

## المقاولاتية الرقمية كفرصة متاحة للمرأة خصوصا الريفية

DIGITAL ENTREPRENEURSHIP IS AN AVAILABLE OPPORTUNITY FOR WOMEN,  
ESPECIALLY RURAL WOMEN

محفوظ هنداوي<sup>1</sup>، رمضان خماخم<sup>2</sup>

<sup>1</sup> كلية العلوم الاقتصادية والتصرف بصفاقس (تونس)، [handaoui.mahfoud@gmail.com](mailto:handaoui.mahfoud@gmail.com)

<sup>2</sup> المعهد العالي للدراسات التجارية بصفاقس (تونس)، [rm.khemakhem@gmail.com](mailto:rm.khemakhem@gmail.com)

تاريخ الاستلام: 2019/11/04 تاريخ القبول: 2019/11/10 تاريخ النشر: 2019/11/15

### ملخص:

تهدف هذه الدراسة الى إبراز أهمية المقاولاتية الرقمية وتسليط الضوء على الفرص المتاحة للمرأة خصوصا ولاسيما المرأة الريفية، رغبة منا في استكشاف فرص أعمال جديدة في هذه البيئة الرقمية. أين اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي في تحديد ماهية المقاولاتية الرقمية والفرص المتاحة فيها، والمنهج التحليلي في كيفية اقتناص هذه الفرص من طرف المرأة وخصوصا المرأة الريفية مع مراعاة البيئة المحلية، كما نعمل في الأخير على تصميم نموذج مفاهيمي مفاده تبسيط المفاهيم وتسهيل الممارسات الميدانية مستقبلا.

كلمات مفتاحية: المقاولاتية الرقمية، الفرص المتاحة، المرأة المقاولاتية.

### Abstract:

This study aims to highlight the importance of digital entrepreneurship and highlight the opportunities available to women, especially rural women, in order to explore new business opportunities in this digital environment. The study adopted the descriptive approach in determining what digital entrepreneurship is and the opportunities available in it, and the analytical approach in how to seize these opportunities by women, especially rural women, taking into account the local environment. We are also working on a conceptual model to simplify concepts and facilitate field practices in the future.

**Keywords :** Digital Entrepreneurship, Available opportunities, Women entrepreneurs

**JEL Classification Codes :** M13, M15, O32

\*المؤلف المرسل: محفوظ هنداوي، [handaoui.mahfoud@gmail.com](mailto:handaoui.mahfoud@gmail.com)

يعيش العالم اليوم تطورات متسارعة إثر الثورة الرقمية التي طالت كل الميادين ولاسيما عالم الأعمال الذي أصبح أكثر توسعا وتعقيدا، نظير البيئة الرقمية الجديدة التي تتسم بدورها بالتغيير المستمر. هذا ما كشفته بعض التقارير الحديثة عن احصائيات العالم الرقمي (2019) Global Digital من شركة "We Are Social" بالتعاون مع شركة "Hootsuite" عن تزايد مستخدمي الإنترنت بنحو ما يزيد عن مليون مستخدم جديد كل يوم، أين ارتفع عدد الأشخاص الذين يستخدمون الإنترنت خلال العام الماضي، حيث بدأ أكثر من مليون شخص الدخول إلى الإنترنت للمرة الأولى كل يوم بداية من جانفي 2018 (Kemp, 2019). أما عدد المتصلين بالإنترنت في الجزائر وصل لغاية جانفي 2018 ما يقدر بـ 20 مليون نسمة بنسبة 47% من النسبة الاجمالية لعدد السكان وفق آخر الاحصائيات المنشورة في جوان 2018. (دليبي، 2018)

باختلاف التقنيات الرقمية الجديدة التي جاءت بها هذه الثورة مثل وسائل التواصل الاجتماعي (Social Media) والبيانات الضخمة (Big Data) والذكاء الاصطناعي (Intelligence artificiel) وسلسلة الحزم (Blockchain)، إنها تؤدي إلى طرق جديدة للتعاون والاستفادة من الموارد وتصميم المنتجات والخدمات، وتطوير تقديمها وفق المعايير المتاحة والتقنيات المشتركة (Markus & Loebbecke, 2013). أين تعمل هذه التقنيات على تعزيز الاقتصاد الرقمي من خلال توفير مجموعة جديدة من فرص الأعمال بشكل أوفر، كاحتمال العمل من المنزل خاصة بالنسبة للمرأة خصوصا الريفية والتمتع بمزيد من الحرية وجلب المتعة، كما يمكن أن ينجز أكثر من عمل واحد. (Maalaoui, 2012)

من خلال ما سبق نطرح التساؤل الرئيس: كيف للمقاوالاتية الرقمية أن تمنح فرص أعمال متاحة للمرأة خصوصا الريفية؟، وللإحاطة بهذا الأخير اتبعنا الخطة التالية:

- المقاوالاتية الرقمية (مفهوم – مميزات -مكونات)
- ماهية المقاوالاتية النسوية
- مكانة المرأة من فرص الأعمال الرقمية
- تصميم نموذج مفاهيمي.

كما اتبعنا في هذه الدراسة المنهج الوصفي في ضبط مفهوم المقاوالاتية الرقمية والفرص المتاحة فيها، والمنهج التحليلي في كيفية اقتناص هذه الفرص من طرف المرأة خصوصا والمرأة الريفية مع مراعاة البيئة المحلية، كما نعمل في الأخير على تصميم نموذج مفاهيمي مفاده تبسيط المفاهيم وتسهيل الممارسات الميدانية مستقبلا.

## 2- المقاولاتية الرقمية:

نتطرق فيما يلي الى أدبيات المقاولاتية الرقمية وتطورها من خلال تطور الواب Web.

### 1.2. مفهوم المقاولاتية الرقمية:

عرفت المقاولاتية الرقمية على أنها تأسيس مشاريع جديدة وتحويل مشاريع قائمة، ذلك باستخدام تقنيات رقمية جديدة والاستفادة منها في تقديم السلع، الخدمات، التعليم، التدريب، الصحة، التجارة، وغيرها. (الشمري، 2019)

كما تم تعريف المقاولاتية الرقمية على أنها إنشاء مشاريع جديدة وتحويل المشاريع الحالية من خلال تطوير تقنيات رقمية جديدة أو الإستخدام الجديد لهذه التكنولوجيا. (Commission European, 2015) فالمقاولاتية الرقمية تعتمد أساسا على التكنولوجيا الحديثة (الرقمنة) بالإضافة الى نظام بيئي متكامل داعم للإبتكار.

يمكن القول أن المقاولاتية الرقمية هي على الأرجح أهم وجه لمصطلح المقاولاتية ولها آثار كبيرة على هيكل الأعمال. وفي هذا الصدد فإن المقاولاتية الرقمية لها تأثير عميق ومستمر على جميع الاقتصادات المتقدمة، حيث تبرز قيم المنظمات الريادية في الغالب بتوليد فرص العمل وتسويق الاختراعات الجديدة تزامنا مع زيادة المعرفة.

### 2.2. تطور المقاولاتية الرقمية مع تطور الويب Web:

بدا ظهور الويب 1.0 عام 1994 الذي تقلص تدريجيا حتى عام 2001. أين وصفت هذه الحقبة بالميكانيكية التي تم استخدامها في النشر الإلكتروني، فقد كانت عملية النشر على الشبكة العنكبوتية مقتصرة على من لديهم خبرة في البرمجة وأيضا على المنظمات والشركات وكان القلة من الأفراد من يقوم بإنشاء صفحة أو موقع له على الويب.

أما الويب 2.0 هو مصطلح يشير الى مجموعة من التكنولوجيا الجديدة والتطبيقات الشبكية التي ادت الى تغير سلوك الشبكة العالمية والانترنت، كلمة ويب 2.0 سمعت لأول مرة في دورة نقاش بين شركة اورالي (O'Reilly) الاعلامية المعروفة، ومجموعة ميديا لايف (medialive) الدولية لتكنولوجيا المعلومات في مؤتمر تطوير الويب الذي عقد في سان فرانسيسكو في اكتوبر 2004، الكلمة ذكرها نائب رئيس شركة اورالي (Dale Dougherty) في محاضرة الدورة للتعبير عن مفهوم جيل جديد للانترنت، ومنذ ذلك الحين اعتبر كل ما هو جديد وشعبي على الشبكة العالمية جزءاً من الويب 2.0.

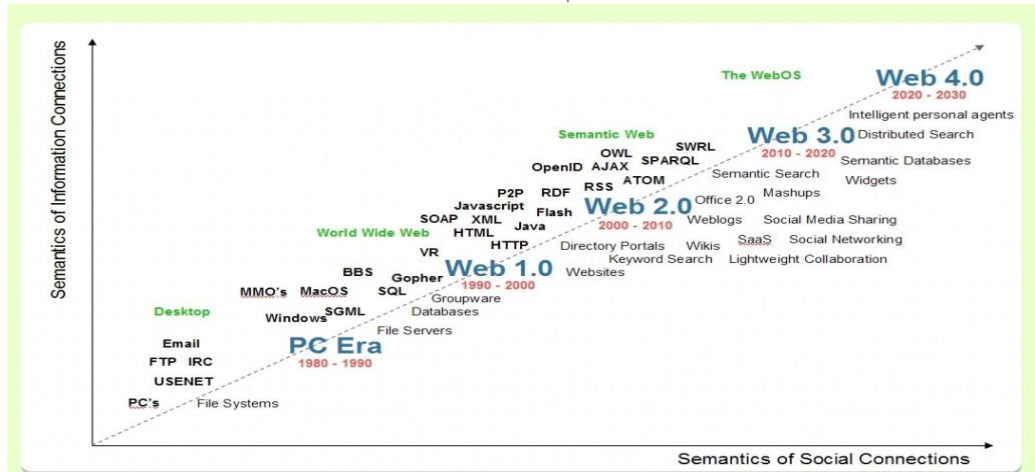
قبل ظهور مصطلح الويب 2.0، كان هناك ما يسمى بالويب 1.0 والويب 1.5، الويب 1.0 يتضمن صفحات HTML ثابتة ونادراً ما يتم تحديثها، بعد ذلك جاء الويب 1.5 وهي عبارة عن "الويب الديناميكية" والتي تكون فيها صفحات شبكة الانترنت تنشأ فوراً من محتويات

قواعد البيانات باستخدام نظم ادارة المحتويات. فالويب 2.0 هي اكثر من مجرد صفحات ويب ديناميكية فهي تمثل شبكة اجتماعية وذات اعتمادية اكبر على المستخدمين (وهم مستخدمي خدمات الويب الجديدة المتطورة والتي أنشأها خبراء الشبكة). أين يعتبر الويب 2.0 هو تبادل بيانات أكثر توجهاً، فهو يجيب على السؤال الذي يجب طرحه أي مالك موقع: كيف يمكنني المشاركة عبر الإنترنت؟، إذ يمكن مشاركته مع المستخدمين الآخرين. إذ المستخدم لم يعد مجرد متفرج بل نريده أن يصبح ممثل وفاعل. ولهذا السبب يرتبط تعريف الشبكات الاجتماعية بطريقة عمل ونشاط الويب 2.0، مثل التدوين أو التواجد في الشبكة الاجتماعية، وتفهم أيضا على أنها جميع الأنشطة التي نفذت في الشبكات الاجتماعية. (Turban, et al., 2017)

ليأتي الويب 3.0 أو الويب ذات الدلالات اللفظي (Semantic Web) ، حيث يتألف الويب الدلالي من نماذج البيانات (data model) تدعى إطار وصف المصدر (Resource Description Framework) واختصاراً RDF. (Alharbi, 2015)

كما أعتبر (O'Reilly) أن الويب 2.0 عبارة عن نظام إيكولوجي رقمي، الذي يمكن أن يتميز ب: الإبداع، الاتصال، التقارب والمجتمع. كما ثبت أن الويب 2.0 له تأثير على المستهلكين وذلك من خلال التأثير على استراتيجية تسويق الأعمال أو التجارة. ليأتي الويب 3.0 الذي يعتبر أكثر فاعلية من خلال استغلال قواعد البيانات الضخمة، ليتم التطلع بعدها الى آفاق سنة 2030 مع الويب 4.0 وتطبيقات الذكاء والآلات الذكية.

الشكل رقم 01: تطور الويب Web



المصدر: (Networks & Spivack, 2017)

### 3.2. ميزات المقاولاتية الرقمية:

ومن أهم ميزات الريادة الرقمية، أنه يمكنك مزاولة عملك وإدارته من أي مكان في العالم، يتوفر فيه اتصال بالإنترنت، وسهولة الوصول والانتشار إلى عشرات الآلاف من المستهلكين، علاوة على المرونة في الوقت. (الشمري، 2019)

### 4.2. أدوات المقاولاتية الرقمية: (Barlatier, 2015)

لتعظيم فرص النجاح يجب على المقاول الرقمي أن يكون على دراية بالأدوات الخاصة بالإنترنت وهي أدوات تحديد المواقع والمراجع (SEM)، تحسين محركات البحث (SEO) و (SEA) وتحليلات جوجل (Google Analytics) وكذلك أدوات مؤشرات الأداء الرئيسي (KPI) لتحديد الاحتمالات بشكل أفضل: عدد النقرات، الإعلان عن طريق النقر، الشراء في حد ذاته للمنتج أو الخدمة.

#### أ- (SEO) : (Search engine optimization)

هو اختصار للحروف الأولى لجملة (Search engine optimization) وتعني تهيئة محركات البحث وبشكل أدق السيو هو عملية من شأنها الوصول بنتائج موقعك للصدارة على محركات البحث وبالتالي الحصول على زيارات لهذا الموقع، لذلك يجب تحسين نشاط محرك البحث (SEO) لضمان العثور على موقعك في محركات البحث عند طريق البحث عن الكلمات والعبارات ذات الصلة بما يقدم في موقعك أو ما تسمى بالكلمات المفتاحية (keywords). فبالنسبة للمؤسسة ليس هدفها الوصول إلى المركز الأول على Google مثلا بل هدفها هو تطوير رؤيتها (Visibilité) على محركات البحث لتحقيق الأهداف المحددة.

#### ب- (SMO) : (Social Media Optimezed)

يعني تحسين الوسائط الاجتماعية (Social Media Optimezed) وهو أداة لتعزيز ونشر المحتوى المرئي المتوفر بسهولة عبر المجتمعات والشبكات باستخدام الوسائط الاجتماعية من أجل زيادة الربحية. ومنه جعل موقعك الإلكتروني أكثر جاذبية وسهولة للمستخدمين، بحيث يمكن عرضه عبر الإنترنت على مختلف مواقع التواصل الاجتماعي.

حيث يقوم (SEO) بإجبار المستخدمين على تصفح المحتوى من خلال إظهار موضع محتوى الموقع في استعلام البحث ذي الصلة بـ (SERPS : Search Engine Results PageS) على العكس فإن (SMO) يأخذ المحتوى إلى المستخدم المستهدف باستخدام الميزات الاجتماعية. كما يعتبر (SEO) على أنه التحسين في الموقع وخارج الموقع في حين أن (SMO) هي استراتيجية التحسين خارج الموقع. أما العناصر الأساسية لـ (SEO) هي رموز (HTML)، الكلمات المفتاحية وتصميم الموقع لأن ترتيب الموقع مبني على الترميز. ومقابل ذلك يجب أن يجذب مظهر الموقع

ووصفه في (SMO) انتباه الناس. أين يتم استخدام (SEO) لمحركات البحث مثل غوغل، بينغ... الخ، على عكس (SMO) يستخدم منصات الشبكات الاجتماعية مثل LinkedIn، Facebook، Twitter، Instagram... إلخ. وفي (SEO)، يمكن لمحرك البحث معاقبة الموقع إذا تم استخدام الكلمات الرئيسية في المحتوى بشكل مفرط، وفي المقابل لا يمنع (SMO) تكرار رسالة التركيز (Gadget,2019). حيث يعمل (SEO) و (SMO) لغرض مشابه، لتوليد حركة المرور إلى الموقع من أجل تحسين المصادقية، وبناء العلامة التجارية وزيادة الربحية.

ت- (KPIs : Key Performance Indicator):

هو مؤشر الأداء الرئيسي عبارة عن قيمة قابلة للقياس تبين كيفية تحقيق الشركة بفاعلية لأهداف المشروع الرئيسية. قد يكون السبب في وجود موظف محدد ينقصه التدريب، أو وجود منافسة تقدم شيئاً لا تملكه، أو سبب آخر. تعتبر KPIs كنظام إنذار مبكر عندما لا تحقق الأهداف، يمكنك اعتبارها كضوء إنذار أحمر يضيء في مكتبك.

إذا كنت مستثمراً فردياً، فعلى الأغلب أنك تحاول الموازنة بين عدة أعمال مختلفة بنفس الوقت، من المحاسبة لتطوير المنتجات للتسويق، فقد يكون من السهل الحصول على قائمة طويلة بالمهام التي يجب أداؤها ولكن لا يوجد فيها أي وضوح حقيقي حول أي المهمات أكثر أهمية لدفع مشروعك نحو الأمام. إذ يمكن وضع KPIs وتتبعها للمساعدة في إبقاءك على المسار الصحيح، فإذا وضعتها بشكل صحيح فسيتبين لك العناصر الأكثر أهمية لمشروعك في الوقت الحالي، ولكل واحدة من المهام على قائمتك، يمكنك طرح سؤال على نفسك، كيف ستساهم KPIs في تحقيق هذه النتائج وتحديد الأولويات وفقاً لأهمية كل هدف. يمكنك أن تقضي معظم وقتك على مهام لها تأثير مباشر على أهداف أو عمليات مهمة فعلاً لمشروعك، كما لو كان لديك موظفون، فاستخدم KPIs لا تساعدك أنت وموظفوك على الحفاظ على تركيزكم على الأمور الصحيحة فحسب، بل تعطيك القدرة على إدارة موظفيك بشكل أكثر فاعلية. (Le Deuff O, 2007)

ث- (SEM) : (Search Engine Marketing)

ويقصد به محرك البحث والتسويق، يعني عمل إعلان مدفوع إلى محرك البحث، أو موقع بحثي لاستقطاب العملاء.

ج- (SMM) : (Social Media Marketing)

التسويق عبر مواقع التواصل الاجتماعي: ويعني استخدام منصات التواصل الاجتماعي الرئيسية؛ مثل فيس بوك، وتويتر، ولينكد إن، وإنستجرام، وغيرها. (Barlatier, 2015)

## 5.2. شكل تطوير المقاولاتية الرقمية:

يحتل الانتماء عبر الخط (On line) مكانًا مهمًا في استراتيجيات العديد من العلامات التجارية (Deschamps, 2013)، بجميع أشكاله على عكس البوابة العامة التي تسعى إلى زيادة حجم حركة المرور التي يوفرها الموقع، مع إعطاء فرصًا للتسوق في أي مكان يمكن للأشخاص تصفحه. ويكون هذا من خلال تقديم حوافز مالية (في شكل نسبة مئوية من الإيرادات) لمواقع الشركاء التابعة. أين توفر الشركات التابعة نقطة الشراء بنقرة واحدة إلى التاجر. هذا هو نموذج الدفع مقابل الأداء - إذا لم ينتج عن الشركة التابعة مبيعات، فإن هذا لا ينتج عنه أي تكاليف للتاجر. هذا النموذج التابع مناسب تمامًا للويب وهو ما يفسر شعبيته، حيث شمل الخيارات: تبادل لافتة (أي يترجم وضع الراية بين شبكة من المواقع التابعة)، و "الدفع بالنقرة" "pay-per-click" أي الموقع الذي يدفع للشركات التابعة مقابل نقرة المستخدم، وبرامج مشاركة الإيرادات الذي تقدم فيه عمولة مبيعات بناءً على نقرة للمستخدم الذي تم فيها بعد ذلك شراء المنتج (مثال: Amazon.com). (Rappa, 2006, pp. 26-32)

الويب هو جزء من الإنترنت يدعم واجهة المستخدم الرسومية ل التنقل عن طريق النص التشعبي من خلال المتصفحات مثل Internet Explorer و Mozilla Firefox و Chrome... الخ. فالويب هو ما يفكر فيه معظم الناس عندما يفكرون في الإنترنت أين التسويق يمتد إلى ما وراء الويب: فأولا العديد من تقنيات التسويق الإلكتروني موجودة بدون الويب، بما في ذلك التطبيقات المحمولة والبرامج والأجهزة المستخدمة لإدارة علاقات العملاء وإدارة سلسلة التوريد وترتيبات تبادل البيانات الإلكترونية قبل الويب. والثانية، nonweb الاتصالات عبر الإنترنت مثل البريد الإلكتروني، الاتصال الهاتفي عبر الإنترنت (على سبيل المثال Skype) والرسائل النصية كذلك هي طرق فعالة للتسويق، قد تستخدم بعض هذه الخدمات الويب، مثل البريد الإلكتروني على الويب ولكن معظم المحترفين لا يستخدمون الويب من أجل البريد الإلكتروني مثل مايكروسوفت أوتلوك. ثالثا، الإنترنت يوفر النص، الفيديو والصوت والرسومات إلى العديد من أجهزة الاستقبال الأخرى للمعلومات. هذه الأشكال من المحتوى الرقمي تعتمد على البنية التحتية للإنترنت. وأخيرا، أجهزة جمع البيانات الإلكترونية بدون اتصال (Hors ligne)، مثل مساحات الباركود وقواعد البيانات، وتلقي وإرسال بيانات العميل والمنتج على الإنترنتات (Intranet).

## 3. المرأة المقاولاتية:

نتطرق فيما يلي الى الجانب النظري للمرأة المقاولاتية كالتالي:

## 1.3. مفهوم المرأة المقاولاتية:

كل امرأة سواء كانت لوحدها أو برفقة شريك أو أكثر، أسست أو أشرت أو تحصلت على مؤسسة عن طريق الإرث، فتصبح مسئولة عليها ماليا، إداريا، وإجتماعيا، كما تساهم في تسييرها الجاري، كما أنها شخص يتحمل المخاطر المالية لإنشاء أو الحصول على مؤسسة، وتديرها بطريقة إبداعية وذلك عن طريق تطوير منتجات جديدة ودخول أسواق جديدة. (conseil sur l'entrepreneuriat féminin, 2000, p. 9)

ومن خلال ما سبق نتبنى التعريف الإجرائي للمرأة المقاولة: هي تلك المرأة التي تتحمل مسؤولية إدارة عملها، وتتميز بروح المبادرة والقدرة على قيادة مشروعها الخاص. كما نتبنى المفهوم الإجرائي للخلفية الاجتماعية للمرأة المقاولة: هو كل ما يتعلق بالصفات الشخصية للمرأة المقاولة كالإبداع والثقة بالنفس، وارتفاع المستوى التعليمي والتكويني والخبرة المهنية، إضافة إلى الدعم الأسري وتشجيع المحيط الاستثماري والمعوقات السوسيوثقافية والتنظيمية التي تواجهها في عملها المقاوالاتي.

### 2.3. التحديات التي تواجه المرأة المقاولة:

تواجه المرأة العربية ولاسيما المرأة الجزائرية بصفة خاصة تحديات كبيرة في تحقيق طموحها، خاصة لما يتعلق الأمر بدخولها ميدان الأعمال، حيث تم تسجيل 6703 امرأة مديرة لأعمالها الخاصة في نهاية سنة 2012 مقابل 10444 سنة 2017، و143000 ككل النساء في ميدان الأعمال سواء خاص أو شركاء لنفس السنة. (DJAZAIRI, 2017)

فالبرغم من هذا التطور المسجل في خمس سنوات فقط تبقى أمام المرأة الجزائرية والشلفية الريفية خصوصا تحديات متعددة نذكر أهمها:

#### أ- التحديات التنظيمية:

وهي تشمل كل العراقيل المتعلقة بالقوانين، الضرائب، التمويل، البيروقراطية، وتجدر الإشارة هنا الى أن هذه العراقيل تخص المرأة والرجل معا.

#### ب- التحديات الخاصة بالجنس:

من أبرز الصعوبات التي تواجه المرأة هي تلك الثقافة والنظرة التي تحد من عمل المرأة أساسا حتى وان كانت وظيفة و خاصة اذا تعلق الأمر بدخولها عالم الأعمال، الجدير بالذكر هنا أن كلما كانت المرأة تنتسب الى قرية أصغر أو ريفية يزداد الأمر صعوبة حيث تكون العراقيل أكثر، اللهم الا اذا كانت حالات اجتماعية قاهرة. لعل أبرز التحديات التي تواجه المقاولاتية النسوية هي:

#### ب-1. المعتقدات والتقاليد:



المرأة تعاني من التصور التقليدي المجتمع لها، وهذه الظاهرة لازالت قائمة في الكثير من المناطق، هذا ما أكدته منظمة التعاون والتنمية أن المرأة تواجه حواجز ثقافية خاصة لما يتعلق الأمر بدخول المرأة عالم الأعمال وترجع السبب الى: الدور الثانوي للمرأة، نقص التعليم، التنشئة الإجتماعية.

#### ب-2. صعوبة الموازنة بين العمل والعائلة:

أظهرت بعض الدراسات أن النساء المقاولات تجدن صعوبة في تحقيق التوازن بين العمل والأسرة، أخذت عينة لـ 220 من المتزوجات المقاولات في أنقرة بتركيا، حيث أجري معهن مقابلات لفحص تأثير عوامل متعددة (الإجتماعية، الإقتصادية، الشخصية والعائلية) على كونها مقاوله وحالة الصراع بين دورها كمقاوله وادوار اخرى في الأسرة. أظهرت النتائج أن النساء يجدن أن المقاوله لها تأثير سلبي على دورها في الحياة العائلية، في حين كل الجوانب الأخرى ايجابية.

#### ب-3. شروط القرض:

يبقى القطاع المصرفي حذرا أو غير مقتنع بنجاح المرأة في مجال المقاوله، وهذا حسب البنك الدولي لمنطقة الشرق الأوسط وافريقيا أنه في البلدان العربية المرأة تعاني من عدم المساواة في الحصول على الفرص الإقتصادية. (بوزيدي، 2016، صفحة 51)

#### 4. الفرص المتاحة للمرأة والمقاولاتية الرقمية:

تبقى بيئة الأعمال الرقمية احدى الفرص الثمينة حاليا، التي يجب اكتشافها وتبنيها حتى نكون سباقين لذلك. تأكيدا على أهمية الموضوع أطلقت اليوم 18 أكتوبر 2019 غنية دالية وزيرة التضامن منصة الكترونية للتسجيل عبر الأنترنت لحاملي مشاريع انشاء أنشطة اقتصادية وطالبي القروض المصغرة.

#### 1.4. مميزات فرص أعمال المرأة في المقاولاتية الرقمية:

على ما سبق ذكره في أدبيات الدراسة فيما يخص التحديات التي تواجه المرأة، نجد في المقاولاتية الرقمية قيود أقل بالنسبة للمرأة حيث بإمكانها:

- ممارسة نشاطها من البيت او أي مكان في العالم بكل راحة، حيث تمثل هذه الميزة مهمة جدا خاصة للمرأة، أين تستطيع مزاوله عملها المنزلي والمقاولاتي في نفس الوقت، وبالمقابل يخف الحمل على المرأة الريفية خاصة التي تجد صعوبة في التنقل، وصعوبة في مواجهة العادات والتقاليد.
- سهولة الوصول الى أكبر عدد من المستهلكين
- الوقت، يمكننا العمل في أي وقت

- المرونة في العمل
  - تكاد تنعدم العقبات التنظيمية التي كانت تواجه المرأة
  - لا وجود لمعيار الجنس في المقاولاتية الرقمية.
  - تكاليف أقل، لا نحتاج الى متجراو معاملات تنظيمية
- تبقى المقاولاتية الرقمية مجالا خصبا، يدعو للاستثمار فيه بشتى الطرق، إلا أنه يعتمد على كفاءة مناسبة لذلك من الإستغلال السليم والفعال لهذه الفرص.
- 2.4. أمثلة عن فرص الأعمال في المقاولاتية الرقمية:

أ- انشاء مدونة:

الربح من التدوين الإحتراقي أصبح أحد طرق الربح من الانترنت والعمل الحر المفضلة لدي الكثيرين حول العالم لأسباب عديدة قد يكون أفضلها على الإطلاق بالنسبة للبعض وتحديدا من النساء أن تظل عائلتك في المقام الأول! حيث المرونة في الوقت والجهد المبذول وعدم الاضطرار لترك الأطفال للخروج للعمل النظامي مع توفير عائد مادي رائع! ويعد التدوين أفضل هذه الطرق لأنه يستخدم شغفك في جني المال، والبدء فيه لا يحتاج لتكلفة عالية حيث يمكن البدء ب 18000.00 دج فقط كما أن انشاء مدونة أو موقع لغرض الربح أمر يسير جدا يمكنك القيام به بنفسك وفي 5 دقائق فقط حتي وإن لم تكن لديك خبرة سابقة في البرمجة أو تشغيل المواقع والمدونات.

ب- بيع منتجاتك الخاصة:

أيا كان مجال تخصصك أو موهبتك فيه سواء كنت مهندس صيدلانية، معلمة، طبخة ماهرة...الخ يمكنك تحويله إلي منتج خاص وبيعه أون لاين أو عن طريق متجرك الإلكتروني الخاص. هذه المنتجات يمكن أن تكون رقمية مثل الكتب الالكترونية أو الدروس، ويمكن أن تكون مادية مثل منتجات العناية بالبشرة أو منتجات التجميل أو حتى الحرف اليدوية. هناك دائما من يحتاج ما عندك، فدعه يعلم عنك. ويتميز بيع منتجك الخاص بميزات عديدة على دراية تامة بمميزاته وبالتالي سيكون تسويقه أمر يسير عليك. وعملية البيع أون لاين لم تعد بالعملية الصعبة، لم تدع التكنولوجيا الحديثة شيئا صعبا! الآن يمكنك عمل متجر الكتروني كامل في دقائق عن طريق انشاء موقعك الخاص واستخدام أداة WooCommerce المخصصة لعمل متجر الكتروني.

ت- التجارة بالوساطة:

وهي أن تشتري بعض السلع من مكان ما بسعر مخفض مثل Aliexpress ثم تقوم بإعادة بيعها بسعر أعلي في مكان آخر مثل متجرك الإلكتروني، OLX، حساباتك الخاصة على

مواقع التواصل. تبدو الفكرة مألوفة لكن في الحقيقة يمكن عملها بشكل احترافي جدا ومربح جدا عن طريق انشاء متجر الكتروني احترافي مجانا في 10 دقائق.

### ث- دروب شيبينج Drop Shipping:

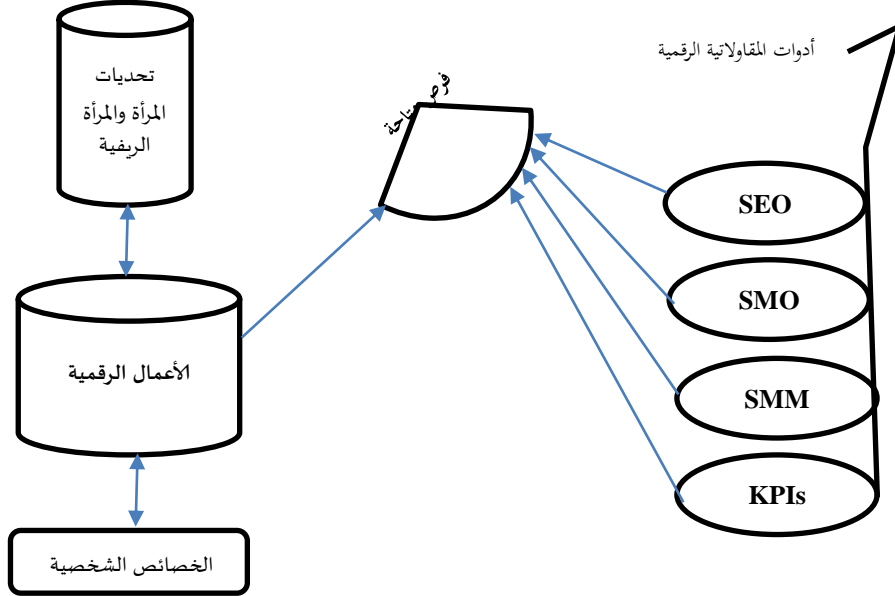
هو أحد أنواع التجارة الإلكترونية لكنه يتسم بالسهولة أكثر لأنك تقوم بدور المسوق لمنتجات مصنعين آخرين. والفكرة ببساطة أنك إما تصنع متجرا الكترونيا خاص بك عن طريق AliDropShip أو تقوم بالعمل علي أحد المواقع التي تتيح هذه الخدمة مثل Amazon أو Ebay. وفي الحالتين تقوم بالاتفاق مع تجار يعملون في المجال الذي اخترت التجارة فيه. نجدهم بسهولة على Aliexpress السوق الصيني الشهير حيث المنتجات بأسعار رخيصة وتعرضها بالموصفات بدقة مع تغيير سعرها الأصلي لسعرك أنت. فإذا قام أحد العملاء بالضغط على شراء المنتج ووضع عنوان الشحن تقوم أنت بشراء المنتج من موقعه الأصلي مع وضع عنوان شحن طالب المنتج من متجرك. يقوم البائع بشحن البضاعة المطلوبة للعميل وتحظين أنت بالفرق في السعر كهامش ربح لك أنت. يلزم الأمر فقط مراجعة الطلبيات المطلوبة ومتابعة تنفيذها والتأكد من أنها مازالت متاحة عند بائعها الأصلي. وهذه بعض المواقع الشهيرة التي تقدم لك ميزة بيع منتجاتك Amazon أو Ebay.

كانت هذه بعض الأمثلة عن المقاولاتية الرقمية في الواقع، التي يمكن ممارستها من الطرف المرأة خصوصا حتى تتفادي كل العراقيل تقريبا المذكورة في أدبيات الدراسة.

### 5. تصميم نموذج مفاهيمي:

كما هو مبين في الشكل رقم 02، بيئة الأعمال الرقمية التي توفر فرص أعمال كثيرة، أين يجب اقتناص الفرص المتاحة فقط التي يمكن إنجازها مع مراعاة ظروف المرأة مما يتناسب ومهاراتها وخصائصها الشخصية لتسوق فيما بكل الوسائل الممكنة سواء عبر مواقع التواصل الاجتماعي أو الويب... الخ، ذلك بإستعمال احدي أو كل أدوات المقاولاتية الرقمية المبينة في الشكل رقم 02.

الشكل رقم 02: نموذج مفاهيمي حول الفرص المتاحة للمقاولاتية الرقمية



SEO : Search engine Optimized

SMO : Social media optimized

SMM : Social media marketing

KPIs : Key Performance Indicator

المصدر: من اعداد الباحثان

## 6. الخاتمة:

أمام هذا الصرح التكنولوجي الذي يفرض علينا بيئة مليئة بالمستجدات التقنية التي من شأنها تسهيل الحياة اليومية على الإنسان في كل أعماله بشتى أنواعها، هذا ما خلصت إليه هذه الدراسة ان مصدر المقاولاتية الرقمية كان ناتج عن التغيرات التكنولوجية المستمرة والسريعة، أين ظهرت فرص أعمال عديدة، تمكننا من الاستثمار فيها بكل ما هو متاح.

تجدد الإشارة الى المميزات التي جاءت بها المقاولاتية الرقمية وخاصة بالنسبة للمرأة والمرأة الريفية خصوصا، أين تبين زوال كل العقبات تقريبا التي كانت تناولتها الدراسات السابقة فيما يخص المرأة المقاتلة. مما يبين أن المقاولاتية الرقمية تعتبر فرصة متاحة واثمينة بالنسبة للمرأة والمرأة الريفية خصوصا. ومن أجل ممارسة ميدانية واعدة تم استخلاص التوصيات التالية:

- العمل على نشر التعليم المقاولاتي الرقمي.
- إنشاء مواقع الكترونية تعليمية، من شأنها غرس نية مقاولاتية لدى المرأة.
- تطوير البنية التحتية الرقمية حتى يتم تعميم الأعمال الإلكترونية.

- نشر الوعي الرقمي في الأوساط الريفية عن طريق وسائل الإعلام الموجودة.
  - استغلال شبكات التواصل الاجتماعي للترويج الى عالم الأعمال.
- ليبقى هذا الموضوع مجالا مفتوحا امام الباحثين في تنقيحه عن طريق اجراء تجارب ميدانية لتقصي الحقائق، بغرض خلق فرص عمل رقمية للمرأة وخصوصا المرأة الريفية، حتى نضمن الاستقرار والازدهار للمجتمع وبالتالي التنمية الاقتصادية.
7. قائمة المراجع :

- alharbi, N. (2015). *Les étapes de développement du Web*. Récupéré sur <https://nadiahalharbi.wordpress.com/2015/10/10>
- Barlatier, P.-J. (2015). Achieving Contextual Ambidexterity With Communities of Practice at GDF SUEZ. *Public Research Center Henri Tudor of luxembourg*.
- Commission European. (2015). A report of the Strategic Policy Forum on Digital Entrepreneurship. *Digital Transformation of European Industry and Enterprises*. Retrieved from <http://ec.europa.eu/DocsRoom/documents/9462/attachments/1/translations/en/renditions/native>
- conseil sur l'entrepreneuriat féminin. (2000). *Les défis des entrepreneures*. Québec.
- DJAZAIRI. (2017, 03). Récupéré sur Chiffres et statistiques/ Quelle place pour la femme algérienne dans l'entrepreneuriat?: <https://eldjazairmag.com/index.php/2017/03/08/chiffres-et-statistiques-quelle-place-pour-la-femme-algerienne-dans-lentrepreneuriat/>
- Kemp, S. (2019). *THE STATE OF DIGITAL IN APRIL 2019, ALL THE NUMBERS YOU NEED TO KNOW*.
- Le Deuff O. (2007). *Le succès du web 2.0: histoire, techniques et controverse*.
- Maalaoui, A. (2012). Le digital entrepreneuriat et digital entrepreneur : challenges, outils et perspectives . *Les Echos* 23 décembre.
- Markus, M., & Loebbecke, C. (2013). New Opportunities and Challenges for Digital Business Strategies. *Commoditized Digital Processes and Business Community Platforms*, 37.
- Networks, R., & Spivack, N. (2017). *Evolution-of-the-Web*. Récupéré sur [https://www.researchgate.net/figure/Evolution-of-the-Web-source-Radar-Networks-Nova-Spivack-2007\\_fig1\\_308400135/download](https://www.researchgate.net/figure/Evolution-of-the-Web-source-Radar-Networks-Nova-Spivack-2007_fig1_308400135/download)
- Rappa, M. (2006). Business Modelson the Web. Managing the digital enterprise. *The Executive's Journal*, 26-32.
- Turban, E., Outland, J., King, D., Lee, J. K., Liang, T. P., & Turban, D. C. (2017). Electronic commerce 2018: a managerial and social networks perspective. . *Springer*.
- سعاد بوزيدي. (2016). المقالة النسائية و التنمية الإقتصادية في الجزائر. المؤسسة (05).
- شوقي دليهي. (2018). احصائيات مستخدمي الانترنت في الجزائر من الموقع .: تم الاسترداد من <https://www.androydi.com> عدد-مستخدمي-الانترنت-في-الجزائر-يتجاوز/
- فرحان حسن الشمري. (2019). زيادة الأعمال الرقمية. تم الاسترداد من <https://www.rowadalaamal.com> /زيادة-الأعمال-الرقمية