۹۔ تجارت

عمل کیجیے۔

مندرجہ ذیل معلومات حاصل کیجیے۔

- روزمرہ استعمال کی جانے والی پانچ گھریلو اشیا کی فہرست بنائیے۔
- یہ اشیا کون استعمال کرتا ہے؟
- اس کے سامنے یہ لکھیے کہ یہ اشیا آپ کو کون فراہم کرتا ہے۔
- فہرست میں درج اشیا آپ کہاں سے خریدتے ہیں؟
- خرید وفروخت کے عمل کو آپ کیا کہیں گے؟
- اشیا فروخت کرنے والا دکاندار اشیا کے بدلے ہم سے کیا لیتا ہے؟
- آپ نے یہ اشیا جہاں سے خریدی ہیں، اس جگہ یہ اشیا کہاں سے آئیں اور ان کا بنیادی ذریعہ کیا ہے؟

معلومات حاصل کیجیے اور اسے فہرست میں درج اشیا کے سامنے لکھیے۔ حاصل شدہ معلومات کے بارے میں جماعت میں گفتگو کیجیے۔

جغرافیائی وضاحت

مندرجہ بالا حاصل کردہ معلومات کی بنا پر آپ سمجھ سکیں گے کہ ہم اپنی ضرورت کی اشیا قریبی دکانوں، بازار یا مال سے خریدتے ہیں۔ اکثر و بیشتر یہ تمام فروخت کنندگان خود یہ اشیا تیار نہیں کرتے۔ وہ انھیں کہیں اور سے لاتے ہیں۔ ایسا بھی نہیں کہ یہ تمام اشیا ہمارے آس پاس ہی تیار ہوتی ہیں۔ یہ اشیا دور دراز کے مقامات پر تیار ہوتی ہیں۔ **تھوک بازار**، کارخانے، زرعی پیداوار کی **بازار کمیٹی** جیسے مقامات سے یہ اشیا سب سے پہلے خردہ فروشوں تک آتی ہیں اور پھر ہم تک پہنچتی ہیں۔

تلاش کیجیے۔

جس طرح کوئی شے دیگر مقامات سے آپ تک پہنچتی ہے اسی طرح آپ کے گاؤں یا شہر کی کوئی مخصوص شے کہاں کہاں بھیجی جاتی ہے؟

ہمیں اپنی روزمرہ زندگی میں مختلف ضروریات درپیش ہوتی ہیں۔ ان ضروریات کی تکمیل کے لیے ہم مختلف اشیا خریدتے ہیں۔ خریدتے ہیں یعنی **طلب** کرتے ہیں۔

ان اشیا کی طلب کی تکمیل کرنے کے لیے اشیا تیار کی جاتی ہیں۔ پیداکار یا **پیدا کنندہ** ان اشیا کو فراہم کرتا ہے یعنی انھیں تھوک بیوپاریوں کو بیچتا ہے۔

اس طرح ایک دوسرے کی ضروریات پوری کرنے کے لیے اشیا کی خرید وفروخت کی جاتی ہے۔

اشیا خریدنے والے **گاہک** یا **صارف** کہلاتے ہیں۔ اشیا بنانے والے **صنعت کار** (پیداکار) اور اشیا فروخت کرنے والے **تاجر** (فروخت کار) کہلاتے ہیں۔

گاہک اور تاجر اشیا کی خرید وفروخت کرتے ہیں۔ اسے تجارت کہتے ہیں۔

شکل ۹ء۱ : تجارت کا تصوّر

تجارت ایک اہم معاشی سرگرمی ہے۔ معاشرے کے لوگوں کی معاشی زندگی ایک دوسرے پر منحصر ہوتی ہے۔ کوئی بھی علاقہ یا ملک خودکفیل نہیں ہوتا۔ عوام کی ضروریات کی تکمیل کے لیے دو علاقوں یا ملکوں کے درمیان تجارت ضروری ہوتی ہے۔ ہر علاقے کی جغرافیائی حالت مختلف ہوتی ہے جس کی وجہ سے ہر علاقے یا ملک میں مختلف اشیا تیار ہوتی ہیں۔

جس جگہ کسی شے کی قلّت ہوتی ہے وہاں اس کی طلب ہوتی ہے۔ جس جگہ کسی شے کی پیداوار اضافی ہوتی ہے اس جگہ سے وہ شے دیگر جگہوں کو فراہم کی جاتی ہے۔ اس طرح اضافی پیداوار والے ملکوں سے کسی شے کی فراہمی **ضرورت مند** ملک کو اس کی طلب کے مطابق ہوتی ہے۔ جموں اور کشمیر میں پیدا ہونے والا سیب طلب رکھنے والی بھارت کی دیگر ریاستوں میں بھیجی جاتی ہے۔

کیا آپ جانتے ہیں؟

تجارت کا تصور زمانۂ قدیم سے پایا جاتا ہے۔ زمانۂ قدیم اور عہد وسطیٰ میں تجارت کے لیے اشیا کے تبادلے کا نظام (Barter System) رائج تھا۔ اس نظام کے تحت اشیا کے بدلے اشیا کا لین دین ہوا کرتا تھا۔ مزدوری کے بدلے اناج یا اناج کے بدلے تیل، نمک، شہد یا دودھ وغیرہ اشیا کا تبادلہ ہوا کرتا تھا۔ اس تجارت میں روپیوں پیسوں کا استعمال نہیں ہوتا تھا۔ گھر کے پرانے کپڑوں کے بدلے برتن اور ڈبے دینے والے دکاندار ہمیں آج بھی دِکھائی دیتے ہیں۔ لیکن اس قسم کے لین دین میں اشیا کی قیمت کے تعین میں دشواری پیش آتی ہے۔ اس زمانے میں بھی یہی مسئلہ پیش آتا تھا۔ اس مسئلے کے حل کے طور پر روپے پیسوں کا رواج شروع ہوا۔ جدید دنیا میں روپیوں کے ذریعے ہی کاروبار ہوتا ہے لیکن آج بھی دور دراز علاقوں اور وادی واسی قبائل میں قلیل پیمانے پر ہی سہی اشیا کے تبادلے کا نظام رائج ہے۔

اشیا کے تبادلے کا نظام

بتائیے تو بھلا!

ہم دیکھ چکے ہیں کہ تجارت میں اشیا کی خرید وفروخت ہوتی ہے لیکن کیا آپ جانتے ہیں کہ اشیا کا لین دین (تبادلہ) نہ ہوتے ہوئے بھی تجارت یا کاروبار ہوتا ہے؟

- سبزی والے کو پیسے دینے پر سبزی ملتی ہے۔
- کتاب کی قیمت ادا کرنے پر کتاب ملتی ہے۔
- کسی گاڑی میں سفر کرنے کے بدلے اس کا کرایہ ادا کرنا پڑتا ہے۔ اس کے بدلے میں ہمیں کیا ملتا ہے؟
- ڈاکٹر اور وکیل سے ملنے والے مشورے اور صلاح کے لیے فیس دینا پڑتی ہے۔ اس کے بدلے میں ہمیں کون سی چیز ملتی ہے؟
- سینما ہال میں جانے کے لیے آپ کو ٹکٹ خریدنا پڑتا ہے۔ ایسا کیوں؟
- آپ حجام سے اپنے بال کٹوانے کے بدلے اسے اُجرت دیتے ہیں۔ ایسا کیوں؟

جغرافیائی وضاحت

درج بالا مثالوں میں جب دِکھائی دینے والی اشیا کی خرید و فروخت ہوتی ہے تو اسے **مرئی تجارت** کہتے ہیں لیکن جب خدمات کا تبادلہ ہوتا ہے تو اسے **غیر مرئی کاروبار** کہتے ہیں۔

شکل ۹ء۲ (الف) : مرئی تجارت

شکل ۹ء۲ (ب) : غیر مرئی تجارت

تجارت کی قسمیں:

تجارت کی قسمیں
- اشیا کی تعداد کے مطابق
  - تھوک تجارت
  - خردہ تجارت
- علاقائی وسعت کے مطابق
  - قومی/مقامی تجارت
  - بین الاقوامی تجارت

(۱) اشیا کی تعداد کے مطابق : اشیا کی تعداد کے مطابق تھوک اور خردہ قسم کی تجارت ہوتی ہے۔

- **تھوک تجارت :** تاجر بڑے پیمانے پر مال خریدتے ہیں۔ یہ مال براہِ راست پیداکار سے خریدا جاتا ہے۔ خریدے ہوئے مال کو بڑے پیمانے پر **خُردہ فروشوں** (تاجروں) کو بیچا جاتا ہے۔ اسے تھوک تجارت کہتے ہیں۔ کارخانے کار، کسانوں وغیرہ سے تھوک تاجر بڑے پیمانے پر مال خریدتے ہیں مثلاً آم یا سنتروں کے باغوں کے مالک اپنی تمام تر فصل تھوک تاجروں کو بیچ دیتے ہیں۔
- **خردہ تجارت :** تھوک تاجروں سے مال خرید کر براہِ راست گاہکوں کو مال فروخت کیا جاتا ہے۔ اسے **خردہ تجارت** کہتے ہیں۔ اس تجارت میں خریدی جانے والی اشیا کی تعداد کم ہوتی ہے مثلاً خردہ فروش دکاندار، منڈی کے سبزی فروش وغیرہ۔

(۲) علاقائی وسعت کے مطابق : مال کی خرید وفروخت مختلف سطحوں پر ہوتی ہے جس کے مطابق مقامی، علاقائی، قومی اور بین الاقوامی تجارت کی اقسام ہوتی ہیں۔

- **داخلی تجارت (ملکی تجارت) :** ایک ہی ملک کے مختلف علاقوں یا ریاستوں کے مابین ہونے والی تجارت کو داخلی تجارت کہتے ہیں۔ ملک کا رقبہ، وسائل کی دستیابی، تنوع اور تقسیم کے اثرات خصوصی طور پر داخلی تجارت پر مرتب ہوتے ہیں۔ آبادی کا تناسب، نقل وحمل، خبررسانی کی سہولت، لوگوں کے طرزِ رہائش، فروخت کاری کا نظام وغیرہ بھی داخلی تجارت پر اثرانداز ہوتے ہیں۔ بھارت میں جغرافیائی عوامل کے تنوع اور کثیر آبادی کی وجہ سے داخلی تجارت بڑے پیمانے پر ہوتی ہے۔ داخلی تجارت کے فروغ پر ملک کی ترقی کا انحصار ہوتا ہے۔ معاشی ترقی زیادہ ہو تو تجارت میں بھی اضافہ ہوتا ہے یعنی مثبت تعلق ہوتا ہے۔

- **بین الاقوامی تجارت :** اشیا اور خدمات کے ایک ملک سے دوسرے ملک میں ہونے والے تبادلے کو بین الاقوامی تجارت کہتے ہیں۔ کچھ ملکوں میں چند مخصوص اشیا کی اضافی پیداوار ہوتی ہے۔ یہ اشیا طلب کے حامل ملکوں کو روانہ کی جاتی ہیں۔ یہیں سے بین الاقوامی تجارت کا آغاز ہوتا ہے۔

بین الاقوامی تجارت جب دو ملکوں کے درمیان ہوتی ہے تو اسے **دو رُخی تجارت** کہا جاتا ہے۔ جب بین الاقوامی تجارت دو سے زیادہ ملکوں کے درمیان ہوتی ہے تو اسے **کثیر رُخی تجارت** کہا جاتا ہے۔

چند ممالک میں ان کی ضرورت سے زیادہ مال تیار ہوتا ہے مثلاً سعودی عرب اور کویت جیسے ممالک میں پیدا ہونے والا معدنی تیل، کینیڈا اور ریاست ہائے متحدہ میں پیدا ہونے والا گیہوں۔ یہ مال طلب کے حامل ممالک کو فراہم کیا جاتا ہے۔

- **برآمدات ودرآمدات :** برآمدات اور درآمدات بین الاقوامی تجارت کی بنیادی سرگرمیاں ہیں۔ جب کوئی ملک اپنے یہاں قلّت میں پائی جانے والی شے یا خدمات کو کسی دوسرے ملک سے خریدتا ہے تو اسے درآمد کہتے ہیں۔ جب کسی ملک میں اضافی پیداوار ہوتی ہے اور وہ اس پیداوار کو ضرورت مند ممالک کو بیچتا ہے تو اسے برآمد کہتے ہیں۔

کیا آپ یہ کر سکتے ہیں؟

کسی ایک مالی سال کے لیے بھارت اور جاپان کے درمیان ہونے والی اہم اشیا کی درآمد اور برآمد اور ان کی قیمتوں کے بارے میں معلومات حاصل کیجیے اور دو پیراگراف تحریر کیجیے۔

تجارتی توازن:

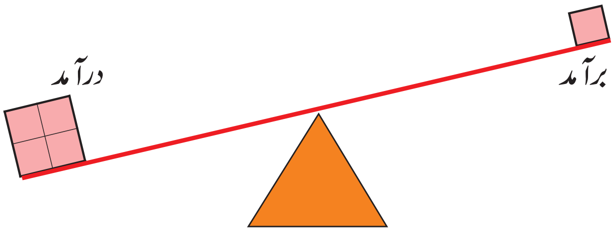
کسی ملک میں ایک مخصوص مدت کے دوران ہونے والی درآمدات اور برآمدات کے درمیان فرق کو تجارتی توازن کہتے ہیں۔ تجارتی توازن کی مندرجہ ذیل اقسام ہیں۔

آئیے، دماغ پر زور دیں۔

فرض کیجیے آپ بیوپاری ہیں اور آپ اپنی تیار کردہ اشیا ملک کی دوسری ریاستوں میں بیچنا چاہتے ہیں۔اسی طرح آپ ان اشیا کو دنیا کے دوسرے ممالک میں بھی فروخت کرنا چاہتے ہیں۔

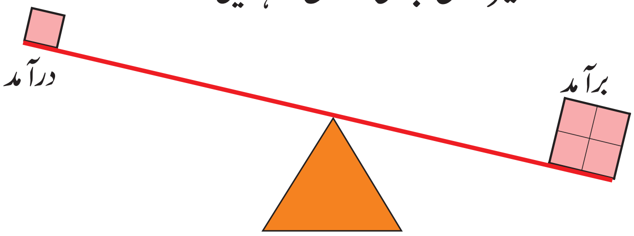
- ان میں سے کون سی تجارت آسان ہے؟
- کون سی تجارت پر تحدید عائد ہوسکتی ہے؟
- اس کی وجوہات تلاش کیجیے۔

- جب برآمدات کی قیمت درآمدات کی قیمت سے زیادہ ہوتی ہے تو اسے **'موافق تجارتی توازن'** کہتے ہیں۔



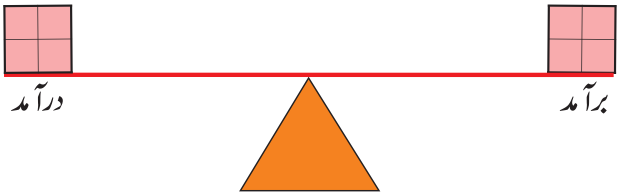
شکل ۳ء۹ (الف): موافق تجارتی توازن

- جب درآمدات کی قیمت برآمدات کی قیمت سے زیادہ ہوتی ہے تو اسے **'غیرموافق تجارتی توازن'** کہتے ہیں۔



شکل ۳ء۹ (ب): غیرموافق تجارتی توازن

- جب برآمدات اور درآمدات کی قیمت تقریباً یکساں ہوتی ہے تو اسے **'متوازن تجارت'** کہتے ہیں۔



شکل ۳ء۹ (ج): متوازن تجارت

بین الاقوامی تجارتی تنظیمیں :

بین الاقوامی تجارتی سرگرمیاں مقامی تجارت کے مقابلے میں پیچیدہ ہوتی ہیں۔ بین الاقوامی تجارت دو یا دو سے زیادہ ممالک کے درمیان ہوتی ہے۔ اس تجارت پر ملک کی معیشت، سرکاری پالیسی، بازار، قوانین، عدلیہ، کرنسی اور زبان جیسے عوامل اثر انداز ہوتے ہیں۔ ممالک کے باہمی سیاسی تعلقات بھی بین الاقوامی تجارت پر اثرانداز ہوتے ہیں۔ کبھی کبھی تجارتی سرگرمیوں میں رکاوٹ کی وجہ سے باہمی تعلقات اور ہم آہنگی پر منفی اثرات مرتب ہوتے ہیں۔ ان سے بچنے کے لیے بین الاقوامی معاشی اور تجارتی تنظیموں کے قیام کی ضرورت پیش آئی۔ مختلف معاشی سطحوں کے حامل ممالک میں ہونے والی تجارتی سرگرمیوں کو آسان اور مبنی بر انصاف رکھنے کے لیے کچھ بین الاقوامی معاشی تنظیموں کا قیام عمل میں آیا۔ یہ تجارتی تنظیمیں بین الاقوامی تجارت میں اضافے اور سہولت کاری کے لیے کام کرتی ہیں۔ ان میں سے کچھ معاشی تنظیموں کی معلومات اگلے صفحے پر جدول میں دی گئی ہے۔

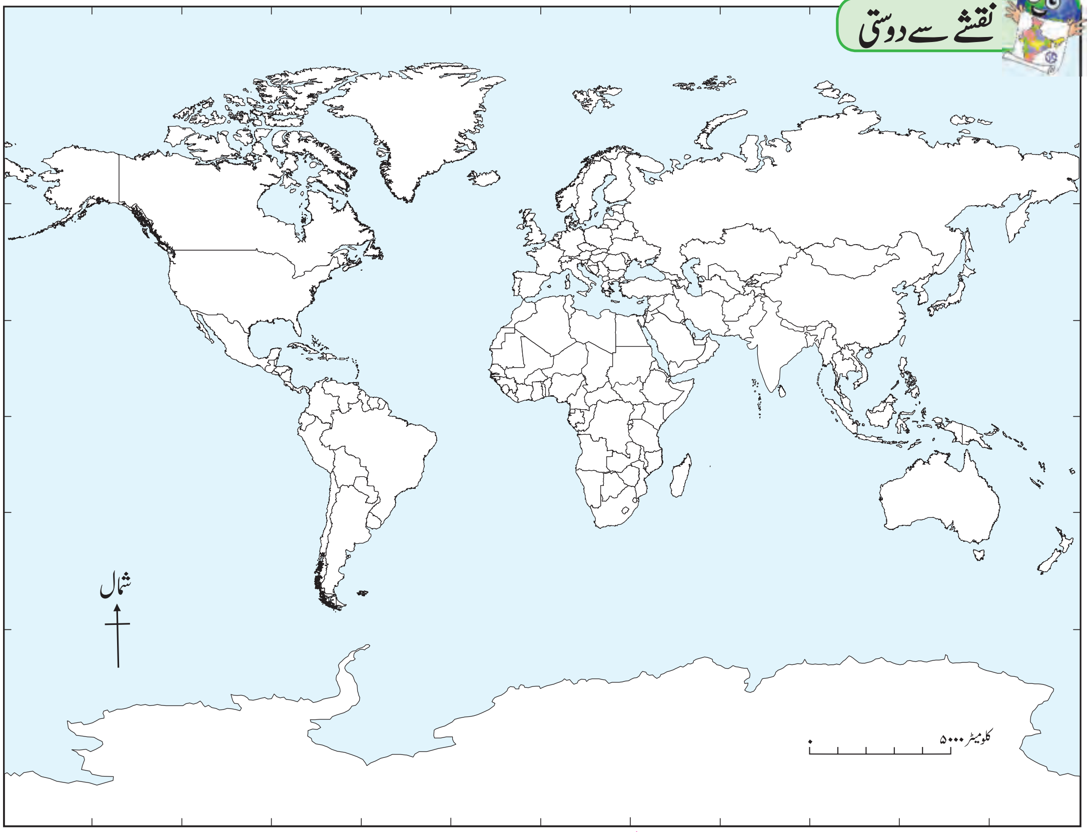
آسیان کا مرکزی دفتر

عالمی تجارتی تنظیم کا صدر دفتر

چند معاشی عالمی تنظیمیں

بین الاقوامی تنظیم کا نام	رکن ممالک کی تعداد اور نشانِ امتیاز	صدر دفتر (ملک)	مقاصد/ ذمہ داریاں
عالمی تجارتی تنظیم - WTO (World Trade Organization)	۱۶۴	جنیوا (سوئٹزرلینڈ)	• بین الاقوامی تجارتی اُمور کے لیے پلیٹ فارم فراہم کرنا۔ • تجارتی تنازعات کو حل کرنا۔ • ملکوں کی تجارتی پالیسیوں پر نظر رکھنا۔ • ترقی پذیر ممالک کو تکنیکی تعاون اور تربیت فراہم کرنا۔
یورپی یونین - EU (European Union)	۲۸	بروسیلز (بلجیم)	• اس تنظیم نے یورپ کے مختلف رکن ممالک میں مشترکہ بازار کے نظم کو فروغ دیا ہے۔ • یورپ میں اشیا، خدمات اور سرمایہ کاری کے آزادانہ استعمال کو مقصد بنایا۔ • اس تنظیم کے تمام ارکان نے لین دین کے لیے تمام اشیا پر ٹیکس معاف کیا ہے۔ • رکن ممالک کے لیے یورو کرنسی طے کی گئی ہے۔
اوپیک - OPEC (Organization of Petroleum Exporting Countries)		ویانا (آسٹریا)	• معدنی تیل کی بین الاقوامی تجارت پر کنٹرول رکھنا۔ • رکن ممالک میں تیل کی پیداوار اور قیمتوں کی نگرانی کرنا۔ • تیل کی درآمدات میں مطابقت رکھنا۔
سارک - SAARC (South Asian Association for Regional Co-operation)	۸	کٹھمنڈو (نیپال)	• جنوبی ایشیائی ممالک کے یکساں مسائل جان کر ان کا اطمینان بخش حل نکالنا۔ • رکن ممالک میں سماجی بہبود، معیارِ زندگی میں بہتری اور علاقائی تعاون کو فروغ دینا۔ • جنوبی ایشیا میں بدامنی و بے چینی کو دور کرنا۔
آسیان - ASEAN (Association of South-East Asian Nations)	۱۰	جکارتا (انڈونیشیا)	• جنوب مشرقی ایشیائی ممالک میں معاشی ترقی کے ساتھ سماجی اور ثقافتی ہم آہنگی کو فروغ دینا۔ • علاقائی امن وسلامتی کی حوصلہ افزائی کرنا۔ • رکن ممالک کو مزید تجارت کے لیے ٹیکس میں مراعات دینا۔
آپیک - APEC (Asia-Pacific Economic Co-operation)	۲۱	سنگاپور	• ایشیا - بحرالکاہل کے علاقے میں آزادانہ تجارت اور معاشی تعاون کو فروغ دینا۔ • رکن ممالک میں علاقائی اور تکنیکی تعاون کو فروغ دینا۔
برکس - BRICS (Brazil, Russia, India, China and South Africa)	۵	شنگھائی (چین)	• گروپ میں شامل ممالک کی معیشت میں اضافے کے لیے فنڈ فراہم کرنا۔ • باہمی معاشی تعاون کو فروغ دینا۔ • معاشی تحفظ کو مستحکم کرنا۔

نقشے سے دوستی



شکل ۴ء۹ : نقشے کا خاکہ

درج ذیل تنظیموں کے رکن ممالک کے نام انٹرنیٹ کی مدد سے حاصل کیجیے۔ شکل ۴ء۹ کے خاکے میں ہر تنظیم کے مطابق رکن ممالک کو مختلف رنگ سے دِکھائیے۔

- اوپیک (OPEC) رکن ممالک
- سارک (SAARC) رکن ممالک

ذرا سوچیے!

☜ اگر تمام دنیا میں ایک ہی کرنسی استعمال کی جائے تو کیا ہوگا؟

فروخت کاری

بتائیے تو بھلا!

احمد بابا اپنے کھیت میں بڑی محنت اور مشقت کرکے عمدہ قسم کی سبزیاں اور دیگر فصلیں اُگاتے ہیں لیکن بازار میں انھیں اپنے مال کی مناسب قیمت حاصل نہیں ہو پاتی۔ کالج میں زیرِ تعلیم احمد بابا کے بیٹے نے یہ صورتحال دیکھی۔ اس نے سب سے پہلے پیداوار کو صاف کرکے اسے دیدہ زیب آرائشی کاغذ میں باندھا۔ پھر شہر کے سپر مارکیٹ سے رابطہ کیا۔ اس کی زرعی پیداوار کے معیار کو دیکھتے ہوئے سپر مارکیٹ نے اس پیداوار کی تشہیر کی اور اسے فروخت کے لیے پیش کیا۔ آج احمد بابا کے کھیت کی یہ پیداوار پہلے سے زیادہ قیمت میں فروخت ہوتی ہے۔

- احمد بابا کے کھیت کی پیداوار کو کس وجہ سے زیادہ قیمت ملی؟
- اس کے لیے احمد بابا کے بیٹے کو کیا کرنا پڑا؟
- اپنے آس پاس کے کسانوں کی زرعی پیداوار کو زیادہ قیمت دلوانے کے لیے آپ کیا کریں گے؟

جغرافیائی وضاحت

کسی بھی مال کی مناسب پیش کش کو اہمیت حاصل ہوتی ہے۔ مال کی قیمت اس کے معیار، درجہ بندی اور اس کی پیش کش کی بنیاد پر طے ہوتی ہے۔ احمد بابا کی زرعی پیداوار سے متعلق ان باتوں کی کمی تھی جسے ان کے بیٹے نے بروقت محسوس کیا اور اس میں تبدیلیاں کیں۔ اسی طرح صنعتی مال یا زرعی پیداوار میں متعلقہ تدابیر اختیار کرنے پر گاہک کی نظر میں مال کی وقعت بڑھ جاتی ہے جس کی وجہ سے مال کی مناسب قیمت ملتی ہے اور ایسے مال کی طلب میں اضافہ بھی ہو جاتا ہے۔

عمل کیجیے۔

ذیل میں روزمرہ استعمال کی جانے والی چند گھریلو اشیا کی فہرست دی ہوئی ہے۔ ہر شے کے سامنے آپ جس کمپنی کی بنی شے استعمال کرتے ہیں، اس کا نام لکھیے۔

نمبر شمار	استعمال کی جانے والی شے	شے کا نام	کمپنی کا نام	معلومات کا ذریعہ
(۱)	دانت مانجھنے کا پاؤڈر یا پیسٹ			
(۲)	چائے یا کافی پاؤڈر			
(۳)	نہانے کا صابن			
(۴)	بالوں کا تیل			
(۵)	بسکٹ			

آپ نے جس شے کے سامنے اس کا برانڈ لکھا ہے، اب یہ بتائیے کہ آپ کو یا آپ کے خاندان کے دیگر افراد کو ایسا کیوں لگا کہ اس برانڈ کی شے استعمال کرنا چاہیے؟ اس معلومات کا ذریعہ تحریر کیجیے۔

درج بالا سوالوں کے جوابوں کے مطالعے کے بعد آپ سمجھ گئے ہوں گے کہ ہم جو اشیا استعمال کرتے ہیں ان کا معیار اہم ہوتا ہے۔ اس کے علاوہ اس کی تشہیر بھی ہم پر اثر انداز ہوتی ہے۔ ہر شخص کو ہر شے (پیداوار) کا علم نہیں ہوتا لیکن کسی دوسرے کو یہ شے استعمال کرتے ہوئے دیکھ کر یا اس کا اشتہار دیکھ کر اس کے بارے میں تفتیش کر کے یا بازار میں اسے دیکھنے کے بعد یہ بات ذہن میں آتی ہے کہ یہ پیداوار ہمارے لیے فائدہ مند ہوسکتی ہے، اسی لیے اسے خریدا جاتا ہے۔ یہ سب فروخت کاری (Marketing) کی وجہ سے ممکن ہو پاتا ہے۔ مناسب فروخت کاری کی وجہ سے تجارت میں اضافہ ہوتا ہے۔

فروخت کاری کی اہمیت:

جدید صنعتی سماجی ڈھانچا، عالم کاری، اشیا کے کافی متبادل اور فراہمی جیسے عوامل آج کی دنیا کی تجارتی تشکیل کرتے ہیں۔ اس پس منظر میں تجارت کے لیے فروخت کاری کا نظام نہایت اہمیت اختیار کرگیا ہے۔ فروخت کاری کے ذریعے منظّم طریقے سے تجارت کو فروغ دیا جاسکتا ہے۔ پیداوار کو ایک ہی وقت میں بڑے پیمانے پر تقسیم کیا جاسکتا ہے اور اسے زیادہ سے زیادہ گاہکوں تک پہنچایا جاسکتا ہے۔ پیداوار کی قیمت فروخت میں بھی اضافہ ہوجاتا ہے۔ اسی طرح ناقص مال بازار سے واپس بلوایا جاسکتا ہے یعنی آج کے دور میں فروخت کاری تجارتی نظام کی ایک اہم بنیاد ہے۔

گاہک کو کسی شے کی ضرورت کا احساس دلانے والے اشتہارات بڑے پیمانے پر شائع کیے جاتے ہیں۔ اس کے مقاصد میں زیادہ سے زیادہ گاہکوں تک پہنچنا، انھیں پیداوار کی جانب متوجہ کرنا اور خریداری کے لیے راغب کرنا شامل ہیں۔

اسے ہمیشہ ذہن میں رکھیں۔

پیداکار سے صارف کو مصنوعات پہنچنے تک ایک غیر مرئی تسلسل بنتا ہے۔ اس تسلسل میں شامل پیشہ ورانہ اُمور کی یکجائی کو فروخت کاری کہتے ہیں۔ مصنوعات کی قیمت، فروغ دہی، تشہیری مہم، اشتہار اور تقسیم فروخت کاری کے اہم اجزا ہیں۔

مصنوعات ← پیداوار (Production)، درجہ بندی (Classification)، برانڈنگ (Branding)، لیبل (Labelling)، پیکیجنگ (Packaging)

قیمت (Price) ← فروغ دہی (Promotions) ← تقسیم (Distribution)

مثلاً

چاول ← باسمتی، ثابت، ٹکڑا، دبار وغیرہ، کمپنی کا نام، نشانِ امتیاز، نمبر، مصنوعات کے معیار سے متعلق تفصیل - قیمت، اشتہار، تقسیم، دیدہ زیب پیکیجنگ

اطلاعاتی ٹکنالوجی اور ذرائع ابلاغ کا فروخت کاری کے نظام پر بہت اثر ہوا ہے۔ اطلاعاتی ٹکنالوجی میں انقلاب کی وجہ سے ساری دنیا ایک بازار بن گئی ہے۔ انٹرنیٹ کے ذریعے دنیا کے مختلف ملکوں کی مصنوعات کے بارے میں بہ آسانی معلومات حاصل ہوجاتی ہے جس کی وجہ سے گاہک کو کئی متبادل دستیاب ہوجاتے ہیں۔ انٹرنیٹ کی سہولت کی وجہ سے 'آن لائن ٹریڈنگ' اور 'ای-مارکیٹنگ' جیسی تکنیکوں کا استعمال عام ہوگیا ہے۔

کسی پیداوار کے اشتہار میں غلط، فریب کارانہ یا مبالغہ آمیز بیانات کے ذریعے گاہکوں کو دھوکا دینا، مقابل کمپنیوں کی خامیاں بتانا وغیرہ کی وجہ سے کئی دفعہ اشتہارات اپنا اعتبار کھو دیتے ہیں۔ اس لیے اشتہار بازی کے دوران ضابطوں پر عمل کرنا ضروری ہوتا ہے۔ گاہکوں (صارفین) کے لیے بھی ایسے اشتہارات سے محتاط رہنا ضروری ہوتا ہے۔ اس مقصد کے لیے تحفظِ صارفین قانون وضع کیا گیا ہے۔

گاہکوں میں اپنی ضرورت پہچان کر مصنوعات کو مناسب قیمت پر خریدنے کا رجحان ضروری ہوتا ہے۔

مشق

سوال ۱۔ درج ذیل کے درمیان ہونے والی تجارت کی درجہ بندی کیجیے۔

(الف) مہاراشٹر اور پنجاب
(ب) بھارت اور جاپان
(ج) لاسل گاؤں اور پونہ
(د) چین اور کینیڈا
(ہ) بھارت اور یورپی یونین

سوال ۲۔ درج ذیل بیانات کے لیے 'درآمد' یا 'برآمد' میں سے مناسب لفظ چن کر لکھیے۔

(الف) بھارت وسطی مشرقی ایشیا کے ملکوں سے معدنی تیل خریدتا ______ ہے۔
(ب) کینیڈا سے ایشیائی ملکوں کو فروخت کے لیے گیہوں بھیجا ______ جاتا ہے۔
(ج) جاپان 'آپیک' ممالک کو مشینی آلات بھیجتا ہے۔ ______

سوال ۳۔ درج ذیل میں سے غلط بیان کو درست کرکے دوبارہ لکھیے۔

(الف) بھارت ایک خودکفیل ملک ہے۔
(ب) جس جگہ کسی شے کی پیداوار اضافی ہوتی ہے وہاں اس شے کی طلب نہیں ہوتی۔
(ج) مقامی تجارت کے مقابلے میں بین الاقوامی تجارتی سرگرمیاں سہل اور آسان ہوتی ہیں۔
(د) جنوب مشرقی ایشیائی ممالک میں معاشی ترقی اور سماجی وثقافتی ہم آہنگی کے فروغ کے لیے 'سارک' تنظیم کام کرتی ہے۔

سوال ۴۔ درج ذیل مثالوں میں تجارت کی اقسام پہچان کر لکھیے۔

(الف) سیما نے کرانہ دکان سے شکر خریدی۔
(ب) مہاراشٹر کے کسانوں سے سورت کے تاجروں نے کپاس خریدی۔
(ج) سمیر نے اپنے کھیت کے انار آسٹریلیا برآمد کیے۔
(د) کاشف نے تھوک بازار سے اپنی دکان کے لیے ۱۰ تھیلے گیہوں اور ۵ تھیلے چاول خریدے۔

سوال ۵۔ درج ذیل سوالوں کے مختصر جواب لکھیے۔

(الف) تجارت کی اقسام کی درجہ بندی دِکھانے والی جدول بنائیے۔
(ب) تجارتی توازن کی اقسام میں فرق بتائیے۔
(ج) عالمی تجارتی تنظیم کے مقاصد لکھیے۔
(د) اوپیک اور آرپیک تجارتی تنظیموں کے افعال کا فرق لکھیے۔
(ہ) براعظم ایشیا کی اہم تجارتی تنظیموں کے افعال لکھیے۔
(و) کسانوں کے نقطۂ نظر سے فروخت کاری کی اہمیت لکھیے۔

سوال ۶۔ جدول میں چند ممالک کے ۲۰۱۴-۱۵ء کی درآمدات و برآمدات کا تخمینہ دس لاکھ (ملین) ڈالر میں درج ہے۔ اس شماریاتی معلومات سے متصل ستونی ترسیم بنائیے۔ ستونی ترسیم کا بغور مطالعہ کرکے ان ممالک کے تجارتی توازن کے بارے میں مختصراً لکھیے۔

ملک	برآمدی قدر	درآمدی قدر
چین	۲۱۴۳	۱۹۶۰
بھارت	۲۷۲	۳۸۰
برازیل	۱۹۰	۲۴۱
ریاست ہائے متحدہ	۱۵۱۰	۲۳۸۰

سرگرمی: اپنے استاد کی مدد سے اور ان کی رہنمائی میں اپنی جماعت میں درج ذیل سرگرمی انجام دیجیے۔

کسی مصنوعات کا عمدہ اشتہار تیار کرکے جماعت میں اس کے تئیں زیادہ سے زیادہ پسندیدگی حاصل کیجیے۔

I7IAVA

❋❋❋