مجلة المنتدى للدراسات والأبحاث الاقتصادية
Forum For Economic Studies and Research Journal
المجلد 10 / العـدد: 01 (2026)، ص 90 - 101

المقاولاتية الرقمية كاستراتيجية لتعزيز الميزة التنافسية للمؤسسات الناشئة: مقارنة بين التجارب الدولية والحالة الجزائرية

"Digital Entrepreneurship as a Strategy to Enhance the Competitive Advantage of Startups: A Comparison of International Experiences and the Algerian Case"

حسان طاهر شريف

مخبر الطرق الكمية في العلوم الاقتصادية وعلوم إدارة الاعمال وتطبيقاتها من أجل التنمية المستدامة، جامعة الجلفة، الجزائر،

c.hacene@univ-djelfa.dz

تاريخ الاستلام: 2026/02/12 **تاريخ القبول: 2026/05/12**

الملخص: تهدف هذه الدراسة إلى تسليط الضوء على المقاولاتية الرقمية كخيار استراتيجي أساسي لبناء الميزة التنافسية لدى المؤسسات الناشئة، في ظل التحولات الاقتصادية المتسارعة وتنامي الابتكار الرقمي. كما توضح الدراسة كيف يمكن للابتكار الرقمي والتحول الإلكتروني أن يعززا قدرة المؤسسات الناشئة على تطوير منتجات وخدمات مبتكرة، وزيادة كفاءتها التشغيلية، وتعزيز تميزها في أسواق شديدة التنافس.

وتستعرض الدراسة تجارب دولية ناجحة لتحديد أفضل الممارسات الريادية القابلة للتطبيق في سياق دعم هذا التوجه. كما تتناول واقع المقاولاتية الرقمية في الجزائر، من خلال تحليل عوامل الدعم المتاحة مثل الحاضنات والمبادرات الحكومية، إلى جانب أبرز التحديات التي لا تزال تعيق تطورها، وأهمها محدودية التمويل، التعقيدات الإدارية، وضعف البنية التحتية الرقمية.

وتخلص الدراسة إلى أن ترسيخ المقاولاتية الرقمية في الجزائر يتطلب خلق بيئة ريادية أكثر مرونة، ودعماً فعّالاً للابتكار، وتطوير بنية تحتية رقمية قوية، بما يمكّن المؤسسات الناشئة من بناء ميزة تنافسية مستدامة وتحقيق نمو حقيقي وملموس في السوق.

الكلمات المفتاحية: المقاولاتية الرقمية، الميزة التنافسية، التوجه المقاولاتي، الحاضنات، المؤسسات الناشئة.

Abstract: *This study highlights digital entrepreneurship as a strategic tool for building competitive advantage in startups amid rapid economic change and growing digital innovation. It shows how digital transformation enhances startups' capacity to develop innovative products and services, improve efficiency, and strengthen differentiation in competitive markets.*

The study reviews successful international cases to extract best practices applicable to fostering digital entrepreneurship. It also examines Algeria's context, analyzing available support mechanisms such as incubators and government initiatives, as well as challenges including limited funding, administrative barriers, and weak digital infrastructure.

The study concludes that consolidating digital entrepreneurship in Algeria requires a more flexible entrepreneurial ecosystem, effective innovation support, and robust digital infrastructure. These measures enable startups to achieve sustainable competitive advantage and tangible market growth.

Key Words *: Digital Entrepreneurship, Competitive Advantage, Entrepreneurial Orientation, Incubators, Startups*

1. مقدمة:

يشهد العالم اليوم تحولات اقتصادية سريعة، حيث برزت المقاولاتية الرقمية كقوة دافعة للنمو والابتكار حيث في ظل هذه البيئة التنافسية المتزايدة، تسعى المؤسسات الناشئة جاهدة لبناء ميزة تنافسية مستدامة، وتعد الأدوات التكنولوجية من أهم المداخل الأساسية لتحقيق ذلك. تهدف هذه الدراسة إلى إبراز دور التحليل الاستراتيجي كمدخل أساسي للميزة التنافسية، وأهميته في الكشف عن الموارد والقدرات المتميزة في البيئة الداخلية. كما تؤكد معظم الدراسات أن المؤسسات الصغيرة تعد أفضل الوسائل التي تحقق الانتعاش الاقتصادي، نظرا لسهولة تكيفها ومرونتها. تساهم حاضنات الأعمال في مساعدة المؤسسات الناشئة ودعمها.

الإشكالية الرئيسية : من خلال ما سبق يمكن طرح الإشكالية الرئيسية التالية

كيف يمكن للمقاولاتية الرقمية أن تُوظَّف كاستراتيجية لتعزيز الميزة التنافسية للمؤسسات الناشئة، وما العوامل المؤثرة في نجاح هذا التوجه ؟

الأسئلة الفرعية : وللإجابة على الاشكالية الرئيسية نطرح الاسئلة الفرعية التالية :

- كيف تساهم الرقمية في تعزيز الابتكار وخلق قيمة مضافة للمؤسسات الناشئة؟
- ما هي التحديات الرئيسية التي تواجه المؤسسات الناشئة في تبني المقاولاتية الرقمية كاستراتيجية تنافسية؟
- ما هو دور حاضنات الأعمال في دعم المقاولاتية الرقمية للمؤسسات الناشئة؟
- ما هي العوامل التي تساهم في نجاح استراتيجيات المقاولاتية الرقمية لتحقيق الميزة التنافسية للمؤسسات الناشئة؟

أهمية الدراسة : تكتسب هذه الدراسة أهميتها من التركيز على دور المقاولاتية الرقمية كركيزة أساسية لتعزيز القدرة التنافسية للمؤسسات الناشئة، مما يساهم في بناء اقتصاد مستدام للأجيال الحالية والمستقبلية. إن فهم آليات بناء الميزة التنافسية من خلال التكنولوجيا يساعد هذه المؤسسات على الصمود والنمو في بيئة اقتصادية متقلبة. كما أن الدراسة تقدم إرشادات قيمة لصناع القرار ورواد الأعمال حول كيفية استغلال الإمكانات التكنولوجية لتحقيق التميز.

أهداف الدراسة : تهدف الدراسة إلى تسليط الضوء على:

- تحديد مفهوم المقاولاتية الرقمية ومكوناتها الأساسية، وبيان كيفية توظيفها لتعزيز الابتكار وتطوير المنتجات والخدمات الجديدة للمؤسسات الناشئة.
- تحليل الأثر الاقتصادي للمقاولاتية الرقمية على نمو المؤسسات الناشئة وقدرتها على خلق فرص عمل، مع التركيز على دورها في تحقيق الانتعاش الاقتصادي.
- اقتراح إطار استراتيجي للمؤسسات الناشئة لتبني المقاولاتية الرقمية كاستراتيجية فعالة لبناء ميزة تنافسية مستدامة، مع الأخذ في الاعتبار دور حاضنات الأعمال.

و لتقديم العمل ومعالجة إشكالية البحث، تم تقسيم هذا البحث إلى أربعة محاور رئيسية .سيتناول كل محور جانبا محددا من المقاولاتية التكنولوجية وتأثيرها على الميزة التنافسية للمؤسسات الناشئة كما يلي :

- الإطار النظري لمفهوم التوجه المقاولاتي؛
- ماهية الميزة التنافسية واستراتيجياتها؛
- دور المقاولاتية التكنولوجية في بناء الميزة التنافسية للمؤسسات الناشئة.

منهج الدراسة: تحقيقا لأهداف الدراسة تم الاعتماد على المنهج الوصفي المنهج الاستقرائي، من خلال إبراز أهمية المقاولاتية الرقمية كاستراتيجية لتعزيز الميزة التنافسية للمؤسسات الناشئة: مقارنة بين التجارب الدولية والحالة الجزائرية.

2. الإطار المفاهيمي للمقاولاتية الرقمية والميزة التنافسية

يتناول هذا المحور تعريف المقاولاتية الرقمية، ويستكشف مفهوم الميزة التنافسية وأهميتها في سياق المؤسسات الناشئة، كما يحلل العلاقة الديناميكية بين المقاولاتية التكنولوجية وتحقيق التفوق التنافسي.

1.2. مفهوم المقاولاتية الرقمية:

تشير المقاولاتية الرقمية إلى العملية التي تترجم من خلالها الابتكارات التكنولوجية إلى مشاريع تجارية ناجحة تضيف قيمة اقتصادية واجتماعية، هذه العملية تتطلب ليس فقط المعرفة التقنية ولكن أيضا الرؤية الريادية لتحويل الأفكار إلى منتجات وخدمات مبتكرة تلبي احتياجات السوق.

1.2. 1.التعريف الشامل للمقاولاتية الرقمية: تعرف المقاولاتية الرقمية بأنها ظاهرة تنظيمية ترتكز على الإبداع التكنولوجي والتنظيمي، وتهدف إلى تحويل الأفكار المبتكرة إلى منتجات أو خدمات ذات قيمة تجارية، إنها عملية تتسم بالجرأة والمخاطرة، حيث يقدم المقاولون على استغلال الفرص التكنولوجية الجديدة لإنشاء أسواق لم تكن موجودة من قبل أو لإعادة تشكيل الأسواق القائمة. هذا النوع من المقاولاتية يتطلب رؤية استراتيجية للاستثمار في البحث والتطوير، والقدرة على إدارة المخاطر المرتبطة بالابتكار (Shane, 2009, p. 86) .

تعد المقاولاتية الرقمية مجالا أكاديميا يسعى إلى فهم كيفية نشأة الفرص التي تؤدي إلى إنشاء مشاريع أو سلع وخدمات جديدة، ويتم اكتشافها وابتكارها من قبل رواد الأعمال حيث تشمل المقاولاتية التكنولوجية جميع الأنشطة التي تدمج التكنولوجيا الحديثة في العملية الريادية، مثل تطوير التطبيقات الذكية، حلول الذكاء الاصطناعي، إنترنت الأشياء، والبلوك تشين، الهدف منها ليس فقط تحقيق الربح، بل أيضا تقديم قيمة مضافة للمجتمع وحل مشكلات قائمة بطرق مبتكرة (Dorf, R & Byers, T, 2011, p. 101) .

1.2. 2. خصائص المقاولاتية الرقمية:

- **الإبداع والابتكار:** تعد المقاولاتية الرقمية مرادفا للإبداع والابتكار، حيث تسعى لتقديم منتجات وخدمات غير نمطية ومختلفة عما هو متاح في السوق، يركز المقاول التكنولوجي على إيجاد حلول مبتكرة للمشكلات القائمة أو خلق احتياجات جديدة من خلال التكنولوجيا (Audretsch, D. B. & & Thurik, A. R, 2001, p. 66)
- **المخاطرة:** تتضمن المقاولاتية الرقمية درجة عالية من المخاطرة، نظرا لطبيعة الابتكار والتغير المستمر في التكنولوجيا، يجب أن يكون المقاول مستعدا لتحمل المخاطر المالية والنفسية والاجتماعية.
- **النمو السريع:** تتميز المشاريع المقاولاتية، خاصة التكنولوجية منها، بالقدرة على النمو السريع في وقت قياسي، هذا النمو السريع يتيح لها الحصول على مكانة مميزة في الأسواق والدخول في بيئة تنافسية قوية.
- **الاستغلال الأمثل للموارد:** تسعى المقاولاتية التكنولوجية إلى استغلال الموارد غير المستغلة أو غير المثمنة، وتطويرها لتقديم منتجات وخدمات ذات قيمة.
- **المرونة والقدرة على التكيف:** تتمتع المؤسسات الناشئة التكنولوجية بمرونة عالية وقدرة كبيرة على التكيف مع التغيرات السريعة في السوق والتقنيات (Garud, R. & Karnøe, P, 2003, p. 122) .

2.2 مفهوم الميزة التنافسية:

تشكل الميزة التنافسية الركيزة الأساسية لنجاح أي مؤسسة في السوق، فهي التي تمكنها من التفوق على منافسيها والحفاظ على مكانتها .

1. 2.2 تعريف الميزة التنافسية:

الميزة التنافسية هي العوامل التي تمنح الشركة تفوقا على منافسيها، سواء من خلال تقديم منتجات أو خدمات بجودة أعلى أو بأسعار أقل، مما يساعدها على تحقيق أرباح أكبر وترسيخ مكانتها في السوق، هذه الميزة تعتمد على تقديم قيمة مضافة تجعل الشركة أكثر جاذبية للعملاء، كما تعد الميزة التنافسية تلك الخاصية التي تجعل الشركة قادرة على الاستمرار والبقاء في ظل المنافسة القوية بدونها، لا يمتلك المشروع سببا قويا لاستمراره حيث يمكن أن تستند الميزة التنافسية إلى عناصر متعددة مثل سمعة العلامة التجارية، الموقع الجغرافي، أو الابتكار التكنولوجي في تقديم الحلول(Teece, D. J, 2018, pp. 122-123) .

2. 2.2 أنواع المزايا التنافسية: تتعدد أنواع المزايا التنافسية باختلاف مصادرها وطبيعة الأنشطة التي تعتمد عليها المؤسسة، ومن أهم هذه الانواع :

- **المنافسة على السعر:** تعتبر هذه الميزة الأفضل إذا استطاعت الشركة تقديم خدمات مساوية للمنافسين من حيث الجودة بسعر أقل ومع ذلك، من السهل على المنافسين تخفيض أسعارهم للعودة إلى المنافسة تقليل التكاليف هو استراتيجية مهمة لتحقيق هذه الميزة.
- **المنافسة على سرعة تقديم الخدمة:** جذب ولاء العملاء بتقديم الخدمة المطلوبة في الوقت المناسب وبالسرعة المطلوبة، خاصة في قطاعات مثل التقنية المالية أو التأمين يتطلب ذلك تواصلا سريعا ومباشرا وقدرة عالية على التكيف.
- **المنافسة على الجودة:** الجودة هي ما يسعى إليه العميل، ويمكن لشركة ناشئة أن تثبت نفسها بجدارة وسرعة من خلال ميزة الجودة التنافسية، يمكن تحقيق التميز من خلال جودة الخامات، التصميم المبتكر، أو توفير تجربة استخدام استثنائية.

3. 2.2 أهم أساليب تحقيق الميزة التنافسية: تسعى المؤسسات إلى تحقيق الميزة التنافسية من خلال تبنّي مجموعة من الأساليب والاستراتيجيات التي تمكّنها من التفوق على منافسيها في بيئة تتسم بشدة المنافسة. ومن أهم أساليب تحقيق الميزة التنافسية ما يلي :

- **قوة العلامة التجارية:** تسهم العلامة التجارية القوية في بناء ولاء العملاء وتمكن الشركة من تحديد أسعار أعلى لمنتجاتها؛
- **التميز في جودة المنتجات والخدمات:** تقديم منتجات أو خدمات فريدة لا يستطيع المنافسون تقديمها بنفس الجودة أو التفرد؛
- **الاستفادة من الموارد الفريدة:** الوصول إلى موارد نادرة أو حصرية، مثل المواد الخام الفريدة أو العقود الحصرية مع الموردين؛

- **التوسع في الأسواق العالمية:** الانتشار في أسواق جديدة والتكيف مع الثقافات المختلفة، مما يمنح الشركات فرصًا كبيرة للنمو؛
- **الاعتماد على الشبكات الرقمية:** استخدام المنصات الإلكترونية والاشتراكات الرقمية لبناء ولاء العملاء وتقديم تجارب شخصية؛
- **السيطرة على الأسعار:** تقديم منتجات بجودة عالية بأسعار أقل، مما يساعد الشركات على استقطاب شريحة واسعة من العملاء؛
- **التفاعل القوي مع العملاء:** تقديم تجربة عملاء مميزة، بما في ذلك التواصل المباشر، الدعم الفني السريع، والاستجابة الفورية للاحتياجات؛
- **الابتكار التكنولوجي:** الاستثمار في التكنولوجيا المتقدمة لتحسين الإنتاجية، تقديم منتجات أكثر كفاءة، وتوفير تجربة استخدام سلسة (Blank, S, 2013, p. 65) .

3.2 العلاقة بين المقاولاتية الرقمية والميزة التنافسية

تشكل المقاولاتية الرقمية عاملا حاسما في تحقيق الميزة التنافسية للمؤسسات، خاصة في ظل التغيرات الاقتصادية المتسارعة والتحديات التنافسية.

1.3.2 تكنولوجيا المعلومات ودورها المحوري:

تعتبر تكنولوجيا المعلومات محركا أساسيا للنمو الاقتصادي وتعزيز التنمية المستدامة. لقد توصلت الدراسات إلى وجود علاقة إيجابية وقوية بين تكنولوجيا المعلومات والميزة التنافسية المستدامة ويؤثر استخدام تكنولوجيا المعلومات بشكل كبير على أداء المؤسسات وعلى قدرتها على تحقيق الميزة التنافسية. الشركات التي تستثمر في تطوير البنية التحتية لتكنولوجيا المعلومات وتدريب العاملين عليها، تكتسب تفوقًا تنافسيا كما أن للابتكار التكنولوجي دورا كبيرا في تعزيز الميزة التنافسية للمشاريع.

2.3.2 الابتكار كمحرك للميزة التنافسية

تعد المقاولاتية التكنولوجية آلية فعّالة لخلق قيمة جديدة، من خلال الابتكار في تنظيم وإعادة تنظيم الآليات الاقتصادية والاجتماعية، وحسن استغلال الموارد المتاحة. ويُقصد بالمقاول ذلك الفرد القادر على السعي لابتكار قيمة مضافة وتحقيقها، الأمر الذي يجعله مرتبطًا ارتباطًا وثيقًا بالمشروع المقاولاتي. ولا يقتصر الابتكار على الجوانب التكنولوجية فحسب، بل يمتد ليشمل نماذج الأعمال، وأساليب تقديم الخدمات، وقنوات التسويق. كما أن المؤسسات التي تركز على الابتكار في منتجاتها وخدماتها تتمكن من تقديم قيمة متميزة يصعب على المنافسين محاكاتها أو تقليدها.

3.3.2 التحول الرقمي وتعزيز التنافسية

يعتبر التسويق الرقمي القائم على الرقمنة في الوقت الراهن أحد العوامل الأساسية في تحقيق الميزة التنافسية للمؤسسات الناشئة، لما يوفره من مزايا متعددة ويسهم في خفض التكاليف. وفي ظل التحولات الاقتصادية المتسارعة، أصبح اعتماد نماذج أعمال فعّالة أمراً حتمياً لضمان تحقيق ميزة تنافسية قادرة على دعم الاستمرارية والنمو. وتستفيد المؤسسات الناشئة التكنولوجية من توظيف التقنيات الحديثة في تقديم منتجات وخدمات ذات جودة أعلى أو بتكلفة أقل، أو بجودة أفضل بنفس السعر، مما يعزز مبيعاتها ويرفع مستوى أرباحها. كما أن استخدام التطبيقات

الذكية ضمن المشروع يسهم في زيادة ولاء الزبائن وتعزيز ارتباطهم بالمؤسسة، الأمر الذي ينعكس إيجاباً على الأداء التسويقي وحجم المبيعات.

4.3.2 أهمية القدرة على التكيف

تعتبر القدرة على التكيّف مع المنافسين ومواصلة النشاط رغم تقلبات السوق من المزايا التنافسية الجوهرية، لما لها من دور في ضمان استمرارية المشروع وتعزيز تميّزه. كما أن الابتكار والتغيير المستمرين يفرضان على المقاولين تطوير وتجسيد مشاريع تراعي البعد البيئي وتحافظ على الموارد الطبيعية، وهو ما يسهم في تحقيق ميزة تنافسية قائمة على الاستدامة ويعزز مكانة المؤسسة في الأسواق الحديثة.

3. استراتيجيات المقاولاتية التكنولوجية العالمية لبناء ميزة تنافسية

يتناول هذا المحور استعراض وتحليل أبرز النماذج والاستراتيجيات التي اعتمدتها الدول الرائدة عالميا في مجال المقاولاتية التكنولوجية لتحقيق تفوق تنافسي كما يلقي الضوء على أفضل الممارسات المتبعة في تبني الابتكار التكنولوجي وتطوير بيئة داعمة للمؤسسات الناشئة.

1.3 التجارب الدولية الناجحة في المقاولاتية التكنولوجية

أثبتت تجارب العديد من الدول أن الاستثمار في المقاولاتية التكنولوجية ودعم المؤسسات الناشئة يُعدّ من الركائز الأساسية لتحقيق النمو الاقتصادي وتعزيز القدرة التنافسية على المستوى العالمي.

1.1.3 الولايات المتحدة الأمريكية:

تعد الولايات المتحدة مركزًا عالميًا للابتكار و المقاولاتية الرقمية، ويقام "أسبوع المقاولاتية العالمي" سنويا لتشجيع الشباب على الانخراط في العمل المقاولاتي، من خلال أنشطة مثل تمارين المحاكاة، ألعاب الإنترنت، مسابقات خطة العمل، وورش عمل متخصصة وتوفر الحكومة الأمريكية مواقع تعليمية عبر الإنترنت لاكتشاف القدرات الريادية للطلاب، مما يعكس التزامها ببناء ثقافة ريادة الأعمال من مراحل مبكرة و تقدم الجامعات الأمريكية برامج تعليمية متكاملة في المقاولاتية، وتُسهم المراكز الريادية في دعم المقاولين الجدد، خاصة في قطاع تكنولوجيا المعلومات والاتصالات. هذا النظام المتكامل من الدعم التعليمي والمالي والتشريعي يخلق بيئة خصبة لنمو الشركات الناشئة التكنولوجية كم تظهر الشركات الأمريكية مثل Apple و Walmart و Starbucks كيف يمكن بناء ميزة تنافسية قوية من خلال استراتيجيات مختلفة مثل التمييز والريادة في التكلفة والتركيز على شرائح معينة من السوق (OECD, 2020) .

2.1.3 فرنسا :

تتميز التجربة الفرنسية في التعليم المقاولاتي بنهج شامل يرتكز على ثلاثة أبعاد رئيسية: الأهداف، الفئات المستهدفة، وأشكال التعليم وتتراوح الأهداف من التثقيف والإعلام حول المقاولاتية إلى التعليم المتخصص الذي يمكن الطلاب من إطلاق مشاريعهم الخاصة، وصولاً إلى المرافقة والدعم المستمر كما تستهدف هذه البرامج الطلاب، المقاولين الشباب، ورجال الأعمال، مع تصميم محتوى يتناسب مع احتياجات كل فئة، مما يضمن تأهيلا شاملا ومتكاملا لرواد الأعمال (globalEDGE، 2023) .

3.1.3 اليابان :

شهد الاقتصاد الرقمي في اليابان نموًا هائلاً، مدفوعًا بتبني الشركات والمؤسسات لتقنيات متطورة مثل الذكاء الاصطناعي والروبوتات لتعزيز الإنتاجية والكفاءة. تشجع اليابان الادخار وتعتمد على حضور قوي للدولة في دعم التنمية التكنولوجية، مما يخلق بيئة مستقرة للابتكار كما تعزز اليابان أسواق العمل الداخلية التي تربط بين الشركات والعمال، مما يحفز العمال على التكيف بمرونة مع التكنولوجيا الجديدة ويسهم في بناء قوة عاملة مؤهلة تقنيا (globalEDGE, 2023) .

4.1.3 اسكتلندا :

أولت اسكتلندا اهتماما كبيرا لدمج التعليم المقاولاتي ضمن نظامها التعليمي وأكد وزير التربية والتعليم الاسكتلندي في عام 2003 على أهمية هذه البرامج في تزويد الشباب بالمهارات والتوجهات المقاولاتية اللازمة وفهم عميق لعالم الأعمال. هذا التركيز على التعليم المبكر يضمن إعداد جيل جديد من رواد الأعمال القادرين على الابتكار والمساهمة في الاقتصاد (globalEDGE، 2023) .

2.3 أفضل الممارسات المتبعة في المقاولاتية الرقمية

لتحقيق ميزة تنافسية مستدامة، تتبع الشركات والمؤسسات الرائدة عالمياً مجموعة من الاستراتيجيات والممارسات الفعالة التي تعتمد على الابتكار والتكيف مع التطورات التكنولوجية السريعة (Schwab, K, 2016, p. 44) .

1.2.3 التبني النشط للتقنيات الناشئة :

يعتبر التبني السريع للتقنيات الناشئة مثل إنترنت الأشياء (IoT)، والواقع المعزز (AR)، والواقع الافتراضي (VR)، والذكاء الاصطناعي، والبلوك تشين، أمرا حيويا حيث تمكن هذه التقنيات الشركات من إنشاء منتجات وخدمات مبتكرة، وتحسين الكفاءة التشغيلية، وتقديم تجارب فريدة للعملاء، على سبيل المثال، يمكن لتقنيات إنترنت الأشياء أن تحسن كفاءة إدارة الموارد وتتبع المعدات، بينما يساهم الذكاء الاصطناعي في تحليل البيانات الكبيرة واتخاذ قرارات أفضل كما أن الاستخدام الفعال لهذه التقنيات يتيح للمؤسسات الناشئة تحقيق مستويات جديدة من الدقة في التصميم والتنفيذ، مما يساعد على تحقيق رؤى المشاريع بسرعة أكبر (Chesbrough, H, 2003, p. 155) .

2.2.3 الابتكار المستمر والبحث والتطوير: الابتكار هو القوة الدافعة وراء التحول الرقمي في صناعة المقاولات والاستثمار في البحث والتطوير أمر حاسم للحفاظ على الميزة التنافسية، حيث يساعد الشركات على تقديم منتجات وخدمات فريدة تلبي احتياجات العملاء بطرق مميزة كما تعتمد الشركات الآن على مجموعة واسعة من الأدوات والتقنيات لتحسين الكفاءة، تقليل التكاليف، وضمان الجودة حيث يعزز الإبداع التكنولوجي من قدرة المؤسسة على الابتكار بشكل مستمر، وبالتالي الحفاظ على مكانتها وتطوير أدائها وميزتها التنافسية ويعد الابتكار أحد أهم عوامل الحفاظ على الميزة التنافسية، سواءً من خلال تطوير منتجات جديدة أو تحسين العمليات القائمة (Brynjolfsson, E & Mcafee, A, 2014, p. 201) .

3.2.3 التحول الرقمي الشامل: لا يقتصر التحول الرقمي على استخدام التكنولوجيا الجديدة فحسب، بل يشمل إعادة تصور وتنفيذ العمليات التجارية لتكون أكثر فعالية وكفاءة حيث يشمل ذلك الأتمتة، استخدام البيانات الكبيرة، والذكاء الاصطناعي، وكلها تسهم في تعزيز الميزة التنافسية و التحول الرقمي يزيد من قوة التنافس للمؤسسات من خلال تخفيض التكاليف التشغيلية، تسريع عمليات المشروع، وتحسين التواصل والتنسيق بين الفرق كما أن

تقنيات نمذجة معلومات البناء (**BIM**) تُعد من أبرز الابتكارات في صناعة البناء، حيث تتيح للمهندسين والمقاولين إنشاء نماذج رقمية ثلاثية الأبعاد للمباني، مما يسهل عملية التخطيط والتصميم والتنفيذ (Marr, B, 2018, p. 131).

4.2.3 بناء علامة تجارية قوية وولاء العملاء: الشركات التي تنجح في تطوير علامة تجارية قوية يمكنها السيطرة على استراتيجيات التسعير وتحقيق أرباح كبيرة، بفضل استعداد العملاء لدفع المزيد مقابل الحصول على منتجاتها وتقديم تجربة عملاء مميزة يعزز الولاء ويدفع المستهلكين للعودة مرارا وتكرارا كما أن الاستثمار في فهم احتياجات العملاء وتطوير حلول مبتكرة لتحسين تجربتهم يُعد عاملاً أساسيًا لتحقيق التميز في السوق حيث التواصل الفعال واستخدام التكنولوجيا لتعزيز التواصل مع العملاء من الباطن وأدوات التعاون لتبادل المستندات والتقارير كلها تساهم في بناء علاقات قوية وتعزيز الثقة.

5.2.3 الاستثمار في التدريب وبناء القدرات البشرية: تعد التدريبات المكثفة على التكنولوجيا الحديثة أحد الحلول الأساسية لضمان تأهيل فرق العمل لاستخدام الأدوات الرقمية المتقدمة ، التدريب المستمر يساعد في تهيئة الفرق للتعامل مع التقنيات المتطورة وتعزيز الإنتاجية وتطوير رأس المال البشري من خلال تدريب الموظفين وتطوير مهاراتهم أمر ضروري لزيادة إنتاجيتهم وإبداعهم (Kagermann, H, 2015) .

6.2.3 الشراكات الاستراتيجية: يمكن للمؤسسات الناشئة تحقيق تقدم كبير من خلال بناء شراكات مع الشركات التكنولوجية الرائدة كما أن التعاون مع شركات تطوير البرمجيات والروبوتات يساعد على تسريع عملية تبني التكنولوجيا وتقليل التكاليف بالإضافة إلى تشجيع الشراكات بين القطاع الخاص، الجامعات، ومراكز البحث والتطوير يساهم في تبادل الخبرات والموارد وتحفيز الابتكار (Kagermann, 2015) .

4. و اقع المقاولاتية التكنولوجية في الجز ائر

يشهد القطاع التكنولوجي في الجزائر تحوّلًا ملحوظًا، يتجلى في تنامي الاهتمام بالمؤسسات الناشئة والمشاريع الابتكارية باعتبارها خيارًا استراتيجيًا لتنويع الاقتصاد الوطني والحدّ من الاعتماد على المحروقات. وقد تعزّز هذا التوجّه من خلال استحداث وزارة مُكلّفة باقتصاد المعرفة والمؤسسات الناشئة والمؤسسات المصغّرة.

1.4 لمحة عامة عن المؤسسات الناشئة في الجز ائر

سجلت الجزائر تقدمًا في مجال المقاولاتية التكنولوجية، مما يعكس الجهود المبذولة لدعم هذا القطاع.

1.1.4 المرتبة العالمية والإفريقية:

احتلت الجزائر المرتبة الأولى عالميا في عدد الأنشطة المنظمة في مجال المقاولاتية خلال عام 2022، وفقا للشبكة العالمية لريادة الأعمال يؤكد هذا الترتيب التزام الدولة بمواكبة التحولات الاقتصادية العالمية وتلبية متطلبات السوق كما تقدمت الجزائر إلى المرتبة الثانية أفريقيًا في عدد الشركات الناشئة النشطة بـ 800 شركة، بفارق بسيط عن نيجيريا التي تصدرت التصنيف بـ 803 شركات (وزارة اقتصاد المعرفة والمؤسسات الناشئة، 2022، صفحة 22) .

2.1.4 المرتبة العالمية والإفريقية: وصل عدد المقاولين الذاتيين في الجزائر إلى أكثر من 14 ألف مقاول وتم تكوين ومرافقة 1770 شركة مصغرة حيث تلتزم الجزائر بالاستثمار المستمر في العمل المقاولاتي من خلال تبني أسلوب التعليم المقاولاتي كما يتوفر أكثر من مائة مركز لتطوير المقاولاتية ويتم تكوين أكثر من 50 ألف طالب وطالبة سنويا، بالإضافة إلى وجود أكثر من 700 مرشد ومدرب وموجه (الشبكة العالمية لريادة الأعمال، 2024) .

3.1.4 المرتبة العالمية والإفريقية: تهدف الحكومة الجزائرية إلى دعم 20 ألف شركة ناشئة بحلول عام 2029. ويوفر صندوق التمويل الجزائري (ASF) برامج تسريع وتمويل للمؤسسات الناشئة في مختلف القطاعات كما تم إنشاء 324 مركزًا لتطوير المقاولاتية في الجزائر حتى عام 2024. حيث تعد حاضنات الأعمال التكنولوجية أساسية في دعم المؤسسات الناشئة من خلال تقديم التسهيلات والمساعدة لإنشاء مشاريع تكنولوجية جديدة (صندوق تمويل المؤسسات الناشئة (ASF)، 2023) .

4.1.4 تأثير التكنولوجيا: أظهرت دراسة أن استخدام التكنولوجيا له أثر كبير في تعزيز النية والسلوك المقاولاتي وتتميز الشركات الناشئة في الجزائر بأنها تعتمد على التكنولوجيا لتقديم أفكار رائدة وإشباع حاجات السوق بطريقة ذكية وعصرية.

جدول 1 : إحصائيات المقاولاتية الرقمية في الجزائر

المؤشر	العدد/المرتبة
المرتبة العالمية في الأنشطة المقاولاتية (2022)	الأولى
المرتبة الإفريقية في الشركات الناشئة	الثانية (800 شركة، بعد نيجيريا بـ 803 شركات)
عدد المقاولين الذاتيين	أكثر من 14 ألف
الشركات المصغرة المدعومة	1770
مراكز تطوير المقاولاتية	أكثر من 100 (324 مركزًا حتى 2024)
الطلاب المتدربون سنويًا	أكثر من 50 ألف
المرشدون والمدربون	أكثر من 700
هدف الشركات الناشئة (2029)	20ألف

المصدر : من إعداد الباحث بالاعتماد على الإحصائيات السنوية المذكورة سابقا

2.4 التحديات التي تواجه المؤسسات الناشئة التكنولوجية

على الرغم من الجهود المبذولة، تواجه المؤسسات الناشئة في الجزائر مجموعة من التحديات التي تعيق نموها وتحد من قدرتها على المنافسة (بن عامر محمد، 2020، صفحة 115) .

1.2.4 البيئة غير المتطورة وبطيئة النمو: تعتبر بيئة المؤسسات الناشئة في الجزائر غير متطورة نسبيًا وبطيئة النمو، حيث تواجه هذه المؤسسات عدة مشكلات. إن النظام البيئي الحالي يمثل عائقًا أمام تطور الشركات الناشئة التي تتطلب محيطًا سلسًا وخاليًا من العوائق للتطور السريع واكتساح السوق.

2.2.4 القيود البيروقراطية والإدارية : تعد العوائق البيروقراطية المتعلقة بإنشاء الشركات وتعقيداتها الإدارية تحديا كبيرا، غالبا ما تتطلب هذه الإجراءات كراء مقر والتنقل واستخراج الوثائق والمصادقات، على الرغم من الوعود بالتسهيلات وتوفير هذه الخدمات عبر الإنترنت، كما أن غياب الأطر والمحيط الذي يكسب الشباب ثقافة المقاولاتية ويحضره لخوض التجربة والتحضير الكافي لذلك، سواء في الجامعة أو في المجال العام، يمثل عقبة، لا تزال التحديات التنظيمية واللوجستية قائمة، مما يؤثر على نمو المقاولاتية بشكل عام.

3.2.4 محدودية التمويل والإيرادات : يعاني كثير من المؤسسات الناشئة من شح حاد في التمويل؛ إذ إن رأس المال الاستثماري المحلي لا يزال ضئيلا، تعتمد مصادر مالية البدء غالبًا على المدخرات الشخصية أو الدعم الضئيل من مستثمرين محليين، يبقى النظام المالي والضريبي الجزائري كابحا للعديد من الشركات، خصوصا ما تعلق بالعملة

الصعبة، لا يوجد إطار لتمويل الشركات الناشئة عالية المخاطر، مما يحد من إمكانية توسع المشاريع، حتى عام 2022، كانت الشركات الناشئة في مجال التكنولوجيا المالية في الجزائر شركتين فقط، إلا أنه ينتظر نمو هذا النوع من الشركات.

4.2.4 البنية التحتية التكنولوجية ومحدودية الدفع الإلكتروني : شكل التأخر في إرساء خدمات الدفع الإلكتروني عائقا إضافيا، فغياب بنية موثوقة للدفع عبر الإنترنت يُعقّد تطبيق نماذج الاشتراك أو المحفظة الإلكتروني، إن محدودية انتشار الدفع الإلكتروني وثقافته في السوق الجزائري تجعل أغلبية المشاريع التي تعتمد على الانتشار الواسع وتحقيق أرباحها لدى المستخدمين دون التنقل إليهم عبر الدفع إلكترونيًا تراوح مكانها، يعد النمو السريع للمؤسسات الناشئة مرتبطا بالنمو السريع لعدد المستخدمين، وتعتبر التكنولوجيا عبر التطبيقات والدفع الإلكتروني رافدا أساسيا لتحقيق هذا النمو.

5.2.4 سوق وجمهور متطلب ونقص المهارات : يواجه رواد الأعمال في الجزائر تحديا في الجمهور والسوق، حيث أن تنوع المجتمع ثقافيا ولغويا يتطلب محتوى متنوعا يرفع من تكلفة الإنتاج. اعتادت الجماهير الجزائرية على المحتوى المجاني المتاح عبر الإنترنت، وتفتقر إلى ثقافة الدفع مقابل الأخبار. يعاني العديد من رواد الأعمال الناشئين من فجوة في الخبرات الإدارية والتكنولوجية، ونقص برامج الإرشاد والتدريب المناسبة.

3.4 الفرص المتاحة للمؤسسات الناشئة التكنولوجية :

على الرغم من التحديات، تتمتع الجزائر بعدة فرص يمكن استغلالها لتعزيز نمو المقاولاتية الرقمية.

1.3.4 الدعم الحكومي والتشريعات الجديدة : تعمل الجزائر على تعزيز التوجه نحو اقتصاد المعرفة والمؤسسات الناشئة، من خلال تشريعات جديدة، من ضمنها مشروع القانون الأساسي لـ" المقاول الذاتي"، تهدف الدولة إلى تنويع القوة المحركة للنمو الاقتصادي والفوز في معركة العولمة، ولهذا قامت بتوفير بيئة داعمة، لا ينكر أحد أن الأمور بدأت في التحرك جديًا منذ ثلاث سنوات مع إنشاء وزارة خاصة للشركات الناشئة التي نتج عنها إعطاء وضع قانوني خاص للشركات الناشئة مع علامة خاصة تمنح مجموعة من الامتيازات الضريبية .يمكن تمويل المشاريع عبر صندوق مالي أنشئ خصيصًا لتشجيع هذا النوع من الشركات، وكل هذا يتم عبر بوابة إلكترونية خاصة تُعطى الفرصة للشباب بالتساوي في كل أنحاء الجزائر.

2.3.4 حاضنات ومسرعات الأعمال: تلعب حاضنات الأعمال التكنولوجية دورًا في دعم المؤسسات الناشئة من خلال تقديم التسهيلات والمساعدة لإنشاء مشاريع تكنولوجية جديدة .تساهم هذه الحاضنات في تعزيز الإبداع وتحويل الأفكار البحثية إلى مشاريع ناجحة تساهم في الاقتصاد، مراكز تطوير المقاولاتية عبارة عن هياكل تم إنشاؤها في كل مؤسسة جامعية جزائرية كجزء من البرنامج الحكومي لتشجيع المقاولاتية في الوسط الجامعي .تُعد هذه المراكز مساحات مخصصة لتعزيز المقاولاتية، وتوفر للطلاب المقاولين بيئة مواتية لتحقيق أفكارهم ومشاريعهم التجارية.

3.3.4 السوق المحلي الكبير والشباب المتعلم: تتمتع الجزائر بسوق محلي كبير وواعد، بالإضافة إلى شباب متعلم يميل إلى استخدام التكنولوجيا والإنترنت، مما يوفر قاعدة عملاء محتملة للمنتجات والخدمات التكنولوجية، توفر التغييرات الراهنة فرصة لإطلاق منصات تشجع صحافة المواطنين والمحتوى التعليمي وتطوير آليات للتحقق من المعلومات في مواجهة الأخبار الزائفة.

4.3.4 الاستفادة من التكنولوجيا: المقاولاتية هي فرصة اقتصادية لا تعوض لحاملي الأفكار والمشاريع، ويجب استغلالها وعدم تفويتها. يمكن أن يكون مجال الشركات الناشئة في ميادين مختلفة مثل الزراعة أو الصناعة أو الصحة، حيث يمكن للتكنولوجيا والإنترنت أن يكونا مهمين مهما كان المجال. الاستمرار والمرونة الكبيرة في تعديل المنتج أو الخدمة مهمة جدًا للوصول إلى المنتج أو الخدمة المناسبة والتوسع والنجاح.

5.3.4 التعليم المقاولاتي: تلعب الجامعات ومعاهد الإعلام الجزائرية دورا حيويا في غرس ثقافة ريادة الأعمال لدى جيل الصحفيين المستقبلي، بدأت وزارة التعليم العالي في تشجيع دمج ريادة الأعمال في المناهج الدراسية الإعلامية، وإتاحة شهادة "**مشروع مؤسسة ناشئة**". أسست مراكز حاضنة للمقاولاتية في معظم الجامعات (**بما في ذلك 84 مركزا وطنيا أعلن عنها عام2023**) تعمل كمسرعات للأفكار وتحويلها إلى مشاريع تجارية .

جدول 2 : إحصائيات حول الدعم الحكومي والتعليم المقاولاتي

المؤشر	العدد/البيان
مراكز تطوير المقاولاتية الجامعية	مراكز في كل مؤسسة جامعية
عدد مراكز حاضنة المقاولاتية (2023)	84مركزا وطنيا
مبادرات التعليم العالي	تشجيع دمج ريادة الأعمال في المناهج الدراسية الإعلامية، وإتاحة شهادة "مشروع مؤسسة ناشئة"
أهداف الحكومة من الدعم	تنويع الاقتصاد، الفوز في معركة العولمة، توفير بيئة داعمة، إعطاء وضع قانوني خاص للشركات الناشئة بامتيازات ضريبية، تمويل المشاريع عبر صندوق مالي، إتاحة الفرص بالتساوي عبر بوابة إلكترونية.

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على التقارير السنوية الصادرة عن مختلف الوزارات

5. الخاتمة :

لقد أدرك العديد من الباحثين وصناع السياسات الدور المتزايد الأهمية للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة في التنمية الاقتصادية على المستويين الإقليمي والوطني، وفي هذا السياق، أصبحت المقاولاتية الرقمية تمثل استراتيجية حيوية للمؤسسات الناشئة لبناء ميزة تنافسية سعي هذا البحث إلى تسليط الضوء على هذه العلاقة المحورية، من خلال استكشاف كيفية مساهمة الابتكار التكنولوجي وتبني التقنيات الحديثة في تعزيز قدرة هذه المؤسسات على الازدهار والتطور في بيئة الأعمال المعاصرة، كما تم التركيز على أهمية حاضنات الأعمال التكنولوجية في دعم هذه المؤسسات وتسهيل مسار نموها، ويمكن تلخيص أهم النتائج المتحصل عليها من هذه الدراسة في النقاط التالية :

- الميزة التنافسية عبر الابتكار التكنولوجي التي أظهرت النتائج أن الإبداع التكنولوجي يمثل أحد أشكال الإبداع الرئيسية التي تسهم في تنمية الميزة التنافسية للمؤسسة الاقتصادية. كما أن المؤسسات الناشئة التي تتبنى بعدًا تكنولوجيًا تتمتع بميزة تنافسية تؤهلها للاستمرار والازدهار.

- أهمية احتضان وتطوير الكفاءات التي أشارت العديد من الدراسات إلى أن الكفاءات البشرية الأكاديمية المؤهلة للإبداع والتجديد المعرفي تشكل مصدرًا جديدًا وحاسمًا لتحقيق الميزة التنافسية للجامعات، وبالتالي للمؤسسات الناشئة التي تعتمد على هذه الكفاءات.

- دور حاضنات الأعمال التكنولوجية في تأكيد البحث أن حاضنات الأعمال التكنولوجية تلعب دورًا حيويًا في دعم المؤسسات الناشئة من خلال توفير التسهيلات والمساعدة اللازمة لإنشاء مشاريع تكنولوجية جديدة. كما أنها تعزز الإبداع وتحول الأفكار البحثية إلى مشاريع ناجحة تساهم في الاقتصاد.

- تأثير التكنولوجيا الرقمية التي تبين أن للتكنولوجيا الرقمية أهمية كبيرة للمؤسسات الناشئة من خلال توظيف الذكاء الاصطناعي والحوسبة السحابية، مما يساهم في تحقيق نجاح المؤسسة الناشئة، وتحقيق الربحية، ويضمن لها المنافسة في بيئة الأعمال.

- المرافقة المقاولاتية سواء كانت من الجامعات أو من حاضنات الأعمال، تساهم بشكل كبير في دعم المؤسسات الناشئة وتنمية القدرات والخصائص المقاولاتية لدى أصحاب المشاريع.

3. . قائمة المراجع:

أولاً: المراجع باللغة العربية

1. الشبكة العالمية لريادة الأعمال. (2024). *GEM Algeria Report*.
2. بن عامر محمد. (2020). المقاولاتية التكنولوجية كمدخل للتنويع الاقتصادي في الجزائر. *مجلة دراسات اقتصادية*، 115.
3. صندوق تمويل المؤسسات الناشئة (ASF). (2023). *صندوق تمويل المؤسسات الناشئة (ASF)*.
4. وزارة اقتصاد المعرفة والمؤسسات الناشئة. (2022). *تقارير رسمية سنوية*. وزارة اقتصاد المعرفة والمؤسسات الناشئة.

ثانياً: المراجع باللغة الأجنبية:

1. Audretsch, D. B., & & Thurik, A. R. (2001). Innovation, Industry Evolution, and Employment. *Cambridge Journal of Economics*, 66.
2. Blank, S. (2013). *The Startup Owner's Manual.* K&S Ranch Press.
3. Brynjolfsson, E, & Mcafee, A. (2014). *The Second Machine Age.* MIT Press.
4. Chesbrough, H. (2003). *Open Innovation.* Harvard Business Review Press.
5. Dorf, R, & Byers, T. (2011). *Technology Ventures: From Idea to Enterprise.* McGraw-Hill.
6. Garud, R., & Karnøe, P. (2003). *Bricolage vs. Breakthrough: Distributed and Embedded Agency in Technology Entrepreneurship.* Research Policy.
7. globalEDGE. (2023). *Global Entrepreneurship Monitor (GEM): Global Reports.* globalEDGE.
8. globalEDGE. (2023). *World Economic Forum: Global Competitiveness Report.* globalEDGE.
9. globalEDGE. (2023). *World Economic Forum: Global Competitiveness Report.* globalEDGE .
10. Kagermann, H. (2015). *Industry 4.0: The Next Revolution.* Manufacturing Engineering.
11. Kagermann, H. (2015). *Industry 4.0: The Next Revolution.* Manufacturing Engineering.
12. Marr, B. (2018). *Data Strategy: How to Profit from a World of Big Data Analytics and AI.* Kogan Page.
13. OECD. (2020). *Entrepreneurship and Innovation Policies.* OECD Publishing.
14. Schwab, K. (2016). The Fourth Industrial Revolution. World Economic Forum.
15. Shane, S. (2009). *Technology Strategy for Managers and Entrepreneurs.* Pearson.
16. Teece, D. J. (2018). *Dynamic Capabilities and Strategic Management.* Oxford University Press.