**ព្រះរាជាណាចក្រកម្ពុជា**

**ជាតិ សាសនា ព្រះមហាក្សត្រ**

3

សាកលវិទ្យាល័យជាតិគ្រប់គ្រង

**NATIONAL UNIVERSITY OF MANAGEMENT**

Year 3, Group 29/70+74+102

Semester: 6

កិច្ចការ

ប្រធានបទ: ការគ្រប់គ្រងការផ្សាយពាណិជ្ជកកម្មរបស់ **YOUTUBE**

Submitted by Name :

(01) Keo Reaksa

(02) Kouch Leng Y

(06) Chheng Chanbormey

(25) Yem Kimhong

(38) Heng Chanleakhena

Submitted to lecterer: Meas Sam Ol

Academic Year 2022 – 2023

មាតិកា

[អារម្ភកថា i](#_Toc135865708)

[សេចក្តីថ្លែងអំណរគុណ ii](#_Toc135865709)

[ជំពូកទី១. សេចក្តីផ្តើម 1](#_Toc135865710)

[ជំពូកទី២. អំពីក្រុមហ៊ុន **Youtube** 2](#_Toc135865711)

[២.១ ប្រវត្តិក្រុមហ៊ុន 2](#_Toc135865712)

២.២ កំណើតនៃក្រុមហ៊ុន 1

[២.៣ ស្នានភាពទូទៅរបស់អង្គភាព 2](#_Toc135865714)

[**២.៣.១ ចក្ខុវិស័យ** 2](#_Toc135865715)

[**២.៣.២ បេសកម្ម** 2](#_Toc135865716)

[**២.៣.៣ តម្លៃស្នូល** 3](#_Toc135865717)

[២.៤ ការវិភាគបរិយាកាស និងស្ថានភាព 3](#_Toc135865718)

[**២.៤.១ ការវិភាគបរិយាកាស** 3](#_Toc135865719)

[**២.៤.២ ការវិភាគក្រុមហ៊ុន** 3](#_Toc135865720)

[**២.៤.៣ គូរប្រកួតប្រជែង** 4](#_Toc135865721)

[**២.៤.៤ Swot analysis** 4](#_Toc135865722)

[២.៥ ការរៀបចំប្រព័ន្ធការផ្សាយពាណិជ្ជកម្ម 6](#_Toc135865723)

[**២.៥.១របៀប និងប្រភេទនៃការផ្សាយពាណិជ្ជកម្មនៅលើ YouTube** 7](#_Toc135865724)

[**២.៥.២ទម្រង់នៃការផ្សាយពាណិជ្ជកម្មក្នុង YouTube** 7](#_Toc135865725)

[**២.៥.៣ ការផ្សាយពាណិជ្ជកម្មសម្រាប់គណនីដែលស្ថិតក្រោការគ្រប់គ្រង និងខ្លឹមសារដែលកំណត់ថាបង្កើតឡើងសម្រាប់កុមារ** 8](#_Toc135865726)

[**២.៥.៤ គោលការណ៍សម្រាប់អ្នកផ្សាយពាណិជ្ជកម្ម** 9](#_Toc135865727)

[**ការសម្រេចចិត្តអំពីការផ្សព្វផ្សាយលក់តាមរយៈ YouTube** 11](#_Toc135865728)

[ជំពូកទី៣. សេចក្តីសន្និដ្ឋាន និងការផ្តល់អនុសាសន៏ 12](#_Toc135865729)

[ជំពូកទី៤. **References** 12](#_Toc135865730)

អារម្ភកថា

ការគ្រប់គ្រងការងារ គឺជាផ្នែកមួយសំខាន់ ក្នុងការធានាលើប្រតិបត្តិ ការងារប្រចាំ ថ្ងៃរបស់ បុគ្គលិក​គ្រប់ផ្នែក​ទាំ​ងអស់នៅក្នុងអង្គភាពមួយ។ ក្រោយពីបានសិក្សាលើមុខវិជ្ជា ការគ្រប់គ្រងការងារ យើងខ្ញុំបាន រួម គ្នារៀបចំឯកសារនេះឡើងក្រោមការបង្ហាត់បង្រៀន និង​ណែនាំ ពីសាស្រ្តា​ចារ្យមុខវិជ្ជា ដើម្បីស្វែងយល់ ឱ្យ បានច្រើនជ្រើសរើស ធ្វើជាប្រធានបទ ក្នុង​ការ​សរសេរ សៀវភៅ​​នេះ។ នេះជាការឆ្លុះបង្ហាញ ឱ្យឃើញពី កម្រិត នៃការ ស្វែងយល់របស់ពួកយើង​ទៅប្រធានបទនេះ ដែលស្របទៅនឹងមុខវិជ្ជាការដំណើរការប្រព្រឹត្តិនៃការ គ្រប់គ្រងការងារ ផង​ដែរ។

ហេតុនេះហើយ យើងខ្ញុំនឹងខិតខំសរសេរ រៀបចំសៀវភៅ អត្ថបទអំពីប្រធានទាក់ទង នឹងមុខវិជ្ជានេះ ឱ្យអស់ពីសម្ថភាព តាមលទ្ធភាពដែលអាចធ្វើទៅបាន។ យើងខ្ញុំ​នឹង​ប្រឹងប្រែង​ស្រាវជ្រាវ​​​ស្វែង​​រកព័ត៌មាន ដែល ពាក់ព័ន្ធចំណុចគោលសំខាន់ៗនៃប្រធានបទ។

ជាមួយគ្នានេះដែរ យើងខ្ញុំសូមអធ្យាស្រ័យទុកជាមុនចំពោះព័ត៌មានដែលខ្វះខាត មិនពេញលេញ និងមិនច្បាស់លាស់ផ្សេងៗ ក៏ដូចជា កំហុសឆ្គង ដោយអចេតនាផ្សេងៗ​នៅក្នុង​អត្ថបទទាំងមូល។ យើងខ្ញុំក៏ សូមអធ្យាស្រ័យផងទៅចុះ ដែលយកមកធ្វើជាប្រធានបទ​ដែលធ្វើឱ្យ​ព័ត៌មានខ្លះមានការខុសគ្នាពីការអនុវត្ត​ការងារជាក់ស្តែងក្នុង Youtube ដោយផ្ទាល់។

យើងខ្ញុំសង្ឃឹមថា ឯកសារមួយនេះនឹងអាចជំនួយស្មារតីមួយ សម្រាប់និស្សិតជំនាន់ ក្រោយៗទៀត ដើម្បី ស្វែងយល់ពីមុខវិជ្ជាមួយនេះដើម្បីពង្រឹ ងចំណេះ ដឹងឱ្យកាន់ តែទូលំទូលាយ បន្ថែមទៀត។

សេចក្តីថ្លែងអំណរគុណ

នាងខ្ញុំឈ្មោះ ហេង ចាន់លក្ខិណា, កែវ រក្សា, ឆេង ច័ន្ទបូរមី, យឹម គឹមហុង និង គួច ឡេងអ៊ី ជានិស្សិតជំនាញ​គ្រប់គ្រងថ្នាក់បរិញ្ញបត្រជំនាន់ទី ២៩ ក្រុមទី៧០ នៃសាកលវិទ្យាល័យជាតិគ្រប់គ្រង។

យើងខ្ញុំសូមលំអោនកាយគោរពថ្លែងអំណរគុណ និងកត្តញ្ញូធម៌ដ៏ជ្រាលជៅបំផុតចំពោះ៖

* លោកឪពុក និងអ្នកម្តាយ ដែលលោកបានផ្តល់កំណើត និងពលីកម្មគ្រប់បែបយ៉ាង ដើម្បី ចិញ្ចឹមបីបាច់ថែរក្សា និងអប់រំទូន្មានកូនឱ្យប្រព្រឹត្តខ្លួនទៅតាមគន្លងធម៌ ព្រមទាំងទំនុក បំរុងថវិការ និងឧបករណ៍ ចាប់តាំងពីកម្រិតបឋមសិក្សា រហូតដល់ឧត្តមសិក្សា។
* រាជរដ្ឋាភិបាល ដែលដឹកនាំដោយ សម្តេចអគ្គមហាសេនាបតីតេជោ ហ៊ុនសែន ក្រោយការដឹកនាំ រយៈពេលជាច្រើនឆ្នាំមកនេះ ប្រទេសជាតិយើងឈានទៅរកសន្តិភាព វឌ្ឍនភាព និងការអភិវឌ្ឍន៍ ទើបយើងខ្ញុំមានឱកាសទទួលបានការអប់រំ រហូតមកដល់ថ្ងៃនេះ។
* ឯកឧត្តមបណ្ឌិត ហោ ប៉េង សាកលវិទ្យាធិការនៃសាកលវិទ្យាល័យជាតិគ្រប់គ្រង ដែលបានរៀប ចំបង្កើត​ឱ្យមាន​នូវ​ជំនាញ និងមុខវិជ្ជាសម្រាប់ឱ្យយើងខ្ញុំបានសិក្សា។
* លោកសាស្រ្តចារ្យ មាស សំអុល សុខុន ដែលបង្កើតឱកាសផ្តល់នូវចំណេះដឹង វិធីសាស្រ្តក្នុងការ​ស្រាវជ្រាវ និងដឹកនាំក្រុមយើងខ្ញុំប្រមូលព៍ត៌មានយកមកចងក្រងបង្កើតស្នាដៃមួយនេះ។

ជំពូកទី១. សេចក្តីផ្តើម

YouTube គឺ​ជា​គេហទំព័រ និង​កម្មវិធី​បណ្ដាញ​សង្គមដែលយើងអាចទស្សនា វីដេអូ កម្សាន្តគោល បំណងសិក្សាការ អប់រំ ចម្រៀង និង វីដេអូជាច្រើនទៀតដែលមានទូទាំងពិភពលោក  ដើម្បីជាភាពទាក់ទាញអោយមានអ្នកចូលទស្សនារួមទាំងការផ្សព្វផ្សាយពាណិជ្ជកម្ម ដើម្បីកុំអោយអ្នកទស្សនាមានការ ធុញទ្រាន់។ គេហទំព័រនេះអនុញ្ញាតឱ្យមនុស្សបង្ហោះ មើល និងចែករំលែកវីដេអូ។

YouTube បានគ្រប់គ្រងដោយ Google និងជាគេហទំព័រ ដែលមានអ្នកចូលមើល ច្រើនបំផុត ទីពីរបន្ទាប់ពី Google Search ។ ហេីយYouTube មានអ្នកប្រើប្រាស់ប្រចាំខែច្រើនជាង 2.5 ពាន់លាននាក់ ដែលប្រមូលផ្តុំមើលវីដេអូច្រើនជាងមួយពាន់លានម៉ោងក្នុងមួយថ្ងៃគិតត្រឹម ខែឧសភា ឆ្នាំ2019 វីដេអូកំពុងត្រូវបានបង្ហោះក្នុងអត្រាច្រើនជាង 500 ម៉ោងនៃមាតិកាក្នុងមួយនាទី។

បន្ទាប់មកនៅខែតុលាឆ្នាំ 2006 YouTube ត្រូវបានទិញដោយ Google ក្នុងតម្លៃ 1.65 ពាន់លានដុល្លារ។ កម្មសិទ្ធិរបស់ Google លើ YouTube បានពង្រីកគំរូអាជីវកម្មរបស់គេហទំព័រ ដោយ ពង្រីក ពីការបង្កើតប្រាក់ចំណូលពីការផ្សាយពាណិជ្ជកម្មតែម្នាក់ឯង ដល់ការផ្តល់មាតិកាបង់ប្រាក់ដូចជាភាពយន្ត និងមាតិកាផ្តាច់មុខដែលផលិតដោយ YouTube ។ វាក៏ផ្តល់ជូននូវ YouTube Premium ដែលជាជម្រើស ជាវបង់ប្រាក់សម្រាប់ការមើលមាតិកាដោយគ្មានពាណិជ្ជកម្ម។ YouTube ក៏បានអនុញ្ញាតឲ្យអ្នកបង្កើត ចូលរួមក្នុងកម្មវិធី AdSense របស់ Google ដែលស្វែងរកប្រាក់ចំណូលបន្ថែមសម្រាប់ភាគីទាំងពីរ។ YouTube បានរាយការណ៍ពីប្រាក់ចំណូលចំនួន 29.2 ពាន់លានដុល្លារក្នុងឆ្នាំ 2022។ [ត្រូវការការដកស្រង់] នៅឆ្នាំ 2021 ប្រាក់ចំណូលផ្សាយពាណិជ្ជកម្មប្រចាំឆ្នាំរបស់ YouTube បានកើនឡើងដល់ 28.8 ពាន់លានដុល្លារ ដែលជាការកើនឡើងនៃប្រាក់ចំណូល 9 ពាន់លានពីឆ្នាំមុន។

ជំពូកទី២. អំពីក្រុមហ៊ុន **Youtube**

២.១ ប្រវត្តិក្រុមហ៊ុន

YouTube គឺជាកម្មវិធីចែករំលែកវីដេអូអនឡាញ និងប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយសង្គមរបស់អាមេរិក ដែលមាន​ទីស្នាក់​ការនៅ San Bruno រដ្ឋ California សហរដ្ឋអាមេរិក។ អាចចូលប្រើបានទូទាំងពិភពលោក វាត្រូវបានបើក​ដំណើរការនៅថ្ងៃទី 14 ខែកុម្ភៈ ឆ្នាំ 2005 ដោយ Steve Chen, Chad Hurley និង Jawed Karim ។ វាត្រូវបាន​គ្រប់គ្រង​ដោយ Google និងជាគេហទំព័រដែលមានអ្នកចូលមើលច្រើនបំផុតទីពីរបន្ទាប់ពី Google Search ។ YouTube មានអ្នកប្រើប្រាស់ប្រចាំខែច្រើនជាង 2.5 ពាន់លាននាក់ [ត្រូវការការដកស្រង់] ដែល​ប្រមូល​​ផ្តុំ​​​មើលវីដេអូច្រើនជាងមួយពាន់លានម៉ោងក្នុងមួយថ្ងៃ។គិតត្រឹមខែឧសភា ឆ្នាំ 2019 វីដេអូកំពុង​ត្រូវបាន​បង្ហោះក្នុងអត្រាច្រើនជាង 500 ម៉ោងនៃមាតិកាក្នុងមួយនាទី។

២.២ កំណើតនៃក្រុមហ៊ុន

YouTube, គេហទំព័រសម្រាប់ចែករំលែកវីដេអូ ព្រមទាំងមានភ្ជាប់ជាមួយការផ្សាយពាណិជ្ជកម្ម។ YouTubeត្រូវបានចុះបញ្ជីដាក់ឲ្យប្រើប្រាស់នៅថ្ងៃទី 14 ខែកុម្ភៈ ឆ្នាំ 2005 ដោយ Steve Chen, Chad Hurley និង Jawed Karim ដែលជាអតីតបុគ្គលិកបីនាក់នៃក្រុមហ៊ុន e-commerce របស់អាមេរិក PayPal ។ ពួកគេមានគំនិតថាមនុស្សអាចមានភាពសប្បាយរីករាយក្នុងការចែករំលែក "វីដេអូ" របស់ពួកគេបានដោយ​​សេរី ហើយចូលទស្សនាដោយឥតគិត​​​ថ្លៃថែម​​ទៀតផង ។ បន្ថែមពីនេះក្រុមហ៊ុននេះមានទីស្នាក់ការនៅ San Bruno រដ្ឋ California ។

២.៣ ស្ថានភាពទូទៅរបស់អង្គភាព

# **២.៣.១ ចក្ខុវិស័យ**

ទោះបីជា Youtube មិនទាន់មានសេចក្តីថ្លែការអំពីចក្ខុវិស័យ ជាផ្លូវការនៅលើគេហទំព័ររបស់ ខ្លួនយ៉ាង ណាក៏ដោយ វាជាភស្តុតាង ដែលក្រុមហ៊ុនចង់បង្កើតកេរិ៍ដំណែលនៃវេទិកាចែករំលែក Video អន្តរកម្មល្អបំផុត នៅជុំវិញពិភពលោក។ តាមពិតទៅក្រុមហ៊ុនមានការផ្តល់ជូនច្រើនជាងការចែករំលែក Video។ជាផ្នែកនៃ ចក្ខុវិស័យ របស់ Youtube បានបញ្ជូលទៅកន្លែង Youtube ដែលជាកន្លែងភ្ជាប់បុគ្គលិក លក្ខណៈ ច្នៃប្រឌិតបំផុត ដើម្បីចែករំលែក និងរៀនសិល្បៈនៃការច្នៃប្រឌិត។ តាមរយៈគំនិតផ្តួចផ្តើមនេះ ក្រុមហ៊ុន បាន គ្រប់គ្រងឥទ្ធិពលប្រធានបទជាមួយនឹងផលប៉ះពាល់នៃការអភិវឌ្ឍ និងសង្គម។ ជាការតបស្នងក្រុមហ៊ុន បាន ផ្តល់រង្វាន់ដល់អ្នកបង្កើតទាំងអស់នេះ ឱ្យសមរម្យតាមរយៈអត្ថប្រយោជន៍ និងរង្វាន់របស់ ពួកគេ។

# **២.៣.២ បេសកម្ម**

           បេសកម្មរបស់ក្រុមហ៊ុនមាន២ចំណុចធំគឺ:

**1.** ផ្តល់នូវសំឡេងដល់មនុស្សគ្រប់គ្នា

2. បង្ហាញទៅកាន់ពិភពលោកទាំងមូល ឱ្យបានទទួលយកនូវអ្វីដែលថ្មីតាមរយៈ Youtube។

# **២.៣.៣ តម្លៃស្នូល**

តម្លៃស្នូលរបស់ Youtube រួមមាន សេរីភាពនៃការបញ្ចេញមតិ, សេរីភាពនៃព័ត៌មាន, សេរីភាពនៃឱកាស, សេរីភាពនៃការធ្វើកម្មសិទ្ធ។ Youtube ហៅតម្លៃសំខាន់ៗទាំងនេះថា ជាសេរីភាពរបស់ពួកគេ ស្រប តាម គោលបំណងរបស់ក្រុមហ៊ុនដែលត្រូវបានបង្កើតឡើង ដើម្បីផ្តល់នូវសម្តែងទៅកាន់ពិភពលោក។ ជាមួយ នឹង​គុណ​តម្លៃទាំង៤ របស់ Youtube នេះផងដែរបានបង្កើតបរិយាកាសមួយដែលមនុស្សទទួល បានឱកាស​ដើម្បីចែករំលែកគំនិត, ទទួលបានព័ត៌មានណាមួយដែលពួកគេកំពុងស្វែងរក ចាប់យកឱកាស​សម្រាប់ការរក​ឃើញអ្វីៗ ដែលថ្មីៗ និងជាកម្មសិទ្ធរបស់សមាគមន៍។ បរិយាកាសបែបនេះ បានឆ្លុះ បញ្ចាំងពីអ្វី គ្រប់យ៉ាងដែល Youtube តំណាងឱ្យ។»

២.៤ ការវិភាគបរិយាកាស និងស្ថានភាព

# **២.៤.១ ការវិភាគបរិយាកាស**

​​YouTube បង្ហោះមាតិកាវីដេអូដែលបង្កើតឡើង ដោយអ្ន​កប្រើប្រាស់ក្នុងក្តី​សង្ឃឹមនៃការទាក់ទាញ​អ្នកមើល ហើយដូច្នេះប្រាក់ចំណេញ។ វប្បធម៍របស់ក្រុមហ៊ុនគឺការប្រើប្រាស់ជា​បន្តបន្ទាប់ និងការ​​ចែករំលែក​វីដេអូ​នៅលើផ្នែក នៃអ្នកប្រើប្រាស់គេហទំព័រគឺមានសារៈសំខាន់ ក្នុងការបន្តភាពរីករាយរបស់​អ្នកប្រើប្រាស់​ផ្សេងទៀត និងអាជីវកម្មរបស់អ្នកចែករំលែកវីដេអូទៅកាន់អ្នកមើល។ ការលើកទឹកចិត្តនិងអាកប្បកិរិយា​ចែករំលែក​គឺជាបុព្វហេតុសំខាន់នៃនៃ YouTube និងសមស្របទៅនិងតម្រូវការ កត្តាផ្ទាល់ខ្លួន និងបរិស្ថាន។

# **២.៤.២ ការវិភាគក្រុមហ៊ុន**

YouTube គឺជាគេហទំព័រដ៏ពេញនិយមបំផុតទីពីរនៅក្នុងពិភពលោក។ ជាងពាក់កណ្តាលនៃអ្នក​ប្រើ​ប្រាស់​រំពឹងថានឹង​​ចំណាយពេលច្រើនលើ YouTube។

**ស្ថិតិសំខាន់ៗរបស់ YouTube :**

* YouTube រកចំណូលបាន 28.8 ពាន់លានដុល្លារក្នុងឆ្នាំ 2021 កើនឡើង 46% ពីមួយឆ្នាំទៅមួយឆ្នាំ
* មនុស្សជាង 2.5 ពាន់លាននាក់ចូលប្រើ YouTube ម្តងក្នុងមួយខែ
* ប៉ុស្តិ៍ YouTube ដែលមានអ្នកជាវច្រើនជាងគេ គឺ TSeries ប៉ុន្តែ Mr.Beast ទទួលបានប្រាក់ចំណូលច្រើនជាងគេក្នុងឆ្នាំ 2021
* YouTube Premium មានអ្នកជាវ​​ 50 លាននាក់ក្នុងឆ្នាំ 2021។

​ **ទំហំផ្ទុកសរុបសម្រាប់វីដេអូទាំងអស់នៅលើ YouTube** :

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Resolution | % of content  (base on Observation) | Size\hour of video |
| 4k | 1% | 12 GB/Hr |
| Full-HD(1080) | 19% | 2.5 GB/Hr |
| 720(Standard) | 50% | 1.5 GB/Hr |
| 480p | 30% | 0.5 GB/Hr |

* YouTube បានអោយដឹងថា​ ពីកំណើនប្រាក់់ចំណូលច្រើនជាង ៣០%​ ក្នុងរយះពេល ៤​ឆ្នាំចុងក្រោយ។​ វាបង្កើតបាន ២៨.៨ ពាន់់លានដុល្លារក្នុងឆ្នាំ២០២១ កើនឡើង ៤៦%​លើតួលេខឆ្នាំ២០២០៕
* YouTube បានឈានដល់អ្នកប្រើប្រាស់សកម្មចំនួន ២.៥ពាន់លាននាក់ នៅក្នុងត្រីមាសទី២ ឆ្នាំ

២០២១ ដែលធ្វើអោយវាក្លាយជា កម្មវិធីដ៏ពេញនិយមបំផុតមួយនៅក្នុងពិភពលោក នៅពីក្រោយតែ​Google និង Facebook ប៉ុណ្ណោះ**សម្រាប់**ការប្រើប្រាស់សរុប។

# **២.៤.៣ គូរប្រកួតប្រជែង**

ជាមួយនឹង YouTube ឥឡូវនេះកំពុងបង្ហោះភាពយន្ត និងកម្មវិធីដៃគូប្រកួតប្រជែង ដ៏ធំ បំផុត របស់វាគឺ

* Vimeo ផ្តល់ជូនការមើលដោយគ្មានពាណិជ្ជកម្ម និងវីដេអូគុណភាពខ្ពស់។
* Metacafe គេហទំព័រចែករំលែកវីដេអូសម្រាប់វីដេអូខ្លីៗ និងការកម្សាន្ត។
* TV 9GAG ជាវេទិកាសម្រាប់វីដេអូកំប្លែង GIFs និង memes ។
* DailyMotion គេហទំព័រចែករំលែកវីដេអូដែលផ្តោតលើគុណភាពខ្ពស់ និងភាពសប្បាយរីករាយ។

# **២.៤.៤ Swot analysis**

**ការវិភាគ SWOT**

|  |  |
| --- | --- |
| **+ ចំណុចខ្លាំង**   * គេហទំព័រចែករំលែក​ វីដេអូដ៏ធំបំផុត នៅក្នុងពិភព លោក ព្រោះវាមានអ្នកមើលរាប់ពាន់លាន * មាតិការចម្រុះ​​ការចែករំលែកវីដេអូជាច្រើនគោល បំណងសិក្សា​វីដេអូកម្សាន្តអារម្មណ៍​ ចម្រៀង វីដេអូ កំប្លែង… * ពហុភាសា YouTube អាចផ្តល់សេវាកម្មរុករក ជាង​ ៨០ ភាសាក្នុងប្រទេសជាង១០០ ជុំវិញពិភពលោក * អ្នកបង្កើតមាតិកា​​ការរកប្រាក់ចំណូលពី YouTube ហើយពួកគេ ក៏អាចមានប្រជាប្រិយភាព​ក្នុង ចំណោម មនុស្សផងដែរ​ (YouTuber) * អាប់ដេតរហ័ស​ មានមាតិការជាង ៤០០ ម៉ោងដែល បានបង្ហោះនៅក្នុង​ YouTube រៀងរាល់នាទី | **+ ចំណុចខ្សោយ**   * Free វីដេអូភាគច្រើននៅលើ​ YouTube គឺមិន គិតថ្លៃទេ * បញ្ហារក្សាសិទ្ធិ​ YouTube វីដេអូដែលមានការរក្សាសិទ្ធិ​ ​គឺជាបទល្មើសធ្ងន់ធ្ងរ * ការចែករំលែក ​នៅលើប្រពន្ធផ្សព្វផ្សាយសង្គមដូចជា​ Facebook និង​ Twitter * ការកម្រិតអាយុ​ YouTube មិនអាចប្រើបាន សម្រាប់អ្នកប្រើប្រាស់ ដែលមានអាយុ ១៣ ឆ្នាំទេ |
| **+ ឱកាស**   * Smart phone and Internet * YouTube ពឹងផ្អែកយ៉ាងខ្លាំង លើការផ្សព្វផ្សាយពាណិជ្ជកម្មដែលជាប្រភពចំណូល * ការផ្សាយបន្តផ្ទាល់​ YouTube អាចផ្តោតលើ ព្រឹត្តិ ការណ៍ផ្សាយផ្ទាល់​ ដូចជាការប្រគុំតន្រ្តី​ និងហ្គេម កីឡាជាដើម | **+ ការគំរាមកំហែង**   * បទប្បញ្ញតិ្ថ រដ្ឋាភិបាលអាចគ្រប់គ្រង​ YouTube និងបង្ខំឱ្យលុបប្រភេទ ខ្លឹមសារ មួយចំនួនចេញ​ * NETFLIX គឺជាវេទិកាផ្សាយវីដេអូបង់ប្រាក់ តាម Internet និងជាដៃគូរប្រកួតប្រជែងផ្ទាល់​ YouTube |

**ជំហានទី១:**គោលបំណងរបស់ក្រុមហ៊ុន Youtube ក្នុងការផ្សព្វផ្សាយមានគឺ

* ណែនាំផលិតផលឬសេវាកម្មរបស់អ្នកទៅកាន់ អតិថិជនតាមរយ:ប្រព័ន្ធonline
* បញ្ចុះបញ្ចូលអតិថិជនឱ្យទិញផលិតផលរបស់ youtube តាមរយ:ការបង្ហោះនូវវីឌីអូកម្សាន្ត​ផ្សេងៗ ដើម្បី​ជាភាពទាក់ទាញ
* វីឌីអូការផ្សាយពាណិជ្ជកម្មភាគច្រើនពាក់ព័ន្ធនឹងផលិតផល ដើម្បីឲ្យអតិថិជនយល់​ដឹង ពីផលិតផលខ្លួនកាន់តែច្បាស់ ហើយសម្រេចចិត្តក្នុងការទិញបានត្រឹមត្រូវ

**ជំហានទី២**: ខ្លឹមសារ

ខ្លឹមសារនៃវីដេអូពាណិជ្ជកម្ម ត្រូវតែភ្ជាប់ទំនាក់ទំនងជាមួយនឹងគុណតម្លៃនៃអាជីវកម្មរបស់អ្នកតាមរយៈពាក្យពេចន៍ និងរូបភាព។

រាល់ខ្លឹមសារទាំងអស់គួរតែត្រូវបានធ្វើតេស្តសាកល្បង ដោយអតិថិជនគោលដៅរបស់អ្នកជាមុនសិន តាមរយះ៦សំណួរខាងក្រោមនេះ :

1. តើអ្វីទៅជាខ្លឹមសារចម្បងដែលអ្នកចង់បង្ហាញនៅក្នុងការផ្សព្វផ្សាយពាណិជ្ជកម្មមួយនេះ?
2. តើអ្នកគិតថាអ្នកដែលបង្កើតនូវការផ្សព្វផ្សាយនេះចង់អោយអ្នកដឹងអំពីអ្វី ហើយធ្វើអ្វី ក្រោយពេលមើលវីដេអូឬសេវាកម្ម?
3. តើអ្នកគិតថាការផ្សព្វផ្សាយពាណិជ្ជកម្មនេះមានឥទ្ធិពលខ្លាំងប៉ុនណាក្នុងការធ្វើអោយអតិថិជនរបស់អ្នកទិញផលិតផលរបស់អ្នក?
4. តើអ្វីដែលជាចំណុចល្អនិងចំណុចខ្វះខាតនៅក្នុងផ្សព្វផ្សាយពាណិជកម្មរបស់អ្នក ?
5. តើអ្នកមានអារម្មណ៍យ៉ាងដូចម្តេចក្រោយពេលមើលការផ្សព្វផ្សាយពាណិជ្ជកម្មនេះ?
6. តើអ្នកត្រូវធ្វើ content បែបណាខ្លះដែលសាកសមក្នុងការផ្សព្វផ្សាយពាណិជ្ជកម្មរបស់អ្នក?

**ជំហានទី៣:**ប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយ

ការជ្រើសរើសប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយ គួរតែផ្តោតទៅលើការចំណាយជាសំខាន់។ បន្ទាប់មកទៀតអ្នកអាច ប្រើប្រាស់ប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយនោះដើម្បីផ្សព្វផ្សាយទៅកាន់ពួកគេអោយចំគោលដៅតែម្តង។

**ជំហានទី៤:**កញ្ចប់ថវិកា

ការរៀបចំកញ្ចប់ថវិកា សម្រាប់ចំណាយទៅលើការផ្សព្វផ្សាយឱ្យបានល្អិតល្អន់ គឺជារឿងដែល សំខាន់ ខ្លាំង​ណាស់​​សម្រាប់អាជីវកម្ម។​​ ជាពិសេស បើសិនជាអ្នកជាម្ចាស់អាជីវកម្មខ្នាតតូច ​​ពិតណាស់ការចំណាយ​របស់អ្នកគឺមានកំណត់​ដូច្នេះហើយ​ មុននឹងអ្នកចង់ធ្វើការផ្សព្វផ្សាយ អ្នក​គួរតែមាន​គម្រោងថវិកាចំណាយឱ្យ បានច្បាស់លាស់ជាមុនសិនជៀសវាងការចំណាយហួសហេតុ។

**ជំហានទី៤:**ការវាស់ស្ទង់

អ្នកគួរតែព្យាយាមវាស់ស្ទង់ នូវលទ្ធផលនៃការផ្សព្វផ្សាយរបស់អ្នក។ ប្រសិនបើការធ្វើប្រម៉ូសិន តាម អនទ្បាញទទួលបានលទ្ធផលល្អជាងការផ្សព្វផ្សាយតាម​ Youtube អ្នកអាចបង្វែរការចំណាយរបស់អ្នកទៅ លើអនទ្បាញវិញ។

២.៥ ការរៀបចំប្រព័ន្ធការផ្សាយពាណិជ្ជកម្ម

ប្រព័ន្ធនៃការផ្សារពាណិជ្ជកម្មរបស់ YouTube គឺមានទម្រង់ និងលក្ខណៈខុសៗគ្នាជាច្រើន ជាទូទៅ​មានលក្ខណៈដូចជា៖

* **ការផ្សាយពាណិជ្ជកម្មនៅលើ YouTube Shorts ៖**
* ការផ្សាយពាណិជ្ជកម្មនៅលើ Shorts គឺជាការផ្សាយពាណិជ្ជកម្មជារូបភាព ឬវីដេអូដែលអាចអូស បានភ្លាមៗ ដែលបង្ហាញនៅចន្លោះវីដេអូខ្លីៗនៅក្នុងបណ្ដុំវីដេអូ Shorts។
* **ការផ្សាយពាណិជ្ជកម្មនៅខាងក្រៅកម្មវិធីចាក់វីដេអូ ៖**
* មើលបណ្ដុំនៃការផ្សាយពាណិជ្ជកម្ម គឺជាការផ្សាយពាណិជ្ជកម្មដែលបង្ហាញនៅក្នុងបណ្ដុំវីដេអូដែលបានណែនាំខាងក្រោម កម្មវិធីចាក់វីដេអូលើឧបករណ៍ចល័ត និងនៅជាប់កម្មវិធីចាក់វីដេអូលើកុំព្យូទ័រ។ ប្រភេទនៃការ ផ្សាយពាណិជ្ជកម្មទាំងនេះមិនអាចត្រូវបានគ្រប់គ្រងពីក្នុង YouTube Studio ទេ។
* **ពាណិជ្ជកម្មបន្តបន្ទាប់គ្នា ៖**
* វីដេអូពាណិជ្ជកម្មពីរបន្តបន្ទាប់គ្នា ដែលហៅម្យ៉ាងទៀតថា កម្រងពាណិជ្ជកម្មអាច កើតមាននៅ ពេលអ្នកបើកការផ្សាយពាណិជ្ជកម្មដែលអាចរំលងបាន ឬមិនអាចរំលងបានលើវីដេអូទម្រង់វែង របស់អ្នក ( យ៉ាងហោចណាស់មានរយៈពេល 5 នាទី​)។ កម្រងពាណិជ្ជកម្មជួយ កាត់បន្ថយការ រំខានសម្រាប់អ្នកមើលវីដេអូវែងៗដែលនាំឱ្យបទពិសោធន៍អ្នកមើលកាន់តែល្អប្រសើរ។

# **២.៥.១ របៀប និងប្រភេទនៃការផ្សាយពាណិជ្ជកម្មនៅលើ YouTube**

ការផ្សាយពាណិជ្ជកម្មលើ YouTube ឃើញថាមានលក្ខណៈទាំង3ប្រភេទ ទាំងការផ្សាយ ពាណិជ្ជកម្ម បែបជម្រើស ឫស្លាកសញ្ញា ការផ្សាយពាណិជ្ជកម្មជំរុញតម្រូវការជាមូលដ្ឋាន និងការផ្សាយពាណិជ្ជកម្មអំពី ស្ថាប័ន ឫក្រុមហ៊ុននៅលើខ្លឹមសារវីដីអូ ដើម្បីទាក់ទាញអ្នកទស្សនាដែលចូលមើលវីដីអូទាំងអស់នោះ ហើយ ម្ជាស់វីដីអូក៍អាចស្វែករកប្រាក់ចំណូលតាមរយៈពាណិជ្ជកម្មដែលលោតនៅលើវីដីអូរបស់ពួកគេផងដែរ។

**​​​​**នៅពេលអ្នកស្ថិតក្នុងកម្មវិធីដៃគូជាមួយ YouTube អ្នកអាចជ្រើសរើសឱ្យបង្ហាញការផ្សាយ ពាណិជ្ជកម្ម នៅលើខ្លឹមសាររបស់អ្នក និងរកប្រាក់ពីការផ្សាយពាណិជ្ជកម្មទាំងនោះ។

* **របៀបនៃការផ្សាយពាណិជ្ជកម្មនៅលើ YouTube ៖**
* សិក្សាអំពីសេចក្ដីលម្អិតនៃទម្រង់ការផ្សាយពាណិជ្ជកម្មផ្សេងៗរបស់ YouTube.
* គិតអំពីបទពិសោធន៍ របស់អ្នកមើលនៅពេលព្យាយាមសម្រេចចិត្តលើទម្រង់ផ្សាយពាណិជ្ជកម្ម។ តើការផ្សាយពាណិជ្ជកម្មអ្វី ដែលរំខានទស្សនិកជនរបស់អ្នកតិចជាងគេពេលកំពុងមើលវីដេអូ? ឧទាហរណ៍៖ យល់ល្អកុំមានការផ្សាយពាណិជ្ជកម្មនៅពាក់កណ្ដាល ASMR ឬវីដេអូតន្ត្រី។
* គិតអំពីប្រភេទខ្លឹមសារ។ តើការផ្សាយពាណិជ្ជកម្មដែលដាក់ពីលើវីដេអូ បាំងអេក្រង់ អ្នក មើលរបស់អ្នក ឬខណៈពេលអ្នក កំពុងបង្ហាញជំហានសំខាន់នៅក្នុងវីដេអូ "ធ្វើដោយខ្លួនឯង"? យកចិត្តទុកដាក់ លើរូបរាងវីដេអូនៅក្នុងកម្មវិធីចាក់ដែលមានការផ្សាយពាណិជ្ជកម្ម។
* ការផ្សាយពាណិជ្ជកម្ម ក៏អាចបញ្ចូលនៅចំណុចណាមួយក្នុងអំឡុង អាយុកាល ទាំងមូល របស់វីដេអូផងដែរ។ អ្នកអាចជ្រើសរើសមានការផ្សាយពាណិជ្ជកម្មពីពេលដែលអ្នកបង្ហោះ ឬអ្នកអាចរួមបញ្ចូលការផ្សាយ​ពាណិជ្ជកម្ម​ពីរបីសប្ដាហ៍ ក្រោយពីបានបោះផ្សាយវីដេអូ។ ការធ្វើ បែបនេះអនុញ្ញាត​ឱ្យអ្នកសម្រេចថា​តើអ្នកមើលរបស់អ្នកចំនួន ប៉ុន្មានធ្វើអន្តរកម្មជាមួយការ ផ្សាយ ពាណិជ្ជកម្ម និងការផ្សាយដល់របស់ការ​ផ្សាយ​ពាណិជ្ជកម្ម?

# **២.៥.២ ទម្រង់នៃការផ្សាយពាណិជ្ជកម្មក្នុង YouTube**

តារាងខាងក្រោមនេះ បង្ហាញនូវទម្រង់ការផ្សាយពាណិជ្ជកម្ម ដែលអ្នកនឹងឃើញនៅក្នុង YouTube Studio រួមទាំងការផ្សាយពាណិជ្ជកម្មមុនវីដេអូចាប់ផ្ដើម (“មុន”) អំឡុងពេលវីដេអូលេង (“កណ្ដាល”) ឬក្រោយពេលវីដេអូចប់ (“ក្រោយ”)។

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **ទម្រង់វីដីអូពាណិជ្ជកម្ម** | **ការពណ៌នា** | **ប្រព័ន្ធ** | **សេចក្ដីលម្អិត** |
| **វីដេអូពាណិជ្ជកម្មដែលអាចរំលងបាន** | វីដេអូពាណិជ្ជកម្មដែលអាចរំលងបាន​ អាចឱ្យអ្នកមើលរំលងការផ្សាយពាណិជ្ជកម្មបន្ទាប់ពី 5 វិនាទី។ | កុំព្យូទ័រ ឧបករណ៍ចល័ត ទូរទស្សន៍ និងឧបករណ៍លេងហ្គេម។ | ចាក់នៅក្នុងកម្មវិធីចាក់វីដេអូ(ជម្រើសក្នុងការរំលងបន្ទាប់ពី 5 វិនាទី​) |
| **វីដេអូពាណិជ្ជកម្មដែលមិនអាចរំលងបាន** | ត្រូវតែមើលវីដេអូពាណិជ្ជកម្មដែលមិនអាចរំលងបានមុនពេលអាចមើលវីដេអូ  មួយបាន។ | កុំព្យូទ័រ ឧបករណ៍ចល័ត ទូរទស្សន៍ និងឧបករណ៍លេងហ្គេម។ | ចាក់នៅក្នុងកម្មវិធីចាក់វីដេអូរយៈពេល 15 ឬ 20 វិនាទីអាស្រ័យលើស្ដង់ដារក្នុងតំបន់។ |
| **ពាណិជ្ជកម្មខ្លីៗ** | ការពណ៌នាវីដេអូពាណិជ្ជកម្មខ្លីដែលមិនអាចរំលងបានដែលមានរយៈពេលរហូតដល់ 6 វិនាទីដែលត្រូវតែមើលមុន ពេលមើលវីដេអូមួយ។ ពាណិជ្ជកម្មខ្លីៗ ត្រូវបាន បើកនៅ ពេលបើកពាណិជ្ជកម្ម ដែលអាចរំលងបាន ឬមិនអាចរំលង បាន។ | កុំព្យូទ័រ ឧបករណ៍ ចល័ត ទូរទស្សន៍ និងឧបករណ៍លេងហ្គេម។ | ចាក់នៅក្នុងកម្មវិធីចាក់ វីដេអូ ដែលមានរយៈ ពេលរហូតដល់6 វិនាទី។ |

# **២.៥.៣ការផ្សាយពាណិជ្ជកម្មសម្រាប់គណនីដែលស្ថិតក្រោការគ្រប់គ្រង និងខ្លឹមសារដែលកំណត់ថាបង្កើតឡើងសម្រាប់កុមារ**

ក្រុមហ៊ុន YouTube កំណត់ឪ្យមានដំណើរការផ្សព្វផ្សាយពាណិជ្ជកម្មផ្សេងៗនៅលើខ្លឹមសារវីដីអូ គឺត្រូវ ធ្វើតាមគោលការណ៍ច្បាប់ ដើម្បីអនុលោមការការពារឯកជនភាពនៅលើអ៊ីនធឺណេតរបស់កុមារ និងច្បាប់ ផ្សេងៗ ទៀតសម្រាប់គណនីដែលស្ថិតក្រោការគ្រប់គ្រង និងខ្លឹមសារដែលកំណត់ថា "បង្កើតឡើង សម្រាប់ កុមារ" ។

* ការផ្សាយពាណិជ្ជកម្មតម្រូវតាមបុគ្គល ការផ្សព្វផ្សាយឡើងវិញ និងមុខងារដែលកំណត់ គោលដៅ តម្រូវតាមបុគ្គលផ្សេងទៀតត្រូវហាមឃាត់នៅលើ YouTube ដោយសារ ៖
* គណនី Google ដែលត្រូវបានគ្រប់គ្រងដោយ Family Link សម្រាប់កុមារអាយុក្រោម 13 ឆ្នាំ ឫអាយុស្របក្នុងប្រទេសរបស់អ្នក ហៅថាគណនីដែលស្ថិតក្រោមកាតគ្រប់គ្រង។
* ខ្លឹមសារដែលបានកំណត់ថាបង្កើតឡេីងសម្រាប់កុមារ។
* ការផ្សាយពាណិជ្ជកម្មត្រូវផ្អែកតាមបរិបទអាចត្រូវបានប្រើនៅលើ YouTube សម្រាប់គណនី ដែលស្ថិត ក្រោមការគ្រប់គ្រង និងនៅលើខ្លឹមសារដែលបានកំណត់ថា "បង្កើតឡើង សម្រាប់ កុមារ"។ ​ ការផ្សាយ ពាណិជ្ជកម្មទាំងនេះផ្អែកលើកត្តាដូចជា ៖
* ខ្លឹមសារដែលបានមើលរួច
* ការស្វែងរកថ្មីៗរបស់អ្នកមើល
* ទីតាំងទូទៅរបស់អ្នកមើល (ដូចជាទីក្រុង ឬរដ្ឋ)។

​​​ដូចនេះ ការផ្សាយពាណិជ្ជកម្មត្រូវតែអនុលោមតាមគោលការណ៍ផ្សាយពាណិជ្ជកម្ម លើខ្លឹមសារបង្កើត ឡើងសម្រាប់កុមារ ដើម្បីមានសិទិ្ធបង្ហាញនៅលើ YouTube សម្រាប់គណនីដែលស្ថិតក្រោមការគ្រប់គ្រង និងនៅលើខ្លឹមសារដែល​កំណត់ថា បង្កើតឡើងសម្រាប់កុមារ។

# **២.៥.៤ គោលការណ៍សម្រាប់អ្នកផ្សាយពាណិជ្ជកម្ម**

* ចំពោះគោលការណ៍សម្រាប់អ្នកផ្សាយពាណិជ្ជកម្មនៅលើ YouTube វិញគឺ៖
* អ្នកផ្សាយពាណិជ្ជកម្មអាចមិនដំណើរការ ការផ្សាយពាណិជ្ជកម្មតម្រូវតាមបុគ្គលនៅលើ YouTube សម្រាប់គណនីដែលស្ថិត​ក្រោមការគ្រប់គ្រង ឬខ្លឹមសារដែលត្រូវបានកំណត់ថា បង្កើតឡើងសម្រាប់​កុមារឡើយ។
* ការផ្សាយពាណិជ្ជកម្ម ដែលមានគោលបំណងសម្រាប់កុមារ ឬលើខ្លឹមសារដែល ត្រូវបាន កំណត់ថា "បង្កើតឡើងសម្រាប់កុមារ" ត្រូវតែអនុលោមតាមច្បាប់ និងបទប្បញ្ញត្តិដែល ពាក់ព័ន្ធ ទាំងអស់។
* បន្ថែមពីនេះការផ្សាយពាណិជ្ជកម្មនោះមិនអាច ៖
* មានលក្ខណៈបោកប្រាស់ អយុត្តិធម៌ ឬមិនសមរម្យសម្រាប់ទស្សនិកជនគោលដៅរបស់ខ្លួនឡើយ។
* ប្រើប្រាស់កម្មវិធីតាមដានភាគីទីបី ឬប៉ុនប៉ងប្រមូលព័ត៌មានផ្ទាល់ខ្លួន។
* ចំណែកខាងក្រោមនេះ ជាផលិតផលមួយចំនួនដែលអ្នកផ្សាយពាណិជ្ជកម្មអាចមិនផ្សាយ ពាណិជ្ជកម្ម នៅលើ YouTube សម្រាប់គណនីដែលស្ថិតក្រោមការគ្រប់គ្រង ឬខ្លឹមសារដែលបាន កំណត់ថា បង្កើត ឡើងសម្រាប់កុមារ ៖
* ប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយមិនសមរម្យសម្រាប់កុមារ៖ ប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយ (ភាពយន្ដ កម្មវិធី ទូរទស្សន៍ ។ល។) ដែលរសើបពេលបង្ហាញដល់អ្នកប្រើប្រាស់អាយុក្រោម 13 ឆ្នាំ។
* វីដេអូហ្គេមមិនសមរម្យសម្រាប់កុមារ៖ វីដេអូហ្គេមអេឡិចត្រូនិក និងគ្រឿងដែល ពាក់ព័ន្ធ ដែល អាចចាក់នៅលើឧបករណ៍លេងហ្គេម កុំព្យូទ័រ ឬឧបករណ៍អេឡិចត្រូនិកផ្សេង​ទៀតដូចជា ទូរសព្ទដៃ ឬថេប្លេត ត្រូវបានហាមឃាត់ប្រសិន បើការវាយតម្លៃឧស្សាហកម្មរបស់ហ្គេមនេះ មិន ស័ក្តិសមសម្រាប់ទស្សនិកជនអាយុក្រោម 13 ឆ្នាំទេ។
* ការណាត់ជួប និងទំនាក់ទំនង៖ ការផ្សាយពាណិជ្ជកម្មអំពី គេហទំព័រណាត់ជួបការ ពិគ្រោះ យោបល់អំពីគ្រួសារ និងសេវាកម្មអាពាហ៍ពិពាហ៍ ឬការលែងលះ។
* សម្រស់ និងការសម្រកទម្ងន់៖ ផលិតផលដែលពាក់ព័ន្ធនឹងការថែទាំខ្លួន ផ្នែកខាងក្រៅ ផលិត ផលសម្បទាដែលទាក់ទងនឹងការសម្រកទម្ងន់ របបអាហារ និងអាហារូបត្ថម្ភ។
* អាហារ និងភេសជ្ជៈ៖ ផលិតផលដែលពាក់ព័ន្ធនឹងអាហារ និងភេសជ្ជៈដែលអាចទទួលទានបាន ត្រូវហាមឃាត់មិនថាជាខ្លឹមសារអាហារូបត្ថម្ភក៏ដោយ។
* ផលិតផលខុសច្បាប់ ឬស្ថិតក្រោមការរឹតបន្តឹង៖ ផលិតផលដែលស្ថិតក្រោមការរឹតបន្ដឹង ឬខុសច្បាប់ ក្នុងការផ្សាយពាណិជ្ជកម្មទៅកាន់កុមារ រួមទាំងខ្លឹសារដែលមានការហាមឃាត់ និងខ្លឹមសារដែល មាន ការដាក់កំហិតត្រូវបានហាមឃាត់។ វាក៏រួមបញ្ចូលផលិតផលដែលអាចបង្កហានិភ័យ ដល់សុវត្ថិភាព កុមារផងដែរ។
* ការផ្សាយពាណិជ្ជកម្មអំពីនយោបាយ៖ ពាណិជ្ជកម្មបង់ប្រាក់ អំពីនយោបាយ គ្រប់ប្រភេទ រួមទាំង ព័ត៌មានអំពីបេក្ខជននយោបាយ ឬមុខតំណែងគោលការណ៍របស់ពួកគេ គណបក្សនយោបាយ ការ រៃអង្គាស ឬគណៈកម្មាធិការសកម្មភាពនយោបាយ ឬរបៀបវារៈរបស់ពួកគេ។
* ការផ្សាយពាណិជ្ជកម្មអំពីសាសនា៖ ការផ្សាយពាណិជ្ជកម្មអំពីសាសនាគ្រប់ប្រភេទ ត្រូវបានហាម ឃាត់ ឧ. ការផ្តល់ជូនពាក់ព័ន្ធនឹងសាសនា ជំនឿសាសនា រួមទាំងសាលាសាសនា សៀវភៅសាសនា។ល។
* ការផ្សាយពាណិជ្ជកម្មពាក់ព័ន្ធខ្លឹមសារសម្រាប់មនុស្សពេញវ័យ៖ ខ្លឹមសារផ្លូវភេទ និងមនុស្សពេញ វ័យដែលមានបំណងសម្រាប់ទស្សនិកជនពេញវ័យ និងមិនសមរម្យសម្រាប់ អ្នកប្រើប្រាស់អាយុក្រោម 13 ឆ្នាំ។
* ខ្លឹមសារគ្រោះថ្នាក់៖ ខ្លឹមសារដែលបង្កគ្រោះថ្នាក់ និងមិនសមរម្យសម្រាប់អ្នកប្រើប្រាស់អាយុក្រោម 13 ឆ្នាំ ឬដែលជាទូទៅតម្រូវឱ្យមានការគ្រប់គ្រងពីមនុស្សពេញវ័យ។
* ខ្លឹមសារហិង្សា៖ ខ្លឹមសារស្ដែងៗ និងហិង្សាដែលសម្រាប់ទស្សនិកជនពេញវ័យ និងមិនស័ក្តិសម សម្រាប់អ្នកប្រើប្រាស់អាយុក្រោម 13 ឆ្នាំឡើយ។

# **ការសម្រេចចិត្តអំពីការផ្សព្វផ្សាយលក់តាមរយៈ YouTube**

* យើងដឹងហើយថា ការប្រើប្រាស់ការផ្សព្វផ្សាយលក់គឺដើម្បី ៖
* ផ្សព្វផ្សាយលក់អំពីផលិតផល និងសេវាកម្ម
* បង្កើនតម្រូវកសរជាជម្រើសមូលដ្ឋាន
* បញ្ចុះ(off set) ការផ្សាយរបស់ដៃគូប្រកួតប្រជែង
* បង្កើនការប្រើប្រាស់ផលិតផល
* រំលឹក និងជំរុញ
* បន្ថយភាពប្រែប្រួលឡេីងចុះនៃការលក់។
* ដូចនេះ មុននឹងសម្រេចចិត្តធ្វើការផ្សព្វផ្សាយលក់អំពីផលិតផល ឫសេវាកម្មអ្វីមួយតាមរយៈ​YouTube យើងត្រូវស្វែងយល់ពីជំហានមូលដ្ឋានទាំងបី​ ដូចខាងក្រោម៖

**ជំហានទី១:** កំណត់គោលបំណងផ្សព្វផ្សាយលក់៖ កំណត់ថាតើផលិតផល ឫសេវាកម្មអ្វីដែលអ្នក​នឹងត្រូវដាក់ឪ្យផ្សព្វផ្សាយ​នៅ​​លើខ្លឹមសារនៃវិដេអូតាមរយៈ YouTube ដើម្បីទាក់ទាញអតិថិជន​ឪ្យចាប់​អារម្មណ៍លើការផ្សាយពាណិជ្ជកម្មនោះ កំណត់ឪ្យបានច្បស់លាស់នូវព័ត៌មាននៃផលិតផល ឫមាន​ជាគំរូ​ដើម្បីឪ្យអ្នកដែលជួយផ្សព្វផ្សាយពាណិជ្ជកម្មលើវិដេអូខ្លួន ឫផ្សាយពាណិជ្ជកម្មខាងក្រៅ​កម្មវិធីចាក់វិដេអូ នឹង អាចត្រៀមខ្លួនរួចជាស្រេចក្នុងការផ្សាយបង្ហាញក្នុងវិដេអូ។ ចំណែកអ្នកជួយផ្សាយវិញក៍អាច​ទទួល បានប្រាក់​ចំណេញពីវាផងដែរ។

**ជំហានទី២:** រៀបចំបែងចែកថវិកាសម្រាប់ការផ្សព្វផ្សាយលក់៖ គឺត្រូវតម្រូវងឪ្យបែងចែក ថវិការឪ្យ សមស្របទៅ​នឹងតម្លៃនៃការជួលផ្សាយពាណិជ្ជកម្មលក់អ្វីមួយដល់ អ្នកដែលបានផ្សព្វផ្សាយពាណិជ្ជកម្ម ឪ្យយើង ដោយ​សារ​ការផ្សាយលក់នូវផលិតផលអ្វីមួយនៅលើវិដេអូផ្ទាល់គឺ ពួកគេបានបន្ថែមបន្ថយពាក្យសំដី ជួយនិយាយ សរសេ​ររៀប​រាប់លម្អិតព័ត៌មានផ្សេងៗ ក៍ដូចជាបន្លែមនូវបទចម្រៀងខាងក្រោយវីដេអូនៃ ការផ្សាយក្នុងវិដេអូខ្លួន ដើម្បី​ឪ្យការផ្សាយលក់នោះកាន់តែមានភាពភ្លែក និងមិនធុញទ្រាញ់អ្នកអ្នកទស្សនា វិដេអូរបស់ពួកគេ ដូចនេះ​ត្រូវ​បែង​ចែកថវិការសម្រាប់ការផ្សព្វផ្សាយលក់នោះឪ្យសុីទៅនឹងវិដេអូផ្សាយ។

**ជំហានទី៣:** ការជ្រើសរើសឧបករណ៍ផ្សព្វផ្សាយលក់៖ ដោយយោងទៅប្រធានបទ ឧបករណ៍នៃការ ផ្សព្វផ្សាយ​​លក់គឺជ្រើសយកការលក់ដោយមិនផ្ទាល់តាមរយៈការប្រើប្រព័ន្ធធុីនធឺណេតក្នុង YouTube។ ដោយការ​ផ្សព្វផ្សាយ​លក់មិនផ្ទាល់នេះ គឺមិនចាំបាច់ត្រូវការអ្នកផ្សាយលក់ដែលមានបច្ចេកទេសលក់ ក៍អាច ផ្សាយលក់​ផលិត​ផលតាមរយៈការថតវិដេអូខ្លីប ផ្សារភ្ជាប់ជាមួយមនុស្សសំខាន់ ( VIP Link ) បញ្ចូលសម្លេង បង្ហាញ​ផលិតផល និយាយបង្ហាញពីព្រឹត្តការពិសេសក្នុងអំឡុងបុណ្យជាតិនៃផលិតផលនោះ។ ការផ្សាយ ពាណិជ្ជកម្ម​តាមរយៈ YouTube ទោះបីជាប្រព្រឹត្តទៅមិនផ្ទាល់ តែមានភាពងាយស្រួយ ចំណេញពេលវេលា និងអាច​ផ្សាយលក់ផលិតផលបានគ្រប់ទីកន្លែងតាមរយៈវិដេអូក្នុង YouTube ។

ជំពូកទី៣. សេចក្តីសន្ធិដ្ធាន និងការផ្តល់អនុសាសន៏

សរុបសេចក្ដីមក ការគ្រប់គ្រងការផ្សាយពាណិជ្ជកម្មតាមរយៈ YouTube មិនថាពាណិជ្ជកម្មតូច ឫ ពាណិជ្ជកម្មធំ គឺជាទម្រង់នៃការចំណាយទៅលើការទំនាក់ទំនងព័ត៌មានអំពីអង្គភាព ផលិតផល និងសេវាកម្ម ដោយមិនប្រើមនុស្សផ្ទាល់តាមការបញ្ចូនសារទៅឲ្យអ្នកស្ដាប់ និងអ្នកទស្សនាគោលដៅ។ ម៉្យាងវិញ ទៀត ការផ្សាយពាណិជ្ជកម្មលក់តាមរយៈ YouTube បច្ចុប្បន្នគឺមានភាពទូលំទូលាយខ្លាំង និងងាយស្រួល បំផុតដោយមិនចាំចាច់ត្រូវការអ្នកមានបច្ចេកទេសខាងផ្សាយពាណិជ្ជកម្មក៍អាចប្រព្រឹត្តការផ្សព្វផ្សាយបាន ព្រមទាំងផ្ដល់ប្រាក់កម្រៃដល់អ្នកដែលបានផលិតវិដេអូផ្សាយពាណិជ្ជកម្មទៅដល់ផលិតផល សេវាកម្ម ឫអង្គភាពនោះ។ អ្វីដែលសំខាន់ការផ្សាយពាណិជ្ជកម្មតាម YouTube គឺជាមធ្យោបាយ មួយដែលងាយ ធ្វើឲ្យពាណិជ្ជកម្មរបស់យើងមានការសាយភាយបញ្ចូនដល់អ្នកទស្សនា នៅពេលពួកគេ ទស្សនាវិដេអូណា មួយតាមរយៈ YouTube ហើយវាជាជម្រើសនៃការធ្វើទីផ្សារគោល ដៅដ៏សំខាន់ទាំងទីផ្សារបច្ចុប្បន្ន ទីផ្សារថ្មី។

ដូចនេះយើងត្រូវស្វែងយល់ថាក្នុងការគ្រប់គ្រង់ការផ្សាយពាណិជ្ជកម្មដែល ជាយុទ្ធសាស្រ្តទីផ្សារមួយ ក្នុងចំណោម marketing mix គឺមិនត្រឹមតែផ្ដោតសំខាន់ តែទៅលើ ការផ្សាយ ពាណិជ្ជកម្មតែមួយទេ តែយើងត្រូវកំណត់ឲ្យច្បាស់ពីទីផ្សារគោលដៅ និងយុទ្ធសាស្រ្តម៉ាឃីធីង ត្រូវមានការយកចិត្តទុកដាក់ លើអតិថិជន ដៃគូប្រកួតប្រជែង ព្រមទាំងមានការរៀបចំកម្មវិធីទៅលើការសម្រេចអំពីផលិតផល គិតពី គុណភាពផលិតផល ការកំណត់ថ្លៃ និងការបែងចែក ចុងក្រោយទើបឈាន ដល់ការផ្សព្វផ្សាយ ពាណិជ្ជកម្មមួយដែលមានភាពទាក់ទាញ ប្លែកភ្នែកដល់អតិថិជន និងការផ្សាយលក់ដែលធ្វើឲ្យ អ្នកទស្សនា ចាប់អារម្មណ៍ជក់ចិត្តលើរូបរៀងផលិតផល ពិចារណាចង់បានផលិតផលនោះ។

ជំពូកទី៤. **References**

* <https://en.wikipedia.org/wiki/History_of_YouTube>
* <https://en.m.wikipedia.org/wiki/YouTube>
* <https://www.youtube.com>