



دور التسويق الرقمي في تعزيز الابتكار والتنمية المستدامة للمشاريع الريادية

تاريخ الإرسال: ١٤ يناير ٢٠٢٥؛ تاريخ المراجعة: ٢٥ يناير ٢٠٢٥؛ تاريخ القبول: ١٢ فبراير ٢٠٢٥؛ تاريخ النشر: ١ يناير ٢٠٢٥.

ملخص البحث

يهدف هذا البحث إلى استكشاف دور التسويق الرقمي في تعزيز الابتكار وتحقيق التنمية المستدامة في المشاريع الريادية. في ظل التحول الرقمي المتسارع، أصبح التسويق الرقمي أداة محورية تدعم المشاريع الريادية في فهم احتياجات العملاء، وتطوير منتجات مبتكرة، والتوسع في الأسواق العالمية. اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي من خلال مراجعة الأدبيات والدراسات السابقة، وقد توصلت إلى أن التسويق الرقمي يساهم في تحفيز الابتكار عبر التفاعل الفعال مع العملاء، وتحليل البيانات، واستخدام التقنيات الحديثة مثل الذكاء الاصطناعي والتسويق عبر المحتوى. كما يلعب دوراً مهماً في تحقيق التنمية المستدامة من خلال دعم الممارسات البيئية والاجتماعية، وتقليل الأثر البيئي، وتعزيز الشفافية والمسؤولية المجتمعية. وقد أبرزت الدراسة مجموعة من التحديات التي تواجه المشاريع الريادية، من أبرزها نقص الموارد المالية والخبرة التكنولوجية، وخلصت إلى عدد من التوصيات أبرزها ضرورة تبني استراتيجيات تسويق رقمي مبتكرة ومستدامة، وتوفير التدريب والدعم الفني لرواد الأعمال. ويخلص البحث إلى أن الاستخدام الفعال للتسويق الرقمي يمكن أن يكون أداة استراتيجية لتحفيز الابتكار وتحقيق استدامة المشاريع الريادية على المدى الطويل.

الكلمات المفتاحية: التسويق الرقمي، الابتكار، التنمية المستدامة، المشاريع الريادية

التوثيق المقترح وفقاً لنظام APA:

محمد، حسام الدين فتحي؛ جابر، ولاء؛ الخطيب، هناء قدري (٢٠٢٥). دور التسويق الرقمي في تعزيز الابتكار والتنمية المستدامة للمشاريع الريادية، "المجلة الأكاديمية للعلوم الاجتماعية"، الأكاديمية الدولية للهندسة وعلوم الإعلام، ٣(١)، ٥٠١-٥٢٦.

Abstract

This research aims to explore the role of digital marketing in promoting innovation and achieving sustainable development in entrepreneurial projects. In light of the rapid digital transformation, digital marketing has become a pivotal tool that supports entrepreneurial projects in understanding customer needs, developing innovative products, and expanding into global markets. The study relied on a descriptive analytical approach through a review of previous literature and studies, and concluded that digital marketing contributes to stimulating innovation through effective interaction with customers, data analysis, and the use of modern technologies such as artificial intelligence and content marketing. It also plays an important role in achieving sustainable development by supporting environmental and social practices, reducing environmental impact, and promoting transparency and social responsibility. The study highlighted a number of challenges facing entrepreneurial projects, most notably the lack of financial resources and technological expertise, and concluded with a number of recommendations, most notably the need to adopt innovative and sustainable digital marketing strategies and provide training and technical support to entrepreneurs. The research concludes that the effective use of digital marketing can be a strategic tool for stimulating innovation and achieving long-term sustainability for entrepreneurial projects.

Keywords: digital marketing, innovation, sustainable development, entrepreneurial projects

مقدمة

الابتكار والتنمية المستدامة تعتبر أموراً حاسمة في نجاح المشاريع الريادية في العصر الحديث، ويتساءل العديد من رواد الأعمال عن الطرق الفعالة لتعزيز كلاً منهما، وهنا يظهر دور التسويق الرقمي الذي يلعب دوراً هاماً في تعزيز الابتكار وتحقيق التنمية المستدامة للمشاريع الريادية ويساعد في فهم احتياجات العملاء وتوجيه جهود الابتكار وتطوير المنتجات بشكل يلبي تلك الاحتياجات كما يساعد في زيادة الوعي بالابتكارات وترويجها وتفاعل العملاء معها، وتعتبر التكنولوجيا الرقمية ووسائل التواصل الاجتماعي من أهم العوامل التي تؤثر على نجاح المشاريع الريادية في العصر الحديث، وتهدف هذه الورقة إلى استكشاف دور التسويق الرقمي في تعزيز الابتكار والتنمية المستدامة للمشاريع الريادية وتسلط الضوء على أهمية تبني استراتيجيات التسويق الرقمي المبتكرة والمستدامة.

هدف الدراسة

يهدف هذا البحث إلى:

١. تحليل دور التسويق الرقمي في تعزيز الابتكار في المشاريع الريادية.
٢. تحليل دور التسويق الرقمي في تعزيز التنمية المستدامة للمشاريع الريادية.
٣. تحديد التحديات التي تواجه المشاريع الريادية في استخدام التسويق الرقمي.
٤. استكشاف استراتيجيات التسويق الرقمي المبتكرة والمستدامة التي يمكن تبنيها لتعزيز الابتكار والتنمية المستدامة في المشاريع الريادية.
٥. تحليل تأثير التسويق الرقمي على توسيع نطاق تأثير المشاريع الريادية والوصول إلى الأسواق العالمية.
٦. تقديم توصيات لتحسين استخدام التسويق الرقمي في المشاريع الريادية.

أهمية الدراسة

الأهمية العلمية:

١. الفهم الأعمق للتأثير الاقتصادي والاجتماعي للتسويق الرقمي : تساهم الدراسة في فهم كيفية تأثير التسويق الرقمي على الابتكار والتنمية المستدامة في المشاريع الريادية من الناحية الاقتصادية والاجتماعية، وتوفر تحليلات علمية حول هذه العلاقة.

٢. التوجيه للأبحاث المستقبلية : من خلال إجراء دراسة موضوعية حول دور التسويق الرقمي، يمكن أن توجه البحث المستقبلي نحو فهم أفضل لتأثير التسويق الرقمي وكيفية تعزيزه للابتكار والتنمية المستدامة.

٣. المساهمة في الأدبيات العلمية : تساهم الدراسة في إثراء الأدبيات العلمية المتعلقة بالتسويق الرقمي والابتكار والتنمية المستدامة، مما يساهم في تطوير المعرفة والفهم في هذه المجالات.

الأهمية العملية:

١. توجيه السياسات التنظيمية والإستراتيجية : توفر الدراسة أدلة علمية تعزز فهم القرارات السياسية والإستراتيجية المتعلقة بتطوير سياسات واستراتيجيات التسويق الرقمي والابتكار والتنمية المستدامة.

٢. تعزيز قدرة المشاريع الريادية على النمو والإستدامة : من خلال فهم دور التسويق الرقمي، يمكن للمشاريع الريادية تحسين استراتيجياتها وممارساتها لتحقيق نمو مستدام وتحقيق تأثير إيجابي على المجتمع والبيئة.

٣. زيادة التنافسية وجذب الإستثمارات : يمكن للمشاريع الريادية التي تدرس وتنفذ استراتيجيات التسويق الرقمي بشكل فعال أن تكون أكثر جاذبية للمستثمرين والشركاء المحتملين، وبالتالي تزيد من فرص نجاحها ونموها.

٤. تحسين الوعي البيئي والاجتماعي : من خلال تعزيز الابتكار والتنمية المستدامة، يمكن للمشاريع الريادية أن تلعب دوراً أكبر في تحسين الوعي البيئي والاجتماعي، وبالتالي تحفيز المجتمع لإتخاذ إجراءات أكثر استدامة.

منهج الدراسة

اعتمدت هذه الورقة على مراجعة الأدبيات المتاحة والدراسات السابقة في مجال التسويق الرقمي والإبتكار والتنمية المستدامة، وتم تحليل البيانات والمعلومات المُستخلصة من هذه المراجعة لتوضيح دور التسويق الرقمي في تعزيز الإبتكار والتنمية المستدامة للمشاريع الريادية.

أولاً: دور التسويق الرقمي في تعزيز الإبتكار:

دور التسويق الرقمي في تعزيز الإبتكار يعد أمراً حيوياً في العصر الحديث، فالتسويق الرقمي يشكل أداة من أهم الأدوات التي تساهم في تعزيز الإبتكار وتحفيز المشاريع الريادية على تطوير منتجات جديدة ومبتكرة، ويعتمد التسويق الرقمي على استخدام التكنولوجيا الرقمية للتفاعل مع العملاء وتحليل البيانات وتوجيه الجهود التسويقية بشكل فعال، وأحد الأدوات الرئيسية في التسويق الرقمي هو استخدام وسائل التواصل الاجتماعي، فمن خلال منصات التواصل الاجتماعي مثل فيسبوك وتويتر وإنستغرام، يمكن للمشاريع الريادية التفاعل مع العملاء والحصول على ردود فعل حية حول المنتجات المُقدمة، و يمكن أيضاً استخدام هذه المنصات لإجراء استطلاعات الرأي والاستفسار عن احتياجات العملاء وتفضيلاتهم، مما يساعد في توجيه جهود الإبتكار وتطوير المنتجات بشكل يلبي تلك الاحتياجات.

بالإضافة إلى ذلك، يمكن استخدام التسويق الرقمي لتحليل البيانات وفهم سلوك العملاء وتوجيه الجهود التسويقية بشكل أكثر دقة، ويمكن جمع البيانات حول تفاعل العملاء مع المنتجات، وتحليل هذه البيانات لاستخلاص أنماط واتجاهات وتوجيه الجهود التسويقية بناءً على تلك البيانات، وهذا يساعد في تحديد المنتجات التي تحقق أعلى مستويات الرضا لدى العملاء وتعزز الإبتكار.

ولذا فالتسويق الرقمي أحد الأدوات الرئيسية والفعالة لتعزيز الإبتكار في المشاريع الريادية، ومن خلال استغلال إمكانياته المتعددة يمكن للمبتكرين ورواد الأعمال تحقيق العديد من الفوائد، ومنها:

التأثير الإيجابي على الإبتكار: يساهم التسويق الرقمي في تحفيز الإبتكار من خلال توفير بيئة إلكترونية ديناميكية تتيح للشركات التفاعل مع عملائها بشكل فعال عبر وسائل التواصل الاجتماعي والحملات الرقمية،

ويمكن استخدام التسويق الرقمي للترويج للإبتكارات الجديدة وزيادة الوعي بها، ويمكن للمشاريع الريادية استخدام الإعلانات المدفوعة والتسويق عبر البريد الإلكتروني والمحتوى المتميز للتعريف بالمنتجات الجديدة وتسليط الضوء على الإبتكارات التي تقدمها، و يمكن أيضاً استخدام التسويق الرقمي للتفاعل مع العملاء وجمع ملاحظات قيمة حول احتياجات العملاء وتفضيلاتهم، مما يساهم في توجيه جهود الإبتكار نحو تلبية تلك الاحتياجات بشكل أفضل.

تحسين تجربة العملاء : تعزز استراتيجيات التسويق الرقمي التواصل المباشر بين المشاريع الريادية والعملاء، مما يعزز فهم المشاريع لتحديات السوق وفرصها، ومن خلال تحليل بيانات التفاعل مع المحتوى الرقمي، يمكن تكوين صورة أوضح حول تفضيلات العملاء وردود فعلهم، مما يساهم في تحسين المنتجات بما يتناسب مع توقعاتهم.

توسيع نطاق الوصول والتواجد الرقمي : يفتح التسويق الرقمي أفقاً جديداً للمشاريع الريادية للتواصل مع جمهور عالمي، فمن خلال استخدام وسائل التواصل الاجتماعي والمواقع الإلكترونية يمكن للمشاريع الريادية الوصول إلى عملاء بمختلف الثقافات والأماكن، مما يعزز امكانية ابتكار منتجات تلبي احتياجات عملاء متنوعين، وتطوير المنتجات بشكل أسرع.

تعزيز الوعي بالعلامة التجارية وبناء الثقة : يساعد التسويق الرقمي المشاريع الريادية على بناء علامة تجارية قوية من خلال إنشاء محتوى جذاب والتفاعل مع العملاء على منصات التواصل الاجتماعي و يساهم في بناء الوعي بالعلامة التجارية وتعزيز الثقة بين المشاريع والعملاء من خلال الحملات الرقمية الموجهة والمحتوى المبتكر، ويمكن للمشاريع تحديد هويتها وقيمها بشكل أوضح، مما يساهم في جعلها جاذبة للعملاء ويعزز الولاء للعلامة التجارية.

التأثير الإيجابي على التنمية المستدامة : يعتبر التسويق الرقمي أحد الدعائم الرئيسية للتنمية المستدامة للمشاريع الريادية فإستخدام الشركات لإستراتيجيات التسويق الرقمي بشكل فعال يمكن أن يحقق توازن بين الإقتصاد والبيئة والمجتمع، مما يعزز التنمية الإقتصادية بطريقة مستدامة.

استخدام التكنولوجيا الخضراء : يمكن للمشاريع الريادية أن تسهم في التنمية المستدامة من خلال استخدام التكنولوجيا الخضراء في استراتيجيات التسويق الرقمي وتشجيع استخدام الطاقة المتجددة والحد من النفقات الرقمية يسهم في تحقيق التنمية المستدامة والحفاظ على البيئة.

اختبار الأفكار وتطوير المنتجات: يمكن للمشاريع الريادية استخدام أدوات التسويق الرقمي لإختبار أفكار جديدة لمنتجات جديدة قبل إطلاقها مثل اختبارات A/B لجمع البيانات حول سلوك العملاء وتفضيلاتهم، مما يُساعدها على اختبار أفكارها وتطوير منتجاتها وخدماتها بشكل أفضل.

تطوير حلول مبتكرة : يُمكن للمشاريع الريادية استخدام التسويق الرقمي لتطوير حلول مبتكرة لمشاكل العملاء.

تحفيز الابتكار في المنتجات: يُمكن للتسويق الرقمي تحفيز الابتكار في المنتجات من خلال:

❖ جمع البيانات حول احتياجات العملاء : يُمكن استخدام أدوات تحليل البيانات لفهم سلوك العملاء بشكل أفضل وتحديد احتياجاتهم غير المُلباة.

❖ اختبار أفكار المنتجات الجديدة : يُمكن استخدام منصات التواصل الاجتماعي واختبارات A/B لإختبار أفكار المنتجات الجديدة وتحديد ما يفضلهُ العملاء.

❖ التفاعل مع العملاء : يُمكن للمشاريع الريادية التفاعل مع العملاء على منصات التواصل الاجتماعي للحصول على أفكار جديدة للمنتجات.

• تحفيز الابتكار في العمليات: يُمكن للتسويق الرقمي تحفيز الابتكار في العمليات من خلال:

❖ أتمتة العمليات : يُمكن استخدام أدوات التسويق الرقمي لأتمتة العديد من العمليات مثل إرسال رسائل البريد الإلكتروني وإدارة صفحات التواصل الاجتماعي.

❖ تحسين كفاءة العمليات : يُمكن استخدام أدوات تحليل البيانات لتحسين كفاءة العمليات وتحديد فرص التوفير.

❖ تطوير أدوات جديدة: يُمكن للمشاريع تطوير أدوات جديدة لتحسين عملياتها مثل أدوات تحليل البيانات وأدوات أتمتة التسويق.

- **تحفيز الابتكار في التمويل:** يُمكن للتسويق الرقمي تحفيز الابتكار في التمويل من خلال:
 - ❖ **جمع التمويل من خلال منصات التمويل الجماعي:** يُمكن للمشاريع جمع التمويل من خلال منصات التمويل الجماعي مثل GoFundMe، Kickstarter.
 - ❖ **استخدام أدوات التسويق الرقمي لجذب المستثمرين:** يُمكن للمشاريع استخدام أدوات التسويق الرقمي لجذب المستثمرين من خلال إنشاء محتوى جذاب وعرض إنجازاتهم.
- **تحفيز الابتكار في التعاون:** يُمكن للتسويق الرقمي تحفيز الابتكار في التعاون من خلال:
 - ❖ **التعاون مع المؤثرين:** يُمكن للمشاريع الريادية التعاون مع المؤثرين على منصات التواصل الاجتماعي للوصول إلى جمهور أوسع وتعزيز الوعي بعلامتها التجارية.
 - ❖ **التعاون مع الشركات الأخرى:** يُمكن للمشاريع التعاون مع الشركات الأخرى لتطوير منتجات جديدة أو لتبادل الخبرات.
- **أهمية التسويق الرقمي للمشاريع الريادية:**
 - **خفض التكاليف:** يُعد التسويق الرقمي أقل تكلفةً من التسويق التقليدي، مما يجعله مناسباً للمشاريع الريادية ذات الميزانيات المحدودة.
 - **التوسع عالمياً:** يُتيح التسويق الرقمي للمشاريع الريادية الوصول إلى عملاء من جميع أنحاء العالم، مما يُساعد على توسيع نطاقها وزيادة مبيعاتها.
 - **بناء علاقات مع العملاء:** يُمكن للمشاريع الريادية استخدام التسويق الرقمي للتواصل مع العملاء بشكل مباشر وبناء علاقات قوية معهم.
 - **جمع البيانات وتحليلها:** يُمكن للمشاريع الريادية استخدام أدوات التسويق الرقمي لجمع البيانات حول سلوك العملاء وتحليلها لفهم احتياجاتهم بشكل أفضل.

ثانياً: دور التسويق الرقمي في تعزيز التنمية المستدامة للمشاريع الريادية:

تعتبر التنمية المستدامة أحد المفاهيم الحديثة التي أصبحت تشكل جوهر الاهتمام في عصرنا الحالي، ويسهم التسويق الرقمي بشكل كبير في تحقيق أهداف التنمية المستدامة وضمان استمرارية النجاح للمشاريع الريادية

في عالمنا الحديث، فالتسويق الرقمي أداة قوية وفعالة يمكن استخدامها لتحفيز التنمية المستدامة للمشاريع الريادية، ومن الطرق التي يُساهم بها التسويق الرقمي في تحقيق أهداف التنمية المستدامة وضمان استمرارية النجاح للمشاريع الريادية ما يلي:

- **استهداف العملاء المهتمين بالإستدامة:** يُمكن للمشاريع الريادية استخدام التسويق الرقمي للوصول إلى العملاء المهتمين بالإستدامة ونشر الوعي حول قضايا الإستدامة.
- **دعم القضايا الإجتماعية والبيئية :** يمكن استخدام التسويق الرقمي للوصول إلى جمهور مُستهدف من العملاء الذين يهتمون بالقضايا البيئية والاجتماعية مثل التعليم والصحة والبيئة.
- **دعم قضايا الإستدامة:** استخدام التسويق بالمحتوى لنشر مقالات ومدونات حول قضايا الإستدامة، وكيفية مساهمة منتجات المشروع في تحقيق أهداف التنمية المستدامة.
- **زيادة المبيعات وتحقيق أرباح مستدامة:** يُمكن للمشاريع الريادية التي تُركز على الاستدامة استخدام التسويق الرقمي لزيادة المبيعات وتحقيق أرباح مستدامة.
- **تعزيز الشفافية:** يُمكن للتسويق الرقمي مساعدة المشاريع الريادية على أن تكون أكثر شفافية مع العملاء، مما يُساعد على بناء الثقة وتحسين سمعة الشركة وتعزيز الولاء للعلامة التجارية وتشجيع العملاء على الشراء مرة أخرى.
- **دعم الممارسات المستدامة:** يُمكن للمشاريع الريادية استخدام التسويق الرقمي لدعم الممارسات المستدامة.
- **تحسين التواصل مع أصحاب المصلحة:** يمكن للمشاريع الريادية استخدام التسويق الرقمي لتحسين التواصل مع أصحاب المصلحة، مثل الموظفين والمستثمرين والمجتمع، مما يُساعد على بناء علاقات قوية وتحقيق التنمية المستدامة.
- **استخدام التكنولوجيا:** يمكن للمشاريع الريادية استخدام التكنولوجيا للوصول إلى الموارد والخبرات التي يحتاجها المبتكرون لتطوير مشاريعهم، وللتعلم والتطوير كحضور الدورات وورش العمل لتطوير المهارات وتطوير منتجات جديدة لتعزيز التنمية المستدامة.

- **خلق فرص العمل:** يُساعد التسويق الرقمي على خلق فرص عمل، خاصةً للشباب والنساء، مما يُساعد على تعزيز التنمية الاجتماعية.
- **الترويج للمنتجات المستدامة:** يمكن للمشاريع الريادية استخدام التسويق الرقمي للترويج للمنتجات المستدامة، مما يُساعد على زيادة الوعي حول هذه المنتجات والتشجيع على استخدامها.
- **استخدام أدوات تحليل البيانات:** يمكن للمشاريع الريادية استخدام أدوات تحليل البيانات لفهم سلوك العملاء بشكل أفضل، مما يُساعد على تحسين كفاءة حملاتها التسويقية وتقليل هدر الموارد.
- **تقليل الاعتماد على المواد المطبوعة:** يُساعد التسويق الرقمي المشاريع الريادية على تقليل اعتمادها على المواد المطبوعة، مما يُساهم في حماية البيئة.
- **التفاعل مع العملاء بشكل مباشر:** يُتيح التسويق الرقمي للمشاريع الريادية التفاعل مع العملاء بشكل مباشر، مما يُساعد على فهم احتياجاتهم بشكل أفضل وتقديم منتجات تلبي احتياجاتهم، واستخدام منصات التواصل الاجتماعي لتبادل الأفكار مع رواد الأعمال الآخرين والخبراء، واستخدام برامج البريد الإلكتروني لإرسال رسائل إخبارية وتحديثات حول المشروع، وعروض خاصة، ومحتوى توعوي يجذب انتباه العملاء ويُثير اهتمامهم .

فالتسويق الرقمي يتسم بالقدرة على تحسين الكفاءة وزيادة الوعي بين العملاء وهو ما يُساهم بشكل فعال في تعزيز الابتكار والتنمية المستدامة، ويمكن استخدام التسويق الرقمي لتعزيز المنتجات المستدامة للشركات من خلال الترويج للمنتجات التي تلبي معايير التنمية المستدامة وتحقق الفوائد الاقتصادية والاجتماعية والبيئية من خلال استخدام الإعلانات المدفوعة والتسويق عبر البريد الإلكتروني والمحتوى المتميز للتعريف بتلك المنتجات وجذب الإهتمام والطلب عليها.

علاوة على ذلك، يمكن استخدام التسويق الرقمي لتحليل البيانات وقياس التأثير البيئي والاجتماعي للمشاريع والمنتجات من خلال جمع البيانات حول استهلاك الموارد وانبعاثات الكربون وتأثير المشاريع على المجتمع والبيئة، وتحليل هذه البيانات لتحديد المجالات التي يمكن تحسينها وتطويرها بشكل يدعم التنمية المستدامة.

وأحد الأدوات الرئيسية في التسويق الرقمي هو استخدام وسائل التواصل الاجتماعي والمنصات الرقمية، ويمكن للمنظمات والمشاريع الريادية استخدام هذه الوسائل للتواصل مع الجمهور وتوعية الناس بأهمية التنمية المستدامة وتشجيعهم على اتخاذ إجراءات مستدامة و تبادل المعرفة والمعلومات حول الممارسات المستدامة وتعزيز التعاون والشراكات في هذا المجال.

بشكل عام، يمكن القول إن التسويق الرقمي يلعب دورًا حاسمًا في تعزيز التنمية المستدامة ويمكنه تعزيز الوعي والتوعية بأهمية التنمية المستدامة والتشجيع على اتخاذ إجراءات مستدامة، كما يمكنه تعزيز المنتجات المستدامة وتحقيق الفوائد الاقتصادية والاجتماعية والبيئية، وأخيرًا، يمكنه تحليل البيانات وقياس التأثير البيئي والاجتماعي للمشاريع والمنتجات وتوجيه الجهود التسويقية بشكل يدعم التنمية المستدامة. لذا، ينبغي على المنظمات والمشاريع الريادية الاستفادة من قوة التسويق الرقمي لتعزيز التنمية المستدامة، فالإستخدام الفعال للتسويق الرقمي، يُمكن للمشاريع الريادية أن تُصبح جزءًا من حلول التنمية المستدامة، ويخلق مستقبل أفضل للجميع.

أمثلة على كيفية استخدام التسويق الرقمي لتحفيز التنمية المستدامة للمشاريع الريادية:

- شركة "Little Sun" تستخدم التسويق الرقمي لنشر الوعي بمنتجاتها وجذب المستثمرين، وهذه الشركة تستخدم مصابيح شمسية محمولة لتوفير الطاقة في المناطق الريفية في إفريقيا، وتستخدم الشركة التسويق الرقمي بفعالية لتحقيق أهدافها، وذلك من خلال:
 - إنشاء موقع إلكتروني احترافي.
 - استخدام منصات التواصل الاجتماعي للترويج لمنتجاتها والتواصل مع العملاء.
 - عمل حملات توعوية للتأكيد على أهمية الطاقة الشمسية في مكافحة الفقر وتحسين حياة الجمهور.
 - التعاون مع المنظمات غير الحكومية والشركات الأخرى لزيادة نطاق تأثيرها.
 - تستخدم التسويق بالمحتوى لنشر مقالات ومدونات حول قضايا الطاقة المستدامة.

• **شركة: "Beehive Fund"** تستخدم التسويق الرقمي للترويج للمشاريع وجذب المستثمرين، وهي منصة تمويل جماعي تقوم بمساعدة رواد الأعمال في الدول النامية على جمع الأموال لمشاريعهم، وتستخدم الشركة التسويق الرقمي لجذب المستثمرين إلى المشاريع الريادية المستدامة، وذلك من خلال:

- إنشاء موقع إلكتروني لعرض المشاريع المتاحة للاستثمار.
- تستخدم منصات التواصل الاجتماعي للترويج للمشاريع وجذب المستثمرين.
- إنشاء حملات توعوية للتأكيد على أهمية الاستثمار في المشاريع الريادية المستدامة.
- التعاون مع المنظمات غير الحكومية والمؤسسات المالية لزيادة وصول رواد الأعمال إلى التمويل.

- تستخدم التسويق بالمحتوى لنشر مقالات ومدونات عن فوائد الاستثمار في المشاريع الريادية المستدامة.

شركة: "Method" تُستخدم مواد قابلة للتحلل البيولوجي في منتجات التنظيف الخاصة بها، وتُروج على موقعها الإلكتروني ومنصات التواصل الاجتماعي لإلزامها بالاستدامة، وتستخدم الشركة التسويق الرقمي لتحقيق أهدافها، وذلك من خلال:

- إنشاء موقع إلكتروني لعرض منتجاتها والتزامها بالاستدامة.
- تستخدم منصات التواصل الاجتماعي للتواصل مع العملاء وبناء علاقات قوية معهم.
- عمل حملات توعوية لتسليط الضوء على أهمية استخدام المنتجات المستدامة لحماية البيئة.
- تتعاون مع المنظمات البيئية لزيادة الوعي بقضايا الاستدامة.
- تستخدم التسويق بالمحتوى لنشر مقالات ومدونات حول فوائد استخدام المنتجات المستدامة.

ثالثاً: تحديد التحديات التي تواجه المشاريع الريادية في استخدام التسويق الرقمي

على الرغم من فوائد التسويق الرقمي، إلا أن هناك تحديات قد تواجه المشاريع الريادية في تحقيق الابتكار والتنمية المستدامة، ومن بين هذه التحديات يأتي التحكم في البيانات وضمان الخصوصية ويجب على المشاريع الريادية تبني سياسات قوية للحفاظ على خصوصية العملاء وتأمين بياناتهم بشكل فعال ويمكن عرض التحديات التسويقية التي تواجه المشاريع الريادية في تحقيق الابتكار والتنمية المستدامة كما يلي:

- نقص الموارد المالية: قد تواجه المشاريع الريادية صعوبة في الحصول على التمويل اللازم لتنفيذ خططها التسويقية، وهذا يؤدي إلى صعوبة الوصول إلى جمهور كبير مما يعيق تحقيق الابتكار والتنمية المستدامة.
- نقص الخبرة: يفتقر العديد من رواد الأعمال إلى الخبرة في مجال التسويق، مما يجعلهم يواجهون صعوبة في تطوير وتنفيذ استراتيجيات تسويقية فعالة، وقد يؤدي ذلك إلى إهدار الموارد المالية وعدم تحقيق الأهداف المرجوة.
- المنافسة الشديدة: تواجه المشاريع الريادية منافسة شرسة من الشركات الكبرى، التي تمتلك ميزانيات تسويقية ضخمة، وقد يؤدي ذلك إلى صعوبة تميز المشاريع الريادية ووصولها إلى جمهورها المستهدف.
- صعوبة الوصول إلى العملاء: تواجه المشاريع الريادية صعوبة في الوصول إلى العملاء المستهدفين، خاصة في ظل وجود العديد من القنوات التسويقية المختلفة، وقد يؤدي ذلك إلى صعوبة تحقيق الابتكار والتنمية المستدامة.
- عدم وجود استراتيجية تسويقية واضحة: يفتقر العديد من رواد الأعمال إلى استراتيجية تسويقية واضحة، مما يجعلهم يواجهون صعوبة في تحقيق أهدافهم، ويجب على رواد الأعمال تطوير استراتيجية تسويقية تتناسب مع احتياجاتهم وأهدافهم.
- قلة الوعي بالعلامة التجارية: تواجه المشاريع الريادية صعوبة في بناء الوعي بعلاماتها التجارية، خاصة في ظل وجود العديد من الشركات المنافسة، ويجب على رواد الأعمال التركيز على بناء علامتهم التجارية لتمييزهم عن المنافسين.
- التغيرات السريعة في السوق: تتغير احتياجات العملاء وتوقعاتهم بشكل سريع، مما يجعل من الصعوبة على المشاريع الريادية مواكبة هذه التغيرات، ويجب على رواد الأعمال متابعة التغيرات في السوق بشكل مستمر وتعديل استراتيجياتهم التسويقية وفقاً لذلك.

- عدم وجود قنوات تسويقية مناسبة: قد لا تكون القنوات التسويقية التقليدية مناسبة للمشاريع الريادية، خاصة في ظل وجود العديد من القنوات الجديدة، ويجب على رواد الأعمال اختيار قنوات تسويقية مناسبة لجمهورهم المستهدف.
- صعوبة قياس النتائج: تواجه المشاريع الريادية صعوبة في قياس نتائج حملاتها التسويقية، مما يجعل من الصعب تقييم فعاليتها، ويجب على رواد الأعمال استخدام أدوات قياس مناسبة لتقييم فعالية حملاتهم التسويقية.
- عدم وجود خطة طويلة الأجل: يفتقر العديد من رواد الأعمال إلى خطة تسويقية طويلة الأجل، مما يجعلهم يواجهون صعوبة في تحقيق أهدافهم، ويجب على رواد الأعمال تطوير خطة تسويقية طويلة الأجل تتناسب مع احتياجاتهم وأهدافهم.

ويمكن التغلب على هذه التحديات من خلال الحلول التالية :

- الحصول على التمويل اللازم: يمكن للمشاريع الريادية الحصول على التمويل من خلال المستثمرين، أو من خلال برامج دعم رواد الأعمال.
- اكتساب الخبرة: يمكن للمشاريع الريادية الاستفادة من برامج التدريب والتطوير التي تقدمها العديد من المؤسسات.
- التعاون مع الشركات الكبرى: يمكن للمشاريع الريادية التعاون مع الشركات الكبرى للاستفادة من خبرتها ومواردها.
- استخدام التكنولوجيا: يمكن للمشاريع الريادية استخدام التكنولوجيا للوصول إلى العملاء المستهدفين وتحقيق الابتكار.
- التعلم من تجارب الآخرين: يمكن للمشاريع الريادية الاستفادة من تجارب رواد الأعمال الآخرين الذين واجهوا نفس التحديات.

رابعاً: استراتيجيات التسويق الرقمي المبتكرة والمستدامة التي يمكن تبنيها لتعزيز الابتكار والتنمية المستدامة في المشاريع الريادية.

يمكن تقسيم استراتيجيات التسويق الرقمي المبتكرة والمستدامة إلى استراتيجيات تركز على الابتكار واستراتيجيات تركز على الإستدامة، فالاستراتيجيات التي تركز على الابتكار كاستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي مثل Chatbots و personalization للتفاعل مع المستخدمين بشكل طبيعي وفعال، والواقع المعزز Augmented Reality والواقع الافتراضي Virtual Reality لخلق تجارب تفاعلية للعملاء والتسويق عبر المؤثرين للوصول إلى جمهور أوسع وبناء الثقة، والاستراتيجيات التي تركز على الإستدامة كالتسويق الأخلاقي للترويج للمنتجات التي تراعي البيئة والمجتمع، ودعم القضايا الاجتماعية والبيئية من خلال التبرع أو المشاركة في الحملات، والحد من الأثر البيئي لحملات التسويق كاستخدام مواد قابلة لإعادة التدوير و تقليل استهلاك الطاقة.

وهذه بعض الأمثلة على استراتيجيات التسويق الرقمي المبتكرة والمستدامة التي يمكن تبنيها لتعزيز الابتكار والتنمية المستدامة في المشاريع الريادية:

- 1- **تسويق المحتوى:** إنشاء محتوى مبدع وهادف يجذب انتباه الجمهور المستهدف ويقدم لهم قيمة مضافة. استخدام محتوى الفيديو بشكل مكثف، حيث أصبح من أكثر أنواع المحتوى جاذبية. الاستفادة من منصات التواصل الاجتماعي لنشر المحتوى والتفاعل مع الجمهور.
- 2- **تحسين محركات البحث (SEO):** تحسين موقع المشروع الإلكتروني لجعله أكثر سهولة في الاستخدام والوصول إليه من خلال محركات البحث. استخدام الكلمات المفتاحية ذات الصلة بمجال المشروع في المحتوى والوصف. بناء روابط خلفية عالية الجودة من مواقع أخرى ذات صلة.
- 3- **التسويق عبر البريد الإلكتروني:** إنشاء قائمة بريد إلكتروني لجمع عناوين البريد الإلكتروني للعملاء المحتملين. إرسال رسائل بريد إلكتروني منتظمة تتضمن محتوى مفيداً وعروضاً تجارية. استخدام أدوات التسويق عبر البريد الإلكتروني لتحليل البيانات وتحسين الأداء.

- 4- التسويق عبر وسائل التواصل الاجتماعي: إنشاء صفحات على منصات التواصل الاجتماعي مثل Facebook و Twitter و Instagram مشاركة محتوى جذاب وهادف مع الجمهور المستهدف. استخدام الإعلانات المدفوعة على وسائل التواصل الاجتماعي للوصول إلى جمهور أوسع.
- 5- التسويق من خلال المؤثرين: التعاون مع المؤثرين في مجال المشروع للترويج لمنتجاته أو خدماته. اختيار المؤثرين الذين يتفاعل معهم الجمهور المستهدف. إنشاء حملات تسويقية مشتركة مع المؤثرين.
- 6- التسويق بالعمولة: التعاون مع مواقع الويب أو المدونات التي تروج لمنتجات أو خدمات المشروع مقابل عمولة على كل عملية بيع. اختيار المواقع أو المدونات ذات الصلة بمجال المشروع. إنشاء حملات تسويقية بالعمولة فعالة.
- 7- تحليل البيانات: استخدام أدوات تحليل البيانات لفهم سلوك العملاء وتحسين استراتيجيات التسويق. تحليل البيانات لمعرفة ما هو فعال وما هو غير فعال في استراتيجيات التسويق. استخدام البيانات لتحسين تجربة العملاء.
- 8- الإستدامة: استخدام تقنيات صديقة للبيئة في التسويق الرقمي ودعم القضايا البيئية من خلال حملات التسويق.
- 9- الابتكار: استخدام تقنيات جديدة مثل الذكاء الاصطناعي والواقع الافتراضي في التسويق، وتطوير حلول تسويقية جديدة تلبي احتياجات العملاء المتغيرة و الإطلاع على آخر التطورات في مجال التسويق الرقمي.
- ١٠- القياس: قياس نتائج استراتيجيات التسويق الرقمي لتحسينها بشكل مستمر و تحديد نقاط القوة والضعف وتقييم فعاليتها.

فوائد استخدام استراتيجيات التسويق الرقمي المبتكرة والمستدامة في المشاريع الريادية :

- ١- يُتيح التسويق الرقمي للمشاريع الريادية الوصول إلى عملاء محتملين من جميع أنحاء العالم مما يُساعد على نشر الوعي بالمشروع وجذب المزيد من العملاء.
- ٢- يُتيح التسويق الرقمي للمشاريع الريادية التواصل مع العملاء بشكل مباشر مما يُساعد على فهم احتياجات العملاء بشكل أفضل وتطوير منتجات تلبي احتياجاتهم.

٣- تعزيز الابتكار باستخدام التسويق الرقمي لاختبار أفكار جديدة وجمع التعليقات من العملاء يُساعد على تحسين المنتجات بشكل مستمر و يُساعد على تحسين فرص النجاح وتقليل المخاطر .

٤- يُمكن استخدام التسويق الرقمي من بناء سمعة قوية للمشروع وهذا يُساعد على جذب المزيد من العملاء والمستثمرين.

٥- تعزيز التنمية المستدامة من خلال نشر الوعي بالقضايا البيئية والاجتماعية الذي يُساعد على جذب العملاء والمستثمرين الذين يهتمون بهذه القضايا.

ويجب على رواد الأعمال اختيار استراتيجيات التسويق الرقمي التي تناسب مشاريعهم وأهدافهم، ويختاروا أحدث الإتجاهات في التسويق الرقمي وأن يكونوا على استعداد للتكيف مع التغيرات في السوق.

وهناك العديد من المشاريع الريادية التي تبنت بنجاح استراتيجيات التسويق الرقمي المبتكرة والمستدامة ، ونذكر منها مايلي :

- شركة "Tesla" التي تقوم بعمل سيارات كهربائية مبتكرة تُساهم في تقليل التلوث البيئي.
 (تستخدم منصات التواصل الاجتماعي لنشر الوعي حول سياراتها الكهربائية).
 - شركة "Patagonia" التي تقوم بإنتاج ملابس صديقة للبيئة وتُعرف بمسؤوليتها الاجتماعية.
 (تستخدم موقعها الإلكتروني لنشر الوعي حول القضايا البيئية)
 - شركة "Toms" التي تقوم ببيع الأحذية وتُقدم حذاءً مجاناً لكل حذاء يتم بيعه.
 (تستخدم حملات التسويق الرقمي لنشر الوعي حول مشاريعها الخيرية)
- وهناك العديد من الأدوات والموارد المتاحة التي تساعد رواد الأعمال على استخدام التسويق الرقمي لتعزيز الابتكار والتنمية المستدامة في مشاريعهم، ومنها:
- أدوات تحليلات البيانات مثل Google Analytics ، Hub Spot وهي أدوات قيمة لأي منظمة تسعى لتحسين أدائها واتخاذ قرارات مستنيرة وتحسين استراتيجياتها وتحقيق أهدافها التجارية.

- منصات التواصل الاجتماعي مثل Instagram، Twitter، Facebook وهي توفر فرصًا للتواصل والتفاعل مع الجمهور المستهدف.
- مواقع الويب التعليمية التي توفر فرصًا لتعلم استراتيجيات التسويق الرقمي واكتساب المعرفة والمهارات في هذا المجال مثل:

Hub Spot Academy: <https://academy.hubspot.com>

Google Digital Garage : <https://learndigital.withgoogle.com/digitalgarage>

وهناك بعض النصائح التي يمكن تقديمها لرواد الأعمال الذين يرغبون في استخدام التسويق الرقمي بشكل فعال لتعزيز الابتكار والتنمية المستدامة في مشاريعهم وتحقيق المزيد من النجاح ، ومنها ما يلي:

١. تحديد أهداف واضحة لحملات التسويق الرقمي.
٢. فهم احتياجات العملاء ورغباتهم.
٣. التعاون مع المؤثرين الذين يتوافقون مع المشروع للترويج للمنتجات للوصول إلى جمهور جديد وبناء الثقة.
٤. الاستفادة من تقنيات التسويق الرقمي الحديثة للتفاعل مع العملاء .
٥. تطوير استراتيجية تسويق شاملة تتضمن قنوات متعددة.
٦. تخصيص ميزانية مناسبة لحملات التسويق الرقمي.
٧. قياس النتائج وتحسينها بشكل مستمر لضمان الحصول على أفضل النتائج .

خامساً: تحليل تأثير التسويق الرقمي على توسيع نطاق تأثير المشاريع الريادية والوصول إلى الأسواق العالمية:

يمكن تحليل تأثير التسويق الرقمي على توسيع نطاق تأثير المشاريع الريادية والوصول إلى الأسواق العالمية من عدة جوانب:

١. الوصول العالمي : من خلال استخدام وسائل التواصل الإجتماعي والمواقع الإلكترونية والمحتوى الرقمي بشكل عام يمكن للمشاريع الريادية الوصول بسهولة إلى جمهور عالمي، وهذا يسمح لهم بالتواصل مع عملاء محتملين في أي مكان في العالم دون الحاجة إلى بنية تحتية مادية مكلفة.
٢. تحليل البيانات وإستهداف الجمهور : من خلال تحليل البيانات التي يتم جمعها من التسويق الرقمي، يمكن للمشاريع الريادية تحديد الأسواق العالمية المُحتملة وفهم احتياجات واهتمامات العملاء في هذه الأسواق بشكل أفضل، وهذا يتيح لهم توجيه جهودهم التسويقية بشكل أكثر فعالية وتخصيص الرسائل وفقاً لإحتياجات كل سوق.
٣. تكييف الرسائل والمحتوى: من خلال التسويق الرقمي، يمكن للمشاريع الريادية تكييف رسائلها ومحتواها بشكل سريع وفعال لتناسب الأسواق العالمية ويمكن ترجمة المحتوى وتخصيصه ليتناسب مع ثقافات مختلفة وتعديله ليتناسب مع احتياجات العملاء في مختلف المناطق.
٤. الوصول إلى شركاء وموردين دوليين : التسويق الرقمي يمكن أن يساعد المشاريع الريادية في العثور على شركاء وموردين دوليين، وبناء علاقات تعاونية معهم بسهولة، ويمكن استخدام وسائل التواصل الإجتماعي والمنصات الرقمية الأخرى للبحث عن فرص التعاون والتواصل مع الشركاء المحتملين في جميع أنحاء العالم.
٥. الابتكار والتكنولوجيا الحديثة : من خلال التسويق الرقمي يمكن للمشاريع الريادية عرض الابتكارات الخاصة بها واستخدام التكنولوجيا الحديثة للفت الإنتباه إلى منتجاتها على المستوى العالمي.
٦. خفض تكاليف التسويق: التسويق الرقمي يساعد المشاريع الريادية على خفض تكاليف التسويق بشكل كبير و أصبح بإمكانها الوصول إلى جمهور أوسع دون الحاجة إلى إنفاق مبالغ كبيرة على الإعلانات التقليدية.

التحديات التي تواجه المشاريع الريادية:

- تواجه المشاريع الريادية العديد من التحديات عند استخدام التسويق الرقمي، ومنها:
- **المنافسة الشديدة:** يواجه التسويق الرقمي منافسة شرسة من الشركات الكبرى، ولذلك قد تواجه المشاريع الريادية صعوبة في التميز عن المنافسين.
- **نقص الخبرة:** يفتقر العديد من رواد الأعمال إلى الخبرة في مجال التسويق الرقمي، ولذلك قد تواجه المشاريع الريادية صعوبة في تطوير وتنفيذ استراتيجيات تسويق رقمي فعالة.
- **التغيرات السريعة في السوق:** تتغير احتياجات العملاء وتوقعاتهم بشكل سريع، ولذلك قد تواجه المشاريع الريادية صعوبة في مواكبة هذه التغيرات.

بشكل عام، يمكن القول إن التسويق الرقمي يوفر للمشاريع الريادية فرصًا هائلة لتوسيع نطاق تأثيرها والوصول إلى الأسواق العالمية بكفاءة وفعالية مما يساهم في نجاحها ونموها على المستوى الدولي.

سادساً: النتائج والتوصيات:

❖ أظهرت نتائج البحث أن التسويق الرقمي يلعب دورًا هامًا في تعزيز الابتكار في المشاريع الريادية من خلال:

- **توفير منصة لإختبار الأفكار الجديدة :** تسمح القنوات الرقمية بجمع البيانات وتحليلها بشكل سريع وفعال، مما يساعد رواد الأعمال على اختبار أفكارهم وتطويرها بشكل مستمر.
- **الوصول إلى أسواق جديدة :** تفتح القنوات الرقمية آفاقًا واسعة للوصول إلى العملاء في مختلف أنحاء العالم، مما يساعد رواد الأعمال على توسيع نطاق أعمالهم.
- **بناء علاقات قوية مع العملاء :** تسمح القنوات الرقمية بالتواصل والتفاعل مع العملاء بشكل مباشر، مما يساعد على بناء علاقات قوية معهم وزيادة ولائهم.

❖ أظهرت نتائج البحث أن التسويق الرقمي يمكن أن يساهم في تحقيق التنمية المستدامة للمشاريع الريادية من خلال:

- **تقليل الأثر البيئي:** تساعد القنوات الرقمية على تقليل استخدام الورق والمواد الخام الأخرى مما يساهم في حماية البيئة.
- **تعزيز الشمول المالي :** تتيح القنوات الرقمية للمشاريع الريادية الوصول إلى الخدمات المالية بشكل أسهل مما يساعد على تحسين فرص النجاح.
- **خلق فرص عمل جديدة:** يساهم التسويق الرقمي في خلق فرص عمل جديدة مما يساهم في تخفيف حدة الفقر.

التحديات التي تواجه المشاريع الريادية:

تواجه المشاريع الريادية العديد من التحديات في استخدام التسويق الرقمي، ومنها:

- **نقص الموارد المالية :** تفتقر العديد من المشاريع الريادية إلى الموارد المالية اللازمة للاستثمار في التسويق الرقمي.
- **نقص المهارات :** يفتقر العديد من رواد الأعمال إلى المهارات والخبرات اللازمة لاستخدام التسويق الرقمي بشكل فعال.
- **المنافسة الشديدة :** تواجه المشاريع الريادية منافسة شديدة من الشركات الكبرى مما يؤدي إلى صعوبة تمييزها في السوق.

التوصيات:

➤ توصيات لتحسين استخدام التسويق الرقمي في المشاريع الريادية:

- **توفير برامج تدريبية:** يجب توفير برامج تدريبية لرواد الأعمال على استخدام التسويق الرقمي بشكل فعال.
- **دعم المشاريع الريادية :** يجب تقديم الدعم المالي والفني للمشاريع الريادية لمساعدتها على الإستثمار في التسويق الرقمي.
- **خلق بيئة تنافسية عادلة :** يجب العمل على خلق بيئة تنافسية عادلة للمشاريع الريادية مما يسمح لها بالتنافس مع الشركات الكبرى.

➤ توصيات للمشاريع الريادية والمسؤولين عن التسويق في هذه المشاريع:

- تبني استراتيجيات التسويق الرقمي المبتكرة والمستدامة لتعزيز الابتكار وتحقيق التنمية المستدامة.
- الاستفادة من وسائل التواصل الاجتماعي والتكنولوجيا الرقمية لتوسيع نطاق تأثير المشاريع والوصول إلى الأسواق العالمية.
- تعزيز التواصل والتفاعل مع العملاء والشركاء من خلال استخدام وسائل التسويق الرقمي.
- الاستثمار في التدريب والتطوير لتطوير مهارات التسويق الرقمي والابتكار والتنمية المستدامة.

الخاتمة: التسويق الرقمي هو أداة قوية لتعزيز الابتكار وتحقيق التنمية المستدامة في المشاريع الريادية، ويجب على المشاريع الريادية والمسؤولين عن التسويق فيها أن يتبنوا استراتيجيات التسويق الرقمي المبتكرة والمستدامة لتحقيق النجاح والنمو المستدام في هذه المشاريع، وكذلك يمكن من خلال استخدام أدوات التسويق الرقمي بشكل فعال وصول المشاريع الريادية إلى قاعدة عملاء واسعة واختبار أفكارها وتطوير منتجاتها وبناء علامة تجارية قوية وتعزيز التنمية المستدامة، وعلى الرغم من التحديات التي تواجه المشاريع الريادية إلا أن هناك العديد من الفرص المتاحة لتحسين استخدام التسويق الرقمي في المشاريع الريادية .

المراجع :

- البمباوي، هاني إبراهيم السيد. (٢٠٢٢). الإستراتيجيات التسويقية الرقمية لجهود الحكومة المصرية ودورها في دعم خطط التنمية المستدامة. المجلة المصرية لبحوث الإعلام، ع٨٠، ١٨١٥ - ١٨٥٣. مسترجع من <http://search.mandumah.com/Record/1347564>
- الصيرفي، محمد عبدالوهاب حامد بدر، عمر، عصام عطية عبدالفتاح، و علام، رحاب السيد السيد. (٢٠٢٠). ريادة الأعمال: المفهوم والنشأة والأهمية: دراسة تحليلية. مجلة كلية التربية، مج٨، ع٢٢، ١٢٤ - ١٦٨. مسترجع من <http://search.mandumah.com/Record/1347159>
- العوضي، فايزة خير الله ناصر بن عبدالله، و العوضي، عادل خير الله ناصر بن عبدالله. (٢٠٢٠). أثر التسويق الاجتماعي على تحقيق التنمية المستدامة للمشروعات الصغيرة والمتوسطة في دولة الكويت: دراسة تطبيقية على عينة من المشروعات الصغيرة والمتوسطة بدولة الكويت. مجلة البحوث التجارية، مج٤٢، ع٣، ٢٤٨ - ٢٨٥. مسترجع من <http://search.mandumah.com/Record/1106680>
- بيلي، لبنى أحمد. (٢٠٢٢). التسويق الإعلامي الرقمي لجهود الحكومة في دعم خطط التنمية المستدامة. المجلة المصرية لبحوث الإعلام، ع٨٠، ١٠٢٧، 1062. - مسترجع من <http://search.mandumah.com/Record/1347366>
- مليانى، خلود عبدالله محمد. (٢٠٢٠). حملات التسويق الرقمي للأجهزة الحكومية ودورها في دعم خطط التنمية المستدامة لدى الشباب السعودي. المجلة العلمية لبحوث العلاقات العامة والإعلان، ع٢٠، ٩٥ - ١٣٩. مسترجع من <http://search.mandumah.com/Record/1137325>

المراجع الأجنبية

- Acosta Mantaro, J.E., Alvarado Chimoy, A.N., Castro Vilela, A.G., Espinoza Pérez, C.V., Fuertes Rodríguez, M.A., Milla Morales, J.C., & Montes Buleje, N. (2023). Franchise internationalization: a bibliometric analysis with a focus on marketing, digital transformation, and sustainable development. Proceedings of the 3rd LACCEI International Multiconference on Entrepreneurship, Innovation and Regional Development (LEIRD 2023): "Igniting the Spark of Innovation: Emerging Trends, Disruptive Technologies, and Innovative Models for Business Success".
- AlKoliby, I. S. M., Abdullah, H. H., & Suki, N. M. (2023). Linking knowledge application, digital marketing, and manufacturing SMEs' sustainable performance: the mediating role of innovation. *Journal of the Knowledge Economy*, 1-27.
- Almansour, M. (2022). Business incubators and entrepreneurial training: leveraging technological innovations and digital marketing. *IEEE Transactions on Engineering Management*.
- Amjad, T. (2022). Digital entrepreneurial marketing: A bibliometric analysis reveals an inescapable need of business schools. *The International Journal of Management Education*, 20(2), 100655.
- Cano, J. A., Londoño-Pineda, A., Castro, M. F., Paz, H. B., Rodas, C., & Arias, T. (2022). A bibliometric analysis and systematic review on E-marketplaces, open innovation, and sustainability. *Sustainability*, 14(9), 5456.

- Coman, C., Popica, M. M., & Rezeanu, C. I. (2020). The Adoption of Digital Marketing by SMEs Entrepreneurs. In *Digital Science 2019* (pp. 431–441). Springer International Publishing.
- Kulinich, T., Biletska, N., & Halachenko, O. (2023). Sustainable entrepreneurship: analysis of trends in digital accounting, management, and marketing in regional and global dimensions.
- Kwilinski, A. (2023). The Relationship between Sustainable Development and Digital Transformation: Bibliometric Analysis. *Virtual Economics*, 6(3), 56–69.
- Prathivi, M. D. G. (2020). DIGITAL MARKETING AND INDONESIA’S YOUTH ENTREPRENEURS’ BUSINESS. *Jurnal Aplikasi Manajemen*, 18(1), 86–94.
- Romprasert, S., & Trivedi, A. (2021). Sustainable economy on community enterprise and digital marketing. *ABAC journal*, 41(1), 62–80.
- Saheb, T., Amini, B., & Alamdari, F. K. (2021). Quantitative analysis of the development of digital marketing field: Bibliometric analysis and network mapping. *International Journal of Information Management Data Insights*, 1(2), 100018.
- Wei, P., Wang, Y., Pan, Z., Liao, H. T., & Zhou, X. (2020, December). Towards the convergence of green and digital transformation of creative and cultural industries: an exploratory bibliometric analysis for sustainable development. In *2020 Management Science Informatization and Economic Innovation Development Conference (MSIED)* (pp. 259–263). IEEE.

-
- Xu, G., Hou, G., & Zhang, J. (2022). Digital Sustainable Entrepreneurship: A digital capability perspective through digital innovation orientation for social and environmental value creation. *Sustainability*, 14(18), 11222.