

دورِ جدید کی آزاد تجارت کا ناقدا نہ جائزہ: آزاد معیشت کے پس

پردہ استحصالی روش کا محاکمہ

A Critical Review of Modern Free Trade: An Indictment of the Exploitative Mechanism Behind the Free Economy

ڈاکٹر محمد افضل: اسسٹنٹ پروفیسر منہاج یونیورسٹی لاہور، پاکستان

محمد عبداللہ: ایم فل اسکالر منہاج یونیورسٹی لاہور، پاکستان

Abstract:

While modern free trade has made the whole world a global village, it has also created various economic, social and moral problems. Free trade culture is crushing the rights of workers, indigenous peoples and small entrepreneurs to fill the coffers of multinationals. The colonial powers used trade as 'State Diplomacy' to launch military campaigns against underdeveloped countries. Artificial demand for goods is created through advertising in electronic, print and social media. Due to the expansion of markets and the maximization of goods, illegal means are adopted to increase the number of consumers. In order to sell their weapons, developed countries wage wars among third world countries. Multinational corporations destroy market freedom by artificially manipulating the natural forces of supply and demand. Dangerous shocks are given to the economy of developing countries through dumping and subsidies. Similarly, the transfer of technology is completely blocked by patent and trademark restrictions. In this commercial culture, environmental protection is usually not adequately organized. By establishing their own monopolies on the market, the people are robbed. Because of this imbalanced free trade, most of the poor countries have turned into consumer societies instead of producers.

Keywords: Free trade, Multinational corporations, supply and demand, Dumping, subsidies, Monopoly.

جب ہم اسلامی تصور تجارت کا دورِ جدید کی آزاد تجارت کے ساتھ تقابلی مطالعہ کرتے ہیں تو معلوم ہوتا ہے کہ عصر حاضر کی آزاد تجارت کثیر الاقوامی اداروں کے خزانے بھرنے کے چکر میں مزدوروں، مقامی لوگوں اور چھوٹے صنعت کاروں کے حقوق کچل رہی ہے۔ دورِ جدید کی آزاد تجارت نے جہاں پوری دنیا کو ایک گلوبل ویلج بنا کر جہاں بھر کی آسائشیں اس کے سامنے ڈھیر کر دی ہیں، وہیں اس نے مختلف نوعیت کی معاشی، سماجی اور اخلاقی قباحتیں بھی جنم دی ہیں۔ ذیل میں ہم عصرِ جدید کی آزاد تجارت سے پیدا ہونے والے اثرات و نتائج کی روشنی میں اس کا ناقدا نہ جائزہ پیش کرتے ہیں:

1۔ رسد و طلب کے فطری قوانین مفلوج کرنا

سرمایہ دار طبقہ آزاد تجارت کے نام پر ہمیشہ طلب و رسد (supply and demand) کی فطری قوتوں کو مصنوعی طریقہ سے سلب کرنے کی کوشش کرتا رہا ہے۔ سرمایہ داریت کے زیر اثر فری ٹریڈ نے کس طرح رسد و طلب کے توازن کو خراب کیا، اس بارے میں محمد مظہر الدین صدیقی لکھتے ہیں:

”پیدا آور قوتوں اور عوام الناس کی قوت خرید میں کوئی توازن قائم نہیں رکھا گیا، جس کا نتیجہ یہ ہوا کہ معاشرہ کی پیدا آور قوتیں انتہا سے زیادہ بڑھ گئیں مگر چونکہ اس کے معاشرہ کی قوت خرید میں کوئی اضافہ نہیں ہوا یا ہوا تو پیدا آور قوتوں کی نسبت کم، اس مجموعی حیثیت سے رسد اور طلب میں مساوات قائم نہیں رہی اور ایشیا کی کثیر مقدار ناقابل فروخت ہو گئی۔ طلب اور رسد میں اسی عدم توازن کا ایک اثر یہ ہوا کہ سرمایہ کاروں کو بیرونی ممالک میں نئی منڈیاں تلاش کرنی پڑیں۔“ (1)

انسانی فطرت کا تقاضہ ہے کہ روزی روٹی کے لیے بازار کی قوتوں یعنی رسد و طلب سے کام لیا جائے۔ لیکن یہی جذبات نہایت مضرت رساں ہو جاتے ہیں جب جلب منفعت کے لیے ان کا غلط استعمال کیا جائے، کیوں کہ بازاروں اور منڈیوں میں آزاد مقابلے (free competition) کی فضا کے بغیر رسد و طلب کی قوتیں بے کار ہوتی ہیں۔

2- اشتہار بازی کے ذریعے مصنوعی طلب پیدا کرنا

فری اکانومی کلچر میں صارف کو نئی نئی ایشیا کی خریداری اور استعمال پر آمادہ کرنے کے لیے الیکٹرانک، پرنٹ اور سوشل میڈیا پر اشتہاری مہم چلائی جاتی ہے تاکہ کثیر القومی کمپنیوں کو آزاد بازار میں اپنی لامحدود پیداوار فروخت کرنے میں آسانی ہو۔ سرمایہ دارانہ نظام تجارت میں صارفین کے استحصال کے لیے سب سے مؤثر ذریعہ اشتہار بازی (publicity & advertisement) ہے۔ اس مقصد کے لیے بعض صنعتی ممالک اتنا بڑا تشہیری بجٹ مختص کرتے ہیں جو بعض اوقات ایک ترقی پزیر ملک کے ترقیاتی بجٹ (development budget) سے بھی زیادہ ہوتا ہے۔

معاشی نکتہ نظر سے تجارتی اشتہار بازی معاشرے میں پس انداز کرنے کی عادات (saving aptitude) کو ختم کر کے اسے فضول خرچ بناتی ہے۔ پرکشش اشتہاروں کے ذریعے صارفین میں خواہ مخواہ طلب پیدا کی جاتی ہے۔ اس کا ایک نہایت خطرناک اثر یہ ہوتا ہے کہ جو لچایا ہوا صارف ان مصنوعات کو خریدنے کی استطاعت نہیں رکھتا وہ رشوت، چوری، ڈاکہ اور دیگر ناجائز ذرائع سے رقم حاصل کرنے کی کوشش کرتا ہے۔ اسی طرح اشتہار بازی میں عموماً جھوٹ کا عنصر بھی پایا جاتا ہے، اس بارے میں ڈاکٹر حسین محی الدین لکھتے ہیں:

”سامان تجارت کی تشہیر کے وقت سچ کا دامن ہاتھ سے نہیں چھوڑنا چاہیے۔ انہیں اپنے بیچنے کی غرض سے پیش کئے جانے والے مال کی خوبیوں کی طرف لوگوں کی توجہ مبذول کروانا چاہیے اور اس کے خریداروں کو درکار تمام تر معلومات بہم پہنچانا چاہیے۔“ (2)

یہاں پر یہ اشکال پیدا نہ ہو کہ اسلام کلیتاً تشہیر کے خلاف ہے۔ اسلام تجارتی مال اور دیگر مصنوعات کی ایسی مہذب تشہیر کی اجازت دیتا ہے جس میں صارفین کی بہتری اور خیر خواہی ہو تاکہ وہ بہتر اور سستی ایشیا و خدمات خرید سکیں۔ سید عظیم دور حاضر کی آزاد تجارت میں پلسٹی اور اشتہار بازی کی اہمیت کے بارے میں لکھتے ہیں:

”نئے صنعتی انقلاب نے مواصلات کو اتنا موثر بنا دیا کہ دنیا ایک گلوبل ویلج بن گئی۔ ایک نئی پراڈکٹ کو فی الفور پوری دنیا میں دیکھا جاتا ہے، لہذا بیک وقت پوری دنیا اس کا مطالبہ کرے گی۔ ظاہر ہے پوری دنیا میں اس کی پیداوار یا کم از کم ترسیل ضروری ہے۔ یہی ٹیکنالوجی کی مدد سے سرمائے کو سرحدیں پھلانگنے کے قابل کر رہا ہے۔“ (3)

مال تجارت کی تشہیر سے متعلق اسلامی اصول اخلاق پر بات کرتے ہوئے ڈاکٹر حسین محی الدین قادری لکھتے ہیں:

”کسی بھی کاروبار کی کامیابی کے لیے ہر تاجر کو گاہکوں کی توجہ اپنے سامان تجارت کی طرف مبذول کروانے کے لیے اس کی تشہیر کی ضرورت ہوتی ہے۔ تاہم مارکیٹنگ کا ضابطہ اخلاق، مغربی تشہیری مہمات کی پیروی کی بجائے اسلام کی بنیادی تعلیمات کی روشنی میں مرتب کیا جانا چاہیے۔ اسلامی مارکیٹنگ کی بنیاد، مصنوعات کی تشہیر، افادیت اُجاگر کرنے اور انہیں فروخت کرنے کے عمل میں اللہ تعالیٰ کی طرف سے عائد کردہ فرائض اور ممنوعات کی روگردانی سے اجتناب پر ہے۔“ (4)

ڈاکٹر محمود احمد غازی مغرب کی اشتہار بازی کے اثرات کا ذکر کرتے ہوئے لکھتے ہیں:

”مغرب کی اشتہارات بازی کا ہدف یہ ہے کہ عام انسانوں کے لیے نئی نئی ضروریات تراشیں۔ پھر لوگوں کو ان ضروریات کی تکمیل پر آمادہ کریں اور ایسی ایسی چیزیں ان کی بنیادی ضروریات کا حصہ بنا دیں جن کے بغیر وہ اس سے قبل انتہائی خوشی اور آرام سے زندگی بسر کر رہے تھے۔“ (5)

اگر مال کی تشہیر میں ضابطہ اخلاق کی پاسداری نہ کی جائے تو اس کے کئی نقصانات بھی ہیں، مثلاً کمپنیاں ڈاکٹروں کو اس امر پر مجبور کرتی ہیں کہ وہ خاص برانڈ کے نسخے تجویز کریں اور اس کے مقابل سستی مصنوعات کو فروغ نہ دیں، اس طرح ڈاکٹر ادویات کے generic names کی جگہ برانڈ کو متعارف کرواتے ہیں۔ اس کا نقصان یہ ہوتا ہے کہ مریض اس دوائی کا سستا متبادل لینے کی بجائے برانڈ خریدنے پر مجبور ہوتا ہے۔ وسیع پیمانے پر برانڈ کی تشہیر کا خرچہ بھی مریضوں کی جیب سے ہی وصول کیا جاتا ہے۔ دوسری طرف چھوٹی کمپنیاں اتنی بڑی اشتہار بازی کی استطاعت نہ ہونے کی وجہ سے مارکیٹ میں پٹ جاتی ہیں۔

3- کثیر پیداوار کی کھپت کے ناجائز طریقے

بین الاقوامی سطح پر آزاد تجارت کی وجہ سے منڈیوں کی وسعت اور مال کی بہتات (maximization) نے سرمایہ داروں کو اس طرف متوجہ کیا ہے کہ وہ صارفین کی تعداد بڑھانے کے لیے ناجائز ذرائع اختیار کریں۔ اس مقصد کو حاصل کرنے کے لیے مغربی ممالک نے عالمی مارکیٹ میں اپنا تسلط قائم رکھنے اور اپنے تجارتی مفاد کو یقینی بنانے کے لیے پوری دنیا کو ایک شدیدی افراتفری اور تباہی سے دوچار کیا۔ اسلحہ کے انبار بیچنے کے لیے مختلف ممالک کے مابین عداوت و عناد پیدا کر کے انہیں آپس میں لڑایا گیا۔ لاکھوں جانیں ضائع ہوئیں اور ملکوں کے ملک تاراج کر دیے۔ یہی maximization اگر کسی قاعدے ضابطے کی پابند نہ رہے اور اخلاقی حدود پار کر جائے تو ایک بھوکے بھیڑیے کی شکل اختیار کر جاتی ہے۔ ایک دوسرے سے مقابلہ بازی اور کشاکش کے اس رویے نے انسانی ہمدردی اور مروت کو ختم کر دیا۔

4- اجتماعی مصالحو کو نظر انداز کرنا

آزاد تجارت میں سوداگروں اور تاجروں کی ترجیحات فقط جلب منفعت اور نفع اندوزی ہوتی ہے، اس لیے انہیں اجتماعی مصالحو اور قومی تقاضوں سے کوئی سروکار نہیں ہوتا۔ مفتی محمد تقی عثمانی لکھتے ہیں:

”سرمایہ دارانہ نظام میں چونکہ ذاتی منافع کے حصول پر کوئی خاص اخلاقی پابندی عائد نہیں، اس لیے ترجیحات کے تعین اور وسائل کی تخصیص میں اجتماعی مصالحو کا ملاحظہ لحاظ نہیں ہو پاتا، جب زیادہ منافع کا حصول ہی منہبہ مقصود ٹھہرے تو اگر یہ زیادہ منافع عریاں فلموں کے ذریعے حاصل ہو رہا ہو تو ایک شخص بے گھر لوگوں کو مکان فراہم کرنے میں روپیہ کیوں لگائے؟ جبکہ مقابلتاً اس میں نفع کم ہو۔“ (6)

اجتماعی مصالحو سے بے اعتنائی کو ایک دوسری مثال سے یوں سمجھا جاسکتا ہے کہ اگر کسی ملک میں چینی کی قلت ہو اور اس کے ہمسایہ ملک میں بھی چینی کا بحران ہو، اب اگر ان حالات میں عام افراد کو چینی کی درآمد و برآمد کی کھلی چھوٹ دے دی جائے تو تمام بڑے بڑے تاجر ملک کی اندرونی طلب کو نظر انداز کرتے ہوئے چینی ہمسایہ ملک کو برآمد کر کے خوب نفع کمائیں گے اور اس طرح ملک کے اندر چینی کا خوفناک بحران پیدا ہو جائے گا۔

اسلام تجارتی آزادی کے نام پر ریاستی سلامتی اور اجتماعی مصالحو کو نظر انداز کرنے کی ہرگز اجازت نہیں دیتا۔ ڈاکٹر نور محمد غفاری آزاد تجارت کی حمایت کے باوجود بعض قیود و حدود کا ذکر کرتے ہوئے لکھتے ہیں:

”اسلامی ممالک کی حکومت یا شہری غیر مسلم کو کوئی ایسی چیز یا پیداوار برآمد نہیں کریں گے جس سے اسلامی ریاست کو خطرہ ہو مثلاً اسلحہ، اسلحہ بنانے کا خام مواد، اسلحہ ٹیکنالوجی وغیرہ“ (7)

5- ڈپنگ کے ذریعے پسماندہ ممالک کی معیشت کی تباہی

آج کل آزاد تجارت کے نام پر ڈپنگ (Dumping) (8) جیسے مکروہ کھیل کے ذریعے ترقی پذیر ممالک کی معیشت کو خطرناک جھٹکے دیے جاتے ہیں۔ ڈپنگ سے مراد یہ ہے کہ لاگت سے کم قیمت پر کسی دوسرے ملک میں ایشیا بیچنا تاکہ اس کی صنعت اور تجارت تباہ ہو جائے۔ یہ اصل میں پسماندہ اور کمزور ممالک کے استحصال کا ایک طریقہ ہے۔ اب ترقی یافتہ ممالک اور ان کی چھیتی ملٹی نیشنل کمپنیاں سب سڈی کے بعد زیادہ پیدا شدہ مصنوعات اور خوراک کو غریب ملکوں کی منڈیوں میں ڈمپ (Dump) کر دیتی ہیں۔

ترقی یافتہ ممالک چونکہ اپنے کسانوں کو بے انتہا سب سڈی دیتے تھے لہذا دوسری جنگ عظیم کے بعد انہوں نے اس بے قید معیشت میں اپنی زائد خوراک ترقی پذیر ممالک میں ڈمپ کرنا شروع کر دیا۔ نتیجتاً ترقی پذیر ممالک کی خوراک کی تجارت اور صنعت سستی درآمد کردہ خوراک کی وجہ سے بری طرح تباہ ہو گئی۔ بعد ازاں اس ڈمپ کی گئی خوراک پر بہت زیادہ انحصار کرنے کی وجہ سے غریب ریاستیں ہمیشہ کے لیے ان ممالک کے محتاج ہو گئیں۔

مغربی ممالک کے اسی مکر کو دیکھتے ہوئے ایڈورڈ گریسر (Edward Gresser) لکھتے ہیں:

”معاشی ترقی کے لیے آزاد تجارت کی جس خوبی کا اکثر مغربی دنیا ڈھنڈورا پیٹتی ہے، عام طور پر مسلمان ملکوں کے ساتھ

تجارت میں نظر نہیں آتی۔“ (9)

6۔ ٹریڈ مارک اور پیٹنٹ کے نام پر استحصال

پیٹنٹ اور ٹریڈ مارک (10) کی پابندی سے ٹیکنالوجی کی ٹرانسفر مکمل طور پر رک جاتی ہے۔ فری اکانومی کے علمبرداروں نے تیسری دنیا کے ممالک کو جدید سائنس اور ٹیکنالوجی کے ثمرات سے محروم رکھنے کے لیے ایسے قوانین متعارف کروائے ہیں کہ ایک ملک اپنی مقامی پیداوار سے بھی آزادانہ استفادہ نہیں کر سکتا۔ ٹریڈ مارک اور پیٹنٹ کی رجسٹریشن کے نام پر پسماندہ ممالک کا کس طرح استحصال کیا جاتا ہے، اس بارے میں سید عظیم لکھتے ہیں:

”ٹریڈ مارک اور پیٹنٹ کی رجسٹریشن کے اصول غریب ملک میں مختلف ہیں جس کی وجہ سے ملٹی نیشنل کمپنیاں غریب

ملکوں کی کمزور حکومتوں پر اتنا دباؤ ڈالتی ہیں کہ وہ عام سی چیزوں کو بھی مقامی سطح پر تیار نہیں کرنے دیتیں۔ چھوٹی کمپنیاں

ریسرچ، ترقی ٹیسٹنگ (Testing) اور مارکیٹنگ کے لیے وسائل نہیں رکھتیں اور یوں مناپلی پیدا ہو جاتی ہے۔“ (11)

اصل حقیقت یہ ہے کہ اس ٹیکنالوجی کی دریافت پر ملٹی نیشنل کمپنیوں کا نہیں بلکہ وہاں کی عوام کے ٹیکسوں سے چلنے والے

پبلک سیکٹر نے خرچہ کیا ہوتا ہے، اس کے باوجود یہ کمپنیاں اس تکنیک کو انسانیت کی فلاح کے لیے استعمال کرنے کی بجائے ان کے

استحصال کے لیے استعمال کرتی ہیں۔ وہ اس طرح کہ غریب ممالک سے نہایت ارزاں نرخوں پر خام مال خرید کر اس ٹیکنالوجی کے

ذریعے مصنوعات تیار کرتے ہیں اور پھر نہایت گراں نرخ پر انہیں پسماندہ ممالک کو بیچتے ہیں۔

7۔ قدرتی وسائل کی بے قدری (Degradation of Natural Resources)

آزاد تجارت کے حامل ممالک میں عام طور پر ماحولیاتی تحفظ (Environmental protection) کا خاطر خواہ اہتمام

نہیں کیا جاتا۔ اس بارے میں Kimberly Amadeo لکھتا ہے:

Emerging market countries often don't have many environmental protections. Free trade leads to depletion of timber, minerals, and other natural resources. Deforestation and strip-mining reduce their jungles and fields to wastelands. (12)

”دنیا میں ابھرتی ہوئی منڈیوں والے ممالک عموماً ماحولیاتی تحفظ کا التزام نہیں کرتے۔ آزادانہ تجارت کے نتیجے میں لکڑی،

معدنیات اور دیگر قدرتی وسائل کی کمی واقع ہوتی ہے۔ جنگلات کی کٹائی اور مسلسل کان کنی ان کے جنگلوں اور کھیتوں کو

بیکار علاقوں میں تبدیل کر دیتی ہے۔“

8- منڈی پر اجارہ داری اور گراں فروشی

آزاد تجارت کی آڑھ میں کچھ حریص اور استحصالی ذہنیت کے حامل سوداگر بازاروں اور منڈیوں پر اپنی اجارہ داریاں قائم کر کے عوام کو لوٹتے ہیں۔ مفتی محمد تقی عثمانی ان کی اجارہ داریوں (Monopoly) کا ذکر کرتے ہوئے لکھتے ہیں:

”سرمایہ دارانہ نظام میں فرد کو زیادہ سے زیادہ منافع کے حصول کی بے لگام آزادی دی گئی، جس میں حلال و حرام کی کوئی تفریق نہیں تھی اور نہ اجتماعی فلاح کی طرف خاطر خواہ توجہ تھی۔ چنانچہ اس کے لیے ایسے طریقے اختیار کرنا بھی جائز ہو گیا جن کے نتیجے میں وہ زیادہ سے زیادہ دولت مند بن کر بازار پر اپنی اجارہ داری قائم کر لے۔ اجارہ داری کا مطلب یہ ہے کہ کسی خاص چیز کی رسد فراہم کرنا کسی ایک شخص یا ایک گروپ میں منحصر ہو کر رہ جائے۔ یعنی صورت حال ایسی پیدا ہو جائے کہ اس شخص یا گروپ کے سوا کوئی اور وہ چیز پیدا نہ کر پائے۔ اس اجارہ داری کا لازمی نتیجہ یہ ہوتا ہے کہ لوگ وہ چیز اس کی مقرر کی ہوئی من مانی قیمت پر لینے پر مجبور ہوتے ہیں۔“ (13)

جب ضروریات زندگی پر کسی خاص فرد یا طبقے کی اجارہ داری قائم ہو جائے تو قیمتوں کا فطری توازن ٹوٹ جاتا ہے اور ایک مصنوعی نظام وجود میں آجاتا ہے۔ اب قیمتوں کا تعین معاشرے کی حقیقی طلب کی بجائے قابض طبقے کی مرضی پر موقوف ہوتا ہے۔ جب ذاتی منافع کے محرک کو کسی ضابطہ اخلاق کے بغیر آزاد چھوڑ دیا جائے تو اس سے اجارہ داریاں قائم ہوتی ہیں اور اس طرح حرص و لالچ کے اس ماحول میں آزاد تجارت خود اپنے ایک اساسی اصول کو معطل کر دیتی ہے۔ اجارہ دار طبقے کی پر فریب چالوں کا ذکر کرتے ہوئے سید عظیم لکھتے ہیں:

”اجارہ دار قابل فروخت اجناس کی مقدار کو ہمیشہ طلب موثرہ سے کم رکھتے ہیں اور اتنی جنس کبھی نہیں بھیجتے جو اس طلب کو پورا کرنے کے لیے کافی ہو۔ اس لیے اپنے مال کو قدرتی قیمت سے بہت زیادہ گراں قیمت پر فروخت کرتے ہیں اور اپنی آمدنی میں اضافہ کرتے ہیں۔“ (14)

9- کثیر منافع کے لیے سفلی جذبات کو فروغ

آزاد تجارت میں چونکہ تاجروں پر کوئی خاص اخلاقی حدود و قیود نہیں ہوتیں، لہذا اخلاقیات سے عاری لوگ زیادہ سے زیادہ نفع کمانے کے لیے لوگوں کے سفلی جذبات (Lower emotions) سے کھیلتے ہیں اور معاشرے میں اخلاقی بگاڑ کا سبب بنتے ہیں۔ سرمایہ دارانہ ممالک میں یہ بیماری عام ہے۔ مغربی ممالک میں چونکہ فری ٹریڈنگ کے نام پر ہر چیز کی خرید و فروخت جائز ہے لہذا وہاں ہر معاملہ کو تاجرانہ نکتہ نظر سے دیکھا جاتا ہے۔ اگر کسی کاروبار میں نفع ملتا ہے تو وہ جائز چاہے وہ کتنا ہی غیر اخلاقی کیوں نہ ہو۔ اس معاشی آزادی کے بھیانک نتائج کا ذکر کرتے ہوئے مفتی محمد تقی عثمانی لکھتے ہیں:

”مغربی ممالک میں عریانی اور فحاشی کا ایک اہم سبب عریاں تصاویر اور فلموں کا ایک سیلاب ہے، جسے معاشرے میں پھیلا کر لوگ ذاتی منافع کے محرک کی تسکین کر رہے ہیں۔ ابھی ایک حالیہ رپورٹ کے مطابق سروسز کے کاروبار میں سب سے زیادہ نفع بخش کاروبار ماڈل گرلز کا ہے، جو اپنی تصویریں صنعت کاروں کو اپنی مصنوعات پر چھاپنے کے لیے یا اشتہار کا

حصہ بنانے کے لیے فراہم کرتی ہیں، اور اس کا بہت بھاری معاوضہ وصول کرتی ہیں۔ یہاں تک کہ ان کا طبقہ امریکہ کے سب سے زیادہ کمانے والوں میں شامل ہے۔“ (15)

10- کمزور اقوام کا استحصال (Exploitation)

اگرچہ بین الاقوامی تجارت اقوام کی معاشی ترقی اور خوشحالی کا باعث ہے لیکن بعض قوموں نے تجارتی روپ میں اس فطری ضرورت کا بہت غلط استعمال کیا۔ استعماری طاقتوں نے اس کے ذریعے کمزور و ناتواں اقوام کو اپنا غلام اور دست نگر بنایا۔ یہ بھیانک کھیل دنیا کے مختلف خطوں میں مختلف قوموں کے ساتھ کھیلا گیا۔ مولانا حفیظ الرحمن سیوہاروی (م ۱۹۶۲-۱۹۰۱ء) پاک و ہند کی آزادی سے قبل تجارت کے نام پر استعماری اور استحصالی طاقتوں (Colonial and exploitative powers) کے طریقہ واردات کا ذکر کرتے ہوئے لکھتے ہیں:

”ہندوستان جیسا بڑا ملک اور ایشیا یورپ کے دوسرے چھوٹے بڑے ملک آج غیروں کے استبداد اور مظالم کے شکار اسی راہ سے ہوئے ہیں۔ انگریزوں کے ہاتھ میں ہندوستان تجارت ہی کی راہ سے آیا۔ مصر پر اسی اجارہ داری کے نام سے قبضہ کیا گیا۔ ایران کی سابقہ غلامی تیل کی تجارت ہی کی رہین منت تھی اور آج بھی اسی راہ سے اس پر پنجہ استبداد گاڑا جا رہا ہے۔ عراق و شام پر قبضہ کی تہہ میں یہی اصول کار فرما ہے۔ موصل میں چشمے اور دمشق میں کانیں ظاہر ہونے سے پہلے ”ماہرین دریافت“ کی سیاحت تگ و دو کا نتیجہ آخر وہی ہوا جو معاشی دستبرد کی صورت میں ظالم طاقتوں کی جانب سے ہوا کرتا ہے۔ الغرض شرق و غرب اور ایشیا یورپ کی موجودہ جنگ و پیکار اور ہوس ملک گیری، غیر مہذب ممالک کو مہذب بنانے کے لیے وجود پذیر نہیں ہوئی بلکہ تجارتی منڈیوں کے اضافہ اور اپنے معاشی حالات کو بہتر بنانے کے لیے مظلوموں پر معاشی دستبرد کی خاطر عمل میں لائی جا رہی ہے“ (16)

بڑے ممالک چھوٹے اور غریب ممالک پر اثر انداز ہونے کے لیے تجارتی محاذ کو کیسے استعمال کرتے ہیں، اس حوالے سے

ڈاکٹر طاہر القادری لکھتے ہیں:

”عصر حاضر میں بعض ممالک نے تجارت کو ’بطور ریاستی حکمت عملی‘ (State Diplomacy) استعمال کرنا شروع کر دیا ہے۔ اس طرح بڑی ریاستیں چھوٹی ریاستوں کو اشیاء کی فراہمی میں من مانی قیمت، تجارتی پابندیاں (Trade Sanctions)، داخلی سیاست میں دخل اندازی اور ایک لحاظ سے محکوم بنانے میں کامیاب ہو جاتی ہیں۔“ (17)

سامراج نے کس طرح سیاسی تسلط کے ذریعے تجارتی قوانین بنائے اور پھر غریب نو آبادیوں کا استحصال کیا، اس پر اپنی

رائے کا اظہار کرتے ہوئے ڈاکٹر مبشر حسن لکھتے ہیں:

”برطانوی سامراج کی طرف سے سیاسی تسلط کے زور پر معاشی استحصال کا سلسلہ قائم کیا گیا۔ نو آبادیوں سے خام مال خریدا گیا، برطانیہ بھیجا گیا اور وہاں ان کو مصنوعات میں تبدیل کیا گیا اور پھر نو آبادیوں میں فروخت کرنے میں بے حد منافع کمایا گیا۔ مقامی کرنسی اور برطانوی پونڈ کے درمیان تبادلے کی شرح بے انصافی سے مقرر کی گئی..... سرکاری احکامات جاری

کیے گئے کہ نو آبادیوں میں حکومت کی تمام خرید میں برطانوی مال کو فوقیت دی جائے گی اور اگر یہ نہ ملے تو جرمنی یا امریکہ کا مال خریداجائے گا..... برطانیہ کی پوری تجارت برطانوی جہازوں میں کئی گئی اور اس ذریعے سے بھی نو آبادی ملکوں کی دولت لوٹی گئی۔ نو آبادیوں سے قیمتی دھاتیں سونا، چاندی، ہیرے جو اہرات کے ذخائر سرکاری تحویل میں لے لیے گئے یا ان کو نکالنے کی اجازت صرف سامراجی ملکوں کی کمپنیوں کو دی گئی۔“ (18)

اپنی تجارت کو دور دراز کے علاقوں تک پھیلانے اور اپنی ملٹی نیشنل کمپنیوں کے تحفظ کے لیے یورپ اور امریکہ نے پسماندہ ممالک کے خلاف عسکری مہم جوئی بھی کی۔ سید عظیم لکھتے ہیں:

”اپنی منڈیوں کے تحفظ کے لیے برطانیہ نے زیادہ وقت میدان جنگ میں گزارا۔ جرمنی کو معاشی طاقت بننے کے لیے سیاسی اور عسکری میدان میں لڑنا پڑا اور اس لئے دو عالمی جنگیں ہوئیں۔ امریکہ کو معاشی آزادی کی جنگ، جنگ آزادی کی شکل میں لڑنا پڑی اور پھر موجودہ معاشی شکل حاصل کرتے ہوئے خاک اور خون سے نہ صرف خود گزرنا پڑا بلکہ کئی قوموں اور نسلوں کو خاک اور خون میں نہلانا پڑا۔ لہذا دونوں عالمی جنگیں سامراجی کاروبار کی مختصت کا عسکری اظہار تھیں۔ عراق اور امریکہ اور برطانیہ نے جو لڑائی لڑی وہ اپنی اپنی ملٹی نیشنل کمپنیوں کے مفادات کی حفاظت کے لئے لڑی۔“ (19)

اب اصل صورت حال یہ ہے کہ آزاد تجارت کے نام پر جتنی سرمایہ کاری یہ ممالک کرتے ہیں اتنی ہی تیسری دنیا کے ممالک کی حالت دگرگوں ہو جاتی ہے۔ لاطینی امریکہ بھی ایک ایسا خطہ ہے جہاں امریکہ کی ملٹی نیشنل کمپنیوں نے بے انتہا سرمایہ کاری کی اور اسی وجہ سے اس خطے کی معاشی حالت خراب ہو گئی۔ اس طرح آپ بڑی آسانی سے ان ملکوں کی سرمایہ کاری اور غریب ملکوں کے مقروض ہونے کے درمیان تناسب راست ڈھونڈ سکتے ہیں۔

اپنی زائد پیداوار کی کھپت کے پیش نظر منڈیوں پر قبضہ کے لیے جنگیں کرنا یورپی ممالک کی روایت رہی ہے۔ سید عظیم لکھتے ہیں:

”تمام سامراجی ملک اپنی بڑھتی پیداوار کے لیے منڈیوں کی تلاش میں ایک دوسرے سے لڑنے کا بہانہ ڈھونڈ رہے تھے۔ اس کی تہہ میں منڈیوں کی اقتصادی کشمکش تھی لہذا انسان کی تذلیل کے لیے پہلی عالمی جنگ شروع ہو گئی۔ اس جنگ میں ایک کروڑ سپاہی مارے گئے، دو کروڑ معذور ہو گئے، پچاس لاکھ عورتیں بیوہ ہوئیں، ایک کروڑ بچے یتیم ہوئے اور 380 کھرب ڈالر کی جائیدادیں تباہ ہوئیں۔“ (20)

الغرض طاقتور اقوام ہمیشہ سے تجارتی آزادی کے ہتھیار کو کمزور اقوام کے استحصال کے لیے استعمال کرتی رہی ہیں، لیکن ہوش مند قوموں نے نہایت دانشمندی سے ان کے اس مکر کا توڑ کیا ہے۔

11- مقامی ثقافت کی تباہی (Destruction of Native Cultures)

آزاد تجارت کا ایک بہت بڑا نقصان یہ بھی ہے کہ اس سے کسی علاقے کی مقامی اور آبائی ثقافت پر بہت مضر اثرات مترتب ہوتے ہیں۔ آزاد تجارت کس طرح دنیا کی دیگر ثقافتوں کو نگل رہی ہے، اس پر روشنی ڈالتے ہوئے اقوام متحدہ کے پروگرام برائے ماحولیات (The United Nations Environment Programme-UNEP) کے چیئرمین کلاوس ٹوبیفر (Klaus Töpfer) نے دنیا کو خبردار کرتے ہوئے کہا ہے:

”پوری دنیا کی منڈیوں میں جس آزادانہ تجارت کو ہم اقتصادی ترقی کا ضامن سمجھ رہے ہیں، دراصل یہی چیز بے شمار ثقافتی اور مقامی روایات کو زندہ درگور کر دے گی۔“ (21)

آزاد تجارت کس طرح مقامی زبانوں کو ختم کر رہی ہے، اس پر روشنی ڈالتے ہوئے یاسرندیم تحریر کرتے ہیں:

”پوری دنیا اقتصادی منافع کے پیش نظر انگلش زبان کو اپنائی چلی جا رہی ہے، جہاں حکومتیں اپنی سردمہری کی وجہ سے، اس اتر صورت حال کی ذمہ دار ہیں، وہاں عوام کی بے شعوری بھی ثقافتی ورثے کی ہلاکت اور انگلش کو عالمی زبان بنانے میں برابر کی شریک ہے۔“ (22)

فری ٹریڈنگ کلچر کس طرح مقامی ثقافت کو نگل رہا ہے، اس حوالے سے Kimberly Amadeo لکھتا ہے:

As development moves into isolated areas, indigenous cultures can be destroyed. Local peoples are uprooted. Many suffer disease and death when their resources are polluted. (23)

” (آزاد تجارت کے نام پر) جیسے جیسے ترقی الگ تھلگ خطوں میں منتقل ہوتی ہے، مقامی ثقافتیں تباہ ہو جاتی ہیں۔ مقامی لوگ اپنی اصل بھول جاتے ہیں۔ جب ان کے وسائل آلودہ ہوتے ہیں تو ان میں سے بہت سے لوگ بیمار ہوں اور موت کا شکار ہو جاتے ہیں۔“

12- ترقی پذیر ممالک کی صنعتی تباہی

آزاد تجارت نے ترقی پذیر ممالک کی چلتی صنعت کے بجائے ادھیڑ کر رکھ دیے ہیں۔ ناہموار اور غیر متوازن فری ٹریڈنگ کی وجہ سے اکثر غریب ممالک پر ڈیو سیر کی بجائے محض کنزیومر سوسائٹی میں تبدیل ہوتے جا رہے ہیں۔ آزاد تجارت کس طرح دیگر ممالک کے تاجروں اور صنعتوں کو متاثر کرتی ہے، اس بارے میں سید عظیم لکھتے ہیں:

”موجودہ دور میں ایک بار پھر آزاد منڈی کی معیشت میں ایک نیا موڑ آیا ہے۔ چین تیزی کے ساتھ اپنی مصنوعات کی پیداوار بڑھا رہا ہے اور دنیا کی منڈیوں میں چینی مال کی بھرمار ہے۔ اس نے یورپ و امریکہ کی کچھ صنعتوں کو متاثر کیا ہے۔ اس لیے وہاں یہ مطالبات کیے جا رہے ہیں کہ چینی مال پر پابندیاں لگائی جائیں تاکہ مقامی صنعتیں ختم نہ ہوں۔“ (24)

آزاد معیشت کے مقامی صنعت پر ہونے والے مضر اثرات کے بارے میں اپنا نکتہ نظر بیان کرتے ہوئے ڈاکٹر محمود احمد غازی تحریر کرتے ہیں:

”اگر درآمد و برآمد کا معاملہ صرف عامۃ الناس پر چھوڑ دیا جائے تو پھر ہر تاجر کی کوشش ہوگی کہ زیادہ نفع کمانے کے لیے زیادہ سے زیادہ اشیائے صرف درآمد کرے۔ ظاہر ہے اس کا نتیجہ یہ نکلے گا کہ ہر چیز کے لیے ملک کے بازار کھل جائیں گے، مقامی صنعت اور انڈسٹری تباہ ہو جائے گی، درآمد و برآمد میں توازن مختل ہو جائے گا۔ اس لیے ریاست ہی کو یہ طے کرنا چاہیے کہ کن چیزوں کی درآمد ملک کے مفاد میں ہے، کن چیزوں کی برآمد ملک کے مفاد میں ہے اور کن چیزوں کی درآمد و برآمد ملک کے لیے نقصان دہ ہے۔“ (25)

بیسویں صدی کی آخری دہائی میں عالمی معیشت یکسر بدل گئی۔ سامراج نے آزاد معیشت، کھلی منڈیوں کی معیشت اور اوپن مارکیٹ اکانومی کی آڑ میں غریب اور پسماندہ ممالک کی صنعت کو بے رحمانہ طور پر تباہ کیا۔

13۔ فری مارکیٹ اکانومی کے تحفظ کے لیے انتہائی اقدام

مغربی ممالک نے سرمایہ دارانہ معیشت اور فری اکانومی کے تحفظ کے لیے کمزور ممالک کے ساتھ کس حد تک ناروا سلوک روا رکھا، اس کا ذکر کرتے ہوئے ڈاکٹر محمود احمد غازی لکھتے ہیں:

”آج فری مارکیٹ اکانومی اور سرمایہ دارانہ معیشت مغربی دنیا کے لیے دین و ایمان کا درجہ رکھتے ہیں اور وہ اس کے لیے اسی طرح کی قربانی دینے کو تیار ہے جیسا کہ مخلص مسلمان دین کے تحفظ کے لیے قربانی دینے کو تیار رہتا ہے۔ مغربی دنیا اپنے اس نظام کے تحفظ کے لیے ملکوں کو تباہ کرنے اور نسلوں کو برباد کرنے کے لیے ہمہ وقت آمادہ ہے۔ ملکوں کے وسائل پر قبضے کے لیے فوجیں اتارنے اور بمباری کرنے میں انہیں کوئی تامل نہیں ہے۔“ (26)

آخر میں ایک اہم نکتہ کی طرف توجہ دلانا ضروری ہے، اور وہ یہ کہ آزاد تجارت کو عوام کے لیے نفع بخش رکھنے کے لیے ریاستی کردار کیا ہونا چاہیے۔ اسے حوالے سے مفتی تقی عثمانی آزاد معیشت کے علمبردار ممالک میں پائی جانے والی عملی صورت حال پر روشنی ڈالتے ہوئے لکھتے ہیں:

”اگرچہ سرمایہ دارانہ نظام کا اصل تصور یہ تھا کہ کاروبار اور تجارت میں کسی قسم کی مداخلت نہ ہو۔ لیکن رفتہ رفتہ تجربات سے گزرنے کے بعد عملاً یہ اصول پوری طرح برقرار نہیں رہ سکا۔ تقریباً تمام سرمایہ دارانہ ممالک میں حکومت کی طرف سے کچھ نہ کچھ مداخلت ہوتی رہی ہے۔ مثلاً حکومت مختلف قوانین کے ذریعہ بالخصوص ٹیکسوں کے ذریعہ کسی تجارت کی ہمت افزائی اور کسی کی ہمت شکنی کرتی رہی ہے اور اب شاید کوئی سرمایہ دار ملک ایسا نہیں ہے جس میں کاروبار اور تجارت پر حکومت کی طرف سے کوئی نہ کوئی پابندی عائد نہ ہو۔ لہذا حکومت کی عدم مداخلت (Laissez Faire) کے اصول پر صحیح طور سے عمل کرنے والا دنیا میں کوئی ملک موجود نہیں۔“ (27)

تجارت کو کب آزاد ہونا چاہیے اور کب نہیں، اس بارے میں سید عظیم لکھتے ہیں:

”جب کوئی معاشرہ ابتدائی زرعی حالت ہو تو وہاں پر تجارتی پابندیاں نہیں لگانی چاہیں کیونکہ دوسرے ملک خام مال استعمال کر کے بڑھاوا دیتے ہیں۔ ایک خاص سطح پر جب صنعت زراعت کے مطابق ہو جائے تو پھر تجارتی پابندی لگا کر صنعت کو تحفظ دیا جانا چاہیے اور اس کی پرورش ایک قومی معیشت کے طور پر کرنی چاہیے۔ گویا وہ آزاد تجارت کا مخالف نہیں تھا لیکن سمجھتا تھا کہ جب تک کوئی قوم ترقی کر کے ترقی یافتہ قوم کے برابر نہ ہو جائے وہ معیشت کی آزادی سے نقصان اٹھائے گی۔“ (28)

سرمایہ دارانہ ممالک میں عملاً ایسا نہیں ہوتا کہ حکومت امور تجارت میں بالکل بھی مداخلت نہ کرے۔ آپ کو تقریباً ہر ملک میں ان کے معروضی حالات اور مسائل کے پیش نظر بہت سی پابندیاں دیکھنے کو ملیں گی۔

خلاصہ کلام

اس تحقیقی مضمون کے اہم نکات درج ذیل ہیں:

1. عصر جدید کی آزاد تجارت نے جہاں بعض خطوں میں معاشی خوشحالی اور آسائشیں مہیا کی ہیں، وہاں مختلف نوعیت کی معاشی، سماجی اور اخلاقی قباحتیں بھی پیدا کی ہیں۔
2. مال دار طبقے نے آزاد تجارت کے نام پر ہمیشہ طلب و رسد (supply and demand) کی فطری قوتوں کو مصنوعی طریقہ سے سلب کرنے کی کوشش کی ہے۔
3. بین الاقوامی سطح پر مال کی بہتات (maximization) نے سرمایہ داروں کو اس طرف متوجہ کیا ہے کہ وہ صارفین کی تعداد بڑھانے کے لیے ناجائز ذرائع اختیار کریں۔
4. آزاد تجارت میں تاجروں کی ترجیحات فقط جلب منفعت اور نفع اندوزی ہوتی ہے، انہیں اجتماعی مصالح اور قومی تقاضوں سے کوئی سروکار نہیں ہوتا۔
5. آزاد تجارت کے نام پر ڈمپنگ (Dumping) جیسے مکروہ کھیل کے ذریعے ترقی پذیر ممالک کی معیشت کو خطرناک جھٹکے دیے جاتے ہیں۔
6. فری اکانومی کے علمبرداروں نے تیسری دنیا کے ممالک کو جدید سائنس اور ٹیکنالوجی کے ثمرات سے محروم رکھنے کے لیے ٹریڈ مارک اور پیٹنٹ کی رجسٹریشن جیسے قوانین متعارف کروائے ہیں۔
7. آزاد تجارت کے حامل طبقات عام طور پر ماحولیاتی تحفظ کا خاطر خواہ اہتمام نہیں کرتے۔
8. فری ٹریڈنگ میں عام طور پر ضروریات زندگی پر چند لوگوں کی اجارہ داری قائم ہو جاتی ہے، قیمتوں کا فطری توازن ٹوٹ جاتا ہے اور اس طرح ایک مصنوعی نظام وجود میں آجاتا ہے۔
9. تجارت کو دور دراز کے علاقوں تک پھیلانے اور اپنی کمپنیوں کے تحفظ کے لیے یورپ اور امریکہ نے پسماندہ ممالک کے خلاف عسکری مہم جوئی سے بھی دریغ نہیں کیا۔

10. اپنی زائد پیداوار کی کھپت کے لیے منڈیوں پر قبضہ کے لیے آزاد تجارت کے نام پر جنگیں کرنا یورپی ممالک کی روایت رہی ہے۔
11. فری اکانومی کا ایک نقصان یہ بھی ہے کہ اس سے کسی علاقے کی مقامی اور آبائی ثقافت پر بہت مضر اثرات مترتب ہوتے ہیں۔
12. ناہموار اور غیر متوازن فری ٹریڈنگ کی وجہ سے اکثر غریب ممالک پر وڈیوسر کی بجائے محض کنزیومر سوسائٹی میں تبدیل ہو رہے ہیں۔

حوالہ جات و حواشی

- (1) صدیقی، محمد مظہر الدین، اسلام کی بنیادی حقیقتیں، لاہور، پاکستان: ادارہ ثقافت اسلامیہ ۱۹۷۵ء، ص: ۱۴۔
- (2) حسین محی الدین قادری، ڈاکٹر، اسلامی اخلاقیات تجارت، لاہور، پاکستان: منہاج القرآن پرنٹرز، 2019ء، ص: 461۔
- (3) سید عظیم، ملٹی نیشنل کمپنیاں، لاہور، پاکستان: دارالشعور، 2010ء، ص: 159۔
- (4) حسین محی الدین قادری، ڈاکٹر، اسلامی اخلاقیات تجارت، ص: 460۔
- (5) غازی، محمود احمد، ڈاکٹر (۱۹۵۰ء-۲۰۱۰ء) محاضرات معیشت و تجارت، لاہور، پاکستان: الفیصل ناشران و تاجران کتب، ۲۰۱۰ء، ص: ۹۲۔
- (6) تقی عثمانی، مفتی، اسلام اور جدید معیشت و تجارت، کراچی، پاکستان: مکتبہ معارف القرآن، 1427ھ / 2006ء، ص: ۳۶۔
- (7) غفاری، نور محمد، ڈاکٹر، نبی کریم کی معاشی زندگی، لاہور، پاکستان: مرکز تحقیق دیال سنگھ ٹرسٹ، ۱۹۸۸ء، ص: ۱۹۷۔
- (8) Dumping is a term used in the context of international trade. It's when a country or company exports a product at a price that is lower in the foreign importing market than the price in the exporter's domestic market (Investopedia Retrieved Oct 31, 2019, 09:57pm from <https://www.investopedia.com/terms/d/dumping.asp>)
- (9) Edward Gresser, BBC Urdu, Retrieved Nov 08, 2019, 11:40pm from https://www.bbc.com/urdu/interactivity/blog/story/2004/09/040912_yale_trade_terrorism.shtml
- (10) کسی تجارتی یونٹ، کمپنی، کارخانہ یا دکان کا وہ مخصوص نام جو اسے الگ شناخت دے کر دوسروں سے ممتاز کر دے اس کا تجارتی نام کہلاتا ہے۔ اسی طرح اس کارخانہ کی مصنوعات کی پہچان کے لیے جو خاص نشان مقرر کیا جاتا ہے اسے بھی تجارتی علامت (trade mark) کہتے ہیں۔
- (11) سید عظیم، ملٹی نیشنل کمپنیاں، ص: 245۔
- (12) Free Trade Agreements With Their Pros and Cons, Written by Kimberly Amadeo Retrieved April 18, 2019, 05:20pm from <https://www.intellicontributor.com/advantages-of-free-trade>.

- (13) عثمانی، محمد تقی، اسلام اور جدید معیشت و تجارت، ص: ۲۶۔
- (14) سید عظیم، تجارتی لوٹ مار کی تاریخ اور نام نہاد آزاد منڈی کی معیشت، لاہور، پاکستان: دار الشعور، 2006ء، ص: 222۔
- (15) تقی عثمانی، اسلام اور جدید معیشت و تجارت، ص: ۳۶-۳۷۔
- (16) سیوہاروی، محمد حفظ الرحمن (1901-1962ء)، اسلام کا اقتصادی نظام، لاہور، پاکستان: ادارہ اسلامیات، 1984ء، ص: ۲۴۳۔
- (17) طاہر القادری، ڈاکٹر، اقتصادیات اسلام، لاہور، پاکستان: منہاج القرآن پبلی کیشنز، ۲۰۰۷ء، ص: ۶۴۸۔
- (18) سید عظیم، ملٹی نیشنل کمپنیاں (مقالہ: ڈاکٹر مبشر حسن)، لاہور، پاکستان: دار الشعور، 2010ء: 11۔
- (19) ایضاً۔
- (20) سید عظیم، تجارتی لوٹ مار کی تاریخ اور نام نہاد آزاد منڈی کی معیشت: 443
- (21) العولمہ اللغویۃ مجلہ: البیان عدد 170۔
- (22) یاسر ندیم، مولانا، گلوبلائزیشن اور اسلام، کراچی، پاکستان: دار الاشاعت، 2004ء، ص: ۳۲۲۔
- (23) Free Trade Agreements With Their Pros and Cons, Written by Kimberly Amadeo
Retrieved April 18, 2019, 05:20pm from
<https://www.intelligenteconomist.com/advantages-of-free-trade>.
- (24) سید عظیم، تجارتی لوٹ مار کی تاریخ اور نام نہاد آزاد منڈی کی معیشت: 3۔
- (25) غازی، محمود احمد، ڈاکٹر، محاضرات معیشت و تجارت: ۱۶۶-۱۶۷۔
- (26) ایضاً: ۱۳۴۔
- (27) تقی عثمانی، مفتی، اسلام اور جدید معیشت و تجارت، ص: ۲۶۔
- (28) سید عظیم، تجارتی لوٹ مار کی تاریخ اور نام نہاد آزاد منڈی کی معیشت، ص: 366