

(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 تعریف کړئ.
3. د غذايي تولیداتو 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. بنوونکي 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، بلکې 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)

۱. 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.

۲. 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 ښايي ۴۸ فيصده ميوه حساب شي.

3. مڼه یو عمده نبات دی چې د وردگو په ولایت او څلورو نورو ولایتونو د هیواد کې کښت کېږي او تولید کوي.
4. بادام د ونې د سره میوه ده چې اروزگان په ولایت کې د کروندگر لپاره لومړی انتخاب او ټاکنه ده.

(د پاورپواینټ ۵ شمیره سلايد)

5. انار (Pomegranates) هغه میوه ده چې د زیات ارزښت لرونکی ده چې عموماً د بلخ، نیمروز او کاپیسا په ولایتونو کې کښت او تولیدیږي.
6. د توت میوه (Mulberries) عمدتاً د بادغیس په ولایت کې تولیدیږي.
7. ننگرهار یوازنی ولایت دی چې د هغې کروندگر په هغې ځای کې د نیمه حاره (subtropical) منطقو ونې کښت کوي چې د هغې علت د مساعدو شرایطو او اقلیم شتون دی او همدا دا چې د پاکستان هیواد سره په گانډیټوب کې موقیعت لري.
8. د نارنج ونه د ننگرهار په ولایت کې یوه ډیره عامه ونه بلل کېږي.

(د پاورپواینټ ۶ شمیره سلايد)

- A. دا چې د انگور میوه یوه ډیره عامه نوعه (species) ده کومه چې په افغانستان کې کښت او تولیدیږي، ښایي د هغې عرضه کول او پلورل یو آسان کار نه وي.
1. که چېرې تاسې داسې یوه میوه کښت کړئ چې د هغې عرضه کول په ساحه یا بازار کې کم وي، پس د هغې لپاره بازار موندنه به آسانه وي.

(د پاورپواینټ ۷ شمیره سلايد)

د پاورپواینټ دا شمیره سلايد له TM: F3-1 درسي موادو سره اړیکه لري اود میوو نوعي(پرتله له انگورو) په گوته کوي چې له ۱۰۰۰ جریبو نه په زیاتو ځمکو کې په قریه جاتو کې سروی شوي او په کال ۲۰۰۳ کې سرته رسیدلی.

(د پاورپواینټ ۸ شمیره سلايد)

د پاورپواینټ دا شمیره سلايد له TM: F3-2 درسي موادو سره اړیکه لري اود میوو نوعي(پرتله له انگورو) په گوته کوي چې له ۱۰۰۰ جریبو نه په کمو ځمکو کې په قریه جاتو کې سروی شوي او په کال ۲۰۰۳ کې سرته رسیدلی.

د TM: F3-1 او F3-2 درسي مواد زده کونکو ته وښایاست. دا مواد د افغانستان د میوو د ونو د اندازو په برخه کې په گرافیکي شکل سره معلومات تقدیموي. له زده کونکو سره بحث وکړئ چې په مختلفو ولایتونو کې د عرضه کولو په اساس کومې میوي به لوړ قیمت 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 گاني 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 ځای
- D. Promotion رواجول او اعلانونه.
- E. کله، کله د پنځمې پي نه هم يادونه کيږي: people خلک.

A. دا پي گاني مخلوط يا گډه (marketing mix) بازار موندنه تشکيلوي. يا په بله عبارت د يوي

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

B. د دي ستراتيژي موخه يا هدف د توليد له درست توليد او تقديم ، درست ځای، په درست

قيمت سره او د خبرونې پواسطه د اخستونکو د پوهيدلو نه عبارت دی، .

(د پاورپواينټ ۱۰ شميره سلايد)

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

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

D. که چيري تاسې نارنج توليد کړی بنايي ونه شی کولی چي په توليدونکو باندې خپل د

نارنج توليد خرڅ کړئ.

1. که چيري تاسې منه کښت او توليد کړئ بنايي د نارنج توليدونکي يي له تاسې

نه واخلي

له زده کونکو نه غوښتنه وکړي ترڅو چي د هغه شمير توليداتو په برخه کي چي په افغانستان کي د هغې اعلانول صورت نيسي، بحث وکړي. خپله د توليد، د هغې د قيمت، په کوم ځای پلورل کيږي او د هغې د اعلانونو په برخه کي چي څنګه صورت نيسي بحث وکړئ. له TM: F3- 3 درسي موادو څخه د يوه ممد په توگه استفاده وکړئ.

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 لاري 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 کي نيولو او د پرچون پلورنې داسانتياوو په پام کي نيولو سره شايي ډير پيچلی 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 پلورنکو 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 کي بنايي يوه کمپنی. د يوي 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 کمپنی بنايي 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 لاري لار 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 ستراتيژۍ 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 پاورپواينټ ۲۱ شميره سلايد)

A. ځني بازارونه بنيادي درجي، کيفيت او مشخصي اندازې د توليد د غوښتنې لپاره ولري.

1. دا غوښتنې بنيادي د وينا او مخ په مخ اوريدو څخه معلومي کړي شي او يا هم د سروی د تطبيق پواسطه معلوم کړل شي.

(د پاورپواينټ ۲۲ شميره سلايد)

A. آیا مارکيت د توليد په رسيدلو کي ترانسپورتي مصرفونه داخل دي.

F. آیا اوس هم په مارکيت کي سيال يا رقيب لري؟

1. تاسې نسبت خپلو سيالانو ته په خپل توليد کي کوم په زړه پوی شی وړاندې کوی؟

G. مارکيت کوم نرخ يا قيمت وړاندیز کوي او نرخونه په څه ډول تغير او تبديل کيدلی شي؟

1. تر ټولو پورته او تر ټولو ښکته قيمت کوم تاسې هغه په آپکلي توگه په لاس راوړی کوم دي کوم شرايط دا قيمتونه تعين او ټاکي؟

A. ستاسې د توليد 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> ويب پاڼې ته مراجعه وکړي. دا ويب پاڼه د افغانستان د مغز لرونکو او وچې ميوې د يوې کمپنۍ سره اړيکه لري. زده کونکو ته وخت ورکړئ ترڅو چي نوموړی کمپنۍ او د هغې داخستلو او پلورلو تگلاري تحليل کړي او د لوست د څلورمې موخې سوالونو ته ځوابونه وړاندې کړي. په هغه صورت کي چي امکان شتون ولري نو له کمپنۍ سره اړيکه ونيسئ ترڅو چي نغږ يي ټولگی ته راشي او د بازار موندنې په برخه کي خبري اترې وکړي.

بيا کتنه\خلاصه يا لنډيز: د زده کړو موخو څخه په استفادې سره لوست خلاصه يا لنډيز 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 تعين او ټاکنې لپاره کومي چي د بياکتنې لپاره مختلفو تگلارو ته اړتيا لري، تر استفادې لاندې ونيسئ. له هغو سوالونو څخه چي د پاورپواينټ په ۲۳ شميره 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 واخلي 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 ياديږي. 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 واخلئ 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.

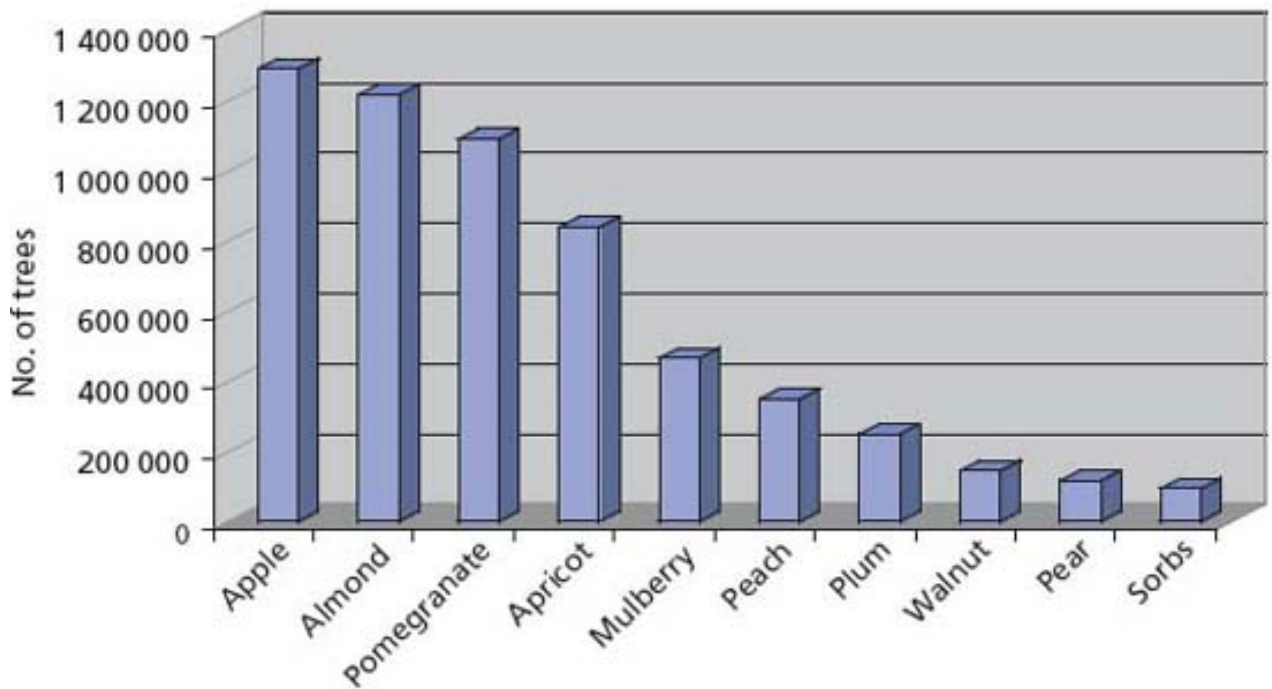
3.

4.

5.

د افغانستان د میوې سروی

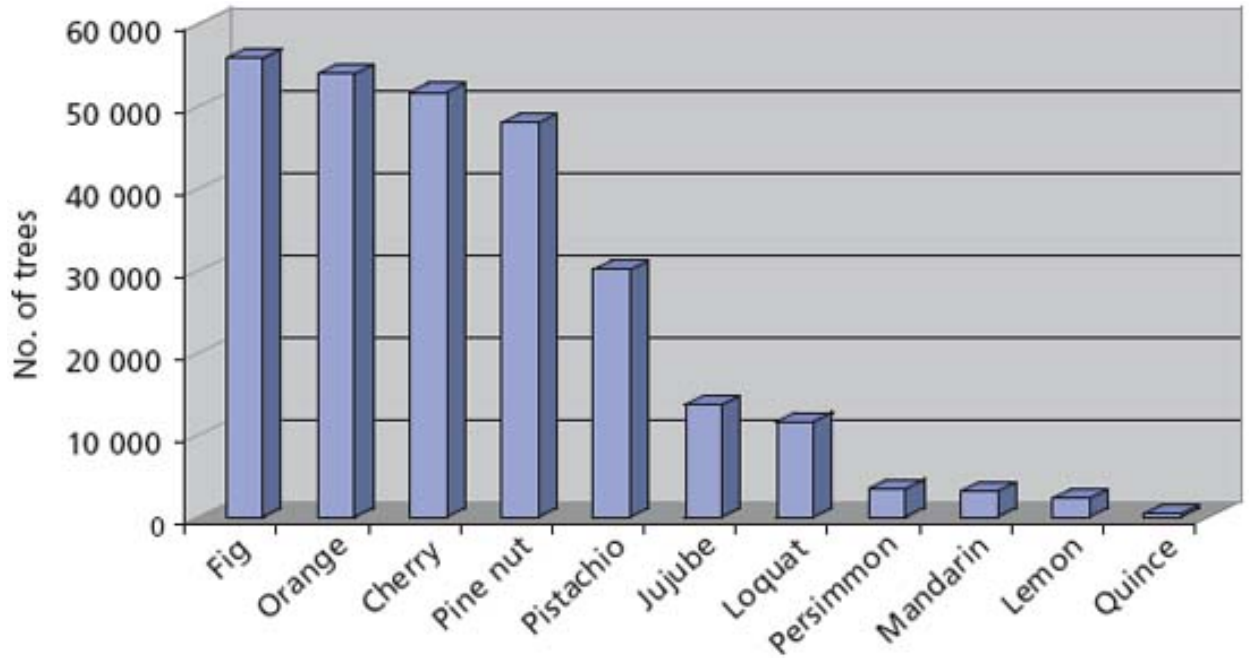
د میوې نوعې (پرتله له انگورو) کومو چې له ۱۰۰۰ جریو نه زیاته ځمکه په قریه گانو کې نیولې او سروی یې د ۲۰۰۲ کال په پسرلی کې بنودل شوي ده.



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.