

مساهمة القدرات الرقمية في خلق فرص للمقاولاتية الرقمية دراسة عينة من المؤسسات الناشئة الرقمية في الجزائر.

The contribution of digital capabilities to the creation of opportunities for digital entrepreneurship -study of a sample of digital start-ups in Algeria-

عنثوري خديجة^{1*}، عرقوب خديجة²

¹ مخبر بحث في الاقتصاد، المالية وإدارة الأعمال ECOFIMA، جامعة سكيكدة (الجزائر) ¹⁵،

k.antouri@univ-skikda.dz

² مخبر بحث في الاقتصاد، المالية وإدارة الأعمال ECOFIMA، جامعة سكيكدة ¹⁵،

k.arkoub@univ-skikda.dz

تاريخ النشر: 2025/06/30

تاريخ القبول: 2025/06/26

تاريخ الاستلام: 2025/05/04

Abstract:

This study aimed to highlight how digital capabilities contribute to creating opportunities for digital entrepreneurship through its application to a sample of Algerian startups, and to achieve this study we distributed the questionnaire to a sample of 30 startups active in the digital field, where we relied on the SPSS program in analyzing the data in order to test the validity of our hypotheses.

The results showed that digital capabilities contribute positively to creating opportunities for digital entrepreneurship at a significance level of $\alpha \leq 0.05$.

The study recommends that the entrepreneur should spread digital awareness in the organization and enable him to integrate digital technologies with organizational resources.

Keywords: Digital Capabilities; Digital Entrepreneurship; Opportunities; Digital Startups.

JEL Classification: O33; L26; M13.

مستخلص:

هدفت هذه الدراسة إلى إبراز كيفية مساهمة القدرات الرقمية في خلق فرص للمقاولاتية الرقمية من خلال تطبيقها على عينة من المؤسسات الناشئة الجزائرية، ولتحقيق هذه الدراسة قمنا بتوزيع الاستبيان على عينة من 30 شركة ناشئة تنشط في المجال الرقمي، حيث اعتمدنا على برنامج SPSS في تحليل البيانات من أجل اختبار صحة فرضياتنا.

أظهرت النتائج أن القدرات الرقمية تساهم بشكل إيجابي في خلق فرص للمقاولاتية الرقمية عند مستوى الدلالة $\alpha \leq 0.05$.

توصي الدراسة بضرورة نشر المفاول الوعي الرقبي في المؤسسة وتمكنه من دمج التقنيات الرقمية مع موارده الرقمية.

الكلمات المفتاحية: القدرات الرقمية؛ فرص المقاولاتية الرقمية؛ المؤسسات الناشئة الرقمية.

تصنيفات JEL: O33؛ L26؛ M13.

مقدمة:

عرف العالم تحولات رقمية رهيبة خاصة في مجال الأعمال، أدت هذه التحولات إلى بروز المقاولاتية الرقمية كنموذج جديد للمقاولاتية، حيث حظيت باهتمام كبير من قبل الباحثين والأكاديميين وكذلك السلطات العامة، نظرا لدورها الفعال في تعزيز النمو الاقتصادي وخلق مناصب شغل والقضاء على البطالة في بعض الدول.

تعتمد المقاولاتية الرقمية التطبيق الذي للتكنولوجيا والتقنيات الرقمية في المؤسسات، من أجل استكشاف الفرص الرقمية التي تسمح لها بالفهم الدقيق لمتطلبات العملاء، مما يجعلها قادرة على تقديم منتجات وخدمات مبتكرة تخلق لها قيمة رقمية وتعزز من قدرتها التنافسية في السوق.

لا يقتضي نجاح المقاولاتية الرقمية على استخدام التقنيات الرقمية فقط بل وجب على المقاول امتلاك مجموعة من القدرات الرقمية التي تمكنه من رصد التغيرات في بيئته الرقمية، والاستجابة لها بفعالية، إضافة إلى قدرته على دمج هذه التقنيات الرقمية في عملياته التنظيمية من أجل بلوغ رؤيته الإستراتيجية والتنافسية.

إشكالية الدراسة:

انطلاقا مما سبق ومع تزايد الاهتمام بالمقاولاتية الرقمية خاصة في البلدان النامية وتوسع استخدام التكنولوجيا الحديثة، يمكن طرح التساؤل التالي:

كيف تساهم القدرات الرقمية في خلق فرص للمقاولاتية الرقمية؟

ويمكننا طرح الأسئلة الفرعية التالية:

- كيف تساهم قدرات الاستشعار الرقمية في خلق فرص للمقاولاتية الرقمية؟
- كيف تساهم قدرات الاستجابة الرقمية في خلق فرص للمقاولاتية الرقمية؟
- كيف تساهم رقمنة العمليات في خلق فرص للمقاولاتية الرقمية؟

فرضيات الدراسة:

- الفرضية الرئيسية: تساهم القدرات الرقمية بشكل ايجابي في خلق فرص للمقاولاتية الرقمية.

- الفرضيات الفرعية:

- ✓ تساهم قدرات الاستشعار بشكل ايجابي في خلق فرص للمقاولاتية الرقمية.
- ✓ تساهم قدرات الاستجابة بشكل ايجابي في خلق فرص للمقاولاتية الرقمية.
- ✓ تساهم رقمنة العمليات بشكل ايجابي في خلق فرص للمقاولاتية الرقمية.

منهج الدراسة:

اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي الذي يوضح المفاهيم الأساسية للدراسة (القدرات الرقمية وفرص المقاولاتية الرقمية)، والذي يستند لتجميع البيانات من مختلف المراجع العربية والأجنبية وتحليلها، كما تم الاعتماد على أداة دراسة الحالة في الجانب التطبيقي لدعم الجانب النظري.

أهداف الدراسة: تسعى هذه الدراسة إلى:

- وضع مفهوم نظري للقدرات الرقمية وفرص المقاولاتية الرقمية؛
- التعرف على أبعاد القدرات الرقمية ومعرفة كيفية مساهمتها في خلق فرص للمقاولاتية الرقمية؛
- تحديد طبيعة العلاقة بين القدرات الرقمية وفرص المقاولاتية الرقمية؛
- محاولة المساهمة بإعداد مرجع باللغة العربية نظرا لندرة المراجع التي تغطي موضوع الدراسة.

أهمية الدراسة:

تكمن أهمية هذه الدراسة في حداثة الموضوع والمتمثل في معرفة كيف تساهم القدرات الرقمية في خلق فرص للمقاولاتية الرقمية، من خلال رصد المؤسسات الفرص واستغلالها وتحويلها إلى مزايا تضمن لها المنافسة في ظل التغيرات الرقمية.

تقسيمات الدراسة:

تم تقسيم الدراسة إلى ثلاث محاور كما يلي:

- المحور الأول: لمحة عن المقاولاتية الرقمية
- المحور الثاني: القدرات الرقمية، مكوناتها وعلاقتها بفرص المقاولاتية الرقمية
- المحور الثالث: دراسة حالة عينة من الشركات الناشئة الرقمية في الجزائر

المحور الأول: لمحة عن المقاولاتية الرقمية

1. مفهوم المقاولاتية الرقمية:

على مدى العقدين الماضيين، تم إحراز الكثير من التقدم في مجال المقاولاتية أو ما يسمى بريادة الأعمال (حجيلة، 2022، صفحة 02)، حيث أصبحت تعتبر مصب اهتمام كل من الباحثين والأكاديميين، كونها تمثل أحد المحركات الرئيسية للازدهار الاقتصادي ووسيلة مساعدة لنمو الاقتصادات الناشئة وتغلبها على التحديات الرئيسية التي فرضها الفقر والبطالة خاصة في البلدان النامية (Soluk، 2021، صفحة 01)، ونظرا للتغيرات التكنولوجية والثورات الرقمية نشأ مصطلح المقاولاتية الرقمية، والذي يصف كيفية خلق فرص جديدة للمقاولاتية من خلال استغلال تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في إدارة الأعمال والبحث عن شركاء وفرص تعاون جديدة (Nedumaran، 2020، صفحة 03).

حسب Davidson & Vaast؛ تعتبر المقاولاتية الرقمية: "عملية يتم من خلالها تحديد واستخدام فرص الأعمال الجديدة التي توفرها وسائل الإعلام الجديدة وتقنيات الأنترنت" (Davidson, 2010, p. 03).

كما عرفها Kollman بأنها: "عملية خلق وانشاء مؤسسة جديدة بفكرة تجارية مبتكرة، تهدف لخلق قيمة رقمية، بالاعتماد على المنصات الإلكترونية في تقديم منتجاتها وخدماتها" (خليفة، 2024، صفحة 05).

كذلك نجد أن Zutchi عرف المقاولاتية الرقمية بأنها: "استخدام الأنترنت من أجل بلوغ المؤسسة رؤيتها وأهدافها بشكل تنافسي واستراتيجي". (BENSAID, 2019, p. 08) مما سبق يمكن القول أن مصطلح المقاولاتية الرقمية هو شكل جديد من أشكال المقاولاتية التي تركز على استغلال فرص جديدة في الأعمال، وتقدمها بشكل رقمي، بالاعتماد على التقنيات الرقمية وتكنولوجيا الإعلام والاتصال واستخدام الأنترنت، من أجل خلق قيمة رقمية تنافسية وتحقيق الرؤية والأهداف الإستراتيجية.

2. مرتكزات المقاولاتية الرقمية:

تختلف المقاولاتية الرقمية عن المقاولاتية التقليدية في العديد من الجوانب وقد حددت المفوضية الأوروبية 5 عناصر كركائز للمقاولاتية الرقمية يرتبط فيها كل عنصر بتحليل مفهوم المقاولاتية، هذه العناصر هي (Vineela, 2018, pp. 04-05):

1.2 قواعد المعرفة الرقمية وسوق تكنولوجيا المعلومات والاتصالات: قاعدة المعرفة الرقمية هي نوع من التكنولوجيا تُستخدم لتخزين البيانات أو المعلومات المعقدة سواء كانت منظمة أو غير

منظمة، والتي تعتمد عليها أنظمة الحاسوب. يتألف نظام قاعدة المعرفة الرقمية من قاعدة معرفة تصف الحقائق، ومحرك واجهة يبرر هذه الحقائق ويستخدم العديد من القواعد والأشكال المنطقية لاستخلاص حقائق جديدة من المعلومات الموجودة. كما تعد تكنولوجيا المعلومات والاتصالات واحدة من التقنيات المسؤولة عن نقل المعلومات داخل المؤسسات الرقمية.

2.2 بيئة الأعمال الرقمية: هي المكان الافتراضي الذي يتم فيه استخدام أجهزة الحواسيب لتسجيل أو حفظ معلومات الأعمال وتفصيل تفاعلات الأفراد. يتم ذلك من خلال البيئات الاجتماعية الرقمية، والتي تعرف أيضا بمواقع الشبكات الاجتماعية، حيث تعتمد على خادم مركزي واحد لمشاركة المعلومات أو البيانات مع جميع العملاء.

3.2 الوصول إلى التمويل: أي قدرة المؤسسة في الحصول على الخدمات المالية اللازمة للنجاح والاستمرارية، مثل: القروض، الودائع، المدفوعات، التأمين، والخدمات الأخرى لإدارة المخاطر.

4.2 الثقافة المقاولاتية: تعرف الثقافة المقاولاتية بأنها البيئة التي يتم فيها تحفيز الأفراد وتشجيعهم على تطوير أفكارهم الابتكارية وتحمل المخاطر، فهي تعتبر برنامجا أو مكانا يتم فيه تشجيع الموظفين على التعبير عن أفكارهم أو منتجاتهم المبتكرة.

5.2 المهارات الرقمية والقيادة الرقمية: المهارات الرقمية هي قدرة الأفراد وتمكنهم من فهم واستخدام التقنيات والمعدات الرقمية. أما القيادة الرقمية فتعرف على أنها: "استخدام الموارد الرقمية للمؤسسة من أجل تحقيق أهداف الأعمال على المستويين التنظيمي والفردى" (Araujo, 2021, p. 02).

3. خصائص نجاح المقاولاتية الرقمية:

تتميز المقاولاتية الرقمية في كونها تتألف من ثلاثة أنواع مترابطة من المقاولاتية: (Kummeta, 2019, p. 05)

1.3 المقاولاتية التجارية: هي نوع من المقاولاتية التي يتم بموجبها إنشاء مشاريع جديدة. وهذا هو أكثر أنواع المقاولاتية شيوعا في الأدبيات.

2.3 المقاولاتية المعرفية: تنطوي المقاولاتية المعرفية على السعي وراء الفرص القائمة على المعلومات والمعرفة لإنشاء قاعدة معرفية متعلقة بالمجال ومتابعة المشاريع الجديدة المتعلقة بهذه

القاعدة المعرفية. ويعد الاستشاريون والصحفيون والأكاديميون الذين يقدمون الخدمات أمثلة على المقاولاتية المعرفية.

3.3 المقاولاتية المؤسسية: يمكن تعريفها على أنها أنشطة الجهات الفاعلة التي لديها ترتيبات مصالح والتي تستفيد من الموارد لإنشاء مؤسسات جديدة أو تحويل المؤسسات القائمة. فعلى سبيل المثال، أدى ظهور منصات التجارة الإلكترونية، مثل أمازون وعلي بابا، إلى خلق شكل جديد من أشكال سوق التجزئة، وهو ما يعد زيادة أعمال مؤسسية.

المحور الثاني: القدرات الرقمية، مكوناتها وعلاقتها بفرص المقاولاتية الرقمية

1. تعريف القدرات الرقمية:

مع تطور التكنولوجيا وتعاضل دور الرقمنة في مختلف القطاعات، ظهرت العديد من المفاهيم المرتبطة بالقدرات الرقمية والتي غالباً ما تستخدم بشكل متبادل في الدراسات الأكاديمية (المهارات الرقمية، الكفاءات الرقمية، المواهب الرقمية) فتعددت التعريفات لهذا المصطلح نتيجة اختلاف السياقات التي تمت دراسته فيها، حيث نجد من يعرفها على أنها: "مجموعة من المهارات والعمليات الخاصة بالأعمال الرقمية لتطوير وتعبئة واستخدام الموارد التنظيمية المدعومة بمنصات التقنيات الرقمية، بهدف الاستجابة للبيئة وإضافة قيمة إلى المنظمة". (Freitas, 2024, pp. 03-04) وفي دراسة لـ Heredia تم تعريف القدرات الرقمية بأنها: "قدرة المؤسسة على تطوير منتجات وخدمات جديدة من خلال مواءمة استراتيجيتها مع العمليات المبتكرة". (Heredia, 2022) كما يمكن تعريف القدرات الرقمية على أنها: "قدرة المؤسسة على تشكيل وتنفيذ استراتيجيات، تعمل من خلالها على دمج الموارد داخل الحدود التنظيمية وعبرها والتحكم في الأنشطة التنظيمية، لتحقيق التغييرات المرغوبة من خلال مجموعات من التقنيات الرقمية". (Freitas, 2024, pp. 03-04)

مما سبق يمكن القول أن القدرات الرقمية هي قدرة المؤسسة على خلق منتجات وخدمات مبتكرة من خلال استغلال ودمج التقنيات الرقمية مع مواردها التنظيمية والهيكليّة.

2. مكونات القدرات الرقمية:

حسب Handley فإن القدرات الرقمية تتكون من مجموعة من القدرات، والتي تم تجميعها في ست قدرات أساسية كما يلي: (Handley, 2018, p. 08)

1.2 المحتوى الرقمي وحل المشاكل والابتكار: وهي القدرة على إنشاء المنتجات الرقمية الجديدة من منصات ومواقع وصفحات، التي تسهل التواصل مع المستخدمين والوسطاء. كذلك هي القدرة

على تطوير حلول مبتكرة للمشاكل التي يواجهها مستخدمين خلال استخدام أساليب الرقمية الحديثة.

2.2 الإلمام بالمعلومات والبيانات: القدرة على الوصول إلى البيانات والمعلومات ومعالجتها وتحويلها، وكيفية الاستفادة منها من خلال استخدام أدوات التقنيات الرقمية.

2.3 الهوية الرقمية: القدرة على تطوير سمعة رقمية وتحقيق الذات كشخص رقمي، كذلك خلق أسلوب وقيم شخصية للمشاركة من خلال المنصات الرقمية.

2.4 استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات: القدرة على استخدام الأجهزة والتطبيقات والبرامج والخدمات القائمة على تقنية المعلومات والاتصالات (TIC) عبر واجهاتها المختلفة، واستخدام برامج الإنتاجية الأساسية، ومتصفح الويب، وبرامج الكتابة والعروض التقديمية، وكذلك استخدام أجهزة التقاط رقمية مثل الكاميرات.

على المستويات المتقدمة، تشمل القدرة اختيار وتكييف وتخصيص تطبيقات وأنظمة تقنية المعلومات والاتصالات والتقييم النقدي للفوائد والقيود المرتبطة بهذه التطبيقات والأساليب، وتصميم وتنفيذ حلول قائمة على تقنية المعلومات والاتصالات، واستعادة العمل بعد الإخفاقات.

2.5 التطوير والتعلم الرقمي: القدرة على تحديد الفرص التعليمية الرقمية والمشاركة فيها، واستخدام الموارد التعليمية الرقمية، والانخراط في علاقات التعلم والتدريس عبر الوسائط الرقمية؛ واستخدام الأدوات الرقمية (سواء كانت شخصية أو تنظيمية) للتعلم، والاستفادة من المحتوى الرقمي لتنظيم التعلم والتخطيط له والتأمل فيه، وتوثيق الأحداث والبيانات التعليمية واستخدامها للتحليل الذاتي والتأمل وإبراز الإنجازات، بالإضافة إلى القيام بالتقييم الذاتي.

2.6 التواصل، التعاون والمشاركة: القدرة على التواصل، التعاون والمشاركة بشكل فعال مع مختلف الوسائط باستخدام وسائل التواصل الاجتماعي والبريد الإلكتروني من أجل انشاء روابط إيجابية وتحقيق أهداف مشتركة.

3. أبعاد القدرات الرقمية: تتمثل أبعاد القدرات الرقمية في:

1.3 قدرات الاستشعار: هي القدرة على اكتشاف الفرص في البيئة وتفسيرها، حيث تسمح التقنيات الرقمية التي تستخدمها المؤسسات الرقمية لها باستشعار احتياجات العملاء والاستجابة لها بشكل أفضل. فعلى سبيل المثال، تبنت مؤسسة الخطوط الجوية القارية

منصة تخزين البيانات للوصول إلى معلومات العملاء والرحلات الجوية في الوقت الفعلي، مما ساعدها على فهم وتلبية احتياجات ورغبات ركبها بشكل أفضل. تمكن قدرات الاستشعار المؤسسات الرقمية من مواجهة بعض التحديات، مثل صعوبة تحديد فرص العمل الجديدة، كما تساعدها أيضا على التعامل مع العديد من القنوات الجديدة مثل وسائل التواصل الاجتماعي والذكاء الاصطناعي والبلوكتشين وإنترنت الأشياء والمنصات الرقمية وما إلى ذلك وبالتالي، تلعب هذه القدرة الرقمية دورا أساسيا في جمع البيانات من البيئة من خلال إنتاج معلومات مفيدة، حيث يتم استخراج القيمة التنظيمية عندما يتم تحليل البيانات المجمعة من خلال استخراج البيانات، مما يؤدي إلى فرق ذي معنى في التميز التشغيلي والاستجابة التنافسية للسوق.

2.3 قدرات الاستجابة: هي القدرة المطلوبة للاستجابة للمنافسة في السوق، حيث تؤدي الاستجابة إلى مواجهة الأعمال الرقمية لبعض التحديات، مثل الحاجة إلى تطوير وجهات نظر ومعارف جديدة من أجل التعامل مع متطلبات السوق، والصعوبات في الاستجابة السريعة لتغيرات السوق وتلبية رغبات المستهلكين.

من المتفق عليه أن التقنيات الرقمية هي عوامل تمكين رئيسية للقدرات الرقمية، التي تسمح للمؤسسات الرقمية بالاستجابة لاحتياجات ورغبات العملاء بسرعة وكفاءة، مما يؤدي إلى تحسينات في أداء المؤسسة.

تساعد قدرات الاستجابة أيضا المؤسسات على فهم التغييرات في سلوك المستهلكين من أجل إرضائهم على سبيل المثال: التوصيات من وسائل التواصل الاجتماعي، تقديم الشكاوى عبر اختبار الآراء، مما يجذب المزيد من المستهلكين أي زيادة في عدد المبيعات.

إن سرعة الاستجابة والفعالية والكفاءة المحسنة في التعامل مع التغيرات البيئية، يمكن أن تؤثر بشكل إيجابي على الأداء التنافسي، من خلال تمكين المؤسسات من الاستفادة من تحركات رسملة السوق والتعديلات التشغيلية لتقليل التكاليف، وعليه؛ يمكن تعريف الاستجابة بأنها القدرة التي تتطلب السرعة والمرونة في عمليات المنظمة والتي تستجيب بسرعة لاحتياجات العملاء الجدد لتحسين أداء الأعمال. (Freitas, 2024, pp. 1-14)

3.3 رقمنة العمليات: هي قدرة رقمية يمكن تطويرها للمؤسسات الرقمية، فهي القدرة على الانتقال من إدارة الأعمال التقليدية إلى إدارة الأعمال الرقمية، حيث يؤكد الباحثون أن الموارد الرقمية التي يتم الحصول عليها من خلال الأنترنت على الرغم من توافرها لجميع

المؤسسات، لكنها تتطلب غالبا قدرات أخرى، تكون أكثر استخداما في بعض المؤسسات مقارنة بغيرها وتقدم قيمة أكثر أهمية لبعض المؤسسات مقارنة بغيرها. تضمن رقمنة العمليات مزيدا من المرونة والاستجابة في الوصول إلى المعلومات سواء للعملاء أو داخل الشركة.

إن رقمنة العمليات توفر فوائد لتدفق المعلومات في مختلف قطاعات الأعمال، مثل التسويق وتقنية المعلومات. يمكن فهم الرقمنة في ضوء نظرية القدرات الديناميكية، نظرا لأنها تتيح تكاملا وإعادة تشكيل للموارد الداخلية والخارجية، مما يساهم في الاستجابة السريعة للتغيرات البيئية. (Freitas Jr, 2017, p. 06)

4. العلاقة بين القدرات الرقمية وفرص المقاولاتية الرقمية:

إنَّ القدرات الرقمية تمكن المؤسسات من فهم التغيرات الديناميكية في طلب السوق بدقة، كذلك تمنحها القدرة على التوافق بشكل جيد مع احتياجات المستهلكين والحصول على ردود فعل دقيقة وفي الوقت المناسب. كما تساهم في تحسين إنتاجية المؤسسات من خلال تطبيق التكنولوجيا الرقمية في الإنتاج والتصنيع الذكي، مما يمكنها ليس فقط من فهم طلبات المستهلكين، ولكن أيضا من العرض بجودة وكفاءة عالية.

وبالإضافة إلى ذلك، يساعد رأس المال الاستثماري الرقمي وحضانة المؤسسات على تنمية التكنولوجيات والمنتجات الجديدة، وتحويل إمكانات الابتكار إلى مخرجات ابتكار، وتنفيذ استراتيجيات وأفكار الابتكار في المؤسسات، وبالتالي تحقيق التمايز على المنافسين. (Zhiyia, 2023, p. 03)

تدور المهارة الرقمية حول تسخير البيانات القيّمة من خلال ترجمة البيانات إلى معلومات مفيدة، على سبيل المثال: يمكن أن تدعم المنصة السحابية تخطيط موارد الإنتاج للعديد من الموردين بطريقة موحدة، كما يساعد الذكاء الاصطناعي والحوسبة المتطورة وتحليلات البيانات الضخمة المؤسسات على تحقيق دمج المعلومات لإعادة تخصيص موارد الإنتاج وبالتالي تحسين المرونة والجدوى. (Pratono, 2024, p. 05)

تتألف القدرات الرقمية من قدرة المؤسسات على ربط عمليات الابتكار بتطوير منتجات وخدمات جديدة وتنطوي هذه القدرات على المعرفة والقدرة على اكتساب وتطبيق واستيعاب وتكييف وتحسين وتوليد تكنولوجيات جديدة. فتتيح هذه القدرات تطوير منتجات وتكنولوجيات جديدة، وتحسين عمليات التصنيع ووسائل التحكم في الجودة والتنبؤ بالتغيرات التكنولوجية في

الصناعة، وعليه تبرز القدرات الرقمية كإجراءات داخلية محددة تعمل لصالح العلاقة بين المورد والمستخدم وتخلق قيمة رقمية للمؤسسات التي تكتسب هذه القدرات.

توفر القدرات الرقمية الوسائل الرقمية اللازمة للمؤسسات لتوليد الفرص التي تمكنها من تعزيز مزاياها التنافسية ومن ثم يبرز فهم الديناميكيات التي تؤثر على تبني القدرات الرقمية والبحث عنها كعامل أساسي للنجاح الذي تحققه من خلال دمج التكنولوجيا في مؤسساتها. (Ferreira, 2024, p. 03)

وفقا لدراسات المقاولاتية الرقمية والتدويل، فإن المؤسسات ذات التوجه المقاولاتي التي تلتزم بتبني القدرات الرقمية المطلوبة بما يتماشى مع استراتيجياتها التنافسية، تمتلك فرص أكبر للظهور في الأسواق العالمية، حيث أظهرت النتائج التجريبية لهذه الدراسات أن التدويل المبكر لهذه المؤسسات يوجد في الغالب في الصناعات ذات التكنولوجيا العالية، حيث تتمتع هذه الصناعات بنظام بيئي أكثر رقمية من الصناعات التقليدية في أنشطة سلسلة التوريد الخاصة بها (المصادر والشراء والتصنيع والتسويق). (Lee, 2019, pp. 03-04)

المحور الثالث: دراسة حالة عينة من الشركات الناشئة الرقمية في الجزائر

1. عينة وأداة الدراسة:

1.1 مجتمع وعينة الدراسة: يتكون مجتمع الدراسة من مجموعة المؤسسات الناشئة الرقمية في الجزائر، والتي تمثل الفاعلين الأساسيين في مجال المقاولاتية الرقمية، ونظرا لصعوبة الوصول إلى جميع المؤسسات وعددها الكبير تم اختيار عينة عشوائية من 30 مؤسسة، حيث تم اختيارهم لتوافقهم مع موضوع الدراسة كونهم مؤسسات استطاعت الاستفادة من التكنولوجيا والتقنيات الرقمية للنجاح والاستمرارية. تم جمع البيانات من خلال توزيع الاستمارات بطريقة يدوية والإلكترونية حيث تم استرجاع جميع الاستمارات.

2.1 أدوات جمع البيانات: تم الاعتماد على الاستبيان كأداة لجمع بيانات الدراسة ومعرفة كيف تساهم القدرات الرقمية في خلق فرص للمقاولاتية الرقمية، حيث تم بناء وتطوير الاستبيان بالاعتماد على الدراسات السابقة، وقسم الاستبيان إلى جزئين:

- الجزء الأول: تضمن المعلومات الشخصية لأفراد عينة الدراسة.
- الجزء الثاني: تضمن فقرات تقيس القدرات الرقمية (قدرات الاستشعار الرقمية، قدرات الاستجابة الرقمية، رقمنة العمليات) وفرص المقاولاتية الرقمية.

2. تحليل البيانات وعرض النتائج:

1.2 اختبار ثبات وصدق أداة الدراسة:

✓ ثبات الاستبيان: للتأكد من محتوى الاستبيان وإعطائه نفس النتيجة لو تم إعادة توزيعه عدة مرات على نفس العينة المدروسة وتحت نفس الظروف، تم استعمال معامل الثبات ألفا كرونباخ، فتحصلنا على النتائج التالية:

الجدول رقم (01): اختبار ثبات الاستبيان

المتغيرات	عدد العبارات	معامل ألفا كرونباخ
القدرات الرقمية:	18	0,808
البعد 01: قدرات الاستشعار الرقمية	05	0,601
البعد 02: قدرات الاستجابة الرقمية	07	0,733
البعد 03: رقمنة العمليات	06	0,687
فرص المقاوالاتية الرقمية	05	0,647
المجموع	23	0,836

المصدر: من إعداد الباحثين باستخدام مخرجات SPSS V30

بالاعتماد إلى النتائج المحصل عليها، يشير الجدول أعلاه أن قيمة معامل ألفا كرونباخ لمختلف المحاور تجاوز 60% وهي تتراوح ما بين 0,601 و0,808 وهي قيمة مرتفعة، في حين أن القيمة الإجمالية لمعامل ألفا كرونباخ هي 0,836 وهي قيمة مرتفعة كذلك، وهذا يدل على ثبات أداة القياس من ناحية العبارات التي تضمنها الاستبيان. هذا يعني أن أداة الدراسة تتميز بالثبات والدقة مما يجعلنا على ثقة تامة بصحة الاستبيان وصلاحيته لتحليل النتائج والإجابة على كافة تساؤلات الدراسة، واختبار الفرضيات.

✓ صدق الاستبيان: تم استخدام الصدق البنائي لأداة الدراسة عن طريق حساب معاملات الارتباط بين كل من أبعاد المتغير والمتغير نفسه، حيث إذا كان معامل الارتباط قويا وموجب فإن الاستبيان يتمتع بدرجة عالية من الصدق البنائي.

الجدول رقم (02): اختبار الصدق البنائي للاستبيان

مستوى الدلالة	معامل الارتباط (Person)	علاقة الارتباط	كل المحاور
القدرات الرقمية			
0,00	0,739	الاستشعار	
0,00	0,824	الاستجابة	
0,00	0,769	رقمنة العمليات	
0,00	0,727	فرص المقاولاتية الرقمية	

المصدر: من اعداد الباحثين باستخدام مخرجات SPSS V30

يتضح من الجدول أعلاه أن جميع معاملات الارتباط دالة احصائيا عند مستوى دلالة 0,01، حيث تتراوح قيمها ما بين 0,727 و0,824 مما يعني وجود علاقة ارتباط موجبة وقوية بين المتغيرات والأبعاد والاستبيان ككل، بالتالي يتمتع الاستبيان بالصدق وهو بالفعل مناسب لقياس ما وضع لقياسه في الأصل.

2.2 تحليل وتفسير نتائج الدراسة:

تحليل محاور الدراسة: بناء على أجوبة أفراد العينة تمكنا من تحليل أبعاد الاستبيان كما يلي:

أ. تحليل بعد قدرات الاستشعار الرقمية:

الجدول رقم (03): المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لقدرات الاستشعار الرقمية

درجة الموافقة	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العبارات
مرتفعة جدا	0,49	4,63	نتابع بشكل مستمر التوجهات والتقنيات الجديدة في السوق الرقمي
مرتفعة جدا	0,57	4,53	نستخدم أدوات رقمية لتحديد احتياجات العملاء المحتملين
مرتفعة	0,94	4,13	نعتمد على البيانات الرقمية في اتخاذ القرارات المتعلقة بالأعمال
مرتفعة جدا	0,63	4,50	نستفيد من التكنولوجيا لتحديد فرص جديدة في السوق
متوسطة	1,03	3,33	نواجه تحديات في جمع أو تحليل البيانات الرقمية
مرتفعة جدا	0,47	4,22	متوسط بعد قدرات الاستشعار الرقمية

المصدر: من اعداد الباحثين باستخدام مخرجات SPSS V30

نلاحظ من الجدول أعلاه أن المتوسط الحسابي لبعده قدرات الاستشعار الرقمية بلغ 4,22 والانحراف المعياري 0,47 باتجاه "موافق بشدة"، وهذا يعني درجة موافقة مرتفعة جدا لأفراد العينة على أن التتبع المستمر للسوق الرقمي يمكن المؤسسة من استكشاف الفرص والتحديات الرقمية باستخدام التقنيات والتكنولوجيا الحديثة في تحديد احتياجات العملاء، كما تؤكد النتائج أهمية استقطاب الكفاءات المؤهلة رقميا أثناء التوظيف وذلك من أجل خلق ثقافة رقمية في المؤسسة.

ب. تحليل بعد قدرات الاستجابة الرقمية:

الجدول رقم (04): المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لقدرات الاستجابة الرقمية

العبارات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة الموافقة
نستطيع الاستجابة بسرعة للتغيرات في احتياجات العملاء باستخدام الأدوات الرقمية للمؤسسة	4,37	0,77	مرتفعة جدا
نستخدم المنصات الرقمية لتطوير وتقديم منتجات أو خدمات جديدة	4,53	0,63	مرتفعة جدا
نعمل على تحسين تجربة العملاء باستخدام تقنيات رقمية متطورة	4,60	0,62	مرتفعة جدا
نواجه صعوبة في التكيف مع الأدوات الرقمية الحديثة	3,30	1,18	متوسطة
نقوم بدورات تدريبية لرفع الكفاءات الرقمية	3,87	1,00	مرتفعة
نعمل على رفع الوعي بالتقنيات التي يمكن استخدامها لتحسين العمليات التنظيمية	4,30	0,75	مرتفعة جدا
يتمتع فريق عملنا بالمهارات الرقمية التي تتماشى مع مستوى الرقمنة في مؤسستنا	4,17	0,75	مرتفعة
متوسط بعد قدرات الاستجابة الرقمية	4,16	0,52	مرتفعة

المصدر: من اعداد الباحثين باستخدام مخرجات SPSS V30

نلاحظ من الجدول أعلاه أن المتوسط الحسابي لبعده قدرات الاستجابة الرقمية بلغ 4,16 والانحراف المعياري 0,52 باتجاه "موافق"، وهذا يعني أن درجة موافقة أفراد العينة مرتفعة، يتفقون على أن امتلاك قدرات رقمية تمكن المؤسسة من الاستجابة للتغيرات في احتياجات العملاء وذلك من خلال طرح منتجات وخدمات جديدة تلبي احتياجاتهم وتحل مشكلاتهم، كذلك تؤكد

اجاباتهم ضرورة التكيف مع البيئة الرقمية والشجيع على نشر الثقافة الرقمية والوعي بالتقنيات الحديثة من خلال تقديم الدورات التدريبية لرفع الكفاءات.

ج. تحليل بعد رقمنة العمليات (قدرات التحويل الرقمية)

الجدول رقم (05): المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لرقمنة العمليات

درجة الموافقة	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العبارات
مرتفعة	0,71	4,10	نستخدم أنظمة وأدوات رقمية لتحسين الكفاءة التشغيلية في المؤسسة
مرتفعة جدا	0,73	4,50	نعتمد على التحول الرقمي لتبسيط العمليات اليومية
مرتفعة	1,08	4,07	ندمج البيانات الرقمية في استراتيجيات التسويق والمبيعات
مرتفعة جدا	0,89	4,20	نستفيد من منصات الحوسبة السحابية والذكاء الاصطناعي في عملية التسويق والترويج
مرتفعة جدا	1,10	4,40	نستخدم البرامج الجديدة للتعامل مع أصحاب المصالح والوصول إلى شركاء جدد
مرتفعة جدا	0,80	4,67	نستخدم مواقع التواصل الاجتماعي للتواصل الداخلي في المؤسسة
مرتفعة جدا	0,54	4,32	متوسط بعد رقمنة العمليات (قدرات التحويل الرقمية)

المصدر: من اعداد الباحثين باستخدام مخرجات SPSS V30

يوضح الجدول أعلاه أن المتوسط الحسابي لبعد رقمنة العمليات بلغ 4,32 والانحراف المعياري 0,54 باتجاه "موافق بشدة"، وهذا يدل على أن درجة موافقة أفراد العينة مرتفعة جدا، حيث أنهم متفوقون على ضرورة دمج الرقمنة في العمليات التنظيمية والتشغيلية للمؤسسة، ذلك لما تلعبه من دور فعال في تسهيل الاتصال الداخلي والخارجي، إضافة إلى المساهمة في عمليات التسويق والمبيعات من خلال مواقع التواصل والذكاء الاصطناعي.

د. تحليل متغير فرص المقاولاتية الرقمية:

الجدول رقم (06): المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لفرص المقاولاتية الرقمية

العبارة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة الموافقة
تساعدنا التكنولوجيا التي نمتلكها من الوصول للموردين	4,43	0,62	مرتفعة جدا
تتيح قدراتنا الرقمية فرصا لابتكار منتجات وخدمات جديدة	4,43	0,56	مرتفعة جدا
نستطيع من خلال الرقمنة تحسين القدرة التنافسية للمؤسسة	4,53	0,57	مرتفعة جدا
تعزز الأدوات الرقمية إمكانية التوسع الدولي للمؤسسة	4,33	0,76	مرتفعة جدا
تساهم التقنيات الرقمية التي نمتلكها مؤسستنا من خفض التكاليف	4,43	0,68	مرتفعة جدا
متوسط بعد فرص المقاولاتية الرقمية	4,43	0,36	مرتفعة جدا

المصدر: من اعداد الباحثين باستخدام مخرجات SPSS V30

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن المتوسط الحسابي لبعد فرص المقاولاتية الرقمية بلغ 4,43 والانحراف المعياري 0,36 باتجاه "موافق بشدة"، وهذا يدل على أن درجة موافقة أفراد العينة مرتفعة جدا، حيث أنهم متفقون على أنهم من خلل الرقمنة يستطيعون تحسين القدرة التنافسية للمؤسسة، كذلك تساعد التكنولوجيات الحديثة في خلق منتجات وخدمات جديدة تمنحها التميز على منافسيها، كما تؤكد اجاباتهم أن استخدام التكنولوجيا الرقمية يساعد المؤسسة في خفض من التكاليف وأن الأدوات الرقمية تساهم في فتح آفاق جديدة وذلك من خلال التسهيلات التي توفرها للوصول إلى الموردين ودخول أسواق جديدة محليا ودوليا.

3. اختبار الفرضيات:

1.3 اختبار الفرضية الرئيسية: تنص الفرضية الرئيسية على أن "القدرات الرقمية تساهم بشكل إيجابي في خلق فرص للمقاولاتية الرقمية عند مستوى الدلالة أقل أو تساوي 0,05". تم اختبار هذه الفرضية باستعمال تحليل الانحدار الخطي البسيط، حيث نقبل الفرضية إذا كان مستوى الدلالة $\alpha \leq 0.05$.

الجدول رقم(07): نتائج تحليل الانحدار الخطي البسيط لمساهمة القدرات الرقمية في خلق فرص للمقاوالاتية الرقمية

القدرات الرقمية					فرص المقاوالاتية الرقمية
مستوى الدلالة SIG	قيمة F	معامل الانحدار	معامل التحديد R ²	معامل الارتباط R	
0,001	16,175	0,522	0,344	0,605	

المصدر: من اعداد الباحثين باستخدام مخرجات SPSS V30

يوضح الجدول أعلاه أن قيمة معامل الارتباط R تقدر بـ 0,605 مما يدل على وجود علاقة ارتباطية طردية متوسطة بين القدرات الرقمية وفرص المقاوالاتية الرقمية، كما بلغ معامل التحديد 0,344 مما يدل على أن 34,4% من التغيرات التي تطرأ على فرص المقاوالاتية الرقمية تُعزى إلى القدرات الرقمية، أما النسبة الباقية 65,6% فتعود لمتغيرات أخرى لم تدخل في نموذج الدراسة، أما قيمة معامل الانحدار فقد قدرت 0,522 وهذا يعني أن الزيادة بوحدة واحدة في قيمة القدرات الرقمية تؤدي إلى زيادة في فرص المقاوالاتية الرقمية، كما أكدت قيمة F المحسوبة معنوية الأثر حيث سجلت قيمة 16,175 بمستوى دلالة 0,001 وهي أقل من مستوى المعنوية 0.05.

وبذلك فإن معادلة خط الانحدار هي: $Y = 0,522x + 2,225$

من خلال النتائج أعلاه، فإنه يتم رفض الفرضية العدمية (لا تساهم القدرات الرقمية بشكل ايجابي في خلق فرص للمقاوالاتية الرقمية) وقبول الفرضية البديلة، أي تساهم القدرات الرقمية بشكل ايجابي في خلق فرص للمقاوالاتية الرقمية عند مستوى معنوية $\alpha \leq 0.05$.

2.3 اختبار الفرضيات الفرعية: تم اختبار الفرضيات الفرعية باستعمال تحليل الانحدار الخطي البسيط لكل بعد مع متغير فرص المقاوالاتية الرقمية، حيث نرفض الفرضية العدمية ونقبل الفرضية البديلة، إذا كان مستوى الدلالة $\alpha \leq 0.05$.

الجدول رقم (08): نتائج تحليل الانحدار الخطي البسيط لمساهمة قدرات الاستشعار الرقمية وقدرات الاستجابة الرقمية ورقمنة العمليات في خلق فرص للمقاولاتية الرقمية

فرص للمقاولاتية الرقمية						المتغيرات
الثابت B	مستوى الدلالة SIG	قيمة F	معامل الانحدار	معامل التحديد R ²	معامل الارتباط R	
2,728	0,003	10,654	0,403	0,276	0,525	قدرات الاستشعار الرقمية
3,172	0,016	06,562	0,303	0,190	0,436	قدرات الاستجابة الرقمية
2,916	0,003	10,594	0,351	0,274	0,524	رقمنة العمليات (قدرات التحول الرقمية)

المصدر: من اعداد الباحثين باستخدام مخرجات SPSS V30

الفرضية الفرعية الأولى: "تساهم قدرات الاستشعار بشكل ايجابي في خلق فرص للمقاولاتية الرقمية".

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن قيمة معامل الارتباط تقدر بـ 0,525 مما يدل على وجود علاقة ارتباطية طردية متوسطة بين قدرات الاستشعار الرقمية وفرص المقاولاتية الرقمية، كما بلغ معامل التحديد 0,276 مما يدل على أن 27,6% من التغيرات التي تطرأ على فرص المقاولاتية الرقمية تعزى لقدرات الاستشعار الرقمية، أما النسبة الباقية 72,4% فتعود لمتغيرات أخرى لم تدخل في نموذج الدراسة. وبالنسبة لقيمة معامل الانحدار فقد قدرت بـ 0,403 وهذا يعني أن الزيادة بوحدة واحدة في قيمة قدرات الاستشعار الرقمية تؤدي إلى زيادة في فرص المقاولاتية الرقمية بـ 0,403، كما أكدت قيمة F المحسوبة معنوية الأثر حيث سجلت قيمة 10,654 بمستوى دلالة 0,003 وهي أقل من مستوى المعنوية 0.05.

وبذلك فإن معادلة خط الانحدار هي: $Y = 0,403x + 2,728$

من خلال النتائج يمكننا رفض الفرضية العدمية (لا تساهم قدرات الاستشعار الرقمية بشكل إيجابي في خلق فرص للمقاولاتية الرقمية) وقبول الفرضية البديلة، أي تساهم

قدرات الاستشعار الرقمية بشكل إيجابي في خلق فرص للمقاولاتية الرقمية عند مستوى معنوية $\alpha \leq 0.05$.

– الفرضية الفرعية الثانية: "تساهم قدرات الاستجابة الرقمية بشكل ايجابي في خلق فرص للمقاولاتية الرقمية".

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن قيمة معامل الارتباط R تقدر بـ 0,436 مما يدل على وجود علاقة ارتباطية طردية ضعيفة بين قدرات الاستجابة الرقمية وفرص المقاولاتية الرقمية، كما بلغ معامل التحديد 0,19 مما يدل على أن 19% من التغيرات التي تطرأ على فرص المقاولاتية الرقمية تعزى إلى قدرات الاستجابة الرقمية أما النسبة الباقية 81% فتعود لمتغيرات أخرى لم تدخل في نموذج الدراسة، أما معامل الانحدار فقد قدرت قيمته بـ 0,303 وهذا يعني أن الزيادة بوحدة واحدة في قيمة قدرات الاستشعار الرقمية تؤدي إلى زيادة بـ 0,303 في فرص المقاولاتية الرقمية، كما أكدت قيمة F المحسوبة معنوية الأثر حيث سجلت قيمة 06,562 بمستوى دلالة 0,016 وهي أقل من مستوى المعنوية 0.05.

وبذلك فإن معادلة خط الانحدار هي: $Y = 0,303 x + 3,172$

من خلال النتائج يمكننا رفض الفرضية العدمية (لا تساهم قدرات الاستجابة الرقمية بشكل إيجابي في خلق فرص للمقاولاتية الرقمية) وقبول الفرضية البديلة، أي تساهم قدرات الاستجابة الرقمية بشكل إيجابي في خلق فرص للمقاولاتية الرقمية عند مستوى معنوية $\alpha \leq 0.05$.

– الفرضية الفرعية الثالثة: "تساهم رقمته العمليات بشكل ايجابي في خلق فرص للمقاولاتية الرقمية". يتضح من خلال الجدول أعلاه أن قيمة معامل الارتباط تبلغ بـ 0,524 مما يدل على وجود علاقة ارتباطية طردية متوسطة بين رقمته العمليات وفرص المقاولاتية الرقمية، كما يقدر معامل التحديد 0,274 مما يدل على أن 27,4% من التغيرات التي تطرأ على فرص المقاولاتية الرقمية تعزى إلى رقمته العمليات، أما النسبة الباقية 72,6% فتعود لمتغيرات أخرى لم تدخل في نموذج الدراسة، أما قيمة معامل الانحدار فقد قدرت بـ 0,351 وهذا يعني أن الزيادة بوحدة واحدة في قيمة رقمته العمليات تؤدي إلى زيادة بـ 0,351 في فرص المقاولاتية الرقمية، كما أكدت قيمة F المحسوبة معنوية الأثر حيث سجلت قيمة 10,654 بمستوى دلالة 0,003 وهي أقل من مستوى المعنوية 0.05.

وبذلك فإن معادلة خط الانحدار هي: $Y = 0,351 x + 2,916$

من خلال النتائج يمكننا رفض الفرضية العدمية (لا تساهم رقمته العمليات (قدرات التحويل الرقمية) بشكل إيجابي في خلق فرص للمقاولاتية الرقمية) وقبول الفرضية البديلة، أي

تساهم رقمنة العمليات (قدرات التحويل الرقمية) بشكل إيجابي في خلق فرص للمقاولاتية الرقمية عند مستوى معنوية $\alpha \leq 0.05$.

الخلاصة:

لقد سعت هذه الدراسة إلى معرفة مدى مساهمة القدرات الرقمية في خلق فرص للمقاولاتية الرقمية، حيث من خلال اختبار عينة من المؤسسات الناشئة الرقمية في الجزائر، تم التوصل إلى النتائج التالية:

- وجود علاقة ارتباط متوسطة بين القدرات الرقمية وفرص المقاولاتية الرقمية بقيمة 60,5%، حيث تساهم القدرات الرقمية في خلق فرص للمقاولاتية الرقمية بـ 34,4% في حين تعود النسبة المتبقية لعوامل أخرى خارج موضوع الدراسة؛
- وجود علاقة ارتباط متوسطة لقدرات الاستشعار الرقمية بخلق فرص للمقاولاتية الرقمية، حيث تساهم قدرات الاستشعار الرقمية في رصد المعلومات والفرص الموجودة في بيئة المؤسسة أي فهم احتياجات العملاء وبالتالي القدرة على خلق منتجات وخدمات جديدة؛
- تساهم قدرات الاستجابة الرقمية بشكل منخفض في خلق فرص للمقاولاتية الرقمية، وذلك من خلال استغلال الفرص الرقمية وتحليلها بما يتكيف مع احتياجات العملاء؛
- توجد علاقة ارتباط متوسطة بين رقمنة العمليات وفرص المقاولاتية الرقمية، حيث تساهم قدرات التحويل (رقمنة العمليات) من خلال دمج التكنولوجيا الرقمية في عمليات المؤسسة والحرص على توفير فريق عمل متمكن رقميا في خلق ميزة تنافسية تمنحها الاستقرار والاستدامة.

مقترحات الدراسة:

- من خلال النتائج المتوصل إليها سابقا، يمكن تقديم المقترحات التالية:
- ضرورة الاهتمام أكثر بموضوع المقاولاتية الرقمية خاصة من قبل الأكاديميين نظرا لقلّة المراجع العربية التي تناولت الموضوع؛
- تنظيم دورات تدريبية لرفع الكفاءات الرقمية ونشر الوعي بالتقنيات الحديثة؛
- ضرورة امتلاك المقاولين لنظرة مستقبلية والقدرة على حل مشكلات العملاء باستعمال التقنيات الحديثة؛
- تحقيق التميز من خلال قدرة المقاول على دمج التقنيات الحديثة وموارده التنظيمية.

قائمة المصادر والمراجع

- بلبركاني أم خليفة. (2024). تأثير جاهزية الطلبة على التوجه نحو المقاولاتية الرقمية –دراسة ميدانية على مستوى عينة من الطلبة بجامعة الجيلالي ليابس-. مجلة إضافات إقتصادية، 8(1)، 70-89.
- بن وارث حجيلة. (2022). دور التحفيزات الجبائية في دعم المقاولاتية، مجلة العلوم الإدارية والمالية، 6(1)، 411-430.
- Araujo, L. D. (2021). Digital leadership in business organizations: an overview. *International Journal of Educational Administration, Management, and Leadership*, 2(1), 45-56
- Belberkani, A. K. (2024). The impact of students' readiness on orientation toward digital entrepreneurship: A field study on a sample of students at Djilali Liabes University . *Economic Additions Journal*, 8(1), 70–89.
- Ben wareth, H. (2022). The role of tax incentives in supporting entrepreneurship. *Journal of Administrative and Financial Sciences*, 6(1), 411–430.
- Bensaid, W. (2019). Digital entrepreneurship: Literature review and new definition. *International Journal of Marketing and Strategic Management*, 1(3).
- Davidson, E. &. (2010). Digital entrepreneurship and its sociomaterial enactment. Hawaii International Conference on System science.
- Ferreira, J. J. (2024). The effects of knowledge spillovers, digital capabilities, and innovation on firm performance: A moderated mediation model. *Technological Forecasting and Social Change*.
- Freitas Jr, J. D. (2017). Digital capabilities as key todigital business performance. In *AMCIS 2017-America's Conference on Information Systems: A Tradition of Innovation*.
- Freitas, J. C. (2024). Digital capabilities on business performance:Does itmatter ? *BAR-BrazilianAdministration Review*, 21(4).
- Handley, F. J. (2018). Developing Digital Skills and Literacies in UK Higher Education: Recent developments and a case study of the Digital Literacies Framework at the University of Brighton, UK. *PUBLICACIONES*, 48(1).
- Heredia, J. C.-V. (2022). How do digital capabilities affect firm performance? Themediating role of technological capabilities in the “new normal”. *Journal of Innovation & Knowledge*.
- Kummeta, R. S. (2019). Digital entrepreneurship opportunities for Indian entrepreneurs. *Journalof the Gujarat Research Society*, 21(9), 88-93.
- Lee, Y. Y. (2019). Impact of Digitalization on the Speed of Internationalization. *International Business Research*, 12(4).
- Nedumaran, G. S. (2020). A study on support digital entrepreneurship. *DogoRangsang research journal*,, 10(6).
- Pratono, A. H. (2024). Multiple flexible suppliers and competitive advantage during market turbulence: the role of digital capabilities. *Journal of Enterprise Information Management*, 37(2), 437-455.
- Soluk, J. K. (2021). Digital entrepreneurship in developing countries: The role of institutional voids. *Technological Forecasting and SocialChange*.
- Vineela, G. S. (2018). Digital entrepreneurship. . *The International Journal of Innovative Research in Engineering & Multidisciplinary Physical Sciences (IJIRMP)*, 6(4), 441-448.
- Zhiyia, Z. &. (2023). Digital capability and sustainable development of enterprises: The role of long-term competitive advantage. *Academic Journal of Business & Management*, 5(14), 71-75.