

مجلة العلوم القانونية والاجتماعية

Journal of legal and social studies

Issn: 2507-7333

Eissn: 2676-1742

ريادة الأعمال الرقمية ودورها في تحقيق تنافسية المؤسسات الاقتصادية (دراسة تحليلية)

Digital entrepreneurship and its role in the competitiveness of economic institutions (analytical study)

حمزة غندور^{1*}، رتيبة طايبي²

¹ جامعة البليدة 02 لونيبي علي، (الجزائر)، hamzaghandour23@gmail.com

مخبر الدراسات السكانية، الصحة والتنمية المستدامة في الجزائر

² جامعة البليدة 02 لونيبي علي، (الجزائر)، icosiumsocio@hotmail.fr

تاريخ النشر: 2022/06/01

تاريخ القبول: 2022/05/01

تاريخ ارسال المقال: 2022/03/05

* المؤلف المرسل

الملخص:

هدفت هذه الدراسة للبحث في واقع ريادة الأعمال الرقمية كمفهوم جديد داخل المؤسسات، وإبراز دورها في تحقيق تنافسية المؤسسات في بيئة عملها، كذلك تبيان الدور الحاسم لريادة الأعمال الرقمية في النمو الاقتصادي والاجتماعي، والقدرة التنافسية وابتكارية المؤسسات الناشئة. من نتائج الدراسة، أن الانتقال لريادة الأعمال الرقمية أصبح ضروريا للمؤسسات، كذلك لها دور بارز في عمل وتنافسية المؤسسات وقدرتها على الاستمرارية والبقاء.

الكلمات المفتاحية: ريادة الأعمال الرقمية ؛ تنافسية المؤسسات ؛ القدرة التنافسية ؛ الابتكارية

Abstract :

The purpose of this study is to research the reality of digital entrepreneurship as a new concept within enterprises and to highlight the role of digital entrepreneurship in the competitiveness of enterprises in their business environment, as well as the critical role of digital entrepreneurship in economic and social growth, and competitiveness and innovation of emerging enterprises. As a result of the study, the transition to digital entrepreneurship has become essential for enterprises, as well as for their prominent role in the functioning, competitiveness, continuity and viability of enterprises.

Keywords: Dijital entrepreneurship ; enterprise competitiveness ; competitiveness; innovation

مقدمة:

لقد تطور العصر الحالي وتطورت معه تقنياته وأساليب الحياة فيه، وتغيرت أشكال العمل والأعمال، بفضل التقدم والتطور التكنولوجي الكبير الذي أصبح جزءا لا يتجزأ من تعاملات البشرية في الكثير من المجالات الحياتية، فأكثر من 60 ٪ من سكان العالم لديهم اتصال منتظم بالإنترنت واتصال بوسائل التواصل الاجتماعي، خاصة في الأعمال التجارية، والصحة، والتعليم، والاتصالات، والتجارة الإلكترونية...، فلقد تمت رقمنة معظم حياتنا، من خلال استخدام البرامج الرقمية المتطورة، غير أن هذه التكنولوجيا أتاحت عصرًا جديدًا من ريادة الأعمال، حيث يجد رواد الأعمال أدوات رقمية تمكنهم من استغلال الفرص التجارية في جميع أنحاء العالم، وهذا ما سمح بظهور ما يعرف بريادة الأعمال الرقمية، التي كان لظهورها العديد من الخلفيات والأسباب، فتفشي فيروس كورونا المستجد Covid 19 منذ أكثر من عامين ونصف، أدى إلى تسريع عملية الرقمنة من ناحية، ومكننا من أن نصبح أكثر وعياً ونستخدم الخدمات الرقمية الحالية من ناحية أخرى، وحتى المفهوم الراسخ للعمل ومكان العمل في أذهان الكثير بدأ يتغير في وقت قصير، حيث يمكن الآن متابعة العديد من العمليات التي كان يُعتقد سابقاً أنها مستحيلة دون الذهاب إلى العمل بمساعدة التقنيات الرقمية، بغض النظر عن الموقع الجغرافي.

فريادة الأعمال الرقمية أصبحت ذات أهمية قصوى بالنسبة للمؤسسات التي تعاني من المشاكل الاقتصادية والمالية وغيرها، نظراً لما توفره من ميزات متنوعة جعلت من تلك المؤسسات المنتشرة عبر أصقاع دول العالم، تجد حلولاً لمواصلة نشاطاتها الاعتيادية في كل الظروف، حيث تمتاز ريادة الأعمال الرقمية بسهولة ممارستها وإمكانية إدارتها والعمل دون النظر إلى المكان أو البعد، بشرط أن يتوفر في هذا المكان اتصال قوي بشبكة الإنترنت، مما سيؤدي إلى سهولة وصولها وانتشارها بين أعداد كبيرة جداً من العملاء والمستهلكين، وإضافة إلى ذلك التميز بالمرونة في عملية التوقيت وسهولة التواصل، كما يمكن أن تصبح القوة الرقمية بنفسها هي الميزة الأساسية للتنافس داخل المؤسسات، بحيث أن المؤسسة التي تُقدم منتجات أو خدمات رقمية، يتم التسويق لها، وتدعيمها عبر الإنترنت، مما يجعل المؤسسات أكثر تنافسية وتكسيبها سمعة جيدة في بيئة عملها النشطة فيها رقمياً، فلا يمكن أن ينكر أي أحد الدور الهام الذي تلعبه مواقع التواصل الاجتماعي المختلفة ومنصات التجارة الإلكترونية في تسريع إنتاجية المؤسسات وتحقيق أرباحها، وهذا ما يكسبها ميزات تنافسية تنفرد بها عن باقي المؤسسات الأخرى، وهذا ما نسعى للبحث عنه في دراستنا هذه من خلال طرحنا لإشكال مفاده: ما هو دور ريادة الأعمال الرقمية في تحقيق تنافسية المؤسسات الاقتصادية؟ والذي تتفرع عنه الأسئلة الفرعية التالية:

- كيف تطرق الباحثون لمفهوم ريادة الأعمال الرقمية، وما هي أسباب التحول لها؟

- ما هي فرص وتحديات ريادة الأعمال الرقمية في بناء مؤسسات تنافسية ناشئة في البلدان النامية؟

أهداف الدراسة:

تعد هذه الدراسة من بين الدراسات العربية القليلة التي تناولت البحث النظري في مجال ريادة الأعمال الرقمية، كتوجه جديد في المؤسسات الغربية والعربية، حيث من أهداف هذه الدراسة، البحث في مفهوم ريادة الأعمال الرقمية كمفهوم جاء بعد ريادة الأعمال التقليدية، وخلفيات ظهوره، كذلك التعرف على بعض المبادرات العربية المتوجهة نحو الاعتماد على ريادة الأعمال الرقمية، التعرف على دور ريادة الأعمال الرقمية في تحقيق تنافسية شاملة للمؤسسات الرامية للتفوق والنجاح.

أهمية الدراسة:

تتمثل أهمية الدراسة في كونها دراسة مستمدة ومعتمدة على ما تم تداوله من معارف نظرية أجنبية فيما يخص ريادة الأعمال الرقمية ودورها في بناء وتحقيق تنافسية شاملة وممتازة للمؤسسات الرامية للتفوق في بيئة أعمالها، وكذلك دورها في بناء مؤسسات ناشئة تنافسية في البلدان النامية رغم الصعوبات التي تعترض تطبيقها.

المبحث الأول: مدخل لريادة الأعمال الرقمية:

في هذا المبحث سنتطرق لمدخل مفاهيمي عام لريادة الأعمال الرقمية من خلال مجموعة من العناصر.

المطلب الأول: مفهوم ريادة الأعمال الرقمية:

وهي طريقة جديدة لإنشاء وإدارة الأعمال التجارية في العصر الرقمي توفيقاً بين ريادة الأعمال التقليدية مادياً في المنظمات التقليدية، وبالتالي يمكن اعتبار ريادة الأعمال الرقمية فئة فرعية من ريادة الأعمال التقليدية يتم

فيها رقمنة الأعمال الاقتصادية والتجارية والخدماتية بفضل التطور التكنولوجي، حيث يتم تنفيذ بعض أو كل المشاريع الريادية رقمياً بدلاً من الأشكال التقليدية.⁽¹⁾

كما حددت المفوضية الأوروبية ريادة الأعمال الرقمية على أنها خلق وظائف جديدة من خلال تطوير تقنيات رقمية جديدة ومجالات جديدة لاستخدام هذه التقنيات أو تمكين رقمنة الشركات القائمة.⁽²⁾

إن مصطلح الريادة الرقمية جاء نتيجة حالة نجاح وتفوق أشخاص تمكنوا من إنشاء مشاريعهم التجارية الخاصة على الشبكة العنكبوتية بتوظيف التقنية المتاحة، مستغلين مجموعة من المزايا التي يمكن أن نسميها أو نطلق عليها (مزايا ريادة الأعمال الرقمية)، التي يعتبر أهمها توفير أوقات أكثر مرونة، بحيث يستطيع رائد الأعمال الرقمي تحديد الوقت المناسب للعمل، وأوقات الذروة، وتأجيل المواعيد غير المناسبة، ومن المزايا الأخرى أيضاً:⁽³⁾

- بساطة التكاليف، حيث لا يحتاج العمل الرقمي إلى تكاليف باهظة الثمن كي يبدأ رائد الأعمال مشروعه، مثل ما هو الحال في الأعمال التقليدية التي تتطلب توفير المكان، ودفع الإيجار وغير ذلك من النفقات.

- أما الميزة الثالثة التي تعتبر الأهم، فتتمثل في سهولة الوصول إلى قطاع عريض من الأفراد، إذ من المعلوم أن أكثر من منتصف سكان الوطن العربي متصلون بالإنترنت، وهذا الرقم يميل إلى التزايد والنمو بالوتيرة ذاتها التي تتقدم بها الأدوات والمعدات، وهذا يُظهر أن ريادة الأعمال (أون لاين) تمثل الطريق الأفضل للوصول إلى المزيد من الناس على النطاق المحلي، وكذلك على النطاق العالمي.

- وأما الميزة الأخيرة، فهي سهولة الارتقاء في العمل، وتحسين جودة الخدمة، وزيادة حجم المبيعات دون الحاجة إلى زيادة الاستثمارات والتكاليف الثابتة، إذ تبقى وفق النسبة ذاتها.

وعليه فريادة الأعمال الرقمية تعتبر من بين المفاهيم الحديثة في عالم الأعمال والمؤسسات اليوم زاد الاهتمام بها في الآونة الأخيرة، حيث تقوم على إنشاء شركات ناشئة وشركات كبرى ريادية لا يحكمها عنصر الزمان ولا المكان، بل تقوم من خلال العمل عن بعد، من خلال موظفين متباعدين جغرافياً متصلين عبر شبكة الإنترنت ومواقع التواصل الاجتماعي، لها نفس مواصفات ريادة الأعمال التقليدية، غير أنها تمارس عن بعد من خلال الشبكة العنكبوتية.

المطلب الثاني: الدراسات السابقة التي تطرقت للموضوع:

لقد تعددت الدراسات التي تناولت بالدراسة والتحليل موضوع ريادة الأعمال الرقمية، خاصة منها الدراسات الأجنبية، وقليلة هي تلك الدراسات العربية، التي تحدثت عن مفهوم ريادة الأعمال الرقمية وعن أسباب ظهورها ومحدداتها، ومن بين الدراسات السابقة نجد:

1-دراسة حفيظة سليمان الراشدية: بعنوان: "ريادة الأعمال الرقمية ظل جائحة كورونا (كوفيد20): الفرص والتحديات"⁽⁴⁾، سعت الباحثة في دراستها إلى التعرف على دور جائحة كورونا في إعادة تشكيل قطاع ريادة الأعمال، والتعرف على الفرص والتحديات أمام ريادة الأعمال الرقمية عالمياً وفي عمان تحديداً، استخدمت الدراسة المنهج النوعي التحليلي، حيث تم استخدام طريقتي SWOT و PES1 لتحليل فرص وتحديات ريادة الأعمال الرقمية، كما تم تحليل نتائج الدراسات السابقة التي تناولت موضوع ريادة الأعمال الرقمية، والتي نشرت في دوريات

علمية محكمة خلال الفترة من 2019-2020. أشارت نتائج الدراسة أن جائحة كورونا قد سرعت اتجاهات مؤسسات ريادة الأعمال نحو رقمته أعمالها التجارية القائمة فضلاً عن زيادة عدد مشاريع ريادة أعمال جديدة ومبتكرة.

2-دراسة راتيه بورباسري Ratih Purbasari بعنوان: "ريادة الأعمال الرقمية في عصر جائحة كوفيد 19: إطار عمل النظام الأيكولوجي الرقمي لريادة الأعمال" ⁽⁵⁾، هدفت الدراسة إلى تحليل ريادة الأعمال الرقمية في عصر جائحة كوفيد -19 في إطار النظام البيئي لريادة الأعمال الرقمية من خلال أخذ حالات على الشركات الصغيرة والمتوسطة القائمة في المنصة الرقمية الاقتصادية في إندونيسيا. اعتمد الباحث في دراسته على الأساليب النوعية مع منهج التحليل الوصفي، من خلال البيانات التي تم جمعها من البيانات الجاهزة لدى الشركات المعنية بالدراسة، وهذا استناداً إلى تحليل عناصر النظام البيئي لريادة الأعمال الرقمية على الشركات الصغيرة والمتوسطة القائمة على المنصة الرقمية في إندونيسيا، توصل الباحث إلى مجموعة من النتائج من بينها أن، هناك العديد من العوامل التي تعيق العمل بريادة الأعمال الرقمية في إندونيسيا من بينها بما عدم توافر الإنترنت السريع والعاقل من خلال توفير البنية التحتية للاتصالات السلكية واللاسلكية، وكذا عدم تطوير الموارد البشرية عالية الجودة.

3-دراسة صامويل أنيم يوباه Samuel Anim-Yeboah بعنوان: "تفعيل ريادة الأعمال الرقمية في مؤسسات الأعمال: مراجعة منهجية" ⁽⁶⁾، تستعرض هذه الدراسة بشكل منهجي الأدبيات المعاصرة الموجودة حول ريادة الأعمال الرقمية في مقالات المجلات التي تمت مراجعتها من قبل الباحثين على مدار ست سنوات (2018/2013) من ست قواعد بيانات في شتى المجلات. توصل الباحث في دراسته إلى مجموعة من النتائج من بينها أن معظم الأوراق التي تمت مراجعتها أيضاً بشكل أساسي على القضايا المتعلقة بالتكنولوجيا نفسها أكثر من تلك المتعلقة بالمؤسسة أو رائد الأعمال، فضلاً عن الاستراتيجيات في تنفيذ التقنيات الرقمية وتسخير فرص الرقمنة، ريادة الأعمال الرقمية تعتبر من القضايا الرئيسية التي لم تحظ باهتمام كبير في عالم المؤسسات اليوم الرقمية.

تطرت الدراسات السابقة إلى مفهوم ريادة الأعمال الرقمية كمفهوم حديث ظهر في المؤسسات الأجنبية خلال السنوات القليلة الأخيرة فقط، والذي تزايد الاهتمام به والتوجه له بفعل العديد من الأسباب، والتي كان أبرزها وباء كورونا "كوفيد19"، دراسة حفيظة سليمان الراشدية وكذا دراسة Ratih Purbasar، حيث أجمعت الدراستين على أن فيروس كورونا وتداعياته قد خلف العديد من الآثار التي هددت كيان المؤسسات واستقرارها وحتى سمعتها السوقية وتنافسيتها، مما أدى بالعديد من المؤسسات العالمية والإقليمية إلى انتهاج هذا المفهوم في استراتيجيات تسييرها لأعمالها، كما أن الدراسات تشابحت في أخذها لمفهوم ريادة الأعمال الرقمية في نطاقه الواسع من كونه أحد مفاهيم العصر الحالي الذي ينادي بضرورة التحول الرقمي وتجاوز الأعمال التقليدية.

كذلك التطرق لريادة الأعمال الرقمية في بعض الدول العربية كمفهوم جديد وجب العمل به، كذلك تطرقت الدراسات إلى الصعوبات التي تواجه ريادة الأعمال الرقمية في بعض الدول النامية التي تفتقر لشروط التحول لريادة الأعمال الرقمية، في حين أن دراسة Samuel Anim-Yeboah تطرقت كذلك إلى الاختلافات النظرية في

تحديد مفهوم ريادة الأعمال الرقمية، وكذا النظريات التي تساهم في بروز هذا المفهوم، من أجل العمل به من طرف المؤسسات الناشئة الحديثة.

وما يميز دراستنا الحالية عن الدراسات القليلة السابقة حول موضوع ريادة الأعمال الرقمية، هو تناولنا لهذا المفهوم الحديث الظهور بمختلف محدداته وربطه بمتغير تنافسية المؤسسات، من خلال التطرق لدور ريادة الأعمال الرقمية في تحقيق تنافسية المؤسسات بمختلف أشكالها، مع التركيز على المؤسسات الاقتصادية، التي زاد التنافس الشديد فيما بينها بحكم المتغيرات الاقتصادية الجديدة، وكذا التغيرات في طرق التنافس المشروع، وظهور التنافس الغير مشروعة، مما أدى بالمؤسسات لانتهاج سياسات جديدة والتي من بينها التوجه لريادة الأعمال الرقمية، كما تميزت دراستنا عن باقي الدراسات من خلال التطرق للتنافسية بمفهومها الواسع الذي يشمل القدرات التنافسية للمؤسسات، فدراستنا تعتبر من بين أول الدراسات العربية التي تناولت دور ريادة الأعمال الرقمية في تحقيق تنافسية المؤسسات بمختلف مؤشرات الواسعة، وكذا تناول ريادة الأعمال الرقمية من خلفية الصعوبات التي تواجه المؤسسات الناشئة التي تحاول تبني مفهوم ريادة الأعمال الرقمية كتوجه جديد لمختلف أعمالها.

المطلب الثالث: أهمية ريادة الأعمال الرقمية:

لريادة الأعمال الرقمية أهمية قصوى في عالم الأعمال اليوم نظرا لما تتوفر عليه من ميزات وخصائص، جعلت من المؤسسات اليوم تلجأ لها، حيث تتمثل أهميتها في:

- حل مشاكل البطالة، من خلال توفير مجموعة واسعة من مناصب العمل الافتراضية دون الحاجة للتنقل لمكاتب العمل، وكذا زيادة القدرة التنافسية والازدهار العام، فريادة الأعمال الرقمية تعد سبيلاً واعداً لخلق فرص عمل للشابات والشباب، في العديد من البلدان التي تعاني من البطالة، لكن إمكاناتها الكاملة لم تُستغل بعد إلى حد كبير، ولذا تُشير اللجنة الأوروبية الاقتصادية والاجتماعية إلى أهمية رعاية المواقف الريادية والمهارات الرقمية على جميع مستويات التعليم، فقد حظي مفهوم تنمية ريادة الأعمال الرقمية بثناء متزايد بوصفه جزءاً من حلة مشكلة البطالة في صفوف الشابات والشباب في المنطقة الأوروبية المتوسطة. (7)

إضافة إلى ذلك، تعتبر ريادة الأعمال الرقمية عاملاً هاماً من عوامل التنمية الاجتماعية والاقتصادية، حيث يمكن أن تحقق 53 في المائة منها في المناطق الريفية والإقليمية ففي تحليل حديث لإحدى الشركات الأسترالية الصغيرة حيث وجد أن الاعتماد على ريادة الأعمال الرقمية، يمكن أن يولد إيرادات إضافية بقيمة 49.2 مليار دولار، فتبني ريادة الأعمال الرقمية من خلال الاعتماد على التكنولوجيا الحديثة يؤدي إلى زيادة الإيرادات بمعدل 15 نقطة مئوية بشكل أسرع وخلق فرص عمل بضعف سرعة الشركات الأقل تقدماً. (8)

فريادة الأعمال الرقمية اليوم مكنت من إنجاز العديد من الأعمال والتداولات الرقمية التي كانت تبدو صعبة، وذلك من خلال العمل عن بعد فقد استحدثت العديد من مناصب الشغل للعديد من الأفراد من كل الجنسيات في شتى المجالات، وساهمت من تقليل التكاليف على رجال الأعمال، حيث أنها لا تحتاج ميزانية مثلما تحتاجها ريادة الأعمال التقليدية، لذلك فقد أصبحت ريادة الأعمال الرقمية مجالا خصبا لرواد الأعمال من اجل إنجاز مشاريعهم بأقل التكاليف وبسهولة ويسر وكذا الاستفادة من الخبرات المنتشرة في شتى المجتمعات، كما أن

الاعتماد على ريادة الأعمال الرقمية يساهم في توفير المنتجات والخدمات بشكل أسرع مقارنة بريادة الأعمال التقليدية.

المطلب الرابع: محددات ريادة الأعمال الرقمية:

تتمثل أهم محددات نجاح ريادة الأعمال الرقمية في عالم المؤسسات اليوم في: (9)

1-متطلبات الرقمنة: المرونة والإنتاجية للمنصات الرقمية والوسائط الاجتماعية ومصادر البيانات الضخمة ومنتجات المعلومات، على سبيل المثال، اعتماد المحركات الرقمية، والمرافق الرقمية وتوفير البنية التحتية الرقمية الداخلية والطموح الرقمي وكذا القدرات الرقمية للمؤسسات.

2-التحولات الديناميكية: أي قابلية الأفراد لريادة الأعمال التجارية الرقمية وتقارب الأعمال الرقمية والأخلاقيات الرقمية لديهم وكذا اتجاهاتهم الرقمية، على سبيل المثال، قدرات تبادل المعلومات، وقدرات عملية التعاون والتعلم الاستراتيجي الرقمي وغيره من خلال اكتساب المعرفة بالأعمال التجارية الرقمية، على سبيل المثال معرفة وضع السوق واستراتيجية السوق والاستراتيجيات الرائدة للشركات الناشئة والاحتكارات الرقمية، وكذا المنافسة والقيادة.

3-ابتكار نموذج العمل الرقمي: مثل تقسيم المهام بين الموظفين وتوزيع المكافآت، وأوجه القصور في نماذج الأعمال الرقمية، التحقق من صحة نماذج الابتكار الرقمي وتقييمها، على سبيل المثال مخاطر العلاقات والمخاطر المرتبطة بنماذج الأعمال المبتكرة والمخاطر المهنية وغيرها.

4-الأعمال الرقمية أو ما يليها من المراسيم: على سبيل المثال، الآثار غير المباشرة، والتأثير الاجتماعي للأسواق، وتوفير التكاليف، دعم وتطوير المزايا التنافسية، ودعم التغلب على حواجز السوق، ودعم أداء السوق وتطوير، تعزيز الدور والتسويق بين القدرات الرقمية وتطوير الاستراتيجية الرقمية، والعلاقة المتبادلة بين الكثافة الرقمية والأداء التنظيمي، والروابط بين الأجهزة التقنية.

المطلب الخامس: أسباب التحول لريادة الأعمال الرقمية:

لقد اجتمعت العديد من الأسباب التي أدت لظهور ما عرف بريادة الأعمال الرقمية في المؤسسات الحديثة، حيث تمثلت غالبية الأسباب في: (10)

1-أزمة وباء كورونا: لولا أزمة كورونا الحالية لما كان كتاب "Rebooting Work" لمؤلفيه Maynard Webb and Carlye Adler الصادر عام 2013 طفا على السطح من جديد، فقبل ما يقرب من سبعة أعوام كان المؤلفان يتحدثان عن تحولات العمل في زمن ريادة الأعمال، لكنهما لم يدركا وقتها، أن هذا التحول أمسى واقعًا بل ضرورة في الوقت الحالي، إن لم تكن ريادة الأعمال هي الخيار الأمثل لكثير من الناس فقد باتت هي خيار الضرورة، ففي ظل التحول البنوي الذي يشهده العمل بسبب أزمة كورونا، واضطرار الكثير من الشركات إلى الإغلاق وإنهاء أعمالها، أو تسريح الجزء الأكبر من الموظفين، يأتي التفكير في ريادة الأعمال كطوق نجاة، خاصة لأولئك الموظفين الذين تم تسريحهم.

2-الخوف من التغيير: قديماً وقبل أن نتحول إلى حقبة العمل في زمن ريادة الأعمال، كان السبب الأساسي لعدم اتخاذ خطوة إلى الأمام، وعدم التقدم على صعيد تأسيس وامتلاك مشروعنا الخاص، هو الخوف من الفشل، وخشية التغيير، لكن الأمور اختلفت الآن، فالتغيير فُرض علينا فرضاً.

والسبب ليس فقط أزمة كورونا، وإنما لأن الكثير من الشركات والمؤسسات بدأت تعيد التفكير في استراتيجياتها، وأهدافها ومطالبها من الموظفين، فما الذي يجبر هذه الشركة أو تلك، على سبيل المثال على إيجاد موقع، وتزويده بالمكاتب والأجهزة ... إلخ، في حين أنه من الممكن أن تحصل على كل ما تريده من الموظفين وهم في بيوتهم. إن العمل في زمن ريادة الأعمال ليس تحدياً فقط، ولكنه ينطوي على فرصة من نوع خاص، للشركات والموظفين على حد سواء، فبالنسبة للشركات ستحصل على نتائج أفضل من التي كانت تطلبها من قبل ولكن بتكلفة أقل، فالموظفون يعملون عن بُعد، ولا يكلفونها شيئاً على الإطلاق، باستثناء دفع رواتبهم.

3-موظفون أكثر حرية: أما بالنسبة للموظفين، فأولئك الذين قرروا الاستمرار في العمل لصالح الآخرين فسيكونون أكثر حرية، إذ يمكنهم فعل كل ما يريدونه من مهام وأنشطة إلى جانب العمل، طالما أن ساعات هذا العمل أمست أكثر مرونة، ناهيك عن كونهم ليسوا مطالبين سوى بالنتائج فقط، دون التقيد بمواعيد حضور وانصراف وخلافه.

4-المرونة الجغرافية: يتحدث المؤلفان عما يسميانه المرونة الجغرافية "Geoflexibility"، وهم يقصدون بها أن حدود العالم تقاربت، وأن المسافات أُلغيت، ليس بفعل وسائل النقل والمواصلات، وسبل السفر والتنقل التي أمست ميسورة وسريعة، وإنما بفضل الإنترنت وما أحدثه من ثورة جذرية على صعيد التواصل، وتقريب المسافات بين البشر.

فهذه الأسباب وغيرها تعتبر من بين أهم الأسباب التي دفعت إلى بروز مفهوم ريادة الأعمال الرقمية إلى سطح عالم الأعمال والمؤسسات الناشئة، خاصة في ظل ما خلفته أزمة وباء كورونا على المؤسسات العالمية والتداعيات التي انجرت عنها والتي جعلت الكثير من المؤسسات تفقد حصصها في السوق وكذا تتهدد مراكزها التنافسية، كما الانتشار الكبير لوسائل التواصل الاجتماعي وغزو الإنترنت جل مناطق العالم ساهم بشكل كبير في ظهور ريادة الأعمال الرقمية كتوجه جديد، فتح باب التنافس من جديد بين المؤسسات التقليدية والمؤسسات الحديثة المعتمدة على إنترنت الأشياء وعلى السرعة في التنفيذ وتقديم الخدمات في جل المجتمعات.

المطلب السادس: التوجه العربي لريادة الأعمال الرقمية:

في هذا المطلب سنتطرق إلى ثلاثة نماذج عربية انتهجت نهج ريادة الأعمال الرقمية في مؤسساتها، وسعت من أجل تفعيل العمل بها في المستقبل القريب:

1-البحرين: نظمت جمعية البحرين لشركات التقنية «بيتك» لقاء عن بعد تحت عنوان «ريادة الأعمال الرقمية»، وذلك في إطار فعاليات «الأسبوع العالمي لريادة الأعمال» الذي يستضيفه صندوق العمل «تمكين» وتقام فعالياته في مملكة البحرين للعام الخامس على التوالي، مؤكدةً جمعية «بتك» في مستهل اللقاء أهمية الجهود التي تنهض بها «تمكين» في قيادة المنظومة المتكاملة الداعمة لرواد وريادة الأعمال في مملكة البحرين ومواكبة التطورات العالمية في

هذا المجال ولا سيما في ظل الحاجة إلى المرونة والسرعة لتجاوز تداعيات جائحة كوفيد-19 على المشاريع الريادية والاقتصاد الوطني ككل.

وقال مستشار جمعية «بتك» خلال اللقاء إن قطاع الأعمال في البحرين شهد مؤخرًا زيادة في الوعي بمجال ريادة الأعمال الرقمية، وذلك اعتمادًا على البنية التحتية المتقدمة لشبكة الإنترنت في البحرين، وسهولة تبني وتطبيق التقنيات الحديثة في مجال التجارة الإلكترونية والتسويق الرقمي والذكاء الصناعي والحوسبة السحابية وغيرها، ووعي المستهلكين بالتعامل مع قنوات الدفع المالي الرقمية وغيرها. وأضاف أن مشروعات رواد الأعمال التقليدية التي لا تستفيد من التكنولوجيا الحديثة تعرض نفسها لخطر الخروج من السوق لصالح منافسيها الأقدر على تسخير تلك التكنولوجيا في رفع الإنتاجية وتقليل الإنفاق والوصول إلى الأسواق الخارجية. (11)

2- المملكة العربية السعودية: أكد "مجمع ريادة الأعمال الرقمي" في جدة، التابع لـ "منشآت"، عن أن أول مُسرَّعة رقمية "مسرَّعتك الرقمية"، والتي انطلقت من 17 أكتوبر 2020 واستمرت حتى 9 جانفي 2021، تواصل دعم وتطوير الشركات الناشئة المختصة بصناعة وإنتاج المحتوى والإعلام الرقمي في المملكة، وبدورها، تقوم شركة "يوتيرن" للاستشارات في التسويق الرقمي وصناعة المحتوى الرقمي بالإشراف على جميع برامج مسرعة الأعمال الرقمية. (12)

ويوفر "مجمع ريادة الأعمال الرقمي" بيئة عمل إيجابية ملائمة للابتكار، تتوفر فيها وسائل الترفيه والراحة ضمن مساحات مكتبية مرنة، واستوديوهات للتصوير، وتسجيل الصوت والبودكاست، ومجهزة بأحدث المعدات العالمية، بهدف تمكين الشركات التي تعمل في هذا المجال من صناعة ومعالجة المحتوى الرقمي وتنفيذه بمعايير عالية الجودة. من جهته، صرح رئيس مجلس إدارة مجموعة Webedia Arabia ومؤسس يوتيرن: "هدف الشراكة بين منشآت ويوتيرن في مجمع ريادة الأعمال الرقمي واضح، حيث شهدت المملكة تحولاً جذرياً في السنوات الأخيرة، كما أنها تعمل على تمكين شبابها ودعم الشركات المحلية والشركات الناشئة، ومهمتنا مع منشآت أن نخرج في السنوات القادمة شباباً وشابات من أصحاب شركات المحتوى الرقمي يتفوقون على منافسيهم في المنطقة. (13)

3- الأردن: عقدت جمعية شركات تقنية المعلومات والاتصالات "انتاج"، جلسة توعية تفاعلية عبر تقنية الاتصال عن بعد، للتعريف بالمنصات الرقمية الخاصة في بيئة ريادة الأعمال في الأردن الممولة من صندوق الريادة الأردني والذي ستنفذه وتديره جمعية "انتاج" ومجلس الشركات الناشئة "Jo Startups" بالتعاون مع شركة الجدارة للاستشارات وشركة الجودة لحلول الأعمال "QBS" وشركاء آخرين، وذلك لدعم بناء وإدارة نظام أعمال وطني لريادة الأعمال لتكون جاهزة بحلول الربع الأخير من عام 2021. (14)

فهذه المنصة تعتبر "بوابة رئيسية" للشركات الناشئة الأردنية وبيئة عمل رقمية للريادة في الأردن، خاصة في ظل تداعيات وتبعيات جائحة كورونا، فالمنصة تساعد الرياديين على التواصل مع الصناديق التي تستهدف أعمالهم دون الحاجة لزيارة جميع الصناديق، وتساهم في جعل السوق الريادي أكثر كفاءة من خلال تحديد الأهداف لمنظومة ريادة الأعمال في الأردن، فالمنصة تعتبر خريطة كاملة وواضحة عن بيئة الريادة الأردنية في السوق المحلي والأسواق الخارجية،

فالشركات الناشئة بحاجة إلى "منبر" يساعدها على تحديد مواطن الضعف والقوة لديها، بالإضافة لتحديد أولوياتها من خلال تطوير طريقة العمل قبل الوصول إلى خطة الاستثمار والترويج. (15)

فهذه المبادرات العربية تعد هي الأولى من نوعها في المنطقة العربية التي تحاول انتهاج سبيل ريادة الأعمال الرقمية، على اعتبار أن المؤسسات والحكومات الغربية خاصة منها الأوروبية في فرنسا وألمانيا وبريطانيا وغيرها قد تبنت فكرة ريادة الأعمال الرقمية منذ سنوات عديدة على خلفية تطورها التكنولوجي والاقتصادي، غير أن هذه المبادرات العربية تعد توجهها حسنا، هدفه تحسين طريقة إدارة الأعمال والاستفادة من التكنولوجيا والاتصالات، حيث أنه معروف على المؤسسات في السعودية والأردن والإمارات العربية المتحدة وقطر وغيرها من دول الخليج العربي تفوقها الاقتصادي والتكنولوجي واستعمال الرقمنة في جل مجالات الحياة.

المبحث الثاني: تنافسية المؤسسات الاقتصادية:

في هذا المبحث من الدراسة سنتحدث عن مفهوم التنافسية بكل مكوناته الأساسية من مفهوم، أسباب، أهمية، ومظاهر وأنواع التنافسية داخل المؤسسات.

المطلب الأول: مفهوم تنافسية المؤسسات:

تعرف التنافسية على أنها الأداء الحالي والكامن للاقتصاد في إطار القطاعات والأنشطة التي تتعرض لمزاومة من قبل الاقتصاديات الأجنبية. (16)

وتعرف التنافسية على مستوى البلدان والمؤسسات بأنها الدرجة التي يمكن بها تقديم السلع / الخدمات التي تفي باحتياجات الأسواق العالمية وفي نفس الوقت توسع من الدخل الحقيقي للمواطنين، وتقاس تنافسية الأمم بالنتائج المحلي الإجمالي (GDP)، ونسبة الواردات / الصادرات، والزيادة في الإنتاجية. (17)

يمكن إعطاء تعريف شامل للتنافسية بأنها قدرة المؤسسة على الصمود أمام منافسيها محليا وعالميا والتفوق عليهم في ظل العولمة الاقتصادية وانفتاح الأسواق العالمية، وهذا بإتباع استراتيجيات مناسبة تمكنها من بلوغ أهدافها المستمرة من نمو وبقاء واستمرار، وتمكنها أيضا من اكتساب مكانة رائدة في السوق. (18)

فالتنافسية هي من أبرز المفاهيم الحديثة في عالم المؤسسات، حيث أنها تعبر عن قدر المؤسسات بمختلف أشكالها على الصمود والبقاء في مراكز مرموقة في بيئة أعمالها التي تنتمي لها، بفضل مجموعة من المبادئ والأسس التي تقوم عليها، كالجودة، السرعة، الإتقان، الالتزام، السمعة التنظيمية الجيدة، وهذا من خلال ما تملكه من موارد داخلية وخارجية تتيح لها، التنوع من مصادر تمويلها.

المطلب الثاني: أهمية التنافسية:

لم تعد التنافسية مجرد الإنتاج بأقل التكاليف بل تعدت ذلك في اقتصاد تنافس معولم إلى ترسيخ مبدأ الجودة التميز، وهو ما يسمح بالمنافسة على الرغم من ارتفاع التكاليف ويحتاج النهوض بالجودة والتنوعية إلى موارد بشرية علمية تستطيع السيطرة على التكلفة وإبداع أشكال التميز والإتقان في المنافسة.

وإذا كان الاندماج أو الانفتاح على العالم ضمن منظومة الاقتصاد العالمي أمر حتمية أمام الدول العربية و النامية عموما، فإن الاستفادة من الفرص التي يوفرها لتحقيق النمو الداعم والرفاه ليست نتيجة حتمية بل تخضع

لقوانين المنافسة المفتوحة على مستوى الدول والشركات وحتى الأفراد، وتتمثل أبرز التحديات التي تطرحها البيئة العالمية الجديدة في تعزيز القدرة على توليد الدخل واستمرارية النمو في ظل هذه البيئة الدولية التي أصبح شعارها البقاء للأفضل مما يستدعي تحديث الهياكل الإنتاجية وتحسين كفاءتها وتطوير الثقافة والنهوض بالعنصر البشري وتحسين بيئة الأعمال واجتذاب رأس المال الأجنبي. (19)

وفي اقتصادنا المعاصر أصبحت التنافسية أكثر ضرورة فهي تؤثر في الشركات التي تحتاج إلى تنمية فضلاً عن مجرد توفير البقاء، وفي الأفراد الذين يريدون الحفاظ على وظائف عملهم كما تؤثر في الأمم التي ترغب في استدامة مستويات معيشية أفرادها وزيادتها، ومما عزز من مناخ التنافس ورسخ القناعة بأهمية التنافسية تلك التغيرات في بيئة الأعمال. (20)

المطلب الثالث: أسباب التنافسية:

تتعدى الأسباب التي جعلت التنافسية الركن الأساسي في نظام الأعمال المعاصر، ولعل العوامل التالية والتي تمثل في حقيقتها نتائج العولمة وحركة المتغيرات هي أهم تلك الأسباب: (21)

- ضخامة وتعدد الفرص في الأسواق العالمية والسهولة النسبية في متابعة وملاحقة المتغيرات نتيجة تقنيات المعلومات والاتصالات وتطور أساليب بحوث السوق.

- الشفافية النسبية التي تتعامل بها المؤسسات الحديثة في المعلومات المتصلة بالسوق وغيرها من المعلومات ذات الدلالة على مراكزها التنافسية.

- سهولة الاتصالات وتبادل المعلومات بين المؤسسات المختلفة وفيما بين وحدات وفروع المؤسسة الواحدة بفضل شبكة الإنترنت وغيرها من آليات الاتصالات الحديثة.

- تدفق نتائج البحوث والتطورات التقنية، وتسارع عمليات الإبداع والابتكار.

بفضل الاستثمارات الضخمة في عمليات الكتاب والتطوير مع زيادة الطاقات الإنتاجية، وارتفاع مستويات الجودة، والسهولة النسبية في دخول منافسين جدد في الصناعات كثيفة الأسواق تحول السوق إلى سوق عالمية، فالتنافسية اليوم أصبحت من الميزات التي تتميز بها المؤسسات عن غيرها في بيئة الأعمال، فكل منها تسعى إلى اكتساب ميزة تنافسية تمكنها من تحقيق إيرادات ومصادر تمويل تجعل منها دائمة البقاء في السوق، وتحفظ لها أسهم في مجال عملها، لذلك فقد اهتم الكثير من الباحثين بمفهوم التنافسية على غرار "مكايل بورتير" الذي كان له العديد من الأبحاث حول موضوع التنافسية واستراتيجيات التنافس، مما يؤكد على الأهمية القصوى التي احتلها المفهوم، والذي جعل من المؤسسات اليوم تلجأ له.

المطلب الرابع: مظاهر القدرة التنافسية بين المؤسسات:

تبدو القدرات التنافسية في مظاهر متعددة ويمكن أن نذكر منها ما يلي: (22)

- الجودة العالية والمستمرة في التحسين والتطوير، والتكلفة الأقل لمن يحقق أدنى سعر تنافسي والمرونة والتحديث الدائمين في التنظيم والعمليات أو المنتجات، والعلاقة الفعالة والديناميكية مع الموردون وباقي أطراف المؤسسة.

- سرعة الاستجابة لرغبات العملاء، وقصر الوقت المستغرق في دورات الإنتاج، وفي مشروعات تطوير المنتجات والحرص على تقديم خدمات للعملاء، قبل البيع في سورة ومعلومات وإرشادات، ومساعدات تسمح له بتحديد رغباته، واختيار أفضل البدائل وتيسير الوصول إلى السلع وتشكيل ما يريده العميل في أقل وقت وأدنى مجهود.
- خدمات ما بعد البيع مثل أعمال الإصلاح والصيانة أو منخفضة التكاليف.
- تشمل كذلك الميزات التنافسية أشكال التنظيم المرنة، عالية الكفاءة، ونظم العمل الميسرة، والتي تعتمد على تقنيات المعلومات والاتصالات.
- إقامة علاقات تخالفه مع الموردين، مما ييسر لها الحصول على احتياجاتها منهم بطرق أكثر مرونة وسرعة وكفاءة، وأقل تكلفة مما يتييسر لمنافسيها مثل: العلاقات القائمة على أسلوب الإنتاج في الوقت المحدد "Just in time".
- تخفيض تكاليف الإنتاج، والتسويق مع المحافظة على مستوى جودة السلع والخدمات يعتبر ميزة تنافسية هائلة.
- فالتنافسية تعتبر من بين الميزات المهمة بالنسبة للمؤسسات وكذا بالنسبة للبيئة المحيطة بها، فتواجه تنافسية شرعية وعلى أسس قانونية متميزة، يمكن أن يعود بالنفع على المجتمع الذي تنشط فيه هذه المؤسسات، من خلال جودة المنتجات والالتزام في التسليم، وتوفير خدمات ترضي الزبائن والمتعاملين، كذلك ظهور منافسين جدد بميزات جديدة غير التي تتميز بها المؤسسات الأخرى، يمكن من المحافظة على مستوى عالي من الإنتاجية وكذا تخفيض في التكاليف ودخول سلع ومنتجات جديدة تستفيد منه البيئة المجتمعية المحيطة بالمؤسسات المتنافسة.

المبحث الثالث: ريادة الأعمال الرقمية وتنافسية المؤسسات الاقتصادية:

سنستطرق في هذا المبحث من الدراسة إلى الهدف الرئيسي لبحثنا، من خلال التحدث عن بعض الإحصائيات التي تخص ريادة الأعمال الرقمية ومحدداتها، وكذا التطرق لريادة الأعمال الرقمية ودورها في تحقيق تنافسية المؤسسات الاقتصادية، وعن الصعوبات التي تواجهها في مؤسسات البلدان النامية.

المطلب الأول: إحصائيات حول توجه المؤسسات لريادة الأعمال الرقمية:

- يرى الكثير من الباحثين في عالم الأعمال والمؤسسات اليوم، أن هناك الكثير من الأسباب التي أدت لظهور متغيرات جديدة على بيئة عمال المؤسسات، والتي من بينها ريادة الأعمال الرقمية التي بدأت في الانتشار رغم كل المخاوف، من قبل رواد الأعمال من الانتقال إليها، غير أن التحولات الرقمية اليوم أدت إلى بزوغ هذا المفهوم في عمل المؤسسات حيث باتت الشركات اليوم تتوجه بكل ثقة إلى ريادة الأعمال الرقمية، فهناك العديد من الأرقام والإحصائيات التي تدعم مفهوم ريادة الأعمال الرقمية وتسهم في إزالة مخاوف التوجه له والتي من بينها: (23)
- 55٪ من الشركات الناشئة تبنت استراتيجية أعمال رقمية، مقارنة بـ 38٪ من الشركات التقليدية، كما تقول 71٪ من الشركات الناضجة رقمياً أنها تستطيع جذب مواهب جديدة بناءً على استخدامها للبيانات، مقارنة بـ 10٪ من الشركات الرقمية في المراحل المبكرة.
 - يقول 52٪ من جهات التسويق حول العالم إن قيادة النمو من خلال التحول الرقمي هو تركيزهم الاستراتيجي الأول، كما تعتقد 55٪ من الشركات التي لم تشهد تحولاً لريادة الأعمال الرقمية أن لديها أقل من عام قبل أن تبدأ في فقدان حصتها في السوق.

- 62٪ من الشركات ترى أن تجربة العملاء التي يقدمها مركز الاتصال ميزة تنافسية، كما يأتي ثلثا الميزة التنافسية للشركة من تجربة العملاء، من خلال الأعمال الرقمية، كما أن 93٪ من الشركات تعتبر التقنيات المبتكرة ضرورية لتحقيق أهداف ريادة الأعمال الرقمية.

- يعتقد 60٪ من المدراء التنفيذيين أن التكنولوجيا المتصلة وإنترنت الأشياء سيلعبان دورًا مهمًا في الاستراتيجية الرقمية لشركاتهم، كما يعتقد 68٪ من قادة الأعمال العالميين أن مستقبل الأعمال يتضمن عمل البشر والذكاء الاصطناعي معًا.

- 86٪ من الشركات تعتقد أن التكنولوجيا السحابية ضرورية للتحويل لريادة الأعمال الرقمية، في حين أن 65٪ من المستهلكين يبحثون عن منتج عبر الإنترنت قبل الذهاب إلى المتجر الفعلي.

فهذه الإحصائيات المقارنة النسب حول التوجه لريادة الأعمال الرقمية والتحول الرقمية، تدعم فكرة ريادة الأعمال الرقمية، على خلفية أن العديد من المؤسسات العالمية والإقليمية بدأت بالفعل التوجه نحو ريادة الأعمال الرقمية، بحكم الأهمية التي أصبح يحظى بها هذا المفهوم في بيئة الأعمال اليوم، كما أن المؤسسات اليوم خاصة منها الاقتصادية والخدماتية أدركت أن كل تلك الأعباء والتكاليف التي كانت تعترض أعمالها، أصبح يمكن تجاوزها والتقليل منها.

المطلب الثاني: ريادة الأعمال الرقمية والتنافسية:

لقد كان للتطورات والتغيرات التي حدثت في السنوات الأخيرة دور حاسم وبارز في تغير أساليب الأعمال وانتقالها من التقليدي إلى الحديث، حيث اجتمعت العديد من الظروف المباشرة وغير مباشرة من أجل ظهور ما يعرف بريادة الأعمال الرقمية، من بينها وباء كورونا وكذا قلة رأس مال المؤسسات وتوجهها نحو استخدام الوسائل التكنولوجية الحديثة في الأعمال، نظرا لطبيعة بيئة عمل كل مؤسسة وما ينتجه من منتجات تتغير حسب احتياجات العملاء والزبائن، فغالبًا ما يؤدي قلب المنتج أو الخدمة الرقمية إلى تغييرات في الوسائل التي يحتاجها رواد الأعمال الرقميون في مراقبة وتحليل إجراءات الموردين والمنافسين المباشرين.

ما ينطوي هذا على التجديد المستمر والابتكار لبرامج التسويق التي تستهدف هؤلاء الشركاء، ولا سيما الاعتراف بدورهم في مساعدة الشركة على تقديم خدمة عملاء متميزة للمستخدم النهائي، وبالتالي سيقود المشروع الرقمي الجديد الناجح لتكوين موظفين حساسون للغاية لاحتياجات أصحاب المصلحة، فقط الیقظة الرقمية المستمرة ستسمح بالتعرف على المنافسين المحتملين والتعرف على مكامن المنافسة وكيفية تحويلها لفائدة المؤسسة وهذا ما يمنحهم ميزة تنافسية جيدة مقارنة بالمؤسسات الأخرى، حيث ستكون هذه الميزة أقوى للمؤسسات الرقمية الجديدة، وتجعل من المؤسسة تدخل الأعمال التجارية الجديدة الموجهة نحو السوق بكل قوة ومعرفة مسبقة بما تتوفر عليه السوق من منافسين، فالتوجه نحو السوق هو هوس على مستوى المؤسسة نظرا لاحتياجات العملاء وإجراءات المنافسين. (24)

لقد كان للتطور التكنولوجي والرقمي المتزايد تأثير إيجابي على المؤسسات نظرا للعديد من التسهيلات التي قدمها في عالم الأعمال، مما أدى إلى زيادة المنافسة بين المؤسسات، فريادة الأعمال الرقمية أصبحت ضرورة لا بد منها في

سوق الأعمال نظراً لتوفيرها ميزات جديدة وجيدة مقارنة بريادة الأعمال التقليدية، على سبيل المثال إمكانية تشغيل موظفين رقميون بدون موقع ودون التنقل لمكان العمل، مما يجعل الأمر أكثر جدوى لأولئك الذين لديهم مستويات منخفضة من المدخرات ورأس المال لمتابعة الأعمال عن قرب (25)، فليادة الأعمال الرقمية دور حاسم في النمو الاقتصادي والاجتماعي، والقدرة التنافسية والابتكار للمؤسسات الحديثة، لذلك ركزت الدول بشكل كبير على هذه الميزة التنافسية نظراً لكون ريادة الأعمال الرقمية قد أثارت اهتمام الأكاديميين وصانعي السياسات الاقتصادية، بحيث أصبحت أولوية حكومية بشكل متزايد، عقب أزمة وباء كورونا وما خلفه من تداعيات جراء توقف الأعمال الحضورية للمؤسسات، بالإضافة إلى ذلك تعترف دراسات مختلفة بالأثر المحفز لريادة الأعمال الرقمية على التنمية الاقتصادية، والابتكار والقدرة التنافسية للمؤسسات، وهو ما عكس الظهور القوي للتدابير السياسية لتشجيع هذا النشاط التجاري على المستوى العالمي. (26)

المطلب الثالث: ريادة الأعمال الرقمية وأثرها على القدرة التنافسية للمؤسسات الناشئة:

تعتبر القدرة التنافسية مهمة في زيادة نجاح الأعمال لأن الهدف النهائي لتأسيس شركة هو تحقيق أقصى قدر من الأداء الناجح، حيث يحتاج مديرو الشركة إلى النظر في القدرة على المنافسة لزيادة نجاح أعمالهم، كما تمكن المنظمة من تمييز نفسها عن منافسيها، مساهمة كذلك في الحفاظ على بقائها واستمراريتها كما يشير أيضاً إلى قدرة المنظمة على اتخاذ موقف دفاعي ضد المنافسين، هذه القدرة، الناتجة عن قرارات إدارية حاسمة فالقدرة التنافسية هي شكل من أشكال الاستراتيجية لمساعدة الشركة في التوقع الجيد بين منافسيها المحتملين.

كذلك تشير القدرة التنافسية إلى ميزة استراتيجية وهي إنشاء المنتجات والخدمات في الصناعة والتي لا يمكن للمنافسين تقليدها في حصة سوقية معينة، فالقدرة التنافسية هي وظيفة تشغيلية موجهة ليس فقط داخلياً ولكن أيضاً خارجياً، أي أنها تستجيب بشكل مباشر لمتغيرات البيئة التي تنشط فيها، فمن منظور الاستراتيجية التنافسية، تتسم التنافسية بطبعيتين: القائمة على الصناعة والقائمة على الموارد وشروط الطلب وكذا على القدرة على التأقلم مع الأوضاع، وهذا ما حدث خلال أزمة وباء كورونا، حيث حدثت متغيرات جد سريعة على بيئة الأعمال، حيث توقف النشاط الميداني للعديد من المؤسسات، مما استدعى البحث عن البديل، وهو ما تجلّى في ريادة الأعمال الرقمية، التي أنت بمستجدات وحلول لتلك الشركات التي لا ترغب في أن تتوقف أعمالها، بحكم تعدد تعاملاتها وشساعة امتدادها، وهذا ما جعل ريادة الأعمال الرقمية بمثابة حبل النجاة بالنسبة للمؤسسات، بل أن الاعتماد على ريادة الأعمال الرقمية أوجد ميزات جديدة في سوق التنافس المؤسساتي بحكم الاعتماد الأساسي على تكنولوجيات الإعلام والاتصال المتطورة وهذا ما جعل المؤسسات تنتهج هذا النهج رغبة منها في تحقيق التنافسية والبقاء في سوق الأعمال بسمعة جيدة. (27)

المطلب الرابع: فرص وتحديات ريادة الأعمال الرقمية في بناء مؤسسات تنافسية في البلدان النامية:

عرّفت ريادة الأعمال الرقمية بأنها تحديد فرص ريادة الأعمال والسعي وراءها بناءً على إنشاء المصنوعات الرقمية والمنصات والبنى التحتية التي توفر الخدمات من خلال التكنولوجيا، تتكون المصنوعات الرقمية من تطبيقات أو أي مكون وسائط يوفر وظيفة محددة للمستخدمين منصة رقمية للتعاملات، فالمنصة الرقمية عبارة عن مجموعة

من الأدوات الرقمية المشتركة والمشاركة التي توفر لأصحاب المشاريع مكاناً لعمليات الإنتاج والتسويق والتوزيع ففي السنوات الأخيرة، فتحت ريادة الأعمال الرقمية مجالات جديدة لأنشطة ريادة الأعمال وغيّرت طبيعة عدم اليقين الكامنة في عمليات ونتائج ريادة الأعمال. (28)

ففي عالم يشهد ابتكارات مستمرة وجذرية، يطور رواد الأعمال أفكارًا تجارية تستفيد من قوة التكنولوجيا، حيث يتمتع رواد الأعمال بفرصة تقديم منتجات وخدمات جديدة للمستهلكين من خلال منصات التواصل الاجتماعي واستخدام الذكاء الاصطناعي لقياس تأثيرهم ومدى وصولهم، ومع ذلك يوجد عدم تجانس بين الشركات الرقمية، حيث يعتمد بعضها بشكل كامل على التكنولوجيا (على سبيل المثال، تصميم الويب، البيع بالتجزئة الإلكترونية)، بينما يستخدم البعض الآخر الرقمنة في عمليات التسويق والاتصالات الخاصة بهم.

فعلى الرغم من الفرص العديدة التي توفرها ريادة الأعمال الرقمية، فقد ارتبطت أيضًا بمخاطر عالية للفشل نظرًا للابتكارات التكنولوجية المستمرة والراديكالية ولأن دور الموظفين في الأعمال الرقمية غامض وغير محدد وبالتالي، فإن عدم وجود هيكل ميكانيكي أو صلب يجعل من الصعب على رواد الأعمال تحديد وتخطيط عملية عمليات واضحة تكلف كل موظف بمهامه المقابلة، إن التحديات والفرص المذكورة سابقًا لريادة الأعمال الرقمية موثقة جيدًا في الأدبيات، والتي أجريت في الغالب في البلدان المتقدمة، ومع ذلك فإن المعرفة بالعقبات والفرص أمام ريادة الأعمال الرقمية في البلدان النامية لا تزال شحيحة.

فهذه التحديات المذكورة لريادة الأعمال الرقمية يمكن أن تستمر عندما يعمل رواد الأعمال الرقميون في البلدان النامية، فاندماج بلد ما في سياق نامٍ يضيف تعقيدات إضافية قد تخلق تحديات وفرصًا جديدة لا تُصادف عادةً في البلدان المتقدمة في الواقع، فإن تطوير السياقات يواجه عقبات بسبب وجود فراغات مؤسسية، حيث تتمتع الدول بقدرة منخفضة على إنفاذ القانون، وثقة عامة منخفضة داخل المجتمع، ومع ذلك تتميز هذه البلدان أيضًا برأس مال بشري داعم وأحيانًا بمستوى عالٍ من رأس المال المعرفي، وكلاهما يمكن أن يخلق فرصًا لريادة الأعمال الرقمية.

خاتمة:

من خلال ما تم عرضه حول متغيرات الدراسة أمكننا القول، بأن ريادة الأعمال الرقمية ذات أهمية قصوى في وقتنا الحالي، حيث أن التطورات التكنولوجية والتقدم في البنية التحتية تخلق فرصًا مختلفة لرواد الأعمال، فمن خلال هذه الوسائل التقنية دخلت سوق الأعمال مؤسسات رقمية برأس مال صغير، وأصبحت هذه المؤسسات على حداثتها نشأتها تنافس وتتفوق بخدماتها على مؤسسات كبرى قائمة منذ سنوات طويلة، غير أن ريادة الأعمال الرقمية لا تزال حبيسة المؤسسات الأجنبية وبعض الدول العربية بفضل تقدمها التكنولوجي، ولم يتم التطرق لها على مستوى المؤسسات الجزائرية، على خلفية العديد من المعوقات، من بينها ضعف شبكة الإنترنت وكذا عدم وجود أساسيات قوية تدفع رواد الأعمال الجزائريين للتوجه لها، وعلى اثر هذا تمكنا من الخروج بمجموعة من النتائج والتي من بينها:

- ريادة الأعمال الرقمية طريقة جديدة لإنشاء وإدارة الأعمال التجارية في العصر الرقمي توفيقاً بين ريادة الأعمال التقليدية، فمن مزاياها بساطة التكاليف، حيث لا يحتاج العمل الرقمي إلى تكاليف باهظة الثمن.
- اجتمعت العديد من الأسباب التي أدت لريادة الأعمال الرقمية في المؤسسات الحديثة، حيث تمثلت غالبية الأسباب في، وباء كورونا وتداعياته الاقتصادية التي خلفها، وهو الذي تطرقت له غالبية الدراسات السابقة كدراسة "حفيفة سليمان الراشدية" ودراسة "راتيه بورباصري".
- ريادة الأعمال الرقمية مفهوم ونمط عمل ظهر في المؤسسات الأجنبية على اختلاف مواقعها الجغرافية، غير أن هناك بعض التوجهات العربية نحو ريادة الأعمال الرقمية مثلما عليه الحال في (الأردن، البحرين، السعودية)، وهو ما دعت له الباحثة حفيفة سليمان الراشدية في توصيات دراستها، من أجل التوجه لريادة الأعمال الرقمية.
- للتنافسية بين المؤسسات أهمية بالغة من حيث جودة المنتجات وتوفرها وتقديم الخدمات بكل التزام وسرعة، كما لها العديد من الأسباب التي أدت لظهورها كضخامة وتعدد الفرص في الأسواق، كما أن لريادة الأعمال الرقمية دور حاسم في النمو الاقتصادي والاجتماعي، والقدرة التنافسية والابتكار للمؤسسات الحديثة، لذلك ركزت الدول بشكل كبير على هذه الميزة التنافسية.
- الاعتماد على ريادة الأعمال الرقمية أوجد ميزات جديدة في سوق التنافس المؤسساتي بحكم الاعتماد الأساسي على تكنولوجيات الإعلام والاتصال المتطورة وهذا ما جعل المؤسسات تنتهج هذا النهج رغبة منها في تحقيق التنافسية، وهو ما تطرقنا له في بعض الإحصائيات التي تخص ريادة الأعمال الرقمية.
- أوجدت ريادة الأعمال الرقمية التنافس بين المؤسسات وبين ملاكها من حيث تقديم الخدمات والمنتجات على المنصات الرقمية، كما يواجه رواد الأعمال الرقميون مجموعة متنوعة من التحديات عند العمل في البلدان النامية.

الهوامش:

¹ - Purbasari, R., & Zaenal, M, Digital Entrepreneurship in Pandemic Covid 19 Era: The Digital Entrepreneurial Ecosystem Framework, Review of Integrative Business and Economics Research, 2021, 118-118.

² - علي كورت، تمنى أن يكون مجتمع الأعمال بأكمله مفيداً وأن يجلب نفساً جديداً، 2021، تاريخ الاطلاع: 2021 /04/22، من: <https://www.synergia.com.tr/blog/girisimciligin-digitallesmesine-dogru-ali-kurt.html>

³ - هاني رجب، ما هي ريادة الأعمال الرقمية؟، 2020، تاريخ الاطلاع: 2021 /04 /15، من: <https://awaan.sa/archives/6066>

⁴ - حفيفة سليمان الراشدية، ريادة الأعمال الرقمية ظل جائحة كورونا (كوفيد2): الفرص والتحديات، مجلة دراسات وتكنولوجيا المعلومات، المجلد 05، العدد 01، 2021، ص 12-17.

⁵ - Purbasari, R., & Zaenal, M, p 114-135.

⁶ - Samuel Anim-Yeboah and athor, Digital Entrepreneurship in Business Enterprises: A Systematic Review, Springer Nature Switzerland, 2020, p 192-203.

⁷ - Helena, M., & Felipe , L, Digitization and SMEs in the Mediterranean, Economic and Social Commission, 2019.

⁸ - Zhao, F, & Alan , C, Digital Entrepreneurship: Research and Practice, 9th Annual Conference of the EuroMed Academy of Business, Edith Cowan University, Australia, School of Business and Law, 2016, p 08.

⁹ - Satalkina, L, & Gerald, S, Digital Entrepreneurship and its Role in Innovation Systems: A Systematic Literature Review as a Basis for Future Research Avenues for Sustainable Transitions, Sustainability, 2020, 12-13.

¹⁰ - محمد علواني، العمل في زمن ريادة الأعمال... تأملات فيما بعد الكورونا، 2020، تاريخ الاطلاع: 2021 /04/22، من: <https://www.rowadalaamal.com>

¹¹ - البحرين لشركات التقنية تشيد بدور رواد الأعمال في الأعمال الرقمية، (2020/12/12)، تاريخ الاطلاع: 2021 /04/18، <http://www.akhbar-alkhaleej.com/news/article/1229498>

- ¹² - أول مسرعة أعمال رقمية بالمملكة تواصل دعم الشركات الناشئة، مجلس ريادة الأعمال الرقمية، (بلا تاريخ)، تاريخ الاطلاع: 20/04/2021، من: <https://www.spa.gov.sa/2139649>
- ¹³ - المرجع نفسه.
- ¹⁴ - "إنتاج" ثعلن عن التحضير لإنشاء منظومة ريادة الأعمال الرقمية، (2020)، تاريخ الاطلاع: 22/04/2021، من: <https://alghad.com>
- ¹⁵ - المرجع نفسه.
- ¹⁶ - خالد أحمد علي محمود، التسويق الاستراتيجي في إطار التنافسية العربية، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، 2018، ص 407.
- ¹⁷ - سعد العنزي، جواد راضي، التحالفات الاستراتيجية في منظمات الأعمال، دار البازوري العلمية للنشر والتوزيع، الأردن، 2009، ص 176.
- ¹⁸ - الصالح فروم، محمد، أثر تطبيق حوكمة المؤسسات على تنافسيتها، المجلة الأردنية في إدارة الأعمال، 2016.
- ¹⁹ - عبد الله النصور، عبد الحكيم، الأداء التنافسي لشركات صناعة الأدوية الأردنية في ظل الانفتاح الاقتصادي، أطروحة دكتوراه في الاقتصاد والتخطيط، جامعة تشرين، سوريا، 2019، ص 19.
- ²⁰ - عبد الله النصور، عبد الحكيم، المرجع نفسه، ص 19.
- ²¹ - سمية عامر بوران، إدارة المعرفة كمدخل للميزة التنافسية في المنظمات المعاصرة، مركز الكتاب الأكاديمي، عمان، 2016، ص 82.
- ²² - عبد المالك بوكورة، إدارة المعرفة كمدخل لتدعيم القدرة التنافسية للمؤسسة الاقتصادية، رسالة ماجستير في علوم التسيير، جامعة منتوري، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، قسنطينة، 2012، ص 59.
- ²³ - Blake Morgan, 100 Stats On Digital Transformation And Customer Experience, 16/02/2019 - 22/02/2022: <https://www.forbes.com/sites/blakemorgan/2019/12/16/100-stats-on-digital-transformation-and-customer-experience/?sh=ef93a073bf3e> .
- ²⁴ - Hair, N, Market Orientation in Digital Entrepreneurship: Advantages and Challenges in a Web 2.0 Networked World, International Journal of Innovation and Technology Management, 2020, p7.
- ²⁵ - Union, E, "What potential does digital entrepreneurship have for being inclusive?" in The Missing Entrepreneurs 2019: Policies for Inclusive Entrepreneurship, Paris: OECD Publishing, 2019, p7.
- ²⁶ - Samara, G, & Jessica, T, Challenges and Opportunities for Digital Entrepreneurship in Developing Countries: Part of the Future of Business and Finance, Springer Cham, 2020.
- ²⁷ - Yustian, O. R, The mediating role of competitiveness between entrepreneurial competence and business success, Management Science Letters, 2021, p95.
- ²⁸ - Samara, G, & Jessica, T.