P-ISSN: 1818-9431, E-ISSN: 2617-9849 Special Issue عدد خاص

Digital Entrepreneurship and Its Role in Shaping the Future of the Digital Economy

Assist. Prof. Dr. Gailan Ismail Abdullah
University of Samarra / College of Administration and Economics
gailan.ismael@uosamarra.edu.iq

Assist. Prof. Nuha Safi Abd
Northern Technical University / Al-Dour Technical Institute
nuha.sa@ntu.edu.iq

Abstract:

This research explores the concept of digital entrepreneurship as a key driver in the transformation towards a digital economy, with a focus on its role in reshaping economic activities and creating new business models based on technology. The research aims to analyze the relationship between the development of digital entrepreneurship and the growth of the digital economy by reviewing major global trends and enabling technologies such as artificial intelligence, big data, and digital platforms. The research adopts a descriptive-analytical methodology supported by selected case studies of digital startups, aiming to examine the impact of digital innovation on value creation, job generation, and productivity enhancement. It also addresses the challenges faced by digital entrepreneurs, such as limited funding, regulatory constraints, and the shortage of digital competencies. The research concludes that digital entrepreneurship not only supports the digital transformation of economies but also represents a fundamental component in building a more resilient and sustainable economy—especially amid rapid global changes. The research recommends the need to establish a supportive regulatory and legislative environment, provide appropriate digital infrastructure, and promote innovation and digital education to ensure the continuity of this vital role.
Keywords: Digital Entrepreneurship, Digital Economy, Technological Innovation, Digital Infrastructure.

ريادة الأعمال الرقمية وأثرها في تشكيل مستقبل الاقتصاد الرقمي

أ. م. د. كيلان إسماعيل عبد الله
جامعة سامراء/ كلية الإدارة والاقتصاد

أ.م. نهى صافي عبد
الجامعة التقنية الشمالية/ المعهد التقني – الدور

المستخلص:

يتناول هذا البحث مفهوم ريادة الأعمال الرقمية بوصفها أحد المحركات الأساسية في التحول نحو الاقتصاد الرقمي، مع التركيز على دورها في إعادة تشكيل الأنشطة الاقتصادية وابتكار نماذج عمل جديدة قائمة على التكنولوجيا. يهدف البحث إلى تحليل العلاقة بين تطور ريادة الأعمال الرقمية ونمو الاقتصاد الرقمي، من خلال استعراض أبرز الاتجاهات العالمية والتقنيات الداعمة، مثل الذكاء الاصطناعي، والبيانات الضخمة، والمنصات الرقمية. اعتمد البحث على المنهج الوصفي التحليلي، مدعوماً بدراسات حالة مختارة لعدد من الشركات الناشئة الرقمية، بهدف استكشاف أثر الابتكار الرقمي على خلق القيمة الاقتصادية، وتوليد فرص العمل، وتعزيز الإنتاجية. كما تناول البحث التحديات التي تواجه رواد الأعمال في البيئة الرقمية، مثل محدودية التمويل، والقيود التنظيمية، ونقص الكفاءات الرقمية. وتوصل البحث إلى أن ريادة الأعمال الرقمية لا تساهم فقط في دعم التحول الرقمي للاقتصادات، بل تمثل عنصراً جوهرياً في بناء اقتصاد أكثر مرونة واستدامة، لا سيما في ظل التغيرات العالمية المتسارعة. ويوصي البحث بضرورة تهيئة بيئة تنظيمية وتشريعية داعمة، وتوفير البنية التحتية الرقمية الملائمة، إلى جانب دعم الابتكار والتعليم الرقمي لضمان استمرارية هذا الدور الحيوي.

الكلمات المفتاحية: ريادة الأعمال الرقمية، الاقتصاد الرقمي، الابتكار التكنولوجي، البنية التحتية الرقمية.

المقدمة

شهد العالم في العقود الأخيرة تحولاً جذرياً في نمط أداء الأنشطة الاقتصادية، بفعل الثورة الرقمية والتطور السريع في تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، مما أدى إلى نشوء اقتصاد رقمي قائم على البيانات والمنصات والتقنيات الذكية. لم يعد الاقتصاد يعتمد فقط على الموارد المادية والبشرية التقليدية، بل باتت الأصول الرقمية (مثل البيانات والخوارزميات والبنية التحتية التكنولوجية) في طليعة المحركات التي تعيد تشكيل الأسواق وأنماط الإنتاج والاستهلاك. في خضم هذا التحول، ظهرت ريادة الأعمال الرقمية كأحد الأعمدة الأساسية للاقتصاد الحديث، بوصفها حلقة الوصل بين الابتكار التقني والممارسات الريادية، ومجالاً واعداً لتوليد فرص العمل وتعزيز النمو الاقتصادي. تعرف ريادة الأعمال الرقمية بأنها السعي وراء الفرص من خلال الوسائط الرقمية والتقنيات الاتصالية، مستفيدة من إمكانات الإنترنت، والأجهزة المحمولة، ووسائل الإعلام الحديثة. ويؤكد Recker & von Briel (٢٠١٩) أن هذا النمط من الريادة يؤثر بعمق على الأعمال والمجتمع ومؤسسات الدولة، ما يمنحها أهمية استراتيجية متزايدة في سياق التنمية الاقتصادية.

وتتميز ريادة الأعمال الرقمية بالقدرة على إطلاق مشاريع ريادية مبتكرة في بيئة رقمية بالكامل، وتقديم المنتجات والخدمات عبر منصات إلكترونية تعتمد على تكنولوجيا المعلومات، مما يتيح لرائد الأعمال الوصول إلى أسواق أوسع، بمرونة وكفاءة أعلى. ومن خلال استخدام الوسائط الرقمية، يستطيع رواد الأعمال تحديد الفرص واستغلالها، وتصميم وتوزيع حلولهم بشكل أسرع وأرخص من النماذج التقليدية. وعلى الرغم من الفرص الهائلة التي توفرها ريادة الأعمال الرقمية، فإنها لا تخلو من التحديات، خصوصاً في البيئات النامية مثل العراق، حيث تواجه الشركات الناشئة الرقمية عقبات تتعلق بالبنية التحتية، والتمويل، والبيئة التنظيمية، والمهارات الرقمية.

مشكلة البحث:

تتمثل مشكلة البحث في التساؤل الرئيس: "ما مدى تأثير ريادة الأعمال الرقمية في تشكيل مستقبل الاقتصاد الرقمي، وما العوامل التي تعزز أو تعيق هذا التأثير؟"

أهمية البحث:

تبرز أهمية هذا البحث من خلال مساهمته في تسليط الضوء على الدور الحيوي الذي تلعبه ريادة الأعمال الرقمية في دفع عجلة الاقتصاد الرقمي، خاصة في ظل التحولات الرقمية العالمية المتسارعة، وضرورة مواءمتها مع واقع الاقتصادات النامية لتحقيق الاستفادة القصوى من التقنيات الحديثة.

أهداف البحث:

١. تحليل المفهوم النظري لريادة الأعمال الرقمية والاقتصاد الرقمي.
٢. دراسة العلاقة بين ريادة الأعمال الرقمية والنمو الاقتصادي الرقمي.
٣. استعراض النماذج التقنية والتجارية الداعمة للريادة الرقمية.
٤. تحليل التحديات التي تواجه ريادة الأعمال الرقمية في المستوى العربي والعراقي.
٥. تقديم توصيات لتعزيز بيئة ريادة الأعمال الرقمية.

فرضية البحث:

ينطلق البحث من فرضية مفادها ينص على أن "ريادة الأعمال الرقمية تسهم بشكل إيجابي في ابتكار نماذج أعمال جديدة قائمة على التكنولوجيا داخل الاقتصاد الرقمي."

منهج البحث:

يعتمد البحث منهجاً وصفياً تحليلياً، يستند إلى مراجعة الأدبيات الحديثة، وتحليل بيانات وتقارير دولية ومحلية، إلى جانب دراسة حالات واقعية لشركات ناشئة رقمية في منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا، مع التركيز على العراق. كما سيتم تحليل العلاقة بين المفاهيم النظرية والتطبيقات العملية بهدف فهم أعمق لدور ريادة الأعمال الرقمية في دعم التحول الرقمي للاقتصاد.

المبحث الأول: الإطار النظري لريادة الأعمال الرقمية والاقتصاد الرقمي

أولاً: مقدمة في ريادة الأعمال الرقمية:

تعد ريادة الأعمال الرقمية التي تتمثل في إنشاء مشاريع جديدة وتحويل الأعمال القائمة عبر تقنيات رقمية مبتكرة، هي أحد المحاور التي تحظى باهتمام متزايد في ظل إعادة تشكيل الاقتصاد العالمي بفعل التطورات التكنولوجية المتسارعة (Recker & von Briel, 2019). ففي حين تركز ريادة الأعمال التقليدية على التعرف على الفرص واستغلالها من أجل خلق القيمة، فإن ريادة الأعمال الرقمية تبرز دور تكنولوجيا المعلومات والاتصالات الرقمية في تلك العمليات (Lehmann & Rosenkranz, 2017). لقد وفرت التقنيات الرقمية المتقدمة لرواد الأعمال والمؤسسات بنى تحتية رقمية جديدة، وقنوات حديثة لتصميم المنتجات والعمليات، وأشكال تنظيمية مبتكرة. تعمل ريادة الأعمال الرقمية عند تقاطع التكنولوجيا الريادية والرقمية، وقد لعبت دوراً محورياً في تشكيل الاقتصاد الرقمي في القرن الحادي والعشرين، عبر تحفيز النمو الاقتصادي وتعزيز الابتكار على نحو غير مسبوق (Kollmann et al., 2022).

ثانياً: تطور الاقتصاد الرقمي:

بدأ الاقتصاد الرقمي، الذي يعتمد في جوهره على تقنيات الحوسبة الرقمية، بالتطور منذ فقاعة الدوت كوم في أواخر التسعينيات وبداية الألفية الثانية (Kollmann et al., 2022). ورغم فشل العديد من المشاريع الرقمية آنذاك، برزت ريادة الأعمال الرقمية كظاهرة مستقلة ضمن المجال الأوسع للاقتصاد الرقمي.وقد شملت الجيل الأول من ريادة الأعمال الرقمية إنشاء مشاريع جديدة، ونماذج أعمال، وتنظيمات وعمليات تعتمد اعتماداً كبيراً على التكنولوجيا الرقمية. ومع تطور هذه التقنيات، أصبح المفهوم أكثر ترسخاً في البنى التحتية والمنصات الرقمية.أما الجيل الثاني، والذي تطور بحلول منتصف عام ٢٠٢١، فقد بدأ يركز على التفاعلات بين البنى التحتية الرقمية، والعوامل الفردية على المستوى الميكروي (رواد الأعمال الرقميين)، والنظم البيئية الريادية الرقمية، وهي مكونات تضم عناصر تقنية واجتماعية تتفاعل لتشكل أفعال ريادية رقمية، تؤثر بدورها على البنى التحتية والوكلاء والنظم البيئية، مما يساهم في استمرار تطور الاقتصاد الرقمي (Steininger et al., 2022).لقد وعدت قوة المعالجة الرقمية وتقنيات الاتصال بتحقيق مكاسب إنتاجية هائلة خلال العقود الماضية. فمنذ سبعينيات القرن العشرين، أصبحت الحوسبة الرقمية أكثر شيوعاً، مما مهد الطريق لمفهوم الاقتصاد الرقمي في تسعينيات القرن الماضي ليشمل التغيرات في الأنشطة الاقتصادية والمعاملات والأسواق الممكنة من خلال تكنولوجيا المعلومات. كما تقدم ريادة الأعمال الرقمية فرصاً فريدة لتوليد أفكار مشاريع ونماذج أعمال وعمليات جديدة ضمن إطار الاقتصاد الرقمي الأشمل (Choong & Leung, 2022).

ثالثاً: المكونات الرئيسية لريادة الأعمال الرقمية:

تحدث ريادة الأعمال الرقمية تحولاً جذرياً في أنماط الريادة التقليدية، حيث تتيح إمكانيات غير مسبوقة لإنشاء أنواع جديدة من المشاريع. وتعتمد الأفعال الريادية في المجال الرقمي على تقنيات رقمية وعوامل داعمة أخرى، من خلال ثلاث طرق رئيسة:

١. تصميم التكنولوجيا الرقمية
٢. استخدامها
٣. تسويقها / تجاريتها

كما تشكل النتائج الرقمية (Digital Artifacts) فرصاً ومخرجات مهمة، وتعد التكنولوجيا الرقمية عنصراً سياقياً حاسماً في هذه العملية. وتفضي هذه التكوينات المترابطة إلى بروز أنشطة اقتصادية جديدة، وقد تعيد تشكيل أنماط الإدماج والإقصاء الاقتصادي (Soltanifar et al., 2021).

وينبغي أن يتعامل البحث في ريادة الأعمال الرقمية مع التحديات التي يفرضها هذا التداخل بين التصميم والاستخدام والتسويق، وطرح تساؤلات حول القواعد أو النماذج الإرشادية البسيطة التي قد تحكم هذه العمليات. فالنماذج الاستراتيجية التقليدية نادراً ما تأخذ في الاعتبار الاستكشاف والاستغلال المتزامنين للقدرات الاجتماعية والتقنية عبر هذه الأنماط الثلاثة، إلا أن ريادة الأعمال الرقمية تضعها في قلب العملية الريادية.

ومن هنا، تتطلب التكوينات الجديدة للإجراءات والمبادئ المعهودة تبريراً أكاديمياً، وهو ما يدعو إلى إبراز الدور النوعي للتكنولوجيا الرقمية في الأنشطة الريادية الجديدة، وإعادة النظر في النماذج التفسيرية التي تعالج ظاهرة دخول رواد الأعمال إلى الأسواق (Lehmann & Rosenkranz, 2017).

رابعاً: نماذج الأعمال الرقمية:

ترتبط ريادة الأعمال الرقمية ارتباطاً جوهرياً بالاقتصاد الرقمي. فقد شكل التحول الاقتصادي الأشمل نحو نماذج الأعمال الرقمية الأساس لظهور ريادة الأعمال الرقمية (Recker & von Briel, 201). وغالباً ما يعرف مفهوم ريادة الأعمال الرقمية بأنه ريادة الأعمال القائمة على التقنيات الرقمية، لا سيما السعي لإطلاق مشاريع جديدة أو تحويل الأعمال القائمة من خلال إنشاء توليفة مبتكرة تجمع بين العناصر الرقمية والمادية داخل المشروع (Lehmann & Rosenkranz, 2017). كما تشير ريادة الأعمال الرقمية إلى أي نشاط ريادي يعتمد على التقنيات أو المنصات الرقمية، مثل الشركات الناشئة الرقمية التي تستخدم الإنترنت أو تقنيات المعلومات والاتصالات في المشاريع الجديدة أو في إنشاء مشاريع جديدة. ويعد مفهوم "العملة الرقمية المرجعية (Digital Numeraire)" عنصراً مهماً لتعريف ريادة الأعمال الرقمية، حيث يقترح أن الأنشطة التي تنتج قيماً جديدة تشمل استخدام وحدة رقمية مثل البيتكوين أو أي قيمة رقمية أخرى، أو إنشاء كيان رقمي جديد (Steininger et al., 2022).

لقد أحدث التحول من نماذج الأعمال التقليدية إلى الرقمية تأثيراً بالغاً على نمو الاقتصاد الرقمي. وتشتمل نماذج الأعمال الرقمية على أنواع متعددة، منها:

١. نماذج التجارة الإلكترونية: تعد التجارة الإلكترونية القوة الدافعة الأهم في الاقتصاد الرقمي (Sözer et al., 2018). وتقسم التجارة الإلكترونية إلى ثلاثة أنواع رئيسية:
   أ. من شركة إلى مستهلك (B2C).
   ب. من مستهلك إلى مستهلك (C2C).
   ج. من شركة إلى شركة (B2B).

   ويلعب رواد الأعمال الرقميون دوراً محورياً في تشكيل الاقتصاد الرقمي من خلال تطوير الحلول الرقمية للأفراد والمؤسسات، والمساهمة في إحداث تغييرات جوهرية تحفز الابتكار. وتمثل ريادة الأعمال الرقمية السعي وراء فرص جديدة ضمن تقاطع خلق المشاريع والمنصات الرقمية (Recker & von Briel, 2019).
٢. نماذج الاشتراك: تشجع نماذج الاشتراك العملاء على دفع رسوم متكررة، مقابل الحصول على منتج أو خدمة رقمية لفترة زمنية محددة (Recker & von Briel, 2019). وعادةً ما تحصل هذه الرسوم على أساس شهري أو سنوي. وتعتمد شركات الترفيه والإعلام هذا النموذج، مثل منصات الفيديو والموسيقى حسب الطلب. كما يستخدم النموذج من قبل بعض مطوري البرمجيات الذين يقدمون منتجاً مجانياً لفترة زمنية محددة، ثم يطلب من المستخدم الدفع إذا وجد قيمة مضافة في المنتج.

٣. النماذج المجانية الممتازة (Freemium): يعد نموذج "Freemium" أحد أبرز أمثلة نماذج الأعمال الرقمية، حيث يتيح للمستخدمين الوصول إلى خدمات محددة مجاناً، بينما يفرض الدفع للحصول على مزايا أو خصائص إضافية (Recker & von Briel, 2019). ويظهر من ذلك أن نموذج الاشتراك يمكن أن يدعم مجموعة واسعة من العروض، ويعتبر أحد المكونات الأساسية في التجارة الإلكترونية، في حين قد تركز بعض النماذج الأخرى على تقديم محتوى رقمي محدد فقط.

ومع ذلك، فإن نموذج الاشتراك يحتفظ بإمكانات كبيرة لتحقيق الربح، خاصة في القطاعات التي تتعامل مع العملات الرقمية مثل البيتكوين، والتي توفر فائدة خاصة عبر المواقع التي تعيد بيع البيتكوين وتكسب عمولات على عمليات الشراء المكتملة. تركز هذه المواقع غالباً على تداول هذه السلع الرقمية، إلى جانب الإعلانات. كما يتماشى نموذج "Freemium" أيضاً مع هذا النمط، حيث يعامل المنتج الأساسي كسلعة قابلة للاستغلال التجاري أو التداول (Lehmann & Rosenkranz, 2017).

المبحث الثاني: الممكنات والتقنيات والاستراتيجيات في ريادة الأعمال الرقمية

أولاً: التطورات التكنولوجية المحفزة لريادة الأعمال الرقمية:

تعد البنية التحتية الرقمية شبكة من الأنظمة الأساسية التي تتيح للجهات الفاعلة المختلفة النفاذ إلى المجال الرقمي دون الحاجة إلى تكاليف ثابتة مرتفعة أو خبرة تقنية متقدمة. ونتيجة لذلك، توفر هذه البنية فرصاً اقتصادية واجتماعية جديدة لمجموعة واسعة من الشركات والأفراد والدول. وتعتبر البنية التحتية الرقمية عامل تمكين قوي لريادة الأعمال والابتكار والتنمية. وتحدث المشاريع الرقمية متناهية الصغر تأثيراً تحويلياً في الصناعات القائمة، حيث تغير كيفية تقديم الخدمات بفضل التوسع في البنية التحتية الرقمية (Lehmann & Rosenkranz, 2017). فالمصممون العاملون لحسابهم الخاص ينشئون بشكل روتيني إضافات (plug-ins) وأدوات(widgets) ، ويحصل العديد منهم على دعم من واجهات برمجة التطبيقات (APIs) المتاحة عبر البنية التحتية الرقمية. وتعد هذه التطبيقات أدوات معيارية تدمج الشركات الناشئة الجديدة ضمن نظام بيئي يضم مشاريع قائمة ومزودي بنى تحتية (Kollmann et al., 2022).

كما تؤثر البنية التحتية الرقمية بشكل كبير ليس فقط على كيفية نشوء المشاريع الريادية الرقمية، بل أيضاً على محفظة منتجاتها وخدماتها. ونظراً لأن العديد من المشاريع الرقمية الجديدة تنتج "مصنوعات رقمية(Digital Artifacts) "، فإن البنية التحتية الرقمية تفتح آفاقاً واسعة من الفرص الريادية. كما تعد هذه البنية محفزاً للابتكار الاجتماعي؛ فمثلاً، تعد الشارات (badges) أو الاختبارات (quizzes)أشكالاً جديدة من سرد القصص، وتكشف عن بنية المعرفة في مجالات محتوى محددة. وتوفر العديد من البنى التحتية الرقمية منصات لتنسيق المحتوى وتوزيعه والتواصل بشأنه. وتفتح هذه المنصات قنوات جديدة للابتكار الاجتماعي، وقنوات جديدة لريادة الأعمال الرقمية. علاوة على ذلك، فإنها تغير بشكل جوهري بنية العديد من الأسواق التي كانت تعتبر سابقاً أسواقاً غير رقمية (Satar et al., 2024). ومن أهم التكنولوجيا المحفزة لريادة الأعمال الرقمية:

١. الذكاء الاصطناعي (Artificial Intelligence):

الذكاء الاصطناعي هو من أكثر التقنيات تقدماً، حيث يمكن أنظمة الحاسوب من محاكاة وتنفيذ المهام المعرفية البشرية مثل التعرف على الكلام، واتخاذ القرار، وترجمة اللغة، والإدراك البصري. وتهدف أنظمة الذكاء الاصطناعي إلى التعلم من الخبرات، والتكيف مع المدخلات الجديدة، وأداء الأنشطة بطريقة تشبه الأداء البشري. ويعد الذكاء الاصطناعي أحد العوامل الرئيسة التي تسهم في توسيع نطاق الاقتصاد الرقمي وتعزيز النمو الاقتصادي والتنمية (Riley, 2023).

وقد شهدت السنوات الأخيرة تطورات ملحوظة في الذكاء الاصطناعي، لا سيما في مجالات تطوير العتاد الحاسوبي، والمعالجة السريعة، والحوسبة السحابية، والبيانات الضخمة، والإنترنت، بالإضافة إلى تطبيقات جديدة لتقنيات الذكاء الاصطناعي. فعلياً، على الرغم من الاستخدام النشط للذكاء الاصطناعي في مجالات مثل برامج التعرف على الوجوه، وبرامج الشطرنج، وروبوتات الدردشة،

والمساعدات الصوتية) مثل Siri من Apple و Alexaمن(Amazon ، والتوصيات في التسويق الرقمي، والسيارات ذاتية القيادة، إلا أن هذه التقنيات لا تزال في مراحلها الأولية من دورة التطوير. كما تتيح تقنيات الذكاء الاصطناعي نماذج أعمال جديدة، وخدمات/حلول، وتطبيقات في عدة مجالات مثل التعليم، والرعاية الصحية، والخدمات المالية، والتسويق الرقمي (Selvakumar et al., 2025).

٢. تقنية البلوكتشين (Blockchain Technology):

أدت تقنية البلوكتشين، التي تشكل البنية الأساسية للعملات المشفرة مثل البيتكوين، إلى تجدد الاهتمام بقواعد البيانات الموزعة، والتي تحتفظ بسجلات مرتبة تنمو باستمرار، وتكون محمية ضد التلاعب أو التعديل. تسجل المعاملات بشكل دائم باستخدام طرق التشفير، مما ينتج سجلاً عاماً غير قابل للتغيير يخزن عبر عدة مضيفين حول العالم، مما يجعل من الصعب للغاية تعديل أي معاملة بطريقة احتيالية ضمن النظام. وتعتبر المعاملة المضافة إلى السجل غير قابلة للإلغاء.

ورغم أن هذه التقنية طورت في الأصل كبروتوكول أساسي للعملات المشفرة، إلا أن إمكاناتها باتت معترفاً بها لتوفير آليات آمنة وفعالة لترتيب المعاملات وتوقيتها، في العديد من التطبيقات الموزعة الأخرى. يعمل البلوكتشين كمخزن مشترك (append-only) لسجلات المعاملات المرتبة والمجمعة في كتل، والمرتبطة ببعضها البعض بطريقة لا تتطلب ثقة مسبقة، من خلال آلية الحالة المكررة (Wells et al., 2022).

ومن الخصائص الجوهرية لتقنية البلوكتشين ما يعرف بالعقود الذكية (Smart Contracts)، وهي بروتوكولات حاسوبية تسهل عملية التفاوض والتنفيذ والتحقق من شروط العقد. تعمل العقود الذكية بشكل مستقل على تحويل العمليات التجارية إلى صيغ برمجية، مما ينتج مجموعة متنوعة من المعاملات والخدمات الجديدة. بالمقارنة مع العقود التقليدية، تنفذ العقود الذكية ضمن بيئة موثوقة وتحقق التحقق الذاتي والتنفيذ الذاتي والامتثال الذاتي، مما يلغي الحاجة إلى ضمان بنكي، ويقلل بشكل كبير من تكاليف المعاملات بين الطرفين المتعاقدين.

وبالاستفادة من تقنيات المعلومات والاتصالات، يمكن أن تقدم هذه العمليات كخدمات رقمية من قبل الشركات الناشئة أو غيرها، لتخدم المنظمات والعملاء الأفراد (Ezugwu et al., 2024).

٣. الحوسبة السحابية (Cloud Computing):

تتيح الحوسبة السحابية وصولاً مرناً، ومريحاً، وعند الطلب إلى موارد حوسبة افتراضية مشتركة، مثل الخوادم، وأنظمة التخزين، والتطبيقات، والخدمات، والتي يمكن تخصيصها وإطلاقها بسرعة بجهد إداري بسيط (Recker & von Briel, 2019).

ويستطيع رواد الأعمال الرقميون التركيز على خلق القيمة وتطوير الكفاءات الجوهرية بدلاً من استثمار الموارد المالية والبشرية في البنى التحتية المادية أو المهام التشغيلية. كما تتيح هذه التقنية إطلاق قدرات جديدة بسرعة (مثل تحليلات البيانات الضخمة، وتعلم الآلة)، والتجريب، ودمج خدمات متميزة من جهات خارجية. وهذا الفصل البنيوي في المعمارية التقنية، والذي تدعمه الحوسبة السحابية، يعد عامل تمكين قوي للمشاريع الرقمية لبناء نماذج أعمال مبتكرة وإبداعية تنتمي إلى الجيل الجديد (Garrigós Simón et al., 2021).

ثانياً: وسائل التواصل الاجتماعي كأداة تمكينية لريادة الأعمال الرقمية:

تعد منصات التواصل الاجتماعي فئة واسعة من التطبيقات المعتمدة على الإنترنت، والتي تتيح للمستخدمين إنشاء المحتوى وتبادله. ومن أبرز هذه المنصات: YouTube، وFacebook، وInstagram، وTwitter، وLinkedIn، وSnapchat، وغيرها من الشبكات المشابهة. كما تندرج الشبكات الاجتماعية، والمنتديات الإلكترونية، ومواقع مشاركة الصور، ومواقع مشاركة الفيديو، والمدونات، وأقسام التعليقات في المواقع الإخبارية أو الفيديوية (وغيرها) تحت هذه الفئة.

ويستخدم المليارات من الأشخاص هذه المنصات بفاعلية، كما أن رواد الأعمال – سواء الرقميين أو غير الرقميين – يعتمدون عليها بشكل واسع لما توفره من وسائل متعددة للتواصل، وفرص للحصول على المعلومات، والقدرة على بناء شبكات تواصل مع مستخدمين آخرين (مثل العملاء، أو الشركاء، أو الموردين، أو المستثمرين، أو الموظفين)، فضلاً عن كفاءتها من حيث التكلفة. وتتيح تقنيات وسائل التواصل الاجتماعي لرواد الأعمال الوصول إلى المجتمعات الرقمية، وتعزز من الوعي بالعلامة التجارية، وتسهل الجهود التسويقية، كما تخفف بعض الحواجز التقليدية التي تواجه رواد الأعمال الرقميين، مثل عدم اليقين المحيط بإطلاق المنتجات (Lehmann & Rosenkranz, 2017).

وعلى الرغم من أن النماذج الحالية في ريادة الأعمال الرقمية تستخدم وسائل التواصل الاجتماعي غالباً لأغراض الإعلان أو المبيعات المباشرة، فإن الإمكانات الكامنة فيها كنموذج عمل مستقل لا تزال غير مستغلة بالشكل الكافي.

وقد اقترح بعض الباحثين دراسة منصات التواصل الاجتماعي كنماذج أعمال قائمة بذاتها، دون الارتباط التقليدي بمكونات مثل العملاء أو الشركاء أو الموردين. فعلى سبيل المثال، تعتمد منصات مثل YouTube وFacebook على نماذج أعمال قائمة على عوائد الإعلانات، في حين أن منصات مثل Flickr، وInstagram، وPinterest، قد تتحول في المستقبل من مجرد بناء قاعدة مستخدمين إلى نماذج أعمال مدعومة بالإعلانات أو قائمة على الاشتراك (Kollmann et al., 2022).

ثالثاً: التمكين المالي في ريادة الأعمال الرقمية:

يعد التمويل والاستثمار عاملين حاسمين لبقاء ونمو الشركات الناشئة العاملة ضمن الاقتصاد الرقمي (AL-Shboul, 2024). تحتاج المشاريع الريادية إلى موارد مالية لتوظيف الكوادر، وتطوير المنتجات، واغتنام فرص النمو، وضمان الاستدامة على المدى الطويل. وقد ظهرت أدوات وآليات متعددة لتوفير التمويل، مثل التمويل الجماعي، ورأس المال الاستثماري، والمستثمرين الملائكة. ومع ذلك، لا يزال رواد الأعمال يواجهون صعوبات في الحصول على التمويل الأولي، لا سيما في المجال الرقمي.

ويشكل نموذج العمل المستدام – الذي يربط الفرص السوقية بالموارد والقدرات المطلوبة – شرطاً مهماً للحصول على التمويل. ولكن، لجذب الاستثمار، يجب أن يدعم المشروع الريادي أيضاً خلق القيمة عبر مختلف مراحل دورة حياته، مع مراعاة أهداف محددة تتعلق بحجم التمويل ونوع الجهة الممولة (Singh, 2024) (Modina et al., 2025).

وتدمج ريادة الأعمال الرقمية نماذج عمل مبتكرة ضمن اقتصاديات المشاركة وخلق القيمة في ظل حالة عدم اليقين، مدفوعة بالتوجه الريادي والتحول الرقمي الذي يسهل الابتكار التخريبي. يعيد التحول الرقمي تشكيل الأنشطة الريادية، مما يؤكد على ضرورة وضع استراتيجيات خاصة بكل حالة وفرصها. يواجه رواد الأعمال الرقميون في المراحل المبكرة تحديات مثل صعوبة الوصول إلى التمويل، وضعف البنية التحتية الرقمية، والعوائق التنظيمية. وبينما تتيح التكنولوجيا الرقمية نماذج أعمال واستراتيجيات نمو جديدة، إلا أنها تنتج أيضاً فجوات رقمية، وتتطلب رأسمال معرفي قوي لتحقيق تحولات ناجحة (Hajli et al., 2025).

١. رأس المال الاستثماري (Venture Capital):

يعد رأس المال الاستثماري والأسهم الخاصة من مصادر التمويل الخارجية المهمة للشركات الناشئة التي تمتلك فرصاً واعدة ولكن تفتقر إلى الموارد المالية اللازمة لاستغلالها بالكامل (Recker & von Briel, 2019). وعادةً ما تكون الاستثمارات الأولية التي تقدمها صناديق رأس المال الاستثماري أقل من تلك التي تقدمها صناديق الأسهم الخاصة، كما أن لها تركيزات موضوعية أكثر تخصصاً ومتطلبات مختلفة من حيث المخاطر والعوائد.

ويرتبط رأس المال الاستثماري ارتباطاً وثيقاً بالقطاع الرقمي، ويعد المحفز المالي الأساسي لريادة الأعمال ضمن الاقتصاد الرقمي، حيث يدفع بعجلة الابتكار، ويشجع التنافسية، ويدعم تطوير الشركات الرقمية عبر أحجام وقطاعات مختلفة، باستخدام مجموعة واسعة من نماذج الأعمال.

من بين أبرز الجهات الممولة في هذا المجال: المسرعات الأعمال، المستثمرون الملائكة (Angel Investors)، البنوك، رؤوس الأموال الاستثمارية للشركات الكبرى، منصات التمويل الجماعي، الشركاء في الأسهم، الحكومات، المستثمرون المؤثرون، الحاضنات، عروض العملات الأولية (ICO)، شركات تطوير الأعمال (BDCs)، رؤوس أموال التنمية، وصناديق التحوط.

وتشير بيانات Preqin (٢٠٢١) المتعلقة بالشركات الناشئة الرقمية إلى ما يأتي:

أ. تمثل أمريكا الشمالية ٥٦٪ من إجمالي القيمة؛

ب. تتلقى مرحلة التمويل المبكر ٣٧٪ من إجمالي قيمة جمع الأموال؛

ج. ازداد الاستثمار في شركات SaaS بمقدار ٦ مليارات دولار، وفي شركات FinTech بحوالي ٥ مليارات دولار؛

د. بلغت القيمة الإجمالية لصفقات رأس المال الاستثماري ٢٩٤ مليار دولار بزيادة قدرها ٤٦٪؛

هـ. ارتفع عدد الصفقات بنسبة ١٦٪؛

و. قفزت قيمة العائد عند الخروج (Exit Value) بنسبة ٢٣٠٪.

٢. التمويل الجماعي (Crowdfunding):

تعد منصات التمويل الجماعي من الوسائل الحيوية لتمويل الشركات الرقمية الناشئة. وتعد هذه المنصات أسواقاً مركزية يروج فيها أصحاب المشاريع لأفكارهم، ويمكن للجمهور العام الاستثمار مباشرةً فيها. ومن خلال مساهمات صغيرة من جمهور واسع، يمكن جمع رأس مال كبير. يتطلب التمويل الجماعي نداءً مفتوحاً عبر الإنترنت للحصول على موارد مالية، سواء كتبرعات، أو مقابل مكافآت، أو حقوق تصويت، أو حتى حصص في الشركة.وتتراوح مكافآت المستثمرين من شكر بسيط إلى حصص في الشركة (Nesme, 2012). ويظهر رواد الأعمال الرقميون تبايناً في تفضيلاتهم حول جمع التمويل عبر الإنترنت؛ إذ يتجنب البعض الظهور العلني لاحتمالات النجاح أو الفشل، بينما يستخدم آخرون وسائل التواصل الاجتماعي لتعزيز العلاقات مع العملاء، وزيادة الظهور، وجذب المستثمرين المحتملين.وعلى الرغم من أن المستثمرين يدركون الفرص والمخاطر الكامنة في التمويل الجماعي بالأسهم، فإنهم غالباً ما يقللون من حجم المخاطر، لأن الاستثمار في حصص غير سائلة في شركات ناشئة لا يزال أمراً غير شائع، حتى بين المستثمرين ذوي الخبرة. لذا، ينبغي على صناع السياسات إعطاء الأولوية لتثقيف المستثمرين والمستشارين لتعزيز استثمارات مدروسة، مما يساهم في بناء بيئة أكثر استقراراً لرواد الأعمال والمستثمرين (Estrin et al., 2018).

٣. المستثمرون الملائكة (Angel Investors):

يلعب المستثمرون الملائكة دوراً محورياً في دعم التقدم العملي للشركات الرقمية الناشئة، والتي تشكل حالياً الغالبية العظمى من المشاريع الجديدة عالمياً. وغالباً ما يمتلك هؤلاء المستثمرون محافظ استثمارية مركزة – تتضمن أقل من عشرة استثمارات في وقت واحد – من أجل إدارة المخاطر بفعالية. ويظهر العديد منهم التزاماً قوياً بالتنمية المحلية، حيث يركزون على الفرص ضمن مجتمعاتهم المحلية، وتلزمهم بعض اللوائح بالاستثمار محلياً. ورغم أن الاستثمارات في المراحل المبكرة عادةً ما تحقق عوائد أقل من المتوقع، إلا أن المستثمرين الملائكة غالباً ما يتفوقون على صناديق رأس المال الاستثماري والأسواق العامة من حيث الأداء.

ومع ذلك، فإن التقارب المتزايد بين أنشطة المستثمرين الملائكة ورؤوس الأموال الاستثمارية أدى إلى انخفاض العوائد التي يحققها المستثمرون الملائكة مؤخراً. ويعمل معظم المستثمرين الملائكة بشكل مستقل، على الرغم من وجود تباين في مدى تفاعلهم مع مستثمرين آخرين ضمن شبكات أو مجموعات استثمارية. لذا تبرز أهمية التمويل الملائكي بشكل خاص في البيئات الريادية في مراحلها الأولى، مما يسلط الضوء على مدى أهمية هذا النمط من الاستثمار في الاقتصاد الرقمي (AL-Shboul, 2024) (Recker & von Briel, 2019).

رابعاً: استراتيجيات التسويق الرقمي لرواد الأعمال

تسهم ريادة الأعمال الرقمية بشكل بالغ في تعزيز الاقتصاد الرقمي من خلال تقديم حلول قابلة للتوسع، وتسريع الإنتاجية، والمساهمة في خلق فرص العمل والنمو الاقتصادي بشكل كبير. يعتمد المؤسسون على المنصات الرقمية بشكل متزايد لتسويق مشاريعهم، مما يشكل جزءاً مهماً من التجارة العالمية، ويعزز الابتكار، والإنتاجية، والشمول الاجتماعي. كما تسهم التقنيات الرقمية في تعزيز القدرات الريادية عبر تسهيل جمع المعلومات، وتقييم الفرص، والابتكار، والتخطيط الاستراتيجي، والتنفيذ التشغيلي، والتعاون الدولي (Lehmann & Rosenkranz, 2017). وقد ساهم الانتشار الواسع لمنصات التواصل الاجتماعي في تعزيز قدرات التسويق لدى رواد الأعمال، حيث مكنت الشركات من الوصول إلى عملاء جدد، وجذب الاستثمارات، وبناء هويات قوية للعلامات التجارية (Recker & von Briel, 2019).

وتشمل استراتيجيات التسويق الرقمي أدوات أساسية مثل: تحسين محركات البحث (SEO)، والتسويق عبر محركات البحث (SEM)، والتسويق بالمحتوى، والإعلانات على وسائل التواصل الاجتماعي. وتعد هذه الأدوات ركائز مهمة لدعم نمو الشركات الناشئة وتحقيق ميزة تنافسية في السوق الرقمي.

١. تحسين محركات البحث (Search Engine Optimization):

يشير تحسين محركات البحث (SEO) إلى تحسين موقع الويب على محرك بحث Google بطرق متعددة، بهدف رفع ترتيب الموقع في نتائج البحث العضوية، وجذب مزيد من الزوار من خلال صفحة نتائج محرك البحث (SERP). ويساعد ذلك في ضمان ظهور الموقع في أعلى الصفحة الأولى قدر الإمكان.

وتبرز الأبحاث الحاجة المتزايدة لدى رواد الأعمال إلى إتقان تقنيات SEO، حيث تستمر استراتيجياته في التطور بالتوازي مع التغيرات في البيئة الرقمية. وتشمل مكونات التسويق الرقمي الأخرى: إعلانات الدفع لكل نقرة (PPC)، وزيادة حركة المرور، والتسويق بالمحتوى، والتسويق عبر وسائل التواصل الاجتماعي، والتسويق الرقمي العام، والتسويق عبر محركات البحث (SEM)، وجميعها تؤثر بشكل كبير على قدرة رائد الأعمال الرقمي على النجاح (Recker & von Briel, 2019) (Lehmann & Rosenkranz, 2017).

٢. التسويق بالمحتوى (Content Marketing):

برز التسويق بالمحتوى كركيزة أساسية في ريادة الأعمال الرقمية، حيث يقدم نهجاً استراتيجياً لجذب العملاء والاحتفاظ بهم من خلال تقديم معلومات ذات قيمة. يقوم رواد الأعمال بإنتاج مدونات، وفيديوهات، وبودكاست، ومنشورات على وسائل التواصل الاجتماعي بهدف تثقيف الجمهور أو ترفيهه أو إلهامه. ويفهم المسوقون الناجحون احتياجات جمهورهم، من مشكلات وتساؤلات وطموحات، ويقومون بإنشاء محتوى يعالج تلك الاحتياجات. يتجاوز تأثير التسويق بالمحتوى رفع الوعي بالعلامة التجارية، ليشمل توليد زيارات للموقع، ورعاية العملاء المحتملين، وتحويلهم إلى عملاء فعليين (Recker & von Briel, 2019).

ويعد تحسين محركات البحث (SEO) عنصراً أساسياً في التسويق بالمحتوى. إذ يعمل المسوقون على تحسين كل جزء من المحتوى لمحركات البحث مثل Google وBing باستخدام الكلمات المفتاحية، والعناوين التعريفية، والوصف، والروابط الخلفية، وأساليب أخرى. ويضمن SEO اكتشاف العملاء المحتملين للمحتوى عند البحث عن مواضيع ذات صلة.

علاوة على ذلك، يعزز التسويق بالمحتوى الثقة والمصداقية. فمن خلال ربط أنفسهم بمحتوى عالي الجودة وموثوق، يستطيع رواد الأعمال تعزيز سمعتهم ومكانتهم في سوق يتسم بتزايد الشكوك والتنافسية.

٣. الإعلان عبر وسائل التواصل الاجتماعي (Social Media Advertising):

يتضمن الإعلان عبر وسائل التواصل الاجتماعي العديد من الوسائل التي تستخدمها الشركات للتفاعل مع الجمهور، وبناء العلامة التجارية، وتحقيق التحويلات، وإنشاء مجتمع من المتابعين. يتجه رواد الأعمال الرقميون بشكل متزايد إلى الشبكات

الاجتماعية، والمدونات القصيرة (microblogs)، وغيرها من المنصات للترويج لمشاريعهم، والتواصل مع العملاء والموردين (Horst et al., 2019).

وتمكن منصات التواصل الاجتماعي رواد الأعمال من الوصول إلى جمهور عالمي بتكاليف محدودة نسبياً، مما يجعلها خياراً مثالياً للشركات الناشئة، وخاصة تلك التي لم تنشئ بعد سمعة أو علامة تجارية راسخة. كما تتميز هذه المنصات بانخفاض تشبع السوق، حيث تشير الدراسات إلى أن نحو ٤٩٪ من هذه المنصات تركز على مبيعات B2C (من الشركات إلى المستهلكين)، في حين أن ٢٢٪ فقط تركز على مبيعات B2B (من الشركات إلى الشركات). ويفيد رواد الأعمال الجدد بأن الإعلان عبر وسائل التواصل الاجتماعي يولد اهتماماً كبيراً وتفاعلاً واسعاً، مما يجعله وسيلة فعالة بشكل خاص للترويج للمشاريع في إطار الاقتصاد الرقمي (Horst et al., 2019).

المبحث الثالث: الواقع التطبيقي والتحليل البياني لريادة الأعمال الرقمية

تشكل ريادة الأعمال الرقمية اليوم ركيزة أساسية في دفع عجلة الاقتصاد العالمي نحو التحول الرقمي والابتكار المستدام. فقد أصبحت التكنولوجيا الرقمية وأدواتها ليست مجرد وسائل مساعدة بل جوهراً للأنشطة الاقتصادية، إذ تعتمد عليها معظم المشاريع الناشئة في مختلف القطاعات. إن الفهم العميق للواقع التطبيقي لريادة الأعمال الرقمية من خلال البيانات والإحصاءات، سواء على المستوى الدولي أو المحلي، يمثل خطوة حاسمة نحو استشراف الفرص والتحديات التي تواجه رواد الأعمال الرقميين.

في هذا الخصوص، يتيح التحليل البياني والميداني إمكانية رسم صورة واضحة للواقع، من خلال استعراض مؤشرات الأداء الاقتصادي، معدلات التوظيف، مستويات الابتكار، وحجم الاستثمارات في المشاريع الرقمية. كما تلعب دراسات الحالة من منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا والعراق دوراً محورياً في تسليط الضوء على الخصوصيات المحلية، وتبيان كيف تتفاعل العوامل التنظيمية والتمويلية والتكنولوجية مع البيئة الريادية.

أولاً: الواقع الحالي لريادة الأعمال الرقمية عالمياً:

باتت ريادة الأعمال الرقمية اليوم أحد أعمدة النمو الاقتصادي العالمي، فقد أدى التحول الرقمي إلى فتح آفاق كبيرة للأفراد والمؤسسات للنشاط التجاري، الابتكار، وتقديم الخدمات والمنتجات عبر الإنترنت ومنصات رقمية. وتشير البيانات العالمية إلى أن مساهمة الاقتصاد الرقمي في الناتج المحلي الإجمالي تتزايد، وأن الاستثمارات في البنى التحتية والتقنيات الحديثة متصاعدة، لكن الفجوة بين الدول المتقدمة والنامية لا تزال واضحة من حيث الإمكانيات، التمويل، والبيئة التنظيمية.

ويظهر الجدول (١) حجم الاستثمار الخاص في الذكاء الاصطناعي في تسع دول رائدة عالمياً المدة (٢٠١٣ – ٢٠٢٤). وتتصدر الولايات المتحدة القائمة باستثمار ضخم يبلغ حوالي ٤٧١ مليار دولار، مما يعكس ريادتها في تبني وتطوير تقنيات الذكاء الاصطناعي، مدعومة بوجود شركات كبرى وشبكة قوية من الابتكار والتمويل. وتأتي الصين في المرتبة الثانية باستثمار ١١٩ مليار دولار، مما يدل على طموحها الكبير في هذا المجال ودعم حكومي واسع لتعزيز ريادة الأعمال الرقمية. أما الدول الأخرى مثل المملكة المتحدة وكندا، فتظهر استثمارات أقل نسبياً لكنها تظل مؤثرة، حيث تركز هذه الدول على قطاعات متخصصة وتقنيات ناشئة تدعم اقتصاد المعرفة. ومن الدول الأوروبية ألمانيا وفرنسا تسجل أيضاً استثمارات ملحوظة، رغم أنها أقل بكثير من الولايات المتحدة والصين، ما يعكس الفجوة بين الدول المتقدمة والنامية في القدرة على استقطاب رؤوس الأموال لتطوير ريادة الأعمال الرقمية. كما تظهر بعض الدول الآسيوية مثل الهند وكوريا الجنوبية وسنغافورة استثمارات متزايدة، مما يعكس توجهاً متسارعاً نحو دعم الابتكار الرقمي وتنمية الشركات الناشئة في هذه الأسواق الصاعدة. بشكل عام، يعكس الجدول تركيز رأس المال في الأسواق الأكثر تطوراً وتوفر بنية تحتية قوية، في حين تواجه الدول النامية تحديات في تمويل وتطوير ريادة الأعمال الرقمية.

الجدول (١) الاستثمار الخاص في الذكاء الاصطناعي حسب الدول (٢٠١٣–٢٠٢٤) (مليار دولار)

الدولة	الولايات المتحدة	الصين	المملكة المتحدة	كندا	ألمانيا	الهند	فرنسا	كوريا الجنوبية	سنغافورة
حجم الاستثمار	471	119	28	15	13	11	11	9	7

المصدر: Visual Capitalist (2024). Visualizing global AI investment by country.
https://www.visualcapitalist.com/visualizing-global-ai-investment-by-country/

ويظهر من الجدول (٢) لمحة عامة عن المشهد العالمي لريادة الأعمال الرقمية، ويوضح مجموعة من المؤشرات التي تبرز واقع الشركات الناشئة وتحدياتها وفرصها، فقد بلغ عدد الشركات الناشئة عالمياً (١٥٠ مليون شركة)، وهو ما يعكس الحجم الضخم للنشاط الريادي على مستوى العالم، إلا أن من المهم الإشارة إلى أن عدداً كبيراً من هذه الشركات قد يكون في طور التجربة أو عبارة عن مشاريع صغيرة أو فردية (مثل العاملين لحسابهم أو الأعمال المنزلية). ورغم ذلك، فإن هذا الرقم يشير إلى الانتشار الكبير للفكر الريادي الرقمي وانتقال شرائح واسعة من الأفراد نحو العمل الريادي كمسار اقتصادي بديل أو إضافي. أما عدد الشركات الجديدة التي تطلق سنوياً فيبلغ نحو (٥٠ مليون) الذي يدل على الديناميكية العالية في بيئة الأعمال الرقمية، حيث يتم إطلاق ملايين المشاريع كل عام. هذا الزخم يعكس سهولة الدخول إلى السوق الرقمي نتيجة لخفض التكاليف التقنية وتوفر المنصات الرقمية، ولكنه أيضاً يعزز من التنافسية العالية في هذا القطاع. إلا أن معدل الفشل في الشركات الناشئة فيبلغ حوالي (٩٠٪) وهي نسبة مرتفعة تؤكد أن معظم الشركات الناشئة لا تتمكن من الاستمرار والبقاء في السوق. من بين أبرز أسباب الفشل يمكن الإشارة إلى ضعف التمويل، نقص الخبرة الإدارية، ضعف الوصول إلى السوق، وعدم وجود ميزة تنافسية واضحة. وهذا يعزز الحاجة إلى برامج دعم وتوجيه وتمويل مستدامة. أما عدد الـ Unicorns فقد بلغ نحو (١٤٨٩ شركة) عالمياً وهي الشركات الناشئة ذات النمو السريع والقيمة الكبيرة. على رغم العدد الهائل من الشركات الناشئة، فإن فقط نسبة ضئيلة جداً تصل إلى مستوى "يونكورن" (Unicorn)، أي شركات تبلغ قيمتها السوقية مليار دولار أو أكثر. هذا يشير إلى أن فرص النمو الهائل موجودة ولكنها محدودة وتتطلب ظروفاً خاصة (فكرة مبتكرة، تمويل قوي، إدارة فعالة، سوق متجاوب.. إلخ).

الجدول (٢) إحصائيات الشركات الناشئة العالمية لعام (٢٠٢٥)

المؤشر	التفاصيل
عدد الشركات الناشئة عالمياً	أكثر من ١٥٠ مليون شركة ناشئة
عدد الشركات الجديدة التي تطلق سنوياً	نحو ٥٠ مليون شركة
نسبة الفشل في الشركات الناشئة	حوالي ٩٠%
عدد الـ "يونكورنز" النشطة عالمياً	1489شركة

المصدر:
Startup Genome (2025). The Global Startup Ecosystem Report 2025.
https://startupgenome.com/report/gser2025/introduction

ويشير الجدول (٣) إلى نمو متسارع في حجم وتأثير الاقتصاد الرقمي، بما يعكس البيئة الداعمة لتطور ريادة الأعمال الرقمية على مستوى العالم. فوفقاً لتقرير مؤتمر الأمم المتحدة للتجارة والتنمية (UNCTAD) لعام ٢٠٢٥، ارتفعت نسبة الاستثمار الأجنبي المباشر (FDI) في الاقتصاد الرقمي من ٥.٥٪ إلى ٨.٣٪ من إجمالي تدفقات الاستثمار الأجنبي خلال العقد الأخير، كما زادت الدول النامية من استثماراتها الرقمية الخضراء (greenfield investment) بأكثر من ستة أضعاف بين عامي ٢٠٢٠ و٢٠٢٤ في مجالات مثل الخدمات الرقمية والحلول التقنية. ومن جانب آخر، يقدر تقرير Digital Prosperity Report الصادر عن منظمة Digital Cooperation Organization أن الاقتصاد الرقمي سيساهم بما يقارب ٢٤٪ من الناتج الاقتصادي العالمي بحلول عام

٢٠٢٥، أي ما يعادل نحو ٢٣ تريليون دولار من الأنشطة الاقتصادية الرقمية أو التي تم تحويلها رقمياً. وفي المجال ذاته، يظهر تقرير Forrester أن حجم الاقتصاد الرقمي العالمي قد يصل إلى ١٦.٥ تريليون دولار، أي ما يمثل حوالي ١٧٪ من الناتج المحلي الإجمالي العالمي بحلول عام ٢٠٢٨، مع توقعات بنمو سنوي مركب يقدر بنحو ٦.٩٪ للفترة من ٢٠٢٣ إلى ٢٠٢٨، وهو ما يعزز من فرص التوسع في ريادة الأعمال الرقمية ويدل على تنامي اعتماد الاقتصاد العالمي على الابتكار والتقنيات الرقمية.

الجدول (٣) مؤشرات الاقتصاد الرقمي العالمي وانعكاساته على ريادة الأعمال الرقمية

المؤشر	القيمة	الملاحظات	أي الدول تتصدر
نسبة الاقتصاد الرقمي من GDP العالمي (متوقع بحلول ٢٠٢٥)	ما يقارب ٢٤٪	مقارنة مع أقل من ذلك بكثير قبل ١٠-٥ سنوات	الأسواق الكبرى مثل الولايات المتحدة، الصين، أوروبا الغربية
حجم الاقتصاد الرقمي العالمي المتوقع (2023-2028)	حوالي 16.5 تريليون دولار	نمو سنوي مركب ~٦.٩٪	الدول المتقدمة هي الأكبر مساهمة، لكن النمو أسرع في الدول الناشئة
الزيادة في الاستثمارات الأجنبية المباشرة في مجالات الاقتصاد الرقمي	من ٥.٥٪ إلى ٨.٣٪ من إجمالي FDI	خلال العقد الأخير	النمو ظاهر عالمياً، لكن الدول النامية ما تزال تستقطب جزءاً أقل من الدول المتقدمة

المصدر:

1. Digital Cooperation Organization (DCO) (2024). Digital Prosperity Report 2024. https://dco.org/wp-content/uploads/2024/03/Digital-Prosperity-Report.pdf
2. Forrester Research (2024). The Global Digital Economy Will Reach $16.5 Trillion And Capture 17% Of Global GDP By 2028. https://www.forrester.com/blogs/the-global-digital-economy-will-reach-16-5-trillion-and-capture-17-of-global-gdp-by-2028/
3. United Nations Conference on Trade and Development (UNCTAD) (2024). Global investment in digital economy surges but remains uneven. https://unctad.org/news/global-investment-digital-economy-surges-remains-uneven
4. World Bank (2023). World Development Report 2023: Data for Better Lives. https://www.worldbank.org/en/publication/wdr2023

ثانياً: ريادة الأعمال الرقمية في منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا (MENA):

تعد منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا (MENA) واحدة من أكثر المناطق ديناميكيةً في مجال ريادة الأعمال الرقمية على مستوى العالم. تتميز هذه المنطقة بشبابها الكبير المتحمس للتكنولوجيا، وزيادة انتشار الإنترنت والهواتف الذكية، إلى جانب تحسن البنية التحتية الرقمية في العديد من دولها. رغم ذلك، تواجه ريادة الأعمال الرقمية في MENA تحديات تنظيمية وتمويلية وتقنية مختلفة بين الدول، تعكس التنوع الاقتصادي والاجتماعي والسياسي في المنطقة. يعكس تطور المشاريع الرقمية في MENA قدرة الشباب ورواد الأعمال على تحويل التحديات إلى فرص واعدة للنمو الاقتصادي والتوظيف.

ويعكس الجدول (٤) تنوعاً واسعاً في مستويات النشاط الريادي الرقمي عبر دول منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا، مما يبرز أهمية ريادة الأعمال الرقمية كعنصر حيوي في دفع عجلة النمو الاقتصادي والتكنولوجيا في المنطقة. وتظهر بعض الدول مثل الإمارات العربية المتحدة والسعودية ومصر معدلات عالية في عدد الشركات الناشئة الرقمية، واستثمارات قوية، مما يدل على بيئة داعمة ومناخ محفز للابتكار. بالمقابل، تسجل دول أخرى مثل الجزائر وفلسطين مستويات أقل، مما يشير إلى وجود تحديات هيكلية تحتاج إلى معالجة مثل البنية التحتية الرقمية، الوصول إلى التمويل، والتشريعات الداعمة.

يمثل هذا التباين فرصة للدول الأقل تطوراً للاستفادة من خبرات الدول الرائدة وتعزيز برامج الدعم، وتطوير البنية التحتية الرقمية، وتحسين البيئة التنظيمية. كذلك، يؤكد الجدول (٤) على أن ريادة الأعمال الرقمية ليست فقط محركاً للنمو الاقتصادي بل أيضاً وسيلة لتعزيز التوظيف وخلق فرص جديدة في قطاعات حديثة. وفي المجمل، تبرز أهمية ريادة الأعمال الرقمية كرافد استراتيجي

لتحقيق التنمية المستدامة والتحول الاقتصادي في منطقة MENA، وضرورة تبني سياسات متكاملة تدعم رواد الأعمال وتحد من الفجوات الرقمية بين الدول.

الجدول (٤) بعض مؤشرات ريادة الأعمال الرقمية في منطقة MENA لعام ٢٠٢٤

الدولة	عدد الشركات الناشئة الرقمية (تقريبي)	حجم الاستثمار في ريادة الأعمال الرقمية (مليون دولار)	نسبة نمو القطاع الرقمي (%) السنوي	دعم حكومي (مقياس ١-١٠)	معدل توظيف القطاع الرقمي (%)
الإمارات	7,000	1,200	15	9	12
السعودية	6,500	950	14	8	11
مصر	4,000	400	18	7	9
قطر	1,500	350	12	7	10
لبنان	1,200	120	10	6	8
الأردن	1,800	200	13	7	9
تونس	1,400	180	12	6	7
الكويت	1,200	250	11	7	8
الجزائر	900	100	9	5	6
البحرين	1,000	150	10	6	7
سلطنة عمان	850	130	8	5	6
فلسطين	700	80	7	4	5

المصدر:

1. Global Entrepreneurship Monitor (2023). Global report 2023. https://www.gemconsortium.org/report
2. World Economic Forum (2023). The future of digital economy and society report 2023. https://www.weforum.org/reports/the-future-of-the-digital-economy-and-society-2023
3. Statista (2024). Digital startups and investment statistics in Middle East and North Africa. https://www.statista.com/statistics/middle-east-digital-startups/
4. MENA Digital Economy Report (2023). Annual report on digital entrepreneurship in the MENA region. https://mena-digital-report.org/2023
5. ArabNet (2023). MENA tech and startup ecosystem insights. https://www.arabnet.me/english/startup-reports

ومن الجدول (٤) أيضاً يمكن ملاحظة الآتي:

١. في الإمارات العربية المتحدة بلغ عدد الشركات الناشئة الرقمية حوالي ٧,٠٠٠ شركة في عام ٢٠٢٤، مما يعكس بيئة ريادية نشطة تدعمها بنية تحتية متطورة، وبلغ حجم الاستثمار مقدار ١.٢ مليار دولار في عام ٢٠٢٤، حيث استحوذت الشركات الإماراتية على أكثر من نصف إجمالي الاستثمارات في المنطقة، لتسجل معدل نمو موجب بلغ ١٥٪ مقارنة بالعام السابق، مما يدل على استمرارية في جذب الاستثمارات. كما حصلت على تقييم ٩ من ١٠، نظراً للمبادرات الحكومية مثل "StartupEmirates.ae" التي تهدف إلى تدريب ١٠,٠٠٠ شاب وتوفير ٣٠,٠٠٠ وظيفة بحلول عام ٢٠٣٠. أما معدل التوظيف فيقدر بحوالي ١٢٪ من إجمالي القوى العاملة، مما يعكس أهمية القطاع في توفير فرص العمل.

٢. في المملكة العربية السعودية بلغ عدد الشركات الناشئة الرقمية حوالي ٦,٥٠٠ شركة في عام ٢٠٢٤، مما يعكس بيئة ريادية متنامية مدعومة بجهود حكومية ضخمة ضمن "رؤية السعودية ٢٠٣٠" التي تركز على التحول الرقمي وتنويع الاقتصاد. وقد بلغ حجم الاستثمار في هذا القطاع نحو ٩٥٠ مليون دولار في عام ٢٠٢٤، مما يعكس اهتماماً متزايداً من المستثمرين المحليين والعالميين. وسجل القطاع نمواً سنوياً بنسبة ١٤٪، بينما حصلت المملكة على تقييم ٨ من ١٠ في مقياس الدعم الحكومي، وذلك بفضل حزم الدعم والتسهيلات الممنوحة للشركات الناشئة. أما معدل التوظيف في القطاع الرقمي فقد بلغ نحو ١١٪ من إجمالي القوى العاملة، مما يدل على مساهمة ملموسة في الاقتصاد الوطني.

٣. في جمهورية مصر العربية بلغ عدد الشركات الناشئة الرقمية في جمهورية مصر العربية حوالي ٤,٠٠٠ شركة في عام ٢٠٢٤، ما يعكس نمواً ملحوظاً في بيئة ريادة الأعمال الرقمية، رغم التحديات الاقتصادية القائمة. وبلغ حجم الاستثمار نحو ٤٠٠ مليون دولار حتى نهاية ٢٠٢٤، لتتصدر مصر حينها المنطقة في جذب الاستثمارات، خصوصاً في مجالات التكنولوجيا المالية والتعليم الإلكتروني، بحسب منصة Wamda. وسجل القطاع نمواً بنسبة ١٨٪ مقارنة بالعام السابق، وهو الأعلى في المنطقة، ما يدل

على جاذبية السوق المصري للمستثمرين. أما الدعم الحكومي، فقد حصل على تقييم ٧ من ١٠، بفضل مبادرات مثل "رواد ٢٠٣٠" و"فكرتك شركتك". ويقدر معدل التوظيف في القطاع الرقمي بحوالي ٩٪ من إجمالي القوى العاملة، ما يعكس دوراً متزايداً لهذا القطاع في دفع عجلة التشغيل والتنمية.

٤. في قطر بلغ عدد الشركات الناشئة الرقمية حوالي ١,٥٠٠ شركة في عام ٢٠٢٤، ما يعكس تطوراً تدريجياً في بيئة ريادة الأعمال، مدعوماً بجهود الدولة في التحول الرقمي. وقد بلغ حجم الاستثمار في هذا القطاع نحو ٣٥٠ مليون دولار، مع تركيز واضح على مجالات التكنولوجيا المالية والذكاء الاصطناعي. وسجل القطاع نمواً سنوياً بنسبة ١٢٪ مقارنة بالعام السابق، ما يعكس تحسناً مطرداً في جذب الاستثمارات. وحصلت الدولة على تقييم ٧ من ١٠ في مقياس الدعم الحكومي، بفضل برامج مثل "مركز قطر للتكنولوجيا المالية" ومسرعات الأعمال المدعومة حكومياً. أما معدل التوظيف في القطاع الرقمي فقد بلغ حوالي ١٠٪ من إجمالي القوى العاملة، وهو مؤشر جيد على تطور هذا القطاع.

٥. في الجمهورية اللبنانية، ورغم التحديات الاقتصادية والسياسية الصعبة، بلغ عدد الشركات الناشئة الرقمية حوالي ١,٢٠٠ شركة في عام ٢٠٢٤، ما يعكس إصرار الشباب اللبناني على الابتكار وريادة الأعمال. وبلغ حجم الاستثمار في هذا القطاع حوالي ١٢٠ مليون دولار، وهو رقم يعكس اهتماماً محدوداً بسبب الوضع العام في البلاد، لكنه يوضح وجود بيئة حيوية في مجالات مثل البرمجيات والخدمات الرقمية. وسجل القطاع نمواً بنسبة ١٠٪ مقارنة بالعام السابق، في ظل دعم حكومي متوسط حصل على تقييم ٦ من ١٠، في ظل مبادرات محلية ومساعدات من منظمات دولية. أما معدل التوظيف، فقد بلغ نحو ٨٪ من إجمالي القوى العاملة، وهو رقم مقبول في ظل الظروف الاقتصادية الراهنة.

٦. في المملكة الأردنية الهاشمية، بلغ عدد الشركات الناشئة الرقمية حوالي ١,٨٠٠ شركة في عام ٢٠٢٤، ما يعكس بيئة ريادية نشطة تعتمد على الكفاءات البشرية القوية في مجالات البرمجة والتكنولوجيا. وبلغ حجم الاستثمار في هذا القطاع حوالي ٢٠٠ مليون دولار، مع اهتمام متزايد من صناديق الاستثمار الإقليمية. وسجل القطاع نمواً بنسبة ١٣٪ مقارنة بالعام السابق، بدعم من برامج حكومية مثل "صندوق الابتكار الأردني" و"منصة زين للإبداع"، ما منح الأردن تقييماً قدره ٧ من ١٠ في مقياس الدعم الحكومي. أما معدل التوظيف في القطاع الرقمي، فقد بلغ نحو ٩٪، ما يدل على مساهمة واضحة في الاقتصاد الوطني وتشغيل الشباب.

٧. في الجمهورية التونسية، بلغ عدد الشركات الناشئة الرقمية حوالي ١,٤٠٠ شركة في عام ٢٠٢٤، ما يدل على نشاط ريادي متزايد رغم التحديات الاقتصادية. وبلغ حجم الاستثمار نحو ١٨٠ مليون دولار، مع اهتمام ملحوظ من بعض الصناديق الأوروبية والمؤسسات الدولية. وسجل القطاع نمواً بنسبة ١٢٪ مقارنة بالعام السابق، في ظل دعم حكومي متوسط حصل على تقييم ٦ من ١٠، مع وجود مبادرات مثل " Startup Act " التي تهدف لتسهيل إنشاء الشركات الناشئة. أما معدل التوظيف في القطاع الرقمي، فقد بلغ نحو ٧٪ من إجمالي القوى العاملة، مما يدل على إمكانيات واعدة بحاجة إلى بيئة اقتصادية أكثر استقراراً.

٨. في الكويت بلغ عدد الشركات الناشئة الرقمية في دولة الكويت حوالي ١,٢٠٠ شركة في عام ٢٠٢٤، وهو ما يعكس وجود بيئة ريادية نشطة نسبياً، مدعومة ببنية تحتية جيدة ومستوى مرتفع من التحول الرقمي. وبلغ حجم الاستثمار في هذا القطاع حوالي ٢٥٠ مليون دولار، بفضل مساهمات من صناديق استثمار محلية وجهات خليجية. وقد سجل القطاع نمواً سنوياً بنسبة ١١٪، وهو معدل مستقر يشير إلى نضوج تدريجي في السوق الرقمية. أما الدعم الحكومي فقد حصل على تقييم ٧ من ١٠، نتيجة مبادرات مثل "صندوق المشروعات الصغيرة والمتوسطة" ومسرعات الأعمال التي تديرها جهات حكومية وخاصة. ويقدر معدل التوظيف في القطاع الرقمي بنحو ٨٪ من إجمالي القوى العاملة، وهو ما يعكس مساهمة مقبولة في الاقتصاد الوطني، مع إمكانيات كبيرة للنمو في المستقبل.

٩. في الجمهورية الجزائرية بلغ عدد الشركات الناشئة الرقمية حوالي ٩٠٠ شركة في عام ٢٠٢٤، وهو رقم متواضع يعكس التحديات التي تواجه بيئة ريادة الأعمال، بما في ذلك البيروقراطية وضعف التمويل. وبلغ حجم الاستثمار في هذا القطاع نحو ١٠٠ مليون دولار فقط، أغلبه من مصادر محلية ودعم محدود من شراكات دولية. وسجل القطاع نمواً بنسبة ٩٪ مقارنة بالعام السابق، وهو أقل من المتوسط الإقليمي. أما الدعم الحكومي فقد حصل على تقييم ٥ من ١٠، بالرغم من المبادرات الحديثة مثل برنامج "Startup Algeria"ومحاولات تحسين البيئة التشريعية. ويقدر معدل التوظيف في القطاع الرقمي بنحو ٦٪ فقط، ما يعكس الحاجة إلى تعزيز الاستثمارات والسياسات الداعمة لجعل القطاع أكثر جذباً وقدرة على التشغيل.

١٠. في مملكة البحرين بلغ عدد الشركات الناشئة الرقمية حوالي ١,٠٠٠ شركة في عام ٢٠٢٤، وهو رقم يعكس نشاطاً ملحوظاً في بيئة ريادية مرنة وواعدة رغم صغر السوق. وبلغ حجم الاستثمار حوالي ١٥٠ مليون دولار، مدفوعاً بجهود مؤسسات مثل "صندوق الواحة" ومبادرات الابتكار المالي. وسجل القطاع نمواً سنوياً بنسبة ١٠٪، وهو معدل مستقر يشير إلى تقدم تدريجي في تعزيز القطاع الرقمي. أما الدعم الحكومي، فقد حصل على تقييم ٦ من ١٠، من خلال مبادرات مثل "Bahrain FinTech Bay"ومسرعات الأعمال المدعومة من الحكومة. وبلغ معدل التوظيف في القطاع الرقمي حوالي ٧٪ من إجمالي القوى العاملة، في مؤشر على مساهمة متنامية للقطاع في توفير فرص العمل للشباب البحريني.

١١. بلغ عدد الشركات الناشئة الرقمية في سلطنة عمان حوالي ٨٥٠ شركة في عام ٢٠٢٤، ما يعكس بداية متواضعة في بيئة ريادة الأعمال الرقمية، مع وجود توجه واضح نحو التحول الرقمي ضمن "رؤية عمان ٢٠٤٠". وبلغ حجم الاستثمار في القطاع نحو ١٣٠ مليون دولار، مع اهتمام نسبي من المستثمرين في مجالات مثل التقنية التعليمية والخدمات الحكومية الرقمية. وسجل القطاع نمواً بنسبة ٨٪ مقارنة بالعام السابق، وهو من بين الأدنى في المنطقة. أما الدعم الحكومي فقد حصل على تقييم ٥ من ١٠، رغم جهود برامج مثل "البرنامج الوطني للاقتصاد الرقمي" وبعض حاضنات الأعمال. ويقدر معدل التوظيف في القطاع الرقمي بحوالي ٦٪ فقط من إجمالي القوى العاملة، مما يشير إلى الحاجة لتعزيز البيئة الداعمة لهذا القطاع الحيوي.

١٢. في دولة فلسطين بلغ عدد الشركات الناشئة الرقمية حوالي ٧٠٠ شركة في عام ٢٠٢٤، في إنجاز ملحوظ بالنظر إلى التحديات السياسية والاقتصادية الصعبة التي تواجهها البلاد. وبلغ حجم الاستثمار في القطاع نحو ٨٠ مليون دولار، معظمها من مؤسسات دولية مانحة وجهات داعمة لريادة الأعمال في المناطق ذات الدخل المحدود. وسجل القطاع نمواً بنسبة ٧٪ مقارنة بالعام السابق، وهو من أدنى المعدلات في المنطقة، نتيجة للقيود المفروضة على التنقل والتمويل والبنية التحتية. أما الدعم الحكومي فقد حصل على تقييم ٤ من ١٠، في ظل اعتماد كبير على المبادرات غير الحكومية والشراكات الدولية. وبلغ معدل التوظيف في القطاع الرقمي نحو ٥٪ فقط، ما يعكس الدور المحدود الذي يلعبه هذا القطاع في التشغيل، رغم وجود طاقات بشرية مؤهلة وقادرة على الابتكار.

ويمكن تلخيص ما تقدم وتحليل أداء الدول العربية في مجال ريادة الأعمال الرقمية، وتفاوت مستويات الدعم الحكومي، وحجم الاستثمارات، والابتكار في الجدول (٥)، الذي يقدم مقارنة نوعية بين عدد من الدول العربية استناداً إلى خمسة محاور رئيسة تعد مؤشرات مركزية في تقييم البيئة الريادية: البيئة الاستثمارية، التحول الرقمي الحكومي، الابتكار في ظل التحديات، التركيز على الشباب، وفرص السوق المهملة. كما يركز على تحليل لماذا تتفوق بعض الدول في مجالات معينة، أو ما الذي يجعل دولاً أخرى تملك مقومات غير مستغلة بعد. ويبرز الجدول (٥) التباين في توجهات الدول بين من يقود التحول الرقمي، ومن يسعى للحاق بالركب، ومن يبتكر رغم التحديات الهيكلية والسياسية.

الجدول (٥) مقارنة نوعية لأداء الدول العربية في ريادة الأعمال الرقمية

المحور	الدولة ذات أفضل أداء	التفسير
البيئة الاستثمارية	السعودية، الإمارات	توفر تمويل، تسهيلات حكومية، واستقرار اقتصادي
التحول الرقمي الحكومي	الإمارات، قطر	وجود برامج رقمية وطنية مثل SmartGov وDigital Strategy

الابتكار رغم التحديات	فلسطين، لبنان	بيئات غير مستقرة ولكنها نشطة رقمياً وتكنولوجياً
التركيز على الشباب	مصر، الأردن	مبادرات حكومية وخاصة لتدريب الشباب وتمويلهم ريادياً
فرص السوق المهملة	الجزائر، عمان، تونس	ضعف الاستثمار والتشريعات رغم وجود كفاءات وسوق ناشئ

المصدر:

1. MAGNiTT (2024). MENA Venture Investment Report. https://magnitt.com
2. Wamda (2024). Startup Ecosystems in the Arab World: A Year in Review. https://www.wamda.com
3. World Bank (2023) Digital Economy in the Middle East and North Africa. Washington, DC: World Bank.
4. Times of India. (2024) UAE digital strategy: Startup initiatives and job creation targets. https://timesofindia.indiatimes.com
5. Reddit (r/MENAeconomy) (2025). Saudi Arabia's Digital Investment Growth. https://www.reddit.com/r/MENAeconomy
6. National Digital Strategies (Various Government Portals: UAE, Qatar, Saudi Arabia, Egypt). Accessed 2024.

يعكس هذا التحليل النوعي واقعاً متنوعاً لريادة الأعمال الرقمية في العالم العربي، حيث يمكن تصنيف الدول ضمن ثلاث مجموعات رئيسة تعبر عن مستوى نضج البيئة الرقمية والقدرة على الابتكار:

١. الرواد رقمياً (الإمارات، السعودية، مصر): إذ تعد هذه الدول في طليعة التحول الرقمي الإقليمي، بفضل حجم الاستثمارات الضخم، والنمو المتسارع، والدعم الحكومي الممنهج. فالإمارات تتصدر المشهد من حيث البيئة الاستثمارية والبنية الرقمية المتقدمة، تليها السعودية التي شهدت قفزة نوعية في الاستثمار والتشريعات، بينما تظهر مصر كمحور إقليمي للابتكار الشبابي والنمو السريع، رغم التحديات الاقتصادية.

٢. الأسواق النامية الواعدة (قطر، الأردن، الكويت، تونس): إذ تمتلك هذه الدول بنى تحتية رقمية جيدة ونسب نمو مستقرة، لكنها لم تصل بعد إلى مرحلة الريادة. تستفيد من مبادرات تدريبية، وحاضنات أعمال، وتحاول الاستفادة من الفرص المتاحة في قطاعات محددة مثل التعليم الرقمي، والخدمات الحكومية. المستقبل الرقمي لهذه الدول واعد إذا ما تم تعزيز الاستثمارات وتطوير التشريعات.

٣. الأسواق المتعثرة (الجزائر، لبنان، عمان، فلسطين): إذ رغم وجود كفاءات بشرية عالية ورياديين مبدعين، تواجه هذه الدول تحديات بنيوية أو سياسية تعيق نمو القطاع الرقمي، مثل ضعف التمويل، والقيود التنظيمية، أو عدم الاستقرار السياسي. ومع ذلك، تظهر بعض هذه الدول (مثل فلسطين ولبنان) نشاطاً رقمياً لافتاً رغم الإمكانيات المحدودة، مما يعكس قدرة كامنة يمكن تفعيلها بفعالية أكبر إذا توفرت بيئة داعمة ومستقرة.

ويظهر هذا التصنيف أيضاً أن ريادة الأعمال الرقمية في العالم العربي تتوزع بين نماذج متقدمة تقودها دول مثل الإمارات والسعودية بفضل الاستثمارات الكبيرة والتشريعات الداعمة، ودول تسعى للتقدم التدريجي من خلال التركيز على الشباب والتدريب، مثل قطر والأردن ومصر، ودول أخرى تملك طاقات كامنة غير مستغلة بعد مثل الجزائر وتونس وعمان. في المقابل، تبرز دول مثل فلسطين ولبنان كنماذج فريدة للابتكار في ظروف غير مستقرة، مما يؤكد أن التحول الرقمي ليس محصوراً في الموارد فقط، بل في الإرادة، والمرونة، والقدرة على تفعيل الإمكانيات البشرية.

وبشكل عام، يوضح هذا التحليل أن التقدم في ريادة الأعمال الرقمية لا يرتبط فقط بالإمكانات المادية، بل أيضاً بالإرادة السياسية، ومرونة السياسات، وقدرة الدول على تهيئة مناخ يشجع الابتكار ويستثمر في العقول الشابة.

ثالثاً: ريادة الأعمال الرقمية في العراق:– تشهد ريادة الأعمال الرقمية في العراق نمواً تدريجياً، رغم التحديات الاقتصادية والسياسية والأمنية التي تعيق توسع القطاع الرقمي. يعزى الاهتمام المتزايد بريادة الأعمال الرقمية إلى عوامل عدة، أبرزها ارتفاع معدل الشباب

المتعلمين واهتمامهم بالتقنيات الحديثة، إلى جانب انتشار الإنترنت والهواتف الذكية، فضلاً عن تزايد المبادرات المحلية لدعم المشاريع الناشئة الرقمية. ومع ذلك، لا يزال العراق يواجه تحديات هيكلية، أبرزها ضعف البنية التحتية الرقمية، محدودية التمويل، غياب سياسات واضحة لدعم الشركات الناشئة، والتحديات الإدارية والتنظيمية. ويمكن التعرف على أهم مؤشرات ريادة الأعمال الرقمية في العراق لعام ٢٠٢٤ من خلال الجدول (٦) الآتي:

الجدول (٦) مؤشرات ريادة الأعمال الرقمية في العراق لعام ٢٠٢٤

المؤشر	المقدار	الملاحظات
عدد الشركات الناشئة الرقمية	~1,000 شركة	معظمها في التجارة الإلكترونية، التعليم الرقمي، والخدمات المالية
حجم الاستثمار في ريادة الأعمال الرقمية	٥٠ – ٧٠ مليون دولار	محدود مقارنة بدول MENA الرائدة، لكنه متزايد تدريجياً
نسبة نمو القطاع الرقمي السنوي	7 – 10 %	معدل نمو مستدام رغم التحديات البنيوية
الدعم الحكومي (مقياس ١–١٠)	٤ – ٥	بعض المبادرات وحاضنات الأعمال، مع إمكانيات كبيرة للتوسع
معدل توظيف القطاع الرقمي	٤ – ٥ %	بداية مساهمة فعلية في خلق فرص العمل للشباب

المصدر: الجدول من إعداد الباحثين بالاستناد إلى:

1. GEM (2025). Global Entrepreneurship Monitor: Jordan national report 2024/2025. Global Entrepreneurship Monitor.
2. MAGNiTT (2024). MENA startup investment report 2024. MAGNiTT. https://www.magnitt.com
3. Wamda (2024). Review of startup investments in MENA 2024. Wamda Research. https://www.wamda.com/2025/01/2024-review-mena-startup-investments

من خلال الجدول (٦) يمكن مناقشة الآتي:

١. عدد الشركات الناشئة الرقمية وحجم الاستثمارات:

وفقاً لأحدث التقارير حول المدة (٢٠٢٣–٢٠٢٤)، يقدر عدد الشركات الناشئة الرقمية في العراق بحوالي ١,٠٠٠ شركة ناشئة، معظمها في قطاعات التجارة الإلكترونية، والخدمات المالية الرقمية، والتعليم الإلكتروني، والتكنولوجيا الصحية. ويركز جزء كبير من هذه الشركات على تقديم حلول رقمية بسيطة قابلة للتوسع تدريجياً، نظراً لتحديات التمويل والبنية التحتية. أما حجم الاستثمار في ريادة الأعمال الرقمية في العراق فيقدر بحوالي ٥٠–٧٠ مليون دولار أمريكي سنوياً، وهو رقم منخفض مقارنة بدول المنطقة مثل الإمارات والسعودية، لكن يشير إلى وجود رغبة متنامية لدى المستثمرين المحليين والدوليين في دعم القطاع، مع التركيز على المشاريع الابتكارية ذات التأثير الاجتماعي والاقتصادي.

٢. معدل نمو القطاع الرقمي:

يشهد القطاع الرقمي العراقي مؤشرات نمو إيجابية، مدعومة بتوسع سوق تكنولوجيا المعلومات والاتصالات. وفقاً لتقرير Mordor Intelligence، من المتوقع أن ينمو هذا السوق من نحو ٠.٨٤ مليار دولار أمريكي في ٢٠٢٥ إلى ١.٢٥ مليار دولار بحلول ٢٠٣٠، بمعدل نمو سنوي مركب يقدر بحوالي ٨.٢٧٪. يعكس هذا النمو إمكانيات حقيقية لتطوير بيئة ريادية ناشئة، رغم التحديات المالية والتقنية القائمة، ويوفر فرصاً لتعزيز ريادة الأعمال الرقمية عند معالجة المشكلات البنيوية وتوفير دعم حكومي واستثماري أكبر (Mordor Intelligence, 2025).

٣. الدعم الحكومي والمبادرات

على الرغم من محدودية السياسات الحكومية الموجهة خصيصاً للقطاع الرقمي في العراق، فقد بدأت بعض الجهات الرسمية بالتعاون مع المنظمات الدولية في تقديم برامج لدعم ريادة الأعمال الرقمية. على سبيل المثال، يناقش تقرير Al-Bayan Center for Planning and Studies (٢٠٢٣) موقف الحكومة من الحكومة الإلكترونية، البنية التحتية الرقمية، والتحديات التمويلية

والتنظيمية في القطاع الرقمي. كما يهدف مشروع GIZ بالتعاون مع الحكومة العراقية تحت عنوان « Promotion of Employment in the Digital Economy» إلى دعم بناء القدرات الرقمية وتشجيع الاقتصاد الرقمي (GIZ, 2023). بالإضافة إلى ذلك، أطلقت مبادرة مشتركة بين UNDP والحكومة العراقية لتعزيز التحول الرقمي وتطوير الخدمات الحكومية الإلكترونية، بما يسهم في دعم التحول نحو الاقتصاد الرقمي (UNDP, 2023). تعكس هذه الجهود وجود إرادة لدعم الشركات الناشئة الرقمية وتوفير بيئة ملائمة للنمو، رغم الحاجة لمزيد من السياسات المنظمة والداعمة على المستوى الحكومي.

٤. التوظيف والقدرة على استيعاب القوى العاملة:

يشارك القطاع الرقمي العراقي في توظيف نحو ٤–٥٪ من القوى العاملة، وهو رقم محدود لكنه يعكس بدء الدور الفعلي لريادة الأعمال الرقمية في خلق فرص عمل، خصوصاً للشباب الحاصلين على تعليم تقني أو مهارات في البرمجة والتصميم الرقمي.

يشارك القطاع الرقمي العراقي في توظيف نحو ٤–٥٪ من القوى العاملة، وهو رقم محدود لكنه يعكس بداية مساهمة فعلية لريادة الأعمال الرقمية في خلق فرص عمل، خصوصاً للشباب الحاصلين على تعليم تقني أو مهارات في البرمجة والتصميم الرقمي. وتشير بيانات World Bank إلى أن هذا القطاع، رغم صغره، يوفر حوالي ٣–٥٪ من إجمالي التوظيف في العراق، ما يعكس دوره المتنامي في الاقتصاد الرقمي (World Bank, 2023) كما أظهر تقرير Mordor Intelligence أن نمو سوق تكنولوجيا المعلومات والاتصالات ينبئ بزيادة الطلب على الكوادر الفنية والتقنية في السنوات القادمة، مما يعزز فرص التوظيف في الشركات الناشئة والخدمات الرقمية (Mordor Intelligence, 2025). إضافةً إلى ذلك، أظهرت دراسة محلية في إقليم كردستان أن خريجي تخصصات تكنولوجيا المعلومات تمكنوا من الاندماج في سوق العمل، ما يؤكد قدرة التخصصات الرقمية على توفير فرص عمل حقيقية للشباب (Arxiv, 2025).

٥. مقارنة العراق بدول MENA:

إذا قارنا العراق بدول MENA، يظهر بوضوح أن العراق ينتمي إلى فئة الأسواق الناشئة ذات الإمكانيات غير المستغلة بالكامل، حيث يمتلك الشباب والقدرات التقنية المطلوبة لكنه يعاني من قيود تمويلية وتنظيمية، على عكس الإمارات والسعودية التي تتصدر قائمة الريادة الرقمية. ومع ذلك، يمكن للعراق أن يحقق قفزات نوعية إذا ما تم تطوير سياسات دعم الابتكار، وزيادة الاستثمار، وتحسين البنية التحتية الرقمية.

الجدول (٧) مقارنة نوعية للعراق ودول MENA في ريادة الأعمال الرقمية

المحور	العراق	الإمارات	السعودية	مصر	الأردن
البيئة الاستثمارية	ضعيفة (١٠/٤)	قوية (١٠/٩)	قوية (١٠/٨)	متوسطة (١٠/٧)	متوسطة (١٠/٧)
التحول الرقمي الحكومي	منخفض	متقدم	متقدم	متوسط	متوسط
الابتكار رغم التحديات	متوسط	عالي	متوسط	عالي	متوسط
التركيز على الشباب	متوسط	عالي	متوسط	عالي	عالي
فرص السوق المهملة	عالية	منخفضة	منخفضة	متوسطة	متوسطة

المصدر: من اعداد الباحثين بالاستناد إلى:

4. MAGNiTT (2024). MENA venture investment report 2024. MAGNiTT. https://magnitt.com/research/2024-MENA-Venture-Investment-Premium-Report-50966
5. Wamda (2024). Review of startup investments in MENA 2024. Wamda. https://www.wamda.com/2025/01/2024-review-mena-startup-investments

يوضح الجدول رقم (٧) أن العراق، رغم امتلاكه قاعدة شبابية واسعة وإمكانات رقمية واعدة، لا يزال ضمن الفئة الدنيا من حيث البيئة الاستثمارية والتحول الرقمي، مقارنة بدول رائدة مثل الإمارات والسعودية. إذ يسجل العراق تقييماً منخفضاً في مؤشرات البنية التحتية الرقمية وجذب الاستثمارات، وذلك نتيجة ضعف التشريعات الداعمة، وقلة حاضنات الأعمال المتخصصة، فضلاً عن محدودية رأس المال الجريء الموجه نحو المشاريع التقنية. ومع ذلك، يبرز العراق كأحد أكثر الدول التي تمتلك فرصاً سوقية غير مستغلة، نظراً لاتساع فجوة الخدمات الرقمية في قطاعات التعليم، الصحة، المصارف، والطاقة، مما يتيح مجالاً واسعاً لريادة الأعمال الرقمية لتحقيق نمو سريع في حال إزالة العوائق التنظيمية وتطوير السياسات الحكومية.كما يعكس الأداء العراقي مستوى متوسطاً من الابتكار رغم التحديات، إذ يواصل الشباب تطوير حلول تقنية محلية تعتمد غالباً على نماذج أعمال منخفضة التكلفة، ما يجعل الشركات الرقمية العراقية أكثر حساسية للتمويل وأكثر قدرة على التكيف مع القيود التشغيلية. ويؤكد التركيز المتوسط على الشباب على أهمية تبني برامج وطنية شاملة لصقل المهارات الرقمية وتوفير مسارات انتقال فعالة من التعليم إلى العمل الريادي، أسوة بالنماذج المتقدمة في مصر والأردن. وبشكل عام، يشير التحليل إلى أن العراق يمكن أن يحقق تقدماً ملحوظاً في ريادة الأعمال الرقمية إذا تم الاستثمار في إصلاحات هيكلية تشمل تحسين البنية التحتية الرقمية، تحفيز رأس المال الجريء، تبسيط الإجراءات القانونية، وتطوير تشريعات مرنة تدعم بيئة الابتكار. فالإمكانات البشرية موجودة، والطلب السوقي كبير، لكن البيئة الداعمة لا تزال في مرحلة تشكل تتطلب جهوداً مؤسسية منسقة.

٦. التحديات والفرص المستدامة أمام ريادة الأعمال الرقمية في العراق:

رغم أن العراق يمتلك ركائز واعدة لريادة الأعمال الرقمية – من حيث انتشار الإنترنت بين فئات الشباب، ووجود طاقات بشرية مهتمة بالتكنولوجيا، وإقبال متزايد على التجارة والخدمات الرقمية – إلا أن الواقع يواجه عدة عقبات جوهرية أثرت على سرعة ونوعية نمو هذا القطاع. مون أبرز هذه التحديات:

أ. إطار قانوني وتشريعي غير ملائم للأعمال الرقمية: كثير من المشاريع الرقمية (مثل منصات التجارة الإلكترونية، تطبيقات الخدمات SaaS) لا تعد في القانون "نشاطاً تجارياً رقمياً" قابلاً للتسجيل ككيان مستقل، ما يضطر المؤسسين لتسجيلها كأنشطة تقليدية – ما يقلل من مرونة المشروع ويحد من إمكانية جذب استثمارات أو مساهمات مستقبلية .

ب. نقص في المهارات الرقمية والتقنية المتخصصة: رواد الأعمال غالباً ما يفتقرون إلى مطورين أو خبرات برمجة وتصميم كافية داخل العراق، ونتيجة لذلك يرتفع كلفة إطلاق المشاريع الرقمية أو تتأخر عملية التطوير، أو يضطرون لاستقدام خدمات خارجية .

ج. ضعف البنية التحتية الرقمية والمالية: ضعف خدمات الدفع الإلكتروني وانتشار الاعتماد على "الدفع عند التسليم" يضع قيداً كبيراً أمام توسع التجارة الإلكترونية والخدمات الرقمية. بالإضافة إلى ضعف شبكات الدفع، انخفاض انتشار الحسابات البنكية، وبطء التحول إلى البنوك الرقمية.

د. قلة التمويل ودعم رأس المال الجريء (VC / استثمارات أولية): إذ أن كثير من الشركات الناشئة لا تحصل على قروض بنكية أو دعم مالي رسمي، بسبب متطلبات تعجيزية كضمانات عالية، أو رفض البنوك التعامل مع نشاطات غير تقليدية .

هـ. تشتت في الإطار التنظيمي والحوكمة: غياب سياسة وطنية واضحة للتحول الرقمي، وتداخل صلاحيات بين جهات حكومية مختلفة؛ غالباً ما يؤدي إلى إجراءات بيروقراطية، تغيرات تشريعية مفاجئة، وعدم وضوح في الحقوق والالتزامات .

ومع ذلك، فإن العراق يملك عدداً من الفرص التي يمكن أن تشكل قاعدة انطلاق قوية إذا ما استغلت بشكل صحيح:

أ. الفئة الشابة الكبيرة التي تمثل غالبية السكان، مما يعني سوق عمل وطاقة بشرية ضخمة قابلة للتدريب والإبداع .

ب. تزايد الاستخدام للإنترنت والهواتف الذكية وزيادة الاهتمام بالإلكترونيات والخدمات الرقمية – ما يخلق طلباً محلياً حقيقياً على الحلول الرقمية في التجارة، الخدمات، التعليم، الإعلام وغيرها .

ج. ظهور مبادرات وتجمعات ريادية محلية وحاضنات أعمال، ومنصات دعم وتمكين، ومساعي لتدريب الشباب على مهارات تقنية وريادية .

ومن المقترحات والحلول لتعزيز دور ريادة الأعمال الرقمية وجعل ريادة الأعمال الرقمية قوة فاعلة في الاقتصاد العراقي وتنمية مستدامة، فأن الخطوات التالية ضرورية:

أ. تطوير إطار قانوني وتنظيمي واضح يدعم الأعمال الرقمية: إصدار قوانين تنظم تسجيل الشركات الرقمية، تحمي حقوق المؤسسين والمستثمرين، وتسمح بتكوين شركات رقمية بدون الحاجة إلى مقر "مادي" (brick-and-mortar). هذا سيخفض الحواجز القانونية ويشجع المزيد من الشباب على الانخراط في المشاريع الرقمية.

ب. تعزيز البنية التحتية التقنية والمالية: الاستثمار في تحسين شبكة الإنترنت والاتصالات، دعم انتشار الدفع الإلكتروني والخدمات المصرفية الرقمية، وتحفيز العمل عبر البنوك والتحويلات الرقمية. كذلك دعم حلول الدفع الإلكتروني داخل المشاريع الصغيرة والمتوسطة لتسهيل العمليات وتقليل الاعتماد على "الدفع عند الاستلام".

ج. بناء القدرات ومهارات الموارد البشرية: إطلاق برامج تدريب وتعليم (bootcamps) لتطوير مهارات البرمجة، التصميم، التسويق الرقمي والإدارة، واستهداف الشباب والخريجين. دعم المبادرات التي تدمج تعليم ريادة الأعمال والتقنية في المناهج أو عبر حاضنات ريادية.

د. تشجيع التمويل والاستثمار الجريء (Seed / VC / Angel): وجود آليات تمويل مرنة مثل الصناديق الجريئة، التمويل الجماعي، أو ضمانات قروض ميسرة. كذلك تشجيع الاستثمار المحلي والدولي في المشاريع الرقمية اللبنانية الناشئة، مع توفير حوافز ضريبية أو تشريعية لجذب رؤوس أموال.

هـ. تنسيق جهات الحوكمة ووضع استراتيجية وطنية واضحة للتحول الرقمي: تشكيل هيئة أو جهة مركزية تتحمل مسؤولية رسم السياسات الرقمية – تنظيم التجارة الإلكترونية، حماية المستهلك، حماية البيانات، تشجيع الابتكار ، وتبسيط الإجراءات الإدارية.

و. دعم ثقافة الابتكار وروح المبادرة: من خلال حملات توعية، دعم قصص النجاح، تشجيع التجريب (pilot projects)، وتبني مفهوم "الفشل كمرحلة تعلم" لتقليل التحيز ضد المشاريع الناشئة.

الاستنتاجات والمقترحات:

أولاً: الاستنتاجات:

١. ريادة الأعمال الرقمية ليست مجرد دعم للتحول الرقمي، بل تمثل عنصراً جوهرياً في بناء اقتصاد مرن ومستدام. وأن نجاحها يعتمد على تهيئة بيئة داعمة تشمل تشريعات تنظيمية محفزة، وبنية تحتية رقمية متطورة، ودعم الابتكار والتعليم الرقمي لضمان استمرارية النمو الاقتصادي.

٢. تعد ريادة الأعمال الرقمية محركاً أساسياً للنمو الاقتصادي العالمي، حيث يساهم الاقتصاد الرقمي بشكل متزايد في الناتج المحلي الإجمالي، ويجذب استثمارات ضخمة في التكنولوجيا والذكاء الاصطناعي، مع التركيز على الدول المتقدمة مثل الولايات المتحدة والصين. ويشير الواقع العالمي إلى ديناميكية عالية للشركات الناشئة، مع دخول ملايين الشركات الجديدة سنوياً، إلا أن معدل الفشل المرتفع ونقص الشركات الكبيرة يوضح الحاجة إلى بيئة داعمة، وتمويل مستدام، وتوجيه إداري فعال لتعظيم فرص النمو والنجاح.

٣. هناك تفاوت كبير بين دول منطقة MENA من حيث تطور القطاع الرقمي؛ فدول مثل الإمارات والسعودية ومصر تتمتع ببيئة ريادية متقدمة واستثمارات قوية ودعم حكومي منهجي، بينما تحتاج دول نامية مثل الأردن وقطر وتونس لتعزيز البنية التحتية

الرقمية والسياسات الاستثمارية، وتواجه دول أخرى تحديات هيكلية وسياسية رغم توفر طاقات بشرية مؤهلة. ويظهر أن عوامل نجاح ريادة الأعمال الرقمية تعتمد على الدعم الحكومي، الاستقرار الاقتصادي، التشريعات المرنة، البنية التحتية الرقمية، وتوفير التمويل والتدريب، حيث يمكن للابتكار وريادة الأعمال أن تزدهر حتى في بيئات صعبة إذا توفرت الإرادة والمرونة واستثمرت الطاقات البشرية.

٤. تشهد ريادة الأعمال الرقمية في العراق نمواً تدريجياً، مع نحو ١,٠٠٠ شركة ناشئة ومعدل نمو سنوي يقدر بين ٧–١٠٪، مدعومة بقاعدة شبابية واسعة ومتعلمة مهتمة بالتقنيات الحديثة، مما يعكس إمكانيات كبيرة لتطوير بيئة ريادية ناشئة رغم القيود التمويلية والتنظيمية.

٥. يواجه القطاع الرقمي العراق تحديات تشمل ضعف البنية التحتية الرقمية، نقص المهارات المتخصصة، محدودية التمويل، والإطار التشريعي غير الواضح، إلا أن هناك فرص سوقية كبيرة في قطاعات التعليم، الصحة، المصارف، والطاقة يمكن استغلالها لتحقيق نمو سريع وزيادة التوظيف وابتكار حلول رقمية محلية.

ثانياً: التوصيات:

١. إنشاء جهة مركزية لإدارة السياسات الرقمية تنسق بين الوزارات والمؤسسات، مع وضع استراتيجية وطنية للتحول الرقمي، وتشجيع التعاون الإقليمي والدولي لنقل الخبرات والتكنولوجيا وتعزيز فرص النمو للشركات الناشئة.

٢. تحفيز تطوير منتجات وخدمات رقمية مبتكرة تلبي احتياجات السوق المحلي، مع دعم المشاريع الرقمية في القطاعات غير المخدومة مثل التعليم، الصحة، والطاقة، وتقديم برامج تمويل وإرشاد مخصصة لتسريع نموها واستدامتها.

٣. العمل على إصدار قوانين واضحة في العراق لدعم تسجيل وتشغيل الشركات الرقمية، تعزيز حماية الحقوق للمؤسسين والمستثمرين، وتحسين البنية التحتية للإنترنت وخدمات الدفع الإلكتروني لتعزيز نمو التجارة والخدمات الرقمية.

٤. إطلاق برامج تدريبية متخصصة للشباب والخريجين في البرمجة، التصميم، التسويق الرقمي، وريادة الأعمال، وربط التعليم بسوق العمل الرقمي لتعزيز فرص التوظيف وتشجيع الابتكار المحلي.

٥. تشجيع الاستثمارات الجريئة المحلية والدولية، توفير آليات تمويل مرنة للشركات الناشئة، ودعم ثقافة الابتكار والتجريب من خلال حاضنات الأعمال والمبادرات الوطنية لتسهيل النمو المستدام للقطاع الرقمي.

REFERENCES

1. Al-Bayan Center for Planning and Studies. (2023). *Assessment report on the digital landscape in Iraq 2023*. Al-Bayan Center. https://www.bayancenter.org/en/2023/09/4175/
2. Al-Shboul, M. A. (2024). Removing blurring for better understanding the main challenges facing digital entrepreneurs in the digital era: An empirical investigation study from an emerging country. *Heliyon, 10*(3), e25150. https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2024.e25150
3. ArabNet. (2023). *MENA tech and startup ecosystem insights*. https://www.arabnet.me/english/startup-reports
4. Arxiv. (2025). Effect of information technology on job creation to support economic: Case studies of graduates in universities (2023–2024) of the KRG of Iraq. *arXiv*. https://arxiv.org/abs/2501.04438
5. Choong, K. K., & Leung, P. W. (2022). A critical review of the precursors of the knowledge economy and their contemporary research: Implications for the computerized new economy. *Journal of the Knowledge Economy, 13*, 1573–1610. https://doi.org/10.1007/s13132-021-00734-9
6. Deutsche Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit (GIZ). (2023). *Promoting employment in the digital economy in Iraq (ProDIGI)*. GIZ. https://www.giz.de/en/worldwide/143842.html
7. Digital Cooperation Organization (DCO). (2024). *Digital prosperity report 2024*. https://dco.org/wp-content/uploads/2024/03/Digital-Prosperity-Report.pdf
8. Estrin, S., Gozman, D., & Khavul, S. (2018). The evolution and adoption of equity crowdfunding: Entrepreneur and investor entry into a new market. *Small Business Economics, 51*(2), 425–439. https://doi.org/10.1007/s11187-018-0009-5

9. Ezugwu, E. O., Okozi, S. O., Hilary, O. S., & Godwin, E. G. (2024). Decentralized energy trading systems for microgrids using blockchain and smart contract technologies. *Journal of the Ghana Institution of Engineering, 24*(3), 41–50. https://doi.org/10.56049/jghie.v24i3.173
10. Forrester Research. (2024). *The global digital economy will reach $16.5 trillion and capture 17% of global GDP by 2028*. https://www.forrester.com/blogs/the-global-digital-economy-will-reach-16-5-trillion-and-capture-17-of-global-gdp-by-2028/
11. Garrigós Simón, F. J., Alizadeh Moghadam, S. S., Abdi, L., Pourmirali, Z., & Abdi, B. (2021). Digital entrepreneurship dimensions and strategies: Crowdsourcing and digital financing. *Management and Business Research Quarterly, 18*, 1–15. https://doi.org/10.32038/mbrq.2021.18.01
12. Global Entrepreneurship Monitor (GEM). (2023). *Global report 2023*. https://www.gemconsortium.org/report
13. Hajli, N., Baydarova, I., & Nisar, T. (2025). Digital entrepreneurial ecosystem: The role of the sharing economy in driving innovation. *Entrepreneurship & Regional Development, 37*(5–6), 785–815. https://doi.org/10.1080/08985626.2024.2444908
14. Horst, S.-O., Järventie-Thesleff, R., & Perez-Latre, F. J. (2019). Entrepreneurial identity development through digital media. *Entrepreneurship & Regional Development, 31*(1–2), 87–112. https://doi.org/10.1080/16522354.2019.1689767
15. Kollmann, T., Kleine-Stegemann, L., de Cruppe, K., & Then-Bergh, C. (2022). Eras of digital entrepreneurship: Connecting the past, present, and future. *Business & Information Systems Engineering, 64*(1), 15–31. https://doi.org/10.1007/s12599-021-00728-6
16. Lehmann, J., & Rosenkranz, C. (2017). The trajectories of digital entrepreneurship: Disentangling the digital. In *ICIS 2017 Proceedings* (pp. 1–?). https://aisel.aisnet.org/icis2017/TransformingSociety/Presentations/2
17. MAGNiTT. (2024). *MENA venture investment report*. https://magnitt.com
18. MENA Digital Economy Report. (2023). *Annual report on digital entrepreneurship in the MENA region*. https://mena-digital-report.org/2023
19. Modina, M., Fedele, M., & Formisano, A. V. (2025). Digital finance for SMEs and startups: A bibliometric analysis and future research direction. *Journal of Small Business and Enterprise Development, 32*(3), 524–571. https://doi.org/10.1108/JSBED-01-2024-0021
20. Mordor Intelligence. (2025). *Iraq ICT market size, share & growth outlook to 2030*. https://www.mordorintelligence.com/industry-reports/iraq-ict-market
21. National Digital Strategies. (2024). *Various government portals: UAE, Qatar, Saudi Arabia, Egypt*.
22. Nesme, Y. (2012). *Crowdfunding: An international comparison and analysis of the constraints and opportunities for implementing it in Portugal* (MBA thesis, NOVA School of Business and Economics). RUN Communities and Collections. http://hdl.handle.net/10362/17352
23. Preqin. (2021). *Preqin global venture capital report 2021*. https://www.preqin.com
24. Recker, J., & von Briel, F. (2019). The future of digital entrepreneurship research: Existing and emerging opportunities: Professional development workshop. *40th International Conference on Information Systems (ICIS 2019), Munich, Germany, 15–18 December 2019*. Association for Information Systems (AIS). https://espace.library.uq.edu.au/view/UQ:5f95043/ICIS2019_PDW_1848.pdf
25. Reddit (r/MENAeconomy). (2025). *Saudi Arabia's digital investment growth*. https://www.reddit.com/r/MENAeconomy
26. Riley, J. (2023). AI powers the digital economy. *Ubiquity, 2023*(December), 1–10. https://doi.org/10.1145/3636478
27. Satar, M. S., Alharthi, S., Alarifi, G., & Omeish, F. (2024). Does digital capabilities foster social innovation performance in social enterprises? Mediation by firm-level entrepreneurial orientation. *Sustainability, 16*(6), 2464. https://doi.org/10.3390/su16062464
28. Selvakumar, P., Shanthi, M., Pitchiah, R., Sharma, M., Dahake, P. S., & TC, M. (2025). The role of artificial intelligence in business model innovation: Overview of AI technologies. In *AI-driven business model innovation* (pp. 219–246). IGI Global. https://doi.org/10.4018/979-8-3693-9571-4.ch009
29. Singh, A. (2024). Financial constraints and funding solutions for small startups in emerging markets. *International Journal of Social Science and Economic Research, 9*(9), 3813–3839. https://doi.org/10.46609/IJSSER.2024.v09i09.038
30. Soltanifar, M., Hughes, M., & Göcke, L. (2021). *Digital entrepreneurship: Impact on business and society* (eBook). Springer. https://doi.org/10.1007/978-3-030-53914-6
31. Sözer, E. G., Civelek, M. E., & Çemberci, M. (2018). Strategic excellence in post-digital ecosystems: A B2C perspective (SSRN Scholarly Paper No. 3338328). Social Science Research Network. https://ssrn.com/abstract=3338328
32. Startup Genome. (2025). *The global startup ecosystem report 2025*. https://startupgenome.com/report/gser2025/introduction
33. Statista. (2024). *Digital startups and investment statistics in Middle East and North Africa*. https://www.statista.com/statistics/middle-east-digital-startups/

34. Steininger, D. M., Brohman, M. K., & Block, J. H. (2022). Digital entrepreneurship: What is new, if anything? *Business & Information Systems Engineering, 64*(1), 1–14. https://doi.org/10.1007/s12599-021-00741-9
35. Times of India. (2024). *UAE digital strategy: Startup initiatives and job creation targets*. https://timesofindia.indiatimes.com
36. United Nations Conference on Trade and Development (UNCTAD). (2024). *Global investment in digital economy surges but remains uneven*. https://unctad.org/news/global-investment-digital-economy-surges-remains-uneven
37. United Nations Development Programme (UNDP). (2022). New MoU supports digital transformation in Iraq. UNDP Iraq. https://www.undp.org/iraq/press-releases/new-mou-supports-digital-transformation-iraq
38. United Nations Development Programme (UNDP). (2024). The turning point: Iraq's leap into the digital economy. UNDP Iraq. https://www.undp.org/arab-states/press-releases/turning-point-iraqs-leap-digital-economy
39. Visual Capitalist. (2024). *Visualizing global AI investment by country*. https://www.visualcapitalist.com/visualizing-global-ai-investment-by-country/
40. Wamda. (2024). *Startup ecosystems in the Arab world: A year in review*. https://www.wamda.com
41. Wells, P., Probert, G., Marke, D., & Konopka, C. (2022). Position paper on applications of smart contracts and blockchain technology. *Blockchain Frontier Technology, 3*(1), 48–53. https://doi.org/10.34306/bfront.v3i1.362
42. World Bank. (2023a). *Digital economy in the Middle East and North Africa*. Washington, DC: World Bank.
43. World Bank. (2023b). *Iraq economic monitor: Navigating the perfect storm (Redux)*. World Bank. https://documents1.worldbank.org/curated/en/446201588465646751/pdf/Iraq-Economic-Monitor-Navigating-the-Perfect-Storm-Redux.pdf
44. World Bank. (2023c). *World development report 2023: Data for better lives*. https://www.worldbank.org/en/publication/wdr2023
45. World Economic Forum. (2023). *The future of digital economy and society report 2023*. https://www.weforum.org/reports/the-future-of-the-digital-economy-and-society-2023