

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

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

د زده کونکو د زده کړي موخي یا هدفونه: زده کونکي به ددي لوست په پایله کي د لاندی موخو یا هدفونو سره اشنا شي، ددي لوست تشریحات به د لاندی موخو یا هدفونو د لاسته راوړنې سبب شي:

1. په اخستلو او خرڅولو باندی د عرضه(supply) کولو تاثیر تر بحث لاندی ونیسی.
2. د بازار مونډي یا اخستلو او خرڅولو خلور پی (4 P's) لست او تعریف کړئ.
3. د غذایي تولیداتو د مارکیټونو نوعي تشریح کړئ.
4. د بازار مونډنې (marketing) درسته او مناسبه ستراتیژي تعین او تشخیص کړئ.

د لوست د تدریس لپاره وړاندیز شوي وخت: ۳ ساعته

وړاندیز شوي منابع یا زیرمنی: لاندی منابع یا زیرمنی کيدلی شي چې په دی لوست کي ګټوري واقع شي. د درسي پلان د غوره مخکې ورلو لپاره نوموري پلان په پاورپواینت کي هم تهیه شوي دي. انټرنیټ د باغونو د حشراتو د کنترول په برخه کي کافي معلومات لري. په دی برخه کي لاندی څنې 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، لوازم او اساسنياوو فهرست یا لیک لړ

د لیکلوا لپاره سپینه یا تشه ورقه یا صفحه

د پاورپواینت لپاره پراجکتور(غت بسودونکۍ)

د پاورپواینت سلايدونه یا صفحې

روښانه سلايدونه

د زده کونکو د کار ورقو کاپې گاني

انټرنیټ ته لاسرسی هم برابر کړئ.

اصطلاح گاني: لاندی اصطلاح گاني په دی لوست کي وړاندی کېږي. (نوموري اصطلاح گاني د پاورپواینت پروګرام په ۲ شمیره سلايد کي بسودل شوي دي):

marketing mix ګډه بازارمونډنه (اخستل او خرڅول) یا خلور پی (4 P's) ترکیب

- marketing channel د اخستلو او خرخولو سلسله vertical integration د شيانو په پلورلو کي عمودي بشپړونه (هغه کمینۍ چې له یوی نه په زياتو مړلوا د پلورلو کي داخلی دي)

په زړه پوري تکلاره: له یوی په زړه پوري تکلاري خڅه ګټه پورته تکړئ ترڅو چې زده کونکي د لوست د زده کړي لپاره اماډه کړي. سیونکی اکثره د خپلو خانګرو تولګیو لپاره د زده کونکو د شرایطو سره سه تکلاري تهیه او برابروی یا ترتیبیو. لاندې تکلاره کیدلی شي چې د یوی ممکنه تکلاري په ډول سره ورڅخه یادونه وکړل شي: دیر عام محصول یا میوه چې په افغانستان کي په پراخه توګه پلورل او پېرودل کېږي انتخاب کړي. له زده کونکو نه پونښته وکړئ چې " د بازار موندنې له پلوه کوم شیان کیدلی شي چې دا تولید په زړه پوري او جالب کړي؟ " که چېږي دا تولید بازار ته نه عرضه کیده آیا تاسې د هغې په برخه کي پوهیدی یا هغه مو اخسته ؟ " **له همدي بحث نه په استفادې سره د لوست لوړۍ موختې یا هدف ته داخل شئ**

د محتوياتو یا منځ پانکو لنډیز او درسي ستراتېژي ګانې

لومړۍ موختې یا هدف: په اخستلو او خرخولو باندې د عرضه (supply) کولو تاثير تر بحث لاندې ونیسې.

(د پاورپواینټ ۳ شمیره سلاید)

- ا. د هغې میوی تولیدول چې د بازار موندنې (پلورلو او پېرودلو) قابلیت ولري یو استراتېژیک تدبیر او عمل ګټل کېږي که چېږي دا ستراتېژیک عملیات په درست صورت سره سرته رسیږي نو پرته له شکه به د زياتو ګټو لړونکي وي.
- .A. درسته بازار موندنې زیاتې تجزی ته اړتیا نه لري ولی د هغې د پلان د تدبیر لپاره اضافې وخت ته ضرورت او اړتیا وي.
- .B. له تر ټولو لور قیمت د لاسته راډنې لپاره، نه یوازي دا چې د میوی کیفیت لور کړل شي، بلکې د میوی تولید د اخستونکو ضرورت هم تامین کړي.
- .C. 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 کي سرته رسیدلی ده.

(د پاورپواینټ ۴ شمیره سلاید)

1. هغه تحلیل او تجزیه چې د ملک په سطحه یې صورت نیولی دی نو انګورو د میوو تر ټولو لوره فیصدي د باغونو په برخه کي خپله کړي ده چې د هغې په تعقیب په ترتیب سره د منې، بادام، انارو او زرداړو میوی خای لري.
2. انګور د اهلی شوو او کښت کیدونکو میوو خڅه یوه نوعه (species) ده چې له ۱۵ نه په زیاتو ولايتونو کي تولیدیوري چې د هیواد په سطحه بنسایي ۴۸ فیصده میووه حساب شي.

3. منه یو عمدہ نبات دی چې د وردګو په ولايت او خلورو نورو ولايتونو د هيواډ کې کښت کېږي او تولید کوي.

4. بادام د ونې د سره میوه ده چې اروزگان په ولايت کې د کرونډګر لپاره لومړۍ انتخاب او تاکنه ده.

(د پاورپوینټ ۵ شمیره سلاید)

5. انار (Pomegranates) هغه میوه ده چې د زیات ارزښت لرونکۍ ده چې عموماً د بلخ، نیمروز او کاپیسا په ولايتونو کې کښت او تولیديږي.

6. د توت میوه (Mulberries) عمداً د بادغیس په ولايت کې تولیديږي.

7. ننګرهار یوازنې ولايت دی چې د هغې کرونډګر په هغې خای 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 هيواډ سره په گانډیتوب کې موقععت لري.

8. د نارنج ونه د ننګرهار په ولايت کې یوه ډیره عامه ونه بلل کېږي.

(د پاورپوینټ ۶ شمیره سلاید)

A. دا چې د انکور میوه یوه ډیره عامه نوعه (species) ده کومه چې په افغانستان کې کښت او تولیديږي، بنایاپی د هغې عرضه کول او پلورل یو آسان کار نه وي.

1. که چېري تاسې داسې یوه میوه کښت کړئ چې د هغې عرضه کول په ساحه يا بازار کې کم وي، پس د هغې لپاره بازار موندنې به آسانه وي.

(د پاورپوینټ ۷ شمیره سلاید)

د پاور پوینټ دا شمیره سلاید له F3-1 TM: درسي موادو سره اړیکه لري اوډ میوو نوعی (پرته له انګورو) په گوته کوي چې له ۱۰۰۰ جریبو نه په زیاتو څمکو کې په قريه جاتو کې سروي شوي او په کال ۲۰۰۳ کې سرته رسیدلی.

(د پاورپوینټ ۸ شمیره سلاید)

د پاور پوینټ دا شمیره سلاید له F3-2 TM: درسي موادو سره اړیکه لري اوډ میوو نوعی (پرته له انګورو) په گوته کوي چې له ۱۰۰۰ جریبو نه په کمو څمکو کې په قريه جاتو کې سروي شوي او په کال ۲۰۰۳ کې سرته رسیدلی.

د F3-1 او F3-2 TM: درسي مواد زده کونکو ته ونسایاست. دا مواد د افغانستان د میوو د ونو د اندازو په برخه کې په ګرافیکي شکل سره معلومات تقدیموی. له زده کونکو سره بحث وکړئ چې په مختلفو ولايتونو کې د عرضه کولو په اساس کومې میوی به لور قیمت د خان لپاره غوره کړي.

دوهمه موخه يا هدف: د بازار موندي يا اخستلو او خرڅولو څلور پی (4 P's) لست او تعريف کړئ.

(د پاورپوینټ ۹ شميره سلايد)

- II. د بازارموندنې ستراتيژي ګاني په عمومي توګه د څلور پی (4 P's) په چاپيره څرخيري، دا څلور پی (4 P's) په لاندي توګه دي:
- | | |
|-----------|---|
| Product | A |
| Price | B |
| Place | C |
| Promotion | D |
| people | E |
- کله، کله د پنځمي پی نه هم يادونه کيږي: people خلک.

- A. دا پی ګاني مخلوط يا ګډه (marketing mix) بازار موندنې تشكيلوي. يا په بله عبارت د یوې خاصي کمپني له داخلیدو نه د اخستلو او خرڅولو په لوري د یوه مشخص تولید لپاره وي.
- B. د دي ستراتيژي موخه يا هدف د تولید له درست تولید او تقديم ، درست ئاي، په درست قيمت سره او د خبرونې پواسطه د اخستونکو د پوهيدلو نه عبارت دي، .

(د پاورپوینټ ۱۰ شميره سلايد)

- C. که چيري له پی ګانو خخه هر یو یې له خپل بیلانس او توازنونه د باندي ووختي، پس د بازارموندنې تکلاره به لکه څرنګه چې موثره تمامېري هاغسي به نه وي.
- D. که چيري تاسي نارنج تولید کړي بنائي ونه شي کولی چې په تولیدونکو باندي خپل د نارنج تولید خرڅ کړئ.
1. که چيري تاسي منه کښت او تولید کړي بنائي د نارنج تولیدونکي یې له تاسي نه واخلي

له زده کونکو نه غوښته وکړي ترڅو چې د هغه شمير تولیداتو په برخه کې چې په افغانستان کې د هغې اعلانوں صورت نیسي، بحث وکړي. خپله د تولید، د هغې د فیمت، په کوم ئاي پلورل کېږي او د هغې د اعلانونو په برخه کې چې څنګه صورت نیسي بحث وکړي. له TM: F3-3 درسي موادو خخه د یوه مدد په توګه استفاده وکړي.

درېمې موخه یا هدف: د غذایي تولیداتو د مارکیټونو نوعي تشریح کړئ.

(د پاورپواینټ ۱۱ شمیره سلاید)

- III. غذایي مواد د بازار موندنې له سلسلې (*marketing channel*) د لاري پلورل کېږي. د بازار موندنې سلسله دا بیانوی چې تولید له فارم نه نیولی تر پروسس کونکو او د غذا د اخستونکو پوري په خه ډول حرکت او جريان پیدا کوي
- A. دا سلسلې د غذایي موادو د نوعي په پام کي نیولو او د پرچون پلورني داسانتیاواو په پام کي نیولو سره شایي ډير پېچلی او یا هم ډير زیات ساده وي.

(د پاورپواینټ ۱۲ شمیره سلاید)

1. د بازار موندي د سلسلې هره مرحله د اخستونکى د خاصې نوعي خخه نماینده گې کوي.
2. دمثال په توګه، د غنموم زرنده اوړه را اخلي او هغه په اورو بدلوی.
3. دا ژرنده وروسته وره په حبازۍ یا نانوای باندي پلوري.
4. لوی حبازۍ یا نانوای (لكه مرکزې سيلو) د ډودۍ مختلفي نوعي پخوي او هغه په عمدہ پلورنکو باندي خرڅوي.
5. د ډودۍ عمدہ پلورنکي یې په پرچون خرڅونکو باندي خرڅوي د بیلګي په توګه لوی مغازۍ او رستورانتونه.
6. تاسې دا گورۍ چې په هره مرجه گې اخستونکى او پلورنکى شتون لري.

(د پاورپواینټ ۱۳ شمیره سلاید)

- A. په ځنيو مواردو کي بسايي یوه کمپنۍ د یوې مرحلې د پروسې نه زيات کار وکړي.
1. دا حالت د بشپړونې یا عمودي الحاق(*vertical integration*) په نامه سره ياديږي.
 2. د بیلګي په توګه، یوه کمپنۍ بسايي انګور کښت کړي او هم هغه د وجو کشممشو پاره او وروسته هغه خرڅ کړي.

(د پاورپواینټ ۱۴ شمیره سلاید)

- د غذایي موادو بازار موندنه همدارنګه د هغه مرحلو پواسطه چې باید د هغې له لاري لار شي(حرکت وکړي) طبقه بندی کيدلې شي.

1. د شيانو اخستل او خرخول (Commodity marketing) - له دي سلسلې خخه شيان او تجاري کالا عرضه کيري
2. صنعتي اخستل او خرخول - د پروسس کولو په دي سلسله کي يو شى په لومړي شى يا اساسى سره شامل وي. د مثال په توګه غنم په ورو.
- a. دا وره د پروسس کونکي فابريکي پواسطه اخستل کيري او هغه له دي ورو خخه ډودۍ پخوي.

(د پاورپواینټ ۱۵ شمیره سلاید)

1. بیا خل خرخول (Reseller marketing) - په لویو پلورونکو باندي د شيانو له خرخولو يا پلورلو نه عبارت دي.
- a. لوی پلورونکي يا لوی سرايونه غټ شيان له خو کمپنيو خخه اخلي.
- b. له دي نه وروسته غټ شيان په کوچنيو برخو ويشنل کيري او هغه پرچون پلورونکو ته انتقالوي.

(د پاورپواینټ ۱۶ شمیره سلاید)

1. مصرف کونکي ته عرضه کول - په دی نوعه پلورلو کي د اخستونکو لپاره په نښه شوي تولیدات برابر او عرضه کيري.
- a. هغه تولیدا چې براند يا نښه ونه لري عموماً د تجاري علامي نه لرونکو تولیداتو په نامه سره یاديږي (generics).
- b. نښائي دا نښه نه لرونکي غذاګاني د خوارک نښه ور غذاګاني (nutrition) وي سره له دي چې د هغې ذایقه او خوند دنښه شوو تولیداتو په اندازه نه وي.

(د پاورپواینټ ۱۷ شمیره سلاید)

- A. د غذائي مواد د اخستلو او خرخولو د طبقه بندی بله تکلاره د اخستونکي له پلوه وي، اخستونکي غذائي مواد له کوم خاں نه اخلي.

1. د اخستلو او خرخولو لپاره یو چېر عام خاں مغازي او مارکيټونه دي.
- د افغانستان د عامو اخستلو او خرخولو د تکلارو په برخه کي له زده کونکو سره بحث وکړي. په هغې کي تربول غوره او په زړه پوري میتودونه معلوم کړئ. آیا د دی میتودونو په به منځ داسې میتود شتون لري چې له دی وروسته هغه د استفادې ور نه وي؟

څلورمه موخه یا هدف: د بازار موندنې (marketing) درسته او مناسبه ستراتیژي تعین او تشخيص کړئ.

(د پاورپواینټ ۱۸ شمیره سلاید)

- A. د مغز لرونکو او غیر مغزی میوو د بازار موندنې موضوع باید د هغې میوی له حاصل اخستو څخه دمخه بررسی کړلی شي.
- B. د بازار موندنې د پلان جورونې په مرحله کې باید زیات عوامل او فکتورونه په پام کې ونيول شي ترڅو یو سلسله سوالونو ته مناسب خوابونه برابر کړل شي چې دا خوابونه په خپل نوبت سره د بازار موندنې په استراتیژی کې له تاسی سره مرسته کوي.
- C. له خلکو سره د خپل تولید په برخه کې خبری اتری وکړي.
1. آیا ستاسې تولید، خانګړۍ شکل، اندازه، کیفیت، نوعه، خوند او ذایقه لري ترڅو د اخستونکو لپاره ګټور ثابت شي؟

(د پاورپواینټ ۱۹ شمیره سلاید)

- A. دا باید معلومه کړئ چې ستاسې د تولید لپاره غوبښته شتون لري او که نه؟ د بازار موقعیت چيرته دی؟ آیا ستاسې د تولید لپاره زیاته غوبښته شتون لري او که کمه؟
1. ستاسې د اخستونکو پوتاشیل په کوم خاک کې موقعیت لري؟
2. دیموگرافیک خصوصیات (د اقتصاد سطحه، تعلیم، عمر او نور) ستاسې پوتاشیلی اخستونکی له کومه قراره دي؟
- a. د هغوي عمر یې له خه قرار دی؟
- b. د هغوي لاسته راونه او عايد په کومي اندازې سره دی؟
- c. د هغوي د کورنۍ پراخوالی په کومه اندازه دی؟
3. ستاسې د اخستونکو دپوتایشیل سلوکی خانګړتیاوی له خه قراره دی؟
- a. د هغوي د ژوندانه سبک او تکلاره په خه ډول سره ده؟
- b. کومي مغز لرونکي او غیر مغزی میوی هغوي په مصرف رسوی؟

(د پاورپواینټ ۲۰ شمیره سلاید)

- A. دشتون لرونکی مارکیټ غوبښته باید چې معلومه او تشخيص کړل شي.
1. د بیلګي په توګه دا معلومه شي چې د اخستونکو پوتایشیل په مارکیټ په کومه اندازه دی.

2. دا باید معلومه شي چي اخستونکي په کومي اندازې سره مغز لرونکي او غیر مغزی ميوی په مصرف رسوی.

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

(د پاورپواینټ ۲۱ شمیره سلاید)

A. خني بازارونه بنایي درجي، کیفیت او مشخصي اندازې د تولید د غوبښتنی لپاره ولري.

1. دا غوبښتنی بنایي د وينا او مخ په مخ اوږيدو څخه معلومي کري شي او يا هم د سروي د تطبيق پواسطه معلوم کړل شي.

(د پاورپواینټ ۲۲ شمیره سلاید)

A. آيا مارکيت د تولید په رسیدلو کي ترانسپورتي مصروفونه داخل دي.

F. آيا اوسم هم په مارکيت کي سیال يا رقیب لري؟

1. تاسې نسبت خپلو سیالانو ته په خپل تولید کي کوم په زده پوي شی وراندي کوي؟

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

1. تر تولو پورته او تر تولو بشکته قيمت کوم تاسې هغه په آپکلي توګه په لاس راوی کوم دي کوم شرایط دا قيمتونه تعين او تاکي؟

A. ستاسي د تولید توقع شوی خرخونی په کومي اندازې سره دي؟

1. ستاسي په نظره ستاسي د پلورنو اعظمي او کم حد په یوه راتلونکی کال کي به کومه اندازه وي؟

له زده کونکو سره مرسته وکړئ ترڅو چي <http://www.kabuliwala.com> ويب پاڼي ته مراجعيه وکړي. دا ويب پاڼه د افغانستان د مغز لرونکو او وجۍ ميوی د یوی کمپنۍ سره اړیکه لري. زده کونکو ته وخت ورکړئ ترڅو چي نوموري کمپنۍ او د هغې دا خاستلو او پلورلو تکلاري تحلیل کړي او د لوست د خلورمې موچې سوالونو ته خوابونه وراندي کړي. په هغه صورت کي چې امکان شتون ولري نو له کمپنۍ سره اړیکه ونیسې ترڅو چي نفر یې توګۍ ته راشي او د بازار موندنې په برخه کي خبری انړي وکړي.

بیا کتنه خلاصه یا لنډیز: د زده کړو موخو څخه په استفادې سره لوست خلاصه یا لنډیز کړئ. له زده کونکو نه غوبښته وکړئ ترڅو چي د هري موخې پوري ترلي منځ پانګي تشریح کړي. د هغوي له خوابونو څخه د یوه بنسټ په توګه د هغو موخو د تعین او تاکنې لپاره کومي چي د بیاکنې لپاره مختلفو تکلارو ته اړتیا لري، تر استفادې لاندې ونیسې. له هغو سوالونو څخه چي د پاورپواینټ په ۳۲ شمیره سلاید کي شتون لري هم په دی برخه کي استفاده کولی شي.

تطبیق او عملی کول: زده کونکی په دوه نفری او دری نفری گروپونو باندی تقسیم کړئ. له هغوي نه غوبښته وکړئ ترڅو چې د مغز لرونکو او غیر مغزی میوو یوه فرضی کمپنی رامنځته کړئ. زده کونکی باید چې د لوست د خلورمې موخي ټولو سوالونو خخه یادونه وکړي. ارايه شوی خوابونه او کتنی کومي چې د لوست په بله موخه کي تشریح شوی دي په پام کي ونيسي. زده کونکی باید په خپله کمپنی کي مبتکر وي. زده کونکی کولی شي چې پوسترونه، بروشورونه او نور شیان د تولیداتو د اشتھاراتو لپاره رامنځته کړي. هو د بازار موندنې لپاره اساسی مطلب باید تدوین او وراندې کړي کوم چې د لوست د خلورمې موخي یا هدف د ټولو سوالونو لپاره څواب ويونکي وي.

ارزیابی: ارزیابی باید د زده کونکو په لاسته راونو باندی مت مرکزه وي کومه چې له درسي موخو خخه وي. په دی برخه کي مختلف تخینکونه د استعمال ور دي، د بیلګي په توګه په غوبښتیزو فعالیتونو باندی د زده کونکو اجرا کوني. په لیکلې بنه امتحان يا ازمونینه ددي درسي مواد شامله دي.

نمونه یي امتحان ته خوابونه:

لند خواب

1. مخلوطه يا گده بازار موندنه (marketing mix) يا خلور پي (4 P's) خه ده؟

- **توليد.** Product
- **قيمت يا نرخ.** Price
- **مكان يا خاى.** Place
- **تروج او اشتئارونه (خبرتياوي)** Promotion

د يوي كمپني لپاره د يو مشخص توليد د بازار موندنه لپاره يو تکلاري ته له داخليدو نه عبارت ده.

2. د ماركيت سلسنه (marketing channel) خه ده؟

د بازار موندنه سلسنه بیان کړئ کومه چې د توليد په برخه کې له فارم نه نیولی تر پروسس او اخستونکي پوري دا بنکاره کوي چې په خه ډول غذائي مواد حرکت او جريان پیدا کوي.

3. عمودي بشپرونه (vertical integration) خه ده؟ د يوي كمپني نوم واخلى چې د عمودي پرسنلي بشپرونه (vertical integration) يې نیولی وي.

په ځنيو برخو کې بنایي يوه کمپني له يوي نه په زياتو پرسو يا مرحلو باندي کار وکړي. دا حالت د کاملې جوروني يا عمودي الحق (vertical integration) په نامه سره یاديږي. د مثال په توګه يو کمپني بنایي چې انګور کښت او توليد کړي او هم هغه د کشممشو لپاره وچ کړي او وروسته يې خرڅ کړي.

4. د غذائي موادو د اخستلو او خرڅولو لپاره خلور مرحلې کومي دي؟

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

5. د مهربانۍ له محې هغه سوالونه لست کړئ چې تاسي هغه د بازار موندنه په جريان کې په پام کې نیولی دي.

امتحان(ازمونه)**درېم لوست: د مغزی او غیر مغزی میوو اخستل او خرڅول
(Market Fruits and Nuts)**

لومړۍ برخه: لنډ خواب
رهنمایی (لارښوونه): ددي لپاره چي لاندې سوالونه مو خواب کړي وي، لطفاً تاسې د هغې سره تړلي معلومات برابر کړئ.

6. **مخلوطه یا ګډه(mix) بازار موندنې څه ده؟**

7. **د مارکیټ سلسله(marketing channel) څه ده؟**

8. **عمودي بشپړونه (vertical integration) څه ده؟ د یوی کمپنۍ نوم واختی چي د عمودي پروسې بشپړونه (vertical integration) یې نیولی وي.**

9. **د غذایي موادو د اخستلو او خرڅولو لپاره خلور مرحلې کومي دي؟**

10. **د مهربانۍ له مځې هغه سوالونه لست کړئ چي تاسې هغه د بازار موندنې په جريان کې په پام کې نیولی دي.**

1.

2.

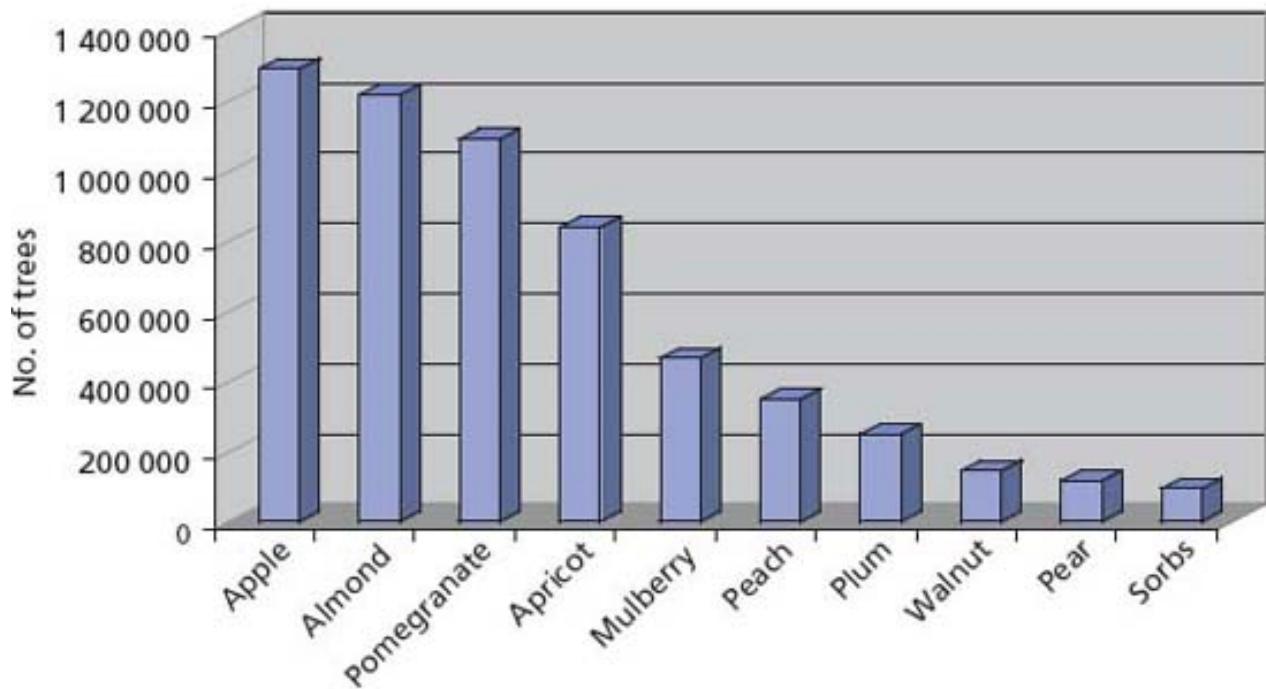
3.

4.

5.

د افغانستان د میوی سروی

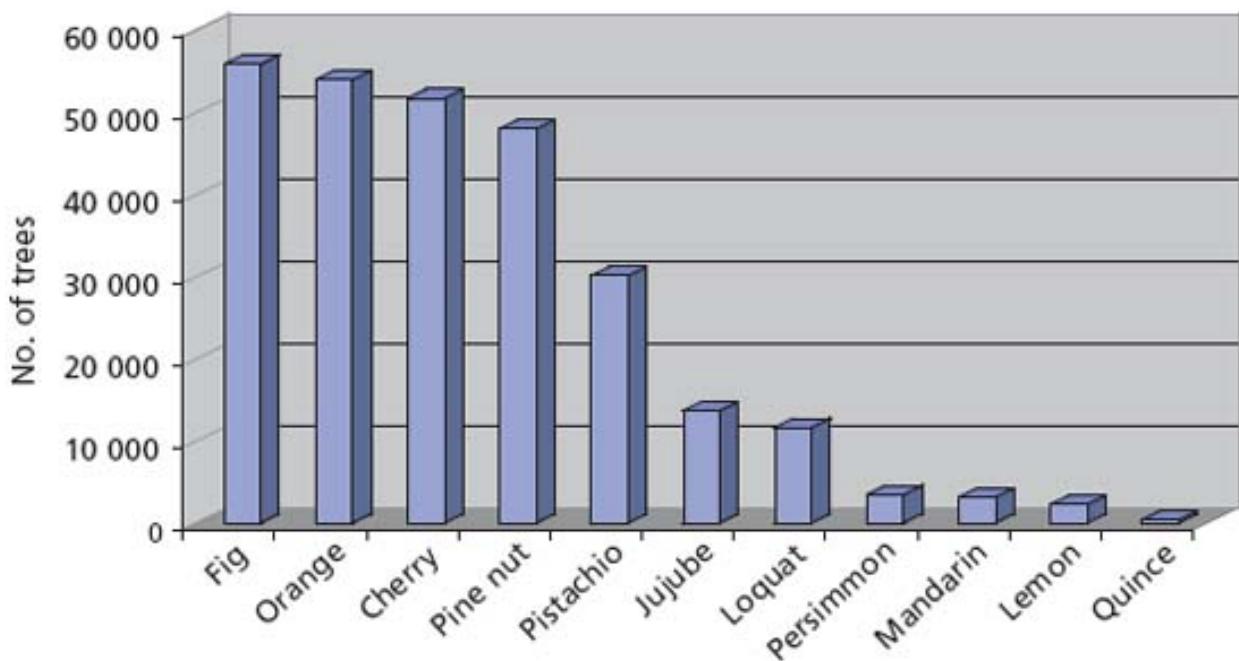
د میوی نوعی (پرته له انکورو) کومو چې له ۱۰۰۰ جریبو نه زیاته خمکه به قريه گانو کي نیولی او سروی بي د ۲۰۰۳ کال په پسلی کي بشودل شوي ده.



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

د افغانستان د میوی سروی

د میوی نوعی (پرته له انگورو) کومو چې له ۱۰۰۰ جریبو نه کمه خمکه په قريه کانو کي نیولی او سروی بي د ۲۰۰۳ کال په پسرلی کي بسودل شوي د.



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

د بازار موندي خلور پی (4 P's)

مخلوطه یا کده بازار موندنه (marketing mix) یا خلور پی (4 P's) باندي څرخيري؟

- **توليد.** Product
- **قيمت يا نرخ.** Price
- **مكان يا خاي.** Place
- **تروج او اشتهاروننه (خبرتياوي).** Promotion
- **کله کله پنځمه پی خخه هم يادونه کيري:** people خلک

A. ادا پی گاني د مخلوط پا ګډ (marketing mix) بازار موندنه تشکيلوي. یا هم د خاصي کمپني داخليدل د یو مشخص توليد د خرڅلو او اخستلو لپاره عبارت دي.

B. د دې ستراتيژۍ موچه یا هدف عبارت دي له د درست توليد، په درست ئاي، په درست فيمت سره او د اخستونکو خبرول د اعلانونو پواسطه وراندي کول دي.