

عدد خاص

Journal of
PR
Middle East
research

مجلة

مجلة العلاقات العامة

الشرق الأوسط



معامل الاقتباس الدولي ICR لعام ٢٠٢٢/٢٠٢١ = ١,٥٦٩
معامل التأثير "أرسيف" لعام ٢٠٢٣ = ٢,٧٥٥٨

دورية علمية محكمة بإشراف علمي من الجمعية المصرية للعلاقات العامة - السنة الثانية عشرة - العدد الخمسون - ١٠ أبريل ٢٠٢٤م

الاتجاهات الحديثة في إدارة الإعلام

ملخصات بحوث باللغة الإنجليزية:

■ التنبؤ بتقنية ترويج المبيعات الموجهة للمستهلك باستخدام الذكاء الاصطناعي

أ.م.د. فريد علي موسى (جامعة بني سويف)

د. نسرین ناصر الشربيني (جامعة أكتوبر للعلوم الحديثة والآداب MSA) ... ص ٩

بحوث باللغة العربية:

■ الصعوبات والتحديات في بيئة العمل الإعلامي أثناء الممارسة الإعلامية خلال الفعاليات الرسمية السعودية

أ.م.د. بندر بن عويص الجعيد (جامعة الملك عبد العزيز)

بندر بن محمد المشيقح (جامعة الملك عبد العزيز) ... ص ١٣

■ تأثيرات استخدام العملات المشفرة والافتراضية على إدارة المؤسسات للأنشطة التسويقية في الفضاء الإلكتروني

أ.م.د. عبير إبراهيم محمد رجب عزي (الأكاديمية العربية للعلوم والتكنولوجيا والنقل البحري) ... ص ٤٣

■ دور تقنيات الذكاء الاصطناعي في تحقيق الإبداع بالإنتاج الإذاعي والتلفزيوني: دراسة على الإعلاميين والخبراء

د. رشا محمد عاطف محمود الشيخ (جامعة المنوفية) ... ص ٧٧

■ التغطية الإعلامية للعدوان الإسرائيلي على غزة عبر منصات التواصل الاجتماعي للصحف الإلكترونية وعلاقتها بالخوف الاجتماعي وقلق المستقبل لدى الجمهور المصري: دراسة تحليلية ميدانية

د. هناء محمد عبد المقصود عون (جامعة كفر الشيخ) ... ص ١٤٩

(ISSN 2314-8721)

الشبكة القومية للمعلومات العلمية والتكنولوجية
(ENSTINET)

بتصريح من المجلس الأعلى لتنظيم الإعلام في مصر
رقم الإبداع بدار الكتب: ٢٠١٩/٢٤٣٨٠
جميع الحقوق محفوظة ٢٠٢٤ @ APR A
الوكالة العربية للعلاقات العامة

مؤسسها

ورئيس مجلس الإدارة

د. حاتم محمد عاطف

رئيس EPRA

رئيس التحرير

أ.د. علي السيد عجوة

أستاذ العلاقات العامة والعميد

الأسبق لكلية الإعلام جامعة القاهرة

رئيس اللجنة العلمية بـ EPRA

مدير التحرير

أ.د. محمد معوض إبراهيم

أستاذ الإعلام بجامعة عين شمس

والعميد الأسبق لكلية الإعلام جامعة سيناء

رئيس اللجنة الاستشارية بـ EPRA

مساعده التحرير

أ.د. رزق سعد عبد المعطي

أستاذ العلاقات العامة بكلية الإعلام والألسن

جامعة مصر الدولية

أ.د. محمد حسن العامري

أستاذ ورئيس قسم العلاقات العامة

كلية الإعلام - جامعة بغداد

أ.م.د. ثريا محمد السنوسي

أستاذ مشارك بكلية الاتصال

جامعة الشارقة

أ.م.د. فؤاد علي سعدان

أستاذ العلاقات العامة المشارك

كلية الإعلام - جامعة صنعاء

أ.م.د. السيد عبد الرحمن علي

أستاذ العلاقات العامة المشارك ووكيل كلية الإعلام

جامعة السويس

أ.م.د. نصر الدين عبد القادر عثمان

أستاذ العلاقات العامة المشارك في كلية الإعلام

جامعة عجمان

مدير العلاقات العامة

المستشار/ السعيد سالم خليل

التدقيق اللغوي

علي حسين الميهي

د. سعيد عثمان غانم

مدققا اللغة العربية

أحمد علي بدر

مدقق اللغة الإنجليزية

المراسلات

الجمعية المصرية للعلاقات العامة

جمهورية مصر العربية - الجيزة - الدقي

بين السرايات - ١ شارع محمد الزعبي

إصدارات الوكالة العربية للعلاقات العامة

جمهورية مصر العربية - المنوفية - شبين الكوم

رمز بريدي: ٣٦١١١ - صندوق بريدي: ٦٦

Mobile: +201141514157

Fax: +20482310073 Tel: +2237620818

www.jprr.epra.org.eg

Email: jprr@epra.org.eg - ceo@apr.agency

الهيئة الاستشارية

أ.د. علي السيد عجوة (مصر)

أستاذ العلاقات العامة المتفرغ والعميد الأسبق لكلية الإعلام جامعة القاهرة

Prof. Dr. Thomas A. Bauer (Austria)

Professor of Mass Communication at the University of Vienna

أ.د. ياس خضير البياتي (العراق)

أستاذ الإعلام بجامعة بغداد ووكيل عميد كلية المعلومات والإعلام والعلوم الإنسانية
جامعة عجمان للعلوم والتكنولوجيا

أ.د. محمد معوض إبراهيم (مصر)

أستاذ الإعلام المتفرغ بجامعة عين شمس والعميد الأسبق لكلية الإعلام جامعة سيناء

أ.د. عبد الرحمن بن حمود العناد (السعودية)

أستاذ العلاقات العامة بكلية الإعلام - جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية

أ.د. محمود يوسف مصطفى عبده (مصر)

أستاذ العلاقات العامة والوكيل الأسبق لكلية الإعلام لشئون خدمة المجتمع وتنمية البيئة - جامعة القاهرة

أ.د. سامي عبد الرؤوف محمد طايح (مصر)

أستاذ العلاقات العامة بكلية الإعلام - جامعة القاهرة

أ.د. شريف درويش مصطفى اللبان (مصر)

أستاذ الصحافة - وكلية الإعلام لشئون خدمة المجتمع وتنمية البيئة سابقاً - جامعة القاهرة

أ.د. جمال عبد الحي عمر النجار (مصر)

أستاذ الإعلام بكلية الدراسات الإسلامية للنباتات - جامعة الأزهر

أ.د. عابدين الدردير الشريف (ليبيا)

أستاذ الإعلام وعميد كلية الآداب والعلوم الإنسانية بجامعة الزيتونة - ليبيا

أ.د. عثمان بن محمد العربي (السعودية)

أستاذ العلاقات العامة والرئيس الأسبق لقسم الإعلام بكلية الآداب - جامعة الملك سعود

أ.د. وليد فتح الله مصطفى بركات (مصر)

أستاذ الإذاعة والتلفزيون ووكيل كلية الإعلام لشئون التعليم والطلاب سابقاً - جامعة القاهرة

أ.د. تحسين منصور رشيد منصور (الأردن)

أستاذ العلاقات العامة والعميد السابق لكلية الإعلام - جامعة اليرموك

أ.د. علي قسايسية (الجزائر)

أستاذ متقاعد تخصص دراسات الجمهور والتشريعات الإعلامية بكلية علوم الإعلام والاتصال - جامعة الجزائر ٣

أ.د. رضوان بو جمعة (الجزائر)

أستاذ الإعلام بقسم علوم الإعلام والاتصال - جامعة الجزائر

أ.د. هشام محمد عباس زكريا (السودان)

أستاذ الإعلام وعميد كلية الاتصال بالجامعة القاسمية بالشارقة - العميد السابق لكلية تنمية المجتمع في جامعة وادي النيل بالسودان

أ.د. عبد الملك ردمان الدناني (اليمن)

أستاذ الإعلام بجامعة الإمارات للتكنولوجيا

جميع حقوق الطبع محفوظة.

جميع حقوق الطبع والنشر محفوظة للوكالة العربية للعلاقات العامة

لا يجوز، دون الحصول على إذن خطي من الناشر، استخدام أي من المواد التي تتضمنها هذه المجلة، أو استنساخها أو نقلها، كلياً أو جزئياً، في أي شكل وبأية وسيلة، سواءً بطريقة إلكترونية أو آلية، بما في ذلك الاستنساخ الفوتوجرافي، أو التسجيل أو استخدام أي نظام من نظم تخزين المعلومات واسترجاعها، وتطبق جميع الشروط والأحكام والقوانين الدولية فيما يتعلق بانتهاك حقوق النشر والطبع للنسخة المطبوعة أو الإلكترونية.

الترقيم الدولي للنسخة المطبوعة
(ISSN 2314-8721)

الترقيم الدولي للنسخة الإلكترونية
(ISSN 2314-873X)

الشبكة القومية المصرية للمعلومات العلمية والتكنولوجية
(ENSTINET)

بتصريح من المجلس الأعلى لتنظيم الإعلام في مصر
رقم الإيداع: ٢٠١٩ / ٢٤٣٨٠

ولتقديم طلب الحصول على هذا الإذن والمزيد من الاستفسارات، يرجى الاتصال برئيس مجلس إدارة الجمعية المصرية للعلاقات العامة (الوكيل المفوض للوكالة العربية للعلاقات العامة) على العنوان الآتي:

APRA Publications

Al Arabia Public Relations Agency, Egypt, Menofia, Shebin El-Kom
Crossing Sabry Abo Alam st. & Al- Amin st.
Postal code: 32111 Post Box: 66
Or

Egyptian Public Relations Association, Egypt, Giza,
Dokki, Ben Elsarayat -1 Mohamed Alzoghby st. of Ahmed Elzayat St.

بريد إلكتروني: jpr@epra.org.eg - ceo@apr.agency

موقع ويب: www.jpr.epra.org.eg - www.apr.agency

الهاتف : 818 - 02-376-20 (+2) - 151 - 14 - 15 - 0114 (+2) - 157 - 14 - 15 - 0114 (+2)

فاكس : 73 - 048-231-00 (+2)

المجلة مفهرسة ضمن قواعد البيانات الرقمية الدولية التالية:



مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط

Journal of Public Relations Research Middle East

التعريف بالمجلة:

- مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط دورية علمية تنشر أبحاثاً متخصصة في العلاقات العامة وعلوم الإعلام والاتصال، بعد أن تقوم بتحكيمها من قِبَل عدد من الأساتذة المتخصصين في نفس المجال، بإشراف علمي من الجمعية المصرية للعلاقات العامة، أول جمعية علمية مصرية متخصصة في العلاقات العامة (عضو شبكة الجمعيات العلمية بأكاديمية البحث العلمي والتكنولوجيا بالقاهرة).
- والمجلة ضمن مطبوعات الوكالة العربية للعلاقات العامة المتخصصة في النشر والاستشارات العلمية والتعليم والتدريب.
- المجلة معتمدة بتصريح من المجلس الأعلى لتنظيم الإعلام في مصر، ولها ترقيم دولي ورقم إيداع محلي بدار الكتب المصرية، ومصنفة دولياً لنسختها المطبوعة والإلكترونية من أكاديمية البحث العلمي والتكنولوجيا بالقاهرة، كذلك مصنفة من لجنة الترقّيات العلمية تخصص الإعلام بالمجلس الأعلى للجامعات في مصر.
 - المجلة فصلية تصدر كل ثلاثة أشهر خلال العام.
 - تقبل المجلة نشر عروض الكتب والمؤتمرات وورش العمل والأحداث العلمية العربية والدولية.
 - تقبل المجلة نشر إعلانات عن محركات بحث علمية أو دور نشر عربية أو أجنبية وفقاً لشروط خاصة يلتزم بها المعلن.
 - تقبل المجلة نشر البحوث الخاصة بالترقيات العلمية، كما تُقبل نشر أبحاث المتقدمين لمناقشة رسائل الماجستير والدكتوراه.
 - تقبل المجلة نشر ملخصات الرسائل العلمية التي نوقشت، كما تقبل نشر عروض الكتب العلمية المتخصصة في العلاقات العامة والإعلام، كذلك المقالات العلمية المتخصصة من أساتذة التخصص من أعضاء هيئة التدريس.

قواعد النشر:

- أن يكون البحث أصيلاً ولم يسبق نشره.
- تقبل البحوث باللغات: (العربية . الإنجليزية . الفرنسية) على أن يُكتب ملخص باللغة الإنجليزية للبحث في حدود صفحة واحدة إذا كان مكتوباً باللغة العربية.
- أن يكون البحث في إطار الموضوعات التي تهتم بها المجلة في العلاقات العامة والإعلام والاتصالات التسويقية المتكاملة.
- تخضع البحوث العلمية المقدمة للمجلة للتحكيم ما لم تكن البحوث قد تم تقييمها من قِبَل اللجان والمجالس العلمية بالجهات الأكاديمية المعترف بها أو كانت جزءاً من رسالة أكاديمية نوقشت وتم منح صاحبها الدرجة العلمية.
- يُراعى اتباع الأسس العلمية الصحيحة في كتابة البحث العلمي ومراجعته، ويُراعى الكتابة ببنت (١٤) Simplified Arabic والعناوين الرئيسية والفرعية Bold في البحوث العربية، ونوع الخط Times New Roman في البحوث الإنجليزية، وهوامش الصفحة من جميع الجهات (٢،٥٤)، ومسافة (١) بين السطور، أما عناوين الجداول فببنت (١١) بنوع خط Arial.
- يتم رصد المراجع في نهاية البحث وفقاً للمنهجية العلمية بأسلوب متسلسل وفقاً للإشارة إلى المرجع في متن البحث وفقاً لطريقة APA الأمريكية.

- يرسل الباحث نسخة إلكترونية من البحث بالبريد الإلكتروني بصيغة Word مصحوبة بسيرة ذاتية مختصرة عنه، وإرفاق ملخصين باللغتين العربية والإنجليزية للبحث.
- في حالة قبول البحث للنشر بالمجلة يتم إخطار الباحث بخطاب رسمي بقبول البحث للنشر، أما في حالة عدم قبول البحث للنشر فيتم إخطاره بخطاب رسمي وإرسال جزء من رسوم نشر البحث له في أسرع وقت.
- إذا تطلب البحث إجراء تعديل بسيط فيلتزم الباحث بإعادة إرسال البحث معدلاً خلال ١٥ يوماً من استلام ملاحظات التعديل، وإذا حدث تأخير منه فسيتم تأجيل نشر البحث للعدد التالي، أما إذا كان التعديل جذرياً فيرسله الباحث بعد ٣٠ يوماً أو أكثر حسب ملاحظات التحكيم من وقت إرسال الملاحظات له.
- يرسل الباحث مع البحث ما قيمته ٣٨٠٠ جنيه مصري للمصريين من داخل مصر، ومبلغ ٥٥٠ \$ للمصريين المقيمين بالخارج والأجانب، مع تخفيض (٢٠٪) لمن يحمل عضوية الزمالة العلمية للجمعية المصرية للعلاقات العامة من المصريون والجنسيات الأخرى. وتخفيض (٢٥٪) من الرسوم لطلبة الماجستير والدكتوراه. ولأي عدد من المرات خلال العام. يتم بعدها إخضاع البحث للتحكيم من قِبَل اللجنة العلمية.
- يتم رد نصف المبلغ للباحثين من داخل وخارج مصر في حالة رفض هيئة التحكيم البحث وإقرارهم بعدم صلاحيته للنشر بالمجلة.
- لا ترد الرسوم في حالة تراجع الباحث وسحبه للبحث من المجلة لتحكيمه ونشره في مجلة أخرى.
- لا يزيد عدد صفحات البحث على (٤٠) صفحة A4، وفي حالة الزيادة تحتسب الصفحة بـ ٧٠ جنهماً مصرياً للمصريين داخل مصر وللمقيمين بالخارج والأجانب ١٠ \$.
- يُرسل للباحث عدد (٢) نسخة من المجلة بعد نشر بحثه، وعدد (٥) مستلة من البحث الخاص به.
- ملخص رسالة علمية (ماجستير) ٥٠٠ جنيه للمصريين ولغير المصريون ١٥٠ \$.
- ملخص رسالة علمية (الدكتوراه) ٦٠٠ جنيه للمصريين ولغير المصريون ١٨٠ \$.
- على ٨ صفحات.
- يتم تقديم خصم (١٠٪) لمن يشترك في عضوية الجمعية المصرية للعلاقات العامة، ويتم إرسال عدد (١) نسخة من المجلة بعد النشر للباحث على عنوانه بالبريد الدولي.
- نشر عرض كتاب للمصريين ٧٠٠ جنيه ولغير المصريون ٣٠٠ \$، ويتم إرسال عدد (١) نسخ من المجلة بعد النشر لصاحب الكتاب على عنوانه بالبريد الدولي السريع، ويتم تقديم خصم (١٠٪) لمن يشترك في عضوية زمالة الجمعية المصرية للعلاقات العامة.
- بالنسبة لنشر عروض تنظيم ورش العمل والندوات من داخل مصر ٦٠٠ جنيه، ومن خارج مصر ٣٥٠ \$. بدون حد أقصى لعدد الصفحات.
- بالنسبة لنشر عروض المؤتمرات الدولية من داخل مصر ١٢٠٠ جنيه ومن خارج مصر ٤٥٠ \$ بدون حد أقصى لعدد الصفحات.
- جميع الآراء والنتائج البحثية تعبر عن أصحاب البحوث المقدمة، وليس للجمعية المصرية للعلاقات العامة أو الوكالة العربية للعلاقات العامة أي دخل بها.
- تُرسل المشاركات باسم رئيس مجلس إدارة المجلة على عنوان الوكالة العربية للعلاقات العامة - جمهورية مصر العربية - المنوفية - شبين الكوم - تقاطع شارع صبري أبو علم مع شارع الأمين، رمز بريدي: ٣٢١١١ - صندوق بريدي: ٦٦، والبريد الإلكتروني المعتمد من المجلة jpr@epa.org.eg أو البريد الإلكتروني لرئيس مجلس إدارة المجلة ceo@apr.agency بعد تسديد قيمة البحث وإرسال صورة الإيصال التي تفيد ذلك.

الافتتاحية

منذ بداية إصدارها في أكتوبر - ديسمبر من عام ٢٠١٣م، يتواصل صدور أعداد المجلة بانتظام، ليصدر منها تسعة وأربعون عددًا بانتظام، تضم بحوثًا ورؤى علمية متعددة لأساتذة ومتخصصين وباحثين من مختلف دول العالم.

وبما أن المجلة أول دورية علمية محكمة في بحوث العلاقات العامة بالوطن العربي والشرق الأوسط - وهي تصدر بإشراف علي من الجمعية المصرية للعلاقات العامة (عضو شبكة الجمعيات العلمية بأكاديمية البحث العلمي والتكنولوجيا بالقاهرة) ضمن مطبوعات الوكالة العربية للعلاقات العامة - وجد فيها الأساتذة الراغبون في تقديم إنتاجهم للمجتمع العلمي بكافة مستوياته ضالته المنشودة للنشر على النطاق العربي، وبعض الدول الأجنبية التي تصل إليها المجلة من خلال مندوبيها في هذه الدول، وكذلك من خلال موقعها الإلكتروني، فقد نجحت المجلة في الحصول على معايير اعتماد معامل "أرسيف Arcif" المتوافقة مع المعايير العالمية والتي يبلغ عددها ٣١ معيارًا، وصنفت المجلة في عام ٢٠٢٣م ضمن الفئة "الأولى Q1" وهي الفئة الأعلى في تخصص الإعلام، والمجلة الأعلى على المستوى العربي للعام الثالث على التوالي، بمعامل تأثير = ٢,٧٥٥٨، كما تحصلت المجلة على معامل الاقتباس الدولي ICR لعام ٢٠٢١/٢٠٢٢م بقيمة = ١,٥٦٩.

وكانت المجلة قد تصدرت المجلة الدوريات العلمية المحكمة المتخصصة في التصنيف الأخير للمجلس الأعلى للجامعات في مصر، والذي اعتمدها في الدورة الحالية للجنة الترقيات العلمية تخصص "الإعلام" وقام بتقييمها بـ (٧) درجات من (٧). وأصبحت المجلة متاحة على قاعدة البيانات العربية الرقمية "معرفة"، وكذلك أصبحت ضمن قائمة المجلات العلمية المحكمة التي تصدر باللغة العربية المستوفية لمعايير الانضمام لقواعد البيانات العالمية، والتي تم مراجعتها من وحدة النشر بعمادة البحث العلمي بجامعة أم القرى.

والمجلة مفهرسة حاليًا ضمن قواعد البيانات الرقمية الدولية: (EBSCO HOST - دار المنظومة - العبيكان - معرفة - بوابة الكتاب العلمي).

وفي هذا العدد الخاص - الخمسين - من المجلة نقدم للباحثين في الدراسات الإعلامية والمهتمين بهذا المجال عددًا يضم بحوثًا ورؤى علمية للأساتذة والمشاركين والمساعدين.

ففي البداية وعلى صعيد البحوث الواردة بهذا العدد من المجلة، نجد بحثًا مشتركًا باللغة الإنجليزية مقدّم من: أ.م.د. فريد علي موسى، من مصر، من جامعة بني سويف، د. نسرين ناضر الشربيني، من مصر، من جامعة أكتوبر للعلوم الحديثة والآداب MSA، تحت عنوان: "التنبؤ بتقنية ترويج المبيعات الموجهة للمستهلك باستخدام الذكاء الاصطناعي".

ومن جامعة الملك عبد العزيز قَدَّم كل من: أ.م.د. بندر بن عويض الجعيد، من السعودية، بندر بن محمد المشيقح، من السعودية، دراسة بعنوان: "الصعوبات والتحديات في بيئة العمل الإعلامي أثناء الممارسة الإعلامية خلال الفعاليات الرسمية السعودية".

ومن الأكاديمية العربية للعلوم والتكنولوجيا والنقل البحرية بالقرية الذكية في القاهرة قَدَّمت: أ.م.د. عبير إبراهيم محمد رجب عزي، من مصر، بحثًا بعنوان: "تأثيرات استخدام العملات المشفرة والافتراضية على إدارة المؤسسات للأنشطة التسويقية في الفضاء الإلكتروني".

ومن جامعة المنوفية قدّمت د. رشا محمد عاطف محمود الشيخ، من مصر، دراسة بعنوان: "دور تقنيات الذكاء الاصطناعي في تحقيق الإبداع بالإنتاج الإذاعي والتلفزيوني: دراسة على الإعلاميين والخبراء".

وأخيرًا قدّمت د. هناء محمد عبد المقصود عون من جامعة كفر الشيخ، من مصر، دراسة تحليلية ميدانية بعنوان: "التغطية الإعلامية للعدوان الإسرائيلي على غزة عبر منصات التواصل الاجتماعي للصحف الإلكترونية وعلاقتها بالخوف الاجتماعي وقلق المستقبل لدى الجمهور المصري".

وهكذا فإن المجلة ترحب بالنشر فيها لمختلف الأجيال العلمية من جميع الدول، ومن المعلوم بالضرورة أن جيل الأساتذة وبحوثهم لا تخضع للتحكيم طبقًا لقواعد النشر العلمي المتبعة في المجالات العلمية.

أما البحوث المنشورة لأعضاء هيئة التدريس الراغبين في التقدم للترقي للدرجة الأعلى والطلاب المسجلين لدرجتي الدكتوراه والماجستير فتخضع جميعها للتحكيم من قِبَل الأساتذة المتخصصين. وجميع هذه البحوث والأوراق العلمية تعبر عن أصحابها دون تدخل من هيئة تحرير المجلة التي تحدد المحكمين وتقدم ملاحظاتهم إلى أصحاب البحوث الخاضعة للتحكيم لمراجعة التعديلات العلمية قبل النشر.

وأخيرًا وليس آخرًا ندعو الله أن يوفقنا لإثراء النشر العلمي في تخصص العلاقات العامة بشكل خاص والدراسات الإعلامية بشكل عام.

والله الموفق،

رئيس تحرير المجلة

أ.د. علي عجوة

تأثيرات استخدام العملات المشفرة والافتراضية على إدارة المؤسسات للأنشطة التسويقية في الفضاء الإلكتروني (*)

إعداد

د. عبير إبراهيم محمد رجب عزي (**)

(*) تم استلام البحث بتاريخ ٠٦ مارس ٢٠٢٤م، وقيل للنشر في ٠٨ أبريل ٢٠٢٤م.
(**) أستاذ العلاقات العامة المشارك ووكيل كلية اللغة والإعلام للتعليم وشئون الطلاب، قسم العلاقات العامة والإعلان، كلية اللغة والإعلام بالقربية
الذكية، الأكاديمية العربية للعلوم والتكنولوجيا والنقل البحري

تأثيرات استخدام العملات المشفرة والافتراضية على إدارة المؤسسات للأنشطة التسويقية في الفضاء الإلكتروني

أ.م.د. عبير إبراهيم محمد رجب عزي

abeeragab@hotmail.com

الأكاديمية العربية للعلوم والتكنولوجيا والنقل البحري

ملخص:

مرت العملات الإلكترونية بثلاث مراحل أساسية: المرحلة الأولى: وشملت النقود الورقية التي تحملها وسائط إلكترونية مثل النقد الموجود في بطاقة الائتمان، وبطاقة مسبقة الدفع، وبطاقة الصرف التي يصرفها البنك لتمكين العميل من السحب من حسابه الجاري عبر أجهزة الصرف الآلي، وكذلك الشيكات الإلكترونية وما شابه ذلك، ويمثلها الخدمات الإلكترونية التي تقدمها البنوك، وبطاقة الائتمان للشركات العالمية (فيزا ماستر كارد، أميركان إكسبرس وغيرها). وشهدت المرحلة الثانية: النقود الإلكترونية التي قامت بإنتاجها مؤسسات مالية معتمدة في دولها، وتحملت مسؤولية تسميتها وتحديد قيمتها، وإنشاء القوانين الخاصة التي تتعلق بها بما يتوافق مع القوانين المالية للدولة، ولها وسائط تحملها من بطاقات ممغنطة أو أجهزة تخزين إلكترونية، وتقوم المؤسسات المالية المنتجة لها بالتحكم فيها، ومراقبة العمليات التي تتم من خلالها. بينما شهدت المرحلة الثالثة: العملات الإلكترونية التي يتم إنتاجها بواسطة برمجة إلكترونية دون تدخل بشري، وهذا النوع من العملات هو محل البحث.. ولعل أكبر ما يمثلها في العصر الحاضر هو أول عملة إلكترونية يتم إنتاجها بهذه الطريقة والتي تسمى Bitcoin، حيث تعددت وتنوعت العملات الافتراضية المشفرة، ومعظمها مبنية على مبدأ عملة "البتكوين" ومستنسخة منها، فقد بلغت العملات الرقمية البديلة في الوقت الحاضر عددًا كبيرًا وصل إلى (٧١١) عملة افتراضية، ومن أبرز وأشهر هذه العملات "البتكوين" والتي أنشئت عام ٢٠٠٩ م، وهي العملة الأكثر شهرة على مستوى العالم، وعملة "لايتكوين" وأنشئت عام ٢٠١١ م وهي من أوائل العملات المشفرة البديلة، وتتميز عن البتكوين بأن عملية التعدين فيها أسهل وأرخص، وعملة "نيمكوين" والتي أنشئت في إبريل عام ٢٠١١ م، وتعتمد على تقنية "البتكوين" مفتوحة المصدر، وتتميز بالندرة العالية واللامركزية، والأمن والخصوصية. ثم ظهرت عملة "بيركوين" في أغسطس ٢٠١٢ م، وهي تمتاز بزيادة في كفاءة التعدين، وتحسين الأمان والضمانات، لتجنب سوء المعاملة من المعدنين، وتحتل المرتبة الرابعة بين العملات الافتراضية في القيمة السوقية، ثم ظهرت عملة "نوفاكوين" ٢٠١٣ م، وهي تختلف عن معظم العملات الرقمية البديلة "للبتكوين" في كونها تدمج برامج الحماية داخل نواة العملة؛ مما يمنع الاعتداء من قبل مجموعات التعدين والتنقيب.

وتسعى هذه الدراسة إلى رصد وتحليل التطورات التي شهدتها النظام النقدي العالمي في الآونة الأخيرة بظهور العملات الافتراضية والمشفرة وفي مقدمتها عملة "البيتكوين"، وكيف أثرت على آليات إدارة المؤسسات لأعمالها التجارية والتسويقية ضمن حملات التسويق الرقمية، ولاسيما أنها قد ألقت بظلالها على السلوك الاستهلاكي للمستخدمين، ووسائل الحصول على السلع والخدمات عن بعد، وكيف أثرت آليات الدفع وتحصيل الأموال من خلال أنظمة السداد الإلكتروني وتحويل الأموال التي شهدتها الأسواق العالمية بظهور العملات المشفرة والعملات

الافتراضية، على ثقة بعض المستخدمين من أصحاب الأعمال التجارية ومن وجهة نظر أصحاب الصناعة، على الرغم من تصاعد حجم المخاوف المرتبطة بتقليباتها الحادة ومخاطر عدم وجود الأمن السيبراني وعدم خضوعها لسلطة البنوك المركزية والسلطات النقدية، وإلقاء الضوء على الإيجابيات والسلبيات الناتجة عن عمليات التداول بتلك العملات وأثرها على إدارة حملات التسويق الرقمي.

وتوصلت الدراسة إلى أنه لا يمكن اعتبار عملة البيتكوين عملة وفاء قانونية، وطبقاً للشروط القانونية الواجب توافرها لصحة عملية الوفاء الإلكتروني، نجد أن ذلك لا يتحقق لعدة أسباب منها: أن الكثير من البنوك المركزية تشترط على البنوك التجارية الرغبة في إصدار وسائل وفاء إلكتروني أن يكون ذلك حكراً على العملة الوطنية وذلك للمحافظة على السياسة النقدية.

الكلمات المفتاحية: العملات المشفرة - العملات الافتراضية - إدارة المؤسسات - الأنشطة التسويقية - الفضاء الإلكتروني.

مقدمة:

شهد النظام النقدي العالمي العديد من التطورات التكنولوجية في السنوات الماضية أثرت على آليات إدارة المؤسسات لأعمالها التجارية والتسويقية، والتي ألفت بظلالها على السلوك الاستهلاكي للمستخدمين، ووسائل الحصول على السلع والخدمات ولاسيما في مجال التسويق عن بعد، كما أثرت من ناحية أخرى على آليات الدفع وتحصيل الأموال من خلال أنظمة السداد الإلكتروني وتحويل الأموال وتطور سياسات النقد. وكان من أبرز التطورات التي شهدتها الأسواق العالمية ظهور العملات المشفرة، والعملات الافتراضية، وتعتبر عملة "البيتكوين" من أكثرها رواجاً؛ لما تحظى به من عدم المركزية في إصدارها وتداولها عبر المنصات الإلكترونية على شبكة الإنترنت، وحصولها على ثقة بعض المستخدمين على الرغم من تصاعد حجم المخاوف المرتبطة بتقليباتها الحادة ومخاطر عدم وجود الأمن السيبراني وعدم خضوعها لسلطة البنوك المركزية والسلطات النقدية كونها عملات افتراضية غير قانونية.^(١)

وتعتبر العملات المشفرة شكلاً من أشكال الأصول الرقمية التي يتم ضمانها بواسطة شبكات لامركزية، ولا تخضع لسيطرة البنك المركزي أو الحكومة على عكس العملات التقليدية، مثل اليورو أو الدولار الأمريكي. ويشير مصطلح "التشفير" إلى الطريقة التي يتم بها تأمين الشبكات، وذلك باستخدام أنظمة تشفير للأصول الرقمية وتعتمد على ما يسمى بـ block chain، وهو عبارة عن دفتر للحسابات الرقمية العامة يقوم بتسجيل المعاملات ونظام لحفظ السجلات الذي تُبنى عليه معظم العملات المشفرة.^(٢)

وتعتبر العملة الرقمية المظلة الرئيسية التي تضم جميع أشكال العملات الأخرى سواء الافتراضية أو الإلكترونية أو المشفرة، وبغض النظر عن مسمياتها فإن أهم ما يميزها هو أنها متاحة بشكل رقمي وليس لها وجود مادي ملموس، بالرغم من أن لها بعض الخصائص المشابهة للعملات المادية. كما أنه يجري التعامل بها وتداولها عن طريق شبكة الإنترنت من خلال تمثيلات رقمية ذات قيمة محددة. وتختلف العملات الرقمية عن النقود الإلكترونية الممثلة للعملات القانونية والتي تستخدم كوسيلة للدفع الرقمي، في حين تعتبرها مجموعة العمل المالي FATF تمثيلاً رقمياً إما لعملة افتراضية غير قانونية أو النقود الإلكترونية القانونية.^(٣)

وقد ظهرت هذه العملات الإلكترونية بمسمى (البتكوين) في بداية عام ٢٠٠٩م حيث مرت بمراحل تطويرية مختلفة وأنتج "ساتوشي" أول عملة "بيتكوين" بطريقة التعدين، وفي نفس العام تمت أول عملية تحويل عملات "بيتكوين" من الند للند بين "ساتوشي" وبين "هال فيني" المبرمج الفعلي لنظام "البيتكوين" وفي نفس العام قامت شبكة "New liberty" بتقدير قيمة عملة "البيتكوين" مقابل الدولار الأمريكي بواقع (١ دولار أمريكي = ١٣٠٩,٠٣ بيتكوين)، احتساباً لها بقيمة الطاقة الكهربائية التي تستخدمها الحواسيب الآلية للعمليات الحسابية التي تنتج هذا العدد من عملة "البيتكوين".^(٤)

وتم إنشاء سوق إلكتروني لصرف عملة "البتكوين" مقابل العملات العالمية عام ٢٠١٠م، وكانت أول سلعة يتم شراؤها "بالبيتكوين" هي عبارة عن "بيتزا" مقابل ١٠ آلاف "بيتكوين"، وتوالت التعاملات في نفس العام حتى وصلت القيمة السوقية للعملة بما يعادل مليون دولار أمريكي حتى وصلت عام ٢٠١٣م إلى ما يعادل مليار دولار. وفي عام ٢٠١٢م قام الاتحاد الأوروبي بالموافقة على منح رخصة بنك لأول مؤسسة صرف أوروبية لعملة "البيتكوين"، وأصدر القضاء في ولاية تكساس الأمريكية عام ٢٠١٣م حكماً باعتبار "بيتكوين" شكلاً من أشكال المال الذين يمكن استخدامه والاستثمار فيه، كما اعترفت وزارة المالية الألمانية في نفس العام بعملة "البيتكوين" واعتبرتها نوعاً من أنواع المال الخاص، وفرضت الضرائب على حيازته، وتم إنشاء أول جهاز صراف في ولاية سانديجو الأمريكية لشراء عملة "البيتكوين".^(٥)

ويختلف هذا النوع من العملات عن وسائل الدفع الإلكترونية كبطاقات الائتمان وبطاقات الخصم المباشر، بعدم ارتباطه بحسابات بنكية دائنة أو مدينة، ويقوم على أساس منفصل عن النظام النقدي المعتمد في أغلب دول العالم، وتتحدد قيمته بناءً على حجم المضاربات وإقبال الأفراد على تداول هذه العملة والتعامل بها فيما بينهم كبديل للنقود التقليدية، مستفيدين بعدم دفع أية رسوم أو مصروفات على عمليات التحويل، كما أنها لا تخضع لأية قيود أو رقابة، فضلاً عن صعوبة تجميدها أو مصادرتها.^(٦)

ويتم تسجيل عملة البيتكوين من خلال ما يسمى بتقنية سلسلة الكتل "block chain" وهي إحدى التقنيات التي أتاحتها التوزيع العالمي من خلال دفتر الأستاذ الرقمي، وهي آلية متقدمة لقواعد البيانات تسمح بمشاركة المعلومات بشكل شفاف داخل شبكة أعمال. وتخزن قاعدة بيانات سلسلة الكتل البيانات في كتل مرتبطة ببعضها في سلسلة. وتعد البيانات متسقة زمنياً لأنه لا يمكن حذف السلسلة أو تعديلها من دون توافق من الشبكة. ونتيجة لذلك يمكن استخدام تقنية سلسلة الكتل لإنشاء سجل حسابات غير قابل للتغيير أو ثابت لتتبع الطلبات والمدفوعات والحسابات والمعاملات الأخرى. ويحتوي النظام على آليات مدمجة تمنع إدخلات المعاملات غير المصرح بها وتُنشئ تناسقاً في طريقة العرض المشتركة لهذه المعاملات.^(٧)

مشكلة الدراسة:

مرت العملات الإلكترونية بثلاث مراحل أساسية المرحلة الأولى: وشملت النقود الورقية التي تحملها وسائط إلكترونية مثل النقد الموجود في بطاقة الائتمان، والبطاقة مسبقة الدفع وبطاقة الصرف التي يصرفها البنك لتمكين العميل من السحب من حسابه الجاري عبر أجهزة الصرف الآلي، وكذلك الشيكات الإلكترونية وما شابه ذلك ويمثلها الخدمات الإلكترونية التي تقدمها البنوك، وبطاقة الائتمان للشركات العالمية (فيزا ماستر كارد، أميركيان إكسبرس وغيرها). وشهدت المرحلة الثانية: النقود الإلكترونية التي قامت بإنتاجها مؤسسات مالية

معتمدة في دولها وتحملت مسؤولية تسميتها وتحديد قيمتها وإنشاء القوانين الخاصة التي تتعلق بها بما يتوافق مع القوانين المالية للدولة، ولها وسائل تحملها من بطاقات ممغنطة أو أجهزة تخزين إلكترونية وتقوم المؤسسات المالية المنتجة لها بالتحكم فيها، ومراقبة العمليات التي تتم من خلالها. بينما شهدت المرحلة الثالثة العملات الإلكترونية التي يتم إنتاجها بواسطة برمجة إلكترونية دون تدخل بشري وهذا النوع من العملات هو محل البحث ولعل أكبر ما يمثلها في العصر الحاضر هو أول عملة إلكترونية يتم إنتاجها بهذه الطريقة والتي تسمى Bitcoin حيث تعددت وتنوعت العملات الافتراضية المشفرة، ومعظمها مبنية على مبدأ عملة "البتكوين" ومستنسخة منها، فقد بلغت العملات الرقمية البديلة في الوقت الحاضر عددًا كبيرًا وصل إلى (٧١١) عملة افتراضية، ومن أبرز وأشهر هذه العملات "البتكوين" والتي أنشئت عام ٢٠٠٩ م، وهي العملة الأكثر شهرة على مستوى العالم، وعملة "لايتكوين" وأنشئت عام ٢٠١١ م وهي من أوائل العملات المشفرة البديلة، وتتميز عن "البتكوين" بأن عملية التعدين فيها أسهل وأرخص، وعملة "نيمكوين" والتي أنشئت في إبريل عام ٢٠١١ م، وتعتمد على تقنية "البتكوين" مفتوحة المصدر، وتتميز بالندرة العالية واللامركزية والأمن والخصوصية.^(٨)

ثم ظهرت عملة "بيركوين" في أغسطس ٢٠١٢ م، وهي تمتاز بزيادة في كفاءة التعدين وتحسين الأمان والضمانات، لتجنب سوء المعاملة من المعدنين، وتحتل المرتبة الرابعة بين العملات الافتراضية في القيمة السوقية، ثم ظهرت عملة "نوفاكوين" ٢٠١٣ م، وهي تختلف عن معظم العملات الرقمية البديلة "للبتكوين" في كونها تدمج برامج الحماية داخل نواة العملة؛ مما يمنع الاعتداء من قبل مجموعات التعدين والتنقيب.^(٩)

وعلى الرغم من المزايا التي يحققها التعامل بعملة "البيتكوين" كوسيلة وفاء سريعة وغير مكلفة، إلا أن التعامل بهذه العملة نتج عنه العديد من المخاطر الاقتصادية؛ نتيجة لانخفاض الدور الرقابي الحكومي على هذه العملات، وحرمان البنوك المركزية في أية دولة من دورها الرقابي والإشرافي والتنظيمي منذ اختراع فكرة النقود الورقية (البنكنوت) Banknote، مرورًا بالنقود الإلكترونية المخزنة على البطاقات الذكية أو على القرص الصلب في جهاز الحاسب الآلي، سواء كان ذلك من خلال الرقابة على آلية إصدار العملة، أو من خلال السيطرة على حجم التداول والتحكم بسعر العملة، وتحديد القيمة السوقية أو الشرائية لها، حيث أثبتت العديد من الدراسات أن التعامل بعملة "البيتكوين" له مخاطر كبيرة على السياسة النقدية والمالية للدول.^(١٠)

وتسعى هذه الدراسة إلى رصد وتحليل التطورات التي شهدتها النظام النقدي العالمي في الآونة الأخيرة بظهور العملات الافتراضية والمشفرة وفي مقدمتها عملة "البيتكوين"، وكيف أثرت على آليات إدارة المؤسسات لأعمالها التجارية والتسويقية ضمن حملات التسويق الرقمية، ولاسيما أنها قد ألفت بظلالها على السلوك الاستهلاكي للمستخدمين ووسائل الحصول على السلع والخدمات عن بعد، وكيف أثرت آليات الدفع وتحصيل الأموال من خلال أنظمة السداد الإلكتروني وتحويل الأموال التي شهدتها الأسواق العالمية بظهور العملات المشفرة والعملات الافتراضية، على ثقة بعض المستخدمين من أصحاب الأعمال التجارية ومن وجهة نظر أصحاب الصناعة، على الرغم من تصاعد حجم المخاوف المرتبطة بتقلباتها الحادة ومخاطر عدم وجود الأمن السبيري وعدم خضوعها لسلطة البنوك المركزية والسلطات النقدية، وإلقاء الضوء على الإيجابيات والسلبيات الناتجة عن عمليات التداول بتلك العملات وأثرها على إدارة حملات التسويق الرقمي.

أهداف الدراسة:

- التعرف على أسباب ظهور العملات الافتراضية والمشفرة في مجال التجارة الإلكترونية والتسويق عن بعد، وبشكل خاص عملة "البيتكوين".
- التعريف بأشكال وأنواع العملات الرقمية، ودراسة الاختلافات فيما بينها واستخداماتها في مجال التجارة الإلكترونية.
- إلقاء الضوء على مميزات استخدام عملة "البيتكوين" في إدارة الأنشطة التسويقية والتجارية.
- إلقاء الضوء على طبيعة التحديات التي تواجه استخدام عملة البيتكوين في الأسواق الافتراضية.
- دراسة الوضعية القانونية للنقود الإلكترونية والقواعد المنظمة لعمليات التداول والتحويل الخاصة بها.
- التعرف على المراحل التاريخية لتطور فكرة الـ Block chain وعلاقتها بالعملات المشفرة.

الدراسات السابقة:

- دراسة Mislavsky, Robert (٢٠٢٤م) وتوصلت الدراسة إلى أن اقتصاديات العملة المشفرة أو "الاقتصاد الرمزي" تلعب دورًا متزايدًا في تطوير وتسويق منتجات العملة المشفرة وسلسلة الكتل، ويتم دمجها في المنتجات والخدمات التي ليست بالضرورة أصلية للتشفير. في حين أن منشئ الرمز المميز لديهم العديد من ميزات التصميم التي يمكنهم الاستفادة منها لتحسين جاذبية الرمز المميز للمنتج، وتشير النتائج إلى قيام عدد قليل من الأبحاث بفحص تفضيلات المستخدم لبعض تصميمات الرمز المميز، وتصورات المستهلكين حول سمات الرموز المميزة المختلفة، والتضخم الرمزي، ومصدر العائد، ونوع العائد، وفترات التأمين. ويفضل المستخدمون الرموز المميزة التي ترتفع أسعارها، ونتيجة لذلك يجب على مصممي العملات الذين يرغبون في تعظيم جاذبية الرموز المميزة لمنتجاتهم دراسة العوامل النفسية التي تؤثر في تصورات المستهلك لسمات الرموز الخاصة بالعملة المشفرة.^(١١)
- دراسة Gorton, Gary B. and Zhang, Jeffery Y (٢٠٢٣م) وتناولت الدراسة تأثيرات انخفاض أسعار العملات المشفرة فيما يتم الإشارة إليه بمصطلح "Crypto Winter" في عام ٢٠٢٢م بسبب المشكلات التي واجهتها منصات إقراض العملات المشفرة وإفلاس العديد من شركات العملات المشفرة الكبيرة، وخسارة عدد كبير منها لمليارات الدولارات، حيث يعاني مستثمرو العملات المشفرة من الهزات الارتدادية من وقت لآخر على الرغم من الحملات التسويقية الجماعية، وأعدت منصات إقراض العملات المشفرة إنشاء وتكرار الخدمات المصرفية التقليدية وكانت عرضة لسحب الودائع لأنها كانت تجري عمليات اقتراض على المدى الطويل مثل كل البنوك. ويطلق على منصات الإقراض هذه اسم "البنوك المشفرة". وبمجرد حصول البنوك المشفرة على الودائع والاستثمارات تقوم هذه الشركات بالاقتراض والإقراض والتداول فيما بينها، وتشير النتائج إلى أنه لم يتسبب Crypto Winter في حدوث نوع من الاضطراب المالي كما هو الحال في عام ٢٠٠٨ أو ٢٠٢٠م ولم يتسبب في ركود اقتصادي، وأوصت الدراسة بوضع أطر قانونية لتنظيم عمليات التداول لحماية الجيل القادم من شركات العملات

المشفرة بالقطاع المالي والتي قد يتسبب الإخفاق بها إلى تأثيرات تمتد إلى الاقتصاد الحقيقي. ولاحقاً النمو الحتمي للمخاطر الشاملة، يتعين على الهيئات التنظيمية أن تستخدم القوانين المصرفية لمعالجة المشكلات المصرفية الناشئة.^(١٢)

- دراسة **Duangsin, Vuttipat and Kraiwanit (٢٠٢٣م)** وأجريت الدراسة في دولة تايلاند، وهدفت إلى تحليل العوامل التي تؤثر على ممتلكات الرموز المميزة غير القابلة للاستبدال (NFTs)، وهي شكل من أشكال العملات المشفرة التي تُستخدم عادةً في قطاعات مثل المقتنيات والفن والألعاب، وتم جمع البيانات من ٨١٢ مواطنًا تايلانديًا يمتلكون أصولًا رقمية، وتم تحليلها باستخدام الانحدار الثنائي. وأشارت النتائج إلى أن بعض المتغيرات الديموغرافية مثل الحالة الاجتماعية والعمر والتعليم يمكن أن تساعد في التنبؤ بملكية NFT، في حين لم تكن المهنة والدخل الشهري من العوامل المؤثرة على نفس النحو، وتقرح الدراسة أن تتعاون الحكومة التايلاندية مع صانعي السياسات لإنشاء خطة واسعة النطاق لصناعة NFT، مع الأخذ في الاعتبار العوامل المؤثرة كالحالة الاجتماعية، والعمر، والمستوى التعليمي وتأثيراتها في تحليل سلوك المستثمرين، وزيادة عدد مستخدمي NFT.^(١٣)

- دراسة **Prahl, Andrew, Web3, NFTs (٢٠٢٣م)** وألقت الدراسة الضوء على زيادة الاعتماد على العملات المشفرة مع تطور التقنيات المتعلقة بـ Web3 وتأثيراتها على أبحاث الإعلان والعلاقات العامة والنظرية والممارسة. وتعد NFTs والعملات المشفرة من التقنيات المستحدثة التي يتم استخدامها بالفعل في جهود التسويق المبتكرة، وتناقش الدراسة تأثيرات استخدام تلك العملات من وجهة نظر الإعلان وتناقش الآثار المترتبة على مستقبل نظرية الإعلان والضوابط القانونية التي تحمي المستخدم من عمليات النصب، وأوصت الدراسة بأهمية تضافر جهود الجهات الحكومية والهيئات التشريعية وتقنين الممارسات التي قد توقع الضرر بأصحاب الأعمال التجارية والمستثمرين والمستهلكين على حد سواء.^(١٤)

- دراسة **Langvardt, Kyle (٢٠٢٣م)** وتناولت الجدل الثائر حول صناعة العملات المشفرة والدعوى القضائية أمام الهيئات التنظيمية، والتي نتج عنها خلق قيمة لصناعة العملات المشفرة بطريقتين: أولاهما: أنها تساعد في دفع استراتيجية تسويق تجتذب المستثمرين الأفراد من خلال المناشدة بالحرية الفردية ومقاومة "الرقابة المالية"، وثانيهما: أنه يتم التسويق لها في إطار "قانون التجنب الدستوري"، والتي تتعارض في كثير من التفسيرات مع الجهود العامة لحماية المستثمرين، وجمع الضرائب، ومكافحة الجرائم المالية، وأوصت الدراسة بأهمية الكشف عن زيف كثير من الحجج، وضرورة قيام الجهات القضائية والمحاكم بفضح هذه الحجج بما يكفي لخلق الوعي لدى الجماهير المستهدفة في الصناعة.^(١٥)

- دراسة **Aranha Rodrigues, JAMES (٢٠٢٣م)** وتناولت تأثير التسويق الرقمي على سوق العملات المشفرة، والذي ظهر مع عروض العملات الأولية (ICOs) وهو شكل من أشكال تمويل المشاريع الناشئة القائمة على تقنية blockchain والتي تصدر العملات المشفرة وأبرزها "البيتكوين". وتلعب منصات وسائل التواصل الاجتماعي دورًا حاسمًا في نشر المعلومات والآراء حول سوق العملات المشفرة، بينما يتمتع المؤثرون الرقميون بنفوذ كبير في تشكيل الاهتمام والطلب على العملات المشفرة. وتقرح هذه الدراسة منهجية لتقييم تأثير التسويق الرقمي على سوق العملات المشفرة باستخدام Google Trends

وهي أداة تقيس حجم عمليات البحث عن مصطلحات محددة على Google، وقام الباحث بإجراء دراسة مقارنة لمستوى الاهتمام بمصطلح "البيتكوين" في البرازيل والعالم بالقيمة التاريخية للعملة المشفرة على مدى عام واحد، من ١٧ أكتوبر ٢٠٢٢م إلى ١٧ أكتوبر ٢٠٢٣م. وتشير النتائج إلى وجود علاقة إيجابية بين الاهتمام "بالبيتكوين" في البرازيل وقيمتها التاريخية. ولا يوجد ارتباط كبير بين الاهتمام العالمي وقيمة العملة المشفرة، كما تشير هذه النتائج إلى أن التسويق الرقمي يلعب دورًا كبيرًا في سوق العملات المشفرة البرازيلية، ولكنه قد لا يكون المحدد الوحيد لتحركات أسعار العملات المشفرة العالمية. (١٦)

- دراسة **Gechev, Vasil (٢٠٢٢م)** وتناولت تحديد مفهوم العملات المشفرة وتاريخ ظهورها، وأنها غير مدعومة بأصول حقيقية ولا يتم إصدارها كوسيلة للتبادل من قبل البنوك المركزية، لذلك يمكن اعتبار كلمة "العملة المشفرة" إما مصطلحًا خاطئًا أو وسيلة للتحايل التسويقي، وفي يونيو ٢٠٢٢م، رفض بيل جيتس - أحد عمالقة عالم تكنولوجيا المعلومات - العملات المشفرة كقضية أصول، إلا أن المشكلة تكمن في أن هناك الكثير ممن ليس لديهم الفهم الصحيح لمهية "العملات" المشفرة، ورصدت الدراسة عجز بعض الشركات عن الوفاء بوعودها لعائدات تصل إلى ١٨٪ سنويًا وعدم قدرتهم على استرداد حوالي ٤,٧ مليار دولار. فضلًا عن عمليات المضاربة والاحتيال، فإن تلك العملات توفر للمجرمين ملاذًا لغسيل الأموال، وناقشت الدراسة المصالح الكامنة وراء ضجيج العملات المشفرة وأكدت أن استخدام العملات المشفرة يجب أن يكون محظورًا بموجب القانون سواء على المستوى الدولي أو داخل الحدود الوطنية. (١٧)

- دراسة **Magabo, Vincent Lorenz and Landicho, Bendalyn (٢٠٢٢م)** تتناول هذه الدراسة اعتماد العملة المشفرة وتقييم مدى قبول واستخدام العملة المشفرة كوسيلة للدفع في الفلبين، مع التركيز على تحديد العوامل التي تؤثر على النوايا السلوكية للأفراد. باستخدام إطار النظرية الموحدة لقبول واستخدام التكنولوجيا، وتحلل الدراسة تأثير البنى الأساسية بما في ذلك توقع الأداء، وتوقع الجهد، والتأثير الاجتماعي، والظروف الميسرة على النية السلوكية للأفراد لاستخدام العملة المشفرة. وتبحث الدراسة في التأثير المعتدل للمتغيرات الديموغرافية مثل العمر، والنوع والحالة الاجتماعية والمستوى التعليمي ومصدر الدخل وسنوات الاهتمام بالعملات المشفرة. وباستخدام تصميم بحث وصفي، تم جمع بيانات المسح من الأفراد الذين يستخدمون بالفعل طرق الدفع عبر الإنترنت وعلى دراية بالعملة المشفرة إلى حد ما. وشملت العينة مستجيبين من مختلف الفئات. وأظهر تحليل الانحدار واختبار الفرضيات من خلال التحليل الإحصائي للبيانات المجمعة أن النية السلوكية للأشخاص لتبني العملات المشفرة تتأثر بشكل كبير بتوقع الأداء والتأثير الاجتماعي؛ حيث تؤثر هذه المتغيرات بقوة على آراء ونوايا الأفراد حول اعتماد العملة المشفرة كوسيلة للدفع. في حين أن العمر والنوع والحالة الاجتماعية والمستوى التعليمي ومصدر الدخل وسنوات الاهتمام بالعملات المشفرة لا تؤثر بشكل ملحوظ على نوايا الاستخدام، وتقتصر الدراسة تشجيع قبول العملات المشفرة في الفلبين من خلال التأكيد على مزاياها، واستخدام أساليب التسويق المستهدفة، وبناء التعاون مع البنوك ومنصات الإنترنت. (١٨)

- دراسة **FU, Zhenhao and Gu, Weijing and Fang** (٢٠٢٢م) أكدت الدراسة على أن العملات المشفرة تعتبر أداة تمويل مبتكرة تمكن الشركات الناشئة من جمع الأموال بسرعة عن طريق بيع الرموز المميزة الصادرة عن blockchain كأسهم. ومع ذلك فإن عمليات الطرح الأولي للعملات قد تواجه بعمليات الاحتيال والنصب التي تستغل عدم تناسق المعلومات بين مصدري العملات الرمزية والمستثمرين. واستعرضت الدراسة بعض الجوانب المصاحبة لعمليات الطرح الأولي للعملات باستخدام معاملات الرموز المميزة ل blockchain ، وتوصلت إلى عدة نتائج منها أن معظم الرموز المميزة التي تم إصدارها في مرحلة الطرح الأولي للعملة (ICO) لا تحتوي على أي قيمة مدعومة. واستخدام المخططات الهرمية يمكن أن تكون سائدة في عمليات الطرح الأولي للعملات، وقدمت الدراسة بعض التوصيات بضرورة قيام الهيئات التنظيمية العالمية بتقنين الاستخدام لحماية المستخدم من عمليات الاحتيال والنصب المصاحبة لعمليات الطرح الأولي.^(١٩)
- دراسة **Grushka-Cockayne, Yael and Hachem, Kinda** (٢٠٢٢م) وتناولت الدراسة التهديدات التي تواجه العملات المشفرة وقبولها كوسيلة للدفع، ولاسيما أنها تتطلب من الشركات البقاء على اطلاع مستمر على التكنولوجيا والسياسات التنظيمية المتغيرة، وخصوصاً مع تعرض العملات المشفرة المستقرة المضمونة والمدعومة بأصول آمنة للانتقاد بسبب الافتقار إلى الشفافية حول ماهية تلك الأصول بالضبط، ومدى أمانها الحقيقي، ولكنها مثل الكثير من الاستثمارات المحفوفة بالمخاطر تقدم مكافآت مريحة لتشجيع حجم التعاملات بها، وحاولت الدراسة تقديم رؤية استشرافية لمستقبل العملات المشفرة، وهل ستكون بديلاً للعملات التقليدية في مجال التجارة الإلكترونية؟ وتوصلت الدراسة إلى أنه من الصعب الحكم ما إذا كان هناك أصول آمنة حقيقية في بيئة الأعمال الرقمية.^(٢٠)
- دراسة **حسن سيد حسن علي** (٢٠٢٢م) والتي هدفت إلى رصد العملات المشفرة ومميزاتها وعيوبها ومدى إمكانية دخولها تحت مظلة النقود الإلزامية، واعتمدت الدراسة على المنهج الاستقرائي والتحليلي المقارن، وتوصلت إلى عدة نتائج منها استمالة النقود المشفرة لكثير من رجال الأعمال والمالكين للعملات الصعبة، وما تبع ذلك من آثار سلبية على النقد المحلي والنظام الاقتصادي، وخطورة الوضع إذا لم تندرج تحت مظلة الإصدار النقدي للدولة، وأوصت الدراسة بضرورة تضافر الجهود من قبل المسؤولين عن السياسة النقدية والمالية لوضع آليات تدخل هذه العملات المشفرة تحت مظلة القانون الإلزامية.^(٢١)
- دراسة **Seeman, Bob and Svensson, Roger, Bitcoin** (٢٠٢١م) وأشارت الدراسة إلى أن "البيتكوين" هو نوع جديد من المال يقلل من تكاليف المعاملات من خلال التخلي عن الوسطاء، وسيصبح أصلاً آمناً يسمى "الذهب الرقمي". وتنص النظرية الاقتصادية على أن المال يجب أن يقلل من تكاليف المعاملات للمدفوعات والقروض والتقييمات النسبية وهو الأمر الذي يتطلب قيمة مستقرة، إلا أن التقلبات الشديدة في الأسعار وارتفاع تكاليف المعاملات - وخاصة عنصر الوقت - تجعل عملة "البيتكوين" عديمة الفائدة كنقود. وتعمل عملة "البيتكوين" على زيادة تكاليف المعاملات بدلاً من تقليلها. وتعتمد القيمة الأساسية للأصول على تدفقها النقدي أو فائدتها، وهو ما ينطبق على الأسهم والسندات والعقارات والملكية الفكرية، في حين يعتبر الذهب هو أفضل مخزن معروف للقيمة. وليس

"البيتكوين" تدفق نقدي، وتشير الإحصائيات إلى أنها عملة ليست بمأمن ضد التقلبات السوقية، كما أن انهيارياتها بنسبة ٥٠٪ في عامي ٢٠١٨م و٢٠٢١م لا مثيل له من قبل في أسواق العملات الورقية الرئيسية. ولا توجد أصول تدعم عملة "البيتكوين"، وتوصلت النتائج إلى أن المهمة الرئيسية لشبكة "البيتكوين" هي المقامرة غير المرخصة، ولا يوجد لدى نظام "البيتكوين" جهة إصدار مسؤولة عنه، وبالتالي إذا انهار النظام فلن يكون لدى المالكين من يستطيع المطالبة به أو من يلقون عليه اللوم.^(٢٢)

- دراسة Liebi, Luca (٢٠٢١م) وألقت الدراسة الضوء على عمليات "الإيردروب" وهي تقنية تسويقية شائعة وفعالة في توسيع شبكة مستخدمي العملات المعدنية، وذلك بالتطبيق على ٦٧ حدثًا خلال الفترة ٢٠١٤-٢٠٢٠م، وتوصلت الدراسة إلى أن ظهور "البيتكوين" جذب أنظار العديد من المتعاملين في مجال التجارة الإلكترونية، وأنها تحقق العديد من المميزات منها السرعة والأمان ودعم الخصوصية، إلا أن هذا لا يمنع من وجود بعض العقبات التي تحول دون انتشارها على نحو كاف؛ مثل: التقلبات السعرية الحادة التي لا يمكن التنبؤ بها، والتحديات القانونية الخاصة بتنظيم التعاملات بها وتحديد جهات التقاضي في حال وقوع الضرر، وزيادة معدلات استهلاك الطاقة.^(٢٣)

- دراسة Todua, Nugzar and Gogitidze, Nino (٢٠٢١م) وألقت الضوء على التطورات الحديثة التي توفرها المنصات الإلكترونية والنشر المستمر للمعلومات والتواصل التفاعلي مع المستخدمين والأنظمة الرقمية لإجراء المعاملات في الاقتصاد الحديث. وفي سياق الثورة الرقمية أصبح التحول الإلكتروني للبنوك ضرورياً أيضاً، حيث يمكن للتقنيات الحديثة أن تزيد من إنتاجية واستدامة وشفافية استخدام المعلومات. وتحدد الدراسة السمات الرئيسية للتسويق الرقمي التي تضمن نجاح الشركات في القطاع المصرفي وتحلل استراتيجيات وفرص تسويق الخدمات المصرفية الرقمية التي تعتبر شرطاً لا غنى عنها لجذب العملاء في بيئة الأعمال المتغيرة، كما وتسلسل الضوء على دور وسائل التواصل الاجتماعي في تشكيل الرسائل الفردية في الصناعة المصرفية، وإنشاء منتج مصمم خصيصاً للجمهور المستهدف. واستناداً إلى تحليل البيانات الثانوية يتم التركيز على دور التسويق عبر الهاتف المحمول في التسويق المصرفي الرقمي، وأهمية التحول إلى الخدمات الرقمية في الصناعة المصرفية خلال جائحة كوفيد-١٩، ومؤشرات استخدام القنوات الرقمية، ومشاركة العملاء في الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول. كما توصلت الدراسة إلى أن الاستخدام النشط للهواتف الذكية زاد من أهمية الإعلان عبر الإنترنت وزيادة استهلاك العملات المشفرة في العالم، وذلك بسبب الزيادة الحادة في شعبيتها بين المستخدمين، وأنه كلما توسعت شركات التكنولوجيا في استخدام العملة الرقمية، فإن أشكال الخدمات المادية للبنوك ستصبح قديمة؛ مما يتطلب سرعة مواكبة التغيرات المتسارعة في مجال التسويق الرقمي.^(٢٤)

- دراسة Taskinsoy, John (٢٠١٩م) وتناولت الدراسة تأثيرات ظهور العملة الرقمية "البيتكوين" Bitcoin وظهور ما يسمى بتقنية Block chain على المعاملات التجارية في الأسواق الافتراضية، وعلى الرغم من الضجيج الذي أشار إليه الباحثون باسم "الانفجار الكبير" بخصوص اتساع نطاق استخدامها، إلا أن عملة "البيتكوين" فشلت في أن تصبح عملة مشفرة عالمية مستقرة على الرغم من أنها مكّنت العديد من المستخدمين في جميع أنحاء العالم من شراء المنتجات/الخدمات عبر الإنترنت،

وتحويل الأموال وإجراء الأعمال التجارية في غضون وقت قصير دون المرور بالمشكلات المتعلقة بالوصول والعبء المالي لتكاليف المعاملات المرتفعة. وكان للارتباط الوثيق بين Bitcoin و Block chain تأثيرات سلبية في إحداث حالة عدم الاستقرار، وأوصت الدراسة باستخدام تقنية دفاتر السجلات الموزعة (DLT) في العديد من المجالات التي تخضع تقليدياً لسيطرة الحكومات. ولاسيما أن العديد من الأدوات والتطبيقات يمكن أن تكون لا مركزية عبر تقنية block chain لإنشاء عالم رقمي بدون معاملات ورقية، حيث يمكن تحقيق اللامركزية في التسويق والإعلان وإدارة الأصول ومراقبة حركة المرور والمرافق والغاز والضمان الاجتماعي من خلال تقنية block chain لتوفير وصول أكثر كفاءة وغير مقيد إلى السجلات الشخصية والعامة. وتتمتع تقنية Block chain بفرص هائلة ولديها القدرة على اتخاذ أشكال لا يمكن تصورها في المستقبل إذا سمحت الجهات التنظيمية والهيئات المشرفة للقوانين والبنوك المركزية باعتمادها في المعاملات التجارية الإلكترونية بشكل ممنهج.^(٢٥)

- دراسة **Wei, Yanhao and Dukes, Anthony J (٢٠١٩م)** وألقت الدراسة الضوء على طبيعة سلوكيات الشراء للمنتجات في سياق سوق العملات المشفرة، حيث تخضع العملات المشفرة لتأثيرات شبكة الإنترنت واستثمارات المضاربة، والتي لا تشكل جزءاً من النماذج القياسية لنشر المنتج، واعتمدت الدراسة على الجمع بين نماذج الفقاعات العشوائية والنموذج القياسي لنشر المنتج حيث تنشأ فقاعة عقلانية بسبب سعي المستثمرين المضاربين إلى تحقيق مكاسب قصيرة الأجل وتتسبب هذه الفقاعة في إسراع عملية التبني، وهو ما يمكن أن يساعد في تفسير الانتشار السريع "للبيتكوين". ويتزايد تأثير التفاعلات بين المستثمرين المضاربين والمستخدمين المنتظمين للعملة في تعزيز تشكيل فقاعة تساعد في زيادة عدد المستخدمين، وتفسر الدراسة كيف يمكن للفقاعات أن تساعد في تسويق المنتجات وخلق الظروف المواتية للإسراع بعملية تبني استخدام المنتجات.^(٢٦)

- دراسة **Tsoukalas, Gerry and Hemenway Falk, Brett (٢٠١٩م)** وتناولت الدراسة الآليات التي تعتمد عليها المنصات القائمة على فكرة Blockchain لجمع المعلومات من مستخدميها لمجموعة واسعة من التطبيقات، وحاولت الدراسة تقييم مدى فعالية هذه المنصات اللامركزية في توجيه عمليات التصويت السعيرية من خلال استخدام مقياس الترجيح τ للتصويت الصادق، وتوصلت الدراسة إلى تآكل القدرة التنبؤية للمنصة ما لم يكن المستخدمون "استراتيجيين" بالدرجة الكافية، حيث تتناقص دقة المنصة مع عدد المستخدمين الحقيقيين وتشتت مقتنياتهم من الرموز المميزة، وتتزايد عندما يتمكن المستخدمون الاستراتيجيون قبل التصويت من بذل جهد لتحسين إشاراتهم داخلياً، حيث يبذل المستخدمون الذين لديهم المزيد من الرموز المميزة المزيد من الجهد، وتتدخل مجموعة من العوامل التي تؤدي إلى زيادة التشتت بسبب كثرة الرموز المستخدمة من قبل المستخدمين، وتتزايد معدلات التشتت مع تزايد الاعتماد على العملة المشفرة، والتصويت الاستراتيجي وزيادة عدد السجلات المنسقة بالرمز المميز (TCR).^(٢٧)

- دراسة **B P, Aniruddha Prabhu and Das, Arup (٢٠١٩م)** وأشارت الدراسة إلى قيام الشركات التجارية مثل تجار التجزئة في محلات السوبر ماركت بدمج التقنيات الناشئة مثل التسويق المستهدف والتسويق المتنوع وتسويق المعاملات والعديد من الاستراتيجيات الأخرى؛ لتحقيق أرباح تجارية أكبر من

خلال تقديم نظام قائم على المكافآت باستخدام تقنية blockchain ، للحفاظ على أكبر عدد من العملاء الذين يمكنهم الاستفادة من العرض الذي يقترحه بائع التجزئة، وإصدار عدد من العملات المشفرة، ونظرًا لأن blockchain يحتفظ بقائمة ثابتة من سجلات المعاملات، فيمكنه التحقق من صحة كل من الممتلكات الرقمية للعملاء باستخدام تقنية blockchain وتشجيع العمليات التسويقية التي يتم ربطها بالعملات الرقمية بعد التحقق من حيابة المستخدم لها التي تتيحها قواعد البيانات الرقمية.^(٢٨)

- دراسة **Nadeem, Mohammed and Nadeem (٢٠١٧م)** وتشير الدراسة إلى أن Bitcoin هي عملة مشفرة وبرمجيات متصلة بالشبكة مصممة بشكل معقد، وتستهلك طاقة عالية، وهي عملة مشفرة قابلة للبرمجة. ويتوقع الباحث أن يزداد الطلب على "البيتكوين" بين رواد الأعمال مقارنة بالعملاء، وهدفت الدراسة إلى الإجابة على بعض التساؤلات منها: هل سيحصل تسويق "البيتكوين" على قوة جذب مستدامة كعملة للمعاملات اليومية؟، وهل ستتطور عملة "البيتكوين" لتصبح شبكة دفع رئيسية على نطاق عالمي؟، وتوصلت الدراسة إلى أن استخدامها على نطاق واسع قد يؤثر على خصوصية المستهلك وعادات الشراء والعلاقات التجارية، ومن المرجح أن تكون من بين العملات العالمية السائدة المستخدمة على نحو واسع. وتفتح الدراسة آفاقاً للبحث المستقبلي حول كيفية قيام شركات العملات المشفرة ببناء رسالتها المميزة وعرضها عبر سلاسل الكتل Blockchain لزيادة معدلات تبني استخدامها على نطاق أوسع.^(٢٩)

- دراسة **Colesanti, J. Scott (٢٠١٥م)** حاولت الدراسة إلقاء الضوء على التأثيرات المحتملة لاستخدام عملة "البيتكوين" ضمن المعاملات التجارية كعملة بديلة، حيث كان استخدامها في البداية بشكل غير شرعي لتسهيل غسيل الأموال وشراء المخدرات والذي قوبل بالملاحقة، إلا أنها اكتسبت جاذبية كبيرة لدى عدد من المستثمرين وفرضت نفسها في كثير من البورصات والعديد من مواقع الويب التي تعرض شراء أو تداول عملات "البيتكوين" مقابل الدولار الأمريكي أو اليورو. وفي حادثة قرصنة واحدة فقط تم فقدان أكثر من ٤٠٠ مليون دولار من عملات "البيتكوين" ولم يتم استردادها. وتناقش الهيئات التنظيمية الفيدرالية في الولايات المتحدة إمكانيات تقليص حجم الأضرار المحتملة بسبب التعريفات المختلفة "للبيتكوين"، وأوصت النتائج إلى ضرورة التنظيم الفعال لعمليات التداول عبر تلك العملة من خلال لجنة الأوراق المالية والبورصة، والاعتماد على القوانين والسوابق القضائية والمعاهدات والنشرات الصحفية والدراسات الحكومية، والتعليقات القانونية لتقنين الأضرار الناجمة عن استخدامها، وتجري الدراسة مراجعة متعددة المراحل للتطبيقات المحتملة لقانون الأوراق المالية على معاملات البيتكوين. وخلصت الدراسة إلى أن عددًا كبيرًا جدًا من بورصات "البيتكوين" تقدم عروضًا لأوراق مالية غير مسجلة يجب مراقبتها وأن هذا الإجراء من شأنه أن يخضع هذه الكيانات لرقابة لجنة الأوراق المالية والبورصة، وبالتالي التحقق من صحة صناع السوق الشرعيين، والتخلص من الكيانات العابرة ذات الأجندات الخفية.^(٣٠)

الإطار النظري:

مفهوم العملات الافتراضية والرقمية:

تعتبر الدولة العملة نقودًا تضاف إليها قوة القانون في صفة إبراء الذمة، أي أن النقود أشمل من العملات، حيث تشمل النقود الورقية والنقود المصرفية والنقود السلعية، بعكس العملات التي لا تكون ذات قيمة إلا بدعم قوة القانون واعتراف الدول بها.^(٣١)

أولاً: مفهوم النقود:

هي سلعة اقتصادية تلبى الحاجات وتسدد الالتزامات الناشئة عن المعاملات، فالنقود سلعة تبادل وليس سلعة إنتاج أو استهلاك، لذا تعمل على دوران التجارة وبدونها تصبح كل المعاملات معقدة. وارتبط ظهورها بفكرة اقتصاد المبادلة، حيث تعد المقايضة أول وسيلة للتبادل بين الأفراد، ثم تطور بها الحال إلى النقود الرقمية أو الإلكترونية وهي قيمة نقدية مخزنة على وسيلة إلكترونية مدفوعة مسبقًا وتحظى بقبول من قبل الجميع.^(٣٢)

ثانياً: مفهوم العملات الرقمية:

تعتبر العملات الرقمية المظلة الرئيسية التي تضم جميع أشكال العملات الأخرى سواء الإلكترونية أو الافتراضية أو المشفرة. وبغض النظر عن المسميات التي يمكن إطلاقها عليها يبقى الطابع الرئيسي لها أنها متاحة بشكل رقمي، وليس لها وجود مادي ملموس، بالرغم من أن لها بعض الخصائص المماثلة للعملات القانونية المادية.

وقد تختلف وجهات نظر المنظمات الدولية والبنوك المركزية تجاه تعريف العملات الرقمية، فمنها من يذهب إلى تقييد التعريف وحصره بشكل محدد، ومنها من يذهب نحو التوسع في المفهوم وجعلها شاملة لكافة أشكال العملات التي يتم تداولها والتعامل بها من خلال شبكة الإنترنت بغض النظر عن وسائل التقنية الحديثة التي يتم الاعتماد عليها في تقديم تلك العملات.

وتعرف النقود الرقمية طبقاً للجريدة الرسمية المصرية "قيمة نقدية مقومة بالجنيه المصري أو بإحدى العملات المصدرة من سلطات إصدار النقد الرسمية مستحقة على المرخص له بإصدارها، وتكون مخزنة إلكترونياً ومقبولة كوسيلة دفع"، وعرفها مؤتمر Basil عام ١٩٩٦ م بأنها: "قيمة نقدية في شكل وحدات ائتمانية مخزونة بشكل إلكتروني أو على أداة إلكترونية يحوزها المستهلك". أما البنك المركزي الأوروبي فيعرفها بأنها: "مخزون إلكتروني لقيمة نقدية على وسيلة تقنية يستخدم بصورة شائعة للقيام بمدفوعات لمتعهدين غير جهة الإصدار دون الحاجة إلى وجود حساب بنكي عند إجراء الصفقة وتستخدم كأداة محمولة مدفوعة مقدماً.

واختلف الاقتصاديون في تعريف النقود الإلكترونية، فمنهم من قصرها على شكل محدود ومنهم من جعلها شاملة لكل تعامل مالي يتم عن طريق الوسائل التقنية الحديثة، وأقرت لجنة basel للتسويات الدولية ضرورة المزج بين الأمور التقنية والاقتصادية والقانونية، لذا اختلف المصطلح المستخدم في هذا المجال، فنجد البعض يطلق عليها مسمى النقد الافتراضي virtual cash، والبعض يسميها النقد الإلكتروني electronic cash، والبعض يسميها المال الإلكتروني electronic money.^(٣٣)

ثالثاً: مفهوم العملات الافتراضية المشفرة Cryptocurrency:

تعرف العملات الافتراضية المشفرة بأنها العملات التي ليس لها وجود مادي ويمكن مقابلتها بالعملات الرسمية المستخدمة كالดอลลาร์ واليورو، ويتم تداولها عبر الإنترنت دون وجود سلطة مركزية أو بنك مركزي يقف وراء

إصدارها، كما تعرف بأنها قيمة نقدية مخزنة على وسيلة إلكترونية مدفوعة مقدمة وغير مرتبطة بحساب بنكي وتحظى بقبول واسع من غير من قام بإصدارها، وتستعمل كأداة للدفع لتحقيق أغراض مختلفة.

كما تعرف بأنها العملة التي تعمل خارج نطاق النقد الرسمي فهي تمثيل رقمي لقيمة نقدية غير صادرة عن البنك المركزي والمؤسسات الائتمانية، وتستمد قيمتها من الثقة في القبول الطوعي لها، ويمكن تجميعها أو نقلها عن طريق البريد الإلكتروني أو تخزينها كملفات إلكترونية على قرص صلب لجهاز كمبيوتر. كما تعرف بأنها تمثيل رقمي لقيمة نقدية ليست صادرة عن بنك مركزي أو سلطة عامة، وليست مرتبطة بالضرورة بالعملة الورقية ولكنها مقبولة من أشخاص اعتبارية كوسيلة دفع يمكن نقلها أو تخزينها أو تداولها إلكترونياً، وتستخدم شبكة الند للند والتوقعيات الإلكترونية والتشفير وذلك لإثبات وتمكين المستخدمين من إجراء عمليات نقل وتداول العملة عن طريق الإنترنت دون الاعتماد على وسيط أو جهة خارجية موثوقة مثل البنوك أو أي إدارة رسمية دولية، ويتم استخدامها في عمليات الشراء والبيع، أو تحويلها إلى عملات أخرى وتلقى قبولاً اختيارياً عند المتعاملين بها.^(٣٤)

تأصيل عملة "البيتكوين":

أولاً: التعريف والنشأة والخصائص:

يمكن اعتبار عملة "البيتكوين" أولى محطات ظهور العملات الافتراضية المشفرة، والتي كان ظهورها نتيجة للورقة البيضاء التي نشرها مبرمج مجهول الهوية يدعى "ساتوشي ناكamoto"، وتظل المعلومات حول هوية هذا الشخص مجهولة ومن غير المعروف ما إذا كان شخصاً حقيقياً أو اسماً مستعاراً أو مجموعة من الأشخاص peer to peer electronic cash system، وتعتبر عملة "البيتكوين" برنامجاً مفتوح المصدر وتستند في تداولها على تكنولوجيا السجلات الموزعة التي تعتمد على شبكة من الأعضاء لتبادل المعلومات من الند للند دون وجود وسيط للتبادل كالبنوك، ويتم استخدام تقنيات التشفير لسلامة المعاملات التي تتم من خلال الشبكة.

وبدأت عملية إصدار عملة "البيتكوين" كأول عملة مشفرة عام ٢٠٠٩م، ولم يتم في ذلك العام استخراج عملة "البيتكوين" إلا ضمن حدود ضيقة النطاق من قبل عدد قليل من المتحمسين لها، وكانت التقديرات آنذاك تشير إلى أن "ناكا موتو" مطلق هذه العملة قد أنشأ في ذلك العام ما يقارب مليون قطعة "وحدة" من عملة "البيتكوين" ومع ذلك لم يشارك "ناكا موتو" في مشروع عملة "البيتكوين" ولم يظهر للعالم منذ ذلك الحين مع غياب تام لتحديد هويته.^(٣٥)

وفي عام ٢٠١٠م بدأت أول معاملات "البيتكوين" من خلال مستخدم من منتدى Bitcointalk من خلال شراء البيتزا مقابل ١٠٠٠٠ وحدة من "البيتكوين" بقيمة ٠,٠٠٣ دولار مقابل كل وحدة لتتوالى بعدها أسعار هذه العملة بالصعود التدريجي، وبحلول العام ٢٠١١م بلغت قيمة وحدة "البيتكوين" الواحدة ٠,٣٠ دولار، وضمن تجاوز لإجمالي سقف أسعار السوق Capitalization Market.^(٣٦)

ومنذ بداية عام ٢٠١١م ظهرت عملات افتراضية مشفرة جديدة مثل عملة "All coins" وجاء ظهورها لتحسين بعض عناصر تصميم "البيتكوين" لمعالجة مشكلات السرعة وإخفاء الهوية، بالإضافة إلى تعزيز التنافسية حيث أدى تزايد شعبية "البيتكوين" إلى إنشاء بنية أساسية ضمن شبكة الإنترنت، تمكّن المستخدمين من تداول وتخزين "البيتكوين" مع إطلاق أول بورصة "للبيتكوين" بلغت قيمة الوحدة الواحدة منها ٣٠ دولاراً لتعود بعدها للانخفاض إلى ما يقابل خمسة دولارات في هذا العام.

وفي عام ٢٠١٢م كانت البداية لقبول البيتكوين كشكل من أشكال الدفع لدى التجار الرسميين على مواقع الإنترنت، وكان موقع word press أول موقع إلكتروني يقبل الدفع في هذه العملة، ولكن سرعان ما تبعته بعض الشركات الأخرى بما في ذلك شركة Microsoft، وقد اعتبرت هذه الخطوة هي الأولى نحو قبول "البيتكوين" والعملية المشفرة دوليًا وعلى نطاق واسع كطريقة دفع مشروعة، كما شهد ذات العام تطوير المزيد من العملات الافتراضية ومنها عملة "ريببل" Ripple^(٣٧)

خصائص عملة "البيتكوين":

- "البيتكوين" Bitcoin هي نظام دفع عالمي يمكن مقارنته بالعملات الأخرى مثل الدولار أو اليورو لكن مع عدة فوارق أساسية.
- هي عملة رقمية افتراضية بدأ التداول من خلالها عام ٢٠٠٩م فهي ليست عملة تقليدية لأنه ليس لديها بنك مركزي أو دولة أو هيئته تنظمها وتدعمها.
- عملة إلكترونية تخيلية مشفرة حديثة الظهور ليس لها وجود فيزيائي على أرض الواقع، حيث يتم تداولها عبر الإنترنت فقط.
- هي نظام يعمل دون مستودع مركزي أو مدير واحد، أي أنها تختلف عن العملات التقليدية بعدم وجود هيئة تنظيمية مركزية تقف خلفها.
- "البيتكوين" عملة رقمية إلكترونية مشفرة غير ملموسة ولا مطبوعة ولا مسكوكة، وليس لها وجود فيزيائي وهي مجرد أرقام إلكترونية.^(٣٨)
- لا يمكن الحصول على هذه العملة من البنوك أو المصارف كسائر النقود، وإنما تتم عملياتها إلكترونياً عن طريق شبكة الإنترنت، ويمكن تملكها من خلال إنشاء محفظة من خلال اسم المستخدم ورقمه السري الخاص.
- تعتمد عملية التبادل بعملة "البيتكوين" على مبدأ الند للند peer (to) peer وهو مصطلح تقني يعني التعامل المباشر بين مستخدم وآخر دون وجود وسيط بينهما، وتدار سائر العمليات المتعلقة بهذه العملات بشكل كامل عن طريق مستخدميها دون أي سلطة رقابية أو مركزية.
- تعتمد على التشفير Cryptography وهي أيضاً عملة لا مركزية أي أنه لا أحد يتحكم بها غير مستخدميها، فهم من يقومون بصنعها واستخدامها دون الحاجة إلى وسيط أو رقيب عليهم مثل حكومة أو مصرف مثل باقي العملات الموجودة بالعالم.
- يمكن لأي شخص الاكتتاب بجداول "البيتكوين"، حيث أنها متاحة للجميع، كما يمكن لأي شخص أن ينشئ حساباً دون أي معلومات عن شخصيته وبدون أن تكون لشخصيته، اسمه، جنسيته، موقعه الجغرافي أي أهمية أو تأثير.
- عالمية "البيتكوين": لا يتأثر "البيتكوين" بالمسافات الجغرافية أو الحدود السياسية، ويمكن إرسال مبلغ دولار واحد أو مبلغ يتجاوز ملايين الدولارات بنفس السرعة وبنفس التكلفة دون أن تهتم الشبكة بالموقع الجغرافي للمرسل أو المستلم كما لا تهتم بشخصية المرسل والمستلم ولا بالعرض من الإرسال.

- المجهولية: فهي عملة مجهولة المصدر، وتنتقل من الند للند بدون تدخل أي وسيط من بنك أو غيره، ومن غير تحديد الهوية الحقيقية للمرسل والمستقبل وهذا يسهل استخدامها في عمليات غسل الأموال، ورواجها عند تجار الممنوعات من مخدرات وأسلحة وأعضاء بشرية وسائر الأعمال المنافية للقانون.
- انخفاض تكلفة الاستخدام : تتميز المعاملات والتحويلات بانخفاض تكلفة التحويل والدفع ونقل الأموال، حيث لا تمر تلك الأموال الافتراضية عبر المؤسسات المصرفية، أو الجهات المالية (الدولية والمحلية) وإنما تتم المعاملات مباشرة بين المستخدم والآخر دون الحاجة إلى وسيط يسهم في رفع التكلفة.
- سهولة الاستخدام: لا يتطلب التعامل معها خبرات تقنية، بالإضافة إلى سهولة وسرعة إنشاء المعاملات وإمكانية استخدام الأجهزة اللوحية والهواتف الذكية المتصلة بشبكة الإنترنت.^(٣٩)
- صعوبة التعقب: حيث يصعب تعقب المعاملات أو اقتفاء أثرها بغرض تحديد الجهات المتعاملة بالإضافة إلى غموض السلع والمنتجات المستخدمة في عملية التبادل.
- الافتراضية: فهي عملة رقمية إلكترونية بحثة وليست عينية حسية، كما أنها غير مغطاة بأصول ملموسة، ولذلك لم تكسب ثقة التجار المتعاملين الذين اعتادوا على التعامل بالنقود التقليدية.
- الاحتكارية: فهي عملة تتركز في أيدي مجموعة ممن يمتلكون أجهزة التعدين عالية القدرة، ويجيدون استخدام تقنية تكنولوجيا المعلومات، وهذا يضعف تداولها ويجعل درجة قبولها منخفضة نظرًا لانحصار استخدامها من خلال الإنترنت فقط.
- السرعة الفائقة في إجراء المعاملات: من السمات المميزة للتعامل بالعملة الافتراضية "البيتكوين" عنصر السرعة، والعمليات الهائلة التي تتم بين مختلف مناطق ودول العالم في مدة زمنية لا تتعدى الثواني المعدودة.
- التحكم: يمتلك مستخدمو "البيتكوين" تحكمًا كاملاً في معاملاتهم ويصعب على التجار أن يفرضوا عنوة رسوميًا غير معلن عنها، كما يمكن أن يحدث مع وسائل الدفع الأخرى، فمدفوعات البيتكوين يمكن أن تتم دون أن يتم دمج أو ربط المعلومات الشخصية بالمعاملة، وهذا يمنح حماية ضد سارقي الهويات، ومستخدمي "البيتكوين" يمكنهم أيضًا حماية أموالهم من خلال النسخ الاحتياطي والتشفير.^(٤٠)

ثانيًا: المكونات والمصطلحات ذات الصلة:

- المحفظة (wallet) : تطبيق يتم تنزيله على الأجهزة أو على شبكة الإنترنت من بعض المواقع أو منصات تبادل "البيتكوين"، تحوي عنوان العميل وملكيته من "البيتكوين"، ويمكنه من خلاله بيع وشراء "البيتكوين" ويصل إليه عن طريق استخدام المفتاح الخاص.
- العنوان (Address) : سلسلة رموز طويلة من الأرقام والحروف يتم إنشاؤها مع المحفظة تلقائيًا وتمثل المفتاح العام الذي يتم مشاركته مع الآخرين لاستقبال العملات المحولة من البيتكوين.

- المفتاح الخاص (Private Key) : أرقام سرية تسمح بإنفاق البيتكوين، مرتبطة رياضياً بجميع العناوين التي تم إنشاؤها للمحفظة، حيث تحتوي كل محفظة على مفتاح خاص أو أكثر يتم حفظه في ملفها.
- البلوك (Block) : عقدة أو كتلة تحتوي عدداً من التعاملات، يتم تأكيدها بواسطة التعدين ينتج بمعدل ١٠ دقائق تقريباً ويضاف إلى سلسلة Block chain
- سلاسل Block Chain : سجل عام لجميع صفقات بيتكوين مرتبة زمنياً، تتم مشاركته وبنائه من قبل أعضاء الشبكة للتأكد من استمرارية الصفقات ومنع الاتفاق المزدوج.
- الإنفاق (Spending) : توقيع صفقة لنقل القيمة من معاملة سابقة إلى مالك جديد تم تحديده بواسطة عنوان بيتكوين.
- التأكيد (Confirmation) : معالجة منتهية للصفقة بتقسيمها في سلسلة تمت إضافتها إلى Block chain بحيث لا يمكن إلغاؤها.
- التشفير (Cryptography) : أحد فروع الرياضيات، يتيح إنشاء براهين رياضية ذات مستوى عالي من الأمان يتم استخدامه لمنع محاولة استخدام محفظة مستخدم آخر أو إنفاق أموالها أو تخريب سلسلة Block chain.
- التعدين: (Mining) صرف طاقة حوسبية لتأمين عمليات بيتكوين ضد الانعكاس، وإدخال وحدات "بيتكوين" جديدة إلى النظام.
- التوقيع (Signatures) : آلية رياضية تسمح للشخص بإثبات الملكية، ينفذها البرنامج ويتيح للشبكة رؤية مطابقتها للعملات التي تم إنفاقها.^(٤١)

ثالثاً: إصدار وتعدين عملية "البيتكوين" وآلية عملها:

- ١- كيفية إصدار عملة "البيتكوين" والحصول عليها: يفهم مما سبق أنه لا توجد سلطة مركزية تقوم بإصدار عملة "البيتكوين" بحيث يمكن الحصول عليها من خلالها، وإنما يمكن الحصول على هذه العملة من خلال طريقتين الأولى: من خلال شرائها من المواقع الإلكترونية أو منصات البيع الإلكترونية المتخصصة في بيع هذه العملات على شبكة الإنترنت، وهي طريقة سهلة ومتاحة، فمجرد القيام بإنشاء حساب إلكتروني ومحفظة إلكترونية على جهاز الكمبيوتر أو على الهاتف المحمول من خلال التطبيقات المتوفرة تتم عملية الشراء بهذه العملات، أما الطريقة الثانية فهي: ما تعرف "بالتعدين" أو التنقيب وهي طريقة صعبة ومعقدة للغاية ولا يمكن لأحد القيام بها، وسميت بالتعدين أو التنقيب لتشبيهها بعملية استخراج الذهب من باطن الأرض. وتعتمد فكرة التعدين على برنامج يتم تحميله على الحاسب الآلي للمستخدمين الذي يوفر حماية بالغة بفعل التبادلات التي يمكن وصفها بالسرية في بعض الدول، لأن قيمة العملة تنتقل من جهاز لآخر بشكل مباشر بلا وسيط أو رسوم تحويل، فبمجرد أن يقوم المستخدم بتحميل وتفعيل برنامج أو تطبيق البيتكوين يبدأ هذا البرنامج بإنتاج عملات غير قابلة للتكرار من خلال مبرمجات متخصصة يطلق عليها عمليات التعدين أو التنقيب mining، ويتم تشغيلها على خوادم خاصة صممت لإصدار كمية محددة بصورة سنوية، ويتم تخفيض هذه الكمية إلى النصف

كل أربع سنوات، وتعتمد جودة وقوة عملية التنقيب على قوة معالج جهاز الكمبيوتر، فكلما كان معالج الجهاز أقوى كانت عملية التنقيب أفضل، وبالتالي ينتج عنها توليد للعملة بشكل أكبر، ولكن عملية التعدين أو التنقيب ليست بتلك السهلة؛ حيث يتطلب الأمر من المستخدم حل الكثير من الألغاز والمعادلات لكشف سلسلة طويلة من الأرقام والحروف لإصدار "البيتكوين" وتحويله إلى محفظة إلكترونية، وكلما ازدادت عمليات التعدين أصبحت الألغاز أصعب ويتطلب حلها برامج متخصصة، ولذلك يحرص المستخدمون للنظام على تطوير أجهزة حاسب قوية وبرامج متخصصة لإصدارها.^(٤٢)

٢- آلية عمل عملة "البيتكوين": "البيتكوين" هي عملة تعامل مباشر تتم إدارتها على نظام يسمح بتحويل واستقبال "البيتكوين" بدون أي طرف ثالث، وتعتمد العملات الورقية على طرف ثالث مثل البنوك أو معالجات الدفع مثل فيزا Visa للتحقق من الصفقة، وهكذا تضمن بأن المدفوعات المرسله قد تم استلامها بالفعل ومع ذلك يتم تسجيل عمليات "البيتكوين" في حساب عام يدعى Block chain، وتظل هذه المعلومات قابلة للعرض ولا يمكن تعديلها أو حذفها، وهذا يعني أن سجل العمليات والصفقات يعد دليلاً وإثباتاً لها، ويتم برمجة "البيتكوين" أيضاً بحيث تكون غير قابلة للتكرار مما يعني أن الإنفاق المضاعف مستبعد. ويتم إنشاء عملة "البيتكوين" الجديدة من خلال عملية لامركزية تنافسية تدعى التعدين Crypto mining وتنطوي هذه العملية على مكافأة الفرد على خدماته من قبل الشبكة، ويقوم صانعو "البيتكوين" بمعالجة العمليات وحماية الشبكة باستخدام أجهزة حواسيب متخصصة، كما يجمعون "البيتكوين" الجديدة في سوق الصرف، وبصورة أساسية فإن هذه العملية هي نتيجة لحل وصفة رياضية معقدة لتحرير Block chain والحصول على مكافأة على هيئة "بيتكوين"، ويعمل بروتوكول "البيتكوين" بطريقة تضمن أن يتم إنشاء "البيتكوين" بمعدل ثابت، وهذا ما يجعل من صناعة "البيتكوين" عملاً تنافسياً للغاية، وعندما ينضم المزيد من الصانعين إلى الشبكة تصبح عملية تحقيق الربح أصعب بكثير، بحيث يتوجب على الصانعين البحث عن الكفاءة لتقليل تكاليف التشغيل. وينخفض عدد عملات "البيتكوين" التي يتم إنشاؤها سنوياً بمقدار النصف بصورة آلية حتى يتوقف إصدارها بصفة نهائية من خلال فرض عمولات صغيرة على الصفقات.^(٤٣)

تساؤلات الدراسة:

- ١- ما الأسباب التي دفعت إلى ظهور العملات المشفرة من قبل مطوريها؟
- ٢- ما أهم أنواع وأشكال العملات المشفرة والافتراضية؟
- ٣- ما الفرق بين العملات الإلكترونية والعملات المشفرة والعملات الورقية؟
- ٤- ما مميزات وفوائد استخدام العملات المشفرة في عمليات التجارة الإلكترونية والشراء عن بعد؟
- ٥- ما المخاطر الناجمة عن التعامل بالعملات المشفرة في الأسواق الافتراضية؟
- ٦- ما موقف البنوك المركزية والجهات التشريعية تجاه هذه العملات، وما مدى أهليتها القانونية؟
- ٧- ما العلاقة بين تقنية الـ Block chain والعملات المشفرة وفي مقدمتها عملة "البيتكوين"؟
- ٨- هل تتمتع العملات المشفرة بغطاء نقدي آمن يسمح بالثقة في عمليات التداول؟
- ٩- ما هو أثر استخدام العملات المشفرة على النظام الاقتصادي للدول؟

- ١٠- ما هو مصدر الثمنية للعملات المشفرة وهل لها غطاء نقدي آمن؟
- ١١- ما هي علاقة التسويق الرقمي بالعملات المشفرة؟
- ١٢- ما أهم استراتيجيات التسويق الشبكي المستخدمة في العملات المشفرة؟

الإطار المنهجي للدراسة:

منهج الدراسة:

اعتمدت الدراسة على منهج المسح الوصفي من أجل رصد وتحليل النتائج المتعلقة بالتطورات التي شهدتها النظام النقدي العالمي مع ظهور العملات الافتراضية والمشفرة خصوصاً عملة "البيتكوين"، وكيف أثرت على آليات إدارة المؤسسات لأعمالها التجارية والتسويقية ضمن حملات التسويق الرقمية، وكيف أثرت آليات الدفع وتحصيل الأموال من خلال أنظمة السداد الإلكتروني وتحويل الأموال التي شهدتها الأسواق العالمية. ويناسب هذا المنهج الظاهرة موضع الدراسة وذلك للحصول على وصف دقيق لأبعاد المشكلة البحثية؛ حيث يتميز المنهج الوصفي بطريقته الواقعية في التعامل مع مشكلة البحث، ومن ثم الحصول على الوصف الكيفي الذي يتمثل في سلوك خارجي للظواهر، والوصف الكمي الذي يتمثل في الوصول إلى أرقام تتعلق بالمشكلة أو الظاهرة موضع الدراسة وعلاقتها بالظواهر المحيطة، حيث يعتمد هذا المنهج على دراسة الظاهرة كما هي في الواقع دون تدخل الباحث في مجرياتها، واستخلاص النتائج من خلال التعرف على آراء أصحاب الصناعة والعاملين في مجال التسويق الشبكي بشكل عام وتحليل النتائج وتفسيرها والخروج باستنتاجات ومقترحات قد تساهم في حل مشكلة الدراسة.

أدوات جمع البيانات:

اعتمدت الباحثة على التحليل الكيفي من خلال استنتاج المؤشرات والأدلة الكيفية ومحاولة الربط بين الحقائق واستنتاج العلاقات. ويتم من خلال التركيز في معالجة التجارب الواقعية والأحداث الجارية، سواء في الماضي أو الحاضر على ما يدركه الباحث منها وما يفهمه ويستطيع تصنيفه، ولمح العلاقات التي يمكن ملاحظتها وذلك من خلال إجراء سلسلة من المقابلات النوعية المتعمقة In-Depth Interviews. وقامت الباحثة بإعداد دليل المقابلة، وتضمن الدليل مجموعة من الأسئلة التي صممت للإجابة على تساؤلات الدراسة والتي غطت مجالات الاهتمام المختلفة للأفراد عينة الدراسة، وتُعد المقابلة من أفضل الأدوات التي تُساعد في التعرف على الدوافع العميقة للأفراد للقيام بتصرف مُعين، ومعرفة الأسباب المشتركة التي تشكل الاتجاهات والسلوكيات ونوايا الاستخدام وتحديد جوانب مشكلة البحث بصورة عميقة ودقيقة.

عينة الدراسة:

في ضوء أهداف الدراسة وما تطرحه من تساؤلات، قامت الباحثة باختيار عينة مكونة من ٥٠ مشاركاً ليمثلوا مجتمع الدراسة وشملت العينة مجموعة من الاقتصاديين وأصحاب الشركات والمستثمرين والعاملين في البنوك وأسواق البورصة وخبراء التسويق الشبكي وكذلك من القانونيين لتغطية الجوانب التشريعية المنظمة للتعامل بهذه العملات، وقد تم اختيار أفراد العينة عن طريق دراسة استطلاعية قامت بها الباحثة لاختيار الشخصيات ذات العلاقة بمجال البحث.

نتائج المقابلات النوعية المتعمقة : In-Depth Interviews

أولاً: أسباب ظهور العملات الافتراضية والمشفرة في مجال التجارة الإلكترونية والتسويق عن بُعد وبشكل خاص

عملة "البيتكوين":

- تشير النتائج إلى أنه من أهم أسباب استخدام العملات الإلكترونية هو إلغاء فكرة الوساطة وعدم وجود أي أطراف ثالثة؛ مما يحقق فكرة السرعة في المعاملات التجارية، كما توفر العملات الرقمية وخصوصاً عملة "البيتكوين" بديلاً أرخص وأسرع في المعاملات النقدية، خاصة بالنسبة للشركات أو المستهلكين الذين يقومون بنقل الأموال عبر الحدود أو لمتاجر التجزئة التي تقوم بقبول المدفوعات من المستهلكين عبر الإنترنت. ويمكن إتمام المعاملات المالية بسهولة من خلال الهواتف الذكية المتصلة بشبكة الإنترنت، وتعتبر الرسوم التي يسددها المتعاملون بهذه العملات ضئيلة مقارنة برسوم العمليات التي يتم إجراؤها عبر بطاقة الائتمان، كما أن استخدام العملات الرقمية يقلل من المخاطر المرتبطة بطرق الدفع التقليدية عبر الإنترنت، والتي قد تتعرض لمخاطر القرصنة والتي يتم من خلالها انتهاك خصوصية المستخدم والحصول على بياناته الشخصية أو تفاصيل الحسابات المصرفية، ولا ترتبط المعاملات بهذه العملات بالحدود الجغرافية، بالإضافة إلى عدم وجود بنوك مركزية مسؤولة عن طباعة الأموال، مما يقلل من احتمالات التضخم الناجم عن صك العملة وظروف العرض والطلب، ونظراً لمحدودية حجم المعاملات بهذه العملات فإنه يتوقع زيادة قيمتها السوقية مع ارتفاع الطلب عليها.
 - نقص الحماية من أهم المشكلات المرتبطة بأنظمة الدفع الحالية سواء عن طريق النقد السائل، أو عن طريق بطاقات الائتمان، أو أجهزة الصراف الآلي مشاكل الاختراق من قبل المتلاعبين.
 - ضعف قابلية العملات الوطنية للتحويل، وهو ما يضعف معدلات الشمول المالية؛ لذا فإن العملات المشفرة تمثل بديلاً لتلافي هذه الجوانب السلبية.
 - عدم الكشف عن هوية المستخدم والتعامل بأسماء افتراضية، إلا أن ذلك قد يدفع بعض المخالفين لارتكاب جرائم إلكترونية، أو التهرب من سداد الضرائب على سبيل المثال.
 - عوامة العملات المشفرة، وهو ما يجعلها قابلة للاستبدال في أي مكان دون الحاجة إلى وجود أطراف ثالثة في المعاملات المالية.
 - الارتفاع في قيمة العملات المشفرة دفع الكثيرين إلى الاستثمار في هذا المجال وتحقيق أرباح ضخمة.
 - عامل الثقة: مع غياب عنصر الثقة في كثير من المعاملات المالية التقليدية المرتبطة بالعملة ومع التطور التكنولوجي الكبير الذي يدعم أنظمة الضمان والتحصين ضد عمليات القرصنة من خلال التعامل بالعملات المشفرة، فإن مستقبل التعامل بهذه العملات قد يشهد نمواً ملحوظاً.
- ثانياً: الفرق بين العملات المشفرة والعملات الإلكترونية:
- النقود الإلكترونية مقومة بالجنيه المصري داخل الجمهورية، وكذلك في الدول المتعاملة معها، أما العملات المشفرة فليست مقومة بعملة محددة.

- العملات الإلكترونية لها جهة إصدار رسمية وتضفي عليها صفة الإبراء، أما العملات المشفرة فليس لها جهة إصدار رسمية وتصدر من جهات غير رسمية ولا تتعهد لمن يملكها بالإبراء.
- العملات الإلكترونية تلقى قبولاً عاماً على عكس العملات المشفرة التي تحظى بقبول عدد محدد من المتعاملين بها ويتقون بالتداول من خلالها.
- تتشابه العملات في إمكانية التخزين الإلكتروني وعدم وجود صورة مادية لها يتم التداول من خلالها.
- تتم المعاملات المالية لكلا العملتين وتداولها من خلال شبكة الإنترنت في شكل رقمي.
- العملات المشفرة لها قيمة مالية غير مرتبطة بعملة أخرى ومصدرها مجهول، ويتم إدارة التعامل بها من قبل المستخدمين دون وجود وسطاء أو سلطة مركزية، ويكون إصدارها عن طريق التعدين وتؤدي بعض وظائف النقود الإلزامية.

ثالثاً: كيفية الحصول على العملات المشفرة:

- عن طريق التعدين: وهو تعبير مجازي، حيث تعتمد على الحواسيب الإلكترونية وبرامج حساب رياضية مرتبطة بشبكة الإنترنت، ومن يسبق بحل المعادلات الحسابية يحصل على العملات المطروحة.
- عن طريق التسوق، حيث تقوم بعض المنصات بتقديم عروض شرائية وتحويل رصيد من عملة "البيتكوين" إلى محفظة المستخدم الإلكترونية، وهي تشبه حسابات المستخدم على الفيسبوك أو الإيميل الشخصي.
- الحصول على عملة "البيتكوين" من خلال السفر من خلال شركات خاصة تمنح خدماتها للمسافرين.
- من خلال الشراء مقابل النقود التقليدية المعترف بها دولياً، وتتم عملية التداول من خلال محفظة إلى أخرى دون وسيط عبر التوقيع الرقمي، وترسل رسالة تحويل يتم إرسالها إلى شبكة العملة الرقمية وتحفظ في سلاسل الكتل Block Chain دون الإفصاح عن هوية المتعامل الشخصية.

رابعاً: أهم أنواع وأشكال العملات المشفرة والافتراضية:

- عملة "بيتكوين": وهي العملة الأكثر شهرة في العالم وتعود أصولها إلى ٢٠٠٩ م؛ وهي العملة الأعلى من حيث القيمة السوقية وترتبط بمظلة Block chian الخاصة بها، ويتم إنشاء عملات "البيتكوين" عن طريق عدد كبير من المعدنين اللامركزيين. وحققت هذه العملة قيمة سوقية تقدر بـ ٣٢٦ مليار دولار.
- عملة "إيثريوم": وتعمل مثل "البيتكوين" على "بلوكتشين" خاص بها، ولكن على عكس "البيتكوين"، فإن الإيثريوم ليس لها سقف، مما يعني أنه يمكن نظرياً إنشاء كمية لا حصر لها من العملة، كما وتدعم "إيثريوم" العقود الذكية، وحققت هذه العملة قيمة سوقية وصلت إلى ١٥٤ مليار دولار في العام ٢٠٢٣ م.
- عملة "تيثر": وهي نوع من العملات المستقرة والأقل تقلباً لأنها مرتبطة بأصل خارجي، ويتم دعم كل عملة بمبلغ معادل للدولار الأمريكي، مما يؤدي إلى عدم تعرضها لتقلبات الأسعار نفسها مثل العملات الرقمية الأخرى وتبلغ قيمتها السوقية ٦٦ مليار دولار في العام ٢٠٢٣ م.

- **USD Coin** : وهي عملة مستقرة مرتبطة بالدولار الأمريكي ولا يمكن تعدينها وعلى عكس "التيثر" فإن تمويل هذه العملة أكثر شفافية وتحقق إجراءات تدقيق أفضل، وتهدف إلى تقليل المخاطر المرتبطة بالعملة الرقمية، وتبلغ قيمة عملة USD Coin السوقية ٤٣ مليار دولار.
- **"بينانس" Binance Coin** : وهي العملة الرسمية لبورصة العملات المشفرة. ويتم تخفيض رسوم التبادل الخاصة بها، مما أدى إلى جعل Binance Coin واحدة من أكبر العملات المشفرة المستقرة القيمة، وتبلغ قيمتها السوقية ٤٢ مليار دولار في العام ٢٠٢٣ م.
- **"الريل"**: وهي عملة مشفرة مصرفية صممت لتلبية احتياجات صناعة الخدمات المالية. ويعمل كجسر بين عملتين مختلفتين لتقديم تحويلات عالمية أرخص وأسرع، وتبلغ قيمته السوقية ١٧ مليار دولار.
- **"كاردانو"**: وهي "العملة المشفرة من الجيل الثالث"، حيث يقسم "بلوكتشين" إلى مستويين لزيادة سرعة المعاملات، كما يقوم بتنفيذ الرموز المميزة الأصلية لتوفير تجربة أفضل لحاملي العملة، وتبلغ قيمة "كاردانو" السوقية ١٠ مليار دولار.
- **الدوج كوين Doge Coin** : وهي عملة مفتوحة المصدر، ونشر "إيلون ماسك" الرئيس التنفيذي لشركة "تيسلا"، عدة تغريدات على وسائل التواصل الاجتماعي تفيد بأن Dogecoin هي عملته المفضلة، وتبلغ قيمة دوجكوين السوقية ٩ مليار دولار.
- **بوليجون Polygon** : وتستخدم لتوسيع نطاق "إيثريوم" وتطوير البنية التحتية، وتقوم العملة بتحويل "إيثريوم" إلى نظام متكامل متعدد السلاسل، ويعرف أيضًا باسم "إنترنت بلوكتشين"، وتبلغ قيمتها السوقية ٧ مليار دولار.^(٤٤)

خامسًا: مميزات وفوائد استخدام العملات المشفرة في عمليات التجارة الإلكترونية والشراء عن بُعد:

- الرسوم المنخفضة: وذلك لعدم وجود وسيط بين المتعاملين والتجار وتنتقل الأموال بشكل مباشر، على عكس المعاملات الأخرى والتي يقوم الوسيط من خلالها بخصم نسبة من المال، حيث لا يحدث انتقال للعملة ذاتها وإنما كود العملة الذي يخرج من محفظة ويدخل إلى محفظة التاجر الآخر.
- السرية والخصوصية: تتمتع عملة "البيتكوين" بقدر عالي من السرية، إذ لا تخضع لأي رقابة من جهة أو بنك أو مؤسسة، وكل ما يحتاجه المتعاملون بهذه العملات هو عنوان الشخص المرسل إليه.
- عملة عالمية تتخطى الحدود الجغرافية: فهي لا ترتبط بموقع جغرافي معين فيمكن التعامل معها وكأنها العملة المحلية، ولا ترتبط بدولة أو بنك مركزي معين.
- إنخفاض مخاطر التضخم: وهي واحدة من أهم المشكلات في أسواق المال، ومع مرور الوقت تفقد بعض العملات القوة الشرائية بمعدل قليل من النسب المئوية سنويًا، وذلك لأن الحكومات تقوم بطباعة المزيد من الأموال مما يتسبب في حالة التضخم، إلا أن هذه المشكلة ليست موجودة مع "البيتكوين" وغيره من العملات المشفرة، حيث يتم طرح أعداد "بيتكوين" محدودة، وبالتالي فإن عملية الحصول على وحدات جديدة من "البيتكوين" تتباطأ مع الوقت؛ مما يجعل عمليات التضخم غير واردة في عمليات البيع والشراء.

- الندرة: حيث يقوم مصدر هذه العملات بإصدار وحدات محدودة منها، مما يساهم في الحفاظ على قيمتها ويمنعها من الانهيار وخصوصاً أنه يتم إصدارها بشكل جماعي على شبكة الإنترنت.
- سادساً: عيوب استخدام العملات المشفرة في عمليات التجارة الإلكترونية والشراء عن بُعد:
- التشفير: يؤدي تشفير هذه العملات والتكتم على طريقة إصدارها من خلال عمليات حسابية ومعادلات معقدة؛ مما يجعلها وسيلة سهلة لإدارة الأنشطة المشبوهة مثل: غسيل الأموال وتجارة المخدرات والسلاح، واستخدامها في العمليات الإرهابية.
- تقلبات سعر العملة: لأنها لا تستند إلى أصول يمكن الارتكاز عليها، وترتفع نسبة المخاطرة في الأسواق التي تتعامل بها؛ مما يجعل التنبؤ بأسعارها أمراً معقداً للغاية.
- التعدين: حيث لا أحد يعرف طبيعة المعادلات التي يقوم الجهاز بحلها؛ مما يزيد من احتماليات وجود منظمات تعمل في الخفاء لإدارة التعاملات بها، حيث تقوم بتجزئة المعادلات على أكثر من سيرفر بهدف الوصول إلى حل المعادلة والحصول على الجائزة.
- اختفاء هوية مصدرها: حيث لا أحد يعرف هوية مخترعها (ساتوشي ناكاموتو) وما إذا كان رجلاً أو امرأة، وما إذا كان شخصاً أو مجموعة أشخاص؟ وكم تمتلك من وحدات هذه العملات؟ وهل تدعمها بعض الدول؟ مما قد يسبب تغييراً في مراكز القوة؟.
- عرضة للضياع: يحتاج التعامل بهذه العملات إلى أنظمة تشفير عالية وعمل نسخ احتياطية لحمايتها من عمليات القرصنة والهجمات الإلكترونية ومخاطر السرقة، أو إصابتها بالفيروسات؛ مما يجعل التداول بها أمراً غير سهل كما هو الحال بالنسبة للعملات التقليدية.
- استثمار غير آمن: حيث تعتمد على المضاربات، مما يجعلها تشهد تذبذبات حادة غير مبررة، فضلاً على أن سجلات القيد ودفاتر الحسابات غير آمنة، مما قد يعرضها لعمليات الاختراق التي تستغل نقاط الضعف في عمليات التداول عبر المحافظ الإلكترونية. وقد يعرض ذلك المضاربين إلى خسارة رأس المال بالكامل وعدم القدرة على استرداده.
- عدم توفر الحماية القانونية: ولاسيما مع عدم الإفصاح عن هوية مصدرها، مما يجعل عمليات التتبع والضبط والمحاسبة القانونية أمراً في غاية التعقيد.

سابعاً: الفرق بين العملات المشفرة والـ Block chain

- يحدث الخلط عادة بين مفهوم العملات المشفرة و"البلوكتشين"، حيث كانت عملة "البيتكوين" أولى العملات الافتراضية ظهوراً في العالم والتي تعتمد في إصدارها على تكنولوجيا "البلوكتشين"، وتعتبر تكنولوجيا "البلوكتشين" سجلاً موزعاً عبر شبكة من المستخدمين، ويتم حفظ المعاملات على هذه السجلات بشكل كتل متسلسلة من المعلومات، وتعني المعاملة تغيير ملكية أحد الأصول الموجودة ضمن شبكة "البلوكتشين" أو تغيير يتم على الأصل الذي يمكن أن يكون أصولاً ملموسة أو غير ملموسة على شكل عملات مشفرة.

- يمكن تمثيل العلاقة بين "البلوكتشين" و"البيتكوين" كالعلاقة بين شبكة الإنترنت وأحد تطبيقات مواقع التواصل الاجتماعي، حيث تمثل شبكة الإنترنت البنية التحتية للتطبيق، كما تمثل "البلوكتشين" البنية التحتية "للبيتكوين"، أي أن "البلوكتشين" هو القناة التي يتم من خلالها تداول العملات المشفرة.

ثامناً: موقف البنوك المركزية والجهات التشريعية تجاه هذه العملات، وما مدى أهليتها القانونية:

- يفرق الاقتصاديون بين ثلاثة أنواع من العملات الأول يعرف بالعملات السلعية، وهي العملات التي يكون لها قيمة ذاتية، أو ما تسمى بالنقود ذات القيم الكاملة؛ لأن قيمتها النقدية تتعادل مع قيمتها التجارية أو السوقية، كالنقود الذهبية والفضية التي كانت تستخدم في العصور القديمة، فهي نقود اختفى التعامل بها في الوقت الحاضر. أما النوع الثاني: فهي العملات المغطاة، وهي عملات تنوب عن التعامل بالعملات الكاملة ويمكن تحويلها إلى العملات السلعية ذات القيمة الكاملة، وهي أشبه بشهادات الإيداع التي تصدرها السلطات النقدية المختصة في الدولة لحامل النقود الكاملة مقابل ما يملكه من المعدن أو من العملات ذات القيمة الكاملة، ويتمثل النوع الثالث: في العملات الائتمانية، وهي النقود التي تصدر من جهة الإصدار مثل البنك المركزي بعدما أوقفت السلطات النقدية الصرف بالذهب، فهي نقود ترتكز على الثقة والقبول العام، ولم يعد حجم هذه النقود مرتبطاً بالغطاء المعدني للمعادن الثمينة، بل أصبح مرتبطاً باحتياجات النشاط الاقتصادي، كالنقود الورقية السائلة التي تصدرها البنوك المركزية، والتي تدعى بالبنكنوت وعلى ذلك، فإن التساؤل الذي يُثار في هذا المقام حول مدى صحة التعامل المالي بواسطة عملة "البيتكوين"، هل تعتبر البيتكوين بمثابة نقد سلعي، أم نقد ائتماني، أم إنها حق مالي، أم سلعة؟ وهل "البيتكوين" عملة مغطاة؟ وما مدى تحقق براءة الذمة بشكل نهائي من خلال الوفاء "بالبيتكوين"؟ وهل يتوافر "بالبيتكوين" الشروط القانونية الواجب توافرها؟

- يذهب المتخصصون في الاقتصاد الحديث إلى قبول أي شيء يؤدي وظائف النقود، ويقبله الناس وسيطاً للتبادل بينهم، وعلى ذلك فإن للنقود وظائف أساسية وهي أنها وسيلة للتبادل، ووحدة للحساب وقياس لقيمة السلع والخدمات، وأداة لحفظ الثروة أو مخزن للقيمة، وعلى هذا الأساس يذهب الخبراء إلى عدم الاعتقاد بصحة التعامل بالبيتكوين لعدة أسباب منها:

- يرى كثير من الاقتصاديين أن عملة "البيتكوين" لا يمكن لها القيام بالوظائف الأساسية للنقود؛ فلا يمكن أن تكون مقياساً لقيمة السلع والخدمات، فإذا أراد مستخدم الحصول على سلعة ما، فإنه يجب عليه أن يتفق مع التاجر على قيمة السلعة بعملة أخرى، ومن ثم يتم التبادل بعملة "البيتكوين"، وعلى ذلك فإن عملة البيتكوين لا تعتبر في ذاتها وحدة قياس للقيمة. كما أن عملة "البيتكوين" لا تصلح أن تستخدم كمخزن للقيمة أو كمستودع للثروة، نظراً لعدم ثبات القيمة السوقية لهذه العملة، والتغير المستمر والمتذبذب في قوتها الشرائية وتأثرها السريع، وعدم إصدارها من خلال البنوك المركزية، فإنه ليس للبيتكوين سعر رسمي يمكن الحفاظ عليه، وعدم وجود سلطة نقدية تقوم بتحديد القيمة، لأنها مجرد أرقام مقيّدة على شبكة الإنترنت وفي المحافظ الإلكترونية وعلى أجهزة الحاسب الآلي أو الهواتف الذكية.

— نظراً لأن عملة البتكوين عملة لا مركزية، فإنه لا يمكن اعتبار عملة البتكوين عملة وفاء قانونية، وطبقاً للشروط القانونية الواجب توافرها لصحة عملية الوفاء الإلكتروني، نجد أن ذلك لا يتحقق لعدة أسباب منها أن الكثير من البنوك المركزية تشترط على البنوك التجارية الراغبة في إصدار وسائل وفاء إلكتروني أن يكون ذلك حكراً على العملة الوطنية وذلك للمحافظة على السياسة النقدية، ومن جهة أخرى تشترط القوانين المنظمة لعملية الوفاء الإلكتروني على البنوك التجارية الحصول على ترخيص أو اعتماد لاستعمال أية وسيلة وفاء إلكتروني، وتتطلب توافر العديد من المتطلبات الفنية والتقنية، في حين أن التعامل بالعملات المشفرة يتم دون ترخيص من البنك المركزي أو أية جهة حكومية. ونظراً لعدم قدرة البنوك المركزية على الرقابة على عملة "البتكوين"، فإن التعامل بهذه العملة يعتبر مخالفاً للعديد من القوانين، كقوانين غسيل الأموال، وقوانين التهرب الضريبي، ومكافحة الإرهاب ومنع تمويله، ويرتبط التعامل بعملة "البتكوين" في بعض الأحيان بالسوق السوداء عبر الإنترنت.

— طبقاً لرؤية صندوق النقد الدولي حول عملة "البتكوين"، فإن ثمة وجود منافع قد تحققها عملة "البتكوين"، من أهمها تحقيق الشمول المالي، ورفع كفاءة عمليات الوفاء والتسوية، غير أن صندوق النقد الدولي لم يخف مخاوفه من المخاطر الكبيرة التي يمكن أن تنشأ عن التعامل بعملة "البتكوين"، على اعتبار أنها أدوات محتملة لغسل الأموال، والتهرب الضريبي، وتمويل الإرهاب، وزيادة الأنشطة الإجرامية حول العالم، واستخدام العملة لبيع المخدرات أو السلاح. وبالتالي فإن من أهم التحديات التي يتوقف عليها التعامل بعملة "البتكوين"، والعملات المشفرة بوجه عام، هو اعتراف التشريعات القانونية بهذه العملة كأداة دفع، وإصدارها للأصول والقواعد التنظيمية والرقابية الملائمة للتعامل المالي بعملة "البتكوين"، وتأسيساً على ذلك يتجه الموقف الرسمي السائد لدى الحكومات والمنظمات الدولية نحو التحذير من استخدام عملة "البتكوين" في التعاملات المالية في الوقت الراهن؛ لما ينطوي عليه التعامل بها من مخاطر كبيرة؛ بسبب عدم الاستقرار في سعر العملة، كما أنها عملة مجهولة المصدر ولا تخضع لرقابة وسيطرة أية جهة رسمية، ومع ذلك، نجد أن بعض الدول لم تنكر التعامل بعملة "البتكوين" ولم تتخذ أية إجراءات لوقف التعامل بها، بل إن بعض الدول تعترف بعملة "البتكوين" وتعتبرها نوعاً من أنواع النقود الإلكترونية، ولهذا نجد أن الموقف الرسمي والقانوني للدول والحكومات من الاعتراف بعملة "البتكوين" يتذبذب ما بين مؤيد ومعارض.

— الموقف المؤيد للتداول بعملة "البتكوين": تعتبر ألمانيا أولى الدول التي اعترفت رسمياً بعملة "البتكوين" كنوع من النقود الإلكترونية، كما فرضت الحكومة الألمانية ضريبة على الأرباح التي تحققها الشركات نتيجة التعامل بهذه العملة، في حين تبقى المعاملات المالية التي تتم بين الأفراد معفية من الضرائب. ومن الدول التي تعترف بعملة البيتكوين دولة هولندا، ودولة اليابان كوسيلة قانونية للدفع في البلاد، ومع ذلك لم يثبت انتشارها وقبولها بين المتعاملين على نطاق واسع، وعلى الرغم من عدم اعتراف بريطانيا بعملة "البتكوين" وعدم صدور موقف رسمي من الحكومة البريطانية تجاه هذه العملة، إلا أن "البتكوين" تعتبر من العملات المتداولة فيها، كما تفرض الحكومة البريطانية ضرائب على التعامل بعملة "البتكوين" على اعتبار أنها من العملات الأجنبية. وتعتبر دولة كوريا الجنوبية من أكثر الدول حول العالم

تداولاً لعملة "البتكوين" التي تلقى قبولاً واسعاً بها، ولذلك كان من الصعب على الحكومة الكورية منع تداول هذه العملة خوفاً على العملة الوطنية من هروب رؤوس الأموال، غير أنها وضعت بعض القيود لتداول هذه العملة والتعامل بها؛ حيث فرضت على البنوك توثيق التعاملات المالية التي تجرى بواسطة البتكوين، وذلك بهدف منع التهرب الضريبي، والحيلولة دون انتشار ظاهرة غسيل الأموال. كما نجد أنها تعتبر من العملات المقبولة لدى العديد من الشركات والمؤسسات والمراكز التجارية، وتعتبر البتكوين عملة مقبولة لدى كثير من القطاعات والخدمات والأنشطة التجارية كالمطاعم وشركات الاتصالات، ومتاجر بيع ألعاب الفيديو، وسكك الحديد، والصحف العالمية، والمستشفيات، والجامعات، والبورصة.

– الموقف المعارض لعملة البتكوين: على الرغم من اعتراف بعض الدول رسمياً بعملة البتكوين، وتداولها وانتشارها على نطاق واسع حول العالم، ولقبولها في التعامل لدى العديد من الشركات والمؤسسات والمراكز التجارية، إلا أن غالبية دول العالم مازالت ترفض الاعتراف بعملة "البتكوين" رسمياً، بل إن بعض الدول اعتبرت التعامل بعملة "البتكوين" مخالفاً للقوانين، كقوانين غسيل الأموال والتهرب الضريبي. وتعتبر الصين من الدول التي منعت التعامل "بالبتكوين"؛ حيث منعت الحكومة الصينية التعامل بالبتكوين في عام ٢٠١٧ م، على الرغم من أنها كانت تتطلع لتحقيق الريادة في المجال التكنولوجي القائم على تقنية "البلوك تشين"، والتي تعتبر عملة البتكوين متطلباً أساسياً للعمل بها، فبعدما كانت الصين من أكبر أسواق "البتكوين" في العالم، أصبحت هذه العملة ممنوعة نظراً لتعارضها مع القوانين الوطنية، وعدم خضوعها للأنظمة الضريبية، وعدم وجود تشريعات قانونية تنظم التعامل بها، في حين نجد أن البنك المركزي الأوروبي قيد التعامل بعملة "البتكوين" حتى يتم إصدار التشريعات المنظمة لهذه العملة.

– وفي جمهورية مصر العربية تعتبر العملات الافتراضية، ومنها عملة "البتكوين" وسيطاً غير مقبول في التعامل المالي، على اعتبار أن إصدار أية عملة يخضع للبنك المركزي أو السلطات النقدية في الدولة حصرياً، وأن شيوع هذا التداول غير المنضبط من شأنه الإخلال بمنظومة التعامل المالي.

تاسعاً: مصدر "الثنائية" للعملات المشفرة وهل لها غطاء نقدي آمن؟

– هناك عدة مصادر "للثنائية" وهي القبول العام أو العرف، والإقرار والاعتراف الحكومي بما تعارف عليه الناس وقبولهم له، والإصدار الحكومي بصك العملة، وعندما تفكر في أصول الملاذ الآمن يتبادر إلى الأذهان المعادن النفيسة مثل الذهب والفضة، حيث يتدافع الأشخاص للاستثمارات فيما للتحوط من الاضطرابات التي تشهدها الأسواق التقليدية. ويشير مفهوم مخزن القيمة إلى الأصول القادرة على الاحتفاظ بقيمتها بمرور الوقت. فإذا قام المستخدمون بشراء مخزن جيد للقيمة تزداد درجة الثقة في أن قيمته لن تنخفض بمرور الوقت، وأن يظل محتفظاً بقيمته في المستقبل. وتباينت الآراء حول الوضع الحالي لعملة "البتكوين"، حيث ادعى المؤيدون أن هذه العملة الرقمية أكثر شهراً بـ "الذهب الرقمي" من العملات الرقمية البسيطة، وتنطلق الفرضية القائلة بأن "البيتكوين" مخزن للقيمة من كون هذه العملة أحد أفضل الأصول التي عرفها الإنسان لتخزين الثروة بحيث لا تنخفض قيمتها بمرور الوقت. في

حين يدعي المعارضون لفكرة مخزون القيمة لعملة "البتكوين"، أنه لا يمكن أن يكون لها قيمة إلا إذا أنفقتها المستخدمون، حيث يؤدي تخزينها وعدم استخدامها إلى الإضرار بها وعدم إضفاء المشروعية على عمليات التداول، وإذا لم تحظ "البيتكوين" بتقدير واسع النطاق بوصفها نقودًا رقمية، فإن قيمتها الأساسية لن تكون مدفوعة بالمنفعة، وإنما بالمضاربة.

- لا تزال عملة "البتكوين" عملة غير مقبولة في التعامل المالي، حيث لا تتوافر فيها شروط نجاح أي عملة سواء من حيث القبول العام، أو من حيث ضابط الإصدار، أو من حيث استقرار القيمة. حيث لا يمكن لعملة "البتكوين" القيام بالوظائف الأساسية للنقود، فلا يمكن "للبيتكوين" أن تكون مقياسًا للقيمة، ولا تصلح أن تكون مخزنًا لها، أو مستودعًا للثروة، وليس لها قيمة ذاتية، بل إنها مجرد أرقام ليس لها أي غطاء نقدي أو سلعي أو قانوني يدعمها. ومن الناحية القانونية فإن عملة "البتكوين" لا تصدر عن أي جهات رسمية، ولا تخضع لرقابة البنوك المركزية، ولا تصدر بالعملات الوطنية، وهي عملة ترتبط في بعض الأحيان بالسوق السوداء، فضلاً عن أنه لا يمكن تحديد مصدر العملة، أو التحقق من شخصية الأطراف المتعاملين بها ومدى أهليتهم.

عاشرًا: علاقة التسويق الشبكي بالعملات المشفرة:

- أصبحت عملات "الكريبتو" أحد فروع التكنولوجيا الحديثة مع زيادة حدة التنافسية بين مشاريع "البلوك تشين"، وأصبح ارتباط التسويق الإلكتروني بتلك العملات يلعب دورًا أساسيًا في نجاح المشاريع وتشهد منصات التواصل الاجتماعي ولادة مجتمع كبير لتداول العملات، ومن أهم عوامل نجاح المشاريع الخاصة بالبلوك تشين هي صناعة مجتمع قوي على تلك المنصات مثل: "تويتر" و"فيسبوك" و"إنستغرام" وبصفة خاصة منصة "تويتر". والإعلانات على هذه المنصات تلعب دورًا شديد الأهمية في جذب فئة جديدة من المستخدمين إلى عالم "الكريبتو" وخاصة للمشروع الذي يقوم بالإعلان.

- وتلعب الفيديوهات التي تشرح العملات الرقمية دورًا مهمًا في شرح مشاريع العملات الرقمية المختلفة عبر منصة يوتيوب والتي تعتبر منصة مهمة جدًا تلعب دورًا مهمًا في نشر الوعي بالعملات الرقمية، ومن أشهر تلك القنوات قناة CoinBureau التي تنشر العديد من الفيديوهات الشارحة لاستخدامات تلك العملات في مجال التسويق الشبكي.

- ظهور المدونات الإخبارية التي تتيح استخدام تلك العملات، مثل: موقع "بي إن كريبتو"، حيث تعتبر من أهم وأشهر المدونات في عالم العملات الرقمية، وكذلك مدونة "كوين ديسك" و"كوين تلغراف".

استراتيجيات التسويق الشبكي في العملات المشفرة:

- استراتيجية "الإيردروب": وهي من أشهر الاستراتيجيات الموجودة في عالم التسويق الإلكتروني في العملات الرقمية وقد تختلف طريقة تطبيقها من مشروع لآخر، ويتم صناعة المحتوى الخاص بالمنتج أو المشروع الذي يتم ربطه بعالم العملات الرقمية. وبعد هذا يقوم المؤثر Influencer أو الشخص المشهور بنشر هذا المحتوى عبر صفحته الشخصية، وينتج عن ذلك حالة من الجدل حول المشروع ويبدأ المستثمرون بالتخمين حول ما إذا كان هناك عملة رقمية خاصة به أم لا؟. ويتم بعد ذلك إطلاق أخبار حول ظهور عملة رقمية خاصة بالمشروع و"الإيردروب" ببساطة هي جائزة مكونة من عملات رقمية

خاصة بالمشروع يحصل عليها الأشخاص مقابل قيامهم باستخدام المنتج. وكلما زادت عمليات التحويل كلما زادت فرص الحصول على عملات أكثر.

- استخدام Twitter spaces و Clubhouse ومكالمات ديسكورد للتواصل مع المستثمرين ومؤسسي المشروعات، حيث يؤدي التفاعل بينهم إلى زيادة حجم التداول بالعملات الرقمية التي يزداد سعرها نتيجة للإجابة على تساؤلات المستثمرين خلال Twitter spaces ، والعكس صحيح أيضاً، فهناك الكثير من المشاريع التي انخفض سعر عملتها بشدة بسبب إجابات المؤسسين، ولهذا السبب فإن هذه المكالمات تلعب دوراً مهماً في تحديث مجتمع العملة بأسعار التداول.

- أصبح التسويق عبر المؤثرين استراتيجية رئيسية للتسويق الرقمي، وتوفر العملات المشفرة والرموز غير القابلة للاستبدال (NFTs) فرصاً جديدة مربحة لشركات المؤثرين وشركات العملات المشفرة التي تكون على استعداد لدفع مبالغ كبيرة لأصحاب النفوذ للترويج لعملياتهم المعدنية على وسائل التواصل الاجتماعي. ويمكن للمؤثرين أيضاً إنشاء عملياتهم المشفرة أو (NFTs) لبيعها مباشرة إلى متابعيهم. كما يوفر مجال (التشفير/NFT) للمسوقين الرقميين طريقة جديدة لتحقيق الدخل من جماهيرهم.

- أنواع جديدة من الإعلانات: تدخل إعلانات العملات المشفرة الأصلية في الاتجاه السائد، مما يمنح المسوقين أشكالاً إعلانية جديدة. على سبيل المثال، يمكن الآن لإعلانات التأجير أن تطلب من العملاء دفع ودائع التأمين بالعملية المشفرة. ويمكن للمعلنين أيضاً مكافأة المشاهدين مباشرةً بالعملات المشفرة أو (NFTs) مقابل التفاعل مع الإعلانات. كما أصبحت مؤشرات أسعار العملات المشفرة وشارات المصادقة التابعة لجهة خارجية لطمأننة العملاء شائعة بشكل متزايد في الإعلانات. نظراً لأن العملات المشفرة أصبحت أكثر انتشاراً، ويتوقع أن نرى استمرار تحول الإعلانات والاستفادة منها على نطاق أوسع.

- خصوصية البيانات المحسنة: تتمثل الميزة الرئيسية للعملات المشفرة من منظور تسويقي في تعزيز خصوصية بيانات المستهلك واستقلاليته مع محافظ العملات المشفرة، ويتمتع المستخدمون بمزيد من التحكم في هوياتهم الرقمية وأصولهم وبياناتهم. ويمكنهم اختيار مشاركة البيانات التي يحتاجها المعلنون فقط للتفاعلات أو المعاملات. ويمثل ذلك فرصة للمسوقين لبناء الثقة والمواءمة مع حقوق بيانات المستهلك.

- خيارات التجارة الإلكترونية الجديدة: تتيح تقنية Crypto للمسوقين الرقميين قبول المدفوعات بلا حدود من أي مكان في العالم بشكل أسرع وبتكلفة أقل من الأنظمة المالية التقليدية. ويمكن لمواقع التجارة الإلكترونية دمج خيارات الدفع بالعملات المشفرة بسهولة من خلال خدمات مثل BitPay و Coinbase Commerce وهذا يوفر تجربة أفضل للعملاء ويفتح الوصول إلى الأسواق العالمية. وبالنسبة للمسوقين الرقميين فإن قبول العملات المشفرة يمكن أن يوسع جمهورهم المستهدف بشكل كبير.

- وسيلة التسويق المتطورة: ربما يكون الجانب الأكثر إثارة للاهتمام في مجال التسويق الرقمي للعملات المشفرة هو أنه لا يزال مجالاً ناشئاً ومتطوراً. ولا تزال التطبيقات والبروتوكولات والأفكار الجديدة قيد الإنشاء والاختبار. على سبيل المثال تقدم العملات المشفرة المرتبطة بـ Metaverse ونطاقات NFT فرصاً جديدة لحملات تسويقية غير تقليدية، ويتزايد اعتماد العملات المشفرة بين الفئات السكانية الأصغر سنًا وهو اتجاه لا يمكن تجاهله، كما توفر العملات المشفرة للمسوقين الرقميين فرصة التواصل مع الجماهير بطرق جديدة.
- عدم اليقين التنظيمي: على الرغم من أن دمج العملات المشفرة في التسويق الرقمي أمر شائع، إلا أنه يحمل أيضًا بعض المخاطر. فلا تزال البيئة التنظيمية والمشكلات القانونية مطروحة على ساحة النقاش، ومن المهم أيضًا المشاركة مع منصات وبورصات العملات المشفرة ذات السمعة الطيبة لتقليل المخاطر التي يجب التعامل معها بحذر، وباختصار تعمل العملات المشفرة مثل Bitcoin وEthereum على إحداث تحول في التسويق الرقمي من خلال نماذج تحقيق الدخل الجديدة، وتسويق الإعلانات، ومزايا الخصوصية، وتكامل المدفوعات، والتطبيقات المبتكرة مع تزايد اعتمادها، كما وأصبحت وسيلة بسيطة لا يستطيع المسوقون تجاهلها. ومع ذلك، لا يزال عدم اليقين التنظيمي يشكل تحديًا. وتوفر العملات المشفرة فرصًا للمسوقين الرقميين الراغبين في التطور جنبًا إلى جنب مع هذه التكنولوجيا الناشئة، ولا تزال الآثار التسويقية طويلة المدى لم تكشف بعد.

التوصيات:

- ١- ضرورة توعية المستخدمين وكافة الكيانات ذات الصلة بالعملات الافتراضية والمشفرة وضوابط استخدامها بما لا يتنافى مع المصلحة العامة للمجتمع والمخاطر الناجمة عن التداول بها.
- ٢- ضرورة سن القوانين والتشريعات المنظمة لعمليات التداول. حتى تصبح تحت مظلة القانون، وحماية المستخدم من عمليات الاحتيال والنصب، واستخدامها في مجالات الجريمة مثل غسل الأموال وتجارة المخدرات وغيرها من الجرائم الاخلاقية، وإقرار الأحكام القانونية الخاصة بالوفاء الإلكتروني.
- ٣- الدعوة إلى عقد المؤتمرات الدولية وتشكيل لجان محلية متخصصة منبثقة عنها والتي تضم الاقتصاديين والمستثمرين والفقهاء الدستوريين والجهات ذات الصلة؛ لدراسة مستقبل التعاملات المالية في ظل ظهور هذه العملات والتحديات التي تواجه العملات التقليدية.
- ٤- قيام الجهات الحكومية والرقابية والمسؤولين عن السياسات النقدية بفرض آليات الضبط والمحاسبة ومعاينة المخالفين وتطوير البنية التحتية التكنولوجية التي تسمح بتتبع الجرائم الإلكترونية في الفضاء الإلكتروني.
- ٥- إدخال العملات المشفرة تحت سيطرة البنوك المركزية، وأن تكون هي الجهة المنوط بها عمليات الإصدار وعدم احتكار إنتاجها لدولة معينة للحفاظ على موازين القوى الاقتصادية الدولية.
- ٦- العمل على تقنين معايير النقود المشفرة كمخزن للقيمة، وأن تحقق معايير النقود التقليدية من حيث وجود غطاء نقدي، وليس لها قيمة ذاتية بل إنها مجرد أرقام ليس لها أي غطاء نقدي أو سلمي أو قانوني يدعمها.

- ٧- إجراء المزيد من الدراسات والبحوث حول استخدامات العملات المشفرة في الأسواق الافتراضية وقضايا حماية المستخدم، والأطر القانونية المنظمة لعمليات التداول ومستقبل العملات التقليدية في ظل التطور التكنولوجي المتسارع في هذا المجال.
- ٨- توفير آليات الدعم والحماية للبيانات الشخصية للمستخدم ضد مخاطر الاختراق والقرصنة، وتأمين التعاملات المالية في بيئة الأعمال التجارية الإلكترونية.

دوامش ومصادر الدراسة:

- 1- Chen, G., Xie, P., Dong, J., & Wang, T. (2019). Understanding Programmatic Creative: The Role of AI. *Journal of Advertising*, 48(4), 347–355. <https://doi.org/10.1080/00913367.2019.1654421>
- 2- Chen, H., Chen, C. C., Lo, L., & Yang, S. C. (2018). Online privacy control via anonymity and pseudonym: Cross-cultural implications. *Behaviour & Information Technology*, 27(3), 229– 242. <https://doi.org/10.1080/01449290601156817>
- 3- Glyn Davis, Bitcoin: Currency but not money, *Cryptocurrencies (as illustrated by Bitcoin) in the Electronic Money Directive and the Payment Services Directive in light of the European Court of Justice Hedqvist ruling on Bitcoin*, faculty of law ,university, of oslo,2017.
- 4- Tony Richards, Chris Thompson and Cameron Dark, Retail Central Bank Digital Currency: Design Considerations, Rationales and Implications, RESERVE BANK OF AUSTRALIA, BULLETIN September, 2020.
- 5- Maurício Portieri Pignatti, Carlos Manuel Baptista Lobo, The Digital currency and The challenges beyond The new global world 'S Block chain Paradigm a Financial and Tax Overview on The Virtual Currency Efficiency, University of Lisbon School of Law,2019.
- 6- Rainer Bohme, Nicolas Christin, Benjamin Edelman, and Tyler Moore, Bitcoin: Economics, Technology, and Governance, *Journal of Economic Perspectives*, Volume 29, Number 2, Spring, 2015.
- 7- Girasa, .. (2018). *The Digital Transformation. In: Regulation of Cryptocurrencies and Blockchain Technologies*. Palgrave Studies in Financial Services Technology. Palgrave Macmillan.
- ٨- مثنى وعد الله يونس , البنكوين نظام الدفع الإلكتروني (الند للند) وحكمه في الشريعة الإسلامية، (العراق: جامعة الموصل ٢٠١٨م)، ص ص ٦-٧.
- 9- Jingming , L., Nianping , L., Jinqing , P., Haijiao , C., & Zhibin , W. (2019, 02 01). Energy consumption of cryptocurrency mining: A study of electricity consumption in mining cryptocurrencies., (sciencedirect, Ed.) 168, pp. 160-168,.
- ١٠- د/ عبد الله بن سليمان بن عبد العزيز الباحث، مرجع سابق، ص٣٥ وانظر: الباحث/ محمد شايب، بحث بعنوان: "تأثير النقود الإلكترونية على دور البنك المركزي في إدارة السياسة النقدية"، مقدم إلى الملتقى العلمي الدولي الخامس حول الاقتصاد الافتراضي وانعكاساته على الاقتصاديات الدولية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، المركز الجامعي خميس مليانة، الجزائر، من ١٣-١٤ مارس/٢٠١٢م، ص. ١٠
- 11- Mislavsky, Robert, Behavioral Tokenomics: Consumer Perceptions of Cryptocurrency Token Design (February 1, 2024). Available at SSRN: <https://ssrn.com/abstract=4686759> or <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.4686759>

- 12- Gorton, Gary B. and Zhang, Jeffery Y., Bank Runs During Crypto Winter (May 12, 2023). U of Michigan Law & Econ Research Paper, Harvard Business Law Review, Forthcoming, Available at SSRN: <https://ssrn.com/abstract=4447703> or <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.4447703>
- 13- Duangsin, Vuttipat and Kraivanit, Tanpat and Thetlek, Ruangchan and Shaengchart, Yarnaphat, Non-fungible Token Economy in a Developing Country (July 26, 2023). Journal of Governance & Regulation, 12(3), 120–127, 2023. <https://doi.org/10.22495/jgrv12i3art13>, Available at SSRN: <https://ssrn.com/abstract=4529082>
- 14- Prah, Andrew, Web3, NFTs, Advertising & Public Relations: The Rise of AI and Allfluence, the Decline of Scarcity and \cap (January 02, 2023). Available at SSRN: <https://ssrn.com/abstract=4445823> or <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.4445823>
- 15- Langvardt, Kyle, Crypto's First Amendment Hustle (March 24, 2023). Forthcoming, to be published in Yale Journal of Law & Technology, Available at SSRN: <https://ssrn.com/abstract=4399535> or <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.4399535>
- 16- Aranha Rodrigues, JAMES and moxoto, ana, Effect of Digital Marketing on the Cryptocurrency Market. Available at SSRN: <https://ssrn.com/abstract=4651734> or <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.4651734>
- 17- Gechev, Vasil, The Strengthening Case to Prohibit Cryptocurrencies by Law (August 29, 2022). Available at SSRN: <https://ssrn.com/abstract=4203937> or <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.4203937>
- 18- Magabo, Vincent Lorenz and Landicho, Bendalyn, Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (Utaut) on Cryptocurrency as a Mode of Payment in the Philippines. Available at SSRN: <https://ssrn.com/abstract=4562904> or <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.4562904>
- 19- FU, Zhenhao and Gu, Weijing and Fang, Zhenyu and Yan, Jiaqi and Liu, Xiao Fan, Pyramid Scheme Prevails in ICO: Evidence from Primary Market Token Transaction Analyses (September 21, 2022). Available at SSRN: <https://ssrn.com/abstract=4225546> or <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.4225546>
- 20- Grushka-Cockayne, Yael and Hachem, Kinda Cheryl and Lenox, Michael and Maiden, Stephen E., Cryptocurrency and the Washington Nationals: Once Bitten, Twice Shy?. Darden Case No. UVA-S-0393, Available at SSRN: <https://ssrn.com/abstract=4391892> or <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.4391892>
- ٢١- حسن سيد حسن علي، العملات الرقمية المشفرة وأثرها على النظام الاقتصادي في الشريعة والقانون، مجلة الشريعة والقانون عدد ٤٠، (القاهرة : جامعة الأزهر، كلية الشريعة والقانون، أكتوبر ٢٠٢٢م).
- 22- Seeman, Bob and Svensson, Roger, Bitcoin: Unlicensed Gambling (July 12, 2021). Bitcoin: Unlicensed Gambling by Bob Seeman & Roger Svensson. CyberCurb, Vancouver, 2021. ISBN: 9798532267220, Available at SSRN: <https://ssrn.com/abstract=3917344>
- 23- Liebi, Luca, Raining Cryptos (September 6, 2021). Available at SSRN: <https://ssrn.com/abstract=3918432> or <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.3918432>
- 24- Todua, Nugzar and Gogitidze, Nino, Features of the Use of Digital Marketing in the Banking Sector (November 25, 2021). SCIENCE, No. 3-4(62-63), 2021, Vol. 16, Issue 3., Available at SSRN: <https://ssrn.com/abstract=4017885>
- 25- Taskinsoy, John, Blockchain: Moving Beyond Bitcoin into a Digitalized World (October 17, 2019). Available at SSRN: <https://ssrn.com/abstract=3471413> or <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.3471413>

- 26- Wei, Yanhao and Dukes, Anthony J., Cryptocurrency Adoption with Speculative Price Bubbles (June 1, 2019). Marketing Science, forthcoming, Available at SSRN: <https://ssrn.com/abstract=3397675> or <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.3397675>
- 27- Tsoukalas, Gerry and Hemenway Falk, Brett, Token-Weighted Crowdsourcing (Dec 3, 2019). Management Science, Forthcoming., Available at SSRN: <https://ssrn.com/abstract=3295811> or <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.3295811>
- 28- B P, Aniruddha Prabhu and Das, Arup, Transforming Transactional Marketing of Retailers Using Blockchain Approach (February 25, 2019). Proceedings of International Conference on Sustainable Computing in Science, Technology and Management (SUSCOM), Amity University Rajasthan, Jaipur - India, February 26-28, 2019, Available at SSRN: <https://ssrn.com/abstract=3350886> or <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.3350886>
- 29- Nadeem, Mohammed and Nadeem, Mohammed, Bitcoin's Pygmalion Effect: Social Entrepreneurs are a Bit-Curious in Marketing a Special Kind of Property! (January 17, 2018). International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences, 2017, Vol. 7, No. 12, ISSN: 2222-6990, Available at SSRN: <https://ssrn.com/abstract=3104000>
- 30- Colesanti, J. Scott, Trotting Out the White Horse: How the S.E.C. Can Handle Bitcoin's Threat to American Investors (February 26, 2015). Syracuse Law Review, Vol. 65, 2015, Hofstra Univ. Legal Studies Research Paper No. 2015-02, Available at SSRN: <https://ssrn.com/abstract=2570837> or <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.2570837>
- 31- Franco, P. (2015). *Understanding Bitcoin Cryptography, Engineering and Economic*. UK: Wiley Finance Series.
- 32- R Parting, R., Kollewe, J. (2017, December 22). Bitcoin not a threat to financial stability, say European economists. Retrieved from <https://www.theguardian.com/technology/2017/dec/19/korean-cryptocurrencyexchange-close-second-hacking-youbit>.
- 33- Piasecki, P.J. (2016). Gaming Self-Contained Provably Fair Smart Contract Casinos. Ledger, 1, 99- 110.
- 34- Pontikes, E. G., & Barnett, W. P. (2017). The Non-consensus Entrepreneur: Organizational Responses to Vital Events. Administrative Science Quarterly, 62(1), 140-178.
- 35- Richter, C., Kraus, S., Brem, A., Durst, S., & Giselbrecht, C. (2017). Digital entrepreneurship: Innovative business models for the sharing economy. Creativity & Innovation Management, 26(3), 300-310. doi:10.1111/caim.12227
- 36- Reijers, W., O'Brolchain, F., Haynes, P. (2016) 'Governance in blockchain technologies and social contract theories' Ledger, 1(1): 134–51
- 37- Rosenberg, A. (2017, December 26). Bitcoin's value fell by more than 40 percent, Retrieved from <http://mashable.com/2017/12/25/bitcoin-christmas-price-droptrebound/#cq7NOH1aIsqt>
- 38- Sparkchain (2017, November 25). 4 Focus Areas for Cryptocurrency Marketing, Retrieved from <https://steemit.com/cryptocurrency/@sparkchain/4-focus-areas-for-cryptocurrencymarketing>
- 39- Thorndike, R.L. (1968). Reviewed work: Pygmalion in the classroom by Robert Rosenthal and Lenore Jacobson. American Educational Research Journal, 5(4), 708-711.

- 40- Rosenthal, Robert; Jacobson, Lenore (1992). Pygmalion in the classroom : teacher expectation and pupils' intellectual development (Newly expanded ed.). Bancyfelin, Carmarthen, Wales: Crown House Pub. ISBN 978-1904424062.
- 41- Piasecki, P.J. (2016). Gaming Self-Contained Provably Fair Smart Contract Casinos. Ledger, 1, 99- 110.
- ٤٢- أحمد السيد لبيب إبراهيم : الدفع بالنقود الإلكترونية، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، ٢٠٠٩م، ص ١٢.
- 43- Zhang, J., & Zhang, C. (2022). Do cryptocurrency markets react to issuer sentiments? Evidence from Twitter. Research in International Business and Finance, 61, 101656.
- 44- (2020, 03 18). Récupéré sur موقع كريبتو عرب :
<https://www.cryptoarabe.com/2019/11/27/%D9%85%D8%A7-%D9%87%D9%88>

improved security and guarantees, to avoid abuse by miners, and it ranks fourth among virtual currencies in market value. Then the Novacoin currency appeared in 2013, and it differs from most alternative digital currencies to Bitcoin due to the fact that its protection programs are integrated into the core of the currency, which prevent attacks by mining and prospecting groups.

This study seeks to monitor and analyze the developments that the global monetary system has witnessed recently with the emergence of virtual and encrypted currencies, most notably Bitcoin, and how they have affected the mechanisms of institutions' management of their commercial and marketing activities within digital marketing campaigns, especially as they have shed a shadow on the consumer behavior of users and the means of obtaining goods, and remote services, and how the payment and collection mechanisms through electronic payment and money transfer systems that global markets witnessed with the emergence of cryptocurrencies and virtual currencies affected the confidence of some business users and from the point of view of industry owners, despite the mounting volume of concerns associated with their sharp fluctuations. Besides, the risks of the lack of cybersecurity and not being subject to the authority of central banks and monetary authorities, and highlighting the positives and negatives resulting from trading operations in these currencies and their impact on the management of digital marketing campaigns.

The study concluded that Bitcoin cannot be considered a legal currency of fulfillment, and according to the legal conditions that must be met for the validity of the electronic fulfillment process, we find that this is not achieved for several reasons, including that many central banks require that commercial banks wishing to issue electronic fulfillment methods to be monopolized on the national currency in order to maintain monetary policy.

Keywords: Using Cryptocurrency, Institutional management, Marketing Activities, Cyberspace.



The Impacts of Using Cryptocurrency on the Management of Marketing Activities in Cyberspace^(*)

Dr. Abeer Ibrahim Mohamed Ragab Ezzy

abeeragab@hotmail.com

Associate Professor of Public Relations & Vice Dean of the College of Language & Media for Education & Student Affairs, Public Relations & Advertising Department, College of Language and Communication - Smart Village, Arab Academy for Science, Technology & Maritime Transport

Abstract

Electronic currencies went through three basic stages. The first stage included paper money carried by electronic means such as the cash on the credit card, the prepaid card, and the debit card issued by the bank to enable the customer to withdraw from his current account via automated teller machines, as well as electronic checks and the like, and they are represented by electronic services that are provided by banks and credit cards to international companies (Visa, MasterCard, American Express, etc.). The second phase witnessed electronic money produced by accredited financial institutions in their countries, which bore the responsibility of naming it, determining its value, and creating special laws related to it in accordance with the state's financial laws. It has its own media that carries it, such as magnetic cards or electronic storage devices, and the financial institutions that produce it control and monitor it. The operations that take place through it. While the third stage witnessed electronic currencies that are produced by electronic programming without human intervention, and this type of currency is the subject of research, and perhaps the largest that represents it in the present era is the first electronic currency that is produced in this way, which is called Bitcoin, as encrypted virtual currencies have many and varied, and most of them are based on the principle of the Bitcoin currency and its clones. Alternative digital currencies have now reached a large number of (711) virtual currencies. Among the most prominent and famous of these currencies is Bitcoin, which was created in 2009 AD, and is the most famous currency in the world, and the Litecoin currency, which was created in 2011 and is One of the first alternative cryptocurrencies, which is distinguished from Bitcoin in that the mining process is easier and cheaper, and the Nemcoin currency, which was established in April 2011, and is based on open source Bitcoin technology, and is characterized by high scarcity, decentralization, security and privacy. Then the Bitcoin currency appeared in August 2012, and it is characterized by an increase in mining efficiency and

^(*)The Paper was received on March 06, 2023, and accepted for publication on April 08, 2024.

All rights reserved.

None of the materials provided on this Journal or the web site may be used, reproduced or transmitted, in whole or in part, in any form or by any means, electronic or mechanical, including photocopying, recording or the use of any information storage and retrieval system, except as provided for in the Terms and Conditions of use of Al Arabia Public Relations Agency, without permission in writing from the publisher.

And all applicable terms and conditions and international laws with regard to the violation of the copyrights of the electronic or printed copy.

ISSN for the printed copy

(ISSN 2314-8721)

ISSN of the electronic version

(ISSN 2314-873X)

Egyptian National Scientific & Technical Information Network
(ENSTINET)

With the permission of the Supreme Council for Media Regulation in Egypt

Deposit Number: 24380 /2019

To request such permission or for further enquires, please contact:

APRA Publications

Al Arabia Public Relations Agency

Arab Republic of Egypt,

Menofia - Shibeen El-Kom - Crossing Sabry Abo Alam st. & Al- Amin st.

Postal Code: 32111 - P.O Box: 66

Or

Egyptian Public Relations Association

Arab Republic of Egypt,

Giza, Dokki, Ben Elsarayat -1 Mohamed Alzoghpy St.

Email: jpr@epra.org.eg - ceo@apr.agency

Web: www.apr.agency - www.jpr.epra.org.eg

Phone: (+2) 0114 -15 -14 -157 - (+2) 0114 -15 -14 -151 - (+2) 02-376-20 -818

Fax: (+2) 048-231-00 -73

The Journal is indexed within the following international digital databases:



- The author should send an electronic copy of his manuscript by Email written in Word format with his/her CV.
- In case of accepting the publication of the manuscript in the journal, the author will be informed officially by a letter. But in case of refusing, the author will be informed officially by a letter and part of the research publication fees will be sent back to him soon.
- If the manuscript required simple modifications, the author should resent the manuscript with the new modifications during 15 days after the receipt the modification notes, and if the author is late, the manuscript will be delayed to the upcoming issue, but if there are thorough modifications in the manuscript, the author should send them after 30 days or more.
- The publication fees of the manuscript for the Egyptians are: 3800 L.E. and for the Expatriate Egyptians and the Foreigners are: 550 \$. with 25% discount for Masters and PhD Students.
- If the referring committee refused and approved the disqualification of publishing the manuscript, an amount of 1900 L.E. will be reimbursed for the Egyptian authors and 275 \$ for the Expatriate Egyptians and the Foreigners.
- Fees are not returned if the researcher retracts and withdraws the research from the journal for arbitration and publishing it in another journal.
- The manuscript does not exceed 40 pages of A4 size. 70 L.E. will be paid for an extra page for the Egyptians and 10 \$ for Expatriate Egyptians and the Foreigners authors.
- A special 20 % discount of the publication fees will be offered to the Egyptians and the Foreign members of the Fellowship of the Egyptian Public Relations Association for any number of times during the year.
- Two copies of the journal and Five Extracted pieces from the author's manuscript after the publication.
- The fees of publishing the scientific abstract of (Master's Degree) are: 500 L.E. for the Egyptians and 150 \$ for the Foreigners.
- The fees of publishing the scientific abstract of (Doctorate Degree) are: 600 L.E. for the Egyptians and 180 \$ for the Foreigners. As the abstract do not exceed 8 pages and a 10 % discount is offered to the members of the Egyptian Public Relations Association. One copy of the journal will be sent to the author's address.
- Publishing a book offer costs LE 700 for the Egyptians and 300 \$US for foreigners.
- One copy of the journal is sent to the author of the book after the publication to his/her address. And a 10% discount is offered to the members of the Egyptian Public Relations Association.
- For publishing offers of workshops organization and seminars, inside Egypt LE 600 and outside Egypt U.S. \$ 350 without a limit to the number of pages.
- The fees of the presentation of the International Conferences inside Egypt: 850 L.E. and outside Egypt: 450 \$ without a limitation of the number of pages.
- All the research results and opinions express the opinions of the authors of the presented research papers not the opinions of the Al-Arabia Public Relations Agency or the Egyptian Public Relations Association.
- Submissions will be sent to the chairman of the Journal.

Address:

Al Arabia Public Relations Agency,

Arab Republic of Egypt, Menofia, Shibben El-Kom, Crossing Sabry Abo Alam st. & Al- Amin st.

Postal Code: 32111 - P.O Box: 66

And also, to the Journal email: jpr@epra.org.eg, or ceo@apr.agency, after paying the publishing fees and sending a copy of the receipt.

Journal of Public Relations Research Middle East

It is a scientific journal that publishes specialized research papers in Public Relations, Mass Media and Communication ,after peer refereeing these papers by a number of Professors specialized in the same field under a scientific supervision of the Egyptian Public Relations Association, which considered the first Egyptian scientific association specialized in public relations, (Member of the network of scientific Associations in the Academy of Scientific Research and Technology in Cairo).

The Journal is part of Al-Arabia Public Relations Agency's publications, specialized in education, scientific consultancy and training.

- The Journal is approved by the Supreme Council for Media Regulation in Egypt. It has an international numbering and a deposit number. It is classified internationally for its both printed and electronic versions by the Academy of Scientific Research and Technology in Cairo. In addition, it is classified by the Scientific Promotions Committee in the field of Media of the Supreme Council of Universities in Egypt.
- The Journal has Impact Factor Value of 1.569 based on International Citation Report (ICR) for the year 2021-2022.
- The Journal has an Arcif Impact Factor for the year 2023 = 2.7558 category (Q1).
- The Journal has an impact factor of the Supreme Council of Universities in Egypt for the year 2023 = 7.
- This journal is published quarterly.
- The journal accepts publishing books, conferences, workshops and scientific Arab and international events.
- The journal publishes advertisements on scientific search engines, Arabic and foreign publishing houses according to the special conditions adhered to by the advertiser.
- It also publishes special research papers of the scientific promotion and for researchers who are about to defend master and Doctoral theses.
- The publication of academic theses that have been discussed, scientific books specialized in public relations and media and teaching staff members specialized scientific essays.

Publishing rules:

- It should be an original Manuscripts that has never been published.
- Arabic, English, French Manuscripts are accepted however a one-page abstract in English should be submitted if the Manuscripts is written in Arabic.
- The submitted Manuscripts should be in the fields of public relations and integrated marketing communications.
- The submitted scientific Manuscripts are subject to refereeing unless they have been evaluated by scientific committees and boards at recognized authorities or they were part of an accepted academic thesis.
- The correct scientific bases of writing scientific research should be considered. It should be typed, in Simplified Arabic in Arabic Papers, 14 points font for the main text. The main and sub titles, in Bold letters. English Manuscripts should be written in Times New Roman.
- References are mentioned at the end of the Manuscripts in a sequential manner.
- References are monitored at the end of research, according to the methodology of scientific sequential manner and in accordance with the reference signal to the board in a way that APA Search of America.

Advisory Board **

JPRR.ME

Prof. Dr. Aly Agwa (Egypt)

Professor of Public Relations and former Dean of the Faculty of Mass Communication, Cairo University

Prof. Dr. Thomas A. Bauer (Austria)

Professor of Mass Communication at the University of Vienna

Prof. Dr. Yas Elbaiaty (Iraq)

Professor of Journalism at the University of Baghdad, Vice Dean of the Faculty of Media and Information
and Humanities, Ajman University of Science

Prof. Dr. Mohamed Moawad (Egypt)

Media professor at Ain Shams University & former Dean of Faculty of Mass Communication –
Sinai University

Prof. Dr. Abd Elrahman El Aned (KSA)

Professor of Media and Public Relations, Mass Communication Faculty - Imam Muhammad Bin Saud
Islamic University

Prof. Dr. Mahmoud Yousef (Egypt)

Professor of Public Relations - Faculty of Mass Communication, Cairo University

Prof. Dr. Samy Taya (Egypt)

Professor and Head of Public Relations Faculty of Mass Communication - Cairo University

Prof. Dr. Gamal Abdel-Hai Al-Najjar (Egypt)

Professor of Media, Faculty of Islamic Studies for Girls, Al-Azhar University

Prof. Dr. Sherif Darwesh Allaban (Egypt)

Professor of printing press & Vice- Dean for Community Service at the Faculty of Mass
Communication, Cairo University

Prof. Dr. Othman Al Arabi (KSA)

Professor of Public Relations and the former head of the media department at the Faculty of Arts –
King Saud University

Prof. Dr. Abden Alsharef (Libya)

Media professor and dean of the College of Arts and Humanities at the University of Zaytuna – Libya

Prof. Dr. Waled Fathalha Barakat (Egypt)

Professor of Radio & Television and Vice- Dean for Student Affairs at the Faculty of Mass
Communication, Cairo University

Prof. Dr. Tahseen Mansour (Jordan)

Professor of Public Relations & Dean the Faculty of Mass Communication,
Yarmouk University

Prof. Dr. Ali Kessaissia, (Algeria)

Professor, Faculty of Media Science & Communication, University of Algiers-3.

Prof. Dr. Redouane BoudJema, (Algeria)

Professor, Faculty of Media Science & Communication, University of Algiers-3.

Prof. Dr. Hisham Mohammed Zakariya, (Sudan)

Professor and Dean of the College of Communication at Al Qasimia University in Sharjah,
Former Dean of the Faculty of Community Development at the University of the Nile Valley, Sudan.

Prof. Dr. Abdul Malek Radman Al-Danani, (Yemen)

Professor, Faculty of Media & Public Relations, Emirates Collage of Technology, UAE.

** Names are arranged according to the date of obtaining the degree of a university professor.

Journal



of
P **R** **esearch**

Middle East

Special Issue

Journal of Public Relations Research Middle East

Scientific Refereed Journal - Supervision by Egyptian Public Relations Association - Twelfth Year - Fiftieth Issue - 10 April 2024

IF of the Supreme Council of Universities 2023 = 7

ICR IF 2021/2022 = 1.569

Arcif Impact Factor 2023 = 2.7558

Modern Trends in Media Management

English Researches:

- *Associate Prof. Dr. Farid Ali Moussa* - Beni-Suef University
Dr. Nesrin Nader El-Sherbini - October University of Modern Sciences and Arts MSA

Prediction of Consumer-Oriented Sales Promotion Technique
Using Artificial Intelligence

7

Abstracts of Arabic Researches:

- *Associate Prof. Dr. Bandar Owaid AL-jaid* - King Abdulaziz University
Bandar Mohammed Almoshaqah - King Abdulaziz University

Difficulties and Challenges of the Media Working Environment during Media
Practice in Official Saudi Events

33

- *Associate Prof. Dr. Abeer Ibrahim Ezzy* - Arab Academy for Science, Technology & Maritime Transport

The Impacts of Using Cryptocurrency on the Management of Marketing
Activities in Cyberspace

34

- *Dr. Rasha Mohamed Atef El-Sheikh* - Menofia University

The Role of Artificial Intelligence Technologies in Enhancing Creativity of Radio
and Television Production: A Study on Media Professionals and Experts

36

- *Dr. Hanaa Mohamed Abd almaqsoud Own* - Kafrelsheikh University


Media Coverage of the Israeli Aggression on Gaza via Social Media Platforms
for Electronic Newspapers and its Relationship to Social Fear and Future
Anxiety among the Egyptian Public: A Field Analytical Study

37

(ISSN 2314-8721)

Egyptian National Scientific & Technical Information Network
(ENSTINET)

With the permission of the Supreme Council for Media Regulation in Egypt

Deposit Number: 24380 /2019 

Copyright 2024@APRA