

# شروع کرنے کا طریقہ کاروبار

جارجیا کے کاروباریوں کے لیے ایک گائیڈ



Small Business  
Development Center  
UNIVERSITY OF GEORGIA

[www.georgiasbdc.org/AANHPI](http://www.georgiasbdc.org/AANHPI)

- 1.....باب اول: کاروبار.....  
 کاروبار شروع کرنے سے پہلے کے اقدامات  
 ذاتی تجزیہ  
 ایک کاروباری شخص سے کی جانے والی توقعات  
 کاروبار
- 9.....باب دوئم: بازاری امکانات.....  
 ریسرچ کی اقسام  
 متوقع بازار  
 مسابقت اور صنعت کا تجزیہ  
 مصنوعہ کی پوزیشننگ  
 سیلز کی پیش گوئی  
 مارکیٹنگ کی حکمت عملی  
 مارکیٹنگ کی مواصلات  
 مارکیٹنگ کے آلات
- 27.....باب سوئم: مالیاتی امکانات.....  
 کاروبار شروع کرنے کی لاگت کا تخمینہ  
 مالیاتی تخمینہ جات  
 مالیاتی گوشواروں کا تعین کرنا
- 47.....باب چہارم: کاروباری منصوبہ تیار کرنا.....  
 کاروباری منصوبے کے اجزاء  
 باب پنجم: اپنے نئے کاروبار کے لیے قرض حاصل کرنا.....  
 61.....  
 کردار/کریڈیٹ بسٹری  
 حجم/نقدی کا بہاؤ  
 سرمایہ/ایکوئٹی  
 ضمانت  
 شرائط  
 قرض کی اقسام اور ان کا استعمال  
 یو ایس شمال بزنس ایڈمنسٹریشن  
 درکار دستاویزات کی فہرست  
 گرانٹس
- .....باب ششم: خطرات سے نمٹنے کے مسائل اور قانونی مسائل.....  
 73.....  
 کاروبار کی قانونی حیثیت کا انتخاب  
 قانون کی اتباع کے معاملات  
 خطرات سے نمٹنا اور بیمہ
- .....باب ہشتم: مالیاتی حساب کتاب رکھنا.....  
 93.....  
 مالیاتی حساب کتاب رکھنا کیوں ضروری ہے؟  
 اکاؤنٹنگ کے طریقے کا انتخاب  
 حساب کتاب رکھنے کے حوالے سے مسائل  
 کچھ قابل غور باتیں
- 115.....باب ہفتم: نئے کاروبار کی کامیابی.....  
 مارکیٹنگ اور تعلقات عامہ  
 کمپیوٹر کا نظام اور انٹرنیٹ  
 کسٹمر سروس  
 نقدی کے بہاؤ کا نظم و نسق  
 ملازمین کا نظم و نسق  
 لائحہ عمل کی منصوبہ بندی

ماخذ

121 ..... باب نهم: ذرائع

125 ..... ضميمه

# باب اول: کاروبار

[www.georgiasbdc.org](http://www.georgiasbdc.org)

کاروبار شروع کرنے سے پہلے کے اقدامات

اس بات کا فیصلہ کرنا آیا کہ نیا کاروبار شروع کیا جائے یا نہیں ایک انسان کی زندگی کے مشکل ترین فیصلوں میں سے ایک ہو سکتا ہے۔ اس کے نتائج وسیع تر، اثرگہرا، اور اس کے لیے درکار عزم و استقلال کا کوئی اندازہ ہی نہیں ہے۔ زندگی کے مختلف موڑوں سے ہو کر لوگ اس چوراہے پر پہنچتے ہیں۔ کچھ لوگ "پیدائشی کاروباری" ہوتے ہیں۔ یہ وہ لوگ ہوتے ہیں جنہوں نے اپنی نوجوانی میں ہی لمیوں پانی یا اخبار بیچا ہوتا ہے یا پڑوسیوں کے بچوں کی دیکھ بھال یا پڑوسیوں کے گھر کے باغیچے میں کام کیا ہوتا ہے۔ ایسا لگتا ہے جیسے اپنا باس خود ہی ہونے کی جستجو یا پھر یوں کہیں کہ اپنی قسمت خود بنانے کا عزم ان کے خون میں شامل ہو، اور پھر جب وہ کالج سے نکال دیے جاتے ہیں تو اس بات پر کسی کو حیرانگی نہیں ہوتی کیونکہ ان کا سائیڈ بزنس کامیاب ہو چکا ہوتا ہے۔

دوسرے لوگ اس چوراہے پر اپنی مرضی سے کم ہی آتے ہیں۔ ان کے لیے نوکری برداشت سے باہر ہو چکی ہوتی یا پھر مالک کو لوگ نکالنے پڑ رہے ہوتے ہیں۔ کاروباری شخصیات کی ایک نئی نسل بھی ہے جسے کہ "لائف سٹائل کاروباری شخصیات" کہا جاتا ہے۔ لائف سٹائل کاروباری شخصیات میں جلد ریٹائر ہو جانے والے یا پھر فلاحی یا ذاتی مقاصد رکھنے والے دیگر اشخاص بھی ہوسکتے ہیں جو کہ اپنے مقاصد حاصل کرنے کے لیے کاروبار کو ایک ذریعہ بناتے ہیں۔ لہذا، وقت آ گیا ہے۔ اب فیصلہ کرنا ہو گا: اپنی اسی زندگی میں واپس چلے جائیں یا پھر قدم بڑھائیں۔ یہ ایک مشکل فیصلہ ہے لیکن بہت سے لوگ ہر روز اس حالت کا سامنا کرتے ہیں۔

اس گائیڈ کے پہلے سیکشن میں بہت سے مسائل کا تذکرہ ہو گا جو کہ اس فیصلہ کن عمل میں مددگار ہو گا۔ ایسے لوگ جو ابتدائی جائزے پر پورا اترتے ہیں وہ اپنے حتمی فیصلے کے بارے میں مزید پُراعتما د ہوں گے۔ کاروبار ہر ایک کے بس کی بات نہیں ہے۔ کامیابی کا دارومدار صرف ایک شخص کے ذاتی اہداف یا ذرائع پر ہی نہیں ہوتا بلکہ ایسے بیرونی عوامل پر بھی ہوتا ہے جو کہ ایک شخص کے دائرہ اختیار سے باہر ہوتے ہیں۔ اسی لیے اندرونی عوامل کا تفصیلی جائزہ اس فیصلے سے جڑے خطرات کو کم کرنے میں مددگار ثابت ہو گا۔ پھر ان اندرونی عوامل (ذاتی عزم و استقلال اور کمزوریوں) کا موازنہ ہاں یا نہ کی کشمکش میں پڑے ایک عام کاروباری آدمی کی توقعات کے ساتھ کیا جا سکتا ہے۔ اگر فیصلہ ہاں کی صورت میں آتا ہے تو پھر اگلا مرحلہ مجوزہ کاروبار کی فزیبلٹی کا جائزہ ہے۔ کاروبار کی فزیبلٹی کا تعین اس بات پر منحصر ہے کہ آیا کہ کاروبار اس شخص کے قلیل مدتی یا طویل مدتی اہداف کو حاصل کر سکتا ہے۔

ذاتی تجزیہ

---

پوری ایمانداری کے ساتھ استعداد اور رویے کا جائزہ اس بات کا تعین کرنے میں مددگار ہو گا کہ کاروبار کرنا ایک مناسب قدم ہے۔ کبھی کبھار منافع کی نسبت خطرہ زیادہ ہوتا ہے، اور اپنی جمع پونجی، بچوں کی فیس یا اپنے بینک کے سارے پیسے لگانے سے پہلے اس کا تعین کرنا ضروری ہوتا ہے۔ نیچے مختلف ذرائع سے حاصل ہونے والے کچھ انتہائی اہم سوالات دیئے گئے ہیں۔ اس میں کوئی صحیح یا غلط جواب نہیں ہے اور نہ ہی کوئی نمبر دیئے جائیں گے۔ بس صرف یہ بات ضروری ہے کہ آپ کے جوابات آپ کے اندرونی احساسات کے عکاس ہوں۔ اپنے جوابات کو تحریر کرنا ضروری ہے تا کہ آپ اپنے اس عکس کو ایک کاروباری شخص سے موازنہ کر کے دیکھ سکیں۔

### ایک کاروبار شروع کرنے سے پہلے کے سوالات

- کیا آپ باہمت ہیں؟ کیا آپ میں خطرہ مول لینے کا رجحان ہے؟
- کیا آپ پُر اعزم ہیں؟ کیا آپ پُر اعتماد ہیں؟
- کیا آپ میں برداشت ہے؟ کیا آپ میں دوسروں کے مشورے ماننے کی ہمت ہے؟
- کیا آپ کو مسابقت پسند ہے؟
- آپ پیسے کو کتنے اچھے سے مینیج کرتے ہیں؟
- کیا آپ منصوبہ سازی کر سکتے ہیں؟ کیا آپ اپنے منصوبوں پر عمل کرتے ہیں؟ اگر کرتے ہیں تو کیا وقت پر کرتے ہیں؟
- آپ میں فیصلہ سازی کی صلاحیت کیسی ہے؟ کیا آپ کو انچارج ہونا پسند ہے؟
- کیا آپ کے پاس متعلقہ صنعت میں تجربہ یا کوئی مہارت ہے؟
- مندرجہ ذیل شعبہ جات میں آپ اپنی مہارت کو کس طرح دیکھتے ہیں۔
- لسانیات؟ تحریری رابطہ کار؟ کمپیوٹر میں مہارت؟ ورڈ پراسیسنگ یا دیگر سافٹ ویئر؟ انتظامی صلاحیتیں؟
- مندرجہ ذیل شعبہ جات میں آپ اپنی کاروباری صلاحیتوں کو کس طرح دیکھتے ہیں؟
- سیلز اور مارکیٹنگ؟ معاشی منصوبہ سازی؟ اکاؤنٹنگ؟ انتظامی امور؟ ملازمین کے امور؟ جنرل مینیجمنٹ؟
- کاروبار کر کے آپ کیا حاصل کرنا چاہتے ہیں؟ آپ کے اہداف کیا ہیں؟ معاشی اہداف کیا ہیں؟ خدمات سے متعلقہ اہداف کیا ہیں؟
- آپ کتنا جلد بدلتے حالات کے ساتھ مطابقت پیدا کر لیتے ہیں؟
- کیا آپ ہفتے میں چھ سے سات دن اور شاید چھٹیوں کے دنوں میں بھی رات گئے تک کام کر سکتے ہیں؟
- کیا اس مہم میں آپ کو اپنے خاندان کی طرف سے جذباتی لحاظ سے اور معاشی لحاظ سے مدد حاصل ہے؟ کیا آپ اپنے لائف سٹائل کے سٹینڈرڈ کو مہینوں حتیٰ کہ سالوں کے لیے نیچے لا سکتے ہیں؟ کیا آپ اپنی جمع پونجی کو کھونے کے لیے ذہنی طور پر تیار ہیں؟
- کیا آپ جسمانی طور پر اس قابل ہیں کہ آپ ایک نیا کاروبار شروع کر کے چلا سکیں؟

کاروبار شروع کرنے سے  
پہلے کے اقدامات

- کیا آپ اتنے مضبوط حواس کے مالک ہیں کہ آپ ایک نیا کاروبار شروع کرنے اور چلانے کا دباؤ برداشت کر سکیں؟ کیا آپ ثابت قدم ہیں؟ کیا آپ میں قوت ارادی اور سیلف ڈسپلن ہے؟
- آپ دوسروں کے ساتھ مل کر کام کر سکتے ہیں ان کو مینیج کر سکتے ہیں؟
- کیا آپ میں نئے راستے تلاش کرنے کی صلاحیت ہے؟

ایک کاروباری شخص  
سے کی جانے والی  
توقعات

### کاروبار شروع کرنے سے پہلے کے سوالات

(جاری ہے)

■ کیا آپ میں اپنی ناکامیوں اور رکاوٹوں سے سبق سیکھ کر انہیں مثبت استعمال کرنے کی صلاحیت ہے؟

BizMove.com کاروبار کو چلانے کے ٹولز کا ایک جامع اور مفت وسیلہ ہے۔

ایک کاروباری شخص کی شخصیت کو وضع کرنے کے لیے کافی تحقیق کی گئی ہے۔ کاروباری اشخاص کی خاندانی تاریخ، تعلیمی قابلیت، خطرہ مول لینے کا رجحان، اور امید پرستی چند ایک خصوصیات ہیں جن کا جائزہ لیا گیا ہے۔ کچھ بنیادی رجحانات ہیں لیکن کامیاب ہونے کے لیے کوئی فارمولا نہیں ہے۔ اور، درحقیقت، بہت سارے کاروبار کے ماہر اس بات پر اتفاق کرتے ہیں کہ بسا اوقات کامیاب ہونے کے لیے بس تھوڑی سی خوش قسمتی ہی کافی ہوتی ہے۔ مندرجہ ذیل

لسٹ میں ذہن نشین کرنے کے لیے کچھ نکات دیئے گئے ہیں۔ یہ بات ذہن نشین کرنا ضروری ہے کہ ان سب خصوصیات کا ہونا ایک کامیاب کاروباری مہم کی ضمانت نہیں ہے، اور نہ ہی ان میں سے ایک یا دو خصوصیات کے نہ ہونے کا مطلب یقینی

ناکامی ہے۔ اپنی خامیوں کو ختم کرنے کے بھی طریقے ہیں جن کا تذکرہ بعد میں کیا جائے گا۔

### ایک کاروباری شخص سے کی جانے والی توقعات

ذاتی تجزیہ کا کاروباری شخص کی خصوصیات کے ساتھ موازنہ کرتے ہوئے کچھ پیٹرن وضع ہونا شروع ہوتے ہیں۔ پہلے پہل تو فیصلہ حتمی نہیں ہو گا۔ دیگر عوامل جن کا یہاں ذکر نہیں کیا گیا وہ بھی ہاں یا نہ کے فیصلے پر اثر انداز ہو سکتے ہیں اور ان کو بھی ذہن میں رکھنا چاہیئے۔ مزید یہ کہ، آپ کو حالات کو دونوں اطراف سے جانچنا چاہئے: کیا آپ کے پاس ایک کاروبار کو چلانے کے لیے مہارت، خصوصیات اور وسائل ہیں؟ اور کیا اس کاروبار کا تصور آپ کی قابلیت اور اہداف پر منحصر ہے؟ بلکل ایک پہلی کی طرح ایک کاروباری شخص کی خصوصیات اور کامیابی کے انتہائی اہم عوامل آپس میں اچھی طرح ملنے چاہئیں۔ حتمی فیصلہ کرنے سے پہلے ان سب پر غور کریں۔

اپنی کتاب The E-Myth Revisited: Why Most Small Businesses Don't Work and What to Do About It

میں مصنف مائیکل گربر ایک مکمل کاروباری شخص کو تین مختلف "شخصیات" کے طور پر بیان کرتا ہے: کاروباری شخص، مینیجر، اور ٹیکنیشن۔ کاروباری شخص دورانہدیش ہوتا ہے، مینیجر سارے نظام کو چلانے والا ہوتا ہے، اور ٹیکنیشن کام کرنے والا ہوتا ہے۔ گربر کہتا ہے کہ بہت سارے نئے کاروباری لوگ مایوس ٹیکنیشن ہیں جو کہ اپنے کام میں ماہر بھی ہوتے ہیں اور اپنے کام کو شوق سے کرتے ہیں لیکن وہ کسی اور کے لیے کام نہیں کرنا چاہتے۔ بدقسمتی سے، دیگر شخصیات کے بغیر وہ مزید مایوس ہو جاتے ہیں کیونکہ کاروبار چلانا خود محنت کرنے سے الگ ہے یعنی کاروبار پر محنت کرنی ہوتی ہے۔ انتظامی امور کو سنبھالنے کے لیے مینیجر چاہئے ہوتا ہے جبکہ کاروباری شخصیت کاروبار کو جدید رکھنے کے لیے ضروری ہوتی ہے۔ اگر آپ ابھی بھی چہ می کنم میں

ہیں کہ کاروبار کرنے کا فیصلہ درست ہے یا نہیں تو اس کتاب کو ایک بار پڑھ لینا آپ کے لیے مددگار ثابت ہو سکتا ہے۔

اگر انفرادی خصوصیات اور ایک کاروباری شخص کی خصوصیات میں خلاء ہو تو کاروبار شروع کرنے والے شخص کو اس خلاء کو کم کرنے کے لیے اقدامات اٹھانے چاہئیں۔ ایک حل یہ بھی ہے کہ کسی اور شخص کی خدمات حاصل کی جائیں۔ کسی کے ساتھ شراکت داری کریں یا پھر کچھ ذمہ داریاں سنبھالنے کے لیے کسی کو نوکری پر رکھیں۔ کچھ ذمہ داریوں کو کسی اور کو سونپنا جیسا کہ تنخواہ کا نظام، کمپیوٹر کی مرمت کا کام، پیسوں کا لین دین، اور تشہیر وغیرہ قابل عمل اقدام ہو سکتے ہیں۔ یقیناً، ایک وقت آتا ہے کہ جب ہر کاروبار کو ایک اکاؤنٹنٹ یا اٹارنی کی ضرورت پڑتی ہے (اگرچہ کچھ لوگ ان پیشہ ورانہ ماہرین کو شروعاتی مرحلے میں بلا کر جلدبازی کرتے ہیں جس سے کہ کاروبار کے ابتدائی اخراجات بہت بڑھ جاتے ہیں)۔ دوسرا حل یہ ہے کہ کاروباری تعلیم اور دیگر پرنٹ میڈیا اور انٹرنیٹ پر موجود تربیتی مواد سے فائدہ اٹھایا جائے۔ The UGA SBDC کاروباری تربیت کے بہت سارے کورسز کرواتے ہے جن میں سے کچھ اکاؤنٹنگ کے اصول، کم بجٹ میں مارکیٹنگ، کسی کو نوکری پر رکھنے یا نکالنے کے اصول شامل ہیں۔ یہ کورس اتھارٹی سستے ہیں اور کاروبار میں درپیش مسائل کے لیے ایک شخص کو اچھی طرح تیار کر سکتے ہیں۔

جب آپ نے اس بات کا تعین کر لیا کہ آپ کے پاس وہ سب خصوصیات ہیں جو کہ ایک نیا کاروبار شروع کرنے اور چلانے کے لیے چاہئیں ہوتی ہیں تو پھر اب آپ کو کاروبار کا جائزہ لینا ہو گا۔ آپ کونسے مخصوص اہداف حاصل کرنا چاہتے ہیں؟ کیا آپ اس کاروباری مہم سے اپنے اہداف حاصل کر سکتے ہیں؟ بالفاظ دیگر آپ اس کاروبار کے بارے میں کیوں سوچ رہے ہیں اور آپ کیا حاصل کرنے کی امید لگائے بیٹھے ہیں؟ شہرت؟ دولت؟ خوشی؟ یہ سب؟

اپنے کاروبار کے لیے کچھ وسیع قلیل مدتی اور طویل مدتی اہداف متعین کر کے آپ اپنے کاروبار کے تصور کا ابتدائی جائزہ شروع کر سکتے ہیں۔ یہ اہداف حقیقت سے قریب اور ایک متعین وقت میں حاصل ہو جانے والے ہوں۔ ماہرین تجویز کرتے ہیں کہ شارٹ-ٹرم اہداف نفسیاتی لحاظ سے فائدہ مند ہوتے ہیں

### کاروبار

چونکہ آمدن کا انحصار محنت پر اور منافع کا انحصار آمدن پر ہوتا ہے۔ پرمٹ یا لائسنس حاصل کرنا، آلات یا سامان خریدنا، اور ڈومین کا نام رجسٹر کروانا شارٹ-ٹرم اہداف کی کچھ مثالیں ہیں۔

آمدن یا منافع، صنعتی لیڈر کے طور پر نام کمانا، اور بالآخر کاروبار کو بیچنا طویل مدتی اہداف میں شامل ہیں۔ طویل مدتی ذاتی اہداف میں فلیکسیبل شیڈول، پیشہ ورانہ مہارت، اور اپنے خاندان کے لیے آمدن مہیا کرنا شامل ہیں۔ یہ اہداف ایک کاروباری منصوبے کی بنیادی اکائی بناتے ہیں جو کاروبار کی ساخت اور اس کے طریقہ کار کا خاکہ پیش کریں گے۔

ان اہداف کو ذہن میں رکھتے ہوئے ایک شخص کاروبار کے تصور کا فزیبلٹی جائزہ لے سکتا ہے۔ فزیبلٹی جائزے کے دو اہم جزو ہیں: مارکیٹنگ فزیبلٹی اور معاشی فزیبلٹی۔ بازاری امکانات میں اس بات کا تعین کیا جاتا ہے کہ آیا کہ آپ کی مصنوعات یا خدمات کے لیے طلب ہے یا نہیں۔ کیا یہ ایک اچھا منصوبہ ہے؟ وقت مناسب ہے؟ جگہ مناسب ہے؟ قیمت مناسب ہے؟ معاشی فزیبلٹی میں اس بات کا تعین کیا جاتا ہے کہ اس کاروبار میں منافع ہو گا یا نہیں۔ کیا جتنی سیل ہو گی ان سے اخراجات پورے ہو سکیں گے؟ اگر ہو سکتے ہیں تو کب؟ کیا اس سے آپ کی روزی روٹی ہو سکتی ہے؟

کچھ حالات میں فزیبلٹی جائزے میں ایک تیسرا جزو بھی شامل ہو گا: ٹیکنیکل فزیبلٹی۔ نئی مصنوعات اور خدمات کے لیے یہ انتہائی ضروری ہے۔ کیا آپ کی مصنوعہ میں کوئی ایسی نئی منفرد خصوصیت شامل کی جاسکتی ہے جو کہ خریداروں کو پسند ہے؟ کیا آن لائن آرڈر کروانے کے نظام کے لیے درکار آلات موجود ہیں؟ کیا اس پر پیٹنٹ یا پھر ٹریڈ مارک کا اطلاق ہوتا ہے؟

اس گائیڈ کے اگلے دو باب میں اس بات پر روشنی ڈالی جائے گی کہ بازاری امکانات اور مالیاتی امکانات کا تعین کیسے کیا جائے۔ جب آپ اپنے کاروباری منصوبے کی فزیبلٹی جان جاتے ہیں تو پھر مندرجہ بالا اہداف اور فزیبلٹی جائزے سے حاصل ہونے والی معلومات کو بروئے کار لاتے ہوئے کاروباری منصوبہ سازی کر سکتے ہیں۔ کاروباری منصوبوں کو اکثر بلیو پرنٹس کہا جاتا ہے جو کہ ایک کاروبار کے طریقہ کار کو وضع کرتے ہیں۔ اور یہ کسی بھی فنڈنگ کرنے کے ادارے کی طرف سے لازمی شرط ہوتی ہے۔

امکانات کے جائزے اور کاروباری منصوبہ سازی کے اسباق کے بعد آتے ہیں کھاتہ نویسی، قانونی اور انشورنس کے معاملات، اور طویل مدتی کے انتظامی امور۔ جہاں یہ کتاب کاروبار کے بنیادی اصولوں کو وضع کرتی ہے وہیں

---

فہرست سے متعلقہ مواد پرنٹ میڈیا اور آن لائن بھی موجود ہے۔UGA SBDC کے ذریعے تفصیلی مشورے اور معاونت بھی دستیاب ہے۔ تربیتی مواقع کے لیے تاریخ اور جگہیں دیکھنے کے لیے ہماری ویب سائٹ [www.sbdc.uga.edu](http://www.sbdc.uga.edu) وزٹ کریں یا پھر مخصوص گائیڈنس کے لیے ہمارے کاروباری کنسلٹنٹس سے رابطہ کریں۔

[www.georgiasbdc.org](http://www.georgiasbdc.org)

[www.georgiasbdc.org](http://www.georgiasbdc.org)

# باب دوئم: بازاری امکانات

[www.georgiasbdc.org](http://www.georgiasbdc.org)

نئے کاروبار کے امکانات کے تین جائزوں ( مارکیٹنگ، مالیاتی، اور ٹیکنیکل) میں سے بازاری امکانات انتہائی اہم سمجھی جاتی ہے۔ اگر بازار میں طلب ہی نہیں ہے تو پھر معالیاتی یا تکنیکی امکانات کا جائزہ لینے کا کوئی فائدہ ہی نہیں ہے۔ اگر بازار اچھے خاصے حجم والی ہے تو پھر اس بات کا پتہ لگانے کے لیے کہ اس بازار میں فائدہ حاصل ہو سکتا ہے یا نہیں، مالیاتی امکانات اور تکنیکی امکانات کا جائزہ انتہائی احتیاط کے ساتھ لیا جانا چاہیے۔ ایسی صورتحال میں تین اہم سوالات ابھرتے ہیں جن کے جوابات مارکیٹنگ کی امکانات طے کرتے ہیں۔

■ ٹارگٹ بازار کس پر مشتمل ہے اور ممکنہ صارف کتنے ہو سکتے ہیں؟  
■ مقابلے میں کون کون ہے اور آپ کی مصنوعہ/خدمت اس کے مقابلے میں کیسی ہے؟

■ آپ کتنی بازار پر اپنی اجارہ داری قائم کر سکتے ہیں؟  
بازار پر تحقیق کر کے، مسابقت کا جائزہ لے کر، اور اپنی مصنوعہ کی مناسب پوزیشننگ کر کے آپ مارکیٹنگ کی حکمت عملی تیار کرنے کے قریب پہنچ جائیں گے۔ یہ سب معلومات آپ کے لیے آپ کے نئے کاروبار کی سیلز کا اندازہ لگانے میں معاون ہوں گی۔ سیلز کی یہ معلومات آپ کی معاشی استعداد کار کا اندازہ لگانے میں مددگار ہوں گی۔

### بازار پرسیکندری تحقیق

بازار پرسیکندری تحقیق ایک بڑے معاملے یا موضوع کے تجزیے میں مددگار ہو سکتی ہے۔ امریکی سینسس بیورو سیکندری ڈیٹا کے انتہائی مشہور ذرائع میں سے ہیں۔ انٹرنیٹ پر بازار پرسیکندری تحقیق سے متعلق بہت ساری تحقیقات اور پبلیکیشنز میسر ہیں: لیکن، کچھ فہرستیں اور معلومات صرف پرنٹ شدہ ہی ہیں اور وہ صرف عوامی لائبریریوں میں ہی مل سکتی ہیں۔ اس باب میں دو ہدایاتی ٹیبلز بھی شامل کئے گئے ہیں جو کہ صنعتی لوگوں اور مخصوص فرموں (حریفین) کے بارے میں معلومات کے سیکندری ذرائع کے بارے میں معلومات فراہم کرتے ہیں۔

### بازار پرائمری تحقیق

بازار پرائمری تحقیق ذہن میں کچھ مخصوص اہداف رکھتے ہوئے کی جاتی ہے۔ ڈیٹا یا تو آپ خود اکٹھا کرتے ہیں یا پھر کوئی ایسا شخص اکٹھا کرتا ہے جسے آپ نے اس کام کے لیے رکھا ہوتا ہے۔ پرائمری ڈیٹا کلیکشن اتنی آسان اور روایتی ہو سکتی ہے کہ

جیسے میل سروے، ٹیلی فون انٹرویو، یا پھر اتنی غیر روایتی کہ جیسے لوگوں کی شاپنگ کرنے کی عادات کا براہ راست مشاہدہ کرنا۔ پرائمری تحقیق کی سرگرمیوں میں سے کچھ درج ذیل ہیں:

- اس بات کا پتہ لگانے کے لیے مسابقت کے اشتہارات دیکھنا کہ ایک سٹور مصنوعات کی کیا قیمت وصول کر رہا ہے۔
- مسابقت کی کار پارکنگ میں موجود کاروں کی نمبر پلیٹوں کا مشاہدہ کرنا) تا کہ پتہ چل سکے کہ صارف کہاں کہاں سے آ رہے ہیں)۔
- اپنے جیسے سٹور کے مالکان کے انٹرویو کرنا۔
- مسٹری شاپنگ ( ایک دکان میں صارف بن کر جانا تا کہ اس کا بار کے بارے میں جتنا ہو سکے جانا جا سکے)

### ریسرچ کی اقسام

### سروے

اگر سروے کرنا ہے تو پھر اس بات کا فیصلہ کرنا ہوتا ہے کہ آپ کیا جاننا چاہتے ہیں، کس سے سروے کرنا ہے، کتنے لوگوں سے کرنا ہے، اور اپنے مطلوبہ لوگوں تک پہنچنے کا بہترین راستہ کیا ہے۔ ایک سوالنامے میں لوگوں کی ایک مصنوعہ یا خدمت میں دلچسپی، ممکنہ صارف کے لائف سٹائل اور آبادیاتی معلومات، تشہیر کرتے ہوئے اپنی مطلوبہ بازار تک پہنچنے کا بہترین راستہ، صارف کہاں سے خریداری کرتے یا کس سے خریدتے ہیں، اور اپنی مجوزہ مصنوعہ یا خدمت کی قابل قبول قیمت یہ سب ہونا چاہئے۔ سروے کرنے کے ذرائع میں ڈائریکٹ میل، ٹیلی فون انٹرویو، شاپنگ سینٹرز پر جا کر پرسنل انٹرویوز، تجارتی میلے، اور کمیونٹی کے ایونٹس، مختلف گروپوں کے انٹرویو کرنا جیسے کہ مقامی کلب یا تنظیمیں وغیرہ؛ اور فیس بک، ٹوئٹر، یا دیگر سوشل میڈیا پر غیر روایتی سروے کرنا شامل ہیں۔ اپنا لائحہ عمل تیار کرنے کے لیے سروے کے نتائج کا بغور مشاہدہ کریں۔ سروے کے ڈیزائن، انتظامی امور، اور رپورٹنگ کے لیے UGA SBDC کی طرف سے معاونت دستیاب ہے۔

(نوٹ: خود سے ہونے والے اخراجات کے لیے فیس لی جائے گی۔)۔ فزیبلٹی سروے کے سیمپل فہرست میں شامل ہیں۔

### فوکس گروپس

فوکس گروپس اس صورت میں مددگار ثابت ہو سکتے ہیں جب کسی کو صرف کارآمد معلومات ہی چاہیے ہوں۔ یہ طریقہ کار خاص طور پر نئی مصنوعہ یا خدمت کے لیے مفید ہے۔ مثال کے طور پر، صارفین سے حاصل شدہ معلومات ڈیزائن (مختلف خواص کی اہمیت)، صارفین کو حاصل ہونے والے فوائد، اور مصنوعہ کے مختلف خواص کے لیے قابل قبول قیمت کا تعین کرنے میں مددگار ثابت ہو سکتی ہیں۔ فوکس گروپس عام طور پر تربیت یافتہ مانیٹر سمیت آٹھ سے بارہ افراد پر مشتمل ہوتے ہیں۔ اجتماعی سوچ سے بچنے کے لیے ضروری ہے کہ ایک سے زائد گروپس بنائے جائیں جو کہ ہو سکتا ہے اگر باقی سب لوگ خود سے سوچنے کی بجائے ایک یا دو لوگوں کی ہاں میں ہاں ملانے لگ جائیں۔ اٹلانٹا اور جارجیا کے دیگر اہم رہائشی علاقوں میں بہت ساری فوکس گروپس ادارے موجود ہیں۔ یہ ادارے لوگوں کو تنخواہ پر رکھتے ہیں اور اکثر مانیٹر بھی مہیا کرتے ہیں جو کہ ساری گفتگو کا خلاصہ لکھ کر دے گا۔ مانیٹر اور رپورٹ لکھنے کی خدمات بھی UGA SBDC کی ایپلائڈ ریسرچ ڈویژن میں دستیاب ہے۔ (نوٹ: خود سے ہونے والے اخراجات کے لیے فیس لی جائے گی۔)

### متوقع مارکیٹیں

اکثر، کاروبار شروع کرنے والے نئے لوگ اپنے کاروبار کے بارے میں اتنے پرجوش ہوتے ہیں کہ جب ان سے پوچھا جاتا ہے کہ ان کے صارف کون ہوں گے تو ان کا جواب ہوتا ہے "سب!"۔ جب آپ کے پاس ایک ایسی مصنوعہ یا خدمت ہوتی ہے جس کے بارے میں آپ کا خیال ہوتا ہے کہ یہ سب سے بہترین ہے تو پھر سب کو اپنا صارف تصور کرنے کی غلط فہمی میں آپ بہت آسانی سے پڑ جاتے ہیں۔ ایسا رویہ مہنگی اور غیر موثر شاٹ گن مارکیٹنگ کی طرف لے جا سکتا ہے: جس میں کہ آپ عام، غیر پائیدار مارکیٹنگ کے حربوں سے ہر ایک شخص تک پہنچ کر اسے اپنی مصنوعہ بیچنے کی کوشش کرتے ہیں۔ مثال کے طور پر ایک جسم چھیدنے والے کے کامیاب ہونے کے امکانات کم ہوں گے اگر وہ یہ سمجھے کہ ہر کوئی جسم چھیدوانے کا خواہشمند ہے اور اسی سوچ کی وجہ سے وہ صرف مقامی اخبار میں ہی اشتہار دیتا ہے جو کہ عام طور پر درمیانی عمر کے اور بوڑھے لوگ ہی پڑھتے ہیں۔

ایک شخص یہ طے کیے بغیر کہ بازار کن لوگوں پر مشتمل ہے اور اس بازار کا سائز اس کے کاروبار کو چلانے کے لیے کافی ہے اس بات کا تعین کئے بغیر اپنے کاروبار کے کامیاب ہونے کا تصور نہیں کر سکتا۔ یہ مان کر اپنی مصنوعہ یا خدمت کی ہر شخص کے سامنے تشہیر کرنا کہ ہر شخص آپ سے خریداری کرنے کے لیے تیار بیٹھا ہے صرف اور صرف اپنے پیسے اور وقت کی بربادی ہی ہو گی۔

اس بات کا تعین کرنے کے لیے کہ آپ کے نئے کاروبار کے لیے کافی بازار (جگہ) موجود ہے اور اپنی تشہیری کاوشوں کا بھر پور فائدہ اٹھانے کے لیے متوقع خریداروں کی درجہ بندی ضروری ہوتی ہے۔ درجہ بندی کے بھی بہت سارے طریقے ہیں جن سے انتخاب کرنا ہوتا ہے، اور یہ انتخاب اس بات پر منحصر ہے کہ آیا کہ بیچی جانے والی مصنوعہ اور خدمت کیا ہے اور خریدار عام صارفین ہیں یا پھر دیگر کاروبار (کاروبار سے کاروبار کو بیچنا جس کی اصطلاح عام "بی2بی" ہے) ہیں۔ سب سے عام طریقے صارفین کے خریداری کے رویے اور مصنوعہ کے استعمال کی شرح پر منحصر ہیں۔ بازار پر کچھ ابتدائی تحقیق کسی بھی کاروباری شخص کو اس بات کا تعین کرنے میں مدد دے گی کہ اس درجہ بندی کے کون سے متغیرات صارفین کے خریداری کے رویے اور/یا مصنوعہ کے استعمال کی شرح پر زیادہ اثر انداز ہوتی ہیں اور بالآخر یہ کہ درجہ بندی کے متغیرات میں سے کون سے ایک مخصوص کاروبار کے لیے سب سے زیادہ منافع بخش ہیں۔

| کاروباری بازار  |                      | صارفی بازار   |                      |
|---|----------------------|---|----------------------|
| مثال  | درجہ بندی کے متغیرات | مثال  | درجہ بندی کے متغیرات |
| سیلز کے علاقہ جات   | جغرافیہ              | علاقہ<br>شہری/دیہی<br>آب و ہوا                            | جغرافیہ              |
| ملازمین کی تعداد<br>آمدن<br>شعبہ                          | آبادی                | عمر<br>جنس<br>خاندانی طرز حیات<br>آمدن<br>پیشہ            | آبادی                |
| ڈپارٹمنٹ<br>نظریاتی راہنما<br>فیصلہ ساز                   | ملازمین سے متعلقہ    | اعداد شمار<br>رویے<br>طرز حیات<br>نظریات<br>شخصیت         | نفسیات               |
| شرح استعمال<br>شرح خرید<br>طریقہ استعمال<br>طریقہ خریداری | رویہ                 | شرح استعمال<br>شرح خرید<br>طریقہ استعمال<br>طریقہ خریداری | رویہ                 |

---

|   |  |   |  |
|---|--|---|--|
| برانڈ کے ساتھ وابستگی<br>قیمت کی حساسیت<br>حاصل ہونے والے فوائد<br>خریداری کے مواقع |  | برانڈ کے ساتھ وابستگی<br>قیمت کی حساسیت<br>حاصل ہونے والے فوائد<br>خریداری کے مواقع |  |
|---|--|---|--|

متوقع مارکیٹیں

مثال کے طور پر، ایک ریسٹورنٹ اپنی ابدافی بازار متعین کرنے کے لیے درجہ بندی کے لیے مندرجہ ذیل میں سے کوئی بھی حکمت عملی اپنا

**جغرافیہ** غیر شادی شدہ/ جوان ، خاندان/ خالی، کرایہ دار/ میچیور صارفین

**نفسیات** ٹرینڈ بنانے والے جو کہ ایک خاص ماحول کی تلاش میں ہوں / ایسے لوگ جو اپنی صحت کی بہت فکر کرتے ہیں اور اچھی غذا کی تلاش میں ہوں/ بچت کرنے والے جو کہ مناسب دام کی تلاش میں ہوں/ ایسے لوگ جو کہ آسانی کی تلاش میں ہوں

**رویہ** روزانہ کے صارف / سرگرمیوں کی مناسبت والا ( تھیٹر کے بعد، گیم سے پہلے، بیچ جاتے ہوئے، وغیرہ وغیرہ) مخصوص مواقع ( سالگرہ، شادی کی سالگرہ وغیرہ، شاورز، پرموز، چھٹیاں، وغیرہ)

سکتا ہے۔

جب متوقع بازاروں کا تعین ہو جاتا ہے تو پھر کاروباری شخص اپنے حریفوں کا جائزہ لینا شروع کر سکتا ہے کہ صارفین کی نظر میں ان کی کیا حیثیت ہے اور یہ کہ بازار میں کوئی خلاء کا کمی ہے جس کو کہ ایک نئی مصنوعہ یا خدمت منافع کے ساتھ پُر کر سکتی ہے۔ اگر خاطر خواہ خلاء نہ مل رہا ہو تو درجہ بندی والی حکمت عملی دوبارہ سے دہرائی جائے تا کہ یہ دیکھا جا سکے کہ آیا کہ دیگر متوقع بازاروں میں مواقع موجود ہیں۔

تین احتیاطیں ہیں جن کو بازار کی درجہ بندی کا تجزیہ کرتے ہوئے مد نظر رکھنا چاہیے۔

- بازار ہمیشہ متحرک رہتا ہے؛ ایک درجہ بندی جو کہ آج مفید ہے وہ اگلے سال مفید نہیں رہے گی۔ (یا شاید اگلے مہینے ہی یہ سب مخصوص حالات پر منحصر ہے)۔ صارفین کے رجحانات کو ٹریک کرنے کو بھی نظر انداز نہیں کیا جاسکتا۔
  - صحیح سے درجہ بندی نہ کی ہوئی بازار بھی اتنا ہی خطرناک ہوتا ہے جتنی کہ ماس مارکیٹینگ والا طریقہ کار۔
- متوقع بازاروں کا تعین کرنے کا مقصد استعداد کو بڑھانا ہے لیکن اگر آپ اس میں چُوک جاتے ہیں تو پھر اس کا فائدہ

نہیں اٹھایا جا سکتا ۔

■ اپنی ساری امیدیں اور توجہ صرف ایک ہی بازار تک محدود نہ رکھیں۔ اگر ایک ٹارگٹ بازار آپ کی امیدوں پر پورا نہیں اترتا تو پھر دوسرے سیکنڈری بازاروں پر توجہ مرکوز کرنی چاہئیے۔ جب نئے کاروباری لوگ بازار کے بارے میں آبادیاتی اور نفسیاتی معلومات کی اہمیت کو سمجھنے لگتے ہیں تو بہت سارے حیران ہوتے ہیں کہ " میرے متوقع صارفین کے بارے میں مجھے ان سب چیزوں کا کیسے پتہ چلے گا؟" ان میں سے بہت ساری معلومات پہلے سے موجود تحقیقی مواد (سیکنڈری ریسرچ) کا جائزہ لینے یا سروے (پرائمری ریسرچ) کرنے سے حاصل ہو سکتی ہیں۔ معلومات حاصل کرنے کے یہ دونوں طریقے آزمائے جانے چاہئیں۔

## متوقع مارکیٹیں

اپنے ٹارگٹ بازار، اس کے سائز، اور اس کی خصوصیات کا تعین کرنے کے بعد، آپ کو اس بات کا تعین کرنے کے لیے مسابقت کا تجزیہ کرنا چاہیے کہ آیا آپ اپنے نئے کاروبار کو کامیاب بنانے کے لیے بازار کے کافی بڑے حصے پر قبضہ کرنے کی توقع کر سکتے ہیں یا نہیں۔ مسابقت سے متعلقہ معلومات سے آپ کے کاروبار کو مسابقت سے الگ کرنے میں مدد ملے گی، یعنی، آپ کا کاروبار بازار میں دوسرے فراہم کنندگان کے مقابلے میں کیا پوزیشن رکھے گا یا ان کی کیا پوزیشن ہو گی۔

## مسابقت

یہ مان لینا کہ آپ کی کسی سے کوئی مسابقت نہیں ہے خطرناک ہے۔ مجوزہ جگہ کا جائزہ لیتے وقت یہ ظاہر ہو سکتا ہے کہ آپ جیسا کوئی دوسرا کاروبار نہیں ہے، لیکن اس بات کا مطلب یہ نہیں ہے کہ آپ کے ممکنہ صارفین کے پاس کوئی اور متبادل نہیں ہے۔

## مسابقت اور صنعت کا تجزیہ

مسابقت کا تجزیہ کرنے کا بہترین طریقہ یہ ہے کہ یہ دیکھا جائے کہ " میرے صارفین کے پاس مجھ سے خریداری کرنے کے علاوہ اور کون کون سے راستے ہیں؟"۔ اس طریقہ کار میں ممکنہ صارف، ان کی ضروریات، اور ان کے متبادل راستے پتہ ہوں۔ پھر آپ ممکنہ صارفین کو اپنے مسابقت کی بجائے آپ سے خریداری کرنے پر قائل کر سکتے ہیں۔

اس کی مثال ایک ایسا شخص ہے جو کہ ایک ایسا سٹور کھولنا چاہتا ہے جس میں وہ اطالوی آئس کریم بیچے کیونکہ اس علاقے میں یہ چیز کوئی نہیں بیچ رہا ہوتا۔ اگر کاروباری شخص اس خلاء کا مطلب یہ لیتا ہے کہ وہاں اس کا کوئی مسابقت نہیں ہے تو پھر وہ شخص اس حقیقت کو نظر انداز کر رہا ہے کہ ممکنہ صارفین کے پاس دیگر متبادل بھی ہیں (بالواسطہ مسابقت یا بلاواسطہ مسابقت)۔ صارف صرف اور صرف اطالوی آئس کریم ہی نہیں خریدنا چاہتا بلکہ وہ تو کسی ٹھنڈی، مزیدار اور سستی چیز کی تلاش میں ہے۔ اس شخص کو اپنے صارف کو آئس کریم، برف کے گولے یا کسی کریانہ سٹور سے کوئی اور ٹھنڈی چیز خریدنے کی بجائے اپنی اطالوی آئس کریم خریدنے پر قائل کرنا ہو گا۔ اس طرح مسابقت کے بارے میں سوچنا مصنوعات کی مارکیٹنگ اور اس میں فرق کرنے کا فیصلہ کرنے سے پہلے مسابقت کا کچھ جائزہ لینے کی اہمیت کو واضح کرتا ہے۔ ممکنہ مسابقت کو تلاش کرنے کے لیے کلیدی الفاظ کا استعمال کرتے ہوئے انٹرنیٹ پر سرچ کرنا ایک اچھی شروعات ہے کہ آپ کے سب سے زیادہ معروف یا قابل حریف کون ہیں۔

ایک بار جب صارفین کے متبادل راستے پوری طرح معلوم ہو جائیں تو پھر حریفوں کا جائزہ لینا اتنا ہی آسان ہے جتنا کہ ان سے خریداری کرنا (مسٹری شاپنگ کرنا). حریفوں سے حاصل کرنے والی معلومات جیسا کہ مصنوعہ کی کوالٹی، مصنوعات کی اقسام، کتنے گھنٹے کام کرتے ہیں، قیمتیں، تشہیری ڈسپلے، سٹور کی پالیسی، کسٹمر سروس، ملازمین کی تعداد اور قسم وغیرہ کا تعین دورہ کرنے یا فون کرنے سے پہلے کرنا چاہئیے۔ مسابقت کا مشاہدہ وقت کے ساتھ ساتھ کئی بار کرنا چاہئیے تا کہ یہ پتہ چل سکے کہ کب اور کون کون سی تبدیلیاں کی گئی ہیں۔ سٹور میں صارفین کا دن بدن حتی کہ ماہانہ مشاہدہ کرنا ضروری ہے۔ سروے فارم بنا کر قابل اعتماد دوستوں یا رشتہ داروں سے دوروں میں معاونت حاصل کرنا بھی مفید ثابت ہو گا۔ اس طرز کے مسٹری شاپنگ فارم اور اس طرح کی ڈیٹا کلیکشن اور تجزیے میں UGA SBDC کی طرف سے بھی معاونت دستیاب ہے۔

| مسابقت کے بارے میں معلومات حاصل کرنا   |  |
|--|--|
| ذرائع  | حکمت عملی (کیسے کریں گے)   |
| <p>ان کاروباروں کو دیکھیں جو کہ آپ کی مصنوعات/خدمات کے جیسی مصنوعات/خدمات مہیا کر رہے ہیں۔</p> <p>آن لائن نقشہ جات اور فہرستوں کا استعمال کریں</p>   | <p>ان کاروباروں کو دیکھیں جو کہ آپ کی مصنوعات/خدمات کے جیسی مصنوعات/خدمات مہیا کر رہے ہیں۔</p> <p>آن لائن نقشہ جات اور فہرستوں کا استعمال کریں</p>   |
| <p>آپ کے لوکل UGA SBDC ریسٹورنٹ کے پاس یو ایس اے کا ایسا ڈیٹا بیس موجود ہے۔ امریکی کاروباروں کا یہ ڈیٹا بیس سال میں چار دفعہ اپ ڈیٹ کیا جاتا ہے، اور اس میں سالانہ سیلز، ملازمین کی تعداد، کاروبار کے شروع ہونے کا سال، اور رابطہ کرنے کی معلومات (مینجر یا مالک، پتہ، اور ٹیلی فون نمبر) درج ہیں۔ بہت ساری مقامی لائبریریاں بھی لائبریری کے کارڈ رکھنے والے لوگوں کو اس ڈیٹا بیس تک رسائی دیتی ہیں۔</p> <p>بہت ساری پبلک اور یونیورسٹی کی لائبریریوں میں سالانہ رپورٹیں اور پانچ ہزار پبلک ٹریڈ کمپنیز کی رپورٹیں دستیاب ہیں۔</p> | <p>ان فرمز کے سائز اور ان کی سیلز کو دیکھیں:</p> <p>اندازاً ان کی کتنی سیلز ہوتی ہیں؟ اس کاروبار کی ویب سائٹ ہے؟ اس میں کتنے ملازمین کام کرتے ہیں؟ وہ لوگ کتنے عرصے سے یہ کاروبار کر رہے ہیں؟ مالک/مینجر کون ہے؟</p> |
| <p>کاروبار کا مشاہدہ کریں۔ وہ کون سی مصنوعات پیش کر رہے ہیں؟ اس میں سب سے اچھا کیا ہے اور کون سی چیز بہتر بنانے کی ضرورت ہے؟ لوگ خریداری ان سے کیوں کرتے ہیں؟</p>  | <p>ان کی مصنوعات/خدمات کی خصوصیات کو دیکھیں:</p> <p>اپنی مسابقت کے کاروبار کا دورہ کریں۔ وہ کون کون سی مصنوعات پیش کر رہے ہیں؟</p>   |
| <p>اس کاروباری جگہ کے ارد گرد چکر لگائیں۔ اس کاروبار کے بارے میں آپ کے دل میں سب سے پہلا خیال کیا آیا؟ کیا اس کاروباری جگہ کے باہر کوئی ایسی چیز ہے جس سے لوگ اس کی طرف مائل ہوتے ہیں؟ اس کاروبار میں لوگوں کو اپنی</p>  | <p>ان کے محل وقوع کا جائزہ لیں:</p> <p>"ونڈ شیلڈ سروے" کریں۔ صارفین کی تعداد کا مشاہدہ کریں۔</p>   |

مسابقت اور صنعت  
کا تجزیہ

|  |   |
|--|---|
| <p>طرف مائل کرنے کی طاقت کتنی ہے؟ کیا وہ کاروبار کسی اہم شاہراہ پر واقع ہے؟ اس جگہ پر ٹریفک کتنی ہوتی ہے؟ کیا وہاں پارکنگ کے لیے کافی جگہ موجود ہے؟</p> <p>جارجیا کہ ٹرانسپورٹیشن کے ڈپارٹمنٹ کا ایک آن لائن ایپ ہے, <a href="http://geocounts.com/gdot/">http://geocounts.com/gdot/</a>, جہاں سے آپ کسی جگہ یا کسی چوک پر ٹریفک کی صورتحال کے بارے میں جان سکتے ہیں۔ آپ کے مقامی UGA SBDC دفتر کو esri تک رسائی حاصل ہے جو کہ ایک ایسا ڈیٹا بیس ہے جو کہ آپ کی مطلوبہ جگہ کے ارد گرد ٹریفک کے بارے میں بتا سکتا ہے۔</p> |   |
| <p>اپنی مسابقت کے بارے میں جان جانے کے بعد پھر آپ کو مخصوص مصنوعات/خدمات کی قیمتوں کا موازنہ کرنا چاہیے۔ کیا فراہم کی جانے والی خدمت کے لیے وہ قیمت مناسب ہے؟</p>  | <p><b>ان کی قیمتوں کی مناسبت کا تعین کریں:</b></p> <p>مخصوص مصنوعات کی قیمتیں پتہ کرنے کے لیے وہاں ٹیلی فون کریں یا خود چکر لگائیں۔</p> |

مسابقت کے بارے میں معلومات حاصل کرنا  
(جاری ہے)

|  |  |
|--|--|
| ذرائع -  | حکمت عملی (کیسے کریں گے)   |
| اندرونی تجزیہ: اس کمپنی کے بارے میں لوگوں کے کیا تاثرات ہیں؟ کیا اس کمپنی کو اپنی کوالٹی اور خدمات کے بارے میں فکر ہے؟ اس کاروبار کے بارے میں اشتہارات کیا تاثر دیتے ہیں؟ لوگوں کی نظر میں یہ فرم کیسی ہے؟ | <b>ان کی ساکھ کا تعین کریں:</b><br>اشتہارات، سٹور کا اگلا حصہ، لوگو، بروشر، سیلز کٹیں اور ویب سائٹ وغیرہ دیکھیں۔   |
| جمع کئے گئے سینکڈری ڈیٹا کا تجزیہ کریں، اس بازار پر کی گئی پرائمری تحقیق سے لوگوں کی خریداری کی عادات اور مختلف فرموں کی جانب سے دیئے جانے والے فوائد کو جاننے میں مدد مل سکتی ہے                          | <b>مارکیٹنگ کی حکمت عملی کا جائزہ لیں:</b><br>حاصل کی گئی معلومات سے اس بات کا تعین کریں کہ ہر مسابقت کا اصل ہدف کیا ہے۔ وہ بازار میں کیا پوزیشن حاصل کرنا چاہتے ہیں اور کیا وہ اپنے مقصد میں کامیاب ہوئے ہیں؟ |

**مسابقت اور صنعت کا تجزیہ**

مسابقت کا تجزیہ آپ کے متوقع بازار کی ضروریات کے حساب سے آپ کی مسابقت کی خوبیوں اور خامیوں کو واضح کر دے گا۔ اپنی مسابقت کی خوبیوں سے سیکھنے سے آپ کو اپنی مصنوعہ یا خدمت، اپنی مارکیٹنگ کی حکمت عملی، اور اپنے کاروبار کے انتظامی امور کو چلانے میں مدد مل سکتی ہے۔ آپ کی مسابقت کی خامیاں ایک منفرد چیز کے لیے موقع ہو سکتی ہیں۔ تشہیری مہمات آپ کی مسابقت سے آپ کی چیز کے منفرد ہونے پر روشنی ڈال سکتی ہیں لیکن اس بات کو یقینی بنائیں کہ وہ انفرادیت آپ کے متوقع بازار سے مطابقت رکھتی ہو۔

مثال کے طور پر، کسی ایسے شخص کو جو کہ ڈے کیئر سینٹر بنانے کی منصوبہ بندی کر رہا ہو تو اسے پتہ چل سکتا ہے کہ قریب موجود سینٹرز میں سے کوئی بھی سکول کے بعد کی دیکھ بھال کے لیے ٹرانسپورٹیشن کی سہولت نہیں دے رہا۔ تو ایسے میں کچھ ایسے والدین بھی ہو سکتے ہیں کہ جنہیں روزانہ شام کو اپنے بچے کے لیے سکول سے لے کر سینٹر تک کے لیے ٹرانسپورٹیشن کی ضرورت ہو گی۔ شاید ایسے والدین کا کام ایسا ہو گا کہ انہیں بچے کو سکول سے لے کر سینٹر میں چھوڑنے میں پریشانی ہوتی ہو گی۔ نیا کاروبار شروع کرنے والے شخص کو ایسے کلائنٹس کو اپنی طرف مائل کرنے کے لیے ٹرانسپورٹیشن مہیا کرنے کے فوائد (اور اس کے اخراجات) کو زیر غور لانا چاہئے۔ اس خصوصیات کو شامل کرنے کے فوائد اس کے لیے صارفین کو مائل کرنے کا ایک اہم طریقہ بن سکتے ہیں اور اسے اپنی مسابقت پر سبقت دلا سکتے ہیں۔



انڈسٹری

مسابقت اور صنعت  
کا تجزیہ

صنعت پر تحقیق بھی اگر مسابقت پر تحقیق سے زیادہ نہیں تو کم از کم اتنی ہی اہم ضرور ہے۔ انڈسٹری میں کس چیز کا رجحان ہے؟ انڈسٹری پر معاشرتی، سیاسی، ماحولیاتی، تکنیکی اور معاشی قوتیں کس طرح اثر انداز ہو رہی ہیں؟ آپ کے حریف اس اثر پر کیا ردعمل دے رہے ہیں اور اس کا آپ کی نئی فرم پر کیا اثر ہو گا؟ ان سوالات کا جواب سیکنڈری ڈیٹا کا تجزیہ کرنے سے مل سکتا ہے۔ انڈسٹری کے ان حالات پر آپ کا ردعمل آپ کی کمپنی کی مارکیٹنگ کی حکمت عملی کی بنیاد بنے گا جس پر کہ اس باب میں بعد بات کی جائے گی۔

[www.georgiasbdc.org](http://www.georgiasbdc.org)

| انڈسٹری کے بارے میں معلومات حاصل کرنا   |  |
|---|--|
| ذرائع   | حکمت عملی (کیسے کریں گے)   |
| <p>انسائیکلو پیڈیا آف ایسو سی ایشنز (جو کہ گیل ریسرچ نے شائع کیا) ایک سالانہ ڈائریکٹری ہے جس میں نان پرافٹ ممبر شپ ایسوسی ایشنز کی تفصیلات موجود ہیں۔ یہ ریاست میں موجود 17 شمال بزنس ڈویلپمنٹ سینٹروں کے دفاتر میں دستیاب ہے۔ یہ کتاب ایتھنز میں یونیورسٹی آف جارجیا کی مین لائبریری میں بھی دستیاب ہے۔</p> <p>ایک مخصوص ایسوسی ایشن جیسا کہ ریسٹورنٹ ایسوسی ایشن کا پتہ لگانے کے لیے <a href="http://www.google.com">www.google.com</a> کو استعمال کریں۔ انٹرنیٹ پر انڈسٹری کے اعدادوشمار یا رجحانات کے بارے میں سرچ کرتے ہوئے ساتھ میں لفظ "اعدادوشمار" یا "رجحانات" لگائیں۔ مثال کے طور پر اگر آپ ریسٹورنٹ سے متعلقہ اعدادوشمار حاصل کرنا چاہتے ہیں تو پھر "ریسٹورنٹ اور اعدادوشمار" لیکن یا پھر اگر رجحانات کے بارے میں جاننا چاہتے ہیں تو پھر "ریسٹورنٹ اور رجحانات" لکھیں۔</p> | <p><b>انڈسٹری کے رجحانات اور اعدادوشمار کے بارے میں پتہ لگائیں:</b></p> <p>کالم کے علاوہ، تجارتی ایسو سی ایشنز انڈسٹری سے متعلقہ رجحانات اور اعدادوشمار کا حساب رکھتی ہیں۔</p> |

بہت

مصنوعہ کی  
پوزیشننگ

سارے مارکیٹنگ کے ماہرین اس بات سے اتفاق کرتے ہیں کہ جب ایک کاروبار نے اپنے متوقع بازار کے بارے میں جان لیا ہے اور اپنی مطلوبہ مصنوعہ کے بارے میں بھی فیصلہ کر لیا ہے تو پھر مارکیٹنگ کے دیگر جزئیات بھی آہستہ آہستہ اپنی اپنی جگہ پر آنا شروع ہو جاتے ہیں۔ مصنوعہ کی پوزیشننگ کا مطلب ہے کہ صارف حریف کے مقابلے میں آپ کی مصنوعہ یا خدمت کو کس نظر سے دیکھتے ہیں۔ پوزیشننگ مصنوعہ کی خصوصیات (جیسے کہ قیمت، کوالٹی، سہولت کاری، جدت)، یا استعمال کے اوقات کے لحاظ سے (جیسے کہ صبح کی کافی بمقابلہ رات گئے کی کافی کی جگہ)، یا پھر استعمال کی کیٹیگری (جیسے کہ ایک ریسٹورنٹ کا بنیادی نقطہ نظر جیسے "فیملی کا ریسٹورنٹ" یا "ڈیٹ نائٹ" یا پھر "کام کرنے والے لوگ") کی بنیاد پر بھی ہو سکتی ہے۔ حالانکہ کم قیمت بیچ کر آپ بازار لیڈر بن سکتے ہیں لیکن ایسی پوزیشن برقرار رکھنا مشکل ہوتا ہے۔ اپنے کاروبار کو اس انداز میں منفرد پیش کرنا کہ جو صارفین کو پسند آتے یہی راستہ طویل مدتی کامیابی حاصل کرنے کا راز ہے۔

جیسے ہی مصنوعہ کی پوزیشن کا تعین ہو جائے تو اسے صاف صاف اپنے متوقع مارکیٹ تک پہنچانا چاہیے۔ پوزیشننگ کا بنیادی تصور درج ذیل ہے:

پوزیشننگ وہ نہیں ہے جو آپ ایک مصنوعہ کے ساتھ کرتے ہیں۔ پوزیشننگ یہ ہے کہ آپ اپنے صارف کے دماغ کے ساتھ کیا کرتے ہیں۔ یعنی کہ آپ اپنے صارف کے دماغ میں مصنوعہ کی پوزیشننگ کرتے ہیں۔

مصنوعہ کی پوزیشننگ کے ساتھ اکثر استعمال ہونے والی دوسری اصطلاح یونیک سیلنگ پروپوزیشن (یو ایس پی) ہے۔ بنیادی طور پر یو ایس پی میں مصنوعہ کی خصوصیات کو

(Al Ries and Jack Trout. Positioning: The Battle for Your Mind (McGraw-Hill Education. 2001 1).

ان فوائد میں تبدیل کیا جاتا ہے کہ جن سے ایک صارف کی ضروریات پوری ہوتی ہیں۔ اگر ساری بات کو صرف ایک جملے میں کہیں تو یو ایس پی ایک مصنوعہ یا خدمت کو حریف کی پیش کردہ مصنوعات سے منفرد بنا کر پیش کرنے میں انتہائی مددگار ثابت ہو سکتا ہے۔ کچھ مثالیں اس تصور کی وضاحت کرنے میں مددگار ثابت ہوں گی۔

## مصنوعہ کی پوزیشننگ

■ عورتوں کے کپڑوں کا ایک سٹور اپنے آپ کو مقامی بڑے تاجروں، ڈسکاؤنٹ پر فروخت کرنے والوں اور بڑے سٹوروں سے منفرد بنانا چاہتا ہے۔ تو اس کے لیے ایک مناسب یو ایس پی بیٹ کا بوتیک ہو گی جو کہ فیشن اور لوازمات پیش کر کے آپ کے سٹائل کو بڑھوتری دے گا۔

■ ایک ریئل اسٹیٹ ایجنٹ ہسپانوی زبان کے استاد رکھ کر اس زبان میں ایسی کلاسز پیش کر کے جن میں لوگوں کو ایک گھر خریدنے کی بنیادی باتیں سکھائی جائیں اپنی خدمات ترقی کرتی ہوئی لاطینی بازار میں پیش کر سکتا ہے۔

*Su Casa Realty:*

*Empowering you to successfully purchase a new home*

■ ایک کیمیکل بنانے کا ادارہ اپنے طریقہ کار کو مزید بہتر بنانے کی کوشش کر سکتا ہے۔ کسٹمائزڈ کیمیکل کمپاؤنڈز کے لیے ChemCare کو کال کریں۔ متوقع بازار،

مسابقت، اور پوزیشننگ سے متعلقہ تمام تحقیق سیلز کی پیش گوئی

کرنے میں اہم عنصر ہے۔ اس بات کو مد نظر رکھیں کہ آپ کا کاروبار نیا ہے اور سیلز عارضی ہوں گی۔

سیلز کا تخمینہ لگانے کے لیے بنیادی فارمولا درج ذیل ہے:

بازاری پوٹینشل x اوسط پرچیز انٹینشن x قیمت فی یونٹ

آپ کے کاروبار کے لیے بازاری پوٹینشل یا پھر بازار کا کل سائز آپ کی ابتدائی ریسرچ میں طے ہو گیا ہو گا۔ جبکہ، قیمت فی یونٹ معاشی فیزیبلٹی کے تجزیے میں طے کی جائے گی۔ اوسط پرچیز انٹینشن کا حساب پرائمری

| جوابات | جوابات کی تعداد | افراط زر کی شرح | ایڈجسٹ کردہ شرح |
|--------|-----------------|-----------------|-----------------|
|--------|-----------------|-----------------|-----------------|

ریسرچ کے مطالعے یا انڈسٹری ڈیٹا میں لگانا ہو گا۔ ایک بار جب کاروبار کا تصور واضح ہو جائے، متوقع بازار کی وضاحت ہو جائے، اور قیمتیں متعین کرنے کا طریقہ کار وضع ہو جائے تو پھر پرچیز انٹینشن معلوم کی جاسکتی ہے۔ باغیچے کی دیکھ بھال کی خدمات کے کاروبار کے لیے ٹیلی فون سروے کی جو مثال نیچے دی گئی ہے وہ اس طریقہ کار کی وضاحت کرتی ہے۔

**مصنوعہ کا تصور:** رہائشی اور صنعتی باغیچوں کو مکمل اور بروقت کانٹ چھانٹ مہیا کرنا بمعہ سیزنل خدمات کے۔

سیلز کی پیش گوئی کرنا

**سروسز:** ہفتہ وار لان کی سروس (9 ماہ)، درختوں اور پیڑ پودوں کی دیکھ بھال (10 ماہ)، جڑی بوٹیوں وغیرہ کی تلفی اور کھاد وغیرہ (سال میں 2 بار)، سززل بوائی (سال میں 4 بار)۔

**بازاری پوٹینشل:** چار کاؤنٹیاں اور ان کے قریبی علاقے، 100,000 گھر (سنگل، ڈی ٹیچڈ)، لیکن صرف اچھی آمدن والے علاقے، جن میں خاندان کے لوگ نوجوان ہوں اور جن کے پاس یہ سب کرنے کے لیے وقت نہ ہو۔ ایسا متوقع بازار جہاں گھر کی

سالانہ آمدن 50,000 ڈالر فی سال ہو اور بچے بھی ہوں: 3000 متوقع گھرانے۔

**فی یونٹ قیمت (سالانہ کنٹریکٹ):** ماہانہ اقساط کی صورت میں 1200 ڈالر ادا کرنا ہوگا (جس میں کہ پودے لگانے کے پیسے شامل نہیں ہوں گے)۔

|                             |      |      |     |             |
|-----------------------------|------|------|-----|-------------|
| ان شرائط پر پورا اترنے والے | 4.0  | 0.80 | 5   | ضرور لیں گے |
| 100 گھروں سے ٹیلی فون       | 5.0  | 0.50 | 10  | شاید لیں گے |
| سروے میں پوچھا گیا ہے کہ وہ | 7.5  | 0.25 | 30  | پتہ نہیں    |
| لوگ یہ خدمت لینے میں کس     | 3.5  | 0.10 | 35  | شاید نہ لیں |
| حد تک دلچسپی رکھتے ہیں۔     | 0.0  | 0.00 | 20  | بلکل نہیں   |
| ان کے جوابات مندرجہ ذیل     |      |      |     | لیں گے      |
| ٹیبل میں درج ہیں۔           | 20.0 |      | 100 | کل          |

Thomas Nagle and Reed Holden. *The Strategy and Tactics of Pricing* (Uppersad-dle, New Jersey: Prentice Hall, 1995).

ایک صارف کی آپ سے مصنوعہ یا خدمت نہ لینے کے پیچھے بہت ساری وجوہات ہیں۔ کچھ وجوہات میں دستیابی، آگاہی، قیمت، یا خریداری کے اوقات شامل ہیں جن میں سے ہر ایک مسابقتی پیشکش سے تعلق رکھتا ہے۔ لہذا سروے کے نتائج کو بازار کے ان حالات کے مطابق ایڈجسٹ کرنا چاہیے۔ افراط زر کی شرح کو استعمال کر کے پریچیز انٹینٹ کا ایک مزید بہتر تخمینہ لگایا جا سکتا ہے۔

ہماری لان سروس والی مثال میں اگر متوقع بازار کی بیس فیصد حاصل کر لی جاتی ہے تو (3000 ضرب 0.20) 600 صارف حاصل ہوں گے۔ اور اس طرح 600 صارف اگر 1200 ڈالر سالانہ ادا کریں تو پھر کل فیس 720,000 ڈالر بنے گی۔

یہ سیلز کا اعداد و شمار معاشی فیزیبلٹی کے تجزیے اور پھر مجموعی طور پر کاروباری فیزیبلٹی کے تعین میں اہم کردار ادا کرتا ہے۔ اور اس بات کو ذہن میں رکھیں کہ مثال میں دی گئی فرم کو بیس فیصد بازار کو حاصل کرنے میں کچھ وقت لگے گا۔

یہ سیلز کی پیش گوئی کرنے کا ایک طریقہ ہے۔ متعلقہ صنعت کا تجربہ نئے کاروباری شخص کو اس بات کا تعین کرنے میں مدد کر سکتا ہے کہ آیا سیلز کے بارے میں کی گئی پیشن گوئی حقیقی طور پر قابل حصول ہے یا نہیں۔

اس گائیڈ کے اگلے حصے میں مارکیٹنگ کی حکمت عملی بنانے کے بارے میں بات ہو گی۔ یہ حکمت عملی بنیادی طور پر بازاری امکانات کی تحقیق کے دوران جمع کی گئی معلومات پر پر انحصار کرے گی اور اسے نیا کاروبار شروع کرنے کے بعد نافذ کیا جائے گا۔ کاروبار شروع کرنے سے پہلے مارکیٹنگ کا بجٹ تیار کرنے کے لیے مارکیٹنگ کی حکمت عملی تیار کرنا ضروری ہے۔

اس بجٹ کا انحصار اس بات پر ہے کہ مارکیٹنگ کے کون سے ذرائع بروئے کار لائے جائیں گے، مارکیٹنگ کے اخراجات کیا ہوں گے، اور مارکیٹنگ پروگراموں پر عمل کب کیا جائے گا۔ یہی وجہ ہے کہ معاشی تخمینوں پر مارکیٹنگ بجٹ کا خاصا اثر ہو گا جو کہ معاشی فزیبلٹی کے تعین میں استعمال ہو گا۔ وقت کے ساتھ ساتھ، بازار کے حالات کے مطابق مارکیٹنگ کی حکمت عملی اور بجٹ بدلتے رہیں گے۔

## سیلز کی پیش گوئی کرنا

اپنا کاروبار شروع کرنے سے پہلے آپ کو اس بات کی منصوبہ بندی کرنی چاہیے کہ آپ اپنے کاروبار کی مارکیٹنگ کس طرح کر کے اپنے سیلز کے اہداف کو حاصل کر سکتے ہیں۔ مارکیٹنگ کی یہ حکمت عملی بنیادی تشہیری سرگرمیوں سے بڑھ کر ہو گی۔ اس میں مارکیٹنگ کا ایک شیڈول بھی شامل ہوگا جس میں بتایا جائے گا کہ مارکیٹنگ کے مختلف اقدامات کب انجام دیے جائیں گے اور اسی بجٹ میں اقدامات کی لاگت کا خاکہ پیش کیا جائے گا۔ یہ شیڈول اور بجٹ متوقع آمدنی کے گوشوارے اور نقدی کے بہاؤ کے گوشواروں میں مارکیٹنگ کے اخراجات کی پیش گوئی کرے گا۔

## مارکیٹنگ کی حکمت عملی

یہ بات یاد رکھیں کہ مارکیٹنگ کی کچھ سرگرمیاں کاروبار کے شروع ہونے سے پہلے انجام دی جائیں گی اور اس کے اخراجات ماہانہ اخراجات کی بجائے کاروبار شروع کرنے سے پہلے کے اخراجات میں شمار ہوں گے۔ مارکیٹنگ کی جاری کوششوں کو ان کی تاثیر اور عصری کاروباری حالات کی تشکیل کے اندر مسلسل مطابقت کے لیے مانیٹر کیا جانا چاہیے۔ کاروباری ماحول کے حساب سے کاروبار کے پختہ ہونے کے ساتھ ہی حکمت عملی اور تدبیریں بہتر ہوتی جائیں گی۔

## مارکیٹنگ کی مواصلات

مواصلاتی حکمت عملی ایک کاروبار اور اس کے بازار کے درمیان رابطے کا کام کرتی ہے جو کہ موجودہ اور ممکنہ صارفین پر مشتمل ہوتی ہے۔ دوسرے گروپوں بشمول سٹاک ہولڈرز، سرکاری اداروں، (آئی آر ایس، اور دیگر انتظامی ادارہ جات) اور حتیٰ کہ مقامی کاروباری کمیونٹی کے ساتھ مواصلات ایک کاروبار اور اس کے تاثیر پر اثر انداز ہوتی ہیں۔ لہذا، کاروبار کی مجموعی فروخت اور منافع بخش مقاصد کے لیے مواصلاتی حکمت عملیوں کو احتیاط سے تیار کیا جانا چاہیے۔ مندرجہ ذیل سوالات ایک کاروبار کے لیے مارکیٹنگ کی مواصلاتی حکمت عملی تیار کرنے میں مشعل راہ کا کام کر سکتے ہیں۔

مارکیٹنگ کی  
مواصلات

- آپ اپنے متوقع بازار تک کیا پیغام پہنچانا چاہتے ہیں؟
- آپ کا پیغام آپ کی مصنوعہ/خدمت کے فوائد، اس کی خصوصیات، (قیمت کے مقابلے میں خواص)، حریفوں سے مقابلے، مصنوعہ / یا خدمت کو کیسے حاصل کرسکتے ہیں، آپ سے رابطہ کیسے کر سکتے ہیں وغیرہ کے بارے میں کیا معلومات دیتا ہے؟
- کیا یہ متوقع بازار کے لیے ایک کارآمد پیغام ہے (کیا یہ فوائد ان کے لیے اہمیت رکھتے ہیں)؟ خریداری کے فیصلے کا معیار کیا ہے؟ آیا کہ مختلف بازاروں کے لیے مختلف پیغامات کی ضرورت ہو گی (یعنی کہ ملٹی کلچرل مارکیٹنگ)؟
- کیا یہ پیغام مؤثر انداز میں پہنچایا گیا ہے؟ اس پیغام کو متوقع بازار تک پہنچانے کا بہتری وقت (دن، ہفتے، مہینے، سال یا کسی خاص ایونٹ کا وقت) کون سا ہے؟ مواصلات کے لیے بہترین ذریعہ (ٹیلی ویژن، ای میل، ڈائریکٹ میل، وغیرہ) کون سا ہے؟
- آپ اپنے پیغام کے ذریعے اپنے کاروبار کا کیسا عکس پیش کرنا چاہتے ہیں؟ آپ کون سا عکس بنانا چاہتے ہیں؟
- اپنے پیغام کے نتیجے میں آپ متوقع بازار سے کیا اقدام چاہتے ہیں (جیسے کہ آپ سے رابطہ کریں، آپ کے سٹور آئیں، اپوائنٹ منٹ سیٹ کریں، آپ کی ویب سائٹ وزٹ کریں، آرڈر کریں وغیرہ)؟
- مارکیٹنگ کی کون سی سرگرمیاں کارآمد ثابت ہوتی ہیں؟
- مارکیٹنگ کے اثرات کا جائزہ کیسے لیا جائے گا؟ کون کون سے اعمال کا سیلز پر مثبت اثر ہوتا ہے؟

ڈیزائن کا ایک اہم مقصد مختلف مارکیٹنگ پروگراموں اور سرگرمیوں میں ایک مستقل پیغام کو برقرار رکھنا ہے۔ پروگراموں کو ایک پیغام یا عکس پیش کرنے کے لیے تیار کیا جانا چاہیے۔ مثال کے طور پر، بچوں کا ایک سینئر اپنی خدمات کے ساتھ منسلک تعلیمی اجزاء پر زور دینا چاہے گا۔ لہذا متوقع بازار پری سکول بچوں کے والدین اور پرائمری کیئر دینے والے ہوں گے۔ اس طبقہ کے اہم فوائد میں مناسب طریقے سے تعلیم یافتہ عملے کے ساتھ ایک تسلیم شدہ پروگرام کے

ذریعے کنڈرگارٹن کی تیاری، ایک دستاویزی نصاب، والدین اور/یا سرپرستوں کے باہمی تعامل/مدد کے لیے کافی مواقع، اور سیکھنے کا ایک اچھا ماحول شامل ہوگا۔ مواصلاتی ذرائع میں مقامی علاقے کے اخبارات یا اردگرد کے خبرنامے میں اشتہارات شامل ہو سکتے ہیں۔ اپنے کاروبار سے متعلق سرکاری لوازمات پورے کر لینے سے اس بات کی بھی یقین دہانی ہو جاتی ہے کہ علاقائی یا قومی جائزہ بورڈ نے پروگرام کو قابل اعتبار قرار دیا ہے۔ ایک دوسرے کی مدد کرنے کے لیے اس علاقے میں بچوں کی دیکھ بھال کے دوسرے مرکز کے ساتھ شراکت کرنا بھی ممکن ہو سکتا ہے جو بچوں کی دیکھ بھال میں مہارت والا ادارہ ہو یا گرمیوں کے پروگرامز پیش کرنے والا ہو۔ تعلیمی پہلوؤں پر لاگت یا مقام کو ترجیح دینا صحیح نہیں ہوگا، حالانکہ ان نکات کا پری اسکول کے لیے کلائنٹ کے حتمی انتخاب پر کچھ اثر پڑ سکتا ہے۔

### مارکیٹنگ کے ذرائع

ایک کاروباری کی اپنے متوقع بازار میں تشہیر کرنے کے بہت سارے طریقے ہیں۔ ہر ایک کو قائل کرنے کی کوشش کرنے کی کوئی ضرورت نہیں ہے۔ کارکردگی مارکیٹنگ کی کامیابی کے لیے ایک اہم جزو ہے۔ ایک کاروباری شخص کو مارکیٹنگ ٹولز کا ہدف بازار کے حوالے سے اور مناسب مارکیٹنگ بجٹ کے اندر طے کرنا چاہیے۔ جہاں تک مناسب ہومارکیٹنگ کے مختلف طریقے بنائے جائیں، ان کا اطلاق اور مانیٹرنگ کی جائے۔ کیونکہ لوگ مختلف طریقوں (جیسا کہ سننا، دیکھنا یا کرنا) سے آگاہی حاصل کرتے ہیں، لہذا مختلف طریقے اپنانا اپنے پیغام کو پورے بازار میں پھیلانے میں مددگار ثابت ہوگا۔ مارکیٹنگ کے بہت سارے ذرائع استعمال کرنے سے ایک ہی پیغام نئی پریزنٹیشنز کے ذریعے بار بار پہنچایا جائے گا۔

### مارکیٹنگ کے ذرائع

مارکیٹنگ کے ذرائع پر مبنی مندرجہ ذیل فہرست (The McGraw-Hill Companies) کی اجازت سے شامل کی گئی ہے) رومن جی ہائٹنگ اور سکاٹ ڈبلیو کوپر کی کتاب How to Write a Successful Marketing Plan جس کے جملہ حقوق 1997 محفوظ ہیں سے ہے جسے NTC Business Books نے شائع کیا۔

### مارکیٹنگ کے ذرائع

- **مصنوعہ:** مصنوعہ ایک ایسی چیز ہوتی ہے جس کی صارفین یا ایک کاروبار سے دوسرے کاروبار کو بیچنے کے لیے متوقع بازار میں تشہیر کی جاتی ہے۔ ایسے کاروبار جو خدمات پیش کرتے ہیں ان کے لیے مصنوعہ ان کا وہ کام ہوتا ہے جس کا وہ پیسوں کے بدلے کرنے کا وعدہ کرتے ہیں۔
- **برینڈنگ:** برینڈنگ کا مطلب مصنوعہ، خدمت یا کمپنی کو نام دینا ہوتا ہے۔ ایک برینڈ یا نام وہ ٹھہر ہوتا ہے جسے صارفین آپ کی مصنوعہ کے ساتھ جوڑتے ہیں۔ یہی وجہ ہے کہ ایک برینڈ یا نام مصنوعہ کی پوزیشننگ اور اس کی خصوصیات کو صارف تک پہنچانے میں مدد دیتا ہے۔
- **پیکجنگ:** مصنوعات تیار کرنے والوں کے لیے پیکجنگ مصنوعہ کو محفوظ رکھتی ہے اور مصنوعہ کی خصوصیات اور عکس صارفین تک پہنچانے میں معاونت کرتی ہے۔ دکانداروں اور سروس فرموں کے لیے پیکجنگ ایک ایسی چیز ہے جس میں مصنوعہ رکھی ہوتی ہے اور کمپنی کے خواص اور عکس کی نمائندگی کرتی ہے۔
- **قیمت:** قیمت ایک مصنوعہ کی مالیاتی قدر ہے۔ مالیاتی قدر عام طور پر اس بات پر منحصر ہوتی ہے کہ متوقع بازار یا خریدار مصنوعہ کے لیے کیا قیمت دیں گے اور بیچنے والے یا کمپنی کو اس مصنوعہ کے لیے کیا قیمت وصول کرنی چاہیے کہ جس سے اخراجات کو پورا کر کے منافع کمایا جا سکے۔
- **پرسنل سیلنگ/خدمات:** ریٹیل اور سروس فرموں کے لیے پرسنل سیلنگ جسے اکثر "آپریشنز" کہا جاتا ہے، میں اسٹور، آفس، یا دیگر ماحول میں فروخت اور سروس سے متعلق تمام افعال شامل ہوتے

|  |  |
|--|--|
| <p>ہیں، جیسے گھر گھر جا کر، اندرون ملک فروخت، اور ٹیلی مارکیٹنگ۔ اس میں سیلز اہلکاروں کی خدمات حاصل کرنا اور ان کا انتظام کرنا،</p> <p>■ <b>ڈسٹری بیوشن:</b> ہم ڈسٹری بیوشن کو خریدنے والے کو فروغ دینا اور اس کے لیے مصروفی کی تیاری، جگہ کا</p> <p>ہیں کہ یہ اشیاء یا خدمات انتظام پورے مینڈیٹ میں رکھنے، اہلکاروں کی طرف سے فروغ دینا اور اس کے لیے مصروفی کی تیاری، جگہ کا منتقلی کا نام ہے۔ ڈسٹری بیوشن اس کا بہانہ اور پیکیج ہے جسے ان کے فروغ کے لیے، پرسنل بازار کو مصنوعات تک رسائی تک پہنچانے کے لیے طلب مینوفیکچررز کی جانب سے اپنی مصنوعات کی تجارت اور/یا درمیانی منڈیوں میں فروخت اور سروسنگ سے ہوتا ہے</p> <p>■ <b>پروموشن/ایوشن:</b> پروموشن اور ایوشن کے لیے جو اصرار ہے اسے توجہ دینا اور اس کے ذرائع کے جس سے کہ متوقع بازار اچھے منڈیوں تک پہنچانے کے لیے جو توجہ دینا اور اس کے ذرائع کے جس سے کہ متوقع بازار اچھے منڈیوں تک پہنچانے کے لیے جو توجہ دینا اور اس کے ذرائع کے</p> <p>طرح یا تو شارٹ-ٹرم میں (مدیرانہ ذمہ داریوں سے) نیا یا پھر منڈیوں کے لیے کہ ای-کامرس بھی کہا جاتا ساتھ وابستگی پیدا ہو جائی ہے۔ اس کے لیے جو توجہ دینا اور اس کے ذرائع کے جس سے کہ متوقع بازار اچھے منڈیوں تک پہنچانے کے لیے جو توجہ دینا اور اس کے ذرائع کے</p> <p>کے مقاصد شارٹ ٹرم ہوتے ہیں۔</p> |  |
| <p>■ <b>تشہیری پیغام:</b> تشہیری پیغام ان ابلاغ پر مشتمل ہوتا ہے جو اجرتی میڈیا (ٹیلی ویژن، ریڈیو، میگزین، اخبارات، اور ڈائریکٹ میل وغیرہ) کے ذریعے لوگوں کو مطلع اور قائل کرتا ہے۔</p> <p>■ <b>تشہیری میڈیا:</b> تشہیری میڈیا اشتہارات کے لوگوں تک پہنچانے کا ذریعہ ہیں۔ تشہیری پیغام وہ پیغام ہوتا ہے جو کہ لوگوں تک پہنچانا ہوتا ہے جبکہ تشہیری میڈیا وہ ذریعہ ہوتا ہے جس کے ذریعے یہ پیغام</p>   |  |

مارکیٹنگ کے ذرائع

پہنچایا جاتا ہے۔

■ **مرچنڈائزنگ:** مرچنڈائزنگ کمپنی اور/یا مصنوعہ کی ذرائع ابلاغ کے بغیر متوقع بازار کے ساتھ کمیونیکیشن ہوتی ہے۔ یہ وہ طریقہ ہے جو پروڈکٹ اور پروموشنل معلومات کو پہنچانے کے لیے استعمال ہوتا ہے۔ مرچنڈائزنگ آپ کی کمپنی کے بارے میں ایک بصری اور/یا تحریری بیان میڈیا کے علاوہ، فردا فردا ذاتی مواصلت کے ساتھ یا اس کے بغیر دیتی ہے۔ مرچنڈائزنگ میں بروشر، سیل شیٹیں، پروڈکٹ ڈسپلے، ویڈیو پریزنٹیشنز، بینر، ٹریڈ شو، ٹیبل ٹینٹ، یا کوئی بھی ایسا ذریعہ جو کہ مصنوعہ کی خصوصیات، پوزیشننگ، قیمتیں، یا پروموشن کی معلومات پہنچانے میں کام آئے شامل ہیں۔

■ **تشہیر:** تشہیر مواصلات کا ایسا بلامعاوضہ ذریعہ ہے جو کہ متوقع بازار میں آگاہی پیدا کرنے اور آپ کی مصنوعہ یا فرم کے لیے مثبت خیالات پیدا کرنے میں معاون ہوتا ہے۔ تشہیر سے آپ کی مصنوعہ یا فرم کو وہ فوائد حاصل ہوتے ہیں جو کہ مارکیٹنگ کے کسی دوسرے ذریعے میں آپ کو دیکھنے کو نہیں ملیں گے۔ چونکہ تشہیر میں غیر تجارتی مواصلات استعمال ہوتی ہیں اس لیے یہ جواز کی ایک ایسی جہت کا اضافہ کرتی ہے جو اشتہارات میں نہیں مل سکتی۔ آپ کو اس بات کا اندازہ ہونا چاہیے کہ آپ کی مصنوعہ کے لیے ایڈیٹوریل سپیس اور وقت تعلقات عامہ کا صرف ایک حصہ ہیں۔ تعلقات عامہ کسی تنظیم کے لیے خیر سگالی پیدا کرنے سے متعلق ہے، نہ صرف مختصر مدت کے لیے، بلکہ طویل مدتی عوامی رائے کے معاملات کے حوالے سے بھی۔

## مارکیٹنگ کے ذرائع

اس بات کو مد نظر رکھیں کہ مارکیٹنگ کے آلات کا تعین ایک مخصوص کاروبار اور اس کے محل وقوع کو مدنظر رکھتے ہوئے کیا جانا چاہئیے؛ لہذا لازمی نہیں ہے کہ مندرجہ بالا فہرست میں شامل ہر آلہ کار ہر ایک کاروبار کے لیے کارآمد ثابت ہو۔ ان میں سے کچھ متوقع بازار، کاروبار کی قسم اور حریفوں کے حساب سے دوسروں کی نسبت زیادہ مؤثر ثابت ہوں۔ مارکیٹنگ کے آلات کا تعین کرتے ہوئے تسلسل برقرار رکھنے کے مقصد کو مدنظر رکھیں۔ جہاں میڈیا مؤثر ثابت ہو وہاں عام طور پر پیغامات مؤثر نہیں ہوتے۔

چونکہ ایک کاروبار جن حالات میں چل رہا ہوتا ہے وہ ہمیشہ ایک جیسے نہیں رہتے لہذا صارفین میں آگاہی برقرار رکھنے کے لیے وقتاً فوقتاً مارکیٹنگ کی حکمت عملی کو بہتر بنایا جاتا رہنا چاہئیے۔ بازاری تحقیق جس سے کہ مسابقت، صارفی ٹرینڈز، اور صارفین کی رائے اور وہ مصنوعہ سے کس حد تک مطمئن ہیں یہ معلومات حاصل ہوں اس سے ایک کاروبار کو بازار کے ساتھ چلنے میں مدد ملے گی۔ اس طرح کی معلومات بازار کے طبقات میں تقسیم، مصنوعہ کی پوزیشننگ، نئی مصنوعہ کی تیاری اور مارکیٹنگ کی دیگر حکمت عملیاں بنانے میں مفید ثابت ہوں گی۔ مارکیٹنگ کی قیمتیں، بشمول تشہیر، پروموشنل ایونٹ، مرچنڈائزنگ، ریسرچ، کمشن، اور سیلز کے دیگر اخراجات کاروبار کو چلانے کے اخراجات میں شمار کرنے چاہئیں۔ یہ سب سرگرمیاں بازار میں وجود برقرار رکھنے کے لیے ضروری ہوتی ہیں لہذا مارکیٹنگ کا منصوبہ بناتے وقت ان سب کو لازمی مدنظر رکھنا چاہئیے۔

اپنی انویسٹمنٹ پر خاص کر مارکیٹنگ سے حاصل ہونے والی آمدن کا حساب لگانا اور اپنے پاس محفوظ رکھنا ضروری ہے۔ اس طرح مالک کے پاس اس بات کا ریکارڈ ہو گا کہ کون سی مہمات کامیاب ہوئیں اور کون سی ناکام جس سے کہ وہ نئے پیدا ہونے والے پیٹرن کو جان سکتا ہے۔ ظاہری سی بات ہے کہ مارکیٹنگ کے منصوبے بنانے سے پہلے کون سے طریقے کام کر رہے ہیں اور اپنے وقت اور پیسے کو کہاں صرف کرنے سے فائدہ حاصل ہو گا یہ سب معلومات رکھنا اہمیت کا حامل ہے۔ اپنے صارفین اور سرگرمیوں کی بنیاد بنانے سے شروعات کریں اور مارکیٹنگ کی تمام سرگرمیوں، ایونٹ، تشہیر، اور ہر ایک پر کتنا پیسہ خرچ ہوا اس سب کا ریکارڈ رکھیں۔ اضعافے کا پتہ لگانے کے لیے شروع میں ہونے والی سیلز اور صارفین کا حساب رکھیں۔ آپ اس بات کا بھی حساب لگا سکتے ہیں کہ پروموشن یا اس ایونٹ کو تیار کرنے میں ملازمین نے کتنے گھنٹے کام کیا۔ یہ بات بھی مفید ہے کہ صارفین کو اس کے لیے ایک

---

جملہ یا ایونٹ کا نام دے دیں جس سے کہ وہ اسے مخاطب کر سکیں (یا پھر آپ اپنے کسٹمر سروس کے نمائندے کے ذریعے صارف سے پوچھ سکتے ہیں کہ انہوں نے اس ایونٹ کے بارے میں کیسے اور کہاں سے جانا۔ یہ جاننا بھی اہم ہے کہ ایسی سرگرمیاں جن پر کام زیادہ اور ان سے حاصل ہونے والی آمدن کم ہو ان کے مقابلے میں ایسی سرگرمیاں کون سی ہیں جن سے کہ آمدن زیادہ ہوتی ہے ان معلومات کے حساب سے پھر آپ اپنے مارکیٹنگ کے منصوبے تشکیل دے سکتے ہیں۔ اگر آپ کو اپنے مارکیٹنگ کے منصوبے تشکیل دینے میں مدد درکار ہے تو اپنے قریبی SBDC دفتر میں اپوائنٹ منٹ سیٹ کریں۔

# باب سوئم: مالیاتی امکانات

[www.georgiasbdc.org](http://www.georgiasbdc.org)

آیا کہ آپ کی نئی مصنوعہ یا خدمت کے لیے متوقع بازار موجود ہے اس بات کا تعین کرنے کے بعد اگلا مرحلہ اس مہم کی مالیاتی امکانات کا تعین کرنا ہوتا ہے۔ اس تخمینے میں ایک کاروبار کو شروع کرنے (ایک بار ہونے والا خرچہ) کے لیے درکار رقم اور جب تک وہ کاروبار اپنے اخراجات پورے کرنے کے قابل نہیں ہو جاتا تب تک اس کے لیے درکار رقم کا تعین کرنا شامل ہوتا ہے۔ اس تشخیص کا آخری مرحلہ یہ طے کرنا ہوگا کہ آیا آگے جا کر حاصل ہونے والا منافع اتنا ہوگا کہ اس مقام تک پہنچنے کے لیے درکار وقت اور محنت صرف کی جاسکتی ہے۔

آغاز کے مرحلے میں ایک کاروبار کے لیے منافع بخش ہونے کی نسبت اپنے اخراجات پورے کرنے تک کا سرمایہ ہونا زیادہ ضروری ہوتا ہے۔ جبکہ طویل مدت میں ایک کاروبار کے لیے اپنے اخراجات پورا کرنے کے ساتھ ساتھ منافع دینا بھی ضروری ہوتا ہے۔

### کاروبار شروع کرنے کی لاگت کا تخمینہ

اس مرحلے کا پہلا قدم صارفین کے لیے کاروبار کے دروازے کھول کر اپنی خدمات پیش کرنے سے پہلے جو چیزیں درکار ہیں ان کی فہرست تیار کرنا ہے۔ اس فہرست میں تمام بڑے اثاثہ جات جیسا کہ زمین، بلڈنگ، انوینٹری، سازوسامان، اور کرایہ پر حاصل کردہ اشیاء شامل ہوں۔ کاروبار کو چلانے کے اخراجات کا بھی حساب لگایا جائے۔ اس گائیڈ کے اگلے صفحات پر موجود فارموں میں ایک کاروبار کو شروع کرنے کے لیے درکار سرمایہ کا تخمینہ لگانے کے لیے درکار معلومات درج ہیں۔

"کاروبار کو شروع کرتے وقت درکار سرمایہ" نامی فارم میں نئے کاروبار کو شروع کرتے ہوئے ایک کاروباری شخص کا جن اخراجات سے پالا پڑتا ہے ان کا تذکرہ ہے۔ اس فارم کو آپ اپنے کاروبار کے حساب سے تبدیل کرسکتے ہیں۔ تمام بڑے اخراجات کے حساب سے تین بار تخمینہ لگائیں۔

بہت سے کاروباری حضرات یہ سمجھتے ہیں کہ کاروبار شروع کرنے کے لیے بس کاروبار کو شروع کرنے کے اخراجات ہونا ہی کافی ہوتا ہے۔ لیکن ایسا نہیں ہے۔ اپنا کاروبار شروع کرنے کے بعد اس کو جاری رکھنے کے لیے درکار سرمایہ ہونا بھی ضروری ہوتا ہے۔ یہ اضعافی سرمایہ جسے کہ "ورکنگ کیپیٹل" یا "اوپرٹنگ کیپیٹل" کہا

جاتا ہے یہ وہ سرمایہ ہوتا ہے جو کہ ایک کاروبار کے روزانہ کے اخراجات پورے کرنے کے لیے درکار ہوتا ہے۔ جب تک کہ ایک کاروبار اپنے اخراجات پورے کرنے کے قابل نہیں ہو جاتا تب تک ورکنگ کیپیٹل دیگر ذرائع سے حاصل کرنا ہو گا (جیسا کہ پرسنل، لون وغیرہ)۔

ورکنگ کیپیٹل کا ایک اہم جزو اجرتی ادائیگیاں بشمول مالک اور ملازمین کی تنخواہ ہیں۔ "ماہانہ ذاتی اخراجات" نامی فارم تنخواہوں کے حساب میں معاونت کرے گا۔ ابھی آپ نے یہ مان کر حساب نہیں لگانا کہ آپ ماضی سے زیادہ کفایت شعاری کا مظاہرہ کریں گے۔ اخراجات کا حساب حقیقت پر مبنی ہونا چاہئیے بلکہ ہو سکے تو آپ کو جتنی رقم درکار ہو اس زیادہ کا اندازہ لگائیں۔ بالفاظ دیگر اگر آپ کے فون کا بل 100 اور 150 ڈالر فی مہینہ تک آ سکتا ہے تو پھر آپ نے 150 کا تخمینہ لگانا ہے۔ اس مشورے پر عمل کرنے سے آپ کے گھریلو اخراجات کے لیے رقم کم نہیں پڑے گی۔

کاروبار کو شروع کرتے وقت درکار سرمایہ

اکاؤنٹنگ کی فیس.....\$ \_\_\_\_\_

قانونی معاملات کے لیے فیس.....\$ \_\_\_\_\_

آرکیٹیکچرل فیس.....\$ \_\_\_\_\_

دیگر پیشہ ورانہ فیسیں.....\$ \_\_\_\_\_

لائسنس اور پرمٹ.....\$ \_\_\_\_\_

یوٹیلیٹی ڈیپازٹ.....\$ \_\_\_\_\_

کرایہ کی مد میں اخراجات.....\$ \_\_\_\_\_

زمین.....\$ \_\_\_\_\_

بلڈنگ.....\$ \_\_\_\_\_

جگہ کی تیاری.....\$ \_\_\_\_\_

ٹیلی فون کے اخراجات.....\$ \_\_\_\_\_

سازوسامان.....\$ \_\_\_\_\_

فرنیچر اور دیگر سازوسامان.....\$ \_\_\_\_\_

فرنیچر اور دیگر سازوسامان کو لگانے کے اخراجات.....\$ \_\_\_\_\_

کاروبار شروع کرنے  
کی لاگت کا تخمینہ

|          |  |
|----------|--|
| _____ \$ |  |
| _____ \$ | انوینٹری                                       |
| _____ \$ | آفس کی سپلائیز                                 |
| _____ \$ | آپرٹنگ سپلائیز                                 |
| _____ \$ | کاروبار شروع کرنے سے پہلے کی تشہیر اور پروموشن |
| _____ \$ |  |
| _____ \$ | دیگر   |
| _____ \$ | کل درکار سرمایہ                                |

کاروبار شروع کرنے کی  
لاگت کا تخمینہ

ماہانہ ذاتی اخراجات

|          |                                  |
|----------|----------------------------------|
| _____ \$ | گھریلو اخراجات.....              |
| _____ \$ | گھر کی قسط یا کرایہ.....         |
| _____ \$ | مرمت یا دیکھ بھال کی مد میں..... |
| _____ \$ | انشورنس.....                     |
| _____ \$ | سیکیورٹی.....                    |
| _____ \$ | حشرات سے حفاظت.....              |
| _____ \$ | بجلی.....                        |
| _____ \$ | گیس.....                         |
| _____ \$ | پانی.....                        |
| _____ \$ | گھر کا فون.....                  |
| _____ \$ | انٹرنیٹ کی فیس.....              |
| _____ \$ | کیبل کا بل.....                  |
| _____ \$ | لان کی دیکھ بھال کا خرچ.....     |
| _____ \$ | پراپرٹی ٹیکس.....                |
| _____ \$ | خوراک.....                       |
| _____ \$ | کپڑے.....                        |
| _____ \$ | میڈیکل انشورنس.....              |
| _____ \$ | میڈیکل کے اخراجات.....           |
| _____ \$ | گھریلو اخراجات.....              |
| _____ \$ | تفریح.....                       |

|          |                             |
|----------|-----------------------------|
| _____ \$ | کریڈیٹ کارڈ نمبر 1          |
| _____ \$ | کریڈیٹ کارڈ نمبر 2          |
| _____ \$ | سفر                         |
| _____ \$ | چارجز/سبسکریپشن چارجز وغیرہ |
| _____ \$ | کنٹریبیوشنز                 |
| _____ \$ | متفرق اخراجات               |
| _____ \$ | دیگر                        |
| _____ \$ | دیگر                        |

کاروبار شروع کرنے  
کی لاگت کا تخمینہ

ماہانہ ذاتی اخراجات (جاری ہے)

گاڑی کے اخراجات.....\$ \_\_\_\_\_

قرض کی ادائیگی نمبر 1.....\$ \_\_\_\_\_

قرض کی ادائیگی نمبر 2.....\$ \_\_\_\_\_

انشورنس 1.....\$ \_\_\_\_\_

انشورنس 2.....\$ \_\_\_\_\_

دیکھ بھال اور مرمت.....\$ \_\_\_\_\_

فیول.....\$ \_\_\_\_\_

ٹیگز.....\$ \_\_\_\_\_

کل ماہانہ اخراجات.....\$ \_\_\_\_\_

منفی.....\$ \_\_\_\_\_

دیگر ذرائع سے حاصل ہونے والی آمدن.....\$ \_\_\_\_\_

مساوی ہے.....\$ \_\_\_\_\_

کاروبار میں سے ادا کردہ روزمرہ کے اخراجات.....\$ \_\_\_\_\_

جمع.....\$ \_\_\_\_\_

www.georgiasbdc.org

|  |
|--|
| _____ \$..... (وفاقی، صوبائی، اور مقامی) |
| _____ \$..... مساوی ہے                   |
| _____ \$..... کم سے کم اجرت              |

کم از کم اجرت جس کہ اوپر والے فارم میں حساب لگایا گیا ہے اسے اگلے فارم (ایک ماہ کے کاروباری اخراجات) میں استعمال کیا جائے گا۔ یہ فارم ایک کاروبار کے کو رواں دواں رکھنے کے لیے درکار رقم کا تخمینہ لگانے میں مددگار ثابت ہو گا۔ کاروبار کے اخراجات کا فارم ایک کاروبار کو شروع کرنے کے لیے درکار سرمایہ کا تخمینہ لگانے کے لیے ایک شروعاتی نقطہ ہوتا ہے۔ چونکہ سیلز کا حجم کچھ اخراجات پر بھی اثر انداز ہوتا ہے لہذا ایک اوسط مہینے کے لحاظ سے سیلز کے حجم اور پھر اسی کے لحاظ سے مصنوعات کی انویٹری فرض کر لیں۔

ایک مہینے کے کاروباری اخراجات

مالک کی تنخواہ (ماہانہ ذاتی اخراجات کا فارم دیکھیں) \$.....

ملازمین کی تنخواہ \$.....

تنخواہ پر ٹیکس \$.....

تشہیر/مارکیٹنگ \$.....

اکاؤنٹنگ/قانون معاملات کے لیے فیسیں \$.....

مٹیریل یا انونٹری (ایک اوسط مہینے کی سیلز فرض کر لیں) .....

کاربار کو رواں دواں رکھنے کے لیے درکار سازوسامان \$.....

آفس کا سازوسامان \$.....

کرایہ \$.....

کرایہ پر لیا گیا سازوسامان \$.....

یوٹیلیٹیز \$.....

ٹیلی فون/سیل فون \$.....

قرض کی ادائیگی (بشمول سود) \$.....

انشورنس \$.....

|          |  |
|----------|--|
| _____    | _____  |
| _____ \$ | ٹیکس اور لائسنس.....   |
| _____    | _____  |
| _____ \$ | دیکھ بھال اور مرمت.....  |
| _____    | _____  |
| _____ \$ | بینک کی فیس / کریڈیٹ کارڈ کی فیس (ماہانہ سیلز کے لحاظ سے)..... |
| _____    | _____  |
| _____ \$ | سیکیورٹی فیس.....  |
| _____    | _____  |
| _____ \$ | دیگر.....  |
| _____    | _____  |
| _____ \$ | ایک ماہ کے لیے کاروبار کے کل اخراجات.....                      |
| _____    | _____  |

کاروبار شروع کرنے  
کی لاگت کا تخمینہ

کاروبار شروع کرنے  
کی لاگت کا تخمینہ

"کاروبار کو شروع کرنے کے اخراجات" اور "کاروبار کے ایک ماہ کے اوسط اخراجات" طے کرنے کے بعد ایک کاروبار کو شروع کرنے کے لیے درکار سرمایہ کا تخمینہ لگانے کے لیے جنرل رول آف تھمب کا اطلاق کریں۔ ایک کاروبار کے لیے آپ کے پاس اس کے تین سے نو ماہ تک کے اخراجات کی رقم کا موجود ہونا ضروری ہے جس کا انحصار کاروبار کی نوعیت اور اس کے متوقع کیش فلو پر ہے۔ نیچے دیئے گئے ٹیبل میں، کاروبار کے ماہانہ اخراجات کے فیکٹر کو اتنے مہینوں کے ساتھ ضرب دیں جو ایک کاروبار کو اپنے ماہانہ اخراجات سے زیادہ ماہانہ آمدن حاصل کرنے میں لگیں گے۔

کاروبار شروع کرتے وقت درکار اخراجات.....\$ \_\_\_\_\_

جمع

کاروبار کے ایک ماہ کے اخراجات ضرب (3 سے 9 ماہ).....\$ \_\_\_\_\_

برابر ہے

اندازا درکار سرمایہ.....\$ \_\_\_\_\_

اپنے منصوبوں کو مزید آگے بڑھانے سے پہلے اب آپ آپ کے پاس جو سرمایہ موجود ہے اور جو سرمایہ آپ حاصل کر سکتے ہیں اس کا کاروبار کو شروع کرنے کے لیے درکار سرمایہ کے ساتھ موازنہ کریں۔ اگر آپ اپنی اس مہم کے لیے بیرونی ذرائع سے سرمایہ حاصل کرنا چاہتے ہیں تو اس گائیڈ کا باب نمبر 5 اس بارے میں کچھ اہم معلومات فراہم کرتا ہے۔

## مالیاتی تخمینہ جات

ابتدائی اخراجات کا حساب لگانے کے بعد، معاشی فزیبلٹی کا تعین کرنے کا اگلا مرحلہ معاشی تخمینہ جات تیار کرنا ہے۔ ان تخمینہ جات میں اس بات کا پتہ چلے گا کہ یہ کاروبار کتنا منافع کمانے کی صلاحیت رکھتا ہے۔ بیلنس شیٹیں، آمدنی کے تخمینہ جات، اور نقدی کے بہاؤ کے گوشوارے ایک نئے کاروبار کے لیے رپورٹ کارڈ کا کام کرتی ہیں۔ معاشی تخمینہ جات سے اس بات کا پتہ چلے گا کہ ایک کاروبار منافع کی شرح کے حساب سے، لیکوئڈٹی (دستیاب رقم) کے حساب سے، اور سالوینسی (قرضہ جات کی ادائیگی کی صلاحیت) کے لحاظ سے کس حد تک کامیاب ہے۔

### بیلنس شیٹ

بیلنس شیٹ ایک سیدھا سا نظریہ ہے۔ اس کا خلاصہ اکاؤنٹنگ کی مساوات  $Assets = Liabilities + Owner's Equity$  میں پیش کیا جا سکتا ہے۔ مثال کے طور پر ایک کاروبار 100,000 ڈالر کی بلڈنگ میں چل رہا ہے۔ 20,000 ڈالر کی نقد ادائیگی کی گئی جس سے کہ 80,000 ڈالر رہن میں چلے گئے۔ اسے بیلنس شیٹ کے لیے اکاؤنٹنگ فارمولا میں اس طرح لکھیں گے کہ 100,000 ڈالر ایسٹ (اثاثہ جات)، 80,000 ڈالر لائی ایبلٹی، اور 20,000 مالک کی ز ایکوئٹی (مالک کی ملکیت) میں ہوں گے۔ کل اثاثہ جات میں سے مالک کی ملکیت وہ اثاثہ جات ہیں جو مالک کی ملکیت ہیں، جبکہ لائی ایبلٹی وہ اثاثہ جات ہیں جن کے عوض رقم ادا کرنا باقی ہے۔

بیلنس شیٹ ایک مخصوص وقت میں ایک کاروبار کی حالت کی نمائندگی کرتی ہے لہذا یہ ایک کاروبار کی معاشی صحت کا عکس پیش کرتی ہے۔ بیلنس شیٹ کے اجزاء کی تعریف درج ذیل ہے:

### ایسٹ (اثاثہ):

کوئی بھی ایسی شے ہو سکتی ہے جو کہ اپنی ایک قدر رکھتی ہو اور آپ کے کاروبار کے کام آسکتی ہو۔ عام طور پر اثاثہ جات کو موجودہ، مقررہ یا دیگر کی کیٹیگریوں میں تقسیم کیا جاتا ہے۔ موجودہ اثاثہ جات ایسے اثاثہ جات ہوتے ہیں جنہیں 12 ماہ کے سائیکل کے اندر اندر کیش میں تبدیل کیا جا سکے۔ سب سے عام موجودہ اثاثہ جات میں کیش، اکاؤنٹ ریسیوو ایبل، اور انونٹری شامل ہیں۔ مقررہ اثاثہ جات بشمول سازوسامان، فرنیچر، زمین اور بلڈنگ، وہ اثاثہ جات ہوتے ہیں جو کہ ایک سال سے زائد استعمال ہوں گے۔ دیگر

اٹاٹہ جات وہ اٹاٹہ جات ہوتے ہیں جو کہ موجودہ اور مقررہ کی کیٹگری سے الگ ہوتے ہیں جیسا کہ رجسٹریاں اور گڈ ول۔

**لائی ایبلٹیز:** لائی ایبلٹیز وہ قرضہ جات ہوتے ہیں جو کہ کاروبار کی وجہ سے چڑھتے ہیں اور دوسروں کو ادا کرنے ہوتے ہیں۔ لائی ایبلٹیز موجودہ اور طویل مدتی دونوں طرح کی ہو سکتی ہیں۔ ایک موجودہ لائی ایبلٹی وہ ہوتی ہے جسے کہ 12 ماہ کے دورانیے کے اندر ادا کرنا ہوتا ہے۔ موجودہ لائی ایبلٹیز کی مثالوں میں اکاؤنٹ کی فیسیں، ٹیکس، اور آپ کے طویل مدت کے قرض کا موجودہ حصہ شامل ہوتے ہیں۔ ایک طویل مدتی لائی ایبلٹی وہ ہوتی ہے جسے ادا کرنے کا وقت ایک سال سے زائد ہو۔ طویل مدت کی لائی ایبلٹیز میں ربن، نوٹس پے ایبل، سازوسامان کا قرض، اور شیئر ہولڈرز کے قرضہ جات شامل ہوتے ہیں۔

### مالیاتی تخمینہ جات

**اونرز ایکوٹی:** اونرز ایکوٹی کاروبار میں ابتدائی سرمایہ کاری، کاروبار کی طرف سے کی جانے والی کوئی بھی کمائی جو کاروبار میں ہی ضم ہو جائے (برقرار آمدنی)، اور کاروبار میں کوئی اضافی سرمایہ کاری کا نام ہے۔

مثالی بیلنس شیٹ میں دکھایا گیا ہے کہ ایک کاروبار کو شروع کرنے کے لیے پیسہ کہاں سے آیا اور کیسے استعمال کیا گیا۔ اگلا فارم آپ کی بیلنس شیٹ کی بنیاد ہے۔ یہ فارم ایک عام سی مثال ہے؛ اس میں اپنے کاروبار کی مخصوص ضروریات اور پیچیدگی کے مطابق تبدیلیاں کر لیں۔ آپ کا کاروبار پہلے دن میں جیسا ہو گا اس حساب سے بیلنس شیٹ کو پُر کریں۔ اس مشق میں یہ پتہ چلے گا کہ اس ابتدائی وقت میں کاروبار کے پاس کیا کچھ ہو گا اور اسے کیا کچھ ادا کرنا ہو گا۔

| ایس بی ڈی سی "آر" گفٹ شاپ     |                               | مالیاتی تخمینہ جات      |                              |
|-------------------------------|-------------------------------|-------------------------|------------------------------|
| تاریخ XXXXX                   |                               |                         |                              |
| لائی ایبلٹیز اور ایکوٹی       |                               | اثاثہ جات               |                              |
| <u>موجودہ لائی ایبلٹیز</u>    |                               | <u>موجودہ اثاثہ جات</u> |                              |
| 12.000                        | اکاؤنٹ پے ایبل                | 5000                    | کیش                          |
| 300                           | سیلز ٹیکس                     | 3000                    | اکاؤنٹس ریسیووایبل           |
| 4000                          | موجودہ پورشن/طویل مدتی قرضہ   | 50.000                  | انوینٹری                     |
| <b>16.000</b>                 | <b>کل موجودہ لائی ایبلٹیز</b> | <b>58.000</b>           | <b>ٹوٹل موجودہ اثاثہ جات</b> |
| <u>طویل مدتی لائی ایبلٹیز</u> |                               | <u>مقررہ اثاثہ جات</u>  |                              |
| 30.000                        | سازوسامان کی رجسٹریاں         | 15.000                  | سازوسامان                    |
| 46.300                        | <b>کل لائی ایبلٹیز</b>        | 50.000                  | فرنیچر اور دیگر سازوسامان    |
|                               |                               | 30.000                  | لیس اکمولیٹیڈ ڈیپریسی ایشن   |
|                               |                               | <b>35.000</b>           | <b>کل مقررہ اثاثہ جات</b>    |
| <u>اونرز ایکوٹی</u>           |                               |                         |                              |
| 20.000                        | مالک کی سرمایہ کاری           |                         |                              |
| 26.700                        | ضم کی گئی آمدن                |                         |                              |
| <b>46.700</b>                 | <b>کل اونرز ایکوٹی</b>        |                         |                              |

---

|        |                                       |        |              |
|--------|---------------------------------------|--------|--------------|
| 93.000 | کل لائی ایبلٹیز اور اونرز<br>ایکوئیٹی | 93.000 | کل اثاثہ جات |
|--------|---------------------------------------|--------|--------------|

آپ کے کاروبار کا نام

تاریخ XXXXX

لائی ایبلٹیز اور ایکوٹی

اثاثہ جات

موجودہ لائی ایبلٹیز

موجودہ اثاثہ جات

\_\_\_\_\_ اکاؤنٹ پے ایبل

\_\_\_\_\_ کیش

\_\_\_\_\_ سیلز ٹیکس

\_\_\_\_\_ اکاؤنٹس ریسیووایبل

\_\_\_\_\_ موجودہ پورشن / طویل

\_\_\_\_\_ انویٹری

مدتی قرضہ

\_\_\_\_\_ کل موجودہ لائی

\_\_\_\_\_ ٹوٹل موجودہ اثاثہ

ایبلٹیز

جات

طویل مدتی لائی

مقررہ اثاثہ جات

ایبلٹیز

\_\_\_\_\_ سازوسامان کی

\_\_\_\_\_ سازوسامان

رجسٹریاں

\_\_\_\_\_ کل لائی ایبلٹیز

\_\_\_\_\_ فرنیچر اور دیگر

سازوسامان

\_\_\_\_\_ لیس اکمولیٹیڈ

ڈیپریسی ایشن

\_\_\_\_\_ کل مقررہ اثاثہ جات

اونرز ایکوٹی

\_\_\_\_\_ مالک کی سرمایہ کاری

|       |                           |       |              |
|-------|---------------------------|-------|--------------|
| _____ | ضم کی گئی آمدن            |       |              |
| _____ | کل اونرز ایکوئیٹی         |       |              |
| _____ | کل لائی ایبلٹیز اور اونرز | _____ | کل اثاثہ جات |
|       | ایکوئیٹی                  |       |              |

مالیاتی تخمینہ جات

آمدنی کا گوشوارہ:

آمدنی کا گوشوارہ ایک مخصوص دورانیہ میں ایک کاروبار کے منافع یا نقصان کی شرح کو ظاہر کرتا ہے۔ آمدنی کا گوشوارہ مختلف دورانیوں کے لیے ہو سکتا ہے لیکن عام طور پر یہ ماہانہ، سہ ماہی یا سالانہ ہوتی ہے۔ آمدنی کا گوشوارہ ایک مخصوص دورانیہ میں ایک کاروبار کی آمدن (حاصل ہونے والی رقم) اور اخراجات (خرچ ہونے والی رقم) پر تفصیلات فراہم کرتی ہے۔ آمدن کے گوشوارے کے عام اجزاء مندرجہ ذیل ہیں۔

**آمدن:** یہ وہ رقم ہوتی ہے جو ایک کاروبار کو اپنی مصنوعات یا خدمات کے عوض حاصل ہوتی ہے۔ اکاؤنٹنگ کا منتخب کردہ طریقہ اس بات کا تعین کرتا ہے کہ کون سے مہینے کا ریونیو آمدنی کے گوشوارے پر آئے گا۔ (اکاؤنٹنگ کے طریقہ کار اس گائیڈ بک کے باب نمبر 7 میں تفصیل سے دیئے گئے ہیں)۔ جب نقدی کے طریقہ کار کو استعمال کر رہے ہوں تو پھر آمدن کا حساب اس وقت سے لگایا جاتا ہے جب اصل میں رقم وصول ہوئی۔ اضعافہ پذیری کے طریقے میں آمدن کا حساب اس وقت سے لگایا جاتا ہے جب کمائی کا عمل مکمل ہو چکا ہو چاہے کیش وصول ہوئی ہو یا نہ ہوئی ہو۔ ایک سرٹیفائیڈ پبلک اکاؤنٹنٹ اس بات کا تعین کرنے میں معاون ثابت ہو سکتا ہے کہ آپ کے کاروبار کے لیے کون سا طریقہ بہترین ہے۔

**فروخت کردہ اشیاء کی لاگت:** یہ وہ مصنوعات ہیں جو کہ ایک مخصوص وقت کے اندر آپ کے کاروبار نے فروخت کیں۔ لازمی نہیں کہ یہ اس مخصوص وقت کے اندر خریدی گئی مصنوعات ہوں چونکہ آپ کی انویٹری میں پچھلے دورانیے کے دوران خریدی گئی مصنوعات بھی بچی ہوئی پڑی ہو سکتی ہیں۔ مزید یہ کہ ضروری نہیں ہے کہ اس مخصوص وقت میں بیچنے کے لیے دستاب ساری کی ساری مصنوعات بک بھی گئی ہوں۔ فروخت کردہ اشیاء کی لاگت کا تعین کرنے کا ایک سٹینڈرڈ فارمولا ہے جو کہ درج ذیل ہے:

ابتدائی انویٹری + خریداری (فروخت کے لیے دستیاب اشیاء) - بچ جانے والی انویٹری = فروخت کردہ اشیاء کی لاگت

**کل منافع:** آمدن میں سے اشیاء کی لاگت کو منفی کریں تو کل منافع حاصل ہوتا ہے۔ کل منافع خریداری اور قیمتوں کی شرح کا ایک اچھا آئینہ دار ہوتا ہے۔ قیمت انتہائی کم رکھنا یا مصنوعات انتہائی مہنگی خریدنا کل منافع کو متاثر کر سکتا ہے۔ موازنہ کرنے کے لیے انڈسٹری کے سٹینڈرڈ کو دیکھیں۔

## مالیاتی تخمینہ جات

**آپریٹنگ کے اخراجات:** یہ اخراجات اشیاء اور خدمات کی فروخت کے ذریعے آمدنی پیدا کرنے کے لیے فروخت کردہ اشیاء کی لاگت کے علاوہ ہیں۔ یہ اخراجات ایک جیسے بھی ہو سکتے ہیں اور ہر ماہ بدل بھی سکتے ہیں۔ متغیر اخراجات کا متغیر آمدن کے ساتھ بالواسطہ تعلق ہوتا ہے۔ جیسے جیسے آمدن بڑھتی ہے یہ اخراجات بھی بڑھتے ہیں اور جیسے جیسے آمدن کم ہوتی ہے یہ اخراجات بھی کم ہوتے ہیں۔ بدلتی ہوئی آمدن کا مقررہ اخراجات پر کوئی اثر نہیں پڑتا۔ بدلتے ہوئے اخراجات کی کچھ مثالیں کمشن اور کریڈیٹ کارڈ کی فیس ہیں۔ مقررہ اخراجات کی مثالوں میں کرایہ، تنخواہ، اور پروفیشنل فیس شامل ہیں۔

**آپریٹنگ پرافٹ:** کل منافع میں سے آپریٹنگ کے اخراجات کو منفی کرنے سے آپریٹنگ پرافٹ حاصل ہوتا ہے۔ آپریٹنگ منافع کاروبار کے دوران حاصل ہونے والا منافع ہے۔

**دیگر آمدن اور اخراجات:** دیگر آمدن اور اخراجات روزمرہ کے کام کاج کا حصہ نہیں ہوتے۔ دیگر آمدن کی مثالوں میں قابل فروخت سیکیورٹیز سے سود اور سرمایہ کاری پر حاصل کردہ منافع شامل ہیں۔ دیگر اخراجات کی ایک مثال قرض پر واجب الاداء سود ہے۔

**ٹیکس کی ادائیگی سے پہلے خالص منافع:** آپریٹنگ پرافٹ میں سے دیگر آمدن اور اخراجات کو منفی کرنے سے ٹیکسوں کی ادائیگی سے پہلے کا خالص منافع حاصل ہوتا ہے۔

www.georgiasbdc.org

**خالص منافع:** ٹیکس کی ادائیگی سے پہلے والے خالص منافع میں سے ٹیکس کو منفی کرنے سے خالص منافع حاصل ہوتا ہے۔

اگلے صفحے پر آمدنی کے گوشوارے کا نمونہ دیا گیا ہے۔

| آمدنی کا گوشوارہ   |                           |
|--------------------|---------------------------|
| 150,000            | آمدن                      |
|                    | فروخت کردہ اشیاء کی قیمت  |
| 70,000             |                           |
|                    | کل منافع                  |
| 80,000             |                           |
| آپریٹنگ کے اخراجات |                           |
|                    | اکاؤنٹنگ کی فیس           |
| 250                |                           |
| 4500               | تشہیر                     |
|                    | بینک / کریڈیٹ کارڈ کی فیس |
| 3000               |                           |
| 5000               | ڈپیریسی ایشن              |
|                    | ملازمین کی تنخواہ         |
| 12500              |                           |
|                    | انشورنس                   |
| 750                |                           |
|                    | قانونی فیس                |
| 250                |                           |
|                    | دیکھ بھال اور مرمت        |
| 250                |                           |
| 300                | دیگر                      |
|                    | آفس کا سازوسامان          |
| 1,200              |                           |
| 20,000             | افسران کی تنخواہ          |
|                    | آپریٹنگ کی سپلائیز        |
| 3,000              |                           |
|                    | تنخواہ پر ٹیکسز           |
| 3,580              |                           |
| 12,000             | کرایہ                     |
|                    | سیکیورٹی                  |
| 360                |                           |
|                    | ٹیکس اور لائسنس           |
| 220                |                           |

مالیاتی تخمینہ جات

|  |             |
|--|-------------|
| ..... ٹیلی فون                           | 1,500.....  |
| ..... یوٹیلیٹیز                          | 1,800.....  |
| ..... آپریٹنگ کے کل اخراجات              | 70,460..... |
| ..... آپریٹنگ پرافٹ                      | 9,540.....  |
| <b><u>دیگر آمدن و اخراجات</u></b>        |             |
| ..... سود کے اخراجات                     | 1,750.....  |
| ..... ٹیکس کی ادائیگی سے پہلے خالص منافع | 7,790.....  |
| ..... ٹیکس                               | 1,700.....  |
| ..... ٹیکس کی ادائیگی کے بعد خالص منافع  | 6,090.....  |

مالیاتی تخمینہ جات

پوٹینشل پرافٹ ایبلٹی اور کاروبار کو جاری رکھنے کے لیے درکار رقم کا تعین کرنے کے لیے عموماً 2 سال تک کی آمدن اور اخراجات کے تخمینے درکار ہوتے ہیں۔ آمدن کا گوشوارہ تیار کرنا اپنے کاروبار میں

نقدی کے بہاؤ کا تعین کرنے میں پہلا مرحلہ ہوتا ہے۔ آمدن کے گوشوارے سے حاصل ہونے والی معلومات نقدی کے بہاؤ کا تخمینہ لگانے میں معاون ہو گی۔ ہماری رائے یہ ہے کہ دونوں تخمینہ جات کے گوشوارے ماہانہ بنیادوں پر تیار کیے جائیں۔

### نقدی کے بہاؤ کے گوشوارے

بسا اوقات آپ کا کاروبار نقدی کے بہاؤ کے منفی ہونے کے باوجود بھی شارٹ رن میں منافع بخش ہو سکتا ہے یعنی کہ جب کاروبار کو وصول ہونے والی رقم کی نسبت زیادہ رقم کاربار سے ادا کی جاتی ہو۔ اسی لیے یہ بات سمجھنا ضروری ہے کہ آپ کے کاروبار میں نقدی کس طرح سائیکل کر رہی ہے۔ نقدی کے بہاؤ کا گوشوارہ اس سائیکل کا ریکارڈ رکھتی ہے۔

نقدی کے بہاؤ کا گوشوارہ تیار کرنے کے دو طریقے ہیں: بالواسطہ طریقہ اور بلاواسطہ طریقہ۔ بالواسطہ طریقہ آمدن کا گوشوارہ سے خالص منافع لیتا ہے اور آپ کو نقدی کا حقیقی بہاؤ دینے کے لیے دی گئی مدت کے لیے بیلنس شیٹ اکاؤنٹس میں ہونے والی تبدیلیوں کے مطابق اسے ایڈجسٹ کرتا ہے۔ اس گائیڈ بک کے مقاصد کے لیے، ہم براہ راست طریقہ پر توجہ مرکوز کریں گے کیونکہ یہ سمجھنا آسان ہے اور آپریشنز، فائنانسنگ کی سرگرمیوں، اور سرمایہ کاری کی سرگرمیوں سے نقدی کے آنے یا جانے کے درمیان براہ راست تعلق کو ظاہر کرتا ہے۔ بلاواسطہ طریقہ کار پر مزید معلومات ایک اکاؤنٹنٹ فراہم کر سکتا ہے۔

آپریشنز کی نقدی نارمل اور روزمرہ کی سرگرمیوں سے کاروبار میں داخل اور خارج ہونے والی نقدی کے نتیجے میں حاصل ہوتی ہے۔ آپریشنز سے کاروبار میں داخل ہونے والی نقد رقم ایک دی گئی مدت کے دوران کیش سیلز سے اور اس مدت کے دوران اصل میں اکٹھا کیے گئے اکاؤنٹ سے وصول کی گئی رقم ہے۔ آپریشنز کی وجہ سے کاروبار سے خارج جانے والی رقم معمول کے اخراجات پر مشتمل ہوتی ہے جیسے انوینٹری کی خریداری، پے رول کے اخراجات، اور آپریشننگ اخراجات جیسے کرایہ، یوٹیلیٹیز وغیرہ۔

فائنانسنگ کی سرگرمیوں کی نقدی وہ نقدی ہوتی ہے جو قرض کے طور پر حاصل ہوتی ہے یا قرض کی ادائیگی یا کسی اور ادائیگی کے لیے نکالی جاتی ہے۔ سرمایہ کاری کی سرگرمیوں کی نقدی عام طور پر سرمایہ کاروں یا کمپنی کے مالکان سے وصول کی جانے والی نقدی یا کمپنی کے اثاثوں کے لیے ادا کی جانے والی نقد رقم ہوتی ہے۔ جیسے جیسے کاروبار کا منصوبہ آگے بڑھتا جاتا ہے، اخراجات کو پورا کرنے کے لیے چھ ماہ کی نقد رقم کا تخمینہ کے درست ہونے پر شبہ ہونے لگتا ہے۔ نقدی کے بہاؤ کے ماہانہ تخمینے اس بات کا زیادہ درست تخمینہ فراہم کریں گے کہ کاروبار کو جاری رکھنے کے لیے کتنے سرمایہ کی ضرورت ہے۔ آپ کے لیے نقدی کے بہاؤ کا گوشوارہ نقد بہاؤ کی ضروریات کا تعین کرنے کے لیے اہم رہنما ہونی چاہیے۔

آپ اپنا نقدی کے بہاؤ کا تخمینہ لگانے کے لیے مندرجہ ذیل فارم استعمال کر سکتے ہیں۔ مندرجہ ذیل فارم صرف ایک مشعل راہ ہے اور اس میں اپنے مخصوص کاروبار کے حساب سے تبدیلیاں کرنی

### مالیاتی تخمینہ جات

چاہئیں۔ نقدی کے بہاؤ کے تخمینہ جات یہ بات بتائیں گے کہ کب نقدی کا خسارہ ہوگا اور ایک کاروبار کو اپنا وجود برقرار رکھنے کے لیے درکار رقم کمانے تک وہ خسارہ کتنا بڑھ جائے گا۔ اگر نقدی کا تخمینہ منفی آتا ہے تو پھر آپ فائنانسنگ اور سرمایہ کارانہ راستوں سے نقدی حاصل کر کے نقدی کے خسارے کو پورا کریں۔ شارٹ رن میں نقدی کا بہاؤ ہی ایک ایسی چیز ہے جو کہ سب سے زیادہ اہمیت رکھتی ہے۔

نقدی کے ماہانہ بہاؤ کا تخمینہ

آپ کا کاروبار

پہلے مہینے سے لے کر بارہویں مہینے تک، 20XX

| دیگر | چھٹا مہینہ | پانچواں مہینہ | چوتھا مہینہ | تیسرا مہینہ | دوسرا مہینہ | پہلا مہینہ |   |
|------|------------|---------------|-------------|-------------|-------------|------------|---|
|      |            |               |             |             |             |            | آپریشنز سے حاصل ہونے والی رقم                   |
|      |            |               |             |             |             |            | سیلز  |
|      |            |               |             |             |             |            | اکاؤنٹ ریسیووایبل                               |
|      |            |               |             |             |             |            | دیگر ذرائع سے حاصل ہونے والی رقم                |
|      |            |               |             |             |             |            | آپریشنز سے حاصل ہونے والی کل رقم                |
|      |            |               |             |             |             |            | فائنانسنگ اور سرمایہ کاری سے حاصل ہونے والی رقم |
|      |            |               |             |             |             |            | بینک کا قرض                                     |
|      |            |               |             |             |             |            | مالک کی سرمایہ کاری                             |
|      |            |               |             |             |             |            | دیگر  |
|      |            |               |             |             |             |            | فائنانسنگ سے حاصل ہونے والی کل رقم              |
|      |            |               |             |             |             |            | حاصل ہونے والی کل رقم                           |
|      |            |               |             |             |             |            | آپریشنز کی مد میں رقم                           |
|      |            |               |             |             |             |            | خریداریاں/انوینٹری                              |
|      |            |               |             |             |             |            | اکاؤنٹنگ کی فیس                                 |
|      |            |               |             |             |             |            | تشیہیر  |
|      |            |               |             |             |             |            | بینک کے کریڈٹ کارڈ کی فیس                       |
|      |            |               |             |             |             |            | ملازمین کی تنخواہ                               |
|      |            |               |             |             |             |            | انشورنس   |
|      |            |               |             |             |             |            | قانونی فیس                                      |
|      |            |               |             |             |             |            | دیکھ بھال اور مرمت                              |
|      |            |               |             |             |             |            | دفتری سازوسامان                                 |
|      |            |               |             |             |             |            | افسران کی تنخواہ                                |

باب سوئم: مالیاتی امکانات

|  |  |  |  |  |  |  |                      |
|--|--|--|--|--|--|--|----------------------|
|  |  |  |  |  |  |  | آپریٹنگ کا سازوسامان |
|  |  |  |  |  |  |  | تنخواہ پر ٹیکس       |
|  |  |  |  |  |  |  | کرایہ                |
|  |  |  |  |  |  |  | سیکیورٹی             |
|  |  |  |  |  |  |  | ٹیکس اور لائسنس      |

نقدی کے مابانہ بہاؤ کا تخمینہ  
آپ کا کاروبار  
پہلے مہینے سے لے کر بارہویں مہینے تک، 20XX  
(جاری ہے)

|  |  |  |  |  |  |  |  |
|--|--|--|--|--|--|--|--|
|  |  |  |  |  |  |  | ٹیلی فون                                     |
|  |  |  |  |  |  |  | یوٹیلیٹی                                     |
|  |  |  |  |  |  |  | دیگر   |
|  |  |  |  |  |  |  | فائنانسنگ کی مد میں کل<br>رقم                |
|  |  |  |  |  |  |  | فائنانسنگ یا سرمایہ کاری<br>کی مد میں رقم    |
|  |  |  |  |  |  |  | قرضہ جات کی ادائیگی                          |
|  |  |  |  |  |  |  | سازوسامان کی خریداری                         |
|  |  |  |  |  |  |  | دیگر   |
|  |  |  |  |  |  |  | فائنانسنگ یا سرمایہ کاری<br>کی مد میں کل رقم |
|  |  |  |  |  |  |  | نقدی کا بہاؤ خالص                            |
|  |  |  |  |  |  |  | ابتدائی بیلنس                                |
|  |  |  |  |  |  |  | نقدی کا مجموعی بہاؤ                          |

مالیاتی گوشواروں کا تعین  
کرنا

ایک کاروبار کی کامیابی کے امکانات کا تجزیہ کرنے کے بہت سارے طریقے ہیں۔ ابتدائی مراحل میں ایک کاروبار کو صرف نفع بخش قرض پیدا کرنا چاہیے (یعنی کہ کاروبار قرض کی مد میں ادا کی گئی رقم سے زیادہ رقم کما کر دے)۔ مزید یہ کہ اس کاروبار کو چلانے کی وجہ سے آپ سے جو دیگر مواقع ضائع ہو رہے ہیں ان کو بھی مدنظر رکھیں یعنی کہ اگر آپ اس وقت کوئی اور کام کر رہے ہوتے تو شاید اس سے زیادہ پیسے کما رہے ہوتے یا پھر یہی سرمایہ کاری اگر کسی اور کاروبار میں کی گئی ہوتی تو اس سے بہتر منافع حاصل کیا جا سکتا تھا۔ اگر مجوزہ کاروبار کے لیے بہترین صورت حال مالی ضروریات کو پورا نہیں کرتی ہے، تو مزید بہتر مواقع تلاش کریں۔

مالیاتی امکانات کا ایک اور اہم ترازو ریک ایون پوائنٹ ہے۔ ریک ایون پوائنٹ کو فروخت کی اس سطح سے تعبیر کیا جاتا ہے جس پر نہ تو کوئی نفع ہوتا ہے اور نہ ہی نقصان۔ یعنی کہ جہاں کل آمدنی کل اخراجات کے برابر ہوتی ہے۔ دوسرے لفظوں میں، ایک کاروبار اس وقت تک منافع حاصل نہیں کرے گا جب تک کہ وہ اپنے ریک ایون پوائنٹ تک نہ پہنچ جائے۔ یہاں جو سوال توجہ طلب ہے وہ یہ ہے کہ کیا کاروبار اتنی آمدنی پیدا کر سکتا ہے کہ ریک ایون پوائنٹ کو عبور کر سکے؟ اس پوائنٹ کا تعین کرنے کے لیے، کاروبار کی سطح کے بارے میں کچھ مفروضے قائم کیے جانے چاہیں: (اول) فروخت کی دی گئی سطح سے وابستہ متغیر لاگت کا فیصد اور (دوئم) اس دی گئی آمدنی کے حجم پر کمپنی کے لیے کل مقررہ اخراجات۔ مثال کے طور پر، مندرجہ ذیل حالات کا تصور کریں:

یونٹ کا ریونیو: 5 ڈالر

فروخت کردہ اشیاء کی قیمت: 2 ڈالر

کنٹریبیوشن مارجن: 3 ڈالر

یا: 60 فیصد

$$3 / 5 = 0.60 (60\%)$$

مقررہ قیمت: 75,000

$$75,000 / 0.60 = 125,000 \quad \text{بریک ایون:}$$

اگر بالائی اخراجات، جیسا کہ کرایہ، تنخواہیں، یوٹیلیٹی، وغیرہ 75,000 ہوں تو (ان اخراجات پر اس بات سے کوئی فرق نہیں پڑتا ہے کہ سیلز کا حجم کسی

مقررہ حد میں کس حد تک بدلتا ہے، پھر اس مقررہ رقم کو بریک ایون پوائنٹ کا حساب لگانے کے لیے کنٹریبیوشن مارجن سے تقسیم کیا جا سکتا ہے۔ اس مثال میں، 75,000 کو 0.60 سے تقسیم کیا گیا ہے جو کہ 125,000 بنا۔ منافع اور نقصان کے نقطہ نظر سے 125,000 کی آمدنی پر کاروبار نہ تو فائدے میں ہے اور نہ ہی نقصان میں۔ لہذا بریک ایون پوائنٹ تک پہنچنے کے لیے کم از کم سیلز کی سطح 125,000 ہے۔ بریک ایون پوائنٹ کو پیسے کے حساب سے بھی جانچا جاسکتا ہے جیسا کہ اس مثال میں ہوا ہے یا پھر اسے فروخت کردہ یونٹس کے حساب سے بھی جانچا جاسکتا ہے۔

مالیاتی تخمینہ مجموعی کاروباری منصوبے کا ایک حصہ ہیں اور بیانیہ کے ساتھ مل کر تیار کیے جاتے ہیں۔ تخمینہ جات آپ کے کاروبار کو شروع کرنے اور اس کا نظم و نسق چلانے کے لیے سوچے گئے اقدامات سے اخذ ہوتے ہیں۔

## مالیاتی گوشواروں کا تعین کرنا

مالیاتی تخمینہ جات کا تعین کرنے کے لیے، مارکیٹ کی مکمل تفہیم، مسابقت، مجوزہ پروڈکٹ یا سروس کی پوزیشننگ، اور اس قسم کے کاروبار کے روزمرہ کے آپریشنز کی ضرورت ہوتی ہے۔ یہ عناصر کاروباری منصوبے کے خاکہ پر مشتمل ہوتے ہیں اور مجوزہ قسم کے کاروبار میں تجربے کی اہمیت کو اجاگر کرتے ہیں۔ صنعت کا تجربہ کاروباری شخص کو نئے کاروبار میں پیسہ لگانے اور خطرات مول لینے سے پہلے مشن کے اہم آپریشنز کا گہرا احساس بھی فراہم کر سکتا ہے۔

قدامت پسند اور حقیقی معاشی تخمینہ جات کی تیاری ایک اغلاط پر مشتمل مرحلہ ہوتا ہے جو کہ بار بار دہرانا پڑتا ہے۔ مالیاتی تخمینہ جات کے لیے کاروباری منصوبے پر عملدرآمد کے پورے عمل میں بھی اپ ڈیٹ اور نظر ثانی کی ضرورت ہوگی۔ بازاری امکانات اور مالیاتی امکانات کے بارے میں تسلی بخش معلومات کے پیش نظر، کاروباری شخص ایک کاروباری منصوبہ بنانے کے لیے ان تشخیصات سے حاصل ہونے والی معلومات بروئے کار لا سکتا ہے۔

# باب چہارم: کاروباری منصوبے کی تیاری

[www.georgiasbdc.org](http://www.georgiasbdc.org)

کاروباری منصوبہ سازی کا عمل خوفناک تو ہے لیکن اس کے ساتھ ساتھ نفع بخش بھی ہے۔ ایک اچھا کاروباری منصوبہ خوبیوں اور خامیوں کا پتہ کرنے، ممکنہ مسائل کا پتہ لگانے، آپ کے کاروبار کی ضروریات کی وضاحت، اور اہداف قائم کرنے میں مددگار ثابت ہو سکتا ہے۔ بہت سے مصنفین کاروباری منصوبے کو "روڈ میپ" یا "بلیو پرنٹ" کے طور پر بیان کرتے ہیں جس سے کاروبار چلتا ہے۔ ایک اچھا آپریٹنگ ٹول ہونے کے علاوہ، کاروباری منصوبہ قرض کی درخواست میں وزن پیدا کرتا ہے اور قرض دہندہ کے نقطہ نظر سے آپ کے کاروبار کو ممتاز کرتا ہے۔

ایک اچھا کاروباری منصوبہ تیار کرنے کے لیے سخت محنت درکار ہوتی ہے اور اسے مکمل ہونے میں چند ہفتوں سے لے کر کئی مہینے لگ سکتے ہیں، اس کے مکمل ہونے کے دورانیے کا انحصار آپ کی تحریری صلاحیتوں، مالیاتی گوشوارے تیار کرنے میں آپ کی مہارت اور ان باتوں پر ہے جن کو آپ کے منصوبے میں حل کرنے کی ضرورت ہے۔ بہت سے کاروباری افراد کاروباری منصوبوں کی تیاری میں جلد بازی کرتے ہیں، جس سے کہ اکثر اہم تفصیلات رہ جاتی ہیں۔ کاروباری منصوبوں کی کچھ عام کمزوریوں میں درج ذیل شامل ہیں:

1. غیر معقول، ناقابل حصول، یا غیر حقیقی کاروباری حکمت عملی
2. مسابقت کی تفصیلی نشاندہی نہ کرنا
3. مارکیٹنگ کے منصوبوں کا کمزور یا سرے سے نہ ہونا
4. منافع اور ترقی پر توجہ نہ دینا
5. بازار پر تحقیق اور فروخت کی حکمت عملی کا ناقص ہونا
6. ناکافی معاشی تخمینہ

(ذرائع: منکسو، جوزف آر کی کتاب: How to Get a Business Loan: Without Signing Your Life Away: سائمن اور شسٹر، 1992)

کاروباری منصوبہ تیار کرنے کا پہلا قدم اپنے کاروباری خیال کو معروضی طور پر دیکھنا ہے۔ اگر آپ نے اس گائیڈ بک میں بیان کردہ بازار اور مالیاتی امکانات کے جائزے کیے ہیں، تو آپ یہ بتا سکتے ہیں کہ یہ کاروبار آپ کے مقرر کردہ اہداف کو کیسے پورا کرے گا۔

کامیاب کاروباری منصوبوں خاص طور پر آپ کی منتخب کردہ صنعت سے متعلقہ منصوبوں کا جائزہ لینے سے، آپ کو اپنے کاروباری منصوبے کے اہم عوامل کو دیکھنے میں مدد ملے گی۔ آپ کو اپنا کاروباری منصوبہ بنانے میں مدد کرنے کے لیے تجارتی انجمنوں کے پاس اکثر ایسے وسائل ہوتے ہیں، جیسا کہ سیمپل کاروباری منصوبے اور صنعت کا ڈیٹا۔ اگر آپ فرنچائز خریدنے پر غور کر رہے ہیں تو، فرنچائزرز کے پاس عام طور پر سیمپل منصوبے اور مفید معلومات موجود ہوتی ہیں۔ جب کہ دوسرے منصوبوں کو دیکھنا نئے خیالات اور نقطہ نظر حاصل کرنے کا ایک اچھا

طریقہ ہے۔ ضروری ہے کہ آپ کا کاروباری منصوبہ آپ کے خیالات، آپ کی صورتحال اور آپ کی حکمت عملیوں کی نمائندگی کرتا ہو۔ دوسروں کے منصوبوں کی نقل کرنے سے اجتناب کریں۔ مکمل طور پر کاروباری منصوبہ بندی کے سافٹ ویئر پر بھروسہ کر کے منصوبہ بندی کے عمل کو آسان بنانے کے لالچ میں نہ آئیں۔ اگرچہ یہ سافٹ ویئر پیکیجز دوستانہ مینو اور پُرکشش گرافکس پیش کرتے ہیں لیکن زیادہ تر لون افسران نے ایسی سیکڑوں درخواستیں دیکھی ہوتی ہیں اور ایسے مواد کو استعمال کرنا قرض دہندہ کو اپنے منصوبے سے منحرف کرنے کا خطرہ مول لینے کے مترادف ہے۔ ایک اچھا کاروباری منصوبہ آپ کے کاروبار میں اہم مسائل کی عکاسی کرتا ہے۔ کسی اور کے کاروباری منصوبے کی نقل کرنے سے یا پہلے سے بنے ہوئے کاروباری منصوبے کو استعمال کرنے سے اہم مسائل اسی طرح پڑے رہتے ہیں۔ مزید برآں، پہلے سے بنے ہوئے جات کا استعمال یا ان میں سے بہت زیادہ مواد استعمال کرنے سے منصوبے کی روانی پر فرق پڑ سکتا ہے جو کہ قرض دہندگان کے لیے الجھن اور پریشانی کا باعث بن سکتا ہے۔

### کاروباری منصوبے کے اجزاء

کاروباری منصوبہ بندی کا خاکہ عام طور پر تقریباً ہر کاروبار کے لیے ایک جیسا ہی ہوتا ہے؛ تاہم، کاروباری منصوبے کے مواد اور اس میں کس بات پر زیادہ توجہ درکار ہے اس بات کا تعین کاروبار کی قسم اور کاروبار کے اہداف کرتے ہیں۔ مثال کے طور پر، ایک دکاندار اپنے کاروباری منصوبے میں انویٹری اور مارکیٹنگ کے مسائل پر توجہ مرکوز کرے گا، جبکہ ایک مینوفیکچرر پیداوار اور ڈسٹریبیوشن کے مسائل پر توجہ مرکوز کرے گا۔ اسی طرح، ایک سرمایہ کار کے لیے بنائے گئے کاروباری منصوبے روایتی قرض دہندہ کے لیے تیار کیے گئے منصوبوں سے مختلف ہوں گے۔ ایک روایتی قرض دہندہ ممکنہ طور پر ایک ایسا منصوبہ چاہے گا جو قرض کی واپسی کی راہ ہموار کر رہا ہو، جب کہ ایک سرمایہ کار ایک ایسا منصوبہ چاہے گا جس میں یہ بتایا جائے گا کہ کمپنی کس طرح قدر پیدا کرنے جا رہی ہے اور سرمایہ کاری پر متوقع منافع کیا ہو گا۔ کاروباری منصوبہ کسی بھی مقصد کے لیے ہو، درج ذیل فارمیٹ ایک درست نقطہ آغاز کے طور پر کام کرتا ہے:

- سرورق
- انتظامی خلاصہ
- کاروبار کا تعارف
- کاروبار کی لوکیشن (اگر کاروبار نیا ہو یا جگہ نئی ہو)
- آپریشنز
- بازار کا تجزیہ
- مارکیٹنگ کی حکمت عملی
- نظم و نسق اور ملازمین سے متعلقہ آپریشنز
- معاشی معلومات
- منسلک اور معاون دستاویزات

### سرورق

سرورق وہ پہلا صفحہ ہوتا ہے جس پر سب سے پہلے نظر پڑتی ہے اس سے قاری کو اچھا تاثر ملنا چاہیے۔ سرورق کے صفحے پر حوالہ کی معلومات ہونی چاہیے، بشمول مجوزہ کاروباری نام اور لوگو، مالک کا نام، پتہ، فون نمبر، ای میل پتہ، ویب سائٹ (اگر قابل اطلاق ہو) اور تاریخ۔

### انتظامی خلاصہ

انتظامی خلاصہ ایک کاروباری منصوبے کے اہم نکات پر روشنی ڈالتا ہے۔ یہ خلاصہ کاروبار، اس کے مالکان، اور منصوبے کے مقصد کی تفصیلی تصویر کشی کر رہا ہو۔ اگر آپ کاروباری منصوبے کو ایک لون آفیسر کے سامنے پیش کر رہے ہیں تو انتظامی خلاصہ "سیلز پیچ" کے طور پر کام کرے گا۔ عام طور پر یہ سیکشن سب سے پہلے پڑھا جاتا ہے: لہذا، آپ کا خلاصہ دلچسپی پیدا کرنے والا ہونا چاہیے تاکہ قاری سارا منصوبہ پڑھنا چاہے۔ عام طور پر روایتی قرض دہندگان کے لیے یہ سیکشن ایک صفحے سے زیادہ نہیں ہوتا؛ تاہم، اگر قاری ایک سرمایہ کار ہے تو پھر اسے لمبا ہونا چاہیے۔ جب ایک کاروباری منصوبے کو قرض کی درخواست کے معاون کے طور پر استعمال کیا جا رہا ہوتا ہے تو ایسی صورتحال میں انتظامی خلاصے میں مندرجہ ذیل معلومات ہونی چاہئیں:

### کاروباری منصوبے کے اجزاء

- کاروبار کا نام اور کاروبار کی قسم
- کاروبار کے مالک (مالکان) کا (کے) نام اور رابطہ کرنے کے لیے معلومات
- قانونی ساخت
- قرض کی رقم اور مدت
- قرض کا استعمال
- رازداری کا بیان حلفی

### کاروبار کا تعارف

کسی بھی کاروباری منصوبے کا پہلا اہم سیکشن کاروبار کا تعارف ہونا چاہیے۔ یہ سیکشن نئے کاروبار کے پس منظر کی معلومات اور کاروبار کے عمومی تصور کے بارے میں معلومات فراہم کرتا ہے۔ یہ سیکشن کاروبار کی طرف سے پیش کردہ مصنوعات اور خدمات کے ساتھ ساتھ اس کے اہداف اور ان اہداف کو حاصل کرنے کے لیے استعمال ہونے والی حکمت عملی کے بارے میں بھی تفصیلات فراہم کرتا ہے۔ جن مواقعوں سے یہ کاروبار فائدہ اٹھائے گا ان کے علاوہ متوقع مسائل کی بھی نشاندہی کی جانی چاہیے۔

بہت زیادہ سبز باغ دکھانے والے منصوبے کو قرض دہندگان اور سرمایہ دار ایک قابل یقین منصوبہ تصور نہیں کرتے۔ جہاں جہاں قابل اطلاق ہووے ان موضوعات پر کاروبار کے تعارف میں بات کی جانی چاہیے:

- کاروبار کا ہدف
- کاروبار کی قسم (خدمت، ریٹیل، تعمیرات، ہول سیل، مینوفیکچرنگ، ای۔ بزنس)
- قانونی حیثیت (فرد واحد کی ملکیت، شراکت داری، کارپوریشن، لمیٹیڈ لائی ایبلٹی کمپنی)
- کمپنی کی طاقت اور حکمت عملی
- خدشات اور حفاظتی اقدامات
- مصنوعات اور خدمات کی تفصیل
- ٹارگٹ بازار کی تفصیل
- مصنوعات اور خدمات کی خصوصیات اور فوائد
- فروخت کی منفرد پوزیشن (آپ کا کاروبار آپ کی مسابقت سے کس طرح الگ ہے)
- تحقیق اور نشوونما (ٹیکنالوجی سے متعلقہ کمپنیوں اور مینوفیکچررز کے لیے)
- پروڈکشن اور خدمات کی ڈلیوری (مینوفیکچررز کے لیے)

### کاروبار کا محل وقوع

کاروباری منصوبے میں اس بات کی وضاحت موجود ہو کہ تجویز کردہ جگہ کا انتخاب کس وجہ سے کیا گیا۔ مثال کے طور پر، صارفین سے قربت، ڈسٹری بیوشن کے ذرائع تک رسائی، یا پھر کم قیمتیں یہ سبھی انتخاب کے لیے معقول وجوہات ہیں۔ مزید برآں، منصوبے میں نئی جگہ کا تجزیہ بھی شامل ہونا چاہیے۔ اگر کسی نئی جگہ کی مالی اعانت کے لیے قرض لیا جا رہا ہے، تو کاروباری منصوبے میں سرمائے کے مجوزہ استعمال کے بارے میں قابل ذکر تفصیل بتانی چاہیے۔ کاروباری منصوبے کی دیگر متعلقہ اشیاء میں سے اس سیکشن میں شامل ہیں:

■ پتہ

کاروباری منصوبے کے اجزاء

- جگہ کی تفصیلات (علاقہ، رینو ویشن، خریداری یا کرایہ پر حصول، آلات)
- ٹریفک کے پیٹرن / پیدل ٹریفک (کب، کتنے، کون)
- محل وقوع اور دیگر کاروباروں سے فاصلہ (اگر اہم ہوتو)
- پارکنگ
- علاقے کی آبادیات (اندازاً گھروں کی تعداد)

کنسلٹنگ، خدمت، یا گھر سے متعلقہ کاروبار جن سے خریداری کے لیے صارف کو اس کاروبار کے پتہ پر نہیں جانا پڑتا ایسے کاروباروں کے لیے محل وقوع کی کم تفصیل درکار ہوتی ہیں۔ اپنے حالات کے حساب سے محل وقوع کے سیکشن کو تبدیل کر لیں۔

### بازار کا تجزیہ

جیسا کہ پہلے ذکر کیا جا چکا ہے، بہت سارے کاروباری منصوبوں میں کمزور ترین حصہ بازار کا تجزیہ ہوتا ہے۔ ایک کمزور تجزیہ نقصان دہ ہو سکتا ہے کیونکہ یہ سیکشن مارکیٹنگ کی حکمت عملیوں کے لیے میدان سجاتا ہے۔ کاروباری منصوبے کے اس سیکشن کی تشکیل میں مارکیٹنگ فزیبلٹی کے مرحلے میں حاصل ہونے والی معلومات بہت اہمیت کی حامل ہوں گی۔ بازار کے تجزیے میں اس ماحول کے بارے میں معلومات ہونی چاہیے جس میں یہ کاروبار کام کرے گا خاص طور پر، صنعت کے رجحانات؛ صارفین کے رجحانات؛ اور کوئی بھی متعلقہ قانونی، سیاسی، یا ماحولیاتی معلومات۔ صنعتی تجزیے میں بالواسطہ اور بلاواسطہ مسابقت کی تفصیلات دی گئی ہیں۔ یہ نہ کہیں کہ کوئی مسابقت نہیں ہے۔ قرض دہندگان اور سرمایہ کار کبھی بھی ایسے کاروبار میں دلچسپی نہیں دکھائیں گے جس کا دعویٰ ہو کہ اس کی مسابقت نہیں ہے۔

معلومات کے ذرائع کی دستاویزات واضح ہونی چاہئیں۔ قرض دہندگان اور سرمایہ کار ناقص یا بغیر دستاویزات کے منصوبوں پر بے اعتمادی کا اظہار کرتے ہیں۔ بازار کے تجزیہ کے اہم اجزاء میں درج ذیل موضوعات شامل ہیں:

- بازار کا جائزہ
  - ◆ صنعتی سائز (سیلز، حجم، سپلائرز کی تعداد)
  - ◆ بڑھوتری یا زوال پذیری کی وجہ بننے والے عوامل (شرح سود، سیزن)
  - ◆ ماضی کے اور حالیہ صنعتی رجحانات (نئی ٹیکنالوجیاں، مصنوعاتی تبدیلیاں، وغیرہ)
  - ◆ قوانین (اگر اس کا اطلاق ہوتا ہو تو)
  - ◆ دیگر صنعتی اعداد و شمار
- متوقع بازار اور درجات
  - ◆ آبادیات (عمر، جنس، نسل، آمدن، وغیرہ)

کاروباری منصوبے کے اجزاء

- ◆ ممکنہ صارفین کی تعداد
- ◆ درجات میں رجحانات
- بازاری پوزیشن/بازاری حصہ
- مسابقت کا تجزیہ
- ◆ بالواسطہ مسابقت
- ◆ بلاواسطہ مسابقت
- ◆ قربت
- ◆ مصنوعات اور خدمات کا موازنہ (کوالٹی، قیمتیں)
- ◆ جگہ کا موازنہ
- ◆ تشہیر اور پروموشن کا موازنہ

مارکیٹنگ کی حکمت عملی

کاروباری منصوبے کے اس حصے میں یہ بتایا جائے گا کہ آپ کا کاروبار اپنے سیلز کے اہداف کو مارکیٹنگ کی مختلف حکمت عملیوں کے ذریعے کیسے حاصل کرے گا۔ ممکنہ صارفین تک پہنچنے کے لیے آپ کو جو اقدامات کرنے ہوں گے ان کا خاکہ بنائیں۔ تشہیر، پروموشنز، قیمتوں کے تعین، اور فروخت کے لیے حکمت عملی بھی اس میں شامل کریں۔ اور اپنے کاروبار کو مسابقتی کاروباروں سے منفرد بنانے کے لیے بھی اپنی حکمت عملی وضع کریں۔ مجموعی طور پر، آپ کے منصوبے کو پڑھنے والے کو اچھی طرح سمجھ آ جائے کہ آپ بازار میں کس طرح مقابلہ کریں گے۔ مارکیٹنگ کی حکمت عملی کے حصے میں آپ مندرجہ ذیل موضوعات پر بات کر سکتے ہیں:

- مارکیٹنگ کا منصوبہ
- ◆ مارکیٹنگ کے اہداف (مثال کے طور پر، صارفین کی توجہ حاصل کرنا، مصنوعہ کو جاری کرنا، نام کی تشہیر)
- ◆ برانڈنگ/انفرادیت
- ◆ قیمتوں کے تعین کی حکمت عملی
- ◆ تشہیر
- ◆ مارکیٹنگ کے نظام (صارفین کی توجہ حاصل کر کے انہیں مستقل صارف بنانا)
- ◆ پروموشنز
- سیلز کا منصوبہ
- ◆ سیلز کے اہداف
- ◆ سیلز کا سٹاف اور ان کی تربیت
- ◆ سیلز کے ذرائع

- ◆ سیلز کی پیش گوئی
- ڈسٹری بیوشن (اگر اطلاق ہو تو)

### نظم و نسق اور محکمہ ملازمین

#### کاروباری منصوبے کے اجزاء

آپ کے منصوبے کا یہ حصہ کاروباری منصوبہ کا دوسرا اہم ترین اور ہمیشہ سب سے زیادہ نظر انداز کیا جانے والا حصہ ہے جو کہ آپ کے کاروبار کے مجوزہ تنظیمی ڈھانچے کی تفصیل فراہم کرتا ہے۔ منصوبے میں مالکان اور بنیادی انتظامیہ کے پس منظر کو بیان کرنا چاہیے، ان کے انتظامی امور اور صنعت سے متعلقہ تجربے کو درج کرنا چاہیے۔ قرض دہندہ اس بات کا تعین کرے گا کہ آیا کاروبار میں ایسے اہم لوگ شامل ہیں جو کاروبار کی کامیابی کے لیے اہم ہیں۔ بینک، قرض دہندگان اور سرمایہ کار انتظامی ٹیم کو کامیاب کاروبار کا سب سے اہم پیش گو سمجھتے ہیں۔

بنیادی بیرونی مشیروں اور کنسلٹنٹس کا بھی ذکر کیا جانا چاہیے۔ اس سیکشن کے دیگر متعلقہ اجزاء میں شامل ہیں:

- مالک (مالکان) اور انتظامی ٹیم کا پس منظر
- سٹاف کے بارے میں منصوبہ / ملازمین کی تعداد
- ملازمین کے فرائض اور بھرتی کی شرائط
- معاوضہ / مراعات
- بھرتی اور تربیت

### آپریشنز

اس حصے میں کاروباری آپریشن کی عمومی وضاحت ہو گی۔ آپ یہ بیان کریں گے کہ ایک عام دن میں آپ کے کاروبار میں کیا کیا ہو گا۔ آپریشن کے اوقات، شیڈولنگ، اور کام کا طریقہ کار اہم آپریشنل مسائل ہیں۔ مزید برآں، بہت سے لوگ اس سیکشن کا استعمال دیگر سرگرمیوں جیسے انویٹری کنٹرول، کوالٹی ایشورنس، اسٹوریج، اکاؤنٹنگ، اور دیگر انتظامی اور معاون سرگرمیوں کی وضاحت کے لیے کرتے ہیں۔ اگر آپ مینوفیکچرر ہیں، تو اپنے پروڈکشن کے عمل کا احاطہ کریں اور آلات اور ٹیکنالوجی کی ضروریات کی وضاحت کریں۔ اس سیکشن میں درج ذیل شعبوں اور مسائل کا جائزہ پیش کریں:

- کاروبار کے اوقات کار
- مینوفیکچرنگ کا طریقہ کار (صرف مینوفیکچررز کے لیے)

- درکار آلات
- کوالٹی کنٹرول
- آؤٹ سورسنگ (اگر اطلاق ہوتا ہو تو)
- قانونی معاملات اور اکاؤنٹنگ

### معاشی معلومات

کاروباری منصوبہ/قرض کی درخواست کا سب سے اہم جزو معاشی سیکشن ہے۔ معاشی معلومات آپ کے لیے اپنے منصوبے کی معاشی فزیبلٹی کا تعین کرنے اور قرض دہندہ کے لیے کاروبار کا جائزہ لینے کے لیے اہم ہے۔ ایسے نئے کاروبار جن کے پاس معاشی ریکارڈ نہیں ہوتا ان کو اپنی قرض کی درخواستوں کے لیے معاشی پیشن گوئیوں کے ذریعے جواز فراہم کرنے کی ضرورت ہوتی ہے۔ نئی کمپنیوں کے لیے سب سے اہم بات یہ ہے کہ معاشی منصوبہ پیسوں کے اعداد و شمار کو کاروباری منصوبے کے دیگر عناصر کے ساتھ منسلک کرتا ہے تاکہ کاروباری منصوبے کی معاشی فزیبلٹی کو ظاہر کیا جا سکے یا اس کا اندازہ لگایا جا سکے۔ چونکہ قرض دہندگان اکثر نئے کاروباری منصوبوں کے تخمینے کو بہت زیادہ امیدوں پر مبنی تصور کرتے ہیں، اس لیے تخمینوں کی قدامت پسندانہ اور ٹھوس تحقیق سے معاونت کرنے کی ضرورت ہوتی ہے۔

### کاروباری منصوبے کے اجزاء

مالیاتی گوشواروں اور تخمینوں کی تیاری کرتے وقت ایک شخص کو عمومی طور پر قبول شدہ اکاؤنٹنگ اصولوں (GAAP) پر عمل کرنا چاہیے۔ قرض دہندگان ان اصولوں کی مطابقت سے مالیاتی گوشواروں سے واقف ہیں۔ ان اصولوں سے کوئی انحراف یا تضاد کاروبار کی حالت اور مالکان کی صلاحیتوں کے بارے میں شکوک پیدا کر سکتا ہے۔ ایک قرض دہندہ کم از کم دو سال کے تخمینوں کی توقع رکھتا ہے (ممکنہ طور پر اس سے زیادہ، یہ قرض دہندہ اور کاروبار کی قسم پر منحصر ہے)۔ آپ کو اپنے منصوبے میں جن معاشی معلومات کی ضرورت ہے ان میں شامل ہیں:

- سرمایہ کے ذرائع اور استعمال
- حسب ضابطہ آمدنی کا گوشوارہ
- رقم کے بہاؤ کے تخمینہ جات
- حسب ضابطہ بیلنس شیٹ (اگر ضروری ہو تو)
- بریک ایون کے تخمینہ جات (سٹارٹ اپس کے لیے)

■ معاشی تخمینہ جات کے لیے نوٹس اور مفروضے

معاشی معلومات اور اس کا حساب کیسے لگایا جاتا ہے اس بات کی سوچ بوجھ رکھنا ایک قیمتی انتظامی آلہ کار کے طور پر کام آئے گا۔ یہ معلومات باب تین میں شامل ہیں لیکن اس کی اہمیت پر زور دینے کے لیے اس باب میں بھی شامل کی گئی ہیں۔ اگر آپ خود کو اس عمل سے مغلوب پاتے ہیں، تو مدد کے لیے اپنے مقامی SBDC دفتر یا اپنے اکاؤنٹنٹ کو کال کریں۔

### سرمایہ کے ذرائع اور استعمال

متوقع بجٹ متوقع ذرائع اور سرمایہ کے استعمال کی مکمل فہرست ہوتی ہے۔ سرمایہ کے ذرائع درکار فنانسنگ کی مقدار اور مالکان سے درکار ایکوٹی کی وضاحت کرتے ہیں۔ اس فہرست میں عام طور پر کیش انجیکشن، بینک لون، اور وینچر کیپیٹل کی معاونت جیسی چیزیں شامل ہوتی ہیں۔ اگر قابل اطلاق ہو تو، اپنے متوقع بجٹ میں ضمانت کی قیمت شامل کریں جو قرض حاصل کرنے کے لیے گروی رکھی جائے گی۔ سرمایہ کے استعمال میں عام طور پر شروع ہونے سے پہلے درکار تمام سرمائے اور آپریٹنگ اخراجات کی فہرست ہوتی ہے۔ اس بیان میں زمین اور عمارت، سازوسامان، ذخائر، اور ورکنگ کیپیٹل جیسی اشیاء شامل ہو سکتی ہیں (صفحہ 31 دیکھیں)۔

### حسب ضابطہ آمدنی کا گوشوارہ (نفع نقصان کا گوشوارہ)

حسب ضابطہ آمدنی کا گوشوارہ جسے "متوقع منافع اور نقصان کا بیان" بھی کہا جاتا ہے، آپ کی آپریٹنگ مدت (عام طور پر ایک سال) کے لیے آپ کی آمدنی اور اخراجات کی پیشین گوئی ہے (صفحہ 38-40 دیکھیں)۔ آمدنی اور اخراجات کے درمیان فرق کاروبار کا خالص منافع یا نقصان ہے۔ حسب ضابطہ آمدنی کا گوشوارہ درست تحقیق پر مبنی ہونی چاہئے اور اسے اہمیت دی جانی چاہئے۔ پیسے کے تمام اعداد و شمار کے پیچھے کوئی طریقہ کار یا استدلال ہونا چاہیے۔ آمدنی کا بیان درج ذیل معلومات پر مشتمل ہوگا:

### سیلز ریونیو:

ایک نئے کاروبار کے لیے سیلز کا تخمینہ لگانا سب سے مشکل کام ہوتا ہے۔ ایک اچھا تخمینہ مضبوط بازاری تحقیق اور ٹھوس طریقہ کار

پر مبنی ہوتا ہے۔ کچھ کمپنیاں سیلز کی پیشن گوئی کرنے والے ماڈل استعمال کرتی ہیں۔ بہت سے ماڈل ممکنہ واقعات کے امکانات پر مبنی ہوتے ہیں جیسے کہ صارفین کی تعداد جو روزانہ خریدیں گے یا کاروبار کی پوری صلاحیت کے کچھ فیصد تک پہنچنے کا امکان۔ کچھ کمپنیاں اپنی سیلز کی پیشن گوئیوں کو درست کرنے کے لیے سروے اور دیگر بازاری تحقیقاتی آلات کا استعمال کرتی ہیں۔ مزید برآں، صنعت کے معیارات، فرنچائز کی معلومات، اور مقامی مشاہدات سیلز کی پیشن گوئی کی معاونت کر سکتے ہیں۔

### فروخت شدہ سامان کی لاگت

سادہ الفاظ میں فروخت شدہ سامان کی لاگت آپ کی سیلز کی آمدن پیدا کرنے والی انویٹری میں کمی کا نام ہے۔ فروخت شدہ سامان کی لاگت متغیر اخراجات ہیں جو فروخت میں اضافے کے ساتھ بڑھ جاتے ہیں۔ کچھ کاروبار جیسے مینوفیکچررز سامان کی لاگت کے حصے کے طور پر لیبر کو بھی شامل کرتے ہیں کیونکہ لیبر کی لاگت فروخت کے ساتھ بڑھ جاتی ہے۔ فروخت کی آمدنی اور فروخت شدہ سامان کی لاگت کے درمیان فرق مجموعی منافع کا مارجن کہلاتا ہے۔ آپریٹنگ اخراجات کو پورا کرنے کے لیے اچھا مارجن رکھنا بہت ضروری ہے۔ نئے کاروباروں کے لیے، صنعت کے معیارات اور/یا معاشی مطالعات جیسے کہ (www.industriuscfo.com) کے ذریعہ شائع کردہ قیمتوں، فروخت شدہ سامان کی لاگت اور مجموعی مارجن کے لیے بنیاد بنا سکتے ہیں۔

### اخراجات

تمام آپریٹنگ اخراجات تحقیق اور وینڈرز سے اقتباسات پر مبنی ہونے چاہئیں اور پرو فارما بناتے وقت ان اخراجات کو مستقل یا متغیر میں تقسیم کرنا چاہیے۔ مستقل اخراجات فروخت کے اثر سے آزاد ہوتے ہیں اور مستقل رہتے ہیں چاہے کاروبار میں فروخت کی صورتحال کچھ بھی ہو۔ متغیر اخراجات وہ اخراجات ہیں جو فروخت کی سطح کے لحاظ سے بڑھتے یا کم ہوتے ہیں۔

جیسا کہ پہلے بھی ذکر کیا جا چکا ہے، آمدنی اور اخراجات کا مجموعہ کاروبار کا منافع کہلاتا ہے۔ آمدنی کا گوشوارہ مرتب کرتے وقت، ہر کاروباری مالک کو درج ذیل عوامل پر غور کرنا چاہیے:

- آمدنی کا گوشوارہ نقدی کے بہاؤ کے حساب سے بنانی چاہیے۔
- گوشوارے کم از کم دو سال کے لیے تیار کی جائیں، پہلا سال ماہانہ جبکہ دوسرا ماہانہ یا پھر سہ ماہی بنیادوں پر ہو۔
- اعداد و شمار آپ کے تخمینہ جات کی معاونت کرتے ہوں؛ لہذا، ضروری ہے کہ آپ اس کا صنعتی اصولوں کے ساتھ موازنہ کریں۔

## کاروباری منصوبے کے اجزاء

### نقدی کے بہاؤ کے تخمینہ جات

کیش کی آمد (وصولیاں) اور اخراج (تقسیمات) کے نقدی کے بہاؤ کے تخمینہ جات کی پیشن گوئی صفحہ نمبر 43 اور 44 پر دیکھی جا سکتی ہیں۔ نقدی کے بہاؤ کا گوشوارہ منصوبہ بندی کا ایک اچھا آلہ ہے کیونکہ یہ ایک کاروباری مالک کو نقدی کے متوقع استعمال اور نقدی کے خسارے کی نشاندہی کرنے میں مدد کرتا ہے۔ نقدی کے بہاؤ کی ایک تفصیلی پیشن گوئی، جسے انتظامیہ سمجھتی ہے اور استعمال کرتی ہے، سب سے زیادہ ضرورت والے علاقوں کی طرف توجہ مبذول کرتی ہے۔ نقدی کے بہاؤ کے تخمینہ جات نقدی کے تین اہم زمروں کی نگرانی کرتا ہے: آپریشنز سے حاصل ہونے والی نقدی، سرمایہ کاری سے حاصل ہونے والی نقدی، اور فنانشنگ سے حاصل ہونے والی نقدی۔ آپریشنز کی سرگرمیوں میں سیلز، اخراجات، وصولیاں، انونٹری میں تبدیلیاں، اور ادائیگیاں شامل ہیں۔ سرمایہ کاری کی سرگرمیاں جو کاروبار میں نقدی کی پوزیشن کو تبدیل کر سکتی ہیں ان میں جائیداد کی خریداری (یعنی زمین، عمارت، اور آلات) اور اثاثوں کی فروخت شامل ہے۔ چھوٹے کاروباروں کے لیے، معاشی سرگرمیاں جیسے قرضے اور قرضوں کی ادائیگی کمپنی کی نقدی کی پوزیشن کو تبدیل کرتی ہیں۔ ان سب کا کل ایک کاروبار کے لیے رقم کی ضرورت کا تعین کرتا ہے۔ قرض دہندگان کے لیے، نقدی کے بہاؤ کی تفصیلات بتاتی ہیں کہ ایک کاروبار اصل اور سود دونوں کو کیسے واپس کرے گا۔

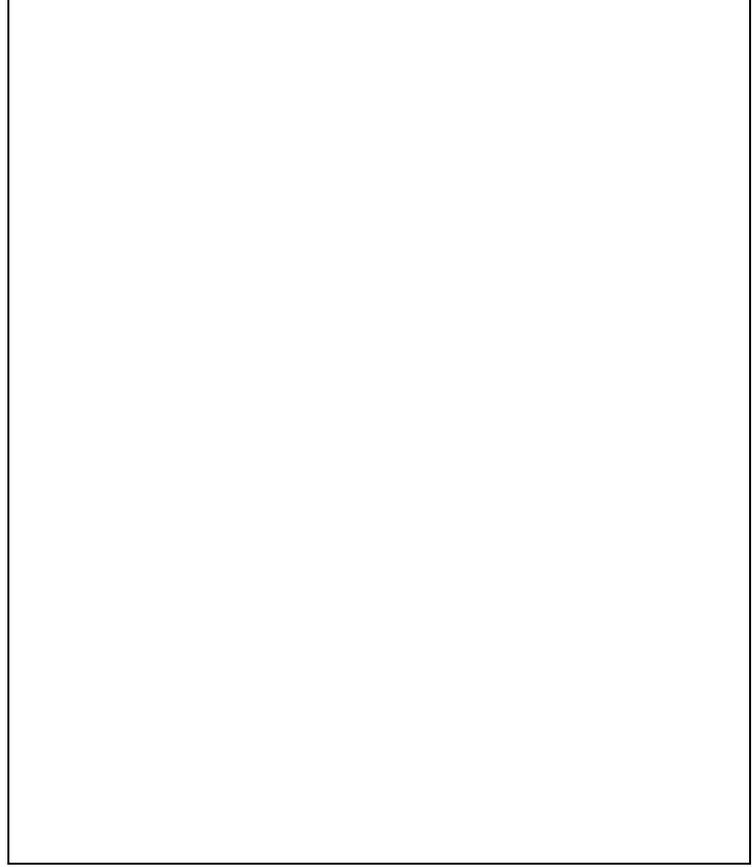
نقدی کے بہاؤ کے گوشوارے کو اکثر آمدنی کا گوشوارہ سمجھنے کا مغالطہ لگ جاتا ہے۔ بہت سے ناتجربہ کار مالکان مالی مشکلات کا شکار ہو گئے ہیں کیونکہ وہ ان دو گوشواروں کے درمیان فرق کو نہیں سمجھتے تھے، جس کے نتیجے میں اکثر کاروبار میں ناکامی کا سامنا کرنا پڑتا ہے۔ کاروبار کے منافع بخش ہونے کا مطلب یہ نہیں کہ آپ کی نقدی کی پوزیشن بھی مضبوط ہے۔ کچھ آئٹمز کے بیلنس جیسے کہ وصولیاں، انونٹری، ادائیگیاں، اصل رقم، یا اثاثوں میں تبدیلی کی اطلاع براہ راست نفع نقصان کا گوشوارہ میں درج نہیں ہو گی لیکن نقدی کے بہاؤ کے گوشوارے میں درج ہو سکتی ہے۔ مثال کے طور پر، اگر آپ

اپنے کاروبار کے لیے \$30,000 کی گاڑی خریدتے ہیں تو آپ ٹرک قیمت کی مد میں رقم استعمال کر سکتے ہیں۔ تاہم، ٹرک کی اصل قیمت آپ کے آمدنی کے گوشوارے میں درج نہیں کی جائے گی۔ اس کے بجائے، یہ نقد خرچ نقدی کے بہاؤ کے گوشوارے (-\$30,000) پر ریکارڈ کیا جائے گا۔ اس بات کو سمجھنے سے کہ خالص منافع خالص نقدی نہیں ہے کسی بھی کاروبار کو منافع بخش طریقے سے اپنا وجود برقرار رکھنے میں مدد ملے گی۔

نقدی کے بہاؤ کے تخمینہ جات تیار کرتے وقت مندرجہ ذیل باتیں مدنظر رکھیں:

- کاروبار کی سیزن کے حوالے سے خواص چونکہ سیلز اور اخراجات پر اس کا اثر پڑتا ہے
  - پروجیکٹ کے بجٹ/وسائل سے حاصل ہونے والی معلومات
  - تمام نان-کیش اشیاء بشمول فرسودگی اور بے باقی قرض کا اخراج
- نقدی کے بہاؤ کا ایک عام تخمینہ مندرجہ ذیل طریقہ کار سے بنے گا۔

کاروباری منصوبے کے اجزاء



**پرو فارما بیلنس شیٹ (دیکھیں صفحہ نمبر 34 سے 37)**

سادہ الفاظ میں، بیلنس شیٹ ایک مخصوص لمحے میں اس لمحے کے دوران کسی کاروبار کے اثاثوں اور ایکویٹی (لائی ایبلٹیز اور مالک کی ایکویٹی) کے بارے میں بتاتی ہے۔ بیلنس شیٹ پراجیکٹ بجٹ (فنڈز کے ذرائع اور استعمال)، پرو فارما آمدنی کا گوشوارہ، اور تخمینہ شدہ نقدی کے بہاؤ کا گوشوارہ سے حاصل ہونے والی معلومات کا احاطہ کرتی ہے، اور ان گوشواروں سے اکاؤنٹنگ ٹرانزیکشنز کو بیلنس شیٹ کے زمروں اٹاٹے، لائی ایبلٹیز، اور مالک کی ایکویٹی میں تقسیم کرتی ہے۔

اثاثوں کو عام طور پر موجودہ اور طویل مدتی اثاثوں میں تقسیم کیا جاتا ہے۔ اٹاٹے عام طور پر ان کی لیکویڈٹی کی ترتیب میں درج ہوتے ہیں۔ موجودہ اٹاٹے جیسے نقدی، وصولیاں، انونٹریز، پہلے سے ادا شدہ اخراجات، اور دیگر قلیل مدتی اٹاٹے درج کیے جاتے ہیں۔ یہ تمام اٹاٹے متغیر ہیں کیونکہ یہ ایک

سال کے اندر اندر ہی استعمال ہو سکتے ہیں یا پھر نقدی میں تبدیل ہو سکتے ہیں۔ طویل مدتی اثاثوں میں زمین، عمارتیں اور سامان شامل ہیں۔ لائی ایبلٹیز بھی اثاثہ جات کی طرح ہی درج کی جاتی ہیں یعنی کہ موجودہ لائی ایبلٹیز (ایک سال سے کم) پہلے درج کی جاتی ہیں۔ موجودہ لائی ایبلٹیز میں ادائیگیاں، واجب الادا ٹیکس، مختصر مدت کے نوٹ، اور اجرت شامل ہیں۔ طویل مدتی لائی ایبلٹیز میں طویل مدتی قرض اور ایک سال سے زیادہ مدت کی لائی ایبلٹیز شامل ہیں۔

### کاروباری منصوبے کے اجزاء

ایکوئٹی اثاثہ جات اور لائی ایبلٹیز کے درمیان فرق کو کہتے ہیں اور کاروبار میں دوبارہ سے خرچ ہونے والی رقم اور مالک کی ایکوئٹی کا سبب بنتی ہے۔ بیلنس کی اصطلاح اکاؤٹنگ کے اصول لائی ایبلٹیز اور مالک کی ایکوئٹی کا مجموعہ اثاثہ جات ہوتے ہیں سے آتی ہے۔ بیلنس شیٹ کے دوہرے پہلو کے تصور کی وجہ سے، مساوات کی دونوں اطراف کا کل برابر ہونا چاہیے۔ دوسرے الفاظ میں ان میں توازن ہونا چاہیے۔

نئے کاروبار کے لیے ایک قرض دہندہ بیلنس شیٹ مانگ بھی سکتا ہے اور نہیں بھی۔ بہت سے قرض دہندگان کے لیے سرمایہ کے ذرائع اور ان کے استعمال کا گوشوارہ بیلنس شیٹ کی ضروریات کو پورا کرنے کے لیے کافی ہوتی ہے۔ اگر بیلنس شیٹ کی ضرورت ہو تو اسے ایسے فارمیٹ میں تیار کرنا چاہیے کہ جس سے قرض دہندہ افسر کے لیے قرض اور ایکوئٹی کی پوزیشن کا تجزیہ کرنے میں آسانی ہو۔

### بریک ایون کا تخمینہ

بریک ایون ایک طریقہ ہے جو عام طور پر تمام اخراجات کو پورا کرنے کے لیے درکار فروخت کی درست سطح کا تعین کرنے کے لیے استعمال ہوتا ہے۔ نئے کاروبار کے لیے ایک مالک کے لیے یہ ضروری ہے کہ وہ بریک ایون پوائنٹ کو سمجھے۔ سادہ الفاظ میں بریک ایون وہ نقطہ ہے جس پر کل فروخت کل لاگت کے برابر ہو جاتی ہیں۔ کل لاگت مستقل اور متغیر لاگت پر مشتمل ہوتی ہے۔ متغیر لاگت پیسے یا یونٹس کے حساب سے فروخت کی سطح کے تناسب سے براہ راست بڑھتی ہے۔ عام متغیر اخراجات میں بیچے جانے والے سامان کی لاگت، کمیشن، براہ راست

سپلائی کی لاگت، ڈیلیوری چارجز، اور کچھ حالات میں مزدوری کی مد میں ہونے والے اخراجات شامل ہیں۔ مستقل اخراجات فروخت کی سطح سے قطع نظر ایک جیسی رہتی ہے۔ عام مستقل اخراجات میں کرایہ، انشورنس، دفتری سامان، لائسنس، اور مستقل ملازمین کی تنخواہیں شامل ہیں۔ کچھ لاگتیں مستقل اور متغیر کا مجموعہ ہوتی ہیں۔ اگر لاگتوں کو الگ الگ زمروں میں تقسیم کرنا آسان ہو تو بریک ایون کا بہتر تجزیہ پیش کرنے کے لیے آپ کو ایسا کرنا چاہیے۔ بریک ایون کا بنیادی فارمولا مندرجہ ذیل ہے:

سیلز- متغیر اخراجات / سیلز=کنٹری بیوشن مارجن کا فیصد

مستقل اخراجات / کنٹری بیوشن مارجن کا فیصد= بریک ایون پوائنٹ

کاروباری منصوبے کے اجزاء

مثال: کمپنی - روز بیٹ اینڈ ٹیکل

|       |           |                           |
|-------|-----------|---------------------------|
| 100%  | \$200,000 | سیلز                      |
|       |           | متغیر اخراجات             |
| 50%   | 100,000   | اشیاء کی لاگت             |
| 2%    | 4,000     | آپریٹنگ کی سپلائیز        |
| 0.5%  | 1,000     | بینک کے چارجز (ویزا کارڈ) |
| 52.5% | 105,000   | کل متغیرات                |
|       |           | مستقل اخراجات             |
|       | 40,000    | تنخواہیں                  |
|       | 5,000     | یوٹی لیٹیز                |
|       | 1,000     | انشورنس                   |
|       | 2,000     | تشہیر                     |
|       | 3,000     | قرض کی ادائیگی            |
|       | 51,000    | کل مستقل اخراجات          |

کنٹریبیوشن مارجن کا فیصد =  $(200,000 - 105,000) / 200,000 = 0.475 (47.5\%)$

یا

$$100\% - 52.5\% = 0.475 (47.5\%)$$

$$51,000 / 0.475 = \$107,368 \quad \text{بریک ایون پوائنٹ}$$

معاشی تخمینہ جات کے لیے نوٹس اور مفروضے

معاشی تخمینہ جات کے نوٹس مفروضوں، حسابات، اور اکاؤنٹنگ کے ان طریقوں اور تصورات کی تفصیل سے وضاحت کرتے ہیں جو نقدی کے بہاؤ، آمدنی کے گوشوارے اور بیلنس شیٹ تیار کرنے کے لیے استعمال ہوتے ہیں۔ قرض دہندہ کے لیے آپ کی قرض کی درخواست کو مکمل طور پر سمجھنے کے لیے معاشی نوٹس انتہائی ضروری ہیں۔

منسلکہ جات اور معاون دستاویزات

منسلکہ جات اور دستاویزات کا استعمال کاروباری منصوبے کی معاونت کرنے کے لیے کیا جاتا ہے۔ اس سیکشن میں وہ معلومات ہونی چاہئیں جو منصوبہ یا قرض کی

درخواست سے متعلق ہوں جیسے آلات کی تفصیلی فہرست اور رسیدیں - مزید برآں، اس سیکشن میں آئٹمز جیسے انتظامی تعارف، بازاری تحقیق، لائسنس، جگہ یا اسٹور کا نقشہ اور مطلوبہ دستاویزات میں سے کوئی بھی دیگر دستاویزات شامل ہو سکتی ہیں۔

[www.georgiasbdc.org](http://www.georgiasbdc.org)

باب پنجم:  
کاروبار  
کے لیے  
قرض کا حصول

[www.georgiasbdc.org](http://www.georgiasbdc.org)

کاروباری قرض کے لیے درخواست دینا ایک مشکل اور تھکا دینے والا کام ہوتا ہے۔ بینک کی شرائط، سرکاری قرض کی ضمانتیں، اور قرض کی شرائط کسی بھی کاروباری شخص کو مایوس کر سکتی ہیں۔ قرض دہندہ یا سرمایہ کار کسی بھی کاروباری مہم کے لیے سرمایہ فراہم کرنے سے پہلے جاننا چاہتا ہے کہ آپ نے مستقبل میں اٹھائے جانے والے اقدامات کی منصوبہ بندی انتہائی سوچ بچار کے ساتھ کی ہے۔ لہذا، یہ ضروری ہے کہ آپ مؤثر طریقے سے اپنے ارادوں کا اظہار کریں۔ اپنے قرض کی تجویز کو منظوری کے لیے جمع کرواتے وقت معاشی تخمینوں پر مشتمل ایک اچھی طرح سے سوچے سمجھے کاروباری منصوبے کا ہونا، خاص طور پر نئے کاروباری منصوبوں کے لیے اہم ہوتا ہے۔

مالیاتی اداروں کے اپنائے ہوئے منظوری کے عمل کی سوجھ بوجھ رکھنا آپ کے لیے ایک حقیقت پسندانہ، اچھی طرح سے منظم قرض کی درخواست دینے کے لیے منصوبہ بندی کرنے میں معاون ہوگی۔ عام طور پر، ایک لون آفیسر کسی بھی درخواست کو پانچ معیارات کردار، صلاحیت، سرمایہ، شرائط اور ضمانت پر جانچتا ہے، جسے بعض اوقات "فائیو سی آف کریڈٹ" کا نام دیا جاتا ہے۔

### کردار/کریڈٹ بسٹری

کریڈٹ رپورٹ وہ پہلی دستاویز ہوگی جسے ایک قرض دہندہ سب سے پہلے دیکھے گا۔ کریڈٹ رپورٹ کو کردار کے عکاس کے طور پر دیکھا جاتا ہے کیونکہ یہ آپ کی موجودہ اور پرانی مالی ذمہ داریوں کی تفصیلات فراہم کرتی ہے۔ قرض دہندگان نہیں چاہتے کہ آپ کی کریڈٹ رپورٹ پر دیر سے ادائیگیاں، چھوٹی بوٹی ادائیگیاں، دیوالیہ پن، یا قرض کی مد میں ضمانت کوئی ضمانت ضبط ہوئی ہو۔ کبھی کبھار تاخیر سے ادائیگی عام طور پر نقصان دہ نہیں ہوتی لیکن ایسا بار بار نہ ہوا ہوا ہو۔ تاہم، دیوالیہ پن، ضمانت کا ضبط ہونا، اور دیر سے ادائیگیوں کا حالیہ سلسلہ قرض کی درخواست کے لیے نقصان دہ ہوگا۔ بینک کی طرف سے قرض کی منظوری دینے سے پہلے ضبط کردہ ضمانتوں کے عوض قرض کی ادائیگی یا دیگر ادائیگیاں کرنا ہوں گی۔

آپ کو قرض کے لیے درخواست دینے سے پہلے جائزہ لینے کے لیے اپنی کریڈٹ رپورٹ کی ایک کاپی حاصل کرنی چاہیے۔ کریڈٹ رپورٹس میں غلطیاں ہوسکتی ہیں۔ اگر آپ کی کریڈٹ رپورٹ غلط ہے، تو آپ کے پاس اسے درست کرنے کا وقت ہوگا۔ عموماً، تصحیحات کے کریڈٹ رپورٹ پر ظاہر ہونے پر ہفتوں سے لے کر مہینے تک لگ سکتے ہیں۔ علاوہ ازیں، یاد رکھیں کہ آپ کی کریڈٹ رپورٹ آپ کی کریڈٹ بسٹری کے بارے میں حالیہ جانچ پڑتال کی عکاسی کرتی ہے۔ اگر آپ بینکوں کے پاس جانے کا ارادہ رکھتے ہیں تو زیادہ سرگرمیاں جیسے حالیہ جانچ پڑتال کی تعداد آپ کے کریڈٹ کی اہلیت کے

بارے میں قرض دہندہ کی رائے پر منفی اثر ڈال سکتی ہے۔ بہت سے لوگوں کے خیال کے برعکس، درست لیکن ناخوشگوار معلومات کو کریڈٹ بسٹری سے ہٹانا تقریباً ناممکن ہے۔ اگر آپ کی رپورٹ ماضی کی خراب کارکردگی کی عکاسی کرتی ہے، تو آپ کو اپنے قرض کی درخواست میں ان حالات کی وضاحت شامل کرنی چاہیے۔ خاندان میں موت، بیماری، اور طلاق قابل وضاحت حالات ہیں جن کی وجہ سے قرض دینے والا ہمدردی کا اظہار کرے گا۔ اپنی کریڈٹ بسٹری کے بارے میں اپنے قرض دہندہ کے ساتھ شفاف اور ایماندار رہیں۔ **حقائق نہ چھپائیں۔** اگر آپ کے پاس حالیہ کریڈٹ رپورٹ نہیں ہے تو کال کر کے آرڈر کریں:

■ Equifax کے لیے 378-4329 (888) ملائیں

■ TransUnion کے لیے 916-8800 (800) ملائیں

■ Experian کے لیے 397-3742 (888) ملائیں

کردار / کریڈٹ بسٹری

حجم / نقدی کا بہاؤ

آپ کی ذاتی کریڈٹ بسٹری کی جانچ کرنے کے علاوہ، ایک قرض دہندہ آپ کی رہائش کا رقبہ، آپ کی تعلیم، فیلڈ میں آپ کا تجربہ، اور کمیونٹی میں آپ کی حیثیت سمیت، کردار اور دیانتداری کی نشاندہی کرنے والے دیگر عوامل کا بھی تجزیہ کرے گا۔ کاروبار کی ناکامی کی بنیادی وجوہات میں سے ایک انتظامی تجربے کی کمی ہے۔ قرض دہندہ اس بات کی تصدیق کرے گا کہ آیا آپ کے پاس ملازمت کا متعلقہ تجربہ ہے اور یہ بھی کہ آیا کاروبار کی کامیابی کے لیے انتہائی ضروری عہدے دار ہیں۔

قرض دہندہ کے نقطہ نظر سے سب سے اہم بات اس بات کا تعین کرنا ہے کہ "آیا قرض واپس کیا جا سکے گا؟"۔ نئے کاروبار کی ادائیگی کی صلاحیت کی عکاسی اس کا متوقع نقدی کا بہاؤ ہوتا ہے۔ سادہ الفاظ میں، نقدی کا بہاؤ نقدی کی آمد اور نقد اخراج کا کل ہوتا ہے۔ ایک قرض لینے والے کو یہ دکھانا ہوتا ہے کہ کس طرح کاروبار کے نقدی کے ذرائع اس کے نقدی کے استعمال سے ختم نہیں ہو رہے ہیں۔ نقدی کے بہاؤ کا ایک اچھا تخمینہ ظاہر کرے گا کہ قرض سے حاصل ہونے والی رقم کو کس طرح استعمال کیا جائے گا، کاروبار کب تک نقدی کا مثبت بہاؤ پیدا کرے گا، اور کس طرح نقدی "خلاء" (یعنی جب نقدی کی آمد سے زیادہ اخراج ہو رہا ہو) کو پُر کرے گا۔ خلاء عام طور پر انویسٹریوں، وصولیوں، اور ادائیگیوں میں اتار چڑھاؤ، اور

اثاثوں میں اضافے کی وجہ سے ہوتے ہیں۔ ایک قرض دہندہ یہ جاننا چاہتا ہے کہ کاروبار کے پاس اس "خلاء" کو پُر کرنے کا کیا منصوبہ ہے۔

پہلے سے چلتے کاروباروں کے لیے، قرض دہندہ ابتدائی طور پر کاروبار کی نفع نقصان کے گوشوارے، بیلنس شیٹس، اور نقدی کے بہاؤ کے گوشوارے دیکھتے ہیں تاکہ اس بات کا تعین کیا جا سکے کہ آیا، تاریخی طور پر، کاروبار کے پاس قرض کی ادائیگی کے لیے کافی نقدی کا بہاؤ موجود ہے۔ چونکہ نئے کاروباروں کے پاس مالیاتی گوشواروں کی بسٹری نہیں ہوتی اس لیے قرض دہندگان کو عام طور پر قرض کی ادائیگی سے متعلق نئے کاروبار کی صلاحیتوں کا اندازہ لگانے میں مشکل پیش آتی ہے۔ یہی وجہ ہے کہ قرض کی درخواست میں حقیقت پسندانہ نقدی کے بہاؤ کے تخمینہ جات سب سے اہم مالیاتی گوشوارہ ہوتے ہیں۔ نقدی کے بہاؤ کا رسمی تخمینہ قرض دہندہ کو یقین دلاتا ہے کہ آپ کے پاس قرض کی واپسی کے لیے کافی متوقع نقدی دستیاب ہے۔

مزید برآں، قرض کی درخواست کی نوعیت درخواست پر اثر انداز ہو سکتی ہے۔ قرض کی درخواست اس کے دائرہ کار اور شرائط کے لحاظ سے معقول ہونی چاہیے۔ کاروبار کو کتنی رقم ضرورت ہے؟ قرض کی رقم کیسے استعمال کی جائے گی؟ درخواست کردہ فنائینگ کا دورانیہ کیا ہے؟ قرض دہندہ قرض کی درخواست کی معقولیت کا فیصلہ کرے گا اور بالآخر اس بات کا اطمینان کرے گا کہ نقدی کا بہاؤ درخواست کردہ قرض کے ڈھانچے سے میل کھاتا ہے۔ لہذا، قرض کی ضروریات میں اضافہ نہ کریں، بلکہ انہیں حقیقت پسندانہ اور قابل حصول رکھیں۔

بنیادی طور پر، قرض دہندگان قرض لینے والے میں ایک مضبوط عزم دیکھنا چاہتے ہیں۔ بسا اوقات، یہ عزم ایکویٹی کی شکل اختیار کرتا ہے جسے آپ کاروبار میں لگاتے ہیں۔ ایکویٹی نقدی یا دیگر کاروبار یا ذاتی اثاثے جیسے سامان، زمین، یا عمارتوں کی شکل میں ہو سکتی ہے۔ اگر بینک آپ کے ذاتی اثاثوں کو آپ کے پروجیکٹ میں لگانے کے لیے کہے تو اس میں اچھنبے کی بات نہیں۔ اگر آپ کے پاس ایکویٹی گھر ہے، اور آپ کے پاس ایکویٹی کے طور پر اور کچھ نہیں ہے تو اسے گروی رکھنے کے لیے تیار رہیں۔ اگر آپ ذاتی اثاثے استعمال میں لانے کے لیے تیار نہیں ہیں، تو آپ کو اس بات پر غور کرنا چاہیے کہ قرض دہندہ آپ کے کاروبار پر کیوں خطرہ مول لے گا جب کہ آپ خود ہی ایسا خطرہ مول لینے کے لیے تیار نہیں ہیں۔ قرض دہندگان سمجھتے ہیں کہ قرض لینے والے کے عزم اور قرض کی ادائیگی کے امکان کے درمیان ایک مثبت تعلق موجود ہے۔ قرض دہندہ کو درکار ایکویٹی کی مقدار مختلف ہوتی ہے۔ مجوزہ منصوبے

سرمایہ؟ ایکویٹی

کے خطرے کے حساب سے آپ کو کل سرمایہ کا 50 فیصد تک لگانے کی ضرورت پڑ سکتی ہے۔ تاہم، عموماً یہ مقدار 20 سے 25 فیصد ہوتی ہے۔

اگرچہ آپ کا کاروباری قرض واپس کرنے کا مصمم ارادہ ہو، پھر بھی اس بات کا امکان موجود ہے کہ آپ کے کاروبار کو ایسے غیر متوقع حالات کا سامنا کرنا پڑے جن کا کہ بہترین منصوبہ بند کاروبار بھی اندازہ نہیں لگا سکتے۔ قدرتی آفات، معاشی بدحالی، قانونی چارہ جوئی، واجب الادا وصولی، سپلائر کے مسائل، اور مانگ میں تبدیلی کسی بھی کاروبار کے نقدی کے بہاؤ کو مفلوج کر سکتے ہیں۔ قرض دہندہ جو خطرہ مول لیتا ہے اس کے عوض میں وہ ضمانت لیتا ہے۔ اگر قرض لینے والا قرض پر نابدندہ ہوتا ہے، تو بینک کے پاس ضمانت کو ضبط کرنے کا اختیار ہوتا ہے۔

## ضمانت

کاروبار اور ذاتی اثاثوں کو ضمانت سمجھا جا سکتا ہے۔ اگر آپ کاروبار کے لیے زمین، سازوسامان، یا عمارت خرید رہے ہیں، تو قرض حاصل کرنے کے لیے اثاثے بھی کافی ہو سکتے ہیں۔ قرض دہندگان نے قرضوں کے لیے گروی رکھے ہوئے اثاثوں کے لیے قرض اور قدر کا معقول تناسب تیار کیا ہے۔ تناسب پر اثر انداز ہونے والے عوامل میں اثاثہ کی عمر اور حالت، لیکویڈیشن ویلیو اور لاگت شامل ہیں۔ قرض دینے والوں کے درمیان قرض اور قدر کا تناسب مختلف ہو سکتا ہے۔ مزید برآں، قرض اور قدر کا تناسب ضمانت کی قیمت کے بجائے قرض دینے کے معیار پر مبنی ہو سکتا ہے۔ کسی بھی اثاثے کو گروی رکھنے سے پہلے آپ کو اثاثوں پر قرض دہندہ کے قرض اور قدر کا تناسب جاننا چاہیے۔ اس کی مثال مندرجہ ذیل ہے:

| اٹاٹہ جات            | کم سے کم قدر (قیمت) | زیادہ سے زیادہ قیمت (قدر) |
|----------------------|---------------------|---------------------------|
| ریٹل اسٹیٹ           | 70%                 | 90%                       |
| آلات                 | 50%                 | 80%                       |
| انویٹری              | 0%                  | 50%                       |
| وصولیاں (60 دن)      | 70%                 | 90%                       |
| سیکورٹیز، سٹاک، بونڈ | 65%                 | 80%                       |
| لیز بولڈ میں بہتری   | 0%                  | 70%                       |

(ذرائع: بلیک مین بروس، اور جے کونراڈ لیوین سن۔ گوریلہ فائنانسنگ۔ بوسٹن: بوسٹن مفلن کمپنی، 1992)

اگر آپ انویسٹری، ورکنگ کیپیٹل، یا جگہ میں بہتری لانے جیسی "چھوٹی" وجوہات کے لیے قرض لے رہے ہیں، تو قرض دہندہ کو قرض کو مکمل طور پر محفوظ کرنے کے لیے اضافی ضمانت یا ایکویٹی کی ضرورت ہوگی۔ ورکنگ کیپیٹل اور جگہ میں بہتری قرض کے لحاظ سے قدر نہیں رکھتے۔ اسی طرح، اگر آپ مختصر فرسودگی شیڈول کے ساتھ سازوسامان (مثال کے طور پر کمپیوٹرز) یا ایسا سامان جس کی لیکویڈیشن کی بسٹری ٹھیک نہیں ہے خریدنے کے لیے طویل مدتی قرض لینا چاہتے ہیں (مثال کے طور پر ریستوران کا سامان)، تو ہو سکتا ہے کہ قرض دہندہ آپ سے اضافی اثاثے گروی رکھنے کا مطالبہ کرے۔

جب آپ کوئی چیز گروی رکھتے ہیں جیسا کہ سامان، آپ قرض دہندہ کے ساتھ یونیفارم کمرشل کوڈ (UCC) سیکیورٹی معاہدے پر دستخط کرتے ہیں۔ جب اس معاہدے پر دستخط ہوجاتے ہیں، تو قرض دہندہ کو عدالت میں جائے بغیر ضمانت پر قبضہ کرنے کا حق حاصل ہوجاتا ہے۔ اس معاہدے کے توسط سے قرض دہندہ کو ضمانت کو ضبط کرنے، فروخت کرنے، اس کے تبادلے سے حاصل ہونے والی آمدنی کا حق حاصل ہو جاتا ہے۔

### شرائط

اقتصادی ماحول، صنعت کے رجحانات، ٹیکنالوجی میں تبدیلیاں، بازار کے رجحانات، قانونی مسائل، مزدوری کے رجحانات، کمپنی کی حکمت عملی اور نقطہ نظر، اور منتظمین کی قابلیت اور تجربہ کچھ ایسی شرائط ہیں جو ایک قرض دہندہ قرض کی درخواست کی معقولیت کو جانچنے کے لیے دیکھتا ہے۔ بہت سے بینکوں کے پاس ایسے کاروباروں کی فہرستیں ہیں جن کی ان عوامل کی وجہ سے خطرے کی سطح کم ہے۔ لون آفیسرز ایسے کاروباروں کو قرض دینے کا زیادہ امکان رکھتے ہیں جو ایک بہترین انتظامی ٹیم، ایک منفرد یا مسابقتی سبقت، کم یا نہ ہونے کے برابر مسابقت، اور مضبوط کسٹمر بیس کا ثبوت دکھا سکتے ہیں۔ اگر کسی کاروبار کو معاشی، قانونی، ملازمین سے متعلق، سپلائر، یا ماحولیات جیسے بڑے مسائل درپیش ہیں تو قرض کی درخواست میں ان کا تذکرہ بھی ضروری ہے۔

### قرض کی اقسام اور ان کا استعمال

کاروبار شروع کرتے ہوئے دو طریقوں سے سرمایہ اکٹھا کیا جا سکتا ہے: ایکویٹی فنانسنگ یا قرض کی فنانسنگ (قرض)۔ سادہ الفاظ میں، ایکویٹی فنانسنگ وہ رقم ہے جو نجی سرمایہ کاروں کے ذریعہ آپ کے کاروبار میں لگائی جاتی ہے۔ (جنہیں کہ

وینچر کیپی ٹلسٹس کے نام سے بھی جانا جاتا ہے)۔ ایکویٹی فنانسنگ کے لیے عام طور پر ضمانت کی ضرورت نہیں ہوتی۔ تاہم، چونکہ فنانسنگ ملکیت کی شراکت پر مبنی ہوتی ہے اس لیے سرمایہ کاری پر زیادہ سے زیادہ منافع حاصل کرنے کے لیے کاروبار پر کارکردگی کے تقاضے رکھے جا سکتے ہیں۔ متبادل طور پر، بینک، کریڈٹ یونینز، اور دیگر قرض دہندہ کئی قسم کے قرض کے ذریعے مالی اعانت پیش کرتے ہیں بہت سے کاروبار اپنی کاروباری ضروریات کو پورا کرنے کے لیے قرض کے ذریعے ہونے والی مالی اعانت کا استعمال کرتے ہیں۔ وینچر سرمایہ داروں کے برعکس، قرض دہندگان کاروبار میں ملکیت نہیں لیتے ہیں، اور نہ ہی وہ منافع میں حصہ لیتے ہیں۔ وہ صرف آپ سے اصل کو سود سمیت واپس کرنے کی توقع کرتے ہیں۔

زیادہ تر قرض دہندگان کے پاس قرض کی کئی اقسام یا مصنوعات ہیں۔ قرض کی زیادہ تر مصنوعات کی سیکیورٹی (ضمانت کی ضرورت)، قرض کی پختگی، اور سرمایہ کے مطلوبہ استعمال کے لحاظ سے درجہ بندی کی جاتی ہے۔ قرض دہندگان کی شرائط ایک دوسرے سے مختلف ہو سکتی ہیں اس لیے مختلف قرض دہندگان سے معلومات حاصل کرنا ضروری ہے۔ ایک مخصوص کاروبار کے لیے قرض کی معقولیت پر بہت سارے متغیرات اثر ڈالتے ہیں۔

آج کل سرمایہ کے بہت سارے ذرائع اور قرض کی متعدد مصنوعات دستیاب ہیں، اپنے کاروبار کو شروع کرنے کے لیے بہترین ذریعہ اور بہترین قرض کی قسم کا انتخاب کرنا ایک مشکل کام ہو سکتا ہے۔ مندرجہ ذیل چارٹ عام قسم کے قرضوں کو دکھاتا ہے جو کاروبار شروع کرنے کے لیے استعمال کیے جا چکے ہیں۔

| قرض کی عام اقسام               |                                |  |                                 |                                    |   |
|--------------------------------|--------------------------------|--|---------------------------------|------------------------------------|---|
| قرض کی قسم                     | میں چورٹی اور قرض کی قسم       | خصوصیات  | ضمانت کے ساتھ یا بغیر ضمانت کے  | شرح سود                            | ادائیگی کی شرائط و ضوابط  |
| قلیل مدتی (ایک سال سے کم مدت)  | قلیل مدتی (ایک سال سے کم مدت)  |  |                                 |                                    |   |
| کریڈٹ کارڈز                    | کریڈٹ کارڈز                    | قلیل مدتی قرض کی سب سے عام قسم ہے۔ بہت سے چھوٹے کاروبار سپلائیز اور ضرورت کا دیگر سازوسامان خریدنے اور روزمرہ کی خریداریوں کے لیے کریڈٹ کارڈ کا استعمال کرتے ہیں۔  | بغیر ضمانت                      | مستقل یا متغیر (10 سے 24 فیصد)     | روزانہ کے اوسط بیلنس پر 2 سے 3 فیصد ماہانہ                                |
| قرض کی حد                      | قرض کی حد                      | قرض دہندگان ایک مخصوص دورانیہ عام طور پر ایک سال یا ایک مخصوص حد تک قرض دیتے ہیں۔ یہ قرض انویٹری/آلات کی خریداری اور کاروبار میں سیزنل اتار چڑھاؤ کو پورا کرنے کے لیے استعمال کیا جا سکتا ہے۔  | ضمانت کے ساتھ (زیادہ تر کے لیے) | مستقل یا متغیر، اصل پر 1 سے 4 فیصد | ماہانہ ہوتا ہے۔ معائدے کے اختتام پر صرف شدہ قرض اور بیلنس پر سود ہوتا ہے۔ |
| درمیانی مدت کا (1 سے 7 سال تک) | درمیانی مدت کا (1 سے 7 سال تک) |  |                                 |                                    |   |
| مدتی/اقساط                     | مدتی/اقساط                     | مدتی قرضہ جات کی مخصوص رقم ایک مخصوص وقت کے لیے دی جاتی ہے۔ انہیں آلات کی خریداری، ورکنگ کیپیٹل، اور کاروبار کے پھیلاؤ کے لیے استعمال کیا جاسکتا ہے۔   | ضمانت کے ساتھ                   | مستقل یا متغیر، اصل پر 1 سے 4 فیصد | اصل اور سود کی ماہانہ یا سہ ماہی ادائیگی                                  |
| لیزنگ                          | لیزنگ                          | مدتی قرضوں کا متبادل؛ قرض دہندہ اثاثے کو کرایہ دار کو کرایہ پر دیتا ہے۔ کرایہ داری ایک کمپنی کو بغیر کسی باہری امداد کے آلات کی خریداری میں مدد دیتی ہے۔ کم پیشگی ادائیگی یا بغیر کسی پیشگی ادائیگی کے؛ کمپنی کرایہ داری کے اختتام پر سامان خرید سکتی ہے (پیشگی معاہدے کے ذریعے 1 ڈالر میں)۔ | ضمانت کے ساتھ                   | بازار کا ریٹ                       | ماہانہ  |
| طویل                           | طویل                           |  |                                 |                                    |   |

## باب پنجم: کاروبار کے لیے قرض کا حصول

|  |                                    |               |  |                      |
|--|------------------------------------|---------------|--|----------------------|
|  |                                    |               |  | مدتی (7 سال سے زائد) |
| اصل اور سود کی مابانہ یا سہ ماہی ادائیگی | مستقل یا متغیر، اصل پر 1 سے 2 فیصد | ضمانت کے ساتھ | ایسے مدتی قرضہ جات جن کی ادائیگی کا دورانیہ 7 سال سے زائد ہو۔ فیکٹری کے آلات یا دیگر طویل مدتی اثاثہ جات کی خریداری کے لیے استعمال ہوتے ہیں۔ | مدتی / اقساط         |
| اصل اور سود کی مابانہ یا سہ ماہی ادائیگی | مستقل یا متغیر، اصل پر 1 سے 2 فیصد | ضمانت کے ساتھ | ریٹل ایسٹیٹ سے متعلق کاروباری قرض ہوتا ہے۔ ربن ایک قانونی دستاویز ہوتی ہے جو قرض لینے والے کی طرف سے ادائیگی کو یقینی بناتی ہے۔              | کمرشل / ربن          |

### یو ایس سمال بزنس ایڈمنسٹریشن

یو ایس سمال بزنس ایڈمنسٹریشن (SBA) بینک اور دیگر قرض دہندگان کو نئے کاروباروں سمیت چھوٹے کاروباری خدشات کے لیے دیے گئے قرضوں کی ضمانت فراہم کرتا ہے۔ اگر قرض لینے والا واپس کرنے میں ناکام ہو جاتا ہے تو ضمانت قرض دہندہ کو اصل رقم کے 85 فیصد تک تحفظ فراہم کرتی ہے۔ ضمانت کا مقصد قرض دہندگان کو چھوٹے کاروباروں کو قرض دینے کی ترغیب دینا ہے جن پر عام طور پر عام معیار کے تحت غور نہیں کیا جائے گا۔ SBA کی ضمانتیں نیا کاروبار شروع کرنے، چلتے ہوئے کاروبار کو خریدنے؛ یا ورکنگ کیپیٹل، انوینٹری، لیز ہولڈ میں بہتری، فرنیچر اور دیگر سامان، آلات، رئیل اسٹیٹ، اور تعمیرات کے لیے رقم مہیا کرنے کے لیے استعمال کی جا سکتی ہیں۔

SBA کے پاس مخصوص ضروریات والے چھوٹے کاروباروں کے لیے قرض کی ضمانتوں اور پروگراموں کی کئی مختلف اقسام ہیں۔ یہ پروگرام سابق فوجیوں، بین الاقوامی تجارت میں شامل کمپنیوں، ٹیکنالوجی فرموں اور کم اور متوسط آمدنی والے علاقوں کی مدد کے لیے بنائے گئے ہیں۔ ان پروگراموں میں شامل ہیں۔

[www.georgiasbdc.org](http://www.georgiasbdc.org)

## باب پنجم: کاروبار کے لیے قرض کا حصول

|   |              |  |   |  |   |   |   |   |
|---|--------------|--|---|--|---|---|---|---|
| 7(اے) قرضہ جات                                | کل 5 ملین    | 150,000 ڈالر یا اس سے کم کے قرض کے لیے 85 فیصد ضمانت، 150,000 ڈالر سے ڈائد قرض کے لیے 75 فیصد ضمانت(زیادہ سے زیادہ 3.75 ملین ڈالر ضمانت) | مدتی قرض، پھیلاؤ، رینوویشن، نئی تعمیرات، زمین یا بلڈنگ کی خریداری، آلات اور سازوسامان کی خریداری، جگہ میں بہتری لانا، ورکنگ کیپیٹل، قرض کی ادائیگی کے لیے رقم درکار ہونا، سیزنل اتار چڑھاؤ، انونٹری | واپسی کی صلاحیت پر منحصر ہوتا ہے۔ عام طور پر، ورکنگ کیپیٹل اورمشینری اور آلات (سامان کی مدت سے زیادہ نہیں) 5-10 سال بے ریل اسٹیٹ کی مدت 25 سال ہے۔ | 7 سال کے دورانیے سے کم کے قرضہ جات: 0 سے لے کر 25 ہزار تک اصل 4.25%+ 25,001 سے لے کر 50,000 تک اصل 3.25%+ 50,000 سے ڈائد کے لیے اصل 2.25%+ 7 سال یا اس سے زیادہ دورانیہ کے قرضہ جات: 0 سے لے کر 25 ہزار تک اصل 4.75%+ 25,001 سے لے کر 50,000 تک اصل 3.75%+ 50,000 سے ڈائد کے لیے اصل 2.75%+ | (قرض کی صرف ضمانت شدہ حصے پر فیس لی جائے گی) دورانیہ: 1 سال یا کم 0.25% ضمانتی فیس، 1 سال سے ڈائد۔ کل رقم 150,000 یا اس سے کم پر =2فیصد؛ 150,001 سے 700,000 تک3 فیصد 700,000 سے ڈائد پر 3.5% اور 1 ملین سے ڈائد کے ضمانت شدہ حصے پر 3.75% اور 0.55%کی مسلسل فیس | مالی نفع کی غرض سے کیا جانے والا کاروبار ہونا چاہیے اور یہ کاروبار ایس بی اے کی طرف سے متعین کردہ سائز کے معیار پر پورا اترتا ہو، کردار، کریڈٹ، اور انتظامیہ اچھی ہو اور قرض واپس کرنے کی صلاحیت رکھتا ہو۔ اور اہل کاروبار ہو۔ پہلے 3 سالوں کے دوران ادائیگی کر دینے پر 15 سال یا اس سے زیادہ کے دورانیے والے قرضوں کے لیے قبل از وقت ادائیگی جرمانہ (پہلے سال میں 5 فیصد، دوسرے میں 3، اور تیسرے میں 1 فیصد) | طویل مدتی فائنانسنگ، نقدی کا بہتر بہاؤ، مستقل دورانیہ؛ کوئی یکمشت ادائیگی نہیں کرنی پڑے گی، قبل از وقت ادائیگی پر کوئی جرمانہ نہیں(15 سال کے اندر اندر) |
| ایس بی اے ایکسپریس                            | 350,000 ڈالر | 50 فیصد  | لائینز آف کریڈٹ میں بہتری(7 سال کے دورانیے تک) لانے یا مدتی قرض کے لیے استعمال کیا جاسکتا ہے(جیسا کہ7 اے ہوتا ہے)   | ٹرم آؤٹ پیریڈ سمیت لائنز آف کریڈٹ کے لیے 7 سال تک بصورت دیگر، 7(a) کی طرح۔   | 50 ہزار یا اس سے کم قرض کے لیے اصل پر 6.5% 50 ہزار یا اس سے ڈائد قرض کے لیے اصل پر 4.5%   | 7 اے کی طرح   | 7 اے کی طرح   | جلد حاصل ہو جانے والا آسان طریقہ کار اور آسان تر لائن آف کریڈٹ  |
| پیٹریاٹ ایکسپریس                              | 500,000 ڈالر | 7 اے کی طرح  | ایس بی اے ایکسپریس کی طرح   | ایس بی اے ایکسپریس کی طرح  | 7 اے کی طرح   | 7 اے کی طرح   | 7(a) کی طرح۔ اس کے علاوہ چھوٹے کاروبار کی ملکیت اور کنٹرول مندرجہ ذیل میں سے کسی کے پاس ہونا چاہیے: سابقہ فوجی ایکٹیو ڈیوٹی ملٹری، ریزروٹ یا نیشنل گارڈ ممبر یا ان گروپوں میں سے کسی کی شریک حیات، یا سروس ممبر یا فوجی کی بیوہ جو سروس کے دوران فوت ہو گیا یا سروس کے دوران کوئی معذوری لاحق ہو گئی۔   | ایس بی اے ایکسپریس کی نسبت زیادہ سے زیادہ رقم کی حد اونچی ہوتی ہے اور زیادہ سے زیادہ شرح سود کم ہوتی ہے۔  |
| کیپ لائینز: 1. ورکنگ کیپیٹل 2. معائدہ 3-سیزنل | 5 ملین       | 7 اے کی طرح ہی ہے۔   | سیزنل اور/یا قلیل مدتی ورکنگ کیپیٹل کی ضروریات کو پورا  | 10 سال تک ماسوائے بلڈر کے کیپ لائنز کے جو کہ 5   | 7 اے کی طرح ہی ہے۔  | 7 اے کی طرح ہے۔   | 7 اے کی طرح ہی ہے۔ اس کے علاوہ، تمام قرض دہندگان فارم نمبر 750 اور 750 ہی پر عمل کریں(قلیل مدتی قرضہ جات)   | 1- ورکنگ کیپیٹل- ریلونگ لائن آف کریڈٹ(ایل او سی) 2- معائدہ، تمام لاگتوں کو پورا کر سکتا ہے(ماسوائے منافع کے)  |

## باب پنجم: کاروبار کے لیے قرض کا حصول

|  |                            |                            |                              |                            |   |                     |   |
|--|----------------------------|----------------------------|------------------------------|----------------------------|---|---------------------|---|
| <p>3-سیزنل-سیزنل ورکنگ کیپیٹل کی ضروریات</p> <p>4- بلڈر- کمرشل یا رہائشی ساخت کی تعمیر کے تمام اخراجات پورا کرنا۔</p>              |                            |                            |                              | <p>سال تک ہے۔</p>          | <p>کرنا؛ کام کرنے کی لاگت؛ تعمیراتی اخراجات؛ موجودہ انویٹری اور قابل وصول کی مدد میں؛ قلیل مدتی قرضوں کا استحکام۔ ریولونگ ہو سکتا ہے۔</p> |                     | <p>4-بلڈرز کیپ لائینز</p>   |
| <p>17 اے کی طرح ہی ہے۔ اس کے علاوہ آسان طریقہ کار۔</p>   | <p>17 اے کی طرح ہی ہے۔</p> | <p>17 اے کی طرح ہی ہے۔</p> | <p>17 اے کی طرح ہی ہے۔</p>   | <p>17 اے کی طرح ہی ہے۔</p> | <p>17 اے کی طرح ہی ہے۔</p>  | <p>350,000 ڈالر</p> | <p><b>چھوٹا/دیہی قرض دہندہ کا فائدہ مند قرض:</b><br/>(ایس/آر ایل اے) گذشتہ 3 مالی سالوں کے 20 یا کچھ ایس بی اے قرضہ جات کی اوسط</p> |
| <p>17 اے کی طرح ہی ہے۔ اس کے علاوہ آسان طریقہ کار۔</p>   | <p>17 اے کی طرح ہی ہے۔</p> | <p>17 اے کی طرح ہی ہے۔</p> | <p>17 اے کی طرح ہی ہے۔</p>   | <p>17 اے کی طرح ہی ہے۔</p> | <p>17 اے کی طرح ہی ہے۔</p>  | <p>250,000 ڈالر</p> | <p><b>چھوٹے فائدہ مند قرضہ جات (ایس ایل اے):</b><br/>قرض دہندہ پرفرڈ لینڈر پروگرام میں شامل ہونا چاہئے۔</p>                         |
| <p>17 اے کی طرح ہی ہے۔ اور اس کے علاوہ، اپنے علاقے میں قرض دہندہ سی ڈی ایف آئی، سی ڈی سی یا مائیکرو لینڈر ٹارگٹنگ میں شامل ہو۔</p> | <p>17 اے کی طرح ہی ہے۔</p> | <p>17 اے کی طرح ہی ہے۔</p> | <p>اصل اور 4 فیصد اضعافی</p> | <p>17 اے کی طرح ہی ہے۔</p> | <p>17 اے کی طرح ہی ہے۔</p>  | <p>250,000 ڈالر</p> | <p><b>کمیونٹی کا فائدہ مند:</b><br/>صرف چند مخصوص قرض دہندہ۔</p>  |

## باب پنجم: کاروبار کے لیے قرض کا حصول

| پروگرام   | قرض کی زیادہ سے زیادہ رقم   | ضمانت کی شرح   | استعمال   | دورانیہ   | زیادہ سے زیادہ شرح سود   | ضمانت کی فیس  | اہلیت  | قرض لینے والوں کے لیے فوائد  |
|---|---|--|---|---|--|---|--|--|
| بین الاقوامی تجارت  | 5 ملین  | 90 فیصد ضمانت (4.5 ملین زیادہ سے زیادہ) (ورکنگ کیپیٹل کے لیے 4 ملین تک زیادہ سے زیادہ ضمانت)                                       | مستقل ورکنگ کیپیٹل، آلات، جگہ، زمین اور بلڈنگ اور بین الاقوامی تجارت سے متعلقہ قرضہ جات کی واپسی کے لیے مدتی قرض  | 28 سال تک   | 7 اے کی طرح ہی ہے۔   | 7 اے کی طرح ہی ہے۔  | 7 اے کی طرح ہی ہے۔ اس کے علاوہ، درآمدات کی مسابقت سے بری طرح متاثر شدہ بین الاقوامی تجارت میں شامل ہونا/ یا شامل ہونے کی تیاری کرنا  | چھوٹے کاروباروں کو بین الاقوامی بازار میں مزید مؤثر طریقے سے مقابلہ کرنے کے قابل بنانے کے لیے طویل مدتی مالی امداد۔  |
| برآمداتی ورکنگ کیپیٹل کا پروگرام  | 5 ملین  | 90 فیصد ضمانت (زیادہ سے زیادہ ضمانت کی رقم 4.5 ملین)   | برآمدات کے کاروبار والوں کے لیے قلیل مدتی، ورکنگ کیپیٹل قرضہ جات۔   | عام طور پر 1 سال یا اس سے کم، 3 سال کے دورانیہ تک ہو سکتے ہیں۔  | ایس بی اے کی طرف سے زیادہ سے زیادہ سود کی کوئی حد مقرر نہیں کی گئی ہے، لیکن ایس بی اے معقولیت پر نظر رکھتی ہے۔             | 7 اے کی طرح ہی ہے۔  | 7 اے کی طرح ہی ہے، اس کے علاوہ، برآمدات کے لیے قلیل مدتی ورکنگ کیپیٹل کی ضرورت ہو گی۔  | اندرونی فنانشنگ اور کاروباری منصوبے میں خلل ڈالنے بغیر برآمدی فروخت بڑھانے کے لیے اضافی ورکنگ کیپیٹل   |
| ایکسپورٹ ایکسپریس   | 500,000 ڈالر  | 350,000 ڈالر یا اس سے کم کے قرض کے لیے 90 فیصد ضمانت 350,000 ڈالر سے زائد کے قرض کے لیے 75 فیصد ضمانت                              | ایس بی اے ایکسپریس کی طرح ہی ہے۔ اس کے علاوہ سٹیٹڈ ہائی لیٹر ز آف کریڈیٹ ضرورت ہوں گے۔  | ایس بی اے ایکسپریس کی طرح ہی ہے۔  | ایس بی اے ایکسپریس کی طرح ہی ہے۔   | 7 اے کی طرح ہی ہے۔  | درخواست گزار پر لازم ہو گا کہ یہ قرض ان کو ایک نئی برآمداتی منڈی میں جانے کے لیے یا کسی موجودہ بازار میں کاروبار کو پھیلانے میں معاون ثابت ہو گا۔ کاروبار کے لیے ضروری ہے کہ وہ کم از کم 12 ماہ سے آپریشن میں ہو (لیکن یہ لازمی نہیں کہ وہ برآمدات سے ہی وابستہ ہو)۔ | جلدی مل جانے والا، آسان طریقہ کار، آسان لائن آف کریڈیٹ   |
| ڈیلر کا فلور پلان   | زیادہ سے زیادہ 5 ملین کم از کم 500,000 ڈالر   | 7 اے کی طرح ہی ہے۔ نئی اور استعمال شدہ انویسٹری پر 100 فیصد ایڈوانس  | اہل چھوٹے کاروبار، بشمول کشتیوں، گاڑیوں، موٹر سائیکلوں، بنے بنائے گھروں، آر وی کے ڈیلروں کے۔ اس سے ڈیلر کے موجودہ فلور پلان کو معاشی مدد مل سکتی ہے۔  | کم از کم 1 سال زیادہ سے زیادہ 5 سال   | 7 اے کی طرح ہی ہے۔ بقایا جات پر سود مابانہ ادا کیا جائے گا۔  | 7 اے کی طرح ہی ہے۔ ماسوائے غیر معمولی سروسنگ فیس کے۔ (یہ فیس ایس بی اے قرض کی فیس سے زیادہ نہیں ہو سکتی)  | 7 اے کی طرح ہی ہے۔   | معقول فنانشنگ  |
| 504 قرضہ جات: ایس بی اے کی طرف سے لائسنس شدہ سرٹیفائیڈ ڈیویلپمنٹ کمپنیوں (سی ڈی سی ایس) کے ذریعے دیا جاتا ہے۔ | 504 سی ڈی سی کی زیادہ سے زیادہ حد 5 ملین سے 5.5 ملین کے درمیان ہوتی ہے، جس کا انحصار کاروبار کی قسم پر ہوتا | پراجیکٹ کی لاگت درج ذیل ہے: سی ڈی سی: 40 فیصد تک بغیر ضمانت کے فائنانسنگ: قرض دہندہ: 50 فیصد ایکویٹی: 10 فیصد نئے کاروبار یا سپیشل | قرض کی مدت، مقررہ اثاثہ جاتی قرض، پراجیکٹ کے اثاثہ جات میں سے رہن شدہ اثاثے کے عوض قرض۔ SBA کی طرف سے فراہم کردہ CDC قرض 100% ضمانت شدہ سود کی رقم سرمایہ کاروں کو مقررہ شرح پر دی جاتی ہے۔ | سی ڈی سی قرض: 10 سے 20 سالہ مدت مقررہ شرح سود۔ قرض دہندہ لون: (غیر ضمانت شدہ) فنانشنگ کی مدت مختصر ہو سکتی ہے۔ سود کی شرح مقررہ یا ایڈجسٹ | جب ڈیویلپمنٹ بیکنگ لون بیجا جاتا ہے تو 504 قرض پر مقررہ شرح قائم ہوتی ہے۔ آدھی مدت کے لیے پیشگی ادائیگی کے جرمانے میں کمی۔ | قرض دہندہ کے حصے پر 5% فیس، نیز CDC ان کے حصے پر 1.5% تک چارج کر سکتا ہے۔ CDC غیر ادا شدہ بیلنس پر 0.625%-1.5% کی مابانہ سروسنگ فیس لیتا ہے۔ موجودہ گارنٹی فیس (مالی سال 2012) اصل رقم کا 0.9375% ہے۔ | سائز کا متبادل معیار: منافع بخش کاروبار کے لیے جن کی مجموعی مالیت 15 ملین سے زیادہ نہیں ہے اور جن کی اوسط دو پورے مالی سال کی خالص آمدنی 5 ملین سے زیادہ نہیں ہے۔ پہلے سے موجود کاروبار میں مالک کی ملکیت 51 فیصد جبکہ نئے کاروبار میں 60 فیصد ہو۔                   | کم پیشگی ادائیگی - ایکویٹی (10%-20%) (ایکوٹی کا حصہ قرض لیا جا سکتا ہے) فیس لی جا سکتی ہے۔ ایس بی اے پورشن: طویل مدتی مقررہ شرح مکمل معافی کوئی یکمشت ادائیگی نہیں |

## باب پنجم: کاروبار کے لیے قرض کا حصول

| 504 قرض کی ری-فائنانسنگ:  | 504 قرض کی ری-فائنانسنگ:   | 504 قرض کی ری-فائنانسنگ:   | 504 قرض کی ری-فائنانسنگ:  | 504 قرض کی ری-فائنانسنگ:   | 504 قرض کی ری-فائنانسنگ:  | 504 قرض کی ری-فائنانسنگ:  | 504 قرض کی ری-فائنانسنگ:  |
|---|--|--|---|--|---|---|---|
| 504 قرض کی ری-فائنانسنگ: CDCs کے ذریعے فراہم کیا گیا جو SBA کے ذریعے لائسنس یافتہ ہیں۔ ری فنانس پروگرام 27 ستمبر 2012 تک نافذ رہے گا۔ | 504 قرض کی ری-فائنانسنگ: جمع 85% یا موجودہ قرض کی آمدنی کا 85% یا اصل قرض کا 85% اہل مقررہ اثاثوں کے لئے ہونا چاہئے۔ | 504 قرض کی ری-فائنانسنگ: 15% چھوٹے کاروبار کے فائدے کے لیے چھوڑ دیا گیا۔ | 504 قرض کی ری-فائنانسنگ: ورکنگ کیپیٹل یا دیگر اہل کاروباری اخراجات کے لیے 18 ماہ پہلے تک کیش آؤٹ ایکویٹی۔ CDC اور قرض دہندہ کے درمیان موجودہ تشخیص شدہ جائیداد کی قیمت کے 90% تک فنانس کر سکتا ہے۔  | 504 قرض کی ری-فائنانسنگ: 504 قرض کی طرح ہی ہے۔                       | 504 قرض کی ری-فائنانسنگ: 504 قرض کی طرح ہی ہے۔ اس کے علاوہ، قرض لینے والے کا آخری 12 ماہ میں ماہانہ ادائیگیوں میں موجودہ ہونا ضروری ہے۔ موجودہ وفاقی حکومت کے قرض کو دوبارہ فنانس نہیں کر سکتے۔ | 504 قرض کی ری-فائنانسنگ: 504 قرض کی طرح ہی ہے ماسوائے فیس کے جو کہ (معاشی سال 2012) کے لیے 1.103% ہے۔ | 504 قرض کی ری-فائنانسنگ: کاروباری مالک ایسی جائیداد کو دوبارہ فنانس کر سکتے ہیں جو نقد، دوسری جائیداد یا قرض دہندہ کے ساتھ کام کرنے والے دیگر اختیارات کے اضافے کے ساتھ زیر ضمانت ہے۔ 504 اہل ری فنانسنگ اخراجات کو بھی فنانس کیا جا سکتا ہے۔ |
| 7(اے) کے علاوہ قرض، چھوٹے قرض: خیراتی تنظیموں کے ذریعے قرض؛ تکنیکی مدد بھی فراہم کی جاتی ہے   | 7(اے) کے علاوہ قرض، چھوٹے قرض: 50,000 ڈالر   | 7(اے) کے علاوہ قرض، چھوٹے قرض: اطلاق نہیں ہوتا۔                          | 7(اے) کے علاوہ قرض، چھوٹے قرض: مشینری اور سامان کی خریداری، فکسچر، لیز بولڈ میں بہتری؛ فنانس وصولی میں اضافہ؛ کام چلانے کے لیے درکار سرمایہ۔ موجودہ قرض کی ادائیگی کے لیے استعمال نہیں کیا جا سکتا۔ | 7(اے) کے علاوہ قرض، چھوٹے قرض: مختصر ترین مدت، 6 سال سے زیادہ نہ ہو۔ | 7(اے) کے علاوہ قرض، چھوٹے قرض: کوئی ضمانتی فیس نہیں ہے۔   | 7(اے) کے علاوہ قرض، چھوٹے قرض: 7.75 یا 8.5% فنڈز کی درمیانی لاگت سے مشروط                             | 7(اے) کے علاوہ قرض، چھوٹے قرض: غیر منافع بخش ثالث قرض دہندگان سے براہ راست قرض؛ مقررہ ریٹ فنانسنگ؛ قرض کی رقم بہت کم؛ تکنیکی مدد دستیاب ہے۔   |

\*ان ایس بی اے پروگراموں کے متعلق مزید معلومات کے لیے [www.sba.gov](http://www.sba.gov) پر ان کی ویب سائٹ ملاحظہ کریں۔

نئے کاروبار کے لیے قرض کے حصول کے لیے درخواست دینے کے لیے  
درکار دستاویزات کی فہرست

(کاروبار کی نوعیت اور قرض دہندہ کے حساب سے ان میں فرق ہو سکتا ہے)

1. ہر مالک کا ذاتی مالیاتی گوشوارہ جو کہ 90 دن سے پرانی نہ ہو۔ قرض دہندہ فارم فراہم کرتا ہے۔
2. کاروباری منصوبے کی تفصیل۔
3. بولیوں اور قیمتوں کے ساتھ پروجیکٹ کی لاگت۔ اگر قابل اطلاق ہو تو، تعمیرات (بشمول معمار اور انجینئرنگ کی فیس) یا تزئین و آرائش، لیز ہولڈ میں بہتری، مشینری اور آلات، انویٹری کی قیمتیں بھی شامل کریں۔
4. SBA ضمانتوں اور قرض کے پروگراموں کے لیے، ہر قرض لینے والے، افسر (اگر شامل کیا گیا ہو)، اور پارٹنر (اگر شراکت داری ہے تو) کے لیے ذاتی بسٹری کا گوشوارہ۔ (SBA فارم 912)
5. مندرجہ بالا میں سے ہر ایک بشمول دیگر اہم شخصیات ہر ایک کی سی وی۔
6. کم از کم پہلے دو سالوں کے لیے متوقع بیلنس شیٹ اور نفع و نقصان۔
7. پہلے دو سالوں کے لیے نقدی کے بہاؤ کا تخمینہ (SBA فارم 1100 استعمال کر سکتے ہیں)۔
8. اگر فرنچائز ہے تو، فرنچائز کامعاہدہ۔ SBA (www.fran-) chiseregistry.com پر اس بات کا اطمینان کرتا ہے کہ آیا فرنچائز منظور شدہ ہے۔
9. ملازمت کی تفصیلات۔ گارنٹی اور دیگر سرکاری قرضوں کے پروگراموں کے لیے، ملازمین کو موجودہ اور متوقع اقلیتی، مرد اور خواتین ملازمین میں تقسیم کریں۔
10. اگر قابل اطلاق ہو تو فروخت کے معاہدے یا لیز کے معاہدے۔

11. قرض دہندہ اور/یا ثالث کے لیے قابل قبول تشخیص۔
12. اگر کارپوریشن ہے تو، انکارپوریشن کی دستاویزات۔
13. گزشتہ تین سال کے ذاتی ٹیکس گوشوارے۔
14. اگر قابل اطلاق ہو تو، ماحولیاتی اثرات کا مطالعہ (مثال کے طور پر مٹی کی جانچ، گیلی زمینیں، جنگلی حیات)۔
15. تفصیلی کاروباری منصوبہ جس میں کمپنی، مصنوعہ، بازار، پروموشن، مسابقت، اور عملے کی معلومات شامل ہوں۔ زیادہ تر کاروباری منصوبوں میں اوپر کی زیادہ تر اشیاء شامل ہوتی ہیں۔

قرض کی درخواستوں اور ان کے لیے مطلوب دستاویزات کے بارے میں مزید معلومات کے لیے، UGA SBDC پبلی کیشن، ماسٹرنگ بزنس لون پروپوزل: بینکنگ کی توقعات، قرضوں کی اقسام، اور کاروباری منصوبوں کو سمجھنے کے لیے گائیڈ کا جائزہ لیں۔

## گرائٹس

اگر آپ اپنے کاروبار کی مالی اعانت کے لیے سرمایہ تلاش کر رہے ہیں تو آپ بہت جلد حوصلہ ہار جائیں گے۔ چھوٹے کاروباروں کے لیے سرمایہ فراہم کرنے والے بہت کم ہیں، خاص طور پر نئے کاروباروں کے لیے۔ درحقیقت، اگر آپ کا کاروبار ایک عام قسم کا کاروبار ہے، جیسے کہ پھول فروشی، تو ایسے کاروبار کے لیے سرمایہ دار تلاش کرنا تقریباً ناممکن ہے جو آپ کے کاروبار کی ضروریات کو پورا کرے۔ ریاستی ایجنسیاں، میونسپلٹی، اور غیر منافع بخش کارپوریشنز سرمایہ کاری کے چند پروگراموں کا انتظام کرتی ہیں جنہیں چھوٹی کاروباری سرگرمیوں کے لیے استعمال کیا جا سکتا ہے۔ جیسا کہ پہلے ذکر کیا گیا ہے، یہ گروپس اس سرمایہ سے چھوٹے کاروباروں کے لیے ریوالونگ لون فنڈ پروگرام تشکیل دیتے ہیں۔

اگرچہ عام ریٹیل اور خدماتی کاروبار کے لیے گرائٹس نایاب ہیں، گرائٹس ان کمپنیوں کے لیے دستیاب ہیں جو نئی ٹیکنالوجیز تیار کر رہی ہیں۔ SBA اور متعدد وفاقی محکمے شمال بزنس انوویشن ریسرچ پروگرام (SBIR) اور شمال بزنس ٹیکنالوجی ٹرانسفر پروگرام (STTR) میں حصہ لیتے ہیں۔ یہ پروگرام تحقیق اور ترقی کے لیے \$500,000 تک گرانٹ فراہم کرتے ہیں۔ کچھ محکمے جیسے کہ محکمہ توانائی ٹیکنالوجی کمپنیوں کو اپنی گرانٹ فراہم کرتے ہیں۔

مزید برآں، گرائٹس ایسے کاروباروں کے لیے دستیاب ہیں جو مخصوص سماجی ضروریات کو پورا کرتے ہیں۔ مثال کے طور پر، جارجیا چائلڈ کیئر کونسل نے چائلڈ ڈے

کیئر سنٹرز کو گرانٹ فراہم کی ہے جو سیکھنے اور رویے سے متعلق بیماری کے شکار بچوں کے لیے خصوصی پروگرام تیار کرتے ہیں۔ بڑھاپے سے متعلق ایجنسیوں نے ایسے کاروباروں کو بھی گرانٹ فراہم کی ہیں جن میں الزائمر یا شدید معذوری کے شکار لوگوں کی مدد کرنے والے ڈے کیئر پروگرام برائے بالغان تھے۔

کاروبار کے لیے گرانٹس کے لیے عام طور پر برابر مقدار کی ضرورت ہوتی ہے۔ کاروبار میں لگائے جانے والے ہر ڈالر کے لیے، کاروبار کو مساوی رقم دینا ضروری ہوتی ہے۔ وہ کاروبار جو گرانٹس کی پیروی کر رہے ہیں انہیں ایک ایسا ریکوئسٹ فار پروپوزل (RFP) چاہیے ہو گا جو ان کے کاروبار کا احاطہ کرتا ہو۔ RFP کے لیے منصوبے کی تفصیل اور بجٹ کی ضرورت ہوتی ہے۔ کچھ کو مالیاتی گوشواروں کے ساتھ کاروباری منصوبہ درکار ہو سکتا ہے۔ ایک بار جب کسی کاروبار کو گرانٹ مل جاتی ہے، تو اخراجات سے متعلق جامع دستاویزات کی ضرورت ہوتی ہے۔

[www.georgiasbdc.org](http://www.georgiasbdc.org)

**باب ششم:**  
**خطرات سے نمٹنے کے مسائل**  
**اور قانونی مسائل**

[www.georgiasbdc.org](http://www.georgiasbdc.org)

جب کوئی شخص اپنا کاروبار کرنے کا فیصلہ کرتا ہے تو اس کاروبار کو بچانے کے لیے اسے کئی فیصلے کرنے ہوتے ہیں۔ قانون کے دائرہ کار کے اندر رہتے ہوئے کام کر کے اور غیر متوقع حالات سے نمٹنے کے لیے ہمہ وقت تیار رہتے ہوئے، ایک کاروبار طویل مدتی ترقی حاصل کر سکتا ہے۔ گائیڈ بک کے اس حصے میں قانونی مسائل اور خطرات سے نمٹنے پر تبادلہ خیال کیا گیا ہے؛ تاہم، یہ کسی بھی طرح سے کامل معلومات نہیں ہیں، اور آپ کو اپنی مخصوص صورت حال کے بارے میں وکیل اور انشورنس ایجنٹ سے مزید مشورہ لینا چاہیے۔

### کاروبار کی قانونی حیثیت کا انتخاب

نیا کاروبار شروع کرتے ہوئے اس کاروبار کے لیے مناسب قانونی حیثیت کا تعین کرنا بنیادی فیصلوں میں سے ایک ہے۔ یہ فیصلہ کرتے وقت متعدد عوامل بشمول کاروباری مالکان کی تعداد، کاروبار کی قسم، لائی ایبلٹی، ٹیکس، اور مستقبل کے توسیعی منصوبے، کو مدنظر رکھنا چاہیے۔

### فرد واحد کی ملکیت

فرد واحد کی ملکیت ریاستہائے متحدہ میں کاروباری تنظیم کی سب سے مقبول قسم ہے، اور یہ کام کرنے کی سب سے آسان شکل ہے کیونکہ اسے لائسنس یا اجازت نامہ جیسی عام ضروریات کے علاوہ کسی مخصوص قانونی دستاویزات کی ضرورت نہیں ہوتی۔ فرد واحد کی ملکیت ایک منافع بخش ادارہ ہوتا ہے جس کی ملکیت ایک فرد یا شوہر اور بیوی کے پاس ہوتی ہے، لیکن اس میں بہت سے ملازمین ہوسکتے ہیں۔ فرد واحد کی ملکیت کو قانون کے تحت ایک الگ قانونی ادارہ نہیں سمجھا جاتا ہے، بلکہ اسے اس فرد کی توسیع کا درجہ حاصل ہوتا ہے جو اس کا مالک ہوتا ہے۔ مالک کے پاس کاروباری اثاثوں کی ملکیت ہوتی ہے اور وہ کاروبار کے تمام قرضوں اور دیگر واجبات کے لیے براہ راست ذمہ دار ہوتا ہے۔ ٹیکس کے مقاصد کے لیے، فرد واحد کی ملکیت کے منافع یا نقصانات کو کاروبار کے مالک کی ذاتی آمدنی کے ساتھ ملایا جاتا ہے (کاروباری ٹیکس کے لیے فیڈرل ٹیکس فارم 1040، شیڈول C ملاحظہ کریں۔ پھر اس کو مناسب ذاتی آمدن کے ٹیکس فارم میں منتقل کر دیا جاتا ہے۔ نوٹ: سوشل سیکورٹی ٹیکس کے لیے شیڈول SE بھی دائر کیا جانا چاہیے۔)

### فوائد:

■ اور کسی بھی قانونی ساخت کی نسبت کم قانونی پیچیدگیاں اور

پابندیاں

■ کاروبار کی قسم کے مطابق نسبتاً کم سرکاری اجازنامے اور پابندیاں

■ تمام تر منافع سیدھا مالک کے پاس جاتا ہے

■ لچکدار: فیصلہ سازی پر صرف ایک مالک کا اختیار ہوتا ہے؛ تیز تر

لاٹھ عمل

■ ٹیکس کی کٹوتی مالک کے ذاتی ٹیکس کی شرح کے مطابق ہوتی ہے

■ خالص نفع یا نقصان کا حساب مالک کی بنیادی آمدن سے الگ

لگایا جاتا ہے اور پھر اسے مالک کی اس ذاتی آمدن میں جمع یا

منفی کیا جاتا ہے جس پر ٹیکس واجب الادا ہوتا ہے

### کاروبار کی قانونی حیثیت کا انتخاب

#### نقصانات:

■ نہ صرف کاروبار پر لگائے گئے سرمایہ اور اس کے ذاتی اثاثہ جات

(جیسا کہ ہ گھر، گاڑیاں وغیرہ) بلکہ کاروبار کے تمام تر قرضوں کے

لیے بھی مالک بذات خود ذمہ دار ہوتا ہے

■ سرمایہ حاصل کرنا نسبتاً مشکل ہوتا ہے

■ کاروبار کے کامیاب ہو جانے کی صورت میں زیادہ شرح ٹیکس

■ اکلوتے مالک کی صلاحیتیں اور اس کا عزم کاروبار کی بڑھوتری کو

محدود کر سکتا ہے

■ مالک کے فوت ہو جانے پر کاروبار اپنی قانونی حیثیت کھو دیتا ہے

#### شراکت داری

شراکت داری اکثر اس وقت استعمال ہوتی ہے جب کاروبار کو چلانے کے لیے دو یا دو

سے زیادہ افراد کی مہارت کے مجموعہ کی ضرورت ہوتی ہے۔ جب مصنوعات کی ذمہ

داری کے مسائل کاروبار کے لیے زیادہ تشویش کا باعث نہیں ہوتے ہیں تو ایسی صورت

میں تنظیم کی اس شکل کو ایک اچھا راستہ سمجھا جاتا ہے۔ شراکت داری کی دو

قانونی شکلیں ہو سکتی ہیں: عمومی یا محدود۔ ایک عمومی شراکت داری میں

مالکان کاروبار کے انتظام اور مالی اعانت کے لیے مل کر کام کرتے ہیں۔ دونوں کاروبار کے

قرضوں اور منافع میں سرمایہ، محنت، جائیداد یا مہارتوں کی بنیاد پر حصہ لیتے ہیں۔ ایک محدود شراکت داری (جسے بعض اوقات LP's یا LLP's کہا جاتا ہے) ایک یا زائد عمومی شراکت داروں پر مشتمل ہوتی ہے جو کاروبار کا نظم و نسق سنبھالتے ہیں اور شراکت داری کے قرضوں کے لیے ذاتی طور پر ذمہ دار ہوتے ہیں اور ایک یا ایک سے زائد محدود شراکت دار جو کاروبار میں سرمایہ کاری کا خطرہ مول لیتے ہیں۔ محدود شراکت دار کاروبار کے نظم و نسق میں کوئی کام سرانجام نہیں دیتے اور کاروبار میں لگائی گئی رقم کے علاوہ شراکتی کاروبار کے قرضوں کے ذمہ دار نہیں ہوتے۔ ایسی فرمیں جو رئیل اسٹیٹ یا پر خطر منصوبوں میں سرمایہ کاری کرتی ہیں اکثر محدود شراکت داری کو اپناتی ہیں۔ جارجیا کے جو رہائشی محدود شراکت داری بنانا چاہتے ہیں انہیں جارجیا کے ریاستی سیکریٹری کے دفتر میں جا کر محدود شراکت داری کا سرٹیفیکیٹ دائر کرنا ہو گا۔ مزید برآں، محدود شراکتوں والوں کو ہر سال کی پہلی سہ ماہی میں جارجیا کے ریاستی سیکریٹری کے دفتر میں سالانہ رجسٹریشن کرانا ہو گی۔ مخصوص ہدایات اور فیس کی رقم [www.georgiacorporations.org](http://www.georgiacorporations.org) پر دیکھی جا سکتی ہے۔

محدود اور عمومی دونوں شراکت داروں کے حقوق، ذمہ داریاں اور فرائض عام طور پر شراکتی معاہدے میں تفصیل سے درج ہوتے ہیں۔ ایک تصدیق شدہ معاہدہ میں ہر شریک کے مالی، انتظامی، اور مادی تعاون کا تعین کیا گیا ہوتا ہے۔ عام طور پر شراکت داری کے معائدوں میں مندرجہ ذیل تفصیلات ہوتی ہیں:

پنسن، لنڈا کی کتاب: *Steps to Small Business Start Up: Everything You Need to Know to Turn Your Idea Into a Successful Business (Small Business Strategies Series)*. Out of Your Mind...And Into The Mark. (2014)

جینکنس، مائیکل ڈی، تھامس جے، بیرالڈ جونیر اور نیل ایڈورڈ کی کتاب: *Starting and Operating a Business in Georgia: A Step by Step Guide*. Oasis Press/PSI Research (Granmts Pass, Oregon: 1995) Chap. 11, pp. 5۔

پنسن، لنڈا اور جیری جینٹ کی کتاب: *Steps to Small Business Start Up: Everything You Need to Know to Turn Your Idea Ito a Successful Business (Small Business Strategies Series)*. Out of Your Mind...And Into The Mark. (2014).

- معائدے کا نام، مقصد اور مدت
- شراکت داروں کے فرائض
- شراکت داروں کا کاروبار میں عمل دخل (عمومی یا محدود، متحرک یا غیر متحرک)
- عہدہ، نظم و نسق، فیصلہ سازی

کاروبار کی قانونی  
حیثیت کا انتخاب

- منافع اور نقصان کی تقسیم، رقم نکلوانا
- اکاؤٹنگ کا طریقہ کار
- شراکت داری نفع کا ذریعہ
- قرضوں کی ادائیگی اور ذمہ داریاں
- شراکت دار کی موت، غیر حاضری، معذوری
- تحلیل کی صورت میں
- تنازعات کا حل
- اضعافہ جات، تبدیلیاں اور بہتری لانا

قانونی طور پر شراکت داری مختلف حقوق اور ذمہ داریوں کے ساتھ ایک علیحدہ ادارہ ہوتا ہے۔ شراکت داری ملازمین کی خدمات حاصل کر سکتی ہے، اپنی جائیداد، معاہدوں پر دستخط کر سکتی ہے، تجارتی کریڈٹ حاصل کر سکتی ہے، اور رقم ادھار لے سکتی ہے، اگرچہ زیادہ تر قرض دہندگان کو شراکت داروں سے ذاتی ضمانت کی ضرورت ہوتی ہے۔ شراکت داری میں وفاقی اور ریاستی دونوں مقاصد کے لیے آمدنی کا ٹیکس ادا کرنا ہوتا ہے (فارم 1065 وفاقی فارم ہے اور فارم 700 جارجیا کا فارم ہے)۔ شراکت داری میں عام طور پر انکم ٹیکس ادا نہیں کیا جاتا، لیکن ٹیکس کی معلومات کو شراکت داروں کی ذاتی آمدن کے ساتھ شامل کیا جاتا ہے (فارم 1040 کا ای شیڈول)

#### فوائد:

- نقصانات اور ٹیکس کے کریڈٹ سیدھا شراکت داروں کے پاس جاتے ہیں
- کارپوریشنز کی نسبت کم تحریری دستاویزات درکار ہوتی ہیں
- ملکیت کی شرح کے حساب سے سیدھا سیدھا منافع
- لچکدار، لیکن فرد واحد کی ملکیت کی نسبت کم
- کارپوریشن کی نسبت کم حکومتی کنٹرول اور مخصوص ٹیکسوں کے مسائل
- ہنر کا تنوع، کام کے بوجھ کی تقسیم اور سرمایہ اور نئے خیالات تک رسائی کاروبار کی کامیابی میں مفید ثابت ہو سکتی ہے
- محدود شراکت داریاں محدود خطرے کے ساتھ سرمایہ کاری پر منافع کا موقع فراہم کرتی ہیں

#### نقصانات:

- عمومی شراکت داروں کی لامتناہی لائی ایبلٹی
- کسی بھی شراکت دار کو کھو دینے کی صورت میں پوری شراکت داری خود بخود تحلیل ہو جاتی ہے

کاروبار کی قانونی  
حیثیت کا انتخاب

- سرمایہ کا حصول نسبتاً مشکل ہوتا ہے چونکہ تمام سرمایہ کار شراکت دار تصور ہوتے ہیں
- کاروبار دیگر شراکت داروں کی خواہشات کے قطع نظر صرف ایک ہی شریک کے اعمال پر منحصر ہوتا ہے
- شراکت داری کی تحلیل کی تفصیلات بھی شراکت داری کے معائدے میں متعین ہونی چاہئیں

کارپوریشن

کارپوریشنز ایک کاروبار کی طرف سے اپنائے گئے قانونی ڈھانچے کی سب سے مہنگی اور پیچیدہ شکل ہوتی ہیں۔ کارپوریشن ایک الگ ادارہ ہوتا ہے جو ریاست کے دائرہ اختیار کے اندر اور ریاست کے سیکریٹری کی منظوری کے تحت وجود میں آتا ہے۔ ایک کارپوریشن اپنے مالکان سے الگ تھلگ ایک قانونی وجود رکھتا ہے اور کاروبار کا لین دین کر سکتا ہے، معاہدوں میں شامل ہو سکتا ہے، اور خود مقدمہ کر سکتا ہے یا اس پر مقدمہ کیا جا سکتا ہے۔ اگر یہ بین الریاستی تجارت کرتا ہے، تو اسے اس طرح کے کاروبار کو منظم کرنے والے متعلقہ وفاقی قوانین کی پابندی کرنا ہو گی۔ ایک کارپوریشن کو لازماً انکارپوریشن کا منشور وضع کر کے اسے اپنانا چاہئے جو عام طور پر کاروبار کے مقصد یا مشن، اس کا نام، ڈائریکٹرز کی قابلیت، مقام، اور مجوزہ سرمائے کی ساخت کا احاطہ کرتا ہے۔ ریاستی سیکریٹری کے دفتر میں سالانہ رجسٹریشن بھی ہر سال جمع کرائی جانی چاہیے (1 جنوری تا 1 اپریل) کہ کارپوریشن جارجیا میں کاروبار کرتی ہے۔ ان چیزوں کے لیے فارم، فیس کی رقم اور ہدایات ریاستی سیکریٹری کی ویب سائٹ [www.georgiacorporations.org](http://www.georgiacorporations.org) پر دیکھی جا سکتی ہیں۔

کارپوریشنز کو IRS اور ان تمام ریاستوں کے ساتھ جہاں وہ کاروبار کرتے ہیں ان کے ساتھ سالانہ انکم ٹیکس جمع کرانا ضروری ہے۔ عام طور پر، کارپوریشن کے مالکان یا شیئر ہولڈرز کاروبار کی لائی ایبلٹیز سے مبرا ہوتے ہیں، لیکن جب کارپوریشن چھوٹی ہوتی ہے تو قرض دہندگان کو اکثر کریڈٹ کی توسیع سے پہلے اصل مالکان کی ذاتی ضمانت کی درکار ہوتی ہے۔

کارپوریشن کو شروع کرنے اور اس کا نظم و نسق چلانے کے لیے اضافی اخراجات کو عام طور پر کارپوریشن کے مالکان کو حاصل وسیع قانونی تحفظ کے بدلے ایک چھوٹی قیمت کے طور پر سمجھا جاتا ہے۔ کاروبار کو کارپوریشن کی شکل دینے سے بہت سے دوسرے فوائد حاصل ہوتے ہیں جیسے کہ ایکویٹی (اسٹاک) کی فروخت کے ذریعے اضافی سرمایہ اکٹھا کرنے کی صلاحیت اور کاروبار میں تمام مالکان کی لائی ایبلٹی کا

محدود ہو جانا۔ کارپوریٹ ساخت کی وجہ سے ایک کاروبار اصل مالکان کے ریٹائر ہونے یا ان کے کاروبار میں اپنی سرگرمیاں جاری نہ رکھ سکنے کے باوجود بھی اپنا کام جاری رکھ سکتا ہے۔

### فوائد:

■ سٹاک کے مالکان کی لائی ایبلٹی سرمایہ کی رقم کے حساب سے

محدود ہوتی ہے

■ ٹیکس کی وجہ سے کارپوریشن کے وجود کو ذاتی وجود سے الگ کرتا

ہے

کاروبار کی قانونی  
حیثیت کا انتخاب

■ سٹاک کی سیل کے ذریعے ملکیت ٹرانسفر کی جا سکتی ہے

■ مستحکم اور نسبتاً پائیدار وجود

■ سٹاک جاری کر کے سرمایہ حاصل کرنے کی آسانی

### نقصانات:

■ سرگرمیوں پر حکومت کا اختیار ہوتا ہے

■ زیادہ سٹاک رکھنے والوں کی طرف سے بے ایمانی کا خطرہ

■ مقامی، صوبائی، اور وفاقی رپورٹنگ درکار ہوتی ہے

■ دوہرا ٹیکس: کارپوریشن سے حاصل ہونی والی خالص آمدنی پر

کارپوریٹ کی شرح پر ٹیکس جبکہ سٹاک ہولڈرز سے حاصل ہونے والے منافع

پر ذاتی آمدن کے طور پر ٹیکس لگتا ہے (صرف سی کارپوریشن کی صورت

میں)

■ اس ساخت میں کاروبار کو شروع کرنا اور چلانا عام طور پر فرد واحد

کی ملکیت اور شراکت داری کی نسبت زیادہ مہنگا ہوتا ہے

رابطہ:

جارجیا کے ریاستی سیکریٹری کارپوریشن ڈویژن

<https://ecorp.sos.ga.gov>

### ایس کارپوریشن

ایک گھریلو کارپوریشن جس کی ملکیت 100 سے کم شیئر ہولڈرز کے پاس ہو، جس کے پاس صرف ایک طرح کا اسٹاک ہو، اور دوسری کارپوریشن کے 80 فیصد سے زیادہ کی ملکیت نہ رکھتی ہو، وہ انٹرنل ریونیو سروس کے ساتھ سب چیپٹر ایس کارپوریشن کے نام کے لیے درخواست دینے کی اہل ہوتی ہے۔ ایس کارپوریشن کو ایک کارپوریشن کے ہی حقوق اور ذمہ داریاں حاصل ہوتی ہیں، لیکن انٹرنل ریونیو سروس (IRS) اس کے ساتھ ٹیکس کے حوالے سے الگ برتاؤ کرتا ہے۔ ایک کارپوریشن کو وجود میں آنے کے بعد تیسرے مہینے کے 15 ویں دن کے اندر اندر آئی آر ایس کو فارم 2553 جمع کرا کر کارپوریشن کی حیثیت کے لیے درخواست دے دینی چاہیے۔

### فوائد:

- کارپوریٹ دوہرے ٹیکسوں کا خاتمہ
- نقصانات کی سٹاک ہولڈرز سے کٹوتی ہوتی ہے
- ذاتی لائی ایبلٹی محدود ہو جاتی ہے
- سٹاک کی فروخت کے ذریعے ملکیت ٹرانسفر ہو سکتی ہے
- ٹیکس کے کریڈیٹ سیدھا سٹاک ہولڈرز کے پاس جاتے ہیں
- کاروبار کا تسلسل
- مالکان ایس کارپوریشن کے انتظامی امور میں حصہ لے سکتے ہیں

### نقصانات:

- لگاتار تین سالوں کے لیے غیر فعال سرمایہ کاری سے حاصل ہونے والی آمدن کل حاصل ہونے والی رقم کے 25 فیصد سے زیادہ نہیں ہو سکتی
- کچھ ریاستوں میں ایس کارپوریشنز والا نظام نہیں ہے (جارجیا میں ہے)
- اہلیت کے معیار پر پورا اترتا ہو
- نہ تو کارپوریشنز اور نہ ہی باہر کے لوگ شیئر ہولڈر ہوں

کاروبار کی قانونی  
حیثیت کا انتخاب

■ سٹاک کی صرف ایک ہی قسم پیش کر سکتے ہیں اور شیئر ہولڈرز کی تعداد بھی 100 سے زیادہ نہیں ہو سکتی

### لمیٹیڈ لائی ایبلٹی کمپنی

ایک لمیٹیڈ لائی ایبلٹی کمپنی (LLC) تنظیم کی ایک بائبرڈ شکل ہوتی ہے جو کارپوریشن کے لائی ایبلٹی کے محدود تحفظ کو شراکت داری کے فوائد یعنی ٹیکس سے متعلق فوائد اور لچک کو یکجا کرتی ہے۔ ایک LLC عام طور پر دو یا دو سے زیادہ انٹرسٹ ہولڈرز کی ملکیت ہوتی ہے جنہیں ممبر کہا جاتا ہے۔ ایک ایل ایل سی اپنی تنظیم کا نام رکھ کر اس کے منشور کو ریاستی سیکریٹری کو ارسال کرنے پر وجود میں آتی ہے۔ یہ منشور کارپوریشن کے انکارپوریشن کے منشور سے ملتی جلتی معلومات فراہم کرتا ہے۔

کمپنی کا انتظام ایک یا ایک سے زائد منیجرز سنبھالتے ہیں۔ ایک منیجر ممبر یا غیر ممبر ہو سکتا ہے۔ LLC کے ممبران میں افراد، کارپوریشنز، شراکت داری، ٹرسٹ، دیگر LLCs اور دیگر ادارے شامل ہو سکتے ہیں۔ عام طور پر LLCs کو تشکیل دینے کے لیے کم از کم دو ممبران کا ہونا ضروری ہوتا ہے جبکہ جارجیا ایک رکنی LLCs کی بھی اجازت دیتا ہے۔

### فوائد:

- ایس کارپوریشن کے برعکس، ممبران کی تعداد یا اقسام پر کوئی پابندی نہیں
- ایک الگ قانونی ادارے کی حیثیت دی جاتی ہے
- ممبران کے ذاتی اثاثہ جات کو کارپوریشن میں سٹاک ہولڈرز کی مثل تحفظ فراہم کرتا ہے
- مختلف اقسام کا سٹاک پیش کرنے کی صلاحیت رکھتا ہے
- دوبارے ٹیکس کو ختم کرتا ہے جو کہ کارپوریٹ سٹاک ہولڈرز کو ادا کرنا پڑتا ہے
- ممبران نقصانات کی کٹوتی کر سکتے ہیں
- منافع سٹاک کی ملکیت کی شرح کی بجائے دیگر عوامل کی بنیاد پر تقسیم کیا جا سکتا ہے
- محدود لائی ایبلٹی کے ہدف کو حاصل کرتا ہے اور کاروبار کی کسی بھی دوسری تنظیماتی ساخت کی نسبت کم پابندیوں کے ساتھ ٹیکس کے مراحل سے گزرتا ہے

کاروبار کی قانونی  
حیثیت کا انتخاب

- مالکان ایک ایل ایل سی کے انتظامی امور میں حصہ لے سکتے ہیں
- نقصانات:
- ہو سکتا ہے کہ LLC کثیر ریاستی کارروائیوں کے لیے موزوں نہ ہو۔
- بہت سی ریاستوں نے "بیرونی" LLCs کے لیے LLC کے قوانین اور دفعات کو اختیار نہیں کیا ہے، اس لیے ہو سکتا ہے کہ جارجیا LLCs کی محدود لائی ایبلٹی کو دوسری ریاستوں میں تسلیم نہ کیا جائے جن میں LLC پر ایک کارپوریشن کی طرح ٹیکس لگائے جاتے ہیں۔

- ایک کارپوریشن سے ایل ایل سی میں تبدیل کرتے ہوئے ٹیکس کے منفی نتائج بھگتنا پڑ سکتے ہیں

- آپریٹنگ کے معائدے کی شرائط کی مناسبت سے فری ٹرانسفر ایبلٹی آف انٹرسٹس کی سہولت میسر نہ ہو

- قانونی اور اکاؤنٹنگ سے متعلقہ پیشہ ورانہ خدمات حاصل کرنے کی سختی سے تجویز کی جاتی ہے

علاقائی حد بندی، لائسنسنگ، اجازت نامے، انشورنس، اور ٹیکسوں کے حوالے سے مختلف کاروباروں کے لیے تقاضے مختلف ہوتے ہیں۔ (نوٹ: ٹیکس کے تقاضوں کا احاطہ اگلے باب "مالیاتی دستاویزات بندی" میں کیا گیا ہے۔)

قانون کی اتباع کے  
معاملات

**منصوبہ بندی اور علاقائی حد بندی**

علاقائی حد بندی: اس سے پہلے کہ آپ کوئی جگہ خریدیں یا کرایہ پر لیں، آپ کو اپنی پراپرٹی، پارکنگ ایریا، اور اپنے کاروبار کے لیے مختص علاقائی حد بندی کے بارے میں مقامی/کاؤنٹی پلاننگ اتھارٹیز سے استفسار کرنا چاہیے۔ منصوبہ بندی کے حکام گھر میں ہونے والی کاروباری سرگرمیوں کو بھی منظم کرتے ہیں۔

**قبضے کا سرٹیفکیٹ:** مقامی فائر مارشل کو بلڈنگ کے استعمال سے پہلے آگ پر قابو پانے سے متعلقہ قوانین کی پاسداری کے حوالے سے معائنہ کرنا چاہیے۔

**عمارت کے معائنہ کا سرٹیفکیٹ:** مقامی بلڈنگ آفس رسائی، واش رومز اور بلڈنگ کی قسم کے حوالے سے سرٹیفکیٹ جاری کرے گا۔

### لائسنس

ہر کاروبار کے پاس ضروری کاروباری لائسنس ہونا ضروری ہے۔ کاروباری لائسنس کو "کاروباری ٹیکس سرٹیفکیٹ" یا "پیشہ وارانہ ٹیکس پرمٹ" بھی کہا جاتا ہے۔ کاروباری لائسنس سٹی ہال، کاؤنٹی کورٹ ہاؤس، یا اس شہر یا کاؤنٹی کے لیے انتظامیہ کی عمارت سے حاصل کیے جاتے ہیں جس میں آپ کا کاروبار ہے۔ آپ کو ہر اس کاؤنٹی سے اس کے کاروباری لائسنس کے لیے مطلوبہ چیزوں اور لاگو فیس کے متعلق پتہ کرنا چاہیے جہاں آپ کاروبار کرتے ہیں۔

### قانون کی اتباع کے معاملات

### تجارتی نام

تمام کاروبار جو واحد ملکیت یا شراکت داری کے طور پر منظم ہیں جو کسی ایسے نام کے تحت کام کرتے ہیں جو ملکیت کی عکاسی نہیں کرتا ہے، جہاں کاروبار واقع ہے اس کاؤنٹی کے کلرک آف سپیریئر کورٹ کے پاس تجارتی نام (فرضی نام) کا رجسٹریشن درج کرانا چاہیے۔ مثال کے طور پر، Joe Smith اگر ایک آئس کریم کی دکان چلاتا ہے تو وہ "Joe Smith's Ice Cream Shop Doing Business as The Corner Creamery" کے طور پر رجسٹر ہوگی۔

### پرمٹس

30 سے زیادہ قسم کے کاروبار خصوصی اجازت نامے، لائسنس اور معائنہ کے تابع ہیں۔ ان میں اسکول، روزگار کی ایجنسیاں، بچوں کی دیکھ بھال کے مراکز، سیکورٹیز ڈیلر، موٹر ٹرانسپورٹ، مالیاتی ادارے، عوامی تفریح، جاسوسی ایجنسیاں، کاسمیٹولوجسٹ، حرارتی اور ہوا، ریفریجریشن، پلمبر اور الیکٹریشن شامل ہیں۔ لائسنسنگ، اجازت نامے اور معائنہ کے بارے میں معلومات آپ کے مقامی لائسنسنگ یا معائنہ کے دفتر سے یا درج ذیل ویب سائٹ پر مل سکتی ہیں: [www.sos.state.ga.us/plb](http://www.sos.state.ga.us/plb)

**اشیائے خوردونوش اور ان کی تقسیم** : قانونی طور پر، کھانے کی مصنوعات کی پروسیسنگ، بینڈلنگ، اسٹوریج یا تقسیم سے متعلقہ کسی بھی کاروبار کو اجازت نامے کے لیے مندرجہ ذیل محکمہ میں درخواست دینی چاہیے:

جارجیا محکمہ زراعت

صارف کے تحفظ کی ڈویژن

[www.agr.georgia.gov](http://www.agr.georgia.gov)

**کھانا پکانا اور کھانا تیار کرنا:** ایسے کاروبار جو کھانا پکانے یا پیش کیے جانے والے کھانے کی تیاری کا کام کرتے ہیں (ریستوران، ہوٹل، نرسنگ ہومز وغیرہ) ان کا معائنہ اور لائسنس کاؤنٹی کے قامی صحت کے ڈیپارٹمنٹ سے ہونا چاہیے۔

**شراب کا لائسنس:** شراب والے مشروبات پیش کرنے کے خواہشمند کاروباروں کو لائسنس کے لیے درخواست دینی چاہیے۔ طریقہ کار کے لیے اپنے سٹی لائسنس اور ٹیکس ڈیپارٹمنٹ یا کاؤنٹی فنانس ڈیپارٹمنٹ سے رجوع کریں۔

قانون کی اتباع کے  
معاملات

**ٹریڈ مارک، سروس مارک، رجسٹریاں، تحفظ حقوق**

ٹریڈ مارک کی تعریف کچھ اس طرح ہے کہ کسی بھی لفظ، نام، علامت، آلہ، یا اس کے امتزاج کے طور پر استعمال ہونے والی چیز جسے کسی شخص یا ادارے نے اپنایا اور استعمال کیا ہو اور اسے کسی دوسرے شخص یا ادارے کے بنائے یا بیچے گئے سامان سے الگ شناخت دینے کے لیے استعمال کیا جائے۔ اسی طرح، سروس مارک بھی کسی شخص یا ادارے کے کی طرف سے پیش کردہ خدمات کی شناخت کے لیے استعمال کیا جاتا ہے اور انہیں کسی دوسرے شخص یا ادارے کی جانب سے پیش کردہ خدمات سے ممتاز کرنے کے لیے استعمال کیا جاتا ہے۔ ٹریڈ مارکس، سروس مارکس اور رجسٹریاں، قانونی تحفظ کے لیے رجسٹر کرائی جاتی ہیں۔ معلومات اور درخواستیں یہاں سے حاصل کی جا سکتی ہیں:

ٹریڈ مارکس/سروس مارکس

ریاستی سیکریٹری

کارپوریشنز ڈویژن

<http://sos.ga.gov/page/trademark-and-service-mark>.

رجسٹری امریکی حکومت کی طرف سے ایک موجد کو "دوسروں کو امریکہ بھر میں اپنی ایجاد کردہ چیز بنانے، استعمال کرنے، فروخت کے لیے پیش کرنے، یا فروخت کرنے یا امریکہ میں ایجاد درآمد کرنے سے روکنے کے لیے" محدود وقت کے لیے اس ایجاد کے عوام کے سامنے پیش کرنے تک دی جاتی ہے۔ رجسٹری کے قوانین، ٹریڈ مارکس، اور ایجادات سے متعلق اشاعتیں وفاقی بک سٹور اور یو ایس محکمہ تجارت سے دستیاب ہیں۔ آپ رجسٹری اٹارنی سے مشورہ کر سکتے ہیں۔ رجسٹریاں درج ذیل جگہ پر ہوتی ہیں:

امریکی محکمہ تجارت

رجسٹری اور ٹریڈ مارک آفس

[www.uspto.gov](http://www.uspto.gov)

تحفظ حقوق تحفظ کی ایک شکل ہے جو امریکی قوانین کے ذریعے اصل تخلیقات کے مصنفین کو فراہم کی گئی ہے۔ تحفظ حقوق کے فارم اور معلومات لائبریری آف کانگریس سے دستیاب ہیں:

کاپی رائٹ آفس

کانگریس کی لائبریری

[www.copyright.gov](http://www.copyright.gov)

### تھوک سیل کا قانون

اگر آپ چلتا ہوا کاروبار خریدنے کا ارادہ رکھتے ہیں، تو آپ کو بطور خریدار تھوک سیلز کے قانون کی تعمیل کرنی ہوگی۔ اصل خریداری سے کم از کم پانچ دن پہلے ہر مالک کو مجوزہ فروخت کے بارے میں لازماً ذاتی طور پر مطلع کیا جائے۔ 200,000 سے زیادہ آبادی والی کاؤنٹیوں میں، خریداری سے کم از کم سات دن پہلے ایک بار

قانون کی اتباع کے  
معاملات

## باب ششم: خطرات سے نمٹنے کے مسائل اور قانونی مسائل

خریدنے کے اس ارادے کو شائع کرنا ضروری ہے۔ اس لائحہ عمل کے بارے میں اپنے وکیل سے مشورہ کریں۔

### فروخت اور صارفی ٹیکس

ایسے کاروبار جو ریٹیل یا تھوک مصنوعات فروخت کرتے ہیں یا مخصوص خدمات فراہم کرتے ہیں انہیں ریاست کی جانب سے سیلز ٹیکس جمع کرنا اور پھر اس کو ریاست کو ادا کرنا ہوتا ہے۔ آپ کو سیلز ٹیکس نمبر کے لیے ریاست جارجیا میں درخواست دینی ہوگی جو آپ کو ٹیکس کی رقم جمع کرنے، رپورٹ کرنے اور ریاست کو بھیجنے کی ہدایات کے ساتھ بھیجا جائے گا۔

جارجیا ڈیپارٹمنٹ آف ریونیو

فروخت اور صارفی ٹیکس کی ڈویژن

<https://dor.georgia.gov>taxes>business-taxes/sales-use-tax>

www.georgiasbdc.org

### پراپرٹی ٹیکس

جارجیا میں کام کرنے والے تمام کاروباروں کو کاروبار کی حقیقی جائیداد اور ذاتی جائیداد پر پراپرٹی (اس کی قیمت کے حساب سے) ٹیکس ادا کرنا ہوتا ہے۔ حقیقی جائیداد زمین اور ہر وہ چیز ہے جو پھیل رہی ہے، بنائی گئی ہے یا زمین پر لگی ہوئی ہے۔ ذاتی جائیداد ہر وہ چیز ہے جس کی ملکیت رکھی جا سکتی ہے جو کہ جائیداد نہیں ہے (یعنی سامان، گاڑیاں)۔ پراپرٹی ٹیکس کا اندازہ اور جمع کرنے کا کام ہر کاؤنٹی خود کرتی ہے۔ لہذا، کاروباری مالکان کو شرح کا تعین کرنے اور فارم حاصل کرنے کے لیے جس کاؤنٹی میں ان کا کاروبار موجود ہے وہاں کے ٹیکس مبصر کے دفتر سے رابطہ کرنا چاہیے۔ جارجیا ڈیپارٹمنٹ آف ریونیو کی ویب سائٹ پر ریاستی پراپرٹی ٹیکس ڈویژن کے ذریعے مقامی ٹیکس دفاتر کا لنک موجود ہے۔

جارجیا ڈیپارٹمنٹ آف ریونیو پراپرٹی ٹیکس ڈویژن

<https://dor.georgia/gov/>

قانون کی اتباع کے معاملات

کاروباری آمدن کا ٹیکس

کاروباری آمدنی کے ٹیکس وفاق اور ریاستی دونوں سطحوں پر ادا کیے جاتے ہیں۔ مطلوبہ فارم آپ کے کاروباری ادارے پر منحصر ہیں۔ انٹرنل ریونیو سروس اور جارجیا ڈیپارٹمنٹ آف ریونیو کے پاس ایسی اشاعتیں موجود ہیں جو انکم ٹیکس ادا کرنے کی منصوبہ بندی میں معاونت فراہم کرتی ہیں۔ مزید معلومات اس گائیڈ بک کے باب 7 میں موجود ہیں۔

روزگار کے مسائل

ملازمین رکھنے والے کاروباری مالکان کو متعدد مختلف ریاستی اور وفاقی ایجنسیوں کے ساتھ رجسٹر ہونا ہوتا ہے۔ اگر اپنے ملازمین سے ٹیکس کو کاٹنے اور پھر اسے جمع کرانے کے بھی ذمہ دار ہیں۔ ٹیکس کے تقاضے، انشورنس کے تقاضے، شہریت کی تصدیق، اور ملازمین سے متعلقہ تعمیل کے دیگر مسائل ذیل میں زیر بحث ہیں۔

SS-4 وفاقی ٹیکس ID نمبر

اگر آپ کے کاروبار کی قانونی شکل ایک کارپوریشن، ایک محدود لائی ایبلٹی کمپنی، شراکت داری ہے، یا اگر آپ کے ملازمین ہیں، تو آپ کو فیڈرل ٹیکس ID نمبر کی ضرورت ہوتی ہے۔ ایک مکمل فارم SS-4 انٹرنل ریونیو سروس کو جمع کرانا ہوتا ہے۔ یہ نمبر آپ کے ملازمین کی جانب سے وفاقی انکم ٹیکس اور سوشل سیکیورٹی ٹیکس کی شناخت اور جمع کرنے کے لیے استعمال کیا جاتا ہے۔

انٹرنل ریونیو سروس

ٹیکس دہندگان کی تعلیمی خدماتی ڈویژن

www.irs.gov

W-4 ملازمین کا وڈبولڈنگ الاؤنس سرٹیفکیٹ

تمام ملازمین کو W-4 فارم مکمل کرنا ہوتا ہے۔ W-4 فارم آجر کو ہدایت کرتا ہے کہ وفاقی آمدنی کے ٹیکس کی کٹوتی کا حساب لگاتے وقت کتنی چھوٹ شامل کی جائے۔

یہ فارم آپ کے ملازمین کی ملازمین سے متعلقہ فائلوں میں رہتے ہیں اور یہ IRS کو نہیں بھیجے جاتے ہیں۔ فارم مندرجہ ذیل سے حاصل کیے جا سکتے ہیں:

انٹرنل ریوینیو سروس

[www.irs.gov](http://www.irs.gov)

### قانون کی اتباع کے معاملات

#### W-2 اجرت اور ٹیکس کا بیان

آجروں کو ہر اس ملازم کو ادا کی گئی اجرت کے لیے فارم W-2 پُرکرنے ہوتا ہے جس سے آمدنی، سماجی تحفظ، یا صحت کا ٹیکس کاٹا گیا تھا۔ نیز، فارم W-2 ان ملازمین کے لیے پُر کرنا ضروری ہے جن سے انکم ٹیکس کاٹا گیا ہو گا اگر ملازم نے ایک سے زیادہ وڈہولڈنگ الاؤنس کا دعویٰ نہیں کیا تھا یا فارم W-4 پر وڈہولڈنگ سے استثنیٰ کا دعویٰ نہیں کیا تھا۔ مزید تفصیلات IRS کی ویب سائٹ پر دستیاب ہیں۔

#### 940 آجر کا سالانہ وفاقی بے روزگاری ٹیکس ایکٹ (FUTA) فارم

ایک یا ایک سے زیادہ ملازمین والے آجروں کو یہ فارم تیار کرنا اور جمع کرنا ہوتا ہے۔ آجر اپنے ملازمین کی جانب سے ایک سال میں ملازم کو ادا کی جانے والی اجرت کے پہلے \$7,000 کے 0.8 فیصد کی شرح سے بے روزگاری کا ٹیکس ادا کرتے ہیں۔ یہ ٹیکس سہ ماہی ادا کیا جانا چاہیے، اور ہر سال کے آخر میں آپ کو IRS فارم 940 یا فارم EZ940، آجروں کا سالانہ وفاقی بے روزگاری ٹیکس کا فارم جمع کرنا ہوتا ہے۔

#### 941 آجر کا سہ ماہی وفاقی ٹیکس فارم

وفاقی وڈہولڈنگ اور FICA ڈپازٹس کو IRS فارم 941 سہ ماہی ٹیکس کے فارم کے ساتھ ملایا جاتا ہے۔ FICA کا حساب ملازم کی تنخواہ کی بنیاد پر کیا جاتا ہے۔ ملازمین سے صحت کے لیے 1.45 فیصد اور 6.2 فیصد (2012 کے لیے، کانگریس کی طرف سے عارضی طور پر FICA کی شرح تبدیل کیے جانے پر اب 4.2 فیصد ہے) کو سماجی تحفظ کے لیے ان کی تنخواہوں سے کاٹا گیا، اور آجروں کو اب بھی 6.2 فیصد ادا کرنا ہوگا۔ ملازمین سے کی جانے والی کٹوتیوں کے حوالے سے سرکلر E کے لیے IRS سے رابطہ کریں یا اپنے ٹیکس کے مسائل کے ماہر افراد سے مشورہ کریں۔

انٹرنل ریوینیو سروس

www.irs.gov

### ریاست جارجیا ودبولڈنگ نمبر

تمام آجروں کے لیے ضروری ہے کہ وہ ایک اسٹیٹ ودبولڈنگ نمبر رکھیں۔ یہ نمبر ملازمین سے کاٹے گئے آمدنی کے ٹیکس کو ریاست جارجیا کو شناخت کروانے اور اسے جمع کروانے کے لیے استعمال ہو گا۔

جارجیا ڈیپارٹمنٹ آف ریونیو

انکم ٹیکس ڈویژن

[www.dor.ga.gov](http://www.dor.ga.gov)

قانون کی اتباع کے  
معاملات

### G-4 ملازمین کا ودبولڈنگ الاؤنس سرٹیفکیٹ

تمام ملازمین کو G-4 فارم پُر کرنا ہوتا ہے، جو ملازمین کی فائلوں میں رکھا جاتا ہے اور محکمہ ریونیو کو نہیں بھیجا جاتا۔ G-4 فارم آجر کو ہدایت کرتا ہے کہ ریاستی انکم ٹیکس کی کٹوتی کا حساب لگاتے وقت کون کون سی چھوٹ مد نظر رکھی جائے۔ فارم یہاں سے حاصل کیا جا سکتا ہے:

جارجیا ڈیپارٹمنٹ آف ریونیو

انکم ٹیکس ڈویژن

[www.dor.georgia.gov](http://www.dor.georgia.gov) or [www.gtc.dor.ga.gov/](http://www.gtc.dor.ga.gov/)

### G-7 سہ ماہی مفاہمتی فارم

کٹوتی کردہ رقم کو جمع کروانے کے تقاضے ان ٹیکسوں کی رقم پر مبنی ہوتے ہیں جو 30 جون کو ختم ہونے والی گزشتہ 12 ماہ کی مدت کے دوران کاٹے گئے تھے۔ آیا آپ کے کاروبار کو سالانہ، سہ ماہی، ماہانہ یا نیم ہفتہ وار حساب سے ٹیکس جمع کروانے چاہئیں اس بات کا تعین کرنے کے لیے جارجیا کے ٹیکس گائیڈ سے مشورہ کریں۔

### DOL-1A ریاستی بے روزگاری کی درخواست

اپنے ملازمین کی جانب سے ریاستی بے روزگاری بیمہ کی ادائیگی کے لیے تمام آجروں کے پاس جارجیا ڈیپارٹمنٹ آف لیبر نمبر ہونا ضروری ہے۔ درخواستیں آن لائن یا آپ کے مقامی محکمہ لیبر کے دفتر سے دستیاب ہیں۔

[www.dol.georgia.gov](http://www.dol.georgia.gov)

#### **DOL-4N ریاستی بے روزگاری ٹیکس ایکٹ (SUTA)**

نئے آجروں کے لیے جارجیا کی بے روزگاری بیمہ ایک سال میں ملازم کو ادا کیے جانے والے پہلے \$8,500 کا 2.7 فیصد ہے، جسے آجر ادا کرتا ہے۔ آجر کی سہ ماہی رپورٹ (فارم DOL-4N) درکار ہوتا ہے۔

[www.dol.georgia.gov](http://www.dol.georgia.gov)

#### **آجر کی طرف سے نیا ملازم رکھنے کی اطلاع دینے کا پروگرام**

تمام آجروں کے لیے ضروری ہے کہ وہ ریاست کو نئے رکھے جانے والے ملازمین کی اطلاع دیں۔ اس معلومات کا استعمال ایسے ملازمین کی نشاندہی کے لیے کیا جاتا ہے جو چائلڈ سپورٹ کی ادائیگیوں میں کوتاہی کرتے ہیں۔

قانون کی اتباع کے  
معاملات

نیو ہائر رپورٹنگ پروگرام

[www.ga-newhire.com](http://www.ga-newhire.com)

#### **I-9 شہریت کی تصدیق**

ملازمین کی امریکی شہریت کی تصدیق ہونی چاہیے۔ یو ایس امیگریشن اینڈ نیچرلائزیشن سروسز کا فارم I-9 ہر ملازم کو پُر کرنا چاہیے اور مناسب دستاویزات منسلک کر کے آجر کے پاس فائل میں رکھنا چاہیے۔

یو ایس امیگریشن اینڈ نیچرلائزیشن سروسز

[www.uscis.gov](http://www.uscis.gov)

#### **کم از کم اجرت**

یو ایس ڈپارٹمنٹ آف لیبر سے چھوٹے کاروبار کے وسائل کی گائیڈ دستیاب ہے۔ اس گائیڈ میں اوور ٹائم، کم از کم اجرت، اور ملازمین کی دیگر متعلقہ مراعات کے مسائل

کے بارے میں معلومات شامل ہیں۔ اگر آپ پر وفاقی کم از کم اجرت کے قانون کا اطلاق نہیں ہوتا تب بھی آپ جارجیا کے کم از کم اجرت کے قانون کے تقاضوں کے تابع ہیں۔ اپنے مقامی امریکی محکمہ لیبر کے نمائندے سے رابطہ کریں یا:

جارجیا ڈیپارٹمنٹ آف لیبر

[www.dol.gov](http://www.dol.gov)

یو ایس ڈیپارٹمنٹ آف لیبر

[www.dol.georgia.gov](http://www.dol.georgia.gov)

### ملازمین کا معاوضاتی بیمہ

تین یا اس سے زیادہ ملازمین والے آجروں کو ملازمین کا معاوضاتی بیمہ لینا قانونی طور پر ضروری ہوتا ہے۔ یہ بیمہ مقامی کمیونٹی انشورنس ایجنٹوں کے ذریعہ دیا جاتا ہے لیکن ریاست کے زیر انتظام ہوتا ہے۔ کم از کم تین بولیاں لگانے کی تجویز کی جاتی ہے۔ کاروبار میں کام کرنے والے مالکان کو ملازم سمجھا جاتا ہے لیکن وہ خود کو ملازمین کے معاوضاتی بیمہ سے مستثنیٰ قرار دے سکتے ہیں۔

ریاست جارجیا

اسٹیٹ بورڈ آف ورکرز کمپنسیشن

[www.sbwc.georgia.gov](http://www.sbwc.georgia.gov)

## قانون کی اتباع کے معاملات

### ملازمت کی حیثیت کا تعین

ملازمین کو ملازمت پر رکھنے کے ساتھ آنے والے ٹیکس اور رپورٹنگ کے بوجھ سے بچنے کے لیے آجر اکثر اپنے کارکنوں کو آزاد ٹھیکیدار کا درجہ دینے کے چکر میں پڑ جاتے ہیں۔ انٹرنل ریونیو سروس کے پاس شرائط کی ایک فہرست ہے جو کسی کارکن کو ایک آزاد ٹھیکیدار کا درجہ دینے کے لیے پورا کرنا ضروری ہیں، جیسا کہ ذیل میں بیان کیا گیا ہے۔ یہ شرائط ایک فرد پر ایک کاروبار کے کنٹرول پر مبنی ہیں۔ کسی کارکن کی حیثیت کا تعین کرتے وقت، آپ کو درج ذیل سوالات پر غور کرنا چاہیے:

- کیا آپ کسی کو حکم دیں گے کہ کب، کہاں اور کیسے کام کرنا ہے؟
- کیا آپ کسی کو کسی مخصوص طریقے سے خدمات انجام دینے کی

- تربیت دیں گے؟
- کیا آپ کے کاروبار کی کامیابی یا تسلسل کسی خاص کارکن کی جانب سے مخصوص خدمات کی کارکردگی پر منحصر ہوگا؟
- کیا وہ کارکن بذات خود خدمات پیش کرے گا؟
- کیا آپ خود کارکنوں کی خدمات حاصل کریں گے، ان کی نگرانی کریں گے اور انہیں تنخواہ دیں گے؟
- کیا کارکن کا آپ کے کاروبار کے ساتھ تعلق مسلسل رہے گا؟
- کیا کام کرنے کے اوقات آپ مقرر کریں گے؟
- کیا آپ کارکن سے اپنے کاروبار کے لیے فل ٹائم وابستگی کا تقاضا کریں گے؟
- کیا کام کاروبار کے مقام پر کیا جائے گا، یا آپ کے متعین کردہ راستے یا مقام پر کیا جائے گا؟
- خدمات کی ترتیب یا تواتر کا تعین آپ کریں گے؟
- آپ کو زبانی یا تحریری رپورٹ درکار ہوگی؟
- کیا آپ کارکن کو ایک مخصوص کام کے مکمل ہونے کی بجائے گھنٹوں، ہفتوں یا مہینوں کے حساب سے ادائیگی کریں گے؟
- کیا آپ سفری اور کاروباری اخراجات ادا کریں گے؟
- کیا آپ آلات، مٹیریل اور دیگر سامان فراہم کریں گے؟
- کیا کارکن آپ کے کاروبار میں سرمایہ کاری کیے بغیر اپنے مطلوبہ کام انجام دے سکے گا؟
- کیا کارکن آپ کے کاروبار سے نفع یا نقصان نہیں اٹھائے گا؟
- کیا کارکن عام طور پر ایک وقت میں صرف ایک (آپ کے) کاروبار کے لیے کام کرے گا؟
- کیا انجام دی گئی خدمات صرف آپ کے کاروبار کے لیے دستیاب ہوں گی؟
- کیا آپ کو کارکن کو برطرف کرنے کا حق حاصل ہوگا؟
- کیا کارکن کو کسی قسم کا ہرجانہ ادا کیے بغیر کام چھوڑنے کا حق حاصل ہوگا؟

### خطرات سے نمٹنا اور بیمہ

اگر آپ ان میں سے تمام یا زیادہ تر سوالوں کا جواب ہاں میں دیتے ہیں، تو آپ کے کارکنان خود مختار ٹھیکیداروں کے بجائے ملازم تصور ہوں گے۔ آزاد ٹھیکیداروں کے بارے میں مزید معلومات کے لیے، براہ کرم انٹرنل ریونیو سروس یا اپنے ٹیکس کے ماہر سے مشورہ کریں۔

کاروبار شروع کرنا پرخطر ہوتا ہے۔ جب کاروباری اثاثوں کو ممکنہ نقصانات سے بچانے کی بات آتی ہے تو ایک نئے کاروباری شخص کو ذہنی سکون کی ضرورت ہوتی ہے۔ خطرات سے نمٹنے کے لیے متعدد طریقے ہوتے ہیں۔

#### ■ نقصان کو ہونے سے روکیں

کاروبار کا مالک کاروبار کے راستے میں تمام رکاوٹوں کو ہٹا کر ملازم یا صارف کو گرنے سے روک سکتا ہے۔ مثال کے طور پر: برقی تاروں کو مناسب طریقے سے محفوظ کیا جانا چاہئے اور راستوں سے دور ہونا چاہئے۔ ملازمین کی تربیت جو کام کے دوران حفاظت، تکنیکی قابلیت، اور مناسب کاروباری رویے پر زور دیتی ہے (اخلاقی، غیر براساں کرنے والے طریقے سے کام کرنا) ممکنہ حادثات یا قانونی چارہ جوئی سے بچا سکتی ہے۔

#### ■ جس نقصان کو ہونے سے نہیں روکا جا سکتا اس کی شدت کو کم کرنا

ایک کاروباری مالک جو کھڑکی پر دھاتی سلاخیں لگاتا ہے وہ کسی کو احاطے میں داخل ہونے سے روک سکتا ہے، لیکن کسی کو سلاخوں کے بیچ سے کسی چیز کو پھینک کر کھڑکی کے شیشے توڑنے سے نہیں روک سکے گا۔ سیکیورٹی سسٹمز (الارمز، پاس ک وڈز، اور گارڈز) چوری کے خطرات کو روکنے اور/یا کم کرنے میں مدد گار ثابت ہو سکتے ہیں۔ نیز، آگ یا دیگر قدرتی آفات کی صورت میں دستاویزات کی ایک تازہ ترین کاپی کاروباری مقام سے دور محفوظ رکھی جانی چاہئے۔ ظاہری پراپرٹی کی حفاظت کے علاوہ، رجسٹریوں، ٹریڈ مارکس، اور سروس مارکس کے ذریعے سے دانشورانہ پراپرٹی کی حفاظت بھی کی جانی چاہئے۔

#### ■ کمپنی کے اثاثہ جات کو بروئے کار لاتے ہوئے نقصان کی تلافی کریں

اگر کاروبار کے ٹرک سے کچرا گرتا ہے اور دوسری گاڑی کی ونڈشیلڈ میں شگاف پڑ جاتا ہے، تو کمپنی کے وسائل (فنڈز) کا استعمال کرتے ہوئے ونڈشیلڈ کو بدل سکتے ہیں۔

■ بیمہ کرا کر نقصان کے خطرے کو تیسرے فریق کو منتقل کریں

ایک کاروباری مالک اپنے اسٹور کی عمارت اور کاروباری سازوسامان کے لیے پراپرٹی پالیسی خریدتا ہے۔ اگر طوفان کی وجہ سے عمارت اور اس کے سازوسامان کو شدید نقصان پہنچتا ہے، تو کاروبار کے مالک کو عمارت کی تعمیر نو اور سازوسامان کو تبدیل کرنے کے لیے بیمہ پالیسی میں بیان کردہ رقم موصول ہوگی۔ آمدنی کی اصل رقم کا انحصار پالیسی کی حدود، شرائط و ضوابط پر ہوتا ہے۔

کاروباری بیمہ کی بہت ساری، بہت ہی زیادہ اقسام دستیاب ہیں۔ کچھ عام اقسام کو درج ذیل جدول میں بیان کیا گیا ہے۔ تمام پالیسیاں ہر کاروبار کے لیے ضروری نہیں ہیں۔ آپ کو یہ فیصلہ کرنا چاہیے کہ آپ کے مخصوص کاروبار کے لیے سب سے زیادہ اہم کیا ہے، یعنی، آپ کا کاروبار کتنا خطرہ مول لے سکتا ہے اور وجود برقرار رکھ سکتا ہے۔ ایک بار جب ضروری بیمہ کی اقسام کا فیصلہ کر لیا جائے تو اس کے بعد پھر نقصان کی تلافی کے حساب سے اس پالیسی کی قیمت کا جائزہ لینا چاہیے۔

| تفصیل                    | بیمہ کی قسم  |
|--------------------------|--|
| تجارتی پراپرٹی           | عمارت، کاروباری ذاتی جائیداد، دوسروں کی ذاتی جائیداد، اور کاروباری آمدنی کے نقصان کی تلافی شامل ہوتی ہے۔ جائیداد کی قیمت متبادل قیمت (عام طور پر بہتر طریقہ) یا فرسودہ بستیوں کے حساب سے طے کی جا سکتی ہے۔   |
| تجارتی عمومی لائی ایبلٹی | اس کو بعض اوقات "عوامی لائی ایبلٹی" بھی کہا جاتا ہے۔ یہ پروڈکٹ تیسرے فریق کو تحفظ فراہم کرتی ہے جو آپ کی کاروباری سرگرمیوں کی وجہ سے بیمہ کرا سکتے ہیں۔ یہ انشورنس اس وقت لاگو ہوتی ہے جب کوئی آپ کے کاروبار کے سامنے فٹ پاتھ پر پھسل جائے یا جب کوئی دعویٰ کرتا ہے کہ آپ کے ملازمین نے بلب لگاتے ہوئے غفلت برتی اور اس کے نتیجے میں آگ گئی، اور پتہ چلتا ہے کہ اس کی وجہ ناقص وائرنگ تھی۔ |
| کاروباری مالک کی پالیسی  | تجارتی جائیداد اور لائی ایبلٹی کا مجموعہ جو کہ خاص طور پر مخصوص قسم کے چھوٹے کاروباروں کے لیے تیار کیا گیا ہے۔ اس میں  |

خطرات سے نمٹنا اور بیمہ

|  |                                  |
|--|----------------------------------|
| <p>عام طور پر تجارتی جائیداد اور تجارتی عمومی لائی ایبلٹی کی کوریج شامل ہوتی ہے، لیکن پیشہ ورانہ لائی ایبلٹی شامل نہیں ہوتی۔</p>   |                                  |
| <p>اس میں موبائل آلات، کمپیوٹر آلات، زیر تعمیر عمارتوں، لے جانے / لائے جانے والے سامان کی اور ضمانتی کوریج شامل ہوتی ہے۔ ایسے کسی بھی کاروبار کے لیے ضمانتی کوریج درکار ہو گی جو صارفین کے سامان کو مرمت یا صفائی کے لیے لیتا ہے جیسے ڈرائی کلینر یا زیورات کی مرمت کی دکان۔</p>   | <p>تجارتی اندرون ملک سمندری</p>  |
| <p>اس میں لائی ایبلٹی کی کوریج، طبی ادائیگیاں، غیر بیمہ شدہ موٹرسائیکل سوار، جسمانی نقصان کی کوریج، گاڑی کو کھینچنا، اور کرائے پر لی گئی کار کی ادائیگیاں شامل ہوتی ہیں۔ یہ کوریج ان گاڑیوں کے لیے ہے جو کاروبار کی ملکیت ہوتی ہیں اور پالیسی میں درج ہوتی ہیں۔ نیز، ان گاڑیوں کے لیے بھی کوریج فراہم کی جا سکتی ہے جو کرائے پر حاصل کی گئی ہوں، یا اجرت پر لی گئی ہوں یا ادھار لی گئی ہوں۔ مثال کے طور پر، اگر کوئی ملازم کمپنی کے کاموں کے لیے اپنی ذاتی گاڑی استعمال کرتا ہے اور اس دوران ملازم کو کوئی حادثہ پیش آجاتا ہے تو آپ کی کمپنی ذمہ دار ہو سکتی ہے۔</p> | <p>تجارتی گاڑیاں</p>             |
| <p>اس میں گیراج کی ذمہ داری، ڈیلرز کا جسمانی نقصان، اور گیراج کیپرز کی کوریج شامل ہوتی ہے۔ یہ پالیسی تجارتی عمومی لائی ایبلٹی اور کمرشل آٹوموبائل پالیسیوں کا مجموعہ ہوتی ہے اور اسے مخصوص قسم کے کاروبار کے لیے ڈیزائن کیا گیا ہے۔ یہ کوریج عام طور پر گاڑیوں کی مرمت کی دکانوں، گاڑیوں کے ڈیلروں وغیرہ کو دی جاتی ہے۔</p>  | <p>گیراج اور ڈیلروں کی کوریج</p> |
| <p><b>تفصیل</b></p>  | <p><b>بیمہ کی</b></p>            |

اور

بیمہ

| قسم                          |  |
|------------------------------|--|
| تجارتی امبریل<br>لائی ایبلٹی | اس سے آپ کی تجارتی عمومی لائی ایبلٹی، تجارتی گاڑیوں کی لائی ایبلٹی، گیراج کی لائی ایبلٹی، اور آجر کی لائی ایبلٹی کے اوپر لائی ایبلٹی کی کوریج کی ایک اضافی پرت شامل ہوتی ہے۔ مثال کے طور پر، امبریل لائی ایبلٹی کی \$1,000,000 کی حد کے ساتھ ایک کاروبار کے لیے \$2,000,000 کی حد ہوگی جو ہر دعوے کے لیے دستیاب ہوگی۔ اس کے علاوہ، امبریل پالیسی، بعض صورتوں میں، بعض قسم کے دعووں کے لیے بنیادی کوریج فراہم کر سکتی ہے جو کہ ممکنہ طور پر پہلی پرت میں موجود نہ ہوں۔ اس صورت میں، پالیسی میں ایک بڑی کٹوتی عام طور پر \$10,000 ہوتی ہے۔ |
| کارکنوں کا معاوضہ            | اس میں آجروں کی لائی ایبلٹی اور قانونی مراعات شامل ہوتی ہیں۔ یہ کوریج ریاست جارجیا میں کسی بھی ایسے آجر کے لیے ضروری ہے جس کے تین یا تین سے زیادہ ملازمین ہوں۔ مالک کو بھی ملازمین میں گنا جائے گا یا نہیں اس بات کا انحصار کاروبار کی قانونی حیثیت پر ہے۔ شرح ملازم کے مخصوص فرائض کے مطابق ہوتی ہے۔ مثال کے طور پر، ایک کلریکل ورکر کو کام کی جگہ پر چھت سازی کے ٹھیکیدار کی طرح خطرات کا سامنا نہیں ہوتا ہے، اور اس وجہ سے کلریکل ورکر کی شرح چھت سازی کے ٹھیکیدار کی شرح کے مقابلے میں بہت کم ہے۔                                    |
| دیگر پالیسیاں                | اس میں بوائٹلر اور مشینری، ڈائریکٹرز اور آفیسرز، کلیدی افراد، پیشہ ورانہ لائی ایبلٹی (غلطیاں اور کوتاہی)، تجارتی جرم، کرایہ پر لی گئی جگہ، اضافی اخراجات، کاروباری رکاوٹ، کنونشن کی منسوخی، شیشے اور سائن، وصولیاں، اور قیمتی دستاویزات شامل ہوتی ہیں۔   |

کچھ کمپنیاں اپنے کاروباری صارفین کو براہ راست انشورنس فروخت کرتی ہیں، لیکن بہت سے بیمہ کنندگان اپنی مصنوعات کی مارکیٹنگ کے لیے ایجنٹوں اور بروکرز کے نیٹ ورک کا استعمال کرتے ہیں۔ دوسرے کاروباری مالکان سے ترجیحاً آپ ہی کی صنعت سے وابستہ بھروسہ مند ایجنٹ کے لیے حوالہ جات لیں جس کے ساتھ آپ کھل کر بات کر سکیں یا اپنے مقامی چیمبر آف کامرس یا SBDC آفس سے رابطہ کریں۔ کسی ایجنٹ یا بروکر کو منتخب کرتے وقت اس کو پرکھنے کا ایک طریقہ یہ بھی ہے کہ یہ دیکھا جائے کہ آیا اس کے پاس کوئی سرٹیفیکیٹ ہے۔ کچھ عام سرٹیفیکیٹوں میں سی پی سی یو (چارٹرڈ پراپرٹی کیٹ وائی انڈر رائٹر)، سی آئی سی (سرٹیفائیڈ انشورنس کونسلر)، اے اے آئی (بیمہ میں تسلیم شدہ مشیر)، یا اے آر ایم (رسک مینجمنٹ میں ایسوسی ایٹ) شامل ہیں۔ بیمہ کی

## باب ششم: خطرات سے نمٹنے کے مسائل اور قانونی مسائل

---

قسم کے بارے میں فیصلہ کرتے وقت ایجنٹ مختلف پروگراموں اور پالیسیوں کی تکنیکی خصوصیات (یعنی انتظار کی مدت، شریک بیمہ کی سطح، چارجز، پالیسی کی انتہائی حد، اسقاط کی شرائط) کو سمجھنے میں آپ کی معاونت کر سکتے ہیں۔ اسی صنعت کے دوسرے کاروباری مالکان سے ان کے انشورنس پروگراموں کے بارے میں بات کرنا اور ممبران کے لیے دستیاب خصوصی پروگراموں کے لیے تجارتی انجمنوں سے رابطہ کرنا بھی فائدہ مند ثابت ہو سکتا ہے۔

Chadderdon, Lisa. "Business Insurance: A 12-Point Checklist," Inc.com. October 1,2001. Obtained August, 2002 from [www.inc.com/articles/2001/10//23492.html](http://www.inc.com/articles/2001/10//23492.html).

### خطرات سے نمٹنا اور بیمہ

ایک نئے کاروباری مالک کو انشورنس ایجنٹ کے ساتھ درج ذیل باتیں زیر غور لانی چاہئیں:

■ آپ کی مخصوص پالیسیوں کے لیے دعوے کے طریقہ کار۔ آپ کو یہ جاننے کی ضرورت ہوگی کہ دعویٰ ہونے کے بعد آپ کو کن اقدامات کی ضرورت ہوگی۔ کچھ کمپنیوں کے مخصوص طریقہ کار ہیں جن پر عمل کرنا ضروری ہوتا ہے بصورت دیگر جرمانہ بھگتنا پڑ سکتا ہے۔

■ ادائیگی کے منصوبے کے اختیارات۔ زیادہ تر انشورنس کمپنیاں اب قسطوں کے منصوبے پیش کرتی ہیں جو چھوٹے کاروبار کے بجٹ میں ہوتے ہیں اور نقدی کے بہاؤ میں مدد کرتے ہیں۔

■ آپ کے مخصوص کاروبار کے حوالے سے دستیاب رائیڈرز۔ گھر پر مبنی کاروباروں کا احاطہ کرنے کے لیے بعض اوقات رائیڈرز کو گھر کے مالک کی پالیسی میں شامل کیا جا سکتا ہے۔ یہ متبادل زیادہ سستا ہو سکتا ہے لیکن اس بات کا انحصار بیمہ کنندہ اور کاروبار کی قسم پر ہے۔

■ اضافی خدمات جو وہ آپ کو بطور صارف فراہم کریں گے ہیں۔ زیادہ ترکمپنیاں متعدد خدمات مفت فراہم کرتے ہیں لیکن وہ ہمیشہ اس قسم کی معلومات کی تشہیر نہیں کرتے ہیں۔ مثال کے طور پر کچھ دعویٰ کرنے کے لیے 24 گھنٹے ٹیلی فون کی سہولت فراہم کرتے ہیں۔

اس کے علاوہ، ایک ایجنٹ کو فراہم کرنا چاہئے:

■ آپ کی تجدید کی تاریخ سے تقریباً 90 دن پہلے ہر سال آپ کے نقصان کی بسٹری کی کاپیاں فراہم کرنی چاہئیں۔ ایجنٹ/کمپنی کے لیے جارجیا کے ریاستی قانون کے تحت ضروری ہے کہ وہ آپ کو آپ کی درخواست کے 30 دن کے اندر اندر یہ سب مہیا کرے۔ تین سال کی مدت کی بسٹری لیں تاکہ آپ کو پچھلے سالوں کے دعوں کے بارے میں علم ہو۔

■ اگر ممکن ہو تو مختلف بیمہ کمپنیوں کی بولیاں۔ تمام کمپنیوں کی بولیوں کی تحریری کاپی دیکھنے کے لیے کہیں چاہے ایجنٹ آپ کو بتائے کہ پریمیم آپ کی موجودہ پالیسیوں سے زیادہ ہیں۔ "شانہ بہ شانہ" موازنہ کرنے کی کوشش کریں کیونکہ کم پریمیم اکثر کم کوریج کے نتیجے میں ہوتے ہیں۔

■ آپ کی تجدید کی تاریخ سے کم از کم 30 دن پہلے تجدید کی تحریری

درخواست۔ یہ آپ کو اپنے اختیارات پر غور کرنے کے لیے کافی وقت دیتا ہے۔

جارجیا ڈیپارٹمنٹ آف انشورنس

[www.gainsurance.org](http://www.gainsurance.org)

اس گائیڈ بک کے اگلے باب سے کاروبار کے نظم و نسق کو چلانے کے لیے اب تک زیر بحث لائے گئے بہت سے اصولوں کا اطلاق اور ان کے تحت کاروباری شخص کی طرف سے اٹھائے جانے والے ضروری اقدامات کا اطلاق شروع ہوتا ہے۔

## باب ہشتم: مالیاتی حساب کتاب رکھنا

[www.georgiasbdc.org](http://www.georgiasbdc.org)

کاروبار اپنے مالی لین دین کا تین وجوہات کی بناء پر حساب کتاب رکھتے ہیں۔ سب سے پہلے تو، وفاقی، ریاستی یا مقامی حکومتوں کو درکار رپورٹس اور ٹیکس گوشواروں کی تیاری کے لیے مالیاتی حساب کتاب استعمال کیے جاتے ہیں۔ دوسرا، سرمایہ تلاش کرنے والے کاروباروں کو قرض دہندگان یا سرمایہ کاروں کو اپنا مالیاتی حساب کتاب دکھانا ہو گا۔ تیسری اور سب سے اہم بات یہ ہے کہ اچھی طرح سے برقرار رکھا گیا حساب کتاب کاروباری سرگرمیوں اور کاروبار کے منافع بخش ہونے کی شرح میں بہتری لانے کے لیے انتظامیہ بروئے کار لا سکتی ہے۔

**مالیاتی حساب کتاب رکھنا کیوں ضروری ہے**

زیادہ تر کاروبار قانون کی تعمیل میں مالیاتی حساب کتاب رکھنے کی ضرورت کو سمجھتے ہیں لیکن یہ بات ان کے ذہن میں نہیں ہوتی کہ اس حساب کتاب کو کاروباری سرگرمیوں میں بہتری لانے کے لیے بھی استعمال کیا جا سکتا ہے۔ مالیاتی لین دین کا حساب رکھنے اور نگرانی کرنے سے حاصل ہونے والی معلومات کاروباری مالکان اور مینیجرز کو رجحانات اور ممکنہ مسائل کی نشاندہی کرنے اور منافع کو بہتر بنانے کے لیے ان پر کارروائی کرنے میں مدد کر سکتی ہے۔

**اکاؤٹنگ کے طریقہ کا انتخاب**

ایک کمپنی کو اکاؤٹنگ کے طریقہ کار اور اکاؤٹنگ کے نظام میں سے کونسے کا انتخاب کرنا چاہیے اس کا انحصار کئی عوامل پر ہوتا ہے، بشمول کاروبار کی قانونی حیثیت، کاروبار کی قسم، آیا کہ کاروبار میں انوینٹری ہے، یا آیا کاروبار میں ملازمین ہیں۔

### اکاؤٹنگ کے طریقہ کار

عام طور پر، کاروباری اشخاص اکاؤٹنگ کے دو طریقوں میں سے انتخاب کرتے ہیں: نقد یا کا طریقہ اور اضعاfe پذیری کا طریقہ۔ تاہم، ہائبرڈ طریقے بھی ہیں، جنہیں بعض اوقات "ترمیم شدہ اضعاfe پذیری" کے طریقے بھی کہا جاتا ہے، جن کا انتخاب اس وقت ہو سکتا ہے جب مالیاتی نظم و نسق نقدی یا اضعاfe پذیری کے طریقہ کار کے لیے سازگار نہ ہو۔ کاروبار کے لیے منتخب کردہ طریقہ انٹرنل ریوینیو کی جاری کردہ ہدایات کے مطابق ہونا چاہیے۔ کاروباروں کو سال بہ سال اکاؤٹنگ کے طریقوں کو تبدیل کرنے کی اجازت نہیں ہوتی، سوائے پہلا ٹیکس گوشوارہ جمع کرانے کے کیونکہ یہ اکاؤٹنگ کے طریقہ کار کو تبدیل کرنے کے لیے انٹرنل ریوینیو سروس سے منظوری

لینے کا کام کرتا ہے۔ اکاؤنٹنگ کے طریقوں کو تبدیل کرنے کی منظوری کے لیے درخواست انٹرنل ریونیو سروس کے فارم 3115 پر جمع کرائی جائے۔

### نقدی کا طریقہ

اکاؤنٹنگ کے لیے نقدی کے طریقہ کو بہت سے چھوٹے کاروباروں کی طرف سے ترجیح دی جاتی ہے کیونکہ یہ استعمال کرنے اور سیکھنے میں سب سے آسان ہے۔ تاہم، مخصوص انویٹریز، کچھ کارپوریشنز، اور کچھ شراکتوں والے کاروباروں کو اکاؤنٹنگ کا نقدی کا طریقہ استعمال کرنے سے ممانعت ہے۔ اکاؤنٹنگ کے نئے سادہ کردہ قوانین کے تحت، خدمات فراہم کرنے والے زیادہ تر چھوٹے کاروبار جن کی مجموعی اوسط وصولی 10 ملین ڈالر تک ہو وہ اکاؤنٹنگ کا نقدی کا طریقہ کار استعمال کر سکیں گے۔ نقدی کا طریقہ سب سے آسان اس طرح ہے کہ اس میں کاروبار میں داخل یا خارج ہونے والی اصل نقدی کی عکاسی کی گئی ہوتی ہے۔ آمدنی تب درج کی جاتی ہے جب وصول ہو چکی ہوتی ہے اور اسی طرح اخراجات بھی تب درج کیے جاتے ہیں جب ادا کر دیئے جاتے ہیں۔

### اکاؤنٹنگ کے طریقہ کا انتخاب

### اضعافہ پذیری کا طریقہ کار

زیادہ تر بڑے کاروبار اور ایسے کاروبار جو خاطرخواہ انویٹری رکھتے ہیں وہ اضعافہ پذیری کا طریقہ استعمال کرتے ہیں۔ اس طریقہ کار کے تحت، آمدنی کمائی کے سال میں درج کی جاتی ہے نہ کہ وصول ہونے والے سال میں۔ اخراجات بھی اس سال میں درج کیے جاتے ہیں جب وہ پڑ گئے نہ کہ جب اصل میں ادا کئے گئے۔ اکاؤنٹنگ کے اس طریقہ کار کا مقصد وصولی کے سال کی بجائے وقوع پذیری کے سال میں آمدنی اور اخراجات دونوں کا موازنہ کرنا ہوتا ہے۔

### ہائبرڈ طریقہ

ہائبرڈ اکاؤنٹنگ کے طریقے نقدی اور اضعافہ پذیری کے طریقوں کا مجموعہ ہوتے ہیں۔ جب کوئی معقول کاروباری وجہ ہو تو اکاؤنٹنگ کا ہائبرڈ طریقہ بہترین انتخاب ہے؛ کاروبار کو سال بہ سال ایک ہی اکاؤنٹنگ سسٹم کا استعمال کرنا ہو گا۔ ہائبرڈ طریقہ دوسرے طریقوں کو منسوخ نہیں کرتا۔ مثال کے طور پر، اگر کوئی کاروبار انویٹریز کو برقرار رکھتا ہے تو اضعافہ پذیری کا طریقہ کار سال کے دوران فروخت ہونے والے سامان

کی درست لاگت کا تعین کرے گا۔ اگر فروخت نقد پر کی جاتی ہے تو آمدنی اور اخراجات کا حساب کتاب اضعافہ پذیری کے طریقہ کار کے مطابق رکھنا ہو گا۔ اس طریقہ کی ایک مثال ایک چھوٹی ریٹیل گفٹ شاپ ہے جس میں فروخت کا طریقہ کار کیش اینڈ کیری ہے۔ کاروبار 60 دن کی مدت میں آپریٹنگ کے کئی اخراجات اٹھاتا ہے۔ تاہم، یہ فروخت ہونے والے سامان کی لاگت کا حساب کتاب اضعافہ پذیری کے طریقہ کار کے مطابق رکھتا ہے جبکہ آپریٹنگ اخراجات کے لیے نقدی کا طریقہ کار اپناتا ہے، چاہے اس کی مدت کچھ بھی ہو۔

### کاروبار کی قانونی حیثیتیں

جیسا کہ پہلے بات کی جا چکی ہے ایک کاروباری شخص کے پہلے اہم فیصلوں میں سے ایک کاروبار کی قانونی حیثیت کا تعین ہوتا ہے۔ منتخب کردہ قانونی ساخت کی قسم میں ٹیکس اور دیگر قانونی مضمرات ہوں گے اور یہ مالیاتی معلومات کا حساب کتاب رکھنے کے طریقہ کار پر اثر انداز ہو گی۔ ہر ایک ادارے کے لیے کون سے حساب کتاب ضروری ہیں اس کی مکمل تفصیلات فراہم کرنا اس گائیڈ بک کے موضوع سے الگ بحث ہے۔ اس موضوع پر مزید معلومات کے لیے، براہ کرم انٹرنل ریونیو سروس کی ویب سائٹ [www.irs.gov](http://www.irs.gov) سے رجوع کریں۔ فرد واحد کی ملکیت کے لیے، اشاعت 334 دیکھیں۔ شراکت داری کے لیے، اشاعت 541 دیکھیں۔ کارپوریشنز کے لیے، اشاعت 542 دیکھیں۔ اگر آپ کا کاروبار ایک محدود لائی ایبلٹی کمپنی (LLC) ہے، تو آپ خود اس بات کا انتخاب کریں گے کہ کمپنی پر کس طرح ٹیکس عائد کیا جائے گا: آیا کہ بطور فرد واحد کی ملکیت، شراکت داری، کارپوریشن، یا ایس کارپوریشن۔ اس گائیڈ بک کا چھٹا باب کاروبار کے لیے قانونی ساخت منتخب کرنے کے اختیارات سے متعلق معلومات فراہم کرتا ہے۔

### چند بنیادی باتیں

رکھے جانے والے حساب کتاب پر بات کرنے سے پہلے حساب کتاب رکھنے کے ایک مؤثر سسٹم کے اہم خواص پر بات کرتے ہیں۔ آپ کی اکاؤنٹنگ کی معلومات بروقت اور درست ہونی چاہیں۔ ان خصوصیات میں سے صرف ایک کا ہونا کافی نہیں ہے۔ ایسے مالیاتی گوشوارے جن میں کوڑی کوڑی کا حساب ہو لیکن ان کو اس وقت بنایا جائے جب ان کے مطابق عملدرآمد کرنے کے لیے دیر ہو چکی ہو ایسے مالیاتی گوشوارے بے کار

حساب کتاب رکھنے  
کے حوالے سے مسائل

ہیں۔ اسی طرح اگر مالیاتی گوشوارے بروقت بنائے جاتے ہیں لیکن وہ صحیح نہیں ہیں تو وہ بے کار ہیں۔

## حساب کتاب رکھنے کے حوالے سے مسائل

چند ایک حالات کے علاوہ، کاروباروں کے لیے قانونی طور پر ضروری نہیں ہے کہ وہ مخصوص قسم کا حساب کتاب رکھیں۔ حساب کتاب رکھنے کا ایسا کوئی بھی نظام جو آمدنی کی درست معلومات فراہم کرتا ہو قابل قبول ہوتا ہے۔ جیسا کہ پہلے زیر بحث آچکا ہے کہ کاروبار کی قسم وفاق ٹیکس کے حوالے سے درکار حساب کتاب کی اقسام پر اثر انداز ہوتی ہے۔ قانون کا تقاضا ہے کہ کاروبار کا مالیاتی حساب کتاب کل مجموعی آمدنی کی عکاسی کرے۔ ٹیکس اور انتظامی مقاصد کے لیے، اخراجات کو اسی مدت کے دوران درج کیا جانا چاہیے جس سے حاصل کردہ آمدنی وابستہ ہے۔ اکاؤنٹنگ سسٹم سے قطع نظر، حساب کتاب رکھنے کے نظام میں کاروباری لین دین کا خلاصہ شامل ہونا چاہیے۔ یہ خلاصہ عام طور پر اکاؤنٹنگ کے روزنامچے اور کھاتے میں لکھا جاتا ہے۔ زیادہ تر چھوٹے کاروباروں کے لیے کاروباری چیک بک کاروبار کے ریکارڈ رکھنے کے نظام میں اصل اندراج کا بنیادی ذریعہ ہوتی ہے۔ چیک بک کے علاوہ، معاون دستاویزات جیسے سیلز سلپیں، ادا شدہ بل، رسیدیں، ڈپازٹ سلپیں، اور منسوخ شدہ چیکس کو اپنے پاس رکھنا ہو گا۔

## حساب کتاب رکھنے کے نظام

### واحد اندراج کا نظام

ریکارڈ رکھنے کا واحد اندراج کا نظام سب سے آسان ہے لیکن بہت سے کاروباروں کے لیے نہ تو موزوں ہے اور نہ ہی اسے تجویز کیا جاتا ہے۔ واحد اندراج کا نظام منافع اور نقصان کے گوشواروں (آمدنی کا گوشوارہ) پر مبنی ہوتا ہے، صرف نقدی کی وصولی اور نقدی کی ادائیگیوں کی معلومات کے ذریعے آمدنی اور اخراجات کے بہاؤ کا حساب کتاب رکھتا ہے۔ نقدی کی وصولی اور ادائیگیوں کا روزانہ اور ماہانہ خلاصہ اس نظام کا سب سے عام جزو ہے۔

حساب کتاب رکھنے  
کے حوالے سے مسائل

نقدی کی وصولی کا ایک دن کا خلاصہ

تاریخ \_\_\_\_\_

نقد فروخت ..... \$263.60  
سیلز ٹیکس ..... 4.20  
کل وصولی ..... \$267.80

نقد رقم

رجسٹر پر درج رقم (بشمول غیر صرف شدہ رقم کے)

سکے ..... \$23.75

بلز ..... 143.00

چیک ..... 134.05

رجسٹر پر درج کل رقم ..... \$300.80

جمع: نقدی کی سلپیں ..... 17.00

کل رقم ..... \$317.80

منفی: چینج اور رقم

رقم کی سلپیں ..... \$17.00

سکے اور بلز (بچی ہوئی رقم) ..... 33.00

کل چینج اور بچی ہوئی رقم ..... \$50.00

کل وصول شدہ رقم ..... \$267.80

وصولیوں کا ماہانہ خلاصہ

مہینہ: جنوری

سال: 20XX

حساب کتاب رکھنے  
کے حوالے سے مسائل

| ڈیپازٹ   | دن کی وصولی | سیلز ٹیکس | کل فروخت | دن |
|----------|-------------|-----------|----------|----|
|          | 267.80      | 4.20      | 263.60   | 3  |
|          | 215.39      | 3.39      | 212.00   | 4  |
| 680.69   | 197.50      | 3.10      | 194.40   | 5  |
|          | 225.94      | 3.54      | 222.40   | 6  |
|          | 234.83      | 3.68      | 231.15   | 7  |
| 600.40   | 139.63      | 2.13      | 137.50   | 8  |
|          | 190.89      | 2.99      | 187.90   | 10 |
| 401.76   | 210.87      | 3.31      | 207.56   | 11 |
|          | 131.00      | 2.05      | 128.95   | 12 |
|          | 235.17      | 3.77      | 231.40   | 13 |
|          | 204.49      | 3.21      | 201.28   | 14 |
| 660.07   | 89.41       | 1.40      | 88.01    | 15 |
|          | 214.31      | 3.36      | 210.95   | 17 |
| 439.64   | 225.33      | 3.53      | 221.80   | 18 |
|          | 228.74      | 3.59      | 225.15   | 19 |
|          | 225.45      | 3.52      | 221.93   | 20 |
| 589.85   | 135.66      | 2.13      | 133.53   | 21 |
|          | 132.92      | 2.08      | 130.84   | 22 |
| 352.74   | 219.82      | 3.45      | 216.37   | 24 |
|          | 223.55      | 3.50      | 220.05   | 25 |
|          | 200.95      | 3.15      | 197.80   | 26 |
| 701.33   | 276.83      | 4.34      | 272.49   | 27 |
|          | 153.04      | 2.40      | 150.64   | 28 |
|          | 227.61      | 3.56      | 224.05   | 29 |
| 516.08   | 135.43      | 2.13      | 133.30   | 31 |
| 4,942.56 | 4,942.56    | 77.51     | 4,865.05 | کل |

چیکوں کی تقسیم کا کھاتہ

مہینہ: جنوری

سال: 20XX

| دن | ادا کنندہ                       | چیک نمبر | رقم      | مٹیریل   | کل     | وفافی آمدنی کا ٹیکس | FICA سوشل سیکیورٹی کٹوتی | FICA بہبود صحت کی کٹوتی |
|----|---------------------------------|----------|----------|----------|--------|---------------------|--------------------------|-------------------------|
| 3  | روزانہ کی تشہیر                 | 74       | 85.00    |          |        |                     |                          |                         |
| 4  | شہری خزانچی                     | 75       | 35.00    |          |        |                     |                          |                         |
| 4  | آٹو پارٹس، انکارپوریٹڈ          | 76       | 203.00   | 203.00   |        |                     |                          |                         |
| 4  | جان ای مارکس                    | 77       | 214.11   |          | 260.00 | (20.00)             | (16.12)                  | (3.77)                  |
| 6  | بنری براؤن                      | 78       | 250.00   |          |        |                     |                          |                         |
| 6  | مائیکس ڈیلی                     | 79       | 36.00    |          |        |                     |                          |                         |
| 6  | جو کا سروس سٹا                  | 80       | 74.50    | 29.50    |        |                     |                          |                         |
| 6  | ای سی آٹو پیٹ                   | 81       | 137.50   | 137.50   |        |                     |                          |                         |
| 7  | بنری براؤن                      | 82       | 225.00   |          |        |                     |                          |                         |
| 14 | ٹیلی فون کارپوریشن              | 83       | 27.00    |          |        |                     |                          |                         |
| 15 | قومی بینک (ٹیکس جمع کروایا گیا) | 84       | 119.56   |          |        | 40.00               | 32.24                    | 7.54                    |
| 18 | قومی بینک                       | 85       | 90.09    |          |        |                     |                          |                         |
| 18 | آٹو پارٹس، انکارپوریٹڈ          | 86       | 472.00   | 472.00   |        |                     |                          |                         |
| 18 | بنری براؤن                      | 87       | 275.00   |          |        |                     |                          |                         |
| 18 | جان ای مارکس                    | 88       | 214.11   |          | 260.00 | (20.00)             | (20.00)                  | (16.12)                 |
| 21 | الیکٹرک کارپوریشن               | 89       | 175.30   |          |        |                     |                          |                         |
| 21 | ایم بی اگنیشن                   | 90       | 66.70    | 66.70    |        |                     |                          |                         |
| 21 | بیکرز فینڈر کارپوریشن           | 91       | 9.80     | 9.80     |        |                     |                          |                         |
| 21 | گلے کی رقم                      | 92       | 17.00    | 15.00    |        |                     |                          |                         |
| 21 | بنری براؤن                      | 93       | 225.00   |          |        |                     |                          |                         |
| 25 | بیکرز فینڈر کارپوریشن           | 94       | 150.00   | 150.00   |        |                     |                          |                         |
| 25 | انٹرپرائز پراپرائٹری            | 95       | 300.00   |          |        |                     |                          |                         |
| 25 | ریاستی خزانچی                   | 96       | 12.00    |          |        |                     |                          |                         |
| 25 | ریاستی خزانچی                   | 97       | 65.00    |          |        |                     |                          |                         |
|    |                                 |          | 3,478.67 | 1,083.50 | 520.00 | -0-                 | -0-                      | -0-                     |
|    | بینک کی فیس                     |          | 10.00    |          |        |                     |                          |                         |

باب هشتم: مالیاتی حساب کتاب رکھنا

---

|     |     |     |        |          |          |  |  |    |
|-----|-----|-----|--------|----------|----------|--|--|----|
| -0- | -0- | -0- | 520.00 | 1,083.50 | 3,488.67 |  |  | کل |
|-----|-----|-----|--------|----------|----------|--|--|----|

باب ہشتم: مالیاتی حساب کتاب رکھنا

چیکوں کی تقسیم کا کھاتہ (جاری)

مہینہ: جنوری

سال: 20XX

| عمومی<br>اکاؤنٹس | نکلوانا             | ٹرک/گا<br>ڑی | ٹیلی فون | کرایہ  | سود   | بجلی   | ملازمین کا<br>FICA<br>ٹیکس | ریاست کی<br>طرف سے کاٹا<br>گیا آمدنی کا<br>ٹیکس | دن |
|------------------|---------------------|--------------|----------|--------|-------|--------|----------------------------|---|----|
| 85.00            | تشہیر               |              |          |        |       |        |                            |   | 3  |
| 35.00            | لائسنس              |              |          |        |       |        |                            |   | 4  |
|                  |                     |              |          |        |       |        |                            |   | 4  |
|                  |                     |              |          |        |       |        |                            | (6.00)  | 4  |
|                  | 250.00              |              |          |        |       |        |                            |   | 6  |
| 36.00            | چھٹی<br>کی<br>پارٹی |              |          |        |       |        |                            |   | 6  |
|                  |                     | 45.00        |          |        |       |        |                            |   | 6  |
|                  |                     |              |          |        |       |        |                            |   | 6  |
|                  | 225.00              |              |          |        |       |        |                            |   | 7  |
|                  |                     |              | 27.00    |        |       |        |                            |   | 14 |
|                  |                     |              |          |        |       |        | 39.78                      |   | 15 |
| 72.00            | قرض                 |              |          |        | 18.09 |        |                            |   | 18 |
|                  |                     |              |          |        |       |        |                            |   | 18 |
|                  | 275.00              |              |          |        |       |        |                            |   | 18 |
|                  |                     |              |          |        |       |        |                            | (6.00)  | 18 |
|                  |                     |              |          |        |       | 175.30 |                            |   | 21 |
|                  |                     |              |          |        |       |        |                            |   | 21 |
|                  |                     |              |          |        |       |        |                            |   | 21 |
| 2.00             | پوسٹ                |              |          |        |       |        |                            |   | 21 |
|                  | 225.00              |              |          |        |       |        |                            |   | 21 |
|                  |                     |              |          |        |       |        |                            |   | 25 |
|                  |                     |              |          | 300.00 |       |        |                            |   | 25 |
|                  |                     |              |          |        |       |        |                            | 12.00   | 25 |
| 65.00            | سیلز                |              |          |        |       |        |                            |   | 25 |

باب ہشتم: مالیاتی حساب کتاب رکھنا

---

|        |      |        |       |       |        |       |        |       |     |    |
|--------|------|--------|-------|-------|--------|-------|--------|-------|-----|----|
|        | ٹیکس |        |       |       |        |       |        |       |     |    |
| 295.00 |      | 975.00 | 45.00 | 27.00 | 300.00 | 18.09 | 175.30 | 39.78 | -0- |    |
| 10.00  |      |        |       |       |        |       |        |       |     |    |
| 305.00 |      | 975.00 | 45.00 | 27.00 | 300.00 | 18.09 | 175.30 | 39.78 | -0- | کل |

حساب کتاب رکھنے  
کے حوالے سے مسائل

دوہرے اندراج کا نظام

حساب کتاب رکھنے کا دوہرے اندراج والا نظام زیادہ نفیس ہے اور اس میں لین دین کا حساب رکھنے کے لیے کتابیں (جنہیں روزنامچے اور کھاتوں کے نام سے جانا جاتا ہے) استعمال ہوتی ہیں۔ ایک روزنامچہ ہر کاروباری لین دین کا حساب کتاب تاریخ کے حساب سے رکھتا ہے۔ کچھ کاروباروں کو متعدد بار ہونے والے لین دین کے لیے علیحدہ روزنامچوں کی ضرورت ہوتی ہے۔ کھاتہ ایک ایسی کتاب ہے جس میں تمام روزنامچوں کا مجموعہ ہوتا ہے۔ ان مجموعوں کو مختلف اکاؤنٹس میں منظم کیا جاتا ہے۔ کاروباری لین دین پہلے روزنامچوں میں درج کیا جاتا ہے اور پھر کھاتے شامل کیا جاتا ہے۔ یہ اکاؤنٹس آمدنی، اخراجات، اثاثہ جات (کاروبار کی اشیاء)، واجبات (کاروبار کے قرضے)، اور مالک کی ایکویٹی (اثاثہ جات منفی واجبات) دکھاتے ہیں جو کمپنی میں مالک کے حصص کی نمائندگی کرتے ہیں۔

دوہرے اندراج والا نظام بنانے کا پہلا قدم ان کھاتوں کا تعین کرنا ہے جن کی نگرانی کی ضرورت ہے۔ شناخت میں آسانی کے لیے ہر اکاؤنٹ کو نمبر دیا جانا چاہیے اور ان کا عنوان ہونا چاہیے اور اکاؤنٹس کے چارٹ میں شامل کرنا چاہیے۔ اکاؤنٹس کے مؤثر چارٹ کی کلید اسے سادہ رکھنا ہے: مختصر اور واضح وضاحتیں استعمال کریں اور اپنے نمبر دینے کے نظام کو توسیع کے لیے ڈیزائن کریں۔ اکاؤنٹس کا ایک نمونہ چارٹ مندرجہ ذیل ہے:

اکاؤنٹس کا چارٹ

ایک عام چھوٹا کاروبار، یو ایس اے

حساب کتاب رکھنے  
کے حوالے سے مسائل

| آمدنی کے گوشواروں کے<br>اکاؤنٹس     | بیلنس شیٹ اکاؤنٹس            |
|-------------------------------------|------------------------------|
| <b>4 ریونیو</b>                     | <b>1 اثاثہ جات</b>           |
| 401 سیلز                            | 101 نقدی                     |
| 402 سودی آمدن                       | 102 وصولیاں                  |
| 403 دیگر                            | 103 انویٹری                  |
| آمدن                                | 104 آلات                     |
|                                     | 105 کل کمی                   |
| <b>5 اخراجات</b>                    | <b>2 واجبات</b>              |
| <b>فروخت کردہ<br/>اشیاء کی لاگت</b> |                              |
| 501 فروخت کردہ اشیاء<br>کی لاگت     | 201 واجب الادا               |
| 502 کرایہ کے اخراجات                | 202 واجب الادا گوشوارے       |
|                                     | 203 واجب الادا سیلز ٹیکس     |
|                                     | 204 حصص کے مالکان کا قرض     |
| <b>6 آپریٹنگ کے<br/>اخراجات</b>     | <b>3 ایکوٹی</b>              |
| 601 تنخواہ                          | 301 عام سٹاک                 |
| 602 کرایہ                           | 302 لگایا گیا سرمایہ         |
| 603 تشہیر                           | 303 کاروبار میں ضم شدہ کمائی |
| 604 یوٹیلیٹی                        |                              |
| 605 بیمہ                            |                              |
| 606 ٹیلی فون                        |                              |
| 607 تنخواہوں پر ٹیکس                |                              |
| 608 بینک کی فیس                     |                              |
| 609 دفتری سپلائیز                   |                              |
| 610 کمی                             |                              |

حساب کتاب کا نظام ان بڑے کھاتوں کے ذریعے کاروبار کے اندر اور باہر پیسے کے بہاؤ کا درست حساب رکھتا ہے آمدنی کے گوشواروں کے اکاؤنٹس (آمدنی اور اخراجات) پر ٹیکس سال کے اختتام پر بند کر دیئے جاتے ہیں۔ بیلنس شیٹ اکاؤنٹس (اثاثے، واجبات، اور مالک کی ایکوٹی)

مستقل کھلے رہتے ہیں۔ دوبرے اندراج والے نظام میں، ہر اکاؤنٹ میں ادائیگیوں کے لیے بائیں طرف اور وصولیوں کے لیے دائیں طرف جگہ ہوتی ہے۔ یہ متوازن ہوتا ہے کیونکہ ہر لین دین ایک اکاؤنٹ میں ادائیگی کی انٹری کے طور پر اور دوسرے میں وصولی کی انٹری کے طور پر درج کیا جاتا ہے۔

اس نظام کے تحت، کل ادائیگیاں روزنامچے اور کھاتے دونوں میں کل وصولیوں کے برابر ہونی چاہئیں۔ اگر ادائیگیوں اور وصولیوں کے اکاؤنٹس برابر نہیں ہیں تو اس کا مطلب یہ ہے کہ حساب کتاب میں کوئی غلطی ہے جسے تلاش کرنا اور درست کرنا ضروری ہے۔

حساب کتاب رکھنے  
کے حوالے سے مسائل

ذیل میں ایک روزنامچے کا ایک عام نمونہ دیا گیا ہے۔ یہ کتاب کاروبار کے مالی لین دین کے لیے اصل اندراج ہے۔ عام روزنامچے میں معلومات کو مناسب انفرادی کھاتے میں درج کرنا ضروری ہوتا ہے۔

#### عمومی روزنامچے کا نمونہ

| تاریخ    | تفصیل                                | اکاؤنٹ ریفرنس | ادائیگی  | وصولی |
|----------|--------------------------------------|---------------|----------|-------|
| 20XX     |                                      |               |          |       |
| 15 جنوری | تشہیری اخراجات                       | 603           | \$50.00  |       |
|          | نقدی                                 | 101           | \$50.00  |       |
|          | بروشرز-چیک #1234                     |               |          |       |
| 15 جنوری | وصولیاں                              | 102           | \$350.00 |       |
|          | سیلز                                 | 401           | \$350.00 |       |
|          | سمتہ برادرز کو دو عدد ڈیسک فروخت کئے |               |          |       |
|          | انوائس #872                          |               |          |       |
| 19 جنوری | واجب الادا                           | 201           | \$50.00  |       |

|   |            |     |                                     |          |
|---|------------|-----|-------------------------------------|----------|
| اکاؤنٹ: نقدی  | \$50.00    | 101 | نقدی                                |          |
|   |            |     | جونز کمپنی کو ادا کردہ              |          |
| اکاؤنٹ نمبر:  |            |     | چیک # 1236                          |          |
| 101   |            |     |                                     |          |
|   | \$2,000.00 | 101 | نقدی                                | 20 جنوری |
|   | \$2,000.00 | 401 | سیلز                                |          |
| لین دین کو عام روزنامچے<br>میں درج کرنے کے بعد ان<br>کو مناسب کھاتے میں |            |     | ڈیزائن کے حوالے سے<br>مشاورت کی فیس |          |

لکھا جاتا ہے۔ اگلا نمونہ ایک کمپنی کی نقدی کے اکاؤنٹ کے لیے کھاتے کا ہے جو اوپر دیئے گئے روزنامچے کے نمونے پر مبنی ہے۔ اکاؤنٹ کے ناموں اور نمبروں کے مستقل استعمال پر توجہ دیں۔

نقدی کے کھاتے کا نمونہ

حساب کتاب رکھنے  
کے حوالے سے مسائل

| DR<br>CR | بیلنس      | وصولی   | ادائیگی    | اندرا<br>ج کا<br>حوالہ | تفصیل                                  | تاریخ       |
|----------|------------|---------|------------|------------------------|--|-------------|
|          |            |         |            |                        |  | 20XX        |
| DR       | \$5,475.00 |         |            |                        | فارور<br>ڈ<br>بیلن<br>س                |             |
| DR       | \$5,425.00 | \$50.00 |            | GJ3                    | تشہیری<br>اخراجات                      | 15<br>جنوری |
| DR       | \$5,350.00 | \$50.00 |            | GJ3                    | واجب الادا                             | 19<br>جنوری |
| DR       | \$7,350.00 |         | \$2,000.00 | GJ3                    | ڈیزائن کے حوالے<br>سے مشاورت<br>کی فیس | 20<br>جنوری |
|          |            |         |            |                        |  |             |

براہ کرم اس بات کو ذہن نشین رکھیں کہ مندرجہ بالا نمونہ عام کھاتوں کے اکاؤنٹس میں سے ایک نمونہ ہے۔ آپ کے اکاؤنٹس کے چارٹ میں تمام اکاؤنٹس کے لیے ایک عام کھاتہ ہونا چاہیے۔ عام کھاتوں کے اکاؤنٹس کے لیے جن میں مزید تفصیلی معلومات رکھنے کی ضرورت ہوتی ہے، جیسے کہ وصولیاں اور ادائیگیاں ان کے لیے ذیلی کھاتے استعمال کیے جا سکتے ہیں۔ ایک ذیلی کھاتہ انفرادی صارف اور/یا وینڈر اکاؤنٹ کی سرگرمیوں اور بیلنس کا حساب کتاب رکھتا ہے۔ ان ذیلی کھاتوں کا کل ہمیشہ اس اکاؤنٹ کے عمومی کھاتے کے بیلنس کے برابر ہونا چاہیے۔ ذیلی اکاؤنٹ کے حساب کتاب میں صارف/وینڈر کا نام، فروخت/خریداری کی تاریخ، انوائس نمبر، انوائس کی رقم، شرائط، وصولی/ادائیگی کی تاریخ، اور اکاؤنٹ بیلنس درج کرنا ہوتا ہے۔

کہاتے کی روزانہ کی بنیاد پر نگرانی کرنی چاہیے۔ انفرادی اکاؤنٹس کی "عمر" کا تعین کرنے کے لیے وصولیوں کا معمول کی بنیاد پر جائزہ لیا جانا چاہیے۔ اکاؤنٹ جتنا پرانا ہوگا، واجب الادا رقم وصول کرنا اتنا ہی مشکل ہوگا۔ لہذا، یہ ضروری ہے کہ ان اکاؤنٹس کے لیے کاوش کی جائے جن کی ادائیگی کی تاریخ گزر چکی ہے۔ بروقت ادائیگیوں کے لیے وصولیوں کو احسن طریقے سے منظم کرنے سے کاروبار کی وینڈرز کے ساتھ اچھی ساکھ برقرار رکھ پانے کو یقینی بنایا جا سکتا ہے۔

کاروبار کے بیلنس شیٹ اکاؤنٹس کی صحیح شناخت میں مدد کرنے یا اخراجات کی دستاویزات کے لیے IRS کی شرائط کو پورا کرنے کے لیے ضمنی ریکارڈز ضروری ہوتے ہیں۔ اس کی مثالوں میں مقررہ اثاثہ جات کی دستاویزات، سفری اخراجات کے حساب کتاب، اور تنخواہوں کے حساب کتاب شامل ہیں۔

### حساب کتاب رکھنے کے حوالے سے مسائل

کاروبار کے مقررہ اثاثوں جیسے آلات، گاڑیاں اور عمارتوں کی خرید و فروخت کے بارے میں معلومات کا حساب کتاب رکھنے کے لیے ایک مقررہ اثاثہ جات کے نوشتہ جات کی ضرورت ہوتی ہے۔ مقررہ اثاثہ جات کے نوشتہ جات میں مندرجہ ذیل اشیاء کا حساب کتاب درج ہونا چاہیے:

- اثاثہ جات کی تفصیل
- اثاثہ جات کی قیمت
- تاریخ خریداری
- کاروبار میں اثاثہ کے استعمال کی شرح
- اثاثہ میں کمی کا طریقہ
- تاریخ فروخت بمع قیمت فروخت (اگر اس کا اطلاق ہو تو)

اگر کوئی گاڑی کاروبار میں اور ذاتی نقل و حمل کے لیے استعمال ہوتی ہے تو سفری اخراجات کے نوشتہ جات ہونا ضروری ہیں۔ لاگ گاڑی کو چلانے اور اس کی دیکھ بھال کے کاروبار سے متعلقہ حصے کی کٹوتی کے لیے دستاویز کے طور پر کام کرتا ہے۔ عام طور پر IRS یا تو اصل اخراجات یا طے شدہ مائلج کی کٹوتی کی اجازت دیتا ہے۔ آپ جو حساب کتاب رکھیں گے اس پر منحصر ہے کہ آپ کون سا طریقہ استعمال کرتے

ہیں۔ اگر کاروبار کے اخراجات کا تعین کرنے کے لیے طے شدہ مائلیج کی شرح استعمال کی جاتی ہے تو کاروباری سفر کے مائلیج کے نوشتہ جات رکھنا ضروری ہے۔ اگر اصل اخراجات کے حساب سے کٹوتی کرنی ہے تو، گیس، انشورنس، دیکھ بھال وغیرہ کا حساب کتاب رکھنے کے لیے ایک زیادہ نفیس طریقہ کی ضرورت ہے۔ گاڑی کے اخراجات کے بارے میں اضافی معلومات کے لیے، IRS کی اشاعت 463 دیکھیں۔

### ملازمین کا ریکارڈ رکھنا

کسی ملازم کی خدمات حاصل کرنے سے کاغذی کارروائی اور ریکارڈ رکھنے کا لمبا جھنجھٹ پیدا ہوتا ہے۔ جیسا کہ باب چھ میں بتایا گیا ہے، ملازمین والے کاروبار کو تنخواہوں پر واجب الادا ٹیکس کو درست طریقے سے جمع کروانے کے لیے ملازم کے شناختی نمبر کی ضرورت ہوتی ہے۔ ملازم کا شناختی نمبر اور متعلقہ فارم درج ذیل جدول میں دی گئی ایجنسیوں سے مل سکتے ہیں۔ وفاقی اور ریاستی ٹیکس گائیڈ دونوں ہی موجودہ طریقہ کار اور فارم فراہم کریں گے کیونکہ یہ وقتاً فوقتاً تبدیل ہوتے رہتے ہیں۔

| فارم/اشاعتیں   | ایجنسی   |
|--|--|
| <p>کتابچہ ای: آجر کا ٹیکس گائیڈ<br/>فارم ایس ایس -4: آجر کی آئی ڈی نمبر کی درخواست<br/>فارم ڈبلیو-4: ٹیکس کی کٹوتی کی اجازت دینے کے لیے ہر ملازم کا پُر کرنا ضروری ہے<br/>فارم 940: آجر کا وفاقی بے روزگاری ٹیکس کا سالانہ گوشوارہ<br/>فارم 941: آجر کا وفاقی ٹیکس کا سہ ماہی گوشوارہ<br/>فارم 8109: وفاقی ٹیکس کی ادائیگی کی رسید</p> | <p>انٹرنل ریونیو سروس<br/>حصص کے مالکان کی شراکت<br/>داری، تعلیمی اور مواصلاتی خدمات<br/>401 W. Peachtree Street,<br/>NW Suite 410<br/>Atlanta, GA 30308<br/>1-800-829-1040<br/>www.irs.gov</p>  |
| <p>جی-7: سہ ماہی موافقت کا گوشوارہ<br/>جی-4: ملازمین سے کٹوتی کا سرٹیفیکیٹ<br/>آجر کے لیے ٹیکس گائیڈ</p>   | <p>جارجیا کا ریونیو ڈیپارٹمنٹ<br/>آمدنی کا ٹیکس ڈویژن<br/>1800 Century Center Blvd., NE<br/>Atlanta, GA 30345-3205<br/>(404)417-4477 (میٹرو اٹلانٹا کے علاقے سے)<br/>(800)602-8477 (میٹرو اٹلانٹا کے علاقے سے باہر)<br/>www.dor.ga.gov</p> |
| <p>GDOL: DOL-1A ٹیکس یا اس کی حیثیت کی تبدیلی کے لیے درخواست<br/>DOL-4N: ٹیکس اور مزدوری کی رپورٹنگ کا فارم</p>  | <p>جارجیا کالیبر ڈیپارٹمنٹ<br/>www.dol.state.ga/find_us.htm</p>  |
| <p>فارم آئی-9: ملازمت کے لیے اہلیت کی تصدیق<br/>اس بات کی تصدیق ضروری ہے کہ آیا ملازم یو ایس کا رہائشی ہے یا پھر ایسا غیر ملکی ہے جسے یو ایس میں کام کرنے کی اجازت ہے</p>  | <p>یو ایس کی شہریت اور امیگریشن کی خدمت<br/>اٹلانٹا ضلع<br/>2150<br/>Parkland<br/>Dr.<br/>Atlanta, Ga 30345<br/>(404)331-2762<br/>(800)375-5283<br/>www.uscis.gov</p>  |
| <p>تمام ملازمین پر لازم ہے کہ وہ نئی ملازمت کے بارے میں ریاست کو آگاہ کریں۔ یہ معلومات ایسے والدین کی نشاندہی کرنے کے کام آتی ہیں جو بچوں کی مالی معاونت میں غفلت کے مرتکب ہوتے ہیں۔</p>   | <p>جارجیا کا نئے ملازمین رکھنے کے بارے میں مطلع کرنے کا پروگرام<br/>P.O. Box 38480<br/>Atlanta, GA 30334-0480<br/>(404)525-2985<br/>(888)541-0469<br/>www.ga-newhire.com</p>   |

## حساب کتاب رکھنے کے حوالے سے مسائل



حساب کتاب رکھنے  
کے حوالے سے مسائل

ہر ملازم کی فائل میں مندرجہ ذیل معلومات درکار ہوتی ہیں۔

- فارم جی-4
- فارم ڈبلیو-4
- فارم آئی-9
- نام، پتہ، فون نمبر، اور سوشل سیکیورٹی نمبر
- ملازم کو ملازمت پر رکھنے، دوبارہ رکھنے، یا کچھ عرصہ چھوڑنے/نکالنے کے بعد دوبارہ رکھنے کی تاریخ
- ملازم کے ملازمت کو چھوڑنے/نکالنے کی تاریخ اور وجہ
- مزدوری اور تنخواہ کی مدت

**اہم نکتہ:** آپ کو ملازمت کا مکمل حساب کتاب بھی رکھنا ہو گا جس میں تنخواہ کی ہر مدت کے دوران ہر ملازم کو ادا کی گئی کل اجرت اور کی گئی ساری کٹوتیوں (یعنی، ریاستی اور وفاقی ٹیکس، FICA، ریٹائرمنٹ اکاؤنٹس، بیمہ پریمیم) کو ظاہر کیا گیا ہو۔

مندرجہ ذیل IRS کی اشاعت 583 سے ملازم کے معاوضے کے حساب کتاب کی ایک مثال ہے۔

[www.georgiasbdc.org](http://www.georgiasbdc.org)

باب ہشتم: مالیاتی حساب کتاب رکھنا

ملازم کے معاوضے کا حساب کتاب

نام \_\_\_\_\_

پتہ: 1 Elm St., Anytown, NJ 07101

فون نمبر 555-6075

فل ٹائم / پارٹ ٹائم \_\_\_\_\_

| کٹوتہ<br>ی |  |                              |         |                      | کماؤ<br>ی  |                       |                  | کام کے گھنٹے |                           |            |           |     |          |            |       |      |          |           |     |          | تاریخ<br>ادائیگی | تنخواہ<br>کی<br>مدت کا<br>اختتام |                |       |       |      |
|------------|--|------------------------------|---------|----------------------|------------|-----------------------|------------------|--------------|---------------------------|------------|-----------|-----|----------|------------|-------|------|----------|-----------|-----|----------|------------------|----------------------------------|----------------|-------|-------|------|
| کل تنخواہ  | ریاست<br>ی<br>آمدنی<br>کا<br>ٹیکس<br>س | وفاقی<br>آمدنی<br>کا<br>ٹیکس | صحت     | سوشل<br>سیکیور<br>ٹی | کل         | اور ٹائم<br>کی<br>شرح | بنیادی<br>تنخواہ | اور ٹائم     | کل<br>بنیاد<br>ی<br>گھنٹے | جمعہ<br>تہ | جمعہ<br>ت | بدھ | من<br>گل | سوم<br>وار | اتوار | ہفتہ | جم<br>عہ | جمعہ<br>ت | بدھ | من<br>گل |                  |                                  | سو<br>موا<br>ر | اتوار |       |      |
| \$214.11   | \$6.00                                 | \$20.00                      | \$3.77  | \$16.12              | \$260.00   |                       | \$6.50           |              | 40                        | 6          | 4         | 5   |          | 5          |       |      | 5        | 5         | 5   |          | 5                |                                  |                | 1-4   | 1-1   |      |
| 214.11     | \$6.00                                 | \$20.00                      | \$3.77  | \$16.12              | \$260.00   |                       | \$6.50           |              | 40                        | 3          | 4         | 4   | 3        | 4          |       | 2    | 4        | 4         | 4   | 4        | 4                | 4                                |                |       | 1-18  | 1-15 |
| \$428.22   | \$12.00                                | \$40.00                      | \$7.54  | \$32.24              | \$520.00   |                       |                  |              | 80                        |            |           |     |          |            |       |      |          |           |     |          |                  |                                  |                |       |       |      |
|            |  |                              |         |                      |            |                       |                  |              |                           |            |           |     |          |            |       |      |          |           |     |          |                  |                                  |                |       | وغیرہ |      |
| \$1,035.86 | \$30.00                                | \$100.00                     | \$18.31 | \$78.23              | \$1,262.40 |                       |                  |              |                           | سہ ماہی کل |           |     |          |            |       |      |          |           |     |          |                  |                                  |                |       |       |      |

حساب کتاب رکھنے  
کے حوالے سے مسائل

اگر کام کرنے والا فرد ایک آزاد ٹھیکیدار ہے، تو کاروبار معاوضے پر ٹیکس کے لیے ذمہ دار نہیں ہے اور خود مختار ٹھیکیدار کو خود W9 فارم پُر کرنا ہو گا۔ اگر خود مختار ٹھیکیدار کو ایک سال میں \$600 سے زیادہ کی ادائیگی کی جاتی ہے، تو ایک فارم 1099-متفرق آمدنی کو مکمل کر کے IRS اور ٹھیکیدار کے پاس جمع کرانا ہو گا۔ خود مختار ٹھیکیدار اپنے معاوضے پر ٹیکس کے خود ذمہ دار ہیں۔

بہت سے چھوٹے کاروباروں کے مالکان ملازمین کو آزاد ٹھیکیدار تصور کر کے ایک مہنگی غلطی کرتے ہیں۔ IRS کے پاس یہ طے کرنے کے لیے رہنما اصول ہیں کہ آیا کوئی فرد ایک آزاد ٹھیکیدار ہے یا ملازم ہے۔ اس گائیڈ بک کے چھٹے باب میں رہنما اصولوں پر بحث کی گئی ہے۔ مزید برآں، مزید تفصیلات IRS کی اشاعت A15، آجر کی ضمنی ٹیکس گائیڈ میں دستیاب ہیں۔ اگر کسی فرد کو ایک آزاد ٹھیکیدار تصور کیا جاتا ہے اور IRS اس بات کا تعین کرتا ہے کہ کارکن ایک ملازم تھا، تو کاروبار اس کی تنخواہ پر غیر جمع شدہ ٹیکس کے علاوہ جرمانے اور اس رقم پر سود ادا کرنے کا ذمہ دار قرار دیا جا سکتا ہے۔

## ٹیکس

### آمدنی کا ٹیکس

کاروبار کی قانونی حیثیت سے اس بات کا تعین ہو گا کہ کاروبار یا کاروباری مالک اس کمپنی کی آمدنی پر وفاقی اور ریاستی آمدنی کا ٹیکس کیسے ادا کرے گا۔ یہ تخمینہ شدہ ٹیکسوں کی ادائیگیوں کے طریقہ کار اور وقت کا بھی تعین کرے گا۔

اگر کاروبار ایک فرد واحد کی ملکیت ہے، تو کاروباری سرگرمیوں سے حاصل ہونے والی آمدنی اور اخراجات کی اطلاع IRS شیڈول C پر دی جاتی ہے اور آپ کے فارم 1040 انفرادی ٹیکس کے گوشوارے کے ساتھ منسلک ہوتی ہے۔ کاروبار سے خالص آمدنی (آمدنی منفی اخراجات) پر مالک کے انفرادی ٹیکس کی شرح پر ٹیکس لگایا جائے گا۔

اگر کاروبار ایک شراکت داری ہے، تو شراکت داری کو IRS فارم 1065 پر ٹیکس کے گوشوارے جمع کرانے ہوتے ہیں۔ تاہم، شراکت داری قابل ٹیکس ادارے نہیں ہیں اور کمپنی کی آمدنی IRS فارم K-1 پر "بہاؤ" کے ذریعے شراکت داروں کے انفرادی

گوشواروں پر رپورٹ کی جائے گی۔ بالکل فرد واحد کی ملکیت کی طرح، شراکت داروں پر ٹیکس ان کے انفرادی ٹیکس کی شرح پر لگایا جاتا ہے۔

اگر کاروبار ایک کارپوریشن ہے، تو اسے کارپوریٹ گوشوارے جمع کرانے ہوں گے۔ اگر یہ سی-کارپوریشن ہے، تو یہ IRS فارم 1120 استعمال کرے گی اور اپنے ٹیکس کی ادائیگی کے لیے خود ذمہ دار ہو گی۔ اگر یہ ایک S-Corporation ہے، تو اسے IRS فارم S1120 پُر کرنا ہو گا اور شراکت داری کی طرح، کارپوریشن کی آمدنی حصص کے مالکان کے انفرادی گوشواروں میں رپورٹ کی جائے گی اور حصص کے مالکان کی انفرادی شرح کے حساب سے ٹیکس لگایا جائے گا۔

اگر کاروبار ایک محدود لائی ایبلٹی کمپنی (LLC) ہے تو آپ کو مندرجہ بالا اداروں میں سے کسی ایک کے تحت ٹیکس جمع کرانے کا انتخاب کرنا ہو گا۔ شیڈول C اور فارم 1120, S1120 اور IRS K-1 کی ویب سائٹ [www.irs.gov](http://www.irs.gov) پر ملیں گے۔

## حساب کتاب رکھنے کے حوالے سے مسائل

### سیلز ٹیکس

جارجیا میں کام کرنے والے کاروبار جو گھریلو صارف کو اشیاء فروخت کرتے یا کرایہ پر دیتے ہیں (تھوک فروشوں کے برعکس) کو جارجیا کے محکمہ ریونیو کے ضوابط کی تعمیل کرنی چاہیے، جس میں سیلز اور صرف ٹیکس جمع کرنا اور جمع کروانا شامل ہے۔ جارجیا میں سیلز اور صرف ٹیکس کی شرح چار فیصد (4%) ہے۔ اس کے علاوہ، زیادہ تر کاؤنٹیوں نے مخصوص منصوبوں کے لیے ٹیکسوں میں اضافے کے لیے اپنے مقامی طریقہ کار کا استعمال کیا ہے۔ ٹیکس کے اس مخصوص اضافے کو اسپیشل پریز لوکل آپشن سیلز ٹیکس (SPLOST) کے نام سے جانا جاتا ہے۔ ہر کاروبار کے لیے اسے شروع کرنے سے پہلے سیلز ٹیکس نمبر ضروری ہے۔ سیلز ٹیکس نمبر، نیز ماہانہ بنیادوں پر رقم جمع کرنے، رپورٹ کرنے اور ریاست کو بھیجنے کی ہدایات، یہاں سے حاصل کی جا سکتی ہیں:

جارجیا ڈیپارٹمنٹ آف ریونیو

سیلز اور صرف کے ٹیکس کی ڈویژن

[/https://dor.georgia.gov](https://dor.georgia.gov)

ملازمت کا ٹیکس

ملازمین رکھنے والے کاروبار کے لیے ضروری ہے کہ وہ ہر ملازم کی تنخواہ سے ریاستی اور وفاقی آمدنی کا ٹیکس کاٹیں۔ اس کے علاوہ، کمپنی کو ملازم کی سوشل سیکیورٹی (مجموعی تنخواہ کا 6.2%) اور علاج معالجہ کی مد میں (مجموعی تنخواہ کا 1.45%) ادائیگیوں کے لیے بھی کٹوتی کرنی ہوتی ہے۔ آجر اس رقم کا موازنہ کرتا ہے جو کہ ملازم کی مجموعی تنخواہ کا کل 7.65 فیصد ہوتا ہے۔ سوشل سیکیورٹی ٹیکس کی سالانہ زیادہ سے زیادہ کٹوتی کی ایک حد مقرر ہے لیکن علاج معالجہ کے ٹیکس پر کوئی حد نہیں ہے۔ مزید معلومات کے لیے IRS کتابچہ E دیکھیں۔

آجر سوشل سیکیورٹی ٹیکس، علاج معالجہ کے ٹیکس، اور آجر کی مماثل ادائیگی کے ساتھ ساتھ ملازم سے کاٹے گئے وفاقی آمدنی کا ٹیکس کو کسی مجاز مالیاتی ادارے (زیادہ تر بینکوں) میں جمع کراتا ہے۔ جمع کرانے کا وقت کمپنی کی کل تنخواہ کی رقم پر منحصر ہے۔ علاج معالجے اور سوشل سیکیورٹی کے ٹیکسوں (IRS فارم 941) کو سہ ماہی گوشوارے کی ضرورت ہوتی ہے جس میں اس سہ ماہی میں جمع کی گئی رقم کی فہرست ہوتی ہے اور اس کا حساب لگایا جاتا ہے کہ آیا کوئی اضافی رقم واجب الادا تو نہیں ہے۔

آجر مفت الیکٹرانک فیڈرل ٹیکس ادائیگی کے نظام، یا EFTPS کا استعمال کرتے ہوئے آن لائن ادائیگیاں بھی کر سکتے ہیں۔ مزید معلومات کے لیے، <https://www.eftps.gov/eftps> ملاحظہ کریں۔

آجر وفاقی اور ریاستی بے روزگاری ٹیکس ادا کرنے کے بھی ذمہ دار ہیں۔ یہ رقم ملازمین سے نہیں کاٹی جاتی۔ وفاقی بے روزگاری ٹیکس (FUTA) کو IRS فارم 940 ایمپلائرز سالانہ فیڈرل بے روزگاری ٹیکس کے گوشوارے پر رپورٹ کیا جاتا ہے۔ جارجیا کا محکمہ لیبر ریاستی بے روزگاری ٹیکس (SUTA) کے معاملات کو سنبھالتا ہے۔ ٹیکس کی شرح مختلف عوامل کی بنیاد پر تبدیل ہوتی ہے؛ تاہم، نئے یا اس ٹیکس کے دائرہ کار میں لائے گئے نئے آجروں سے اس وقت تک 2.7 فیصد کی کل ٹیکس کی شرح وصول کی جاتی ہے جب تک کہ وہ اپنے تجربے کی بسٹری کی درجہ بندی کی بنیاد پر شرح کے حساب کتاب کے اہل نہ ہوں۔ تفصیلی معلومات کے لیے، جارجیا

حساب کتاب رکھنے  
کے حوالے سے مسائل

کے محکمہ لیبر سے ان کی ویب سائٹ <http://www.dol.state.ga.us/em> کے ذریعے رابطہ کریں۔

نئے کاروباروں کو کل آجر کے ٹیکس کی لاگت کا تخمینہ مجموعی تنخواہ کے 10.95 فیصد کے حساب سے لگانا چاہیے۔ اس شرح میں 6.2 فیصد سوشل سیکورٹی، 1.45 فیصد علاج معالجہ، 2.7 فیصد SUTA، اور 0.6 فیصد FUTA شامل ہے۔ FUTA ٹیکس کی شرح 0.8 فیصد تھی، لیکن اضعا فی 0.2 فیصد کی مدت ختم ہو گئی جس سے یہ شرح 2012 میں 0.6 فیصد ہو گئی۔ ہمیشہ تازہ ترین شرح کے لیے [irs.gov](http://irs.gov) اور [ga.dor](http://ga.dor) ویب سائٹس کو دیکھیں۔

سال کے اختتام پر، ملازمین کی تمام اجرتوں اور کٹوتی کی اطلاع IRS فارم W-2 پر ہونی چاہیے۔ اگر کاروبار نے آزاد ٹھیکیداروں کا استعمال کیا اور انہیں ہر سال \$600 سے زیادہ کی ادائیگی کی گئی، تو ان کی سالانہ آمدنی IRS فارم 1099 پر بتائی جانی چاہیے۔

اگر کوئی کاروبار اپنے ملازمین کے ٹیکس کی مد میں واجب الادا رقم ادا کرنے میں ناکام رہتا ہے تو واجب الادا رقم کی مد میں خاطر خواہ سود اور جرمانے لاگو ہوں گے۔

### سیلف ایمپلائمنٹ ٹیکس

IRS شیڈول C پر منافع رپورٹ کرنے والی فرد واحد ملکیتوں کو اس منافع پر سیلف ایمپلائمنٹ ٹیکس ادا کرنا ہوتا ہے۔ سیلف ایمپلائمنٹ ٹیکس کی رقم کاروبار کے منافع کا 15.3 فیصد ہے (آجر اور ملازمین کی سوشل سیکیورٹی اور علاج معالجے کے ٹیکس کے مجموعی کل کے برابر)۔ واحد مالکان IRS فارم 941 کے تابع نہیں ہیں لیکن انہیں کاروبار کے منافع کی بنیاد پر تخمینہ وفاق اور ریاستی ٹیکس جمع کروانے پڑ سکتے ہیں۔

### جائیداد پر ٹیکس

جارجیا میں کام کرنے والے کاروبار ہر سال یکم جنوری سے کاروبار کی ملکیت والی حقیقی جائیداد، سازوسامان اور انویسٹری پران کی اشتہاراتی قیمت پر جائیداد کا ٹیکس ادا کرنے کے پابند ہیں۔ مقامی کاؤنٹی یا شہر کے اہلکار جائیداد کی قیمت کا تعین کرتے ہیں اور وہ ٹیکس کی واجب الادا رقم کا تعین کرنے کے لیے استعمال ہونے والی مالیت کی شرح قائم کرتے ہیں۔ کاروبار جو ٹیکس ادا کرتا ہے اس میں بلدیات اور کاؤنٹیوں کے حساب سے واضح فرق ہو گا۔ انویسٹری، جائیداد، یا آلات میں بڑی سرمایہ کاری کرنے والے کاروباروں کے لیے جائیداد کا ٹیکس اہمیت کا حامل ہے۔ تفصیلات کے لیے اپنے کاؤنٹی اور/یا شہر کے ٹیکس کمشنر سے رابطہ کریں۔

معاون دستاویزات

کچھ قابل غور باتیں

حساب کتاب رکھنے کے نظام میں لین دین کا خلاصہ شامل ہونا چاہیے۔ کتابوں میں کل آمدن اور اخراجات واضح ہونے چاہئیں۔ لین دین کے خلاصے کی تصدیق کرنے کے لیے مناسب معاون دستاویزات کو سنبھال کر رکھنا ضروری ہے۔ معاون دستاویزات میں سیلز سلپس، ادا شدہ بل، رسیدیں، ڈپازٹ سلپس، اور منسوخ شدہ چیک شامل ہیں۔

آپ کو کتنے وقت کے لیے حساب کتاب اپنے پاس رکھنا چاہیے؟

IRS کے مطابق، آپ کو اپنے حساب کتاب کو اس وقت تک اپنے پاس رکھنا چاہیے جب تک کہ وہ انٹرنل ریوینیو کی کسی بھی شق کے لیے درکار ہو سکتا ہو۔ عام طور پر، اس کا مطلب ہے کہ آپ کو ایسے حساب کتاب کو جو کسی گوشوارے پر آمدن یا کٹوتی کی وضاحت کرتے ہیں ان کو اس وقت تک اپنے پاس رکھنا ہے جب تک اس گوشوارے کی حدود کی مدت ختم نہ ہو جائے۔ حدود کی مدت کے بارے میں معلومات کے لیے، IRS کی اشاعت 583 سے ملاحظہ کریں۔

اگر گوشوارہ جمع نہیں کروایا گیا یا پھر گوشوارہ جعلی پایا گیا تو اس پر حدود کی کوئی مدت نہیں ہے۔ یاد رکھیں کہ اگرچہ ٹیکس کے مقاصد کے لیے حساب کتاب کی مزید ضرورت باقی نہ رہے لیکن اس کی ضرورت غیر ٹیکس مقاصد کے لیے پڑ سکتی ہے جیسے کہ آپ کی انشورنس کمپنی یا قرض دہندگان کے لیے۔

کیا آپ کو اکاؤنٹنگ کی ضرورت ہے؟

اگرچہ کچھ چھوٹے کاروباروں کے مالکان اکاؤنٹنگ اور ٹیکس کے مسائل کے بارے میں تجربہ اور معلومات رکھتے ہیں لیکن پھر بھی اکثر اوقات کسی بیرونی ماہر کی مدد لینا ضروری ہوتا ہے۔ اکاؤنٹنگ کے بارے میں فیصلہ کرتے ہوئے کاروباری شخص کو اکاؤنٹنگ کی تکنیکی مہارت، لسانی مہارت، اور بروقت جواب دینے کی صلاحیت کو جانچنا چاہیے۔ کاروبار کے آغاز کے مرحلے میں، ایک اکاؤنٹنگ کتابوں کو ترتیب دینے میں اہم کردار ادا کر سکتا ہے، بشمول اکاؤنٹس کا چارٹ بنانے اور اکاؤنٹنگ کی ضروریات کو سنبھالنے کے لیے ایک معیاری آپریٹنگ طریقہ کار کے۔ بہت سے کاروباری مالکان کو ماہانہ بنیادوں پر کاروبار کی نگرانی کے لیے اکاؤنٹنگ کی مدد کی ضرورت

ہوتی ہے جب تک کہ مالک خود حساب کتاب کو اچھی طرح سنبھالنے کے قابل نہ ہو جائے۔ خاص طور پر ٹیکس کی ذمہ داریوں کا تعین کرنے میں اکاؤنٹنٹ کی مدد حاصل کرنا اہم ہے۔ مناسب اکاؤنٹنٹ تلاش کرنے کا ایک طریقہ یہ ہے کہ بینکر، اٹارنی اور دیگر چھوٹے کاروباروں کے مالکان سے حوالہ جات حاصل کریں۔ اکاؤنٹنٹ رکھنے کے زیادہ سے زیادہ فوائد حاصل کرنے کے لیے، کاروباری مالک کو اس کے ساتھ باقاعدگی سے بات چیت کرنی چاہیے اور بروقت معلومات فراہم کرنی چاہیے۔ سال کے آخر تک انتظار کرنے کی بجائے سال کے دوران ہی ٹیکس کے متعلق حکمت عملی اور مشاورت حاصل کرتے رہیں۔

### کچھ قابل غور باتیں

#### حساب کتاب رکھنے کے نظام کو خودکار بنانا

کاروباری مالکان کئی سستے اکاؤنٹنگ سوفٹ ویئر وں میں سے انتخاب کر سکتے ہیں۔ یہ پروگرام ریکارڈ کے انتظام میں مدد کرتے ہیں اور متعدد رپورٹوں کے ذریعے مالی معلومات تک فوری رسائی فراہم کر سکتے ہیں۔ مناسب سافٹ ویئر تلاش کرنے کے لیے اس بات کا تعین کریں کہ کاروبار کے لیے کس قسم کی معلومات کی ضرورت ہے اور پھر ان ضروریات کا سافٹ ویئر اور ہارڈ ویئر کی صلاحیتوں سے موازنہ کریں۔ کمپیوٹر اکاؤنٹنگ پروگرام کو منتخب کرنے کے لیے اکاؤنٹنٹ کی مدد درکار ہو سکتی ہے۔ بہت سے اکاؤنٹنٹس کچھ پروگراموں کے ساتھ کام کرنے کو ترجیح دیتے ہیں۔ اس بات کو یقینی بنان کہ زیر غور سافٹ ویئر میں اکاؤنٹنٹ کو مہارت حاصل ہے، ایک دانشمندانہ اقدام ہے۔ نیز، کاروباری مالک کے لیے اکاؤنٹنگ سسٹم کو سمجھنا ضروری ہوتا ہے۔

جامع اور درست حساب کتاب رکھنے سے، ایک کاروباری مالک اس بات کا تعین کر سکتا ہے کہ آیا مالیاتی (اور دیگر) اہداف پورے ہو رہے ہیں یا نہیں۔ پیش رفت کی نگرانی کاروبار کو ایک قابل عمل، مسابقتی تنظیم بنانے کا پہلا قدم ہوتا ہے۔ کاروبار کو چلانے کے لیے ضروری دیگر سرگرمیاں اگلے باب میں زیر بحث آئیں گی۔

[www.georgiasbdc.org](http://www.georgiasbdc.org)

[www.georgiasbdc.org](http://www.georgiasbdc.org)

باب ہفتم:  
نئے کاروبار کی کامیابی

[www.georgiasbdc.org](http://www.georgiasbdc.org)

دروازے کھلے ہیں۔ آپ نے اپنا نیا کاروبار شروع کر دیا ہے۔ کامیابی آپ کے قدم چومنے کو تیار ہے۔ لیکن کیا آپ کاروبار کو چلتا ہوا رکھنے کے لیے تیار ہیں؟ کاروبار شروع کرنا اکثر ان چیلنجوں کے مقابلے میں آسان لگتا ہے جن کا آپ کو کاروبار کو چلتا رکھنے میں سامنا کرنا پڑے گا۔ یو ایس شمال بزنس ایڈمنسٹریشن کے تازہ ترین اعدادوشمار کے مطابق، 10 میں سے 7 نئی آجر فرمیں کم از کم دو سال تک زندہ رہتی ہیں، اور آدھی کم از کم پانچ سال تک زندہ رہنے میں کامیاب ہوتی ہیں۔ کاروبار میں کامیابی کے لیے ایک اہم کلیدی نقطہ یہ بھی ہے کہ اپنے کاروبار میں محنت کرتے ہوئے ساتھ ساتھ اپنے کاروبار پر بھی محنت کریں۔

کسی بھی نئے کاروبار کے لیے دیکھ بھال بہت ضروری ہے۔ سنبھال کے رکھنے کی زیادہ تر چیزوں کو دیکھ بھال کی ضرورت ہوتی ہے۔ مثال کے طور پر، گھر کو پینٹ کرنے اور صاف کرنے اور لان کو تراشنے کی ضرورت ہوتی ہے۔ ہمارے جسم کو ورزش، غذائیت اور مناسب آرام کی ضرورت ہوتی ہے۔ اور کاروں کو ایندھن، تیل کی تبدیلی، اور ٹیوننگ کی ضرورت ہوتی ہے۔ اسی طرح، آپ کا کاروبار ایک عمارت میں اس بنیاد کے تحت مسلسل نہیں چل سکتا کہ "اگر آپ نے کاروبار کھڑا کر دیا ہے تو اب وہ آئیں گے۔" مزید برآں، ایک مضبوط بنیاد آپ کے کاروبار (گھر، جسم، یا کار) کو اس قابل بنائے گی کہ وہ عمر یا بیرونی عوامل، جیسے گرتی ہوئی معیشت، ایک نئی مسابقت، یا آبادیاتی تبدیلیوں کی وجہ سے ممکنہ طور پر لگنے والے دھچکوں کو بہتر طریقے سے برداشت کر سکے۔ آپ کے کاروبار پر منظم طریقے سے کام کرنا اور اسے صحت مند رکھنا آپ کے کاروبار کے لیے ان چیلنجوں کا تسلی بخش انداز میں مقابلہ کرنے کے امکانات کو بڑھائے گا۔

حالانکہ اس گائیڈ بک کا اصل موضوع نیا کاروبار شروع کرنا ہے لیکن ان انتظامی مسائل پر بھی آپ کو غور کرنا، مطالعہ کرنا اور اس مطالعہ پر عمل کرنا ضروری ہے۔

مارکیٹنگ بہت سے اختیاری اجزاء کے ساتھ ایک مربوط عمل ہے۔ کچھ اجزاء مخصوص کاروباری اقسام، مخصوص بازاروں، یا مخصوص اوقات کے لیے زیادہ موثر ثابت ہوتے ہیں۔ یاد رکھیں کہ مارکیٹنگ ایک مسلسل جاری رہنے والی سرگرمی ہے۔ بازار کبھی جامد نہیں ہوتا۔ لہذا، آپ کے کاروبار کی مارکیٹنگ بھی کبھی رکنی نہیں چاہیے۔

مدنظر رکھنے کی ایک اور اہم بات وہ پیغام ہے جسے آپ اپنے ممکنہ صارف تک پہنچانا چاہتے ہیں۔ اختصار، وضاحت، اور مستقل مزاجی ایک مؤثر پیغام پیدا کرتی ہے جو برانڈ کی اہم ساکھ بناتا ہے۔ نارٹھ ویسٹرن یونیورسٹی کے فلپ کوٹلر نے مارکیٹنگ

**مارکیٹنگ اور تعلقات  
عامہ**

مارکیٹنگ اور تعلقات  
عامہ

کے بنیادی عناصر کو مصنوعات، قیمت، جگہ اور فروغ کے طور پر بیان کیا ہے۔ کئی سالوں میں اس میں کئی تغیرات آئے؛ تاہم، یہ بنیادی ڈھانچہ وسیع پیمانے پر قبول کیا جاتا ہے۔ مزید برآں، مارکیٹنگ میں نئی حکمت عملی ابھرتی رہتی ہے، جیسے سوشل میڈیا مارکیٹنگ اور اب وسیع پیمانے پر استعمال ہونے والے موبائل آلات کے ذریعے صارفین تک مارکیٹنگ۔ ان نئے طریقوں سے آگاہ رہنا اور جب قابل اطلاق ہو تو ان کا اطلاق آپ کے کاروباری منصوبے میں ترقی کو فروغ دے گا اور اس میں جان ڈالے گا۔ آپ کے مارکیٹنگ کے امکانات کے مطالعے میں بیان کردہ مارکیٹنگ کے مقاصد کو مارکیٹنگ پلان میں شامل کیا جانا چاہیے۔

SBA Office of Advocacy. *Frequently Asked Questions About Small Business, 2021*  
[www.advocacy.sba.gov/2021/11/03/frequently-asked-questions-about-small-business-2021/](http://www.advocacy.sba.gov/2021/11/03/frequently-asked-questions-about-small-business-2021/)

شعبہ تعلقات عامہ مارکیٹنگ کا ساتھ دیتا ہے اور اس کی مدد کرتا ہے کیونکہ اس سے مراد تمام عوامی اداروں کے ساتھ رابطے ہیں، چاہے فروخت میں اضعاف، محض معلومات کی منتقلی، یا پھر کسی تصویر کشی یا نظریہ کو تقویت دینا ہو جو آپ کے کاروبار کے لیے فائدہ مند ہو۔ تشہیر اور دیگر اندرونی طور پر ہدایت یافتہ پروموشنل سرگرمیوں کی طرح، تعلقات عامہ کی سرگرمیاں آپ کے کاروبار، اس کی مصنوعات یا خدمات، یا ملازمین کے تاثر کو متاثر کر سکتی ہیں۔ تاہم، تعلقات عامہ کی سرگرمیوں کے لیے سامعین کی تعداد صارفین سے زیادہ وسیع ہوتی ہے۔ اس میں میڈیا، قانون سازی اور ریگولیٹری تنظیمیں، اور کمیونٹی گروپس جیسے گروپس شامل ہیں، جن کی آپ کے کاروبار میں دلچسپی آپ جو چیز بیچ رہے ہیں اسے خریدنے یا نہ خریدنے سے بڑھ کر ہو سکتی ہے۔ اگرچہ تعلقات عامہ کی سرگرمیاں کسی نئے کاروبار کے لیے اولین ترجیح نہیں ہوسکتی ہیں، لیکن اس بارے میں سوچنا شروع کرنا ضروری ہے۔ مرمت یا درست سمت کے دوبارہ سے تعین کے دوران، تعلقات عامہ کی پچھلی سرگرمیاں اور ہنگامی حالات سے نمٹنے کی سرگرمیاں اس بات کا تعین کر سکتی ہیں کہ آیا آپ کا کاروبار کامیابی کی راہ میں رکاوٹوں کو عبور کرتا ہے یا نہیں۔

کمپیوٹر کا نظام اور  
انٹرنیٹ

آپ کے نظام کی ضروریات آپ کے کاروبار کے مطابق ہونی چاہئیں۔ کاروبار کی مختلف اقسام کو خصوصی آلات اور پروگراموں کی ضرورت ہوگی۔ کم سے کم، تقریباً ہر کاروبار

کو کمپیوٹر کے ذریعے یا تو ایک سادہ اسپریڈشیٹ کے ذریعے یا معتبر اکاؤنٹنگ سافٹ ویئر کے ذریعے تمام حساب کتاب رکھنا چاہیے۔

آج سوال یہ نہیں ہے کہ انٹرنیٹ استعمال کریں یا نہ کریں بلکہ یہ ہے کہ اسے اپنے کاروبار کے لیے کیسے استعمال کیا جائے۔ کاروبار کی قسم، بازار، اور آپ کے کاروبار کے مخصوص اہداف اس بات کا تعین کرتے ہیں کہ آپ کو انٹرنیٹ بشمول سوشل میڈیا جیسے کہ Facebook، Twitter، LinkedIn، وغیرہ کا استعمال کس نوعیت تک کرنا چاہیے۔ موبائل آلات کے ذریعے مارکیٹنگ پر بھی غور کیا جانا چاہیے۔ 2011 میں سوشل میڈیا کے موبائل صارفین میں 62 فیصد اضافہ ہوا ہے۔ چھوٹے کاروباروں کو کم از کم معلوماتی آلہ کار کے طور پر اپنی ویب سائٹ بنانی چاہیے اور اسے مارکیٹنگ کی دیگر کاوشوں کے ساتھ شامل کرنا چاہیے۔ انٹرنیٹ کے دیگر بنیادی استعمال میں ای میل، مصنوعات/خدمات کی خریداری، تحقیق کرنا، ڈیٹا کا اشتراک، انٹرنیٹ، اور ملازمین کی بھرتی شامل ہیں۔ اگر آپ انٹرنیٹ کو ایک اضافی ڈسٹری بیوشن میڈیم کے طور پر استعمال کرنے پر غور کر رہے ہیں، تو آپ کو آگسٹا کے ایک ممتاز کاروباری شخص کے تجربے کو ذہن میں رکھنا چاہیے جس نے کہا تھا کہ یہ کوشش ایک اور کاروبار کے آغاز کے مترادف ہے۔

## کسٹمر سروس

صارف ہمیشہ صحیح ہے۔ یہ کہاوٹ اب بھی لاگو ہے۔ متعدد مطالعات اس حقیقت کی حمایت کرتے ہیں کہ صارفین مثبت تجربے کی نسبت چار سے پانچ گنا زیادہ منفی تجربہ پر بات کرتے ہیں۔ لہذا، صارفین کے ساتھ منصفانہ اور ایمانداری کے ساتھ برتاؤ کرنا ہی ہمیشہ کاروبار کے بہترین مفاد میں رہے گا۔ کسٹمر سروس کے آئیڈیل صارف کے اعتماد اور کسٹمر کی وفاداری تک پھیل چکے ہیں۔ لیکن ان تمام فلسفوں کا نچوڑ بنیادی طور پر ایک ہی ہے: صرف سنہری اصول پر عمل کریں، جو کہتا ہے کہ (کاروبار میں) ہمیں ہر صارف کے ساتھ ویسا ہی سلوک کرنا چاہیے جیسا کہ ہم چاہتے ہیں کہ ہمارے ساتھ ہو۔ تجربے نے بہت سے کاروباروں کو سکھایا ہے کہ اثر کی سطح پر فیصلہ کرنا (یعنی اچھی تربیت یافتہ کسٹمر سروس کے نمائندے رکھنا) صارف کی خدمت کا سب سے موثر ذریعہ ہے۔

## نقدی کے بہاؤ کا نظم و نسق

نقدی ایک کاروبار کے لیے خون کی حیثیت رکھتی ہے اور اسی طرح، ایک صحت مند نقدی کا بہاؤ کسی بھی کاروبار کی کامیابی کے لیے ضروری ہے۔ نقدی کے بہاؤ کو سنبھالنا بیلنس شیٹ کی تشریح سے بڑھ کر ہے، جس کے لیے معاشیات کی گہری سمجھ کی ضرورت ہوتی ہے۔ مثال کے طور پر، ورکنگ کیپیٹل کی کمی کاروباری شخص کو لائن آف کریڈٹ حاصل کرنے کی طرف لے جا سکتی ہے؛ تاہم، صورت حال کے مزید تجزیے سے بہت زیادہ تاخیر سے وصول ہونے والی رقم سامنے آ سکتی ہے۔ وصولیوں کے زیادہ سخت طریقہ کار کے ذریعے، نقدی کا زیادہ بہتر بہاؤ حاصل کیا جا سکتا ہے۔ ایک اور منظر نامہ یہ ظاہر کر سکتا ہے کہ منافع کے مارجن کے صنعت کے معیارات سے کم ہونے کی وجہ سے نقدی کا بہاؤ متاثر ہو رہا ہے۔ قیمتیں بڑھانے سے، ایسی فرم ایک صحت مند نقدی کے بہاؤ کو بحال کر سکتی ہے۔ اعلیٰ ترقی کے حالات فرموں کو ایک کمزور حالت میں رکھ سکتے ہیں کیونکہ وہ سرمایہ کاری کے اختیارات کے ساتھ مقابلہ کر رہے ہوتے ہیں۔ حتمی مقصد کسی بھی طریقے سے نقد رقم مختص کرنا ہے جو کاروبار کے استحکام کو بہتر بنائے گی۔

## ملازمین کا نظم و نسق

کاروباری ملکیت کی ایک اور ممکنہ جہت عملے کی نگرانی ہے۔ ملازمین کی تعداد میں اضافہ کاروبار کو زیادہ موثر انداز میں ترقی کرنے کے قابل بناتا ہے، کیونکہ اس طرح مزید مہارتیں ساتھ شامل ہو جاتی ہیں۔ سروس سیکٹر کے کاروبار میں، عملے کے انتظام کے مسائل خاص طور پر اہم ہیں، کیونکہ یہ انسانی وسائل سب سے اہم اثاثے ہیں۔ افراد کے ساتھ منصفانہ اور اخلاقی سلوک کو یقینی بنانے کے لیے عملے کے انتظام کے حوالے سے متعدد قوانین

موجود ہیں۔ تنخواہ پر واجب الادا ٹیکس سے متعلق حکومتی ضابطے بھی ہیں جن پر عمل کرنا ضروری ہے۔

## لائحہ عمل کی منصوبہ بندی

جیسا کہ اس باب کے تعارف میں کہا گیا ہے، تمام کاروباری مالکان کو اپنے کاروبار پر محنت کرنے کے لیے اپنے کاروبار میں محنت کرنے سے کچھ وقت نکالنے کی ضرورت ہوتی ہے۔ ایک حکمت عملی کی منصوبہ بندی کا سیشن اس بات کی عکاسی کرنے، جانچنے اور تعین کرنے کا موقع فراہم کرتا ہے کہ آیا یہ کاروبار کاروباری مالکان کی مطلوبہ سمت میں جا رہا ہے یا نہیں۔ حکمت عملی کی منصوبہ بندی کے مؤثر سیشن کے لیے بیرونی سہولت کاروں کے ساتھ ایک زیادہ لمبی ملاقات ضروری نہیں ہے۔ یہ کام صرف ایک سہ پہر میں بھی ہو سکتا ہے جس میں آپ کو کوئی تنگ نہ کرے اس میں آپ پیش رفت

## لائحہ عمل کی منصوبہ بندی

نقدی کے بہاؤ کا نظم و نسق اچھی طرح سے چلانے کے لیے مشورے  
<http://quickbooks.intuit.com/r/financial-management/10-tips-managing-cash-flow>.

نقدی کے بہاؤ کا نظم و نسق بہتر طریقے سے کیسے چلایا جائے  
<http://www.entrepreneur.com/article/66008>.

نقدی کے بہاؤ کا نظم و نسق تکنیکیں اور  
<http://www.businessnewsdaily.com/4635-cash-flow-management.html> حریے

کی رپورٹوں کا جائزہ لیں، یا ممکنہ طور پر کچھ قابل اعتماد مشیروں کے ساتھ دفتر سے باہر کسی وقت میں۔ بالآخر، حکمت عملی کی منصوبہ بندی کے عمل کو "کارپوریٹ کلچر" کے اندر فٹ

ہونا چاہیے تاکہ یہ رکاوٹ نہ ہو اور اس کے نتیجے میں مستقبل کے اقدامات کا خاکہ تیار ہو۔

### ماخذ

یہ گائیڈ بک کاروبار شروع کرنے کے بنیادی مسائل کا احاطہ کرنے کے لیے بنائی گئی ہے۔ معلومات کے بہت سے دوسرے ذرائع ہیں جو آپ کے لیے مددگار ثابت ہو سکتے ہیں۔ آخری باب میں کتابوں، مضامین اور ویب سائٹس کی فہرست دی گئی ہے جو قیمتی حوالہ جات ہو سکتے ہیں۔ مزید برآں، جارجیا شمال بزنس ڈیولپمنٹ سینٹر کے ریاست بھر میں متعدد دفاتر موجود ہیں جو جارجیا کے کاروباریوں کو مشاورت فراہم کرتے ہیں، تعلیم کا عمل جاری رکھے ہوئے ہیں اور تحقیق فراہم کرتے ہیں۔ یو ایس شمال بزنس ایڈمنسٹریشن، دی یونیورسٹی آف جارجیا، اور دیگر ریاستی یونیورسٹیوں اور کالجوں کے زیر اہتمام، ہمارے اعلیٰ تعلیم یافتہ مشیر مختلف کاروباری پس منظر کے ساتھ مہارت کی ایک وسیع رینج پیش کرتے ہیں۔ ہماری تنظیم کا مقصد کاروبار کی وسیع تر حمایت کے ذریعے جارجیا کے باشندوں کی معاشی بہبود کو بہتر بنانا ہے۔ ہمارے دفاتر کی فہرست اس گائیڈ بک کے پچھلے سرورق پر دیکھی جا سکتی ہے۔ UGA SBDC کے بارے میں مزید جاننے کے لیے اور ہم آپ اور آپ کے کاروبار کی مدد کیسے کر سکتے ہیں اس بارے میں جاننے کے لیے ہماری ویب سائٹ [www.georgiasbdc.org](http://www.georgiasbdc.org) پر لاگ ان کریں۔

اس گائیڈ بک کے پہلے باب میں یہ کہا گیا تھا کہ کبھی کبھی کامیابی حاصل کرنے کے لیے تھوڑی سی خوش قسمتی ہی کافی ہوتی ہے۔ ایک اور سچائی یہ بھی ہے کہ قسمت عام طور پر ان لوگوں پر مہربان ہوتی ہے جو سب سے زیادہ تیار ہوتے ہیں۔ لہذا، اگر UGA SBDC آپ کی کاروباری کوششوں میں مزید مدد کر سکتا ہے، تو براہ کرم ہمیں بتائیں۔ آپ کی کامیابی ہماری کامیابی ہے!

[www.georgiasbdc.org](http://www.georgiasbdc.org)

# باب نهم: ذرائع

[www.georgiasbdc.org](http://www.georgiasbdc.org)

کاروبار شروع کرنے کے حوالے سے کتابیں

|   |        |
|---|--------|
| Starting and Operating a Business in Georgia  | عنوان  |
| جنکنز، مائیکل ڈی  | مصنفین |
| Amazon ڈاٹ کا پر کنڈل بک کی شکل میں دستیاب  |        |
| Start Small, Finish Big: Fifteen Key Lessons to Start-- and Run--Your Own Successful Business   | عنوان  |
| ڈیلوکا، فریڈ: ہائیس، جان فلپ  | مصنفین |
| Mandevilla Press, December, 2012  |        |
| The Successful Business Plan: Secrets and Strategies  | عنوان  |
| ابرامس، ربونڈا ایم۔   | مصنفین |
| Planning Shop, June, 2014   |        |
| Summary: Low Risk, High Reward: Starting and Growing  | عنوان  |
| ریس، بوب: کروکشینک، جیفری ایل۔  | مصنفین |
| Business News Publishing, September, 2014   |        |
| High Tech Start-Up: The Complete Handbook for Creating Successful New High-Tech Companies   | عنوان  |
| نشیم، جان ایل۔  | مصنفین |
| Free Press, March 2000  |        |
| J.K. Lesser's Small Business Taxes 2016: Your Complete Guide to a Better Bottom Line  | عنوان  |
| ویلٹ مین، باربرا  | مصنفین |
| J. Wiley and Sons, 2016   |        |
| Steps to Small Business Start-Up: Everything You Need to Know to Turn Your Idea Into a Successful Business (Small Business Strategies Series) | عنوان  |
| پنسن، لنڈا  | مصنفین |
| Out of Your Mind...And Into the Mark, May, 2014   |        |
| New Business Ventures and the Entrepreneur  | عنوان  |
| سٹیون سن، ہارڈ ایچ۔   | مصنفین |
| Irwin McGraw-Hill, 2006   | ناشر   |
| SmartStart-How to Start a Business in Georgia   | عنوان  |
|   | مصنفین |
| Entrepreneur Press, 2007  | ناشر   |

|   |        |
|---|--------|
| North American Industry Classification System   | عنوان  |
| U.S. Office of Management and Budget  | مصنفین |
|   | ناشر   |
| Statistical Abstract of the United States 2012-2013: The National Book Data   | عنوان  |
| U.S. Department of Commerce   | مصنفین |
| Skyhorse Publishing, July, 2012   | ناشر   |
| Financial Studies of the Small Business, 29 <sup>th</sup> Edition   | عنوان  |
|   | مصنفین |
| Financial Research Associates, December 2006  | ناشر   |
| Directories in Print: A Descriptive Guide to Print and Non-Print Directories, Buyer's Guides, Buyer's Guides, Roster and Other Address Lists of All Kinds | عنوان  |
|   | مصنفین |
| Gale Research, March, 2016  | ناشر   |
| Manufacturing and Distribution USA  | عنوان  |
| Gale Research, November, 2014   | ناشر   |
| Industry Norms and Key Business Ratios 2014   | عنوان  |
| Dun & Bradstreet Information  | ناشر   |
| Encyclopedia of Associations: National Organizations of the U.S,  | عنوان  |
| Gale Research, March, 2016  | ناشر   |
| Small Business Sourcebook: The Entrepreneur's Resource  | عنوان  |
| Gale Research, February, 2016   | ناشر   |
| Market Share Reporter: An Annual Compilation of Reported Market Share Data on Companies, Products, and Services   | عنوان  |
| Gale Research, September, 2015  | ناشر   |
| The 2015 Georgia County Guide   | عنوان  |
| Cooperative Extension Service and Carl Vinson Institute of Government, The University of Georgia  | ناشر   |

[www.georgiasbdc.org](http://www.georgiasbdc.org)

ضمیمہ

[www.georgiasbdc.org](http://www.georgiasbdc.org)

## نئی صنعت کے لیے ٹیلی فون سروے کا نمونہ

بیلو۔ کیا میں (نام) سے بات کر سکتا ہوں؟

بیلو۔ میرا نام (انٹرویو کرنے والا) ہے اور میں (ریسرچ کمپنی) سے بات کر رہا ہوں۔ ہم سوداگروں کے حوالے سے ایک چھوٹی سی تحقیق کر رہے ہیں اور اس مقصد کے لیے آپ کی جگہ کے بارے میں کچھ سوالات پوچھنا چاہتے ہیں۔ کیا آپ کے پاس ہمارے سوالات کے جواب دینے کے لیے تھوڑا وقت ہوگا؟

[سوالات صرف 5 منٹ کے دورانیے پر محیط ہوں گے۔ ہم نئے سافٹ ویئر کے ذریعے اپنی سرگرمیوں میں بہتری لانے اور مستعدی بڑھانے کے حوالے سے آپ کی ضروریات کے بارے میں جاننا چاہتے ہیں]

1- جی (بات جاری رکھیں)

2- نہیں (کون سا وقت مناسب رہے گا جب آپ 5 منٹ کے لیے فارغ ہوں؟)

شروع کرنے سے پہلے میں آپ کو بتانا چاہتا ہوں کہ آپ کی فراہم کردہ تمام معلومات کو صیغہ راز میں رکھا جائے گا۔ یہ تحقیق مکمل طور پر رضاکارانہ ہے اور آپ کا نام یا آپ کے کاروبار کا نام آپ کی فراہم کردہ کسی بھی معلومات سے انفرادی طور پر منسلک نہیں کیا جائے گا۔ میرا سپروائزر کوالٹی کنٹرول کے مقصد سے انٹرویو کا کچھ حصہ سن سکتا ہے۔

سوال نمبر 1- سب سے پہلے، درج ذیل سافٹ ویئر فروشوں میں سے، آپ اس وقت کس کو بازار کے سب سے زیادہ حصے پر قابض سمجھتے ہیں؟

[میزبان: جوابات پڑھیں]

1. مسابقت 1 [Q2 پر جائیں]

2. مسابقت 2 [Q2 پر جائیں]

3. مسابقت 3 [Q2 پر جائیں]

4. مسابقت 4 [Q2 پر جائیں]

5. مسابقت 5 [Q2 پر جائیں]

6. دیگر [وضاحت کریں] [Q2 پر جائیں]

7. کمپیوٹرائزڈ نظام استعمال نہ کریں۔

9. پتہ نہیں/کوئی جواب نہیں [Q2 پر جائیں]

Q1.1 - آپ کمپیوٹرائزڈ نظام کیوں استعمال نہیں کرتے؟

1. [جواب درج کریں]

9. پتہ نہیں/کوئی جواب نہیں دیا۔

Q1.2 - کیا آپ مستقبل میں کمپیوٹرائزڈ نظام کے استعمال کا ارادہ رکھتے ہیں؟

1. ہاں [کیوں؟ جواب درج کریں]۔

2. نہیں [کیوں؟ جواب درج کریں]۔

9. پتہ نہیں/کوئی جواب نہیں دیا [Q13 پر جائیں]

Q2 - آپ ان تاجروں میں سے صارفین کے اعتبار سے پہلا درجہ کس کو دیں گے؟

1. مسابقت 1
2. مسابقت 2
3. مسابقت 3
4. مسابقت 4
5. مسابقت 5

Q3 - آپ کو جن سافٹ ویئر وں کے ساتھ ذاتی تجربہ ہے، ان میں سے آپ بھروسے مندی کے حوالے سے سب سے

زیادہ پسندیدہ کس کو قرار دیں گے؟

1. مسابقت 1
2. مسابقت 2
3. مسابقت 3
4. مسابقت 4
5. مسابقت 5

Q4 - ان ہی تاجروں کی کسٹمر سپورٹ سروسز میں سے، آپ کس کو سب سے زیادہ سازگار کا درجہ دیں گے؟

1. مسابقت 1
2. مسابقت 2
3. مسابقت 3
4. مسابقت 4
5. مسابقت 5

Q5 - آپ جو سافٹ ویئر ابھی استعمال کرتے ہیں اس کے بارے میں درج ذیل بیانات میں سے آپ کا سب سے

مضبوط مثبت تاثر کون سا ہے؟

1. اسے استعمال کرنا آسان ہے
2. یہ سب کچھ خود کار طریقے سے کرتا ہے۔
3. یہ سرگرمیوں کو کم پیچیدہ بناتا ہے۔
4. میں زیادہ کام کر سکتا ہوں۔
5. سرگرمیاں زیادہ مؤثر ہو گئی ہیں۔
6. دیگر [جواب دہندہ کی طرف سے بتایا گیا ]

Q6 - آپ کے استعمال کردہ سافٹ ویئر کے بارے میں آپ کے مضبوط ترین منفی تاثر کی عکاسی درج ذیل بیانات میں سے کون سا کر رہا ہے؟

1. اسے چلانے کے لیے کمپیوٹر سائنس کی ڈگری لینی پڑتی ہے۔
  2. ہمارے کاروبار کے لیے موزوں نہ ہونے کی وجہ سے یہ مسلسل کوئی نہ کوئی کام نکالتا رہتا ہے۔
  3. اس کی بجائے کاغذی دستاویزات زیادہ بہتر تھیں۔
  4. میں اپنا سارا وقت کمپیوٹر پر گزارتا ہوں
- 9 - پتہ نہیں/کوئی جواب نہیں دیا۔

5. مجھ سے اس کو استعمال کرنے کا طریقہ سیکھا نہیں جا رہا۔

6. پتہ نہیں اس میں کوئی بہتری آئی بھی ہے۔

7. دیگر [جواب دہندہ کی طرف سے بتایا گیا]

Q7 - اگر آپ اپنے سافٹ ویئر میں کسی ایک چیز کو تبدیل کر سکتے ہوں، تو کیا آپ.....؟

[جوابات پڑھیں]

1. خودکاریت میں اضافہ کریں گے۔

2. خودکاریت کو کم کریں گے۔

3. فعالیت شامل کریں گے [آپ فعالیت کیسے شامل کریں گے؟]

4. فعالیت کو کم کریں گے [آپ فعالیت کو کیسے کم کریں گے؟]

5. اس سارے پروگرام کو اٹھا کر باہر پھینکیں اور کاغذی نظام پر واپس جائیں گے۔

6. دیگر [جواب دہندہ کا دیا گیا جواب]

9. پتہ نہیں/کوئی جواب نہیں دیا۔

Q8 - سافٹ ویئر کے درج ذیل پہلوؤں میں سے آپ کس کو سب سے زیادہ مفید ہونے کا درجہ دیں گے؟

[جواب پڑھیں]

1. استعمال میں آسانی یا کم از کم کاغذی دستاویزات کے جیسا آسان ہونا

2. فوری جواب دیتا ہو

3. ٹائپنگ کے وقت کو کم کرنا، جیسے ڈیٹا انٹری یا کوئی کام انجام دینا

4. چھوٹی ٹیکنالوجی ہو، یا کاغذی دستاویزات کی ضرورت کم سے کم پڑے

5. آسان اور ہماری مرضی کے حساب سے رپورٹنگ

9. پتہ نہیں/جواب نہیں دینا چاہتا۔

Q9 - اگر آپ اپنا مثالی نظام بنائیں تو آپ.....؟

1. ایک نئے نظام کو اپنائیں گے۔

2. اپنے موجودہ نظام میں ترمیم کریں گے۔

3. مطلوبہ نتائج حاصل کرنے کے لیے موجودہ نظام میں ہی ترمیم کریں گے۔

4. اگر موجودہ نظام میں ترامیم نہیں کی جا سکتیں تو پھر اسی کو چلائیں گے۔  
 5. اپنی کمپنی شروع کریں گے کیونکہ باقی سب کچھ پہلے ہی آزمایا جا چکا ہے۔  
 6. دیگر [جواب دہندہ کا دیا ہوا جواب]  
 9. پتہ نہیں/کوئی جواب نہیں دینا چاہتا۔  
 Q10 - کیا آپ کے سافٹ ویئر کے لیے موجودہ کسٹمر سروس بہترین سپورٹ، اچھی سپورٹ، کافی سپورٹ، ناقص سپورٹ، یا کوئی سپورٹ فراہم نہیں کرتی؟

1. بہترین
2. اچھی
3. مناسب
4. خراب
5. کوئی سپورٹ نہیں فراہم کی جاتی
9. پتہ نہیں/کوئی جواب نہیں دینا چاہتا۔

- Q11 - آپ کو موصول ہونے والی خدمات کی سطح کو آپ کس سے منسوب کرتے ہیں؟ کیا آپ کے خیال میں اس کی وجہ آپ کو خدمات فراہم کرنے والے تاجر کے کاروبار کا سائز، آپ کے تاجر کے وسائل، آپ کے تاجر کی مہارت، آپ کے تاجر کی وابستگی، یا آپ کے تاجر کے دوسرے صارفین کے نسبت آپ کی کمپنی کا سائز ہے؟

1. تاجر کے کاروبار کا سائز
2. تاجر کے وسائل
3. تاجر کی مہارت
4. تاجر کی وابستگی
5. تاجر کے دوسرے صارفین کے نسبت کمپنی کا سائز
6. دیگر [جواب دہندہ کا دیا ہوا جواب]
9. پتہ نہیں/کوئی جواب نہیں دینا چاہتا۔

- Q12 - آپ نئے سافٹ ویئر پروڈکٹس کے بارے میں معلومات حاصل کرنے کے لیے مندرجہ ذیل میں سے کون سا طریقہ استعمال کرتے ہیں؟

- 12.1 - کیا آپ زبانی کلامی معلومات کا استعمال کرتے ہیں؟

1. ہاں
2. نہیں
9. پتہ نہیں/کوئی جواب نہیں دینا چاہتا۔

- 12.2 - کیا آپ تجارتی میگزین کے اشتہارات سے معلومات حاصل کرتے ہیں؟

1. ہاں [میگزینوں کے نام بتائیں]
2. نہیں
9. پتہ نہیں/کوئی جواب نہیں دینا چاہتا۔

12.3 - کیا آپ تجارتی پروگراموں سے معلومات حاصل کرتے ہیں؟

1. [تجارتی پروگراموں کے نام بتائیں]\_\_\_\_\_
2. نہیں
9. پتہ نہیں/کوئی جواب نہیں دینا چاہتا۔

Q12.4 - کیا آپ سیلز کے نمائندوں سے معلومات حاصل کرتے ہیں؟

1. ہاں [وہ نمائندے کون سی کمپنیوں سے ہیں]\_\_\_\_\_
2. نہیں
9. پتہ نہیں/کوئی جواب نہیں دینا چاہتا۔

Q12.5 - کیا کوئی دوسرا ذریعہ ہے جہاں سے آپ سافٹ ویئر کی مصنوعات کے بارے میں معلومات حاصل کرتے

- ہیں؟
1. ہاں [وہ کون سا ذریعہ ہے]\_\_\_\_\_
  2. نہیں
  9. پتہ نہیں/کوئی جواب نہیں دینا چاہتا۔

Q13 - آپ کا ادارہ ایک نئے سسٹم کے لیے کتنی رقم ادا کر سکتا ہے؟

\_\_\_\_\_ ڈالر [رینج 0 - \$999,995]

- 999,995 - 999,995 یا اس سے زیادہ  
999,996 - قابل اطلاق نہیں ہے۔  
999,999 - پتہ نہیں/کوئی جواب نہیں دینا چاہتا۔

Q13.1 - رسمی، مسابقتی بولی یا باضابطہ بولی لگانے کے عمل سے گزرے بغیر خریداری کرنے کے لیے آپ کے

محکمہ کی ڈالر کی زیادہ سے زیادہ حد کیا ہے؟

\_\_\_\_\_ ڈالر [رینج \$999,995 - 0]

- 999,995 - 999,995 یا اس سے زیادہ  
999,996 - قابل اطلاق نہیں ہے۔  
999,999 - پتہ نہیں/کوئی جواب نہیں دینا چاہتا۔

Q14 - کیا آپ ورلڈ وائڈ ویب کے ذریعے ایپلیکیشن پر مبنی سافٹ ویئر کرایہ پر لینے میں دلچسپی رکھتے ہیں؟

1. ہاں

2. نہیں

9. پتہ نہیں/کوئی جواب نہیں دینا چاہتا۔

Q15 - کیا آپ متعلقہ شعبہ میں کام کا حساب کتاب رکھنے کے لیے وائریس، یا بینڈ بیلڈ ٹیکنالوجی کے استعمال میں دلچسپی لیں گے؟

1. ہاں [یا پہلے ہی استعمال کر رہے ہیں]

2. نہیں

9. پتہ نہیں/کوئی جواب نہیں دینا چاہتا۔

Q16 - کیا آپ کے محکمہ میں منصوبہ بندی کا ایک الگ شعبہ ہے جو آپ کے ادارے کے لیے خریداری کے فیصلے کرتا ہے؟

1. ہاں

2. نہیں [Q17 پر چلے جائیں]

9. پتہ نہیں/کوئی جواب نہیں دینا چاہتا۔

Q17 - کیا آپ اس کے علاوہ کوئی اور ایسی بات کرنا چاہیں گے جو آپ سمجھتے ہیں کہ سافٹ ویئر کی

مصنوعات یا خدمات کو بہتر بنانے میں ایک تاجر کے کام آسکتی ہیں؟

مصنوعات یا خدمات؟ [اگر ہاں، تو وہ باتیں لکھیں]

---



---



---

Q18 - میرے یہی سوالات تھے اور آج آپ کی اس مدد کے لیے میں مشکور ہوں۔ اگر ہمارے کچھ اور سوالات ہوں تو

ہم کسی اور دن آپ کو دوبارہ کال کر سکتے ہیں؟

1. جی ہاں، کال کر سکتے ہیں

2. نہیں، کال نہ کریں [انٹرویو ختم کریں]

Q19 - کیا مجھے آپ کا نام (مکمل نام) اور فون نمبر مل سکتا ہے تاکہ ہم آپ کے بارے میں استفسار کر سکیں؟

1. ہاں [نام درج کریں]

[فون نمبر درج کریں]

2. نہیں

آج ہماری مدد کرنے کا شکریہ۔

آپ کے جوابات سے ہمیں اداروں کی ضروریات کو بہتر طور پر سمجھنے میں مدد ملے گی۔

الله حافظ.

[www.georgiasbdc.org](http://www.georgiasbdc.org)

## میل کے ذریعے امکانات کے حوالے سے سوالنامہ

### ٹینس اینڈ فٹنس کمپلیکس

بیلو، میرا نام \_\_\_\_\_ ہے اور میں ایک مقامی رائے شماری کی فرم \_\_\_\_\_ سے ہوں۔ ہم اٹلانٹا کے علاقے میں ٹینس کھیلنے والوں کے حوالے سے تجزیہ کر رہے ہیں۔ کیا میں کسی بالغ شخص سے بات کر سکتا ہوں؟  
ہاں (رابطہ ہونے پر اپنا تعارف اور تجزیے کا مقصد پھر سے بیان کریں۔)  
نہیں (ان سے بات کرنے کا مناسب وقت کون سا ہے؟  
تاریخ: \_\_\_\_\_  
وقت: \_\_\_\_\_

Q1. آپ یا آپ کے گھر کا کوئی فرد ٹینس کتنی بار کھیلتے ہیں؟  
\_\_\_\_\_ کبھی نہیں۔

\_\_\_\_\_ مہینے میں ایک بار یا اس سے کم

\_\_\_\_\_ مہینے میں 2-3 بار

\_\_\_\_\_ ہفتے میں ایک بار یا اس سے زیادہ

Q2. کیا آپ اس وقت \_\_\_\_\_ کے رکن ہیں۔ اگر ہیں تو کون سے کے؟  
\_\_\_\_\_ ٹینس سب ڈویژن؟

\_\_\_\_\_ ٹینس کلب؟

\_\_\_\_\_ کنٹری کلب؟

\_\_\_\_\_ فٹنس سینٹر/کمپلیکس؟

\_\_\_\_\_ کوئی نہیں/اطلاق نہیں ہوتا (Q.10 پر جائیں)

Q3. آپ جس (سب ڈویژن/کلب/سینٹر) کے رکن ہیں اس کی کون سی چیز آپ کو سب سے زیادہ پسند ہے؟

---



---



---

Q4. آپ جس (سب ڈویژن/کلب/سینٹر) کے رکن ہیں اس کی کون سی چیز آپ کو سب سے کم پسند ہے؟

---



---



---

Q5. آپ جس (سب ڈویژن/کلب/سینٹر) کے رکن ہیں اگر آپ کو اس کی کوئی ایک چیز بدلنے کا موقع ملے تو آپ کیا چیز بدلیں گے؟

Q6- آپ ٹینس کی جس (سب ڈویژن/کلب/مرکز) کے رکن ہیں وہاں رکنیت کی ماہانہ فیس کیا ہے؟

\_\_\_\_\_ \$100 سے کم

\_\_\_\_\_ \$129 - \$100

\_\_\_\_\_ \$149 - \$130

\_\_\_\_\_ \$179 - \$150

\_\_\_\_\_ \$200 - \$180

\_\_\_\_\_ \$200 سے زیادہ

Q7- اور رکنیت حاصل کرنے کے لیے ابتدائی یا رکنیت کی کوئی فیس تھی؟

\_\_\_\_\_ ہاں ==> براہ کرم بیان کریں:

\_\_\_\_\_ نہیں

Q8- کیا یہ واجبات کسی پیکیج ڈیل کا حصہ ہیں، مثال کے طور پر فیملی پلان یا محدود مدت کی خاص پیشکش؟

\_\_\_\_\_ ہاں ==> براہ کرم بیان کریں:

\_\_\_\_\_ نہیں

Q9- اب میں آپ کو خصوصیات کی ایک مختصر فہرست سنانے جا رہا ہوں، اور میں آپ سے یہ جاننا چاہوں گا کہ

آیا یہ آپ کے ٹینس (سب ڈویژن/کلب/مرکز) میں دستیاب ہیں یا نہیں۔ (صرف مثبت جوابات پر ٹک کریں)

\_\_\_\_\_ ناٹیلز آلہ

\_\_\_\_\_ ایروبکس

اسٹوڈیو

\_\_\_\_\_ کھیلوں کے ملبوسات اور سامان کی دکان

\_\_\_\_\_ ریفریشنٹ کی دستیابی

\_\_\_\_\_ کلاسیں/اسباق/ ہدایات

\_\_\_\_\_ فردافردا

کلاسیں

\_\_\_\_\_ ٹینس کھیلنے کے لیے اندر مختص کردہ جگہ

\_\_\_\_\_ سماجی تقریبات

\_\_\_\_\_ کرایہ کے لیے دستیاب کلب ہاؤس یا استقبالیہ

Q10- میں چاہوں گا کہ آپ اس بات کی درجہ بندی کریں کہ مندرجہ ذیل خواص آپ کے لیے کتنے اہم ہیں۔ ہم 1

سے 5 کا پیمانہ استعمال کریں گے جس میں 1 اس بات کی عکاسی کرے گا کہ "یہ بات بالکل اہمیت نہیں رکھتی

کہ میرا ٹینس (سب ڈویژن/کلب/مرکز) یہ خصوصیت پیش کرے" اور 5 اس بات کی عکاسی کرے گا کہ "یہ بہت اہم ہے کہ میرا ٹینس (سب ڈویژن/کلب/مرکز) یہ خصوصیت پیش کرے"۔ اور یاد رکھیں کہ آپ 1 اور 5 کے درمیان کوئی بھی بندسہ استعمال کر سکتے ہیں۔

\_\_\_\_\_ ناٹیس آلہ

\_\_\_\_\_ ایروبکس اسٹوڈیو

\_\_\_\_\_ کھیلوں کے ملبوسات اور سامان کی دکان

\_\_\_\_\_ ریفریشنٹ کی دستیابی

\_\_\_\_\_ گروپس کی صورت میں ٹینس کی کلاسیں (ایک شخص کے لیے ہفتہ میں ایک بار)

\_\_\_\_\_ ٹینس کی فردافردا کلاسیں (اضعافی فیس کے ساتھ)

\_\_\_\_\_ سماجی تقریبات

\_\_\_\_\_ کرایہ کے لیے دستیاب کلب ہاؤس یا استقبالیہ

\_\_\_\_\_ ٹینس کھیلنے کے لیے اندر مختص کردہ جگہ

\_\_\_\_\_ کھیلنے کی کچی جگہ

\_\_\_\_\_ کھیلنے کی پختہ جگہ

\_\_\_\_\_ سٹیڈیم

\_\_\_\_\_ گھر سے 20 منٹ کی مسافت پر ہو

\_\_\_\_\_ دفتر سے 20 منٹ کی مسافت پر ہو

11Q (a)۔ اگر اٹلانٹا کے شمال میں ٹینس کا ایک نیا ادارہ کھلے جو وہ تمام سہولیات فراہم کرے جن کی ہم نے بات کی تو کیا آپ اس کی رکنیت حاصل کرنے کے لیے ہر ماہ \$4,000 سے زیادہ کی فیملی کی رکنیت کی فیس ادا کریں گے؟

\_\_\_\_\_ \$200 (Q12 پر جائیں)

\_\_\_\_\_ \$150 (Q12 پر جائیں)

11Q (b)۔ اگر اٹلانٹا کے شمال میں ٹینس کا ایک نیا ادارہ کھلے جو وہ تمام سہولیات فراہم کرے جن کی ہم نے بات کی تو کیا آپ اس کی رکنیت حاصل کرنے کے لیے ہر ماہ \$3,000 سے زیادہ کی فیملی کی رکنیت کی فیس ادا کریں گے؟

\_\_\_\_\_ \$200 (Q12 پر جائیں)

\_\_\_\_\_ \$150 (Q12 پر جائیں)

11Q (c)۔ اگر اٹلانٹا کے شمال میں ٹینس کا ایک نیا ادارہ کھلے جو وہ تمام سہولیات فراہم کرے جن کی ہم نے بات کی تو کیا آپ اس کی رکنیت حاصل کرنے کے لیے ہر ماہ \$2,500 سے زیادہ کی انفرادی رکنیت کی فیس ادا کریں گے؟

\_\_\_\_\_ \$200 (Q12 پر جائیں)

\_\_\_\_\_ \$150 (Q12 پر جائیں)

\_\_\_\_\_ رکنیت تبدیل کرنے کا کوئی ارادہ نہیں ہے۔

\_\_\_\_\_ کسی رکنیت میں کوئی دلچسپی نہیں ہے۔

Q12. اس کی کوئی خاص وجہ؟

---



---



---

درج ذیل سوالات صرف درجہ بندی کے مقصد کے لیے ہیں۔

D1. جب میں آپ کی عمر کے قریب تر اعداد بولوں تو مجھے ٹوک دیں:

|               |               |
|---------------|---------------|
| 34 - 25 _____ | 24 - 18 _____ |
| 56 - 45 _____ | 44 - 35 _____ |
| +65 _____     | 64 - 55 _____ |

D2. آپ کا رہائشی زپ کوڈ کیا ہے: \_\_\_\_\_

آپ کے دفتر کا زپ کوڈ کیا ہے: \_\_\_\_\_

D3. آپ کے گھر میں کتنے بالغ ہیں؟ \_\_\_\_\_

آپ کے گھر میں کتنے بچے ہیں؟ \_\_\_\_\_

D4. جب میں آپ کے خاندان کی کل آمدن پر پہنچوں تو مجھے ٹوک دیں:

|                   |                            |
|-------------------|----------------------------|
| _____ سے \$20,000 | _____ \$19,999 یا اس سے کم |
|                   | \$29,999                   |

|                   |                             |
|-------------------|-----------------------------|
| _____ سے \$50,000 | _____ \$30,000 سے 49,999 تک |
|-------------------|-----------------------------|

|                    |                   |
|--------------------|-------------------|
| _____ سے \$100,000 | _____ سے \$75,000 |
|--------------------|-------------------|

|                              |                                |
|------------------------------|--------------------------------|
| _____ آمدن بتانے سے انکار کر | _____ \$150,000 یا اس سے زیادہ |
|------------------------------|--------------------------------|

دیا

اٹلانٹا میں موجودہ اور ٹینس کے مجوزہ مراکز کا جائزہ لینے میں مدد کرنے کے لیے آپ کا شکریہ۔

## راہ چلتے لوگوں سے لیے جانے والے انٹرویو کا نمونہ کافی شاپ کے لیے امکانات کا سروے

ہم ایک چھوٹا سا صارفی سروے کر رہے ہیں اور امید کرتے ہیں کہ آپ اس میں حصہ لینا چاہیں گے۔ اس سروے میں 10 منٹوں سے زیادہ وقت نہیں لگے گا۔

1- آپ کتنی بار کافی یا کافی جیسی مشروبات پیتے ہیں؟

\_\_\_\_\_ دن میں ایک سے زیادہ بار  
\_\_\_\_\_ ہفتے میں ایک بار  
\_\_\_\_\_ دن میں ایک بار  
\_\_\_\_\_ ہفتے میں کئی بار  
\_\_\_\_\_ مہینے میں چند بار - < \*  
\_\_\_\_\_ مہینے میں ایک بار سے کم - <

\*

\*شکریہ ، امید کرتے ہیں آپ کا دن اچھا گزرے۔

2- اب، آپ کب، کہاں، اور کتنی کافی پیتے ہیں اس بارے میں تھوڑا سا مزید جاننا چاہتا ہوں۔

کیا آپ کافی صبح پیتے ہیں؟ سہ پہر کو پیتے ہیں؟ شام کو پیتے ہیں؟ رات کو پیتے ہیں؟

1= تقریباً ہمیشہ ہی      2= کبھی کبھی      3= کبھی نہیں \*

(\*مندرجہ ذیل سوالات نہ

پوچھیں)

(دن کے ہر وقت کے لیے درج ذیل سوالات کو دہرائیں اور جوابات کو ٹیبل میں درج کریں۔)

پھر آپ کتنے کپ پیتے ہیں؟

آپ کافی کہاں پیتے ہیں؟ (گھر/ کار/ دفتر/ رستوران/ دیگر)

اور وہ کافی کہاں سے خریدی یا بنائی گئی ہوتی ہے؟ (کریانے کی دکان پر/ شاپنگ مال پر/ فاسٹ فوڈ رستوران پر/ کافی شاپ پر/ رستوران- دیگر)

اور آخر میں، آپ عام طور پر اس وقت اور جگہ پر ہی کافی کیوں خریدتے ہیں؟ (جگہ نزدیک ہے/ ذائقہ زبردست

ہے/ قیمت کم ہے/ کافی کی مختلف قسمیں دستیاب ہیں/ کھانے کی دیگر اشیاء بھی دستیاب ہیں/ اسٹور کا

ماحول وجہ ہے/ دیگر وجوہات- بیان کریں)

| خریداری کی وجوہات؟ | کہاں بنائی یا کہاں سے خریدی جاتی ہے؟ | کہاں پی جاتی ہے؟ | کتنے کپ؟ | 1,2,3 |        |
|--------------------|--------------------------------------|------------------|----------|-------|--------|
|                    |                                      |                  |          |       | صبح    |
|                    |                                      |                  |          |       | سہ پہر |

---

|  |  |  |  |  |     |
|--|--|--|--|--|-----|
|  |  |  |  |  | شام |
|  |  |  |  |  | رات |

3- کیا آپ کافی پیتے ہیں؟

| ہاں   | نہیں  |                         |
|-------|-------|-------------------------|
| _____ | _____ | صرف اپنے کھانے کے ساتھ؟ |
| _____ | _____ | بطور مشروب؟             |
| _____ | _____ | یا بطور "دعوت"؟         |

4- کیا آپ سال کے مخصوص اوقات میں دیگر اوقات کے مقابلے زیادہ کثرت سے کافی پیتے ہیں؟ اگر ایسا ہے تو کب؟

---



---



---

5- جب آپ کافی یا کافی سے متعلقہ مشروبات خریدتے ہیں، تو آپ عام طور پر فی کپ کافی پر کتنا خرچ کرتے ہیں؟

- \_\_\_\_\_ ایک ڈالر سے بھی کم  
 \_\_\_\_\_ ایک سے دو ڈالر  
 \_\_\_\_\_ دو سے پانچ ڈالر  
 \_\_\_\_\_ پانچ ڈالر سے زیادہ

-6

میرے پاس یہی سوالات تھے۔ وقت دینے اور مدد کرنے کے لیے آپ کا بہت شکریہ!

---

نوٹس

www.georgiasbdc.org