

رۆلی مارکیتین له تۆره کۆمه لایه تیبیه کان له زیاد کردنی فرۆشدا توێژینه وهیه کی وه رگیراوه (مستل) له نامه ی ماسته ر

نه وشیروان فرج احمد¹، نه زاکه ت حسین حمه سعید²

¹ به شی راگه یانندن، کۆلێجی زانسته مرۆفایه تیبیه کان، زانکۆی سلیمانی، سلیمانی، هه رێمی کوردستان، عێراق

Corresponding author's e-mail: nawshirwan2@gmail.com

پوخته ی توێژینه وه

ئه م توێژینه وهیه له رۆلی مارکیتین (بازارگه ری) له رێگه ی تۆره کۆمه لایه تیبیه کان وه ده کۆلێته وه وه ره رگیراوه له نامه ی ماسته ری (رۆلی مارکیتین له تۆره کۆمه لایه تیبیه کان له زیاد کردنی فرۆشدا). ئامانجی سه ره کی ئه م توێژینه وهیه بریتیه له زانیی رۆلی مارکیتین (بازارگه ری) له تۆره کۆمه لایه تیبیه کان له زیاد کردنی فرۆشدا لای کۆمپانیاکانی ئاسیاسی و کۆره ک تیلیکۆم، به مه به ستی به دیه یتانی ئه م ئامانجه توێژه ر پشی به جوړی توێژینه وه ی وه سفی به ستوه، میتۆدی روومالی راپیوی به کاره یتاوه که گونجاوه له گه ل شیوازی توێژینه وه که، زانیاری له به رتوێژان وه رگیراوه له رێگه ی فۆرمیکی راپرسی و شیوه ی روویوی گشتی (حصر شامل) به کاره یتراوه، به مجۆره سه رجه م کارمه ندانی به شی مارکیتینی (بازارگه ری) هه ردوو کۆمپانیا ی ئاسیاسی و کۆره ک تیلیکۆم له هه رێمی کوردستان وه رگیراون، له گرنگترین ئه وه ده ره نه نجامانه ی ئه م توێژینه وهیه یی گه شتوه: بازارگه ری له رێگه ی تۆره کۆمه لایه تیبیه کان وه رۆلی گه وری گێراوه له زیاد کردن و خیرا کردن فرۆشدا، فه یسبوک و ئینستگرامیش له ناو تۆره کۆمه لایه تیبیه کاند زۆرتین بایه خیاب هه بووه.

ملخص البحث

یتناول هذا البحث دور التسويق عبر الشبكات الاجتماعية المأخوذ من رسالة الماجستير بعنوان (دور التسويق عبر الشبكات الاجتماعية في زيادة المبيعات). أن الهدف الرئيسي لهذا البحث هو معرفة دور التسويق عبر الشبكات الاجتماعية في زيادة المبيعات لدى كل من شركة اسيا سيل و كورك تيليكوم، و لغرض تحقيق هذا الهدف اعتمد الباحث على اسلوب البحث الوصفي و استخدم المنهج المسحي الذي يتناسب مع اسلوب و منهج البحث، لقد تم استحصال المعلومات من المبحوثين من خلال استمارات استطلاع الرأي مع استخدام اسلوب المسح. و هكذا تم استطلاع رأي كافة الموظفين في قسم التسويق لدى كل من شركتي اسيا سيل و كورك تيليكوم في اقليم كوردستان، و من أهم النتائج التي تم تحقيقها من خلال هذا البحث هي كالاتي: لعب التسويق عبر الشبكات الاجتماعية دورا كبيرا في زيادة المبيعات و تسريع وتيرتها، و حظيت كل من الفيسبوك و الانستغرام ضمن مواقع الشبكات الاجتماعية مقارنة بالمواقع الاخرى بالاهتمام الاكبر.

گۆفاری زانکۆی هه له یجه: گۆفاریکی زانستی نه کادیمییه زانکۆی هه له یجه ده ری ده کات	
به رگ	ه ژماره 3 سالی (2020)
رێککه وته کان	رێککه وتی وه رگرتن: 2020/7/5 رێککه وتی به سه ندر کردن: 2020/7/26 رێککه وتی بلاو کردنه وه: 2020/9/30
ئیمه یلی توێژه ر	nawshirwan2@gmail.com
ما فی چاپ و بلاو کردنه وه	© 2020 نه وشیروان فرج احمد، پ.ی.د. نه زاکه ت حسین حمه سعید، گه یشتن به م توێژینه وهیه کراوه یه له ژیر ره زامه ندی CCBY-NC_ND 4.0

Abstract

This research is investigating the role of Marketing on social networking sites, taken from the Master thesis (Marketing role on social networking sites to increase sales),The main goal of this research is to know the role of marketing on social networking sites to increase sale of Asiacell and Korek Tel companies, in order to reach a conclusion about this goal, the researcher has depended on description research, and used the method of survey which is suitable to the research, The researcher has used comprehensive survey type to collect data, this way all the employees of Asiacell and Korek Tel in marketing department in Kurdistan Region were included, The most important outcomes this research has reached: marketing on social networking sites had a great role in increasing and boosting sale, Facebook and Instagram stood out in all the other social networking sites.

کلیلی ووشه کان: مارکیتین (بازارگه‌ری)، توره کومه لایه تیبیه کان، مارکیتین له توره کومه لایه تیبیه کان، زیادکردنی فروش

پیشه کی

مارکیتین (بازارگه‌ری) پرۆسه یه کی سه‌راپاگیره وه هه‌ر له‌پلان و نه‌خشه‌کێشان بو بیروکه یاخود شمه‌کو خزمه‌تگوزارییه‌وه، له‌لایه‌ن دامه‌زراوه‌و لایه‌نه‌ قازانج‌ویست و قازانج‌ه‌ویسته‌کانه‌وه ده‌ست پیده‌کات و به‌چهن‌دین قوناغدا تیده‌په‌ریت. تاوه‌کو شمه‌ک یاخود بیروکه‌و خزمه‌تگوزارییه‌که دروست ده‌بیت و ره‌واجی پیده‌دریت و ساغده‌کریته‌وه، دواتریش روئی بازارگه‌ری ناوه‌ستیت و هه‌ر به‌رده‌وام ده‌بیت. بازارگه‌ری له‌کوندا واتایه‌کی ساده و ساکاری هه‌بووه‌و به‌که‌می بایه‌خی پێدراوه، فیلیپ کۆتله‌ر به‌پیشه‌نگ و یه‌ک له‌دیارت‌رین بیرمه‌ندان‌ی بواری بازارگه‌ری داده‌نریت که‌گه‌شه‌ی به‌چه‌مکی بازارگه‌ری داوه، له‌ئێستا‌شدا بازارگه‌ری له‌چهن‌دین بواری و ئاستدا پیاوه‌ده‌کریت، کۆمپانیا‌ی بازگانیه‌کانیش بازارگه‌ری به‌چهن‌دین ریگا و شیواز پراکتیزه‌ده‌کهن و پایه‌یه‌کی گه‌وره‌ی سه‌رکه‌وتن و مانه‌وه‌یانه، توره‌کومه‌لایه‌تیبه‌کان به‌یه‌ک له‌ئامرازه‌گرنگه‌کانی بازارگه‌ری کۆمپانیاکان داده‌نریت، ئەم ئامرازه‌ی بازارگه‌ری به‌هۆی پێشکه‌وتنه‌کانی ئەم دوایانه‌ی ته‌کنه‌لۆجیا‌و په‌یوه‌ندی‌کردنه‌وه‌ده‌رکه‌وتوه، ئەم توێژینه‌وه‌یه (روئی مارکیتین له‌توره‌کومه‌لایه‌تیبه‌کان له‌زیادکردنی فروشدا)، له‌ریگه‌یه‌وه‌توێژه‌ر وه‌لامی ئەو پرسیار و کێشه‌یه‌ده‌داتوه‌و بو‌ی ده‌رده‌که‌وت که‌بازارگه‌ری له‌ریگه‌ی توره‌کومه‌لایه‌تیبه‌کانه‌وه‌تا‌چهن‌د روئی هه‌یه‌له‌زیادکردنی فروش‌ی کۆمپانیاکاندا و په‌یوه‌ندی‌به‌که‌یان ده‌رده‌خات.

کێشه‌ی توێژینه‌وه

له‌ئێستا‌دا کۆمپانیاکان له‌ریگه‌ی توره‌کومه‌لایه‌تیبه‌کانه‌وه‌کاری مارکیتین (بازارگه‌ری) نه‌نجامده‌ن و گرنگی پێده‌ده‌ن، بازارگه‌ری له‌ریگه‌ی توره‌کومه‌لایه‌تیبه‌کانه‌وه‌نوێیه‌و له‌م سالانه‌ی دواییدا ده‌رکه‌وتوه‌و ناروونی هه‌یه‌ده‌رباره‌ی ئەو روئله‌ی ده‌یگێریت، به‌زمانی کوردی سه‌رچاوه‌و توێژینه‌وه‌ی زانستی له‌م بواریدا به‌رده‌ست نییه، له‌به‌رئه‌وه‌ئهنجامدانی توێژینه‌وه‌و ئاو‌پاردانه‌وه‌ی زانستی پێویسته‌بو‌تیگه‌شتن له‌په‌یوه‌ندی‌ی نیوان بازارگه‌ری و توره‌کومه‌لایه‌تیبه‌کان، ئەم توێژینه‌وه‌یه‌له‌و‌بابه‌ته‌ده‌کوئیته‌وه‌و توێژه‌ر به‌دوای وه‌لامی ئەو پرسیارانه‌دا ده‌گه‌ریت و ده‌یه‌ویت ده‌ریب‌خات که‌تا‌چهن‌د بازارگه‌ری له‌ریگه‌ی توره‌کومه‌لایه‌تیبه‌کانه‌وه‌بووه‌ته‌هۆی زیادکردنی فروش؟ راده‌ی به‌کاره‌ینانی بازارگه‌ری توره‌کومه‌لایه‌تیبه‌کان له‌کۆمپانیاکانی (ئاسیاسیل) و (کۆره‌ک تیلیکۆم) چهن‌ده‌؟ تا‌چهن‌د کۆمپانیاکانی (ئاسیاسیل) و (کۆره‌ک تیلیکۆم) سو‌دیان له‌بازارگه‌ری توره‌کومه‌لایه‌تیبه‌کانیان بێنیه‌و؟
گرنگی توێژینه‌وه

ئەم توئىزىنە ۋە يە بەشئۆھە كى گىشى گىرنگە بۇ زۆر لە بوارە كان لە كۆمەنگەدا، بازىرگانان و بەكاربەران دەتوانن سودى لىبىنن و رىئىشانىدەرىكىك بىت بۆيان، ھەروەھا دەبىتە سەرچاۋە كى زانستى باش بۇ خويىندىكاران و توئىزەرانىتر، ھەروەھا بۇ دەۋلەتمەندىكى كىتەبخانىە كادىمىي كوردى، ئەم توئىزىنە ۋە يە ھەولتەكى نوئىيە لە ھەرىمى كوردستاندا كە لەسەر ئاستى نامەى ماستەر رۆلى ماركىتەن (بازارگەرى) لە تۆرە كۆمەلەيە تىبە كاندا دەردەخات، ھەروەھا كار لەسەر شىۋازىكى نوئى بازارگەرى دەكات كە گىرنگىدان پىئى ھىشتا لەسەرەتادايە، توئىزىنە ۋە كە ئەو رۆلە دەردەخات كە بازارگەرى تۆرە كۆمەلەيە تىبە كان دەگىرەت لە زىادىكى فرۆشدا.

ئامانجى توئىزىنە ۋە

ئەم توئىزىنە ۋە يە ھەولتە داۋە ئەم ئامانجانە بەدىبەتتە:

۱- زانىنى رۆلى بازارگەرى لە تۆرە كۆمەلەيە تىبە كان لە زىادىكى فرۆشدا.

۲- پىشانىنى پەيوەندى نيوان ماركىتەن (بازارگەرى) و تۆرە كۆمەلەيە تىبە كان.

۳- زانىنى رۆلى بازارگەرى لە تۆرە كۆمەلەيە تىبە كان لە زىادىكى فرۆشدا لە كۆمپانىيە كانى (ئاسىيا سىل) و (كۆرەك تىلىكۆم) دا.

۴- دەرخستى ئاستى بەكارھىنانى بازارگەرى لە تۆرە كۆمەلەيە تىبە كان لە كۆمپانىيە كانى (ئاسىيا سىل) و (كۆرەك تىلىكۆم) دا.

جۆر و مېتۆدى توئىزىنە ۋە

ئەم توئىزىنە ۋە يە لە جۆرى ۋە سەفەيە، كە گونجاۋە لە گەل شىۋازى توئىزىنە ۋە كە، لەو چوارچىۋە بەدا ۋە سەفى بازارگەرى لە تۆرە كۆمەلەيە تىبە كان و رۆلى لە زىادىكى فرۆشدا لە كۆمپانىيە كانى (ئاسىيا سىل) (كۆرەك تىلىكۆم) دەكات، بۇ گەيشتن بە ۋە لامدانە ۋە ئامانجە كانىشى توئىزەر مېتۆدى رومالى راپتوى بەكارھىناۋە.

ئامپازى توئىزىنە ۋە

توئىزەر ئەم رىنگا و ئامپازانەى بەكارھىناۋە:

فۆرى سەرەتاپى كۆكردنە ۋە زانىارى

توئىزەر فۆرمىكى سەرەتاپى كۆكردنە ۋە زانىارى دروستىكى، كە لە پىنج پىسىار پىكھاتبەو، راي ۱۰٪ كى كارمەندانى بەشى بازارگەرى

كۆمپانىيە كانى (ئاسىيا سىل) (كۆرەك تىلىكۆم) ۋە رىگىرا، توئىزەر بەو شىۋازە چەند زانىارىيە كى دەستكەوت كە بوون بە بنەمايەك و لە ئامادە كىدىنى پىسىارە كانى فۆرى راپسىيە كەدا سوودى لىۋەرگىرا.

فۆرى راپسى

توئىزەر فۆرمىكى پىسىارى بە سوودە رىگرتن لە فۆرى سەرەتاپى كۆكردنە ۋە زانىارى و توئىزىنە ۋە كانى پىشىۋو، ھەروەھا بە رەچاۋىكى سەرنج و تىبىنى ھەلسەنگىنەرە كان ئامادە كىدى، فۆرمە كە لە (۴) تەۋەر پىكھاتبەو لە گەل ۴ پىسىارى تر كە تايبەت بوو بە ۋە رىگرتنى زانىارى گىشى لە بەرتوئىزان.

كۆمەلەنگە ۋە سامپلى توئىزىنە ۋە

كۆمەلەنگەى توئىزىنە ۋە: كۆمپانىيە كانى پەيوەندىكىدىن لە ھەرىمى كوردستان، كە بارەگە گىشى ۋە خاۋەندارىتەن لە ھەرىمى كوردستانە.

سامپلى توئىزىنە ۋە: كۆمپانىيە كانى (ئاسىيا سىل و كۆرەك تىلىكۆم)، توئىزەر بەھۆى كەمى ساملى توئىزىنە ۋە كەۋە سەرجەم كارمەندانى بازارگەرى لەو دوو كۆمپانىيە دا ۋە رىگرتوۋە، كە شىۋەى رومپىۋى گىشى (حصر شامل) بۇ بەكارھىناۋن و ژمارەيان ۹۶ كارمەندە. ھۆكارى ۋە رىگرتنى ئەو دوو كۆمپانىيە ش بۇ ئەۋە گەراۋەتەۋە كە دوو كۆمپانىيە گەۋرە و سەرەكەن لە بوارى پەيوەندىكىدىن لە ھەرىمى كوردستاندا و بارەگە گىشى ۋە خاۋەندارىتەن بە شىۋەيە كى سەرەكى ھەر لە ھەرىمى كوردستانە، ھەروەھا ھەردو كۆمپانىيە تۆرە كۆمەلەيە تىبە كان بە كاردەھىتن بۇ مەبەستى بازارگەرى.

پىۋەرى راستى توئىزىنە ۋە

به نامانجی گه‌یشتن به راستی توژیینه‌وه‌که، توژیهر هه‌ستا به پیدانی فورمه راپرسییه که به (۷)پسپۆر ، به مه‌به‌ستی هه‌لسه‌نگاندن، پسپۆره‌کان سه‌رنج و تییینییه‌کانیان خسته‌روو، فورمه که هه‌ندیک گۆرانکاری به‌سه‌ردا هات، له‌سه‌ر ئه‌و بانه‌مايه توژیهر هه‌ستا به دارشته‌وه‌و ئاماده‌کردنی فورمه که له شیوه‌ی کۆتاییدا، ئه‌نجامی پتوه‌ری راستی گه‌یشته (۸۵.۱۳٪).

توژیینه‌وه‌کانی پتوه‌روو

هه‌لسه‌نگینه‌رانی فورمی راپرسی به‌ی پتوه‌ندی (ئه‌لیفی) خراونه‌ته‌روو

- ۱- پ.ی.د. سه‌لام نصرالدین محمد زانکۆی سلیمانی / کۆلیجی ز. مرۆفایه‌تییه‌کان / به‌شی راگه‌یانندن
- ۲- پ.ی.د. عومه‌ر احمد رمضان زانکۆی هه‌له‌بجه / کۆلیجی ز. مرۆفایه‌تییه‌کان / به‌شی راگه‌یانندن
- ۳- پ.ی.د. کاروان علی زانکۆی پۆلیته‌کنیکی سلیمانی / کۆلیجی ته‌کنیکی کارگێری / به‌شی بازارگه‌ری وپ. گشتییه‌کان
- ۴- پ.ی.د. کاروان محمد حسن زانکۆی سلیمانی / کۆلیجی ز. مرۆفایه‌تییه‌کان / به‌شی راگه‌یانندن
- ۵- پ.د. کاوه محمد فرج زانکۆی سلیمانی / کۆلیجی کارگێری و ئابوری / به‌شی کارگێری کار
- ۶- پ.ی.د. لانه صابر محمد سعید زانکۆی سلیمانی / کۆلیجی ز. مرۆفایه‌تییه‌کان / به‌شی راگه‌یانندن
- ۷- پ.ی.م. هه‌رده‌وان محمود کاکه شیخ زانکۆی سه‌لاحه‌ددین / کۆلیجی ئه‌ده‌بیات / به‌شی راگه‌یانندن

۱- توژیینه‌وه‌ی عبد الواحد طه شكري ۲۰۲۰ التسويق الالكتروني و اثره في تحقيق عدد من ابعاد الميزة التنافسية- دراسة تطبيقية لعدد من شركات الانترنت (FTTH، بايك، نوروز) في مدينة زاخو في اقليم كوردستان/ العراق

نامانجی ئه‌م توژیینه‌وه‌یه ده‌رخستنی رۆلی بازارگه‌ری ئه‌لیکترونییه له به‌دییه‌تانی ژماره‌یه‌که له تاییه‌تمه‌ندی رکا به‌رکاری له ناو کۆمه‌لایه‌که له کۆمپانیانه‌ی که له شاری زاخۆ له بواری ئینته‌رنه‌تدا کار ده‌که‌ن، توژیهر فورمی راپرسی به‌کاره‌یناوه‌ بو وه‌رگرتنی رای سامپلی توژیینه‌وه‌که که ژماره‌یان ۶۴ کارمه‌نده له کۆمپانیاکانی (FTTH، بايك، نه‌ورۆز)، له‌و ژماره‌یه ۲۰ یان به‌رپوه‌به‌ری به‌شه‌کانی فرۆشتن، هه‌روه‌ها ۱۸ کارمه‌ندیان له به‌شه‌کانی لیکۆلینه‌وه‌ و توژیینه‌وه‌، ۲۶ کارمه‌نده‌که‌ی تریش له ئاستی جیاوازی ئیداری ئه‌و کۆمپانیاکانه‌دان. گرنگترین ئه‌و ده‌رئه‌نجامانه‌ی توژیینه‌وه‌که پتی گه‌یشتوه‌و بریتیه‌له: په‌یوه‌ندییه‌کی ئاماره‌ده‌ری ئاماری له ئارادایه‌که په‌یوه‌ندییه‌کی ئه‌رینییه له نیوان ئاستی به‌کاره‌ینانی بازارگه‌ری ئه‌لیکترونی له لایه‌ن ئه‌ندامانی ناو سامپله‌که و تاییه‌تمه‌ندی رکا به‌ری به‌جۆریک ئه‌و کۆمپانیاکانه‌ی که پشت به‌ بازارگه‌ری ئه‌لیکترونی ده‌به‌ستن کاریگه‌رییه‌کی گرنگیان هه‌بووه‌ بو به‌دییه‌تانی تاییه‌تمه‌ندی رکا به‌ری له به‌رامبه‌ر رکا به‌ره‌کانی تر که پشتیان به‌ بازارگه‌ری له رینگه‌ی ئه‌لیکترونییه‌وه‌ نه‌به‌ستوه‌.

۲- توژیینه‌وه‌ی محمد عبدالرحمن عمر، روش ابراهيم محمد، نزار محمد علی ۲۰۱۵، استراتيجيات المزيج التسويقي و دورها في زيادة الحصة السوقية- دراسة استطلاعية لاراء عينة من الافراد العاملين في شركة ستي سنتر التجارية في مدينة زاخو نامانجی توژیینه‌وه‌که بریتیه له دیاریکردنی ستراتیجیه‌تی ئاویتته‌ی بازارگه‌ری و پشکی بازار له کۆمپانیاکانی ستی سه‌ننه‌ری بازارگانی له شاری زاخۆ، میتۆی وه‌سفی به‌کاره‌یناوه‌ بو هه‌له‌بژاردنی سامپلیکی هه‌رمه‌که‌ی که له ۴۰ که‌س پشکها‌توووه‌ و له‌و کۆمپانیاکانه‌دا کار ده‌که‌ن وه‌ وه‌ک سامپلیک بو توژیینه‌وه‌که وه‌رگه‌روو، فورمی راپرسی به‌کاره‌یناوه‌ وه‌ک ئامرازیک بو کۆکردنه‌وه‌ی زانیارییه‌کان بو پتوانه‌کردنی په‌هه‌نده‌کانی توژیینه‌وه‌که له رینگه‌ی زانیی ئاستی ستراتیجیه‌تی ئاویتته‌ی بازارگه‌ری و پشکی بازار له‌و کۆمپانیاکانه‌دا، له گرنگترین ئه‌و ده‌رئه‌نجامه‌ی توژیینه‌وه‌که پتی گه‌شتوه‌و: ئه‌م کۆمپانیاکانه‌ له ژینگه‌یه‌که‌دا کار ده‌کات که پر له جووله‌ و گۆرانی له‌ناکاوه‌ ئه‌وه‌ش وا ده‌کات کۆمه‌لایه‌ک کۆت و به‌ند له‌سه‌ر کاره‌کانی هه‌بیت بو ده‌ستنیشانکردنی ئه‌و ستراتیجیاکانه‌ی که بو ئاویتته‌ی بازارگه‌ری کاریگه‌رن.

۳- عبیر محمود جبار ۲۰۱۷، الاعلان الالكتروني عبر شبكات التواصل الاجتماعي و تأثيره في الرغبة الشرائية للمستهلك نامانجی ئه‌م توژیینه‌وه‌ بریتیه‌ له‌وه‌ی که ئایا ریکا‌لمکردن له رینگه‌ی تۆره‌کانی په‌یوه‌ندی کۆمه‌لایه‌تییه‌وه‌ کاریگه‌ری هه‌یه له‌سه‌ر ره‌واجدان به‌ کالا و خزمه‌تگوزارییه‌کان، هه‌روه‌ها توژیینه‌وه‌که ده‌کۆلیته‌وه‌ له پالنه‌ره‌کانی خه‌لکی سه‌باره‌ت به‌و جووره‌ ریکا‌لامه‌ ئه‌لیکترونییه‌که ئایا پتوه‌ری

لیدە کەن. توێژەر بۆ ئەنجامدانی ئەم توێژینە وەهەمەتە مێتۆدی وەسفی بە کارهێناوە، هەروەها فۆرمی راپرسی وەك ئامرازێك بۆ كۆکردنەوهی كۆمەڵێك زانیاری بە کارهێناوە، فۆرمەكە لە ۸ پرسیار پێكھاتوو و بەسەر سامپلێکی هەرمە کیدا دابەشکراوە کە لە ۱۰۰ خۆبەداری کور و کچ لە بەش و قوناغە جیاوازه کانی زانکۆی جیهان پێکھاتوو.

گرنگترین ئەنجامە کانی توێژینە وە کە ئەوەیان دەرخواستوو کە: پێژەیه کی کەمی کرپار ئەو شەمە ک و خزمەتگوزاریانەیان کرپوه کە ریکلامیان لە رینگە تۆرە کانی پەيوەندی کۆمەڵایەتیە وە بۆ کراوە، هەروەها زۆرینەیان گرنگی بەو جۆرە ریکلامە نادەن.

دیاریکردن و پێناسە کردنی چەمکە کانی توێژینە وە

توێژەر لێرەدا پێناسە ی بێردۆزی و کارپاری بۆ چەمکە کانی توێژینە وە کە دەخاتەر وو.

۱- رۆل

رۆل دەرئەنجام یان پرۆسە ی کارلێکی کۆمەڵایەتیە کە تاکە کان ئەنجامیدە دەن، کاتیک کە مرۆف لە پرۆسە ی کارلێکی کۆمەڵایەتیە دایە لە گەل ئەوانیتر ئەو شتە ی کە لێی بەرھەم دیت یی دەوتریت رۆل. (حەمە ئەمین، ۲۰۱۸: ۰۹).

رۆل لەم توێژینە وە هەدا بریتییە لە پرۆسە ی کارلێکی بازارگەری تۆرە کۆمەڵایەتیە کانی هەردوو کۆمپانیای ئاسیا سیل و کۆرە ک تیلیکۆم کە دەخریتە گەر بۆ زیادکردنی فرۆشی هەردوو کۆمپانیاکە.

۲- مارکیتین (بازارگەری)

کۆمەڵە ی بازارگەری ئەمریکی (American Marketing Association) لە پێناسە یە کیدا بۆ بازارگەری ئامازە ی بە وەداوە کە: "بازارگەری بریتییە لە پرۆسە ی نەخشە کێشان و بەرپۆه بردنی نرخدانان و رەواجدان و دابەشکردنی شەمە ک و خزمەتگوزاری و بێرۆکە، بە مەبەستی بەدیھێنانی خواستی بە کاربەر و ئامانجی کۆمپانیا". (Blythe, 2005: 2).

مارکیتین (بازارگەری) لەم توێژینە وە هەدا ئەو جمول و کارە یە کە کۆمپانیای ئاسیا سیل و کۆرە ک تیلیکۆم بە ھۆیە وە شەمە ک و خزمەتگوزاریە کانیان بەرھەم دەھێنن و دەیکە ینن بە کاربەر و پەيوەندی لە گەل بە کاربەر دا درووستدە کەن، بەو ھۆیە وە قازانج بە دەستدە ھێنن.

۳- تۆرە کۆمەڵایەتیە کان

- تروسوف، بە کلین و پاولس (Trusov, Buckling & Pauwels): "تۆرە کۆمەڵایەتیە کان ئەو مائپەرانیە رینگە بە بە کارهێنەر دەدەن کە تۆرێک لە ھاویری بۆ کارلێککردنی کۆمەڵایەتی و پێشە گەری بنیاد بنیت و پارێزگاری لە مانە وە ی بکات. لە ناوەرۆکی تۆرێکی کۆمەڵایەتیە دایە پرۆفایلی تایبەتی بە کارهێنەرانی ھە یە". (Si: 2014:14)

الشھری: "تۆرە کۆمەڵایەتیە کان بریتییە لە سیستەمیک لە تۆری ئەلیکترۆنی کە رینگە بە بەشداربوو کانی دەدات مائپەرێکی تایبەت بە خۆیان دروست بکەن و پاشان گریدە دەن بە ئەندامە کانی ترە وە کە ھەمان بایەخی ھاوہەش و ناسنامە یان ھە یە" (المطیری، ۲۰۱۳: ۲۴). تۆرە کۆمەڵایەتیە کان لەم توێژینە وە هەدا مەبەستی لێی ئەو ئەژمارانە ی کۆمپانیای ئاسیا سیل و کۆرە ک تیلیکۆمە کە لە ناو چەند مائپەرێکی دیاریکراوی سۆشیال میدیا دان لە سەر تۆری ئینتەرنیت، بەنموونە ئەژماری هەردوو کۆمپانیاکە لە تۆرە کۆمەڵایەتیە کان فەیسبۆک و ئینستگرام.

۴- مارکیتین لە تۆرە کۆمەڵایەتیە کان

مارکیتین لە رینگە ی تۆرە کۆمەڵایەتیە کانە وە و پێناسە دە کریت کە بریتییە بە کارهێنانی تۆرە کۆمەڵایەتیە کان بە ئامانجی بازارگەری یان فرۆشتن یان دروستکردنی پەيوەندی لە گەل بە کاربەرانی. (عبد الامیر، ۲۰۱۴: ۱۷). مەبەستی لە مارکیتین لە رینگە ی تۆرە کۆمەڵایەتیە کانە وە لەم توێژینە وە هەدا بە کارهێنانی مائپەرە کانی تۆرە کۆمەڵایەتیە کانە لە لایان کۆمپانیای ئاسیا سیل و کۆرە ک تیلیکۆم، بە ئامانجی درووستکردنی پەيوەندی لە گەل بە کاربەرانی و فرۆشتنی شەمە ک و خزمەتگوزاریە کانیان و بە دەستھێنانی قازانج.

۵- فروش

بریتیه له ژماره ی ئه و بهرهمانه ی که دهفروشرین (ساعده کرینه وه). (Cambridge Dictionary, n.d). له م توئینه وه یه دا مه بهست له زیادکردنی فروش زیادکردنی ریژه ی ساغکردنه وه ی شمه ک و خزمه تگوزاریه کانی ههردوو کۆمپانیای ئاسیا سیل و کۆره ک تیلیکۆمه به به کاربه ره کانیا، ئه مهش به به کارهینانی بازارگه رپی تۆره کۆمه لایه تیه کانی ههردوو کۆمپانیاکه.

بازارگه ری: چه مک، ئامانج

چه مکی بازارگه ری

مارکیتین (بازارگه ری) به به یی وشه ی لیکدراوی Marketing، ده کریت دابه شی بکه ین بۆ Market وانا بازار، ING ئامازه یه بۆ کرداری مامه ئه و کاریگه ری. ئه م کاریگه رییه جوړیکه له جوړه کانی په یوه ندی. (قادری و میلود، ۲۰۱۵: ۹).

چه مکی بازارگه ری فه لسه فه ی به ریوه بردنی جموجۆله بازارگه رییه کانه که پشتد به ستیت به ئامانجی ریکخواوه یی له دیاریکردنی پیداو یستیه کان و خواسته کانی بازار، پاشان به دیهینانی پرکردنه وه ی پیداو یستیه کانی بازاره به شیوه یه کی زۆر چالاک و به شیوه یه کی لێهاتوو به به راورد به کتیرکێکاره کانی تر.

به یی چه مکی بازارگه ری دامه زراوه کان تیشکده خه نه سه ر به دیهینانی قازانجی دوورمه ودا له ریگه ی پارێکردنی به کاربه ران، نه وه ک به ته نها گرنگیدان به قه به ره ی فروشراوه کان و قازانجه کورتخایه نه کان. (طه، ۲۰۰۸: ۵۷).

له ئیستادا بونیادنانی په یوه ندی له گه ل به کاربه ردا بریتیه له جه وه ره ی چه مکی بازارگه ری و چالاکیه جه وراوجۆره کانی بازارگه ری و پرۆسه ی بازارگه ری، له م باره یه وه هه ر یه ک له فلیپ کۆتله رو گاری ئارمسترونگ (Philip Kotler & Gary Armstrong) له چه ند ئاراسته یه کدا باسیان له چه مکی بازارگه ری کردوه که پشته ستووره به بونیادنانی په یوه ندی قازانجه خه ل له گه ل کریاردا. (الصمیدی و یوسف، ۲۰۱۱: ۱۰۲).

ئاراسته ی یه که م: چه مکی بازارگه ری ئیداره دانی په یوه ندی به کاربه ری قازانجیست و ئامانجی دوولایه نه، که راکیشانی به کاربه ری نوئیه له ریگه ی به لێننامه به به هایه کی تایه تمه ند و پاراستنی به کاربه ره کانی ئیستا، ههروه ها په ره پیدانی به کاربه ران به شیوه یه ک که ره زامه ندییان به ده ست به یینیت.

ئاراسته ی دووه م: چه مکیکی به رفروانی بازارگه رییه که بریتیه له پرۆسه یه کی کۆمه لایه تی و ئیداری که تاکه کان و کۆمه له کان پیداو یستیه کانیا به ده ست ده یین له ریگه ی به ره مه یینان و ئالوگۆرکردنی به ره مه گه ل که سانی تردا. (یوسف، ۲۰۱۴: ۱۳۰).

۳- ئاراسته ی سییه م: په یوه ندیداره به ژینگه ی کاری سنوردار، بازارگه ری ئه و په یوه ندییه ئالوگۆریبانه ده گرتیه وه که به کاربه ره زامه ندی به ده ستده یینیت.

۴. ئاراسته ی چوارم: خۆی له فکری ستراتیجیدا ده یینیته وه که بازارگه رییه کی ستراتیجیه خۆی ته نها له وه دا نابینیته وه که په یوه ندی درێخایه نی هه بیته له گه ل به کاربه ردا به لکو به های زیاتر بۆ به کاربه ره و ده گرتیه وه ش له ریگه ی کتیرکی و رێبه رایه تیکردنی بازاره وه. (الصمیدی و یوسف، ۲۰۱۱: ۱۰۲)

بازارگه ری له سه رده می ئیستادا ئه رکیکه له ئه رکه کانی دامه زراوه که که زۆرتین هاوبه سه تگی و مامه له ی هه یه له گه ل به کاره ینه ران و کریاراندا، پاشانیس سه رکه وتنی ئه م ئه رکه په یوه ندیداره به تواناکانی تیگه یشتن له پیداو یستیه کانی به کاربه رو بونیادنانی په یوه ندی تۆکه له گه لئاندا، به شیوه یه ک که ره زامه ندی ولایانگریبان به ده ستبه یینیت، ئه مهش ره نگدانه وه ی ئه ری هه یه له سه ر مانه وه و به رده وای و قازانج که ئامانجی گشتی هه ر کۆمپانیایه که . (یوسف، ۲۰۱۴: ۱۳۰).

ئامانجى بازارگەرى

شارەزايانى بازارگەرى چەند ئامانجىكىيان ديارىكردووھە كە بازارگەرى ھەولنى بەدھيئەتتە دەدات، شارەزكان جياوازيە كى كەمیان ھەيە لە بارەى ديارىكردنى جۆر و ژمارەى ئەو ئامانجانەوھە، دەتوانين ئامانجەكان لەم خالانەدا بخەينە روو:

۱- قازانج

كۆمپانیا ھەولنى بەدەستھيئەتتە زۆرترين قازانج دەدات ئەمەش لەرینگەى ديارىكردنى نرخەكانەوھە، (كوتلر و ارمسترونج، ۲۰۰۷، ۵۹۷) ھەرەھا بازارگەرى كۆمپانیا لە رینگەى بەرزكردنەوھى فرۆش و رېكخستى نرخەكان و ئەندازەگەرى بۆ خواست و تېچووھەكان قازانج زىاددەكات. (الطائي و اخرون، ۲۰۱۷: ۲۲۰).

۲- زيادكردنى فرۆش

چالاکيەكانى بازارگەرى ئامانج لى فراوانكردنى بازارى فرۆشتن و ساغكردنەوھى شەمەك و خزمەتگوزاريەكانە. (عەلى، ۲۰۱۶: ۲۳).

۳- زيادكردنى پشكى بازار

دامەزراوھە بەراوردى خۆى لە گەل كىپرکينكارانى دەكات و بەلەبەرچاوغرتنى ئەوان پشكى خۆى لە بازاردا زياددەكات، ھەرەھا تەواوى تىكەئەى بازارگەرى لە بەرچاودەگرتى بۆ خۆپاراستن لەو مەترسيانەى كە كىپرکى درووستى دەكات.

۴- مانەوھە گەشەكردن

دامەزراوھە لە بازارىكدا كاردەكات كە كىپرکى و گۆرانكارى بەرچاوى تىدايە لە خواست و پىداويستىيەكانى بەكاربەر، دامەزراوھە بەھای زياتر دەبەخشىت، ھەولنى مانەوھى خۆيدەدات لە قۇناغى داكشانى ئابورىشدا، (الطائي و اخرون، ۲۰۱۷: ۲۲۰).

۵- ئىدارەدانى بەردەوام بۆ ماركەى بازارگانى

ماركەى بازارگانى ھانى خەلك دەدات بەرھەمەكان بکرن و ايان لىدەكات دئسۆزى دامەزراوھە بن. بەمەبەستى ھىشتنەوھى ماركەى بازارگانى لە پىشەنگدا دامەزراوھە لىكۆلپنەوھە لە پىداويستى و حەز و ئارەزووى كپيار دەكات (خاطر، ۲۰۱۹). بازارگەرى ھۆشيارى گشتى بەرامبەر ماركەى بازارگانى زياددەكات. (نصير، ۲۰۰۵: ۱۰۰).

۶- رېئەرايەتیکردنى كواليتى بەرھەم

دامەزراوھە كار دەكات بۆ رېئەرايەتیکردنى كواليتى بەرھەم، بەدەستھيئەتتە بەرزترين كواليتى بۆ بەرھەمەكانى پىويستى بە تېچووى زۆر ھەيە بۆ ئەنجامدانى توتېنەوھە و پەرەپىدان (كوتلر و ارمسترونج، ۲۰۰۷: ۵۸۹) و دەستى كارى لىھاتوو وپرۆسەى بەرھەمھيئەت (الطائي و اخرون، ۲۰۱۷: ۲۲۱).

۷- بەدەستھيئەتتە پەزىلەندى كپيارو مامەلەكاران

بازارگەرى ئامانجى رازىكردنى كپيار و مامەلەكارانە بەرامبەر بەو بەرھەمانەى پىشكەشى دەكات، لەرینگەى تېرکردنى پىداويستى و خواستەكانى بەكارھيئەتتە ئامانجەكە بەدەيدەھيئەت.

۸- گەشەپىدانى چۆنيتى ژيانكردن

ئامانجى بازارگەرى درېژدەبىتەوھە بۆ گەشەپىدان و باشتكرردنى جۆرپى و چۆنيتى ژيانكردن لە كۆمەلگەدا، ئەمەش لەرینگەى گەشەپىدانى ھەئسوكەوتى تاكەكانى كۆمەلگە و كاركردن بۆ گۆرپى ئاراستەو بۆچوونەكانيان دەريارەى پرسە كۆمەلایەتییەكان، ھەرەھا لە رینگەى باشتكرردنى ئەو بەرھەمانەى پىشكەشى دەكات، سەربارى بەدھيئەتتە ھاوسەنگى ژینگەپى. (غنىم، ۲۰۰۵: ۳۷).

زانايانى زانستى بازارگەرى جەخت لەوھەدەكەنەوھە كە ئامانجى كۆتاپى بازارگەرى برىتییە لە دەستەبەركردنى كواليتى لە ژياندا. (حجازى، ۲۰۰۵: ۳۷).

تۆرەكۆمەلایەتییەكان: دەرکەوتن و گەشە، بايەخى لە بازارگەرىدا

دەرکەوتن و گەشەى تۆرەكۆمەلایەتییەكان

گهشه کردنی خیرای ته کنه لوجیای ئینته رنیت و پهره سه ندنی ویب ۲ (Web2) پشتگیریان له گه شه ی سۆشیال میدیا کردوو، ویب ۲ توانای کارلیک کردنیخسته گه رو به کارهینه ران له رینگه ی به شداریکردن و هاوکاریکردن یه کتریه وه توانیان کۆنترۆلی درووستکردن و دابه شکردنی زانیاری بکه ن و په یوه ندی به سستی که سه کان بووه سیمایه کیتری تۆری ئینته رنیت و چیترا ناوه روک به ته نه له لایان پسرپورانه وه ناماده نه ده کراو بلاونه ده کرایه وه، (Akbuga, 2014: 20).

سالانی نه وه ده کانداسه ده ی رابردوو به سه ره تای راسته قینه ی ده رکه وتنی سۆشیال میدیا داده نرین، بلۆگی تایبه ت (Blogs) و تۆره کانی گفتووگو ده رکه وتن که ناوه روک و رووی میدیای دیجیتالی گۆری. (بابکر، ۲۰۱۵: ۳۱) تۆره کۆمه لایه تیه کان وه کو جۆریکی سۆشیال میدیا رینگه به به کارهینه رانی ده دات لاپه ره ی تایبه ت به خۆی بکاته وه، له ویشه وه په یوه ندی درووستبکات. (شمس الدین، ۲۰۱۳: ۵۴) (سیکسدیگریس. کۆم SixDigrees.com) یه که مین تۆری کۆمه لایه تی بوو سالی ۱۹۹۷ دامه زرا، تایبه تمه ندیه کانی وه کو پرۆفایل و هاوړیکان و خزمه تگوزاری نامه نارنی تیدا کۆکرا بووه وه، به ده رکه وتنی تۆره کۆمه لایه تیه کانی (فریندسته - Friendster)، (مایسپه یس Myspace) و (فهیسبوک Facebook -)، ئەم مالبه رانه زیاتر کرده نی و سه رنجراکیش بوون له لای به کارهینه ره کانیان و که سانی زیاتر و زیاتر ده ستیان کرد به خۆتۆمارکردن. (۲۰۱۱: ۹۲-۹۳) (Delaney,

له قوناغی یه که می گه شه ی مالبه ره کانی تۆره کۆمه لایه تیه کاند گرنگی ده درا به به کارهینه رانی تاکه که سی. به کارهینه ران پرۆفایلیان درووستده کرد بۆ مه به سستی به کۆمه لایه تی بوون، هاوبه شی پیکردنی زانیاری، ههروه ها بۆ نه وه ی بزانی چی له لای خیزانه کانیان و هاوړیکانیان و که سانی بیگانه رووده دات، له قوناغی دووه مدا کۆمپانیان ده ستیان کرد به درووستکردنی پرۆفایلی خۆیان له م مالبه رانه دا به مه به سستی په یوه ندی به ستن له گه ل کۆمه له یه کی گه وره تر له به کارهینه ران. بۆ نمونه، له مرۆدا زۆریه ی کۆمپانیان له تۆره کۆمه لایه تیه کاند په ره بۆ برانده کانیان دروست ده که ن. (Si, 2014: 10)

بایه خی تۆره کۆمه لایه تیه کان له بازارگه ریدا

تۆره کۆمه لایه تیه کان گرنگی و به هایه کی گه وره یان هه یه بۆ کۆمپانیا جیهانییه کان، کۆمپانیا مامناوه ند و بچووکه کان، کۆمپانیا قازانجنه ویسته کان ههروه ها بۆ حکومه ت و تاکه کانی کۆمه لکه، کاپل و هینلین (Kaplan & Haenlein) پینانویه تۆره کۆمه لایه تیه کان شۆرشیکی نوین و پتیویسته سه رجه م کۆمپانیان بایه خ و گرنگی پینده ن (العجلونی، ۲۰۱۷: ۱۵-۱۶)، وتوئیه کانی به کاربه ران له گفتووگۆکانی سه ره تیلدا بئجگه له سوودی سۆزداری و کرده نی، ده رخسته ی بازارگه رینی قول و به پیزیشی لیده که ویتته وه، (Khan, 2010: 168)

له ئیستادا کۆمپانیان ده توانن سود له تۆره کۆمه لایه تیه کان وه ریکرن بۆ مه به سستی بازارگه ریان و به هۆیه وه هه ولی به دبیه تانی ئامانجه کانیان بده ن، به سوود وه رگرتن له سه رچاوه زانستییه کان تۆزهر بایه خی بازارگه رینی له رینگه ی تۆره کۆمه لایه تیه کانه وه له م خالانه دا ده خاته روو:

۱- ناساندنی به ره هه م و به ده سه ته تانی ناوبانگ بۆ برانده که

کۆمپانیان به شداری له تۆره کۆمه لایه تیه کاند ده که ن و به هۆیه وه په ره به ناساندنی به ره هه م کانیان ده ده ن (Mulero, 2012: 21)

ناسنامه یه کی تایبه تیان بۆ دابین ده که ن که وینای به ره هه م که لای به کاربه ر درووستده کات، (Khullar and et. al, 2018: 165) ههروه ها کۆمپانیا ناوبانگ بۆ برانده که ی درووستده کات. (Buda, 2014: P 40)

۲- بازارگه رینی له رینگه ی تۆره کۆمه لایه تیه کانه وه توانای به ئامانجگرتنی جه ماوه ریکی دیاریکراوی هه یه، کۆمپانیان به ئامانجگرتن و توانای ده ستگه یشتنیان هه یه به ریزه یه کی دیاریکراوی به کارهینه رانی تۆره کۆمه لایه تیه کان، (Shimp & Andrews, 2013: 380) له هه نگاوه کانی بلاوکرده وه ی ریکلام له فه یسبوکدا کۆمپانیان ده توانن له رینگه ی تۆمارکردنی چهنده وشه یه که وه که له ناو ئه ژماره کانیان هه یه، ریکلامه که ئاراسته ی ده سته یه کی دیارکراو بکه ن. (عبد الامیر، ۲۰۱۴: ۲۰) ده رباری به ئامانجگرتنی به کارهینه رانی دیاریکراو تۆزهر ئامازه به م نمونه یه ده کات: له تۆره کۆمه لایه تیه کاند ده توانریت ئه وانیه که ریکلام یاخود هه ره په یامیکیتیری بازارگه رینی ده بینن ته نه له ره گه زی می بن، یاخود دانیشتیوی شاریکی دیاریکراو بن، یاخود به نمونه ته مه نیان له نیوان ۲۰-۳۰ سالدا بیته، ههروه ها چهنده ن بژارده پتر که له به رده ست

- كۆمپانىدا ھەيە، لەسەر ئەو بنەمايە تىچووى بۆلۆكردنەوھى پەيامە بازارگەريپە كە دەدرتت بە مائپەرى فەيسبوك ياخود ھەر مائپەرىكى تىرى تۆرە كۆمەلە تىبەكان.
- ۳- تۆرە كۆمەلە تىبەكان كىرپارى نوى دەدۆزىتەوھە، (الياسين، ۲۰۱۷: ۲۰) مائپەرى براندى كە دەناسىنىت و جموجۆل و سەردانى جەماوەر بۆ مائپەرى كە زىاددەكات، ھەروھە كارى فروشتى راستەوخۆ ئەنجامدەدات. (عبد الامير، ۲۰۱۴: ۱۷)
- ۴- كۆمپانىا زانىارى زۆر كۆدە كاتەوھە و بۆ ئەنجامدانى توئىنەوھە سودى لىوھەردە گىت، كۆمپانىا دەستى بە ھەموو زانىارىيەك دەگات لە ناوتۆرە كۆمەلە تىبەكاندا، جەماوەر لە تۆرە كۆمەلە تىبە جياوازەكان لىدوان دەدەن و كارتىك دەكەن بىركردنەوھە و ھەستەكانىان بزانتىت، (Treadway & Smith, 2010: 36) كۆمپانىا زانىارى دەربارى بە كاربەر و بازارو پكابەر كۆدە كاتەوھە. (Kotler, & Keller, 2012: 14) زانىارىيەكان بە كاردەھىنىت بۆ ئەنجامدانى توئىنەوھە. (عبدالله، ۲۰۰۷: ۱۳۱).
- ۵- كۆمپانىا زانىارى پىويست بۆ بە كاربەر دابىن دەكات، كۆمپانىا لەرنگەى تۆرە كۆمەلە تىبەكانەوھە لىشاوتىك زانىارى بۆ بە كاربەر دابىندەكات (عبد الامير، ۲۰۱۴: ۱۹) و وئىستگەى خۆى لەسەر ھىل درووستدەكات و پەيامى بەرھەمەكەى فراواندەكات. (Kotler, & Keller, 2012: 14)
- ۶- پەيوھندى و گىفتوگۆى دوولايەنە لەنىوان كۆمپانىا و بە كاربەر درووستدەبىت، تۆرە كۆمەلە تىبەكان رىنگە بە كۆمپانىاكان دەدەن بە شىوھەكى راستەوخۆ كارلىك لەگەل بە كاربەراندە بكنە بە لىھا تووويەكى ئىجگار بەرز، (العجلوني، ۲۰۱۷: ۱۶) كۆمپانىا بەردەوام ھەول دەدەت بۆ درووستكردنى پەيوھندى متمانە لەگەل بە كاربەراندە، بە كاربەرىش بەشدارىدەكات لە تەواوى ئەو پروسە و بەرنامانى كە پەيوھندىدارن بە بازارگەريپەوھە و بۆچون و پەخنەو تىروانىنەكانى دەخاتەروو. (ياسين، ۲۰۱۸: ۳۲-۳۳)
- ۷- بە كاربەر قسە دەكات و گوئىدە گىت، نوسەرى فەرەنسى ژاك لىندغى (Jacques Lendrevie) لە كىتپى مىغكەتۆ (Mercator) ئامازەى بەوھداوھە لە تۆرە كۆمەلە تىبەكان كىرپار قسە دەكات، بىروبوچونى خۆى دەردەبىت ھەروھە گوى دەگىت، ئەمەش ھاوکارە بۆ دەركردنى برپارى پەيوھست بە كىرپان ھەروھە پىكھىنانى وئىنەھەكى زىھنى سەبارەت بەو بەرھەمانەكى كە كۆمپانىا پىشكەشى دەكات.
- ۸- براندى كۆمپانىا وھفا و متمانە و پىشتگىرى بە كاربەر بەدەستدەھىنىت، بەھۆى ئەوشىتوازو مامەلە نوئىھەى بازارگەرى لە رىنگەى تۆرە كۆمەلە تىبەكانەوھە، براندى متمانەكى بە كاربەر بەدەستدەھىنىت، (ياسين، ۲۰۱۸: ۳۳) بە كارھىنەران تۆرە كە ئەو ھەلەكى بۆيان پەخساوھە بۆ گوزارشتكردن لە بىروريان، ئاستى وھفاو دلسۆزىيان بەرامبەر براندى كە زىاددەكات، پەواج بۆ براندى كۆمپانىا كە دەكەن و پەيامەكەى دەگەيەنە كەسانىتر، (العجلوني، ۲۰۱۷: ۱۷) دەشىت پىشتگىرىكاران بخوازن بە براندىكى دىارىكراو بناسىنەوھە. (Treadway & Smith, 2010: 37)
- ۹- لە بازارگەرى لە رىنگەى تۆرە كۆمەلە تىبەكانەوھە رىكلام كارىگەرى زۆرە، پلەو پادەى گەشىتنى رىكلام بەجەماوەر و دووبارە بىنەوھەى بووھتە ھۆكارى ئەوھى تۆرە كۆمەلە تىبەكان لە بۆلۆكردنەوھەى رىكلامدا كارامەن، (محمد و على، ۲۰۱۸: ۶۴) دەتوانىت وئىنەو دىنگ و چەندىن ھۆكارى تر لە رىكلامەكەدا بە كاربەرنىت و لە تۆرەكەدا بىمىنەتەوھە ئەرشىف بىت. (ياسين، ۲۰۱۸: ۳۴).
- ۱۰- بازارگەرى لە رىنگەى تۆرە كۆمەلە تىبەكانەوھە خۆگونجىتى و نەرمى لە كات و شوتىن تىدايە، كۆمپانىا لە رىنگەى تۆرە كۆمەلە تىبەكانەوھە تواناى گەشىتن بە كىرپارى ھەيە (Armstrong, and et. al, 2017: 470)، ھەروھە زانىارى تايبەت بە بەرھەمەكانى بە شىوھەكى خىرا و نوئىكراوھە گەيەنەت، (فرغلى، ۲۰۰۷: ۱۳۲) قسەى سەر زارى كىرپار لە ناو تۆرە كۆمەلە تىبەكاندا تواناى ئەوھى ھەيە پەيام دەربارى بەرھەم بە ھەموو جىھانى سەرھىندا بۆلۆكەتەوھە بە خىرايەكى ئىجگار زۆر. (Buda, 2014: 41)
- ۱۱- بە كارھىنانى تۆرە كۆمەلە تىبەكان بۆ مەبەستى بازارگەرى تىچووھەكانى كۆمپانىا كەمدەكاتەوھە بە كارھىنانى تۆرەكانى كۆمەلە تىبەكى لە بازارگەرىدا تىچووھەكانى كەمكردنەوھە (Treadway & Smith, 2010: 37) تۆرەكان بىبەرامبەرن ياخود بە كارھىنانى زۆرى تىناچىت، دەستكەوتى زۆر بۆ كۆمپانىا بەدەھىن، ئەم تايبەتمەندىيەى بازارگەرى لە تۆرە كۆمەلە تىبەكان بووھتە ھۆكارى ئەوھى كە ئەو بازارگانى و براندى بچوكانەكى كە تواناى دابىنكردنى تىچووى ھەلمەتە گەورەكانى بازارگەرىيان نىيە زىاتر لە تۆرە كۆمەلە تىبەكان سودمەندىن (Armstrong, & Keller, 2012: 14)

(Gary and et. al, 2017: 470).

۱۳- بازارگهري له ريگه ي توره كومه لايه تيبه كانه وه بهرده وام له بهرودايه، له نه مرودا به كارهي تاني توره كومه لايه تيبه كان بو مه به ستي بازارگهري گرنكيه كي گه وه ي هه يه، به يي نيلسن ((Nielsen، به كارهي تهراني ئينته رنيت بهرده وامن له به سه ريردني كاتي زياتر له توره كومه لايه تيبه كاندا. له كاتي كيدا ته كنه لوجيا زياتر و زياتر ديتته زياني روظانه ي مرؤفه وه، هه ميشه نه گه ريك هه يه كه خه لكي زياتر سه رنجيان به ره و ميدياي دي جيتالي ده روات. (Khullar and et. al, 2018: 285 & 288) سكه ل (Skul) له سالي ۲۰۰۸ دا بازارگه ربي له ريگه ي توره كومه لايه تيبه كان ي به "شه پولي داهاتوو" ناو بر دوه. (Mulero, ۲۰۱۲: ۲۱)، به گو تيره ي نه و نه نجامانه ي كه كونفرانسي دامه زراوه ي ماتريكس (Matrix) بو بازارگهري له سالي ۲۰۰۹ دا پنيگه يشتوه، ۴۲٪ ي كومپانيا كاني بازارگهري له جيهاندا پلانيان داناوه بو زياد كردني خه رجيه كاني بازارگه ريبان له ريگه ي توره كومه لايه تيبه كانه وه. (عبد الامير، ۲۰۱۴: ۱۷)

لايه ني مهيداني توپرينه وه

ناساندني كومپانيا ي ئاسيا سيل و كومپانيا ي كوره ك تيلي كوم

كومپانيا ي ئاسيا سيل

كومپانيا ي ئاسيا سيل، دا بينكهر ي خزمه تگوزاري موباي و ئينته رنيتته له هه ري مي كوردستان و عيراقدا و سالي ۱۹۹۹ دامه زراوه، ئاسيا سيل خزمه تگوزاري موباي لي پريه يد پيشكه شده كات، هيلي پريه يد ژماره يه ك پاكي جي هه مواركراو له خوده گريت. ئاسيا سيل له ۱۱ كانوني دووه مي ۲۰۱۵ و له ربي ئينته رنيتي ۳,۹G له وه خزمه تگوزاري ئينته رنيت دا بينده كات، هه روه ها هيلي بو سته پيد پيشكه ش به خه لك و كومپانيا كان ده كات. ژماره ي بريكارو ناوه نده كان فروشتني راسته وخوي كومپانيا ي ئاسيا سيل برتيني له ۲۱ هه زار خالي فروشتن. خزمه تگوزاريه كاني كومپانيا هه ر ۱۹ پارنيگه كه ي هه ري مي كوردستان و عيراق ده گريته وه، و ژماره ي به شداربو و انيشي گه يشتوه ته ۱۴ مليون. (www.asiacell.com)

كومپانيا ي كوره ك تيلي كوم

كوره ك تيلي كوم سالي ۲۰۰۰ له هه ري مي كوردستان دامه زراوه، كوره ك تيلي كوم كومپانيا يه كي هاوبه شي سنورداره و دا بينكهر ي خزمه تگوزاري موباي له سه ر ئاستي هه ري مي كوردستان و عيراق، له پيشكه ش كردن و گه شه پيداني كوالي خزمه تگوزاريه كانيدا ته كنولوجيا ي GSM به كار ده هينيت. له ۱۷ ي ئابي ۲۰۰۷ كوره ك تيلي كوم مؤله تي كار كردني له سه رانسهر ي عيراق پيدرا بو پيشكه ش كردني خزمه تگوزاريه كاني موباي، نه م توره ي گه ياندين خزمه تگوزاريه كاني له ۱۸ پارنيگه ي هه ري مي كوردستان و عيراق كارايه كه له ئيستادا خزمه تگوزاري پيشكه ش به زياتر له ۳۲ مليون كه س ده كات. (www.korektel.com)

خشته ی (۱)

ره گهزی بهرتویژان دهخاته پروو

ههردووکیان		کۆرپهک تیلیکۆم		ئاسیا سیل		تەمەن
رێژهی سەدی %	چەندبارە	رێژهی سەدی %	چەندبارە	رێژهی سەدی %	چەندبارە	
۱۳,۸	۱۲	۱۹,۱	۹	۷,۵	۳	۲۷-۱۸
۵۴,۰	۴۷	۶۶,۰	۳۱	۴۰,۰	۱۶	۳۷-۲۸
۲۰,۷	۱۸	۱۴,۹	۷	۲۷,۵	۱۱	۴۷-۳۸
۱۰,۳	۹	.	.	۲۲,۵	۹	۵۷-۴۸
۱,۱	۱	.	.	۲,۵	۱	۵۸ سأل و زیاتر
%۱۰۰	۸۷	%۱۰۰	۴۷	%۱۰۰	۴۰	کۆی گشتی

۱- به شیوهیه کی گشتی

بهرتویژان به پیتی تەمەن فرە چەشنیان پێوه دیاره، له گهڵ ئەوهشدا نیوهی زیاتری بهرتویژان که رێژهیان ۵۴٪ ه تەمەن ۲۷-۳۷ سألە که به پلهی یه کهم دین، پاشان له پلهی دووهمدا ئەو بهرتویژانه دین که که تەمەن ۳۸-۴۷ سألە و رێژهیان ۲۰.۷٪ ه، دواتریش له پلهی سێیهمدا ئەو بهرتویژانه که تەمەن ۱۸-۲۷ سألە و رێژهیان ۱۳.۸٪ یه، ئەو بهرتویژانهشی که رێژهیان ۱۰.۳٪ یه تەمەن ۴۸-۵۷ سألە، که مترین بهرتویژانیش تەمەن ۵۸ سأل و زیاتر که رێژهیان تەنها ۱.۱٪ ه. وهک له خشته ی (۲) دا خراوه ته پروو.

۲- کۆمپانیای ئاسیاسیل

زۆرینهی بهرتویژان که رێژهیان ۴۰.۰٪ ه تەمەن ۲۸-۳۷ سألە، له گهڵ ئەوهشدا بهرتویژان به پیتی تەمەن فرە چەشنیان پێوه دیاره، دواتر له پلهی دووهمدا ئەو بهرتویژانه دین که که تەمەن ۳۸-۴۷ سألە و رێژهیان ۲۷.۵٪ ه، له پلهی سێیهمیشدا بهرتویژان تەمەن ۴۸-۵۷ سألە و رێژهیان ۲۲.۵٪ ه، تەنها ۷.۵٪ ی بهرتویژان تەمەن ۱۸-۲۷ سألە، که مترین بهرتویژانیش ۵۸ سأل و زیاتر که رێژهیان تەنها ۲.۵٪ ه، وهک له خشته ی (۲) دا خراوه ته پروو.

۳- کۆمپانیای کۆرپهک تیلیکۆم

زیاتر له نیوهی بهرتویژان که رێژهیان ۶۶.۰٪ ه تەمەن ۲۸-۳۷ سألە، دواتر به پلهی دووهم بهرتویژان تەمەن ۱۸-۲۷ سألە و رێژهی ۱۹.۰٪ پیکدههین، که مترین بهرتویژانیش تەمەن ۳۸-۴۷ سألە و رێژهیان ۱۴.۹ ه، هیچ بهرتویژانیش تەمەن ۴۸-۵۷ سأل یا خود ۵۸ سأل و زیاتر نییه، وهک له خشته ی (۲) دا خراوه ته پروو.

خشته‌ی (۳)

بروانامه‌ی به‌رتویژان ده‌خاته‌روو

هه‌ردووکیان		کۆره‌ک تیلیکۆم		ئاسیا سیئل		بروانامه
رتیژه‌ی سه‌دی %	چه‌ندباره	رتیژه‌ی سه‌دی %	چه‌ندباره	رتیژه‌ی سه‌دی %	چه‌ندباره	
۰	۰	۰	۰	۰	۰	سه‌ره‌تایی
۱,۱	۱	۰	۰	۲,۵	۱	ناوه‌ندی
۱,۱	۱	۲,۱	۱	۰	۰	ئاماده‌یی
۱۲,۶	۱۱	۱۲,۸	۶	۱۲,۵	۵	دیپلۆم
۷۹,۳	۶۹	۸۰,۹	۳۸	۷۷,۵	۳۱	به‌کالۆریۆس
۵,۷	۵	۴,۳	۲	۷,۵	۳	ماجستیر
۰	۰	۰	۰	۰	۰	دکتۆرا
%۱۰۰	۸۷	%۱۰۰	۴۷	%۱۰۰	۴۰	کۆی گشتی

۱- به‌شیوه‌یه‌کی گشتی

بروانامه‌ی رۆتی گرنگی هه‌یه‌له‌هه‌موو کارنیکدا و له‌کاری بازارگه‌ریشدا، زۆرینه‌ی به‌رتویژان که‌رتیژه‌یان ۷۹.۳٪ هه‌نگری بروانامه‌ی به‌کالۆریۆس و له‌پله‌ی یه‌که‌مدا دین، پاشان له‌پله‌ی دووه‌مدا هه‌نگرانی بروانامه‌ی دیپلۆم دین که‌رتیژه‌یان ۱۲.۶ هه‌، له‌پله‌ی سێیه‌میشدا ته‌و به‌رتویژانه‌ دین که‌هه‌نگری بروانامه‌ی ماسته‌رن و رتیژه‌یان ۵.۷٪ هه‌، دواتر له‌پله‌ی چواره‌مدا ته‌و به‌رتویژانه‌ دین که‌ بروانامه‌ی ناوه‌ندی بیان هه‌یه‌ و رتیژه‌یان ۱.۱٪ هه‌، یه‌و به‌رتویژانه‌شی بروانامه‌ی ئاماده‌یی بیان هه‌یه‌ به‌هه‌مان شیوه‌ پله‌ی چواره‌میان وه‌رگرتوه‌ و رتیژه‌یان ۱.۱٪ هه‌، هیچ به‌رتویژانیکیش نییه‌ که‌ به‌ته‌نهما بروانامه‌ی سه‌ره‌تایی هه‌بیت، هه‌روه‌ها هیچ به‌رتویژانیکیش نییه‌ که‌ بروانامه‌ی دکتۆرای هه‌بیت، وه‌ک له‌ خشته‌ی (۳) دا خراوته‌ روو.

۲- کۆمپانیای ئاسیاسیئل

بروانامه‌ی رۆتی گرنگی هه‌یه‌له‌هه‌موو کارنیکدا و له‌کاری بازارگه‌ریشدا، هه‌نگرانی بروانامه‌ی به‌کالۆریۆس زۆرتین رتیژه‌ی به‌رتویژانن که‌ ۷۷.۵٪ ن، دواتر له‌پله‌ی دووه‌مدا هه‌نگرانی دیپلۆم دین که‌رتیژه‌یان ۱۲.۵٪ هه‌، له‌پله‌ی سێیه‌میشدا هه‌نگرانی بروانامه‌ی ماجستیر دین که‌رتیژه‌یان ۷.۵٪ هه‌، ته‌و به‌رتویژانه‌شی که‌ بروانامه‌ی ناوه‌ندیان هه‌یه‌ که‌مترین رتیژه‌یان هه‌یه‌ ته‌نما ۲.۵٪ ن. هیچ به‌رتویژانیکیش نییه‌ که‌ به‌ته‌نهما بروانامه‌ی سه‌ره‌تایی هه‌بیت، هه‌روه‌ها به‌رتویژانیکیش نییه‌ که‌ بروانامه‌ی ئاماده‌یی هه‌بیت، ته‌مه‌ش ده‌ریده‌خات که‌ کۆمپانیا گرنگی به‌هه‌بوونی بروانامه‌ ده‌دات بۆ کارکردن له‌ بواری بازارگه‌ریدا، هه‌نگری بروانامه‌ی دکتۆراش له‌ ناو به‌رتویژه‌کاندا نییه‌، وه‌ک له‌ خشته‌ی (۳) دا خراوته‌ روو.

۳- کۆمپانیای کۆره‌ک تیلیکۆم

رتیژه‌یه‌کی زۆری به‌رتویژان که‌ ۸۰.۹٪ ن هه‌نگری بروانامه‌ی به‌کالۆریۆس، دواتر له‌پله‌ی دووه‌مدا به‌رتویژان هه‌نگری بروانامه‌ی دیپلۆم که‌رتیژه‌یان ۱۲.۸٪ هه‌، له‌پله‌ی سێیه‌میشدا به‌رتویژان هه‌نگری بروانامه‌ی ماسته‌رن و رتیژه‌یان ۴.۳٪ هه‌، ته‌و به‌رتویژانه‌شی که‌ بروانامه‌ی ئاماده‌ییان هه‌یه‌ رتیژه‌یان که‌مترین ته‌نما ۲.۱٪ ن. هیچ به‌رتویژانیکیش نییه‌ که‌ به‌ته‌نهما بروانامه‌ی سه‌ره‌تایی هه‌بیت، به‌هه‌مان شیوه‌ به‌رتویژانیکیش نییه‌ که‌ ته‌نما ناوه‌ندی ته‌واو کردبیت و بروانامه‌ی ناوه‌ندی هه‌بیت، که‌واته‌ ده‌رده‌که‌وتت که‌ به‌لای که‌مه‌وه‌هه‌بوونی بروانامه‌ی دیپلۆم و به‌کالۆریۆس گرنگی بپویستن بۆ کارکردن له‌ بواری بازارگه‌ریدا له‌ کۆمپانیاکه‌دا، ده‌ریاره‌ی هه‌نگرانی بروانامه‌ی دکتۆراش هیچ به‌رتویژانیکیش نییه‌ له‌و ئاسته‌ زانستییه‌ی بالایه‌دا بیت، وه‌ک له‌ خشته‌ی (۳) دا خراوته‌ روو.

خستنه رووی ئەنجامه کان و تاوتوێکردنیان

خشتهی (٤)

پادەیی بە کارهێنانی مارکیتینی ئەلیکترۆنی (بازارگەری ئەلیکترۆنی) لای کۆمپانیان دەخاتە روو

پله	رێژهی سهدی %	چه ندمبارە	بژارده کان
دووهم	٣٥,٦	٣١	زۆر
یه کهم	٥٨,٦	٥١	مامناوه ند
سێیه م	٥,٧	٥	کهم
	%١٠٠	٨٧	کۆی گشتی

زیاد له نیوهی بهرتوێژان که رێژهیان ٥٨.٦% ه و به پلهی یه کهم دین ئەوه دهخه نه روو کۆمپانیاکه یان له ناستیکی مامناوه نندا بازارگه ری ئەلیکترۆنی به کارده هینیت، پاشان له پلهی دووهمدا ئەو بهرتوێژانه دین که رێژهیان ٣٥.٦% ه و ئاماژه یان به وه کردووه کۆمپانیاکه یان به رادهیه کی زۆر بازارگه ری ئەلیکترۆنی به کارده هینیت، له پلهی سێیه م و کوتاییشدا رێژهی بهرتوێژان ٥.٧% ه ئاماژه به وه دهده ن کۆمپانیاکه یان به رادهیه کی کهم بازارگه ری ئەلیکترۆنی به کارده هینیت، به گشتی ئەنجامه که ئەوه درده خات که کۆمپانیا گرنگی ده دات به بازارگه ری ئەلیکترۆنی، وه ک له خشتهی (٤) دا خراوه ته روو.

خشتهی (٥)

جیاوازی ئاماری Ttest له وه لای بهرتوێژان به گوێره ی گوێرای کۆمانیا ده خاتە روو

ناونیشان	کۆمپانیا	ناوه ندی ژمیره یی	لادانی پیوه ری	به های "ت"	به لنگه داری
پادەیی بە کارهێنانی بازارگه ری ئەلیکترۆنی (مارکیتینی ئەلیکترۆنی) له کۆمپانیاکاندا	ئاسیا سیل	١,٦٣	٠,٦٦٧	١,١١٦	٠,٢٦٨
	کۆره ک تیلیکۆم	١,٧٧	٠,٤٧٦		

ئاماژه ی به لنگه داری کردووه تیه ٠.١٢٩ گه وره تره له ٠.٠٠٥، ه یچ جیاوازییه ک نییه له نێوان وه لای بهرتوێژان له وه لاندانه وه ی ئەو پرسیاره دا به ئاراسته ی مامناوه ند، وه ک له خشتهی (٤) و خشتهی (٥) دا خراوه ته روو.

خشتهی (٦)

جوړی سۆشیا ل میدیا که زۆرتین به کار هینانی هه یه بو کار مارکیتین (بازارگه ری) لای کۆمپانیان

پله	رێژهی سهدی %	چه ندمبارە	بژارده کان
یه کهم	٩٦,٦	٨٤	تۆره کۆمه لایه تیه کان
دووهم	٣,٤	٣	سه کۆکانی گف توگو
سێیه م / د	٠	٠	بلوگه کان
سێیه م / د	٠	٠	هیتر
	%١٠٠	٨٧	کۆی گشتی

سۆشیاڵ میدیا چەندین جۆر لە خۆدەگریت، زۆرتەین بەرتوێژان کە رێژەیان بەرزە و ۹۶.۶٪ ئاماژەیان بەوەداوە کە لە ناو سۆشیاڵ میدیا کۆمپانیاکە یاندا تۆرە کۆمەڵایەتیەکان زۆرتەین بە کارهێنانی هەیه بۆ مەبەستی بازارگەرییان، پاشان لە پلە ی دوو هەمدا بە جیاوازییەکی زۆر ئەو بەرتوێژانە دین کە رێژەیان ۳.۴٪ ە و ئاماژەیان بەوەداوە کە سەکۆکانی گەفتوگۆ زۆرتەین بە کارهێنانی هەیه لە ناو جۆرەکانی تری سۆشیاڵ میدیا لای کۆمپانیاکەیان. هیچ بەرتوێژیک ئاماژەیان بەوە نەداوە کە بلۆگەکان یاخود جۆری تری سۆشیاڵ میدیا زۆرتەین بە کارهێنانی هەبێت لە کاری بازارگەری کۆمپانیاکە یاندا، وەک لە خشتە ی (۶) دا خراوەتە روو.

خشتە ی (۷)

جۆری تۆرە کۆمەڵایەتیەکان (Social Networking Sites) کە زۆرتەین بە کار هێنانی هەیه بۆ کاری بازارگەری لای کۆمپانیاکان

بژاردەکان	چەندبارە	رێژە ی سەدی %	پلە
فەیسبۆک	۷۹	۹۰,۸	یە کەم
ئینستگرام	۸	۹,۲	دوو هەم
لینکد ئین	۰	۰	سێیەم
هیتەر	۰	۰	چوارەم
کۆ ی گشتی	۸۷	٪۱۰۰	

تۆرە کۆمەڵایەتیەکان وەکو جۆری سۆشیاڵ میدیا دا بەش دەبێت بۆ چەندین جۆری تر کە لە مالبەری جیاواز پیکهاتوون، بەرتوێژان بەرێژە یەکی بەرز کە ۹۰.۸٪ ە و ئاماژەیان بەوەداوە کە لە کۆمپانیاکە یاندا و بۆ مەبەستی بازارگەری تۆری کۆمەڵایەتی فەیسبۆک زۆرتەین بە کارهێنانی هەیه بە بەراورد بە تۆرە کۆمەڵایەتیەکانی تر، دواتر بە جیاوازییەکی گەورە بەرتوێژان کە رێژەیان کەمە و ۹.۲٪ ە ئەو هەیان خستۆتە روو کە کۆمپانیاکە یان زۆرتە ئینستگرام بە کار دەهێنێت بۆ مەبەستی بازارگەری، هیچ بەرتوێژیک ئاماژە ی بەوە نەداوە کە تۆری کۆمەڵایەتی لینکد ئین یاخود تۆری کۆمەڵایەتی تر زۆر ترین بە کارهێنانیان هەبێت بۆ کاری بازارگەری لای کۆمپانیاکە یان، وەک لە خشتە ی (۷) دا خراوەتە روو.

خشتە ی (۸)

مارکیتین (بازارگەری) لە رینگە ی تۆرە کۆمەڵایەتیەکانە وە کاریگەری لە سەر زیادکردنی فرۆش هەیه لە کۆمپانیاکە دا

بژاردەکان	چەندبارە	رێژە ی سەدی %	پلە
تەواو هاویرام	۱۸	۲۰,۷	دوو هەم
هاویرام	۵۱	۵۸,۶	یە کەم
دئنیانیم	۱۵	۱۷,۲	سێیەم
هاویرانیم	۳	۳,۴	چوارەم
تەواو هاویرانیم	۰	۰	پنجەم
کۆ ی گشتی	۸۷	٪۱۰۰	

زۆرتەین رێژە ۵۸.۶٪ کە زیاترە لە نیو ی بەرتوێژان هاویران کە بازارگەری لە رینگە ی تۆرە کۆمەڵایەتیەکانە وە کاریگەری لە سەر زیادکردنی فرۆش هەیه لە کۆمپانیاکە یاندا، هەر و هە ئەو بەرتوێژانە شی کە تەواو هاویران بە پلە ی دوو هەم دین و رێژەیان ۲۰.۷٪ ە، ئەو رێژە بەرزە ی لە پلە ی یە کەم و دوو هەمدا هاتوون بە خاڵیکی ئەرینی و گرنگی تۆرە کۆمەڵایەتیەکان دادەنرێت کە سوودی گەورە ی بۆ کۆمپانیا هەیه، لە پلە ی سێیەمیشدا بەرتوێژان رێژەیان ۱۷.۲ ە و دئنیانیم ئەم جۆرە ی بازارگەری کاریگەری لە سەر زیادکردنی فرۆشیان هەبێت، کە مترین رێژە ش ئەو بەرتوێژانە کە رەتی دە کە نە وە دە ئین هاویرانیم کاریگەری هەبێت رێژەیان تەنها ۳.۴٪ ە، هیچ بەرتوێژیک نییە کە تەواو هاویرانە بێت لە هەبوونی ئەو کاریگەرییە، وەک لە خشتە ی (۸) دا خراوەتە روو.

خشتهی (۹)

تۆره کۆمه لایه تیبیه کان خیرترین ئامرازى بازارگه ریبین له کردارى زیادکردنى فرۆش

بۆلە	رێژهى سهدى %	چه ندىبارە	بۆزاردە کان
سێیه م	۱۳,۸	۱۲	تهواو هاویرام
یه که م	۵۶,۳	۴۹	هاویرام
دووهم	۲۴,۱	۲۱	دنیانیم
چوارهم	۵,۷	۵	هاویرانیم
پینجه م	۰	۰	تهواو هاویرانیم
	%۱۰۰	۸۷	کۆى گشتى

زیاتر له نیوهى بهرتوئێژان رێژهیان ۵۶.۳% ه هاویران که تۆره کۆمه لایه تیبیه کانیان خیرترین ئامرازى بازارگه ریبین له کردارى زیادکردنى فرۆشیاندا، له کاتیکدا بهرتوئێژان به پلهى دووهم دنیانین و رێژهیان ۲۴.۱% ه، ئەو بهرتوئێژانه شى که جه خنده که نهوه تهواو هاویران رێژهیان ۱۳.۸% ه، که مترین بهرتوئێژیش که رێژهیان ۵.۷% ه هاویرانین، هیچ بهرتوئێژیکیش نییه که تهواو هاویرانه بیته دهربارهى ئەوهى تۆره کۆمه لایه تیبیه کانیان خیرترین ئامرازى بازارگه ریبین له کردارى زیادکردنى فرۆش له کۆمپانیاکه یاندا، وهک له خشتهى (۹) دا خراوه ته روو.

خشتهى (۱۰)

مارکیتین له رینگهى تۆره کۆمه لایه تیبیه کان وه زیاتر له ئامرازه کانى تری راگه یانندن رۆلى ههیه له زیادکردنى فرۆش

بۆلە	رێژهى سهدى %	چه ندىبارە	بۆزاردە کان
سێیه م	۱۲,۶	۱۱	تهواو هاویرام
یه که م	۵۱,۷	۴۵	هاویرام
دووهم	۲۴,۱	۲۱	دنیانیم
چوارهم	۱۱,۵	۱۰	هاویرانیم
پینجه م	۰	۰	تهواو هاویرانیم
	%۱۰۰	۸۷	کۆى گشتى

به لای توئێژه وه ئاشکرایه که تۆره کۆمه لایه تیبیه کان به کارهێنهرى فراوانیان ههیه له سه ر ئاستى تاک و کۆمپانیاکان، ههر بۆیه له ئەنجامه کانیشدا دهرده که ویت له پلهى یه که مدا ۵۱.۱% ی بهرتوئێژان له گه ل ئەوه دان و هاویران که بازارگه رى له رینگه ی تۆره کۆمه لایه تیبیه کان وه زیاتر له ئامرازه کانى تری راگه یانندن رۆلى ههیه له زیادکردنى فرۆشیاندا، پاشان ۲۴.۱% ی بهرتوئێژان که به پلهى دووهم دین دنیانین، ههروه ها ۱۲.۶% ی بهرتوئێژان به هه موو شیه ویه ک له گه لیدانو ئاماژه به وه ده که ن تهواو هاویران که بازارگه رى زیاتر له رینگه ی تۆره کۆمه لایه تیبیه کان وه رۆلى ههیه له زیادکردنى فرۆشدا، که مترین بهرتوئێژانیش هاویرانین که رێژهیان ۱۱.۵% ه، هیچ بهرتوئێژیکیش نییه که به ره هاپى ئاماژه ی به وه کردبیت تهواو هاویرانیه، وهک له ئەنجامه کاند بۆ توئێژه ر دهرده که ویت له کردارى زیادکردنى فرۆشى کۆمپانیاکه یاندا بهرتوئێژان زیاتر تۆره کۆمه لایه تیبیه کان په سه ند ده که ن تاوه کو ئامرازه کانیه تری راگه یانندن، وهک له خشتهى (۱۰) دا خراوه ته روو.

خشتهی (۱۱)

جیاوازی ئاماری Ttest له وهلامی بهرتوئژان به گوپهه گورای کومپانیا دهخاته روو

به لگه داری	به های "ت"	لادانی پیوه ری	ناوهندی ژمیره پی	کومپانیا	
۰,۸۹۸	۰,۱۲۹	۴,۱۰۰	۲۶,۷۵	ئاسیا سیل	رۆئی مارکتینگ (بازارگه ری) له توره کومه لایه تیبیه کان له سه ر فروش و زیادکردنی فروش
		۳,۹۶۴	۲۶,۵۴	کوره ک تیلیکوم	

هیچ جیاوازییه ک نییه له وهلامدانه وهی بهرتوئژان له لایان کومپانیاکانی (کوره ک تیلیکوم و ئاسیا سیل)، به هوی ئه وهی که ناوهنده ژمیره کانیا و وه کو یه کن یان نزیکن له یه که وه، ههروه ها ئامازهی به لگه داریبان گه وره تره له (۰.۰۵) ئه مه ش وه ک یه کی وهلامی بهرتوئژان پشت راسته کاته وه که وهلامی سه رجه میان به ئاراسته ی (هاورام) ه بو ته وای برگه کان. وه ک له خشته ی (۱۱) دا خراوته روو. ده رئه نجام

پاش کۆکردنه وهی داتا و زانیاریه کانی بهرتوئژان و خسته روو و شیکردنه وه یان، لیره دا توئژه ر گرنگترین ئه و ده رئه نجامانه ده خاته روو که توئژینه وه که پی گه یشتوو:

- ۱- بازارگه ری له ریگه ی توره کومه لایه تیبیه کانه وه کاریگه ری له سه ر زیادکردنی فروش هه بووه لای هه ردوو کومپانیا ی ئاسیا سیل و کوره ک تیلیکوم، هیچ بهرتوئژیک نه بووه که به ره های ره تی بکاته وه.
- ۲- زۆرینه ی بهرتوئژان له هه ردوو کومپانیا ی ئاسیا سیل و کوره ک تیلیکوم بازارگه ری توره کومه لایه تیبیه کانیا به خیرترین ئامازی بازارگه ربیان داده نین، هیچ بهرتوئژیکیش نه بووه به ته واه تی ئه وه ره ت بکاته وه.
- ۳- هه ردوو کومپانیا ی ئاسیا سیل و کوره ک تیلیکوم بو مه به ستی بازارگه ربیان، توره کومه لایه تیبیه کان به گرنگتر ده زانن له ئامرازه کانی تری راگه یانندن که له زیادکردنی فروشدا رۆئی هه یه.
- ۴- لای هه ردوو کومپانیا له ناو توره کومه لایه تیبیه کانیا دا به پله ی یه که م و به جیاوازییه کی گه وره فه یسبوک زۆرتین به کاره ینانی هه یه له کرداری بازارگه ربیاندا، پاشان به راده یه کی که م ئینستگرام هاتوو، هیچ بهرتوئژیک ئامازه ی به به کاره ینانی توئیر نه کردوو له کاری بازارگه ربیاندا.

۵- په یوه ندییه کی ئه ری هه یه له نیوان بازارگه ری و توره کومه لایه تیبیه کان لای کومپانیاکانی ئاسیا سیل و کوره ک تیلیکوم، توره کومه لایه تیبیه کان ئامرازی گونجاون بو به کاره ینان له بواری بازارگه ربیاندا و کاریگه ربیان دروست کردوو، به جوئیک پرۆسه ی بازارگه ربیان له کومپانیاکاندا به ره و پشه وه بردوو و زیاتر رۆئیبان ده رخته وه و به هیزترین کردوو.

۶- جیاوازی به دینا کریت له راده ی سوود وه رگرتی هه ردوو کومپانیا ی ئاسیا سیل و کوره ک تیلیکوم له بازارگه ری توره کومه لایه تیبیه کانیا، بهرتوئژانی هه ردوو کومپانیا که له هه مان پله دا هاوران که بازارگه ری له ریگه ی توره کومه لایه تیبیه کانیا وه رۆئی هه یه له زیادکردنی فروشیا ندا. دووه م: پشینه ره کان

توئژه ر ئامازه به گرنگترین پشینه ره کان ده کات بو کومپانیاکان:

۱- به کاربه ران ئاماده ییان هه یه له زۆر جوئی توره کومه لایه تیبیه کان و سوئیال میدیا و چه نندین شیوازی تری ئه لیکترونی، بو یه کومپانیاکانیش گرنگه به شیوه یه کی گشتی هاوشان له گه ل ئه م هه مه جوئی و خیرایی گه شه ئه لیکترونییه دا برۆن، بو ئه وهی دانه برین له به کاربه ره کانیا و ریگای دا هینه رانه به کاربه یتن بو په یوه ست کردنیا ن.

۲- بازارگه ری له ریگه ی توره کومه لایه تیبیه کانه وه گرنگی زیاتری پبدریت، چونکه له سه رده می ئیستادا به هوی ئه وه ره شانیه کی فایروسی کوفید ۱۹ دروستیا ن کردوو، له هه موو کات زیاتر خواستی راپه راندنی کاره کان به شیوازی دیجیتالی ده کریت، کومپانیا و به کاربه رانی ش

دهرفه تي به يه گهشتنيان له سهر هيل زيتره.

٣- تويزه پيشنيار دهكات بهشي بازارگهري له كومپانياكاندا به پيوه بريت له لايان كارمه نداني پسيورواوهن پروانامه له بواري بازارگهريدا، هاوكات به ردهوام گرنگي بدرت به راهيتاني كارمه ندان و گه شه پيدانيان.

٤- تويزه پيشنيار بو كومپانياي ناسيا ستيل و كوره ك تيليكوم دهكات، له بواري بازارگهري توره كومه لايه تيبه كاندا سووديش له نه زموني دريژي كومپانيا بيانبيه كان وهريگرن، له بهرته وهي له وولاتاني پيشكه وتوو بازارگهري و لاياني ديжитالي و ئه ليكتروني قوناعي زيتره بريوه.

سه رچاوه كان:

كتيب

١- كتيب كوردي

١- عهلي، نه هرو. (٢٠١٦): ماركيتينگ، ههولپر، نوسينگه ي ته فسير.

ب - كتيب عهربي و وهريگيراو بو عهربي

١- الصميدعي، محمود جاسم و يوسف، ردينة عثمان. (٢٠١١). التسويق الاستراتيجي، عمان، دار المسيرة للنشر والتوزيع.

٢- يوسف، ردينة عثمان. (٢٠١٤). تسويق الخدمات، الطبعة الثانية، عمان، دارالمسيرة للنشر والتوزيع.

٣- الطائي، حميد و اخرون. (٢٠١٧). الاسس العلمية للتسويق الحديث، عمان، دار الياوزي العلمية للنشر والتوزيع.

٤- حجازي، محمد حافظ. (٢٠٠٥). المقدمه في التسويق، الاسكندرية، دارالوفاء لدينا الطباعة والنشر.

٥- شمس الدين، فتحي (٢٠١٣): شبكات التواصل الاجتماعي والتحول الديموقراطي في مصر، القاهرة، دار النهضة العربية.

٦- طه، طارق. (٢٠٠٨). ادارة التسويق، مصر، دارالفكر الجامعي.

٧- غنيم، احمد محمد. (٢٠٠٥). التسويق مدخل التحليل المتكامل، جمهورية مصر، مكتبة العصرية للنشر والتوزيع.

٨- فرغلي، عبدالله و موسى، علي. (٢٠٠٧). تكنولوجيا المعلومات و دورها في التسويق التقليدي و الالكتروني، مصر، ايتراك للنشر والتوزيع.

٩- قادري، محمد الطاهر و ميلود، زيد الخير. (٢٠١٥). مدخل الى عالم الاتصالات التسويقية، بيروت- لبنان، مكتبة حسن العصرية.

١٠- كوتلر، فيليب و ارمسترونج، جاري. (٢٠٠٧). اساسيات التسويق، الكتاب الاول، الرياض، المملكة العربية السعودية، دار المريخ للنشر.

١١- نصير، محمد طاهر. (٢٠٠٥). التسويق الالكتروني، عمان، دار الحامد.

ب - كتيب ئينگليزي

- 1- Armstrong, Gary and et. al. (2017). Marketing an Introduction, Thirteen Edition-Global Edition, Pearson Learning Publishing Company.
- 2- Blythe, Jim. (2005). Essentials of Marketing, Gosport- United Kingdom, ,Third Edition, Ashford Color Press.
- 3- Khullar, Lalit and et. al. (2018). International Conference on Business Remodeling, Exploring New Initiatives in Key Business Functions, Tirpude Institute of Management Education, 23rd & 24th February 2018, Nagpur- India, Published by Tirpude Institute of Management Education.
- 4- Kotler, Philip & Keller, Kevin Lane. (2012). Marketing Management, 14th Edition, United States of America, Prentice Hall Publishing Company.
- 5- Shimp, Terence A. & Andrews, J. Caraig. (2013). Advertising promotion and other aspects of Integrated Marketing Communications, Mason, OH, USA, South-Western Cengage Learning Publishing Company.
- 6- Treadway, Chris & Smith, Mari. (2010). Facebook Marketing an Hour A Day, Indianapolis, Indiana, Wiley

Publishing, Inc.

تیزری دکتورا و نامہی ماستہرو توئیئینہوہی تر

۱- تیزری دکتورا

1- Delaney, Patrick. (2011). Information and Communication Technologies and Social Network Sites: The Digital World of Adolescents, Unpublished doctoral dissertation, Waterford Institute of Technology,

2- Si, Shi. (2014). Investigating, trust and Commitment on Brand Pages in Social Networking Sites: The Antecedents and Outcomes, Unpublished doctoral dissertation, Hong Kong Baptist University

ب- نامہی ماستہر

• نامہی ماستہر بہ زمانی عہرہبی

۱- العجلونی، الامین عثمان محمود. (۲۰۱۷): أثر استخدام موقع التواصل الاجتماعي ((Facebook على التمويل الجماعي في المؤسسات غير الربحية في الأردن، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الشرق الأوسط، كلية الأعمال، قسم ادارة الأعمال.

۲- المطيري، حسن قطيع طماح (۲۰۱۳): الاستخدامات السياسية لموقع التواصل الاجتماعي "تويتر" من قبل الشباب الكويتي، رسالة الماجستير غير منشورة، جامعة الشرق الأوسط، كلية الاعلام.

۳- الياسين، مضاء فيصل محمد (۲۰۱۷): أثر استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على السلوك الشرائي من خلال الكلمة المنطوقة الالكترونية، دراسة تطبيقية لقطاع الملابس في الاردن، رسالة الماجستير غير منشورة، جامعة الشرق الأوسط، كلية الأعمال، قسم ادارة الاعمال.

۴- بابكر، هويدا مصطفى بشير. (۲۰۱۵). مواقع التواصل الاجتماعي و علاقتها بتنشئة الأطفال الجانحين، رسالة الماجستير غير منشورة ، جامعة الرباط الوطني، كلية الدراسات العليا و البحث العلمي.

۵- ياسين، بيان هاشم عيسى. (۲۰۱۸). الترويج باستخدام الشبكات الاجتماعية و اثرة على سلوك المستهلك الشرائي في محافظة الخليل- دراسة قطاع مستحضرات التجميل الكوزماتكس، رسالة الماجستير غير منشورة، جامعة القدس، معهد تنمية المستدامة، فلسطين.
• نامہی ماستہر بہ زمانی ٹینگلیزی

1- Akbuga, Fulya. (2014). Uses of Social Network Sites Among Digital Natives: The Case of Facebook Use Among Metu Students, Unpublished Master Thesis, Middle East Technical University, School of Social Sciences.

2- Buda, Constantin. (2014). Digital Marketing Concept and Strategy for a Finnish Start-Up, Case: Sofi Filtration, Unpublished Master Thesis, Haaga- Helia University of Applied Sciences.

3- Khan, Kashif. (2010). Marketing Communication Phenomenon Within Social Networks and Blogs, Unpublished Master Thesis, Luiss Guido Carli University-Roma.

4- Mulero, Sekinat Olumayowa. (2012). Acceptance and Impact of Social Networks Marketing Using Extended Technology Acceptance Model, Unpublished Master Thesis, Cape Peninsula University of Technology, Faculty of Information and Design.

پ- توئیئینہوہی تر

• توئیئینہوہی بہ زمانی کوردی

۱- حہمہ ئەمین، ئە کرەم فەرەیدون. (اب ۲۰۱۸). رۆژی سۆشیال میدیا له خستنه رووی بیرى سیاسى لای گەنجان، مجله جامعة جيهان، العدد ۱، عدد خاص بالمؤتمر العلمي الدولي الثاني لجامعة جيهان- اربيل في الاداب و الفنون، ۲۷-۲۸ حزيران / ۲۰۱۸.

• توثيقه و به زمانى عهده بى

١- جبار، عبير محمود. (٢٠١٧). الاعلان الالكترونى عبر شبكات التواصل الاجتماعى وتأثيره فى الرغبة الشرائية للمستهلك ، مجلة جامعة جيهان، عدد ٣، اصدار خاص بالمؤتمر العلمى الدولى الثالث لجامعة جيهان- اربيل فى القانون و العلاقات الدولية و الاعلام، ١٢-١٣ نيسان/ ٢٠١٧.

٢- عبد الأمير، على عبد الهادى. (٢٠١٤). الاعلان على مواقع التواصل الاجتماعى- الفيسبوك انموزجا- بحث العلمى، <https://www.iasj.net/iasj?func=fulltext&aid=96179>

٣- عمر، محمد عبدالرحمن و اخرون. (٢٠١٥). استراتيجيات المزيج التسويقى و دورها فى زيادة الحصة السوقية- دراسة استطلاعية لاراء عينة من الافراد العاملين فى شركة ستي سنتر التجارية فى مدينة زاخو، مجلة جامعة زاخو، المجلد ٣، العدد ٢، ص ٥٥٦-٥٧٣.

٤- شكري، عبد الواحد طه. (زستانى ٢٠٢٠). التسويق الالكترونى و اثره فى تحقيق عدد من ابعاد الميزة التنافسية- دراسة تطبيقية لعدد من شركات الانترنت (FTTH، بايك، نوروز) فى مدينة زاخو فى اقليم كردستان/ العراق، گؤفارى توثيقه، بهرگى ٣، ژماره ١.

٥- محمد، ابراهيم الخضر المدنى و على، امينة عبد الفادر. (٢٠١٨). دور مواقع التواصل الاجتماعى فى التسويق من خلال استخدامها كوسيلة للاعلان: دراسة حالة المملكة العربية السعودية ٢٠٠١-٢٠١٦، مجلة علمية محكمة امارابك، المجلد ٩، العدد ٢٨، ص ٦٤.

ت- فهرهنگ

Dictionary.Cambridge.org

<https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/sales>

ج- بئىگه ى نه لىكترونى

١- مائپهرى فهرمى كؤمپاناي ناسيا سئل كاتى سهردان: ٢٥ ئازار ٢٠٢٠.

<https://www.asiacell.com/index.html#/about/asiacell-history?lang=ku>

٢- مائپهرى فهرمى كؤمپاناي كؤرهك تىلىكؤم كاتى سهردان: ٢٥ ئازار ٢٠٢٠.

<https://www.korektel.com/ku/pages/about-us>

٣- خاطر، إسراء محمود حسن، اهداف وظيفه التسويق، موقع موضوع، ٢٨ مارس ٢٠١٩، كاتى سهردان ٢٧ تشرين الثانى ٢٠١٩.

https://mawdoo3.com/%D8%A3%D9%87%D8%AF%D8%A7%D9%81_%D9%88%D8%B8%D9%8A%D9%81%D8%A9_%D8%A7%D9%84%D8%AA%D8%B3%D9%88%D9%8A%D9%82