

# انٲرپرنٲرشپ جو تعارف

ليڪ: ايمن بٲلر

مٲرجم: ڊاڪٲر ذوالفقار علي راهو جو



# انٲرپرٲنٲرشٲ جو تعارف

لٲك: اٲمن بٲلر

مٲرجم: ڊاڪٲر ذوالفقار علٲ راهو جو

سڀ حق ۽ واسطو محفوظ آهن

ليکڪ: ايمن بتلر (Eamonn Butler)

مترجم: ڊاڪٽر ذوالفقار علي راهو جو

شايڪ ڪنڊز: فريڊم گيٽ پراسپيريٽي (ايف جي پي)

اشاعت جو سال: ۲۰۲۶ع

آءِ. ايس. بي. اين نمبر: 4-10-7991-627-978

ڪاپي رائيٽ نوٽيس

© فريڊم گيٽ پراسپيريٽي (ايف جي پي)، ۲۰۲۶ع

هاڻوس ۰۱، اسٽريٽ ۵۸، ايف-۷/۴، اسلام آباد، پاڪستان

ويب سائيٽ: [www.fgp.org.pk](http://www.fgp.org.pk)

اي ميل: [info@fgp.org.pk](mailto: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 ۲۰۲۰ع ۾ شايع ٿيو.

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

هن اشاعت کي ڇپائڻ لاءِ مالي مدد اٽلس نيت 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.

# فہرست

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

# فهرست

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

# فهرست

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

## تعارف

### ڪتاب جو مقصد

هي اهو مٿئين ڪتاب نه آهي ته توهان پاڻ کي ڪيئن ڪامياب انٽرپرائيز بڻائي سگهو ٿا. هي هڪ بنيادي تعارف آهي ته انٽرپرائيز ڇا آهي، اسان کي ان جي ڪهڙي ضرورت آهي، ۽ اسان ان کي ڪيئن همٿائي سگهون ٿا.

مثال طور هي ڪتاب بيان ڪري ٿو ته انٽرپرائيز ڇا آهي؟ ڪهڙو آهي؟ ۽ جدت، ترقي، پيداوار ۽ معاشي واڌ کي وڌائڻ ۾ ان جو ڪردار ڪهڙو آهي؟ اهو اهم آهي، ڇاڪاڻ ته انٽرپرائيز ڇا آهي اهو اهم ڪردار وڌي پئماني تي سمجهيا نه ويا آهن. درحقيقت، اهي اڪثر ڪري معاشيات جي مکيه ڌارا جي درسي ڪتابن ۾ مڪمل طور تي نظر انداز ڪيا ويا آهن. پر اهي انٽرپرائيز ڇا آهي اسان سڀني 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 ته هو جيڪي ڪن ٿا ان کي وسيع معاشي، اداري ۽ پاليسي حوالي سان رکن. پر ڪتاب جو مکيه پٽنڊو عام ماڻهو آهن جيڪي معاشي ترقي کي هلائڻ ۾ جدت ۽ انٽرپرائيز ڇا آهي ڪردار کي سمجهڻ چاهين ٿا، ۽ اهي شاگرد جيڪي اقتصاديات تي معياري درسي ڪتابن کي مشيني، ڪوڪلو ۽ ڪنهن به انساني حقيقت کان خالي ٿاڏسن.

جيڪڏهن مون ماڻهن کان پڇيو ته اهي ڇا ٿا چاهين، ته اهي چون ها تيز گهوڙا.

هينري فورڊ، آمريڪي ڪار ساز

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

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

## انٽرپرائيز شپ ۽ ليڪڪ

مٿين ڏٺو آهي ته خوابن جا انٽرپرائيزر ماڻهن کي نوان موقعا ڏين ٿا ۽ سندن زندگيون بدلائين ٿا. ۱۹۷۰ع واري ڏهاڪي ۾، فريڊي ليڪر جي اسڪائي ٽرين پرائيزي ايئر لائن ڪارٽيل کي ٽوڙي ڇڏيو ۽ اسان مان لکين ماڻهن کي سستي قيمت تي ايتلانٽڪ پار ڪرڻ جو موقعو فراهم ڪيو. ۽ ائين ڪندي نوان خيال واپس آڻڻ جو به. ڪليو سنڪليئر جيب ڳڻپيوڪر ۽ ڊجيٽل واچ تيار ڪئي. سوني ڪارپوريشن واکمين پورٽيبل ميوزڪ پليئر ٺاهيو. بل گيٽس ڪمپيوٽر اسان جي گهرن ۾ آندا. ٽم برنرز لڳي اسان سڀني کي برقي ٽاچي پيٽي (WEB) ويب ذريعي دنيا جي علم سان ڳنڍيو. ۽ اسٽيو جابز جي آڻي فون انهن سڀني شين کي، ۽ گڏوگڏ ٻيون به گهڻيون شيون، پن ارب ماڻهن جي ڪيسن ۾ وجهي ڇڏيون (سنو ايئر لائن نه، پر يقيناً سڄي دنيا جي ٽرانسپورٽ شيڊول ۽ ٻڪنگ ايپس ضرور).

ڪجهه انٽرپرائيزر ٽي گمريلو نالا آهن، جيتوڻيڪ ڪنهن حد تائين، اسين سڀ انٽرپرائيزر آهيون. مثال طور، هڪ نئين گريجوئيٽ جي حيثيت ۾، مون پنهنجي ملڪ ۾ معاشي ڏکيائپ کان بچڻ لاءِ لڏپلاڻ ڪرڻ جو موقعو ورتو. آءٌ واپس موٽي آيس هڪ غير منافع بخش پاليسي گروپ قائم ڪرڻ لاءِ ٻه مهينا وقت ڀريو جڏهن نوان خيال سخت گمربل هئا. هاڻي، آءٌ هن ڪتاب وانگر ابتدائي ڪتاب لکي پيو خال ڀرڻ جي ڪوشش ڪري رهيو آهيان. آءٌ ڪو واپاري ڪونه آهيان، پر آءٌ اڃا به انٽرپرائيزر ٿيڻ لاءِ ڪم ڪريان ٿو.

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

مٿين اسٽريٽ ۾ اقتصاديات جي تعليم معيشت کي هڪ مشيني نظام جي طور تي تصور ڪري ٿي جنهن جي اڳڪٿي ۽ ڪنٽرول ڪري سگهجي ٿو. تجربي مون کي سڃاڻيو 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 انٽرپرائيز شپ اها آهي جيڪا انساني خوشحالي ۽ ترقي کي وڌائي ٿي. پر انٽرپرائيز شپ جي ڪردار کي مکيه ڌارا واري سوچ ۾

نظر انداز ڪيو وڃي ٿو۔ ۽ پوءِ انهيءَ نظريي تي ٻڌل خراب عوامي پاليسي ذريعي ان کي ان جا ٿاڻائي ۽ ڀر ڊٻائي ڇڏيو وڃي ٿو.

اسان کي انٽرپرائيز 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 به پنهنجي زندگين ۾ انٽرپرائيز شپ جي تعاون کي ساراهه جي ضرورت آهي.

## ڪتاب جو خاڪو

هي ڪتاب انهيءَ ساراهه جو هڪ ننڍڙو حصو آهي. پهريون، اهو بيان ڪري ٿو ته اسان کي انٽرپرائيز شپ بابت ڇو پڙهڻو آهي ۽ ڪهڙو گهرجي۔ 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 انٽرپرائيز شپ بابت ڪيئن ڳالهايون ٿا ۽ ڪوشش ڪري ٿو ته بنيادي خيال حقيقت ۾ ڇا آهي، ۽ انٽرپرائيز شپ کي حقيقت ۾ ڪهڙي شي متحرڪ ڪري ٿي.

چوٿين باب ۾ انٽرپرائيز شپ جي حقيقي معاشي ڪردار جي مختلف نظرين جي جانچ ڪئي وئي آهي، جڏهن ته ايندڙ ٻن بابن ۾ ان جي معاشي ۽ سماجي اهميت ۽ سڄي دنيا ۽ مختلف صنعتن ۾ ان جي حيرت انگيز پڪيڙ جي ڳولا ڪئي وئي آهي.

باب ستون ظاهر ڪري ٿو ته سموري انٽرپرائيز شپ پيداواري نه هوندي آهي. اها نقصانڪار به ٿي سگهي ٿي جيڪڏهن اهو گراهڪن جي خدمت ڪرڻ بجاءِ ضابطن ۾ رهيو ٿو ۽ ڪم ڪرڻ تي وڪوڙجي ٿي وڃي. باب اٺون پڇي ٿو ته ڇا حڪومتون انٽرپرائيز شپ کي ترقي ڪرڻ لاءِ همٿائين ٿيون. جواب ٿي سگهي ٿو ها وارو ڪجهه پر گهڻو ڪري پيرا آهي ان کي مڪمل طور تي غلط سمجهڻ ٿيون. اهي وساري ڇڏين ٿيون ته انٽرپرائيز شپ 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 انٽرپرائيز شپ جا فائدا حاصل ڪرڻ چاهيون ٿا ۽ ان کي مڪمل طور تي ختم نه ڪرڻ چاهيون ٿا.

## انٽرپرائيز بابت چوڻو ڇو ڇو ڪرڻ گهرجي؟

### پيداوار جواڻ ڏنو عنصر

انٽرپرائيز بابت اسان لاءِ ان کان وڌيڪ اهم آهي جيترو اسان سوچيون ٿا. اسان مان گهڻا هي ڳالهه سمجهن ٿا ته زمين، مزدوري ۽ سرمائي جي ضرورت آهي انهن شين ۽ خدمتن جي پيداوار لاءِ جيڪي اسان جي زندگي کي قائم ۽ بهتر رکن ٿيون. پر انٽرپرائيز بابت پيداوار جواڻ ڏنو عنصر آهي. زمين، مزدوري ۽ سرمايو ڪجهه به پيدا ٿا ڪن جيستائين انهن کي فعال طور تي ڪم تي نه لڳايو وڃي. انهن کي ڪنهن انساني ذهن ذريعي هدايت ۽ مرڪوز ڪرڻ جي ضرورت آهي. هڪ انٽرپرائيز بابت ذهن جيڪو سمجهي ته انهن کي قدر پيدا ڪرڻ لاءِ ڪيئن استعمال ڪري سگهجي ٿو.

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

پيشڪ، انٽرپرائيز بابت ڪي ايترو نظر انداز ڪيو وڃي ٿو جو ان جو تصور به نسبتاً تازو آهي هن لفظ جون پاڙون تيرهين صدي جي فرينچ انٽرپرائيزر ۾ آهن. جنهن جي معنيٰ آهي ڪجهه ڪرڻ يا شروع ڪرڻ. سورهين صدي تائين اهو ڪاروبار هلائيندڙ ماڻهن لاءِ استعمال ٿيڻ لڳو. پر اهو ۱۷۳۰ع تائين نه هيو جو آئرش فرينچ اقتصاديات دان رچرڊ ڪائٽيلن (1734-1680 c.) ان کي انهيءَ ماڻهو لاءِ استعمال ڪيو جيڪو ڪاروبار هلائڻ ۾ مالي خطرو کڻي ۽ ۱۸۰۳ع ۾ جڏهن فرينچ اقتصاديات دان جين باپٽيسٽ سي (۱۷۶۷-۱۸۳۲) وسيلن جي وڌيڪ پيداواري استعمال ڳولڻ ۾ انٽرپرائيز جي اهم ڪردار جي وضاحت ڪئي.

ان خيال جي وڌيڪ تشريح ۱۸۴۸ع ۾ آئي. جڏهن برطانوي فلسفي ۽ اقتصاديات دان جان اسٽوارٽ مل (۱۸۰۶-۱۷۳۰) انٽرپرائيز کي انهن ماڻهن طور سڃاتو جيڪي ڪاروبار جو خطرو ۽ انتظام پئي سنڀاليندا آهن. اڄ، اقتصاديات دان مستقبل جي غير يقيني صورتحال جي دنيا ۾ انٽرپرائيز جي ڪردار تي جدت آڻيندڙ يا موقعن کي سڃاڻڻ وارن يا خطرو کڻڻ وارن جي حيثيت سان ڌيان ڏين ٿا ۽ ان تصور کي واضح ڪرڻ جون ڪوششون جاري آهن.

## جدت ۽ معاشي ترقي

انٽرپرائيز شپ 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 ۾، انٽرپرائيز کي مسلسل جدت آڻڻ جو دٻاءُ رهندو آهي جيئن اهي وڌيڪ قيمت - مؤثر طريقا ڳولڻ جي ڪوشش ڪندا آهن سسٽم، بهتر، تيز صاف سترو هوشيار پراڊڪٽ ناهڻ لاءِ جيڪي گراهڪن جو ڌيان ڇڪن. (صرف فون يا آٽوموبائيل ٽيڪنالاجي ۾ ترقيءَ بابت سوچيو ۽ انقلابن بابت ته اهي ڪيئن ناهيا وڃن ٿا.) اهو مسلسل دٻاءُ پيداوار وڌائڻ جو - وڌيڪ مؤثر طريقا ۽ وڌيڪ اثرائتي پراڊڪٽ ڳولڻ - اسان جي زندگي جي معيار ۾ اڪثر واڌ جي وضاحت ڪري ٿو. بيشڪ، ۱۹۵۰ع واري ڏهاڪي ۾، آمريڪي نوبل انعام يافته اقتصاديات دان رابرٽ سولو (۱۹۲۴-) حساب ڪيو ته معاشي واڌ جو هڪ قابل ذڪر ۸۷ سيڪڙو جدت مان آيو (سولو ۱۹۵۶). پر برطانوي سائنس ليڪڪ ميٿ رڊلي (۱۹۵۸-) مڃي ٿو ته اڄ انگ اڃا به وڌيڪ آهي، ڇاڪاڻ ته نوان مواد، نيون مشينون ۽ وڌيڪ مؤثر طريقا اسان کي اجازت ڏين ٿا ته اسان پنهنجي ضرورتن ۽ خواهشن جي پورائي لاءِ گهٽ ۽ گهٽ وقت ۽ وسيلو خرچ ڪريون (رڊلي ۲۰۲۰).

جدت رڳو بهتر پراڊڪٽ شيءَ نٿي پيدا ڪري، اها نوان وسيلو پيدا ڪري ٿي، آمريڪي مئنيجمينٽ ماهر پيٽر ڊرڪر (۱۹۰۹-۲۰۰۵) چوي ٿو ته انٽرپرائيز بي قدر شين کي، جيئن ريتي، قيمتي شين ۾ تبديل ڪري ڇڏيندا آهن، جيئن سليڪون ڪمپيوٽر چپ (ڊرڪر ۱۹۸۵). ۽ موت ۾ اهي نوان وسيلو استعمال ڪري سگهجن ٿا اڃا به وڌيڪ قيمتي شيون ناهڻ لاءِ، جيئن اسمارٽ فونز، روبوٽ ۽ بنا ڊرائيورن واريون ڪارون.

پر جدت رڳو نيون گيجتون ناهن. اها آهي، چوي ٿو رڊلي (۲۰۲۰)، چوي ٿو ته اهي برابر پيدا ڪندڙ آهن. 'وڏو برابر 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) گهڻو ڪري نوجوان، وڌندڙ فرمن ۾ آباد آهن، پراڻين قائم ٿيل فرمن ۾ ناهن (ساناندا جي ۽ ساناندا جي ۲۰۱۴). يقيناً، وڏيون فرمون، پنهنجي سرمائي ۽ اهلڪارن جي وسيلن سان، اينٽرپرائيز بيل به ٿي سگهن ٿيون: سوني واکمين ياد رکو. پراها نيون، ننڍيون، وڌندڙ ڪمپنيون آهن جيڪي اڪثر جدت ۽ نوڪرين جي پيداوار جو سبب بڻجن ٿيون.

## انٽرپرائيز شپ کي ڪيئن فروغ ڏجي؟

ڪجهه اولهه وارن ملڪن کي پريشان ٿي آهي ته سندن اينٽرپرائيز بيل ڪاروباري حرڪت گهٽجي رهي آهي. نئين شروع ٿيندڙ ڪاروبارن جي شرح سست ٿي وئي آهي، گهٽ پيداواري فرمون گهڻي وقت تائين بچي رهيو آهن، ۽ تمام گهڻو پيداواري فرمون وڌيڪ ٽيڪنالاجي ۽ گهٽ ماڻهو استعمال ڪري رهيو آهن (ڊيڪر ايسوسيئيشن ۲۰۱۶). اينٽرپرائيز 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 اڃا به اهي صحيح حالتون برقرار رکي رهيا آهن جيڪي انٽرپرائيز شپ جي پروان چڙهڻ لاءِ گهرجن ۽ ان کي همٿائڻ لاءِ انهن کي ڇا ڪرڻ گهرجي؟

بدقسمتي سان، ڪي به اسان جواب ناهن. ان بابت ٿوريون ئي پختيون حقيقتون آهن ڇاڪاڻ ته انٽرپرائيز شپ جي وضاحت ۽ سڃاڻپ ڪرڻ مشڪل آهي. اها گهڻو ڪري نئين ڪمپنين ۾ ملي سگهي ٿي، پر ڪنهن ملڪ ۾ نون نئين ڪاروبارن جو تعداد انٽرپرائيز شپ جو سنواندازو ناهي. آخرڪار اتي گهڻا ئي خودملازمت ڪندڙ گهرن جا مصوريا ٽيڪسي ڊرائيور آهن، پر انهن کي عام طور تي انٽرپرائيز شپ سمجهيو وڃي. اهو اصطلاح وڌيڪ متحرڪ ۽ تخليقي ماڻهن لاءِ مخصوص آهي جيڪي پيداوار جي طريقن کي ٻيهر ترتيب ڏين ٿا ۽ ڪجهه 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 انٽرپرائيز طور ڏٺو وڃي ٿو.

مٿس ۽ زال جيڪي آمريڪي علائقن ۾ ٻيو ڊيلڪيٽيسن اسٽور يا بيو ميڪسيڪن ريسٽورنٽ کولين ٿا، يقيناً خطرو کڻن ٿا. پر ڇا اهي انٽرپرائيز آهن؟ اهي رڳو اهو ڪن ٿا جيڪو اڳ ڪيترائي ڀيرا ڪيو ويو آهي... پر تصوراتي حڪمت عملي ۽ ٽيڪنيڪل حڪمت عمليءَ کي لاڳو

ڪندي (پيچڻ، گراهڪ لاءِ ”قدر“ ڇا آهي؟)، پراڊڪٽ کي معياري بڻائڻ، عمل ۽ اوزارن کي ڊزائين ڪرڻ، ۽ تربيت کي 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 انٽرپرائيز شپ آهي.

پاليسي ساز شايد سڀني نون ڪاروبارن کي رعايت ۽ بي مدد ڏئي انٽرپرائيز شپ کي وڌائڻ جو هدف رکڻ. اهو شايد ڪجهه انٽرپرائيزن کي وڌڻ ۾ مدد ڪري پر اهو ٽيڪس ڏيندڙن جو پيسو — گهڻن ٻين نون ڪاروبارن جي حمايت ۾ ضايع ڪري سگهي ٿو جيڪي حقيقت ۾ بلڪل به اينٽرپرائيزوريل 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 ۽ اٽڪل اڌ پنجن سالن اندر (يو ايس سمالي بزنس ايڊمنسٽريشن آفيس آف ايڊووڪيٽي ۲۰۱۴). رڳو هڪ ننڍڙو تعداد ئي تمام گهڻو ڪامياب ٿئي ٿو. باقي گهڻا ئي مختلف ۽ گهڻ رخي سببن جي ڪري ناڪام ٿين ٿا جن جو شايد ان ڳالهه سان ڪوبه واسطو نه هجي ته اهي ڪيترا اينٽرپرائيزوريل آهن يا ناهن. يا سندن پراڊڪٽ ڪيتري نئين ۽ مفيد آهي. جيڪڏهن ٽيڪس ڏيندڙن جو پيسو سڀني نون ڪاروبارن کي سبسڊي ڏيڻ لاءِ استعمال ٿئي ٿو ته اهو ڪاميابين مان ٿورن کي فائدو ڏيندو ۽ گهڻين ناڪامين تي ضايع ٿيندو. ۽ افسوس سان، اهو ڪوبه 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 چون ٿا، اها آهي ته صحيح حالتون پيدا ڪرڻ جي ڪوشش ڪجي جن جي تحت انٽرپرائيز شپ پيدا ٿي سگهي ۽ وڌي به سگهي (ڏسو مثال طور، لرنر ۲۰۰۹). اينٽرپرائيزوريل عمل، جنهن ذريعي جديد ڪمپنيون ۽ پراڊڪٽ يا ته ناڪام ٿين ٿيون يا معاشي ڪاميابي ۽ ڀرڻا ٿي 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 انٽرپرائيزورل ماضيءَ ۾ ناڪاميون ڏٺيون آهن، اڪثر گهڻيون ئي.

ٿامس ايڊيسن وٽ هڪ بلب تيار ڪرڻ جون هزار کان وڌيڪ ناڪام ڪوششون هيون. اسٽيو جابز اپيل ڪي پنهنجي Apple I ۽ Apple Lisa سان لکن جو نقصان ڏياريو ۽ پنهنجي ئي ڪمپني مان برطرف به ٿي ويو. سر جيمس ڊيسن پنهنجو بيبگ لیس ويڪيومر ڪليئر ٺاهڻ کان اڳ پنج هزار کان وڌيڪ پروٽوٽائپ آزمايا. پيٽر ٿيل هڪ فنڊ هلايو، جنهن ۾ پنهنجا ۹۵ سيڪڙو اثاڻا وڃائي ڇڏيا. جڏهن ايمازون ڪتابن کان هتي رانديڪن ڏانهن وڌيو، جيف بيزوس ڪروڙين جا رانديڪا خريد ڪيا، پر انهن مان اڌ ٿي وڪرو ڪيا. ناڪامي انٽرپرائيزن کي سڀڪاري ٿي ته ڪهڙي قسم جا عمل ۽ پراڊڪٽ ڪرڻا ڪن. ۽ پنهنجي ماضيءَ جي تجربي ذريعي اهي سڪن 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.

آءُ ناڪام نه ٿيو آهيان. مون رڳو ڏهه هزار طريقا ڳولي  
لڌا آهن جيڪي ڪرڻا ڪن. (ٿامس ايڊيسن)

جڏهن ته انٽرپرائيز شپ کي همٿائڻ لاءِ ڪجهه سائنس آهي، اتي گهڻو اندازو به آهي. سلڪون وادي - سان فرانسسڪو ايريا جي ڏاکڻي حصي جون نالو جيڪو دنيا جي ڪجهه وڏين هاءِ ٽيڪ ڪمپنين ۽ هزارين ٽيڪ اسٽارٽ اپس جو گهر آهي - هڪ مشهور اينٽرپرائيز نيوريول ڪاميابيءَ جي ڪهاڻي آهي. پر ٿورن ئي هنڌن تي ان کي نقل ڪرڻ جي قابل ٿيا آهن، ۽ ڪوبه پڪ سان ناهي ته اهو ڪيئن وجود ۾ آيو. ماهر بحث ڪن ٿا ته ڇا اهو عوامي يا نجی سيٽپ تي نهي هو. مضبوط "اينڪر" فرمن جي موجودگي، جن مان گهڻيون عوامي انفراسٽرڪچر ۽ دفاعي نيڪن جي خدمت ڪن ٿيون، يقيناً مدد ڪئي (مازوڪا ٽو ۲۰۱۳). پر پوءِ اسٽينفورڊ يونيورسٽي، هڪ نجی ادارو، جي قربت به نازڪ هئي. علائقي کي فائڊوئيٽ حاصل ٿيو متحرڪ، اعليٰ تعليم يافته ۽ هنرمند 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 پئي حاصل ڪري سگهن ٿا. پوءِ علائقي ۾ داخل ٿيندڙ ساڳين ٽيڪ فرمن جو سڄو "ڪلسٽرنگ" اثر مختلف ڪمپنين جي وچ ۾ قيمتي ڪراس فيريٽيلائيزيشن 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 انٽرپرائيز شپ کي کيئن نظر انداز ڪن ٿا

مبين اسٽريم اقتصاديات دان، جينٽوٽيڪ، اسان کي ٿوري ئي رهنمائي ڏئي سگهن ٿا ته انٽرپرائيز نيوريل عمل کي کيئن وڌايو وڃي، ڇاڪاڻ ته اهي ان کي ذري گهٽ مڪمل طور تي نظر انداز ڪن ٿا.

انٽرپرائيز شپ اسان سڀني لاءِ معاشي واڌ ۽ خوشحالي جي ڊرائيور طور نهايت اهم آهي (ڪريٽيڪوس ۲۰۱۴). اهو پيداوار جي بين عنصرن کي قدر جي تخليق ۾ متحرڪ، هدايت ۽ منظم ڪري ٿو، پر مبن اسٽريم اقتصاديات دان گهٽ ئي هن اهم ڪيٽيگري تي ڪم ڪري ساراهين ٿا. مبن اسٽريم اقتصاديات جي درسي ڪتابن ۾، مثال طور، 'فرما هڪ مڪمل طور تي تجربيدي خيال آهي. ان ۾ ڪا به وضاحت ناهي ته فرمون ڇو وجود رکڻ ٿيون، اهي کيئن جنم وٺن ٿيون، اهي ڪيترن ئي مختلف ۽ گوناگون آهن (ممڪن آهي سائيز ڪانسواءِ)، اهي کيئن تبديل ۽ ترقي ڪن ٿيون، انهن جو پنهنجي بانيڪارن، ڪارڪنن ۽ گراهڪن لاءِ ڇا مطلب آهي. يا اهي ڇو ناڪام ٿين ٿيون. ٻين لفظن ۾، انساني وجود ۽ انٽرپرائيز نيوريل دماغ مڪمل طور تي تصوير مان ڪڍيا ويا آهن. پر عام طور تي انسان ۽ خاص طور تي انٽرپرائيز سڄي معاشي زندگي کي سمجهڻ جي ڪنجي آهن. اهي ئي آهن جيڪي عمل، واپار ۽ تجارت کي متحرڪ ڪن ٿا. زمين، سرمايو ۽ جتي مزدوري به ڪا به قيمتي شئي پيدا نٿا ڪن جيستائين ڪنهن انساني دماغ پاران ڪنهن مقصد جي انجام ڏانهن هدايت نه ڪئي وڃي. ريتي رڳو ريتي آهي، جيستائين انسان ان کي ڪنڪريٽ يا ڪمپيوٽر چيس ۾ تبديل نه ڪن: سرماڻيداري سامان رڳو بيڪار سامان آهي جيستائين قيمتي شيون پيدا ڪرڻ تي ڪم تي نه لڳايا وڃن؛ ڪوتاهي ڪوٺڻ ضايع ڪيل ڪوشش آهي جيستائين اهو اسان جي مدد نه ڪري زمين کي نيڪال ڪرڻ يا آبپاشي ڪرڻ ۾ يا عمارتن لاءِ بنياد فراهم ڪرڻ ۾ يا ڪنهن ٻئي انساني مقصد جي خدمت ڪرڻ ۾. ان کان اڳ جو اسين اقتصاديات کي سمجهي سگهون، اسان کي انساني مقصدن ۽ رابطي کي سمجهڻ گهرجي.

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

هجن جن لاءِ واپار آزاد ۽ بي قيمت هجي - حقيقي مارڪيٽن جي گھمائيندڙ تبديلي ۽ گوناگونيت جي پيٽ ۾ سمجھڻ ۾ آسان آهن پر اهو تصور ڪوڪلو ۽ غير حقيقي آهن.

اڃا به وڌيڪ افسوسناڪ ڳالهه اها آهي ته 'مڪمل مارڪيٽن' جو خيال اهو ظاهر ڪري ٿو ته جتي به اسان حقيقي مارڪيٽن کي 'نامڪمل' ڏسون ٿا، اسان (يا خاص طور تي اسان جا حڪومتي پاليسي 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 سبب نه هجي ها، ڇاڪاڻ ته اهي شين کي ڪڏهن به بهتر نه ڪري سگھن ها. ڪا به مارڪيٽ ضروري نه هجي ها، ڪا به مارڪيٽ اصل ۾ موجود ٿي نه هجي ها. حقيقت ۾، اهو معاشي زندگي ۾ ناممڪن هجڻ آهي جيڪا ماڻهن کي پيداواري عمل ڪرڻ ۽ هڪ ٻئي سان شيون واپار ڪرڻ جو سبب بڻجي ٿي. ۽ سڀاڻي، حالتون ٻيهر 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 ٻين اضافي، گھٽتائي ۽ موقعن کي ظاهر ڪري ٿو بلڪل اهڙي طرح جيئن چڪر ۽ گھمڻ جيڪي تيز وهندڙ جابلو وهڪري ۾ کلي پون ٿا. اهو انٽرپرائيزر 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 نئون شيون، خدمتون ۽ چونڊون آڻي ڏين ٿا جن جو شايد انهن ٿوري دير اڳ تصور به نه ڪيو هجي.

انٽرپرائيزر اهو سڀ ڪن ٿا، بغير ان 'مڪمل معلومات' جي جنهن جو درسي ڪتاب تصور ڪن ٿا. اهي اڳ ۾ نٿا ڄاڻي سگھن 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 انٽرپرائيزرن جي صورت ۾، متاثر ڪندڙ ۽ سوچيل سمجهيل اندازو. انٽرپرائيزر خطر وڪڻن ٿا، سيڙپ جا فيصلا ڪن ٿا، ۽ وقت، محنت، سرمايو ۽ ٻيا وسيلو پنهنجي منصوبي ۾ لڳائين ٿا، جڏهن ته مستقبل ڇا آڻيندو ۽ مستقبل جي صارفين جون ضرورتون ۽ چونڊون ڪهڙيون هونديون ان بابت غير يقيني 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؟ انسٽائيلڪلوپيڊيا، اٽلس، حوالن جا ڪتاب، ڊائريون، اخبارون، حساب ڪندڙ مشينون، ڪئميرا، موسيقي جا پليٽر يا ڊيپارٽمينٽل اسٽورن جي ڪهڙي پيدا ڪندڙا ڳڻتي ڪئي هوندي ته سندن ڪاروبار ڪنهن ڪيوسي ۾ رکڻ واري گيجٽ سان تباهه ٿي ويندا؟ پر غير يقيني صورتحال جي اهڙي پس منظر جي خلاف خطرو ڪٽڻ، ڪجهه نظرياتي ماهرن موجب، انٽرپرائيزل ازم جي بلڪل تعريف آهي (ميڪ ميڪن ۲۰۱۴).

### مقابلي جي اهميت

درسي ڪتاب جو نظريو پڻ اهو ظاهر ڪري ٿو ته مقابلو هڪ حالت جو نالو آهي. هڪ مقرر صورتحال جنهن ۾ هڪ جهمڙن خريدارن ۽ وڪٽنڊڙن جا وڏا تعداد هجن. پر جيئن اينگلو-آسٽريائي نوبل انعام يافته اقتصاديات دان ايف. اي. هائيڪ (۱۸۹۹-۱۹۹۲) سمجهيو، مقابلي کي هڪ فعال ۽ جاري عمل طور سمجهڻ بهتر آهي. ان کان علاوه، اهو هڪ اهڙو عمل آهي جنهن ۾ انٽرپرائيز ۽ انٽرپرائيزر هڪ اهم ڪردار ادا ڪن ٿا (هايڪ ۱۹۷۸).

هايڪ، مقابلي کي دريافت جو طريقو سڏيو. جيئن انٽرپرائيزر گراهڪن جي بدلجندڙ طلبن ۽ وسيلن جي قيمت ۽ رسد ۾ تبديلين سان نبيرو انٽرپرائيزر 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 ۽ موقعه مارڪيٽن ۾ هر وقت پيش اچن ٿا. انهن جي حرڪي ۽ پيچيدگي جو هڪ قدرتي نتيجو، ۽ روزاني واڌ توڙي لاٽ ۽ رسد، طلب ۽ قيمتن ۾ تبديلي جو جيڪو دير سوڀر ڪلي پوي ٿو، انٽرپرائيزر کي انعام ملي ٿو انهن اضافين کي روڪڻ، ڪوٽ کي پورو ڪرڻ ۽ پيش ايندڙ موقعن کي پڪڙڻ لاءِ عمل ڪرڻ تي. ۽ مستقبل جي اضافين ۽ ڪوٽن جو اندازو لڳائڻ ۽ انهن کي درست ڪرڻ لاءِ اڳواٽ عمل ڪرڻ تي. مارڪيٽ مقابلي هيٺ، انٽرپرائيزر 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 ۾، تنهنڪري، بي ميلابي تيزي سان درست ڪيا

ويندا آهن. ان کان ڪيترائي ڀيرا تيزي سان جيترو ٿي سگهي ها جيڪڏهن مارڪيٽ حڪومتي منصوبا سازن جي ماتحت هجي ها يا اجارا دارن جو غلبو هجي ها، جن مان ڪنهن کي به ائين ڪرڻ ۾ اينتو تڪڙو مفاد نه هجي ها. جيترو وڌيڪ مقابلو هوندو، اوترو ئي تيزي سان انٽرپرائيزر کي گهرجي ته وڌيڪ سڃاڻي ۽ 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 انٽرپرائيزر شپ کي بقا جي طور تي نٿو ڳالهائي، پر اهو بلڪل اهو آهي  
۽ اهو ئي آهي جيڪو تخليقي سوچ کي پرورش ڪري ٿو.  
اينٽاروڊڪٽ، باني بودي شاپ

مقابلي کي چونڊ جي ارتقائي عمل جي طور تي ڏسي ٻيهر سگهجي ٿو. پر اهو پيدا ڪندڙ ناهن، نه ڪاروبار ۽ انٽرپرائيزر، جيڪي چونڊيندا آهن ته اسان وٽ ڪهڙيون ڀرڻ ڀرڻون هونديون. اهو صارفين ئي آهن، مسلسل انهن ڀرڻ ڀرڻن کي چونڊيندا آهن جيڪي سندن ضرورتن کي بهترين نموني پورو ڪن ۽ انهن کي گهٽ ۾ گهٽ قيمت تي سڀ کان وڌيڪ قدر ڏين. جيڪڏهن ڪو ٻيو ماڻهو هڪ بهتر يا سستي ڀرڻ ڀرڻ 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 انهن ڀرڻ ڀرڻن ۾ نئين ڀرڻ ڀرڻن کي خراج ڪندا. چوڻي آهي ته هڪ بهتر ماڻهو تريپ ٺاهيو ۽ دنيا توهان جي در تي رستو هڻندي - جيتوڻيڪ صرف ايجاد ڪرڻ کان وڌيڪ گهڻو ڪجهه آهي.

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

انٽرپرائيزن کي پارٽي ٿو ته وسيلن ۽ پيداوار جي عملن کي انهن جي سڀ کان وڌيڪ قيمتي استعمالن ڏانهن موٽن. اهو انهن کي پارٽي ٿو ته جدت آڻين ۽ بهتر کان بهتر قيمتي پراڊڪٽون ٺاهڻ ۽ فراهم ڪرڻ جا نوان طريقا ڳولين. نتيجو اهو نڪرندو آهي ته موجوده وسيلن جيترو موثر طريقو 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 سدو سنئون سياست تي اثر انداز نٿا ٿين. پر مارڪيٽ تي ڪوبه ووٽ بيڪار نٿو وڃي. هر خرچ ڪيل سڪي ۾ اها طاقت آهي ته اهو پيداوار جي عملن تي ڪم ڪري — لڊوگ وون مائيزس، هيومن ايڪشن

### انٽرپرائيز ۽ گوناگونيت

مٿي استرٽيجي اقتصاديات جي طريقي ۾ اڃا هڪ ٻي خامي آهي. اهو تنوع جي اهميت کي گهٽ ٿو لکي، بلڪه نظر انداز ڪري ٿو. نام نهاد ”مڪمل مقابلي“ ۾، پراڊڪٽون هڪجهڙيون هونديون آهن. حقيقت ۾، اهي ظاهر طور تي ناهن. روزمره جي شين ۾ اسان وٽ موجود قسمن ۽ چونڊ بابت سوچيو: مختلف قسمن جي چانهن، ماني، فوٽ ويئر، ٽوپيون، ڪرسيون، فون، ڪارون يا رهائش، ۽ مختلف خدمتن ۾، جيئن سينگار، بئنڪنگ، تفريح، نوڪريءَ جي تربيت، ٽرانسپورٽ يا جانورن جون خدمتون. سڄي آهي ته ’مڪمل مقابلي‘ جو نمونو رڳو هڪ نظرياتي تجزيدي خاڪو آهي جيڪو اسان جي سوچ ۾ مدد ڪرڻ لاءِ ٺاهيو ويو آهي. پر معاشي سرگرمي جي حقيقي تنوع ۽ پيچيدگي کي نظر انداز ڪرڻ سان، اهو حقيقت ۾ اسان کي گمراهه ڪري ٿو، ۽ ڪجهه تمام غلط خيالن کي هٿ ڏئي ٿو. اهو ڪيترن ئي ماڻهن کي نتيجو ڪڍڻ تي مجبور ڪري ٿو. مثال طور، ته ڪنهن به شئي جا هڪ کان وڌيڪ پيدا ڪندڙ هجڻ — ڪارون، ڪيميڪل، بيٽريون، ڪاغذ، ڪپڙا يا ٻيو ڪجهه به — ضرور ’ضائع‘ هوندو. آخرڪار، ’پيماني جي معيشت‘ جو مطلب آهي ته هڪ واحد وڏي فرم کي شيون گهڻن ننڍين فرمن جي پيٽ ۾ تمام سستيون پيدا ڪرڻ جي قابل هجڻ گهرجي. ساڳئي وقت، ورڇ جا نظام متحد ڪري سگهجن ٿا ۽ مقابلي واري اشتها سازي جي ڪا به ضرورت ناهي.

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

ڪرڻ کان پري، انٽرپرائيزن کي اڀاري ٿو ته اهي پراڊڪٽون ٺاهين جيڪي مختلف آهن. اهي ڇاهين ٿا پنهنجي مقابلي ڪندڙن کان گراهڪ کڻن. انهن کي اهڙيون پراڊڪٽون پيش ڪري جيڪي ساڳيون نه هجن، پر بهتر يا سسٽيون يا ٻئي هجن. اهي ڇاهين ٿا اهڙيون پراڊڪٽون ٺاهين جيڪي هجور کان نرالين 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 آهن. حتي ظاهري طور تي معياري شيون جيئن صابن يا ميوي جورس يا هيٺوگر 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 نوع کي نظر انداز ڪري ٿو ۽ تنهنڪري ان کي پيدا ڪرڻ ۾ انٽرپرائيزر شپ جي ڪردار ۽ اهميت کي - ۽ بيشڪ، جدت ۽ انساني ترقي کي هلائڻ ۾ - نظر انداز ڪري ٿو.

حقيقي دنيا ۾، يقيناً گهڻو مقابلو آهي. پر انٽرپرائيزر 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 انٽرپرائيزر شپ بابت پرواهه ڪرڻ گهرجي ۽ ان کي سمجهڻ ۽ همٿائڻ جي ڪوشش ڪرڻ گهرجي (سيٽ ۲۰۱۹).

## انٽرپرائيز شپ جا مختلف نظريا

### ڍانچا، ڪردار، شخصيتون

گهڻا ماڻهو انٽرپرائيز شپ جو تصور تن طريقن مان هڪ ۾ ڪن ٿا: هڪ خاص قسم جي ڪاروبار جي طور تي، هڪ مخصوص پيشي جي طور تي، يا هڪ خاص قسم جي ذهنييت جي طور تي جيڪا ڪجهه ماڻهن وٽ هوندي آهي (ڪلين ۽ ماريوٽي ۲۰۱۳). انهن عام نظرين کي وڌيڪ تفصيل سان پرکڻ جي لائق آهي.

ڪاروبار جو قسم. اڪثر، ماڻهو انٽرپرائيز شپ کي نئين شروع ٿيندڙ ڪاروبارن سان برابر ڪري ڇڏيندا آهن. ڪجهه اقتصاديات جا ماهر ته هڪ ملڪ ۾ انٽرپرائيز شپ 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 اينٽرپرائيزيوريل ناهي هوندو. وڏي تعداد ۾ ننڍا ڪيئي، ٽيٽو پارلر، سائيڪل مرمت جون دڪانون، ڊراءِ ڪليئر ۽ ڪنڊ تي اخبار وڪڻندڙ دڪان هر سال ڪُن ٿا، پر انهن مان ڪنهن کي به حقيقت ۾ 'اينٽرپرائيزيوريل' نٿو چئي سگهجي. ٻيو، هڪ انٽرپرائيز 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 شيعر هولڊر کي خوش ڪرڻ جي، ۽ پنهنجي (اميدي واري) ڪاميابي جو پورو انعام حاصل ڪري سگهن ٿا. پراڻين، قائم ٿيل ڪمپنين ۾ به انٽرپرائيز شپ ٿي سگهي ٿي. مثال طور، فوريڊ ڪار شيئرنگ ۽ پارڪنگ لوڪيٽر اڀيس ناهي رهيو آهي؛ ايمازون بين 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 اينٽرپرائيزيوريل ايجادون ترقي ڪرڻ ۾ تمام مؤثر ٿي سگهن ٿا، انهن کي هتي ڏيڻ لاءِ وسيلن ۽ انهن کي وڏي پيماني تي آڻڻ لاءِ ماپ رکن ٿا. حالانڪ بين الاقوامي سطح تي.

پاڻ ۾ خودملازمت به انٽرپرائيز شپ جو ڪو سنو اشارو ناهي (هينريڪسن ۽ ساناندا جي ۲۰۱۴).

ٻيهر، گھڻا ماڻهو خودملازمت ڪندڙ ماڻهن کي 'انٽرپرائيزر' سمجهندا آهن ۽ تصور ڪندا آهن ته سڀ انٽرپرائيزر خودملازمت ڪندڙ آهن. پر انهن مان ڪائي به ڳالهه ضروري طور تي سچي ناهي. خودملازمت ڪندڙ پلمبر يا ٽيڪسي درٻارن جو عام طور تي 'انٽرپرائيزر' نٿا سڏجن. نڪي خودملازمت ڪندڙ ٽور گائيڊ، مسخره، زيورن جا ڊزائينر، ذاتي ٽرينر، صحافي، صفائي ڪندڙ، مالي، پالٽو جانورن جي سنڀال ڪندڙ يا موسيقي جا استاد. ان ڪري خودملازمت ڪندڙ ماڻهن جو تعداد انٽرپرائيزر شپ جو سنو اندازو ناهي.

حقيقت ۾، اهو بلڪل ان جي ابتڙ ٿي سگھي ٿو: گلوبل انٽرپرائيزر شپ مانيٽر مشورو ڏئي ٿو ته اينٽرپرائيزر نيوريل 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 سگھي ٿي ته اتي ٿورن ماڻهن وٽ واحد تاجر طور ڪم ڪرڻ کان ٻاهر نڪرڻ ۽ ان جي بجاءِ پنهنجو ڪامياب، وڌندڙ ڪاروبار ٺاهڻ لاءِ ترغيب، ٽڪڙو، وسيلو يا موقعو آهي. يا ٿي سگھي ٿو ته انهن هنڌن تي خودملازمت ڪندڙ ماڻهو پنهنجي اداري کي وڌائڻ بابت سوچڻ جي شروعات ٿي نه ڪن ڇاڪاڻ ته اهڙي توسيع کي ممڪن بڻائڻ لاءِ ڪافي سرمايو موجود ناهي. خراب انفراسٽرڪچر (مثال طور مواصلات ۽ ٽرانسپورٽ) شايد هڪ ڪاروبار کي مقامي علائقي کان وڌائڻ ڏکيو بڻائي سگھي ٿو. يا شايد ٻين ماڻهن کي ملازمت ڏيڻ تي اهڙا ڳرا ضابطا آهن جو ان جي تڪليف وٺڻ جو ڪو فائدو ناهي. ڪجهه غريب ترين ملڪن ۾ خودملازمت جي بلند سطح آهي: پر اهو رڳو زندگي گذارڻ لاءِ زراعت يا گهر جي بنياد تي دستڪاري جي وڏي پيماني تي هجڻ جو اشارو آهي - انٽرپرائيزر شپ جو ناهي. جڏهن ته ان حقيقت تي زور ڏيڻ لاءِ، انگ ڏيکاري ٿو ته جيترو وڌيڪ خودملازمت ڪندڙ ماڻهو هڪ ملڪ ۾ آهن، اوترا ٿي گهٽ ارب پتي ماڻهو اتي هوندا آهن (ساناندا جي ۽ ليسانس ۲۰۱۳).

تمام گھڻي خراب عوامي پاليسي انٽرپرائيزر شپ کي نون شروع ٿيندڙ ڪاروبارن يا خودملازمت سان گڏي وڌڻ مان پيدا ٿئي ٿي (هيٺيڪسن ۽ ساناندا جي ۲۰۰۸). هڪ ٿورو بهتر اشارو ٿي سگھي ٿو 'گڏيلز' جو تعداد (نوجوان، تيزي سان وڌندڙ ادارا جن جو وڏو ڪاروبار ۽ آمدني ۾ واڌ جو رڪارڊ هجي) يا اڃا به 'يوني ڪارن' (نجي ملڪيت وارا استارت اپ جن جي قيمت هڪ بلين ڊالر کان مٿي هجي - جيتوڻيڪ نالو ئي ظاهر ڪري ٿو، اهي نياپ آهن). تنهن هوندي به، اهي

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

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

پر ٻيهر، اها تعريف تمام وسيع لڳي ٿي: اسين عام طور تي هڪ ننڍي ڪمپني يا ڪنڊ اسٽور جي مالڪ - مينيجر کي، جيڪو ڪڏهن به ان کي وڌائڻ جو نٿو سوچي، انٽرپرائيزيوريٽي سگهيو. اسان وٽ شايد ڪو اهڙو ماڻهو ذهن ۾ هجي جيڪو ننڍي ڪاروبار جو مالڪ ۽ مينيجر هجي پر ان جي پيداوار کي تيز ڪري، نوان بازار ترقي ڪري ۽ واڌ کي منظم ڪندي ان کي وڌو ۽ بهتر بڻائڻ جي ڪوشش ڪري. ان کان علاوه، سڀ انٽرپرائيز مالڪ - مينيجر 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 انٽرپرائيز کي اهڙي شخص طور بيان ڪن ٿا جنهن لاءِ پراڊڪٽس ٺاهڻ، پيدا ڪرڻ ۽ مارڪيٽ ڪرڻ هڪ پيشو آهي. اهي هڪ کان پوءِ هڪ ايجادون ٺاهيندا آهن. اهي شايد هر هڪ لاءِ نوان ڪاروبار شروع ڪن. اهي اهي آهن جن کي اسين سيٽيل انٽرپرائيزيوريٽي سڏيون ٿا. مثال گهڻائي آهن: اسٽيو جابز (آپل)، نيڪسٽ، پڪسار، ايلون مسڪ (اسپيس ايڪس).

ٽيسلا، سولر سٽي)، سرچرڊ برانسن (ورجن ميوزڪ، ورجن ائٽلانٽڪ، ورجن ريل) ۽ سر جيمس ڊيسن (ويڪيوم ڪلنر، ايئر پيوريڦائيز، واشنگ مشينون، هيئر ڊرائر، لائٽنگ). پر ٻيا به گهڻا آهن. هڪ اوڀرا وٽي کي به شامل ڪري سگهجي ٿو: آمريڪا ۾ پنهنجي تي وي چيٽ شولاءِ مشهور هن ان جي حقن جو فائڊوونٽ لاءِ هارپو پيروڪشمنز قائم ڪئي، اوڀرا وٽي نيٽورڪ شروع ڪيو ۽ ڪيبل اسٽيشن آڪسيجن جي شريڪ باني آهي. اهڙن ڪيترن ئي سڀريل انٽرپرائيز لاءِ جيڪي اڳ ۾ ئي ارب پتي آهن، مالي انعام هائڊ اهر ناهي رهيو. اهي رڳو نيون شيون آزمائڻ لاءِ مجبور نظر اچن ٿا.

ذهيت: ڇا انٽرپرائيز شپ پوءِ هڪ ذهيت آهي جيڪا انٽرپرائيز کي ٻين کان جدا ڪري ٿي؟ جڏهن انٽرپرائيز بابت ڳالهايو وڃي ٿو گهڻا ماڻهو انهن جي تخليقيت، ايجاد ڪرڻ جي صلاحيت ۽ نواڻ جي ڳولا، موقعن کي سڃاڻڻ جي سجاڳي، موجوده نظام کي ٽوڙڻ جو عزم، پنهنجي ڪاروبار ۽ ان جي پراڊڪٽس سان ذاتي سڃاڻ، اسلوب، معيار ۽ انتظام سان انهن جي مکيه توجهه واري وابستگي بابت سوچيندا آهن. انهن خصوصيتن سان گڏ اعتماد، تجربو، گهڻن ڪمن کي هڪ ئي وقت ڪرڻ جي صلاحيت ۽ خطرو ڪٽڻ جي خواهش به نازڪ طور تي اچي سگهجي ٿي (فاس ۽ ڪلين ۲۰۱۰).

سڀني انٽرپرائيز ۾ 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 پراعتقاد آهيان ته ڪامياب ۽ ناڪام انٽرپرائيز ۾ فرق جو اڌ حصو خالص استقامت آهي. (اسٽيو جابز، شريڪ باني، ايپل)

ٻيو مسئلو اهو آهي ته ذهيت جي انهن خاصيتن کي ماپڻ ڏکيو آهي. اسين 'سجاڳي' يا

'تخليقيت' يا 'عزم' تي ڪوانگ ڪيئن لڳائي سگهون ٿا؟ اها جائز جو هڪ طريقو هجڻ جي باوجود ته اسان وٽ ڪيتري انٽرپرائيز شپ آهي، يا چا عوامي پاليسي ان کي وڌائي رهي آهي يا گهٽائي رهي آهي، اهي گهڻي مددگار ناهن. ان کان علاوه، رڳو اهو حقيقت ته ماڻهن ۾ اهي خاصيتون آهن، اهو ڪو اشارو ناهي ته اهي انٽرپرائيز طور ڪامياب ٿيندا. انهن وٽ شايد بهادر، تخليقي ۽ تخليقي خيال هجن پر پنهنجي اداري کي ڪڏهن به شروعاتي مود مان ٻاهر نه ڪڍي سگهن. يا اهي شايد پنهنجيون ڪمپنيون وڌائين پر پوءِ پنهنجي ڪاميابي سان مطمئن ٿي وڃن ۽ ٻين بهادر، تخليقي ۽ تخليقي ماڻهن کان اڳتي نڪري وڃن (ڏسڻ مثال طور، ميڪ ميڪن ۲۰۱۴). هڪ مقابلي واري معيشت ۾، انٽرپرائيز کي تيز رهڻ جي ضرورت آهي ته جيئن چوڻي تي رهي سگهن.

### ۽ انٽرپرائيز شپ: ننڍي توڙي وڏي ليول جي، فرم جو ڍانچو

آسٽريائي سياسي معاشي ماهر جوزف شومپيٽر (۱۸۸۳-۱۹۵۰ع) شروع ۾ اهو خيال ڪندو هو ته وڏيون فرمون ڪاروباري جدت ۾ اڳواڻي ڪنديون، ڇاڪاڻ ته وٽن سرماڻيداري، هُشي ۽ باخبر ملازمن، ۽ نئين شين کي ڪامياب بڻائڻ لاءِ مارڪيٽنگ ۽ ورج جو نظام موجود هوندو آهي. پر پوءِ جڏهن هو لکي رهيو هو (Schumpeter 1911)، ان وقت جون ڪيتريون ئي صـنعتي ٽيڪنالاجيون، جيئن اسٽيل، ٽيڪسٽائيل، بجلي ۽ تيل، ايتري پيماني تي معيشت گهرنديون هيون جيڪا رڳو وڏا ڪاروبار مهيا ڪري سگهندا هئا.

بعد ۾، جيتوڻيڪ، شومپيٽر اهو نتيجو ڪڍيو ته ننڍيون ڪمپنيون وڌيڪ لچڪدار ۽ چست ٿي سگهن ٿيون، ۽ ان ڪري ممڪن آهي ته وڏين فرمائن کان به وڌيڪ ڪاروباري هجن. آمريڪي معاشي ماهر وليمر بامول (۱۹۲۲-۲۰۱۷) ان سان اتفاق ڪيو. اهو دليل ڏيندي ته تمام گهڻي بنياد پرست ۽ خلل وجهندڙ جدت نئين شروع ٿيندڙ ڪمپنين (اسٽارٽ اپس) مان ايندي آهي. وڏيون فرمون پڻ ڪاروباري ٿي سگهن ٿيون، پر انهن ۾ وڌيڪ درجي وارو وڌا وڌيڪ ڪرڻ جو رجحان هوندو آهي. (Baumol 2002) ان جا ڪيترائي سبب ٿي سگهن ٿا. شايد وڏين فرمن ۾ موجوده پراڊڪٽ لائينن ۾ تمام گهڻي سيٽپڪاري 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 ڪري، پنهنجي موجوده پيداواري ٽيڪنالاجي سان وابسته هجڻ ڪري، شايد اهي نوان طريقا اپنائڻ ۾

ڪشيدگي محسوس ڪن. اهڙيون ڳالهون وڏين ڪمپنين ۾ انٽرپرائيزز (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 سڪن 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 استارت 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 ٺاهڻ جا موقعا لڳ ڀڳ ۱۱ ۸ هوندا آهن. ان جو مطلب اهو آهي ته وڏي فرم ۾ ڪاميابي جا موقعا استارت اپ جي مقابلي ۾ لڳ ڀڳ ٻه هزار ڀيرا وڌيڪ هوندا آهن.

استارت اپ جي زندگي لاهن، ڇاڙهن سان پريل هوندي آهي، هڪ جذباتي رولر ڪوسٽر سواري جيڪا توهان بلڪل تصور نٿا ڪري سگهو جيڪڏهن توهان پنهنجو سڄو ڪيريئر ڪنهن ڪارپوريشن ۾ گذاريو آهي. هاروي مٽڪاءِ، آمريڪي ڪاروبار ڪندڙ ۽ ڪالمسٽ

جيئن شوپيٽر (۱۹۳۹) محسوس ڪيو، وڏين ڪمپنين ۾ پگهار وارا ملازمن ڪاروبار ڪندڙ ٿي سگهن ٿا. پر وڏين ڪمپنين کي انهن جي حمايت لاءِ ڪا حڪمت عملي تيار رکڻي پوندي آهي. پنهنجين روزاني سرگرمين مان، ڪارپوريت انٽرپرائيزز شايد گراهڪن جي ضرورتن کان چڱي طرح واقف هوندا ۽ شايد نيون شيون ڳولڻ ۽ ترقي ڏيارڻ جي همت رکندا هجن؛ پر اڃا به انهن کي پنهنجي فرم کي پنهنجن خيالن جي حمايت لاءِ راضي ڪرڻو پوندو آهي. وڏين فرمان کي “ٻه هٿيون” هجڻ گهرجي. (March 1991) انهن کي پنهنجن عملن، پيداوار ۽ مارڪيٽنگ ۾ جدت سان ڳنڍڻو پوندو آهي. ان جو مطلب آهي بناوٽن، منصوبن ۽ عملدارن کي هڪ ٻئي سان هم آهنگ ڪرڻ. ان جو مطلب آهي هڪ اهڙي ثقافت پيدا ڪرڻ جيڪا ڪيترن ئي خيالن ۽ تجربن جو استقبال ڪري. اهو هميشه آسان نه هوندو آهي، ڇاڪاڻ ته سائيز سان اڪثر جمود (inertia) لاڳاپيل هوندو آهي.

ننڍي\_ وڏي پائيواري: ان کي ذهن ۾ رکندي، ڪيتريون ئي وڏيون فرمون 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 ته اهڙن مسئلن تي ڪم ڪندڙ نوان ذهن وڏي تعداد ۾ هجن، بجاءِ ڪنهن هڪ ڪارپوريت طريقي تي عمل ڪرڻ جي.

بهر حال، مستقبل جي جدت ڪندڙن جي سڃاڻپ ڪرڻ ۽ انهن ۾ سيٽيڪاري ڪرڻ جي ڪوشش ڪرڻ هڪ جو 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 "ايڪسپريٽر" طور ڪم ڪن ٿيون، ننڍين ڪاروباري ڪمپنين جي واڌ کي مشورو ۽ سرمايو فراهم ڪري تيز ڪن ٿيون. اهو انهن کي اجازت ڏئي ٿو ته هو پنهنجا عمل يا پيش ڪيل شيون وڌائي ڪري سگهن، بدلي ۾ صلاح، سيٽيڪاري، هڪ تيار مارڪيٽنگ سسٽم ۽ اڪثر ڪري گراهڪن جي دلچسپين جي بهتر سمجهه حاصل ڪري سگهن. جيڪا ڪيترن ئي جدت ڪندڙن کي پاڻ کان به وڌيڪ هجي.

بيون وڏيون فرمون "انڪيوبيٽرن" جي حمايت ڪن ٿيون جيڪي خلل وجهندڙ خيالن کي جنم ڏين ٿيون، اميد سان ته ڪا بلڪل نئين شيءِ پيدا ڪري سگهجن جيڪا انهن جي موجوده شين کي مڪمل يا تازو 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 ته هو نئين ترقي کي فلٽر ڪري سگهن ۽ خيالن جي تمام وسيع اسپيڪٽرم مان فائدو حاصل ڪري سگهن. اهو سڀ ڪجهه گهٽ قيمت ۽ خطري تي جيترو هو پاڻ ڪري سگهندا.

## ڪاروبار ڪندڙن جا قسم:

ڪاروبار ڪندڙ ماڻهن جا ست (ايئنٽرپرائيز)، هميشه اڪيلو ڪم ڪندڙ مالڪ - منتظم نه هوندا آهن. جيئن اسان ڏٺو آهي شايد وڏين ڪمپنين ۾ ملازمت ڪندڙ انٽرپرائيز آهن؛ پر اهي ننڍڙن ۽ وڏندڙ ڪاروبارن ۾ جدت آڻيندڙ پڻ هوندا آهن جيڪي گڏيل فائدي لاءِ وڏين فرمن سان تعاون ڪندا آهن.

نئي آزاد ڪاروبار ڪندڙ هميشه اڪيلو ڪم ڪندا آهن. ڪيترائي پائيواريءَ ۾ قائم ٿيندا آهن، جهڙوڪ گوگل جاليري پيچ ۽ سرجي برن، ايپل ۽ اسٽيو جابز ۽ اسٽيو ووزنياڪ، هيولٽ - پيڪارڊ مان بل هيولٽ ۽ ڊيوپيڪارڊ، بين اينڊ چيري زمان بين ڪوهن ۽ چيري گرین فيلڊ، پراڪٽر اينڊ گيمبل مان ولیم پراڪٽر ۽ جيمس گيمبل. ان جو فائدو اهو آهي ته پائيواريون وٽ مختلف پر هڪ ٻئي جي ڪوٽ کي پورو ڪندڙ صلاحيتون ٿي سگهن ٿيون، ۽ هڪ نازڪ دوست مهيا ڪري سگهن ٿا جنهن تي خيالن جي پرک ڪري سگهجي. بين ڪيس - ۾ فردن جا وڏا گروپ گڏ ٿي ڪمپنيون قائم ۽ وڌائيندا آهن. خود ڪمپنيون به نيون ڪاروباري پائيواريون ٺاهي سگهن ٿيون - مثال طور ايپل جو ماسٽر ڪارڊ سان پائيواري ڪري هڪ نئون ڪاروباري Apple Pay ٺاهڻ جو آهي.

## جدت آڻيندڙ ۽ منتظم

ڪامياب ٿيڻ لاءِ ڪاروبار ڪندڙن کي صرف جديد خيال رکڻ يا مارڪيٽ جي موقعن تي نظر رکڻ کان وڌيڪ قابل هجڻ جي ضرورت آهي. انهن کي حقيقت ۾ پنهنجي خواب کي حقيقت ۾ بدلائڻو آهي. ان جو مطلب نه صرف هڪ ادارو شروع ڪرڻ آهي پر ان کي ڪاميابيءَ تائين پهچائڻ آهي، جنهن ۾ گهڻو انتظامي ڪوشش پڻ شامل آهي. گهٽ ۾ گهٽ، ان لاءِ انهن کي وسيعا گڏ ڪرڻا پوندا آهن جهڙوڪ اهلڪار ۽ سرماڻيداري، ۽ انهن وسيلن کي پنهنجي خواب کي حقيقت ۾ بدلائڻ تي مرڪوز ڪرڻو پوندو آهي.

اهو ممڪن آهي ته اهي پنهنجي انتظامي صلاحيتن لاءِ ٻين کي نوڪريءَ تي رکن ۽ انهن کي تفصيلن کي سنڀالڻ لاءِ ڇڏي ڏين - جهڙوڪ ڪمپني رجسٽر ڪرڻ، لائسنس حاصل ڪرڻ، ضابطن جي تعميل ڪرڻ، مارڪيٽ جي تحقيق ڪرڻ يا سرماڻيدار فراهم ڪندڙن، زمين

مالڪن ۽ اسٽاف سان ڳالهين ڪرڻ. پر انهن کي اجا به انهن منتظمين کي هدايتون ڏيڻيون آهن. پنهنجن سيڙين جو انتظام ڪرڻو آهي. وسيلن کي گڏ ڪرڻو آهي ۽ ان مارڪيٽ کي سمجهڻو آهي جنهن سان اهي له وچڙ ۾ اچڻ چاهين ٿا. ان لحاظ کان، ڪاروبار ڪندڙن کي ٻڌ 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 منفعي جو حصول ڪاروبار جي تعريف جو هڪ اهم حصو آهي.

عام ٻولي ۾، جيتوڻيڪ، اسان ڪاروبار کي ڪنهن شيءِ طور ڳالهائون ٿا جيڪا غير تجارتي حصن ۾ ٻڌ مليون آهي. اسان 'سماجي ڪاروبار ڪندڙن' بابت ڳالهائون 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 رهاڻن 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' ٻڌ 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 ٻولي ڪاروبار کي خيراتي سرگرمين تائين محدود ڪري ٿي. اسان انهن ماڻهن بابت به ڳالهائي سگهون ٿا جيڪي ضابطن يا ٽيڪس قانونن کي ٻائي پاس ڪرڻ لاءِ هوشيارا ٿا 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.

چو ته تجارتي ڪاروبار ڪندڙن کي ڪهڙين شين سان منهن ڏيڻو پوئين ٿو. انهن کي پيچيده چونڊن کي 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 نرڱو جدت جي ضرورت آهي پر وسيلن کي گڏ ڪرڻ جي پڻ ضرورت آهي. ڇاڪاڻ ته ڪاروبار ڪندڙ صرف مارڪيٽ جي پيروي ناهي ڪري رهو اهو صرف ان جي نقل ناهي ڪري سگهندا جيڪي بيا ڪن ٿا، پر انهن کي پنهنجي نئين بناوٽ ناهڻي پوندي. ناگزير طور تي، اهي خطرو ڪٽندا آهن، ته ڇا انهن جون بناوٽون ڪم ڪنديون ۽ ڇا انهن جي پراڊڪٽ مسـتقبل جي گراهڪن کي دلڪش لڳندي. معاشي ماهر جديديت، سرگرمي ۽ خطري ڪٽڻ جي هن ميلاپ کي 'ڪاروباري رجحان' (Entrepreneurial Orientation) چوندا آهن (Miller 1983).

ڪاروبار ڪندڙن کي انهن تنهنجي خوبين جي ضرورت آهي. هڪ فرم جيڪا گهڻو قرض وٺي خطرو ڪٽي پر ڪانئين شيءَ پيدا نه ڪري، عام طور تي 'ڪاروباري' نه سمجهي ويندي آهي. نه ئي اهڙي فرم جيڪا شعوري طور ڪانئين 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 موقعو قبول ڪرڻ جي لائق ٿي سگهن ٿا؛ مارڪيٽ ۽ گراهڪن جي طلب جي مسـتقبل 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 ٺاهڻ ۽ 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 وسيلو ڇڏي طرح سيٽپ ٿيل آهن ۽ رهڻ ٿا ۽ ڇڏي طرح منظم آهن، ۽ وڌيڪ. هي ڪو جلد ۽ آسان عمل ناهي ۽ ان جي سڀني مرحلن تي عبور حاصل ڪرڻ جون صلاحيتون عام ناهن.

اهو سبب ٿي سگهي ٿو ته ڪنهن به هڪ سال ۾ ڪم ڪندڙن مان صرف ۱-۲ سيڪڙو ماڻهو نئون ڪاروبار شروع ڪندا آهن - ۽ ڇو 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 وڌيڪ تيز ڪندا آهن. اهي موجوده فراهم ڪندڙن کي چيلينج ڪندا آهن ته هو پاڻ کي سنوارڻ 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

ڊگهي ۽ 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 منافع جي لالچ. پر اهو هميشه ائين ناهي هوندو. ڪي ”لائيف اسٽائل“ ڪاروبار ڪندڙ رڳو 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 انٽرپرائيزورسپ مانيٽر رپورٽ ڪري ٿو ته (۴۰ 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 پنهنجي ڳالهين ۾ غلط آهن.

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

وراثت: گهڻا ڪاروبار ڪندڙ پاڻ ٺهيل هوندا آهن. برطانيه ۾، جتي - ٻين هنڌن جي پيٽ ۾ 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 ويلٽ - ايڪس پاران مرتب ڪيل سالياني ارب پتي مردم شماري ظاهر ڪري ٿي ته دنيا جي ارب پتيين مان ۷ مان ۱ (۱۳ سيڪڙو) کان به گهٽ پنهنجي دولت ورتي ۾ حاصل ڪئي آهي، جڏهن ته اڌ کان وڌيڪ (۵۶ سيڪڙو) مڪمل طور تي پاڻ ٺهيل آهن. باقيين مان ڪيترن ئي کي هڪ ننڍڙو خانداني ڪاروبار ورتي ۾ مليو آهي پر ان کي سڄاڻ 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 پيٽ ۾ 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 وڌيڪ 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 سڀني 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 اڪر ڏيکارين ٿا ته سپر - ڪاروبار ڪندڙ سٺا 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 پيرا 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 (۳۳ 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 (۹ 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 مائڪل ڊيل، مائڪروسافٽ جو باني بل گيٽس، ايپل جو گڏيل باني اسٽيو جابز ۽ اوڀر جو گڏيل باني ٽريوس ڪيلانڪ). بيشڪ، فوربس ۾ درج ۸ مان هڪ تعليم ادهوري ڇڏي پيا ڪڏهن به يونيورسٽي ناهن (يا مثال طور ايجاد ڪندڙ سر ڪلايو سنڪلر، ڊيزائنر ڪوڪو شانيل، سيريل انٽرپرائيز سر رچرڊ برانسن ۽ IKEA جو باني انگوار ڪيمپراڊ).

ان جا سبب ٿي سگهن ٿا. ڪجهه سپر - ڪاروبار ڪندڙ يونيورسٽي ۾ ايترو ئي سڪن ٿا جو انهن کي سٺا خيال اچن جيڪي منفعي ۾ تبديل ٿي سگهن. پر جيڪي ماڻهو حقيقت ۾ يونيورسٽي مان گريجوئيٽ ٿيندا آهن، انهن ۾ ٻين جي پيٽ ۾ خطر وڪڻڻ 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 ڪندڙن بڻبا آهن (جيتوڻيڪ ڪي شيون خارج آهن). ان جي ابتڙ، گهڻا ڪامياب ڪاروبار ڪندڙ اهي ماڻهو آهن

جن وٽ زندگيءَ جو گهڻو تجربو هوندو آهي؛ آمريڪا ۾ اڌ کان وڌيڪ (۶۰ سيڪڙو) جي عمر ۴۰ سالن کان مٿي آهي. ۽ هڪ خاص تعداد اهڙا آهن جيڪي ذاتي مشڪلاتن مان گذريا آهن جهڙوڪ ناڪام ڪاروبار يا طلاق. (بيشڪ، گهٽ ۾ گهٽ هڪ برطانوي وينچر ڪمپنيٽسٽ 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 پڻ 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 ڊڄي، ۽ ان ۾ خطري جي بجاءِ موقعو ڏسي ٿو. اهو ٻيهر 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 ٿي ڪرڻو ڇا. مذهبي قدر به اهم ٿي سگهن ٿا. جرمن سماجيات دان ميڪس ويبر (۱۸۶۴-۱۹۲۰) 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 پڻ 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 سٽون (۱۴ سيڪڙو) ٻاهرين جو پيدا ٿيل آهي ۽ تيزي سان وڌندڙن ڪاروبارن جو لڳ ڀڳ اڌ (۴۹ سيڪڙو) گهٽ ۾ گهٽ هڪ ٻاهرين جو پيدا ٿيل گڏيل باني رکي ٿو (Dumitriu and Stewart 2019). آمريڪا ۾ به ساڳي طرح، ڪاروبار ڪندڙن جو وڏو تناسب لڏي آيل وطنين جو آهي. بيشڪ، ۲۰۱۶ع جي هڪ مطالعي مان معلوم ٿيو ته تارڪين وطن آمريڪا جي انهن اسٽارٽ اپ ڪمپنين جو اڌ کان وڌيڪ بنياد وڌو هو جيڪي وڏي هڪ ارب ڊالريان 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 رايو 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 سائنس جهڙوڪ فزڪس ۽ ميڪانڪس تي نمونو ڪرڻ جو رجحان رکڻ ٿا. نتيجي ۾، اهي معاشي سرگرمي کي غير ذاتي قوتن جي هڪ ٻئي 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 ڪانهي. ماهر سڀڙپڪار به صحيح طرح روزاني اسٽاڪ جي قيمتن يا هفتيوار زر مبادلي جي شرحن جي اڳڪٿي ناهي ڪري سگهندا. نٿي مرڪزي بئنڪون، پنهنجي سڀني وسيلن سان، ايندڙ ٽه 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 شڪاڱو

جي معاشي ماهر فرينڪ نائيت (1885-1972) چيو مارڪيٽ جي رانديگرن کي خطري ۽ غير يقيني صورتحال ٻنهي ۾ 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 روليت ويل تي منافعو ڪمائڻ جي ڊگهي مدت جي امڪانن جو حساب ڪري سگهي ٿو ۽ تجربي سان، بلٽڪ جيڪ ٽيبلن تي به اهو ئي 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 بيروي ڪرڻ جي خطرن ۽ فائدن جي ذميواري وٺن ٿا. ڪن وري جدت ڪندڙن جي خلل وجهندڙ نوعيت تي زور ڏنو آهي جيئن اهي نئون 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 (Klein 2009; Vaz\_Curadot 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، نئون فرمون چونا هيون وڃن 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 آسترو۔ آمريڪي معاشي ماهر لوڊوگ وون مائيزز (۱۸۸۱-۱۹۷۳) 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 ۽ پاڻمرادو درست ٿيندڙ نه هونديون. ان کان علاوه، خالن کي ڀرڻ، بي ميلين کي درست ڪرڻ ۽ عدم توازن کي صحيح ڪرڻ ۾ وقت ۽ ڪاروباري عمل جي ضرورت پوندي آهي. ان جي ٿيڻ کان اڳ به، شينون ٻيهر اڳتي وڌي چڪيون هونديون، ۽ اڃا 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 ڪوبه 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 ۽ سرماڻياري کي ملائڻ، پيداوار جو انتظام ڪرڻ ۽ پنهنجين شين جي مارڪيٽنگ ڪرڻ جي ضرورت آهي.

ان کان علاوه، اهي وسيلو پيچيده هوندا آهن، انهن کي گڏ ڪرڻا پوندا آهن. زمين جا ڪي بهه ٽڪرا هڪجهڙا نه هوندا آهن، ڪنهن به ٻن مزدورن جون صلاحيتون هڪجهڙيون نه هونديون آهن، ڪوبه به سرماڻياري سامان لازمي طور تي هڪٻئي سان متائي نه سگهبا آهن. اها تنوع درسي ڪتابن ۾ نظر انداز ڪئي وئي آهي - جيڪي محنت ۽ سرماڻياري جي 'اسٽاڪ' بابت ڳالهائڻ تاج ۾ 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 سرماڻياري' صلاحيتون سيٽپ ڪرڻيون پونديون آهن. ۽ انهن کي ٻين کي قائل ڪرڻ جي ضرورت آهي ته هو انهن تي ڀروسو ڪن ۽ انهن سان شامل ٿين.

گهڻا مستقبل جو صحيح اندازو نه لڳائي سگهندا يا وسيلن جي انتظام ۾ جدوجهد ڪندا يا ٻين کي شامل ڪرڻ ۾ ناڪام ٿيندا، ۽ سندن ڪاروبار ناڪام ٿيندو. پراڻي ناڪاميون اڃا تائين انهن ۽ ٻين لاءِ هڪ ڪارائتو سبق فراهم ڪن ٿيون، جڏهن ته سندن ٿوريون ڪاميابيون سڄي آبادي جي عام خوشحالي کي فروغ ڏين ٿيون. اهو ان ڪري آهي جو هڪ ڪليل ۽ مقابلي واري معيشت ۾، مالي منفعي 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 پراڻي ڪاروبار جي ٻنهي کي ڏي وٺ ڪرڻ جي زحمت ناهي گهرڻي جيستائين اهي يعني نه سمجهن ته ان سان اهي بهتر ٿي ويا آهن. جيتري وڌيڪ ڪليل متناسٽا هوندي، اوترو وڌيڪ قدر پيدا ٿيندو ۽ سماج ۾ پڪڙجي ويندو. اها ڳالهه اسڪاتس معاشي ماهر آدم سمٿ (۱۷۲۳-۹۰-۲۵۰ سال اڳ نوت ڪئي هئي.

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

## ڪاروبار ڪندڙ تخليقي خلل وجهندڙ طور

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

انهن سڀني ڳالهين کي ذهن ۾ رکندي، شومپيٽر 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 شيون جي حد ۽ معيار کي وڌايو پر ان نوان پيداواري طريقا به

متاثر ڪيا ۽ مڪمل نيون صنعتون پيدا ڪيون، چوٽيءَ تائين صنعتن جا جهر مت. ۽ اهي نوان طريقا ۽ شيون پاڻ وسيلابطجي ويا جيڪي مستقبل جا ڪاروبار ڪندڙ اڃا پيون شيون پيدا ڪرڻ لاءِ استعمال ڪري سگهن ٿا. جيئن مائڪرو چپ ڪمپيوٽرن جي پيدا ڪندڙن لاءِ بٽيٽي ۽ ڪمپيوٽر ڊرائيور کان سواءِ ڪارن جي ترقي لاءِ بٽيٽي.

سمجهڻ لاءِ ضروري ڳالهه اها آهي ته سرمائيبداري سان معاملو ڪندي اسان هڪ ارتقائي عمل سان معاملو ڪري رهيا آهيون. (جوزف اي. شومپيٽر، ڪيپيٽلز، سوشلزم اينڊ ڊيموڪريسي) تخليقي خلل: شومپيٽر جو خيال هو ته، جيئن علمبردارن جي نقل بين ڪئي. نوان طريقا ۽ شيون پکڙجي وينديون. مقابلو ڪرڻ کان قاصر. پراڻيون صنعتون ختم ٿي وينديون، ۽ پراڻيون نوڪريون شايد ختم ٿي وڃن. پر ان جو هڪ فائدو به آهي: اهو محنت ۽ بين وسيلن کي آزاد ڪري ٿو ته انهن کي ٻيهر وڌيڪ قيمتي شيون ۽ 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 ۽ مشورو ڏئي ٿو ته سرمائيبداري ۽ 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 اوجھن ڀري ٿيون سڄي صنعتن کي بيڪار بڻائي ڇڏين. مثال طور آن لائين نقشا ڇپيل اٽلسن جي جاءِ وٺڻ، ڊجيٽل فوٽوگرافي فلم جي جاءِ وٺڻ، يا ورڊ پروسيسر ٽائپ رائيزن 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 گهڻن سان هلندڙ گاڏين جي جاءِ صرف آهستي آهستي ورتي، ڇاڪاڻ ته اهي مهانگو عيش رهيون. گهٽ ۾ گهٽ جيستائين هيٺري فورڊ جو وڏي پيماني تي پيداوار جو عمل، انهن کي سستو نه بڻايو. يقيني. ڪيترن ئي ملڪن جو صنعتي منظر نامو ڇڏيل کائين، 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 ڪيتريون ئي جدتون جن اسان کي دولت ۽ آرام ڏنو، انهن کي ڇڏي جاڳڻ جا گهڻا ڪلاڪ کاڌو، پاڻي ۽ ايندھن ڳولڻ ۽ کڻي اچڻ ۾ گذارينداسين.

### ڪاروبار ڪندڙ دريافت ڪندڙ طور

ڪاروبار ڪندڙ جي معاشي ڪردار جو ڀيٽو - قابل بحث طور تي غير مطابقت رکندڙ - نظريو نمايان اينگلو - آمريڪي معاشي ماهر اسرائيل ڪرزنر (1930ع) کان اچي ٿو. ڪرزنر لاءِ، ڪاروبار جو مطلب آهي اڻ ڳوليل منافع جي موقعن کان باشعور هجڻ ۽ انهن منافعن کي حاصل ڪرڻ جي ڪوشش ڪرڻ. ڪاروبار ڪندڙ باشعور هجڻ ڪري، انهن خالن ۽ بي ميلين کي نوت ڪن ٿا جيڪي ٻين نڌن هجن - مثال طور اڻ پوري طلب، يا قيمتون جيڪي مارڪيٽ جي حالتن کي مڪمل طور تي ظاهر ناهن ڪنديون - ۽ انهن دريافتن تي عمل ڪري منافع 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 ايڇ. ڊرڪر، انوويشن اينڊ انٽرپرائيز پريورسپ)

ڪاروبار جو هي قسم شومپيٽر جي تخليقي خلل وجهندڙن کان وڌيڪ عام لڳي ٿو. اهو ڇڏڻ ماڻهن جي جديد ذهانت تي دارومدار ناهي ڪندو. بيشڪ، اسان سڀ موقعو 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 سٺو ڪم ڪن ٿيون. پر اهي ڪڏهن به مڪمل نه هونديون آهن، ۽ غلطيون ضرور ٿينديون آهن. شايد نئين ٽيڪنالاجي جي

صلاحيت بابت ماڻهن جي جان ۾ خال هجڻ، مثال طور، يا رسد ۽ طلب جي حقيقي حالتن بابت ابهام هجڻ، جنهن ڪري شيون بي ترتيب ٿي وڃن. ڪرزڻ جو ڪاروبار ڪندڙ اهڙن خالن ۽ بي ميلين کي مسئلن جي بجاءِ منفعي جا موقعا سمجهي ٿو، ۽ ان منفعي جي پيروي ۾ ڪاروبار ڪندڙ حقيقت ۾ خال 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 سمجهڻ ته انهن جي قيمت گهٽ آهي يا اهي شيون وڪڻڻ شروع ڪن جن بابت سمجهڻ 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 شيين جي قيمت وڌائڻ ۽ ان وڌيڪ قيمت وارين شيين جي قيمت گهٽائڻ تي پڻ پوندو آهي. اهو قيمتن کي ٻيهر توازن ۾ اچڻ تي پياريندو آهي - ان کان به وڌيڪ جڏهن ٻيا ڏسندا آهن ته اهي ڇا ڪري رهيا آهن ۽ ان جي نقل ڪندا آهن.

ڪرزڻ تنهن ڪري ڪاروبار ڪندڙ کي اهڙي شخص طور ڏسي ٿو جيڪو معاشي وسيلن جي هر 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 پڪيڙڻ ۾ مدد ڪري ٿو. جيئن اهي ۽ سندن نقل ڪندڙ قيمتن کي مٿي يا هيٺ هلائيندا آهن، وسيلو گهٽ قيمتي استعمالن کان هٽي وڌيڪ قيمتي استعمالن ڏانهن کنيا ويندا آهن.

### ڪاروبار ڪندڙ معلومات پر وسيسر طور

اهو چوڻ نه آهي ته گهٽ خريد ڪري ۽ وڌيڪ وڪڻڻ آسان آهي. ڪاروبار ڪندڙ حال بابت سڀ ڪجهه ناهي ڄاڻي سگهندا، ۽ مستقبل ته اجا به وڌيڪ غير يقيني آهي. ان کان علاوه، شيين کي ڊيزائن ڪرڻ، ٺاهڻ ۽ 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 ڪوبه 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 صورتحال جي پنهنجي تشخيص جي بنياد تي مختلف موقف اختيار ڪندا.

يقينن، انهن جي ڪاميابي جا امڪان وڌيڪ هوندا جيڪڏهن سندن راءِ يا خبر هوندي تنهن ڪري، اهي تحقيق ۽ جانچ ۾ سيٽپ 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 ڪي ڳولي سگهن. پر انهن کي اجا به اهڙي معلومات تي فيصلو ڪرڻا پوندا جيڪا غير يقيني، نامڪمل، پڪڙيل ۽ اڪثر حاصل ڪرڻ ۽ تفسير ڪرڻ ۾ مشڪل هجي.

جيڪا شيءِ منفعي 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 سڀني 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 ۽ سرماييداري جي بيشمار ٻين استعمالن تي پڻ غور ڪرڻو پوندو آهي. جنهن کي معاشي ماهر موقعي جي قيمت (opportunity cost) سڏين ٿا. ۽ اندازو لڳائڻو پوندو آهي ته ڪيترن ئي ممڪن حڪمت عملي مان ڪهڙي سڀ کان وڌيڪ فائدي واري ٿي سگهي ٿي. پر، جيئن جرمن معاشي ماهر لودوگ لاهمن (۱۹۰۶-۹۰) 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 کي سڏيو سگهون ڪم نه آهي.

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

ڪنهن کي فائدو ڏئي ٿي.

اسان غير متوقع تبديلي جي دنيا ۾ رهون ٿا، تنهن ڪري سرماييداري مجموعا... هميشه بدلجندا رهندا، تنهن ۽ ٻيهر ٺهندا. هن سرگرمي ۾، اسان کي ڪاروبار ڪندڙ جو حقيقي ڪم ملي ٿو. (ڊوگ لائمن، ڊي مارڪيٽ ايزاين 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 ٻيو انهن کان بهتر ڪري ڏيکاري. تمام گهڻو جيڪو اسين چئي سگهون ٿا اهو آهي ته مقابلي واري مارڪيٽن ۾ گهٽ ڪامياب شيون ۽ طريقا وڌيڪ ڪاميابن 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 اسڪورٽن جي طلب وڌي سگهي ٿي ڇاڪاڻ ته آبادي وڌيڪ پراڻي ۽ امير ٿي رهي آهي. اهڙيون تبديليون اڃا پڻ ڪاروبار ڪندڙن لاءِ موقعا پيدا ڪنديون ته اهي اچي خالن کي ڀرين.

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 (سنڊس نقادن جو چوڻ آهي) هن خطري ۽ غير يقيني صورتحال کي نظر انداز ڪري ٿو. سنڊس ڪاروبار ڪندڙ ٽيڙن 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 ٻيهر هم آهنگ ڪري ان وقت تائين ٻيون تبديليون ٿي چڪيون هونديون ۽ ڪاروبار ڪندڙ جو اندازو پيدا ٿيڻ کان اڳ ٿي پراڻو ٿي چڪو هوندو.

## ڪاروبار ڪندڙ ۽ فيصلو

انهيءَ تي تعمير ڪندي، آمريڪي معاشي ماهر بيٽر جي. ڪلين (۱۹۶۶ -) مشهور وڌي 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 چيڪ سان ناهي ڄاڻي سگهندو. يقيني: 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 سڀڪارو وڃي سگهي ٿو ۽ نه سڪيو وڃي سگهي ٿو' (Mises 1949) ڪاروبار ڪندڙن کي منصوبا ٺاهڻا پوندا، وسيلن تي ڌيان ڏيڻو پوندو ۽ اهي شيون پيدا ڪرڻيون پونديون جن جي هوميد رڪن ٿا ته مستقبل جي مارڪيٽ حالتن جي پنهنجي مخصوص راءِ جي بنياد تي ڪامياب ٿينديون.

انهي راءِ جو اڀار ٿي ڪاروبار کي ممڪن طور تي منفعي وارو بڻائي ٿو. جيڪڏهن هر ڪو سمجهي ها ته نيڪليئر فيوچن دنيا کي محفوظ ۽ تقريباً مفت توانائي ڏيڻ جي ڪناري تي آهي، ته اهي سڀ ان پرسيٽ ڪرڻ لاءِ ڊوڙندا ۽ امڪاني منافعا انهن جي وچ ۾ تمام تلهو پڪڙي ويندا. 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 واتسن، شايد پنهنجي ۱۹۴۳ جي فرضي بيان کي ڪڏهن نه چيو هوندو، 'منهنجو خيال آهي ته دنيا ۾ شايد پنجن ڪمپيوٽرن جي مارڪيٽ آهي! پر ۱۹۴۰ ۽ ۱۹۵۰ 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 وڌي 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 ڪوسسٽي، 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 جابزينهنجي خواب ۽ فيصلي سان دولت ڪمائي. 'ڪاروبار ڪندڙ' جي اسان سڀني جي سمجهه جو ان کان 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، يعني معاشي ۽ سماجي، جيڪي اهو پيدا ڪري ٿو.

### معاشي فائدا

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

نتيجا ظاهر آهن. اسان جون ڪارون گهٽ خراب ٿينديون آهن. اهي اسان کي مسئلن کان خبردار پڻ ڪنديون آهن، وڌيڪ ٻارڻ جي بچت واريون هونديون آهن. اسان جا ڪمپيوٽر ننڍا، تيز ۽ بهتر نيت ورڪ ٿيل آهن. اسان جا سوت ڪيس هلاڪ ۽ مضبوط آهن ۽ انهن ۾ ڀولي پوريتين جا ڦٽا آهن جيڪي اسان کي ڪٽڻ جي تڪليف کان بچائين ٿا. اسان جي آگرين تي هاڻي داغ نه پوندا آهن ڇاڪاڻ ته اسان جي قلمن کي هر روز سياهي جي بوتل مان ڀرڻ جي ضرورت ناهي. ڳرا ڳراموفون ننڍڙن ڪيسي جي ڊوائيسن کي جاءِ ڏئي چڪا آهن جيڪي اسان کي دنيا جي بهترين موسيقارن جي بهترين پرفارمنس تائين فوري رسائي ڏين ٿا، سو به شاندار معيار ۾. اسان جا ٽيليويزن ڏا، پتلا، تيز ۽ هوشيار آهن. اسان جا ٽوٽل برش برقي آهن ۽ اسان کي پڌائين ٿا ته اسان صحيح طرح برش ڪري رهيا آهيون يا نه. اسان جا ڪتاب اسان جي ڪيسي جي ريڊرن تي ڪا به جاءِ ناهن وٺندا. شيمپو هاڻي اسان جي اکين ۾ نه وڃي. جلد تي اسان جون ڪارون پاڻ هلنديون، ۽ انهن سڀني بين 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 صنعتي رويو هڪ ڪار بگر لاءِ، بيل ريب هڪ پرچون جو ڪاروبار ڪندڙ لاءِ، هڪ ٻڌڻ وارو اوزار هڪ ٻوڙي ماڻهو لاءِ يا هڪ سمارٽ

فون لڳ ڀڳ ڪنهن به ماڻهولاءِ ۽ اها ترقي جاري آهي.

بهر معلومات: ڪاروبار ڪندڙن جون سرگرميون ان بابت معلومات پڻ پڪيڙين ٿيون ته ڪهڙا طريقا بهتر آهن ۽ ڪهڙين شين کي وڌيڪ اهميت ڏني وڃي ٿي. انپٽ گڏ ڪرڻ ۽ استعمال ڪرڻ جا نوان طريقا آزمائي خرچ گهٽائڻ ۽ پراڊڪٽ جي معيار کي بهتر بڻائڻ سان، اهي ٻين لاءِ ڪم ڪرڻ جا بهتر طريقا ظاهر ڪن ٿا. اهي وسيلو 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.

بهر ۽ وڌيڪ مڪمل معلومات جو هنن طريقي سان پڪڙجڻ مارڪيٽن جي عمل ۽ ڪارڪردگي کي بهتر بڻائي ٿو. جيئن بيا 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 ۽ ٽيچ اسڪرين ٽيبلٽ ۽ اسمارٽ فون کي ممڪن بڻايو، جنهن جي نتيجي ۾ سوارين جي ورهاستن جا اڀيس ۽ بنا پني وارا ٽڪيٽ ممڪن بڻيا.

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

نئي 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 ڪٽا ٿيا، يا وڌيا، نون مزدورن کي صلاحيتون سيکارڻ لاءِ. نئين صنعتن ذات پات جي نظام کي به توڙڻ 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 ٿي انقلاب مان فائديمند ٿيا. عورتن پڻ کي سندن ڳوٺن ۾ موبائل فون ڪرائي تي ڏيڻ جا نوان ڪاروبار پيدا ڪيا. ۽ ويب فعال فونن سان، هارين هاڻي سؤ ميلن 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 ايڄنٽ پيش ڪري ان کي قبول ڪن.

### وڌندڙ پيداوار

ڊگهي مدت جي بهتري: جيئن نيون ۽ وڌيڪ پيداواري فرمون اڀري اينديون آهن، سسٽيون ۽ بهتر شيون پيدا ڪنديون آهن 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 اڃا پڻ ادارن کان به مٿانهن سگهجن ٿيون جيڪي اڃا به بهتر شيون وڌيڪ موثر طريقي سان پيدا ڪن ٿيون. نتيجو معاشي پيداوار ۽ قدر پيدا ڪرڻ ۾ هڪ منظر ۽ ڊگهي مدت جي بهتري آهي. وسيلو جهڙوڪ محنت ۽ سرمايتداري وڌيڪ قيمتي استعمالن ۾ ڇڪيا ويندا آهن: گهٽ ۽ سسٽين انپٽ استعمال ڪندي وڌيڪ ۽ بهتر شيون پيدا ٿينديون آهن.

بين الاقواميت: بيشڪ، اهو بين الاقوامي بييماني تي ٿئي ٿو. مالي سرمايتداري انتهائي متحرڪ آهي. هاڻي ڪاروبار ڪندڙن کي پنهنجو ڪاروبار وڌائڻ لاءِ پنهنجو پئسو وڌو ڪرڻ جي ضرورت ناهي. يا دوستن، ڪٽنب يا مقامي سيٽيڪارن جي پئسي تي ڀروسو ڪرڻ جي ضرورت ناهي. جيڪڏهن سندن خيال اميد افزا آهي ۽ وڌن سٺيون انتظامي صلاحيتون ۽ مضبوط ڪاروباري منصوبو آهي، ته اهي دنيا ۾ ڪٿي به سرمايتداري مارڪيٽن تائين پهچي سگهن ٿا. گهربل رقم اوڏر طور وٺي سگهن ٿا يا پنهنجي ڪاروبار ۾ حصو وڪڻي سرمايتداري 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 به لاڳو ٿئي ٿي. مالي سرماڻيداري وانگر، انساني سرماڻيداري پڻ متحرڪ آهي، منتظم ۽ صلاحڪار پنهنجون صلاحيتون ڪنهن به ملڪ ۾ وٺي سگهن ٿا جتي انهن جي تعريف ڪئي وڃي. ٻيهر، اهو خاص طور تي غريب ملڪن ۾ ڪاروبار ڪندڙن لاءِ قيمتي آهي جتي انتظامي تعليم ۽ تربيت شايد گهٽ ترقي يافته هجي ۽ جتي سٺا منتظم ڳولڻ ڏکيا هجن. سرماڻيداري 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: ٻيا به معاشي فائدا آهن. شين ۽ عملن کي بهتر بڻائڻ تي مرڪوز هجڻ ڪري، ڪاروبار ڪندڙ عام طور تي تحقيق ۽ ترقي جو مرڪز هوندا آهن. نئين سمجهه، 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 کولينديون آهن. جيئن بهتر شيون وڌيڪ ۽ وڌيڪ سستيون ٿينديون آهن، عوام دولت ۾ واڌ جو تجربو ڪندو آهي. جڏهن ته نوان پيداواري طريقا روزگار جا نوان موقعا ۽ وڌيڪ ڪمائي جي اميد پيدا ڪندا آهن. بيشڪ، گهڻيون نيون نوڪريون ننڍن ڪاروبارن ۽ اسٽارٽ اپس مان اينديون آهن.

## انساني فائدا

ڪاروبار جا انساني ۽ سماجي فائدا پڻ آهن ان سان گڏ معاشي. ڪاروبار ڪندڙن جون 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 ڪوٺي جا پاتا گهر ۾ کڻي اچڻ، باهه پارڻ، خاک صاف ڪرڻ ۽ ان کي ٻاهر اڇلائڻ ۾ گذاريندا هئا. جديد مرڪزي حرارتي نظام ڪوبه 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 ڊپائڻ ۾ گذاريندا هئا جيڪي باهه تي گرم ڪيا ويندا هئا. هاڻي اسان وٽ خودڪار واش / ڊرائر ۽ بغير استري جي ڪپڙا آهن. نه ئي اهي بهترين 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 ۽ ٻين ڪيترين ئي بهترين جو نتيجو، زراعت کان وٺي صحت ۽ ڪريانه تائين ۽ نقل و حمل ۽ وڌيڪ، اهو آهي ته اسان وٽ چونڊڻ لاءِ مختلف شين جي هڪ ڪهڪشان آهي. اسان کي بنيادي ضرورتن ۽ آرامن بابت پريشان ٿيڻ پرايتر 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 وانڊڪائي کي وڌيڪ ۽ وڌيڪ فائدي وارو بڻائين ٿيون. اسان وٽ پاڻ لاءِ وڌيڪ وقت به.

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 ساڙ ڪيو وڃي. اهو مزدورن کي اجازت ڏئي ٿو ته اهي بچت ۽ سرماييداري گذاري ڪري سگهن جنهن جي انهن کي پنهنجي زندگي بهتر بڻائڻ ۽ تعليم حاصل ڪرڻ جي ضرورت آهي جيڪا وڌيڪ سندن "انساني سرماييداري" ۽ روزگار جي قابليت کي وڌائيندي آهي سڀ ذاتي ۽ انساني فائدا آهن. نرڳو خشڪ 'معاشي'!

### سماجي فائدا

هڪ برادري جنهن ۾ ڪاروباري ڪاروبارن جو اڀار هجي، اهو ممڪن آهي ته ڪنهن وڏي ڳري صنعت - مثال طور وڏي ڪار، اسٽيل ورڪس يا ڪار ٺاهيندڙ - 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 پڪڙجي ويندي.

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

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

پر ڪاروبار ڪندڙن جي خيرياتي سرگرمي جو گهڻو حصو خالص انسان دوستانه آهي. اسڪاٽش-آمريڪي اسٽيل مگل اينڊ ريو ڪارنيگي (۱۸۳۵ع-۱۹۱۹ع) پنهنجي گهڻي دولت مفت عوامي لائبريريون قائم ڪرڻ ۽ بهتر بڻائڻ ۾ خرچ ڪئي. بل اينڊ ميلنڊا گيٽس فائونڊيشن ذريعي، مائڪروسافٽ ڪاروبار ڪندڙن اربين ڊالر غريب ملڪن ۾ وجهي ٿو، تحقيق ۽ فراهمي جي شروعاتن سان زرعي بهتري، صفائي، غذائيت، ويڪسينيشن، مليريا ڪنٽرول ۽ وڌيڪ ڌيان ڏين ٿا. ڪيترائي ڪاروبار ڪندڙ اعليٰ تعليم ۽ تحقيق کي فروغ ڏين ٿا، نه ته پاڻ لاءِ تجارتي فائدين جي ڳولا ۾، پر ڇاڪاڻ ته جديد سائنس ۽ ٽيڪنالاجي انهن کي جوش ڏئي ٿي. اهو شايد اهو سبب ٿي سگهي ٿو ته اڄ جي ڪيترن ئي سپر-ڪاروبار ڪندڙن کي خلائي ڳولا ۾ دلچسپي آهي - اهڙي شيءِ جيڪا خطري ۾ ايترو وڌيڪ آهي جو ان کي هڪ سڌو 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، باق جانچڻ، ڪارڊنگ، ڪٽڻ ۽ اٺڻ جون مشينون، ٽيليفون، ريل گاڏيون، گراموفون، هوائي ج ۱۵، فلوت گلاس، ۽ گهريلو ڪمپيوٽر. پيشڪ، فهرست لامحدود آهي. اڪثر ايجاد ڪندڙ ڪجهه ٻيو ڳولي رهيا هئا جڏهن اهي حادثاتي طور پنهنجي دريافت تي پهتا، جيئن مائڪرو ويواون، يا پينسلين، ڪارن فليڪس ۽ سپر گلو سان. 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.

## منفعي جو سماجي ڪردار

گهڻا ڪاروبار ڪندڙ شايد ذاتي مالي فائدي جي اميد کان متحرڪ هجن، پر ان جو مطلب اهو ناهي ته اهي صرف پين کي لٽي ڪامياب ٿي سگهن ٿا. ان جي ابتڙ، هڪ کليل ۽ مقابلي واري معيشت ۾، اهي صرف پين 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 ته

انهن شين جي بدلي ۾ پيسا ڏيڻ جو رضاڪارانه مناسا تهڪ منصفانو آهي. ۽ ان عمل ۾ ڪاروبار ڪندڙ آبادي ۾ قدر پڪيڙين 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. مناعفي 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 چيس ۾ تبديل ڪرڻ. منافعو مذمت ڪرڻ جي شيءِ ناهي پر ان جي معاشي ۽ سماجي فائدين جي ڪري جشن ملهائڻ جي شيءِ آهي. جيڪڏهن اسان گهٽ وسيلو 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 پيسا ڪمائڻ ان رقم کان جيڪا اهي مواد ۽ پيداوار تي خرچ ڪن ٿا. اهو مناعفي جو مقصد قدر وڌائڻ، چونڊ وسيع ڪرڻ ۽ هر ڪنهن لاءِ شيون بهتر بڻائڻ جو مثبت سماجي اثر رکي ٿو. بيشڪ، مناعفو جيترو وڏو هوندو، عام سماجي فائديو اوترو وڌيڪ ٿيڻ جو امڪان آهي. مالي مناعفو 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 بيهر 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 کليل ۽ 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 تلاءُ ۾ لهرون. سستين شين جو مطلب آهي ته هر ڪنهن وٽ انهن شين تي خرچ

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

اسين اهڙين بهترين لاءِ ڪاروبار ڪندڙن جو شڪر يادا 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 منافع هوشيار فيصلي ۽ محنت جي پيٽ ۾ وڌيڪ 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 منفعي ۾ 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 وڃايل موقعن کان باشعور آهن. جيڪو سڄي سماج جي نقصان ۽ تڪيلف جو سبب بڻجن ٿو آهي. سماج ان ۾ بهتر هوندو جيڪڏهن اسين وڌيڪ ماڻهن کي ڪاروباري طور سوچڻ ۽ عمل ڪرڻ جي حوصلو افزائي ڪريون ۽ انهن کي اجازت ڏيون جيڪي ائين ڪن ٿا ته اهي پنهنجو قدر پيدا ڪرڻ جا انعام حاصل ڪري سگهن.



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

گهڻن 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 ٻيهر وضاحت ڪري سگهي ٿو ته اهي يورپ جي گهڻن براعظمي ملڪن جي پيٽ ۽ وڌيڪ ڪاروباري چو آهن (آمريڪا جي صورت ۾، ڪيترائي ٻيرا وڌيڪ ڪاروباري)، جتي مخصوص ضابطا، عام اصولن جي بجاءِ، اهو طئي ڪن ٿا ته ڪهڙيون سرگرميون جائز آهن. جيئن آمريڪي معاشي ماهر ايدم ٿائر اشارو ڪري ٿو، آمريڪا جديد ڪمپنين سان پريو پيو آهي جيڪي اتي وڏيون: مائڪروسافٽ، ياهو، يوٽيوب، ايميزون، گوگل، پي پال، ٽويٽر، ڊراپ باڪس، فيس بڪ، سنيپ چيٽ، پرائيڊ جي مقابلي ۾ هڪ يا ٻه يورپي جدت ڪندڙن جا نالا ڏيڻ ڏکيو آهي. هوان فرق کي آمريڪا جي 'اجازت کان سواءِ' جدت (permissionless innovation) سان منسوب ڪري ٿو - جتي ڪنهن جدت کي لائچ 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 منظر نامن جي مسلسل خوف ۾ گذاريون ٿا - ۽ عوامي پاليسي کي انهن خوفن تي ٻڌايون ٿا - ته پوءِ بهترين منظر ناما ڪڏهن به وجود ۾ نه ايندا. عقل ۽ ترقي تجربي مان جنم وٺن ٿا، جنهن ۾ اهي تجربا شامل آهن جن ۾ خطرو ۽ ڪڏهن ڪڏهن غلطي ۽ 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 ڪيريبيئن ۽ لاطيني آمريڪا ۾ ماڻهو ڪاروبار ڪندڙ هجڻ کي اعليٰ حيثيت سمجهن ٿا. لاطيني آمريڪي لڳي ٿو ته ناڪامي کان گهٽ ڊجن ٿا، ۽ بيشڪ ڪاروباران جڳهه تي مضبوط هوندو آهي جتي ڪاروباري ناڪاميون تمام گهڻيون هونديون آهن - جيڪو مشورو

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

بيبا به دلچسپ نتيجا آهن. گهڻا ڪاروبار ڪندڙ مرد آهن - جيتوڻيڪ وڌيڪ ترقي يافتہ واپاري قومن ۾ ان حوالي سان وڌيڪ صئفي 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 ۾، ماٽوزيٽنگ جي موت کان پوءِ ڪاروباري سرگرمي وڌي پر هاڻي 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 وڌيڪ 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 يافتہ نه هجن، نه ئي چڱي طرح فنڊ ٿيل هجن. بين الاقوامي سرمايتداري فراهم ڪندڙ شايد مقامي حالتن کي نه سمجهن ۽ جيڪي ڏسن تن کان محتاط هجن. انتظامي صلاحيتون ۽ تعليم خراب هجي. انفراسٽرڪچر ۽ ورڇ جا نيتورڪ 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 پنٽي-ڊفٽر (back\_office) ڪم. سسٽمي ۽ سادي ٽيڪنالاجي تائين رسائي شايد پيداوار کي ان کان به وڌيڪ مضبوط وڌائڻي جيترو اهو اڳ ۾ ئي چڱي طرح ترقي يافتہ معيشتن ۾ ڏٺي ٿو؛ مثال طور اسمارٽ فون، مقامي واپارين تائين قيمتن جي فوري رابطي جي اجازت ڏين ٿا، يا آئي تي مڪمل طور تي نئين صنعتن جي تخليق کي تيز ڪري ٿو.

ڇاڪاڻ ته ترقي پذير ملڪ ۾ ڪيترائي شعبا شايد مڪمل طور تي پختا نه هجن، اتي گهڻو پاساڻو (diversification) جي گنجائش پڻ ترقي يافتہ ملڪ جي پيٽ ۾ وڌيڪ 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 ڪارڻ ڪوتائي، سيمينٽ ۽ تعمير وارا ادارا هلائي خطري کي پڪيڙي سگهن.

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

## ڪاروبار ۽ لڏپلاڻ

هڪ ٻي دريافت جيڪا ڪاروبار جي ڪنهن به عالمي سروي مان نڪري ٿي اها آهي ته غير ملڪي صلاحيتن لاءِ کليل هجڻ خاص طور تي اهم آهي. (Lofstrom and Wang 2019) دي انٽرپرائيز نيتورڪ پاران ثبوتن جو جائزو ظاهر ڪيو ته جڏهن ته برطانيه جي رهاڪن مان صرف (۱۴ سيڪڙو) غير ملڪن ۾ پيدا ٿيا هئا، برطانيه جي تيزي سان وڌندڙ اسٽارٽ اپن جو لڳ ڀڳ اڌ (۴۹ سيڪڙو) گهٽ ۾ گهٽ هڪ غير ملڪي پيدا ٿيل گڏيل باني رکندو هو. جيڪي ۲۹ مختلف ملڪن مان ايندا هئا جيئن متنوع آهن آمريڪا، جرمني، روس، انڊيا، آسٽريليا، ميڪسيڪو ۽ ویتنام. تارڪين وطن ۾ برطانيه ۾ پيدا ٿيل ماڻهن جي پيٽ ۾ ڪاروبار شروع ڪرڻ، مالڪ هجڻ ۽ هلائڻ جا امڪان اڍائي ڀيرا وڌيڪ هئا. (Dumitriu and Stewarte 2019).

ان جو هڪ سبب اهو ٿي سگهي 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 سندن مدد لاءِ ڪو دوست يا ڪٽنب نه هوندو آهي. نئين زندگي ڏانهن منتقل ٿيڻ جي سندن خواهش ڏيکاري ٿي ته انهن ۾ همت ۽ امنگ آهي. تارڪين وطن ۾ نوجوان ۽ توانا هجڻ جا امڪان پڻ وڌيڪ هوندا آهن. هڪ ڀيرو ٻيهر آباد ٿيڻ بعد، اهي پنهنجي گود ورتل ملڪ کي مقامي ماڻهن کان مختلف ڏسندا 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 ۽ ڪوٽ کي ڳولي سگهن ٿا جنهن کي مقامي ماڻهو قدرتي سمجهن ٿا.

ثقافتي اقليتون اڪثر ڪاروباري ترقي جي اڳواڻي ڪن ٿيون. سماج جي ڪنارن تي وڌيڪ هجڻ ڪري، سوچڻ جي مختلف طريقن سان ۽ شايد گهٽ ويڙهه سان، اهي شايد مقامي ماڻهن جي پيٽ ۽ وڌيڪ قابل ۽ راضي هجن ته هو بدلي جلد ترقي 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 تبديلي کي مقامي ماڻهن جي پيٽ ۽ 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 پيٽ ۽ 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 ۽ تسلا شامل آهن. ۲۰۱۷ جي فارچون ۵۰۰ لسٽ ۾ شامل ڪمپنين مان ۴۳ سيڪڙو ڪمپنيون هڪ تارڪ وطن يا تارڪ وطن جي اولاد طرفان قائم ڪيون ويون هيون. جن ۾ ايبيل، ايميزون، بوئنگ، جنرل اليڪٽرڪ، ويبريزون، جِي. 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 گهڻو 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)، سيٽيڪاري مشورا، ڪنسلٽنگ ۽ اڪائونٽنگ سروسز شامل آهن. اهو ڪا حيرت جي ڳالهه ناهي: ظاهر آهي ته هڪ ڪاروبار ڪندڙ لاءِ اهڙو نئون ڪاروبار قائم ڪرڻ ڏکيو هوندو آهي جتي سرمائيداري جا خرچ وڌيڪ هجن (مثال طور ڪارناهن، جهاز سازي، ايئر لائنز، صحت ۽ توانائي)، جيتوڻيڪ ڪي ائين ڪن ٿا. اڄ جي گهڻا سپر-ڪاروبار ڪندڙ ۽ تيز ترين وڌندڙ ڪمپنيون آئي تي، بايو ٽيڪنالاجي، فنانس ۽ سيڊي جي دڪان ملن ٿا. انهن جي

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

گلوبل انٽرپرائيزيوسٽرپ مانيٽر جي مطابق، غريب ملڪن ۾، ڪاروبار ڪندڙ گهڻو ڪري وڪرو ڪرڻ جي ڪاروبارن ۾ ملن ٿا، جهڙوڪ جنسون، هول سيل ۽ سيڏي جا دڪان. امير ملڪن ۾، اهي فنانس، پراپرٽي ۽ ڪاروباري خدمتن ۾ گڏ ٿين ٿا. عالمي سطح تي ڪاروباري ادارن ۾، هول سيل ۽ پيرچون 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 ناٽو گڏ ڪري ورتو آهي ته هوندياڻي 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 - ۱۹۵۰ع جي ڏهاڪي ۾ دنيا جي غريب ترين ملڪن مان هڪ هيو پر هاڻ امير ترين مان هڪ آهي خاص طور تي 'گنگ اڪانامي' ڪاروبار تي مضبوط آهي. شايد هي شعبو دنيا جي مستقبل جي سپر-ڪاروبار ڪندڙن جي وڌندڙ تناسب جو گهر هوندو.

انٽرپرائيزيوسٽرپ، 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 ۽ بناوٽن (جهڙوڪ ٽيڪس ۽ ڪارپوريت گورننس جا قانون، ضابطا، باري يا بئنڪ ۽ باندو فنانسنگ شيعر جي ملڪيت جي ابتڙ) جي ڪري ٿي سگهي ٿو جيڪي وڏين ڪمپنين کي استارت اڀار 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 مبصرون جو خيال آهي ته اهي وقت سان گڏ ڪاروباري حرڪت ۾ وڌي گهٽتائي ڏسي رهيا آهن. تنندڙ ادارن جي هن موضوع تي تحقيق جي سروي آمريڪا ۾ نون ڪاروبارن جي شروعات جي شرح ۾ هيٺاهين 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. ۱۹۸۰ع جي ڏهاڪي کان وٺي، استارت ايس ۾ ملازمت ڪندڙ مزدورن جو حصو ۲۰ سيڪڙو کان ۱۰ سيڪڙو تائين گهٽجي ويو آهي، جڏهن ته وڏين، بالغ فرمون ۾ ملازمت ڪندڙن جو حصو ۴۰ سيڪڙو کان ۵۰ سيڪڙو تائين وڌي ويو آهي. (Decker et al. 2016)

اهي نامڪمل اشاري آهن، ۽ 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، برطانيا، جرمني ۽ ٻين ترقي يافتہ 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 يافتہ معيشتن ۾ آبادي جي گهٽ واڌ جو مطلب شـايد امڪاني ڪاروبار ڪندڙن جو ننڍڙو ڏخيرو هجي \_ (Hathaway and Litan 2014) جيتوڻيڪ ان سان گهڻو فرق نه پوڻ گهرجي جيڪڏهن اهي اڃا به تمام پيداواري شعبن ۾ شروع ڪن. ٻيا چون ٿا ته برانڊنگ ۽ قيمتي آڻي تي سسٽم جي وڌندڙ اهميت استارت ايس لاءِ مقابلو ڪرڻ ڏکيو بڻائي ٿي (عالمي سرچ انجڻن، آفيس سافٽ ويئر يا آن لائين شاپنگ پليٽ فارمن جو سوچيو. (De Ridder 2019)) پر حقيقت ۾ پيماني مان حاصل ٿيندڙ فائدا گهڻا نه وڌيا آهن، ۽ جيڪڏهن ڪجهه آهي ته آڻي تي ڪيترن ئي ننڍين ڪاروبارن کي درپيش خرچن ۾ خاصي گهٽتائي آڻي آهي (Gutiérrez and Philippon 2019).

وڌيڪ امڪاني ڏوهاري سائيز سان ڳنڍيل، 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) ننڍين ڪاروبارن تي وڏن ڪاروبارن جي پيٽ ۾ وڌيڪ بار وجهي ٿو. وڏيون فرمون تعميل جي قيمت کي وڪري جي وڏي تعداد تي پڪيڙي سگهن ٿيون؛ ننڍا استارت اپ نٿا ڪري سگهن. اهو سبب ٿي سگهي ٿو ته ضابطن ۾ وڌا وڌا، جهڙوڪ آمريڪا جو ۲۰۱۰ع جو ڊوڊ-فرينڪ فنانشل سرورسز فرم تي ڪنٽرول، وڏين فرمن ۾ منافعي جي حصي کي

وڌائيندا نظر اچن ٿا. (ibid.) ساڳئي طرح، اسان ڏسون ٿا ته نسبتاً گهٽ ضابطي واريون معيشتون، جهڙوڪ ڏکڻ ڪوريا، تائيوان، هانگ ڪانگ، ٿائيلينڊ ۽ سنگا پور، ۾ ڪاروبار ڪندڙن ۽ سپر-ڪاروبار ڪندڙن جو تعداد وڌي رهيو آهي. ان جي ابتڙ، وڏي پئماني تي ضابطا واري يورپ ۾، جدت وڌين ڪمپنين جي اندر انٽراپرائيزيوز شپ 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 ٺاهيو ۽ هلايو ويندو آهي.

وڏيون فرمون وڌيڪ لابيست پڻ برداشت ڪري سگهن ٿيون، جن تي قانون سازن کي لازمي طور تي ماهر معلومات لاءِ پروسوڪيوٽو پوندو آهي جيئن ضابطي وارا مسئلا وڌيڪ پيچيده ٿيندا وڃن. پر انهن لابيستن جي دلچسپي مقابلي ڪندڙن کان ٻاهر رڪڻ ۾ 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 کليل، متحرڪ، مقابلي واري صنعت ذريعي بهتر طور تي خدمت ۽ تحفظ حاصل ڪن ٿا بچاءُ 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. ۱۷۷۶ع ۾، ايڊمر سمٿ 'هر ماڻهو جي پنهنجي حالت بهتر ڪرڻ جي هڪجهڙائي، مسلسل ۽ بي روڪ ڪوشش' نوت ڪئي، ۽ دليل ڏنو ته 'هڪ شيءِ کي ٻي شيءِ سان واپار ڪرڻ، ڏي وٺ ڪرڻ ۽ متاثر ڪرڻ 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 خود غرضي - حيرت انگيز طور تي - گڏيل فائدو پيدا ڪندو، جڏهن ته 'ڪنهن اڻ ڏٺي هٿ' جي اڳواڻي ۾.

کليل ۽ مقابلي واري مارڪيٽن ۾، اهو ئي سگهه 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 ڪوبه قدر پيدا ڪرڻ کان سواءِ. چور ۽ فراڊ ڪندڙ شايد ڏوهاري موقعن کان اوتري ئي باشعور هجن جيترو ڪوبه 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 (۱۹۹۰) جي مطابق. ڪا به واضح حدون نه آهن، پر هڪ اهو چئي سگهجي ٿو ته پيداواري قسم چوڌاري 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

پروهندو آهي. گراهڪ ڪاروبار ڪندڙ جي پراڊڪٽ کي 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 وسيلي (مثال طور وقت، ڪوشش ۽ مواد) کان جيڪي انهن کي پراڊڪٽ فراهم ڪرڻ تي خرچ ڪرڻا پون ٿا. تعلق مڪمل طور تي رضاڪاران آهي: يا ته معاملي کان هتي سگهي ٿو، پر اهي نه ٿا ڪن چاڪا ته اهي سمجهن ٿا ته مناسب سانس اهي بهتر ٿي ويا آهن. اهي هر هڪ شايد صرف خود غرضي جي سببن لاءِ واپار ڪن - گراهڪ پراڊڪٽ چاهي ٿو پيدا ڪندڙ پنسا چاهي ٿو، پر عمل هڪ تمام گهڻو عام فائدو پيدا ڪري ٿو. گراهڪ جي بيروي 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:

بيهر، هڪ ڪاروباري ٿي سگهي ٿو غير ڪنهن يعني 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 پنسا ٽيڪس - مدد يافتري ٽيڪس مينٽ اسڪيمن ۾ وجهي سگهڻ بجاءِ ان کي آمدني طور وٺڻ جي. اهي شايد ملازم طور ڇڏي ڏين ۽ ساڳيون خدمتون فراهم ڪرڻ لاءِ هڪ ڪمپني قائم ڪن، انهن کي رائيٽ آف دعويٰ 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، نيت فلڪس ۽ جنرل موٽرز تي سڀني تي الزام لڳايو ويو آهي - يا پنهنجو هيڊ ڪوارٽر ڪنهن گهٽ ٽيڪس واري دائري اختيار ۾ منتقل ڪري

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

واپاري لائسنس يا تعمير اتي اجازت نامو ڏيڻ لاءِ وڌيڪ مائل هجن. جيئن حڪومتي طاقت وڌي آهي، لائينگ هڪ وڏي صنعت بڻجي وئي آهي، آمريڪي ڪمپنيون (دواسازي، انشورنس، اليڪٽرانڪس، تيل ۽ افاديتن جي اڳواڻي) ان تي ساليانو ۳ ارب ڊالر خرچ ڪن ٿيون. (Evers-Hillstrom 2018) هن خود واڌاري کان متاثر ٿيندڙ ڪي به سڃاڻپ لائق متاثر نه ٿي سگهن. پر لائيسنس کي واضح طور تي اهو سمجهڻ گهرجي ته ان مان انهن کي وڏو فائدو ٿئي ٿو. تباهي وارو ڪاروبار:

جيتوڻيڪ، ڪجهه ٻيون ڪاروباري سرگرميون - جيڪڏهن انهن کي واقعي اهو سڏي سگهجي ٿو - يقيناً متاثرين هوندا آهن.

آمريڪي معاشي ماهر گيري بيڪر (۱۹۳۰-۲۰۱۴) دليل ڏنو ته ڏوهاري گهڻو 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) ٻين کي لٽڻ ۽ دوکو ڏيڻ جي موقعن کان باشعور، اهي شايد بليڪ ميل استعمال ڪن يا اسڪيم ۽ رڪت هلائي ڪن. اهي شايد ڪاروبارن کي تشدد جي ڌمڪي ڏين جيڪڏهن اهي تحفظ جو پئسو نه ڏين.

اهي رضاڪارانه معاملن آهن:

اهي متاثرين کان سندن رضاڪارانه رضامندي کان سواءِ قدر ڪسڻين ٿا. جيترو وڌيڪ اهڙو استحصال پڪڙجي ٿو، اوترو وڌيڪ تباهي: جنهن ۾ گهٽ چونڊ ۽ آزادي، گهٽ پيداوار ۽ سماج لاءِ قدر جو نقصان شامل آهي.

### ضابطن جو اهم اثر

ڇاڪو 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 ته ڪنهن موذي مرض ۾ مبتلا مريض کي ڪا اها دوا ڏني وڃي جيڪا ممڪن طور تي ان کي بچائي سگهي پر اڃا سرڪاري بيورو ڪريٽڪ منظور ٿيل نه آهي. يا ٻيهر، صرف اختياري حڪومتون 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، ڪجهه قانوني سرگرمي شايد تباهي واري هجي. مثال طور، هڪ ڊاڪٽر شايد منفعي 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 پيدا واري مقصدن ۾ وهي ٿي يا غير پيدا واري ۽ تباهي وارن ۾. جيڪڏهن ٽيڪس وڌيڪ ۽ پيچيده آهن، مثال طور، گهڻي ڪاروباري ذهانت انهن کان (قانوني طور) بچڻ ۽ (غير قانوني طور) بچاءُ ڪرڻ تي ٻڌل هوندي، بجاءِ بهتر ۽ سستيون شيون فراهم ڪري قدر پيدا ڪرڻ جي. جيڪڏهن روزگار ٽربيونل مزدورن لاءِ بي قيمت آهن پر ملازمن کان وڏي ادائينگي ڏيارائي سگهن ٿيون، ته مزدورن کي بدمعاشي دعويٰ ڪرڻ تي اڀاريو ويندو ۽ ملازمن جي توانائي انهن کان بچڻ ۾ منتقل ٿي ويندي. جيڪڏهن ضابطا منفعي کي خطرو ڪن ٿا، ته توانائي انهن کي نظر انداز ڪرڻ يا انهن کي تبديل ڪرائڻ لاءِ لاپنگ ڪرڻ ۾ منتقل ٿي ويندي. ساڳئي طرح، جيڪڏهن خاص سرگرمين کي رعايت ڏني وڃي ٿي، ته ماڻهوءَ رعايت حاصل ڪرڻ جا طريقا ناهيندا. چاهي اهي ان جي ارادي جي خدمت ڪن يا نه.

### ضابطن جي اثر اندازي:

منجهيل ۽ وانجهيل قانونن، ضابطن، گرانٽس ۽ رعايت جو افسوسناڪ نتيجو اهو آهي ته ڪاروباري ڪاروبار ڪندڙا ڪثرت وڪيلن، اڪائونٽنٽس ۽ لائيسنسن کي انجنيئرن، ڊيزائرنز، منتظمين ۽ ٻين پيدا واري مزدورن جي پيٽ ۾ نوڪري رکي وڌيڪ پئسا ڪمائي سگهن ٿا. يا وڏي قيمت کان بچي سگهن ٿا. ضابطن ۾ اثر اندازي لاپنگ، عدالتي ڪارروائي، سازگار سياستدانن جي مدد، يا آفيسرن کي رشوت ڏيڻ ذريعي. تمام گهڻو منفعي وارو ٿي سگهي ٿو. ان ڪري ان تي ايترو وڌيڪ خرچ ڪيو وڃي ٿو.

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

خاص اجورو ڏيندا هئا. يهوت تائين ضروريات تي جيئن تعمير، شپنگ، لوڻ ۽ ڪاڻ. هڪ هزار سال پوءِ، انگلينڊ جي وچئين دور جي گڏيل پنهنجن سنگتین تي اثر وڌو حڪومت ۾ ته هو پنهنجي واپار ۾ داخل ٿيندڙ اپريٽس جي تعداد کي محدود ڪن ۽ ٻين شهرن مان ايندڙ مقابلي ڪندڙن تي پابندي لڳائين. واپاري، هارين ۽ ڪاريگرن بادشاهن کي 'غير منصفائي' مقابلي جي خلاف تحفظ لاءِ لاڳاپو ڪئي، جيئن سسٽو اناج يا ڇپيل ڪيلڪو. 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 نرڳو 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 بر فاني 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 (۱۹۱۲-۲۰۰۶) پيشه ور ماڻهن 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 ور ماڻهن 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 ور کي لائسنس جي ضرورت آهي، جن ۾ هيئر ڊريسر، جنازي جي منتظم، جڳهين جي اندرين حصي وارا ڊزائينر، جاڪي (گهوڙي سوار) ۽ مينڪيورسٽ (هٿن ۽ نهنن جو سنواريندڙ) شامل آهن. اهو وڏي تعداد ۾ پيشه ور ماڻهن

کي مقابلي کان پاڻ کي بچائڻ جي اجازت ڏئي ٿو. (ان کان 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 گهريل فيس ۽ ضرورتن کي برداشت نه ڪري سگهن.

ان جو هڪ مثال اتر ڪيولينا ڏند اڇا ڪرڻ وارو اسڪينبل آهي. ڏند اڇا ڪرڻ هڪ ڪافي سادو عمل آهي. توهان ننڍيون پلاسٽڪ جون تريون وٺو، انهن ۾ ڪجهه رطوبت وجهو ۽ پوءِ انهن کي گراهڪ جي ڏندن سان لڳايو. ڪابه وڏي تربيت گهريل ناهي. پر جيئن شاپنگ مالز ۽ سيلون ۾ ڏند اڇا ڪرڻ جون ڪلينڪون اڀري اچڻ لڳيون، لائسنس يافتہ ڏندن جي ڊاڪٽرن - جيڪي گهڻو وڌيڪ چارج ڪندا هئا - اعتراض ڪيو. انهن لائسنسنگ بورڊ کان روڪ ۽ پاڙي جا حڪم (cease-and-desist orders) جاري ڪرايا جيڪي ڪلينڪن کي ٻڌائين 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 آپريٽر جي تعداد کي محدود ڪرڻ ۽ قيمتون وڌائڻ آهي. مثال طور، ۱۹۳۷ ۾ نيويارڪ - ٽيڪسي ڊرائيورن جي دٻاءُ هيٺ جيڪي ڊپريشن کان پوءِ وارن سالن ۾ گراهڪن کي راغب ڪرڻ ۾ مشڪل محسوس ڪري رهيا هئا ۽ 'واٽلڊ ڪيٽس' (غير قانوني ٽيڪسين) کان گهٽ قيمتون وٺڻ جي ڪري نقصان ۾ هئا - ڪوبه نمون لائسنس جاري ڪرڻ بند ڪري ڇڏيو. اڄ، صرف ۱۳,۵۰۰ آهن - ۱۹۳۰ جي چوٽيءَ جو ٻه ٽيون حصو. جيتوڻيڪ ڪيبن جي طلب وڌي وئي آهي، پر انهن 'ميدلبن' (جنهن کي هو ڊرائيورن کي ڪلاڪ جي حساب سان ڪرائي تي ڏين ٿا) جا مالڪ ان طريقي سان پسند ڪن ٿا. صرف هاڻي جديد رائيبڊ 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 ڪيبن' آهن. ان ڪري، رائيبڊ شيئرنگ ايپس، جيڪي گهٽ قيمتون ۽ يقيناً بهتر خدمت پيش

ڪن ٽيون، اڪثر ڪري ڪيڊي چڏيون ويون آهن. فرانس ته اوبر جي ايگزيڪيوٽوز ڪي جيل ۾ وڌو، موجوده ڪاروبارن جي سياستدانن تي لائينگ جو اها اثر آهي.

گهڻو ضابطو وڌڻ قائم ٿيل ڪاروبارن پاران شروع ڪيو ويندو آهي، جيڪي ان کي عوام جي حفاظت طور فروغ ڏين ٿا، پر جيڪي (باشعورياً غير باشعور) مقابلي تي ان جي دٻاءُ واري اثر مان فائدو حاصل ڪرڻ لاءِ بيٺا آهن. آپريٽنگ قاعدا جهڙوڪ گهٽ ۾ گهٽ سرماڻيداري گهرجون، گهٽ ۾ گهٽ ۽ وڌ ۾ وڌ قيمت جا قانون، ۽ سختي سان بيان ڪيل پراڊڪٽ معيار يا عمل سڀ ڪاروباري استارت اڀرڻ لاءِ سستيون، جديد شيون فراهم ڪرڻ ڏکيو بڻائين ٿا. بيشڪ، ضابطا ڇا آهن اهو معلوم ڪرڻ به هڪ ننڍي چئلينجر ڪاروبار لاءِ مهانگو 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 کڻي رهيون آهن؛ ۽ اهي ضابطا ڪندڙن سان ياري باشي رشتا ترقي ڪرڻ ۽ لائينگ تي وڌيڪ 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 ڏانهن گمراهه ڪندڙ پيشڪشون، خراب پيداوار ۽ معيار جا معيار هڪ طرفا معاهدا يا غير محفوظ ڪم جون حالتون. پر پوءِ گراهڪن جا خراب رايو (خاص طور تي آن لائين دور) خراب عملن ۽ شين وارين فرمن کي ڪيڊي چڏيندا آهن. ۽ ڪنهن به صورت ۾ گهڻا ڪاروبار ڪندڙ اهڙيون بهترين، جديد شون پيدا ڪرڻ چاهين ٿا جيڪي سندن گراهڪ پسند ۽ قدر ڪن. وڏو خطرو بلاشبہ وڌيڪ ضابطو آهي، ۽ وڌڻ پيدا ڪندڙن جي دٻاءُ هيٺ ضابطي جي واڌ جو رجحان جيڪي ان مان فائدو وٺن ٿا. ضابطي جواهو واڌارو نون فرمن لاءِ وڌڻ ۽ ترقي ڪرڻ ڏکيو بڻائي ٿو. اسان کي پراڻين ٽيڪنالاجين ۾ بند ڪري ٿو، معاشي ترقي کي روڪي ٿو ۽ اڃا وڌيڪ ڪرونيوزم (بي وقتاڻپ) کي حوصلا افزائي ڪري ٿو.

اهو سچي دنيا ۾ ساڳيو آهي. ڏکڻ ڪوريا جي چيمبول (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 سندن سرگرمين مان ٿورو قدر حاصل ڪيو. پولينڊ ۾ ڪاروبار ڪندڙن جي سروي ظاهر ڪئي ته اهي پيداواري سرگرمين جي پيٽ ۾ غير پيداواري سرگرمين تي وڌيڪ ڌيان ڏين ٿا (Dominiak and Wasilczuk 2017) اوڀر يورپ ۾ ٻي جاءِ تي ڪهاڻي گهڻو ڪري ساڳي آهي. آمريڪا ۾ ڪمپنيون نرڳو لاڀنگ 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 ۾ سسٽم معاشي واڌ جي شرح، ڪاروبار جي گهٽتائي ۽ ڪاروبار شروع ڪرڻ جي گهٽجي رهي، شرح جي ڪري ناهي. اهو ان ڪري آهي جو ڪاروباري توانائي پيداواري سرگرمين کان غير پيداواري سرگرمين ۾ منتقل ٿي وئي آهي؛ بهتر ۽ سسٽم ٿيون شيون پيدا ڪرڻ کان لاڀنگ، ياري دوستي جي بنياد تي پر تي يا سهولت ڏيڻ. فرد جي خود غرضي 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 ۽ ترغيبيون ڪيئن پيدا ڪريون جيڪي ڪاروبار کي پيداواري رڪن؟ هڪ مستحڪم سياسي ماحول ۽ سرماڻيداري تائين سٺي رسائي يقينن مدد ڪن ٿا. محفوظ ملڪيت جاحق، انصاف جي نظام جي اعتبار ۽ سياسي طاقت تي حدون پڻ اهم لڳن ٿيون.

پر اهي حالتون پيدا ڪرڻ آسان ناهن. پراڻا ادارا شايد بگڙيل ترغيبيون پيدا ڪن ۽ ان جي باوجود تاريخ، ثقافت ۽ عقيدتي جي نظام ۾ گهڻي ڪوتاهي 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 ۱۹۸۹ع ۾ 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 ايسٽونيا ۽

چيڪ ريپبلڪ)، اها وڏي حد تائين ٿي. پر گهڻن ۾، منتقلي ڏکي هئي. ڪي (جهڙوڪ يوڪرين) هڪ طرف ويا ۽ 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 بد عنوان اثر گهرو آهي.

تمام اڪثر، انهن ملڪن کي جن کي اصلاحن جي تمام گهڻي ضرورت آهي جيڪي ڪاروبار ڪندڙن کي پيداواري انجمن 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 کي محسوس نه ڪن، ان خيال سان چمٽي رهيا آهن ته اهي مارڪيٽن کي سنڀالي سگهن ٿا ۽ پيداوار يا روزگار جا هدف مقرر ڪري سگهن ٿا. اصلاحن کي روڪيندڙ بد عنواني (هتي پوليس ۽ انصاف اختيارين ۾) جڙڪان پٽڙ ڏکي ٿي سگهي ٿي. پراڻو تباهي وارو ڪاروبار دير تائين رهي ٿو.

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

Sanandaji 2011).

## ڇا حڪومت ڪاروبار کي فروغ ڏئي سگهي ٿي؟

معيشت ۽ سماج لاءِ ڪاروبار جي فائدين کي تسليم ڪندي، ڪيترين ئي حڪومتن ان کي همٿائڻ لاءِ پاليسي ترقي ڪرڻ جي ڪوشش ڪئي آهي. گهڻيون ناڪام ٿين ٿيون، عام طور تي ڇاڪاڻ ته اهي ان بابت پريشان آهن جيڪو اهي پيدا ڪرڻ جي ڪوشش ڪري رهيو آهي، يا ڇاڪاڻ ته سندن حڪمت عمليون تمام گهڻيون مختصر مدت واريون، تمام گهڻيون بيوروڪريٽڪ، مارڪيٽ جي حقيقتن کان تمام گهڻيون ناواقف، يا معاشي مقصدن جي پيٽ ۾ سياسي مقصدن تي تمام گهڻيون ڌيان رکيل آهن. ڪاروبار کي فروغ ڏيڻ جي حڪومتي ڪوششون آهن، جيئن هارورڊ جي معاشي ماهر جوش لرنر (۲۰۰۹) چيو، 'تتل خوابن جو بليوارڊ'.

تتل خوابن جو بليوارڊ

مثال طور، ۲۰۰۲ ۾، يورپي يونين ان کي لاڳو ڪيو جيڪو هاڻي 'الزين حڪمت عملي' جي نالي سان سڃاتو وڃي 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، ۲۰۱۰ع تائين، "دنيا ۾ سڀ کان وڌيڪ مقابلي واري ۽ متحرڪ علم تي ٻڌل معيشت" بڻائڻ هو 'واڌ لاءِ جدت'، 'تحقيق ۾ سٽريڪاري' ۽ 'هڪ مقابلي واري ڪاروباري ماحول ۾ ڪاروبار جي ترقي' ذريعي. پر ۲۰۱۰ کان گهڻو اڳ، يورپي يونين جي آفيسرن حڪمت عملي کي سخت ناڪامي تسليم ڪري رهيا هئا.

### پاليسي ناڪاميون:

ان جو گهڻو سبب اهو هو ته حڪمت عملي ننڍين فرمن ۽ ڪاروباري فرمن جي وچ ۾ فرق ناهي 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 ٿي سگهي ٿو. جديد ڪاروباري شرحون ڪيترن ئي يورپي يونين جي ملڪن ۾ گهٽ 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 اٽڪل اڌ آهي (Sanandaji and Sanandaji).

(2014).

گرائنٽس، سبسڊيز ۽ ٽيڪس ۾ چوٽ خود روزگاري کي پرڪشش بڻائي سگهن ٿيون. پر پاليسيون جيڪي خود روزگاري کي فروغ ڏين ٿيون، اهي شايد ڪاروبار کي فروغ نه ڏين. اڪثر ڪري اهي صرف غير پيداواري ننڍڙن ڪاروبارن کي قابل عمل بڻائين ٿيون ۽ امڪاني ڪاروبار ڪندڙن کي وڌائڻ کان حوصلا شکن ٿيون. جيئن ڪاروبار جا ماهر ٿينو ۽ نيما ساندا جي ان کي رکيو، 'سوال اهو هجڻ گهرجي: "چا اسان وڌيڪ گوگل ۽ وال مارت چاهيون ٿا يا وڌيڪ پلمبر ۽ آزاد پرچون استورن جو وڏو تعداد؟" (Sanandaji and Leeson 013) "

حڪمت عملي، يورپي يونين جي عوامي تحقيق ۽ ترقي جي خرچ کي جي. ڊي. بي جي تي سيڪٽر وٽائين وڌائڻ جو به مطالبو ڪيو. پر تحقيق جي خرچ ۽ ڪاروبار جي وچ ۾ ڪو واضح ڳنڍڻو ناهي. تحقيق ايجاد ناهي، ۽ ايجاد پراڊڪٽ جڏهن 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 ڏيڻو آهي، ۽ ان لاءِ ڪاروباري مهارت جي ضرورت آهي. تحقيق تي عوامي (پبلڪ) خرچ جو ڪوبه مقدار ڪاروبار ڪندڙن جي شموليت کان سواءِ وڌيڪ قيمتي شيون پيدا نه ڪندو.

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

### ٻيون حڪمت عمليون

جڏهن لڙن ڪاروبار کي وڌائڻ لاءِ مختلف حڪومتن جي شروعاتن جو جائزو ورتو، هن دريافت ڪيو ته انهن مان گهڻيون ناڪاميون آهن. اڪثر ڪري صرف ماضي ۾ ٻين جي غلطيون ورجايو ويندو آهي. مثال طور، ڪيترن ئي ملڪن ساليڪان وادي جي ڪاروباري حرڪت کي

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

## ڪاروباري حڪومت

حڪومت پنهنجي سول سروس کي "ڪاروباري" بڻائڻ جي پڻ ڪوشش ڪئي آهي، جيتوڻيڪ اهي ڪوششون عام طور تي ناڪام ٿين ٿيون (Klein 2017). 2000 جي شروعات ۾، برطانيه جي وزير اعظم، ٽوني بليئر، هڪ 'ڪاروباري سول سروس' لاءِ سڏيو پر جيئن ايزي جيت ڪاروبار ڪندڙ سٽيليووس حاجي - آئونهن کي ٻڌايو: 'توهان وٽ ڪاروباري سول سروس نه ٿي سگهي ڇو 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 اڃا به هڪ ڏهاڪي بعد 'وڌيڪ جديد ۽ ڪاروباري سول سروس' جي آرزو ڪري رهي هئي. (UK Government 2011)

مقابلا هم آهي ڇاڪاڻ ته، جيڪڏهن گراهڪ حقيقت ۾ ڪنهن بغي فراهم ڪندڙ ڏانهن منتقل ٿا ٿي سگهن، ته پوءِ هڪ هتي سروس، عوامي يا نجی، 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 ملازمن 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 وڌيڪ امڪان آهي جيڪڏهن ڪو منصب ووبو غلط ٿي وڃي. نتيجي ۾، جدت آڻڻ ۽ خطرو کڻڻ جي سندن حوصلي تي حد آهي. انهن جي اهم تر جيح منصوبن مان جيترو ٿي سگهي خطرو ختم ڪري 'پنهنجي پنيءَ کي ڍڪڻ' آهي.

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

تعريف ٿورڙي هوندي آهي جڏهن سيٽيڪاريون 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 کٽڻ 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 چو شامل ٿين ٿا

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

حڪومتون شايد اهو پڻ مڃين ٿيون ته اهو قومي وقار جو معاملو آهي ته هڪ زندہ ڪاروباري شعبو هجي، خاص طور تي اهو جيڪو جديد ٽيڪنالاجين جهڙوڪ مصنوعي ذهانت يا پائيدار توانائي ۾ شامل هجي. اهي شايد سمجهن ٿيون ته انهن اڳواڻي واري صنعتن کي تيز ڪري سگهجي ٿو جيڪڏهن حڪومت ڪاروبار ڪندڙن ۽ ترقي جي سرمايتداري جي ذريعن جي وچ ۾ هڪ ڀل فراهم ڪري سگهي، ۽ اهو وڏي برادري لاءِ وڌيڪ فائدا پيدا ڪندو. ساڳئي ارادي سان، اهي شايد پاڻ ترقي جي سرمايتداري 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 جو اهي علمبردار آهن، اهي شايد ڪاروبار هلائڻ ۾ ايترا سٺا نه هجن، ۽ نه ئي ٻين کي پاڻ کي فنڊ ڪرڻ لاءِ ڦاٿل ڪرڻ ۾، تنهن ڪري انهن کي معلومات ۽ مشوري جي ضرورت آهي يا نجی سرمايتداري فراهم ڪندڙن سان معاهدن تي ڳالهين ۾ مدد جي. حڪومتون شايد اهو پڻ مڃين ٿيون ته اهي ٻين الاقوامي سرمايتداري ۽ مقامي ڪاروبار ڪندڙن جي وچ ۾ هڪ ڀل فراهم ڪري سگهن ٿيون - نرڳوانهن کي غير ملڪي سرمايتداري فراهم ڪندڙن سان متعارف ڪرائڻ سان (جيڪو ٿورڙا استارت اپ سوچيندا آهن) پر رسد کي منظم ڪرڻ ۽ پنهني

کي ملائق ۾ شامل ڪاغذي ڪارروائي کي گهٽائڻ ۾ مدد ڪندي

حڪومتون شايد اهڙي مدد کي موجوده ۽ مستقبل جي نسلن پنهنجي فائديو بيهچائڻ ۽ هڪ وڌيڪ گهٽ 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 وڌيڪ 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 وڌيڪ 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 وڌيڪ جديد سوچ کي حوصلا افزائي ڪري سگهجي ته جيئن نتيجي ۾ پيدا ٿيندڙ سماجي فائدين کي وڌايو وڃي.

## عوامي سيٽيڪاري جا ذريعا

انهن سڀني ڳالهين کي ذهن ۾ رکندي، ڪيترين ئي حڪومتن ڪاروبار کي فروغ ڏيڻ جي ڪوشش ۾ وڏي پيماني تي سيٽيڪاري ڪئي آهي. ڪيترن ئي ملڪن وٽ "سوورين فنڊ" يا "سماجي دولت جا فنڊ" آهن. حڪومتي ملڪيت وارا سيٽيڪاري فنڊ جيڪي مالي اثاثن جهڙوڪ اسٽاڪ ۽ بانڊ، سون يا زر مبادلي، نجى برابري ۽ هيچ فنڊ ۾ سيٽيڪاري ڪن ٿا. اهي اڪثر ڪري اسٽريٽجڪ سيٽيڪاري لاءِ هولڊنگ ڪمپنين طور قائم ڪيا ويندا آهن جهڙوڪ هوائي اڏي يا افاديت جا ڪاروبار يا مستقبل جي نسلن لاءِ ڊگهي مدت جي سرمائيداري گذرڻ 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 چڙهائڻ اچي، جيتوڻيڪ عام مقصد اهو ناهي ته انهن کي غير پائيدار عوامي خرچ لاءِ استعمال ڪيو وڃي. ۽ بيشڪ 'ونڊفال' 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 ۽ نجی کاروباري فنانس کي کيڊي سگهن ٿا. اهي شايد تمام گهڻا بيوروڪريٽڪ، گهٽ شفاف ۽ مبهم ۽ غير يقيني مقصدن وارا هجن: نرڳو منافعو ڪمائڻ، جيئن هڪ نجی 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 کاروبار کي فروغ ڏيڻ ٿي سگهي ٿو، جهڙوڪ سبسڊين گرانٽس، انفراسٽرڪچر منصوبا ۽ ٽيڪس پريوون. اڪثر، جيئن لڙين 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 پريوونجي ڪاميابي کي ماپي سگهن ٿيون.

### حڪومتي مداخلت جي حمايت ۽ مخالفت

انهي سڀني 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. پراڻي مداخلت جي ڪيترن ئي حامين کان سوال آهي ته چاشين کي صرف مارڪيٽ تي چڙهي ڏئي سگهجي ٿو.

حڪومت ۽ آئي تي، مثال طور، سليڪان وادي، دليل ڏين ٿا، خالص مارڪيٽ سرماڻياريءَ جي پيداوار نه هئي. اتي آئي تي جي شروعاتن لاءِ حڪومتي قرضن ۽ سبسڊين جي ڪافي هئي، ۽ دفاعي ۽ بين حڪومتي منصوبن آئي تي ڪاروبار ڪندڙن کي پنهنجا ڪاروبار شروع ڪرڻ ۽ وڌائڻ لاءِ پيسا ڏنا. اسٽينفورڊ يونيورسٽي شايد نجی هئي، پر ۱۹۵۰ع 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 ڊوڪٽرن ۾. آمريڪي حڪومت ان جي سڀ کان وڏي گراهڪ بڻجي وئي، ۽ انهن معاهدن مان آئي تي هارڊويئر ۽ سافٽ ويئر ٺاهيندڙ فرمون اڀريون. صرف جڏهن نيويارڪ جي سيڙپڪارن کي ڏسڻ شروع ڪيو ته چاڻي رهيو هو تڏهن "رسڪ ڪيپيٽل" فنڊ اچڻ شروع ٿيا. (Medeiros 2019)

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

اسان جي گهر جي ڪمپيوٽرن تي آيو. هڪ ڀيرو ٻيهر، گلوبل پوزيشننگ سيٽلائيٽ (GPS) جي اڳواڻي حڪومت ڪئي. گوگل جي سرچ الگورٿم کي حڪومتي گرانٽس طرفان فنڊ ڪيو ويو، ونڊوز، گوگل مپس، ڪلائوڊ ۽ وڊيو۔ ڪانفرنسنگ سڀني 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. يهوت تائين پيٽنٽ سسٽم جنهن جي تحت سليڪان وادي ڪمپنيون پنهنجيون ايجادون محفوظ ڪن ٿيون. اهو هڪ حڪومتي تعمير آهي. اهو خيال ته سليڪان وادي آزاد-مارڪيٽ اداري جي پيداوار آهي، ڪجهه نفاذ چون ٿا، بلڪل غلط آهي ۽ گهٽ ٽيڪس ۽ آسان ضابطن لاءِ لائيننگ ڪرڻ جو هڪ بهانو آهي.

## مخالفت ۾ دليل

ان سڀني جي خلاف اهو نڪتو آهي ته معاشي اداري کي فروغ ڏيڻ حڪومت جو بنيادي ڪم ناهي، ۽ نه ئي هڪ ڪوشش آهي جنهن ۾ اهو يا ته سنو يا ماهر آهي. ٻين ملڪن جهڙوڪ فرانس سليڪان وادي کي نقل ڪرڻ ۽ پنهنجي ٽيڪنالاجي مرڪز ٺاهڻ جي ڪوشش ڪئي آهي؛ پر ان ڪوشش وانگر، عام نتيجو ٽيڪس ادا ڪندڙن جي پئسي جو وڏو خرچ آهي بغير ڪنهن واضح فائدي جي. نجي وينچر ڪيپيٽلسٽ هر روز اسٽارٽ اپ ڪمپنين جي امڪانن جي جانچ ۽ جائزو وٺڻ ٿا، انهن وٽ ائين ڪرڻ جو تجربو ۽ ڄاڻ آهي، ۽ تيزي سان هلڻ ۽ فيصلو صحيح ڪرڻ جي ترغيب آهي. سرڪاري ملازم، ان جي ابتڙ، عام طور تي وڌيڪ ڪم جو بار هوندو آهي ۽ منافعي جي ڀيٽ ۾ سياسي مسئلن تي وڌيڪ ڌيان طلب هوندا آهن. مخصوص عوامي پاليسي جي مقصدن کي حاصل ڪرڻ جي ڪوشش ۾، اهي ان ڳالهه کي ذهن ۾ رکندي پنهنجن حمايتي پروگرامن کي وڌيڪ تلخي ڪندا آهن، ڇاهي اهو ڪاروباري لحاظ کان معنيٰ رکي يا نه.

انهن وٽ امڪاني سيٽيڪارين جو جائزو وٺڻ لاءِ مهارت ۽ تجربو پڻ گهٽ هوندو آهي جيترو وينچر ڪيپيٽلسٽ وٽ هوندو آهي. انهن کي ٿوري ڄاڻ هوندي آهي ته سڀ کان وڌيڪ فائدو پهچائڻ لاءِ سندن حمايت ڪيتري وڌي يا ننڍي هجڻ گهرجي، تنهن ڪري عوامي پئسيو يا ته ضايع ٿئي ٿو يا تمام گهٽ مقدار ۾ ڏنو وڃي ٿو جو ڪو حقيقي فرق پيدا ڪري ۽ اهم طور تي، سرڪاري ملازم وڌيڪ اميد پرست هوندا آهن: اهي هر ڀيرو به توقع ناهن رکندا ته سندن

سيٽيڪاريون ناڪام ٿينديون، جيتوڻيڪ گهڻا استارت اپ ناڪام ٿيندا آهن.

حڪومتن ۽ ڪاروبار ڪندڙن جا ترغيبي ڍانچا پڻ هڪڙي سلسلي مان نڪرن ٿا 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 کي منافعو ڏيڻ ۾ سال، يهون ڏهاڪا لڳي سگهن ٿا. سياستدان هر ويرو به ايندڙ چونڊ چڪر کان اڳتي ڏسندا آهن. اهي امڪاني ڪاروباري ڪاروبارن کي جلدي نقد رقم ڏيڻ چاهيندا آهن. سڀاڳي ئي ٽڪڙي ڪاميابين جي اميد سان جن ڏانهن اهي اشارو ڪري سگهن ٿا جڏهن اهي ٻيهر چونڊيندڙن کي منهن ڏين. پر ان جلدي ۾، انهن فرمن جي بناوت، طاقتن ۽ ڪمزورين تي، يا انهن جي مارڪيٽ جي صلاحيت تي، يا انهن جون حقيقي ضرورتون ڇڏي ڏين. يا ڪنهن به حڪومتي حمايت تي ڪهڙيون شرطون ۽ ضابطا بهترين لاڳو ٿين ٿا، ان تي ٿورڙي احتياط سان توجهه ٿي سگهي ٿي.

حڪومتون پڻ قبضو ٿي سگهن ٿيون ۽ حڪومتي پروگرامن سان ڪهڙي به ڪٽي وڃي، ٿي سگهي ٿي جيڪا ٻيهر خراب سيٽيڪاري فيصلن ۽ نتيجي ۾ آڻي ٿي نتيجن ڏانهن وٺي وڃي ٿي. ۱۷۷۶ع ۾، جڏهن برطانوي حڪومت مڇي مارڻ وارن پيٽرن کي پيٽرن جي قد جي بنياد تي سبسڊي ('انعام') فراهم ڪئي، ايڊمر سمٽ شڪايت ڪئي ته 'اهو تمام عام هو ته پيٽرن 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 موٽڻ جي ڪوشش ڪن ٿا، پڻ عام آهي ۽ سندن فيصلن کي فروغ ناهي ڏيندي. روزگار پيدا ڪرڻ جو مقصد پڻ پئسو نوڪريون پيدا ڪرڻ وارن منصوبن تي خرچ ٿيندو ڏسي ٿو ته ادارن جي مؤثر فروغ ٿي. گرانٽس ۽ سبسڊيز جيڪي ننڍين ۽ وچولي درجي جي ادارن لاءِ هونديون آهن، اهي وڏين رانديگرن جي هٿ ۾ اچي وڃن ٿيون، جيڪي لانگ ڪرڻ ۽ انهن لاءِ درخواست ڏيڻ ۽ اهڙين اسڪيمن سان گڏ ايندڙ سڀني رپورٽن کي سنڀالڻ لاءِ وقف ٿيون رهي سگهن ٿا. ياري باشي جي بنياد تي سهولتون فراهم ڪرڻ، صرف عدم توازن کي وڌيڪ پيچيده ڪري ٿو ۽ جتي حڪومت تسليم ڪري ٿي ته ان کي 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 ڪندڙا هوبه پيچن ٿا ته حڪومتي سرماڻيداري جي ضرورت چيو آهي. تازين ڏهاڪن ۾ نجي وينچر ڪيپيٽل انڊسٽري ۾ تيزي سان واڌ ڏني وئي آهي - سيٽيڪار جيڪي ممڪن طور تي تيزي سان وڌندڙ نوجوان ادارن کي سرماڻيداري فراهم ڪرڻ ۾ وڏو خطر وڪڻڻ لاءِ تيار آهن، وڏن منافعن جي بدلي ۾، جنهن ۾ اڪثر ڪاروبار ۾ حصو شامل هوندو آهي. (Nanda 2016) وينچر ڪيپيٽل انڊسٽري هاڻي عالمي آهي: تنهن ڪري، ڇاهڪ قومي حڪومت واقعي فرق پيدا ڪري سگهي ٿي، بجاءِ رستي ۾ رکاوٽ بڻجڻ جي؟

ثبوت اهو آهي ته نوجوان فرمون جيڪي نجي وينچر ڪيپيٽل فنڊن جي پئپرائي سان هونديون آهن، اهي ٻين کان بهتر ڪارڪردگي ڏيکارين ٿيون. حيرت انگيز طور تي، آمريڪا ۾ انٽيشنل پبلڪ آفرونگ (IPO) تائين پهچڻ لاءِ ڪافي ڪامياب ڪاروباري ڪمپنين جو لڳ ڀڳ ٻه-ٽيون حصو (۶۳ سيڪڙو) انهن جي ننڍڙي تعداد (۰.۱ 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 سيٽيڪاري 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 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 وجود رواجو کولڻو آهي، هڪ قرض جي لڪير قائم ڪرڻي آهي، هڪ نئون اهم ملازم ڳولڻو آهي، يا هڪ ڪاروباري طريقو سکڻو آهي. وينچر سيٽيڪار 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 سرماڻيداري بڻجي وڃي ٿي - ڪمپني لاءِ واڌ ۽ سيٽيڪاري ڪندڙ تنظيم لاءِ مالي ڪاميابي پيدا ڪري ٿي. (چارلس ڊوربوت، وينچر ڪيپيٽلسٽ)

## صحيح ماحول قائم ڪرڻ

ڪاروبار کي فروغ ڏيڻ جي ڪيترين ئي حڪومتي ڪوششون ڪي ڏسڻ کان پوءِ، لرنر نتيجو ڪڍي ٿو ته سڀ کان اهم ڳالهه اها آهي ته تسليم ڪيو وڃي ته ڪاروبار کي صحيح معاشي ۽ پاليسي ماحول جي ضرورت آهي جيڪڏهن ان کي ترقي ڪرڻي آهي.

## صحيح ماحول

خواندگي ۽ اسڪولي تعليم ڪاروبار کي فروغ ڏيڻ ۾ ڪجهه اهم عنصرن 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. ڪجهه ڪيسن ۾ هڪ مقامي اڪيڊمڪ، سائنسي ۽ تحقيقي بنياد هجڻ پڻ ڪارائتو 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، ته ملازمت ڏيندڙ محتاطي سان نوڪريون رکندا، ۽ ملازم تمام گهڻي عرصي تائين ساڳي نوڪري ۾ لڳا رهندا. جيڪڏهن، ان جي ابتڙ، ماڻهو آساني سان هڪ نوڪري کان ٻي نوڪري ۾ منتقل ٿي سگهن ٿا ۽ ٿين ٿا، ته 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 ان سان ٿئي ٿو ته حڪومتي ۽ ڪاروباري سرگرمي ٻنهي لاءِ عالمي معيار هجڻ، جيڪي دنيا جي ٻين حصن مان سيٽيپڪاري کي راغب ڪرڻ آسان بڻائين ٿا. (Lerner 2009) يقينن، اتي بيوروڪريٽڪ ڏورانهين کان سواءِ ٻين الاقوامي سيٽيپڪاري کي

قبول ڪرڻ جي خواهش پڻ هجڻ گهرجي. جهڙوڪ ڪهڙين صنعتن ۾ غير ملڪي سيٽيڪاري ڪري سگهن ٿا، يا ڪيتري وڏي يا گهٽ سيٽيڪاري ڪري سگهن ٿا، يا بي مقصد ۽ مداخلت ڪندڙ ڪاغذي ڪارروائي (اهي سڀ ڪيترن ئي ملڪن ۾ تمام عام آهن). قانون جي حڪمراني پڻ هجڻ گهرجي ته جيئن معاهدن کي هڪ آزاد عدالتي عمل ذريعي نافذ ڪري سگهجي، ٻيهر غير ملڪين کي اميد افزا ادارن تي پنهنجي سرمايتداري خطري ۾ وجهڻ جي حوصلا افزائي ڪري ۽ پراڊڪٽ مارڪيٽون کليل هجڻ گهرجن ته جيئن ڪاروبار ڪندڙ پنهنجين شيون سڄي دنيا ۾ مارڪيٽ ڪري سگهڻ مان فائدو وٺي سگهن.

### غلط ماحول:

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

ٽيڪس، ضابطا، لائسنس ۽ رجسٽريشن گهرجون جيڪي ڪمپنين 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 ڪجهه 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 لائيننگ ڪرڻ وارا ۽ منتظمين سان، جيڪي اهڙي طرفداري مان سڀ کان وڌيڪ فائدو حاصل ڪري سگهن ٿيون، نه تڙپتلي نيون اسٽارٽ اپس ۽ ٻيهر، عقلي طور تي سيٽيڪاري ڪرڻ ڏکيو آهي جيڪڏهن توهان اڳڪٿي نٿا ڪري سگهو ته

ايندڙ حڪومت ڪهڙي قسم جي ڪاروبار جي حمايت ڪندي يا ان جي خلاف ٿي ويندي. حڪومتن کي اهڙين پاليسين کان بچڻ ۽ پرڀڻڻ احتياط ڪرڻ گهرجي جيڪي ڪنهن به قسم جي کليل ڳالهين ۾ رڪاوٽ وجهنديون هجن. مختلف فرمن ۽ سندن فراهم ڪندڙن جي وچ ۾، فرمن ۽ ماليت ڏيندڙن يا فرمن ۽ گراهڪن جي وچ ۾، ملازمن ۽ ملازمت ڏيندڙن جي وچ ۾، مثال طور، برازيل ۱۹۸۰ 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 وپينگ ۽ هيٽ-نوٽ-برن نوڪرين پراڻي سگريٽ کان تمام گهڻيون محفوظ آهن ۽ تماڪ نوشي ڪندڙن کي ڇڏڻ ۾ مدد ڪري سگهن ٿيون، اهي اڪثر ڪري تماڪ جي سائين 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. 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. 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 ٻنچولڳائين 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 ڊٻائڻ آهي، جيڪو ڪاروبار ڪندڙن لاءِ اضافي يا ڪوٽ ڳولڻ ۽ ان مطابق پيداوار جو رخ بدلائڻ ڏکيو بڻائي ٿو.

انهن مان گهڻيون آلتيون پاليسيون سنن ارادن مان پيدا ٿين ٿيون. پر اهي آساني سان مفادن جي گروهن طرفان هٽائي سگهجن ٿيون، جن ۾ قائم ٿيل صنعتون شامل آهن. بدقسمتي سان، اهڙن گروهن جا مختصر مدت جا فائدا جيڪي اهي انهن مان حاصل ڪري سگهن ٿا، هڪ ترقي ڪندڙ ڪاروباري معيشت جي ڊگهي مدت ۽ عام فائدن کان تمام گهٽ آهن.

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

### مقصد جي اڳواڻي ۾ حوصلا افزائي؟

ڪجهه معاشي ماهر مڃين ٿا ته حڪومت جو اڃا 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 گهرجن، جدت ڪندڙن کي انهن انجمن تائين پهچڻ لاءِ پنهنجا طريقا ترقي ڪرڻ جي حوصلا افزائي ڪندي، اهڙن مقصدن ۾ خلائي ڳولا شامل ٿي سگهي 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 گهڻو ڪجهه. حامي چون ٿا ته مقصدن ذريعي اهڙو انتظام ڪاروبار ۾ سنوڪم 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 پيٽ ۾ سياسي مقصدن تي ڌيان جي عام مسئلن کان بچي سگهي، 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 بيروي ڪن ٿا - ۽ هڪ آزاد ۽ کليل معيشت ۾، تمام موثر طريقي سان ڪن ٿا. تجويز ڪيل ڪيترائي مقصد - چئو خلائي ڳولا - شايد

جذبائي هجن، پر تفصيلي قيمت-فائدي جي تجزيي کان سواءِ اسان ڪيئن ڄاڻون ته اهي وقت، پئسي ۽ ڪوشش جي لائق آهن؟ ٿي سگهي ٿو ته تجارتي ضمني پيداوار هجن، جيئن ۱۹۶۰ جي چنڊ جي ڊوڙمان هيون، پر اسان ان بابت يقيني نٿا ٿي سگهون (۽ انهي صورت ۾، 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-اڳواڻي 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 ٺاهيل هڪ بي قيمت خواهشن جي فهرست آهي - جن جي امنگون ۽ چونڊون شايد پریشان عام ماڻهن کان بلڪل مختلف هجن. ڇوڪنهن چند چونڊيل ماڻهن جا خواب باقي هر ڪنهن جي پيٽ ۾ ترجيح رکڻ؛ ۽ 'فاتحن کي چونڊڻ' وانگر، مقصدن جو انتخاب غالباً مخصوص سماجي ۽ سياسي مسئلن جي چوڌاري 'پڙا' 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 نٿين، تاريخيتيد ۽ معمولي منصوبن تي جيڪي شايد حقيقت ۾ وڌيڪ قدر پهچائين. جيڪڏهن حڪومتن 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 ٿي وڃن.

## تجربي مان سبق

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

طور تي مختلف هونديون.

تمام گهڻو مقامي ڌيان 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 به فيشن ۾ هجي يا انهن جي سياسي حمايت حاصل هجي ان ۾ وجهڻ جي.

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

سيٽيڪارن لاءِ ٽيڪس ۾ چوٿون ۽ 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 نه هوندو. هڪ دفعو اهي ترغيبون ختم ٿي وينديون، سيٽيڪار ۽ ڪاروبار ڪندڙ صرف ٻين هنڌن کي ڏسندا جيڪي اهڙي ڪا شيءَ جو واعدو ڪن.

وڏيون اڳڀريون ٽيڪس ترغيبون ۽ سبسڊيز خاص طور تي نقصانڪار هونديون آهن: اهي وڌيڪ واڌ ۽ مهانگي پيداواري طريقن جي حوصلا افزائي ڪن ٿيون بجاءِ ان تي ڌيان ڏيڻ جي جيڪو گراهڪ حقيقت ۾ چاهين ٿا. ان جو مثال ۱۹۷۰ جي ڏهاڪي ۾ برطانوي حڪومت طرفان ڊيلورين موٽر ڪمپني کي پيش ڪيل ۱۲۰ ملين ڊالر (ان جي شروعاتي قيمتن جو اڌ کان وڌيڪ) آهي ته جيئن اها پنهنجي مشهور 'گل ونگ' ماڊل کي وڏي بيروزگاري واري اتر آئرلينڊ ۾ پيدا ڪري، پر اتي طلب نه هئي، ڪمپني ناڪام ٿي، ۽ نوڪريون ۽ ٽيڪس ادا ڪندڙن جو پئسو بتي ضايع ٿي ويا. هن ڪيس جي هڪ ٻي دلچسپ خصوصيت، هن حصي جي شروعات ڏانهن اشارو ڪندي، اها آهي ته برطانوي حڪومت محسوس ڪيو ته ان کي ڊيلورين جي بتي 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 فائدين 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 واضح ڳنڍڻو 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 ۳۲۵ ملين کان مٿي آهي. پر ٻيهر، گهر جي مارڪيٽ جي سائيز ۽ ڪاروباري شرحن جي وچ ۾ ڪو واضح ڳنڍڻو ناهي. يورپي يونين جي آبادي اڃا به وڌيڪ آهي (۴۴۵ ملين)، ۽ پنهنجي ميمبر رياستن جي وچ ۾ ريشين جي آزاد نقل و حمل (۽ گهڻو ڪري، ماڻهن جي) حاصل آهي. تنهن هوندي به، گهڻن ماڻهن تي، اهو آمريڪا کان گهٽ ڪاروباري آهي.

### ٻيا عنصر

ٻيا عنصر، جيتوڻيڪ، 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، سٺي تعليم ۽ وسيع فلاح 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 وڌيڪ 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 ڀر گهڻن ٻين ملڪن جي ڀيٽ ۾ وڌيڪ ذاتي آزادي پڻ آهي. ڇا اهو سڀايد ڪاروبار ڪندڙن کي نيون شيون ۽ ڪاروبار ڪرڻ جا نوان طريقا آزماڻ جي صلاحيت ڏئي ٿو؟ انگ اکر يقيناً مشهور وڙڏين 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 فائونڊيشن جي انڊيڪس آف ايڪنامڪ فريڊم تي ملڪن جي آزادي جي اسڪور ۽ ليگيٽم انسٽيٽيوٽ پراسپيڪٽيويٽي انڊيڪس جي بزنس انوائرمينٽ پيپلر اسڪور سان ماپيل سندن ڪاروباري حرڪت جي وچ ۾ هڪ مضبوط تعلق (0.87) 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 ۾ ڀڄڻ هڪ مضبوط تعلق (0.77) 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 هٿي، نرياسٽي هدايت، جيڪا وڪٽورين برطانيه ۽ جديد ڪيليفورنيا پنهنجي ڪي جدت جا مرڪز بڻائي. اهو رياستي هدايتڪاري (dirigisme) هٿي جيڪا اسٽالن جي روس، ماٿو جي چين [۽] موگابي جي زمبابويءَ کي... اهڙن مرڪزن ٿيڻ کان روڪيو.

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

اهڙا سنا سبب آهن ڇو ته اهوائين ٿيڻ گهرجي. ميت رڊلي (۲۰۲۰) جي مطابق، رياست هر حات ۾ جدت کي متحرڪ ڪرڻ جو ڪريڊٽ جي لائق ناهي. هولڪي تو، ان کان وڌيڪ اڪثر، ايجادون ۽ دريافتون اتفاقي ۽ خيالن جي ڏي وٺ سان اڀري اينديون آهن. ۽ ماڻهن پاران فردن، فرمن، مارڪيٽن ۽ ها، ڪڏهن ڪڏهن سرڪاري ملازمن جي حيثيت ۾ ڪم ڪندي، زور سان اڳتي وڌايون وينديون آهن. چڪيون وينديون آهن، شڪل 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.

گليل ڀٽو: هڪ کليل ثقافت هڪ پيو اهم عنصر لڳي ٿو. مثال طور، آمريڪا ڪاروبار ڪندڙن لاءِ هڪ خوش آمديد جڳهه آهي. ۽ ڊيرڊري ميڪ ڪلوسڪي دليل ڏئي ٿي ته ڪاروبار جي حوالي سان مثبت رويا ڪاروبار جي حوصلا افزائي ڪن ٿا. ۽ هميشه ڪندا رهيا آهن. هن جو چوڻ آهي ته اهڙيون ”بورجوا قدرن“ صنعتي انقلاب کان اڳ ۽ ان دوران انگلينڊ ۾ واپار جي واڌ جي وضاحت ڪن ٿيون. ۽ اهي ساڳيا قدر اڄ آمريڪا ۾ رهنديون آهن. (McCloskey 2007) انهي ساڳي آمريڪي ثقافت جي حصي جي طور تي، خود بهتري کي مثبت طور ڏٺو وڃي ٿو ۽ ماڻهو رياستي فائدين تي ڀروسو ڪرڻ کان وڌيڪ پاسو ڪن ٿا جيترو اهو ٻين کي ترن هندن تي آهي. ڪاروبار ڪندڙن ۽ سڀني ڪاروبار ڪندڙن کي بدنام ناهي ڪيو ويندو، جيئن اهي وڌيڪ سوشلسٽ 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 حوصلا افزائي ڪرڻ ۾ ٻين کان تمام گهڻو بهتر لڳن ٿا. مثال طور، انگريزي قانوني روايت ۾ ڪاروبار پيٽن وڌيڪ عام آهي جيترو جرمن ۾ آهي. ان کان به وڌيڪ قابل ذڪر، اهو انگريزي روايت ۾ اسڪينڊينيويائي کان تي پيرا وڌيڪ آهي، ۽ فرانسيسي کان پنج پيرا وڌيڪ آهي. (Sanandaji and Sanandaji 2014) مقابلي واريون قانوني روايتون:

انهن حيرت انگيز فرقن جي هڪ ممڪن وضاحت اها آهي ته انگريزي قانوني روايت عام قانون

(common law) تي ٺهيل 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 وٺڻ جي ڪري پيدا ٿيندڙ ڪچري ۽ رش جي باري ۾ شڪايت ڪن - تڏهن عدالتن کي فيصلو ڏيڻ لاءِ سڏيو وڃي ٿو.

بيون 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 ٺاهڻو پوندو. اها اضافي بيوروڪريسي واضح طور تي جدت ڪندڙن لاءِ خراب آهي. ۽ نون ڪاروبارن لاءِ هزارين صفحن جي قاعدن مان گذرڻ وڌيڪ ڏکيو آهي ان جي پيٽ ۾ ته اهي يقيني بڻائين ته سندن سرگرميون ڪجهه وسيع اصولن تي پوريون لهن ٿيون.

بيوروڪريسي جو پڪيڙ:

پيشڪ، اهي نظام اڃا به وڌيڪ (۽ وڌيڪ تفصيلي) ضابطا وارا قاعدا پيدا ڪرڻ لڳندا آهن. ريگيوليٽر خود نوڪري نه هوندا جيڪڏهن اهي ريڊيٽيپ 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 وڌندڙ طور تي 'احتياطي اصول' (precautionary principle) اختيار ڪن ٿا ته خطري کان بچڻ وڌيڪ ڀلو آهي. اڪثر ڪري لابي گروپن جي جواب ۾ جيڪي، چئو موسميات تي اخراج جي اثر يا جينيٽي طور تي تبديل ٿيل خوراڪ جي امڪاني خطرن بابت پريشان آهن. حڪومتون جدت تي 'اڳواٽ پابندي' لاڳو ڪن ٿيون، ذميوارِي ڪاروبار ڪندڙن تي وجهنديون ته اهي ثابت ڪن ته سندن جدت بي ضرر آهي. اهو ٻيهر جدت ۽ خطرو ڪٽڻ جي حوصلا افزائي ناهي ڪندو.

واڌاءُ 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 نرڱو ڪاروبار ڪرڻ جي آزادي ۽ آساني جي ليگ ٽيبلن ۾ اڳڀرا آهن پر ڪاروبار ۽ جدت جي ليگ ٽيبلن ۾ نه.

اهڙي جدت جي حوصلا افزائي ڪرڻ لاءِ هڪ پاليسي پروگرام هيٺ کان مٿي واري قانوني روايت تي تعمير ڪندو ۽ 'اجازت کان سواءِ جدت' (جيئن معاصر آمريڪي معاشي ماهر ايڊم ٽائٽلر ان ڪي سڌي 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 تفصلي قاعدن، اجازتن ۽ لائسنس جي بجاءِ اصول تي هلندڙ عام قانون تي ڀروسو ڪندو. ۽ عمل تي ڪا به پابندي صرف معروضي قيمتن ۽ فائدين 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 اڀاڃ ڪن ٿيون.

## ٽيڪس جي حساسيت

درسي ڪتاب جون نظريو فرمون کي ڏنل ۽ مستقل سمجهي ٿو. اهو نظر انداز ڪري ٿو ته فرمون کيئن ۽ ڇو وجود ڀرڻ 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 وڌيڪ آهي. اهو قياس آهي ته فرم سرمايتداري سيٽپ ڪري ٿي، جيڪا هڪ اڳڪٿي ڪري سگهندڙ 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 سيٽپ ڪاريون ڏينديون يا نه. بيشمار واقعا — نئون مقابلو بدلجندڙ گراهڪ جي طلب، فراهمي جي ڪوت، 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 سرمايتداري، سندن فراهمي، سندن شيون، سندن مزدورن يا سندن گراهڪن تي ٽيڪس سڀ نقصانن ۽ ناڪامي جي خطري کي وڌائين ٿا. امڪاني ڪاروبار ڪندڙن کي پنهنجن منصوبن بابت تمام گهڻو چونڊيل 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 واريون 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 گهٽو وڌيڪ حساس هوندا آهن. بيشڪ، ٽيڪس فائونڊيشن جو اندازو آهي ته آمريڪي ڪارپوريشن ٽيڪس ۾ هر هڪ سيڪڙو واڌ نئين ڪمپني رجسٽريشن جي تعداد ۾ ۳.۷ سيڪڙو گهٽتائي آڻيندي آهي؛ جڏهن ته انڪم ٽيڪس جي شرحن ۾ ۱۰ سيڪڙو گهٽتائي نئين ڀرتين ۾ ۱۲ 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 سرماڻيداري تي ٽيڪس لڳائي، اهڙي طرح ته ٽيڪس وڏين، سرماڻيداري فرمن تي وڌيڪ بار ڪن. (Henrekson and Sanandaji 2008) پر اهو اضافي بار وڏين فرمن جي اندر جدت کي نقصان پهچائي سگهي ٿو. ۽ اهو ننڍين ادارن کي به نقصان پهچائي سگهي ٿو. سندن ڪمائي صفائي سان محنت ۽ سرماڻيداري مان آمدني ۾ ورهائي نٿي سگهجي؛ شروع ڪندڙ ڪاروبار ڪندڙن جي آمدني اڪثر سندن سرماڻيداري پٺ هوندي آهي، ڇاڪاڻ ته اهي پنهنجي آمدني کي ڪاروبار ۾ ٻيهر سيٽپ ڪرڻ لاءِ استعمال ڪن ٿا. تنهن ڪري ٽيڪس انهيءَ شيءِ تي بار وجهي سگهي ٿو جنهن کي اهو فروغ ڏيڻ چاهي ٿو. وڻڊ فال ٽيڪس:

اهو ئي “وڻڊ فال” ٽيڪس بابت سچ آهي. مرڪزي وهڪري جي معاشي نظريور کي ٿو ته، جيڪڏهن منافعو حادثاتي سني قسمت مان اچي ٿو، ته ان تي ٽيڪس لڳائڻ ڪمپنين جي رويي تي اثر ناهي وجهندو. مثال طور، جڏهن 2007-08ع ۾ خام تيل جي قيمت سنڌ ڊالر کان وڌي ۱۴۰ ڊالر في بئرنل ٿي وئي (بنيادي طور تي وچ اوڀر ۾ سياسي بدامني جي ڪري)، برطانوي اتر سمنڊ جي تيل ڪمپنين مختصر مدت جا وڻڊ 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 وڻڊ فال ٽيڪس غير جانبدار نه هوندا آهن. ڪاروبار ڪندڙن جا ٿنڀا ته اهي خوش قسمت يا بد قسمت ٿي سگهن ٿا. جيڪڏهن اهو مڃين ٿا ته اهي پنهنجا بدقسمتي نقصان برداشت ڪندا پر پنهنجا سني قسمت جا فائدا وڃائي ويهندا، ته اهو سندن خطرو وڌائي ٿو (۽، ڇاڪاڻ ته وڻڊ فال

ٽيڪس واڌارا آهن، سندن غير يقيني صورتحال) ۽ تنهن ڪري انهن کي ڪاروباري طور عمل ڪرڻ کان حوصلا شکن ڪري ٿو. مثال طور، اهو ممڪن آهي ته اهي مستقبل ۾ تبديل جي فراهمي ۾ ڪنهن به سياسي رڪاوٽ مان منافعو ڪمائڻ جي اميد ۾ متبادل پارٽي ترقي ڪرڻ کان وڌيڪ پاسو ڪن. ۽ عوام ان چونڊ ۽ تحفظ کان محروم ٿي وڃي 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، ۽ وري 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 شکن ڪن ٿا. جيڪو صارفين جي نقصان ۾ آهي.

ان کان علاوه، ونڊ فال ٽيڪس جي ڪري پيدا ٿيندڙ حوصلا شکن نئين ادارن لاءِ وڏين جي پيٽ ۾ تمام گهڻي وڏي هوندي آهي. ڪاروباري اسٽارٽ اپ شايد علم ۾ امير ۽ موقعا ڳولڻ ۾ ماهر هجن، پر انهن وٽ عام طور تي وڏن فرمن جي پيٽ ۾ تمام گهٽ سرمائيداري ۽ لڪيوڊ تي هوندي آهي. جڏهن ته هڪ وڏي فرم ان ڪري اثاڻا وڪڻي يا ذخيران مان ڪيڏي غير متوقع ٽيڪس بل جذب ڪري سگهي ٿي، نئين وٽ شايد ڪوبه وڪڻڻ جو ڳواڻاڻا ٿو 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 سيڙپ ٿي ويندي آهي. ان کان علاوه، نون يا ننڍڙن منصوبن ۾ بئنڪن يا شيعر 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 ٽيڪس کان گهٽ متاثر هجن، جيئن وڏيون فرمون ڪري سگهن ٿيون: انهن وٽ شايد وڏا ٽيڪس لاءِ ڪي بيون 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 ۽ وڏندڙ ڪاروباري ڪاروبارن ۾، جيتوڻيڪ يورپي مالياتي مارڪيٽون بي صورت ۾ مضبوط آهن. هڪ

سبب شايد ملازما 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 ڪندڙا ڪثرت 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 ۾ سيٽيپڪاري کي وڌيڪ پڪڙڻ بڻائي ٿو. انهن شعبن ۾ سرماڻيداري ۽ صلاحيتن کي چڪي ٿو ۽ جدت کي وڌائي ٿو. آمريڪا ۾، ٽيڪس بيشڪ گهٽ آهي ڇاڪاڻ ته ملازما اسٽاڪ آپشن مان آمدني کي سرماڻيداري حاصلات (capital gains) طور سمجهيو وڃي ٿو. ڪمائي ملتي ڪري سگهجي ٿي ۽ ٽيڪس ان وقت تائين ملتوي رهي ٿو جيستائين اسٽاڪ آخر ڪارو ڪرو 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 فائدين 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.

### ٻين ٽيڪسن جا مسئلا

ڇاڪاڻ ته مرڪزي وهڪري جي معاشي نظريو ڪاروباري ڪاروبارن ۽ سندن خاص ضرورتن جو ڪافي حساب ناهي رکندو، معاشي پاليسي ناهيندڙ عام طور تي انفرادي ۽ ڪارپوريت ٽيڪس ان سطح تي مقرر ڪن ٿا جيڪي ڪاروباري خطرو ڪٽڻ کي حوصلاشڪن ڪن ٿا. وڌيڪ (۽ غير اڳڪٿي ڪري سگهجن ٿا) 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 استارت اڀرڻ لاءِ سرماڻيداري تائين رسائي پڻ ڏکيو بڻائين ٿا. شامل خطرن جي ڪري، وينچر ڪيپيٽل جي دستيابي متوقع سيٽيپڪاري منافعن لاءِ تمام گهڻي حساس هوندي آهي، وڌيڪ ۽ غير اڳڪٿي ڪري سگهجن ٿا ٽيڪس انهن منافعن کي گهٽائين ٿا ۽ تنهن ڪري هڪ وڏي حوصلاشڪني آهي.

ٽيڪس جي شڪل جيڪي تمام گهڻيون وڌيڪ آهن، اهي بجاءِ (avoidance) ۽ چوري

(evasion) کي به متحرڪ ڪن ٿيون. اهو شايد استارت ايس ۽ ننڍين فرمون ۾ اڳ ۾ ئي وڌيڪ 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 وڌيڪ ٽيڪس 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 ٽيڪس جي اثر کي ماپڻ انهن کي درپيش ضابطي جي بوجھ کي ماپڻ کان وڌيڪ آسان آهي. تنهن هوندي به، ڪجهه سادا ماپا آهن جيڪي شايد ڪجهه 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 سيٽيڪاري ڪري سگهن ٿا، ڄاڻڻ ته ڪنهن به وقت (ڪڏهن ڪڏهن بد عنوان) اختيارين انهن کي بند ڪري سگهن ٿا ۽ سندن ملڪيت ضبط (يا چوري) ڪري سگهن ٿا.

خوش قسمتي سان، ڪاروبار شروع ڪرڻ ۾ لڳندڙ وقت ۲۰۰۳ع ۾ عالمي سراسري پنجاهه ڏينهن کان گهٽجي هاڻي ويهن ڏينهن کان به گهٽ ٿي ويو آهي. پراڄا به وڏا فرق آهن. وينزويلا ۾ انگ ۲۳۰ ڏينهن آهي، لائويپيلز ڊيموڪريٽڪ ريپبلڪ ۾ اهو ۱۷۳ ڏينهن آهي، ڪمبوڊيا ۾ ۹۹ ڏينهن. پيماني جي ٻئي چيٽي 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 پڻ ڪو اتفاق نه ٿي سگهي ٿو ته اعليٰ آمدني وارن ملڪن ۾ ڪاروبار شروع ڪرڻ ٻين هنڌن جي پيٽ ۾ پيٽو تيز آهي. ۽ اعليٰ آمدني وارا ملڪ، جيئن اسان ڏٺو آهي، عام طور تي وڌيڪ ڪاروباري هوندا آهن.

ضابطن جي مالي بوجھ کي ماڻھو ڏکيو آهي۔ يا انهن جي تعداد کي به (acquis communautaire) ڪمپنين، خيرات ۽ فردن تي يورپي يونين جي قانونن ۽ ضابطن جو مجموعو) ۳۵ ٻاڻن تي مشتمل آهي؛ سرڪاري طور تي اهو ۱۱۰,۰۰۰ صفحا ڊگھو آهي ۽ هر سال پنج هزار صفحن جي شرح سان وڌي ٿو۔ جيتوڻيڪ ڪو به يقين سان جائز ٿيڻ لڳي ۽ ڪجهه اندازا ان کي ان کان به ڀيڻو ٻڌائين ٿا، ضابطي جا اهڙا وڏا مجموعا سڀ کان وڌيڪ ٻارننڊن ۽ شروع ٿيندڙ ڪاروبارن تي وجهي ٿو، جيڪي وڏين ڪمپنين جي پيٽ ۾ انهن جي تعميل ڪرڻ (يا انهن کي پڙهڻ ۽ سمجهڻ جو وقت به) گهٽ قابل هوندا آهن، جن وٽ تجرباتي تعميل کاتا هوندا آهن.

نئين ڪاروبارن تي تمام گهڻا ۽ تمام گهڻا ڏکيو ٿيندڙ ضابطا هجڻ بعد عنواني کي حوصلا افزائي ڪن ٿا. مثال طور، نيپال ۾، ۲۰۱۳ع ۾ سمردي (The Prosperity Foundation) پاران ڪيل هڪ سروي دريافت ڪيو ته مقامي دڪاندارن کي چار مختلف حڪومتي ادارن سان رجسٽر ٿيڻو پوندو هو. ڇهن مختلف ادارن طرفان نگراني ڪئي ويندي هئي، ۽ ۱۵ کان وڌيڪ مخصوص قانونن جي تعميل ڪرڻي پوندي هئي. حيرت جي ڳالهه ناهي ته، سروي ڪيل ۲۶۸ دڪان مان ڪنهن به روت سڀ ضروري رجسٽريشنون نه هيون. اڪثر ڪري ايتري گهڻن ضابطن سان منهن ڏيڻ لاءِ صرف تمام ننڍا هئا. ڪاغذي ڪارروائي جي ڪوت نئين دڪان مالڪن لاءِ وڏا ٽيڻ لاءِ قرض وٺڻ ڏکيو بڻائي ٿي، تنهن ڪري سندن ڪاروبار غير موثر طور ننڍا رهن ٿا. ان دوران، مقامي پوليس ۽ واپاري آفيسر معمول موجب انهن کي بند ڪرڻ جي ڌمڪي ڏين ٿا جيستائين اهي رشوت نه ڏين ته جيئن آفيسر خلاف ورزي کي نظر انداز ڪن (Samridhi Foundation (2013).

نئي اهو صرف ترقي پذير ملڪن جو مسئلو آهي. مثال طور، سان فرانسسڪو ۾ هڪ ريسٽورنٽ ڪولڻ لاءِ ۱۴ 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 ۵۰ فوٽن جي اندر هر رهواسي کي ميل ڪرڻو پوندو آهي. گڏجي، اهي مختلف عمل مڪمل ٿيڻ ۾ نومهينا لڳي سگهن ٿا، اڪثر ڪري ڪاروبار ڪندڙ کي عمارتن جي ڪرائي تي هزارين ڊالر خرچ ڪرڻا پوندا آهن جيڪي

استعمال نٿيون ڪري سگهجن جيستائين آفيسرن طرفان آخري اجازت تي صحيحون نه ٿين (Tuder2017).

اهو اڪثر مشورو ڏنو ويندو آهي ته ضابطن کي گهٽائڻ سان عوام کي گهٽ معيار جون يا غير محفوظ شيون ملڻ لڳنديون، اجارا ٺهي ويندا يا واپاري بد نيتي سان ملازمن کي گهٽ معاوضو ڏيندا يا ماحول کي آلوده ڪندا. اڀياس مشورو ڏين ٿا ته سٺي نموني ٺهيل ضابطا انهن سڀني محاذن تي شين کي بهتر بڻائي سگهن ٿا ۽ ان عمل ۾ معاشي واڌ کي وڌائي سگهن ٿا. پراڻي اهو پيڻ ڏيکارين ٿا ته گهڻي ضابطي واري معيشت ۾ گهٽ ضابطي واري معيشت جي پيٽ ۾ معاشي واڌ گهٽ هوندي آهي.

سٺي نموني ٺهيل ضابطا ڪنهن به صورت ۾ چوٽ آهن. نه قاعدو. گهڻا ضابطا سياسي ايجنڊن جي ڪري هوندا آهن نه ثبوتن ۽ معاشي عقليت جي. ان کان علاوه، وڏيون فرمون، پنهنجن وڏن لائينگ بجيت سان، ان ڳالهه تي غير متناسب اثر وجهنديون آهن ته 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 ته 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 سمجهڻ ٿا ته اهي غير منصفائي يا غير ذميواري سان واپار ڪن ٿيون. ۽ جڏهن ته 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 سوچ 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 نه رڳو خود ڪاروبار ڪندڙن لاءِ صحيح حالتن جي ضرورت آهي، پر سندن سيٽيڪارن، مزدورن ۽ گراهڪن لاءِ پڻ صحيح حالتن جي ضرورت آهي. ڪاروبار ڪندڙن کي سرماڻيداري، 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 پراعتماڊي سان منصوبا بندي ۽ سيٽيڪاري 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 ڪي 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 ڪوفائوناهي، 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 رائٽ، پيٽنٽ، برانڊ ۽ ٻيون 'ذهني' ملڪيتون شامل آهن - ڪاروبار ڪندڙن لاءِ اڃا به وڌيڪ آهي. گهڻا منصوبا ناڪام ٿين ٿا، ۽ گهڻيون ڪاروباري سيٽيڪاريون منافعو ناهن ڏينديون. تنهن ڪري، جيڪڏهن ماڻهن کي اهي ڪاروباري خطرا کڻڻا آهن، ته انهن کي پراعتماڊ هجڻ جي ضرورت آهي ته اهي انهن چند مان انعام حاصل ڪري سگهن ٿا جيڪي ڪامياب ٿين.

نٿي اهو صرف نجي لالچ آهي جنهن کان ملڪيت جي حفاظت ڪرڻي آهي. ڪاروبار ڪندڙن جي پنهنجيون نوڪريون ڇڏڻ، نئون ڪاروبار شروع ڪرڻ ۽ ان کي منفعي 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 ڏني 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 پروسو هوندو. بيشڪ، ماڻهوان 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 سگهن ٿا يا توهان کي جيل ۾ ناهن وجهي سگهن ٿا. اهو انهن کي ڪاروباري سيٽيڪاري ڪرڻ کان تمام

گهڻو 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 نظر انداز ڪرڻ جي قابل نرهن. (Butler forthcoming)

کليل پڻو:

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

ڪاروباري تارڪين وطن کي راغب ڪرڻ (۽ برقرار رکڻ) جي پاليسين ۾ شايد شاگردن لاءِ ورڪ ويزا شامل هجڻ ته جيئن اهي ميزبان ملڪ ۾ پڙهي سگهن ۽ پنهنجي دلچسپي جي شعبي ۾ ڪنهن فرم لاءِ ڪم ڪرڻ لاءِ رهڻي سگهن. يا اتي پنهنجو ادارو شروع ڪن: ڪيترن ئي ملڪن وٽ غير ملڪي ڪاروبار ڪندڙن لاءِ خاص ويزا آهن، ۽ اجابه وڌيڪ وٽ سڀيڙيڪارن 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، حڪومت 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 گڏن اصولن کي ڪنهن بي 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 نظر انداز ڪرڻ ۾ قابل

ذڪر قابليت ڏيکارين ٿا. ماڻهو مسئلن کي منهن ڏيڻ ۽ موقعا وٺڻ ۾ تمام گهڻا وسيلارڪندڙ 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 وٺڻ؛ مهاجرن ۽ غير ملڪي سرمائيداري لاءِ کليل هجڻ؛ جلتي نيڪن جي ڪوشش ڪرڻ جي بجاءِ ڊگهي مدت جو نظريو رکڻ؛ حمايتي پروگرامن کي وڌيڪ انجنيئر نه ڪرڻ؛ اڳي سبسائيڊز ۽ ٽيڪس ۾ چوٽن کان بچڻ؛ صلاحڪارن کان محتاط رهڻ؛ ۽ ٻين جي غلطي کان بچڻ.

### انتظام جي اهميت

اهڙو طريقو تخليقيت، خيالن جي پيداوار، جدت ۽ خطرو ڪٽڻ کي وڌائي سگهي ٿو (Dumitriu 2019b). خيالن کي منفعي 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 ۲۰۰۶) ناڪامي جا ۱۸ مختلف سبب بيان ڪري ٿو) پر سنويا خراب انتظام هڪ خاص طور تي اهم سبب آهي. اڪثر ڪاروبار ڪندڙ ڪاروبار هلائڻ جي ميڪينيٽريز ۾ خرچن کي ڪنٽرول ڪرڻ، تيز رفتار واڌ سان مطابقت پيدا ڪرڻ يا گراهڪن تائين پهچڻ سان جدوجهد ڪن ٿا. سندن خيالن کي تجارتي ڪاميابي ۾ تبديل ڪرڻ لاءِ سٺي انتظام جي ضرورت آهي.

منتظم پارٽي، 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 اڃا به بهتر قدر حاصل ڪري رهيا آهن. اهي شايد پراڻين ۽ 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 سسٽميون 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 وڌيڪ ۽ سڀ کان گهٽ پيداواري فرمن جي وچ ۾ وڏو فرق ڪيترن ئي سببن جي ڪري ٿي سگهي ٿو۔ نه رڳو گهٽ وياج جي شرح “زومبي” فرمن 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 فرمن 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 فرمن اهو ناهي ڪنديون.

سٺي انتظام جي امڪاني انعامن کي ڏسندي، اهو حيرت جي ڳالهه آهي ته سٺو عمل لازمي طور تي پڪڙبو ناهي. پر گهٽ ڪارڪردگي ڏيکاريندڙ فرمن 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 سندن 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 منصوبا بندي 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 تيم 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. (بيٽر آيف، ڊرڪر، انويشن اينڊ انٽرپرائيز بورڊ)

ڊي انٽرپرائيز نيتورڪ، هڪ برطانوي ٽنڪ ٽينڪ، نوٽ ڪري ٿو ته انڊيا ۾ صرف ننڍين فرمن کي مفت انتظامي مشورو ڏيڻ سان انتظامي پيداوار ۾ ۱۱ سيڪڙو واڌ ٿي. (ibid.) دليل طور

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

## سبق

يقينن، اسان کي ڪاروبار کي وڌائڻ جي باري ۾ هن ڪتاب جي شروعات ۾ ڏنل سڀني سببن جي ڪري پرواه ڪرڻ گهرجي، ۽ ان ۾ حڪومت جو ڪردار ٿي سگهي ٿو. پر اهو 'سخت' پييار هجڻ گهرجي، نه ٽيڪس ۾ رعايتن، سبسائيڊز، گرانٽس ۽ ٻين ڏيڻين جو سلسلو نيتورڪ چوي ٿو. جيتوڻيڪ ڪاروبار ڪندڙا ڪثرتن 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 سرمايتداري ناهي لڳندي. حڪومتي فنانس، جيتوڻيڪ اهڙن وڏا وارا منصوبن جي تخليق جي حوصلا افزائي ڪري ٿو جيڪي بنيادي طور تي غير قابل عمل هجن ۽ ڪاروبار ڪندڙن کي وڌيڪ 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 ٻيو عام خيال اهو آهي ته حڪومتن کي تعليم، تربيت ۽ صلاحيتن کي بهتر بڻائڻ گهرجي. يقينن، اهي سڀ شيون ڪاروباري فرمون ٺاهڻ ۽ 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 نه هجي. ڪاروبار ڪندڙن کي سول سروس - هلائيندڙ تربيتي پروگرامن جي ضرورت ناهي. ماڻهو ڪم جي جاءِ تي ڪاروبار بابت وڌيڪ سکندا آهن ان کان وڌيڪ جيڪي ڪڏهن به ڪلاس روم يا تربيتي ڪاليجن ۾ سکي سگهن ٿا. ۽ ڪاروبار ڪندڙ ڄاڻن ٿا ته 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 سرمايتداري کي پيدا ڪرڻ جي اجازت ڏيڻ جي ضرورت آهي. ان جو مطلب ٿي سگهي ٿو ٽيڪس نظام کي تربيت ۽ انساني سرمايتداري 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، ۽ وڌيڪ گهڻو ڪجهه ڪرڻ جي ضرورت آهي۔ خاص طور تي ننڍين فرمن لاءِ جن تي انهن جو سڀ کان وڌيڪ اثر هجي. ۽ ان جو مطلب آهي هڪ هٿين (خاص طور تي رياستي هڪ هٿين) کي ختم ڪرڻ ۽ نيون مارڪيٽون ٺاهڻ يا انهن ۾ داخل ٿيڻ جي رڪاوٽن کي گهٽائڻ.

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

## اهم ادارن ۽ شخصيتن جو تعارف

انسٽيٽيوٽ آف ايڪنامڪ افيئرز: (IEA)  
هيٺ لنڊن ۾ قائم ٿيل هڪ ادارو آهي، جيڪو ۱۹۵۵ع ۾ آزاد مارڪيٽ (Free Market) جي اصولن ۽ معاشي آزادي جي واڌاري لاءِ ڪم ڪري ٿو. IEA جون مطبوعات ۽ نئين مظاهري پاليسين جو تجزيو اڪثر ڪري ابهام رکندڙ بنيادن تي ڪيو وڃي ٿو.



فريڊم گيت پراپرٽي: (FGP)  
هي پاڪستان ۾ قائم هڪ حقيقي ادارو آهي، جيڪو انفرادي آزادي، قانون جي حڪمراني ۽ معاشي خوشحالي جي اصولن کي ترقي ڏئي ٿو. FGP جو مشن پاڪستان ۾ اهڙن ويچارن کي عام ڪرڻو آهي جيڪي شهرين کي معاشي طرح خود مختيار بڻائين ۽ ملڪ ۾ نئين ايجادن ۽ انٽر پريئنٽر 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 انسٽيٽيوٽ ۽ ٻين عظيم مفڪرن جي خيالن تي ڪيتريون ئي مشهور ڪتابون تصنيف ڪيون آهن.



مترجم: ڊاڪٽر ذوالفقار علي راهو جو: (Dr Zulifqar Ali Rahujo)  
هڪ ماهر نفسيات آهي، کيس سياسي ۽ سماجي موضوعن تي لکڻين ۾ وسيع تجربو آهي. هو اهم موضوعن کي ترجمي ڪرڻ ۾ دلچسپي رکي ٿو. هو فريڊم گيت فائونڊيشن (FGP) سان بطور شراڪت دار ڪم ڪري ٿو ۽ پاڪستان ۾ معاشي سڌارن ۽ انفرادي آزادي جي واڌاري لاءِ سرگرم آهي.

