



کتاب پېژندنه

د کتاب نوم:	د تصدی اقتصاد
څانګه:	بانګداری، محاسبه او د تجارت اقتصاد
راټولونکی:	نصیر احمد "سخي"
ژباړن:	روح الله عزتمل
د څار کمېټه:	<ul style="list-style-type: none">محمد آصف ننگ د تخنیکي او مسلکي زده کړو معیندیپلوم انجنیر عبدالله کوزایي د تعلیمي نصاب رییسمحمد اشرف وحدت په تعلیمي نصاب کې د معینیت د مقام سلاکار
د تصحیح کمېټه:	<ul style="list-style-type: none">شیرآقا صنعت یارعبدالجمیل 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@dmtvet.gov.af
کډ ISBN:	۹۷۸-۹۹۳۶-۳۰۰-۰۸۰-۴

Ketabton.com

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



ملي سرود

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



د پوهنې وزارت پېغام

گرانو زده کوونکو، محصلانو او درنو ښوونکو!

د یوې ټولنې وده او پرمختګ کاملاً د همغې ټولنې د پیاوړو کاري کادرونو، بشري قوې او ماهرو 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 طی کوي او د یوه ښکمرغه، مرفه او ودان افغانستان راتلونکی تضمینوي.

انسان په خپل وار سره د الله تعالی له جانبه 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، همدارنگه 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 مشروعو قوانینو ته په ژمنتیا سره، د افغانستان په انکشاف کې فعاله، چابکه 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، دولتداری 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 پښو ودروي، له ضعف څخه یې وژغوري او د نورو له سیاسي او اقتصادي احتیاج څخه یې آزاد کړي.

زموږ گران زده کوونکي، محصلان، درانه استادان او مریبون باید په بشپړه توګه پوه شي، چې د ودان او ښکمرغه افغانستان ارمان، یواځې او یواځې د دوی په پیاوړو متو، وینښ 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، سمونونکو 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 رجامندانه 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 ویاړمن 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 (مارکیتینګ)	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 کيږي، وتوانيږي.

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، کاريګرو، 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 گټې 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 اخيستني 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 اصطلاحات 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 تمویل 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 هر فصل 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 سخني

د کتاب ټوليزه موخه:

د دغه کتاب له بشپړولو سره د تصدی د اقتصاد له اصطلاحاتو او مفاهیمو، د تولید اړوند مفاهیمو او په تصدی کې د پلانکذاری مسایلو سره آشنایی ترلاسه کوی. همدارنکه د استهلاك پر لارو چارو او د لازمو اطلاعاتو پر تمویل باندي پوهیږی.

اصطلاحات او مفاهیم

ټولیزه موخه:

د تصدی د اقتصاد له بنسټیزو مفاهیمو او اصطلاحاتو سره آشنایي.

د زده کړې موخې: محصلین د دې څپرکې په پای کې باید لاندې موضوعات تعریف کړای شي:

- ارزښت، بازار، پیسې او توکي.
- پیسې، مزد، د سرچینو تخصیص.
- سوداگریزې نښې، قیمت، اقتصاد.
- پانګه، اخستونکي او د دې څپرکي شامل ټول اصطلاحات.

د هر علم په لومړنیو او بنسټیزو اصطلاحاتو باندې پوهیدل زموږ سره مرسته کوي ترڅو په موضوع ښه وپوهیږو او په ښه توګه ورڅخه کټه تر لاسه کړو.

په دې څپرکي کې د دې کتاب له ټولیزې پوهنې سره چې د کتاب د راتلونکو څپرکیو ټولیز محور بلل کېږي، آشنایي پیدا کوو.

ارزښت Value

ارزښت د هغه اهمیت څخه عبارت دی چې څوک ورته د ځانګړي خدمت په بدل کې قایل وي. له یوې خوا توکي ارزښت لري ځکه د استفادې وړ دي، چې دې ارزښت ته د ګټې اخیستنې ارزښت ویل کېږي او له بلې خوا توکي یا جنسونه د تبادلې وړ دي، چې مبادلوي ارزښت ورته ویل کېږي.

بازار Market

هغه ځای چې عرضه کوونکي او اخیستونکي په منظم ډول جنسونه تبادلې کوي او په ګډه معاملې کوي او همداراز یو د بل له احواله څخه خبرېږي، له بازار څخه عبارت دی. په بازار کې امکان لري چې خرڅوونکي او اخیستونکي په مستقیم ډول یو له بل سره ونه ګوري 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 کېږي. د اقتصاد له پلوه او همداراز د اقتصادي چارو د کارپوهانو په باور په یوه ټاکلي چاپیریال کې د یوه ټولنیز محصول د ورکولو په مقابل کې رسمي وسیلې ته پیسې ویل کېږي. یاپه بل عبارت: پیسې هغې رسمي وسیلې ته ویل کېږي 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.

توکي Material

توکي او اضافي توکي چې د جنسونو په جوړولو کې ورڅخه کار اخیستل کېږي، توکي ګڼل کېږي.

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.

سرانه Per capita

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

د انديښنې وړ توکي Perishable goods

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

هگۍ، کبان، میوې، شیدې او داسې نور.

د سرچینو ځانگړي 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 گرځي ترڅو سرچینې په ښه توگه ځانگړې شي ترڅو د تولید قوت له ضایع کیدو وژغورل شي.

اقتصادي او خدمتي عمر

د اقتصادي نظره د کالیو 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 کیږي.

د وخت په تېرېدو سره د مزد ورکول Time wage

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

سوداگریزي نښې Trade mark:

په تولید شوو توکو باندې د یوې ځانگړې طرحې لگول ترڅو وپېژندل شي دا توکي د کوم شرکت یا کمپنۍ پورې اړه لري.

صنفي ټولنې، کارگري ټولنې Trade union

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

قیمت price:

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

استهلاک Depreciation

له لگښت وروسته د شتمنۍ د ارزښت له مينځه تللو يا کموالي ته استهلاک وايي.

لگښت Consumption

د توکو او يانورو اړينو څيزونو د رانيولو لپاره د يوې کورنۍ لگښت ته لگښت ويل کيږي.

مزد wage

د کار په مقابل کې لاسته راوړنې ته مزد ويل کيږي.

مزد د سرته رسيدلي کار په مقابل کې ورکول کيږي، چې د يوساعت، يوې ورځې، يوې اونۍ او يا يو کال وروسته اخيستل کيږي.

کار Work

د بدن يا فکر فعاليت چې د توکو د توليد او يا د کوم خدمت لامل وگرځي او يا يوکسب چې انسان په هغه لکياوي.

اقتصادي تصدي، اقتصادي واحد Firm

يو شرکت يا موسسه چې په اقتصادي فعاليت او يا اړتياوو په له منځه وړلو بوخت وي.

فعاليتونه Enterprise

لومړۍ: هر ډول کار کسب او اقتصادي فعاليت.

دويم: د کار د اداکولو لپاره زور او فکر ته فعاليت ويل کيږي.

فابريکه Factory

هغه ځای چې د کار او يا ماشينونو په واسطه په کې مختلف توکي بدلېږي او بيا ورڅخه گټور توکي جوړېږي.

د ويشلو لگښت Distribution Cost

د خپرولو لگښت، هغه لگښت چې د هغه په واسطه توکي او خدمات د توليد کوونکي څخه اخيستونکي ته رسېږي. د بېلگې په توگه د لېږد رالېږد لگښت.

غير عادي لگښتونه Abnormal Costs

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

عادي لگښتونه Normal Costs

دا هغه لگښتونه 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 بادار 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 لگښت 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 کوشښ وکړي ترڅو د خپل بادر یا د کار له مشر څخه جایزه یا انعام ترلاسه کړي.

په تولید کې بې تفاوتې Isoquant

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

له کاري قوت څخه گټه 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، یعنی 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 شتمني بازارونه Capital Markets

لومړنيو او دويمو بازارونو ته ويل کيږي چې په هغه کې پيسې تبادله کيږي او معاملې هم په کې حد اقل يو کال او يا طويلمدت وي.

دغه بازارونه د سرمايي لپاره لويه لاره هواره وي ، د سرمايي په بازارونو کې معمولا تجارتي بانکونه، د بيمې شرکتونه او نور خلک پانگه اچونه کوي او د سرمايي په کار او بار کې اسانتياوې رامنځته کوي.

د بازار ارزښت Market Value

د يوې اندازې شتمني د پلورلو قيمت ته د بازار ارزښت ويل کيږي.

د ثابت توليد لاملونه **Fixed Inputs**

د ثابت توليد لاملونه هغه نه ويل کيږي چې په يوه ټاکلي وخت کې په کې بدلون رانه شي.

د بدلون موندونکي توليد لاملونه **Variable Inputs**

د بدلون موندونکي توليد لاملونه هغه دي چې په يوه ټاکلي وخت کې په کې بدلون راشي.

د توليد وختونه Production Function

د توليد وختونه د شرکتونو او تصديو پورې اړه لري يعنې کله چې تصدي يا شرکتونه وغواړي توليد کولای شي.

د توليد مرحلې Stage Of Production

د منځني او اخري توليد ترمنځ رابطې ته د توليد مرحلې ويل کيږي.

مرحله I Stage I

د متوسط توليد زياتوالی چې تغير هم په کې راشي.

مرحله Ii Stage Ii

له اندازې زيات متوسط توليد ترهغه چې وروستی توليد هيڅ 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 تصدۍ 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 ولیکنئ؟
- 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 کېږي.

د زده کړې موخې: ددې څپرکي تر پایه پورې تمه کېږي، 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 راپدېخوا 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 لاس رسې 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 چېرې 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 کېږي.

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 لری. په هر حال، 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 پروفایتونو 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 کېږي، 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 راپدیخوا گڼې ستونزې درلودې خو له بلې خوا اقتصادي پرنسیپونو هم له اتلسمې پېړۍ راپدیخوا ځانته منظم شکل غوره کړ چې په لاندې ډول بیانېږي.

الف- لوی پرنسیپ **Maximal**: په دغه پرنسیپ کې باید له خپلو وسایلو څخه ډېره اوبه 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 لگښت باندې، معین تولید نه کوچنی پرنسیپ وایي .

ج- خیالي پرنسیپ **Ideally**: په دغو پرنسیپونو کې له کمو وسایلو څخه د ډېرې گټې 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 فرهنگي 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 څانگو ویشل شوی چې د لوی او کوچني اقتصاد څخه عبارت دی.

لوی اقتصاد **macro economic**

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

کوچنی اقتصاد **micro economy**

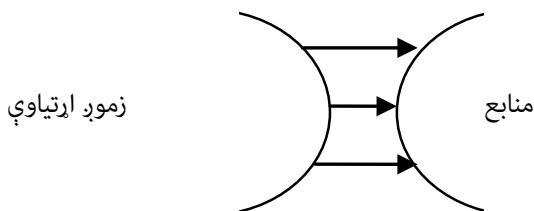
په دغه اقتصاد کې د کورنیو او تصدیو لخوا تصمیم نیول کیږي او تولید شوي توکي خاصو بازارونو ته وړاندې کیږي.

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

د اقتصاد تصدي د سرچينو د ځانگړي کولو او له هغو څخه د بڼه کار اخیستلو غوره لارې تربحث او څیړنې لاندې نیسي.

په یوه ټولنه کې سرچینې د هغې ټولنې لویو ضرورتونو ته په کتلو سره ځانگړې کیږي. چې د بڼې پوهیدنې لپاره لاندې بنسټیز عناصر تربحث او څیړنې لاندې نیسو.

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



د دې دواړو قطبونو ترمنځ څرنګه اړیکه رامنځته کولای شو؟

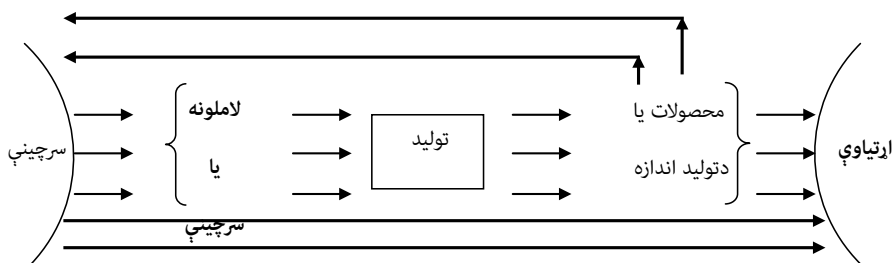
لومړی اړتیاوې پیلولو او وروسته بیا لگښت داسې تعریف کوو:

هغه شیان چې انسان یې په خپل لاس د خپلو اړتیاوو د پوره کولو لپاره ورڅخه کار اخلي لگښت بلل کیږي

یا هر هغه چې د هغه په واسطه شیان تبادله کیږي او ورڅخه ګټه اخیستل کیږي د بیلګې په توګه ډوډۍ چې پخوونکي یې لومړی د اړو ، خمیرې ، او پخولو وروسته لاسته راوړي.

یا غنم چې لومړی اوږه کیږي او وروسته خمیره کیږي او په پای کې په ډوډۍ بدلیږي چې له ډوډۍ وړاندې شیان لگښت کیږي او وروسته ډوډۍ لاسته راځي.

په لاندې شکل کې معلومېږي چې څرنګه د دوه بیلابیلو عملونو څخه اقتصادي مسله رامنځته کیږي.



ب: اقتصادي لاملونه: په لومړي سر کې مادي سرچینو 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 آماده 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 وړشيان يا هغه توکی 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 دا عمليه 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 يوتخصمی علم په توگه پيژندل کيږي.

د ملي او تصدی اقتصاد اصطلاحات په لاندی ډول بيانېږی

په هر حال د تصدی اقتصاد پوهنې په اړه کوم ځانگړی تعريف چې ټولوته دمنلو وړوي نلرو خو بياهم لاندې څوتعريفونو 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 پر بنسټ طرح شوي وي

۲- يوه تصدي يواقتصادي واحدی 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 ترڅپړنې 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 پراودی 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 ټولني 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 ښيي 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 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 ه 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- راپدیخوا په اقتصادي پرمختگ کې یو لوی بدلون رامنځته شو.

د اروپایانو لخوا په مدیترانې باندې له واکمنۍ راپدیخوا او همداراز د سوداگریزو اړیکو د پراخیدو وروسته ، په اقتصادي امورو کې لوی پرمختگ 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 تصدی اقتصاد علم له نولسمې پېړۍ تر پیل پورې ، د اقتصاد عمومي اړخ درلود خو د نولسمې پېړۍ 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 تصدی ترڅیړنې لاندې نیولې او زراعتي تولیدات یې د څرخلاو 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 پېړۍ کې زیات کشفیات رامنځته شول او د انسانانو په واسطه دکار سرته رسول د ماشینونو په واسطه سرته ورسول شول. او سربېره پردې د تولید د پیاوونو په اړه فکر وشو او دې فکر ته د رسیدلو به موخه په هرځای کې پرله پسې اقتصادي ښوونځي جوړول چې سوداگریز 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 سوداگریز 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 ، سمیتو ، 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 پيداښت 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 اصولو ته په کتو سره تر يوې 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 تر مطالعې 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 پرنسيپونه په لنډ ډول بيان کړئ؟
- ۴- د اقتصاد علم په مجموعي ډول په څو بخشونو ويشل 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؟

توليد

ټوليزه موخه:

د توليد پر اړوندو مسایلو، د تصدی-فعالیت د محوري عنصر په توګه د توليد 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:

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

د توليد مفهوم

توليد د انسانانو د ضرورت وړ جنسونو یا توکو ته وایې چې د طبیعی، انساني او سرمایوي لاملونو څخه لاسته راځي.

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

د توليد 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 بدلوی.

تولید په عمومي ډول په دوه ډوله دی:

۱- توکي یا څیزونه ، لکه د یوکور 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 یوکال وروسته استهلاکيږي.

ب - مصرفی توکي: هغه شیان دی 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 سرولو 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، څوکۍ، 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 گټه اخلي.

د بېلگې په توگه: د ډوډۍ پخولو په یو پخلنځي کې کاري قوت، لومړني توکي (اوره، خمیره) سرمایه (د گډولو دستگاه، د ډوډۍ پخولو 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 توگه: د Q تولید د دوه لاملونو څخه په گټې اخیستنې سره، کاري قوت (L) او سرمایې (K) سره سرته رسیږي نو لدی کبله د تولید تابع په لاندې توگه 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 مختلفولاملونو 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 اوتصدې کولای شي د تولید د څرګندو لاملونو څخه ډېر تولیدات بیان کړي.

د یو متغیر لامل تولید

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

لاندې جدول ته پام وکړئ او وگورئ چې په دريو لومړيو ستونو کې يې د رامنځته شوی تولید اندازه، د سرمائې لس واحدونه، او د کاري قوت مختلفه اندازه بڼي.

په دې جدول کې ښکاري هغه وخت چې د کارگرانو شمير صفر وي، تولید هم ورسره صفر وي، د کارگرانو له زياتوالي سره، ۸ واحد تولید زياتيږي او له دې نقطې هاخوا ټول تولید کميږي. علاوه پردې چې په لومړي سر کې د کارگرو په زياتوالي سره هغه منځنۍ سرمايه چې د هغوي په واک کې ده، کميږي چې تولید هم ورسره کميږي.

د مثال په توگه پنځه کارگرانو د تولید په يو خط کې د دوه کارگرانو تولید کړی خو په لسو کارگرانو سره د مسؤوليت حس کميږي 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 يوې متفاوتې نتيجه يې سرمايې او کار څخه لاسته راځي نو ځکه ويلای شو چې مجموعي تولید د کاري قوت تابع دی.

$$TP = F(L)$$

لکه څرنگه چې په پورتنی جدول کې وليدل شول د زياد کار حجم د سرمايې په زياتوالي کې مهم رول لري.

لکه څرنگه چې په پورته جدول کې وليدل شول په سرمايې باندې د کار حجم زياتيږي، تردې چې د کار په ۷ واحد کې، مجموعي تولید، لوړې کچې يعنې ۱۱۲ واحد ته رسېږي او له هغې نقطې وروسته يعنې د کار د حجم په زياتوالي يعنې ۸ واحد کې، کاري قوت له سرمايې نه دی زيات شوی بلکې مساوي دی او وروسته کم شوی دی، يعنې په ترتيب ۱۱۲ او ۱۶۸ ته رالويدلی.

منځنی تولید AP

منځنی تولید د مجموعي کار تناسب يعنې د سرمايې حاصل دي، چې د تولید هر واحد په بيلابيلو برخو کې شپې او د هر کارگر کاري تولید په گوته کوي.
د کار گر منځنی تولید، په تصدی کې د هغه ونډه معلوموي.

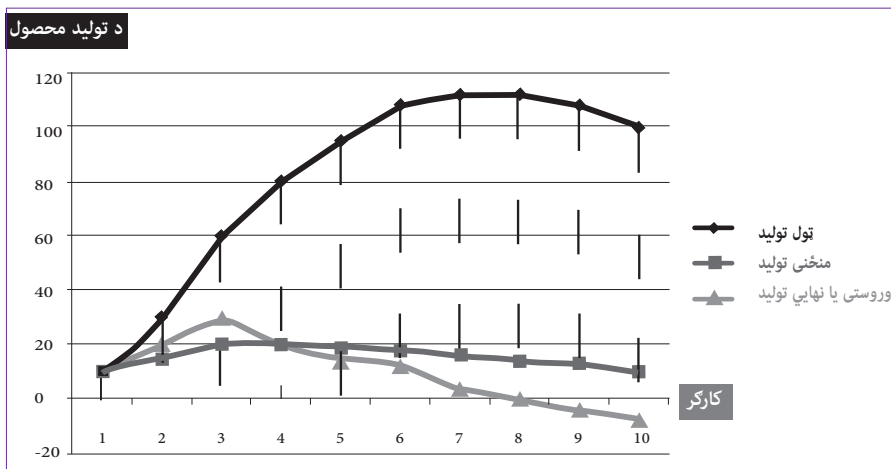
نهایی تولید MP

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

د مثال په توگه: د ثابتې سرمايې په ۱۰ واحدونو کې چې کاري قوت له (۲-۳) زيات شي، کلي تولید له (۳۰-۶۰) پورې زياتيږي چې د رامنځته شوي تولید زياتوالی له ۳۰ واحدونو سره برابر دی.

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

سرمایه پوره تیراو لری. که د سرمایه اندازه له (۱۰ - ۲۰) واحدو پوره زیاته شی په هره اندازه کې د کار ی قوت وروستی تولید ، د کارگرو په هره ټاکل شوی اندازه کې زیاتیري.



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 ټوګي 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 يا څيزونه 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 شيان دي بیان یې کړئ؟
- ۵- مجموعي، منځنی او نهايي تولید څه ته وايي بیان یې کړئ؟

د تصدې پلان جوړول

ټوليزه موخه:

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

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

- د پلان جوړونې په مفهوم او اهميت.
- د پلان جوړونې پړاوونه.
- په تصدې کې پلان جوړونه.
- د توليد په لاملونو کې پلان جوړونه.
- د توليد د عمليو 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 تصدې 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 سربيره 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 ثابتول مهم دي چې په دې ډول په ډېرو موخو لکه په خپله خوښه خرڅول او اخیستل، 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 ثابتول.

۲- د تمويلوونکو سرچينو ثابتول

۳- د توليد شوو توکو اغيزمنتوب او ثابتول.

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

۵- څرننگه توليد وکړای شو؟

۶- د ظرفيتونو او سرمايي ثابتول.

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 تفریح، ساعت تيرۍ او همداډول د هغو د ماشومانو لپاره

د وړکتون جوړول.

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

په مجموعي ډول یوه تصدی نه یواځې خپل تشکيلات بلکه د نورو هغو تصدیو 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 تریح 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 خلک ورڅخه ګټه واخلي.

یو تولید کوونکی همیشه 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 ټولني 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 یعنی 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 تصدیو 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 اوږمهاله 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 پرمختللي ادارې په منځ کې د کارونو تقسيمول د يو منيجر د مهمو فعاليتونو څخه حسابيږي لکه څرنګه چې په يوه تصدی کې تصميم نيول يو مهم او عمده رکن يادېږي 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 پيژندل کېږي او هغې ته د حل لاره پيدا کېږي.

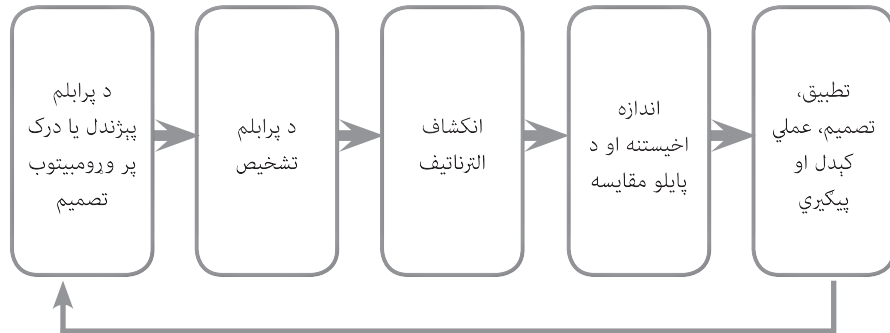
د تصميم په دويمه مرحله کې مشکلات ټول څيړل کېږي او د حل لپاره يې امکانات په پام کې نيول کېږي

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 او بار کومه اغيزه ونه کړي.

کله چې مشکلاتو ته دحل لاره پيدا شوه 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 نيونکي ليد لوری، په تصميم نيولو کې مهم رول لوبوي.

د څلورم څپرکي لنډيز

پلان جوړونه د يوې تصدۍ يومهم اوساسي اصل دي چې بايد ژور فکر ورباندې وشي ځکه له پلان څخه پرته د يوې تصدۍ د کارونو او فعاليتونو پرمخ وړل يو ستونزمن کار گڼل کيږي. په يوې تصدۍ کې پلان جوړول که هغه تصدۍ 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 شوی دی چې د طويلمدت يا لويو پلانو ، متوسط المدت يا منځنيو پلانونو اوهمداراز کوتاه مدت يالندو پلانونو ويشل شوی دی چې هريويي ځانگړی هدفونه لري او بيلابيلې ځانگړې لري

د توليدی وسايلو پلان جوړونه ، او د مالی امورو پلان جوړونه په اقتصادي تصدی کې له خورا اهميت څخه برخمن دی نو ځکه په لنډډول ويلای شو چې د يوې تصدۍ د کار اصلی د برياليتوب ټکی يواځې اويواځې دقيق پلان دی چې د تصدۍ د پرمختگ او کاميایي لامل گرځي

د څلورم څپرکي پوښتنې

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

د تولیدوونکي د انتخاب نظریه

ټولیزه 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 پراوونه او د تولیدکوونکي د گټې خوندي 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 کيږي.

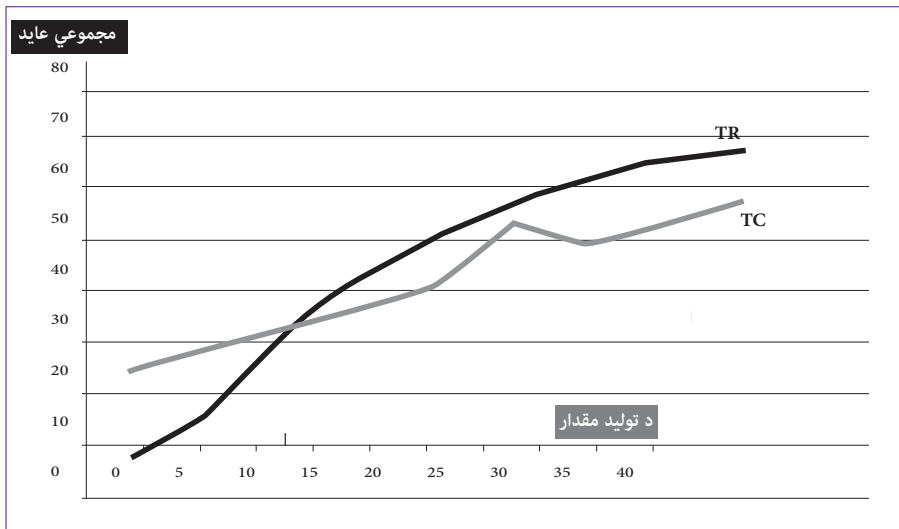
۲- د مجموعي عاید سره د مجموعي لګښتونو مقایسه:

مجموعی عاید او مجموعی لګښتونه په بیلابیل ډول محاسبه کيږي 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 کيږي ځکه چې TR او TC ثابتو قیمتونو ته په کتوسره د تولید په اړیکه محاسبه شوی نو د گراف په شکل د هغوی رابطه په لاندی ډول ښوول کيږي.

د تولید معینه اندازه او د خالص عاید محاسبه.

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



۳- د اضافي عايد (MR) او اضافي لگښت (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 لگښتونو (MC) سره مساوي وي.

$$MR=MC$$

اضافي لگښتونه = 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 هر تولیدوونکي اضافي عايد) منحنی 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 نهایي تولید څخه به په ګټې اخیستنې سره کولای شو چې په کارګري ګروپ کې

د تولید په دريو پړاوونو وپوهیږو.

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

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

درېیم پړاو: د نهایی تولید له صفر څخه پیلېږي. (له ۸ کارگرو وروسته) که کارگران په وړیا ډول کار هم وکړي تولید کوونکی هیڅکله 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 گټه 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 تولیدونکی گټه زیاته ده.

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

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

سرمایه v	کارگر L	کل تولید 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	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.

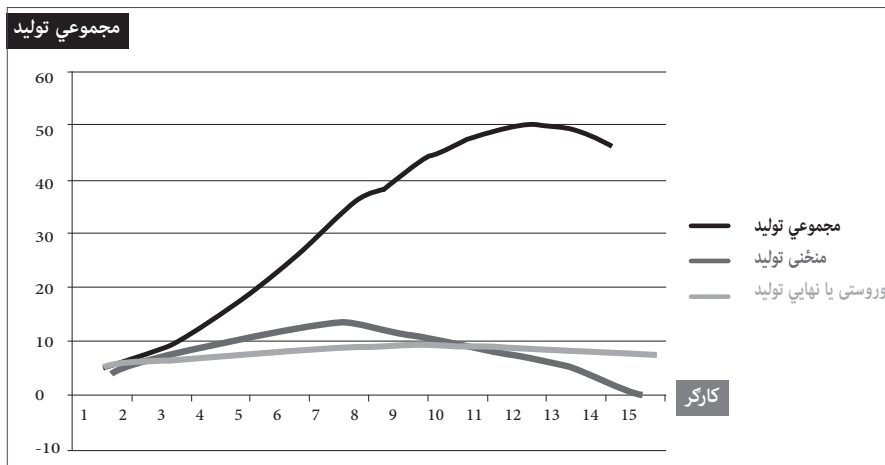
ب: د کمې گټې رسم او بیانول

د دې تیورۍ د پلي کولو لپاره دوې لارې شتون لري، لومړۍ 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	كاري قوت لامل متحول L	مجموعي توليد TP	منخني توليد $AP = \frac{TP}{L}$	نهايي 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



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 پراوونو 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 پراوونه 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 دميټودونو، دتوليد دپراوونو، او د توليدوونکي د زياتې

گټې په اړه معلومات وړاندې کيږي.

د پنځم څپرکي پوښتنې

- ۱- د تولید اندازه په څو ډوله رامنځته کېږي 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 څپرکي په پای کې زده کوونکي له لاندې مطلبونو سره بلدتيا پيدا کوي.

- لگښتونه.
- مجموعي توليد ته په کتلسره د لگښتونو څيرل.
- الف - ثابت مجموعي لگښتونه.
- ب - تغيرکوونکي مجموعي لگښتونه.
- د توليد يوه واحد ته په کتلو سره د لگښتونو څيرل.
- 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 بیلگې په توگه: 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 وکړی چې په یوه
دستگاه 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 چیری 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 څیړو.

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

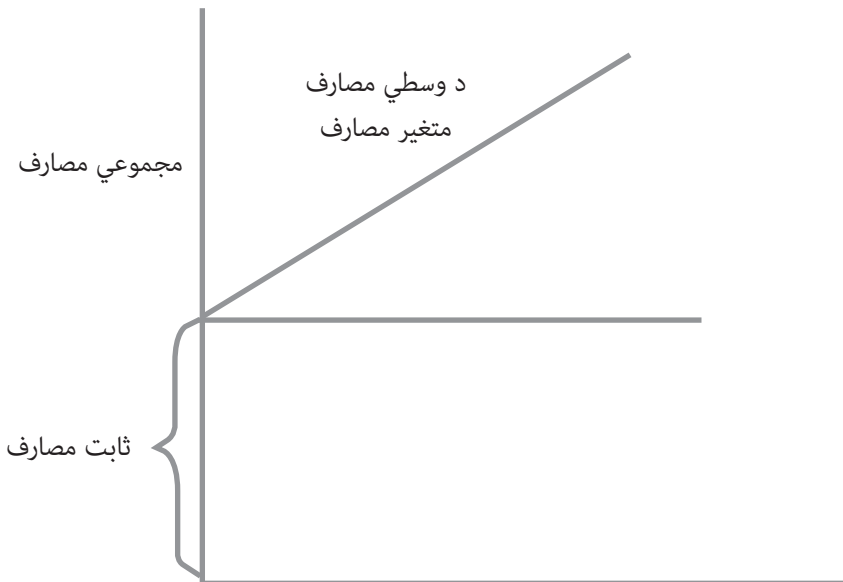
الف- ثابت مجموعي لگښتونه **Total Fixed Cost** د تولید د هغه مستقیم لگښت څخه عبارت دی چې د تولید د ثابتو لاملونو د ټاکنې څخه لاسته راځي لکه مالیه، د ځمکې اجاره، د تعمیر کرایه، د ماشینونو استهلاك او نور

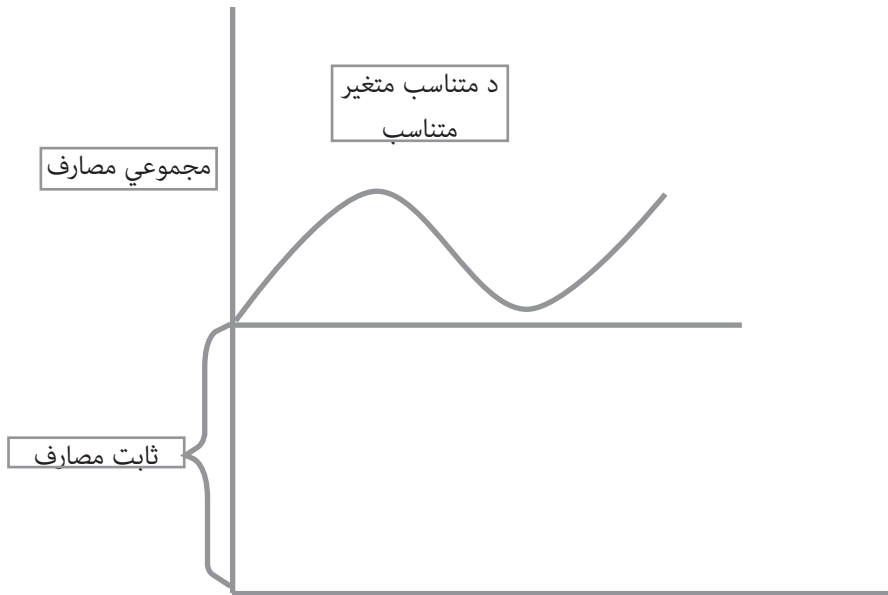
متحول مجموعي لگښتونه **Total variable cost**

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 زیاتېږي. بدلون موندونکي لگښتونه په خطي او غیرخطي ډول هم شتون لري لکه غوړیو، پترولو، گاز، انرژي 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.





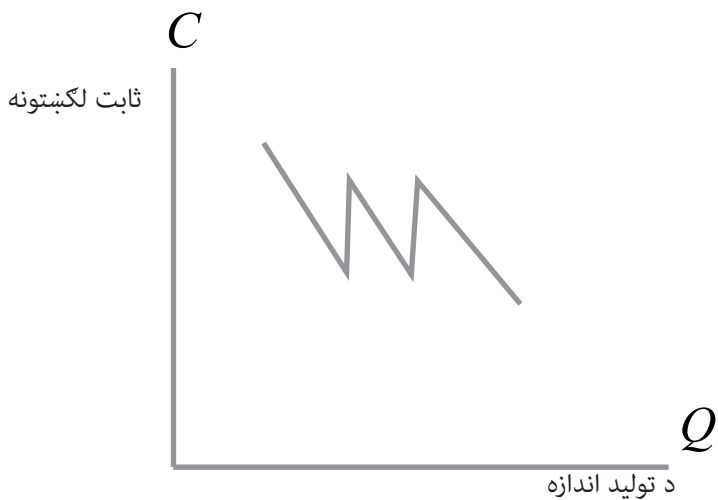
۱- ثابت منځني لگښتونه AFC

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 يعنې هرڅومره چې توليد زياتيږي دغه لگښتونه کميږي.

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

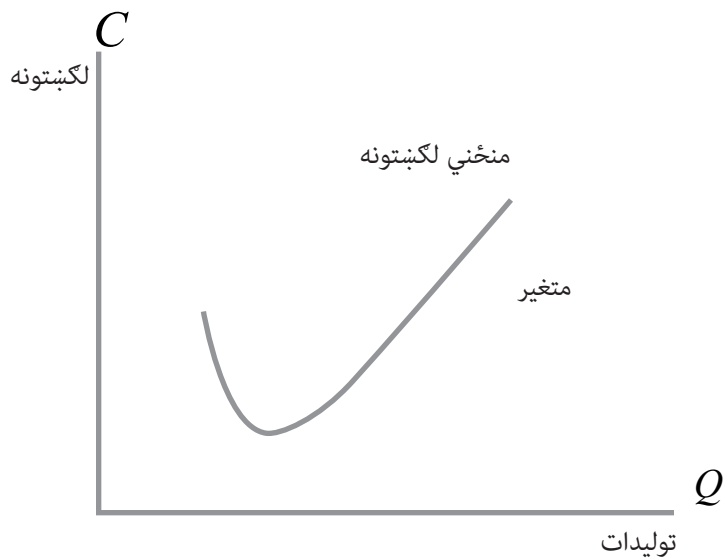
خو کله چې د تصدۍ د توليد ظرفيت زياتيږي او په هغه کې ثابت لگښتونه هم زياتيږي، نو په دې صورت کې منځني ثابت لگښتونه هم ډيريږي او نزولي لاره غوره کوي.



۲- بدلون موندونکي منځني لگښتونه AVC

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

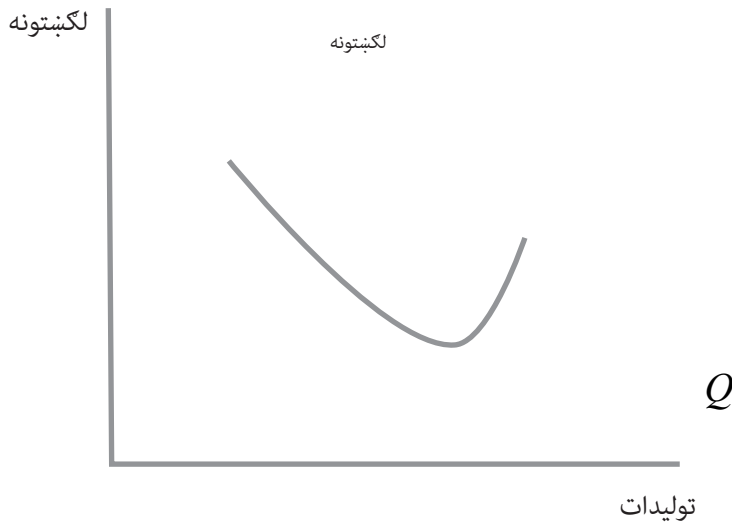
$$AVC = \frac{VC}{Q}$$



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 تصدۍ 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 ټيټه نقطه يعني د P په نقطه کې ۶ واحد قطع کوي چې د منځني لگښتونو له پلوه بدليدونکي نقطه ياديږي.

د یادونې وړه چې د ټولو لگښتونو منحنی وخت يعنې لنډمهاله، منځ مهاله او اوږدمهاله وي. د مثال په توګه. په یو کوتاه وخت کې د تصدۍ ثابت لگښتونه هميشه زیات وي ځکه توليدي

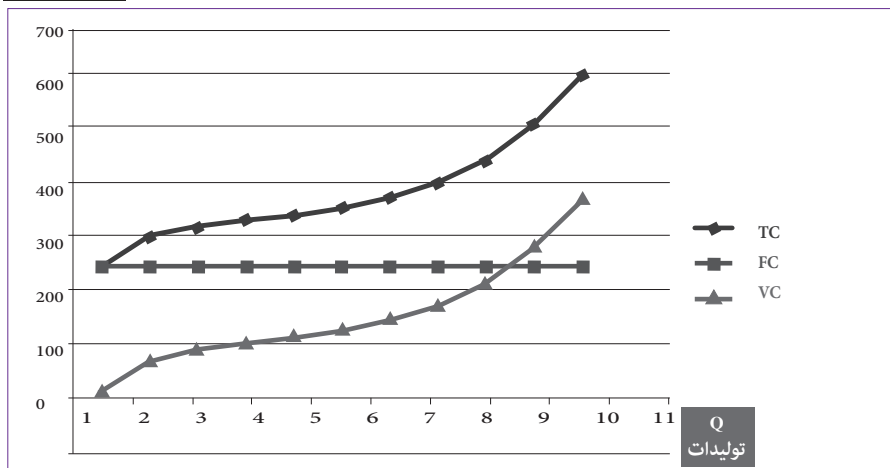
دستگالگاني نشي کولای په لنډوخت کې تولید ته چمتووي حال داچې یادا دستگاه باید څلورمه حصه د سرمايې ، مزد ، د مامورينو او د تصدی د کارگرانو تنخوا باید ورکړي.

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

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

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

مصارف
C



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 د حاصل توقع کيږي.

ځکه چې لگښت په مستقيمه توګه د متصدي مفاد تراغيزی لاندې راوړي. په هغه صورت کې چې په يوه تصدې کېسې لگښتونه په دقيقه توګه محاسبه او په نظر کې ونيول شي او دا ضافي لگښتونو څخه مخنيوی وشي، نوبيله شکه د تصدې ګټه زياتوالی مومي. او همدارنگه برعکس. پدې څپرکي کې مجموعي لگښتونه او ديوه واحد له مخې لگښتونه دارقامو او گرافونوپه بنسټولوسره 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 او تطبيق کړي.

د شپږم څپرکي پوښتنې

- ۱- د لگښتونو په اړه څه پوهیږئ توضیح یې کړئ؟
- ۲- گوتنبرگ مصارف څرنګه 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- دلگښتونوله مخې د تولید مطلوبه سطحه په څو ډوله ټاکل کيږي صرف نوم یې واخلي؟
- ۶- مجموعي مصارف په څو ډوله دي هر یو توضیح کړئ؟
- ۷- د تولید د نې 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 څرنګه چې پوهیږئ، کورنی د تصدی لګښت ته کوم اهمیت نه ورکوي بلکې د تصدی تولیداتو ته پام کوي چې د تولید کیفیت څنګه دی خو ګورو چې کورنۍ څنګه تولید شوي شيان اخلي اولاسته یې راوړي.

کورنۍ هم لکه اقتصادي تصدی لاملونه په واک کې لري چې د دغو لاملونو څخه په استفادی 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 ګروپونو 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 ټولني 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 میاشتي 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 وړدي 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 دی چې د هغه په واسطه په یو ځانگړي وخت کې یو تولیدي سیستم ته داخلېږو پدې معنی چې د تولید لاملونه هغه متاع ده چې د تولید د رامنځته کیدو په برخه کې ورڅخه کار اخیستل کېږي

د تولید لاملونه د ملی اقتصاد او د اقتصادي تصدې 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 تصدې له پلوه د تولید لاملونه په لاندې برخو ویشل شوی 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 گروپونه 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 تصدې له پلوه د تولید لاملونه ترڅیړنې لاندې نیسو نو له دې امله د تولید د لاملونو درې گروپونه تربحث لاندې نیسو:

لکه څرنګه چې مو مخکې وویل بنسټیز لاملونه لکه: کاري گروپونه ، د کار توکي اود کار وسایل دي نوڅکه دغه لاملونه د اقتصادي تصدې 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 تصدې دغه لاملونه په کم قیمت ترلاسه کړی نو زیاته ګټه ترلاسه کوي

د کار وسیلې

په تصدې کې د کار وسیلې د تولید بنسټیز محور دی چې د تولید په لري کې ورڅخه ګټه اخیستل کېږي لکه ماشینونه ، ترانسپورتي وسایل اونور.

د وسیلو څخه ښه ګټه اخیستنه د ډېرو لگښتونو 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 ترکانی 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 ، پترول ، 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 منفي 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 پوهیږو چې د کار بازار لکه د غنمو بازار ، د فولادو بازار ، اونور دي چې لاندې ځانگړتیاوې لري:

۱- د کار د بازار اصطلاح: په واقعیت 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 ډاکټرانو 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 ځانگړي 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. او په 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 ستندرد دي او توکي ستندرد تولیدی 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 بیلابیل خاصیتونه د دې لامل شوي چې په تولیداتو کې بیلابیلې 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 کیږي 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 کیږي او د نن ورځې کار له تیرې ورځې سره پرتله کیږي.

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 پر خلاف 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 ینسو 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 کېښي 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 زور ورته لاس رسې پیداشي. پداسې حال کې چې کارښوونکی 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 کارښوونکی 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 کارښوونکی 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 ګروپونو د هلو ځلو په ترڅ کې او همداراز د ځمکې د حاصلاتو د ذخیره کولو څخه د وخت په تیریدو سره لاسته راغلي وي او په معمولي ډول هغه د تولید د لاملونو دوامداره توکو ته ویل کېږي.

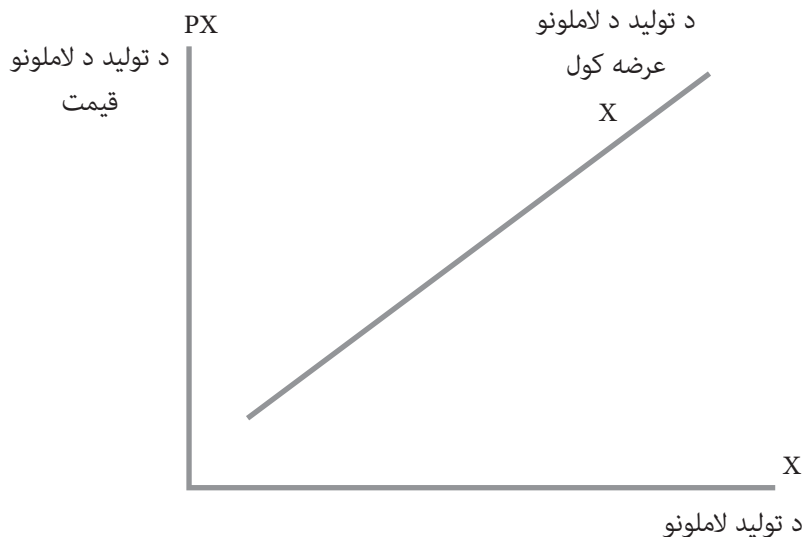
د سرمایې توکي په عمومي ډول په درې کتګوریو ودانۍ (ساختمانونه، اونورې لوړپوړیزه ودانۍ) وسایل او د ګدام څیزونه (تولید شوي توکي او لومړني موجود توکي) ویشل کېږي سریره له پورته تعریفونو د سرمایې پخواني تعریفونه هم شته د بیلګې په توګه مالي دارايي او د یوڅه ارزښت ته هم ویل کېږي.

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 تصدییو 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 ځانگړو وختونو پرته) له کینې څخه بڼی خواته عرضه کیږي.



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

په بل عبارت که چیرې وغواړو د تولید یو لامل د بیلگې په توگه ، 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 لگښت 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) ويل کيږي. يا په بل عبارت بايد د زراعتي توکو لپاره تقاضا موجود وي ترڅو کرنيزې ځمکې، ماشين الات کاري گروپونه د زراعتي توکو د تولید د لاملونو په توگه رامنځته شي

مزد

مزد له هغه قيمت څخه عبارت دی چې استخدام کوونکی يې کاريگرو ته ورکوي، مزد په هفته وار، مياشتنی، د جواز د امتياز او کمیشن کار په شکل وي.

مزد نه يواځې په مستقیم ډول اخيستل کيږي بلکه په ډېر وخت کې د امتياز په ډول اخيستل کيږي. مزد رخصتۍ، روغتيايي بيمې او نور حقونه هم لري او همداراز مزد په ساعتونو، ورځو، او د کار کولو څخه وړاندې هم ورکول کيږي خو له هغه ځايه چې مزد د کار په مقابل کې اخيستل کيږي په لاندې برخو ويشل شوی دی.

۱ - ټول کاريگر چې فزيکي او د ماغي کارونه ترسره کوي.

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

۳ - د کوچنيو کسبونو خاوندان لکه، سلمان، نلدواني، د کراچيو په واسطه چې يو څه خرڅيږي او نور.

په تصدی کې د مزد ورکول بايد عادلانه وي او يا لږترلږه د کارگر د کار د ترسره کولو سره برابر وي نو پرته له دې کاريگر دې ته اړ کيږي چې کار پرېږدي او د تولید په کیفیت او کمیت منفي اغيزې وکړي.

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

الف- د وخت له مخې مزد: وخت ته په کتو مزد هغه مزد ته ويل کيږي چې د کار د وخت او د وخت مطابق ورکول کيږي په دې معنی چې دغه مزد ثابتې پيسې دي چې په ساعتو، اونيو، مياشتو، او يا د کال په تېرېدو سره ورکول کيږي چې په دغه مزد کې وخت يو څه زيات او کم هم کيږي چې په دې صورت کې کارگر دې ته اړکيږي چې کار پرېږدي ځکه د کار خاوند کله نا کله د کارګرو د يوڅه زياتې مودې پيسې نه ورکوي او همداراز له کارګرو سره عادلانه چلند نه کوي د بيلګې په توګه: په تخنيکي کارونو کې چې د مزدوکا ر مزد د هغه د وړتيا پربنسټ نه ورکول کيږي لکه، اداري کارونه، رهبري کول، تخنيکي 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 تصدی 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.

کارگر 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 حقیقي مزد ترمنځ فرق موجود دی

اسمي مزد Nominal wage

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

حقیقي مزد Real wage

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

د اوم خپرکي لنډيز

په اقتصاد کې د توليد لاملونه له مهمو مسایلوڅخه دي د توليد پورې مستقيم تړاو لري او توليد د ژوند اندازه يوه برخه جوړوي نو په دې اساس د توليد لاملونه له هغو توکو څخه عبارت دي چې په يوه ځانگړې دوره کې د توليد په سيستم کې داخليږي او توليد ورڅخه جوړيږي له هغه ځايه چې په اوم خپرکي کې د توليد لاملونه تشریح اوبيان شول نو د توليد دلاملونو بازار ترحث او څيړنې لاندې و نيول شو.

په دې خپرکي کې د استخدام او د توليد د لاملونو څخه کار اخيستل ترڅيړنې لاندې نيسو او د توليد لاملونه د توليد د مهمو وسايلو او اړينو توکو په توگه پيژنو د بدني جوړښت څخه بغير ، سويه ، لياقت او د عمر تجربې او داسې نور د توليد په کميت او کيفيت کې مهم رول لري

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

د اوم څپرکي پوښتنې

۱. د تولید د لاملونو د بازار په اړه معلومات ورکړئ؟
۲. یو کس څرنګه 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 ګراف په شکل ولیکن؟
۱۲. د تولید د لاملونو عرضه بیان کړئ؟
۱۳. مزد تعریف کړئ؟
۱۴. مزد په څو ډوله دی هریو یې په ځانګړي ډول بیان کړئ؟
۱۵. ایا لوړ مزد د کار په زیاتوالي کې رول لري؟ که وي څرنګه؟
۱۶. دکار نیرو یا کاري ګروپونه په عمومي ډول په څو کتګوریو 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 لگښت د يوې برخې په توګه د استهلاک بيانول.

د زده کړې موخې: په دې څپرکي کې محصلين له لاندنيو ټکو سره آشنا کيږي:

- استهلاک
- د استهلاک ډولونه.
- د استهلاک علتونه او ثابته سرمايه.
- د استعمال له امله خرابيدل.
- r. د وخت په تيريدو سره خرابيدل (طبيعي خرابوالی)
- s. د تخنيکي پرمختګ له امله خرابيدل.
- t. د اقتصادي پرمختګ له امله خرابيدل.
- u. د توکو د استخراج له امله خرابيدل.
- v. د ناڅاپي پيښو له امله استهلاک.

استهلاک

په ټولو هغو شتمنيو کې چې خرابوالی راځي، استهلاک هم رامنځته کيږي. ثابتې شتمني له تعميراتو، ماشينونو 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 داېمې استعمال په ترڅ کې زریږي او د وخت په تیریدو سره له مینځه ځي.

استهلاك 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 استهلاك بدلېږي.

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

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

د استهلاك شکلونه

په دې صورت کې د ثابتې شتمنۍ (ماشینونو) څخه گټه 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 استهلاك پیسې لاسته راوړل کېږي

ځکه استهلاك 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 استهلاك یې عبارت دی له:

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

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 اشتراك مساوي دی له:

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

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

(۲۰۰۹.۷۲) 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 دريو خراب شوو توکو د استهلاك فيصدي وڅيرو او داسې يې تنظيم کړو ترڅو امانده شوې پيسې په پام کې ونيسو.

په دې طريقه کې ښکاري چې خراب شوي شيان له وروستني کال څخه پرته په نورو کلونو کې سره راجمع کېږي او له اصلي قيمت څخه يې منفي کېږي چې په پایله کې د کال وروستۍ استهلاك لاسته راځي.

د استهلاك هغه پيسې چې نه وي محاسبه شوي نو تصدي يې د کال په وروستۍ محاسبه کې په پام کې نيسي.

۱. د استهلاك کموالی (د کموالی فکر او د استهلاك پيسې): لکه څرنګه چې يې له نوم معلومېږي د استهلاك د کموالي په صورت کې هرکال د استهلاك پيسې لږې شميرل کېږي او په استهلاك کې دوه ډوله کموالی شتون لري.

a. د استهلاك هندسي کموالی: په دې صورت کې د کال له ثابتې فيصدي څخه استهلاك سنجول کېږي او په نورو کلونو کې د ثابتې شتمنې له قيمت څخه استهلاك سنجول کېږي چې به دې صورت کې هر کال د استهلاك پيسې د کموالی خواته ځي.

مثال: د يو پايه ماشين قيمت ۶۰۰۰۰ افغانۍ دی او د گټې اخيستني موده يې ۱۰ کاله ده نو بناء هر کال ۱۰٪ د استهلاك پيسې ورته سنجول کېږي.

$$۶۰۰۰۰ \text{ افغانۍ} = \text{د تهيۀ کولو له قيمت سره}$$

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

$$20920.72 = 60000 - 39079.28$$

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

سنجول 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.

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

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

$$1+2+3+4+5 = \text{ټول کلونه}$$

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

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

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

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

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

د استهلاک ټولې پیسې = 750000 افغانۍ

- ۱- د استهلاک لوړوالی: دغه استهلاک هم لکه د استهلاک د کموالی په څیر په حسابی او هندسی شکل سنجول کیږي خو فرق یې دادی چې د استهلاک 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 استهلاک ته تجویزی استهلاک وایي چې په دې توګه کولای شو د استهلاک کلنی 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 استهلاک علتونه

- ۱- د استعمال له امله د توکو خرابوالی: یو مهم علت چې د ثابتې شتمنۍ ارزښت کموی 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 کموی.
- 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 پرې زنگ وهی او سامان یې له فعالیت په پاتی کیږي او همداراز ارزښت یې کمیږي او استهلاک 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 استهلاک: نه یواځې تخنیکي پرمختګ بلکې اقتصادي پرمختګ هم ماشینونه استهلاک کوي.

مثال: د مرسدس موټر جوړولو فابریکه د موټرو بانټ جوړوي خو داچې هرکال د موټرو شکل او فورم بدلون مومي او نوی فورم او بانټ 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 اجارې په توګه اخلي او مخکې له مخکې یو میلیون افغاني 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 افغاني 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 افغاني 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 استثنايي حالت ګورو 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 خپرکي لنډيز

له شتمنی څخه د گټې اخیستنې او یا نه اخیستنې له امله استهلاک منځته راځی. ټولې هغه شتمنی چې د خرابیدو وړ وي استهلاک رامینځته کیږي.

تعمیرات ، ماشین الات ، سامان آلات ، او ټوله هغه شتمني چې په مستقیم ډول د تولید په جریان کې کارول کیږي او د دایمي استعمال له امله خرابیږي ، زړیږي ، او همدارنگه خپل ارزښت له لاسه ورکوي له ثابتې شتمنۍ څخه عبارت دی.

د ثابتې شتمنی ساتل او په هغه کې خرابوالی د تصدی د محاسبې له بنسټیزو دندو شمیرل کیږي او د لگښت په توګه د استهلاک د پیسو ځانګړی کول په تصدی کې یو اضافی امر دی ځکه په تصدیو کې د خرابو توکو محاسبه کول په بیلابیلو شکلونو رامنځته کیږي او هره تصدی د خپلو پالیسو مطابق په هغه فکر کوی

د اتم څپرکي پوښتنې

- ۱ - استهلاك په کومو شتمنيو کې په پام کې نيول کېږي؟
- ۲ - استهلاك تعريف کړئ ؟
- ۳ - د استهلاك شکلونه کوم دي نومونه يې واخلي ؟
- ۴ - استهلاك نزولی يا په استهلاک کې کموالی او دهغه ډولونه بيان کړئ ؟
- ۵ - په استهلاك کې لوروالی څرنگه دی بيان يې کړئ؟
- ۶ - د ثابتې شتمنۍ د ظرفيت په اساس څرنگه استهلاك محاسبه کېږي ؟
- ۷ - د استعمال له امله په توکو کې خرابوالی بيان کړئ ؟
- ۸ - د توکو طبيعي خرابوالی بيان کړئ ؟
- ۹ - د وخت په تيريدو سره د توکو خرابوالی بيان کړئ ؟
- ۱۰ - ناسنجول شوی استهلاك بيان 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 بنکاره تمویل
- پخپله پټ تمویل
- استهلاک
- نهادونه
- د معقولو تدبیرونو په کار اچول
- بهرنی تمویل (مالي 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 لومړی سرکې پیسو او سرمایې ته اړتیا لري

تصدی د توکو د تولید لپاره اړه ده چې په لومړی سرکې لومړني توکي واخلي او بیا یې شکل ته بدلون ورکړي او د جوړو شوو توکو په څیر یې بازار ته وړاندی 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 لومړنيو 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 ځنې شمیرل کيږي اړه لري او دمطالعې وړده

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

۱. د کورني تمویل له لارې.

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

۱. کورنی تمویل: د سرمایې چمتوکولو هغه ډول ته ویل کيږي 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 کيږي لکه داسې چې سرمایې 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 کيږي:

۲. په ښکاره شکل پخپله ټول: 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 ټول: 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 ذخیره 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 مارکیټونو لخوا ټول (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 ذخیره 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 تجارتي اعتبار وروسته دویمه لویه مالی سرچینه ده.

تصدی او تجارتي شرکتونه د مالی امورو سربره د بانکونو بیلابیلو قرضونو ته هم اړتیا لري.

۲. مالي دلالتان: د هیواد اوسنیو حالاتو ته په کتوسره په پولی او سرمایوی مارکیټونو کې مالی دلالتان 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. **پیرودونکی:** 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 تصدیق 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:** تصدیق 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 تصدیق 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 قوي 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 متصدیان 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 وليكئ؟
- 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 نړې کې همیشه بدلونونه راځي ترڅو وکولای شي دغه

بدلونونوته مثبت خواب ووايي.

بازار موندنه او هرڅه په کنترول کې ساتل د يوې تصدی. د ثابت پاتي کيدو د مهمو لاملونو څخه شميرل کيږي.

کله چې د ستندرد (ISO) نړيوال سازمان په نړۍ کې د توکو د کيفيت ساتلو په موخه د (ISO9000) په نوم ستندرد رامنځته کړ د نړۍ په گوټ گوټ کې موسسو او توليد کوونکو يو پر بل پسې د خپلو توکو د ارزښت ساتلو په موخه د دغه سيستم څخه گټه واخيسته او ځان يې ورڅخه خبر کړ ترڅو خپل توکي د شخصي محوری او سلیقه يي سالارې وساتي او خپل فعاليتونه منظم کړي. له ډېرو کلونو راهيسې له يوپخوا د عرضې د محدوديت له امله د رقابت نامنظم فعاليتونه ، او له بلې خوا کيفيت ته د توليد کونکو پام له بلې خوا د دې لامل شو ترڅو د اخيستونکو رضایت ته کمه پاملرنه وشي.

هنری فورد خپلو اخيستونکو ته وويل ، هرډول موټر چې غواړۍ تاسوته يې درکوم خوپه دې شرط چې رنگ يې تور وي ، په داسې حال کې چې نن ورځ ډېر توليدکوونکي د خپل توليد يوه برخه د اخيستونکو په خوښه وړاندې کوي. نوځکه د اخيستونکو رضایت يواځې د محصول په کيفيت پای ته نه رسېږي.

د بازار موندنې موخې

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

ځکه بازار د اخيستونکو پورې اړه لري.

بازار موندنه د دې لپاره مهمه ده تر څو خلک د بيلابيلو محصولاتو له توليد خبر شي.

د بازار موندنې اصلي موخه معیاری ژوند ته د ټولني د رسولو څخه عبارت دی چې د لور ظرفيت او د مطلوبو توکو د رامنځته کولو له لارې پوره کيږي.

د ښو او غوره توکو توليد، د اخيستونکو د خوښۍ سبب گرځي نو له دې امله بازار موندنه بايد د اخيستونکو په خوښه رامنځته شي.

د پيرونکي رضایت څه ته وايي؟

که په عمومي ډول ووايو هر اخيستونکی په عام ډول له خدماتو يا توکو د ترلاسه کولو وروسته خوښ او يا ناخوښه وي، د رضایت لرل يو مثبت احساس دی چې د توليدوونکي او لگښت کوونکي ترمنځ رامنځته کيږي خو په حقيقت کې دغه احساس د اخيستونکو د هيلو د پوره کيدو او د عرضه کوونکو د کړنو وروسته رامنځته کيږي او که چيرې د توکو کيفيت د اخيستونکو په خوښه

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

لکه څرنګه 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 څرڅوونکي 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 ځانګړې لارې چارې په پام کې نيول شوې دي حتی تردې دمه چې د اخیستونکي د راجلبولو لپاره ، پلورونکي ډېر لګښتونه کوي.

له بلې خوا ناراضه اخیستونکي د خپلو اخیستونکو په ډله کې نه حسابوي. همداراز ناراضه اخیستونکي خپل خفګان ډېر ژر نورو اخیستونکو ته ليردوي 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 څرنګه خپل اخیستونکي راضي او خوشحاله وساتو

د پيرونکي د غوښتنو پيژندنه

د پيرونکي د رضایت د لاسته راوړلو مهمه لاره د هغوی د غوښتنو ، نظرياتو او همداراز د وړاندیزونو پيژندل دي اودا کار يواځې له خپل ځان سره په فکر او سوچ کولو لاسته نه راوړل کيږي بلکې پيرونکو ته مراجعه او د هغوی د نظر اخیستلو نه وروسته ترسره کيږي. نو د اخیستونکو په غوښتنو د پوهيدو لپاره تصدي او توليدوونکي له ډول ډول تخنيکونو کار اخلي او له هغوی سره ډول ډول تلفيوني اړيکي او مخامخ خبرې کوي.

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

۱- د اخیستونکو غوښتنې او ضرورتونه.

۲- په پخوانيو توليد شوو توکو د اخیستونکي له باور او يقين څخه ګټه اخیستنه.

۳- د تصدی. لخوا لګښت کوونکو ته د توکو په اړه تبليغاتي پیغامونه.

۴- د پخوانيو توکو په اړه لګښت کوونکوته تبليغات 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 همدارنگه د تصدی پروړاندې د موجوده گواښونو، پرمختګونو، د وضعیت ساتلو، گټې ترلاسه کولو، اخیستونکو ته د خدماتو د وړاندې کولو، لپاره ډېره گټوره ټامپري.

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 تصدی 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 جوړولو 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 تصدی د فعالیتونو همغږي کول باید د پلورنې په وخت کې زیات شي ترڅو ټولنه د ژوند معیاري سطحې ته ورسېږي.

مور په یوې داسې نړۍ کې ژوند کوو چې تل د بدلون په حالت کې ده ترکومه ځایه چې په تولید کې بیلابیل ډولونه رامنځته شول چې د پلورنې بازار موندنه هم ورسره پیچلې شوه نو تصدی باید په دغو مسالیو ښه وپوهیږي او د دغو پیچلو مسایلو پر وړاندې باید مثبت غبرگون او ځواب ولري.

نن ورځ سرمایه لرونکي او تولید کوونکي اړ دي چې د یوې ستراتیژي په شکل د خپلو گټو د ساتلو په موخه د اخیستونکو رضایت ترلاسه کړي او له هر ډول لارو چارو څخه کار واخلي.

د دې لپاره چې یوه تصدی یا تولید کوونکي د لگښت کوونکو په خوښه توكي او خدمات وړاندې کړي اوله بلې خوا په بازار کې د لگښت کوونکو او رېمهاله موخې چې دهغوی د رضایت څخه عبارت دی نولازمه ده چې د دوی لپاره ټولنیز او مناسب پروگرامونه په پام کې ونیسي.

په لنډ ډول که د تصدی فعالیتونه په دريو پړاوونو (تهیه، تولید او پلورلو) کې په پام کې ونیسو نو وبه کولای شو چې وروستی پړاو یعنې پلورل، د تصدی د مهمو فعالیتونو څخه شمیرل کېږي. چې د تصدی په نورو برخو هم اغیزه کولای شي.

د دغو ضرورتونو پام کې نیول، د بازار موندنې په مفهوم او موخو پوهیدل، د اخیستونکو رضایت، د اخیستونکو په غوښتنه او توقع پوهیدل، د اخیستونکو په ضرورتونو پوهیدل او په پای کې د بازار موندنې پلان جوړونه هغه مهم ټکي وو چې په لسم څپرکي کې وړاندې شول او تمه کېږي چې محصلین 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، دکتړه ماسب 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، دکتور محمد عارف، فرهنگ اصطلاحات اقتصادی، انگلیسی، دری، چاپ دوم، مطبوعه دولتی کابل ۱۳۵۲
- ۴- دوست، پوهندوی دکتور 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، دکتور باقر، سیر و اندیشه اقتصادی، چاپ نهم، موسسه انتشارات و چاپ دانشگاه تهران، ۱۳۷۶
- ۸- پی نوو، ریموند، مدیریت مالی، ترجمه دکتور علی جهانخانی و دکتور علی پارسیان، چاپ یازدهم، سازمان مطالعه و تدوین کتب علوم انسانی دانشگاه ها، ۱۳۸۵
- ۹- سالواتوره، دومینیک، تیوری مسایل اقتصاد مدیریتی، ترجمه دکتور 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 کوشښ 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 تر څو 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 څرنګوالي 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، گټور 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 کوشښ او زیار وباسي، ترڅو د ډېرو شاگردانو او محصلینو د گټې وړ وگرځي.

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**