

د مصرف کوونکي د ځانگړتیاوو جدول  
د شرکت نوم:

نړیوال مصرف کوونکي	سیمه ییز مصرف کوونکي (ګاونډي هېوادونه)	هغه بهرني مصرف کوونکي چې په افغانستان کې مېشت دي؟	افغان مصرف کوونکي	ستاسې مصرف کوونکي څوک دي؟
				آیا تاسې خپل محصولات پر دغو مصرف کوونکو پلورئ؟
				هغوی ستاسې کوم محصولات تر ټولو زیات پېري؟
				څه ډول دغو مصرف کوونکو ته رسېدنه کوئ؟ د پلورنې هغه استازي، چې تاسې یې دغو مصرف کوونکو ته د رسېدو په موخه کاروئ، څوک دي؟







د محصول د ځانګړتیاوو پاڼه

د محصول نوم:

د محصول کوډ:

د محصول ځانګړتیاوې (د دغه ستایل د ټولګې یا کلکسیون د کورنۍ نوم):

رنگ:

اندازه:

ټوکي:

کوډونه	هغه نور محصولات، چې په دغه کلکسیون کې شته دي

د اړتیا وړ ټوکي	شمېر	لګښت	د ټوکو مستقیم لګښت
د ټوکو د مستقیم لګښت مجموعه			

هغه کارونه، چې باید د محصولاتو د تولید په پروسه کې تر سره شي	د اړتیا وړ ټوکي	د اړتیا وړ کارکوونکي	د کاري ساعتونو شمېر	ساعت وار حق الزحمه	د کار / کارکوونکي مستقیم لګښتونه
د محصول د تولید د مستقیمو لګښتونو مجموعه					

د محصول د تولیدات د مستقیمو لګښت مجموعه

د سوداګریزې نښې د جوړولو کړنلاره	د محصولاتو د ډل بندۍ او نښې ایښودلو کړنلاره

د کیفیت مدیریت
د کیفیت د مدیریت جدول وګورئ

د محصول د سپارښتنې پېرل

د سپارښتنو د پېرلو شمېره:

نېټه:

له خوا:

آدرس:

د مېایل شمېره:

برېښنالیک:

ته:

آدرس:

د مېایل شمېره:

برېښنالیک:

د محصول کوچ	شمېر	د محصول ځانګړتیاوې	د هر واحد بیه	د بیې مجموعه

	فرعي مجموعه
	د لېرډ لګښت
	مالیه
	مجموعه

د لېرډ شرایط	د ورکړې شرایط	د سپارلو نېټه/لېرل

تایید شوی:

لاسلیک:

نوم:











د محصول د کیفیت د مدیریت جدول

د محصول بېلگه	د محصول ځانگړتیاوې	د محصول کوډ
[انځور]		

څوک باید د محصول کیفیت وڅېړي؟	څه وخت باید کیفیت وڅېړل شي؟	د کیفیت معیارونه			څوک باید د محصول کیفیت وڅېړي؟
		تر ټولو ټیټ کیفیت	تر ټولو لوړ کیفیت	د کیفیت کچه یا معیارونه	
					۱. اومه توکي او نورې برخې
					۲. کاري وړتیا
					۳. ډیزاین
					۴. وروستی کار

## کیفیت د خېرنې پاڼه

د محصول کوډ: د محصول ځانگړتیاوې: د سپارښتنې د پېرلو شمېره:		د محصولاتو ډل بندې (۱ - ۴)					معیارونه	څه شی باید وڅېړل شي
		محصول ۵	محصول ۴	محصول ۳	محصول ۲	محصول ۱		
د محصول د معیارونو ډل بندې ۱. له بېلگې څخه ډېر متفاوت ۲. له بېلگې څخه متفاوت ۳. تقریبا ورته / د بېلگې په څېر ۴. د بېلگې په څېر / ورته		هر محصول له اصلي بېلگې سره پرتله کړئ او هر معیار / شرط د هغه ډل بندۍ پر بنسټ، چې ښې خواته موقعیت لري، له ۱ څخه تر ۴ نمره ورکړئ. هر جنس / توکی، چې ۲ یا له ۲ څخه کمه نمره اخلي په اتوماتیکه توګه ردېږي. تاسې همدا راز کولای شئ هغه محصول، چې ۳ نمرې لري د پېرېدونکي له غوښتنو سره سم کړئ.						
څپړنه بشپړه شوه (لاسلېک)	څوک څپړنه تر سره کړي؟	څه وخت څپړنه تر سره شي؟						
								۱. اومه توکي او نورې برخې
								۲. کاري وړتیا
								۳. ډیزاین
								۴. وروستی کار
								ومنل شو (ودې څېړل شي)
								۵. وروستی څپړنه

د منل شویو محصولاتو مجموعه: \_\_\_\_\_

د رد کړی شویو محصولاتو مجموعه: \_\_\_\_\_

## خپل لگښتونه محاسبه کړئ

### ۱. د لگښتونو لړلیک

نامستقیم لگښتونه	مستقیم لگښتونه

### ۲. د توکو مستقیم لگښتونه

هغه توکي چې باید وپېرل شي	د هر محصول لپاره لازم توکي	د هر واحد بیه	د توکو مستقیم لگښتونه
د توکو د مستقیمو لگښتونو مجموعه			

### ۳. د کار/کارکوونکي مستقیم لگښتونه

د تولید د پروسې کارونه	د اړتیا وړ کار کوونکي	د کاري ساعتونو شمېر	ساعت وار حق الزحمه	د کار/کارکوونکي مستقیم لگښتونه
د کار/کارکوونکي د مستقیمو لگښتونو مجموعه				

۴. د مستقیمو لگښتونو مجموعه (د مستقیمو لگښتونو مجموعه = د توکو د مستقیمو لگښتونو مجموعه + د کار/کارکوونکي د مستقیمو لگښتونو مجموعه)

د توکو د مستقیمو لگښتونو مجموعه	د کار/کارکوونکي د مستقیمو لگښتونو مجموعه	د مستقیمو لگښتونو مجموعه

### ۵. نامستقیم لگښتونه

نامستقیم لگښتون	مياشتنی	کلنی
د نامستقیمو لگښتونو مجموعه		



د کلنی گټې او زیان محاسبه

د کلنی گټې او زیان محاسبه	
	د پلورنو مجموعه
	د مستقیمو لگښتونو مجموعه
	د نامستقیمو لگښتونو مجموعه
	گټه (پلورنې - د مستقیمو لگښتونو مجموعه - د نامستقیمو لگښتونو مجموعه)





د مصرف کوونکو د ځانگړتیاوو جدول

نړیوال مصرف کوونکي	سیمه ییز مصرف کوونکي	هغه بهرني مصرف کوونکي، چې په افغانستان کې مېشت دي؟	افغان مصرف کوونکي	ستاسې مصرف کوونکي څوک دي؟
				آیا تاسې خپل محصولات پردغو مصرف کوونکو پلورئ؟
				ستاسې مصرف کوونکي په کومې سني ډله کې دي؟ (۰-۵، ۶-۱۰، ۱۱-۱۹، ۲۰-۳۴، ۳۵-۵۰، ۵۱+)
				دغه مصرف کوونکي نارینه دي که ښځینه؟
				د هغو د عوایدو کچه څومره ده؟ (ټیټه، منځنۍ، لوړه)
هغوی د کومو شیانو په اړه دقیق دي، څه شی غواړي یا څه شي ته اړتیا لري؟ دغه معیارونه په پام کې ولری.				
				۱. ستایل (د بازار له مود سره برابر فېشن)
				۲. ډیزاین (مډرن، دودیز، له کلتوري سرچینو څخه) الهام اخیستل شوی، رنگ
				۳. کیفیت (اومه توکي، کاري وړتیاوې، د صنعت کاري وړتیاوې)
				۴. انحصاري/ځانگړی (بې ساری، د سپارښتنې پر بنسټ جوړ شو، کم شمېر)
				۵. د چاپېریال پایلې (د توکو کم لگول، د توکو بیاځلي کارول، د توکو بیا راټولول، دوام منونکی)
				۶. ټولنیزې پایلې (محصولات چېرته او څنگه جوړېږي).
				۷. د پېرېدونکي خدمات (چټک، له درناوي ډک، د باور وړ، محصول بېرته گرځولو مناسبه پالیسي)
				۸. د محصول بیې
				هغوی ستاسې کوم محصول زیات پېري؟
				تاسې څه ډول دغو مصرف کوونکو ته لاسرسی پیدا کوئ؟ دوی ته د رسېدو لپاره د پلورني له کومو استازو څخه استفاده کوئ؟

له سیالو محصولاتو سره د محصول پرتله

له سیالو محصولاتو سره د محصول پرتله	د پام وړ مصرف کوونکو د پېرلو معیارونه
	۱. ستایل
	۲. ډیزاین
	۳. کیفیت
	۴. انحصار / ځانګړی
	۵. د چاپېریال پایلې
	۶. ټولنیزې پایلې
	۷. د پېرېدونکي خدمات
	۸. بېي

د کړنې ډل بندې

د کړنې ډل بندې							
تر ټولو غوره							
غوره							
م							
۱. ستايل	۲. ډيزاين	۳. کيفيت	۴. انحصاري / ځانگړی	۵. د چاپېريال پايلې	۶. ټولنيزې پايلې	۷. د پېرېدونکي خدمات	۸. د محصول بېې
هغه معيارونه، چې پېرېدونکي يې په اړه دقيق دي							

## د بيو لړليک

نېټه:

پولي واحد:

[ د شرکت لوگو دلته زیاته کړئ ]

انځور	د محصول کوډ	محصول	ځانګړتیاوې	رنگ	توکي	اندازه	بیه

د پېرلو اضافي شرایط:

## د بازار موندنې د پلان چوکاټ

د بازار موندنې د پلان چوکاټ	
د پام وړ مصرف کوونکی	
	ستاسې د پام وړ مصرف کوونکی څوک دی؟
	د سوداګریزې نښې جوړول
	- تاسې څه ډول له نویو محصولاتو سره د خپلې سوداګرۍ نښه زیاتوئ (هغه د خپل شرکت له لوگو سره یو ځای په لیبیل کې ګنډۍ، پر لرګي یا ګاڼو یې تومبئ، پر ګاڼو وسپنیز لیبیل جوړوئ، کوچني لیبیلونه یا خوځنده مارک)؟ - د ډل بندۍ شرایط څه ډول ستاسې د سوداګریزې نښې هويت منعکس کوي؟
د بیو ټاکل	
	- د خپلو محصولاتو د بیو د دغه محصول د لګښت او په بازار کې د رقابتي محصولاتو بیو پر بنسټ وټاکئ. آیا ستاسې د محصولاتو بیو لوړې، ټیټې یا هم له رقابتي محصولاتو سره یو شان دي؟
د نویو محصولاتو تبلیغ او دودول (عمومي اړیکې، ټولنیزې رسنۍ، مستقیمې بازارموندنې او ځانګړي پلانونه)	
	خپل نوی محصول څه ډول دودوئ؟ - د نویو عکاسیو شرایط وپېژنئ. - د پېرلو کړنلاره جوړه یا هم نوې/اپډېټ یې کړئ. - یوه ویب پاڼه جوړه کړئ یا هم خپله شته ویب پاڼه نوې/اپډېټ کړئ. - د ټولنیزو رسنیو نوې ویب پاڼې وکاروئ او یا هم له شته ویب پاڼو څخه استفاده وکړئ او د اپډېټ ساتلو په موخه یې یو پلان جوړ کړئ. - د بازار موندنې یو برېښنایي پروګرام جوړ کړئ. - د خپلو پېرېدونکو د پام را جلبولو په موخه د بازارموندنې اضافي فعالیتونه تر سره کړئ او ویب پېژنئ. - مصرف کوونکو ته د محصولاتو د تبلیغاتو تگلارې ته وده ورکړئ. - ځانګړیو پروګرامونو لپاره پلان جوړونه وکړئ (لکه بېلګیزې ډالۍ، د محصول او د تولید پروسې داستان په اړه ویډیو د هغو پرچون پلورونکو لپاره تبلیغ، چې ستاسې محصولات د ټولنیزو رسنیو په ویب پاڼو کې نندارې ته وړاندې کوي).
ځای (چېرې او څنګه خپل محصولات پلورئ)؟	
	- آیا تاسې خپل محصولات په مستقیمه توګه پر مصرف کوونکو پلورئ یا د پلورنې پر استازو؟ څنګه یې پلورئ؟ د پلورنې نوي چینلونه به د خپلې موخې په توګه غوره کړئ؟ که هو، نو څنګه؟ آیا په پام کې لرئ، چې په نندارتونو کې ګډون وکړئ؟

د پلورنو د چينلونو جدول: پر مصرف كوونكو مستقيمي پلورنې

كورني	ودې خپل شي	سيمه ييز (گاونډي هېوادونه)	ودې خپل شي	نړيوال	ودې خپل شي
سفارت (نندارتونونه)		د سيمه ييزو مصرف كوونكو نندارتونونه		د نړيوالو مصرف كوونكو نندارتونونه	
غير دولتي مؤسسې (نندارتونونه)		د پرچون پلورنې شخصي هتې (په نورو هېوادونو كې)		شخصي اړيكې	
پوځي اډې (نندارتونونه)		شخصي اړيكې		برېښنايي سوداگري	
هوتل (نندارتونونه)		برېښنايي سوداگري		نور (تشرېح يې كړئ)	
پوهنتون (نندارتونونه)		نور (تشرېح يې كړئ)			
د پرچون پلورنې هتې يا شخصي كارخونه					
په بازار كې شخصي غرفه					
په ښځينه بازار كې شخصي غرفه					
شخصي اړيكې					
برېښنايي سوداگري					
نور (تشرېح يې كړئ)					

د پلورنو چينلونو جدول: د پلورنې پر استازو پلورل

كورني	ودې خپل شي	سيمه ييز (گاونډي هېوادونه)	ودې خپل شي	نړيوال	ودې خپل شي
په بازار كې هتې وال		پرچون پلورونكي		پرچون پلورونكي	
افغانانو لپاره د پرچون پلورنې هتې		افغان سوداگر (پر سيمه ييزو پېرېدونكو پلورل)		افغان سوداگر (پر نړيوالو پېرېدونكو پلورل)	
بهرنيانو لپاره د پرچون پلورنې هتې		واردوونكي		واردوونكي	
افغان سوداگر (پر كورنيو پېرېدونكو پلورل)		غير دولتي مؤسسې		غير دولتي مؤسسې	
غير دولتي مؤسسې		نور (تشرېح يې كړئ)		نور (تشرېح يې كړئ)	
نور (تشرېح يې كړئ)					

د پلورنې چينلونو له لارې د پلورنې د کچې څارل

د پلورنې سلنه	کب / حوت	سلواغه / دلو	مرغومی / جدي	ليندی / قوس	لړم / عقرب	تله / ميزان	وړی / سنبله	زمری / اسد	چنگاښ / سرطان	غبرگولی / جوزا	غوايي / ثور	وړی / حمل	پر مصرف کوونکو د پلورنې مستقيم چينلونه
													پر مصرف کوونکو د مستقيمو پلورنو مجموعه
د پلورنې سلنه	کب / حوت	سلواغه / دلو	مرغومی / جدي	ليندی / قوس	لړم / عقرب	تله / ميزان	وړی / سنبله	زمری / اسد	چنگاښ / سرطان	غبرگولی / جوزا	غوايي / ثور	وړی / حمل	د پلورنې پر استازو د پلورنې چينلونه
													د پلورنو پر استازو د پلورنې د کچې مجموعه
													د پلورنې مجموعه

د محصولاتو له لارې د پلورنو څارل

د محصول کوډ	د محصول ځانګړتیاوې	وری / حمل	غوايي / ثور	غبرګولی / جوزا	چنگاښ / سرطان	زمري / اسد	وری / سنبله	تله / میزان	لړم / عقرب	لیندی / قوس	مرغومی / جدی	سلواغه / دلو	کب / حوت	د پلورنې سلنه
کلکسیون:														
														د کلکسیون د پلورنو مجموعه
کلکسیون:														
														د کلکسیون د پلورنو مجموعه
کلکسیون:														
														د کلکسیون د پلورنو مجموعه
کلکسیون:														



## د پېرېدونکي د رضایت سروې

### د پېرېدونکي د رضایت سروې

مهرباني وکړئ له سوداګرۍ څخه د خپل رضایت کچه درجه بندي کړئ او خپل وړاندیزونه درج کړئ. درجې ۱ = د رضایت نشت والی ۱۰ = بشپړ رضایت

وړاندیزونه/نظرونه	دل بندي										د پېرېدونکي د رضایت سروې	
	۱۰	۹	۸	۷	۶	۵	۴	۳	۲	۱		
												۱. په ټولیزه توګه تاسې له موږ څخه د یوه شرکت په توګه تر کومه بریده راضي یاست؟
												۲. زموږ د پېرېدونکي له خدمت څخه تر کومه بریده راضي یاست؟
												۳. د محصولاتو له ډیزاینونو څخه تر کومه بریده راضي یاست؟
												۴. زموږ د محصولاتو له کیفیت څخه تر کومه بریده راضي یاست؟
												۵. آیا فکر کوئ، چې موږ مناسب ارزښتونه وړاندې کوو؟
												۶. تاسې زموږ کومه ځانګړتیا زیاته خوښوئ؟
												۷. موږ کوم کارونه په سمه توګه ترسره کولای شو؟



د سوداگری د موخو ټاکلو جدول

غواړئ چېرې ورسپړئ؟ راتلونکي کال ته ستاسې موخه	اوس مهال مو ځای ځای گي کوم دی؟ د سړ کال حالت	اوس مهال مو ځای ځای گي کوم دی؟ د سړ کال حالت	د سوداگری تمرکز
		کلني پلورني	پلورني
		کلني لگښتونه	لگښتونه
		کلني گټه يا د گټې توپير	گټه
		"ستاسې کوم محصولات او د محصولاتو کټگوري تر ټولو زيات پلورل کېږي، آیا کولای شئ پراختيا ورکړئ؟ -کدام محصولات جديدي را می توانيد توليد کنيدي؟ آیا توليد کدام یکی از محصولات خویش را بايد توقف کنيدي؟"	پلورني: نوي محصولات
		د پلورني په کوم چینل کې تر ټولو زیاتې پلورني لري؟ آیا کولای شئ په دغه چینل کې د خپلو پلورنو کچه زیاته کړئ؟ د پلورني کوم نوي چینلونه آزمويلای شئ؟	پلورني: اوسني او نوي پېرېدونکي
		ستاسې د بازارموندني کلیدي فعالیتونه کوم دي؟ څه ډول کولای شئ د بازارموندني فعالیتونه مو ښه کړئ؟	بازار موندنه
		د محصولاتو د تولید پروسې کلیدي لگښتونه څه دي؟ آیا د لگښتونو کمولو لپاره فرصتونه شته دي؟	د تولید پروسه
		د کیفیت د مسایلو شمېر (د محصول بېرته گرځول، د پېرېدونکو شکایات، کورني څارل). ستاسې لپاره د کیفیت تر ټولو عمده مسله څه ده؟	کیفیت
		هغه شمېره، چې د پېرېدونکو د رضایت سروې له خوا ترلاسه شوې ده. د پېرېدونکو د شکایتونو شمېر	د پېرېدونکي رضایت

# کاري پلان

نېټه:

د سوداګرۍ تمرکز:	د اندازه ګېرۍ موخه	فعالیت	مسوول کس	ضرب الاجل	د اړتیا وړ بودیجه	موخې ته د رسېدو په لړ کې په سم مسیر کې	وړاندیزونه/نظریات
وروستۍ موخه							
پلورنې: نوي محصولات							
پلورنې: نوي پېرېدونکي او اوسني پېرېدونکي							
بازار موندنه							
د تولید پروسه							
کیفیت							
د پېرېدونکي رضایت							

کاري پلان لپاره بودیجه

مبلغ	جنس
	د کاري پلان د بودیجي مجموعه

کاري پلان لپاره د لومړنۍ بودیجي اټکل

دوه کاله وروسته (اټکلي)	راتلونکي کال (اټکلي)	سړکال (حقيقي)	جنس
			د پلورنو مجموعه
			د مستقيمو لگښتونو مجموعه
			د نامستقيمو لگښتونو مجموعه
			د لگښتونو مجموعه
			د پلورنې فيصدي
			گټه
			د گټې تفاوت

د پلورنو د ودې سلنه

مجموعه	کب / حوت	سلواغه / دلو	مرغومی / جدي	لیندی / قوس	لړم /عقرب	تله /میزان	وړی / سنبله	زمری /اسد	چنگاښ / سرطان	غبرگولی / جوزا	غوايي / ثور	وړی / حمل	
													د تېر کال پلورنې
													د سرکال پلورنې
													د پلورنې د ودې سلنه

## د محصولاتو د ارزولو پاڼه

د ارزونکي نوم:

محصول:

د پام وړ مصرف کوونکی:

۱. کوم ډیزاین او د رنگونو ترکیب ډېر خوښوی؟

د هغه ډیزاین او رنگونو ترکیب لپاره چې زیات یې خوښوی دغو پوښتنو ته ځواب ورکړئ.  
۲. د ډیزاین په اړه کوم شی زیات خوښوی؟

۳. د اړتیا پر مهال د محصول په ډیزاین کې به کوم بدلونونه رامنځته کړئ؟  
الف: کړنه یا کارول

ب: ډیزاین

ت: توکي

د: رنگ

ج: وروستی کار

ه: اندازه

ی: کیفیت

۴. آیا نوی محصول به له ترکیبي کلکسیون سره سم وي؟

۵. آیا تاسې به نوی محصول وپېرئ؟ آیا زما د پام وړ پېرېدونکی به نوی محصول وپېرئ؟

۶. پېرېدونکي به دغه محصول لپاره کومه بیه ورکړي؟

۷. اضافي وړاندیزونه:

د محصولاتو صادرولو په موخه، د محصولاتو چمتو کولو لپاره د ضروري کارونو بیاکتنې لړلیک (check-list)

- ۱. آیا د یوې مودې لپاره د سیمې په بازار کې ستاسې سوداګري بریالی وه؟
- ۲. آیا تاسې د کیفیت د مدیریت یو مناسب پلان لرئ؟ آیا تاسې د نغدو پیسو د جریان د ښه مدیریت او د تولید د ځواکمنې پروسې درلودونکي یاست؟
- ۳. آیا د خپل د پام وړ نوی بازار پېژنئ؟ آیا ستاسې له شرکت څخه تر دې دمه کوم چا له دغه بازار څخه لیدنه کړې ده؟ په دغه بازار کې ستاسې سیال څوک دی؟
- ۴. ولې ستاسې د پام وړ مصرف کوونکو لپاره ستاسې محصولات رضایت ښوونکي، جذاب، رقابتي او د باور وړ دي؟ ستاسې د سوداګریزې نښې ژمنه څه ده؟
- ۵. آیا په نوي د پام وړ بازار کې د شرایطو او لومړیتوبونو پوره کولو لپاره باید خپلو محصولاتو ته بدلون ورکړئ یا اصلاح یې؟
- ۶. آیا د پلورنې چینلونه (ندارتونونه، سوداګر، پرچون پلورونکي) مو پېژندلي دي، څو د هغو له لارې د خپل د پام وړ مصرف کوونکو ته ورسېږئ؟ آیا د پرچون پلورنې هټۍ پیدا کولو او پردوی د خپلو محصولاتو پلورنې په موخه په انټرنټ کې ګرځېدلي یاست یا په شخصي توګه مو له دغو هټیو څخه لیدنه کړې ده؟
- ۷. آیا کولای شئ له افغانستان څخه بهر پېرېدونکي پیدا کړئ، له هغوی سره اړیکې ټینګې کړئ او هغوی ته خدمات ورکړئ کړئ؟
- ۸. آیا کولای شئ خپلو محصولاتو ته داسې بیې وټاکئ، چې وکړای شئ هغه صادر او خپل لګښتونه هم پوره کړئ؟
- ۹. آیا تاسې د پېرېدونکي لارښود، چې د محصولاتو د بیو درلودونکي وي لرئ؟ آیا له ټولنیزو رسنیو څخه استفاده کوئ یا هم په ویب پاڼو کې حضور لرئ؟ آیا ستاسې د محصولاتو انځورونه د غوره کیفیت درلودونکي دي؟
- ۱۰. آیا پر یوه بریالي صادر کوونکي بدلېدو لپاره اضافي وخت، پیسې او سرچینې په واک کې لرئ؟
- ۱۱. آیا ستاسې سوداګري په افغانستان کې راجستر ده؟ د خپلې سوداګرۍ ثبتولو په موخه له پانګه اچونې څخه د ملاتړ له ادارې (آیسا) څخه لیدنه وکړئ.







