

(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)

اصطلاح گاني

- marketing mix گڏه بازار موندنه (اخستل او خرڇول) يا څلور پي (4 P's) ترڪيب
- marketing channel د اخستلو او خرڇولو سلسله
- vertical integration د شيانو په پلورلو کي عمودي بشپړونه (هغه کمپني چي له يوي نه په زياتو مرحلو د پلورلو کي داخلي دي)

• د هغې میوي تولیدول چې د بازار موندنې (پلورلو او پیرودلو) قابلیت ولري یو استراتژیک تدبیر او عمل گڼل کیږي که چیري دا ستراتیژیک عملیات په درست صورت سره سرته رسیدلي نو پرته له شکه به د زیاتو گټو لرونکي وي.

— درسته بازار موندنه زیاتي تجزي ته اړتیا نه لري ولي د هغې د پلان د تدبیر لپاره اضافي وخت ته ضرورت او اړتیا وي.

— له تر ټولو لوړ قیمت د لاسته راوړنې لپاره، نه یوازي دا چې د میوي کیفیت لوړ کړل شي، بلکه د میوي تولید د اخستونکو ضرورت هم تامین کړي.

— د هغو میوو تولید او پالنه چې د کومو لپاره غوښتنه زیاته وي او د هغې عرضه کول په بازار کې کم وي پرته له شکه به د هغې قیمت لوړ وي. لاندې د افغانستان د میوو سروی شتون لري چې په کال ۲۰۰۳ کې سرته رسیدلی ده.

» هغه تحليل او تجزيه چي د ملك په سطحه يي صورت نيولى
دى نو انگورو د ميوو تر ټولو لوړه فيصدي د باغونو په برخه
کي خپله کړي ده چي د هغي په تعقيب په ترتيب سره د مني،
بادام، انارو او زردالو ميوو حاي لري.

» انگور د اهلي شوو او کښت کيدونکو ميوو څخه يوه
نوعه (species) ده چي له ۱۵ نه په زياتو ولايتونو کي
توليديري چي د هيواد په سطحه بنايي ۴۸ فيصده ميوه حساب
شي.

» منه يو عمده نبات دى چي د وردگو په ولايت او څلورو نورو
ولايتونو د هيواد کي کښت کيري او توليد کوي.

» بادام د ونې د سره ميوه ده چي اروزگان په ولايت کي د
کروندگر لپاره لومړى انتخاب او ټاکنه ده.

» انار (Pomegranates) هغه میوه ده چي د زیات ارزښت لرونکی ده چي عموماً د بلخ، نیمروز او کاپیسا په ولایتونو کي کښت او تولیدیږي.

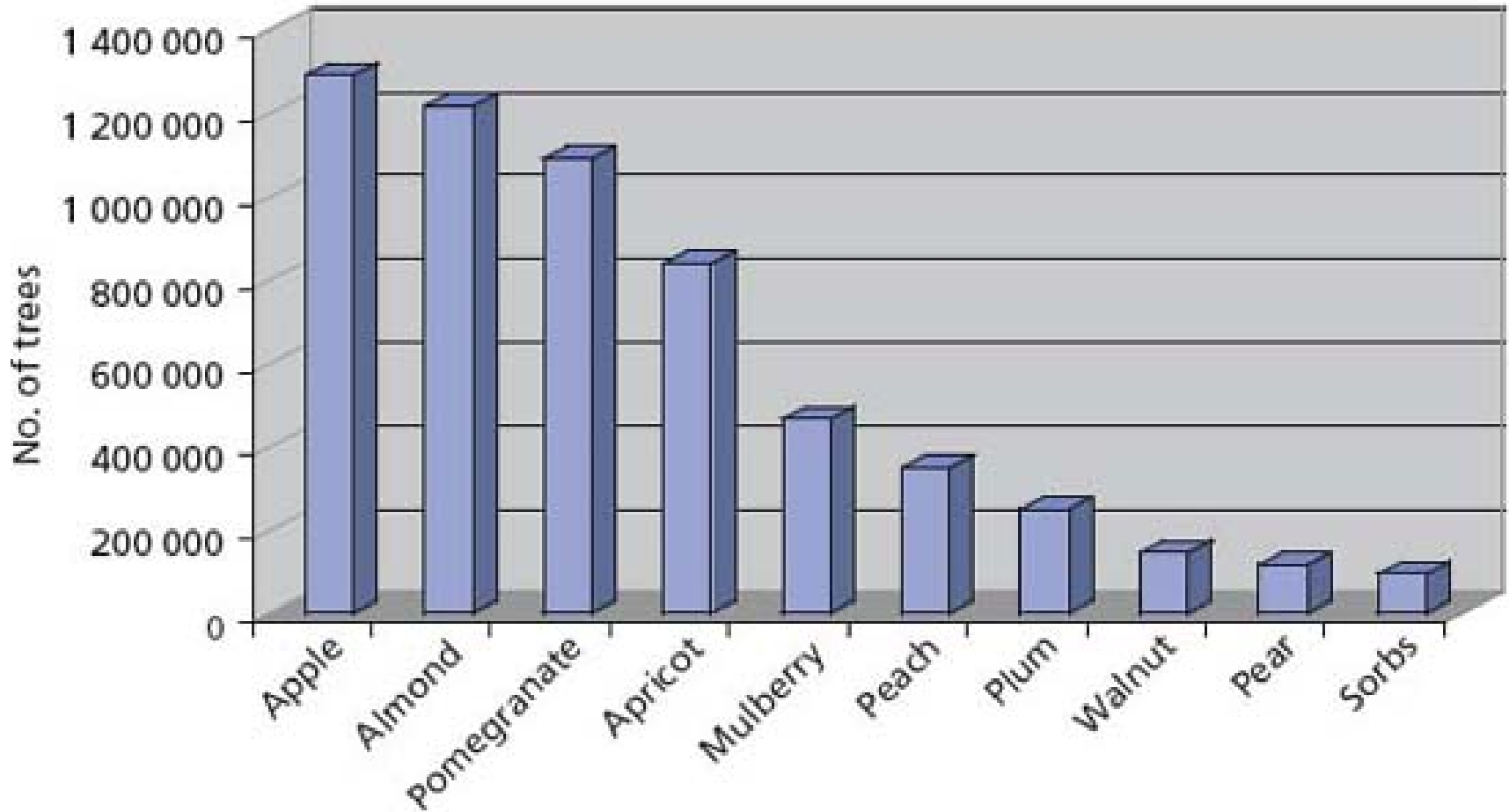
» د توت میوه (Mulberries) عمدتاً د بادغیس په ولایت کي تولیدیږي.

» ننگرهار یوازنی ولایت دی چي د هغې کروندگر په هغې حای کي د نیمه حاره (subtropical) منطوقو ونې کښت کوي چي د هغې علت د مساعدو شرایطو او اقلیم شتون دی او همدا دا چي د پاکستان هیواد سره په گانډیتوب کي موقیعت لري.

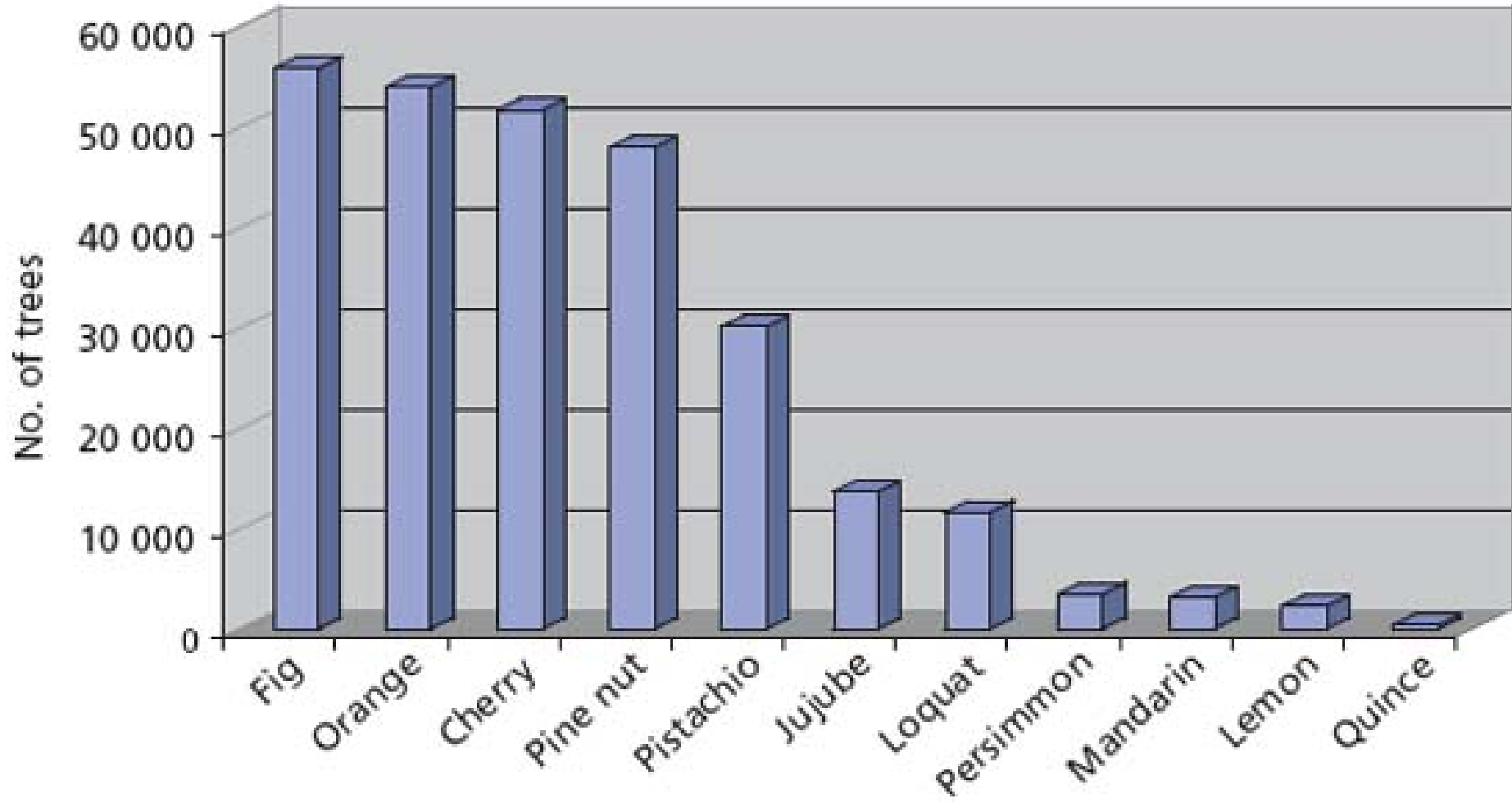
» د نارنج ونه د ننگرهار په ولایت کي یوه ډیره عامه ونه بلل کیږي.

- دا چي د انگور میوه یوه ډیره عامه نوعه (species) ده کومه چي په افغانستان کي کبنت او تولیدیږي، بسایي د هغې عرضه کول او پلورل یو آسان کار نه وي.
- که چیري تاسې داسې یوه میوه کبنت کړئ چي د هغې عرضه کول په ساحه یا بازار کي کم وي، پس د هغې لپاره بازار موندنه به آسانه وي.

د میوي نوعي(پرتله له انگورو) کومو چي له ۱۰۰۰ جریبو نه زیاته ځمکه په قریه گانو کي نیولی او سروی یی د ۲۰۰۳ کال په پسرلی کي بنودل شوي ده.



د میوي نوعي(پرتله له انگورو) کومو چي له ۱۰۰۰ جریبو نه کمه ځمکه په قریه گانو کي نیولی او سروی یی د ۲۰۰۳ کال په پسرلی کي بنودل شوي ده.



د بازار موندنې څلور پی (4 P's)

د بازار موندنې ستراتیژي ګاني په عمومي توګه د څلور پی (4 P's) په چاپیره څرخیزې، دا څلور پی (4 P's) په لاندې توګه دي:

• Product تولید.

• Price قیمت یا نرخ.

• Place مکان یا ځای

• Promotion رواجول او اعلانونه.

• کله، کله د پنځمې پی نه هم یادونه کېږي: people خلک.

— دا پی ګاني مخلوط یا ګډه (marketing mix) بازار موندنه تشکیلوي. یا په بله عبارت د یوې خاصې کمپنۍ له داخلیدو نه د اخستلو او څرخولو په لوري د یوه مشخص تولید لپاره وي.

— د دي ستراتیژۍ موخه یا هدف د تولید له درست تولید او تقدیم، درست ځای، په درست قیمت سره او د خبرونې پواسطه د اخستونکو د پوهیدلو نه عبارت دی.

- که چیري له پی گانو څخه هر یو یي له خپل بیلانس او توازون نه د باندې ووځي، پس د بازار موندني تگلاره به لکه څرنګه چي موثره تمامیري هاغسي به نه وي.

- که چیري تاسې نارنج تولید کړی بسایي ونه شی کولی چي په تولیدونکو باندې خپل د نارنج تولید خرڅ کړئ.

– که چیري تاسې منډه کښت او تولید کړئ بسایي د نارنج تولیدونکي یي له تاسې نه واخلي

● غذایي مواد د بازار موندنې له سلسلې (**marketing** **channel**) د لارې پلورل کيږي. د بازار موندنې سلسله دا بیانوي چې تولید له فارم نه نیولی تر پروسس کونکو او د غذا د اخستونکو پورې په څه ډول حرکت او جریان پیدا کوي

– دا سلسلې د غذایي موادو د نوعې په پام کې نیولو او د پرچون پلورنې داسانتیاوو په پام کې نیولو سره شایي ډیر پیچلی او یا هم ډیر زیات ساده وي.

- » د بازار موندې د سلسلې هره مرحله د اخستونکي د خاصې نوعي څخه نماينده گي کوي.
- » دمثال په توگه، د غنمو ژرنده اوږه را اخلي او هغه په اوږو بدلوي.
- » دا ژرنده وروسته وږه په حبابي يا نانوای باندي پلوري.
- » لوی حبابي يا نانوای (لکه مرکزي سيلو) د ډوډي مختلفي نوعي پخوي او هغه په عمده پلورنکو باندي خرڅوي.
- » د ډوډي عمده پلورونکي يي په پرچون خرڅونکو باندي خرڅوي د بيلگي په توگه لوی مغازي او رستورانټونه.
- » تاسي دا گوري چي په هره مرحله گي اخستونکي او پلورونکي شتون لري.

● په ځنیو مواردو کې بنایي یوه کمپنی د یوې مرحلې د پروسې نه زیات کار وکړي.

– دا حالت د بشپړونې یا عمودي الحاق (*vertical integration*) په نامه سره یادېږي.

– د بیلګې په توګه، یوه کمپنی بنایي انګور کښت کړي او هم هغه د وچو کشمشو لپاره او وروسته هغه خرڅ کړي.

» د غذايي موادو بازار موندنه همدارنگه د هغو مرحلو پواسطه چي بايد د هغي له لاري لار شي (حرکت وکړي) طبقه بندي کيدلی شي.

» د شيانو اخستل او خرڅول (Commodity marketing) – له دي سلسلي څخه شيان او تجارتي کالي عرضه کيږي

» صنعتي اخستل او خرڅول – د پروسس کولو په دي سلسله کي يو شی په لومړی شی يا اساسی سره شامل وي. د مثال په توگه غنم په وړو.

» دا وړه د پروسس کونکی فابريکي پواسطه اخستل کيږي او هغه له دي وړو څخه ډوډی پخوي.

« بيا حل خرڅول (Reseller marketing)

(– په لويو پلورونکو باندې د شيانو له
خرڅولو يا پلورلو نه عبارت دي.

« لوی پلورونکي يا لوی سرايونه غټ
شيان له څو کمپنيو څخه اخلي.

« له دي نه وروسته غټ شيان په کوچنيو
برخو ویشل کيږي او هغه پرچون
پلورونکو ته انتقالوي.

- » مصرف کونکی ته عرضه کول – په دي نوعه پلورلو کي د اخستونکو لپاره په نښه شوي تولیدات برابر او عرضه کيږي.
- » هغه تولیدا چي براند یا نښه ونه لري عموماً د تجارتي علامي نه لرونکو (generics) تولیداتو په نامه سره یاديږي.
- » ښايي دا نښه نه لرونکي غذاګاني د خوراک ښه وړ غذاګاني (nutrition) وي سره له دي چي د هغي ذایقه او خوند دښه شوو تولیداتو په اندازه نه وي.

● د غذایی مواد د اخیستلو او خرڅولو د
طبقه بندی بله تگلاره د اخیستونکی له
پلوه وي، اخیستونکی غذایی مواد له
کوم ځای نه اخلی.

– د اخیستلو او خرڅولو لپاره یو ډیر عام
ځای مغازي او مارکیټونه دي.

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

- د بازار موندني 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 موندني په استراتیژۍ کې له تاسې سره مرسته کوي.

- له خلکو سره د خپل تولید په برخه کې خبرې اترې وکړي.
- آیا ستاسې تولید، ځانګړی شکل، اندازه، کیفیت، نوعه، خوند او ذایقه لري ترڅو د اخستونکو لپاره ګټور ثابت شي؟

● دا باید معلومه کری چي ستاسي د تولید لپاره غوښتنه شتون لري او که نه؟ د بازار موقیعت چیرته دی؟ آیا ستاسي د تولید لپاره زیاته غوښتنه شتون لري او که کمه؟

– ستاسي د اخستونکو پوتانشیل په کوم حای کي موقیعت لري؟
– دیموگرافیک خصوصیات (د اقتصاد سطحه، تعلیم، عمر او نور) ستاسي پوتانشیلی اخستونکي له کومه قراره دي؟

» د هغوي عمر يي له څه قرار دی؟

» د هغوي لاسته راوړنه او عاید په کومي اندازې سره دي؟

» د هغوي د کورنۍ پراخوالی په کومه اندازه دی؟

– ستاسي د اخستونکو دپوتایشیل سلوکي ځانگړتیاوي له څه قراره دي؟

» د هغوي د ژوندانه سبک او تگلاره په څه ډول سره ده؟

» کومي مغز لرونکي او غیر مغزي میوي هغوي په مصرف

رسوي؟

● دشتون لرونکی مارکیټ غوښتنه باید چي معلومه او تشخیص کړل شي.

- د بیلګي په توګه دا معلومه شي چي د اخستونکو پوتانشیل په مارکیټ په کومه اندازه دی.
- دا باید معلومه شي چي اخستونکي په کومي اندازه سره مغز لرونکي او غیر مغزي میوي په مصرف رسوي.
- معمولاً د یوه کال په جریان کي په کومي اندازه سره اخستل کولی شي.

● حُني بازارونه بنایي درجي، کیفیت او
مشخصي اندازې د تولید د غوښتنې لپاره
ولري.

– 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.

- آیا مارکیټ د تولید په رسیدلو کې ترانسپورټي مصرفونه داخل دي.
- آیا اوس هم په مارکیټ کې سیال یا رقیب لري؟
- » تاسې نسبت خپلو سیالانو ته په خپل تولید کې کوم په زړه پوی شی وړاندې کوی؟
- مارکیټ کوم نرخ یا قیمت وړاندیز کوي او نرخونه په څه ډول تغیر او تبدیل کېدلی شي؟
- » تر ټولو پورته او تر ټولو ښکته قیمت کوم تاسې هغه په اټکلي توګه په لاس راوړی کوم دي کوم شرایط دا قیمتونه تعیین او ټاکي؟
- ستاسې د تولید توقع شوی خرڅونې په کومې اندازې سره دي؟
- » ستاسې په نظره ستاسې د پلورنو اعظمي او کم حد په یوه راتلونکي کال کې به کومه اندازه وي؟

بیا کتنه / خلاصه یا لنډیز

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 تعیین او تشخیص کړئ.