

(F) برخه: د مغز لرونکو او غیر مغزي میوو د حاصل اخستل

درېم لوست: د مغزي او غیر مغزي میوو اخستل او خرڅول (Market Fruits and Nuts)

د زده کونکو د زده کړې موخې یا هدفونه: زده کونکي به ددې لوست په پایله کې د لاندې موخو یا هدفونو سره آشنا شي، ددې لوست تشریحات به د لاندې موخو یا هدفونو د لاسته راوړنې سبب شي:

1. په اخستلو او خرڅولو باندې د عرضه (supply) کولو تاثیر تر بحث لاندې ونیسئ.
2. د بازار موندې یا اخستلو او خرڅولو څلور پي (4 P's) لست او تعريف کړئ.
3. د غذايي توليداتو د مارکیتونو نوعي تشریح کړئ.
4. د بازار موندنې (marketing) درسته او مناسبه ستراتیژي تعین او تشخیص کړئ.

د لوست د تدریس لپاره وړاندیز شوي وخت: ۲ ساعته

وړاندیز شوي منابع یا زیرمي: لاندې منابع یا زیرمي کیدلی شي چې په دې لوست کې گټوري واقع شي. د درسي پلان د غوره مخکې وړلو لپاره نوموړي پلان په پاورپواینټ کې هم تهیه شوي دي. انټرنیټ د باغونو د حشراتو د کنترول په برخه کې کافي معلومات لري. په دې برخه کې لاندې ځني منابع ذکر شوي دي.

- <http://www.kabuliwala.com/>
- <http://www.utextension.utk.edu/publications/pbfiles/PB1711.pdf>
- <http://www.fao.org/docrep/007/y5163e/y5163e08.htm#bm08.7>

د سامانونو، وسایلو، لوازمو او اساسنتیاوو فهرست یا لیک لړ

د لیکلو لپاره سپینه یا تشه ورقه یا صفحه
د پاورپواینټ لپاره پراجکتور(غټ بنودونکی)
د پاورپواینټ سلايدونه یا صفحي
روبنانه سلايدونه
د زده کونکو د کار ورغو کاپي گاني
انټرنیټ ته لاسرسی هم برابر کړئ.

اصطلاح گاني: لاندې اصطلاح گاني په دې لوست کې وړاندې کيږي. (نوموړي اصطلاح گاني د

پاورپواینټ پروگرام په ۲ شمیره سلايد کې بنودل شوي دي):

• marketing mix گډه بازارموندنه (اخذت او خرڅول) یا څلور پي (4 P's) ترکیب

- marketing channel د اخستلو او خرڅولو سلسله
- vertical integration د شيانو په پلورلو کې عمودي بشپړونه (هغه کمپنۍ چې له يوې نه په زياتو مرحلو د پلورلو کې داخلي دي)

په زړه پوري تگلاره: له يوې په زړه پوري تگلارې څخه گټه پورته تکرر ترڅو چې زده کونکي د لوست د زده کړې لپاره آماده کړي. بنوونکی اکثره د خپلو ځانگړو ټولگيو لپاره د زده کونکو د شرايطو سره سم تگلارې تهيه او برابرې يا ترتيبوي. لاندې تگلاره کيدلی شي چې د يوې ممکنه تگلارې په ډول سره ورڅخه يادونه وکړل شي: ډير عام محصول يا ميوه چې په افغانستان کې په پراخه توگه پلورل او پيږودل کيږي انتخاب کړئ. له زده کونکو نه پوښتنه وکړئ چې "د بازار موندنې له پلوه کوم شيان کيدلی شي چې دا توليد په زړه پوري او جالب کړي؟" "که چيرې دا توليد بازار ته نه عرضه کيده آیا تاسې د هغې په برخه کې پوهيدی يا هغه مو اخسته؟" **له همدې بحث نه په استفادې سره د لوست لومړی موخې يا هدف ته داخل شئ**

د محتواو يا منځ پانگو لنډيز او درسي ستراتيژي گاني

لومړی موخه يا هدف: په اخستلو او خرڅولو باندې د عرضه (supply) کولو تاثير تر بحث لاندې ونيسئ.

(د پاورپوينټ ۳ شميره سلايد)

۱. د هغې ميوې توليدول چې د بازار موندنې (پلورلو او پيږودلو) قابليت ولري يو استراتيژيک تدبير او عمل گڼل کيږي که چيرې دا ستراتيژيک عمليات په درست صورت سره سرته رسيري نو پرته له شکه به د زياتو گټو لرونکي وي.

A. درسته بازار موندنه زياتې تجزې ته اړتيا نه لري ولي د هغې د پلان د تدبير لپاره اضافي وخت ته ضرورت او اړتيا وي.

B. له تر ټولو لوړ قيمت د لاسته راوړنې لپاره، نه يوازې دا چې د ميوې کيفيت لوړ کړل شي، بلکه د ميوې توليد د اخستونکو ضرورت هم تامين کړي.

C. د هغو ميوو توليد او پالنه چې د کومو لپاره غوښتنه زياته وي او د هغې عرضه کول په بازار کې کم وي پرته له شکه به د هغې قيمت لوړ وي. لاندې د افغانستان د ميوو سروی شتون لري چې په کال ۲۰۰۳ کې سرته رسيدلی ده.

(د پاورپوينټ ۴ شميره سلايد)

1. هغه تحليل او تجزيه چې د ملک په سطحه يې صورت نيولی دی نو انگورو د ميوو تر ټولو لوړه فيصدي د باغونو په برخه کې خپله کړي ده چې د هغې په تعقيب په ترتيب سره د منې، بادام، انارو او زردالو ميوې ځای لري.
2. انگور د اهلي شوو او کښت کيدونکو ميوو څخه يوه نوعه (species) ده چې له ۱۵ نه په زياتو ولايتونو کې توليديږي چې د هيواد په سطحه بنيايي ۴۸ فيصده ميوه حساب شي.

3. مڼه يو عمده نبات دی چې د وردگو په ولايت او څلورو نورو ولايتونو د هيواد کي کښت کيږي او توليد کوي.
4. بادام د ونې د سره ميوه ده چې اروزگان په ولايت کي د کروندگر لپاره لومړی انتخاب او ټاکنه ده.

(د پاورپواينټ ۵ شميره سلايد)

5. انار (Pomegranates) هغه ميوه ده چې د زيات ارزښت لرونکی ده چې عموماً د بلخ، نيمروز او کاپيسا په ولايتونو کي کښت او توليدیږي.
6. د توت ميوه (Mulberries) عمدتاً د بادغيس په ولايت کي توليدیږي.
7. ننگرهار يوازنی ولايت دی چې د هغې کروندگر په هغې ځای کي د نيمه حاره (subtropical) منطقو ونې کښت کوي چې د هغې علت د مساعدو شرايطو او اقليم شتون دی او همدا دا چې د پاکستان هيواد سره په گانډپتوب کي موقیعت لري.
8. د نارنج ونه د ننگرهار په ولايت کي يوه ډيره عامه ونه بلل کيږي.

(د پاورپواينټ ۶ شميره سلايد)

- A. دا چې د انگور ميوه يوه ډيره عامه نوعه (species) ده کومه چې په افغانستان کي کښت او توليدیږي، ښايي د هغې عرضه کول او پلورل يو آسان کار نه وي.
1. که چيري تاسې داسې يوه ميوه کښت کړئ چې د هغې عرضه کول په ساحه يا بازار کي کم وي، پس د هغې لپاره بازار موندنه به آسانه وي.

(د پاورپواينټ ۷ شميره سلايد)

د پاور پواينټ دا شميره سلايد له **TM: F3-1** درسي موادو سره اړيکه لري اود ميوو نوعي(پرتله له انگورو) په گوته کوي چې له ۱۰۰۰ جريبو نه په زياتو ځمکو کي په قريه جاتو کي سروی شوي او په کال ۲۰۰۳ کي سرته رسيدلی.

(د پاورپواينټ ۸ شميره سلايد)

د پاور پواينټ دا شميره سلايد له **TM: F3-2** درسي موادو سره اړيکه لري اود ميوو نوعي(پرتله له انگورو) په گوته کوي چې له ۱۰۰۰ جريبو نه په کمو ځمکو کي په قريه جاتو کي سروی شوي او په کال ۲۰۰۳ کي سرته رسيدلی.

د **TM: F3-1** او **F3-2** درسي مواد زده کونکو ته وښايست. دا مواد د افغانستان د ميوو د ونو د اندازو په برخه کي په گرافيکي شکل سره معلومات تقديموي. له زده کونکو سره بحث وکړئ چې په مختلفو ولايتونو کي د عرضه کولو په اساس کومي ميوي به لوړ قيمت د ځان لپاره غوره کړي.

دوهمه موخه يا هدف: د بازار موندې يا اخستلو او خرڅولو څلور پي (4 P's) لست او تعريف كړئ.

(د پاورپواينټ ۹ شميره سلايد)

۱۱. د بازارموندنې ستراتيژي گانې په عمومي توگه د څلورې پي (4 P's) په چاپيره څرخيري، دا څلور

پي (4 P's) په لاندې توگه دي:

- A. Product توليد.
- B. Price قيمت يا نرخ.
- C. Place مكان يا ځاى
- D. Promotion رواجول او اعلانونه.
- E. كله، كله د پنځمې پي نه هم يادونه كيږي: people خلك.

A. دا پي گانې مخلوط يا گډه (marketing mix) بازار موندنه تشكيلوي. يا په بله عبارت د يوې

خاصي كمپنۍ له داخلیدو نه د اخستلو او خرڅولو په لوري د يوه مشخص توليد لپاره وي.

B. د دې ستراتيژۍ موخه يا هدف د توليد له درست توليد او تقديم ، درست ځاى، په درست

قيمت سره او د خبرونې پواسطه د اخستونكو د پوهيدلو نه عبارت دى، .

(د پاورپواينټ ۱۰ شميره سلايد)

C. كه چيري له پي گانو څخه هر يو يې له خپل بيلانس او توازن نه د باندې ووځي، پس د

بازارموندنې تگلاره به لکه څرنګه چې موثره تماميږي هاغسې به نه وي.

D. كه چيري تاسې نارنج توليد كړۍ بنايي ونه شۍ كولى چې په توليدونكو باندې خپل د

نارنج توليد خرڅ كړئ.

1. كه چيري تاسې منه كښت او توليد كړئ بنايي د نارنج توليدونكي يې له تاسې

نه واخلي

له زده كونكو نه غوښتنه وكړي ترڅو چې د هغه شمير توليداتو په برخه كې چې په افغانستان كې د هغې اعلانول صورت نيسي، بحث وكړي. خپله د توليد، د هغې د قيمت، په كوم ځاى پلورل كيږي او د هغې د اعلانونو په برخه كې چې څنگه صورت نيسي بحث وكړئ. له TM: F3- 3 درسي موادو څخه د يوه ممد په توگه استفاده وكړئ.

درېمه موخه يا هدف: د غذايي توليداتو د مارکیتونو نوعي تشریح کړئ.

(د پاورپواینټ ۱۱ شمیره سلايد)

۱۱۱. غذايي مواد د بازار موندنې له سلسلې (*marketing channel*) د لارې پلورل کيږي. د بازار موندنې سلسله دا بيانوي چې تولید له فارم نه نيولی تر پروسس کونکو او د غذا د اخستونکو پوري په څه ډول حرکت او جريان پيدا کوي

A. دا سلسلې د غذايي موادو د نوعې په پام کې نيولو او د پرچون پلورنې داسانتياوو په پام کې نيولو سره شايي ډير پېچلی او يا هم ډير زيات ساده وي.

(د پاورپواینټ ۱۲ شمیره سلايد)

1. د بازار موندې د سلسلې هره مرحله د اخستونکي د خاصې نوعې څخه نماينده گي کوي.
2. د مثال په توگه، د غنمو ژرنده اوږه را اخلي او هغه په اوږو بدلوي.
3. دا ژرنده وروسته وږه په حيازي يا نانوای باندې پلوري.
4. لوی حيازي يا نانوای (لکه مرکزي سيلو) د ډوډي مختلفي نوعي پخوي او هغه په عمده پلورونکو باندې خرڅوي.
5. د ډوډي عمده پلورونکي يې په پرچون خرڅونکو باندې خرڅوي د بيلگي په توگه لوی مغازي او رستورانټونه.
6. تاسې دا گوري چې په هره مرحله گي اخستونکي او پلورونکي شتون لري.

(د پاورپواینټ ۱۳ شمیره سلايد)

- A. په ځينو مواردو کې بنيادي يوه کمپنۍ د يوې مرحلې د پروسې نه زيات کار وکړي.
1. دا حالت د بشپړونې يا عمودي الحاق (*vertical integration*) په نامه سره يادېږي.
 2. د بيلگې په توگه، يوه کمپنۍ بنيادي انگور کښت کړي او هم هغه د وچو کشمشو لپاره او وروسته هغه خرڅ کړي.

(د پاورپواینټ ۱۴ شمیره سلايد)

- د غذايي موادو بازار موندنه همدارنگه د هغو مرحلو پواسطه چې بايد د هغې له لارې لاړ شي (حرکت وکړي) طبقه بندي کيدلی شي.

1. د شيانو اخستل او خرڅول (Commodity marketing) - له دي سلسلې څخه شيان او تجارتي کالي عرضه کيږي
2. صنعتي اخستل او خرڅول - د پروسس کولو په دي سلسله کې يو شى په لومړى شى يا اساسى سره شامل وي. د مثال په توگه غنم په ورو.
 - a. دا وړه د پروسس کونکى فابريکې پواسطه اخستل کيږي او هغه له دي ورو څخه ډوډى پخوي.

(د پاورپواينټ ١٥ شميره سلايد)

1. بيا ځل خرڅول (Reseller marketing) - په لويو پلورونکو باندې د شيانو له خرڅولو يا پلورلو نه عبارت دي.
 - a. لوى پلورونکي يا لوى سرايونه غټ شيان له څو کمپنيو څخه اخلي.
 - b. له دي نه وروسته غټ شيان په کوچنيو برخو ويشل کيږي او هغه پرچون پلورونکو ته انتقالوي.

(د پاورپواينټ ١٦ شميره سلايد)

1. مصرف کونکى ته عرضه کول - په دي نوعه پلورلو کې د اخستونکو لپاره په نښه شوي توليدات برابر او عرضه کيږي.
 - a. هغه توليدا چې برانډ يا نښه ونه لري عموماً د تجارتي علامي نه لرونکو (generics) توليداتو په نامه سره ياديري.
 - b. ښايي دا نښه نه لرونکي غذاگانې د خوراک ښه وړ غذاگانې (nutrition) وي سره له دي چې د هغې ذايقه او خوند د نښه شوو توليداتو په اندازه نه وي.

(د پاورپواينټ ١٧ شميره سلايد)

- A. د غذايي مواد د اخستلو او خرڅولو د طبقه بندى بله تگلاره د اخستونکى له پلوه وي، اخستونکي غذايي مواد له کوم ځاى نه اخلي.

1. د اخستلو او خرڅولو لپاره يو ډير عام ځاى مغازي او مارکيتونه دي.

د افغانستان د عامو اخستولو او خرڅولو د تگلارو په برخه کې له زده کونکو سره بحث وکړي. په هغې کې ترټول غوره او په زړه پوري ميتودونه معلوم کړئ. آیا د دي ميتودونو په په منځ داسې ميتود شتون لري چې له دي وروسته هغه د استفادې وړ نه وي؟

څلورمه موخه يا هدف: د بازار موندنې (marketing) درسته او مناسبه ستراتيژي تعين او تشخيص کړئ.

(د پاورپوینټ ۱۸ شمیره سلايد)

۱۷. د مغز لرونکو او غیر مغزي میوو د بازار موندنې موضوع باید د هغې میوي له حاصل اخستو څخه دمخه بررسی کړلي شي.

A. د بازار موندنې د پلان جوړونې په مرحله کې باید زیات عوامل او فکتورونه په پام کې ونیول شي ترڅو یو سلسله سوالونو ته مناسب ځوابونه برابر کړل شي چې دا ځوابونه په خپل نوبت سره د بازار موندنې په ستراتيژي کې له تاسې سره مرسته کوي.

B. له خلکو سره د خپل تولید په برخه کې خبرې اترې وکړي.

1. آیا ستاسې تولید، ځانګړی شکل، اندازه، کیفیت، نوعه، خوند او ذایقه لري ترڅو د اخستونکو لپاره ګټور ثابت شي؟

(د پاورپوینټ ۱۹ شمیره سلايد)

A. دا باید معلومه کړئ چې ستاسې د تولید لپاره غوښتنه شتون لري او که نه؟ د بازار موقیعت چیرته دی؟ آیا ستاسې د تولید لپاره زیاته غوښتنه شتون لري او که کمه؟

1. ستاسې د اخستونکو پوتانشیل په کوم ځای کې موقیعت لري؟

2. دیموګرافیک خصوصیات (د اقتصاد سطحه، تعلیم، عمر او نور) ستاسې پوتانشیلی اخستونکي له کومه قراره دي؟

a. د هغوي عمر یې له څه قرار دی؟

b. د هغوي لاسته راوړنه او عاید په کومې اندازې سره دي؟

c. د هغوي د کورنۍ پراخوالی په کومه اندازه دی؟

3. ستاسې د اخستونکو دپوتانشیل سلوکي ځانګړتیاوي له څه قراره دي؟

a. د هغوي د ژوندانه سبک او تګلاره په څه ډول سره ده؟

b. کومې مغز لرونکې او غیر مغزي میوي هغوي په مصرف رسوي؟

(د پاورپوینټ ۲۰ شمیره سلايد)

A. دشتون لرونکی مارکیټ غوښتنه باید چې معلومه او تشخيص کړل شي.

1. د بیلګې په توګه دا معلومه شي چې د اخستونکو پوتانشیل په مارکیټ په کومه اندازه دی.

2. دا باید معلومه شي چي اخستونکي په کومي اندازې سره مغز لرونکي او غير مغزي ميوې په مصرف رسوي.

3. معمولاً د يوه کال په جريان کي په کومي اندازې سره اخستل کولی شي.

(د پاورپواینټ ۲۱ شمیره سلايد)

- A. ځني بازارونه بنایي درجي، کیفیت او مشخصي اندازې د تولید د غوښتنې لپاره ولري.
1. دا غوښتنې بنایي د وینا او مخ په مخ اوریدو څخه معلومي کړی شي او یا هم د سروی د تطبیق پواسطه معلوم کړل شي.

(د پاورپواینټ ۲۲ شمیره سلايد)

- A. آیا مارکیټ د تولید په رسیدلو کي ترانسپورتي مصرفونه داخل دي.
F. آیا اوس هم په مارکیټ کي سیال یا رقیب لري؟
1. تاسې نسبت خپلو سیالانو ته په خپل تولید کي کوم په زړه پوی شی وړاندې کوی؟
G. مارکیټ کوم نرخ یا قیمت وړاندیز کوي او نرخونه په څه ډول تغیر او تبدیل کیدلی شي؟
1. تر ټولو پورته او تر ټولو ښکته قیمت کوم تاسې هغه په آپکلي توگه په لاس راوړی کوم دي کوم شرایط دا قیمتونه تعین او ټاکي؟
A. ستاسې د تولید توقع شوی خرڅونې په کومي اندازې سره دي؟
1. ستاسې په نظره ستاسې د پلورنو اعظمي او کم حد په يوه راتلونکی کال کي به کومه اندازه وي؟

له زده کونکو سره مرسته وکړئ ترڅو چي <http://www.kabuliwala.com> ویب پاڼې ته مراجعه وکړي. دا ویب پاڼه د افغانستان د مغز لرونکو او وچې ميوې د یوې کمپنۍ سره اړیکه لري. زده کونکو ته وخت ورکړئ ترڅو چي نوموړی کمپنۍ او د هغې داخستلو او پلورلو تگلاري تحلیل کړي او د لوست د څلورمې موخې سوالونو ته ځوابونه وړاندې کړي. په هغه صورت کي چي امکان شتون ولري نو له کمپنۍ سره اړیکه ونیسئ ترڅو چي نفر یې ټولگی ته راشي او د بازار موندنې په برخه کي خبري اتری وکړي.

بیا کتنه\خلاصه یا لنډیز: د زده کړو موخو څخه په استفادې سره لوست خلاصه یا لنډیز کړئ. له زده کونکو نه غوښتنه وکړئ ترڅو چي د هري موخې پوري تړلي منځ پانگي تشریح کړي. د هغوي له ځوابونو څخه د يوه بنسټ په توگه د هغو موخو د تعین او ټاکنې لپاره کومي چي د بیاکتنې لپاره مختلفو تگلارو ته اړتیا لري، تر استفادې لاندې ونیسئ. له هغو سوالونو څخه چي د پاورپواینټ په ۲۳ شمیره سلايد کي شتون لري هم په دي برخه کي استفاده کولی شي.

تطبيق او عملي كول: زده كونكي په دوه نغري او دري نغري گروپونو باندې تقسيم كړئ. له هغوي نه غوښتنه وكړئ ترڅو چي د مغز لرونكو او غير مغزي ميوو يوه فرضي كمپني رامنځته كړئ. زده كونكي بايد چي د لوست د څلورمې موخې ټولو سوالونو څخه يادونه وكړي. ارايه شوي ځوابونه او كتني كومي چي د لوست په بله موخه كې تشریح شوي دي په پام كې ونيسئ. زده كونكي بايد په خپله كمپني كې مېتكر وي. زده كونكي كولى شي چي پوسترونه، بروشرونه او نور شيان د توليداتو د اشتهاراتو لپاره رامنځته كړي. هو د بازار موندنې لپاره اساسي مطلب بايد تدوين او وړاندې كړي كوم چي د لوست د څلورمې موخي يا هدف د ټولو سوالونو لپاره ځواب ويونكي وي.

ارزيابى: ارزيابى بايد د زده كونكو په لاسته راوړنو باندې متمرکزه وي كومه چي له درسي موخو څخه وي. په دي برخه كې مختلف تخنيكونه د استعمال وړ دي، د بيلگي په توگه په غوښتنيزو فعاليتونو باندې د زده كونكو اجرا كوني. په ليكلي بڼه امتحان يا ازموينه ددي درسي مواد شامله دي.

نمونه يي امتحان ته ځوابونه:

لنډ ځواب

1. مخلوطه يا گډه بازار موندنه (marketing mix) يا څلور پي (4 P's) څه ده؟

- Product توليد.
 - Price قيمت يا نرخ.
 - Place مکان يا ځای
 - Promotion ترويج او اشتهارونه (خبرتياوي)
- د يوې کمپنۍ لپاره د يو مشخص توليد د بازار موندنې لپاره يو تگلاري ته له داخلیدو نه عبارت ده.

2. د مارکيت سلسله (marketing channel) څه ده؟

د بازار موندنې سلسله بيان کړئ کومه چي د توليد په برخه کي له فارم نه نيولی تر پروسس او اخستونکي پوري دا ښکاره کوي چي په څه ډول غذايي مواد حرکت او جريان پيدا کوي.

3. عمودي بشپړونه (vertical integration) څه ده؟ د يوې کمپنۍ نوم واخلئ چي د عمودي پروسس بشپړونه (vertical integration) يي نيولی وي.

په ځينو برخو کي ښايي يوه کمپنۍ له يوې نه په زياتو پروسو يا مرحلو باندې کار وکړي. دا حالت د کاملې جوړونې يا عمودي الحاق (vertical integration) په نامه سره يادېږي. د مثال په توگه يو کمپنۍ ښايي چي انگور کښت او توليد کړي او هم هغه د کشمشو لپاره وچ کړي او وروسته يي خرڅ کړي.

4. د غذايي موادو د اخستلو او خرڅولو لپاره څلور مرحلې کومي دي؟

1. شيان يا لومړنی مواد (Commodity)
2. صنعت (Industry)
3. بيا ځل پلورل (Reseller)
4. مصرفونکي (Consumer)

5. د مهربانۍ له مخې هغه سوالونه لست کړئ چي تاسې هغه د بازار موندنې په جريان کي په پام کي نيولي دي.

امتحان(ازموينه)

درېم لوست: د مغزي او غير مغزي ميوو اخستل او خرڅول
(Market Fruits and Nuts)

لومړۍ برخه: لنډ ځواب

رهنمايي (لارښوونه): ددې لپاره چې لاندې سوالونه مو ځواب کړي وي، لطفاً تاسې د هغې سره تړلي معلومات برابر کړئ.

6. مخلوطه يا گډه (marketing mix) بازار موندنه څه ده؟

7. د مارکيټ سلسله (marketing channel) څه ده؟

8. عمودي بشپړونه (vertical integration) څه ده؟ د يوي کمپنۍ نوم واخلي چې د عمودي پروسې بشپړونه (vertical integration) يې نيولي وي.

9. د غذايي موادو د اخستلو او خرڅولو لپاره څلور مرحلې کومې دي؟

10. د مهربانۍ له مخې هغه سوالونه لست کړئ چې تاسې هغه د بازار موندنې په جريان کې په پام کې نيولي دي.

1.

2.

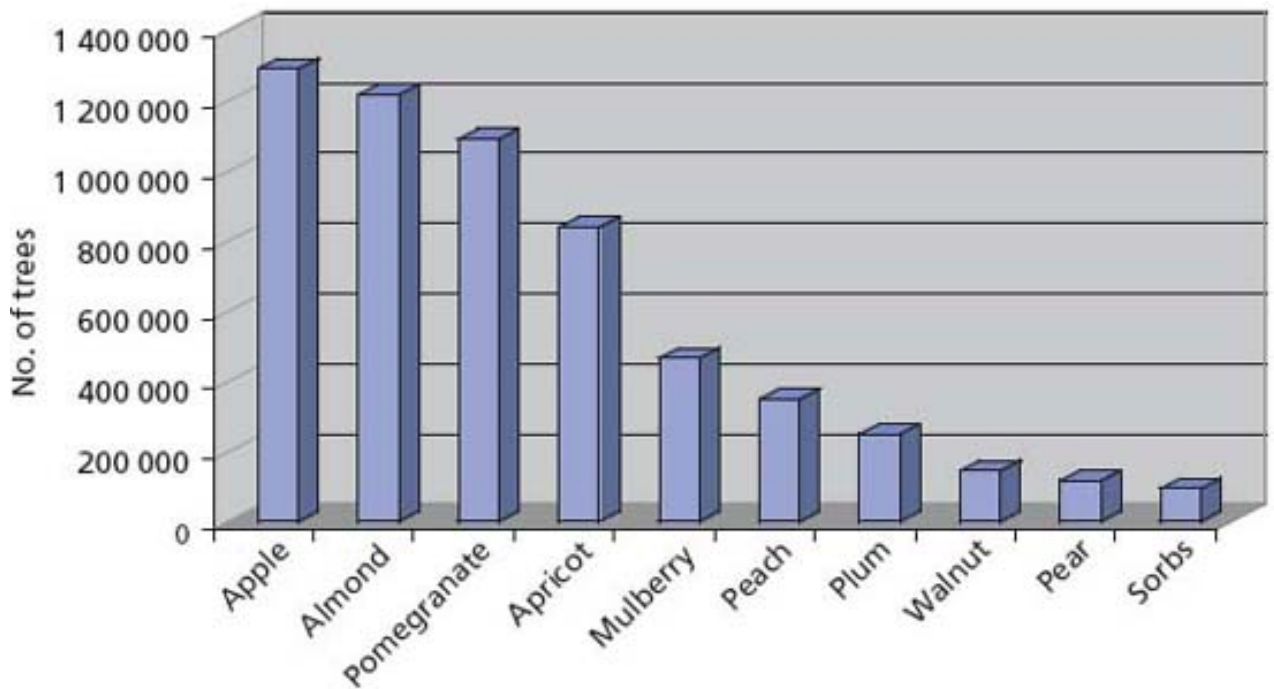
3.

4.

5.

د افغانستان د میوې سروی

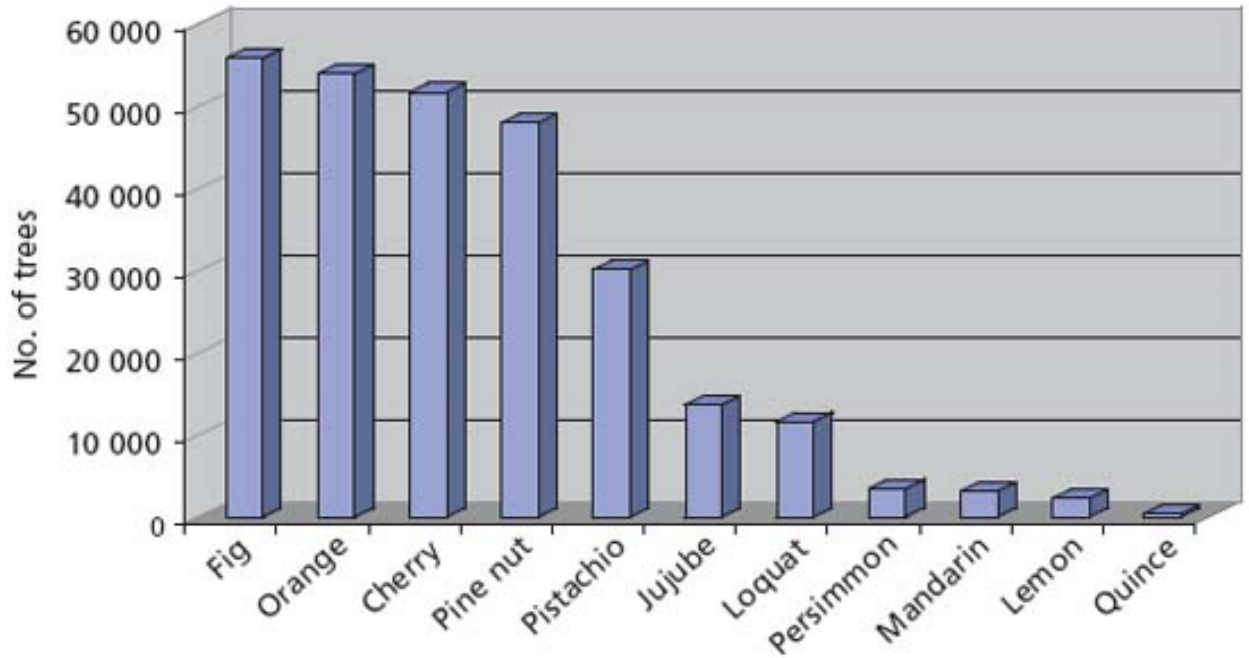
د میوې نوعې (پرتله له انگورو) کومو چې له ۱۰۰۰ جریو نه زیاته ځمکه په قریه گانو کې نیولی او سروی یې د ۲۰۰۲ کال په پسرلی کې بنودل شوي ده.



Source: <http://www.fao.org/docrep/007/y5163e/y5163e08.htm#bm08.7>

د افغانستان د میوې سروی

د میوې نوعې (پرتله له انګورو) کومو چې له ۱۰۰۰ جریبو نه کمه ځمکه په قریه ګانو کې نیولې او سروی یې د ۲۰۰۲ کال په پسرلی کې بشودل شوي ده.



Source: <http://www.fao.org/docrep/007/y5163e/y5163e08.htm#bm08.7>

د بازار موندې څلور پي (4 P's)

**مخلوطه يا گډه بازار موندنه (marketing mix) يا څلور پي (4 P's) باندې
څرخيري؟**

- Product **توليد.**
- Price **قيمت يا نرخ.**
- Place **مکان يا ځای**
- Promotion **ترويج او اشتهارونه (خبرتياوي)**
- **کله کله پنځمه پي څخه هم يادونه کيږي: people خلک**

- A.** ادا پي گاني د مخلوط پا گډ (marketing mix) بازار موندنه تشکيلوي. يا هم د خاصې کمپني داخليدل د يو مشخص توليد د خرڅولو او اخستلو لپاره عبارت دي.
- B.** د دې ستراتيژي موخه يا هدف عبارت دی له د درست توليد، په درست ځای، په درست قيمت سره او د اخستونکو خبرول د اعلانونو پواسطه وړاندې کول دي.