



جامعة ميدأوشن

كلية الاعلام والتسويق

ماجستير التسويق الرقمي

خطة بحث مقدمة في التسويق الرقمي

عنوان البحث: استراتيجيات التسويق في عصر البلوكتشين "سلسلة الكتل المشفرة"

تقييم الاثار والفرص في قطاع التسويق الرقمي

صبري بن أحمد أبوخضير

اعداد الباحث:

٢٢٢٠٠٧٩٧

الرقم الجامعي:

الدكتور محمد جاد المولى عويس

تحت إشراف:

المقدمة:

ظهرت تقنية البلوكتشين لأول مرة في عام ٢٠٠٨، مع ظهور العملة الرقمية الشهيرة البيتكوين (Gadekallu, et al , 2022). وتستخدم البيتكوين تقنية البلوكتشين لتخزين وتتبع سجل موثق في المعاملات المالية منذ ذلك الحين، تم استخدام تقنية البلوكتشين في العديد من التطبيقات الأخرى، مثل التمويل اللامركزي (DeFi) والعقود الذكية (Smart Contracts). تمتلك البلوكتشين إمكانات كبيرة لتحسين العديد من العمليات والتطبيقات، كما وسعت البلوكتشين آفاق استخدامها لتشمل بما في ذلك التمويل، التجارة الرقمية، والخدمات الحكومية ومجالات أخرى كثيرة مما أحدث ثوره في الأمن والشفافية بالمجالات المالية" (Kotler, etal, 2015).

وبعد التسويق من أهم الوظائف الإدارية في أي منظمة، حيث يلعب دورًا أساسيًا في تحقيق أهدافها. في الوقت الحالي، ونظرًا للتطورات العالمية زيادة المنافسة برزت أهمية التسويق بشكل ملحوظ وأصبح أكثر أهمية من أي وقت مضى، وذلك بسبب العديد من العوامل، منها: ازدياد المنافسة: في ظل الاقتصاد العالمي المترابط، تواجه الشركات منافسة من الشركات المحلية والعالمية على حد سواء. لذلك، أصبح التسويق الرقمي أكثر أهمية من أي وقت مضى لمساعدة الشركات على التميز عن المنافسين وجذب العملاء. وأدت التطورات في التكنولوجيا إلى ظهور العديد من القنوات الجديدة للتسويق، مثل وسائل التواصل الاجتماعي والتسويق الرقمي. هذه القنوات الجديدة توفر فرصًا جديدة للشركات للتواصل مع العملاء وبناء العلاقات معهم (Kotler, 2015).

أصبح المستهلكون أكثر وعيًا واهتمامًا بالعلامات التجارية التي تشارك قيمهم. لذلك، صار التسويق الرقمي مطلوبًا أكثر من أي وقت مضى لمساعدة الشركات على بناء علاقة قوية مع العملاء. تمثل البلوكتشين ثورة تكنولوجية تتيح التحكم في المعاملات المالية وتوفير أساسًا موثوقًا للتحويلات الرقمية في مجال التسويق. يمكن من فرض رقابة محكمة على المعاملات المالية والتحكم بها من خلال أكبر سجل رقمي موزع ومفتوح يسمح بنقل أصول الملكية من طرف إلى آخر في الوقت نفسه (Real time) دون الحاجة إلى وسيط مع تحقيق درجة عالية من الأمان لعملية التحويل في مواجهه محاولات الغش أو التلاعب ويشارك في هذا السجل لجميع الافراد حول العالم. ولذلك قمنا في دراستنا بألقاء الضوء على استراتيجيات التسويق في عصر البلوكتشين من الأساليب والتقنيات التي تستخدم تكنولوجيا البلوكتشين لتحسين جودة وفعالية التسويق (سلطان، ٢٠٢٣).

الدراسات السابقة:

المحور الأول: الدراسات التي تناولت أثر استخدام البلوكتشين (Blockchain)

دراسة (رنيا سلطان، ٢٠٢٣) بعنوان أثر استخدام تكنولوجيا البلوكتشين (Blockchain) على البيئة المحاسبية في مصر: (دراسة نظرية ميدانية):

هدفت الدراسة إلى تحليل أهم التحديات التي تواجه تطبيق تكنولوجيا البلوكتشين في البيئة المحاسبية، وعوامل نجاح نظم المحاسبة المعتمدة على هذه التكنولوجيا، وأثر استخدامها على البيئة المحاسبية في مصر، واستخدمت الدراسة المنهج الوصفي والتحليلي من خلال الدراسة النظرية والدراسة الميدانية، واعتمدت الدراسة على أداة الاستبيان من خلال استطلاع عينة (٤٨) مفردة من المحاسبين بالشركات والبنوك وخبراء تكنولوجيا المعلومات والمراجعين بمكاتب المحاسبة والمراجعة. وكشفت نتائج الدراسة عن وجود العديد من التحديات التي تواجه تطبيق هذه التكنولوجيا في البيئة المحاسبية، أهمها المخاطر التشغيلية وغياب نظم المحاسبة وتحديات الحوكمة، وأنها تؤثر على مهنة المحاسبة والمراجعة من خلال تغيير شكل المهنة واتساع مجالاتها. وأوصت بزيادة دور المنظمات المهنية ومكاتب المحاسبة لتنظيم استخدامات هذه التكنولوجيا؛ مع عقد دورات تدريبية للمحاسبين والمراجعين للاطلاع على كل جديد في هذا المجال مع زيادة المقررات التعليمية بمجال المحاسبة بالتطورات التكنولوجية وآثارها المحتمل على نظم المعلومات المحاسبية.

دراسة (Ali Syed، 2022) بعنوان Blockchain Technology as a Governance Mechanism for Contemporary Islamic Financial Institutions بمعنى تقنية البلوك تشين كآلية حوكمة للمؤسسات المالية الإسلامية المعاصرة هدفت الدراسة لبحث تقنية جديدة في النظام المالي العالمي Blockchain، باعتبارها تقنية حديثة، في تطبيق الحوكمة في المؤسسات المالية الإسلامية ودورها في تحسين الأداء الاقتصادي قد ناقشت آلياتها ومزاياها وتطبيقاتها، ووضع تصور دقيق لها، مع مميزات كآلية متكاملة لحوكمة المؤسسات المالية الإسلامية ومدى أثرها الجيد على الاقتصاد وإنها أداة الحوكمة في المؤسسات.

دراسة (وسام وآخرون، ٢٠٢٢) بعنوان أثر تكنولوجيا سلسلة الكتل على دور المراجع الخارجي-دراسة ميدانية هدفت الدراسة أثر استخدام تكنولوجيا سلسلة الكتل (Blockchain) على دور المراجع الخارجي. حيث تم توضيح ذلك من خلال عرض للفرص والتحديات التي تواجه المراجع الخارجي في ظل تكنولوجيا سلسلة الكتل، بالإضافة إلى عرض للوظائف

المستحدثة للمراجع الخارجي في ظل تكنولوجيا سلسلة الكتل، وقد تم الاعتماد على أسلوب العينة العشوائية الطبقية في اختيار عينة الدراسة والمكونة من ١٦٧ مفردة، وقد شملت ثلاث فئات هم (أعضاء هيئة التدريس – مراجعو الحسابات – العاملون بشركات لديها نظام قائم على تكنولوجيا سلسلة الكتل). وقد أثبتت الدراسة الميدانية أن استخدام تكنولوجيا سلسلة الكتل سوف يؤدي إلى تطوير دور المراجع الخارجي وذلك عن طريق إضافة وظائف مستحدثة للمراجع منها (مراجعة العقود الذكية، مراجعة الأصول الرقمية، المراجع كعامل يحد من اتفاق الأغلبية، وظيفة منح حق الوصول، وظيفة التحكيم بين المشاركين بالسلسلة). وتوصلت الدراسة إلى قبول فروض الدراسة وهي؛ أن هناك علاقة إيجابية بين تكنولوجيا سلسلة الكتل وبين الفرص والتحديات التي تواجه المراجع الخارجي في ظل تكنولوجيا سلسلة الكتل، وأن هناك علاقة إيجابية بين تكنولوجيا سلسلة الكتل وبين تطور وظائف المراجع الخارجي.

دراسة (Rodríguez et al, 2019) بعنوان Mapping potential impact areas of Blockchain use in the public sector بمعنى تخطيط مجالات التأثير المحتمل لاستخدام Blockchain في القطاع العام.

استهدفت مراجعة الأدبية ذات المستوى الفوقي في رسم خريطة لمجموعة المعرفة الحالية المتعلقة بالبلوكتشين وربط مفاهيمها السائدة بالاحتياجات والمتطلبات المعروفة التي تمت دراستها في سياق القطاع العام وفي الحكومة الرقمية. ومن بين المفاهيم، التي تتقاطع الأدبيات الموجودة حول بلوكتشين بقوة مع الأبحاث والممارسات المتعلقة بالقطاع العام، وجدت الدراسة آثار تطبيق هذا على خفض التكاليف، والابتكار، والتنظيم، والضرائب، والأمن، والخصوصية، والشفافية، من بين أمور أخرى، ولذلك تستحق اهتمامًا من العلماء النشطين في مجال أبحاث الحكومة الرقمية.

المحور الثاني: استخدامات البلوكتشين (Blockchain)

دراسة (Renana Peres, et al 2023) بعنوان سلسلة الكتل (البلوكتشين) والتسويق: الفرص والتهديدات وسبل البحث

المستقبلي Blockchain meets marketing: Opportunities, threats, and avenues for future research

استهدف الدراسة استكشاف التأثير المحتمل لتقنية البلوكتشين على التسويق. استخدمت الدراسة منهجية المراجعة الأدبية، حيث قام الباحثون بمراجعة مجموعة من الدراسات والأبحاث حول تقنية البلوكتشين وتطبيقاتها في مجال التسويق. وتوصلت نتائج الدراسة إلى أن تقنية البلوكتشين لديها العديد من التطبيقات المحتملة في مجال التسويق، والتي تشمل:

- الإعلان: يمكن استخدام تقنية البلوكتشين لاستهداف الإعلانات بشكل أكثر فعالية، ومنع الاحتيال في الإعلانات، وتحسين الشفافية في سوق الإعلانات.
 - العلامة التجارية: يمكن استخدام تقنية البلوكتشين لبناء علامات تجارية أكثر موثوقية، وتعزيز الولاء للعلامة التجارية، وإنشاء نماذج تجارية جديدة.
 - الصناعات الإبداعية: يمكن استخدام تقنية البلوكتشين لحماية حقوق الملكية الفكرية، وتحسين إدارة حقوق التأليف والنشر، وإنشاء نماذج أعمال جديدة.
 - التسعير: يمكن استخدام تقنية البلوكتشين لتسعير المنتجات والخدمات بشكل أكثر ديناميكية، وتقديم خصومات وترويجات أكثر فعالية، وإنشاء نماذج تسعير جديدة.
 - الخصوصية: يمكن استخدام تقنية البلوكتشين لحماية خصوصية العملاء، ومنع جمع البيانات بدون إذن، وإعطاء العملاء مزيدًا من التحكم في بياناتهم.
- وقد أوصت الدراسة الباحثين والممارسين بالتركيز على المجالات التالية في البحوث المستقبلية: تطوير نماذج أعمال جديدة: يمكن استخدام تقنية البلوكتشين لإنشاء نماذج أعمال جديدة في مجال التسويق، مثل نماذج الأعمال القائمة على اللامركزية ونماذج الأعمال التي تركز على العملاء. تقييم تأثير تقنية البلوكتشين على نتائج التسويق: تحتاج الدراسات المستقبلية إلى تقييم تأثير تقنية البلوكتشين على نتائج التسويق، مثل مبيعات العلامة التجارية وولاء العملاء. تطوير أدوات وقياسات جديدة: تحتاج الدراسات المستقبلية إلى تطوير أدوات وقياسات جديدة لتقييم أداء الحملات التسويقية القائمة على تقنية البلوكتشين.

دراسة (Gorkhali & Chowdhury, 2022) بعنوان: بلوكتشين والسوق المالية المتطورة: مراجعة الأدبيات

Anjee Gorkhali and Rajib Chowdhury Blockchain and the Evolving Financial Market: A Literature Review

سعت الدراسة إلى مراجعة الأدبيات الحالية في مجال المالية البلوكتشين بناء على فئات مختلفة، ومعرفة المجالات التي تحتاج إلى التركيز عليها في الأبحاث المستقبلية حتى تكون متماشية مع التقنيات الجديدة المتطورة. استخدمت الدراسة منهجية

تحليلية واستقرائية، حيث تم استخدام قاعدة بيانات SCI/SSCI للبحث عن المنشورات العلمية المتعلقة بالمالية البلوكتشين من عام ٢٠١٨ حتى عام ٢٠٢١، وتم اختيار ٧٧ منشوراً وتصنيفها إلى ١٠ فئات بحثية. وكانت أدوات البحث والفهرسة والتصنيف في قاعدة بيانات SCI/SSCI، وأدوات التحليل الإحصائي والرسوم البيانية لعرض ومقارنة النتائج. توصلت نتائج الدراسة الى أن الأبحاث في مجال المالية والبلوكتشين تزداد بشكل مطرد ومتنوع، وأن هناك اهتماماً كبيراً بالجوانب المتعلقة بالخصوصية والأمان والتنظيم في هذا المجال، وأن هناك فرصاً كبيرة للاستفادة من آليات مثل العرض الأولي للعمات وغيرها من المشروعات المبتكرة في سوق المال. كما أوصت الدراسة بأهمية إعداد أبحاث مستقبلية في مجال المالية البلوكتشين والتركيز على تطوير آليات خصوصية وأمان أفضل وأكثر مرونة، وعلى دراسة التأثيرات الاقتصادية والاجتماعية لهذه التكنولوجيا، وعلى استكشاف إمكاناتها في تحسين كفاءة وشفافية سوق المال.

(نصير ومبروك، ٢٠٢٣) بعنوان إطار مقترح لاستخدام تكنولوجيا البلوك تشين في تطبيق المعاملة الضريبية للأنشطة الرقمية وصناعة المحتوى بمصلحة الضرائب المصرية.

هدفت الدراسة الى دراسة الالتزام الضريبي والتي لا تمتلك آليات التكنولوجيا المتخصصة في إحكام الرقابة على هذه الأنشطة في الوقت الحالي، ومن ثم عدم قدرتها على تسجيل وفحص وربط وتحصيل الضريبة على تلك المعاملات الرقمية في ظل الأساليب التقليدية، مما يتطلب وجود وسائل تكنولوجيا حديثة تتلاءم مع هذه الأنواع من الأنشطة الرقمية مثل تكنولوجيا البلوكتشين (Blockchain) التي يمكن الاستفادة منها في صياغة المعاملة الضريبية للأنشطة الرقمية.

وانتهت الدراسة الى وجود ارتباط طردي معنوي بين استخدامات تكنولوجيا البلوكتشين (Blockchain) والمعاملة الضريبية للأنشطة الرقمية بمصلحة الضرائب المصرية، لوجود تأثير كبير لاستخدامات البلوكتشين (Blockchain) لأغراض الرقابة الضريبية التي هي عصب العمليات الضريبية، وأوصت بضرورة الاستناد إلى تكنولوجيا البلوكتشين (Blockchain) في إدارة المعاملة الضريبية للأنشطة الرقمية لتوفير بيانات تكنولوجيا موثقة للتسجيل وإصدار إرشادات وأدله توضيحية تساهم في تحديد وصياغة المعاملة الضريبية للأنشطة الرقمية لدى مصلحة الضرائب المصرية.

دراسة (هنا و مدى، ٢٠٢٠) بعنوان تطوير قطاع الإيجار العقاري بما يتماشى مع التحول الرقمي للمملكة العربية السعودية: دراسة مقترحة لتطبيق تقنية البلوك تشين (Blockchain).

استخدمت الدراسة منهج دراسة الحالة للتعرف على الآلية الحالية لإدارة قطاع الإيجار العقاري بالمملكة، وتقديم مقترح لتطبيق تقنية البلوك تشين في إدارة عملية الإيجار، وخرجت الدراسة بالعديد من النتائج أبرزها: أن تقنية البلوك تشين تساهم في إدارة المعاملات المتعلقة بالإيجار، وتحقيق الشفافية والموثوقية والدقة للمعاملات، وتتغلب على مركزية الآلية الحالية في تنفيذ المعاملات من خلال الوسيط العقاري، وتوفر الكثير من المميزات التي تخدم هذا القطاع وتسهل عملية إدارة المعلومات بكفاءة، حيث توفر بيئة آمنة لحفظ المعلومات وتنظيمها وتبادلها واسترجاعها، وأوصت الدراسة بتبني تطبيقات البلوك تشين في المملكة العربية السعودية في شتى المجالات لمواكبة رؤية المملكة ٢٠٣٠، ولتحقيق التحول الرقمي.

المحور الثالث: المشكلات التي تواجه تطبيقات استخدام البلوكتشين (Blockchain)

دراسة (سلطان محمد، ٢٠٢٣) بعنوان أثار استخدام تكنولوجيا البلوكتشين (Blockchain) على البيئة المحاسبية في مصر

دراسة نظرية ميدانية) The Effect of Using (Blockchain) Technology on The Accounting Environment in

(Egypt (Field Theoretical study

هدفت الدراسة الى دراسة وتحليل أهم التحديات التي تواجه تطبيق تكنولوجيا البلوكتشين في البيئة المحاسبية، وعوامل نجاح نظم المحاسبة المعتمدة على هذه التكنولوجيا، وأثر استخدامها على البيئة المحاسبية في مصر، من خلال القيام بنوعين من الدراسات وهم الدراسة النظرية والدراسة الميدانية من خلال استخدام اسلوب قائمة الاستبيان واستطلاع رأي عينه من (٤٨) مفردة من المحاسبين بالشركات والبنوك وخبراء تكنولوجيا المعلومات والمراجعين بمكاتب المحاسبة والمراجعة لإجراء التحليل الاحصائي لها. وقد توصلت الباحثة الى أن هناك العديد من التحديات التي تواجه تطبيق هذه التكنولوجيا في البيئة المحاسبية، أهمها المخاطر التشغيلية وغياب نظم المحاسبة وتحديات الحوكمة، وأنها تؤثر على مهنة المحاسبة والمراجعة من خلال تغيير شكل المهنة واتساع مجالاتها. لذا اوصت الباحثة بزيادة دور المنظمات المهنية ومكاتب المحاسبة لتنظيم استخدامات هذه التكنولوجيا، مع عقد دورات تدريبية للمحاسبين والمراجعين للاطلاع على كل جديد في هذا المجال مع زيادة المقررات التعليمية بمجال المحاسبة بالتطورات التكنولوجية وأثارها المحتمل على نظم المعلومات المحاسبية.

دراسة (محمد واخرون، ٢٠٢١) بعنوان سلسلة الكتل وإمكانية استخدامها في التحقق من ملكية المفتاح العام في إرسال

رسائل معماة.

ظهرت العديد من التهديدات التي تواجه أمن وسلامة هذه الناقلات وبالمقابل أصبحت طرق التعمية القديمة أكثر هشاشة في مواجهة المخترقين وأبرزها البنية التحتية للمفاتيح العامة PKI التي تبنى عليها الكثير من تطبيقات الويب مثل (Https)، (S/MIME) (وأبرز هذه المشاكل هي المركزية والبنية المعقدة في توزيع الشهادات، لذلك ظهرت الحاجة إلى البحث عن بدائل وآليات جديدة تلبى احتياجات المستخدمين لضمان الأمن والخصوصية.

تعد تقنية سلسلة الكتل من أكثر التقنيات الواعدة التي تتمتع بمزايا أمنية كبيرة ولا مركزية في بنية الشبكة، ومن هنا قمنا بإنشاء نموذج بديل عن PKI بالاعتماد على تقنية سلسلة الكتل وخوارزميات التعمية غير المتناظرة وتوظيفها في تطبيق إرسال رسائل معماه بالمفتاح العام، حيث يقوم التطبيق بتسجيل مستخدمين جدد، وقبل إرسال أي رسالة يتم التحقق من ملكية المفتاح العام للمستقبل من سلسلة الكتل في شبكة Ethereum Blockchain، وتطرقنا أيضاً إلى حل مشكلة الشهادات الملغاة مثلاً في Https التي تأخذ وقت طويل من أجل تعميم الشهادة الملغاة لكافة المستخدمين والمتصفحات، وذلك من خلال استخدام توابع الحذف في العقد الذكي المرفوع على سلسلة الكتل في Ethereum والتي توفر لنا بيئة مناسبة لاختبار التطبيقات اللامركزية القائمة على سلسلة الكتل.

تعقيب الدراسات السابقة:

لا شك أن البلوكتشين لديه إمكانية استثمارية، لكن فائدته تظل في طريقة التفويض المعقدة التي تضمن خصوصية وأمان البيانات دون تدخل أي سلطة مركزية. بينما يجادل بعض العلماء أنها تكنولوجيا ناشئة وغير واضح تطبيقها المستقبلي في المجتمع (Campbell-Verduyn, 2019)، يقترح بعض العلماء بالفعل ظهور فرع جديد من القانون، lex cryptographic، يشير إلى اندماج الحوكمة القانونية والخوارزمية مع خوارزميات ترسخ سلوك وتفاعل الوكلاء. (Wright and De Filippi, 2015) ولهذا السبب، تعتمد صناعات مختلفة مثل الرعاية الصحية، والتجارة الإلكترونية، وقطاع الطاقة بالإضافة إلى قطاع المال عليه بشكل متزايد. وبالأخص، يتقدم قطاع المال بخطى ثابتة حيث تجعل آليات مثل "العملات الرقمية" جمع التمويل لمشروع تجاري جديد سهلاً وخالياً من المخاطر. بينما قد تحتفظ اللوائح في الحوكمة التقليدية ببعض النفوذ، تتجه المزيد والمزيد من المشاريع الجديدة نحو فكرة "العرض الأولي للعملات" (ICO) مقارنة بـ "الطرح العام الأولي" (IPO) (Masiak et al., 2019). وتزيد بروتوكولات الأمان التي تحقق ذاتها مثل "إثبات العمل" (PoW)، و"إثبات الحصة" (PoS)، و"العقود الذكية" من جدوى في السوق المالي (Chiu et al., 2019). بالإضافة إلى ذلك، تم العثور على أن المشاكل الحالية في التمويل التجاري يمكن

التخفيف منها بهذه التكنولوجيا. وتتراوح هذه المشاكل من بناء آليات الثقة، والحفاظ على سلطة المعاملات، ونقل المعلومات، وتتبع هذه المعاملات (Chang et al., 2019). وبينما هو في الغالب خارج اللوائح المفروضة من قبل الحكومة، كان هناك اتجاه حديث وبعض الأعمال في محاولة تنظيم معاملات البلوكتشين. ومع ذلك، يبدو أن هذه اللوائح تصمم لتشجيع ثقة العملاء في المعاملات المستندة إلى البلوكتشين بدلاً من التحكم أو الأمر بطبيعة وطريقة هذه المعاملات (Mangano, 2018).

مشكلة الدراسة:

منذ بداية ظهور التكنولوجيا الرقمية وتقنية البلوكتشين كابتكار رائد ووسيلة آمنة للتبادل التجاري عبر الإنترنت ومنها ظهرت العملات الرقمية والعقود الذكية والرقمية المشفرة وتضمينها البلوكتشين التي كانت من أهم مميزات البيانات المخزنة لا يمكن تعديلها وشفافية المعاملات على السلسلة والتحقق من المعاملات على السلسلة وإمكانية مراجعته جميع العمليات على السلسلة. ومع تطور حاجات السوق والشركات إلى عملية التسويق والتي تتمتع بالخصوصية والتي يجب أن تعتمد على تاريخ المعاملات للعملاء وجودة البيانات يؤثر على اتخاذ تلك القرارات فمن هنا حددنا مشكلة الدراسة في ضوء متغيرات العصر تطلب تحديد الآثار والفرص التي يمكن أن توفرها تقنية سلسلة الكتل المشفرة "البلوكتشين" على قطاع التسويق الرقمي. تتمثل الفرص المحتملة في إمكانية تطوير نماذج تسويقية جديدة، مثل الإعلانات القائمة على البلوكتشين والتسويق المستدام.

التحدي الذي يواجه قطاع التسويق الرقمي في ظل ظهور تقنية البلوكتشين تتمثل في عدم وجود دراسات كافية عن استراتيجيات التسويق في عصر البلوكتشين والآثار والفرص التي تقدمها هذه التقنية للمسوقين خاصة وكيفية توظيفها بشكل فعال لتحقيق أقصى فائدة في هذا المجال التقني الجديد نوعاً ما.

أهمية الدراسة:

تتمثل الجدوى والفائدة المتوقعة من هذه الدراسة مساهمتها في تعزيز المعرفة المتخصصة بمجال التسويق الرقمي ضمن إطار تكنولوجيا البلوكتشين. تم تحديد أهداف الدراسة لتطوير إطار عمل يمكن المسوقين من استغلال الفرص المتاحة ومواجهة التحديات المرتبطة بالبلوكتشين بكفاءة وفعالية. تقتصر نتائج الدراسة على البيانات والمعلومات التي تم جمعها وفقاً لمنهجية محددة، مع الإشارة إلى أن التطبيقات المستقبلية تتطلب مزيداً من البحث والتقني.

تركز الدراسة على تقديم توصيات محددة تعتمد على النتائج البحثية، مما يضمن تقديم قيمة عملية للمسوقين الرقميين والمؤسسات المعنية، دون التوسع في جوانب لم يتم استكشافها بالتفصيل ضمن البحث الحالي. وتسلط الدراسة الضوء على أهمية التحقيقات اللاحقة التي يمكن أن توسع الفهم في هذا المجال، مما يمهّد الطريق للباحثين لاستكمال الصورة دون الدخول في فرضيات أو تكهنات غير مدعومة بالدليل.

أولاً: الأهمية النظرية

- ١- الفجوة المعرفية: تشير المراجعة الأولية للأدبيات إلى وجود نقص في البحوث التي تجمع بين تكنولوجيا البلوكتشين والتسويق الرقمي، مما يجعل هذه الدراسة ضرورية لسد هذه الفجوة وتقديم مساهمات جديدة في المجال.
- ٢- التحديات التقنية: بتحديد التحديات القائمة، تهدف الدراسة إلى توفير بصيرة نقدية تسمح بتطوير حلول مبتكرة، مما يمكن أن يشكل دفعة قوية لأبحاث مستقبلية تعالج هذه التحديات.
- ٣- الإطار النظري: غياب الأطارات النظرية المتكاملة في هذا المجال يجعل من الضروري تطويرها لتوفير أساس متين للدراسات المستقبلية وتقييم عوامل النجاح في التسويق المدعوم بتكنولوجيا البلوكتشين.

ثانياً: الأهمية العملية

- ١- توعية الممارسين: الدراسة ستعمل على توجيه الضوء على البلوكتشين كتكنولوجيا ذات أهمية استراتيجية، مما يدعم ممارسي التسويق في فهم واستغلال إمكاناتها الكاملة.
- ٢- مواكبة الابتكار: في ظل التطورات التكنولوجية السريعة، تبرز الحاجة إلى دراسات تساهم في ضمان أن ممارسات التسويق تبقى متطورة ومتوافقة مع هذه التغيرات.
- ٣- تعزيز الاقتصاد السعودي: من خلال تعزيز الممارسات التسويقية، تساهم الدراسة في تحقيق أهداف التنمية الاقتصادية المستدامة وتعزيز النمو الاقتصادي في المملكة العربية السعودية.
- ٤- تحسين الكفاءة التجارية: ستسعى الدراسة لتطوير استراتيجيات تسويقية تعتمد على البلوكتشين لتسهيل المعاملات بين الشركات وزيادة كفاءتها.
- ٥- دعم رؤية المملكة ٢٠٣٠: قد تُعتبر هذه الدراسة خطوة مهمة نحو التكامل لتحقيق الأهداف الاستراتيجية للمملكة، خاصةً في مجال التحول الرقمي والابتكار.

أهداف الدراسة:

الأهداف الرئيسة للدراسة:

- إجراء تقصي معمق حول تكنولوجيا البلوكتشين، بما يشمل توضيح جوهرها، مبادئ عملها، تطبيقاتها العملية، وتقييم مزايا الخبرات الأجنبية في ميدان استخدامها، مع التركيز على فحص تأثيرها في مجالات التسويق المختلفة.
- التحقيق في التحديات الرئيسية التي تعترض تطبيق تكنولوجيا البلوكتشين في المجتمع، وتحليل العوامل المؤثرة التي قد تعيق التبني الفعال لهذه التكنولوجيا.
- استكشاف العوامل الرئيسية التي تساهم في نجاح التسويق الرقمي عند الاستعانة بتكنولوجيا البلوكتشين، مع تحديد معايير النجاح الأساسية.

اهداف الفرعية:

- المقارنة المنهجية بين استراتيجيات التسويق الحديثة التي تدمج تقنية البلوكتشين وبين النهج التقليدي في التسويق، لتقييم الفوارق وتحديد مسارات التطور.
- صياغة واختبار مجموعة من الفرضيات العلمية لاستقصاء العلاقة بين تكنولوجيا البلوكتشين ومتغيرات التسويق الرقمي، بهدف إثراء المعرفة في هذا المجال.
- تنفيذ تحليل متعمق للاستخدامات الحالية لتقنية البلوكتشين في قطاع التسويق الرقمي، مع التركيز على التطبيقات الابتكارية والأثر التحويلي.
- تقييم الأثر التجاري والتشغيلي لتبني تكنولوجيا البلوكتشين على أداء المسوقين الرقميين، مع الأخذ بعين الاعتبار المؤشرات الرئيسية للأداء.

تساؤلات الدراسة:

كيف يتم توظيف تقنية البلوكتشين ضمن مجال التسويق الرقمي، وما الآليات التي تحكم هذا التوظيف؟

ما هي الانعكاسات الناتجة عن تبني تقنية البلوكتشين على فعالية وأداء المسوقين الرقميين؟

ما الفروقات الجوهرية بين استراتيجيات التسويق في عهد البلوكتشين مقارنة بالنهج التسويقية التقليدية؟

هل يمكن الحديث عن وجود علاقة ترابطية بين تقنية البلوكتشين والمتغيرات المؤثرة في التسويق الرقمي؟

ما هي الطرق أو الأساليب الاستراتيجية الأكثر فعالية التي يمكن على مؤسسات التسويق ان تعتمد عليها في عصرنا الحالي في

ضوء تطورات وابتكارات تقنية البلوكتشين التي جاءت بها؟

مفاهيم الدراسة:

البلوكتشين (Blockchain) هي تقنية حديثة تسمح بمشاركة المعلومات بشكل آمن وشفاف بين الأطراف المختلفة. تتكون البلوكتشين من سلسلة من الكتل (Blocks) المرتبطة ببعضها البعض، حيث تحتوي كل كتلة على مجموعة من البيانات، مثل المعاملات المالية أو المعلومات التعريفية. يتم تسجيل هذه البيانات بشكل آمن باستخدام التشفير، مما يجعل من الصعب للغاية تزويرها أو تغييرها (Nofer, et al 2017).

التسويق الرقمي: هو استخدام التكنولوجيا الرقمية لإنشاء وتطبيق استراتيجيات التسويق عبر قنوات مختلفة، مثل المواقع والبرامج والشبكات الاجتماعية.

تقنية البلوكتشين: هي نظام لحفظ وإثبات المعاملات المالية أو غير المالية بطريقة آمنة وشفافة وغير قابلة للتغيير . استراتيجية التسويق في عصر البلوكتشين: هي خطة شاملة للاستفادة من فرص تقنية البلوكتشين في تحسين جودة وفعالية التسويق، من خلال استخدام أدوات مثل العملات المشفرة.

العقد (Nodes): هي أجهزة كمبيوتر متصلة بشبكة البلوكتشين. تقوم هذه العقد بإنشاء الكتل الجديدة وتعديلها وحفظها. المعاملات (Transactions): هي البيانات التي يتم تخزينها في الكتل. يمكن أن تكون هذه البيانات أي نوع من البيانات، مثل المعاملات المالية أو المعلومات التعريفية.

البلوك (Blocks): هي وحدات البيانات التي يتم تخزينها في البلوكتشين. تحتوي كل كتلة على مجموعة من المعاملات وبيانات التجزئة (Hash) الخاصة بها.

التجزئة: (Hash) هي خوارزمية تُستخدم لإنشاء بصمة رقمية فريدة لكل كتلة. تُستخدم التجزئة لضمان سلامة البيانات ومنع التزوير.

السلسلة: (Chain) هي مجموعة من الكتل المرتبطة ببعضها البعض باستخدام خوارزمية التجزئة. التسويق: هو عملية إدارية تهدف إلى خلق وتبادل وتسليم قيمة للعملاء والأطراف المعنية.

فروض الدراسة:

فرضيات رئيسية :

- لا توجد اختلافات ملحوظة ذات دلالة إحصائية في مستوى تقييم أفراد العينة المستهدفة بخصوص التحديات المصاحبة لدمج التكنولوجيا في البنية التسويقية المؤسسية.
- لا تظهر أي فروق جوهرية ذات دلالة إحصائية في إدراك أفراد العينة للمتطلبات الأساسية الكفيلة بتحقيق التميز في الممارسات التسويقية المعتمدة على تكنولوجيا البلوكتشين.
- لا توجد تباينات إحصائية معنوية بين آراء أفراد العينة فيما يتعلق بالتأثيرات المترتبة على استخدام تقنية البلوكتشين في مجال التسويق الرقمي.

فرضيات فرعية:

- يُسهّم تطبيق تقنية البلوكتشين في تعزيز الكفاءة التشغيلية والأداء الاستراتيجي لمبادرات التسويق الرقمي.
- تُولد تقنية البلوكتشين آفاقاً تسويقية جديدة متميزة بالابتكار والتجديد، ما يفتح المجال أمام استراتيجيات تسويقية رقمية مبتكرة.
- يعتبر التأثير الناجم عن استخدام البلوكتشين في السياق التسويقي إيجابياً ومعززاً للمنظور الاستراتيجي في قطاع التسويق الرقمي.

الإطار النظري:

أولاً: تكنولوجيا البلوكتشين تناول شامل يشمل تعريف التكنولوجيا، آليات عملها، أبرز التطبيقات المعاصرة، المزايا النسبية، ودراسة مختارة لحالات استخدامها.

ثانياً: التسويق الرقمي مقابل التسويق التقليدي استعراض تاريخي وتحليلي للتطورات في مجال التسويق مع التركيز على الانتقال من الممارسات التقليدية إلى الرقمية.

ثالثاً: التفاعل بين تكنولوجيا البلوكتشين والتسويق الرقمي دراسة تحليلية لكيفية تأثير ودمج تقنيات البلوكتشين ضمن استراتيجيات التسويق الرقمي.

رابعاً: التحديات في تطبيق تكنولوجيا البلوكتشين بالتسويق: تشخيص العقبات والصعوبات التي تعترض تنفيذ هذه التقنية في مجال التسويق.

خامساً: تأثير استخدام تقنية البلوكتشين في التسويق الرقمي بالمملكة: تقييم مدى التأثير الذي تحدثه تقنية مثل البلوكتشين على المشهد التسويقي الرقمي في المملكة.

سادساً: اختبار فروض البحث من خلال الدراسة الميدانية: منهجية مفصلة لاختبار الفروض البحثية مستندة إلى بيانات تم جمعها عن طريق الدراسة الميدانية.

سابعاً: النتائج، التوصيات، ومسارات البحث المستقبلية: تحليل للنتائج التي توصلت إليها الدراسة، مع تقديم توصيات عملية واقتراحات للأبحاث المستقبلية.

الإطار المنهجي للدراسة:

في إطار هذه الدراسة، تم اعتماد المنهج التحليلي الوصفي لتقصي وتحليل الأثر الذي تلعبه تقنية البلوكتشين على استراتيجيات التسويق الرقمي. تهدف الدراسة إلى الإجابة على مجموعة من الأسئلة البحثية التي تُسلط الضوء على كيفية تسخير هذه التقنية لتعزيز الكفاءة والفاعلية في القطاع التسويقي الرقمي.

المجتمع والعينة: الدراسة موجهة نحو العاملين في مجال التسويق الرقمي في المملكة العربية السعودية، من ممارسين وخبراء، بهدف استكشاف وجهات نظرهم وخبراتهم المتعلقة بتطبيق تقنية البلوكتشين.

الدراسة النظرية: تم الرجوع إلى مصادر متنوعة تشمل الكتب والمقالات الصادرة في الدوريات العربية والدولية، وتم استقراء المعلومات الواردة في الأدب التسويقي لتشكيل الأساس النظري للدراسة.

أدوات جمع البيانات :

الدراسة الميدانية: من خلال استبانة وسوف يتم توزيعها على عينة بحث مطابقة للدراسة النظرية مع الواقع العملي واختبار صحة فروض البحث.

المقاييس والاختبارات الإحصائية المقترح استخدامها:

- تحليل البيانات :سوف يتم تحليل البيانات باستخدام "SPSS" Statistical Package for the Social Sciences و EXCEL.

حدود الدراسة:

- تتحدد معالم هذه الدراسة ضمن ثلاثة أبعاد رئيسية تشمل الزمان والمكان والعنصر البشري:
- الحدود الزمنية :تنحصر الدراسة في الفترة الممتدة من بداية تطور تقنية البلوكتشين في عام 1991 م وحتى العام الحالي 2023 م .وقد تم اختيار هذه الفترة لتوفير فهم شامل لتطور التقنية وتأثيرها عبر الزمن.
- الحدود المكانية :تُقيد الدراسة بالمملكة العربية السعودية، بهدف دراسة الخصائص الثقافية والاجتماعية الفريدة للمجتمع السعودي وتأثيرها على تبني وتطبيق استراتيجيات التسويق الرقمي.
- الحدود البشرية :تستهدف الدراسة عينة من المتخصصين في مجال التسويق الرقمي بالمملكة، بما في ذلك الشركات والباحثين في هذا المجال والعملاء، للحصول على رؤى معمقة حول تأثيرات التقنية وتطبيقاتها.

التبويب المقترح وفق الخطة الزمنية:

الصفحة	المشروع البحثي
٢٠	الفصل الأول: مقدمة
٥٠	الفصل الثاني: الإطار النظري الدراسات السابقة
	المحور الأول: تكنولوجيا البلوكتشين (مفهومها – أليه عملها -تطبيقها-مزاياها – تجارب استخدامها)
	المحور الثاني: التسويق الرقمي والتسويق التقليدي (التطور في مجال التسويق من حيث تاريخ التطور)
	المحور الثالث: علاقة تكنولوجيا البلوكتشين بالتسويق الرقمي
	المحور الرابع: التحديات التي تواجه تطبيق البلوكتشين في مجال التسويق
٦٥	المحور الخامس: أثر استخدام البلوكتشين في التسويق الرقمي في المملكة
٨٠	الفصل الثالث: منهجية الدراسة
١٠٠	الفصل الرابع: النتائج
١٠٥	الفصل الخامس: الخلاصة
	المراجع

الإطار النظري:

قائمة المصادر والمراجع المبدئية:

المراجع العربية:

- سلطان محمد عبد الحميد، ر. (٢٠٢٣). أثر استخدام تكنولوجيا سلاسل الكتل (Blockchain) على البيئة المحاسبية في مصر (دراسة نظرية ميدانية). *المجلة المصرية للدراسات التجارية*، ٤٧ (٢)، ٢٢٧-٢٦٢.
- البلوشية، ن. ب. ع.، الحراسي، ن. ب. ح.، & العوفي، ع. ب. س. (٢٠٢٠). واقع التحول الرقمي في المؤسسات العمانية. *Journal of Information Studies and Technology*, 2020(1), 2.
- فؤاد عبد الرحمن على، و.، نادر خاطر، إ.، إبراهيم، & جابر. (٢٠٢٢). أثر تكنولوجيا سلسلة الكتل على دور المراجع الخارجي-دراسة ميدانية. *المجلة العلمية للدراسات التجارية والبيئية*، ١٣ (٤)، ٦١٩-٦٤٤.
- علي سيد إسماعيل. (٢٠٢١). تقنية البلوك تشين Blockchain آليةً لحوكمة المؤسسات المالية الإسلامية المعاصرة. *جامعة أم القرى في الاقتصاد الاسلامي*. 147-188 , 1(1)

- نصير، م. م. ا. ، & مبروك محمد السيد. (٢٠٢٣). إطار مقترح لاستخدام تكنولوجيا البلوك تشين في تطبيق المعاملة الضريبية للأنشطة الرقمية وصناعة المحتوى بمصلحة الضرائب المصرية. المجلة العلمية للدراسات والبحوث المالية والتجارية، ٤(٢)، ٥٤٣-٥٧٧.
- الرحيلي، م. ع. ، & الضحوي ، ه. ع. (٢٠٢٠). تطوير قطاع الإيجار العقاري بما يتماشى مع التحول الرقمي للمملكة العربية السعودية: دراسة مقترحة لتطبيق تقنية البلوك تشين مجلة تكنولوجيا المعلومات.

المراجع الأجنبية:

- Andoni, M., Robu, V., Flynn, D., Abram, S., Geach, D., Jenkins, D., ... & Peacock, A. (2019). Blockchain technology in the energy sector: A systematic review of challenges and opportunities. *Renewable and sustainable energy reviews*, 100, 143-174.
- Stallone, V., Wetzels, M., & Klaas, M. (2021). Applications of Blockchain Technology in marketing—A systematic review of marketing technology companies. *Blockchain: Research and Applications*, 2(3), 100023.
- Almasoud, A. S., Hussain, F. K., & Hussain, O. K. (2020). Smart contracts for blockchain-based reputation systems: A systematic literature review. *Journal of Network and Computer Applications*, 170, 102814.
- Grover, P., Kar, A. K., & Vigneswara Ilavarasan, P. (2018). Blockchain for businesses: A systematic literature review. In *Challenges and Opportunities in the Digital Era: 17th IFIP WG 6.11 Conference on e-Business, e-Services, and e-Society, I3E 2018, Kuwait City, Kuwait, October 30–November 1, 2018, Proceedings 17* (pp. 325-336). Springer International Publishing.
- Gorkhali, A., & Chowdhury, R. (2022). Blockchain and the evolving financial market: A literature review. *Journal of Industrial Integration and Management*, 7(01), 47-81.
- Rejeb, A., Keogh, J. G., & Treiblmaier, H. (2020). How blockchain technology can benefit marketing: Six pending research areas. *Frontiers in Blockchain*, 3, 3.
- Nair, R., & Bhagat, A. (2020). An application of blockchain in stock market. In *Transforming Businesses with Bitcoin Mining and Blockchain Applications* (pp. 103-118). IGI Global.

- Peres, R., Schreier, M., Schweidel, D. A., & Sorescu, A. (2023). Blockchain meets marketing: Opportunities, threats, and avenues for future research. *International Journal of Research in Marketing*, 40(1), 1-11.
- Gleim, M. R., & Stevens, J. L. (2021). Blockchain: a game changer for marketers? *Marketing Letters*, 32, 123-128.
- Nofer, M., Gomber, P., Hinz, O., & Schiereck, D. (2017). Blockchain. *Business & Information Systems Engineering*, 59, 183-187.
- Gadekallu, T. R., Huynh-The, T., Wang, W., Yenduri, G., Ranaweera, P., Pham, Q. V., ... & Liyanage, M. (2022). Blockchain for the metaverse: A review. *arXiv preprint arXiv:2203.09738*.
- Zheng, Z., Xie, S., Dai, H. N., Chen, X., & Wang, H. (2018). Blockchain challenges and opportunities: A survey. *International journal of web and grid services*, 14(4), 352-375.
- Yaga, D., Mell, P., Roby, N., & Scarfone, K. (2019). Blockchain technology overview. *arXiv preprint arXiv:1906.11078*.
- Kotler, P., Burton, S., Deans, K., Brown, L., & Armstrong, G. (2015). *Marketing*. Pearson Higher Education AU.
- Baker, M. (2012). *The marketing book*. Routledge.
- Rodríguez Bolívar, M. P., & Scholl, H. J. (2019). Mapping potential impact areas of Blockchain use in the public sector. *Information Polity*, 24(4), 359-378.

ملاحق الدراسة:

الاستبانة