

دمارکټ عمده اصول چه کله د زراعتی اړینو(ضروري) توکو لپاره ورځني کار واخستل شی

پیژاند : داکتر ایچ- پی- سنگ

مارکیتنگ (بازاریابی . راکره ورکړه) څه ته وایي؟

دخلکو دژوند معیار او چټول اولوری سطحی ته رسول .

مارکیتنگ عبارت له هغه پروسو څخه لکه پلانگذاری، دمفکورو اجرا کول، دپیو ټا کل، پرمختگ او د لورو مفکورو، موادو او خدماتو توزیع، ترڅو د تبادلې پروسه منځ ته راوړو او په نتیجه کی اشخاص او موسسات خپل مرامونو ته اورسیری

مارکیتنگ (بازارپایی) داسی تعریف کپری

مارکیتنگ هغه پروسه ده چه د هغی په ذریعه افرادپا دلې د اسعارو او پیداوارو هغه څه چه ضرورت ورته لری دنورو سره د تبادلې په نتیجه کښې لاس ته راوړی.

بیوپار (معامله کونکی) پوری تریلی عوامل

- ارزبنتونه او قناعت (تسلی)
- (Values and Satisfaction)
- تبا دلی تر سره کول
- (Exchange Transactions)
- ارتبا (ضرورت) Needs
- غوښتل (Wants)
- مطالبه (تقاضا) Demand
- مواد (تولهدات) Products

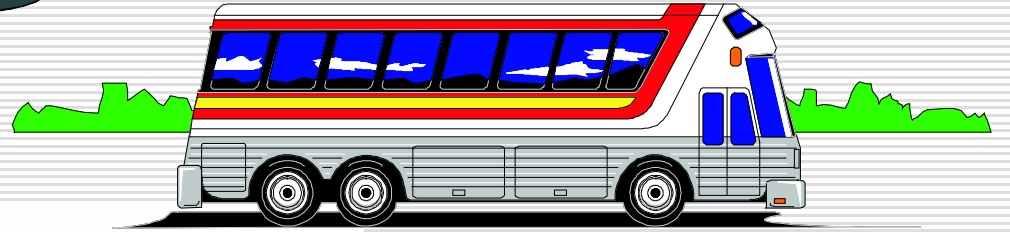
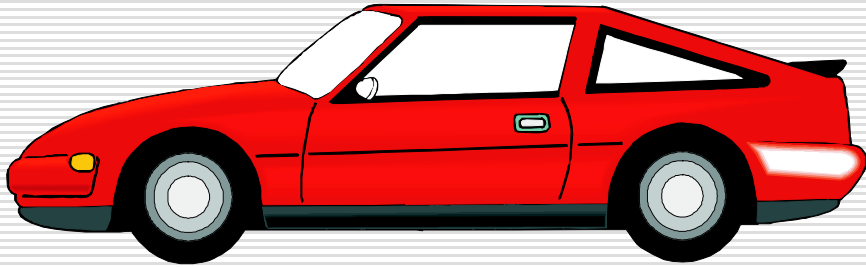
ارتبأ ، غوبنتني او مطالبه (تقاضا)

□ ارتبأ (ضرورت): دانسان لپاره بنپادی شرط دی لکه کور، دودی، کالی، ورنه راورنه (انتقالول).

□ غوبنتنه: هغه خواهش دی چه کله انسان ته د انتخاب موقع ورکړل شی په پو خانگری توگه خپله ارتبأ پوره کوی.

□ مطالبه (تقاضا): هغه غوبنتنو ته وای چ د اقتصاد له خوا پپاوری کېږی تر څو د تبادلې پروسې ته داخل شی.

ارتپا اوغونبنتني



mvtech

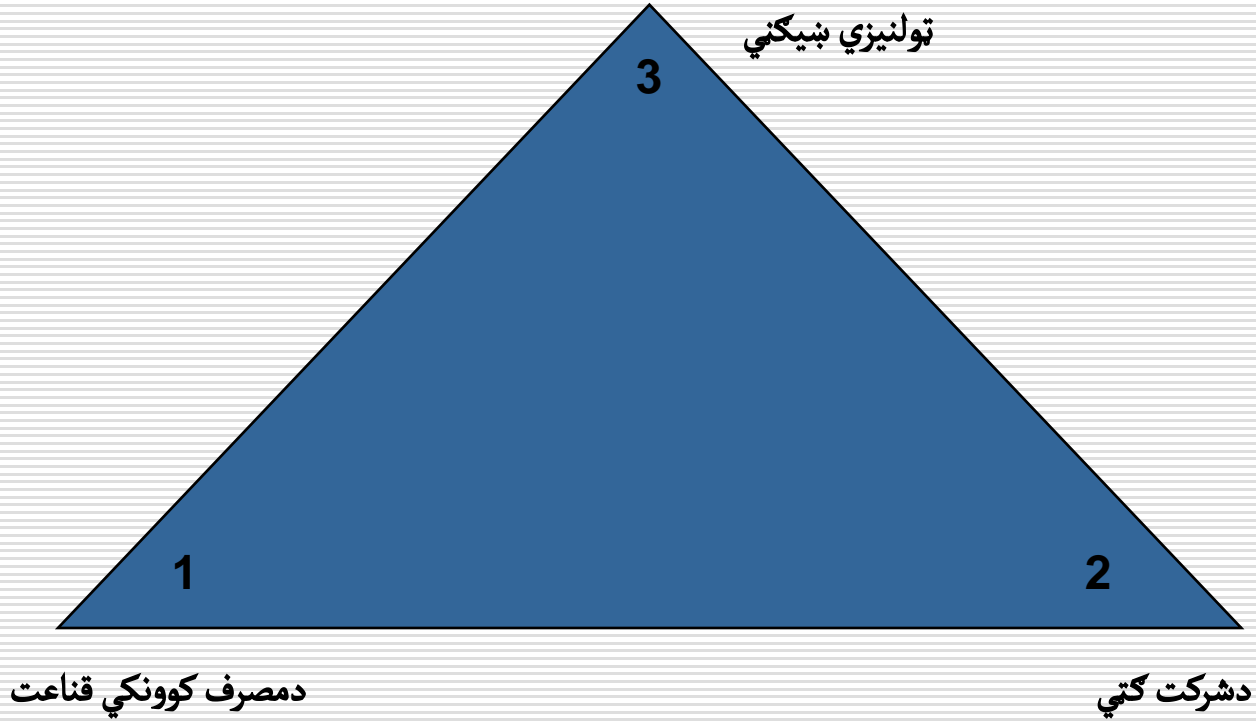
د مارکېټېنگ (بازار پاي) راکړې ورکړې اړتياوې، غوښتنې او مطالبې

□ بازار پاي (مارکېټېنگ) هېڅکله هم اړتياوې نشي پيدا کولی.

□ بازار پاي د مناسبو مفاهمو، اعلاناتو او پرمختګ له امله په مطالبو (تقاضاؤ) مستقيماً اغېزه کوي .

□ راکړې ورکړې (مارکېټېنگ) هغه وخت مطالبيسرته رسوي چه کله هغه ټول فعاليتونه په پام کې اونېول شي کوم چه دېو بيو پار (پېرېدونکي) ضرورت پوره کوي

دماړكيتنگ اهم ملاحظات



4 Ps of Marketing

(دماړكټنگ 4 وضعي)

- Product (ټوليد)
- Price (بیه)
- Place (ځاي)
- Promotion (پرمختگ)

ارزښت اوتسلي (قناعت)

پوپوپار (معامله کونکی) دپو محصول (پیداوار) ارزښت ټاکي او با دمحصول
داستعمال په نتیجه کښی په زړه پوری اطمینان (تسلي) لاس ته راوړی

د تجارتی (تبادلہ) معاملاتو پرمختگ

- ددی لپاره کم از کم دوه خواوی ضروری دی.
- هره خوا باید حتمی دمقابل لوری لپاره با ارزشته توکی او لری.
- هره خوا باید داربکی نپولو اولپر دولو وری .
- هره خوا داصلاحیت لری چه دمقابل لوری وړاندیز اومنی او پایئ مسترد کړی
- هره خوا غواری چه دمقابل لوری سره معامله اوکړی.

د تبادلې پروسه (مرحله)

- درانیونکو (پېرېدونکو) پلټل (اټنده په نظر کېښی نېول)
- دهغوی اړتیاوی معلومول (د بازار بایی څېړنه)
- د محصولاتو (پیداوارو) پلانونو تر څوارتیاوی پوره کړی .
- دغه پیداوار او خدمات باید پرمخ بوتل شی (اړېکی / اعلانات / پرمختګ).
- د محصولاتو او خدمتونو (پیداوارو) زېرمه کول، لېږدول (توزیع).
- د پیداوارو لپاره بېه وضع کول (بېه مقررول)

راکره ورکره مارکېټ

- د اقتصاد پوهانو له نظره مارکېټ د پلورونکو (خرڅونکو) او رانېونکو مجموعی ته وایي.
- سوداگران با د مارکېټونو اجراء کونکی په دی نظر دی چه مارکېټ دهغه پېرودو کو (مشرېانو) مجموعی ته وای چه خپل ځانگړی اړتېاوی او خواهشات ی سره مشترک وی .

دراکری ورکری (مارکېټېنگ) جدید مفکوری

دراکری ورکری (مارکېټېنگ) مفکوره

دمحصول/تولېداتو مفکوره:

په زړه پورې (مناسب) پیداوار لاس ته راوړل ، وده او انکشاف وړکول تر څو یې
مشرېان په ښه بڼه راوښی.

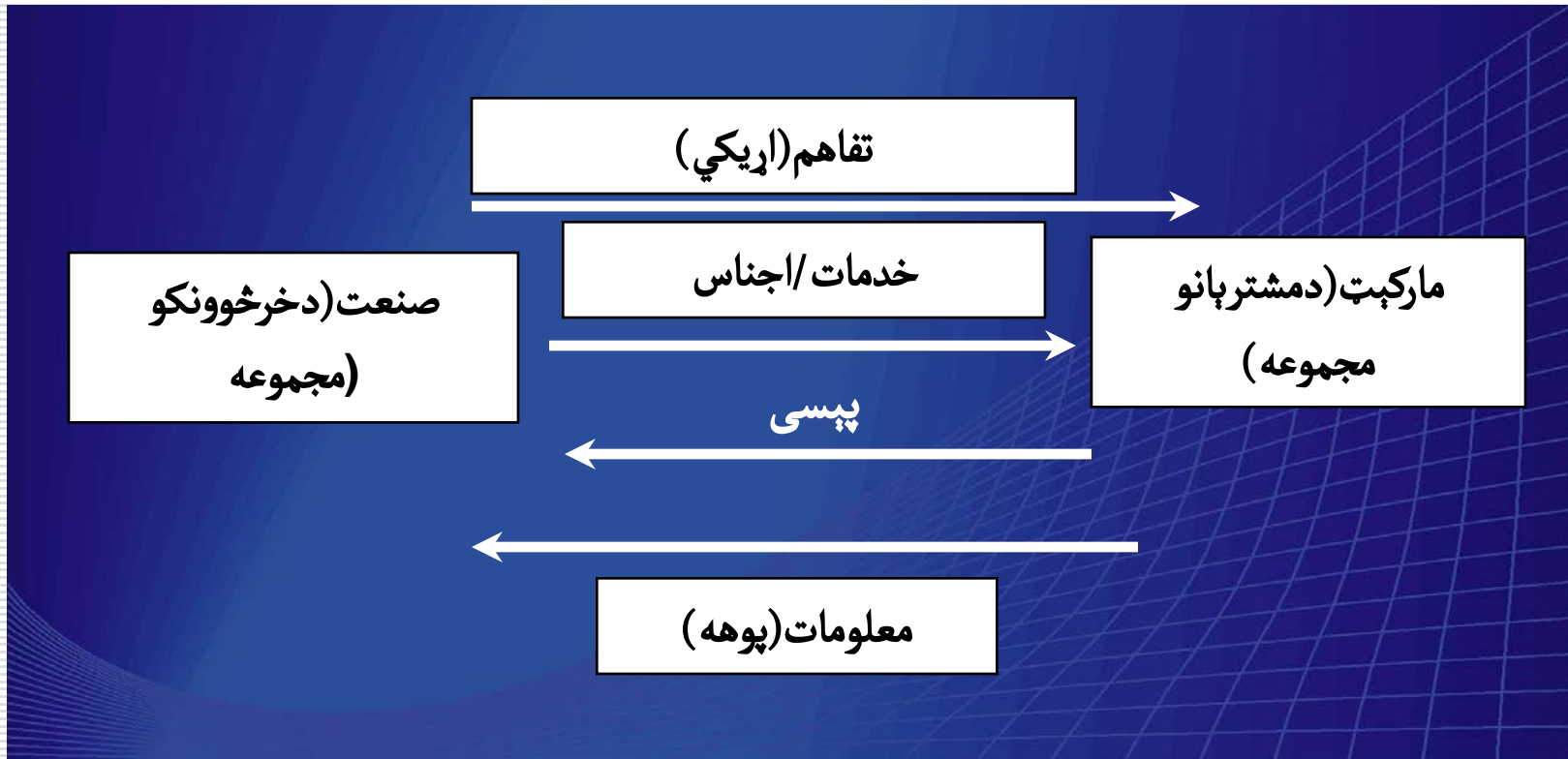
دپلورلو (خرڅلاو) مفکوره:

په ډېرې سېالی سره خپل پیداوار پلورل او پر مخ بېاول.

دراکری ورکری (مارکېټېنگ) مفکوره:

کوښښ کوی (زېار باسی) ترڅو دمشرېانو اړتیاوی پوره کړی.

دراکری ورکری ساده سستم



دتماسونو تر مېنځ توپیر



پلورل اومارکیتینگ

فعالیت	پلورل	مارکیتینگ
دشروع (پیل) نقطه	تولید/محصول	مارکیت
فوکس	موجوده پیداوار / تولیدات	دمشتری ارتبا وی
تدابیر/متراتبی	داشتهار په ذریعہ محبوبیت پیدا کری اود پروژی دعوت طلبی وگتی	دمشتری دارتباوو ارزبا بی (تاکنہ) اود موادو او خدماتو لہر دونه

دپورلو او اورانپولو تر مېنځ توپیر (فرق)

فعالیت	پلورل	مارکېټنگ
وسائېل	دپانگې، زېرمو، فشار او اعلانات	دپوهر اړخیز مارکېټنگ سپسټم
مقاصد (اهداف)	د تولیداتو له منځه وړنه تر ټولو لوړه کټه د تجارت غزول	دمصرف کونکي دوامدره رضایت / تسلی، ټولنېز پرمختګ مناسبی بېا لاس ته راوړنی (معاوضه)

دزراعتی پروژو لپاره یو مثال تجارتی پلان

□ دښو کیفیت لرونکو زراعتی اجناسو زېرمه او لېږدونه.

□ استاذی/هېئات

□ دمناسبو نښانو ساتنه (لاس ته راوړنه).

□ دپلورلو اقتصادیدورانېه زېاتول.

□ دبازار بېی راتېتول.

□ دښو پار(مشرتی)تسلی/رضایت په لاس راوړل

□ مقاصد

□ دپیداوار/ توليداتو بشپړ شتوالي

□ دمارکېت لپاره تدابیر(ستراتېژی)

□ دپلورلو پرمختگ په پام کی ښول.

□ راکړی ورکړی معلومات تیارول.

□ کوبښښ کول چه دسپالی/رقابت وړښو وړاندېزونه

په کار اچول شوی استعدادونو ته وده ورکړی شي.

دراکړې ورکړې څلورمخلوط وضعې (ف گانې)

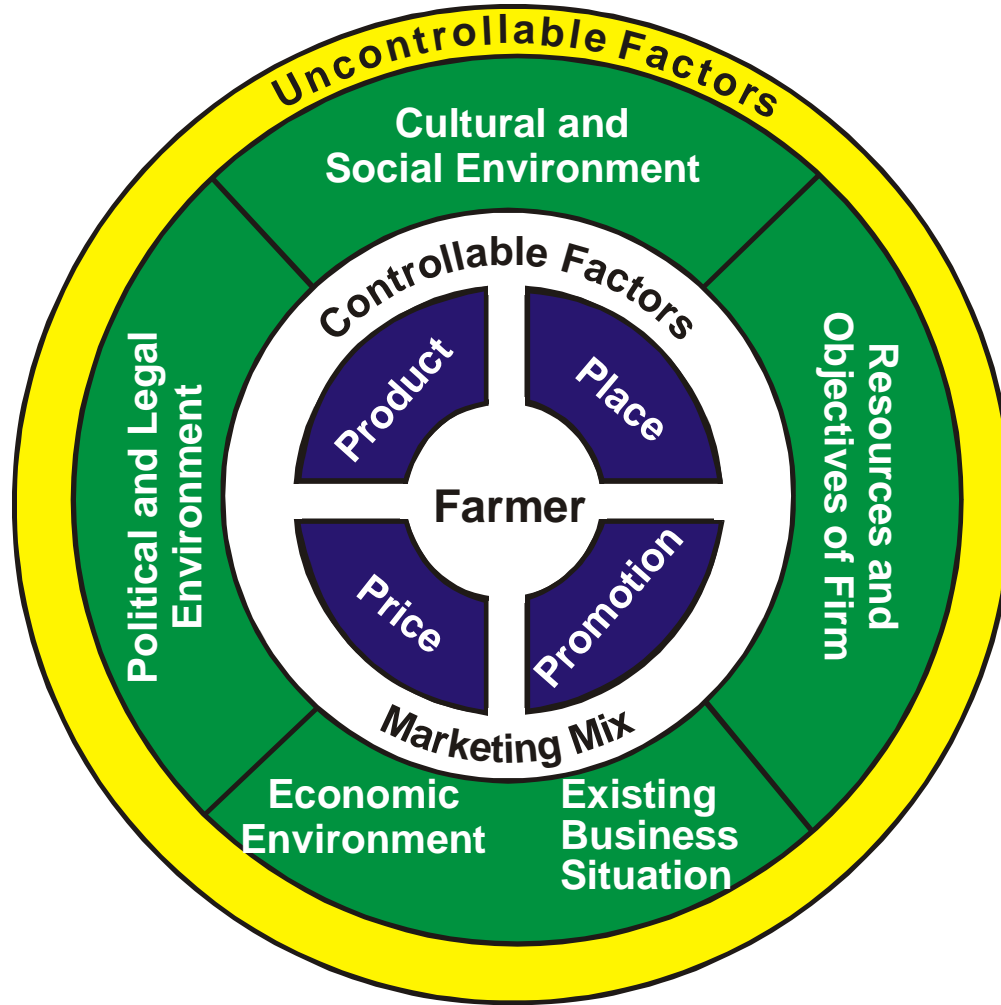
□ توليدات/پیداوار- مواد، خدمات، ځای، مفکوری

□ ځای (موقعیت) - د توزیع/وېشلو لاری چاری، پرچون پلورنه

□ بیه - د بیوپار لپاره بیه اوقیمت ټاکل.

□ پرمختگ - اړیکې، اشتهارات

دماړكيت څلور عمده فعاليتونه (وظيفي)



تخلیقی (تولیدونکی) لاری چاری



تدابیر/استراتژی - تولیدات

- تولیدات
- ❖ دبازار ضروریات
- ❖ په لاس راغلی (موجوده) زېرمی اودهغوی استعداد/اصلاحیت.
- ❖ تکمیلی (پوره کونکی) زېرمی .
- ❖ توپیر (تنوع)
- ❖ بڼه (ترکیب) اوگتی (بې ساری/بی مثال).
- ❖ قطی کولبندول:
- ❖ دکخورو اندازه/کچه
- ❖ دکخورو با قطی کولو مواد

تدابیر/ستراتیژی _ موقعیت

(دتولپدا تو دموقعیت تثبیت)

- دمارکیت وندی.
- دتوزیع کولو لاری.
- خپله پرچونی شبکه (جال)
- دمعامله کونکو (پرچونی) مستقله شبکه
- عمدہ فروش /توزیع کونکی
- سپہیز تنظیم
- منطقوی / سپہیز
- ملی
- بین المللی

ستراتیژی_بیه تاکل

- ارزښت (بیه) جمع معباری نښانی .
- سپالی (رقابت).
- په تقاضا او فراهم کولومبني وي .
- دتپتو بپو برابر وونکي (رسونکی) .
- پرمختگ

تدابیر/استراتژی - پرمختگ

- شخصی (خانگري) خرڅلاو
- درسانی (مطبوعات) اشتهار (اعلان).
- درانپولو داشتهار ځای ټاکل.
- سپهيز/ساحوی توسعه طریقې).

پرمختگ

- دشرکت / اتحادی نمونه:
- دشرکت مخفف (لوگو)
- دچاپی نبیا نو نمونه
- چاپی نبی - دمشتري پوهېدنه / اوراک چه ستا سو تولېدات اوپېژنی
- ساده چه متنازع نه وی
- پاېدار او موافق وی
- ستا دچاپی نبیو ساتندوبه وی .
- شعارورکونکی (اواز ورکونکی) _ شرنکار ورکونکی - دکور گړنکی

دماړكېټ عمده دري لاري

- ماركېټ پېژندل او ارزبايي
- دماركېټ څېړنه
- دماركېټ خبرتيا/تجزبه وتحليل
- معامه كونكي پېژندل او هغوي ته ډېره توجه كول
- د معامه كونكي داړتباووو څېړنه
- اړتباووو كښي بدلون ته زېر كېدل
- دماركېټ دسپالي ستراتېژي پر مخ بېول
- دسپالي (رقابت) تجزبه
- هغه سپمي ته زياته توجه كول چه دمعامله كونكو(مشرپانو)لپاره زياته د پام وړ وي

د مارکیتنگ (راکړی ورکړی) تنظیمول

- د راکړی ورکړی (مارکیتنگ) فرصت (ښه چانسونه) تحلیل کول
- په زړه پوری مارکېټ څارنه او انتخابول
- د مارکېټنگ لپاره ځانگړی ستراتیژي وضع کول
- د مارکېټنگ لپاره تکتېکونه پلانول
- د مارکېټنگ پروگرامونه تطبیقول / اجراء کول
- د مارکېټنگ د جدېت مخنیوی

دماړكېټگ وظيفې

دماړكېټ څېړنه او پلان جوړول

دټولېداتو(پېداوار)پرمختگ او برابرول(لېږدول)

توزېع او زېرمه كول

تجارتی اعلانات او دخرڅلاو پرمختگ

خرڅلاو

دخرڅلاو حساب وكتاب

عمومي اداره

دکود کېمپائې د مارکېټ (بازار) خصوصيات

- دکود کېمپائې غوښتنه پو ماء خوده غوښتنه ده
- پو شمېر خپاره واره معامله کونکې (مشرپان)
- معامله کونکې د کمو توبو لرونکې وې
- دکود کېمپائې گټې (منافع) تضمین شوی نه وې
- د تولېداتو انبار او احجام
- موسمی (فصلی) غوښتنې
- کود کېمپائې دا جناسو / متاع پیداوار دی
- د بېن المللی بازارونو اغېزې به منطقوی / کورنی بازارونو

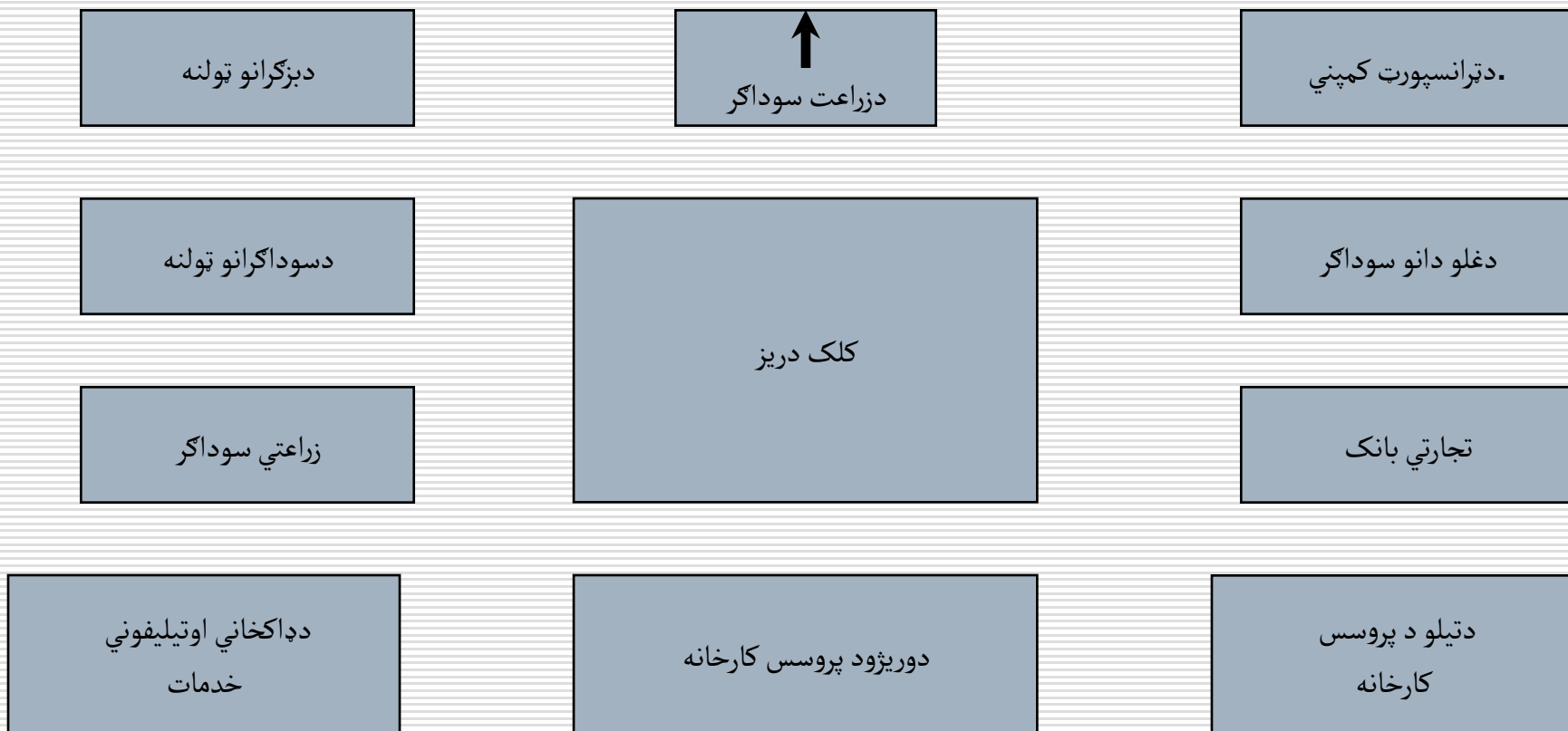
دماړكېټ ډېرمختگ ضروريات

- دېو بانظمه سپمېز(دهاتي)زراعتي بازار تاسېس
- اساسي بنيادي حملونقل برابرول
- دخصوصي سكتور دگډون لپاره زمېنه برابرول
- دزراعتي پروژو پلي كونكي روزل اودهغوي ډارېكو جوړول
- دعمومي /خصوصي سكتورونو شركت
- دپېسو پا شتمنيو وړو او غټو دركونوته اسانه دست رسي
- سپمېزي مذبوطي اداري
- داعتماد وړ دماركېټ معلومات

په زراعت باندي دمارکېټ پرمختگ اغېزه

- عصري زرعي الاتو ته اسانه دسترسي کېږي او دهغي استعمال ورځ په ورځ زياتول
- دغلو مارکېټونو ته په اسانه دسترسي کېږي او دېبو(نرخونو)سپالي تر سره کېږي
- خصوصي کوچني درکونو دپېسو ته په اساني دسترسي کېږي
- زرعي پروسس کونکي سکتورمنځته راځي
- په کوچني پېمانه صنعتونه پرمختگ کوي
- عمومي خدمات پراختيا مومي
- لوجستېکي او ترانسپورتي خدمات وده کوي

دېوېرمخ تللي سپمېز (دهاتي) زراعتي بازار جوړښت



دارينو توکو د مارکیت د پرمختگ تدابیر (ستراتیژی)

- د پرمختگ لپاره درینو توکو په گوته کول.
- د زدکړي (ټریننگ) د اړتیا په حقله څیړني اود زدکړي مواد برابرول .
- د تجارتي اورو د تنظیم اود فارم د ټیکنالوجی د زدکړي حاصلول .
- د زراعتي سوداګرو د یوبل سره نښلول .
- د کوچني حسابدارۍ برابرې .
- د مارکیت پخپله د قوي معلوماتو لاس ته راوړنه .
- د تلن لاري خبري اتری – د تلن لاري اصلاح .
- د خصوصي سکتورونو د ګډون کولو پرمختگ .
- د تاجرانو د ټولني پرمختگ .
- د بزرګرانو د ګروپ / ټولني پرمختگ .

اداري / تنظيمي چارچوب

مقصد:

ددي لپاره چه دخاص كيميائي سروود اړاد اود رقابت قابل ماركيټ چاپيريال ته ديو سالم پرمختگ لاره پانستل شي

■ د بزرگانو گټه

■ د سرو د تجارت گټه

■ ملي گټه .

اداري / تنظيمي چارچوب (جاري)

د ابايد لاندیني ټکي په پام کي اونيښي:

بزگرته دکمیت او کیفیت ډاډ (باور).

د تجارتي نمایش عا دتونه اومشق .

د ټولو امکاناتو او اسانتیاوو برابرول ، ټول بندیزونه له منځه وړل اود بیوکراسي (داسي اداري سستم چه مامور یواځي خپل امر ته مسؤل وي ، اچه اصول پرستي اوتشریفاتي جنبه اولري) مخنیوي .

د پلورونکو ترمینځ هیڅ ټول ټکي بزگي (دسیسه) باید موجوده نه وي .

ختم

مننه