مارکیټینګ

لیکنه ګلاب بهار

اشتهار او بازارموندنه د کاروبار د سکټور یو اساسي عنصر ګڼل کېږي، چې بازارموندنه د تولید شوو موادو لپاره د مناسب بازار د پیدا کولو له پلټنې څخه عبارت ده. د بازارموندنې د سیالۍ امکانات په داخل د هېواد کې په ملي کچه او بهر له هېواد څخه په نړیواله کچه صورت نیسي. یانې کله چې متشبثین پانګونه کوي، نو د پانګونې له محصولاتو څخه یې موخه دا وي، چې د هرې برخې حاصلات یې بازار ته وړاندې شي، چې په مختلفو لارو او طریقو سره یې بازار ته وړاندې کوي. یوه مهمه وسیله د هېواد په داخلي محصولاتو او تولیداتو په بهرنیو بازارونو کې د اشتهار موضوع تشکېلوي. همدارنګه نور داسې موضوعات لکه سوداګریز سیاستونه، د عاید تشکل یا جوړښت، د قېمت جوړښت، د تولید عوامل د عرضې او تقاضا په اساس، د جذب قدرتي احصایوي مؤثق معلومات د بازار د اعدادو او ارقامو په باره کې بحث کوي.

لکه څرنګه چې پوهېږو اشتهار د بازارموندنې د سیالۍ د پیروډلو د قدرت په جذبولو او همدارنګه پر بازار باندې تسلط راوستلو کې خورا زیات ارزښت لري، نو مونږ نه شو کولای له اعلاناتو او تبلیغاتو پرته د مارکېټنګ په سمه توګه سوداګریز فعالیتونه ولرو. د دې لپاره چې خپلې موخې ته ورسیږو، نو لازمه ده چې د تولیداتو لپاره اشتهارات او بازارموندنه وکړو. یانې که چېرې مونږ د بازارموندنې یو ښه تبلیغاتي سیستم ولرو، چې زمونږ کاروبار او تولیدات او زمونږ د خدماتو عرضه زمونږ اخیستونکو ته ور وپېژني، په دغه صورت کې بازارموندنه زموږ تجارت ته مرستندویه واقع کېږي او زمونږ سوداګریز فعالیتونه ښه پرمخ ځي.

په لنډ ډول ویلی شو چې اشتهار (Advertising) له یوې لاتیني کلمې څخه اخیستل شوی دی، چې مانا یې یو څیز ته پام ورګرځول دي یا د شیانو، خدماتو او خیالاتو په اړه د اطلاعاتو برابرول، چې د شیانو د خرڅلاو او یا د مناسب ملاتړ د تر لاسه کولو لپاره کارول کېږي، چې لاندې نقاط په کې شامل دي:

د پرمختیا خاصیت: د شیانو په اړه پلان جوړونه، د بیو ټاکل او د شیانو په اړوند د مارکېټ فعالیتونه د کاروبار په د ننه کې تر سره کېږي، خو شیانو ته د پرمختیا ورکولو د فعالیتونو په اړوند کمپنۍ خپل مشتریان خبروي، په راتلونکو بحثونو کې به تاسو ته دا جوته شي چې شیانو ته ترقي ورکول او د هغې تشهیرول څه اسان کار نه دی.

په اصل کې د (promotion) تایید او ترقي) لفظي مانا د اغېزمن کولو کوښښ دی، په ځانګړې توګه په ګډ مارکېټ کې د اداري ترقي یو داسې عنصر دی، چې د خبرتیا، هڅولو، په مارکېټ کې د شیانو یاداښت او ذکر کولو یا د هغو ادارو په باب د اطلاع ورکولو چې شیان خرڅولو ته وړاندې کوي، مهم رول لوبوي او دا په دې امید سره چې د خریدارانو احساسات، نظریات او رویه تر تاثیر لاندې راولي او د یوې ادارې بشپړ اطلاعاتي نظام ته ګډه ترقي ویل کېږي او دا له لاندې عواملو څخه مشتمله ده:

- تشهیر
- په مستقیم ډول یا بلاواسطه پلورل
- دخرڅلاو زیاتوالی
- عامه اړیکې

تشهیر: کومه معروفه اداره چې د تادیه کولو په ذریعه په غیر شخصي ډول د خیالاتو، شیانو او خدماتو تعارف وکړي، دې ته تشهیر وایي.

په مسقیم ډول یا بلاواسطه پلورل: په مستقیم ډول پلورل یا له یوه څخه زیات متوقع خریداران په شفاهي ډول د شیانو پلورلو ته هڅول او د هغوی قانع کول دي.

په خرڅلاو کې زیاتوالی: په خرڅلاو کې زیاتوالی د شیانو یا خدماتو د اخیستلو او پلورلو د داد په خاطر د لنډ وخت لپاره د ترغیب او هڅونې عمل ته وایي.

ټولنیزې اړیکې: د غوره پالیسۍ له مخې له خلکو سره د کمپنۍ ښې اړیکې ټینګول، مضبوط تصور پیدا کول او د ناوړه واقعاتو او افواهاتو له منځه وړلو ته عامه تعلقات وایي.

د تشهیر له ځانګړتیاوو او اصلي تصور څخه د خبرتیا لپاره د لاندې تعریفونو لوستل ضروري دي:

١. امیرکن مارکېټنګ انجمن د تشهیر تعریف داسې کړی دی: د کومې معروفې ادارې لخوا له تادیه کولو وروسته په غیر شخصي یا مشخصې طریقې سره د خیالاتو، شیانو او خدماتوخرګندولو ته تشهیر وایي.

۲ .ویلیم ستاېټن د تشهیر تعریف داسې کوي: تشهیر هغه ډول ټول فعالیتونه په خپل لمن کې رانغاړي، چې تر مخې یې د خلکو پر وړاندې غیر شخصي، ژبني او تصویري ډول د شیانو، خدماتو او خیالاتو د کوم معروف سپانسر لخوا له تادیه کولو وروسته څرګندونه وشي.

۳ .ډیچر د تشهیر تعریف داسې کړی دی: تشهیر د شیانو، خدماتو او خیالاتو په اړوند د مطلقو اطلاعاتو برابرول، له تادیه کولو وروسته د شیانو، د خرڅلاو او یا د مناسب ملاتړ د لاسته راوړلو لپاره تر سره کېږي.

د پورتنیو تعریفونو له تحلیل وروسته دا لاندینی ځانګړتیاوې په ډاګه کېږي:

۱ .څرنګه چې د تشهیر لپاره په میډیا (ورځپاڼو، ټلویزیون، راډیو، مجلو، اونیزو) کې وخت او ځای ته اړتیا ده، د کومو لپاره چې پیسې تادیه کېږي.

۲ .په تشهیر کې کمونیکیشن (Communication) تر ټولو چټک عمل چې تشهیر ته اجازه ورکوي، چې په سلګونو زره متوقع یا احتمالي خریداران په ډېر کم وخت کې خبر کړي، دا یو مجموعي وړاندیز وي. پر دې سربېره، غیر شخصي داسې وي چې یو شخص له بل شخص یا ډېرو اشخاصو سره پرته له کوم پرسونل څخه ارتباط ټینګ کړي.

۳ .د شیانو تشهیر د راډیو، اډیو، ویډیو، فلم، ټلویزیون او ورځپاڼوله لارې هم کېدای شي.

۴ .د تشهیر په واسطه په خلکو کې د شیانو د اخیستلو تقاضا پیدا کېږي.

۵ .تشهیر د کومې پېژندل شوې ادارې لخوا تر سره کېږي او سپانسر نوم ورکې نه وي. که سپانسر څرګند نه وي، نو دا کار په خلکو کې د بدګومانۍ او فریب اندېښنه پیدا کوي.

د تشهیر ډولونه

اول- د تولیداتو او ادارو تشهیر

د شیانو تشهیر لکه څرنګه یې چې له نوم نه څرګندیږي کله چې مخصوص شیان او خدمات په غیر مستقیم ډول وپلورل شي، نو دې ته د شیانو تشهیر وایي. د غیر مستقیم ډول څخه مراد دا دی، چې په هغې کې پرسونل برخه نه اخلي، بلکې د تشهیر له لارې دا کار شونتیا مومي. د ادارو له تشهیر څخه هدف کله چې د کومې کمپنۍ یا ادارې د اعتبار، تصور، خیالاتو او فلسفې څرګندونه وکړای شي؛ نو هغې ته اداري تشهیر وایي او دا ډول تشهیر د عامه تعلقاتو په ډله کې راځي.

دویم- د مستهلکینو او تجارتي تشهیر

کله چې د تشهیر هدف د مشتریانو یا مستهلکینو په تقاضا کې اضافه کول وي؛ نو داسې عمل ته د مستهلکینو تشهیر وایي. په دې ډول تشهیر کې د کمپنۍ هدف، لګښت کوونکي وي، په داسې حال کې چې د تجارتي تشهیر هدف، د تجارتي متوسطینو په تقاضا کې اضافه کول دي، په دې ډول تشهیر کې کارخونه لرونکی منځګړی هدف ګرځول کیږي.

دریم- متناسب او تقابلي تشهیر

کله چې د شیانو د اوصافو موازنه له تقابلي براند سره د تشهیر په واسطه وکړای شي؛ نو دې ته متناسب تشهیر (comparative) وایي. د دې بر عکس کله چې د یو ډول شیانو له جملې څخه د کوم شي د برترۍ په ذریعه مستهلکین قایل کړای شي، نو دې تشهیر ته تقابلي (competitivte)تشهیر وایي.

څلورم- وګړیز او ډله ییز تشهیر

کله چې کوم کاروبار د تشهیر لګښت په خپله برداشت کړي، نو داسې تشهیر ته وګړیز تشهیر وایي. د دې ډول تشهیر هدف د براند پیژندنه، منل او د کمپنۍ وقار او اعتبار جوړول دي، خو که چیرې د تشهیر لګښت کارخونه لرونکی او تجارتي متوسطین په ګډه په غاړه واخلي، نو دې ډول تشهیر ته ډله ییز تشهیر وایي.

پنځم- ملي او سیمه ییز تشهیر

د هېواد په سطحه یا ملي تشهیر د عمده فروشاتو او مؤلدینو په وسیله په لوړه کچه د شیانو د خرڅلاو په موخه صورت نیسي، په داسې حال کې چې سیمه ییز تشهیر په یوه ځانګړې سېمه کې تر سره کیږي.