



## د لرلید او ماموریت ټاکنه

پوهنمل فاروق جان منگل

عامه اړیکې، ارتباطات او ژورنالیزم، شیخ زاید پوهنتون، خوست

ایمیل: f.jmangal@gmail.com

### لنډیز

لرلید (Vision) او ماموریت (Mission) هغه دوه ستراتیژیک مفاهیم دي، چې د بېلابېلو دولتي او خصوصي ادارو، سازمانونو او پروژو لپاره د یو اصلي مسیر او لوري د ټاکلو، موثرې او اغېزمنې رهبرۍ او ستراتیژیک اهدافو او اوږدمهال پایلو د ترلاسه کولو په پار تئیت، انتخاب او لیکل کيږي. په ټولیز ډول د لرلید او ماموریت ټاکنه او بیان یوازې یوه نظري چاره نه ده، بلکې یوخوا اړین ستراتیژیک بهیر دی، چې باید یو سازمان، ادارې او پروژې د داخلي او بهرنیو واقعیتونو، ارزښتونو، غوښتنو او امکاناتو په رڼا کې په لیکلي بڼه ترتیب شي او اړوند اداره یې باید د محتوا تعبیر ته به کتو قدم په قدم د پلي کېدو څارنه او امکانات برابر کړي. له دې امله په څرگندو ټکو ویلای شو، چې لرلید او ماموریت د یوې ادارې او سازمان لپاره د یووالي، هڅونې، تشویق او پایښت لرونکې ودې لپاره مهم او حیاتي اساس جوړوي او له مخې یې هره اداره خپلو مطلوبو موخو ته رسیږي.

**کلیدي ټکي:** اداره، رهبري، ستراتیژي، لرلید، ماموریت



## سريزه

د بېلابېلو ادارو، سازمانونو او غيرانتفاعي ادارو د پرمختگ، پايښت او نورو سره د سيالۍ لپاره لرلید او ماموریت په بشپړه معنی پېژندل او په روښانه توگه تعريف کول يوه ستراتيژيکه او بنسټيزه اړتيا ده. په داسې حال کې، چې چټک بدلونونه، رقابتي مارکيټ او بازارونه او غير يقيني شرايط د معمول خبره ده؛ خو سازمانونه په دې لټه کې دي، چې خپل فعاليتونه د يوه مشخص لرلید پر اساس تنظيم کړي. په همدې اساس دا خپڼه، د لرلید او ماموریت د مفاهيمو اهميت، توپرونو او اغېزو ژور تحليل ته ځانگړې شوې ده. په دې خپڼيزه مقاله کې هڅه شوې ده، چې د لرلید او ماموریت واضح تعريفونه او سم پوهاوی څنگه کولای شي، چې د يوه سازمان لپاره د ستراتيژيکو پريکړو بنسټ جوړ کړي او د يوه سازمان او ادارې داخلي نظم، ارزښتونو او له سازمان څخه د باندې اړيکو لپاره روښانه چوکاټ برابر کړي.

په اوسنيو شرايطو کې، چې د هېواد بېلابېلې ادارې په ځانگړي ډول تحصيلي او تعليمي بنسټونه د بيارغونې او اغېزمن مديريت په درشل کې دي، د لرلید او ماموریت څرنگوالی او اهميت پکې يو بنسټيز بحث بلل کيږي. دا موضوع نه يوازې د ستراتيژيک پلان جوړونې لپاره حياتي ارزښت لري؛ بلکې د کارکوونکو د هڅونې، د ارزښتونو د پياوړتيا او د سازمانونو د ټولنيز مسووليت د تعريف او پېژندنې لپاره هم ډيره اړينه ده. په همدې اساس، د دې مفاهيمو ژور او هراړخيز تحليل او پېژندنه د عملي او علمي اړخونو له پلوه خورا اړينه گڼل کيږي.

د دې خپڼيزې مقالې اساسي هدف دادی، چې لرلید او ماموریت اصلي مفهوم روښانه شي. ترڅنگ يې د لرلید او ماموریت ترمنځ گډې اړيکې او د دوی پر بنسټ د سازمانونو د ودې څرنگوالی وڅېړل شي. دا خپڼه دا روښانه کوي، چې څنگه يو واضح لرلید او ماموریت کولای شي سازمانونه د ستونزو او بحرانونو



پرمهال له گډوډۍ وژغوري او اوږدمهال او ستراتيژيکو موخو ته د رسيدو لپاره د لارښود او رهنما رول ادا کاندې.

د دې څېړنې اصلي پوښتنه داده، چې ايا روښانه او په ښکاره توگه تعريف شوی لريډ او ماموريت د سازمان پر ستراتيژۍ او فعاليتونو اغېز لري؟  
په عين حال کې د څېړنې فرضيه داسې بيانېږي: روښانه لريډ او ماموريت د يوه سازمان پر ستراتيژيکو پريکړو، همغږۍ او د کړنو او فعاليتونو پر موثريت ښکاره او مثبت اغېز لري.

دا څېړنه د مروري څېړنو په چوکاټ کې ترسره شوې ده او د تکميل او بشپړاوي په پار له دوهمه درجه سرچينو او ماخذونه گټه اخېستل شوې ده، چې ډيری يې د لريډ او ماموريت په تړاو ليکل شوي څېړنيزې علمي مقالې، کتابونه او سازمانی سندونه دي. د راټولو شويو معلوماتو د تحليل لپاره موضوعي تحليل کارول شوی، ترڅو بېلابېلو سرچينو ته له يوې علمي زاويې کتنه وشي او د لريډ او ماموريت د مفهوم يو پراخ انځور وړاندې شي.

### لنډه تاريخي مخينه

د لريډ او ماموريت په څېر د گڼ شمېر هغو مفاهمو په تړاو په سيمه ييزه او نړيواله کچه د پام وړ څېړنې ترسره شوې دي، چې د يوې ادارې پرمختگ، وده او راتلونکې پسې تړلې وي.

که څه هم په افغانستان کې دغه مفاهم نږدې د ټولو دولتي، غيردولتي او غير انتفاعي ادارو او سازمانونو له لوري کارول کيږي؛ خو په تړاو يې لا هم ابهام شتون لري او په اړه يې ډيرې څېړنې ندي ترسره شوې. همدارنگه په عملي ډگر کې د لريډ او ماموريت اغېز، د ټولني په کچه د شته فرهنگي او ټولنيزو ارزښتونو، د بېلابېلو سازمانی او اداري محدوديتونو او د ادارو د بې ثباتيو په اډانه او چوکاټ کې هم پوره معلومات زموږ په واک او لاس کې نشته، چې دغې چارې د لريډ او ماموريت پر سمې پېژندنې هم سيوری غوړولی دی (Bart & Baetz, 1998).



که څه هم باید د سازماني کلتور، د ادارې او مشرتابه کړنې او سلوک او د یوې ادارې او سازمان د کارکونکو ترمنځ د لرلید او ماموریت درک په تړاو باید څېړنې ترسره شوې وای خو په ډیرو مواردو کې لرلید او د ماموریت بیان یوازې د یوه لیکلي سند په توګه پام کې نیول شوی، تبلیغاتي وسیله ګرځول شوې او د یوه ستراتیژیک مورد په توګه چلند ورسره ندی شوی (Collins and Porras, 2008).

مورد د دې څېړنې په ترڅ کې پر دې تم شوي یو، چې لرلید، ماموریت او بیان یې د تطبیقي شرایطو ترڅنګ له علمي اړخه په دقیقه توګه وڅېړو. د دې څېړنې نوبت دادی، چې دا څېړنه په افغانستان کې په تولید ډول د شته سازمانونو، دولتي او غیردولتي ادارو، غیرانتفاعي سازمانونو او نورو بنسټونو له شرایطو سره سمه تنظیم شوې ده او هڅه شوې ده، چې پر هغو مواردو تمرکز وشي، چې لرلید او ماموریت په بشپړ ډول را پېژني او ادارو او سازمانونو ته د دې فرصت چمتو کوي، چې په ډیرې اسانۍ سره دغه موارد د خپلې ادارې د بریا او ستراتیژیکو اهدافو د ترلاسه کولو لپاره وکاروي.

## کړنلاره

دا څېړنیزه مقاله د کتابتوني څېړنې د مېتود پر بنسټ ترسره شوې ده، چې اړوند علمي معلومات د نړیوالو معتبرو څېړنیزو ژورنالونو، علمي کتابونو او نورو موثقو او اعتبار لرونکو سرچینو څخه راټول شوي دي. د دې معلوماتو څخه د گټې اخیستنې لپاره کړنلاره داده، چې د اړوند موضوع بېلابېل اړخونه د علمي استدلال او دقیقو شواهدو په رڼا کې تحلیل شي او په نهایت کې په اړوند برخه کې شته خلاوې او تشې روښانه او نورو څېړنو ته زمینه مساعده کړي.

## پېژندنه

شاید په یو شمېر مواردو کې د یوه سازمان او ادارې د لرلید او ماموریت د منځپانګې ترمنځ توپیر ستونزمن اووسي خو په حقیقت کې د یوې ادارې او سازمان د پرمختګ له زاویې د معنی او اغېز له پلوه دواړه جلا مفاهم دي. په داسې حال



کې، چې لړلید د یوې ادارې او سازمان راتلونکي حالت او ارزښت توضیح او بیانوي، ماموریت د یوې ادارې د موجودیت او وجودي فلسفې لپاره دلایل وړاندې کوي (Collins and Porras, 2008).

اصلاً یو سازمانی لړلید له دوو اساسي برخو څخه جوړ شوی دی، چې یو یې د راتلونکي یوه ایډیال سازمان رامنځته کول دي او بل هغه لوری او مسیر دی، چې باید کارکونکي یې تعقیب کړي (Kotter, 1982). د یوه سازمان او ادارې لړلید د اړوند سازمان او ادارې راتلونکي انځور څرگندوي. دا د سازمانونو د راتلونکي یو انځوریز لړلید دی، چې تل نږدې او د تحقق وړ ښکاري (Belak et al., 2010).

په ټولیز ډول لړلید د راتلونکي یو انځور بلل کېږي، دا د غوره والي یو انځور دی. داسې یو څه، چې یو شخص، یوه کاري ډله یا یو سازمان یې غواړي، چې تر ټولو ښه ممکنه راتلونکي کې یې رامنځته کړي. لړلید د یوه سازمان او ادارې د راتلونکي یوه زړه راښکونکي حالت ذهني انځور گڼل کېږي (A. Joachim, 2010). لړلید باید د هغو راتلونکو حاکمو فکتورونو او د هغوی د اغېزو پر بنسټ رامنځته شي، تر څو داسې یو چاپیریال رامنځته کړي، چې د تېر او اوسني سره توپیر ولري. لړلید له دې کبله له ځانگړي ارزښت څخه برخمن دی، چې په چاپیریال کې نوې فکتورونه او نوې اړیکې راڅرگندوي.

دا چې په ټولیز ډول د لړلید په تړاو یو نسبتاً جامع تعریف وړاندې شي، دلته د لړلید په تړاو د ریچ هاروات له لوري شوی تعریف وړاندې کېږي: لړلید د راتلونکي مقصد استازیتوب کوي او د هغې هیله مندې راتلونکې یو ذهني انځور وړاندې کوي، چې یو سازمان ورته د رسیدو لپاره هڅه کوي (Horwath, 2020).

اخوا ماموریت د یوه سازمان او ادارې اساسي منځپانگه ده، چې پر اساس او له مخې یې د اړوند ادارې او سازمان ورځني فعالیتونه، کړنې او د پریکړې کولو بهیرونه طرحه او عملي کېږي. په همدې اساس اړتیا ده، چې ماموریت باید په واضحو ټکو تعریف شي. ترڅنګ یې د یوه سازمان او ادارې د پرمختګ په پار



اړينه او حياتي ده، چې تعريف شوی ماموریت ولري. موسېک لېسنک پر دې باور دی، چې یوه اداره او سازمان هغه مهال پایښت درلودای شي او بريالی کېدای شي، چې ماموریت او لړلید یې د ستراتیژیک لوري او بدنې یوه بنسټیزه برخه اووسي (MusekLešnik, 2008).

ماموریت د ستراتیژیک مدیریت یوه مهمه برخه ده. دا باید د ستراتیژیو له جوړولو د مخه تعريف شي، علت یې دادی، چې ماموریت هغه ساحې مشخصې او تعريفوي، چې مور پکې ستراتیژي جوړوو. ماموریت هغه ساحې مشخصې او ټاکي، چې یو سازمان، اداره او شرکت به پکې فعالیت کوي. اصلاً ماموریت په وخت پسې تړلی نه دی، بلکې ماموریت د یوې ادارې او سازمان لپاره تلپاتې ځانگړنه لري. په ټولیز ډول ویلای شو، چې ماموریت دا پوښتنه ځوابوي، چې ولې یو سازمان یا اداره رامنځته شوې او شتون ولري. په بله معنی د یوې ادارې او سازمان د وجودي فلسفې لپاره قانع کوونکي دلایل او منځپانگه وړاندې کوي (A. Henry, 2008).

په ساده ټکو ویلای شو، ماموریت معمولاً دا تشریح، بیان او توضیح کوي، چې یو سازمان د خپل لړلید د ترلاسه کولو او لړلید ته د رسیدو لپاره څه کوي؟ علت دادی، چې لړلید ډیری وخت د یوه تخیل یا ارمان په توگه مطرح کیږي، په همدې اساس ماموریت مرسته کوي، چې د یوه سازمان هغه عملي کړنې او اقدامات هم روښانه او جوت کړي، چې په حقیقي توگه ترسره کیږي او ډیری وخت ماموریتونه پر عملي اړخ ټینگار کوي.

د لړلید په څېر پر ماموریت هم د سمې پوهېدنې په پار لنډه اما جامع تعريف وړاندې کیږي: ماموریت یوه روښانه، لنډه او پایښت لرونکې وینا او بیان دی، چې په اوس کې د یوه سازمان او ادارې د شتون او موجودیت لپاره دلایل وړاندې کوي.

د لړلید بیانیه



د لرليد بيان په د يوه شرکت او ادارې/ سازمان راتلونکې انځوروي. دا بيان په ټوليز ډول دا څرگندوي، چې شرکت يا اداره/سازمان په اوږده مهال کې څه غواړي، چې ترلاسه يې کړي. د لرليد بيان بايد الهام بڼونکې او هڅونکې واوسي او ترڅنگ يې بايد لارښودونکې هم وي. د لرليد بيان پر دې راڅرخي، چې شرکت يا اداره/ سازمان کوم لوري ته روان دی. د لرليد بيان د د يوې ادارې/ سازمان د شته او راتلونکو کړنو د ټاکلو لپاره يو لارښود گڼل کېږي (Chrissy Culek, 2019, ens.lacity.org/cla/sdrc/).

د يوه اغېزمن لرليد د بيان لپاره اړتيا ده، چې دا بايد لنډ، له ابهام پاک، راتلونکې ته کتونکی، واقعي، هيله او الهام بڼونکی اووسي. له عمومياتو بايد پکې صرف نظر وشي او پر هغو پايلو بايد تمرکز ولري، چې د ادارې/سازمان لپاره ځانگړي اهميت لرونکي وي.

د لرليد د بيان د تدوين پر مهال بايد لاندې پوښتنې په پام کې ونيول شي:

- مور په راتلونکي کې کوم لوري ته روان يو؟
- مور په راتلونکي کې د څه شي ترلاسه کول غواړو؟
- مور راتلونکي ټولنه کوم ډول انځوروو؟

### د لرليد د بيان ځانگړنې

په ټوليز ډول د لرليد بيان بايد لاندې ځانگړنې ولري:

- هڅونکی وي.
- انگيزه ورکونکی وي.
- په اسانۍ سره د پوهېدو وړ وي.
- په اسانۍ سره د يادېدو وړ وي.
- په زړه پورې او زړه راښکونکې وي.
- مثبت او پيغام درلودونکی وي.
- د ارزښتونو انعکاسونکی وي.
- ستراتيژيک لارښودونکی وي.



- څه؟ څنگه؟ څوک؟ او ولې؟ ته باید ځواب ویونکی اوسې (Horwath, 2020).

په عین حال کې د میښي په وینا، اغېزمن لرلید شپږ اساسي ځانگړتیاوې لري، چې په لاندې ډول تشریح کیږي:

- لرلید د طرف یا لوري حس پیاوړی او وړاندې کوي: ټول سازمانونه د یوه لوري، هدف او راتلونکي حالت لپاره یوه لارښود ته اړتیا لري؛ لرلید دا اړتیا پوره کوي.

- لرلید د تصدی د چلولو یا سازمان د چلښت په پار شرایط برابرې یا عملیاتي چوکاټ جوړوي: دغه شرایط او چوکاټ د هغه چاپیریال په پېژندلو او طبقه بندي کې مرسته کوي، چیرته، چې مشر او سازمان فعالیت کوي.

- لرلید د راتلونکي حالت بیان او تشریح وړاندې کوي: اغېز لرلید یو داسې راتلونکی حالت وړاندې کوي، چې د پخوا په پرتله ښه او غوره وي او د اوسني حالت پر بنسټ یا اساس رامنځته کېدونکی وي.

- وگړي هڅوي، چې د یوه گډ حالت او یوه گډ هدف پر لور حرکت وکړي.

- د سازماني چلند او کړنو لپاره د تمرکز ټکی گرځي: لرلید پر سازماني سرچینو د تمرکز، د ستراتیژیو پر پراختیا او د پرمختگ د اندازه کولو لپاره یوه مرکزي نقطه چمتو کوي (Mishe, 2000).

## د لرلید د بیان بېلگې

دلته د سم پوهاوی او لا ډیر وضاحت په پار د یو شمېر مشهورو ادارو لرلید د بېلگې په توگه راوړو:

مایکروسافټ: په هر میز او هر کور کې یو کمپیوټر



**امازون:** ترڅو د ځمکې پرمخ تر ټولو ډیر مشتری محوره شرکت واوسي؛ د داسې یوه ځای رامنځته کول، چې وگړي وکولای شي هلته هر هغه څه پیدا او ومومي، چې دوی یې آنلاین پېرل غواړي.

**اپل:** د ځمکې پر مخ تر ټولو د غوره محصولاتو جوړول او نړۍ له هغه حالت څخه په غوره حالت کې پرېښودل، چې موږ موندلې وه.

**هاروارډ پوهنتون:** هاروارډ کالج د هستوگنیز لېبرال هنرونو او علومو لپاره معیار ټاکی. موږ د داسې شرایطو رامنځته کېدو او ساتنې ته ژمن یو، چې د هاروارډ کالج ټول محصلین د دې جوگه کوي، چې یو بې ساری زده کړه ییز سفر تجربه کړي، چې له فکري، ټولنیز او شخصي پلوه بدلون راوستونکی واوسي.

### د ماموریت بیان

د ماموریت بیان هغه لاره ده، چې په وساطت یې یوه اداره او سازمان د ادارې او سازمان څخه د باندې ټولني او نورې نړۍ ته دا څرگندوي، چې دوی پر څه بوخت دي (A. Henry, 2008).

د ماموریت د بیان د تدوین پر مهال مخاطب پېژندنه خورا مهمه ده او د مخاطبینو د وړتیا د پېژندنې وروسته باید د ماموریت بیان تدوین شي. شونې ده، چې د ماموریت بیان د کارکوونکو، پېریدونکو، مراجعینو، همکارانو، بنکیلو اړخونو او ټولني په گډون د بېلابېلو لورو لپاره واوسي، چې دا ډول موارد د بیان پر اوږدوالي، د ارتباطاتو پر طرز او د ښکاره کېدو پر وړتیا مهم اغېز پرې باسي.

د اېف. ډېوېډ پر وینا، د ماموریت یو بیان باید د لاندې توکو درلودونکی وي: (F. David and F. David, 2003).

- پېریدونکي (مشخص او هدفي مارکیت)
- تولیدات / خدمات (پېریدونکو ته وړاندې کېدونکي محصولات او ارزښتونه)
- کارکوونکي (د مدیرانو او کارکوونکو اهمیت)



- ځانگړی مهارت یا وړتیاوې (هغه ځانگړنې، چې شرکت/ اداره/ سازمان یې له سیالانو څخه متفاوت او غوره کړی دی).
- د پایښت/ودې او گټې په تړاو اندېښنه (د مالي ثبات په تړاو د شرکت/ اداره/ سازمان اندېښنه)
- فلسفه (د شرکت/ ادارې او سازمان ارزښتونه، اخلاقي اصول او باورونه)
- عامه انځور (د شرکت/ ادارې او سازمان هغه ونډه، چې د ټولني د پرمختگ لپاره یې ترسره کوی)
- تکنالوژي (هغه تکنالوژي، چې د محصولاتو د تولید او بازارموندنې لپاره کارول کېږي)
- ځانگړنې جغرافیه (هغه سیمه او جغرافیه چیرته، چې اداره/ سازمان او شرکت د خپلو پېریدونکو په لټه کې وي.
- د ماموریت یو غوره بیان باید یوازې پر هغو موضوعاتو تمرکز وکړي، چې د یوې ادارې/ سازمان او شرکت لپاره تر ټولو مهم او ارزښت لرونکي وي. د ماموریت بیان باید لنډ، روښانه، معلوماتي، ساده، له ابهام پاک او مستقیم پیغام رسونکی وي. د ماموریت په بیان کې باید له مبالغې، کلیشو او عمومياتو څخه ډډه وشي.
- د ماموریت د بیان د تدوین او لیکلو څخه د مخه لاندې پوښتنې باید ځواب کړل شي:

- نن ورځ مور څه ترسره کوو؟
- مور چا ته خدمات عرضه یا وړاندې کوو؟
- مور د څه شي ترلاسه کول غواړو؟
- مور کوم بدلون یا د اغېز پرې باسل غواړو؟ (Horwath, 2020).

#### د ماموریت د بیانې ځانگړنې

- د ماموریت یو غوره بیان باید لاندې ځانگړنې ولري
- روښانه او واضح وي
- لنډ او دقیق وي



- د څه؟ څنگه؟ څوک؟ او ولې؟ پوښتنو ته ځواب وويي
- له نورو د ځانگړتيا ښودل
- د ارزښتونو انعکاس
- هڅونکی

### د ماموریت د بيانيې بېلگې

د اکسفورډ پوهنتون ماموریت: مور د نړۍ په کچه د اکسفورډ زده کړو او سرچينو ته د لاسرسۍ په پراخولو سره د مطالعې او څېړنې لپاره د انعطاف منونکو او ټولشموله فرصتونو له لارې په سيمه ييزه، ملي او نړيواله کچه وگرځي هڅوو.

د اېل کمپنۍ ماموریت: خپلو پېريدونکو ته د نوبتگر هارډوير، سافټوير او خدماتو له لارې د ترټولو غوره کارکونکي تجربې وړاندې کول  
څه ډول، چې مخکې ذکر شول، د پيسې په څېر ډيرې نړيوالې کمپنۍ او ادارې د مستهلکينو، پېريدونکو، د ټولني، شرکاوو او گڼو نورو مخاطبينو او لوړو لپاره جلا جلا ماموریتونه لري.

د افغانستان د لوړو زده کړو وزارت هم د تحصيلي بسنتونو لپاره د لرليد او ماموریت د غوره بيانيې د چمتو کولو لپاره يو چوکاټ او سپارښتنې وړاندې کړي دي. د لرليد د غوره بيانيې د چمتو کولو په پار سپارښتنه شوې ده، چې د لرليد د بيانيې د تدوين څخه د مخه (چيرې څو يا کومې خوا ته رهي يو؟ څه شی په لاس راوړو؟ غواړو، چې په ټولنه کې څه ډول ځای ولرو؟) په څېر پوښتنې بايد مطرح او ځواب شي.

همدارنگه د ماموریت د بيانيې د تدوين څخه د مخه بايد (څه کوو؟ د چا لپاره خدمات ترسره او وړاندې کوو؟ دا به څنگه انجام او ترسره کړو؟) په څېر پوښتنې بايد مطرح او په معقول ډول ځواب شي (Afghanistan, 2025).

**پايله**



د دې څېړنې موندنې دا په ډاگه کوي، چې هغه سازمانونه او ادارې، چې روښانه او پر واقعیتونو بنا لرلید او ماموریت ولري، کولای شي، نه یوازې خپل ستراتیژیک اهداف په ډیره مشخصه توگه بیان کړي، بلکې اړوند ادارې او کارکونکي هم په اغېزمن ډول رهبري کوي، د شته سرچینو کارونه یقیني کوي او د بحرانونو لپاره نه یوازې چمتو وي، بلکې د هغې لپاره پر وخت او عالي تصامیم لري. په همدې اساس، دا پایله په ډاگه شوه، چې لرلید او ماموریت یوازې د تشریفاتې مواردو او اسنادو برخه نه ده؛ بلکې داسې یو ستراتیژیکه وسیله ده، چې د سازمان د بریا او ثبات لپاره بنسټیز رول ترسره کوي. له همدې امله اړینه ده، چې ادارې او سازمانونه د خپل لرلید او ماموریت د منځپانگې د جوړولو، وضاحت، تعین او خپراوي ترڅنګ د هغې د تطبیق لپاره هم جدي توجه وکړي؛ ترڅو اداره ټاکلو موخو ته په اسانۍ سره ورسیري.

### وړاندیزونه

- ۱- وړاندیز کيږي، چې په اړوند برخه کې دې تطبیقي څېړنو د پراختیا لپاره هڅې وشي او په بېلابېلو سکتورونو کې دې د لرلید او ماموریت د منځپانگې له اړخه یو بل سره پرتله کړي ترڅو وښيي، چې څنګه لرلید او ماموریت له چاپیریالي شرایطو او سازمانې اړتیا له مخې بدلون مومي.
- ۲- د کمې او کیفې څېړنو له لارې دې وڅېړل شي، چې ایا د یوه سازمان او ادارې لرلید او ماموریت په واقعي معنی د کارکوونکو پر هڅونې، د پېریدونکو پر ډاډمنتیا او د بازار پر لاسته راوړنو اغېز لري او که یا.
- ۳- وړاندیز کيږي، چې د افغاني کلتور، دیني ارزښتونو او ټولنیزو تمایلاتو او غوښتنو پر بنسټ دې د لرلید او ماموریت جوړښتونه مطالعه او له نورو ټولنو سره دې پرتله شي.
- ۴- د بېلابېلو ادارو او سازمانونو له کارکوونکو، مدیرانو او پالیسي – جوړوونکو سره دې مرکې ترسره شي او راپتوله شوې ډاټا دې تحلیل شي، ترڅو وښيي، چې د اړوند سازمان له لرلید او ماموریت څخه د دوی درک څه دی او په کومه کچه ځانونه ورسره همغږي احساسوي.



۵- پر دغو او ورته نورو مفاهمو د سمې او بشپړې پېژندنې په پار دې علمي مقالې، څېړنيز فعاليتونه او روزنيز کنفرانسونه ډير شي ترڅو د دې او ورته مفاهم په تړاو يو ټوليز عامه پوهاوی رامنځته شي.



- Afghanistan, M. o. (2025, 5 9). mohe.gov.af/sites/default/files. Retrieved from mohe.gov.af: <https://mohe.gov.af/sites/default/files/2021-02/%D8%B1%D9%87%D9%86%D9%85%D9%88%D8%AF%20%D8%AF%DB%8C%D8%AF%DA%AF%D8%A7%D9%87%20%D9%88%20%D9%85%D8%A7%D9%85%D9%88%D8%B1%DB%8C%D8%AA%20%D9%BE%D9%88%D9%87%D9%86%D8%AA%D9%88%D9%86%20%D9%87%D8%A7.pdf>
- Baetz, B., & Bart, C. K. M. (1998). The relationship between mission statements and firm performance: An exploratory study. *Journal of Management Studies*, 35(6), 823-853.
- Belak, J. (2010). *Integralni management – MER Model (Aktualnosti managementa in razvoja; 3)*. Gubno: MER Evrocenter.
- Chrissy Culek, M. (2019, July 12). ens.lacity.org/cla/sdrc/. Retrieved from [https://ens.lacity.org/https://ens.lacity.org/cla/sdrc/classdrc3199146924\\_01152021.pdf](https://ens.lacity.org/https://ens.lacity.org/cla/sdrc/classdrc3199146924_01152021.pdf)
- Collins, J. C., & Porras, J. I. (2008). CMR Classics: Organizational Vision and Visionary Organizations. *California Management Review*, 50(2), 117-137.
- David, F., & David, F. (January/February 2003). It's Time to Redraft Your Mission Statement. *Journal of Business Strategy*, 24(1), pp. 11-14. Available: [http://www.esf.edu/for/germain/David\\_8\\_12.pdf](http://www.esf.edu/for/germain/David_8_12.pdf)
- Henry, A. (2008). *Understanding Strategic Management*. Oxford, UK: Oxford University Press, ch. 1, pp. 11-12.
- Horwath, R. (2020, February 26). *Strategic Thinking Institute*. Retrieved from [www.strategyskills.com: https://www.strategyskills.com/is-jargon-killing-your-mission-vision-and-values/](https://www.strategyskills.com/is-jargon-killing-your-mission-vision-and-values/)
- Joachim. (2010). Interface between Corporate Vision, Mission and Production and Operations Management. *GJMBR*, 10(2), 18–23.
- Kotter, J. (1982). *The General Managers*. New York, NY: The Free Press.
- Mishe, M. A. (2000). *Strategic Renewal: Becoming a High-Performance Organization*. New Jersey: Prentice Hall.
- Musek Lešnik, K. (2008). *Vrednote, poslanstvo in vizija podjetja: organizacijske vrednote, poslanstvo in vizija podjetja kot jedrni elementi strateškega managementa*. Koper: UP Fakulteta za management.



## Defining Vision and Mission

Farooq Jan Mangal

Public Relations, Communications and Journalism, Sheikh Zayed  
University, Khost

Email: f.jmangal@gmail.com

### Abstract

Vision and Mission are two strategic concepts that are established, selected, and formulated for various governmental and private institutions, organizations, and projects in order to determine a clear direction, ensure effective leadership, and achieve strategic goals and long-term outcomes. In general, defining and articulating vision and mission is not merely a theoretical exercise, but rather a crucial strategic process that must be documented by organizations, institutions, and projects in light of internal and external realities, values, needs, and available resources. Furthermore, the relevant institution must continuously monitor its implementation step by step and provide the necessary facilities in accordance with its content. Therefore, it can be clearly stated that vision and mission form the vital foundation for unity, motivation, encouragement, and sustainable growth within an organization, enabling each institution to successfully achieve its intended objectives.

**Keywords:** Administration, Leadership, Strategy, Vision, Mission