



۱۲.

څنگه کولای شم لارښوونکي، روزونکي او سلاکاران پیدا کړم؟

۱۳.

آیا اړینه ده چې د خپل کاروبار لپاره یو ځای پیدا کړم یا له کوره یې پیل او اداره کولی شم؟

۱۴.

د کار ځای د ټاکلو پر مهال باید کوم کار تر سره کړم؟

۱۵.

د خپل شرکت د کار پیل یا دوام لپاره کومو تجهیزاتو او موادو ته اړتیا لرم؟

۱۶.

څنگه پوهېدلای شم چې زما کاروبار به گټه وکړي؟

۱۷.

د خپل کاروبار له پیلولو څخه وړاندې باید کوم ډول مالي پلانونه او راپورونه جوړ کړم؟

۱۸.

د خپل کاروبار د پیلولو لپاره له کوم ځایه پیسې ترلاسه کولای شم؟

۱۹.

که بریالی نشم، څه به پېښ شي؟



۶.

څنگه کولای شم وټاکم چې کوم ډول کاروبار پیل کړم؟

۷.

څنگه کولای شم هغه خلک وپېژنم او ورته لاسرسی پیدا کړم چې له ما څخه به تولیدات پېري؟

۸.

څنگه پوه شم چې سیالان مې څوک دي؟

۹.

څنگه کولای شم د خپلو سیالانو په پرتله خپل تولیدات او چوپړتیاوې په غوره توګه وړاندې کړم؟

۱۰.

څنگه پوه شم چې خلک به زما محصولات او چوپړتیاوې وپېري که نه؟

۱۱.

د کاروبار پیلولو پر وړاندې عام خنډونه کوم دي؟



۱.

آیا زه باید متشبهت اوسم؟

۲.

د یو متشبهت لپاره پیاوړتیاوې او کمزورتیاوې څه دي؟

۳.

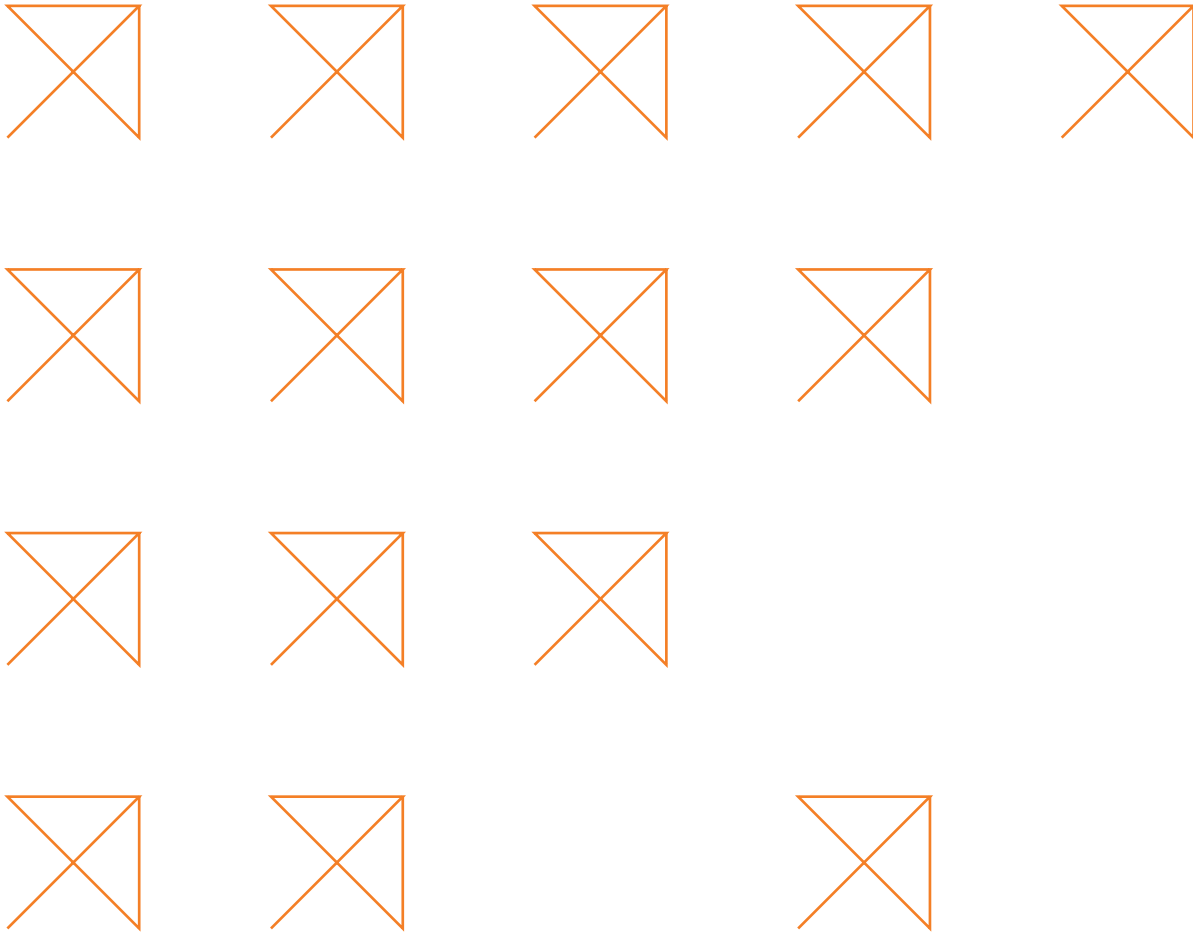
د متشبهت اساسي دندې او مسوولیتونه څه دي؟

۴.

څنگه کولای شم چې د خپل کاروبار پیلولو/اداره کولو لپاره له خپلې کورنۍ څخه ډاډ، ملاتړ او هوکړه ترلاسه کړم؟

۵.

سوداګریز پلان څه دی او څنگه ترې گټه اخیستلی شم؟



۱. آیا زه باید متشبت اوسم؟

متشبت کېدل يوه اړينه پرېکړه ده او داسې پرېکړه چې بايد په زياتې پوهې او فکر سره تر سره شي. ستاسې پرېکړه نه يوازې تاسې بلکې ستاسې شاوخوا نور خلک هم اغېزمنوي: لکه ستاسې کورنۍ، ملگري او ستاسې ټولنيزې او کاروباري اړېکې.

د ډېرو لپاره د متشبت کېدلو پرېکړه ستاسې په ورځني ژوند کې په دې اړه د يو بشپړ بدلون معنا لري چې تاسې خپل وخت، انرژي او په ډېره اړينه توگه خپلې پيسې څنگه لگوي.

متشبت کېدل نه يوازې له مالي پلوه بلکې د يوې نظريې درلودلو او له دغه نظريې څخه د کاروبار رامنځته کولو له رضایت څخه د لاسته راوړنې او مکافاتو احساس رامنځته کولای شي. ډېر متشبتين وايي چې دوی خپل کاروبار د دې لپاره پيل کړ چې دوی پوهېدل چې د دوی توليد او چوپړتيا ته اړتيا وه يا دوی وليدل هغه توليدات يا چوپړتياوې چې اوسمهال پلورل کېږي ودي/اصلاح ته اړتيا درلوده او د دوی لاره چاره د هغه کار لپاره غوره وه.

دا حقيقت چې د غوره توليداتو او چوپړتياوو وړاندې کول به له مالي پلوه مکافات شي، ډېر ځلې يو متشبت ته د دې په اړه پوهېدل لږ اهميت لري چې دوی نښايي په داسې ډول په کې اصلاح راولي چې تل په کې شيان په هماغه ډول ترسره کېدل. تاسې بايد په دې اړه وپوهېږئ چې تاسې ته څه اهميت لري او آیا تشبت/سوداگريز چار چلند ستاسې د ژوند له لومړيتوبونو سره سمون خوري.

پدې اړه لا ډېر معلومات

دلته څو پوښتنې شته کله چې تاسو د متشبت کېدو په اړه فکر کوئ، بايد له خپل ځان څخه يې وپوښتئ. که چېرته تاسو له دغو پوښتنو څخه ډېرو ته منفي ځواب ورکړ، تاسو نښايي فکر وکړئ چې واقعاً غواړئ چې يو متشبت شئ او که نه.

- آیا تاسې د يو متشبت ذهنيت لرئ؟ يو متشبت بايد د خطرونو له منلو سره لېوالتيا ولري او په جلا ډول کارونه وکړي؛ آن داسې کارونه وکړي چې له دې وړاندې ترسره شوي نه وي.
- څومره بايد خپل ځان سم وپېژنم؟ دا د خپلو ارزښتونو، مهارتونو، پياوړتياوو، کمزورتياوو او د څه په اړه چې تاسې حساس ياست، پوهېدل دي. د يو متشبت په توگه دا يوازې دومره اړينه ده څو هغه څه وپېژنئ چې تاسې پرې نه پوهېږئ، لکه څنگه چې تاسې بايد خپلې پياوړتياوې، مهارتونه او استعداد وپېژنئ.
- آیا زه نوښت او هيله لرم؟ متشبتين بايد وکولای شي د کوم بل کس له لارښوونې پرته کارونه ترسره کړي. همدارنگه دا په دې اړه پوهېدلو لپاره يو ټاکلې اندازه باور ته اړتيا لري کله چې د اړتيا پرمهال د مرستې يا ملاتړ غوښتنه وشي.
- آیا زه مقاومت لرم؟ يو بريالی متشبت کېدل په نادره توگه په چټکۍ سره پېښېږي. دا يو کور سرک دی چې کثافات، انحرافونه، بېروبار او داسې غونډۍ لري چې لوړې او ژورې دي.
- آیا زه انعطاف منونکی يم؟ د يو متشبت په توگه، کارونه په نادره توگه له پلان سره سم په دقيق ډول مخ ته ځي، نو تاسې بايد د بدلون پر وړاندې انعطاف منونکي اوسئ. په دې کې نښايي داسې خنډونه شامل وي چې د پلانونو بدلون ته اړتيا ولري يا دا نښايي دا ډول وي چې يو ناپلان شوی فرصت په خپله رامنځته کېږي او يوې جلا طريقې ته اړتيا لري.
- آیا زه ټولنيز يم؟ د متشبت په توگه تاسې ډېر ځلې د کورنۍ، ملگرو او مسلکي اړيکو يوې ملاتړې شبکې ته اړتيا لرئ څو ستاسې کاروبار له يوې نظريې څخه په حقيقت بدل کړي. متشبتين نه شي کولای چې په گوښه توب کې کاروبار مخ ته يوسي او تاسې د خپلمنځي اړيکو په پياوړو مهارتونو کې غوره ياست، څو وکولای شئ ووځئ او خپل کاروبار ته وده ورکړئ.
- آیا زما کورنۍ به زما د سوداگريز چار چلند څخه ملاتړ وکړي؟ که ستاسې خوښه وي او کنه، کورنۍ مو د يو متشبت په توگه ستاسې په ژوند کې يو رول لوبوي. بايد وگورئ چې تاسې کورني مسوؤليتونه لرئ او يا تاسې کولای شئ چې په سوداگريز چارچلند سره خپل مسوؤليتونه پوره کړئ. ډېرې بريالۍ نښيځنه متشبتينې په خپل برياليتوب کې د کورنۍ ملاتړ د يو مهم عامل په توگه يادوي. آیا تاسې اړين ملاتړ لرئ؟

د دې برخې اصطلاحات

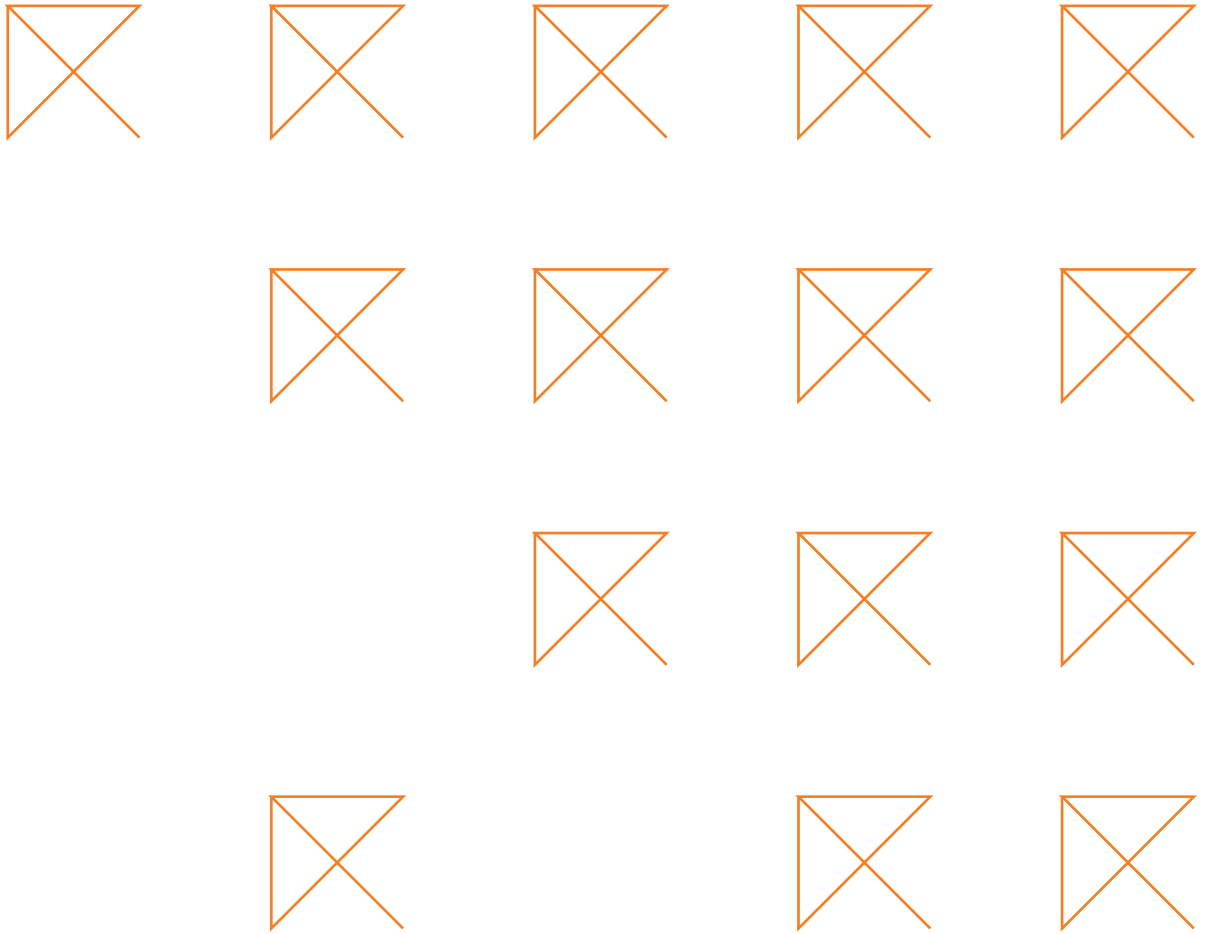
متشبت - هغه کس چې کاروبار يا تشبثونه تنظيم او اداره کوي او د خپل سوداگريز کار د پرمختگ لپاره خطر مني.

په دې اړه د لایزاتو معلوماتو لپاره لاندې مطالب وگورئ

- د یو متشبت اساسي دندې او مسئولیتونه څه دي؟ ۱. د تشبث پیلول او پلان جوړول
- څه به پېښ شي که چېرته زه بريالی نشم؟ ۱. د تشبث پیلول او پلان جوړول
- څنگه کولای شم چې خپلې شخصي موخې وټاکم/معلومې کړم؟ ۴. مشري
- د بازار په اړه څېړنه څه ته وايي او څنگه یې ترسره کولای شم؟ ۶. بازار موندنه
- عایدات څه ته وايي او څنگه خپل عایدات پېژندلای شم؟ ۱۲. مالی مدیریت
- گټه څه ته وايي او څنگه یې ټاکلی/معلوماتی شم؟ ۱۲. مالی مدیریت

موجود اضافي وسایل

د متصدي د چمتووالي ارزونه



۲.

د یو متشبت لپاره پیاوړتیاوې
او کمزورتیاوې څه دي؟

د متشبت پیاوړتیاوې

کله چې متشبتین بریالی شي، د دوی پیاوړتیاوې نه یوازې دوی ته اجازه ورکوي خو موخې تعقیب کړي، بلکې نورو ته هم اجازه ورکوي خو رهبري او مدیریت وکړي. متشبتین هڅه کوي چې په چټکۍ سره عمل وکړي او د خطرونو اخیستلو او د ناڅرگند حالت سره د هوسا او آرام اوسېدلو پر مهال ساده او عملي حل لارې تعقیبوي.

په ټوله کې متشبتین مثبت، تیار، خوشبین وي او ډېر ځله باید پېچلې ټاکنې وکړي؛ دوی د باور په اړه غږېږي کله چې دوی له بدبختۍ او حتی د ناکامۍ د احتمال سره مخ کېږي.

د متشبت کمزورتیاوې

د متشبتینو کمزورتیاوې هغه وخت را پیدا کېږي کله چې دوی سلاکارانو، کورنۍ یا ونډه والو ته د هغو ستونزو په اړه چې د دوی شرکت ورسره مخ دی، غوږ ونه نیسي. دا کېدلای شي چې د دوی په خپله رهبرۍ کې ستونزه وي یا مالي موضوعاتو، راپورونو او فعالیتونو ته په کافي اندازه پام نه کوي.

یوه عامه کمزورتیا دا ده چې متشبتین نورو ته مسوولیتونه ونه لېږدوي او هڅه وکړي چې ټول کارونه په خپله وکړي. یوه بله عامه کمزورتیا دا ده کله چې متشبتین خپلې نېمگړتیاوې نه مني او له نورو څخه د مرستې یا مشورې غوښتنه نه کوي. درېیمه عامه کمزورتیا دا ده چې متشبتین ډېر ځلې په دې باور لري چې د دوی تولیدات او خدمتونه ډېر ښه دي او له دې امله بازارموندنه ورته اړینه نه ده. دوی په دې اړه فکر نه کوي چې له کارکوونکو، پانگه اچوونکو، پېرودونکو او کورنۍ سره د خپلو ستونزو او ننگونو په اړه په آزاد ډول خبرې کول اړین دي. څلورمه عامه کمزورتیا دا ده چې متشبتین کولای شي چې د بدیلو فکرونو په پام کې نیولو او په ښکاره ډول د خپل کاروبار د سوداگریزې وړتیا ارزولو لپاره د انعطاف منلو پرته د خپل کاروبار نظریات درک کړي.

پدې اړه لا ډېر معلومات

په تشب کې متخصصین د یو بریالي متصدي لپاره د اړینو پیاوړتیاوو په اړه ډېرې څارنې/نظریات شریکوي.

خطر منل: په لېوالتیا سره ننگونې، په لوړه کچه د خطر خوشبین درک پر ځان مني او د پرېکړې کولو لپاره منطقي لار غوره کوي خو خطر را کم کړي. د خطر منل د ځان وژنې یا د مرگ د یو غیر منطقي هیلي په څېر داسې څه نه دي، دا په حقیقت کې د محاسبه شوي خطرونو منل دي. متشبتین باید نورو لکه محاسبینو، مالي کارکوونکو او حتی هغو کسانو ته غوږ کښېږدي څوک چې بېلابېل نظرونه لري؛ هېڅوک ټول معلومات نه لري، ځکه نو د امکان تر حده ډېرو خلکو ته غوږ نیول له تاسې سره مرسته کوي.

اراده: متشبت «فوق العاده کاري اخلاق لري؛ له خنډونو سره مخامخ کېږي خو ورباندې برلاسی کېږي؛ له خنډونو او ستونزو نه تښتي.» زیاتې ننگونې او شاته تگ پېښېږي چې ورباندې برلاسی کېدل پیاوړې ارادې ته اړتیا لري. د تشب په کار کې پاتې والی راځي، خو د ارادې خاوند له کاره لاس نه اخلي بلکې هڅه کوي داسې لارې ومومي چې ناکامي په بریالیتوب بدله کړي.

د اختیار تفویض: بریالی متشبت «په خپلې ارادې نورو ته اختیار او مسوولیت ورسپاري؛ په فعال ډول همکاري کوي؛ د نورو وړتیاوې تشخیصوي او ورڅخه کار اخلي.» هیڅ ډول ستر کار تر اوسه د یوه کس لخوا په یوازې ډول تر سره شوی نه دی. د بریالیتوب لپاره د یوه ټیم درلودل اړین دي او په ټیم کې دننه باید بېلابېلې دندې بېلابېلو کسانو ته وسپارل شي.

د زده کړې په لټه: بریالی متشبت «د کاروبار په هکله ژور او اړوند معلومات ترلاسه کوي؛ له زده کړې څخه د سیالی لپاره کار اخلي؛ د معلوماتو د اړتیا وړاندوینه کوي.»

د خلاق فکر خاوند: «له عامو حدونو او پولو هاخوا فکر کوي؛ نوي فکرونه وړاندې کوي؛ بېلابېلې لارې څېږي او د ستونزو لپاره د حل لاره لټوي.» معمولاً د ستونزو د حل لپاره بېلابېلې لارې شته. خلاق فکر درلودل له متشبت سره مرسته کوي خو داسې لارې چارې وکاروي چې بل هېچا ورباندې فکر کړی نه وي. په ځان باور درلودل: بریالی متشبت «په ښه ډول ځان ښکاره کوي؛ نوښت په لاس کې اخلي او د کسب او کار په پراختیا کې پر خپلې وړتیا باور لري.»

تبلیغ کول: بریالی متشبت «د خپل شرکت په استازیتوب په میړانه خبرې کوي؛ د شرکت نظر په اغېزمن ډول بیانوي.»

د اړیکو ساتل: بریالی متشبت «عالي ټولنیزه پوهه لري؛ گټورې متقابلې اړیکې رامنځته کوي؛ د ښه چلند خاوند او مثبت نظر لري.»

رسا او څرگند: متشبت د خپل نظر په بیانولو کې ستونزه نه لري، آن که د هغه نظرونه له هرکلي سره مخامخ نشي. هغه د هغو خبرو له ویلو چې نور ورباندې فکر کوي، وپره نه لري. متشبتین د معمولو حدونو او پولو د ازمايلو څخه وپره نه لري او بې پردې خبرې او صریح اللهجه والی ورسره په دې کار کې مرسته کوي. **عملي جنبه او منطقي والی:** متشبتین کېدای شي د فلسفې لېوال وي، خو کله چې د ژوند کولو خبره راځي، عملي فکر ولري او د اغېزمن او نه اغېزمن کارونو

تر منځ توپیر وکړي. متشبین له کره او سمو فکرونو خوند اخلي، نه له بې معنا او بې پایه بحثونو. **هونبیاړي او بصیرت:** متشبین هونبیاړ خلک دي. کله چې یو څه بدلېږي، کله چې کسان سوکاله یا نارامه وي او هغه مهال چې شرایط سخت او ناندیریز کېږي، هغوی ورته پام کوي. د هغوی مشاهدوي مهارتونه هغوی سره د هر چا په خوښه اړیکې جوړولو کې مرسته کوي. **نوبنتگر او اصیل:** د فکر او نظر تبادلې سره د متشبینو لېوالتیا له نوبنتگرۍ او اصالت څخه سرچینه اخلي. لکه څرنګه چې پورته وویل شول، د معمول پولو او حدونو ازمویل او د صریح او مستقیمو خبرو پیاوړتیا متشبت ته اصیل او نوبنتگر وسیلې چمتو کوي. **ټولنیزوالی او نزاکت:** متشبین معمولاً د رهبرۍ طبیعت لري او دا پیاوړتیا لري چې نه یوازې له هر چا سره جوړ راشي بلکې کولای شي تقریباً د هر چا مدیریت وکړي. له هغه ځایه چې هغوی ډېر هونبیاړ او د بصیرت خاوندان دي، په اړیکو او نورو ته په ډاډ ورکولو کې عالي دي. دغه صفتونه هغوی په ټولنیز او د مشرۍ په چاپېریال کې په اغېزمنو کسانو بدلوي.

په یاد ولری چې د دې صفتونو او مهارتونو جوړښت، متشبین د خپلو ماموریتونو په تر سره کولو کې بریالي کوي. کله چې په دغو صفتونو فکر کوی، خپلې پیاوړتیاوې وڅېړئ او وګورئ چې تاسې په ورته شرایطو کې په خپل شخصي او مسلکي ژوند کې څرنګه چلند کړی دی.

۸ د دې برخې د اصطلاحاتو تعریف

د واک سپارل – د کار په تر سره کولو کې پر بل چا باور کول.

د خطر منل – په داسې شرایطو کې اقدام کول چې ډاډمن نه یاست څه به پېښ شي.

د افکارو تبادلې – کله چې یوه ډله سره راټولېږي څو خپل نوي فکرونه او نوې لارې د کار د تر سره کولو لپاره لټوي.

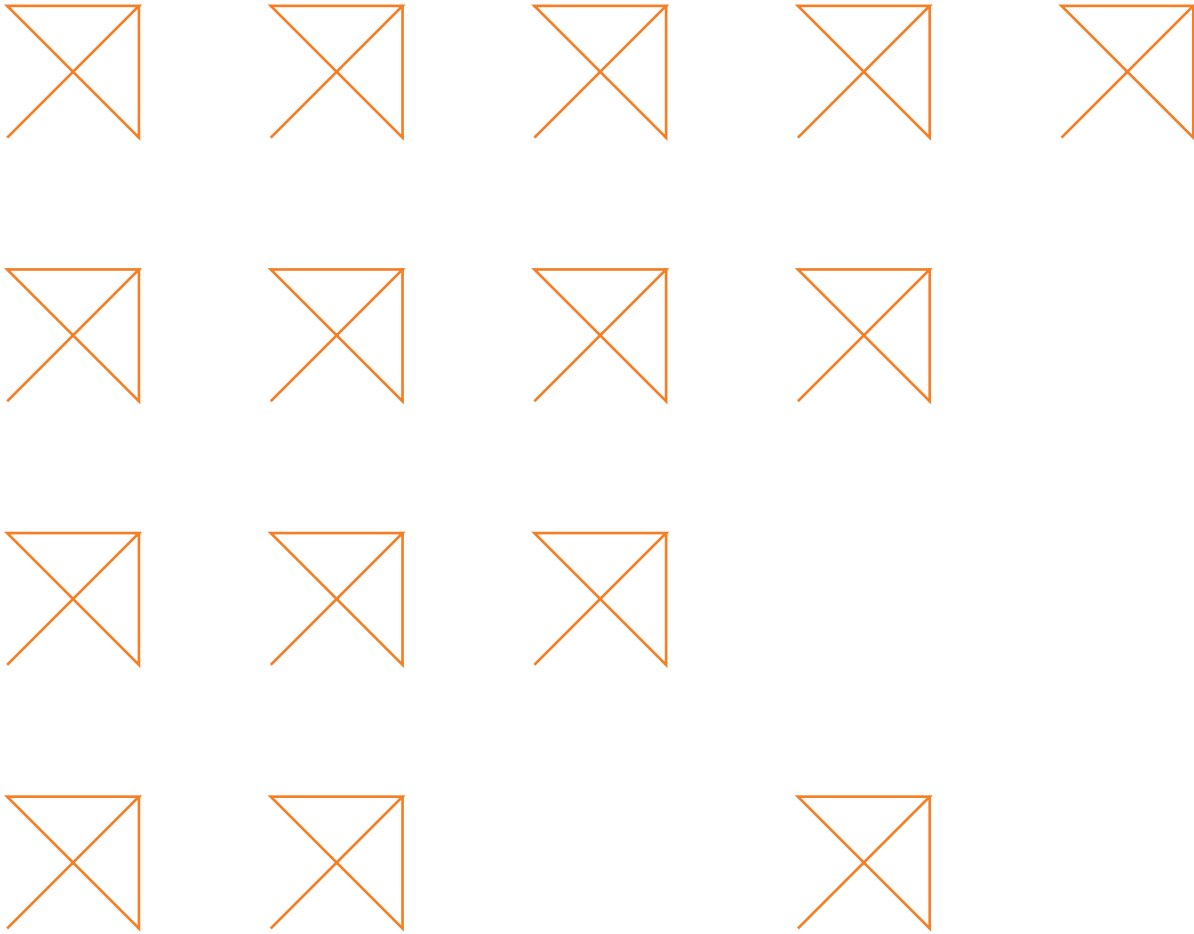
متشبت – هغه کس چې کاروبار یا تشبثونه تنظیم او اداره کوي او د خپل سوداګریز کار د پرمختګ لپاره خطر مني.

شریکان – هغه کسان چې د یوه کاروبار نه اغېزمن کېږي یا د خپل چلند له لارې ورباندې اغېزه کوي.

پانګه اچوونکي – هغه کسان یا سازمانونه چې د یوه بل کس یا شرکت لپاره پیسې یا سرچینې چمتو کوي، په دې موخه چې د هغه کس یا شرکت په مالي لاسته راوړنو کې شریک شي.

۹ د دې موضوع په اړه د زیاتو معلوماتو لپاره لاندې مطالب وګورئ:

- څرنګه روزونکي او مشاورین پیدا کړو؟ ۱. د تشبث پیلول او پلان جوړول
- د ښو مشرانو ځانګړنې څه دي؟ ۴. مشري
- ولې او څرنګه د خپل شخصي ماموریت انځور جوړ کړم؟ ۴. مشري
- خپلې شخصي موخې په څه څرنګه وټاکم؟ ۴. مشري
- نظرونه او وړاندیزونه څرنګه لاسته راوړم؟ ۴. مشري
- د پرمختګونو لپاره په څرنګه زیات نظرونه راټول کړم؟ ۴. مشري
- څرنګه بریالي ټیمونه جوړ کړم؟ ۴. مشري
- څرنګه ښه مشر شم؟ ۴. مشري



۳.

د متشبث اساسي دندې
او مسوولیتونه څه دي؟

د شرکت د کار په موده کې د متشبت دندې او مسوولیتونه بدلېږي. ځینې دندې او مسوولیتونه عبارت دي له:

- د شرکت د لید او موخې ټاکل
- د هغه فرصت تشخیصول چې شرکت یې باید تعقیب کړي یا د هغه ستونزې تشخیصول چې شرکت یې باید حل کړي.
- د هغو چوپړتیاوو یا محصول رامنځته کول او روزل چې شرکت به یې وړاندې کړي.
- له ملگرو، کورنۍ او کارپوهانو څخه د نظر او مشورې غوښتل چې د هغه کاروبار په هکله پوهاوی لري. دا د بازار د څېړنې یوه برخه ده.
- د سوداگریز پلان لیکل څو نور د تشبث د سوداگریز نظر او د هغه د اجرا کولو په هکله پوه شي، لکه د پیسو مقدار چې د هغه تشبث د پیل او کار د دوام لپاره به په یوه یا دوو کلونو کې ولگول شي.
- د هغو سیالانو په هکله د معلوماتو ترلاسه کول چې اوس مهال د پام وړ کاروبار په هکله د بازار اړتیاوې پوره کوي او د دې تشبث د بالقوه پېرودونکو او بازارونو پېژندل. (د سیالانو شننه)
- د هغه ځای برابرول او چمتو کول چې شرکت به په کې فعالیت وکړي، د اړینو جوازونو اخیستل او د ټولو دولتي مقرراتو مراعت کول او په پام کې نیول.

کله چې شرکت د متشبت او لږ تر لږه بهرنۍ مرستې له خوا په لاره واچول شو او په فعالیت یې پیل وکړ، د شرکت خاوند به لاندې مسوولیتونه په غاړه ولري:

- حسابداري
- فرمایش اخیستل
- پلورل
- د توکو او چوپړتیاو لېږد، د توکو او تجهیزاتو ترلاسه کول

کله چې شرکت په فعالیت پیل وکړ، متشبت به د لاندې دندو لپاره زیات وخت ولگوي:

- نورو ته روزنه ورکول ترڅو د کاروبار اساسي فعالیتونه لکه تولید، خرڅلاو، د توکو لېږد او نورې چارې ترسره کړي.
- د پېرودونکي چوپړتیاوې او د پېرودونکي اړیکې
- اعلانونه او بازار موندنه
- د اسنادو او مالي حسابونو له ثبت او ساتنې څخه څارنه
- د شرکت د ودې لپاره د فرصتونو موندل
- د هغو مشرانو روزل او تربیه کول چې د شرکت په مدیریت او وده کې مرسته کوي.
- د خپلو پیسو، شراکت یا بانکي پورونو له لارې د شرکت د پانگو اړتیاوې پوره کول

پدې اړه لا ډېر معلومات

د ډېری متشبتینو لپاره پر څو کارونو تمرکز کول (او کله هم په ورته وخت کې) گټور دی. ځینې کسان بنایي په ورته وخت کې د زیاتو کارونو او زیاتو دندو مدیریت په یوه وخت کې ستونزمن او ستړی کوونکی وگڼي. مهمه نه ده چې تاسې له دې دوه ډلې متشبتینو څخه کوم یو یاست، ځکه د دواړو ډلو دندې ورته دي.

یو شمېر تر ټولو عام رولونه چې تاسې به یې د یوه متشبت په توگه په غاړه ولری، عبارت دي له:

مشري- د مشري تعریف ستونزمن دی او د مشري دندې تر سره کول له هغې هم ستونزمن دي: د مشري دندې د تر سره کولو وړتیا د تجربې حاصل دی. تاسې د مشر په توگه د چارو تر سره کولو د څرنګوالي دنده، نورو کسانو ته د ښه کېدو بېلگه چې ستاسې په شرکت کې کار کوي، د شخړو حل کولو او په شرکت کې د مثبت چاپېریال پیاوړتیا آن هغه مهال چې کارونه په ښه ډول پر مخ نه ځي، په غاړه لری.

د شرکت انځور- تاسې په شرکت کې دننه او بهر د شرکت د استازي په توګه پېژندل کېږئ. په غونډو، پروګرامونو يا بهرنيو فعاليتونو کې له نورو سوداګرو سره د ليدو پر مهال نه يوازې د شرکت خاوند ياست بلکې د هغو کسانو په ذهن کې چې ورسره ګورئ، تاسې او ستاسې شرکت يو ډول ښکاري. خلک به ستاسې شرکت ستاسې له شخصيت او چلند سره وتړي، له دې کبله هر ورومه هڅه وکړئ چې د خپل شرکت ښه استازيتوب وکړئ.

تخيل درلودل: د متشبهينو د برياليتوب لامل دا دی چې يو فکر په کاروبار بدلوي او پر تشبې د فکر بدلولو لپاره شخص بايد وکړای شي چې د راتلونکي په هکله خپل تخيل وروزي. هغه کسان چې د ښه تخيل پياوړتيا لري، تل د پخوانيو ننگونو د لېرې کولو لپاره د نوو فرصتونو او تازه لارو د موندلو په لټه کې وي. کله چې شرکت په کار پيل وکړ، دغه رول به تل ستاسې په غاړه پاتې شي. د تخيل خاوندان تل هڅه کوي خو د شرکت د ودې او پرمختګ لپاره نوې لارې او نوي مسيرونه پيدا کړي.

تصميم نيونکی- تاسې به د کارکوونکو د متشبهيت په توګه پېرودونکي او چمتو کوونکي ولرئ چې له پېچلو مسايلو او معلوماتو سره تاسې ته مراجعه وکړي. تاسې د هغه کس په توګه چې تر ټولو زيات تصميمونه نيسي، بايد ځينې مهال داسې تصميمونه ونيسئ چې په هغه کار کې ښايي ټول کسان به خوشاله نکرې.

مالي مدير- ستاسې د شرکت مالي سلامتيا د هغه د اوږدمهال برياليتوب يا ناکامي تر ټولو ستر عامل دی. کېدای شي تاسې په شرکت کې د مالي مهارت درلودونکي کسان په کار وګومارئ، خو له دې سره سره د شرکت د مالي اسنادو د څارنې او اړينو اقداماتو مسووليت به ستاسې په غاړه وي. په مالي مسايلو کې صداقت او روڼتيا ډېره مهمه ده.

مبلغ- آن که خپل شرکت ته مو د بازار موندنې، پلورلو او اعلانونو متخصصين راوستي وي، بيا هم د شرکت د تبليغ په برخه کې ستاسې رول تر ټولو زيات دی. تاسې د اصلي مبلغ په توګه بايد د خپل شرکت په هکله معلومات ورکړئ او د کارکوونکو او پېرودونکو په مينځ کې د شرکت په هکله مثبت ليد رامنځته کړئ. تاسې بايد تل د داسې لارو په لټه کې اوسئ چې د شرکت پلورل او فرصتونه زيات کړي.

د پېرودونکو د خدمتونو مدير- يوه متشبهيت ته د شرکت د پېرودونکو له خوشالۍ او وفادارۍ بل څه مهم نه دي، په ځانګړې ډول کله چې شرکت کوچنی او ځوان وي. دا به ستاسې له اصلي مسووليتونو څخه وي ځکه تاسې به په ډېر احتمال د ګوتو په شمېر پېرودونکي ولرئ او هغوی به ستاسې د شرکت سلامتيا لپاره ځانګړی اهميت ولري. تاسې بايد په خپله د پېرودونکو د رضايتمنۍ پاملرنه وکړئ او د اړتيا په حالت کې په خپلو محصولاتو او چوپړتياوو کې بدلون رامنځته کړئ.

د بشري سرچينو مدير- تاسې د متشبهيت په حيث بايد د داسې ټيم جوړولو مسووليت په غاړه واخلي چې ستاسې فکر او موخې په برياليتوب سرته ورسوي. يعنې تاسې بايد شرکت ته د اشخاصو پر ننوتلو بشپړ کنترول ولرئ او په برياليتوب سره د کارونو تر سره کولو لپاره بايد د مهارتونو، وړتياوو، زده کړو، تجربو او اړينو شخصيتونو د څرنگوالي لومړيتوب وکړئ.

د نورو ټولو شیانو مدير- تشبې يوازې ښه ښکاره کېدل او برم نه دی. د معلوماتو ثبتول، اداري تشریفات، د ټيم لپاره د چای له شتون څخه ډاډمنتيا او نور عادي کارونه به ستاسې وخت ضايع کړي. البته دغه کارونه ستاسې د کاروبار په برياليتوب کې ډېره مهمه ونډه لري.

د بېلګې په توګه، کله چې فریدې په هرات ولايت کې د راډيو سټیشن جوړ کړ، خپل کار يې د پانګې جلبولو لپاره د لنډ سوداګريز فکر په ليکلو پيل کړ. کله چې يې د راډيو عملي کار پيل کړ، په خپله د راډيو اصلي ويانده وه او ډېری وخت يې له هغو کسانو سره خبرې کولې چې غوښتل يې د هغې په راډيو کې خپلې سوداګريزې خبرتياوې خپرې کړي. هغې د ټولنې له مهمو کسانو سره د مرکې کار په خپله تنظيم او د رپوټونو د راټولو لپاره يې نورو ولايتونو ته سفر کاوه. ځينې وخت د هغې ټيم د مالي مسايلو او بانکي ستونزو د حل لپاره ورڅخه مشوره غوښتله. هر کله به چې د ستوډيو وسايل او تجهيزات له ستونزې سره مخامخ کېدل، هغې به له خپلوانو څخه د ترميم لپاره مرسته غوښتله. هغې د رسنيو په بېلابېلو غونډو کې ګډون کاوه او لنډې ويناوې يې کولې څو خپلې اړيکې ژوندۍ وساتي. د هغې کار د هغې ژوند ګرځيدلی و، خو هغې له خپل کار څخه خوند اخيست ځکه په راډيو کې د خلکو د غږ له خپرولو څخه خوشاله کېدله. له دوو کالو او د ۱۲ کسانو له ګومارنې وروسته، هغې بيا هم احساس کاوه چې د شرکت د کار په لومړيو ورځو کې ده. د هغې د کار طبيعت اوس په مشرۍ او ستراتيژيکو پرېکړو بدل شوی و، خو لا تر اوسه د شرکت په ورځنيو کارونو کې شريکه وه.

ځينې دغه دندې د وخت په تېرېدو ستاسې له اوږو نه لېرې کېږي. ښايي ډېر کسان استخدام کړئ چې دغه مسووليتونه په غاړه واخلي، خو بيا به هم تاسې د وروستۍ پرېکړې او د هغه لارې د ټاکلو مسووليت ولرئ چې د اداري نور مشران يې تعقيبوي. دغه کارونو پر متشبهينو زيات فشارونه واردوي او ځينې کسان په دې کار کې دومره ښکېل کېږي چې هومره ارزښت نه لري. سره له دې بايد يادونه وشي چې دغه کارونه به ستاسې د دندې له جذابيت سره مرسته وکړي او تاسې ته به د کاروبار د واقعي لارو چارو په هکله ښه پوهه درکړي.

د دې برخې د اصطلاحاتو تعريف

پانگه اچول - شرکت ته د پیسو ورکول خو وروسته ورڅخه عاید ترلاسه شي.

روزونکی - کله چې نورو سره مرسته کوي خو په ښه ډول کار وکړي او ورته مشوره ورکوي.

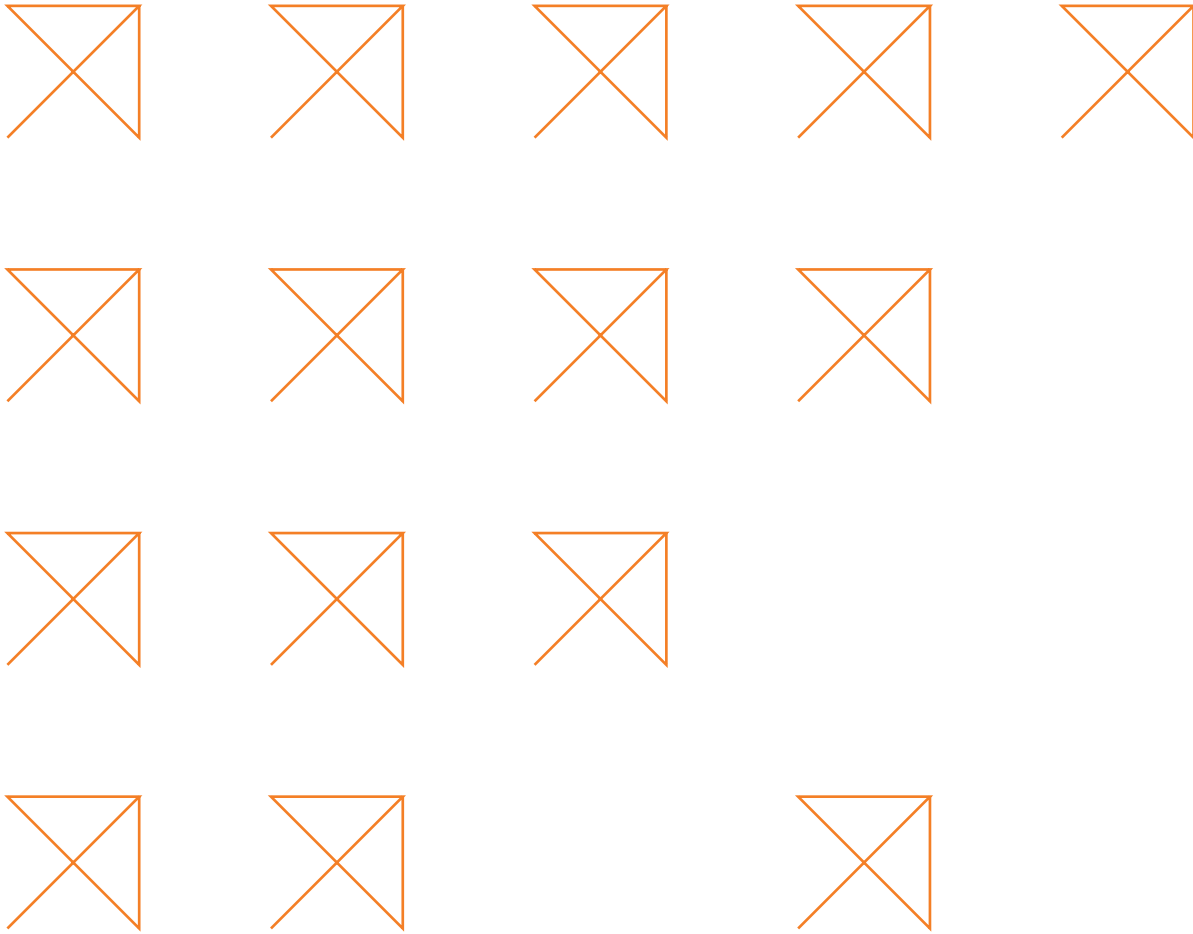
د بشري سرچينو مدير - په شرکت کې هغه کس چې د شرکت کارکوونکو د چارو مسوولیت په غاړه لري او د اسنادو ساتلو، گمارنې، په شرکت کې په شرایطو پوره کسانو موندلو، د کارکوونکو د ستونزو حل کولو په څېر کارونه تر سره کوي.

د دې موضوع اړوند د زیاتو معلوماتو لپاره لاندې مطالب وگورئ:

- څرنګه خپل محصول یا چوپړتیاوې له خپل سیال څخه ښه کړم؟ ۱. د تشبث پیلول او پلان جوړول
- څرنګه کاروبار لپاره مشوره او لارښوونه تر لاسه کړم؟ ۲. د تشبث پراوونه - د تشبث رسمی کول
- څرنګه شرکت لپاره د ودې ستراتیژي او موخې وټاکم؟ ۱۴. وده او پراختیا
- بریالي مشران څه کار کوي؟ ۴. مشري
- خپل کارکوونکي ولې او څرنګه پیاوړي کړم؟ ۴. مشري
- څرنګه کارکوونکو ته وده ورکړم خو ښه کار وکړي؟ ۸. د بشري منابعو مدیریت

موجود اضافي وسایل

د بریالی پلان جوړونې لپاره د لارې نقشه



۴.

څنگه کولای شم چې د خپل کاروبار د
پیل/تنظیم لپاره له خپلې کورنۍ څخه
ډاډ، ملاتړ او هوکړه ترلاسه کړم؟

د سوداګرۍ پیل په قوي احتمال ستاسې د کورنۍ په ژوندانه کې زیات بدلونونه راولي. کورنۍ معمولاً تاسې هڅوي چې په کاروبار پیل وکړي، له دې کبله په کاروبار کې د کورنۍ ښکېلول او د هغوی خبرول ډېر مهم دي. وروسته له دې چې خپل کاروبار مو پیل کړ، ښه به دا وي چې هغوی د روانو پېښو او هغه احتمالي بدلون په هکله چې د دې کار په پایله کې د هغوی په ژوندانه کې راځي، خبر وساتئ.

ستاسې کورنۍ به احتمالاً د سوداګرۍ په لوړو-ژورو کې ستاسې د ملاتړ تر ټولو مهمه سرچینه وي. آن که د کورنۍ غړي مو په سوداګرۍ کې بوخت نه وي، کولی شي په ټولنه کې ستاسې د شرکت سفیر اوسي. له دې کبله مهمه ده چې تر ممکنه بریده هغوی له خپل کاروبار نه خبر وساتئ څو په سم ډول ستاسې استازیتوب وکړي.

پدې اړه لا ډېر معلومات

د کورنۍ ملاتړ، هوکړه او هڅول مهم دي، ځکه دغه ټول د کاروبار په پیل او دوام کې د کورنۍ د سالمو اړیکو ساتلو لپاره ګټور دي.

کورنۍ ناستې- تاسو باید په منظمه توګه (یا څومره چې ممکنه وي) د خپل کاروبار په اړه مو کورنۍ ته نوي معلومات ورکړئ. تاسې ښایي دغه غونډې یا ناستې له عادي کورنیو ناستو څخه په جلا ډول ترسره کړئ، ترڅو یوازې د کاروبار اړونده مسایلو باندې تمرکز وکړای شئ.

په کاروبار کې د کورنۍ ښکېلتیا- د کورنۍ غړي په ځانګړې توګه کولی شي چې د کاروبار په پیل کې مهم رول ولوبوي، ځکه هغوی د نورو په پرتله حاضر دي چې د اوږدو ساعتونو لپاره کار وکړي. کله چې شرکت وده وکړه او د کورنۍ غړي په کې ښکېل شول، باید په کار کې د هر غړي دندې، مسوولیتونه او هیلې واضح او مشخصې وي.

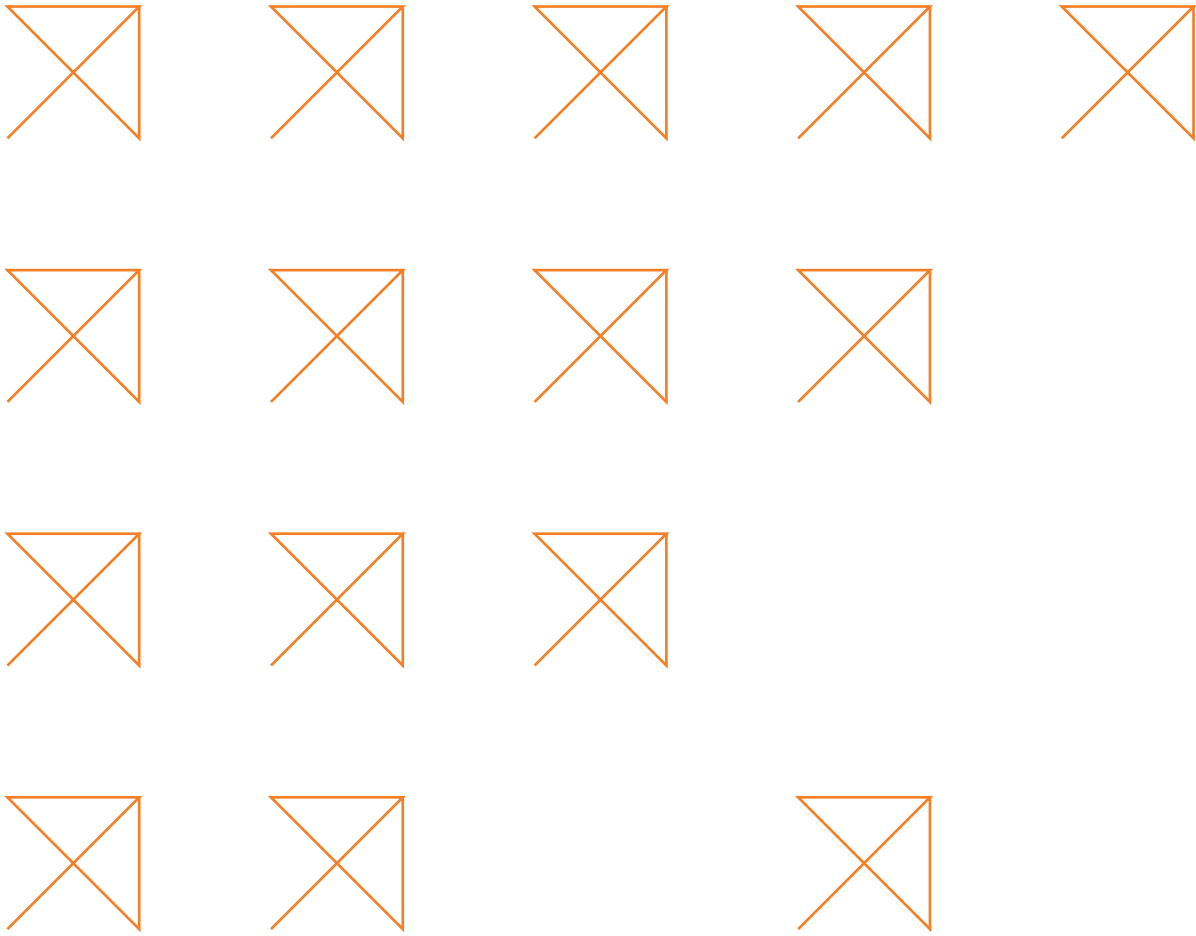
اړیکې- د کورنۍ له کتنو سربېره، کورنۍ ته د کاروبار د نویو پېښو په تړاو د منظمو یادداشتونو او ایمیلونو ورکول مرسته کوي. آن که د کورنۍ غړي د سوداګرۍ په کار کې ښکېل نه وي، هغوی ته خبر ورکول د دې لامل کېږي چې ستاسې له کاروبار نه ملاتړ وکړي او ستاسې د هڅونې لامل وګرځي.

د بېلګې په توګه، کله چې مېرمن رنګینې په کندهار ولایت کې د خامک دوزۍ کاروبار پیل کړ، د سوداګریز جواز په اخیستلو کې یې ستونزه درلوده. دا لومړۍ ځل و چې سیمه ییزې ادارې ته یوې مېرمنې د سوداګرۍ د جواز ترلاسه کولو او د شرکت د ثبت لپاره مراجعه کړې وه، نو ځکه چارواکي حاضر نه وو هغه د شرکت د مالکې یا رییسې په توګه ثبت کړي. رنګینې له هڅو څخه لاس وانخیست. د هغې د پیاوړتیا ټکی د کورنۍ او پلار ملاتړ و چې د تشبث په ټولو پروسو کې یې د هغې ملاتړ کاوه. د رنګینې د پلار په مرسته چارواکي حاضر شول چې دغه مېرمن د شرکت د رییسې په توګه ثبت کړي، ځکه پر تشبث د مېرمنو د مالکیت په وړاندې هیڅ قانوني خنډ نه و. سره له دې چې رنګینې د خپل کاروبار لپاره کابل او له هېواد څخه بهر سفر کړی دی، خو په کاروبار کې بریالی وه، ځکه د هغې په غیاب کې د هغې کورنۍ له کاروبار څخه په ښه ډول څارنه او ملاتړ کوي. هغه متوجه شوې ده چې په کاروبار کې د بریالیتوب لپاره د کورنۍ ملاتړ اړین دی. تاسې کولای شئ د کار په پیل کې د خپلې کورنۍ غړو د ملاتړ غوښتونکي شئ څو د وخت په تېرېدو سره کله چې ستاسې شرکت وده کوي، هغوی خپل ځان د شرکت یوه مهمه برخه وګڼي.

متشبثې مېرمنې معمولاً د خپلو کورنیو زیات ملاتړ ته اړتیا لري، ځکه په کور کې د ماشومانو د پالنې په څېر نور مسوولیتونه هم ور له غاړې دي. هغه مېرمنې چې ماشومان لري، معمولاً د کاروبار جوړولو یا پراختیا لپاره د کورنۍ ملاتړ ته اړتیا لري، څو د هغوی د ماشومانو ساتنه وکړي. کله چې غواړئ یو تشبث پیل کړئ، ستاسې د ماشومانو په ساتنه کې د کورنۍ ملاتړ د دې لامل کېږي څو د خپلې سوداګرۍ لپاره کافي وخت ولری. له بل پلوه، که پیسې ولری، کولی شئ خپل ماشومان ښوونځي یا ورکتون ته ولېږئ.

د دې موضوع په تړاو د زیاتو معلوماتو لپاره لاندې مطالب وګورئ:

- د تشبث د پیل عام خنډونه کوم دي؟ ۱. د تشبث پیلول او پلان جوړول
- څرنگه روزونکي او مشاورین پیدا کړم؟ ۱. د تشبث پیلول او پلان جوړول
- ایا له ملګرو او کورنۍ څخه پیسې وغواړم؟ ۳. مالی سرچینو ته لاسرسی
- څرنگه د کورنۍ غړي په خپل شرکت کې مدیریت کړم؟ ۸. د بشري منابعو مدیریت



۵.

سوداگريز پلان څه دی او
څنگه ترې گټه اخيستلی شم؟

ښايي ستاسو ذهن ته نوې مفکورې در رسيدلي وي او داسې څه مو موندلي وي چې په پيل کې مو ښايي د هغو په اړه هېڅ فکر نه وي کړی. فرض کړئ ستاسې کاروبار هغه مقصد دی چې غواړئ په سفر کولو ورته ورسېږئ. په داسې حالت کې، د لارې نقشې سوداگريز پلان هغه مقصد ته د رسېدو لاره ده. د سوداگريز پلان په ليکلو تاسې د کار پيل او دوام د اړتياوو په اړه روښانه او ژوره پوهه پيدا کوئ.

کله چې يو نيا لگي په ځمکه کې کېنوي، په حقيقت کې د راتلونکې په اړه يې فکر کوئ. تاسې له خپل ځان نه زياتې پوښتنې کوئ او له دوستانو او کورنۍ سره يې شريکوي. څومره نيا لگيو ته اړتيا لري؟ څو ډوله نيا لگيو ته اړتيا لري؟ نيا لگي بايد چيرته کېنوي؟ د نيا لگيو د اخيستلو لپاره به څومره پيسو ته اړتيا ولري؟ و نه به څه وخت وده وکړي او ثمر ته به ورسېږي؟ ايا د نيا لگيو د کېنولو لپاره به د نورو مرستې ته اړتيا ولري؟ کومو اوزارو ته اړتيا لري؟ دا هغه اصلي پوښتنې دي چې د نيا لگيو له کېنولو مخکې بايد ورته ځواب ورکړئ. د نيا لگيو د کرلو په څېر، بايد د خپل کاروبار د پيل په هکله هم په منطقي ډول فکر وکړئ. کله چې له وخت څخه مخکې فکر کوئ او د راتلونکو گامونو لپاره پلان جوړوئ، له خپل کاروبار څخه به زيات خبر شئ. دغه فکر کول تاسې ته اجازه درکوي چې زياتې پوښتنې وکړئ او زيات ځوابونه ترلاسه کړئ.

د سوداگريز پلان د ليکلو لپاره لږ وخت ته اړتيا لري او په دې ترڅ کې بايد په زياتو ټکو فکر وکړئ. کله چې خپل پلان ليکئ، کېدای شي نوي فکرونه ستاسې ذهن ته راشي او داسې څه به کشف کړئ چې د کار په پيل کې هېڅکله ستاسې ذهن ته راغلي نه وو. د سوداگريز پلان جوړونې لپاره کوم واحد فارمټ (ښه) نه شته. د سوداگريز پلان تر ټولو مهمه برخه د تدوين (طرحې جوړولو) پروسه ده. د پلان طرحه کول او د هغه څه په هکله فکر کول چې د تشبث پلان د پلي کولو لپاره ورته اړتيا لري، تاسې به د برياليتوب په لور رهي کړي.

پدې اړه لا ډېر معلومات

په سوداگريز پلان کې د سوداگرۍ د پيل مهمو مسايلو ته رسېدل او د هغوی لپاره پروگرام جوړول شامل دي. دغه مهم مسايل عبارت دي له:

د پانگې جلبولو پروپوزل - ډېری وختونه لومړنی شی چې يو پانگه وال يا بانک يې له تاسو څخه غواړي، ليکل شوی سوداگريز پلان وي، له دې کبله ستاسې سوداگريز پلان د اړتيا وړ پيسو په تشخيص کې مرسته کوي او يوه پلمه کېږي چې تاسې يې بانک يا پانگه وال ته ښکاره کړئ چې تاسې خپله کورنۍ دنده سرته رسولې ده. د پانگې جلبولو پروپوزل به ستاسو د وړتياوو او پاملرنې او د کاروبار د بريالۍ کېدو په وړاندې د پانگه وال او بانک باور جلب کړي.

بشپړ تحليل - د سوداگريز پلان په ليکلو کې به تاسو د تشبث بېلابېلې برخې ځای پر ځای کړئ. د تشبث د بريالۍ پراختيا لپاره يوازې محصول او چوپړتياوې مطرح نه دي، بلکې زيات نور مسايل هم مطرح وي، د بېلگې په توگه، ستاسې د محصول اچوپړتياوو ملاتړ کوونکي بېلابېل عناصر بازارموندنه، د کار ځواک، حسابداري، محاسبه، توليد او نور دي.

د پاې کولو لارښوونه - کله چې تاسو خپل کاروبار پيل کړ، سوداگريز پلان بايد يوازې د کاغذ پر مخ پاتې نه شي، بلکې کولی شئ له هغه نه د سوداگرۍ څرخ د گرځولو لارښوونې لپاره کار واخلي.

اړيکې - سوداگريز پلان ستاسو د شرکت منځپانگې په هکله هغو کسانو ته د خبر ورکولو او نظر تبادلي اصلي لاره ده چې ستاسو په کار کې ښکېل نه دي. د بېلگې په توگه، سوداگريز پلان کولی شي ستاسې له دوستانو او د کورنۍ غړو سره د سوداگريز ليد په شريکولو کې مرسته وکړي. سوداگريز پلان بايد هغو چمتو کوونکو ته د معلوماتو ورکولو طريقه وي چې ستاسې له کاروبار سره بلد نه دي. پلورونکي يا عرضه کوونکي ته د سوداگريز پلان ښکاره کول به احتمالاً هغوی نور هم ډاډه کړي چې تاسې د اعتماد وړ او مهم پېرودونکي ياست.

د کار په ترڅ کې زده کول - کله چې تاسې خپل سوداگريز پلان ليکئ، کېدای شي داسې شيان زده کړئ چې د کار په پيل کې مو هېڅکله ورباندې فکر کړی نه و. د بېلگې په توگه، که ستاسې د کاروبار ايډيا يا مفکوره د يوه کوچني رستورانټ جوړول وي، د سوداگريز پلان د ليکلو پر مهال ښايي متوجه شئ چې د خوراكي چارو د تنظيم په تړاو ځيني دولتي قوانين شته. د سوداگريز پلان په ترڅ کې په دې اړه خبرېدل تاسو هڅوي چې دغې اړتيا ته د رسېدو لپاره بايد چمتووالی ونيسئ. فکر وکړئ چې د رستورانټ له پرانيستلو وروسته د حکومت د دې مقرراتو د رعایت لپاره په سوداگريز کار کې بدلون او سمون به څومره لگښت ولري. دغه ډول بدلون به ستاسې د شرکت لپاره زيات لگښت او ستونزمن کار وي، خو کله چې په سوداگريز پلان کې مو په پام کې نيولی وي، ستاسې د برياليتوب چانس وروستی کچې ته رسېږي.

د واقعیتونو ارزول - سوداگریز پلان ستاسې د کاروبار د پراختیا د پوهېدو لپاره ډېره ښه لاره ده، خو وکړای شئ د کار د پیل او دوام لپاره خپلې اړتیاوې په واقعیتونه ډول و ارزوئ. د شرکت په هکله د حقیقت موندل د سوداگریز پلان پر پانې له دې نه ډېر ښه دی چې کار پیل کړئ او څه موده وروسته متوجه شئ چې سوداگری هغه څه نه ده چې په پیل کې مو فکر کاوه.

ښایي فکر وکړئ ځینې متشبهین له سوداگریز پلان پرته خپل کار پیلوي او له دې سره بریالي کېږي. خو له یاده ونه باسئ چې که یو متشبهت بریالی کېږي، د هغې په بدل کې لسگونه نور ناکامیږي، چې یو لامل یې د کار د لارښوونې لپاره د څرگند سوداگریز پلان نشتوالی دی. له سوداگریز پلان پرته به تاسې د خپل مقصد او هغه ته د رسېدو د څرنگوالي په هکله روښانه کړنلاره ونه لرئ. سوداگریز پلان ستاسې د سوداگری بنسټ جوړوي.

د سوداگریز پلان وسیلې تاسې ته ستاسې د سوداگریز پلان د طرحې ټولیزه اډانه درکوي. له دې وسیلو څخه د خپل سوداگریز پلان د جوړولو لپاره کار واخلي. د سوداگریز پلان طرحه په یوځل نه بشپړېږي او تاسې د نویو شیانو په زده کولو سره د کار په پیل او پرمختګ کې خپل پلان هم اصلاح کوئ. د کاروبار د پیل او ودې لپاره د سوداگریز پلان بډایه کول او د هغې بیاکننه مهم ګام دی. د سوداگریز پلان په وسیلو کې وړاندې شویو پوښتنو ته د ځواب ورکولو پروسې په ترڅ کې، ښایي داسې مهمو شیانو ته متوجه شئ چې له دې پرته هېڅکله ستاسې ذهن ته به رانه شي.

د دې برخې د اصطلاحاتو تعریف

پلي کول - په عمل کې د فکر یا تصمیم پلي کولو لار.

سوداگریز پلان - هغه لیکلی سند چې تشریح کوي یو شرکت یا تشبث څرنگه خپلو موخو ته د رسېدو لپاره پلان جوړوي.

؟ په دې اړه د زیاتو معلوماتو لپاره لاندې مطالب وگورئ:

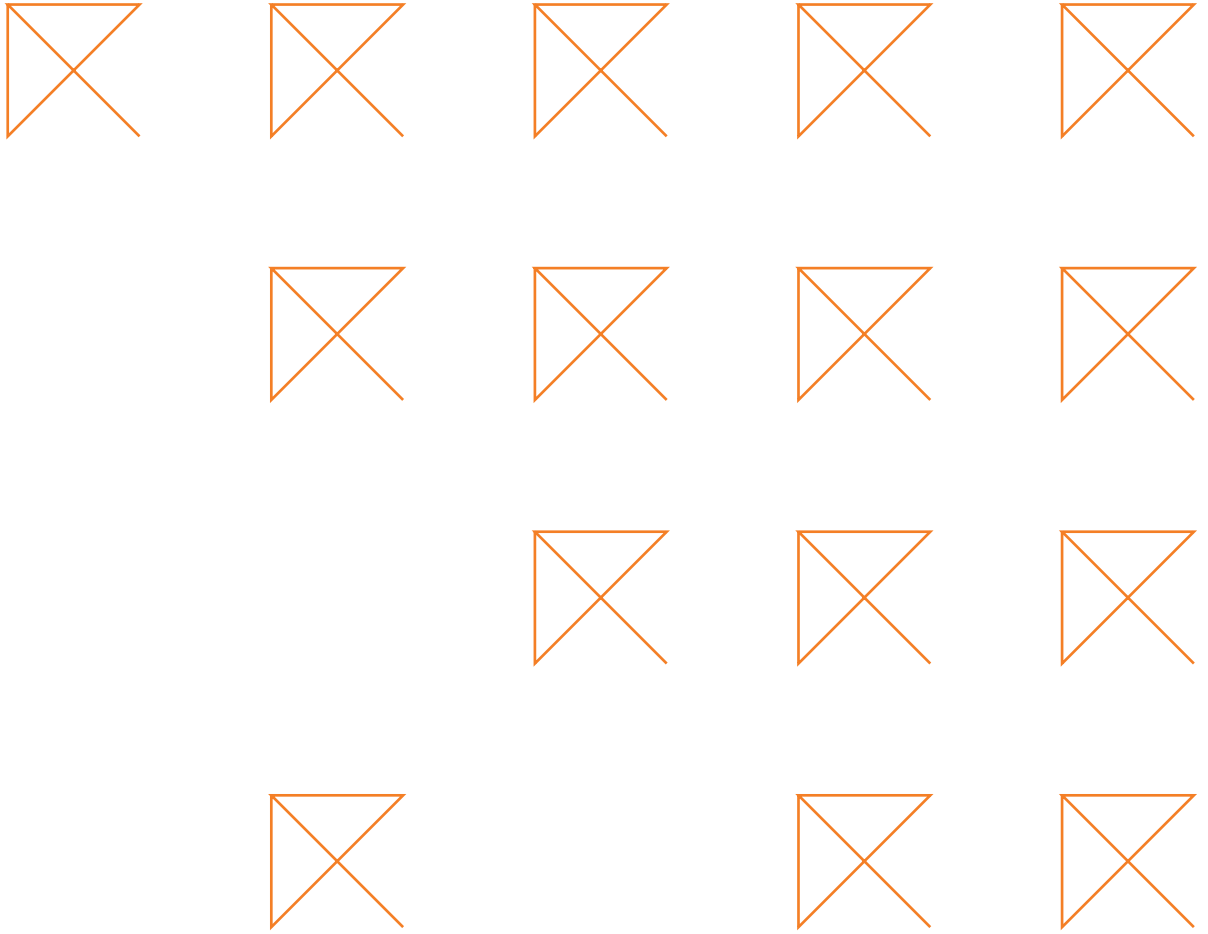
- د خپل کاروبار د پراخولو لپاره څرنگه پیسې او سرچینې لاسته راوړم؟ ۱۴. وده او پراختیا
- څرنگه د خپل شرکت د ودې کړنلاره او موخې وټاکم؟ ۱۴. وده او پراختیا
- بانک د پور ورکولو په وخت کې کوم شیان څېړي؟ ۳. مالی سرچینو ته لاسرسی
- د بازار ارزونه څه ده او څرنگه ورنه کار واخلم؟ ۶. بازار موندنه
- څرنگه پوه شم پېرودونکي مې حاضر دي کومه بیه ورکوي؟ ۹. قیمت اېښودل
- زما شرکت څرنگه کولی شي پېرودونکو ته ښه کیفیت لرونکي او ارزښتناک محصولات عرضه کړي؟ ۷. پلور او د پېرودونکو خدمتونه

شته اضافي وسایل

د سوداگریز پلان د مطالبو لنډیز

د بزنېس چارټ پراوونه

د بریالی پلان جوړونې د لارې نقشه



.۶

څنگه کولای شم غوره کړم چې
کوم ډول کاروبار پیل کړم؟

د کاروبار د پیلولو یو عمده دلیل د پیسو لاسته راوړل دي، خو د کاروبار د څرنگوالي د تشخیص ښه لاره دا ده چې ځان، کورنۍ او چاپېریال ته وگورئ او دا په گوته کړئ چې کومې ستونزې شته چې باید د حل لار ورته پیدا کړئ او د ژوندانه د شرایطو ښه کولو لپاره کوم کارونه کولی شئ.

ډېری کاروبارونه له دې کبله پیل شوي چې یو کس له ستونزو په تنگ راغلی او له ځان سره یې فکر کړی چې: «هرومرو تر دې ښه لار شته.» ډېری سوداګری چې پیل شوي، کوم انقلاب یې نه دی پیل کړی، بلکې یوازې د یوې ساده ستونزې د حل لپاره ګام اخیستل شوی او ستونزه په داسې ښه حل شوې چې تر دې مخکې نورو حل کړي. متشبهین داسې لارې چارې لټوي چې پرېنست یې یو غوره کار وکړي.

ځینې متشبهین د هغه کار له لارې بریالی کاروبار پیلوي چې د هغوی خوښیږي. د بېلګې په توګه د شیریني پزی کاروبار په پام کې ونیسئ چې په کور کې د کیک او کليچې له پخولو سره د یوه کس له لېوالتیا څخه پیل شوی وي. یو متشبهت معمولاً یو شی په بل ځای کې د رخصتۍ یا بل ښار یا هېواد ته د سفر پر مهال لیدلی یا تجربه کړې وي او بیا هماغه مفکوره له بهر څخه خپل ښار یا سیمې ته لیږدوي. تاسې د سوداګریزو ښو، معنوي او انحصاري حقونو خوندیتوب له کبله نه شئ کولی یو محصول کاپي کړئ، خو کولی شئ له یادو مفکورو څخه الهام واخلي او ورته یا ښه محصول تولید کړئ.

د یوه کاروبار په ټاکلو کې مهم ټکی دا دی چې ستاسې له مهارتونو تجربو یا پوهې سره تړاو ولري، ځکه تاسې به په هغه کاروبار کې زیات وخت تېر کړئ، له دې کبله باید ورباندې پوه شئ، هغه درک کړئ او له ترسره کولو څخه یې خوند واخلي.

کله مو چې د یوه کار د پیل لپاره لومړنۍ مفکوره پیدا کړه، هغه وخت کولی شئ په دې فکر وکړئ چې آیا له دې لارې پیسو او مالي ځان بسیاینې ته رسېدلی شم که نه. هغه تشبېت چې له خپل لګښت څخه زیات عاید تر لاسه نه کړي، زیاته موده به دوام ونه کړي.

پدې اړه لا ډېر معلومات

د هغه کاروبار د تشخیص لپاره چې باید یې پیل کړئ، لاندې لارې چارې په پام کې ونیسئ:

مشاهده- خپل چاپېریال ته وگورئ. ستاسې په چاپېریال کې هرومرو داسې شیان شته چې ستاسې له نظره ښه کېدو ته اړتیا لري او یا اصلاً د ځینو شیانو ځای خالي دی. د بېلګې په توګه، یو ساده کار لکه د داسې کس مشاهده کول چې غواړي کړکۍ پاکې کړي او د دې کار د تر سره کولو لپاره په ډېر زحمت ښکته او پورته کېږي. که چېرې د هغې وسیلې لاستی چې کارګر ورباندې کړکۍ پاکوي، ډېره لږه پراختیا ومومي، د کار کیفیت او سرعت به ډېر ښه شي او زحمت به یې هم په کراتو کم شي. ستاسې کاروبار کېدای شي د کړکۍ مینځلو ښه وسایل تولید کړي چې په کې هغه نیمګړتیاوې رفع شوې وي چې تر دې مخکې موجودې وې.

لټون- ځینې وخت تاسې کولی شئ سوداګریز فرصت د خلکو د اړتیاوو د پوښتنې له لارې پیدا کړئ. کورنۍ او نږدې دوستان له تاسو سره د مفکورې په پیدا کولو کې مرسته کوي. تاسې کولی شئ له هغو کسانو سره چې د روانو پېښو او راتلونکو جریانونو او پر سوداګریزو اړتیاوو د هغوی له اغېزو خبر دي، خبرې وکړئ. د بېلګې په توګه، تاسې کولی شئ د خوراګي توکو پلورنځي له خاوند سره خبرې وکړئ او د خبرو په ترڅ کې ومومئ چې خلک کوم محصولات غواړي چې اوس په بازار کې نه شته او بیا د دغو محصولاتو د چمتو کولو لپاره خپل کاروبار پیل کړئ.

ارزونه- د نورو سیمو په بازارونو کې بریالي محصولات او چوپړتیاوې وگورئ او خپل محلي بازار ته د هغوی په راوړلو فکر وکړئ. انټرنیټ د نړۍ د نورو سیمو د پېښو او شیانو پېژندلو لپاره یوه ډېره ښه کړکۍ ده چې ستاسې په بازار کې د هغوی د بریالیتوب احتمال شته. انټرنیټ تاسې له هغو بالقوه عرضه کوونکو او همکارانو سره معرفي کوي چې د هغوی محصولات او چوپړتیاوې خپل بازار ته راوړئ.

لېوالتیا او شوق- په هغه شي فکر وکړئ چې له دې مخکې مو په شوق یا د اصلي فعالیت په توګه تر سره کاوه او وگورئ چې آیا کولی شئ هغه په کاروبار بدل کړئ که نه. ښایي په ماشومتوب کې مو فوټبال کاوه او اوس د فوټبال له لیدو نه خوند اخلئ. تاسې کولی شئ له فوټبال سره له دې لېوالتیا نه د فوټبال د تجهیزاتو او جامو پلورلو لپاره کار واخلي یا نورو ښارونو یا هېوادونو ته د فوټبال سیالیو د لیدو لپاره ټورنمنټونه/ سفرونه جوړ کړئ.

تاسې کولی شئ د خپلې خوښې وړ کاروبار د تشخیص لپاره د دې طریقو له جوړښت څخه کار واخلي. د بېلګې په توګه، مریم د کابل ښار په کاردان پوهنتون

کې کمپیوټر ساینس لوستی دی او دې ته یې پام شوی چې ډېری شرکتونه د انټرنیټ له ستونزو سره مخامخ دي. د ډېری شرکتونو وېبپاڼې د هغې نه خونبیرې، ځکه له یادو وېبپاڼو څخه استفاده کول د کاروونکو لپاره په زړه پورې او ساده نه و. هغې پرېکړه وکړه چې خپل مشاهدات زیات کړي او د وېبپاڼې په جوړولو او پراختیا کې د بهرنیو شرکتونو د لارو چارو په هکله څېړنه تر سره کړي. هغه متوجه شوه چې ښه وېب پاڼې معمولاً د وېب پاڼو جوړولو له تخصصي شرکتونو سره تړون کوي. هغې له خپلو ملگرو سره مشوره وکړه او دې پایلې ته ورسېده چې په خپله کولی شي د وېب سایټ جوړولو کوچنی شرکت تاسیس او نورو ته وېبپاڼې جوړې کړي. هغې خپل کار پیل کړ او اوس یې لسگونه شرکتونه پېرودونکي دي.

۸ د دې برخې د اصطلاحاتو تعریف

سوداگریز نښان یا علامت - نښان، طرحه یا ظاهري بڼه چې په تولید ډول د محصول سرچینې یا د ځانگړو چوپړتیاوو لپاره د پیژندنې وړ وي. د سوداگریزو نښانونو خاوندان کېدای شي افراد، سوداگریز بنسټونه یا نور حقوقي اشخاص وي. یادونه: د سوداگریزو نښانونو مقررات په بېلابېلو هېوادونو کې توپیر لري.

انحصاري حق - د یوه هېواد د حکومت له خوا ورکړل شوی قانوني حق، چې د اصلي کار مالک ته د محدودې مودې لپاره د هغې د کارونې او وپشلو انحصاري حق ورکوي.

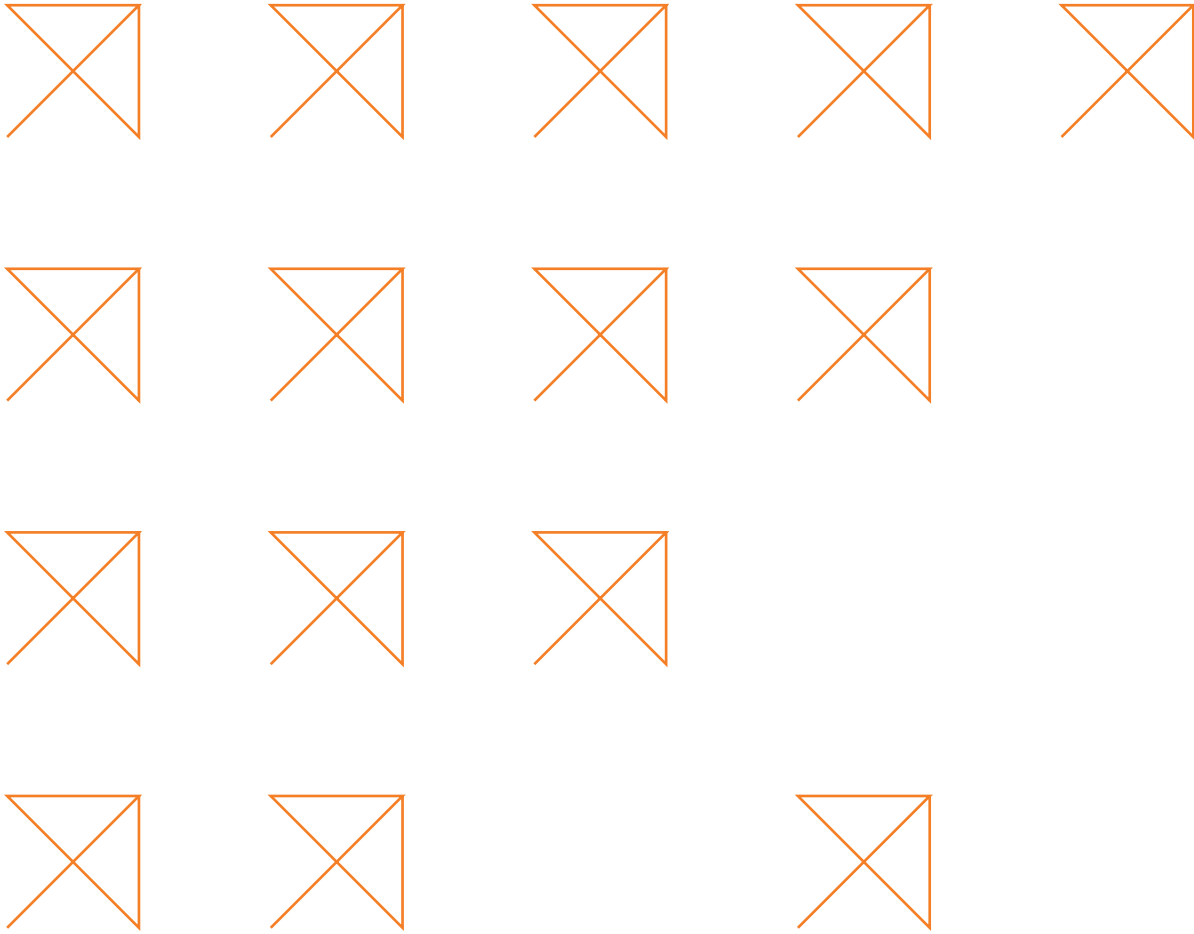
معنوي حقونه - دولتي جواز چې درلودونکي ته د یوې پروسې، طرحې یا اختراع د ټاکل شوي وخت لپاره انحصاري حق ورکوي.

۹ په دې اړه د زیاتو معلوماتو لپاره لاندې مطالب وگورئ:

- څرنگه پوه شم چې خلک به زما محصول یا چوپړتیاوې واخلي که نه؟ ۱. د تشبث پیلول او پلان جوړول
- د بازار ارزونه څه ده او څرنگه یې تر سره کړم؟ ۶. بازار موندنه

شته اضافي وسایل

د سیالي کوونکي د تحلیل ورکشیت



.۷

ځنگه کولای شم هغه خلک وپېژنم
او ورته لاسرسی پیدا کړم چې
له ما څخه به تولیدات پېري؟

د هغو کسانو د پېژندلو يوه تر ټولو مهمه لار چې ستاسې له شرکت څخه به توکي او چوپړتياوې پېري، ستاسو د هغه مطلوب بازار تشریح کول دي چې احتمالي پېرودونکي تر پوښنې لاندې نيسي. دغه کار له تاسو سره مرسته کوي څو پوه شئ چې کومو پېرودونکو ته د خپلو توکو او چوپړتياوو په هکله معلومات ورکړئ او د پېرودونکو دغې ډلې ته د لاسرسۍ لپاره پلان جوړ کړئ. لاندې پوښتنې وگورئ او د کورنۍ غړو او دوستانو سره پرې خبرې وکړئ:

- هغه پېرودونکي چې له تاسو څخه به پېرودل وکړي، د هغوی عمر به څو کاله وي؟
- آیا پېرودونکي مو نارینه، ښځې يا دواړه دي؟
- ستاسې په نظر دغه کسان چيرته اوسېږي؟
- دغه پېرودونکي د کوم ځای او څرنګه پېرودل کوي؟
- آیا ستاسې پېرودونکي نور شرکتونه دي که کورنۍ او کسان؟
- څه فکر کوئ هغوی نور کوم محصولات او خدمات پېري؟
- څه فکر کوئ هغوی کوم ډول رسنۍ ويني، اوري يا لولي؟
- آیا هغوی په ټولنيزو رسنيو کې حضور لري؟ که ځواب هو دی، په کومو ټولنيزو رسنيو کې؟
- ستاسې په نظر هغوی کوم راډيويي او ټلوېزيوني پروگرامونه اوري او ويني؟
- ولي فکر کوئ هغوی به ستاسې محصولات او خدمات وپېري؟
- آیا ستاسې بيه ټيټه ده؟
- آیا ستاسې محصولات او خدمات ښه دي؟
- آیا تاسې خپل محصولات او خدمات په چټک او ساده ډول چمتو کوئ؟
- آیا تاسې کومه ستونزه په تازه او ابتکاري ډول حل کوئ؟

کله چې تاسې خپل «نمونه» پېرودونکی بيان کړل، هغه وخت کولی شئ د خپل محصول يا خدمت لپاره د بازار اندازه ولگوي (د احتمالي پېرودونکو شمېر). ډېری متشبهين د بازار اندازې ټاکلو لپاره له هغو معلوماتو کار اخلي چې مخکې يې راټول کړي دي (لکه د حکومت ياد احصائې له مرکزي دفتر څخه د وگړو د جوړښت په هکله معلومات).

د مطلوب بازار په پېژندنې سره کولی شئ چې د ياد بازار د اړتياوو سره سم د خپل بازارموندنې هڅې او تبليغات تنظيم کړئ. په دې هڅو کې کېدای شي ټولنيزې رسنۍ، راډيو، ټلوېزيون، چاپي خپرونې، بروشور يا بل هر څيز شامل وي چې فکر کوئ ستاسې احتمالي يا بالقوه پېرودونکو ته د لاسرسۍ لپاره مناسب دي.

پدې اړه لا ډېر معلومات

که څه هم په قوي احتمال تاسو به له نورو سره د خبرو له لارې د خپل مطلوب بازار په هکله زيات معلومات راټول کړئ، خو له ياده مه باسئ چې نور کسان هم د بازار او پېرودونکو په هکله زيات معلومات راټولوي او خپروي. هغه معلومات چې حکومت، پوهنتونونه او سازمانونه راټولوي، ستاسې د کار لپاره گټور تماميدای شي. ډېری وختونه د دغو معلوماتو راټولول هيڅ لګښت نه لري، ځکه مخکې راټول شوي او تاسې ورته لاسرسۍ لرئ. له دې کبله تاسې اړتيا نه لرئ چې د بازار د ارزونې يا څېړنې لپاره وخت ولگوي. ښايي وکړای شئ په آنلاین لټون او ځينې ادارو ته د مراجعې له لارې دغه معلومات ترلاسه کړئ.

د معلوماتو ترلاسه کولو مهمې سرچينې:

دولتي ادارې: سيمه ييزې، ولايتي او ملي ادارې کولی شي تاسو ته ستاسې د کار اړوند برخو لکه وگړو، عايد، عمر، جنسيت، شغل، د سوداگريزو فعاليتونو شمېر او ډولونو په هکله معلومات درکړي. په افغانستان کې د احصائې مرکزي اداره د بېلا بېلو اقتصادي سکتورونو، وگړو او نورو په هکله معلومات راټولوي او وپشي.

ټولني او سازمانونه: زياتې ډلې پر سوداگريزو فعاليتونو او مشخصو صنايعو تمرکز لري او په هغو برخو کې معلومات او ډيټا راټولوي. دغو ډلو ته «سوداگريزې ټولني» وايي او هغوی په خپله ټولنه کې دننه د شرکتونو او تشبثاتو د شمېر او ډولونو په اړه ډېر مشخص معلومات راټولوي. د بېلګې په توګه: غالی اوبدونکي، رستورانټ لرونکي، محاسبان، د کانونو شرکتونه، نايان، کرونده گر او نور کاروباريان صنفې ټولني لري. که ستاسې کار له يوې سوداگريزې ټولنې سره تړاو ولري، کولی شئ له هغې مشخصې ټولنې څخه مرسته وغواړئ.

د سوداگریز سازمان یو بل ډول، د سوداگری خونو ده. خونې هغه سازمانونه دي چې د هېواد له بېلابېلو برخو څخه شرکتونه په کې غړیتوب لري. له دې کبله خونو کولی شي د سیمه ییز بازار په هکله د معلوماتو عالي سرچینه وي. د سوداگری خونو معمولاً په سیمه ییزه کچه جوړېږي، نو که ستاسو کاروبار پر سیمه ییزو ټولنو تمرکز ولري، هر وروڼو څېړنه وکړئ چې ایا د سوداگری خونو ستاسې په سیمه کې فعالیت لري که نه. د سوداگری خونې په ورته وخت کې لویې سیمې او آن ټول هېواد تر پوښنې لاندې نیسي، لکه د افغانستان د سوداگری او صنایعو خونو.

نړیوال سازمانونه هم ګټور معلومات راټولوي او تاسې په خپلې څېړنه کې کولی شئ ورڅخه کار واخلي. نړیوال بانک، د آسیا بنسټ (ایشیا فاونډیشن) او نورې تمویلونکې ادارې په افغانستان کې په خپلو وېبپاڼو کې ډېر ګټور معلومات خپروي.

بانکونه او نور مالي بنسټونه: په ځینو سیمو کې بانک یا د سیمه ییزو بانکونو ټولنه (لکه د افغانستان د بانکونو ټولنه) کولی شي د خپل پوښنې لاندې سیمې د اقتصاد په هکله معلومات راټول کړي. دغه معلومات کېدای شي په منظم ډول راټول شي او د خبرپاڼې، وېب پاڼې یا رسمي غوښتنې له لارې تاسې ته درکړل شي. د کوچنیو پروونو ادارې هم یو شمېر معلومات لري چې حاضر دي له نورو سره یې شریک کړي. د دې لپاره چې پوه شئ کوم مالي سازمانونه چمتو دي خپل معلومات شریک کړي، ښه به دا وي چې رسمي غوښتنه وکړئ او یا د هغوی شیانو په هکله چې پوهیږي، ورسره په شفاهي ډول خبرې وکړئ.

کالجونه او پوهنتونونه: هغه استادان چې په کالجونو او پوهنتونو کې کار کوي، ښایي د خپل ښار، ایالت یا ولایت په هکله معلومات راټول کړي. کېدای شي دغه معلومات د پوهنتون په بېلابېلو برخو کې وي، خو کوم کتابتون او کسان چې هلته کار کوي، ښایي د معلوماتو له بېلابېلو ډولونو سره اشنایي ولري او د سمې سرچینې لار در وښيي. د افغانستان امریکایي پوهنتون او کارډان پوهنتون د افغانستان دوه مشهور پوهنتونونه دي چې کېدای شي تاسې سره د معلوماتو په لاسته راوړلو کې مرسته وکړي، خو سیمه ییز کوچني پوهنتونونه هم کېدای شي د خپلو ځایي ټولنو په هکله یې ساري معلومات ولري.

د دې برخې د اصطلاحاتو تعریف

مطلوب بازار - د هغو بالقوه پېرودونکو مشخصه ډله چې یو شرکت د خپلې بازارموندنې او پلورنې هڅې ورباندې متمرکز کوي. دوی معمولاً هغه کسان دي چې په قوي احتمال له شرکت څخه به پېرودل وکړي.

سوداگریزې ټولنې - هغه سازمانونه چې د بېلابېلو مشخصو شرکتونو او تشبثاتو د اړتیاوو پوره کولو لپاره هڅې کوي.

ډیموګرافیکي معلومات - د یوې ټولنې د نژادي، قومي، جنسیتي، عمر، تحصیلي، مسلکي، شغلي، د عاید کچې او مادي وضعیت مشخصات.

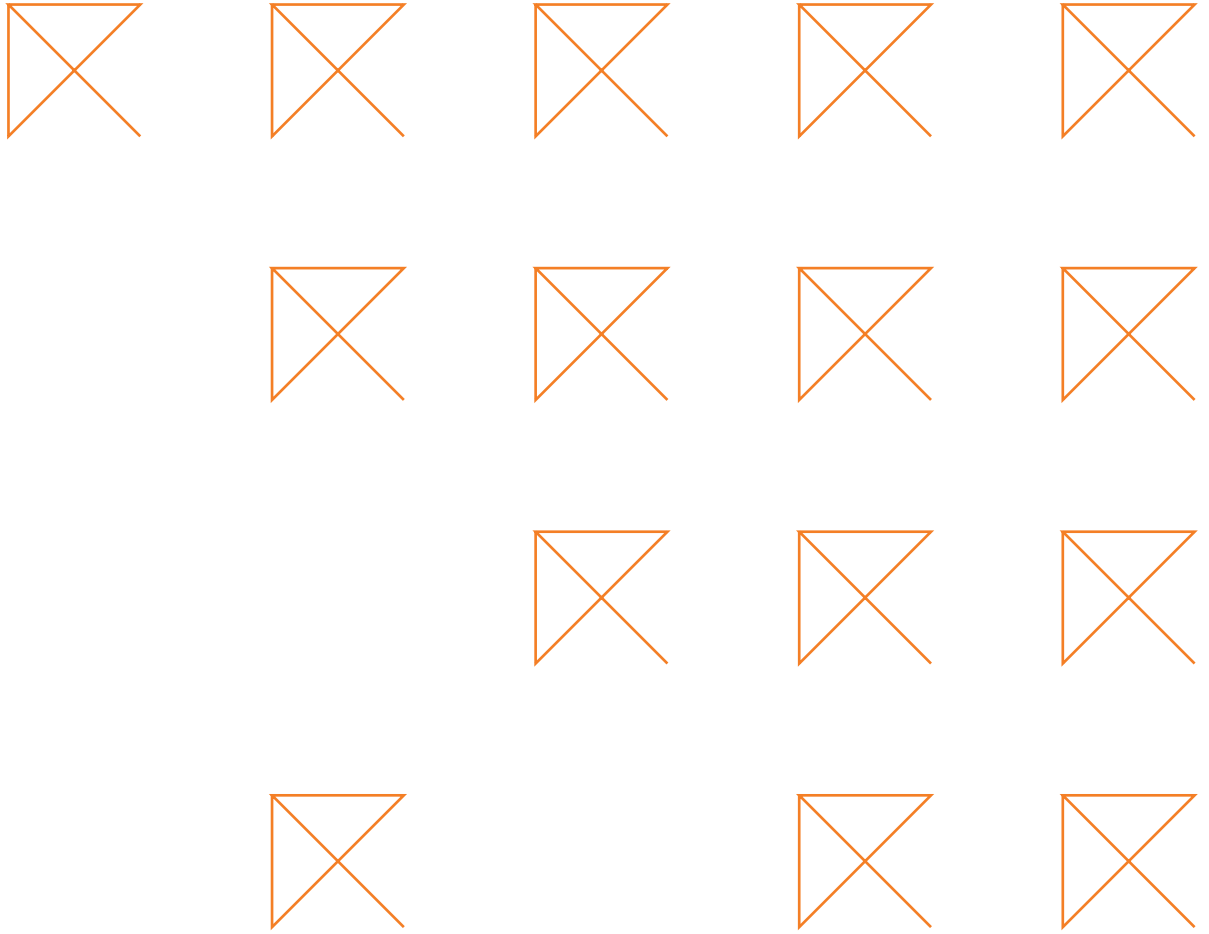
په دې اړه د زیاتو معلوماتو لپاره لاندې مطالب وگورئ:

- څرنگه پوه شم چې خلک به زما محصول یا چوپړتیاوې وپېري که نه؟ ۱. د تشبث پیلول او پلان جوړول
- د خپلو پېرودونکو د خونې وړ پروفايل د «مطلوب بازار» څنگه تعریف کړم؟ ۷. پلور او د پېرودونکو خدمتونه
- مطلوب بازار څه دی او د هدف مناسب بازار څرنگه تعریف کړم؟ ۶. بازار موندنه
- د بازار څېړنه څه ده او څرنگه یې تر سره کړم؟ ۶. بازار موندنه
- د بازار موندنې پلان څه دی او څرنگه د بازار موندنې پلان جوړولی شم؟ ۶. بازار موندنه
- څرنگه پوه شم چې زما بازار موندل اغېزناک دي که نه؟ ۶. بازار موندنه

شته اضافي وسایل

د سیالي کوونکي د تحلیل ورکشیت

د بازار د تحلیل ورکشیت



۸.
څنگه پوه شم چې
سيالان مې څوک دي؟

ټول شرکتونه له سیالی سره مخامخ دي. آن که تاسې په یوه ښارگوټي کې یوازې یو رستورانټ هم لرئ، بیا به هم له نورو متشبثینو سره په سیالی کې یاست او ښایي ستاسې پېرودونکي رستورانټ ته د راتګ پر ځای خپلې پیسې هلته ولګوي. د محصولاتو او خدمتونو د پېرلو او د پټو موندلو لپاره له انټرنېټ څخه مخ په زیاتیدونکې کارونې ته په کتو، تاسو اوس یوازې په خپلې سیمې کې له فعالو شرکتونو سره سیالی نه لرئ، بلکې د انټرنېټ په عصر کې، تاسې ښایي له بهرنیو شرکتونو سره هم په سیالی کې راشئ.

په دې اړه پوهېدل چې ستاسو سیالان څوک دي او څه چمتو کوي، تاسو سره مرسته کوي چې د محصولاتو او خدمتونو او بازارموندنې په برخه کې برلاسی ومومئ. دغه معلومات له تاسو سره ستاسو د سیالانو د بازار موندنې کمپاینونو د غبرګون په وړاندې د رقابتي بیو او مناسبو نوښتونو په ټاکلو کې مرسته کوي.

له دې معلوماتو څخه په کارونې کولی شئ د بازار موندنې کړنلارې جوړې کړئ چې د خپلو سیالانو له کمزورتیاوو څخه په گټې اخیستنې د خپل شرکت کړنې ښې کړئ. په ورته وخت کې کولی شئ د تازه راغلو سوداګرو او سیالانو له خوا هر ډول ګواښ په ګوته کړئ. دغه معلومات تاسې سره مرسته کوي څو د خپل بریالیتوب اندازه کولو په هکله له واقعینې کار واخلي.

که تاسې انټرنېټ ته لاسرسی لرئ، خپل سیالان په انټرنېټ کې لټولی شئ. یعنې هغه کلیمې چې د سوداګرۍ څرنګوالی تشریح کوي چې تاسې غواړئ هغه پیل کړئ، د انټرنېټ په لټونګر کې بې ولیکئ. د بېلګې په توګه، که تاسې غواړئ په کابل کې رستورانټ پرانیزي، کېدای شي په ګوګل پلټونکي ماشین کې د «په کابل کې رستورانټونه» جمله ولیکئ او په کابل کې شته رستورانټونه پیدا کړئ.

ځینې وختونه کولی شئ خپل سیالان په هغه سیمه ییز بازار کې د ګرځیدو له لارې پیدا کړئ چې غواړئ هلته فعالیت وکړئ او کله چې مو ورته شرکتونه ولیدل، پر هغې نقشې چې تاسې سره ده، د خپلو سیالانو ځای په نښه کړئ. یعنې ورتګ او له نږدې څخه لیدل، د خپلو سیالانو په هکله د معلوماتو راټولونې او څېړنې تر ټولو ښه لاره ده. وګورئ چې د هغوی شرکت څومره پېرودونکي لري. د محصولاتو کیفیت او د پېرودونکو چوپړتیاوې څنګه دي. آیا ویلی شئ چې هغوی خپل پېرودونکي څرنګه جلبوي؟ دغه مشاهدات د پېرودونکي د جلبولو په سیالی کې وکاروئ.

که ستاسې د بازار سیمه د ټیلیفون شمېرو د لارښود کتاب ولري او په هغه کې د شرکتونو شمېرې په ترتیب سره لیکل شوي وي، په دغه حالت کې کېدای شي خپل سیالان په هغه کتاب کې پیدا کړئ. لکه څرنګه چې ستاسې د مطلوب بازار د تشخیص لپاره سوداګریزې ټولنې او د سوداګرۍ خونه ګټوره مرجع وه، کېدای شي ستاسې د سیالانو د تشخیص لپاره ښه سرچینه هم وي، ځکه ستاسې سیالان احتمالاً د سوداګریزې ټولنې سوداګرۍ خونې غړي کېدای شي.

پدې اړه لا ډېر معلومات

دلته ستاسې د سیالانو په هکله د معلوماتو ترلاسه کولو لپاره ځینې لارې درښيو:

خپل درې اصلي سیالان په ګوته کړئ او بیا خپل شرکت ورسره پرتله کړئ او وګورئ چې تاسې څنګه کولی شي هغه محصولات او چوپړتیاوې خپلو پېرودونکو ته چمتو کړئ چې نور بې چمتو کولی نه شي.

د سیالی په تړاو یو شمېر پوښتنې چې ښه دی د هغوی په ځواب پوه شئ:

- ستاسې د سیالانو محصولات او چوپړتیاوې څه دي؟
- ستاسې سیالان په څه ډول خپلو پېرودونکو ته د خپلو محصولاتو او چوپړتیاوو په هکله خبر ورسوي؟ هغوی له کومو لاندې لارو چارو څخه کار اخلي:
- په ورځپاڼې، ټلوېزیون یا راډیو کې اعلان خپروي؟
- له ټولنیزو رسنیو لکه فیسبوک او ټویټر څخه کار اخلي؟
- خپلو پېرودونکو ته د برېښنالیک له لارې بروشور او آفر لېږي؟
- ستاسې سیالان ستاسې د ورته محصولاتو او چوپړتیاوو لپاره کومه بیه غوره کوي؟
- ستاسې سیالان خپل محصولات او چوپړتیاوې څرنګه پېرودونکو ته رسوي؟
- ستاسې سیالان څرنګه د خپلو محصولاتو او چوپړتیاوو په پلورلو کې د خپلو پېرودونکو وفاداري پیاوړې کوي؟
- ستاسې سیالان څرنګه د پېرودونکو چوپړتیاوې او تضمینونه وړاندې کوي؟

په سوداگریزو نندارتونو کې وگورئ چې ستاسې کوم سیالان حضور لري. د هغوی اعلانونه او تبلیغاتي فعالیتونه وگورئ. پام وکړئ چې څومره بوخت دي او څوک د هغوی غړو (کاونټر) ته راځي.

د خپلو سیالانو وېبپاڼې وگورئ او له خپل وېب پاڼې سره یې پرتله کړئ. وېبپاڼې د نړۍ په گوټ گوټ کې د ورته شرکتونو د فعالیت په هکله ښه معلومات ورکوي. که ستاسې سیالان برېښنالیکونه استوي، خپل برېښنالیک د هغوی په لېسټ کې ورزیات کړئ څو تاسې ته هم د هغوی پیغامونه راشي. په دې کار سره کولی شئ وگورئ او زده کړئ چې هغوی خپل محصولات او چوپړتیاوې په څه ډول خپلو احتمالي پېرودونکو ته تبلیغ کوي. په دې معلوماتو سره کولی شئ د هغوی د کار مثبت او منفي ټکي تر لاسه کړئ او پوه به شئ چې کوم کارونه باید وکړئ او له کومو کارونو باید ډډه وکړئ. آیا هغوی د فیسبوک پاڼه یا کومه بله ټولنیزه رسنۍ کاروي؟ که هو، د هغوی پاڼې او پوسټونه تعقیب کړئ. کوم شکایتونه او ستايل چې هغوی ترلاسه کوي، هغه وگورئ څو د هغو نظرونو څخه په گټې اخیستنې سره خپل کاروبار ته پراختیا ورکړئ.

دا احتمال هم شته چې خپل سیالان په کوم ټولنیز محفل یا سوداگریزو غونډو کې ووینئ. هغوی سره خبرې وکړئ، ورسره ښه چلند ولرئ، ځکه هغوی ستاسې سیالان دي نه دښمنان. هغوی سره په چلند کې اخلاقي اصول په پام کې ونیسئ. هغوی سره په خبرو کې د هغوی په هکله ښه معلومات ترلاسه کوی او کېدای شي تاسې کومه ورځ د نوي محصول لپاره د نوي بازار په موندلو کې د یو بل مرستې ته اړتیا پیدا کړئ.

له خپلو عرضه کوونکو (سپلایرانو) سره په غونډو کې د هغوی د نورو پېرودونکو (خپلو سیالانو) په هکله پوښتنه وکړئ. ښایي تاسې ته هرڅه و نه وایي، خو هر ډول معلومات کېدای شي گټور تمام شي.

که ښه انټرنېټ لری، د گوگل وېبپاڼې له وړیا چوپړتیاوو څخه په گټه اخیستنې د گوگل د خبرتیا یو سیستم (GOOGLE ALERT) جوړ کړئ. د گوگل خبرتیا سیستم څخه په گټه اخیستنې سره کولی شئ خپل سیالان تعقیب کړئ. د خپل سیال شرکت نوم په گوگل الرټ کې ولیکئ او یا هغه کلمې په کې ولټویئ چې ستاسې د پام وړ محصولات توصیف کړي. کله چې په انټرنېټ کې ستاسې د سیال نوم راشي، گوگل به تاسې ته پیغام درکړي څو د خپل سیال له فعالیت نه خبر شئ. د خپلو سیالانو په هکله معلومات ترلاسه کړئ. د هغوی لیکنې او اعلانونه ولټویئ او د بازار موندنې په هکله د هغوی لیکنې ولولئ.

له خپلو پېرودونکو سره تر ټولو زیاته اړیکه وساتئ. له یاده مه باسئ چې ستاسې پېرودونکي تاسې ته ارزښتناک نظرونه درکوي او وړاندیزونه کوي. کله چې خلک ستاسې د محصول لپاره پیسې ورکوي، په دې پوه شئ چې ولې دا کار کوي. ښایي داسې دلایل پیدا کړئ چې هېڅکله مو ورته پام شوی نه وي. آن که یو پېرودونکی ستاسې د شرکت انتخابولو لپاره ښه دلایل هم وړاندې کړي، کېدای شي هغه دلایل د نورو پېرودونکو په هکله هم صدق وکړي. تاسې کولی شئ هغه دلایل او معلومات د خپلو بالقوه پېرودونکو د بازار موندنې او اړیکو لپاره وکاروئ. یوازې دا پوښتنه مه کوئ چې ستاسې کار څومره ښه دی، بلکې پوښتنه وکړئ چې تاسې له کوم سیال شرکت نه پېرودل کوئ او ستاسې محصولات ستاسې د سیال له محصولاتو سره څرنگه پرتله کوي.

د دې برخې د اصطلاحاتو تعریف

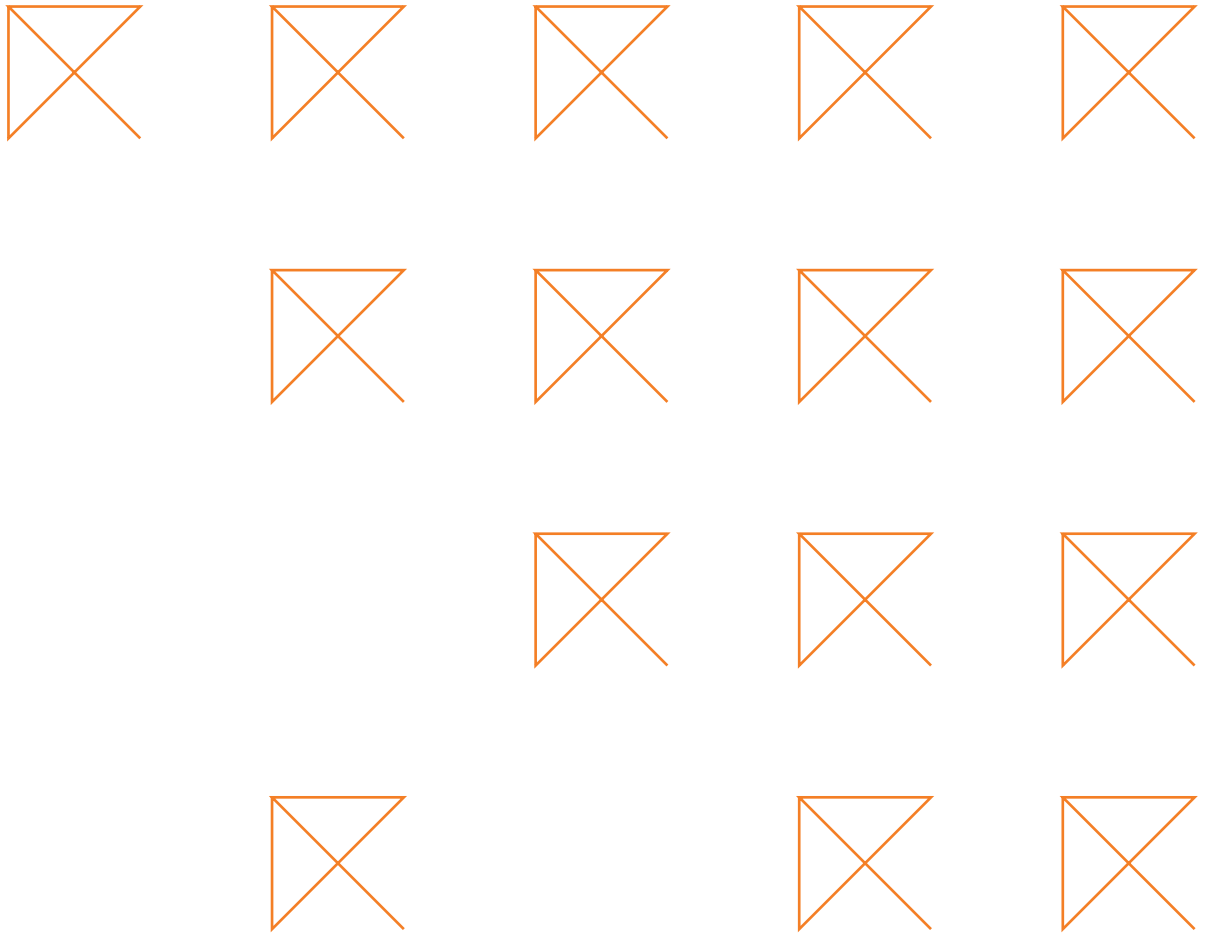
سوداگریزي ټولنې - هغه سازمانونه چې د بېلابېلو مشخصو شرکتونو او تشبثاتو د اړتیا پوره کولو لپاره هڅې کوي.

سوداگریز نندارتون - د شرکتونو هر ډول راټولیدل په داسې ځای کې چې هلته خپل محصولات او چوپړتیاوې د لېوالو مراجعینو د پېرودلو لپاره نندارې ته وړاندې کوي.

مطلوب بازار - د هغو بالقوه پېرودونکو مشخصه ډله چې یو شرکت د خپلې بازارموندنې او د پلورلو هڅې ورباندې متمرکز کوي. دوی معمولاً هغه کسان دي چې په قوي احتمال له شرکت څخه به پېرودل وکړي.

په دې اړه د زیاتو معلوماتو لپاره لاندې مطالب وگورئ:

- سیال څوک دی او څرنگه پوه شم چې زما سیالان څوک دي؟ ۶. بازار موندنه



۹.

څنگه کولای شم د خپلو سیالانو په
پرتله خپل تولیدات او چوپړتیاوې
په غوره توګه وړاندې کړم؟

ډیره وختونه د دې دلیل چې تاسې خپل کاروبار بیلوئ، د کارونو په تر سره کولو یا د محصولاتو د تولید په بڼه کې د کومې ستونزې تشخیصول دي او د شرکت په پیلولو سره غواړئ یوه غوره طریقه معرفي کړئ. د محصول یا چوپړتیاوو پراختیا ستاسې د سوداګرۍ په پیل کې ستاسې د کار بنسټ دی او د سیالۍ په ډګر کې بڼه ګرځه ده. د سیالۍ په دې امتیاز کې هغه کار چې پاتې کېږي بالقوه پېرودونکو ته د دې واقعیت په هکله خبر رسول دي چې تاسې د نورو په نسبت بڼه محصولات چمتو کوئ او دا واضح کړئ چې ولې ستاسې محصول یا خدمتونه ستاسې د سیالانو پرتله بڼه دي.

کېدای شي تاسې د سیالو شرکتونو له پېرودونکو سره د خبرو او د هغوی د نظر او تجربې له لارې په دې پوه شئ چې د خپلو سیالانو د محصولاتو او چوپړتیاوو څخه د خپلو محصولاتو او چوپړتیاوو د غوره کولو لپاره لارې پیدا کړئ. په دې توګه تاسې به د سیالو شرکتونو پېرودونکو ته فرصت ورکړئ چې ستاسې له چوپړتیاوو او محصولاتو نه خبر شي او احتمالاً ستاسې نه یې وپېري.

ځینې وخت شته محصولات او چوپړتیاوې په اسانۍ سره نه شي بهتر کېدای، غوره لاره دا ده چې پېرودونکو ته د ښو چوپړتیاوو په وړاندې کولو تمرکز وشي او له دې لارې په سیالۍ کې مخکې شئ. د بېلګې په توګه، د ډېری پېرودونکو لپاره فرق نه کوي چې د خپل موټر ټایر له کومې هټۍ واخلي، ځکه د ټایر بیه دومره فرق نه کوي. خو تاسې کولی شئ د چټکې معاملي په تر سره کولو یا د پلورل شوي ټایر په نصبولو او د ټایرونو د وړیا چک او هوا په ورکولو سره د پېرودونکي په ذهن کې مثبت اغېزه پرېږدئ.

ستاسې سوداګریز بریالیتوب معمولاً د هغه توپیر له کبله دی چې تاسې یې د سیالو شرکتونو په نسبت په فعالیت کې لرئ چې ورته «د سیالۍ کولو ګټه» هم وايي. د سیالۍ کولو ګټې یوه بڼه دا هم ده چې ستاسې شرکت د خپل قوت ټکو باندې په اتکا سره وکړای شي د خپلو محصولاتو او چوپړتیاوو بیه لوړه کړي یا په لږو لګښتونو فعالیت وکړي یا دا چې دواړه امتیازونه ولري.

د سیالۍ کولو په ګټه کې اصلي ټکی پېرودونکو ته د عالي ارزښت رامنځته کول دي، په دې ډول چې دغه کار د شرکت د بریالیتوب لامل شي. یوازې د خپل سیال په ماتې فکر مه کوئ بلکې له هغې زیات خپلو پېرودونکو ته د بې ساري ارزښت په رامنځته کولو فکر وکړئ.

پدې اړه لا ډېر معلومات

ډېری هغه متشبثین چې د خپلو سیالانو په نسبت د خپلو محصولاتو او چوپړتیاوو د بڼه کولو لپاره هڅه کوي، یوازې د خپلو سیالانو په څېر فعالیتونو باندې بسنه کوي او هڅه کوي چې د خپلو چوپړتیاوو او محصولاتو بیه لږه ارزانه کړي. د بېلګې په توګه، مشهوره خبره ده چې په افغانستان کې د څښاک تولید دوو شرکتونو د خپل بازار ونډې د زیاتولو لپاره سیالي کوله، په داسې حال کې چې د محصولاتو په کیفیت، وېش او بازار موندنه کې هېڅ بدلون موجود نه و او یوازې یوه تولیدونکي خپله بیه ډېره ټیټه کړې وه. دې کار د سیالانو تر منځ د بيو جګړه پیل کړه او دواړو خواوو د بیې کمولو ته دوام ورکړ. پایله دا چې دواړه تولیدونکو میلیونونه افغانۍ عاید له لاسه ورکړ او د بازار ونډې یې چندانې بدلون ونه موند.

د هغو فعالیتونو د جوړښت موندل چې تاسې یې له خپل سیاله بڼه تر سره کوئ، تاسې سره به مرسته وکړي څو سیالي یوازې تر بیې محدوده نه کړئ. ځینې هغه کارونه چې تاسې ته د خپلو سیالانو په نسبت لوړوالی درکوي، عبارت دي له:

- نوي یا اصلاح شوي محصولات یا چوپړتیاوې
- ستاسې په تشبث کې د اومه کارول شویو موادو مناسبه بیه چې د ګټې لامل شي.
- ستاسې د خپل شرکت د محصولاتو تولید یا ستاسې د شرکت اغېزناک، چټک او بڼه کیفیت لرونکي خدمتونه.
- د ښو پېرودونکو چوپړتیاوو چمتو کول یا د پېرودونکي د وفادارۍ پیاوړتیا په موخه د محصولاتو او چوپړتیاوو تضمین.

کله چې ستاسې شرکت په دې فعالیتونو کې مهارت پیدا کړ، د سیالۍ کولو ګټې ته به لاسرسی ومومئ او کېدای شي فرصت پیدا کړئ چې پر خپلو محصولاتو او چوپړتیاوو لوړه بیه کېږدئ. په یاد ولرئ چې د سیالۍ کولو ګټې ته لاسرسی داسې فعالیت نه دی چې یو وار یې تر سره کړئ او خلاص شي، بلکې د امتیاز ساتلو لپاره دوامداره هڅه ده.

د دې برخې د اصطلاحاتو تعريف

د سيالۍ کولو گټه - کله چې ستاسې محصول يا چوپړتياوې له سيالانو څخه بڼې وي او نورو ته هم څرگنده وي چې ولې ستاسې محصول يا چوپړتياوې د پام وړ دي.

گټه - د پلور کافي حد ته په رسيدو کې د يوه شرکت يا محصول وړتيا چې له عوايدو څخه د لگښتونو له منفي کولو وروسته پيسې پاتې شي.

اومه مواد - لومړني مواد چې ورڅخه محصول جوړېږي.

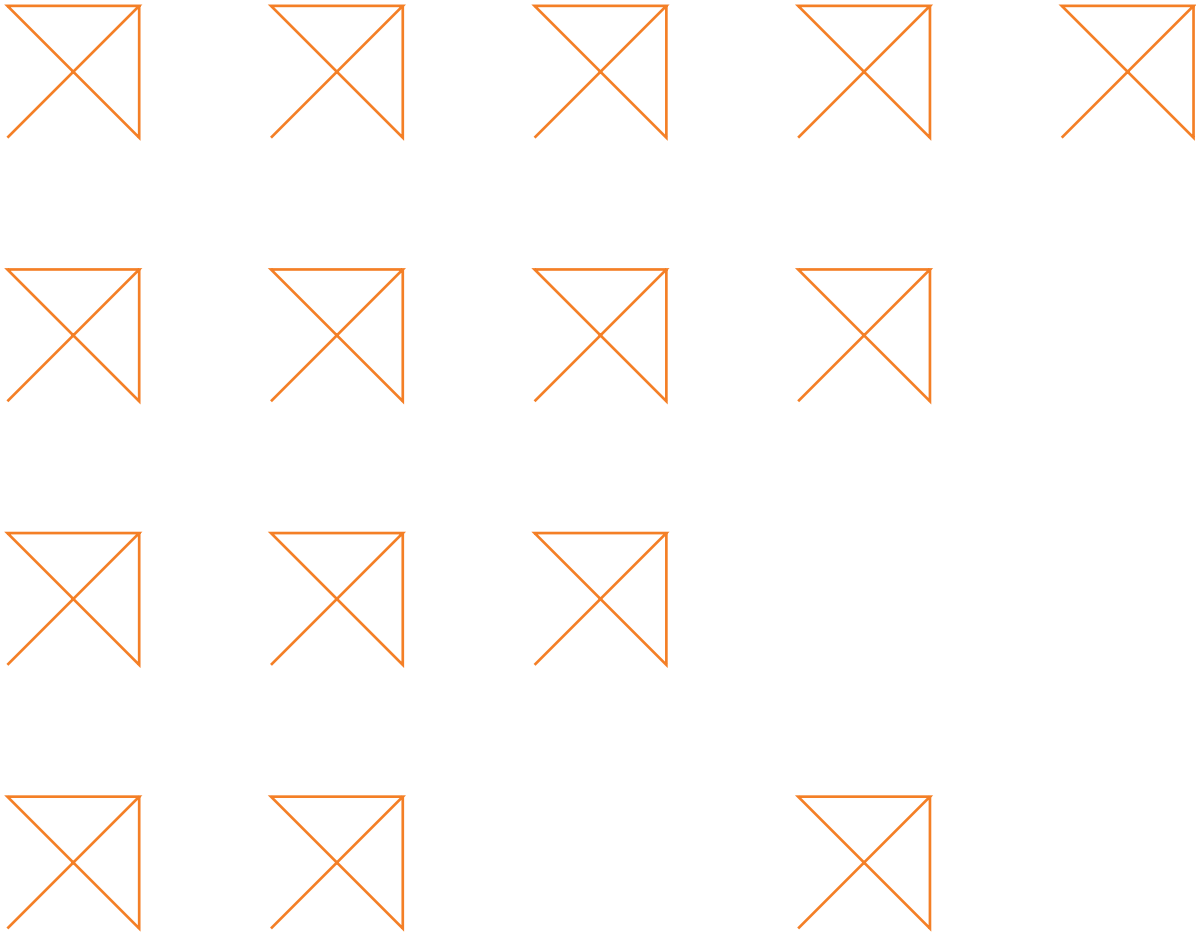
په دې اړه د زياتو معلوماتو لپاره لاندې مطالب وگورئ:

- څرنگه د شرکت له ودې سره خپل له نوبت ډکه روحیه او ذهنیت وساتم؟ ۱۴. وده او پراختیا
- له شرکت څخه بهر د کار او چوپړتياوو سپارل څه دي او څرنگه ورڅخه کار واخلم؟ ۱۴. وده او پراختیا
- څرنگه په سيالۍ کې مخکې شم؟ ۱۴. وده او پراختیا
- څرنگه خپل سوداگريز کارونه لا اغېزناک کړم؟ ۱۴. وده او پراختیا
- څرنگه پوه شم چې عمليات مې د محصولاتو او چوپړتياوو پر اصلاح او بدلون متمرکز وي يا د هغوی پر معياري کولو؟ ۱۴. وده او پراختیا

شته اضافي وسايل

د سيالۍ کوونکې د ارزونې ورکشیت

د بازار ارزونې ورکشیت



۱۰.

څنگه پوه شم چې خلک به
زما محصولات او چوپړتیاوې
وېپري او که نه؟

ستاسې په وړاندې يوه تر ټولو مهمه ننگونه به دا وي چې پوه شئ ايا ستاسې محصول يا چوپړتياوې ستاسې د پېرودونکي د غوښتنې سره سم دي که نه. البته تاسې کولی شئ د محصولاتو يا چوپړتياوو د مطلوبيت په هکله د دوستانو يا د کورنۍ غړو د نظر پوښتنې له لارې معلومات تر لاسه کړئ، خو کېدای شي د ملگرو او د کورنۍ غړو نظرونه او وړاندیزونه په کافي اندازه «سم» نه وي، ځکه هغوی اکثراً تمایل لري چې مثبت نظر ورکړي.

له هغه ځايه چې تاسې ارزول په حدس او گومان پيلوئ، نه په واقعي ډول؛ له دې کبله اړينه ده چې د خپلو محصولاتو او چوپړتياوو د تقاضا په هکله د تر لاسه شويو معلوماتو اعتبار او سموالي اندازه کړئ. تاسې فرض کوئ چې ستاسې د محصول / چوپړتيا مفکوره هغه څه دي چې خلک يې غواړي. تاسې فرض کوئ چې خلک به ستاسې د محصول يا چوپړتيا لپاره پيسې ورکړي. حدس وهئ چې خپل شرکت به په گټور تشبث بدل کړئ. ځکه ستاسې مفکوره د حدس او گومان له مجموعې هاخوا بل څه نه دي، د دې لپاره چې دغه حدسونه او فرضيات په واقعيت بدل شي، تاسې بايد ورته وخت ورکړئ. کله چې په او واقعيتونو پوه شوی، کولی شئ خپله مفکوره په بريالي سوداگريز پلان بدله کړئ.

د دې لپاره چې پوه شئ ايا پېرودونکي ستاسې محصولات او چوپړتياوې پېري که نه، له خپل ځان نه لاندې پوښتنې وکړئ:

- زما احتمالي پېرودونکي کومې ستونزې لري؟
- د هغې ستونزې د حل لار کومه ده؟
- ولې به خلک زما د محصول لپاره پيسې ورکړي؟

لومړی له خپل ځان نه پوښتنه وکړئ او خپل ځان د پېرودونکي په ځای کېږدئ او پوښتنو ته ځواب ورکړئ. بيا د دوستانو او د کورنۍ غړو نظر واخلي. له هغوی نه ورته پوښتنې وکړئ او وگورئ چې ايا ځوابونه يې ستاسې د ځوابونو په څېر دي که نه. د اړتيا په حالت کې خپل ځوابونه اصلاح کړئ. په پای کې که شونې وه، له واقعي پېرودونکو نه هم ورته پوښتنې وکړئ او ځوابونه يې وڅېړئ. دغه طريقه به تاسې ته د پېرودونکو د غوښتنو په هکله تر ټولو ښه معلومات درکړي او د بريالي سوداگريز پلان په جوړولو کې به ستاسې سره مرسته وکړي.

پدې اړه لا ډېر معلومات

دا چې کوم شرکتونه او کسان ستاسې محصولات او چوپړتياوې پېري، د پوهېدو لپاره يې ځينې لارې چارې شته:

لومړنۍ نمونه

که غواړئ د پلورلو لپاره کوم محصول وړاندې کړئ، ښه به دا وي چې له زيات توليد څخه مخکې يو اندازه محصول د نمونې په توگه توليد کړئ. لومړنۍ نمونه په حقيقت کې ستاسې د محصول لومړنۍ بڼه ده چې په لاس يې جوړوئ خو د ياد محصول په هکله د نورو نظرونه و ارزوئ. لومړنۍ بېلگه د محصول آزمايښتي بڼه ده او د هغه محصول په هکله يوازې ستاسې مفکوره په واقعي محصول بدلوي. د لومړنيو مخبېلگو کارول:

- بالقوه پېرودونکو ته وښودل شي خو د خپل محصول د ښه والي او کمزورتياوو په هکله د هغوی په نظر پوه شئ او له زيات توليد مخکې، په هغه محصول کې اړين بدلونونه راولئ.
- عرضه کوونکو يا له کوم بل چا سره چې ستاسې د محصول په چمتو کولو او توليد کې ښکېل وي، گټور تماميږي. لومړنۍ نمونه له نورو سره مرسته کوي چې پوه شي چې د محصول د جوړولو لپاره کومو شيانو ته اړتيا ده او په پايله کې د محصول جوړولو پر مهال خپل کار په ښه ډول تر سره کړي.
- که تاسې د بهرني پانگوال په لټه کې ياست، گټور تماميږي. که لومړنۍ مخبېلگه ولرئ، پانگوال په ښه ډول پوهيږي چې تاسې کوم شی توليدوئ او پلورئ.

فوکس گروپ

دا يوه پنځه يا شپږ کسيزه ډله ده چې تاسې ورسره گورئ خو پوه شئ چې خلک ستاسې د محصولاتو او چوپړتياوو په هکله څه فکر کوي. معمولاً هغه کسان چې تاسې غواړئ په دې گروپ کې وي، هغه کسان دي چې فکر کوئ ستاسې ټيپيک پېرودونکي به وي (د مطلوب بازار). تاسې کولی شئ له آشنا کسانو وغواړئ د فوکس گروپ غړو په موندلو کې درسره مرسته وکړي. د کورنۍ غړو، ملگرو، گاونډيانو، د سوداگريزو ټولنو غړو، ټولگيوالو او نورو دوستانو او آشنايانو څخه معلومات واخلي او د مناسبو کسانو په پيدا کولو کې نوښت وکړئ. له هغه ځايه چې تاسې د مطلوبو پېرودونکو په ځانگړنو باندې پوهيږئ، له دې کبله د دغه ډول کسانو په پيدا کولو کې د خپلو آشنايانو نظر واخلي.

تاسې باید هڅه وکړئ چې په فوکس گروپ کې د دغو کسانو د گډون لپاره د هغوی پام ځانته راوگرځوئ. که دغه کسان په یوه ډول تاسې ته نږدې وي، کېدای شي له تاسو سره د مرستې لپاره دغه کار وکړي. خو له هغه ځایه چې تاسې له کسانو غواړئ تاسې ته خپل وخت درکړي، که په بدل کې یې کوم څه لاسته راوړي، په قوي احتمال به د همکارۍ لپاره زیات تمایل پیدا کړي. تاسې کولی شئ هغوی ته په غونډه کې د گډون لپاره لږې پیسې یا ډوډۍ ورکړئ. که ستاسې شرکت چوپړتیاوې عرضه کوي (لکه رنگ ناخون)، کولی شئ هغوی ته وړیا چوپړتیاوې چمتو کړئ.

د فوکس گروپ غونډه معمولاً ۳۰-۶۰ دقیقې وخت نیسي. ښه به دا وي چې د فوکس گروپ غونډه په یو آرام ځای لکه د غونډو خونه، د کنفرانس سالون یا آن په خپل کور کې په یوه خالي خونه کې ونیسئ. ځینې کتابتونونه د غونډو کوچنۍ خونې لري چې کولی شئ هلته دغه ډول ناستې وکړئ. که خلک اجازه درکړي، کولی شئ په جومات کې هم دغه غونډه ونیسئ.

ځینې کسان شته چې د سترو شرکتونو لپاره د فوکس گروپ غونډو په جوړولو کې تخصص لري، خو تاسې په خپله هم کولی شئ دغه کار تر سره کړئ. د فوکس گروپ غونډو د جوړولو لپاره لنډ لارښود:

۱. په پیل کې خپل ځان معرفي کړئ او له ټولو گډون کوونکو څخه د هغوی د وخت لپاره مننه وکړئ.
۲. گروپ ته ووايئ چې تاسې غواړئ د خپل کاروبار د فکر په هکله د هغوی صادقانه نظر ترلاسه کړئ.
۳. مخکې له دې چې د خپل شرکت په هکله دقیق معلومات ورکړئ، له هغوی نه وغواړئ چې اوس څرنگه ورته محصولات او چوپړتیاوې اخلې.
۴. د موجودو محصولاتو او چوپړتیاوو د پیاوړتیا او نیمگرتیا ټکو په هکله د هغوی نظر وغواړئ.
۵. له گروپ نه پوښتنه وکړئ چې هغوی څرنگه له هغو محصولاتو او چوپړتیاوو څخه خبر شول چې اوس یې پېري او هغه محصولات او چوپړتیاوې اوس له کوم ځایه اخلې.
۶. له گروپ نه پوښتنه وکړئ چې کومه چاپي رسنۍ، ټلويزيون، مجله یا ټولنيزه رسنۍ زیاته کاروي.
۷. اوس گروپ ته د خپل محصول لومړنۍ بېلگه یا سمپل ښکاره کړئ. که چوپړتیاوې وړاندې کوئ، د هغې ځانگړنې توضیح کړئ.
۸. کله چې هغوی ستاسې محصول ولید او یا ستاسې له چوپړتیاوو خبر شول، د هغه محصول یا چوپړتیا په هکله د هغوی نظر وغواړئ. له هغوی نه وغواړئ چې هم د پیاوړتیا او هم د کمزورتیا ټکي په گوته کړي.

په ډېری فوکس گروپونو کې یو یا دوه گډون کوونکي ډېرې خبرې کوي او یو یا دوه نور لږه برخه اخلې. ښه به دا وي له هغو کسانو نه نظر وغواړئ چې غلي ناست وي خو ډاډمن شئ چې ټول تاسې سره خپل نظرونه او فکرونه شریک کړي. البته له ټولو گډون کوونکو څخه د هغوی ټلیفون شمېره او ایمیل واخلم خو وروسته ستاسې له کار نه خبر شي. دغه کسان به احتمالاً ستاسې له لومړنیو پېرودونکو څخه وي او ستاسې د شرکت د پیل خبر په خپرولو کې به رول ولري.

نمونه اخیستنه

له محصول څخه نمونه اخیستل ستاسې د محصولاتو او چوپړتیاوو په هکله د خلکو د نظرونو او وړاندیزونو ترلاسه کولو او همدا ډول ستاسې د سوداگریز کار د تبلیغ لپاره اغېزناکه ده. که تاسې محصول په خپله تولیدوئ، نمونه اخیستل به ډېر اغېزناک وي. تاسې د خپلو محصولاتو ډېره لږه برخه خلکو ته ورکوئ خو په آزمايښتي ډول یې مصرف کړي. د بېلگې په توگه؛ که تاسې تازه کلچې تولیدوئ، د دې پر ځای چې کوم چا ته یوه اندازه کلچې ورکړئ خو خوند یې وڅکي، کولی شئ لږ مقدار یې پېرودونکي ته ورکړئ خو هغه وازمایي. د بېلگې په توگه، بهاره تل له پخلی خوند اخلې. هغې یوه ورځ پرېکړه وکړه چې کورنۍ مریا جوړه کړي او په هټیو یې وپلوري. هغه ډاډمنه نه وه چې دغه کار څرنگه وکړي. ترور یې په هرات کې ورته کار درلود او بهارې ته یې وړاندیز وکړ خو له احتمالي پېرودونکو څخه نظر وغواړي خو د هغوی په سلیقي پوه شي. بهارې د نمونې په توگه یوه اندازه مریا جوړه کړه او له گاونډیو او هټیوالو یې وغوښتل خو د یوې اوونۍ لپاره هغه مریا مصرف کړي او په پای کې خپل نظر ورکړي. هغه ډېر ژر متوجه شوه چې خلک د هغې محصولاتو ته په څو دلیلونو غوره والی ورکوي لکه د هغوی ارگانیک توب او همدا ډول له کیمیاوي موادو څخه پاکوالی. ځینې پېرودونکو د مریا خوړوالی خوښ نه کړ. د آزمايښتي دورې له پای وروسته، بهارې د تر لاسه شویو معلوماتو په مټ لا ښه مریا جوړه کړه. نوموړې نن ورځ عالي مریا تولیدوي او له ۱۳ میړمنو څخه زیاتې د هغې په شرکت کې کار کوي.

ځینې وخت کله چې تاسې د محصول نمونه وړاندې کوئ، غواړئ هغه په هغو سیمو کې وپوښئ چې ستاسې د احتمالي پېرودونکو زیاته برخه هلته حضور ولري، له دې کبله سپورتي سیالی، کنسرتونه او جشنونه، سوداگریز نندارتونونه، د محصولاتو نندارتون، سوداگریز کنفرانسونه، د کرنې نندارتون په څېر ځانگړي پروگرامونه او نور ستاسې د نمونې محصول د وپشلو لپاره مناسب ځایونه دي چې زیاتو کسانو ته به په لږ وخت کې ورسېږي.

د دې برخې د اصطلاحاتو تعریف

نظرونه او وړاندیزونه - هغه معلومات چې یو څوک یې ستاسې د کار پرمختگ سره د مرستې یا چلند بدلولو په موخه وړاندې کوي.

لومړنۍ بېلگه - د محصول هغه لومړنۍ بڼه چې په لاس جوړه شوې شو ويې آزمايئ او نورو ته يې ښکاره کړئ چې ستاسې محصول به څنگه وي.

فوکس گروپ - د بېلابېلو کسانو ډله چې بازار ته د يوه محصول له ليرلو مخکې راټولېږي خو د ياد محصول په هکله خبرې وکړي يا د محصول له معرفي کولو وروسته هم په دوامدار ډول خپل نظرونه او وړاندیزونه د هغه د لاسنه والي لپاره شريک کړي.

د محصول نمونه - د محصول لږه برخه چې بازار ته له عرضه کولو مخکې پېرودونکو ته په وړيا ډول ورکول کېږي خو ورڅخه په آزمايښتي ډول کار واخيستل شي او د هغه د کيفيت او څرنگوالي په هکله نظر ورکړي.

مطلوب بازار - د هغو بالقوه پېرودونکو مشخصه ډله چې يو شرکت د خپلې بازارموندنې او پلورلو هڅې ورباندې متمرکز کوي. دوی معمولاً هغه کسان دي چې په قوي احتمال له شرکت څخه به پېرودل وکړي.

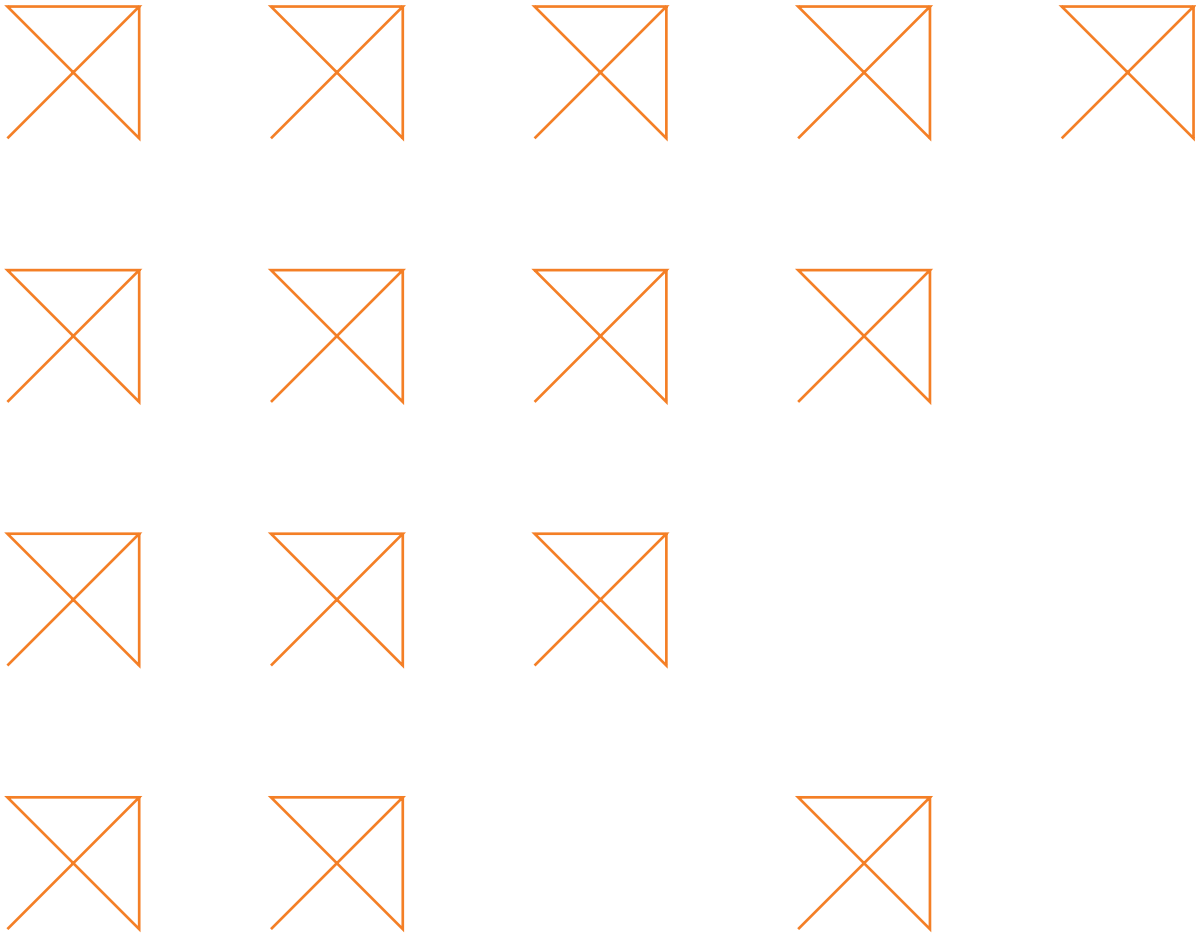
په دې اړه د زياتو معلوماتو لپاره لاندې مطالب وگورئ:

- څرنگه پوه شم چې زما کاروبار به گټه وکړي؟ ۱. د تشبېټ بيلول او پلان جوړول
- د هدف وړ بازار څه دی او څرنگه مناسب د هدف وړ بازار تعريف کړم؟ ۶. بازار موندنه
- د بازار ارزونه څه ده او څرنگه يې تر سره کړم؟ ۶. بازار موندنه
- څرنگه پوه شم چې زما بازار موندنه اغېزناکه ده که نه؟ ۶. بازار موندنه
- څرنگه پوه شم چې زما پېرودونکي چمتو دي څومره پيسې ورکړي؟ ۹. قيمت ايښودل
- خلک د بيو په هکله څرنگه فکر کوي او دغه کار د بيو ټاکلو په برخه کې زما پريکړه څه اغېزه کوي؟ ۹. قيمت ايښودل
- زما شرکت څرنگه کولی شي چې پېرودونکو ته ښه کيفيت لرونکي او ارزښتناک محصولات عرضه کړي؟ ۷. پلور او د پېرودونکو خدمتونه

شته اضافي وسايل

د سيالي کوونکې د ارزونې ورکشيت

د بازار ارزونې ورکشيت



.۱۱

د کاروبار پیلولو پر وړاندې
عام خنډونه کوم دي؟

متشبهين غواړي بريالي شي. ځينې وخت له ناکامۍ څخه وېره د کاروبار د پيلولو مخه نيسي. کله چې متشبهين په راتلونکي کې د شرکت د احتمالي ماتې په هکله فکر وکړي، په خپله لاره کې ستر خنډ جوړوي. ډېری پر هغو شيانو تمرکز وکړي چې ستاسې د شرکت د برياليتوب لامل کېږي خو دغه ذهني خنډ له لارې لېږي کړي او د کار د پيل لپاره انگيزه ولري.

د کاروبار پيل معمولاً له هغه څه څخه چې تمه کېږي، زيات وخت او انرژي په کار لري او د ځينو متشبهينو لپاره په داسې شرايطو کې د کار دوام چې د کم عايد لپاره د زياتې هڅې اړتيا وي، ستونزمن وي. پر دې خنډ د برلاسي کېدو لپاره په ياد راوړئ چې ټول شرکتونه او تشبثات د کار په پيل کې ډېر زحمت باسي او که چيرې ستاسې کار له ښه کيفيت څخه برخمن وي، بدله (گټه) به يې تر لاسه کړي.

يو بل خنډ چې د تشبث په لاره کې رامنځته کېږي د کورنۍ له ملاتړ څخه د ډاډمنتيا نه درلودل دي. که ډاډمن نه اوسئ چې کورنۍ به مو په بشپړ ډول په کاروبار کې ملاتړ کوي، تشبث به له ننگونو سره مل وي. د دې خنډ د لېږي کولو لپاره د کار پيلولو په هکله له کورنۍ سره خبرې وکړئ. که هغوی احساس وکړي چې له پيل څخه په پريکړه کولو او پلان جوړونه کې شامل وو، خپل ځان به ستاسې په برياليتوب کې شريک وگڼي.

نور خنډونه چې کېدای شي ورسره مخامخ شئ:

- حکومتي مقررات يا اورده پروسيجرونه چې د هغوی بشپړول زيات لگښت غواړي او يا دا چې د ادارو د توافق تر لاسه کول ستونزمن کار وي.
- کله چې پانگه او مالي اړتيا ستاسې د سپما پيسو له مقدار څخه زياتېږي او د پيسو پيدا کول ستونزمن کار وي.
- هغه سيالان چې همدا اوس هغه چوپړتياوې او محصولات وړاندې کوي چې تاسې غواړئ هغه عرضه کړئ او د هغوی کار تثبيت شوی او ورسره سيالي سخته ده.
- د بډې ورکولو لپاره فشار يا د فساد له نورو ډولونو سره مخامخ کېدل چې ستاسې د پرمختگ کار ټکنی کوي.

پدې اړه لا ډېر معلومات

ځينې وخت ستاسې د کاروبار پر وړاندې تر ټولو لوی خنډ بهرني عوامل نه دي، بلکې له شخصي خنډونو راولاړېږي.

کله چې له ناکامۍ څخه وېره د تشبث د پيل لپاره تاسې د اړينو گامونو له پورته کولو څخه ودروري، په حقيقت کې له ډېر طبيعي خنډ سره مخامخ باسئ چې د انگيزې د کمولو لامل کېږي. دغه ډول خنډ له يوه اړخه گټور دی، ځکه تاسې هڅوي چې په زيات دقت سره د کاروبار په شرايطو فکر وکړئ.

ذهني خنډونه کېدای شي د تشبث په کار کې ستاسې وده ټکنی کړي. که متشبت وغواړي چې هر څه څرگند او په بشپړ ډول تعريف شوي وي او بيا په کار لاس پورې کړي، په هغه حالت کې به له ماتې سره مخامخ شي. د تشبث نړۍ له بې نظمي او ابهام سره مخامخ ده. هغه کسان چې د ډېر نظم غوښتونکي وي، دغه تمايل به د تشبث په کار کې ورته خنډ جوړ کړي. د بېلگې په توگه، کېدای شي تاسې خپله ورځ په دې فکر پيل کړئ چې ټوله ورځ د نوي سيال په هکله څېړنه کوئ، خو لږه شېبه وروسته يو پېرودونکی درته زنگ وهي او ډېر عاجل فرمايش لري او بيا خبرېږئ چې ستاسې په شرکت کې د محصولاتو د لېږلو او تسليم ورکولو مسوول ناروغ دی. بايد په کافي اندازه انعطاف منونکی اوسئ خو خپل د ورځې پروگرام بدل کړای شئ او تر ټولو مهم کار اجرا کړئ. که تاسې په کار کې له مبهمو او نامطمئنو شرايطو سره عادت ونه کړئ، کېدای شي د تشبث کار ستاسې لپاره ستونزه جوړه کړي.

ځينې وخت متشبهين په ځانگړي توگه ښځينه متشبهينې له کلتوري خنډونو سره مخامخ کېږي. مېرمنې په افغانستان کې بايد د خونديتوب په تړاو اندېښنو، د چاپېريال محدوديتونو، په يوازې توگه د سفر وړتيا او د کورنۍ مسووليتونو او محدوديتونو تر منځ انډول رامنځته کړي او د خلکو ليد د مېرمنو د مناسبو دندو په هکله هم له ياده ونه باسي. په همدې ډول مېرمنې د کاروبار په چاپېريال کې له نارينه سره په چلند کولو کې له ننگونو سره مخامخ دي، لکه له نارينه کارکوونکو، عرضه کوونکو، ځايي مشرانو او مخورو سره ښايي ستونزې ولري. د ښځو په وړاندې نور خنډونه عبارت دي له: په دولتي دفترينو کې جنسيتي عمومي تبعيض، د هغو شرکتونو د نامناسبې سيالۍ لارې چارې چې د نارينه په لاس کې دي، نارينه بازار ته محدود لاسرسی، د مالي سرچينو کموالی او نور.

سوداگر په افغانستان کې د انجنير، ډاکټر يا حقوقپوه په نسبت له ټيټ ټولنيز موقف څخه برخمن دی. د متشبهينو په وړاندې دغه ډول چلند کېدای شي د متشبهينو په روزنه کې لوی خنډ وي، په ځانگړي توگه د کورنۍ غړو د ملاتړ ترلاسه کولو په برخه کې.

اقتصادي چاپېريال کولی شي د متشېت په وړاندې خنډ جوړ کړي، لکه:

- د نوي فعالیت د پیلولو لپاره متشېت په لاس کې پانگه نه لري.
- له معقول لگښت سره د کاري ځواک کموالی
- د کیفیت لرونکي او مطلوب کمیت اومه موادو کموالی او معقول لگښت
- د اومه موادو د لېږد لپاره نامناسبه زېربنا
- د شرکت د فعالیتونو لپاره برېښنا ته محدود لاسرسی
- ځمکې ته د لاسرسی ستونزې یا د سوداگریز کار د ځای اجاره کول

نړیوال بانک هر کال د سوداگری چاپېريال او پانگونې د شاخصونو رپوټ خپروي او تاسې کولی شئ په هغه رپوټ کې د افغانستان د تشبثاتو په وړاندې عمده خنډونه ولولئ او تصمیم ونیسئ چې آیا کولی شئ خپل سوداگریز کار پیل کړئ که نه.

سیاسي چاپېريال هم کولی شي د متشېتو د گټو په خلاف عمل وکړي، په ځانگړي توگه هغه وخت چې ټیکاو نه وي او سیاسي پالیسي د نویو شرکتونو د جوړولو او پرمختگ څخه ملاتړ ونه کړي. سیاسي سیستمونه کېدای شي د سوداگریز او صنعتي کنټرول پر بڼې هم اغېزه وکړي او په مالیاتي او حسابدارۍ چارو او نورو کې د حکومتي پیچلو مقرراتو او شرایطو په ټاکلو کې د پروسو د خنډ لامل شي.

د دې برخې د اصطلاحاتو تعریف

حکومتي مقررات - هغه مقررات او شرایط چې حکومت یې جوړوي خو شرکتونه په خپلو فعالیتونو کې ورڅخه تابعیت وکړي.

پانگه - هغه پیسې چې د شرکت د کار پیلولو او دوام لپاره ورته اړتیا ده.

زېربنا - د محصولاتو او چوپړتیاوو د لېږد لپاره له یوه ځای څخه بل ځای ته سرکونه، پلونه، لویې لارې، د اړتیا وړ تجهیزات.

متشېت - هغه کس چې کاروبار یا تشبثونه تنظیم او اداره کوي او د خپل سوداگریز کار د پرمختگ لپاره خطر مني.

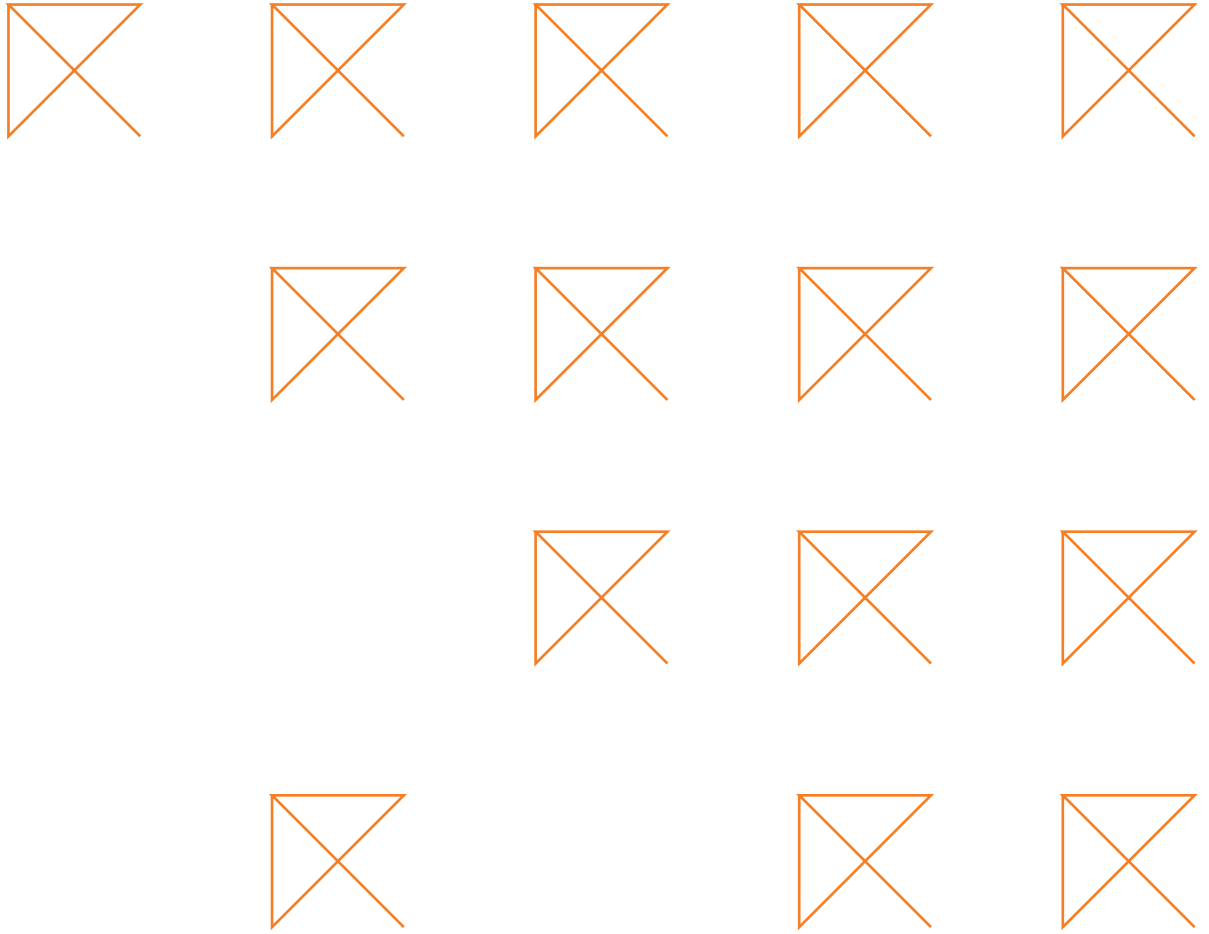
په دې اړه د زیاتو معلوماتو لپاره لاندې مطالب وگورئ:

- د سوداگری د پیل لپاره له کوم ځایه پیسې ترلاسه کولی شم؟ ۱. د تشبث پیلول او پلان جوړول
- کوم ډول تصدیق پانې، جواز یا اجازه لیک ته به اړتیا ولرم؟ ۲. د تشبث پراوونه - د تشبث رسمی کول
- پانگه څه ده او ولې ورته اړتیا لرم؟ ۳. مالی سرچینو ته لاسرسی
- زما د شرکت لپاره د نویو کسانو د پیدا کولو او گومارلو تر ټولو ښه لار کومه ده؟ ۴. د بشري منابعو مدیریت
- څرنگه پوه شم چې نوي بالقوه پېرودونکي چمتو دي او کولی شي پېرودل وکړي؟ ۷. پلور او د پېرودونکو خدمتونه

ښته اضافي وسایل

د بزنس چارټ چمتو کولو پراوونه

د سوداگری د پیل لگښتونو او د سوداگری د ودې لپاره د پانگې ورکشیت



۱۲.

څنگه کولای شم لارښوونکي،
روزونکي او سلاکاران پیدا کړم؟

روزونکي، لارښوونکي او سلاکاران د هغه ټيم مهم غړي دي چې تاسې د شرکت د پيل پر مهال غواړئ هغه رامنځته کړئ او کولی شئ له بېلابېلو لارو دغو کسانو ته لاسرسی پیدا کړئ.

تر ټولو منطقي ځای چې باید وپې ولټوئ، د نږدې دوستانو او کورنۍ د غړو کړی ده. کېدای شي دوستان او کورنۍ ستاسې د کاروبار کاملاً ورته تجربه ونه لري، خو هغه مهارتونه چې هغوی په نورو تشبثاتو کې ترلاسه کړي، هم کېدای شي ستاسې په شرکت کې د کارونې وړ وي. د بېلگې په توګه، فرض کړئ ستاسې تره د موټرو د ترمیم په کار (مستریټوب) کې تجربه لري. کېدای شي ستاسې کاروبار شریني پزی وي، خو په مستریټوب کې زیات مسایل شته چې له شیریني پزی سره ورته والی لري، لکه د هغو کارگرانو څارنه چې مشخص کارونه اجرا کوي، د پېرودونکو چوپړتیاوو د کیفیت اهمیت، اعلانونه، حسابداري او نور. کېدای شي روزونکي، لارښوونکي یا سلاکار د سوداګرۍ خونې په څېر ادارو یا له هغه ځای څخه پیدا کړئ چې غړو یې مخکې له دې په کاروبار کې بری ترلاسه کړی. د دې ادارو له غړو سره د اړیکو جوړولو له لارې کولی شئ داسې کسان پیدا کړئ چې لېوالتیا لري خپلې زده کړې له نورو سره شریکې کړي.

کېدای شي د تحصیل د وخت له بریالیو همدورو سره ښې اړیکې ولری چې د دغو اړیکو په درناوي تاسې سره ستاسې د سوداګرۍ په بریالیتوب کې مرسته وکړي.

بډې اړه لا ډېر معلومات

کله چې د روزونکي په لټه کې یاست، باید داسې کس پیدا کړئ چې ستاسې شرایطو سره مناسب وي او له هغه اړینې پوهې برخمن وي چې تاسې یې غواړئ. د روزونکي د موندلو لپاره ځینې لارې:

۱. له خپلې کورنۍ پیل وکړئ. آیا ستاسې مور او پلار، نیکه او نیا داسې کوم ملګری او آشنا لري چې شرکت یا کاروبار ولري؟ آیا د ښوونځي داسې همدوره لري چې ستاسې د کار په برخه کې فعال ملګري او همکاران ولري؟ آیا ستاسې د پام وړ صنعت کې کوم فعال سیمه ییز متشبث شته چې کار یې ستاسې خونښ وي؟ که هو، دا هماغه ځای دی چې کولی شئ تر ټولو مشخصې او ارزښت لرونکې مشورې ورڅخه ترلاسه کړئ.
۲. کله چې د خلکو عمر زیاتېږي او د خپل کار په ډګر کې تجربه ترلاسه کوي، هغوی معمولاً له نورو سره د مرستې او د خپلو زده کړو شریکولو سره لېوالتیا پیدا کوي. له دې کبله کېدای شي ستاسې روزونکي د پوخ عمر خاوند وي، مالي بریالیتوب او ماشومان ولري چې اوس لوی شوي.
۳. که ستاسې شرکت د پیل پړاو کې دی، باید د بریالي متشبث په لټه کې شئ چې د سوداګرۍ او پانګونې په برخه کې پراخه پوهه او مهارت ولري.

اناھیتا په مزارشریف ښار کې د مېرمنو ځانګړې رستورانټ جوړ کړی دی. په لومړي کال کې هغه متوجه شوه چې مالي مسایل یې ګډوډ دي. هغې څو تنه محاسبین وګومارل خو بیا هم ځینې مسایل همداسې پاتې وو. هغې د حساب په نوم د کورنۍ له ملګري نه مرسته وغوښته. حساب په کابل کې رستورانټ لري. حساب وویل چې هغه چمتو دی د شپږو میاشتو لپاره له اناھیتا سره مرسته وکړي او هر وخت چې اړتیا ولري ورسره مرسته وکړي. حساب د څو کورنیو رستورانټونو په مدیریت کې تجربه درلوده او اناھیتا سره یې د پیاوړي مالي مدیریت په برخه کې مرسته وکړه. هر ځل چې اناھیتا کابل ته سفر کاوه یا حساب مزار ته تللو، له یو بل سره یې کتل او د ټیلیفون له لارې یې هم خبرې کولې. اناھیتا د خپلو مالي رپوټونو په وړاندې په ځان باور ترلاسه کړ او حساب سره یې د سوداګریز روزونکي په توګه خپلې اړیکې وساتلې.

مهمه دا ده چې داسې روزونکي پیدا کړئ چې په منظم او دوامدار ډول تاسې سره خبرې وکړي. اوونیزې کتنې به مناسبې وي، خو په دې پورې اړه لري چې ستاسې اړیکې څرنگه پرمختګ کوي. کېدای شي تاسې د زیاتو یا لږو لیدنو غوښتونکي شئ. دې اړیکې سره ستاسې د روزونکي ژمنتیا او دې کار ته وخت درلودل ډېر مهم دي.

د روزونکي دنده ستاسې د ستونزو حل کول نه دي، بلکې هغه باید تاسې سره مرسته وکړي څو ستونزې وڅېړئ او د حل لار پیدا کړئ. دا د ښه متشبث کېدو لپاره د روزنې ښه لاره ده.

ستاسې د هڅونې او په ځان باور درلودلو لپاره د روزونکي رول ډېر مهم دی. روزونکي کېدای شي عالي ملاتړی وي او په سختو شرایطو کې تاسې سره مرسته وکړي څو په ځان باور بیرته لاسته راوړئ. تاسې د داسې کس غوښتونکي یاست چې ستاسې په څنګ کې وي او د اړتیا په حالت کې تاسې ته مشوره او ملاتړ

درکړي. که ممکنه وي هڅه وکړئ، خو لارښوونکي او روزونکي ولرئ، ځکه يو نفر روزونکی معمولاً په ټولو برخو کې چې تاسې ورته اړتيا لرئ، د مشورې ورکولو لپاره بسنه نه کوي.

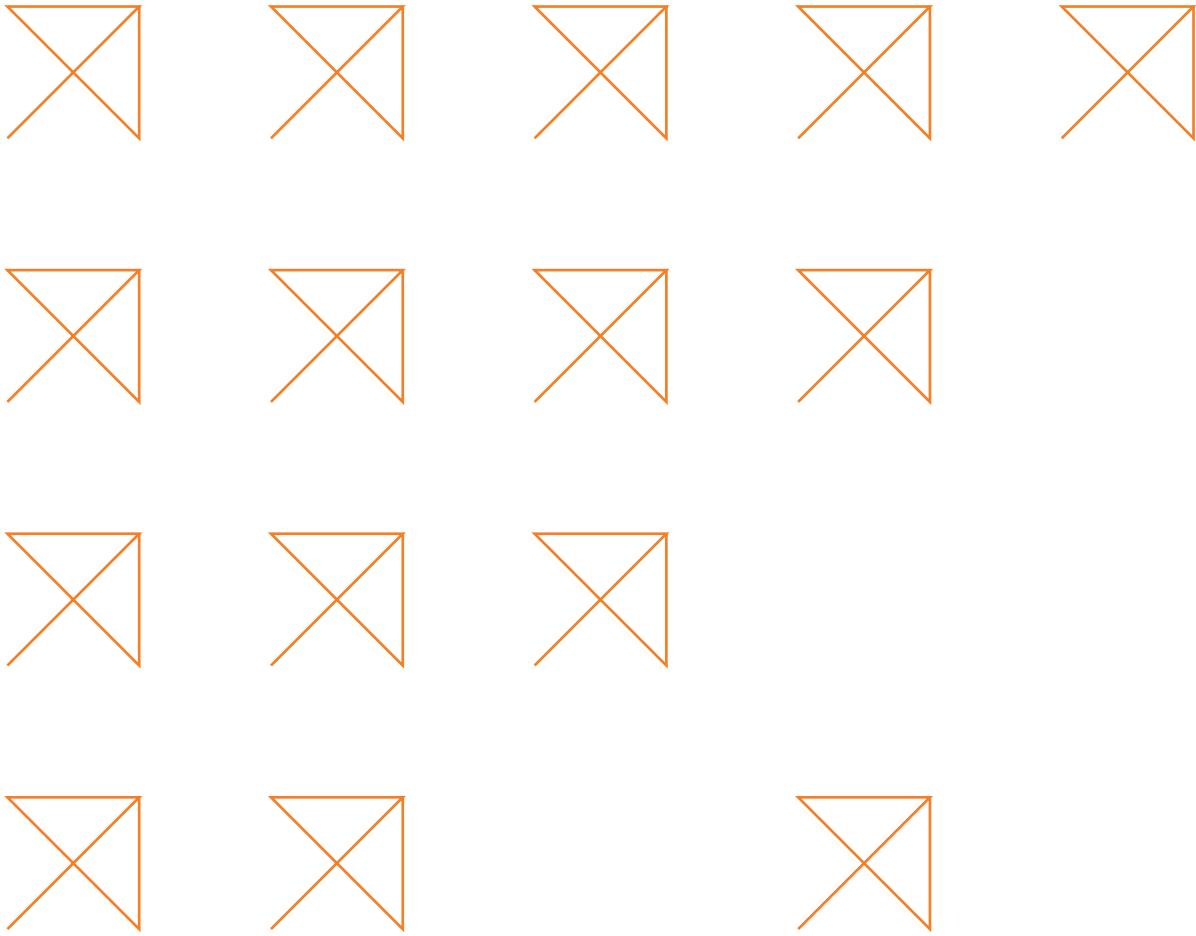
د دې برخې د اصطلاحاتو تعريف

لارښود - هغه کس چې بل چا سره مرسته کوي، خو کارونه په ښه ډول تر سره کړي. لارښود د کار تر سره کولو د لارو چارو وړاندیز کوي، د کار تر سره کولو ښې لارې ښيي، کس هڅوي، د هغه تېروتنې ورته په گوته کوي او لارښوونه يې کوي.

روزونکی - تجربه لرونکی او د باور وړ سلاکار.

په دې اړه د زياتو معلوماتو لپاره لاندې مطالب وگورئ:

- بريالي مشران څه کار کوي؟ ۴. مشري
- ولې او څرنگه بايد شخصي او مسلکي شبکې جوړې کړم؟ ۴. مشري
- نظرونه او وړاندیزونه څرنگه لاسته راوړم؟ ۴. مشري



۱۳.

آيا ارينه ده چي د خپل کاروبار
لپاره يو ځای پيدا کړم يا له
کوره يې پيل او اداره کړم؟

يو زيات شمېر متشېن په بريالي ډول له خپل کور څخه کاروبار مدیریت کوي. ځينو متشېنو خپل کاروبار له کور څخه پيل کړی، وروسته د کار په پراخيدو سره يې د کار لپاره رسمي ځای ټاکلی دی.

ستاسې د کاروبار او تشبث ډول دا ټاکي چې آیا له کور نه د هغې مدیریت وکړئ که نه. که ستاسې کاروبار داسې وي چې پېرودونکي ستاسې خوا ته راشي، په دې حالت کې که په کور کې اوسئ، ستونزې سره به مخامخ شئ. ځينې پېرودونکي نه غواړي چې د خلکو له خصوصي هستوگنځي څخه محصول يا چوپړتيا لاسته راوړي، يا کېدای شي ستاسې کور ته لاسرسی ستونزمن وي. ستاسې د کورني شرکت په ودې سره هغه کسان چې ستاسې کور ته به مراجعه وکړي، هم زيات شي او گاونډيان به له ترافيکي گڼې گونې او نورو مزاحمتونو څخه په تنگ شي.

په ډېری مواردو کې ښار يا ښارگوټی چې تاسې په کې اوسېرئ، له کور څخه د مجاز سوداگريز فعاليتونو په برخه کې مقررات لري. د کابل ښار هستوگنيزې او سوداگريزې سيمې د ښاروالی او نورو دولتي ادارو له خوا ټاکل کېږي. ډېری تشبثات په هستوگنيزو سيمو کې فعاليت لري خو توليدي شرکتونه ډېر غالبال او د پام وړ فاصله مواد توليدوي، له دې کبله بايد له هستوگنيز چاپېريال څخه د باندې يا د ښار په صنعتي برخې کې فعاليت وکړي.

پدې اړه لا ډېر معلومات

دلته له کور څخه د کاروبار يا تشبث ځيني گټې بيانوو:

- اړينه نه ده چې هره ورځ دفتر ته ولاړ شئ. کور او کار ته نه تگ د وخت او پيسو د سپما لامل کېږي. آن ستاسې د ورځنۍ انډينېني کچه هم کموي.
- زيات انعطاف منل به ولرئ. له کور څخه کار به تاسې ته اجازه درکړي، هغه مهال چې ستاسې کار تر ټولو زيات اغېزناک دی، هغه وخت کار وکړئ، د خپلې خونې او هوسا جامې واغونډئ او د خپل کار لپاره داسې لاره چاره غوره کړئ چې تاسې ته مناسبه وي.
- پر کار باندې تمرکز به هم آسان شي. کېدای شي په کور کې ځينې مزاحمتونه وي، خو په کور کې د دفتر په نسبت چې د همکارانو، کارکوونکو او د چاپېريال له غالبال سره مخامخ ياست، پر مزاحمتونو زيات کنټرول لرئ. سره له دې که په کور کې ماشوم يا نور کسان ولرئ چې مرستې ته اړتيا لري، احتمالاً پر کار به تمرکز کول ستونزمن شي.
- کولی شئ پيسې زېرمه کړئ، ځکه کله چې په کور کې کار کوئ، د دفتر له کرابي او نورو دفتري لگښتونو څخه به معاف ياست.
- کولی شئ د کار او ژوند تر منځ انډول ښه کړئ. ډېری متشېن د شخصي او کاري ژوند تر منځ د انډول په رامنځته کولو کې ستونزه لري. له کور څخه کار کول د دغه انډول موندل او ساتل آسانه کوي.

له کور څخه د سوداگريز کار زيانونه:

- تاسې به شخصي انضباط ته ډېره اړتيا ولرئ. کله چې د کور په چاپېريال کې ياست، هره ورځ له خوبه پاڅېدل او کار کول شخصي انضباط او ډېرې انگېزې ته اړتيا لري.
- کېدای شي د يوازېتوب احساس وکړئ. کله چې ټوله ورځ په سوداگري کې له نورو ښکېلو کسانو څخه لېرې کار کوئ، کېدای شي د تجريد او يوازېتوب احساس وکړئ.
- د ورځې په پای کې د کار پای ته رسول به ستونزمن شي. کله چې په کور کې کار کوئ، کېدای شي د کار او شخصي ژوند تر منځ ډېر لږ توپير وي او په دې حالت کې د کار بس کول ډېر سخت وي او کېدای شي تاسې له حده زيات په کار کې ډوب شئ.
- د هستوگنې ځای به له لاسه ورکړئ. کله چې له کور څخه د کار ځای په توگه کار اخلي، هغه ځای چې کورنۍ يې د هستوگنې لپاره کاروي، نور به هم کوچنی شي.
- له ټيم سره د اړيکو ساتل به ستونزمن شي. که کارکوونکي ولرئ چې ستاسې د شرکت په دفتر کې کار کوي او تاسې هره ورځ ورسره مخامخ نه شئ، له هغوی سره د باور او اړيکو رامنځته کول به له ننگونو سره مل شي.
- په شخصي ژوند کې ستاسې مسووليتونه کېدای شي ستاسې له کاري مسووليتونو سره گډ شي. کله چې په کور کې کار کوئ، د کورنۍ د غوښتنو او مسووليتونو مدیریت به سخت شي.

قانوني او حقوقي محدوديتونه کېدای شي په کور کې ستاسې د کار خنډ شي، په ځانگړې توگه که کار مو داسې وي چې له زيات شمېر پېرودونکو سره ليدنه

کاته ولری. که ستاسې کاروبار داسې وي چې په هغې کې د خونديتوب او روغتیا مسایل مطرح وي لکه د موټر ترمیم او رنگول، په دې حالت کې تاسې داسې ځای ته اړتیا لرئ چې له خطرناکو موادو څخه د کارونې د خونديتوب مقرراتو یا د کار په چاپیریال کې له تجهیزاتو څخه د گټې اخیستنې سره عون ولري.

د دې برخې د اصطلاحاتو تعریف

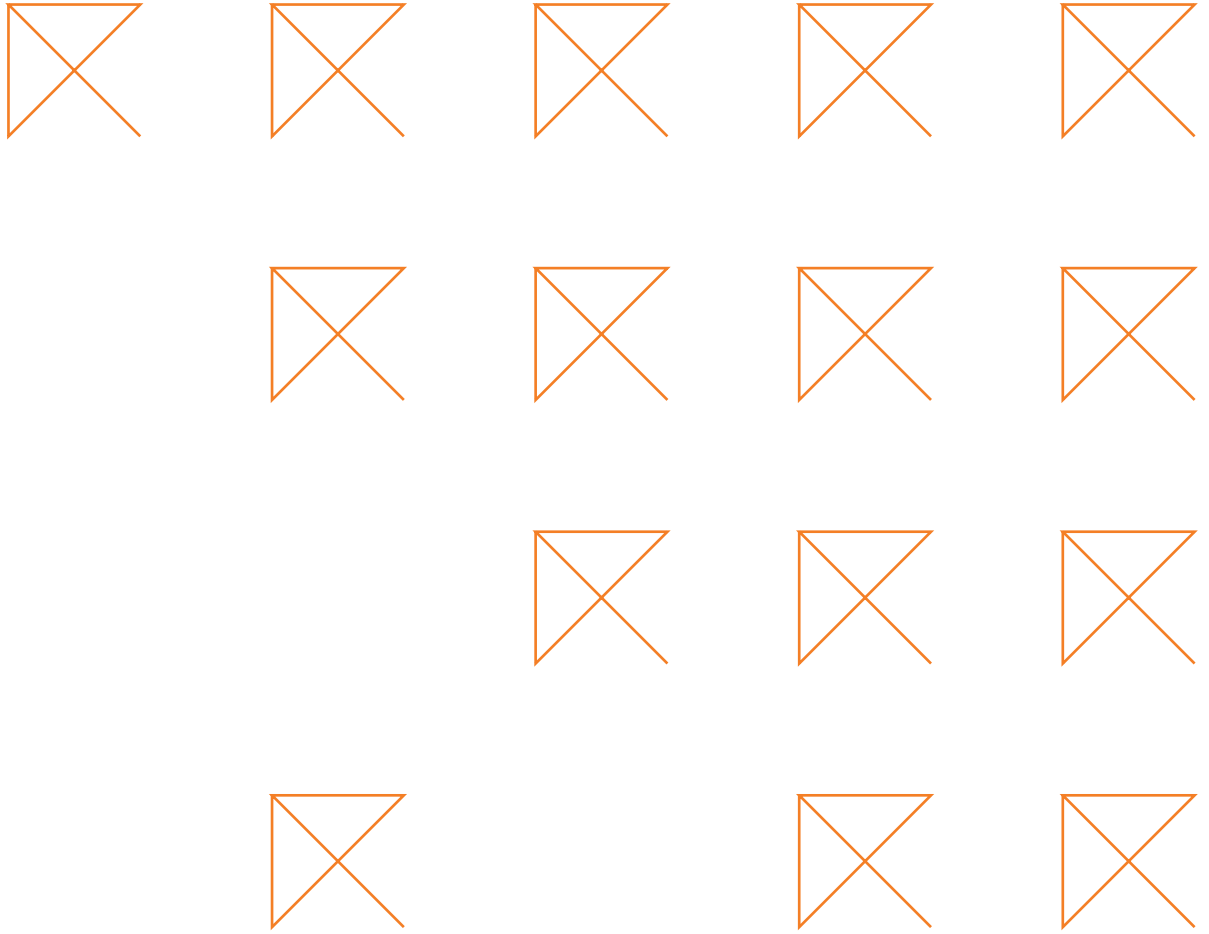
متشبت – هغه کس چې کاروبار یا تشبثونه تنظیم او اداره کوي او د خپل سوداگریز کار د پرمختگ لپاره خطر مني.

په دې اړه د زیاتو معلوماتو لپاره لاندې مطالب وگورئ:

- د کار ځای د ټاکلو پر مهال باید کوم کار وکړم؟ ۱. د تشبث پیلول او پلان جوړول
- څرنگه د خپل کاروبار د پراختیا لپاره د اړتیا وړ ځای پیدا کړم؟ ۱۴. وده او پراختیا

شته اضافي وسایل

د سوداگری پیلولو لگښتونه او د سوداگری د ودې لپاره د پانگې ورکشیت



۱۴.

د کار ځای د ټاکلو پر مهال
باید کوم کار تر سره کړم؟

په ځينو تشبثاتو کې، د کار ځای ټاکل به احتمالاً ستاسې پر کاري برياليتوب تر ټولو اغېزمنه بریکه وي. د پرچون پلورنې لپاره د ځای ټاکلو پر مهال بڼه به دا وي چې په دې فکر وکړئ چې ستاسې پېرودونکي په خوندي او آسانه توگه د کار ځای پيدا کړای شي. پرچون پلورنې کله چې د نورو هټيو او د خلکو د تگ راتگ په ځای کې وي، د هغوی د برياليتوب احتمال زياتیږي، ځکه ټول د پېرودونکو د تگ راتگ څخه گټه اخلي. د پرچون کاروبار لپاره دا هم مهم دي چې بالفعل او بالقوه پېرودونکي وکړای شي چې ستاسې د هټۍ يا د کار ځای لوجه وويني. کله چې خلک لوجه وويني، کېدای شي په هماغه وخت کې څه وانخلي، خو احتمال لري چې ستاسې د تشبث نوم د هغوی په ذهن کې پاتې شي او د اړتيا په وخت کې هلته مراجعه وکړي.

که تاسې محصولات توليدوئ، بايد د کار ځای ته د اومه موادو او پېرودونکو ته د چمتو شويو توليداتو د لېږد پر څرنگوالي په دقت فکر وکړئ. د ټرانسپورټ د اصلي لارو په گاونډ کې د توليدي تاسيساتو ځای پر ځای کول د لېږد رالېږد د آسانتيا له پلوه يو امتياز گڼل کېدای شي او ستاسې انتقالات به ارزانه تمام شي. که تاسې داسې شرکت لري لکه د ترکاني فابريکه چې زيات شمېر اضافي مواد توليدوي او بايد په منظم ډول اضافي مواد راټول او لېږي شي، په دې حالت کې بايد د موادو د راټولولو او د هغوی د لېږد لگښتونو په کمولو فکر وکړئ.

د کار ځای ټاکلو پر مهال د خپلو کارکوونکو په هکله هم بايد فکر وکړئ. ځان ډاډمن کړئ چې ستاسې د کار شرکت بايد په داسې ځای کې وي چې کارکوونکي په خوندي ډول او په خپل وخت کار ته ورسېږي. سربېره پر دې، ډاډ تر لاسه کړئ چې کارکوونکو سره د گډو غونډو او روزنيزو پروگرامونو جوړولو لپاره مناسب ځای ولري.

پدې اړه لا ډېر معلومات

د کار ځای د ټاکلو پر مهال لومړی پېرودونکي او بيا خپل کارکوونکي په پام کې ونيسئ. که ستاسې د کار ځای ته لاسرسی ستونزمن او د کارکوونکو لپاره ډېر لېږي وي، بڼايي تشبث مو ونه کړای شي چې بڼه کارکوونکي وگوماري او له دې کبله تاوان وکړئ. هغه تشبثات چې د تگ راتگ عمومي لارو ته نږدې وي، کېدای شي زيات بريالي وي، ځکه پېرودونکي او کارکوونکي په آسانۍ هلته تگ راتگ کولی شي.

په کوم ښار کې چې ستاسې شرکت فعاليت کوي، کېدای شي د بېلابېلو تشبثاتو د فعاليت مجاز موقعيت په هکله ځينې مقررات ولري. دغه مقررات چې د زون ټاکلو مقرراتو په نوم هم يادېږي، کولی شي د تشبثاتو ځيني ډولونه په ځانگړو ساحو پورې محدود کړي، له دې کبله مهمه ده چې پوه شئ د زون ټاکلو مقررات ستاسې د شرکت د فعاليت په ځای باندې څه اغېزه کوي څو مناسب ځای وټاکئ. د افغانستان د زون ټاکلو مقررات پر شرکتونو د هستوگنيزو او سوداگريزو سيمو له تفکيک پرته کوم بل محدوديت نه لگوي.

که تاسې د خپل شرکت ځای په اجاره نيسئ، بايد د سيمې د اجارې يا کرایې تړون د جزئياتو په هکله معلومات لاسته راوړئ. د بېلگې په توگه:

۱. د کرایې اندازه څومره ده او تاسې بايد د څو مياشتو يا کلونو لپاره هغه ځای کرایه کړئ؟
۲. آیا تاسې بايد د ځای کرایه د مالياتو له منفي کولو پرته ورکړئ؟
۳. آیا بايد د برېښنا، اوبو يا کثافتو د لېږد لپاره پيسې ورکړئ؟
۴. آیا تاسې د نلونو، رڼا، گرمولو او نورو اړينو شيانو په څېر د لگښتونو د ورکړې مسووليت ولري؟
۵. کله چې د اجارې ځای ته کډه کوئ، د هغې وضعيت څرنگه دی؟
۶. ستاسې پېرودونکو او کارکوونکو ته به د موټر لپاره څومره ځای وي؟
۷. آیا لوجه نصب کولی شئ؟

معمولاً د معاملاتو رهنما د اجارې تړون د مقرراتو او شرايطو د ټاکلو او اړيکو رول لوبوي. د معاملاتو رهنما له خپلو چوپړتياوو څخه يو مقدار فيس اخلي. تړون له لاسليک څخه مخکې ولولئ. تاسې له هغې کرایې څخه د مالياتو د ورکړې مسووليت لري چې بايد د ودانۍ خاوند ته يې ورکړئ. په یاد ولرئ چې د ودانيو ډېری خاوندان په عمل کې دغه شرط نه مني. تاسې په هر حال بايد دغه ماليات ورکړئ او ځينې وخت د مالياتو مبلغ پر اجارې ورزياتيږي. په ايډيال حالت کې تاسې بايد پر ناخالصې کرایې هوکړه وکړئ او بيا هره مياشت د ماليې مقدار له کرایې څخه منفي کړئ او حکومت ته يې ورکړئ.

که تاسې د خپل کار لپاره له خپلې ودانۍ يا ځمکې نه کار اخلي، اړتيا نه ده چې ماليې وزارت ته ماليه ورکړئ. په دې حالت کې ماليات يوازې هغه پيسې دي چې ښاروالۍ يې د صفايې په توگه اخلي. په هر حال، کله چې خپل شرکت ثبتوئ، بايد داسې سند ولري چې وښيي تاسې د دفتر ودانۍ په کرایه نيولې

که ستاسې خپل ملکیت دی.

د دې برخې د اصطلاحاتو تعریف

د املاکو مالیات - هغه مالیات چې د مالکیت یا د ځمکې یا ودانۍ د کارونې پر بنسټ دولت ته ورکول کېږي.

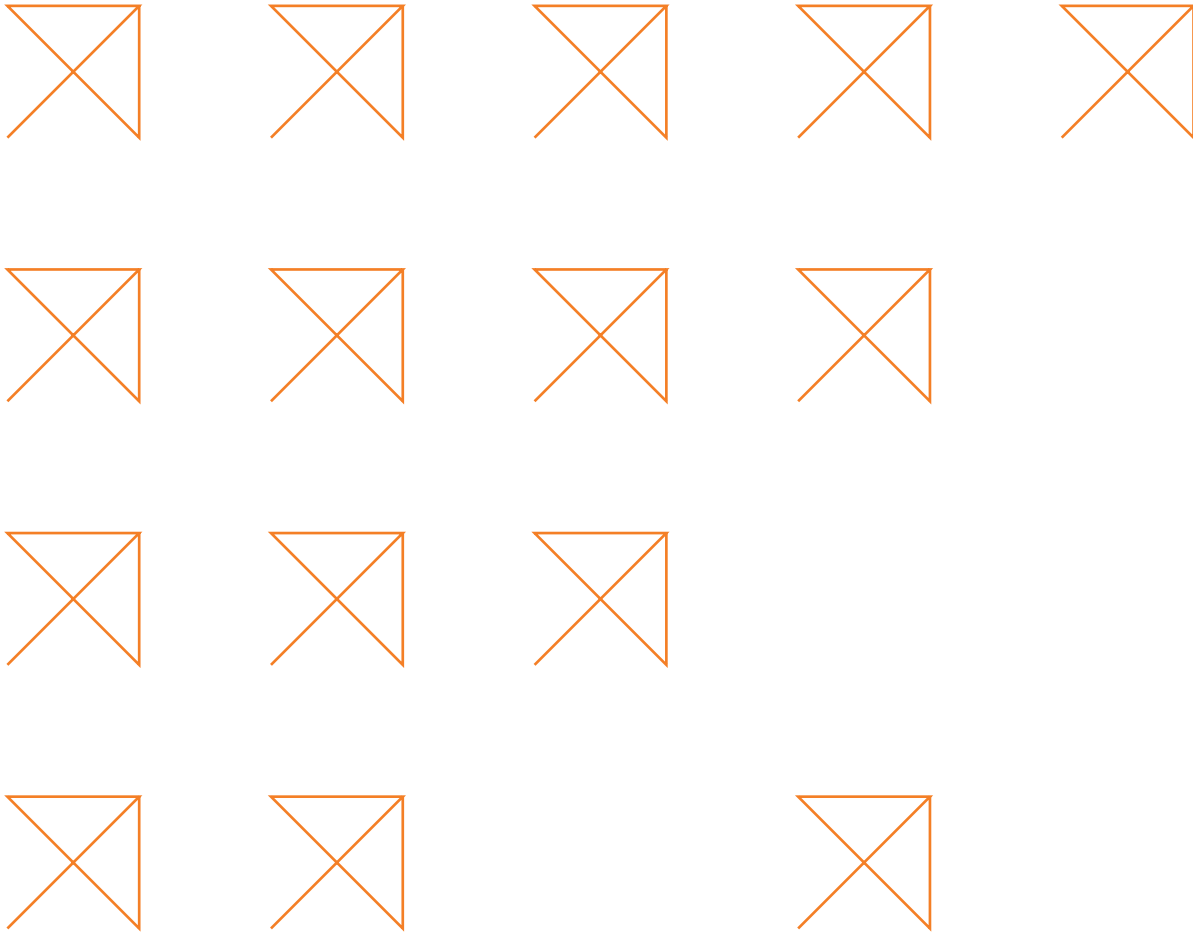
مقررات - هغه قانوني شرایط چې له قانون، مقرري او سندرد جلا پر سازمانونو او ادارو پلي کېږي.

په دې اړه د زیاتو معلوماتو لپاره لاندې مطالب وگورئ:

- ایا اړینه ده چې د خپل تشبث لپاره یو ځای پیدا کړم او که کولی شم له کور څخه خپل کاروبار پیل کړم؟ ۱. د تشبث پیلول او پلان جوړول
- د خپل کاروبار د پراختیا لپاره د اړتیا وړ ځای څرنگه پیدا کړم؟ ۱۴. وده او پراختیا

نشته اضافي وسایل

د سوداگرۍ پیلولو لگښتونه او د سوداگرۍ د ودې لپاره د پانگې ورکشیت



۱۵.

د خپل شرکت د کار پیل یا
دوام لپاره کومو تجهیزاتو
او موادو ته اړتیا لرم؟

هر کاروبار د تجهیزاتو بېل مقدار او ډولونو ته اړتیا لري، له دې کبله په پیل کې لازمه ده چې ورته شرکتونه او تشبثات ولټوی او د هغوی د کارونې وړ تجهیزات وگورئ. کارول شوي تجهیزات یادداشت کړئ. که شونې وي د شرکت خاوند سره خبرې وکړئ او وپوښتنئ چې په پیل کې یې خپل کار په کومو تجهیزاتو پیل کړی و. معمولاً د تشبثاتو خاوندان خپل کار په ساده او ابتدایي ډول پیلوي او د کاروبار په پراختیا سره نور ماشینونه او مواد ورزیاتوي.

کله چې د تجهیزاتو بېلابېل ډولونه مو په گوته کړل، باید د هغو تجهیزاتو چمتو کوونکی پیدا کړئ او د هغوی د بیې او شته والي په هکله معلومات واخلي. د پیسو د سپما لپاره ښه به دا وي چې د دویم لاس تجهیزات وکاروئ او بیا کله چې ستاسې شرکت وده وکړه، هغه په نوي او غوره ډولونو بدل کړئ.

په همدې توگه، کله چې تاسې د خپل شرکت د لازمو موادو ډولونه وپېژندل، هغه وخت لټون وکړئ چې کوم کسان دغه مواد چمتو کوي او بیا له چمتو کوونکو سره اړیکه ونیسئ. هغوی به د اړینو موادو د اټکل شوي اندازې په ټاکلو، د کار پیلولو موجودي لگښت او دا چې څومره موده وروسته به دغو موادو ته اړتیا پیدا کړئ، مرسته وکړي. که شونې وي د اومه موادو له یو څخه زیات چمتو کوونکي (عرضه کوونکي) پیدا کړئ خو د موادو د نشتوالي احتمال حداقل ته ورسېږي. که چېرې یو چمتو کوونکی د موادو په رسولو کې ستونزه ولري، دویم چمتو کوونکی کولی شي تاسې ته مواد در ورسوي.

پدې اړه لا ډېر معلومات

د تشبثاتو په ډولونو کې د زیات توپیر له کبله، د یو ډول تشبث د تجهیزاتو او د اړتیا وړ موادو ډول هم له بل ډول تشبث څخه توپیر لري، خو ځینې لارې شته چې تاسې سره به د خپل تشبث د اړتیاوو په تشخیصولو کې مرسته وکړي.

د نورو شرکتونو په لیدلو سره چې ستاسې شرکت ته ورته والی لري، کولی شئ تشخیص کړئ چې کوم ډول تجهیزاتو ته به اړتیا ولری. موجود تشبث د کار په حال کې وگورئ او د هغوی د کارونې تجهیزات یادداشت کړئ. کېدای شي تاسې خپل شرکت ته دقیقاً هماغه ډول یا ورته تجهیزاتو ته اړتیا ونه لرئ. د بېلگې په توگه، که تاسې غواړئ د کوچني چاپي چوپړتیاوو لپاره د چاپ هټی پرانیزئ او بیا د چاپ ستر شرکتونه وگورئ چې د سترو چاپي چوپړتیاوو لپاره کار کوي، باید پوه شئ چې ستاسې اړتیاوې بېلې دي. ښه به دا وي چې د چاپ کوچني ماشینونه پیدا کړئ، نه هغه ډول ماشینونه چې ستر چاپي شرکتونه یې لري. خو د سترو شرکتونو په لیدو هم کولی شئ د کار په پیل کې د خپلې اړتیا وړ تجهیزاتو په هکله ښه نظر پیدا کړئ.

له هغو پلورونکو سره چې ستاسې د تشبث مواد او تجهیزات چمتو کوي، اړیکه ونیسئ. هغه شرکتونه چې ستاسې د اړتیا وړ مواد او تجهیزات چمتو یا تولیدوي، معلومات لرونکي کسان دي او ستاسې د شرکت د اړتیاوو په تړاو نوي معلومات لري. دغه شرکتونه په ورته وخت کې لېوالتیا لري چې د اړوند صنعت د معیارونو او تجهیزاتو په هکله معلومات وړاندې کړي. په یاد ولرئ چې هغوی د توکو د پلورلو لپاره کار کوي او کېدای شي ستاسې له اړتیا څخه زیات اټکل وکړي. ښه به دا وي چې د زیات شمېر پلورونکو نه معلومات تر لاسه کړئ او هغه څه چې اوری پرته کړئ او د خپلو اړتیاوو په برخه کې سمه پریکړه وکړئ.

د هغو کارپوهانو نظر وغواړئ چې ستاسې په څېر شرکتونو ته چوپړتیاوې چمتو کوي. د بېلگې په توگه؛ که تاسې د تازه مېوو د جوس تولیدولو شرکت جوړوئ او له یوه محاسب څخه د حسابداری چارو د تنظیم لپاره کار اخلي چې د ورته شرکتونو لپاره کار کوي، هغه کېدای شي تاسې سره د شرکت د اړتیا وړ موادو او تجهیزاتو په اټکل کې مرسته وکړي.

د دې برخې د اصطلاحاتو تعریف

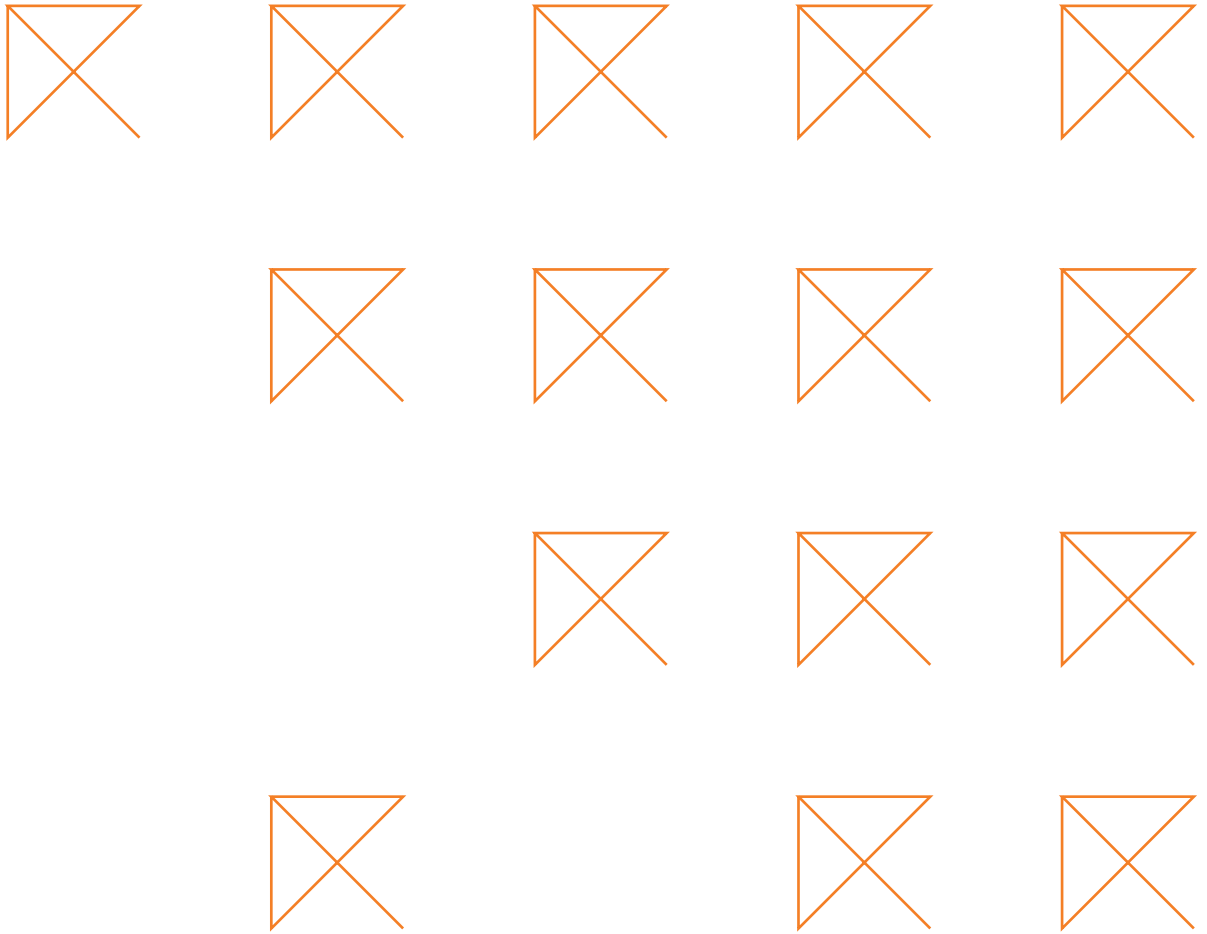
اومه مواد - لومړني مواد چې محصول ورڅخه جوړېږي.

پلورونکي - هغه کسان یا سازمانونه چې د شرکت یا تشبث د فعالیت لپاره د اړتیا وړ محصولات او چوپړتیاوې چمتو کوي.

په دې اړه د زیاتو معلوماتو لپاره لاندې مطالب وگورئ:

- د عملیاتو د مدیریت غوره لارې کومې دي؟ ۵. د عملیاتو او پروژې مدیریت
- څرنگه بودیجه جوړه کړم؟ ۱۰. بودیجه جوړونه

د سوداگری پیلولو لگښتونه او د سوداگری د ودې لپاره د پانگې ورکشیت



۱۶.
څنگه پوهېدلای شم چې
زما کاروبار به گټه وکړي؟

دا چې یو نوی تاسیس شوی شرکت مخکې له دې چې گټې ته ورسېږي، له ستونزو سره مخامخ کېدل یې یوه معمولي خبره ده. تاسې د دې پر ځای چې د کار په پیل کې د گټې لاسته راوړلو لپاره هڅه وکړئ، ښه به دا وي چې د خپل شرکت د ودې په لومړي پړاو کې د ځینو ابهام لرونکو شرایطو او ستونزو لپاره پلان جوړ کړئ. سواگریز پلان باید لږ تر لږه د کار له پیل څخه مخکې د شرکت د گټورتوب یو ټولیز اټکل وړاندې کړي او له تاسې سره مرسته وکړي چې پوه شئ مخکې له دې چې تاسې د گټې پړاو ته ورسېږئ، ستاسې شرکت به څومره موده له گټې پرته فعالیت وکړي.

څو مهم ټکي چې د خپل شرکت د گټورتوب د شونتیا په هکله باید په ذهن کې ولری:

۱. د تشبث پیلولو لگښتونه. ځینې متشبثین تیروتنه کوي او زیاتې پیسې پر غیر ضروري لگښتونو لگوي. هڅه وکړئ چې خپل شرکت په کمې بودیچې اداره کړئ او په ځانگړې توگه د هغو لگښتونو په هکله چې له عاید مخکې نغدو پیسو ته اړتیا لري، پاملرنه وکړئ.
۲. دقیق او بشپړ سوداگریز پلان جوړ کړئ. د دې وړاندوینې لپاره یو گام چې ستاسې شرکت به گټې ته ورسېږي که نه، دا دی چې د خپل تازه جوړ شوي تشبث د لگښتونو په تړاو د دقیقو معلوماتو لاسته راوړلو لپاره وخت وکړئ. ستاسې سوداگریز پلان ستاسې د بریالیتوب د لارې نقشه ده او د لارې نقشي پرته کېدای شي ډېر ژر خپله لاره ورکه کړي.
۳. د خپلو پېرودونکو په هکله څېړنه وکړئ. د دې لپاره چې گټې ته ورسېږئ، باید پوه شئ چې ستاسې پېرودونکي څوک دي او کومې بیې کولی شي رقابتي او گټورې وي. څېړنه وکړئ څو پوه شئ چې ستاسې سیالان کومې بیې ټاکي. ستاسې احتمالي پېرودونکي ستاسې د پلان شوي تشبث په هکله څه فکر کوي او ستاسې د سیالانو په هکله څه احساس لري؟

پدې اړه لا ډېر معلومات

په دې پوهېدل چې آیا ستاسې شرکت به گټه وکړي که نه، دې ته اړتیا لري چې خپل لگښتونه او پلورل په سم ډول اټکل کړئ. تاسې باید دغه اټکلونه لږ تر لږه د لومړي کال لپاره چمتو کړئ او ځینې مهال دغه اټکلونه باید د خپل کار دویم او درېیم کال ته هم وغځوئ. یوه گټوره لاره د څوکه په څوکه کېدو ټکي د ارزونې تر سره کول دي څو پیدا کړئ چې د پلورلو په کومې اندازې سره کولی شئ خپل لگښتونه په عوایدو پوره کړئ. دغه پړاو ته د څوکه په څوکه کېدو ټکي وايي. «د څوکه په څوکه کېدو ټکي د ارزونې ورکشیت» تاسې سره د څوکه په څوکه کېدو ټکي په پیدا کولو کې مرسته کوي.

کله چې تاسې مشخص کړل چې ستاسې اټکل د راتلونکې څومره وخت نیسي، باید د شرکت د ټولو فعالیتونو نوملړ جوړ کړئ، آن مخکې له دې چې د ارقامو او شمېرو په هکله فکر وکړئ.

پلورل

ښه به دا وي چې د ټول کال د پلور پر ځای د ورځني یا اوونیز پلور په اټکل فکر وکړئ. کله چې پوه شئ چې یو پېرودونکی څومره اخلي، د ورځني پېرودونکو په شمېر فکر وکړئ. د ورځني پېرودونکو شمېر د هر پېرودونکي د پېرودلو په اندازه کې ضرب کړئ او د خپل ورځني پلورلو اټکل تر لاسه کړئ. بیا له ورځني پلورلو څخه د اوونۍ، میاشتې او کال پلورل لاسته راوړئ.

د پلورلو د لگښتونو اټکل وکړئ

بیا باید اټکل وکړئ چې د محصولاتو یا د چوپړتیاوو وړاندې کول به ستاسې شرکت ته څومره لگښت ولري. دغه کار به په ځانگړې توگه د کاروبار له پیل نه مخکې له ننګونو سره مل وي، له دې سره سره تاسې باید لږ تر لږه د اومه موادو، کارکوونکو، ماشینونو، برېښنا او نورو په گډون د خپلو لگښتونو یو ټولیز اټکل ولری. کله مو چې د هر قلم لگښتونه لاسته راوړل، باید لگښتونه د پلورل شویو توکو/چوپړتیاوو له اټکل شوي اندازې سره پرتله کړئ او خپله احتمالي گټه اټکل کړئ.

د سوداگرۍ غیرمستقیم لگښتونه اټکل کړئ

ځینې لگښتونه په مستقیم ډول له هغو توکو او چوپړتیاوو سره چې پلورئ، تړاو نه لري. سوداګري کېدل یا متشبث توب په خپله ځینې لگښتونه لري. د بېلګې په توگه، تاسې د شیریني پلورلو هټۍ پرانیږئ او د هر قلم جنس د چمتو کولو لگښت په هکله ښه نظر لری. یو غیرمستقیم لگښت چې تاسې احتمالاً د هغې فکر کړی نه دی، د بیمې پالیسي ده. د دې لپاره چې د شیریني پزی په کار کې پاتې را نه شئ، ښه به دا وي چې د بیمې پالیسي ولری څو د اور لگښت پر مهال، ستاسې شرکت له منځه لاړ نه شي. تاسې باید د بیمې لگښت په ټولیز ډول په پام کې ونیسئ او لازمه نه ده چې د هر قلم جنس په لگښت کې هغه محاسبه کړئ. د نورو ټولو لگښتونو لکه د پلورنځي یا دفتر کرایې په هکله فکر وکړئ چې تاسې د سوداګریز کار د دوام لپاره ورته اړتیا لری او دغه لگښتونه په خپل اټکل کې ځای پر ځای کړئ، څو ولیدل شي چې آیا ستاسې شرکت به گټه وکړي که نه.

د دې برخې د اصطلاحاتو تعريف

د څوکه په څوکه کېدو ټکی - هغه ټکی چې ستاسې عوايد پر لگښتونو برلاسي کېږي او تاسې د گټې په ترلاسه کولو پيل کوئ. د څوکه په څوکه کېدو ټکی په ورته وخت کې هغه ځای دی چې هر ډول نوې بيه يا د توکو او چوپړتياوو نوې اندازه د هماغه توکو يا چوپړتياوو د اصلي بيې او مقدار په اندازه گټه ترلاسه کوي.

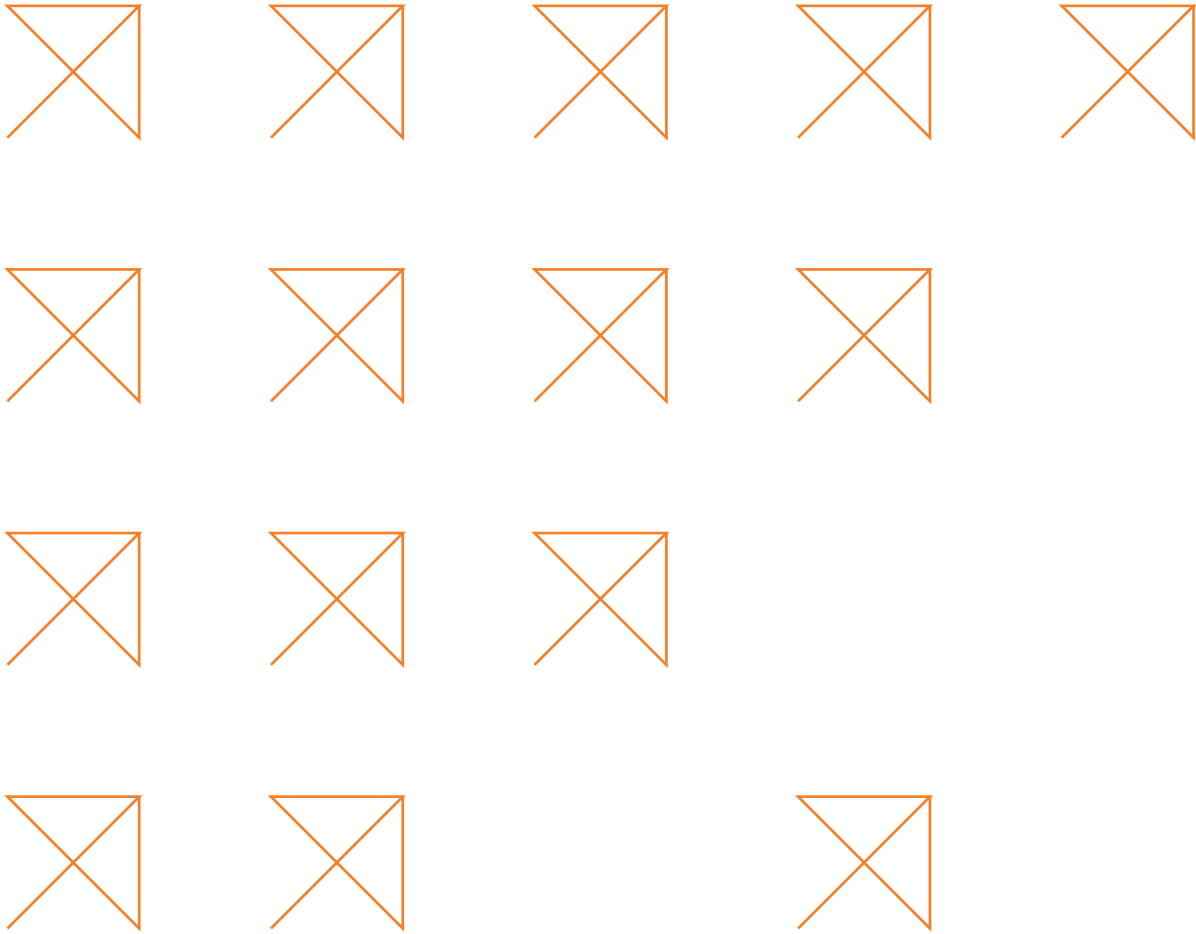
په دې اړه د زياتو معلوماتو لپاره لاندې مطالب وگورئ:

- ايا داسې وسيلې شته چې ما سره د هغې بيې د ټاکلو په پوهېدو کې مرسته وکړي چې گټه لري؟ ۹. قيمت اېښودل
- د څوکه په څوکه کېدو ټکی کوم دی او ولې بايد ورباندې پوه شم؟ ۱۲. مالي مدیریت
- څرنگه خپل لگښتونه مدیریت کړم؟ ۱۲. مالي مدیریت
- د خپل تشبث لپاره د پيسو لگښت څرنگه مدیریت کړم؟ ۱۲. مالي مدیریت
- گټه څه ده او څرنگه خپله گټه وټاکم؟ ۱۲. مالي مدیریت
- که بودیجه ونښيي چې گټه نه کوم، بايد څه وکړم؟ ۱۲. مالي مدیریت

شته اضافي وسايل

د څوکه په څوکه کېدو ټکي د ارزونې ورکشیت

د وړاندوینو بېلگه تمپلیټ



۱۷.

د خپل کاروبار له پیلولو څخه
وړاندې باید کوم ډول مالي
پلانونه او راپورونه جوړ کړم؟

د کاروبار له پیل نه مخکې، مالي پلان باید د تشبث د پیل لگښتونو د لنډیز راپورونو پر چمتو کولو متمرکز وي، لکه:

- هغه تجهیزات چې باید د کار پیلولو لپاره واخیستل شي یا اجاره شي.
- د تشبث کار د پیلولو او دوام ورکولو لپاره اړین امکانات
- د توکو او چوپړتیاوو د تولید لپاره اړین مواد
- له پرائیستلو مخکې بازار موندنه: بروشورونه، بزنس کارټونه، قرطاسیه، لوحې او نښانونه
- د کار ځای د تنظیم او ترښ لگښتونه: تعمیرول او د تجهیزاتو نصبول او ځای پر ځای کول
- ټکنالوجي: کمپیوټرونه، نېټورک او سافت ویرونه
- فیسونه: قانوني مسایل او حسابداري

په ورته وخت کې تاسې باید د لومړي او دویم کال په ترڅ کې د تشبث د عمومي لگښتونو وړاندوینه وکړئ:

- لگښتونه
- معاشونه او کار
- مواد
- بازار موندنه

وروستی مهمه خبره دا چې تاسې به د محصولاتو او چوپړتیاوو له پلورلو څخه خپل عواید اټکل کړئ.

د اټکل شویو عوایدو او لگښتونو په پرتله کولو سره کولی شئ د هغو پیسو مقدار اټکل کړئ، چې له خپل تشبث څخه د ملاتړ لپاره د ودې تر مناسب پړاو پورې ورته اړتیا لری او په پایله کې د تمې وړ یا ورڅخه د زیاتو پلورلو لپاره کافي نغدې پیسې په لاس کې ولری.

د لگښتونو او عوایدو د اټکل پر مهال له نورو څخه مشوره او وړاندیزونه تر لاسه کول ښه کار دی، په ځانگړې توگه که مخکې مو د دې ډول تشبث مدیریت کړی نه وي.

ستاسې د تیم غړي که مخکې له تشبث نه پېژندل شوي وي، کولی شي ستاسې په مالي پلان جوړولو کې مرسته وکړي. سربیره پر دې، ښایي اړتیا ولری د هغو متخصصینو مشوره ترلاسه کړئ چې د تشبثاتو په رهبري کې تجربه لري، په ځانگړې توگه که د هغوی تشبثات ستاسې د کاروبار په څېر وي. ځینې وخت هغه پلورونکي هم چې تاسې ته مواد، تجهیزات او چوپړتیاوې چمتو کوي، د مالي اټکلونو په کار کې تاسې سره مرسته کولی شي.

پدې اړه لا ډېر معلومات

مالي وړاندوینه ستاسې د تشبث په پیل کې یو تر ټولو ننگوونکی، خو تر ټولو مهم گام گڼل کېږي. تاسې باید مالي وړاندوینې ته کافي وخت ورکړئ او په دې کار کې بېرته ونه کړئ. له نورو څخه د وړاندوینې په بیاکتلو کې مرسته غوښتل ډېر گټور تمامېږي، ځکه هغه کسان چې له بهر نه قضیې ته گوري، ښایي داسې شیانو ته یې پام شي چې ستاسې له یاده وتلي یا مو په پام کې نیولي نه دي. تاسې په فرضي ډول بیې، لگښتونه او عواید محاسبه کوئ او نور کسان به تاسې سره مرسته وکړي څو خپل فرضیات له واقعیتونو سره پرتله کړئ او وگورئ چې ستاسې اټکلونه ډېر زیات یا ډېر کم نه وي.

د مالي اټکلونو د وړاندوینې یوازې پر یوې طرحې تکیه مه کوئ. ډېری بریالي متشبثین د مالي وړاندوینې درې طرحې چمتو کوي:

۱. یوه خوشبینانه طرحه چې په هغې کې ډېر مطلوب ارقام او شمېرې چې ستاسې د شرکت د پیل لگښتونو او د فعالیتونو دوام لپاره تر ټولو ښې ممکنې پایلې راغلي وي، وکاروئ.
۲. یوه «منځنۍ» طرحه چې په کې معقول ارقام او اعداد چې زیات خوشبینانه نه وي، وکارول شي. دا اعداد هماغه دي چې تاسې تمه لری ستاسې د کار لپاره «عادي» وي.
۳. «منفي» طرحه چې په کې هغه اعداد او ارقام کارول کېږي چې د احتمالي نامناسب وضعیت څرگندونه کوي. دغه اعداد تاسې ته خبرداری درکوي که

تاسې له نا اټکل شويو ستونزو او خنډونو سره مخامخ شوي، څه به پېښ شي.

زيات د خپل تشبېت پر لگښتونو تمرکز وکړئ، ځکه زيات احتمال لري چې هغه ارقام او اعداد د کار له پيل نه مخکې وپېژنئ. د بېلگې په توگه، که په پام کې وي چې د خپل کاروبار لپاره يو ځای اجاره کړئ، په زيات احتمال کولی شئ په هغه کرایه پوه شئ چې تاسې به يې ورکړئ. که تاسې غواړئ وپېښه جوړه کړئ، احتمال لري چې له يوه وېبپاڼه جوړوونکي څخه نرخ واخلي. متشبهين معمولاً خپل لگښتونه ټيټ اټکل کوي او د تشبېت د پيل په پړاو کې د پانگې له کموالي سره مخامخ کېږي، خو تاسې کولی شئ د لگښتونو په دقيق او صادقانه اټکل سره د دې ستونزې مخه ونيسئ.

د هغو فرضياتو په هکله چې په خپل اټکل کې يې کاروئ، له دقت نه کار واخلي. د پلورلو لوړ اټکل او د لگښتونو ټيټ فرض کول آسان کار دی. د بېلگې په توگه، د لومړي کال د اټکل شوي پلور اندازه ته وگورئ؛ اوس د دې لپاره چې د هرې ورځې د اټکل شويو پلورلو اندازه اټکل کړئ، هغه د کال په ورځو ووېشي. کله چې پوه شوي چې هره ورځ به څومره وپلورئ، هغه وخت فکر وکړئ چې آیا وړاندوينه مو واقعبينانه وه که نه.

هڅه وکړئ د خپل شرکت ورته تشبېتات پيدا کړئ او خپل لگښتونه او پلورل مو ورسره پرتله کړئ. دغه تشبېتات ښايي له تاسې سره واقعي ارقام شريک نه کړي خو کېدای شي د يو شمېر لگښتونو او پلور سلنه په ډاگه کړي. د بېلگې په توگه، ستاسې شرکت ته ورته يو بل شرکت ښايي تاسې ته ووايي چې د هغوی د کاري ځواک د پلورلو بېلې ۲۵٪ جوړوي او دغه سلنه به تاسې سره د کار لگښتونو په وړاندوينه کې مرسته وکړي.

ه مودې وروسته خپل مالي اټکل تجديد کړئ، په ځانگړې ډول هغه مهال چې نوي او دقيق معلومات ترلاسه کوئ. که تاسې له کمپيوټري پروگرام نه کار اخلئ، دغه ډول بدلونونه په آساني تر سره کېدای شي او له تاسې سره به مرسته وکړي څو د خپل تشبېت د مالي راتلونکې په هکله ښه پوهه ولرئ.

د دې برخې د اصطلاحاتو تعريف

پانگه - هغه پيسې چې د شرکت د کار پيلولو او دوام لپاره ورته اړتيا ده.

په دې اړه د زياتو معلوماتو لپاره لاندې مطالب وگورئ:

- ايا داسې وسيلې شته چې ما سره د هغې بېلې د ټاکلو په پوهېدو کې مرسته وکړي چې گټه لري؟ ۹. قيمت اينيودل
- د عايد حسابونه (د گټې او تاوان حسابونه) څه دي او څرنگه ورنه کار واخلم؟ ۱۲. مالي مديريت
- څرنگه بوديجه جوړه کړم؟ ۱۰. بوديجه جوړونه
- عايد څه دی او څرنگه په خپل عايد پوه شم؟ ۱۲. مالي مديريت
- گټه څه ده او څرنگه خپله گټه مشخصه کړم؟ ۱۲. مالي مديريت
- څرنگه د گټې او تاوان حساب څخه د دې لپاره چې زما د کاروبار کومه برخه گټوره ده، کار واخلم؟ ۱۲. مالي مديريت
- د څوک په څوکه کېدو ټکی کوم دی او ولې بايد ورباندې پوه شم؟ ۱۲. مالي مديريت

ښته اضافي وسايل

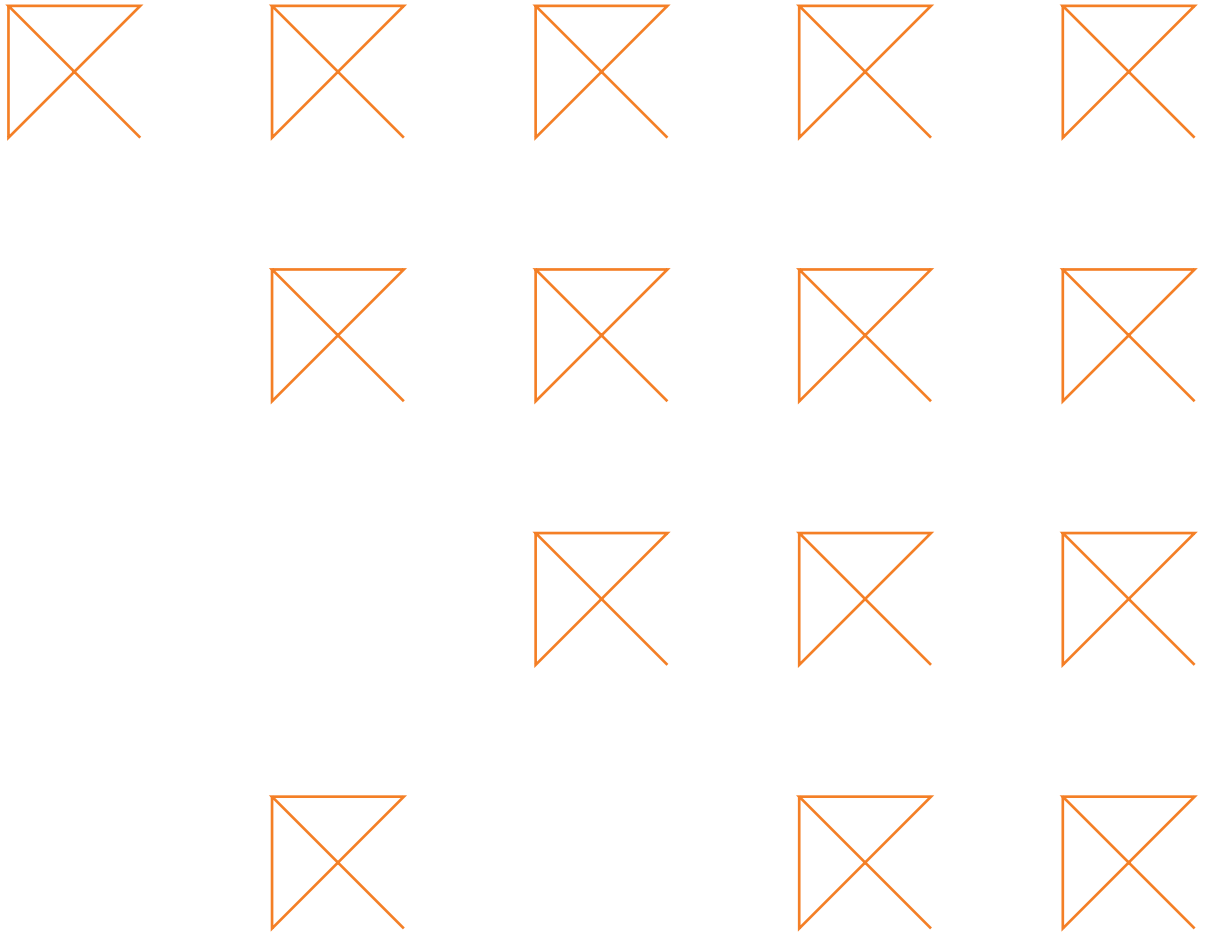
د عوايدو د وړاندوينې ورکشيت

د سوداگرۍ پيلولو لگښتونه او د سوداگرۍ د ودې لپاره د پانگې ورکشيت

بېلانس شيت

د څوک په څوکه کېدو ټکي شننې ورکشيت

د مالياتو د محاسبې جدول



۱۸.

د خپل کاروبار د پیلولو
لپاره له کوم ځایه پیسې
ترلاسه کولای شم؟

د تشبث د پیلولو لپاره د پیسو لاسته راوړل له ننگونو سره مل وي، په ځانگړې توگه که ستاسې لومړنی کاروبار یا تشبث وي. تجربه لرونکي تشبثات چې د دویم یا له هغې ډیرو ځلونو لپاره شرکت جوړوي، په زیات احتمال داسې اړیکې، تجربه او شتمني لري چې د تشبث د پیل لپاره د پیسو لاسته راوړل آسانوي. خو که تاسې د لومړي ځل لپاره د سوداگرۍ په کار لاس پورې کړی وي او اړینې سرچینې او اړیکې ونه لرئ، په دې حالت کې به مالي سرچینو ته لاسرسی لوی خنډ وي.

د تازه کارو متشبثینو لومړنی انتخاب له خپلې سپما څخه کار اخیستل دي. د سوداگرۍ کار په لومړنیو ورځو کې کېدای شي له هغو پیسو نه کار واخلئ چې په خپل شرکت کې د پانگوني لپاره مو ساتلې دي. دویم آسان انتخاب له هغو ملگرو او خپلوانو څخه د پیسو اخیستل دي چې ستاسې د سوداگرۍ او مهارتونو په هکله په ښه ډول خبر دي او ستاسې په پیاوړتیاوو باور لري. دغه کسان په زیات احتمال په تاسې باور کوي او پیسې به درکړي، ځکه تاسې په ښه ډول پېژني. په ځینو مواردو کې تاسې کولی شئ داسې ډونران پیدا کړئ چې له نويو تاسیس شویو کوچنیو شرکتونو سره مرسته کوي. تاسې کولی شئ داسې سازمانونه پیدا کړئ چې د ښه سوداگریز پلان سیالی جوړوي او غوره سوداگریزو پلانونو ته جایزه ورکوي. د احتمالي فرصتونو لپاره د امریکا متحده ایالاتو نړیواله پراختیایي اداره (USAID)، ډفید او نړیوال بانک وېب پانې ولټوئ.

هغه متشبثین چې وثیقه لري، کولی شي له مالي بنسټونو او بانکونو څخه پور واخلي. خو اکثراً کوچني تشبثات د بانکونو د سختو شرایطو په پوره کولو کې له ستونزې سره مخامخ کیږي.

په ځینو مواردو کې یو متشبث کېدای شي داسې پانگه وال یا سوداگریز همکار پیدا کړي چې د تشبث د یوې برخې د تملک په بدل کې مالي ملاتړ وکړي. د تاسیس په حال کې کوچنیو تشبثاتو لپاره د پانگه وال پیدا کول اسان کار نه دی؛ ځکه پانگه وال په هغه ځای کې پانگونه کوي چې باور ولري د هغوی پانگه به ورته په راتلونکې کې پیسې راوړي. یوه کوچني او نه تثبیت شوي شرکت ته د پیسو ورکول له خطر ډک کار دی او ډېری پانگه وال دغه کار گټور نه گټی. کله چې شرکت وده کوي او خپل بریالیتوب ثابتوي، پانگه وال لېوالتیا پیدا کوي چې پیسې ورکړي، ځکه د گټورتوب چانس ډېر ویني.

بډې اړه لا ډېر معلومات

له هرې سرچینې نه چې وغواړئ پیسې واخلي (ملگري، کورنۍ، ډونران، بانکونه او پانگه وال)، که چیرې ښکاره کړئ چې ستاسې د بریالیتوب چانس ډېر دی، د پیسو د لاسته راوړلو شونتیا موزیاتیري. څو ټکي چې تازه کار متشبث یې ښودلی شي چې د هغه تشبث به احتمالاً بریالی وي:

۱. د ښه چمتو شوي سوداگریز پلان درلودل چې په آسانه ولوستل شي او پر اړینو څېړنو ولاړ وي. دغه ډول سوداگریز پلان ښيي چې تاسې د هغه کاروبار په هکله چې غواړئ پیل یې کړئ، په مسوولیت او دقت سره چلند کوئ او شونې ده چې احتمالي پانگه وال، پور ورکوونکي یا حکومتي مامورین په تاسې باور وکړي او د اړتیا وړ پیسې درکړي.
۲. د هغو شیانو د لومړنۍ بېلگې او سمپل درلودل چې ستاسې شرکت به یې وپلوري، ستاسې د شرکت عملي کار په شودلو کې به ډېر گټور وي. لومړنۍ بېلگې به پر هغو پوښوونکو اغېزه وکړي چې ستاسې د اړتیا وړ پیسو د ورکړې احتمال څېړي.
۳. که ممکنه وي، د هغو محصولاتو او چوپړتیاوو یوه اندازه چې د چمتو کولو پلان یې لرئ، خپلو راتلونکو پېرودونکو ته ورکړئ څو هغه وازمایي. که ستاسې محصولات یا چوپړتیاوې د هغوی خوښ شول، شونې ده: داسې نظر ورکړي چې تاسې ته د پور ورکولو پریکړه کوونکي قانع کړي. دا ښيي چې تاسې داسې شی لرئ چې پېرودونکي به یې واخلي او د دې احتمال به زیات کړي چې ستاسې شرکت لپاره پانگه پیدا شي.

د دې لارښود «مالي سرچینو ته لاسرسی» کې، د تشبث لپاره د مالي سرچینو ترلاسه کولو د څرنگوالي په هکله ډېر دقیق او ژور معلومات تاسې ته وړاندې شوي.

د دې برخې د اصطلاحاتو تعریف

مساعتد – هغه بلاعوضه مرسته چې د یوې انتفاعي یا دولتي ادارې له خوا ورکول کېږي. دغه مرسته د ځانگړو ټولنیزو او اقتصادي موخو د لاسته راوړلو لپاره وړاندې کېږي.

وثیقه – هغه ارزښت لرونکی شی چې تاسې یې په اختیار کې لرئ او د پور د بېرته نه ورکولو په حالت کې به ضبط شي.

لومړنۍ بېلگه - د محصول هغه لومړنۍ نسخه چې په لاس جوړه شوې خو وېبې آزمایې او نورو ته یې ښکاره کړې چې ستاسې محصول به څنگه وي.

په دې اړه د زیاتو معلوماتو لپاره لاندې مطالب وگورئ:

- آیا باید پانگه وال ولرم او پانگه وال به زما په شرکت کې څه رول ولري؟ ۳. مالی سرچینو ته لاسرسی
- له کوم ځای نه پیسې لاسته راوړم؟ ۳. مالی سرچینو ته لاسرسی
- له کومه ځایه او څرنگه مالي مرسته لاسته راوړم؟ ۳. مالی سرچینو ته لاسرسی
- پانگه وال څو ډوله دي او څرنگه کار کوي؟ ۳. مالی سرچینو ته لاسرسی
- آیا له ملگرو او کورنۍ څخه پانگه وغواړم؟ ۳. مالی سرچینو ته لاسرسی
- شراکت څه دی او آیا باید شریک ونیسیم؟ ۳. مالی سرچینو ته لاسرسی

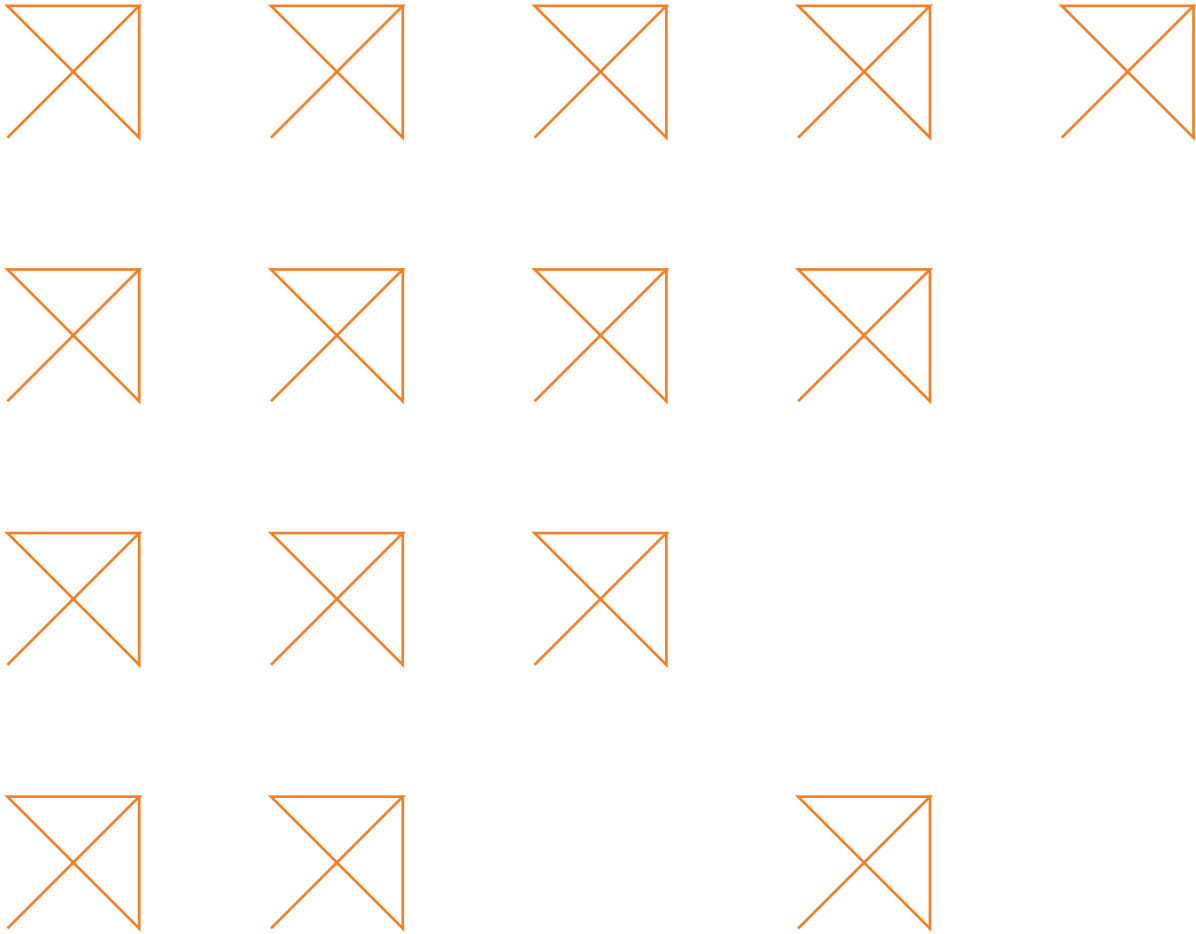
شته اضافي وسایل

د پانگې د ډولونو مثبت او منفي ټکي

د سوداگرۍ پیلولو لگښتونه او د سوداگرۍ د ودې لپاره د پانگې ورکشیت

یو پانگه وال ته د مراجعې کولو چک لېست

د تمویل انتخابونو لنډيز



۱۹.

که بریالی نشم،
خه به پپبن شی؟

له بده مرغه د تشبث په کار کې د ناکامۍ ننگونه هغه شونتیا ده چې باید په پام کې یې ولری. دې ننگونې ته د حل لپاره پاملرنه دا ايجابوي چې تاسې خپل وخت او انرژي پر برياليتوب متمرکز کړئ نه ناکامۍ. خطر د متشبث کېدو يوه نه بېلېدونکې برخه ده. گټه په تاوان کېږي.

که څه هم د ناکامۍ منل سخت دي، خو ځينې وخت د راتلونکو فرصتونو لپاره د زده کړې پر ارزښت لرونکې تجربې بدلېږي. هغه څه چې د تشبث په پيلولو زده کوئ، په يوې دوديزې ادارې کې د معمولي کار په ترڅ کې نه زده کېږي. کله چې د تشبث خاوند ياست، د زياتو هغو کسانو په نسبت چې په سازمانونو او ادارو کې کار کوي، توپير لري. کېدای شي ځينې کسان تاسې د دې لپاره چې يوه مفکوره مو درلوده او غوښتل مو خپله مفکور په عمل کې پلې کړئ، وستايي. انسانان معمولاً خپل تېر ته په حسرت گوري او وايي کاشکې د هغو کارونو لپاره مې ډېره هڅه کړې وای چې خوښ مې وو او متفاوت کارونه مې کړي وای.

مهمه دا ده چې په ياد ولری ډېری تشبثات ناکامېږي او آن شتمن کسان او بريالي سوداگر هم په خپلو کارونو کې ناکام شوي دي. متشبث والی د خطر منلو په معنا دی. د تشبث په کار کې ناکامې شرم نه دی. ډېری متشبثين کله چې په يوه کار کې ناکامېږي، بل کار ته مخه کوي او بريالي کېږي، ځکه د تېرې ناکامۍ څخه زده کړه کوي او د راتلونکې برياليتوب لپاره ورڅخه کار اخلي.

پدې اړه لا ډېر معلومات

د مسايلو په هکله د فکر کولو لپاره وخت ورکړئ. هېڅوک نه شي کولی هره ورځ په هر کار کې بريالی شي - ځينې وخت د ناکامۍ مخه نه نيول کېږي. د خپل کار د منفي پايلو په هکله ډېر وخت مه لگوئ. ځينې مهال کله چې له ننگونو او ستونزو ډک تشبث پای ته رسېږي يا د ناکام توليد کړنښه درېږي، د هوساينې احساس کوئ. کله چې يو کار ستاسې د وخت او امکاناتو په ضايع کولو بدل شي، ښه دا ده چې هغه کار ته د پای ټکی کېږدئ.

خپل ځان مه ملامتوئ. په ياد ولری چې ستاسې د تشبث ناکامې په دې معنا نه ده چې تاسې په بشپړ ډول ناکام شوي ياست. خپل ځان له تشبث نه جلا کړئ، خو د خپل ځان او شخصي ارزښتونو په وړاندې مثبت احساس وساتئ.

کله چې له احساساتو نه لېرې مو فکر کاوه، د يوې مودې لپاره د خپل شرکت د نه بريالي کېدو پر لاملونو فکر وکړئ. له لاسته راغلو دلايلو څخه به درس واخلي او په راتلونکي کار کې به مو په هونښيارۍ عمل وکړئ. ځينې مسايل چې بايد ورباندې فکر وکړئ:

- آیا ستاسې محصول يا چوپړتياوې په بازار کې د شته محصولاتو يا چوپړتياوو سره ورته وو او که ورڅخه ښه وو؟
- آیا په کافي اندازه مو پېرودونکي درلودل؟
- آیا ستاسې پېرودونکي ستاسې له محصولاتو او چوپړتياوو څخه خوښ وو؟ آیا هغوی تل د پېرودلو لپاره تاسې ته مراجعه کوله؟
- آیا ستاسې د توکو او چوپړتياوو بيه په هغه حد کې وه چې ستاسې لگښتونه پوره کړي او يو اندازه گټه ستاسې شرکت ته پاتې شي؟
- آیا تاسې د خپل شرکت مالي چارې څارلي؟ آیا ستاسې د پېرودونکو له خوا د پيسو په ورکړه کې بې نظمۍ وې؟
- آیا ستاسو کارکوونکي ښه وو- ايا هغوی د کار سم اجرا کولو لپاره اړين مهارت او زده کړه درلوده؟

د يوې مودې لپاره ځان ته وخت ورکړئ. د متشبث توب يوه ستونزه دا ده چې معمولاً وزگار وخت نه پيدا کوي. اوس چې تاسې اړتيا نه لری، د هرې ورځې هره شېبه شرکت ته تخصيص کړئ، کولی شئ له ژوند نه خوند واخلي. کولی شئ د شپې ډوډۍ له کور څخه د باندې له ملگرو سره خوړئ يا رخصتۍ ته ولاړ شئ. په هر حال کې خپل ځان ته تازه انرژي ورکړئ او د خوشالۍ شېبې چې په تېر کې مو له لاسه ورکړي، جبران کړئ. د تفرېح او ځان ته د وخت په ورکولو سره کېدای شي د نوي کار لپاره نوې مفکوره يا پيدا کړئ.

د دې برخې د اصطلاحاتو تعريف

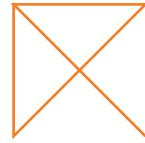
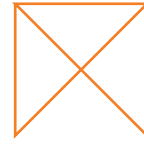
متشبث - هغه کس چې کاروبار يا تشبثونه تنظيم او اداره کوي او د خپل سوداگريز کار د پرمختگ لپاره خطر مني.

په دې اړه د زياتو معلوماتو لپاره لاندې مطالب وگورئ:

- ايا زه بايد يو متشبهث اوسم؟ ۱۹. د تشبهث پيلول او پلان جوړول

شته اضافي وسايل

د بريالي پلان جوړني لپاره د لارې نقشه



وسيلي