سطح تبدیل کی جاسکتی ہے۔ پیداوار میں کمی و بیشی کی ضرورت کے مطابق کی جاسکتی ہے۔اس کی پیداوار کی سطح میں تبدیلی کے لیے کوئی قانونی طریقہ کار کی تکمیل کی ضرورت پیش نہیں آتی۔تنہا تاجر فیشن و موسمی تبدیلیوں کے اعتبار سے آسانی اور کفایتی انداز میں کاروبار میں تبدیلی کر سکتا ہے اس کے لیے اس کو زائد مالی بوجھ عائد نہیں ہوتا۔

11۔ساکھ(Good Will)

تنہا تاجر اپنے کاروبار کی ساکھ اپنے اچھے اخلاق کی بناء پر تخلیق کرتا ہے۔یہی نہیں بلکہ بینکس اور دیگر مالی اداروں میں بھی قرض کی بر وقت ادائی کے ذریعہ اپنی ساکھ بناتا ہے اس کے علاوہ تنہا تاجر کی ذمہ داری لا محدود ہوتی ہے۔اس لیے لین دین اور وہ فریق جن سے اس نے قرض لیا ہے وہ اس کی جائیداد کی فروخت کا مطالبہ پیش کر سکتے ہیں اس طرح مالیاتی ادارے اس پر بھروسہ کرتے ہیں اس کے ساتھ ساتھ تنہا تاجر قرض کی رقم جلد ادا کر دیتا ہے تاکہ بازار میں اس کی نیک نامی بر قرار رہے اور ضرورت پر قرض ملتا رہے۔

12-راست تحریک(Direct Motivation)

تنہا تاجر کاروبار سے بڑی دلچسپی رکھتا ہے کاروبار کو نفع بخش بنانے کی بھرپور کوشش کرتا ہے چونکہ محنت اور نفع ایک ہی سکہ کے دو رخ ہیں اس لیے کاروبار کی کامیابی کے لیے دل و جاں سے محنت کرتا ہے اور نفع حاصل کرتا ہے یہ ایسا نفع ہوتا ہے جس کا کوئی شریک نہیں ہو تا۔تنہا طرز تجارت میں نفع راست طور پر تحریک کا باعث ہوتا ہے۔

13-انتظام پر کم خرچ(Inexpensive Management)

تنہا تاجر کاروبار کا تنہا مالک، مینیجر اور کنٹرولر بھی ہوتا ہے، کاروبار کے مختلف افعال کی انجام دہی کے لیے ماہرین کی خدمات کے حصول کی ضرورت نہیں ہوتی۔کاروبار کی تنہا خود نگرانی کرتا ہے تاکہ نفع کی شرح کم نہ ہو۔اخراجات کو کم سے کم کرنے کی کوشش کرتا ہے۔ انتظامی اخراجات کم سے کم کرنے کی کوشش کرتا ہے اور سارا کام خود ہی شخصی طور پر انجام دیتا ہے۔

14- قانونی پابندیاں نہیں ہوتی(No Legal Restriction)

تنہا طرز تجارت کے آغاز کے لیے کوئی قواعد و ضوابط نہیں ہیں کاروبار چاہے پیداواری ہو، خدمات کی فراہمی یا تیار اشیاء کی تجارت کا

ہو اگر کاروبار کی نوعیت کی تبدیلی کرنا ہو تو اسکے لیے قانونی کاروائی کی ضرورت نہیں ہوتی یہاں تک کہ کاروبار کی تحلیل کے لیے بھی قانونی پابندی نہیں ہوتی۔ ٹیکس کا وجوب بھی کم ہوتا ہے ٹیکس انفرادی طور پر عائد کیا جاتا ہے۔

15۔ معاشرتی طور پر پسندیدہ(Socially Desirable)

تنہا طرز تجارت عام طور پر چھوٹے پیانے پر کی جاتی ہے کاروبار کے ہر میدان میں تنہا طرز تجارت کافی مقبول ہے تنہا تجارت کو باقاعدہ بنانے اور اس کی نگرانی خود تاجر ہی انجام دیتا ہے بیروزگاری کو دور کرنے میں تنہا طرز تجارت اہم کردار ادا کرتی ہے اس لئے مختلف رہائشی علاقوں میں بیروزگار افراد اس قسم کی تجارت کو ترجیح دیتے ہیں تنہا طرز تجارت کو محدود سرمایہ سے شروع کیا جا سکتا ہے اس لیے یہ تجارت معاشرہ میں کافی مقبول اور پسندیدہ ہے۔

16۔ ملازمین کے ساتھ بہترین تعلقات(Good Relations with Employees)

تنہا تاجر کا ملازمین کے ساتھ راست تعلق ہوتا ہے اس لیے یہ دونوں یعنی مالک اور ملازمین ایک دوسرے کی مشکلات کو سمجھتے ہیں تا ہم تنہا تاجر ملازمین کی مشکلات اور مسائل کی یکسوئی جلد کر سکتا ہے۔ جس کی وجہ سے ملازمین اور تنہا تاجر کے درمیان خوشگوار تعلقات پائے جاتے ہیں یہی وجہ ہے کہ تنہا طرز تجارت ایک کامیاب طرز تجارت ہے۔

17-ساکھ کی منتقلی(Transfer of Good will)

تنہا تاجر اپنے کاروبار سے سبکدوشی ہونے کے بعد اپنی نسل یعنی بیٹے یا بیٹی جو کوئی کاروبار سنبھالتے ہیں انہیں اپنی ساکھ منتقل کرتا ہے جس کو یہ برقرار رکھتے ہیں تکنیکی اعتبار سے دیکھا جائے تو تنہا تاجر کی سبکدوشی یا موت کے بعد کاروبار تحلیل ہو جاتا ہے۔ لیکن اس کے وارث کاروبار کو جاری رکھتے ہیں اسی طرح تنہا تاجر کی تخلیق کردہ ساکھ از خود وارثین کو منتقل ہوتی ہے۔

7.8 تنہا تاجر کی خامیاں (Disadvantages of sole trader)

تنہا تاجر کی چند اہم خامیوں کو ذیل میں بتلایا گیا ہے۔

1۔ محدود سرمایہ	2۔ محدود مدت
3۔لا محدود ذمہ داری	4۔ مہارت کا فقدان

1۔ محدود سرمایہ(Limited Capital)

محدود سرمایہ تنہا تاجر کی ایک اہم خامی ہے ہر تاجر کے مالی وسائل یا سرمایہ کے ذرائع محدود ہوتے ہیں کاروبار کی ضرورت کے مطابق کثیر سرمایہ فراہم کرنا تنہا تاجر کے لیے موزوں نہیں ہے۔ اس لئے اکثر تنہا تاجر وسیع یا بڑے پیانے پر کاروبار کرنے سے قاصر ہوتے ہیں چھوٹے اور اوسط پیانے کے کاروبا میں تنہا تاجرین کی اکثریت شامل ہے۔

2۔ محدود کاروباری مدت(Limited Duration of Business)

تنہا تاجر کاروبار کا اکیلا مالک ہو تا ہے وہ اپنے کاروبار میں کسی کو شریک نہیں کر تا اس لیے تنہا تجارت کی کاروباری مدت تاجر کی زندگی تک بر قرار رہتا ہے تنہا تاجر اپنی اولاد کو بہتر تعلیم کی طرف توجہ دیتے ہوئے وہ بچوں کو کاروبار میں شامل کرنے سے گریز کرتے ہیں ایسی صورت میں کاروبار کا عرصہ حیات تاجر کی زندگی کے بعد موقوف ہو جاتا ہے۔ تجارتی ذہن کے وارثین کی صورت میں کاروبار کو فروغ حاصل ہو تا ہے بصورت دیگر تجارت کو بند کرنا لازمی ہو تا ہے۔

3۔ لا محدود ذمہ داری (Unlimited Liability)

لا محدود ذمہ داری تنہا تاجر کی بڑی اور اہم خامی ہے تنہا تاجر نفع و نقصان کا خود ہی مالک اور ذمہ دار ہو تا ہے۔ منافع کی صورت میں کاروبار مستحکم ہوتے ہیں۔ اس کے بر خلاف نقصان کی صورت میں تاجر کا دیوالیہ ہو جاتا ہے۔ بعض اوقات نقصانات کی بھرپائی کے لئے تاجر اپنی ذاتی جائیداد گاڑی، بنگلہ وغیرہ فروخت کر کے قرضے ادا کر تا ہے۔

4۔ مہارت کا فقدان

مہارت کا فقدان تنہا تجارت کی اہم خامی ہے ایک ہی شخص کا کاروبار کے ہر شعبہ میں ماہر ہونا اور خود ہی تمام ذمہ داریوں کو نبھانا کافی مشکل ہو تا ہے۔ مہارت کے فقدان کی وجہہ سے کاروبار کی ترقی و ترویج ممکن نہیں تجربہ نہ ہونے کی وجہہ سے بعض اوقات تاجر کو نقصان ہو تا ہے اس لیے یہ کاروبار بہت جلد بند کر دیئے جاتے ہیں۔

5۔ محدود انتظامی صلاحیت (Limited Managerial Ability)

ایک ہی فرد کاروبار کے تمام شعبہ جات کا ماہر نہیں ہو تا اور نہ ہی وہ اپنی صلاحیتیں اور وقت کاروباری سرگرمیوں پر اپنے وقت کو منصفانہ طور پر وقف کر سکتا ہے۔ اس کو زیادہ تر کاروباری سرگرمیوں کی انجام دہی کے لیے ملازمین پر انحصار کرنا پڑتا ہے فطری طور پر ملازمین مالک کی طرح کاروباری امور کی تکمیل میں دلچسپی نہیں لیتے۔ اس طرح تاجر کی انتظامی صلاحیت محدود ہو جاتی ہے آج کے مسابقتی دور میں انتظامی پیچیدگیاں روز افزوں ہے مالی وسائل کی کمی کی وجہ سے تاجر ماہرین کی خدمات حاصل نہیں کر سکتا۔ اس طرح تنہا تاجر اپنی محدود انتظامی صلاحیت کے سبب تجارت کو سرعت سینے سے قاصر ہو تا ہے۔

6۔ ملازمین کے لیے محدود مواقع (Limited Scope for Employees)

تنہا تجارت چھوٹے اور محدود پیمانے پر ہوتی ہے اس لئے ملازمت کے مواقع محدود ہوتے ہیں اعلیٰ تربیت یافتہ افراد تنہا تاجر کے ہاں ملازمت اختیار کرنے سے اجتناب کرتے ہیں اسکے کاروبار کا تسلسل غیر یقینی ہو تا ہے جس کی وجہ ملازمین نفسیاتی دباؤ کا شکار ہوتے ہیں۔

تنہا تاجر کاروبار چھوٹے پیمانے پر کر تا ہے اس لیے وہ ملازمین کو ترغیبات وغیرہ نہیں دے سکتا۔ جب کبھی اچھے مواقع آنے پر ملازمین ملازمت چھوڑ کر دوسری فرم میں ملازمت اختیار کرتے ہیں۔

7۔ بڑے پیمانے کی عدم کفایتیں (No Large Scale Economies)

تنہا طرز تجارت بڑے پیمانے کے کفایتوں سے مستفید نہیں ہو سکتی کیونکہ، پیداوار اور بازار کاری میں بڑے پیمانے پر نہیں ہوتی جیسا کہ بڑے پیمانے کے کاروبار کی خرید و فروخت میں غیر معمولی کفایتیں حاصل ہوتی ہیں۔ بھاری مقدار میں قیمتوں یا ڈسکاؤنٹ حاصل ہو

تے ہیں بھاری مقدار میں مال کی منتقلی حمل و نقل کے مصارف میں کفایت حاصل ہوتی ہے ایسے فوائد کو چھوٹے پیمانے کے تنہا تاجر حاصل نہیں کرسکتے

8۔غلط فیصلوں کے امکانات(Possibility of Wrong Decisions)

تنہا طرز تجارت میں تاجر اکیلے ہی تمام معاملات میں فیصلے لیتا ہے جس کی وجہ سے غلط فیصلوں کے امکانات ہوتے ہیں۔اگر کسی معاملے میں ماہرین کی رائے لینا ہو تو تنہا تاجر اپنی آمدنی کی مناسبت سے فیس ادا نہیں کرپائے گا اس لیے وہ اپنے طور پر فیصلے لینا پڑتا ہے اس لیے غلط فیصلوں کے امکانات پائے جاتے ہیں۔

9۔ملازمین کی تبدیلی شرح(High Employee Turnover)

چھوٹے پیمانے کے کاروبار کی صورت میں ملازمین کی تنخواہیں کم ہوتی ہیں اور ان کی شخصی ترقی کے مواقع بھی محدود ہوتے ہیں اسکے علاوہ ملازمین کی فلاح و بہبود کے کوئی قدامات نہیں کئے جاتے جس کے سبب ملازمین کا مستقبل روشن نہیں ہوتا اس لیے وہ اچھے موقع آتے ہی ملازمت چھوڑ کر چلے جاتے ہیں اس لئے چھوٹے کاروبار میں ملازمین کی تبدیلی کی شرح زیادہ ہوتی ہے۔

7.9 اکتسابی نتائج(Learning Outcomes)

کاروبار ایک اہم معاشی سرگرمی ہے جس کا اہم مقصد منافع کمانا ہوتا ہے تنہا تاجر کاروبار کا مالک ہوتا ہے۔ایسا کاروبار یا تجارت جس کے نفع و نقصان کا ذمہ دار ایک اکیلا شخص ہی ہوتا ہے۔اس کو تنہا تاجر کہتے ہیں۔تجارت کے تمام اقسام میں تنہا تجارت سب سے قدیم شکل ہے یہ ایک شخص ہی کاروبار کو قائم کرتا ہے۔کاروبار کا مکمل انتظام اور کنٹرول خود ہی انجام دیتا ہے۔کاروبار کی حکمت عملی کو خود ہی اختیار کرتا ہے، آسان تشکیل، ذاتی دلچسپی، رازداری، مکمل قابو کاری، جلد فیصلہ سازی، صارفین سے اچھے تعلقات، روزگار کی فراہمی، افراد خاندان کے لیے روزگار کی فراہمی تنہا تجارت کے اہم فوائد ہیں اس طرح محدود سرمایہ کاروبار کی محدود عرصہ حیات، لا محدود ذمہ داری، مہارت کا فقدان، تنہا تاجر کے چند اہم خامیاں ہیں۔ تاجر کی مالی حالت و تجربہ کاروبار کے قیام میں اہم کردار ادا کرتے ہیں۔ معاشی اعتبار سے مستحکم تاجرین بڑے پیمانے کے تنہا تجارت قائم کرتے ہیں غیر مستحکم تاجرین کم جوکھم والے تجارت کے قیام میں دلچسپی لیتے ہیں۔

تجارت ایک اہم معاشی سرگرمی ہے جس کا اہم مقصد منافع کمانا ہوتا ہے۔ تجارت اپنی نوعیت کے اعتبار سے چھوٹی یا بڑے پیمانے کی ہوسکتی ہے۔ بڑے بڑے شوروم، ملبوسات، فرنیچر، فولاد وغیرہ چند اہم بڑے پیمانے کے کاروبار ہیں اسی طرح پھیری کے کاروبار میوہ ترکاری فروش کرانہ دوکان چند چھوٹے پیمانے کی تجارت ہے۔کسی کاروبار کا ایک ہی شخص مالک ہوتا ہو تو اس تجارت کو تنہا تاجر کہتے ہیں۔تنہا تجارت ایک شخص کی حاکمانہ تجارت ہے اس میں ایک شخص ہی کاروبار کی حکمت عملی اور تجارتی پالیسی کو اختیار کرتا ہے۔

SR. Davar, L.H.Heny, Koontz and Fulmar, B.O. Wheeler وغیرہ کے مطابق ماہرین تنہا تجارت میں ایک ہی شخص کاروبار کا مالک ہوتا ہے۔تنہا تاجر، نفع و نقصان کا خود ہی ذمہ دار ہوتا ہے لا محدود ذمہ داروں، رازداری وغیرہ تنہا تجارت کی چند اہم خصوصیات ہیں ہر چھوٹے و بڑے ممالک میں تنہا تجارت کی کافی اہمیت ہے۔یہ معیشت میں روزگار پیدا کرنے یا بیروزگاری کے خاتمہ میں اہم

کردار ادا کرتا ہے ساتھ ہی معیشت میں استحکام کا باعث بھی ہوتا ہے۔ ملک کے طول و عرض میں مال کی نکاسی میں تنہا تجارت ایک اہم ذریعہ ہے۔ اکثر تنہا تاجرین صارفین کے قریب و رہائشی علاقوں میں پائے جاتے ہیں جو صارفین کو ضرورت کے مطابق سامان فراہم کرتے ہیں۔ معاشی اعتبار سے انفرادی اور قومی میدانوں میں تنہا تاجر اہم کردار ادا کرتا ہے۔

7.10 کلیدی الفاظ (Keywords)

1- تھوک فروش (Whole Seller)	:	ایسا تاجر جو بھاری مقدار میں خرید و فروخت کرتا ہو تھوک فروش کہلاتا ہے۔
2- چلر تاجر (Re tailor)	:	ایسا تاجر جو صارفین کو ضرورت کے مطابق مقدار میں فروخت کرتا ہو وہ چلر تاجر کہلاتا ہے۔
3- نکاسی (Delivery)	:	مال کی منتقلی یا صارفین تک پہنچانا نکاسی کہلاتا ہے۔
4- ٹکنالوجی (Technology)	:	صنعتوں یا پیداوار میں استعمال مشین و عصری آلات کو ٹکنالوجی کہتے ہیں۔
5- ترغیب (Motivation)	:	دلچسپی و رغبت پیدا ہو تو ترغیب کہلاتا ہے۔
6- جمود (Intertia)	:	کاروبار یا حالات میں ٹھراؤ جمود کہلاتا ہے۔
7- ساکھ (Good Will)	:	کاروبار کی شہرت یا بازار میں قدر و منزلت، قدر کو ساکھ کہتے ہیں۔
8۔ تنہا Sole	:	ایک اکیلا شخص کو تنہا کہتے ہیں۔
9۔ تجارت Trade	:	کاروباری معاشی سرگرمیوں کو تجارت کہتے ہیں۔
10۔ استحکام Stability	:	اثاثوں یا منافع میں اضافہ استحکام کہلاتا ہے۔
11۔ رازداری Secrecy	:	کاروباری معاملات کا کسی بھی شخص کو ظاہر نہ کرنا رازداری کہلاتا ہے۔
12۔ مالک Proprietor	:	کاروبار کے ذمہ دار شخص کو مالک کہتے ہیں۔

7.11 نمونہ امتحانی سوالات (Model Examination Questions)

معروضی جوابات کے حامل سوالات

1۔ تنہا تاجر کی مثال ________________ ہے۔

2۔ تنہا تاجر ________________ سے مال خرید تا ہے۔

3۔ صارفین چھوٹی مقدار میں ________________ سے مال خریدتے ہیں۔

4۔ تنہا تاجر کے کاروبار کا اہم مقصد ________________ ہوتا ہے۔

5۔ تنہا تاجر کی ذمہ داری ________________ ہوتی ہے۔

مختصر جوابات کے حامل سوالات

1۔ تنہا تاجر سے کیا مراد ہے؟

2۔ تنہا تاجر کی اہمیت کو بیان کیجئے۔

3۔ تنہا تاجر کی خصوصیات بیان کیجئے۔

4۔ روزگار کی فراہمی میں تنہا تجارت پر مختصر نوٹ لکھیے۔

5۔ تنہا تاجر کی خامیوں کو بیان کیجئے۔

طویل جوابات کے حامل سوالات

6۔ تنہا تجارت کی تعریف کرتے ہوئے اس کے فوائد اور خامیوں کو بیان کیجئے۔

7۔ تنہا تجارت کی اہمیت وافادیت پر بحث کیجئے۔

8۔ تنہا تاجر کے تھوک فروش سے تعلقات پر بحث کیجئے۔

9۔ تنہا تاجر کے مسائل کو بیان کیجئے۔

10۔ تنہا تاجر کے اہم خصوصیات بیان کیجئے۔

اکائی 8۔ شراکت داری

(Partnership)

اکائی کے اجزا

8.0	تمہید	Introduction
8.1	مقاصد	Objectives
8.2	معنی و مفہوم اور تعریف	Meaning and Definition
8.3	ماہیت یا نوعیت	Nature
8.4	شراکت کی اہمیت	Importance of Partnership
8.5	شراکت کی خصوصیات	Characteristics of Partnership
8.6	شراکت کے فائدے	Advantages of Partnership
8.7	شراکت کے نقصانات	Disadvantages of Partnership
8.8	شرکا کے اقسام	Types of Partnership
8.9	اکتسابی نتائج	Learning Outcomes
8.10	کلیدی الفاظ	Keywords
8.11	نمونہ امتحانی سوالات	Model Examination Questions

8.0 تمہید (Introduction)

پچھلے اسباق میں آپ سیکھ چکے ہیں کہ تنہا تاجر اپنی محدود صلاحیتوں، محدود سرمایہ، جوکھم اور لا محدود ذمہ داریوں کے سبب بڑے پیمانے پر کاروبار نہیں کر سکتا، تنہا تاجر کے پاس سرمایہ ہو تو انتظامی صلاحیتیں نہیں ہو سکتی۔ یا پھر انتظامی صلاحیت ہو تو سرمایہ نہیں ہو سکتا۔ یہی وجہ ہے کہ ایک تاجر دوسرے تاجر سے اشتراک کے ذریعہ دونوں صلاحیتوں کو کاروبار کے فروغ میں لگا دیتے ہیں۔ اور ایسا کرنا دوسروں کو بھی روزگار فراہم کرنے کا موجب ہوتا ہے، اور کاروبار آگے کی طرف رواں دواں ہوتا ہے۔ تاجر کاروبار میں محدود سرمایہ مشغول کر سکتا ہے۔ ساتھ ہی محدود خدمات بھی انجام دے سکتا ہے۔ رہائشی علاقوں میں قائم تنہا تاجر کے مختلف اقسام کی تجارت کا مشاہدہ کر سکتے ہیں۔ اکثر یہ چھوٹے تاجرین تنہا شخص ہی مالک ہوتا ہے۔ بیل بنڈی ایک قدیم حمل و نقل کا ذریعہ ہے۔ ایک بیل سے چلنے والی بیل بنڈی اور دو بیل سے

چلنے والی بیل بنڈی کو دیکھا ہو گا۔ ظاہر ہے ایک بیل کے بیل بنڈی کے مقابلے میں دو بیل کی بنڈی میں زیادہ سامان اور بہتر رفتار چل سکتی ہے۔ دو بیل آپس میں مشترکہطور پر بنڈی کو کھینچتے ہیں، جس سے زیادہ سامان اور کافی دور تک تیز رفتاری کے ساتھ بنڈی جاسکتی ہے۔ اس طرح اس اکائی میں ہم شراکتی کاروبار کے متعلق معلومات حاصل کرینگے۔

8.1 مقاصد (Objectives)

اس اکائی کے مطالعہ کے بعد آپ اس قابل ہو جائیں گے کہ:

- شراکت کے مفہوم کو سمجھا سکیں۔
- شراکت کی خصوصیات کو بیان سکیں۔
- شراکت کے فایدے اور نقصانات کو بیان سکیں۔
- تنہا تجارت اور شراکت میں فرق کو سمجھ سکیں۔
- شراکت کی موزونیت کا ادراک کو سمجھ سکیں۔
- شرکاء کی درجہ بندی کر سکیں۔

8.2 معنی و مفہوم اور تعریف (Meaning and Definition)

مختلف مصنفین نے شراکت کی تعریف مختلف انداز سے کی ہے۔ چند مقبول عام مصنفین کی تعریفات ذیل میں دی گئیں ہیں۔

1. قانون شراکت 1932 کی شق 4 کے تحت شراکت کی تعریف یوں کی گئی۔ ”شراکت وہ تعلق ہے جو دو یازاید افراد کے مابین ہوتا ہے۔ جنہوں نے کاروبار کے منافعوں کو باہم تقسیم کرنے کا اقرار کیا ہو۔ جس کو تمام یاان تمام کی جانب سے ایک چلاتا ہو“۔

2. L. H. Haney نے شراکت کی تعریف یوں کی ہے۔ ”شراکت معاہدہ کے اہل اشخاص کے درمیان وہ تعلق ہے جو مشترکہ جائیز کاروبار کرنے کے لیے تیار ہوتے ہیں، تاکہ نفع حاصل کر سکیں“۔ اس تعریف میں شراکت کو افراد کے درمیان تعلق کو بتایا گیا ہے۔ لیکن افراد کو معاہدہ کرنے کا اہل ہونا لازمی ہے۔ ان معاہدات میں جائز کاروبار چلانے پر زور دیا جاتا ہے۔ اس کے علاوہ انہیں نفع کی طرف بھی توجہ ہوتی ہے، یعنی تعلق کا مشترکہ مقصد نفع کمانا ہوتا ہے۔ اگر مقصد نفع کمانا نہ ہو تو تب شراکت بھی نہ ہو گی۔

3. John Shubin کے مطابق: ”دو یازاید اشخاص کے درمیان تحریری یا زبانی معاہدہ اس بات پر کہ وہ کاروبار کو مشترکہ طور پر ذمہ داری کے ساتھ چلائیں گے“۔

4. Kimball نے یوں تعریف کی ہے۔ ”شراکت یا فرم جب اکثر کہا جاتا ہے افراد کا گروہ جس نے فرم کے کاروبار میں سرمایہ یا خدمات انجام دے رہے ہوں“۔ اس تعریف میں دو اہم نکات ایک افراد کے درمیان معاہدہ اور دوسرے نفع کا ذکر نہیں کیا گیا، لیکن جب فرم کا ذکر ہو تو نفع بھی ہو گا۔ جس میں تجارتی اغراض شامل ہوتے ہیں۔

5. Charles W. Gesternberg نے شراکت داری کی تعریف یوں کی ہے۔"افراد کے درمیان تعلق جو مالکین کے طور پر نفع کے لیے کاروبار چلانے کے لیے رضامند ہوں" شراکت کہلاتی ہے۔اس تعریف میں افراد کو مالک سمجھا گیا ہے،اور مالک ہونے کی حیثیت سے کاروبار کے نفع پر بھی ان کا حق ہوتا ہے۔

مندرجہ بالا تعریفات کی روشنی میں شراکت داری کے ظاہر ہونے والے چند اہم نکات کو ذیل میں بیان کیا گیا ہے۔

1. کاروبار کا وجود: کاروبار کا وجود شراکت داری کا سب سے اہم پہلو ہے۔کاروبار سے منافع کے مقصد کے تحت شرکاء کے درمیان شراکت داری قائم ہوتی ہے۔اس طرح افراد پر مشتمل گروہ صرف اسی وقت شراکتی فرم میں تبدیل ہوتا ہے جب وہ کچھ کاروبار کرتے ہوں۔اگر فرم کا مقصد کوئی فلاحی کام کرنا ہو تب وہ شراکتی فرم نہیں کہلائے گی۔اسلیے فرم کے قیام کا مقصد کاروبار سے نفع کمانا ہوتا ہے۔

2. شراکت کی نوعیت: شراکتی کاروبار کے لیے ضروری ہے کہ شرکاء آپس میں کاروبار کے شریک کی حیثیت رکھتے ہیں، جن کا مشترکہ مقصد ہوتا ہے۔دوسرے الفاظ میں شراکت میں کم سے کم دو افراد کا ہونا ضروری ہے۔شراکت دو یا دو سے زاید افراد کے درمیان معاہدہ کا نتیجہ ہوتا ہے۔یہ معاہدہ زبانی یا تحریری بھی ہو سکتا ہے۔لیکن آپسی تنازعات سے بچنے کے لیے شرکاء ہمیشہ تحریری معاہدہ ہی کرتے ہیں۔شراکت معاہدہ کی رو سے شرکاء کا نفع و نقصان کے حق دار ہوتے ہیں۔کیونکہ معاہدہ میں نفع یا نقصان کی تقسیم کی نسبت بھی مقرر کردی جاتی ہے۔قانون شراکت 1932 کے تحت شراکت میں نفع کی تقسیم کی صراحت کردی گئی ہے۔لیکن نفع یا نقصان کے تناسب کا فیصلہ شرکاء باہمی مشورہ سے طے کرلیتے ہیں۔

3. افراد کی تکثیریت: کاروبار کے لیے دو افراد کا یکجا ہونا ضروری ہے۔ایک فرد شراکت داری میں اپنے آپ کو شامل نہیں سمجھ سکتا اور نہ ہی ایک فرد پر مشتمل کوئی شراکتی فرم ہوتی ہے۔

4. معاہداتی رشتہ: شراکتی کاروبار میں شرکاء کے درمیان معاہدہ کی بنیاد پر رشتہ قائم ہوتا ہے۔کاروبار کے لیے معاہدہ کرنے والے افراد کو شریک یا شرکاء کہا جاتا ہے۔

5. منافع: شراکت کے قیام کا مقصد نفع کمانا ہوتا ہے، معاہدہ میں بھی نفع کا ذکر کردیا جاتا ہے۔اگر شراکت کا قیام منافع کے علاوہ کسی اور مقصد کے تحت قائم ہو تو وہ شراکت نہیں کہلاتا۔شراکتی معاہدہ میں بھی نفع کی تقسیم بھی تحریر کردینا چاہیے۔چونکہ شرکاء کی ذمہ داری لامحدود ہوتی ہے اسی لیے نقصان کی صورت میں شرکاء نقصان کو بھی برداشت کرتے ہیں۔

6. پرنسپل اور ایجنٹ کا تعلق: شراکتی فرم کے کاروبار کو تمام شرکاء یا تمام کی طرف سے کوئی ایک شریک کاروبار چلا سکتا ہے۔کوئی ایک شریک کاروبار کو چلانے کی صورت میں یہ شریک فرم کے دوسرے اراکین کے ایجنٹ کی طرح ہوتا ہے۔کاروبار کا ہر شریک شراکتی کاروبار میں حصہ لے سکتا ہے۔سرگرم رول ادا کرسکتا ہے۔جب تک کہ وہ کسی معاہدہ کی رو سے اپنے آپ کو غیر سرگرم نہ کرلے۔شراکت کے لیے دو افراد کا ہونا ضروری ہے، لیکن زیادہ سے زیادہ شرکاء کا تعین قانونِ شراکت میں نہیں کیا گیا۔لیکن قانونِ کمپنی 1956 کے تحت عام کاروبار کی صورت میں زیادہ سے زیادہ شرکا کی تعداد 20 اور بنکنگ کاروبار کی صورت میں 10 سے زیادہ نہ ہو۔

8.3 ماہیت یا نوعیت (Nature)

شراکت ایک ایسی طرز تجارت ہے جہاں دو یا دو سے زاید افراد نفع کمانے کے لیے مشترکہ طور پر کاروبار کرنے کے لیے یکجا ہوتے ہیں۔ یہ طرز تجارت تنہا تجارت سے بہتر ہے۔ جہاں صرف ایک شخص ہی کاروبار کے سیاہ و سفید کا مالک ہوتا ہے۔ ایک فرد ہی سرمایہ لگاتا ہے۔ صلاحیتیں اور توانائی لگاتا ہے۔ یعنی ایک شخص ہی اپنی تمام تر توانائی کاروبار کے لیے داؤ پر لگا دیتا ہے۔ شراکت میں دو سے زاید افراد سرمایہ لگاتے ہیں، اور اپنی تمام تر کوششیں اور توانائی کاروبار کی کامیابی کے لیے لگا دیتے ہیں۔ نقصان کی صورت میں بھی یہ آپس میں تقسیم کر لیتے ہیں۔ جس کی وجہ سے کاروبار میں مصروف عمل افراد بے مقدوری سے بچ جاتے ہیں۔

8.4 شراکت کی اہمیت (Importance of Partnership)

یہ تنہا تجارت کی توسیعی شکل ہے۔ جہاں دو یا دو سے زاید افراد کاروبار میں نفع کمانے کی غرض سے شریک ہوتے ہیں۔ کاروبار، شراکتی کاروبار میں زیادہ سرمایہ کے ساتھ انتظامی صلاحیتیں بھی حاصل ہوتی ہیں۔ جس کے باعث کاروبار میں ترقی اور توسیع واقع ہوتی ہے۔ عصر حاضر میں شراکتی کاروبار کی تشکیل کافی آسان ہے، اور اس کی تشکیل کے لیے قواعد و ضوابط کی تکمیل لازمی نہیں۔ شرکاء کے درمیان محنت کی تقسیم کی وجہ سے ماہرانہ انداز میں اشیاء تیار کی جاسکتی ہیں۔ اور ان معیاری اشیاء کی بازار میں طلب زیادہ ہوتی ہے۔ کاروبار معاشی سرگرمیوں کا منبع ہوتا ہے۔ معیشت پر چھوٹے و بڑے کاروبار کی کافی اہمیت پائی جاتی ہے۔ چھوٹے پیمانے کی تجارت کا علاقہ محدود ہوتا ہے۔ اس کے برخلاف شراکتی کاروبار کا علاقہ کافی وسیع ہوتا ہے۔ شراکتی کاروبار کی اہمیت کو ذیل میں بتلایا گیا ہے۔

1۔ شرکا کا اتحاد:

شراکتی کاروبار میں شرکا منافع کمانے یا کاروبار کے مقصد کے تحت آپس میں متحد ہوتے ہیں۔ ہر تاجر تجارت کی مختلف حکمت عملیوں کا تجربہ رکھتا ہے۔ کسی کاروبار میں دو یا زائد شرکاء آپس میں متحد ہونے پر تجارتی خیالات و تجربات کا موزوں استعمال ممکن ہے۔ شرکا کے آپسی تعاون کے سبب تجارت کی ایک کامیاب پالیسی کو اختیار کرسکتے ہیں۔

2۔ روزگار میں اضافہ:

شراکتی کاروبار کے سبب کاروبار کو ترقی اور وسعت حاصل ہوتی ہے۔ جس کے سبب معیشت کے مختلف شعبوں میں روزگار کے ذرائع پیدا ہوتے ہیں۔ شراکتی کاروبار معیشت کی بیروزگاری کے خاتمہ میں اہم کردار ادا کرتی ہے۔

3۔ علاقہ واری عدم توازن کا خاتمہ:

ملک کے مختلف علاقوں میں شراکتی کاروبار کے قیام کے سبب ہر علاقے میں معاشی سرگرمیاں وجود میں آتی ہیں۔ پسماندہ علاقوں کی پسماندگی کے خاتمہ میں شراکتی کاروبار اہم کردار ادا کرتے ہے۔ پیداوار فروخت اور اس کے سہولت و مددگار شعبوں میں ترقی و استحکام پیدا ہوتا ہے۔ جن علاقوں میں شراکتی کاروبار قائم ہوتے ہیں وہاں پر معاشی سرگرمیوں کے سبب علاقے کی پسماندگی کو دور کیا جاسکتا ہے۔

4۔مالکانہ حقوق:

شراکتی کاروبار میں شریک شرکاء کاروبار کے مالک ہوتے ہیں۔اس لیے تمام شرکاء ذمہ داری کو محسوس کرتے ہوئے دلچسپی کے ساتھ کاروبار میں حصہ لیتے ہیں۔شرکاء کی دلچسپی اور ذوق کے سبب کاروبار کو ترقی و استحکام حاصل ہوتا ہے۔

5۔سرمایہ کی تشکیل:

شراکتی کاروبار میں شریک تمام شرکاء سرمایہ مشغول کرتے ہیں۔جس سے کاروبار کی ضرورت کے اعتبار سے سرمایہ کی موزوں مقدار آسانی سے حاصلکی جاسکتی ہے۔کاروبار میں مشغول سرمایہ کی نسبت کے اعتبار سے نفع و نقصان کے حق دار ہوتے ہیں۔

8.5 شراکت کی خصوصیات (Characteristics of Partnership)

شراکت کی خصوصیات درجہ ذیل ہیں۔

1۔شرکا کی تعداد:

شراکتی کاروبار شرکا کی انجمن ہوتی ہے۔یہ شرکاء کے درمیان معاہدہ کی وجہ سے قائم ہوتی ہے۔اس لیے معاہدہ دو یا زائد افراد کے درمیان ہوتا ہے۔بالغ اور صاحب سمجھ شخص معاہدہ میں شریک ہوسکتا ہے۔نابالغ قانوناََ کسی معاہدہ کا شریک نہیں ہوسکتا۔کیونکہ وہ نابالغ کی حیثیت سے معاہدہ کرنے کا مجاز نہیں ہے۔البتہ تمام شرکا کی تائید سے نابالغ کاروبار کا شریک بن سکتا ہے۔لیکن اس کے لیے ضروری ہے کہ سنِ بلوغت کو پہنچنے کے بعد دوبارہ شراکت میں شرکت کے لیے رضامندی لیناضروری ہوتا ہے۔

2۔معاہداتی تعلقات:

شراکتی کاروبار میں شریک تمام شرکاء معاہدے کی رو سے آپس میں تعلقات رکھتے ہیں۔قانونِ شراکت 1932 کے مطابق شراکت کا تعلق کاروباری معاہدہ سے ہوتا ہے۔کسی فرد کی حیثیت یا رتبہ سے نہیں ہوتا۔شراکتی معاہدہ زبانی یا تحریری ہوسکتا ہے، لیکن عملی طور پر تحریری معاہدہ بہتر ہوتا ہے۔تاکہ مستقبل میں کاروبار میں شرکاء کے درمیان اختلافات تنازعہ کی صورت اختیار کرنے پر تحریری معاہدہ کی روشنی میں تصفیہ ہوسکے،اور فرم ٹوٹنے سے بچ جائے۔

3۔نفع کا حصول:

شراکتی کاروبار کے قیام کا مقصد نفع کمانا ہوتا ہے،شراکتی کاروبار سے حاصل منافع کو شرکاء کے درمیان تقسیم کیا جاتا ہے۔کاروبار میں نقصان کی صورت میں نقصان کو بھی شرکا آپس میں بانٹ لیتے ہیں۔شراکتی معاہدہ منافع کمانے کے مقصد کے تحت طے کیا جاتا ہے۔

4۔ کاروبار کا وجود

شراکت داری کا اہم مقصد کاروبار قائم کرنا ہوتا ہے۔کاروبار کا وجود شراکت داری کی اہم خصوصیت ہے۔اصطلاح کاروبار میں کسی بھی قسم کی تجارت شامل ہے۔کاروبار کا مطلب نفع کمانے کی غرض سے کی جانے والی سرگرمیاں جیسے پیداوار، تقسیم اور خدمات ہیں۔اس

کے بر خلاف سماج کی خدمت کے لیے افعال انجام دینا ہو تو یہ کاروبار نہیں کہلاتا، بلکہ سماجی خدمت کہلاتی ہے۔ اور یہ شراکت نہیں کہلاتی۔ شراکت کے لیے کاروبار کا ہونا ضروری ہوتا ہے۔

5۔ اختیارات کا حاصل ہونا:

شراکتی فرم کے ہر شریک کو کامل اختیارات حاصل ہوتے ہیں۔ وہ فرم کے لیے کام کر سکتا ہے۔ شراکت کا مقصد ہی نفع کمانا ہوتا ہے، اور ہر شریک نفع کے حصول کے لیے کاروبار میں سرگرم حصہ لیتا ہے۔ کاروبار کی کامیابی اور ناکامی کا انحصار شرکا کی دلچسپی اور محنت پر ہوتا ہے۔ اگر کوئی شریک کاروبار میں سرگرم حصہ لینا نہیں چاہتا، اس کے لیے ضروری ہے کہ اس بات پر باقی شرکاء کی رضامندی حاصل کریں اور شراکتی معاہدہ میں اس کی وضاحت کریں۔

6۔ لامحدود ذمہ داری:

تنہا تجارت کی طرح شراکتی کاروبار میں شرکاء کی ذمہ داری لامحدود ہوتی ہے۔ جب کبھی شراکتی کاروبار میں نقصان ہو جاتا ہے اور ذمہ داریاں بڑھ جاتی ہیں، تو لازمی ہے کہ تمام شرکاء نقصان کو برداشت کر لیں۔ تیسرے فریقین کو ادائی کے لیے فرم کے اثاثے ناکافی ہوں تو شرکاء کو اپنی جائیداد کو بھی فروخت کرنا پڑتا ہے۔ لین دار ہوں یا مالیاتی ادارے یا بنکس کسی ایک شریک یا تمام شرکاء سے ادائیگی کا مطالبہ کر سکتے ہیں۔ یوں کہا جا سکتا ہے کہ شرکاء تیسرے فریقین انفرادی طور پر یا اجتماعی طور پر شراکتی فرم کے واجبات کے ذمہ دار ہوتے ہیں۔

7۔ شراکتی فرم کا انتظام:

کاروبار میں شامل ہر ایک شریک کو اس بات کا حق حاصل ہوتا ہے کہ وہ شراکتی فرم کی کاروباری سرگرمیوں میں حصہ لے یا کاروباری افعال میں حصہ نہ لیں۔ شراکتی کاروبار کے تمام شرکاء کی رضامندی سے کاروبار کی ذمہ داریوں کی تقسیم ہوتی ہے۔ بعض شرکاء کاروبار میں سرگرم حصہ لینا چاہتے ہیں اور بعض شرکا کاروبار میں سرگرم حصہ نہیں لینا چاہتے۔ شراکتی فرم کے کاروبار میں شرکاء کی ذمہ داریوں کی تقسیم پر تمام شرکاء کی رضامندی لازمی ہے۔ یہ شراکتی معاہدہ کی اہم بنیاد ہے۔ معاہدہ کی بنیاد پر کاروبار میں سرگرم حصہ لینے والے شریک زائد منافع یا معاوضہ حاصل کرنے کا حق رکھتے ہیں۔ سرگرم حصہ لینے والے اور سرگرم حصہ نہ لینے والے شرکاء کے مالی فوائد کا معاہدہ شراکت میں ذکر کیا جاتا ہے۔

8۔ سرمایہ:

شراکتی کاروبار میں شرکاء آپسی رضامندی یا معاہدہ شراکت کے اعتبار سے کاروبار میں سرمایہ مشغول کرتے ہیں۔ شریک کے لیے ضروری ہے کہ وہ فرم کے سرمایہ میں اپنا حصہ ادا کرے۔ سرمایہ کی فراہمی کے لیے ضروری نہیں کہ وہ نفع کے تناسب کا خیال رکھے، بلکہ وہ زیادہ سرمایہ بھی فراہم کر سکتا ہے۔ بعض اوقات شرکاء کی رضامندی سے سرمایہ کے بغیر بھی شراکت کاروبار کا شریک بن سکتا ہے۔ کسی شراکتی فرم میں شریک کے داخلہ کے لیے سرمایہ ہی معیار نہیں۔ کسی شریک کو اس کی شہرت سے استفادہ کے لیے بھی کاروبار میں شامل کیا جا سکتا ہے۔ اس لیے ضروری نہیں کہ تمام شرکاء سرمایہ فراہم کرے۔ عام طور پر کاروبار میں مشغول سرمایہ کے تناسب میں شرکاء نفع و نقصان کے حصہ دار ہوتے ہیں۔

9۔کاروبار کا تسلسل:

شراکتی فرم کے استحکام اور تسلسل کے لیے شرکاء میں اعتبار اور اعتماد کا ہونا لازمی ہے۔نقصانات، بے اعتباری یا بدگمانی کے سبب کاروبار تحلیل ہوسکتے ہیں۔اس لیے شراکتی کاروباری مدت کا تعین ممکن نہیں۔شراکتی فرم کی کاروباری مدت یا اس کے کاروباری تسلسل کا انحصار شرکاء کے باہمی اعتماد پر ہوتا ہے۔کسی شریک کی موت یا رضامندی سے کاروبار سے دستبردار ہونے،کاروبار سے شریک کے اخراج سے کاروبار تحلیل نہیں ہوتے، بلکہ باقی شرکاء کاروبار کو جاری رکھ سکتے ہیں۔بشرطیکہ وہ کاروبار سے دستبردار ہونے والے شریک کو وجب الادا رقم ادا کردیں۔شریک کاروبار کی موت کی تاریخ تک اس کے نفع و نقصان کا حصہ وارثین کو دیا جاتا ہے۔

شراکت اور ہندو مشترکہ خاندان میں فرق (Difference between Partnership and Joint Hindu Family)

شراکت اور ہندو مشترکہ خاندان کے درمیان فرق درجہ ذیل صورتوں میں کیا جاسکتا ہے۔

	شراکت	ہندو مشترکہ خاندان
1. نظم وضبط:	شراکت کے نظم وضبط کو قانون شراکت 1932 میں وضاحت کردی گئی ہے۔	1. مشترکہ ہندو خاندان دو مکاتب فکر کے تحت کام کرتے ہیں۔ i. متاکشر ii. دیابھاگا
2. قیام:	شراکتی فرم کا وجود شرکاء کے درمیان باہمی معاہدہ کا نتیجہ ہے۔تحریری یا زبانی ہوسکتا ہے۔ ان کا تعلق Contracted ہوتا ہے۔	2. مشترکہ ہندو خاندان میں اس قسم کا کوئی تعلق نہیں پایا جاتا۔
3. آئینی رتبہ:	شراکت کا وجود آئینی ہوتا ہے، قانون کی نظر میں تمام شرکا برابر ہیں۔	3. مشترکہ ہندو خاندان میں آئینی رُتبہ نہیں ہوتا،اس کے اراکین ساتھ ہوتے ہیں۔
4. اراکین:	شراکت میں شرکا کی اعظم ترین تعداد مقرر ہے۔	4. مشترکہ ہندو خاندان میں اعظم ترین تعداد مقرر نہیں،اس کے اراکین کی تعداد پر تحدید ہوتی ہے۔
5. داخلہ:	شراکت میں نئے شریک کا داخلہ تمام شرکاء کی رضا مندی پر ہوتا ہے۔	5. مشترکہ ہندو خاندان میں بچہ پیدائش کے ساتھ ہی اس کا رکن بن جاتا ہے۔اس کے علاوہ متبنٰی یا مرد کی شادی کے ساتھ ہی رکن بن جاتا ہے۔
6. نابالغ:	نابالغ فرم کا شریک نہیں بن سکتا۔تاہم وہ دیگر شرکا کی رضامندی سے رکن بن سکتا ہے۔	6. یہاں اس قسم کی کوئی پابندی نہیں ہوتی،بچہ پیدائش کے ساتھ ہی رکن بن جاتا ہے۔
7. انتظام:	شراکت میں ہر شریک فرم کے کاروبار میں حصہ لے سکتا ہے۔	7. مشترکہ ہندو خاندان میں اختیارات کرتا کے ہاتھوں مرکوز ہوتے ہیں۔کرتا ہی فرم کے کاروبار میں منتظم ہوتا ہے۔
8. بیرونی موقف:	شراکت میں ہر رکن ذمہ دار ہوتا ہے۔اگر کوئی شریک	8. یہاں کرتا کے علاوہ اختیارات دوسرے افراد خاندان کے

	فیصلہ لیتا ہے تو سارے شرکاء پر عمل کرنا لازمی ہو جاتا ہے۔	پاس نہیں ہوتے۔
9. کھاتے:	فرم کے کھاتے ہوتے ہیں۔ ہر شریک کھاتوں کا معائنہ کر سکتا ہے۔	9. کرتا پر لازمی نہیں کہ وہ کھاتے رکھے، کوئی رکن کھاتے کے بارے میں کرتا سے سوال بھی نہیں کر سکتا۔
10. واجبات:	شرکاء کی ذمہ داریاں لامحدود ہوتی ہیں۔ تیسرے فریقین کو ادائی کے لیے فرم کی جائیداد کے ساتھ ساتھ شریک کی جائیداد بھی فروخت کرنا پڑتا ہے۔	10. کرتا کی ذمہ داری لامحدود ہوتی ہے۔ دیگر اراکین کی ذمہ داری محدود ہوتی ہے۔ ذاتی جائیداد رکن کا حق ہوتا ہے۔
11. تحلیل:	شریک کی موت، پاگل پن، بے مقدوری، دیوانے پن کی وجہ سے تحلیل کی جاسکتی ہے۔	11. کسی رکن کی موت سے یہ کاروبار متاثر نہیں ہوتا۔
12. رجسٹریشن:	یہ لازمی نہیں، لیکن مستقبل میں ہونے والے تنازعات سے بچنے کے لیے رجسٹریشن کروانا بہتر ہوتا ہے۔	12. مشترکہ ہندو خاندان کے لیے رجسٹریشن کی ضرورت نہیں ہوتی۔

تنہا تجارت اور شراکت میں فرق (Difference between Sole Trader and Partnership)

تنہا تاجر اور شراکتی کاروبار کے درمیان اہم فرق کو ذیل میں بتلایا گیا ہے۔

فرق کی بنیاد	شراکت	تنہا تجارت
1. رکنیت	شراکت میں دو یا دو سے زاید اشخاص کی ملکیت ہوتی ہے۔ انہیں شرکا کہا جاتا ہے۔	تنہا تجارت ایک شخص کی ملکیت ہوتی ہے۔ اس پر کنٹرول بھی واحد شخص کا پایا جاتا ہے۔
2. معاہدہ	شراکت کی تشکیل کے لیے شراکتی معاہدہ کی صورت میں ایک معاہدہ کا ہونا ضروری ہے۔ یہ معاہدہ زبانی یا تحریری ہو سکتا ہے۔	تنہا تجارت کے قیام کے لیے کسی قاعدہ و قانون کی تعمیل ضروری نہیں ہوتی۔ اور نہ ہی معاہدہ کی ضرورت ہوتی ہے۔
3. رجسٹریشن	شراکتی فرم کے رجسٹریشن کی ضرورت نہیں ہوتی ہے۔ لیکن رجسٹریشن کے فوائد سے مستفید ہونے کے لیے رجسٹریشن کروایا جاتا ہے۔	تنہا تجارت میں رجسٹریشن مطلوب نہیں۔
4. انتظامیہ	تمام شرکاء کو اس بات کی اجازت ہوتی ہے کہ وہ فرم کے کاروبار میں حصہ لے، اور وہ اپنے کام کے لیے فرم معاہدہ کی پابند رہے۔	اس کاروبار پر صرف ایک شخص کا کنٹرول ہوتا ہے۔ اس کا حکم قانون ہوتا ہے۔ یہی کامل اختیارات رکھتا ہے۔

5.جوکھم	کاروباری خطرات سے ہونے والے نقصان کو تمام شرکا تقسیم کرلیتے ہیں۔	کاروباری جوکھم سے ہونے والے نقصانات کی پابجائی کو خود اکیلے ہی برداشت کرنا پڑتا ہے۔
6.سرمایہ	تمام شرکا فرم کے لیے سرمایہ فراہم کرتے ہیں۔شرکاء اپنی فرم کے کاروبار کو انفرادی طور پر سرمایہ فراہم کرتے ہیں۔سرمایہ کی بنیاد پر نفع ونقصان کا تناسب طے ہوتا ہے۔	تنہا تجارتی کاروبار میں صرف ایک شخص سرمایہ لگاتا ہے،سرمایہ کی قلت کا سامنا کرنا پڑتا ہے۔لیکن عموماً تنہا تجارت کے وسائل ایک شخصی حد تک محدود ہوتے ہیں،سرمایہ کی قلت ہی توسیع میں رکاوٹ بنتی ہے۔
7.رازداری	کاروباری راز تمام شرکا کے علم میں ہوتے ہیں۔اس لیے راز کے افشا ہونے کا امکان ہوتا ہے۔	کاروباری راز تنہا تاجر تک محدود ہوتے ہیں۔اس لیے یہ راز کو راز ہی رکھتا ہے۔ان کا انکشاف نہیں کرتا۔
8.غیر یقینی	شراکتی کاروبار کے قایم رہنے کی ضمانت دی جاسکتی ہے۔کیونکہ کسی شریک کے فوت ہوجانے یا کاروبار سے دستبردار ہونے پر کاروبار کو جاری رکھا جاسکتا ہے۔	کاروبار کا راست تعلق تنہا تاجر کی زندگی پر منحصر ہوتا ہے۔تاجر کی موت کی صورت میں یا کسی اور وجہ سے کاروبار کو بند کردینا پڑتا ہے۔اس لیے کاروبار کا وجود خطرہ میں پڑجاتا ہے۔اس لیے تنہا تجارت غیر یقینی صورتحال کا شکار ہوتی ہے۔

8.6 شراکت کے فائدے (Advantages of Partnership)

شراکتی کاروبار کے چند اہم فوائد کو ذیل میں بتلایا گیا ہے۔

1۔آسان تشکیل

شراکت کی تشکیل بہت آسان ہے۔اس کے قیام کے لیے قواعد وضوابط کافی آسان ہیں۔کمپنی کی طرح دستاویزات تیار کرنے اور پیش کرنے کی ضرورت نہیں ہوتی۔شرکا کے درمیان زبانی یا تحریری معاہدہ کی مدد سے شراکتی کاروبار قائم کیا جاسکتا ہے۔شراکت کے قیام کے لیے رجسٹریشن کا عمل بھی اختیاری ہوتا ہے۔

2۔مالی وسائل

شراکتی کاروبار میں کاروبار کی توسیع اور ضرورت کے مطابق ضروری سرمایہ حاصل کیا جاسکتا ہے۔کاروبار کے استحکام وترقی کے لیے مزید شرکا کو شامل کرتے ہوئے آسانی سے مزید سرمایہ حاصل کیا جاسکتا ہے۔شرکاء کی رضامندی سے شرکاء مزید سرمایہ فراہم کرسکتے ہیں۔شراکتی کاروبار میں ضرورت کے مطابق ضروری سرمایہ فراہم کرنا کافی آسان اور سہل ہوتا ہے۔نہ صرف یہ بلکہ آپسی تعلقات کے سبب بیرونی ذرائع سے بھی فنڈز حاصل کرسکتے ہیں۔

3۔انتظامی صلاحیتیں

شراکتی کاروبار میں شرکاء کی دلچسپی، مہارت اور تقسیم کار کے اصولوں کو مدنظر رکھتے ہوئے ذمہ داریوں کی تقسیم عمل میں آتی ہے۔

جس کے سبب ہر شریک آسانی سے دلچسپی کا مظاہرہ کر سکتا ہے۔ کاروباری افعال کی صحیح اور مناسب تقسیم سے نظم و نسق کو برقرار رکھتے ہوئے کاروبار میں استحکام پیدا کیا جاسکتا ہے۔ اسی لیے شراکتی فرم کے مختلف شعبہ جات پر کنٹرول و انصرام مختلف شرکاء کے سپرد ہوتا ہے۔ کاروبار کے تمام حصوں پر کنٹرول اور نگرانی پائی جاتی ہے، جس کی وجہ سے کاروبار کے وسائل کا صحیح اور بہتر استعمال ممکن ہے۔

4۔ فیصلہ سازی

شرکا آپس میں صلاح و مشوروں کے ذریعہ کاروباری فیصلے طے کرتے ہیں۔ شرکاء کی تجاویز اور تجربات فیصلہ سازی میں مددگار ثابت ہوتے ہیں۔ آپسی تعاون و مشوروں کے سبب کاروبار کو استحکام حاصل ہوتا ہے۔

5۔ جوکھم میں حصہ داری

شراکتی کاروبار میں شرکاء نفع و نقصان کے ذمہ دار ہوتے ہیں۔ ان کی ذمہ داری لامحدود ہوتی ہے۔ کاروبار میں کسی بھی نقصان کو تمام شرکاء ان کے تناسب کے اعتبار سے جوکھم یا نقصان کو برداشت کرتے ہیں۔

6۔ توسیع کی گنجائش

تنہا تجارت کے مقابلہ میں شراکتی فرم کی نشوونما اور کاروبار کی توسیع کی گنجائش زیادہ پائی جاتی ہے۔ کاروبار کا اہم مقصد منافع کمانا ہوتا ہے۔ اس لیے شرکاء سرمایہ مشغول کرتے ہوئے زیادہ سے زیادہ کاروباری سرگرمیوں میں حصہ لیتے ہیں۔ شرکاء کی اجتماعی کوششوں کے سبب کاروبار کو آسانی سے توسیع دی جاسکتی ہے۔

7۔ کاروباری راز (Business Secrets)

کمپنی کی طرح شراکتی فرم کے لیے ضروری نہیں کہ وہ نفع و نقصان کھاتہ، بیلنس شیٹ شائع کروائے۔ شراکتی فرم کے شرکاء کاروباری راز محفوظ رکھ سکتے ہیں۔ شراکتی کاروبار کے مالی موقف، نفع و نقصان کی کیفیت وغیرہ کے متعلق بیرونی تاجرین یا مسابقت کنندے واقف نہیں ہوسکتے۔

8۔ اقلیتی مفادات کا تحفظ

ہر شریک کو اس بات کی اجازت ہے کہ کاروبار کے انتظام میں حصہ لے۔ تمام کاروباری فیصلے کل شرکاء کی رضامندی سے طے کیے جاتے ہیں۔ کاروبار کے تمام شرکا کے حقوق کا تحفظ ہوتا ہے۔ ہر شریک کاروبار میں سرگرم حصہ لیتے ہوئے اجتماعی و انفرادی مفادات کا تحفظ کرسکتے ہیں۔

9۔ آسان تحلیل

شراکتی کاروبار کے شرکا کے درمیان اختلافات، عدم اعتماد، شریک کی موت، مسلسل نقصانات وغیرہ کے سبب آپسی رضامندی سے کاروبار کو آسانی سے تحلیل کیا جاسکتا ہے۔ Partnership at will کی صورت میں کوئی بھی شریک شراکت کی تحلیل کا سبب بن سکتا ہے۔ اور تحلیل کے لیے نوٹس دے سکتا ہے۔ تحلیل کی صورت میں کسی قاعدے یا قانون پر عمل آوری ضروری نہیں۔

10۔جمہوری انصرام

شراکتی کاروبار میں تمام شرکا کاروبار میں حصہ لے سکتے ہیں۔ تمام معاملات اور فیصلوں میں تمام شرکاء کی رضامندی لی جاتی ہے۔عام طور پر حکمت عملی پر مبنی فیصلے اتفاقِ رائے سے کیے جاتے ہیں۔کاروبار کی بہتری اور ترقی کے لیے تمام شرکا اپنی اپنی تجاویز دیتے ہیں۔جس سے جمہوری طرز عمل کو فروغ حاصل ہوتا ہے۔

11۔انتظامی اخراجات میں کمی

شراکتی کاروبار کے تمام شرکاء مختلف ذمہ داریوں کو نبھاتے ہیں۔یہ شرکا کا ذاتی کاروبار ہوتا ہے۔صرف ضرورت کے مطابق ہی ملازمین کو مقرر کرتے ہیں۔یہ اخراجات کو کنٹرول کرنے کے لیے تمام اہم کاموں کو خود ہی انجام دیتے ہیں۔شرکا اپنی ذمہ داریوں کو شدت اور دلچسپی کے ساتھ پورا کرتے ہیں۔جس سے کاروبار کے انتظامی اور دیگر مختلف اخراجات میں کفایت اور بچت ہوتی ہے۔

8.7 شراکت کے نقصانات (Disadvantages of Partnership)

شراکتی فرم کاروبار کی ایک اہم شکل ہے۔اس فرم کی چند اہم خامیوں کو ذیل میں بتلایا گیاہے۔

1۔لامحدود ذمہ داری

لامحدود ذمہ داری شراکتی کاروبار کی ایک اہم خامی ہے۔کیونکہ شراکتی کاروبار میں شرکاء کی ذمہ داری لامحدود ہوتی ہے۔شرکاء نہ صرف فرم کی ذمہ داریوں کو پورا کرنے کے لیے ذمہ دار ہیں،بلکہ اگر فرم کے اثاثے ذمہ داریوں کی تکمیل کے لیے ناکافی ہوں تو ان کی خانگی جائیداد کو بھی فرم کے قرض یا وجوب کی تکمیل کے لیے فروخت کی جاسکتی ہے۔لامحدود ذمہ داری سے بچنے کے لیے شرکاء جوکھم مول لینے سے پرہیز کرتے ہیں،اور کاروبار کی توسیع اور ترقی کے لیے اقدامات لینے سے اجتناب کرتے ہیں۔

2۔محدود مالی وسائل

شراکتی فرم کے کاروبار کی توسیع کے لیے فنڈز کا حصول کافی مشکل ہوتا ہے۔کاروباری وسائل شرکاء کے ذاتی وسائل کی حد تک ہی محدود ہوتے ہیں۔شرکاء اپنے ذاتی وسائل کاروبار میں مشغول کرنے کے بعد ہی خارجی ذرائعوں کی طرف مائل ہوتے ہیں۔اکثر بنکس اور مالیاتی ادارے شراکتی کاروبار کو قرض فراہم کرنے سے انکار کرتے ہیں۔بنکنگ کمپنی میں 10 سے زیادہ شریک نہیں ہوسکتے،اور دیگر کاروبار کے لیے شرکاء کی تعداد بیس (20) سے زیادہ نہیں ہونی چاہیے۔شرکاء کی محدود تعداد اور ان کے محدود مالی وسائل کے سبب شراکتی کاروبار کے مالی وسائل محدود ہوتے ہیں۔تنہا تاجر کے مقابلے میں ان کے مالی وسائل زیادہ ہوتے ہیں۔لیکن شرکاء کا سرمایہ مشغول کرنے سے قبل شرکاء کی رضامندی،منافع کا تعین وغیرہ کئی مسائل درپیش ہوتے ہیں۔

3۔عدم استحکام

تنہا تاجر کی طرح شراکتی کاروبار بھی عدم استحکام کا شکار ہوتے ہیں۔کیونکہ شراکت کسی شریک کی موت،پاگل پن اور بے مقدوری کی وجہ سے تحلیل کردی جاسکتی ہے۔شرکاء کے درمیان عدم اعتمادی بھی شراکت کی تحلیل کا باعث ہوسکتی ہے۔کاروبار کا بند ہونا دراصل

سماجی نقصان ہے۔ فرم کی تالا بندی سے صارفین اور مزدور دونوں متاثر ہوتے ہیں۔

4۔ عدم اعتماد

شرکاء کے درمیان ہم آہنگی اور اتحاد و اتفاق کو بنائے رکھنا نہایت مشکل کام ہے۔ اور ہر ایک شریک اپنی رائے کو دوسروں کی رائے پر مقدم رکھنا ضروری سمجھتا ہے۔ بعض کاروباری فیصلوں پر عدم اتفاق کے سبب شرکاء کے درمیان بے اعتباری کی فضاء پیدا ہوتی ہے۔ آپسی اختلافات کے ساتھ شرکاء کاروبار سے سبکدوش ہونا چاہتے ہیں۔ اس کو کنٹرول نہ کرنے پر شراکت تحلیل بھی ہوسکتی ہے۔

5۔ مفادات کی منتقلی

شراکتی کاروبار میں شامل شرکاء ہی نفع و نقصان اور مفادات کے حق دار ہوتے ہیں۔ وہ اپنے حقوق یا مفادات کی کسی دوسرے کے حق میں منتقل کرنے کے لیے تمام شرکاء کی رضامندی حاصل کرنا ضروری ہوتا ہے۔ شرکاء کے اختلافات کے سبب اپنے مفادات کو کسی بھی فرد کے حق میں منتقل نہیں کرسکتے۔

6۔ عوامی اعتماد میں کمی

شراکتی فرم کے کھاتے طبع نہیں جاتے، اس لیے عوام اور تیسرے فریقین شراکتی کاروبار کے حقیقی موقف سے واقف نہیں ہوسکتے۔ عوام میں یہ غلط فہمی پائی جاتی ہے کہ گاہکوں کا استحصال کرکے خود غیر معمولی نفع کمارہے ہیں۔ کھاتوں کی عدم طباعت کے سبب سرکاری اداروں، بنک، عوام میں اعتماد میں کمی پیدا ہوتی ہے۔

7۔ فیصلہ سازی میں تاخیر

شراکتی کاروبار میں تمام شرکا کی رضامندی سے فیصلے لیے جاتے ہیں۔ شرکاء کی ناراضی کے سبب بروقت فیصلے نہیں لیے جاتے، فیصلوں کی تاخیر سے موقعہ پر مبنی فائدوں کو حاصل کرنے میں شراکت ناکام رہتی ہے، اور ساتھ ہی وقت کی تضیع کا باعث بنتی ہے۔ بر وقت فیصلہ نہ لینے کی وجہ سے نفع بخش مواقعوں کو کھودینا پڑتا ہے۔ جس کی وجہ سے کئی کاروباری مواقعوں سے ہاتھ دھونا پڑتا ہے۔

8.8 شرکا کے اقسام (Types of Partnership)

شراکتی کاروبار میں مختلف اقسام کے شرکاء پائے جاتے ہیں۔ ان کے چند اہم اقسام کو ذیل میں بتلایا گیا ہے۔

1. سرگرم شریک (Active Partner): ایسے شریک جو روزمرہ کاروباری سرگرمیوں میں حصہ لیتے ہیں۔ ان کو سرگرم شریک کہتے ہیں۔ ایسے شریک کاروبار میں سرمایہ مشغول کرنے کے ساتھ ساتھ انتظام میں بھی حصہ لیتے ہیں۔
2. خوابیدہ / غیر سرگرم شریک (Sleeping or Dormant Partner): ایسے شریک جو کاروبار میں صرف سرمایہ مشغول کرتے ہیں، لیکن کاروباری سرگرمیوں میں حصہ نہیں لیتے ہیں، انہیں خوابیدہ شریک کہتے ہیں۔
3. منافع کا حصہ دار شریک (Partner in Profits): ایسے شریک جو صرف فرم کے منافع میں شریک ہوتے ہیں۔ ایسا شریک کاروبار میں سرمایہ مشغول کرتا ہے اور منافع کا حصہ دار ہوتا ہے۔ ایسی صورت میں معاہدہ شراکت میں اس بات کو طئے کرلیا جاتا ہے کہ فرم کو

نفع حاصل ہونے پر اس کو نفع کا حصہ ملے گا۔ اور اگر فرم کو نقصان کی صورت میں یہ نقصان کا حصہ دار نہ ہو گا۔

4. برائے نام شریک (Nominal Partner): ایسا شریک جو کاروبار میں نہ ہی سرمایہ مشغول کرتا ہے اور نہ ہی منافع میں حصہ دار ہتا ہے اور نہ ہی کاروباری سرگرمیوں میں حصہ لیتا ہے، بلکہ صرف کاروبار کے مفاد کے لیے صرف اپنے نام کے استعمال کی اجازت دیتا ہے، اس کو برائے نام شریک کہتے ہیں۔ ایسا شریک کاروباری مفادات میں کوئی حصہ دار نہیں ہوتا۔ کاروبار سے باہر کے افراد اس کو کاروبار کا شریک سمجھتے ہوئے تجارتی تعلقات برقرار رکھتے ہیں۔ اس لیے فرم کے قرضہ جات کے سلسلہ میں یہ ذمہ دار ہوتا ہے۔

5. محدود شریک (Limited Partner): ایسے شریک جو اپنے حصہ کی رقم کاروبار میں مشغول کرتے ہیں۔ ان کی ذمہ داری کاروبار میں مشغول سرمایہ کی حد تک محدود ہوتی ہے۔ ایسے شریک امریکہ اور یوروپی ممالک میں پائے جاتے ہیں۔ ہندوستان میں اس کی اجازت نہیں۔

6. عام شریک (General Partner): ایسے شرکاء جن کی ذمہ داری لا محدود ہوتی ہے یا جس شریک کی ذمہ داری محدود نہیں ہوتی، اس کو عام شریک کہا جاتا ہے۔

7. پارٹنر بائی ہولڈنگ آئوٹ (Partner by Holdingout): اگر کسی فرد کو شراکتی فرم کا شریک سمجھا جارہا ہو، جبکہ وہ شریک نہیں ہے۔ یہ اپنے شریک ہونے کا انکار بھی نہیں کرتا۔ ایسے فرد کو پارٹنر بائی ہولڈنگ آئوٹ کہتے ہیں۔ ایسا فرد پارٹنر کی طرح تیسرے فریقین کے لیے ذمہ دار ہوتا ہے۔

8. ڈھونگی شریک (Partner by Estoppel): اگر کوئی شریک کسی شراکتی فرم کا شریک نہیں ہے، لیکن اپنی گفتگو یا طرز عمل سے اس بات کا تصور دیتا ہے کہ وہ کاروبار کا شریک ہے، اور اس کے برتائو سے کوئی شخص فرم سے معاہدہ کرتا ہے، اور فرم کو نقصان ہو جائے تو یہ شریک بھی ذمہ دار ہو گا۔ کیونکہ اس کے رویہ کی وجہ سے ہی تیسرے فریق نے معاہدہ کیا تھا۔

9. نابالغ شریک (Minor Partner): کاروبار کا ایسا شریک جس کی عمر 18 سال سے کم ہو وہ نابالغ شریک کہلاتا ہے۔ شرکاء کے باہمی اتفاق رائے سے نابالغ کو شریک کاروبار بنایا جاتا ہے تو وہ صرف نفع کی حد تک ذمہ دار ہو گا۔ نقصان میں ذمہ دار نہیں ہو گا۔ اس کی ذمہ داری بھی سرمایہ کی حد تک ہوتی ہے۔ نابالغ سے کیے گئے معاہدے باطل ہوتے ہیں۔ شرکاء کی رضامندی سے نابالغ کے وکیل یا ولی کے ذریعہ معاہدہ طے کیے جاتے ہیں۔

8.9 اکتسابی نتائج (Learning Outcomes)

شراکتی کاروبار تجارت کی ایک اہم شکل ہے۔ تنہا تجارت میں محدود سرمایہ اور محدود انتظامی صلاحیتیں پائی جاتی ہیں۔ جس کی وجہ سے کاروبار کی توسیع ممکن نہیں۔ شراکتی کاروبار میں دو یا دو سے زاید شرکاء پائے جاتے ہیں۔ جو کاروبار کی توسیع کے لیے سرمایہ بھی مشغول کرتے ہوئے انتظامی ذمہ داریوں کو بھی نبھاتے ہیں۔ تاکہ کاروبار کو آگے بڑھایا جاسکے۔ مختلف مصنفین نے شراکت کی تعریف مختلف انداز سے کی ہے۔

L.H. Henry کے بموجب ”شراکت معاہدہ کے اہل افراد، اشخاص کے درمیان وہ تعلق ہے جو مشترکہ کاروبار کرنے کے لیے تیار ہوتے ہیں، تاکہ نفع حاصل کرسکیں“۔Charles W. Gesternberg نے شراکت کی تعریف یوں کی ہے ”افراد کے درمیان تعلق جو شریک مالکین کے طور پر نفع کے لیے کاروبار چلانے کے لیے رضامند ہوں“۔اس طرح قانون شراکت 1932 کے مطابق دو یا زاید افراد کے درمیان آپس میں کاروبار کے نفع و نقصان کی تقسیم پر معاہدہ کو شراکت داری کہتے ہیں۔ شراکتی کاروبار دو یا زاید افراد کے درمیان کاروبار کے پس منظر میں معاہدہ طے ہوتا ہے۔ معاہدہ کی رو سے سرمایہ مشغول کرتے ہیں اور نفع و نقصان اور ذمہ داریوں پر جوابدہ ہوتے ہیں۔ دو یا زاید افراد کے درمیان معاہدہ، آپس میں نفع و نقصان کی تقسیم، کاروباری ذمہ داریوں کی تقسیم اور جوابدہ، شراکتی کاروبار کا انتظام، سرمایہ کی فراہمی، شراکتی کاروبار کے چند اہم خصوصیات ہیں۔ آسان تشکیل، مالیہ کی فراہمی، فیصلہ سازی میں شرکت، جوکھم کی حصہ داری، کاروبار کی توسیع، موثر نگرانی شراکتی کاروبار کے اہم فوائد ہیں۔ اسی طرح لامحدود ذمہ داری، آپسی اختلافات کی گنجائش، اعتماد میں کمی، ذاتی مفادات، عدم استحکام اس کاروبار کے چند اہم خامیاں ہیں۔ بیروزگاری کے خاتمہ، علاقہ واری عدم توازن کو دور کرنے، معاشی سرگرمیوں کو وجود میں لانے میں شراکتی کاروبار اہم کردار ادا کرتے ہیں۔

8.10 کلیدی الفاظ (Keywords)

.1	تنہا تجارت Sole Trader	:	ایسا کاروبار جس میں صرف ایک فرد ہی کاروبار کا ذمہ دار ہو، اس کو تنہا تجارت کہتے ہیں۔
.2	شراکت Partnership	:	دو یا دو سے زاید افراد کے درمیان کاروبار اور اس کے نفع و نقصان کے تقسیم کے شریک ہو، شراکت دار کہلاتے ہیں۔
.3	نابالغ شریک	:	وہ شریک جس کی عمر 18 سال سے کم ہو۔
.4	سرمایہ Capital	:	کاروبار میں مشغول روپیہ کو سرمایہ کہتے ہیں۔
.5	جوکھم Risk	:	کاروبار میں نقصانات کے امکانات کو جوکھم کہتے ہیں۔
.6	رجسٹریشن Registration	:	کاروبار کا رجسٹری دفتر میں درج کروانا رجسٹریشن کہلاتا ہے۔
.7	تحلیل Dissolution	:	کاروبار کی برخواستگی یا خاتمہ تحلیل کہلاتی ہے۔
.8	لامحدود ذمہ داری	:	کاروبار کے نقصانات کو برداشت کرنا لامحدود ذمہ داری کہلاتی ہے۔

8.11 نمونہ امتحانی سوالات (Model Examination Questions)

معروضی جوابات کے حامل سوالات

1. شراکت کی تعریف قانون شراکت 1932 کے تحت کی گئی ہے۔ (صحیح / غلط)
2. شراکت میں دو یا دو سے زاید افراد ہوتے ہیں۔ (صحیح / غلط)

3. شراکتی کاروبار میں شرکا کی ذمہ داری محدود ہوتی ہے۔ (صحیح / غلط)

4. نقصان کی صورت میں شریک کی خانگی جائیداد بھی استعمال کی جاسکتی ہے۔ (صحیح / غلط)

5. شریک جو کاروبار میں حصہ لیتا ہو سرگرم شریک کہلاتا ہے۔ (صحیح / غلط)

6. شرکاء کے درمیان معاہدہ زبانی اور __________ ہو سکتا ہے۔

7. ایسا شریک جو کاروبار میں سرمایہ مشغول کرتا ہو اور سرگرم حصہ لیتا ہو اس کو __________ شریک کہتے ہیں۔

8. ایسا شریک جو کاروبار میں صرف سرمایہ مشغول کرتا ہو لیکن کاروباری کام میں حصہ نہ لیتا ہو اس کو ___ شریک کہتے ہیں۔

9. 18 سال سے کم عمر شریک کو __________ کہتے ہیں۔

10. ایسا شریک جس کی ذمہ داری سرمایہ کے حد تک محدود ہو اس کو ______ شریک کہتے ہیں۔

مختصر جوابات کے حامل سوالات

1. شراکت کاروبار سے کیا مراد ہے؟ وضاحت کیجیے۔

2. معاہدہ شراکت میں شامل اہم امور کی وضاحت کیجیے۔

3. لامحدود ذمہ داری سے کیا مراد ہے۔

4. سرگرم شریک کسے کہتے ہیں؟

5. خوابیدہ شریک سے کیا مراد ہے۔

طویل جوابات کے حامل سوالات

6. شراکت کی تعریف کریں اور اس کی خصوصیات بیان کیجیے۔

7. شراکت کی قانونِ شراکت 1932 کے تحت تعریف کیجیے۔ اس کے فائدے اور نقصانات کو بیان کیجیے۔

8. تنہا تجارت اور شراکت کے درمیان امتیاز کیجیے۔

9. شراکت کی اہمیت کو بیان کیجیے۔

10. شرکا کی اقسام بیان کیجیے۔

بی۔اے پہلا سمسٹر

پرچہ: کاروباری تنظیم-1

B.A/B.Sc 1st Semester

Paper : BNCM102GET – Business Organisation–1

Marks 35 : نشانات | Time : 2 hours وقت: دو گھنٹے

ہدایات:

یہ پرچہ تین حصوں پر مشتمل ہے: حصہ اول، حصہ دوم اور حصہ سوم۔ تمام حصوں سے جواب دینا لازمی ہے۔

1. حصہ اول کے تمام سوالات لازمی ہیں۔ ہر سوال کے لیے 1 نمبر مختص ہے۔ (5 x 1 = 05 Marks)
2. حصہ دوم میں 08 سوالات ہیں۔ طالب علم کو کوئی 05 سوالوں کے جواب دینے ہیں۔ ہر سوال کے لیے 4 نمبرات مختص ہیں۔ (5 x 4 = 20 Marks)
3. حصہ سوم میں 02 سوالات ہیں۔ طالب علم کو کوئی 01 سوال کا جواب دینا ہے۔ ہر سوال کے لیے 10 نمبرات مختص ہیں۔ (1 x 10 = 10 Marks)

I. خالی جگہوں کو پر کیجئے۔

i. ایسا تاجر جو صارفین کو چھوٹے مقدار میں مال فروخت کرتا ہو۔۔۔۔۔۔۔۔۔۔۔ تاجر کہلاتا ہے۔

ii. ایسا کاروبار جس میں دو یا زائد افراد شریک ہو۔۔۔۔۔۔۔۔۔۔۔۔ کاروبار کہلاتا ہے۔

iii. کاروبار کا اہم مقصد۔۔۔۔۔۔۔۔۔۔۔۔۔۔۔ ہے۔

iv. اشیائے صارفین کی مثالیں۔۔۔۔۔۔۔۔۔۔۔۔۔۔۔۔۔۔ ہے۔

v. غیر منقسم ہندو خاندان کے صدر کو۔۔۔۔۔۔۔۔۔۔۔۔۔۔ کہتے ہیں۔

(حصہ ب)

2۔ کاروبار سے کیا مراد ہے وضاحت کیجئے۔

3۔ غیر منقسم ہندو خاندان پر مختصر نوٹ لکھیے۔

4۔ صنعت کی تعریف کرتے ہوئے مختلف اقسام کی صنعتوں کو بیان کیجئے۔

5۔ کاروبار کی سماجی ذمہ داریوں کی وضاحت کیجئے۔

6۔ کاروباری تنظیم سے کیا مراد ہے وضاحت کیجئے۔

7۔ شراکتی کاروبار کے مفہوم کو بیان کیجئے۔

8۔ تنہا تجارت کے خصوصیات بیان کیجئے۔

9۔ تنہا تاجر اور شراکتی کاروبار کے درمیان امتیاز کیجئے۔

(حصہ ج)

10۔ شراکتی کاروبار کی تعریف کرتے ہوئے اس کے مختلف اقسام کے شرکاء کو بیان کیجئے۔

11۔ تھوک فروش کسے کہتے ہیں اس کے افعال بیان کیجئے۔

NOTES

NOTES