دمسلم پوهنتون علمي ـ څېړنيزه مجله
مجلهٔ علمی-تحقیقی پوهنتون مسلم
د مقالې ترلاسه کولو نېټه(۱۴۰۴/۱۰/ ۰۴) لمريز کال
د مقالې د آنلاين نشر نېټه (۲۰ / ۱/ ۱۴۰۵) لمريز

په غزني ولایت کې د کوچنیو او منځنیو کاروبارونو ننګونې او فرصتونه

لیکوال مسئول، فریدالله لعل زی

دیپارتمنت: اداره تشبثات ، پوهنځی: اقتصاد، پوهنتون مسلم ، غزنی، افغانستان

ایمیل: Faridullahlalzai646@gmail.com

لنډيز Abstract

کوچني او منځني کاروبارونه SMEs د غزني ولایت په اقتصاد کې د کارموندنې، عاید تولید او ټولنیز ثبات مهم بنسټ جوړوي، خو د دې سکتور فعالیت تر ډېره د سوداګرۍ او ساده راکړې ورکړې پر محور ولاړ دی، نه د بشپړ تولیدي کاروبار Business پر بنسټ، چې دا توپیر د ارزښت زیاتونې او دوامدارې ودې پر وړاندې محدودیت رامنځته کوي. دا څېړنه د همدې سکتور د واقعي ننګونو او بالفعل فرصتونو د ارزونې لپاره د سروې مېتود له لارې د ۸۰ کاروبارونو څخه معلومات راټول کړي او د SPSS په ذریعه معلوماتو ته په کتو د فریکونسي او فیصدي تحلیل ترسره شوی دی. پایلې ښیي چې تر ټولو سترې بالفعل ننګونې مالي محدودیتونه، پورونو ته کم لاسرسی، د بازار محدودیت او زیربنایي ستونزې دي. په داسې حال کې چې بالفعل فرصتونه د کرنیزو ارزښتزنځیرونو پراختیا، لاسي صنایعو بازارموندنه، د بازارموندنې عصري لارې او د ډیجیټلي سوداګرۍ نسبي پراختیا دي. که څه هم بالقوه فرصتونه هم شته، خو د هغوی تحقق د پالیسۍ ملاتړ، زیربناوو پیاوړتیا او مالي شمولیت پورې تړلی دی. څېړنه په پای کې وړاندیز کوي چې حکومت، خصوصي سکتور او پرمختیایي بنسټونه باید د SME سکتور د پیاوړتیا لپاره عملي او هدفمند اقدامات ترسره کړي.

کلیدي کلمې: بازار ته لاسرسی؛ زیربناوې؛ ډیجیټلي سوداګري؛ غزني ولایت؛ مالي محدودیتونه؛ کوچني او منځني کاروبارونه

Challenges and Opportunities of Small and Medium Businesses in Ghazni Province

Responsible Author: Faridullah Lalzai

Affliction: Department: Business Administration, Faculty: Economics, Muslim University, Ghazni, Afghanistan

Email: Faridullahlalzai646@gmail.com

Abstract

Small and medium enterprises and Business (SMEs) constitute an important foundation for employment, income generation, and social stability in the economy of Ghazni Province; however, the activities of this sector are largely based on trade and simple transactions rather than on a fully production-based Business, and this distinction creates limitations for value addition and sustainable growth. This study, in order to assess the actual challenges and existing opportunities of this sector, collected data from 80 Businesses through a survey method, and, using SPSS, conducted frequency and percentage analysis of the data. The results show that the most significant existing challenges are financial constraints, limited access to loans, market limitations, and infrastructural problems. Meanwhile, the existing opportunities include the development of agricultural value chains, marketing of handicrafts, modern marketing methods, and the relative expansion of digital commerce. Although potential opportunities also exist, their realization depends on policy support, strengthening of infrastructure, and financial inclusion. The study finally suggests that the government, private sector, and development institutions should undertake practical and targeted measures to strengthen the SME sector.

Keywords: Market access; infrastructure; digital commerce; Ghazni Province; financial constraints; small and medium enterprises.

۱ـ سريزه

کوچني او منځني کاروبارونه (SMEs) په پرمختيايي اقتصادونو کې د اقتصادي ودې، د کارموندنې د زياتوالي او د عايد د توليد بنسټيز محرکات ګڼل کېږي. دا سکټور نه يوازې د اقتصادي تنوع سبب ګرځي، بلکې د خصوصي سکټور د پراختيا او سيمه‌ييزو اقتصادي فعاليتونو د پياوړتيا لپاره هم مهم رول لوبوي (Beck & Demirgüç-Kunt, 2006 & Asian Development Bank [ADB], 2019) سره له دې، SMEsعموماً له ګڼو جوړښتي محدوديتونو سره مخ وي، لکه مالي محدوديتونه، زيربنايي کمزورتياوې او بازار ته محدود لاسرسی، چې د هغوی د دوامدارې ودې پر بهير مستقيم اغېز کوي (World Bank, 2020).

په افغانستان کې، کوچني او منځني کاروبارونه د عايد د توليد يوه مهمه سرچينه جوړوي، خو د دې سکټور فعاليت تر ډېره د سوداګريزو او غيرتوليدي فعاليتونو پر محور ولاړ دی، چې دا حالت د ارزښت زياتونې او توليدي پراختيا ظرفيت محدودوي (United Nations Development Programme [UNDP], 2021) په ځانګړې توګه، د مالي سرچينو محدود لاسرسی، د پورونو سخت شرايط او د غيررسمي اقتصاد پراخوالی د دې سکټور د ودې پر وړاندې مهم خنډونه ګڼل کېږي (Pashtoon, 2024)د غزني ولايت، د خپلو کرنيزو سرچينو، لاسي صنايعو او ځوان بشري ځواک له امله، د SME کټور د پراختيا لپاره د پام وړ ظرفيت لري. سره له دې، موجود شواهد ښيي چې د دې ولايت ډېری کاروبارونه د پرچون تجارت پر بنسټ فعاليت کوي، نه د توليدي او ارزښت زياتونکي فعاليتونو پر اساس، چې دا حالت د اقتصادي ودې کيفيت او دوام محدودوي. له بلې خوا، که څه هم مالي، زيربنايي او بازارموندنيزې ستونزې شتون لري، خو د کرنيزو ارزښت‌زنځيرونو پراختيا، لاسي صنايع او ډيجيټلي سوداګري د پام وړ بالفعل فرصتونه برابروي (Azimi, 2025 & ؛World Bank, 2020) .

سره له دې چې په ملي او نړيواله کچه ګڼې څېړنې ترسره شوې دي، ډېری يې يا په عمومي کچه متمرکزې دي او يا هم د ځانګړو ډلو او سکټورونو محدود تحليل وړاندې کوي، او د غزني ولايت په کچه د SMEs د وضعيت يو جامع، تجربوي او تحليلي انځور لا هم نه دی وړاندې شوی. له همدې امله، لا هم دا پوښتنه پر ځای پاتې ده چې د دې ولايت د SME سکټور واقعي جوړښتي ځانګړتياوې څه دي، کومې ننګونې په عملي ډول اغېز لري، او کوم فرصتونه د پراختيا وړ دي.

د همدې علمي تشې د ډکولو په موخه، دا څېړنه هڅه کوي چې د غزني ولايت د کوچنيو او منځنيو کاروبارونو وضعيت د جوړښتي ځانګړتياوو، اساسي ننګونو او بالفعل فرصتونو له نظره په يو منظم او تحليلي چوکاټ کې وڅېړي، ترڅو د دې سکټور په اړه يو روښانه، مستند او متوازن علمي انځور وړاندې شي.

سره له دې چې کوچني او منځني کاروبارونه (SMEs) د غزني ولايت د اقتصاد مهمه برخه جوړوي، شته وضعيت ښيي چې دا سکټور يو نامتوازن جوړښت لري، چې پکې د پرچون تجارت ونډه لوړه او توليدي فعاليتونه محدود دي، او دا حالت د دوامدارې ودې او ارزښت‌افزايۍ پر بهير مستقيم اغېز کوي. د دې سکټور د واقعي وضعيت درک يوازې د ننګونو په بيان نه شي کېدای، بلکې د جوړښتي ځانګړتياوو، موجودو محدوديتونو او شته فرصتونو يو منظم او ترکيبي تحليل ته اړتيا لري، څکه له يوې خوا مالي محدوديتونه، بازار ته محدود لاسرسی، زيربنايي

ستونزې او د مدیریتي مهارتونو کمښت د فعالیت پر بهیر منفي اغېز لري، او له بلې خوا د کرنې سکتور، لاسي صنایع او ډیجیټلي سوداګري د پراختیا مهم بالفعل فرصتونه برابروي. سره له دې، لا هم دا روښانه نه ده چې دغه جوړښتي ځانګړتیاوې څنګه له یادو ننګونو سره تړاو لري او په کومه کچه موجود فرصتونه د عملي پراختیا وړ دي، چې د همدې ناسم وضاحت له امله د دې سکتور د دقیق درک او د اغېزمنو پالیسیو د طرحې لپاره یو منظم تحلیلي چوکاټ نه دی رامنځته شوی؛ نو ځکه اړتیا ده چې دا سکتور په علمي او میداني شواهدو ولاړ وڅېړل شي، ترڅو د هغه واقعي وضعیت په یو منسجم او همغږي چوکاټ کې په دقیقه توګه تشخیص او تحلیل شي.

د کوچنیو او منځنیو کاروبارونو (SMEs) اړوند پخوانۍ څېړنې ښیي چې دا سکتور په بېلابېلو جغرافیو کې له ورته فرصتونو او ننګونو سره مخ دی، خو د دغو مطالعاتو تمرکز، ځای او موندنې یو له بل څخه توپیر لري. د نړیوالو مطالعاتو له مخې، په پرمختیایي هېوادونو کې SMEs تر ټولو لویه ستونزه مالي محدودیتونه او پورونو ته محدود لاسرسی دی، چې د پانګونې او پراختیا مخه نیسي(Beck & Demirgüç-Kunt, 2006 ؛ (ADB, 2019). دغه څېړنې څرګندوي چې د مالي شمولیت نشتوالی، د کوچنیو کاروبارونو د ودې یو بنسټیز خنډ دی.

په ملي کچه، د افغانستان اړوند څېړنې ښیي چې SMEs د مالي نظام د کمزورتیا، د پورونو سختو شرایطو او غیررسمي اقتصادي جوړښت له امله له جدي ستونزو سره مخ دي .(UNDP, 2021) همدارنګه، (Pashtoon, 2024) په ځانګړي ډول د ښځینه کاروبارونو په اړه څرګندوي چې د مالي ملاتړ او مسلکي روزنې یوځای کول کولی شي د کاروبار د پرمختګ کچه لوړه کړي. دا موندنې په عمومي ډول د مالي او ظرفیتي محدودیتونو پر اهمیت ټینګار کوي، خو د سیمې-محور تحلیل کم دی.

د زیربناوو اړوند مطالعات، چې په پرمختیایي هېوادونو او افغانستان کې ترسره شوي، څرګندوي چې د برېښنا، سړکونو، ترانسپورت او انټرنېټ کمزورتیا د SMEs د تولید، توزیع او بازارموندنې پر بهیر مستقیم منفي اغېز لري (World Bank, 2020 & Makhdom et al., 2025)دغه څېړنې ښیي چې کمزورې زیربناوې د تولید لګښتونه لوړوي او بازار ته لاسرسی محدودوي، چې دا د کاروبارونو د سیالۍ وړتیا کموي.

د بازار ته د لاسرسي په برخه کې، څېړنې څرګندوي چې SMEs د بازارموندنې د عصري طریقو، مسلکي شبکو او سوداګریزو معلوماتو د کمښت له امله له ستونزو سره مخ دي .(Esmat, 2025) دا محدودیتونه د محصولاتو د پلور، قیمت ټاکنې او صادراتو پر فرصتونو منفي اغېز لري، چې په پایله کې د کاروبارونو د ودې ظرفیت راکموي.

د بیروني چاپېریال اړوند مطالعات ښیي چې د SMEs د فعالیت او پرمختګ بهیر تر ډېره د هغو عواملو تر اغېز لاندې وي چې د کاروبار له کنټرول څخه بهر وي، لکه د بازار جوړښت، مالي سیستم ته لاسرسی، زیربنایي وضعیت او پالیسي چاپېریال .(ADB, 2019) دغه عوامل د کاروبارونو د فعالیت ساحه، د ودې فرصتونه او د سیالۍ وړتیا ټاکي.

همدارنګه، (Pashtoon, 2024) څرګندوي چې په هغو چاپېریالونو کې چې اقتصادي سیستمونه غیررسمي وي، د بازار محدودیتونه، د مالي ملاتړ کمښت او د بنسټیزو خدمتونو نشتوالی د کاروبارونو د پراختیا پر وړاندې مهم خنډونه جوړوي.

له بلې خوا، د فرصتونو اړوند څېړنې، چې په افغانستان او ورته اقتصادونو کې ترسره شوې، ښيي چې کرنيز ارزښت‌زنځیرونه، لاسي صنايع او ډيجيټلي سوداګري د SME سکټور لپاره مهم بالفعل فرصتونه بلل کېږي . (World Bank , 2020)څرګندوي چې د کرنيزو محصولاتو پروسس کولی شي نوي بازارونه رامنځته کړي، په داسې حال کې چې (UNDP, 2021) د لاسي صنايعو د صادراتي ظرفيت يادونه کوي. همدارنګه، Azimi , (2025) ښيي چې ډيجيټلي بازارموندنه او ای-کامرس کولی شي د SMEs لپاره د بازار پراختيا نوې لارې پرانيزي. سره له دې، د پورته مطالعاتو عمومي ځانګړنه دا ده چې يا په نړيواله او ملي کچه متمرکز دي او يا هم د ځانګړو ډلو لکه: ښځينه کاروبارونو پر محدودو برخو تمرکز لري، خو د غزني ولايت په کچه د SMEs د ننګونو او فرصتونو جامع، تجربوي او سکټوري تحليل لا هم نه دی وړاندې شوی. له همدې امله، دا څېړنه هڅه کوي چې د موجودو مطالعاتو د موندنو پر بنسټ، په غزني ولايت کې د SME سکټور ځانګړې وضعيت په روښانه او علمي ډول وڅېړي، ترڅو د دې سکټور د واقعي ننګونو او عملي فرصتونو ترمنځ اړيکه په مشخصه توګه تشخيص شي.

۲ـ مواد او مېتودونه

د څېړنې طرحه(Research Design) دا څېړنه د مخلوط مېتود (Mixed-Methods Approach) پر بنسټ ترسره شوې ده، چې پکې د کمی (Quantitative) او کيفي (Qualitative) طريقو څخه استفاده شوې ده.

د څېړنې موخه دا ده چې د غزني ولايت د کوچنيو او منځنيو کاروبارونو (SMEs) ستونزې او فرصتونه په هراړخيز ډول وڅېړل شي. د څېړنې ماهيت تطبيقي (Applied Research) دی. د څېړنې وخت مقطعي (Cross-sectional)دی. د څېړنې ځای د افغانستان د غزني ولايت دی، او مواد پکې پوښتنليکونه، مرکې او ثانوي اسناد شامل دي.

د معلوماتو سرچينې(Data Sources)

لومړني معلومات(Primary Data) لومړني معلومات د سروې پوښتنپاڼې له لارې راټول شوي دي.

پوښتنپاڼه:(Questionnaire) يوه وښتنپاڼه د SME مالکانو ته ورکړل شوې ترڅو د هغوی مالي ستونزې، بازار ته لاسرسی، زيربناوې، مديريتي مهارتونه او د ودې فرصتونه وارزول شي.

محدودې مرکې(Semi-Structured Interviews) د پوښتنپاڼې د پايلو د لا ژور تحليل لپاره له يو شمېر ګډونوالو سره محدودې مرکې ترسره شوې دي. دا مرکې د مخکې ټاکل شوو پوښتنو پر بنسټ وې، خو ګډونوالو ته د توضيح فرصت هم ورکړل شوی دی.

دوهم لاس معلومات(Secondary Data) دوهم لاس معلومات د نشر شوي اثارو مطالعاتو مېتود له لارې ترلاسه شوي دي، چې پکې د نړيوال بانک، UNDP، ADBاو علمي ژورنالونو راپورونه شامل دي.

د څېړنې ټولنه او بېلګه(Study Population and Sample) د څېړنې احصائيوي ټولنه د غزني ولايت هغه کوچني او منځني کاروبارونه دي چې په پرچون تجارت، کرنه او مالداري، خدماتي کاروبارونو او لاسي صنايع برخو کې فعاليت لري.

د بېلګه اخیستنې طریقه(Sampling Technique) په دې څېړنه کې د تصادفي بېلګه اخیستنې (Simple Random Sampling)طریقه کارول شوې ده.
د بېلګې اندازه د لاندې فورمول له مخې ټاکل شوې ده(2^n = N / (1 + N(e :
چې پکې n = :د بېلګې اندازه N= د ټولنې اندازه e= د خطا اندازه
په مجموع کې د ۸۰ SME مالکانو څخه معلومات راټول شوي دي، چې دا د تحلیل لپاره مناسبه نمونه ګڼل کېږي.

د معلوماتو تحلیل(Data Analysis)

راټول شوي کمي معلومات د SPSSسافټویر له لارې تحلیل شوي دي. په تحلیل کې د تشریحي احصایې (Descriptive Statistics)طریقې کارول شوې دي، لکه:

- سلنې (Percentages)
- منځنۍ کچه (Mean)
- معیاري انحراف (Standard Deviation)
- جدولونه او ګرافونه

سربېره پر دې، د معلوماتو د ژور تحلیل او د متغیرونو ترمنځ د اړیکو د معلومولو لپاره د استنباطي احصایې (Inferential Statistics)له طریقو څخه هم استفاده شوې ده، لکه:

- د همبستګۍ تحلیل (Correlation Analysis)
- کای-سکویر ازموینه (Chi-square Test)

کیفي معلومات (مرکې) د موضوعي تحلیل (Thematic Analysis) او محتوایي تحلیل (Content Analysis) له لارې تحلیل شوي دي. په دې بهیر کې معلومات لومړی کوډ (Coding) شوي، وروسته په اصلي موضوعاتو (Themes)او فرعي موضوعاتو (Sub-themes) کې تنظیم شوي دي، ترڅو د ګډونوالو نظریات او تجربې په ژوره توګه تفسیر شي.

د څېړنیزو وسایلو اعتبار او ثبات(Validity and Reliability)

د دې لپاره چې د څېړنې موندنې علمي اعتبار ولري، د معلوماتو د راټولولو وسایل (پوښتنپاڼه او مرکې) د لاندې معیارونو له مخې ارزول شوي دي:

- محتوایي اعتبار:(Content Validity) پوښتنپاڼه د اړوندې ساحې د متخصصینو له خوا ارزول شوې، ترڅو ډاډ ترلاسه شي چې ټول اړوند ابعاد پکې شامل دي .
- ظاهري اعتبار:(Face Validity) پوښتنې په ساده، واضح او د ګډونوالو د پوهې له سطحې سره سمې طرحه شوې دي .
- ساختماني اعتبار:(Construct Validity) پوښتنې د څېړنې له متغیرونو سره په منطقي ډول همغږې شوې دي .

- ثبات:(Reliability)

د پوښتنپاڼې داخلي ثبات د کرونباخ الفا (Cronbach's Alpha) له لارې اندازه شوی دی. د تحلیل پایلې ښيي چې د الفا حقیقي ارزښت α (0.78 =) دی، چې دا د منلو وړ حد (α ≥ 0.70) څخه لوړ دی او د وسیلې مناسب ثبات څرګندوي. په عمومي ډول، که چېرې د کرونباخ الفا ارزښت له 0.70 څخه ټیټ وي، نو د وسیلې ثبات کمزوری ګڼل کېږي؛ که د 0.70 او 0.80 ترمنځ وي، د منلو وړ ثبات ښيي؛ او که له 0.80 څخه لوړ وي، نو د لوړ او قوي ثبات څرګندونه کوي.

- پایلټ مطالعه:(Pilot Testing) د اصلي سروې نه مخکې، پوښتنپاڼه په محدود شمېر (۱۰–۱۵ ګډونوالو) باندې ازمایل شوې، او د هغې پر بنسټ اړین اصلاحات پکې راوستل شوي دي .

د اعتبار د لوړولو تخنیک(Triangulation)

د څېړنې د موندنو د اعتبار د زیاتوالي لپاره د درېګونې ارزونې (Methodological Triangulation) تخنیک کارول شوی، چې پکې د معلوماتو بېلابېلې سرچینې شاملې دي، لکه کمی معلومات، کیفي معلومات (مرکې) او ثانوي معلومات (نشر شوي مقالو). د دغو سرچینو یوځای کارول د پایلو د متقابل تایید او د څېړنې د اعتبار د پیاوړتیا سبب ګرځېدلی. دا کار د دې سبب شوی چې پایلې له بېلابېلو سرچینو څخه تایید او پیاوړې شي.

اخلاقي اصول(Ethical Considerations)

- په دې څېړنه کې د څېړنیزو اخلاقو لاندې اصول مراعات شوي دي:
- خبره شوې رضا:(Informed Consent) د ګډونوالو څخه د ګډون مخکې بشپړه رضا اخیستل شوې ده .
- محرمیت:(Confidentiality)

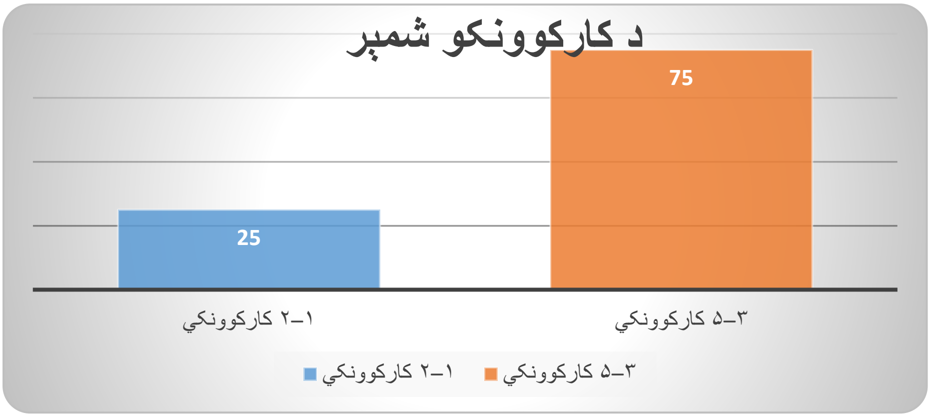
  د ګډونوالو شخصي معلومات محرم ساتل شوي دي .
- نامعلوم هویت:(Anonymity) د ګډونوالو پېژندنه نه ده افشا شوې .

د معلوماتو مسؤلانه کارونه: ټول معلومات یوازې د علمي او څېړنیزو موخو لپاره کارول شوي دي .

۳ـ موندنې

دا څېړنه د غزني ولایت د کوچنیو او منځنیو کاروبارونو (SMEs) د ننګونو او فرصتونو د ارزونې په موخه ترسره شوې ده. معلومات د ۲۰۲۵ کال په جریان کې (مارچ-جون) پورې د ۸۰ کاروبارونو څخه راټول شوي، او د مالي محدودیتونو، بازار ته لاسرسي، زیربنایي ستونزو، مدیریتي مهارتونو، د ودې فرصتونو او پالیسۍ ملاتړ تحلیل پرې شوی دی.

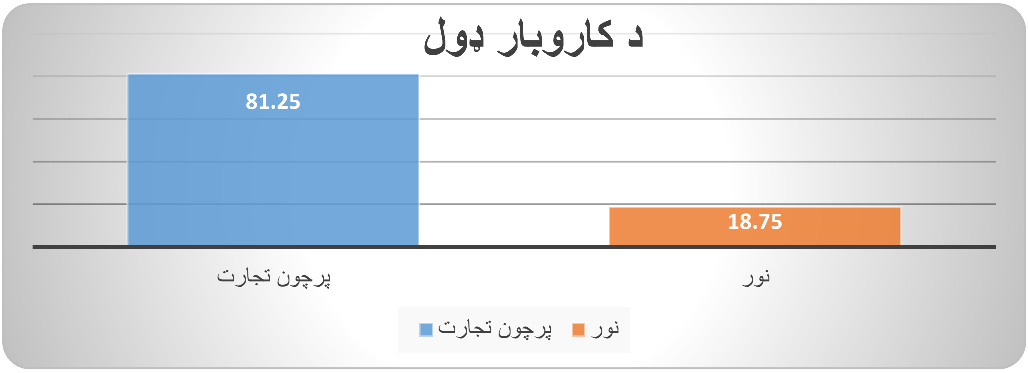
۱-شکل، د کارکوونکو شمېر :



- ۷۵٪ کاروبارونه یوازې ۳–۵ کارکوونکي لري، او پاتې ۲۵٪ یوازې ۱–۲ کارکوونکي لري .
- د نړیوالو معیارونو مطابق، دا کاروبارونه ټول Micro Businessدي (1–10 کارکوونکي)، نه Medium Business 50+کارکوونکي.

نو پایله دا ده چې د څېړنې لاندې کاروبارونه په حقیقت کې د منځنۍ کچې (Medium) نه، بلکې د کوچنۍ کچې (Micro) دي .

۲-شکل، د کاروبار ډول :

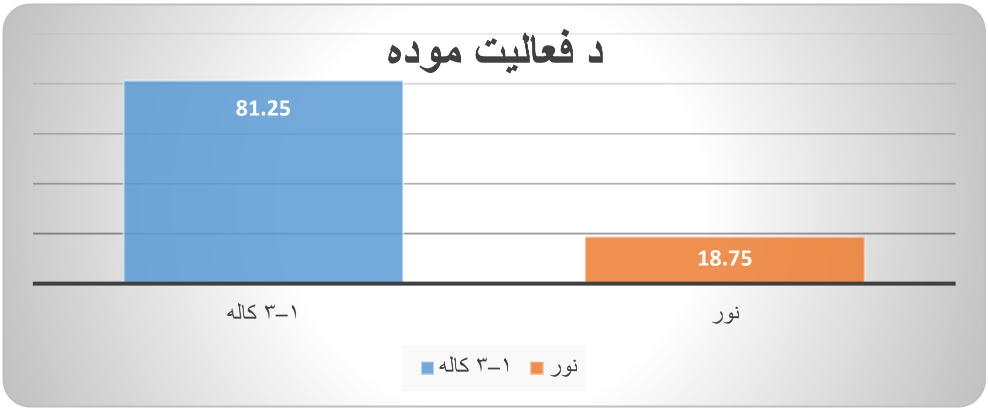


۲-شکل، د کاروبار ډول :

- ۸۱.۲۵٪ پرچون تجارت لري، چې یوازې د توکو تبادله ده او تولیدي ارزښت نه زیاتوي .

دا ښيي چې د غزني ولايت اقتصاد تر ډېره تجارتي/سوداګريز فعاليتونو پر محور ولاړ دی، نه د توليدي او ارزښت زياتونې فعاليتونو پر اساس . په دې اساس، د SME سکتور د دوامدارۍ ودې لپاره، بايد په توليدي او ارزښت زياتونکي فعاليتونو تمرکز وشي .

۳-شکل، د فعالیت موده :



- ۸۱.۲۵٪ کاروبارونه يوازې ۱–۳ کاله فعاليت لري، چې دا ښيي د ودې په لومړيو پړاوونو کې دي .
- دا هم د بازار د بې‌ثباتۍ، مالي محدوديتونو او زيربنايي ستونزو ښکارندويي کوي چې کاروبارونه په اوږدمهاله توګه نه پاتې کېږي.

پورته موندنو ترمنځ منطقي اړيکه شتون لري:

محدود بازار ته لاسرسی ⟶ د تقاضا کمښت ⟶ د بازارموندنې کمزوري ⟶ د قيمتونو ټيټوالی ⟶ د عايد او ودې محدوديت

نو، دا معلومات يوازې تشريحي نه دي، بلکې يو منظم تحليلي چوکاټ وړاندې کوي چې ښيي د بازار اړوند ستونزې د SME سکتور د کمزورۍ ودې اساسي لاملونه دي. دغه پايلې د مرکو له کيفي معلوماتو سره هم همغږې دي، چې پکې ګډونوالو د بازارموندنې د کمزورتيا، د مشتريانو د کمښت او د سيمه‌ييزو بازارونو محدوديت ته اشاره کړې ده.

په ټوله کې، دا تحليل څرګندوي چې د بازار ته لاسرسي ستونزې يوازې يو جلا فکتور نه دی، بلکې د نورو اقتصادي ستونزو (لکه عايد، سيالي او بقا) سره مستقيم او متقابل اړيکه لري، چې دا د SME سکتور د پاليسۍ او پراختيايي مداخلې لپاره يو مهم تمرکز جوړوي.

۱ـجدول بازار ته لاسرسی(Market Access)

فکتورونه	1 سخت مخالف	2 مخالف	3 بې‌طرفه	4موافق	5سخت موافق
زما کاروبار د غزني څخه بهر بازارونو ته لاسرسی نه لري	0 (0%)	10 (12.5%)	10 (12.5%)	10 (12.5%)	50 (62.5%)
د محصولاتو د پلور لپاره مناسب بازارونه محدود دي	0 (0%)	20 (25%)	0 (0%)	50 (62.5%)	10 (12.5%)
د مشتریانو غوښتنه د اقتصادي وضعیت له امله کمه شوې ده	0 (0%)	20 (25%)	0 (0%)	50 (62.5%)	10 (12.5%)
زه د بازارموندنې عصري لارې نه کاروم	0 (0%)	10 (12.5%)	10 (12.5%)	10 (12.5%)	50 (62.5%)
د محصول قیمتونه د سیالی له امله ټیټ دي	0 (0%)	10 (12.5%)	10 (12.5%)	10 (12.5%)	50 (62.5%)

د جدول (۱) معلومات ښيي چې:

- ۶۲.۵٪ ګډونوالو په کلکه موافقه کړې چې د دوی کاروبار له غزني څخه بهر بازارونو ته لاسرسی نه لري، په داسې حال کې چې ۱۲.۵٪ موافق، ۱۲.۵٪ بې‌طرفه او ۱۲.۵٪ مخالف دي .
- د محصولاتو د پلور لپاره د مناسب بازار د شتون په اړه، ۶۲.۵٪ ګډونوالو موافقه کړې او ۱۲.۵٪ په کلکه موافق دي، په داسې حال کې چې ۲۵٪ مخالف دي .
- د مشتریانو د غوښتنې په اړه، ۶۲.۵٪ موافق او ۱۲.۵٪ په کلکه موافق دي چې غوښتنه کمه شوې ده، او ۲۵٪ مخالف نظر لري .
- د بازارموندنې د عصري طريقو د کارونې په برخه کې، ۶۲.۵٪ ګډونوالو په کلکه موافقه کړې چې دوی دا طريقې نه کاروي، ۱۲.۵٪ موافق، ۱۲.۵٪ بې‌طرفه او ۱۲.۵٪ مخالف دي .

د پورته موندنو ترمنځ يو منظم او منطقي تړاو موجود دی، چې د بازار اړوند ستونزې په يو علت-معلول چوکاټ کې تشريح کوي: محدود بازار ته لاسرسی ⟵ د مناسب بازار نشتوالی ⟵ د تقاضا کمښت ⟵ د بازارموندنې کمزوري ⟵ د قيمتونو فشار ⟵ د عايد او ودې محدوديت

نو ځکه، دا معلومات يوازې تشريحي نه دي، بلکې يو واضح څېړنيز منطق تعقيبوي او د SMEسکتور د بازار اړوند ستونزو ترمنځ متقابل اړيکه څرګندوي. دغه موندنې د مرکو له کيفي معلوماتو سره هم همغږې دي، چې پکې ګډونوالو د بازار محدوديت، د مشتريانو کمښت او د بازارموندنې د عصري طريقو نشتوالی د خپلو کاروبارونو اساسي ستونزې بللې دي. په دې توګه، جدول (۱) د څېړنې له موضوع سره مستقيم تړاو لري او د SMEسکتور د کمزورۍ ودې د تحليل لپاره يو بنسټيز تحليلي چوکاټ برابروي.Bottom of Form

۲ -جدول: زيربناوې او چاپېريالي ستونزې(Infrastructure Issues)

فکتورونه	1سخت مخالف	2 مخالف	3بې‌طرفه	4موافق	5سخت موافق
د برېښنا نشتوالی زما کاروبار اغېزمنوي	0 (0%)	10 (12.5%)	10 (12.5%)	10 (12.5%)	50 (62.5%)
خراب سړکونه د توکو انتقال ستونزمن کوي	0 (0%)	20 (25%)	30 (37.5%)	15 (18.75%)	15 (18.75%)
انټرنېټ او ټکنالوژۍ ته محدود لاسرسی لرم	0 (0%)	10 (12.5%)	30 (37.5%)	30 (37.5%)	10 (12.5%)
د امنيتي وضعيت بدلون پر کاروبار منفي اغېز لري	0 (0%)	0 (0%)	0 (0%)	15 (18.75%)	65 (81.25%)

۲ -جدول: زیربناوې او چاپېريالي ستونزې(Infrastructure Issues) : د زیربناوو او چاپېريالي ستونزو اړوند معلومات ښيي چې د برېښنا کمښت د کاروبارونو پر فعالیت مستقیم منفي اغېز لري، څکه چې 62.5% ګډونوالو په کلکه موافقه کړې چې د برېښنا نشتوالی د دوی کاروبار اغېزمنوي. همدارنګه، د خرابو سړکونو شتون د توکو انتقال ستونزمن کړی، که څه هم د ګډونوالو نظرونه یکې تر یوې کچې متفاوت دي.

سربېره پر دې، انټرنېټ او ټکنالوژۍ ته محدود لاسرسی د سوداګرۍ د عصري کېدو پر وړاندې یو مهم خنډ بلل کېږي، څکه 37.5% ګډونوال موافق او 12.5% په کلکه موافق دي. تر ټولو مهمه موندنه دا ده چې 81.25% ګډونوالو په کلکه تایید کړې چې د امنیتي وضعیت بدلون د کاروبار پر فعالیت منفي اغېز لري، چې دا د نورو فکتورونو په پرتله تر ټولو لوړه کچه ده.

۳ -جدول: مدیریتي او مسلکي مهارتونه(Business Skills)

فکتورونه	1سخت مخالف	2مخالف	3 بې‌طرفه	4موافق	5سخت موافق
زه د سوداګرۍ د مدیریت لپاره روزنې ته اړتیا لرم	0 (0%)	10 (12.5%)	10 (12.5%)	10 (12.5%)	50 (62.5%)
د کاروبار پلان جوړول زما لپاره ستونزمن دي	0 (0%)	10 (12.5%)	10 (12.5%)	10 (12.5%)	50 (62.5%)
زه د نوښت او پراختیا لپاره کافي تجربه نه لرم	45 (56.25%)	35 (43.75%)	0 (0%)	0 (0%)	0 (0%)
د ښځو او ځوانانو لپاره د کاروبار فرصتونه محدود دي	0 (0%)	15 (18.75%)	10 (12.5%)	15 (18.75%)	40 (50%)

۳ -جدول: مدیریتي او مسلکي مهارتونه(Business Skills) : د مدیریتي او مسلکي مهارتونو اړوند پایلې څرګندوي چې د SMEs ډېری مالکین د سوداګرۍ د مدیریت، پلان جوړونې او مسلکي روزنې اړتیا لري. په ځانګړې توګه:

- 62.5%ګډونوالو په کلکه موافقه کړې چې دوی د سوداګرۍ د مدیریت لپاره روزنې ته اړتیا لري .
- د کاروبار پلان جوړول هم د ګډونوالو لپاره ستونزمن ګڼل شوی، چې 62.5% په کلکه موافق دي .

خو په نوښت او پراختیا کې د تجربې کمښت په اړه پایلې متفاوت دي: 56.25% ګډونوالو په کلکه مخالفت کړی چې دوی کافي تجربه نه لري، چې دا ښيي څېنې کاروبارونه ځانونه د نوښت او پرمختګ توانمند ګڼي. سربېره پر دې، د ښځو او ځوانانو لپاره د کاروباري فرصتونو محدودیت د ګډونوالو له نظره یوه مهمه ټولنیزه ستونزه ده، څکه 50% په کلکه موافق دي چې فرصتونه محدود دي.

د نړیوالو څېړنو سره سم، د ADB (2019) راپور څرګندوي چې د SMEs بریالیتوب یوازې په مالي پانګه نه، بلکې په مدیریتي ظرفیت، حسابدارۍ، او بازارموندنې مهارتونو پورې هم تړلی دی. په غزني کې د ښځو او ځوانانو لپاره د فرصتونو محدودیت د ټولنیزو او اقتصادي خنډونو یوه څرګنده نښه ده.

۴ -جدول: فرصتونه او پرمختګ(Opportunities & Growth)

مطرح شوي پوښتنې	1سخت مخالف	2 مخالف	3 بې‌طرفه	4موافق	5سخت موافق
غزني د کرنیزو کاروبارونو لپاره ښه فرصتونه لري	0 (0%)	0 (0%)	0 (0%)	10 (12.5%)	70 (87.5%)
لاسي صنایع ملي او نړیوال بازار ته د انتقال وړ دي؟	0 (0%)	0 (0%)	0 (0%)	60 (75%)	20 (25%)
د ځوانانو نوښتګر کاروبارونه د اقتصاد لپاره ګټور دي	0 (0%)	0 (0%)	0 (0%)	10 (12.5%)	70 (87.5%)
که پورونه او روزنه زیاته شي، زما کاروبار به پراخ شي	0 (0%)	0 (0%)	0 (0%)	10 (12.5%)	70 (87.5%)
د ډیجیټلي سوداګرۍ (آنلاین پلور) امکانات زیاتېدای شي	0 (0%)	0 (0%)	0 (0%)	10 (12.5%)	70 (87.5%)

۴ -جدول: فرصتونه او پرمختګ : د فرصتونو او پرمختګ اړوند پایلې ډېرې مثبتې دي:

- ګډونوال په پراخه کچه باور لري چې غزني د کرنیزو کاروبارونو لپاره ښه فرصتونه لري (87.5% په کلکه موافق) .
- لاسي صنایع ملي او نړیوال بازار ته د انتقال وړ ګڼل شوي دي (75% موافق) .
- د ځوانانو نوښتګر کاروبارونه د اقتصاد لپاره ګټور بلل شوي (87.5% سخت موافق) .
- ډېری ګډونوال ټینګار کوي چې که پورونه او روزنه زیاته شي، نو د دوی کاروبار به پراخ شي (87.5% سخت موافق) .
- د ډیجیټلي سوداګرۍ امکانات هم د ودې وړ ګڼل شوي (87.5% سخت موافق) .

د څېړنې د نمونې (پوښتنپاڼې او مرکو) پر اساس، لاندې موندنې څرګندې شوې:

کرنیز ارزښتزنځیرونه: ګډونوال باور لري چې د کرنیزو تولیداتو په ارزښتزنځیرونو کې پانګونه د SMEs د ودې لپاره مهم فرصت دی. دا پایله د نړیوالو څېړنو سره همغږې لري؛ لکه World Bank (2020) چې څرګندوي، کرنیز ارزښتزنځیرونه د SMEs د پراختیا لپاره حیاتي فرصتونه برابروي .

دودیز محصولات او لاسي صنایع: ګډونوالو یادونه وکړه چې دودیز محصولات او لاسي صنایع کولی شي د عاید مهمه سرچینه شي، په ځانګړي ډول د صادراتو له لارې. دا د UNDP (2021) څېړنې سره همغږي لري چې ښيي دغه سکتور د عاید د تنوع او اقتصادي فرصتونو لپاره مهم دی .

ډیجیټلي سوداګري: ګډونوال باور لري چې د ډیجیټلي سوداګرۍ امکانات د SME سکتور لپاره وده رامنځته کولی شي، په ځانګړي ډول په بازارموندنه او محصولاتو ته لاسرسي کې. دا موندنه د Azimi (2025)څېړنې سره همغږي لري، کومه چې څرګندوي، ډیجیټلي بازارموندنه کولی شي د SME سکتور لپاره نوې لارې پرانیزي او اقتصادي فرصتونه پراخ کړي .

عمومي تحلیل: د دې څېړنې میداني معلومات د نړیوالو څېړنو نتایجو سره په توافق کې دي، چې څرګندوي د SMEs ودې لپاره کرنیز ارزښت‌زنځیرونه، دودیز محصولات، لاسي صنایع او ډیجیټلي سوداګري مهم فرصتونه برابروي .

په ځانګړي ډول، دا ښيي چې د غزني ولایت SMEs اوسنی فعالیت تر ډېره د سوداګرۍ پر محور دی، خو د تولیدي او ارزښت زیاتونکو فرصتونو پراختیا د دوامدارې ودې لپاره حیاتي ده.

۴ـ مناقشه

د څېړنې پایلې څرګندوي چې SMEs د غزني ولایت په اقتصاد کې د کارموندنې، عاید لوړولو، او اقتصادي ودې لپاره مهم رول لري، خو د ګڼو محدودیتونو له امله پرمختګ یې محدود پاتې دی:

مالي محدودیتونه :د بانکي پورونو کم لاسرسی، د بازارونو محدودیت، او د عصري بازارموندنې د سیستم نشتوالی د SMEs د پراختیا تر ټولو ستر خنډونه دي. دا پایله د ADB (2019) او World Bank (2020) څېړنو سره همغږي لري، چې ښيي مالي ملاتړ او بازار ته لاسرسی د SMEs د بریالیتوب بنسټیز عناصر دي . همدارنګه، د OSCE Academy (2017) راپور ښيي چې په افغانستان کې امنیتي بې‌ثباتي د خصوصي سکتور پانګونه او فعالیت محدودوي. نړیوالې څېړنې ښيي چې که ښځو ته مالي ملاتړ او مسلکي روزنه ورکړل شي، نو SME سکتور کې د پام وړ پرمختګ رامنځته کېږي.(Pashtoon, 2024)

زیربنایي محدودیتونه :د برېښنا نشتوالی، خراب سړکونه، د انټرنېټ محدود لاسرسی، او امنیتي بې‌ثباتي د تولید، توزیع او بازارموندنې په وړاندې لوی خنډونه جوړوي. دلته یوه علمي تضاد څرګند دی: د برېښنا نشتوالی د برښنایي سوداګرۍ ودې ته خنډ دی، خو ګډونوال باور لري چې ډیجیټلي سوداګرۍ لا پراختیا مومي. دا ښيي چې د برښنا کمښت د ځینو کاروبارونو د فعالیت پر محدودیت اغېز لري، خو د موبایل انټرنېټ او بدیل انرژي سرچینې (لکه سولر) کولی شي د ډیجیټلي سوداګرۍ امکانات پراخه کړي .

ټولنیزې او مسلکي محدودیتونه :ځوانان او ښځې د سوداګرۍ په برخه کې د فرصتونو محدودیت سره مخ دي. ګډونوالو ټینګار کړی چې د روزنې، مسلکي مهارتونو او نوښتګر فعالیتونو ملاتړ اړین دی. دا پایله د Pashtoon (2024)او OSCE Academy (2017) څېړنو سره همغږي لري .

فرصتونه: سره له ننګونو، غزني د SMEs لپاره مهم فرصتونه لري. د کرنې سکتور، لاسي صنایع، ځوانانو نوښتګر کاروبارونه، او ډیجیټلي سوداګرۍ پراختیا د اقتصادي ودې قوي بنسټونه ګڼل کېږي. د کرنیزو تولیداتو پروسس

او دودیزو صنایعو صادرات د نوي بازارونو پرانېستلو لپاره مهم فرصتونه وړاندې کوي (World Bank, 2020; UNDP, 2021).

۵ـ پایله اخیستنه

دا څېړنه د غزني ولایت د کوچنیو او منځنیو کاروبارونو SMEs د واقعي وضعیت، ننګونو او فرصتونو د ارزونې لپاره ترسره شوې ده. د سروې، مرکې او ثانوي معلوماتو له لارې د ۸۰ کاروبارونو معلومات راټول او د تشریحي احصایې او تحلیل په وسیله ارزول شوي دي. موندنې ښیي چې ډېری SMEs په غزني کې د پرچون کاروبار پر محور فعالیت کوي (۸۱.۲۵٪)، په داسې حال کې چې تولیدي او ارزښت زیاتونې فعالیتونه محدود پاتې دي. همدارنګه، ډېری کاروبارونه د Micro Business په کټګورۍ کې راځي (۱–۵ کارکوونکي) او یوازې لږ شمېر یې د Small یا Medium معیارونه پوره کوي. د څېړنې له مخې، مالي محدودیتونه او د پورونو محدود لاسرسی د ودې د پراختیا پر وړاندې مهم خنډونه دي، سربېره پر دې، د بازار محدود لاسرسی او د سوداګریزو اړیکو کمښت د عاید د زیاتوالي فرصتونه محدودوي. زیربنایي ستونزې، امنیتي بې‌ثباتي او د مدیریتي مهارتونو کمښت هم د دوامدارې ودې مخه نیسي. سره له دې، موجود فرصتونه لکه کرنیز ارزښت زنځیرونه، دودیز محصولات او لاسي صنایع، او همدارنګه ډیجیټلي سوداګري د SMEs د ودې لپاره مهم ظرفیتونه برابروي.

پایلې ښیي چې د غزني ولایت SMEs اوسنی وضعیت د دوامدارې ودې، تولیدي پراختیا او ارزښت زیاتونې له پلوه له محدودیتونو سره مخ دی، او اصلي ستونزې یې د مالي، بازار، زیربنا او مدیریتي برخو پورې تړاو لري. سره له دې، د یادو فرصتونو اغېزمنه ګټه اخیستنه، د مناسب ملاتړ، اغېزمنو پالیسۍ، روزنې او مالي شمولیت له لارې، کولی شي د اقتصادي ودې او د عاید زیاتوالي لپاره زمینه برابره کړي. همدارنګه، حکومت، پرمختیایي بنسټونه او خصوصي سکتور باید د SMEs د ودې لپاره متمرکز او هدفمند اقدامات ترسره کړي، په ځانګړي ډول د مالي ملاتړ میکانیزمونو پیاوړتیا، بازار ته د لاسرسي پراختیا، د زیربناوو ښه والی او د مدیریتي مهارتونو لوړول باید لومړیتوب وګرځي، څو SMEs وکولای شي د غزني ولایت اقتصادي تنوع، د عاید زیاتوالی او د کارموندنې پراختیا ته وده ورکړي.

٦ـ ماخذونه

Ahmadzai, M. (2025). Importance and challenges of small and medium businesses in Afghanistan. *Journal of Social Sciences, Kabul University*. https://doi.org/10.62810/jss.v6i1.85

Asian Development Bank. (2019). *Asian development outlook 2019: Strengthening small and medium-sized enterprises in Asia*. Asian Development Bank. https://doi.org/10.22617/FLS190389-3

Azimi, R. (2025). *Digitalization of women-led SMEs in Afghanistan with focus on e-commerce: Challenges and opportunities* [Unpublished master's thesis]. Leipzig University.

Beck, T., & Demirgüç-Kunt, A. (2006). Small and medium-size enterprises: Access to finance as a growth constraint. *Journal of Banking & Finance, 30*(11), 2931–2943. https://doi.org/10.1016/j.jbankfin.2006.05.009

International Journal for Multidisciplinary Research. (2026). Barriers to SME finance in Afghanistan. *IJFMR Journal, 8*(1), 1–12. https://www.ijfmr.com/papers/2026/1/65689.pdf

Jamali, A. J., Lalzai, F., & Jamali, N. J. (2023). Marketing constraints and price perspectives for onion in Khost Province, Afghanistan. *Journal for Research in Applied Sciences and Biotechnology, 2*(4), 1–7.

Makhdom, M. A., Ramin, A., Intezar, A., & Adib, H. (2025). Identifying barriers to the development of SMEs in Afghanistan. *Nangarhar University Social Science Journal, 4*(2), 45–60.

Muqamzai, R. (2022). Small and medium enterprises: Introduction, challenges, and current needs. *Ketabton Article Bank*. https://ketabton.com/articles/1046

OSCE Academy. (2017). *Challenges and opportunities of small and medium enterprises operations in Afghanistan*. OSCE Academy Research Paper. https://mt.osce-academy.kg/handle/123456789/77

Pashtoon, R. (2024). Access to microcredit and profit growth among women-run SMEs in Afghanistan. *Arghand Journal of Social Sciences, 3*(1), 22–35.

United Nations Development Programme. (2021). *Afghanistan development and economic update: Private sector and SMEs*. UNDP.

World Bank. (2020). *Small and medium enterprises (SMEs) finance: Improving access to finance for SMEs*. World Bank Group. https://doi.org/10.1596/978-1-4648-1444-4