

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

درېم لوست: د مغزی او غیر مغزی میوو اخستل او  
خرڅول

(Market Fruits and Nuts)

# اصطلاح ګانی

- (4 P's) گډه بازارموندنه (اخستل او خرڅول) یا څلور پی marketing mix ترکیب
- د اخستلو او خرڅولو سلسله marketing channel
- vertical integration شیانو په پلورلو کي عمودي بشپړونه (هغه کمینی چې له یوی نه په زیاتو مرحلو د پلورلو کي داخلی دي)

- د هغې میوی تولیدول چې د بازار موندنې (پلورلو او پیرودلو) قابلیت ولري یو استراتېژیک تدبیر او عمل گنل کېږي که چېرې دا ستراتېژیک عملیات په درست صورت سره سرته رسپېرسی نو پرته له شکه به د زیاتو ګټو لرونکي وي.
- درسته بازار موندنه زیاتې تجزې ته اړتیا نه لري ولي د هغې د پلان د تدبیر لپاره اضافې وخت ته ضرورت او اړتیا وي.
- له تر ټولو لور قیمت د لاسته راوړنې لپاره، نه یوازې دا چې د میوی کیفیت لور کړل شي، بلکې د میوی تولید د اخستونکو ضرورت هم تامین کړي.
- د هغو میوو تولید او پالنه چې د کومو لپاره غوبښته زیاته وي او د هغې عرضه کول په بازار کې کم وي پرته له شکه به د هغې قیمت لور وي. لاندې د افغانستان د میوو سروی شتون لري چې په کال ۲۰۰۳ کې سرته رسیدلی ده.

» هغه تحلیل او تجزیه چي د ملک په سطحه يې صورت نیولی  
دی نو انگورو د میوو تر تولو لوړه فیضی د باغونو په برخه  
کي خپله کري ده چي د هغې په تعقیب په ترتیب سره د منی،  
بادام، انارو او زردالو میوی ځای لري.

» انگور د اهلي شوو او کښت کیدونکو میوو څخه یوه  
نوعه(species) ده چي له ۱۵ نه په زیاتو ولايتونو کي  
تولیدیزی چي د هیواد په سطحه بنایی ۴۸ فیضه میوه حساب  
شي.

» منه یو عمده نبات دی چي د وردګو په ولايت او څلورو نورو  
ولايتونو د هیواد کي کښت کيری او تولید کوي.

» بادام د وني د سره میوه ده چي اروزگان په ولايت کي د  
کرونډکر لپاره لوړۍ انتخاب او ټاکنه ده.

» انار (Pomegranates) هغه میوه ده چي د زيات ارزښت لرونکی ده چي عموماً د بلخ، نیمروز او کاپیسا په ولايتونو کي کښت او تولیديږي.

» د توت میوه (Mulberries) عمدتاً د بادغیس په ولايت کي تولیديږي.

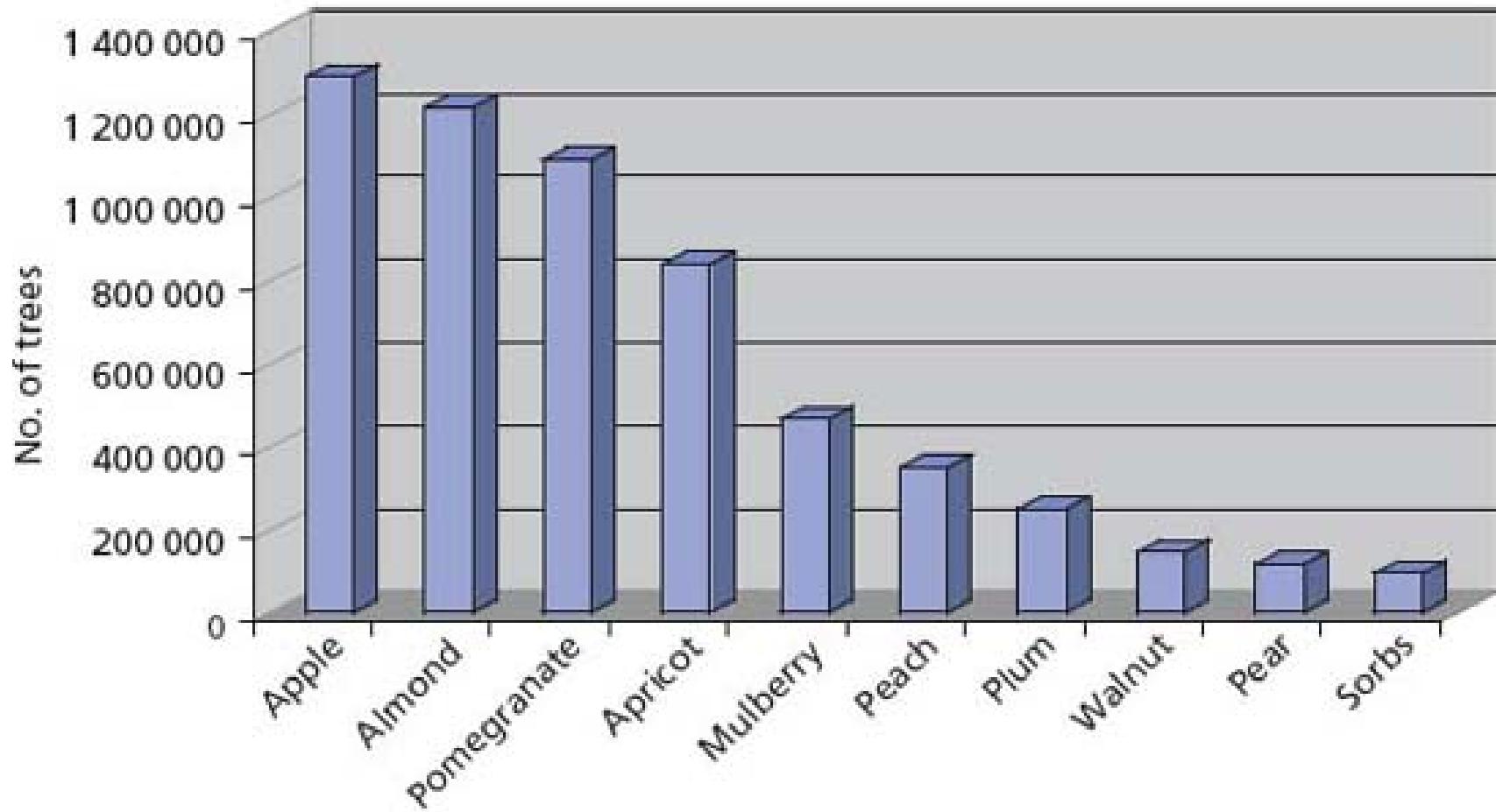
» ننګر هار یوازنی ولايت دی چي د هغې کرونډګر په هغې ځای کي د نیمه حاره (subtropical) منطقو وني کښت کوي چي د هغې علت د مساعدو شرایط او اقلیم شتون دی او همدا دا چي د پاکستان هیواد سره په گانډیتوب کي موقعیت لري.

» د نارنج ونه د ننګر هار په ولايت کي یوه دیره عامه ونه بلل کېږي.

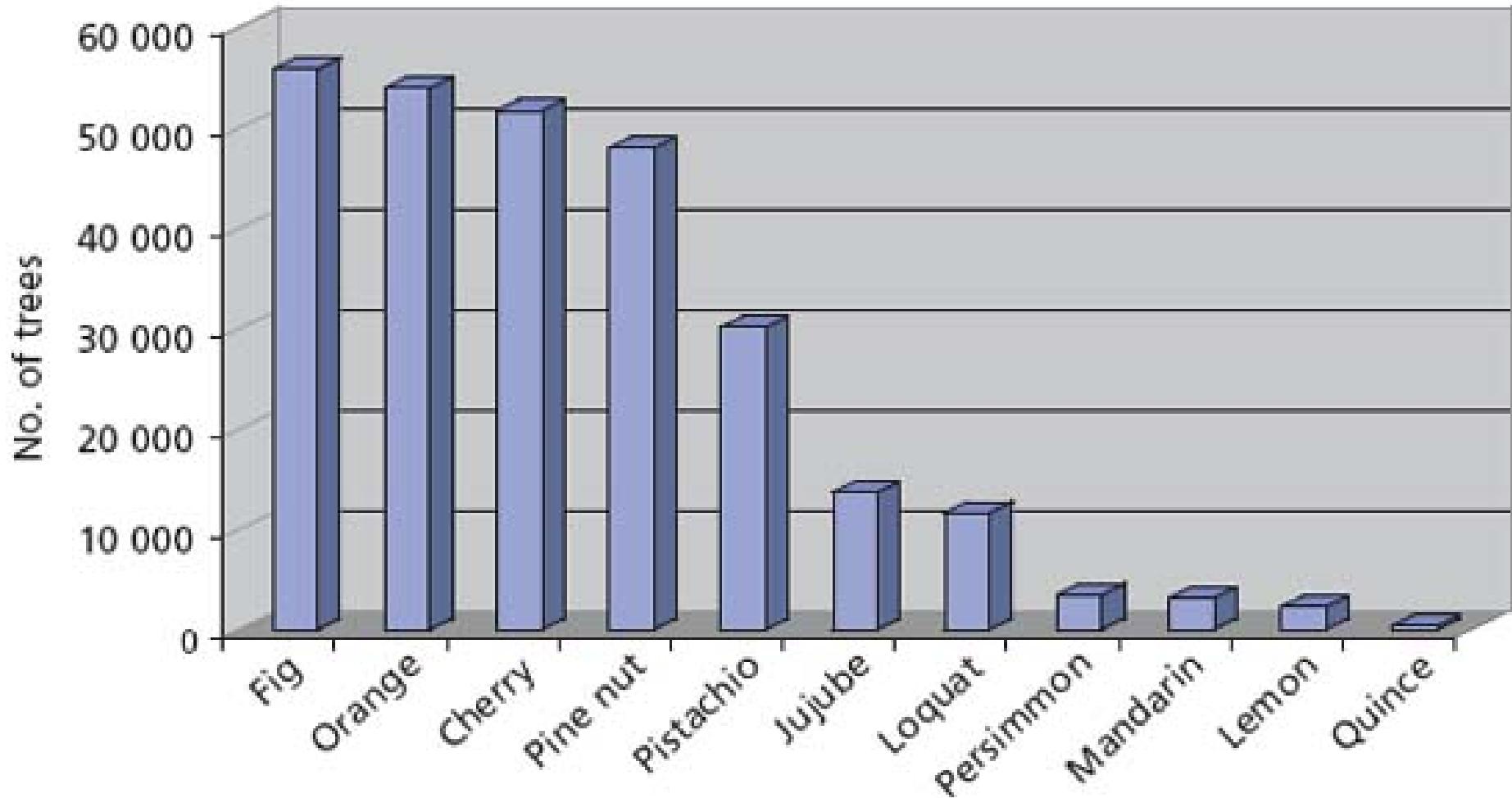
• دا چې د انګور میوه یوه ډیره عامه نوعه (species) ده کومه چې په افغانستان کي کښت او تولیدیږي، بنایي د هغې عرضه کول او پلورل یو آسان کار نه وي.

- که چیرې تاسې داسې یوه میوه کښت کړئ چې د هغې عرضه کول په ساحه یا بازار کي کم وي، پس د هغې لپاره بازار موندنه به آسانه وي.

د میوی نوعی(پرته له انگورو) کومو چي له ۱۰۰ جرييو نه زياته Ҳمکه په قريه ڪانو کي نيولى او سروي يې د ۲۰۰۳ کال په پسربالی کي بنودل شوي ده.



د میوی نوعی (پرته له انکورو) کومو چی له ۱۰۰۰ جریبو نه کمه حمکه په قريه گانو کي نیولی او سروی يي د ۲۰۰۳ کال په پسلنی کي بنودل شوي ده.



## د بازار موندنې څلور پی (4 P's)

د بازار موندنې ستراتیژي گانی په عمومي توګه د څلوری پی (4 P's) په چاپیره څرخیري، دا څلور پی (4 P's) په لاندي توګه دي:

- Product تولید.
- Price قیمت یا نرخ.
- Place مکان یا خای
- Promotion رواجول او اعلانونه.
- people کله، کله د پنځمي پی نه هم یادونه کېږي: خلک.

دا پی گانی مخلوط یا ګډه (marketing mix) بازار موندنه تشکيلوي. یا په بله عبارت د یوی خاصي کمپني له داخلیو نه د اخستلو او خرڅولو په لوري د یوه مشخص تولید لپاره وي.

د دی ستراتیژي موخه یا هدف د تولید له درست تولید او تقديم ، درست خای، په درست قیمت سره او د خبرونې پواسطه د اخستونکو د پوهيدلو نه عبارت دی، .

- که چيري له پي گانو څخه هر یو یي له خپل بیلانس او توازون نه د باندي ووخي، پس د بازارموندنې تګلاره به لکه څرنګه چي موثره تمامپري هاغسي به نه وي.
- که چيري تاسي نارنج تولید کړي بنائي ونه شۍ کولي چي په تولیدونکو باندي خپل د نارنج تولید خرڅ کړئ.
- که چيري تاسي منه کښت او تولید کړئ بنائي د نارنج تولیدونکي یي له تاسي نه واخلي

- غذایی مواد د بازار موندنی له سلسلی (*marketing*) د لاري پلورل کېږي. د بازار موندنی سلسله دا بیانوی چې تولید له فارم نه نیولی تر پروسس کونکو او د غذا د اخستونکو پوري په څه ډول حرکت او جريان پیدا کوي
- دا سلسلی د غذایی موادو د نوعی په پام کي نیولو او د پرچون پلورنی داسانتیاوو په پام کي نیولو سره شایي ډير پیچلی او یا هم ډير زیات ساده وي.

» د بازار موندي د سلسلې هره مرحله د اخستونکي د خاصي نوعي څخه نماینده گي کوي.

» دمثال په توګه، د غنمو ژرنده اوړه را اخلي او هغه په اوړو بدلوی.

» دا ژرنده وروسته وړه په حجازی یا نانوای باندی پلوري.

» لوی حجازی یا نانوای (لكه مرکزي سيلو) د پودی مختلفي نوعي پخوي او هغه په عمدہ پلورنکو باندی خرڅوي.

» د پودی عمدہ پلورونکي یي په پرچون خرڅونکو باندی خرڅوي د بیلګي په توګه لوی مغازی او رستورانتونه.

» تاسي دا گوری چي په هره مرحه گي اخستونکي او پلورونکي شتون لري.

- په ځنيو مواردو کي بنائي یوه کمپني د یوي مرحلې د پروسي نه زيات کار وکړي.
- دا حالت د بشپړونې يا عمودي الحق (*vertical*) په نامه سره یادېږي.
- د بیلګي په توګه، یوه کمپني بنائي انګور کښت کړي او هم هغه د وچو کشمشو لپاره او وروسته هغه خرڅ کړي.

« د غذایي موادو بازار موندنه همدارنگه د هغو مرحلو پواسطه چي باید د هغې له لاري لار شي(حرکت وکړي) طبقه بندی کيدلی شي.

« د شيانو اخستل او خرڅول (Commodity ) - له دي سلسلي څخه شيان او تجارتی کالې عرضه کېږي

« صنعتي اخستل او خرڅول - د پروسس کولو په دي سلسله کي یو شی په لوړۍ شی یا اساسی سره شامل وي. د مثال په توګه غنم په وړو.

« دا وړه د پروسس کونکي فابريکي پواسطه اخستل کېږي او هغه له دي وړو څخه دوډي پخوي.

« بیا خل خرڅول (Reseller marketing)

( ) - په لویو پلورونکو باندې د شیانو له  
خرڅولو یا پلورلو نه عبارت دي.

« لوی پلورونکي یا لوی سرایونه غټ  
شیان له څو کمپنیو څخه اخلي.

« له دي نه وروسته غټ شیان په کوچنیو  
برخو ويشل کېږي او هغه پرچون  
پلورونکو ته انتقالوې.

« مصرف کونکی ته عرضه کول - په دې نوعه پلورلو کي د اخستونکو لپاره په نښه شوي تولیدات برابر او عرضه کيږي.

« هغه تولیدا چي براند یا نښه ونه لري عموماً د تجاري علامي نه لرونکو (generics) تولیداتو په نامه سره یادېږي.

« بنایي دا نښه نه لرونکي غذاګاني د خوراک بنه ور غذاګاني(nutrition) وي سره له دې چي د هغې ذایقه او خوند دنښه شوو تولیداتو په اندازه نه وي.

- د غذایي مواد د اخستلو او خرڅولو د طبقة بندی بله تګلاره د اخستونکي له پلوه وي، اخستونکي غذایي مواد له کوم ځای نه اخلي.
- د اخستلو او خرڅولو لپاره یو پیر عام ځای مغازې او مارکېټونه دي.

•

د مغز لرونکو او غیر مغزی میوو د بازار موندنې  
موضوع باید د هغې میوې له حاصل اخستو څخه دمخته  
بررسی کړلې شي.

-

د بازار موندنې د پلان جورونې په مرحله کي باید زیات  
عوامل او فکتورونه په پام کي ونیول شي ترڅو یو سلسه  
سوالونو ته مناسب څوابونه برابر کړل شي چې دا څوابونه په  
څپل نوبت سره د بازار موندنې په استراتیژۍ کي له تاسی سره  
مرسته کوي.

-

له خلکو سره د څپل تولید په برخه کي خبرې اترې وکړي.  
آیا ستاسي تولید، ټانګړۍ شکل، اندازه، کیفیت، نوعه، خوند او ذایقه  
لري ترڅو د اخستونکو لپاره ګټور ثابت شي؟

- دا باید معلومه کړئ چې ستاسې د تولید لپاره غوبښته شتون لري او که نه؟ د بازار موقعیت چیرته دي؟ آیا ستاسې د تولید لپاره زیاته غوبښته شتون لري او که کمه؟
- ستاسې د اخستونکو پوتانشیل په کوم ځای کي موقعیت لري؟
- ديموګرافیک خصوصیات( د اقتصاد سطحه، تعلیم، عمر او نور) ستاسې پوتانشیلی اخستونکي له کومه قراره دي؟
  - » د هغوي عمر یې له څه قرار دي؟
  - » د هغوي لاسته راونه او عايد په کومي اندازې سره دي؟
  - » د هغوي د کورنۍ پراخوالی په کومه اندازه دي؟
- ستاسې د اخستونکو دپوتاپشیل سلوکي ځانګړتیاوي له څه قراره دي؟
  - » د هغوي د ژوندانه سبک او تګلاره په څه ډول سره ده؟
  - » کومي مغز لرونکي او غير مغزي ميوې هغوي په مصرف رسوي؟

• دشتون لرونکی مارکیټ غوبنننې باید چي معلومه او تشخيص کړل شي.

- د بیلګي په توګه دا معلومه شي چي د اخستونکو پوتاپشیل په مارکیټ په کومه اندازه دی.

- دا باید معلومه شي چي اخستونکي په کومي اندازي سره مغز لرونکي او غیر مغزي ميوې په مصرف رسوي.

- معمولاً د یوه کال په جريان کي په کومي اندازي سره اخستل کولی شي.

- ٌخني بازارونه بنائي درجي، كېفيت او مشخصي اندازى د توليد د غوبنتنى لپاره ولري.
  - دا غوبنتنى بنائي د وينا او مخ په مخ اوريدو ڭخه معلومى كېشى او ياشى هم د سروى د تطبيق پواسطه معلوم كېل شى.

- آيا مارکيت د توليد په رسيدلو کي ترانسپورتی مصرفونه داخل دي.
- آيا اوس هم په مارکيت کي سیال یا رقیب لري؟
- « تاسې نسبت خپلو سیالانو ته په خپل توليد کي کوم په زړه پوي شی وړاندی کوي؟
- مارکيت کوم نرخ یا قیمت وړاندیز کوي او نرخونه په څه ډول تغیر او تبدیل کیدلی شي؟
- « تر تولو پورته او تر تولو بنکته قیمت کوم تاسې هغه په آټکلی توګه په لاس راوړی کوم دي کوم شرایط دا قیمتونه تعین او ناکي؟
- ستاسي د توليد توقع شوی خرڅونی په کومي اندازي سره دي؟
- « ستاسي په نظره ستاسي د پلورنو اعظمي او کم حد په یوه راتلونکی کال کي به کومه اندازه وي؟

# بیا کته/ خلاصه یا لنڈیز

1. په اخستلو او خرڅولو باندې د عرضه (supply) کولو تاثیر تر بحث لاندې ونیسی.
2. د بازار موندي یا اخستلو او خرڅولو څلور پی (4 P's) لست او تعريف کړئ.
3. د غذایي تولیداتو د مارکیټونو نوعي تشریح کړئ.
4. د بازار موندې (marketing) درسته او مناسبه ستراتیژي تعین او تشخیص کړئ.