
ڈاکٹر سید شہاب الدین

اسٹنٹ پروفیسر، شعبہ بین الاقوامی تعلقات،
وفاقی جامعہ اردو کراچی۔

ڈاکٹر اصغر علی دشتی

اسٹنٹ پروفیسر، شعبہ بین الاقوامی تعلقات،
وفاقی جامعہ اردو کراچی۔

رضوانہ جبین

لیکچرار، وفاقی جامعہ اردو کراچی۔

مستلمہ بین الاقوامی کمپنیوں کیلئے مقامی زبان اور ثقافت سے آگاہی کی اہمیت

AN IMPORTANTS OF LOCAL LANGUAGES AND CULTURE ARE MULTINATIONAL COMPANIES IN THE MUSLIM WORLD

Abstract

This article describes the role of local languages, culture and islamic values and in addition the peice of the multinational companies, Muslim world. Local language and culture are in the information of the multinational companies for going ahead with the business or to make the technique for the interest in the Muslim nation. Multinational companies have had awesome impact in the improvement of Muslim countries, however have additionally contributed for generation, thoughtfulness regarding a few point and suggestion for the accomlishment of the matter of the multinational companies while consciousness of chiefs to comprehend nearby dialects and culture

mindfulness in Muslim world. This article is made to understand the policies of multinational companies use the quality fiscally to announce the conditions on the host nation, this article has especially called attention to the fundamental part of the multinational companies in the financial field in Muslim world in addition portrayed the procedure of the multinational companies aiding advancement of innovation and the assembling technique.

تعارف

ملٹی نیشنل کمپنیوں کے کاروبار دنیا بھر میں سرگرم ہیں۔ ان کمپنیوں کا کردار غیر ملکی سرمایہ کاری کے عمل میں بہت حقیقی اور اس طرح کی سرمایہ کاری کا مقصد سب سے پہلے تو وسائل کا حصول اور دوسرا کاروباری میدان میں برتری ہے۔ بلاشبہ ملٹی نیشنل کمپنیاں نہ صرف اشیاء کی پیداوار میں اپنا اہم حصہ رکھتی ہیں بلکہ ساتھ ہی سیاحت اور بنکاری میں بھی خدمات سرانجام دے رہی ہیں۔ ملٹی نیشنل کمپنیاں مواصلات، ٹرانسپورٹ اور بجلی کے ساتھ ساتھ انفارمیشن ٹیکنالوجی اور خلائی ٹیکنالوجی میں بھی وسیع پیمانے پر کام کر رہی ہیں۔ ملٹی نیشنل کمپنیوں کا کردار زراعت، پیٹرولیم، ایئر لائن اور دیگر کئی صنعتوں میں کامیاب اور فائدے مند رہا ہے۔ لیکن ان کثیر الملکی کمپنیوں کو مسلم ممالک میں بہت سے مسائل کا بھی سامنا ہے جن میں وسائل و حقوق کی عدم دستیابی شامل ہے۔ ترقی یافتہ اور ترقی پذیر ممالک میں کامیاب کاروباری سرگرمیوں کے باعث ملٹی نیشنل کمپنیوں کو مخالفین کی سازشوں اور پرتشدد تحریکوں کا سامنا بھی رہتا ہے۔ تو درحقیقت اس تحقیق کا محور مسلم ممالک میں ملٹی نیشنل کمپنیوں کی افادیت کو جاننا ہے اس بات میں کوئی دوائے نہیں کہ عالمی برادری بین الاقوامی کاروبار میں ملٹی نیشنل کمپنیوں کے مثبت اور کامیاب کردار کو سراہتی ہیں جو اپنے وسیع تر تجربے کے ساتھ ساتھ ملٹی نیشنل کمپنیاں میزبان ممالک میں نئی ٹیکنالوجی و مصنوعات اور کاروباری مقابلہ بھی فراہم کرتی ہیں۔ گزشتہ کچھ عرصے سے مسلم ممالک میں ملٹی نیشنل کمپنیوں کے کردار کا جائزہ لیا ہے مگر اس تحقیقی مقالے میں نہ صرف کردار و شراکت بلکہ مسائل کا بھی جائزہ لیا ہے جو حکومتوں اور ملٹی نیشنل کمپنیوں کو مخالفین کی طرف سے درپیش ہوتے ہیں۔ یہ بات بھی دیکھنے میں آئی ہے کہ یہ کمپنیاں جس معیار اور طریقہ کار سے اپنی مصنوعات بناتی ہیں وہ مقامی حکومت کے بس میں نہیں۔

مسلم ثقافتی اقدار

یہ تحقیقی آرٹیکل مسلم و غیر مسلم کا فرق واضح کرنے کے ساتھ ساتھ معاشی و معاشرتی نظریات کی بناء پر ملٹی نیشنل کمپنیوں کی سرگرمیوں میں ثقافتی و مذہبی ہم آہنگی کو بھی واضح کرتی ہے۔ اس کے علاوہ ثقافت اور علاقائی زبانوں کی شراکت سے مسلم ممالک میں کامیاب کردار کا جائزہ بھی لیا گیا ہے۔ مسلم اور غیر مسلم کے درمیان فرق ملٹی نیشنل کمپنیوں کی سرگرمیوں میں بھی پایا جاتا ہے۔ اس ہی فرق سے ملٹی نیشنل کمپنیاں کامیابی سے مذہبی اور سماجی مسائل کا سامنا کر رہی ہیں۔ 1 ملٹی نیشنل کمپنیوں کا اسلامی اخلاقی اقدار کے بارے میں باشعور ہونا بہت ضروری ہے تاکہ ان کی کاروباری سرگرمیاں مسلم دنیا کی اسلامی و ثقافتی اقدار کے منافی نہ ہو جائے۔ ملٹی نیشنل کمپنیوں کا کردار ان کے کاروباری مخالفین کے مقابلے میں بھی غور طلب ہے۔ جہاں ایک طرف یہ تحقیق مسلم دنیا کی معاشی ترقی میں ملٹی نیشنل کمپنیوں کے کردار کو اجاگر کر رہی ہے وہی پر ملٹی نیشنل کمپنیوں کے میجرز کے حوالے سے مسلم دنیا کے کچھ حلقوں کو لاحق خدشات کا جائزہ بھی لے رہی ہے۔ دنیا بھر میں کاروباری سرگرمیاں جاری رکھنے کیلئے مسلم ممالک میں کاروباری افہام و تفہیم خدمات اور پیداوار کے شعبوں کے لئے ضروری ہے۔ ملٹی نیشنل کمپنیوں کے میجرز اور صارفین معاشی و غیر معاشی مسائل کی شناخت میں واضح فرق رکھتے ہیں اور یہ ہی ملٹی نیشنل کمپنیوں کو جو درپیش مسائل ظاہر کرتی ہیں۔ ان میں ماحولیاتی آلودگی، مقامی صنعتوں سے بے جا مقابلہ، زر مبادلہ، بڑی تعداد میں پیداوار، مادیت، مقامی ثقافت کی تحریف اور سامراجی ذہنیت شامل ہیں۔ 2 دوسری جانب ملٹی نیشنل کمپنیوں کے میجرز صرف زر مبادلہ اور منافع اپنے ملک بھیجنے کو مسائل تسلیم کرتے ہیں۔ مسلمان صارفین بھی ان ہی دو مسائل کو مسلم دنیا کے مقامی ثقافت کی تحریف کا باعث مانتے ہیں۔ 3 اقوام متحدہ کے ماحولیاتی پروگرام میں وہ تمام کمپنیاں شامل ہیں جو پیداوار، انتظام اور تقسیم کے عمل میں ملوث ہیں۔ ملٹی نیشنل کمپنیوں کی مصنوعات کا معیار برقرار نہ رہنے پر ان کو ضم کرنا عالمی منڈی اور بین الاقوامی سرمایہ کاری خراب کر سکتا ہے۔ بلاشبہ کہ بنیادی اسلامی علم حاصل کر کے ملٹی نیشنل کمپنیاں نہ صرف بہتر مسابقتی سہولیات حاصل کر سکتی ہیں بلکہ ہنرمند افرادی قوت کی کمی کو پورا کر کے کاروباری حریفوں پر دباؤ بھی ڈال سکتی ہیں۔

مسلم ممالک میں مقامی شراکت دار کے بین الاقوامی کاروبار

موجودہ دور کے تجارتی ماحول میں ملٹی نیشنل کمپنیوں نے پیداوار کے توازن کو توسیع کر کے قومی اور بین الاقوامی بنیاد پر اہم کردار نبھایا ہے۔ ملٹی نیشنل کمپنیاں اپنے دائرہ کار کے اندر رہتے ہوئے تمام اقسام کے کاروبار بہترین انداز میں چلاتی ہیں اور ساتھ ساتھ اپنے منافع اور صلاحیت کو بھی وسیع کرتی

ہے۔ درحقیقت ملٹی نیشنل کمپنیوں اور عالمی منڈی کی پیداوار میں کوئی توازن نہیں ہیں جن میں الیکٹرونک آلات، ربرٹ وغیرہ اور دیگر خدمات شامل ہیں اور ان کی فراہمی میں نیشنل کمپنیوں کے مینجرز سے کا بہت اہم کردار ہے۔ ملٹی نیشنل کمپنی ملکی سرحد میں زیر کنٹرول ہوتی ہے لیکن جب کمپنی شراکت میں ہو تو بات الگ ہے کیونکہ شراکت اور زیر کنٹرول میں واضح فرق موجود ہے اور اس بات کی کوئی اہمیت نہیں کہ دنیا بھر میں ملٹی نیشنل کمپنیوں کا وجود صرف پیداوار کے لئے ہے۔ ملٹی نیشنل کمپنیاں ٹیکنالوجی کی منتقلی کے ذریعے میزبان ملک کی ترقی میں اپنا حصہ ادا کرتی ہیں۔ 4 جیسا کہ مسلم ملک میں فارن کیپٹل انویسمنٹ کا قانون بیرون سرمایہ کاری اور جوائنٹ وینچرز کے ذریعے ٹیکنالوجی کے حصول کی حوصلہ افزائی کرتا ہے۔ مثلاً مسلم ممالک میں مختلف کاروباری افراد اور نجی کمپنیاں مشترکہ منصوبوں کے لئے غیر ملکی کاروبار میں دلچسپی رکھتے ہیں۔ اس اصول کے مطابق ٹیکنالوجی کی منتقلی مارکیٹ میں اس طرح ہوتی ہے کہ سپلائر خریدار کو ٹیکنالوجی کی منتقلی کے ساتھ ساتھ تمام ضروری معلومات بھی فراہم کرتا ہے۔ لہذا ہم یہ کہہ سکتے ہیں کہ تجربے اور علم نے ہی ان کو ملائیشیا میں منافع بخش کاروبار دیا ہے۔ 5 لیکن دیگر مسلم ممالک میں سرگرم ملٹی نیشنل کمپنیوں پر ہونے والی تحقیق سے سامنے آیا کہ کسی کمپنی نے اسلامی ثقافت کو اہمیت نہیں دی۔ 6 در اثناء ملک میں غیر ملکی سرمایہ کاری لانا حکومت وقت کی ذمہ داری ہوتی ہے۔ برآمدات کے معاملے میں ملٹی نیشنل کمپنیوں کا کردار کلیدی ہے اس کے علاوہ جوائنٹ وینچرز کے ذریعے مسلم ممالک کی معیشت میں پیداوار کا حجم بڑی حد تک بڑھایا ہے۔ اس میں کوئی شک نہیں کہ ملائیشیا نے جاپانی معاشی ترقی سے بہت کچھ سیکھا ہے۔ کرنسی بحران کے دوران جاپانی ملٹی نیشنل کمپنیوں نے ملائیشیا کی معیشت میں اہم کردار ادا کرتے ہوئے انڈسٹریل نیٹ ورکنگ کی یہاں چھوٹی صنعتوں اور بڑی ملٹی نیشنل کمپنیوں دونوں کا ذکر کیا گیا ہے۔ 7

مسلم دنیا میں ملٹی نیشنل کمپنیوں کے لئے زبان و ثقافت کی اہمیت

عام طور پر ملٹی نیشنل کمپنیوں کے مینجرز اور صارفین مقامی زبان و ثقافت، اخلاقی اقدار کو تعلیم، مذہب اور مسلم دنیا میں قیام کے دورانے کے فرق کے بڑی اہمیت دیتے ہیں لیکن دونوں کا نظریہ الگ ہے۔ ملٹی نیشنل کمپنیوں کو خواتین کے لئے عزت و حسن اخلاق کا علم ہونا بہت ضروری ہے کہ کیونکہ مقامی زبان اور ثقافتی اقدار سے آگاہی بہت ضروری ہے۔ 8 اس معاملے میں ملٹی نیشنل کمپنیوں نے نہ صرف خواتین کے عزت و حسن اخلاق کی اہمیت کو مانا بلکہ یہ بھی واضح کر دیا ہے کہ ان کے مسلم و غیر مسلم مینجرز کے نظریات میں اس کو لے کر کوئی فرق نہیں ہے۔ مسلم دنیا میں طویل عرصے سے رہنے والے ملٹی نیشنل کمپنیوں کے نمائندے یہ بات بخوبی جانتے ہیں کہ مسلمان اسلام سے عقیدت رکھتے ہیں اور اسلام قرآن و

سنت کے ذریعے ایک مکمل طرز زندگی دیتا ہے جس میں رنگ و نسل اور سماجی درجے کا کوئی فرق نہیں۔ 9 لہذا مخصوص مقامی زبانیں اور ثقافتی و اخلاقی اقدار کا مکمل تجزیہ کرنے کے بعد ملٹی نیشنل کمپنیاں مسلم ممالک میں کاروبار میں دلچسپی لیتی ہیں اور کاروباری سرگرمیوں کو عملی جامہ پہنانے کے لیے متعلقہ فریقین میں معاہدات پر دستخط بھی ہوتے ہیں۔ 10 وہ تمام کاروباری افراد جو بھی دوسرے مسلم ملک میں کاروبار کرنا چاہتے ہوں ان کے لیے ضروری ہے کہ وہ اسلامی کاروباری قوانین سے واقف ہوں کیونکہ رشوت اور دوسرے غیر قانونی کام اسلام میں سنگین جرم تسلیم کیے جاتے ہیں۔ بلاشبہ تمام مسلمان اس بات پر متفق ہیں کہ بطور غذا وہ گوشت حرام ہے جو جھٹکے غیر اسلام طرز پر ذبح کیا گیا ہو۔ 11 لہذا ملٹی نیشنل کمپنیاں غذا کے حلال و حرام سے بخوبی واقف ہیں کیونکہ وہ مسلمان صارفین کی تذلیل نہیں چاہتے اور اس بات کا خاص خیال رکھتے ہیں کہ مسلمان صارفین کیا چاہتے ہیں۔ اسلام محنت اور صدقہ و خیرات کی حوصلہ افزائی اور گداگری کی حوصلہ شکنی کرتا ہے۔ اسلام ملازمین کے لیے کاروبار میں ان کی محنت اور شراکت کے مطابق وظائف اور انعام کو پسند کرتا ہے اور اس بات پر بھی زور دیتا ہے کہ ملازمین کو ان کی تنخواہ مقرر وقت پر ملنی چاہئے۔ بیچ و قہ نماز، زکوٰۃ کی ادائیگی، رمضان کے روزے اور حج بھی اسلام کا اہم حصہ ہیں۔ 12 ملٹی نیشنل کمپنیوں کے مینجرز کے نظریات ان کی اپنی اخلاقی اقدار پر ہوتے ہیں۔ مثلاً سگریٹ پینا مینجرز کے لیے معمول کی بات ہے جب کہ اسلام اس عمل منع فرماتا ہے کیونکہ یہ نہ صرف مضر صحت ہے بلکہ اس سے اپنے ساتھ ساتھ دوسروں کی جان کو بھی خطرہ ہوتا ہے۔ اسلام انسانی حقوق کی سرپرستی کرتا ہے لیکن ساتھ ہی شخصی آزادی کی حدود بھی بتائی گئی ہیں۔ اسلامی قواعد و ضوابط میں مرد و عورت کا درجہ، حقوق اور فرائض برابر ہیں سوائے چند معاملات کے جیسے خواتین کو ان کے خاص ایام میں نماز و روزہ منع فرمایا گیا ہے اور ان پر مساجد میں نماز پڑھنے کی پابندی بھی نہیں ہے۔ خواتین کے اہم گھریلو کردار کی وجہ سے اسلام ان کو طب، نرسنگ، معاشرتی اور قدرتی سائنسی علوم حاصل کرنے میں ان کی حوصلہ افزائی کرتا ہے۔ 13 اس تحقیق میں اس بات پر زور دیا گیا ہے کہ ملٹی نیشنل کمپنیوں کے لیے اسلام، مقامی زبان، ثقافتی و اخلاقی سمجھ ناگزیر ہے۔ وہ اللہ ایک ہے جو معبود اور لاشریک ہے۔

آسمانوں اور زمینوں کا بنانے والا، چاند، سورج، ستارے، سیارے، انسان، حیوان، چرند و پرند سب اسی ہی کی تخلیق ہیں وہ پاری کائنات پر قادر ہے۔ قرآن و سنت اس کی وضاحت کرتے ہیں۔ مسلم و غیر مسلم کا ماننا ہے کہ ملٹی نیشنل کمپنیوں کو اسلام، ثقافت اور اخلاقی اقدار کی سمجھ بہت ضروری ہے۔ مسلمانوں کا یہ بھی ماننا ہے کہ اگر مسلم و غیر مسلم قرآن و سنت کی بہتر سمجھ حاصل کر لیں تو اسلام کے غلط استعمال کو روکا جاسکتا ہے کیونکہ لوگوں میں خود صحیح و غلط کی تمیز ہوگی، حقیقی مسلمان ہر وقت کو حاضر و ناظر

جانتا اور کسی معاشرے پر بوجھ بننے کے بجائے اثاثہ ہوتے ہیں اور یہ حقیقت دیگر مسلمان ممالک میں کاروبار کرنے والی ملٹی نیشنل کمپنیاں بخوبی کہ ملٹی نیشنل کمپنیاں خود اسلام، مقامی زبان، ثقافت اور اخلاقی اقدار کو سمجھتی ہیں کیونکہ ملٹی نیشنل کمپنیوں کے صارفین کی تقریباً 62% تعداد مسلمانوں پر مشتمل ہے۔ 14 جو اسلام پر مکمل ایمان رکھتے ہیں۔ ملٹی نیشنل کمپنیوں اور مینجرز کے لیے مفید ہے جو اسلام علم نہیں رکھتے اور اس کی مدد سے ان کی کاروباری سرگرمیوں کو مسلم ممالک میں فائدہ ہوگا۔ سرمایہ کار اس طرح نہ صرف اپنے مسائل کا حل نکالتے ہیں بلکہ اسلامی ممالک میں معاشی ترقی بھی حاصل کرتے ہیں۔ اس بات کی طرف بھی توجہ دینی چاہیے کہ رمضان میں ملٹی نیشنل کمپنیوں کے اوقات آٹھ گھنٹے سے کم کر کے چھ گھنٹے کر دیا جاتا ہے کیونکہ مسلمان عبادات میں مصروف ہوتے ہیں اور دوسری جانب غیر مسلم بھی رمضان کے احترام میں باہر کچھ بھی کھانے پینے سے گریز کرتے ہیں۔ اس بات کو نظر انداز نہیں کیا جاسکتا کہ ثقافتی فرق بہت نمایاں ہیں اور ملٹی نیشنل کمپنیوں کے لیے باعث پریشانی بھی۔ ملٹی نیشنل کمپنیوں کی موجودگی سے معاشرے میں کچھ مثبت اثرات بھی مرتب ہوئے جن میں محنت، مشقت اور وقت کی پابندی شامل ہے۔

ملٹی نیشنل کمپنیوں کی مسلم دنیا کی ترقی میں شراکت

ملٹی نیشنل کمپنیوں نے عالمی ترقی میں شراکت کے ساتھ ساتھ ٹیکنالوجی کی منتقلی، جدید تحقیق اور فلاحی کاموں کی بنیاد پر دنیا کو مستفید کیا ہے۔ ملٹی نیشنل کمپنیوں نے کاروباری زندگیوں میں جدت لاتے ہوئے الیکٹرانک بینکنگ، مواصلات سہولیات، الیکٹرانک انفراسٹرکچر اور دیگر مواصلاتی سہولیات جیسے انٹرنیٹ کو انسانی مفاد میں وسیع کیا ہے۔ جبکہ ملٹی نیشنل کمپنی کے مخالفین کو ان کی گزشتہ کامیابیوں پر شک و شبہ ہے جس کی بناء پر وہ ان کے خلاف ہڑتال، بائیکاٹ اور پرتشدد کاروائیوں کو سہارا دیتے ہیں۔ دوسری جانب ملٹی نیشنل کمپنیوں کو مسلم دنیا میں بطور شراکت دار ہمیشہ خوش آمدید کیا گیا ہے۔ 15 یہ تحقیقی مضمون ملٹی نیشنل کمپنیوں کے افرادی قوت کو سائنسی، ٹیکنیکی اور انتظامی شعبوں میں بہترین تربیت دینے کے کردار کو بھی اجاگر کرتا ہے۔ واضح رہے کہ ملٹی نیشنل کمپنیوں کی موجودگی سے مسلم ممالک میں مثبت کاروباری مقابلہ بھی پروان چڑھتا ہے یہاں تک میزبان ملک کو مضبوط ملٹی نیشنل کمپنیوں کی موجودگی سے بالواسطہ فائدے بھی ملتے ہیں۔

مسلم دنیا میں ملٹی نیشنل کمپنیوں کے کردار سے وابستہ تجاویز

1۔ ملٹی نیشنل کمپنیوں کو عالمی مینجرز اور ملازمین کی نئی نسل بنیادی اسلامی تعلیم کو ذہن میں رکھتے ہوئے

مسلم دنیا میں ملٹی نیشنل کمپنیوں کیلئے مقامی زبان اور ثقافت سے آگاہی کی اہمیت

- تعاون کرنا چاہئے۔ اکیسویں صدی میں بزنس اسکولز کے نئے مضامین آرٹس، سماجی سائنس، طبی سائنس وغیرہ سے بھی جڑے ہیں تو جامعات اور کالجز شروع کے دو سالوں میں اسلامی ثقافت پڑھا سکتے ہیں تاکہ مستقبل میں مسلم ممالک میں عالمی کاروبار کی تحقیق زیادہ بہتر ہو۔
- 2- مسلم کاروباری، سیاسی اور تعلیمی رہنماؤں کی ذمہ داری ہے کہ وہ اسلام کا پیغام اور اسلامی ثقافت غیر مسلموں تک پہنچائے اور مسلم ممالک میں اسلامی ثقافت کا مضمون قرآن و سنت کی روح سے پڑھایا جائے۔
- 3- مسلم دنیا کی معاشی بد حالی کی وجہ سے اسلام کی غلط تصویر پیش کی جاتی ہے، عالمی برادری کو چاہئے کہ وہ اسلام سے متعلق غلط فہمیاں دور کرے۔ مسلم ممالک کے سفارت خانوں کو چاہئے کہ نئے اور موجودہ غیر ملکیوں کے لیے بنیادی اسلام بذریعے تعارف سکھائے اور اگر ممکن ہو تو ہر سفارت خانہ اپنا اسلامی شعبہ بھی بنائے۔
- 4- اگر مقامی کمپنیاں مقابلے کو بڑھاتے ہوئے کاروبار میں قومی اور بین الاقوامی ترقی کرنا چاہتے ہیں تو ان کو اپنی کاروباری سرگرمیاں ملکی سرحدوں سے باہر جانا ہوں گی۔
- 5- موجودہ ٹیکنالوجی ایک مخصوص وقت پر ناکارہ ہو جائے گی اس لئے مستقبل قریب کاروبار میں رکھنے کے لئے جوائنٹ وینچر کی اہم ضرورت ہے۔
- 6- مقامی اور غیر ملکی سرمایہ کاروں کے درمیان کاروباری روابط بہت ضروری ہے تاکہ جوائنٹ وینچرز کے ذریعے معلومات فراہم اور مارکیٹنگ کی جاسکے۔
- 7- ملٹی نیشنل کمپنیوں اور میزبان ممالک کے باہمی مفادات بہت وسیع ہیں جن میں مالیاتی صلاحیت، مالیاتی نظام، انتظام مصنوعات، اشتہاری نظام اور دیگر اثاثہ جات شامل ہیں مقامی شراکت دار غیر ملکی کمپنیوں سے انسانی خدمات اور تحقیق کے شعبوں میں رعایت چاہتے ہیں تو میزبان حکومتوں کو چاہئے کہ وہ غیر ملکی کمپنیوں کو ایسی سرگرمیوں میں ان کی حوصلہ افزائی کرے۔
- 8- مسلم ممالک کو سیکھنا چاہئے کہ کیسے ملٹی نیشنل کمپنی معاشی ترقی سے اہم کردار ادا کرتی ہے۔ مسلمانوں کو نہ صرف اپنے معاشی، افرادی اور دیگر ذرائع سے تحقیق اور ترقی پر کام کرنا چاہئے بلکہ ملٹی نیشنل کمپنیوں، جامعات اور ٹیکنالوجی کے اداروں کے تعاون سے ٹیکنالوجی اور مصنوعات کی درآمد کی پالیسی بنائی جائے۔
- 9- حالیہ برسوں میں دنیا میں غیر ملکی براہ راست سرمایہ کاری اور بین الاقوامی کاروبار میں اضافہ ہوا ہے۔ زیادہ تر ملٹی نیشنل کمپنیاں اعلیٰ عہدے اپنے پاس رکھتی ہیں لیکن مسلم دنیا میں تعلیم یافتہ اور

تجربہ رکھنے والے مسلمان جنہیں اسلامی ثقافت و معیشت کا علم ہو رکھنے سے ملٹی نیشنل کمپنی کو فائدہ ہوگا۔

10۔ بڑھتے کاروباروں نے دنیا کو عالمی برادری کی شکل دے دی ہے لیکن اس کے ساتھ ساتھ بہت سے مسائل بھی ہیں جن میں معاشی، سیاسی، سماجی، ثقافتی، مذہبی اور مقامی زبانوں کے مسائل شامل ہیں۔ لہذا ملٹی نیشنل کمپنیوں کے مینجرز اور عملے کو وسیع ثقافتی اور مقامی زبان کی تربیت دی جاتی ہے۔

خلاصہ

ملٹی نیشنل کمپنیوں کو خارجی منڈی کے مطابق مقابلہ جاری رکھنا ہوگا تاکہ ان کی خدمات اور کاروبار بڑھے۔ ملٹی نیشنل کمپنیوں کے لیے میزبان ملک میں پیداوار کرنا ممکن نہیں اور اکثر میزبان حکومت کے قوانین بھی حوصلہ شکنی کرتے ہیں۔ لہذا ملٹی نیشنل کمپنیوں نے مسلم کے شرائط و ادوار کے ساتھ جوائنٹ وینچرز کر لیے ہیں یہ حقیقت ہے کہ جوائنٹ وینچرز، بین الاقوامی کاروبار، لائسنسنگ اور مشاورت، ملٹی نیشنل کمپنیوں کا متبادل ہیں۔ سرمایہ کاری کا اختیار ملٹی نیشنل ویلیو چین کو بڑھانے کے لیے تصور ہوتا ہے۔ اس تناظر میں بغیر مذہب، تعلیم اور مدت قیام کے فوقیت دیے مسلم ممالک میں کاروباری سرگرمیاں کرنے والی ملٹی نیشنل کمپنیوں کے لیے ضروری ہے کہ وہ اسلام، مقامی زبان، ثقافت اور اخلاقی اقدار کو جانے اور ان کی اہمیت و افادیت کو تسلیم کریں تاکہ مسلم ممالک کی مارکیٹ سے بہتر سے بہتر منافع کما سکے۔ یہ اس تحقیقی مضمون کی بڑی کوشش ہے تاکہ ملٹی نیشنل کمپنیوں کے صارفین اور مینجرز دونوں ہی مقامی زبان اور ثقافتی و اخلاقی اقدار کی روشنی میں مسلم دنیا کے لوگوں کی حساسیت کو ملحوظ خاطر رکھیں۔ مسلم صارفین ملٹی نیشنل کمپنیوں کے مصنوعات اور خدمات پر مکمل اطمینان رکھتے ہیں کیونکہ وہ اسلامی قوانین کو ماننے ہیں اور اپنی ثقافت کے متضاد کچھ پسند نہیں کرتے۔ اس حوالے سے ملٹی نیشنل کمپنیوں کو مزید منصوبہ بندی اور فیصلہ سازی کی ضرورت ہے۔

حوالہ جات

- 1۔ مسعود مفتی، ملٹی نیشنل کمپنیوں کی اسلام دشمنی، علم و عرفان پبلشرز، لاہور 2003 ص 12
- 2۔ ڈاکٹر فیروز احمد، سامراج اور پاکستان، تخلیقات، لاہور 2003 ص 336
- 3۔ سید عظیم، ملٹی نیشنل کمپنیاں، دارالشعور، لاہور 2002، ص 370
- 4۔ Jones, Geoffrey. Merchants to Multinationals, oxford university press New york, 278-279. 2000.

- 5- Allen C.G. Western Enterprises in Indonesia and Malaysia George Allen & unwin Ltd, London (1957). 103-103
- 6- شاہنواز فاروقی، تہذیبوں کا تصادم۔ ادارہ مطبوعات طلبہ، لاہور 2012 ص 12
- 7- مہاتیر محمد، ایشیاء کا مقدمہ، جمہوریہ بلیکسٹرز، لاہور 2002 ص 37
8. Media literay project org (2014) language of presuasion / media literacy project (on line) avaibale at ww.medialitercy project.org/language preseuasion (accessed 28 oct2014)
- 9- اسرار عالم، عالم اسلامی کی اخلاقی صورت حال، دار النوادر لاہور 2004 ص 103
10. Moor, A. Language and power (on-line) university teacher.org.uk. availbale at www.universal teacher.org.u.k./ lang/power.htm#adgrammar(accesses)28.oct.2014
- 11- Dr. Hamidullah, introduction of Islam ,Darul Ishaat Karachi 1994 P.199
- 12- ایضاً ص 190
- 13- مولانا ابوالکلام آزاد، اسلام میں آزادی کا تصور، مکتبہ جمال، لاہور 2004 ص 91
14. Mce, F. Jhon, International Business & Multinational enterpris-es ,Richard D. Irwin Inc, 1903, 162-163
15. hablo , H.R (1973) nationalism and the multionational enterprises OCEANa Publications, Inc, New york , 11-12