

خپله امپراتوري جوړه کړئ

همدا اوس خپل کاروبار پیل کړئ

Downloaded From:

<https://t.me/AryanPashtoLibrary>

WhatsApp:00971501455350

ليکوال: صيام پسرلی
ژباړن: مدثر احمد اعظمي

Downloaded From:

<https://t.me/AryanPashtoLibrary>

WhatsApp:00971501455350

خپله امپراتوري جوړه کړئ

همدا اوس خپل کاروبار پیل کړئ

لیکوال: صیام پسرلی

ژباړونکی: مدثر احمد اعظمي



خپله امپراتوري جوړه کړی

همدا اوس خپل کاروبار پیل کړی

لیکوال: صیام پسرلی

ژباړونکی: مدثر احمد اعظمي

چاپ کال: ۲۰۲۳ز

د چاپ وار: لومړی

د چاپ حقوق یې له ژباړونکي سره خوندي دي

ډالۍ

مورجانې او پلار جان ته مې؛ چا چې د ژوند په کور سرک کې تل
زما ملاتړ کړی، زما هڅې یې ستایلي او د دې ځواک یې راکړی چې
د برياليتوب د سرحداتو څخه هاخوا ولاړ شم.

.....
Downloaded From:

.....
<https://t.me/AryanPashtoLibrary>

.....
WhatsApp:00971501455350
.....

ليکلی

- ۱۶ د ژباړې په اړه
- ۱۸ د کتاب کره کتنه
- ۱۹ سریزه
- ۲۴ ولې یوه امپراتوري؟
- ۲۵ د متبیینو د چمتووالي او ارزونې ازموینه
- ۳۱ د خپلې سوداګرۍ پیلولو لپاره عملي ګامونه
- ۳۲ (اوله مرحله)
- ۳۲ د فکر کولو لپاره وخت
- ۳۲ تر ټوله سخته یا د مفکورې مرحله
- ۳۲ د خپلې سوداګریزې مفکورې په اړه فکر وکړئ
- ۳۴ ۱. څه کول غواړئ؟
- ۳۴ ۲. کوم مهارتونه لرئ؟
- ۳۵ ۳. کومه ستونزه یا ستونزې حل کوی؟
- ۴ ۴. آیا د هغه څه لپاره اړتیا شته چې تاسو یې بازار ته وړاندې کوئ؟
- ۳۶ ۵. آیا ستاسو مفکوره کولای شي عاید لاسته راوړي؟
- ۳۷ ۶. ټولې سوداګریزې مفکورې مو شارټ لیست کړئ!

۷. د سوداګرۍ مشاور سره مشوره وکړئ! ۳۸
۲. د بازار څېړنه او رقابتي تحلیل ۳۸
- ۱: د بازار څېړنې ګټې: ۳۹
۱. د بازار څېړنه اړین مالومات وړاندې کوي! ۴۰
۲. په پریکړه کولو کې درسره مرسته کوي! ۴۰
۳. بازار څېړنه د هدف کتونکو یا پیرودونکو په اړه مالومات درکوي! ۴۰
۴. د وړاندوینې فرصت درکوي! ۴۱
۵. رقابتي ګټه درکوي! ۴۱
۶. پانګه اچوونکي هڅوي! ۴۱
۷. د بازار اندازه درنښايي! ۴۱
۸. غوره نرخ ټاکلو کې درسره مرسته کوي! ۴۲
۲. د بازار څېړنې میتودونه ۴۲
۱. لومړني بازار څېړنه ۴۳
۱. سروې ۴۳
۲. پوښتنلیک ۴۳
۳. د تمرکز ګروپ ۴۳
۴. ژورې مرکې ۴۳
- ب. ثانوي بازار څېړنه ۴۴
- ۱: عامه سرچینې ۴۴
۲. تجارتي سرچینې ۴۴

۳. بنسټونه یا ادارې ۴۴
۴. گوگل یا نور آنلاین ډگرونه ۴۵
- ۳: د بازار څیړنې کاري پاڼه ۴۵
- ب. د خپل هدف د بازار اندازه اټکل کړئ ۴۶
- ت. سیالان مو څوک دي؟ ۴۷
۱. مستقیم سیالان ۴۷
۲. غیر مستقیم سیالان ۴۸
- ث. د رقابتي تحلیل لپاره کاري پاڼه ۴۸
۳. سوداگریز پلان مو چمتو کړئ! ۵۱
۱. سوداگریز پلان ستاسو بنسټ دی ۵۱
- د سوداگری بنسټیز مفهوم ۵۲
- د سړک نقشه ۵۲
- مالي اړتیاوې او د سرمایې جذب ۵۲
- بازار موندنه او اړیکې ۵۳
- نوي نظریات او مالومات ۵۳
- د صداقت او حقیقت څیړل ۵۳
۲. د معیاري سوداگری طرحه یا خاکه ۵۴
- سوداگریز مالومات ۵۴
- د سوداگری تاریخ او شالید (بیګرونډ) ۵۵
- خدمات/محصولات ۵۵
- آیا ستاسو محصولات آنلاین هم شتون لري؟ ۵۷

- ۵۷ مدیریت / مقررات
- ۵۸ مالي وړاندوینې
- ۵۸ پراختیا او وده
- ۵۹ ۴. د صیام سوداگریز پلان ماډل
- ۶۰ صیام (Siam) سوداگریز پلان څه مانا؟
- ۶۰ S (Smart Business Idea) څیرکه کاروباري مفکوره
- ۶۰ (Innovative) نوښت
- ۶۱ A (Applicable) د تطبیق وړ
- ۶۱ M (Motivational) هڅوونکې
- ۶۲ صیام سوداگریز پلان ماډل
- ۶۳ ۵. د پیل کوونکو لپاره پانگه اچونه او د سرمایې جذب
- ۶۴ ۱. خپله تمویل کول
- ۶۴ ۲. کورنۍ او ملګري
- ۶۵ ۳. بانکونه
- ۶۵ ۴. سوداگریز شریک
- ۶۶ ۵. ځانګړې پانگه اچوونکې
- ۶۷ ۷. باجرآته سرمایه دار
- ۶۷ ۸. د ودې مرکزونه
- ۶۸ ۶. څنګه خپل کاروبار جوړ یا خپور کړو؟
- ۶۸ • ډاډه اوسئ
- ۶۹ • ځواکمنه مفکوره ولری

- ۶۹ * یو زړه راجکوونکی پرېزنتیشن ولری
- ۶۹ * یو روښانه ټکی ولری
- ۷۰ * د پانگه والو سره اړیکه ولری
- ۷۰ * حل لاره یا حل لارې
- ۷۱ * د پیل لپاره کم لگښتونه ولری
- ۷۱ * د عاید د تولید (دېریدو) پلان لری؟
- ۷۲ * د خپلې سیالۍ په اړه پوهه ولری
- ۷۲ * زړورتیا ولری
- ۷۳ (دوهمه مرحله)
- ۷۳ ۱. د سوداګرۍ رسمي کول او قوانین
- ۷۴ ۲. د سوداګرۍ رسمي کول او پرانستل
- ۷۵ ۱. د سوداګرۍ قوانین او ثبت کول
- ۷۵ * ولې د سوداګرۍ ثبت کول اړین دي؟
- ۷۵ ✓ قانوني عملیات (کارونه) به پرمخ وړی
- ۷۶ ✓ د آسانتیاوو محدودیتونه به نلری
- ۷۶ ✓ د برانډ (سوداګریز نوم یا سوداګریزه نښه) امنیت به لری
- ۷۶ کولای شی وده او بازار موندنه وکړی ✓
- ۷۷ * د سوداګرۍ د ثبت کولو مراحل
- ۷۷ د ښه نوم غوره کول
- ۷۸ قانوني جوړښت غوره کړی
- ۸۰ د سوداګرۍ ډولونه

۱. واحد (یوازې) ملکیت ۸۰
۲. شراکت ۸۱
۳. شرکت ۸۱
۴. د محدود مسوولیت شرکت ۸۱
- د سوداگریزو اړیکو مالومات ۸۱
- موقعیت ۸۲
۱. ستاسو بودیجه ۸۲
۲. د پیروونکي موقعیت ۸۳
۳. آسانتیاوې (سهولتونه) ۸۴
۴. بازار موندنه او برانډ کوونه ۸۴
۵. خونديتوب او امنیت ۸۴
۶. د خپل کور څخه د کاروبار مخته وړل ۸۵
- د اړتیا وړ اسناد چمتو کړئ ۸۶
- د سوداگریز جواز لپاره غوښتنه ۸۷
- د مالي پېژندنې شمېره ترلاسه کړئ ۸۷
- یو بانکي حساب پرانیزئ ۸۸
- د غوره نوماند یا کاندید گمارل ۸۸
- د غوره خلکو گمارلو لپاره څو گامونه ۹۰
۱. موقف مشخص کړئ ۹۰
۲. د دندې تفصیل ۹۱
۳. دنده پوسټ کړئ ۹۲

- د دندې اعلاتولو نمونه ۹۲
۱. په اړه: ۹۳
۳. دندې او مسوولیتونه ۹۴
۴. د مهارت توضیحات: ۹۴
۵. زده کړې: ۹۴
۶. د اسنادو د سپارلو لارښود: ۹۵
۷. سپارل ۹۵
- د سي وي بیا کتنه او شارپ لیست کول * ۹۵
- * شارپ لیست او مرکه ۹۶
- * د مرجع (ریفرنس) چیک کول ۹۷
- * وړاندیز لیک (آپر لیتر) ۹۷
۳. سوداگریزه نښه (براند) او د ودې مواد ۹۸
- د یوې ځانګړې سوداګریزې نښې جوړولو لپاره ځینې ګامونه .. ۱۰۰
- * د هدف کتونکي مو مشخص کړئ ۱۰۰
- * د سیالانو په اړه پوه شئ ۱۰۱
- * ښه نوم غوره کړئ ۱۰۲
- * ښه شعار غوره کړئ ۱۰۲
- * د هېواد رسمي ژبه غوره کړئ ۱۰۲
- * د لوګو طرحه جوړه کړئ ۱۰۳
- * لوګو مو نهایی کړئ ۱۰۳
- * د ودې مواد ډیزاین کړئ ۱۰۴

۴. د محصول یا خدماتو نمونې رامنځته کړئ ۱۰۵
۵. د فیس جوړښت، نرخ ایښودنه یا لگښت ۱۰۷
- د نرخ ایښودلو او لگښت د محاسبې اهمیت ۱۰۷
- د نرخ ایښودلو ستراتیژي ۱۰۸
- (A) د لگښتونو پوښلو نرخ ۱۰۸
- (B) بازار سره د جوړیدو نرخ ۱۰۹
- (C) د یوې معاملې بندولو لپاره نرخ ۱۱۰
- (D) په بازار کې د ونډې ترلاسه کولو نرخ ۱۱۰
- (E) د ارزښت پر بنسټ نرخ ۱۱۱
- د پلور نرخ څه شی دی؟ ۱۱۲
- د خرڅلاو نرخ = لگښت + د خوښې گټه ۱۱۲
- د خپل محصول یا خدمت لپاره څنګه نرخ وټاکو؟ ۱۱۳
- ← د هر محصول لگښت ومومئ ۱۱۳
- ← د خپلې خوښې د گټې نرخ ورافاده کړئ ۱۱۳
- ← دا اعداد په فورمول کې اضافه کړئ ۱۱۴
- ← نتیجه تشریح او تطبیق کړئ ۱۱۴
۶. د سوداګرۍ پرانیسته ۱۱۵
- د غونډې مدیریت چیک لیست او د عمل پلان ۱۱۶
۱. د غونډې جوړښت ډیزاین کړئ ۱۲۰
۲. نېټه په پام سره غوره کړئ ۱۲۰
- د چمتو کولو وخت ۱۲۱

- ۱۲۱ ۱. اړینې رخصتۍ
- ۱۲۱ ۲. سه شنبې، چهارشنبې او پنجشنبې
- ۱۲۱ ۳. د پرانیستې ځای ونیسی
- ۱۲۲ ۴. موضوع یا عنوان مشخص کړئ
- ۱۲۲ ۵. ویناوال په نظر کې ونیسی
- ۱۲۲ ۶. د غونډې د عمل پلان جوړ کړئ
- ۱۲۲ ۷. رسنیز پیغامونه ولیکنی
- ۱۲۳ ۸. د غونډې د ودې مواد
- ۱۲۳ ۹. د غونډې اجنډا رامنځته کړئ
- ۱۲۳ ۱۰. کارکوونکي
- ۱۲۴ ۱۱. د گډون کوونکو لیست منظم کړئ
- ۱۲۴ ۱۲. د رسنیو لیست
- ۱۲۴ ۱۳. مطبوعاتې اعلامیه
- ۱۲۵ ۱۴. رسنیو ته خبرتیا
- ۱۲۵ ۱۵. د پرانیستې ځای مجلل کړئ
- ۱۲۶ ۱۶. د پرانیستې په جریان کې (د عمل مرحله)
- ۱۲۸ ۱۷. د پرانیستې وروسته
- ۱۲۹ (دریمه مرحله)
- ۱۳۱ ۱۸. مالی مشورې او تحلیلونه
- ۱۳۱ ۱۹. مساوي (ریښتني) مدیریت
- ۱۳۲ ۲۰. د نغدو پیسو مدیریت

- مالیات ۱۳۲
- د خطر مدیریت ۱۳۲
- مالي صورت حسابونه او د راپور ورکول ۱۳۳
- بودیجه ۱۳۳
- مالیه ۱۳۳
- ۲. بشري سرچینې (HR) ۱۳۴
- مسوولیتونه ۱۳۴
- ۳. بازار موندنه او اړیکې ۱۳۵
- د بازار موندنې او اړیکو څانګې ځینې لومړۍ دندې او مسوولیتونه په
لاندې ډول دي: ۱۳۶
- ۴. حقوقي او دولتي اړیکې ۱۳۷
- مسوولیتونه: ۱۳۸
- ۵. د تولید پراختیا او نوښت ۱۳۹
- دا څانګه د لاندې څیزونو مسوولیت لري: ۱۳۹
- ۱. څېړنه او وړاندوینه ۱۳۹
- ۲. د بازار اړتیاوې وپېژنن ۱۴۰
- ۳. مفکورې سره ونښلوئ ۱۴۰
- ۴. د موجوده محصول تازه ساتل / کول ۱۴۰
- ۵. د فرصت برابرول ۱۴۱
- ۶. د محصول مدیریت ۱۴۱
- ۷. د کاروونکي تجربه ۱۴۱

۸. د محصول تحليل ۱۴۱
۹. د تړیندو څخه مخکې پاتې کېدل ۱۴۲
- (خلورمه مرحله) ۱۴۳
۱. سوداګري مو پراخه کړئ ۱۴۳
- آیا د ودې لپاره همدا ښه وخت دی؟ ۱۴۴
- ← آیا تاسو وفادار پیروونکي لرئ؟ ۱۴۴
- ← آیا اوس مهال عاید لرئ؟ ۱۴۵
- ← د مدیریت سیستمونه او غوره کاري ټیم ۱۴۵
- ← آیا په کافي اندازه سرچینې لرئ؟ ۱۴۵
- ← آیا ستاسو صنعت وده کوي؟ ۱۴۶
- ← د محصولاتو لپاره مو تقاضا څه ده؟ ۱۴۶
- ← آیا وخت او انرژي لرئ؟ ۱۴۶
- ← آیا تاسو چمتو یاست خپله سوداګري پراخه کړئ؟ ۱۴۷
۲. څنګه مو سوداګري پراخه کړئ؟ ۱۴۷
۱. د نوي خدماتو او محصولاتو اضافه کول ۱۴۷
۲. نوي پیروونکي پیدا کول ۱۴۸
۳. یو نوی او اضافي موقعیت ۱۴۹
۴. د امتیاز حق (Franchise) پلورل ۱۴۹
۵. آنلاین مخه تلل ۱۵۰
۶. نوښت ۱۵۰
۷. نړیوال بازار ته ننوتل ۱۵۰

۸. شراکت ۱۵۱
- د عمل کولو پلان د ودې کاري پاڼه ۱۵۱
۱. د کړنې لنډيز وليکئ ۱۵۲
۲. د هدف بازار مو تشریح کړئ ۱۵۲
۳. د خپلو سيالانو تفصيل چمتو کړئ ۱۵۲
۴. ستاسو مدیریتي ټیم ۱۵۳
۵. ورځنې کارونه طرحه کړئ ۱۵۳
۶. مالی تفصيل چمتو کړئ ۱۵۳
۷. د اضافي موادو لپاره یوه ضمیمه شامله کړئ ۱۵۳
۸. سوداگریز پلان جوړ کړئ ۱۵۴
- پای ۱۵۴

.....

د ژباړې په اړه

څه موده وړاندې مې د ښاعلي صيام پسرلي په يو کتاب (خپله امپراتوري جوړه کړی) سترگې ولگېدې، چې تازه په امازون کې خپور شوی و او خلکو يې په اړه ډېر مثبت نظرونه ليکلي وو. د کتاب لوستلو تلوسه يې په ذهن کې راوگرځېده. د سراسري مطالعې وروسته يې راپه زړه شول که چېرته پښتو ته وژباړل شي، ډېر به ښه شي او ډېرو خلکو ته به په درد وځوري. په لومړي سر کې راته آسانه ښکاره شوه، خو د يوې خوا مې د ژباړې لومړنۍ هڅه، د بلې خوا مې ماتې گودې پښتو ته متوجه شوم؛ پوه شوم چې ژباړه په رښتيا يو سخت او پېچلی کار دی. ما هم تر ډېره بريده هڅه کړې خو دا کتاب په روانه او واضحه توگه ځورې پښتو ته وژباړم. د شک پرته چې په پورتنۍ هڅه کې به تر ډېره نه يم بريالی شوی، نو له همدې امله لومړی د کتاب ليکوال او بيا د گرانو لوستونکو څخه د زړه له تله بخښنه غواړم!

د کتاب محتوا په خپل کاروبار راڅرخي. په دې کې ټولې لارښوونې ډېرې په زړه پورې او عملي بڼه لري چې په ټوله نړۍ کې يې د لوستونکو پام ځانته رااړولی. د خپل کاروبار په اړه د فکر کولو، د کاروبار پيلولو او کاروبار ته د ودې ورکولو سربېره پکې نور ډېر خوندور موضوعات ذکر شوي دي. د يادونې وړ ده چې ياد کتاب د

پسرلي صیب د پنځلس کلنې کاري تجربې او روانو مطالعاتو پایله ده چې لوستونکو ته به تر ډېره ګټور ثابت شي. د کتاب ټول مطالب به دلته نه شریکوم، هیله ده په پوره لیوالتیا یې ولولئ او ګټه ترې واخلي. په پایله کې د ګرانو ملګرو هریو: فرهاد آرین، قیام الدین افغان، ډاکټر علي دانش او د خپل ګران ماما (واسق الدین اخندزاده) څخه نړۍ مننه کوم چې تر ډېره زما ناچیزه هڅو ته د لا تقویت ځواک ورکوي او هڅوي مې. کورونه یې آباد او په عمرونو یې برکتونه.

مدثر احمد اعظمي

کابل-افغانستان

Downloaded From:

<https://t.me/AryanPashtoLibrary>

WhatsApp:00971501455350

د کتاب کره کتنه

یاد کتاب په کره او معیاري پښتو ژباړل شوی دی چې ما د یو کره کتونکي په حیث له هرې نگاه تر نظر تېر کړ. د عصر د غوښتنو سره سم مهم او اغېزمن موضوعات پکې ځای پر ځای شوي دي چې لوستونکي به یې په لوستلو ډېرڅه ترلاسه کړي. د یاد کتاب ژباړن د ژباړې ټول محتویات او اصول په نظر کې نیولي دي او په روان ډول یې ټول موضوعات د لوستلو دي. زه له خپله انده یاد کتاب تاییدوم او په راتلونکې کې د لوی الله ج له درباره ورته د نورو بریاوو غوښتونکی یم!

د شیخ زاید پوهنتون د اقتصاد پوهنځي مالي او بانکي څانگې استاد
نامزاد پوهنیار محمد اقبال "سکندري"

Downloaded From:

<https://t.me/AryanPashtoLibrary>

WhatsApp:00971501455350

سریزه

زما سوداگر د دې لپاره نه خوښیږي چې گواکې هغوی سره ډېرې پیسې او شتمنې ده؛ بلکې د هغوی نوبت، په هغوی کې د ستونزو د حل کولو وړتیا، د ستونزو او ننگونو په وړاندې د هغوی زړورتیا او د هغه هیلې لپاره چې دوی یې لرې ترڅو خلکو سره مرسته وکړي، خوښیږي. ما دا کتاب د دې لپاره لیکلی چې تاسو هریو خپل کاروبار پیل کړئ، څومره چې ډېرې او غوره کمپنۍ یا شرکتونه ولرو، په هماغه کچه به مو ستونزې حل وي. د خلکو د کاروبار په پیلیدو کې مې اساسي موخه داده چې مالي ثبات، نوبت، خلاقیت او خپلواکۍ ته وده ورکړي او د خپلو خوبونو لپاره کار وکړي. زه د دریمې نړۍ «فغانستان» یم او پوهیږم چې مالي بې ثباتي څه مانا، مالي خپلواکي د تصمیم نیولو ځواک درکوي، مگر دا ځواک د افغانستان په گډون د سوريې، عراق او تقریباً د ټولې دریمې نړۍ د هېوادونو څخه اخیستل شوی دی. پرمختللي هېوادونه شاید ښه ژوند، تعلیم یا خواړو ته لاسرسی ولري، خو موږ باید هغه هېوادونه د یاده ونه وباسي چېرته چې خلک د لوږې څخه د مړه کېدو د خطر سره مخ دي، زموږ مسؤلیت داده چې انسانیت ته خدمت وکړو او د خلکو ستونزې ورحل کړو. دا کار هله ممکن دی، کله چې تاسو خپل کاروبار ولری

او د مرستي لپاره دلايل پيدا او هلته ورشي. د ډېرو مختلفو ملي او نړيوال شرکتونو، حکومت او خصوصي سکتور سره مې کار کړی. البته چې د کار کولو څخه مې ډېر څه زده کړل، مگر کله چې مې خپل کاروبار پيل کړ، ډېر څه مې زده او ډېر خوند مې ترې واخيست. څه چې د خان لپاره خوښوو، بايد د نورو لپاره يې هم خوښ کړو. په دې اساس، په ټينگه سپارښتنه کوم چې د خپل کاروبار د پيلولو په اړه فکر وکړئ؛ چې هرڅومره کوچنی وي، هېڅ خبره نه ده، مگر که فکر مو ښه وي، په راتلونکو څو کلونو کې به ښه کاروبار ولري.

زما لومړی کاروبار يو مشورتي شرکت و. کله به راته ډېر ستونزمن او ډارونکی شو، خو زده مې کړل چې څنگه کاروبار مخ ته ځي او همدا فکر مې بريالی شو. ورپسې مې د ژبې انستيتيوټ، د مدیریت يو شرکت او په پايله کې، د کاروبار د پراختيا اداره جوړه کړه. د يوې ساده نقشي څخه مې پيل وکړ، چې په پايله کې يو بريالی مثبت شوم. همدارنگه، ډېر ملگري لرم چې د بانکونو او ملتې نېشنل کمپنيو خاوندان دي او يا مليونران جوړ شوي دي. يعنې د خپل خان رئيس اوسېدل داسې ځواک درکوي چې په وسيله به يې د خپلو هيلو لپاره کار وکړي، پرېکړې به وکړي او يا به خپل ماموريت وڅاري.

د خپل کاروبار پيلول آسانه کار ندي؛ بلکې زړورتيا، په خپل خان باور، د ژوند د سطحې ټيټول، ناغوښتل شويو مسائلو ته نه ويل، په کافي اندازه تمرکز، د ژوند وقف کول او يوې ځواکمنې پرېکړې ته

اړتیا لري.

د خپلو مهارتونو د ارزونې او پوهیدلو لپاره، تمه ده د همدې کتاب په لومړۍ پاڼه کې د متشبینو د چمتووالي او ارزونې ازموینه ورکړئ. دا ازموینه به د سره مرسته وکړي چې خپل مهارتونه په سمه توګه وپېژنئ او خپل کاروبار پیل کړئ.

د دې ارزونې وروسته، نور تمرکز په هغه څلورو مرحلو باندې دی چې په وسیله به یې خپل کاروبار پیل او وده ورکړئ.

۱: تر ټولو سخته (د فکر یا مفکورې) مرحله - د فکر کولو لپاره وخت: د خپل کاروبار د مفکورې په اړه فکر وکړئ. ډېری پیل کوونکي د سوداګرۍ د پیلیدو تر مخه ناکامیږي، ځکه چې مالکین یې په مفکورې باندې د پانګې اچونې او د پیلولو پرېکړې کولو څخه ډارېږي. سربېره پر دې، ممکن د کورنۍ غړي، ملګري یا همکاران مو د کاروبار پیلولو څخه زړه درتور کړي. د پیل لپاره متمرکز او ځواکمن پاتې شئ او ټولې ننګونې ومنئ؛ په یاد ولرئ چې د پرېکړې کول تر ډېره برېښه سخته وي.

۲: سخته (د عمل) مرحله - د عمل لپاره وخت: د مفکورې څخه وروسته، تاسو اړ یاست چې خپل کاروبار پیل کړئ. زه دا مرحله د عمل یا عملیاتي کاروبار له امله سخته مرحله بولم. یعنې باید خپل کاروبار ثبت کړئ، باید بانکي حساب ولرئ، خلک وګمارئ نرخ او فیس سره جوړ کړئ او یا داسې نور ډېره څه وکړئ....

۳: لږه سخته (د نوښت) مرحله - د تمرکز لپاره وخت: د خپل کاروبار

د پیلیدو وروسته، داسې لږ سختې مرحلې ته ورځئ. زه یې لږه سخته مرحله بولم، ځکه چې کاروبار پرمخ بیول او نوښت کول تمرکز او وقف کېدلو ته اړتیا لري. دا مرحله خورا بې مثاله ده او لوړې ژورې لري. په امریکا کې د ۵ شرکتونو څخه نږدې ۱ شرکت په لومړي کال کې ناکامیږي. د خپل کاروبار د ساتلو لپاره یو قوي محاسب ته اړتیا لرئ ترڅو ټول ریکارډونه ځان سره وساتي او ټول مالیات پاک کړي. د کاروبار د اداره کولو لپاره یو پوه HR یعنی د (بشري منابعو مدیر) ته اړتیا لرئ او د دې سربېره، د بازار موندنې او د کاروبار د پراختیا لپاره متخصصینو ته اړتیا لرئ چې کاروبار ته مو پراختیا ورکړي.

۴: آسانه (د ودې) مرحله - د ودې لپاره وخت: دا مرحله یوازې د هغو خلکو لپاره ده چې د پورته درې مرحلو له لارې د ځان وقف او تمرکز ولري. د کاروبار پیلول ممکن ننګوونکي اوسي، مګر بلې مرحلې ته تلل چې د ودې او پرمختګ مرحله ده، ممکن ډېره په زړه پورې وي. زه دې مرحلې ته د (ودې) نوم ورکوم، ځکه دا هغه مرحله ده چې شرکت پکې په کافي اندازه وده ترلاسه کوي ترڅو د ډېرو اختیارونو په لټولو سره نور عاید ترلاسه کړي.

ډېره سخته، سخته، لږه سخته او آسانه مرحلې ممکن غیرعادي اوسي، مګر دا زما د ډېرو شرکتونو سره د کار کولو او د خپل کاروبار پیلولو تجربه وه. دا ټولې مرحلې د کاروبار د پرمختګ په برخه کې زما پنځلس کلنه کاري تجربه او د اړوند مطالعاتو پایله ده.

په دې کتاب کې به د صیام بزنس پلان ماډل سره آشنا شئ. یو مخ د

کاروبار لپاره غوره پلان. د دې پلان څارل به تاسو ته یو غوره کاروباري یا سوداگریز نظر درکړي. د صیام سوداگریز پلان په خاصه توګه پانګوالو او رئیسانو ته ډېر اړین دی، ځکه چې هغوی تل خپل وخت ته ارزښت ورکوي او نه غواړي په یو اوږد سوداگریز پلان مخته ولاړ شي. دا پلان زما د اوږدو او روانو مطالعاتو، د کاروبار کولو او څو ملي شرکتونو سره د کار کولو پایله ده. زه شخصاً دا لنډ او زړه راښکونکی پلان څارم، ځکه چې ډېر اغېزمن، ساده او د تشرېح وړ دی؛ په همدې خاطر یې تاسو ته هم د څارلو وړاندیز کوم. د دې کتاب خپرول به د لینډا کین او رابرټ فیریل له ایدیټ کولو پرته، د آسما راشد، ثریا او باب ټونس له احساساتي ملاتړ او هڅونې پرته ناشوني وو.

په پایله کې، د پيسو نشتون باید د کاروبار د پیلیدو لپاره هېڅ بهانه ونه اوسي. که چېرته ښه مفکورې لرئ، نو یو ښه شریک یا پانګه اچوونکی پیدا کړئ، خپل د کورنۍ غړي مو وهڅوي چې ستاسو د کاروبار ملاتړ وکړي او یا په خپله ډېر کوچنی کاروبار پیل کړئ. ما خپله ډېر شرکتونه درلودلي، مګر هېڅکله مې په شخصي توګه پانګه اچونه نده کړې. تل د ښه مفکورو سره راغلی يم او یو ښه پانګه وال مې د شریک په توګه انتخاب کړی دی.

یو ځل بیا وړاندیز کوم چې دا کتاب ښه په دقت سره ولولئ او هماسې یې عملي کړئ.

خپله امپراتوري جوړه کړئ.

ولې یوه امپراتوري؟

د عمل پرته زده کړه بې گټې ده. دا کتاب زما د عملي تجربو پایله ده او نه یوازې د تعلیمي موخو لپاره باید ولوستل شي، بلکې د پلي کېدلو لپاره یې باید هڅه وشي. په دې کتاب کې مې څلور عملي مرحلي او یوه ډالۍ (د صیام سوداگریز پلان) وړاندې کړې ده ترڅو د خپل کاروبار امپراتوري جوړه او دوامداره وساتئ.

اړینه نده چې تاسو څومره کوچنی پیل کوئ، که ستاسو سوداگریزه مفکوره د ودې او پرمختګ ظرفیت ولري، کولای شئ خپله امپراتوري رامنځته کړئ. شاید سم د لاسه نه، مګر یقیناً.

دا کوم سیاسي حرکت یا پرېکړه نه ده، چې تاسو ته د پولو هاخوا د تګ ځواک درکوي، بلکې همدا ستاسو سوداګرې ده. آمازون یوه سوداگریزه امپراتوري ده چې د امریکا د پولې هاخوا هند یا نورو هېوادونو ته ځي. ټیک ټاک په ټوله نړۍ کې یوه بله سوداگریزه امپراتوري ده. دا او داسې نورې ټولې سوداګریزې امپراتورۍ دي، ځکه چې په ټوله نړۍ کې نفوذ لري. تاسو هم کولای شئ خپله امپراتوري جوړه کړئ.

په خپل سوداګریز ژوند کې مې زده کړې دي چې د کاروبار پیل همیشه پیسو ته اړتیا نه لري؛ مګر ښه ذهنیت، بهتره مفکوره او د کاروبار پیلیدو او پرمخ تللو ښه علم ته اړتیا لري. که چېرته تاسو دا ټول ولرئ، د دې برخای چې پیسې وڅارئ، پیسې به تاسو وڅاري.

تراوسه مې پنځه کاروبارونه درلودلي. مگر په خپله مې هېڅکله مالي پانگونه نه ده کړي. پرځای يې، د يو بهتره نظر سره راغلم او پانگونه نور وکړه. دا ناسمه خبره ده چې پسي تل پسي گټي؟ بلکې مفکورې يا غوره نظريات پسي گټي.

په دې کتاب کې عملي گامونه هغه لنډې لارې دي چې تاسو هڅوي او وړتيا درکوي چې خپله امپراتوري رامنځته کړئ او يا خپله موخه ترلاسه کړئ.

دا کتاب ولولئ او خپله امپراتوري جوړه. رهبري او وساتن!

د متبشينو د چمتووالي او ارزونې ازموینه

د خپل خان رئيس اوسېدل يا د خپلې امپراتورۍ جوړول د هر چا لپاره ندي. د بريا لپاره هېڅ تضمين يا ضمانت شتون نه لري او د ټولو خطرونو او ننگونو له منځه وړلو هېڅ لاره نشته. يواځې يو بې مثاله شخص ته اړتيا ده چې د سمې پوهې، پياوړې ژمنې او ځانگړو مهارتونو سره يو بريالی سوداگري رئيس اوسي. هرڅوک چې غواړي يو بريالی سوداگر اوسي، بايد فکر وکړي چې په شخصي او مسلکي توگه د دې لپاره مناسب دي که نه.

د ارزونې دا لارښود د دې لپاره منظم شوی دی چې تاسو سره د سوداگري پیل کولو لپاره د چمتووالي په بڼه پوهیدلو کې مرسته وکړي. د دې په مرسته به تاسو د سوداگري د پیل لپاره دلایل او وړتیاوې وارزوي. شخصي او سوداگريزې موخې به وټاکئ او وېه ښيي چې ستاسو د سوداگري پیل لپاره همدا مناسب وخت دی که نه. ځان مو و آزمویئ چې تاسو انعطاف (تغیر منونکي)، وړتیا، خپلواکي او سرچینې

لرئ که نه. هر سوال په هو او نه سره ځواب کړئ او خپل ځوابونه په اخير کې وټاکئ. د يادونې وړ ده چې دا ارزوینه بايد يو ځل اوس، او يو ځل د ټول کتاب د لوستلو وروسته ترسره کړئ او بيا خپله پوهه د کتاب لوستلو وروسته او مخکې سره پرتله کړئ.

يادونه: دې ټولو پوښتنو ته تاسو خپله ځواب وآياست؛ بل هيڅوک ستاسو نمرې نه گوري، نو بايد ډېر پکې ريښتني اوسئ او په صادقانه توگه ځواب ورکړئ.

خپله امپراتوري جوړه کړئ (د مثبت د چمتوالي ارزونه) هو نه

۱. آيا تاسو د خپلې امپراتوري رامنځته کولو لپاره قوي ليوالتيا لرئ؟

۲. آيا تراوسه مو کوم خطرونه اخيستي او بيا مو اداره کړي دي؟

۳. آيا يو مثبت نه ورته يا اړونده تجربه لرئ؟

۴. آيا د سوداگري مفکوره لرئ؟

۵. آيا د بازار څېړنه يا مارکېټ ريسرچ مو ترسره کړي؟

۶. آيا داسې ملگري يا د کورنۍ غړي لرئ چې ستاسو د سوداگريزې نظريې ملاتړ کوي؟ يا که واده شوي ياست، د ژوند شريک مو ملاتړ کوي؟

۷. خپله يا نور خلک مو سوداگري تمويل کولی شي؟

۸. آيا د تيم جوړونې تجربه لرئ؟

۹. آيا عموماً د ورځې اته ساعته يا د رخصتۍ په ورځ کار کوئ؟

۱۰. آيا په خپل بازار کې ښه سوداگريزې اړيکې او شبکې لرئ؟

۱۱. آيا تراوسه مو د کورسونو په دورو يا سيمينارونو کې گډون کړی دی؟ يا مو د سوداگري اړوند په نندارتونونو او کنفرانسونو کې گډون کړی دی؟

۱۲.	که اړتیا وي، آیا چمتو یاست چې په لنډ مهاله توګه خپل د ژوند معیار ټیټ کړئ ترڅو په سوداګرۍ کې ګټه وکړئ.
۱۳.	آیا د فشار لاندې د کار کولو ستراتیژي لری؟
۱۴.	آیا تراوسه مو د پایلو د ښه کولو او یا د حالت د اړتیاوو د پوره کولو لپاره د خپل چلند ستایل بدل کړئ؟
۱۵.	آیا د سیالانو سره د معاملې کولو تجربه لری؟
۱۶.	آیا کولای شئ یوازې په یوه دقیقه کې خپل لید په روښانه او صحیح توګه بیان کړئ؟
۱۷.	آیا توضیحاتو ته پاملرنه کوئ؟
۱۸.	آیا کاري پلان مو معمولاً جوړ کړی او بیا مو څارلی؟
۱۹.	آیا د خپل ځان او نورو څخه (د اندازه کېدلو وړ) پایلو تمه لری؟
۲۰.	آیا د نوټ اخیستلو عادت لری؟
۲۱.	آیا د مثبت کاري چاپیریال رامنځته کولو تجربه لری؟
۲۲.	آیا په منظمه توګه مو تحلیلي مهارتونه کارولي؟
۲۳.	آیا د وخت مدیریت مهارت لری؟
۲۴.	آیا نورو ته د غوږ نیولو او یا ترې د څه زده کولو علاقه لری؟
۲۵.	آیا تاسو باید ناغوښتل شویو کارونو، امرونو یا پلنو ته د نه ویلو ویلی دي؟
۲۶.	آیا د لګښتونو او عایداتو د کنټرولولو تجربه لری؟
۲۷.	آیا پلان لری چې نوره زده کړه هم وکړئ او یا د سوداګرۍ اړوند روزنه ووينئ؟
۲۸.	آیا په خپل هېواد کې د سوداګرۍ د قوانینو سره آشنا یاست؟

۲۹.	آیا په خپل ژوند کې اړوند رول ماډل یا الگو لرئ؟
۳۰.	آیا عموماً په نورو خلکو باور کوئ، په ځانګړې توګه په هغه خلکو چې تاسو ګمارلي؟
۳۱.	آیا د یو نامتو سوداګر کېدو خوب ګورئ؟
۳۲.	آیا د ښه فعالیت هڅونې لپاره ځانګړې ستراتیژي لرئ؟
۳۳.	آیا د یو ستراتیژیک فکر او د ستونزو د حل کولو تجربه لرئ؟
۳۴.	آیا کولای شئ نوې تکنالوژي په یوه مناسبه موده کې زده کړئ؟
۳۵.	آیا په رسمي یا غیر رسمي ترتیبونو کې مو کومې ډلې یا ګروپ ته په بریالیتوب سره وینا کړې؟
۳۶.	آیا د نورو د روزنې او ارزونې تجربه لرئ؟
۳۷.	آیا خپل ځان یو بریالی شخص ګڼئ؟
۳۸.	آیا شخصي او سوداګریزې اړیکې مو جلا ساتنې؟
۳۹.	آیا د مالیاتو او مالي راپور په اړه لومړنې مالومات لرئ؟
۴۰.	کله چې یوڅه ستاسو د طمعې خلاف وشي، د خپلو احساساتو په کنټرول کولو کې بریالي یاست؟
۴۱.	پرتله له دې چې خپل موقف په نظر کې ونیست، آیا خپله وروستی دنده مو د یو واکمن (رئیس) په توګه پرمخ بیولې؟
۴۲.	آیا تل اندېښنه کې یاست چې نور به ستاسو په اړه څه فکر کوي؟
۴۳.	آیا د ستونزو له امله په آسانی مایوسه کیږئ؟
۴۴.	آیا تاسو راحته یاست څو خپلو کارکوونکو ته دا خپلواکي ورکړئ چې خپل ځان په خپله وګوري چې څنګه په خپله دنده کې روان دي؟
۴۵.	کله مو هم محرمیت مات کړی یا مو هغه راز د نورو سره شریک کړی چې تاسو ویل هېڅکله به یې شریک نه کړئ؟

	۴۶. آیا د خبرو اترو تجربه لرئ؟
	۴۷. آیا تراوسه مجبور شوي یاست چې په ژوند یا مسلک کې د ناکامۍ یا خنډ له امله یوځل بیا پیل وکړئ؟
	۴۸. د دې لپاره چې تاسو مایوسه یاست، آیا بل څوک مو ملامت کړې دي؟
	۴۹. آیا باور لرئ چې موږ خپل بخت په خپله جوړوو؟
	۵۰. کله چې د نیم یو غړی موافق نه اوسي، آیا تاسو یو ګډ بحث رامنځته کوئ ترڅو خپل توپیرونه په رغنده بیان او د حل لار ولټوي څو ټولو اړخونو ته ګټه ورسوي؟
	ټول (مجموعه)

۱. خپلو ځوابونو ته نمرې ورکړئ

هر یو هو یوه نمره لرې. د ټولې برخې هو سره راټول کړئ او د خپلې کچې په اړه د قضاوت کولو لپاره لاندې لارښود وکاروئ.

۴۰ څخه تر ۵۰ نمرې

د خپلې سوداګرۍ د پیلیدو لپاره چمتو یاست. ستاسې ځوابونه ښيي چې د رئیس کېدو په لاره کې ښه روان یاست.

۲۹ څخه تر ۳۹ نمرې

ستاسې ځوابونه ښيي چې د سوداګرۍ په اړه د فکر کولو د مخه د بریالیتوب چانس لرئ. کافي وخت صبر وکړئ چې د یو مثبت په توګه پلان جوړ کړئ. د شرکت جوړولو مخکې، موږ سپارښتنه کوو چې د سوداګرۍ په اړه روزنه واخلي او د ودې لپاره مسلکي مهارتونه جوړ

کړی. دا به درسره مرسته وکړي چې په راتلونکې کې بريالي شی.

۱۹ څخه تر ۲۸ نمرې

د خپل خان رئیس اوسېدو او یا د مثبت کېدلو لپاره همدا ښه وخت دی چې یوځل بیا د خان ارزونه وکړی. یعنې د خپلې سوداګرۍ د پیلیدو دمخه اضافه څیړنې، روزنې او مشورو ته اړتیا لری. لږ نور وخت هم ونیسی، لنډ کورسونه ونیسی، شبکو او اړیکو باندې کار وکړی او د کاروبار لپاره نوره تجربه پیدا کړی.

صفر څخه تر ۱۸ نمرې

د خپلې سوداګرۍ د پیل لپاره چمتو نه یاست. ستاسو ځوابونه ښیي چې ممکن تاسو د پانګونې او مسلکي سوداګرۍ د مهارتونو لوړولو لپاره ډېر وخت ته اړتیا لری. د خان روزنې ته دوام ورکړی. علاقه یا دلچسپي مو وڅاری. خپل مهارتونه جوړ کړی. د دې څخه وروسته ممکن هرېکله وکړی چې په راتلونکې کې یوځل بیا د خان ارزونه وکړی.

د خپلې سوداګرۍ پیلولو لپاره عملي ګامونه

د ښه پوهیدو او ساده تشریح لپاره به زه (د خپل ځان رئیس اوسېدلو) ټوله پروسه په لاندې څلور مرحلو وویشم:

۱. تر ټوله سخته (د فکر کولو) مرحله - د فکر کولو لپاره وخت

۲. سخته (د عمل) مرحله - د عمل کولو لپاره وخت

۳. لږه سخته (د نوښت) مرحله - د تمرکز لپاره وخت

۴. آسانه (د پراختیا) مرحله - د ودې لپاره وخت

یادونه: تر ټولو سخته، سخته، لږه سخته او آسانه مرحلې ممکن غیر عادي اوسي، مګر دا زما د تېرو پنځلسو کلونو عملي تجربه ده.

ولې یوه امپراتوري؟

د عمل پرته زده کړه بې گټې ده. دا کتاب زما د عملي تجربو پایله ده او نه یوازې د تعلیمي موخو لپاره باید ولوستل شي، بلکې د پلي کېدلو لپاره یې باید هڅه وشي. په دې کتاب کې مې څلور عملي مرحلې او یوه ډالۍ (د صیام سوداگریز پلان) وړاندې کړې ده ترڅو د خپل کاروبار امپراتوري جوړه او دوامداره وساتئ.

اړینه نده چې تاسو څومره کوچنۍ پیل کوئ، که ستاسو سوداگریزه مفکوره د ودې او پرمختګ ظرفیت ولري، کولای شئ خپله امپراتوري رامنځته کړئ. شاید سم د لاسه نه، مګر یقیناً.

دا کوم سیاسي حرکت یا پریکړه نه ده، چې تاسو نه د پولو هاخوا د تګ ځواک درکوي، بلکې همدا ستاسو سوداګرې ده. آمازون یوه سوداگریزه امپراتوري ده چې د امریکا د پولې هاخوا هند یا نورو هېوادونو ته ځي. ټیک ټاک په ټوله نړۍ کې یوه بله سوداگریزه امپراتوري ده. دا او داسې نورې ټولې سوداګریزې امپراتورۍ دي، ځکه چې په ټوله نړۍ کې نفوذ لري. تاسو هم کولای شئ خپله امپراتوري جوړه کړئ.

په خپل سوداګریز ژوند کې مې زده کړې دي چې د کاروبار پیل همیشه پیسو ته اړتیا نه لري؛ مګر ښه ذهنیت، بهتره مفکوره او د کاروبار پیلیدو او پرمخ تللو ښه علم ته اړتیا لري. که چېرته تاسو دا ټول ولرئ، د دې پرځای چې پسي وڅارئ، پسي به تاسو وڅاري.

تراوسه مې پنځه کاروبارونه درلودلې، مگر په خپله مې هېڅکله مالي پانگونه نه ده کړي. هرځای یې، د یو بهتړه نظر سره راغلم او پانگونه نور وکړه. دا ناسمه خبره ده چې پسي تل پسي گټي! بلکې مفکورې یا غوره نظریات پسي گټي.

په دې کتاب کې عملي ګامونه هغه لنډې لارې دي چې تاسو هڅوي او وړتیا درکوي چې خپله امپراتوري رامنځته کړئ او یا خپله موخه ترلاسه کړئ.

دا کتاب ولولئ او خپله امپراتوري جوړه، رهبري او وساتئ!

د متشبثینو د چمتووالي او ارزونې ازموینه

د خپل ځان رئیس اوسېدل یا د خپلې امپراتورۍ جوړول د هرچا لپاره ندي. د بریا لپاره هېڅ تضمین یا ضمانت شتون نه لري او د ټولو خطرونو او ننگونو له منځه وړلو هېڅ لاره نشته. یواځې یو بې مثاله شخص ته اړتیا ده چې د سمې پوهې، پیاوړې ژمنې او ځانګړو مهارتونو سره یو بریالی سوداګری رئیس اوسي. هرڅوک چې غواړي یو بریالی سوداګر اوسي، باید فکر وکړي چې په شخصي او مسلکي توګه د دې لپاره مناسب دي که نه.

د ارزونې دا لارښود د دې لپاره منظم شوی دی چې تاسو سره د سوداګرۍ پیل کولو لپاره د چمتووالي په ښه پوهیدلو کې مرسته وکړي. د دې په مرسته به تاسو د سوداګرۍ د پیل لپاره دلایل او وړتیاوې وازوئ، شخصي او سوداګریزې موخې به وټاکئ او به ښيي چې ستاسو د سوداګرۍ پیل لپاره همدا مناسب وخت دی که نه. ځان مو و آزمویئ چې تاسو انعطاف (تغیر منونکي)، وړتیا، خپلواکي او سرچینې

لرئ که نه. هر سوال په هو او نه سره ځواب کړئ او خپل ځوابونه په
اخیر کې وټاکئ. د یادونې وړ ده چې دا ارزوینه باید یو ځل اوس، او یو
ځل د ټول کتاب د لوستلو وروسته ترسره کړئ او بیا خپله پوهه د کتاب
لوستلو وروسته او مخکې سره پرتله کړئ.

یادونه: دې ټولو پوښتنو ته تاسو خپله ځواب وایاست؛ بل هیڅوک
ستاسو نمرې نه گوري، نو باید ډېر پکې ریښتینې اوسئ او په صادقانه
توگه ځواب ورکړئ.

خپله امپراتوري جوړه کړئ (د مثبت د چمتووالي ارزونه)	هو	نه
۱. آیا تاسو د خپلې امپراتوري رامنځته کولو لپاره قوي لیوالتیا لرئ؟		
۲. آیا تراوسه مو کوم خطرونه اخیستي او بیا مو اداره کړې دي؟		
۳. آیا یو مثبت نه ورته یا اړونده تجربه لرئ؟		
۴. آیا د سوداګرۍ مفکوره لرئ؟		
۵. آیا د بازار څېړنه یا مارکیټ ریسرچ مو ترسره کړې؟		
۶. آیا داسې ملګري یا د کورنۍ غړې لرئ چې ستاسو د سوداګریزې نظریې ملاتړ کوي؟ یا که واده شوې یاست، د ژوند شریک مو ملاتړ کوي؟		
۷. خپله یا نور خلک مو سوداګري تمويل کولی شي؟		
۸. آیا د ټیم جوړونې تجربه لرئ؟		
۹. آیا عموماً د ورځې اته ساعته یا د رخصتۍ په ورځ کار کوئ؟		
۱۰. آیا په خپل بازار کې ښه سوداګریزې اړیکې او شبکې لرئ؟		
۱۱. آیا تراوسه مو د کورسونو په دورو یا سیمینارونو کې ګډون کړی دی؟ یا مو د سوداګرۍ اړوند په نندارتونونو او کنفرانسونو کې ګډون کړی دی؟		

۱۲.	که اړتیا وي، آیا چمتو یاست چې په لنډ مهاله توگه خپل د ژوند معیار ټیټ کړئ ترڅو په سوداګرۍ کې ګټه وکړئ.
۱۳.	آیا د فشار لاندې د کار کولو ستراتیژي لرئ؟
۱۴.	آیا تراوسه مو د پابلو د ښه کولو او یا د حالت د اړتیاوو د پوره کولو لپاره د خپل چلند ستایل بدل کړئ؟
۱۵.	آیا د سیالانو سره د معاملې کولو تجربه لرئ؟
۱۶.	آیا کولای شئ یوازې په یوه دقیقه کې خپل لید په روښانه او صحیح توګه بیان کړئ؟
۱۷.	آیا توضیحاتو ته پاملرنه کوئ؟
۱۸.	آیا کاري پلان مو معمولاً جوړ کړی او بیا مو څارلی؟
۱۹.	آیا د خپل ځان او نورو څخه (د اندازه کېدلو وړ) پابلو تمه لرئ؟
۲۰.	آیا د نوټ اخيستلو عادت لرئ؟
۲۱.	آیا د مثبت کاري چاپیریال رامنځته کولو تجربه لرئ؟
۲۲.	آیا په منظمه توګه مو تحلیلي مهارتونه کارولي؟
۲۳.	آیا د وخت مدیریت مهارت لرئ؟
۲۴.	آیا نورو ته د غوړ نیولو او یا ترې د څه زده کولو علاقه لرئ؟
۲۵.	آیا ناسو باید ناغوښتل شویو کارونو، امرونو یا بلنو ته د نه ویلو ویلی دي؟
۲۶.	آیا د لګښتونو او عایداتو د کنټرولولو تجربه لرئ؟
۲۷.	آیا پلان لرئ چې نوره زده کړه هم وکړئ او یا د سوداګرۍ اړوند روزنه ووينئ؟
۲۸.	آیا په خپل هېواد کې د سوداګرۍ د قوانینو سره آشنا یاست؟

۲۹.	آيا په خپل زوند کې اړوند رول ماډل يا الگو لري؟
۳۰.	آيا عموماً په نورو خلکو باور کوئ، په ځانگړې توگه په هغه خلکو چې ناسو گمارلي؟
۳۱.	آيا د يو نامتو سوداگر کېدو خوب گوري؟
۳۲.	آيا د ښه فعاليت هڅونې لپاره ځانگړې ستراتيژي لري؟
۳۳.	آيا د يو ستراتيژيک فکر او د ستونزود حل کولو تجربه لري؟
۳۴.	آيا کولای شئ نوې تکنالوژي په يوه مناسبه موده کې زده کړئ؟
۳۵.	آيا په رسمي يا غير رسمي ترتيباتو کې مو کومې ډلې يا گروپ ته په برياليتوب سره وينا کړې؟
۳۶.	آيا د نورو د روزنې او ارزونې تجربه لري؟
۳۷.	آيا خپل ځان يو بريالی شخص گڼئ؟
۳۸.	آيا شخصي او سوداگريزې اړيکې مو جلا ساتي؟
۳۹.	آيا د مالياتو او مالي راپور په اړه لومړنې مالومات لري؟
۴۰.	کله چې يوڅه ستاسو د طمعې خلاف وشي، د خپلو احساساتو په کنټرول کولو کې بريالي ياست؟
۴۱.	پرته له دې چې خپل موقف په نظر کې ونيسئ، آيا خپله وروستۍ دنده مو د يو واکمن (رئيس) په توگه پرمخ بيولې؟
۴۲.	آيا تل اندېښنه کې ياست چې نور به ستاسو په اړه څه فکر کوي؟
۴۳.	آيا د ستونزو له امله په آساني مایوسه کېږئ؟
۴۴.	آيا ناسو راحته ياست څو خپلو کارکوونکو ته دا خپلواکي ورکړئ چې خپل ځان په خپله وگوري چې څنگه په خپله دنده کې روان دي؟
۴۵.	کله مو هم محرميت مات کړی يا مو هغه راز د نورو سره شريک کړی چې ناسو ويل هېڅکله به يې شريک نه کړئ؟

۴۶. آیا د خبرو اترو تجربه لرئ؟

۴۷. آیا تر اوسه مجبور شوي یاست چې په ژوند یا مسلک کې د ناکامۍ یا خنډ له امله یوځل بیا پیل وکړئ؟

۴۸. د دې لپاره چې تاسو مایوسه یاست، آیا بل څوک مو ملامت کړې دي؟

۴۹. آیا باور لرئ چې موږ خپل بخت په خپله جوړوو؟

۵۰. کله چې د ټیم یو غړی موافق نه اوسي، آیا تاسو یو ګډ بحث رامنځته کوئ ترڅو خپل توپیرونه په رغنده بیان او د حل لار ولټوي څو ټولو اړخونو ته ګټه ورسوي؟

ټول (مجموعه)

۱. خپلو ځوابونو ته نمرې ورکړئ

هر یو هو یوه نمره لري. د ټولې برخې هو سره راټول کړئ او د خپلې کچې په اړه د قضاوت کولو لپاره لاندې لارښود وکاروئ.

۴۰ څخه تر ۵۰ نمرې

د خپلې سوداګرۍ د پیلیدو لپاره چمتو یاست. ستاسې ځوابونه ښيي چې د رئیس کېدو په لاره کې ښه روان یاست.

۲۹ څخه تر ۳۹ نمرې

ستاسې ځوابونه ښيي چې د سوداګرۍ په اړه د فکر کولو د مخه د بریالیتوب چانس لرئ. کافي وخت صبر وکړئ چې د یو مثبت په توګه پلان جوړ کړئ. د شرکت جوړولو مخکې، موږ سپارښته کوو چې د سوداګرۍ په اړه روزنه واخلي او د ودې لپاره مسلکي مهارتونه جوړ

کړئ. دا به درسره مرسته وکړي چې په راتلونکې کې بريالي شئ.

۱۹ څخه تر ۲۸ نمرې

د خپل ځان رئيس اوسېدو او يا د متشبث کېدلو لپاره همدا ښه وخت دی چې يوځل بيا د ځان ارزونه وکړئ. يعنې د خپلې سوداګرۍ د پيليدو دمخه اضافه څيړنې، روزنې او مشورو ته اړتيا لرئ. لږ نور وخت هم ونيسئ، لنډ کورسونه ونيسئ، شبکو او اړيکو باندې کار وکړئ او د کاروبار لپاره نوره تجربه پيدا کړئ.

صفر څخه تر ۱۸ نمرې

د خپلې سوداګرۍ د پيل لپاره چمتو نه ياست، ستاسو خوابونه ښيي چې ممکن تاسو د پانګونې او مسلکي سوداګرۍ د مهارتونو لوړولو لپاره ډېر وخت ته اړتيا لرئ. د ځان روزنې ته دوام ورکړئ، علاقه يا دلچسپي مو وڅارئ. خپل مهارتونه جوړ کړئ. د دې څخه وروسته ممکن پرېکړه وکړئ چې په راتلونکې کې يوځل بيا د ځان ارزونه وکړئ.

د خپلې سوداګرۍ پیلولو لپاره عملي ګامونه

د ښه پوهیدو او ساده تشریح لپاره به زه (د خپل ځان رئیس اوسېدلو) ټوله پروسه په لاندې څلور مرحلو ووېشم:

۱. تر ټوله سخته (د فکر کولو) مرحله - د فکر کولو لپاره وخت

۲. سخته (د عمل) مرحله - د عمل کولو لپاره وخت

۳. لږه سخته (د نوښت) مرحله - د تمرکز لپاره وخت

۴. آسانه (د پراختیا) مرحله - د ودې لپاره وخت

یادونه: تر ټولو سخته، سخته، لږه سخته او آسانه مرحلې ممکن غیر عادي اوسي، مګر دا زما د تېرو پنځلسو کلونو عملي تجربه ده.

(اوله مرحله)

د فکر کولو لپاره وخت

تر ټوله سخته یا د مفکورې مرحله

د خپلې سوداګریزې مفکورې په اړه فکر وکړئ

د هرڅه پیل ډېری وخت ستونزمن وي. که تاسو هم وغواړئ د خپل ځان رئیس ووسئ، دقیقاً به پوه شئ چې څه کول غواړئ. خپل فرصتونه اداره کړئ او د ټولو فرصتونو څخه یوازې یو یې غوره کړئ. یعنې تاسو نه شئ کولای په یو وار د ټولو فرصتونو څخه استفاده وکړئ.

«یو کوچنی پتنگ څومره لوړ الوزي!»

په ذهن کې مو ممکن ډېری نظریات شتون ولري، خو موږ ډېر کم وخت لرو. د خپلې سوداګرۍ د راتلونکې په اړه، چې هرڅه غواړئ ترسره کړئ، هغه د خپلو مهارتونو، اوږدمهاله موخو، اړیکو، آسانتیاوو او د عوایدو د تولید اهدافو سره سمون ورکړئ.

همدارنګه، ځینې سوداګریزې مفکورې د نورو پرتله ممکن غوره ګټه ولري؛ ځینې شاید ډېر د خطر ډک اوسي او پایلې یې بې ګټې وي.

تاسو پخپله رئیس یاست او کولای شئ داسې څه غوره کړئ چې تاسو خوشحاله او راضي کړئ.

لاندې څو اړین گامونه دي چې په لومړۍ مرحله کې یې باید په نظر کې ونیسئ.

۱. سوداگریزه مفکوره پیدا کړئ

رئیسان پوهیږي چې د مفکورې په نشتون کې شتمنې هسې یو عذاب دی، نو د سرمایې د پیدا کولو لپاره مفکوره ډېره اړینه ده. په نړۍ کې هر شتمن وایي چې د مفکورې پرته شتمنې هېڅ ده. مفکوره هغه څه ده چې شتمنې جوړوي.

شتمن خلک د مفکورې په اهمیت پوه دي؛ غریب او ناچاره خلک بیا د پیسو د اهمیت په اړه ډېر پوه دي. که تاسو غواړئ د خپل ځان رئیس اوسئ باید په یاد ولرئ چې ټول نوموتي رئیسان او سوداگر غوره سوداگریزې مفکورې درلودې او د همدو مفکورو له برکته اوس بریالي دي.

د پیسو نشتون باید د سوداگری د پیل لپاره بهانه ونه اوسي. په اوسنۍ نړۍ کې پورونه، مرستې او یا نور تمويل کوونکي اختیارونه شته. له دې هاخوا، د سوداگریزو مفکورو ځینې ډولونه شتون لري چې په وسیله یې تاسو خپله سوداګري تقریباً د نغدو پیسو پرته پیل کولای شئ. د خپل ځان رئیس اوسېدل حتی د پیسو پرته ډېرې زړورتیا او نوښتګرې مفکورې ته اړتیا لري.

ټوټې رابینز ویلي دي: «د دې لپاره چې پوه شئ څنګه په بریالیتوب سره خپل رئیس شئ، باید خپله لیوالتیا او مهارتونه راخلاص کړئ او بیا یې د یوې ګټونکې سوداګریزې مفکورې سره یوځای کړئ.»^۱

^۱ By the University of the People 2022 (Career Tips (How to be An Entrepreneur. Become your own Boss.))

نيردې هرڅوک چې يوه مفکوره لري کولای شي يو متشبت شي، مگر د يو بريالي رئيس کېدو لپاره نوښتگرې مفکورې ته اړتيا لري.

ريچارد برانسن وايي « سوداگري په ساده توگه يوه مفکوره ده خو د نورو خلکو ژوند وربڼه کړو.»

د غوره سوداگريزې مفکورې موندلو لپاره بايد لاندې گامونه عملي کړئ:

۱. څه کول غواړئ؟

تاسو د خپل ژوند او خوبونو رئيسان ياست؛ هغه څه غوره کړئ چې تاسو يې کول غواړئ. آيا تاسو يو آزاد ليکوال، د بازار موندنې مشاور، نانوا، شخصي اشپز، گرافیک ډيزاينر، د ويب پاڼې ډيزاينر، په کور کې د ماشوم د پاملرنې کارکوونکی، انځور اخستونکی، د ژوند او سوداگري يا د روغتيا روزونکی، د املاکو دلال، د پېښو مدير، د واده پلان جوړونکی، شخصي روزونکی او يا مشاور ياست؟

په زرگونه نورې مفکورې هم شتون لري، نو تاسو څه کول غواړئ؟ متشبتن د هغه څه په کولو سره بريالی سوداگري رامنځته کوي چې دوی ترې خوند اخلي؛ د بېلگې په توگه، نانواي يوه بريالی سوداگري پيل کړه ځکه چې په کور کې يې خوندور کيکونه تيارول او دا هغه څه وو چې هغه يې کول غوښتل.

لومړی خپل خوب ومومئ او هغه څه روښانه کړئ چې تاسو يې کول غواړئ.

۲. کوم مهارتونه لري؟

کوم مهارتونه او تخصص لري؟ ستاسو د زده کړې تجربه، مهارتونه او

علاقې په مثبت توګه د سوداګریزې مفکورې په سرته رسولو کې اغېزه لري. هغه څه غوره کړئ چې ستاسو شخصیت منعکس کوي، ځکه خپل ډېری وخت به په سوداګری کې تېر کړئ او دا هغه څه دي چې تاسو پرې باید پوه او خوند ترې واخلي.

د یوې سوداګریزې مفکورې د پیدا کولو لپاره تر ټولو ښه کيلې داده، چې په خپل طبیعي استعداد، تجربه او د علم په شاوخوا کې یې پیدا کړئ.

۳. کومه ستونزه یا ستونزې حل کوئ؟

هڅه وکړئ داسې ستونزه پیدا کړئ چې حل کولو سره یې علاقه لرئ. لوی رئیسان یا متشبثین کولای شي په بازار کې تشې وګوري او بیا یې په خپلو سوداګریزو پانګه اچونو باندې ډکې کړي.

یوې ستونزې ته د حل لارې پیدا کول په دې مانا شو داسې محصول راپیدا کړئ چې په بازار کې ورته تقاضا ډېره وي او د نوموړي محصول ذخیره کمه وي؛ یعنې تراوسه ورته لږ کار شوی وي. یو له غوره لارو څخه چې پوه شئ کوم ډول کاروبار ته اړتیا ده، خپل ځان، کورنۍ او شاوخوا ته د هغه ستونزو لپاره وګورئ چې د حل کولو یا د ژوند ښه کولو اړتیا پکې لیدل کېږي.

ډېری سوداګریز نظریات په ژوند کې تطبیق شوي دي، ځکه یو څوک د ستونزې څخه ناخوښه و او فکر یې کاوه (باید د دې ستونزې لپاره یوه غوره لاره شتون ولري).

عالي مفکورې په بریالیتوب سره د کوم انقلابي کار په کولو سره پلي شوي ندي، بلکې یوازې د یوې ستونزې د حل کولو یا د کوم بل چا حل لارې ته د ودې ورکولو په خاطر پلي شوي دي.

متشبین د نورو خلکو لپاره د پرمختګ په کولو سره د ځان لپاره بریا رامنځته کوي.

۴. آیا د هغه څه لپاره اړتیا شته چې تاسو یې بازار ته وړاندې کوئ؟

د خپلې سوداګریزې ساحې او مهارتونو د پوهیدلو وروسته او یا د تشي د موندلو وروسته؛ له ځانه دا پوښتنې وکړئ:

- آیا د تشي ډکولو لپاره په رښتیا اړتیا شته؟
- د دې ستونزې د ډکولو لپاره ولې نورو خلکو پانګه اچونه نه ده کړې؟
- که تاسو پانګه اچونه وکړه او ستونزه مو حل کړه، خلک به مو تولیدات یا خدمات واخلي؟

زما د تجربې په اساس هره تشه یا ستونزه عاید نه جوړوي. د بېلګې په توګه، زما لومړنی کاروبار روغتیايي سیاحتی مشورتي شرکت و. مفکوره مې بهتره وه او اړتیا ورته وه، مګر خلک د دودیزو لارو او یا د اړیکو په کارولو سره بهر ته د درملنې لپاره تلل. د حالاتو په لیدو مې دا مفکوره پرېښوده، ځکه نوره ورته اړتیا نه لیدل کېده.

خلا یا ستونزه پیدا کړئ، مګر ځان مطمئنه کړئ چې د خلکو غوښتنه ورته شته که نه.

۵. آیا ستاسو مفکوره کولای شي عاید لاسته راوړي؟

خبریه مؤسسات، غیر انتفاعي سازمانونه او سوداګري یو له بل سره توپیر لري. په ټولو باندې پیسې لګوئ، مګر یوازې د سوداګرۍ څخه د خپلې پانګې اچونې د بیرته ستندو یا د ګټې کولو تمه کولی شئ. ډېری ځوانان چې مانه د مشورې اخیستلو لپاره راغلي د غیر دولتي سازمانونو یا

انجيوگانو شخصيتونه او ذهنتونه يې درلود او غوښتل يې د غير انتفاعي، خيريې مؤسسات او يا خلکو سره په رضاکاره توگه کار وکړي. د داسې پيريدونکو څخه زياترو يې د نادولتي مؤسسو او شخصي شرکتونو ترمنځ توپير نه شو کولای.

که غواړئ په رضاکاره توگه د خلکو سره مرسته وکړئ، د عايداتو ترلاسه کولو موخه په نظر کې مه نيسئ، که غواړئ پيسې وگټئ او خدمات يا توليدات مو وپلورئ، د تحليې سوداگري د پيلېدو په فکر کې شئ.

۶. ټولې سوداگريزې مفکورې مو شارټ ليست کړئ!

اوس نو وخت دی ټولې هغه مفکورې چې ذهن ته درځي، شارټ ليست کړئ. يو پر يو يې ترتيب کړئ. ډېر فکر وکړئ او شاته مه ځئ. پوره يوه صفحه د مفکورو څخه ډکه کړئ. هره مفکوره چې ذهن ته درځي، ژر يې وليکنئ. دا ټولې سوداگريزې مفکورې د خپل لرليد او سرچينو سره پرتله کړئ چې څنگه کولای شئ د دې په وسيله عايد لاسته راوړئ. زه اوس هم د ۲۰۱۴ کال د مفکورو ليست لرم. دا هغه مفکورې دي چې کله ما غوښتل په لومړي ځل سوداگري پيل کړم. اوس هم د دې مفکورو کتنه کوم او هڅه کوم چې تازه يا اېډيټ يې کړم. خپل ليست هېڅکله مه ډيلټ کوئ. که لومړي انتخاب مو کار ونکړ، ممکن وغواړئ بيا دې ليست ته ستانه شئ.

لمومره چې مو نظريات ښه وي، همومره به مو کاروبار بريالی وي.

۷. د سوداګرۍ مشاور سره مشوره وکړئ!

وروسته له دې چې خپلې مفکورې مو نهايي کړې، د یو لارښود یا سوداګریز مشاور سره مشوره وکړئ.

دا خلک کافي اندازه تجربه او د بازار په اړه د مالوماتو سربېره روانې څېړنې کوي. دوی د مفکورو په ارزښت پوهیږي او تاسو ته به لارښوونه وکړي. د داسې لارښود موندل چې ستاسو په ساحه کې یې کار کړی وي ډېر اړین دي. دا لارښود به ستاسو د صنعت په اړه مالومات درکړي، څو د بازار په حالت پوه شئ. د دې سربېره ډېر مالومات به د بازار په اړه درکړي چې په بازار کې همدا اوس څه شتون لري؛ په ټوله کې به د هغه څه چې تاسو ورته د پوهیدو لپاره اړتیا لرئ ووايي.

یو ښه لارښود به درته ټول هغه څه ووايي چې تاسو ورته اړتیا لرئ خو د خپلې سوداګرۍ په اړه پوه شئ.

۲. د بازار څېړنه او رقابتي تحلیل^۲

د سوداګریزې مفکورې غوره کولو وروسته، بازار څېړنه او رقابتي تحلیل پیل کړئ. دا به تاسو ته د بازار، په بازار کې د شته سیاليو او پیرودونکو یو روښانه انځور درکړي. د دې هاخوا، د دې په مرسته به د بازار په اړه مالومات لاسته راوړئ چې ستاسو مفکوره په بازار کې کار کوي او آیا خلک یې وسه لري که نه. حتی د سوداګریز پلان لیکلو دمخه، د بازار په اړه بشپړ تحقیق خورا مهم دي. د بازار څېړنه په دې مانا چې د پیرودونکو د اړتیاوو او غوښتنو په اړه مالومات راټول کړئ. تاسو ته به د خدماتو او

² Market Research And Competitive Analysis

خپل محصول په اړه د پریکړې کولو لپاره اړینه پوهه درکړې څو په راتلونکې کې په بازار کې بریالي اوسئ.

په خپل لومړنۍ کاروبار کې مې د بازار د بشپړ څیړنې نه ترسره کولو لویه تېروتنه وکړه. یوازې عمومي مالومات مې درلودل او فکر مې کاوه چې غوره نظر لرم، مګر پکې ناکام شوم.

ما ډېرڅه زده کړل، مګر دا مې په ټول مسلک کې یو له ډېرو گرانو درسونو څخه وو. بل ځل مې بل ډول هڅه وکړه چې ډېر پکې بریالی وم. د میشیکان اس بی ډي سي^۳ په وینا، د بازار څیړنه ټول حقایق او ارقام راټولوي ترڅو په وسیله یې د سوداګریز بازار احتمال، د بریالیتوب امکان او ستاسو کاروبار ته د لارښوونې غیر رسمي پرېکړه وکړئ.

۱: د بازار څیړنې گټې:



^۳ Michigan SBDC

۱. د بازار څېړنه اړین مالومات وړاندې کوي!

د بازار څېړل د اوسني بازار په اړه کره مالومات او فرصتونه درکوي. رښان دا مالومات د غوره سوداگریز پلان د رامنځته کولو او په وسیله یې د پرمختګ ستراتیژي رامنځته کوي.

۲. په پرېکړه کولو کې د سره مرسته کوي!

رښان د بازار څېړنې، حقایقو او ارقامو په اساس پرېکړې کوي. د یو سازمان وده د دې پرېکړو پورې اړه لري.

۳. بازار څېړنه د هدف کتونکو یا پیرودونکو په اړه مالومات درکوي!

بازار څېړنه د پیرودونکو غوښتنې او اړتیاوې ټاکي. د محصول یا خدمت لپاره د غوښتنې کچه درنښي او یو روښانه انځور درکوي چې پیروونکي مو محصول یا خدمت ته اړتیا لري او خوند ترې اخلي که نه. د دې په وسیله شرکت کولای شي د پیرودلو عادتونه او د عاید کچه پوره کړي. څېړونکي کولای شي د محصول ډول تعریف کړي چې باید د مصرف کونکو ځانګړو اړتیاوو او غوښتنو په اساس تولید یا وپلورل شي. په پایله کې، چېرته چې ستاسو پیروونکي ژوند کوي، خپله سوداګری باید همالته تنظیم کړئ. د پیروونکي موقعیت تاسو ته د رسیدلو پوره څرنګوالي په اړه مالومات درکوي چې څنګه هلته ورسیرم.

۴. د وړاندوینې فرصت درکوي!

سوداګري باید د پیرودونکو د اړتیاوو او غوښتنو په پوهیدلو سره د خپل تولید او پلور وړاندوینه وکړي. د بازار خپرل د غوره لیست په ټاکلو کې د سره مرسته کوي.

۵. رقابتي ګټه درکوي!

د بازار خپرل د پرتله کولو مطالعاتو لپاره اړینه ده. یعنې توانایي درکوي چې د سیالانو څخه مخکې پاتې شئ. څومره ورته او د پرتله کولو محصول د پیرودونکو لپاره شتون لري؟ ولې باید خلک له تاسو څخه پلور وکړي؟ آیا تاسو لومړنی شخص یاست چې دې بازار ته ننوځئ؟ که نه، څنګه کولای شئ خپلو سیالانو سره سیالي وکړئ؟ همدې ته ورته نورې ډېرې پوښتنې شتون لري چې تاسو ورته اړتیا لرئ. دا او داسې نورې پوښتنې به د رقابتي پوښتنو په پانه کې وګورئ.

۶. پانګه اچوونکي هڅوي!

که د بازار خپرې پایلې غوره وي، دا د پانګه والو د هڅونې لپاره یو ښه فرصت دی. البته ستاسو څېړنه باید بشپړه وي.

۷. د بازار اندازه درنښايي!

د بازار اندازه ستاسو د سوداګرۍ په بریا او ناکامي کې ډېره اغېزه لري. د

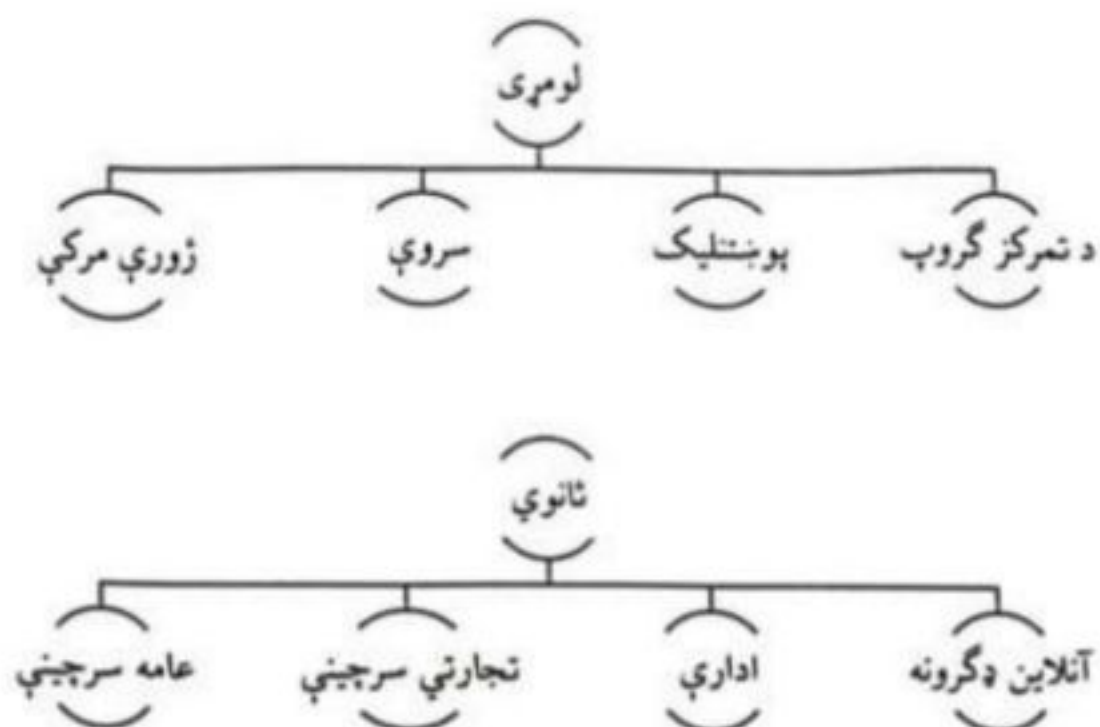
بازار څېړنه په سمه توګه وایي چې ستاسو د هدف بازار څومره لوی یا کوچنی دی. دا به ډېره ستونزمنه وي چې تاسو د ټول نفوس سروې وکړئ، مګر د خپل مصرف کوونکي لپاره څه فیصدي او نمایندګه ته هم اړتیا لرئ، چې وښايي تاسو څومره مصرف کوونکي لرئ.

۸. غوره نرخ ټاکلو کې درسره مرسته کوي!

احتمالي پېریدونکي څنګه د بدیلو محصولاتو لپاره پسې ورکوي؟ دا د خپلو لګښتونو او نرخونو سره پرتله کړئ او بیا پرېکړه وکړئ.

۲. د بازار څېړنې میتودونه

د بازار څېړنې لپاره دوه اصلي لارې شتون لري. لومړنۍ او ثانوي بازار څېړنه.



۱. لومړني بازار څېړنه

۱. سروې

سروې باید مختلف ډول پوښتنې ولري، لکه ډېر انتخاب لرونکې پوښتنې، د درجه بندي پوښتنې او یا ډېر مالوماتو ته اړتیا لرونکې پوښتنې. د وخت ساتلو لپاره کولای شئ لنډې پوښتنې او لنډ ځوابونه هم پیدا کړئ او پایلې یې په ډېرې چټکۍ سره راوباسئ.

۲. پوښتنلیک

څو انتخابي پوښتنلیک ستاسو د نوي کاروبار په اړه د مختلفو گروپونو څخه چټک مالومات راټولوي.

۳. د تمرکز گروپ

یو څو خلک په احتیاط سره ستاسو محصول معاینه کوي، یو ډیمو وگورئ، فیدبک ورکړئ او ځانگړو پوښتنو ته ځواب وویاست.

۴. ژورې مرکې

په مرکو کې کولای شئ (عملي یا مجاري) مخامخ خبرې وکړئ. د دې په وسیله به معتبرې خبرې اترې ولرئ. په مرکه کې د بدن حرکاتو ته ښه وگورئ.

ب. ثانوي بازار څېړنه

ثانوي څېړنه په دې مانا چې د نورو خلکو څېړنې وگورئ او په خپل حالت کې یې پلي کړئ. په دې کې تاسو د بهرنیو سرچینو څخه مالومات پیدا کوئ. لکه د دولتي ادارو، د سوداګرۍ خونو یا د رسنیو مالومات. دا مالومات کیدی شي په ورځپاڼو، کتابونو، مجلو، د شرکتونو ویب پاڼو، د وړیا دولتي او غیر دولتي ادارو په ویب پاڼو کې خپاره شي. په ثانوي څېړنو کې لاندې ټکي شامل دي:

۱: عامه سرچینې

په عامه سرچینو کې دولتي ادارې، د سوداګرۍ خونې، سوداګریزې ټولنې او غیر دولتي موسسې شاملې دي. په دې کې کتابتونونه وړیا خدمات وړاندې کوي او یو څېړونکی کولای شي ډېرو مالوماتو ته لاسرسی پیدا کړي. دا کتابتونونه د څېړنې لپاره مقالې هم چمتو کوي.

۲. تجارتي سرچینې

تجارتي سرچینې که څه هم ډېر لګښت لري، خو د باور وړ دي. ملي او نړیوال کتابتونونه، ورځپاڼې، څېړنیز مرکزونه، بنسټونه او نور د مالوماتو راغونډولو لپاره تجارتي سرچینې دي.

۳. بنسټونه یا ادارې

ډېری ادارې د سوداګرۍ پرمختګ لپاره کار کوي. پوهنتونونه، مشورتي شرکتونه، د سوداګرۍ خونې او زیاتره ټولنې د مالوماتو راټولونې لپاره ښه

سرچینې دي. ښوونیز بنسټونه د مالوماتو ترټولو شتمنې سرچینې دي، ځکه چې په بېلابېلو سکتورونو کې د مسلکي څېړنو ډېرې پروژې ترسره کوي. په نورو عالي سرچینو کې سمه ییز سازمانونه، سوداګریزې ادارې، اړونده دولتي وزارتونه او داسې نور شامل دي. په دې ټولو کې نږدې ټول بنسټونه آنلاین راپورونه، څېړنې او مقالې لري. ځینې یې لګښت لري، مګر ډېری یې وړیا دي چې چټک او آسانه لاسرسی یې چمتو کړی.

۴. گوگل یا نور آنلاین ډګرونه

د ثانوي څېړنې د ترسره کولو یو له آسانه لارو څخه د آنلاین ډګر استفاده ده. د لیون انجنونه یا سرچ انجین لکه گوگل، ډک - ډک گو^۴ او یا Yahoo، مالومات، مقالې او راپورونه چمتو کوي.

۳: د بازار څېړنې کاري پاڼه^۵

بازار څېړنه مو ځان ته مه سختوئ. د خپل هدف بازار او مستقیم یا غیر مستقیم سیالانو پیژندلو لپاره لاندې فارمټ وکاروئ. دا فارمټ کیدلی شي ستاسو سوداګریز پلان کې هم شامل شي. لاندې فارمټ کې ټول اصلي عناصر دي او د بازار ارزولو پرمهال پرې تمرکز وکړئ. اړینې پوښتنې دي، مګر یوازې په همدې ځان مه محدودوئ. د خپلو ځانګړتیاوو سره سم کولای شئ نورې پوښتنې هم راپیدا کړئ. د احتمالي پیروونکو موندلو، غوره فرصتونو او محدودیتونو د زده کولو

^۴ DuckDuckGo

^۵ Market Research Worksheet

لپاره د نفوسو مالومات راټول کړئ.

۱. خپل د هدف پیرودونکی مشخص کړئ!

د خپل هدف بازار په اړه مالومات راټولول او تحلیلول ډېره اړینه ده. د خپل هدف بازار د ځانګړتیاوو مشخص کولو او تشریح کولو لپاره لاندې چوکاټ وکاروئ. کولای شئ دې چوکاټ کې د خپل ځان څخه نور څه هم اضافه کړئ.

د پیرودونکي ځانګړتیاوې	توضیحات او موندنې
عمر	
جنس	
موقعیت	
دنده	
عاید	
د کورنۍ اندازه	
تعلیم	
پرېکړه کوونکی	
ذهنیت	

ب. د خپل هدف د بازار اندازه اټکل کړئ

ستاسو د څیړنې پر بنسټ، په نښه شوي سیمه کې مو څومره پیرودونکي دي؟ خپل اټکل په لاندې ځای کې لیکلی شئ.



ت. سیالان مو څوک دي؟

سیال هغه چاته وایي چې تاسو ته ورته یا تقریبا ورته محصولات یا خدمات وړاندې کوي. تاسو هم د پیروونکو یا د خرڅلاو لپاره د هغوی سره سیالي کوئ. ممکن د سیالانو موضوع ټولو ته یوه ښکاره خبره وي، خو د دې پوهه درلودل اړینه ده چې څنگه د یو یا ډېرو سیالانو درلودل په مستقیم ډول ستاسو د محصول یا خدمت په نرخ اغېزه لري.

په خپل لومړني کاروبار کې مې د بازار د بشپړ څیړنې نه ترسره کولو لویه تېروتنه وکړه. یوازې عمومي مالومات مې درلودل او فکر مې کاوه چې غوره نظر لرم، مګر پکې ناکام شوم.

په مارکېټ کې دوه ډوله سیالان شتون لري. یو ته یې مستقیم او بل ډول یې غیر مستقیم وایي.

۱. مستقیم سیالان

مستقیم سیالی کوونکي هغه سټرانژیټیکي ډلې دي چې تاسو ته ورته د

بازار موندنې ستراتیژي، ورته محصولات او یا تاسو ته ورته مهارتونه کاروي. ښه بېلگه یې د سمارټ فون په صنعت کې ایفون دی چې د سامسنگ مستقیم سیال ګڼل کېږي.

۲. غیر مستقیم سیالان

غیر مستقیم سیالان هغه خلک یا کاروبار دي چې تاسو ته ورته خدمات یا محصول نه وړاندې کوي، خو موخه یې تاسو ته ورته ده. د بېلګې په توګه، تاسو د خیاطۍ دوکان لرئ او دودیزې جامې پلورئ. په همدې سره چې ستاسو دوکان پرې واقع دی یو بل د خیاطۍ دوکان هم شتون لري، مګر دا دوکان وارد شوې جامې پلوري. تاسو دواړه د یو بل سیالان یاست؛ ځکه دواړه د فیشن جامو لپاره خدمات وړاندې کوي.

ث. د رقابتي تحلیل لپاره کاري پاڼه^۶

د امریکا د کوچنی سوداګری ادارې په اساس، رقابتي تحلیل تاسو سره مرسته کوي ترڅو د هغه سوداګری څخه یې زده کړئ چې د احتمالي پیرودونکو لپاره تاسو سره سیالي کوي. د رقابتي تحلیل لاندې ځانګړنې او اندازه کړئ.

- د ونډې بازار
- قوت او ضعف مو
- بازار ته د ننوتلو فرصت
- سیالانو ته مو ستاسو د هدف بازار اهمیت

^۶ Competitive Analysis Worksheet

• بازار ته د ننوتلو په وړاندې هر ډول خنډ

• غیر مستقیم سیالان چې ممکن ستاسو پر بریا اغېزه وکړي

دنده په بازار کې په سیالي پوهیدل او د هغې تحلیل کول ډېر اړین دي. د وخت په تېریدو سره ممکن مختلف سیالان رامنځته شي؛ نو که په راتلونکې کې مو غوښتل دا کاري پلوه په مکرر ډول تازه کولای شئ. ټول د هغه شرکتونو نومونه ولیکنئ چې تاسو سره په سیالي بوخت دي. د هغوی نومونه، موقعیت، دا چې په څه کې درسته سیالي کوي او فکر وکړئ چې آیا دوی یوازې په یو مشخص محصول کې در سره سیالي کوي که په ټولو برخو کې. دا او داسې نور ټول مالومات ولیکنئ. د پام وړ او قوي سیالان ممکن په ډېرو برخو کې سیالي وکړي، په داسې حال کې چې کوچني سیالان به یوازې په یوه یا یو څو مشخصو برخو کې د سیالي کولو لېوالتیا ولري.

د خپلو مستقیم او غیر مستقیم سیالانو لیست کولو لپاره د لاندې جدول څخه کار واخلي. د سیالانو د ضعف او د قوت ټکي مو ولیکنئ. زه درته یوازې د پنځو غوره سیالانو د لیکلو وړاندیز کوم، خو تاسو کولای شئ د نورو کالمونو په اضافه کولو سره نور سیالان هم اضافه کړئ.

نېټه:

د سیالانو عمومي کتنه	ستاسو اول	دوهم	درېم	د پېریدونکي اهمیت
شرکت	سیال	سیال	سیال	
کوم محصول؟				
نرخ / د فیس جوړښت				
کېټ				

خپله امپراتوري جوړه کړی / ۵۰

د بیرونکو خدمات / رضایت				
اعتبار				
ثبات				
تخصص				
د شرکت پراته ^۲				
موقعیت				
بڼه				
د خرڅلاو طریقہ				
بازار موندنه / اعلانات				
قوتونه				
کمزورتیاوې				
عوايد				
تجربہ				
ماموریت او لړلید				
د بازار ونډه / اندازه				
ویب پاڼه				

پراته (سوداگریزه بڼه)

۳. سوداگریز پلان مو چمتو کړئ!

که د بازار څیړنې او رقابتي تحلیل بشپړولو پایله مثبته وي او تاسو غواړئ مخته ولاړ شئ نو بل گام ستاسو لپاره د سوداگریز پلان چمتو کول دي. سوداگریز پلان یو باوري او لیکل شوی سند دی چې ښايي څنگه تاسو کولای شئ خپلو سوداگریزو موخو ته ورسیرئ. د سوداگری پیل کولو او د سوداگری پرمهال چې څه کوئ، د هغې پر اساس ممکن ډېری وختونه مو یاد سند بدل شي.

سوداگریز پلان لیکل د هغه څه روښانه او ژوره پوهه درکوي چې ستاسو د سوداگری پیلولو او چلولو لپاره څه، څه اړین دي.

د سوداگری پیل او پرمختګ لپاره مو سوداگریز پلان پوره کول او د هغې هر وخت بیا کتنه ډېره اړینه ده. په دې پلان کې وړاندې شوو پوښتنو ته ځواب ورکولو سره ممکن ډېر هغه څه لاسته راوړئ چې تاسو یې په اړه حتی فکر نه و کړی.

۱. سوداگریز پلان ستاسو بنسټ دی

سوداگریز پلان ستاسو د کاروبار بنسټ بلل کېږي. په دې پلان کې مو د شرکت لید او اوږدمهاله موخې شاملې دي. د دې ترڅنګ کولای شئ خپله بودیجه پلان، د بازار موندنې لپاره پلان ولری، هغه سرچینې وپېژنئ چې تاسو ورته اړتیا لرئ او د خپلې سوداگری د پراختیا د هرې مرحلې لپاره مهال ویش ترتیب کړئ. د کاروبار لپاره پلان نیول ممکن ډېر وخت ونیسي، مګر ډېر څه ته اړتیا لرئ چې باید په نظر کې یې ونیسئ.

سوداگریز پلان کې د دې تشریح او پلان هم ولري چې څنگه به تاسو د خپلې سوداګرۍ پیل کولو او ساتلو لپاره مهمې ساحې په نښه کوئ. په دې مهمو ساحو کې لاندې ټکي شامل دي:

• د سوداګرۍ بنسټیز مفهوم

دلته به تاسو د خپل صنعت او شرکت، د شرکت جوړښت، محصول او دا چې د خپل کاروبار لپاره څه پلان لرئ ترڅو څنگه بریالی شئ! په اړه خبرې وکړئ.

د سوداګریز پلان په لیکلو کې به ډېری مختلف سوداګریز عناصر ووينئ. دا یوازې خدمات یا محصولات نه دي! بلکې سوداګریز عناصر دي چې د کاروبار محصولات به مو بریالي کړي.

د هغو مختلفو برخو مثالونه چې ستاسو د سوداګریز محصول ملاتړ کوي! بازار موندنه، کار، د حساب ساتل او تولید دي.

• د سړک نقشه

سوداګریز پلان یو لارښود دی چې څنگه او چیرې باید ولاړ شئ. یوځل چې مو خپل کاروبار پیل کړو، سوداګریز پلان یې بیا د پرمخ وړلو او ساتلو لپاره اړین کېدلی شي.

• مالي اړتیاوې او د سرمایې جذب

د سرمایې جذب د شرکت جوړولو لپاره خورا اړین دی. سوداګریز پلان مو باید ډېر ساده ولیکنئ ترڅو هرڅوک پرې پوه شي. ډېری وخت چې

یو بانک یا یو پانګه اچوونکی یې غوښتنه کوي هغه لیکل شوی سوداګریز پلان دی. سوداګریز پلان درسره مرسته کوي چې په آسانی سره په ډاګه کړئ؛ څومره پیسو ته اړتیا لرئ. په ټوله کې سوداګریز پلان د سرمایې د جذب کولو لپاره خورا اړین دی او پانګه وال یا بانک ته ښیي چې تاسو خپله کورنۍ دنده (سوداګریز پلان) ترسره کړې ده.

▪ بازار موندنه او اړیکې

سوداګریز پلان مو کولی شي د یوې لارې په توګه کار وکړي. یعنې په دې لاره کولای شئ خپلو ملګرو، د کورنۍ غړو، پانګه اچوونکو، بانکونو یا نورو ادارو سره خپله موخه شریکه کړئ چې د یو رقم بازار موندنې حیثیت لري.

▪ نوي نظریات او مالومات

سوداګریز پلان مو د سوداګریزې ساحې په اړه پوره مالومات درکوي. کله چې ما خپل لومړنی سوداګریز پلان لیکلی و، یو ډېر ښه نظر مې پیدا کړو چې حتی زما د اوسني نظر څخه غوره و. نوی نظر مې ډېر احتمالي پیروونکي، لوړ عاید او د پرمختګ لپاره ډېر فرصتونه درلودل. د سوداګریز پلان په لیکلو به ډېر داسې څه زده کړئ چې ممکن بل ډول هېڅکله پوه نشئ.

▪ د صداقت او حقیقت خپرل

سوداګریز پلان مو د کاروبار د اندازې پوهیدو لپاره ښه لاره ده. تاسو

کولای شئ په ریښتني ډول ارزونه وکړئ چې کاروبار مو د پیلیدو او چلیدو لپاره څه ته اړتیا لري. دا به ډېره غوره وي چې د خپل شرکت حقیقت په "یوه کاغذ" سوداگریز پلان کې پیدا کړئ، نسبت د دې نه چې د کاروبار تر پیلیدو وروسته پوه شئ چې ستاسو کاروبار د هغه څخه ډېر متفاوت دی چې تاسو یې په اړه اول کې فکر کړی وه.

۲. د معیاري سوداگری طرحه یا خاکه

سوداگریز پلان معیاري برخې او عناصر لري. لاندې یوڅو اړین عناصر دي چې د سوداگریز پلان د لیکلو پرمهال یې باید په نظر کې ونیسئ.

یا د پوښ پاڼه ▪ Cover Page

د پوښ په پاڼه کې د شرکت نوم، لوگو، پته او د شرکت د بنسټ ایښودونکي په اړه مالومات شامل دي.

سوداگریز مالومات ▪

خپل کاروبار پکې تشریح کړئ چې څنګه د پیروودونکو ستونزې حل کوي او د سیالانو په پرتله مو محصول د څه وړاندیز کوي. ستاسو کاروبار به کوم خدمات یا محصولات وړاندې کړي او د هدف پیروودونکي مو څوک دي. زه په کلکه وړاندیز کوم چې دا برخه په پای کې په روښانه او لنډو تګونو ولیکنئ. اول د لوستونکو پام ځانته راواړوئ، ورپسې دا چې تاسو به څنګه د سوداگریز فرصت څخه ګټه پورته کړئ، په لنډه توګه ولیکنئ. د هدف بازار، سوداگریز ماډل، د بازار موندنې او پلور سټراتیژي، سیالان، مالي پلان او دا چې څنګه د کاروبار پرمخ وړلو پلان لری، وپیژنئ.

• د سوداګرۍ تاریخ او شالید (بیګرونډ)

که اوس مهال خپل کاروبار لرئ، د خپل شرکت یوه عمومي بیا کتنه وکړئ. د هغې وروسته لاندې پوښتنې وکړئ:

- ✓ کلیدي کارکوونکي مو څوک دي؟
- ✓ ستاسو شرکت به څنګه جوړ شي؟
- ✓ اصلي ارزښتونه یې څه دي؟
- ✓ څومره وخت کېږي چې خپل کاروبار پرمخ وړئ؟
- ✓ څومره پرمختګ مو کړی؟
- ✓ د پلور عاید مو څومره دی؟
- ✓ څومره کارکوونکي لرئ؟
- ✓ که نوې یاست، دا تشریح کړئ چې ولې غواړئ خپله سوداګري پیل کړئ او د جوړولو لپاره مو کوم ګامونه اخستي دي؟

• خدمات / محصولات

په دې برخه کې لاندې ټکي شامل دي:

- ← د خدماتو او محصولاتو کړنې مو هغه محصولات، اختیارونه او خدمات بیانوي چې ستاسو کاروبار پلان لري ویي وپلوري.
- ← هغه اړتیا تشریح کړئ چې ستاسو محصولات/خدماتو ته راجع کېږي.
- ← د امکان تر حده ډېر توضیحات چمتو کړئ او خپل اوسني خدمات یا محصولات تشریح کړئ.
- ← هغه ځانګړتیاوې په نښه کړئ چې ستاسو محصولات یا خدمات یې

مثاله کوي. که چېرته د یو څخه زیات محصولات پلورئ، د هغه مختلفو شیانو ډولونه هم تشریح کړئ چې په راتلونکې کې به یې پلورئ.

• بازار موندنه او اړیکې

← د اړیکو او بازار موندنې پلان جوړ کړئ، وروسته بیا د دې مطابق خپل محصولات/خدمات مارکیټ ته داخل، هغوی ته وده او بیا یې وپلورئ.

← د خپل صنعت ځانګړتیاوې مو بیان کړئ. ټول اوسني ترینلر^۱ (اندازه، کمیدل یا وده کول او د ګمارل شویو خلکو شمېر) مو لیست کړئ.

← سیالان مو څنګه خپلو پیرودونکو ته رسیده ګي کوي؟

د خپلو سیالانو قوې او کمزوري نقطې لیست کړئ.

← د پیرودونکو د جلبولو د اړیکو چینلونه مو کوم دي. (د بېلګې په توګه، نندارتونونه، کنفرانسون، د سرچ انجن بازار موندنه، روزنه، دودیزه بازار موندنه او نور...) سرکال څه ته لومړیتوب ورکوي؟

← څنګه ښودلی شئ ستاسو خدمات یا محصولات د نورو پر پرتله غوره دي؟

← خپل عادي پیروونکي د عمر، جنس، موقعیت، عاید یا ټولنیز حالت په ګډون تشریح کړئ.

← پیروونکي به ستاسو محصولات یا خدمات څنګه ترلاسه کوي؟ باید ستاسو مشخص ځای ته ولاړ شي؟ یا بل داسې شرکت ته ولاړ شي چې ستاسو محصولات اداره، ذخیره یا چمتو کوي؟

^۱ هغو لارو ته ویل کیږي چې پرمختګ پرې کیږي

آیا ستاسو محصولات آنلاین هم شتون لري؟

- ← د وړیا اعلاناتو کوم ډول به وکاروئ؟ مطبوعاتې اعلاميې؟ د خولې خبرې؟ ټولنیزې رسنۍ او که آنلاین ډگرونه؟
- ← اوسنیو پیرودونکو سره په اړیکه کې اوسیدلو لپاره څه پلان لرئ؟
- ← سیالانو ته په پرتله مو د محصولاتو یا خدماتو نرخونه څنګه دي؟

■ مدیریت / مقررات

- ← کوم قوانین او مقررات ممکن ستاسو په کاروبار اغېزه وکړي؟
- ← د خپل کاروبار چلولو لپاره کوم ډول جوازونو ته اړتیا لرئ؟
- ← په تفصیل سره د خپل کاروبار موقعیت تشریح کړئ. د دې موقعیت د انتخابولو لپاره اړین عوامل لیست کړئ.
- ← دا چې څنګه او چېرته به خپل محصولات تولید کړئ او خپلو پیرودونکو ته به خدمت وړاندې کړئ، تشریح کړئ.
- ← د اړتیا وړ سامانونه، تجهیزات، خام مواد، او هغه څه چې ستاسو د سوداګرۍ چلولو لپاره یې اخیستل اړین دي، لیست کړئ.
- ← کوم ډول بیمې ته به اړتیا ولرئ؟
- ← د کارکوونکو ګمارلو لپاره اړینې دندې تشریح کړې او په څنګ کې یې دا هم تشریح کړئ چې نوموړي کارکوونکي به څنګه پیدا کوي.
- ← دا چې څنګه به خپلو کارمندانو ته روزنه او خساره ورکړئ، تشریح یې کړئ.

• مالي وړاندوینې

مالي وړاندوینې او د هغې لپاره پلان د کاروبار یوه حیاتي برخه ده. د سوداگریز پلان مالي اړخ به درسره مرسته وکړي چې:

- ✓ د کاروبار د پیل لگښتونه محاسبه کړئ (یو ځل، روزانه او عملیاتي لگښتونه) په خپله محاسبه کې خاص اوسئ.

- ✓ څومره پیسو ته اړتیا لرئ چې خپل کاروبار پرې پیل کړئ؟
- ✓ دا چې څومره عواید او د سوداگریز شریک حقوق لرئ، به معلومه کړئ.

- ✓ څنګه به خپل مالیات څارئ؟

- ✓ د تمویل سرچینې مو کومې دي؟

(سپما، کورنۍ او ملګري، بانکونه او که نور...) د انفرادي اشخاصو، ادارو یا بانکونو نومونو په ګډون، چېرته چې تاسو د تمویل کولو پلان لرئ او دا به هم په ډاګه کړي چې د هرې سرچینې څخه به څومره پیسې ترلاسه کوئ.

- ✓ د لومړي، دوهم او دریم کال پلور او عاید به محاسبه کړئ. د څومره پلور لپاره وړاندوینه کوئ؟

• پراختیا او وده

د نوي کاروبار پیلول داسې دي لکه د یو ماشوم لویول. یعنې باید د خپلې پانګونې سره محتاط اوسئ. د سوداګرۍ پیل کول ډېری د راتلونکې ودې، مالي ثبات او د یو انسان د بریا په اړه وي چې د ګټې لخوا ساتل کېږي. مختلف شرکتونه او نوې پیلیدونکي خلک د عاید پر اساس د ودې لپاره پلانونه لري.

هغه پلان ته یو نظر وگورئ چې تاسو تر اوسه جوړ کړی. خومره پلور ته به اړتیا ولری چې د اوس نه راتلونکې یو کال پورې د یو بریالي شخص په توګه احساس وکړئ؟ دا باید یوازې د پلور د شمېر پر اساس نه وي؛ کولی شئ خپل اهداف، عاید، ګټه او نورو فکتورونو پر اساس پلان جوړ کړئ.

✓ څه به مو سړکال کاروبار بریالی کړي؟

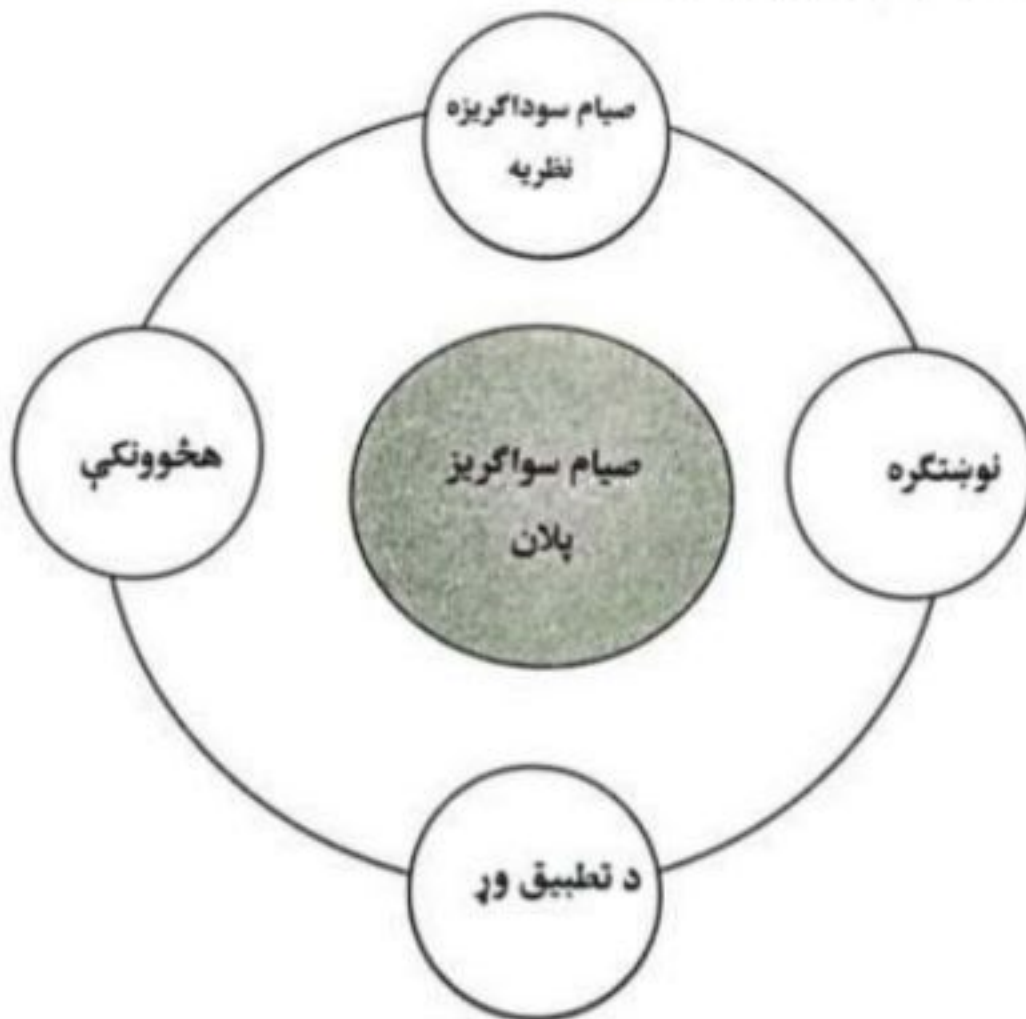
✓ د خپل بریالیتوب سنجش کولو لپاره خومره پیروونکو یا ګټې ته اړتیا لری؟

✓ د کاروبار د ودې لپاره شته ننگونې او خنډونه لیست کړئ او په څنګ

کې یې د اهم ولیکنې چې څنګه به پرې بریالي شئ.

✓ د خپلو پیروونکو او موقعیت لپاره به څنګه خپل کاروبار پراخ کړ.

۴. د صیام سوداګریز پلان ماډل



پانگه اچوونکي او رئيسان خپل وخت ته ارزښت ورکوي او نه غواړي په داسې اوږد سوداگريز پلان مخته ولاړ شي چې د لسو، شلو يا زياتو پانو څخه ډېر وي. هغوی ته د بشپړ مالوماتو يوه يا دوه پاڼې چمتو کړئ. ما د ډېرو رئيسانو سره کار کړی او په سلگونه سوداگريز پلانونه مې ارزولي او ليکلي دي. بيا مې خپل کاروبار پيل کړو او د يو پانگه وال يا قاضي په بڼه مې د سوداگري وړاندې کولو په غوندو کې گډون کړی.

د صيام سوداگريز پلان زما د روانو مطالعاتو، د خپلې سوداگري کولو، د څو ملي شرکتونو او پانگه والو سره د کار کولو پايله ده.

دا سوداگريز پلان مې لومړی د خپلې استفادې لپاره پيل کړی دی. زه شخصاً دا لنډ او زړه راښکوونکی پلان تعقيبوم، ځکه چې اغېزمن، ساده او په آسانی سره د تشرېح کولو وړ دی.

صيام (Siam) سوداگريز پلان څه مانا؟

S (Smart Business Idea) څيرکه کاروباري مفکوره

څه شی ستاسو مفکوره د زرگونو نورو سوداگريزو مفکورو په پرتله څيرکه او غوره کوي او څنگه د نورو څخه غوره ده؟ څيرکه سوداگريزه مفکوره د لرې پانگې او د لوړ او دوامداره عايد په مانا ده.

انوبست (Innovative)

آيا ستاسو سوداگريزه مفکوره د نوښتي بدلونونو وړتيا لري؟ نوښت تاسو په بازار کې ترټولو مخکې ساتي. پيږودونکي هم په محصولاتو او

خدماتو کې د نوښتي بدلونونو ستاینه کوي.

A (Applicable) د تطبیق وړ

مفکوره مو څنگه په بریالیتوب سره په بازار کې تطبیق کېدی شي؟
سوداگریزې مفکورې باید د تطبیق وړ وي؛ که نه نو بهې گټې دي.

M (Motivational) هڅوونکې

مفکوره مو هڅوي؟ داسې مفکوره غوره کړئ چې تاسو یې خوښوئ.
داسې چې تاسو ته خوښي او بریالیتوب درکوي.

صیام سوداگریز پلان ماډل

نه	هو	تفصیل
		خبرکه
		آیا هدف مو مشخص، ښه تعریف شوی او د لوړ عاید سره لږې پانګونې ته اړتیا لري؟
		نوبتګر
		مفکوره مو تخليقي او نوښتګره ده؟
		د تطبیق وړ
		د هدف بازار کې مو مفکوره د تطبیق وړ ده؟ دا مفکوره قانوني ده؟ تاسو پرې پانګه اچونه کولی شئ یا ورته پانګه وال پیدا کولی شئ؟ بشري سرچینې د تطبیق لپاره شتون لري؟ ستاسو خدماتو یا محصولاتو ته اړتیا شته؟ سیالانو سره سیالي کولای شئ؟ په بازار کې په شته ننگونو باندې بریالي کېدلی شئ؟
		هڅوونکې
		مفکوره مو دې ته هڅوي چې شپه او ورځ کار وکړي؟ کاروبار مو د پراخیدو وړتیا لري؟ آیا کاروبار کولی شي په بازار کې وده وکړي؟ آیا دا هغه څه دي چې تاسو یې په لټه کې وئ؟ په دې کاروبار کې خپل راتلونکی کټلی شئ؟
		مجموعه:

۵. د پیل کوونکو لپاره پانګه اچونه او د سرمایې جذب

د بازار څېړنې، سوداګریز پلان لیکلو او د غوره سوداګریزې مفکورې پیدا کولو وروسته د دې وخت دی چې پانګه اچوونکي یا تمویل کوونکي پیدا کړئ. د پانګې اچوونکي موندل ډېره ستونزمنه کېدلی شي. په دې برخه کې بریالیتوب د قوي اړیکو او شبکې پورې اړه لري. که چېرته د قوي شبکې درلودونکي یاست، کولای شئ په آسانی سره پانګه اچوونکي ومومئ.

د سوداګرۍ چلولو لپاره درې ټکي اړین دي:

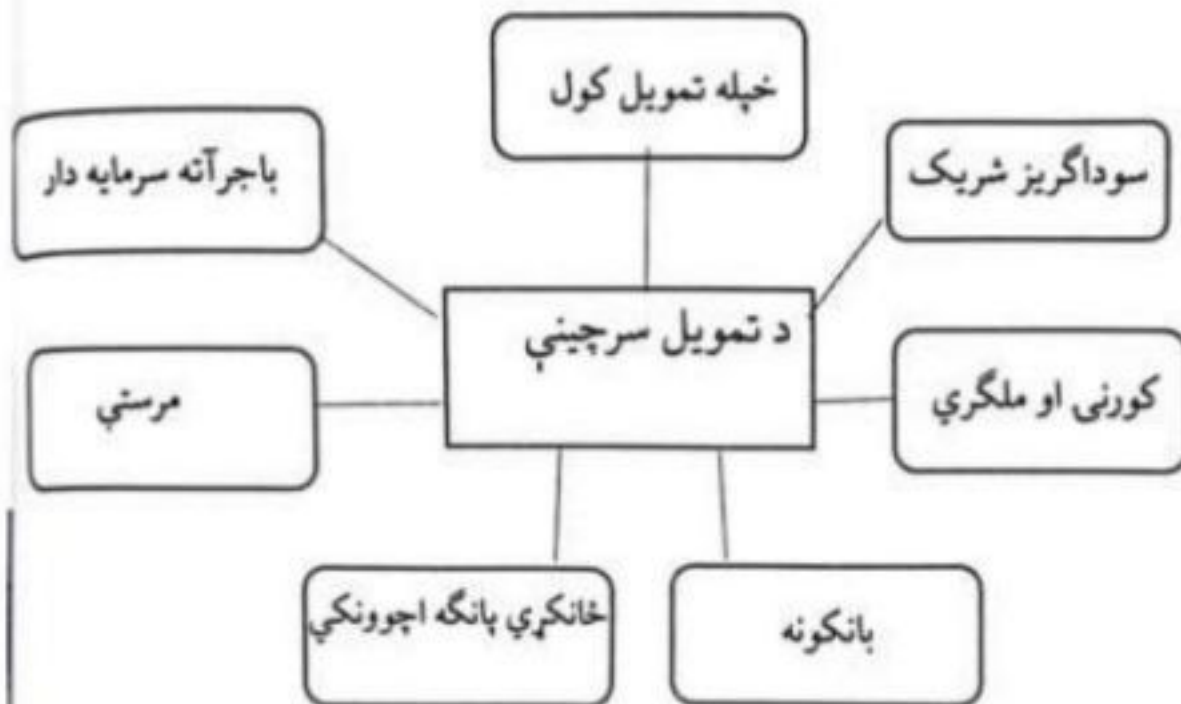
- یوه مفکوره چې اړتیاوې پوره کوي

- د تولید لپاره بشري سرچینې

- مالي سرچینې

د یوې مفکورې پلي کول بشري سرچینو، ادارو، تجهیزاتو، تولید او ودې ته اړتیا لري چې یو یې هم د پیسو پرته ترلاسه کېدلی نه شي. تمویل کول د کاروبار یوه مهمه برخه ده. لاندې لومړنۍ سرچینې دي چې په وسیله یې کولای شئ خپل کاروبار تمویل کړئ.

د تمویل اصلي سرچینې



۱. خپله تمویل کول

که کولای شئ، ممکن وغواړئ خپل کاروبار د سپما شویو پیسو سره پیل کړئ. که داسې وکړئ کاروبار به مو د خپل کنټرول لاندې وي.

۲. کورنی او ملگري

که خپله پانگه نلرئ، راتلونکی انتخاب مو د ملگرو او یا د کورنی غړو څخه د مرستې غوښتل دي. د هغه ملگرو او د کورنی غړو څخه غوښتنه وکړئ چې ستاسو د مهارتونو او سوداگریزې مفکورې سره بلد دي او په سوداگریزه مفکوره مو باور ولري. ډېر احتمال لري چې په تاسو باندې پرخپلو پیسو باور وکړي، ځکه چې دوی مو ښه پیژني.

۳. بانکونه

بانکونه د پور ترلاسه کولو غوره سرچینه ده. هغه متشبثین چې کولای شي بانکونو ته ضمانت چمتو کړي، کولای شي په آسانی پور ترلاسه کړي. له بده مرغه ډېری نوي پیلیدونکي خلک نه شي کولای دا ضمانت چمتو کړي او باید د پیچلو اړتیاوو سره مبارزه وکړي.

۴. سوداگریز شریک

د یو ښه سوداگریز شریک پیدا کول یو بل انتخاب دی. شریکان کولای شي خپلې سرچینې، تخصص او مالومات تاسو سره شریک کړي. ما خپل کاروبار په شراکت پیل کړ. یو ملګري مې ښې مالي سرچینې درلودې، بل یې دولتي اړیکې او حقوقي مهارت درلود او ما د عامه اړیکو او رسنیو برخه کې قوي تجربه درلوده. په ګډه مو یو مشورتي شرکت جوړ کړ او په بریالیتوب سره مو بېلابېلې پروژې پلي کړې چې د پام وړ عاید مو ترلاسه کړل. که مناسب شریکان مو وموندل، په کلکله وړاندیز کوم چې خپلې سوداگریزې نظریې ورسره شریکي کړئ. که دوی ورسره موافق شول، کاروبار به پیل کړئ، که نشول، وروسته به د دې لپاره چې تاسو ورسره ولې خپله سوداگریزه مفکوره شریکه نه کړه، د شکایت کولو لپاره هېڅ دلیل ونلري.

۵. خانګړي پانګه اچوونکي^۱

د خانګړو پانګه اچوونکو جلوبول آسانه کار نه دی. دوی تمه لري چې ستاسو سوداګریز پلان، لګښت، د عوایدو محاسبه او احتمالي پیروونکي ووبښی. د دې ترڅنګ به د سوداګری پرمخ وړلو لپاره ستاسو ظرفیت وارزوي. خانګړي پانګه اچوونکي د مساواتو په بدل کې نوي پیلیدونکو ته پانګه برابروي.

د یو نوي پیلیدونکي لپاره معمول خبره ده چې د یو پانګه اچوونکي په وسیله د تمویل سرچینه پیدا کړي. همدارنګه، په غیرثابت او کوچنیو سوداګریو کې د پیسو بندول خطرناک کار دی. ځکه خو ورته ډېری پانګه اچوونکي زړه نه ښه کوي. څنګه چې مو کمپنی وده کوي او ثابت بریالیتوبونه خلکو ته په ډاګه کوي، پانګه اچوونکي هم ورته ډېره لیوالتیا ښکاره کوي او تمه لري چې په دې سوداګری کې د پیسو لګولو سره به ډېره ګټه ومومي.

په نړۍ کې ډېری مشهورې کمپنۍ لکه ګوګل، فیسبوک، تویټر، نیټفلیکس، سمسګ یا نوکیا د خانګړو پانګه والو لخوا تاسیس شوي دي. دوی د داسې سوداګریو پسې ګرځي چې د پیسو ګټلو او ودې کتلو لپاره پکې له اوسه ښې ښکاري.

خانګړي پانګه وال یو ښه انتخاب دی. تل خپل اسناد د پانګه اچوونکو لپاره چمتو وساتئ خو بیا کتنه پرې وکړي. د ټولنیزو رسنیو، کنفرانسونو او مطبوعاتو په وسیله په ګټوره او مسلکي توګه خبرې وکړئ.

^۱ Angel investor هغه پانګه اچوونکو ته ویل کېږي چې د مساواتو په بدل کې په کوچنیو سوداګریزو پروژو باندې تمرکز کوي.

۶. په زیاتره هېوادونو کې دولتي، غیر دولتي او تمویل کوونکي بنسټونه د یو څو سوداگریزو مفکورو د تمویل کولو لپاره پیسې د مرستې په توګه ځانګړي کوي. ستاسو مفکوره باید د مرستې ټولې اړتیاوې پورې تړلي. ممکن داسې بنسټونه هم ومومئ چې د سوداگریز پلان په منځ کې سیالي چمتو کوي چېرته چې غوره سوداګریزې مفکورې ته یوه کوچنۍ ډالۍ ورکول کېږي.

۷. باجرآته سرمایه دار^{۱۰}

باجرآته سرمایه داران د ځانګړو پانګه اچوونکو په څېر پیسې لري چې په نویو او ابتدايي پړاوونو کې، د لوړو عایداتو راستنیدو په موخه په سوداګریو باندې پانګه اچوونه کوي. توپیر یې دادی چې دوی عموماً تمویل کوي چې ډېری وختونه په شرکت کې د ونډې اخستلو پر پرتله، د بیا رغونې لوړه کچه لري او ځینې یې ممکن په شرکت کې د ملکیت ونډه واخلي.

۸. د ودې مرکزونه

سرچینو، دفترونو او شبکو ته لاسرسی ډېر مهم دی. د آی بی پیټرسن او آرستاد جی په وینا، د سوداګرۍ د ودې مرکزونه د نویو پیلیدونکو ودې لپاره د اړینو سرچینو چمتو کولو لپاره ډیزاین شوي دي. دوی روزنه، لارښود، په سیاليو کې برخه اخیستل، دفترونه، میزونه، توکي، او د چاپ آسانتیاوې هم وړاندې کوي. دا ډول مرکزونه په لږ پرمختللو هېوادونو کې عام دي.

¹⁰ Venture Capitalist

۶. څنگه خپل کاروبار جوړ یا خپور کړو؟

که دا لومړی ځل وي چې خپله مفکوره مطرح کوئ، زه به درسره خپل وړاندیزونه شریک کړم. په دې به هم پوه شئ چې پانگه وال تاسو څخه د څه تمه لري. ما په سلگونو سوداگریزې مفکورې ارزولې، د سوداګرۍ په پیلیدونکو غونډو کې مې برخه اخستې او د خپلو سوداګریزو مفکورو لپاره مې سرمایې راټولې کړې. زما سوداګرۍ په بریالیتوب وده وکړه او حتی د نورو کوچنیو سوداګریو تمویل لپاره مشاور او پانگه اچوونکی شوم. د خپل کاروبار خپریدو لپاره لاندې خورا اړین عوامل دي:

• ډاډه اوسئ

پانگه اچوونکي یوازې د مفکورو په لټه کې نه وي، بلکې د کیفیت لرونکو ریسانو او متشیثونو په لټه کې وي ترڅو په دوی باندې پانگه اچوونه وکړي. تاسو هم مفهوم درک کوئ او د خپل ظرفیت او موخې پراساس یو نظر غوره کوئ. د پانگه والو لپاره ستاسو باور، وړتیا، د خبرو اترو مهارت او عمومي پوهه ډېره مهمه ده. په خپله موضوع کې ماهر اوسئ. ښه تنظیم کوونکی او په خپله طرحه کې مطمئن اوسئ. په یاد ولرئ: پانگه وال لومړی هغه چاته لومړیتوب ورکوي چې مفکوره رامنځته او هدایت کوي.

خوشینې هغه باور دی چې د لاسته راوړنو لامل کېږي. د هیلې او باور پرته هېڅ هم نه شي کېدی. (هیلین کیلر)

• خواکمنه مفکوره ولری

ستاسو مفکوره باید د نورو ټولو هغه مفکورو په پرتله چې پانگه وال یې هره ورځ گوري، غوره وي. څومره چې ستاسو مفکوره د نوښت ډکه وي او څومره چې تاسو ډېر چمتو اوسئ، په هماغه کچه د پانگه والو جذبولو چانس ډېر وي.

• یو زړه رابښوونکی پرېزنتیشن ولری

یو بل فکتور چې د پانگه والو پام زیاتوي ستاسو د پرېزنتیشن ډیزاین او پلان دی. مانا لرونکي پرېزنتیشنونه ډیزاین کړئ چې ستاسو د سوداگریزې نظریې ملاتړ وکړي. پانگه وال ډېر محدود وخت لري؛ نو تاسو اړتیا لرئ چې لنډې پرېزنتیشنې وړاندې کړئ، یا کولای شئ د صیام سوداگریز پلان تعقیب کړئ. په خپل پرېزنتیشن کې د چارټونو او گرافونو ترڅنګ د خپلې گټې اټکلونه هم وښایاست او ډېر په زړه پوری، مسلکي، هڅوونکی او ساعت تېروونکی یې جوړ کړئ.

• یو روښانه ټکی ولری

یوازې مهم مالومات وړاندې کړئ او ډېر تفصیل مه ورکوئ. د حقیقي پرېزنتیشن مخکې د نورو خلکو سره تمرین وکړئ. په خپلې موضوع کې پاتې شئ او د وخت مدیریت ولری. د خپل نظر په احتمالي پیروونکو تمرکز وکړئ. مستقیم سیالي کوونکي او د دوی د ضعف نقطې، د بازار اړتیاوې او غوښتنې، د گټې او د خپلې سوداګرۍ د ثبات په اړه بحث وکړئ.

که خپل محصول درسره وي، ورته يې وښایاست؛ کنه د يو ماک اېپ^۱ څخه گټه واخلي. تاسو حتی کولای شئ يو تصور يا خيال هم وړاندې کړئ، يعنې هغه څه وړاندې کړئ چې ستاسو پيريدونکي يې په ياد ولري.

▪ د پانگه والو سره اړيکه ولری

دلته د يو څه سياست څخه کار واخلي او د پانگه والو شاليد يا بگراوند او علايقو څېړنه وکړئ. د پام وړ پانگونې جلبولو لپاره د پانگوالو شوق، عادتونو، گټو او موخو او د راتلونکو پلانونو په باره کې زده کړئ. خپل پريزنټيشن داسې ترتيب کړئ چې د دوی علايق پکې ښکيل وي. پانگه وال د خپلو سرگرميانو، موخو او راتلونکي کې ډېر ښکيل وي.

په یاد ولرئ؛ تاسو يوازې خپله مفکوره نه وړاندې کوئ، بلکې پانگه اچوونکو ته لارښوونه کوئ چې ستاسو په سوداگريزې مفکورې کې د خپلې پانگې گټې وويني.

▪ حل لاره يا حل لارې

پانگه اچوونکي په دې لټه کې وي چې په داسې مفکورې پانگه اچونه وکړي چې وکولای شي يوه ستونزه حل کړي. داسې څه ورسره شريک کړئ چې ستاسو محصولاتو يا خدماتو په اړه ځانگړي وي او څنگه به په يوه ټولنه کې شته ستونزه حل کړي. فرض کړئ د بازار څېړنه مو ترسره کړې، د اعتبار ورکولو لپاره مو د ځوابونو پايلې ځان سره وليکئ. يا تاسو

^۱ Mock-up په توليد او ډيزاين کې ماک اېپ د بشپړ اندازې ماډل دی چې د ښوونې، نندارې يا د ډيزاين د ارزونې لپاره کارول کېږي.

کولای شئ ځينې سرچينې لکه ورځپاڼې، راپورونه، کتابونه، د څيړنې مقالې، يا د شته ستونزو په اړه په حواله رسنيو کې څه ومومئ. دا هرڅه مو په خپل پريزنټيشن کې اضافه کړئ.

• د پيل لپاره کم لگښتونه ولري

ځينې رئيسان د پانگې لگښتونو په لوړ ساتلو کې تېروتنه کوي. دوی فکر کوي چې پانگه اچوونکي بډايه دي او د لگښتونو په اړه هېڅ اندېښنه نه لري. دا ناسمه انگيرنه ده. پانگه اچوونکي د لږې پانگونې او لوړې گټې په لټه کې وي. د پيل لپاره د سرمايې د راټولولو په غيرواقيي لگښتونو کې ځان مه غرقوئ. هوښيار پانگه اچوونکي د يو نوښتي او نوي سوداگري په لټه کې دي چې په لگښتونو باندې کلک کنټرول ولري او د لگښت کنټرول باندې ټول تمرکز ولري. غير ضروري لگښتونه له منځه يوسي. د قيمتي ودانۍ په کرايه کولو تمرکز مه کوئ، ځان ته د لوړ معاش ورکولو څخه ډډه وکړئ او د پانگې لگښتونه کم وساتئ. ارزانه کمپيوټرونه، فرنيچر او تجهيزات د قيمتي ځانگړتياوو او وروستي ماډلونو په پرتله واخلي.

• د عايد د توليد (د پريدو) پلان لري؟

بې تجربه متشبثين نږدې تل د سوداگري د پيل په جريان کې توليد شوي عايد ته لږه پاملرنه کوي. دوی يوازې د خپلې مفکورې او موخې سره مينه لري، مگر پانگه اچوونکي د عايد توليد او سوداگريزو برخو ته لومړيتوب ورکوي. هغوی د خپلې پانگې د عايد او توليد محاسبه کوي

او بيا پرېکړه کوي. هڅه وکړئ چې سوداگريزه مفکوره مو اصلاح کړئ او د عايد د توليد ميتودونو پابند اوسئ.

▪ د خپلې سيالۍ په اړه پوهه ولرئ

ځينې متشبثين چې کله خپله سوداگري پيلوي، خپل سيالان له پامه غورځوي. دا يوه لويه تېروتنه ده او مه يې هېرئ. پانگه اچوونکي خوښوي ترڅو پوه شي د دوي سيالان څوک دي. ارزونه وکړئ چې په بازار کې نور څوک فعال دي. دوی بازار ته څه وړاندې کوي او څنگه ستاسو سيالي کوي. د خپلو سيالانو د ځواک او ضعف ټکي او ستاسو د حل لارو په باره کې مالومات چمتو کړئ.

▪ زړورتيا ولرئ

يوازې تاسو پرېکړه کوونکي ياست. تاسو دا حق لرئ د ډېرو پانگه والو څخه يو غوره کړئ. خبرې اترې وکړئ، پوښتنو ته ځوابونه ورکړئ، شکونه روښانه کړئ، په مسلکي توگه عمل وکړئ او د سوداگري د پيل وروسته د خپل پانگه وال سره د کاروبار څارنه وکړئ. که پانگه اچوونکي ترلاسه کولی شئ، تاسو خوشبخته ياست؛ مبارک. که نه، مه تسليمېږئ. که دا مو لومړۍ تجربه وه، د خپلو غلطيو څخه زده کړه وکړئ او په خپله مفکوره د سره غور وکړئ. د پريزنټيشن مهارتونو باندې کار وکړئ. د يوې بلې سوداگريزې مفکورې هڅه وکړئ. تمرين وکړئ. د پانگه اچوونې او د سوداگري د پيليدو په غونډو کې گډون وکړئ او د راتلونکې لپاره لوی گام اخيستلو ته چمتو شئ.

(دوهمه مرحله)

د عمل لپاره وخت

سخته مرحله

(د سوداګرۍ رسمي کول، افتتاح، ثبت او د سوداګرۍ پیل)

۱. د سوداګرۍ رسمي کول او قوانین

ډېری مختلف قوانین او مقررات کولای شي ستاسو په سوداګرۍ اغېزه وکړي. لاندې یې ځینې قوانین دي، خو لاندې ته باید محدود ونه اوسئ.

۱. د سوداګریز جواز قوانین

۲. د اعلاناتو او بازار موندنې قوانین

۳. د عایداتو او مالیاتو قوانین

۴. د کار قوانین

۵. د محدود مسوولیت د شرکتونو قوانین

۶. سوداګریز کوډونه"

۷. د شراکت قوانین

۸. د غیر دولتي ادارو قوانین

۹. د آنلاین سوداګرۍ قوانین

۱۰. د نړیوال پلور قوانین

"سوداګریز کوډونه د قوانینو مجموعه ده چې د سوداګرۍ تنظیم کولو لپاره دیزاین شوي دي. سوداګریز کوډونه کولی شي د عامو ننگونو او ستونزو د حل لپاره د پروتوکولونو په چمتو کولو سره ستاسو سوداګرۍ ته آسانتیاوې برابرې کړي.

۱۱. مالي قوانین

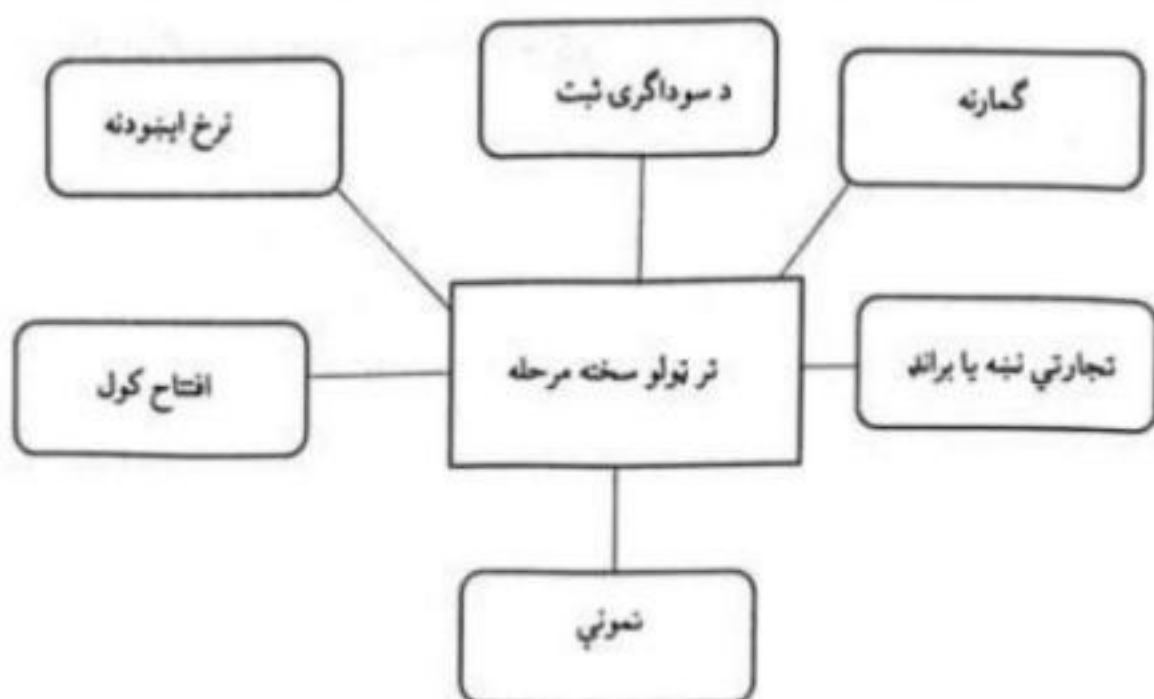
۱۲. د سوداگریزو قوانینو او د ملکیت د پلورلو قوانین

۲. د سوداگری رسمي کول او پرانستل

د پوره مفکورې غوره کولو، رقابتي تحلیل بشپړولو، د بازار څیړنې او د سوداگریز پلان لیکلو وروسته ددې وخت رارسېدلی چې سوداگری مو په رسمي توګه ثبت کړئ. کله چې خپله سوداگری ثبت کړئ، نو په یو ځانګړې قانوني بنسټ یې تبدیلوئ. دا پروسه به ستاسو سوداگریز فعالیت او پانګه اچونه نورماله ساتي. د سوداګرۍ ثبت کول نه یوازې قوانینو سره مطابقت لري، بلکې د برانډ، تجارتي نوم، سوداګریزه نښه او د اختراعاتو خونديتوب هم وړاندې کوي. په دې سره به د سوداګریزو فعالیتونو قانوني استازیتوب کولای شئ او حق به ولرئ چې په کورنیو او بهرنیو بازارونو کې خپل محصولات وپلورئ. د دې پروسې په پوره کولو سره ممکن د ډېر کار د خلاصولو احساس وکړئ، مګر وروسته ارزښتناکه ساتنه، حقونه او درناوی درکوي. د دې وخت په جریان کې لاندې

مرحلې خورا اړینې دي:

۱. سوداګریز قوانین او ثبت کول
۲. د سم نوماند یا کانديد ګمارل
۳. تجارتي نوم او د بازار موندنې مواد
۴. د محصول یا خدماتو نمونې رامنځته کول
۵. د نرخ ایښودنه یا قیمت گذاري
۶. د سوداګرۍ پرانیستل



۱. د سوداګرۍ قوانین او ثبت کول

• ولې د سوداګرۍ ثبت کول اړین دي؟

لکه څنګه چې مو مخکې یادونه وکړه، د سوداګرۍ ثبتول اړین دي؛ مګر بیا هم ځینې رئیسان په غیر رسمي سوداګرۍ کې ځان راحته احساسوي. داسې رئیسان تل د مالېې د ورکړې څخه ځان پټوي او یا په نورو کوچنیو سوداګریزو لګښتونو باندې سترګې پټوي. لاندې هغه زیانونه ذکر شوي دي چې تاسو نه شئ کولی یو غیر رسمي سوداګري پیدا یا یې پرمخ یوسئ.

✓ قانوني عملیات (کارونه) به پرمخ وړئ

د رسمي ثبت کولو پرته ستاسو سوداګري غیر رسمي ده او د قانوني تعقیب د خطر کېدلو سره مخ کېدلی شئ

۱. د آسانتیاوو محدودیتونه به نلری

د یو غیر رسمي کاروبار په توګه، ستاسو شتون به یوازې په هغه ساحه محدود وي چېرته چې مو خپل کاروبار پیل کړی. تاسو به د آسانتیاوو محدودیت نه بشپړ لاسرسی ونلری؛ لکه دفتر، ځمکه یا دفتر ممکن د سوداګرۍ لپاره د جواز پرته چاته په کرایه ورنکړل شي. د بانک څخه د پور اخستلو، د سوداګریزو شریکانو درلود، په دولتي غونډو، کنفرانسونو او نندارتونونو کې ګډون نشی کولی او په خوندیتوب او امنیت کې به ستونزې ولری. ممکن د همدې سوداګریز نوم په کارولو سره، نورو ځایونو ته خپل کاروبار وړل ننگوونکی ومومي؛ که بیا مو هم خپل کاروبار پراخ کړو، ممکن د حکومت د نظارت لاندې ونیول شي.

۲. د برانډ (سوداګریز نوم یا سوداګریزه نښه) امنیت به لری

کله چې غیر رسمي سوداګري پرمخ وړی، نشی کولای ادعا وکړی چې سوداګریز نوم یا نښه یوازې تاسو پورې اړه لري او بل څوک یې د کارولو حق نه لري. ځینونه وختونه یو غیر رسمي شرکت د پیروونکو د پام وړ وګرځي او په چټکۍ سره خپرېږي. که ستاسو سوداګري هم ثبت نه وي، بل څوک کولای شي تاسو ته ورته نوم او نښې په کارولو سره خپل برانډ مخته بوسي چې وروسته بیا د قانوني ادعا حق نلری.

کولای شئ وده او بازار موندنه وکړی/۱

د نوي پیروونکو جذب، سوداګریز شریکان او پانګه وال پیدا کول او د سوداګرۍ ودې لپاره یو باوري جواز ته اړتیا ده. دا جواز باید د حکومت،

د سوداګرۍ خونې، د پیل کولو ټولنو او یا غیر دولتي ادارو سره ثبت کړئ. د رسمي جواز اخيستل مو سوداګرۍ ته قانوني هویت ورکوي ترڅو د ذکر شویو ټولنو څخه ګټه پورته کړئ او د امتیازاتو څخه یې برخه منډ شي. د خپلې سوداګرۍ ثبت کولو لپاره لاندې ګامونه وڅارئ:

• د سوداګرۍ د ثبت کولو مراحل

خپل فعالیتونه په قانوني توګه پرمخ یوسي او لاندې مرحلې وڅارئ:

	ښه نوم غوره کړئ	
	قانوني جوړښت غوره کړئ	
	د سوداګریزو اړیکو مالومات	
	د سوداګرۍ موقعیت؟	
	د اړتیا اسناد چمتو کړئ	
	د سوداګریز جواز لپاره غوښتنه وکړئ	
	د ماليې پیژندنې شمېره ترلاسه کړئ	
	یو بانکي حساب خلاص کړئ	

د ښه نوم غوره کول

فکر وکړئ او یو ښه سوداګریز نوم غوره کړئ. د نورو نظرونه مه کاږي یا غلا کوئ. په خپل اصلي نظر کې غوره نومونه او ښې غوره کړې، بیا یې ثبت کړئ ترڅو بل شرکت ستاسو د نوم په استفادې خپل تولیدات بازار

ته وړاندې نه کړي. هغه نوم چې تاسو یې د خپلې سوداګرۍ لپاره غوره کوئ خورا اړین دی، ځکه چې احتمالي او اوسنې پیرودونکي به یې ستاسو د سوداګرۍ سره ونښلوي او تل به یې په یاد کې وي. مخکې له دې چې د جواز ورکولو دفتر ته ولاړ شئ، لږ تر لږه د پنځو څخه تر لسو داسې نومونه غوره کړئ چې فکر کوئ ستاسو د سوداګرۍ لپاره مناسب دی. ډیری وختونه هغه سوداګریز نوم چې تاسو غواړئ د خپلې سواګرۍ لپاره یې وکاروئ د بل چا لخوا نیول شوی وي. په دې صورت کې تاسو نشئ کولای شئ د بل چا لخوا نیول شوي نوم باندې خپلې سوداګرۍ ته جواز واخلي.

زه هم ورته ستونزې سره مخ شوی وم. غوښتل مې د خپلې سوداګرۍ لپاره جواز واخلم. هغه نوم چې ما غوره کړی و، ومې لیدل چې د بل چا پورې اړه لري. لارم د هغه سره مې خبرې وکړې؛ په پایله کې مې د هغه د شرکت نوم واخیست. په دې ورستیو کې د فیسبوک کمپنۍ مالک مارک زوکربرګ د خپلې سوداګرۍ نوم میتا ته واړاوه. هغه په دې نه وه خبر چې دا نوم د بل شرکت پورې اړه لري؛ د خبرو په پایله کې یې نوموړی نوم واخیست او خپله ستونزه یې حل کړه.

که ستاسو غوره شوی نوم د بل چا پورې اړه لري، لاړ شئ او مالک یې پیدا کړئ ترڅو د پلور لپاره ترې موافقه واخله. که پلورلو ته یې چمتو شو، ښه، کنه یو بل نوم غوره کړئ.

قانوني جوړښت غوره کړئ

دا اړینه ده چې د خپل شرکت لپاره د یو واحد ملکیت یا شراکت په توګه

جواز واخلي. که تاسو په خپل شرکت کې د ونډې شریک لری، ممکن د محدود المسؤلیت جواز ترلاسه کړئ او که تاسو یوازینی مالک یاست، بیا به د ځانگړې ملکیت جواز ترلاسه کړئ. ډېری سوداگریز جوړښتونه شتون لري؛ تاسو داسې قانوني بڼه خپله کړئ چې بڼه درته مناسبه وي. کله چې د سوداگری قانوني جوړښت غوره کړئ، شخصي مسؤلیت پکې اصلي برخه ده. که مو پریکړه وکړه چې کاروبار پیل کړئ او د ناکامۍ په صورت کې خپله شتمني د خطر سره مخ کولو ته لېواله یاست، باید د یو واحد په توگه جواز واخلي.

دلته ډېری متشبثین د محدود المسؤلیت سره د سوداگری جوړښت غوره کوي. محدود مسؤلیت په دې مانا چې سوداگریزه شتمني په قانوني توگه ستاسو د شخصي شتمنیو څخه جلا شوې او د متشبث مسؤلیت یوازې د سوداگری شتمنیو پورې محدود دی. د سوداگری د ناکامۍ یا زیان په صورت کې، دولت یوازې د سوداگری شتمنیو د نیولو حق لري، نه د متشبث شخصي ملکیت. ځکه د دوی شخصي شتمني په قانوني توگه جلا شوې ده.

د سوداګرۍ ډولونه



۱. واحد (بوازي) ملکیت

واحد ملکیت د سوداګرۍ هغه بڼه ده چې د یو فرد پورې اړه لري او د یو نفر لخوا پرمخ وړل کېږي. په دې بڼه کې د مالک او سوداګرۍ په منځ کې هیڅ توپیر شتون نه لري. دا ډول سوداګرۍ ډېره عامه او ساده ده. د یادونې وړ ده چې دا سوداګرۍ مالک ته د ټولو برخو کنټرول په لاس کې ورکوي. په نړۍ کې ډېری سوداګران د سوداګرۍ دا بڼه خوښوي ځکه چې دوی ته په سوداګرۍ کې انعطاف، خپلواکي او بشپړ واک ورکوي. په یاد ولرئ چې په دې بڼه کې مالک په شخصي توګه د ټولو سوداګریزو مالي مسوولیتونو مسوول دی.

۲. شراکت

شراکت هم د واحد ملکیت په څېر د سوداګرۍ یو ډول دی، خو په دې کې دوه یا ډېر شریکان شتون لري. اساسي ګټه یې داده چې ګټه یا تاوان د هر یو شریک په عایداتو کې راپور ورکول کېږي، خو د انفرادي شریک او د سوداګرۍ ګټه یا تاوان په یوځای راپور ورکول کېږي. په واحد ملکیت کې زیان دادی، چې هر شریک په شخصي توګه د سوداګرۍ مالي مسوولیتونو مسوولیت لري.

۳. شرکت

دا یو قانوني شرکت دی، د مالکینو څخه جلا دی چې د سازمان د مسوولیتونو د اداره کولو لپاره جوړ شوی دی. د شرکت ګټه داده چې شخصي مسوولیت کموي، ځکه چې په شخصي توګه مالکین د سوداګرۍ مالي مسوولیتونو ته حساب ورکونکي نه دي. اصلي زیان یې دادی چې د شرکت جوړول ډېر قیمته دي او پراخه ریکارډ ساتلو ته اړتیا لري.

۴. د محدود مسوولیت شرکت

دا شراکت یو ترکیبي سیستم دی، مالکینو ته اجازه ورکوي چې د شرکت او شراکت، دواړو څخه ګټه پورته کړي. دا ډول سوداګریز جوړښت مالکین د شخصي مسوولیت څخه ساتي.

• د سوداګریزو اړیکو مالومات

د جواز ورکولو دفتر اړتیا لري چې تاسو ورته بوکس د اړیکو او مالوماتو

لپاره ورمعرفي کړی. دا دفتر به د کوم مهم بدلون په صورت کې مالومات په خپل دیتابیس کې ثبت کړي. متشبثین خپل شخصي او د سوداگریزو اړیکو مالومات د یوبل نه جلا ساتي. هغوی سوداگریز تلیفونونه، د برېښنالیک پتې او د ټولنیزو رسنیو حسابونو په درلودلو خپل شخصي مالومات جلا ساتي ترڅو حکومت د مهمو مسایلو، ادعاوو، د جواز ختمېدو او مهمو غونډو ته د بلنې لپاره ورسره اړیکه ونیسي.

• موقعیت

د سوداگری موقعیت ستاسو د هدف پیرودونکو پورې اړه لري. که تاسو داسې پیرودونکي لرئ چې اړتیا نه لري ستاسو فزیکي ځای ته ولاړ شي، تاسو هم اړتیا نه لرئ هلته ځای کرایه کړئ.

ډېری متشبثین په بریالۍ توګه خپل کاروبار د کور څخه چلوي. کله چې مو کاروبار پراخ شو، کولای شئ په دوامداره او سوداگریزه سیمه کې دفتر ونیسئ. د دفتر ځای مو د کاروبار د ډول پورې اړه لري؛ که فابریکه وي، باید د ښار څخه لرې ځای ونیسئ. بیا هم کولای شئ د پلور دفتر په ښار کې ونیسئ. د یادونې وړ ده، نور کاروبارونه لکه مشورتي شرکتونه، د بازار موندنې دفاتر، ګرافیک ډیزاین، د مسلک پراختیا، حقوقي خدماتو او یا نورو لپاره اړتیا نلري ډېر ګران ځایونه کرایه کړئ، مګر که کولای شئ یو ښه ځای کې داسې دفتر ونیسئ چې قیمت یې مناسب وي، نو ویې نیسئ. د لاندې موضوعاتو پر بنسټ کولای شئ یو ځای غوره کړئ:

۱. ستاسو بودیجه

موقعیت مو باید د بودیجې په اساس وي. ځینې بې تجربې رئیسان هڅه

کوی لوکس دفترونه د اثري تجهیزاتو سره ونیسي. که بودیجه ورته لرئ بڼه ده، که نه داسې غیر ضروري لگښتونه مه کوی.

نږدې هرځای پټ لگښتونه لري لکه د مالیې ورکړه، ترمیم، د بریښنا لگښتونه، د معاش اړتیاوې، د پاکوونکي ګمارل او نور...

د بڼه ځای غوره کول، د اثري تجهیزاتو نصب کول او د کار کولو ځای مو په ډېره کچه ستاسو د سوداګرۍ او پیروودونکو په باور باندې مثبت اغېزه کوي. که دې ټولو ته بودیجه نلري، په یاد ولرئ چې د ورځ په پای کې پیروودونکي ستاسو محصول او بنسټ ارزوي؛ نه ستاسو موقعیت او دفتر.

۲. د پیروودونکي موقعیت

داسې ځای ومومئ چې ستاسو احتمالي پیروودونکي پکې ژوند کوي، چېرته چې دوی وکولای شي په آسانی سره ستاسو خدماتو یا محصولاتو ته لاسرسی ولري. کله چې ما خپل کاروبار درلود، د پیروودونکو پر بنسټ د غلط ځای غوره کولو لویه تېروتنه مې وکړه. موږ فکر کاوه چې پیروودونکي به د کیفیت او غوره خدماتو په لټه کې وي؛ موږ هم غوره ګټې خپلې پیروودونکو ته چمتو کړې او فکر مو وکړو چې پیروودونکي به موږ ته راشي، مګر موږ غلط وو، ځکه چې هغوی خپل وخت، لګښت، انرژي او موږ ته لاسرسی په نظر کې نیوو. داسې ځای غوره کړئ چې پیروودونکي مو په آسانی درته لاسرسی ولري.

۳. آسانتیاوې (سهولتونه)

دلته باید پارکینگ، خواړه، کافي، مواد، ښه امنیت او آسانتیاوې شتون ولري. په یاد مو وی، تاسو نه یوازې خپل کاروبار ته وده ورکوئ، بلکې خپل موقعیت ته هم د پام وړ وده ورکوئ. د وخت په تېرېدو به خلک ستاسو د شرکت د نوم په واسطه دا ځای پیژني او ستاسو پیرودونکي او شریکان به تل ستاسو موقعیت په یاد ولري. د ځای بدلولو په اړه ډېر محتاط اوسئ. د ځایونو بدلول کولای شي ستاسو په کاروبار باندې ویجاړونکې اغېزه ولري.

۴. بازار موندنه او برانډ کوونه

پرتله له دې چې یو بهتره ځای مو نه وي پیدا کړی، ترهغې خپل تبلیغاتي توکي مه چاپ کوئ. زه د ځای د بدلیدو یوه خرابه خاطره لرم. کله چې مو پرېکړه وکړه خپل ځای بدل کړو او یو غوره ادرس ته ولاړ شو، موږ ټول تبلیغاتي مواد هېر کړل. لکه بروشرونه، آیدې کارټونه، سوداگریز کارټونه، لوحې، او د دې سربېره د ټولیزو رسنیو د حساب په بدلولو کې مو غفلت وکړو. همدا چې مو یو غوره سوداگریز موقعیت وموند، ژر تر ژره خپل کورنی او بهرنی بازار موندنه پیل کړئ.

۵. خونديتوب او امنیت

د کارکوونکو او تجهیزاتو امنیت ډېر مهم دی. په کار کولو کې باید آرامه ذهن ولری، په خاصه توګه کله چې د شپې تر ناوخته پورې کار کوئ.

۶. د خپل کور څخه د کاروبار منځته وړل

که د کاروبار لپاره د ځانگړي ځای نیولو لپاره پیسې نه لرئ، خپل کاروبار د کور څخه پیل کړئ.

گټه یې څه ده؟

د سفر له منځه وړل: د کار کولو لپاره به اضافه وخت ومومي.

د ډېر انعطاف: د کار کولو لپاره غوره وخت ټاکئ، چې په راتلونکې کې به د کار موثریت زیات کړئ.

په کار ښه تمرکز: تاسو شورماشور او د خلکو مداخله کول کموئ او تمرکز مو زیاتوئ.

د ډېر اقتصادي: لگښتونه مو یا له منځه وړئ یا یې کموئ.

د وخت ښه توازن: د انعطاف وړتیا ترلاسه کوئ. د هغې وروسته، د کورنۍ او کار ترمنځ خپل وخت ویشلی شئ.

زیانونه یې څه دي؟

د خلکو سره لږ تعامل: د همکارانو سره احتمالي گټور او اړین وخت له لاسه ورکوئ.

د ژوند او کاري برخو شریکول: سوداگریز ژوند مو ممکن د کورنۍ لپاره زړه تنگوونکی اوسي او مېلمانه هم د راتگ څخه مایوسه کړي. ممکن ستاسو په سیمه کې د کاروبار منځته وړلو لپاره محدودیتونه شتون ولري. په ځانگړې توګه کله چې پیروونکي ځې راځي. د دې ترڅنګ، دا هم مهمه ده چې کاروبار پورې اړوند د خونديتوب، روغتیا پالیسي او اړتیاوې وګورئ. لکه د موټرو ترمیم یا رنګ کول. په دې حالاتو کې ستاسو کاروبار داسې ځای ته اړتیا لري چېرته چې د خونديتوب مقررانو

پوره کولو لپاره غوره ځای وي، يعنې داسې ځای نه وي چېرته چې د خطرناکو موادو کارول يا د ځينو تجهيزاتو کار کولو عمليات جاري اوسي.

• د اړتيا وړ اسناد چمتو کړئ

د جواز اخيستلو دفتر ته د ورتگ څخه مخکې لاندې اړين اسناد چمتو کړئ، نږدې ټول هېوادونه دې ډول اسنادو ته اړتيا لري.

✓ د پېژندنې کارت يا پاسپورټ چې دقيق نوم او عمر ښيي، ونډه اخيستونکي بايد لږ تر لږه ۱۸ کلن وي.

✓ ستاسو سوداگريز نوم

✓ د ادرس لپاره ثبوت، لکه د کرایه کوونې تړون، د ملکیت سند، (د يوځای قواله) يا ورته نور اسناد...

✓ د شرکت اساس نامه (مقررات) چې تاسو د محدود المسوؤليت په بڼه ځان ثبت کوئ که نه.

✓ د هر يو واندې وال انځورونه

✓ د اړوند دولتي ادارو څخه سکتوري جوازونه، د بېلگې په توگه، که تاسو د کرنې سکتور کې کار کوئ، د عمومي جواز پرته اړتيا لرئ څو د کرنې رياست څخه هم جواز ترلاسه کړئ.

✓ تعليمي اسناد

هر يو هېواد د مختلفو اسنادو تمه لري او خپل طرز العملونه او شرايط لري. کولای شئ د اړوند هېواد جواز ورکولو ادارې ويب پاڼې ته ولاړ شئ ترڅو پوه شئ د جواز اخيستلو لپاره کوم ډول اسنادو ته اړتيا ده.

ځينې هېوادونه د جواز ورکولو لپاره د جواز فیس او هغه پانګونې ته گوري چې ستاسو په بانکې حساب کې شتون لري. د دې سربېره کولای شئ يو وکیل، کمیشن کار یا د سوداګرۍ د ثبت کولو مشاور وگمارئ ترڅو سمه لارښوونه درته وکړي.

• د سوداګریز جواز لپاره غوښتنه

د اړینو اسنادو چمتو کولو او د شرطونو پوره کولو وروسته، د جواز ورکونې دفتر ته ولاړ شئ او خپل چمتو شوي اسناد مو ورته وسپارئ. ډېری هېوادونه جواز په دوه یا درې ورځو کې توزیع کوي، مګر په نورو هېوادونو کې د جواز اخیستل ډېر وخت نیسي.

• د ماليې پیژندنې شمېره ترلاسه کړئ^{۱۳}

دا هغه شمېره ده چې حکومت لخوا د سوداګرۍ لپاره کارول کېږي. کله چې يو سوداګریز شرکت يو حکومت یا نورو ادارو لکه بانکونو، سیمه ییز دولتونو، د مالیاتو ورکولو د فورمونو سپارلو او یا د بانکې حساب پرانستلو ته مالومات وړاندې کوي، د همدې شمېرې څخه کار اخلي. د واحد ملکیت سوداګر کولی شي د خپل شخصي ماليې پیژندنې شمېره وکاروي. د سوداګریزو بنو لپاره (پورته پرې خبرې وشوي) سوداګر اړتیا لري جلا شمېره جوړه کړي. په یاد ولرئ؛ دا شمېره تاسو د مالي ریاست څخه اخلي. ستاسو انفرادي شمېره د مالي موخو لپاره اړینه ده.

¹³ Tax Identification License (TIN)

• یو بانکي حساب پرانیزي

د بانکي حساب درلودل اړین دی. دا کولی شي د لگښتونو په څارلو کې د سره مرسته وکړي. که تاسو یو د شرکت څخه یاست، باید د مالي چارو لپاره جلا بانکي حساب پرانیزئ.

د کاروبار د بانکدارۍ ماهر سره یوه ناسته تنظیم کړئ، ترڅو معلومه کړئ ستاسو د کاروبار لپاره کوم ډول بانکي حساب غوره دی. اندریا وهبي وايي "د بانک مشورې د خپل حواله کوونکي سره وڅیړئ ترڅو مالومه کړئ کوم ډول بانکي حسابونه به تاسو ته ګټه ورسوي."

که تاسو د نړیوالې سوداګرۍ پلان لرئ او تمه لرئ په بهرنیو بازارونو کې د پلور لپاره لوړ مقدار تولید کړئ، کولای شئ د سوداګریز حساب په جوړولو سره ډېرې پیسې وساتئ، ولیردوئ او په اتوماتیک ډول تبادله وکړئ. د مالي ورکولو موسم په جریان کې به ستاسو محاسب لپاره ډېر څه آسانه کړي او په آسانی به وکولای شي د هېواد د عاید لپاره جلا صورت حساب وویني.

د غوره نوماند یا کاندید ګمارل

د سوداګرۍ ثبت کولو وروسته بل ګام د غوره کارکوونکو ګمارل دی. په یاد ولرئ، غوره کارکوونکي هغه خلک دي چې ستاسو سوداګرۍ بریالی کوي، نو د خپل شرکت لپاره د مناسبو نوماندانو په ګمارلو ډېر تمرکز وکړئ. په مناسب وخت کې د وړ خلکو موندل د هر ډول سوداګرۍ اوږدمهاله بریا لپاره اړین دي.

زما د تجربې په اساس، غوره کارکوونکي باور نه لري او یا به پیل کوونکو

خلکو د نوي تاسيس شوي شرکتونو سره د کار کولو په اړه ډاډمن نه وي. دوی هېڅ باور نه لري چې ستاسو په سوداګرۍ کې به خپلې موخې ته ورسېږي. دوی د داسې محتاط اوسېدلو لپاره ښه دليل لري. ځکه چې د بي ايل اس^{۱۴} د راپور په اساس، ۲۰ سلنه نوي پيليدونکي د خپل کاروبار په لومړيو دوه کلنو کې، ۴۵ سلنه يې په لومړيو ۵ کلنو کې او ۶۵ سلنه يې په لومړيو ۱۰ کلنو کې ناکامېږي. د همدې امله، زه وړاندیز کوم چې ځينې ماهر خلک د خپلې شبکې څخه وګماری یا مو ځينې سوداګريزې چارې د سوداګرۍ څخه بهر^{۱۵} ته وليږدوي. د بېلګې په توګه، که تاسو غواړئ د بازار موندنې او خبرو اترو ماهر وګماری ترڅو د برانډينګ لارښود او د خبرو اترو ستراتيژي رامنځته کړي، ممکن غوره خلک ونه مومئ. په دې صورت کې کولای شئ د نیمې ورځ يا پارټ ټايم لپاره کارکوونکي وګماری، يا يې هم د بازار موندنې او اړيکو شرکت يو بل مشاور ته يې وسپارئ. هغوی ښه تجربه او وخت لري چې په وخت سره روښانه لارښود رامنځته کړي.

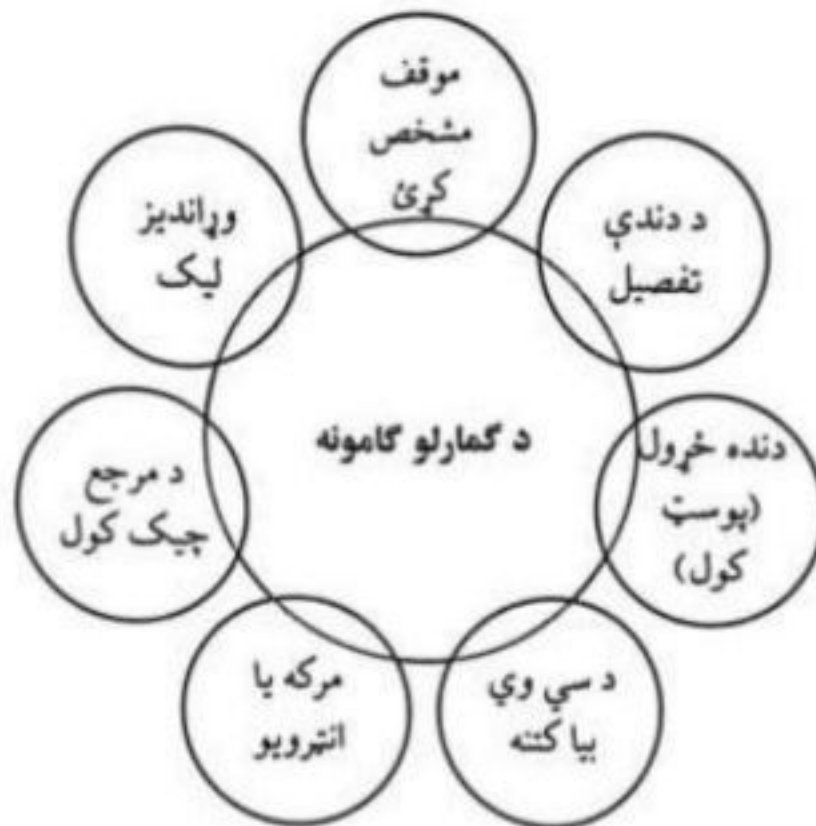
نورې لارې هم شته چې په وسيله يې شرکتونه نور کارکوونکي پيدا کوي. د ښه دندې او د ډېرې خسارې وړاندې کول به ښه او وړ خلک راجلب کړي. په یاد مو وي چې په خساره کې دواړه، معاش او امتيازات شامل دي. ځان سم مطمئن کړئ چې په داسې ځای کې د دندې اعلان پورته کړئ چېرته چې وړ نوماندان ورته لاسرسی ولري. ښوونځي، پوهنتونونه، د روزنې مرکزونو، د ټولنې د غونډې ځايونه او يا د ټولنيزو رسنيو ډلې ښه

^{۱۴} BLS (U.S Bureau Of Labor Statistics)

^{۱۵} پدې د خپل شرکت د کارکوونکو د کارولو پرځای د بهر قراردادې کارکوونکي د لنډې مودې لپاره وګماری ترڅو تاسو لپاره ځانګړې دندې ترسره کړي.

ځایونه دي چې پوه خلک ورته لاسرسی لري او په دې سره به خلک ستاسو د نوي کار د پیلیدو په اړه پوه شي.

د غوره خلکو ګمارلو لپاره څو ګامونه



۱. موقف مشخص کړئ

پیل کوونکي مختلف وي او د ځانګړې تعلیم خلکو ته اړتیا لري. د ګمارلو دمخه د هغه بستونو لیست ولیکن چې ستاسو سوداګري ورته اړتیا لري. ډېری نوې پیلیدونکي سوداګر لاندې خلکو او بستونو ته اړتیا لري:

- یو ښه وړتیا لرونکی اجرائوي رئیس
- د بازار موندنې او اړیکو ماهر
- تخنیکي خلک یا په ځانګړو برخو کې مسلکي کسان

• د معلوماتي تکنالوژۍ يا ويب پاڼې ته پرمختګ ورکونکي ماهر

• يو مدير

• صفاکار

• اشپز

يادونه: پورته ذکر شوي بستونه ممکن د ټولو پيليدونکو لپاره پلي نشي، نو د خپلو سوداګريزو اړتياوو سره سم د دندو لیست جوړ کړئ.

۲. د دندې تفصيل

د دندې لپاره تفصيل د کانديد او ستاسو شرکت لپاره روښانه نقشه ده. کانديد به د توقعاتو، دندو او مسووليتونو په اړه پوه شي. د دندې د مسووليتونو، اړتياوو او انعامونو دقيق انځور شامل کړئ ترڅو مناسب کانديد د غوښتنې استولو لپاره وهڅوي. د دې په جريان کې مو غږ ډېر دوستانه او واضح وساتئ.

لاندې ځينې ګامونه دي چې د دندې توضيحات او د خالي بست د اعلانولو په وخت کې يې بايد په پام کې ونيسي:

• د دندې عنوان

• د خپل شرکت په باره کې مالومات

• د دندې تفصيل

• د اړتيا وړ تحصيل

• نور مهارتونه

• امتيازات/معاش

• د دندې موقعيت

• د اسنادو ثبت کولو طریقه او اخیرې نېټه یې (تشریح کړی چې څنګه مناسب کاندید د دندې لپاره بلنه ولیري)

۳. دنده پوست کړی

د اړینو مالومات بشپړولو وروسته د دندې د اعلاتولو لپاره یو پورټل^{۱۶} وټاکئ. د دندې اعلاتولو دوه ډولونه شتون لري. اول یې داخلي شبکې او بله یې بهرنۍ رسنۍ. د داخلي دندې بستونه یوازې د شرکت دننه ویشل کېږي او بیرون ترې څوک په آسانی نه خبریږي. بل ډول یې په ټولنیزو رسنیو، د کار لוחو او ورته ځایونو کې خبریږي. کله چې ستاسو شرکت نوی وي، لومړی ډول یې د پلي کېدو وړ ندی. په دې صورت کې یې دوهم ډول غوره کړئ او د خارجي پورټلونو په استفادې سره د دندې اعلان خپور کړئ. د دې ټولو وروسته، یو غوره پورټل (هغه آنلاین ویبسایتونه دي چې د دندې اړوند مالومات پکې خبریږي) غوره کړئ. د دې سربېره کولای شئ د دندې اعلان د پوهنتونونو، ملګرو، ځوانانو ټولنو او نورو سره شریک کړئ. د دندې د اعلان لپاره په ټوله نړۍ کې لاندې ویبسایتونه ډېر مشهور دي. (په فوټ نوټ کې یې مخکې نومونه ذکر شوي دي.)

د دندې اعلاتولو نمونه

مقام: په لوړه کچه کمره مین / ډیزاینر او ګرافیک ډیزاینر

¹⁶ Like Indeed.com, Zip recruiter, career, Jobs, Career Builder, Lawjobs.com, Glass door and other Online platforms

۱. په اړه:

صیام د سوداګرۍ د پراختیا مرکز چې شرکت ته د هویت ورکولو، د برنامو جوړولو، ستاسو سوداګرۍ ته د ودې ورکولو او د بازار موندنې لپاره ځانګړی ځای دی. زموږ د برنامو مدیریت په وړو او لویو برنامو جوړولو کې د خپل دی، لکه کنفرانسونه، سوداګرۍ نندارتونونه، جشنونه، ورکشاپونه، غونډې، کمپاینونه، مطبوعاتې کنفرانسونه، مراسم او نورې برنامې.

د خبریدو نېټه	2022/2/5	مرجع	د بشري سرچینو پراختیا (صیام 2022)
د پای نېټه	2022/3/5	د کار ډول	پوره ورځ
د خالي بستونو شمېر	1	جنېټ	بنځینه / نارینه
معاش	د ادارې د معاش پالیسي سره سم	ملیت	افغان
د تړون موده	یو کال	تجربه	کاله 3-5
د تړون ډول	اوږدمهاله	د تړون د اوږدېدو امکان	هو
د اړتیا وړ ژبې	پښتو، درې یا انګلیسي	د امتحان موده	درې میاشتې

۲. د دندې لنډیز:

په لوړه کچه کمره مین / ډیزاینر او ګرافیک ډیزاینر د دندې توضیحاتو کې د ویدیوګانو او عکسونو جوړول او ایډیټ کول شامل دي. د دې ترڅنګ د صیام سوداګریزو تولیداتو مسوؤل دی.

۳. دندې او مسوولیتونه

- د ویدیو ثبت کول او ایډیټ کول
 - د ټولو ویدیوگانو ساتل
 - په مسلکي توګه د ټولو ویدیوگانو/انځورونو اخیستل او ټولنیزو رسنیو ته پورته کول
 - د تولید کنټرول او رهبري کول
- ### ۴. د مهارت توضیحات:

- د ګرافیک ډیزاین د تجربې ثابتنه
 - د انځورونو یا نورو ګرافیکونو قوي مجموعه درلودل
 - د ډیزاین سافټویرونو لکه آډب پریمر او نورو سره بلدتیا
 - په طریقه برابر او د ورکړل شوي وخت په نظر کې نیولو سره د کار کولو وړتیا
 - په ډیزاین، هنر یا اړونده برخو کې سند درلودل به د هغه لپاره یو بل اضافه امتیاز وي
 - د هر ډول کمزري په استعمال کې پوره پوهه
 - د برنامو، ویدیوگانو او انځورونو د ثبتولو پوهه
 - فکري مهارتونه
 - د کاروبار د اداره کولو توان
- ### ۵. زده کړې:

- د عالي لیسې فارغ، د لیسانس سند درلودونکی به یو اضافه امتیاز وي
- په انګلیسي ژبه کې روان
- د ډیزاین په پروګرامونو کې سند لرل

۶. د اسنادو د سپارلو لارښود:

علاقمند غوښتونکي کولای شي خپلې CV گانې د کاور لیتر سره واستوي. د برېښنالیک په موضوع کې د دندې سرلیک او د مرجع شمېره ولیکئ. د دې ترڅنګ یو لیک ولیکئ چې په پورته ذکر شوي موقف کې ستاسو علاقه بیانوي.

۷. سپارل

برېښنالیک:

د اړیکو شمېره:

پته:

د سي وي بیا کتنه او شارټ لیست کول ▪

د دندې پوست او غوښتنلیکونو ترلاسه کولو وروسته د CV ارزونه وکړئ او د بست لپاره غوره نوماندان لنډ لیست (شارټ لیست) کړئ. لاندې شرایط په پام کې ونیسئ او د بست سره سمون ورکړئ.

▪ د نوماند د تېرو لاسته راوړنو ځینې ثبوتونه

▪ په تېرو کیریر کې ژمنتیا او ډېر وخت کار

▪ په مسلک کې ښکاره وده او ارتقاء

▪ تخنیکي مهارتونه

▪ مسلکیتوب او توضیحاتو ته پاملرنه - په سي وي کې د گرامر او املاء

غلطي وارزوي

▪ مهارتونه، تعلیم او تجربه

د CV د ارزولو وروسته، غوره نوماندان شارټ لیست کړئ او اړیکه

ورسره ونیسئ. د تلیفوني یا آنلاین مرکې بلنه ورکړئ ترڅو د دوی د وړتیا، تجربې او علاقه په اړه مالومات ترلاسه کړئ.

▪ شارب لیست او مرکه

د تلیفوني مرکې وروسته، له دریو څخه تر پنځو مخکښ نوماندان حضورې مرکې کولو ته راوغورئ. د هغوی شالید (بگراوند) توانایی، مهارتونو، لاسته راوړنو، پیاوړتیا او ضعفونو په اړه ترې وپوښئ. د دې موقف او د شرکت لپاره د نوماند لیاالتیا او شخصي انرژي وارزوی. لاندې ځینې عمومي پوښتنې دي چې نږدې په هره مرکه کې کارول کېږي:

۱. د ځان په اړه مو راته ووايئ.
۲. اوږد مهاله موڅه موڅه ده؟
۳. ولې دې شرکت او دې موقف ته لیاواله یاست؟
۴. پیاوړتیا او ضعفونه موڅه دي؟
۵. تاسو ولې دې موقف لپاره غوره نوماند یاست؟
۶. ولې دې باید وگمارو؟
۷. خپل د خوښې کاري چاپیریال تشریح کړئ؟
۸. اوسنی دنده مو ولې پرېږدئ؟
۹. د معاش لپاره مو تمه څه ده؟
۱۰. آیا کولای شئ د فشار لاندې کار وکړئ؟ که اړتیا وه د رخصتۍ په ورځو یا اضافه کاري وکړئ؟
۱۱. که موږ تاسو وگمارو، کله به په کار کولو پیل وکړئ؟

• د مرجع (ریفرینس) چیک کول

مرکه ترهغه وخته پورې پای ته نه رسیږي ترڅو چې د غوره نوماندانو څخه د دریو تر پنځو مرجع لیکونه ونه غواړئ. هغه مالومات دوه ځلې وگورئ چې تاسو د نوماندانو څخه د مرکې په جریان کې راټول کړي وو. لاندې ځینې عامې پوښتنې دي چې د نوماند د مرجع څخه یې پوښتلې شې:

۱. آیا کولای شئ د نوماند موقف، مسوولیتونه، د کار موده او نور تایید کړئ؟
۲. آیا تاسو د دوی سره د کار کولو خوند اخیست؟
۳. آیا تاسو فکر کوئ چې دوی د وخت پابند او نتیجه گرا دی؟
۴. ولې دوی اوسنی اداره او موقف پرېږدي؟
۵. آیا کولای شئ د دوی پیاوړتیاوې او ضعفونه راسره شریک کړئ؟
۶. آیا تاسو وړاندیز کوئ چې موږ باید دوی وگمارو؟ ولې؟
۷. د دوی چلند د نورو کارکوونکو او ملگرو سره څنگه و؟
۸. آیا دا نوماند د شرکت اهدافو ته ژمن دی؟
۹. آیا دوی ریښتیني دي؟
۱۰. آیا دوی د فشار لاندې کار کولای شي؟
۱۱. د دوی لاسته راوړنې څه دي؟

• وړاندیز لیک (آپر لیټر)

د نوماند د مرجع چیک کولو وروسته، هغه نوماند چې تاسو د خپل شرکت لپاره غوره کړی وي، یو ایمیل واستوئ ترڅو د تلیفوني خبرو

لپاره یو وخت سره وټاکئ. د زنگ په جریان کې دوی ته په خپل ټیم کې د یوځای کېدلو لیوالتیا څرگنده کړئ. د دې څخه وروسته، ټول شرایط ورته وړاندې کړئ. په دې وړاندیز کې باید معاش، امتیازات او د دندې د پیل نېټه شامله وي. که نوماند درسته شفاهي وړاندیز مني، یو رسمي لیک هم ورواستوي او ټول هغه څه پکې وپوښئ چې د زنگ په جریان کې مو سره موافقه کړې وه.

یادونه: سم او غوره خلک گمارل ستاسو د غوره محصول او مفکورې په څیر مهم دی. سوداګري به مو د هغه خلکو په وسیله یا پرمخ ولاړه شي یا به له منځه ولاړه شي چې تاسو یې گمارئ. په دې اساس، د کارکوونکو په گمارنه کې ډېر محتاط اوسئ. د دوی ریکارډونه او مهارتونه و ارزوئ. شخصیت او چلند یې په سمه توګه وګورئ. لږه موده صبر وکړئ ترڅو داسې خلک ومومئ چې تاسو سره ستاسو د خوبونو شرکت جوړولو کې مرسته وکړي.

۳. سوداګریزه نښه (براند) او د ودې مواد

براند کول (د خپل تولید لپاره نوم او نښه جوړول) د سټراټیژیکو کمپاینونو په کولو سره ستاسو د سوداګرۍ پوهاوی رامنځته کوي او په وسیله یې بازار کې د خپل تولید یو دوامداره او ځانګړی انځور جوړوي. براند کول هغه خلک جذبوي چې اړتیاوې او ستونزې لري ترڅو ستاسو د شرکت په اړه پوه شي، خوښ یې کړي او باور پرې وکړي. دا چې ځینې پیل کوونکي ډېر بریالي او ځینې یې ناکام دي، براند کول یې مهم علت دی.

د براند هویت موږ دې ستاسو د محصول یا خدمات په څېر مهم دی.

شاوون پاروټ وايي "نوي پيليدونکي سوداگر بايد د خلکو سره اړيکه ټينگه کړي او هغوی دې دې ته وهڅوي خو د خپلو ستونزو لپاره د دوی حل لارې واخلي." يو پيژندل شوی او غوره برانډ، د خورا ارزښتمنو شتمنيو څخه دی چې يو شرکت يې لري. د نيلسن يوې سروې له مخې، ۵۹ سلنه مصرف کوونکي خلک د خپل ځان لپاره غوره گڼي چې نوي محصولات واخلي. دوی ډېری وخت نه غواړي پيژندل شوي برانډونه واخلي. سونيا گريگري بيا وايي "برانډ يو نوم، انځور، نښه يا ډيزاين دی چې يو محصول يا خدمت ته د بل څخه توپير ورکوي."

د یوې ځانګړې سوداګریزې نښې جوړولو لپاره ځینې ګامونه



• د هدف کتونکي مو مشخص کړی

والتر لنډر وايي "توليدات په فابريکه کې جوړېږي، مګر برانډونه په ذهن کې جوړېږي." په همدې خاطر، یو برانډ کوونکی او د بازار موندنې ماهر باید د شرکت د پیروونکو او د نورو مالوماتو په اړه پوه شي. بازار موندونکي باید پوه شي دوی د چا سره خبرې کوي او هغه څه چې د برانډ په پراختیا کې مرسته کوي لکه رنګونه، متن، نښې او د برانډ نور عناصر غوره کړي ترڅو د هدف په پیروونکو باندې مثبت اغېزه

وکړي. د دې لپاره چې پوه شئ ستاسو د هدف پیروونکي کوم علائق، ارزښتونه او اړتیاوې لري، لاندې پوښتنو ته ځواب ووايست:

- احتمالي پیروونکي مو څوک دي؟
- پیروونکي چېرته ژوند کوي؟
- د پیروونکو د فکر کولو بڼه او کلتور څه دی؟
- پیروونکي څه خوښوي او څه نه خوښوي؟
- د پیروونکو سره د خبرو اترو کوم طرز به ښه وي؟
- پیروونکي کومې ټولنیزې رسنۍ ته ډېره ترجیح کوي؟ (فیسبوک، ټویټر یا نور...)

▪ د سیالانو په اړه پوه شئ

د سوداګریزې مفکورې او رقابتي تحلیل بیا کتنه وکړئ ترڅو د خپلو سیالانو په اړه پوه شئ. د خپلو سیالانو ویب پاڼې، د ودې مواد، بلبورډونه، بروشرونه او نور میتودونه وګورئ چې دوی څنګه د خپلو پیروونکو سره خبرې کوي.

کله چې زه د خپلو سوداګریزو سیالانو ارزونه کوم، تل د دوی د ټولنیزو رسنیو څړونې او په دې څړونو باندې نظرونه (کمنتونه) گورم. دا نظرونو ماته په بازار کې د خپلو سیالانو د موقف په باره کې ښکاره انځور وړاندې کوي. تاسو هم کولای شئ ورته کار ترسره کړئ.

لاندې ځینې پوښتنې دي چې په وسیله یې کولای شئ د خپلو سیالانو تحلیل وکړئ:

۱. سیالان مو د خپلو احتمالي پیروونکو د لوستلو لپاره کوم ډول ارتباطي

چينلونه کاروي؟

۲. په ټولنيزو رسنيو کې مو پيرودونکي ستاسو خدمات څنگه ارزوي؟
۳. سيالان مو په خپله ويب پاڼه کې کوم ډول مالومات، مينيو، ټيمپليټ، کوډپنگ او ډيزاين کاروي؟
۴. د سيالانو د ضفف ټکې او پياوړتياوې مو کومې دي؟
۵. دوی د پيرودونکو د جذبولو لپاره کوم ډول پيغامونه کاروي؟

■ **ښه نوم غوره کړئ**

که تاسو خپل سوداگريز نوم د مخه غوره کړی وي، هماغه وکاروئ. ډېری وخت شرکتونه د خپل سوداگريز نوم پرځای لنډيز کاروي. تاسو هم هڅه وکړئ خپلې سوداگري ته لنډ نوم پيدا کړئ ترڅو خلک يې په ياد ولري. د بېلگې په توگه، زما د لومړۍ سوداگري نوم (Plan Future Services) وه د دې نوم لپاره موږ (PFS) د لنډيز په توگه کاراوو ترڅو پيرودونکو ته آسانه وي چې په ياد ولري.

■ **ښه شعار غوره کړئ**

يو ښه شعار جوړ کړئ. شعار يو کوچنی او په ياد پاتې کېدونکې ليکنه ده چې ستاسو د برانډ ځانگړتياوې تشرېح کوي.

■ **د هېواد رسمي ژبه غوره کړئ**

ځينې هېوادونه د يوې ژبې څخه زياتې رسمي ژبې لري. هغه ژبې نهايې کړئ چې تاسو به يې د خپل شرکت په لوگو کې کاروئ.

• د لوگو طرحه جوړه کړئ

د دې لپاره چې ښه اغېزه ولرئ او د غوره برانډ په توګه وپېژندل شئ، د خپل شرکت د لوگو چاپونو سره یوه طرحه جوړه کړئ. هره نظریه چې ذهن ته درځي، ویې لیکئ. ناهیلې کيږئ مه. د یو پنسل او کاغذ په کارولو سره د خپلې لوگو ټول اړین عناصر، سمبولونه، حروفونه، شکلونه او انځورونه تشریح کړئ.

• لوگو مو نهایی کړئ

همدا چې مو په کاغذ باندې څو دانې طرحې منظمې کړې، د هغوی څخه یې درې غوره انتخاب کړئ. دا درې لوگو ډیزاین کړئ او خپل ټول مالومات پکې ترتیب کړئ. وروسته ترې یوازې یوه غوره کړئ. دا طرحه په کمپیوټري ډیجیټل ښه بدله کړئ. د متن فونټونه، رنګ، او د لوگو ټول سمبولونه پکې ثبت کړئ. لوگو مو په دواړو شکلونو (افقي او عمودي) باندې ثبت کړئ. په خپل کمپیوټر کې یې په PNG, JPG ښو خوندي کړئ.

تاسو کولای شئ د خپلې کاغذي طرحې ډیجیټل کولو لپاره وړیا آنلاین ویسایټونو څخه ګټه واخلي.

Online Free Logo Designer/builder/maker ګوګل کې ولټوئ. د دوي ټولو څخه دوه یا درې یې غوره کړئ ترڅو خپله لوگو په وړیا ډول ډیزاین کړئ، که نه نو له یو ډیزاینر څخه غوښتنه وکړئ چې د لوگو جوړولو لپاره بشپړ مالومات او لارښود درکړي.

• د ودې مواد ډیزاین کړی

د لوگو، شعار، متن، رنگ او سمبولونو بشپړولو وروسته، د دې وخت دی چې د ډیزاین (ترتیب) باندې کار وکړئ. یو ښه جریان پیدا کړئ او د ودې توکي یا د ټولنیزو رسنیو ډیزاین د هغې مطابق وکړئ. لاندې خورا مهم چیلونه دي چې په وسیله یې کولای شئ خپل سوداگریز نوم تر نورو ورسوئ:

۱. ویب پاڼه
۲. د ټولنیزو رسنیو پاڼې
۳. بینرونه
۴. بروشرې
۵. سوداگریز کارتونه
۶. آبدې کارتونه
۷. کڅوړې
۸. لیکپوښتونه
۹. لیکونه
۱۰. د برېښنالیک لاسلیک
۱۱. او نور...

د پیل کوونکو مدیرانو لپاره هېڅکله وختي ندی چې د برانډ کولو لپاره یوه ځانګړې سټراتیژي رامنځته کړي. د بازار څیړنې او د رقابتي تحلیل په جریان کې راټول شوي مالومات به تاسو سره مرسته وکړي چې د سوداګرۍ په هره برخه کې پرېکړه وکړئ. په بازار کې د خپل شرکت د موقف په اړه درک کول به یو غوره مسیر درکړي ترڅو ویې څارئ.

همدارنگه، د مختلفو برانډینګ وسیلو کارول کولی شي تاسو سره د یو عالي برانډ په رامنځته کولو کې مرسته وکړي خو ستاسو شرکت د سیالانو ترمنځ توپیر وکړي. یعنې د نوي پیلیدونکي نوم، ویب پاڼه، ویډیو، انځور، غږ او د بازار موندنې ارتباطي چیلن به مثبت اغیز ولري.

۴. د محصول یا خدماتو نمونې رامنځته کړئ

د برانډ او لوگو بشپړولو وروسته، د برانډینګ ستراتیژي په اساس د محصول یا خدماتو د بسته کولو وخت دی. په یاد ولرئ، د محصول یا خدماتو د پراختیا پروسې مختلفې دي، مګر ځینې عادي او اړین ګامونه شتون لري چې د دې ټولو مختلفو پروسو څخه یوه یې بازار ته وړاندې کړئ. ممکن دا یو بشپړ نوی خدمت یا محصول وي، یو زوړ محصول یا خدمت ته وده ورکول وي او یا نوي بازار ته د موجوده محصول یا خدمت راوړل وي.

په ټوله کې د یو محصول د نمونې په رامنځته کولو کې لاندې اصلي پروسیجرونه شامل دي:

۱. د مفهوم پراختیا او ازموینه

۲. نمونه جوړونه

۳. منبع جوړونه

۴. نرخ ایښودنه

۵. محصول یا خدمت د اعلاناتو له لارې سوداګریز کول

دا چې د محصول یا خدمت د پراختیا پروسه په چټکۍ سره پیچلې کېدلې شي، نو باید د نمونې د جوړولو پیل لپاره لږ وخت د پلان جوړولو لپاره

پرېږدئ. همدا چې تولید کوونکو ته نږدې شوی یا د خدماتو او محصول د پیل کولو لپاره د موادو په لټه کې شوی، د برانډ سټراتیژي مو تشرېح کړئ. د هغې وروسته بڼه بندې مو د برانډ سټراتیژي پر اساس مخه یوسي.

د برانډ پیلولو لپاره ترټولو ښه مرحله ستاسو د محصول په لاس جوړه شوې طرحه ده. دا طرحه باید د امکان تر حده د تفصیل څخه ډکه وي او مختلفې ځانګړتیاوې، دندې یا عناصر پکې شامل اوسي. کڅوړې (بسته بندي)، لیبلونه، مالومات او په ټوله کې ستاسو د موادو کیفیت باید مخکې له دې چې د منبع جوړونې او نرخ ایښودنې مرحلې ته ولاړ شي، ډېر پام ورته وشي.

لاندې ځینې اړین اړخونه دي چې د محصول یا خدماتو د ډیزاین او پراختیا پرمهال یې باید په نظر کې ونیسی:

۱. د محصول یا خدماتو تولید
۲. لیبل کول او د لوگو موقعیت
۳. ګټور مالومات لکه، څنګه کارول کېږي، د ختمېدو نېټه، خبرداری او نور.

۴. د خدماتو په صنعت کې خپلې کڅوړې او مواد مو نهایی کړئ او خپل سافټویر د هغه فعالیتونو او خدماتو سره چې تاسو یې پیروونکو ته وړاندې کوئ، ډیزاین کړئ. دا ټول فعالیتونه د نمونې سره نهایی کړئ. د ودې په جریان کې د نمونې جوړونې موخه داده چې بشپړ محصول یا خدمت رامنځته کړئ ترڅو د بازار موندنې، پرانیست غوندې یا ډله ییز تولید لپاره یې د نمونې په توګه وکاروئ.

۵. د فیس جوړښت، نرخ ایښودنه یا لگښت

• د نرخ ایښودلو او لگښت د محاسبې اهمیت

همدا چې مو د نمونې تولید بشپړ کړ، ورپسې د پلورونکو، فعالیتونو، محصولاتو، تولید، کرایه، گدام، ترانسپورت، مالیاتو، معاشونو او نورو دولتي یا غیر دولتي لگښتونو د محاسبې وخت دی. د ذکر شویو لگښتونو د محاسبې وروسته تاسو کولی شئ دا چې د یو بشپړ تولید لپاره څومره لگښت راځي یو روښانه انځور ولرئ.

د نرخ ټاکل یوه مهمه سوداگریزه پریکړه هم ده، ځکه ستاسو د نرخ ټاکل د ټولو لگښتونو او گټو ښکاره انعکاس کوي. قیمت مو دا څرگندوي چې څنګه به خپل محصولات وپلورئ او ګټه به ترلاسه کړئ په داسې حال کې چې خپلو پیروونکو ته د برانډ یا شرکت ارزښت هم په ډاګه کوي. له یوې خوا، تاسو ممکن پریکړه وکړئ چې د خپلو محصولاتو بیه راټیټه کړئ ترڅو د دې محصول څخه ډېرڅه وپلورئ، له بلې خوا، تاسو کولای شئ د خپل محصول لپاره بیه ډېره کړئ ترڅو د خپلې ګټې هدف ته ورسېږئ.

غوره نرخ په بازار کې ستاسو د سوداګرۍ پایښت تضمینوي. په بازار کې به ونډه ډېر ژر له لاسه ورکړئ که چېرته مو محصولات خورا لوړ وي. که چېرته ډېره کمه ګټه ترلاسه کړئ، نو په ناوان کې به مو محصولات پلورئ. په دې ډول حالاتو کې د سوداګرۍ وده به ډېره ستونزمنه وي. دا باید تل په یاد ولرئ چې سوداګري د ګټې ترلاسه کولو او د ستونزو حل کولو مانا لري.

نرخ ټاکل ډېره ستونزمنه او پیچلی وي، ځکه چې تل په بازار کې د

عرضې توازن ته پکې اړتیا وي. ستاسو د محصول یا خدماتو عرضه او تقاضا څومره ده؟

دا اړینه ده چې د خلکو د مالي حالت پر بنسټ نرخ وټاکي. ځينې وختونه د لوړ کیفیت محصولات د قیمت له امله په الماریو کې پاتې کېږي. که چېرته د خلکو لپاره لږ اختیارونه شتون ولري چې ستاسو محصول یا خدمت په بل ځای کې واخلي، نو ستاسو عرضه کمه ده او ستاسو د محصول اړتیا به لوړه وي. که چېرته د انتخاب کولو لپاره ډېری ورته محصولات شتون ولري، عرضه ډېره ده او ستاسو د محصول غوښتنه ممکن کمه وي.

د لگښت پر بنسټ د نرخ ټاکل

لگښت = واحد لگښت + په لگښت باندې د بېرته گټلو سکه
واحد لگښت = بدلیدونکي لگښت + ثابت لگښت
د خرڅلاو لگښت = د محصول ټول لگښت + گټه

د نرخ ایښودلو ستراتیژي

د نرخ ایښودنې ستراتیژي د نرخ تنظیم کولو طریقه ده ترڅو ستاسو محصول د پیرودونکو په نظر کې د سیالي په توګه رامنځته شي. لاندې ځینې لارې دي چې شرکتونه یې د خپلو نرخونو د ستراتیژي رامنځته کولو لپاره کاروي:

(A) د لگښتونو پوښلو نرخ

دا د محصول د نرخ یا قیمت ټاکلو ترټولو ساده تخنیک دی. په دې

تخنیک کې ټول لگښتونه د گټې په توګه د گټې سره جمع کېږي ترڅو د محصول لپاره نرخ وټاکل شي. همدارنګه، ټول اضافه لگښتونه او د گټې لپاره لږ څه اضافه کېږي. نوموړی تخنیک په ټوله نړۍ کې په پراخه توګه کارول کېږي، ځکه چې د نرخ ایښودلو په ستراتیژي کې دا ترټولو ساده لاره ده. په دې ستراتیژي کې تاسو د خپل محصول یا خدمت نرخ داسې ټاکئ چې ټول لگښتونه مو وپوښي او د گټې لپاره مناسب څه پرېږدي. سوداګري به تل په دې لاره پیسې گټي، مګر پیږودونکي ستاسو د لگښتونو پروا نه کوي؛ دوی یوازې د هغه څه په اړه فکر کوي چې د اخستلو توان یې لري.

سپارښتنه: د لنډ مهال لپاره دا ستراتیژي ښه ده، خو د ودې لپاره اړتیا لري چې بیا پرې غور وکړئ.

(B) بازار سره د جوړیدو نرخ

کله چې شرکتونه بازار پرېږدي څو خپله خپل نرخونه وټاکي. دوی ګوري چې د نورو محصولاتو لپاره کوم لگښتونه راځي، بیا د دې لگښتونو پراساس د راتلونکو محصولاتو لپاره نرخ ټاکي. په ډېرو حالاتو کې، په دې لاره تلل شرکتونه د سوداګرۍ څخه نه خلاصوي، مګر یوه ستونزه شتون لري: سوداګري په بازارونو هېڅ نه پلوري، بلکې په پیږودونکو یې پلوري او کله چې پیږودونکي د انتخابونو سره مخ شي، بیا نو په مختلف ډول چلند کوي. دوی ډېری وختونه، که څه هم ارزانه توکي شتون لري، خو د ګرانۍ محصول اخيستلو سره موږ حیرانوي.

د ایپل ایفون موبایل په اړه فکر وکړئ. ډاډمن پیږودونکي چمتو دي چې

د موبایل اخستلو لپاره په بازار کې د اوسط نرخ څخه ډېرې پیسې ورکړي. په پای کې، د بازار پر بنسټ نرخ د پلور لپاره نرخ ټیټوي چې د گټې اخيستنې غوره لاره نده.

(C) د یوې معاملي بندولو لپاره نرخ

کله چې شرکتونه داسې نرخ ټاکی چې د زیاتو محصولاتو د خرڅلاو لامل کیږي، پیروودونکو ته د اخيستلو ځواک ورکوي. ښایې دا یوه ښه ستراتیژي ښکاري، مگر کولی شي ستاسو لپاره ستونزې پيدا کړي. دا پیروودونکو ته یو ډول سیګنال لري چې ستاسو نرخونه انعطاف منونکي دي او پیروودونکي هڅوي چې حتی د دې څخه هم د ټیټ نرخ په اړه خبرې وکړي. د وخت په تېریدلو سره د اخيستو ترمخه د یوې معاملي تمه کوي.

(D) په بازار کې د ونډې ترلاسه کولو نرخ

کله چې شرکتونه ټیټ نرخونه ټاکی، د دې لپاره چې دوی غواړي د پلور وده زیاته کړي. د دې طریقې مفکوره داسې ده چې شرکت ډېر پیروودونکي جذب کوي او په لوړه سطحه محصولات تولید کوي حتی که د هریو پلور څخه کمه گټه هم وکړي.

په دې طریقه کې نرخ ټیټ ټاکل کیږي، ځکه چې شرکت غواړي د خپل سیال څخه ډېر تولیدات وپلوري. هغه شرکتونه چې د دې ستراتیژي څخه استفاده کوي غواړي په هر پلور کې کمې پیسې لاسته راوړي، ځکه چې دوی په تولید ډول د ډېرو محصولاتو د تولید شرط لري.

نوموړې طریقه خورا ښه ښکاري، ځکه څومره چې تاسو ډېر پلور ولری، په هماغه کچه به ډېرې پیسې لاسته راوړئ، مگر ستاسو سیالان هم

کولای شي د نرخ په راټیټولو سره تاسو ته په تیزی ځواب درکړي. دا طریقه په یو ډول د نرخ په جنگ بدلیري. په پایله کې هر شرکت په مکرر ډول د نرخ په ټیټولو سره هڅه کوي پیروونکي خپل ځان ته جذب کړي. د نرخ دا ستراتیژي به په ډېر احتمال سره په بازار کې د شرکتونو گټې راکمې کړي.

(E) د ارزښت پر بنسټ نرخ

دلته، شرکتونه خپلو پیروونکو ته د دوی د ارزښت له مخې نرخ ټاکي. د پورته څلورو انتخابونو د بیا کتنې وروسته ډېری سوداګر دې پایلې ته رسېدلي چې د ارزښت پر بنسټ نرخ ایښودنه د نرخ ایښودنې لپاره ښه لاره ده.

په دې طریقه کې شرکت د پیروونکي په پېژندلو سره پیل کوي او بیا سم محصول ورپېژني ترڅو د پیروونکي اړتیاوې پوره کړي. د دې وروسته د محصول یا خدمت د پیسو ورکولو لپاره د پیروونکي لېوالتیا ګوري. د لېوالتیا د لیدلو وروسته د محصول ارزښت سره سم پیروونکي ته نرخ ټاکي. د نرخونو پورته اولنې څلور ستراتیژیانې د نرخونو ټاکلو لپاره مناسبې لارې دي او ډېری شرکتونه څلور واړه لارې په یو وخت کې کاروي. د پورته څلورو واړو څخه هر یو یې کولای شي خپلې منفې پایلې هم ولري، د همدې لپاره د ارزښت پر بنسټ نرخ ایښودنه ترټولو غوره لاره کېدلی شي.

• د پلور نرخ څه شی دی؟

د پلور نرخ هغه مقدار دی چې پیروونکي یې د محصول یا خدمت د پیرلو لپاره ورکوي. د پلور نرخ د عاید تولید لپاره اړین دی چې یو سوداگر غواړي د گټې ټاکل شوي حد ته ورسېږي. سربېره پر دې، سوداګري او سازمانونه په عمومي ډول مختلف فکتورونه ارزوي کله چې د منصفانه پلور د نرخ محاسبه کوي او ممکن ځینې پوښتنې وکړي، د بېلګې په توګه:

✓ پیروونکي کوم نرخ ورکولو ته لېوالتیا لري؟

✓ د پلور او عاید اهدافو حمایت لپاره د منلو وړ نرخ څومره دی؟

✓ په بازار کې د سیالي کولو لپاره مناسب نرخ څومره دی؟

سوداګري او سازمانونه د بازار او د پلور د نرخونو محاسبه کولو لپاره دا میتود کاروي. د اوسط پلور نرخ محاسبه کولو لپاره یو ساده فورمول هم شتون لري، کوم چې ستاسو د محصولات یا خدماتو لپاره خورا مناسب نرخ جوړوي.

د خرڅلاو نرخ = لګښت + د خوښې ګټه

په دې فورمول کې عاید د خرڅلاو نرخ دی، لګښت د پلورل شویو توکو د لګښت استازیتوب کوي او د خوښې ګټه هغه عاید دی چې تاسو یې د ګټلو تمه لرئ. د دې فورمول پایله به تاسو سره مرسته وکړي چې د خپل محصول یا خدمت د نرخ اېښودلو څرنگوالي په اړه نظر ترلاسه کړئ. همدارنګه کولای شئ دا فورمول د نورو فکتورونو لپاره هم وکاروئ، لکه د رقابتي نرخونو لپاره چې د محصول یا خدمت د پلور خورا حساس نرخ ټاکي.

• د خپل محصول یا خدمت لپاره څنګه نرخ وټاکو؟

لکه څنګه چې مخکې تشریح شو، د سوداګرۍ مالکین د نرخونو ټاکلو لپاره مختلف میتودونه کاروي. لاندې یې تر ټولو عام او مهم میتودونه دي:

← د هر محصول لګښت ومومي

لومړی او تر ټولو مهم، تاسو باید خپل محصول او خدمت ته مربوط په ټولو لګښتونو وپوهیږئ. تاسو د هر محصول یا خدمت د نرخ محاسبه کوئ. د تولید لګښتونه، بسته بندي، معاشونه، ترانسپورت یا لېږد، د ودې مواد او نور اړوند لګښتونه د هر محصول یا خدمت لګښت ټاکي. د غوره نرخ ایښودلو لپاره، اټکل وکړئ چې د محصول یا خدمت پلورلو لپاره څومره لګښت راځي. د بېلګې په توګه، یو کوچنی کاروبار په لاس جوړ شوي یخن قاق پلوري او د سیمه ییزې عمده فروشی څخه یې اخلي. که چېرته دا کوچنی شرکت د خپل پلورنځي لپاره ۱۰۰ دانې یخن قاق واخلي او د ټولو لپاره ۱۵۰۰ ډالر ورکړي، نو د هر یو یخن قاق لګښت ۱۵ ډالره دی.

← د خپلې خوښې د ګټې نرخ وراضافه کړئ

کله چې مو د پلورل شوي محصول لپاره د خپلو لګښتونو مجموعه ترلاسه کړه، د دې وخت دی چې دې نرخ ته خپله ګټه وراضافه کړئ. په دې کې اړینه ده چې لاندې دوه شیان په یاد ولرئ:

۱. باید ټول بازار په نظر کې ونیسئ او ځان ډاډمن کړئ چې ستاسو نرخ لا هم د بازار په "د منلو وړ" قیمت کې راځي.

۲. تاسو خپل ثابت نرخونه ندي شامل کړي، نو په همدې خاطر بايد د بدليدونکو نرخونو هاخوا نرخونه هم وپوښئ.

تېر مثال ته په کتو سره، وروسته له دې چې ستاسو محاسب د توکو د پلور لگښتونه محاسبه کړي، دوی بايد د گټې يو حد وټاکي چې ټول لگښتونه هم وپوښي او يو دوامداره عايد برابر کړي. په دې صورت کې، محاسب د ۳۵ سلنې گټه کنټرول کوي. دا عدد د هر يو پخن قاق د ۱۵ ډالرو لگښتونو سلنه ده، نو محاسب (15×0.35) ضرب کوي خو د سوداګرۍ پلورل شوي هر يو پخن قاق کې ۵.۲۵ ډالره مطلوبه گټه ترلاسه کړي.

← دا اعداد په فورمول کې اضافه کړئ

د پلورلو نرخ موندلو لپاره سيستم ته د لگښت عدد او د گټې عدد واچوئ. په تېرو اعدادو کې د پلور نرخ په لاندې ډول محاسبه کړئ:

$$15\$ + 5.25\$ = 20.25\$ = (\text{گټه}) + (\text{لگښت})$$

دا ډول سوداګري ښيي چې د هر يو پخن قاق لپاره ۲۰.۲۵ ډالر د پلور نرخ د دوی د محصولاتو لپاره مناسب دی. دا نرخ د راتلونکې پلور لپاره د محصول پيرلو لگښتونه پوښي او سوداګرۍ ته دوامداره گټه چمتو کوي.

← نتيجه تشریح او تطبيق کړئ

کله چې تاسو د ذکر شوي فورمول په کارولو سره خپل د پلور نرخ ترلاسه کوئ، کولی شئ دا نرخ د خپل ايډيال نرخ ارزولو لپاره وکاروئ. کوچنی سوداګري کولی شي وګوري چې د دوی ۲۰.۲۵ ډالرو پلور په بازار کې

د نورو سره سیالي کولی شي که نه. همدارنګه سوداګري کولی شي د بازار ارزونې په اساس د خپل نرخ ټکی لوړ یا کم کړي.

۶. د سوداګري پرانیسته

مبارک! مبارک! مبارک!

تاسو د سختې مرحلې په اخيري ګام کې یاست. د سوداګري ثبت کولو، برانډ کولو، د محصول پراختیا، نمونې، نرخ او لګښت وروسته، اوس هغه وخت دی چې بازار ته په ډاډه توګه ننوځئ. خپله سوداګري مو د خلکو، رسنیو، حکومت، خصوصي سکتور او احتمالي پیرودونکو سره په یوه لویه افتتاح کې شریکه کړئ. د سوداګریز فعالیتونو پرانیستلو مراسم د سوداګري په اړه مالوماتي ټوټو او تفریحي ترکیب سره ستاسو محصولاتو او خدماتو ته پاملرنه راجلبوي.

خبرتیا: د پرانیستلو مراسم لومړی تاثیر دی چې تاسو یې کوئ، نو جدي یې ونیسئ او ځان ورته ښه چمتو کړئ. بازار ته په ټینګ او نوښتګره توګه ننوځئ. خلک تر اغېز لاندې راولئ. پیرودونکي راجلب کړئ، په خپلو سیالانو باندې پوره تاثیر ولرئ او په پیاوړتیا سره پیل وکړئ.

د یوې غوره پرانیستې ترسره کولو لپاره، زه د لاندې درې اړینو ګامونو وړاندیز کوم:

۱. د پرانیستې څخه مخکې (د چمتووالي مرحله)

۲. د پرانیستې جریان (د عمل مرحله)

۳. د پرانیستې وروسته (راپور ورکول او د رسنی څارنه)

یادونه: که تاسو یو ټیم، سرچینې، وخت او تجربه لرئ، د پرانیستې غونډه

په خپله ترسره کړې؛ که نه، زه په ټينګه وړاندیز کوم چې د غونډې جوړېدو يو شرکت وگمارئ ترڅو افتتاح غونډه مو ډيزاين کړي، مشوره او د عمل کولو پلان درکړي.

■ د غونډې مدیریت چیک لیست او د عمل پلان

د غونډې نوم.....

نېټه.....

وخت.....

موقعیت.....

چیک لیست

د غونډې کمیټه د پلان جوړونې او مدیریت دندې	مسؤل کس	پای ته رسېدلو ساعتونه	نېټه
د غونډې څخه مخکې			
د غونډې موخه او مفهوم			
د غونډې موضوع			
نېټه/وخت/موقعیت			
د گډون کوونکو لیست جوړ کړئ			
مېلمنو ته یوه کوچنۍ اجنډا جوړه او واستوئ			
بلنې ولېږئ			
د ودې مواد ډیزاين او پرېنت کړئ			
د غونډې څارلو لپاره یوه کمیټه وټاکئ			

همدا اوس خپل کاروبار پیل کړئ / ۱۱۷

			برېښنا، د برېښنا ساکتونه د اوبو رسونې سېسټم او آیرکنډېشنر چېک کړئ
			غوره مشران او ویناکوونکي راوبلل
			بڼه جوړه کړئ
			بودیجه وټاکئ او د هغې په اساس پلان جوړه کړئ
			د ټولنیزو رسنیو کمپاین
			د غیر سېسټم
			د خواله رسنیو تولید
			د رسنیو خبرتیا او مطبوعاتې اعلامیه
			ټرانسپورت
			د لیکلو توکي
			د اړتیا په صورت کې زیارونکي وگمارئ
			میزونه، څوکۍ، څراغونه، سنج او د کتافانو بکسونه کرایه کړئ
			امنیت، خوندي والي، عاجل حالت او طبي کارونو ته چمتو اوسن
			هوا
			د تمویل سرچینې پېژندل

خپله امپراتوري جوړه کړئ/۱۱۸

			رسنډ ته بلنه ورکړئ

د غونډې په جريان کې

			د غونډې ډيکوريشن او مدیریت
			خواړه دوه ځلې چپک کړئ
			کمره او خراغونه
			سټيج، غږيز سېسټم او مایک
			رسنۍ تازه وساتئ
			اصلي او ولاړه بينرونه
			د څوکۍ پوښونه
			د VIP څخه هرکلی
			د مهال ویش سره سم د برنامې تنظيم
			د محصول يا خدماتو ننداره
			له خبريالانو سره مرکه او مطبوعاتې اعلاميه وکړئ
			د خپل شرکت پرانيستل

			د ډله ییز انځورونو اخیستل
--	--	--	------------------------------

د غونډې وروسته

			د غونډې څارلو لپاره د رسنيو څارل
			د ویدېوگانو او انځورونو اېډېټ کول
			کوچنې او لوی رېپورټونه لیکل
			په غونډه کې ونډه اخستونکو او مشرانو ته د متنې اېمیل لیږل
			د سوداګریز فعالیتونو په اړه رسنيو او مرکو کې ګډون
			د ویدېوگانو، انځورونو او رېپورټونو خپرول
			د ځینو انځورونو ساتل او د رانتلونکو اعلاناتو لپاره کارول
			د نظر غوښتنه وکړئ

د غونډې مخکې (د چمتو والي مرحله) *

د پرانیست غونډې پلان کول آسانه کار ندی، بلکې تفصیلي چمتووالي،

تمرکز، وقف او عزم ته اړتیا لري. د سوداګرۍ افتتاح کول یوه ټولنیزه غونډه ده چې ټولنه یوې نوې سوداګرۍ ته معرفي کوي. په دې کې ملمستیا، د خوراک او څښاک په واسطه د ستریا لري کول او ځانګړې قیمتونه هم شامل کېدی شي. سربېره پر دې، په لویې پرانیست غونډو کې ځینې رستورانټونه د ځانګړې تخنیک څخه ګټه اخلي. په دې تخنیک کې دوی ځینې مهم مېلمانه رابولي ترڅو د خلکو په مخ کې د دوی خواره وازمويي. لویې افتتاح غونډې د نوي پیروونکو جلبولو کې مرسته کوي، د رسنیو پام ځانته رااړوي او د نږدې سوداګرۍ په وړاندې ښه نیت رامنځته کوي. په دې مرحله کې تاسو اړتیا لرئ چې په لاندې ډول ځان چمتو کړئ:

۱. د غونډې جوړښت ډیزاین کړئ

د غونډې ډیزاین او جوړښت ډېر اړین دی. تاسو باید د خپلې غونډې نقشه وباسئ او طرحه یې جوړه کړئ. باید پوه شئ چې کوم ډول غونډه غواړئ پلان کړئ. کوم ډول چاپیریال ته اړتیا لرئ؟ څوک باید ګډون وکړي؟ او دې ته ورته نورې ډېرې پوښتنې به تاسو سره مرسته وکړي چې د پام وړ غونډه جوړه کړئ.

۲. نېټه په پام سره غوره کړئ

د نېټې غوره کول یو له خورا مهمو پریکړو څخه ده، ځکه چې تاسو د یوې بریالۍ غونډې د کولو لپاره پلان لرئ نو باید په دقیقه توګه انتخاب وکړئ. مخکې له دې چې خپله پریکړه وکړئ، لاندې موضوعات په پام کې ونیسئ:

▪ د چمتو کولو وخت.

د بريالۍ پرانيستې ترسره کول اسانه ندي. د دې چمتو کول ډېر وخت نيسي. ممکن درې يا څلور مياشتې وخت ونيسي.

▪ اړينې رخصتۍ

په رخصتۍ کې د پرانيستې څخه ډډه وکړئ. ډېری مشهور شخصيتونه، چارواکي او سوداگر ممکن بوخت وي.

▪ سه شنبې، چهار شنبې او پنجشنبې.

د ټولنې مشرانو او سوداگرو د راتگ لپاره ترټولو ښه ورځې دي. دوشنبې معمولاً د خلکو لپاره ډېرې بوختې ورځې دي چې کار پکې پرېږدي. د جمعې په ورځو ډېری خلک د اونۍ د پيلولو لپاره ښار پرېږدي. په ځانگړې توگه په دوبي (اوړې) کې.

۳. د پرانيستې ځای ونيسي

که تاسو خپله ودانۍ يا د غونډې ځای لرئ، غونډه د خپل دفتر په چاپېريال کې ترسره کړئ. که نه، د خپلې لويې پرانيستې لپاره ښه موقیعت غوره کړئ. ځينې شرکتونه په هوټل، رستورانټ، پارک يا بل مناسب ځای کې د پرانيستې مراسمو کوربه توب کوي چې کافي ځای او آسانتياوې ولري. زه د مختلفو افتتاحي مراسمو ترسره کولو تجربه لرم. که تاسو د توليد شرکت لرئ، پرانيسته په خپله فابريکه يا دفتر کې ترسره کړئ.

په ټوله کې د ځای غوره کول ستاسو د شرکت موقعیت، ځای، بودیجه او خدماتو پورې اړه لري. په دې ورستیو کې ځینې پیل کوونکو آنلاین افتتاحي مراسمو ته ترجیح ورکوي چې د لگښت او وخت موثریت ښيي.

۴. موضوع یا عنوان مشخص کړئ

هره غونډه باید یوه موضوع یا عنوان ولري. د خپل لرلید او ماموریت سره سم یو عنوان یا موضوع غوره کړئ.

۵. ویناوال په نظر کې ونیسئ

د کلیدي ویناوالو، صنعت مشرانو، نامتو شخصیتونو، د رسنیو اشخاصو او د ماڼیو خلکو بلنه به ستاسو غونډې ته نور ارزښت ورکړي. دا خلک کولای شي رسنۍ راجلب کړي او ستاسو سوداګرۍ ته وده ورکړي. هڅه وکړئ همداسې خلک ومومئ ترڅو نومونه یې په خپله اجنډا کې شامل کړئ.

۶. د غونډې د عمل پلان جوړ کړئ

دا تر ټولو مهم ګام دی. تاسو ته یو روښانه انځور درکوي چې تاسو تر اوسه څه کړي او راتلونکي ګام باید څه وي.

۷. رسنیز پیغامونه ولیکئ

لنډ پیغامونه او کوچني بیرونه جوړ کړئ، لکه "ډېر ژر...". دا پیغامونه

د خپل برانډینگ لارښود سره سم ډیزاین کړئ. په منظم ډول یې د ټولنیزو رسنیو له لارې خپاره کړئ او که ممکنه وه په ښار کې بلبورډونه ورته کرایه کړئ. خپلو احتمالي پیروونکو ته د رسیدو لپاره مختلف میتودونه وکارئ.

۸. د غونډې د ودې مواد

بازار موندنه او اړیکې د هرې بریالۍ غونډې لپاره کلیدي برخې دي. دا به د شرم خبره وي که چېرته د عالي پرانیستې لپاره ډېر وخت، هڅې او پیسې ولگول شي او د پرانیستې په ورځ د خلکو کمښت سره مخ شئ. د دې سناریو د مخنیوي لپاره، د پرانیستې لپاره بلنې یوه میاشت مخکې ولیږئ. تاسو کولای شئ په دودیزه لاره خلکو ته بلنې ولیږئ، مګر که د آنلاین بلیک څخه استفاده وکړئ لا به بهتره وي. د آنلاین بلنو لیرل آسانه او ارزانه تمامیږي.

۹. د غونډې اجندا رامنځته کړئ

په ویناوالو، د غونډې په فعالیتونو، مشهور شخصیتونو، رسنیز تولید او نورو باندې کار وکړئ ترڅو ستاسو برانډ ته وده ورکړي. ځان ډاډه کړئ چې ټیم مو ستاسو د پلان، خپلو رولونو او مسوولیتونو په اړه پوه دی.

۱۰. کارکوونکي

دا مهمه ده چې ستاسو کارکوونکي یا رضاکاران باید په غونډه کې څنګه راڅرګند شي. دوی ټول باید درېشي، د شرکت شرتونه، خولې که

کلتوري جامي واغوندي؟

ټيم مو د شرکت استاريتوب کوي؛ په غونډه کې د دوی بڼه بايد په نظر کې ونيسي.

۱۱. د گډون کوونکو لیست منظم کړئ

گډونوال مو د غونډې ارزښت تضمینوي. احتمالي او مشهور صنعتکاران، پیرودونکي، شریکان، او پانگوال راوبلی. په یاد مو وي چې د سوداګرۍ خونې، د پیل ټولنې، سوداګریزې اتحادیې، د ټولنې مشران، ټولنیز فعالان او رهبرانو ته هم بلنه وکړئ.

۱۲. د رسنیو لیست

که تاسو د رسنیو سره اړیکې لرئ، دا به ګټوره وي چې بلنه ورکړئ؛ که نه، هغوی ته د بلنې لپاره داسې څوک غوره کړئ چې پراخې او ټینګې اړیکې ورسره لري. هڅه وکړئ ټول چاپي، ډیجیټل او ډولنیزو رسنیو خبریالانو ته بلنه ورکړئ.

۱۳. مطبوعاتي اعلامیه

مطبوعاتي اعلامیه لیکل تمرین کولو ته اړتیا لري. که تجربه نه لرئ، د یو ماهر څخه وغواړئ چې اعلامیه مو وڅیړي. په خپلو لاسته راوړنو او سوداګرۍ مو تمرکز وکړئ. د خپلې سوداګرۍ په نوښتونو او راتلونکو پلانونو باندې تمرکز وکړئ. خبریالان هغه ستونزو ته ګوري چې ستاسو سوداګرۍ یې حل کوي. څومره پانګه اچونه مو کړي ده؟

آیا کوم بهرني پانگوال هم خان سره لرئ؟
چېرته به مو سوداگري پرمخ یوسئ؟
څومره خلک به تاسو سره کار کول پیل کړي؟
ټولو پوښتنو ته ځوابونه ورکړئ. په اخیره کې خپل د اړیکو مالومات مه
هېرئ.

یادونه: مطبوعاتې اعلامیه د پرانیستې د مخه ولیکنئ. د پرانیستې په جریان
یا د پرانیستې وروسته یې وویشتئ.

۱۴. رسنیو ته خبرتیا

پرانیستې ته د رسنیو بلنه یو بل میتود لري. لومړی د رسنیو خبرتیا ولیکنئ
او ټولو ملي / نړیوالو رسنیو ته یې دېرېشنالیک له لارې ولېږدوئ. د
خبريالانو په گروپونو (فیسبوک یا واتساپ) کې یې پوست کړئ. د
پرانیستې یوه ورځ مخکې دوی ته زنگ ووهئ او پرانیستې ته د راتلونکو
مشهورو شخصیتونو په باره کې تازه مالومات ورکړئ.

۱۵. د پرانیستې ځای مجلل کړئ

تاسو او ټیم مو باید څو ورځې دمخه د پرانیستې ځای څخه لیدنه وکړئ
او خپلو کارمندانو یا رضاکارانو ته دندې او مسوولیتونه وټاکئ. ځایونه،
څوکی، میزونه تنظیم کړئ، بیرونه په خپل ځای کې کېږدئ او
پراجیکټرونه هم تنظیم کړئ. هڅه وکړئ د خپلو تولیداتو یا خدماتو لپاره
دوه یا ډېر میزونه ولرئ او خپلې نمونې پرې خلکو ته ښکاره کړئ. په
ټوله کې چمتو اوسئ او د خپل برانډ سره سم د ځای سینگار وکړئ.

• د پرانیسې په جریان کې (د عمل مرحله)

د پرانیستې چمتو کولو وروسته د عمل کولو وخت دی. په یاد لرئ چې په مخ مو باید مسکا خبره وي، خپلې ښه جامې واغوندئ او عطر وکاروئ. د دې سربېره د خلکو تود هرکلی وکړئ. ځینې خلک ستاسو د سوداګرۍ لیدلو لپاره راځي، ځینې تاسو سره د خبرو کولو لپاره او نور ستاسو د ټیم او شرکت ارزولو لپاره راځي. د خپل ښه چمتوالي د میوو څخه خوند واخلي. نن ستاسو ورځ ده.

کله چې لویې پرانیست غونډې کوئ، داسې یې منظمې کړئ چې د پیروونکو مو تل په یاد وي. د بېلګې په توګه، د انعامونو سره د ګیمونو کول ستاسو د نوي پیروونکو په برخه کې مرسته کوي او ستاسو د سوداګرۍ لپاره یوازې د خولې په واسطه مثبت تاثیر رامنځته کوي.

په یاد ولرئ:

۱. خان ډاډمن کړئ چې د سینګار، سټیج او نور چمتوالي په شمول هرڅه سم دي
۲. د خپلو مېلمنو، نامتو شخصیتونو او شریکانو څارنه کوئ.
۳. خان ډاډمن کړئ چې څوک راځي او د خپلو ځانګړو یا VIP مېلمنو لپاره څوکۍ خوندي کړئ.
۴. د پرانیستې لپاره یو ځواکمن انونسر یا تنظیم کوونکی غوره کړئ او خان ډاډمن کړئ چې هغه اوس حاضر دی که نه.
۵. د پرانیستې مهال ویش او د عمل پلان دوه ځلې چیک کړئ.
۶. وګورئ چې ګډون کوونکي ځای ډکوي که نه.
۷. د رسنیو ټیم مو چیک کړئ. ډاډ ترلاسه کړئ چې د انځورونو او

ویدیوگانو کمرې چمتو دي که نه.

۸. یو نفز ته دنده وسپارئ چې د پرانیستې رېپورټ ولیکي، د ټولنیزو رسنیو صفحې مو آپډیټ یا تازه کړي او د پرانیست غونډې څخه ژوندي نشرات وکړي.

۹. وگورئ چې آیا خواړه او څښاک چمتو دي.

۱۰. د رین (د پرانیستو تار) پرې کولو لپاره کسان وټاکئ.

۱۱. د ټولو مېلمنو ښه راغلاست لپاره وخت پیدا کړئ او مناسبو څوکیو ته یې د تللو لارښوونه وکړئ.

یادونه: مېلمانه تل په وخت نه راځي. که چېرته ډېر گډونوال نه وو رارسېدلي، غونډه مو څو دقیقې وروسته پیل کړئ.

څنگه چې ټول گډونوال راښکاره شول او هرڅه د پلان سره سم پرمخ تلل، له ترتیب کوونکي څخه وغواړئ چې اعلان وکړي او د ټولو څخه غوښتنه وکړي ترڅو په خپلو ټاکل شوو ځایونو کې کیني. وروسته لاندې اجنډا وڅارئ:

۱. که اړتیا وي ملي سرود وغږوئ (که نړیوال مېلمانه شتون ولري، دا برخه پرېږدئ).

۲. د سوداګرۍ مشر لخوا معرفت او د ښه راغلاست پیغام

۳. د ټولو مشهورو مېلمنو تعارف

۴. ستاسو د ټیم لخوا پرېزنتیشن او تخنیکي مالومات

۵. مهم مېلمانه

۶. په رسمي ډول د سوداګرۍ پرانیستلو لپاره د رین (تار) پرې کول یا د بلې مناسبې طریقې کارول

۷. انفرادي بحث یا شبکه سازي

۸. مطبوعاتي اعلاميې په څوکیو یا میزونو کېږي؛ د رسنیو پوښتنو ته ځواب وړایاست او د غوښتنې سره سم د رسنیو سره انفرادي مرکې وکړي.

خپلو ګډونوالو سره د مالوماتو تبادلې او بحث ته دوام ورکړي، ځکه چې دا ستاسو د مفکورې، محصولاتو یا خدماتو ته ودې ورکولو لپاره ښه فرصت دی. ممکن ځینې مهم وړاندیزونه هم ترلاسه کړي، هېڅکله دا اړین وړاندیزونه د لاسه مه ورکوي. د دوی څخه زده کړه وکړي او که مناسبه وي په خپله سوداګرۍ کې یې پلي کړي.

مبارکه شه رئیسه!

په رسمي توګه مو خپله سوداګري پرانستله.

■ د پرانیستې وروسته

۱. د پرانیستې وروسته خپل راپور ولیکئ
- د کلیدي ویناوالو څخه اړین مالومات پکې شامل کړئ
- خپلې بریاوې او دا چې چېرته تاسو د کمې احساس کړی په ګوته کړئ
۲. ټولو ګډونوالو ته د مننې ایمیلونه واستوي
۳. د خپلې پرانیستې څخه یوه کوچنۍ ویديو د ټولنیزو رسنیو پانډې پوسټ کړې ترڅو رسنۍ او ملګرو سره دا پرانیسته شریکه کړي.
۴. د خپلو ویناوالو کلیدي پیغامونه بیرونو کې واچوي ترڅو د ټولنیزو رسنیو په پانډې او نورو تبلیغاتي موادو کې یې وکاروي.
- د پرانیسته غیرعادي مه ګڼئ. که په دې پرانیسته کې په مسلکي او متمرکز

توگه مخته ولاړ شئ، په بازار کې ستاسو د عاید ډیرولو عالي ظرفیت لري.

(دریمه مرحله)

د تمرکز کولو لپاره وخت

(لږه سخته مرحله)

“د سوداګرۍ مخته وړل”

(د سوداګرۍ رهبري، کنټرول، ساتل او اداره کول)

د سوداګرۍ پیل کولو وروسته، تاسو لږې سختې مرحلې ته ورځئ: د سوداګرۍ چلول او په هغې کې د نوښت کولو مرحله. دا مرحله خورا ننگونکې ده او لوړې ژورې لري. په حقیقت کې، د متحده آیالاتو د Bureau of Labor Statistic له مخې په امریکا کې نږدې یو له پنځو شرکتونو څخه په لومړي کال کې ناکامیږي. د هغوی په وینا، په ټول هېواد کې د ۳۲.۵ میلیونه کوچنۍ سوداګرۍ سره، که کوچنۍ وي یا لویې د شک پرته ناکامیږي. د همدې امله باید په دې مرحله کې ډیر محتاط اوسئ. د یو رئیس په توګه تاسو د خپلې سوداګرۍ کنټرول، رهبري او د بریا په ساتلو کې مسوولیت لرئ. د سوداګرۍ پر مخ وړل د سوداګرۍ زړه بلل کیږي، ځکه چې ټول هغه فعالیتونه بیانوي چې د وروستي محصول یا خدمت رامنځته کولو لپاره اړین دي. هغه شرکتونه چې په منظم ډول د خپلو محصولاتو یا خدماتو کیفیت لوړولو لپاره پرمختګ کوي، ډیری وختونه په سوداګرۍ کې پاتې کیږي. اغېزه عملیاتي

مدیریت (OM^{۱۷}) د سوداګرۍ پیسې خوندي کوي او پیرودونکي ته ډېر ثابت محصول یا خدمت وړاندې کوي. دوامداره پرمختګ، پرمختګ، تولید، ښه مؤثریت، د کیفیت ډک ماشینونه، آسانتیاوې او خلک د ارزښت اضافه کولو لپاره یوځای کار کوي. په ټولیز ډول، یو رئیس کولی شي د دې ډاډ ترلاسه کولو سره ګټه لږه کړي چې د تيم ټول غړي او څانګې د یوې ټاکلې موخې لپاره یوځای کار کوي.

د سوداګرۍ ژوندی ساتلو لپاره لاندې ځینې اړینې څانګې یا دندې دي:

۱. د مالي ریاست

۲. بشري سرچینې

۳. بازار موندنه او وده

۴. حقوقي او دولتي اړیکې

۵. د تولید پراختیا او نوښت

یادونه: مختلف سازمانونه خپل صنعت ته اړوند مختلف موقوفونه، جوړښتونه او اړتیاوې لري.

۱. د مالي څانګه

په یو شرکت کې مالي څانګه د معاشونو، تجهیزاتو، پراختیا او نورو په ګډون ټولو پروژو لپاره د مالي وړاندیزونو په جوړولو کې بنسټیز رول لري. مالي څانګه د ادارې دننه او بهر د هرډول لګښتونو ترلاسه کولو او اداره کولو مسوولیت لري. دا څانګه د کلیدي سوداګریزو ستراتیژیو د ښه

^{۱۷} د عملیاتو مدیریت د سوداګرۍ د طرز العملونو اداره ده چې د امکان ترحدده په یوه اداره کې مؤثریت رامنځته کړي او هڅه کوي چې د یوې ادارې ګټې اعظمي کړي.

کولو لپاره د مالیاتو، عایداتو، لگښتونو، معاشونو او اقتصادي تحلیلونو مسوولیت په غاړه لري. د دې سربېره دا څانګه د لاندې فعالیتونو مسوولیت هم په غاړه لري:

مالي مشورې او تحليلونه
مساوي مدیریت
د نقدو پیسو مدیریت
مالیات
د خطر مدیریت
مالي صورت حسابونه او راپور ورکول
ټول یوه برخه ده
بودجه بندي
مالیه

مالي څانګه

▪ مالي مشورې او تحليلونه

دا څانګه مالي مشورې سره د مدیریت ملاتړ، د تمویل پلان وړاندې کولو او د راتلونکو اقداماتو لپاره مسووله ده.

▪ مساوي (ریښتنی) مدیریت

مالي څانګه د سوداګریز مساواتو، شتمنی، پانګه اچونه اداره کوي او

داسې ستراتیژي رامنځته کوي چې خپله گټه اعظمي حد ته ورسوي.

■ د نقدو پیسو مدیریت

دا څانګه د ورځنۍ سوداګرۍ پرمخ وړلو لپاره اړین او پر وخت مرستې چمتو کوي او ستاسو د سوداګرۍ دننه او بهر د نقدو پیسو د جریان څارنه کوي. مالي څانګه کولی شي تاسو سره د لګښتونو تادیه کولو کې مرسته وکړي.

■ مالیات

د مالیې څانګې یوه مهمه دنده په خپل وخت د ټولو مالیاتو تادیه کول دي. ډېری پیل کوونکي ناکامیږي، ځکه چې دوی په خپل وخت مالیه نه ورکوي او د جرمي سره مخ کیږي. مالي موضوعات اړین دي او د شرکت مالي شخص د دې مهمې دندې مسوولیت لري.

■ د خطر مدیریت

دا څانګه د شرکت لپاره د خطر توجیه کولو اقدامات راپېژني، ارزوي یې او توضیح کوي یې. دا د خطر د کنټرول برنامې جوړوي چې د پانګه ونې د راتلونکي فعالیت وړاندوینه وکړي ترڅو د شرکت د زیانونو څخه مخنیوی وکړي. د بېلګې په توګه، د وړاندوینې راپورونه چمتو کوي چې د اقتصادي بحران امکانات ښیي او ممکن د صنعت په فعالیتونو باندې اغېزه وکړي.

▪ مالي صورت حسابونه او د راپور ورکول

مالي صورت حساب هغه اسناد دي چې تاسو سره د سوداګرۍ په چلولو کې مرسته کوي او د دې ترڅنګ ستاسو د سوداګرۍ اقتصادي فعاليتونو رسمي ريكارډ دی. لکه څنګه چې تاسو خپل کار، وخت او پيسې سوداګرۍ کې مصرفوئ؛ غواړئ ډاډ ترلاسه کړئ چې تاسو هغه پيسې ترلاسه کوئ چې تاسو پرې د خپلې کورنۍ ملاتړ او سوداګرۍ ته وده ورکړئ. د مالي څانګه د اقتصادي نمونو ارزونه کوي، راتلونکې پانګونه څرګندوي او د مالي صورت حسابونو تحليل کولو سره اوږدمهاله سوداګريز پلانونه رامنځته کوي. همدارنګه، سوداګرۍ په اړه د پریکړې کولو او ترکیب لپاره ترې هم ګټه اخیستل کېږي.

▪ بودیجه

بودیجه به درسره مرسته وکړي چې مالومه کړئ ستاسو سوداګري چیرته روانه ده. بودیجه به درسره د احتمالي خنډونو په پیژندلو او دا چې د بریالي کیدلو لپاره کومو سرچینو ته اړتیا لرئ په معلومولو کې هم مرسته وکړي. مالي څانګه د راتلونکي مالي کال بودیجه پلان کوي، څیړنې ترسره کوي او ځینې مالومات راتلونکي ترڅو د مالي په اړه وړاندوینه کې درسره مرسته وکړي.

▪ مالیه

د مالي څانګه د موثريت ښه کولو لپاره د وروستي عملياتي سیستم په ګټلو، نوې کولو او لوړولو کې مهم رول لوبوي.

په دې وروستيو کې چمتو شوی مالي سافټویر بازار ته وړاندې شوی. د مالي څانگه د يو سالم او شفافه مالي مدیریتي سیستم په جوړولو کې مسووله ده.

۲. بشري سرچینې (HR)

د بشري سرچینو څانگه يوه کلیدي څانگه ده چې په لویو او منځنیو ادارو کې د کارمندانو د مدیریت ملاتړ کوي. وړې سوداګری د ټیم اداره کولو لپاره دا ډول څانګړې څانګې ته اړتیا نلري، ځکه چې د دوی محدود شمېر خلک د رئیس لخوا اداره کیدلی شي.

مسوولیتونه

- اداره او ریکارډونه
- د افرادو ګمارنه او مرکه یا انټرویو کول
- د HR پالیسي رامنځته کول
- د کارکوونکو ګمارولو او پرمختګ ورکولو لپاره د یوې روښانې نقشې رامنځته کول
- روغتیا او هوساینه
- روزنه او پراختیا
- د جبران او ترویج څارنه
- د کار او کارکوونکي اړیکې
- د پروټکول او ډیسپلین تعقیب او د مسلکیتوب ساتل
- د کارموندنې ادارو او نورو بشري سرچینو سره د یوې پیاوړې شبکې

رامنځته کول

- د کارمندانو ترمنځ د شخړو حل
 - د دندې فعالیت د معیارونو ساتل
 - د زده کړې، ترویج او ودې فرصتونو آسانول
- خلک د امتیازاتو پرته د نورو دلیلونو په اساس د ادارو سره یوځای کېږي. یو گټور او خوندور کاري چاپېریال، د نورو خلکو سره د پوهې او تجربې شریکولو ځای، د مهارتونو ترلاسه کولو، فرصت او مسلکي ودې ته دوام ورکول د ادارو سره د یوځای کېدلو په زړه پورې هڅونې دي. په سوداګرۍ کې درې مهمې سرچینې شتون لري. اول مفکوره یا نظریه، دوهم خلک او دریم یې مالي سرچینې دي. د خلکو د مهارتونو ښه ګټه اخیستنه کولی شي د شرکت په بریالیتوب کې مرسته وکړي. که خلکو ته ارزښت ورنکړل شي، دوی به د کار کولو لپاره د ځان څخه ډېره ګټه وانخلي. HR کولی شي د ادارې سره د پروګرامونو په جوړولو کې مرسته وکړي ترڅو کارکوونکي وروزي، کارکوونکو باندې اغېزه وکړي، هغوی وپېژني او انعامونه ورکړي. د کارکوونکو پېژندل او انعام ورکول د کار په ځای کې دوی خوښ ساتي او مرسته کوي څو وفادار اوسي یا هر وخت خپله هڅه وکړي. دا ډېره اړینه ده چې کارکوونکي ښه اداره کړي او په شرکت کې د هریو کارکوونکي ونډه ومنی.

۳. بازار موندنه او اړیکې

د بازار موندنې اړیکې دوه موخې لري: لومړۍ موخه یې د محصول یا خدمت لپاره د غوښتنې او ترجیح ورکولو رامنځته کول او دوام ورکول

دي. دويمه موخه د پلور دوره لنډول دي. د بازار موندنې اړیکې يوه بنسټيزه او پېچلې برخه ده. د بازار موندنې اړیکه ټول هغه پیغامونه او رسنۍ دي چې تاسو یې د خپل هدف پیروونکو سره د خبرو اترو لپاره کاروئ.

د بازار موندنې د اړیکې څانګه د سوداګرۍ په وده کې یو عمده او حیاتي رول لوبوي. په دې کې دودیز او اوسني اعلاناتونه، مستقیمه بازار موندنه، بسته بندي، برانډینګ او د چاپي موادو، مطبوعاتې کنفرانسونو، د پلور پریزنټیشنونو، سپانسرشیپونو^{۱۸}، نندارتونونو او سوداګریزو نندارتونونو په وسیله پیروونکو ته لاسرسی شامل دی.

بازار موندنه د مختلفو چیلونو له لارې ستاسو پیروونکو ته د رسېدو په اړه ده ترڅو څرګنده کړي چې ولې دوی باید ستاسو محصول/خدمت واخلي یا یې وکاروي.

زما تجربه په بازار موندنې او اړیکو کې کنفرانسونه، روزنه او د پیروونکو لپاره د پوهاوي برنامې شاملې دي. کوم چې ماته ډېرې اغېزمنې وې. د ټولنیزو رسنیو کارول او د زړه راښکونکو پیغامونو ډیزاین کول به ستاسو برانډ په ټول بازار کې راڅرګند کړي. په بازار موندنه کې مو نوښت او خلاقیت وساتئ او د خپلو خدماتو یا محصولاتو ودې او بازار موندنې لپاره ښه او وړ کسان وګمارئ.

د بازار موندنې او اړیکو څانګې ځینې لومړۍ دندې او مسوولیتونه په لاندې ډول دي:

• د بازار موندنې پلان جوړول او هغې ته پراختیا ورکول

^{۱۸}د هغه برنامو سپانسر کول چې پکې مشخص او د هدف پیروونکي راجلب شي

- د برانډ لارښود او هغه ته پالیسي جوړول
- آنلاین او آفلاین کمپاین کول
- د پراختیایي موادو تولید، ډیزاین او نهایی کول
- نوښت او بسته بندي کول
- د ټولنیزو رسنیو پانډو لپاره مواد چمتو کول او ټول صفحات اپډیټ ساتل.
- د میډیا څارنه کول او د مالوماتو تحلیل کول
- میډیا او خلکو ته د مالوماتو چمتو کول
- د بازار څیړنه، اعلاناتو او سروې ترسره کول
- د نورو شریکانو، سازمانونو، پیرودونکو او ټولنو سره د یوې قوي شبکې جوړول

د بازار موندنې څانګه د سوداګرۍ په وده کې مهم رول لوبوي. د سوداګرۍ د مخ په توګه کار کوي، د سوداګرۍ استازیتوب مو کوي او د دې ترڅنګ د ټولو موادو په همغږۍ او تولیدولو کې درسه پوره مرسته کوي. د دې څانګې رول ستاسو د برانډ رامنځته کول، محصولاتو یا خدماتو ته وده ورکول او نوې پیرودونکي لاسته راوړل دي. که د دې څانګې کارونه ښه ترسره شي، نه یوازې دا چې نوې پیرودونکي به لاسته راوړي، بلکې اوسني پیرودونکي به هم دې ته وهڅوي چې ستاسو محصولاتو ته وفادار پاتې شي. بریالي سوداګریز مالکین د بازار موندنې ښه ماهرین ګماري او په بازار موندنه کې پانګونه کوي.

۴. حقوقي او دولتي اړیکې

د حقوقي او دولتي اړیکو څانګه د ټولو حقوقي مسایلو، پالیسيو،

طرز العملونو، دولتي چارواکو د غونډو او د هېواد قوانینو او مقرراتو د رعایت مسؤلیت په غاړه لري. د تړونونو لیکلو او ارزونې ترڅنګ، د تفاهم یادښت او قراردادونه هم د دې ادارې دنده ده. که فکر نه کوئ یو حقوقي ماهر ته اړتیا لرئ، باید د قواعدو او مقرراتو بیا کتنه وکړئ او په دولتي غونډو او کنفرانسونو کې برخه واخلي. زه په ټینګه سپارښتنه کوم چې قانوني مشاور ولرئ ترڅو د قانوني مسلو په اړه مشورې درکړي.

ځینې هېوادونه لکه ازبکستان د سوداګرۍ د جواز ترلاسه کولو لپاره قانوني ماهر یا متخصص ته اړتیا لري. یو ځل بیا دا په دې پورې اړه لري چې تاسو چېرته او څنګه سوداګري پرمخ وړئ. که فکر کوئ د یو حقوقي ماهر ګمارل اړین دي، نو ویې ګمارئ، که نه د یو قانوني مشاور سره مشوره وکړئ.

یادونه: که تاسو یو هېواد سره آشنا نه یاست او د قواعدو او مقرراتو په اړه یې مالومات نه لرئ، باید یو حقوقي کارپوه وګمارئ ترڅو روزنه درکړي او سوداګرۍ ته مو د هغه هېواد قوانینو سره مطابقت ورکړي.

مسوولیتونه:

۱. د دولتي ادارو راضي کول
۲. د دولت قانون سره مطابقت لپاره د پالیسیو او ستراتیژیو رامنځته کول
۳. د قانوني پیشنهادونو ارزول
۴. د کمیټې کړنې او مقررات
۵. د قانون جوړونې ستراتیژي جوړول

۶. د شریکانو، پانګه اچوونکو او نورو ادارو سره د سوداګریزو شخړو حل کول

۷. د سوداګری جواز یا اجازو لپاره اړین د ملاتړ کولو اسناد چمتو کول

۸. د ریکارډ موجوده پروګرامونو ساتل / وده ورکول او د عامه او دولتي اسنادو لپاره د ریکارډونو همدا موجوده پروګرامونه د یوې بریالۍ کيسې په توګه جوړول

۹. د اجرائیوي کچې غونډو له لارې د شرکت او د هغې د لومړیتوبونو پالیسي په اړه پوهاوی لوړول او د کلیدي چارواکو او نورو شریکانو سره غونډې کول.

۵. د تولید پراختیا او نوښت

دا څانګه د څیړنې، نوښت او ټولو مرحلو مسوولیت لري؛ د مفکورې څخه محصول پورې، بازار ته د محصول ورتګ او د هغې هاخوا، یا په بله وینا، د محصول پراختیا څانګه کې د محصول ټول سفر شامل دی. دا څانګه یوازې د تولیدي شرکتونو لپاره اړینه ده.

د تولید پراختیا څانګه نوې محصولات رامنځته کوي، د بازار څیړنې تیمونو سره نږدې کار کوي ترڅو د مصرف کوونکي غوښتنې مشخص کړي او داسې محصول ډیزاین کړي چې د بازار اړتیاوې پوره کړي.

دا څانګه د لاندې څیزونو مسوولیت لري:

۱. څیړنه او وړاندوینه

سیالۍ کوونکي، پیرودونکي، کارکوونکي او د سوداګرۍ ځای ډېر

داسې مالومات او نښې وړاندې کوي چې پوه شئ ستاسو سوداګرې ودې او پرمختګ ته اړتیا لري. د تولید او نوښت څانګې باید د دې مالوماتو لپاره افق (بیخ) وڅیړي او د عمومي سوداګرۍ ستراتیژي یا د نوښت عمومي ستراتیژي په تنظیم کولو کې یې وکاروي.

۲. د بازار اړتیاوې وپېژنئ

د نوي محصول لپاره په بازار کې اړتیا او تقاضا وپېژنئ. ډېری وخت محصولات ستونزه حل کوي، نو د بازار څیړنې میتود په کارولو سره ستونزه وپېژنئ او د بازار لپاره اړین محصولات تولید کړئ.

۳. مفکورې سره وښلوی

د نوي محصول لپاره یوه مفکوره غوره کړئ. دا به درسره مرسته وکړي چې د نورو خلکو سره وښلول شئ یا خپلې مفکورې ورسره شریکې کړئ. دا مفکورې ممکن په لویو پروژو بدلې شي، نو تاسو باید د څیړنې، اصلاحاتو او ازموینې لپاره بهرته خلک غوره کړئ.

۴. د موجوده محصول تازه ساتل/کول

د شرکت موجوده محصولات هم د څیړنې او پراختیا په چوکاټ کې راځي. دا څانګه په منظم ډول د شرکت لخوا وړاندیز شوي محصولات ارزوي ترڅو دا ترلاسه کړي چې دوی لاهم فعال دي. ځینې وختونه د څیړنې او پراختیا څانګې څخه غوښتنه کېږي چې د موجوده محصول سره ستونزه حل کړي، که چېرته محصول خراب وي او که چېرته باید

ټوله پروسه بدله شي، بايد يوه نوي حللاره ورته پيدا کړي شي.

۵. د فرصت برابرول

هره ستونزه تل د محصول پر اساس د حل ضمانت نه لري او نه هم هره موضوع ستونزه جوړوي؛ بيا هم هغه درد چې ستونزه يې رامنځته کړې ده يا د هغه خلکو شمېر چې اغېز پرې کوي، دا معلوموي چې آیا ستونزه د حل لپاره مناسبه ده چې حل شي که نه يا آیا خلک ورته د حل کولو لپاره د پيسو پرې کولو ته ليوالتيا لري.

۶. د محصول مدیریت

په دې کې د ستراتيژي رامنځته کول، د لید (هدف) رامنځته کول او د نوي محصول لپاره پلان ډیزاین کول او د هغې پلي کول شامل دي.

۷. د کاروونکي تجربه

د کاروونکي تجربه مسلکي څارنه ده چې څنگه مصرف کوونکي زموږ د محصول سره د ډارفت (مسوده) کولو، د کارولو وړتیا موندلو او د ازموينې له لارې تعامل کوي.

۸. د محصول تحلیل

په بازار کې د خپل محصول ارزونه وکړئ او مالومات راټول کړئ چې پیرودونکي څه غواړي او څنگه يې د کارولو پرېکړه کوي.

۹. د تريندېز څخه مخکې پاتې کېدل

د څيړنې او پراختيا څانگه شرکت په صنعت کې د سيالانو څخه مخکې ساتي. دا څانگه کولی شي د محصول څيړنه او تحليل وکړي او په بازار کې يې د نورو سوداگريو سره پرتله کړي. همدانگه د ټولو شريکانو د ونډې منلو مسووليت هم په غاړه لري. په بازار کې د نوي تريندېز، څيړنه، د محصول بڼه او بسته بندي کول او مشرتابه ته مشوره ورکوي.

(خلورمه مرحله)

د ودې لپاره وخت

(آسانه مرحله)

(پراختیا او بریا)

۱. سوداګري مو پراخه کړئ

دا مرحله د هر چا لپاره نه ده. ځینې مالکین ممکن د سوداګري کوچنی ساتلو سره راضي وي. دا مرحله یوازې د هغو خلکو لپاره ده چې خپل ژوند یې سوداګري سره نښلولی او د پورته درې مرحلو له لارې تل د سوداګري په ساتلو باندې تمرکز کوي. د سوداګري پیل کول ممکن ننگوونکي اوسي، مګر بلې مرحلې (پراختیا او ودې) ته تلل ډېر په زړه پورې او ګټور دي. دا په داسې حال کې چې د سوداګري پراختیا او وده ډېر کار ته اړتیا لري. زه دې مرحلې ته د "ودې وخت" وایم ځکه دا هغه مرحله ده چې پکې ستاسو سوداګري د ډېرو عایداتو ترلاسه کولو لپاره د اضافي اختیاراتو په لټه کې کافي وده ترلاسه کوي.

د سوداګري پراخول مختلف ډولونه شتون لري، د بېلګې په توګه په یو بل ځای کې د څانګې پرانیستل، د نوي محصولاتو یا خدماتو اضافه کول، د موجوده بازار بڼه کول، نوي بازارونو ته ننوتل، د بلې سوداګري سره خپله سوداګري شریکول، په نړیواله کچه د سوداګري پراخول او یا

آنلاین مخته تلل (E-commerce)

کله چې مو سوداګري وده کوي، ممکن د حل کولو لپاره نوې ستونزې ولری. د بېلګې په توګه، ممکن ډېر وخت ونیسي چې محصولات یا خدمات مو تولید او بازار ته وړاندې کړی او یا ډېر وخت ونیسي چې پیروونکي مو محصولات ترلاسه کړي. د ډېر ځنډ له امله مو احتمالاً پیروونکي بې صبره شي او ستاسو د محصولاتو اخیستل ودروي. د سوداګري په لومړیو مرحلو کې مو اضافي پیسې نه درلودې، ځکه چې اضافي عاید شتون نه درلود. په ورته ډول، د هغه لګښتونو لپاره چې په راتلونکې کې به یې د خپلې سوداګري ودې او پراختیا لپاره لری، د مخه ورته عاید ولری. په پایله کې به د سوداګري د ودې عملیاتو لپاره اضافي عاید ولری. یو له مهمو نښو څخه چې تاسو ته وایي د سوداګري د پراختیا وخت مو رارسېدلی، څیرنه او محاسبه ده.

• آیا د ودې لپاره همدا ښه وخت دی؟

په غلط وخت کې د سوداګري پراخول ممکن د نه پراخیدو په پرتله خطرناک وي. د سوداګري پراخولو دمخه خپل اوسنی مالي حالت دوه ځلې وګورئ او لاندې پوښتنو ته ځواب ووايست:

← آیا تاسو وفادار پیروونکي لری؟

که اوسني پیروونکي مو خدماتو او محصولاتو ته وفادار او خوښ وي، دا د هغوی د رضایت نښه ده. دا په دې مانا چې تاسو کولی شئ خپلې سوداګري ته تربلې کچې وده ورکړئ.

← آیا اوس مهال عاید لری؟

د خپلې سوداګرۍ اوسنی مالي حالت مو څنگه دی؟ که د خپلې موجوده سوداګرۍ څخه ښه ګټه لری، کولای شئ د سوداګرۍ پراخولو فکر وکړئ او سوداګرۍ مو پراخه کړئ.

← د مدیریت سیستمونه او غوره کاري ټیم

پورته درېو مرحلو ستاسو کاروبار راجوو کړ او بلې مرحلې ته یې چمتو کړئ. اوس باید یو ښه او وړ ټیم ولری ترڅو نوي ننگونې او فشارونه ومني. که داسې ټیم لری، نو مخته ولاړ شئ.

← آیا په کافي اندازه سرچینې لری؟

د ودې او پراختیا ګام مالي او انساني سرچینو ته اړتیا لري. باید نوی ټیم وګماری، نور تجهیزات واخلي، په خپله پانګه اچونه وکړئ، یا بل شریک پیدا کړئ چې راتلونکې ګام ته تللو کې درسره مرسته وکړي. لکه څنگه چې د سوداګرۍ په پیلیدو کې پیسو ته اړتیا لری، همداسې په دې پړاو کې پانګه اچونې ته اړتیا لری.

په پایله کې، د سوداګرۍ وده به مو د پراخیدو عملیاتو لپاره اضافي عاید رامنځته کړي. یو له کلیدي ښو څخه چې تاسو پوهوي آیا همدا د پراختیا وخت دی، ستاسو څیړنه او محاسبه ده. څیړنه او محاسبه ښې چې ستاسو سوداګرۍ په کافي توګه ښه عمل کوي که نه ترڅو د پراختیا د ټولو مالي لګښتونو توان ولرلی شي.

← آیا ستاسو صنعت وده کوي؟

ځينې سوداگري د حالاتو څخه اغېز وينې او د وخت په تېرېدو له منځه ځي. يو وخت کې به خلکو خپلې پيسې د باوري خلکو سره ايښودې، وروسته بانکونه رامنځته شول او په راتلونکې کې څوک پوهيري د پيسو ساتلو لپاره به نور څه رامنځته شي؛ نو په دې خاطر دوه ځلې وگورئ چې ستاسو د سوداگري بازار وده او نوښت کوي که نه. فرض کړئ د ټايپ کولو وسيلې ترميم کوي. که ستاسو دوکان په ټوله نړۍ کې غوره وي، بيا هم نشي کولای پرمختگ وکړي؛ ځکه د ټايپ کولو په رقم په يو ورک شوي صنعت کې نشي بريالي کيدلی. که سوداگري مو وده کوي او نوښتگره وي، ممکن سوداگري مو پراخه کړي، ځکه چې په بازار کې ورته ثابته تقاضا شتون لري.

← د محصولاتو لپاره مو تقاضا څه ده؟

د محصولاتو يا خدماتو بازار او سيالي کوونکي مو په دقت و ارزوي ترڅو وگورئ چې آیا اوسنی بازار مو د اعتبار وړ دی، که ومو ليدل چې په بازار کې ستاسو محصولاتو يا خدماتو ته اړتيا او تقاضا ډېره ده، نو د پانگه اچوونې لپاره فرصت له لاسه مه ورکوي.

← آیا وخت او انرژي لري؟

د ودې مرحلې په جريان کې د ډېريو متشبثينو يوه لويه ننګونه د وخت تقسيم د نوو غوښتنو (تقاضاوو) ترمنځ ده چې د دوی پاملرنې ته اړتيا لري، لکه د عايد اداره کول، د پيږودونکو پاملرنه، د سيالانو سره معامله

کول او د پراخه کاري ځواک ځای پرځای کول. تاسو به د دې ټولو فعالیتونو اداره کولو لپاره مرستې ته اړتیا ولرئ. د تکميلي مهارتونو سره د تجربه لرونکو خلکو ګمارل به ستاسو د شرکت بریا لپاره اړینه وي.

← آیا تاسو چمتو یاست خپله سوداګری پراخه کړی؟

دا همیشه هوښیاري نه وي چې خپل سیالان کاپي یا وڅارئ. که مو سیالان وده کوي، ممکن د پراختیا لپاره چمتو اوسي او خپل کارونه یې ترسره کړي وي. که تاسو پرېکړه وکړه چې خپلې سوداګری ته پراختیا ورکړئ، اول د خپلې سوداګری اوسنی حالت ارزوئ او بیا وګورئ چې وده کولی شئ او که د موجودې سوداګری لپاره نور کار باید وکړئ ترڅو ډېره باثباته شي.

۲. څنګه مو سوداګري پراخه کړی؟

د خپلې سوداګری ارزولو وروسته، راځئ چې د سوداګری پراختیا لپاره مختلفو میتودونو او ستراتیژیو ته وګورو. په یاد ولرئ، هره سوداګري ځانګړې وي، ممکن دا میتودونه ستاسو سوداګری کې پلي نه شي، مګر د سوداګری هر مالک کولی شي د دوی څخه یو یا دوه میتودونه د خپلې سوداګری پراختیا لپاره عملي کړي.

۱. د نوي خدماتو او محصولاتو اضافه کول

ځینې وختونه پیروونکي د محصولات یا خدماتو څخه راضي وي، مګر شاید دوی وغواړي چې تاسو نور خدمات یا محصولات هم په خپله

سوداگري کې شامل کړئ. د بېلگې په توګه، که ستاسو شرکت د څښاک لپاره اوبه تولید کوي، څه موده وروسته د پیرودونکو او د بازار د غوښتنې په اساس، د انرژي څښاک تولیدول پیلوئ. د یو مالک/رئيس په توګه، باید د بازار ارزونه وکړئ او د نوي فرصتونو په لټه کې شئ. که د دې په موندلو کې مرستې ته اړتیا لرئ چې راتلونکي څه تولید او وپلورئ، د بازار څېړنه وکړئ، خپلو پیرودونکو سره د خپل نوي محصول په اړه خبرې وکړئ او د بازار ارزونه وکړئ ترڅو وګورئ چې دوی د محصول په بدل کې د پیسو ورکولو او د محصول کارولو ته لېوالتیا لري. د دوی ټولو سربېره د خپلې اصلي سوداګرۍ څخه بهر لرې مه ځئ او د خپلې سوداګرۍ په ساحه کې پاتې شئ. بهر ټنوع کیدي شي خطرناک او گران تمام شي.

۲. نوي پیرودونکي پیدا کول

کله چې مو سوداګري پیل کړه، ستاسو بریا ممکن د پیرودونکو د یوې کوچنۍ ډلې پیژندلو او ستاسو د محصولاتو یا خدماتو پیرودلو لپاره دوی ته د رسېدو تر ټولو غوره لاره کې وه. دا به مو بهر پانګونه نیسي که چېرته د موجوده کارکوونکو، محصولاتو یا خدماتو سره د پیرودونکو نوي ډولونو ته خدمت وکړئ. د دې ستراتیژي پلې کولو لپاره خپل بازار تقسیم بندي کړئ څو هغه پیرودونکي وپیژنئ چې احتمالاً ستاسو محصولات یا خدمات به اخلي. دا تحلیل کولی شي پیرودونکي مو د ټاکل شویو معیارونو لکه عمر، موقعیت او پیر هراساس وپیژنئ. یوځل چې مو د بازار خورا ګټوره برخه ومونده، د بازارموندنې او د پلور په هڅو

باندې ډېر تمرکز وکړئ او د دې مطابق خپله سوداګري پراخه کړئ.

۳. یو نوی او اضافي موقعیت

د نوي ځای موندل د سوداګري پراختیا یو بل ډول دی. که سوداګري مو په یو ځای کې ښه پرمخ روانه وي، کولی شئ د یو بل موقعیت په اضافه کولو سره خپله سوداګري پراخه کړئ. د دوو موقعیتونو په منځ کې مو فاصله باید په کافي اندازه وي، ترڅو هغه ځایونه چې موجوده ساحه ورته خدمت نشي کولی، نوی موقعیت ورته په پوره توګه خدمت وکړي.

۴. د امتیاز حق (Franchise) پلورل

د امتیاز حق پلورل یو بل ډول د سوداګري پراختیا ده چې ډېری رښان یې کاروي. دا ډول یې ډېر عملي او پایله درلودونکی دی. د امتیاز حق پلورل یو ښه اختیار دی ترڅو داسې یو سیستم رامنځته کړئ چې نورو ته اجازه ورکوي ستاسو د سوداګري بريا د یو امتیاز اخیستونکي په توګه تکرار کړي. په دې ډول پراختیا کې تاسو خپل سوداګریز ماډل، سیستم، میتود، بازار موندنه، پروسه، لارښونه او ټول طرز العملونه چې د خپلې سوداګري لپاره یې لرئ، هغو ته ورکوي ترڅو ستاسو محصولات یا خدمات وپلوري. دا هرڅه به دوی پرېږدي چې د نوي ځای په جوړولو کې ترې ګټه پورته کړي. که څه هم نوموړې کړنلاره یوه پیچلې کړنلاره ده، خو کولای شي د چټکې ودې لامل شي.

۵. آنلاین مخته تلل

د ۲۱ پېړۍ لوی انقلاب آنلاین تگ او E-Commerce و. انټرنېټ د سوداګرۍ لپاره نړیواله پراختیا ممکنه کړې ده او د سوداګرۍ پراختیا لپاره آنلاین مخته تلل خورا عملي لاره ده. د آنلاین وړتیا رامنځته کولو وخت او لګښت نسبتاً ټیټ دی یا آنلاین تگ (E-Commerce) د بازار موندنې تخصصي مهارت او آنلاین سوداګرۍ ساتلو ژمنې ته اړتیا لري.

۶. نوښت

خلک تل د بدلونونو او نوښتونو هرکلی کوي. نوښت کولی شي ستاسو په محصولاتو یا خدماتو باندې مثبت اغېز وکړي، که چېرته سم ترسره شي. یوځل چې مو تکراري پیروډونکي ولرل، ممکن وغواړئ د خپلو اوسني محصولاتو یا خدماتو نوي او مختلف نسخو رامنځته کولو او خپلو موجوده پیروډونکو ته د پلورلو له لارې خپله سوداګري پراخه کړئ او د نوښت یې ډکه کړئ. دا چې پیروډونکي درسره سر له اوسه سوداګري کوي، نو د نوي محصولاتو یا خدماتو د ازمایلو لپاره د دوی تر لاسه کول آسانه دي.

۷. نړیوال بازار ته ننوتل

نړیوال بازار ته ننوتل ممکن په زړه پورې وي، خو ننګوونکي هم دي. ستاسو په خدماتو یا محصولاتو اړه لري، ممکن په هغه هېوادونو کې چې غواړئ خپل محصولات وپلورئ، یو ښه شریک پیدا کولو ته اړتیا ولرئ.

دا به ډېر وخت او زیاتې انرژي ته اړتیا ولري ترڅو په نړیواله پراختیا کې بریالي شئ.

۸. شراکت

په شراکت کې ډېر محتاط اوسئ. اول، بېړه مه کوئ. په ډاډ ترلاسه کولو سره خپله سوداګري ورو-ورو پراخه کړئ. که لا هم غواړئ کوم شراکت ته ننوځئ، ټول تړون ولولئ او د غونډې دقیقې په دقت سره ولیکنئ. د نورو سوداګریو سره شراکت کول ډېره ننگونکې ده، مګر کولای شي تاسو ته د بازار نوي برخې ته لاسرسی درکړي. په عین وخت، داسې یو شریک پیدا کړئ چې سوداګردی ته مو زیان ونه رسوي. یادونه: د سوداګری پراخولو لپاره نورې ډېرې لارې هم شتون لري، خو پورته ذکر شوي لارې یې ما ډېرې ګټورې لیدلي.

د عمل کولو پلان د ودې کاري پاڼه^{۱۹}

د سوداګری پراخول په زړه پورې دي او دا په دې مانا ده چې تاسو به پرمخ روان یاست او راتلونکې کچې ته وده کولو لپاره چمتو یاست. د عمل کولو پلان د سوداګری لپاره د اړینو موخو پیژندل، پلان کول او د سوداګری په اندازه کولو کې درسته مرسته کوي. باید د ودې ګړندی کولو او د عایداتو ډېرولو لپاره د عمل پلان ولری. لاندې لارښود که څه هم بشپړ ندی، خو مرسته درسته کولی شي څو پیل وکړئ او کولی شي په دوره ای شکل تنظیم شي.

¹⁹ Growth Action Plan Worksheet

۱. د کړنې لنډيز وليکئ

- د سوداګرۍ تاريخ، برياليتوبونه او لاسته راوړنې وليکئ. سوداګريزې موخې، اوسنۍ اسانتياوې او تجهيزات پکې شامل کړئ.
- خپل کارکوونکي، د هغوی مهارتونه او ونډې و ارزوئ. د وړاندیز شوي ودې لپاره ټول دلايل تشرېح کړئ، لکه لوی تاسيسات، تجهيزات، نوی ځای يا د پيږودونکو سره چلند.

۲. د هدف بازار مو تشرېح کړئ

- نفوس تشرېح کړئ، لکه عمر، جنس او ټولنيز اقتصادي حالت.
- خپل اوسني د بازار موندنې ټکتيکونه او ميتودونه په ګوته کړئ. که د بازار موندنې پلان مو د پراختيا يا ودې سره بدلېږي، هغه بدلونونه ټول په نښه کړئ.

۳. د خپلو سيالانو تفصيل چمتو کړئ

- د محصولاتو يا خدماتو د توپيرونو او ورته والي په شمول د خپلو سيالانو ټول مالومات چمتو کړئ.
- د خپل هدف بازار او بازار موندنې ټکتيکونه تشرېح کړئ.
- د خپلې سوداګرۍ په بېساريتوب باندې تمرکز وکړئ.
- تشرېح کړئ چې څنګه به سوداګريزه پراختيا تاسو د سيالانو څخه جلا کړي.

۴. ستاسو مدیریتي ټیم

- کارکوونکي مو د نوم او مسوولیتونو سره تشریح کړئ.
- د غوښتونکو مهارتونه او د هغوی د مسلکي پراختیا سرتیفیکیتونو ته هم توجه وکړئ.
- که په پراختیا کې نوي شریکان او مدیران په پام کې نیسئ، د هغوی سوداگریزو دندو او ځانگړنو په باره کې مالومات چمتو کړئ.

۵. ورځني کارونه طرحه کړئ

ورځني فعالیتونه تشریح کړئ، لکه د خدماتو چمتو کول او بازار موندنه. که ورځني فعالیتونه مو وړاندیز شوې ودې ته بدلون ورکوي، داسې مالومات چمتو کړئ چې څه به توپیر ولري.

۶. مالی تفصیل چمتو کړئ

ټول اوسني حسابونه لکه عاید، لگښتونه او خالص ارزښت پکې شامل کړئ. په راتلونکې کال کې چې د پراختیا او اټکل شوي گټې کوم لگښتونه دي، هغه په گوته کړئ.

۷. د اضافي موادو لپاره یوه ضمیمه شامله کړئ

د هغه موادو لپاره ضمیمه وکاروئ چې په نورو برخو کې یې کارول مناسب نه وي. د بېلگې په توگه، که ستاسو پراختیا تاسیساتو اضافه کولو یا جوړولو ته اړتیا ولري، د وړاندیز شوې پروژې طرحې او نور اسناد لکه

اجازه لیکونه پکې شامل کړئ.

۸. سوداگریز پلان جوړ کړئ

هرډول پراختیا ستاسو د سوداگری یا ستاسو د شرکت څخه بهر مالي پانګې ته اړتیا لري. کله چې د خپلې سوداګرۍ څخه بهر پیسې غواړئ، سوداګریز پلان کېدلی شي د بانکونو یا پانګه والو سره د مالوماتو شریکولو لپاره وکارول شي. د غوره او باکیفیته کاغذ کارول به ښه وي او ځان ډاډمن کړئ چې سوداګریز پلان مو د تېروتنو څخه پاک او د لوستلو وړ دی.

پای

د دې کتاب لیکل زما لپاره آسانه نه وو. کله چې د مهاجرو په کمپ کې وم، وخت مې درلود چې خپلو لوستونکو لپاره یوڅه وکړم. پرېکړه مې وکړه چې خپله تجربه او د سوداګرۍ په اړه ټول حقایق ولیکم او د خپلو لوستونکو سره یې شریک کړم.

هڅه مې کړې چې دا کتاب لنډ، تخليقي او ستاسو د سوداګرۍ پیل کولو او چلولو لپاره یو بشپړ لارښود اوسي. دا کتاب یو ګام په ګام لارښود دی چې له مفکورې څخه پیلېږي، بیا په عمل، نوښت او پراختیا باندې پای ته رسېږي.

زه په ټینګه وړاندیز کوم دا کتاب بیا ولولئ او د لوستنې مطابق یې وکاروئ.