



رۆلی په‌یامی فیدیۆی تۆره‌ کۆمه‌لایه‌تییه‌ کان له‌ بازارگه‌ری بازراگنیدا (فه‌یسبوك و ئینستاگرام) به‌نمونه‌

تاژان به‌ختیار محمد^۲

حكیم عوسمان حمید^۱

Tazhan993@gmail.com

hakim.othman@spu.edu.iq

^{۱+۲} به‌شی ته‌کنیکی میدیا، کۆلیژی ته‌کنیکی کارگێری، زانکۆی پۆلیته‌کنیکی سلیمانی، هه‌ریمی کوردستان

پوخته:

ئامانجی سه‌ره‌کی ئەم توێژینه‌وه‌یه‌ زانین و ئاشکراکردنی رۆلی په‌یامی فیدیۆی تۆره‌ کۆمه‌لایه‌تییه‌ کان له‌ بازارگه‌ری بازراگنیدا، هه‌روه‌ها ده‌رخستنی کاریگه‌رییه‌تی بۆ دروستبوونی بپاری کرپن لای خوێندکارانی زانکۆ، هۆکاری هه‌لبژاردنی تۆری کۆمه‌لایه‌تی (فه‌یسبوك و ئینستاگرام) ده‌گه‌ڕێته‌وه‌ بۆ ئەوه‌ی که زیاتر له‌ بوا‌ری بازارگه‌رییدا رۆلیان هه‌بوه‌ و ناسراوترین تۆرن له‌ لای به‌کارهێنهر، توێژینه‌وه‌ که به‌ میتۆدی وه‌سف به‌ رێکاری رۆپۆی ئەنجام دراوه‌، توێژه‌ر پش‌تی به‌ ئامرازی فۆرمی راپرسی به‌ستوه‌ سامپلی توێژینه‌وه‌ که بریتیه‌ له‌ خوێندکارانی به‌شه‌کانی راگه‌یاندن و په‌یوه‌ندییه‌ گشتیه‌کانی زانکۆ حکومه‌یه‌یه‌کانی (سلیمانی، صلاح‌الدین، پۆلیته‌کنیکی سلیمانی، پۆلیته‌کنیکی هه‌ولێر، هه‌له‌بجه‌)، پاشان به‌ پشت به‌ستن به‌ به‌رنامه‌ی ئاماری (SPSS) داتا‌و زانیارییه‌کان شیکراوه‌ته‌وه‌، که له‌ ۲۰۲۳/۸/۲۰ بۆ ۲۰۲۳/۱۰/۱۶ فۆرمی راپرسی بـلاو‌کراوه‌ته‌وه‌، له‌ دیارترین ئەو ده‌رئه‌نجامانه‌ی که توێژه‌ی پێگه‌یشتوه‌، بریتیه‌ له‌وه‌ی که په‌یوه‌ندییه‌کی راسته‌وانه‌ی به‌لگه‌داری هه‌یه‌ له‌ نێوان په‌یامی فیدیۆی تۆره‌ کۆمه‌لایه‌تییه‌ کان و بازارگه‌ری بازراگنیدا به‌ رێژه‌ی (۵۷٪)، پلاتفۆرمی ئینستاگرام زۆرترین به‌کارهێنهری هه‌یه‌ له‌ لای خوێندکارانی زانکۆ له‌چاو پلاتفۆرمه‌کانی دیکه‌دا، زۆرینه‌ی خوێندکارانی زانکۆ به‌ ئاستی‌کی به‌رز ته‌ماشای فیدیۆی تۆره‌ کۆمه‌لایه‌تییه‌ کان ده‌کهن به‌ رێژه‌ی (۵۱،۳۳٪) و له‌ ئاستی‌که‌ به‌رزدا بۆ وه‌رگرتنی زانیاری له‌سه‌ر به‌ره‌م و کالاکان فیدیۆی تۆره‌ کۆمه‌لایه‌تییه‌ کان به‌کارده‌هێنن، کورتی ماوه‌ی به‌ره‌مه‌یه‌نانی فیدیۆ کاریگه‌ری هه‌یه‌ دروست ده‌کات له‌سه‌ر کالاکان به‌ره‌مه‌کان.

کلێله‌ وشه‌: رۆل، په‌یامی فیدیۆی، تۆره‌ کۆمه‌لایه‌تییه‌ کان، بازارگه‌ری بازراگن، فه‌یسبوك، ئینستاگرام.

The Role Of Social Networking Video Messages In Business Marketing (Facebook and Instagram) for example

Hakim Othman Hamid¹ - Tazhan Bakhtiar Muhammed²

^{1,2}Department Of Technical Media, Technical College Of Administration, Sulaimani Polytechnic University, Kurdistan Region

Abstract:

The main objective of this study is to know and reveal the role of video content of social networks in business marketing, as well as showing its impact on the purchase decision among university students. Facebook and Instagram are selected because they are more well-known by users and have impact on business marketing .

In this study, a descriptive method used and relied on survey forms. The research sample consisted of public universities' students (media, and public relations department) of Sulaimani, Salaheddin, Halabja, Sulaimani Polytechnic, and Erbil Polytechnic universities. Empirical results of the study indicate that Instagram platform is mostly used by university' students compare to other platforms. In addition, the majority students watch social networking' videos at a high level (%51,33) to get information about products and goods. Moreover, the short length of video production also has an impact on goods and products .

Key words: Role, Video content, social networks, business marketing, Facebook, Instagram

پێشهکی:

تۆره کۆمه‌لایه‌تییه‌کان له ئه‌نجامی پێشکه‌وتن و گه‌شه‌ی به‌رده‌وامی ئینته‌رنێت و ته‌کنه‌لۆجیا هاتۆته ئاراوه، له ناوه‌راستی نه‌وه‌ده‌کانی سه‌ده‌ی رابردو تۆره کۆمه‌لایه‌تییه‌کان بۆ دروستکردنی په‌یوه‌ندی کۆمه‌لایه‌تی و زانستی و ئابوری و سیاسی و رۆشنییری ... هتد سه‌ریان هه‌لدا، ئه‌م تۆرانه بونه به‌شێک له ژیا‌نی رۆژانه‌ی به‌کارهێنه‌ران، به‌جۆرێک کاریگه‌ری و رۆلی به‌چاوی هه‌یه له‌سه‌ر ژیا‌نی تاکه‌کان چه‌ته‌وه ناو هه‌موو کایه‌کانی ژیا‌ن و له‌سه‌رجه‌م بواره‌کانه‌وه، هه‌ر تاکێک ئاره‌زو مه‌ندانه ده‌توانێت له‌رێگه‌ی لاپه‌ری تایبه‌تی خۆیه‌وه سودمه‌ندبێت له‌ خزمه‌تگوزارییه‌کانی تۆره کۆمه‌لایه‌تییه‌کان. فیدیوی تۆره کۆمه‌لایه‌تییه‌کان وه‌ک رێکارێکی گه‌یاندنی په‌یام رۆژ به‌رۆژ به‌های زیاتر له‌ میدیا جیاوازه‌کاندا ده‌رده‌کات، به‌ هۆی ئه‌و تایبه‌تمه‌ندییه‌ی که هه‌یه‌تی، به‌جۆرێک فیدیۆ خاوه‌نی توانایه‌کی زۆری کۆکردنه‌وه‌ی په‌یامه‌کانه له‌ نێو خۆیدا ئه‌و

تايبەتمەندىيانەي كە لە فېدېۋدا ھەن خۇگونجاندنىكى ۋاي پېبەخشىيۈە لە گەل تۆرە كۆمەلەيتىيەكان كە بېيتە رېكارىكى گىرنگ و بەبەھا لە گەياندىنى پەيامەكان لە رېگەي تۆرە كۆمەلەيتىيەكانەو، يان دەتوانىن بلىين پشكى شىرى گەياندىن و بلاوكردەنەو پەيامەكان لە تۆرە كۆمەلەيتىيەكانەو بەر فېدېۋ كەوتو بەھۆكارى ئاسانى لە گەياندىنى پەيام و پونى لە پەيامەكان و خىرايى لە وەرگىرتىيان لەو تايبەتمەندىيانەن كە بەھاي تايبەتيان داوتە فېدېۋ لە تۆرە كۆمەلەيتىيەكاندا.

زۆربونى بەرھەم و خىزمەتگوزارىيەكان لەروى چۆنايەتى و چەندايەتتىيەو، بازارگەرى كردوئە پېويستىيەكى سەرەكى بۆ كۆمپانىاۋ دامەزراۋەكان بەئامانجى گەيشتن بەزۆرتىن بەكاربەر، لە روانگەي ئابورىيەو تۆرە كۆمەلەيتىيەكان بەھۆي ھەمەچەشنى لە تايبەتمەندى و خىزمەتگوزارىيەكانىيەو رۆلى كاريگەرى ھەيە لە بازارگەريدا، كە پتەوي دەدات بە پەيوەندى نىۋان بەكارھىنەرۈ بەرھەمھىنەر لە ئاستى ناوخۆي و دەرەكىدا بۆ ساغكردەنەو پەيوەندى بەرھەم و كالاۋ شىمەكەكان بە بەكارھىتپاننى فېدېۋى تۆرە كۆمەلەيتىيەكان.

بەم دوايىانە زۆرىنەى كەرتە بازىرگىنىيە كان بۆگەيىشتىيان بە جەماوهرى بە كارىبەر و گۆرپىي رەفتارى تاكه كان و دروستكىردنى برپارى كرىن بۆ كاللاو خىزمەتگوزارىيە كان بەشپوهرىكى فراوان رويان لە تۆرە كۆمەلایەتییە كان كرده، فەيسبوك و ئىنستاگرام وەك دو تۆرى كۆمەلایەتى، لە ئىستادا گەشەيەكى بەرچاويان كرده بەھۆى ئەو تايبەتمەنديانەى ھەيانە وایكردوھ لە تۆرە كۆمەلایەتییە كانى دىكەى جىابكاتەوھ، لەم دوايىانەدا كەرتە بازىرگىنىيە كان و كۆمپانىيان پىشتىيان بەم تۆرانە بەستوھ بۆگەيىشتىيان بە جەماوهر، بۆ ناساندنى بەرھەم كاللاكان، دروستكىردنى برپارى كرىن و ساغكىردنەوھى شىمەك لەلای كرىاران، لەبەر گىرنگى بابەتەكە توئىزەر دەيەوئیت لە رېنگاى ئەم توئىزىنەوھىيەوھ بگات بەوھى كە تاچەند پەيامە قىدىيىيە كانى تۆرە كۆمەلایەتییە كان رۆلى ھەيە لە بازارگەرى بازىرگىندا.

ئەم توڭزىنەۋەيە لە سى باس پىكھاتوھ باسى يەكەمى تايبەتە بەمىتۆدنامەى توڭزىنەۋەكە كە گرنگى توڭزىنەۋەو ئامانجى توڭزىنەۋەو كىشەى توڭزىنەۋەو جوړو رېيازى توڭزىنەۋەو كوۋمەلگەو سامپلى توڭزىنەۋەو لەخوۋدەگرىت، باسى دوھم تايبەتە بە تيۆرى نامەى توڭزىنەۋەكە لەم باسدا باس لە تۆرى كوۋمەلايەتى و بازارگەرى بازارگانى و فيديوى تۆرە كوۋمەلايەتبيەكان، لەكوئايى توڭزىنەۋەكەشدا ئەنجامەكان و راسپاردەو سەرچاۋەكان خراۋنەتەرو.

باسی یه کهم: میتودنامه‌ی توئینه‌وه که:

1. كيشەى توڭزىنەوھ: كيشەى سەرەكى ئەم توڭزىنەوھىيە نارونى ئەو رۆلەيە كە پەيامى فېدېئۆي تۆرە كۆمەلەيتىيەكان لە پرۆسەى بازارگەرى بازارگانىدا دەگىزىت، جگە لەم پرسىارە سەرەكەش چەند پرسىارىكى تىرىش لەبەردەم توڭزەردا كە دەكرىت بە پرسىارى لاوھەكى ناويان بەرىن كە برىتىن لە
- 1- ئايا پەيامى فېدېئۆي تۆرە كۆمەلەيتىيەكان پەيوەندى ھەيە بە بازارگەرى بازارگانىيەوھ؟
 - 2- رادەى بەكارھىنەنى تۆرە كۆمەلەيتىيەكان لای خوڭىندىكاران لە چ ئاستىكدايە؟
 - 3- زانىنى ئاستى پشتبەستنى خوڭىندىكاران بەفېدېئۆي تۆرە كۆمەلەيتىيەكان بۆ دەستكەوتنى زانىارى دەربارەى ئەو بەرھەمانەى نمايشدەكرىن چەندە؟
 - 4- ئايا پەيوەندى ھەيە لە نىوان (شوڭىنى نىشتەجىيەون، بارى دارايى، رەگەز، تەمەن) بە فېدېئۆي تۆرە كۆمەلەيتىيەكان بۆ بازارگەرى بازارگانىدا؟

2. ئامانجی توێژینهوه: ئەم توێژینهوهیه کار بۆ بەدییهێنانی چەندین ئامانج دەکات کە بریتین لە:
- 1- دۆزینەوهی پەيوەندی پەيامی فیدییۆی تۆرە کۆمەڵایەتییهکان بەبازارگەری بازارگانیدا .
 - 2- زانیی رادەى بەکارهێنانی تۆرە کۆمەڵایەتییهکان لای خوێندکاران.
 - 3- زانیی رادەى بەکارهێنانی تۆرە کۆمەڵایەتییهکان لای خوێندکاران بۆ بازارگەری بازارگانى.
 - 4- خستنه‌روى پەيوەندی (شوێنى نیشته‌جێبون، بارى دارايى، رەگەز، تەمەن) بەروۆی پەيامی فیدییۆی تۆرە کۆمەڵایەتییهکان بە بازارگەری بازارگانیدا.
3. جوړ و رېيازی توێژینه‌وه: ئەم توێژینه‌وهیه له‌ روی جوړه‌وه ده‌چيته‌ نيو چيوه‌ی توێژينه‌وه (وه‌صفی) یه‌كان و بۆگه‌يشتن به‌وه‌لامی پرسياړه‌كان و به‌دییه‌يانی ئامانجه‌كانيشی، رېيازی (روپڼوی) به‌کاره‌يناوه‌.
4. کۆمه‌لگه‌و سامپلی توێژينه‌وه: کۆمه‌لی توێژينه‌وه: بریتیه‌ له‌ خوێندکارانی زانکۆکانی هه‌ریمی کوردستانی عیراق سامپلی توێژينه‌وه‌ش: بریتیه‌ له‌خوێندکارانی به‌شه‌کانی میدیا و پەيوەندیه‌ گشتیه‌کان له‌ زانکۆ حکومیه‌یه‌کانی (ز.سلیمانی، ز.سه‌لاحه‌دین، ز.هه‌له‌بجه، ز.پۆلیته‌کنیکی سلیمانی، ز.پۆلیته‌کنیکی هه‌ولێر) به‌سامپلی ناھه‌رمه‌کی مه‌به‌ستدار، وه‌رگرتنی خوێندکارانی به‌شی راگه‌ياندن و پەيوەندی گشتی بۆ ئەوه‌ ده‌گه‌رێته‌وه‌ که‌ بواری توێژينه‌وه‌که‌م بواریکی پسرۆری ورده‌ و خوێندکارانی ئەم دو به‌شه‌ زیاتر له‌ به‌شه‌کانی دیکه‌ شاره‌زایی و ئاشنايه‌تیا ن له‌سه‌ری هه‌یه‌ و پەيوەندیدارن به‌بابه‌تی توێژينه‌وه‌که‌.
5. راستی رواله‌تی و جیگیري: توێژەر بۆ هه‌له‌سه‌نگاندنی راستی فۆرمی راپرسی، راستی رواله‌تی به‌کاره‌يناوه‌، پاش گه‌له‌کردنی فۆرمی راپرسی بۆ گه‌يشتن به‌ پيوه‌ره‌که‌ پشتی به‌ (7) پسرۆری ئەکادیمی له‌بواری راگه‌ياندن به‌ستوه‌، به‌مه‌به‌ستی هه‌له‌سه‌نگاندن و تۆمارکردنی تيبينيه‌یه‌کان، له‌سه‌ر بنه‌مای که‌ هاوکيشه‌ی راستی رواله‌ت = (برگه‌راسته‌کان/ کۆی برگه‌کان $\times 100$ = ئەنجامی راستی رواله‌تی) واته‌. $(74.54 = 100 \times 55/41)$ ئەمه‌ش ئاماژه‌یه‌ به‌ دروستی ئامرازی توێژينه‌وه‌که‌.
- جیگیري: به‌مه‌به‌ستی دلبابون له‌ راده‌ی جیگیري فۆرمی راپرسیه‌که‌، توێژەر پيوه‌ری (کرونباخ الفا) ی به‌کاره‌يناوه‌ به‌شیوه‌یه‌کی گشتی به‌های جیگیري ده‌کاته‌ (0.885) که‌ به‌هایه‌کی باشی زانستی ده‌رده‌خات، به‌رزى پله‌ی پيوانه‌ی جیگیري ده‌رده‌خات.

خشته‌ی ۱ راستی و رواله‌تی بۆ برگه‌کان به‌پێی پای پسرۆران

ژماره‌ی برگه‌کان	رای پسرۆر و شاره‌زایان		رێژه‌ی سه‌دی
55	په‌سه‌ندکراو	په‌سه‌ندنه‌کراو	100
کۆی گشتی	41	14	
	74.54	25.45	

6. گریمانهی توژینهوه که:

گریمانهی یه کهم: په یوه نډی نیوان په یامی فیدیوی تۆره کۆمه لایه تییه کان و بازارگه ری بازرگانی

په یوه نډی کی راسته وانهی به هیزی ئاماری به لگه داری هه یه له نیوان (په یامی فیدیوی تۆره کۆمه لایه تییه کان و بازارگه ری بازرگانی) که به ها که ی ده کات (0.755) که ئه مه ش ئه وه ده گه یه نیت که په یوه نډی کی ئاماری راسته وانهی به هیزیان هه یه له نیوان (په یامی فیدیوی تۆره کۆمه لایه تییه کان و بازارگه ری بازرگانی) هه ره وه ها په یوه نډی کی به لگه داره له بهر ئه وه ی (ئاستی به لگه داری -P-value) بچو کتره له به های (0.05), که واته قبولی گریمانهی (H_1) ده که یه و ره فزی گریمانهی (H_0) ده که یه

خشته ی ۲ په یوه نډی نیوان به کاره یانی تۆره کۆمه لایه تییه کان و بازارگه ری بازرگانی ده خاته رو

په یامی فیدیوی تۆره کۆمه لایه تییه کان		کۆپاوه کان	
په یوه نډی (الرتباط)	ئاستی به لگه داری (الدالة الاحصائية) (P-value)		
0.755	0.000	0.05 >	بازارگه ری بازرگانی

H_0: په یوه نډی ئاماژهی ئاماری نیه له نیوان په یامی فیدیوی تۆره کۆمه لایه تییه کان و بازارسازى بازرگانی

H_1: په یوه نډی ئاماژهی ئاماری هه یه له نیوان په یامی فیدیوی تۆره کۆمه لایه تییه کان و بازارسازى بازرگانی

گریمانهی دوهم: رۆلی په یامی فیدیوی تۆره کۆمه لایه تییه کان له بازارگه ری بازرگانی

له رڼگه ی مۆدیلی (Regression Model) به گوێره ی به های تاقیکردنه وه ی ف (ANOVA Table -F-Test): رونی ده کاته وه ئه م داتایه گونجاوه بۆ مۆدیلی (Regression Model) چونکه ئاستی به لگه داری (Sig.) بچو کتره له ئاستی به لگه داری (مستوى المعنوي) ی (0.05).

به گوێره ی تاقیکردنه وه ی (تاقیکردنه وه ی ت) بۆ (په یامی فیدیوی تۆره کۆمه لایه تییه کان) ده کاته (19.874) هه ره وه ها به های ئاستی به لگه داری (0.000) ده رده که ویت (په یامی فیدیوی تۆره کۆمه لایه تییه کان) (رۆلیان هه یه له سه ر) (بازارگه ری بازرگانی) له بهر ئه وه ی ئاستی به لگه داری (Sig.) بچو کتره له (0.05), که واته قبولی گریمانهی (H_1) ده که یه و ره فزی گریمانهی (H_0) ده که یه.

هه ره وه ها به گوێره ی به های (معامل التحديد R2-) که ده کاته (0.57) واته به رڼژه ی (57.0%) ئاستی (په یامی فیدیوی تۆره کۆمه لایه تییه کان) (رۆلیان هه یه له سه ر) (بازارگه ری بازرگانی), به واته یه کتر (په یامی فیدیوی تۆره کۆمه لایه تییه کان) به رڼژه ی (57.0%) ره نگدانه یان هه یه له سه ر (بازارگه ری بازرگانی)

خشتهی ۳ رۆلی په‌یامی فیدیۆی تۆره‌ کۆمه‌لایه‌تییه‌کان له‌ بازارگه‌ری بازراگانیدا ده‌خاته‌رو

ANOVA Table (F-test)		معامل التحدید	ئاستی به‌لگه‌داری	تاقیکردنه‌وه‌ی ت	المعلعات B	نموذج Model
به‌های تاقیکردنه‌وه‌ی ف	درجه الحریه					
قیمه‌ F	D.F	R ²	(الداله) Sig.	(اختبار) T-test		
394.987	1	0.57	0.000	7.410	0.964	جیگیر (ثابت)
Sig. (الداله)	0.000		0.000	19.874	0.722	په‌یامی فیدیۆی تۆره‌ کۆمه‌لایه‌تییه‌کان

H₀ : په‌یامی فیدیۆی تۆره‌ کۆمه‌لایه‌تییه‌کان رۆلیان نییه‌ له‌سه‌ر بازارگه‌ری بازراگانیدا

H₁ : په‌یامی فیدیۆی تۆره‌ کۆمه‌لایه‌تییه‌کان رۆلیان هه‌یه‌ له‌سه‌ر بازارگه‌ری بازراگانیدا

7. دیاریکردنی چه‌مکه‌کانی توێژینه‌وه‌:

رۆل: مه‌به‌ست له‌و رۆله‌یه‌ که‌ په‌یامه‌ فیدیۆیه‌کان له‌ رێگه‌ی تۆره‌ کۆمه‌لایه‌تییه‌کانه‌وه‌ ده‌یگیریت له‌ بواری بازارگه‌ری و بازراگانیدا .

په‌یامی فیدیۆی: مه‌به‌ست له‌و فیدیۆیانه‌یه‌ که‌ له‌ رێگه‌ی تۆره‌ کۆمه‌لایه‌تییه‌کانه‌وه‌ ب‌لاوده‌کرینه‌وه‌ زیاتر مه‌به‌ستی ناساندنی براندىک یان شمه‌ک و کالایه‌که‌ بۆ به‌کاربه‌ران.

تۆره‌ کۆمه‌لایه‌تییه‌کان: مه‌به‌ست له‌ سه‌رجه‌م تۆره‌ کۆمه‌لایه‌تییه‌کانه‌ وه‌ک (فه‌یسبوک، ئینستگرام، تیکتۆک، تویته‌ر، سنایچات...هتد) به‌کاره‌ینه‌ر له‌ رێگه‌ی مۆبایلی زیره‌ک یان لاپتۆپه‌وه‌ به‌کاریده‌هێنیت، له‌ رێگه‌یه‌وه‌ سود له‌ خزمه‌تگوزارییه‌کانی وه‌رده‌گیریت، لێره‌دا مه‌به‌ستی سودوهرگرتن له‌ تۆره‌ کۆمه‌لایه‌تییه‌کان ناساندن و کرینی کالایه‌ک ده‌گرێته‌وه‌.

بازارگه‌ری بازراگانی: بریتییه‌ له‌و جموجۆل و بازراکردنه‌ی که‌ له‌لایه‌ن تاك و کۆمه‌له‌وه‌ ده‌کریت له‌ رێگه‌ی تۆره‌ کۆمه‌لایه‌تییه‌کانه‌وه‌ هه‌ر پێداویسته‌یه‌ک یان ئه‌و شته‌ی ئه‌یانه‌وی به‌ده‌سته‌یده‌هێن.

باسی دوهم: لایه تی تیوری توژیینه وه که:

یه کهم: تۆره کۆمه لایه تییه کان

2- تۆره کۆمه لایه تییه کان:

تۆره کۆمه لایه تییه کان به سه رجهم ئهو تۆره جالجالۆکه بیانه دهوتریت، که کۆمه ل و گروپه جیاوازه کان له خۆده گریت، که تایبه تمه ندییه کان دهسته به رکراوه بۆ تاک، بۆ په یوه ندی کردن و ئالوگۆری زانیاری له نیوان به کاره یینه رانییه وه ئه مه ش بۆخوی ده بیته پانتاییه ک بۆ ده برین و راده برین و نوسی نی نامه و دانانی وینه و فیدیۆ... هتد" (فرید، 2016، 30). هه ردو توژی ره بۆید و ئیلیسۆن به م شیویه پیناسه ی تۆره کۆمه لایه تییه کان ده خه نه رو، بریتییه له و پلاتفۆرمانه ی که خزمه تگوزاریه کان له نیو تۆری ئینته رنیدا فه راهه مده کات بۆ تاک هه رلی ره شه وه ده رفه ت ده ره خسی نی ت بۆ تاک بۆ گه شه پیدان و به رفراوانکردنی په یوه ندییه کانیا ن له چوارچیه ی ئه م تۆره دا، هه ر له م په وه تاک ده توانیت لیستی هاورتییه تی پیکه وه بنیت و ئهو که سانه ی که ده یه ویت بکات به هاورپی خوی و په یوه ندی هاورتییه تی دروست بکات و ئالوگۆری زانیارییه کان بکات. (Boyd & Ellison, 2013, 10)

بۆیه ده کریت بو تریت، کۆمه لیک تۆری کۆمه لایه تین له سه ر ئینته رنیت، که ناسراوه به دیجیتا ل پلاتفۆرمی کۆمه لایه تی هه ر له رینگه ی ئه م پلاتفۆرمانه وه ده رفه تیک بۆ باش ده ره خسی ت بۆ تاک بۆ ئالوگۆرکردنی زانیاری و بیرو را، فۆتۆ و فیدیۆ و ده نگ، له رینگه ی ئه م خزمه تگوزاریانه وه په یوه ندییه کان دروست ده کرتین و په ره یان پێ ده دریت، کارلیک له نیوان به کاره یینه ران دروست ده بیت، هاوکاتیش ژینگه یه کی کۆمه لایه تی فه راهه مده بیت بۆ تاک و کۆمه ل.

2- پۆلینکردنی تۆره کۆمه لایه تییه کان

پۆلینی تۆره کۆمه لایه تییه کان به پێی سروشت و بواری به کاره ینان:

1- تۆره کان په یوه ندی کۆمه لایه تی: Social Network

به به ناو باگترین تۆره ی کۆمه لایه تی داده نریت، به کاره یینه رانی ئه م تۆرانه ده توانن له رینگه ی دروستکردنی هه ژماری تایبه تییه وه (Profile) ببن به ئه ندام له تۆرکی به رفراوانی جیهانی، به شیویه کی گشتی ئه م تۆرانه به کار ده یه ترین به مه به ستی په یوه ندیکردنی کۆمه لایه تی، سیاسی و ئابوری، جگه له بواره کۆمه لایه تییه که ده کریت ئه م تۆره بۆ مه به ستی بازرگانی و دروستکردنی په یوه ندی له گه ل کپاردا به کار به یتریت، تۆری کۆمه لایه تی فه یسبوک نمونه ی ئه م تۆره یه. (تاله بانی و ریشاوی، 2020، 141).

2- تۆره کان وینه Picture/Photo network

یه کیکی تره که له سه ر ئاستی جیهان به کاره یینه ری به رچاوی هه یه و به شیویه که دیزاین کراوه بۆ بلا وکردنه وه ی فۆتۆ و وینه و کورته فیدیۆ و سکۆر و نامه ی تیکست، دیارترینی ئه م تۆرانه بریتین له (Snapchat - Instagram) هاوکاتیش به کاره یینه رانی ئه م تۆره ده توانن کورته فیدیۆ و ژیا نی رۆژانه ی خویان په خشبکه ن و هاوبه شی به من له گه ل هاورپیکانیاندا. (Teves, 2022)

3- ژوره کانی چات: پێگهیه که به تهواوی تهرخانکراوه بۆ چاتکردن و قسه کردن، بریتین له ویب سایت، ژوری گفتوگۆ وهك ژورپکی مهجازی کارده کات، که کۆمه لایه که س نامه ده نێرن که کهسانی دیکه ده توانن له چرکهیه کدا بیخویننه وه، نه گهر تاکه سهردانکه رانی ژوری گفتوگۆ که بیان ههویت به شیوهیه کی تایبته قسه بکهن، ده توانن بچنه ژورپکی گفتوگۆی تایبه ته وه، که رینگه به دو کهس یان زیاتر ده دات به شیوهیه کی تایبته نامه بۆ یه کتر بنێرن (Day, 2021)، (java flash, Mirc, Shout boxes)

نمونه ی به ریلوترین تۆره کۆمه لایه تییه کان

1- فهیسبوک: یه کیکه له و تۆرانه ی که بۆ په یوه ندی کردنی کۆمه لایه تی به کار ده هی نریت، رینگه به به کاره ی نه ران ده دات که ناویان تۆمار بکهن بۆ دانانی پرۆفایلی بێ به رامبه ر، له 2004/2/4 لایه ن مارک زوکه ریپرگ و هاو پۆله کانییه وه له زانکۆی هارفارد دروستکرا وهك پرۆژه یه کی خۆ ئیندکاری به مه به سته ی په یوه ندی کردن له گه ل یه کتر و کات به سه ربهردن، بۆ دروستکردنی په یوه ندی له گه ل هاو پێیان به شیوه ی ئۆنلاین، رینگه به به کاره ی نه ران ده دات و یتنه، فیدیۆ، بابته و بۆچونی خۆیان هاو به ش (gcfglobal, 2023)

2- ئینستاگرام: به یه کیک له تۆره کۆمه لایه تییه ی ب به رانه ره کان داده نریت که له رینگه یه وه به کاره ی نه ر ده توانیت فۆتۆو فیدیۆ و تیکست په خش بکات و ههروه ها فیدیۆ لایف ئەمهش له رینگه ی دابه زانندی ئەپی ئینستاگرام له سه ر هه ردو سیسته می Android , ios هه، ئەم تۆره به یه که م تۆری کۆمه لایه تی داده نریت له لایه ن (کیفن سستروم (مایک کریگه ر) گه شه ی پێدراوه (رورز، 2017، 221-225).

3- یوتیوب: پلاتفۆرم یکی بێ به رانه ره بۆ به کاره ی نه ر خزمه تگوزاریه کانی ئەم پلاتفۆرمه زیاتر خۆی له له خزمه تگوزاری فیدیۆی ده بینیت هه که له رینگه یه وه به کاره ی نه ر ده توانیت راسته وخۆ سود له و خزمه تگوزاریه ده بینیت، به کاره ی نه رانی ئەم تۆره ده توانن خزمه تگوزاریه فیدیۆیه کانی ئەم تۆره به شیوه یه کی به رچاو له سه ر پلاتفۆرمه کانی تری تۆره کۆمه لایه تییه کان پۆستی ده که ن (عفیفی، 2015، 177)

4- سنایچات: یه کیک تر له و پلاتفۆرمه دیجیتا لایه نه ی که زۆرتین به کاره ی نه ری هه یه به تایبه تمه ندییه باوه کانی مه لئی میدیای ناسراوه له نیو به کاره ی نه راندا، ئەم پلاتفۆرمه ئەمه ریکیه راسته وخۆ به کاره ی نه رانی ده توانن له سه ر هه ردو سیسته می android و iOS وهك ئەپێک (application) app خزمه تگوزاریه کانی خۆی له مه سچ و کورته نامه و ویتنه و کورته فیدیۆیدا ده بینیت هه که به شیوه یه کی راسته وخۆ په وانه ی به کاره ی نه رانی تری ده کات. (Axis, 2018, 3)

دوه م: بازارگه ری باز رگانی:

بازارگه ری ئەلیکترۆنی بریتیه له هه مو چالاکیه کانی باز رگانی که له لایه ن بز نسێکه وه به شیوه ی ئۆنلاین به به کاره ی نه رانی ئامپریکی ئەلیکترۆنی یان ئینته رنیت ئەنجام ده دریت، له م چوارچێوه یه دا، بز نسێک میدیا و ته که نه لۆژیای مۆدێرن به کار ده هی نیت بۆ راکیشانی کپیری نوێ و هی شته وه ی کپیری ئیستا و دروستکردنی براند، زۆر ئامرازی ئۆنلاین هه یه که بز نسێک ده توانیت بۆ بازارگه ری ئەلیکترۆنی به کاری به ی نیت به پشت به ستن به ئامانجه کان. (indeed, 2023)

1- چه مک و پیناسه ی بازارگه ری:

چه مکێ بازارگه ری ئەو چه مکیه له باره ی بازاره وه توێژینه وه ده کات له رینگه ی زانیاری و ئاماره وه له سه ر به ره هه م و به کاری به ر (حه مه سعید، 2020، 18)

کۆمهلهی بازارگهري ئهمهريکي پیناسهی بازارگهري دهکات "بریتیه له ئهجامدانی کۆمهلیک چالاکی، که کۆمپانیایهک ئهجامی دهکات بۆ بهرهوپیشردنی کرین یان فرۆشتنی بهرههمیک یان خزمهتگوزارییهک پهیههندیکردن، گهیاندن و ئالوگۆرکردنی ئۆفهرهکان که بههیاان ههیه بۆ کریان" (AMA, 2017)

2- پیکهاتهی بازارگهري:

1- بهرههم (Product): مه بهست لهو که لهپهل و خزمهتگوزاریانهیه که له لایهن کۆمپانیای وریکخراوه کانهوه پيشکesh دهکریت. (Hussney, 2022, 68)

2- نرخ (Price) واته نرخي بهرههمه که یان خزمهتگوزارییه که چهنده؟ ئه و نرخه دهبیئت رهنگدانهوهی نرخي ههستپیکراوی به کاربه ربیئت بۆ بهرههمه که. (corporatefinanceinstitute, 2020)

3- بهرودان (Promotion): بریتیه له بریارهکانی پهیههست به ریکلام، هیزی فرۆشتن، به بازارکردنی راستهوخو، پهیههندییه گشتیهکان، بودجهی ریکلام و هتد. (cyberclick, 2023)

4- شوین (Place): توخمیکي سه رهکی بازارکردنه، بریتیه له ههلبژاردنی ئه و شویتیهی که بریاره بهرههمهکانی تیدا بهخزیه بهردهست بۆ فرۆشتن. (مرزقلال، 2010، 23)

3- بازارگهري فهیسبوك و ئینستاگرام:

بازارگهري فهیسبوك: فهیسبوك سودی گرنگی بۆ بازارسازی فهراهه مکرده، به تایبته له سه ر پلاتفۆرمه دیجیتالیهکان ئهمهش بههوی بهرزبونهوهی ئاستی تایبهتمهندی بینین لهشیوهو فۆرمی وینهو فیدیو و کورته فیدیوی سه رنجراکیش که وادهکات سه رنجی به کاربه ره لای بهرههمهکان رابکیشیت، بێگومان فهیسبوك له بنهچهدا له سه ر بنهمای دروستکردنی پهیههندی بنیات نراوه بۆیه بازارساز پهناي بردوته بهر ئهم ئامرازه ئهم ریکگهیه بۆ گهیشتن به به کارهینهر بێگومان ئهم پهیههندییهش پهیههندییهکی ئالوگۆره له نیوان بازارساز و به کاربه ردا بۆیه پلاتفۆرمهکان سه کۆیهکی گرنگ و پرپایهخه بۆ بازاریکردن و بهشیوهیهکی بهرچاو له گه ل گه شهی تهکنهلوژیدا گه شهی کردوه ههر بۆیه تۆره کۆمه لایه تییه جوربه جورهکان بۆ بازرگانان و بازارسازان هۆکاریکی گرنگه بۆ چالاکییه بازرگانییهکان (Groothuis, 2020, 2561)

بازارگهري ئینستاگرام: بریتیه له به کارهینانی ناوه رۆکی دیجیتالی کهخوی لهوینه و فیدیوی کورت دهبینتهوه که له سه ر ئهم پلاتفۆرمه بهشیوهیهکی بهرچاو باردهکریت بهمه بهستی فرۆشتنی بهرههم و نمایشی خزمهتگوزارییهکان له بارهی براندیکي دیارکراوه، ههروهها کۆمپانیای بازرگانییهکان وهک پلاتفۆرمیک بۆ کهمپینی بانگه شه کردنی بازرگانی به کاریده هیئن ئهمهش یارمه تیده ریکي باشه بۆ گه یاندنی وردترین و زۆرترین زانیاری پتویست به به کارهینهران. (Warner, 2020, 9)

باسی سییه م: فیدیوی تۆره کۆمه لایه تییهکان

1- فیدیوی تۆره کۆمه لایه تییهکان: فیدیوییهکی کۆمه لایه تی بۆ پلاتفۆرمه کۆمه لایه تییهکان دروستکراوه، واته فیدیۆکه بۆ بینینی ویب و مۆبایل کراوه و به تایبه تی بۆ ئه و پلاتفۆرمه گونجاوه که تیایدا بلاوده کریتهوه، مه بهستی لی ئه و فیدیویانه دهگریتهوه که تایبته به کۆمه لایه تییهکان دروستکراون، تهنها ریکلامیکي تهله فزیونی نییه که له فهیسبوكدا دابه زیت. واته فیدیۆکه بۆ بینینی ویب و مۆبایل باشتتر کراوه و به تایبه تی بۆ ئه و پلاتفۆرمه گونجاوه که شوینی ئه وان دهگریتهوه. (Multisitlta, Ostman, 2012, 53-72)

2- **فیدىۋى راسىتەوخۇ:** شىۋازىكى دىكەى فیدىۋىيە كە بوۋتە مىكانىزىمىكى زۆر بەھىز بۇ پەيداكردى ناۋبانگ و دەرىپىن، فلۇگ و رېنىماي چۆنىتى و زنجىرە كۆمىدى و زۆر شتى تر رۆژانە لە پلاتفۆرمەكانى يوتىوب و فەيسبوك و ئىنستىگرام بىلەن كرىتەۋە، فیدىۋى راسىتەوخۇ رېگەت پىدەدات دەستبەجى دەستبەگت بە ھەردو رۇداۋەكانى سەيركردن و پەخشكردن لەۋ ساتەدا كە رۇدەدەن، جا بۇ رۇداۋىكى ۋەرزىشى بىت يان ھەۋال، پەخشى راسىتەوخۇ سەكۆيەكى خىرا دەبەخشىت بۇ ئەنجامدانى ھەمو رۇداۋەكان، زۆرئىك لە بىزنسەكان فیدىۋى راسىتەوخۇش بەكاردەھىن، بەھۋى ژمارەى ئەۋكەسانەى كە دەتوانىت لە ماۋەيەكى كورتدا بىگاتە دەستى و لەبەر ئەۋەى لايف سىرىمەكە سەيف دەكرىت، لە كاتەكانى دواترىشدا دەتوانىت بىبىنىتەۋە. (edu. gcfglobal, 2023)

3- گرنگى فیدىۋى تۆرە كۆمەلەيەتتەكان بۇ بازارگەرى

تۆرە كۆمەلەيەتتەكان بەردەۋام لە گۆرانە و فیدىۋىش رۆلى بەرچاۋى ھەيە لەم گۆرانكارىيەدا، لە چەند سالى رابردودا فیدىۋى بە باشتىن ناۋەرۆكى تۆرە كۆمەلەيەتتەكان دانراۋە بە بەراۋرد بە ۋىتە و تىكىست، لە لايەكەۋە يارمەتى بە كارھىنەران دەدات تىگەيشتن لەبارەى بەرھەم و خىزمەتگوزارىيەكانى براند بەدەستبەھىن، لە لايەكى ترەۋە يارمەتى بازارگەنەكان دەدات گەشە بە ئەكانتە كۆمەلەيەتتەكانىان بەدەن و فۆلۋەرەكانىان گەشەپىدەن و فرۆشتەكانىان بەرزىكەنەۋە، ھەروەھا فیدىۋىكان بەشدارى كۆمەلەيەتى زىادەكەن، چونكە متمانە و پەيۋەندى لە نيۋان براندەكان و كرىپارەكاندا دروست دەكەن، دىسۆزى براندەكان پەرىپىدەدەن، دروستكردى لىدەر باشتەر دەكەن و گىفتوگۇ پەيۋەندىدارەكان ھاندەدەن. بۇ ئەۋەى يارمەتى بدات لە دروستكردى فیدىۋى سەرسورھىنەرى تۆرە كۆمەلەيەتتەكان (eclincher, 2023)

سەرھەلدانى فیدىۋى بازارگەرى يەكئىك بوۋ لە گۆرانكارىيە ھەرە بەرچاۋەكان، لەم سالىنەى دوايىدا ناۋەرۆكى فیدىۋى بوۋتە ئامرازىكى سەرەكى بۇ بازارگەنەكان بۇ پەيۋەندىكردن لەگەل بە كارھىنەران و ھاندانى بەشدارىكردن. بەيى راپرسىيەكى كۆمپانىي Wyzowl، 85% ى بىزنسەكان فیدىۋى ۋەك ئامرازىكى بازارگەنى بەكاردەھىن، 99% ى ئەۋانەى بەكارىدەھىن پلانىان ھەيە لە داھاتودا بەردەۋام بن (Vasisht, 2023)

باسى چۈارەم: لايەنى مەيدانى توۋىنەۋەكە

تەۋەرى يەكەم: زانىارىيە دىموگرافىيەكان

خىستەى ۴ دابەشېۋى سامپلى توۋىنەۋەكە بەيى زانىارىيە دىموگرافىيەكان دەخاتەرو

زانىارىيە دىموگرافىيەكان	بىرگە	دوبارە بونەۋەكان	%	پىزىبەندى
پەگەز	نېر	180	60.0	1
	مى	120	40.0	2
تەمەن	18-19 سالى	7	2.3	4
	20-21 سالى	84	28.0	3

زانیارییه دیموگرافییه کان	برگه	دوباره بونهوه کان	%	پزیه نندی
شوئنی نیشته جیپون	22-23 سال	107	35.7	1
	23-24 سال	102	34.0	2
	سلیمانی	121	40.3	1
	ههولیر	108	36.0	2
	که رکوک	10	3.3	4
	دهۆک	5	1.7	5
	ههله بجه	48	16.0	3
وی ئه و زانکۆیه ی کاری تیا ده که پیت	سلیمانی	96	32.0	1
	سه لاجه دین	56	18.7	3
	ههله بجه	43	14.3	5
	پۆله تکنیکی سلیمانی	44	14.7	4
	پۆله ته کنیکی ههولیر	61	20.3	2
	قوناغی دوهم	103	34.3	2
قوناغی خوئیندن	قوناغی سییه م	152	50.7	1
	قوناغی جواره م	45	15	3
	قوناغی دوهم	103	34.3	2
باری دارایی	زور خراپ	2	0.7	5
	خراب	8	2.7	4
	مامناوه ند	123	41.0	2
	باش	140	46.6	1
	زور باش	27	9.0	3
کۆی گشتی		300	100.0	

به پێی ئەنجامه کان ره گه زی نیر له پله یی که مدایه، هه رچه نده رێژه که جیاوازییه کی زوری نییه رهنگه بگه رێته وه بۆ ئه وه ی ژماره ی خوئیندکارانی ره گه زی نیر زۆرترییت، به رزترین ئاستی ته مه ن بریتییه له نیوان (22-23) سال به پله ی رهنگه بگه رێته وه بۆ ئه وه ی ئه و ته مه نه زیاتر پشت به تۆره کۆمه لایه تییه کان به ستن یاخود زۆرییه ی ته مه نی 22-23 سال له زانکۆ بن، ته مه نی 18-19 سال که مترین رێژه یه چونکه قوناغی یه که می خوئیندن وه رنه گیراوه.

زانکۆی سلیمانی لەبەر زرتین ئاستدایە بە پێژەی (32.0%)، ھەروەھا نزمترین ئاست لە زانکۆی ھەلەبجەییە و بە پێژەی (14.3%) لێرەو ھەوێمان بۆ دەردەکەوێت بەرتوێژانی زانکۆی سلیمانی بەرکەوتەیان زیاترە بۆ تۆرە کۆمەڵایەتیەکان، خۆتەندکارانی زانکۆی سلیمانی بەرپێژەییەکی زیاتر بەدەم پێکەندەوێکی فۆرمەکەوێت ھاتون.

له پله یی که مداقونای سییم بهرته (50.7%) زوترین رته بهرتوتی توتینه وه که مانه، له ته نجامه وه ده گهین به وهی که قونای سییم زوتینه بهرتوتی توتینه وه که مانه، به ووی ته وهی ژماره یی کی زوتر خوتندکار له و قوناه دان له چا و قوناه کانی تردا، یان رنکه خوتندکاری قوناه که زیاتر هاوکاری توتینه وه که مانه وه بون له پرکرنه وهی فورمه کان.

به گوێرهی ئەوهی ئاستی دارایی کاریگه‌ری هه‌یه به‌سه‌ر بیرک‌دنه‌وه‌و بریاری ک‌رین و هه‌ل‌سوک‌ه‌وت و هه‌ل‌ب‌ژاردنی شمه‌ك و ک‌الاکان، ئەنجامه‌کان ده‌ریده‌خات که ئەو که‌سانه‌ی ئاستی داراییان باشه له پله‌ی یه‌که‌مدان به‌ ر‌ێژه‌ی (46.6%) واته زۆرینه‌ی به‌کاره‌ێنه‌ری تۆره‌ کۆمه‌لایه‌تییه‌کان له چینی باش و مامناوه‌ندن، ئەمه‌ش ده‌رئه‌نجامی ک‌ی سروشتیه‌ باری دارایی و ماددی ر‌ۆل ده‌بینێت له به‌کاره‌ێنانی تۆره‌کانی کۆمه‌لایه‌تیدا باری دارایی یه‌که‌که‌ له زانیاریه‌ گ‌شتیه‌کان که یارمه‌تی توێژه‌ر ده‌دات بۆ ده‌ستکه‌وتنی زانیاری، به‌گوێره‌ی ئەوه‌ی ئاستی دارایی کاریگه‌ری هه‌یه به‌سه‌ر بیرک‌دنه‌وه‌و بریاری ک‌رین و هه‌ل‌سوک‌ه‌وت و هه‌ل‌ب‌ژاردنی شمه‌ك و ک‌الاکان.

تهوهري دوهم: ئاستى سود وەرگرتن له خزمهتگوزارىيه كانى تۆره كۆمهلايه تيبه كان

خشته‌ی ۵ ناستی سود وه‌رگرتن له خزمه‌تگوزارییه‌کانی تۆره‌کۆمه‌لایه‌تیه‌کان ده‌خاته‌رو

ئەنجام	گرنىگى رېژىمى	لادانى پىئوانەنى	ناوەندە ژمارەنى	ھەمىشە	زۆرچار	كەمچار	بىرگە كان
				ژ	ژ	ژ	
Results	RI	S. D	Mean	%	%	%	
زۆرچار	66.70	0.69	2.001	72	157	71	بۇ ۋەزگىرتى ھەۋال ۋ زانىيارى
				24	52.33	23.67	
زۆرچار	60.00	0.76	1.8	62	117	121	بۇ دروستكىردنى پەيوەندى نوئ
				20.67	39	40.33	
زۆرچار	64.33	0.78	1.93	80	118	102	بۇ فېرىبونى زمان
				26.67	39.33	34	
زۆرچار	70.00	0.76	2.1	103	125	72	بۇ كاتىبەسەرىردن
				34.33	41.67	24	

ئەنجام	گرنگى رېژەپى	لادانى پېوانەى	ناوەندە ژمارەپى	ھەمىشە	زۆرچار	كەمجار	بىرگە كان
				ژ	ژ	ژ	
				%	%	%	
Results	RI	S. D	Mean				
زۆرچار	72.00	0.69	2.16	100	148	52	بۇ مەبەستى بازارپىكىردن وكرپىنى پىتداويسىتىيە كانم
				33.33	49.33	17.33	
زۆرچار	75.00	0.69	2.25	118	139	43	بۇ زانىنى كوالىتى كاللاكان
				39.33	46.33	14.33	
زۆرچار	75.67	0.69	2.27	122	137	41	بۇ ئاشنابون بە دوايىن بەرھەمى كاللاو برانئە كان
				40.67	45.67	13.67	
زۆرچار	68.67	0.77	2.06	97	123	80	بۇ ئاگادارىون لە ھاورىئىكانم
				32.33	41	26.67	
زۆرچار	71.67	0.79	2.15	119	106	75	بۇ دۆزىنەوھى ھەلى كار
				39.67	35.33	25	
زۆرچار	69.34	0.74	2.08	873	1170	657	كۆى گشتى
				32.33	43.33	24.33	

پېئوھەرى لىكارت بۇ (3) بۇاردەپى: (1.0- 1.66: كەمجار)، (1.67- 2.33: زۆرچار)، (2.34- 3.00: ھەمىشە)

خشتەى ژمارە ۵ ئاستى سودوہرگرتن لە خزمەتگوزارىيەكانى تۆرە كۆمەلایەتییەكان لای بەرتوئژان برىتیپە بە ئاشنابون بە دوايىن بەرھەمى كالو برانئەكان، كە گرنگى رېژەكەى برىتیپە لە (75.6%) ناوئەندى ژمارەى برىتیپە لە (2.08) بەگوئىرى (مقايىسى لىكات الپلاپى) دەكاتە (زۇرچار) گرنگى رېژەكەشى (Relative Important) بۇ ئەم پرسىارە دەكاتە (69.34%) ھەروہا لادانى پېوانەى دەكاتە (0.74).

دەگەپنە ئەو ئەنجامەى: ھەر يەك لە ئاستى سودوہرگرتن لە خزمەتگوزارىيەكان لای زۆرىنەى بەرتوئژان بە گرنگ دادەنرئەت، بەلام بەشپوہەك زۆرىنەى بەرتوئژان بەمەبەستى بازارپىكدن و ناسىنى برانئەكان، زانىنى كوالىتى بەرھەمەكان سود لە تۆرەكان وەردەگرن دەكرئەت بەھوئى ئەوہى ئاسانكارىيەكى گونجاوہ بۇ بەرتوئژان بازارپى بكەن بە ئۆنلاين، يان شپوازو مۆدىلىكى نوئپە.

ته‌وه‌ری سییه‌م: رۆلی په‌یامی فیدیوی تۆره‌ کۆمه‌لایه‌تییه‌کان له‌ بازارگه‌ری بازراگنیدا

۱- بریاری کرین و بازارگه‌ری بازراگنی له‌ رینگه‌ی تۆره‌ کۆمه‌لایه‌تییه‌کانه‌وه

خشته‌ی ۶ بریاری کرین و بازارگه‌ری بازراگنی له‌ رینگه‌ی تۆره‌ کۆمه‌لایه‌تییه‌کانه‌وه ده‌خاته‌رو

برگه‌کان	زۆر دژم	دژم	بیلایه‌نم	هاورام	زۆر هاورام	ناوه‌نده ژماره‌ی	لادانی پێوانه‌ی	گرنگی رێژه‌ی	ئه‌نجام
	ژ	ژ	ژ	ژ	ژ	Mean	S.D	RI	Results
گرنگی به‌ بازارگه‌ری ده‌ده‌م له‌ رینگه‌ی تۆره‌ کۆمه‌لایه‌تییه‌کانه‌وه	9	18	41	170	62	3.86	0.91	77.20	هاورام
	3	6	13.67	56.67	20.67				
به‌رده‌وام له‌ رینگه‌ی تۆره‌ کۆمه‌لایه‌تییه‌کانه‌وه بازارپی ده‌که‌م	15	27	42	126	90	3.83	1.11	76.60	هاورام
	5	9	14	42	30				
تۆره‌ کۆمه‌لایه‌تییه‌کان هاوکاڕیم ده‌کات بۆ هه‌لبژاردنی کالو به‌ره‌مه‌کان	11	30	42	140	77	3.81	1.05	76.20	هاورام
	3.67	10	14	46.67	25.67				
تۆره‌ کۆمه‌لایه‌تییه‌کان به‌ پێی دۆخی دارایی به‌ره‌مه‌کانم بۆ پێش‌ن‌یاز ده‌کات	25	29	47	123	76	3.65	1.2	73.00	هاورام
	8.33	9.67	15.67	41	25.33				
جگه‌ له‌ زمان‌ی کوردی ته‌ماشای په‌یامه‌ بازارگه‌یه‌کانی تۆره‌ کۆمه‌لایه‌تییه‌کان ناکه‌م که به‌ زمان‌ی ترن	84	76	45	51	44	2.65	1.42	53.00	بیلایه‌نم
	28	25.33	15	17	14.67				
متمانهم به‌ کوالیتی به‌ره‌مه‌ بلاوکراوه‌کانی نێو تۆره‌ کۆمه‌لایه‌تییه‌کان نییه‌	64	81	75	46	34	2.68	1.28	53.60	بیلایه‌نم
	21.33	27	25	15.33	11.33				
ژماره‌یه‌کی زۆرتر ئه‌کاونه‌ی بازراگنیم فۆلۆوکردوه‌ له‌ تۆره‌ کۆمه‌لایه‌تییه‌کان	18	42	31	131	78	3.7	1.17	74.00	هاورام
	6	14	10.33	43.67	26				
تۆره‌ کۆمه‌لایه‌تییه‌کان کارناسانی بۆکردوم له‌ گه‌رانه‌وه‌ی کاتدا له‌ هه‌لبژاردنی به‌ره‌مه‌که‌دا	21	46	31	121	81	3.65	1.22	73.00	هاورام
	7	15.33	10.33	40.33	27				

ئەنجام	گرنگى رېژەپى	لادانى پېوانەى	ناوەندە ژمارەپى	زۆر هاورپام	هاورپام	بېتلايەنم	دژم	زۆر دژم	بەرگەکان
				ژ	ژ	ژ	ژ	ژ	
Results	RI	S.D	Mean	%	%	%	%	%	
هاورپام	70.60	1.32	3.53	84	96	46	42	32	پېش كړېنى هەر بەرهەمێك زانیاری له تۆرە كۆمەلایەتییه كانهوه بەدهست دههێنم لەسەر كالو نرخه كەى
				28	32	15.33	14	10.67	
هاورپام	68.20	1.28	3.41	68	97	59	43	33	تۆرە كۆمەلایەتییه كان زیاتر بریاری كړېنم بۆ دروستده كات به بهراورد به میدیا تهقلیدییه كان
				22.67	32.33	19.67	14.33	11	
هاورپام	70.40	1.27	3.52	69	123	34	44	30	تۆرە كۆمەلایەتییه كان كالای هەمه جۆرم بۆ پېشنیازده كەن
				23	41	11.33	14.67	10	
هاورپام	74.00	1.22	3.7	89	112	41	36	22	ئەركى بازاركردنى له كۆلكردومه تهوه و له قەرەبالى رېزگارم بوه
				29.67	37.33	13.67	12	7.33	
هاورپام	75.60	1.17	3.78	94	113	43	32	۱۸	توانای گۆرېنى كالاکانم هەيه به ئاسانى له هەلبژاردنى رەنگ و هەر جۆرێك مەبەستم بێت
				31.33	37.67	14.33	10.67	6	
هاورپام	71.40	1.23	3.57	77	106	53	39	25	زۆرپى ژمارەى بەرهههه تهقلیدییه كان متمانەم كەمده كاتهوه بۆ كړېنى كالاکان
				25.67	35.33	17.67	13	8.33	
هاورپام	70.80	1.28	3.54	76	113	39	42	30	زۆرپى بەرهههه و كالا بازارگانیهه كان توشى دلەراوكیم ده كات
				25.33	37.67	13	14	10	
هاورپام	70.51	1.21	3.53	1099	1668	669	627	437	كۆى گشتى
				24.42	37.07	14.87	13.93	9.71	
پېوهرى لىكارت بۆ (5) بژاردەپى: (1.0- 1.79: زۆر دژم)، (1.80- 2.59: دژم)، (2.60- 3.39: بېتلايەنم)، (3.40- 4.19: هاورپام)، (4.20- 5.0: زۆر هاورپام)									

ئەنجامەکانی خستەیی 6 بۆ بریاری کرین و بازارگەری لەلای بەرتوێژان بە پلهی یەكەم بەرتوێژان گرنگی بە بازارگەری بازارگانی دەدەن لە تۆرە کۆمەڵایەتیەکانەوه بە رێژەیی (77.20%) بەردەوام لە تۆرە کۆمەڵایەتیەکانەوه بازارێ دەکەن بە پلهی دوهم دیت بە رێژەیی (76.60%) پلهی سێیەم لای بەرتوێژان بە رێژەیی (76.20%) دیت کە تۆرە کۆمەڵایەتیەکان هاوکارن

له هه‌لبژاردنی کالاکاندا، به‌مه‌ش بژاردە (زۆر دژم) دەکاته (9.71%) بژاردە (دژم) دەکاته (13.93%) هه‌روه‌ها بژاردە (بێ‌لایه‌نم) دەکاته (14.87%) بژاردە (هاورام) دەکاته (37.07%) بژاردە (زۆر هاورام) دەکاته (24.42%)
 ناوه‌ندی ژمارە بریتیه‌ له (3.53) به‌گوێری (مقایسی لیکات الخماسی) ئه‌نجامی ده‌کاته (هاورام) گرنگی رێژه‌یه‌کشی (Relative Important) ده‌کاته (70.51%) لادانی پێوانه‌ی ده‌کاته (1.21).

سه‌رئه‌نجام ئه‌وه‌ پونده‌بێته‌وه‌ لای زۆرینه‌ی به‌رتوێژان هه‌ریه‌ک له‌م هۆکارانه‌ کاریگه‌ریان هه‌بوه‌ له‌سه‌ریان بۆ دروستبو‌نی بریاری کرین له‌ تۆره‌ کۆمه‌لایه‌تییه‌کانه‌وه‌، به‌شێوه‌یه‌ک به‌رده‌وام له‌ تۆره‌کانه‌وه‌ بازارپه‌که‌ن، ده‌کرێت به‌هۆی ئاسانی گه‌یشتن به‌ کالاکان یان دورکه‌وته‌وه‌ له‌ قه‌ره‌با‌لغی بازارپێت.

٢- رۆلی په‌یامی فیدیوی له‌ تۆره‌ کۆمه‌لایه‌تییه‌کان له‌ بازارگه‌ری بازراگانی له‌ تۆره‌ کۆمه‌لایه‌تییه‌کان

خشته‌ی ٧ رۆلی په‌یامی فیدیوی تۆره‌ کۆمه‌لایه‌تییه‌کان له‌ بازارگه‌ری بازراگانی له‌ تۆره‌ کۆمه‌لایه‌تییه‌کان ده‌خاته‌رو

ئه‌نجام	گرنگی رێژه‌ی	لادانی پێوانه‌ی	ناوه‌نده ژماره‌ی	زۆر هاورام	هاورام	بێ‌لایه‌نم	دژم	زۆر دژم	برگه‌کان
				ژ	ژ	ژ	ژ	ژ	
Results	RI	S.D	Mean	%	%	%	%	%	
هاورام	82.20	0.92	4.11	105	154	22	8	11	ته‌ماشای په‌یامه‌ فیدیوی بازارگه‌رییه‌کانی تۆره‌ کۆمه‌لایه‌تییه‌کان ده‌که‌م
				35	51.33	7.33	2.67	3.67	
هاورام	79.20	1.03	3.96	98	136	36	17	13	بۆ کرینی به‌ره‌م و کالاکان پشت به‌ فیدیوی بازارگانی تۆره‌ کۆمه‌لایه‌تییه‌کان ده‌به‌ستم
				32.67	45.33	12	5.67	4.33	
هاورام	77.60	1.09	3.88	92	133	35	26	14	بۆ وه‌گرێتی زانیاری ته‌واو ته‌ماشای فیدیوی تۆره‌ کۆمه‌لایه‌تییه‌کان ده‌که‌م
				30.67	44.33	11.67	8.67	4.67	
بێ‌لایه‌نم	52.60	1.36	2.63	38	51	49	86	76	کوالیتی په‌یامه‌ فیدیو بازارگه‌رییه‌کان کاریگه‌ری نییه‌ له‌سه‌ر زیادبونی خواست بۆ کالاکان له‌ تۆره‌ کۆمه‌لایه‌تییه‌کان
				12.67	17	16.33	28.67	25.33	
بێ‌لایه‌نم	52.00	1.27	2.6	31	47	56	102	64	شێوازی به‌ره‌مه‌پێنانی فیدیو بازارگه‌رییه‌کان له‌ روی ده‌نگه‌وه‌ کاریگه‌ری نییه‌ له‌سه‌ر زیادبونی خواست
				10.33	15.67	18.67	34	21.33	
بێ‌لایه‌نم	61.20	1.3	3.06	46	83	57	72	42	

ئەنجام	گرنگی رێژهی	لادانی پێوانە	ناوەندە ژمارە	زۆر هاورام	هاورام	بێلایەنم	دژم	زۆر دژم	برگەکان
				ژ	ژ	ژ	ژ	ژ	
Results	RI	S.D	Mean	%	%	%	%	%	
				15.33	27.67	19	24	14	زۆری رێژهی بەرھەمھێنانی پەيامی فیدیۆی کاریگەری نەرێنی دروستدەکات لەسەر متمانەیی بەرھەمەکان
هاورام	70.40	1.27	3.52	73	110	49	37	31	بەکارھێنانی ئەنیمەیشن بۆ فیدیۆ بازرگانییەکان کاریگەری دروست دەکات لەسەر سەر کالۆ بەرھەمەکان
				24.33	36.67	16.33	12.33	10.33	
هاورام	76.60	1.21	3.83	107	105	38	30	20	کورێتی ماوەی بەرھەمھێنانی فیدیۆکانی تۆرە کۆمەلایەتییەکان سەرنجم رادەکێشن بۆ بەرھەمەکان
				35.67	35	12.67	10	6.67	
هاورام	75.60	1.2	3.78	98	107	48	25	22	لە پێگەی فیدیۆ راستەوخۆکان (لایف ستریمەکان)ی فەیسبۆک وە ئاشنام بە بەرھەم و یاریە ئەلیکترۆنییەکان
				32.67	35.67	16	8.33	7.33	
بێلایەنم	57.20	1.35	2.86	41	66	67	62	64	ئیفیکتە بێنراوەکان لە فیدیۆکاندا پۆلا ناڤین لەزیاتر سەرنج ڕاکێشانی وەرگر
				13.67	22	22.33	20.67	21.33	
هاورام	75.60	1.21	3.78	97	114	36	32	21	رەنگ کاردانەوێ تەواوی لەسەر جوانکردنی فیدیۆ بازرگانییەکان ھەبە
				32.33	38	12	10.67	7	
بێلایەنم	59.80	1.4	2.99	53	76	41	75	55	گرتە فیدیۆییەکان کاردانەوێ نەرێنی دروستکردووە لەسەر پڕۆسەی بەبازاریکردن
				17.67	25.33	13.67	25	18.33	
هاورام	80.80	1	4.04	106	139	28	15	12	بەشداریکردنی کەسەناوێدارەکان لە دیمەنە فیدیۆییەکان پۆل دەگێژێت لە برەودان بە پڕۆسەی بەبازاریکردن
				35.33	46.33	9.33	5	4	
هاورام	82.00	1.11	4.1	141	96	28	23	12	دوبارە بونەوێ بەرھەمەکان بپاری کرێم زیاددەکات
				47	32	9.33	7.67	4	

ئەنجام	گرنگی رێژەیی	لادانی پێوانەیی	ناوەندە ژمارەیی	زۆر هاورام	هاورام	بێلایەنم	دژم	زۆر دژم	برگەکان
				ژ	ژ	ژ	ژ	ژ	
				%	%	%	%	%	
Results	RI	S.D	Mean						
هاورام	70.20	1.19	3.51	1126	1417	590	610	457	کۆی گشتی
				26.81	33.74	14.05	14.52	10.88	
پێوەری لیکارت بۆ (5) بژاردەیی : (1.0- 79.1: زۆر دژم) , (1.80- 2.59: دژم) , (2.60- 3.39: بێلایەنم) , (3.40- 4.19: هاورام) , (4.20- 5.0: زۆر هاورام)									

خشتە ۷ رونی دەکاتەو ناوەندی ژمارە بریتییه لە (3.51) بەگوێری (مقایسی—لیکات الخماسی) ئەنجامی دەکاتە (هاورام) هەروەها گرنگی رێژهیە کەشی (Relative Important) دەکاتە (70.20%) گرنگی رێژهی هەیه لەلای بەرتوێژانەو هەروەها لادانی پێوانە دەکاتە (1.19).

لەئەنجامدا دەرە کەوێت، بە پلە یە کەم بەرتوێژان بە رێژهی (82.20%) تەماشای فیدیۆی تۆرە کۆمەڵایەتییه کان دەکەن، پلە ی دوهم بە رێژهی (82.00%) بەرتوێژان لایان وایە دوبارەبوونەو بەرهەمه کان بریاری کرین دروستدەکات، بەهۆی توانای تۆرە کۆمەڵایەتییه کان لەچەندبارە کردنەو هە گەیانندی زانیارییه کاندا و بیرخستنهو هە بەکاربه‌ران لە کاتە جیاوازه‌کاندا هۆکارده‌بێت بۆ ئەو هە بریاری کرین بۆ بەره‌مه‌کان دروست و جێگیربکات، بە پلە ی سێیه‌م بە رێژهی (80.80%) بەشداریکردنی کەسه‌ناوداره‌کان لە دیمه‌نه فیدیۆیه‌کاندا رۆڵ ده‌بینیت له‌ به‌رودان له‌ پرۆسه‌ی بازاريکردن ئەکریت بەهۆی ئەو هە کەسانه‌ له‌لای بەرتوێژان جێگه‌ی برواو متمانه‌بن.

تەوهری چوارهم:

۱- (په‌یوه‌ندی و رۆلی) په‌یامی فیدیۆی تۆرە کۆمەڵایەتییه کان له‌ بازارگه‌ری بازراگنیدا

گریمانه‌ی یه‌ کەم: په‌یوه‌ندی نیوان په‌یامی فیدیۆی تۆرە کۆمەڵایەتییه کان و بازارگه‌ری بازراگنی

په‌یوه‌ندیه‌کی راسته‌وانه‌ی به‌هێزی ئاماری به‌لگه‌داری هه‌یه‌ له‌ نیوان (په‌یامی فیدیۆی تۆرە کۆمەڵایەتییه کان و بازارگه‌ری بازراگنیدا) که به‌هاکه‌ی ده‌کات (0.755) که‌ئه‌مه‌ش ئەو ده‌گه‌یه‌نیت که په‌یوه‌ندیه‌کی ئاماری راسته‌وانه‌ی به‌هێزیان هه‌یه‌ له‌ نیوان (په‌یامی فیدیۆی تۆرە کۆمەڵایەتییه کان و بازارگه‌ری بازراگنیدا)، هه‌روه‌ها په‌یوه‌ندیه‌کی به‌لگه‌داره‌ له‌ به‌ر ئەو هە (ئاستی به‌لگه‌داری -P-value) بچوکتیه‌ له‌ به‌های (0.05)، که‌واته‌ قبولی گریمانه‌ی (H_1) ده‌کەین و رەفری گریمانه‌ی (H_0) ده‌کەین

خشتە ۸ په‌یوه‌ندی نیوان به‌کاره‌یتانی تۆرە کۆمەڵایەتییه کان و بازارگه‌ری بازراگنی ده‌خاتەرو

پهيامی فيديوئى تۆره كۆمهلايه تيبه كان			كۆراوه كان
ئاستى به لگه دارى (الدالة الاحصائية) (P-value)		پهيوهندى (الارتباط)	
0.05 >	0.000	0.755	بازارگه رى بازارگانيدا

H_0 : پهيوهندى ئامازه ي ئامارى نيه له نيوان پهيامى فيديوئى تۆره كۆمهلايه تيبه كان و بازارگه رى بازارگانيدا

H_1 : پهيوهندى ئامازه ي ئامارى ههيه له نيوان پهيامى فيديوئى تۆره كۆمهلايه تيبه كان و بازارگه رى بازارگانيدا

خشته ي 9 به هاى پهيوهندى كۆراوه كان (قيمة معامل الارتباط) رونده كاته وه

بهاى ئهيوهندي	ئەنجام ئهيوهندي	بهاى ئهيوهندي	ئەنجام ئهيوهندي
0.1 بۆ 0.49	ئەيوهندي كى راسته وانە ي لاوازه	-0.1 بۆ 0.49	ئەيوهندي كى ئىضه وانە ي لاوازه
0.5 بۆ 1.0	ئەيوهندي كى راسته وانە ي به هيزه	-0.5 بۆ 1.0	ئەيوهندي كى ئىضه وانە ي به هيزه

۲- كاريگه رى به كارهينانى تۆره كۆمهلايه تيبه كان له سه ر بازارگه رى بازارگانى

گريمانه ي دوه م: : رۆلى پهيامى فيديوئى تۆره كۆمهلايه تيبه كان له بازارگه رى بازارگانيدا

خشته ي ۱۰ رۆلى پهيامى فيديوئى تۆره كۆمهلايه تيبه كان له بازارگه رى بازارگانيدا ده خاتهر و له رىگه ي مۆدېلى (Regression Model) , به گوئره ي به هاى تافىكر دهنه وه ي ف (ANOVA Table -F-Test): ئه وه ده خاتهر و كه ئه م داتايه گونجاوه بۆ مۆدېلى (Regression Model) چونكه ئاستى به لگه دارى (Sig.) بچوكتره له ئاستى به لگه دارى (مستوى المعنوي) ي (0.05).

به گوئره ي (تافىكر دهنه وه ي ت) بۆ (پهيامى فيديوئى تۆره كۆمهلايه تيبه كان) ده كاته (19.874) ههروه ها به هاى ئاستى به لگه دارى (0.000) دهرده كه وئى (پهيامى فيديوئى تۆره كۆمهلايه تيبه كان) رۆليان ههيه له سه ر (بازارگه رى بازارگانيدا) له بهر ئه وه ي ئاستى به لگه دارى (Sig.) بچوكتره له (0.05), كه واته قبولى گريمانه ي (H_1) ده كه ين و ره فزى گريمانه ي (H_0) ده كه ين

ههروه ها به گوئره ي به هاى (معامل التحديد- R^2) كه ده كاته (0.57) واته به رىژه ي (57.0%) ئاستى (پهيامى فيديوئى تۆره كۆمهلايه تيبه كان) رۆليان ههيه له سه ر (بازارگه رى بازارگانيدا), به واتايه كى تر (پهيامى فيديوئى تۆره كۆمهلايه تيبه كان) به رىژه ي (57.0%) رهنگدانه يان ههيه له سه ر (بازارگه رى بازارگانيدا)

خشته ي ۱۰ رۆلى پهيامى فيديوئى تۆره كۆمهلايه تيبه كان له بازارگه رى بازارگانيدا ده خاتهر و

المعلومات	ANOVA Table (F-test)
-----------	----------------------

بەهای تاقیکردنەوهی ف		درجه الحریه	معامل التحدید	ئاستی بەلگەداری	تاقیکردنەوهی ت	B	نموذج Model
قیمە F		D.F	R ²	(الدلالة) Sig.	(اختبار) T T-test		
394.987		1	0.57	0.000	7.410	0.964	جیگیر (ثابت)
Sig. (الدلالة)	0.000	298		0.000	19.874	0.722	پەيامی فیدیۆی تۆرە کۆمەلایەتیەکان

H₀ : پەيامی فیدیۆی تۆرە کۆمەلایەتیەکان رۆلیان نیە لەسەر بازارگەری بازراگانیدا

H₁ : پەيامی فیدیۆی تۆرە کۆمەلایەتیەکان رۆلیان هەیه لەسەر بازارگەری بازراگانیدا

دەرئەنجام: لەژێر رۆشنایی ئامانجەکانی توێژینەوه دەگەین بە چەند دەرئەنجامێک

1- پەيوەندیه کي راسته‌وانه‌ی به‌لگه‌داری هه‌یه له نێوان پەيامی فیدیۆی تۆرە کۆمەلایەتیەکان و بازارگەری بازراگانیدا به‌رێژه‌ی (57٪).

3- خۆیندکارانی زانکۆ له ئاستیکی به‌رزدا گرنگی به بازارگەری ده‌ده‌ن له تۆرە کۆمەلایەتیەکانه‌وه.

4- به‌کارهێنانی دوباره‌بونه‌وه‌ی به‌ره‌مه‌کان به‌شێوه‌یه‌کی به‌رده‌وام له تۆرە کۆمەلایەتیەکانه‌وه هاوکاره‌ له‌دروستبوونی بریاری کرپن لای کرپاران به‌هۆی بیرخستنه‌وه‌ی کرپاران له کاته‌جیاوازه‌کاندا.

5- زۆرینه‌ی خۆیندکارانی زانکۆ به‌ ئاستیکی به‌رز ته‌ماشای فیدیۆی تۆرە کۆمەلایەتیەکان ده‌که‌ن به‌رێژه‌ی 51.33٪ و له ئاستیکه‌ به‌رزدا بۆ وه‌رگرتنی زانیاری له‌سەر به‌ره‌م و کالاکان فیدیۆی تۆرە کۆمەلایەتیەکان به‌کارده‌هێنن.

6- کورتی ماوه‌ی به‌ره‌مه‌هێنانی فیدیۆ کاریگه‌ری هه‌یه‌ دروست ده‌کات له‌سەر کالاکان به‌ره‌مه‌کان، که گرنگی رێژه‌ی له‌لای خۆیندکاران ده‌کاته (76.60٪).

7- رۆلی که‌سایه‌تی ناودار له‌ ناو فیدیۆکان کاریگه‌ری ئه‌رێنی دروستده‌کات، به‌مه‌ش بریاری کرپن زیاده‌ده‌کات بۆ به‌ره‌مه‌ بازراگانه‌کان که گرنگی رێژه‌ی له‌ لای خۆیندکاران ده‌کاته (80.80٪).

راسپاردە:

1. بۆلۆکردنەوه‌ی هۆشیاری دیجیتالی له‌ نێو خۆیندکارانی زانکۆکانی هه‌ریێم کوردستان له‌سەر ده‌ستی پسرپۆرانی ئه‌و بواره‌.

2. دانانی پرۆگرامه‌کانی خۆیندنی میدیا له‌ نێو پرۆگرامه‌کانی به‌شه‌ جوراوجۆره‌کان به‌ تایبه‌تی ئه‌و به‌شانه‌ی که‌ پەيوەندیان به‌ بارزراگانه‌وه‌ هه‌یه‌.

پیشنیاژ : توێژەر پیشنیاژ ده‌کات:

1- ئه‌نجامدانی توێژینه‌وه‌ ده‌رباره‌ی به‌ره‌مه‌هێنانی فیدیۆی تۆرە کۆمەلایەتیەکان.

2- ئه‌نجامدانی توێژینه‌وه‌ی هاوشێوه‌ ده‌رباره‌ی رۆلی فیدیۆی تیکتۆک له‌ بازارگەری بازراگانیدا.

لیستی سه‌رچاوه‌کان:

تاله‌بانی و ریشاوی، ریه‌ر گۆران، یه‌حیا عومه‌ر، 2020، میدیای نوێ له سایه‌ی شۆرشی زانیاریه‌کاندا، سلیمانی: تۆری ئه‌کادیمی و دیالۆگی میدیا، چاپی یه‌که‌م.

حه‌مه‌ سه‌عید، نه‌زاكه‌ت حسین، 2020، بازارگه‌ری و بازارگه‌ری میدیای، چاپخانه‌ی کارۆ

رورز، جیفری کیه، ترجمه: أحمد شکیل، 2017، الجمهور التسويق في عالم رقمي، الطبعة الأولى، مؤسسة هنداي سي اي سي، الامارات.

عفیفی، علاء‌الدین محمد، 2015، الأعلام وشبكات التواصل الاجتماعي العالمية، دار التعليم الجامعي، الإسكندرية.

فريد، توفيق عزات (2016) التعصب القلبي في السلوك السياسي الفضائي الفلسطيني وأثره علي التنمية السياسي، جامعة النجاح الوطنية، كلية دراسات العليا قدمت هذه الأطروح استكمالاً لمتطلبات الحصول علي درجة الماجستير في برنامج التخطيط والتنمية السياسية بكلية الدراسات العليا في جامعة النجاح الوطنية في نابلي، فلسطين

مرزقلال، ابراهيم. (2010): استراتيجية التسويق الالكتروني للكتاب في الجزائر، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة منتوري- قسنطينة، كلية العلوم والاجتماعية، قسم علم المكتبات.

Axis, 2018, *A Parent's Guide to Snapchat*, David C. Cook

Hussney, Ibrahim H, 2022, *Marketing Behind the SCENES Strategies and Economical Added Value*, Ibrahim H. Hussney.

Warner, Mark, 2020, *Instagram Marketing and Advertising for Small Business Owners in 2019*, Sophie Dalziel.

Boyd, Danah M., and Nicole B. Ellison, 2007, *Social network sites: Definition, history, and scholarship*, Journal of Computer-Mediated Communication, vol. 13, no. 1, pp. 210–230

Multisitlta, j., M.& Ostman, s. (2012) *A platform for mobile social media and video sharing. International journal of arts and technology*,5(1).

Groothuis, Daan, 2020, *Facebook Marketing Intelligence*, University of Twente, University of Twente.

Storm, Macy (2023) *10 Types of social media & How They Benefit Your Business in 2024*, Available at: (Apr 6, 2023) [10 Types of Social Media & How They Benefit Your Business \(webfx.com\)](https://webfx.com/10-types-of-social-media-how-they-benefit-your-business/), gcfglobal (2023) *What is Facebook?* [Facebook: What is Facebook? \(gcfglobal.org\)](https://gcfglobal.org/what-is-facebook/), Accessed Date (October /10/2023).

edu. gcfglobal, (2023) *What is live video?* [The Now: What is Live Video? \(gcfglobal.org\)](https://gcfglobal.org/what-is-live-video/), Accessed Date (September /9/2023).

Ama, (2022) **Definitions of Marketing**, [What is Marketing? — The Definition of Marketing — AMA](#), Accessed Date (July/7/2022).

CFI Team, (2022) **4 P's of Marketing**, [4 P's of Marketing - Overview, Marketing Mix, Extensions \(corporatefinanceinstitute.com\)](#), Accessed Date (July/7/2022).

Indeed, (2023), **11 Cost-Effective E-marketing Types**, Available at: (March 11, 2023) [11 Cost-Effective E-marketing Types | Indeed.com](#) Accessed Date (October /10/2023).

Cyberclick, (2023) **Marketing**, Available at: (June 2023), [What Is Marketing? Definition, Benefits, and Strategies \(cyberclick.net\)](#) Accessed Date (September/9/2023).

Vasisht, Subrahmanya, (2023) **The Power of Video Marketing: How It Influences Consumer Behavior**, Available at: (Mar 27,2023 [The Power of Video Marketing: How It Influences Consumer Behavior \(linkedin.com\)](#) , Accessed Date (October /10/2023).

Eclinchier, (2023) **11 Tips for Creating Amazing Social Media Videos**, Available at: (1 December 2022) [11 Tips for Creating Amazing Social Media Videos - eclinchier](#), Accessed Date (October /10/2023).

Charli Day, (2021), **Everyone's Talking About Facebook Messenger Rooms but What Do They Mean for You?** Available at: (Sep.29, 2021)<https://www.agorapulse.com/blog/facebook-rooms/>, Accessed Date (May/5/2022).