



کتاب پېژندنه

د کتاب نوم:	د تصدی اقتصاد
څانګه:	بانکداری، محاسبه او د تجارت اقتصاد
راټولونکی:	نصیر احمد "سخي"
ژباړن:	روح الله عزتمل
د څار کمېټه:	
	- محمد آصف ننگ د تخنیکي او مسلکي زده کړو معین - دیلوم انجنیر عبدالله کوزایي د تعلیمي نصاب رییس - محمد اشرف وحدت په تعلیمي نصاب کې د معینیت د مقام سلاکار
د تصحیح کمېټه:	
	- شیرآقا صنعت یار - عبدالجمیل ممتاز
د ګرافیک او ډیزاین څانګې مسئول:	محمد جان علیرضایي
ګرافیک او ډیزاین:	عبدالله شاهي
چاپ کال:	۱۳۹۲ لمریز کال
تیراز:	۶۰۰۰ ټوکه
چاپ ځل:	لومړی
وېب پاڼه:	www.dmtvet.gov.af
برېښنالیک:	info@dmvtvet.gov.af
کډ ISBN:	۹۷۸-۹۹۳۶-۳۰-۰۸۰-۴

Ketabton.com

د چاپ حق د تخنیکي او مسلکي زده کړو له معینیت سره خوندي دی



ملي سرود

دا وطن افغانستان دی	دا عزت د هر افغان دی
کور د سولې کور د تورې	هر بچی بې قهرمان دی
دا وطن د ټولو کور دی	د بلوڅو د ازبکو
د پښتون او هزاره وو	د ترکمنو د تاجکو
ور سره عرب، گوجر دي	پامیریان، نورستانیان
براهوي دي، قزلباش دي	هم ایماق، هم پشه یان
دا هیواد به تل ځلیږي	لکه لمر پر شنه آسمان
په سینه کې د آسیا به	لکه زړه وي جاوېدان
نوم د حق مو دی رهبر	وایو الله اکبر وایو الله اکبر



د پوهنې وزارت پېغام

ګرانو زده کوونکو، محصلانو او درنو ښوونکو!

د یوې ټولنې وده او پرمختګ کاملاً د همغې ټولنې د پیاوړو کاري کادرونو، بشري قوې او ماهر و فکرونو په کار او زیار پورې تړلې دي. همدا بشري قوه او کاري متبې دي چې د هیواد انکشافی اهدافو ته د رسېدو لارې چارې طي کوي او د یوه ښکمرغه، مرفه او ودان افغانستان راتلونکی تضمینوي.

انسان په خپل وار سره د الله تعالی له جانبې او هم د خپل انساني فطرت له اړخه مؤظف او مکلف دی چې د ځمکې په عمران او د یوه سوکاله ژوند د اسبابو او ایجاباتو د تکمیل لپاره خپل اغیزمن نقش، همدارنګه ملي او اسلامي رسالت ادا کړي.

له همدې ځایه ده چې د یوه ژوندي او فعال انسان نقش، د خپل ژوند د چاپېریال او خپلې اړوندې ټولنې په اړه، تل مطلوب او په هېڅ حالت کې نه نفي کیږي او نه هم منقطع کیږي.

په ټول کې د پوهنې نظام او په خاصه توګه د تخنیکي او مسلکي زده کړو معینیت مسوولیت او مکلفیت لري چې د اسلامي ارزښتونو، احکامو او همداراز معقولو او مشروع قوانینو ته په ژمنتیا سره، د افغانستان په انکشاف کې فعاله، چاپکې او موثره ونډه واخلي، ځکه دغه ستر او سپېڅلي هدف ته د رسېدو په خاطر د انساني ظرفیت وده، د حرفوي، مسلکي او تخنیکي کادرونو روزنه او پراختیا یو اړین مقصد دی. همدا په تخنیکي او مسلکي زده کړو مزین تنکي ځوانان کولی شي چې په خپلې حرفې او هنر سره په سیستماتیک ډول د هیواد انکشاف محقق او میسر کړي. جوته ده چې په افغانستان کې د ژوند تګ لاره، دولتداري او ټولنیز نظام د اسلام له سپېڅلو احکامو څخه الهام اخیستی؛ نو لازمه ده چې زموږ د ټولنې لپاره هر ډول پرمختګ او ترقي باید په علمي معیارونو داسې اساس او بنا شي؛ چې زموږ د کارګر نسل مادي او معنوي ودې ته پکې لومړیتوب ورکړ شي. د حرفوي ظرفیت جوړونې تر څنګ د ځوانانو سالم تربیت او په سوچه اسلامي روحيې د هغوی پالنه نه یواځې پخپل ذات کې یوه اساسي وجیبه ده، بلکې دا پالنه کولی شي چې زموږ وطن پخپلو پېښو ودروي، له ضعف څخه یې وژغوري او د نورو له سیاسي او اقتصادي احتیاج څخه یې آزاد کړي.

زموږ ګران زده کوونکي، محصلان، درانه استادان او مربیون باید په بشپړه توګه پوه شي، چې د ودان او ښکمرغه افغانستان ارمان، یواځې او یواځې د دوی په پیاوړو متو، وینې احساس او نه ستړي کېدونکي جد او جهد کې نغښتی او د همدغو مسلکي او تخنیکي زده کړو له امله کېدای شي په ډېرو برخو کې د افغانستان انکشافی اهداف تر لاسه شي. د دې نصاب له ټولو لیکوالانو، مولفینو، ژباړونکو، سموونکو او تدقیق کوونکو څخه د امتنان تر څنګ، په دې بهیر کې د ټولو کورنیو او بهرنیو همکارانو له مؤثرې ونډې او مرستو څخه د زړه له کومې مننه کوم. له درنو او پیاوړو استادانو څخه راجامدانه هیله کوم چې د دې نصاب په ګټور تدریس او فعاله تدریب سره دې د زړه په ټول خلوص، صمیمي هڅو او وجداني پیکار خپل ملي او اسلامي نقش ادا کړي.

د ښکمرغه، مرفه، پرمختللي او ویارمن افغانستان په هیله

فاروق وردګ

د افغانستان د اسلامي جمهوریت د پوهنې وزیر

لړلیک

مخ	سرلیکونه	خپرکي
۱	اصطلاحات او مفاهیم	لومړی
۹	عمومیات	دویم
۱۹	تولید	درېیم
۲۷	د تصدې پلان جوړول	څلورم
۳۳	د تولیدوونکي د انتخاب نظریه	پنځم
۴۱	لگښتونه	شپږم
۵۱	د تولید د لاملونو بازارونه	اووم
۶۳	استهلاک	اتم
۷۱	تمویل	نهم
۷۷	بازار موندنه (مارکېټنگ)	لسم
۸۳	سرچینې او اخځلیکونه	

سريزه

د دې کتاب د وړاندې کولو هدف دا دی ترڅو زده کوونکي د يوې بنسټيزې او مهمې څانگې په توگه د اقتصاد علم وپيژني او همداراز د اقتصاد په اساساتو او اصولو وپوهيږي، له بلې خوا د اقتصاد د هغو اصولو په پلي کولو کې چې د تصميم نيولو او د توليد د مديريت لپاره ورڅخه گټه اخيستل کېږي، وتوانېږي.

لکه څرنګه چې اقتصاد په دوه کوچنيو او لويو څانگو ويشل شوی ، کوچنی اقتصاد، د اقتصادي واحدونو کړنلاره تربحث او څيړنې لاندې نيسي، چې دغه واحدونه عبارت دي له مصرف کوونکو، کاريکرو، سرمايه لرونکو، تصدي، د ځمکو مالکان او شرکت لرونکي او سوداګر. په حقيقت کې هرڅوک چې په اقتصاد کې رول ولوبوي، کوچنی اقتصاد بيانوي.

دا چې تصدی او موسسات څرنګه تصميم نيسي ترڅو خپلې کټې لوړې کچې ته ورسوي، څومره کارګرانو او سرمايې ته اړتيا لري او يا دا چې هر کارګر په څومره تنخوا کار کوي، کوچنی اقتصاد به يې ارزونه وکړي.

د اقتصاد نړيوالې کچې ته په پاملرنې سره، آزاد بازار ته او همداراز اقتصادي سيستم ته زموږ د هيواد رسيدل دې ته اړتيا لري ترڅو د لاسته ته راغلو چانسونو څخه گټه پورته کړو او د نړيوالو اقتصادي اصولو څخه په گټې اخيستې سره خپل اقتصاد پياوړی کړو.

لکه څرنګه چې زموږ بحث هم کوچنی اقتصاد دی او د توکو او خدماتو د توليد پورې اړه لري نو ځکه د اقتصاد مهم محور چې د تصدي اقتصاد دی وړاندې کوو.

په عمومي ډول په کې کتاب کې راټول شوي مطالب په لسو فصلونو کې ترتيب شوي چې لومړی فصل يې مفاهيم او اوصلاحات دي ، دوهم فصل په عمومي ډول ماهيت، اصول، د اقتصاد د علم تاريخ او موضوع ، په دريم فصل کې د توليد په اړه مفاهيم، توليد ترکيب او د توليد لاملونه، په څلورم فصل کې د تصدی پلان جوړونه او د هغې رول او اهميت، په پنځم فصل کې د توليد اندازه او د توليد کوونکي انتخاب، په شپږم فصل کې مصارف او ډولونه يې، په اوم فصل کې د توليد د لاملونو بازارونه، په اتم فصل کې استهلاك او د هغه ډولونه، په نهم فصل کې د سرمايې چمتو کول او د تمويل طريقه او په لسم فصل کې بازار موندنه او په تصديو کې د هغه رول او اهميت بيانېږي.

په دې کتاب کې کوشن شوی ترڅو د اوسني ښوونيز سيستم اړتياوو ته په کتوسره مهم او بنسټيز موضوعات په ساده او لنډ ډول بيان شي او هرفصل يې په پنځه برخو، ټوليز هدف، ښوونيز هدف، د فصل منځپانګه، د مطالبو خلاصه او همدارنګه وروستۍ پوښتنې دي چې د محصلينو د ښې مطالعې او څيړونې وړ وګرځي.

اميد دی چې په دغه کتاب کې ذکر شوي مطالب د لوستونکو د پام وړ وګرځي او ورڅخه سالمه گټه واخلي.

په درناوي

نصير احمد سخي

د کتاب ټوليزه موخه:

د دغه کتاب له بشپړولو سره د تصدۍ د اقتصاد له اصطلاحاتو او مفاهيمو، د توليد اړوند مفاهيمو او په تصدۍ کې د پلانکدارۍ مسایلو سره آشنایي ترلاسه کوي. همدارنګه د استهلاك پر لارو چارو او د لازمو اطلاعاتو پر تمویل باندې پوهیږي.

اصطلاحات او مفاهيم

ټوليزه موخه:

د تصدۍ د اقتصاد له بنسټيزو مفاهيمو او اصطلاحاتو سره آشنايي.

د زده کړې موخې: محصلين د دې څپرکې په پای کې بايد لاندې موضوعات تعريف کړای شي:

- ارزښت، بازار، پيسې او توکي.
- پيسې، مزد، د سرچينو تخصیص.
- سوداگريزې نښې، قيمت، اقتصاد.
- پانگه، اخستونکي او د دې څپرکي شامل ټول اصطلاحات.

د هر علم په لومړنيو او بنسټيزو اصطلاحاتو باندې پوهيدل زموږ سره مرسته کوي ترڅو په موضوع ښه وپوهيږو او په ښه توگه ورڅخه کټه تر لاسه کړو.

په دې څپرکي کې د دې کتاب له ټوليزې پوهنې سره چې د کتاب د راتلونکو څپرکيو ټوليز محور بلل کيږي، آشنايي پيدا کوو.

ارزښت Value

ارزښت د هغه اهميت څخه عبارت دی چې څوک ورته د ځانگړي خدمت په بدل کې قايل وي. له يوې خوا توکي ارزښت لري ځکه د استفادې وړ دي، چې دې ارزښت ته د گټې اخيستنې ارزښت ويل کيږي او له بلې خوا توکي يا جنسونه د تبادلې وړ دي، چې مبادلوي ارزښت ورته ويل کيږي.

بازار Market

هغه ځای چې عرضه کوونکي او اخیستونکي په منظم ډول جنسونه تبادله کوي او په ګډه معاملې کوي او همداراز یو د بل له احواله څخه خبریږي، له بازار څخه عبارت دی. په بازار کې امکان لري چې خرڅوونکي او اخیستونکي په مستقیم ډول یو له بل سره ونه کوري او د جنسونو اخیستل او خرڅول د تلیفون، انټرنیټ او فکس له لارې هم سرته ورسوي.

پیسې Money

هر هغه شی چې په یوه سیمه کې په عمومي ډول راکړه ورکړه ولري او د جنسونو د ورکولو په مقابل کې په عمومي ډول ومنل شي، له پیسو څخه عبارت دی. یا په بل عبارت د جنسونو د ورکولو په مقابل کې عمومي وسیلې ته پیسې ویل کیږي. د اقتصاد له پلوه او همداراز د اقتصادي چارو د کارپوهانو په باور په یوه ټاکلي چاپېریال کې د یوه ټولنیز محصول د ورکولو په مقابل کې رسمي وسیلې ته پیسې ویل کیږي. یایه بل عبارت: پیسې هغې رسمي وسیلې ته ویل کیږي چې د وګړو د کار په مقابل کې د هغې په واسطه په یوه ټولنیز محصول باندې بشپړ قدرت، ملکیت او یا تصرف رامنځته شي. له حقوقي پلوه پیسې د راکړې ورکړې وسیله ده چې د دولت لخوا تثبیت او اعلانېږي. د دې لپاره چې له پیسو څخه په ښه توګه ګټه واخیستل شي؛ نو باید ثابت قیمت ولري او په اسانۍ سره انتقال او وویشل شي.

توکی Material

توکی او اضافي توکی چې د جنسونو په جوړولو کې ورڅخه کار اخیستل کیږي، توکی ګڼل کیږي.

د مزد کم حد Minimum wage

د قانون په چوکاټ کې یوه کارګر ته کم څیز ورکولو ته حداقل مزد وايي، چې په عمومي ډول د یو ساعت کار په مقابل کې ورکړل شي.

سراڼه Per capita

دغه لغت په عمومي ډول ترلاسه کولو، تولید، لګښت او په همدې شکل نورو ته ویل کیږي.

د اندیښنې وړ توکی Perishable goods

هغه توکو ته ویل کیږي، چې له منځه تلونکي وي او باید ژر لګښت شي. د بېلګې په توګه

هگۍ، کبان، میوې، شیدې او داسې نور.

د سرچینو ځانګړي کول Resource allocation

د تولید د لاملونو تقسیم (په کاري قوت او سرمایې باندې) د تولید په بېلابېلو برخو باندې، د تولید د لاملونو کموالی د دې لامل ګرځي ترڅو سرچینې په ښه توګه ځانګړې شي ترڅو د تولید قوت له ضایع کیدو وژغورل شي.

اقتصادي او خدمتي عمر

د اقتصادي نظره د کالو او ماشین آلاتو څخه د استفادې وخت سپما ته نږدیوالی لري.

تخصصي کول Specialization

په بېلابېلو مرحلو کې د کارکوونکو لخوا د کار آسانه کولو فعالیت یا تولید ته تخصصي کول ویل کېږي.

د وخت په تېرېدو سره د مزد ورکول Time wage

د وخت په تېرېدو سره د مزدورانو تنخوا ورکول کېږي او د سرته رسیدلي کار پورې اړه نه لري، چې څومره کار شوی او یا څومره پاتې دی.

سوداګریزې نښې Trade mark:

په تولید شوو توکو باندې د یوې ځانګړې طرحې لګول ترڅو و پېژندل شي دا توکي د کوم شرکت یا کمپنۍ پورې اړه لري.

صنفي ټولنې، کارګري ټولنې Trade union

یوه ډله کارکوونکي چې په خپلو کې سره راټول شوي وي او یوه ټولنه جوړه کړي او د خپلو ګټو د ترلاسه کولو لپاره د خپل بادر سره مشوره وکړي.

قیمت price:

قیمت هغو نقدې پیسو ته ویل کېږي چې په بازار کې د توکو لپاره ځانګړې شوې وي، د قیمت تعینول په بازارونو کې مختلف وي.

استهلاک Depreciation

له لگښت وروسته د شتمنۍ د ارزښت له مینځه تللو یا کموالي ته استهلاک وایي.

لگښت Consumption

د توکو او یانورو اړینو څیزونو د رانیولو لپاره د یوې کورنۍ لگښت ته لگښت ویل کیږي.

مزد wage

د کار په مقابل کې لاسته راوړنې ته مزد ویل کیږي.

مزد د سرته رسیدلي کار په مقابل کې ورکول کیږي، چې د یوساعت، یوې ورځې، یوې اونۍ او یا یو کال وروسته اخیستل کیږي.

کار Work

د بدن یا فکر فعالیت چې د توکو د تولید او یا د کوم خدمت لامل وگرځي او یا یوکسب چې انسان په هغه لگياوي.

اقتصادي تصدي، اقتصادي واحد Firm

یو شرکت یا موسسه چې په اقتصادي فعالیت او یا اړتیاوو په له منځه وړلو بوخت وي.

فعالیتونه Enterprise

لومړۍ: هر ډول کار کسب او اقتصادي فعالیت.

دویم: د کار د اداکولو لپاره زور او فکر ته فعالیت ویل کیږي.

فابریکه Factory

هغه ځای چې د کار او یا ماشینونو په واسطه په کې مختلف توکي بدلیږي او بیا ورڅخه گټور توکي جوړیږي.

د ویشلو لگښت Distribution Cost

د خپرولو لگښت، هغه لگښت چې د هغه په واسطه توکي او خدمات د تولید کوونکي څخه اخیستونکي ته رسیږي. د بېلگې په توګه د لېږد رالېږد لگښت.

غير عادي لگڻتونه Abnormal Costs

هغه لگڻتونه چې د توليد د نشتوالي په صورت کې منځته راځي، لکه اعتصاب، زيانونه او داسې نور.

عادي لگڻتونه Normal Costs

دا هغه لگڻتونه دي چې د توليد د لړۍ په اړه پرې فکر شوی وي او د حاصل لاسته راوړلو ته يې هم طمعه وي.

قوي صنعتونه Basic Industries

هغه توليدي فعاليتونه چې د نورو صنعتونو په پرتله ډېر اهميت ولري او له توکو څخه يې په نورو صنعتونو کې کار واخستل شي. لکه د اوسپنې اوبه کول.

زيات توليد Batch Production:

په زياته اندازه د توکو توليد د بېلگې په توگه په يوه اندازه د يو ډول بوټانو توليد.

جايزه Bonus

د ټاکل شوې تنخوا پرته د اضافي پيسو ترلاسه کول. د بېلگې په توگه کارگر چې د يو ښه کار په مقابل کې له خپل بادر څخه اضافي پيسې اخلي.

د گڼې گونې بازار Boom Market

هغه بازار ته ويل کېږي چې په هغه کې له عرضې څخه تقاضا زياته وي او قيمتونه هم لوړ وي.

شتمني Capital

۱- هغه پيسې چې د يو اقتصادي فعاليت لپاره په کار واچول شي.

۲- په اقتصاد پوهنه کې سرمايه له هغو توکو څخه عبارت ده، چې د نورو توکو د توليد او اخيستلو په موخه ورڅخه کار اخيستل کېږي.

پېرودونکی Client

هغه چاته ويل کېږي چې کوم جنس اخلي او يا يې غوښتونکی وي.

د تولید لاملونه Factors of Production

هغه قوت او فکر چې د توکو په تولید کې ورڅخه کار واخیستل شي یعنی کار، سرمایه او ځینې وخت ځمکه، ښه مدیریت او نور.

د امکاناتو په پام کې نیول او لومړنۍ څېړنې Feasibility study

د سرمایې د لګښت په وخت کې په لازمو امکاناتو فکر کول او د احتمالي خنډونو لرې کول.

ثابت قیمت Fixed Price

هغه ثابت قیمت چې د توکو د پلورلو لپاره ټاکل شوی وي او بدلون په کې رامنځته نه شي.

د انگیزې جوړول او یا رامنځته کول Incentive Scheme

هغه برنامه یا طرح ده چې د هغې له امله کارکونکي خپلو کارونو ته ښه وهڅول شي او کوښښ وکړي ترڅو د خپل بادر یا د کار له مشر څخه جایزه یا انعام ترلاسه کړي.

په تولید کې بې تفاوتی Isoquant

د یو محصول څخه د تولید د یوې معینې اندازې لپاره د دوه لاملونه ترکیب ته بې تفاوتی وایي.

له کاري قوت څخه ګټه اخیستل Labor Productivity

د تولید یا یو فعالیت په وخت کې د کاري قوت له زور څخه استفاده کول او دغه زور له تولید شوي محصول سره پرتله کول، یعنې تولید شوی محصول د کارکوونکو د وړتیاوو سره پرتله کول.

توکي Goods

توکي د انسانانو د ضرورت وړ وسایلو ته ویل کېږي یا په لنډ ډول توکي د انسانانو د اړتیاوو وړ خدماتو ته ویل کېږي.

ثروت Wealth

اقتصادي ثروت د یو شخص نقدي او غیر نقدي شیانو ته ویل کېږي، لکه پیسې، ځمکه او نور.

د پیسو بازار Money Market

د پیسو لومړني او دویم بازارونه چې په هغه کې پیسې بدلېږي او داسې معاملې کېږي چې

د یو کال پورې اعتبار ولري.

د شتمنۍ بازارونه Capital Markets

لومړنیو او دویمو بازارونو ته ویل کیږي چې په هغه کې پیسې تبادله کیږي او معاملې هم په کې حد اقل یو کال او یا طویلمدت وي.

دغه بازارونه د سرمایې لپاره لویه لاره هواره وي، د سرمایې په بازارونو کې معمولاً تجارتي بانکونه، د بیمې شرکتونه او نور خلک پانګه اچونه کوي او د سرمایې په کار او بار کې اسانتیاوې رامنځته کوي.

د بازار ارزښت Market Value

د یوې اندازې شتمنۍ د پلورلو قیمت ته د بازار ارزښت ویل کیږي.

د ثابت تولید لاملونه Fixed Inputs

د ثابت تولید لاملونه هغه ته ویل کیږي چې په یوه ټاکلي وخت کې په کې بدلون رانه شي.

د بدلون موندونکي تولید لاملونه Variable Inputs

د بدلون موندونکي تولید لاملونه هغه دي چې په یوه ټاکلي وخت کې په کې بدلون راشي.

د تولید وختونه Production Function

د تولید وختونه د شرکتونو او تصدیو پورې اړه لري یعنې کله چې تصدی یا شرکتونه وغواړي تولید کولای شي.

د تولید مرحلې Stage Of Production

د منځني او اخري تولید ترمنځ رابطې ته د تولید مرحلې ویل کیږي.

مرحله I Stage I

د متوسط تولید زیاتوالی چې تغیر هم په کې راشي.

مرحله II Stage II

له اندازې زیات متوسط تولید ترهغه چې وروستی تولید هیڅ رامنځته نه شي.

د لومړي څپرکي لنډيز

د راتلونکو څپرکیو د اسانتیا لپاره موږ په لومړي څپرکي کې په اصطلاحاتو ښه وپوهیدو ځکه په دې څپرکي کې مونږ د اقتصاد او تصدی په اړه په مهمو اصطلاحاتو بحث او څېړنه وکړه؛ نو باور لرو چې محصلین به د لومړي څپرکي په مطالعې سره وشي کولای چې د راتلونکو څپرکیو په موضوعاتو په اسانۍ سره وپوهیږي او ورسره آشنا شي.

د لومړي څپرکي پوښتنې

- ۱- پیسې څه ته وایي؟
- ۲- په اقتصاد کې د سرچینو ټاکنه څه گټې لري؟
- ۳- د ثروت او سرمایې ترمنځ څه فرق دی؟
- ۴- قیمت او ارزښت تعریف کړئ؟
- ۵- د تولید لاملونه ولیکئ؟
- ۶- د لگښت په اړه څومره پوهیږئ؟
- ۷- د تولید ثابت او متغیر لاملونه توضیح کړئ؟
- ۸- د تولید د پړاوونو په اړه څومره پوهیږئ؟

عمومیات

ټولیزه موخه:

د اقتصاد د علم له اساسي مسایلو سره اشنایي، په ځانګړي ډول د تصدۍ اقتصاد د علم د دغه علم ماهیت، لوری او تاریخي پرمختګ بلل کيږي.

د زده کړې موخې: ددې څپرکي تر پایه پورې تمه کيږي، چې محصلین په لاندې مسایلو و پوهیږي:

- اقتصاد څه ته وايي.
- اقتصادي اصول.
- د تصدې اقتصاد د علم موضوع.
- د تصدې اقتصاد د علم تعریف.
- د اقتصادي تصدۍ د علم تاریخچه او د پرمختګ لارې.

اقتصاد څه شی دی؟

انسانان د خپل پیدایښت څخه راپدیخوا د سرچینو له کموالي سره مخ دي او د دغه ټولنیزې ستونزې سره یې مبارزه کړې له بلې خوا انسانان بېلابېلې غوښتنې لري کله چې یې یوه غوښتنه سرته ورسېږي بیا نورو شيانو ته اړتیا پیدا کوي.

نو ځکه ټولې اقتصادي پوښتنې په دې واقعیت ولاړې دي چې موږ نه شو کولای ټولو هغو شيانو ته لاسرسی پیدا کړو چې په ژوند کې ورته اړتیا پیدا کړو.

په اقتصاد کې محدودیت په دې معنی دی چې د انسانانو غوښتنې او اړتیاوې د سرچینو په

پرتله ډېرې زياتې دي.

د بېلگې په توگه تاسو ۲۰۰۰ زره افغانۍ د پوهنتون د لگښتونو لپاره ځانگړې کړي چې په دغه دوه زره افغانیو تاسو قلمونه ، کتابچې ، کتابونه او هم جامې اخلئ نو که چیرې تاسو بازار ته د جامو اخیستلو لپاره لار شئ او یواځې د جامو قیمت له ۲۰۰۰ افغانیو پورته وي نو ستاسې د اړتیا وړ غوښتنې نه پوره کیږي.

په همدې توگه په مجموعي ډول تاسو نه شی کولای چې هره ورځ تر پوهنتون پورې په ټاکسي کې په لوړه کرایه تگ او راتگ وکړئ ځکه د پوهنتون څخه له فراغت پورې دومره امکانات نه لرئ. په هرحال ، د سرچینو له کموالي سره نه یواځې بیوزله هیوادونه بلکه بډای هیوادونه هم مخامخ دي لکه د نړۍ ډېر سرمایه دار هیوادونه امریکا ، جاپان ، فرانسه ، المان او نور چې هغوی هم د ژوند ټولې پوره سرچینې په واک کې نه لري.

په داسې حال کې چې انسانان په ژوند کې بیلابیلې غوښتنې لري چې څو ټاکلې یې لکه د ودانیو ، پلونو ، سرکونو ، موټرو ، ډول ډول خوراکونو ، ښه روغتیايي خدمات او نورې دي، نو دغې لاملونو ته په پام کې نیولو سره ویلی شو چې د اقتصاد علم لکه د نورو علومو په څیر پړاواعتونو اونورو لاملونو باندې ولاړ دی چې د تیورۍ په واسطه منځته راځي.

په هر حال، تیوري له واقعیت پرته او واقعیت له تیورۍ پرته کومه خاصه معنی نه لري.

تیوري څه ته وايي؟ د علت او نتیجې ترمنځ متقابلې اړیکه بیانوي.

او کوشن کوي چې د (ولې) کلمه واضح او بیان کړي. د اقتصاد تیوري هم دا معنی لري.

د اقتصادي تیورۍ هدف دادی چې په یوه اقتصادي نړۍ چې کومې پدیدې رامنځته کیږي، روښانه او بیان کړي.

د نړۍ لیکوالانو د اقتصاد علم دیو ټولنیز علم په توگه پیژندلی چې په دغه علم کې انسانان په لومړي سر کې د کمو وسایلو څخه په گټې اخیستنې سره لویو هدفونو ته رسیږي. یا په بل عبارت: په اقتصادي علم کې کولای شي چې د خپلو اړتیاوو د پوره کولو په خاطر د سرچینو څخه استفاده وکړي او ترڅیرنې لاندې یې ونیسي.

اقتصادي پرنسیپونه

لکه څرنګه چې له یوې خوا انسانانو د خپل پیدایښت راپدېخوا گڼې ستونزې درلودې خو له بلې خوا اقتصادي پرنسیپونو هم له اتلسمې پېړۍ راپدېخوا ځانته منظم شکل غوره کړ چې په لاندې ډول بیانېږي.

الف- لوی پرنسیپ Maximal: په دغه پرنسیپ کې باید له خپلو وسایلو څخه ډېره اوښه نتیجه لاسته راشي د اقتصادي تصدی په دغه پرنسیپ کې باید د تولید لاملونه داسې رامنځته شي چې د کمیت او کیفیت له پلوه غوره وي او کومه ستونزه ونه لري.

ب- کوچنی پرنسیپ Minimal: په دغه پرنسیپ کې باید د کمو وسایلو څخه د کار اخیستنې وروسته یوه معینه نتیجه ترلاسه شي.

د اقتصادي تصدی له نظره په کم لګښت باندې، معین تولید ته کوچنی پرنسیپ وایي .

ج- خیالي پرنسیپ Ideally: په دغو پرنسیپونو کې له کمو وسایلو څخه د ډېرې ګټې اخیستنې تمه لرل، چې دې موخې ته رسیدل نا ممکن کار دی، دغه پرنسیپونه عملي اړخ نه لري بلکې یواځې تیوري شکل لري.

دغه پرنسیپ نه یواځې په تصدی کې اړتیاوې بلکې د انسانانو لومړني ضرورتونه (ډوډۍ، جامې، د اوسیدو ځای) هم نه پوره کوي، همداراز فرهنګي او مدني اړتیاوې هم نه پوره کیږي.

د اقتصادي تصدی د علم موضوع

د اقتصادي تصدی د علم موضوع له ډېرو موضوعاتو څخه بحث کوي او همداراز اقتصاد په بیلابیلو برخو کې څیړي.

په عمومي ډول اقتصاد په دوه اصلي څانګو ویشل شوی چې د لوی او کوچني اقتصاد څخه عبارت دی.

لوی اقتصاد macro economic

لویې اقتصادي پدیدې، بیکارۍ، تورم، ملي عایدات، قیمت او ګټه او نور په یو اقتصاد او یا ټولنه کې تریبټ او څېړنې لاندې نیسي.

کوچنی اقتصاد micro economy

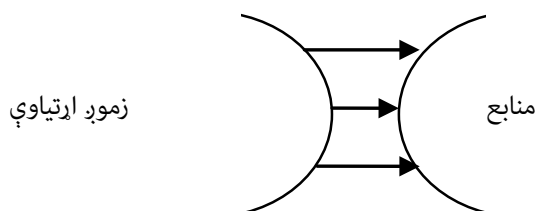
په دغه اقتصاد کې د کورنیو او تصدیو لخوا تصمیم نیول کیږي او تولید شوي توکي خاصو بازارونو ته وړاندې کیږي.

سره له دې په دغه اقتصاد کې بېلابېلې اقتصادي څانګې لکه د تصدی اقتصاد، د بانکدارۍ اقتصاد، ټولنیز اقتصاد او کرنیز اقتصاد، ښودل شوي چې هر یو په ځانګړي ډول تریبټ او مطالعې لاندې نیسو.

د اقتصاد تصدي د سرچينو د ځانگړي کولو او له هغو څخه د ښه کار اخيستلو غوره لارې تربحث او څيړنې لاندې نيسي.

په يوه ټولنه کې سرچينې د هغې ټولنې لويو ضرورتونو ته په کتلو سره ځانگړې کيږي. چې د ښې پوهيدنې لپاره لاندې بنسټيز عناصر تربحث او څيړنې لاندې نيسو.

الف - اقتصادي عملونه، لگښت او توليد: د دې موضوع د روښانه کولو لپاره لاندې موډلونه په پام کې نيسو:



د دې دواړو قطبونو ترمنځ څرنگه اړيکه رامنځته کولای شو؟

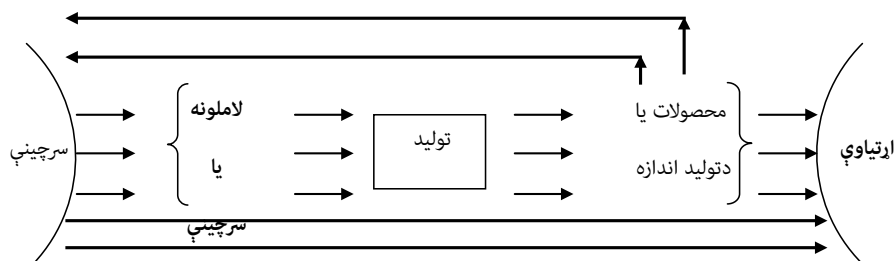
لومړی اړتياوې پيلوو او وروسته بيا لگښت داسې تعريف کوو:

هغه شيان چې انسان يې په خپل لاس د خپلو اړتياوو د پوره کولو لپاره ورڅخه کار اخلي لگښت بلل کيږي

يا هر هغه چې د هغه په واسطه شيان تبادله کيږي او ورڅخه گټه اخيستل کيږي د بيلگې په توگه ډوډۍ چې پخوونکي يې لومړی د اړو ، خميرې ، او پخولو وروسته لاسته راوړي.

يا غنم چې لومړی اوږه کيږي او وروسته خميره کيږي او په پای کې په ډوډۍ بدليږي چې له ډوډۍ وړاندې شيان لگښت کيږي او وروسته ډوډۍ لاسته راځي.

په لاندې شکل کې معلومېږي چې څرنگه د دوه بيلابيلو عملونو څخه اقتصادي مسله رامنځته کيږي.



ب: اقتصادي لاملونه: په لومړي سر کې مادي سرچينو ته د انسان د لاس رسي لپاره دوه

اقتصادي لاملونه چې کورنۍ او تصدي دي ترڅينې لاندې نيسو .

کورنۍ د يوه اقتصادي واحد څخه عبارت ده چې لومړی عمل يې لگښت دی چې د خپل ضرورت وړ شيان لاسته راوړي.

اقتصادي تصدي هغه لاملونه دي چې د کار په واسطه توليد او خدمات رامنځته کوي او لازم وسايل دخپل توليد لپاره اماده کوي په دې مانا چې مزدوران دکار لپاره استخدام کوي او د خپل امکان ترکچې لازم وسايل او مالي سرمايه په کار اچوي.

ج: اقتصادي توکي:

۱- مصرفي او توليدي توکي: د سرچينو د ځانگړيتوب په وخت کې د مصرفي او توليدي توکو ترمنځ فرق د ضرورتونو، او طبقه بندۍ پورې اړه لري هغه اقتصادي توکي چې لگښت کوونکي يې کاروي امکان لري چې ډېر دوام وکړي چې گټه اخيستنې ورڅخه ډېره موده په پام کې ونيسي، د بيلگې په توگه کور ، موټر او يا دکور د ضرورت ورشيان يا هغه توکي چې ژر له منځه ځي لکه ډوډۍ، د سون توکي او نور.

برعکس توليدي جنسونه يا توکي لکه ماشينونه، جنګي وسايل، د کارگرو لخوا د کار دوامدار وسايل او نور.

۲- توليد شوي توکي او د توليد سرچينې: که چېرې توکوته يواځې د توليد له پلوه وگورو نو ويلای شو هغه څه چې توليديږي او هغه څه چې د توليد لپاره کارول کيږي ډېر فرق لري.

۳- محصولات او د توليد لاملونه: په لنډ ډول د توليد لاملونه هغه جنسونه يا توکي دي چې د درې گوني ویش له مخې طبعی سرچينې، کار او سرمايه په لاره اچول کيږي. بالاخره دا پوښتنه رامنځته کيږي چې په کومه اندازه ذکر شوي توليدی لاملونه په يوه توليدونکی واحد بدلېږي؟

ددې پوښتنې په ځواب کې بايد ووايو چې داعملیه په ښه توگه په اصولو د پوهيدنې وروسته منځته راځي.

د اقتصاد د تصدی علم تعريف او څرنگوالی

اقتصادي تصدی پوهنه د اقتصادي علومو د مهمو او بنسټيز څانگوڅخه گڼل کيږي له ډېرې مودې راپدېخوا د يو ځانگړي علم په توگه پيژندل کيږي او د اقتصادي چارو دکار پوهانو پام يې ځانته اړولی دی.

دغه علم اقتصادي پېښي څيړي او هغه ته دحل لارې لټوي اوهمداراز يې لکه د انساني اوټولنيزو لاسته راوړنوپه څير پرمختگ کړی او د يوتخصصی علم په توگه پيژندل کيږي.

د ملي او تصدي اقتصاد اصطلاحات په لاندی ډول بيانېږي

په هرحال د تصدی اقتصاد پوهنې په اړه کوم ځانگړی تعريف چې ټولوتنه دمنلو وړوي نلروخو بياهم لاندې خوتعريفونو ته پام وکړئ:

۱- تصدی اقتصاد پوهنه هغه حقیقتونه اونوښتونه بيانوی چې د تصدی په دننه کې شتون ولري او د علمي او عملي معيارونو پربنسټ طرح شوي وي

۲- يوه تصدي يواقتصادي واحد دی چې تولید شوی وی اوله خرڅونې وروسته يې عايد لاسته راځي په دې ترتيب لگښتونه په پام کې نيول کيږي، ماليات ورکول کيږي او له پانگونې څخه يې دارايي لاسته راځي

کورن دورفر (Korndorfer) د تصدی اقتصاد د يوې داسې وسيلې په توگه پيژنی چې د يومنظم پلان له لاری د انسانانو د اړتياوو د له منځه وړلوپاره رامنځته شوي وي.

د پورته تعريفونو څخه داسې معلوميږي چې تصدي په خپل وار سره په هيڅ اقتصادي نظام کې موخه نه ده بلکه د ملي اقتصاد آخرنۍ موخې ته (د انسانانو د ضرورتونو له منځه وړل) د رسيدو وسيله ده.

د اقتصادي تصدی علم چې د اقتصادي فعاليت د علم په نوم هم ياديږي څلور مهمې برخې لري چې د تهيه، توليد، فروش او مالي امورو څخه عبارت دي.

د اقتصادي تصدی علم، د هر انسان اقتصادي ستونزې ترڅېړنې لاندې نيسي او هغه ته د حل لاره پيدا کوي چې په دې توگه د يو خپلواک نظم شکل ځانته غوره کوي.

اقتصادي تصدی هغه موسسه ده چې د توليد لاملونه ترلاسه کوي او دغه لاملونه د توکو او خدماتو د خرڅولو لپاره کاروي.

د هرې تصدی بنسټيز او لومړني فعاليتونه د کاري قوت ، ماشينونو، وسايلو ، طبيعي سرچينو او نورو څخه گټه کول دي چې د توکو او خدماتو په توليد کې کارول کيږي.

د توکو او خدماتو توليد هغه پړاودی چې د کاري قوت ، سرمايې ، او خامو توکو له کارولو وروسته لاسته راځي او د يوې خاصې تکنالوژۍ په واسطه په محصول بدليږي.

دنړۍ اقتصادي سيستم ته په کتوسره (د ازاد بازار اقتصاد) دولت په اقتصاد کې کم رول لوبوي ، نو تصدی د ټولنې اقتصادي بنسټونه جوړوي او د اقتصاد په پرمختگ کې مهم رول لري.

د اقتصاد د تصدی لنډ تاریخ

ممکن تاسو ته دغه پوښتنه پیداشي چې اقتصاد کله او په کوم ځای کې رامنځته شو، په ځینو ځایو کې راغلي چې لس زره کاله وړاندې انسانانو د اقتصادي فعالیت د لرلو له امله د محصولاتو راټولول پیل کړي وو خو له هغې دورې وروسته انسانان د تولید او لګښت پړاو ته داخل شول. د انسان پیژندنې او تاریخ پوهنې بیلابیلې څېړنې ښیي چې په هره دوره کې د انسانانو فعالیتونو سره فرق درلود.

په تاریخ کې داسې راغلي چې هر وخت نوی دولت رامنځته شوی نو داسې فکر کېږي چې دغه ټولنه د اقتصاد نوي پړاو ته داخله شوې ده.

په لویدیځ کې له بدلونو وړاندې او همداراز د ښوونځیو د جوړیدو او سوداګرو مخکې، اقتصاد یو اخلاقي اړخ درلود، خو د ښوونځیو د رامنځته کېدو وروسته د اقتصاد مادې اړخ ته زیات پام وشو او د هیواد د ژغورنې یواځنۍ لاره فقط د توکو تولید او د قیمتې فلزاتو راټول په ګوته شول او یو لوی بدلون رامنځته شو.

خو له دې زمانې وړاندې د (۳۲۲ - ۳۸۲) له میلاده وړاندې د ارسطو په وخت کې خلکو په طبیعي اقتصاد زیات باور درلود لکه د کورنۍ مشر چې به د خپل کور د اړتیاوو د پوره کولو لپاره یو طبیعي اقتصادي عمل سرته رساوه. او چا چې به یوڅه واخیستل نو هغه به یې د ګټې د ترلاسه کولو لپاره قیمت ته پلورل.

همداراز (۳۴۷ - ۴۲۷) له میلاده وړاندې د افلاطون اقتصادي فکر داسې وه چې پیسې او فضیلت یې د ترازو دوې پلې ګڼلې او دا ورته نا ممکنه خبره وه چې د ترازو یوه پله دې درنه وي او بله سپکه.

د اسلامي اقتصاد لوی عالم ابن خلدون (۷۳۲ - ۸۰۸ هـ ق) د څوارلسمې او پنځه لسمې پیړۍ ترمنځ اقتصادي فکر درلود. اروپا د ابن خلدون په وخت کې اقتصادي پرمختګ وکړ او نوموړی په اقتصادي امورو کې د دولت پلوی وه.

ځنې لیکوالان په العبر کتاب کې ابن خلدون د اقتصاد د علم رامنځته کوونکی بولي.

سن توما داکن (۱۲۲۵-۱۲۷۴) د هغه وخت اقتصادي اخلاق په ښه توګه بیان کړي دي، د ده په نظر اقتصادي مسايل په عدالت پورې تړلي دي.

یوه بله مسئله چې په ۱۳ پیړۍ کې رامنځته شوه هغه دا وه چې ایا (د سوداګر د ګټې په خاطر په لوړه بیه توکو پلورل څه پایلې لري؟)

کارپوهان او څیړونکي د اقتصادي علومو پرمختګ د ۱۴ - ۱۶ پیړۍ راپدېخوا بولي، د پنځلسمې

پیری- راپدخوا په اقتصادي پرمختګ کې یو لوی بدلون رامنځته شو.

د اروپایانو لخوا په مدیریتي باندې له واکمنۍ راپدخوا او همداراز د سوداګریزو اړیکو د پراخیدو وروسته ، په اقتصادي امورو کې لوی پرمختګ رامنځته شو.

لکه څرنګه چې وویل شول د اقتصادي پېښو تاریخ ، د اقتصادي تصدیو د فعالیت پیل وه او که په څرګند ډول د اقتصادي تصدیو نوم وانه خيستل شو په دې معنی نه دی چې دا عملي نه وه ځکه په هروخت کې د څیړونکو او پوهانو لخوا په خپلو څیړنو کې د اقتصادي تصدی- بیان شوی دی. د تصدي اقتصاد علم له نولسمې پیرۍ تر پیل پورې ، د اقتصاد عمومي اړخ درلود خو د نولسمې پیرۍ په لومړۍ لسمه کې د اقتصاد په اړه بیلابیلې څیړنې پیل شوې چې ښکاره بیلګه یې **J.V.Thunen** دی.

نوموړي په خپل کتاب (د زراعت او ملي عایداتو په اړه د دولت پاملرنه) زراعتي تصدي ترڅیړنې لاندې نیولې او زراعتي تولیدات یې د خرڅلاو او بازار موندنې له پلوه ترڅیړنې لاندې نیولي دي.

په همدې ډول د اقتصاد د ریاضي مکتب موسس کورنو (۲۸۰۱ - ۱۸۷۷ **Augustin Antione**) په یو موډل کې د تابعیت او قیمت ترمنځ اړیکه ښودلې ده او له دې لارې یې د پلورلو او دمصارفو د وړاندینې په اړه څیړنې کړي دي او په عمل کې یې پیاده کړي دي.

همدارنګه په ۱۹ پیرۍ کې زیات کشفیات رامنځته شول او د انسانانو په واسطه دکار سرته رسول د ماشینونو په واسطه سرته ورسول شول. او سربیره پردې د تولید د پړاوونو په اړه فکر وشو او دې فکر ته د رسیدلو به موخه په هرځای کې پرله پسې اقتصادي ښوونځي جوړول چې سوداګریز ښوونځي یې ښه بیلګه ده.

بوسن فان کلبی (**Busse Von Colbe**) ۱۸۹۸ کال د اقتصادي تصدی- د زیږیدنې د کال په نوم غوره کړ او همداراز د المان په بیلابیلو سیمو کې عالي سوداګریز ښوونځي اود اقتصادي تصدی- پوهنځي جوړ کړل.

په افغانستان کې له پخوا څخه تصدیو شتون درلود چې په څرګند ډول د غازي امان الله خان په وخت کې د پرمختللو فابریکو رامنځته کیدل یې ښه بیلګه ده. د بیلګې په توګه د ګوګرو ، بورې ، سمنتو ، او نورې چې د خلکو د اړتیا وو د پوره کولو په موخه جوړې شوې.

سره له دې چې تصدیو په دې وروستیو کلونو کې د پام وړ پرمختګ وکړ او ځنې توکي د هیواد په دننه کې جوړیدل او ډېرو هیوادوالو هغه مصرفول چې د اقتصاد په پرمختګ کې یې مهم رول لوباوه. خو له بده مرغه په وروستیو کورنیو جګړو کې ډېرې دولتي او خصوصي تصدی- له منځه لاړې او زیات زیانونه ورته واوښتل.

د دویم څپرکي لنډيز

انسانان د خپل پيدايښت څخه راپدېخوا د سرچينو له کموالي سره مخامخ وو او بېلابېلې غوښتنې به يې کولې، نو په داسې حال کې چې انسانان خپلو موخو ته د رسيدلو ټول وسايل نه لري نو ټولې غوښتنې يې هم نه شي پوره کيدای، خو کولای شو چې د اقتصادي علومو په مطالعې سره او همداراز اقتصادي اصولونه په کتو سره تريوې اندازې خپلې اړتياوې پوره کړي.

په دې څپرکي کې په ټوليز ډول اقتصادي مسايل او د اقتصاد د بېلابېلو څانگو سره د دغو مسايلو اړيکه تر بحث او څيړنې لاندې نيسو او سربېره پردې د اقتصادي علومو په اړه د اسلامي علماوو نظريات، د نړې اقتصادي اصول، بنسټيز اصطلاحات او نور ترمطالعې لاندې نيسو.

د دویم څپرکي پوښتنې

- ۱- اقتصاد څه ته وايي واضح يې کړئ ؟
- ۲- د اقتصاد علم تعريف کړئ ؟
- ۳- د اقتصاد درې گوني پرنسپونه په لنډ ډول بيان کړئ ؟
- ۴- د اقتصاد علم په مجموعي ډول په څو بخشونو ویشل شوی هريو په لنډ ډول بيان کړئ؟
- ۵- اقتصادي لاملونه کوم دي هر يو تعريف کړئ؟
- ۶- اقتصادي توکي يا خيزونه څو ډوله دي هريو په لنډ ډول بيان کړئ ؟
- ۷- د تصدی اقتصاد يو تعريف چې ستاسو په نظر غوره وي بيان کړئ ؟
- ۸- د تصدی اقتصاد په اړه د کورن نظر څه دی ؟
- ۹- د اقتصاد په اړه د افلاطون نظر څه وه ؟
- ۱۰- د اقتصاد په اړه د ارسطو نظر څه وه ؟

تولید

ټولیزه موخه:

د تولید پر اړوندو مسایلو، د تصدی فعالیت د محوري عنصر په توګه د تولید د لاملونو پر ترکیب او اړیکو پوهېدل.

د زده کړې موخې: د دې څپرکي په پای کې زده کوونکي له لاندې مسایلو سره بلدتیا پیدا کوي:

- تولید
- د تولید عناصر
- تولید له یو بدلونکی لامل سره
- مجموعی تولید
- منځنی تولید
- نهایی تولید

د تولید مفهوم

تولید د انسانانو د ضرورت وړ جنسونو یا توکو ته وایی چې د طبیعي، انساني او سرمایوي لاملونو څخه لاسته راځي.

یوه اقتصادي تصدی لومړی د تولید پورې اړوند ضروي وسایل اخلي او وروسته د تولید لپاره ورڅخه کار اخلي.

د تولید په اړه د هرې اقتصادي تصدی لومړني فعالیتونه لکه کاري ډله، د ماشینونو او وسایلو څخه کار اخیستل، طبیعي سرچینې او نور دي.

د تولید څیزونه یا توکي هغه مرحلې دي چې د رامنځته کیدو لپاره یې کار ، سرمایه ، خامو توکو، اونورو ته اړتیا لیدل کیږي او د یوې ځانګړې تکنالوژۍ څخه په ګټې اخیستنې سره یو حاصل رامنځته کیږي

تکنالوژۍ په حقیقت کې هغه علم دی چې لاملونه په حاصلاتو بدلوي.

تولید په عمومي ډول په دوه ډوله دی:

۱- توکي یا څیزونه ، لکه د یوګور د اړتیا وړشيان ، میز، څوکی ، کمپیوتر او نور.

۲- خدمتونه لکه روغتیایی خدمتونه ، ښوونه او روزنه ، مخابرات او نور.

توکي یا څیزونه هم په دوه ډوله ویشل کیږي:

الف - د سرمایې توکي: هغه شیان دي چې د تولید په درشل کې ورڅخه کار اخیستل کیږي او له یوګال وروسته استهلاکيږي.

ب - مصرفی توکي: هغه شیان دي چې د عاجلو اړتیاوو د پوره کولو لپاره ورڅخه ګټه اخیستل کیږي او ژر له منځه ځي. لکه جامې ، شامپو ، صابون او نور

زورمن (Saurman) اقتصادي توکي داسې یو څه بولي چې:

۱ - د اقتصادي واحدونو اړتیاوې له منځه وړي.

۲ - له تخنیکي پلوه د اړتیاوو د له منځه وړلو لپاره په کار اچول کیږي.

۳ - د اقتصادي واحدونو په واک کې وي.

۴ - ټولې اړتیاوې ورباندې له منځه نه ځي یعنې د هغو د تیارولو لپاره جنس یا پیسې په کار اچول کیږي.

هغه هوا چې د ماشینونو د سړولو لپاره ورڅخه کار اخیستل کیږي د تخنیکي پلوه اړتیاوې ورباندې پوره کیږي.

په همدې لحاظ توکي د اقتصادي پلوه په بیلابیلو ډولونو رامنځته کیږي.

۱ - یو ډول کار چې په یو شي باندې رامنځته کیږي.

۲ - د یوشي ترمیماتي مقاومت.

۳ - د استعمالو امکانات.

۴ - شکل او دیزاین یې.

۵ - د استعمال وخت.

۶ - هغه ځای چې په هغه کې توکې اخیستل کېږي.

۷ - هغه وخت چې توکې اخیستل کېږي.

۸ - دهغو اشخاصو شمېره چې توکې یې په واک کې وي.

د تولید تابع

د تولید تابع هغه امکانات او حرفه چې د هغه له امله د تولید لاملونه رامنځته کېږي روښانه کوي. د تصدې په یوه تولیدي لړۍ کې کاري قوت، سرمایه، معلومات او منجمنت چمتو کېږي او هغه په توکو او خدماتو لکه، میز، څوکی، کمپیوټر، رادیو تلویزیون، جامې، خوراکي توکي، او ښوونیزو خدماتو بدلوي.

د یوې تصدۍ د تولید په لاملونو کې هغه څه شامل دي چې تصدۍ د تولید په لړۍ کې ورڅخه ګټه اخلي.

د بېلګې په توګه: د ډوډۍ پخلو په یو پخلنځي کې کاري قوت، لومړني توکي (اوره، خمیره) سرمایه (د ګډولو دستگاه، د ډوډۍ پخلو دستگاه) سره ترتیب شوي چې تولید ورڅخه لاسته راځي.

د تولید په یوه لړۍ کې د تولید لاملونه او میزان د تولید د تابع تولید په واسطه بیانېږي
د تولید یو تابع په ډېرو تولید شوو توکو دلالت کوي. د هر خاص ترکیب لپاره د تولید لاملونه شتون لري د مثال په توګه: د Q تولید د دوه لاملونو څخه په ګټې اخیستنې سره، کاري قوت (L) او سرمایې (K) سره سرته رسیږي نو لدی کبله د تولید تابع په لاندې توګه بیانېږي:

$$Q = f(L, K)$$

د تولید تابع، تولیدوونکي ته داسې امکانات برابر وي چې د تولید د بیلابیلو لاملونو ترکیبات په پام کې ونیسي.

پاملرنه وکړئ چې د تولید هره تابع د یوې تکنالوژۍ په شتون دلالت کوي دغه تکنالوژي د مختلفو لاملونو لارې چارې ښيي.

په بل عبارت یوله بل سره د تولید د لاملونو د څرنګوالي اړیکه بیانوي، د تکنالوژۍ په تولید کې بدلون د تابع د بدلون لامل ګرځي او تصدې کولای شي د تولید د څرګندو لاملونو څخه ډېر تولیدات بیان کړي.

د یو متغیر لامل تولید

فرض کړئ تاسو یو لنډ وخت لری چې د سرمایې اندازه او کاري قوت سره فرق لري، خو که د سرمایې اندازه ثابتې هم وي خو تولید کوونکي کولای شي چې د تولید اندازه تغیر کړي.

لاندې جدول ته پام وکړئ او وگورئ چې په دریو لومړیو ستونو کې یې د رامنځته شوی تولید اندازه، د سرمائې لس واحدونه، او د کاري قوت مختلفه اندازه ښيي.

په دې جدول کې ښکاري هغه وخت چې د کارگرانو شمیر صفر وي، تولید هم ورسره صفر وي، د کارگرانو له زیاتوالي سره، ۸ واحد تولید زیاتېږي او له دې نقطې هاخوا ټول تولید کمیږي. علاوه پردې چې په لومړي سر کې د کارگرو په زیاتوالي سره هغه منځنۍ سرمایه چې د هغوي په واک کې ده، کمیږي چې تولید هم ورسره کمیږي.

د مثال په توګه پنځه کارگران د تولید په یو خط کې د دوه کارگرانو تولید کړی خو په لسو کارگرانو سره د مسؤلیت حس کمیږي او امکان لري چې تولید هم ورسره کم شي

سرمایه K	کارگر L	تولید کل Q	متوسط تولید $\frac{Q}{L}$	نهایی تولید $\frac{\Delta Q}{\Delta L}$
10	0	0	-	-
10	1	10	10	10
10	2	30	15	20
10	3	60	20	30
10	4	80	20	20
10	5	95	19	15
10	6	108	18	13
10	7	112	16	4
10	8	112	14	0
10	9	108	13	-4
10	10	100	10	-8

د دې متن په بيانولو او همداراز په يوه تصدی کې د تولید د عمليې په پوهیدو سره، مجموعي مفاهيم، وسطي تولید او وروستي تولید په لاندې ډول بيانېږي.

مجموعي تولید TP

مجموعي تولید عبارت له هغه تولید څخه دی چې د یوې متفاوتې نتيجهې سرمايې او کار څخه لاسته راځي نو ځکه ویلای شو چې مجموعي تولید د کاري قوت تابع دی.

$$TP = F(L)$$

لکه څرنګه چې په پورتنی جدول کې ولیدل شول د زیاد کار حجم د سرمايې په زیاتوالي کې مهم رول لري.

لکه څرنګه چې په پورته جدول کې ولیدل شول په سرمايې باندې د کار حجم زیاتيږي، تردې چې د کار په ۷ واحد کې، مجموعي تولید، لوړې کچې یعنې ۱۱۲ واحد ته رسیږي او له هغې نقطې وروسته یعنې د کار د حجم په زیاتوالي یعنې ۸ واحد کې، کاري قوت له سرمايې نه دی زیات شوی بلکې مساوي دی او وروسته کم شوی دی، یعنې په ترتیب ۱۱۲ او ۱۶۸ ته رالویږي.

منځنی تولید AP

منځنی تولید د مجموعي کار تناسب یعنې د سرمايې حاصل دي، چې د تولید هر واحد په بیلابیلو برخو کې ښیي او د هر کارګر کاري تولید په ګوته کوي. د کار ګر منځنی تولید، په تصدی کې د هغه ونډه معلوموي.

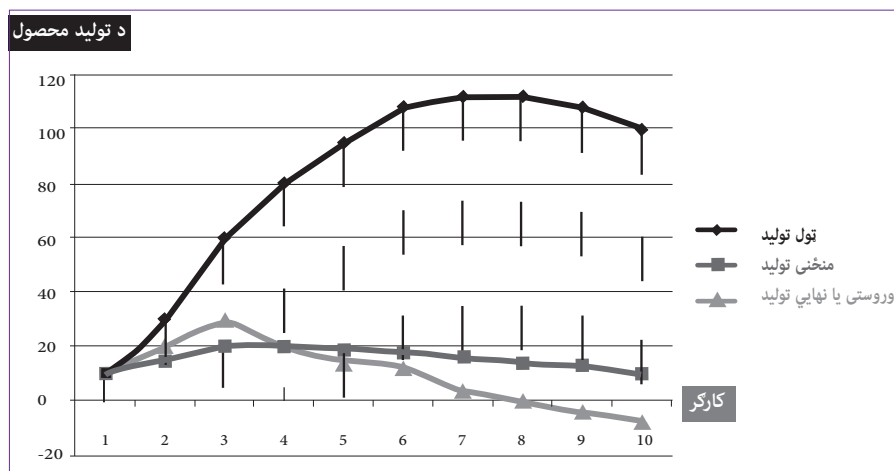
نهایی تولید MP

وروستی تولید د مجموعي تولید د اندازې له زیاتوالي څخه عبارت دی چې د تولید په لړۍ کې د کاري قوت څخه لاسته راځي. وروستی تولید په تولید کې د زیاتوالي ښکارندوی دی.

د مثال په توګه: د ثابتې سرمايې په ۱۰ واحدونو کې چې کاري قوت له (۲-۳) زیات شي، کلي تولید له (۳۰-۶۰) پورې زیاتيږي چې د رامنځته شوي تولید زیاتوالی له ۳۰ واحدونو سره برابر دی.

د کاري قوت د وروستی تولید د لاسته راوړلو لپاره باید د تولید تغیرات (ΔQ) له کاري قوت (ΔL) سره محاسبه کړو. خو باید په یاد ولرو چې دکاري قوت وروستي تولید د استفاده شوې

سرمایه پورې تړاو لري. که د سرمایه اندازه له (۱۰ - ۲۰) واحدو پورې زیاته شي په هره اندازه کې د کار ی قوت وروستي تولید ، د کارگرو په هره ټاکل شوی اندازه کې زیاتېږي.



د درېم څپرکي لنډيز

په يوه تصدی کې د سرچینو څېړنه په دې پورې اړه لري چې یو تولیدوونکی له ځینو څانګو څخه په ګټه اخستنې سره خپل تولیدي موقعیت په دقیقه توګه وټاکي.

یوه تصدی د تولید لاملونه ترلاسه کوي او هغه د کالیواو خدمتونو د تولید او خرڅلاو لپاره کاروي.

د هرې تصدی بنسټیز فعالیت د کالیو او خدمتونو د تولید په موخه د تولید له لاملونو څخه ګټه ترلاسه کول دي. لکه: د کارنیرو، ماشین آلات او تجهیزات، طبیعي سرچینې او نور.

په بنسټیزه توګه د انسان د فردي او اجتماعي لاسته راوړنو موخه هماغه تولید دی چې توکي او خدمتونه په څنګ کې لري.

لکه څنګه چې پوهیږو کالی په مصرفی او سرمایه وي کالیو ویشل کیږي. نو لدې کبله تولید، د تولید د لاملونو ترکیب او د تولید تابع توضیح کیږي.

وروسته له یوځانګړی لامل څخه په ګټه اخستوسره د یوه ثابت لامل په وړاندې د مثالونو په وړاندې کولو سره ترڅېړنې لاندې نیول کیږي.

چې په همدې ډول د تولید دلړۍ د مولدیت په اړه د مجموعي، منځني او وروستني تولید مفاهیم هم توضیح کیږي.

د درېم څپرکي پوښتنې

- ۱- تولید څه ته وايي؟
- ۲- په عمومي ډول توکي یا څیزونه په څو ډوله ویشل شوي دي، هر یو په لنډ ډول بیان کړئ؟
- ۳- د تولید په اړه د زورمن څو نظریات بیان کړئ؟
- ۴- د تولید تابع کوم شیان دي بیان یې کړئ؟
- ۵- مجموعي، منځنۍ او نهایي تولید څه ته وايي بیان یې کړئ؟

د تصدي پلان جوړول

ټوليزه موخه:

د پلان جوړونې سره بلدتيا او په تصدی کې د هغه اهميت او رول.

د زده کړې موخې: د دې څپرکي په پای کې محصلين په لاندې مسایلو پوهیږي:

- د پلان جوړونې په مفهوم او اهميت.
- د پلان جوړونې پړاوونه.
- په تصدي کې پلان جوړونه.
- د توليد په لاملونو کې پلان جوړونه.
- د توليد د عملیو پلان جوړونه.
- د مالي امورو پلان جوړونه.
- د خرڅلاو لپاره پلان جوړونه.

د پلان جوړونې اهميت او معنا

پلان جوړونه د انسانانو د علمي او اقتصادي وړاندینو څخه عبارت ده.

له پلان جوړونې پرته د یو تجارتي کار پیل کول یو بې معنی او بې موخې کار دی نو لدې کبله باید ووايو چې پلان جوړونه د فکر او عقل یوه لړۍ ده او د دې پیغام لري چې په یوه تصدي کې له کار وړاندې باید پلان جوړ شي او یا په بل عبارت پلان یوه دوامداره لړۍ ده چې ژور فکر ته اړتیا لري.

تجربو ښودلې ده چې اوس مهال له يو منظم پلان پرته انسانان خپلو ټاکلو موخو او نتيجو ته نه شي رسيدلای.

نو ويلای شو چې ټول اقتصادي او توليدي کارونه يو پلان ته اړتيا لري چې له پلان جوړونې پرته د دغو کارونو سرته رسول ناشونی کار دي

همداډول پلان جوړونه په هرې تصدۍ کې د بې باورۍ او انديښنو د له منځه وړلو سبب گرځي او سربېره پردې په يوه تصدۍ کې اسانتياوې او برياليتوبونه رامنځته کوي

پلان جوړونه په عمومي ډول په لنډمهاله پلان جوړونې، ميانه مهاله پلان جوړونې او اوږدمهاله پلان جوړونې ويشل شوې ده هره يوه يې ځانگړې موخې لري

له پلان جوړونې پرته هيڅ امکان نه لري چې يوه تصدي خپلې موخې په ښه توگه ترلاسه کړي.

په تصدۍ کې د پلان جوړونې پړاوونه

د يوې تصدۍ په لومړي پړاو کې په عمومي ډول د تصدۍ دموخو ثابتهول مهم دي چې په دې ډول په ډېرو موخو لکه په خپله خوښه خرڅول او اخيستل، د نوو محصولاتو کشف کول او نورو پوهيږو

په نورو پړاوونو کې د پلان جوړونې لومړني گامونه، ارزيايي کول او د حل په لارو چارو غږيږو.

د ذکر شوو اصولو په پام کې نيولو سره د تصدۍ پلان جوړونې پړاوونه په لاندې ډول دي.

۱- د توليد د لاملونو او ظرفيتونو ثابتهول.

۲- د تمويلوونکو سرچينو ثابتهول

۳- د توليد شوو توکو اغيزمنتوب او ثابتهول.

۴- د تصدۍ څخه بهر د تخنيکي ظرفيتونو په پام کې نيول.

۵- څرنگه توليد وکړای شو؟

۶- د ظرفيتونو او سرمايي ثابتهول.

۷- په تصدۍ کې د کار او همداراز د کار کوونکو د ژوند شرايط.

۸- د تصدۍ د محصولاتو سره د محصولاتو د توليد لپاره د اړينو وسايلو مقايسه کول.

۹- د کار لپاره د پاک چاپيريال غوره کول.

۱۰- د تصدۍ د کارکوونکو لپاره د تفريح، ساعت تيرۍ او همداډول د هغو د ماشومانو لپاره

د وړکتون جوړول.

۱۱- د تصدی د کارکوونکو لپاره د اوسیدو د ځای په اړه فکر.

په مجموعي ډول یوه تصدی نه یواځې خپل تشکيلات بلکه د نورو هغو تصديو چې رقابت ورسره لري د هغوی تشکيلات هم ترنظر لاندې نیسي.

منظم پلان جوړول د یوې تصدی د مهمو اړخونو څخه شمیرل کیږي چې له دې امله مناسب پلان جوړول د یوې تصدی په ادارې او رهبرۍ مثبتې اغیزې لري

لکه څرنګه چې وړاندې وویل شول یوه تصدی د یو پلان جوړونې ، د تولید د لاملونو ، د مالي امورو د پلان جوړونې اونورو پورې اړه لري چې هر یو یې په ځانګړي ډول تربحث او څیړنې لاندې نیسو.

۱- د تولید د لاملونو پلان جوړونه: د تولید د لاملونو پلان جوړونه د یوې تصدی د ټولو پلان جوړونو سره مشابه ده.

کله چې د تولید لپاره ټول د ضرورت وړ شیان برابر شول نو ژر یې د کارونې فکر کیږي چې څرنګه یې وکاروي او ورڅخه ګټه واخلي چې دغه پلان ته تخنیکي او تطبیقي پلان هم ویل کیږي.

۲- د تولید د عملیو پلان جوړونه: تولید عبارت دی له ټولو هغو شیانو چې ارزښت ولري او خلك ورڅخه ګټه واخلي.

یو تولید کوونکی همیشہ خپل خالص عایدات په پام کې نیسي او خالص عاید د مجموعي ارزښت هغه برخه ده چې په یو تولید کې د لګښتونو له سنجونې وروسته منځته راځي

مجموعي لګښتونه - مجموعي عایدات - خالص عاید

له تولید وړاندې باید د ټولنې اړتیاوې او اقتصادي تحلیلونه په پام ونیسو او ورباندې فکر وکړو د تولید د پلان جوړونې په برخه کې باید دې ټکي ته پام وکړو چې خپل تولیدات څرنګه په ټولنه کې لګښت کیږي.

او همداراز د تولید په اړه باید د بازار حالت هم په پام کې ونیسو یعنې په دې معنی چې دغه تولیدات ترکومې اندازې پورې په کورنیو او بهرنیو بازارونو کې لګښت کیږي او لګښت کوونکي یې څو ک دي چې دغه موضوع په خصوصي تصديو کې ډېره مطرح کیږي.

نو لدې کبله وړاندې له دې چې د تولید کارونه پیل شي لازمه ده چې د تولید د زخیرو ، او ګودامونو په اړه دقیق او ښه فکر وکړو اولاسته یې راوړو او همداراز کوشښ وکړو چې د اوږدمهاله تولید لګښت په پام کې ونیول شي.

۱. د مالي امورو پلان جوړونه: د یوې تصدی د مالي امورو پلان جوړونه درې وظیفې سرته

رسوي او په مجموعي ډول د عوايدو د سيستماتيک تنظيم او د تصدی له لگښت څخه عبارت ده.

د تصدی د مالي پلان جوړونې مهمې موخې په لاندې ډول دي:

- سياليت
- مصونيت
- مثمریت

سياليت: د مالي پلوه د تصدی قدرت تمثيلوي (د تصدی سياليت تامين شي)

مصونيت: د احتمالي گواښونو پر وړاندې د تصدی د ساتنې لپاره لازمه ده چې د ذاتي او غير ذاتي سرمايې ترمنځ يو معقول تناسب وساتل شي.

مثمریت: په هغه صورت کې چې د تصدي د مالي پلان جوړونې دوه پورته ذکر شوې دندې عملي شي نو دريمه دنده به هم عملي کيږي ، د اضافي سياليت څخه مخنيوی د موثر والي لامل گرځي او د ذاتي او غير ذاتي سرمايې ترمنځ يو معقول تناسب رامنځته کيږي.

۲. **د پلورنې پلان جوړونه:** د لنډمهاله او اوږدمهاله اهدافو د سرته رسيدو او د پلورنې پلان جوړونه يو ضروري امر دی په دې معنی چې په لنډ وخت کې د توليد امکان زيات دی خو د پلورنې امکان يې کم وي ، نو لدې کبله تصدي کوشښ کوي چې په اوږده موده کې توليدات خرڅونې ته چمتو کړي او د توليد اوخرڅلاو ترمنځ يو توازن وساتي.

په يوه تصدی کې د لارښوونې او تصميم نيونې د تگلارې پړاوونه

د يوې پرمختللې ادارې په منځ کې د کارونو تفسيمول د يو منيجر د مهمو فعاليتونو څخه حسابيږي لکه څرنگه چې په يوه تصدی کې تصميم نيول يو مهم اوعنده رکن ياديږي نو په هغه کې عجله کول د زياتومصارفو درامنځته کيدولامل گرځي نو په يوه تصدی کې د يو شخص په واسطه په عجلې او ژر ژر کارکول د خرابې درامنځته کيدو لامل گرځي اوباید د وخت په تيريدوسره په ډېرې حوصلې کار وشي

غوره تصميم نيول څه ته وايي؟

يو غوره اوبښه تصميم هغه دی چې نتيجه يې په زړه پورې او له غوښتنې سره سمه وي.
يو غوره تصميم هغه تصميم دی چې د هغه وروسته د انسان دغوښتنې سره سمه نتيجه لاسته راشي.

په لومړي سر کې په يوه غوره تصميم کې مشکل د يوې غوښتنې په توګه پېژندل کېږي او هغې ته د حل لاره پېداکېږي.

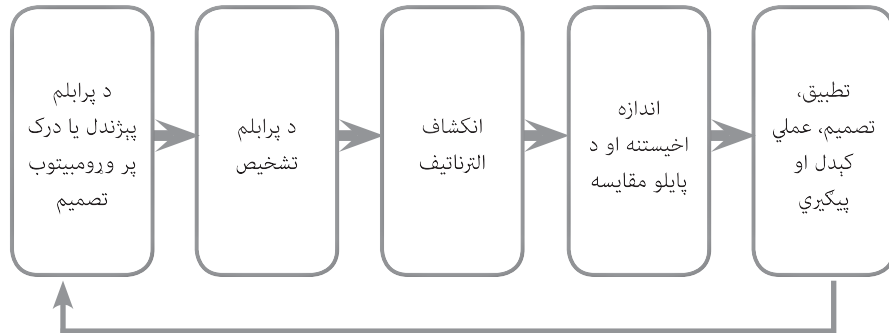
د تصميم په دويمه مرحله کې مشکلات ټول څيړل کېږي اود حل لپاره يې امکانات په پام کې نيول کېږي

په لنډ ډول په دغو مرحلو کې چې کومې ستونزې ليدل کېږي دهغود حل لپاره بايد تصميم ونيول شي.

بايد يادونه وکړو چې دهرې تصدی ټولې ستونزې د حل لاره لري او بايد داسې لاره ورته ولټول شي چې دتصدی په کار اوبار کومه اغېزه ونه کړي.

کله چې مشکلاتو ته دحل لاره پېداشوه نو د تصميم نيولوبله مرحله د نتيجو ښوولوده چې په نتيجه کې کميت، کيفيت او ظرفيتونه معلومېږي چې منفي ټکي ورځنې جلاکېږي بالاخره د تصميم وروستی مرحله د تصميم عملي کول دي.

د تصميم په ټولو مرحلو کې معلومات راټولېږي او وروسته تر تحليل او تجزيې لاندې نيول کېږي. د تصميم نيولو ټول لاملونه يو له بل سره اړيکه لري او په تصميم نيولو کې له دغو لاملونو پرته تصميم نه شي نيول کېدلی.



پورته شکل ته په کتوسره ، د تصدی اداره او ارګانونه، د تصدی د موخو، سياليت، د بيلابيلو ساحو د تنظيمولو په اړه بيلابيل تصميمونه نيسي.

د تصميم نيولو کيفيت او معقوليت، تر زياتې اندازې پورې د ترلاسه شوو معلوماتو د کيفيت او معقوليت پورې اړه لري چې ارزيايي يې په تصميم نيولو کې يو ضروري امر دی.

سربېره پر اهليت، لياقت، تجربه، ښوونه، رفاقت، حوصله مندي، د فکر قوت او د تصميم نيوونکي ليد لوری، په تصميم نيولو کې مهم رول لوبوي.

د خلورم څپرکي لنډيز

پلان جوړونه د يوې تصدى. يومهم اوساسي اصل دي چې بايد ژور فکر ورباندې وشي ځکه له پلان څخه پرته د يوې تصدى. د کارونو او فعاليتونو پرمخ وړل يو ستونزمن کار گڼل کيږي. په يوې تصدى. کې پلان جوړول که هغه تصدى لويه او که کوچنۍ د بې باورۍ د رامنځته کولو او او انديښنو د له منځه تللو لامل گرځي او همداراز يې د سالمې رهبرۍ درامنځته کيدو لامل گرځي.

پلان جوړول په عمومي ډول په دريو برخو ويشل شوى دى چې د طويلمدت يا لويو پلانو ، متوسط المدت يا منځنيو پلانونو او همداراز کوتاه مدت يا لنډو پلانونو ويشل شوى دى چې هريويي ځانگړى هدفونه لري او بيلابيلې ځانگړې لري

د توليدى وسايلو پلان جوړونه ، او د مالى امورو پلان جوړونه په اقتصادي تصدى کې له خورا اهميت څخه برخمن دى نو ځکه په لنډډول ويلای شو چې د يوې تصدى. د کار اصلى د برياليتوب ټكى يواځې اويواځې دقيق پلان دى چې د تصدى. د پرمختگ او کاميائى لامل گرځي

د خلورم څپرکي پوښتنې

- ۱- پلان جوړونه تعريف کړئ ؟
- ۲- پلان جوړول په څوډوله دي ويې ليکئ؟
- ۳- د يوې تصدى. د پلان جوړونې د عملې پلان جوړونې څو مهم ټکې وليکئ او د مرحلو نومونه يې واخلئ؟
- ۴- د توليد د لاملونو پلان جوړونه په لنډډول وليکئ؟
- ۵- د توليد د لاملونو د پلان جوړونې په اړه معلومات ورکړئ؟
- ۶- د مالى امورو پلان جوړول بيان کړئ اومهمې موخې يې بيان کړئ ؟
- ۷- د مالى پلان جوړونې مهمې موخې بيان کړئ؟
- ۸- د پلورنې د پلان جوړونې په اړه خپل نظر وليکئ ؟

د تولیدوونکي د انتخاب نظریه

تولیزه موخه:

د تولید د مطلوبې سطحې له ټاکنې سره بلدتیا او د تولید د اندازې له مخې د تولیدوونکي ټاکنه.

د زده کړې موخې: په دې څپرکي کې زده کوونکي د استخدام، د تولید د مرحلو او لارو چارو، د تولید په اړه د محاسبې او اندازې سره بلدتیا پیدا کوي او په لاندې مسئلو به وپوهیږي:

- خالص عواید او د تولید مناسبه اندازه.
- د تولید له مجموعي عوایدو سره د مصارفو مقایسه
- د اضافي عاید مقایسه
- د تولید پړاوونه او د تولیدکوونکي د گټې خوندی ساتل
- د نزولي گټې قانون

۱- خالص عایدات او د تولید مناسبه اندازه:

په عمومي ډول یوه تصدی خپل خالص عواید په پام کې نیسی او وروسته د تولید اندازه ټاکي خالص عاید د مجموعي عاید هغه برخه ده چې د مجموعي لگښتونو له ارزونې وروسته پاتې شي.

$$TC - TR = NR$$

مجموعي لگښت، مجموعي عاید، خالص عاید

د تولیداندازې ته په کتو سره خالص عواید په لاندې دوه طریقو تعین کیږي.

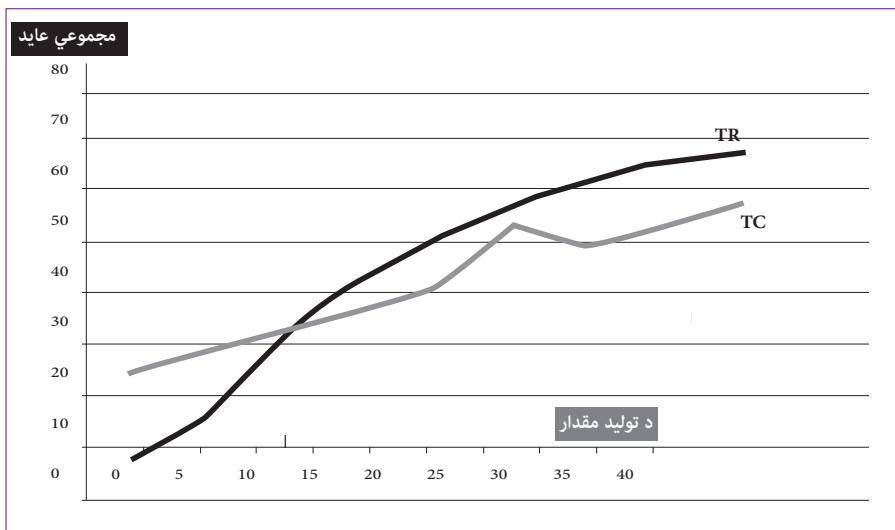
۲- د مجموعي عاید سره د مجموعي لګښتونو مقایسه:

مجموعی عاید او مجموعی لګښتونه په بیلابیل ډول محاسبه کیږي چې ددې مطابق یعنې د تولید مطلوبه کچه y عبارت له هغې پیمانې څخه ده چې خالص عاید (NR) لوړې کچې ته رسیدلی وي.

په لاندې جدول کې مجموعي عاید د (۲ افغانۍ = py) او (۵ افغانۍ = px) او مجموعی ثابت لګښت (۲۰ افغانۍ = TFC) ښودل کیږي ځکه چې TR او TC ثابتو قیمتونو ته په کتو سره د تولید په اړیکه محاسبه شوی نو د گراف په شکل د هغوی رابطه په لاندی ډول ښوول کیږي.

د تولید معینه اندازه او د خالص عاید محاسبه.

لامل تولید X	مقدار تولید y	لګښتونه مجموعی ثابت TFC	لګښتونه مجموعی متحول TVC	لګښتونه مجموعی TC	عاید مجموعی TR	عاید اضافی MR	عاید منځني AR	عاید خالص NR
0	0	20	0	20	0	-	-	-20
1	5	20	5	25	10	2	2	-15
2	14	20	10	30	28	2	2	-2
3	21	20	15	35	42	2	2	7
4	26	20	20	40	52	2	2	12
5	30	20	35	55	60	2	2	15
6	33	20	30	50	66	2	2	16
7	35	20	35	55	70	2	2	15
8	36	20	40	60	72	2	2	12



۳- د اضافي عايد (MR) او اضافي لګښت (MC) مقایسه:

د ذکر شوي میتود څخه په ګټه اخیستو سره ، تولید ته دومره پراخوالی ورکولای شو چې د هر تولید شوي واحد، اضافي عايد (MR) د اضافي لګښتونو (MC) سره مساوي وي.

$$MR=MC$$

اضافي لګښتونه = اضافي عايد

$$\frac{\Delta TR}{\Delta y} = \frac{\Delta TC}{\Delta y}$$

لکه څرنګه چې په پورتنی جدول کې ولیدل شول د بازار په سیستم او په آزاد رقابت کې MR (د هرتولیدوونکي اضافي عايد) منحنۍ تقاضا (Demand curve) محصول ښیې چې دا قسمت همیشه وخت مساوي دی له منحنی عايد (AR) سره او د هر تولیدي واحد قیمت (Py)

$$MR = \frac{\Delta TR}{\Delta y} = AR = D = Py$$

۴- د تولید پړاوونه او د تولیدوونکي د زیاتي ګټې ساتل:

د متوسط او نهایی تولید څخه به په ګټې اخیستنې سره کولای شو چې په کارګري ګروپ کې

د تولید په دریو پړاوونو وېوېږو.

لومړی پړاو: د تولید له پیل څخه حسابېږي او تر هغه وخته پورې چې نهایي تولید له متوسط تولید څخه زیات وي ادامه پیدا کوي.

دویم پړاو: د متوسط تولید له زیاتې اندازې څخه پیلېږي او د نهایي تولید ت رپای ته رسېدو پورې وي. په دویمه مرحله کې نهایي تولید له متوسط څخه کم وي خو مثبت وي (له ۴ کارگر تر ۸ کارگرو).

درېیم پړاو: د نهایي تولید له صفر څخه پیلېږي. (له ۸ کارگرو وروسته) که کارگران په وړیا ډول کار هم وکړي تولید کوونکی هېڅکله د تولید درېیمه مرحله نه انتخابوي په دې خاطر چې د کارگرانو په زیاتوالي سره د تولید اندازه کمیږي لومړی پړاو د تولید کوونکی لپاره انتخابي پړاو نه دی په دې خاطر چې په دې پړاو کې متوسط تولید همیشه وخت د زیاتوالي په حالت کې دی.

یاه بل عبارت په دې پړاو کې د تولید اندازه د کارگرو د اندازې څخه زیاته ده په دې پړاو کې د تولید د لاملونو او قیمت له ثابتولو وروسته د لگښتونو په پرتله د تولیدونکي لاسته راوړنې ډېرې وي نو په دې اساس دغه پړاو نه ټاکي ځکه په دې پړاو کې توقف د تصدی په ګټه نه دی او باید د دویمې پړاو خواته حرکت وکړي.

نو ویلای شو چې د تولید لپاره ترټولو غوره پړاو، دویم پړاو دی چې په هغه کې د تولیدونکي ګټه زیاته ده.

همداراز په دې پړاو کې که نهایي تولید کم هم وي خو مثبت وي او د تولید د زیاتوالي لامل ګرځي، خو دا چې تولیدونکی د دویم پړاو کوم ټکی انتخابوي، د کارگرو د استخدام پورې اړه لري.

د کاري ګروپ او ثابت لامل (سرمایې) په نظر کې نیولو سره د نهایي او منځني تولید محاسبه.

سرمایه v	کارگر L	کل تولید Q	متوسط تولید $\frac{Q}{L}$	نهایي تولید $\frac{\Delta Q}{\Delta L}$
10	0	0	-	-
10	1	10	10	10
10	2	30	15	20
10	3	60	20	30

10	4	80	20	20
10	5	95	19	15
10	6	108	18	13
10	7	112	16	4
10	8	112	14	0
10	9	108	12	-4
10	10	100	10	-8

۵- د کمې گټې قانون

الف- د نزولی بهرې د قانون مفهوم (کمه گټه)

تولید، حاصل، او گټه (output) چې د لامل اصطلاح (input) په مقابل کې استعمالیږي، مترادف اقتصادي اصطلاحات دی چې فزیکي مفهوم یې اندازه ده او جنسونه او خدمات چې د تولید د عملیې یا د تولید د لاملونو څخه لاسته راغلی وي بحث کوي.

د بهرې نزولی قانون (کمې گټې قانون) په لاندې ډول بیانېږي:

د دې قانون معنی دا ده چې د هر متغیر عمل (کاري قوت) لپاره معینه اندازه شتون لري چې باید د ثابت لامل سره یې ترکیب کړو.

ب: د کمې گټې رسم او بیانول

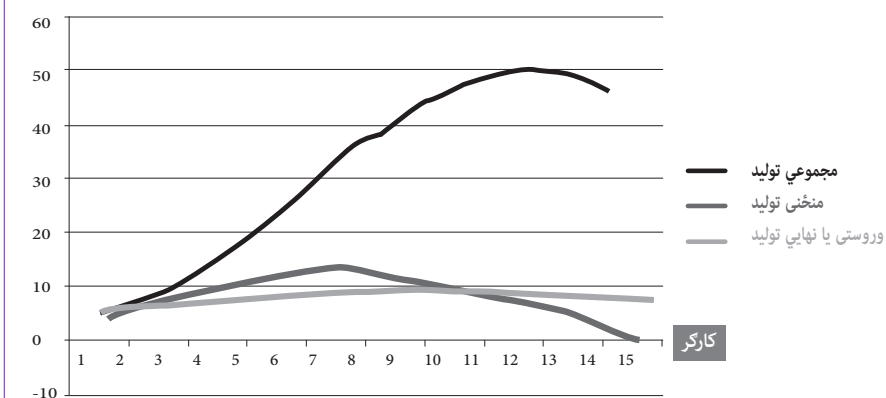
د دې تیورۍ د پلي کولو لپاره دوی لارې شتون لري، لومړی دا چې د تولید دوه لاملونه دي چې یو یې ثابت دی او بل تغیرکونکی دی.

د مثال په توګه: یوه ټوټه ځمکه د ثابت لامل په توګه درکړل شوی او کار هم له هغه تغیرونکي لامل څخه عبارت دی چې په دې ځمکې باندې په پرله پسې ډول اضافه کیږي، لکه څرنګه چې په لاندې جدول کې لیدل کیږي، په ثابت لامل یعنې ځمکه باندې د بدلون موندونکي لامل یعنې کاري قوت د زیاتوالي له امله، مجموعي تولید، وسطي تولید او نهايي تولید تریوې معینې نقطې پورې زیاتېږي او د گټې له وروستۍ اندازې وروسته بیا په کې کموالی راځي.

په لاندې جدول کې ثابت لامل یعنې ځمکه، بدلون موندونکی لامل، یعنې کاري قوت او د هغه څخه لاسته راغلی مجموعي تولید، وسطي تولید او نهايي تولید په یو ګرافیک شکل کې ګورو.

خُمكه ثابت لامل K	کاري قوت لامل متحول L	مجموعي توليد TP	منځنی توليد $AP = \frac{TP}{L}$	نهایی توليد $MP = \frac{\Delta TP}{\Delta L}$
500	1	1	1	-
500	2	3	1.5	2
500	3	6	2	3
500	4	10	2.5	4
500	5	15	3	5
500	6	21	3.5	6
500	7	28	4	7
500	8	34	4.25	6
500	9	37	4.33	5
500	10	43	4.3	4
500	11	46	4.18	3
500	12	48	4	2
500	13	49	3.8	1
500	14	48	3.4	-1
500	15	45	3	-3

مجموعي توليد



د پنځم څپرکي لنډيز

د مالي امورو تنظيم کول، پلورل او پيرودل هغه ستونزې دي چې د متصديانو په ځانگړي ډول د هغو کوچنيو سوداگرو چې د سرمايه گذارۍ لپاره دقيق پلانونه نه لري.

د توليد لاملونه او د توليد د پړاوونو تعينول هغه موضوعات دي چې متصديان په کې له لاندې لارو چارو کار اخلي:

- خالص عايد او دتوليد د اندازې ټاکل.

- د مجموعي لگښتونو سره د مجموعي عوايدو مقايسه کول.

- داضافي عايدمقايسه کول.

په پای کې د توليد پړاوونه او لاسته راغلی عايد محاسبه يا ارزوو.

په لنډ ډول هغه موضوع گانې چې د متصديانو په مخکې پرته دي د توليد اندازه يا مقدار دی.

په دې څپرکي کې د توليد د اندازې د ميتودونو، دتوليد د پړاوونو، او د توليدوونکي د زياتې کتې په اړه معلومات وړاندې کيږي.

د پنځم څپرکي پوښتنې

- ۱- د تولید اندازه په څو ډوله رامنځته کیږي د هر یوه په اړه یې یوه تبصره ولیکئ ؟
- ۲- د تولید د پړاوونو په اړه معلومات ورکړئ او په ارقامو یې بیان کړئ ؟
- ۳- تولیدونکي ولې د تولید دویم پړاو انتخابوي په دلایلو یې بیان کړئ ؟
- ۴- د بهره نزولي قانون تعریف کړئ ؟
- ۵- د بهره نزولي قانون په ارقامو او گراف واضح کړئ ؟

لگښتونه

ټوليزه موخه:

د توليد د مطلوبې سطحې له ټاکنې سره بلدتيا او د توليد د اندازې له مخې د توليدونکي ټاکنه.

د زده کړې موخې: د دې خپرکي په پای کې زده کوونکي له لاندې مطلبونو سره بلدتيا پيدا کوي.

- لگښتونه.
- مجموعي توليد ته په کتوسره د لگښتونو خپرل.
- الف - ثابت مجموعي لگښتونه.
- ب - تغيرکوونکي مجموعي لگښتونه.
- د توليد يوه واحد ته په کتو سره د لگښتونو خپرل.
- الف - ثابت منځني لگښتونه.
- ب - تغيرکوونکي منځني لگښتونه.
- ج - مجموعي منځني لگښتونه.
- د - نهايي لگښتونه.

لگښتونه

په دې برخه کې د توليد اندازې ته په کتوسره په لگښت ځان پوهوو او اصلي موخه مو د هغه

میتود او لاروچارو څخه ده چې د هغه پربنسټ د تولید اندازه معلومېږي
الماني گوتمبرگ لگښتونه داسې تعريف کړي (لگښت د تولید له هغو لاملونه څخه عبارت دی
چې استهلاکي شکل ولري او همداراز د توکو یا جنسونو څخه د کار اخیستلو وروسته لاسته راځي
او د پیسو په واسطه خیرل کېږي).
دغه لگښتونه په مستقیم او غیرمستقیم ډول ویشل کېږي چې مستقیم لگښت لکه کارۍ توکي
او هغه اضافی لگښتونه چې د تولید په لړۍ کې ورڅخه کاراخیستل کېږي.
همداراز د اقتصادي فعالیتونو خیرل او څیړنې ته په کتوسره فرصتی لگښتونه داسې تعريف کوو:

د له لاسه وتلو فرصتونو لگښتونه

هغه اقدام یا عمل دی چې څوک وکولای شي کنترول یې کړي خو وخت ورڅخه تیرشوی وي
په بل عبارت د یو محصول فرصتي لگښتونه د هغو لاسه وتلو محصولاتو له ارزښت څخه
عبارت دی چې د سرچینو د تولید د اندازې څخه ترلاسه کیدای شي

د بیلګې په توګه: د تصدی په یوه کارخانه کې دوه ډوله رختونه هم مردانه اوشځینه تولیدېږي
چې د دواړو رختونو د پیسو لگښتونه سره مساوي وي نو دلته تصدی پریکړه وکړي چې په یوه
دستګاه کې هم مردانه اوهم ښځینه لباس تولید کړي. په دی صورت کې د مردانه لباس لگښت د
ښځینه لباس د مجموعي لگښت څخه عبارت دی.

او که چیرې د دواړو رختونو پولې لگښت فرق ولري په دی وخت کې د مردانه لباس فرصتی
لگښت د ښځینه لباس د ارزښت دخالص محصول څخه عبارت دی.

د محصولاتو د فرصتي لگښتونه پربنسټ د یوه محصول انتخابول هغه وخت په زړه پورې وي
چې فرصتي لگښتونه یې د تولید په ټولو برخو کې د محصول ارزښت ته په کتوسره مساوي وي.

د تولید د اندازی تعینول او د مستقیم لگښت خیرل

مستقیم لگښت ته په کتوسره د تولید تعین اواندازه ثابتېږي او مستقیم لگښتونه په لاندې
دوه شکلونو خیرل او څیږو.

۱- د مجموعی تولید له پلوه د لگښتونو خیرل

۲- د تولید د یوه واحد له پلوه د لگښتونو خیرل

په مجموعی ډول د لگښتونو بیانول

الف- ثابت مجموعي لگښتونه **Total Fixed Cost** د تولید د هغه مستقیم لگښت څخه عبارت دی چې د تولید د ثابتو لاملونو د ټاکنې څخه لاسته راځي لکه مالیه، د ځمکې اجاره، د تعمیر کرایه، د ماشینونو استهلاك او نور

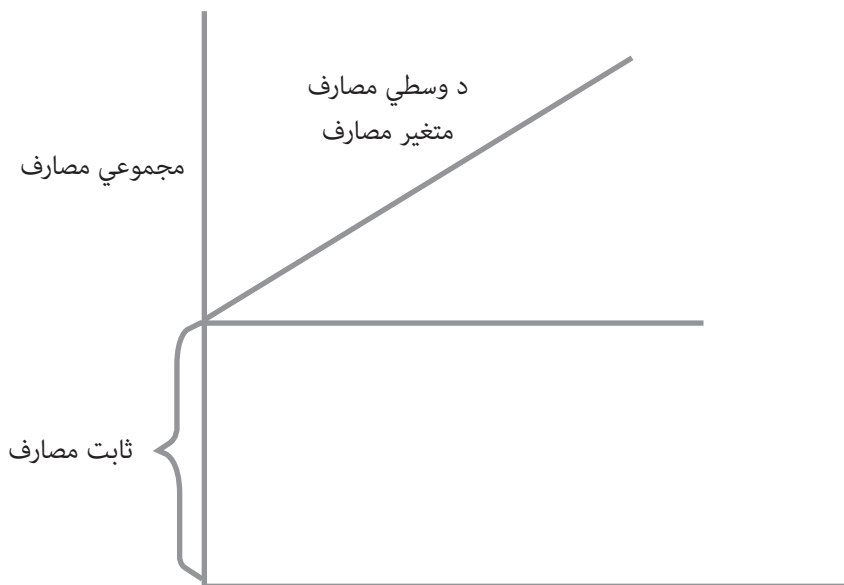
متحول مجموعي لگښتونه **Total variable cost**

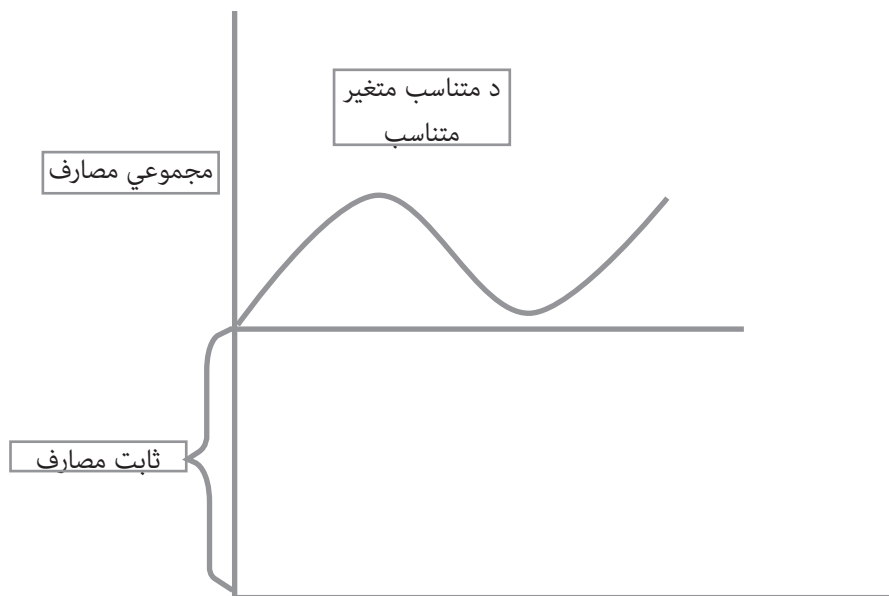
د مجموعي لگښتونو له هغې برخې څخه عبارت دی چې د تولید د لاملونوله اخیستلو څخه لاسته راځي او د تولید د اندازې سره بدلون ومومي. د بیلګې په ډول هرکله چې د تولید اندازه د صفر سره مساوي وي په دې صورت کې متحول لگښتونه نه معلومېږي خو کله چې د تصدۍ د تولید فعالیتونه پیل شي متحول لگښتونه هم معلومېږي

بناء په دې ډول ویلی شو چې د مستقیمو لگښتونو او د تولید د اندازې ترمنځ اړیکه شتون لري په دې معنی چې د تولید د اندازې له زیاتوالي سره بدلون موندونکي لگښتونه هم زیاتیږي. بدلون موندونکي لگښتونه په خطي او غیرخطي ډول هم شتون لري لکه غوړیو، پترولو، گاز، انرژۍ د برق اونورو تولیدی توکو لگښتونه.

سربېره پردغو دوه ډوله لگښتونو، کولای شو چې لگښتونه په لاندې ډول وویشو:

ثابت متوسط لگښتونه، منځني متغیر لگښتونه، منځني، مجموعي او نهایي لگښتونه.





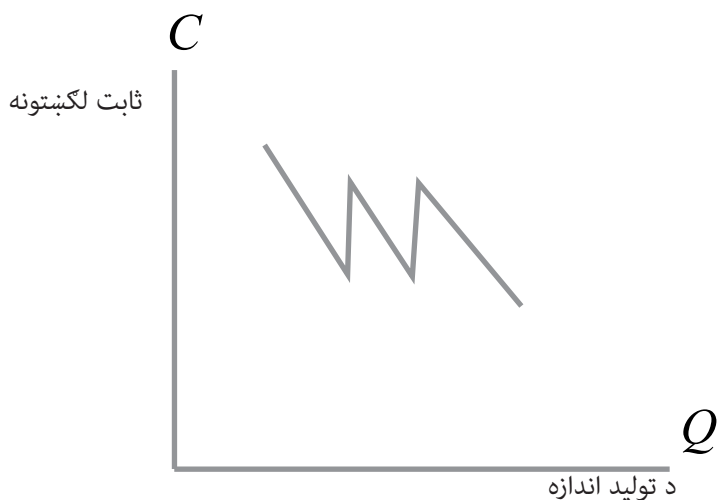
۱- ثابت منځني لگښتونه AFC

ثابت منځني لگښتونه، د ثابتو لگښتونو او د توليد د اندازې ترمنځ تناسب رامنځته کوي. يا په بل عبارت هرکله چې ثابت لگښتونه د توليد په اندازې وويشل شي، ثابت منځني لگښتونه يعني AFC لاسته راځي.

په هر توليدي واحد کې د ثابتو منځني لگښتونو اندازه کميږي يعني هرڅومره چې توليد زياتيږي دغه لگښتونه کميږي.

$$AFC = \frac{TFC}{Q}$$

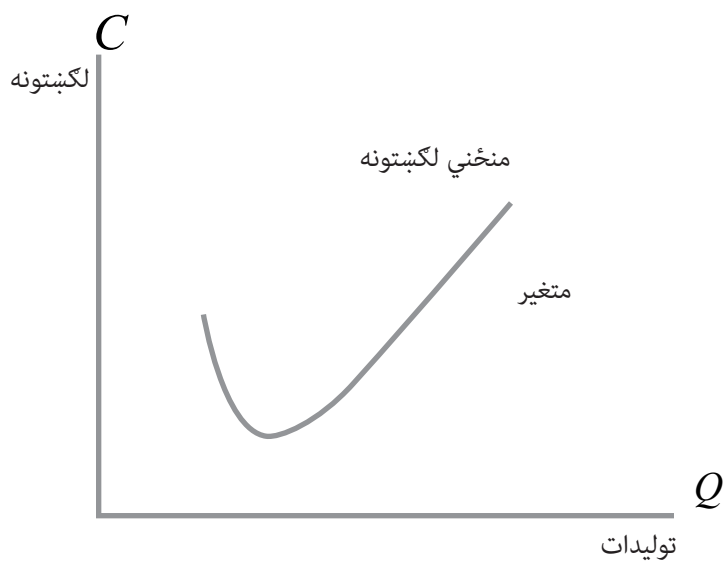
خو کله چې د تصدۍ د توليد ظرفيت زياتيږي او په هغه کې ثابت لگښتونه هم زياتيږي، نو په دې صورت کې منځني ثابت لگښتونه هم ډيريږي او نزولي لاره غوره کوي.



۲- بدلون موندونکي منځني لگښتونه AVC

بدلون موندونکي وسطي لگښتونه عبارت له هغو لگښتونو څخه دي چې د هر تولید په واسطه محاسبه کېږي يا په بل عبارت هرکله چې بدلون موندونکي لگښتونه ، د تولید په اندازې تقسيم کړو ، وسطي لگښتونه لاسته راځي.

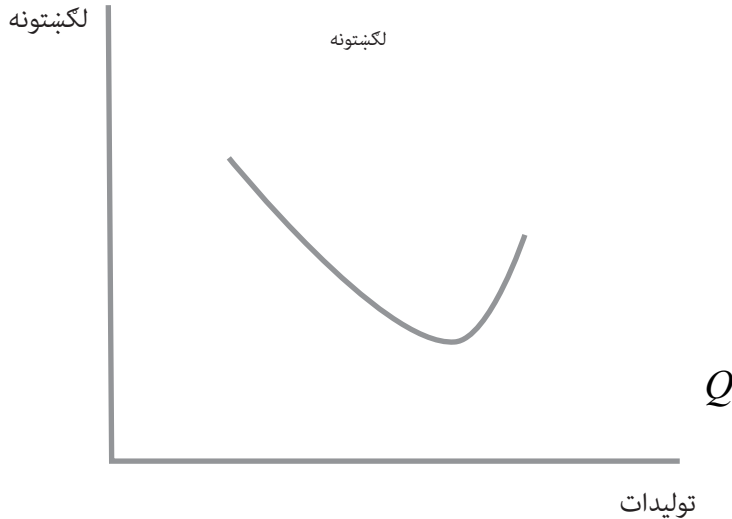
$$AVC = \frac{VC}{Q}$$



۳- مجموعي منځني لگښتونه ATC

مجموعی منځني لگښتونه له هغو ثابتو او بدلون موندونکو مجموعي لگښتونو څخه عبارت دي چې د هر توليدي واحد په بنسټ محاسبه کيږي. يا په بل عبارت هرکله چې مجموعي لگښتونه (متغير او ثابت لگښتونه) د توليد په اندازې تقسيم کړو ، مجموعي منځني لگښتونه لاسته راځي.

$$ATC = \frac{TC}{Q}$$



۴- وروستي لگښتونه MC

له هغو لگښتونو څخه عبارت دي چې د توليد د يو اضافي واحد له امله منځته راشي په لاندې جدول کې چې ثابت مجموعي لگښتونه او بدلون موندونکي لگښتونه دي ، کولای شو چې وروستي لگښتونه محاسبه کړو او گراف يې رسم کړو.

$$\frac{\Delta TC}{\Delta Q}$$

د بيلابيلو واحدو په واسطه د لگښتونو محاسبه.

تولید اندازه Q	ثابت لگښتونه FC	متغیر لگښتونه VC	مجموعی لگښتونه TC=FC+VC	نهایی لگښتونه $MC=\frac{Da}{DLC}$	مجموعی منځني لگښتونه $\frac{TC}{Q}$	ثابت منځني لگښتونه $\frac{AFC}{Q}$	متغیر منځني لگښتونه $\frac{VC}{Q}$
0	256	0	256	0	-	-	0
1	256	64	320	64	320	256	64
2	256	85	340	20	170	128	42
3	256	99	355	15	118.3	85.3	33
4	256	112	368	13	92	46	28
5	256	125	381	13	76.2	51.2	25
6	256	144	400	19	66.6	42.7	24
7	256	175	431	31	61.5	36.6	25
8	256	224	480	49	60	32	28
9	256	297	553	73	61.4	28.4	33
10	256	400	656	103	63.6	25.6	40

ثابت منځني لگښتونه (AFC)، بدليدونکي لگښتونه (AVC) آخري لگښتونه (MC) او مجموعی منځني لگښتونه (ATC) مو په پورته جدول کې وليدل، دا چې په ثابت لگښتونو کې د تولید د زیاتوالي له امله بدلون نه مومي او ثابت منځني لگښتونه AFC د تولید په اندازه باندې د ثابتو لگښتونو د ویشلو له امله لاسته راځي نوله دې امله وسطي لگښتونه د تولید د زیاتوالي له امله کميږي.

لکه څرنګه چې په پورته جدول کې وليدل شول په هغه وخت کې چې د تصدی تولیدات د ۴-۵ واحدو په اندازه وي، وروستي لگښتونه کم وي

منحنی لگښتونه وروستي منحنی لگښتونه منځني او منحنی مجموعی په هغه صورت کې چې تولیدات اته واحدونو ته ورسېږي قطع کيږي.

همدارنګه یاد منحنی یا MC په متحولو منځني لگښتونو AVC په ټیټه نقطه یعنې د P په نقطه کې ۶ واحد قطع کوي چې د منځني لگښتونو له پلوه بدليدونکي نقطه یاديږي.

د یادونې وړه چې د ټولو لگښتونو منحنی وخت یعنې لنډمهاله، منځ مهاله او اوږدمهاله وي.

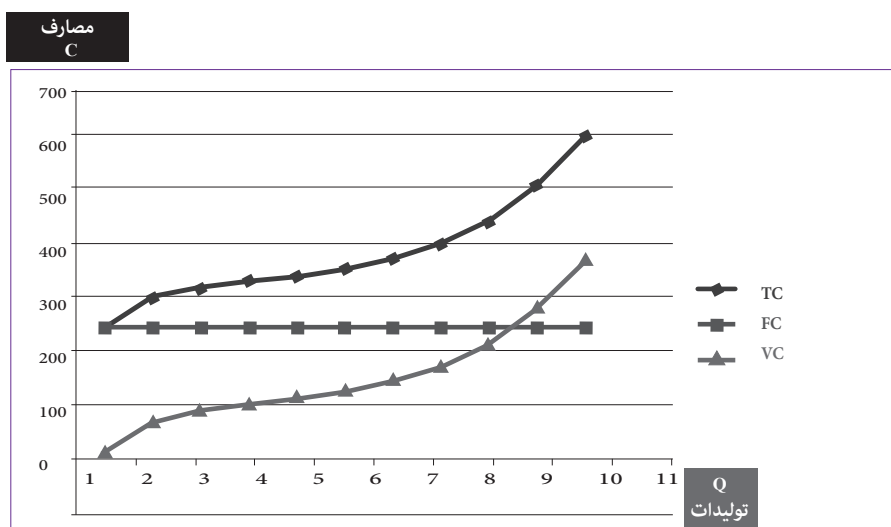
د مثال په توګه. په یو کوتاه وخت کې د تصدی ثابت لگښتونه همیشه زیات وي ځکه تولیدي

دستگالګانې نشي کولای په لنډوخت کې تولید ته چمتووي حال داچې یادا دستگاه باید څلورمه حصه د سرمايې ، مزد ، د مامورينو او د تصدی د کارګرانو تنخوا باید ورکړي.

له بلې خوا کله چې تصدی په تولیداتو پیل وکړي نو بناء په میانه وخت کې د تولید اندازه زیاتیري له همدې امله متغیر لګښتونه زیاتیري.

په اوږد وخت کې تصدي کولای شي په تولید کې بیلابیل ظرفیتونه رامنځته کړي نو همدا وجه ده چې په اوږد مهال کې ثابت لګښتونه د کموالی خواته ځي.

مثال: که د تصدی د جنسونو او خدماتو غوښتنه زیاته وي نو په دې صورت کې تصدي خپل اصلي تولیدات زیاتوي او که برعکس وي نو تصدي تولیدات کموي او نور اجنساس چې په بازار کې ورته لیوالتیا زیاته وي تولیدوي چې په دې صورت کې د ثابتو لګښتونو یوه برخه کمیږي.



د شپږم څپرکي لنډيز

د توليد لپاره د بنسټيز عنصر لگښت يوه لاسته راوړنه ده.

هم اقتصادي فعاليت له يوې خوا لگښت ايجابوي اوله هغه څخه دحاصل توقع کيږي.

ځکه چې لگښت په مستقيمه توګه دمتصدي مفاد تراغيزی لاندې راوړي. په هغه صورت کې چې په يوه تصدې کېښې لگښتونه په دقيقه توګه محاسبه اوپه نظرکې ونيول شي او داضافي لگښتونو څخه مخنيوی وشي، نوبيله شکه دتصدي ګټه زياتوالی مومي. اوهمدارنګه برعکس. پدې څپرکي کې مجموعي لگښتونه اوديوه واحد له مخې لگښتونه دارقامو او ګرافونوپه ښوولوسره توليد ترڅيړنې لاندې نيول شوی دی. هيله کيږي محصلين له موضوع څخه رغنده ګټه واخلي او دهغه اهميت وپيژني.

اونوموړي اساسات دکارپه برخه کې عملي اوتطبیق کړي.

د شپږم څپرکي پوښتنې

- ۱- د لگښتونو په اړه څه پوهیږئ توضیح یې کړئ؟
- ۲- ګوټنبرګ مصارف څرنگه تعریف کړي دي؟
- ۳- مستقیم او غیرمستقیم لگښتونه توضیح کړئ؟
- ۴- د فرصتی لگښتونو په اړه څه پوهیږئ، سره له مثال یې توضیح کړئ؟
- ۵- د لگښتونوله مخې د تولید مطلوبه سطحه په څو ډوله ټاکل کیږي صرف نوم یې واخلي؟
- ۶- مجموعي مصارف په څو ډوله دي هریو توضیح کړئ؟
- ۷- د تولید د فی واحد له مخې لگښتونه څه ډول دي؟
- ۸- منځني ثابت لگښتونه، متغیر، مجموعي او وروستي لگښتونه تعریف کړئ؟

د تولید د لاملونو بازارونه

ټولیزه موخه:

له بازارونو سره د بازار په نقش او رول، د تصدی په فعالیتونو او د بازار په اغیزو پوهېدل.

د زده کړې موخې: د دې خپرکي په پای کې زده کوونکي له لاندې مطلبونو سره بلدتیا پیدا کوي.

- د تولید د لاملونو بازار پیژندل.
- د تولید لاملونه.
- د کار وسایل.
- د کار برخې.
- کار.
- د کار بازار.
- د کار د بازار ځینې خاصیتونه.
- د ځمکې بازار.
- د سرمایې بازار.
- د تولید د لاملونو عرضه کول.
- د تولید د لاملونو تقاضا.
- مزد او د هغه ډولونه.

د تولید د لاملونو بازارونه

لکه څرنگه چې پوهیږئ، کورنۍ د تصدی لگښت ته کوم اهمیت نه ورکوي بلکې د تصدی تولیداتو ته پام کوي چې د تولید کیفیت څنگه دی خو غورو چې کورنۍ څنګه تولید شوي شيان اخلي اولاسه یې راوړي.

کورنۍ هم لکه اقتصادي تصدی لاملونه په واک کې لري چې د دغو لاملونو څخه په استفادې سره بازارته تغیر ورکوي او خپل د ضرورت وړ شيان ترلاسه کوي چې دغه بازارونه د تولید د لاملونو د بازار په نوم یادېږي.

لاملونه او د تولید سرچینې هغو مجموعي امکاناتو، وسایلو او انساني کاري غروپونو ته ویل کېږي چې د توکو او خدماتو په تولید کې مهم رول لوبوي او همداراز د محدودیتونو، بدلونونو او ترکیب خاصیتونه لري.

په معمولي توګه دغه لاملونه د ټولنې له هغو لاسته راوړنو له ډلې څخه دي چې د مزدورۍ له امله، اجارې او سود او یا نورو لارو څخه یې ګټلې وي.

له بلې خوا د یادو لاملونو خاوندان د عرضه کوونکو په توګه د تولید هغه لاملونه دي چې د تقاضا کوونکو سره اړیکه لري او د توکو او خدماتو تولیدوونکې تصدی د تولید د لاملونو بازار رامنځته کوي.

نو لدې کبله کورنۍ یا د تولید د لاملونو خاوندان د ذکر شوو لاملونو د عرضه کوونکو په توګه او د توکو او خدماتو د تولیدوونکو تصدیو خاوندان د تقاضا کوونکو په توګه د تولید د لاملونو بازار رامنځته کوي او د توکو اندازه او قیمت ټاکي.

هرڅوک امکان لري چې د لاملونو د تولید په څو بازارونو کې شریک وي او بیلابیل لاملونه بازار ته وړاندې کړي د بیلګې په توګه: یو کس چې په یوه رسمي دفتر کې ټوله ورځ کار کوي او تنخوا اخلي امکان لري چې په بل ځای کې هم سهم ولري او ګټه لاسته راوړي او یا په یو بانک کې حساب ولري او د هغه څخه ګټه لاسته راوړي او همداراز یو څه یې په اجاره ورکړي او میاشتنی او کلني عایدات ترلاسه کړي.

په هرصورت د دې کس عایدات عبارت له هغو عایداتو څخه دي چې د بیلابیلو لارو یې ترلاسه کړي وي او همداراز یې په بیلابیلو بازارونو کې د کار، سرمایې او ځمکې له لارې ګټلې وي

د اقتصادي پلوه دغه کس په بیلابیلو بازارونو کې د تولید په لاملونو کې شریک دی او ګټه ترلاسه کوي نو همدا دلیلونه دي چې د تولید د لاملونو عرضه کوونکې کورنۍ بلل کېږي او یو کس کولای شي په څو بازارونو کې د تولید څو لاملونه وړاندې کړي.

مخکې لدې چې د لاملونو د بازار په اړه خبرې وکړو د تولید د لاملونو په اړه معلومات وړاندې کوو.

د تولید لاملونه

د تولید لاملونه په اقتصادي علومو کې مهم رول لري او د څیړنې وړ دي د تولید لاملونه د تولید سره مستقیم تړاو لري چې تولید د ژوند مهمه برخه ده نو له همدې امله د تولید لاملونه په لاندې ډول تر مطالعې او څیړنې لاندې نیسو:

د تولید لاملونه د هغو توکو څخه عبارت دي چې د هغه په واسطه په یو ځانګړي وخت کې یو تولیدي سیستم ته داخلېږي. پدې معنی چې د تولید لاملونه هغه متاع ده چې د تولید د رامنځته کیدو په برخه کې ورڅخه کار اخیستل کیږي

د تولید لاملونه د ملي اقتصاد او د اقتصادي تصدي له پلوه یو له بل سره فرق لري لکه چې د ملي اقتصاد له نظره ځمکه ، کار ، سرمایه او منجمنت د تولید لاملونه دي خو د اقتصادي تصدی له پلوه د تولید لاملونه په لاندې برخو ویشل شوي دي:

۱- ارشادی لاملونه.

۲- بنسټیز لاملونه.

۳- اضافي لاملونه.

ارشادی لاملونه مدیریت ، پلان جوړونه او په سازماندهي کنټرولوي په داسې حال کې چې بنسټیز لاملونه د کار توکي، د کار ګروپونه اود کار د وسایلو څخه عبارت دي.

د تولید اضافي لاملونه د دولت فعالیتونه ، بیمه مؤسسې ، د ټولنو فعالیتونه او نور دي.

نو لکه څرنګه چې د اقتصادي تصدی له پلوه د تولید لاملونه تر څیړنې لاندې نیسو نو له دې امله د تولید د لاملونو درې ګروپونه تربحث لاندې نیسو:

لکه څرنګه چې مو مخکې وویل بنسټیز لاملونه لکه: کاري ګروپونه ، د کار توکي اود کار وسایل دي نوڅکه دغه لاملونه د اقتصادي تصدی له نظره ترزیاتي څیړنې لاندې نیسو او له بلې خوا دغه لاملونه د تولید د کمیت او کیفیت سره مستقیم تړاو لري په دې معنی چې که تصدی دغه لاملونه په کم قیمت ترلاسه کړي نو زیاته ګټه ترلاسه کوي

د کار وسیلې

په تصدی کې د کار وسیلې د تولید بنسټیز محور دي چې د تولید په لري کې ورڅخه ګټه اخیستل کیږي لکه ماشینونه ، ترانسپورتي وسایل اونور.

د وسیلو څخه ښه ګټه اخیستنه د ډېرو لګښتونو مخه نیسی او په تولید شي اغیزې کوي.

د کار توکي

د کار توکي عبارت له هغو توکو څخه دی چې د تولید په لړي کې ترې کار اخیستل کېږي او په لاندې ډول دي

۱- خام توکي

۲- معاونه توکي

۳- محرکه توکي

خام توکي: خام توکي له هغو توکو څخه دي چې د تولید بنسټیزه برخه جوړوي او په مستقیم ډول په تولید کې ورڅخه گټه کېږي

مرستندويه توکي: عبارت له هغو توکو څخه دي چې د تولید په حاصلاتو کې ورڅخه کار اخیستل کېږي خو د تولید بنسټیز قسمت نه جوړوي او همداراز د قیمت او اندازې له پلوه یې په تولیداتو کې اهمیت کم وي او په غیر مستقیم ډول په تولیداتو کې کارول کېږي د بیلگې په توگه: د یوې نساجۍ رنګ ، د ترکانې د محصولاتو رنګ اونور.

محرکه توکي: د تولید لپاره لازمي دي خو د تولید په محصول کې په مستقیم ډول ورڅخه کار نه اخیستل کېږي د بیلگې په توگه د ډبرو سکاره چې په تولید کې ضروري دي ، دیزل ، پطرول ، گریس چې د ماشینونو لپاره ورڅخه گټه اخیستل کېږي اونور.

کار: کار د انسان له هغه دماغی او فزیکي فعالیت څخه عبارت دی چې د یو ارزښت د رامنځته کولو ، د ضرورتونو د له منځه وړلو او د عایداتو د ترلاسه کولو لپاره ترسره کېږي هغه قیمت چې د کار په بدل کې ترلاسه کېږي مزد ورته ویل کېږي چې په دی څپرکي کې به ورباندې څېړې وکړو

۱- د کار بازار: د کار بازار د تولید په لاملونو کې یو له مهمو بازارونو څخه شمیرل کېږي او زیات اهمیت لري

په دې بازار کې د یوعام بازار پرمفاهیمو سربیره ، ټولنیز ، سیاسي او اقتصادي لاملونه هم ډېرې اغیزې او اهمیت لري ، په لنډ ډول ویلای شو بیکاري ، د سرمایې څخه استفاده نه کول هیڅکله ټولنیزې ، اقتصادي او سیاسي اړتیاوې نه شي پوره کولای ځکه دکاري گروپونو لپاره د کار نه شتون منفي پایلې لري او په ټولنه کې ستونزې رامنځته کولای شي په هره ټولنه کې د تولید مهمې سرچینې د کاري گروپونو کمیت او کیفیت دی.

که په ناخالص تولید کې د تولید د لاملونو سهم ته وگورو په ډېرو هیوادونو کې داسې لیدل کیږي چې په ناخالص تولید کې کاري قوتونه ډېره فیصدي او برخه لري بې له شک او گومان څخه هغه څه چې نړیوال اقتصاد یې مخکې له مخکې ځانگړی کوي او ورته اهمیت ورکوي د کار ملي او نړیوال بازار دی چې هره ورځ په کې بدلون راځي

دا مهال د نړۍ هیوادونه کوشن کوي ترڅو د یوه نظام په جوړولو سره خپلو خلکو ته کار پیداکړي او په بیلابیلو دندو یې وگماري. په حقیقت کې د یوهیواد ټول وگړي هغه وخت کولای شي چې پرمختگ وکړي ترڅو پرمختللي تکنالوژي ته لاس رسی پیداکړي او د مسلکي زده کړو څخه برخمن شي.

کاري گروپونه د تولید د لاملونو مهم او اصلي لاملونه دي چې په زیاته اندازه د تولید د لاملونو محدودیتونه او منفی نقطې له منځه وړي او د تولید په زیاتوالي کې ډېره مرسته کولای شي.

په بل عبارت کاري گروپونه د کارگرو په فزیکي فعالیت نه خلاصیږي ځکه هرکارگر ته الله تعالی ځانگړی فکر او عقل ورکړی چې د دغه فکر او عقل څخه په گټې اخیستنې سره په بیلابیلو څانگو کې د کارکولو وړتیا لري.

د کار د بازار ځینې خاصیتونه

لکه څرنګه چې کاري گروپونه د تولید مهم او اغیزمن لاملونه دي اود کار په بازار کې د محصولاتو په څیر عرضه ووتقاضا لري نو باید په دې وپوهیږو چې د کار بازار لکه د غنموبازار ، د فولادو بازار ، اونور دي چې لاندې ځانګړتیاوې لري:

۱- د کار د بازار اصطلاح: په واقعته کې کولای شو چې د کار ډول ډول په زرګونو بازارونه لاسته راوړو دغه بازارونه د کاري مهارتونو له پلوه له ساده کارو څخه لکه په رستورانټونو کې کار کول ترلویوکارونو لکه جراحي اونورو پورې دي چې د کار لوی او پراخه کارونه ورته ویل کیږي په همدې ډول له جغرافیایي پلوه د کارگرانو لپاره محلي بازارونه ، د پوهنتون د استادانو لپاره ملي بازارونه او د ډاکترانو او انجینرانو لپاره له نړیوالو بازارونو یادونه وکړو.

۱- د بازار د محصولاتو پرخلاف، لومړني توکي لکه غنم، وریجې او نور چې د خرڅولو لپاره ځانګړي ځایونه لري او د بدلون وړ دي او له بله پلوه دغه خوراکي توکي یو له بل سره تړاو لري د کار د خاوندانو دغه تولید شوي توکي که څه هم فرق لري خو د کار د خاوندانو لپاره د ارزښت وړ دي. اوپه هرډول د تولید امکان لري.

۲- د کار او محصولاتو د بازار بل فرق دا دی چې د کار په بازار کې کارگران ستنډرډ نه دي

خو د محصولاتو په بازار کې کار گران سټندرد دي او توکي سټندرد تولیدې وي او د توکو لپاره امکان لري چې ډول ډول طبقې جوړې شي دغه توکي د فزیکي خاصیتونو له پلوه یوشان دي کله چې تصدی تصمیم ونیسي دغه مسلکي کسان انتخاب کړي اوداسې کسان انتخاب کړي چې هرکار گر ځانگړي کسبونه او خاصیتونه ولري

کارگران د عمر ، جنس ، نژاد ، د بدني استعداد ، قوت ، او نورو خاصیتونو له امله زیات فرق لري او د دوی بیلایل خاصیتونه د دې لامل شوي چې په تولیداتو کې بیلایلې دندې ترسره کړي سربیره پردې د کارگرانو ترمنځ نور فرق هم شته د بیلگې په توگه زده کړې ، تجربه ، تخصص اونور چې د دې تفاوتونو له امله د دوی دندې هم فرق لري

په لنډ ډول په ژوند کې د انسانانو ټول خاصیتونه او ځانگړتیاوو ته انساني سرمایه ویل کېږي چې د فزیکي سرمایې په وړاندې یې کاروي

۳- د کسبونو ترمنځ اړیکه: د کسبونو ترمنځ اړیکه د کار د بازار یو بل خاصیت دی که مو پام کړی وي د اخیستلو او پلورلو نرخونه د هرې ورځې ترمنځ فرق لري او تړاو لري

اویا هغه څه چې نن تولیدوونکي او یا لگښت کوونکي اخلي د نن ورځې خرید له پرون سره تړاو نه لري په داسې حال کې د کار په بازار کې دغه مقوله وجود نه لري

خو په محصولاتو یا تصدی کې هره ورځ د کارگرانو فعالیت خپل کيږي او تصمیم نیول کېږي او د نن ورځې کار له تیرې ورځې سره پرتله کېږي.

کارگر په تصدی کې خپل کسب ته په کتوسره کار اخلي او خپله تجربه کاروي لدې کبله تصدی د خپل مهارت د زیاتوالي لپاره سرمایه گذاري کوي.

په هرصورت هغه څه چې د کار په بازار کې د توکو به خرید او فرو ش کې مطرح دي په هغه کې کارگر خپل کار ته حاضرېږي او پوهیږو چې د محصولاتو په بازار کې توکي د ځانگړي ژوند سره نیغه اړیکه لري

۴- د هغه څه پرخلاف کوم چې د کالیو په پیر او پلور کې مطرح دي د کار په بازار کې کارگر له خپل کار سره شتون لري. پوهیږو د کالیو د محصولاتو په بازار کې په ځاني ژوند باندې مستقیمه اغیزه نلري. پداسې حال کې چې دکار په بازار کې کارگر باید په فزیکي ډول دکار له نیروسره حاضروي. پدې مانا چې کارگر په هغه کې خپل کار سرته رسوي دکار په بازار کې له مهمو لاملونو څخه دی. دا حالت یا فزیکي دی لکه: د کار د چاپیریال گرمي او یخني، غالمغان، گرد او دورې د حادثو اوپه یشو رامنځته کیدل او د کار په وخت کې په ماشین آلاتو سره زخمی کیدل. یا اجتماعي دی لکه: د کار طریقه او په نظارت کې دقت او نور.

۵- د چانې وهلو په قدرت کې د کارگر ضعیف حالت هم د کار د بازار له ځانګړتیاوو څخه شمیرل کېږي چې له نورو بازارونو څخه یې ځانګړی کوي، معمولاً ډېر کارگران د شغل په پلټنه کېنې وي خو د هغوی د اشتغال لپاره خالي ځایونه کافي ندي هغه کارګر چې محدود امکانات په واک کې لري د هغه کار په لټه کې وي چې څومره زړورته لاس رسۍ پیدا شي. پداسې حال کې چې کارشوونکی کولای شي منتظر پاتې شي او د ډېرو داوطلبانو له منځه کوم چې د شغل پلټنه کوي مناسب انتخاب ترسره کړي.

نو لدی کبله ویلای شو چې کارشوونکی د اشتغال د وضعیت په تنظیم کې قوي موضع لري. کله چې اتحادیه شتون ونلري چانې وهل هم سرته نه رسیږي.

د مزدونو مجموعه او د اشتغال د مزد وضعیت کارشوونکی ټاکي او کارګر کولای شي هغه قبول کړي او یا یې قبول نکړي او کارته حاضر نشي.

د کارګر د بیکارۍ قبولولو توان یې کار لپاره د تقاضا په میزان پورې تړلې ده. ځکه په خاصه توګه د کارګر لخوا تقاضا کولای شي د خرڅلاو د ځنډ په دلیل په شرکت یا صنعت کې په خاصه توګه ټیټوالی رامنځته شي.

۲- د ځمکې بازار: د ځمکې چې کله ناکله طبیعي سرچینو، خاورې، اوبو اونوروتو ویل کېږي د تولید مهمې او بنسټیزې سرچینې بلل کېږي

د تولید د دغو لاملونه عرضه کول په لنډ وخت کې ثابتیږي.

په هره مالي دوره کې د یوې قطعې ځمکې قیمت ترکومه ځایه چې ورڅخه ګټه اخیستل کېږي او د یو ټاکل شوي قیمت په وړاندې ورڅخه ګټه اخیستل کېږي ورته اجاره ویل کېږي.

۳- د سرمایې بازار: د توکو سرمایه هغه لاملونه ویل کېږي چې د دوه اصلي لاملونو یعنې د کاري گروپونو د هلو ځلو په ترڅ کې او همداراز د ځمکې د حاصلاتو د ذخیره کولو څخه د وخت په تیریدو سره لاسته راغلې وي او په معمولي ډول هغه د تولید د لاملونو دوامداره توکو ته ویل کېږي.

د سرمایې توکي په عمومي ډول په درې کټګوریو ودانۍ (ساختمانونه، اونورې لوړپوړیزه ودانۍ) وسایل او د گدام څیزونه (تولید شوي توکي او لومړني موجود توکي) ویشل کېږي

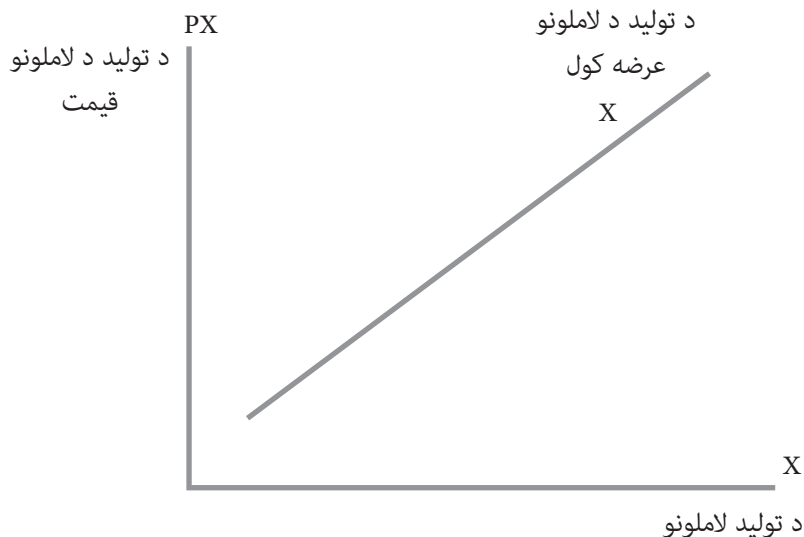
سربیره له پورته تعریفونو د سرمایې پخواني تعریفونه هم شته د بیلګې په توګه مالي دارايي او د یوڅه ارزښت ته هم ویل کېږي.

په لنډ ډول هر هغه لاملونه چې د نرخونو د لوړوالي سبب شي نو په دې وخت کې سرمایه داران نه غواړي چې ډېره قرضه واخلي او که نرخونه ښکته شي د تصدیو سرمایه داران غواړي چې ډېره

سرمایه لگښت کړي او زیات څیزونه واخلي.

د تولید د لاملونو عرضه کول

د تولید د لاملونو عرضه کول د تولید په ډولو پورې ډېر تړلي دي خو اصلي او بنسټیز قاعده یې داده چې د تولید لاملونه (له ځانګړو وختونو پرته) له کینې څخه بڼه خواته عرضه کیږي.



په بازار کې په بیلابیلو قیمتونو او همداراز د بیلابیلو توکو د عرضه کوونکو ترمنځ د یوټوکی عرضه کولو ته مجموعي عرضه ویل کیږي.

په بل عبارت که چیرې وغواړو د تولید یو لامل د بیلګې په توګه ، کرنیزه ځمکه ترڅیرنې لاندې ونیسو د دغه مجموعي عرضه عبارت ده له هغې ټولې زراعتي ځمکې څخه چې په یو کال کې ورڅخه د زراعت په برخه کې کار اخیستل کیږي.

او یا داچې د کار لامل په دې زراعتي برخه کې په پام کې ونیسو نو دغه د کار لامل عبارت له هغو ټولو کسانو څخه دی چې په کار کې حاضر وي

د تولید د لاملونو د تقاضا په وخت کې باید پام وکړو ترڅو د تولید لپاره داسې توکې واخلو چې په کارولو سره یې د تولید لاملونه رامنځته شي.

یا په ساده ډول هغه چې د توکو او خدماتو په بازار کې ترڅیرنې لاندې نیول کیږي هغه د توکو لګښت کوونکي دي یعنې که د توکو په بازار کې تقاضا کمه وي د تولید ډولونه هم په کې

په کمه اندازه وي

نو په دې خاطر د تولید د ډولونو تقاضا ته (Derived Demand) ویل کیږي. یا په بل عبارت باید د زراعتي توکو لپاره تقاضا موجود وي ترڅو کرنیزې ځمکې، ماشین الات کاري گروپونه د زراعتي توکو د تولید د لاملونو په توگه رامنځته شي

مزد

مزد له هغه قیمت څخه عبارت دی چې استخدام کوونکي یې کاریگرو ته ورکوي، مزد په هفته وار، میاشتني، د جواز د امتیاز او کمیشن کار په شکل وي.

مزد نه یواځې په مستقیم ډول اخیستل کیږي بلکه په ډېر وخت کې د امتیاز په ډول اخیستل کیږي. مزد رخصتۍ، روغتيايي بیمې او نور حقونه هم لري او همداراز مزد په ساعتونو، ورځو، او د کار کولو څخه وړاندې هم ورکول کیږي خو له هغه ځایه چې مزد د کار په مقابل کې اخیستل کیږي په لاندې برخو ویشل شوی دی.

۱ - ټول کاریگر چې فزیکي او د ماغي کارونه ترسره کوي.

۲ - متخصص کسان لکه حقوقي کارپوهان، ډاکتران، انجیزان، ښوونکي او نور.

۳ - د کوچنیو کسبونو خاوندان لکه، سلمان، نلدواني، د کراچيو په واسطه چې یو څه خرڅیږي او نور.

په تصدی کې د مزد ورکول باید عادلانه وي او یا لږترلږه د کارگر د کار د ترسره کولو سره برابر وي نو پرته له دې کاریگر دې ته اړ کیږي چې کار پریږدي او د تولید په کیفیت او کمیت منفي اغیزې وکړي.

مزد د ترلاسه کولو د څرنګوالي له امله دوه ډوله دی چې د (، وقت ته په کتو مزد،) او (فعالیت ته په کتو مزد) په نوم یادېږي

الف- د وخت له مخې مزد: وخت ته په کتو مزد هغه مزد ته ویل کیږي چې د کار د وخت او د وخت مطابق ورکول کیږي په دې معنې چې دغه مزد ثابتې پیسې دي چې په ساعتو، اونيو، میاشتو، او یا د کال په تېرېدو سره ورکول کیږي چې په دغه مزد کې وخت یو څه زیات او کم هم کیږي چې په دې صورت کې کارگر دې ته اړ کیږي چې کار پریږدي ځکه د کار خاوند کله نا کله د کارګرو د یوڅه زیاتې مودې پیسې نه ورکوي او همداراز له کارګرو سره عادلانه چلند نه کوي د بیلګې په توګه: په تخنیکي کارونو کې چې د مزدو کار د هغه د وړتیا پربنسټ نه ورکول کیږي لکه، اداري کارونه، رهبري کول، تخنیکي کارونه چې په دې وخت کې مزد ورکول وخت ته

په کتوسره ترسره کېږي.

ب- د فعالیت له مخې مزد: د دغه مزد په ورکولو کې وخت ته نه کتل کېږي بلکه د کارگر کار او فعالیت ته کتل کېږي یا په بل عبارت هغه مزد ته ویل کېږي چې د تولید شوو توکو د اندازې مطابق کاریګرو ته مزد ورکول کېږي.

او یا داچې د دغه مزد ورکول د کار د اندازې او همداراز د کیفیت او کمیت پورې اړه لري چې د کاریګر د وړتیا په اندازه ورکول کېږي.

په یوه تصدۍ کې باید د مزد ورکول په عادلانه ډول وي او د کاریګر د کار سره مناسب وي نو له دې پرته دکارگر د خفګان لامل ګرځي چې د تولید په کمیت او کیفیت هم منفي اغیزې لري مزد یا تنخوا د ورکړې د څرنګوالي له مخې په دوه ډوله ده چې دوخت او کار د مزدونو یا تنخواګانو په نومونو سره یادېږي

د بیلګې په توګه که چېرې یو جوراب جوړونکی د هرې جوړې جورابو په مقابل کې ۱۰ افغانۍ واخلي او هره ورځ ۲۰ جوړې جورابې تولید کړي د هغه د هرې ورځې مزد له $20 \times 10 = 200$ افغانو) سره برابر دي.

کارګر هغه وخت دغه پیسې ترلاسه کولای شي چې په واقعیت کې یې جورابې جوړې کړې وي خوداچې جوراب جوړونکي به د جورابو په جوړلو څومره وخت تیر کړی وي نو همدا دلیل دی چې د حقيقي مزد ترمنځ فرق موجود دی

اسمي مزد Nominal wage

اسمي مزد هغه مزد ته ویل کېږي چې په ساعتونو ، ورځو ، میاشتو او یا په ډول په نورو کتګوریو کې ورکول کېږي

حقيقي مزد Real wage

حقيقي مزد د توکو او خدماتو له اندازې څخه عبارت دی چې یو کارګر کولای شي د اسمي مزد په واسطه یې ترلاسه کړي
حقيقي مزد له اسمي مزد سره تړلی دی

د اوم خپرکي لنډيز

په اقتصاد کې د تولید لاملونه له مهمو مسایلوڅخه دي د تولید پورې مستقیم تړاو لري او تولید د ژوند اندازه یوه برخه جوړوي نو په دې اساس د تولید لاملونه له هغو توکو څخه عبارت دي چې په یوه ځانګړې دوره کې د تولید په سیستم کې داخلېږي او تولید ورڅخه جوړېږي له هغه ځایه چې په اوم خپرکي کې د تولید لاملونه تشریح اوبیان شول نو د تولید د لاملونو بازار تریخت او څیړنې لاندې و نیول شو.

په دې خپرکي کې د استخدام او د تولید د لاملونو څخه کار اخیستل ترڅیړنې لاندې نیسو او د تولید لاملونه د تولید د مهمو وسایلو او اړینو توکو په توګه پیژنو د بدني جوړښت څخه بهیر ، سویه ، لیاقت او د عمر تجربې او داسې نور د تولید په کمیت او کیفیت کې مهم رول لري

په هر حال هیله لرو چې زده کوونکو له دې مطالبو څخه مناسبه استفاده کړي وي او د ذکر شوو مسایلو په اړه ښه تحلیل وکړي اوبه تجربه ترلاسه کړي.

د اوم څپرکي پوښتنې

۱. د تولید د لاملونو د بازار په اړه معلومات ورکړئ؟
۲. یو کس څرنگه کولای شي د تولید د عواملو په بیلابیلو بازارونو کې رول ولوبوي د مثالونو په ورکولو سره یې واضح کړئ؟
۳. د تولید لاملونه تعریف کړئ؟
۴. د اقتصادي تصدۍ او ملي اقتصاد له پلوه د تولید د لاملونو ترمنځ څه فرق دی؟
۵. د تصدۍ د تولید هر لامل بیان کړئ؟
۶. کار تعریف کړئ؟
۷. د کار توکي او شکلونه یې بیان کړئ؟
۸. د کار د بازار په اړه معلومات ورکړئ؟
۹. د ځمکې د بازار په اړه معلومات ورکړئ؟
۱۰. سرمایه څه ته وايي؟
۱۱. د تولید د لاملونو عرضه کول د یو گراف په شکل ولیکئ؟
۱۲. د تولید د لاملونو عرضه بیان کړئ؟
۱۳. مزد تعریف کړئ؟
۱۴. مزد په څو ډوله دی هریو یې په ځانگړي ډول بیان کړئ؟
۱۵. ایا لوړ مزد د کار په زیاتوالي کې رول لري؟ که وي څرنگه؟
۱۶. دکار نیرو یا کاري گروپونه په عمومي ډول په څو کتگوریو ویشل شوي؟
۱۷. اسمي او حقيقي مزد بیان کړئ؟

استهلاک

ټوليزه موخه:

د تصدی د ثابتې سرمايې ساتنه، د تولید د محاسبه کولو د لارو چارو او همداراز د لګښت د یوې برخې په توګه د استهلاک بیانول.

د زده کړې موخې: په دې څپرکي کې محصلین له لاندنیو ټکو سره آشنا کېږي:

- استهلاک
- د استهلاک ډولونه.
- د استهلاک علتونه او ثابته سرمايه.
- د استعمال له امله خرابیدل.
- r. د وخت په تیریدو سره خرابیدل (طبیعي خرابوالی)
- s. د تخنیکي پرمختګ له امله خرابیدل.
- t. د اقتصادي پرمختګ له امله خرابیدل.
- u. د توکو د استخراج له امله خرابیدل.
- v. د ناڅاپي پیښو له امله استهلاک.

استهلاک

په ټولو هغو شتمنیو کې چې خرابوالی راځي، استهلاک هم رامنځته کېږي. ثابتې شتمني له تعمیراتو، ماشینونو او د تصدی د سامان آلاتو څخه عبارت ده، همداراز

ځمکه هم په ثابته شتمنۍ کې راځي خو په ځمکه کې زیاتوالی، او کموالی نه راځي او له مینځه هم نه ځي.

هغه ثابتې شتمنۍ چې پورته ذکر شوې په مستقیم ډول د تولید په لړ کې په کار اچول کېږي او د دایمي استعمال په ترڅ کې زیږېږي او د وخت په تیریدو سره له مینځه ځي.

استهلاک کیدای شي چې د تخنیکي استعمال له امله هم رامینځته شي، د مود بدلون هم د شتمنۍ ارزښت کمولی شي، او د ارزښت کموالی له محاسبې وروسته په استهلاک بدلیږي.

کولای شو چې استهلاک په نورو ډولونو هم بیان کړو لکه ثابته شتمني چې په تولید کې له کارولو وروسته زیږېږي او د وخت په تیریدو سره خرابیږي نوځکه دغه خرابوالی هم په شتمنۍ کې لکه د کارگرانو د مزد او جایزې په شکل یو مصرفي شی دی.

د ثابتې شتمنۍ استهلاک هم یو لگښتي شی دی، یا په بل عبارت استهلاک له هغې کړنې څخه عبارت دی چې د ثابتې شتمنۍ له مینځه تللي شیان ثابتوي.

د استهلاک شکلونه

په دې صورت کې د ثابتې شتمنۍ (ماشینونو) څخه ګټه اخیستل سنجول کېږي او دماشین ارزښت د کلونو په اوږدو کې د همغه ماشین په واسطه په تولید شوو توکو ویشل کېږي او د کلني استهلاک پیسې لاسته راوړل کېږي

ځکه استهلاک یو آسان او عامه کرښه ده نو له دې امله ډېر استهلاکي میتودونه محاسبه کېږي.

مثالونه

د یو پایه ماشین قیمت ۴۰۰۰۰ زره افغانۍ دی چې د استفادې موده یې پنځه کاله ده نو کلنۍ استهلاک یې عبارت دی له:

$$\text{کلنۍ استهلاک} = \frac{40000}{5} = 8000$$

په هغه صورت کې چې د وسایلو پاتې ارزښت په پام کې ونیول شي او فکر وشي چې دغه ماشین له استفادې وروسته په ۵۰۰ افغانیو و پلورل شي نوپه دې وخت کې کلنۍ برخه یا اشتراک مساوي دی له:

$$\text{کلنۍ استهلاک} = \frac{40000 - 5000}{5} = \frac{35000}{5} = 7000$$

لکه څرنګه چې مولیدل په هندسي شکل کې د استهلاک د کموالی طریقه بشپړه نه شوه او

(۷۲. ۲۰ ۲۰۹) افغانۍ فرق رامنځته شو، نو د دې لپاره چې دغه ستونزه له مینځه لاړه شي نو له دې لارې څخه په گټه اخستو سره باید دوه یا دریو خراب شوو توکو د استهلاك فیصدي وڅیړو او داسې یې تنظیم کړو ترڅو اماده شوې پیسې په پام کې ونیسو.

په دې طریقه کې ښکاري چې خراب شوي شیان له وروستې کال څخه پرته په نورو کلونو کې سره راجمع کیږي او له اصلي قیمت څخه یې منفي کیږي چې په پایله کې د کال وروستی استهلاك لاسته راځي.

د استهلاك هغه پیسې چې نه وي محاسبه شوي نو تصدي یې د کال په وروستی محاسبه کې په پام کې نیسي.

۱. د استهلاك کموالی (د کموالی فکر او د استهلاك پیسې): لکه څرنګه چې یې له نوم معلومیږي د استهلاك د کموالي په صورت کې هرکال د استهلاك پیسې لږې شمیرل کیږي او په استهلاك کې دوه ډوله کموالی شتون لري.

a. د استهلاك هندسي کموالی: په دې صورت کې د کال له ثابتې فیصدۍ څخه استهلاك سنجول کیږي او په نورو کلونو کې د ثابتې شتمنې له قیمت څخه استهلاك سنجول کیږي چې به دې صورت کې هر کال د استهلاك پیسې د کموالی خواته ځي.

مثال: د یو پایه ماشین قیمت ۶۰۰۰۰ افغانۍ دی او د گټې اخیستنې موده یې ۱۰ کاله ده نو بناء هر کال ۱۰٪ د استهلاك پیسې ورته سنجول کیږي.

$$۶۰۰۰۰ \text{ افغانۍ} = \text{د تهیه کولو له قیمت سره}$$

$$۱۰ = \text{د گټې اخیستنې له وخت سره}$$

$$۱۰\% = \text{د استهلاك کلنۍ فیصدي}$$

$$= \frac{60000 \times 10}{100} = 6000 \text{ د لومړي کال استهلاك}$$

$$= \frac{54000 \times 10}{100} = 5400 \text{ د دویم کال استهلاك}$$

$$= \frac{48600 \times 10}{100} = 4860 \text{ د درېیم کال استهلاك}$$

$$= \frac{43740 \times 10}{100} = 4374 \text{ د څلورم کال استهلاك}$$

$$= \frac{39366 \times 10}{100} = 3936.6 \text{ د پنځم کال استهلاك}$$

$$\text{د شپږم کال استهلاك} = \frac{35249 \times 10}{100} = 3524.9$$

$$\text{د اووم کال استهلاك} = \frac{31886 \times 10}{100} = 3188.6$$

$$\text{د اتم کال استهلاك} = \frac{28697.82 \times 10}{100} = 2869.78$$

$$\text{د نهم کال استهلاك} = \frac{25828.04 \times 10}{100} = 2582.8$$

$$\text{د لسم کال استهلاك} = \frac{23345.24 \times 10}{100} = 2324.52$$

$$\text{د استهلاك مجموعې پيسې} = 39079.28$$

$$20920.72 = 60000 - 39079.28$$

د تهيه کولو قيمت - د استهلاك پيسې = پاتې ارزښت

a. b- د استهلاك رياضيکي کموالی: په دې استهلاك کې د تهيه شوی قيمت څخه فيصدي

سنبول کيږي او استهلاك محاسبه کيږي

مثال: د يو تعمير قيمت ۷۵۰۰۰۰ دی او ورڅخه د گټې اخيستنې موده يې ۵ کاله ده، کلنی

استهلاك يې په نزولی طريقې محاسبه کيږي.

$$750000 = \text{د تعمير د اخيستلو قيمت}$$

$$5 \text{ کاله} = \text{د گټې اخيستنې وخت}$$

$$1+2+3+4+5 = \text{ټول کلونه}$$

$$\text{د لومړی کال استهلاك} = \frac{750000 \times 5}{15} = 250000$$

$$\text{د دويم کال استهلاك} = \frac{750000 \times 4}{15} = 200000$$

$$\text{د درېيم کال استهلاك} = \frac{750000 \times 3}{15} = 150000$$

$$\text{د څلورم کال استهلاك} = \frac{750000 \times 2}{15} = 100000$$

$$\text{د پنځم کال استهلاك} = \frac{750000 \times 1}{15} = 50000$$

د استهلاك ټولې پیسې 750000 = افغانۍ

- ۱- د استهلاك لوړوالی: دغه استهلاك هم لکه د استهلاك د کموالی په څیر په حسابی او هندسی شکل سنجول کیږي خو فرق یې دادی چې د استهلاك د کموالی په صورت کې د خراب شوو توکو پیسې په لومړي کال کې کمې او په وروستي کال زیاتي وي.
- ۲- د ظرفیت او قدرت په بنسټ د یوې ثابتې شتمنۍ استهلاك ته تجویزی استهلاك وایي چې په دې توګه کولای شو د استهلاك کلنۍ پیسې د یو ماشین د خرابوالی سره پرتله کړو
- ۳- په دې ځای کې د یو ماشین قدرت او فعالیت د یو واقع معیار په توګه په پام کې نیول کیږي.

د ثابتې شتمنۍ د استهلاك علتونه

- ۱- د استعمال له امله د توکو خرابوالی: یو مهم علت چې د ثابتې شتمنۍ ارزښت کمی هغه د توکو دوامدار استعمال دی، د ماشینونو په کار اچول تولید رامنځته کوی او د ماشین د دوام دار استعمال له امله د هغه سامان آلات خرابیږي او زړیږي چې دغه خرابوالی او زړښت د ماشین ارزښت کمی.
- ۲- د وخت له مخې د توکو خرابوالی (طبیعي خرابوالی): که له یوه ماشین څخه ګټه هم وانه خيستل شي خو بیا هم د وخت په تیریدو سره یې ارزښت کمیږي، په هغه صورت کې چې له یوه ماشین څخه استفاده ونه شي نو د هغه پرزې زنگ وهی او سامان یې له فعالیت په پاتې کیږي او همداراز ارزښت یې کمیږي او استهلاك کیږي.
- ۳- د تخنیکي پرمختګ له امله د توکو خرابوالی: د مثال په توګه: د پخوانیو ماشینونو پرځای نوی ماشینونه واخیستل شي او له هغه څخه ګټه واخیستل شي چې له یوې خوا د اقتصادي پلوه ارزان تمامیږي او له بلې خوا کار په ډېر زیات سرعت سره سرته رسیږي.
- ۴- د اقتصادي پرمختګ له امله استهلاك: نه یواځې تخنیکي پرمختګ بلکې اقتصادي پرمختګ هم ماشینونه استهلاك کوي.

مثال: د مرسدس موټر جوړولو فابريکه د موټرو باندې جوړوي خو داچې هرکال د موټرو شکل او فورم بدلون مومي او نوی فورم او باندې او ماشین استعمالیږي نو د موټر د ماشین پخواني فورم او شکل بدلون مومي او ورو ورو له منځه ځي او همداراز له ورځني سیستم ووځي او استهلاکيږي. په هر حال امکان لري چې یاد ماشین پنځه یا لس کاله نور هم د استفادې وړ وي خو د نوي ماشین او فورم په کارولو سره کیدای شي پخواني ماشین او فورم په درې یا څلورو کلونو کې خپل ارزښت له لاسه ورکړي او استهلاک شي.

۵- د وخت په تیریدو سره د توکو خرابوالی: مثال: یو سوداگر ته امتیاز ورکول کیږي چې د کابل ښار په یو ساختمان کې مغازه جوړه کړي چې سوداگر هم نوموړي مغازه د اجاري په توګه اخلي او مخکې له مخکې یو میلیون افغاني افغانۍ ورکوي، په تړون کې د حق الاجاره او د استفادې وخت ثابتیږي، او تر لسو کلونو پورې دغه امتیاز دوکاندار اخلي او له لسو کلونو وروسته دوکان بیرته د ساختمان خاوند ته سپاري، نو د ساختمان د امتیاز خاوند چې د دوکاندار څخه پیسې اخلي باید تر لسو کلونو پورې یې وکاروي او تر استهلاک ترکچې یې ورسوي. نو په دې صورت کې کلنی استهلاک ۱۰۰۰۰۰ یولک افغانۍ وي چې دا ډول استهلاک د وخت په تیریدو سره رامنځته کیږي.

۶- د توکو راییستلو له امله د توکو خرابوالی: مثال: په هلمند ولایت کې د تیرو جوړولو یوه تصدې ۴۰۰۰ زره جریبه ځمکه چې په هغه کې سنگ مرمر یا برکې تیرې ایستلو کیږي، په ۵۰ میلیونه افغانۍ پلوري او د تیرو جوړولو تصدې په همدې ځمکه کې چې سنگ مرمر تولیدوي نو تصدې د همدې تیرو د ایستلو لپاره ماشینونه په کار اچوي او تصدې هرکال د ځمکې قیمت محاسبه کوي او استهلاک ته یې فکر کوي او د استهلاک پیسې هم د معدن اندازې ته په کتوسره تعین کیږي، نو بناء په دې صورت کې موږ د ځمکې یو استثنایي حالت گورو چې د سنگ مرمرو له پای ته رسیدو وروسته د استهلاک خواته ځي.

۷- په ناڅاپي حالت کې د توکو استهلاک: په ناڅاپي حالت کې چې یوه شتمني استهلاک شي او یا خپل ارزښت په بشپړ ډول له لاسه ورکړي مثال، د زلزلې یا سیلاب له امله چې توکي خراب شي.

د اتم څپرکي لنډيز

له شتمنۍ څخه د گټې اخيستنې او يا نه اخيستنې له امله استهلاك منځته راځي. ټولې هغه شتمنۍ چې د خرابيدو وړ وي استهلاك رامینځته کيږي.

تعميرات ، ماشين الات ، سامان آلات ، او ټوله هغه شتمني چې په مستقيم ډول د توليد په جريان کې کارول کيږي او د دايمي استعمال له امله خرابيږي ، زړيږي ، او همدارنگه خپل ارزښت له لاسه ورکوي له ثابتې شتمنۍ څخه عبارت دی.

د ثابتې شتمنۍ ساتل او په هغه کې خرابوالی د تصدۍ د محاسبې له بنسټيزو دندو شميرل کيږي او د لگښت په توگه د استهلاك د پيسو ځانگړی کول په تصدۍ کې يو اضافی امر دی ځکه په تصديو کې د خرابو توکو محاسبه کول په بيلابيلو شکلونو رامنځته کيږي او هره تصدی د خپلو پاليسو مطابق په هغه فکر کوي

د اتم څپرکي پوښتنې

- ۱ - استهلاک په کومو شتمنیو کې په پام کې نیول کېږي؟
- ۲ - استهلاک تعریف کړئ ؟
- ۳ - د استهلاک شکلونه کوم دی نومونه یې واخلئ ؟
- ۴ - استهلاک نزولی یا په استهیلک کې کموالی او دهغه ډولونه بیان کړئ ؟
- ۵ - په استهلاک کې لوړوالی څرنگه دی بیان یې کړئ؟
- ۶ - د ثابتې شتمنۍ د ظرفیت په اساس څرنگه استهلاک محاسبه کېږي ؟
- ۷ - د استعمال له امله په توکو کې خرابوالی بیان کړئ ؟
- ۸ - د توکو طبیعي خرابوالی بیان کړئ ؟
- ۹ - د وخت په تیریدو سره د توکو خرابوالی بیان کړئ ؟
- ۱۰ - ناسنجول شوی استهلاک بیان کړئ ؟

تمویل

تولیزه موخه:

د تمویل شکلونه او د لارو چارو سره یې آشنا کیدل او د سرمایې په کار اچول ترڅو د تصدی اعتبار وساتل شي.

د زده کړې موخې: په دې څپرکي کې محصلین له لاندې مسایلو سره آشنا کيږي:

- تمویل
- کورنی تمویل
- پخپله تمویل
- پخپله ښکاره تمویل
- پخپله پټ تمویل
- استهلاک
- نهادونه
- د معقولو تدبیرونو په کار اچول
- بهرنی تمویل (مالی واسطې)
- بانکونه
- مالي دلالتان
- د بیمې موسسې

- پلورونکي او پیرودونکي
- غیر تشبثات
- افراد او اشخاص
- د تشبثاتو کارکوونکي
- دولت

تمویل

هره تصدی چې وغواړی توکي یا خدمات وړاندې کړي په لومړۍ سرکې پیسو او سرمایې ته اړتیا لري

تصدۍ د توکو د تولید لپاره اړه ده چې په لومړۍ سرکې لومړني توکي واخلي او بیا یې شکل ته بدلون ورکړي او د جوړو شوو توکو په څیر یې بازار ته وړاندې کړي.

ټول شرکتونه دايمې فعالیتونه لري او د تولید دمرحلولپاره سرمایې ته اړتیا ده که هغه نقدې وي او یاغیر نقدې ، تصدي ترهغه وخته د لومړنیو توکو په اخیستلو پیل کوی ترڅو یې په یوه کمه اندازه توکی نه وی تولید کړی.

شرکتونه هغه وخت کولای شي چې گټه ترلاسه کړی چې بهترين مدیریت ولري او په ښه توگه خپل لگښتونه پوره کړی.

دغه موضوع د مالی مدیریت پوری چې د تصدی د مهمو څانگو څنې شمیرل کېږي اړه لري او دمطالعې وړده

په تصدی کې د سرمایې چمتوکول په عمومي توگه په لاندی دوه ډوله ترلاسه کېږي :

۱. د کورني تمویل له لارې.

۲. د بهرني تمویل له لارې (مالي واسطه).

۱. کورنی تمویل: د سرمایې چمتوکولو هغه ډول ته ویل کېږي چې له بهر څخه په سرمایې کې نه وي گډه شوي بلکې د تصدی په دننه کې د فعالیت له امله رامنځته شوی وی.

د کورني تمویل مهم ډولونه عبارت دي له:

a. پخپله تمویل: د تصدی د لاسته راغلې گټې څخه چمتو کېږي لکه داسې چې سرمایه داران د خپلې گټې برخه د تصدی څخه وانخلي او د تصدی د ضرورتونو د له منځه وړلو لپاره یې د تصدی په دننه کې پریږدي او گټه ورڅخه واخلي چې داهم په لاندې برخو ویشل کېږي:

۲. په ښکاره شکل پخپله ټولل: هغه ټول ته ویل کیږي چې په تصدی کې ساتل شوې گټه په ښکاره ډول د تصدی په حساب کې واچول شي.

۳. په پټ شکل پخپله ټولل: هغه ټول ته ویل کیږي چې په تصدی کې گټه پټه ساتل شوې وي او د ځینو لاملونو له امله د مالیاتو او یانورو شکلونو په څیر د تصدی په بیلانس کې ونه ښودل شي.

b. استهلاکات: د کلنی استهلاک پیسې چې د تصدی په واک کې وي او د خپلو ضرورتونو د له مینځه وړلو لپاره ورڅخه گټه واخلي.

c. ذخیروي نهادونه: ډېری وختونه متشبهونه د خپلو وروستیو موخو د عملي کولو په موخه ذخیرې جوړوي چې کله یې اصلي پیسې په لاس کې نه وي نو تصدی دهمدې ذخیرو څخه گټه اخلي چې مهمې ذخیره وي پیسې د تقاعد دي.

d. د معقولیت تدابیر کارول: ځینې وختونه تشبثات د لازمو گامونو د پورته کولو له امله کم لگښت کوي او د کم لگښت له امله چې کومې پیسې پاتې کیږي، هغه د نورو اړتیاوو په پوره کولو لگوي.

۴. د سرمایه لرونکو مارکیتونو لخوا ټولل (مالي واسطې): هغه خدمات چې مالي واسطې یې وړاندې کوي، د سرمایه لرونکو ټولنو اود هغو شرکتونو لپاره چې سرمایې ته اړتیا لري مهم رول لري. مالي واسطې د خلکو د لږو ذخیرو څخه کولای شي چې په کافي اندازه سرمایه برابره کړي او د تصدیو په واک کې یې ورکړي.

د سرمایې د چمتو کولو لپاره بیلابیلې منابعې او لارې شتون لري چې مهمې یې په لاندې ډول دي:

۱. بانکونه: بانکي قرضونه له تجارتی اعتبار وروسته دویمه لویه مالی سرچینه ده.

تصدی او تجارتی شرکتونه د مالی امورو سربیره د بانکونو بیلابیلو قرضونو ته هم اړتیا لري.

۲. مالي دلالان: د هیواد اوسنیو حالاتو ته په کتوسره په پولی او سرمایوی مارکیتونو کې مالی دلالان مختلف رول لوبوی او د سرمایې چمتو کولو لپاره مهمه مرجع ده

۳. بیموي موسسې: د بیموي موسسو ځانگړتیاوې، له بانکي موسسو سره شباهت لري په دې معنی چې بیموي موسسې کمې پیسې د بیموي فیس او کمیشن په توگه له اشخاصو راټولوي او سرمایه زیاتوي.

۴. **پیرودونکي:** له اخیستلو وړاندې مشتریان خپلې پیسې اخیستونکو ته ورکوي.

۵. **په پیرودونکو باندې د پلورونکو قرض:** ځینې وختونه پلورونکی د یو څه مودې لپاره خپل خام توکي د قرضې په توګه تصدیو ته ورکوي چې په واقعیت کې په اخیستونکي باندې د پلورونکي د قرض په توګه حسابېږي.

۶. **غیر متشبثات:** ځینې وختونه داسې هم کیږي چې یو تشبث د خپلو اړتیاوو د پوره کولو لپاره د نور تشبثاتو څخه پیسې اخلي چې په دې صورت کې قرض ورکونکي تشبثونه د یوې سرمایه لرونکې سرچینې په توګه حسابېږي.

۷. **د پام وړ تشبث:** تصدی له خپل منځ څخه د سرمایې سرچینه پیدا کوي او اړتیاوې پوره کوي.

۸. **افراد او اشخاص:** ځینې وختونه افراد او اشخاص چې له خپلې اړتیا اضافی پیسې ولري خپلې زیاتې پیسې تشبثاتو ته ورکوي.

۹. **تشبث کارکوونکي:** د کارگرانو د کار له پیل څخه تر معاش اخیستلو پورې په تصدیو باندې د کارگرانو قرض حسابېږي.

۱۰. **دولت:** دولت د نورو سرچینو ترڅنګ د هیواد شرایطو ته په کتو سره د یوې مهمې سرچینې په توګه د تشبثاتو لپاره فعالیت وکړي.

د نهم خپرکي لنډيز

هره تصدي چې وغواړي توکي يا خدمات وړاندې کړي نو په لومړي سر کې پيسو او سرمايي ته اړتيا لري او بيا د سرمايي لپاره مناسب گامونه پورته کوي.

يوه تصدی هغه وخت کولای شي چې بریا ترلاسه کړي چې يو قوی مدیریت او د سرمايي لپاره يو دقيق جوړښت ولری.

د تصديو او تشبثاتو پروړاندې يوه جدي ستونزه په ښه توگه د خپلې سرمايي لگښت دی چې متصديان اقتصادي چاپيريال ، د مارکيت وضعيت او نورو لاملونو ته په کتوسره خپله سرمايه لگوي.

په نهم خپرکي کې د تصديو او مالي تمويل په اړه په تفصيل سره خبرې وشوې هيله کېږي چې محصلين د سرمايي او د هغې د اهميت په اړه پوهيدلي وي او په ښه توگه وکولای شي خپلې ستونزې حل کړي.

د نهم څپرکي پوښتنې

- ۱- د تصديو د تمويل په اړه معلومات وركړئ؟
- ۲ - داخلي تمويل څه ته وايي؟
- ۳ - پخپله تمويل څه ته وايي او ډولونه يې وليكن؟
- ۴ - په تصديو كې لازم تدابير څه اغيزې لري؟
- ۵ - د تمويل په اړه مالي واسطې بيان كړئ؟

بازار موندنه (مارکیتنگ)

ټولیزه موخه:

د مارکیتېنگ یا اعلاناتو د اهمیت په اړه معلومات، په تصدی کې د بنسټیز عنصر په توګه د بازار موندنې د اهمیت بیانول.

د زده کړې موخې: په دې څپرکي کې به زده کوونکي له لاندې مطالبو سره آشنا شي.

- د بازار موندنې مفهوم.
- د بازار موندنې موخې.
- د پیروونکي رضایت.
- د پیروونکي غوښتنې.
- د پیروونکي غوښتنې او ضرورتونه.
- د بازار موندنې پلان جوړونه.

د بازار موندنې مفهوم

بازار موندنه یعنې د خرڅلاو په اړه د تصدی د ټولو فعالیتونو همغږي کول. خو بازار موندنه یواځې خرڅولو ته نه ویل کیږي بلکې یوې معیاري کچې ته د یوې ټولنې رسول دي. موږ په یوې داسې نړۍ کې ژوند کوو چې همیشه د بدلون په حالت کې ده. په تیرو پیړیو کې صنعتي انقلابونو په تولید کې مهم بدلونونه راوستل. د نن ورځې تصدی باید زیات معلومات او فعالې وې ځکه په نړۍ کې همیشه بدلونونه راځي ترڅو وکولای شي دغه

بدلونونوته مثبت ځواب ووايي.

بازار موندنه او هرڅه په کنترول کې ساتل د يوې تصدی د ثابت پاتې کیدو د مهمو لاملونو څخه شمیرل کېږي.

کله چې د ستېندرد (ISO) نړیوال سازمان په نړۍ کې د توکو د کیفیت ساتلو په موخه د (ISO9000) په نوم ستېندرد رامنځته کړ د نړۍ په گوټ گوټ کې موسسو او تولید کوونکو یو پر بل پسې د خپلو توکو د ارزښت ساتلو په موخه د دغه سیستم څخه ګټه واخیسته او ځان یې ورڅخه خبر کړ ترڅو خپل توکي د شخصي محوری او سلیقه یي سalarې وساتي او خپل فعالیتونه منظم کړي. له ډېرو کلونو راهیسې له یوېخوا د عرضې د محدودیت له امله د رقابت نامنظم فعالیتونه ، او له بلې خوا کیفیت ته د تولید کوونکو پام له بلې خوا د دې لامل شو ترڅو د اخیستونکو رضایت ته کمه پاملرنه وشي.

هنري فورد خپلو اخیستونکو ته وویل ، هرډول موټر چې غواړۍ تاسوته یې درکوم خوپه دې شرط چې رنگ یې تور وي ، په داسې حال کې چې نن ورځ ډېر تولیدکوونکي د خپل تولید یوه برخه د اخیستونکو په خوښه وړاندې کوي. نوځکه د اخیستونکو رضایت یواځې د محصول په کیفیت پای ته نه رسیږي.

د بازار موندنې موخې

د بازار موندنې موخه د اخیستونکي په خوښه د عرضه کولو څخه عبارت دی.

ځکه بازار د اخیستونکو پورې اړه لري.

بازار موندنه د دې لپاره مهمه ده تر څو خلک د بیلابیلو محصولاتو له تولید خبر شي.

د بازار موندنې اصلي موخه معیاري ژوند ته د ټولنې د رسولو څخه عبارت دی چې د لوړ ظرفیت او د مطلوبو توکو د رامنځته کولو له لارې پوره کېږي.

د ښو او غوره توکو تولید، د اخیستونکو د خوښۍ سبب ګرځي نو له دې امله بازار موندنه باید د اخیستونکو په خوښه رامنځته شي.

د پیروونکي رضایت څه ته وايي؟

که په عمومي ډول ووايو هر اخیستونکی په عام ډول له خدماتو یا توکو د ترلاسه کولو وروسته خوښ او یا ناخوښه وي، د رضایت لرل یو مثبت احساس دی چې د تولیدوونکي او لګښت کوونکي ترمنځ رامنځته کېږي خو په حقیقت کې دغه احساس د اخیستونکو د هیلو د پوره کیدو او د عرضه کوونکو د کړنو وروسته رامنځته کېږي او که چیرې د توکو کیفیت د اخیستونکو په خوښه

نه وي نو په دې صورت کې نارضايتي يا ناخوښې رامنځته کيږي.

لکه څرنگه چې مو وويل يواځې د توکو او خدماتو په وړاندې کولو نه شو کولای چې د اخیستونکو رضایت ترلاسه کړو که چېرې يوه پلورنځي ته د څه اخیستلو لپاره لار شې نو وبه گورئ چې خرڅوونکي په ډېرو ښو اخلاقو او ډول ډول بهانو غواړي چې ستاسو رضایت ترلاسه کړي ترڅو د دويم ځل لپاره هم د هغه څخه څه واخلي. او موږ دې ته اړ کوي ترڅو د هغه پلورونکي څخه نور شيان هم واخلو.

د صنعتي هيوادونو په بازار موندنه کې د اخیستونکي د رضایت ترلاسه کولو لپاره ځانگړې لارې چارې په پام کې نيول شوې دي حتی تردې دمه چې د اخیستونکي د راجلبولو لپاره ، پلورونکي ډېر لگښتونه کوي.

له بلې خوا ناراضه اخیستونکي د خپلو اخیستونکو په ډله کې نه حسابوي. همداراز ناراضه اخیستونکي خپل خفگان ډېر ژر نورو اخیستونکو ته لېږدوي او هغوی ته دا ذهنیت ورکوي ترڅو د همغه پلورونکي څخه څه واخلي او د راضي اخیستونکو په پرتله د ناراضه فعالیت دوه برابره وي. نو لدې کبله باید فکر وکړو چې څرنگه خپل اخیستونکي راضي او خوشحاله وساتو

د پیرودونکي د غوښتنو پیژندنه

د پیرودونکي د رضایت د لاسته راوړلو مهمه لاره د هغوی د غوښتنو ، نظرياتو او همداراز د وړاندیزونو پیژندل دي اودا کار يواځې له خپل ځان سره په فکر او سوچ کولو لاسته نه راوړل کيږي بلکې پیرودونکو ته مراجعه او د هغوی د نظر اخیستلو نه وروسته ترسره کيږي. نو د اخیستونکو په غوښتنو د پوهیدو لپاره تصدي او تولیدوونکي له ډول ډول تخنیکونو کار اخلي او له هغوی سره ډول ډول تلیفوني اړیکي او مخامخ خبرې کوي.

په لنډ ډول هغه لاملونه چې د اخیستونکو د رضایت او خوښې سبب گرځي په لاندې ډول دي:

۱- د اخیستونکو غوښتنې او ضرورتونه.

۲- په پخوانیو تولید شوو توکو د اخیستونکي له باور او یقین څخه گټه اخیستنه.

۳- د تصدی. لخوا لگښت کوونکو ته د توکو په اړه تبلیغاتي پیغامونه.

۴- د پخوانیو توکو په اړه لگښت کوونکو ته تبلیغات او په توکو باندې د هغوی د باور رامنځته کول.

۵- د توکو او خدماتو په اړه د اخیستونکو د فکر، نظر او باور معلومول.

۶- د اخیستونکو وضعیت معلومول، لکه د هغوی پیسې، د توکو د اخیستلو اندازه، د توکو

د اخیستلو وخت او نور.

په واقعیت کې د دغو لاملونو په پیژندلو باید د اخیستونکو رضایت ترلاسه شي

د بازار موندنې پلان جوړونه

د بازار موندنې پلان جوړونه (Marketing) د یوې تصدی د ټولیزو فعالیتونو له جملې څخه شمیرل کېږي.

د بازار موندنې پلان جوړونه د توصیو لپاره مهم رول لري ځکه پلان جوړونه تصدی ته د ښو ظرفیتونو، او د پرمختللو سرچینو د لاسته راوړنو لارښوونه کوي او همدارنګه د تصدی پر وړاندې د موجوده ګواښونو، پرمختګونو، د وضعیت ساتلو، ګټې ترلاسه کولو، اخیستونکو ته د خدماتو د وړاندې کولو، لپاره ډېره ګټوره ټماپري.

نو لدې کبله د بازار موندنې لپاره ژور فکر کولو ته د بازار موندنې پلان جوړونه ویل کېږي او د بازار موندنې د پلان جوړونې له امله د تصدی او مارکیټ ترمنځ اړیکه رامنځته کېږي. یا په بل عبارت د بازار موندنې پلان جوړونه د راتلونکو فعالیتونو د سندونو څخه عبارت ده. همداراز د بازار موندنې پلان جوړونه د یو لیکلي سند څخه عبارت ده چې د تصدی د بازار موندنې جزیات وړاندې کوي.

یا په لنډ عبارت د بازار موندنې پلان جوړونه د تصدیو لپاره مهم او ستراتیژیک اهداف په پام کې نیسي او په عمومي ډول لاندې پړاوونه په څنګ کې نیسي:

۱- پلان جوړونه او د پلورلو په اړه وړاندینه: د تصدی د توکو د پلورلو په اړه د لویو او لنډو موخو رامنځته کول یو ضروري امر دی.

۲- د پلورلو تشکیلاتو: د پلورلو د تشکیل جوړول زموږ سره مرسته کوي ترڅو د پلورلو په اړه بیلابیلې ستونزې یواځې د یو پلان په جوړلو هوارې کړو.

۳- د پلورلو کنټرول: د دې لپاره چې د بازار موندنې بېلابېلو موخو ته ورسېږو نو باید د پلورلو په اړه دقیقه څارنه وکړو او د پلورلو په اړه بیلابیلې لارښوونې په پام کې ونیسو.

۴- لارښوونې: لارښوونه د بازار موندنې د مدیریت (Marketing manager) د مهمو دندو څخه شمیرل کېږي. د دې لپاره چې موخې په ښه توګه ترلاسه شي او د نورو خلکو په واسطه ترلاسه شي نو په دې وخت کې مدیریت یوې غوره لارښوونې ته اړتیا لري.

۵- همغږي: د نورو څانګو سره همغږي او اړیکې رامنځته شي.

۶- کافي حق الزحمه: د اخیستونکو د تشویق لپاره په کار ده چې هغوی ته حق الزحمه ورکړل شي چې دا د پلورلو لپاره ډېره مهمه ده.

د لسم څپرکي لنډيز

بازار موندنه او د تصدۍ د فعاليتونو همغږي کول بايد د پلورنې په وخت کې زيات شي ترڅو ټولنه د ژوند معياري سطحې ته ورسېږي.

موږ په يوې داسې نړۍ کې ژوند کوو چې تل د بدلون په حالت کې ده ترکومه ځايه چې په توليد کې بيلابيل ډولونه رامنځته شول چې د پلورنې بازار موندنه هم ورسره پيچلې شوه نو تصدۍ بايد په دغو مساليو ښه وپوهيږي او د دغو پيچلو مسايلو پر وړاندې بايد مثبت غبرگون او ځواب ولري.

نن ورځ سرمايه لرونکي او توليد کوونکي اړ دي چې د يوې ستراتيژي په شکل د خپلو گټو د ساتلو په موخه د اخيستونکو رضایت ترلاسه کړي او له هر ډول لارو چارو څخه کار واخلي.

د دې لپاره چې يوه تصدۍ يا توليد کوونکي د لگښت کوونکو په خوښه توکي او خدمات وړاندې کړي اوله بلې خوا په بازار کې د لگښت کوونکو او پرمهاله موخې چې دهغوی د رضایت څخه عبارت دی نولازمه ده چې د دوی لپاره ټولنيز او مناسب پروگرامونه په پام کې ونيسي.

په لنډ ډول که د تصدۍ فعاليتونه په دريو پړاوونو (تهيه، توليد او پلورلو) کې په پام کې ونيسو نو وبه کولای شو چې وروستی پړاو يعنې پلورل، د تصدۍ د مهمو فعاليتونو څخه شميرل کيږي. چې د تصدۍ په نورو برخو هم اغيزه کولای شي.

د دغو ضرورتونو پام کې نيول، د بازار موندنې په مفهوم او موخو پوهيدل، د اخيستونکو رضایت، د اخيستونکو په غوښتنه او توقع پوهيدل، د اخيستونکو په ضرورتونو پوهيدل او په پای کې د بازار موندنې پلان جوړونه هغه مهم ټکي وو چې په لسم څپرکي کې وړاندې شول او تمه کيږي چې محصلين له هغه څخه گټه واخلي.

د لسم څپرکي پوښتنې

- ۱.۱ بازار موندنه څه ته وايي تعريف يې کړئ؟
۲. ISO څه ته وايي ؟
۳. د بازار موندنې موخې بيان کړئ؟
۴. د اخیستونکي رضایت څه ته وايي؟
۵. د اخیستونکي د رضایت لپاره کوم لاملونه په کار دي؟
۶. د بازار موندنې پلان جوړونه بيان کړئ؟
۷. د تصدی پلان جوړونه کوم پړاوونه لري بيان يې کړئ؟

سرچینې او اخځلیکونه

- ۱- دولتشاهی، دکتر طهماسب محتشم، فرهنگ کوچک اصطلاحات اقتصادی، چاپ اول، تهران، مرکز پخش علوم دانشگاهی، ۱۳۷۶
- ۲- گلریز، حسن، فرهنگ توصیفی اصطلاحات پول و بانکداری و مالیه بین المللی، تهران، واحد تحقیق و چاپ معاصر، ۱۳۸۰
- ۳- غوثی، دکتر محمد عارف، فرهنگ اصطلاحات اقتصادی، انگلیسی، دری، چاپ دوم، مطبوعه دولتی کابل ۱۳۵۲
- ۴- دوست، پوهندوی دکتر محمد انور، مبادی اقتصاد تصدی، سازمان مطالعه و تدوین کتب علوم انسانی دانشگاه ها، ۱۳۸۲
- ۵- راعی، داکتر رضا، احمدتلنگی، مدیریت سرمایه گذاری پیشرفته، تهران، سازمان مطالعه و تدوین کتب علوم انسانی دانشگاه ها، ۱۳۸۳
- ۶- قاسمی، داکتر عبدالرسول، داکتر مصطفی شریف، اقتصاد خورد، تهران، انتشارات و اطلاعات ۱۳۸۵
- ۷- قدیری اصلی، دکتر باقر، سیر و اندیشه اقتصادی، چاپ نهم، موسسه انتشارات و چاپ دانشگاه تهران، ۱۳۷۶
- ۸- پی نوو، ریموند، مدیریت مالی، ترجمه دکتر علی جهانخانی و دکتر علی پارسیان، چاپ یازدهم، سازمان مطالعه و تدوین کتب علوم انسانی دانشگاه ها، ۱۳۸۵
- ۹- سالواتوره، دومینیک، تیوری مسایل اقتصاد مدیریتی، ترجمه دکتر سید جواد پور مقیم، چاپ چهارم تهران، نشر نی ۱۳۷۶
- ۱۰- حلیمی، پوهنمل عبدالملک، مبادی اقتصاد تصدی، پوهنچی اقتصاد پوهنتون کابل، ۱۳۸۴
- ۱۱- مجله کابل بانک، ماهنامه اقتصادی، اجتماعی فرهنگی شماره، چهاردهم و پانزدهم ثور و جوزای ۱۳۸۸، دستمزد و نقش آن در اقتصاد نویسنده معاون سر محقق شیر علی تزی
- 12- Cost accounting Dr.V.M.Govikar and Dr.Mrs.S.S.Kulkani , 1st edition 2008, pune India
- 13- Economics principles, problems and policies Campbell R. McConnell professor of Economic university of Nebraska and Stanley. L. Brue professor of Economic pacifics Lutheran university 1st edition Mcgrawhill.
- 14- Basic of marketing, Dr. P.C paradeshi , Dr Daniel panker Dr.E.B Khedkar 2nd edition pune, india
- 15- Principles of management p.c Tripatti university Udaipur p.n reddy professor banglore university 4th edition new Delhi 2008

د ښوونیز نصاب د پراختیا د ریاست پیغام

د پوهنې وزارت د تخنیکي او مسلکي زده کړو معینیت د ښوونیز نصاب د انکشاف ریاست د ټولنې د عیني او ښکاره ضرورت په درک کولو سره چې د محصلینو او شاگردانو د درسي کتابونو په برخه کې یې تخنیکي او مسلکي رشتې درلودې او لري یې، په لومړي سر کې یې تصمیم ونيو، چې په ښوونیزو پلانونو او درسي مفرداتو باندې بیا کتنه وکړي او ورپسې بیا د شاگردانو او محصلینو د درسي کتابونو د تالیف لپاره مبادرت او کوښښ وکړي. د خدای (ج) په فضل او مرحمت سره او د ادارې او حسابدارۍ څانګې د ښوونکو په میړانې او همت سره د ادارې او حسابدارۍ درسي کتابونه تالیف شول ترڅو په وړیا ډول د شاگردانو او محصلینو په واک او اختیار کې ورکړل شي. د علم او معرفت له ټولو لوستونکو، علاقمندانو، د ادارې او حسابدارۍ د مکاتبو له ښوونکو، گرانو شاگردانو او د تخنیکي او مسلکي زده کړو د چارو له متخصصینو او همدا شان له ټولو څېړونکو او شنونکو څخه صمیمانه هیله کېږي، چې د دې کتابونو په مطالعې سره چې په لومړي ځل د ښوونکو او د ادارې او حسابدارۍ څانګې د مسلکي غړو له لوري تالیف او تدوین شوي دي. د مسلکي، تخنیکي او علمي مطالبو او مفاهیمو د څرنگوالي په هکله خصوصاً د هغوی املايي او انشايي اشتباهاتو په اړه مونږ ته لارښوونه وکړي، ترڅو په راتلونکي کې وکړای شو، په همدې او نورو برخو کې گرانو شاگردانو ته له دې څخه ښه، غوره، ګټور او ارزښتناکه موضوعات وړاندې کړو.

همدا شان له گرانو شاگردانو او محصلینو څخه هیله کوو ترڅو د دې کتابونو د مطالعې او استفادې پر مهال د هیواد اقتصادي ستونزې، فقر او وروسته پاتې والی په نظر کې ونیسي او د کتابونو په ساتنه کې کوښښ او زیار وباسي، ترڅو د ډېرو شاگردانو او محصلینو د ګټې وړ وګرځي.

پته: د پوهنې وزارت- د مسلکي او تخنیکي زده کړو معینیت

د تعلیمي نصاب د پراختیا ریاست

د درسي کتابونو د چمتو کولو عمومي مدیریت

Get more e-books from www.ketabton.com
Ketabton.com: The Digital Library