AELSO
د افغانستان د اقتصادي او حقوقي مطالعاتو مؤسسه
موسسه مطالعات اقتصادی و حقوقی افغانستان
Afghanistan Economic & Legal Studies Organization

د تشبث پیژندنه

ایمون باتلر

ژباړن: وحیدالله راشد

د تشبث پېژندنه

ایمون باتلر

ژباړن: وحیدالله راشد

د افغانستان د اقتصادي او حقوقي مطالعاتو مؤسسه
موسسه مطالعات اقتصادی و حقوقی افغانستان
Afghanistan Economic & Legal Studies Organization

„ د یو سوله‌ییز او سوکاله افغانستان لپار د افکارو پراختیا „

„Advancing The Ideas for a Peaceful & Prosperous Afghanistan„

د کتاب پېژندګلوي

د کتاب نوم په پښتو ژبه: د تشبث پېژندنه

د کتاب نوم په انګلیسي ژبه: An Introduction to Entrepreneurship

لیکوال: ایمون باتلر

ژباړن: وحیدالله راشد

خپرونکی: د افغانستان د اقتصادي او حقوقي مطالعاتو مؤسسه(AELSO)

چاپ: واژه خپرندوی

کمپیوټري چارې: خواجه الهام رستمي

چاپ شمېر: ۱۰۰۰ ټولګه

لومړنی چاپ: ۱۴۰۱ هـ ش

برقي پست: publications@aelso.org

انټرنېټي پاڼه: www.AELSO.org

د اړیکو شمېرې: ۰۰۹۳ ۲۰ ۲۵۰ ۱۴۲۰

په افغانستان کې د دې کتاب د چاپ او نقل کولو حقونه د انګلستان د اقتصادي چارو د انستیتوت (IEA) په اجازه د افغانستان د اقتصادي او حقوقي مطالعاتو مؤسسې (AELSO) پورې اړه لري. د خپرونکي له لیکلي اجازې پرته هر ډول برښنايي کاپي کول او نقل کول منع دي. سرغړونکي به له قانوني چلند سره مخ شي.

"First published by the Institute of Economic Affairs, London, in 2022."

بسم الله الرحمن الرحيم

د خپرونکي نظر

د افغانستان د اقتصادي او حقوقي مطالعاتو مؤسسه (AELSO) یوه غیرې دولتي، غیرې انتفاعي، غیر سیاسي او مستقله موسسه ده چې په رسمي ډول په افغانستان کې په ۲۰۰۹ کال د ډسمبر په میاشت کې د ملي او نړیوالو پېژندل شویو حقوقي او اقتصادي علومو پوهانو د یوې ډلې له خوا تاسیس شوې.

AELSO مؤسسې له پیل راهیسې تر دې دمه د یوې مخکښې فکري خونې په توګه، توانیدلې چې په هېواد کې د مختلفو علمي پروګرامونو لکه د کتابونو چاپ او نشر، د علمي راډیویي پروګرامونو تولید او د خلاصې (پرانستې) ټولنې ارزښتونو د علمي پېژندنې په اړه څېړنه، اقتصادي وده، د سولې او همپالنې فرهنګ عامول، له افراطیت سره مبارزه او داسې نور علمي موضوعات چې کولای شي د افغان ولس فکرونه د نړیوالتوب په لور یوسي او همدارنګه د اسلام د سپیڅلي دین په چوکاټ کې د ازادې ټولنې د ارزښتونو ښه پوهاوی ولري، د پام وړ فعالیتونه ترسره کړي دي.

په افغانستان کې د ازادې ټولنې د ارزښتونو او د هغې د حقوقي او اسلامي فرعي جوړښتونو د علمي پېژندنې په اړه د علمي کتابونو او مقالو د ژباړې او خپرولو لړۍ؛ چې "د تشبث پېژندنه" تر عنوان لاندې دغه کتاب د ډاکټر ایمون باتلر لخوا؛ چې یو له مخکښو علمي پوهانو څخه دی او په نړۍ کې د خلاصې ټولنې د ارزښتونو ریښتینی مدافع دی؛ څېړل شوی او لیکل شوی او د ګرانو هېوادوالو د علمي کچې د لوړولو په موخه یې په پښتو ژبه چاپ او خپروو.

دغه کتاب تر اوسه پورې د نړۍ په ډېرو هیوادونو کې ژباړل شوی او خپور شوی دی او د دې کتاب موضوعات به په ځانګړي ډول په افغانستان کې له موږ سره مرسته وکړي چې د تشبث پېژندنې په اړه ډېر وپوهېږو او د غربت پر وړاندې به په منطقي او اسانه ډول مبارزه وکړو.

په حقیقت کې دا کتاب کولی شي په افغانستان کې د متشبثینو د تدریس او پوهاوي په برخه کې ارزښتناک او ګټور رول ولوبوي او زه ډاډه یم چې د دې کتاب هر لوستونکی او ګټه اخیستونکی کولی شي په راتلوونکي کې؛ په هېواد کې یو بریالی نوښتګر متشبث واوسي.

موږ په دې باور لرو چې د داسې علمي کتابونو ژباړه او خپرونه او د بشري ټولنو او ازادې ټولنې نور عصري ارزښتونه د یوې هوسا ټولنې د لیږد لپاره د مطالعې سره علاقه لرونکو وګړو د ځانګړې او عمومي پوهې په وده کې به مهم رول لوبوي.

د دې کتاب په بیا لیکلو او تدوین کې هڅه شوې چې ساده او روښانه ټکي وکارول شي او هیله لرو چې د درنو لوستونکو په همکارۍ، که چیرته په راتلونکو نسخو کې کومې نیمګړتیاوې موجودې وي په ګډه یې حل کړو.

د افغانستان د اقتصادي او حقوقي مطالعاتو مؤسسې (AELSO) له خپلو ټولو همکارانو، د کتاب له ژباړونکي او همدارنګه له خپلو ټولو هغو همکارانو چې د دغه کتاب په ژباړه او چاپ کې یې مرسته کړې، مننه او قدرداني کوو.

د حق ذات په مرسته؛ د افغانستان د اقتصادي او حقوقي مطالعاتو مؤسسه (AELSO) هوډ لري چې د افغانستان په ملي ژبو د کتابونو د ژباړلو او خپرولو او خپلو علمي نشراتو ته دوام ورکړي او د هېوادوالو د علمي پوهې په لوړولو کې خپل رول ولوبوي.

د یو سوکاله، ازاد، هوسا او له تعصب او تاوتریخوالي لرې افغانستان په هیله.

په درنښت

محمد خالد رامزي

د مؤسسې اجراییه رئیس (AELSO)

۲۰۲۱ اکتوبر ۳۱ مه - انقره، ترکیه

لیکلړ

سرلیک	پاڼه
۱.سریزه	۱
دا کتاب د چا لپاره دی؟	۱
تشبث او لیکوال	۲
د کتاب جوړښت	۳
۲.ولې د تشبث په اړه پاملرنه ولرو؟	۵
د تولید پام کې نه نیولو لامل	۵
نوښت او اقتصادي وده	٦
څه ډول تشبث ته وده ورکړو؟	۷
د تشویق کوونکي ازمویل	۹
اقتصاد پوهان څه ډول له تشبث څخه غفلت کوي؟	۱۰
د سیالۍ اهمیت	۱۲
تشبث او تنوع	۱٤
۳.د تشبث مختلفې نظریې	۱۷
جوړښت، رول او ځانګړتیاوې	۱۷
د تشبث او شرکت اندازه	۲۱
د متشبثینو ډولونه	۲۳
متشبثین غیري عادي خلک دي	۲۵
د متشبیث ذهن	۲٦
۴.د تشبث اقتصادي رول	۳۱
اقتصاد او ناڅرګندتیا	۳۱
د درسي کتاب ماډل	۳۲
متشبثیت؛ تخلیقي خنډ	۳۳
متشبثین د څېړونکو په توګه	۳۵
متشبیثین؛ د معلوماتو پروسس کوونکي	۳٦
متشبیثین او ناڅرکندتیا	۳۷
متشبیثین او قضاوت	۳۸

لیکلړ

سرلیک	پاڼه

۵. د تشبث اهمیت	۳۹
اقتصادي ګټې	۳۹
د تولید زیاتوالی	٤۱
انساني ګټې	٤۲
ټولنیزې ګټې	٤۳
د ګټې ټولنیز رول	٤٤
۶. د تشبث پراختیا	٤۷
د نړیوالو شتون	٤۷
د هېوادونو ګډ توپیرونو او فنډونه	٤۷
مخ پر ودې هیوادونه	٤۹
تشبث او مهاجرت	۵۰
د تشبث لپاره جوړ شوي صنعتونه	۵۰
د تشبث راتلونکی	۵۱
۷. تولیدي او غیرې تولیدي تشبث	۵۳
آیا تشبث تل ګټور وي؟	۵۳
تولیدي، غیرې تولیدي او وجاړونکی تشبث	۵۳
د قوانینو مهمې اغیزې	۵۵
په قوانینو کې لاس وهنه	۵٦
د کار جواز ورکول	۵۷
د سیاسي تشبث وده	۵۸
متشبث او بنسټونه	۵۹
۸. آیا حکومت کولی شي تشبث ته وده ورکړي؟	٦۱
د ماتو هیلو لار	٦۱
نورې تکلارې	٦۲
ولې سیاستوالان د تشبث امر کې برخه اخلي؟	٦٤
د عامه پانګونې وسایل	٦۵
د دولت پلویان او مخالفین	٦۵
د یو مناسب چاپیریال رامنځته کول	٦۹
هدفمنده هڅونه	۷۱
له تجربو څخه درسونه	۷۳

لیکلړ

سرلیک	پاڼه

سرلیک	پاڼه
۹.د متشبثیت چاپیریال	۷۵
متحده ایالات ولې دومره متشبثین دي؟	۷۵
سرمایه، آزادي او کلتور	۷۵
بې جوازه نوښت	۷۷
د مالیاتو اهمیت	۷۹
تنظیمي لګښت	۸۳
د تشبث لپاره مناسب شرایط	۸٦
د مدیریت اهمیت	۸۸
درسونه	۹۰
سرچینې او اخځلیکونه	۹۳

۱
سریزه
هغه څه، چې دا کتاب یې په اړه لیکل شوی

دا کتاب د ځان نه د یو ښه متشبث جوړولو د مدیریت لپاره نده لیکل شوی؛ دا کتاب ددې لپاره لیکل شوی چې دا یوه لومړنۍ اساسي مقدمه لپاره چې؛ تشبث څه شی دی، ولې هغه ته اړتیا لرو، او څنګه کولی شو چې هغه ته پرمختګ ورکړو او ملاتړ یې وکړو او همدارنګه دا کتاب د تشبث او د هغه رول د ابتکار د قوت په اړه او د اقتصاد د پرمختګ او مؤثریت په اړه نوي موضوعات هم لري.

د دې کتاب اهمیت په دې کې ده چې د تشبث ارزښت چې لا تر اوسه په پراخه توګه واضح او درک شوی ندی بیانوي. د اقتصاد په زیاتره کتابونو کې د تشبث موضوع له پامه لوېدلې ده مګر پدې کتاب کې د تشبث بنسټیزې مسلې د کارکوونکو، مصرف کوونکو او وګړو لپاره بیان شوي دي.

دا کتاب د چا لپاره دی؟

یقیناً چې د شرکتونو مدیران د تشبث ارزښت په اقتصادي، سازماني او سیاسي چارو کې درک کولی شي؛ مګر ددې کتاب اصلي مخاطبان عادي وګړي او هغه کسان دي چې غواړي ابتکار او تشبث د اقتصاد په پرمختګ کې درک کړي او هم د هغو زده کوونکو لپاره چې د تشبث معیاري درسي کتابونو څخه د اقتصادي میکانیزم په برخه کې بې برخې پاتې دي د ګټې وړ ده.

که زه له خلکو وپوښتم چې هغوی څه غواړي هغوی به ووایي ګړندي اسونه (Henry ford)[1] همدارنګه د مخ پر ودې هېوادونو د لوستونکو لپاره چې غواړي اقتصاد آزاد، پرمختللی اومتحرک کړي د ارزښت وړ دی. او هغه هېوادونه چې پرمختللي دي دا کتاب د هغو کسانو لپاره دی چې له عمومي سیاست سره سر او کار لري خو د تشبث اهمیت یې په خپله ژوند کې درک کړی نه وي د ګټې وړ دی.

1. Henry Ford, American carmaker

تشبث او لیکوال

ما لیدلي دي چې ډېر تشبث کوونکي نوې د حل لارې د خلکو لپاره موندلي دي او د هغوی په ژوند کې یې بدلون راویستی. په ۱۹۷۰ لمریز کال کې فریدي لاکر اسکایټرین کارټل[1] یوه زړه الوتکه ماته کړه او د اطلس سمندر څخه یې د میلونونو خلکو د تېرېدو زمینه برابره کړه؛ او هغه نوی نظر یې چې خلکو غوښتی هماغه ډول یې خواب کړي. کلایف سینکلیر[2] جیبي حساب ماشین او ډیجیټل ساعت ته انکشاف ورکړ، د سوني شرکت د انتقال وړ د موسیقي آله د (واک من)[3] په نوم رامنځته کړه، بیل ګېټس کمپیوټرونه زمونږ ترکورونو راورسول، ټیم بینرزلي[4] د وېبسایټونو له لارې مونږ له نړیوال علمي مرکزونو سره وصل کړو.

استیف جابز[5] ټول دغه څیزونه د نورو شیانو په ګډون د ځیرک ټلیفون (آیفون) په واسطه یې زمونږ جیبونو ته راوړل. (البته ټولې هوایي کرښې نه؛ بلکې د نړۍ د حمل نقل ټول مهالوېش) تر ډېره حده مونږ ټول متشبثین یو او د یو کار د کولو وړتیا لرو. ما هم له موقع څخه په استفادې مهاجرت وکړ او له خپل هېواد څخه د اقتصادي بهران څخه وتښتېدم. هغه وخت چې نویو نظریو ته شدیده اړتیا وه بیرته خپل هېواد ته راستون شوم تر څو یو پالیسي ساز ګروپ ته وده ورکړم یې له دې چې کومه ګټه لاسته راوړم. اوس هم کوښښ کوم چې ددې سریزې په څېر نورې سریزې هم ولیکم او یوې بلې موضوع ته پام ورواړوم او په خپلو سریزو کې ځای ورکړم. زه یو تجار نه یم زه اوس هم تشبث کوونکی یم؛ په عامه معنا متشبث هغه څوک دي چې غواړي د خلکو په ژوند کې یو بدلون راولي (سیر ریچارډ برنسون؛ د ویرجین ګروپ بنسټ ګر[6]) د اقتصاد د زده کړې اصلي جریان اقتصاد د وړاندوینې او کنټرول وړ یوه پدیده بولي خو تجربو ماته دا ښودلې ده چې دا خیال له واقیعت نه څومره واټن لري.

1. Friddie Lakers Skytrain.
2. Clive Sinclair.
3. Bill Gates.
4. Tim Berners-Lee
5. Steve Jobs
6. Sir Richard Branson, founder, Virgin Group

د خلکو ریښتینی اقتصادي ژوند د خلکو په اړه له هغوی سره اړیکه ده. د انسانانو د ژوند موخې د انساني کړنو په واسطه نشي روانېدی د انسانانو تشبث هغه څه دي چې د انسانانو د نیکمرغۍ او د ترقۍ سبب کیږي. تشبث د انسانانو د فکري ژوند په جریان کې له سترګو لوېدلی دی. په ناپامي ډول خرابو پالیسیو نه غوښتل چې تشبث وده کړي خو مونږ غواړو چې تشبث په اقتصادي او سیاسي چارو کې پلي او عملي کړو.

په ټوله نړۍ کې د هنر، موسیقۍ او د فلم د پېژندلو لپاره مضمونونه شته دي خو مونږ هم ضرورت لرو چې تشبث رول په خپل ژوند کې له پامه ونه غورځوو او د قدر په سترګه ورته وګورو.

د کتاب جوړښت

په لومړي قدم کې دا کتاب ښايي چې مونږ ولې باید د تشبث په اهمیت پوه شو. د تشبث معنا په ابتکار او پرمختګ کې څه دی او مونږ څنګه کولی شو هغه ته پرمختګ ورکړو او ملاتړ یې وکړو؟ نو دا کتاب مونږ ته راښايي چې په عمومي ډول د تشبث په اړه مونږ څه فکر کوو او څنګه هڅه کولی شو چې د تشبث اصلي نظریې غوره کړو او کوم کوم شیان تشبث کوونکو ته ریښتینې انګېزه ورکوي. ددې کتاب څلورم څپرکی مختلفې اقتصادي نظریې د تشبث د رول په اړه شرحه او وضاحت ورکوي په داسې حال کې چې ددې کتاب دوه وروستي څپرکي د تشبث د پراخوالي اقتصادي او ټولنیز اهمیت په نړۍ کې په مختلفو صنعتونو کې شرحه او واضح کوي. ددې کتاب اووم څپرکی دا بیانوي چې هر ډول تشبث په نړۍ کې ګټور او تولیدونکی نده تشبث کېدای شي چې ضرر لرونکی هم وي په هغه صورت کې چې د پېرېدونکو او مصرف کوونکوو د خدمت پر ځای د قواعدو په انحصار متمرکز واوسي.

د دې کتاب اتم څپرکی دا راښيي چې حکومت باید د تشبث ملاتړ او حمایت وکړي. ممکن هغه خواب چې ډېر وخت يې دوی لاسته راوړي غلط واووسي هغوی له یاده باسي چې تشبث یواځې په ازاد او رقابتي اقتصاد کې وده کوي. ددې کتاب په ورړستیو کې دا ویل شوي دي که چېرې مونږ وغواړو د تشبث له ګټې څخه مونږ برخمن شو او د هغه له منځه وړلو اراده ونه لرو نو باید سیمه ییزې لارې چارې ورته برابرې کړو.

۲

ولې د تشبث په اړه پاملرنه ولرو؟

د تولید پام کې نه نیولو لامل

تشبث له هغه نه بهتره دی کوم چې مونږ او تاسې یې په اړه فکر کوو. ډېر وخت مو دا فکر کوو چې د وسایلو او او جنسونو د تولید لپاره ځمکې، کاري ځواک او شتمنۍ ته اړتیا ده تر څو د زندګي حالت ته وده او پرمختګ ورکړو. مګر تشبث د تولید یو نامعلوم عامل (فکتور) دی، ځکه چې کاري ځواک او شتمني د تولید سبب نشي کېدای تر سو پورې چې څېزونه په فعاله توګه په کار وا نه چول شي او په یولوري حرکت ور نه کړل شي؛ او دا کار فعاله انساني او متشبث فکر ته اړتیا لري تر څو د استعمال په څرنګوالی باندې پوه شي او د یو ارزښتناکه تولید سبب وګرځي.

کلاسیک اقتصاد د تولید څو اساسي شیان بیان کړي دي: چې له ځمکې، کاري ځواک، شتمنۍ او تشبث څخه عبارت دي. خو ورستۍ بېلګه یې تقریباً د شلمې پېړۍ په لومړیو کې د څو هدفمندو اقتصادي نظریو په لړ کې له منځه لاړه (فریدریک سوتیت[۱]). مګر تشبث دومره تر نظره ولوېده چې اوس یې مفهوم هم نوی ښکاري. ددې کلمې ریښه او اصل دیارلسمې پېړۍ ته رسیږي چې له فرانسوي کلمې (Entrepredre)[۲] څخه اخیستل شوې ده چې کار کولو په معنا دی. په شپاړسمې پېړۍ کې تشبث د خلکو په واسطه په تجارت کې د کار وړ وه خو په ۱۷۳۰ کال کې ایرلنډي- فرانسوی اقتصاد پوه ریچارډ کنتلون (Richard cantilon) [۳] د تشبث کلمه د هغه چا لپاره استعمال کړه چې د تجارت په مدیریت کې خطر قبول کړي.

او په ۱۸۰۳ کال کې فرانسوي اقتصاد پوه په نامه د ژان باتیست سای[٤] د متشبثینو اصلي رول د ګټورو سرچینو پیدا کول او شرحه او بیان کړ او ددې نظرې پراخوالی او شهرت په ۱۸۴۸ کال کې زیات شو هغه وخت چې جان استورات میل[٥] انګلیسي اقتصاد پوه متشبث د هغه کسانو په نوم یاد کړ چې هم یې خطر او هم یې د تجارت مدیریت پر غاړه درلود. نن ورځ اقتصاد پوهان متشبثین د مبتکرینو په نامه پېژني چې په هغه فرصتونو باندې متمرکز وي چې نامعلومه پایله لري.

---

1. Frédéric Sautet
2. Entrepreneur
3. Rich¬ard Cantillon
4. Jean-Baptiste Say
5. John Stuart Mill

نوښت او اقتصادي وده

د تشبث ترڅنګ هيڅ يو شی د بشري ټولنې په پرمختګ او اقتصاد په وده کې دومره مهم ندی څومره چې نوښت ضرور او مهم دی. پرمختګ او وده د توليدي شيانو د ډېرو کړنو نتيجه نده مګر د نوښت پايله د انسانانو د اقتصادي فعاليتونو ګټور کېدل دي په رقابتي اقتصاد کې متشبث دا هڅه کوي او تر فشار لاندي وي تر څو د پېرېدونکو لپاره داسې د توليد توکي برابر کړي چې ارزانه او غوره ښايسته او منظم وي او ددوی لپاره اقتصادي واوسي تر څو پېرېدونکي جذب شي. د مثال په ډول که چېرې مونږ د موټرو او موبايلونو ټکنالوژي او توليد ته ځير شو او فکر وکړو چې دا څنګه توليد شوی او څنګه يې تحول کړی؟ دغه هڅه او فشار د دي لپاره چې تر څو ګټور د کار ور، غوره، پرمختللي او کره محصولات زمونږ په ژوند کې برابر شي.

په ۱۹۵۰ کال کې امريکايي نوبل اقتصاد پوه رابرت سلو [1](Robert Solow) محاسبه وکړه چې ۸۰ سلنه د پام وړ اقتصادي وده په ابتکاري محصول کې دی. انګليسي ليکوال مات ريدلي [2] (Matt Ridley) په دې باور دی چې د نن ورځې څيز دپرون ورځې له څيز څخه غوره دی.

د نويو موادو منځته راتلل، د نويو ماشينونو جوړېدل او د نوو لارو او طريقو منځته راتلل مونږ سره مرسته کوي تر څو په کم وخت کې په لږ مصرف سره زمونږ ضروريات پوره شي. د امريکا هېواد د مديرت د برخې عالم پيټر ډراکر([3]Peter Drucker) په دې باور دی چې نوښت نه يواځې توليد شوي محصول ته بهتري ورکوي، بلکې يوه نوې منبع هم مځنته راوړي. متشبثين بې ارزښته شيان په ارزښت لرونکو څيزونو اړوي لکه: سيليکان چې د کمپيوټرونو په چيپونو باندې يي بدلوي او همدارنګه په نورو ارزښت لرونکو څيزونو لکه ځيرک موبايلونه، رباتونه او يا هم جنګي موټرونو باندې بدلوي مګر يواځې د نويو وسايلو د پيدا کولو پورې مربوط ندي.

1. Robert Solow, 1924.
2. Matt Ridley, 1958.
3.Peter Druker 1985

د ۲۰۲۰ کال د رايدلي[۱] د نظريې په اساس نوښت يواځې يوه لويه برابري ده. اوس په نړۍ کې غريب هېوادونه هم موبايل کاروي چې دا موبايلونه په شتمنو هېوادونو کې هم خلک لري او استفاده ورځخه کوي. نوښت داده چې ولې ډېر خلک په نړۍ کې د فقر تر فشار لاندې دي او ولې دا فقر جريان پيدا کوي. ابتکار زمونږ د ژوند د پياوړتيا او ودې سبب ګرځي. د نوښت او د هغه کسبونو ترمنځ چې نوي منځته راځي يو قوي اړيکه شتون لري، مخ پر ودې صنعتونه زياتره د ځوانو شرکتونو په واسطه وده ورکړل شوې لکه (آی تي، مصنوعي درک، وي آر، بيوتيک، تيلي هيلث، فينچ) نه د هغو شرکتو په واسطه چې پخوا تاسيس شوي و، مګر يقيناً پخواني شرکتونه هم کولی شي چې په خپلو شتمنيو او انساني سرچيتو په واسطه متشبث واوسي. د مثال په ډول د سوني واکمن[۲](Sony Walkman) يادولی شو مګر دغه نوي اوکوچني شرکتونه دي چې ډېر ابتکار اومصروفيت يې ځانته اختصاص کړی دی.

څه ډول تشبث ته وده ورکړو؟

يو شمېر غربيان انديښمن دي چې د تجارت د تشبث خوځښت د کمېدو په حال کې دی، د نويو کارونو او کسبونو قيمت هم لويدلی دی، شرکتونه هم په کم توليد سره زيات وخت اوباسي او شرکتونه د توليد او زياتو فنونو د استعمال لپاره لږ وکړي استخدام کوي. د متشبثينو اقتصادي اهميت ته په کتو د نويو مالونو او جنسونو په واسطه د ګټې په زياتوالي کې او ددوی تولنيز اهميت زمونږ په ژوند په پرمختګ کې دا اساسي پوښتنې را پيدا کوي: ايا غربي سياستمداران اوس هم د تشبث د برياليتوب لپاره شرايط برابروی او هغوی د تشبث د تشويق او ملاتړ لپاره بايد څه کار وکړي؟

په خواشينۍ سره چې دې پوښتنې ته کره ځواب نشته دی، خو سخت او تريخ واقيعتونه د جريان لپاره شتون لري هغه ځکه چې د تشبث پېژندنه او تعريف سخت دی. امکان لري چې تشبث په کوچنيو شرکتو کې پيدا شي خو دغه نوي او کوچني شرکتونه نشي کولي چې په يو هېواد کې د تشبث معيار پوره کړي له هر څه نه مخکې ډېر د کورونو رنګمالان او د ټکسي موټروانان په خپلواک ډول شتون لري خو دوی ته په عادي ډول متشبثين نشو ويلی دا اصطلاح د هغه چا لپاره کارول کيږي چې پلټونکی او نوښتګر واوسي او وکولی شي چې د توليد چارې بيا ځلې منظمې او سازمان دهي کړي او يو نوی شی توليد کړي.

1. Ridley (2020).
2. Sony Walkman.

لکه څرنګه چې پیټر ډراکر[1] ویلي دي: چې د امریکا په شاوخوا اطرافو کې ډېر کوچني رسټورانټونه شته خو د مک دونالډ، ري کروک[2] محصول سټنډرډ کړی او یو نوی انقلاب یې د محصول په جوړښت کې راویستی او په دې طریقه یې بازار ته یو نوی رنګ ورکړی او نوی کړی یې دی؛ نو په همدې دلیل دوی ته متشبثین ویل کیږي. یوه ښځه او مېړه چې د امریکا په اطرافو کې یو دوکان او یا هم یو مکسیکویي رستورانټ خلاصوي نو یقیناً دوی یو تجارتي خطر او ریسک هم پر غاړه اخلي؛ مګر ایا دوی متشبثین دي؟

کوم کارونه چې دوی سرته رسوي دا ټول هغه کارونه دي چې دوی څخه مخکې نورو خلکو سرته رسولي ندی مګر د مدیریتي تخنیکونو او مفهومونو په کارولو سره (پوښتنې او پېرېدونکو ته د ارزښت وړ څېزونه تشخیص کول، د محصول سټنډرډ کول، د وسایلو پروسیس او ډیزاین کول، د تجزیې او تحلیل په واسطه کار سرته رسول) د مک دونالډ دغه تنظیم د پام وړ کړنه او عمل وه چې محصول ته یې غوره والی ورکړ او یو نوی بازار او یو نوی پېرېدونکی یې وموندې چې دغې کړنې ته د تشبث یو مثال وایي.

سیاست مداران کولی شيٍ چې د پور په ورکولو سره او یا هم د نورو مرستو په واسطه د نویو کسبونو په کارولو سره تشبث ته وده ورکړي. شاید دا کار د څو متشبثینو د بریالیتوب سبب وګرځي. مګر د مالي ورکوونکو دغه پیسې کېدای شي چې د نورو نویو کسبونو په ملاتړ چې تشبث ندی له منځه لاړې شي ځکه چې زیاتره نوي کسبونه او تجارتونه بریالي کېدای نشي. په معمول ډول نوي کسبونه یو پر پنځمه برخه د یو کال په اوږدو کې یو پردرېمه برخه د دوو کالو په اوږدو کې او تقریباً نیمایي د دې د پنځو کالو په اوږدو کې له ماتې سره مخ کیږي او له منځه ځي (د امریکا د کوچنیو تجارتونو د مدیریت دفتر ۲۰۱۴)[3] یواځې ډېره کمه اندازه له دې تجارتونو څخه بریالي کیږي او باقي مانده نور د بیلابېلو دلیلونو په اساس چې شاید هېڅ اړیکه له له تشبث سره ونه لري او یا هم غوره محصولات او تولید ونه لري له منځه ځی او ماتې خوري. که چېرې د مالي ورکوونکو پیسې د نویو تجارتونو سره د کمک لپاره مصرف شي نو شاید دغه نوي تجارتونه کامیابه شي او له ماتې وژغول شي. مګر بدبختانه د نویو تجارتونو د وړاندوینې په خاطر کومه خاصه لاره او طریقه نشته نو په همدې دلیل د دولتونو هڅې هم د بریالیو تجارتونو لپاره په معمول ډول ناکامه دي.

1. Peter Drucker.
2. Ray Kroc.
3. (US Small Business Adminis¬tration Office of Advocacy 2014).

د تشویق کوونکي ازمویل

یو شمېر اقتصاد پوهان په دې باور دي چې غوره لاره داده چې داسې مناسب او وړ شرایط رامنځته کړي تر څو د دغو شرایطو لاندې متشبثین را څرګند شي او بریالیتوب ته ورسیږي. د تشبث یوه کړنلاره داده چې د هغه په واسطه نوي شرکتونه او محصولات یا ماته خوري او یا هم اقتصادي بریا ته رسیږي چې دا یوه بشپړه عملیه ده، چې په دقیق ډول د طبعي عملې د انتخاب په واسطه ژوندی بنې بشپړتیا مومي. هر څومره چې ازموینه او هڅه زیات تشویق شی په هماغه اندازه ډېر زیات فرصتونه لاسته راځي.

په حقیقت کې زیاتره متشبثین ماتې تجربې امتحان کړي دي او شاته یې پرېښې دي، توماس اډېسون[1] د چراغ د کشفولو لپاره زر ناکامه هڅې تجربې کړې، استېف جابز[2] د Apple او Apple Lisa لپاره میلونونه ډالر له لاسه ورکړل او له خپل شرکت څخه وشړل شو، سر جیمز ډایسون[3] د برقي جارو د جوړولو لپاره د پنځه زرو لومړنیو توکو ازموینې بغیر له کڅوړې څخه وکړې، پېټر تېل[4] یو هېج فنډ مدیریت کاوه او خپله پنځه نوي سلنه شتمنۍ یې له لاسه ورکړه، کله چې امازون له کتابونو څخه د لوبو وسایلو باندې واوښته نو جف بزوس[5] لسګونه میلونه د لوبو وسایل د ذخیره کولو په خاطر وپېرل خو یوازې نیمایي د هغو نه یې بېرته وپلورل. متشبینو ته دا ښایي چې کوم جنسونه د کارونې وړ ندي او د تېرو تجربو په واسطه په دې پوهیږي چې بازار څه شی غواړي. د بزوس انلاین سایټ هم ماته وخوړه خو دغې ماتې هغه په دې وتواناوه چې د امازون بازار ته پراختیا ورکړي. ما ماته نده خوړلې ما لس زره هغه لارې تجربه کړې چې نتیجه نه ورکوي (توماس اډېسون)[6] په داسې حال کې ځینې پوهې شته چې تشبث هڅوي او تشویق کوي یې او همدارنګه کارونه شته دي چې په اټکل پورې اړه لري.

1. Thomas Edison
2. Steve Jobs
3. Sir James Dyson
4. Peter Thril
5. Jeff Bezos
6. Bezos’s online auc¬tion

سیلیکون ویلي[1] د سانسفرانسیسکو[2] د سیمې مستعار نوم دی چې دا سیمه په نړۍ کې د لویو ټکنالوژیکو او پرمختللو شرکتونو او د زرګونو نویو شرکتونو کوربه ده؛ چې د تشبث په اړه یو ریښتینی داستان دی خو ډېر کم کسان په دې توانیدلي چې له دې څخه تقلید وکړي او هېڅ یو کس نه پوهیږي چې دا کار څنګه ترسره شوی دی خو کارپوهان چې دا کار د دولتي او خصوصي پانګې اچونې پر اساس منځته راغلي او د لویو شرکتونو شتون له عمومي بنسټونو او دفاعي قراردادونو سره په مغلق ډول کمک کړی او د استنفورډ پوهنتون چې یو خصوصي سکټور دی هم ګټور دی.

او همدارنګه دې سیمې د ماهرو او لوړو زده کړو لرونکو کاریګرانو د جذب وړتیا په لرلو، د سیمه ییزو کسبونو او کارونو لپاره مساعده فضا، د خطر او ریسک مننونکي پانګوالو شتون چې نوي شرکتونه کولی شي له هغه څخه بودیجه او مشوره واخلي؛ شتون درلودل دې سیمې ته غوره والی ورکړی وه او ګټوره کړې یې وه. خلص ټول تاثیر دا وه چې د زیاتو مشابهو مسلکونو شرکتونو په دې سیمه کې د یو ارزښتمن پیداوار د رامنځته کولو لپاره له یو بل سره مرسته وکړه او کوم تخصص چې د بازار په کار کې شتون درلود هغه ته یې وده ورکړه. شاید دا یوه ناکهاني نیکمرغي وي چې نور ځایونه یې د جوړښت لپاره هڅې کوي.

اقتصاد پوهان څه ډول له تشبث څخه غفلت کوي؟

اصلي اقتصاد پوهان کولی شي چې د تشبث د څرنګوالي او تقویت به اړه مونږ ته لازمې لارښوونې وکړي؛ مګر هغوی تقریباً په پوره ډول له دې څخه سترګې پټوي. تشبث د اقتصادي ودې، پراختیا او پیاوړتیا به برخه کې زمونږ ټولو لپاره بنیاد دی.

تشبث د تولید د عواملو د جوړښت ارزښت تحریک او لارښوونې یې سازماندهي کوي. په همدې دلیل ستر اقتصاد پوهان په کمه اندازه له دغه مهم تحریک کوونکو عمل څخه قدر داني کوي. د اقتصاد په درسي کتابونو کې د مثال په ډول شرکت په مکمل ډول یوه ذهني نظریه ده. چې د هغه په باره کې څرګندونې او وړاندوینې چې ولې شرکتونه شتون لري؛ او څه ډول منځته راغلي دي، څومره مختلف او متنوع دي، څه ډول بدلون او پرمختګ کوي، د هغوي موخه د جوړونکو لپاره څه ده، کارکونکي، پېرېدونکو او حتا تر دې چې د ماتې لامل یې څه دی معلوم ندی.

1. Silicon Valley
2. Stanford University

په بل عبارت انسانان او متشبث ذهنونه په مکمل ډول له دې پروسې څخه بهر شوي دي. انسانان په مکمل ډول او متشبث په خاص ډول د اقتصادي ژوند د پوهې کیلي ده. همدوی دي چې کړنې او تجارتونه په حرکت راولي. ځمکه شتمنۍ او آن تر دې چې کار نشي کولی چې ارزښت لرونکي شیان تولید کړي تر هغه پورې چې د انساني فکر په واسطه یو لوري او د یوې موخې لپاره بدلون ورنکړل شي. رېګ یوائې رېګ دی تر هغه پورې چې انسانان هغه په کانکرېټ او د کمپیوټر په چپونو باندې بدل نکړي.

شتمنیز جنسونه یوائې بې مصرفه وسایل دي تر هغه پورې چې په یو ارزښت لرونکې تولیدي څیز باندې بدل نشي. د اوبو ویالې ویستل یو بې ګټې کار دي خو د اوبو مهارول د زراعت لپاره او یا هم په نورو برخو کې مونږ سره مرسته کوي. مخکې له دې چې اقتصاد درک کړو باید انساني تعاملات او انګېزې درک کړو. د یوې اقتصادي ساده میکانیکي بېلګې درک کول اسانه او ساده دي نسبت له بشري څرګندنو څخه. د درسي کتابونو مفهوم درک کول اسانه دي لکه د خیالي دنیا د بشپړ بازارونو په څېر چې یو ډول محصولات یو ډول پلورونکي او پېرېدونکي لري او تجارت د هغوی لپاره وړیا او بې له کوم لګښت څخه دی. چې دا د واقعي بازارونو د بدلون او توپیر له درک څخه ساده دی خودغه یوه بې ځایه او غیرې واقعي مفهون دی.

په خواشینۍ سره د بې زیانه بازار زیاتره نظریې وړاندوینه کوي چې په کوم ځای کې چې مونږ له واقعي بازارونو سره مخامخ کیږو چې زیان لرونکي وي مونږ باید مداخله وکړو او د هغوی د زیان د رفع کولو لپاره هڅه وکړو مګر بازار نشي کولی چې بغیر له زیان څخه واوسي. که چېرې زمونږ اقتصادي ژوند بشپړ وای نو هیڅا به د عرضې او تقاضا د محصول د پلورلو او پېرېدلو د نوښت لپاره دلیل نه درلوده ځکه چې هغوی نشي کولی چې کوم څه ته پرمختګ ورکړي او بازار به هیڅکله شتون نه درلوده او نه به ضرورت ورته لیدل کېده. په حقیقت کې دا زمونږ د اقتصادي ژوند ضرورتونه او کمبودیانې دي چې ددې لامل کیږي چې خلک ګټورې او موثرې کړنې ترسره کړي او د جنسونو تجارت له یو بل سره وکړي مګر سبا دغه شرایط یوځل بیا تغیر کوي. د حساس بازار شرایط د بدلون په حال کې دي.

د عرضې او تقاضا د د بدلون جریان او خدمات ډېر زیات د حرکت په حال کې دي او هیڅکله له حرکت څخه نه لویږي.

په خپله د دغه جریان زیاتوالی، کموالی او په دقیق ډول نور فرصتونه لکه هغه کردونه (غبار) چې له غره څخه په ډېرې تېزۍ سره راوځي؛ ښکاره کوي. همدا متشبثین دي چې په خپلو کړنو ګردابونه په جریانونو او نویو محصولاتو ډکوي او د دغه کار د تر سره کولو لپاره هغوی نوښت ته ضرورت لري هغوی د شیانو په نوښت سره د خلکو لپاره خدمات او نوي انتخابونه رامنځته کوي چې حتا دوی یې تصور هم نه کاوه.

متشبثین دغه ډول کارونه سرته رسوي بغیر له هغه هر اړخیزه معلوماتو چې یو درسي کتاب یې لري. هغوی مخکې په دې نه پوهېدل چې کومه علمي لاره ګټوره ده او یا هم کوم محصولات په کوم کیفیت او قیمت غوره دی. د هغوی ټولو دنده د اټکلونو پیدا کول دی. زیاتره بریالي متشبثینو له اټکلونو څخه الهام اخیستی دی. متشبثین ریسک او خطر اخلي، د پانګونې په اړه تصمیم نیسي، خپل وخت، ځواک او شتمنۍ او نورې ډېرې سرچینې په پروژو مصرفوي خو کله چې دوی له عدم اطمنان سره مخامخ کیږي نو د دوی راتلونکي ضرورت به څه وي او د مصرف کوونکو انتخاب او انتظار به څه وي.

د مثال په ډول یو څوک فکر کوي چې د نړۍ نیم خلک غواړي یو ځیرک موبایل ولري نو ضرور ده چې دوی یو موبایل واخلي د دې موبایل په واسطه د دایرة المعارفونو، کتابونو، د خاطراتو کتابچو، اخبارونو، حساب ماشینونو، جیبي وسایل لکه: د کامرو د تولید تجارت له منځه ځي. خو د ځینو نظر پوهانو په وینا داسې څېزونه په خطر کې اچول او له عدم اطمنان سره مخامخ کول د تشبث دقیق تعریف دی.

د سیالی اهمیت

په درسي کتابونو کې سیالی له اصلي حالتونو څخه پېژندل شوی دي چې په هغه کې زیات شمېر پلورونکي او پېرېدونکي شتون لري. اتریشي عالم هایک[1] ویلي: تفکر د یو فعاله او جاري طریقې په اړه یو غوره فکر دی سربېره پردې رقابت هغه طریقه ده چې په هغه کې تشبث او متشبثین حیاتي رول لوبوي هایک رقابت یوه کشفي پروسه نوموي. کله چې متشبث د پېرېدونکو مختلفو غوښتنو یا د قیمتونو له بدلون او د مالیاتو له خوندیتوب سره مخامخ کیږي نو هغوی نوي معلومات کشفوي، د خدماتو او د جنسونو د تولید غوره او ارزانه لارې پیدا کوي او د پېرېدونکو ضرورتونه، غوښتنې او ذوق په واضح ډول پیدا کوي.

1. F.A.Hayek

د رقابت تر فشار لاندې کوم متشبثین چې ممکن په تېزۍ سره د خلکو غوښتنې پوره کوي د بیمې حق لري. په بازار کې همېشه زیادت، کموالی او فرصتونه شتون لري خو د میکانېزم طبیعي نتیجه د هغوی مغلق والی، ورځینی بدلون او نامناسب والی په عرضه، تقاضا او قیمتونو کې ده چې هرو مرو له دې سره مخامخ کیږي. متشبثینو به د زیادت د مخنیوي، د کمبودیو له منځه وړلو، د منځته راغلیو فرصتونو څخه د ګټې اخیستلو او د راتلونکي زیادت او کمبودیو د وړاندوینې او د هغوی د اصلاح لپاره مخکې له مخکې د اقدام کولو په خاطر ګټه او بخشش ورکول کیږي. د بازار تر رقابت لاندې متشبثین باید په سرعت سره عمل وکړي کنه بغیر له دې رقیبان له فرصتونو او موقعو څخه په خوښۍ اوخوشحالۍ سره به ګټه واخلي.

سربېره پر دې چې په بازار کې نامناسبه رقابت په تېزۍ سره اصلاح کیږي؛ له هغه نه هم په تېزۍ سره چې د بازار د ادارې په واسطه د دولت د پلان جوړونکو او یا هم د انحصار ګرانو د اغېزې او تسلط لاندې منځته راځي او هېڅ یو غړی یې هم د دې کار د تر سره کولو لپاره چندان علاقه نه لري. هر څومره چې رقابت زیات وي باید متشبثین په تېزۍ سره د نیمګړتیاوو او د مشکلاتو د پېژندلو او لرې کولو لپاره کار کوي.

باید د راتلونکو غوښتنو، تقاضاوو او وړاندوینو لپاره دقیق واوسئ. د نا انډولیو د سمونې لپاره باید په قوي خیال او فکر سره په مبتکرانه ډول عمل وکړئ. هغوی باید په تېزۍ سره د خلکو غوښتنو ته ځواب ووایي او هر څه چې په دې برخه کې غوره دی تر سره یې کړي او د دوی عمل د ټولې ټولنې د پراخ کېدو لامل ګرځي. هیڅوک له تشبث څخه د بقا په اړه خبرې نکوي؛ مګر په دقیق ډول تشبث هغه څه دي چې د خلاقیت او نوښت مرکز او تفکر ته وده ورکوي (د انیتا رودیک د باډي شاپ بنسټګر)[١]

رقابت کولی شي چې د بیا ځلې انتخاب د بشپړې طریقې په شکل په نظر کې ونیول شي مګر باید ووایو چې دا تولید کوونکي، تاجران او متشبثین ندي چې محصولات او د تولید انتخاب وکړي، دا مشتریان او پېرېدونکي دي چې په دوامداره توګه د محصولاتو ټاکنه او انتخات کوي او د خپل ضرورتونه په لوړ کیفیت او ټیټ قیمت سره ټاکي او منځته یې راوړي.

1. Anita Roddick, founder of BodyShop

که چېرې یو بل کس وکولی شي چې غوره یا ارزانه جنسونه تولید کړي چې غوره کیفیت د خلکو لپاره ولري نو کولی شي چې د بازار د اوس وخت ډېر غوښتونکی جنس له مخې لرې کړي او د هغه پرځای دا نوی محصول پیسې لاسته راوړي او ځای یې ونیسی. یوه مشهوره خبره ده چې د موړګ دنیولو د یو ښه تلک منځته راوړل، د خلکو لپاره ډېر ارزښت پیدا کړ.

د رقابتي بازار له عملې څخه منابع په منظم ډول له جنسونو او د بې شماره استفادې وړ شیان او خدماتو څخه هدایت کېږي چې د خلکو لپاره ډېر ارزښت لري. هرېني[1] وايي: کله چې مصرف کوونکي په وځنیو معاملاتو کې مصرف کوي پدې معنا چې د رایې په صندوق کې یوه رایه اچوي. په حقیقت کې دوی هر یو متشبثینو ته وايي چې هر جنس باید په کومه اندازه تولید شي. دغه امر او کړنه له متشبثینو سره مرسته کوي چې دوی خپلو سرچینو او محصولاتو ته په هغه لوري جهت ورکړي چې ډېر ارزښت لري. او همدارنګه دغه کار له دوی سره مرسته کوی چې دوی نوښت وکړي او د ارزښت لرونکو محصولاتو د تولید لپاره غوره نوې لارې تعقیب کړي. پایله دا کېږي چې شته او تر لاندې منابع د امکان تر حده به مؤثره توګه د استفادې وړ ګرځي، ارزښت یې زیات والی مومي او ټوله ټولنه له هغه څخه برخمنه کېږي.

په سیاسي ولسواکۍ کې نوماندانو ته یوائې اکثریت رایه مهمه ده او یا هم د ټولنې په رهبري او د چارو په سمبالولو کې اکثریت پلان ګټور دی او هغه رایې چې د کمو او اقلیت له لوري استفاده شوي وي سیاست په بشپړه توګه تر خپل کنټرول لاندې نشي راویستی مګر په بازار کې هیڅ بې ځایه نظر نشته هر څه چې په مصرف رسیږي د تولید په پروسه او رول کې رغنده او قوي تاثیر لري.

تشبث او تنوع

اقتصادي کړنې او چارې اوس هم له کمښت او مشکلاتو سره مخ دي. په حقیقت کې دغو چارو د تشبث اهمیت له پامه غورځولی او له یاده یې ویستي دي. په یو بشپړ او ټولنیز رقابت کې تولید یو ډول دی، مګر په حقیقت کې په ښکاره ډول سره یو شانته ندي.

1. penny

د هغه جنسونو او لوازمو انتخاب او تنوع چې مونږ یې په ورځني ژوند کې لرو به نظر کې ونیول شي لکه: د چاي، ډوډي، بوټانو، خولۍ ګانو، څوکۍ ګانو، موټرونو او یا هم د اوسېدلو دځایونو مختلف ډولونو او یا هم مختلف خدمات لکه: د سینګارتونونو، بانک دارۍ، ساتېرۍ ځایونه یا هم وسایل، کسبي زده کړې، ترانسپورټ او یا هم د حیواني درملنې خدمات کولی شي په خپل ژوند کې په مختلفو ډولونو قبول کړو. د بشپړ رقابت شکل او ډول یوائې یو نظري بحث دی چې یوائې د فکر کولو لپاره پلان شوی دی. د تنوع د واقیعت تغیرول او د اقتصادي کړنو سختوالی او مغلق والی دغه امر او فکر زمونږ د ګمراه کولو لامل او سبب شوی دی او غلط نظرونه همایت او تشویق کوي او خلک دې پایلې او نتیجې ته رسوي چې مخکې له تولید څخه د یو جنس درلودل لکه: موټر، کیمیاوي مواد، چپپ، لباس او یا هم نور څه چې وي باید بې فایدې او بې ګټې وي.

په نتیجه کې د د زیادت نه کولو پر اساس د لویو شرکتونو اقتصادي معیار کولی شي چې د لوړ قیمت محصولاتو تولید به ارزانه وي نسبت له کوچنیو شرکتونو څخه او په عین وخته کې باید د توزیع سیستمونه یو واحد واوسي او رقابتي تبلیغاتو ته ضرورت پکې نه وي. په دغه حال کې بغیر له تقوېت نه د یو ډول او شکل محصولاتو تولید بې ګټې او بې فایدې دی. د رقابتي ژوند اصل او حقیقت له متشبثینوڅخه غواړي چې محصولات ډول ډول تولید کړي. متشبثین غواړي چې د ډول ډول او مختلف، ارزانه او غوره محصولات په وړاندې کولو سره پېرېدونکو او مقابل خلک د ځان په طرف را مات او جذب کړي. هغوی غواړي چې داسې محصولات تولید کړي چې د پېرېدونکو پام ځانته را واړوي او هغوی له لګښتیزو بنو سره مینوال کړي. په نتیجه کې داسې ویلی شو چې پېرېدونکي په محصولاتو کې له زیاتې تنوع او مختلف والی څخه خوند اخلی ځکه چې هغوی کولی شي په مختلفو شکلونو او ډولونو به مختلفو سطحو کې په مختلفو قیمتونو او کیفیتونو سره یو انتخاب ولري نه دا چې دوه موټرونه، کمپیوټرونه، د سینګار وسایل او یا هم نور څیزونه سره یوډول او یو شانته وي.

هغه محصولات چې په ښکاره ډول سټنډرډ دي لکه سوپ، د مالټې جوس او یا هم برګر په مختلفوشکلونو او ډولونو ترتیب او جوړول یې د خلکو د غوښتنې او خوښې وړ ګرځی په داسې حال کې چې مونږ نه غواړو زمونږ لباس، بوټان، ساعت او یا هم د ویښتانو سینګار د نورو خلکو په شکل وي. نو په په دې ډول د بشپړ رقابت جوړښت تنوع له پامه غورځولې؛ نو په همدې خاطر په تولید، ابتکار او د بشر په پرمختګ کې یې د تشبث رول او اهمیت له پامه غورځولی دی.

په واقعي نړۍ کې ډېر رقابت شتون لري او متشبثین هڅه نکوي چې یو ډول محصولات پېرېدونکو ته عرضه کړي. هغوی په دې هڅه کې دي تر څو ډاډه شي چې پېرېدونکي څه ډول محصولاتو ته لومړیتوب ورکوي. دغه کار متشبثین ابتکار ته مجبوروي او هغه محصولات عرضه کوي چې خلک یې غوښتونکي دي. په دغه عملیه کې متشبثین نوي کشفیاتو ته لاره پیدا کوي، نویو سیستمونو ته پراخوالی ورکوي، کتې او مثمېریت ته وده ورکوي او ارزښت ته زیات والی ورکوي چې د پرمختګ او ترقي لامل ګرځي. دغه ټول مهم دلیلونه او لاملونه دي چې باید تشبث ته متوجه واووسو او د هغه د پوهې، تشویقولو او حمایت کولو لپاره هڅه اوکوښش وکړو.

۳
د تشبث مختلفې نظرېې

جوړښت، رول او ځانګړتیاوې

زیاتره خلک فکر کوي چې تشبث یو له دغو درېوو څخه دی: د یو ځانګړي تجارت څخه، د یو ځانګړي کسب یا مسلک څخه او یا هم د هغې خاصې تیوري څخه چې زیاتره خلک له هغه څخه مستفید وي. او اړینه ده چې دغو ګډو نظریو ته پراخوالی ورکړو او ترڅېړنې لاندې یې ونیسو.

د تجارت یو ډول: زیاتره خلک تشبث له کوچنیو تجارتونو سره مساوي بولي. یو شمېر اقتصاد پوهان کوچني شرکتونه د یوې بېلګې په ډول په نظر کې نیسي؛ او یا هم داسې چې په یو هیواد کې په کومه اندازه تشبث شتون لري. دا یوه غلطي او سهوه ده کوچني شرکتونه هیڅکله تشبث نشي کېدای. هر کال یو زیات شمېر کافي شاپونه (چای خانې)، د خال کوبي خونې، د ورځپاڼې پلورنځي او داسې نور په کار اچول کیږي خو ډېر په سختۍ سره هغې ته تشبث ویلی شو او د تشبث نوم ورکولی شو. بله خبره دا ده چې یو متشبث نه باید حتا یو نوی تجارت پیل کړي دا صحیح خبره ده چې زیاتره خلک غواړي چې د ابتکار په واسطه بغیر د شریکانو د رضایت څخه کامیابي تر لاسه کړي. هغه شرکتونه چې پخوا هم منځته راغلي ؤ هم کولی شي چې تشبث ولري.

د مثال په ډول فورد د پارکینګ د موټرو د تولید د برنامې د پراخوالي په حال کې دی، امازون نورو هېوادونو ته خدماتي ویبسایټونه جوړوي، د ای بي ام (IBM)[1] شرکت د سخت غالو او پوستغالو مصنوعي ذکاوت د خلکو د پاملرنې وړ ګرځېدلی دی. ګوګل د بې ډرېوره موټر او فضایي څېړنو د پراختیا په حال کې ده. د لویو شرکتونو د تشبث د ابتکار پراخوالی او د منابعو شتون د هغوی لپاره او ډېر والی یې تر نړۍ والې کچې پورې کېدای شي ګټور آثر ولري. ازاد کاراوبار هم دتشبث یوه ښه بېلګه او نمونه نده؛ زیات شمېر خلک د ازاد کار او بار لرلو ته تشبث وایي او متشبث هغه کسان بولي چې ازاد کاراوبار ولري.

هیڅکله هم نه یو هم له دوی څخه سم او ریښتوني ندي هغه کسان چې د ازاد کار او بار څښتنان دي لکه د تکسي چلوونکي دوی ته په عام ډول متشبث نشو ویلی.

1. IBM

د سیاسب لارښوونکي، تږکماران، د جواهراتو ډیزاین کوونکي، شخصي روزونکي، ورځپاڼه لیکونکي، صفا کاران، باغوانان، د کورنیو اهلي حیواناتو لرونکي او د موسیقي ښوونکي دوی یو هم د ازاد کاراوبار لرونکي نه دي. سربېره پردې هغه کسان چې د ازاد کار او بار لرونکي دی دوی د تشبث لپاره یو ښه معیار نه دی.

په حقیقت کې کېدای شي چې دوی له تشبث سره په تضاد کې واووسي. د نړۍ وال تشبث نظارت راښايي چې متشبثې کړنې له ازاد کار او بار سره اړیکه نه لري. په دې برخه کې ډېر دلیلونه شتون لري. د مثال په ډول: ازاد کار او بار په یوه هېواد کې ممکن دا را وښايي چې کم شمېر وګړي به هغه ځای کې د انګېزې او سرچینې فرصت او موقع ولري چې له کار څخه د یو تجارت په توګه منصرف شي او د کار پر ځای یو بریالی او مخ پر ودې تجارت منځته راوړي او یا شاید هغه کسان چې د ازاد کار او بار څښتنان دي هیڅکله د سوداګرۍ د ودې په اړه فکر نکوي ځکه چې هغوی کافي شتمنۍ د سوداګرۍ د شروع کولو لپاره نه لري.[1] کمزوري عوامل لکه: (اړیکې او د حمل او نقل وسایل) امکان لري چې د سوداکرۍ وده او پرمختتک په یوه سیمه کې ترینګړې او له خطر سره مخ کړي او دا هم امکان لري چې د نورو خلکو په استخدام کولو کې د اصولو او قواعدو له مخې زغم او حوصله شتون ولري چې ددغو ټولو ارزښت سر خوګې له ځانه سره ونه لري. یو شمېر بېوزله هېوادونه په لوړه کچه ازاد کار او بار لرونکی دي او دا مونږ ته راښايي چې دوی یوازې د کرهڼې د پرمختګ، د ژوند وسایلو په برابرولو او کورني کارونه مصروفه دی. که چېرې مونږ په دغه واقیعت باور ولرو مونږ ته دا راښايي چې هر څومره ازاد کار اوبار خاوندان په یوه هیواد کې زیات وي په هماغه اندازه په دغه هېواد کې میلیاردران به کم وي. د عمومي سیاست ریښه او اصل د تشبث له زده کړې سره ورانه او خرابه ده.

شاید کمې ګټورې برخې د (ځوانو او د ګړندي پرمختګ لرونکو شرکتونو کې) او یا هم (هغه نوي شرکتونه چې د یو میلیارد ډالرو څخه زیات ارزښت لري) د شرکتونو په شمېر او تعداد کې وي. سره له دې یاد شوي معیارونه یواځې په ډېرې کمې بریا تمرکز کوي او د تشبث له عملي څخه سرغړونه کوي او سترګې ترې پټوي. هغوی په لوړو او لویو واحدونو کې تشبث تر لاس لاندې نیسي او ترې اخلي؛ ځکه چې هغوی یو شمېر متشبث فعالیتونه له پامه غورځوي چې په لویو شرکتونو کې تر سره کیږي او همدارنګه د شخصي متشبثو هڅو پایله له ناکامۍ سره مخامخ کیږي.

1. Sanandaji and Leeson

مونږ نشو کولی چې د تشبث دغه معيارونه په مختلفو وختونو کې په مختلفو هېوادونو کې پرتله کړو ځکه چې هېوادونه مختلف اصول او قوانين د مالياتو او زېربناوو او د شتمنيو د بازار لپاره لري. دغه عوامل د وخت په تېرېدو سره په دغو هېوادونو کې بدلون کوي. امکان د ولري چې په هر وخت کې په هر هېواد کې زيات تشبث شتون ولري مګر د دوی د بدلېدو احتمال په نويو شرکتونو چې د يو ميليارد ډالرو ارزښت لري کوم يو بل څه پورې اړه ولري.

مسلک (شغل): د تشبث د تعريف لپاره يو بله طريقه د يو کوچني شرکت مدير کېدل او مالک (څښتن) کېدل دي. سربېره پر دې مالک مديران کولی شو چې د يو معيار په شکل په نظر کې ونيول شي او وويل شي چې په کومه اندازه تشبث شتون لري. دغه تعريف لږ تر لږه مونږ ته ډاډ راکوي چې ځينې متشبث فکرونه کار کوي او د سازماندهي او د تجارتي منابعو د مديريت اراده لري. دا ريښتيا خبره ده چې ډېری متشبثين د مالک مديران او يا هم د تجارت شريکان دي. بيا هم دغه تعريف ډېر عام او پراخ تر سترګو کېږي مونږ په عادي ډول د هغه پلورنځي مالک ته متشبث نشو ويلی چې د پلورنځي د پراختيا په حال کې نه دی. په ډېر احتمال سره مونږ هغه کس ته متشبث وايو چې د يو کوچني تجارت څښتن او يا مدير وي خو هڅه او کوښښ کوي چې د خپل تجارت توليد ساده کړي، نويو بازارونو ته پراختيا ورکړي او د ودې مديريت ته يې غوره والی او وده ورکړي سربېره پردې ټول متشبثين مالکان نه دي.

ممکن چې زياتره يې د لويو شرکتونو کارمندان وي؛ ممکن ځينې يې مبتکر واوسي چې د تجارت مديريت يې نورو ته وقف کړي واوسي. ځينې وګړي متشبثين هغه چاته وايې چې د محصول توليد او د محصول بازار موندنه ورته يوه دنده او کسب وي. او هغوی يو د بل پسې ابتکار رامنځته کوي تر دې پورې امکان لري چې پلټنې پسې يې نوي کسبونه پيل کړي دا هماغه څه دی چې مونږ هغوی سلسله يې متشبثان نوموو. د دې مثالونه اسټيف جابز (اپل، نکست، پيکسر)، ايلون موسک (اسپس اکس، تيسلا ، سولر سيټي)، سيرريچارډ برانسون (وېرژن موزيک، ويرژن اتلنتيک، وېرژن ريل) او سېر جېمز دايسون (برقي جارو، هوا تصفيه کوونکي، د کاليو مينځلو ماشين، د ويښتانو وچوونکی او ګروپ) مګر نور مثالونه هم شتون لري او کولی شو چې اپرا وينفري ته هم پکې ځای ورکړو. هغه په امريکا کې د ټلويزوني ليکنې په ننداره کې مشهور وه. هغه يې د Harpo Production شرکت د حقوقو څخه د ګټې او استفادې لپاره جوړ کړ او د Oprah winfrey شرکت يې پر لاره واچوه او د اکسپېجن د مرکز بنسټ ګر دی.

د زیاترو دغه ډول متشبثانو لپاره چې اوس ملیاردران دي مالی ګټه مهمه نده ډېر په ښکاره ډول معلومېږي چې هغوی نوي ځېزونه په نړۍ کې ازمايي او امتحان کوي يې.

د فکر ډول (شکل): ایا تشبث هغه فکر او ذهن دی چې متشبثان يې له نورو څخه بیلوي کله چې د تشبث په اړه خبرې کېږي نو زیاتره خلک د هوښیارۍ، ابتکار، تازه ګۍ، نوي والي هڅې، فرصتونه په نسبت هوښیاري، پایداره هوډ، د اوسني نظم د له منځه وړلو، تجارت او محصولاتو د شخصي درک او د سبک کیفیت اومدیریت د یو طرفه تعهد په اړه فکر کوي. د دغو ځانګړنو تر څنګ پر ځان باور درلودل، تجربه، د څو دندو توانايي درلودل او د خطر قبلولو لېوالتیا درلودل هم ډېر اړین دي.[1] ټول متشبثین دغه شخصیتي ځانګړنې نه لري او یا هم ټول متشبثین دغه ډول یو شان او مساوي ځانګړنې نه لري. با استعداده، مبتکرین او فرصت غوښتونکي وګړي شته چې استواره او پایداره مدیران دي؛ او داسې مدیران هم شته چې بازار په صحیح ډول نشي درک کولی.

سیلیکان ویلي، زیات دوه زړه او متشوش افراد شتون لري چې خلک نشي مدیریت کولي او د لوړو پوړیو مدیران يې محصولات او بازار په بشپړ ډول نشی درک کولی. احتمال لري چې (استېف جابز) يې لومړنی بېلګه وي او (جان اسکالي) چې د لندې مودې لپاره يې له (اپل) څخه بهر کړی وو دوهمه بېلګه واوسي.

استېف جابز وايي «زه تقاعد شوی یم هغه څه چې نیمايې بریالي متشبثین له ناکامو متشبثینو څخه بېلوي هغه ریښتینی استقامت او لېوالتیا ده» بله ستونزه داده چې د انسانانو د فکر د ډول د ځانګړنو اندازه ګیرې ستونزمنه ده. څه ډول کولی شو چې د وګړو هوښیاري او ذکاوت او یا هم هوډ د عددونو د رقمونو په بڼه تعین کړو؟ مونږ او یا هم عمومي سیاستونه د تشبث د اندازه ګیري د پوهېدلو لپاره چندان مرسته نه کوو نو امکان لري چې دا کار د تشبث د اندازه ګیرۍ د پوهېدلو د ورسته تګ د تقویت سبب وګرځي، سربېره پر دې د وګړو یواځې دغه ځانګړنې د هغوی د بریا لپاره د یو متشبث په توګه ندي. هغوی شاید غوره تخیلي او تخلیقي نظرېې ولري؛ مګر هېڅکله د دې توان نلري چې د خپل کار پراختیا له موجوده حالت څخه مطلوب حالت ته ورسوي، او یا هم احتمال د ولري چې هغوی خپلو شرکتونو ته وده ورکړي تر څو په خپله بریا راضي واووسي مګر بیا هم هوښیار، ذکي، مبتدع، او د قوي فکر خاوندان شته چې له هغوی څخه درس اخلي.

1. Foss and Klein, 2010

په رقابتي اقتصاد کې متشبثین دې ته اړتیا لري چې په عمل کې زیات سرعت ولرې تر سو پورې چې په لوړه درجه کې ځای ولري.

د تشبث او شرکت اندازه

لوی د کوچني پر وړاندې: اتریشي سیاسي اقتصاد پوه جوزف شومپېټر[1] په لومړیو کې فکر کاوه چې لوی متشبث شرکتونه په تشبث کې ابتکار کولی شي؛ ځکه چې هغوی له شتمنۍ، پوهو کارکوونکو او د محصولاتو د بازار موندنې او توزیع کامیابه او نوي سیستمونو له درلودلو څخه برخمن دي.

مګر کله یې چې د اوس وخت له صنعتي فنونو څخه څېړنه وکړه لکه: د فولادو، منسوجاتو، برق او نفتو څخه چې په کومه اندازه چې یې سرمایه ګزاري درلوده یواځې لویو شرکتونو کولی شو چې د هغوی ضرورتونه پوره کړي. ورسته شومپېټر دې نتیجې ته ورسېده چې کوچني شرکتونه هم کولی شي انعطاف منونکي او سرعت لرونکي واووسي او په همدې لحاظ کولی شي چې له لویو شرکتونوڅخه متشبث واووسي. امریکایي اقتصاد پوه ویلیام باومول[2] په دې دلیل چې بنسټ لرونکي ابتکارونه په نویو شرکتونو پورې اړه لري موافقه وکړه. لوی شرکتونه هم کولی شي متشبث واووسي مګر کوچني شرکتونه د تولید ابتکار ته ډېر لېواله دي.

ډېر دلیلونه شتون لري چې ولې لوی شرکتونه په پراخ ډول د تولیداتو په موجود چاپیریال کې سرمایه ګزاري کوي؛ امکان د ولري چې دا د دې باعث شي چې هغوی د دې د ځای پر ځای کولو په بدل کې د نویو څیزونو د محصولاتو او تولیداتو باندې تمرکز وکړي. امکان د ولري چې د موجوده تولیداتو د فنونو متهد کېدل هغوی د نویو طریقو او طرزونو قبلولو ته مجبور کړي. په لویو شرکتونو کې دغه ډول موضوع ګانې د متشبثینو ژوندون له مشکل سره مخامخ کوي حتا په دغه صورت کې زیاتره متشبثین خپل کارونه په لویو شرکتونو کې پیلوي؛ په کوم ځای کې چې هغوی د یو خاص صنعت په اړه اطلاعات لاسته راوړي او شاید له قوي فرصتونو سره مخامخ شي چې کولی شي د خپل راتلونکي پلان کې ورڅخه ګټه واخلي.

مغلق عوامل: لکه څرنګه چې خیال او تصور له عمل څخه ستونزمن دی نو زیاتره نوي شرکتونه له ماتې سره مخ کېږي. د بین او کو نړیوالو مشاورینو په وینا یواځې یو شرکت د ۱۷ زرو امریکایي شرکتونو څخه د ۵۰۰ میلونو په لګښت سره کولی شي وده وکړي د دوی په مقابل کې پایداره او ثابت شرکتونه چې له اصلي تجارت څخه استفاده کوي اته سلنه د نوي تجارت د فرصت د برابرولو لپاره لویه اندازه لري.

1. Joseph Schumpeter
2. Willaim Baumol, 1922-2017

دا ددې لامل کيږي چې د لويو شرکتونو د بريا چانس له هغو شرکتونو څخه چې نوي جوړ شوي وي د ۲۰۰۰ حدودو په اندازه کې زيات دی. يو نوی شرکت تر دې لوړې او ژورې لري چې تصور يې هم نه کيږي لکه چې يو موټر چلوونکی ټول عمر يو شرکت کې تېر کړی وي. (Harvey Mackay)[1]

لکه څرنګه چې شومپېټر ويلي دي چې لوی شرکتونو اوجره اخيستونکي کارمند هم متشبث کېدای شي مګر لوی شرکتونه لارښوونکي ته ضرورت لري چې له هغه څخه ملاتړ او حمايت وکړي.

د لويو شرکتونو سرمايه ګزاران له خپلو ورځنيو فعاليتونو څخه کولی شي چې د خپلو پېرېدونکو ضرورتونه څخه خبر واوسي خو هغوی اوس هم دې ته مجبور دي چې له خپل شرکت څخه وغواړي تر څو د هغوی له نظريو څخه حمايت او ملاتړ وکړي. لوی شرکتونه بايد بازار موندنه او د جنسونو توليد له ابتکار سره وصل کړي. دا کار د جوړښت په تاييد، د پروژو او کارکوونکو د موازي والي معنا ده. او دا د فرهنګ جوړونې په معنا ده چې له څو نظريو او ازمايښتونو څخه استقبال کوي.

لوی او کوچني شرکتونه: دې ته په پاملرنې سره چې زياتره لوی شرکتونه په کوچني متشبثو فعاليتونو سره پراختيا پيدا کوي. ځينې ابتکاري رقابتونه او کوچنيو شرکتونو او يا هم د هغو زده کړيالانو لپاره چې د فراغت په درشل کې دي سازماندهي کوي. دغه کړنه له هغو سره مرسته کوي چې راتلونکي فنونه وپېژني او ابتکاران د ځان په طرف مايله کړي د مثال په ډول ابتکار لکه د وريځو (ابر) او لويو ورکړو په څېر امکان لرونکي او اوږد مهاله برنامې لري. سربېره پر دې دغه ډول تازه او نوي ذهنونه درلودل چې په دا رقم موضوعاتو کار کوي ارزښت لرونکي دي نه دا چې د شرکت په يو واحدي کړنې باندې بسنه کوي. سربېره پر دې چې د راتلونکو ابتکارونو د پېژندلو لپاره هڅه او په هغوی باندې سرمايه ګزاري کول په کم خطر او ريسک سره قمار دی.

لوی شرکتونه ممکن د دې پر ځای د داسې شرکتونو په لټه کې وي چې د محصولاتو د وړاندې کولو لپاره بازار ته نيږدې وي تر څو خپل تجارت بشپړ او قوي کړي. ځينې لوی شرکتونه د (سرعت ورکوونکي) تر نامه لاندې کار کوي چې په خپلو مشورو او شتمنيو کوچنيو متشبثو شرکتونو ودې ته چټکتيا ورکوي.

1. Bain and co

دغه کړنه دوی ته دا زمينه برابروي چې د مشورو په ورکولو، سرمايه ګزاري، بازار موندنې اماده سيستم د پېرېدونکو د بهتره غوښتنو د ورکولو په واسطه د محصول عملي او غوښتنې ته وده ورکړي. ځينې لوی شرکتونه د (ودې ساتنه) نظريې څخه ملاتړ کوي د دې پرځای چې دنويو څېزونو د رامنځته کولو نظريې بشپړې کړي اخلال کوونکې نظريې رامنځته کوي. PSA پژو سيټروئن[1] کمپنۍ نه يواځې خپل راتلونکی د موټرو په جوړښت کې وړاندې کوي بلکې د «خوځښتيځو لارو حلونه» هم وړاندې کوي او د خپلو نويو نظريو پراختيا په دې بنه تشويقوي.
IBM (International Baseness Machines)

همدارنګه خپل راتلونکی د يو ماشين جوړونکي به نسبت د تجارتي خدمتونو د وړاندې کوونکي په بڼه ويني. دا ډول مشارکتونه لويو شرکتونو ته دا زمينه برابروي تر څو چې خپل نوي پرمختګونه تصفيه کړي او له خپلو پراخو نظريو څخه استفاده وکړي او ټول په کم لګښت او خطر سره هغه څه چې لازم وي تر سره يې کړي.

د متشبثينو ډولونه

انفرادي او ډله‌ييز متشبثين: متشبثان هميشه د مالک مديران نه دي چې په يو ځان کار وکړي لکه څرنګه چې مو ليدلي شايد متشبثين د لويو شرکتونو لخوا په دندو وګمارل شي؛ مګر شايد هغوی د کوچنيو او مخ پر ودې شرکتونو ابتکاران واووسي چې د متقابلو ګټو لپاره لويو شرکتونو سره مرسته کوي. آزاد او مستقل متشبثان هم تل په تنهايي سره کار نکوي.

زياتره دوی په ګډه توګه کار کوي لکه د جري پيج او سيرجي برين، اسټيف جابز او اسټيف وونزياک په اپل کې، بيل هيلويټ او ډيف پکارډ له هيلويټ پکارډ څخه، بين کوهن او جيري ګرين فيلډ د بين او جيري نه، ويليم پراکټر او جيمز ګمبل[2] له پراکټر او ګمبل څخه ددې کار ګټه دا ده چې شريکان مختلفو مهارتونو په واسطه ډېرې کمبودۍ له منځه وړلی شي او د نظريو د امتحان کولو لپاره ښه حياتي دوستان کيدای شي.

1.PSA Peugeot-Citroën.
2 .Larry Page and Sergey Brin of Google, Steve Jobs and Steve Wozniak at Apple, Bill Hewlett and Dave Packard from Hewlett-Packard, Ben Cohen and Jerry Greenfield of Ben & Jerry's, William Procter and James Gamble of Procter & Gamble.

په ځینو وختونو کې یو ډله وګړي سره یو ځای کیږي چې یو شرکت جوړ کړي او وده ورکړي مګر د دوی خپل شرکتونه هم کولی شي متشبث مشارکت ولري د مثال په ډول د تشبث مفهوم د رامنځته کولو لپاره د اپل مرسته له ماسټر کارډ سره شاید چې هغوی د خوړو د خوندیتوب لپاره مرسته کوونکو سره د مرستې لپاره د پولي منابعو د زیاتوالي په خاطر یو نوی سیستم ته پراختیا ورکړي.

پوهنتونونه او اکاډمیک بنسټونه هم تشبث کوونکي دي چې د نویو ځېړنو لپاره زمینه برابروي. متشبثان په هغو سیاستونو کې چې په عمومي او فردي بحثونه کې کومې نظریې وړاندې کوي د فردي ګټو پر ځای عمومي ګټو ته پاملرنه کوي. تشبث بشر دوستانه فعالیتونه به ګډې او ولسي ژبې پورې نه محدودوي. موږ کولی شو چې له هغو وګړو څخه بحث وکړو چې هوښمندانه متشبثې مالیاتي برنامو لپاره اصول او قوانین طرحه کوي همدارنګه امکان د ولري چې په دې موږ هغوی توصیف نکړو. له ورځنیو مصارفو څخه په فکر او دقت باندې په دې پوهېدلی شو چې په عام مفهوم سره تشبث زموږ به اطرافو کې شتون لري. د مثال په توګه، د متشبثیت مفکورې د رامینځته کولو لپاره له ماسټر کارډ سره د اپل همکارۍ، اپل پې[1]

نوښتګران او مدیران: متشبثین د بریا لپاره باید د نوښتګرانه(ابتکارانه) نظریو له لرلو او د بازار له فرصتونو له خبرېدو څخه په زیات کار باندې قادر واوسي. له دې سره سره باید خپل خوبونه په واقیعت باندې بدل کړي. دا په دې معنا نده چې موږ یو اقتصادي شرکت په لاره واچوو بلکې هغه باید تر بریا ورسوو سره له دې چې تر بریا یې رسوو مدیریتي هڅې یې هم ضروري دي.

لږ تر لږه، دا دوی ته اړتیا لری چې د کارمندانو او پانګو په څېر منابع برابر کړي او د هغوی د لید د برابرولو لپاره په دې منابعو تمرکز وکړي. دوی کولای شی د مدیریت د مهارتونو لپاره نور وګوماري او جزیاتو ته د رسیدو لپاره د هغوی له مهارتونو څخه ګټه واخیستل شي، لکه د شرکت ثبت، جواز، د مقرراتو نه پیروي، د مارکیټونو په اړه ځېړنې او یا د سرمایه عرضه کوونکو، د ځمکې خاوندانو او کارمندانو سره خبرې اترې وکړي، خو دوی بیا هم د مدیرانو لارښوونو ته اړتیا لري، سرچینې یو ځای کړي او هغه بازار باید درک کړي؛ د دې موضوعاتو نظر کې نیولو سره ویلی شو چې متشبثین مهم مدیران دي.

غیرې تجارتي متشبثین: اقتصاد پوهان په تجارتي تنظیماتو کې د کاروبار او کاروباریانو په اړه طبیعي فکر کولو ته زړه ښه کوي.

2. Apple Pay

ځينې په دې باور دي چې مالي ګټې ترلاسه کول د تشبث د تعريف يوه اساسي برخه ده. په ساده او عاميانه ژبه، موږ د يو شي په توګه د تشبث څخه خبرې کوو چې په غير تجارتي چاپېريال کې هم موندل کيداى شى. مونږ د ټولنيزو متشبثينو څخه خبرې کوو، څوک چې د ټولنيزو، کلتوري او چاپېريالي ستونزو لپاره د حل لارې څېړنې کوى، نه دا چې د ځان لپاره يو څه ترلاسه کړي. دوى کيداى شي خوراکي توکو ته وده ورکړي، لکه د کم مصرفه استوګنځي او يا غوره لارو جوړول؛ د خلکو لپاره روغتيايي او د زده کړو خدمات چې موخه يې د فقر کمول دي.

متشبثين غيرې عادي خلک دي

د اکثرو متشبثينو لپاره تشبث يو ډير مشکل کار ده. په دې اړه چې څه تجارتي سوداګر ورسره مخ دى د هغه ارزښت حتمي دى.

دوى په توليد کې د پيچلو انتخابونو په ترسره کولو سره په دې ډګر کې د برياليتوب وړتيا نه لري او هر څوک يې توليد کولی نشي.

د تشبث تمايل: دا د تشبث نظريه د شته توليداتو او د شيانو د ترسره کولو د شته لارو څخه د لرې کيدو په مانا ده. دا يوازې د نوښت په برخه کې نه عملي کيږي؛ دا د منابعو راټولولو ته هم اړتيا لري. تر هغه وخته چې متشبث په ساده توګه بازار تعقيب نه کړي، دوى په ساده توګه نشي کولی چې په دې برخه کې هغه څه کاپي کړي چې نور يې کوي؛ بلکې، دوى بايد له خپل ځان څخه نوي جوړښتونه اختراع کړي. دوى بايد خطرونه واخلي، په دې اړه چې آيا د دوى جوړښت کار کوي او که د دوى محصول به د راتلونکي پيرودونکي لپاره په ځان پورې اړه ولرى.

اقتصاد پوهان د نوښت، فعاليتونو او متبادينو دغه ترکيب ته د يو خطر اخيستونکي په توګه د متبادي لوري په توګه وګوري. سوداګر دريو ټولو ځانګړتياوو ته اړتيا لري. يو شرکت چې د ډير پور په اخيستو سره خطرونه اخلي خو کوم نوى شى نه توليدوي په عادي توګه يو «کارونکى» نه ګڼل کيږي. همدارنګه يو شرکت چې يوازې د نورو څخه کاپي کوي چې په شعوري توګه ځينې نوښتي محصولات يا ټکنالوژي رامنځته کړي د يو کاروباري په توګه يي نه شى کارولی[1].

د تشبث کارونه: د دې ټکو په پام نيولو کې سره، ځينې اقتصاد پوهان تشبث ته د يو داسې بهير په توګه ګوري چې نه يوازې پيچلي انتخابونه په کې شامل دي، بلکې د پيچلو انتخابونو يوه اوږده لړۍ چې بايد په سمه توګه ترسره شي.

1. Miller, 1983

دا د پوهاوي او بيا د فرصتونو په پېژندلو سره پيل کېږي (د مثال په توګه تکنالوژيکي بدلونونه، ټولنيزو، تنظيمی يا د بازار د بدلونونو له امله رامنځته کېږي) بيا د يو ليدلوري په جوړولو سره چې ايا دا فرصتونه د کارولو ارزښت لري او کنه.

د راتلونکي بازار د موقعيت او د پېرودونکي د تقاضا په اړه اټکل کول، د خطر ارزونه او د فرصت څخه د ګټه اخيستو لګښت شايد ارزښت ولري او که نه، (د مثال په ډول وخت، فکري او فزيکي هڅه او پيسې) د دغه کار د ترسره کولو لپاره ارزښت لري؟. بيا دا د غوره محصولاتو او پروسو د کارولو، پېژندلو، ترلاسه کولو، د اړينو منابعو راټولولو، د نويو پانګه اچونو جوړول او پيلول، د دې ليد، د محصول ډيزاين او بازارموندنې په برخه کې د غوره محصولاتو او پروسو پراختيا شامله ده. بيا متشبث بايد لومړنۍ بريا ترلاسه کړي او د هغه سره سم پرمخ لاړ شی. لومړی بايد شرکت اندازه کړي او بيا پرمختګ اداره کړي.

هر کاروباری شرکت بايد د پايلو، مارکېټونو، د اکمالاتو او تقاضا د شرايطو، مالي، مقرراتو او ادارو بدلونونو ته ځواب ورکړي. په هر پړاو کې بايد وکتل شی. دا چې موجودې سرچينې په ښه توګه پانګه اچونه شوې او ښه منظمه شوې ده. دا کار ګړندي او اسانه نه دی، دا د هغه د موندنو په ټولو پړاوونو کې اعتماد کول اسانه نه دي. ښايي همدا لامل وي چې د کار ځواک يوازې په سلو ۱-۲ کسان په يوه کال کې نوې دنده پيل کړي، ولې ډيری يې ناکامېږي. له همدې امله د خلکو لږ شمېر چې د متشبثينو په توګه برياڵي کېږي زموږ ټولو لپاره حياتي دي. دوی د سيالۍ وده او د ټول اقتصاد بيرته راستنيدو لامل کېږي. دوی د نوي ټيکنالوژيو او غوره او ارزانه محصولاتو په رامينځته کولو سره د اقتصادي ودې سره مرسته کوي. دوی موجوده عرضه کوونکي ننګوي چې بازار جوړ کړي يا پريږدي.

د متشبيث ذهن: کوم څه لامل کېږي چې خلک د متشبثينو په اوږده او پيچلې پروسه کې د پام وړ پايلو لپاره د دوی وخت او د پيسو د ضايع کولو خطر سره مخ کوي؟ ساده ځواب د مالي ګټې غلا کول دي. مګر دا تل دغه وينا تل په دې ډول نه ده. ځيني «د ژوند طريقه» متشبثين په ساده ډول غواړي چې خپله د يو شي مالک شي، دوی هغه ازادي او خپلواکي سره مينه لري چې متشبثيت يې راوړي. نور په ساده ډول د نوي کار پيل کولو ليوالتيا خوښوي او ګوري چې د دوی خلاقيت سم دی.

شخصيت: داسې ښکاري چې د متشبث ذهنونه د خطر په پرتله فرصت باندې ډېر تمرکز کوي. په حقيقت کې، متشبثين او احتمالي متشبثين ممکن ډېر خوشبين وي. د سوداګرۍ نړيوال څارونکو راپور په سلو کې ۴۰ سلنه امريکايان فکر کوي چې شروع د کار اسانه ده او کابو د (۴۹ سلنه) امريکايان فکر کوي چې کولی شي چې يو تجارت اداره کړي[1].

خلاقيت مهم ده؛ مګر برياڵي متشبثين هم قوي کاري اخلاق، ليوالتيا او متوجې کولو کې قوي دي. ډېری خلک ځان ته درناوي، انرژي او د مشرتابه مهارتونه لري. دوی د ناکامۍ او فشار په وړاندې انعطاف منونکي او له ماتې سره د مبارزې توانايي لري. وروستني امريکايي اقتصاد پوهان په دې باور دي چې دوی ښه ټولنيز مهارتونه هم لري. دير درمک کلوسکي[2] او د امريکايي اقتصاد پوهان په دې باور دي؛ چې دوی د نورو قانع کولو او باور ترلاسه کولو وړتيا ته اړتيا لري لکه عرضه کوونکي، پانګه اچوونکي، شريکان او پيرودونکي.

ميراث: ډېری متشبثين پخپله جوړ شوي دي. حتی په انګلستان کې، چيرې چې د بل هر ځای په پرتله ډېر ټولنيز طبقه او ميراث د شتمنۍ اصلي سرچينې په توګه پيژندل کيږي. ساندي ټايمز د بډايه څېرونکو ليست چې د ۹۵ سلنه څخه يې د ۱۰۰۰ کسانو بډايه سند خپور شوی ښايي چې برتانوي متشبثين په حقيقت کې پخپله جوړ شوي دي. په ټوله نړۍ کې، د ميليياردرانو د دويمې کليزې سر شميرنه، چې د ويلت اکس[3]بازار څېړنې شرکت لخوا ټاکل شوې، وړانديز کوي چې د (۱۷ سلنه) برخې څخه کم نړۍ خپله شتمني په ميراث کې لري؛ په داسې حال کې چې د دوی نيمايي سلنه په خپله جوړ دي. ډېرو نورو پاتې خلکو ته په ميراث کې د (۵۶ سلنه) کورنيو کوچنۍ سوداګرۍ په ميراث پاتې شوې، مګر وروسته يې دا حالت بدل کړ او لوی برياليتوب يې ترلاسه کړ. فوربس د کلونو ميلياردونو نوم لړ د ډالرو کلنۍ ليست د ورته عمومي احصايې راپور ورکوي.

مالي ګټه: د مالي ګټې ليوالتيا ممکن يو فکتور وي چې د متشبثينو په ذهن کې د اقتصاد پوهانو په نظريو کې خورا ګران او مهم وي. ډېری متشبثين راپور ورکوي چې د دوی اصلي تمرکز په پيسو نه دی؛ بلکې دوی هغه شيان خوښوي چې دوی يې کوي. د ډېرو لپاره ګټه ممکن د شخصي يا ټولنيز برياليتوب په توګه پرته نور څه نه وي.

1. Busma and Kelley, 2019
2. Deirdre McCloskey, 1942
3. Wealth-X

ډېری متشبثین نشي کولی ټولې پیسې مصرف کړي چې دوی یې ترلاسه کوي؛ په هرصورت، سره له دې دوی په فعاله توګه د نوي محصولاتو تولید او د نوښتونو پراختیا کې ښکیل دي. د دوی په اند، دا د پیسو او لیوالتیا په پرتله د لوبې په څېر دي، او د بریالیتوب څخه رضایت د دوی لپاره انعام دی.

زده کړه: د تشبث بریالیتوب د پوهې، ټکنالوجی، بازارونو، بنسټونو او خلکو په پوهیدو پورې اړه لري. خلاقیت، نوښت او مدیریت ټول د حقایقو او تجربو پر بنسټ فکري مساواتو ته اړتیا لري. له همدې امله، زده کړه د متشبثینو د پیاوړتیا لپاره یو مثبت فکتور کیدای شي او د متشبثینو سره د بریالیتوب لپاره مرسته وکړي. احصایې ښیي چې عالي متشبثین لوړې زده کړې لري او د اوسط درجې څخه لوړ دي. په متحده ایالاتو کې، دا د نورو خلکو په پرتله پنځه چنده ډېر د دوه اړخیزې درجې سره دي، که څه هم دوی کولی شي طبیعت او د پوهې پراساس د ټیکنالوژی صنعتونو ساحې منعکس کړي چې د هغو هیوادونو په سیلیکون[1] دره او نورو ساحو کې رامنځته شوي، یوازې ۳۳ سلنه د کوچنیو کارونو مالکان لوړې زده کړې نه لري.

تجربه: په هرصورت، تجربه ممکن د لوړو زده کړو څخه لوړه حساب شي. یوازې ۹ سلنه امریکایي اتباع د کوچیني تجارت څخه عاید نه لري. ډېرو متشبیثینو پوهنتون پرېښود (لکه مارک زاکربرګ د فیسبوک بنسټ کر، رالف لورن د ډیزاین جوړونکی، میشل ډیل د کمپیټر متشبث، بل ګیټس د مایکروسافټ بنسټ کر، استیف جابز او آبر ټراویس کلانیک د اپل اختراع کوونکي). په حقیقت کې د فوربس په لیست کې د هر اتو ملیارد خلکو څخه یو کس پوهنتون پرېښودلی.

له دوی څینې څینې دا کسان هیڅکله پوهنتون ته ندي تللي (لکه سېر ریچارد برانسون د سریال نوښتګر، اینګوار کامپګراد د IkEA شرکت بنسټګر، سېر کلایف سینکلیر اختراع کوونکی...[2]) په دې اړه ډېر دلایل شتون لري په پوهنتون کې څینې عالي متشبثین په کافي اندازه زده کړې کوي ترڅو د ښو نظرونو سره راشي چې په ګټو بدل کیدای شي؛ مګر هغه خلک چې واقعاً د پوهنتون څخه فارغ شي د نورو په پرتله ډېر خطر لري. ساینسي وړتیا لکه د نظر درلودل او د شرکت چلولو وړتیا نه ده او ممکن د هغې لپاره مناسبه نه وي.

1. Silicon Valley
2. (E.g. inventor Sir Clive Sinclair, designer Coco Chanel, serial entrepreneur Sir Richard Branson and IKEA founder Ingvar Kampgrad).

تعلیم یافته خلک معمولا متشبثینو ته نه بدلیږي، که څه هم یوازې یو څو دې ته متوجه دي. برعکس؛ ډېری بریالي متشبثین هغه خلک دي چې د ژوند ښه تجربه لري. په متحده ایالاتو کې، د هغوی په پرتله د هغو نیمایي څخه ډېر ۴۰ کسان دي چې دوی په دغو کې د پام وړ شخصي ستونزې لري. د مثال په توګه، دوی په سوداګرۍ یا آرشیف کې ناکامې تجربه کړې. (په حقیقت کې، لږترلږه یو برتانوي پانګه اچوونکي پدې باور دي چې خطر له یو ځل څخه ډېر دی، د احتمال لپاره له سوداګریز پلوه د اعتبار وړ معیار دی).

د ټولنیزې پېژندنې عوامل

ډېری شنونکو استدلال کوي چې د ټولنیزې پېژندنې فکتورونه، د کلتور، مذهب، او جمیعت پېژندنې له ډلې، کیدای شي تشبث ته وده ورکړي. د مثال په توګه، یوه ټولنه چې د ځان مرستې، سخت کار، هیلو او زړورتیا ارزښت لري ممکن ډېر متشبثین ولري چې د نورو څخه ښه کار وکړي. همدا ډول هغه ټولنه چې اتلانو ته درناوي کوي او یا په خلکو کې د بریالیتوب لپاره هڅونه رامینځته کوي ممکن د یو څه په ترسره کولو کې د غوره کار کولو لیوالتیا ته یې وهڅوي، او هغه ټولنه چې د بدلون څخه ویره نلري او د ګواښ پر ځای ورته د فرصت په توګه ګوري. دا کیدای شي ځینې بنسټیز بدلونونه هم راوړي چې متشبثین یې تولیدوي.

ارزښتونه: ګډ اخلاقي اصول لکه صداقت، د عدالت احساس او د افرادو د ملکیت حقونو ته درناوي کیدای شي د سوداګرۍ پرمختګ لامل شي. د کورنۍ ارزښتونه هم ګټور دي؛ یوه پیاوړې کورنۍ کولی شي له متشبث سره د لوړ خطر د کارونو په اداره کولو کې مرسته وکړي پرته له دې چې د کورنۍ غړو ته خبرداری ورکړي چې محتاط وي. مذهبي ارزښتونه هم مهم کیدی شي. د آلمان د پوهانو ټولنه ماکس وبر[1] په دې باور وه چې په اروپا کې پروتستان هیوادونه له اقتصادي پلوه ډېر بریالي دي. ځکه دوی دنیوي اعمالو ته ډېر دیني ارزښت ورکوي. په داسې حال کې چې راتلونکې نړۍ به بې له شکه مهمه وي، د دوی مذهبي عقیدې به تاسو سره مرسته وکړي چې د دې نړۍ سرچینې په داسې طریقه وکاروي چې ستاسو لپاره ګټور وي.

مهاجرت: اقلیتي ډلې اکثرا ښه متشبثین دي. د مثال په توګه نوي متشبثین چې په انګلستان کې (۱۴ سلنه) په نورو هیوادونو کې زیږیدلي دي، د نویو کارونو (۴۹ سلنه) نیمایي بهرنیان دي چې په ډېرې چټکۍ سره یې د نویو کارونو بنسټ کیښود او بهرني هیواد کې زیږیدلي دي[2]. په داسې حال کې د متحده ایالاتو هم د مهاجرو متشبثینو لوی شمیر لري.

1. Max Weber
2. Durmitriu and Stewart, 2019

په حقیقت کې، په ۲۰۱٦ کال کې یوې څېړنې وښودله چې په امریکا کې د نویو جوړېدونکو شرکتونو له نیمايي څخه ډېر بنسټ ایښودونکي مهاجرین وه چې ارزښت یې یو ملیارد ډالر یا هم له هغه څخه ډېر وو.[۱] د دې موضوع لپاره مختلف توضیحات وړاندې شوي: ځینو استدلال کړی چې اقلیتي ډلې د ځان د ثابتولو لپاره اړتیا لري، کوم چې دوی د بریالیتوب لپاره هڅوي. نور په دې باور دي چې دا «کلتوري سرحد» دی چې مهاجرین د بیلابیلو نظرونو سره راځي او کولی شي فرصتونه وګوري چې ځایی (محلي) خلک، د اوږدې پېژندنې له لارې یې ممکن له لاسه ورکړي.

1. Anderson, 2016

٤

د تشبث اقتصادي رول

تر دې دمه، موږ تشبث ته د عام چلند له مخې ګورو چې عام خلک يې په اړه فکر کوي. په هرصورت، اقتصاد پوهان متشبثيت ته په بل ډول ګوري او د متشبث اقتصادي رول په اړه خپل نظرونه لري. لږ تر لږه هغه څوک چې په لومړي ځای کې د دې په اړه فکر کوي دا کار کوي.

اقتصاد او ناڅرګندتيا

لکه څنګه چې يادونه وشوه، د اقتصاد اصلي کتابونه د تشبث په اړه لږ څه وايي. د دې اصلي لامل ښايي دا وي چې اقتصاد پوهان، د طبيعي علومو د برياليتوب سره ضد کوي، د طبيعت موضوع په پام کې نيسي. د پايلې په توګه، دوی د اقتصادي فعاليت په اړه د غير شخصي ځواکونو تعامل په توګه فکر کوي. دوی هڅه کوي د عددي معيارونو، ارتباطاتو، ګرافونو او فورمولونو په کارولو سره پايلې تشريح کوي. په حقيقت کې، اقتصادي ژوند داسې نه دی حتی پانګه اچوونکي نشي کولی د ورځني ځيزونو قيمت يا د اونۍ د اسعارو د تبادلې د نرخ وړاندوينه په سمه توګه کوي.

حتی مرکزي بانک چې ټولې سرچينې په خپل اختيار کې لري، نشي کولی په راتلونکو دريو مياشتو کې د اقتصادي ودې په اړه دقيق اټکل وکړي. په داسې حالاتو کې دا ناشونې ده؛ ځکه چې اقتصادي ژوند يو شخصي ميکانيزم نه دی. دا د ځان پيژندنې غير حقيقي اهدافو پيچلتيا او د بې شميره اشخاصو مختلف عملونه رامينځته کوي، چې هر يو يې په مختلفو شرايطو کې توپير لري. همدارنګه د طبيعي پيښو او نورو پيښو تر اغيز لاندې موږ نشو کولی په ډاډ سره وړاندوينه وکړو، لکه د کرمي او وچ کالي. هماغه ډول چې د شيکاکو اقتصاد پوهان فرانک نايت [1] وايي: متشبثين بايد د راتلونکي په اړه غوره اټکلونه وکړي، او ممکن د برياليتوب په اړه مختلف نظرونه ولري، همدا ده چې د متشبثينو ځينې اقتصاد پوهان په اصل کې هغه خلک دي چې سرچينې د خطر او کمښت سره مخ وي، دوی په اعتماد سره رهبري کوي.

1. Casino operator

نور استدلال کوي چې متشبثین د راتلونکي لپاره د خپل لید تعقیبولو خطرونو او کتو مسؤلیت په غاړه اخلي. ځینې یې د نوښتونو په معرفي کولو سره د متشبثینو کړووړې طبیعت باندې ټینګار کوي چې موجوده نظم ننګوي. له بل پلوه متشبثینو ته د افرادو او ډسپلینونو په توګه ګوري چې د فرصتونو څخه خبر دي او خالي ځایونه پرېږدي. دا د پام وړ ده چې مختلف ډولونه وګورو چې د دې دوو تفسیرونو څخه ځینې یې په بازارونو کې رامینځته کوي او بیا د درسي کتاب طریقې سره پیل کوي[1].

د درسي کتاب ماډل: د «بشپړې سیالۍ» او «توازن» اصلي نظرونه (چیرې چې بازارونه په بشپړ توازن کې وي) نوښت او بدلون له منځه یوسي. د انساني هڅونې په دې میخانیکي ماډلونو کې، نوي محصولاتو یا پروسو ته اړتیا نشته، د نویو شرکتونو د جوړولو یا ناکامۍ لپاره هیڅ توضیح او هیڅ هدف نشته. په عرضه یا تقاضا کې هر ډول لنډ مهاله ګډوډي پخپله جوړوي، او هرڅه په چټکه او اغیزمنه توګه توازن کوي؛ مګر، لکه څنګه چې د اتریش - امریکایي اقتصاد پوه لودویګ فون میزس[2] اشاره وکړه، په دې قضیو کې د باور کولو لپاره هیڅ دلیل شتون نلري. انسانان تېروتنې کوي او د ناسمو وړاندوینو پر بنسټ وړاندوینې کوي. د پایلې په توګه، مارکیټونه به هیڅکله بشپړ او سم نه وي، سربېره پردې، حتا مخکې دا هم پیښ شوي، مګر هر څه به بیا مخ په وړاندې ځي، او حتی بیا به تشې او تضادونه نور هم زیات شي. که بازارونه سم وي، نو د سوداګرو لپاره به د شیانو په ترسره کولو کې هیڅ رول نه وي. تر څو چې هیڅوک بشپړ نه وي نو ولې باید درد سر وي؟ دا حقیقت دی چې بازارونه بشپړ ندي هغه څه دي چې خلک کار کولو ته هڅوي، دوی د ښه ژوند لامل کیږي. متشبثین دا په مختلیفو لارو ترسره کوي: د عرضې او تقاضا د نه اطاعت پیژندنه، نوي او غوره ټیکنالوژي او محصولات رامینځته کول، او د سرچینو خطر او تنظیم کول.

دا اړینه ده چې د ناڅرګند راتلونکي په اړه د غوره قضاوت سره، کار او پانګه په فعاله توګه سره راټول شي، او دا تولید اداره شي. برسېره پردې، هغه پیښې چې اړتیا ورته په څنګ کې کیښودل شي پیچلي دي. د ځمکې دوه ټوټې یو شان نه دي، هیڅ دوه ماهر کارګران نشي بدلیدلی.

1. Klein and others, 2019
2. Ludwig Von Mises

د پانګې وسایلو هیڅ دوه ټوټې باید په درسي کتابونو کې د تنوع او کثرت څخه ستړې پټې نه کړي، چې د ایجاد، کار او پانګې په اړه خبرې کوي، لکه څنګه چې ټول بزګران، وړاندیزونه او کمپاینونه یو شان دي. حقیقت دا دی چې د پیچلو سرچینو ترکیب خطرناک نه دی. برسېره پر دې، متشبثین باید خپل وخت، انرژي او مهارتونه د نورو په هڅولو کې ولګوي چې په دوی باور وکړي. ډېری یې د راتلونکي سمه وړاندوینه نه کوي، یا دوی د سرچینو اداره کولو هڅه کوي، یا دوی په ویلو کې ښه مهارت نه لري؛ او دوی دغه کار کولو لپاره زړه نازړه دي. مګر دا ناکامۍ لاهم د دوی او نورو لپاره ګټور درس دی، پداسې حال کې چې د دوی لړ بریالیتوبونه د خلکو عمومي هوسایني لامل کیږي. د دې دلیل لپاره، په خلاص او رقابتي اقتصاد کې، دوی د پېرودونکو لپاره د مالي ګټې یوازینۍ سرچینه ده چې په خپله خوښه پیسې په یو څه مصرفوي.

په هر حالت کې، د دې هیڅ یو تبادله ستونزمنه نه ده؛ پرته لدې چې دواړه په دې ډول ځانونه ښه پېژني. څومره چې تبادله ازاده او پراخه وي، هومره ارزښت یې زیات وي، چې دا هغه څه دي چې سکاټلینډي اقتصاد پوه آدم سمیت په نوم ۲۵۰ کاله وړاندې اشاره ورته کړې وه.

متشبثیت؛ تخلیقي خنډ: د یو نوښتګر او اخلال ګر په توګه د متشبث نظر د اصولو په توګه اخیستل کیږي. د جوزف شومپېټر لپاره د سوداګر کلیدي رول نوښت و. دا یوازې د نویو شیانو اختراع یا کشف په معنی نه ده؛ بلکې، د نویو سوداګریزو نظریاتو درلودل او د شرکتونو بنه کول د نوښت د ودې پر بنسټ ولاړ وه. پدې پروسه کې ممکن د نوي او غوره ټیکنالوژیو یا توکو رامینځته کولو لپاره د سرچینو نوي ترکیب کارول شامل وي. یا نوي معلومات ومومي او عمل وکړي چې د نوي محصولاتو وړ وي. یا نوي بازارونه یا نوې سرچینې رامینځته کړي.

د هر یو چمتو کول د متشبث لخوا د فکر کولو عمومي لارې پرېښودل او د یو څه نوي او مختلفو بڼو رامینځته کول دي. د د یو حقیقي خوب درلودل او د هغه د ریښتیا کولو او څېړلو په معنا ده. د دې ټولو په نظر کې نیولو سره، شومپېټر تشبث او نوښت د یو ګډوډ ځواک په توکه نظر درلود. دوامداره نوښت ګډوډي رامینځته کوي، مګر دا هم د اقتصادي پرمختګ لپاره حیاتي دی.

دا نه یوازې د پېرودونکو لپاره د موجود محصولاتو لړۍ او کیفیت پراخه کړي؛ بلکې نوي میتودونه او نوی صنعت حتی د صنعت څانګو ته زیری ورکوي، او دا نوي میتودونه او محصولات پخپله سرچینه چې راتلونکي متشبثین کولی شي د نورو توکو په تولید کې یي وکاروي، لکه څنګه چې ریزتراشه (چیپ) د کمپیوټر جوړونکو د کمپیوټرونو په واسطه د موټر بې له ډریور څخه تک ته برابر کړ. جوزف شمپېټر په دې باور دی چې د پوهیدو لپاره بنسټیز ټکی دا دی چې موږ د پانګې سره معامله کولو کې د تکامل پروسې سره مخ یو.

تخلیقي کډوډي: د شومپېټر[1] په وینا، لکه څنګه چې مخکښان د نورو لخوا کاپي شوي، نوي میتودونه او نوي محصولات پراخ شوي. زاړه صنعتونه رقابتي نه دي؛ زوړ فیشن دندې له لاسه ورکولی شي؛ مګر دا ګټه لري چې دا د دې لامل کېږي چې کاري ځواک او نورې سرچینې د لوړ ارزښت محصولاتو او پروسو په تولید کې متمرکز شي. شومپېټر دې پروسې ته تخلیقي اختلال وایي. دا جمله د تاسف وړ ده؛ ځکه چې دا په تباهۍ تمرکز کوي او ښيي چې پانګوالی او متشبثیت د کارونو لپاره ګواښ دی. «تخلیقي اختلال» ممکن یو ښه اصطلاح وي. مګر شومپیټر په تشبث کې د نوښت په متحرک کولو ټینګار وکړ او سرچینې یې د لا زیاتو تولیدي کارونې په لور لارښوونه وکړه.

پداسې حال کې چې د تشبث بدلون یو خنډ دی، دا په ندرت سره ویجاړونکی دی؛ د بنسټیزو شرایطو پرته چې نوې ټیکنالوژي په ناڅاپي توګه ټول زاړه صنعت له کار څخه غورځوي، د بیلګې په توګه، د چاپ شوي انلاین اطلس نقشې، د فلم بدیل ډیجیټل عکاسي. په ډیری قضیو کې د لیږد سرعت ورو دی او جوړونکي د تنظیم کولو لپاره ډېر وخت لري.

د بېلګې په توګه، موټرو ورونکو نقلیه وسایلو ورو ورو په ځارویو د نقلیه وسایلو لیږد ځای نیولی ځکه چې دوی لېږد ډېر ګران تمامیږي، لړترلړه تر بل نوښت پورې، د هرني فورډ ډله ایز تولید شوې صنعتي پروسه دوی خورا ارزانه کوي. په یقین سره، د نړۍ د ډیرو هیوادونو صنعتي منظره د فابریکو، معدنونو او بندرونو په وجه بدله شوې، چې دا ټول د شومپیټر د تخلیقي تخریب ویجاړولو «ذاتي تباهۍ» د ویجاړولو ګواهي ورکوي. په هرصورت، د اقتصادي پرمختګ ښکاره ګټې باید د دې زیانونو په مقابل کې وزن شي. هیڅوک نه غواړي چې ډیری اختراعات پریږدي چې موږ ته یې شتمني او فرصت راکړی ده او زموږ د یوند یوه برخه په خوړو اوبو او سوند مصرفوي.

1. Joseph Schumpeter

متشبثین د څېړونکو په توګه

متشبثینو د اقتصادي رول په اړه یو بل متضاد نظر د اسراییل انګلیسي-امریکایي اقتصاد پوه کرزنر[1] لخوا وړاندیز شوی. د کرزنر په وینا، متشبثیت د ورک شوي فرصتونو څخه خبرتیا او د ګټې اخیستو هڅه کول دي. متشبثین په هوښیارۍ سره د مطابقتونو څخه خبر دي چې نور یې لا تر اوسه د قناعت وړ نه دي لیدلي، لکه نرخونه چې د بازار شرایط په بشپړه توګه نه منعکس کوي او دا موندنې تعقیبوي.

متشبثین بدلون ته د عادي او سالم په سترګه ګوري. معمولاً دوی خپل ځان نه بدلوي، دا د متشبثینو او تشبث تعریف دی، متشبث تل د بدلون په لټه کې وي، ورته ځواب ورکوي او د فرصت په توګه ترې ګټه پورته کوي. دا ډول تشبث د شومپیټر له نظره تخلیقي اختلال ته عادي ښکاري. دا په محدود شمېر خلکو باور نه کوي چې نوښتګر طبیعت لري. په حقیقت کې، موږ ټول د فرصتونو په لټه کې یو چې د غوره کارونو په لټه کې واوسو یا د لا زیاتو کارموندنې لپاره روزنه وکړو. ځینې وختونه موږ په سم ځای کې مناسب خلک یو چې د هغه څه کارولو لپاره چې موږ ته مناسب ښکاري ګټه واخلو؛ موږ باید یوازې له فرصت څخه ګټه پورته کړو. د کرزنر په نظر، متشبث نه یوازې په لومړي ځای کې یو قیمتي فرصت دی؛ بلکې دا یو پریکړه کونکی هم دی.

متشبثین او همغږي: متشبثین د بازار د ګډوډولو پرځای دوی نظم راولي. بازارونه ښه کار کوي؛ مګر دوی هیڅکله بشپړ ندي او غلطي تل پیښیږي. د امکان تر حده په خلکو کې د نوي ټیکنالوژیو د احتمال په اړه پوهیدل؛ د مثال په توګه، د عرضې او تقاضا د سم حالت په اړه ګډوډۍ او خالي ګاه شتون لري، کوم چې کولی شي د نظم د ګډوډولو لامل شي.

د کرزنر په وینا، متشبثین دا ډول تشې او نه اطاعت ته د ستونزې په سترګه نه ګوري؛ بلکې، دا د ګټور فرصت په توګه لیدل کیږي، او د متشبثینو د ګټې لپاره دا واقعیا د تشو په ډکولو کې مرسته کوي. د بیلګې په توګه کیدای شي دا ومومي چې د بازار نرخونه د عرضې او تقاضا له اصلي حالت سره سمون نه لري او بیا د هغه شیانو پیرودل پیل کړي چې فکر کوي خورا ټیټ دي یا هغه شیان وپلوري چې دوی فکر کوي خورا ګران دي. د دوی موخه دا ده چې مالي ګټه ترلاسه کړي؛ مګر د دوی کړنې د ټیټ ارزښت لرونکي توکو د بیې د لوړیدو او د هغو توکو د بیې د کمیدو لامل هم کیږي چې خورا ګران کیږي.

1. Israel Kirzner

دا د قیمتونو انډول کولو لامل کېږي، په ځانګړې توګه کله چې نور وګوري چې دوی څه کوي هغوی تقلید کوي. په دې توګه، د کرزنر په نظر، متشبث هغه څوک دی چې د اقتصادي سرچینو ترمنځ همغږي زیاتوي؛ نه هغه څوک چې شیان ګډوډ کړي. هغه وايي«که بازارونه ویجاړ شي، دا د دې لپاره چې د بازار ګډونوال د یو څه په اړه ناخبره دي او د سمولو فرصت نه لري» په ورته وخت کې د متشبثینو هوښیارتیا او عمل د واقعیتونو په اړه د لا پوهاوي خپرولو کې مرسته کوي. لکه څنګه چې دوی او د دوی تقلید کونکي نرخونه لوړوي او ټیټوي، سرچینې په خورا ارزښتناکه او لږ د کم ارزښتو څیزونو کارونو کې ښودل کېږي.

متشبثین؛ د معلوماتو پروسس کوونکي: دا په دې معنی نه دي چې په ټیټ نرخ پېردل او په لوړه بیه پلورل اسانه دي. متشبثین د اوسني حالت په اړه په هر څه نه پوهېږي، او راتلونکی نور د دوی هم ناڅرګند دی.

سربېره پردې، د دې ډیزاین، جوړونه او بازار ته عرضه کول وخت نیسي؛ له همدې امله متشبثین باید د راتلونکي عرضې او تقاضا تشې وړاندوینې او ډکولو لپاره هڅه وکړي. څرنګه چې هیڅوک نشي کولی د راتلونکي په اړه دقیق اټکل وکړي، متشبثین باید د بدلون پروسې په اړه د وړاندوینې وړ وي.

د دې په اړه کوم خاص نظر شتون نه لري؛ مختلف متشبثین د خطرونو اخیستو او په راتلونکي کې د دوی ناڅرګندتیا ارزولو لپاره د دوی د غوښتنې پراساس مختلف دریځونه نیسي. البته، څومره چې دوی ډیر معلومات لري، د بریالیتوب احتمال یې ډیر دی. له همدې امله، دوی ممکن په تحقیق او تجربو کې پانګونه وکړي ترڅو معلومه کړي چې کوم احتمالي پیرودونکي دوی غوره کولی شي. د دې لپاره چې پوه شي چې د تولید اختیارونه شتون لري او د دوی د سوداګرۍ مفکورې پایښت کشف کړي. مګر دوی باید د معلوماتو په اړه پریکړه وکړي کوم چې غیر متناسب، ویشل شوي، نامکمل، او ډیری وختونه د ترلاسه کولو او تفسیر لپاره ستونزمن وي. او هغه څه چې دا ګټور کوي دا حقیقت دی چې متشبثین د محصولاتو راتلونکي نرخونه د نورو خلکو په پرتله خورا دقیق قضاوت کوي، د تولید ځینې یا ټول فکتورونه په نرخونو اخلي چې په راتلونکي کې خورا امکان نلري. متشبثین باید د خپل وخت، انرژۍ او پانګې بې شمیره نورې کارونې هم په پام کې ونیسي او ارزونه وکړي چې اقتصاد پوهان د فرصت مصرف بولي، او کوم ستراتیژۍ ممکن خورا اغیزمن وي.

په هرصورت، لکه څنګه چې د آلمان اقتصاد پوه لودویګ لیچمان[1] اشاره وکړه، د بشري اهدافو ډېریوالي ته په پام سره یو شمیر ممکنه توکي شتون لري چې د دوی د پوره کولو لپاره تولید کیدی شي، او د تولید بیلابیل لارې شتون لري. د دوی ترمنځ غوره کول اسانه کار نه دی د ډېری انتخابونو له امله، متشبثین باید نه یوازې نوي محصولات واخلي؛ مګر د نوي ټیکنالوژیو او تولید پروسې آزموینې لپاره دوی مختلف معلومات سره یوځای کوي.

پایلې ارزوي، او بیا نور ترکیبونه هڅه کوي چې د دوی شبکې د تولید لپاره ګټور او ارزانه کړي چې د دوی اصلي پیرودونکي غواړي. اوس هم د لاسوهنې امکان شته او دا د حیرانتیا خبره نه ده چې په دې برخه کې هم تېروتنې کېږي؛ مګر ټول متشبثین ټول مختلف محصولات او پروسې په رقابتي ډول تجربه کوي، او د دې له لارې پوهه ترلاسه کیږي او خپریږي. اوږدمهاله تولیدات په ټول اقتصاد کې زیاتیږي، چې هرچا ته ګټه رسوي. د لچمن په وینا، موږ د غیر متوقع بدلون نړۍ کې ژوند کوو. له همدې امله، مرکزي ترکیبونه تل د بدلون، تخریب او بدلون په حال کې دي. پدې فعالیت کې ، موږ د متشبثینو ریښتیني فعالیت ګورو.

متشبثین او ناڅرګندتیا: دا یوه دوامداره پروسه ده. متشبثین هیڅکله نشي کولی غوره محصول یا د تولید بشپړ میتود رامینځته کړي. دا تل د نورو لپاره ممکنه ده چې دوی له مینځه یوسي او په سر کې وي. تر ټولو ډیر چې موږ ویلای شو دا دی چې په رقابتي بازارونو کې لږ بریالي محصولات او پروسې ډیر بریالي محصولاتو ته لاره هواروي[2]. مهمه نه ده چې دوی باید د تل لپاره ښه او مناسب وي، دوی باید د بازار شرایطو سره چې پدې وخت کې پیښیږي برابر وي. خو حتماً هغه شرایط به هم بدل شي. د تیلو یا خواړو عرضه کیدای شي د جګړې یا وچکالۍ له امله اغیزمنه شي، یا د سکوټرونو غوښتنه لوړه شي؛ څکه چې نفوس ورځ تر بلې بډای کیږي[3]. دا ډول بدلونونه د نورو متشبثینو لپاره فرصت برابروي چې شتون ولري او تشې ډکې کړي. څکه چې مارکیټونه تل بدلیږي، متشبثین باید خپل انتخاب په خطرناک او ناڅرګند چاپیریال کې ترسره کړي. خو کرزنر وایي، د ده منتقدین دغه خطر او ناڅرګندتیا له پامه غورځوي. د هغه متشبثین چمتو دی چې تشې ډکې کړي؛ مګر د تشو پیژندل اسانه برخه ده. اصلي ستونزه دا ده چې د حل ډیزاین، تولید او بازار موندنه وخت نیسي چې بیا همغږي کیږي. په هغه وخت کې ښایي نور بدلونونه هم رامنځ ته شوي وي او د متشبث تصور ښایي له پیدا کیدو مخکې له منځه تللی وي.

1. Ludwig Lachmann
2. Mises, 1950
3. Disability scooter

متشبثين او قضاوت

امريکايي اقتصاد پوه پيټر جي کلاين[1] وړانديز کوي چې د تشبث اصلي ښاخ د ناڅرګندتيا لاندې قضاوت د اطمنان وړ ده. متشبثين د نامعلوم راتلونکي سره معامله کوي او بايد په پام کې ونيسي چې بدلون څنګه پېښيږي؛ البته هيڅوک د يوې دندې پر پايلې په سمه توګه نه پوهيږي، نو د راتلونکي قضاوت ته اړتيا ده. څېړنه او تجربه د متشبثينو سره مرسته کوي لکه څنګه چې ميزيس باور لري، د سوداګرۍ قضاوت قواعدو او جوړښتي نظرياتو ته اړتيا لري چې د تدريس او زده کړې له لارې نه زده کيږي.

متشبثين بايد برنامه ولري، په سرچينو تمرکز ولري او محصولات بايد په داسې شکل توليد کړي چې دوی ترې تمه لري. دا چې د بازار شرايط به څنګه بدل کړي، دوی بايد اميد لرونکي وي دا پايله د ليدونو ورته تنوع دی چې متشبثيت په احتمالي توګه ګټور کوي. که هرڅوک فکر وکړي چې اټومي فيوژن نړۍ ته د خوندي او تقريبا وړيا انرژي د راوړلو په لاره کې دی، د پانګونې لپاره به هرڅوک خپل زړه ښه کړي ترڅو پدې کې پانګونه وکړي، خو احتمالي ګټه به ډيره لږه وي. متشبثين يوازې د پام وړ ګټه ترلاسه کوي کله چې دوی سم قضاوت وکړي؛ پداسې حال کې چې نور غلط قضاوت کوي.

لکه څنګه چې ميزيس باور لري، چې يو متشبث د نورو په پرتله د راتلونکي په اړه مختلف نظر لري. له همدې امله، نن ورځ متشبثين کولی شي د ټيټ لګښت سرچينې راټول او واخلي ترڅو په راتلونکي کې په لوړه بيه خدمات وپلوري؛ پرته له دې چې خلک خپل لګښتونه وړاندې کړي، توماس واټسون، د IBM پخوانی رييس شايد هيڅکله په ۱۹۴۳ کال کې کې خپل داسې اټکل شوي بيانونه نه وي وړاندې کړي، هغه وايي (زه فکر کوم چې يو نړيوال بازار د پنځو کمپيوټرونو لپاره ده) مګر دا په ۱۹۴۰ او ۱۹۵۰ کلونو کې غيرې معمولي نظر نه و. بيا يې کمپيوټرونو ټول پوړونه نيولي وو او دومره ګران وو چې يوازې سترې ادارې يې د يوه دانه د اخيستلو توان درلود. د دوی ظرفيت تر ډيره حده په ځانګړې رياضيکي ستونزو پورې محدود وه. د ټيکنالوژۍ په پرمختګ سره، نورو، لکه د اپل شريک بنسټ ايښودونکي استيف جابز يو بنسټيز چلند غوره کړ، چې هرڅوک بايد وکوالی شي د کمپيوټر څخه کار واخلي ترڅو د دوی ورځني کارونو کې مرسته وکړي. هغه د دې د ترسره کولو لپاره خلاقيت او انګيزه هم درلوده. لکه څنګه چې IBM د بازار کنټرول له لاسه ورکړ، له همدې امله دا ستونزمنه ده چې يو ښه مثال وموموئ چې څنګه هرڅوک وکولی شي يو متشبث درک کړي.

1. Peter G. Klein

۵
د تشبث اهمیت

د متشبثینو ځینې اقتصادي ګټې (لکه د تولید زیاتول او د لوړ ارزښت لرونکو توکو لپاره د سرچینو لارښوونه کول) چې مخکې یادونه وشوه، مګر په اقتصادي او ټولنیز ډول متشبثیت نورې ګټې هم لري.

اقتصادي ګټې

د تولید وده: لکه څنګه چې یادونه وشوه، متشبثین د ډیرو تولیداتو وړتیا سره اقتصادي وده ګړندۍ کوي؛ مګر دا د غوره تولید وړتیا رامینځته کولو سره اقتصادي پرمختګ هم هڅوي. متشبثین د نوي او غوره ټیکنالوژۍ په لټه کې دي ترڅو تولید زیات کړي او داسې توکي تولید کړي چې نه یوازې ارزانه بلکې خورا ډیر او هم ډیر ګټور او د ښه کیفیت لرونکي وي.

پایلې دا ښه ښې، زموږ موټرونه په لږ ډول زیانمنیږي. دوی موږ ته د موټر د ماشین د ستونزو په اړه وایي، کم مصرفه دي او اتومات ډول پارک کیږي. زموږ کمپیوټرونه په کوچینۍ بڼه ګړندي او ښه شبکې لرونکي دي. زموږ کڅوړې سپکې او پیاوړې دي او څرخونه لري چې موږ سره د بار په وړلو کې مرسته کوي. زموږ د لاس ګوتې نور نه داغ کیږي؛ ځکه چې زموږ قلمونه هره ورځ د رنګ بوتل ډکولو ته اړتیا نلري. لوی ګراموفونونه کوچني جیبونو ته لاره هواره کړې چې موږ ته په لوړ کیفیت کې د نړۍ غوره هنرمندانو غوره پرفارمنس ته فوري لاسرسی راکوي. زموږ تلویزیونونه لوی، نري، روښانه او ښه غږ لرونکي دي. زموږ د غاښونو برس بریښنایي ده او موږ ته رهنمایي کوي چې خپل غاښونه په سم ډول برس کړو، شامپو نورې زموږ سترګې نه سوځوي. ډیر ژر به موټرونه په خپله چلیږي او دا ټول نور محصولات به هم ښه شي.

متشبثین پیرودونکو ته داسې توکي وړاندې کوي چې د دوی ژوند ښه کړي، ځینې وختونه په لید کې، لکه څنګه چې وایي یو صنعتي روباټ کولی شي د تولید کونکي لپاره یو څه کار ترسره کړي.

د کانه (په غوږ څه نه اوریدل) سړي لپاره د اوریدلو مرستې یا سمارټ تلیفون پلورل د هرچا لپاره هرڅه کولی شي، او دا پرمختګونه به په همدې شکل دوام لري.

غوره معلومات: د متشبثينو فعاليتونه هم د دې په اړه معلومات خپروي چې کومه پروسه غوره ده او کوم محصولات ډېر ارزښت لري. د لګښتونو کمولو او د محصول کيفيت ښه کولو لپاره د معلوماتو د يوځای کولو او کارولو نوي ميتودونو تجربه کولو سره، دوی د نورو لپاره د کار کولو غوره لارې ښيي. دوی نورو ته د دې فرصتونو څخه خبر ورکوي د سرچينو پېرودلو له لارې چې دوی فکر کوي بې ارزښته دي يا د هغه شيانو پلورلو سره چې دوی خورا ارزښتناکه ګڼي. دوی نورو ته په ډاګه کوي چې تقاضا د محصولاتو په وړاندې کولو سره څه ده چې پېرودونکي يي په فعاله توګه غوره کوي. د معلوماتو غوره او ډېر بشپړ خپرول او فعاليت د بازار اغېزمنتوب لوړوي. لکه څنګه چې نور هڅه کوي د مخکښ متشبثينو له بريا څخه ګټه پورته کړي، سرچينې لکه پانګه او کار د ټيټ ارزښت پروګرامونو څخه د ارزښتناکو پروګرامونو ګټه اخيستل او د لږو سرچينو څخه ډېر ارزښت اخيستلو سره مرسته کول.

ابشار ي سپارښتنې: ځينې وختونه د متشبثينو توليد د نورو محصولاتو يا حتی ټول صنعت پرمختګ لامل کيږي. د مثال په توګه، مايکرو پروسيسرونه او ټچ سکرينونه ټابليټونه او سمارټ فونونه، کوم چې په پايله کې د مسافرينو ګڼ پلانونه او د کاغذ پرته ټکټونه ممکن کوي. په ۱۹۹۰ کال کې په هند کې د معلوماتو او اړيکو ټکنالوژۍ صنعت ظهور يو ډول ابشار او د نويو دندو رامينځته کولو امکان رامينځته کړ. دوی د نوي د نوي جوړونې شبکې، هارډوير، او سافټوير ساتنې لپاره شبکې او غوښتنې مرکزونه چمتو کړل، چې دا ټول د کارموندنې ودې په برخه کې مرسته کوله.

په ملي او نړيواله کچه ډېرو اړيکو خلک د خپلې ټولنې څخه بهر د بازار شرايطو څخه ډېر خبر کړل او د متشبثينو نوي نسل ته يې اجازه ورکړه چې فرصتونه رامينځته کړي، نه يوازې په محلي توګه؛ بلکې دوی نړۍ ويني او ګټه ترې اخلي.

دا پرمختګ یوازې اقتصادي نه ؤ. په هند کې د کار نوي فرصتونه خلک له سختې کرنې څخه لرې کړي او په ښارونو کې یې ژوند کولو اسانه فرصتونه برابر کړل. ښوونیز بنسټونه نوي کارګرانو ته د مهارتونو د زده کړې لپاره رامینځته شوي یا رامینځته کیږي. نویو صنعتونو خپل کار د طبقاتي نظام له منځه وړلو سره پیل کړ. ځکه چې دوی مسلکي او فکري کارمندانو ته اړتیا درلوده. په ورته وخت کې، حتی هغه کسان چې په ځمکه کې پاتې دي د معلوماتي ټکنالوجۍ له انقلاب څخه یې ګټه پورته کړې. ښځو نوي کارونه پیدا کړل چې په خپل کلي کې یې نورو ته موبایل ټیلیفونونه اجازه ورکړي او له انټرنیټ سره تړلي ټیلیفونونو سره اوس بزګران کولای شي چې د خپلو وریجو، غنمو، پنبه، بورې، پیاز او چایو بیې په سلګونو کیلومتره لرې په بازارونو کې وڅیړي. دا هغه څه دي، چې محلي بزګران یې وړاندیز کوي، دوی د غوره قیمتونو په اړه خبرې اترې کوي.

د تولید زیاتوالی

اوږد مهاله پرمختګ: د نویو کمپنیو په رامنځته کیدو او ډیر تولید سره، ارزانه او غوره محصولات تولیدیږي او په اغیزمنه توګه پیرودونکو ته سپارل کیږي، پخوانی دندې د کم تولید سره د بازار برخه له لاسه ورکوي. دوی ممکن حتی بازار په بشپړ ډول له لاسه ورکړي مګر په بدل کې نوي شرکتونه ممکن د پخوانیو شرکتونو ځای ونیسي چې حتی ډیر اغیزمن محصولات تولید کړي. پایله یې سیستماتیک پرمختګ او اوږد مهاله اقتصادي تولید او د ارزښت رامنځته کول دي. سرچینې لکه کار او پانګه په هغو قضیو کې کارول کیږي چې ډیر ارزښت لري. ډیر او غوره محصولات د ټیټ او ارزانه توکو په کارولو سره تولید کیږي.

انټرناسیونالیزم (نړیوالتوب): په حقیقت کې دا په نړیواله کچه پیښیږي. متشبثین نور اړتیا نلري چې د خپلې د سوداګرۍ پراخولو لپاره سپما وکړي یا د ملګرو او کورنۍ یا محلي پانګوالو په پیسو تکیه وکړي.

که د دوی مفکوره هیله مند وي او دوی ښه مدیریت مهارتونه او قوي سوداګرۍ مهارتونه ولري، دوی کولی شي د نړۍ په هر ځای کې د پانګې بازارونو څخه کار واخلي، هغه فنډونه چې دوی ورته اړتیا لري پور واخلي یا د پانګې په بدل کې د خپلې سوداګرۍ برخه وپلوري. دا په ځانګړې توګه په بې وزلو هیوادونو کې د متشبثینو لپاره مهم دی، چیرې چې د محلي بودیجې ترلاسه کول ستونزمن دي.

دا په بالقوه توګه دوی ته اجازه ورکوي چې ورته بوديجې ته لاسرسی ومومي چې حتی په بدایه هیوادونو کې متشبثینو ته شتون لري. د مثال په توګه «انساني پانګه» د مالي پانګه ګرځنده ده؛ مدیران او مشاورین کولی شي خپل مهارتونه ټولو هغو هیواد ته انتقال کړي چې هلته د دوی قدر وي او په لوړه سترګه ورته کتل کیږي. یوځل بیا دا په ځانګړې توګه په بې وزلو هیوادونو کې د متشبثینو لپاره ریښتیا ده، چیرې چې مدیریتي روزنه ممکن لږ پرمختللې وي او د ښه مدیرانو موندل ممکن ستونزمن وي. د بېلګې په توګه، پانګې ته لاس رسی، غوره مدیریت او مشورې ته لاس رسی له متشبثینو سره مرسته کوي چې خپل تولیدات زیات کړي، په دې توګه د ټولنې او هیواد تولیدات د هوساینې لور ته مخه کوي او تولیدات پرمختګ کوي.

ځېړنه او پراختیا: نورې اقتصادي ګټې هم شتون لري. د محصولاتو، پروسس، د متشبثینو په ښه کولو تمرکز، پوهاوی، نوې پانګونه، نوې ټیکنالوژي او د نویو محصولاتو رامینځته کول، د نویو بازارونو ځېړنه او پرانیستل. د خپلو محصولاتو سره د بشپړ رضایت سره تاسیس شوي صنعتونه ممکن د عاید کچې ته ورسیږي، مګر نوي توکي د ښه یا ارزانه شیانو لپاره د بازار تقاضا خلاصوي. لکه څنګه چې محصولات ډیریږي او ډیر لګښت لري، عام خلک د شتمنیو زیاتوالی تجربه کوي. پداسې حال کې چې نوې پروسې نوي کاري فرصتونه او د عاید لوړ امکانات رامینځته کوي. په حقیقت کې، ډیرې نوې دندې د کوچیني سوداګرۍ پیل څخه منځ ته راځي.

انساني ګټې

تشبث د اقتصادي او ټولنیزو ګټو سربیره انساني ګټې هم لري. د نویو او غوره محصولاتو په وړاندې کولو باندې د متشبثینو تمرکز موږ په زړو او مصروفو ټیکنالوژیو باندې لږ انحصار کوي. زموږ نیکونو هم زیات وختونه په تخته باندې د کالیو په مینځلو، وچولو او یا به یې اوسپنې په اور باندې ګرمولې او بیا به یې تیرې کولې ډیر وخت به یې په دغو ځېزونو باندې تیراوه. مګر اوس موږ اتوماتیک وچونکي ماشینونه او غیرې اوسپنیزې پارچې لرو. دا یوازې د دې لپاره شتون لري چې متشبثینو دوی خپل هدف ګرځولی دی.

د دې او نورو ډېرو پرمختګونو پایله، له کرنې، روغتیا او خرڅلاو څخه تر ترانسپورت پورې، او داسې نور، دا ټول هغه څه دي چې موږ یې د انتخاب کولو حق لرو. موږ اړتیا نه لرو چې دا ټول وخت د خپلو لومړنیو اړتیاوو او آرامۍ په اړه فکر وکړو. متشبث نوښتونه زموږ کارونه ډېر ګټور کوي برسېره پردې، شرکتونه کاري فرصتونه رامینځته کوي. دا په ځانګړې توګه د مهاجرینو، اقلیتونو، ځوانانو او مېرمنو لپاره ګټوره ده چې کیدای شي د کارګرانو او مدیرانو لخوا په لویو او تاسیس شویو صنعتونو کې تبعیض وي. دا کارګرانو ته اجازه ورکوي چې د دوی د ژوند او زده کړې د ښه کولو لپاره اړینه سپما او پانګه راټوله کړي، کوم چې ډېره «بشري پانګه» او کارموندنې په برخه کې کیږي. دا ټولې شخصي او انساني ګټې دي نه یوازې وچې اقتصادي ګټې.

ټولنیزې ګټې

تشبث ټولنیزې ګټې هم لري. یوه ټولنه چې په تشبثي کارونو کې تنوع لري دا شاید د یوې ټولنې په پرتله خورا باثباته او سوله ایزه وي چې د ځینو لویو درنو صنعتونو لکه یو لوی کان، د فولادو کارخانې یا د موټرو فابریکې لخوا اداره کیږي. بدلون او پرمختګ په تدریجي ډول واقع کیدی شي. دندې تللی او راتللی راشي، خو کارګران کولی شي د خپلې خوښې سره سم ګټه پورته کړي.

دوی د پراخې بیکارۍ په ویره کې ژوند نه کوي که چیرې کاري پروسه تېته شي. متشبثین هم په خیریه او ټولنیزو پروژو کې بریالي لوی پانګه اچوونکي دي. البته، د دې تر شا خالص سوداګریز انګیزه شتون لري. دوی ممکن هیله ولري چې د عرضه کونکو، کارمندانو او پیرودونکو ترمنځ په سوداګرۍ کې ښه نیت ته وده ورکړي. او د ځایي ښوونځیو او روغتونونو په ملاتړ سره، دوی کولی شي صحي او ډېر ماهر کاري ځواک جذب کړي. د محلي چاپیریال په ښه کولو سره، دوی کولی شي د خپلو کارمندانو مورال لوړ کړي او د اوږدې مودې لپاره یې وساتي. دوی ممکن حتی د نوي فرصتونو موندلو په تمه د لوړو زده کړو پروژې څېړنې او پراختیا ته وده ورکړي چې د دوی سوداګرۍ احتمالي ګټه پورته کړي.

سره له دې، ډېری متشبثین خیریه فعالیتونه فقط خیریه وي. اندرو کارنګي[1] د خپل برخلیک ډېره برخه د وړیا عامه کتابتونونو په جوړولو او ښه کولو کې مصرف کړه. د بیل او میلنډا ګیټس[2] د مایکرو سافټ سوداګر د فونډیشن له لارې، په ملیاردونو ډالر بې وزلو هیوادونو سره د مرستې په برخه کې مصرفوي. ډېری متشبثین دا کار د خپلې سوداګرۍ لپاره نه کوي؛ بلکې، دوی په لوړه کچه تعلیم او څېړنې ته وده ورکوي څکه چې دوی خپل پرمختللي ساینس او ټیکنالوژي پرمخ وړي. ممکن دوی دا ووایي چې ولې نن ورځ ډېری عالي متشبثین د فضا سپړنې سره علاقه لري.

یو څه چې ډېر خطر لري او د ساده سوداګرۍ پروژې په توګه نشي تشریح کیدی. د لسیزو او پیړیو لپاره، متشبثین په غیر متناسب ډول د بنسټیزو نوښتونو مسولیت لري چې د خلکو ژوند یې په ژوره توګه بدل کړی دی. په دې نوښتونو کې توکي شامل دي لکه د چاپ خونې، د بخار ماشینونه، د کارټینګ دستګاوې، د اوبدلو ماشینونه، ټیلیفونونه، ریل پټلی، ټرنټ میزونه، الوتکې، فلوټینګ شیشې، او د کور کمپیوټرونه. په حقیقت کې، دا ټول نه ختمیدونکی دی.

ډېری اختراع کونکي د دغو څیزونو د کشف په وخت کې د بل څه په لټه کې وو، لکه مایکرو ویف یا پني سیلین، حتی کورن فلیکس او سوپرګلو. څینې وختونه، په تصادفي توګه، دوی د نوي صنعتونو رامینځته کولو، د ټول اقتصاد عصري کولو، او زموږ د ژوند او کلتورونو د تکامل لامل کیږي.

د ګټې ټولنیز رول: په یاد ولرئ چې ډېری متشبثین ممکن د مالي ګټې لخوا هڅول کیږي؛ مګر دا پدې معنی نه ده چې دوی یوازې د نورو څخه پیسې غلا کولی شي، په ازاد او رقابتي اقتصاد کې، متشبثین کولی شي یوازې نورو ته د ارزښت په ورکولو سره پیسې ترلاسه کړي. د دوی مالي جایزې د پیرودونکو له لارې ترلاسه کیږي، هغه پیرودونکي چې ژوند یې د متشبثینو د محصولاتو په واسطه ښه شوی او فکر کوي چې د پیسو په بدل کې د دې توکو داوطلبانه تبادله یو عادلانه او مساوي انتخاب دی او پدې پروسه کې متشبثین د دوی له لارې ارزښت خپروي چې هرڅوک کولی شي ور څخه برخمن شي. په یاد ولرئ چې ګټه یوازې مالي ګټه نه ده. د یو متشبث د پیرودونکي له هغه محصول څخه ګټه پورته کوي چې دوی یې تادیه کوي، او دا د هغه پیسو څخه ډېر ارزښت لري چې دوی یې ورکوي.

1. Andrew Carnegie.
2. Bill & Melinda Gates Foundation

ګټه په ساده ډول د هغه څه څخه ډیر ارزښت لري چې تاسو یې تصور کوئ، لکه د بې ګټې او بې کاره تیرو څخه ګټه اخیستل د ارزښتناکو کمپیوټرونو لپاره د چپسونو جوړول. ګټه هغه څه نه ده چې موږ یې غندنه کوو؛ بلکې دا هغه څه دي چې باید د اقتصادي او ټولنیزو ګټو لپاره تعریف شي. که موږ په لرو منابعو سره ډیر ارزښت لرونکي څیزونه پیدا کړو، نو زموږ ټول ژوند به بهتره شي. څرنګه چې متشبثین مالي ګټې تعقیبوي، دوی د اقتصادي فعالیت څخه ډیر عاید ترلاسه کوي د هغه څه په پرتله چې دوی خپلې پیسې په یو محصول مصرفوي، دا مالي هڅونه د ارزښتونو په پیاوړتیا کې مثبت ټولنیز اغیزه لري، انتخابونه پراخوي او د هرچا لپاره محصولات زیاتوي. په حقیقت کې، څومره چې ګټه لوړه وي، هغومره عامه ټولنیزه ګټه هم زیاته وي. مالي ګټه د اضافي ارزښت یو پیاوړی شاخص دی چې متشبثین یې منځته راوړي.

دا ښيي چې متشبثین د لګښتونو کمولو لپاره یوه لاره موندلې ده چې د قیمتي سرچینو په تعقیبولو سره ډیر تولیدي کارونو ته ښوونه وکړي او د ارزانه محصولاتو یا غوره کیفیت وړاندې کولو سره تولید شوی ارزښت زیات کړي. په حقیقت کې، څومره چې اقتصاد ډیر ترلی نه وي او سالم رقابت ولري، سیالانو یې کولی شي چې بازار ته په اسانۍ ننوځي یا له بازار څخه بهر شي، او څومره چې په متشبثینو باندې فشار لوړ وي، لګښتونه یې ټیټ او د محصولاتو ارزښت یې لوړ وي. که دوی په دې میدان کې ناکام شي، پایله به یې دا وي چې نور به په اسانۍ سره وکولی شي چې میدان ته داخل شي او له هر څه د ځان په ګټه تمام کړي.

بیا پایله دا ده چې د تولید او ارزښت په رامینځته کولو کې دوامداره پرمختګ وي. ارزانه محصولات پدې معنی دي چې هرڅوک په هغه شیانو ډیرې پیسې لګوي چې دوی ته ډیر ارزښت لري. د کیفیت ښه کول پدې معنی دي چې هرڅوک ورته د لګښت ډیر ارزښت ورکوي. موږ باید د دې پرمختګونو لپاره د متشبثینو څخه مننه وکړو. دوی کولی شي له دې څخه مالي ګټه ترلاسه کړي؛ مګر موږ ټول له دوی څخه یو ډول ګټه پورته کوو.

په حقیقت کې، دا ستونزمنه ده چې معلومه شي چې څومره بخت او څومره د دوي مناسبې فیصلې او هڅې د متشبثینو په بریالیتوب کې رول لوبوي. ډېری خلک د قسمت له لارې ترلاسه شوې «ناڅاپه ګټه» کټي سره ضد او حتی غواړي چې مالیه ورکړل شي؛ مګر دا یوازې د متشبثینو په شمیر کې د دې کمښت له امله دی چې له لاسه ورکړل شوي فرصتونو څخه خبر دي چې دا په ټوله کې ټولنې ته زیان رسوي. د ټولنې حالت به هغه وخت ښه وي که چیرې موږ ډېر خلک وهڅوو چې د تشبث لپاره ښه فکر وکړي.

۶

د تشبث پراختیا

د نړیوالو شتون: په ټوله نړۍ کې د متشبثینو د کچې اندازه کول ستونزمن دي. لکه څنګه چې موږ ولیدل د شغل روښانه شاخصونه لکه ازاد کاروبار د ځان ګمارنې یا دکار د پیل نرخونه، او حتی پدې اړه بحث شتون لري چې باید د تشبث په نوم یاد شي؛ دا یو نظر دی چې آیا متشبث یو خالص سوداګریز فعالیت دی یا «ټولنیز متشبث» او نور ډولونه یې هم باید په پام کې ونیول شي. په پراخه معنی دوی ټول اصلاً یو څه متشبثین دي، تل د دوی لپاره موجود مهارتونه، وړتیاوې او سرچینې کارول کیږي ترڅو د لږ وخت، پیسو او هڅو سره سره د ځان لپاره خورا ارزښت پیدا کړي.

د دې امتیاز سره، د متشبثینو فعالیت د نړۍ په هره برخه کې لیدل کیدی شي؛ مګر ورته د سوداګرۍ متشبثیت ریښتیا ده. یاد شوي موارد په (بډایه، منځنۍ یا غریب) هیوادونو کې هم شتون لري. دا په متحده ایالاتو او ناروې او نورو هیوادونو لکه ترکیه ، سویلي افریقا او انګولا یا ګواتیمالا کې په ډیرۍ سره موندل کیږي. تشبث حتی په غیر بازاري اقتصادونو کې هم شتون لري، که څه هم دا په ورسته پاتې بازارونو کې د رشوت یا سوداګرۍ له لارې د رسمي کنټرولونو مخنیوي په اړه ډیر څه دي. په داسې حال کې چې ورځنۍ راپې ښیي چې آزاد بازارونه خورا اغیزمن دي. دا ډول غیرقانوني بازارونه په ورته ډول کار کوي ترڅو کمښت سره وصل کړي او عرضه او تقاضا همغږي کړي. توپیر دا دی چې د دوی متشبثین باید د قانون ماتولو لپاره چمتو وي.

د هېوادونو ګډ توپیرونو او فندونه: که څه هم تشبث هر ځای کې شتون لري؛ خو ځینو هېوادونو په دې برخه کې ښه پرمختګ کړی دی. د بیلګې په توګه، ځینې یې په لوی شمیر ملیاردونه متشبثین تولیدوي، کوم چې ښایي دا په ګوته کړي چې دوی عموما د متشبثینو لپاره ښه ځایونه دي. له دې جملې څخه هانګ کانګ، اسرایل، متحده ایالات، سویس، سنګاپور، ناروې، ایرلنډ، تایوان، کاناډا او استرالیا مخکښ دي. دا ډول هیوادونه خلاص ارزښتونه او بنسټونه لري چې د بریا څوکې ته یې هڅوي او خلکو ته باور ورکوي چې دوی بریالي کیدی شي او دا د دوی هڅو ته بریالیتوب ورکوي.

په دوی کې ډېری د قانون حاکمیت، محدود دولت او د زورواکو ملکیتونو ته هم ژمن دي، چې دا لاملونه هم مهم دي. سربېره پردې، ډېری یې قانوني سیستمونه لري چې متشبثینو ته اجازه ورکوي چې د ځانګړو چارواکو اجازې پرته خپلې تجربې ترسره کړي. دا یو ځل بیا د دوی لپاره پوښتنه ده چې ولې دوی ډېری د اروپا براعظم په پرتله ډېر متشبثین دي (د متحده ایالاتو په پرتله څو ځلې زیات متشبثین) دوی ځانګړې قوانین ټاکي چې کوم فعالیتونه جواز لري، لکه څنګه چې د امریکایي اقتصاد پوه آدم تیرر[1] لخوا یادونه شوې.

په متحده ایالات نوښتګر شرکتونو چې هلته جوړ او بریالي شوی خورا ډېر دي لکه مایکروسافټ، یاهو، یوټیوب، امازون، ګوګل، پې پال، ټویټر، ډراپ باکس، فیسبوک، سنپ چټ، مګر د اروپا په پرتله د یو یا دوه څخه زیات نوښتګر نومول ستونزمن کار دی. هغه دا توپیر په متحده ایالاتو کې «غیر قانوني نوښت» ته منسوب کړ، کوم چې د نوښت پیل کولو لپاره هیڅ اجازې ته اړتیا نلري. د اروپا د براعظم د تګلارې په مقابل کې، چې په بشپړه توګه د بدلون مخالف دی راغی. پوهه او پرمختګ د تجربې له لارې پیدا کیږي، پشمول هغه تجربې چې خطر پکې شامل وي او په لاره کې د غلطیو او ناکامیو احتمال شامل وي. کلتور هم مهم دی، شاید د تولیدونکو هیوادونو متشبثي کلتور ډېر ښه او د قدر وړ وي، د شخصي بریالیتوب سره لېږ ټکر ولري، او د خلکو هیلې تل وهڅول شي؛ خو بې وزله او کم لیبرال هیوادونه هم دغه ارزښتونه لري. په منځني ختیځ او شمالي افریقا کې خلک په یوه نظرپوښتنه کې وایي چې دوی فکر کوي متشبثیت یو ښه مسلک دی. له بلې خوا په کارابین او لاتیني امریکا کې ځواب ورکوونکو متشبثیت ته په ټولنیزه کچه د لوړ مقام په سترګه ګوري.

لاتیني امریکایان داسې ښکاري چې د ناکامۍ څخه لېږ ویره لري او په حقیقت کې په هغه ځای کې متشبثین چیرې چې د سوداګرۍ ناکامي خورا پیاوړې ده دا په ګوته کوي چې د ناکامۍ منلو کلتور کولی شي خلک په خطر کې واچوي او د احتمالي فرصتونو کارولو ته یې وهڅوي. نورې په زړه پورې موندنې هم شته. ډېری متشبثین نارینه دي، که څه هم د جنسیت مساوات په ډېرو پرمختللو هیوادونو کې ډېر شتون نلري. د منځني ختیځ او شمالي افریقا هیوادونه ممکن د دوی د سوداګرۍ لارې په اوږدو کې د جغرافیایي موقعیت له امله په نړیواله سوداګرۍ کې لوړې نمرې ترلاسه کړي.

1.Adam Thierer

په چين کې د مائو له مړينې وروسته سوداګريز فعاليت وده وکړه. خو اوس داسې ښکاري چې پراخه شوې ده. همدا ډول په متحده ايالاتو کې د ۲۰۰۸ م کال مالي بحران وروسته متشبثيت کم شوی ؤ؛ مګر ډېر ژر بېرته عادي حالت ته راستون شو. مګر دا ستونزمنه ده چې دا پروسه په سمه توګه اندازه شي.

مخ پرودې هېوادونه

مخ پر ودې هېوادونه کيدای شي د متشبثينو لپاره يو مناسب ځای نه ښکاري. افراد او د هغوی کورنۍ لږ سپما لري چې د نويو دندو د رامينځته کولو او پراختيا لپاره کارول کيدی شي. سيمه ايزه بانکداري او مالي سکتورونه ممکن خورا پرمختللي نه وي او ممکن ښه بوديجه ونه لري. نړيوال تمويل کونکي ممکن محلي شرايط نه پوهيږي او ممکن د هغه څه په اړه محتاط وي چې دوی يې ومومي. د مديريت مهارتونه او تعليم ممکن ضعيف وي. زيربناوې او د توزيع شبکې ممکن خام وي. په هرصورت دوی هم ګټې لري. مخ پر ودې هيوادونه، د بيلګې په توګه د ژوند ټيټ لګښتونه لري. له همدې امله، په بدايه هيوادونو کې د دندو او خلکو لپاره د خدماتو لکه د تليفون مرکزونه، حساب ورکولو، انټرنيټ او نورو دفتري عمليو چمتو کولو فرصتونه شتون لري. ارزانه او ساده ټيکنالوژۍ ته لاسرسی ممکن د پرمختللي اقتصادونو په پرتله ډېر ګټور وي.

د مثال په توګه، سمارټ فونونه د محلي سوداګرو سره د مستقيم قيمت د اړيکو امکان برابروي، يا معلوماتي ټيکنالوژي نوي صنعتونه رامينځته کوي، دا په يو پرمختللي هيواد کې هم شتون لري، چيرې چې بازارونه او خدماتي فعاليتونه د دوی لپاره ډېر ځانګړي دي. دا ورتيا په پرمختللو هيوادونو کې متشبثينو ته اجازه ورکوي چې د ډيرې فعاليتونو لکه کان کيندنې، سمنټو او ساختماني سوداګرۍ په رامينځته کولو سره خطر پراخه کړي. همدارنګه څنګه چې کرزنر[1] وايي، ډيرې قضيې شتون لري چې لاهم ندي موندل شوي او لږ قضيې چې دمخه کشف شوي. همچنان شايد په بازار کې ډېر فرصتونه شتون ولري چې د نورو متشبثينو لخوا تر اوسه نيول شوي ندي.

1. Kirzner

تشبث او مهاجرت

د تشبث په اړه د هرې نړیوالې سروې بله موندنه دا ده چې د بهرني استعداد هرکلي ځانګړې اهمیت لري[1]. د متشبثینو شبکې لخوا ازموینه ښيي چې پداسې حال کې چې یوازې په اوو کې یو یې (۱٤٪) د انګلستان اوسیدونکي بهرني زیږیدلي دي، نږدې نیمایي (٤۹٪) وګړي په چټکۍ سره وده کونکي بهرني بنسټ ایښودونکي د ۲۹ مختلفو هیوادونو څخه راغلي. لکه د امریکا متحده ایالات، جرمني، روسیه، هند، استرالیا، مکسیکو او ویتنام[2]. دا ممکنه ده چې ډیرې کډوال طبیعي متشبثین وي چې دمخه یې بل هیواد ته د مهاجرت له خطر او ناڅرګندتیا سره مخ شوي او ډیرې یې ملکېري نلري یا کورنۍ ورسره مرسته وکړي. د دوی هیله چې نوي ژوند ته لاړ شي د دوی زړورتیا او لیوالتیا ښيي. مهاجرین هم احتمال لري چې ځوان او ځواکمن وي. د ځای په ځای کولو وروسته دوی خپل منل شوي هیواد د ځایي خلکو څخه په جلا توګه ګوري، او ډیر احتمال لري چې پوښتنه وکړي چې دا څنګه کار کوي او هغه فرصتونه پیژني چې د بدلون په پایله کې رامینځته کیږي. د بیلګې په توګه، دوی ممکن د بازار نیمګړتیاوې وپیژني چې د سیمې خلک یې عادي ګڼي.

د تشبث لپاره جوړشوي صنعتونه

د متشبثینو سره ځینې صنعتونه د تشبثي عملونو لپاره ډیر مناسب ښکاري، پداسې حال کې چې نور، لږ تر لږه، په هغو سیمو کې ډیر متشبثین پیدا کوي چې لږې پانګې ته اړتیا لري، لکه د انټرنیټ او ډیټا خدماتو (د بیلګې په توګه، د شریکولو پروګرامونه (د سایبر امنیت سافټویر) د پانګونې مشورې، مشورې او محاسبې خدمتونه. دا ممکن د حیرانتیا په توګه نه وي د نوي تشبث رامینځته کول په څرګنده توګه د یو متشبث لپاره خورا ستونزمن دي چې درانو لګښتونو ته اړتیا لري (لکه د موټرو جوړول، د کښتۍ جوړونه، هوایی شرکتونه، روغتیا پاملرنې او انرژي) که څه هم ځینې یې کوي. د نن ورځې ډیرې عالي متشبثین او ګړندي وده کونکي شرکتونه د معلوماتي ټیکنالوژۍ، بایو ټیکنالوژۍ، مالي او پرچون پلور کې موندل کیږي. دوی احتمال لري په دندو کې وموندل شي چې د لوی، ګړندۍ وده کونکي شرکت رامینځته کولو لپاره کارول کیدی شي لکه د هیج فنډونه او ټولنیز رسنۍ.

1. Lofstrom and Wang, 2019
2. Dumitriu and Stewart, 2019

په بې وزلو هیوادونو کې د نړیوال متشبثې خار په وینا، متشبثین د پلور په دندو لکه اجناسو، عمده پلورونکو او پرچون پلورونکو کې موندل کیږي. په بډایه هیوادونو کې، دوی په مالي، شتمنیو، او سوداګریزو خدماتو کې طبقه بندي شوي. د نړیوالو متشبثینو په منځ کې، د عمده پلور او پرچون کارونو شمیر کم شوی؛ پداسې حال کې چې د ټیکنالوژۍ شرکتونو خدمتونه وده کړې. دا ممکنه ده چې په ساده ډول وښایه چې نړۍ بډایه کیږي او دا چې د خدماتو لپاره مخ په زیاتیدونکې غوښتنې شتون لري چې یو وخت آرایشي وو. یا د پخوانیو ډیری بې وزلو هیوادونو خلکو اوس په کافي اندازه پانګونه کړې ترڅو د اصلي جریان څخه جلا شي او نور پرمختللي سکتورونه (لکه د معلوماتي ټیکنالوژۍ خدمتونه) کشف کړي چې کولی شي نړۍ ته ورسیږي. د بېلګې په توګه جنوبي کوریا په ۱۹۵۰ لسیزه کې د نړۍ یو له بې وزلو هېوادونو څخه و، خو اوس د نړۍ یو له بډایه هېوادونو څخه دی، په ځانګړې توګه د اقتصادي تشبثاتو په برخه کې. شاید دا سکتور به د نړۍ د راتلونکي متشبثینو د پام وړ وده کونکي پراختیا کوربه وي.

د کورني متشبثیت نوښت له مخکې تاسیس شویو شرکتونو څخه راځي، سویس، آلمان او قبرس په اروپا کې، یه یاده برخه کې قوي رول لري. دا کیدای شي د بنسټونو او جوړښتونو د شتون له امله وي (لکه د مالیاتو او حکومتدارۍ قوانین، مقرراتي فشارونه، یا د بانک تمویل او د سهم مالکیت په اړه تضمینونه) چې د پیل کولو په پرتله لوی شرکتونه خوښوي. هغه خلک چې د سوداګرۍ روحیه لري ممکن په لویو شرکتونو کې کار کول خورا لږ خطر وومي.

د تشبث راتلوونکی

لکه څنګه چې یادونه وشوه، ځینې لویدیځ څارونکي په دې باور دي چې د وخت په تیریدو سره به د سوداګرۍ تحرک کې د پام وړ کمښت راشي. د دې مسلې په اړه د بروکینګز[1] انستیټیوټ نظر پوښتنه په متحده ایالاتو کې د بازار څخه د موجوده شرکتونو د وتلو نرخونو کمولو سره په متحده ایالاتو کې د نویو دندو پیل کولو نرخ کې کمیدل په ګوته کوي. په ورته وخت کې د ځوانو شرکتونو لخوا د متحده ایالاتو د کار ونډه کمه شوې ده. په پیل کې د کارګرانو ونډه له ۱۹۸۰ کلونو راهیسې له ۲۰ څخه تر ۱۰ سلنې پورې راټیټه شوې ده. پداسې حال کې چې د لویو شرکتونو لخوا کارول شوي ونډې له ۴۰ څخه تر ۵۰ سلنې پورې لوړه شوې.[2]

1. Brookings Institution
2. Decker et al, 2016

دا د شاخصونو نيمګړتياوې دي، او که چېرې واقعاً د سوداګرۍ تحرک شتون ولري، دا کيداى شي محلي، لنډ مهاله، يا د مختلفو فکتورونو له امله وي، لکه د ټيټې کټې نرخ چې د غير توليدي «زامبى»[1] شرکتونو ژوندي پاتې کيدو کې مرسته کوي. که څه هم په ټولېزه توګه، شواهد ښيي چې د توليد وده په متحده ايالاتو، انګلستان، آلمان او نورو پرمختللو اقتصادونو کې کمېږي، او د سوداګرۍ متحرک کمښت يې اصلي لامل دى.[2] نو ولې دا کمښت؟ بديل توضيحات هم شتون لري.[3]

ځينې استدلال کوي چې د اقتصادي پلوه پرمختللو هيوادونو کې د نفوس ټيټه وده ممکن د لږ شمېر احتمالي کوچني متشبثينو په معنى وي.[4] که څه هم دوى لا تر اوسه په ډېرو توليدي سکتورونو کې خپل فعاليتونه نه دي پيل کړي، دا کومه لويه خبره نه ده. نور استدلال کوي چې د برانډ اهميت او قيمتي سيستمونه د پيل کولو لپاره سيالي خورا ستونزمن کوي. (د دفتر سافټوير يا آنلاين پېرود پليټ فارمونو لپاره د نړيوال لټون انجنونو په اړه فکر وکړئ).[5] مګر په واقعيت کې په لويه کچه لاسته راوړنې نه دي زيات شوي، او د معلوماتي ټکنالوجۍ په شتون کې د ډېرى کوچنيو سوداګرۍ لګښتونه د پام وړ کم شوي.[6]

غلطي د مقرراتو په ساحه پورې اړه لري. اړوند مقررات احتمالا توکي (د مثال په توګه تړلي مقررات) اشتغال(د توليد ميتودونو د مثال په توګه) يا کارموندنه (لړترلږه کچې مثال په توګه معاش، کاري ساعتونه، د مور او پلار رخصتۍ) له دې څخه ډېر بار لوى کارونه د کوچنيو کارونو بار کوي. شرکتونه لوى کولى شي د اطاعت لګښت په لوى شمېر پلور باندې خپور کړي. پداسې حال کې چې نوي شرکتونه دا نشي کولى. همدا لامل دى په شرکتونو کې د مقرراتو زياتوالى لکه د ۲۰۱۰ کې د داد فرنک[7] کنټرول ملي خدمتونه په لويو شرکتونو کې د ګټې کچه لوړوي. په ورته ډول، موږ ګورو چې نسبتا کوچني اقتصادونه لکه کوريا سويلي کوريا، تايوان، هانګ کانګ، تايلينډ او سينګاپور د متشبثينو شمېر مخ په ډېريدو دى. نوښت او دوى عالي متشبثين لري. برعکس، د اروپا په کنټرول شوي اقتصاد کې، دا ممکنه ده. دا په لويو شرکتونو کې د تشبث له لارې ترلاسه کيږي.[8]

1. Zombie
2. Masnik, 2017
3. Dumitriu, 2019
4. Hathaway and Litan, 2014
5. De Ridder, 2019
6. Gutierrez and Philippon, 2019
7. America's 2010 Dodd–Frank
8. Stigler, 197

۷
تولیدي او غیرې تولیدي تشبث

آیا تشبث تل ګټور وي؟

دا د انسان طبیعي او نړیواله ځانګړنه ده چې د هغه فرصتونو څخه خبر وي چې د عمل کولو لپاره یې ګټه پورته کوي. په ۱۷۷۶ کال کې اډم اسمیت د خپل حالت د ښه کولو لپاره د هر انسان د دوامداره، نه ستړي کیدونکو هڅو په اړه خبرې وکړې، استدلال یې وکړ چې د انسان تمایل د لاړیو لیږدولو، د توکو په بدل کې د توکو تبادله، یا په طبیعت کې د یو شي لپاره د بل شي بدلول دي. انسانان چې تشریح کولو ته اړتیا نلري،[1] «او په بازار کې د معاملې له لارې، زموږ شخصي ګټې به په حیرانتیا سره دوه اړخیزه ګټه ولري، په آزاد او رقابتي بازار کې دا ممکنه ده. خو ژوند انسان ته ډیر فرصتونه برابروي چې له لارې یې خپل حالت ښه کړي. البته، تل د دوه اړخیزو ګټو لپاره نه. هوښیار وکیلان تل قانوني نیمګړتیاوې کاروي او خپل مراجعین له جریمې څخه وژغوري. مهمه نده چې دوی په ټولنه کې کوم ارزښت تولیدوي. غل ممکن د جرمي فرصتونو څخه هم ښه خبر وي لکه څنګه چې متشبثین په صادقانه توګه د فرصتونو څخه خبر وي. توپیر دا دی چې د دې جرمي فرصتونو په پام کې نیولو سره ارزښت نه رامینځته کوي، بلکې نور له ارزښت څخه محروموي.

تولیدي، غیر تولیدي او ویجاړونکی تشبث

دا روښانه ده چې ټول تشبث په ټولنیز ډول ګټور نه دی، د بومول له نظره، متشبثیت کیدای شي ګټور، غیر تولیدي، یا ویجاړونکي وي.[2] په دې برخه کې کوم ټاکلی حد نشته، مګر دا ویل کیدی شي چې تولیدي تشبث په ټولیزه توګه ارزښت رامینځته کوي.

تولیدي تشبث: تولیدي متشبثین هغه خلک دي چې د ځان او خپلو پیرودونکو لپاره ارزښت رامینځته کوي.

ارزښت د لیدونکي په سترګو کې دی. پیرودونکي د متشبثینو محصول ته د نغدو پیسو په پرتله ډیر ارزښت ورکوي چې دوی یې د پیرودلو لپاره ورکوي متشبثین هغه قیمت ته ارزښت ورکوي چې دوی د سرچینو څخه ډیر ترلاسه کوي (د بیلګې په توګه، وخت، هڅې، او توکي) چې دوی یې د محصول تولید لپاره مصرفوي.

---

1. Smith, 1776
2. Baumol, 1990

دا یوه داوطلبانه اړیکه ده؛ له دوی څخه هر یو کولی شي له معاملې څخه غوره شي، مګر دوی نه کوي؛ ځکه چې دوی فکر کوي چې دوی د تبادلې په پایله کې په ښه حالت کې دي. دوی هر یو کولی شي د خپلې ګټې لپاره تجارت وکړي، پېرودونکي محصول ته ګوري، او جوړونکی د پیسو په تمه دی. مګر دا پروسه نوره عامه ګټه رامینځته کوي. د دوديز تعقیب په بهیر کې، تولیدونکي متشبثین نوښت کوي، تولید زیاتوي، پرمختګ ته وده ورکوي، خپل اختیارونه زیاتوي، او بالاخره د ټولنې په توګه ګټه پورته کوي.

غیر ې تولیدي تشبث: یو شخص د بل لپاره ارزښت رامینځته کولو پرته سوداګر کیدی شي. د تولیدي متشبثینو بله عامه بیلګه کیدای شي د مالیاتو مخنیوی وي، کوم چې مالیه ورکوونکي او د هغوی مشاورین خبرداری ورکوي چې د محاسبې معیارونو له لارې د مالیاتو کمولو په اړه تخلیقي فکر وکړي.

دوی کولی شي د مالیاتو په مرسته د تقاعد په پلانونو کې پیسې ولګوي؛ دا د عاید په توګه مه ګورئ. دوی کولی شي د کارمند په توګه دنده پرېږدي او یو شرکت رامینځته کړي چې ورته خدمتونه وړاندې کړي، دوی ته اجازه ورکوي چې د بېرته ورکولو یا د سوبسایډي ناوړه ګټې اخیستنې لپاره خپلې غوښتنې وکاروي. یا کیدای شي دوی د ټیټ مالیاتو هیوادونو ته د لوړ مالیاتو څخه د ګټې اخیستو لپاره جریمه شوي وي، لکه څنګه چې Netflix، Amazon، Apple، Starbucks او General Motors د پیسو مینځلو په فساد تورن شوي وه. بله بیلګه دوکه ده په کوم کې چې د نظارتي پرېکړو کې ستاسو په ګټه وي.

دا ممکن د سیاستوالو لپاره وهڅول شي چې مالیه یا د سوداګرۍ قوانین وساتي چې د سوداګرۍ سکتور لپاره مطلوب دي، د بیلګې په توګه، د چارواکو سره ملګرتیا په دې هیله چې دوی به د پیسو ګټلو امکان ولري. د حکومتي واک په پراخیدو سره، دوکه په یو لوی صنعت بدل شوی، (د درملو، بیمې، الکترونیک، نفت او تاسیسات) چې امریکایي شرکتونه په مشرۍ په کال کې له ۳ ملیارده ډالرو څخه ډېر لګښت کوي.[1] دا ممکن نه وي چې د قربانیانو پیژندل چې د ځان له واقعیت څخه بې برخې دي، مګر دوکه بازان باید په روښانه توګه فکر وکړي چې دا د دوی په غوره ګټو کې دی.

1. Evers-Hillstrom, 2018

تخریبي تشبث: په هرصورت، ځینې نور متشبثین فعالیتونه، که تاسو واقعیا ورته ووایاست، یقینا قرباني لري. ګري بیکر[1] یو امریکایی اقتصاد پوه، استدلال کوي چې مجرمین د رېښیني متشبثینو په څیر عمل کوي، د احتمالي انعامونو ارزونه او د نیول کیدو او مجازاتو په خطر کې د بریالیتوب احتمال. د نورو د غلا کولو یا دوکه کولو فرصت څخه خبر وي، دوی ممکن په زور څخه کار واخلي یا درغلی وکړي. دا داوطلبانه معامله نه ده. دوی د قربانیانو څخه د دوی د رضایت پرته پیسې اخلي. هرڅومره چې دا استخراج پراخ وي، هغومره زیان او ویجاړتیا هم زیاته وي. لږ انتخاب او ازادي، لږ محصول او د ټولنې ارزښت له لاسه ورکولو سبب کیږي.

د قوانینو مهمې اغیزې

دا چې یو ځانګړي متشبث عمل؛ تولیدي، غیر تولیدي یا ویجاړونکي په هغه قوانینو پورې اړه لري چې په هغه ساحه کې شتون ولري. د بیلګې په توګه، ټول غیرې قانوني فعالیتونه ویجاړونکي نه وي. داسې نه برېښي چې داسې درمل چمتو کړي چې یو لاعلاج ناروغ وژغوري؛ مګر دا ویجاړونکی دی که چیرې دا خپل رسمي اداري ګامونه بشپړ نه کړي. یا استبدادي رژیمونه زیانمن کیږي کله چې یو پلورونکی په پټه توګه پیرودونکو ته منع شوي کتابونه وړاندې کوي.

دا یو شعوري او داوطلبانه معامله ده او هیڅوک یې نه متاثره کیږي. په ورته ډول، ځینې قانوني فعالیتونه ممکن ویجاړونکي وي. د مثال په توګه، یو ډاکټر ممکن ګټور مګر غیر ضروري عملیات ترسره کړي پرته له دې چې د ناروغ روغتیا حالت پوه شي. ناروغ ممکن عملیات ته رضایت ورکړي، مګر دا رضایت په شعوري توګه نه وي.

موجوده ځانګړي قوانین او مقررات کولی شي پدې کې لوی توپیر رامینځته کړي چې ایا د سوداګرۍ انرژي تولیدي منزلونو ته لیږدول کیږي یا غیر تولیدي او ویجاړونکي اهدافو ته. د مثال په توګه، که چیرې مالیه لوړه او پیچلې وي، د غوره او ارزانه محصولاتو په وړاندې کولو سره د ارزښت رامینځته کولو پر ځای ډیر متشبثین متمرکز وي (په قانوني توګه یې مخنیوی یا په غیرقانوني توګه د دوی تېښته) مګر محکمه کولی شي د کارګرانو څخه لوی تاوان ترلاسه کړي. د سختو ادعاوو غوښتنه کوي، د کارګرانو انرژي د دوی د مخنیوي لپاره لیږدول کیږي، په ورته ډول، که چیرې ځینې سبسایډي فعالیتونه ترلاسه شي، خلک د سبسایډي طریقې جوړوي، که هدف پوره شي که نه.

1. Gary

په قوانینو کې لاس وهنه

د قوانینو او مقرراتو غیر عادلانه پایله دا ده چې سوداګر اکثرا د انجینرانو، ډیزاینرانو، مدیرانو او نورو تولید کونکو کارګرانو پر ځای د وکیلانو، محاسبینو او لابیانو (سوبسایډ)[1] په ګمارلو سره د ډیرو پیسو مینځلو مخه نیسي د لابي کولو له لارې د قانون لاسوهنه، په محکمه کې اقدام کول، د مطلوب سیاستوالو تمویل یا د چارواکو څورول خورا ګټور کیدی شي، ځکه چې دا ډیره انرژي غواړي. حتی په لرغوني روم کې د شتمنۍ واک او نفوذ د ترلاسه کولو لاره په تجارت پورې اړه درلوده، نو هغه څوک چې د واک او نفوذ خاوندان ګڼل کیده. امپراتورانو خپلو متحدینو او لیوالتیا ته د اړتیاوو لکه ساختماني، ټرانسپورټ، مالګې او کان کیندنې ځانګړي حقونه ورکړل.

زرګونه کاله وروسته د منځنیو پیړیو برتانوي ډلو په حکومت کې د خپلو ملګرو سره لاس او ګریوان شو ترڅو د زده کونکو شمیر محدود کړي چې د دوی سوداګرۍ ته ننوځي او له نورو ښارونو څخه د سیالانو مخه ونیسي. سوداګرو، کروندګرو او تولیدونکو پاچاهانو ته لبیک وویل چې د غیر عادلانه سیالۍ څخه ځان وژغوري، لکه ارزانه غلې یا ښې جامې. حتی د قوانینو د لاسوهنې په پایله کې د کار ذخیره کولو نوی چوکاټ منع شوی و. حتا په روم کې د بیلګې په توګه، په شاهي منشور کې اشخاصو او شرکتونو ته ځانګړي حقونه ورکړل شول.

دا ډول امتیازات یوازې د عامو خلکو په لګښت خوشحاله تولید کونکو ته ګټه رسوي. دوی نه یوازې بې ګټې نه وو؛ دوی هم ویجاړونکي وو. دوی نورو ته د سوداګرۍ فرصتونه رد کړل، نوښت یې ودراوه، د تولید کچه یې کمه کړه، خلک یې مجبور کړل چې لوړ نرخونه ورکړي او ټیټ کیفیت ومني، او د ارزښت رامینځته کولو پر ځای د قدرت څخه د ګټې اخیستنې امکانات زیات کړي. مګر کله چې په اوولسمه او اتلسمه پیړۍ کې، په انګلستان کې د انحصار ملاتړ، انحصار په پای کې له منځه لاړ. د پایلې په توګه د متشبثینو پام له غیر تولیدي څخه تولیدي مسلو ته بدلوي او دا نوښت ښه کرنه او ګټور صنعتي انقلاب هڅوي.

1. Subsidies

د کار جواز ورکول

په هرصورت غیر تولیدونکي او ویجاړونکي متشبثین ساکن ندي. امریکایي اقتصاد پوه میلټون فریډمن[1] د متخصصینو لکه ډاکټرانو او محاسبینو جوازونه معاینه کړل. که څه هم دا د خلکو ساتنه وه، فریډمن پوهیده چې دا برعکس اغیزه لري. جواز ورکول د هغو کسانو د شمیر محدودولو سره چې د تمرین کولو اجازه لري، مسلکیانو ته اجازه ورکوي چې لوړ لګښتونه واخلي او ټیټ خدمتونه وړاندې کړي. نن ورځ جواز ورکول د هغه وخت په پرتله خورا پراخه دي کله چې فریډمن دا لیکلي.

اټکل کیږي چې په متحده ایالاتو کې د ټولو دندو نیمایي یو جواز ته اړتیا لري، په شمول د ښکلا مرکزونو، د جنازې مدیران، د داخلي ډیزاینرانو، سوارانو، او نور ډیر څه. دا یو لوی شمیر مسلکیانو ته اجازه ورکوي چې د سیالۍ په وړاندې ځان وساتي. (تر دې هم ډیر کله چې دا مسلکیان پریکړه وکړي چې مقررات باید څه وي دوی دا کار کوي.

کارولینای شمالي[2] د غاښونو د ویرې سپین کولو مثال په توګه، د غاښونو سپین کول یو ساده پروسه ده. ځینې پلاستیکي بکسونه لرې کړئ، یو څه مایع یې واچوئ او بیا یې د مراجعینو غاښونو مخې ته کېږدئ. دا ځانګړي روزنې ته اړتیا نلري. مګر لکه څنګه چې د غاښونو سپینولو کلینیکونه په شاپینګ مالونو او سالونونو کې څرګندیدل پیل کړل، جواز لرونکي غاښونو ډاکټرانو چې ډیرې پیسې یې هم ورکولې لاریون وکړ. دوی د جواز ورکولو له بورډ څخه وغوښتل چې د بې جوازه کلینیکونو د تړلو امر وکړي او ورته ووایي چې خپل کار ودروي. څرنګه چې د جواز ورکولو په بورډ کې د غاښونو ډاکټرانو کنټرول درلود؛ پداسې حال کې چې کلینیکونه نمایندګي نه کوي، دوی کولی شي د بورډ رسمي واکونه د سیالۍ او مصرف کونکي انتخاب مخه ونیسي.

د ټکسي چلوونکو جوازونه په ټوله نړۍ کې عام دي. یوځل بیا دا موټر چلونکو ته د دې ډاډ ترلاسه کولو سره ډیر امنیت ورکوي چې دوی مناسب دي، مګر اغیز یې د موټر چلوونکو شمیر محدودول او نرخونه لوړول دي. په نیویارک کې، د بیلګې په توګه، په ۱۹۳۷ کې، د فشار وروسته کلونو کې د ټکسي چلوونکو تر فشار لاندې، دوی ډیر زړه نازړه شول. «وحشي پیشوګانو»[3] په دوی باندې فشار واچاوه او د جواز ورکولو مخه یې ونیوله.

1. Milton Friedman, 1912-2006
2. North Carolina teeth-whitening scan¬dal
3. Wildcats.

نن ورځ یوازې ۱۳,۵۰۰ کاري جوازونه شتون لري، چې د ۱۹۳۰ لسیزې د دوه پر دریمې برخې سره مساوي دي، او په دې برخه کې یې د کابینې غوښتنه ډېره وه. خو د دغو مډالونو خاوندان چې دوی ته د ساعت په شاوخوا کې ارونه ورکوي دا طریقه خوښوي.

یوازې د شریکولو نوښت پروګرامونه اوس د ټکسي بازار ته روان دي؛ مګر تاسیس شوي چمتو کونکي، چې ډېری وختونه د جواز ورکولو په دفترونو کې نمایندګي کېږي، د دوی مقاومت کوي، لکه څنګه چې په لندن کې د «تور پوستي» دي. له همدې امله د مسافرینو لېږد لپاره د شریکو پروګرامونه چې ټیټ نرخونه او غوره خدمتونه وړاندې کوي له پامه غورځول شوي. فرانسې حتی د اوبر مدیران بندیان کړل. ډېری مقررات د لوی شرکتونو لخوا نافذ شوي، څوک چې د خلکو د ساتنې په توګه هڅوي، مګر دوی (په پوهه یا ناپوهۍ سره) په سیالۍ کې د منځني اغېز څخه ګټه پورته کوي.

د مقرراتو پلي کول لکه د لږ تر لږه پانګې اړتیاوې، د لږترلږه او اعظمي نرخ مقررات، او د تولید یا پروسو لپاره ځانګړي معیارونه، دا ټول د نوي متشبثینو لپاره د ټیټ لګښت، نوښت محصولات ستونزمن کوي. په حقیقت کې، د قواعدو ترتیب کول د کوچني سیالي کونکي شرکت لپاره ګران کار دی. لوی شرکتونه کولی شي په اسانۍ سره قانوني ننګونو باندې بریالي شي ترڅو د نوي شرکتونو لپاره شیان ستونزمن کړي چې د پیرودونکو راجلبولو په لټه کې دي، او دوی کولی شي د تنظیم کونکو سره د لابی کولو او دوستانه اړیکو رامینځته کولو کې ډېر مصرف وکړي.

د سیاسي تشبث وده

دا صحیح ده چې غیر راجستر شوي او غیر کنټرول شوي شرکتونه ممکن ټولنیزې زیان منونکي پایلې ولري، لکه د پیرودونکو غلط وړاندیزونه، د کیفیت خراب تولید، یو اړخیز کاري شرایط، یا یو اړخیز کاري شرایط؛ مګر د شرکت په وړاندې د پیرودونکو منفي چلند هغه شرکت چې فعالیت او ضعیف تولید لري بازار ته معرفي کوي، ډېر متشبثین غواړي خپلو پیرودونکو ته غوره او نوي محصولات وړاندې کړي او تولید کړي چې پیرودونکي یې خوښوي او دوی باور لري؛ لوی خطر بې له شکه، ډېر مقررات او د ډېر تنظیم کولو تمایل شتون لري، کوم چې د لوی تولید کونکو تر فشار لاندې وده کوي او دوی ترې ګټه پورته کوي.

دا پرمختګ د پیل کولو وده او سوکالي تنظیموي، د پخوانۍ ټیکنالوژۍ کارول شامل دي، اقتصادي وده ځنډوي او آرامۍ هڅوي. دا په ټوله نړۍ کې یوه مسئله ده. چیبول سویلي کوریا[1] د حکومتي مقرراتو څخه ګټه پورته کړه او د کلونو لپاره یې د سویلي کوریا اقتصاد اداره کړ تر هغه چې رشوت او فساد څرګند شو.

د روسیې الیګارش د سیاسي ملاتړ له امله شتمن شول. خو عادي روسان له خپلو فعالیتونو لږ ارزښت نه لري. په پولنډ کې د متشبثینو یوه سروې ښیي چې دوی د غیر تولیدي فعالیتونو په پرتله تولیدي فعالیتونو ته ډیره پاملرنه کوي.[2] په لویدیځ اروپا کې بل ځای، کیسه خورا ورته ده. په متحده ایالاتو کې شرکتونه نه یوازې په ملیاردونو ډالر په لابیګرۍ لګوي، دوی په بورډ کې د پخوانیو سرپرستانو او وزیرانو سره لویې پیسې هم لګوي. دولتي ځواک هغه کسان جذبوي چې ګټه ترې اخلي. په لنډه توګه ووایو، په پرمختللو هیوادونو لکه متحده ایالاتو او اروپا کې ورو اقتصادي وده د ضعیف متشبثینو او د پیل کولو ناکامۍ پایله نه ده. دا ځکه چې تولیدي متشبثه انرژي په غیر تولیدي سوداګرۍ انرژي بدله شوې. د دې پر ځای چې ښه او ارزانه محصولات تولید کړي، دوی د دوکې خنډ او محاکمې لاره غوره کړې. انفرادي ګټې هم یوازې هغه وخت ټولنې ته ګټه رسولی شي چې بنسټونه په مثبت ډول اداره شي. که دا متشبثین نه و، حتی بډایه هیوادونه، د ځان کنټرول له امله، د غیر تولیدي فعالیتونو زیاتوالی لیدلی و، لکه د لرغوني روم او چین په څیر، چې پیړۍ دمخه د زوال سره مخ شوي.

متشبث او بنسټونه

څنګه موږ د تشبث روحیه تولیدونکي ساتلو لپاره ادارې او هڅونې رامینځته کوو؟ د سیاسي ثبات او پانګې ته د ښه لاسرسي یو چاپیریال یقینا له دې پروسې سره مرسته کوي. د ملکیت د خوندي کولو حق، د قضایي سیستم اعتبار، او د سیاسي واک محدودیتونه مهم دي.

خو باید ووایو چې د دې شرایطو برابرول اسانه کار نه دی. زاړه بنسټونه ممکن د تاریخي، کلتوري او ایډیالوژیکي سیستمونو پر بنسټ ناخوښه هڅونې رامینځته کړي. دا پروسه معمولا د هغو کسانو لخوا ملاتړ کیږي چې ګټه یې پورته کوي، او دا هغه څوک دي چې اکثرا په واک کې دي او د چارواکو په منځ کې دي. ساختماني بدلون اسانه کار نه دی دا ډیره منطقي خبره ده؛ لکه څنګه چې د اقتصاد درسي کتابونه‌یې بیانوي.

1. chaebol of South Korea
2. Dominiak and Wasilczuk, 2017

د مثال په توګه، کله چې په ۱۹۸۹ کې د برلین دیوال ونړول شو، یو ځانګړی حالت رامینځته شو چې دوی باید د تیرو رواني اغیزو څخه وتښتي. ډیری لویدیځ اقتصاد پوهانو تمه درلوده چې د بازار بنسټونه او اخلاق به په چټکۍ سره بریالي شي. په ځینو ځایونو کې چې لیبرال بنسټونه د شوروي اتحاد څخه مخکې شتون درلود (لکه استونیا او چک جمهوریت)، دا خورا پراخه وه. مګر په ډیری ځایونو کې، دا ګرانه وه. ځینې هیوادونه لکه اوکراین، خپله لار یې د نورو په پرتاه تعقیب کړه. نور هیوادونه (لکه روسیه، پرته له دې چې د بازار ارزښت تاریخ ولري) هیڅکله په ریښتیا سره سمون نه لري؛ بلکه، طبقې د الیګارشي او مجرمینو لپاره یو نوی ځواک رامینځته کړ.

کلتور، تاریخ، مذهب او د قدرت حقایق قوي او ځواکمن دي. د فاسدو ادارو نفوذ خورا ژور دی. ډیری هیوادونه چې ډیری اصالحاتو ته اړتیا لري چې د تولیدي اهدافو لپاره متشبثین هڅوي هیڅکله اصلاحات نه کوي ځکه چې واکمن چارواکي د دوی د ځواک اغیزو څخه ویره لري. نور ممکن د اړتیا وړ اصالحاتو پراخه پیمانه درک نه کړي او په دې نظر پورې تړلي دي چې دوی کولی شي بازارونه اداره کړي او د تولید یا کارموندنې اهداف وټاکي. د فساد له منځه وړل چې د اصالحاتو مخه نیسي (حتی په پولیسو او قضاییه کې) کېدی شي ستونزمن وي، د سوداګرۍ روحیه پیاوړې او پراخه ده. دا د سوکالۍ او پرمختګ لپاره یو پیاوړی ځواک دی، مګر موږ باید سالم بنسټونه رامینځته کړو چې دوی په داسې لارو حرکت وکړي چې ټولنیز ارزښت ولري. د دې کار اندازه کمه ارزول ناسم کار دی.

۸

ايا حکومت کولی شي تشبث ته وده ورکړي؟

د اقتصاد او ټولنې لپاره د متشبثینو د ګټو په پوهیدو سره، ډیری حکومتونو هڅه کړې چې د دې هڅولو او ملاتړ لپاره ځانګړې پالیسۍ رامینځته کړي. ډیری هیوادونه ناکام شوي ځکه چې دوی په سمه توګه نه پوهیږي چې څه شی رامینځته کړي، یا دا چې د دوی ستراتیژۍ خورا لنډمهاله، بیوروکراسۍ، یا د بازار له واقعیتونو څخه ناخبره دي، یا دا چې دوی د بازار څخه ډیر شوي دي، د اقتصادي پایلو پرځای یې سیاسي پایلې متمرکزې وې. د هارورډ اقتصاد پوه جوش لرنر[1] په دې باور دی چې د حکومت هڅې د شرم متشبثیت ته وده ورکولو لپاره یو خوب دی.

د ماتو هیلو لار

د مثال په توګه، په ۲۰۰۲ کې اروپايي اتحادیې یوه ستراتیژي تصویب کړه چې د لیسبون[2] ستراتیژي په نوم پیژندل کیږي. دې ستراتیژۍ استدلال وکړ چې اقتصادي او د کار وده د متشبثینو په سوداګرۍ او تخلیقي روحیه او د اصلاحاتو پالیسي پورې اړه لري چې دا روحیه هڅوي. د اروپايي اتحادیې موخه دا وه چې دا ستراتیژي د ودې نوښت «په خیړنه کې پانګه اچونه» او «د سیالۍ سوداګرۍ چاپیریال کې د تشبث وده» له لارې د خورا رقابتي او متحرک پوهې پر بنسټ اقتصاد په توګه رامینځته کړي. خو تر ۲۰۱۰ کال مخکې د اروپايي ټولنې چارواکو منلې وه چې دا ستراتیژي به یوه لویه ضربه وي.

د پالیسۍ نیمګړتیاوې: اصلي دلیل دا و چې ستراتیژۍ کوچني شرکتونه له متشبثینو شرکتونو سره توپیر نه کوي. د ستراتیژۍ هدف د کوچنیو او منځنیو تشبثاتو رامینځته کول وو، مګر لکه څنګه چې مورږ ولیدل، دا د متشبثیت په خیر نه دی او حتی د متشبثیت سره سم مخالف کیدی شي. د اروپايي اتحادیې په غړو هیوادونو لکه یونان، ایټالیا، هسپانیه او پرتګال کې د نویو او نوښتګرو متشبثینو اندازه په ټیټه کچه ده. که څه هم هلته د وړیا کار اندازه لوړه ده.

په ورته وخت کې، په سیلیکون ویلی کې د خالي کولو کچه، د نړۍ یو له خورا متحرک متشبثینو کلسترونو څخه دی، د کالیفورنیا د پاتې برخو لپاره شاوخوا نیمایي اوسط دی.[3]

1. Josh Lerner, 2009
2. Lisbon Strategy
3. Sanandaji, 2014

مرستې، سبسايډي او ټيټ ماليات کولی شي آزاد کار په زړه پوري کړي؛ مګر هغه پاليسۍ چې د ځان ګمارنې ته وده ورکوي ممکن متشبثيت ته وده ورنکړي. ډېرى وختونه دوى يوازې کوچني غير توليدي شرکتونه ساتي او احتمالي متشبثين د تشبث رامينځته کولو څخه هڅوي. لکه څنګه چې ټېنوسنندجي پرسشي پوښتنه کوي، ايا موږ ګوګل او وال مارټس، يا پلمبرونه او ډېرى خپلواک پرچون پلورنځي غواړو؟[1] ستراتيژۍ همدارنګه د اروپايي اتحاديې د عامه ناحالص لګښتونو د درې سلنې ته د زياتوالي غوښتنه کړې؛ مګر د څېړنې او متشبثينو لګښت ترمينځ هيڅ روښانه اړيکه شتون نلري. څېړنه اختراع نه ده او اختراع په توليد کې اختراع نه ده. څېړنه کيدای شي د اختراعاتو لپاره مواد چمتو کړي او اختراعات ممکن د نويو توليداتو لپاره مواد چمتو کړي، مګر که دا محصولات د اقتصادي پرمختګ او ودې سره مرسته وکړي، دوى بايد دوامدار او زړه راښکونکي وي، او دا د سوداګرۍ مهارتونو ته اړتيا لري.

د پايلې په توګه، دا ويل کيدی شي چې د ليزبون ستراتيژي په متشبثينو باندې د اقتصادي پاليسۍ (لکه مالياتو او مقرراتو) حياتي اغيزې په پام کې ندي نيولي. متشبثين اوس د نامعلوم راتلونکي بيرته ستنيدو سره مخ دي، او لوړې ماليې د دوى احتمالي ګټې خوري، په دې توګه د شرکت خطر زياتوي. مقررات د «وخت ماليه» هم لګوي چې په لويه کچه کوچني، مخ پر ودې شرکتونه اغيزه کوي چې ممکن د دوى سره معامله کولو لپاره ښه تنظيم نه وي. دوى ممکن د زاړه معيارونو په ټاکلو سره د نوي ټيکنالوژۍ پلي کولو مخه ونيسي.

نورې تکلارې

کله چې ليرنر[2] د متشبث روحيه د ودې لپاره ډېرى دولتي نوښتونه وڅېړل، هغه وموندله چې ډېرى يې لندمهاله او ناکافي وو، ډېرى وختونه د نورو تېروتنې تکراروي؛ د مثال په توګه: ډېرى هيوادونو هڅه کړې چې د سيليکون ويلی د سوداګرۍ تحرک بيا توليد کړي، مګر پدې پيمانه هيڅ شی ندي ترلاسه شوي، او د مينځنې ختيځ يو شمير نورو هيوادونو هڅه کړې چې د دوبۍ لوی بريالیتوب تقليد کړي، کوم چې خپل طبيعي بندر په لوی آزاد بدل کړ. د سوداګرۍ مرکز تکرار دا مسئله د دوى ټولو لپاره ګرانه وه. دا په واضح ډول ويلای شو چې د متشبثينو مرکز رامينځته کول چيرې چې مخکې هيڅ نه وي. د دوى بريالیتوب اکثرا د جغرافيه، شرايطو او خلکو ترکيب دی.

1. Sanandaji and leeson, 2013
2. Lerner

متشبث حکومت: حکومتونو هم هڅه کړې چې خپل ملکي خدمتونه متشبثین کړي، که څه هم دا هڅې معمولا ناکامه وي.[1] د ۲۰۰۰ په لومړیو کې، د انګلستان لومړي وزیر ټوني بلیر د یو متشبث ملکي خدمت غوښتنه وکړه؛ خو لکه څنګه چې ایزجیت هغه ته د یو متشبث په توګه وویل: «تاسو نشي کولی متشبث ملکي خدمات ولرئ ځکه چې تاسو د سیالۍ لپاره هیڅ سیالي نلرئ.» پرته له سیالۍ او د لوی بریالیتوب لپاره د انعام امکانات، دا ممکنه نه ده چې دولتي چارواکي متشبث شي. له یوې لسیزې وروسته د انګلستان د ولسي مجلس یوه کمېټه اوس هم هڅه کوي چې ملکي خدمتونه نور هم عصري او متشبثین کړي.[2]

سیالي مهمه ده؛ ځکه چې که پیرودونکي له یوه پلورونکي څخه بل پلورونکي ته لاړ نشي، نو بیا د خدماتو انحصار کولو لپاره هیڅ هڅونه پاتې نه ده، که دا دولتي یا خصوصي خدمت وي، او په هر حالت کې د ارزانه او غوره محصولاتو تولید لپاره د لارو څېړلو لپاره هیڅ هڅونه پاتې نه ده.

دا یو حقیقت دی چې د ملکي خدماتو استازي نشي کولی په انفرادي توګه د بریالي نوښت څخه ګټه پورته کړي. په غوره توګه، دوی ته وده ورکول کیدی شي؛ مګر دوی هیڅکله د هغه ډول خوښۍ تمه نشي کولی چې سوداګریز متشبثین یې خوب ویني. امکانات دا دي چې دوی به وغندل شي او د ودې فرصت له لاسه ورکړي. که پروژه سم لوري ته نه ځي. د پایلې په توګه، دا ویل کیدی شي چې د نوښت او خطر منلو لپاره د دوی هڅونه خورا محدوده ده. د دوی کلیدي لومړیتوب د خطر د مخنیوي پروژو ملاتړ ترلاسه کول دي.

په هر حالت کې، د خلکو د پیسو سره د خطر منل یوه جنجالي مسئله ده. ملي او محلي حکومتونه چې خطرناکه پانګونه کوي په ښکاره توګه غندل کیږي. مګر معمولا که پانګه اچونه بریالۍ وي، دوی په ندرت سره ستاینه او ستاینه کیږي. په واقعیت کې، ملکي خدمتونه د مقرراتو له مخې محدود دي چې په قصدي ډول ډیزاین شوي ترڅو د خلکو پیسې له خطر سره مخ نشي. عموما عامه چارواکي خطر نه اخلي. دوی کولی شي خپله دنده په روښانه توګه وټاکي؛ ځکه چې دوی د کار خوندیتوب ته ډیر ارزښت ورکوي.

1. Klein, 2017
2. UK Government, 2011

ولې سیاستوالان په تشبث کې برخه اخلي؟

دلته دلیلونه شتون لري چې ولې سیاستوال د تشبث هڅولو سره علاقه لري، کوم چې دمخه ویل شوي. د نوښت ګټې دا دي لکه د ارزښت زیاتوالی، تولید، پرمختګ، اقتصادي وده، د کار پیدا کول، د تولید وده او ټولنیزې ګټې. لکه څنګه چې د یو محصول وده د نورو محصولاتو د ودې لامل کیږي، دا په ټوله ټولنه کې د پرمختګ او ارزښت لوړېدو لامل کیږي. نو څرګنده ده چې ولې دولت د متشبثینو د هڅونې او د متشبثینو د ودې لپاره هڅې کوي. همچنان، حکومتونه ممکن پدې باور وي چې د سوداګرۍ سکتور درلودل د ملي تراو مسئله ده، په ځانګړي توګه متشبثیت چې د مصنوعي استخباراتو او دوامداره انرژي پراختیا لامل کیږي. دوی فکر کوي چې د دغو مهمو او مهمو صنعتونو کار دې چټک شي؛ که دولت وکولای شي د متشبثینو او مالي منابعو ترمنځ نږدې اړیکه رامنځته کړي او په همدې ډول د ټولې ټولنې لپاره شرایط رامنځته کړي.

د دې ډول توجیه سره دوی کولی شي پخپله د پرمختګ لپاره پانګه چمتو کړي. حکومت ښایي احساس وکړي چې نوي متشبثین د ټیکنالوژۍ په اړه هر څه پوهیږي؛ مګر دوی ممکن د سوداګرۍ په سمه توګه اداره کولو توان ونلري یا نور قانع کړي چې له مالي پلوه یې ملاتړ وکړي. نو دوی معلوماتو او مشورې ته اړتیا لري یا حتی د خصوصي سکتور سره د قراردادونو په خبرو اترو کې مرستې ته اړتیا لري چې پانګه چمتو کوي. حکومتونه اوس هم په دې باور دي چې دوی کولی شي د نړیوالو پانګوالو او محلي متشبثینو ترمنځ اړیکه رامینځته کړي، نه یوازې د بهرنیو پانګه اچوونکو سره د دوی په معرفي کولو سره (چې لږ شمیر نوي متشبثین فکر کوي)؛ بلکه د تدارکاتو په روښانه کولو او د اداري پروسو د کمولو په برخه کې چې د پورتنیو دوو موارډو په تطبیق کې شتون لري.

حکومتونه ممکن د متنوع او قوي اقتصاد د رامینځته کولو له امله دا ډول مرستې د دواړو نسلونو (اوسني او راتلونکي) لپاره ګټورې وي. همدارنګه، دوی ممکن د لوړې کچې متشبثیت او نوښت درلودل د ملي وقار یوه نښه وګڼي او له همدې امله د ځینو چارواکو هڅې به له هغو کسانو سره مرسته وکړي چې غواړي نوښت هڅوي او متشبثیت جدي ونیسي. یا دوی ممکن فکر وکړي چې په نوې سوداګرۍ کې مخکښ کیدل د خیړنې او پراختیا لپاره ډیرې هڅې ، ډیرې انرژي او ډیر وخت ته اړتیا لري د هغه څه په پرتله چې دوی یې کاپي کوي، که څه هم پدې برخه کې مخکښ کیدل د پام وړ ټولنیزه ګټه لري. له همدې امله، دوی ممکن د دوی د روښانتیا فکر په هڅولو سره د مخکښانو سره مرسته وکړي، په دې توګه د تشبث ټولنیزې ګټې لوړوي.

د عامه پانګونې وسایل

د دې ټولو سره سره، ډېری حکومتونو د متشبثینو د پیاوړتیا او پراختیا لپاره ډېره پانګونه کړې. ډېری هیوادونه «خپلواکه فنډونه» یا «د ټولنیزو شتمنیو فنډونه» لري د حکومت د پانګونې فنډونه چې په مالي شتمنیو کې پانګونه کوي؛ دوی په سټاکونو او بانډونو، سرو زرو یا بهرنیو اسعارو، خصوصي سټاکونو او دوه اړخیزو فنډونو کې پانګونه کوي.

دوی ډېری وختونه د ستراتیژیکو پانګوونې لکه د هوايي چلند یا زیربناوې سوداګرۍ یا د راتلونکي نسلونو لپاره د اوږدې مودې پانګوونې رامینځته کولو لپاره د والدینو شرکتونو په توګه رامینځته کیږي (اکثرا لکه ناروې د تیلو عاید یا نور محدود ژوند سره). د اجناسو مصرف کونکي هیوادونه ممکن د عایداتو په اسانه کولو کې د مرستې لپاره هم وکاروي کله چې د اجناسو نرخونه بدلون ومومي. که څه هم د دوی د کارولو عمومي هدف د غیر دوامداره عامه لګښتونو تادیه کول ندي؛ بلکې دا په حقیقت کې د عاید کمولو لپاره کارول کیږي.

دا فنډونه د څېړنې، پراختیا، تعلیم او نورو لګښتونو د ودې لپاره کارول کیدی شي چې متشبثیت ته وده ورکړي، مګر د دوی اندازه او ځواک کولی شي بازارونه ګډوډ کړي او د خصوصي متشبثینو مالي تمویل پراخ کړي. دوی کولی شي ډېر بیوروکراسي هم وي؛ ډېر روښانه نه دي او مبهم او ناڅرګند اهداف لري. دوی نه یوازې د ګټې په لټه کې دي؛ بلکې، دا د یو خصوصي فنډ په توګه په نښه کیدی شي، مګر دوی هم د نا تعریف شوي او متغیر سیاسي اهدافو لپاره خدمت کوي. ورته ستونزې د نورو عامه فنډونو سره شتون لري چې کیدای شي د تشبث د ودې لپاره په پام کې ونیول شي. لکه سبسایډي، مرستې، زیربنایي پروژې او د مالیاتو تخفیف. ډېری وختونه، لکه څنګه چې د لیزبون ستراتیژۍ په قضیه کې، حکومتونه حتی نشي کولی په روښانه توګه «سوداګرۍ» تعریف کړي چې دوی یې هڅه کوي وده ورکړي، او نه یې په لاسته راوړلو کې د دوی بریالیتوب اندازه کړي.

د دولت پلویان او مخالفین

دې ټولو ته په پام سره، دا د حیرانتیا خبره نه ده چې د متشبثینو د ودې لپاره د حکومت ډېری هڅې ناکامې دي، د نوښت او اقتصادي تصدۍ د ودې په برخه کې لږې څرګندې ګټې لري. په هرصورت د دې ډول مداخلې ډېری پلویان پوښتنه کوي چې ایا دا ممکنه ده چې هرڅه بازار ته پریږدو.

حکومت او ټیکنالوژي: د دوی په وینا، سیلیکون ویلی، د بیلګې په توګه، یوازې د پانګوال بازار محصول نه و. ډېرى دولتي پورونه او مرستې د معلوماتي ټیکنالوژۍ نوښتونو لپاره ځانګړې شوي، او د حکومت نورو دفاعي پروژو د معلوماتي ټکنالوجۍ متشبثینو ته پیسې چمتو کړې چې خپل کاروبار پیل او وده وکړي. سټینفورډ پوهنتون ممکن شخصي وي؛ مګر په ۱۹۵۰م لسیزه کې دا د څېړونکو موندلو لپاره غوره ځای و چې کولی شي د نظامي او استخباراتي خدماتو سره د سرې جګړې ننګونو سره مرسته وکړي. د متحده ایالاتو حکومت د هغې ترټولو لوی پیرودونکی ؤ، او له دې قراردادونو څخه هغه شرکتونه راغلل چې د آی ټي هارډویر او سافټویر تولیدوي. یوازې کله چې د نیویارک پانګوالو د شیانو په لیدلو پیل وکړ چې د «خطر سرمایې» فنډونه په جریان کې پیل شول.[1]

برسېره پردې حکومت په پراخه کچه بازارونو ته بنه ورکوي چې په هغه کې د سیلیکون ویلی مخکښ د ټکنالوژۍ شرکتونه فعالیت کوي. په هرصورت انټرنیټ د نظامي مخابراتو پروژې په توګه پیل شو، بیا پوهنتونونو ته خپور شو، او بیا د کور کمپیوټرونو ته. له هغې وروسته د سپوږمکۍ (GPS) په واسطه د نړۍ موقعیت د حکومت لخوا رامینځته شو. د ګوګل الګوریتم د حکومتي مرستو لخوا تمویل شوی وه. وینډوز، ګوګل نقشه، کلاوډ او ویډیو کنفرانس؛ دا ټول د دولت لخوا په حیاتي او اساسي ډول پیل شوي ټیسلا[2] د متحده ایالاتو د انرژي وزارت څخه نیم ملیارد ډالر پور ترلاسه کړ، او د ایلون ماسک[3] نورو صنعتونو نږدې ۵ ملیارد ډالر د عامه ملاتړ په توګه ترلاسه کړل.

حتی د کشفي ثبت سیستم چې د سیلیکون ویلی شرکتونه د دوی اختراعات ساتي د حکومت جوړښت دی. ځینې منتقدین وایي چې دا نظر چې سیلیکون ویلی د آزاد بازار محصول دی غلط دی او د ټیټ مالیاتو او اسانه مقرراتو لپاره د لابي کولو لپاره بهانه ده.

پر ضد قضیه: له دې ټولو سره په څنګ کې دا ټکی هم شته چې د اقتصادي تصدۍ وده او پیاوړتیا د دولت اساسي کار نه دی او په دې برخه کې د ښه او با استعداده هڅه هم نه ده.

1. Medeiros, 2019
2. Tesla
3. Elon Musk

نورو هیوادونو لکه فرانسه هڅه کړې چې سیلیکون ویلي بیا تولید کړي او خپل تخنیکي سکتورونه رامینځته کړي، مګر د دې هڅو په څیر معمول پایله د مبهم او نامعلومې ګټې لپاره د مالیه ورکونکو ډیرې پیسې مصرفوي. د خصوصي پانګوال هره ورځ په دقت سره د پیل شرکتونو امکانات ارزوي دوی د دې کار لپاره اړین تجربه او پوهه لري او دوی د چټک حرکت کولو او سمې پریکړې کولو هڅونه لري. برعکس حکومتي چارواکي د ګټې پر ځای سیاسي مسایلو ته ډېره پاملرنه کوي.

هغه کسان چې د عامه پالیسۍ ځانګړي اهدافو ته د رسیدو په لټه کې دي د دې په پام کې نیولو سره خپل د مدافعې برنامې عمل کوي ايا دا معنی لري یا نه.

دوی د احتمالي پانګوونې لکه د پانګوالو په څیر د ارزونې مهارتونه او تجربه هم نلري. دوی په دې اړه لږ پوهاوی لري چې په بازار کې د توکو عرضه کولو لپاره د دوی ملاتړ څومره لوی یا کوچنی دی. نو عامه شتمني ضایع کېږي یا ډیر لږ ورکول کېږي ترڅو ریښتیني بدلون رامینځته کړي او له هرڅه دمخه، ملکي مامورین ډیر خوشبین دي. دوی په ندرت سره تمه لري چې د دوی پانګونه به ناکامه شي، که څه هم ډیری پیل کوي.

د دولت او سوداګرو تشویقي جوړښتونه یو له بل سره جوړ نه دي. متشبثین د خپل شرکت او سوداګرۍ اوږدمهاله ارزښتونو باندې تمرکز کوي او په اوږدمهاله پلانونو او د محصولاتو او پروسو پراختیا باندې کار کوي چې ممکن کلونه یا حتی لسیزې وخت ونیسي. سیاستوال په ندرت سره د ټاکنو د دورې څخه هاخوا فکر کوي کله چې دوی غواړي د ګړندي بریاوو په هیله د متشبثینو سوداګرۍ ته په چټکۍ سره نغدي پیسې ورکړي دوی کولی شي په ګوته کړي کله چې دوی راتلونکي رایه ورکوونکو سره مخ شي. مګر په دې ګړندۍ کې د دې شرکتونو جوړښت، پیاوړتیا، د بازار امکانات چې دوی په کې کار کوي، یا د دوی حقیقي اړتیاوې، یا هغه شرایط چې د هر حکومت د ملاتړ لپاره غوره پلي کېږي لږ محتاط تمرکز کیدی شي.

حکومتونه اوس هم له خنډونو سره مخ دي او د دوی اجنډا سره جوړجاړی کېږي، چې د پانګونې کمزورې پریکړې او ناوړه پایلې لري. له ۱۷۷۶ څخه، کله چې د بریتانیا حکومت د کب نیولو کښتیو ته د دوی د کښتیو د اندازې پراساس سبسایډي او بسپنه ورکړه ادم اسمت شکایت وکړ چې دا د هغو کښتیو لپاره معمول دی چې هدف یې یوازې کب نیول نه وو؛ دوی هم د انعام په لټه کې دي.

د بشکه خوک[1] قاعده، چیرې چې استازي هڅه کوي حکومتي لګښتونه د خپلې ولسوالۍ په لور واړوي، هم عام دي او ښه پرېکړې نه کوي. د کارموندنې هڅونه هم د شرکتونو د مؤثره ودې په پرتله دمخه جوړ شوي پروژو باندې ډېر مصرف کوي، انعامونه او مرستې لپاره په پام کې نیول شوي د لوی لوبغاړو لخوا اخیستل کېږي، کوم چې کولی شي د لوبې کولو لپاره یو وقف شوی ټیم ښکیل کړي او له دوی څخه د دې سره تړلې ټول راپورونه غوښتنه او اداره کړي.

پلانونه نېږدېوالی او تحمل یوازې یو اندېول رامنځته کوي، او که چیرې حکومت دا مني چې د مسلکي مشاورینو مرستې ته اړتیا لري ترڅو پرېکړه وکړي چې کوم شرکت سره مرسته وکړي، د تمویل لویه برخه مشاورینو ته ځي، نه دا چې ګټه اخیستونکي باید په پام کې ونیول شي.

شکمن پوښتنه کوي چې ولې حکومتي سرمایې ته اړتیا ده. په وروستیو لسیزو کې د خصوصي پانګې اچونې صنعت چټک پراخ شوی دی. پانګه اچوونکي د لوړ عاید په بدل کې احتمالي ګړندی وده کونکي ځوان شرکتونو ته د پانګې چمتو کولو کې خطرونه واخلي چې ډېری وختونه په سوداګرۍ کې ونډه لري[2]. د پانګې اچونې صنعت اوس نړیوال شوی نو ایا یو ملي حکومت کولی شي د خنډ کولو پر ځای توپیر وکړي؟ شواهد ښیي چې ځوان شرکتونه چې د خصوصي مساوي فنډونو لخوا ملاتړ کېږي د نورو څخه ښه کار کوي. په حیرانتیا سره د متشبث شرکتونو شاوخوا دوه پر دریمه برخه (٦٣ سلنه) چې په متحده ایالاتو کې د ابتدایي عامه وړاندیز کولو لپاره کافي بریالي دي د کوچني شمیر (٠,١ سلنه) څخه راځي چې د پانګونې لخوا تمویل کېږي.[3]

دا ممکن د دې لپاره وي چې د پانګوالو د پام وړ وخت او هڅې په هغه شرکتونو کې د پام وړ پاملرنې لپاره وقف کړي چې دوی یې پای ته رسوي، د دې شرکتونو مدیریت کې نږدې ښکیل دي، او د دوی د فعالیت نږدې او دوامداره څارنه ساتي. هېره دې نه وي چې هغه متشبثین چې دقت، مقاومت او څارنې نه لري ښه اجراات نه کوي او حکومت هم دا کارونه په ښه توګه نه ترسره کوي. تل یو څه مهم دي چې باید ترسره شي. د پلور صفحه باید پرانستل شي، د کرېډیټ کرښه جوړه شي، یو کلیدي نوی کارمند وموندل شي، یا د سوداګرۍ تخنیک کې مهارت ولري.

1. Pork-barrel legislation
2. Nanda, 2016.
3. Sanandaji, 2014.

یو خطر اخیستونکی پانګه اچونکی باید تل مشورې او هڅونې ته چمتو وي او د دې سربیره باید د اړتیا وړ ساحو په جوړولو او چمتو کولو کې مرسته وکړي. بیا، د پانګونې پانګه واقعي تخلیقي پانګه کیږي او د پانګوونې سازمانونو وده او مالي بریا لامل کیږي.[۱]

د یو مناسب چاپیریال رامنځته کول

د متشبثینو د ودې لپاره د حکومت د هڅو په څېړلو سره لرنر دې نتیجې ته ورسید؛ چې د متشبثینو د پایښت لپاره ترټولو مهم شی د سیاسي او اقتصادي چاپیریال سمه پوهه ده.

مناسب چاپیریال: داسې ښکاري چې په ښوونځي کې سواد او زده کړه د تشبث د ودې او ودې لپاره یو له خورا مهم فکتورونو څخه دی. ښوونه او روزنه خلکو ته نظرونه ورکوي، د نورو سره د اړیکو په برخو کې اړین لومړني مهارتونه چمتو کوي، د سوداګرۍ وده او خلکو ته د پیسو مدیریت. دا ممکن په ځینو حالتو کې هم ګټور وي چې سیمه ایز عملي او څیړنې اساس ولري، د پوهې او نظرونو رامینځته کول چې نوښتګر او خام مواد جذبوي چې متشبثین کولی شي په عملي غوښتنلیکونو بدل شي. دقیقا هغه څه چې د سټینفورډ پوهنتون د سیلیکون ویلی لپاره وکړل. د کار انعطاف منونکي بازارونه هم مهم دي.[۲]

که د استخدام او ګومارلو مقررات دا ګران کړي، نو کارمندان به په احتیاط سره استخدام کړي او کارمندان به د اوږدې مودې لپاره په ورته دنده کې پاتې شي. برعکس که خلک وکولای شي په اسانۍ سره له یوه کار څخه بل ته حرکت وکړي دوی ډیر احتمال لري چې د دوی لپاره سم کار ومومي، او نوي متشبثین د هغه ځانګړي استعداد جذبولو لپاره اسانه کوي چې دوی ورته اړتیا لري. همدارنګه، د املاکو انعطاف منونکی بازار کارګرانو ته وړتیا ورکوي چې د دندو تر مینځ حرکت وکړي او نوښتګرو شرکتونو ته اجازه ورکوي چې حرکت وکړي او په داسې ځایونه کلستر کړي چیرې چې دوی ټول د نظریاتو او وړتیا شریکولو څخه ګټه پورته کوي.

تشبث هم د دولتي او خصوصي شرکتونو لپاره د نړیوال معیارونو په درلودلو سره وده کوي چې د نړۍ له نورو برخو څخه د پانګو راجلب کول اسانه کوي.[۳]

1. Georges Doriot, venture capitalist
2. Henrekson, 2020.
3. Lerner, 2009.

لکه څنګه چې دوی په کوم بهرني صنعت کې پانګه اچونه کولی شي یا څومره پانګه اچونه کولی شي. یا پرته له بې ځایه او ناځاپي کاغذ کار (چې ټول په ډېری قضیو کې عام دي). همدارنګه د قانون حاکمیت باید شتون ولري ترڅو قراردادونه د یوې خپلواکې قضایي پروسې له لارې پلي شي، او دا به بهرنیان هیله مند کړي چې په راتلونکو شرکتونو کې بیا پانګونه وکړي، او د محصولاتو بازارونه باید خلاص وي ترڅو متشبثین وکولی شي خپل محصولات په ټوله نړۍ کې بازار ومومي. نړۍ. نړۍ ته ګټه رسوي.

نامناسب چاپېریال: له بلې خوا د متشبثینو لپاره د نامناسب سیاسي او اقتصادي چاپېریال رامینځته کول اسانه دي.

په ځانګړې توګه د پورته او ښکته کیدو دورې زیانمنونکي دي. دوی په دا ډول دوره معمولا د دولت مرکزي بانکونو لخوا د پیسو پراخولو او په مصنوعي توګه د کریډیټ ارزانه کولو لپاره ترسره کیږي، ډېری وختونه د سوکالۍ هڅولو لپاره؛ مګر دا ډول مصنوعي تعدیلات د پام وړ د ریښتیني او قیمتي تعدیل سره مل دي.

د یو روږدي په څېر نه چې د محرک په لټه کې وي. متشبثین اوږد مهاله اقتصادي ثبات ته اړتیا لري. که دوی غواړي په مؤثره توګه پانګونه وکړي او د راتلونکي بازار شرایطو وړاندوینه کولو وړ وي. مالیات، مقررات، جوازونه او د شرکتونو د ثبت او مدیریت شرایط د متشبثینو لپاره ستونزمن کوي چې نوي متشبثین رامینځته کړي او ټولنې ته نوښت وړاندې کړي. په ورته ډول، مالیه یا مقررات چې د ځینو شرکتونو او سکتورونو مالتړ کوي د نورو د تسلط لپاره لاهم د متشبثینو لپاره ننګونه ګڼل کیږي. دا تل تاسیس شوي شرکتونه دي، د دوی د لابیانو او اجرایوي ریسانو سره، چې د دې ډول خوښې څخه ډېره ګټه ترلاسه کوي، نه نوي پیلونه.

دا سخته ده چې منطقي پانګه اچونه وکړئ که تاسو اټکل نشئ کولی چې راتلونکي حکومتونه به کوم ډول دندې خوښوي یا مخالفت کوي. حکومتونه هم باید د هغو پالیسیو څخه ډډه وکړي چې د مختلفو شرکتونو او د دوی عرضه کونکو، د شرکتونو او پانګوالو ترمنځ یا د شرکتونو او پېرودونکو ترمنځ، او د کارمندانو او کارمندانو ترمنځ د هر ډول خلاص خبرو اترو مخه نیسي.

د بیلګې په توګه، برازیل هڅه وکړه چې د وارداتو محدودولو او د بهرنیو تولید کونکو سره په ګډه تولید کې د ګډون د مخنیوي له لارې د کورني کمپیوټر هارډویر تولید ته وده ورکړي، مګر دا په هیواد کې نورې دندې د دفتري تجهیزاتو نړیوال نرخ دوه چنده کړي او هغه ادارې ته پیسې ورکړې چې تخنیکي پلوه بې نظمه وې، او دا په ټولیزه سیالۍ کې برازیل ته ماتې ورکړه.[1]

په ورته ډول د تولید معیارونه او د بازار موندنې مقررات اکثرا د زړو ټیکنالوژیو پر بنسټ ولاړ دي، په مؤثره توګه د نوي ټیکنالوژیو منع کول. د مثال په توګه، پداسې حال کې چې بخار شوي نیکوټین محصولات (الکترونیکي -سګریټې) او بخارۍ د سګرټو په پرتله خورا خوندي دي، دوی کولی شي د سګرټ پرېښودو کې مرسته وکړي. او له دې لارې د دولتونو لپاره دا اسانه ده چې ټول بازار او د سوداګرۍ بهیر بې ځایه کړي.

د مثال په توګه، د نن ورځې په تخصصي اقتصادونو کې، د منابعو د کارولو اداره کول پدې معنی دي چې پریکړه کول د تولید لپاره د ډیرو سرچینو څخه کوم یو غوره کارول کیږي ترڅو ارزښت لوړ کړي او لګښت کم کړي، یو خورا ستونزمن محاسبه. دا یوازې هغه وخت حل کیدی شي کله چې نرخونه په آزاده توګه حرکت وکړي. دوی متشبثینو ته اجازه ورکوي چې دا وپیژني چې کومې سرچینې خورا ارزښت لري او بیا تولید ورته مستقیم لور ته کوي. سیاسي مداخلې چې نرخونه محدودوي یا لږ. تر لږه مزد ټاکي (په هر ځای کې عام) په بازار کې د نرخ معلوماتو تحریف یا فشار او د متشبثینو موثریت بدلوي ترڅو اضافي یا کمښت وومي او لاره بدل کړي. د دې په څیر ډیرې مخالفې پالیسۍ د ښه نیت څخه راځي. مګر دوی په اسانۍ سره د ګټو ډلو او پخوانیو صنعتونو لخوا اداره کیږي. له بده مرغه، د دې ډلو لخوا د لنډ مهاله ګټو څخه خوند اخیستل د متشبث اقتصاد د اوږدې مودې ګټو په پرتله خورا کم دي. متشبثین اقتصادي سرچینې له ټیټ ځای څخه داسې ځای ته لیږدوي چې لوړ تولید او ډیر فعالیت لري.

هدفمنده هڅونه

یو شمیر اقتصاد پوهان په دې باور دي چې حکومت لا هم د نوښت او متشبثینو په هڅولو کې رغنده رول لري. دوی وایي، د دې پر ځای چې پر یوې ځانګړې سوداګرۍ یا ټیکنالوژۍ تمرکز وکړي، حکومت باید د ټولنې لپاره پراخې موخې ولري ترڅو نوښتګر وهڅوي چې خپلې لارې او طریقې رامینځته کړي ترڅو مطلوب پایلې ترلاسه کړي.

1. Brooke, 1990

پدې اهدافو کې ممکن د فضا څېړنه، د مصنوعي استخباراتو یا صحي انرژۍ ټیکنالوژۍ وده کول، د روغتیا پاملرنې یا خوړو کیفیت او توزیع ښه کول، بیا فکر کول چې موږ په ښارونو کې ژوند کوو، د سمندرونو پاکول او نور ډېر څه شامل دي. پلویان وايي چې د اهدافو له مخې دا ډول مدیریت په سوداګرۍ کې اغېزمن دی او نوښتګر فکر هڅوي چې داسې ښکاري چې ستونزمن مدیریتي یا تولیدي ستونزې حل کړي.[1]

دا به د نوښت او تشبث د هڅولو یوه خورا متفاوت لاره وي، او کیدای شي د لنډ مهاله، ډېر نسخې، انعطاف وړ پورته څخه ښکته تګلارې، ډېر خوشبیني او د سوداګریزو اهدافو پر ځای په سیاسي تمرکز د معمول ژبانونو مخه ونیسي. په هرصورت، ستونزې لاهم پاتې دي. د مثال په توګه څوک باید د ټولنیزو اهدافو په اړه پریکړه وکړي؟ د بازار د اقتصاد یوه فضیلت دا دی چې افراد خپل اهداف پخپله ټاکي.

دوی سیاستوالو او چارواکو ته اړتیا نلري چې د دوی لپاره پریکړې وکړي. متشبثین د خلکو انتخابونه په پام کې نیسي، او په آزاد او خلاص اقتصاد کې دا په اغېزمنه توګه احساس کیږي. د فضا اکتشاف ډېرى وړاندیز شوي اهداف ممکن الهام بخښونکي وي، مګر د احتیاط لګښت - ګټې تحلیل پرته، موږ څنګه پوهېږو چې دوی د وخت، پیسو او هڅو ارزښت لري؟ کیدای شي سوداګریز سپن آفونه وي، لکه د ۱۹۶۰ سپوږمۍ ته د سفر سیالۍ، مګر موږ ډاډه نه یو (او حتی بیا هم، دا پوښتنه شتون لري چې آیا سپن آفونه د لویو پیسو ارزښت لري).

کیدای شي د حکومتونو لپاره یوه قضیه وي چې هڅه کوي نوښت ته وده ورکړي، او دا ښه شوې ستراتیژي لېترلږه د ټیکنالوژیو، سکتورونو، یا حتی شرکتونو په اوږدو کې د «ګټونکو غوره کولو» د پخوانیو ناکامو هڅو څخه توپیر لري. مګر دا لاهم حکومت دی چې اهداف ټاکي او پریکړه کوي چې کوم متشبث هڅې باید په پام کې ونیول شي، نه انفرادي مصرف کونکي. حقیقت دا دی چې لوی هدفونه اقتصادي اهداف نه دي، کیدای شي ګټورې موخې هم نه وي. بلکې، دا یوازې د بې ارزښته هیلو لیست دی چې د روڼ اندو او سیاستوالو لخوا چمتو شوی، د دوی هیلې او اختیارونه ممکن د عادي سختو خلکو څخه توپیر ولري.

1.Medeiros, 2019

ولې باید د اشرافو خوبونه د نورو په خوبونو غالب شي؟ او د «انتخاب» په څیر، اهداف ممکن د ځانګړو ټولنیزو او سیاسي مسلو په شاوخوا کې د «هایپ» پر بنسټ وټاکل شي، نه دا چې دوی د خلکو حقیقي اړتیاوې او اهداف پوره کوي. سیاسي واقعیتونه، د هغه څه لپاره چې دوی دي، لوی، ښکاره، قیمتي پروژې دي چې د کوچنیو، هدفونو او منځنیو پروژو په پرتله غوره شوي چې ممکن ډیر ارزښت ولري.

که دولتونه غوښتل چې د متشبثینو استعداد د انساني ګټو په رامینځته کولو تمرکز وکړي، نو دا به غوره وي چې د متشبثینو لپاره مناسب شرایط رامینځته کړي او شاته کښیني.

له تجربو څخه درسونه

جوش لیرنر دې پایلې ته ورسید چې پرله پسې ناکامی او بې کفایتی د متشبثینو د ودې لپاره د حکومتونو ډیرې هڅې کمزورې کوي. هیوادونه باید د نورو د کارونو د کاپي کولو څخه ډډه وکړي، د بیلګې په توګه د نورو خلکو مالي مرستې او مالیه سره سمون وخوري، ځکه چې دا پالیسي ممکن غلطه وي. حتی د هغه څه کاپي کول چې په بل ځای کې کار کوي احتمال لري ناکام شي ځکه چې تاریخ، جغرافیه، خلک، کلتور او بازارونه خورا توپیر لري.[1]

په محلي بازارونو باندې ډیر تمرکز بله عامه ستونزه ده. حکومتونه باید پوه شي چې دوی د نړیوال خطر پانګه بازار دی؛ دوی باید په دې پوه شي او د هغې سره حرکت وکړي، د دې پر ځای چې عامه بودیجه د فیشن یا د دوی سیاسي ګټو ته لارښوونه وکړي.

د مشاورینو او مالي منځګړیتوبونو کارول هم یو ګران او غیر موثر ستراتیژي کیدی شي. ډیری وختونه ډیری موجود دولتي فنډونه د مشاورینو په لاس کې پای ته رسیږي نه د هغو متشبثینو په لاس کې چې دوی یې د مرستې لپاره دي. لرنر وایي د مالیاتو ماتول او د پانګوالو لپاره هڅونه یوه بله عامه تېروتنه ده. د دوی ګټه دومره اوږده نه ده دا یوازې د سیاستوالو قسمت بدلوي. هرڅومره ژر چې مشاورین پای ته ورسیږي، پانګه اچوونکي او متشبثین په ساده ډول د نورو ځایونو په لټه کې دي چې ورته ورته ژمنې کوي. په ځانګړې توګه دوستانه مالیه هڅونه او زیانمنونکي دي. د دې پرځای چې په هغه څه تمرکز وکړي چې پیرودونکي واقعیا غواړي، دوی ډیر تولید او ګران تخنیکونه هڅوي.

1. Josh Lerner

د مثال په توګه په ۱۹۷۰م کې د انګلیس حکومت د ډلورین موټرو شرکت ته د ۱۲۰ ملیون ډالرو وړاندیز وکړ چې د شرکت د پیل لګښت نیمایي څخه ډېر وه، ترڅو په شمالي ایرلنډ کې د «ګل اوینګ»[1] په نوم مشهور ماډل تولید کړي، چیرې چې د بیکارۍ کچه خورا لوړه وه.

خو د دې شرکت لپاره کومه غوښتنه موجوده نه وه، له همدې امله شرکت ناکام شو او د محصول او مالیه ورکونکو پیسې دواړه ضایع شوې. د دې قضیې بله په زړه پورې ځانګړتیا چې د دې برخې پیل ته ځي، دا دی چې د انګلیستان حکومت احساس کاوه چې باید دلوران [2] آیرلینډ د حکومت د نورو ادعا کونکو سره سمون ولري یا تیر شي. د نورو حکومتونو لخوا وړاندیز شوي ناوړه هڅونې سره د سمون لرې کولو هڅه کول د عامه پیسو ضایع کولو یوه ځانګړې لاره وه چې هیڅ ښه پایله یې نه درلوده.

1. gull wing
2.DeLorean

۹
د متشبثیت چاپیریال

د متشبثینو د پیاوړتیا او په ټولنه او ټولنیز ژوند کې د ګټو د خپرولو لپاره په سمه او مثبت ډول څه ترسره کیدی شي؟ یو ښه پیل کیدای شي په نورو هیوادونو کې د بنسټونو لیدل وي چې ټول د متشبثینو په توګه موافق وي او وګوري چې څه درس ترې زده کیدی شي.

متحده ایالات ولې دومره متشبثین دي؟

په هرصورت متحده ایالات واقعیا یو متشبث هیواد دی. ایا د دې ادارې موږ ته د تشبث په اړه کوم لارښود او نښې راکوي؟

زده کړه: ایا د یو هیواد تعلیمي او څیړنیز ځواک د نوښت او تشبث په هڅولو کې مهم کیدی شي؟ متحده ایالات په نړۍ کې ترټولو لوړ پوهنتونونه او د څیړنې عالي ادارې لري، مګر په نړیواله کچه د متشبثینو او د څیړنې لوړ لګښت ترمنځ هیڅ روښانه اړیکه شتون نلري.

د بازار اندازه: ایا د لوی کورني بازار سره یوځای د فکتور په توګه د محلي بازارونو اندازه د متشبثینو سره مرسته کولی شي د پیرودونکو په راجلبولو او زیاتوالي کې؟ د داډ لپاره، متحده ایالات یو لوی هیواد دی چې د ۳۲۵ ملیون څخه ډیر نفوس لري، مګر بیا هم د کورني بازار د اندازې او د متشبثینو د اندازې ترمنځ هیڅ روښانه اړیکه شتون نلري. د اروپا اتحادیه حتی ډیر لوی نفوس (٤٤٥ ملیون خلک) لري او د غړو هیوادونو ترمینځ د محصولاتو او په ډیری مواردو کې خلک د آزاد حرکت څخه خوند اخلي او ګټه پورته کوي. په هرصورت، د ډیری اقداماتو له مخې د اروپا متحده ایالاتو په پرتله لږ متشبث دی.

نور لامولونه: که څه هم څو نور عوامل ډیر مهم ښکاري؛ پدې کې پانګونې ته لاسرسی، د نوښت او عمل آزادي، کلتور، مالیه، مقررات، د کیفیت مدیریت او حقوقي ادارې او د هیواد نور بنسټونه شامل دي. له همدې امله دا د دې فکتورونو په اړه نور تفصیل په پام کې نیولو سره ارزښت لري.

سرمایه، آزادي او کلتور

شتمني او سرمایه: متحده ایالات یو بډایه هیواد دی چې د ښه تعلیم سیسټم او لوی فلاحي سیسټم لري. نږدې هرڅوک د سوداګرۍ پیل کولو لپاره اړین تعلیمي سابقه لري، ملکري او کورنۍ پانګې ته لاسرسی مومي.

پانګې ته ښه لاسرسی کولی شي لویه برخه تشریح کړي چې ولې متشبث هیوادونه ډېر متشبثین دي (که څه هم برعکس ډېر متشبث هیوادونه ډېره شتمني تولیدوي).

ازادي: په متحده ایالاتو کې د نورو هیوادونو په پرتله انفرادي آزادۍ هم ډېره دي. ایا دا متشبثینو ته وړتیا ورکوي چې د نوي محصولاتو او سوداګرۍ کولو نوي لارو تجربه کړي؟ دا احصایې یقینا په ګوته کوي چې د هر دلیل لپاره آزادي او تشبث په لاس کې دي. د فریزر انسټیټیوټ د راپور له مخې هغه هیوادونه چې د اقتصادي ازادۍ لوړ شاخص لري هم د متشبثینو په سر کې دي.[1] د میراث بنسټ د اقتصادي ازادۍ شاخص له مخې د هیوادونو د آزادۍ نمرې او د دوی د سوداګرۍ تحرک تر مینځ قوي اړیکه شتون لري لکه څنګه چې د لګاتوم انسټیټیوټ لخوا اندازه کیږي،[2] او همدارنګه د اقتصادي ازادۍ شاخص او د نړیوال نوښت شاخص سکور کې د ټولو هیوادونو نمرو ترمنځ د کورنل پوهنتون او د ملکیت نړیوال سازمان لخوا قوي تړون او فکر وجود لري.

هغه ټولنې چې تر ټولو زیات نوښتونه کوي، په دغو هېوادونو کې د خلکو د افکارو د تبادلې لپاره تر ټولو ډېره ازادي وي. دا اقتصادي آزادي وه چې عصري برېتانیا او کالیفورنیا یې د نوښت بستر او سرچینه ګرځولې، دا د حکومت لارښوونه وه چې د روسیې استالین، د چین مائو او د زیمبابوې موګابې د ورته مرکز او پلیټ فارمونو مخه ونیوسې.[3] په بل عبارت یوازې شتمني نه ده مهمه؛ ازادي هم مهمه ده.

د بیلګې په توګه، نږدې ۳۵ هیوادونه شتون لري چې د استونیا په پرتله بډایه دي، مګر استونیا د آزادۍ او متشبثیت په برخه کې لوړې نمرې لري؛ ډېری دلیلونه شتون لري چې ولې داسې ده، د میټ ریډلي [4] په وینا، حکومت په ندرت سره د نوښت رامینځته کولو لپاره د کریډیټ مستحق دی. هغه لیکي چې اختراعات او کشفونه د بریا او د افکارو په تبادله کې راڅرګندیږي چې د خلکو لخوا د شرکتونو، بازارونو او ځینې وخت د دولتي کارمندانو په توګه عمل کیږي، رامینځته کیږي، تاسیس کیږي او د انسان ژوند ته ننوځي. نوښت یو انقلابي بهیر دی کله چې خلک د شیانو د ترسره کولو نوې لارې لټوي دا یو غوره کار کوي.

1. Fraser Institutes economic freedome of the word, Kreft and Sobel, 2005.
2. Kim, 2020.
3. Matt Ridley, freemarketconservatives.org
4. Matt Ridley (2020)

بندیز نشتوالی: کلتور یو بل مهم فکتور ښکاري. د مثال په توګه، متحده ایالات یو داسې ځای دی چې هلته د متشبثینو هرکلی کیږي. دیردري مک کلوسکي[۱] استدلال کوي چې د سوداګرۍ په اړه مثبت چلند د تشبث لپاره دوامداره هڅونکی دی. هغه وایي لکه څنګه چې بورژوا ارزښتونه په انګلستان کې د صنعتي انقلاب څخه مخکې او په جریان کې د سوداګرۍ پراختیا تشریح کوي، هماغه ارزښتونه نن په متحده ایالاتو کې شتون لري.[۲] د متحده ایالاتو د کلتور د یوې برخې په توګه، د ځان اصلاح او د ځان ریښتیا کول مثبت ښکاري او خلک د نورو ځایونو په پرتله د حکومت ګټو ته ډیر سخت ښکاري. متشبثین او ستر متشبثین لکه څنګه چې په ډیرو سوسیالیستي هیوادونو کې لوړ مقام لري، مګر دوی هڅول کیږي او د نورو خلکو ناکامۍ دوی د جدي کیدو او بیا هڅه کولو څخه نه منع کوي.

بې جوازه نوښت: ځینې حقوقي سیستمونه د نورو په پرتله د تشبث هڅولو لپاره غوره ښکاري. د مثال په توګه، د بریتانیا په حقوقي مسایلو کې متشبثیت د آلمان په پرتله دوه چنده عام دی. حتی په انګلستان کې دا مسئله د اسکاندیناوي په پرتله درې چنده او د فرانسې په پرتله پنځه ځله لویه ده.[۳]

متضاد حقوقي دودونه: د دې حیرانتیا توپیرونو لپاره یو احتمالي توضیح دا دی چې د بریتانیا قانوني دود د عام قانون پر بنسټ جوړ دی، کوم چې «لاندې پورته» دی. د حقوقي مسلو په ځواب کې ډیری پریکړې د محکمو لخوا کیږي نه د چارواکو د نظرونو او تعصب پر بنسټ. په دې اړه ډېر پراخ اصول شته چې کوم کارونه معقول او د منلو وړ دي. په ټولیز ډول، خلک د هغه څه کولو لپاره آزاد دي چې دوی یې غواړي، دا ازادي تر هغه پورې ده چې نورو ته زیان ونه رسوي، البته دا ټکی د نوښتګرو لپاره ښه خبره ده. یوازې په هغه صورت کې چې شخړه وي، د بیلګې په توګه که چیرې ځایي اوسیدونکي په سړکونو کې د خوراکي توکو د ډنډونو له امله د کثافاتو او ګنې ګونې په اړه شکایت وکړي، محکمه د حکم صادرولو غوښتنه کوي.

نور دودونه چې د رومي ژرمن سیستم یا د ناپلیني قانون څخه رامینځته شوي د پورته څخه ښکته سیستم دی. نظر دا دی چې یو عمل ته اجازه ورکول کیږي که چیرې یوازې دولتي چارواکي په ښکاره توګه اجازه ورکړي.

1. Deirdre McClosky
2. McCloskey, 2007
3. Sanandaji and sanandaji, 2014

د مثال په توګه، د ویټامین ضمیمه کیدای شي هیڅ‌ها ته زیان ونه رسوي؛ مګر دا قانوني سیستمونه ممکن داسې پروسې ته اړتیا ولري چې په روښانه ډول د هغې عرضه کولو ته اجازه ورکړي، که چیرې هیڅ قاعده نه وي په دې برخه کې باید یو قاعده رامنځته شي.

دا د نوښتګرو لپاره په ښکاره ډول خراب دی، او دا به د پیل کولو لپاره خورا ستونزمن وي چې د زړګونو پاڼو قواعدو څخه تیر شي ترڅو ډاډ ترلاسه کړي چې د دوی عملیات د دې پراخو اصولو سره مطابقت لري.

د بیوروکراسۍ زیاتوالی: په حقیقت کې داسې ښکاري چې دا سیستمونه د نظم لپاره ډېر قوانین پلي کوي. تنظیم کونکي به هیڅ دنده ونلري چې د اضافي رسمیاتو بار ساده یا کم کړي.

برعکس، د پراخولو او ژورولو سره دوی کولی شي ځان د برید څخه خوندي کړي او د دوی هڅې او ارزښت وښيي، مګر د مخ په زیاتیدونکي قواعدو کتابونه چې دا قانوني سیستمونه تولیدوي ممکن پدې معنی وي چې نوښتګران دې ته اړ کیږي چې حتی د سوداګرۍ پرمخ وړلو لپاره د څارونکو یوه ډله وګماري، او لکه څنګه چې استبدادي حکومت ناوړه ګټه اخیستنه دا ډول محدود قانوني سیستمونه فساد ته وده ورکوي.

د ودې لارښوونې

برسېره پردې، ډېری هیوادونه په زیاتیدونکي توګه د «احتیاطي اصولو» څخه د پښیمانۍ د بار څخه د ساتنې لپاره غوره کوي. حکومتونه اکثرا بې باوره ډلو ته ځواب ورکوي چې د پایلو په اړه یې اندیښمن دي؛ د مثال په توګه په اقلیم باندې د اخراج اغیزې یا د جینیکي پلوه د تعدیل شویو خواړو احتمالي خطرونه، په نوښتونو باندې مخکینۍ محدودیتونه وضع کوي، او دا په متشبثینو باندې د نوښت خوندیتوب ثابتولو مسؤلیت په غاړه لري، چې بیا بیا نوښت او د خطر منلو ته هڅونه نه کوي.

په مقابل کې، د مشترک المنافع هیوادونو ډېر خلاص سیستم نوښت او خطر اخیستل هڅوي، او دا د حیرانتیا خبره نه ده چې دا هیوادونه په عمومي توګه نه یوازې د سوداګرۍ کولو له ازادۍ او اسانتیا څخه خوند اخلي؛ دوی د سوداګرۍ لیک میزونه هم لري.

د دې ډول نوښت هڅولو لپاره ستراتیژیک پلان له لاندې څخه د قانوني دود پراساس رامینځته شوی او د اجازې پرته نوښت وړاندیز کوي لکه څنګه چې معاصر امریکایي اقتصاد پوه ادم تیرر [1] ورته وایي. همدارنګه دا پروګرام خنډونه لرې کوي او د سیالۍ هرکلی کوي. د بیلګې په توګه، دا پروګرام د بیان او عمل د ازادۍ دفاع کوي. دا برنامه د قواعدو پراساس ده چې د مفصلو قوانینو او جوازونو پرځای د عمومي قوانینو څخه سرچینه اخلي او په عمل کې کوم محدودیتونه یوازې د هدفي لګښتونو او ګټو پراساس پلي کیږي.[2]

د مالیاتو اهمیت

دا د پوښتنې وړ ده چې کلتوري، اخلاقي او حقوقي ارزښتونه په اسانۍ سره نورو هیوادونو ته لیږدول کیدی شي. د سوسیالیست وروسته په ځینو هیوادونو کې د متشبثي سوداګرۍ چټکه وده ممکن وړاندیز وکړ چې دوی ممکن هرچیرې وده وکړي. په هرصورت یو شی چې نقل کول اسانه دي په متحده ایالاتو کې نسبتا مناسب مالیه او تنظیمي رژیم دی. له همدې امله د متشبثینو لپاره د مالیاتو پالیسي مهمه ده. دا ښې چې یوازې د ټیټ مالیې نرخ کولی شي د متحده ایالاتو په متحده ایالاتو کې د سوداګرۍ لوړه کچه په ګوته کړي. څرنګه چې د اقتصاد اصلي جریان په لویه کچه متشبثیت له پامه غورځوي یا غلط تشریح کوي، هغه پالیسي چې د دې ډول فکر څخه رامینځته کیږي د خراب چلند باعث کیږي. په غوره توګه دوی د دې مهمې ځانګړتیاوې او اړتیاوې له پامه غورځوي.

د مالیاتو حساسیت: د شرکتونو په درسي کتابونو کې دا د وړاندې شوې او دایمي موضوع په توګه ګڼل کیږي. درسي کتابونه له پامه غورځوي چې شرکتونه څنګه او ولې منځ ته راځي، شرکتونه څنګه وده کوي، دوی څنګه بنسټیز کیږي، او د دوی مختلف اړتیاوې د دوی د ژوند په مختلفو مرحلو کې څه دي. د درسي کتاب «شرکت» د زاړه شرکت تاسیساتو په څیر دی. نظر دا دی چې شرکت په هغه څه کې پانګونه کوي چې د وړاندوینې وړ انعامونه تولیدوي. که داسې وي نو بیا د مالیاتو اندازه لږ اهمیت لري. د درسي کتابونو شرکتونه پرته له دې چې په پیرودونکو او کارګرانو باندې د لوړې بیې یا ټیټ معاشونو په توګه د مالیاتو زیاتوالی په پام کې نیولو سره خپل فعالیت ته دوام ورکړي.

1. Adam Thierer
2. Thierer, 2014

که څه هم اصلي شرکتونه نه دي په ځانګړې توګه متشبث شرکتونه، دوی په یوه ناڅرګنده او مبهم نړۍ کې ژوند کوي. دوی نشي کولی په سمه توګه وړاندوینه وکړي چې د دوی پانګه اچونه به د ګټې لامل شي.

د نوي سیالۍ بې شمېره پېښې، د پیرودونکو غوښتنې بدلول، د اکمالاتو کمښت، او مدیریت تېروتنې کولی شي احتمالي راتلونکې ګټې په حقیقي او اوسني زیانونو بدل کړي. له همدې امله مالیه د متشبثینو په محاسبه کې لوی توپیر رامنځته کوي. په شرکتونو د هغوی سرمایه، د هغوی پر موادو او اسانتیاوو، د هغوی پر تولیداتو، د شرکت کارګران او یا د هغوی پر مشتریانو لوړ مالیات دا ټول د تاوان او ناکامۍ د خطر د زیاتوالي لامل ګرځي. احتمالي متشبثین باید د خپلو دندو په اړه خورا لیواله وي ځکه چې دوی اړتیا لري ډېر عاید ترلاسه کړي ترڅو ډاډ ترلاسه کړي چې دوی د مالیې وروسته بېرته راستنیدنه کوي. عاید او بیرته راستنیدنه ډاډه نه ده. د پایلې په توګه، لږ احتمالي متشبثین غوره کوي چې خپل کار ته دوام ورکړي او خطرناک نوښتونه نه پیښ نه شي.[1] متشبثین مالیه یو له لویو ستونزو څخه ګڼي چې دوی ورسره مخ دي. دوی د لویو شرکتونو او مالیاتو نرخونو ته خورا حساس دي. په حقیقت کې، د مالیې بنسټ اټکل کوي چې د متحده ایاالتو کارپوریټ مالیاتو کې هر یو سلنې زیاتوالی د نوي شرکت ثبتولو کې د ۳،۷ سلنه کمښت پایله لري.

پداسې حال کې چې د عایداتو د مالیې په نرخ کې ۱۰٪ کمښت په نوي ګمارلو کې ۱۲٪ زیاتوالی راولي.[2] ځینې هیوادونه هڅه کوي چې دا حساسیت جبران کړي او د وړو شرکتونو وده وهڅوي چې د کار په پرتله د پانګې مالیه ډېر کړي،[3] ترڅو لوی پانګوال شرکتونه په ډېره اندازه مالیه ورکړي. مګر دا دوه ګونی بار کولی شي په لویو شرکتونو کې نوښت ودروي، او دا کولی شي کوچني شرکتونو ته هم زیان ورسوي.

د دوی عاید په منظم ډول د کار او پانګې په عاید وېشل کیږي. د نویو متشبثینو عاید اکثرا د دوی پانګې هم وي، ځکه چې دوی خپل عاید په سوداګرۍ کې د بیا پانګونې لپاره کاروي. له همدې امله مالیه د هغه څه په سر کې یو بار دی چې شرکت یې غواړي وده ورکړي.

1. Block, 2016
2. Watson and Kaeding, 2019
3. Henrekson and Sanandaji, 2008

هو ايي ماليه: همدا سپارښتنه ورته د (هوايي) مالياتو په اړه ريښتيا ده.[1] د نورمال اقتصاد بنسټيزه تيوري دا ده چې که ګټه د تصادفي وجې له امله وي ماليه به د شرکتونو په چلند اغېزه ونکړي. د مثال په توګه کله چې په ۲۰۰۷ م کې د خامو تيلو بيه له ٦٠ ډالرو څخه ١٤٠ ډالرو ته لوړه شوه (په عمده توګه په منځني ختيځ کې د سياسي ناکراريو له امله) د انګلستان د شمالي سمندر د تيلو شرکتونو لنډمهاله «بدوالی» رامنځته کړ. که څه هم بيه ډېر ژر راټيټه شوه او پاليسي پرېښودل شوه، د بريتانيا د خزانې چارواکو فکر کاوه چې ماليه په اغېز کې بې طرفه وه؛ ځکه چې يوازې هغوی ماليه کوي نه شرکت.

مګر د باد ماليه بې طرفه او غير موثره نه ده. متشبثين پوهېږي چې دوی خوشحاله يا بدبخته کيدی شي. که دوی په دې باور وي چې دوی به د دوی د بدبختۍ سبب شي؛ خو دوی خپلې ښې لاسته راوړنې له لاسه ورکوي. دا د دوی خطر زياتوي (او ځکه چې د باد ماليه په خپله خوښه ده) دوی د اقتصادي اقدام کولو څخه هڅوي. د بيلګې په توګه دوی ممکن د بديل تيلو توليد ته ډېر ليواله وي، په دې هيله چې د تيلو په رسولو کې د راتلونکي سياسي خنډونو څخه ګټه پورته کړي او خلک د دې انتخاب او امنيت څخه محروم وي. په يو ځای کې د اکمالاتو ستونزه پدې معنی ده چې نوی توليد بايد له بل ځای څخه آنلاين راوړل شي، او د توزيع شبکې بايد د هغې مطابق وګرځول شي.

د باد ماليه دا اضافي لګښت له پامه غورځوي او متشبثين هڅوي چې د پېرودونکو زيان ته د دې ځوابونو چمتو کولو څخه ډډه وکړي. برسېره پر دې، د مالياتو د ضايع کيدو مخنيوی د لويو شرکتونو په پرتله د کوچنيو شرکتونو لپاره خورا لوی دی. نوي متشبثين ممکن په پوهه کې بډايه وي او د فرصتونو په موندلو کې ښه وي، مګر دوی د لوی شرکتونو په پرتله لږ پانګه او مايعيت لري.

پداسې حال کې چې يو لوی شرکت کولی شي د شتمنيو په پلورلو يا زيرمو کې د ډوبولو له لارې د مالياتو بيلونه جذب کړي، کوچني شرکتونه ممکن د پلور وړ شتمنۍ يا اضافي نغدي پيسې ونه لري.

1. Windfall Taxe

هغه پانګه او نغدې پيسې چې دوی لري اکثرا د متشبثينو له خپلو سپما څخه راځي او سمدلاسه په سوداګرۍ کې پانګونه کيږي. برسېره پردې، نوي يا کوچني شرکتونه د بانکونو يا شريکانو په پرتله لږ مالي وړتيا لري چې غير متوقع نغدو جريان احساس کړي. سربېره پردې، دا د دوی لپاره خورا ستونزمن کار دی چې خپل عمليات د سوداګرۍ لينونو ته واړوي چې د غير متوقع ماليانو سره لږ مخ کيږي، لکه څنګه چې لوی شرکتونه کولی شي. دوی ممکن د پراخولو لپاره نورې کرښې ونه لري او نه غواړي په هرصورت نور څه وکړي.

برخه اخيستونکې ماليه: لکه څنګه چې موږ وليدل، پانګه اچونه د پيل کولو نظرونو او شرکتونو اوږدمهاله سوداګرۍ ته بدلولو کې مهم رول لوبوي. اروپا د پانګې اچونې په فعاليتونو کې د متحده اياالتو څخه وروسته پاتې ده، او شايد د پيل کولو او د تشبثي کارونو د ډېرېدو په پايله کې، حتی که د اروپا مالي بازارونه بل ډول پياوړي وي. يو دليل ممکن يوه برخه د مالې د کارمندانو وي.[1] د ناکامۍ خطر په نويو او نوښت شرکتونو کې لوړ دی. د خطر اداره کولو لپاره، د پانګه اچونې چمتو کونکي اکثرا د بنسټ ايښودونکو او کليدي کارمندانو ملاتړ کوي نه يوازې د نغدو پيسو، بلکې د سپما او زيرمو سره هم؛ که چېرې پدې برخه کې انتخابونو باندې د مالېې نرخ ټيټ وي، نو دا به په متشبث شرکتونو کې ډېرې پانګونې راجلب کړي، دې سکتورونو ته د پانګې او استعداد راجلب به نوښت ته وده ورکړي. په متحده اياالتو کې ماليه ټيټه ده؛ ځکه چې د کارمند برخه اختيارونو څخه عايد د پانګې لاسته راوړنې ګڼل کيږي. عايدات څنډول کيدی شي او ماليه وځنډول شي تر هغه چې ونډې په پای کې وپلورل شي. د پايلې په توګه د امريکا متحده ايالات د اروپا په پرتله ډېر خطرناک فعاليتونه لري.

دا په بدل کې په نوښتګرو شرکتونو کې د لوړې ودې د ترلاسه کولو احتمال زياتوي، او له همدې امله د متشبثې ودې پراخې ګټې د اقتصاد له لارې خپريږي. که څه هم د تشبث سکتور نسبتا کوچنی دی، د هغې لويه او عامه ګټه په خورا ټيټه ماليه کې ترلاسه کيدی شي.

د ماليانو نورې ستونزې: څرنګه چې نورمال اقتصادي تيوري د متشبثينو دندو او د دوی ځانګړتياوو اړتياو څخه کافي ګټه نه اخلي، اقتصادي پاليسي جوړونکي معمولا انفرادي او کارپوريټ ماليه په هغه کچه ټاکي چې متشبثيت له خطر سره مخ کوي.

1. Henrekson and Sanandaji, 2018

لوړ (او غير متوقع) ماليات د پام وړ خطرونه زياتوي چې د متشبثينو سره مخ دي او د نوي سوداګرۍ وړتيا کموي ترڅو هغه وړتيا او وسايل چمتو کړي چې دوی ورته اړتيا لري. دوی د پيل کولو لپاره پانګې ته لاسرسی خورا ستونزمن کوي.

د دې خطرونو سره مخ کېدو لپاره، د پانګوونې شتون د وړاندوينې وړ پانګوونې بېرته راستنيدو لپاره خورا مهم دی. لوړ او غير متوقع ماليه د توليد کچه راټيټوي او له دې امله د متشبثينو لپاره لوی انحراف رامنځته کوي. لوړ ماليات مخنيوی او تيری هڅوي. دا ممکن په پيل او کوچنيو شرکتونو کې د پام وړ وي چېرې چې د محاسبې معيارونه او مالي کنټرول خورا سخت او لږ پوهېږي.

متشبثين، څېړونکي او ساينس پوهان کولی شي د لوړ مالياتو څخه ډډه وکړي او هغو هيوادونو ته مهاجرت وکړي چې ټيټ ماليه لري د تش په نامه دماغ د وچولو پروسې سره يوځای شي. له بده مرغه د وخت په تېرېدو سره به دا هېوادونه د استعدادونو، لږ متحرک او د تخيل، هڅې، نوښت او اقتصادي ودې په برخه کې د ونډې له نشتوالي سره يو داسې هېواد شي.

تنظيمي لګښت

په شرکتونو باندې د لوړو مالياتو اغيزې معلومول د مقرراتو لګښت ټاکلو په پرتله چې دوی ورسره مخ دي اسانه دي. په هرصورت ځينې ساده اقدامات شتون لري چې ممکن ځينې سختې نښې وړاندې کړي، لکه د نوي شرکت راجسټر کولو وخت، اسناد، شواهد او لګښت.

له همدې امله څومره چې د سوداګرۍ پيل کول خورا ستونزمن وي، لږ شمېر خلک به دا کار کولو ته ليواله وي، يا دوی کولی شي په غير رسمي ډول شرکت رامينځته کړي، کوم چې د قانون په چوکاټ کې نه وي چې نشي کولی په اغېزمنه توګه خپل کار ترسره کړي.

د بېلګې په توګه، د داسې شرکتونو مالکين ممکن لږ پانګه او تجهيزات ولري؛ ځکه دوی پوهېږي چې هر کله چې ممکنه وي چارواکي (کله ناکله فساد) کولی شي د دوی شرکت وتړي، شتمنۍ يې ضبط کړي يا يې غلا کړي. په ۲۰۰۳ م کې د نړيوال شرکت پيل کولو لپاره په اوسط ډول ۵۰ ورځې وخت نيولو ته اړتيا وه چې خوشبختانه ۲۰ ورځو ته راټيټه شوه. مګر لاهم يو لوی توپير شتون لري. په وينزويلا کې دا موده ۲۳۰ ورځې ده. د لائوس په ديموکراتيک جمهوريت کې دا موده ۱۷۳ ورځې ده او په کمبوډيا کې دا موده ۹۹ ورځې ده.

په بل ځای کې په متحده ایالاتو کې د سوداګرۍ پیل کولو لپاره یوازې څلور ورځې وخت نیسي، دوه ورځې په استرالیا، کاناډا، هانګ کانګ او سینګاپور کې، او یوازې یوه ورځ په جورجیا او نیوزیلینډ کې.

په استونیا کې یو شرکت په آنلاین او سمدستي ډول تاسیس کیدی شي. بیا هم واضح ده چې په ازادو او متشبثو هیوادونو کې د سوداګرۍ پیل کول ګړندي او په لږو ازادو او کمو متشبثو هیوادونه سست دی. دا ممکن هم متناسب وي چې د سوداګرۍ پیل کول په لوړ عاید هیوادونو کې د نورو ځایونو په پرتله دوه چنده ګړندي دي. لکه څنګه چې موږ ولیدل هغه هیوادونه چې لوړ عاید لري عموما ډېر متشبثین دي. د مالي بار او حتی د مقرراتو شمیر اندازه کول ستونزمن دي. اکویس کامیونیتیر[1] د ټولنې قانون (د شرکتونو، خیریه موسسو او اشخاصو په اړه د اروپایي اتحادیې د قوانینو او مقرراتو یوه ټولګه) ۳۵ فصلونه لري. په رسمي توګه، دا ۱۱۰ زره پاڼې لري او هر کال ۵۰۰ پاڼې اضافه کیږي. هیڅوک د ډاډ لپاره نه پوهیږي، که څه هم او ځینې اټکلونه دوه چنده ښيي.

لکه څنګه چې د مقرراتو لوی او پیچلي ټولګه د کوچني او پیل کونکو شرکتونو باندې فشار واریدوي چې دوی نشي کولی د دې مقرراتو او مقرراتو سره موافق یا موافق وي؛ د نورو شرکتونو په پرتله (دوی حتی د دوی لوستلو او پوهیدو لپاره وخت هم نلري). په دې برخه کې د تجربه لرونکو سکټورونو څخه په کوچنیو شرکتونو کې د ډیرو او ستونزمنو مقرراتو درلودل د فساد د هڅولو لامل کیږي. د مثال په توګه په نیپال کې په ۲۰۱۳ م کې د سامریدهی (د خوشبختۍ بنیاد) لخوا ترسره شوې سروې وښودله چې سیمه ایز کوچني دوکانداران باید د څلورو بیلابیلو دولتي ادارو سره راجستر شي، د شپږو بیلابیلو ادارو لخوا نظارت شوي، او د ۱۵ څخه ډیر مختلف قوانینو سره مطابقت لري. په حیرانتیا سره د ۲٦۸ هټیو (دوکان) څخه هیڅ یو چې سروې شوي د راجستریشن لپاره دا اړتیاوې نه درلودې او ډیری دا کوچني شرکتونه په ساده ډول د دې مقرراتو سره سم ندي. د کار جواز نشتوالی د کوچنیو سوداګرو مالکینو ته د سوداګرۍ پراختیا لپاره د پورونو ترلاسه کول ستونزمن کوي، او له همدې امله سوداګرۍ وده نه کوي او کوچنۍ پاتې کیږي. په هرصورت پولیس او د سوداګرۍ سیمه ایز چارواکي په منظمه توګه د هټیو مالکینو ته ګواښ کوي چې خپل دوکانونه وتړي.[2]

1. communuatarie acquies.
2. Samriddhi Foundation 2013

پرته لدې چې دوی رشوت ورکړي ترڅو چارواکي د دوکاندارانو د قانون ماتولو مخه ونیسي. دا یوازې د پرمختللو هیوادونو ستونزه نه ده. د بېلګې په توګه په سان فرانسیسکو کې د یوه رستورانت پرانیستل ۱۴ پرمټ ته اړتیا لري، چې په کې پلان جوړونه، اور وژنې، عامه تاسیسات او نور کارونه شامل دي او ځینې یې ډېر وخت، ډېرو هڅو او پیسو ته اړتیا لري، چې ۹ میاشتې وخت نیسي، چې زیاتره یې زرګونه ډالر لګښت لري. د متشبث لپاره په ځای کې د کرایې لپاره تر هغه چې د جواز وروستۍ لاسلیک د واک لخوا ترلاسه شوی نه وي.[1] ډېری وختونه دا استدلال کیږي چې بې نظمي په ټولنه کې د خراب کیفیت لرونکي محصولاتو لامل کیږي، د کار انحصار رامینځته کوي، یا سوداګر په نا امیدۍ سره کارګرانو ته کم معاش ورکوي یا چاپېریال ککړوي.

مطالعې ښیي چې د ډیزاین شوي مقرراتو دقیق تنظیم کولی شي پدې ټولو برخو کې شیان ښه کړي او په پروسه کې اقتصادي وده؛ دا هم ثابته شوې چې لوړ تنظیم شوي اقتصادونه د لږ تنظیم شوي هیوادونو په پرتله ټیټ اقتصادي وده لري. ښه ډیزاین شوي قواعد په هر حالت کې استثنا دي نه یو قاعده. ډېری مقررات د شواهدو او اقتصادي معقولیت پرځای د لارښودونو او سیاسي بحثونو څخه راځي. برسېره پردې لوی شرکتونه چې ډېره بودیجه لري په هغو مقرراتو باندې غیر متناسب نفوذ لري چې دوی په عمل کې پلي کوي، دوی ته دا توان ورکوي چې خپل شرکتونه د نویو ننوتلو څخه وساتي. د کمې سیالۍ پایله پدې معنی ده چې پېرودونکي باید د ټیټ کیفیت او لوړې بیې سره لږ نوي محصولات ومني ، او دوی د شرکتونو بایکاټ کولو ورتیا هم نلري چې دوی باور لري په غیر عادلانه او غیر مسؤلانه ډول سوداګري کوي. د بېلګې په توګه، له دې امله چې درانه مقررات خلک لږ شتمن کوي دوی بیا د چاپېریال د معیارونو د ښه کولو لپاره لږې پیسې (د لومړنیو خوړو، سرپناه، جامو، اوبو او برېښنا او روغتیایي خدماتو چمتو کولو وروسته) خوندي کوي؛ لکه د ډېرو سکرو برېښنا څخه ډېر قیمتي نوي کیدونکي سرچینو ته برېښنا بدلول. دا یوازې رقابتي تشبث دی چې له لارې یې لوړ ارزښت او اقتصادي وده رامینځته کیږي چې موږ ته دا وړتیا راکوي چې له ورته ستونزو سره مقابله وکړو.

1. Tuder, 2017

د تشبث لپاره مناسب شر ایط

متشبثيت نه يوازې پخپله د متشبثينو لپاره مناسبو شرايطو ته اړتيا لري، بلکې د پانګوالو، کارګرانو او د پيرودونکو لپاره هم مناسبو شرايطو ته اړتيالري. متشبثين پانګې، مديريت مهارتونو او د مشورې ښې لاسرسی ته اړتيا لري. متشبثين او د دوی پيرودونکي لاهم يو باثباته سياسي او اقتصادي چاپيريال ته اړتيا لري. له همدې امله خلک کولی شي په راتلونکي کې په اعتماد سره پانګونه وکړي.

ملکيت او عدالت: د ملکيت د حقونو د پياوړتيا او خونديتوب او د متشبثينو د کچې ترمنځ مثبت اړيکه شتون لري.[1] د دې ناځرګندتيا په پام کې نيولو سره چې هره سوداګری ورسره مخ ده، د ملکيت حقونه او د قانون حاکميت د خلکو د پريکړو لپاره مهم دي چې ايا د دوی پيسې او هڅې په خطر کې واچوي. د بېلګې په توګه، د کښت کرل د کروندګرو لپاره هيڅ ګټه نلري که چيرې دوی تمه ولري چې د دوی فصل به د وسله والو غلو لخوا غلا شي. د خوندي ملکيت حقونو ته اړتيا په شمول د کاپي حق، انحصار حقونه، سوداګريزې نښې، او نور فکري حقونه د متشبثينو لپاره خورا مهم دي. ډيری پانګونې ناکامېږي او ډيری د متشبثين شرکتونه ناکامېږي. که خلک نه غواړي د سوداګری خطرونه واخلي، دوی بايد ډاډه وي چې دوی د بريالي کيدو لپاره انعام ورکول کيدی شي.

دا يوازې شخصي حرص نه دی چې ملکيت بايد خوندي شي. لږ متشبثين به خپلې دندې پريږدي او نوي کاروبارونه پيل کړي که دوی ويره ولري چې د دوی خپل حکومت کولی شي په خپله خوښه ماليه ولګوي، د سياسي دلايلو لپاره يې بند کړي يا چارواکو ته اجازه ورکړي چې د ناوړه بډو په اخيستو سره د ګټې اخيستنې له لارې کار وکړي. د قانون حاکميت بايد وي چې د سياستوالو او چارواکو د غلا او استثمار او د اشخاصو او ډلو لخوا د غلا او استثمار ترمنځ هيڅ توپير ونلري، د ملاتړ لپاره بايد قوي او خپلواکه قضاوت وي. که قضايي سيستم کمزوری او يا فاسد وي خلک به پرې لږ باور ولري. په حقيقت کې خلک دا د احتمالي لوی خطر په توګه ګوري. غل به ستاسو شتمني غلا کړي، مګر دوی نشي کولی تاسو له سوداګری څخه وباسي يا تاسو په زندان کې واچوي.

1. Sanandaji and Leeson, 2013

دا کار دوی د متشبثینو په کارونو کې د ښکېلتیا لپاره زړه نازړه کوي، نو د سیاسي چارواکو واک باید محدود شي ترڅو په واک کې کسان په خپل سر عمل ونه کړي او د نورو څخه ګټه پورته کړي (د بیلګې په توګه، د هغو ډلو د شتمنیو ضبطول چې دوی یې مخالف دي) او انفرادي او مدني نظرونه له پامه غورځوي.

د محدودیتونو نشتوالی: مهم عامل په هېواد کې د بهرنۍ پانګونې او کړوالۍ لپاره د محدودیتونو نشتوالی دی. لکه څنګه چې موږ ولیدل، ډېری متشبثین کډوال دي. دوی هغه کسان دي چې په زړورتیا، انرژۍ او مهارت سره خپل وطن پرېږدي او په بل ځای کې نوی ژوند پیل کړي، او دوی احتمال لري هغه فرصتونه وګوري چې ځایی خلک یې له لاسه ورکوي ځکه چې دوی د کلتور او تخیل سره ډېر بوخت دي.

هغه پالیسۍ چې متشبثین کډوال راجلبوي ممکن د زده کونکو لپاره د کار ویزې شاملې وي چې په کوربه هیواد کې زده کړې وکړي او په یوه شرکت کې د دوی د علاقې په برخه کې کار وکړي یا حتی خپل سوداګرۍ پیل کړي ډېری هیوادونه شتون لري چې د بهرنیو متشبثینو لپاره ځانګړې ویزې او حتی د پانګوالو لپاره د استوګنې ځانګړې ویزې لري. د مهاجرت یوه وړیا پالیسي چې هر ماهر یا غیر مسلکي کارګر جذبوي او ساتي د متشبث روح جذبولو او په عمومي توګه د سوکالۍ د ودې او د فقر کمولو لپاره غیر متناسب لوړ چانس لري.

کلتور: بنسټونه لکه؛ قانوني دودونه، د ملکیت د حقوقو ماهیت او مصونیت، د قضایه قوې خپلواکي، د دولت لوړ محدودیت، د افرادو د حقوقو دفاع او یا د مهاجرت په وړاندې چلند دا ټول د اخلاقي او دیني اصولو د کلتور برخه دي. دا اسانه کار نه دی چې دا ژور اصول په ځینو نورو کلتورونو کې بیا تولید کړي چې دوی ته بهرني دي.

سره له دې، د تشبث روحیه تقریبا په هر ځای کې پیاوړې ده. حتی په ډېرو هیوادونو کې چې سخت مقررات لري، خلک د رسمي مقرراتو په تعقیب کې د پام وړ هوښیارتیا څرګندوي ترڅو د دوی او د خپلو کورنیو ژوند ښه کړي. هغه خلک چې له ستونزو سره په مقابله کې غښتلي، تکړه او باخبره وي د هغوی تشبث په بشپړه توګه خلاصیږي. له همدې امله، هر هغه څه چې کولی شي تشبث آزاد کړي او له غیر تولیدي څخه تولیدي ته واړوي کولی شي ټولنې ته لوی ګټې ورسوي. د حکومتونو لپاره دا پدې مانا ده چې د پانګونې بازار په واقعیتونو او د متشبثینو ځانګړي اړتیاو باندې پوهیدل.

د زده کړې او څېړنو کارول؛ په مهاجرینو او بهرنۍ سرمایه باندې هیڅ محدودیت نشته؛ د ګړندي عمل کولو پرځای اوږدمهاله نظر اخیستل نه د انجینري ملاتړ برنامې څخه ډېر؛ د بنسټیزو مرستو او مالیاتو تخفیف څخه ډډه کول؛ د مشاورینو په اړه محتاط اوسئ او د نورو غلطیو څخه مخنیوی وکړئ.

د مدیریت اهمیت

دا ډول چلند کولی شي خلاقیت، د نظرونو تولید، نوښت او د خطر منلو ته وده ورکړي او پیاوړي یې کړي.[1] د دې لپاره چې متشبثین نظریات په ګټور سوداګرۍ بدل کړي، دوی تخنیکي مهارتونو او سازماني وړتیاو ته اړتیا لري.[2] شرکتونه د مختلفو دلایلو له امله بریالي یا ناکام کیدی شي، پل ګراهام[3] د ناکامۍ مختلف لاملونه په ګوته کوي، مګر ښه یا بد مدیریت یو له مهمو څخه دی. ډېری متشبثین د سوداګرۍ پرمخ وړلو، لګښتونو کنټرول، د چټکې ودې سره سمون یا پېرودونکو ته د رسیدو سره مبارزه کوي. د سوداګرۍ بریا ته د نظرونو بدلول ښه مدیریت ته اړتیا لري. مدیران پخپله یو ډول متشبثین دي. د مثال په توګه، دوی ممکن د پېرودونکو رضایت زیاتولو لپاره نوښتي لارې رامینځته کړي ترڅو خلک باور وکړي چې متشبث د محصول په پرتله خورا ښه ارزښت لري. پېرودونکو ته ډېر په زړه پوري. د ډېری او لږ تولید کونکو شرکتونو ترمینځ لوی واټن ممکن ډېری لاملونه ولري. دا نه یوازې د ټیټ سود نرخونه دي چې د زومبي شرکتونه ژوندي ساتي؛ بلکې، مقررات، ضعیف رقابت یا کمزوری زده کړه شاید د دې فکتورونو څخه وي. سره له دې، ډېری دا تشې په مختلفو دندو کې د مدیریت د کیفیت له امله رامنځته کیدی شي

غوره شرکتونه د دوی سوداګرۍ خارنه کوي او هڅه کوي د فعالیت ښه کولو او محصولاتو او خلکو ته وده ورکړي چې خورا بریالي دي او کله چې وموندل شي خپله ناکامۍ جبرانوي. په داسې حال کې چې لږ تولیدونکي شرکتونه داسې کارونه نه کوي.[4]

1. Dumitriu, 2019
2. Ward, 2005
3. Paul Graham, 2006
4. Dumitriu, 2019

د ښه مدیریت احتمالي انعامونو ته په پام سره، دا د حیرانتیا خبره ده چې ښه عمل لازمي نه خپرېږي، مګر د کم کار کولو شرکتونه ممکن حتی پدې پوه نشي چې دوی غلط کارونه کوي. ضعیف اجرایوي ممکن د تولید اصلي کارونو باندې دومره تمرکز وکړي چې دوی د پراخ مدیریت مسلو په اړه فکر کولو لپاره کافي وخت نلري. دوی ممکن تصور ونه کړي چې د دوی د فعالیت کوم اړخونه په اسانۍ سره ښه کیدی شي. دوی ممکن د شیانو په بل ډول ترسره کولو ته هڅول نه وي یا ممکن د بدلون څخه ویره ولري. دوی ممکن د اصلاحاتو هڅه وکړي، مګر دوی د دوی د کار کولو لپاره مبارزه کوي.

په نوې پانګونه کې د تشبث مدیریت څلور شیانو ته اړتیا لري: لومړی، دا په بازار تمرکز ته اړتیا لري. دوهم مالي وړاندوینې ته اړتیا لري او په ځانګړي توګه د نغدو جریان او راتلونکي پانګو اړتیاو لپاره پلان کول. دریم د لوی مدیریت ټیم رامینځته کولو ته اړتیا لري مخکې لدې چې نوي پانګوونې ته واقعیا اړتیا وي او ډیر وخت دمخه دا واقعیا د ځان لپاره تادیه کولی شي. او په نهایت کې، دا بنسټ ایښودونکي ته اړتیا لري چې د خپل رول، ساحې او اړیکو په اړه پریکړې وکړي.

د متشبثینو شبکې په اړه یو برتانوي فکري خونه یادونه کوي چې په هند کې کوچني سوداګرۍ ته ساده وړیا مشورې وړاندې کول د مدیریت تولید ۱۱ سلنه ډیروي. په حقیقت کې د متشبثینو د بریالیتوب د زیاتوالي لپاره تر ټولو اغېزمن کار چې حکومت یې کولی شي دا وي چې ډاډ ترلاسه کړي چې دوی ورته مشورې ته لاسرسی لري. شبکه دا وړاندیز هم کوي چې حکومتونه باید د متشبثینو سره د مختلف مدیریت سیستمونو او میتودونو ازموینې ته وده ورکولو سره د غوره مدیریت نظرونو پیژندلو کې مرسته وکړي. دوی باید شرکتونو ته اجازه ورکړي یا وهڅوي چې د دوی مدیریتي وړتیاو په ښه کولو کې پانګونه وکړي، شاید د زده کړې له لارې وي. د ملګرو شبکې د ښو کړنو د شریکولو لپاره هم مهم دي. د دغې طریقې له لارې د چین د شرکتونو عایدات او د مدیرانو ګټې او تولیدات اته سلنه زیات شوي دي.

درسونه

په یقین سره، د دې کتاب په پیل کې د ټولو دلایلو له مخې موږ باید د متشبثینو د ودې په اړه پاملرنه وکړو او حکومت ممکن د دې په رامنځته کولو کې رول ولوبوي. شبکه په دې باور ده چې دا باید قوي، تلپاتې دوستانه وي، نه د مالیاتو کریډیټ، اړیکو له لارې، بسپنه او نورې مالي مرستو څخه. که چیرې متشبثین اکثرا د بودیجې د نشتوالي څخه شکایت کوي، لکه څنګه چې هرڅوک له دې ستونزې سره مخ دي. مالي مسئله د سوداګرۍ پیل کولو لپاره ترټولو لوی خنډ ندی، کوم چې معمولا ډیره پانګه نه اخلي. په هرصورت د حکومت تمویل د اضافي کارونو رامینځته کولو هڅوي چې په اصل کې د نه منلو وړ دي، مخکښ متشبثین ډیر خوشبین وي غوره او خورا دوامدار دندې څخه جوړ شوي دي؛ بلکې د خپلو پیرودونکو غوښتنې تعقیبوي دوی د کوچنیو شرکتونو پیل کولو څخه وده کوي.

بل عام نظر دا دی چې حکومتونه باید ښوونه او روزنه او مهارتونه ښه کړي. البته دا ټول شیان د متشبثینو شرکتونو رامینځته کولو او پیاوړتیا کې مرسته کوي. دوی اړتیا نلري چې د حکومت لخوا چمتو شي، کوم چې دوی په خورا بیوروکراټیک ډول وړاندې کوي کله چې ممکن د بازار اړتیاو سره سمون ونلري. متشبثین د دولتي خدماتو سره د روزنې پروګرامونو ته اړتیا نلري. خلک د کار په ځای کې د هغه څه په پرتله چې دوی په ټولګیو کې زده کوي ډیر څه زده کوي، او متشبثین د چارواکو په پرتله ښه پوهیږي چې څوک په څه ډول او د کوم هدف لپاره روزنه ورکوي. حکومت باید د تعلیم د برابرولو پر ځای متشبثینو ته اجازه ورکړي چې خپلې بشري سرمایې ته وده ورکړي. دا کیدای شي د تعلیم او بشري پانګې د پراختیا د ملاتړ لپاره د مالیاتو سیستم جوړښت په معنی وي. د سوداګرۍ ازادي، خلاص ځای او سوداګریزې سیالۍ هم د متشبثینو د پرمختګ او بریا لپاره خورا مهم دي. یوځل بیا دا پروسه حکومت ته اړتیا نلري چې کوچني دندې بیوروکراسي رامینځته کړي.

دا د دوی غوښتنه کوي چې د نړیوالې سوداګرۍ په وړاندې خنډونه لرې کړي، مهاجرینو ته ښه راغلاست، د ښځو او اقلیتونو په وړاندې تبعیض پای ته ورسوي چې ممکن سوداګرۍ ته نوي نظرونه راوړي، او د کار قوانین، درانه مالیات، ټولنیز لګښتونه او جوازونه پای ته ورسوي، په ځانګړې توګه د کوچنیو شرکتونو لپاره.

دا په سوداګرۍ باندې خورا لوی تاثیر لري. دا پدې مانا ده چې د انحصارونو سره مبارزه (په ځانګړي توګه دولتي انحصار) او بازار ته د ننوتلو یا نوي بازارونو رامینځته کولو په ورانديې د خنډونو کمول.

کله چې سکندر د فلسفي منحرف (هغه څوک چې د نړۍ له آرامیو څخه تښتیدلی وه او په کنډوالو کې ژوند کاوه) سره ولیدل، سکندر له لوی یوناني فیلسوف څخه وپوښتل چې زه په خپل ټول مال او نظامي ځواک سره ستا لپاره څه کولی شم؟ دیوژن هغه ته وکتل او ویې ویل: د لمر له ورانګو څخه ودرېږه؛ که دولتونه واقعا د متشبثینو وده او د هغې ګټې غواړي د دوی په لمر کې ودریدل د سمې مشورې په څېر ښکاري.

• Anderson, S. (2016) Immigrants and billion dollar startups. Na- tional Foundation for American Policy, Policy Brief, March.
• Baumol, W. (1990) Entrepreneurship: productive, unproductive and destructive. Journal of Political Economy 98(5), Part 1: 893–921.
• Baumol, W. (2002) The Free-Market Innovation Machine: Ana- lyzing the Growth Miracle of Capitalism. Princeton University Press.
• Becker, G. (1968) Crime and punishment: an economic approach.
• Journal of Political Economy 76: 169–217.
• Block, J. (2016) Corporate income taxes and entrepreneurship. IZA World of Labor (https://wol.iza.org/articles/corporate
• -income-taxes-and-entrepreneurship).
• Bosma, N. and Kelley, D. (2019) 2018/2019 Global Report. Global Entrepreneurship Monitor. London Business School: Global Entrepreneurship Research Association (https://www.gem consortium.org).
•Brooke, J. (1990) Brazil backing computer imports. New York Times, 9 July.
•Butler, E. (forthcoming) An Introduction to Democracy. London: Institute of Economic Affairs.
•Caplan, B. (forthcoming) Poverty – Who's to Blame?
•De Ridder, M. (2019) Market power and innovation in the intan- gible economy. Centre for Macroeconomics, Discussion Paper.
•Decker, R. A., Haltiwanger, J., Jarmin, R. S. and Miranda, J. (2016) Declining business dynamism: implications for productivity? Brookings Institution, Hutchins Centre Working Paper 23,
•19 September (https://www.brookings.edu/research/declin ing-business-dynamism-implications-for-productivity/).
•Djankov, S., McLeish, C. and Ramalho, R. (2006) Regulation and growth. World Bank, Working Paper 40722.
•Dominiak, P. and Wasilczuk, J. (2017) Formal institutions: the source of unproductive entrepreneurship in Poland. GUT FME Working Paper Series A, 1/2017(44), Faculty of Man- agement and Economics, Gdansk University of Technology, Gdansk.

•Drucker, P. (1985) Innovation and Entrepreneurship. Oxford: Butterworth-Heineman.

•Dumitriu, S. (2019a) What's really driving our productivity slump? CapX, 5 July.

•Dumitriu, S. (2019b) Management matters. The Entrepreneurs Network, 23 January (https://www.tenentrepreneurs.org/res earch/management-matters).

• Dumitriu, S. and Stewart, A. (2019) Job creators: the immigrant founders of Britain's fastest growing companies. The Entre- preneurs Network (https://www.tenentrepreneurs.org/immi grantfounders).

• Evers-Hillstrom, K. (2018) Lobbying spending reaches $3.4 bil- lion in 2018, highest in 8 years. OpenSecrets: Center for Re- sponsive Politics, 25 January.

• Foss, N. and Klein, P. (2010) Alertness, action, and the antece- dents of entrepreneurship. Journal of Private Enterprise 25(2): 145–64 (https://organizationsandmarkets.files.wordpress

• .com/2010/07/fk_jope_2010.pdf)

• Friedman, M. (1962) Capitalism and Freedom. University of Chi- cago Press.

• Gorgens, T., Paldam, M. and Würtz, A. (2003) How does public regulation affect growth? Department of Economics Work- ing Paper 2003-14, University of Aarhus.

• Graham, P. (2006) The 18 mistakes that kill startups (http://paul graham.com/startupmistakes.html).

• Gutiérrez, G. and Philippon, T. (2019) The failure of free entry. National Bureau of Economic Research, Working Paper 26001, June. Hathaway, I. and Litan, R. (2014) What's driving the decline in the firm formation rate? A partial explanation. Brookings Institution, Brookings Economic Studies, November (https://

• www.brookings.edu/wp-content/uploads/2016/06/driving
• _decline_firm_formation_rate_hathaway_litan.pdf).
• Hayek, F. A. (1978) Competition as a discovery procedure. In New Studies in Philosophy, Politics, Economics and the History of Ideas. London: Routledge & Kegan Paul.
• Henrekson, M. (2020) How labor market institutions affect job creation and productivity growth. IZA World of Labor 38 (https://wol.iza.org/articles/how-labor-market-institutions
• -affect-job-creation-and-productivity-growth/long).
•Henrekson, M. and Sanandaji, T. (2008) Entrepreneurship and the theory of taxation. IFN Working Paper 732, Research In- stitute of Industrial Economics (SSRN-id1089367.pdf).
• Henrekson, M. and Sanandaji, T. (2011) The interaction of entrepreneurship and institutions. Journal of Institutional Econom- ics 7(1): 47–75 (https://www.cambridge.org/core/journals/jou rnal-of-institutional-economics/article/interaction-of-entrepreneurship-and-institutions/DD9AF1A1BFA6DC0714066B09E9D52E0C).
• Henrekson, M. and Sanandaji, T. (2014) Small business activ- ity does not measure entrepreneurship. Proceedings of the National Academy of Sciences of the United States of America 111(5): 1760–65 (https://www.pnas.org/content/111/5/1760
• .short).
• Henrekson, M. and Sanandaji, T. (2018) Stock option taxation: a missing piece in European innovation policy? Small Business Economics 51: 411–24.
•Kim, A. (2020) Economic freedom: promoting economic oppor- tunity and prosperity. Presentation to the Mont Pelerin Soci- ety, Stanford University, January.
• Kirzner, I. (1973) Competition and Entrepreneurship. University of Chicago Press.

• Klein, D. (2009) Let's be pluralist on entrepreneurship. In Knowledge and Coordination: A Liberal Interpretation, chapter 9. Ox- ford University Press(https://www.oxfordscholarship.com/view/10.1093/acprof:osobl/9780199355327.001.0001/acprof
• -9780199355327-chapter-9).
• Klein, P. (2017) Why government cannot be run like a business. Mises Institute, Mises Wire, September 4 (https://mises.org/ wire/why-government-cannot-be-run-business).
• Klein, P. and Foss, N. (2014) The right way to view entrepreneur- ship. Mises Institute, Mises Daily Articles, July 19 (https:// mises.org/library/right-way-view-entrepreneurship).
• Klein, P. and Mariotti, S. (2013) Looking at entrepreneurship from a theoretical perspective, with leading expert Peter Klein. HuffPost, 30 December (https://www.huffpost.com/en try/looking-at-entrepreneursh_b_4505632).
• Knight, F. (1921) Risk, Uncertainty and Profit. Boston and New York: Houghton Mifflin Company.
• Kreft, S. and Sobel, R. (2005) Public policy, entrepreneurship and freedom. Cato Journal 25(3): 595–616.
• Kritikos, A. (2014) Entrepreneurs and their impact on jobs and economic growth. IZA World of Labor 8 (https://wol.iza.org/ articles/entrepreneurs-and-their-impact-on-jobs-and-econ omic-growth).
• Lachmann, L. (1986) The Market as an Economic Process. New York: Basil Blackwell.
• Lerner, J. (2009) Boulevard of Broken Dreams: Why Public Efforts to Boost Entrepreneurship and Venture Capital Have Failed – and What to Do About It. Princeton University Press.
• Lofstrom, M. and Wang, C. (2019) Immigrants and entrepreneurship. IZA World of Labor 85 (https://wol.iza.org/subject-areas/ entrepreneurship).

• March, J. (1991) Whither exploration and exploitation. Organiza- tion Science 2(1): 71–87.

• Masnik, M. (2017) The dangerous rise of unproductive entrepre- neurship. Techdirt, August 18 (https://www.techdirt.com/art icles/20170818/00183838020/dangerous-rise-unproductive

• -entrepreneurship.shtml).

• Mazzucato, M. (2013) The Entrepreneurial State. London: An- them Press.

• McCloskey, D. (1994) Knowledge and Persuasion in Economics.

• Cambridge University Press.

• McCloskey, D. (2007) The Bourgeois Virtues: Ethics for an Age of Commerce. University of Chicago Press.

• McCloskey, D. and Klamer, A. (1995) One quarter of GDP is per- sua- sion. American Economic Review, Papers and Proceedings 85(2): 191–95.

• McMaken, R. (2014) Extended version of Peter Klein's interview on entrepreneurship. Mises Institute, Mises Wire Interview Transcription, 8 April (https://mises.org/wire/extended-ver sion-peter-kleins-inter- view-entrepreneurship).

• Medeiros, J. (2019) This economist has a plan to fix capitalism. It's time we all listened. Wired, 8 October (https://www.wired

• .co.uk/article/mariana-mazzucato).

• Miller, D. (1983) The correlates of entrepreneurship in three types of firms. Management Science 29(7): 770–91.

• Mises, L. von (1949) Human Action. Yale University Press.

• Mises, L. von (1951) Profit and loss. In Planning for Freedom.

• South Holland, IL: Libertarian Press.

• Nanda, R. (2016) Financing high-potential entrepreneurship.

• IZA World of Labor (https://wol.iza.org/articles/financing

• -high-potential-entrepreneurship).

• NPR (2018) Rigging the economy. No. 829, 9 March.

• Ridley, M. (2020) How Innovation Works. London: Fourth Estate.

• Samriddhi Foundation (2013) Economic freedom matters: does economic freedom affect Kirana Pasals in Nepal?

• Sanandaji, T. and Leeson, P. (2013) Billionaires. Industrial and Corporate Change 22(1): 313–37 (https://academic.oup.com/ icc/article/22/1/313/885637).

• Sanandaji, T. and Sanandaji, N. (2014) SuperEntrepreneurs – and how your country can get them. London: Centre for Policy Studies (https://www.cps.org.uk/research/superentrepreneu rs-and-how-your-country-can-get-them/).

• Schaeffer, V. (2015) Corporate entrepreneurship and creativity in large firms: the practice of start-up contests. Journal of In- novation Economics & Management 3(18): 25–51 (https://www

• .cairn.info/revue-journal-of-innovation-economics-2015-3

•-page-25.htm#).

• Schumpeter, J. (1911) The Theory of Economic Development. New Brunswick and London: Transaction Publishers.

• Schumpeter, J. (1939) Business Cycles: A Theoretical, Historical and Statistical Analysis of the Capitalist Process. New York: McGraw-Hill.

• Seth, S. (2019) Why entrepreneurship is important to the econ- omy. Investopedia, 22 July (https://www.investopedia.com/ articles/personal-finance/101414/why-entrepreneurs-are-im portant-economy.asp).

• Smith, A. [1776] (1981) An Inquiry into the Nature and Causes of the Wealth of Nations. Indianapolis, IN: Liberty Fund.

• Solow, R. (1956) A contribution to the theory of economic growth.

• Quarterly Journal of Economics 70(1): 65–94.

• Stigler, G. (1971) The theory of economic regulation. Bell Journal of Economics and Management Science 2(1): 3–21.

•Thierer, A. (2014) Permissionless Innovation: The Continuing Case for Comprehensive Technological Freedom. Arlington, VA: Mercatus Center at George Mason University.

• Tuder, S. (2017) What it actually costs to open a restaurant in San Francisco. SF Eater, 2 June.

• UK Government (2011) Change in government: the agenda for leadership. Public Administration Select Committee: Report 13, Session 2010-2012. House of Commons.
• US Small Business Administration Office of Advocacy (2014) New Business Statistics 2004-14.
• Vaz-Curado, S. and Mueller, A. (2019) The concept of entre- preneur of Schumpeter in comparison to Kirzner. Mises
• Interdisciplinary Journal of Philosophy, Law and Economics7(3)(https://www.revistamises.org.br/misesjournal/article/view/1223/656).
• Ward, T. (2005) An integrated model of entrepreneurship and intrapreneurship. Paper delivered to the 13th Annual High Technology Small Firms Conference.
• Watson, G. and Kaeding, N. (2019) Tax policy and entrepreneur- ship: a framework for analysis. Washington, DC: Tax Foun- dation, 3 April (https://taxfoundation.org/tax-policy-entre preneurship/).
• Weber, M. (1905) The Protestant Ethic and the Spirit of Capitalism. Zook, C. and Allen, J. (2016) Barriers and Pathways to Sustainable Growth: Harnessing the Power of the Founder’s Mentality. Bain & Co., 19 July.

د لیکوال په اړه

ایمون باتلر د آدم اسمیت د مؤسسې رئیس ده، هغه اداره چې په نړۍ کې د پالیسۍ جوړونې فکري خونو څخه شمیرل کیږي. نوموړی په اقتصاد او ارواپوهنه کې د لیسانس سند، په فلسفه کې دوکتورا او په ادبیاتو کې افتخاري دوکتورا لري. په ۱۹۷۰ لسیزه کې هغه د متحده ایالاتو د استازو په مجلس کې یې د واشنګټن استازیتوب وکړ او انګلستان ته د راستنیدو دمخه یې په هیلزدیل او میشیګان (Hillsdale College & Michigan) پوهنتون کې د فلسفې تدریس کاوه ترڅو د ادم سمیت مؤسسې په جوړولو کې مرسته وکړي. ایمون باتلر د ازادۍ مډال ګټونکی، په ویلی فورج کې د ازادۍ بنسټ اېښودونکی او همدارنګه د انګلستان د ملي تصدي جایزې ګټونکی دی. د دې سربیره ایمون باتلر د مونت پیلرین (Mont Pelerin Society) ټولنې پخوانی منشي هم وه.

ایمون د ډیرو کتابونو لیکوال ده، د مخکښانو او اقتصادي مفکرینو په اړه د پېژندنې په شمول؛ آدام اسمیت، میلتون فریډمن، اف هایک، لودویګ وون میزس او آین رند. نوموړي د کلاسیک لیبرالیزم، عمومي انتخاب، تشبث، مګناکارتا او د اتریش د اقتصاد ښوونځي، د ملتونو متمرکزه شتمنۍ، د بازار او فکري ښوونځۍ په اړه غوره کتاب: د لیبرال ۱۰۱ لوی مفکر هم نوموړي لیکلی دی. د نوموړي بنسټ چې د آزادۍ ټولنې بنسټ په نوم وه، په ۲۰۱۴ کال کې یې د فیشر جایزه وګټله. نوموړی یو د څلویښت پیړۍ کتاب له لیکوالانو، د مزد (د کار په مقابل کې د پیسو ورکړه) او قیمت کنټرول او یو شمېر نور کتابونه فکري ضریب (IQ) په اړه لیکلي دي. باتلر؛ پرله پسې په چاپي، راډیویي او آنلاین رسنیو کې کڼون او مرسته لري.

AN INTRODUCTION TO ENTREPRENEURSHIP

EAMONN BUTLER

TRANSLATED BY: WAHEEDULLAH RASHID

AELSO
د افغانستان د اقتصادي او حقوقي مطالعاتو مؤسسه
موسسه مطالعات اقتصادی و حقوقی افغانستان
Afghanistan Economic & Legal Studies Organization

"Advancing The Ideas for a Peaceful & Prosperous Afghanistan"

AN INTRODUCTION TO

ENTREPRENEURSHIP

EAMONN BUTLER

"که له خلکو مې پوښتلي وای چې هغوی څه غواړي، هغوی به ویلی، ګړندي اسونه."
هنري فورد، امریکایي موټر جوړونکی

متشبثین د پرمختګ، تولید او سوکالۍ په وده کې مهم رول لوبوي. دوی د اقتصادي ودې لامل کیږي او نوي فرصتونه رامینځته کوي. د دوی نوښتونه د خلکو ژوند بدلوي. د متشبثینو مهم رول لا تر اوسه په پراخه کچه نه ده درک شوی، او دوی ډیری وختونه د اقتصاد په درسي کتابونو کې په بشپړه توګه له پامه غورځول کیږي. دلته، لیکوال ایمون باتلر د متشبثیت د حیاتي رول په تشریح کولو، او د تشبث اقتصادي او ټولنیز اهمیت ته وده ورکولو او د هغې د پراختیا لپاره اړین شرایط په مستقیم ډول انتقال کړي.

باتلر د دغه کتاب په لیکلو کې، هغه "غیر معمولي" اشخاص په پام کې نیسي چې غواړي متشبثین شي. د مثال په توګه، څوک پوهیدل چې د فیسبوک اختراع کوونکی مارک زاکربرګ، د مایکروسافټ بنسټ ایښودونکی بیل ګیټس، د اپل بنسټ ایښودونکی اسټیو جابز او د اوبر بنسټ ایښودونکی ټراویس کالانیک ټول له پوهنتون څخه ایستل شوي وه؟ یا سر ریچارد برانسون د ویرجین ګروپ بنسټ ایښودونکی او اینګوارد کامپګراد د IKEA بنسټ ایښودونکی هیڅکله هم پوهنتون ته نه دي تللی؟

د تشبث پیژندنه د متشبثیت ځواک په ګوته کوي، پداسې حال کې چې د هغې په نیمګړتیاوې هم اعتراف کوي. دا سریزه د متشبثینو د پیاوړتیا لپاره د حکومتونو (اکثره ګمراه کونکي) هڅو په اړه بحث کوي او په اقتصاد او سیاست کې د متشبثینو د بیا ژوندي کولو مسله په روښانه توګه بیانوي. تر ټولو مهمه دا چې، دا کتاب یو بنسټیزه ارزونه او پیژندنه وړاندې کوي چې متشبثیت څه شی دی، ولې ورته اړتیا لرو او څنګه کولی شو چې د هغه هڅونه او ملاتړ وکړو.

TRANSLATED BY: WAHEEDULLAH RASHID

ISBN 978-0-255-36794-3
9 780255 367943

WWW.WHITEASSEMBLY.ORG
سازمان اجتماعی سفید
بسوی روشنگری