FreedomGate
Prosperity

انٽرپرينئرشپ
جو تعارف

ليکڪ: ايمن بٽلر

مترجم: ڊاڪٽر ذوالفقار علي راهوجو

انٽرپرينئرشپ
جو تعارف

ليکڪ: ايمن بٽلر

مترجم: ڊاڪٽر ذوالفقار علي راهوجو

سڀ حق ۽ واسطا محفوظ آهن

ليکڪ: ايمن بٽلر (Eamonn Butler)
مترجم: ڊاڪٽر ذوالفقار علي راهوجو
شايع ڪندڙ: فريڊم گيٽ پراسپيريٽي (ايف جي پي)
اشاعت جو سال: ٢٠٢٦ع
آءِ.ايس.بي.اين نمبر: 978-627-7991-09-8

ڪاپي رائيٽ نوٽيس
© فريڊم گيٽ پراسپيريٽي (ايف جي پي)، ٢٠٢٦ع

هائوس ٠١، اسٽريٽ ٥٨، ايف-٧/٤، اسلام آباد، پاڪستان
ويب سائيٽ: www.fgp.org.pk
اي ميل: info@fgp.org.pk

هن اشاعت جو ڪو به حصو پبلشر جي اڳواٽ تحريري اجازت کان سواءِ ٻيهر پيدا نه ٿو ڪري سگهجي، حاصل ڪرڻ واري نظام ۾ محفوظ نه ٿو ڪري سگهجي، يا ڪنهن به صورت ۾ يا ڪنهن به طريقي سان منتقل نه ٿو ڪري سگهجي.

اصل اشاعت: پهريون ڀيرو انسٽيٽيوٽ آف اڪنامڪ افيئرز، لنڊن پاران ٢٠٢٠ع ۾ شايع ٿيو.

اعتراف: هي اشاعت انسٽيٽيوٽ آف اڪنامڪ افيئرز (IEA) جي اجازت سان ترجمو ۽ ٻيهر شايع ڪئي وئي آهي ۽ سنڌي ترجمو ڊاڪٽر ذوالفقار علي راهوجو پاران تيار ڪيو ويو آهي.

هن اشاعت ڪي ڇپائي لاءِ مالي مدد اٽلس نيٽ ورڪ پاران فراهم ڪئي وئي آهي.

دستبرداري (Disclaimer):
هن اشاعت ۾ ظاهر ڪيل خيال ليکڪ جا آهن ۽ ضروري ناهي ته اهي انسٽيٽيوٽ آف اڪنامڪ افيئرز (IEA) يا فريڊم گيٽ پراسپيريٽي (FGP) جي خيالن جي عڪاسي ڪن.

فهرست

تعارف 03
ڪتاب جو مقصد 03
هي ڪتاب ڪنهن لاءِ آهي؟ 03
انٽرپرينئرشپ ۽ ليکڪ 04
ڪتاب جو خاڪو 05
انٽرپرينئرشپ بابت ڇو پرواهه ڪرڻ گهرجي؟ 06
پيداوار جو اڻ ڏٺو عنصر 06
جدت ۽ معاشي ترقي 07
انٽرپرينئرشپ کي ڪيئن فروغ ڏجي؟ 08
تجربن جي حوصلا افزائي 09
معاشي ماهر انٽرپرينئرشپ کي ڪيئن نظرانداز ڪن ٿا 11
مقابلي جي اهميت 13
.انٽرپرينئرشپ ۽ گوناگونيت 15
انٽرپرينئرشپ جا مختلف نظريا 17
ڍانچا، ڪردار، شخصيتون 17
ڪاروبار ڪندڙن جا قسم: 24
جدت آڻيندڙ ۽ منتظم 24
غير تجارتي ڪاروبار ڪندڙ 25
ڪاروبار ڪندڙ غير معمولي ماڻهو آهن 25
ڪاروباري ذهن 26
سماجي عنصر 26
ڪاروروبار جو معاشي ڪردار 32
معاشيات ۽ غير يقيني صورتحال 32
درسي ڪتاب جو نمونو 33
ڪاروبار ڪندڙ تخليقي خلل وجهندڙ طور 35
ڪاروبار ڪندڙ دريافت ڪندڙ طور 37

فهرست

ڪاروبار ڪندڙ معلومات پروسيسر طور 38
ڪاروبار ڪندڙ ۽ غير يقيني صورتحال 40
ڪاروبار ڪندڙ ۽ فيصلو 40
ڪاروبار جي اهميت 43
معاشي فائدا 43
وڌندڙ پيداوار 45
انساني فائدا 46
سماجي فائدا 47
منافعي جو سماجي ڪردار 48
ڪاروبار جو پکيڙ 51
عالمي موجودگي 51
ملڪن جي هڪجهڙائي ۽ فرق 51
ترقي پذير ملڪ 53
ڪاروبار ۽ لڏپلاڻ 54
ڪاروبار لاءِ موزون صنعتون 55
ڪاروبار جو مستقبل 56
پيداواري ۽ غير پيداواري ڪاروبار 59
ڇا ڪاروبار هميشه پيداواري هوندو آهي؟ 59
پيداواري، غير پيداواري ۽ تباهي وارو 59
پيداواري ڪاروبار: 59
غير پيداواري ڪاروبار: 60
ضابطن جو اهم اثر 61
ضابطن جي اثراندازي: 62
پيشه ورانه لائسنسنگ 63
سياسي ڪاروبار جو عروج 65
ڇا حڪومت ڪاروبار کي فروغ ڏئي سگهي ٿي؟ 68

فهرست

پاليسي ناڪاميون:..68
ٻيون حڪمت عمليون..69
ڪاروباري حڪومت..70
سياستدان ڇو شامل ٿين ٿا 71
عوامي سيڙپڪاري جا ذريعا 72
حڪومتي مداخلت جي حمايت ۽ مخالفت 73
مخالفت ۾ دليل 74
صحيح ماحول قائم ڪرڻ..77
صحيح ماحول 77
غلط ماحول: 78
مقصد جي اڳواٽي ۾ حوصلا افزائي؟..80
تجربي مان سبق 81
ڪاروباري ماحول..83
آمريڪا ايترو ڪاروباري ڇو آهي؟ 83
مارڪيٽ جو سائز..83
دولت ۽ سرمائيداري 84
اجازت ڪان سواءِ جدت 85
ٽيڪسيشن جي اهميت..87
ٽيڪس جي حساسيت 88
استاڪ آپشن ٽيڪس..90
ٻين ٽيڪسن جا مسئلا 91
ضابطي جو ٻوجھ 92
صحيح حالتون 94
محفوظ ملڪيت جي حقن جي ضرورت..95
انتظام جي اهميت..97
سبق..100

تعارف

ڪتاب جو مقصد

هي اهو مئنيجمينٽ ڪتاب نہ آهي تہ توهان پاڻ ڪي ڪيئن ڪامياب انٽرپرنر بڻائي سگهو ٿا. هي هڪ بنيادي تعارف آهي تہ انٽرپرينئرشپ ڇا آهي، اسان کي ان جي ڪهڙي ضرورت آهي، ۽ اسان ان کي ڪيئن همٿائي سگهون ٿا.

مثال طور هي ڪتاب بيان ڪري ٿو تہ انٽرپرينئرشپ بابت ڇا منفرد ۽ اهم آهي؟ ۽ جدت، ترقي، پيداوار ۽ معاشي واڌ کي وڌائڻ ۾ ان جو ڪردار ڪهڙو آهي؟ اهو اهم آهي، ڇاڪاڻ تہ انٽرپرينئرشپ جا اهي اهم ڪردار وڏي پئماني تي سمجهيا نہ ويا آهن. درحقيقت، اهي اڪثر ڪري معاشيات جي مکيہ ڌارا جي درسي ڪتابن ۾ مڪمل طور تي نظرانداز ڪيا ويا آهن. پر اهي انٽرپرينئرشپ کي اسان سيني لاءِ مزدورن، صارفين ۽ شهري هجڻ جي حيثيت ۾ نهايت اهم بڻائين ٿا.

هي ڪتاب ڪنهن لاءِ آهي؟

يقيناً، ڪاروباري مئنيجر شايد هن ڪتاب ۾ قيمت ڳولي سگهن ٿا ان لحاظ کان تہ هو جيڪي ڪن ٿا ان کي وسيع معاشي، اداري ۽ پاليسي حوالي سان رکن. پر ڪتاب جو مکيہ ٽڌنڊڙ عام ماڻهو آهن جيڪي معاشي ترقي کي هلائڻ ۾ جدت ۽ انٽرپرينئرشپ جي ڪردار کي سمجهڻ چاهين ٿا. ۽ اهي شاگرد جيڪي اقتصاديات تي معياري درسي ڪتابن کي مشيني، ڪوڪلو ۽ ڪنهن بہ انساني حقيقت کان خالي ٿا ڏسن.

> جيڪڏهن مون ماڻهن کان پڇيو ها تہ اهي ڇا ٿا چاهين، تہ اهي چون ها تيز گهوڙا.
>
> هينري فورڊ، آمريڪي ڪار ساز

اهو ترقي پذير ملڪن ۾ پڙهندڙن لاءِ بہ ڪارائتو هجڻ گهرجي جيڪي پنهنجي معيشتن/واپار کي گهٽ مرڪزي ۽ وڌيڪ آزاد، ڪليل، گهٽ ور خو ۽ متحرڪ، پيداواري ۽ خوشحال بڻائڻ چاهين ٿا. ترقي يافتہ ملڪن ۾، ڪتاب انهن لاءِ ڪارائتو هجڻ گهرجي جيڪي عوامي پاليسي ۾ شامل آهن

پر معاشي زندگي ۾ انٽرپرينئرشپ جي ڪردار ۽ اهميت کي مڪمل طور تي نه ٿا سمجهن.

انٽرپرينئرشپ ۽ ليڪ

مين ڏنو آهي ته خوابن جا انٽرپرنر ماڻهن کي نوان موقعا ڏين ٿا ۽ سندن زندگيون بدلائين ٿا. ١٩٧٠ع واري ڏهاڪي ۾، فريدي ليڪر جي اسڪائي ٽرين پراڻي ايئر لائن ڪارٽيل کي ٽوڙي ڇڏيو ۽ اسان مان لکين ماڻهن کي سستي قيمت تي ايٽلانٽڪ پار ڪرڻ جو موقعو فراهم ڪيو– ۽ ائين ڪندي نوان خيال واپس آڻڻ جو به. ڪليو سنڪليئر جيب ڳڻپيو ڪر ۽ ڊجيٽل واچ تيار ڪئي. سوني ڪارپوريشن واڪمين پورٽيبل ميوزڪ پليئر ٺاهيو. بل گيٽس ڪمپيوٽر اسان جي گهرن ۾ آندا. ٽِم برنرز–لي اسان سڀني کي برقي تاڃي پيٽي (WEB) ويب ذريعي دنيا جي علم سان ڳنڍيو. ۽ اسٽيو جابز جي آئي فون انهن سڀني شين کي، ۽ گڏوگڏ ٻيون به گهڻيون شيون، ٻن ارب ماڻهن جي کيسي ۾ وجهي ڇڏيون (سنو ايئر لائن نه، پر يقيناً سڄي دنيا جي ٽرانسپورٽ شيڊول ۽ بُڪنگ ايپس ضرور).

ڪجهه انٽرپرنر ٿي گهريلو نالا آهن، جيتوڻيڪ. ڪنهن حد تائين، اسين سڀ انٽرپرنر آهيون. مثال طور، هڪ نئين گريجوئيٽ جي حيثيت ۾، مون پنهنجي ملڪ ۾ معاشي ڏکيائپ کان بچڻ لاءِ لڏپلاڻ ڪرڻ جو موقعو ورتو. آءُ واپس موٽي آيس هڪ غير منافع بخش پاليسي گروپ قائم ڪرڻ لاءِ پر اهڙي وقت ۾ جڏهن نوان خيال سخت گهربل هئا. هاڻي، آءُ هن ڪتاب وانگر ابتدائي ڪتاب لکي پيو خال پرڻ جي ڪوشش ڪري رهيو آهيان. آءُ ڪو واپاري ڪونه آهيان، پر آءُ اجا به انٽرپرينيوريل انداز ۾ عمل ڪريان ٿو.

> انٽرپرنر هجڻ جو سادو مطلب آهي اهڙو ماڻهو هجڻ جيڪو ٻين ماڻهن جي زندگين ۾ فرق آڻڻ چاهي ٿو. (سر رچرڊ برانسن، باني، ورجن گروپ)

مين اسٽريم اقتصاديات جي تعليم معيشت کي هڪ مشيني نظام جي طور تي تصور ڪري ٿي جنهن جي اڳڪٿي ۽ ڪنٽرول ڪري سگهجي ٿو. تجربي مون کي سيکاريو آهي ته اهو تصور حقيقت کان ڪيترو پري آهي. حقيقي معاشي زندگي ماڻهن ۽ انهن جي وچ ۾ لاڳاپن بابت آهي. اها انهن جي مقصدن ۽ عملن سان متحرڪ ٿئي ٿي. سندن انٽرپرينئرشپ اها آهي جيڪا انساني خوشحالي ۽ ترقي کي وڌائي ٿي. پر انٽرپرينئرشپ جي ڪردار کي مکيه ڌارا واري سوچ ۾

نظرانداز ڪيو ويجي ٿو ـ ۽ پوءِ انهيءَ نظريي تي ٻڌل خراب عوامي پاليسي ذريعي ان کي اڻ ڄاڻائيءَ ۾ دٻائي ڇڏيو ويجي ٿو.

اسان کي انٽر پرينئر شپ کي مکيه ڌارا واري اقتصاديات ۽ سياست ۾ ٻيهر شامل ڪرڻ جي ضرورت آهي. سڄي دنيا ۾ آرٽ، موسيقي يا فلم جي ساراهه جا ڪورس آهن. اسان کي ٻه پنهنجي زندگين ۾ انٽرپرينئرشپ جي تعاون کي ساراهڻ جي ضرورت آهي.

ڪتاب جو خاڪو

هي ڪتاب انهيءَ ساراهه جو هڪ ننڍڙو حصو آهي. پهريون، اهو بيان ڪري ٿو ته اسان کي انٽرپرينئرشپ بابت ڇو پرواهه ڪرڻ گهرجي ـ ان جو جدت ۽ خوشحالي لاءِ ڇا مطلب آهي، ۽ اسان ان کي ڪيئن همٿائي سگهون ٿا. ان کان پوءِ اهو ڪتاب ڏسي ٿو ته اسين عام طور تي انٽرپرينئرشپ بابت ڪيئن ڳالهايون ٿا ۽ ڪوشش ڪري ٿو ته بنيادي خيال حقيقت ۾ ڇا آهي، ۽ انٽرپرنر کي حقيقت ۾ ڪهڙي شي متحرڪ ڪري ٿي.

چوٿين باب ۾ انٽرپرينئرشپ جي حقيقي معاشي ڪردار جي مختلف نظرين جي جانچ ڪئي وئي آهي، جڏهن ته ايندڙن بابن ۾ ان جي معاشي ۽ سماجي اهميت ۽ سڄي دنيا ۾ مختلف صنعتن ۾ ان جي حيرت انگيز پکيڙ جي ڳولا ڪئي وئي آهي.

باب ستون ظاهر ڪري ٿو ته سموري انٽرپرينئرشپ پيداواري نه هوندي آهي. اها نقصانڪار به ٿي سگهي ٿي جيڪڏهن اهو گراهڪن جي خدمت ڪرڻ بجاءِ ضابطن ۾ هير ڦير ڪرڻ تي وڪوڙجي ٿي وڃي. باب اٺون پڇي ٿو ته ڇا حڪومتون انٽرپرينئرشپ کي ترقي ڪرڻ لاءِ همٿائين ٿيون. جواب ٿي سگهي ٿو ها وارو ڪجهي پر گهٽ ڪري پيرا اهي ان کي مڪمل طور تي غلط سمجهن ٿيون. اهي وساري ڇڏين ٿيون ته انٽرپرينئرشپ رڳو هڪ کليل ۽ مقابلي واري معيشت ۾ پروان چڙهي ٿي. ڪتاب انهيءَ پاليسي ماحول کي بيان ڪندي ختم ٿئي ٿو جيڪو اسان کي ٺاهڻو پوندو جيڪڏهن اسين انٽرپرينئرشپ جا فائدا حاصل ڪرڻ چاهيون ٿا ۽ ان کي مڪمل طور تي ختم نه ڪرڻ چاهيون ٿا.

انٽرپرينئرشپ بابت ڇو پرواھ ڪرڻ گھرجي؟

پيداوار جو اڻڌو عنصر

انٽرپرينئرشپ اسان لاءِ ان ڪان وڌيڪ اهم آهي جيترو اسان سوچيون ٿا. اسان مان گھڻا هي ڳالھ سمجھن ٿا تہ زمين، مزدوري ۽ سرمائي جي ضرورت آهي انهن شين ۽ خدمتن جي پيداوار لاءِ جيڪي اسان جي زندگي کي قائم ۽ بهتر رکن ٿيون. پر انٽرپرينئرشپ پيداوار جو اڻڌو عنصر آهي. زمين، مزدوري ۽ سرمايو ڪجھ بہ پيدا نٿا ڪن جيستائين انهن کي فعال طور تي ڪم تي نہ لڳايو وڃي. انهن کي ڪنهن انساني ذهن ذريعي هدايت ۾ مرڪوز ڪرڻ جي ضرورت آهي - هڪ انٽرپرينيوريل ذهن جيڪو سمجهي تہ انهن کي قدر پيدا ڪرڻ لاءِ ڪيئن استعمال ڪري سگهجي ٿو.

ڪلاسيڪل اقتصاديات پيداوار جا چار بنيادي عنصر قائم ڪيا: زمين، مزدوري، سرمايو ۽ انٽرپرينئرشپ... ڪجھ فرق سان، آخري عنصر، مقصدي عمل سان گڏ، ويهين صدي جي شروعات جي آس پاس ڪٿي معاشي نظريي مان غائب ٿي ويو... فريڊرڪ سوٿي

بيشڪ، انٽرپرينئرشپ کي ايترو نظرانداز ڪيو وڃي ٿو جو ان جو تصور بہ نسبتاً تازو آهي هن لفظ جون پاڙون تيرهين صدي جي فرينچ انٽرپريندر ۾ آهن، جنهن جي معنيٰ آهي ڪجھ ڪرڻ يا شروع ڪرڻ. سورهين صدي تائين اهو ڪاروبار هلائيندڙ ماڻهن لاءِ استعمال ٿيڻ لڳو. پر اهو ١٧٣٠ع تائين نہ هيو جو آئرش-فرينچ اقتصاديات دان رچرڊ ڪانٽيلن (c. 1680–1734) ان کي انهيءَ ماڻهو لاءِ استعمال ڪيو جيڪو ڪاروبار هلائڻ ۾ مالي خطرو کڻي ۽ ١٨٠٣ع ۾ جڏهن فرينچ اقتصاديات دان جين-باپٽيسٽ سي (١٧٦٧–١٨٣٢) وسيلن جي وڌيڪ پيداواري استعمال ڳولڻ ۾ انٽرپرنر جي اهم ڪردار جي وضاحت ڪئي.

ان خيال جي وڌيڪ تشريح ١٨٤٨ع ۾ آئي، جڏهن برطانوي فلسفي ۽ اقتصاديات دان جان اسٽوارٽ مل (١٨٠٦–٧٣) انٽرپرنرن کي انهن ماڻهن طور سڃاتو جيڪي ڪاروبار جو خطرو ۽ انتظام ٻئي سنڀاليندا آهن. اڄ، اقتصاديات دان مستقبل جي غيريقيني صورتحال جي دنيا ۾ انٽرپرنر جي ڪردار تي جدت آڻيندڙن يا موقعن کي سڃاڻڻ وارن يا خطرو کڻڻ وارن جي حيثيت سان ڏيان ڏين ٿا ۽ ان تصور کي واضح ڪرڻ جون ڪوششون جاري آهن.

جدت ۽ معاشي ترقي

انٽرپرينئرشپ جا هي پهلو انساني ترقي ۽ معاشي واڌ لاءِ نواڻ کان وڌيڪ اهم ناهن. ترقي ۽ واڌ صرف پيداوار جي ڏنل عنصرن کي وڌيڪ لاڳو ڪرڻ جو نتيجو ناهي پر اهو گهڻو ڪري انساني معاشي سرگرمي کي وڌيڪ پيداواري بڻائڻ ۾ نواڻ جو نتيجو آهي. هڪ مقابلي واري معيشت ۾ انٽرپرنر کي مسلسل جدت آڻڻ جو دٻاءُ رهندو آهي جيئن اهي وڌيڪ قيمت ـ مؤثر طريقا ڳولڻ جي ڪوشش ڪندا آهن سستا، بهتر، تيز، صاف ستري هوشيار پراڊڪٽ ٺاهڻ لاءِ جيڪي گراهڪن جو ڌيان ڇڪن. (صرف فون يا آٽوموبائيل ٽيڪنالاجي ۾ ترقيءَ بابت سوچيو ۽ انقلابن بابت ته اهي ڪيئن ٺاهيا وڃن ٿا.) اهو مسلسل دٻاءُ پيداوار وڌائڻ جو ـ وڌيڪ موثر طريقا ۽ وڌيڪ اثرائتي پراڊڪٽ ڳولڻ ـ اسان جي زندگي جي معيار ۾ اڪثر واڌ جي وضاحت ڪري ٿو. بيشڪ، ١٩٥٠ع واري ڏهاڪي ۾، آمريڪي نوبل انعام يافته اقتصاديات دان رابرٽ سولو (١٩٢٤ـ) حساب ڪيو ته معاشي واڌ جو هڪ قابل ذڪر ٨٧ سيڪڙو جدت مان آيو (سولو ١٩٥٦). پر برطانوي سائنس ليکڪ ميٽ رڊلي (١٩٥٨ـ) مڃي ٿو ته اڄ انگ اڃا به وڌيڪ آهي، ڇاڪاڻ ته نوان مواد، نيون مشينون ۽ وڌيڪ موثر طريقا اسان کي اجازت ڏين ٿا ته اسان پنهنجي ضرورتن ۽ خواهشن جي پورائي لاءِ گهٽ ۽ گهٽ وقت ۽ وسيلا خرچ ڪريون (رڊلي ٢٠٢٠).

جدت رڳو بهتر پراڊڪٽ شيءِ نئي پيدا ڪري، اها نوان وسيلا به پيدا ڪري ٿي، آمريڪي مئنيجمينٽ ماهر پيٽر ڊرڪر (١٩٠٩ـ٢٠٠٥) چوي ٿو ته انٽرپرنر بي قدر شين کي، جيئن ريتي، قيمتي شين ۾ تبديل ڪري ڇڏيندا آهن، جيئن سليڪون ڪمپيوٽر چپ (ڊرڪر ١٩٨٥). ۽ موٽ ۾ اهي نوان وسيلا استعمال ڪري سگهجن ٿا اڃا به وڌيڪ قيمتي شيون ٺاهڻ لاءِ، جيئن اسمارٽ فونز روبوٽ ۽ بنا ڊرائيورن واريون ڪارون.

پر جدت رڳو نيون گيجٽون ناهن. اها آهي، چوي ٿو رڊلي (٢٠٢٠)، چوي ٿو ته اهي برابري پيدا ڪندڙ آهن. 'وڏو برابري پيدا ڪندڙ'. اڄ، غريب ترين ملڪن ۾ ماڻهن وٽ موبائل فونون آهن جيڪي امير ترين ملڪن جي فونن جيترا ئي سٺا ڪم ڪن ٿا. نواڻ ئي سبب آهي ته انتهائي غربت ۾ رهندڙ ماڻهن جو تعداد تيزي سان گهٽجي رهيو آهي، ۽ ائين گهٽجندو رهندو.

نواڻ پوءِ، اسان جي جيون کي بهتر بڻائي ٿي: ۽ نواڻ ۽ نئين ڪاروبار جي تعداد جي وچ ۾ هڪ طاقتور ڳنڍ آهي. تيزي سان وڌندڙ صنعتون (جيئن آءِ ٽي، اي آءِ، وي آر، بايو ٽيڪ، ٽيلي هيلٿ، فن

ٽيڪ) گهٽوڪري نوجوان، وڏندڙ فرمن ۾ آباد آهن، پر اٽين قائم ٿيل فرمن ۾ ناهن (سانانادا جي ۽ سانانادا جي ٢٠١٤). يقيناً، وڏيون فرمون، پنهنجي سرمائي ۽ اهلڪارن جي وسيلن سان، اينٽرپرينيوريل بہ ٿي سگهن ٿيون: سوني واڪمين ياد رکو. پر اها نيون، ننڍيون، وڌندڙ ڪمپنيون آهن جيڪي اڪثر جدت ۽ نوڪرين جي پيداوار جو سبب بڻجن ٿيون.

انٽرپرينئرشپ کي ڪيئن فروغ ڏجي؟

ڪجھ اولھ وارن ملڪن کي پريشاني آهي تہ سندن اينٽرپرينيوريل ڪاروباري حرڪت گهٽجي رهي آهي. نئين شروع ٿيندڙ ڪاروبارن جي شرح سست ٿي وئي آهي، گهٽ پيداواري فرمون گهٽي وقت تائين بچي رهيون آهن، ۽ تمام گهڻ پيداواري فرمون وڏيڪ ٽيڪنالاجي ۽ گهٽ ماڻهو استعمال ڪري رهيون آهن (ڊيڪر ايسوسيئيٽس ٢٠١٦). اينٽرپرنرن جي معاشي اهميت کي ڏسندي نئين پراڊڪٽ ۽ عملن ذريعي پيداوار وڌائڻ ۾، ۽ اسان سڀني جي زندگين کي بهتر بڻائڻ ۾ ان جي سماجي اهميت کي ڏسندي، اهو هڪ اهم سوال کولي ٿو: ڇا اولهندي وارا پاليسي ساز اچا بہ اهي صحيح حالتون برقرار رکي رهيا آهن جيڪي انٽرپرينئرشپ جي پروان چڙهڻ لاءِ گهرجن ۽ ان کي همٿائڻ لاءِ انهن کي ڇا ڪرڻ گهرجي؟

بدقسمتي سان، ڪي بہ آسان جواب ناهن. ان بابت ٿورين ئي پختين حقيقتون آهن ڇاڪاڻ تہ 'انٽرپرينئرشپ' جي وضاحت ۽ سڃاڻپ ڪرڻ مشڪل آهي. اها گهٽوڪري نئين ننڍين ڪمپنين ۾ ملي سگهي ٿي، پر ڪنهن ملڪ ۾ نون ننڍن ڪاروبارن جو تعداد انٽرپرينئرشپ جو سٺو اندازو ناهي. آخرڪار، اتي گهڻا ئي خود ملازمت ڪندڙ گهرن جا مصور يا ٽيڪسي ڊرائيور آهن، پر انهن کي عام طور تي انٽرپرنر نٿو سمجهيو وڃي. اهو اصطلاح وڌيڪ متحرڪ ۽ تخليقي ماڻهن لاءِ مخصوص آهي جيڪي پيداوار جي طريقن کي ٻيهر ترتيب ڏين ٿا ۽ ڪجھ نئون پيدا ڪن ٿا. جيئن پيٽر ڊرڪر چيو آمريڪي علائقي ۾ گهڻا ئي ننڍا ريسٽورنٽ آهن. پر ميڪ ڊونلڊ جو مالڪ، ري ڪروڪ، پراڊڪٽ کي معياري بڻايو ان جي ٺاهڻ جي عمل ۾ انقلاب آندو ۽ هڪ نئون بازار پيدا ڪيو: اهو سبب آهي جو اهو هڪ انٽرپرنر طور ڏٺو وڃي ٿو.

مڙس ۽ زال جيڪي آمريڪي علائقن ۾ بيو ڊيليڪيٽيسن استوريا بيو ميڪسيڪن ريسٽورنٽ کولين ٿا، يقيناً خطرو کڻن ٿا. پر ڇا اهي انٽرپرنر آهن؟ اهي رڳو اهو ڪن ٿا جيڪو اڳ ڪيترائي ڀيرا ڪيو ويو آهي... پر تصوراتي حڪمت عملي ۽ ٽيڪنيڪل حڪمتِ عمليءَ کي لاڳو

ڪندي (پڇڻ، گراهڪ لاءِ "قدر" ڇا آهي؟)، پراڊڪٽ ڪي معياري بڻائڻ، عمل ۽ اوزارن ڪي ڊزائين ڪرڻ ۽ تربيت ڪي ڪم جي تجزيي تي مبني ڪرڻ ۽ پوءِ معيار مقرر ڪرڻ جيڪي ان جي ضرورت هئي، ميڪ ڊونلڊ وسيلن مان پيداوار کي خاص طور تي وڌايو ۽ هڪ نئون بازار ۽ نئون گراهڪ پيدا ڪيو. اها انٽرپرينئرشپ آهي.

پاليسي ساز شايد سيني نون ڪاروبارن کي رعايت ۽ ٻي مدد ڏئي انٽرپرينئرشپ کي وڌائڻ جو هدف رکن. اهو شايد ڪجهه انٽرپرنرن کي وڌڻ ۾ مدد ڪري، پر اهو ٽيڪس ڊينڊرن جو پئسو گهٽ پين نون ڪاروبارن جي حمايت ۾ ضايع ڪري سگهي ٿو جيڪي حقيقت ۾ بلڪل به اينٽرپرينيوريل ناهن. ان کان علاوه، گهڻا نوان ڪاروبار ناڪام ٿين ٿا. عام طور تي، پنجون حصو نوان ڪاروبار هڪ سال اندر ناڪام ٿين ٿا، ٽيون حصو ٻن سالن اندر ۽ اڌ کان اڌ پنجن سالن اندر (يو ايس سمال بزنس ايڊمنسٽريشن آفيس آف ايڊووڪيسي ۲۰۱۴). رڳو هڪ ننڍڙو تعداد ئي تمام گهڻو ڪامياب ٿئي ٿو. باقي گهڻا ٿي مختلف ۽ گهڻ رخي سببن جي ڪري ناڪام ٿين ٿا جن جو شايد ان ڳالهه سان ڪو به واسطو نه هجي ته اهي ڪيترا اينٽرپرينيوريل آهن يا ناهن، يا سندن پراڊڪٽ ڪيتري نئين ۽ مفيد آهي. جيڪڏهن ٽيڪس ڊينڊرن جو پئسو سيني نون ڪاروبارن کي سبسڊي ڏيڻ لاءِ استعمال ٿئي ٿو ته اهو ڪامياب مان ٿورن کي فائدو ڏيندو ۽ گهڻن ناڪامين تي ضايع ٿيندو. ۽ افسوس سان، اهو ڪو به يقيني طريقو ناهي ته اڳڪٿي ڪري سگهجي ته ڪهڙا نوان ڪاروبار ترقي ڪندا – اهو سبب آهي جو حڪومتن جون 'فاتحن کي چونڊڻ' جون ڪوششون عام طور تي ناڪام ٿيون آهن.

تجربن جي حوصلا افزائي

هڪ بهتر حڪمت عملي، ڪجهه اقتصاديات دان چوڻ ٿا، اها آهي ته صحيح حالتون پيدا ڪرڻ جي ڪوشش ڪجي جن جي تحت انٽرپرينئرشپ پيدا ٿي سگهي ۽ وڌي به سگهي (ڏسو مثال طور، لرنر ۲۰۰۹). اينٽرپرينيوريل عمل، جنهن ذريعي جديد ڪمپنيون ۽ پراڊڪٽ يا ته ناڪام ٿين ٿيون يا معاشي ڪاميابيءَ ۾ ڦاٽي پون ٿيون، هڪ ارتقائي عمل آهي، بلڪل اهڙي طرح جيئن قدرتي چونڊ جو عمل جنهن ذريعي جاندار نسل ترقي ڪن ٿا. جيترو وڌيڪ تجربو اسان همٿائي سگهون ٿا، اوترو وڌيڪ موقعو اسان کي ڪاميابي ڳولڻ جو آهي. ۽ ساڳئي "آزمائش ۽ غلطي" واري سبب لاءِ، جيترو ناڪام ٿيڻ آسان آهي – پر اڃا به بحال ٿيڻ – اوترو ئي زرخيز عمل بڻجي ويندو آهي. بيشڪ، گهڻا ڪامياب انٽرپرنر ماضيءَ ۾ ناڪاميون ڏٺيون آهن، اڪثر گهڻيون ئي.

ٿامس ايڊيسن وٽ هڪ بلب تيار ڪرڻ جون هزار کان وڌيڪ ناڪام ڪوششون هيون. اسٽيو جابز ايپل کي پنهنجي Apple I ۽ Apple Lisa سان لکن جو نقصان ڏياريو ۽ پنهنجي ئي ڪمپني مان برطرف به ٿي ويو. سر جيمس ڊيسن پنهنجو بيگ ليس ويڪيوم ڪلينر ٺاهڻ کان اڳ پنج هزار کان وڌيڪ پروٽوٽائپ آزمايا. پيٽر ٿيل هڪ فنڊ هلايو جنهن ۾ پنهنجا ٩٥ سيڪڙو اثاثا وڃائي ڇڏيا. جڏهن ايمازون ڪتابن کان هٽي رانديڪن ڏانهن وڌيو جيف بيزوس ڪروڙين جا رانديڪا خريد ڪيا، پر انهن مان اڌ ئي وڪرو ڪيا. ناڪامي انٽرپرنرن کي سيکاري ٿي ته ڪهڙي قسم جا عمل ۽ پراڊڪٽ ڪم نٿا ڪن، ۽ پنهنجي ماضيءَ جي تجربي ذريعي اهي سکن ٿا ته بازار کي حقيقت ۾ ڇا گهرجي. بيزوس جي آن لائن نيلام سائيٽ به ناڪام ٿي – پر تجربي کيس ايمازون ڪاروباري منڊي تيار ڪرڻ جي قابل بڻايو.

> آءٌ ناڪام نه ٿيو آهيان. مون رڳو ڏهه هزار طريقا ڳولي
> لڌا آهن جيڪي ڪم نٿا ڪن. (ٿامس ايڊيسن)

جڏهن ته انٽرپرينئرشپ کي همٿائڻ لاءِ ڪجهه سائنس آهي، اتي گهڻو اندازو به آهي. سلڪون وادي – سان فرانسسڪو بي ايريا جي ڏاکڻي حصي جو نالو جيڪو دنيا جي ڪجهه وڏين هاءِ ٽيڪ ڪمپنين ۽ هزارين ٽيڪ اسٽارٽ اپس جو گهر آهي – هڪ مشهور اينٽرپرينيوريل ڪاميابيءَ جي ڪهاڻي آهي. پر ٿورن ئي هنڌن تي ان کي نقل ڪرڻ جي قابل ٿيا آهن، ۽ ڪو به پڪ سان ناهي ته اهو ڪيئن وجود ۾ آيو. ماهر بحث ڪن ٿا ته ڇا اهو عوامي يا نجي سيڙپ تي ٽڪيو هو. مضبوط "اينڪر" فرمن جي موجودگي، جن مان گھٽيون عوامي انفراسٽرڪچر ۽ دفاعي ٺيڪن جي خدمت ڪن ٿيون، يقيناً مدد ڪئي (مازوڪاٽو ٢٠١٣). پر پوءِ اسٽينفورڊ يونيورسٽي، هڪ نجي ادارو جي قربت به نازڪ هئي. علائقي کي فائدو پڻ حاصل ٿيو متحرڪ، اعليٰ تعليم يافته ۽ هنر مند ڪارڪنن کي راغب ڪرڻ جي قابل هجڻ مان، ۽ هڪ ترقي يافته مقامي ڪاروباري ماحول مان جنهن ۾ وينچر ڪيپيٽلسٽ شامل هئا جن کان اسٽارٽ اپس فنڊ ۽ صلاح بئي حاصل ڪري سگهن ٿا. پوءِ علائقي ۾ داخل ٿيندڙ ساڳين ٽيڪ فرمن جو سڄو "ڪلسترنگ" اثر مختلف ڪمپنين جي وچ ۾ قيمتي ڪراس فير ٽيلائيزيشن ٺاهڻ ۾ مدد ڪئي ۽ نوڪرين جي بازار ۾ موجود خاص مهارتن کي وڌايو. اهو شايد، سڀ هڪ خوش قسمتي حادثو هو جنهن کي ٻين هنڌن ٻيهر پيدا ڪرڻ ۾ جدوجهد ڪرڻي پوندي.

معاشي ماهر انٽرپرينئرشپ کي ڪيئن نظرانداز ڪن ٿا

مين اسٽريم اقتصــــــــــاديات دان، جيتوڻيڪ، اسان کي ٿوري ئي رهنمائي ڏئي سگهن ٿا تہ انٽرپرينيوريل عمل کي ڪيئن وڌايو وڃي، ڇاڪاڻ تہ اهي ان کي ذري گهٽ مڪمل طور تي نظرانداز ڪن ٿا.

انٽرپرينئرشپ اسان سيني لاءِ معاشي واڌ ۽ خوشحالي جي ڊرائيور طور نهايت اهم آهي (ڪريٽيڪوس ٢٠١٤). اهو پيداوار جي بين عنصرن کي قدر جي تخليق ۾ متحرڪ، هدايت ۽ منظم ڪري ٿو پر مين اسٽريم اقتصـــــــاديات دان گهٽ ئي هن اهم ڪيٽيليٽڪ ڪم کي ساراهين ٿا. مين اسٽريم اقتصاديات جي درسي ڪتابن ۾، مثال طور، 'فرم' هڪ مڪمل طور تي تجريدي خيال آهي. ان ۾ ڪا بہ وضاحت ناهي تہ فرمون ڇو وجود رکن ٿيون، اهي ڪيئن جنم وٺن ٿيون، اهي ڪيتريون مختلف ۽ گوناگون آهن (ممڪن آهي سائيز ڪانسواءِ)، اهي ڪيئن تبديل ۽ ترقي ڪن ٿيون، انهن جو پنهنجي بانيڪارن، ڪارڪنن ۽ گراهڪن لاءِ ڇا مطلب آهي - يا اهي ڇو ناڪام ٿين ٿيون. ٻين لفظن ۾، انســــاني وجود ۽ اينٽرپرينيوريل دماغ مڪمل طور تي تصوير مان ڪڍيا ويا آهن. پر عام طور تي انسان ۽ خاص طور تي انٽرپرنر سڄي معاشي زندگي کي سمجهڻ جي ڪنجي آهن. اهي ئي آهن جيڪي عمل، واپار ۽ تجارت کي متحرڪ ڪن ٿا. زمين، سرمايو ۽ جتي مزدوري بہ ڪا بہ قيمتي شئي پيدا نٿا ڪن جيستائين ڪنهن انساني دماغ پاران ڪنهن مقصدي انجام ڏانهن هدايت نہ ڪئي وڃي. ريتي رڳو ريتي آهي، جيستائين انسان ان کي ڪنڪريٽ يا ڪمپيوٽر چپس ۾ تبديل نہ ڪن؛ سرمائيداري سامان رڳو بيڪار سامان آهي جيســـــتائين قيمتي شيون پيدا ڪرڻ تي ڪم تي نہ لڳايا وڃن؛ ڪوتائي ڪوشش ضايع ڪيل ڪوشش آهي جيستائين اهو اسان جي مدد نہ ڪري زمين کي نيڪال ڪرڻ يا آبپاشي ڪرڻ ۾ يا عمارتن لاءِ بنياد فراهم ڪرڻ ۾ يا ڪنهن ٻئي انساني مقصد جي خدمت ڪرڻ ۾. ان ڪان اڳ جو اسين اقتصـــاديات کي سمجهي سگهون، اسان کي انســـاني مقصدن ۽ رابطي کي سمجهڻ گهرجي.

افسوس سان، ماڻهن لاءِ معيشت جو هڪ سادو "مشـيني" نمونو سمجهڻ تمام گهڻو آسان آهي ان کان وڌيڪ پيچيده انســـاني وضاحتن جي پيٽ ۾ سادا درسي ڪتاب جا تصـــور جيئن "مڪمل مارڪيٽون" هڪ خيالي دنيا جتي هڪجهڙيون پراڊڪٽون ۽ هڪجهڙا خريدار ۽ وڪڻندڙ

هجن جن لاءِ واپار آزاد ۽ بـــي قيمت هجـــي - حقيقـــي مارڪيٽن جـــي گھمائيندڙ تبديلـــي ۽ گونا گونيت جي پيٽ ۾ سمجھڻ ۾ آسان آهن پر اهو تصور ڪوڪلو ۽ غير حقيقي آهن.

اجا به وڌيڪ افســـوسناڪ ڳالھ اها آهي ته 'مڪمل مارڪيٽن' جو خيال اهو ظاهر ڪري ٿو ته جتي به اســان حقيقي مارڪيٽن کي 'نامڪمل' ڏســون ٿا، اســان (يا خاص طور تي اســان جا حڪومتي پاليســـي ساز) کي فوري طور تي مداخلت ڪرڻ گھرجي ۽ انهن کي واپس 'مڪمل' ڪرڻ جي ڪوشش ڪرڻ گھرجي. پر مارڪيٽون 'مڪمل' ناهن ۽ ڪڏهن به ٿي نٿيون سگھن. جيڪڏهن اسان جي معاشي زندگي مڪمل هجي ها، ته ڪنهن کي به جدت آڻڻ يا فراهم ڪرڻ يا وڪڻڻ يا ڪا به پراڊڪٽ خريد ڪرڻ جو ڪو ســبب نه هجي ها. چاڪاڻ ته اهي شـــين کي ڪڏهن به بهتر نه ڪري سگھن ها. ڪا به مارڪيٽ ضروري نه هجي ها: ڪا به مارڪيٽ اصل ۾ موجود ئي نه هجي ها. حقيقت ۾، اهو معاشـــــي زندگي ۾ ناممڪن هجڻ آهي جيڪا ماڻهن کي پيداواري عمل ڪرڻ ۽ هڪ ٻئي سان شيون واپار ڪرڻ جو سبب بڻجي ٿي. ۽ سياٽي، حالتون پيھر مختلف ٿينديون. مارڪيٽون انهن بدلجندڙ حالتن جو جواب ڏين ٿيون. اهي متحرڪ آهن - بيشمار شين ۽ خدمتن جي طلب ۽ رسد ۾ مسلسل تبديليءَ جو وهڪرو. اهو وهڪرو پاڻ ۾ اضافي، گھٽتائي ۽ موقعن کي ظاهر ڪري ٿو بلڪل اهڙي طرح جيئن چڪر ۽ گھمڻ جيڪي تيز وهندڙ جا بلو وهڪري ۾ ڪلي پون ٿا. اهو انٽرپرنر آهن جيڪي انهن گھمڻ کي نون عملن ۽ پراڊڪٽن سان پرڻ لاءِ عمل ڪن ٿا. ائين ڪرڻ لاءِ، اهي جدت آڻين ٿا. ۽ جدت آڻڻ سان، اهي ماڻهن کي نيون شيون، خدمتون ۽ چونڊون آڻي ڏين ٿا جن جو شايد انهن ٿوري دير اڳ تصور به نه ڪيو هجي.

انٽرپرنر اهو سڀ ڪن ٿا، بغير ان 'مڪمل معلومات' جي جنهن جو درسي ڪتاب تصور ڪن ٿا. اهي اڳ ۾ نٿا ڄاڻي ســـگھن ته ڪهڙا طريقا عملي ۽ نفعي بخش ثابت ٿيندا، ۽ نه ئي ته عوام کي ڪهڙيون ڪهڙي معيار جي ۽ ڪهڙي قيمت تي گھرجن ٿيون. سندن ڪم سڀ اندازو آهي - جيتوڻيڪ، گھڻن ڪامياب انٽرپرنرن جي صورت ۾، متاثر ڪندڙ ۽ سوچيل سمجھيل اندازو. انٽرپرنر خطرو کڻن ٿا، سيڙپ جا فيصـــلا ڪن ٿا، ۽ وقت، محنت، سرمايو ۽ ٻيا وسيلا پنهنجي منصـــوبي ۾ لڳائين ٿا، جڏهن ته مســتقبل چا آڻيندو ۽ مستقبل جي صارفين جون ضرورتون ۽ چونڊون ڪهڙيون هونديون ان بابت غيريقيني صورتحال جي معاملن کي منهن ڏين ٿا. مثال طور،

ڪنهن به خواب ۾ به نه سوچيو هوندو ته دنيا جي اڌ کان به وڌيڪ آبادي اسمارٽ فون خريد ڪرڻ چاهيندي، خريد ڪرڻ چا، پر ان جي خواهش به رکندي؟ انسائيڪلوپيڊيا، ائٽلس، حوالن جا ڪتاب، ڊائريون، اخبارون، حساب ڪندڙ مشينون، ڪئميرا، موسيقي جا پليئر يا ڊپارٽمينٽل اسٽورن جي کهڙي پيدا ڪندڙ اڳڪٿي ڪئي هوندي ته سندن ڪاروبار ڪنهن ڪيسي ۾ رکڻ واري گيجٽ سان تباهه ٿي ويندا؟ پر غيريقيني صورتحال جي اهڙي پس منظر جي خلاف خطرو کڻڻ، ڪجھ نظرياتي ماهرن موجب، اينٽرپرينئرل ازم جي بلڪل تعريف آهي (ميڪ ميڪن ٢٠١٤).

مقابلي جي اهميت

درسي ڪتاب جو نظريو پڻ اهو ظاهر ڪري ٿو ته مقابلو هڪ حالت جو نالو آهي - هڪ مقرر صورتحال جنهن ۾ هڪجهڙن خريدارن ۽ وڪڻندڙن جا وڏا تعداد هجن. پر جيئن اينگلو- آسٽريائي نوبل انعام يافته اقتصاديات دان ايف. اي. هايڪ (١٨٩٩–١٩٩٢) سمجهيو مقابلي کي هڪ فعال ۽ جاري عمل طور سوچڻ بهتر آهي. ان کان علاوه، اهو هڪ اهڙو عمل آهي جنهن ۾ انٽرپرنر ۽ انٽرپرينئرشپ هڪ اهم ڪردار ادا ڪن ٿا (هايڪ ١٩٧٨)

هايڪ، مقابلي کي دريافت جو طريقو سڏيو. جيئن انٽرپرنر گراهڪن جي بدلجندڙ طلبن ۽ وسيلن جي قيمت ۽ رسد ۾ تبديلين سان نبيرو انٽرپرينر ٿا، اهي نئين معلومات ڳولين ٿا. اهي شين ۽ خدمتن جي پيداوار جا بهتر ۽ سستا طريقا ڳولين ٿا ۽ گراهڪن جي ضرورتن، خواهشن ۽ شوقن کي وڌيڪ صحيح طور تي سڃاڻن ٿا.

مقابلي جي دٻاءُ هيٺ، انهن خواهشن کي جلد کان جلد پورو ڪرڻ تي انعام به آهي. اضافي، گهٽتائي ۽ موقعا مارڪيٽن ۾ هر وقت پيش اچن ٿا - انهن جي حرڪي ۽ پيچيدگيءَ جو هڪ قدرتي نتيجو ۽ روزاني واڌ توڙي لاٽ ۽ رسد، طلب ۽ قيمتن ۾ تبديلي جو جيڪو دير سوير کلي پوي ٿو. انٽرپرنرن کي انعام ملي ٿو انهن اضافين کي روڪڻ، کوٽ کي پورو ڪرڻ ۽ پيش ايندڙ موقعن کي پڪڙڻ لاءِ عمل ڪرڻ تي - ۽ مستقبل جي اضافين ۽ کوٽن جو اندازو لڳائڻ ۽ انهن کي درست ڪرڻ لاءِ اڳوات عمل ڪرڻ تي. مارڪيٽ مقابلي هيٺ، انٽرپرنر کي تيزي سان عمل ڪرڻ گهرجي، يا مقابلو ڪندڙ خوشي سان انهن موقعن مان فائدو وٺندا ۽ ڪاميابي جا انعام پاڻ حاصل ڪندا. هڪ مقابلي واري مارڪيٽ ۾، ٽنهنڪري، بي ميلاپي تيزي سان درست ڪيا

ويندا آهن. ان ڪان ڪيترائي ڀيرا تيزي سان جيترو تي سگهي ها جيڪڏهن مارڪيٽ حڪومتي منصوبا سازن جي ماتحت هجي ها يا اجارادارن جو غلبو هجي ها. جن مان ڪنهن کي به ائين ڪرڻ ۾ ايترو تڪڙو مفاد نه هجي ها. جيترو وڌيڪ مقابلو هوندو اوترو ئي تيزي سان انٽرپرنر کي گهرجي ته وٽين کي سچائي ۾ پورو ڪري. اوترو ئي وڌيڪ صحيح ٿيڻ گهرجن مستقبل جي طلبن جو اندازو لڳائڻ ۾ ۽ اوترو ئي وڌيڪ جديد ۽ تخيل وارا هجڻ گهرجن عدم توازن کي درست ڪرڻ ۾. جيترو تيزي سان اهي عوام جي حقيقي ضرورتن جي خدمت ڪن ٿا ۽ جيترو بهتر اهي ان ۾ آهن. اوترو ئي وڌيڪ سندن عمل سڄي سماج کي خوشحال بڻائي ٿو.

ڪوبه انٽرپرينئرشپ کي بقا جي طور تي نٿو ڳالهائي. پر اهو بلڪل اهو آهي ۽ اهو ئي آهي جيڪو تخليقي سوچ کي پرورش ڪري ٿو.

انيتا روڊڪ، باني بوڊي شاپ

مقابلي کي چونڊ جي ارتقائي عمل جي طور تي ڏسي پيهر سگهجي ٿو. پر اهو پيدا ڪندڙ ناهن. نه ڪاروبار ۽ انٽرپرنر. جيڪي چونڊيندا آهن ته اسان وٽ ڪهڙيون پراڊڪٽون هونديون. اهو صارفين ئي آهن. مسلسل انهن پراڊڪٽن کي چونڊيندا آهن جيڪي سندن ضرورتن کي بهترين نموني پورو ڪن ۽ انهن کي گهٽ ۾ گهٽ قيمت تي سڀ ڪان وڌيڪ قدر ڏين. جيڪڏهن ڪو بيو ماڻهو ڪ بهتر يا سستي پراڊڪٽ پيدا ڪري سگهي ٿو جيڪا انهن کي پئسن جي بهتر قيمت فراهم ڪري، اهي (عام طور تي ۽ ڪندا) پنهنجي موجوده فراهم ڪندڙن کي ڇڏي ڏيندا ۽ پنهنجو پئسو ان نئين پراڊڪٽ ۽ نئين فراهم ڪندڙ تي خرچ ڪندا. چوڻي آهي ته ڪ بهتر مائوس ٽريپ ناهيو ۽ دنيا توهان جي در تي رستو هٽندي - جيتوڻيڪ صرف ايجاد ڪرڻ ڪان وڌيڪ گهٽو ڪجهه آهي.

مقابلي واري مارڪيٽ جي چونڊ جي عمل ذريعي، وسيلن کي منظم طريقي سان بهتر مائوسي ٽريپس ۽ شين ۽ خدمتن جي بيشمار بين استعمالن ڏانهن هدايت ڪيو ويندو آهي جيڪي عوام کي سڀ ڪان وڌيڪ قدر ڏين. صارفين پاران خرچ ڪيل هر پئسو بيشمار روزاني ڏي وٺ ۾ ڪ مسلسل بيلٽ ۾ ووٽ وانگر ڪم ڪري ٿو. هر ڪ انٽرپرنرن ڏانهن ڪ سگنل موڪلي ٿو. انهن کي ٻڌائي ٿو ته هر ڪ شئي ۽ خدمت جي ڪيتري مقدار پيدا ڪرڻ گهرجي. اهو

انٽرپرنرن کي اپاري ٿو تہ وسيلن ۾ پيداوار جي عملن کي انهن جي سڀ کان وڌيڪ قيمتي استعمالن ڏانهن موڙن. اهو انهن کي اپاري ٿو تہ جدت آڻين ۾ بهتر کان بهتر قيمتي پراڊڪٽون ٺاهڻ ۾ فراهم ڪرڻ جا نوان طريقا ڳولين. نتيجو اهو نڪرندو آهي تہ موجود وسيلا جيترو موثر طريقي سان استعمال ڪري سگهجن ٿا، اوترو استعمال ٿين ٿا. قدر وڌي وڃي ٿو ۽ سمورو سماج فائدو وٺي ٿو.

سياسي جمهوريت ۾ رڳو اڪثريتي اميدوار يا اڪثريتي منصوبي لاءِ پيل ووٽ ئي معاملن جي رفتار کي شڪل ڏيڻ ۾ اثرائتا هوندا آهن. اقليت جا پيل ووٽ سڌو سنئون سياست تي اثرانداز نٿا ٿين. پر مارڪيٽ تي ڪو بہ ووٽ بيڪار نٿو وڃي. هر خرچ ڪيل سڪي ۾ اها طاقت آهي تہ اهو پيداوار جي عملن تي ڪم ڪري —لدوگ وون مائيزس، هيومن ايڪشن

.انٽرپرينئرشپ ۾ گوناگونيت

مين اسٽريم اقتصاديات جي طريقي ۾ اجا هڪ بي خامي آهي. اهو تنوع جي اهميت کي گهٽ ٿو ليکي، بلڪہ نظرانداز ڪري ٿو. نام نهاد ”مڪمل مقابلي“ ۾، پراڊڪٽون هڪجهڙيون هونديون آهن. حقيقت ۾، اهي ظاهر طور تي ناهن. روزمره جي شين ۾ اسان وٽ موجود قسمن ۾ چوند بابت سوچيو: مختلف قسمن جي چانهن، ماني، فوٽ ويئر، ٽوپيون، ڪرسيون، فون، ڪارون يا رهائش؛ ۽ مختلف خدمتن ۾ بہ: جيئن سينگار، بئنڪنگ، تفريح، نوڪريءَ جي تربيت، ٽرانسپورٽ يا جانورن جون خدمتون. سچ آهي تہ 'مڪمل مقابلي' جو نمونو رڳو هڪ نظرياتي تجريدي خاڪو آهي جيڪو اسان جي سوچ ۾ مدد ڪرڻ لاءِ ناهيو ويو آهي. پر معاشي سرگرمي جي حقيقي تنوع ۽ پيچيدگي کي نظرانداز ڪرڻ سان، اهو حقيقت ۾ اسان کي گمراهہ ڪري ٿو ۽ ڪجهہ تمام غلط خيالن کي هوا ڏئي ٿو. اهو ڪيترن ئي ماڻهن کي نتيجو ڪڍڻ تي مجبور ڪري ٿو مثال طور، تہ ڪنهن بہ شئي جا هڪ کان وڌيڪ پيدا ڪندڙ هجڻ ـ ڪارون، ڪيميڪل، بيڙيون، ڪاغذ، ڪپڙا يا بيو ڪجھ بہ ـ ضرور 'ضائع' هوندو. آخرڪار، "پيماني جي معيشت" جو مطلب آهي تہ هڪ واحد وڏي فرم کي شيون گھٽ نندين فرمن جي ڀيٽ ۾ تمام سستيون پيدا ڪرڻ جي قابل هجڻ گهرجي. ساڳئي وقت، ورچ جا نظام متحد ڪري سگهجن ٿا ۽ مقابلي واري اشتهار بازي جي ڪا بہ ضرورت نہ رهي.

پر، حقيقي زندگي جو مقابلو هڪجهڙين پراڊڪٽن جي ڪنهن 'ضائع' نقل جي حوصلا افزائي

ڪرڻ ڪان پري، انٽرپرنرن کي اپاري ٿو ته اهي پراڊڪٽون ٺاهين جيڪي مختلف آهن. اهي چاهين ٿا پنهنجي مقابلي ڪندڙن کان گراهڪ کڻڻ. انهن کي اهڙيون پراڊڪٽون پيش ڪري جيڪي ساڳيون نه هجن، پر بهتر يا سستيون يا ٻئي هجن. اهي چاهين ٿا اهڙيون پراڊڪٽون ٺاهين جيڪي هجوم کان نراليون هجن، اهڙيون پراڊڪٽون جيڪي گراهڪن جي ڌيان ۽ تخيل کي پڪڙين، ۽ انهن کي پنهنجا خرچ جا نمونا بدلائڻ تي مجبور ڪن. نتيجي ۾، صارفين چونڊڻ لاءِ پراڊڪٽن جي گهڻن قسمن مان لطف اندوز ٿين ٿا، مختلف خصوصيتن سان ۽ قيمت ۽ معيار جي مختلف سطحن تي. ڪار، ڪمپيوٽر يا ڪاسميٽڪس جا ٻه نمونا هڪجهڙا ناهن. حتي ظاهري طور تي معياري شيون جيئن صابڻ يا ميوي جورس يا هيمبرگر مختلف طريقن سان ٺاهيا، اسٽائل، پيڪيج ۽ مارڪيٽ ڪيا ويندا آهن. نه ئي اسين اهو چاهيون ٿا ته اسان وٽ ساڳيا ڪپڙا، فوٽ ويئر، واچون يا وارن جا اسٽائل هجن جيئن ٻين سڀني وٽ آهن. پر 'مڪمل مقابلي' جو نمونو هن تنوع کي نظرانداز ڪري ٿو ۽ تنهنڪري ان کي پيدا ڪرڻ ۾ انٽرپرينئرشپ جي ڪردار ۽ اهميت کي – ۽ بيشڪ، جدت ۽ انساني ترقي کي هلائڻ ۾ – نظرانداز ڪري ٿو.

حقيقي دنيا ۾، يقيناً گهٽ مقابلو آهي. پر انٽرپرنر اسان سڀني کي ڪا هڪجهڙي پراڊڪٽ ڏيڻ جي ڪوشش نٿا ڪن. اهي ڪوشش ڪري رهيا آهن ته معلوم ڪن ته اسين ڪهڙي قسم جون پراڊڪٽون پسند ڪريون ٿا. اهو سندن قابليت ۽ جدت کي هن ڳالهه تي لاڳو ڪري ٿو ته عوام کي واقعي ڇا گهرجي. ان عمل ۾، اهي نيون دريافتون ڪن ٿا، نوان نظام تيار ڪن ٿا، پيداوار کي بهتر بڻائين ٿا، قدر وڌائين ٿا ۽ ترقي کي فروغ ڏين ٿا.

اهي سڀ تمام اهم سبب آهن ڇو ته اسان کي انٽرپرينئرشپ بابت پرواهه ڪرڻ گهرجي ۽ ان کي سمجهڻ ۽ همٿائڻ جي ڪوشش ڪرڻ گهرجي (سيٿ ٢٠١٩).

انٽرپرينئرشپ جا مختلف نظريا

ڍانچا، ڪردار، شخصيتون

گهڻا ماڻهو انٽرپرينئرشپ جو تصور ٽن طريقن مان هڪ ۾ ڪن ٿا: هڪ خاص قسم جي ڪاروبار جي طور تي، هڪ مخصوص پيشي جي طور تي، يا هڪ خاص قسم جي ذهنيت جي طور تي جيڪا ڪجهه ماڻهن وٽ هوندي آهي (ڪلين ۽ ماريوتي ٢٠١٣). انهن عام نظرين کي وڌيڪ تفصيل سان پرکڻ جي لائق آهي.

ڪاروبار جو قسم. اڪثر، ماڻهو انٽرپرينئرشپ کي نئين شروع ٿيندڙ ڪاروبارن سان برابر ڪري ڇڏيندا آهن. ڪجهه اقتصاديات جا ماهر ته هڪ ملڪ ۾ انٽرپرينئرشپ جي مقدار جو اندازو لڳائڻ لاءِ نون ڪاروبارن جي تعداد کي بطور اشاري استعمال ڪندا آهن. هي غلطي آهي. پهريون، جيئن اسان ڏٺو آهي، هر نئون شروع ٿيل ڪاروبار لازمي طور تي اينٽرپرينيوريل ناهي هوندو. وڏي تعداد ۾ ننڍا ڪيفي، ٽيٽو پارلر، سائيڪل مرمت جون دڪانون، ڊراءِ ڪلينر ۽ ڪنڊ تي اخبار وڪڻندڙ دڪان هر سال کُلن ٿا، پر انهن مان ڪنهن کي به حقيقت ۾ 'اينٽرپرينيوريل' نئون چئي سگهجي. ٻيو، هڪ انٽرپرنر جو لازمي طور تي نئون ڪاروبار شروع ڪرڻ ضروري ناهي. اهو سچ آهي ته گهڻا پنهنجا ادارا ٺاهڻ کي ترجيح ڏيندا آهن - جن ذريعي اهي پنهنجن خيالن کي پنهنجي طريقي سان اڳتي وڌائي سگهن ٿا، پنهنجيون ايجادون ترقي ڪري سگهن ٿا بغير ڪنهن باس يا شيئر هولڊر کي خوش ڪرڻ جي، ۽ پنهنجي (اميدي واري) ڪاميابي جو پورو انعام حاصل ڪري سگهن ٿا. پر پراڻين، قائم ٿيل ڪمپنين ۾ به انٽرپرينئرشپ ٿي سگهي ٿي. مثال طور، فورڊ ڪار شيئرنگ ۽ پارڪنگ لوڪيٽر ايپس ناهي رهيو آهي؛ ايمازون ٻين ملڪن لاءِ ويب سروسز ناهي رهيو آهي؛ آءِ بي ايم مصنوعي ذهانت کي هارڊويئر يا سافٽ ويئر جي بجاءِ هڪ خدمت جي طور تي سوچي رهيو آهي؛ گوگل خودڪار ڪارون، خلائي تحقيق ۽ ٻيون شيون ڳولي رهيو آهي. حقيقت ۾، وڏا ڪاروبار اينٽرپرينيوريل ايجادون ترقي ڪرڻ ۾ تمام مؤثر ٿي سگهن ٿا، انهن کي هٿي ڏيڻ لاءِ وسيلا ۽ انهن کي وڏي پيماني تي آڻڻ لاءِ ماپ رکن ٿا، حالانڪ بين الاقوامي سطح تي.

پاڻ ۾ خودملازمت به انٽرپرينئرشپ جو ڪو سنو اشارو ناهي (هينريڪسن ۽ ساناندا جي ٢٠١۴).

پيهر، گهڻا ماڻهو خودملازمت ڪندڙ ماڻهن کي 'انٽرپرنر' سمجهندا آهن ۽ تصور ڪندا آهن ته سڀ انٽرپرنر خودملازمت ڪندڙ آهن. پر انهن مان ڪائي به ڳالهه ضروري طور تي سچي ناهي. خودملازمت ڪندڙ پلمبر يا ٽيڪسي ڊرائيور عام طور تي 'انٽرپرنر' نٿا سڏجن. نڪي خودملازمت ڪندڙ ٽور گائيڊ، مسخره، زيورن جا ڊزائينر، ذاتي ٽرينر، صحافي، صفائي ڪندڙ ماڻي، پالتو جانورن جي سنيال ڪندڙ يا موسيقي جا استاد. ان ڪري خودملازمت ڪندڙ ماڻهن جو تعداد انٽرپرينئرشپ جو سٺو اندازو ناهي.

حقيقت ۾، اهو بلڪل ان جي ابتڙ ٿي سگهي ٿو: گلوبل انٽرپرينئرشپ مانيٽر مشورو ڏئي ٿو ته اينٽرپرينيوريل سرگرمي خودملازمت سان منفي طور تي جڙيل آهي. ان جا ڪيترائي سبب آهن. مثال طور، ڪنهن ملڪ ۾ خودملازمت جي بلند سطح شايد اهو ظاهر ڪري سگهي ٿي ته اتي ٿورن ماڻهن وٽ واحد تاجر طور ڪم ڪرڻ کان ٻاهر نڪرڻ ۽ ان جي بجاءِ پنهنجو ڪامياب، وڌندڙ ڪاروبار ٺاهڻ لاءِ ترغيب، تڪڙو وسيلا يا موقعو آهي. يا ٿي سگهي ٿو ته انهن هنڌن تي خودملازمت ڪندڙ ماڻهو پنهنجي اداري کي وڌائڻ بابت سوچڻ جي شروعات ئي نه ڪن ڇاڪاڻ ته اهڙي توسيع کي ممڪن بڻائڻ لاءِ ڪافي سرمايو موجود ناهي. خراب انفرااسٽرڪچر (مثال طور مواصلات ۽ ٽرانسپورٽ) شايد هڪ ڪاروبار کي مقامي علائقي کان وڌائڻ ڏکيو بڻائي سگهي ٿو. يا شايد ٻين ماڻهن کي ملازمت ڏيڻ تي اهڙا ڳرا ضابطا آهن جوان جي تڪليف وٺڻ جو ڪو فائدو ناهي. ڪجهه غريب ترين ملڪن ۾ خودملازمت جي بلند سطح آهي؛ پر اهو گهڻو زندگي گذارڻ لاءِ زراعت يا گهر جي بنياد تي دستڪاري جي وڏي پيماني تي هجڻ جو اشارو آهي – انٽرپرينئرشپ جو ناهي. ڇڻ ته ان حقيقت تي زور ڏيڻ لاءِ، انگ اکر ڏيکاري ٿو ته جيترا وڌيڪ خودملازمت ڪندڙ ماڻهو هڪ ملڪ ۾ آهن، اوترا ئي گهٽ ارب پتي ماڻهو اتي هوندا آهن (سانانداجي ۽ ليسن ٢٠١٣).

تمام گهٽي خراب عوامي پاليسي انٽرپرينئرشپ کي نون شروع ٿيندڙ ڪاروبارن يا خودملازمت سان گڏي وڃڻ مان پيدا ٿئي ٿي (هينريڪسن ۽ سانانداجي ٢٠٠٨). هڪ ٿورو بهتر اشارو ٿي سگهي ٿو 'گزيلز' جو تعداد (نوجوان، تيزي سان وڌندڙ ادارا جن جو وڏو ڪاروبار ۽ آمدني ۾ واڌ جو رڪارڊ هجي) يا اڃا به 'يوني ڪارن' (نجي ملڪيت وارا اسٽارٽ اپ جن جي قيمت هڪ بلين ڊالر کان مٿي هجي – جيتوڻيڪ نالوئي ظاهر ڪري ٿو اهي ناياب آهن). تنهن هوندي به، اهي

ماپون رڳوانهن ٿورن ڪاميابين تي ڌيان ڏين ٿيون جيڪي اينٽرپرينيوريل عمل مان نڪرن ٿيون. اهي انٽرپرينئرشپ جي ماپ ڪي تمام گهڻو گهٽ ڏيکارين ٿيون ڇاڪاڻ ته اهي قائم ٿيل فرمن ۾ ٿيندڙ اينٽرپرينيوريل سرگرمي جي مقدار ۽ ذاتي اينٽرپرينيوريل ڪوشش جي وڏي حصي کي نظرانداز ڪن ٿيون جيڪي ناڪامي تي ختم ٿين ٿيون، جيئن اڪثر ٿين ٿيون. نڪي اهي ماپون مختلف ملڪن ۾ يا مختلف وقتن تي انٽرپرينئرشپ جي شرح جو صحيح اندازو لڳائي سگهن ٿيون. اهو ان ڪري جو مختلف ملڪن ۾ مختلف قانون، ٽيڪس، ضابطا، ادارا، انفراسٽرڪچر ۽ سرمائي جا بازار آهن. اهڙا عنصر ساڳئي ملڪ ۾ وقت سان گڏ تبديل ٿيندا آهن. هر دور ۽ هر ملڪ ۾ شايد گهڻائي انٽرپرنر آهن، پر انهن جو گزيل يا يوني ڪارن بڻجڻ جو امڪان ٻين ڪيترن ئي شين تي منحصر آهي.

پيشو هڪ انٽرپرنر جي وضاحت ڪرڻ جو ٻيو طريقو آهي هڪ ننڍي ڪمپني جو مالڪ-منيجر. ان ڪري مالڪ-منيجرن جو تعداد ان ڳالهه جي ماپ طور وٺي سگهجي ٿو ته ڪيترا انٽرپرنر آهن. اها تعريف گهٽ ۾ گهٽ اسان کي اها يقين ڏياري ٿي ته ڪو اينٽرپرينيوريل دماغ ڪم ڪري رهيو آهي، ڪاروباري وسيلن کي منظم ۽ سنڀالي رهيو آهي. ۽ اهو سچ آهي ته گهڻا انٽرپرنر مالڪ-منيجر يا ڪاروباري پارٽنر هوندا آهن.

پر ٻيهر، اها تعريف تمام وسيع لڳي ٿي: اسين عام طور تي هڪ ننڍي ڪيفي يا ڪنڊ اسٽور جي مالڪ-منيجر کي، جيڪو ڪڏهن به ان کي وڌائڻ جو نٿو سوچي، انٽرپرنر نٿا چئي سگهون. اسان وٽ شايد ڪو اهڙو ماڻهو ذهن ۾ هجي جيڪو ننڍي ڪاروبار جو مالڪ ۽ منيجر هجي پر ان جي پيداوار کي تيز ڪري، نوان بازار ترقي ڪري ۽ واڌ کي منظم ڪندي ان کي وڏو ۽ بهتر بڻائڻ جي ڪوشش ڪري. ان کان علاوه، سڀ انٽرپرنر مالڪ-منيجر ناهن هوندا. گهڻا شايد وڏين ڪمپنين جا ملازم هجن: ڪي شايد اهڙا تخليقي ماڻهو هجن جيڪي پنهنجي ڪاروبار جو انتظام ٻين کي سونپيندا آهن.

ڪي ماڻهو هڪ انٽرپرنر کي اهڙي شخص طور بيان ڪن ٿا جنهن لاءِ پراڊڪٽس ناهڻ، پيدا ڪرڻ ۽ مارڪيٽ ڪرڻ هڪ پيشو آهي. اهي هڪ کان پوءِ هڪ ايجادون ناهيندا آهن. اهي شايد هر هڪ لاءِ نوان ڪاروبار شروع ڪن. اهي اُهي آهن جن کي اسين سيريل انٽرپرنر سڏيون ٿا. مثال گهڻائي آهن: اسٽيو جابز (ايپل، نيڪسٽ، پڪسار)، ايلون مسڪ (اسپيس ايڪس،

ٽيسلا، سولر سٽي)، سر رچرڊ برانسن (ورجن ميوزڪ، ورجن ائٽلانٽڪ، ورجن ريل) ۽ سر جيمس ڊيسن (ويڪيوم ڪلينر، ايئر پيوريفائر، واشنگ مشينون، هيئر ڊرائر، لائٽنگ). پر پيا بہ گهڻا آهن. هڪ اوپرا ونفري کي بہ شامل ڪري سگهي ٿو: آمريڪا ۾ پنهنجي ٽي وي چيٽ شو لاءِ مشهور، هن ان جي حقن جو فائدو وٺڻ لاءِ هارپو پروڊڪشنز قائم ڪئي، اوپرا ونفري نيٽورڪ شروع ڪيو ۽ ڪيبل اسٽيشن آڪسيجن جي شريڪ باني آهي. اهڙن ڪيترن ئي سيريل انٽرپرنرن لاءِ، جيڪي اڳ ۾ئي ارب پتي آهن، مالي انعام هاڻ اهم ناهي رهيو، اُهي رڳو نيون شيون آزمائڻ لاءِ مجبور نظر اچن ٿا.

ذهنيت: ڇا انٽرپرينئرشپ پوءِ هڪ ذهنيت آهي جيڪا انٽرپرنرن کي ٻين کان جدا ڪري ٿي؟ جڏهن انٽرپرنرن بابت ڳالهايو وڃي ٿو گهڻا ماڻهو انهن جي تخليقيت، ايجاد ڪرڻ جي صلاحيت ۽ نواڻ جي ڳولا، موقعن کي سڃاڻڻ جي سڄاڳي، موجوده نظام کي ٽوڙڻ جو عزم، پنهنجي ڪاروبار ۽ ان جي پراڊڪٽس سان ذاتي سڃاڻ، اسلوب، معيار ۽ انتظام سان انهن جي مڪيہ توجهہ واري وابستگي بابت سوچيندا آهن. انهن خصوصيتن سان گڏ اعتماد، تجربو گهڻن ڪمن کي هڪ ئي وقت ڪرڻ جي صلاحيت ۽ خطرو کڻڻ جي خواهش بہ نازڪ طور تي اچي سگهي ٿي (فاس ۽ ڪلين ٢٠١٠).

سڀني انٽرپرنرن ۾ اهي سموري شخصيت جون خاصيتون ناهن هونديون. نڪي اهي هڪجهڙي ماپ ۾ هونديون آهن. شاندار ايجاد ڪندڙ ۽ موقعا سڃاڻڻ وارا آهن جيڪي خوفناڪ مينيجر آهن ۽ متاثر ڪندڙ مينيجر آهن جيڪي بازار کي مڪمل طور تي غلط سمجهن ٿا. سلڪون وادي ۾ 'نرڊ' ۽ جنوني ماڻهن جي ڪمي ناهي جيڪي ماڻهن کي منظم نٿا ڪري سگهن، ۽ انتهائي قابل مينيجر آهن جيڪي پنهنجي پراڊڪٽ ۽ پنهنجي بازار کي غلط سمجهن ٿا. اسٽيو جابز شايد پهرين جو مثال هجي، ۽ جان اسڪلي، جنهن کيس ٿوري دير لاءِ ايپل مان ڪڍي ڇڏيو هو ٻئي جو مثال هجي.

> مان پر اعتماد آهيان تہ ڪامياب ۽ ناڪام انٽرپرنرن ۾ فرق جو اڌ حصو خالص استقامت آهي. (اسٽيو جابز شريڪ باني، ايپل)

پيو مسئلو اهو آهي تہ ذهنيت جي انهن خاصيتن کي ماپڻ ڏکيو آهي. اسين 'سڄاڳي' يا

'تخليقيت' يا 'عزم' تي ڪوانگ ڪيئن لڳائي سگھون ٿا؟ اها ڄاڻ جو هڪ طريقو هجڻ جي باوجود ته اسان وٽ ڪيتري انٽرپرينيئرشپ آهي، يا ڇا عوامي پاليسي ان کي وڌائي رهي آهي يا گهٽائي رهي آهي، اهي گهٽ مددگار ناهن. ان کان علاوه، رڳو اهو حقيقت ته ماڻهن ۾ اهي خاصيتون آهن، اهو ڪو اشارو ناهي ته اهي انٽرپرنر طور ڪامياب ٿيندا. انهن وٽ شايد بهادر، تخيلي ۽ تخليقي خيال هجن پر پنهنجي اداري کي ڪڏهن به شروعاتي موڙ مان ٻاهر نه ڪڍي سگھن. يا اهي شايد پنهنجيون ڪمپنيون وڌائين پر پوءِ پنهنجي ڪاميابي سان مطمئن ٿي وڃن ۽ ٻين بهادر، تخيلي ۽ تخليقي ماڻهن کان اڳتي نڪري وڃن (ڏسو مثال طور، ميڪ ميڪن ٢٠١٤). هڪ مقابلي واري معيشت ۾، انٽرپرنرن کي تيز رهڻ جي ضرورت آهي ته جيئن چوٽي تي رهي سگھن.

۽ انٽرپرينيئرشپ: ننڍي توڙي وڏي ليول جي، فرم جو ڍانچو

آسٽريائي سياسي معاشي ماهر جوزف شومپيٽر (١٨٨٣-١٩٥٠ع) شروع ۾ اهو خيال ڪندو هو ته وڏيون فرمون ڪاروباري جدت ۾ اڳواٽي ڪنديون، ڇاڪاڻ ته وٽن سرمائيداري، هُشي ۽ باخبر ملازمن، ۽ نئين شين کي ڪامياب بڻائڻ لاءِ مارڪيٽنگ ۽ ورڇ جو نظام موجود هوندو آهي. پر پوءِ جڏهن هو لکي رهيو هو (Schumpeter 1911)، ان وقت جون ڪيتريون ئي صنعتي ٽيڪنالاجيون، جيئن اسٽيل، ٽيڪسٽائيل، بجلي ۽ تيل، ايتري پيماني تي معيشت گھرنديون هيون جيڪا رڳو وڏا ڪاروبار مهيا ڪري سگھندا هئا.

بعد ۾، جيتوڻيڪ، شومپيٽر اهو نتيجو ڪڍيو ته ننڍيون ڪمپنيون وڌيڪ لچڪدار ۽ چست ٿي سگھن ٿيون، ۽ ان ڪري ممڪن آهي ته وڏين فرمائن کان به وڌيڪ ڪاروباري هجن. آمريڪي معاشي ماهر وليم بامول (١٩٢٢-٢٠١٧) ان سان اتفاق ڪيو اهو دليل ڏيندي ته تمام گهٽي بنياد پرست ۽ خلل وجهندڙ جدت نئين شروع ٿيندڙ ڪمپنين (اسٽارٽ اپس) مان ايندي آهي. وڏيون فرمون پڻ ڪاروباري ٿي سگھن ٿيون، پر انهن ۾ وڌيڪ درجي وار واڌارو پيدا ڪرڻ جو رجحان هوندو آهي.(Baumol2002) ان جا ڪيترائي سبب ٿي سگھن ٿا. شايد وڏين فرمن ۾ موجوده پراڊڪٽ لائينن ۾ تمام گهٽي سيڙپڪاري ٿيل هجي، جيڪا انهن کي موجوده شين ۽ عملن کي بهتر بڻائڻ تي ڌيان ڏيارڻ تي مجبور ڪري، بجاءِ انهن کي ڪنهن نئين شيءِ سان متاثر ڪرڻ جي. پنهنجي موجوده پيداواري ٽيڪنالاجي سان وابسته هجڻ ڪري، شايد اهي نوان طريقا اپنائڻ ۾

ڪشيدگي محسوس ڪن. اهڙيون ڳالهيون وڏين ڪمپنين ۾ 'انٽراپرينئرز' (اندروني ڪاروبار ڪندڙ) لاءِ زندگي ڏکي بڻائي سگهن ٿيون. ان جي باوجود، ڪيترائي ڪاروبار ڪندڙ وڏن ڪاروبارن ۾ پنهنجو سفر شروع ڪن ٿا، جتي اهي ڪنهن خاص صنعت بابت سکن ٿا، ۽ شايد اهڙا موقعا ڏسن ٿا جيڪي هو آزاد حيثيت سان ڪاروبار شروع ڪري استعمال ڪري سگهن ٿا.

پيچيده عنصر: تنهن هوندي به، تصوير ان کان وڌيڪ پيچيده آهي. گهڻا اسٽارٽ اپ ناڪام ٿي ويندا. بين الاقوامي صلاحڪار بين اينڊ ڪو (Zook and Allen 2016). جي مطابق، سترهن هزار آمريڪي ڪمپنين مان صرف هڪ پنج سئو ملين ڊالر جي ماليت جي ٿيندي آهي. ان جي ابتڙ قائم ڪيل فرمون جيڪي پنهنجي بنيادي ڪاروبار کي استعمال ڪن ٿيون، انهن وٽ قابل عمل وڏي پيماني تي نئون ڪاروبار ناهڻ جا موقعا لڳ ڀڳ ۱ ۾ ۸ هوندا آهن. ان جو مطلب اهو آهي ته وڏي فرم ۾ ڪاميابي جا موقعا اسٽارٽ اپ جي مقابلي ۾ لڳ ڀڳ به هزار ڀيرا وڌيڪ هوندا آهن.

> اسٽارٽ اپ جي زندگي لاهن، چاڙهن سان ڀريل هوندي آهي، هڪ جذباتي رولر ڪوسٽر سواري جيڪا توهان بلڪل تصور نٿا ڪري سگهو جيڪڏهن توهان پنهنجو سڄو ڪيريئر ڪنهن ڪارپوريشن ۾ گذاريو آهي.
>
> هاروي مئڪاءِ، آمريڪي ڪاروبار ڪندڙ ۽ ڪالمسٽ

جيئن شومپيٽر (۱۹۳۹) محسوس ڪيو وڏين ڪمپنين ۾ پگهار وارا ملازم پڻ ڪاروبار ڪندڙ ٿي سگهن ٿا. پر وڏين ڪمپنين کي انهن جي حمايت لاءِ ڪا حڪمت عملي تيار رکڻي پوندي آهي. پنهنجين روزاني سرگرمين مان، ڪارپوريٽ انٽراپرينئرز شايد گراهڪن جي ضرورتن کان چڱي طرح واقف هوندا ۽ شايد نيون شيون ڳولڻ ۽ ترقي ڏيارڻ جي همت رکندا هجن; پر اجا به انهن کي پنهنجي فرم کي پنهنجن خيالن جي حمايت لاءِ راضي ڪرڻو پوندو آهي. وڏين فرمائن کي "به هٿيون" هجڻ گهرجي. (March 1991) انهن کي پنهنجن عملن، پيداوار ۽ مارڪيٽنگ ۾ جدت سان ڳنڍيو پوندو آهي. ان جو مطلب آهي بناوتن، منصوبن ۽ عملدارن کي هڪ ٻئي سان هم آهنگ ڪرڻ. ان جو مطلب آهي هڪ اهڙي ثقافت پيدا ڪرڻ جيڪا ڪيترن نئي خيالن ۽ تجربن جو استقبال ڪري ـ اهو هميشه آسان نه هوندو آهي، ڇاڪاڻ ته سائيز سان اڪثر جمود (inertia) لاڳاپيل هوندو آهي.

ننڍي_وڏي پائيواري: ان ڪي ذهن ۾ رکندي، ڪيترين ئي وڏين فرمن ننڍين ڪاروباري سرگرمين سان پائيواريون ترقي ڪن ٿيون. ڪي اسٽارٽ اپس يا انهن شاگردن لاءِ جدت جا مقابلا منعقد ڪن ٿيون جيڪي گريجوئيشن وارا آهن (Schaeffer 2015).

اهو مستقبل جي ٽيڪنالاجين جي سڃاڻپ ڪرڻ ۾ جدت ڪندڙن کي پنهنجي دائري ۾ آڻڻ ۾ مدد ڪري ٿو. مثال طور، ڪلائوڊ ۾ بگ ڊيٽا جهڙين جدت جا لامحدود امڪاني استعمال آهن. تنهن ڪري اهو قيمتي آهي تہ اهڙن مسئلن تي ڪم ڪندڙنوان ذهن وڏي تعداد ۾ هجن، بجاءِ ڪنهن هڪ ڪارپوريٽ طريقي تي عمل ڪرڻ جي.

بهرحال، مستقبل جي جدت ڪندڙن جي سڃاڻپ ڪرڻ ۾ انهن ۾ سيڙپڪاري ڪرڻ جي ڪوشش ڪرڻ هڪ جوا آهي. گهٽ خطري سان، وڏيون فرمون شايد انهن فرمائن کي ڳولي سگهن ٿيون جيڪي پنهنجون شيون مارڪيٽ ۾ آڻڻ جي ويجهو هجن ۽ جيڪي شايد پنهنجي ڪاروبار کي وڌائي يا مڪمل ڪري سگهن.

ڪي وڏيون فرمون "ايڪسلريٽر" طور ڪم ڪن ٿيون، ننڍين ڪاروباري ڪمپنين جي واڌ ڪي مشورو ۽ سرمايو فراهم ڪري تيز ڪن ٿيون. اهو انهن کي اجازت ڏئي ٿو تہ هو پنهنجا عمل يا پيش ڪيل شيون وڌائي ڪري سگهن، بدلي ۾ صلاح، سيڙپڪاري، هڪ تيار مارڪيٽنگ سسٽم ۽ اڪثر ڪري گراهڪن جي دلچسپين جي بهتر سمجهہ حاصل ڪري سگهن، جيڪا ڪيترن ئي جدت ڪندڙن کي پاڻ ڪان بہ وڌيڪ هجي.

ٻيون وڏيون فرمون "انڪيوبيٽرن" جي حمايت ڪن ٿيون جيڪي خلل وجهندڙ خيالن کي جنم ڏين ٿيون، اميد سان تہ ڪا بلڪل نئين شيءِ پيدا ڪري سگهجن جيڪا انهن جي موجوده شين کي مڪمل يا تازه ڪاري ڪري. مثال طور، PSA Peugeot_Citroën پنهنجو مستقبل صرف ڪارون ٺاهڻ جي بدران 'متحرڪ حل' فراهم ڪرڻ ۾ ڏسي ٿو ۽ ان مقصد لاءِ نوان خيال ترقي ڪرڻ جي حوصلا افزائي ڪري رهيو آهي. IBM پڻ پنهنجو مستقبل مشينون ٺاهڻ واري جي بدران ڪاروبار کي خدمتون فراهم ڪندڙ طور ڏسي ٿو. اهڙيون پائيواريون وڏين فرمن کي اجازت ڏين ٿيون تہ هو نئين ترقي کي فلٽر ڪري سگهن ۽ خيالن جي تمام وسيع اسپيڪٽرم مان فائدو حاصل ڪري سگهن، اهو سڀ ڪجهہ گهٽ قيمت ۽ خطري تي جيترو هو پاڻ ڪري سگهندا.

ڪاروبار ڪندڙن جا قسم:

ڪاروبار ڪندڙ ماڻهن جا سٽ (اينٽرپرينئر)، هميشـــــــه اڪيلو ڪم ڪندڙ مالڪ ـ منتظم نه هوندا آهن. جيئن اسـان ڄـاڻو اهي شـايد وڏين ڪمپنين ۾ ملازمت ڪندڙ 'انٽراپرينئر' هجن: پر اهي ننڍڙن ۽ وڏن ڪاروبارن ۾ جدت آڻيندڙ پڻ هوندا آهن جيڪي گڏيل فائدي لاءِ وڏين فرمن سان تعاون ڪندا آهن.

نـئي آزاد ڪاروبار ڪندڙ هميشـــه اڪيلو ڪم ڪندا آهن. ڪيترائي ڀائيواريءَ ۾ قائم ٿيندا آهن، جهڙوڪ گوگل جا ليري پيج ۽ سـرجي برن، ايپل ۾ اسـٽيو جابز ۽ اسـٽيو وزنياڪ، هيولٽ ـ پيڪارڊ مان بل هيولٽ ۽ ڊيو پيڪارڊ، بين اينڊ جيـريـز مان بين ڪوهن ۽ جيـري گـرين فيلڊ، پـراڪـٽـر اينڊ گيمبل مان وليم پـراڪـٽـر ۽ جيمس گيمبل. ان جو فائدو اهو آهـي تـه ڀائيوارن وٽ مختلف پر هڪ ٻئي جي ڪوٽ ڪي پورو ڪندڙ صلاحيتون ٿي سگهن ٿيون، ۽ هڪ نازڪ دوست مهيا ڪري سگهن ٿا جنهن تي خيالن جي پرک ڪري سگهجي. بين ڪيســـــن ۾، فردن جا وڏا گروپ گڏ ٿي ڪمپنيون قائم ۽ وڌائيندا آهن. خود ڪمپنيون بـه نيون ڪاروباري ڀائيواريون ٺاهي ســگهن ٿيون ـ مثال طور ايپل جو ماســٽر ڪارڊ ســان ڀائيواري ڪري هڪ نئون ڪاروباري Apple Pay ٺاهڻ جو آهي.

جدت آڻيندڙ ۽ منتظم

ڪامياب ٿيڻ لاءِ، ڪاروبار ڪندڙن کي صـرف جديد خيال رکڻ يا مارڪيٽ جي موقعن تي نظر رکڻ کان وڌيڪ قابل هجڻ جي ضـــرورت آهي. انهن کي حقيقت ۾ پنهنجي خواب کي حقيقت ۾ بدلائڻو آهي. ان جو مطلب نـه صــرف هڪ ادارو شـــروع ڪرڻ آهي پر ان کي ڪاميابيءَ تائين پهچائڻ آهي، جنهن ۾ گهڻو انتظامي ڪوشش پڻ شـامل آهي. گهٽ ۾ گهٽ، ان لاءِ انهن کي وسيلا گڏ ڪرڻا پوندا آهن جهڙوڪ اهلڪار ۽ ســرمائيداري، ۽ انهن وســيلن کي پنهنجي خواب کي حقيقت ۾ بدلائڻ تي مرڪوز ڪرڻو پوندو آهي.

اهو ممڪن آهي تـه اهي پنهنجي انتظامي صـــــلاحيتن لاءِ ٻين کي نوڪريءَ تي رکن ۽ انهن کي تفصـيلن کي سنڀالڻ لاءِ ڇڏي ڏين ـ جهڙوڪ ڪمپني رجسـٽر ڪرڻ، لائسـنس حاصل ڪرڻ، ضـــابطن جي تعميل ڪرڻ، مارڪيٽ جي تحقيق ڪرڻ يا ســـرمائيدار فراهم ڪندڙن، زمين

مالڪن ۽ اسٽاف سان ڳالهين ڪرڻ. پر انهن کي اجا به انهن منتظمين کي هدايتون ڏيڻيون آهن، پنهنجن سيڙپن جو انتظام ڪرڻو آهي، وسيلن کي گڏ ڪرڻو آهي ۽ ان مارڪيٽ کي سمجهڻو آهي جنهن سان اهي لهه وچڙ ۾ اچڻ چاهين ٿا. ان لحاظ کان، ڪاروبار ڪندڙن کي پڻ منتظم هجڻ گهرجي.

غير تجارتي ڪاروبار ڪندڙ

معاشي ماهرن جو قدرتي طور تي ڪاروبار ڪندڙن ۾ ڪاروبار کي واپار، سوداگري يا تجارتي حوالي سان سوچڻ جو رجحان هوندو آهي. بيشڪ، ڪجهه دليل ڏين ٿا ته مالي منافعي جو حصول ڪاروبار جي تعريف جو هڪ اهم حصو آهي.

عام بولي ۾، جيتوڻيڪ، اسان ڪاروبار کي ڪنهن شيءِ طور ڳالهايون ٿا جيڪا غير تجارتي حصن ۾ پڻ مليون آهي. اسان 'سماجي ڪاروبار ڪندڙن' بابت ڳالهايون ٿا جيڪي سماجي، ثقافتي يا ماحولياتي مسئلن جا حل ڳوليندا آهن، نه ته ضروري ناهي ته ذاتي فائدي لاءِ. اهي شايد غذائي بينڪن کي منظم ۽ فراهم ڪري غربت گهٽائڻ جا طريقا ايجاد ڪن، يا گهٽ قيمت واري رهائش جون نيون شڪلون ايجاد ڪن، يا ماڻهن کي صحت ۽ تعليم تائين رسائي ڏيارڻ جا بهتر ذريعا ڳولين. اهي شايد نيڪ مقصدن لاءِ پئسا گڏ ڪرڻ لاءِ نوان نظام ترقي ڪن، يا انسان دوست ماڻهن کي پنهنجو عطيو وڌيڪ مؤثر طريقي سان ڏيڻ ۾ مدد ڪن. اتي 'تعليمي ڪاروبار ڪندڙ' پڻ آهن جيڪي تحقيق جا نوان شعبا ناهيندا آهن، ۽ 'پاليسي ڪاروبار ڪندڙ' جيڪي عوامي بحث ۾ خيال وجهندا آهن، پنهنجي ذاتي مفيد جي بجاءِ عام مفيد جي خدمت ڪندا آهن.

نه ئي عام بولي ڪاروبار کي خيراتي سرگرمين تائين محدود ڪري ٿي. اسان انهن ماڻهن بابت به ڳالهائي سگهون ٿا جيڪي ضابطن يا ٽيڪس قانونن کي بائي پاس ڪرڻ لاءِ هوشيارا ٽا منصوبا ناهيندا آهن، ڪين 'ڪاروباري' چئي سگهون ٿا - جيتوڻيڪ اسان ان لاءِ انهن جي تعريف نه ڪريون. تنهن هوندي به، ڳالهائڻ جي عام طريقي ۾، اهو واضح آهي ته 'ڪاروبار' ان جي تمام عام مفهوم ۾ اسان جي چوڌاري آهي.

ڪاروبار ڪندڙ غير معمولي ماڻهو آهن

گهڻن معاشي ماهرن لاءِ، جيتوڻيڪ، ڪاروبار تمام گهٽ شيءِ آهي. ان جي گهٽتائي ناگزير آهي،

چوته تجارتي ڪاروبار ڪندڙن کي ڪهڙين شين سان منهن ڏيڻو پوين ٿو. انهن کي پيچيده چونڊن ڪي منهن ڏيڻو پوي ٿو ته ڇا پيدا ڪجي ۽ ڪيئن پيدا ڪجي. هر ڪنهن وٽ هن ۾ ڪامياب ٿيڻ لاءِ گهربل خاصيتون ناهن هونديون.

ڪاروباري رجحان:

ڪاروبار جو خيال موجوده شين ۾ موجوده ڪم ڪرڻ جي طريقن کان هٽڻ جو اشارو ڏئي ٿو. ان لاءِ نه رڳو جدت جي ضرورت آهي پر وسيلن کي گڏ ڪرڻ جي پڻ ضرورت آهي. ڇاڪاڻ ته ڪاروبار ڪندڙ صرف مارڪيٽ جي پيروي ناهي ڪري رهوا هو صرف ان جي نقل ناهي ڪري سگهندا جيڪي پيا ڪن ٿا، پر انهن کي پنهنجي نئين بناوت ناهڻي پوندي. ناگزير طور تي، اهي خطرو کڻندا آهن، ته ڇا انهن جون بناوتون ڪم ڪنديون ۽ ڇا انهن جي پراڊڪٽ مستقبل جي گراهڪن کي دلڪش لڳندي. معاشي ماهر جديديت، سرگرمي ۽ خطري کڻڻ جي هن ميلاپ کي 'ڪاروباري رجحان ' (Entrepreneurial Orientation) چوندا آهن (Miller 1983).

ڪاروبار ڪندڙن کي انهن ٽنهي خوبين جي ضرورت آهي. هڪ فرم جيڪا گهڻو قرض وٺي خطرو کڻي پر ڪا نئين شيءِ پيدا نه ڪري، عام طور تي 'ڪاروباري' نه سمجهي ويندي آهي. نه ئي اهڙي فرم جيڪا شعوري طور ڪا نئين پراڊڪٽ يا ٽيڪنالاجي پيدا ڪرڻ جي بجاءِ صرف ٻين جي نقل ڪري.

ڪاروباري عمل:

انهن نقطن کي ذهن ۾ رکندي، ڪجهه معاشي ماهر ڪاروبار کي هڪ عمل طور ڏسن ٿا - جنهن ۾ نه صرف پيچيده چونڊون شامل آهن، پر پيچيده چونڊن جو هڪ ڊگهو سلسلو جيڪو صحيح ٿيڻ لازمي آهي جيڪڏهن ڪاروبار ڪندڙ کي ڪامياب ٿيڻو آهي. اهو شروع ٿئي ٿو باشعور ٿيڻ ۽ پوءِ موقعن کي ڳولڻ سان (مثال طور ٽيڪنالاجي، سماجي، ضابطن يا مارڪيٽ ۾ تبديلين مان پيدا ٿيل)؛ پوءِ ان ڳالهه تي راءِ قائم ڪرڻ ته ڇا اهي موقعا قبول ڪرڻ جي لائق ٿي سگهن ٿا: مارڪيٽ ۾ گراهڪن جي طلب جي مستقبل جي حالت بابت اٽڪل لڳائڻ؛ خطرن جو پرسڪون اندازو لڳائڻ ۽ اهو جائزو وٺڻ ته ڇا موقعو قبول ڪرڻ جا خرچ (مثال طور وقت، ذهني ۽ جسماني ڪوشش، ۽ پئسو) ان جي قيمت رکن ٿا. ان ۾ پوءِ بهترين شين ۽ عملن جي ترقي شامل

آهي جيڪي استعمال ڪجن: ضروري وسيلن جي سڃاڻپ، حاصل ڪرڻ ۽ گڏ ڪرڻ: هڪ نئون منصوبو ناهڻ ۽ شروع ڪرڻ: انهن وسيلن کي ان خواب کي حقيقت ۾ بدلائڻ تي مرڪوز ڪرڻ: پراڊڪٽ ڊيزائن ۽ مارڪيٽنگ. هڪ آزاد ڪاروبار ڪندڙ کي پوءِ شروعاتي ڪاميابي حاصل ڪرڻي آهي ۽ ان تي تعمير ڪرڻو آهي: اداري کي وڌائڻو آهي ۽ واڌ جو انتظام ڪرڻو آهي. هر ڪاروباري فرم کي نتيجن، مارڪيٽن، رسد ۽ طلب جي حالتن، ٽيڪسن، ضابطن ۽ ادارن ۾ تبديلين جو جواب ڏيڻو پوندو آهي: هر مرحلي تي چيڪ ڪرڻو پوندو آهي ته وسيلا چڱي طرح سيڙپ ٿيل آهن ۽ رهن ٿا ۽ چڱي طرح منظم آهن: ۽ وڌيڪ. هي ڪو جلدي ۽ آسان عمل ناهي ۽ ان جي سيني مرحلن تي عبور حاصل ڪرڻ جون صلاحيتون عام ناهن.

اهو سبب ٿي سگهي ٿو ته ڪنهن به هڪ سال ۾ ڪم ڪندڙن مان صرف ١ـ٢ سيڪڙو ماڻهو نئون ڪاروبار شروع ڪندا آهن ـ ۽ گهڻا ناڪام ٿيندا آهن. پر ٿورا جيڪي ڪاروبار ڪندڙ طور ڪامياب ٿيندا آهن اهي اسان سڀني لاءِ اهم آهن. اهي سڄي معيشت جي مقابلي ۽ پيداوار کي وڌائيندا آهن. اهي نيون ٽيڪنالاجيون ۽ بهتر، سستيون شيون ترقي ڪري واڌ کي تيز ڪندا آهن. اهي موجوده فراهم ڪندڙن کي چيلينج ڪندا آهن ته هو پاڻ کي سنوارن يا مارڪيٽ ڇڏي ڏين. وڌيڪ پيداواري نيون فرمون اچڻ ۽ گهٽ پيداوار واريون ڇڏي وڃڻ سان، فرمون جو مجموعي ميلاپ وڌيڪ پيداواري ۽ مارڪيٽ جي حقيقتن لاءِ وڌيڪ موزون بڻجي ويندو آهي. ۽ اها وڌندڙ پيداوار ۽ توجهه هر ڪنهن لاءِ وڌندڙ خوشحالي کي فروغ ڏئي ٿي.

ڪاروباري ذهن

ڏکي ۽ پيچيده ڪاروباري عمل ۾ غير يقيني نتيجن لاءِ ماڻهن کي پنهنجو وقت، محنت ۽ پئسو خطري ۾ وجهڻ تي ڪهڙي شيءِ اڀاريندي آهي؟ جلد بازي جو جواب آهي مالي منافعي جي لالچ. پر اهو هميشه ائين ناهي هوندو. ڪي "لائيف اسٽائل" ڪاروبار ڪندڙ گهڻو پنهنجا پاڻ جا مالڪ ٿيڻ چاهيندا آهن ۽ ان سان ملندڙ آزادي پسند ڪندا آهن. ٻيا رڳو نوان ڪاروبار شروع ڪرڻ ۽ پنهنجي اٽڪلن جي صحيح ثابت ٿيڻ جو جوش پسند ڪندا آهن.

شخصيت. لڳي ٿو ته ڪاروباري ذهن خطري کان وڌيڪ موقعن تي ڌيان ڏيندا آهن. حقيقت ۾، ڪاروبار ڪندڙ ۽ امڪاني ڪاروبار ڪندڙ شايد وڌيڪ اميد پرست هجن: گلوبل انٽرپرينيورشپ مانيٽر رپورٽ ڪري ٿو ته (٤٠ سيڪڙو) آمريڪي سمجهن ٿا ته ڪاروبار شروع

ڪرڻ آسان آهي، ۽ لڳ ڀڳ اڌ (۴۹ سيڪڙو) سمجهن ٿا ته اهي هڪ ڪاروبار هلائي سگهن ٿا (Bosma and Kelley 2019). نون ڪاروبارن جي اعليٰ ناڪامي جي شرح کي ڏسندي، اهي شايد ٻنهي ڳالهين ۾ غلط آهن.

تخليقيت اهم آهي، پر ڪامياب ڪاروبار ڪندڙن ۾ عام طور تي ڪم ڪرڻ جي مضبوط اخلاقيات، محنت ۽ اميدون پڻ هونديون آهن. ڪيترن ۾ وڏي خوداعتمادي، توانائي ۽ مضبوط قيادت جون صلاحيتون هونديون آهن. اهي عام طور تي بدلجندڙ حالتن سان مطابقت پيدا ڪرڻ وارا، مشڪلاتون سهڻ وارا، ۽ ناڪامي ۽ دٻاءُ سان منهن ڏيڻ جي قابل هوندا آهن. آمريڪي معاشي ماهر ڊيرڊري ميڪ ڪلوسڪي (۱۹۴۲ع) جي مطابق، انهن کي سٺين سماجي صلاحيتن جي پڻ ضرورت هوندي آهي جهڙوڪ قائل ڪرڻ جي قابليت ۽ ٻين جهڙوڪ فراهم ڪندڙن، سيڙپڪارن، سنگتي ڪارڪنن ۽ گراهڪن ۾ اعتماد پيدا ڪرڻ جي صلاحي.

وراثت: گهڻا ڪاروبار ڪندڙ پاڻ ٺهيل هوندا آهن. برطانيه ۾ به، جتي - ٻين هنڌن جي ڀيٽ ۾ وڌيڪ - سماجي ورڇ ۽ وراثت کي عام طور تي دولت جو مکيه ذريعو سمجهيو ويندو آهي، سنڊي ٽائمز اخبار جي سالياني اميرن جي فهرست ظاهر ڪري ٿي ته سڀ کان امير ۱,۰۰۰ برطانوي ڪاروبار ڪندڙن مان لڳ ڀڳ ۹۵ سيڪڙو حقيقت ۾ پاڻ ٺهيل آهن. عالمي سطح تي، مارڪيٽ ريسرچ فرم ويلٿ-ايڪس پاران مرتب ڪيل سالياني ارب پتي مردم شماري ظاهر ڪري ٿي ته دنيا جي ارب پتين مان ۷ مان ۱ (۱۳ سيڪڙو) کان به گهٽ پنهنجي دولت ورثي ۾ حاصل ڪئي آهي، جڏهن ته اڌ کان وڌيڪ (۵٦ سيڪڙو) مڪمل طور تي پاڻ ٺهيل آهن. باقين مان ڪيترن ئي کي هڪ ننڍڙو خانداني ڪاروبار ورثي ۾ مليو آهي پر ان کي سڃاڻ کان ٻاهر بدلائي ڇڏيو آهي. [۴] فوربس جي سالياني ارب پتي فهرست ۾ به وسيع طور تي اهڙا ئي انگ اکر ڏيکاريل آهن.

مالي منافعو: مالي منافعي جي خواهش شايد ڪاروبار ڪندڙن جي ذهنن جي ڀيٽ ۾ معاشي ماهرن جي نظرين ۾ وڌيڪ اهم عنصر هجي. گهڻا ڪاروبار ڪندڙ ٻڌائين ٿا ته انهن لاءِ بنيادي ڳالهه پئسو ناهي، پر اهي جيڪي ڪم ڪن ٿا ان سان پيار ڪن ٿا. ڪيترن لاءِ، منافعو شايد ذاتي ڪاميابي يا سماجي حيثيت جي نشاني کان ٿورو وڌيڪ هجي. ڪيترائي سپر - ڪاروبار ڪندڙ ممڪن طور تي پنهنجي سڄي ڪمائي خرچ ناهي ڪري سگهندا پر اڃا به جوش سان نيون شيون ٺاهڻ ۽ نوان منصوبا ترقي ڪرڻ ۾ سرگرم رهندا آهن. انهن لاءِ، اهو هڪ مالي حصول

ڪان وڏيڪ راند وانگر آهي، ۽ ان راند جو جوش ۽ ڪاميابي جو اطمينان ئي انهن جو انعام آهي.

تعليم: ڪاروباري ڪاميابي جو دارومدار علم ۽ سمجهه تي پڻ هوندو آهي - ٽيڪنالاجي، مارڪيٽن، ادارن ۽ ماڻهن جي. تخليقيت، جدت ۽ انتظام سيني کي عقلي صلاحيت جي ضرورت هوندي آهي، جيڪا حقيقتن ۽ تجربي تي ٻڌل هجي. تنهن ڪري، تعليم ڪاروبار کي فروغ ڏيڻ ۽ ڪاروبار ڪندڙن کي ڪامياب ٿيڻ ۾ مدد ڏيڻ لاءِ هڪ مثبت عنصر ٿي سگهي ٿي.

انگ اکر ڏيکارين ٿا ته سپر- ڪاروبار ڪندڙ سنا تعليم يافته هوندا آهن، جن وٽ اڌ کان وڌيڪ اعليٰ درجا هوندا آهن؛ آمريڪا ۾ انهن وٽ باقي آبادي جي پيٽ ۾ پي ايڇ ڊي هجڻ جا پنج ڀيرا وڌيڪ امڪان هوندا آهن. جيتوڻيڪ اهو سليڪان وادي ۽ ان ملڪ جي ٻين حصن ۾ پيدا ٿيندڙ علم تي ٻڌل ٽيڪ انڊسٽري جي نوعيت کي ظاهر ڪري سگهي ٿو. آمريڪي ننڍڙن ڪاروبار مالڪن جو صرف هڪ ٽيون (٣٣ سيڪڙو) ڪا به اعليٰ تعليم ناهي رکندو (Sanandaji and Sanandaji 2014).

تجربو: تنهن هوندي به، شايد تجربو رسمي تعليم کان وڌيڪ اهم هجي. آمريڪي ننڍڙن ڪاروبار مالڪن جو ڏهين حصي کان به گهٽ (٩ سيڪڙو) وٽ بزنس ڊگري آهي. ۽ ڪيترائي سپر- ڪاروبار ڪندڙ يونيورسٽي ڇڏي ڏني (مثال طور فيس بڪ جو مارڪ زڪربرگ، فيشن ڊيزائنر رالف لارين، ڪمپيوٽر ڪاروبار ڪندڙ مائيڪل ڊيل، مائڪروسافٽ جو باني بل گيٽس، ايپل جو گڏيل باني اسٽيو جابز ۽ اوبر جو گڏيل باني ٽريوس ڪيلانڪ). بيشڪ، فوربس ۾ درج ارب پتين مان ٨ مان هڪ تعليم ادھوري ڇڏي. ٻيا ڪڏهن به يونيورسٽي ناهن ويا (مثال طور ايجاد ڪندڙ سر ڪلائيو سنڪلر، ڊيزائنر ڪوڪو شانيل، سيريل انٽرپرينئر سر رچرڊ برانسن ۽ IKEA جو باني انگوار ڪيمپراڊ).

ان جا سنا سبب ٿي سگهن ٿا. ڪجهه سپر- ڪاروبار ڪندڙ يونيورسٽي ۾ ايترو ئي سکن ٿا جو انهن کي سنا خيال اچن جيڪي منافعي ۾ تبديل ٿي سگهن. پر جيڪي ماڻهو حقيقت ۾ يونيورسٽي مان گريجوئيٽ ٿيندا آهن، انهن ۾ ٻين جي پيٽ ۾ خطرو کڻڻ کان بچڻ جو رجحان وڌيڪ هوندو آهي. تعليمي قابليت خيال رکڻ ۽ ڪمپني هلائڻ جي قابل هجڻ وانگر ناهي ۽ ان لاءِ نقصانڪار به ٿي سگهي ٿي: تعليمي ماهر عام طور تي ڪاروبار ڪندڙ نه ٻڌبا آهن (جيتوڻيڪ کي شيون خارج آهن). ان جي ابتڙ گهڻا ڪامياب ڪاروبار ڪندڙ اهي ماڻهو آهن

جن وٽ زندگيءَ جو گهڻو تجربو هوندو آهي. آمريڪا ۾، اڌ ڪان وڌيڪ (٦٠ سيڪڙو) جي عمر ٤٠ سالن ڪان مٿي آهي، ۽ هڪ خاص تعداد اهڙا آهن جيڪي ذاتي مشڪلاتن مان گذريا آهن جهڙوڪ ناڪام ڪاروبار يا طلاق. (بيشڪ، گهٽ ۾ گهٽ هڪ برطانوي وينچر ڪيپيٽلسٽ جو خيال آهي ته طلاق - جيتوڻيڪ هڪ کان وڌيڪ طلاق نه - ان ڳالهه جو هڪ سٺو اندازو آهي ته ڇا ڪاروبار باني جي تجارتي طور تي ڪامياب ٿيڻ جا امڪان آهن).

سماجي عنصر

ڪيترائي تجزيه نگار دليل ڏين ٿا ته سماجي عنصر جن ۾ ثقافت، مذهب ۽ ڊيموگرافي شامل آهن، ڪاروبار کي فروغ ڏئي سگهن ٿا. مثال طور، هڪ سماج جيڪو خود انحصاري، محنت، امنگ ۽ همت کي وڏي اهميت ڏئي ٿو، اهو بين جي پيٽ ۾ وڌيڪ ڪاروبار ڪندڙ پيدا ڪري سگهي ٿو. ساڳئي طرح، هڪ سماج جيڪو ڪامياب ٿيندڙن جو اعزاز ڪري ٿو يا ماڻهن کي ڪامياب ٿيڻ جي ترغيب ڏئي ٿو، اهو امڪاني ڪاروبار ڪندڙن ۾، جيڪي ڪم ڪن ٿا ان ۾ بهترين ٿيڻ جي خواهش پيدا ڪري سگهي ٿو. ۽ هڪ سماج جيڪو تبديلي کان نٿو ڊجي، ۽ ان ۾ خطري جي بجاءِ موقعا ڏسي ٿو اهو پيهر ان قسم جي بنيادي تبديلين کي فروغ ڏئي سگهي ٿو (يا گهٽ ۾ گهٽ مزاحمت نه ڪري سگهي ٿو) جيڪي ڪاروبار ڪندڙ پيدا ڪندا آهن.

قدر: ايمانداري، انصاف جو احساس ۽ ماڻهن جي ملڪيت جي حقن جو احترام جهڙا گڏيل اخلاقي اصول ڪاروبار کي چڱي طرح فروغ ڏئي سگهن ٿا. خانداني قدر پڻ مددگار ثابت ٿي سگهن ٿا: هڪ مضبوط خاندان اهو سهارو فراهم ڪري ٿو جنهن جي هڪ ڪاروبار ڪندڙ کي خطري وارو ڪاروبار هلائڻ لاءِ ضرورت پئي سگهي ٿي - ضرورت پوڻ تي 'دڪان سنڀالڻ' لاءِ خاندان جي ميمبرن جو ذڪر ئي ڪرڻو ڇا. مذهبي قدر به اهم ٿي سگهن ٿا. جرمن سماجيات دان ميڪس ويبر (١٨٦٤-١٩٢٠) جو خيال هو ته اتر يورپ جا پروٽيسٽنٽ ڌرمي ملڪ معاشي طور تي وڌيڪ ڪامياب هئا ڇاڪاڻ ته اهي دنياوي عملن تي وڌيڪ مذهبي قدر رکندا هئا: جڏهن ته آخرت بلاشبه اهم هئي، سندن علم الاهي جو چوڻ هو ته هن دنيا جي وسيلن کي فائدي وارن طريقن سان استعمال ڪرڻ لاءِ ڪم ڪرڻ سان بين جي مدد ٿيندي آهي ۽ اهو پاڻ ۾ نيڪي آهي (Weber 1905).

لڏپلاڻ: اقليتي گروپ اڪثر سٺا ڪاروبار ڪندڙ بڻبا آهن. مثال طور برطانيه ۾، شروع ڪندڙ

ڪاروبار ڪندڙن جو هڪ ستون (١۴ سيڪڙو) ٻاهرين جو پيدا ٿيل آهي ۽ تيزي سان وڌندڙنون ڪاروبارن جو لڳ ڀڳ اڌ (۴٩ سيڪڙو) گهٽ ۾ گهٽ هڪ ٻاهرين جو پيدا ٿيل گڏيل باني رکي ٿو (Dumitriu and Stewart 2019). آمريڪا ۾ به ساڳي طرح، ڪاروبار ڪندڙن جو وڌو تناسب لڏي آيل وطنين جو آهي. بيشڪ، ٢٠١٦ع جي هڪ مطالعي مان معلوم ٿيو ته تارڪين وطن آمريڪا جي انهن اسٽارٽ اپ ڪمپنين جو اڌ کان وڌيڪ بنياد وڌو هو جيڪي وڌي هڪ ارب ڊالر يا ان کان وڌيڪ جي ماليت واريون ٿي ويون هيون.(Anderson 2016)

ان لاءِ مختلف وضاحتون پيش ڪيون ويون آهن. ڪجهه مبصرن دليل ڏنو آهي ته اقليتي گروپن کي پاڻ کي ثابت ڪرڻ جي ضرورت هوندي آهي، جيڪا انهن کي ڪامياب ٿيڻ جي ترغيب ڏئي ٿي. ٻيا مشورو ڏين ٿا ته اهو 'ثقافتي سرحد' آهي - ته تارڪين وطن مختلف خيالن سان ايندا آهن ۽ اهڙن موقعن کي ڳولي سگهندا آهن جيڪي شايد مقامي ماڻهو ڏکي واقفيت جي ڪري وڃائي ويهن.

ڪاروبار جو معاشي ڪردار

هتي تائين اسان ڪاروبار کي عام ماڻهن جي عام سوچ جي لحاظ سان ڏٺو آهي. پر معاشي ماهر ڪاروبار کي هڪ مختلف طريقي سان ڏسن ٿا ۽ ان بابت سندن پنهنجا رايا آهن ته ڪاروبار جو معاشي ڪردار حقيقت ۾ ڇا آهي. گهٽ ۾ گهٽ، جيڪي هن موضوع بابت سوچيندا آهن، اهو ضرور ڪندا آهن.

معاشيات ۽ غير يقيني صورتحال

مرڪزي وهڪري جي معاشيات جي درسي ڪتابن ۾، جيئن اڳ ۾ ذڪر ڪيو ويو آهي، ڪاروبار جي موضوع تي نسبتاً گهٽ ڳالهايو ويو آهي. ان جو بنيادي سبب شايد اهو آهي ته معاشي ماهر، قدرتي سائنسن جي ڪاميابي کان متاثر ٿي، پنهنجي مضمون کي قدرتي سائنسن جهڙوڪ فزڪس ۽ ميڪانڪس تي نمونو ڪرڻ جو رجحان رکن ٿا. نتيجي ۾، اهي معاشي سرگرمي کي غير ذاتي قوتن جي هڪ بئي تي اثر طور تصور ڪن ٿا؛ اهي عددي ماپن، تعلقن (correlations)، گرافن ۽ فارمولن کي استعمال ڪندي نتيجن جي وضاحت، مقدار ۽ اڳڪٿي ڪرڻ جي ڪوشش ڪن ٿا.

حقيقت ۾، معاشي زندگي ان جهڙي ڪا ناهي. ماهر سيڙپڪار به صحيح طرح روزاني اسٽاڪ جي قيمتن يا هفتيوار زر مبادلي جي شرحن جي اڳڪٿي ناهي ڪري سگهندا. نه ئي مرڪزي بئنڪون، پنهنجي سيني وسيلن سان، ايندڙ ته ماهي جي معاشي واڌ جي صحيح اڳڪٿي ڪري سگهن ٿيون. اهڙيون شيون ناممڪن آهن ڇاڪاڻ ته معاشي زندگي ڪو غير ذاتي ميڪانيزم ناهي. اهو مختلف فردن جي اڻڄاتل ذاتي مقصدن ۽ بيشمار مختلف عملن جو پيچيده نتيجو آهي، جيڪي هر هڪ کي مختلف ۽ بدلجندڙ حالتن کي منهن ڏيڻو پوي ٿو. ان تي قدرتي ۽ ٻيا واقعا پڻ اثر انداز ٿيندا آهن جن جي اسين ڪنهن به يقين سان توقع ناهي ڪري سگهندا آهيون – مثال طور سونامي ۽ خشڪ سالي، يا دريافتون ۽ خوش قسمتي حادثا.

ڇاڪاڻ ته مارڪيٽون مسلسل تبديل ٿينديون رهن ٿيون، ۽ ڇاڪاڻ ته اسين مڪمل طور تي ناهيون سمجهندا ته انهن کي ڇا هلائي ٿو مارڪيٽ ۾ سرگرم ماڻهو جهڙوڪ ڪاروبار ڪندڙ، پنهنجي بهترين اٽڪلن تي عمل ڪرڻ کان وڌيڪ ڪجهه ناهي ڪري سگهندا. جيئن شڪاگو

جي معاشي ماهر فرينڪ نائيٽ (١٨٨٥-١٩٧٢) چيو مارڪيٽ جي رانديگرن کي خطري ۽ غير يقيني صورتحال ۾ گذرڻو آهي. (Knight 1921) خطرو اهو آهي جتي اسين ڪجهه واقعن جي امڪان کي مقدار ۾ ماپي سگهون ٿا (مثال طور هڪ ڪيسينو آپريٽر رياضي طور تي روليٽ ويل تي منافعو ڪمائڻ جي ڊگهي مدت جي امڪانن جو حساب ڪري سگهي ٿو ۽ تجربي سان، بلئڪ جيڪ ٽيبلن تي به اهوئي حساب ڪري سگهي ٿو). غير يقيني صورتحال اها آهي جتي اسان وٽ ڪا به ڄاڻ ناهي جنهن تي اڳڪٿيون ڪري سگهون (مثال طور ته سياسي واقعن ۾ تبديليون يا اخلاقي رويو ڪيسينو جي ڪاروبار کي مڪمل طور تي ختم ڪرڻ لاءِ سازش ڪندا). ڪاروبار ڪندڙن کي مستقبل بابت پنهنجيون بهترين اٽڪلون لڳائڻيون پونديون آهن. ۽ اهو ممڪن آهي ته اهي مختلف راءِ تي پهچن ته ڇا ڪامياب ٿيندو.

انهيءَ ڳالهه کي ذهن ۾ رکندي، ڪجهه معاشي ماهر ڪاروبار ڪندڙن کي بنيادي طور تي اهڙا ماڻهو سمجهن ٿا جيڪي خطري ۽ غير يقيني صورتحال جي باوجود وسيلن کي هدايت ڪن ٿا. ٻيا زور ڏين ٿا ته ڪاروبار ڪندڙ مستقبل جي پنهنجي خاص خواب جي پيروي ڪرڻ جي خطرن ۽ فائدن جي ذميواري وٺن ٿا. ڪن وري جدت ڪندڙن جي خلل وجهندڙ نوعيت تي زور ڏنو آهي جيئن اهي نيون شيون متعارف ڪرائين ٿا جيڪي موجوده سرشتي کي چيلينج ڪن ٿيون. ٻين، ان جي ابتڙ، ڪاروبار ڪندڙن کي اهڙا ماڻهو سمجهن ٿا جيڪي موقعن کان باشعور آهن ۽ جيڪي خالن کي ڀرين ٿا، مارڪيٽن ۾ ترتيب بحال ڪن ٿا (Klein 2009; Vaz_Curado and Mueller 2019). انهن مان ڪجهه مختلف تعبيرن تي نظر وجهڻ گهرجي، ٻيهر درسي ڪتاب جي طريقي سان شروع ڪندي.

درسي ڪتاب جو نمونو

"مڪمل مقابلي" ۽ "توازن" (جتي مارڪيٽون مڪمل توازن ۾ اچي وڃن) جا مرڪزي وهڪري جا تصور جدت ۽ تبديلي کي نظر انداز ڪن ٿا. انهن مشيني نمونن ۾ ڪا به انساني تحريڪ ناهي، نئين شين يا عملن جي ڪا ضرورت ناهي، نيون فرمون چو ناهيون وجن ٿيون يا ناڪام ٿين ٿيون ان جي ڪا وضاحت ناهي، ۽ ان ڪري ڪاروبار جو ڪو مقصد ناهي. رسد ۽ طلب ۾ هر عارضي خلل پاڻمرادو درست ٿي ويندو آهي، ۽ هر شيءِ جلدي ۽ خودڪار طريقي سان توازن ۾ اچي ويندي آهي.

پر جيئن آسٽرو - آمريڪي معاشي ماهر لوڊوگ وون مائيزز(١٨٨١-١٩٧٣) اشارو ڪيو ان مان ڪنهن به ڳالهه تي يقين ڪرڻ جو ڪو سبب ناهي .(Mises 1951) انسان غلطيون ڪندا آهن ۽ اهڙين اڳڪٿين تي عمل ڪندا آهن جيڪي غلط ثابت ٿينديون آهن. نتيجي ۾ مارڪيٽون ڪڏهن به مڪمل ۽ پاٽمر ادو درست ٿيندڙ نه هونديون. ان ڪان علاوه، خالن کي پرڻ، بي ميلاپن کي درست ڪرڻ ۽ عدم توازن کي صحيح ڪرڻ ۾ وقت ۽ ڪاروباري عمل جي ضرورت پوندي آهي. ان جي ٿيڻ کان اڳ به شيون ٻيهر اڳتي وڌي چڪيون هونديون ۽ اجا به وڌيڪ خال ۽ بي ميلاپ پيدا ٿي چڪيا هوندا.

جيڪڏهن مارڪيٽون مڪمل هجن ها، ته ڪاروبار ڪندڙن (يا ڪنهن به) لاءِ ڪجهه به ڪرڻ جو ڪو ڪردار نه هجي ها. جڏهن ڪو به مڪمل ٿيڻ کان بهتر ناهي ڪري سگهندو ته پوءِ ڪوشش ڇو ڪجي؟ مارڪيٽن جو مڪمل نه هجڻ ئي حقيقت آهي جيڪا ماڻهن کي عمل ڪرڻ جي ترغيب ڏئي ٿي. اهي زندگي کي بهتر بڻائڻ جي اميد ۾ عمل ڪن ٿا. ڪاروبار ڪندڙ اهو مختلف طريقن سان ڪن ٿا: رسد ۽ طلب ۾ بي ميلاپ کي ڳولڻ؛ نيون ۽ بهتر ٽيڪنالاجيون ۽ شيون پيدا ڪرڻ؛ ۽ ان مقصد لاءِ خطرا کڻڻ ۽ وسيلن کي منظم ڪرڻ. ان لاءِ انهن کي هڪ غير يقيني مستقبل بابت پنهنجي بهترين فيصلي مطابق، فعال ۽ باشعور طريقي سان محنت ۽ سرمائيداري کي ملائڻ، پيداوار جو انتظام ڪرڻ ۽ پنهنجين شين جي مارڪيٽنگ ڪرڻ جي ضرورت آهي.

ان کان علاوه، اهي وسيلا پيچيده هوندا آهن، انهن کي گڏ ڪرڻا پوندا آهن. زمين جا ڪي به ٽڪرا هڪجهڙا نه هوندا آهن، ڪنهن به ٻن مزدورن جون صلاحيتون هڪجهڙيون نه هونديون آهن، ڪو به سرمائيداري سامان لازمي طور تي هڪٻئي سان مٽائي نه سگهبا آهن. اها تنوع درسي ڪتابن ۾ نظر انداز ڪئي وئي آهي - جيڪي محنت ۽ سرمائيداري جي 'اسٽاڪ' بابت ڳالهائن ٿا ڄڻ ته سڀ پلمبر، هارين يا سڀ ٽرڪ، پرنٽنگ پريس ۽ ڪمپيوٽر هڪجهڙا آهن. حقيقت اها آهي ته اهي هڪجهڙا نه آهن. وسيلن کي گڏ ڪرڻ کي پيچيده ۽ خطري وارو بڻائي ٿي. اضافي طور تي، ڪاروبار ڪندڙن کي پنهنجو وقت، توانائي ۽ 'انساني سرمائيداري' صلاحيتون سيڙپ ڪرڻيون پونديون آهن. ۽ انهن کي ٻين کي قائل ڪرڻ جي ضرورت آهي ته هو انهن تي ڀروسو ڪن ۽ انهن سان شامل ٿين.

گهٽا مستقبل جو صحيح اندازو نه لڳائي سگهندا يا وسيلن جي انتظام ۾ جدوجهد ڪندا يا پين کي شامل ڪرڻ ۾ ناڪام ٿيندا، ۽ سندن ڪاروبار ناڪام ٿيندو. پر اهي ناڪاميون اڃا تائين انهن ۽ پين لاءِ هڪ ڪارائتو سبق فراهم ڪن ٿيون. جڏهن ته سندن ٿورِيون ڪاميابيون سڄي آبادي جي عام خوشحالي کي فروغ ڏين ٿيون. اهو ان ڪري آهي جو هڪ ڪليل ۽ مقابلي واري معيشت ۾ مالي منافعي جو واحد ذريعو گراهڪ آهن جيڪي رضاڪارانه طور تي پئسا ڪنهن اها شيءِ جي بدلي ۾ ڏين ٿا جنهن کي اهي وڌيڪ اهميت ڏين ٿا - ڪاروبار ڪندڙ جي پراڊڪٽ. آخرڪار، پنهي کي ڏي وٺ ڪرڻ جي زحمت ناهي گهرڻي جيستائين اهي پئي نه سمجهن ته ان سان اهي بهتر ٿي ويا آهن. جيترو وڌيڪ کليل مِتاسـتا هوندي، اوترو وڌيڪ قدر پيدا ٿيندو ۽ سماج ۾ پکڙجي ويندو - اها ڳالهه اسڪاٽش معاشي ماهر آدم سمٿ (۱۷۲۳-۹۰) ۲۵۰ سال اڳ نوٽ ڪئي هئي.

> توهان قاعدن تي عمل ڪري هلڻ ناهي سکندا. توهان ڪم ڪري ۽ ڪرندي سکندا آهيو. (سر رچرڊ برانسن، ورجن گروپ جو باني)

ڪاروبار ڪندڙ تخليقي خلل وجهندڙ طور

ڪاروبار ڪندڙ جو هڪ جدت آڻيندڙ ۽ خلل وجهندڙ هجڻ جو تصـــــور بنيادي طور تي جوزف شومپيٽر سان جڙيل آهي. هن لاءِ ڪاروبار ڪندڙ جو اهم ڪردار جدت آڻڻ هو. ان جو مطلب صرف نيون شيون ايجاد ڪرڻ يا دريافت ڪرڻ نه هو پر نوان ڪاروباري خيال رکڻ ۽ جديد واڌ تي مرڪوز فرمون ناهڻ به هو. ان عمل ۾ نيون ۽ بهتر ٽيڪنالاجيون يا شيون پيدا ڪرڻ لاءِ وسيلن جا نوان مجموعا استعمال ڪرڻ شامل ٿي سگهي ٿو. يا نيون شيون ممڪن بڻائيندڙ نئين معلومات تي عمل ڪندي ان کي دريافت ڪرڻ. يا نيون مارڪيٽون يا فراهمي جا نوان ذريعا کولڻ. هر هڪ جو مطلب آهي ته ڪاروبار ڪندڙ عام سـوچ کي چڏي ڪجهه نئون ۽ مختلف پيدا ڪري ٿو. ان جو مطلب آهي هڪ خواب هجڻ ۽ ان کي پورو ڪرڻ جي صلاحيتون هجڻ.

انهن سـيني ڳالهين کي ذهن ۾ رکندي، شـومپيٽر ڪاروبار ۽ ڪاروباري جدت کي هڪ خلل وجهندڙ قوت طور ڏٺو. مسلسل جدت مسلسل خلل آڻيندي هئي پر اهو اڃا به معاشي ترقي لاءِ اهم هو. ان نه صرف گراهڪن لاءِ موجود شين جي حد ۽ معيار کي وڌايو پر ان نوان پيداواري طريقا به

متاثر ڪيا ۽ مڪمل نيون صنعتون پيدا ڪيون. چوٿين تائين صنعتن جا جهرمٽ. ۽ اهي نوان طريقا ۽ شيون پاڻ وسيلا بڻجي ويا جيڪي مستقبل جا ڪاروبار ڪندڙ اجا پيون شيون پيدا ڪرڻ لاءِ استعمال ڪري سگهن ٿا - جيئن مائڪرو چِپ ڪمپيوٽرن جي پيدا ڪندڙن لاءِ بڻيو. ۽ ڪمپيوٽر ڊرائيور ڪان سواءِ ڪارن جي ترقي لاءِ بڻيا.

سمجهڻ لاءِ ضروري ڳالهه اها آهي ته سرمائيداري سان معاملو ڪندي اسان هڪ ارتقائي عمل سان معاملو ڪري رهيا آهيون. (جوزف اي. شومپيٽر، ڪيپيٽلزم، سوشلزم اينڊ ڊيموڪريسي)

تخليقي خلل: شومپيٽر جو خيال هو ته، جيئن علمبردارن جي نقل ٿين ڪئي، نوان طريقا ۽ شيون پکڙجي ويندييون. مقابلو ڪرڻ کان قاصر، پراڻيون صنعتون ختم ٿي ويندييون، ۽ پراڻيون نوڪريون شايد ختم ٿي وڃن. پر ان جو هڪ فائدو به آهي: اهو محنت ۽ ٻين وسيلن کي آزاد ڪري ٿو ته انهن کي ٻيهر وڌيڪ قيمتي شين ۽ عملن جي پيداوار تي مرڪوز ڪري سگهجي. شومپيٽر هن عمل کي 'تخليقي تباهي' جو نالو ڏنو.

اهو جملو بدقسمتي آهي، ڇاڪاڻ ته اهو 'تباهي' تي ڌيان ڏياري ٿو ۽ مشهور ٿي ٿو ته سرمائيداري ۽ ڪاروبار نوڪرين لاءِ خطرو آهن. شايد 'تخليقي خلل' هڪ وڌيڪ خوشگوار اصطلاح هجي ها. پر شومپيٽر ڪاروباري جدت جي متحرڪ هجڻ تي زور ڏيڻ چاهيو ٿي، وسيلن کي وڌيڪ پيداواري استعمالن ڏانهن منتقل ڪرڻ، درسي ڪتاب جي تصور جي ابتڙ ته مارڪيٽون قدرتي طور تي مستحڪم ۽ متوازن رهنديون آهن.

جڏهن ته ڪاروباري تبديلي خلل وجهندڙ آهي، اهو شايد به تباهي وجهندڙ ناهي، سواءِ انتهائي حالتن جي جتي مڪمل طور تي نيون ٽيڪنالاجيون اوچتو پراڻين سڄي صنعتن کي بيڪار بڻائي ڇڏين - مثال طور آن لائين نقشا ڇپيل ائٽلسن جي جاءِ وٺڻ، ڊجيٽل فوٽوگرافي فلم جي جاءِ وٺڻ، يا ورڊ پروسيسر ٽائپ رائيٽرن جي جاءِ وٺڻ. گهڻن ڪيسن ۾، منتقلي ايترو تيز نه هوندي آهي، ۽ پيدا ڪندڙن وٽ ترتيب ڏيڻ لاءِ وڌيڪ وقت هوندو آهي. مثال طور، موٽر گاڏيون گهوڙن سان هلندڙ گاڏين جي جاءِ صرف آهستي آهستي ورتي، ڇاڪاڻ ته اهي مهانگو عيش رهيون - گهٽ ۾ گهٽ جيستائين هينري فورڊ جو وڏي پيماني تي پيداوار جو عمل، انهن کي سستو نه بڻايو. يقينن، ڪيترن ئي ملڪن جو صنعتي منظرنامو ڇڏيل ڪاٽين، ڪارخانن ۽ ڊاڪن جي ڍانچين سان بگڙيل آهي، اهي سڀ شومپيٽر جي 'تخليقي تباهي' ۾ شامل 'تباهي' جا ثبوت آهن. پر معاشي

ترقي جا واضح تخليقي فائدا انهن نقصانن جي مقابلي ۾ رکڻ گهرجن. اسان مان ڪو به اهو نه چاهيندو ته ڪيترين ئي جدتون جن اسان کي دولت ۽ آرام ڏنو انهن کي ڇڏي جاڳڻ جا گهڻا ڪلاڪ ڪاڏو پاڻي ۽ ايندهن ڳولڻ ۾ ڪٽي اچڻ ۾ گذاريندا سين.

ڪاروبار ڪندڙ دريافت ڪندڙ طور

ڪاروبار ڪندڙ جي معاشي ڪردار جو ٻيو - قابل بحث طور تي غير مطابقت رکندڙ - نظريو نمايان اينگلو- آمريڪي معاشي ماهر اسرائيل ڪرزنر (١٩٣٠ع) کان اچي ٿو. ڪرزنر لاءِ، ڪاروبار جو مطلب آهي اڻ ڳوليل منافعي جي موقعن کان باشعور هجڻ ۽ انهن منافعن کي حاصل ڪرڻ جي ڪوشش ڪرڻ. ڪاروبار ڪندڙ باشعور هجڻ ڪري، انهن خالن ۾ بي ميلاپن کي نوٽ ڪن ٿا جيڪي ٻين نه ڏٺا هجن - مثال طور اڻ پوري طلب، يا قيمتون جيڪي مارڪيٽ جي حالتن کي مڪمل طور تي ظاهر ناهن ڪنديون - ۽ انهن دريافتن تي عمل ڪري منافعو حاصل ڪرڻ لاءِ اڳتي وڌن ٿا. (Kirzner 1973)

ڪاروبار ڪندڙ تبديلي کي معمول ۽ صحتمند سمجهن ٿا. عام طور تي، اهي پاڻ تبديلي ناهن آڻيندا. پر - ۽ هي ڪاروبار ڪندڙ ۽ ڪاروبار جي تعريف ڪري ٿو - ڪاروبار ڪندڙ هميشه تبديلي جي ڳولا ڪندو آهي، ان جو جواب ڏيندو آهي، ۽ ان کي هڪ موقعي طور استعمال ڪندو آهي. (پيٽر ايف. ڊرڪر، انوويشن اينڊ انٽرپرينيورشپ)

ڪاروبار جو هي قسم شومپيٽر جي تخليقي خلل وجهندڙن کان وڌيڪ عام لڳي ٿو. اهو چند ماڻهن جي جديد ذهانت تي دارومدار ناهي ڪندو. بيشڪ، اسان سڀ موقعا ڳوليندا آهيون - مثال طور بهتر نوڪريون ڳولڻ، يا پاڻ کي وڌيڪ روزگار جي لائق بڻائڻ لاءِ تربيتي ڪورس وٺڻ. اسان کي وڌيڪ باشعور ٿيڻ جي به ضرورت ناهي: ڪڏهن ڪڏهن اسين صحيح جاءِ تي صحيح ماڻهو هوندا آهيون ته جيڪي سامهون اچي ان جو فائدو وٺي سگهون: اسان کي صرف موقعو قبول ڪرڻو هوندو آهي. ۽ يقينن، ان کي مڪمل ڪرڻ جو فيصلو ڪرڻو هوندو آهي. ڪرزنر جو ڪاروبار ڪندڙ بنيادي طور تي نه فقط موقعو ڳوليندڙ آهي پر فيصلو ڪندڙ پڻ آهي.

ڪاروبار ڪندڙ ۽ هم آهنگي: مارڪيٽن ۾ خلل وجهڻ جي بجاءِ، هي ڪاروبار ڪندڙ اهو آهي جيڪو انهن ۾ ترتيب بحال ڪري ٿو. مارڪيٽون عام طور تي سنئون ڪم ڪن ٿيون، پر اهي ڪڏهن به مڪمل نه هونديون آهن، ۽ غلطيون ضرور ٿينديون آهن. شايد نئين ٽيڪنالاجي جي

صلاحيت بابت ماڻهن جي چاڻ ۾ خال هجن. مثال طور يا رسد ۾ طلب جي حقيقي حالتن بابت ابهام هجي، جنهن ڪري شيون بي ترتيب ٿي وڃن. ڪرزنر جو ڪاروبار ڪندڙ اهڙن خالن ۾ بي ميلاپن ڪي مسئلن جي بجاءِ منافعي جا موقعا سمجهي ٿو. ۽ ان منافعي جي پيروي ۾، ڪاروبار ڪندڙ حقيقت ۾ خالن کي بند ڪرڻ ۾ مدد ڪري ٿو. مثال طور، ڪاروبار ڪندڙ شايد نوٽ ڪن ته مارڪيٽ جي قيمتون رسد يا طلب جي حقيقي حالت کان ٻاهر آهن ۽ پوءِ اهي شيون خريد ڪرڻ شروع ڪن جن بابت سمجهن ته انهن جي قيمت گهٽ آهي يا اهي شيون وڪڻڻ شروع ڪن جن بابت سمجهن ته انهن جي قيمت وڌيڪ آهي - جيئن اسٽاڪ بروڪر ۽ اثاثن جا منتظم هر روز ڪندا آهن. انهن جو مقصد مالي منافعو ڪمائڻ هوندو آهي، پر انهن جي عمل جو اثر ان گهٽ قيمت وارين شين جي قيمت وڌائڻ ۽ ان وڌيڪ قيمت وارين شين جي قيمت گهٽائڻ تي پڻ پوندو آهي. اهو قيمتن کي ٻيهر توازن ۾ اچڻ تي اياريندو آهي - ان ڪان به وڌيڪ جڏهن ٻيا ڏسندا آهن ته اهي ڇا ڪري رهيا آهن ۽ ان جي نقل ڪندا آهن.

ڪرزنر تنهن ڪري ڪاروبار ڪندڙ کي اهڙي شخص طور ڏسي ٿو جيڪو معاشي وسيلن جي هم آهنگي کي فروغ ڏئي ٿو نه ڪو اهڙو جيڪو شين ۾ خلل وجهي. هن جو چوڻ آهي ته جيڪڏهن مارڪيٽون بي ترتيب آهن، ته ان جو سبب اهو آهي ته مارڪيٽ جا رانديگر ڪنهن شيءِ کان بي خبر آهن ۽ غلطي کي درست ڪرڻ جو موقعو نه ٿا ڏسن. پر ڪاروبار ڪندڙن جي باشعوري ۽ عمل حقيقي حقيقتن جي وڌيڪ آگاهي پکيڙڻ ۾ مدد ڪري ٿو. جيئن اهي ۽ سندن نقل ڪندڙ قيمتن کي مٿي يا هيٺ هلائيندا آهن، وسيلا گهٽ قيمتي استعمالن کان هٽي وڌيڪ قيمتي استعمالن ڏانهن ڪنيا ويندا آهن.

ڪاروبار ڪندڙ معلومات پروسيسر طور

اهو چوڻ نه آهي ته گهٽ خريد ڪري ۽ وڌيڪ وڪڻڻ آسان آهي. ڪاروبار ڪندڙ حال بابت سڀ ڪجهه ناهي ڄاڻي سگهندا، ۽ مستقبل ته اڃا به وڌيڪ غير يقيني آهي. ان کان علاوه، شين کي ڊيزائن ڪرڻ، ناهڻ ۽ مارڪيٽ ۾ آڻڻ ۾ وقت لڳندو آهي؛ تنهن ڪري، ڪاروبار ڪندڙن کي مستقبل ۾ رسد ۽ طلب ۾ پيدا ٿيندڙ خالن جي توقع ۽ انهن کي پرڻ جي ڪوشش ڪرڻي پوندي آهي. جيئن ڪو به مستقبل جي پڪ سان اڳڪٿي ناهي ڪري سگهندو، ڪاروبار ڪندڙن کي ان بابت راءِ قائم ڪرڻي پوندي آهي ته شيون ڪيئن ٿي سگهن ٿيون. ڪا به 'صحيح' راءِ ناهي:

مختلف ڪاروبار ڪندڙ خطري لاءِ پنهنجي مختلف خواهشن ۽ مستقبل جي غير يقيني صورتحالن جي پنهنجي تشخيص جي بنياد تي مختلف موقف اختيار ڪندا.

يقينن، انهن جي ڪاميابي جا امڪان وڌيڪ هوندا جيڪڏهن سندن راءِ باخبر هوندي. تنهن ڪري، اهي تحقيق ۽ جانچ ۾ سيڙپ ڪري سگهن ٿا ته سمجهي سگهن ته امڪاني گراهڪ ڇا چوندي سگهن ٿا، ته ڪهڙا پيداواري اختيار موجود آهن ۽ پنهنجي ڪاروباري خيال جي قابل عمليت کي ڳولي سگهن. پر انهن کي اڃا به اهڙي معلومات تي فيصلا ڪرڻا پوندا جيڪا غير يقيني، نامڪمل، پکڙيل ۽ اڪثر حاصل ڪرڻ ۽ تفسير ڪرڻ ۾ مشڪل هجي.

جيڪا شي ۽ منافعي کي پيدا ڪري ٿي اها حقيقت آهي ته ڪاروبار ڪندڙ جيڪو شين جي مستقبل جي قيمتن جو ٻين کان وڌيڪ صحيح اندازو لڳائي ٿو هو پيداوار جي ڪجهه يا سيني عنصرن کي انهن قيمتن تي خريد ڪري ٿو جيڪي، مستقبل جي مارڪيٽ جي حالتن جي نقطي نظر کان، تمام گهٽ آهن. (لودوگ وون مائيزز پرافٽ اينڊ لاس)

ڪاروبار ڪندڙن کي پنهنجي وقت، توانائي ۽ سرمائيداري جي بيشمار ٻين استعمالن تي پڻ غور ڪرڻو پوندو آهي ـ جنهن کي معاشي ماهر موقعي جي قيمت (opportunity cost) سڏين ٿا ـ ۽ اندازو لڳائڻو پوندو آهي ته ڪيترن ئي ممڪن حڪمت عملين مان ڪهڙي سڀ کان وڌيڪ فائدي واري ثابت ٿي سگهي ٿي. پر، جيئن جرمن معاشي ماهر لودوگ لاخمن (١٩٠٦ـ٩٠) نوٽ ڪيو انساني مقصدن جي ڪثرت آهي، انهن کي پورو ڪرڻ لاءِ پيدا ٿي سگهندڙ ممڪن شين جي ڪثرت آهي، ۽ انهن شين جي پيداوار جي مختلف طريقن جي ڪثرت آهي (Lachmann 1986). انهن جي وچ ۾ چونڊ ڪرڻ ڪو سڌو سنئون ڪم نه آهي.

چونڊن جي ڪثرت کي ڏسندي، ڪاروبار ڪندڙن کي نه رڳو نئين شين سان پر نئين پيداواري ٽيڪنالاجين ۽ عملن سان پڻ تجربا ڪرڻا پوندا آهن. اهي مختلف انگ اکر گڏ ڪن ٿا، نتيجن جو جائزو وٺن ٿا ۽ ٻيهر ٻيا مجموعا آزمائين ٿا ته جيئن پنهنجي نيٽورڪ کي ان ۾ جيترو ٿي سگهي پيداواري ۽ قيمت ـ مؤثر بڻائي سگهن جيڪي سندن گراهڪ حقيقت ۾ چاهين ٿا. ٻيهر، هتي ۾ ڪيڏڻ لاءِ ڪيترائي امڪان آهن، ۽ اهو حيرت جي ڳالهه ناهي ته ڪيترين ئي غلطيون ٿين ٿيون. پر ڪيترن ئي ڪاروبار ڪندڙن سان سيني مختلف شين ۽ عملن سان مقابلي وارا تجربا ڪرڻ سان، علم حاصل ۽ پکڙجي ٿو. سڄي معيشت جي ڊگهي مدت جي پيداوار وڌي ٿي ـ جيڪا هر

ڪنهن کي فائدو ڏئي ٿي.

اسان غير متوقع تبديلي جي دنيا ۾ رهون ٿا، تنهن ڪري سرمائيداري مجموعا ... هميشه بدلجندا رهندا، ٿيندا ۽ پيهر ٺهندا. هن سرگرمي ۾، اسان کي ڪاروبار ڪندڙ جو حقيقي ڪم ملي ٿو.
(ڊوگ لاخمن، دي مارڪيٽ ايز اين اڪنامڪ پروسيس)

ڪاروبار ڪندڙ ۽ غير يقيني صورتحال

اهو هڪ جاري عمل آهي. ڪاروبار ڪندڙ ڪڏهن به هڪ 'مڪمل' پراڊڪٽ، يا هڪ 'مڪمل' پيداواري طريقا ناهن ٺاهي سگهندا. اهو هميشه ممڪن آهي ته ڪو بيو انهن کان بهتر ڪري ڏيکاري. تمام گهڻو جيڪو اسين چئي سگهون ٿا اهو آهي ته مقابلي واري مارڪيٽن ۾ گهٽ ڪامياب شيون ۽ طريقا وڌيڪ ڪامياب کي جاءِ ڏيندا آهن. (Mises 1951) انهن جو مڪمل ۽ هميشه رهندڙ هجڻ ضروري ناهي - صرف ان وقت جي مارڪيٽ جي حالتن سان وڌيڪ مناسب هجڻ ضروري آهي. پر ناگزير طور تي، اهي حالتون به بدلجنديون. مثال طور، تيل يا خوراڪ جي شين جي فراهمي جنگين يا خشڪ سالي جي ڪري متاثر ٿي سگهي ٿي، يا معذورن لاءِ اسڪوٽرن جي طلب وڌي سگهي ٿي ڇاڪاڻ ته آبادي وڌيڪ پراڻي ۽ امير ٿي رهي آهي. اهڙيون تبديليون اجا بين ڪاروبار ڪندڙن لاءِ موقعا پيدا ڪنديون ته اهي اچي خالن کي پرين.

ڇاڪاڻ ته مارڪيٽون ڪڏهن به آرام ۾ نه هونديون آهن، ڪاروبار ڪندڙن کي تمام گهڻي خطري ۽ غير يقيني ماحول ۾ پنهنجون پيداواري چونڊون ڪرڻيون پونديون آهن. پر ڪرزنر (سندس نقادن جو چوڻ آهي) هن خطري ۽ غير يقيني صورتحال کي نظر انداز ڪري ٿو. سندس ڪاروبار ڪندڙ بڻ لاءِ خالن تي چوڪس آهي؛ پر خالن کي ڳولڻ آسان حصو آهي. اصل مسئلو اهو آهي ته ڪنهن حل کي ڊيزائن ڪرڻ، پيدا ڪرڻ ۽ مارڪيٽ ۾ آڻڻ ۾ وقت لڳندو آهي جيڪو شين کي پيهر هم آهنگ ڪري، ان وقت تائين بيون تبديليون ٿي چڪيون هونديون ۽ ڪاروبار ڪندڙ جو اندازو پيدا ٿيڻ کان اڳ ئي پراڻو ٿي چڪو هوندو.

ڪاروبار ڪندڙ ۽ فيصلو

انهيءَ تي تعمير ڪندي، آمريڪي معاشي ماهر پيٽر جي. ڪلين (١٩٦٦-) مشهور ڏئي ٿو ته ڪاروبار جي وضاحت ڪندڙ خصوصيت غير يقيني صورتحال ۾ فيصلو ڪرڻ آهي (Klein

and Foss 2014). ڪاروبار ڪندڙ کي هڪ غير يقيني مستقبل کي منهن ڏيڻو پوي ٿو ۽ ان بابت راءِ قائم ڪرڻي پوي ٿي ته شيون ڪيئن ٿي سگهن ٿيون. ڪو به اهو نتيجو پڪ سان ناهي ڄاڻي سگهندو يقينن: تنهن ڪري فيصلي جي ضرورت آهي. تحقيق ۽ تجربو شايد ڪاروبار ڪندڙ جي مدد ڪري سگهن، پر جيئن مائيزز چيو ڪاروباري فيصلو 'ڪنهن به قاعدن ۽ نظام سازي جي خلاف ورزي ڪري ٿو. اهو نه سيکاريو وڃي سگهي ٿو ۽ نه سکيو وڃي سگهي ٿو' (Mises 1949). ڪاروبار ڪندڙن کي منصوبا ناھٽا پوندا، وسيلن تي ڌيان ڏيڻو پوندو ۽ اهي شيون پيدا ڪرڻيون پونديون جن جي هو اميد رکن ٿا ته مستقبل جي مارڪيٽ حالتن جي پنهنجي مخصوص راءِ جي بنياد تي ڪامياب ٿينديون.

انهي راءِ جو اپارٽي ڪاروبار ڪي ممڪن طور تي منافعي وارو بڻائي ٿو. جيڪڏهن هر ڪو سمجهي ها ته نيوڪليئر فيوجن دنيا کي محفوظ ۽ تقريباً مفت توانائي ڏيڻ جي ڪناري تي آهي، ته اهي سڀ ان ۾ سيڙپ ڪرڻ لاءِ ڊوڙندا ۽ امڪاني منافعو انهن جي وچ ۾ تمام ٿلهو پکڙجي ويندو. اهم منافعو ڪاروبار ڪندڙن کي صرف تڏهن ملي ٿو جڏهن اهي صحيح فيصلا ڪن، جڏهن ته ٻيا غلط فيصلا ڪري رهيا هجن. جيئن مائيزز ٻيهر چيو هڪ ڪاروبار ڪندڙ مستقبل کي ٻين کان مختلف ڏسي ٿو. ان ڪري ڪاروبار ڪندڙ اڄ گهٽ قيمت وارن وسيلن کي خريد ۽ گڏ ڪري سگهن ٿا ته جيئن مستقبل ۾ وڌيڪ قيمت واريون خدمتون پيدا ڪري سگهن، بغير ڪنهن ٻئي جي سندن قيمتون وڌائڻ جي.

آءِ بي ايم جو اڳوڻو سربراهه، ٿامس واٽسن، شايد پنهنجي ١٩٤٣ جي فرضي بيان کي ڪڏهن نه چيو هوندو 'منهنجو خيال آهي ته دنيا ۾ شايد پنجن ڪمپيوٽرن جي مارڪيٽ آهي'. پر ١٩٤٠ ۽ ١٩٥٠ جي ڏهاڪن ۾ اهو هڪ غير معمولي خيال نه هو. ان وقت، ڪمپيوٽر پورين منزلن تي قبضو ڪندا هئا ۽ ايترا مهانگا هئا جو صرف وڏا ادارا ئي هڪ خريد ڪري سگهندا هئا. انهن جي صلاحيت کي وڏي حد تائين خاص رياضياتي مسئلن کي حل ڪرڻ تائين محدود سمجهيو ويندو هو. جيئن ٽيڪنالاجي ترقي ڪئي، تنهن هوندي، ٻين جهڙوڪ ايپل جي اسٽيو جابز هڪ بنيادي طور تي مختلف نظريو ورتو - ته هر ڪو سستي، استعمال ڪرڻ ۾ آسان گهريلو ڪمپيوٽرن جو مطالبو ڪندو ته جيئن روزمره جي ڪمن جي وسيع رينج ۾ مدد ڪري. هن وٽ اهو خواب پورو ڪرڻ جي تخليقيت ۽ محبت پڻ هئي. جيئن آءِ بي ايم پنهنجي مارڪيٽ جي برتري وڃائي

ويهي رهيو جابز پنهنجي خواب ۽ فيصلي سان دولت ڪمائي. 'ڪاروبار ڪندڙ' جي اسان سيني جي سمجهه جوان ڪان بهتر مثال ڳولڻ ڏکيو آهي.

ڪاروبار جي اهميت

ڪاروبار جا ڪجهه معاشي فائدا (جهڙوڪ پيداوار وڌائڻ ۽ وسيلن کي وڌيڪ قيمتي استعمالن ڏانهن منتقل ڪرڻ) جو اڳ ۾ئي ذڪر ڪيو ويو آهي. پر اهڙا ٻيا فائدا به آهن، ٻئي معاشــــــي ۽ سماجي، جيڪي اهو پيدا ڪري ٿو.

معاشي فائدا

پراڊڪٽ ۾ بهتري: جيئن اســان ڏٺو ڪاروبار معاشــي واڌ کي تيز ڪري ٿو اسان کي وڌيڪ پيداوار جي قابل بڻائي. پر اهو معاشــي ترقي کي پڻ تيز ڪري ٿو اســان کي بهتر پيداوار جي قابل بڻائـــي. ڪاروبار ڪندڙنيون ۽ بهتـــر پيداواري ٽيڪنالاجيون ڳوليندا آهن ته جيئن پيداوار وڌائين ۽ اهڙيون شيون پيدا ڪن جيڪي نه رڳو سســتيون ۽ وڌيڪ هجن پر وڌيڪ ڪارائتون ۽ اعليٰ معيار واريون به هجن.

نتيجا ظاهر آهن. اسان جون ڪارون گهٽ خراب ٿينديون آهن. اهي اسان کي مســـــئلن کان خبردار پڻ ڪنديون آهن، وڌيڪ پارٽ جي بچت واريون هونديون آهن. اســان جا ڪمپيوٽر ننڍا، تيز ۽ بهتر نيٽ ورڪ ٿيل آهن. اسان جا سوٽ ڪيس هلڪا ۽ مضــــــبوط آهن ۽ انهن ۾ پولي يوريٿين جا ڦيٿا آهن جيڪي اســان کي ڪلهڻ جي تڪليف کان بچائين ٿا. اســان جي آڱرين تي هاٿي داغ نه پوندا آهن ڇاڪاڻ ته اســــان جي قلمن کي هر روز ســــياهي جي بوتل مان ڀرڻ جي ضرورت ناهي. ڳرا گراموفون نديڙن ڪيســي جي ڊوائيســن کي جاءِ ڏئي چڪا آهن جيڪي اسان کي دنيا جي بهترين موســيقارن جي بهترين پرفارمنس تائين فوري رســائي ڏين ٿا، ســو به شــاندار معيار ۾. اسان جا ٽيليويزن وڏا، پتلا، تيز ۽ هوشيار آهن. اسان جا ٽوٿ برش برقي آهن ۽ اسان کي ٻڌائين ٿا ته اسان صحيح طرح برش ڪري رهيا آهيون يا نه. اسان جا ڪتاب اسان جي ڪيســـي جي ريڊرن تي ڪا به جاءِ ناهن وٺندا. شــيمپو هاڻي اســان جي اکين ۾ نه وڃي. جلد ئي اســان جون ڪارون پاڻ هلنديون، ۽ انهن سيني ٻين شين ۾ به بهتري ايندي.

ڪاروبار ڪندڙ گراهڪن کي اهڙيون شيون فراهم ڪن ٿا جيڪي سندن زندگيون بهتر بڻائين ٿيون، ڪڏهن ڪڏهن ڊرامائي طور تي، جيئن (چئو) هڪ صــنعتي روبوٽ هڪ ڪاريگر لاءِ، ببل ريپ هڪ پرچون جو ڪاروبار ڪندڙ لاءِ، هڪ ٻڌڻ وارو اوزار هڪ پوڙهي ماڻهو لاءِ يا هڪ سمارٽ

فون لڳ ڀڳ ڪنهن به ماڻهو لاءِ. ءِ اها ترقي جاري آهي.

بهتر معلومات: ڪاروبار ڪندڙن جون سرگرميون ان بابت معلومات پڻ پکيڙين ٿيون ته ڪهڙا طريقا بهتر آهن ۽ ڪهڙين شين کي وڌيڪ اهميت ڏني وڃي ٿي. انپٽ گڏ ڪرڻ ۽ استعمال ڪرڻ جا نوان طريقا آزمائي خرچ گھٽائڻ ۽ پراڊڪٽ جي معيار کي بهتر بڻائڻ سان، اهي ٻين لاءِ ڪم ڪرڻ جا بهتر طريقا ظاهر ڪن ٿا. اهي وسيلا خريد ڪري جن کي اهي گهٽ قيمت سمجهن ٿا، يا شيون وڪڻي جن کي اهي وڌيڪ قيمت سمجهن ٿا، اهي ٻين کي انهن موقعن کان آگاهه ڪن ٿا. اها پراڊڪٽ فراهم ڪري جيڪا گراهڪ فعال طور ترجيح ڏين ٿا، اهي ٻين کي ڏيکارين ٿا ته طلب ڪٿي آهي.

بهتر ۽ وڌيڪ مڪمل معلومات جو هن طريقي سان پکڙجڻ مارڪيٽن جي عمل ۽ ڪارڪردگي کي بهتر بڻائي ٿو. جيئن ٻيا علمبردار ڪاروبار ڪندڙن جي ڪاميابي جي نقل ڪرڻ جي ڪوشش ڪن ٿا، اهي وسيلن جهڙوڪ سرمائيداري ۽ محنت کي گهٽ قيمتي استعمالن کان هٽائي وڌيڪ قيمتي استعمالن ڏانهن منتقل ڪن ٿا، گهٽ وسيلن مان وڌيڪ قدر پيدا ڪرڻ ۾ مدد ڪن ٿا.

وهڪري سان ترقي: ڪڏهن ڪڏهن، ڪاروبار ڪندڙن جون شيون ٻين شين يا پوري صنعتن جي ترقي کي ممڪن بڻائين ٿيون. مثال طور، مائڪرو پروسيسر ۽ ٽچ اسڪرين ٽيبليٽ ۽ اسمارٽ فون کي ممڪن بڻايو جنهن جي نتيجي ۾ سوارين جي ورهاستن جا ايپس ۽ بنا پني وارا ٽڪيٽ ممڪن بڻيا.

1990 جي ڏهاڪي دوران هندستان ۾ آئي ٽي ۽ ڪميونيڪيشن انڊسٽري جي اپار ساڳي قسم جو هڪ وهڪرو شروع ڪيو. نون ڪاروبارن جهڙوڪ ڪال سينٽرن کي ممڪن بڻايو ۽ نئين تعمير، نيٽ ورڪن، هارڊويئر، سافٽ ويئر ۽ مرمت جي طلب پيدا ڪئي، انهن سيني روزگار کي وڌايو. قومي ۽ بين الاقوامي سطح تي وڌيڪ رابطا، ماڻهن کي پنهنجي برادري کان ٻاهر مارڪيٽ جي حالتن کان وڌيڪ آگاهه ڪيو. ڪاروبار ڪندڙن جي نئين نسل کي موقعا ڏسڻ ۽ استعمال ڪرڻ جي اجازت ڏني نه رڳو مقامي پر عالمي سطح تي.

نه ئي هي ترقي صرف معاشي هئي. هندستان ۾ نوان روزگار جا موقعا ماڻهن کي سخت زرعي زندگي کان شهرن ۾ وڌيڪ خوشحال ۽ آرامده زندگي ڏانهن ڇڪي ويا. تعليم ۽ تربيت جا ادارا

اٿي ڪڙا ٿيا، يا وڌيا. نون مزدورن کي صلاحيتون سيکارڻ لاءِ. نئين صنعتن ذات پات جي نظام کي به ٽوڙڻ شروع ڪيو ڇاڪاڻ ته انهن کي ذات پات کان سواءِ مهارت ۽ عقل وارن ملازمن جي ضرورت هئي. ان دوران، جيڪي زمين تي رهيا اهي به آئي ٽي انقلاب مان فائديمند ٿيا. عورتن ٻين کي سنڌن ڳوٺن ۾ موبائل فون ڪرائي تي ڏيڻ جا نوان ڪاروبار پيدا ڪيا. ۽ ويب فعال فونن سان، هارين هاٽي سؤميلن پري ڪپت وارين مارڪيٽن ۾ پنهنجي چانور، ڪٽڪ، ڪپهه، ڪمند، بصر يا چانهه جون قيمتون چيڪ ڪري سگهندا هئا. ۽ پاڻ لاءِ بهتر قيمتون طئي ڪري سگهندا هئا بجاءِ ان جي ته جيڪا مقامي ايجنٽ پيش ڪري ان کي قبول ڪن.

وڌندڙ پيداوار

ڊگهي مدت جي بهتري: جيئن نيون ۽ وڌيڪ پيداواري فرمون اڀري ايندڀون آهن، سستيون ۽ بهتر شيون پيدا ڪنديون ۽ انهن کي گراهڪن تائين وڌيڪ اثرائتي طريقي سان پهچائينديون آهن. پراڻا ۽ گهٽ پيداواري ڪاروبار مارڪيٽ ۾ پنهنجو حصو وڃائي ويهندا آهن. اهي مڪمل طور تي نڪري به سگهن ٿا. پر موڙ ۾ نيون فرمون شايد اجا ٻين ادارن کان به متائي سگهجن ٿيون جيڪي اجا به بهتر شيون وڌيڪ موثر طريقي سان پيدا ڪن ٿيون. نتيجو معاشي پيداوار ۽ قدر پيدا ڪرڻ ۾ هڪ منظم ۽ ڊگهي مدت جي بهتري آهي. وسيلا جهڙوڪ محنت ۽ سرمائيداري وڌيڪ قيمتي استعمالن ۾ ڇڪيا ويندا آهن؛ گهٽ ۽ سستين انپٽ استعمال ڪندي وڌيڪ ۽ بهتر شيون پيدا ٿينديون آهن.

بين الاقواميت: بيشڪ، اهو بين الاقوامي پيماني تي ٿئي ٿو. مالي سرمائيداري انتهائي متحرڪ آهي. هاڻي ڪاروبار ڪندڙن کي پنهنجو ڪاروبار وڌائڻ لاءِ پنهنجو پئسو گڏ ڪرڻ جي ضرورت ناهي، يا دوستن، ڪٽنب يا مقامي سيڙپڪارن جي پئسي تي ڀروسو ڪرڻ جي ضرورت ناهي. جيڪڏهن سنڌن خيال اميد افزا آهي ۽ وٽن سٺيون انتظامي صلاحيتون ۽ مضبوط ڪاروباري منصوبو آهي، ته اهي دنيا ۾ ڪٿي به سرمائيداري مارڪيٽن تائين پهچي سگهن ٿا. گهربل رقم اوڌر طور وٺي سگهن ٿا يا پنهنجي ڪاروبار ۾ حصو وڪڻي سرمائيداري حاصل ڪري سگهن ٿا. اهو خاص طور تي غريب ملڪن ۾ ڪاروبار ڪندڙن لاءِ اهم آهي، جتي مقامي فنڊنگ ڳولڻ مشڪل آهي. ممڪن طور تي اهو انهن کي ساڳئي فنڊنگ تائين رسائي ڏئي ٿو جيڪا امير ترين ملڪن ۾ ڪاروبار ڪندڙن لاءِ موجود آهي.

ساڳي بين الاقواميتي انتظام تي بہ لاڳو ٿئي ٿي. مالي سرمائيداري وانگر، 'انساني سرمائيداري' پڻ متحرڪ آهي: منتظم ۽ صلاحڪار پنهنجون صلاحيتون ڪنهن بہ ملڪ ۾ وٺي سگهن ٿا جتي انهن جي تعريف ڪئي ويجي. بهرحال، اهو خاص طور تي غريب ملڪن ۾ ڪاروبار ڪندڙن لاءِ قيمتي آهي جتي انتظامي تعليم ۽ تربيت شايد گهٽ ترقي يافتہ هجي ۽ جتي سٺا منتظم ڳولڻ ڏکيا هجن. سرمائيداري تائين رسائي وانگر، بهتر انتظام ۽ صلاح تائين رسائي ڪاروبار ڪندڙن کي پنهنجي پيداوار وڌائڻ ۾ مدد ڪري ٿي، ۽ ان سان گڏ، پنهنجي برادري ۽ ملڪ جي پيداوار ۽ خوشحالي کي.

تحقيق ۽ ترقي: بيا بہ معاشي فائدا آهن. شين ۽ عملن کي بهتر بڻائڻ تي مرڪوز هجڻ ڪري، ڪاروبار ڪندڙ عام طور تي تحقيق ۽ ترقي جو مرڪز هوندا آهن. نئين سمجهہ، نوان منصوبا، نيون ٽيڪنالاجيون ۽ نيون شيون پيدا ڪندا آهن. ان سان گڏ نيون مارڪيٽون ڳوليندا ۽ کوليندا آهن. قائم ٿيل صنعتون شايد آمدني جي حد تائين پهچي سگهن ٿيون جيئن سندن شين جي طلب مڪمل طور تي پوري ٿي وڃي. پر نيون شيون ڪنهن بهتر يا سستي شيءِ لاءِ اڻ ڇهيل مارڪيٽ جي طلب کي کوليندي آهن. جيئن بهتر شيون وڌيڪ ۽ وڌيڪ سستيون ٿينديون آهن، عوام دولت ۾ واڌ جو تجربو ڪندو آهي، جڏهن تہ نوان پيداواري طريقا روزگار جا نوان موقعا ۽ وڌيڪ ڪمائي جي اميد پيدا ڪندا آهن. بيشڪ، گهڻيون نيون نوڪريون ننڍن ڪاروبارن ۽ اسٽارٽ اپس مان ايندي آهن.

انساني فائدا

ڪاروبار جا انساني ۽ سماجي فائدا پڻ آهن ان سان گڏ معاشي. ڪاروبار ڪندڙن جو نيون ۽ بهتر شيون فراهم ڪرڻ تي ڌيان اسان کي پراڻين، سستين ۽ اڪثر محنت-گير ٽيڪنالاجين تي گهٽ دارومدار ڪري ٿو. اسان جا ڏاڏا ڏاڏيون هر روز ڪلاڪن جا ڪلاڪ ڪوئلي جا ٻاتا گهر ۾ ڪٽي اچڻ، باهہ ٻارڻ، خاڪ صاف ڪرڻ ۽ ان کي ٻاهر اڇلائڻ ۾ گذاريندا هئا. جديد مرڪزي حرارتي نظام ڪو بہ وقت ناهي وٺندو. اسان جا ڏاڏا ڏاڏيون هر هفتي ڪيترائي ڏينهن ڪپڙا ڌوئڻ واري تختي تي ڌوئڻ، انهن کي پاڻي مان گذارڻ، تار تي سڪائڻ (موسم جي اجازت سان) ۽ پوءِ انهن کي استري سان دٻائڻ ۾ گذاريندا هئا جيڪي باهہ تي گرم ڪيا ويندا هئا. هاڻي اسان وٽ خودڪار واشر/ڊرائر ۽ بغير استري جي ڪپڙا آهن. نہ ئي اهي بهتريون ڪنهن ٽيڪنالاجي جي

لازمي پيش قدمي کي ظاهر ڪن ٿيون: اهي صرف ان ڪري موجود آهن جو ڪاروبار ڪندڙن انهن کي ارادي سان پيدا ڪيو آهي.

انهن ۾ ڪيترين ئي بهتري جو نتيجو زراعت کان وٺي صحت ۾ ڪرياني تائين ۽ نقل و حمل ۾ وڏيڪ، اهو آهي ته اسان وٽ چونڊڻ لاءِ مختلف شين جي هڪ ڪهڪشان آهي. اسان کي بنيادي ضرورتن ۽ آرام بابت پريشان ٿيڻ ۾ ايترو وقت گذارڻ جي ضرورت ناهي. ڪاروباري جدتون اسان جي ڪم کي وڌيڪ پيداواري بڻائين ٿيون - ۽ گهٽ دستي محنت ۽ زخم جي خطري سان وڌيڪ آسان پڻ - ۽ اسان جي واندڪائي کي وڌيڪ ۽ وڌيڪ فائدي وارو بڻائين ٿيون، اسان وٽ پاڻ لاءِ وڌيڪ وقت ب.

ان کان علاوه، نيون ڪاروباري فرمون روزگار جا موقعا کولين ٿيون. اهو خاص طور تي تارڪين وطن، اقليتن، نوجوانن ۽ عورتن لاءِ فائديمند آهي جن سان شايد وڏين، قائم ٿيل صنعتن ۾ مزدورن ۽ منتظمين طرفان ساڙڪيو ويجي. اهو مزدورن کي اجازت ڏئي ٿو ته اهي بچت ۽ سرمائيداري گڏ ڪري سگهن جنهن جي انهن کي پنهنجي زندگي بهتر بڻائڻ ۽ تعليم حاصل ڪرڻ جي ضرورت آهي جيڪا وڌيڪ سندن "انساني سرمائيداري" ۽ روزگار جي قابليت کي وڌائيندي. اهي سڀ ذاتي ۽ انساني فائدا آهن، نه رڳو خشڪ 'معاشي.'

سماجي فائدا

هڪ برادري جنهن ۾ ڪاروباري ڪاروبارن جو اپار هجي، اهو ممڪن آهي ته ڪنهن وڏي ڳري صنعت - مثال طور وڏي ڪاڻ، اسٽيل ورڪس يا ڪار ناهيندڙ - جي چڙهت واري برادري کان وڌيڪ مستحڪم ۽ آرامده هجي. تبديلي ۽ ترقي پوءِ بتدريج ٿي سگهي ٿي. ڪاروبار اچي ۽ وڃي سگهن ٿا، ۽ مزدور سندن مرضي سان انهن جي وچ ۾ منتقل ٿي سگهن ٿا. اهو خوف ۾ نه رهندا آهن ته غالب روزگار فراهم ڪندڙ جي خاتمي سان وڏي پيماني تي بيروزگاري پکڙجي ويندي.

ان کان علاوه، ڪامياب ڪاروبار ڪندڙ خيرات ۽ برادري منصوبن ۾ وڏا سيڙپڪار هوندا آهن. ان جي پويان يقينن هڪ خالص ڪاروباري مقصد ٿي سگهي ٿو. شايد اهي فراهم ڪندڙن، مزدورن ۽ گراهڪن جي وچ ۾ ڪاروبار لاءِ خير سگالي کي واڌ ڏيڻ جي اميد رکن ٿا. مقامي اسڪولن ۽ اسپتالن جي حمايت ڪندي، اهي شايد وڌيڪ صحتمند ۽ وڌيڪ ماهر مزدور پيرتي ڪري سگهن ٿا. مقامي ماحول کي بهتر بڻائڻ سان، اهي شايد پنهنجن مزدورن جو حوصلو بهتر

ڪري سگهن ٿا ۽ انهن کي وڏيڪ عرصي تائين رکي سگهن ٿا. اهي شايد اعليٰ تعليم، تحقيق ۽ ترقي جي منصوبن کي بہ واڌ ڏئي سگهن ٿا تہ جيئن اهي نوان موقعا دريافت ڪري سگهن جيڪي سندن ڪاروبار ممڪن طور تي استعمال ڪري سگهي.

پر ڪاروبار ڪندڙن جي خيراتي سرگرمي جو گهٽو حصو خالص انسان دوستانہ آهي. اسڪاٽش-آمريڪي اسٽيل مگل اينڊريو ڪارنيگي (١٨٣٥ع-١٩١٩ع) پنهنجي گهٽي دولت مفت عوامي لائبريريون قائم ڪرڻ ۽ بهتر بڻائڻ ۾ خرچ ڪئي. بل اينڊ ميلنڊا گيٽس فائونڊيشن ذريعي، مائڪروسافٽ ڪاروبار ڪندڙ اربين ڊالر غريب ملڪن ۾ وجهي ٿو تحقيق ۽ فراهمي جي شروعاتن سان زرعي بهتري، صفائي، غذائيت، ويڪسينيشن، مليريا ڪنٽرول ۾ وڏيڪ ڌيان ڏين ٿا. ڪيترائي ڪاروبار ڪندڙ اعليٰ تعليم ۽ تحقيق کي فروغ ڏين ٿا، نہ تہ پاڻ لاءِ تجارتي فائدن جي ڳولا ۾ پر چاڪاڻ تہ جديد سائنس ۽ ٽيڪنالاجي انهن کي جوش ڏئي ٿي. اهو شايد اهو سبب ٿي سگهي ٿو تہ اڄ جي ڪيترن ئي سپر-ڪاروبار ڪندڙن کي خلائي ڳولا ۾ دلچسپي آهي-

اهڙي شيءِ جيڪا خطري ۾ ايترو وڏيڪ آهي جوان کي هڪ سڏو سنئون تجارتي منصوبو قرار نٿو ڏئي سگهجي. ڏهاڪن ۽ صدين کان، ڪاروبار ڪندڙ غير متناسب طور تي انهن بنيادي جدت لاءِ ذميوار رهيا آهن جن ماڻهن جي زندگين کي وڏي پيماني تي تبديل ڪيو آهي. انهن جدت ۾ شيون شامل آهن جهڙوڪ چپائي مشين، ٻاڦ جا انجڻ، ڪارڊنگ، ڪتڻ ۽ اٽڻ جون مشينون؛ ٽيليفون؛ ريل گاڏيون؛ گراموفون؛ هوائي جهاز؛ فلوٽ گلاس؛ ۽ گهريلو ڪمپيوٽر. بيشڪ، فهرست لامحدود آهي. اڪثر ايجاد ڪندڙ ڪجهہ پيو ڳولي رهيا هئا جڏهن اهي حادثاتي طور پنهنجي دريافت تي پهتا، جيئن مائڪروويوا ورن، يا پينسلين، ڪارن فليڪس ۽ سپر گلوسان. ڪڏهن ڪڏهن انهن پوري نئين صنعتن جي تخليق کي متحرڪ ڪيو آهي، پوري معيشت کي جديد بڻايو آهي ۽ اسان جي زندگي ۽ ثقافت کي تبديل ڪيو آهي.

منافعي جو سماجي ڪردار

گهڻا ڪاروبار ڪندڙ شايد ذاتي مالي فائدي جي اميد کان متحرڪ هجن، پر ان جو مطلب اهو ناهي تہ اهي صرف بين کي لٽي ڪامياب ٿي سگهن ٿا. ان جي ابتڙ، هڪ کليل ۽ مقابلي واري معيشت ۾، اهي صرف بين کي قدر فراهم ڪري پئسا ڪمائي سگهن ٿا. سندن مالي انعام صرف گراهڪن ذريعي اچي ٿو جن جي زندگي سندن شين سان بهتر ٿئي ٿي، ۽ جيڪي سمجهن ٿا تہ

انهن شين جي بدلي ۾ پئسا ڏيڻ جو رضاڪارانه مٽاسٽا هڪ منصفاڻو آهي. ۽ ان عمل ۾ ڪاروبار ڪندڙ آبادي ۾ قدر پکيڙين ٿا، جنهن مان هر ڪو فائدو وٺي ٿو.

ياد رکو ته منافعو صرف مالي منافعو ناهي. ڪاروبار ڪندڙ جا گراهڪ منافعو وٺن ٿا ان ۾ ته انهن کي هڪ اها شيءِ ملي ٿي جنهن کي اهي ان جي قيمت کان وڌيڪ اهميت ڏين ٿا جيڪي اهي ان لاءِ ادا ڪن ٿا. منافعي جو سادو مطلب آهي وڌيڪ قدر حاصل ڪرڻ ان قدر کان جيڪو توهان وجهو ٿا - جيئن بيڪار ۽ بي قيمت واريءَ کي ڪارائتي، پيداواري ۽ قيمتي ڪمپيوٽر چپس ۾ تبديل ڪرڻ. منافعو مذمت ڪرڻ جي شيءِ ناهي پر ان جي معاشي ۽ سماجي فائدن جي ڪري جشن ملهائڻ جي شيءِ آهي. جيڪڏهن اسان گهٽ وسيلا استعمال ڪري وڌيڪ قدر پيدا ڪري سگهون ٿا، آخرڪار اسان سڀ بهتر ٿي وڃون ٿا.

جيتوڻيڪ ڪاروبار ڪندڙ مالي منافعي جي پيروي ڪن ٿا - هڪ منصوبي مان وڌيڪ پئسا ڪمائڻ ان رقم کان جيڪا اهي مواد ۽ پيداوار تي خرچ ڪن ٿا - اهو منافعي جو مقصد قدر وڌائڻ، چوند وسيع ڪرڻ ۽ هر ڪنهن لاءِ شيون بهتر بڻائڻ جو مثبت سماجي اثر رکي ٿو. بيشڪ، منافعو جيترو وڌو هوندو، عام سماجي فائدو اوترو وڌيڪ ٿيڻ جو امڪان آهي. مالي منافعو هڪ موتو اشارو آهي ان اضافي قدر جو جيڪو ڪاروبار ڪندڙ پيدا ڪري ٿو. اهو ڏيکاري ٿو ته ڪاروبار ڪندڙ قيمت گهٽائڻ جو هڪ طريقو ڳولي لڌو آهي - مهانگن وسيلن کي وڌيڪ پيداواري استعمالن ڏانهن پيهر منتقل ڪرڻ جي اجازت ڏئي ٿو - ۽ سستيون، وڌيڪ ۽ بهتر معيار واريون شيون رضاڪار خريدارن کي فراهم ڪري پيدا ٿيندڙ قدر ۾ اضافو ڪيو آهي. بيشڪ، معيشت جيتري وڌيڪ ڪليل ۽ مقابلي واري هوندي، ۽ مقابلي ڪندڙن لاءِ مارڪيٽ ۾ داخل ٿيڻ ۽ نڪرڻ جيترو آسان هوندو، ڪاروبار ڪندڙن تي انپٽ خرچ گهٽائيندا رهڻ ۽ پراڊڪٽ جي قيمت وڌائيندا رهڻ جو دٻاءُ اوترو وڌيڪ هوندو. جيڪڏهن اهي ڊرا ٿي وڃن، آخرڪار ٻيا خوشي سان اڳتي وڌي انعام حاصل ڪرڻ لاءِ تيار آهن. نتيجو ٻيهر، پيداوار ۽ قدر پيدا ڪرڻ ۾ مسلسل بهتري آهي. جيئن اها بهتري جاري رهي ٿي، اهي شيون جيڪي ڪڏهن عيش هيون ۽ صرف چند ماڻهن لاءِ سستيون هيون - تازو گوشت، وهندڙ پاڻي، گهريلو حرارت، بجلي، ڪارون، واشنگ مشينون، ڪمپيوٽر - بهتر ۽ سستيون ٿينديون وڃن ٿيون. انهن تائين رسائي برادري ۾ پکڙجي ٿي، جيئن تلاءَ ۾ لهرون. سستين شين جو مطلب آهي ته هر ڪنهن وٽ انهن شين تي خرچ

ڪرڻ لاءِ وڏيڪ آهي جن کي اهي وڏيڪ اهميت ڏين ٿا؛ معيار کي بهتر بڻائڻ جو مطلب آهي ته هر ڪنهن کي ساڳئي قيمت تي وڏيڪ قدر ملندو آهي.

اسين اهڙين بهتري لاءِ ڪاروبار ڪندڙن جو شڪريو ادا ڪري سگهون ٿا. اهو ممڪن آهي ته اهي ان مان مالي طور تي فائدو وٺن، پر اسين سڀ ٻين طريقن سان فائدو وٺون ٿا. اهو ممڪن آهي ته اهي پنهنجو مالي منافعو هوشيار فيصلي ۽ محنت جي پيٽ ۾ وڏيڪ خوش قسمتي سان حاصل ڪن، پر سماجي فائدو ساڳيو آهي.

حقيقت ۾، اهو فرق ڪرڻ ڏکيو آهي ته ڪنهن به ڪاروبار ڪندڙ جي ڪاميابي ۾ ڪيتري قسمت ۽ ڪيترو فيصلو ۽ ڪوشش شامل آهي. سٺي قسمت کي به قبضو ڪرڻو پوندو آهي ۽ پيداواري طور تي استعمال ڪرڻو پوندو آهي جيڪڏهن ان کي منافعي ۾ تبديل ڪرڻو آهي. ڪيترائي ماڻهو انهن "ونڊ فال حاصلات" کان حسد ڪن ٿا جيڪي سٺي قسمت ذريعي اچن ٿيون ۽ اهو به مطالبو ڪن ٿا ته انهن تي ٽيڪس لڳايو وڃي؛ پر ان جو واحد اثر انهن ڪاروبار ڪندڙن جي تعداد کي گهٽائڻ آهي جيڪي وچايل موقعن کان باشعور آهن - جيڪو سڄي سماج جي نقصان ۾ تڪليف جو سبب بڻجندو آهي. سماج ان ۾ بهتر هوندو جيڪڏهن اسين وڏيڪ ماڻهن کي ڪاروباري طور سوچڻ ۽ عمل ڪرڻ جي حوصلا افزائي ڪريون ۽ انهن کي اجازت ڏيون جيڪي ائين ڪن ٿا ته اهي پنهنجو قدر پيدا ڪرڻ جا انعام حاصل ڪري سگهن.

ڪاروبار جو پڪيڄ

عالمي موجودگي:

دنيا ۾ ملندڙ ڪاروبار جي مقدار کي ماپڻ ڏکيو آهي. ظاهري اشـــــاري جهڙوڪ خود روزگاري يا اســـتارٽ اپ جي شـــرح گهٽ ڪارآمد آهن، جيئن اســـان ڏٺو آهي. ۽ هتي ان جي تعريف به ته ڪهڙي شـــيءِ کي 'ڪاروبار' ۾ ڳڻيو وڃي، تڪراري آهي. اهو راءِ جو معاملو آهي ته ڇا ڪاروبار هڪ خالص تجارتي ســرگرمي آهي، يا ڇا 'ســماجي ڪاروبار' ۽ ٻين شـــڪلن کي ڳڻيو وڃي. ان جي وسيع ترين مفهوم ۾، هر ڪو ڪنهن حد تائين ڪاروبار ڪندڙ آهي، مســـلســـل پنهنجيون صلاحيتون، قابليتون ۽ وسيلا استعمال ڪري پاڻ لاءِ وقت، پئســـي ۽ ڪوشش جي گهٽ ۾ گهٽ قيمت تي وڌ کان وڌ قدر پيدا ڪري ٿو. ان حساب سان، ڪاروباري سرگرمي ڌرتيءَ جي هر ڪنڊ ۾ ملي سگهي ٿي.

پر اهوئي تجارتي ڪاروبار بابت ســـچ آهي. اهو هر ملڪ ۾ موجود آهي - امير، وچٿرو يا غريب. اهو آمريڪا ۽ ناروي ۾ گهٽ آهي جيئن ترڪي يا ڏکڻ آفريڪا ۽ انگولا يا گوئٽي مالا ۾ آهي. غير مارڪيٽ معيشـــتن ۾ به ڪاروباري روح موجود آهي - جيتوڻيڪ ان جو گهڻو حصـــو رشوت يا بليڪ مارڪيٽ واپاري ذريعي ســـــرڪاري ڪنٽرول کان بچڻ تي موجود هوندو آهي. جڏهن ته کليل مارڪيٽن جـي روزانـي 'بالٽ' (ووٽنگ) تمام گهڻـي موثـر آهـي، اهـڙيون غيـر قانونـي مارڪيٽون به گهڻو ڪري ســـاڳئي طريقي ســـان ڪم ڪن ٿيون ته جيئن کوٽ کي پورو ڪري سگهن ۽ رســـد ۽ طلب کي هم آهنگ ڪري ســـگهن. فرق اهو آهي ته انهن جي ڪاروبار ڪندڙن کي قانون پيجڻ لاءِ تيار رهڻو پوندو آهي.

ملڪن جي هڪجهڙائي ۾ فرق

جيتوڻيڪ ڪاروبار هـر هنڌ موجود آهـي، پـر ڪجهه ملڪ نمايان آهن. مثال طور، ڪجهه وڏي تعداد ۾ ارب پتي سپر-ڪاروبار ڪندڙ پيدا ڪن ٿا، جيڪو شايد ظاهر ڪري ٿو ته اهي عام طور تي ڪاروبار لاءِ سٺيون جايون آهن. هانگ ڪانگ، اسرائيل، آمريڪا، سوئٽزرلينڊ، سنگاپور، ناروي، آئرلينڊ، تائيوان، ڪئناڊا ۽ آســـٽريليا ان ميدان ۾ اڳيرا آهن. اهڙن ملڪن ۾ عام طور تي کليل قدر ۽ ادارا هوندا آهن جيڪي ڪاميابي جي حوصـــلا افزائي ڪن ٿا، ماڻهن کي اهو يقين

ڏيارين ٿا ته اهي ڪامياب ٿي سگهن ٿا ۽ سندن ڪوشش جو انعام حاصل ڪري سگهن ٿا. انهن مان ڪيترائي قانون جي حڪمراني، محدود حڪومت ۽ مضبوط ملڪيت جي حقن لاءِ پرعزم آهن، اهو مشورو ڏيسي ٿو ته اهي عنصر پڻ اهم آهن.

گهٽ ۾ گهٽ وٽ، ان کان علاوه، هڪ قانوني نظام آهي جيڪو ڪاروبار ڪندڙن کي بغير ڪنهن اختيار جي، اجازت جي تجربا ڪرڻ جي اجازت ڏئي ٿو. اهو بيهر وضاحت ڪري سگهي ٿو ته اهي يورپ جي گهٽ براعظمي ملڪن جي ڀيٽ ۾ وڌيڪ ڪاروباري ڇو آهن (آمريڪا جي صورت ۾، ڪيترائي ڀيرا وڌيڪ ڪاروباري). جتي مخصوص ضابطا، عام اصولن جي بجاءِ، اهو طئي ڪن ٿا ته ڪهڙيون سرگرميون جائز آهن. جيئن آمريڪي معاشي ماهر ايڊم ٿائرر اشارو ڪري ٿو، آمريڪا جديد ڪمپنين سان ڀريو پيو آهي جيڪي اتي وڌيون: مائڪروسافٽ، ياهو، يوٽيوب، ايميزون، گوگل، پي پال، ٽوئٽر، ڊراپ باڪس، فيس بڪ، سنيپ چيٽ، پر انهن جي مقابلي ۾ هڪ يا ٻه يورپي جدت ڪندڙن جا نالا ڏيڻ ڏکيو آهي. هو ان فرق کي آمريڪا جي 'اجازت کان سواءِ جدت (permissionless innovation) 'سان منسوب ڪري ٿو - جتي ڪنهن جدت کي لانچ ڪرڻ لاءِ ڪنهن اجازت جي ضرورت ناهي - ان جي ابتڙ براعظمي يورپ جي مڪمل طور تي مخالف طريقي سان تبديلي جي: (Thierer 2014)

جيڪڏهن اسين پنهنجو سڄو وقت بدترين منظرنامن جي مسلسل خوف ۾ گذاريون ٿا - ۽ عوامي پاليسي کي انهن خوفن تي ٻڌايون ٿا - ته پوءِ بهترين منظرناما ڪڏهن به وجود ۾ نه ايندا. عقل ۽ ترقي تجربي مان جنم وٺن ٿا، جنهن ۾ اهي تجربا شامل آهن جن ۾ خطرو ۽ ڪڏهن ڪڏهن غلطين ۽ ناڪامين جو امڪان شامل هجي.

ثقافت واضح طور تي پڻ اهم آهي. شايد ڪاروبار پيدا ڪندڙ ملڪن جي ثقافت ذاتي ڪاميابي لاءِ وڌيڪ خوش آمديد ۽ گهٽ مخالف هوندي آهي، فردن جي امنگ کي حوصلا افزائي ڪندي. پر غريب ۽ گهٽ آزاد خيال ملڪ به انهن مان ڪجهه قدرن ۾ حصيداري ڪن ٿا. وچ اوڀر ۽ اتر آفريڪا ۾ ماڻهو سروي ۾ ٻڌائين ٿا ته اهي سمجهن ٿا ته ڪاروبار ڪندڙ ٿيڻ هڪ سٺو ڪيريئر قدم آهي، جڏهن ته ڪيريبين ۽ لاطيني آمريڪا ۾ ماڻهو ڪاروبار ڪندڙ هجڻ کي اعليٰ حيثيت سمجهن ٿا. لاطيني آمريڪي لڳي ٿو ته ناڪامي کان گهٽ ڊڄن ٿا، ۽ بيشڪ ڪاروبار ان جڳهه تي مضبوط هوندو آهي جتي ڪاروباري ناڪاميون تمام گهٽيون هونديون آهن - جيڪو مشورو

ڏئي ٿو ته ناڪامي جي ثقافتي قبوليت ماڻهن کي خطرو کڻڻ ۽ امڪاني موقعن کي قبضو ڪرڻ جي حوصلا افزائي ڪري سگهي ٿي.

ٻيا به دلچسپ نتيجا آهن. گهڻا ڪاروبار ڪندڙ مرد آهن - جيتوڻيڪ وڏيڪ ترقي يافته واپاري قومن ۾ ان حوالي سان وڏيڪ صنفي برابري آهي. وچ اوڀر ۽ اتر آفريڪا جا ملڪ بين الاقوامي ڪاروبار تي بلند نمبر حاصل ڪن ٿا، شايد انهن جي جاگرافيائي مقام جي ڪري جيڪو واپاري رستن تي واقع آهي. چين ۾، مائوزيتنگ جي موت کان پوءِ ڪاروباري سرگرمي وڏي پر هاٽي لڳي ٿو ته برابر ٿي رهي آهي. آمريڪا ۾ ان جي ابتڙ ۲۰۰۸ جي مالي بحران کان پوءِ ڪاروبار ۾ گهٽتائي آئي، پر جلد ئي واپس اچي ويو. پر انهن رجحانن کي وڏيڪ صحيح طور تي ماپڻ ڏکيو آهي.

ترقي پذير ملڪ

ترقي پذير ملڪ شايد ڪاروبار لاءِ مثالي جايون نه لڳن. فردن ۽ سندن خاندانن وٽ بچت هجڻ جا گهٽ امڪان آهن جيڪي نوان ڪاروبار قائم ڪرڻ ۽ وڌائڻ لاءِ استعمال ٿي سگهن. مقامي بئنڪنگ ۽ مالي شعبا شايد تمام گهڻا ترقي يافته نه هجن، نه ئي چڱي طرح فنڊ ٿيل هجن. بين الاقوامي سرمائيداري فراهم ڪندڙ شايد مقامي حالتن کي نه سمجهن ۽ جيڪي ڏسن تن کان محتاط هجن. انتظامي صلاحيتون ۽ تعليم خراب هجي. انفرااسٽرڪچر ۽ ورڇ جا نيٽورڪ خام هجن.

پر انهن وٽ فائدا به آهن. مثال طور، ترقي پذير ملڪن ۾ رهائش جا خرچ گهٽ هوندا آهن؛ تنهن ڪري امير ملڪن ۾ ڪاروبارن ۽ فردن لاءِ خدمتون فراهم ڪرڻ جا موقعا آهن. جهڙوڪ ڪال سينٽر، اڪائونٽنگ، انٽرنيٽ ۽ ٻيا پنتي-دفتر (back_office) ڪم. سستي ۽ سادي ٽيڪنالاجي تائين رسائي شايد پيداوار کي ان کان به وڏيڪ مضبوط واڌارو ڏئي جيترو هو اڳ ۾ ئي چڱي طرح ترقي يافته معيشتن ۾ ڏئي ٿو: مثال طور اسمارٽ فون مقامي واپارين تائين قيمتن جي فوري رابطي جي اجازت ڏين ٿا، يا آئي ٽي مڪمل طور تي نئين صنعتن جي تخليق کي تيز ڪري ٿو.

چاڪاڻ ته ترقي پذير ملڪ ۾ ڪيترائي شعبا شايد مڪمل طور تي پختا نه هجن، اتي گهڻ پاسائو (diversification) جي گنجائش پڻ ترقي يافته ملڪ جي ڀيٽ ۾ وڏيڪ هوندي آهي،

جتي مارڪيٽون ۽ انهن جي خدمت ڪندڙ ڪاروبار وڌيڪ مخصوص هوندا آهن. اها صلاحيت ترقي پذير ملڪن ۾ ڪاروبار ڪندڙن کي اجازت ڏئي ٿي ته اهي ڪيترن ئي، جيتوڻيڪ اڪثر هڪٻئي جي مددگار ڪمن جهڙوڪ ڪاڻ ڪوٽائي، سيمينٽ ۽ تعمير وارا ادارا هلائي خطري کي پکيڙي سگهن.

ترقي پذير ملڪن ۾ ڪاروبار ڪندڙن لاءِ هڪ ٻيو امڪاني فائدو اهو آهي ته موقعا وڌيڪ عام آهن. جيئن ڪرزنر شـــايد چوي، اتي اجا وڌيڪ اهڙو ڪجهه آهي جيڪو دريافت ٿيڻو آهي ۽ گهٽ اهڙو آهي جيڪو اڳ ۾ ئي دريافت ٿي چڪو آهي. مارڪيٽ ۾ شـــايد وڌيڪ اهڙا موقعا هجن جيڪي اڳ ۾ ئي ٻين ڪاروبار ڪندڙن طرفان نه پريا ويا هجن، جيئن هڪ اميـر ملڪ ۾ جلد ٿي سگهي ٿو جتي سرمائيداري تائين رسائي وڌيڪ آهي.

ڪاروبار ۽ لڏپلاڻ

هڪ ٻي دريافت جيڪا ڪاروبار جي ڪنهن به عالمي ســــــروي مان نڪري ٿي اها آهي ته غير ملڪي صـــلاحيتن لاءِ ڪليل هجڻ خاص طور تي اهم آهي.(Lofstrom and Wang 2019) دي انٽرپرينرس نيٽورڪ پاران ثبوتن جو جائزو ظاهر ڪيو ته جڏهن ته برطانيه جي رهاڪن مان صرف (١۴ سيڪڙو) غير ملڪن ۾ پيدا ٿيا هئا، برطانيه جي تيزي سان وڌندڙ اسٽارٽ اپن جو لڳ ڀڳ اڌ (۴٩ ســـيڪڙو) گهٽ ۾ گهٽ هڪ غير ملڪي پيدا ٿيل گڏيل باني رکندو هو جيڪي ٢٩ مختلف ملڪن مان ايندا هئا جيئن متنوع آهن آمريڪا، جرمني، روس، انڊيا، آســــــٽريليا، ميڪســــــيڪو ۽ ويٽنام. تارڪين وطن ۾ برطانيه ۾ پيدا ٿيل ماڻهن جي ڀيٽ ۾ ڪاروبار شروع ڪـرڻ، مالڪ هجڻ ۽ هلائڻ جا امڪان اڍائـي ڀيـرا وڌيڪ هئا.(Dumitriu and Stewarte 2019).

ان جو هڪ سـبب اهو ٿي ســگهي ٿو ته ڪيترائي تارڪين وطن قدرتي ڪاروبار ڪندڙ هوندا آهن. جيڪي اڳ ۾ ئي هڪ مختلف ملڪ ۾ منتقل ٿي خطري ۽ غير يقيني صورتحال سان وڙهي چڪا هوندا آهن. اڪثر ڪري اتي ســندن مدد لاءِ ڪو دوســت يا ڪٽنب نه هوندو آهي. نئين زندگي ڏانهن منتقل ٿيڻ جي ســـــندن خواهش ڏيکاري ٿي ته انهن ۾ همت ۽ امنگ آهي. تارڪين وطن ۾ نوجوان ۽ توانا هجڻ جا امڪان پڻ وڌيڪ هوندا آهن. هڪ ڀيـرو ٻيهـر آباد ٿيڻ بعد، اهـي پنهنجي گود ورتل ملڪ کي مقامي ماڻهن کان مختلف ڏســــــندا آهن، ۽ ان جي ڪم ڪرڻ جي

طريقي تي سوال ڪرڻ ۾ وڌيڪ راضي هوندا آهن ۽ انهن موقعن کي ڏسڻ ۾ وڌيڪ قابل هوندا آهن جيڪي تبديلين ذريعي اچي سگهن ٿا. مثال طور، اهي مارڪيٽ جي نااهلي ۽ کوٽ کي ڳولي سگهن ٿا جنهن کي مقامي ماڻهو قدرتي سمجهن ٿا.

ثقافتي اقليتون اڪثر ڪاروباري ترقي جي اڳواٽي ڪن ٿيون. سماج جي ڪنارن تي وڌيڪ هجڻ ڪري، سوچڻ جي مختلف طريقن سان ۽ شايد گهٽ وچائڻ سان، اهي شايد مقامي ماڻهن جي ڀيٽ ۾ وڌيڪ قابل ۽ راضي هجن ته هو بدلجندڙ واقعن سان تخليقي ترتيبون ڏين. اهو ممڪن آهي ته اهي انهيءَ حل کي آزمائڻ لاءِ وڌيڪ تيار هجن جيڪي موجوده ثقافت ۽ طبقاتي نظام کي چيلينج ڪن، پر جيڪي ٻين کان بهتر ڪم ڪن. اهو به ممڪن آهي ته اهي تبديلين کي مقامي ماڻهن جي ڀيٽ ۾ جلد ۽ وڌيڪ واضح طور تي ڏسن، انهن کي ٻين کان اڳتي وڌڻ جو فائدو ڏين.

انهن ۽ ٻين سببن لاءِ، برطانيه ۽ آمريڪا ۾ (۽ شايد ڪيترن ئي ٻين ملڪن ۾) تارڪين وطن وٽ مقامي شهرين جي ڀيٽ ۾ پنهنجا ڪاروبار شروع ڪرڻ جا وڌيڪ امڪان هوندا آهن. مثال طور، سليڪان وادي ۾ انجنيئرنگ ۽ ٽيڪ ڪمپنين جو پورو اڌ حصو تارڪين وطن جا باني آهن - جن ۾ گوگل، فيس بڪ ۽ ٽسلا شامل آهن. ٢٠١٧ جي فارچون ٥٠٠ لسٽ ۾ شامل ڪمپنين مان، ٤٣ سيڪڙو ڪمپنيون هڪ تارڪ وطن يا تارڪ وطن جي اولاد طرفان قائم ڪيون ويون هيون، جن ۾ ايپل، ايميزون، بوئنگ، جنرل اليڪٽرڪ، ويريزون، جَي. پي مورگن ۽ هتي فورڊ شامل آهن.

ڪاروبار لاءِ موزون صنعتون

ڪجهه صنعتون ڪاروباري عمل لاءِ وڌيڪ موزون لڳن ٿيون، ٻيون گهٽ. خاص طور تي، ڪاروبار ڪندڙ گهٽ ڪري انهن شعبن ۾ ملن ٿا جن ۾ شروع ڪرڻ جي سرمائيداري گهرج گهٽ هجي، جن ۾ انٽرنيٽ ۽ ڊيٽا سروسز (مثال طور شيئرنگ ايپس، سافٽ ويئر ۽ سائبر سيڪيورٽي)، سيڙپڪاري مشورا، ڪنسلٽنگ ۽ اڪائونٽنگ سروسز شامل آهن. اهو ڪا حيرت جي ڳالهه ناهي: ظاهر آهي ته هڪ ڪاروبار ڪندڙ لاءِ اهڙن ڪاروبار قائم ڪرڻ ڏکيو هوندو آهي جتي سرمائيداري جا خرچ وڌيڪ هجن (مثال طور ڪارناهڻ، جهاز سازي، ايئر لائنز، صحت ۽ توانائي). جيتوڻيڪ ڪي ائين ڪن ٿا. اڄ جي گهڻا سپر-ڪاروبار ڪندڙ ۽ تيز ترين وڌندڙ ڪمپنيون آئي ٽي، بايو ٽيڪنالاجي، فنانس ۽ سيڊي جي دڪان ملن ٿا. انهن جي

انهن ڪاروبارن ۾ وڌڻ جا امڪان پڻ وڌيڪ هوندا آهن جن کي وڌيءَ تيزي سان وڌندڙ فرم ناهڻ لاءِ استعمال ڪري سگهجي ٿو جهڙوڪ هيج فنڊ ۽ سوشل ميڊيا.

گلوبل انٽرپرينيورشپ مانيٽر جي مطابق، غريب ملڪن ۾، ڪاروبار ڪندڙ گهٽ ڪري وڪرو ڪرڻ جي ڪاروبارن ۾ ملن ٿا. جهڙوڪ جنسون، هول سيل ۽ سيڌي جا دڪان. امير ملڪن ۾، اهي فنانس، پراپرٽي ۽ ڪاروباري خدمتن ۾ گڏ ٿين ٿا. عالمي سطح تي ڪاروباري ادارن ۾، هول سيل ۽ پرچون ڪاروبارن جو تناسب گهٽجي ويو آهي جڏهن ته خدمتن ۽ ٽيڪنالاجي ڪمپنين جو تناسب وڌيو آهي. اهو صرف اهو ظاهر ڪري سگهي ٿو ته دنيا امير ٿي رهي آهي ۽ انهن خدمتن جي طلب وڌي رهي آهي جيڪي ڪڏهن عيش هيون، جيڪڏهن اهي موجود هيون به. يا اهو ٿي سگهي ٿو ته ڪيترن ئي اڳوڻن غريب ملڪن ۾ ماڻهن هاڻي ڪافي ناڻو گڏ ڪري ورتو آهي ته هو بنيادي شعبن مان نڪري وڌيڪ نفيس شعبن کي ڳولي سگهن، جيڪي (آئي ٽي سروسز وانگر) سڄي دنيا ۾ مارڪيٽ ۽ وڪرو ٿي سگهن ٿا. مثال طور، ڏکڻ ڪوريا ــ ١٩٥٠ع جي ڏهاڪي ۾ دنيا جي غريب ترين ملڪن مان هڪ هيو پر هاڻ امير ترين مان هڪ آهي خاص طور تي 'گِگ اڪانامي' ڪاروبار تي مضبوط آهي. شايد هي شعبو دنيا جي مستقبل جي سپر ـ ڪاروبار ڪندڙن جي وڌندڙ تناسب جو گهر هوندو.

انٽراپرينيورشپ، جتي ڪاروباري جدت اڳ ۾ ئي قائم ڪمپنين جي اندر کان ايندي آهي، لڳي ٿو ته يورپ ۾ تمام مضبوط آهي، جتي سويڊن، جرمني ۽ قبرص جو خاص طور تي وڏو ڪردار آهي. اهو انهن ادارن ۽ بناوتن (جهڙوڪ ٽيڪس ۽ ڪارپوريٽ گورننس جا قانون، ضابطا بار، يا بئنڪ ۽ بانڊ فنانسنگ شيئر جي ملڪيت جي ابتڙ) جي ڪري ٿي سگهي ٿو جيڪي وڏين ڪمپنين کي اسٽارٽ اپس تي ترجيح ڏين ٿا. ڪاروباري روح وارا ماڻهو پوءِ وڏين ڪمپنين ۾ ڪم ڪري گهٽ خطري سان اطمينان حاصل ڪري سگهن ٿا.

ڪاروبار جو مستقبل

جيئن اڳ ذڪر ڪيو ويو آهي، ڪجهه مغربي مبصرن جو خيال آهي ته اهي وقت سان گڏ ڪاروباري حرڪت ۾ وڏي گهٽتائي ڏسي رهيا آهن. ٿنڪ ٽينڪ جي هن موضوع تي تحقيق جي سروي آمريڪا ۾ نون ڪاروبارن جي شروعات جي شرح ۾ هيناهين رجحان ڏانهن اشارو ڪري ٿي، ان سان گڏ موجوده فرمون جي مارڪيٽ مان نڪرڻ جي شرح ۾ گهٽتائي. ساڳئي وقت، نين

فرمن پاران پيدا ڪيل آمريڪي روزگار جو حصو گهٽجي ويو آهي. ١٩٨٠ع جي ڏهاڪي کان وٺي، اسٽارٽ اپس ۾ ملازمت ڪندڙ مزدورن جو حصو ٢٠ سيڪڙو کان ١٠ سيڪڙو تائين گهٽجي ويو آهي، جڏهن ته وڏين، بالغ فرمون ۾ ملازمت ڪندڙن جو حصو ٤٠ سيڪڙو کان ٥٠ سيڪڙو تائين وڌي ويو آهي. (Decker et al. 2016).

اهي نامڪمل اشاري آهن، ڇو جيڪڏهن واقعي ڪاروباري حرڪت ۾ گهٽتائي آهي، ته اهو مقامي، عارضي يا ڪيترن ئي مختلف عنصرن جي ڪري ٿي سگهي ٿو جهڙوڪ گهٽ وياج جي شرح غير پيداواري 'زومبي' ڪمپنين کي جيئرو رهڻ ۾ مدد ڪري رهي آهي. مجموعي طور تي، جيتوڻيڪ، ثبوت ضرور مشورو ڏئي ٿو ته آمريڪا، برطانيه، جرمني ۽ ٻين ترقي يافته معيشتن ۾ پيداوار جي واڌ گهٽجي رهي آهي، ۽ ڪاروباري حرڪت ۾ گهٽتائي هڪ وڏو سبب آهي (Masnik 2017).

پوءِ هي گهٽتائي ڇو؟ ٻيهر، متبادل وضاحتون آهن. ڪجهه ماڻهو دليل ڏين ٿا ته ترقي يافته معيشتن ۾ آبادي جي گهٽ واڌ جو مطلب شايد امڪاني ڪاروبار ڪندڙن جو ننڍڙو ذخيرو هجي (Hathaway and Litan 2014)۔ جيتوڻيڪ ان سان گهٽو فرق نه پوڻ گهرجي جيڪڏهن اهي اڃا به تمام پيداواري شعبن ۾ شروع ڪن. ٻيا چون ٿا ته براندنگ ۽ قيمتي آئي ٽي سسٽم جي وڌندڙ اهميت اسٽارٽ اپس لاءِ مقابلو ڪرڻ ڏکيو بڻائي ٿي (عالمي سرچ انجڻ، آفيس سافٽ ويئر يا آن لائين شاپنگ پليٽ فارمن جو سوچيو.((De Ridder 2019) پر حقيقت ۾ پيماني مان حاصل ٿيندڙ فائدا گهٽا نه وڌيا آهن، ۽ جيڪڏهن ڪجهه آهي ته آئي ٽي ڪيترن ئي ننڍن ڪاروبارن کي درپيش خرچن ۾ خاصي گهٽتائي آندي آهي (Gutiérrez and Philippon 2019).

وڌيڪ امڪاني ڏوهاري، سائيز سان گڏ وڌندڙ ضابطو آهي. شين تي ضابطا (مثال طور ليبلنگ جا قاعدا)، عملن تي (مثال طور پيداواري طريقا) يا روزگار تي (مثال طور گهٽ ۾ گهٽ اجرت، ڪم جا ڪلاڪ، والدين جي موڪل) ننڍن ڪاروبارن تي وڏن ڪاروبارن جي ڀيٽ ۾ وڌيڪ بار وجهي ٿو. وڏيون فرمون تعميل جي قيمت کي وڪري جي وڏي تعداد تي پکيڙي سگهن ٿيون; ننڍا اسٽارٽ اپ نٿا ڪري سگهن. اهو سبب ٿي سگهي ٿو ته ضابطن ۾ وڏا واڌارا، جهڙوڪ آمريڪا جو ٢٠١٠ع جو ڊوڊ-فرينڪ فنانشل سروسز فرم تي ڪنٽرول، وڏين فرمن ۾ منافعي جي حصي کي

وڌائيندا نظر اچن ٿا (.ibid). ساڳئي طرح، اسان ڏسون ٿا ته نسبتاً گهٽ ضابطي وارين معيشتون، جهڙوڪ ڏکڻ ڪوريا، تائيوان، هانگ ڪانگ، ٿائيلينڊ ۽ سنگاپور، ۾ ڪاروبار ڪندڙن ۽ سپر-ڪاروبار ڪندڙن جو تعداد وڌي رهيو آهي. ان جي ابتڙ، وڏي پئماني تي ضابطا واري يورپ ۾، جدت وڏين ڪمپنين جي اندر انٽرا پرينيورشپ ذريعي اچڻ جو وڌيڪ امڪان آهي (Stigler 1971).

ضابطو شايد هڪ صنعت پاران فعال طور تي طلب ڪيو وڃي، يا اهو ان تي مسلط ڪيو وڃي... هڪ اصول طور تي، ضابطو صنعت طرفان حاصل ڪيو ويندو آهي ۽ بنيادي طور تي ان جي فائدي لاءِ ناهيو ۽ هلايو ويندو آهي.

وڏيون فرمون وڌيڪ لابيسٽ پڻ برداشت ڪري سگهن ٿيون، جن تي قانون سازن کي لازمي طور تي ماهر معلومات لاءِ پروسو ڪرڻو پوندو آهي جيئن ضابطي وارا مسئلا وڌيڪ پيچيده ٿيندا وڃن. پر انهن لابيسٽن جي دلچسپي مقابلي ڪندڙن کان ٻاهر رکڻ ۾ هوندي آهي؛ ۽ جيڪڏهن اهي شروع ڪندڙ ڪاروبار ڪندڙن کي پنهنجي توانائي، وڌيڪ دلڪش شيون پيدا ڪرڻ تي نه پر ڏکوئيندڙ ضابطن سان نپٽڻ تي خرچ ڪرڻ تي مجبور ڪري سگهن ٿا، ته اها دلچسپي پوري ٿئي ٿي.

عوام جا مفاد، جيتوڻيڪ، هڪ ڪليل، متحرڪ، مقابلي واري صنعت ذريعي بهتر طور تي خدمت ۽ تحفظ حاصل ڪن ٿا بجاءِ وڏي پئماني تي ضابطا واري، سست، غير جوابده صنعت جي. پاليسيون جهڙوڪ برطانوي فنانشل ڪنڊڪٽ اٿارٽي جو 'ريگيوليٽري سينڊ باڪس'، جيڪو فنٽيڪ اسٽارٽ اپس کي بغير ضابطا واري ڏنڊ جي خطري جي نوان ڪاروباري نمونا آزمائڻ جي اجازت ڏئي ٿو اهو صحيح رخ ۾ هڪ قدم لڳي ٿو.

پيداواري ۽ غير پيداواري ڪاروبار

ڇا ڪاروبار هميشه پيداواري هوندو آهي؟

انهن موقعن کان باشعور هجڻ جيڪي اسان کي فائدو پهچائي سگهن ٿا، ۽ انهن تي عمل ڪرڻ، قدرتي ۽ عالمگير انساني خاصيتون لڳن ٿيون. ١٧٧٦ع ۾، ايڊم سمٿ 'هر ماڻهو جي پنهنجي حالت بهتر ڪرڻ جي هڪجهڙائي، مسلسل ۽ بي روڪ ڪوشش' نوٽ ڪئي، ۽ دليل ڏنو ته 'هڪ شيءِ کي ٻي شيءِ سان واپار ڪرڻ، ڏي وٺ ڪرڻ ۽ مٽائڻ جو رجحان' 'انساني فطرت ۾ انهن اصلي اصولن مان هڪ هو' جنهن کي ڪنهن وضاحت جي ضرورت نه هئي (Smith [1776] 1981). ۽ مارڪيٽ جي 'هلندي ۽ ڳالهين' ذريعي، اسان جو خودغرضي - حيرت انگيز طور تي - گڏيل فائدو پيدا ڪندو، جڻ ته 'ڪنهن اڻ ڏٺي هٿ' جي اڳواڻي ۾.

کليل ۽ مقابلي واري مارڪيٽن ۾، اهو تي سگهي ٿو. پر زندگي ماڻهن کي پاڻ کي بهتر بڻائڻ لاءِ ڪيترائي ٻيا موقعا فراهم ڪري ٿي، جيتوڻيڪ هميشه گڏيل فائدي لاءِ نه. هوشيار وڪيل قانوني خال جو استحصال ڪري سگهن ٿا جيڪي سندن گراهڪن کي تيز رفتاري جي ڏنڊن کان بچائين، مثال طور، سماج لاءِ ڪو به قدر پيدا ڪرڻ کان سواءِ. چور ۽ فراڊ ڪندڙ شايد ڏوهاري موقعن کان اوترو ئي باشعور هجن جيترو ڪو به ڪاروبار ڪندڙ ايماندار موقعن کان. فرق اهو آهي ته انهن ڏوهاري موقعن کي قبضو ڪرڻ سان قدر پيدا ناهي ٿيندو پر ٻين کان قدر کسي ٿو.

پيداواري، غير پيداواري ۽ تباهي وارو

تنهن ڪري، اهو واضح آهي ته سڀ 'ڪاروبار' پيداواري ۽ سماجي طور تي فائدي وارو ناهي هوندو. بيشڪ، ڪاروبار ٿي سگهي ٿو پيداواري، غير پيداواري يا تباهي وارو بامول (١٩٩٠) جي مطابق. ڪا به واضح حدون نه آهن، پر هڪ اهو چئي سگهي ٿو ته پيداواري قسم جو ڏاري قدر پيدا ڪري ٿو غير پيداواري قسم صرف هڪ پاسي لاءِ قدر پيدا ڪري ٿو ۽ تباهي وارو قسم حقيقت ۾ قدر تباهه ڪري ٿو.

پيداواري ڪاروبار:

پيداواري ڪاروبار ڪندڙ پاڻ ۽ پنهنجن گراهڪن ٻنهي لاءِ قدر پيدا ڪن ٿا. قدر ڏسندڙ جي اک

۾ هوندو آهي. گراهڪ ڪاروبار ڪندڙ جي پراڊڪٽ ڪي ان نقدي کان وڌيڪ اهميت ڏين ٿا جيڪي اهي ان لاءِ ادا ڪن ٿا. ڪاروبار ڪندڙ ان قيمت کي وڌيڪ اهميت ڏين ٿا جيڪا اهي وصول ڪن ٿا ان وسيلن (مثال طور وقت، ڪوشش ۽ مواد) کان جيڪي انهن کي پراڊڪٽ فراهم ڪرڻ تي خرچ ڪرڻا پون ٿا. تعلق مڪمل طور تي رضاڪارانہ آهي: يا تہ معاملي کان هٽي سگهي ٿو پر اهي نہ ٿا ڪن ڇاڪاڻ تہ اهي سمجهن ٿا تہ متاسثا سان اهي بهتر ٿي ويا آهن. اهي هر هڪ شايد صرف خودغرضي جي سببن لاءِ واپار ڪن - گراهڪ پراڊڪٽ چاهي ٿو پيدا ڪندڙ پئسا چاهي ٿو. پر عمل هڪ تمام گهڻو عام فائدو پيدا ڪري ٿو. گراهڪ جي پيروي ڪرڻ جي عمل ۾، پيداواري ڪاروبار ڪندڙ جدت آڻين ٿا، پيداوار وڌائين ٿا، ترقي کي اڳتي وڌائين ٿا، اسان جي چونڊ کي وسيع ڪن ٿا، اسان جو قدر وڌائين ٿا ۽ آخرڪار سڄي سماج کي فائدو پهچائين ٿا.

غير پيداواري ڪاروبار:

ٻيهر، هڪ ڪاروباري تي سگهي ٿو بغير ڪنهن ٻئي لاءِ قدر پيدا ڪرڻ جي. هڪ ٻيو عام مثال ٽيڪس جي بچت (tax avoidance) آهي، جتي باشعور ٽيڪس ادا ڪندڙ ۽ سندن صلاحڪار 'تخليقي' اڪائونٽنگ قدمن ذريعي پنهنجي ٽيڪس بل کي گهٽائڻ جا (قانوني) موقعا ڳوليندا آهن. اهي شايد پئسا ٽيڪس-مدد يافتہ ريٽائرمينٽ اسڪيمن ۾ وجهي سگهڻ بجاءِ ان کي آمدني طور ونڻ جي. اهي شايد ملازم طور ڇڏي ڏين ۽ ساڳيون خدمتون فراهم ڪرڻ لاءِ هڪ ڪمپني قائم ڪن، انهن کي رائيٽ آف دعوي ڪرڻ يا ڪاروباري سبسڊيز جو استحصال ڪرڻ جي اجازت ڏئي. يا اهي شايد پنهنجي ڪمپني جي ٽيڪس ذميواري کي گهٽ ڪري سگهن منافعن کي وڌيڪ ٽيڪس وارن ملڪن مان گهٽ ٽيڪس وارن ملڪن ڏانهن منتقل ڪري - جيئن اسٽاربڪس، ايپل، ايميزون، نيٽ فلڪس ۽ جنرل موٽرز تي سيني تي الزام لڳايو ويو آهي - يا پنهنجو هيڊ ڪوارٽر ڪنهن گهٽ ٽيڪس واري دائري اختيار ۾ منتقل ڪري.

ٻيو مثال لابنگ آهي تہ جيئن ضابطا ۽ ضابطا وارا فيصلا توهان جي حق ۾ ڪرايا وڃن. ان ۾ شايد سياستدانن کي قائل ڪرڻ شامل هجي تہ ٽيڪس يا واپاري قاعدن کي توهان جي ڪاروباري شعبي لاءِ سازگار رکيو وڃي، مثال طور، يا آفيسرن سان دوستي ڪرڻ ان اميد تي تہ اهي شايد

واپاري لائسنس يا تعميراتي اجازت ناموڊيڻ لاءِ وڏيڪ مائل هجن. جيئن حڪومتي طاقت وڏي آهي، لابنگ هڪ وڏي صنعت بڻجي وئي آهي، آمريڪي ڪمپنيون (دواسازي، انشورنس، اليڪٽرانڪس، تيل ۽ افاديتن جي اڳواٽي ۾) ان تي سالانو ۳ ارب ڊالر خرچ ڪن ٿيون (Evers_Hillstrom 2018). هن خود واڌاري ڪان متاثر ٿيندڙ ڪي بہ سچاٽپ لائق متاثر نہ ٿي سگهن، پر لابيستن کي واضح طور تي اهو سمجهڻ گهرجي تہ ان مان انهن کي وڏو فائدو ٿئي ٿو.

تباهي وارو ڪاروبار:

جيتوٽيڪ، ڪجھ بيون ڪاروباري سرگرميون - جيڪڏهن انهن کي واقعي اهو سڏي سگهجي ٿو - يقيناً متاثرين هوندا آهن.

آمريڪي معاشي ماهر گيري بيڪر (۱۹۳۰-۲۰۱۴) دليل ڏنو تہ ڏوهاري گهٽو ڪري ايماندار ڪاروبار ڪندڙن وانگر عمل ڪندا آهن. پڪڙجي ۽ سزا ڏيڻ جي خطري جي مقابلي ۾ امڪاني انعام ۽ ڪاميابي جي امڪان جو اندازو لڳائيندا آهن (Becker 1968). بين ڪي لٽڻ ۽ دوکو ڏيڻ جي موقعن کان باشعور، اهي شايد بليڪ ميل استعمال ڪن يا اسڪيم ۽ رڪٽ هلائي ڪن. اهي شايد ڪاروبارن کي تشدد جي ڌمڪي ڏين جيڪڏهن اهي تحفظ جو پئسو نہ ڏين.

اهي رضاڪارانہ معاملا ناهن:

اهي متاثرين کان سندن رضاڪارانہ رضامندي کان سواءِ قدر کسين ٿا. جيترو وڏيڪ اهڙو استحصال پکڙجي ٿو، اوترو وڏيڪ تباهي: جنهن ۾ گهٽ چونڊ ۽ آزادي، گهٽ پيداوار ۽ سماج لاءِ قدر جو نقصان شامل آهي.

ضابطن جو اهم اثر

ڇا ڪو خاص ڪاروباري عمل پيداواري، غير پيداواري يا تباهي وارو آهي، ان جو دارومدار انهن ضابطن تي ٿي سگهي ٿو جيڪي نافذ آهن.

مثال طور، سڀ غير قانوني سرگرمي لازمي طور تي تباهي واري ناهي هوندي. اهو تباهي وارو ناهي لڳندو تہ ڪنهن موذي مرض ۾ مبتلا مريض کي ڪا اها دوا ڏني وڃي جيڪا ممڪن طور تي ان کي بچائي سگهي پر اڃا سرڪاري بيوروڪريٽڪ منظور ٿيل نہ آهي. يا بيهر، صرف اختياري حڪومتن ئي نقصان برداشت ڪنديون آهن جڏهن ڪو واپاري گراهڪن کي اهي ڪتاب

خاموشي سان فراهم ڪري ٿو جن تي پابندي لڳل آهي. اهڙا معاملا باشعور ۽ رضاڪارانه هوندا آهن، ۽ ڪو ٻيو متاثر ناهي ٿيندو.

ساڳئي طرح، ڪجھ قانوني سرگرمي شايد تباهي واري هجي. مثال طور، هڪ ڊاڪٽر شايد منافعي وارا پر غير ضروري آپريشن ڪري سگهي ٿو مريضن جي پنهنجي طبي حالت بابت مڪمل ڄاڻ نه هجڻ جو استحصال ڪندي. مريض شايد آپريشن لاءِ رضامندي ڏئي، پر اهو لازمي طور تي باخبر رضامندي ناهي هوندي.

مخصوص قانون ۽ ضابطا جيڪي نافذ آهن، اهو وڏو فرق پيدا ڪري سگهن ٿا ته ڪاروباري توانائي پيداواري مقصدن ۾ وهي ٿي يا غير پيداواري ۽ تباهي وارن ۾. جيڪڏهن ٽيڪس وڏيڪ ۽ پيچيده آهن، مثال طور، گهٽي ڪاروباري ذهانت انهن ڪان (قانوني طور) بچڻ ۽ (غير قانوني طور) بچاءُ ڪرڻ تي بدّل هوندي، بجاءِ بهتر ۽ سستيون شيون فراهم ڪري قدر پيدا ڪرڻ جي. جيڪڏهن روزگار ٽربيونل مزدورن لاءِ ٻي قيمت آهن پر ملازمن ڪان وڏي ادائيگي ڏيارائي سگهن ٿيون، ته مزدورن ڪي بدمعاشي دعويٰ ڪرڻ تي اپاريو ويندو ۽ ملازمن جي توانائي انهن ڪان بچڻ ۾ منتقل ٿي ويندي. جيڪڏهن ضابطا منافعي ڪي خطرو ڪن ٿا، ته توانائي انهن ڪي نظرانداز ڪرڻ يا انهن ڪي تبديل ڪرائڻ لاءِ لابنگ ڪرڻ ۾ منتقل ٿي ويندي. ساڳئي طرح، جيڪڏهن خاص سرگرمين ڪي رعايت ڏني وڃي ٿي، ته ماڻهو رعايت حاصل ڪرڻ جا طريقا ڳوليندا ـ چاهي اهي ان جي ارادي جي خدمت ڪن يا نه.

ضابطن جي اثراندازي:

منجهيل ۽ وانجهيل قانون، ضابطن، گرانٽس ۽ رعايت جو افسوسناڪ نتيجو اهو آهي ته ڪاروباري ڪاروبار ڪندڙ اڪثر وڪيلن، اڪائونٽنٽس ۽ لابيسٽن ڪي انجنيئرن، ڊيزائنرن، منتظمين ۽ ٻين پيداواري مزدورن جي ڀيٽ ۾ نوڪري رکي وڌيڪ پئسا ڪمائي سگهن ٿا ـ يا وڏي قيمت ڪان بچي سگهن ٿا. ضابطن ۾ اثراندازي ـ لابنگ، عدالتي ڪارروائي، سازگار سياستدانن جي مدد، يا آفيسرن ڪي رشوت ڏيڻ ذريعي ـ تمام گهڻو منافعي وارو ٿي سگهي ٿو ان ڪري ان تي ايترو وڌيڪ خرچ ڪيو وڃي ٿو.

قديم روم ۾ به، امير ٿيڻ جو رستو طاقت ۽ اثر رسوخ هونداپار ۽ تجارتي ڪاروبار ـ جن تي طاقت ۽ اثر رسوخ وارا ماڻهو نيچ نظرن سان ڏسندا هئا. شهنشاهه پنهنجن اتحادين ۽ پسنديدن ڪي

خاص اجورو ڏيندا هئا. يعني تائين ضروريات تي جيئن تعمير، شپنگ، لوڻ ۽ ڪاڻ. هڪ هزار سال پوءِ، انگلينڊ جي وچئين دور جي گِلڊن پنهنجن سنگتين تي اثر وڌو ۽ حڪومت ۾ ته هو پنهنجي واپار ۾ داخل ٿيندڙ پرينٽس جي تعداد کي محدود ڪن ۽ ٻين شهرن مان ايندڙ مقابلي ڪندڙن تي پابندي لڳائين. واپاري، هارين ۽ ڪاريگرن بادشاهن کي 'غير منصفاڻي' مقابلي جي خلاف تحفظ لاءِ لابنگ ڪئي، جيئن سستو اناج يا چيپل ڪيليڪو، هتي هڪ نئين محنت بچائيندڙ اسٽاڪنگ-فريم تي پابندي لڳائي وئي. جيئن روم ۾، شاهي چارٽر فردن ۽ ڪمپنين کي اجورو ڏنو.

اهڙن خاص سهولتن صرف خوش قسمت پيدا ڪندڙن کي فائدو ڏنو عام عوام جي خرچ تي. اهي نه رڳو غير پيداواري هئا، پر تباهي وارا پڻ هئا: انهن ٻين کي ڪاروباري موقعن کان انڪار ڪيو، جدت کي دٻايو، پيداوار گهٽائي، عوام کي وڌيڪ قيمتون ادا ڪرڻ ۽ گهٽ معيار قبول ڪرڻ تي مجبور ڪيو ۽ وڌيڪ قابليت کي قدر پيدا ڪرڻ جي بجاءِ طاقت جي استحصال ۾ منتقل ڪيو. پر جڏهن، انگلينڊ ۾، شاهي سرپرستي، گرانٽس ۽ اجورا آخرڪار سترهين ۽ ارڙهين صدي عيسويءَ ۾ گهٽ ڪيا ويا، ته ڪرونيزم (ياري، دوستي) مان حاصل ٿيندڙ انعام گهٽجي ويا. نتيجي ۾، ڪاروباري توجهه غير پيداواري استعمالن کان پيداواري استعمالن ڏانهن منتقل ٿي وئي، جدت، زرعي بهتري ۽ هڪ برفاني صنعتي انقلاب کي متحرڪ ڪيو.

پيشه ورانه لائسنسنگ

تنهن هوندي به، غير پيداواري ۽ تباهي وارو ڪاروبار مرڻ کان پري آهي. آمريڪي معاشي ماهر ملٽن فريڊمين (١٩١٢-٢٠٠٦) پيشه ورماڻهن جهڙوڪ ڊاڪٽرن ۽ اڪائونٽنٽس جي پيشه ورانه لائسنسنگ جو جائزو ورتو. (Friedman 1962) جيتوڻيڪ اهو عوام جي حفاظت لاءِ فرض ڪيو ويو هو، فريڊمين ڏٺو ته ان جو مخالف اثر هو. لائسنسنگ پيشه ورماڻهن کي وڌيڪ فيسون چارج ڪرڻ ۽ گهٽ خدمت فراهم ڪرڻ جي اجازت ڏني، انهن ماڻهن جي تعداد کي محدود ڪندي جن کي مشق ڪرڻ جي اجازت هئي. اڄ، پيشه ورانه لائسنسنگ ان کان به وڌيڪ وسيع آهي جڏهن فريڊمين لکيو هو. اندازو آهي ته آمريڪا ۾ اڌ پيشا ورڪي لائسنس جي ضرورت آهي، جن ۾ هيئر ڊريسر، جنازي جي منتظم، جڳهين جي اندرين حصي وارا ڊزائنر، جاڪي (گهوڙي سوار) ۽ مينڪيورسٽ (هٿن ۽ ننهن جو سنواريندڙ) شامل آهن. اهو وڏي تعداد ۾ پيشه ورماڻهن

ڪي مقابلي ڪان پاڻ کي بچائڻ جي اجازت ڏئي ٿو. (ان ڪان به وڌيڪ جڏهن اهو خود پيشي ۾ شامل ماڻهو هوندا آهن جيڪي فيصلو ڪن ٿا ته ضابطا ڪهڙا هجن. جيئن مثال طور ڊاڪٽر ۽ وڪيل ڪندا آهن.) ۽ ٻاهرين لاءِ مارڪيٽ ۾ داخل ٿيڻ ڏکيو ٿي ويندو آهي - خاص طور تي غريب ماڻهو جيڪي شايد گهربل فيس ۽ ضرورتن کي برداشت نه ڪري سگهن.

ان جو هڪ مثال اتر ڪيرولينا ڏند اڇا ڪرڻ وارو اسڪينڊل آهي. ڏند اڇا ڪرڻ هڪ ڪافي سادو عمل آهي. توهان ننڍيون پلاسٽڪ جون ٽريون وٺو انهن ۾ ڪجهه رطوبت وجهو پوءِ انهن کي گراهڪ جي ڏندن سان لڳايو. ڪا به وڏي تربيت گهربل ناهي. پر جيئن شاپنگ مالز ۽ سيلون ۾ ڏند اڇا ڪرڻ جون ڪلينڪون اڀري اچڻ لڳيون، لائسنس يافته ڏندن جي ڊاڪٽرن - جيڪي گهٽ وڌيڪ چارج ڪندا هئا - اعتراض ڪيو. انهن لائسنسنگ بورڊ ڪان روڪ ۽ بازي جا حڪم (cease_and_desist orders) جاري ڪرايا جيڪي ڪلينڪن کي ڊيڄائين ته هو پنهنجي غير مجاز 'ڏندن جي علاج' کي بند ڪن. ڇاڪاڻ ته قائم ٿيل ڏندن جا ڊاڪٽر لائسنسنگ بورڊ تي غالب هئا، جڏهن ته ڪلينڪون بي نمائندگي هيون، اهي بورڊ جي سرڪاري اختيارن کي مقابلي ۽ صارف جي چونڊ کي دٻائڻ لاءِ استعمال ڪري سگهندا هئا.(NPR 2018)

ٽيڪسي هلائڻ جا لائسنس سڄي دنيا ۾ عام آهن. ٻيهر، جواز اهو آهي ته اهو مسافرن کي وڌيڪ تحفظ ڏئي ٿو ان ڳالهه کي يقيني بڻائي ته آپريٽر 'موزون ۽ مناسب' شخص آهن؛ پر اثر آپريٽرن جي تعداد کي محدود ڪرڻ ۽ قيمتون وڌائڻ آهي. مثال طور، ١٩٣٧ ۾ نيويارڪ - ٽيڪسي ڊرائيورن جي دٻاءُ هيٺ جيڪي ڊپريشن کان پوءِ وارن سالن ۾ گراهڪن کي راغب ڪرڻ ۾ مشڪل محسوس ڪري رهيا هئا ۽ 'وائلڊ ڪيٽس' (غير قانوني ٽيڪسين) کان گهٽ قيمتون وٺڻ جي ڪري نقصان ۾ هئا - ڪو به نئون لائسنس جاري ڪرڻ بند ڪري ڇڏيو. اڄ، صرف ١٣،٥٠٠ آهن - ١٩٣٠ جي چوٿيءَ جو به ٽيون حصو جيتوڻيڪ ڪيبن جي طلب وڌي وئي آهي. پر انهن 'ميڊلين' (جنهن کي هو ڊرائيورن کي ڪلاڪ جي حساب سان ڪرائي تي ڏين ٿا) جا مالڪ ان طريقي سان پسند ڪن ٿا. صرف هاڻي جديد رائيڊ شيئرنگ ايپس ٽيڪسي مارڪيٽن ۾ داخل ٿي رهيون آهن؛ پر انهن جي مزاحمت قائم ٿيل فراهم ڪندڙن طرفان ڪئي وڃي ٿي، جيڪي اڪثر لائسنسنگ اختيارين تي نمائندگي رکن ٿا. جيئن مثال طور لنڊن ۾ 'بليڪ ڪيبون' آهن. ان ڪري، رائيڊ شيئرنگ ايپس، جيڪي گهٽ قيمتون ۽ يقيناً بهتر خدمت پيش

ڪن ٿيون, اڪثر ڪري ڪڏهن ڪڏهن ڇڏيون ويون آهن. فرانس ۽ اوبر جي ايگزيڪيوٽوز کي جيل ۾ وڌو موجوده ڪاروبارن جي سياستدانن تي لابنگ جو اهو اثر آهي.

گهٽ ضابطو وڌن قائم ٿيل ڪاروبارن پاران شروع ڪيو ويندو آهي, جيڪي ان کي عوام جي حفاظت طور فروغ ڏين ٿا, پر جيڪي (باشعور يا غير باشعور) مقابلي تي ان جي دٻاءُ واري اثر مان فائدو حاصل ڪرڻ لاءِ بيٺا آهن. آپريٽنگ قاعدا جهڙوڪ گهٽ ۾ گهٽ سرمائيداري گهرجون, گهٽ ۾ گهٽ ۽ وڌ ۾ وڌ قيمت جا قانون, ۽ سختي سان بيان ڪيل پراڊڪٽ معيار يا عمل سڀ ڪاروباري اسٽارٽ اپس لاءِ سستيون, جديد شيون فراهم ڪرڻ ڏکيو بڻائين ٿا. بيشڪ, ضابطا چا آهن اهو معلوم ڪرڻ به هڪ ننڍي چئلينجر ڪاروبار لاءِ مهانگو ثابت ٿي سگهي ٿو. وڏيون فرمون آساني سان قانوني چئلينجز کي برداشت ڪري سگهن ٿيون ته جيئن نون فرمن جي زندگي ڏکي ٿئي جيڪي سندن گراهڪ ڪٽي رهيون آهن; ۽ اهي ضابطا ڪندڙن سان ياري باشي رشتا ترقي ڪرڻ ۽ لابنگ تي وڏيڪ خرچ ڪري سگهن ٿيون ته جيئن انهن کي ضابطا وارن فيصلن کي پنهنجي حق ۾ ۽ پنهنجن مقابلي ڪندڙن جي خلاف ورهاڱي ۾ مدد ڪري سگهن.

سياسي ڪاروبار جو عروج

اهو سچ آهي ته غير ضابطا وارا ڪاروبار نقصانڪار سماجي نتيجا پيدا ڪري سگهن ٿا, جهڙوڪ گراهڪن ذاتهن گمراهه ڪندڙ پيشڪشون, خراب پيداوار ۽ معيار جا معيار, هڪ طرفا معاهدا يا غير محفوظ ڪم جون حالتون. پر پوءِ گراهڪن جا خراب رايا (خاص طور تي آن لائين دور ۾) خراب عملن ۽ شين وارين فرمن کي ڪڏهن ڇڏيندا آهن. ۽ ڪنهن به صورت ۾, گهٽا ڪاروبار ڪندڙ اهڙيون بهترين, جديد شون پيدا ڪرڻ چاهين ٿا جيڪي سندن گراهڪ پسند ۽ قدر ڪن. وڌو خطرو بلاشبه وڌيڪ ضابطو آهي, ۽ وڌن پيدا ڪندڙن جي دٻاءُ هيٺ ضابطي جي واڌ جو رجحان جيڪي ان مان فائدو وٺن ٿا. ضابطي جو اهو واڌارو نون فرمن لاءِ وڌڻ ۽ ترقي ڪرڻ ڏکيو بڻائي ٿو, اسان کي پراڻين ٽيڪنالاجين ۾ بند ڪري ٿو, معاشي ترقي کي روڪي ٿو ۽ اجا وڌيڪ ڪرونيزم (بي وقتائپ) کي حوصلا افزائي ڪري ٿو.

اهو سچي دنيا ۾ ساڳيو آهي. ڏکڻ ڪوريا جي چيبول (chaebol) حڪومتي ضابطن ۽ رعايتن مان فائدو ورتو ۽ ڏکڻ ڪوريا جي معيشت کي سالن تائين هلايو- جيستائين سندن رشوت ۽ بدعنواني ظاهر نه ٿي. روس ۾ اوليگارچ پنهنجي سياسي سرپرستي ذريعي امير ٿي ويا, پر عام

روسين سنڌن سرگرمين مان ٿورڙو قدر حاصل ڪيو. پولينڊ ۾ ڪاروبار ڪندڙن جي سروي ظاهر ڪئي ته اهي پيداواري سرگرمين جي ڀيٽ ۾ غير پيداواري سرگرمين تي وڌيڪ ڌيان ڏين ٿا (Dominiak and Wasilczuk 2017). اوير يورپ ۾ ٻي جاءِ تي ڪهاڻي گهڻو ڪري ساڳي آهي. آمريڪا ۾ ڪمپنيون نه رڳو لابنگ تي اربين خرچ ڪن ٿيون؛ اهي اڳوڻن ريگيوليٽرن ۽ اڳوڻن وزيرن کي پنهنجي بورڊ تي رکڻ لاءِ وڏيون رقمون پڻ ادا ڪن ٿيون. حڪومتي طاقت انهن کي راغب ڪري ٿي جيڪي ان جو استحصال ڪرڻ چاهين ٿا.

دليل طور، آمريڪا ۽ يورپ جهڙن گهڻن ترقي يافته ملڪن ۾ سست معاشي واڌ جي شرح، ڪاروبار جي گهٽتائي ۽ ڪاروبار شروع ڪرڻ جي گهٽجي رهي، شرح جي ڪري ناهي. اهوان ڪري آهي جو ڪاروباري توانائي پيداواري سرگرمين کان غير پيداواري سرگرمين ۾ منتقل ٿي وئي آهي؛ بهتر ۽ سستيون شيون پيدا ڪرڻ کان لابنگ، ياري دوستي جي بنياد تي پرتي يا سهولت ڏيڻ. فرد جي خودغرضي سماج کي صرف تڏهن فائدو ڏئي ٿي جڏهن ادارا مثبت طور تي ترتيب ڏنل هجن. جيڪڏهن اهي نه آهن، ته پوءِ امير ملڪ به ڪرونيزم ۽ غير پيداواري سرگرمي جي عروج جي نتيجي ۾ زوال پذير ٿين ٿا - جيئن قديم روم ۽ قديم چين صديون اڳ ٿيا هئا.

ڪاروبار ۽ ادارا

پوءِ اسان اهڙا ادارا ۽ ترغيبون ڪيئن پيدا ڪريون جيڪي ڪاروبار کي پيداواري رکن؟ هڪ مستحڪم سياسي ماحول ۽ سرمائيداري تائين سٺي رسائي يقينن مدد ڪن ٿا. محفوظ ملڪيت جا حق، انصاف جي نظام جي اعتبار ۽ سياسي طاقت تي حدون پڻ اهم لڳن ٿيون.

پر اهي حالتون پيدا ڪرڻ آسان ناهن. پراڻا ادارا شايد بگڙيل ترغيبون پيدا ڪن ۽ ان جي باوجود تاريخ، ثقافت ۽ عقيدي جي نظام ۾ گهٽي ڪوتائي سان جڙيل هجن. عام طور تي، انهن جو انهن ماڻهن طرفان سختي سان دفاع ڪيو ويندو جيڪي انهن مان فائدو وٺن ٿا. جيڪي اڪثر اختيار ۾ هوندا آهن. اداري جي تبديلي تنهن ڪري هڪ سادو منتقلي ناهي ڪنهن وڌيڪ منطقي شيءِ ڏانهن، جيئن درسي ڪتاب معاشيات اشارو ڪري سگهي ٿي. اهو سياسي ۽ جذباتي آهي. جڏهن ١٩٨٩ع ۾ برلن جي پٽ ڪري، مثال طور ماضي جي جبر کي ڇڏائڻ جو عوامي رجحان هو. گهڻن مغربي معاشي ماهرن اميد ڪئي ته مارڪيٽ ادارا ۽ اخلاقيات جلدي غالب ايندا. ڪجهه هنڌن تي، گهڻو ڪري اهي جتي سوويت دور کان وٺي آزاد خيال ادارا موجود هئا (جهڙوڪ ايستونيا ۽

چيڪ ريپبلڪ)، اها وڏي حد تائين تي. پر گهٽ ۾ منتقلي ڏکي هئي. ڪي (جهڙوڪ يوڪرين) هڪ طرف ويا پوءِ ٻئي طرف. ٻيا (روس وانگر، مارڪيٽ جي قدرن جي ڪا تاريخ نه هجڻ ڪڏهن به واقعي سڌارا نه آندا پر طاقت جو نئون طبقو اوليگارچن ۾ ڏوهارين جو جنم ڏنو. ثقافت، تاريخ، مذهب ۽ طاقت جي حقيقتون مضبوط آهن. بگڙيل ادارن جو بدعنوان اثر گهرو آهي.

تمام اڪثر، انهن ملڪن ڪي جن ڪي اصلاحن جي تمام گهٽي ضرورت آهي جيڪي ڪاروبار ڪندڙن ڪي پيداواري انجامن ڏانهن موڙين، اهي ڪڏهن به نه ڪندا، ڇاڪاڻ ته حڪمران اختيارين پنهنجي طاقت تي اثر جو خوف رکن ٿا. ٻيا شايد گهربل اصلاحن جي وڏي پيماني ڪي محسوس نه ڪن، ان خيال سان چمٽي رهيا آهن ته اهي مارڪيٽن ڪي سنيالي سگهن ٿا ۽ پيداوار يا روزگار جا هدف مقرر ڪري سگهن ٿا. اصلاحن ڪي روڪيندڙ بدعنواني (هتي پوليس ۽ انصاف اختيارين ۾) جڙ کان پٽڻ ڏکي ٿي سگهي ٿي. پر اٽو تباهي وارو ڪاروبار دير تائين رهي ٿو.

ڪاروباري روح مضبوط ۽ وسيع آهي. اهو خوشحالي ۽ ترقي لاءِ هڪ طاقتور قوت آهي. پر اسان ڪي مضبوط ادارا پيدا ڪرڻ جي ضرورت آهي جيڪي ان ڪي سماجي طور تي قيمتي هدايتن ۾ منتقل ڪن. اها عقلمندي آهي ته ان ڪم جي پيماني ڪي گهٽ نه سمجهو (Henrekson and Sanandaji 2011).

ڇا حڪومت ڪاروبار کي فروغ ڏئي سگھي ٿي؟

معيشت ۽ سماج لاءِ ڪاروبار جي فائدن کي تسليم ڪندي، ڪيترين ئي حڪومتن ان کي همٿائڻ لاءِ پاليسي ترقي ڪرڻ جي ڪوشش ڪئي آهي. گھڻيون ناڪام ٿيون ٿيون، عام طور تي ڇاڪاڻ ته اهي ان بابت پريشان آهن جيڪو اهي پيدا ڪرڻ جي ڪوشش ڪري رهيون آهن، يا ڇاڪاڻ ته سندن حڪمت عمليون تمام گھڻيون مختصر مدت واريون، تمام گھڻيون بيوروڪريٽڪ، مارڪيٽ جي حقيقتن کان تمام گھڻيون ناواقف، يا معاشي مقصدن جي پيٽ ۾ سياسي مقصدن تي تمام گھڻيون ڌيان رکيل آهن. ڪاروبار کي فروغ ڏيڻ جي حڪومتي ڪوششون آهن، جيئن هارورڊ جي معاشي ماهر جوش لرنر (٢٠٠٩) چيو 'ٽٽل خوابن جو بليوارڊ.'

ٽٽل خوابن جو بليوارڊ

مثال طور، ٢٠٠٢ ۾، يورپي يونين ان کي لاڳو ڪيو جيڪو هاٽي 'لزبن حڪمت عملي' جي نالي سان سڃاتو ويو ٿو. ان برقرار رکيو ته 'معاشي واڌ ۽ نوڪريون ڪاروبار ۽ ڪاروبار ڪندڙن جي تخليقي روح تي منحصر آهن'، ۽ ان روح کي همٿائڻ لاءِ پاليسي اصلاحن جي تجويز پيش ڪئي. ان جو مقصد يورپي يونين کي، ٢٠١٠ع تائين، "دنيا ۾ سڀ کان وڌيڪ مقابلي واري ۽ متحرڪ علم تي ٻڌل معيشت" بڻائڻ هو 'واڌ لاءِ جدت'، 'تحقيق ۾ سيڙپڪاري' ۽ 'هڪ مقابلي واري ڪاروباري ماحول ۾ ڪاروبار جي ترقي' ذريعي. پر ٢٠١٠ کان گھڻو اڳ، يورپي يونين جي آفيسرن حڪمت عملي کي سخت ناڪامي تسليم ڪري رهيا هئا.

پاليسي ناڪاميون:

ان جو گھڻو سبب اهو هو ته حڪمت عملي ننڍين فرمن ۽ ڪاروباري فرمن جي وچ ۾ فرق نه ڪيو. ان جو مقصد وڌيڪ ننڍيون ۽ وچولي درجي جا ادارا پيدا ڪرڻ هو: پر جيئن اسان ڏٺو آهي، اهو ڪاروبار جي برابر ناهي ۽ بلڪل ان جي ابتڙ به ٿي سگھي ٿو. جديد ڪاروباري شرحون ڪيترن ئي يورپي يونين جي ملڪن ۾ گھٽ آهن، جهڙوڪ يونان، اٽلي، اسپين ۽ پرتگال، جيتوڻيڪ خود روزگاري جي شرح وڌيڪ آهي. ان دوران، سليڪان وادي ۾ خود روزگاري جي شرح، جيڪو دنيا جي سڀ کان وڌيڪ متحرڪ ڪاروباري مرڪزن مان هڪ آهي، ڪيليفورنيا جي باقي حصي جي اوسط جو اڌ آهي (Sanandaji and Sanandaji

2014).

گرانٽس، سبسڊيز ۽ ٽيڪس ۾ ڇوٽ خود روزگاري کي پرڪشش بڻائي سگهن ٿيون. پر پاليسيون جيڪي خود روزگاري کي فروغ ڏين ٿيون، اهي شايد ڪاروبار کي فروغ نہ ڏين. اڪثر ڪري اهي صرف غير پيداواري ننڍڙن ڪاروبارن کي قابل عمل بڻائين ٿيون ۽ امڪاني ڪاروبار ڪندڙن کي وڌائڻ کان حوصلا شڪن ٿيون. جيئن ڪاروبار جا ماهر ٽينو ۽ نيما سانندا جي ان کي رکيو. 'سوال اهو هجڻ گهرجي: "ڇا اسان وڌيڪ گوگل ۽ وال مارٽ چاهيون ٿا يا وڌيڪ پلمبر ۽ آزاد پرچون اسٽورن جو وڌو تعداد؟ "' (Sanandaji and Leeson 013).

حڪمت عملي يورپي يونين جي عوامي تحقيق ۽ ترقي جي خرچ کي جي. ڊي پي جي ٽي سيڪڙو تائين وڌائڻ جو بہ مطالبو ڪيو. پر تحقيق جي خرچ ۽ ڪاروبار جي وچ ۾ ڪو واضع ڳنڍيٽو ناهي. تحقيق ايجاد ناهي، ۽ ايجاد پراڊڪٽ جدت ناهي. تحقيق شايد ايجاد لاءِ مواد فراهم ڪري، ۽ ايجادون شايد جديد شين لاءِ مواد فراهم ڪن. پر انهن شين کي قابل عمل ۽ پرڪشش هجڻ گهرجي جيڪڏهن انهن کي معاشي ترقي ۽ واڌ ۾ حصو وڌيٽو آهي، ۽ ان لاءِ ڪاروباري مهارت جي ضرورت آهي. تحقيق تي عوامي (يا نجي) خرچ جو ڪو بہ مقدار ڪاروبار ڪندڙن جي شموليت کان سواءِ وڌيڪ قيمتي شيون پيدا نہ ڪندو.

آخرڪار، لزبن حڪمت عملي معاشي پاليسي (جهڙوڪ ٽيڪس ۽ ضابطا) جي ڪاروبار تي اهم اثر کي نظر انداز ڪيو. ڪاروبار ڪندڙ اڳ ۾ ئي غير يقيني مستقبل جي منافعن کي منهن ڏين ٿا، ۽ وڌيڪ ٽيڪس سندن امڪاني منافعن ۾ گهٽتائي آڻين ٿا ۽ ان ڪري اداري جي خطري کي تمام گهٽ وڌائين ٿا. ضابطا پڻ، هڪ 'وقت ٽيڪس' بار لاڳو ڪن ٿا جيڪو ننڍين ۽ وڌندڙ ڪمپنين تي گهڻو اثر انداز ٿئي ٿو جيڪي شايد انهن سان منهن ڏيڻ لاءِ چڱي طرح منظم نہ هجن. اهي شايد پراڻن عملن جا معيار بيان ڪري جديد ٽيڪنالاجين جي استعمال کي روڪي سگهن ٿا.

بهتر حڪمت عمليون

جڏهن لزبن ڪاروبار کي وڌائڻ لاءِ مختلف حڪومتن جي شروعاتن جو جائزو ورتو هن دريافت ڪيو تہ انهن مان گهڻيون ناڪاميون آهن ـ اڪثر ڪري صرف ماضي ۾ بين جي غلطين کي ورجايو ويندو آهي. مثال طور، ڪيترن ئي ملڪن سليڪان وادي جي ڪاروباري حرڪت کي

نقل ڪرڻ جي ڪوشش ڪئي آهي؛ پر ساڳئي پيماني تي ڪڏهن به ڪجھ حاصل ناهي ٿيو. ۽ ڪيٽرن ئي بين وچ اوڀر جي رياستن دبئي جي وڏي ڪاميابي کي نقل ڪرڻ جي ڪوشش ڪئي آهي، جنهن پنهنجي قدرتي بندرگاهه کي وڏي فري پورٽ واپاري مرڪزَ ۾ تبديل ڪيو. اهي سڀ خرچي ٿي ويا. واضح طور تي، نوان ڪاروباري مرڪز پيدا ڪرڻ آسان ناهي جتي ڪو به موجود ناهي. سندن ڪاميابي اڪثر جاگرافي، حالتن ۽ ماڻهن جي هڪ عجيب ميلاپ تي ٽڪي ٿي.

ڪاروباري حڪومت

حڪومتن پنهنجي سول سروس کي "ڪاروباري" بڻائڻ جي پڻ ڪوشش ڪئي آهي، جيتوڻيڪ اهي ڪوششون عام طور تي ناڪام ثابت ٿيون (Klein 2017). 2000 جي شروعات ۾ برطانيه جي وزيراعظم، ٽوني بليئر، هڪ 'ڪاروباري سول سروس' لاءِ سڏيو پر جيئن ايزي جيٽ ڪاروبار ڪندڙ ستيليوس حاجي-آئونوهن کي ٻڌايو: 'توهان وٽ ڪاروباري سول سروس نه ٿي سگهي ۽ جو توهان وٽ ڪو مقابلو ناهي.' مقابلي کان سواءِ ۽ وڏي ڪاميابي لاءِ وڏي انعام جي اميد کان سواءِ، سرڪاري ملازمن جي عوامي ڪاروبار ڪندڙن ۾ تبديل ٿيڻ جو امڪان ناهي. هائوس آف ڪامنز جي هڪ ڪميٽي اجا به هڪ ڏهاڪي بعد 'وڏيڪ جديد ۽ ڪاروباري سول سروس' جي آرزو ڪري رهي هئي (UK Government 2011).

مقابلو اهم آهي ڇاڪاڻ ته، جيڪڏهن گراهڪ حقيقت ۾ ڪنهن ٻئي فراهم ڪندڙ ڏانهن منتقل ٿي نٿا سگهن، ته پوءِ هڪ هٿي سروس، عوامي يا نجي، تي بهتر ۽ سستيون شيون پيدا ڪرڻ جا بهتر ۽ سستا طريقا ڳولڻ جي ٿوري ترغيب آهي. ان کي وڌيڪ پيچيدو ان ڳالهه سان ڪيو ويو آهي ته فردي سرڪاري ملازم خود حقيقت ۾ ڪامياب جدت مان فائدو نٿا وٺي سگهن. بهترين طور تي انهن کي ترقي ملي سگهي ٿي، پر اهي ڪڏهن به انهن قسمن جي خوش قسمتين جي توقع نٿا ڪري سگهن جيڪي تجارتي ڪاروبار ڪندڙ خواب ڏسن ٿا. انهن تي الزام لڳڻ ۽ ترقي وڃائڻ جو وڏيڪ امڪان آهي جيڪڏهن ڪو منصوبو غلط ٿي وڃي. نتيجي ۾، جدت آڻڻ ۽ خطرو کڻڻ جي سندن حوصلي تي حد آهي. انهن جي اهم ترجيح منصوبن مان جيترو ٿي سگهي خطرو ختم ڪري 'پنهنجي پٺيءَ کي ڍڪڻ' آهي.

عوامي پئسي سان خطرا کڻڻ بهرحال تڪراري آهي. قومي ۽ مقامي حڪومتون جيڪي تباهي واريون سيڙپڪاريون ڪن ٿيون، انهن جي سخت مذمت ڪئي وڃي ٿي، پر عام طور تي انهن جي

تعريف ٿورڙي هوندي آهي جڏهن سيڙپڪاريون سٺيون هلن ٿيون. بيشڪ، سول سروس قاعدن سان جڪڙيل آهي جيڪي مقصد سان ٺاهيا ويا آهن ته انهن کي عوامي پئسا وڏي خطري ۾ وجهڻ کان روڪيو وڃي. ۽ سرڪاري ملازم خود عام طور تي خطرو کڻڻ وارا ناهن هوندا: اهو ممڪن آهي ته اهي پنهنجو ڪم ان ڪري چونڊيندا آهن ڇاڪاڻ ته اهي ان جي بدران تحفظ کي اهميت ڏين ٿا.

سياستدان ڇو شامل ٿين ٿا

ڪاروبار کي متحرڪ ڪرڻ جي ڪوشش ڪرڻ جا ڪجهه سبب جيڪي سياستدان ڪوشش ڪن ٿا، انهن جو خاڪو اڳ ۾ ئي بيان ڪيو ويو آهي: جدت جا فائدا، قدر واڌارو، پيداوار، ترقي، معاشي واڌ، روزگار، پراڊڪٽ ۾ بهتري ۽ سماجي فائدا انهن مان آهن. ان کان علاوه، جيئن هڪ پراڊڪٽ جي ترقي ٿيڻ ڏانهن وٺي ٿي، اهو سڀ جي برادري ۾ برفاني واڌارو ۽ قدر واڌارو شروع ڪري ٿو. تنهن ڪري اهو واضح آهي ته حڪومتون ڇو ڪاروبار ڪندڙن کي حوصلا افزائي ۽ ڪاروبار کي فروغ ڏيڻ چاهين ٿيون.

حڪومتون شايد اهو پڻ محسوس ڪن ٿيون ته اهو قومي وقار جو معاملو آهي ته هڪ زنده ڪاروباري شعبو هجي، خاص طور تي اهو جيڪو جديد ٽيڪنالاجين جهڙوڪ مصنوعي ذهانت يا پائيدار توانائي ۾ شامل هجي. اهي شايد سمجهن ٿيون ته انهن اڳواٽي واري صنعتن کي تيز ڪري سگهجي ٿو جيڪڏهن حڪومت ڪاروبار ڪندڙن ۽ ترقي جي سرمائيداري جي ذريعن جي وچ ۾ هڪ پل فراهم ڪري سگهي، ۽ اهو وڏي برادري لاءِ وڏيڪ فائدا پيدا ڪندو. ساڳئي ارادي سان، اهي شايد پاڻ ترقي جي سرمائيداري فراهم ڪرڻ جو هدف به رکن ٿيون. حڪومتون شايد محسوس ڪن ٿيون ته، جڏهن ته شروع ڪندڙ ڪاروبار ڪندڙ شايد ان ٽيڪنالاجي بابت سڀ ڪجهه ڄاڻن ٿا جنهن جا اهي علمبردار آهن، اهي شايد ڪاروبار هلائڻ ۾ ايترا سٺا نه هجن، ۽ نه ئي بين کي پاڻ کي فنڊ ڪرڻ لاءِ قائل ڪرڻ ۾. تنهن ڪري انهن کي معلومات ۽ مشوري جي ضرورت آهي يا نجي سرمائيداري فراهم ڪندڙن سان معاهدن تي ڳالهين ۾ مدد جي. حڪومتون شايد اهو پڻ محسوس ڪن ٿيون ته اهي بين الاقوامي سرمائيداري ۽ مقامي ڪاروبار ڪندڙن جي وچ ۾ هڪ پل فراهم ڪري سگهن ٿيون – نه رڳو انهن کي غير ملڪي سرمائيداري فراهم ڪندڙن سان متعارف ڪرائڻ سان (جيڪو ٿورڙا اسٽارٽ اپ سوچيندا آهن) پر رسد کي منظم ڪرڻ ۽ بنهي

کي ملائڻ ۾ شامل ڪاغذي ڪارروائي کي گهٽائڻ ۾ مدد ڪندي.

حڪومتون شايد اهڙي مدد کي موجوده ۽ مستقبل جي نسلن ٻنهي کي فائدو پهچائڻ ۽ هڪ وڏيڪ گهڻ رُخي ۽ مضبوط معيشت پيدا ڪرڻ طور ڏسن ٿيون. اهي شايد اهو پڻ سمجهن ٿيون ته ڪاروبار ۾ جدت جي بلند شرح هجڻ قومي وقار جي نشاني آهي ۽ ڪجهه سرڪاري توثيق ان ڳالهه کي ظاهر ڪرڻ ۾ مدد ڪندي ته اهي جدت کي حوصلا افزائي ڪرڻ چاهين ٿا ۽ چاهين ٿا ته ڪاروبار ڪندڙن کي وڏيڪ سنجيدگي سان ورتو وڃي. يا اهي شايد سمجهن ٿا ته ڪنهن به نئين ڪاروباري شعبي ۾ علمبردار 'پهرين هلندڙن' کي انهن جي پيٽ ۾ جدوجهد ڪرڻي آهي ۽ تحقيق ۽ ترقي تي وڏيڪ وقت ۽ توانائي خرچ ڪرڻي آهي جيڪي پيروي ۽ نقل ڪن ٿا. جيتوڻيڪ هڪ علمبردار جي ڪوشش تي تعمير ڪرڻ جو سماجي فائدو خاص آهي. تنهن ڪري، اهي شايد علمبردارن کي امداد ڏيڻ چاهين ٿا ته جيئن وڏيڪ جديد سوچ کي حوصلا افزائي ڪري سگهجي ته جيئن نتيجي ۾ پيدا ٿيندڙ سماجي فائدن کي وڌايو وڃي.

عوامي سيڙپڪاري جا ذريعا

انهن سيني ڳالهين کي ذهن ۾ رکندي، ڪيترين ئي حڪومتن ڪاروبار کي فروغ ڏيڻ جي ڪوشش ۾ وڏي پيماني تي سيڙپڪاري ڪئي آهي. ڪيترن ئي ملڪن وٽ "سوورين فنڊ" يا "سماجي دولت جا فنڊ" آهن - حڪومتي ملڪيت وارا سيڙپڪاري فنڊ جيڪي مالي اثاثن جهڙوڪ اسٽاڪ ۽ بانڊ، سون يا زرمبادلي، نجي برابري ۽ هيج فنڊ ۾ سيڙپڪاري ڪن ٿا. اهي اڪثر ڪري اسٽريٽجڪ سيڙپڪاري لاءِ هولڊنگ ڪمپنين طور قائم ڪيا ويندا آهن جهڙوڪ هوائي اڏي يا افاديت جا ڪاروبار يا مستقبل جي نسلن لاءِ ڊگهي مدت جي سرمائيداري گڏ ڪرڻ لاءِ (اڪثر، ناروي وانگر، تيل يا ڪنهن ٻئي قومي اجناس جي اثاثن جي آمدني مان جن جي زندگي محدود هوندي آهي). اجناس تي ٻڌل ملڪ شايد انهن کي آمدني کي هموار ڪرڻ ۾ مدد لاءِ پڻ استعمال ڪري سگهن ٿا جڏهن اجناس جي قيمتن ۾ اُتار چڙهاءُ اچي، جيتوڻيڪ عام مقصد اهو ناهي ته انهن کي غير پائيدار عوامي خرچ لاءِ استعمال ڪيو وڃي - ۽ بيشڪ 'ونڊ فال' آمدني کي ائين ئي وڃائڻ کان روڪيو وڃي.

اهڙا فنڊ تحقيق، ترقي، تعليم ۽ ٻين خرچن کي فروغ ڏيڻ لاءِ استعمال ڪري سگهجن ٿا جن بابت سمجهيو وڃي ٿو ته اهي ڪاروبار کي وڌائين ٿا. پر وڏا ۽ طاقتور هجڻ ڪري، اهي مارڪيٽن کي

بگاڙي پڻ سگهن ٿا ۽ نجي ڪاروباري فنانس کي ڪيڏي سگهن ٿا. اهي شايد تمام گهڻا بيوروڪريٽڪ، گهٽ شفاف ۽ مبهم ۽ غير يقيني مقصدن وارا هجن: نه رڳو منافعو ڪمائڻ، جيئن هڪ نجي فنڊ جو مقصد هجي، پر غير واضح ۽ بدلجندڙ سياسي مقصدن جي خدمت ڪرڻ پڻ. ساڳيا مسئلا ٻين عوامي سيڙپڪارين تي به لاڳو ٿين ٿا جن جو مقصد ڪاروبار کي فروغ ڏيڻ تي سگهي ٿو جهڙوڪ سبسڊيز گرانٽس، انفراسٽرڪچر منصوبا ۽ ٽيڪس ۾ ڇوٽون. اڪثر، جيئن لزبن حڪمت عملي سان، حڪومتون ان 'ڪاروبار' کي به واضح طور تي بيان نٿيون ڪري سگهن جنهن کي اهي فروغ ڏيڻ جي ڪوشش ڪري رهيون آهن، ۽ نه ئي ان کي حاصل ڪرڻ ۾ پنهنجي ڪاميابي کي ماپي سگهن ٿيون.

حڪومتي مداخلت جي حمايت ۽ مخالفت

انهي سيني کي ڏسندي، اهو ڪا حيرت جي ڳالهه ناهي ته ڪاروبار کي فروغ ڏيڻ جي اڪثر حڪومتي ڪوششون ناڪام آهن، جن جا جدت ۽ اداري کي وڌائڻ جي لحاظ کان ٿورا واضح فائدا آهن. پر اهڙي مداخلت جي ڪيترن ئي حامين کان سوال آهي ته ڇا شين کي صرف مارڪيٽ تي ڇڏي ڏئي سگهجي ٿو.

حڪومت ۽ آئي ٽي. مثال طور، سليڪان وادي، دليل ڏين ٿا، خالص مارڪيٽ سرمائيداريءَ جي پيداوار نه هئي. اتي آئي ٽي جي شروعاتن لاءِ حڪومتي قرضن ۽ سبسڊيز جي ڪافي هئي، ۽ دفاعي ۽ ٻين حڪومتي منصوبن آئي ٽي ڪاروبار ڪندڙن کي پنهنجا ڪاروبار شروع ڪرڻ ۽ وڌائڻ لاءِ پئسا ڏنا. اسٽينفورڊ يونيورسٽي شايد نجي هئي، پر ١٩٥٠ع جي ڏهاڪي تائين اها محققن کي ڳولڻ لاءِ بهترين جڳهه هئي جيڪي فوج ۽ انٽيليجنس سروسز کي سرد جنگ جي چئلينجن کي منهن ڏيڻ ۾ مدد ڪري سگهن، ۽ ناسا کي خلائي ڊوڙ کٽڻ ۾. آمريڪي حڪومت ان جي سڀ کان وڏي گراهڪ بڻجي وئي. ۽ انهن معاهدن مان آئي ٽي هارڊويئر ۽ سافٽ ويئر ٺاهيندڙ فرمون اڀريون. صرف جڏهن نيويارڪ جي سيڙپڪارن کي ڏسڻ شروع ڪيو ته ڇا ٿي رهيو هو، تڏهن "رسڪ ڪيپيٽل" فنڊ اچڻ شروع ٿيا .(Medeiros 2019).

ان کان علاوه، حڪومت وڏي حد تائين انهن مارڪيٽن کي شڪل ڏني جنهن ۾ سليڪان وادي جي معروف آئي ٽي فرمون هاٽي ڪم ڪن ٿيون. انٽرنيٽ، آخرڪار، هڪ فوجي ڪميونيڪيشن منصوبي جي طور تي شروع ٿيو. پوءِ اڪيڊميا ۾ واڌارو ٿيو ۽ صرف ان کان پوءِ

اسان جي گھر جي ڪمپيوٽرن تي آيو. هڪ پيرو پيھر، گلوبل پوزيشننگ سيٽلائيٽ (GPS) جي اڳواٽي حڪومت ڪئي. گوگل جي سرچ الگورٿم کي حڪومتي گرانٽس طرفان فنڊ ڪيو ويو. ونڊوز، گوگل ميپس، ڪلائوڊ ۽ وڊيو-ڪانفرنسنگ سيني کي حڪومت طرفان هڪ اهم شروعات ڏني وئي. تسلا کي آمريڪي توانائي کاتي کان اڌ-ارب ڊالر جو قرض مليو ۽ ايلون مسڪ جي ٻين صنعتن کي عوامي حمايت ۾ لڳ ڀڳ پنج ارب ڊالر مليا. بھوت تائين پيٽنٽ سسٽم جنھن جي تحت سليڪان وادي ڪمپنيون پنھنجيون ايجادون محفوظ ڪن ٿيون، اهو هڪ حڪومتي تعمير آهي. اهو خيال ته سليڪان وادي آزاد-مارڪيٽ اداري جي پيداوار آهي، ڪجھ نقاد چون ٿا، بلڪل غلط آهي ۽ گھٽ ٽيڪس ۽ آسان ضابطن لاءِ لابنگ ڪرڻ جو هڪ بھانو آهي.

مخالفت ۾ دليل

ان سيني جي خلاف اهو نڪتو آهي ته معاشي اداري کي فروغ ڏيڻ حڪومت جو بنيادي ڪم ناهي، ۽ نه ئي هڪ ڪوشش آهي جنھن ۾ اهو يا ته سٺو يا ماهر آهي. ٻين ملڪن جھڙوڪ فرانس سليڪان وادي کي نقل ڪرڻ ۽ پنھنجي ٽيڪنالاجي مرڪز ناهڻ جي ڪوشش ڪئي آهي؛ پر ان ڪوشش وانگر، عام نتيجو ٽيڪس ادا ڪندڙن جي پئسي جو وڏو خرچ آهي بغير ڪنھن واضح فائدي جي. نجي وينچر ڪيپيٽلسٽ هر روز اسٽارٽ اپ ڪمپنين جي امڪانن جي جانچ ۽ جائزو وٺن ٿا، انھن وٽ ائين ڪرڻ جو تجربو ۽ ڄاڻ آهي، ۽ تيزي سان هلڻ ۽ فيصلا صحيح ڪرڻ جي ترغيب آهي. سرڪاري ملازم، ان جي ابتڙ، عام طور تي وڌيڪ ڪم جو بار هوندو آهي ۽ منافعي جي پيٽ ۾ سياسي مسئلن تي وڌيڪ ڌيان طلب هوندا آهن. مخصوص عوامي پاليسي جي مقصدن کي حاصل ڪرڻ جي ڪوشش ۾، اهي ان ڳالھ کي ذهن ۾ رکندي پنھنجن حمايتي پروگرامن کي وڌيڪ تلخيق ڪندا آهن، چاهي اهو ڪاروباري لحاظ کان معنيٰ رکي يا نه.

انھن وٽ امڪاني سيڙپڪارين جو جائزو وٺڻ لاءِ مهارت ۽ تجربو پڻ گھٽ هوندو آهي جيترو وينچر ڪيپيٽلسٽ وٽ هوندو آهي. انھن کي ٿوري ڄاڻ هوندي آهي ته سڀ کان وڌيڪ فائدو پھچائڻ لاءِ سندن حمايت ڪيتري وڏي يا ننڍي هجڻ گھرجي، تنھن ڪري عوامي پئسو يا ته ضايع ٿئي ٿو يا تمام گھٽ مقدار ۾ ڏنو وڃي ٿو جو ڪو حقيقي فرق پيدا ڪري. ۽ اهم طور تي، سرڪاري ملازم وڌيڪ اميد پرست هوندا آهن: اهي هر ويرو به توقع ناهن رکندا ته سندن

سيڙپڪاريون ناڪام ٿينديون، جيتوڻيڪ گهڻا اسٽارٽ اپ ناڪام ٿيندا آهن.

حڪومتن ۾ ڪاروبار ڪندڙن جا ترغيبي ڍانچا پڻ هڪٻئي سان نه ملندا آهن. ڪاروبار ڪندڙ پنهنجي اداري جي ڊگهي مدت جي قيمت تي ڌيان هيٺ هوندا آهن، ڊگهن ليڊ ٽائيم تي ڪم ڪندا آهن ۽ اهڙيون شيون ۾ عمل ترقي ڪندا آهن جن ڪي منافعو ڏيڻ ۾ سال، بهوت ڏهاڪا لڳي سگهن ٿا. سياستدان هر وير وبه ايندڙ چونڊ چڪر ڪان اڳتي ڏسندا آهن. اهي امڪاني ڪاروباري ڪاروبارن ڪي جلدي نقد رقم ڏيڻ چاهيندا آهن، ساڳي ئي تڪڙي ڪاميابين جي اميد سان جن ڏانهن اهي اشارو ڪري سگهن ٿا جڏهن اهي ٻيهر چونڊبيندڙن ڪي منهن ڏين. پر ان جلدي ۾، انهن فرمن جي بناوت، طاقتن ۾ ڪمزورين تي، يا انهن جي مارڪيٽ جي صلاحيت تي، يا انهن جون حقيقي ضرورتون چا آهن، يا ڪنهن به حڪومتي حمايت تي ڪهڙيون شرطون ۾ ضابطا بهترين لاڳو ٿين ٿا، ان تي ٿورڙي احتياط سان توجهه تي سگهي ٿي.

حڪومتون پڻ قبضو تي سگهن ٿيون ۾ حڪومتي پروگرام سان ڪهڙي به ڪئي وڃي، تي سگهي تي جيڪا ٻيهر خراب سيڙپڪاري فيصلن ۾ نتيجي ۾ اُلٽي نتيجن ڏانهن وني وڃي ٿي. ١٧٧٦ع ۾ به، جڏهن برطانوي حڪومت مڇي مارڻ وارن ٻيڙين ڪي ٻيڙين جي قد جي بنياد تي سبسڊي ('انعام') فراهم ڪئي، ايڊم سمٿ شڪايت ڪئي ته 'اهو تمام عام هو ته ٻيڙيون صرف مڇي نه پر انعام پڪڙڻ جي واحد مقصد لاءِ تيار ڪيون وينديون هيون'. پورڪ-بريل قانون سازي، جتي نمائندا حڪومتي خرچ کي پنهنجي ضلعي ڏانهن موڙڻ جي ڪوشش ڪن ٿا، پڻ عام آهي ۾ سٺن فيصلن کي فروغ ناهي ڏيندي. روزگار پيدا ڪرڻ جو مقصد پڻ پئسو نوڪريون پيدا ڪرڻ وارن منصوبن تي خرچ ٿيندو ڏسي ٿو نه ته ادارن جي مؤثر فروغ تي. گرانٽس ۾ سبسڊيز جيڪي ننڍين ۾ وچولي درجي جي ادارن لاءِ هونديون آهن، اهي وڏين راندیگرن جي هٿ ۾ اچي وڃن ٿيون، جيڪي لابنگ ڪرڻ ۾ انهن لاءِ درخواست ڏيڻ ۾ اهڙين اسڪيمن سان گڏ ايندڙ سيني رپورٽن ڪي سنڀالڻ لاءِ وقف ٽيمون رکي سگهن ٿا. ياري باشي جي بنياد تي سهولتون فراهم ڪرڻ، صرف عدم توازن ڪي وڌيڪ پيچيده ڪري ٿو ۾ جتي حڪومت تسليم ڪري ٿي ته ان ڪي فيصلا ڪرڻ لاءِ پيشه ورانه معلومات جي ضرورت آهي ته ڪهڙن ادارن جي مدد ڪئي وڃي، اتي اڪثر بجيٽ جو وڏو حصو صلاحڪارن جي هٿ ۾ ختم ٿي ويندو آهي نه ته ارادي مطابق فائدي وارن جي لاءِ.

شڪ ڪندڙ اهو به پڇن ٿا ته حڪومتي سرمائيداري جي ضرورت ڇو آهي. تازين ڏهاڪن ۾ نجي وينچر ڪيپيٽل انڊسٽري ۾ تيزي سان واڌ ڏٺي وئي آهي - سيڙپڪار جيڪي ممڪن طور تي تيزي سان وڌندڙ نوجوان ادارن کي سرمائيداري فراهم ڪرڻ ۾ وڌو خطرو کڻڻ لاءِ تيار آهن. وڏن منافعن جي بدلي ۾، جنهن ۾ اڪثر ڪاروبار ۾ حصو شامل هوندو آهي. (Nanda 2016) وينچر ڪيپيٽل انڊسٽري هاڻي عالمي آهي؛ تنهن ڪري، ڇا هڪ قومي حڪومت واقعي فرق پيدا ڪري سگهي ٿي، بجاءِ رستي ۾ رڪاوٽ بڻجڻ جي؟

ثبوت اهو آهي ته نوجوان فرمون جيڪي نجي وينچر ڪيپيٽل فنڊن جي پنيرائي سان هونديون آهن، اهي بين ڪان بهتر ڪارڪردگي ڏيکارين ٿيون. حيرت انگيز طور تي، آمريڪا ۾ انٽيشل پبلڪ آفرنگ (IPO) تائين پهچڻ لاءِ ڪافي ڪامياب ڪاروباري ڪمپنين جو لڳ ڀڳ به- ٽيون حصو (٦٣ سيڪڙو) انهن جي ننڍڙي تعداد (٠.١ سيڪڙو) مان اچي ٿو جيڪي وينچر- ڪيپيٽل فنڊ ٿيل آهن. (Sanandaji and Sanandaji 2014) اهو ٿي سگهي ٿو ڇاڪاڻ ته وينچر ڪيپيٽلسٽ انهن فرمن تي تمام گهڻو وقت ۽ ڪوشش صرف ڪن ٿا جن ۾ اهي آخرڪار سيڙپڪاري ڪن ٿا، انهن فرمون جي انتظام ۾ ويجهڙائي سان شامل هوندا آهن، ۽ سندن ڪارڪردگي جي سخت ۽ مسلسل نگراني برقرار رکندا آهن. اهو حيرت جي ڳالهه ناهي ته ڪاروبار ڪندڙن جن وٽ ان قسم جي جانچ، مدد ۽ نگراني ناهي هوندي، اهي شايد ايتري سٺي ڪارڪردگي نه ڏيکارين ۽ نه ئي حڪومتون اهي ڪم سٺي نموني سرانجام نه ڏين ٿيون.

> هميشه هڪ نازڪ ڪم ڪرڻو هوندو آهي. هڪ وڪرو جو دروازو کولڻو آهي، هڪ قرض جي لڪير قائم ڪرڻي آهي، هڪ نئون اهم ملازم ڳولڻو آهي، يا هڪ ڪاروباري طريقو سکڻو آهي. وينچر سيڙپڪار کي هميشه صلاح ڏيڻ، قائل ڪرڻ، حوصلا شڪني ڪرڻ، حوصلا افزائي ڪرڻ، پر هميشه تعمير ۾ مدد ڪرڻ لاءِ تيار رهڻ گهرجي. پوءِ وينچر ڪيپيٽل حقيقي تخليقي سرمائيداري بڻجي وڃي ٿي - ڪمپني لاءِ واڌ ۽ سيڙپڪاري ڪندڙ تنظيم لاءِ مالي ڪاميابي پيدا ڪري ٿي. (جارجس ڊوريوٽ، وينچر ڪيپيٽلسٽ)

صحيح ماحول قائم ڪرڻ

ڪاروبار کي فروغ ڏيڻ جي ڪيترين ئي حڪومتي ڪوششن کي ڏسڻ کان پوءِ، لرنر نتيجو ڪڍي ٿو تہ سڀ کان اهم ڳالهہ اها آهي تہ تسليم ڪيو وڃي تہ ڪاروبار کي صحيح معاشي ۽ پاليسي ماحول جي ضرورت آهي جيڪو ان کي ترقي ڪرڻ ڏئي.

صحيح ماحول

خواندگي ۽ اسڪولي تعليم ڪاروبار کي فروغ ڏيڻ ۾ ڪجهہ اهم عنصر مان لڳن ٿا. تعليم ماڻهن کي خيال ڏئي ٿي ۽ انهن کي بنيادي صلاحيتون فراهم ڪري ٿي جيڪي ٻين سان ڊيل ڪرڻ، ڪاروبار هلائڻ ۽ پئسي جو انتظام ڪرڻ لاءِ گهربل آهن. ڪجهہ ڪيسن ۾ هڪ مقامي اڪيڊمڪ، سائنسي ۽ تحقيقي بنياد هجڻ پڻ ڪارائتو ثابت ٿي سگهي ٿو جيڪو علم ۽ خيال پيدا ڪري ٿو جيڪي جدت ڪندڙن کي راغب ڪن ٿا ۽ اهو خام مال فراهم ڪن ٿا جنهن کي ڪاروبار ڪندڙ عملي استعمال ۾ تبديل ڪري سگهن ٿا - جيئن اسٽينفورڊ يونيورسٽي سليڪان وادي لاءِ ڪيو.

لچڪدار مزدور مارڪيٽون پڻ اهم آهن .(Henrekson 2020) جيڪڏهن ضابطا ماڻهن کي نوڪري رکڻ ۽ ڪڍڻ کي مهانگو بڻائين ٿا، تہ ملازمت ڏيندڙ محتاطي سان نوڪريون رکندا، ۽ ملازم تمام گهٽي عرصي تائين ساڳي نوڪري ۾ لڳا رهندا. جيڪڏهن، ان جي ابتڙ، ماڻهو آساني سان هڪ نوڪري کان ٻي نوڪري ۾ منتقل ٿي سگهن ٿا ۽ ٿين ٿا، تہ انهن کي اها نوڪري ڳولڻ جا وڌيڪ امڪان هوندا جنهن لاءِ اهي سڀ کان وڌيڪ موزون آهن ۽ وڌندڙ ڪاروبار ڪندڙن لاءِ پنهنجي گهربل مخصوص صلاحيتن کي راغب ڪرڻ آسان ٿيندو. هڪ لچڪدار ملڪيت مارڪيٽ، پڻ، مزدورن کي نوڪرين جي وچ ۾ منتقل ٿيڻ جي قابل بڻائي ٿي ۽ داخل ٿيندڙ نئين فرمون کي انهن هنڌن تي منتقل ٿيڻ ۽ گڏ ٿيڻ جي اجازت ڏئي ٿي جتي اهي سڀ خيالن ۽ صلاحيتن جي حصيداري مان فائدو وٺي سگهن ٿيون.

ڪاروبار کي وڌيڪ واڌارو سان ٿئي ٿو تہ حڪومتي ۽ ڪاروباري سرگرمي ٻنهي لاءِ عالمي معيار هجن، جيڪي دنيا جي ٻين حصن مان سيڙپڪاري کي راغب ڪرڻ آسان بڻائين ٿا .(Lerner 2009)يقينن، اتي بيوروڪريٽڪ ڏورانهين کان سواءِ بين الاقوامي سيڙپڪاري کي

قبول ڪرڻ جي خواهش پڻ هجڻ گھرجي ـ جهڙوڪ ڪھڙين صنعتن ۾ غير ملڪي سيڙپڪاري ڪري سگھن ٿا, يا ڪيتري وڏي يا گھٽ سيڙپڪاري ڪري سگھن ٿا, يا بي مقصد ۽ مداخلت ڪندڙ ڪاغذي ڪارروائي (اهي سڀ ڪيترن ئي ملڪن ۾ تمام عام آهن). قانون جي حڪمراني پڻ هجڻ گھرجي ته جيئن معاهدن کي هڪ آزاد عدالتي عمل ذريعي نافذ ڪري سگھجي, ٻيهر غير ملڪين کي اميد افزا ادارن تي پنهنجي سرمائيداري خطري ۾ وجھڻ جي حوصلا افزائي ڪري ۽ پراڊڪٽ مارڪيٽون کليل هجڻ گھرجن ته جيئن ڪاروبار ڪندڙ پنهنجيون شيون سڄي دنيا ۾ مارڪيٽ ڪري سگھڻ مان فائدو وٺي سگھن.

غلط ماحول:

ٻئي طرف, ڪاروبار ڪندڙن لاءِ غلط سياسي ۽ معاشي ماحول پيدا ڪرڻ آسان آهي. چڙهاءَ ۽ زوال جا چڪر خاص طور تي نقصانڪار هوندا آهن: اهي چڙهاءَ وارن سالن ۾ ڪاروبارن جي وڌيڪ واڌ کي حوصلا افزائي ڪن ٿا ۽ پوءِ حقيقي نقصان, بندش ۽ بيروزگاري جڏهن چڙهاءَ وڌيڪ برقرار نه رهي سگھي. اهڙا چڪر عام طور تي حڪومتي مرڪزي بئنڪن طرفان پئسي جي وڌيڪ واڌ ۽ قرض جي مصنوعي سستائي ذريعي شروع ڪيا ويندا آهن ـ اڪثر ڪري چڙهاءَ کي متحرڪ ڪرڻ لاءِ جاچي واڻي ڪري ڪيو ويندو آهي. پر اهڙا مصنوعي چڙهاءَ هميشه هڪ حقيقي ۽ قيمتي ٻيهر ترتيب سان پيروي ڪيا ويندا آهن ـ بلڪل ان نشي جي سُرور وانگر جيڪو هڪ خوشي ڏيندڙ نشي جي استعمال کان پوءِ ايندو آهي. ڪاروبار ڪندڙن کي ڊگھي مدت جي معاشي استحڪام جي ضرورت آهي جيڪڏهن اهي پيداواري طور تي سيڙپڪاري ڪرڻ ۽ مستقبل جي مارڪيٽ جي حالتن جي اڳڪٿي ڪرڻ جي قابل ٿيڻ وارا آهن.

ٽيڪس, ضابطا, لائسنس ۽ رجسٽريشن گھرجون جيڪي ڪمپنيون شروع ڪرڻ ۽ هلائڻ کي ڏکيو بڻائين ٿيون, ڪاروبار ڪندڙن لاءِ اهي نوان ادارا قائم ڪرڻ وڌيڪ ڏکيو بڻائين ٿيون جيڪي سندن جدتون پهچائيندا. ساڳئي طرح, ٽيڪس يا ضابطا جيڪي ڪجھ ڪمپنين ۽ شعبن کي ٻين تي ترجيح ڏين ٿا, اهي پڻ ڪاروبار ڪندڙن لاءِ هڪ چئلينج آهن. اهو تقريباً هميشه قائم ٿيل فرمون هونديون آهن, پنهنجي لابنگ ڪرڻ وارا ۽ منتظمين سان, جيڪي اهڙي طرفداري مان سڀ کان وڌيڪ فائدو حاصل ڪري سگھن ٿيون, نه ته پتلي نيون اسٽارٽ اپس ۽ ٻيهر, عقلي طور تي سيڙپڪاري ڪرڻ ڏکيو آهي جيڪڏهن توهان اڳڪٿي نٿا ڪري سگھو ته

ايندڙ حڪومت ڪهڙي قسم جي ڪاروبار جي حمايت ڪندي يا ان جي خلاف ٿي ويندي.

حڪومتن کي اهڙين پاليسين کان بچڻ ۾ پڻ احتياط ڪرڻ گهرجي جيڪي ڪنهن به قسم جي ڪليل ڳالهين ۾ رڪاوٽ وجهنديون هجن ـ مختلف فرمن ۾ سنڌن فراهم ڪندڙن جي وچ ۾، فرمن ۾ ماليت ڏيندڙن يا فرمن ۾ گراهڪن جي وچ ۾، ۽ ملازمن ۾ ملازمت ڏيندڙن جي وچ ۾. مثال طور برازيل ١٩٨٠ جي ڏهاڪي ۾ درآمدن کي محدود ڪري ۽ غير ملڪي ٺاهيندڙن سان گڏيل منصوبن ۾ رڪاوٽ وجهي گهريلو ڪمپيوٽر هارڊويئر جي پيداوار کي وڌائڻ جي ڪوشش ڪئي. پر ان ملڪ جي ٻين ڪاروبارن کي آفيس جي سامان لاءِ دنيا جي قيمت کان ٻيڻي قيمت ادا ڪرڻي پئي جيڪو ٽيڪنالاجي طور تي پراڻو هو. برازيل جي مجموعي مقابلي کي نقصان پهچايو.(Brooke 1990)

ساڳئي طرح، پيداواري معيار ۽ مارڪيٽنگ جا ضابطا اڪثر پراڻين ٽيڪنالاجين تي ٻڌل هوندا آهن، نون کي مؤثر طور تي غير قانوني قرار ڏيندا آهن. مثال طور، جڏهن ته ويپنگ ۽ هيٽ ـ نوٽ ـ برن نڪوٽين پراڊڪٽ سگريٽ کان تمام گهٽيون محفوظ آهن ۽ تماڪ نوشي ڪندڙن کي ڇڏڻ ۾ مدد ڪري سگهن ٿيون، اهي اڪثر ڪري تماڪ جي تماڪ جي ساڳين پابندين ۾ ڦاسي وڃن ٿيون.

جاڻ نه هجڻ ڪري، حڪومتن لاءِ پوري مارڪيٽ جي عمل کي بند ڪرڻ آسان آهي، ۽ ان سان گڏ ڪاروبار کي به. اڄ جي انتهائي ماهر معيشتن ۾، مثال طور، وسيلن جي استعمال جو انتظام ڪرڻ ـ جنهن جو مطلب آهي فيصلو ڪرڻ ته بيشمار وسيلن مان ڪهڙا ڪهڙي طريقي سان ڪهڙي پيداوار لاءِ بهترين لاڳو ڪيا وڃن ته جيئن قدر وڌ کان وڌ ۽ قيمت گهٽ ۾ گهٽ ٿئي ـ هڪ تمام ڏکيو حساب آهي. ان کي صرف تڏهن چڱي طرح حل ڪري سگهجي ٿو جڏهن قيمتون هلڻ لاءِ آزاد هجن، ڪاروبار ڪندڙن کي اجازت ڏين ته اهي معلوم ڪري سگهن ته ڪهڙن وسيلن ۾ پيداوار کي سڀ کان وڌيڪ اهميت ڏني وڃي ٿي ۽ پوءِ پيداوار کي ان طرف رخ ڏين. سياسي مداخلتون جيڪي قيمتن تي پُنجو لڳائين ٿيون (ضروري شين جي مارڪيٽن ۾ عام جهڙوڪ خوراڪ ۽ افاديتون) يا گهٽ ۾ گهٽ اجرت مقرر ڪن ٿيون (هر هنڌ عام)، انهن جو اثر مارڪيٽ جي قيمت جي معلومات کي بگاڙڻ يا دٻائڻ آهي، جيڪو ڪاروبار ڪندڙن لاءِ اضافي يا ڪوٽ ڳولڻ ۽ ان مطابق پيداوار جو رخ بدلائڻ ڏکيو بڻائي ٿو.

انهن مان گھڻيون اُلٽيون پاليسيون سٺن ارادن مان پيدا ٿين ٿيون؛ پر اهي آساني سان مفادن جي گروهن طرفان هٿائي سگھجن ٿيون، جن ۾ قائم ٿيل صنعتون شامل آهن. بدقسمتي سان، اهڙن گروهن جا مختصر مدت جا فائدا جيڪي اهي انهن مان حاصل ڪري سگھن ٿا، هڪ ترقي ڪندڙ ڪاروباري معيشت جي ڊگھي مدت ۾ عام فائدن کان تمام گھٽ آهن.

ڪاروبار ڪندڙ معاشي وسيلن کي گھٽ پيداوار واري علائقي مان ڪڍي وڌيڪ پيداوار ۽ وڌيڪ پيداوار واري علائقي ۾ منتقل ڪري ٿو. (جين-باپٽسٽ سئي، ٽريٽي ڊي اڪانومي پوليٽيڪ)

مقصد جي اڳواٽي ۾ حوصلا افزائي؟

ڪجھ معاشي ماهر مڃين ٿا ته حڪومت جو اها تائين جدت ۾ ڪاروبار جي حوصلا افزائي ۾ هڪ طاقتور ڪردار آهي. خاص ڪاروبارن يا ٽيڪنالاجين جي مدد ڪرڻ تي ڌيان ڏيڻ جي بجاءِ، اهي چون ٿا، حڪومت کي سماج لاءِ تمام وسيع مقصد مقرر ڪرڻ گھرجن، جدت ڪندڙن کي انهن انجامن تائين پهچڻ لاءِ پنهنجا طريقا ترقي ڪرڻ جي حوصلا افزائي ڪندي. اهڙن مقصدن ۾ خلائي ڳولا شامل ٿي سگھي ٿي؛ مصنوعي ذهانت يا صاف توانائي ٽيڪنالاجي ترقي ڪرڻ؛ صحت ۽ خوراڪ جي معيار ۽ ورڇ کي بهتر بڻائڻ؛ اسان جي شهرن ۾ رهڻ جي طريقي تي ٻيهر غور ڪرڻ؛ سمنڊن کي صاف ڪرڻ ۽ ٻيو گھڻو ڪجھ. حامي چون ٿا ته مقصدن ذريعي اهڙو انتظام ڪاروبار ۾ سنو ڪم ڪري ٿو ۽ ظاهري طور تي ڏکيا انتظامي يا پيداواري مسئلن کي حل ڪرڻ لاءِ جديد سوچ کي حوصلا افزائي ڪري ٿو (Medeiros 2019)

اهو جدت ۾ ڪاروبار جي حوصلا افزائي ڪرڻ جو هڪ بلڪل مختلف طريقو هوندو ۽ ممڪن آهي ته مختصر مدت جي نظر، وڌيڪ نسخي، بيوروڪريٽڪ سختي، غير لچڪدار مٿي-کان-هيٺ پاليسين، وڌيڪ اميد پرستي ۽ ڪاروباري مقصدن جي پيٺ ۾ سياسي مقصدن تي ڌيان جي عام مسئلن کان بچي سگھي. پر مسئلا اڃا به رهن ٿا.

مثال طور، انهن سماجي مقصدن جو فيصلو ڪير ڪندو؟ مارڪيٽ معيشت جي هڪ خوبي اها آهي ته فرد پنهنجا مقصد طئي ڪن ٿا: انهن کي ائين ڪرڻ لاءِ سياستدانن ۽ آفيسرن جي ضرورت ناهي. ڪاروبار ڪندڙ عوام جي چونڊ جي پيروي ڪن ٿا - ۽ هڪ آزاد ۽ ڪليل معيشت ۾، تمام موثر طريقي سان ڪن ٿا. تجويز ڪيل ڪيترائي مقصد - چئو خلائي ڳولا - شايد

جذباتي هجن، پر تفصيلي قيمت-فائدي جي تجزيي کان سواءِ اسان ڪيئن ڄاڻون ته اهي وقت، پئسي ۽ ڪوشش جي لائق آهن؟ ٿي سگهي ٿو تجارتي ضمني پيداوار هجن. جيئن ١٩٦٠ جي چنڊ جي ڊوڙ مان هيون، پر اسان ان بابت يقيني نٿا ٿي سگهون (۽ انهي صورت ۾ به، اهو سوال آهي ته ڇا ضمني پيداوارون وڏي قيمت جي لائق هيون.

ممڪن آهي ته حڪومتن لاءِ جدت کي فروغ ڏيڻ جي ڪوشش ڪرڻ جو معاملو هجي: ۽ اها مقصد-اڳواٽي واري حڪمت عملي گهٽ ۾ گهٽ مختلف ٽيڪنالاجين، شعبن يا حتي انفرادي فرمون جي وچ ۾ 'فاتحن کي چونڊڻ' جي ناڪام پراڻين ڪوششن کان بلڪل مختلف آهي. پر اهو اڃا به حڪومت آهي جيڪا مقصد مقرر ڪري رهي آهي ۽ فيصلو ڪري رهي آهي ته ڪاروباري ڪوشش ڪهڙي تي مرڪوز هجڻ گهرجي، نه انفرادي گراهڪ. حقيقت اها آهي ته اهي عظيم مقصد معاشي مقصد ناهن، شايد قابل عمل ۽ ڪارائتا مقصد به ناهن، پر صرف دانشورن ۽ سياستدانن طرفان ناهيل هڪ بي قيمت خواهشن جي فهرست آهي - جن جي امنگون ۽ چونڊون شايد پريشان عام ماڻهن کان بلڪل مختلف هجن. ڇو ڪنهن چند چونڊيل ماڻهن جا خواب باقي هر ڪنهن جي پيٽ ۾ ترجيح رکن؟ ۽ 'فاتحن کي چونڊڻ' وانگر، مقصدن جو انتخاب غالباً مخصوص سماجي ۽ سياسي مسئلن جي چوڌاري 'بز' جي بنياد تي ڪيو ويندو، نه ان ڪري جو اهي حقيقي ماڻهن جي ضرورتن ۽ مقصدن جي خدمت ڪن. سياسي حقيقتون جيئن آهن، تيئن وڏا، نمائشي ۽ مهانگا منصوبا چونڊيا ويندا نه ته ڏڄن، ٽارگيٽيڊ ۽ معمولي منصوبن تي جيڪي شايد حقيقت ۾ وڌيڪ قدر پهچائين. جيڪڏهن حڪومتون واقعي ڪاروبار ڪندڙن جي قابليت کي انساني فائدو پيدا ڪرڻ تي مرڪوز ڪرڻ چاهين ٿيون، ته اهي شايد بهتر ڪن ته ڪاروبار لاءِ صحيح حالتون پيدا ڪن ۽ پاسي تي وڃن.

تجربي مان سبق

جوش لرنر نتيجو ڪڍي ٿو ته ساڳيون بار بار واريون خاميون گهٽين حڪومتن جي ڪاروبار کي وڌائڻ جي ڪوشش کي برباد ڪن ٿيون. ملڪن کي صرف ان جي نقل ڪرڻ کان بچڻ گهرجي جيڪي ٻيا ڪن ٿا، جهڙوڪ ٻين جي ڪاروباري گرانٽس ۽ ٽيڪس سبسڊيز سان ملائڻ. مثال طور، ڇاڪاڻ ته اهي پاليسيون شايد غلط فهميءَ واريون به آهن. جيڪي ڪم ڪندو لڳي ٿو ان جي نقل ڪرڻ به شايد ناڪام ٿئي، ڇاڪاڻ ته تاريخ، جاگرافي، ماڻهو، ثقافت ۽ مارڪيٽون اهم

طور تي مختلف هونديون.

تمام گهڻو مقامي ڏيان هڪ ٻيو عام مسئلو آهي. حڪومتن کي اهو محسوس ڪرڻ گهرجي ته وينچر ڪيپيٽل مارڪيٽ بين الاقوامي آهي. انهن کي ان کي سمجهڻ ۽ ان سان گڏ هلڻ جي ضرورت آهي، بجاءِ عوامي فنڊن کي جيڪو بہ فيشن ۾ هجي يا انهن جي سياسي حمايت حاصل هجي ان ۾ وجهڻ جي.

صلاحڪارن ۽ مالي وچولين جو استعمال پڻ هڪ مهانگو ۽ غير مؤثر حڪمت عملي تي سگهي ٿو. اڪثر، موجود حڪومتي فنڊن جو وڏو حصو صلاحڪارن وٽ ختم تي ويندو آهي نه ته ڪاروبار ڪندڙن وٽ جن جي مدد جو ارادو آهي.

سيڙپڪارن لاءِ ٽيڪس ۾ ڇوٽون ۽ سبسڊيز هڪ ٻي عام غلطي آهي، لرنر چوي ٿو. انهن جو فائدو صرف اوتري عرصي تائين رهي ٿو جيستائين اهي رهن - جيڪو سياستدانن جي بدلجندڙ تقديرن کي ڏسندي، عام طور تي گهڻو عرصو نہ هوندو. هڪ دفعو اهي ترغيبون ختم تي ونديون، سيڙپڪار ۽ ڪاروبار ڪندڙ صرف ٻين هنڌن کي ڏسندا جيڪي اهڙي ڪا شيءِ جو واعدو ڪن.

وڏيون اڳيريون ٽيڪس ترغيبون ۽ سبسڊيز خاص طور تي نقصانڪار هونديون آهن: اهي وڏيڪ واڌ ۽ مهانگي پيداواري طريقن جي حوصلا افزائي ڪن ٿيون بجاءِ ان تي ڌيان ڏيڻ جي جيڪو گراهڪ حقيقت ۾ چاهين ٿا. ان جو مثال ١٩٧٠ جي ڏهاڪي ۾ برطانوي حڪومت طرفان ڊيلورين موٽر ڪمپني کي پيش ڪيل ١٢٠ ملين ڊالر (ان جي شروعاتي قيمتن جو اڌ کان وڌيڪ) آهي تہ جيئن اها پنهنجي مشهور 'گل ونگ' ماڊل کي وڏي بيروزگاري واري اتر آئرلينڊ ۾ پيدا ڪري. پر اتي طلب نہ هئي، ڪمپني ناڪام تي، ۽ نوڪريون ۽ ٽيڪس ادا ڪندڙن جو پئسو بہ ضايع تي ويا. هن ڪيس جي هڪ ٻي دلچسپ خصوصيت، هن حصي جي شروعات ڏانهن اشارو ڪندي، اها آهي تہ برطانوي حڪومت محسوس ڪيو تہ ان کي ڊيلورين جي ٻئي سوٽر، آئرلينڊ جي حڪومت سان ملائڻ يا ان کان وڌيڪ ڪرڻو پوندو. ٻين حڪومتن پاران پيش ڪيل خراب ترغيبين سان ملائڻ يا ان کان وڌيڪ ڪرڻ جي ڪوشش ڪرڻ گهڻو عوامي پئسو بغير ڪنهن سٺي اثر جي ضايع ڪرڻ جو هڪ يقيني طريقو آهي

ڪاروباري ماحول

پوءِ، وڌيڪ مثبت طور تي ڇا ڪري سگهجي ٿو ته جيئن ڪاروبار کي وڌايو وڃي ۽ ان جي ڪيترن ئي فائدن کي سماج ۽ معاشي زندگي تائين پکيڙيو وڃي؟ هڪ سٺي شروعات ٿي سگهي ٿي ڪنهن اهڙي ملڪ جي ادارن کي ڏسڻ جنهن کي عام طور تي انتهائي ڪاروباري مڃيو وڃي ٿو ۽ ڏسڻ ته ان مان ڪهڙا سبق حاصل ڪري سگهجن ٿا.

آمريڪا ايترو ڪاروباري ڇو آهي؟

ڪنهن به ماپ تي، آمريڪا يقيناً هڪ ڪاروباري ملڪ آهي. تنهن ڪري، ڇا ان جا ادارا اسان کي ڪي اشارا ڏين ٿا؟ تعليم؟ ڇا ڪنهن ملڪ جي تعليم ۽ تحقيق جي طاقت، شايد، جدت ۽ ڪاروبار جي حوصلا افزائي ڪرڻ جي لحاظ کان اهم آهي؟ آمريڪا وٽ دنيا جي ڪيترين ئي اعليٰ يونيورسٽين ۽ تحقيقي ادارن مان آهن. پر عالمي سطح تي، ڪاروبار ۽ تحقيق تي خرچ جي وچ ۾ ڪو واضع ڳنڍيل ٿو ناهي.

مارڪيٽ جو سائز

ڇا مقامي مارڪيٽ جو سائز هڪ عنصر آهي، جنهن ۾ هڪ وڏي گهريلو مارڪيٽ ڪاروبار ڪندڙن کي گراهڪ ڪمائڻ ۽ وڌائڻ ۾ مدد ڪري ٿي؟ يقينن، آمريڪا هڪ وڏو ملڪ آهي، جنهن جي آبادي ٣٢٥ ملين کان مٿي آهي. پر ٻيهر، گهر جي مارڪيٽ جي سائيز ۽ ڪاروباري شرحن جي وچ ۾ ڪو واضع ڳنڍيل ٿو ناهي. يورپي يونين جي آبادي اڃا به وڌيڪ آهي (٤٤٥ ملين)، ۽ پنهنجي ميمبر رياستن جي وچ ۾ شين جي آزاد نقل و حمل (۽ گهٽ ڪري، ماڻهن جي) حاصل آهي. تنهن هوندي به، گهڻن ماپن تي، اهو آمريڪا کان گهٽ ڪاروباري آهي.

ٻيا عنصر

ٻيا عنصر، جيئن ٽيڪ، تمام گهڻا اهم لڳن ٿا. انهن ۾ سرمائيداري تائين رسائي، جدت ۽ عمل جي آزادي، ثقافت، ٽيڪسيشن، ضابطا، انتظام جو معيار ۽ ملڪ جا قانوني ۽ ٻيا ادارا شامل آهن. تنهن ڪري انهن کي وڌيڪ تفصيل سان ڏسڻ جي قابل آهي.

دولت ۽ سرمائيداري

ثقافت: آمريڪا امير آهي، سستي تعليم ۽ وسيع فلاحي نظام سان. تنهن ڪري، لڳ ڀڳ هر ڪنهن وٽ ڪاروبار شروع ڪرڻ لاءِ گهربل تعليمي بنياد آهي، ۽ بچت، دوستن ۽ ڪٽنب کان ضروري سرمائيداري تائين رسائي آهي. سرمائيداري تائين بهتر رسائي شايد وڏي حد تائين وضاحت ڪري سگهي ٿي ته امير ملڪ ڇو وڏيڪ ڪاروباري هوندا آهن (جيتوڻيڪ ان جي ابتڙ، اهو به ٿي سگهي ٿو ته وڌيڪ ڪاروباري ملڪ وڌيڪ دولت پيدا ڪرڻ جو رجحان رکن ٿا.

آزادي: آمريڪا ۾ گهڻن بين ملڪن جي ڀيٽ ۾ وڌيڪ ذاتي آزادي پڻ آهي. ڇا اهو شايد ڪاروبار ڪندڙن کي نيون شيون ۽ ڪاروبار ڪرڻ جا نوان طريقا آزمائڻ جي صلاحيت ڏئي ٿو؟ انگ اکر يقيناً مشورو ڏين ٿا ته، جيڪو به سبب هجي، آزادي ۽ ڪاروبار گڏ ٿين ٿا. فريزر انسٽيٽيوٽ جي ايڪنامڪ فريڊم آف دي ورلڊ انڊيڪس ۾ مٿئين پوزيشن تي موجود ملڪ ڪاروبار جي ماپن تي به مٿئين پوزيشن تي آهن (Kreft and Sobel 2005). 2019 هيريٽيج فائونڊيشن جي انڊيڪس آف ايڪنامڪ فريڊم تي ملڪن جي آزادي جي اسڪور ۽ ليگيٽم انسٽيٽيوٽ پراسپيرٽي انڊيڪس جي بزنس انوائرمينٽ پيلر اسڪور سان ماپيل سندن ڪاروباري حرڪت جي وچ ۾ به هڪ مضبوط تعلق (٠.٨٧) آهي (Kim 2020). ۽ ملڪن جي انڊيڪس آف ايڪنامڪ فريڊم ۾ مجموعي اسڪور ۽ ڪارنيل يونيورسٽي، INSEAD ۽ ورلڊ انٽليڪچوئل پراپرٽي آرگنائيزيشن پاران شايع ڪيل گلوبل انوويشن انڊيڪس تي سندن اسڪور جي وچ ۾ پڻ هڪ مضبوط تعلق (٠.٧٧) آهي.

> هي سماج جيڪي سڀ کان وڌيڪ جدت ڪن ٿا، اهي اهي آهن جن ۾ ماڻهن کي خيالن جي ڏي وٺ ڪرڻ جي سڀ کان وڌيڪ آزادي آهي. اهو آزادي هئي، نه رياستي هدايت، جيڪا وڪٽورين برطانيه ۽ جديد ڪيليفورنيا ٻنهي کي جدت جا مرڪز بڻائي. اهو رياستي هدايتڪاري (dirigisme) هئي جيڪا اسٽالن جي روس، مائو جي چين [۽] موگابي جي زمبابويءَ کي... اهڙن مرڪزن ٿيڻ کان روڪيو.

بين لفظن ۾، اهو صرف دولت ناهي جيڪو اهم آهي، پر آزادي پڻ. مثال طور، لڳ ڀڳ پنجٽيهه ملڪ ايسٽونيا کان امير آهن، پر اهو آزادي ۽ ڪاروبار ٻنهي جي ماپن تي بلند نمبر حاصل ڪري ٿو.

اهڙا سڀئي سبب آهن ڇو ته اهو ائين ٿيڻ گهرجي. ميٽ رڊلي (٢٠٢٠) جي مطابق، رياست هر حالت ۾ جدت کي متحرڪ ڪرڻ جو ڪريڊٽ جي لائق ناهي. هو لکي ٿو 'ان کان وڌيڪ اڪثر، ايجادون ۽ دريافتون اتفاقي ۽ خيالن جي ڏي وٺ سـان اڀري ايندڙيون آهن، ۽ ماڻهن پاران فرڊن، فرمن، مارڪيٽن ۾ ها، ڪڏهن ڪڏهن سرڪاري ملازمن جي حيثيت ۾ ڪم ڪندي، زور سـان اڳتي وڌايون وينديون آهن، چڪيون وينديون آهن، شـڪل ڏني ويندي آهي، تبديل ڪيون وينديون آهن ۽ زندگي ۾ آنديون وينديون آهن'. جدت هڪ ارتقائي عمل آهي جيڪو بهترين ڪم ڪري ٿو جيڪڏهن ماڻهو ڪم ڪرڻ جا نوان ۽ بهتر طريقا ڳولڻ لاءِ آزاد آهن.

کُليل پڻو: هڪ کليل ثقافت هڪ ٻيو اهم عنصر لڳي ٿو. مثال طور، آمريڪا ڪاروبار ڪندڙن لاءِ هڪ خوش آمديد جڳهه آهي. ۽ ڊيرڊري ميڪ ڪلوسـڪي دليل ڏئي ٿي ته ڪاروبار جي حوالي سان مثبت رويا ڪاروبار جي حوصلا افزائي ڪن ٿا - ۽ هميشـه ڪندا رهيا آهن. هن جو چوڻ آهي ته اهڙيون "بورجوا قدرن" صـنعتي انقلاب کان اڳ ۽ ان دوران انگلينڊ ۾ واپار جي واڌ جي وضـاحت ڪن ٿيون؛ ۽ اهي سـاڳيا قدر اڄ آمريڪا ۾ زنده آهن.(McCloskey 2007)

انهي ساڳي آمريڪي ثقافت جي حصـي جي طور تي، خود بهتري کي مثبت طور ڏٺو وڃي ٿو ۽ ماڻهو رياستي فائدن تي ڀروسو ڪرڻ کان وڌيڪ پاسو ڪن ٿا جيترو اهو ٻين ڪيترن هنڌن تي آهي. ڪاروبار ڪندڙن ۽ سـپر-ڪاروبار ڪندڙن کي بدنام ناهي ڪيو ويندو جيئن اهي وڌيڪ سوشلسـٽ ملڪن ۾ ڪيا ويندا آهن، پر عام طور تي انهن جي تعريف ڪئي ويندي آهي. ۽ ڪنهن جي ماضي جي ناڪامين انهن کي ان ۾ خارج ناهي ڪندي ته انهن کي سنجيدگي سان نه ورتو وڃي ۽ ٻيهر ڪوشش نه ڪئي وڃي

اجازت کان سواءِ جدت (Permissionless Innovation)

ڪجهه قانوني نظام ڪاروبار جي حوصـلا افزائي ڪرڻ ۾ ٻين کان تمام گهڻو بهتر لڳن ٿا. مثال طور، انگـريزي قانوني روايت ۾ ڪاروبار ٻيڻو وڌيڪ عام آهـي جيتـرو جـرمن ۾ آهـي. ان کان به وڌيڪ قابل ذڪر، اهو انگريزي روايت ۾ اسـڪينڊينيوائي کان ٽي ڀيرا وڌيڪ آهي، ۽ فرانسيسي کان پنج ڀيرا وڌيڪ آهي.(Sanandaji and Sanandaji 2014)

مقابلي واريون قانوني روايتون:

انهن حيرت انگيز فرق جي هڪ ممڪن وضـاحت اها آهي ته انگريزي قانوني روايت عام قانون

(common law) تي ٻڌل هئي، جيڪو 'هيٺ کان مٿي (bottom up)' آهي. گهڻا فيصلا عدالتن پاران ڪيا ويندا آهن، حقيقي مسئلن جي جواب ۾، نه ته سياسي اختيارين پاران پنهنجي راءِ ۽ تعصب جي مطابق. جڏهن ته ان بابت وسيع اصول آهن ته ڪهڙيون حرڪتون 'مناسب' آهن، فرد عام طور تي اهو ڪرڻ لاءِ آزاد آهن جيڪي به ڪرڻ چاهين، جيستائين ان سان ٻين کي نقصان نه پهچي. اهو يقيناً جدت ڪندڙن لاءِ سٺو آهي. صرف جيڪڏهن تڪرار پيدا ٿئي - جيڪڏهن، چئو مقامي رهواسي پنهنجي گهٽي ۾ 'پاپ اپ' فوڊ وين جي ڪري پيدا ٿيندڙ ڪچري ۽ رش جي باري ۾ شڪايت ڪن - تڏهن عدالتن کي فيصلو ڏيڻ لاءِ سڏيو ويندو.

ٻيون روايتون:

جيڪي رومن يا نيپولينڪ قانون مان نڪتل آهن، 'مٿي کان هيٺ (top down)' نظام آهن. اهو قياس آهي ته عمل جي اجازت صرف تڏهن آهي جڏهن حڪومتي اختيارين خاص طور تي ان جي اجازت ڏين. مثال طور، وٽامن سپليمينٽس ڪنهن کي به نقصان نه پهچائين، پر اهي قانوني نظام شايد پيدا ڪندڙن کي انهن جي فراهمي لاءِ خاص اجازت جي ضرورت رکن؛ ۽ جيڪڏهن ان لاءِ ڪي به قاعدا موجود نه آهن، ته انهن کي ناڪام ٿيندو. اها اضافي بيوروڪريسي واضح طور تي جدت ڪندڙن لاءِ خراب آهي. ۽ نون ڪاروبارن لاءِ هزارين صفحن جي قاعدن مان گذرڻ وڏيڪ ڏکيو آهي ان جي پيٽ ۾ ته اهي يقيني بڻائين ته سندن سرگرميون ڪجهه وسيع اصولن تي پوريون لهن ٿيون.

بيوروڪريسي جو پکيڙ:

بيشڪ، اهي نظام اڃا به وڌيڪ (۽ وڌيڪ تفصيلي) ضابطا وارا قاعدا پيدا ڪرڻ لڳندا آهن. ريگيوليٽر خود نوڪري نه هوندا جيڪڏهن اهي ريڊ ٽيپ جي بار کان آسان ۽ گهٽ ڪن. ان جي ابتڙ ان کي وڌائڻ ۽ گهرا ڪرڻ سان، اهي پاڻ کي حملن کان بچائڻ ۽ پنهنجي محنت ۽ قابليت جو مظاهرو ڪرڻ ۾ مدد ڪري سگهن ٿا. پر انهن قانوني نظامن پاران پيدا ڪيل وڌندڙ قاعدن جي ڪتابن جو مطلب ٿي سگهي ٿو ته جدت ڪندڙن کي ڪاروبار شروع ڪرڻ لاءِ به ريگيوليٽرن جي فوج کي منهن ڏيڻو پوي، ان کي هلائڻ جي ڳالهه ڇڏي ڏيو. ۽ جيئن آمرانه حڪومت، ياري باشيءَ ۾ سهولتڪار ٿيڻ ۽ بدعنواني کي جنم ڏئي ٿي، تيئن اهڙا پابندي وارا قانوني نظام اڃا به وڌيڪ، ۽ وڌيڪ تفصيلي، ضابطا ۽ اڃا به وڌيڪ آفيسر پيدا ڪن ٿا.

ان کان علاوه، ڪيترائي ملڪ وڏندڙ طور تي 'احتياطي اصول (precautionary principle) ' اختيار ڪن ٿا ته خطري کان بچڻ وڌيڪ پلو آهي. اڪثر ڪري لابي گروپن جي جواب ۾ جيڪي، ڇئو موسميات تي اخراج جي اثر يا جينياتي طور تي تبديل ٿيل خوراڪ جي امڪاني خطرن بابت پريشان آهن، حڪومتون جدت تي 'اڳواٽ پابندي' لاڳو ڪن ٿيون، ذميواري ڪاروبار ڪندڙن تي وجهنديون ته اهي ثابت ڪن ته سندن جدت بي ضرر آهي. اهو ٻيهر جدت ۾ خطرو ڪٽڻ جي حوصلا افزائي ناهي ڪندو.

واڌ لاءِ ايجنڊا

ان جي ابتڙ، عام قانون وارن ملڪن جو وڌيڪ کليل نظام جدت ۾ خطرو ڪٽڻ جي حوصلا افزائي ڪري ٿو ۽ اهو ڪا حيرت جي ڳالهه ناهي ته اهي ملڪ عام طور تي نه رڳو ڪاروبار ڪرڻ جي آزادي ۾ آساني جي ليگ ٽيبلن ۾ اڳيرا آهن پر ڪاروبار ۾ جدت جي ليگ ٽيبلن ۾ ٻه.

اهڙي جدت جي حوصلا افزائي ڪرڻ لاءِ هڪ پاليسي پروگرام هيٺ ڪان مٿي واري قانوني روايت تي تعمير ڪندو ۽ 'اجازت کان سواءِ جدت' (جيئن معاصر آمريڪي معاشي ماهر ايڊم ٿائرر ان کي سڏي ٿو) کي ڊفالٽ بڻائيندو. پروگرام داخل ٿيڻ ۾ ٻيون رڪاوٽون پڻ هٽائيندو ۽ مقابلي جو استقبال ڪندو. اهو آزاد تقرير ۽ آزاد عمل جو دفاع ڪندو مثال طور. اهو تفصيلي قاعدن، اجازتن ۽ لائسنسن جي بجاءِ اصول تي هلندڙ عام قانون تي ڀروسو ڪندو. ۽ عمل تي ڪا به پابندي صرف معروضي قيمتن ۽ فائدن جي بنياد تي لاڳو ڪئي ويندي. (Thierer 2014)

ٽيڪسيشن جي اهميت

اهو سوال آهي ته ڇا مٿي ذڪر ڪيل ڪيترن ئي ثقافتي، اخلاقي ۽ قانوني قدرن کي آساني سان ٻين ملڪن ۾ منتقل ڪري سگهجي ٿو - جيتوڻيڪ ڪجهه پوسٽ-سوشلسٽ ملڪن ۾ ڪاروباري ڪاروبارن جي تيز رفتار ترقي شايد مشورو ڏئي ته اهي ڪٿي به ترقي ڪري سگهن ٿا. هڪ شيءِ جيڪا شايد نقل ڪرڻ ۾ آسان هجي، جيتوڻيڪ، آمريڪا ۾ نسبتاً سازگار ٽيڪس ۽ ضابطا وارو نظام آهي. ٽيڪس پاليسي ڪاروبار لاءِ ايترو ته اهم آهي، اهو ظاهر ٿئي ٿو ته گهٽ ٽيڪس جي شرح اڪيلي آمريڪا ۾ ڪاروبار جي بلند شرح جي وضاحت ڪري سگهي ٿي.

ڇاڪاڻ ته مرڪزي وهڪري جي معاشيات وڏي پيماني تي ڪاروبار کي نظر انداز يا غلط تشريح

ڪري ٿي، مرڪزي وهڪري جي ٽيڪس پاليسيون جيڪي اهڙي سوچ مان نڪتل آهن، ان سان خراب نموني سان منهن ڏين ٿيون. بهترين طور تي، اهي ان جي منفرد خصوصيتن ۽ ضرورتن کي نظر انداز ڪن ٿيون. بدترين طور تي، اهي ان کي اپاهج ڪن ٿيون.

ٽيڪس جي حساسيت

درسي ڪتاب جو نظريو فرمون کي ڏنل ۽ مستقل سمجهي ٿو. اهو نظر انداز ڪري ٿو ته فرمون ڪيئن ۽ ڇو وجود ۾ اچن ٿيون، اهي ڪيئن وڌن ۽ ترقي ڪن ٿيون، ڇو بند ٿين ٿيون، ۽ انهن جي زندگي جي مختلف مرحلن تي انهن جون ڪهڙيون مختلف ضرورتون آهن. درسي ڪتاب جي 'فرم' هڪ ڊگهي عرصي کان قائم يوٽيلٽي ڪمپني جي وڏيڪ آهي. اهو قياس آهي ته فرم سرمائيداري سيٽ اپ ڪري ٿي، جيڪا هڪ اڳڪٿي ڪري سگهجندڙ انعام پيدا ڪري ٿي. جيڪڏهن اهو آهي، ته پوءِ ٽيڪس جي شرح ٿوري اهميت رکين ٿي: درسي ڪتاب جي فرم بغير ڪنهن پرواهه جاري رهي ٿي، ڪنهن به ٽيڪس واڌ کي پنهنجن گراهڪن ۽ مزدورن تي وڌيڪ قيمتن يا گهٽ اجرت جي صورت ۾ منتقل ڪندي.

پر حقيقي فرمون، جيتوڻيڪ، اهڙيون نه آهن - خاص طور تي ڪاروباري فرمون. اهي هڪ غير يقيني دنيا ۾ رهن ٿيون. اهي صحيح طرح اڳڪٿي ناهي ڪري سگهنديون ته سندن سيٽ اپ ڪاريون ڏينديون يا نه. بيشمار واقعا - نئون مقابلو بدلجندڙ گراهڪ جي طلب، فراهمي جي کوٽ، انتظامي غلطيون - امڪاني مستقبل جي منافعن کي حقيقي ۽ موجوده نقصانن ۾ تبديل ڪري سگهن ٿا. تنهن ڪري ٽيڪس ڪاروبار ڪندڙن جي حسابن ۾ وڏو فرق پيدا ڪري ٿو. فرمون، سندن سرمائيداري، سندن فراهمي، سندن شيون، سندن مزدورن يا سندن گراهڪن تي ٽيڪس سڀ نقصان ۽ ناڪامي جي خطري کي وڌائين ٿا. امڪاني ڪاروبار ڪندڙن کي پنهنجن منصوبن بابت تمام گهٽو چونديل هجڻ گهرجي، ڇاڪاڻ ته انهن کي ٽيڪس کان پوءِ واپسي جو معقول يقين رکڻ لاءِ وڌيڪ آمدني پيدا ڪرڻ جي ضرورت پوندي. پر آمدني ۽ واپسيون ڪڏهن به يقيني نه هونديون آهن. نتيجي ۾، انهن مان گهٽ امڪاني ڪاروبار ڪندڙ پنهنجن منصوبن سان اڳتي وڌڻ جو انتخاب ڪندا، ۽ خطري وارين جدتون نه ٿينديون (Block 2016).

ڪاروبار ڪندڙ ٽيڪس کي انهن مسئلن مان هڪ قرار ڏين ٿا جن کي اهي منهن ڏين ٿا. اهي

وڏين فرمون جي پيٽ ۾ ٽيڪس جي شرحن کان گهٽ وڌيڪ حساس هوندا آهن. بيشڪ، ٽيڪس فائونڊيشن جو اندازو آهي ته آمريڪي ڪارپوريشن ٽيڪس ۾ هر هڪ سيڪڙو واڌ نئين ڪمپني رجسٽريشن جي تعداد ۾ ٣.٧ سيڪڙو گهٽتائي آڻيندي آهي؛ جڏهن ته انڪم ٽيڪس جي شرحن ۾ ١٠ سيڪڙو گهٽتائي نئين پرتين ۾ ١٢ سيڪڙو واڌ آڻيندي آهي (Watson and Kaeding 2019).

ڪجهه ملڪ هن حساسيت کي ختم ڪرڻ ۽ ننڍي ڪمپني جي واڌ کي حوصلا افزائي ڪرڻ جي ڪوشش ڪن ٿا. محنت کان وڌيڪ سرمائيداري تي ٽيڪس لڳائي، اهڙي طرح ته ٽيڪس وڏين، سرمائيداري فرمن تي وڌيڪ بار ڪن. (Henrekson and Sanandaji 2008) پر اهو اضافي بار وڏين فرمون جي اندر جدت کي نقصان پهچائي سگهي ٿو. ۽ اهو ننڍين ادارن کي به نقصان پهچائي سگهي ٿو. سندن ڪمائي صفائي سان محنت ۽ سرمائيداري مان آمدني ۾ ورهائي نٿي سگهجي؛ شروع ڪندڙ ڪاروبار ڪندڙن جي آمدني اڪثر سندن سرمائيداري پڻ هوندي آهي، ڇاڪاڻ ته اهي پنهنجي آمدني کي ڪاروبار ۾ ٻيهر سيڙپ ڪرڻ لاءِ استعمال ڪن ٿا. تنهن ڪري ٽيڪس انهيءَ شيءِ تي بار وجهي سگهي ٿو جنهن کي اهو فروغ ڏيڻ چاهي ٿو.

ونڊ فال ٽيڪس:

اهوئي "ونڊ فال" ٽيڪس بابت سچ آهي. مرڪزي وهڪري جي معاشي نظريو ڪي ٿو ته، جيڪڏهن منافعو حادثاتي سٺي قسمت مان اچي ٿو ته ان تي ٽيڪس لڳائڻ ڪمپنين جي رويي تي اثر ناهي وجهندو. مثال طور جڏهن 08_2007ع ۾ خام تيل جي قيمت سٺ ڊالر کان وڌي ١٤٠ ڊالر في بيرل ٿي وئي (بنيادي طور تي وچ اوڀر ۾ سياسي بدامني جي ڪري)، برطانوي اتر سمنڊ جي تيل ڪمپنين مختصر مدت جا 'ونڊ فال منافعو' ڪمايا. جن تي برطانوي حڪومت ٽيڪس لڳائڻ تي غور ڪيو. جيتوڻيڪ قيمت جلد ئي واپس اچي وئي ۽ پاليسي ختم ڪئي وئي، برطانوي خزانو جي آفيسرن سمجهيو ته ٽيڪس پنهنجي اثر ۾ غير جانبدار هوندو ڇاڪاڻ ته اهو صرف قسمت تي ٽيڪس لڳائيندو نه ته ڪاروبار تي.

پر ونڊ فال ٽيڪس غير جانبدار نه هوندا آهن. ڪاروبار ڪندڙ ڇاڻن ٿا ته اهي خوش قسمت يا بدقسمت ٿي سگهن ٿا. جيڪڏهن اهو مڃين ٿا ته اهي پنهنجا بدقسمتي نقصان برداشت ڪندا پر پنهنجا سٺي قسمت جا فائدا وڃائي ويهندا، ته اهو سندن خطرو وڌائي ٿو(ءِ، ڇاڪاڻ ته ونڊ فال

ٽيڪس واڌارا آهن. سنڌن غير يقيني صورتحال) ۽ تنهن ڪري انهن کي ڪاروباري طور عمل ڪرڻ کان حوصلا شڪن ڪري ٿو. مثال طور، اهو ممڪن آهي ته اهي مستقبل ۾ تيل جي فراهمي ۾ ڪنهن به سياسي رڪاوٽ مان منافعو ڪمائڻ جي اميد ۾ متبادل ٻارڻ ترقي ڪرڻ کان وڌيڪ پاسو ڪن؛ ۽ عوام ان چونڊ ۽ تحفظ کان محروم ٿي ويجي ٿو. ان کان علاوه، سٺي قسمت به مفت ناهي ايندي: هڪ هنڌ فراهمي جو مسئلو مطلب آهي ته نئين پيداوار کي ٻئي هنڌ کان آن لائن آڻڻ جي ضرورت آهي، ۽ ورڇ جي تاجي پيٽي کي ان مطابق منتقل ڪرڻ جي ضرورت آهي. ونڊ فال ٽيڪس هن اضافي قيمت کي نظر انداز ڪن ٿا ۽ ڪاروبار ڪندڙن کي اهڙا جواب تيار ڪرڻ کان حوصلا شڪن ڪن ٿا - جيڪو صارفين جي نقصان ۾ آهي.

ان کان علاوه، ونڊ فال ٽيڪس جي ڪري پيدا ٿيندڙ حوصلا شڪني ننڍين ادارن لاءِ وڏين جي ڀيٽ ۾ تمام گهٽي وڏي هوندي آهي. ڪاروباري اسٽارٽ اپ شايد علم ۾ امير ۽ موقعا ڳولڻ ۾ ماهر هجن، پر انهن وٽ عام طور تي وڏن فرمن جي ڀيٽ ۾ تمام گهٽ سرمائيداري ۽ لڪيوڊٽي هوندي آهي. جڏهن ته هڪ وڏي فرم ان ڪري اثاثا وڪڻي يا ذخيرن مان ڪڍي غير متوقع ٽيڪس بل جذب ڪري سگهي ٿي، ننڍين وٽ شايد ڪو به وڪڻڻ جوڳو اثاثو يا هٿ ۾ اضافي نقد نه هجي. انهن وٽ جيڪي به سرمائيداري ۽ نقد آهي اها اڪثر ڪري ڪاروبار ڪندڙ جي پنهنجي بچت مان ايندي آهي ۽ فوري طور تي ڪاروبار ۾ ٻيهر سيٽ اپ ٿي ويندي آهي. ان کان علاوه، نون يا ننڍڙن منصوبن ۾ بئنڪن يا شيئر هولڊرن کان غير متوقع بلن کي پورو ڪرڻ لاءِ فنانس گڏ ڪرڻ جي صلاحيت تمام گهٽ هوندي آهي. ان کان علاوه، انهن لاءِ پنهنجا عمل انهن ڪاروباري لائينن ۾ تبديل ڪرڻ ڏکيو هوندو آهي جيڪي غير متوقع ٽيڪسن کان گهٽ متاثر هجن. جيئن وڏيون فرمون ڪري سگهن ٿيون: انهن وٽ شايد وڌائڻ لاءِ ڪي ٻيون لائينون نه هجن. ۽ اهي شايد ڪجهه ٻيو ڪرڻ به نه چاهين.

اسٽاڪ آپشن ٽيڪس

جيئن اسان ڏٺو آهي، وينچر ڪيپيٽل خيالن ۽ اسٽارٽ اپس کي قابل عمل ڊگهي مدت جي ڪاروبارن ۾ تبديل ڪرڻ ۾ اهم ڪردار ادا ڪري ٿو. اهو قابل ذڪر آهي ته يورپ وينچر ڪيپيٽل سرگرمي ۾ آمريڪا کان پوئتي آهي - ۽، شايد نتيجي ۾، اسٽارٽ اپن ۽ وڌندڙ ڪاروباري ڪاروبارن ۾. جيتوڻيڪ يورپي مالياتي مارڪيٽون ٻي صورت ۾ مضبوط آهن. هڪ

سبب شايد ملازم اسٽاڪ آپشن جو مختلف ٽيڪس علاج ٿي سگهي ٿو (Henrekson and Sanandaji 2018).

نون ۽ جديد ڪاروبارن ۾ ناڪامي جو خطرو وڌيڪ هوندو آهي. ان خطري کي منظم ڪرڻ لاءِ، وينچر ڪيپيٽل فراهم ڪندڙ اڪثر باني ۽ اهم ڪارڪنن کي نقد جي بجاءِ اسٽاڪ آپشن سان معاوضو ڏيندا آهن. جيڪڏهن انهن اسٽاڪ آپشن تي ٽيڪس جي شرح گهٽ آهي، ته اهو ڪاروباري فرمن ۾ سيڙپڪاري کي وڌيڪ پرڪشش بڻائي ٿو انهن شعبن ۾ سرمائيداري ۽ صلاحيتن کي چڪي ٿو ۽ جدت کي وڌائي ٿو. آمريڪا ۾، ٽيڪس بيشڪ گهٽ آهي ڇاڪاڻ ته ملازم اسٽاڪ آپشن مان آمدني کي سرمائيداري حاصلات (capital gains) طور سمجهيو وڃي ٿو. ڪمائي ملتوي ڪري سگهجي ٿي ۽ ٽيڪس ان وقت تائين ملتوي رهي ٿو جيستائين اسٽاڪ آخرڪار وڪرو نٿو ٿئي. نتيجي ۾، آمريڪا ۾ يورپ جي ڀيٽ ۾ وڌيڪ وينچر ڪيپيٽل سرگرمي آهي. اهو موڙ ۾ جديد ڪمپنين جي اعليٰ واڌ حاصل ڪرڻ جا امڪان وڌائي ٿو. ۽ پوءِ ان ڪاروباري واڌ جي وسيع فائدن کي معيشت ۾ پکيڙيو وڃي ٿو. پر، جڏهن ته ڪاروباري شعبو نسبتاً ننڍو آهي، اهڙا وڏا ۽ عام فائدا خزاني پاران تمام گهٽ ٽيڪس جي قرباني جي قيمت تي حاصل ڪري سگهجن ٿا.

پئين ٽيڪسن جا مسئلا

ڇاڪاڻ ته مرڪزي وهڪري جي معاشي نظريو ڪاروباري ڪاروبارن ۽ سندن خاص ضرورتن جو ڪافي حساب ناهي رکندو معاشي پاليسي ٺاهيندڙ عام طور تي انفرادي ۽ ڪارپوريٽ ٽيڪس ان سطح تي مقرر ڪن ٿا جيڪي ڪاروباري خطرو کڻڻ کي حوصلا شڪن ڪن ٿا. وڌيڪ (۽ غير اڳڪٿي ڪري سگهجندڙ) ٽيڪس ڪاروبار ڪندڙن کي درپيش خطرن ۾ چڱو واڌارو ڪن ٿا ۽ نقد جي تنگي وارن نون ڪاروبارن جي گهربل صلاحيتن ۽ سامان کي برداشت ڪرڻ جي صلاحيت گهٽائين ٿا. اهي اسٽارٽ اپس لاءِ سرمائيداري تائين رسائي پڻ ڏکيو بڻائين ٿا. شامل خطرن جي ڪري، وينچر ڪيپيٽل جي دستيابي متوقع سيڙپڪاري منافعن لاءِ تمام گهڻي حساس هوندي آهي. وڌيڪ ۽ غير اڳڪٿي ڪري سگهجندڙ ٽيڪس انهن منافعن کي گهٽائين ٿا ۽ تنهن ڪري هڪ وڏي حوصلا شڪني آهي.

ٽيڪس جي شرح جيڪي تمام گهٽيون وڌيڪ آهن، اهي بچاءُ (avoidance) ۽ چوري

(evasion) کي به متحرڪ ڪن ٿيون. اهو شايد اسٽارٽ اپس ۽ ننڍين فرمون ۾ اڳ ۾ ئي وڏيڪ عام هجي جتي اڪائونٽنگ معيار ۽ مالي ڪنٽرول گهٽ سخت ۽ گهٽ سمجهيا وڃن ٿا. ۽ ڪاروبار ڪندڙ محقق ۽ سائنسدان متحرڪ آهن. اهي گهٽ ٽيڪس وارن ملڪن ڏانهن لڏپلاڻ ڪري ۽ دماغي ڏاهپ جي منتقلي (brain drain) ۾ شامل ٿي وڏيڪ ٽيڪسن کان بچي سگهن ٿا. بدقسمتي سان، اهو سندن اباڻي ملڪ کي صلاحيتن کان خشڪ، گهٽ متحرڪ ۽ سندن تخيل، ڪوشش، جدت ۽ مستقبل جي معاشي واڌ ۾ حصي جي فائدن کان محروم ڪري ٿو.

ضابطي جو بوجھ

ادارن تي ٽيڪسن جي اثر کي ماپڻ انهن کي درپيش ضابطي جي بوجھ کي ماپڻ کان وڏيڪ آسان آهي. تنهن هوندي به، ڪجھ سادا ماپا آهن جيڪي شايد ڪجھ مضبوط اشارا فراهم ڪري سگهن. جهڙوڪ نئين ڪاروبار رجسٽر ڪرڻ جو وقت، ڪاغذي ڪارروائي ۽ قيمت. آخرڪار، نئون ڪاروبار قائم ڪرڻ جيترو ڏکيو هوندو، اوترا گهٽ ماڻهو اهو ڪندا. يا اهي غير رسمي ڪاروبار قائم ڪري سگهن ٿا جيڪي، قانون کان ٻاهر هجڻ ڪري، شايد تمام موثر طريقي سان هلڻ جي قابل نه هجن. مثال طور، سندن مالڪ عمارتن ۽ سامان ۾ گهٽ سيڙپڪاري ڪري سگهن ٿا، ڇاڪاڻ ته ڪنهن به وقت (ڪڏهن ڪڏهن بدعنوان) اختيارين انهن کي بند ڪري سگهن ٿا ۽ سندن ملڪيت ضبط (يا چوري) ڪري سگهن ٿا.

خوش قسمتي سان، ڪاروبار شروع ڪرڻ ۾ لڳندڙ وقت ٢٠٠٣ع ۾ عالمي سراسري پنجاهه ڏينهن کان گهٽجي هاڻي ويهن ڏينهن کان به گهٽ ٿي ويو آهي. پر اڃا به وڏا فرق آهن. وينزويلا ۾ اهو ٢٣٠ ڏينهن آهي؛ لائو پيپلز ڊيموڪريٽڪ ريپبلڪ ۾ اهو ١٧٣ ڏينهن آهي؛ ڪمبوڊيا ۾ ٩٩ ڏينهن. پيماني جي ٻئي ڇيڙي تي، آمريڪا ۾ ڪاروبار شروع ڪرڻ ۾ صرف چار ڏينهن لڳن ٿا. آسٽريليا، ڪئناڊا، هانگ ڪانگ ۽ سنگاپور ۾ به، ۽ جارجيا ۽ نيوزي لينڊ ۾ صرف هڪ. ايسٽونيا ۾، ڪاروبار فوري طور تي آن لائن قائم ڪري سگهجن ٿا. ٻيهر، هڪ واضح نمونو آهي: آزاد ۽ ڪاروباري ملڪن ۾ ڪاروبار شروع ڪرڻ تيز آهي، گهٽ آزاد ۽ گهٽ ڪاروباري ملڪن ۾ سست. اهو ڪو اتفاق نه ٿي سگهي ٿو ته اعليٰ آمدني وارن ملڪن ۾ ڪاروبار شروع ڪرڻ ٻين هنڌن جي ڀيٽ ۾ ٻيڻو تيز آهي. ۽ اعليٰ آمدني وارا ملڪ، جيئن اسان ڏٺو آهي، عام طور تي وڏيڪ ڪاروباري هوندا آهن.

ضــــــــــــابطن جي مالي بوجهه کي ماپڻ ڏکيو آهي - يا انهن جي تعداد کي به (acquis communautaire) ڪمپنين, خيرات ۽ فردن تي يورپي يونين جي قانونن ۽ ضــــابطن جو مجموعو) ٣٥ بابن تي مشــــتمل آهي; سرڪاري طور تي اهو ١١٠,٠٠٠ صفحا ڊگهو آهي ۽ هر سال پنج هزار صفحن جي شرح سان وڌي ٿو - جيتوڻيڪ ڪو به يقين سان چاڻ نٿو لڳي ۽ ڪجهه اندازا ان کي ان کان به ٻيڻو ٻڌائين ٿا. ضـــابطي جا اهڙا وڏا مجموعا ســـپ کان وڌيڪ بار ننڍين ۽ شـــروع ٿيندڙ ڪاروبارن تي وجهي ٿو جيڪي وڏين ڪمپنين جي ڀيٽ ۾ انهن جي تعميل ڪرڻ (يا انهن کي پڙهڻ ۽ سمجهڻ جو وقت به) گهٽ قابل هوندا آهن, جن وٽ تجرباتي تعميل ڪاتا هوندا آهن.

ننڍين ڪاروبارن تي تمام گهٽا ۽ تمام گهٽا ڏکوئيندڙ ضـابطا هجڻ بدعنواني کي حوصـــلا افزائي ڪن ٿا. مثال طور, نيپال ۾ ٢٠١٣ع ۾ ســـمردي (The Prosperity Foundation) پاران ڪيل هڪ سروي دريافت ڪيو تہ مقامي دڪاندارن کي چار مختلف حڪومتي ادارن سان رجسٽر ٿيڻو پوندو هو ڇهن مختلف ادارن طرفان نگراني ڪئي ويندي هئي, ۽ ١٥ کان وڌيڪ مخصـــــــوص قانونن جي تعميل ڪرڻي پوندي هئي. حيرت جي ڳالهه ناهي تہ ســـروي ڪيل ٢٦٨ دڪانن مان گهڻن وٽ سڀ ضروري رجســـٽريشـــنون نہ هيون, اڪثر ڪري ايترن گهٽڻ ضابطن سان منهن ڏيڻ لاءِ صـــــرف تمام ننڍا هئا. ڪاغذي ڪارروائي جي کوٽ ننڍين دڪان مالڪن لاءِ وڏائڻ لاءِ قرض وٺڻ ڏکيو بڻائي ٿي, تنهن ڪري سندن ڪاروبار غير موثر طور ننڍا رهن ٿا. ان دوران, مقامي پوليس ۽ واپاري آفيســـر معمول موجب انهن کي بند ڪرڻ جي ڌمڪي ڏين ٿا جيســـتائين اهي رشوت نہ ڏين تہ جيئن آفيســـر خلاف ورزي کي نظر انداز ڪن (Samriddhi Foundation 2013).

نہ ئي اهو صرف ترقي پذير ملڪن جو مسئلو آهي. مثال طور سان فرانسسڪو ۾ هڪ ريسٽورنٽ کولڻ لاءِ ١٤ مختلف اجازتن جي ضرورت آهي, جن ۾ پلاننگ, بلڊنگ, فائر, پبلڪ يوٽيلٽيز ۽ ٻيا شامل آهن. ڪجهه ۾ خاصو وقت, ڪوشش ۽ مالي قيمت شامل هوندي آهي. جيڪڏهن شراب پيش ڪرڻو هجي, مثال طور, ارادو رکندڙ ريسٽورنٽ مالڪ کي ٥٠٠ فوٽن جي اندر هر رهواسي کي ميل ڪرڻو پوندو آهي. گڏجي, اهي مختلف عمل مڪمل ٿيڻ ۾ نو مهينا لڳي ســـگهن ٿا, اڪثر ڪري ڪاروبار ڪندڙ کي عمارتن جي ڪرائي تي هزارين ڊالر خرچ ڪرڻا پوندا آهن جيڪي

استعمال نٿيون ڪري سگھجن جيستائين آفيسرن طرفان آخري اجازت تي صحيحون نہ ٿين (Tuder 2017).

اهوا ڪثر مشوروڏنو ويندو آهي تہ ضابطن ڪي گهٽائڻ سان عوام ڪي گهٽ معيار جون يا غير محفوظ شيون ملڻ لڳنديون، اجارا نهي ويندا يا واپاري بد نيتي سان ملازمن کي گهٽ معاوضو ڏيندا يا ماحول کي آلوده ڪندا. اپياس مشوروڏين ٿا تہ سٺي نموني نهيل ضابطا انهن سيني محاذن تي شين کي بهتر بڻائي سگهن ٿا ۽ ان عمل ۾ معاشي واڌ کي وڌائي سگهن ٿا. پر اهي اهو پڻ ڏيکارين ٿا تہ گهٽي ضابطي واري معيشت ۾ گهٽ ضابطي واري معيشت جي ڀيٽ ۾ معاشي واڌ گهٽ هوندي آهي.

سٺي نموني نهيل ضابطا، ڪنهن بہ صورت ۾ چوٽ آهن، نہ قاعدو. گهڻا ضابطا سياسي ايجنڊن جي ڪري هوندا آهن نہ ثبوتن ۽ معاشي عقليت جي. ان کان علاوه، وڏيون فرمون، پنهنجن وڏن لابنگ بجيٽ سان، ان ڳالهہ تي غير متناسب اثر وجهنديون آهن تہ ڪهڙا ضابطا اختيار ڪيا وڃن. اهو انهن کي پنهنجن ڪاروبارن کي نون ايندڙن جي خلاف بچائڻ جي قابل بڻائي ٿو. نتيجي ۾ مقابلي ۾ گهٽتائي جو مطلب آهي تہ گراهڪن کي گهٽ جديد شين، گهٽ معيار ۽ وڌيڪ قيمتن سان گذارڻو پوي ٿو. انهن وٽ انهن ڪمپنين جو بائيڪاٽ ڪرڻ جي صلاحيت پڻ گهٽ هوندي آهي جن بابت سمجهن ٿا تہ اهي غير منصفاڻي يا غير ذميواري سان واپار ڪن ٿيون. ۽ جڏهن تہ گهڻا ضابطا شهرين کي گهٽ امير بڻائين ٿا، انهن وٽ (خوراڪ، رهائش، ڪپڙا، افاديتون ۽ صحت جون ضرورتون پوريون ڪرڻ کان پوءِ) ماحولياتي معيارن کي بهتر بڻائڻ لاءِ گهٽ پئسا بچندا آهن - مثال طور، سستي ڪوئلي سان هلندڙ بجلي کان وڌيڪ مهانگين قابل تجديد ذريعن ڏانهن سوئچ ڪرڻ. اهو صرف مقابلي وارو ڪاروبار آهي، اعليٰ قيمت ۽ معاشي واڌ جي ذريعي جيڪو اهو پيدا ڪري ٿو جيڪو اسان کي اهڙن مسئلن کي حل ڪرڻ جي قابل بڻائي ٿو.

صحيح حالتون

ڪاروبار لاءِ نہ رڳو خود ڪاروبار ڪندڙن لاءِ صحيح حالتن جي ضرورت آهي، پر سندن سيڙپڪارن، مزدورن ۽ گراهڪن لاءِ پڻ صحيح حالتن جي ضرورت آهي. ڪاروبار ڪندڙن کي سرمائيداري، انتظامي صلاحيتن ۽ مشوري تائين سٺي رسائي جي ضرورت آهي؛ انهن ۽ سندن گراهڪن کي هڪ مستحڪم سياسي ۽ معاشي ماحول جي پڻ ضرورت آهي. تڏهن ئي ماڻهو

مستقبل لاءِ پراعتمادي سان منصوبابندي ۽ سيڙپڪاري ڪري سگهن ٿا.

ملڪيت ۽ انصاف:

ڪنهن ملڪ ۾ ملڪيت جي حقن جي مضبوطي ۽ تحفظ ۽ ان جي ڪاروباري شرح جي وچ ۾ هڪ مثبت تعلق آهي. (Sanandaji and Leeson 2013) ڪنهن به ڪاروبار کي درپيش غير يقيني صورتحال کي ڏسندي، محفوظ ملڪيت جا حق ۽ قانون جي حڪمراني ماڻهن جو پنهنجو پئسو ۽ ڪوشش خطري ۾ وجهڻ جي فيصلي لاءِ اهم آهن. مثال طور، هارين لاءِ فصل پوکڻ جو ڪو فائدو ناهي، جيڪڏهن اهي اميد رکن ٿا ته فصل انهن کان بندوق جي نوڪ تي چوري ٿيڻ جو امڪان آهي.

محفوظ ملڪيت جي حقن جي ضرورت

جنهن ۾ ڪاپي رائيٽ، پيٽنٽ، برانڊ ۽ بيون 'ذهني' ملڪيتون شامل آهن - ڪاروبار ڪندڙن لاءِ اجا به وڌيڪ آهي. گهڻا منصوبا ناڪام ٿين ٿا، ۽ گهڻيون ڪاروباري سيڙپڪاريون منافعو ناهن ڏينديون. تنهن ڪري، جيڪڏهن ماڻهن کي اهي ڪاروباري خطرا کڻڻا آهن، ته انهن کي پراعتماد هجڻ جي ضرورت آهي ته اهي انهن چند مان انعام حاصل ڪري سگهن ٿا جيڪي ڪامياب ٿين.

نه ئي اهو صرف نجي لالچ آهي جنهن کان ملڪيت جي حفاظت ڪرڻي آهي. ڪاروبار ڪندڙن جي پنهنجيون نوڪريون ڇڏڻ، نئون ڪاروبار شروع ڪرڻ ۽ ان کي منافعي تائين پهچائڻ جا امڪان گهٽ هوندا آهن، جيڪڏهن انهن کي خوف هجي ته حڪومت خود صوابديدي طور تي آمدني تي ٽيڪس لڳائي سگهي ٿي، سياسي سببن جي ڪري انهن کي بند ڪري سگهي ٿي يا آفيسرن کي انهن کان تباهي واري رشوت وٺڻ جي اجازت ڏئي سگهي ٿي. هڪ قانون جي حڪمراني هجڻ گهرجي جيڪا سياستدانن ۽ آفيسرن پاران چوري ۽ استحصال کي فردن ۽ گروپن پاران چوري ۽ استحصال کان مختلف نه سمجهي. ۽ ان جي حمايت لاءِ مضبوط ۽ آزاد انصاف هجڻ گهرجي. جيڪڏهن انصاف جو نظام ڪمزور يا بدعنوان آهي، ته ماڻهن جو ان تي ٿورو ڀروسو هوندو. بيشڪ، ماڻهو ان کي هڪ امڪاني طور تي وڏو خطرو سمجهندا: چور شيون توهان کان چوري ڪري سگهن ٿا، پر اهي توهان کي واپار ڪرڻ کان منع ناهن ڪري سگهندا يا توهان کي جيل ۾ ناهن وجهي سگهندا. اهو انهن کي ڪاروباري سيڙپڪاري ڪرڻ کان تمام

گهٽو گريز ڪرڻ تي مجبور ڪندو. ساڳين سببن لاءِ، سياسي ۽ سرڪاري طاقت محدود هجڻ گهرجي ته جيئن اقتدار ۾ موجود ماڻهو خاص اختيار طور تي ٻين جو استحصال ڪرڻ (مثال طور، مخالف گروهن جي ملڪيت ضبط ڪري) ۽ ماڻهن جي انفرادي ۽ شهري حقن کي نظرانداز ڪرڻ جي قابل نه رهن. (Butler forthcoming)

ڪُليل پٽو:

هڪ ٻيو اهم عنصر هڪ ملڪ جي غير ملڪي سرمائيداري ۽ لڏپلاڻ لاءِ ڪُليل پٽو آهي. جيئن اسان ڏٺو آهي، ڪيترائي ڪاروبار ڪندڙ تارڪين وطن آهن. اهي اهڙا ماڻهو آهن جن ۾ پنهنجو وطن ڇڏي ٻئي هنڌ نئين زندگي شروع ڪرڻ جي بهادري، توانائي ۽ واپاريت (enterprise) هئي - اهي سڀ خاصيتون جيڪي هڪ ڪاروبار ڪندڙ لاءِ ڪارائتيون آهن. ۽ انهن ۾ انهن موقعن کي ڏسڻ جا وڌيڪ امڪان هوندا آهن جيڪي شايد مقامي ماڻهو موجوده ثقافت ۽ تخيل ۾ جڪڙيل، وڃائي ويهن.

ڪاروباري تارڪين وطن کي راغب ڪرڻ (۽ برقرار رکڻ) جي پاليسين ۾ شايد شاگردن لاءِ ورڪ ويزا شامل هجن ته جيئن اهي ميزبان ملڪ ۾ پڙهي سگهن ۽ پنهنجي دلچسپي جي شعبي ۾ ڪنهن فرم لاءِ ڪم ڪرڻ لاءِ رهي سگهن. يا اتي پنهنجو ادارو شروع ڪن: ڪيترن ئي ملڪن وٽ غير ملڪي ڪاروبار ڪندڙن لاءِ خاص ويزا آهن، ۽ اڃا به وڌيڪ وٽ سيڙپڪارن کي رهائش ڏيارڻ لاءِ خاص ويزا آهن. پر هڪ کليل لڏپلاڻ پاليسي جيڪا ڪنهن به مزدور کي، ماهر يا نه، راغب ۽ برقرار رکي ٿي، ان ۾ ڪاروباري روح وارن ماڻهن کي راغب ڪرڻ جو غير متناسب طور تي وڌيڪ امڪان آهي، ۽ وڌيڪ عام طور تي، خوشحالي کي فروغ ڏيڻ ۽ غربت گهٽائڻ ۾ (Caplan forthcoming).

ثقافت: ادارا جهڙوڪ قانوني روايت، ملڪيت جي حقن جي نوعيت ۽ تحفظ، عدليه جي آزادي، حڪومتن تي حدون، حقن جو دفاع يا لڏپلاڻ جي حوالي سان رويو، اهي سڀ اصولن، اخلاقيات ۽ عقيدن جي هڪ وڌيڪ عام ثقافت جو حصو آهن. انهن گهرن اصولن کي ڪنهن ٻي ثقافت ۾ ٻيهر پيدا ڪرڻ آسان ناهي جنهن لاءِ اهي غير ملڪي آهن.

تنهن هوندي به، ڪاروباري روح لڳ ڀڳ هر هنڌ مضبوط آهي. انتهائي ضابطا وارن ملڪن ۾ به، ماڻهو پاڻ ۽ پنهنجن خاندانن لاءِ زندگي بهتر بڻائڻ لاءِ سرڪاري قاعدن کي نظرانداز ڪرڻ ۾ قابل

ذڪر قابليت ڏيکارين ٿا. ماڻهو مسئلن کي منهن ڏيڻ ۾ موقعا ونڻ ۾ تمام گهڻا وسيلا رکندڙ هوندا آهن: سندن ڪاروبار بلڪل آساني سان آزاد ٿي سگهي ٿو. تنهن ڪري، جيڪا به شيءِ ان کي آزاد ڪرڻ ۾ ان کي غير پيداواري کان پيداواري ۾ تبديل ڪرڻ لاءِ ڪري سگهجي ٿي، اها برادري کي وڏا فائدا پهچائي سگهي ٿي.

حڪومتن لاءِ ان جو مطلب آهي وينچر ڪيپيٽل مارڪيٽ جي حقيقتن ۾ ڪاروبار ڪندڙن جي خاص ضرورتن کي سمجهڻ جهڙيون شيون: تعليم ۾ تحقيق کي فائدو ونڻ: مهاجرن ۾ غير ملڪي سرمائيداري لاءِ ڪليل هجڻ: جلتي نيڪن جي ڪوشش ڪرڻ جي بجاءِ ڊگهي مدت جو نظريو رکڻ: حمايتي پروگرامن کي وڏيڪ انجنيئر نه ڪرڻ: اڳيري سبسڊيز ۾ ٽيڪس ۾ چوٽن کان بچڻ: صلاحڪارن کان محتاط رهڻ: ۽ بين جي غلطين کان بچڻ.

انتظام جي اهميت

اهڙو طريقو تخليقيت، خيالن جي پيداوار، جدت ۾ خطرو ڪٽڻ کي وڌائي سگهي ٿو(Dumitriu 2019b). پر، خيالن کي منافعي واري ڪاروبار ۾ تبديل ڪرڻ لاءِ، ڪاروبار ڪندڙن کي ٽيڪنيڪل صلاحيتن ۾ تنظيمي قابليت جي پڻ ضرورت آهي.(Ward 2005)

فرمون مختلف سببن جي ڪري ڪامياب يا ناڪام ٿي سگهن ٿيون (پال گراهام (٢٠٠٦) ناڪامي جا ١٨ مختلف سبب بيان ڪري ٿو) پر سٺو يا خراب انتظام هڪ خاص طور تي اهم سبب آهي. اڪثر ڪاروبار ڪندڙ ڪاروبار هلائڻ جي ميڪينيزم، خرچن کي ڪنٽرول ڪرڻ، تيز رفتار واڌ سان مطابقت پيدا ڪرڻ يا گراهڪن تائين پهچڻ سان جدوجهد ڪن ٿا. سٺن خيالن کي تجارتي ڪاميابي ۾ تبديل ڪرڻ لاءِ سٺي انتظام جي ضرورت آهي.

منتظم پاڻ، هڪ لحاظ کان، ڪاروباري هوندا آهن. مثال طور، اهي شايد گراهڪن جي اطمينان وڌائڻ لاءِ جديد طريقا ڪم ڪري سگهن، ته جيئن ماڻهو سمجهن ته اهي ڪاروبار ڪندڙ جي پراڊڪٽ مان اجا به بهتر قدر حاصل ڪري رهيا آهن. اهي شايد پراڊڪٽين ۾ گهٽ قيمت وارين شين کي وڌيڪ پرڪشش يا وڌيڪ ڪارائتو بڻائڻ جا طريقا ڳولي سگهن. ۽ جيئن ڪاروبار ڪندڙ پيداواري وسيلن کي نوان طريقن سان گڏ ڪن ٿا ته جيئن بهتر يا سستيون شيون پيدا ڪري سگهن، تيئن منتظم انساني وسيلن کي گڏ ڪن ٿا ته جيئن انهن شين کي گراهڪن لاءِ وڌيڪ پرڪشش بڻائي سگهن.

سڀ کان وڏيڪ ۽ سڀ کان گهٽ پيداواري فرمن جي وچ ۾ وڏو فرق ڪيترن ئي سببن جي ڪري ٿي سگهي ٿو - نه رڳو گهٽ وياج جي شرح ”زومبي“ فرمون کي زنده رکڻ، پر ممڪن آهي ضابطو، ڪمزور مقابلو يا خراب تعليم. پر فرق جو گهڻو حصو شايد مختلف ڪاروبارن ۾ انتظام جي معيار سان منسوب ڪري سگهجي ٿو. بهترين فرمون پنهنجي ڪاروبار جي نگراني ڪن ٿيون ۽ ڪارڪردگي بهتر بڻائڻ جي ڪوشش ڪن ٿيون. انهن شين ۾ ماڻهن کي فروغ ڏين ٿيون جيڪي بهترين ڪامياب ٿين ۽ جڏهن ناڪامي ڳولين ته ان کي درست ڪن. گهٽ ۾ گهٽ پيداواري فرمون اهو ناهي ڪنديون.

سٺي انتظام جي امڪاني انعامن کي ڏسندي، اهو حيرت جي ڳالهه آهي ته سٺو عمل لازمي طور تي پکڙيو ناهي. پر گهٽ ڪارڪردگي ڏيکاريندڙ فرمون شايد ان ڳالهه جو احساس به نه ڪن ته اهي غلط ڪري رهيون آهن. شايد خراب ڪارڪردگي ڏيکاريندڙ پيداوار جي بنيادي ڪمن تي ايترو ته ڌيان اٿن جو انهن وٽ وسيع انتظامي مسئلن بابت سوچڻ جو وقت نه هجي. شايد اهي تصور نه ڪري سگهن ته سٺن عمل جا ڪهڙا پهلو آساني سان بهتر ڪري سگهجن ٿا. انهن وٽ شيون مختلف طريقي سان ڪرڻ جي حوصلي جي کوٽ هجي، يا تبديلي کان ڊڄن. اهي شايد اصلاحن تي عمل ڪرڻ جي ڪوشش ڪن پر انهن کي ڪم ڪرڻ ۾ جدوجهد ڪن.

نئين منصوبي ۾ ڪاروباري انتظام جون چار ضرورتون آهن

> ان کي پهرين، مارڪيٽ تي ڌيان ڏيڻ جي ضرورت آهي. ان کي ٻيو مالي اڳڪٿي، ۽ خاص طور تي ڪيش فلو ۽ سرمائيداري جي ضرورتن لاءِ اڳواٽ منصوبابندي جي ضرورت آهي. ان کي ٽيون، نئين منصوبي کي اصل ۾ ضرورت هجڻ کان گهڻو اڳ ۽ ان جي برداشت ڪرڻ کان گهڻو اڳ هڪ اعليٰ انتظامي ٽيم ٺاهڻ جي ضرورت آهي. ۽ آخرڪار، ان کي باني ڪاروبار ڪندڙ کان پنهنجي ڪردار، ڪم جي ميدان ۽ رشتن جي حوالي سان هڪ فيصلي جي ضرورت آهي. (پيٽر ايف. ڊرڪر، انوويشن اينڊ انٽرپرينيورشپ)

دي انٽرپرينرس نيٽورڪ، هڪ برطانوي ٿنڪ ٽينڪ، نوٽ ڪري ٿو ته انڊيا ۾ صرف ننڍين فرمن کي مفت انتظامي مشورو ڏيڻ سان انتظامي پيداوار ۾ ١١ سيڪڙو واڌ ٿي (ibid.). دليل طور

تي، هڪ حڪومت ڪاروبار ڪندڙن جي ڪاميابي ڪي وڌائڻ لاءِ سڀ ڪان مؤثر ڪم جيڪو ڪري سگهي ٿو اهو ٿي سگهي ٿو ته انهن ڪي اهڙي مشوري تائين رسائي ڪي يقيني بڻائي. نيٽورڪ پڻ مشورو ڏئي ٿو ته حڪومتن ڪي ڪاروبار ڪندڙن ڪي بهترين انتظامي خيالن جي سيٽ اپ ڪرڻ ۾ مدد ڪرڻ گهرجي، مختلف انتظامي تربيتي نظامن ۽ ٽيڪنڪ جي آزمائش ڪي فروغ ڏئي. انهن ڪي فرمون ڪي پنهنجي انتظامي صلاحيتن ڪي اپگريڊ ڪرڻ ۾ سيڙپڪاري ڪرڻ جي اجازت يا حوصلا افزائي پڻ ڪرڻ گهرجي، شايد اپرنٽس شپ ذريعي. سٺي عمل ڪي حصيداري ڪرڻ لاءِ پيئر-ٽو-پيئر نيٽورڪ پڻ اهم آهن: هن ٽيڪنڪ ذريعي چين فرمن جي آمدني ۾ اٺ سيڪڙو واڌ ڪئي، منافعي ۽ منتظمين جي پيداوار ڪي وڌايو.

سبق

يقينن، اسان ڪي ڪاروبار ڪي وڌائڻ جي باري ۾ هن ڪتاب جي شروعات ۾ ڏنل سيني سببن جي ڪري پرواه ڪرڻ گهرجي: ۽ ان ۾ حڪومت جو ڪردار تي سگهي ٿو. پر اهو 'سخت' پيار هجڻ گهرجي، نہ ٽيڪس ۾ رعايتن، سبسڊيز گرانٽس ۽ بين ڏيٽين جو سلسلو نيٽورڪ چوي ٿو. جيتوڻيڪ ڪاروبار ڪندڙ اڪثر فنڊن جي گهٽتائي جي شڪايت ڪن ٿا، هر ڪو ائين ڪري ٿو: فنانس ڪاروبار شروع ڪرڻ جي سڀ کان وڏي رڪاوٽ ناهي، جنهن ۾ عام طور تي وڏي سرمائيداري ناهي لڳندي. حڪومتي فنانس، جيتوڻيڪ، اهڙن وڏاءَ وارن منصوبن جي تخليق جي حوصلا افزائي ڪري ٿو جيڪي بنيادي طور تي غير قابل عمل هجن ۽ ڪاروبار ڪندڙن کي وڏيڪ اميد پرست بڻائي ٿو. بهترين ۽ سڀ کان پائيدار ڪاروبار 'نهيل' ناهن هوندا پر ننڍڙن اسٽارٽ اپس مان قدرتي طور تي ارتقا ۽ واڌ ڪندا آهن، پنهنجن گراهڪن جي طلب جي پيروي ڪندي.

هڪ بيو عام خيال اهو آهي تہ حڪومتن کي تعليم، تربيت ۽ صلاحيتن کي بهتر بڻائڻ گهرجي. يقينن، اهي سڀ شيون ڪاروباري فرمون ناهڻ ۽ پرورش ڪرڻ ۾ مدد ڪن ٿيون. پر انهن کي حڪومت طرفان فراهم ڪرڻ جي ضرورت ناهي، جيڪا انهن کي تمام بيوروڪريٽڪ طريقي سان پهچائڻ جو رجحان رکي ٿي جيڪو شايد مارڪيٽ جي ضرورتن سان هم آهنگ نہ هجي. ڪاروبار ڪندڙن کي سول سروس-هلائيندڙ تربيتي پروگرامن جي ضرورت ناهي. ماڻهو ڪم جي جاءِ تي ڪاروبار بابت وڌيڪ سڪندا آهن ان کان وڌيڪ جيڪي ڪڏهن بہ ڪلاس روم يا تربيتي ڪاليجن ۾ سکي سگهن ٿا. ۽ ڪاروبار ڪندڙ ڄاڻن ٿا تہ ڪنهن کي ڪهڙي طريقي سان ۽ ڪهڙي مقصد لاءِ تربيت ڏيڻي آهي، ان کان بهتر جيڪو دور دراز آفيسر ڄاڻن. تربيت پيش ڪرڻ جي بجاءِ، حڪومتن کي ماڻهن کي پنهنجي انساني سرمائيداري کي پيدا ڪرڻ جي اجازت ڏيڻ جي ضرورت آهي. ان جو مطلب تي سگهي ٿو ٽيڪس نظام کي تربيت ۽ انساني سرمائيداري جي ترقي جي حمايت لاءِ جوڙڻ.

واپار ۽ تجارت کي آزاد ڪرڻ ۽ هڪ کليل، مقابلي وارو ڪاروباري ماحول، پڻ ڪاروبار جي پکيڙ ۽ ڪاميابي لاءِ اهم آهن. ٻيهر، ان لاءِ حڪومت کي ننڍڙن ڪاروبارن جا بيوروڪريسيون قائم ڪرڻ جي ضرورت ناهي. ان لاءِ انهن کي بين الاقوامي واپار ۾ رڪاوٽون هٽائڻ، هجرت

ڪندڙن جو استقبال ڪرڻ، عورتن ۽ اقليتن جي خلاف تعصب ختم ڪرڻ جيڪي شايد ڪاروبار ۾ نوان خيال آڻين. روزگار جي قانونن، ٽيڪسن، سماجي چارجز ۽ لائسنسنگ کي آسان بڻائڻ ۽ وڏيڪ گهٽو ڪجهه ڪرڻ جي ضرورت آهي - خاص طور تي نئين فرمن لاءِ جن تي انهن جو سڀ کان وڏيڪ اثر هجي. ۽ ان جو مطلب آهي هڪ هٽين (خاص طور تي رياستي هڪ هٽين) کي ختم ڪرڻ ۽ نيون مارڪيٽون ناهڻ يا انهن ۾ داخل ٿيڻ جي رڪاوٽن کي گهٽائڻ.

جڏهن سڪندر اعظم فلسفي ڊايوجينس (جيڪو دنياوي آرام کان پري رهندو هو ۽ هڪ پيپي ۾ رهندو هو) سان مليو هن پڇيو: 'عظيم ڊايوجينس، مان پنهنجي سيني دولت ۽ فوجن سان، تنهنجي لاءِ ڇا ڪري سگهان ٿو؟' ڊايوجينس هن ڏانهن ڏٺو ۽ ڪيس هٿ سان تارينديءَ چيو: "بس سج کان ٻاهر ٿي بيهه". جيڪڏهن حڪومتون واقعي ڪاروبار ۽ ان جي فائدن کي وڌندو ڏسڻ چاهين ٿيون، ته سندن سج جي روشني کان ٻاهر بيهڻ سٺو مشورو لڳي ٿو.

اهم ادارن ۽ شخصيتن جو تعارف

انسٽيٽيوٽ آف ايڪنامڪ افيئرز:(IEA)
هيٺ لندن ۾ قائم ٿيل هڪ ادارو آهـــــي، جيڪو ١٩٥٥ع ۾ آزاد مارڪيٽ (Free Market) جي اصولن ۽ معاشي آزادي جي واڌاري لاءِ ڪم ڪري ٿو. IEA جون مطبوعات ۽ نئين مظهري پاليسـين جو تجزيو اڪثر ڪري ابهام رڪندڙ بنيادن تي ڪيو وڃي ٿو.

فريڊم گيٽ پراپرٽي:(FGP)
هي پاڪسـتان ۾ قائم هڪ حقيقي ادارو آهي. جيڪو انفرادي آزادي, قانون جي حڪمراني ۽ معاشي خوشحالي جي اصولن کي ترقي ڏئي ٿو FGP .جو مشـن پاڪسـتان ۾ اهڙن ويچارن کي عام ڪرڻو آهي جيڪي شهرين کي معاشي طرح خود مختيار بڻائين ۽ ملڪ ۾ نين ايجادن ۽ انٽر پرينئر شپ جي لاءِ سازگار ماحول پيدا ڪن .

مصنف: ايمون بٽلر :(Eamonn Butler)

ايمون بٽلر IEA جو گڏيل بنياد رکندڙ ۽ اڳوڻو ڊائريڪٽر آهي. هو معاشيات ۽ سياسي معاملن تي عام فهم زبان ۾ وضاحت ڪرڻ جي مهارت جي ڪري سڃاتو وڃي ٿو. هن IEA ، ايڊم فرائيڊن انســـتيٽيوٽ ۽ ٻين عظيم مفڪرن جي خيالن تي ڪيتريون ئي مشهور ڪتابون تصنيف ڪيون آهن.

مترجم: ڊاڪٽر ذوالفقار علي راهوجو:(Dr Zulifqar Ali Rahujo)

هڪ ماهر نفســـيات آهي. ڪيس سياسي ۽ سماجي موضوعن تي لکڻين ۾ وسيع تجربو آهي. هو اهم موضوعن کي ترجمي ڪرڻ ۾ دلچســـپي رکي ٿو. هو فريڊم گيٽ فائونڊيشن (FGP) سان بطور شراڪت دار ڪم ڪري ٿو ۽ پاڪستان ۾ معاشي سڌارن ۽ انفرادي آزادي جي واڌاري لاءِ سرگرم آهي.

www.fgp.org.pk

@FreedomGateProsperity

ISBN: 978-627-7991-09-8