

الاتجاهات النظرية الحديثة في ريادة الأعمال الرقمية

تحت اشراف

شريف عوض

كلية الاداب - جامعة القاهرة

عبد الله سلطان الهبيي

ملخص :

حاولت الاتجاهات النظرية في ريادة الأعمال الرقمية التنظير حول آليات ثقافة الريادة، والابتكار، وحل المشاكل، وترسيخ الثقة بالنفس لدى الأفراد، وفي قدرتهم على النجاح في كل ما اختاروا، حيث ينظر لتعليم ريادة الأعمال بشكل عام كمقاربة تهدف إلى تعزيز احترام الذات والثقة بالنفس. ومن ثم تحاول الورقة الراهنة الإجابة على سؤالين رئيسيين مرتبطين بريادة الأعمال في العالم الرقمي: كيف يمكن لثراء الرقمنة المنتشرة مثل تنوعها، وأهميتها المادية، وتوليدها، وظهورها أن يخلق الحاجة إلى نظريات جديدة في ريادة الأعمال؟ ما هي مكونات النظريات الجديدة في ريادة الأعمال التي تعترف بهذا الثراء وتدمجه؟ وللإجابة على هذين السؤالين تستعرض الورقة الأطر النظرية والمفاهيم النظرية المستمدة في أدبيات التكنولوجيا الرقمية لفهم أعمق لآثار ريادة الأعمال الرقمية في ظل الرقمنة والتحول الرقمي.

الكلمات الدالة:

الاتجاهات النظرية - ريادة الأعمال - ريادة الأعمال الرقمية - الضجوة الرقمية

Abstract

Theoretical trends in digital entrepreneurship have tried to theorize about the mechanisms of entrepreneurship culture, innovation, problem solving, and establishing self-confidence in individuals, and in their ability to succeed in whatever they choose, as entrepreneurship education in general is seen as an approach aimed at enhancing self-esteem and self-confidence. The present paper then attempts to answer two key questions related to entrepreneurship in the digital world: How can the richness of pervasive digitalization such as its diversity, material importance, generation, and emergence create the need for new theories in entrepreneurship? What components of new theories in entrepreneurship recognize and integrate this richness? To answer these two questions, the paper reviews the theoretical frameworks and theoretical concepts derived in the digital technology literature for a deeper understanding of the effects of digital entrepreneurship in light of digitization and digital transformation.

Keywords: Theoretical trends, entrepreneurship, digital, entrepreneurship, digital divide

مقدمة:

إن نظرية ريادة الأعمال مجالاً متداخلاً مع مقولات نظريات أخرى مثل نظرية الابتكار وإدارة التغيير والإدارة الاستراتيجية. وهو ما يعكس بطبيعة الحال الطبيعة متعددة التخصصات لريادة الأعمال الرقمية. بدءاً من نهج السمات الشخصية إلى محاولات دمج علم الاجتماع وعلم الاقتصاد والمناهج البيئية، التي تركز على كيفية تأثير الظروف الاجتماعية والاقتصادية والسياسية على الاختلافات والاحتفاظ بها ونشرها، بالإضافة إلى تعزيز أو عرقلة التكوين التنظيمي (Ulhoi, 2005;941).

وفي إطار تحقيق متطلبات التنمية المستدامة يعد التحول العالمي نحو مفهوم الريادة أحد التوجهات الحديثة التي استفادت منها العديد من العلوم والمهن؛ لإحراز التقدم على مختلف الأصعدة السياسية والاجتماعية والاقتصادية والبيئية (الحسيني، ٢٠١٥)، حيث ترى الاتجاهات النظرية أن ريادة الأعمال هي القدرة على المبادرة في إنشاء مشاريع خاصة جديدة ذات أفكار مختلفة والرقى بها نحو القمة. وقد اكتسب مفهوم ريادة الأعمال في السنوات الأخيرة أهمية بارزة لدى الأوساط الرسمية والأهلية؛ نظراً لدوره الحيوي في التنمية المستدامة، وكذلك لدوره في إشراك مختلف الفئات السكانية في الحراك الاقتصادي، وبخاصة فئة الشباب، وإبراز الدور الريادي المتنامي لهذه الفئة في غالبية المجتمعات.

وقد حاولت الاتجاهات النظرية في ريادة الأعمال الرقمية التنظير حول آليات إنشاء عقلية وثقافة الريادة، والابتكار، وحل المشاكل، والمواطنة النشطة، وترسيخ الثقة بالنفس لدى الأفراد، وفي قدرتهم على النجاح في كل ما اختاروا، حيث ينظر لتعليم ريادة الأعمال بشكل عام كمقاربة تربوية تهدف إلى تعزيز احترام الذات والثقة بالنفس عن طريق تعزيز المواهب والإبداعات الفردية، وفي الوقت نفسه بناء القيم والمهارات ذات العلاقة، وتوفير أفراد رياديين قادرين على العمل في وظائف الدولة المختلفة، ويسهمون في الوقت نفسه في رفع المستوى الاقتصادي والاجتماعي لأفراد الدولة وزيادة رفاهيتهم، كما يعمل تعليم ريادة الأعمال على تعديل أنماط السلوك التقليدية ونمط التفكير التقليدي ونظام القيم والاتجاهات بما يناسب الطموحات التنموية في المجتمع.

من جانب آخر، فإن ريادة الأعمال في العالم الرقمي تبث درجة من الإبداع. وهنا شخصت النظرية عبر المنصات الرقمية مفهوم التوليد، والذي يعني "القدرة الشاملة للتكنولوجيا على إحداث تغيير غير متوقع مدفوع بتغيرات كبيرة ومتنوعة. ففي السياق الحالي، الإبداع يشير إلى قدرة المنصات الرقمية على السماح بإعادة تركيب العناصر ولتجميع الوظائف وتوسيعها وإعادة توزيعها. على سبيل المثال، عندما تقوم شركة Apple بإدخال إمكانات جديدة في منصتها الرقمية (iOS)، فإنها تنتج تأثيرات مضاعفة حيث يتم استغلال فرص ريادة الأعمال الحالية (على سبيل المثال، تطوير التطبيقات) على iPhone يتم تحويلها و/أو يتم إنشاء فرص

جديدة جذرياً (على سبيل المثال، فرص جديدة طرق الاتصال بالبيانات أو استخدامها من أجهزة التشغيل الآلي للمنزل) - مما يؤدي بدوره إلى إعادة تشكيل حدود مساحة الفرص المرتبطة. تؤكد المنصات الرقمية على التباين وسرعة الحركة، مما يؤدي إلى مثل هذا الابتكار التراكمي المعتمد على المسار. مثل هذا التوليد يمكن أن ينبع من خصائص بنية المنصة الرقمية ومن حوكمة النظام البيئي ذو الصلة، مما يشير إلى دور التقنيات الرقمية في تشكيل ملامح ريادة الأعمال. ومع التحول الرقمي، أصبحت عمليات ريادة الأعمال أيضاً أقل تقييداً، وخاصة فيما يتعلق بينيتها الزمنية. على سبيل المثال، البنى التحتية الرقمية الجديدة (على سبيل المثال، الطباعة ثلاثية الأبعاد، ومساحات التصنيع الرقمية، وما إلى ذلك) تمكن أفكار المنتجات ونماذج الأعمال من تحقيق ذلك يتم تشكيلها وسنها وتعديلها وإعادة تفعيلها بسرعة في دورات متكررة من التجريب والتنفيذ، مما يجعل الأمر أقل وضوحاً فيما يتعلق بموعد مرحلة معينة يبدأ و/أو ينتهي. يتم تمكين هذا التباين في أنشطة ريادة الأعمال أيضاً من خلال قابلية التوسع القصوى (أي القدرة على تعزيز القدرات والأداء بسرعة بتكلفة منخفضة وبسهولة) توفرها البنى التحتية الرقمية الجديدة مثل الحوسبة السحابية وشبكات الهاتف المحمول (Nambisan,2017;1033).

ومن هنا تطرح الاتجاهات النظرية الحديثة سؤالين رئيسيين مرتبطين بريادة الأعمال في العالم الرقمي:

- كيف يمكن لثراء الرقمنة المنتشرة مثل تنوعها، وأهميتها المادية، وتوليدها، وظهورها أن يخلق الحاجة إلى نظريات جديدة في ريادة الأعمال؟
 - ما هي مكونات النظريات الجديدة في ريادة الأعمال التي تعترف بهذا الثراء وتدمجه؟
- وللإجابة على هذين السؤالين تستعرض الورقة الأطر النظرية والمفاهيم النظرية المستمدة في أدبيات التكنولوجيا الرقمية (بالاشتراك مع نظريات ريادة الأعمال الحالية) لفهم أعمق لآثار ريادة الأعمال الرقمية في ظل الرقمنة والتحول الرقمي.

أولاً- نظرية الفجوة الرقمية Digital Divide Theory

أدت الثورة الرقمية إلى التطور التكنولوجي السريع وابتكار المنتجات التي يمكنها تمكين الوصول المعزز، والإدارة، والتداول والمعرفة والمعلومات. مع تزايد شيخوخة السكان، تلعب الحلول التكنولوجية المبتكرة دوراً محورياً في إثراء نوعية الحياة والصحة والاستقلالية. فالمعلومات والاتصالات التكنولوجيات (ICTs) والمنتجات التي تتيح تخزين المعلومات أو استرجاعها أو معالجتها أو إرسالها أو استقبالها الشكل الرقمي، يمكن أن يحسن الوصول إلى السلع والخدمات؛ إنشاء والحفاظ على بيئة معيشية مستقلة آمنة ومأمونة (Fang et al,2019,e1).

تشير نظرية الفجوة الرقمية إلى الفصل بين أولئك الذين لديهم إمكانية الوصول إلى تكنولوجيا المعلومات والاتصالات الرقمية (ICT)، وأولئك الذين لا يستطيعون ذلك. يعتقد الكثيرون أن الوصول الشامل إلى تكنولوجيا المعلومات والاتصالات من شأنه أن يؤدي إلى مجتمع عالمي من التفاعل والتجارة والتعلم، مما يؤدي إلى ارتفاع مستويات المعيشة وتحسين الرفاهية الاجتماعية. ومع ذلك، فإن الفجوة الرقمية تهدد هذه النتيجة، مما يدفع العديد من صانعي السياسات العامة إلى مناقشة أفضل طريقة لسد الفجوة. تركز النظرية حول الفجوة الرقمية على التأثيرات من الدرجة الأولى، فيما يتعلق بمن يمكنه الوصول إلى التكنولوجيا، ولكن بعض الأعمال تتناول تأثيرات الدرجة الثانية لعدم المساواة في القدرة على استخدام التكنولوجيا بين أولئك الذين لديهم إمكانية الوصول (Sanjeev & Frederick, 2005; 298).

أوضحت النظرية وجود مستويين على الأقل من الفجوة الرقمية، وهما فجوة الوصول الرقمي (المستوى الأول) وفجوة القدرة الرقمية (المستوى الثاني). تمثل فجوة الوصول الرقمي "عدم المساواة في الوصول إلى تكنولوجيات المعلومات والاتصالات، مما يؤكد عدم المساواة بين "من يملكون" و"من لا يملكون"، ويتم التمييز بينهم حسب مقاييس ثنائية التفرع للوصول إلى التكنولوجيات الجديدة، وتشير فجوة القدرة الرقمية، التي تتأثر بفجوة الوصول الرقمي والعوامل السياقية الأخرى، إلى عدم المساواة في قدرات تكنولوجيا المعلومات أو "القدرة على استخدام التكنولوجيا". بالإضافة إلى ذلك، أكد باحثون آخرون على المستوى الثالث للفجوة الرقمية لدراسة نتائج الاستثمار في تكنولوجيا المعلومات وتنفيذها. انطلاقاً من المستويين الأول والثاني من الفجوة الرقمية والعوامل السياقية الأخرى، تُعرف فجوة النتائج الرقمية (المستوى الثالث) بأنها عدم المساواة في النتائج (مثل التعلم والإنتاجية) استغلال الوصول إلى تكنولوجيا المعلومات والاتصالات واستخدامها والاستفادة منها (Zhao et al, 2022; 2). وقد أثرت فجوة النتائج الرقمية، وعدم المساواة في نتائج استغلال الوصول إلى تكنولوجيا المعلومات والاتصالات واستخدامها والاستفادة منها، باعتبارها مصدر قلق شديد لممارسات التعلم الإلكتروني خلال جائحة كوفيد-19. وفقاً للأدبيات، يمكن الإشارة إلى عدم المساواة في نتائج التعلم الإلكتروني على أنها فجوة النتائج الرقمية. وفي إطار الفجوة الرقمية المكونة من ثلاث مراحل، فهي الفجوة الرقمية من المستوى الثالث، والتي تشير إلى عدم المساواة في النتائج (مثل التعلم والإنتاجية) لاستغلال الوصول إلى تكنولوجيا المعلومات والاتصالات والاستفادة منها الاستخدام. وفي المقابل، تشير الفجوة الرقمية في المستويين الأول والثاني إلى عدم المساواة في الوصول إلى تكنولوجيا المعلومات والاتصالات والقدرة على استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات على التوالي. على الرغم من أن بعض الباحثين يشيرون إلى أن فجوة النتائج الرقمية أصبحت أزمة اجتماعية أساسية في عصر كوفيد-19، وما بعد كوفيد-19 (Zhao et al, 2022; 108).

ولاستكشاف النظرية لفجوة النتائج الرقمية، تم إيلاء الاهتمام الأساسي للعوامل

الديموغرافية (مثل الجنس) والعوامل الاجتماعية والاقتصادية (مثل الخلفيات الاجتماعية والاقتصادية الأسرية). على سبيل المثال، تشير نتائج الأبحاث الحالية إلى أن الأشخاص ذوي الدخل المرتفع أو المستوى التعليمي هم أكثر عرضة للاستفادة من استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات. وعلى الرغم من أن هذه النتائج تساعد في فهم المظاهر والأسباب المختلفة لهذه الظاهرة (أي فجوة النتائج الرقمية) على المدى الطويل، إلا أنها قد لا تكون كافية من حيث توفير تدابير عملية حول كيفية التخفيف من حدة عدم المساواة هذه في سياق التعليم. فمن ناحية، يصعب تغيير عوامل مثل الظروف الديموغرافية (مثل العمر والجنس) أو الخلفيات الاجتماعية والاقتصادية (أي دخل الأسرة أو تعليم الوالدين) على المدى القصير. ومن ناحية أخرى، قد يتم تعميم هذه العوامل بشكل مفرط كأساس لتوفير آثار عملية لسياقات محددة. وبالتالي، هناك حاجة إلى دراسات تجريبية تركز على العوامل السياقية (Zhao et al,2022;109).

تنهض النظرية على عدد من الفرضيات (Van Duk,2017;3):

١. تؤدي عدم المساواة الفئوية في المجتمع إلى توزيع غير متساو للموارد.
٢. يؤدي التوزيع غير العادل للموارد إلى عدم المساواة في الوصول إلى التقنيات الرقمية.
٣. يعتمد عدم المساواة في الوصول إلى التقنيات الرقمية أيضاً على خصائصها التقنيات.
٤. يؤدي عدم المساواة في الوصول إلى التكنولوجيات الرقمية إلى عدم المساواة في المشاركة المجتمعية.
٥. المشاركة غير المتكافئة في المجتمع تعزز عدم المساواة الفئوية وعدم المساواة في توزيع الموارد.

تفسر النظرية إطار عام يرتبط بإنشاء المشاريع الرقمية في البلدان النامية، الذي يعد بديلاً لتوليد فرص العمل في قطاع تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، ولكن الافتقار إلى الأفراد المؤهلين في المهارات المتعلقة بتكنولوجيا المعلومات والاتصالات يحول دون نمو الشركات الجديدة، وهي فجوة يتم تحليلها باستخدام نظرية الفجوة الرقمية (Rendón et al, 2023;2).

ثانياً- نظرية السمات الشخصية Personality trait theory

تندرج هذه النظرية في إطار المدرسة السلوكية. يمكن تعريف الشخصية من حيث الأنماط والانتظامات في العمل؛ لأن رائد الأعمال هو المحفز لريادة الأعمال. تفترض هذه النظرية أن الأفراد هم أكثر عرضة لاستغلال الفرص، وبالتالي التصرف في ريادة الأعمال؛ لأن السمات تقودهم إلى اتخاذ قرارات مختلفة بشأن الفرص المتاحة للأشخاص الآخرين الذين لديهم نفس المعلومات والمهارات. وفي هذا الصدد، ركزت الكثير من الأبحاث في مجال ريادة الأعمال على السمات الشخصية لرائد الأعمال، وطرح الأسئلة: هل يولد الأفراد مع بعض الخصائص التي تؤهبهم للمساعي الريادية؟ هل يوجد مجموعة من السمات التي يمكن أن تنسب إلى الشخصية الريادية؟ هذا النوع من الأسئلة تجبر الباحثين على الإجابة على سؤال من هو

رائد الأعمال؟ في نهج السمات، يفترض أن يكون رائد الأعمال شخصية معينة، لديهم دوافع وحوافز خاصة. وكما أشار كاميني (٢٠٠٢)، فإن استخدام السمات النفسية "وجدت مكاناً بارزاً في أدبيات ريادة الأعمال، وبالتالي لا يمكن تجاهلها".

على جانب آخر، ظهرت النظرية وتم تأسيسها في أدبيات ريادة الأعمال من قبل ماكلياند، يفترض بناء دافع الإنجاز وجود حاجة كبيرة للإنجاز يؤهب الشخص للبحث عن منصب ريادي من أجل تحقيق المزيد من الرضا عن الإنجاز، مما يمكن استخلاصه من أنواع أخرى من المواقف — تلك والتي هي أكثر إدارية. وهذا ما يدعمه أيضاً كولينز (٢٠٠٢) وستيوارت وآخرون (١٩٩٩) . لقد أدى الإنجاز إلى تمييز رواد الأعمال بشكل كبير عن بقية السكان. والحجة هنا هي أن الأشخاص ذوي التوجه الشخصي العالي في الإنجاز هم أكثر ميلاً إلى أن يصبحوا رجال الأعمال، فهم أولئك الذين يطالبون بتحقيق الأهداف، فهم استباقيون في تحقيقها. وهذا الرأي ينطبق على كل من الأفراد مدفوعاً بالفرضة أو الضرورة، ويعتمدون على قدراتهم المغامرة. على الرغم من أن الدراسات التجريبية اللاحقة قد دعمت وجود صلة بين "ريادة الأعمال" والحاجة إلى الإنجاز. إن نجاح ريادة الأعمال ليس مجرد مسألة الرغبة أو الحاجة إلى تحقيق ذلك. علاوة على ذلك، بسبب الحاجة القوية للإنجاز، يركز هؤلاء الأفراد بشكل رئيسي على الائتمان الفردي الذي في كثير من الأحيان يجعل من الصعب عليهم القيام بذلك بالتعاون بشكل كامل مع الآخرين، إلا أن ريادة الأعمال ليست نشاطاً، بل عملية يجعل من الضروري للمغامر أن يتعاون مع الآخرين من أجل ذلك خلق قيمة معهم ومن أجلهم. وبالإضافة إلى ذلك، فإن الارتباط بينهما ضئيل للغاية الحاجة إلى الإنجاز والميل لبدء منظمة ريادة الأعمال (Kobia & Sikalieh, 2010;113).

وتوضح النظرية نموذج الخمسة الكبار، هو منهج متعدد الأبعاد نحو تعريف الشخصية، من خلال قياس الانفتاح، والضمير، والانبساط، والتوافقية، والعصابية. وهذه السمات تؤثر على الاختيار الوظيفي وأداء العمل. تغطي "السمات الكلية" الخمس مجموعة متميزة من الخصائص، أشبه ما نسميها بالمصفوفة، على النحو التالي (Kerr et al,2018:13):

- الانفتاح على التجربة: يصف الاتساع والعمق والأصالة، وتعقد الحياة العقلية والتجريبية للفرد.
- الضمير: يصف السيطرة على الانفعالات المنصوص عليها اجتماعياً الذي يسهل السلوك الموجه نحو المهام والأهداف.
- الانبساط: يعني اتباع نهج نشط تجاه الأمور الاجتماعية في العالم المادي، ويتضمن سمات مثل التواصل الاجتماعي والنشاط الحزم والعاطفة الإيجابية.
- الوفاق: يتناقض مع التوجه الاجتماعي والطائفي تجاه الآخرين بالعداء، ويتضمن سمات مثل الإيثار، الرقة والثقة والتواضع.

- العصابية: تتناقض مع الاستقرار العاطفي والاعتدال مع انفعالات سلبية، مثل الشعور بالقلق، والعصبية، والحزن، والتوتر.

هناك إجماع حول أهمية الشخصية كمتنبئ لنجاح ريادة الأعمال. وتوضح التحليلات أن رواد الأعمال يميلون إلى تسجيل درجات أعلى بكثير في الوعي والانفتاح وانخفاض في العصابية والقبول العالي، والانفتاح والانبساط، وانخفاض العصبية. في ضوء هذه التحليلات، يمكن اقتراح أن الخمسة الكبار قد يفسرون أيضاً الاختلافات الفردية في سلوكيات ريادة الأعمال، بما يتجاوز ملكية الأعمال أو نية البدء، مثل التعرف على الفرص، واستغلال الفرص، والابتكار، وخلق القيمة (Leutner et al,2014;59).

يتم تقييم السمات المطابقة لتفعيل ريادة الأعمال المذكورة أعلاه باستخدام مقياس ميول وقدرات ريادة الأعمال. يقوم META بتقييم شخصية ريادة الأعمال من خلال قياس درجة اختلاف الأفراد في ميلهم للانخراط في سلوكيات ريادة الأعمال (الاعتراف بالفرص، واستغلال الفرص، والابتكار، وخلق القيمة). وهي تقوم على فرضية مفادها أن ريادة الأعمال تتكون من مجموعة من السلوكيات، وأن الميل إلى الانخراط في مثل هذه السلوكيات يتوزع عادة بين الأفراد. لقد ثبت أن META تتنبأ بنجاح ريادة الأعمال بما يتجاوز عدد من السمات الشخصية الواسعة، بما في ذلك التقييمات الذاتية الأساسية، والذكاء العاطفي والاهتمامات المهنية، والاختلال الوظيفي.

إن تبني مفهوم ريادة الأعمال يعكس الحالة الذهنية للفرد التي تدفعه منهم نحو اتخاذ مبادرة ريادة الأعمال، مثل القدرة على تحويل الأفكار الجديدة إلى منتجات وخدمات قابلة للتسويق، القدرة على استغلال المعرفة لتطوير جديد أو تحديث. هذا هو السبب الذي دفع "شومبيتر" القول بأن رائد الأعمال هو ببساطة مبتكر، وهذا ما يوضحه الأدب أيضاً أن الابتكار يلعب دوراً متميزاً في ظهور رواد الأعمال. الابتكار هو سمة منتشرة في كل مكان تم استخدامها لإظهار ريادة الأعمال وإمكانات الأفراد. من المرجح أن تنبع المشاريع الجديدة من ابتكار الفرد؛ لأنه يسخر القدرات الإبداعية لدى الأفراد، تمكن هذه السمة الأفراد من التعرف على فرصة العمل في البيئة وتوصيل النقاط لإنشاء مشاريع جديدة. يُنظر إلى الابتكار على أنه محوري، وأحد العناصر والخصائص الأساسية التي يجب أن يمتلكها الفرد ليكون رائد أعمال (Batool,2022:5070). هذا، ويسلط ماكلياند (1961) الضوء على أن "رواد الأعمال لديهم قدر معتدل من نزعات المخاطرة" (Karabulut,2016;14).

ثالثاً- نظرية الابتكار المفتوح The Open Innovation Theory

تؤكد الدراسات الحديثة على أهمية مصادر المعرفة الخارجية في دفع الابتكار، بالإضافة إلى الاتجاه المتزايد للشركات لفتح حدودها التنظيمية للمشاركة في الجهود التعاونية. ومن هنا كانت أهمية نظرية الابتكار المفتوح (OI) والأهمية المتزايدة لاستخدام المعرفة الخارجية كمدخل حاسم لدعم الابتكار والأداء الداخلي للشركة. يركز تيار متزايد من الأبحاث على OI

الداخلي أو استراتيجيات البحث عن المعرفة، والتي تشير إلى ممارسات التفاعل مع المنظمات الخارجية أو الأفراد للاستفادة من معارفهم التقنية أو العلمية وتعزيز أداء الابتكار الداخلي للشركة. وهذا يعني أن OI الداخلي هو النهج أو الاستراتيجية المتمثلة في تحديد مصادر الأفكار والتقنيات والخبرات الخارجية ودمجها في عمليات الابتكار الخاصة بالشركة. يعتمد Inbound OI على الفكرة الأساسية المتمثلة في وجود المعرفة القيمة والابتكار خارج حدود المنظمة. ومن خلال إشراك مصادر خارجية بشكل فعال، يمكن للشركات تسريع جهود الابتكار وتعزيز ميزتها التنافسية، إلا أن مجموعة المعرفة لا تزال مجزأة ولا تزال تفتقر إلى الفهم المشترك في بعض السياقات كما هو الحال في الشركات الصغيرة والمتوسطة، علاوة على ذلك، هناك جدل مهم حول عدم تجانس استراتيجيات المنظمة الدولية للتكامل والظروف السياقية (الداخلية والخارجية والخاصة بالشركة) التي يتم بموجبها دمج هذه الاستراتيجيات (Rhaïem & Doloreux, 2024;5).

بالنظر إلى الاهتمام الذي توليه أدبيات ريادة الأعمال والإدارة للابتكار المفتوح وكيفية نقل المعرفة، بحثت الأبحاث الحديثة بأغلبية كبيرة في مصادر الابتكار المفتوح، خاصة بالنسبة لشركات التكنولوجيا المتقدمة وعالية النمو والشركات القائمة. لقد تناولت دراسات قليلة التأثيرات المشتركة للشركاء الخارجيين غير المتجانسين مثل الموردين والعملاء والمنافسين والاستشاريين والجامعات والحكومة وغيرها من الشركات الناشئة ضمن مجموعة على نشاط الابتكار في الشركات الناشئة. ركزت الأدبيات الموجودة في المقام الأول على شريك تعاون محدد (مثل المنافس، العميل، المورد، الجامعة) واستراتيجية ابتكار محددة (مثل الاستكشاف مقابل الاستغلال؛ الابتكار المتزايد مقابل الابتكار الجذري؛ التقليد مقابل ميزة المحرك الأول) مما يحد من الفهم المعقد والترابط بين نوع شريك التعاون وأهمية الموقع المشترك بين شريك التعاون والشركة الناشئة (Audretsch, 2023;2).

وفي إطار نظرية الابتكار المفتوح، تعمل المنصات الرقمية على تسهيل الابتكار الداخلي والخارجي. أولاً، تعمل المنصات الرقمية على رفع قيمة خيار البحث والتطوير الداخلي من خلال توسيع مجالات تطبيقه وزيادة جاذبيته. بشكل جماعي، يشكل مبتكر المنصة والعناصر المكملة نظاماً بيئياً رقمياً، تعتمد صلاحيته على الابتكار المستمر، وعلى صيانة المنصة من قبل مالكها، وعلى التوازن الدقيق بين التعاون والمنافسة بين مقدمي العناصر التكميلية. ثانياً، تسمح المنصات الرقمية للشركات القائمة بتحديد واختيار والاتصال بالثروة التي ينتجها الابتكار الخارجي. يعمل الابتكار المفتوح الخارجي على تسريع التقدم التكنولوجي بين الشركات التي تتعاون معها، وبالتالي إزالة الاختناقات التكنولوجية في النظام البيئي لأعمالها. ثالثاً، تعتبر المنصات الرقمية مرشحة لاغتنام الفرص التي تتيحها التكنولوجيات التمكينية. وتدعم هذه التقنيات العمليات الجديدة وابتكار السلع والخدمات في جميع أنحاء الاقتصاد، وهي ذات أهمية نظامية. وهي متعددة التخصصات، وتغطي العديد من مجالات التكنولوجيا،

مع اتجاه نحو التقارب والتكامل. ويتطلب إتقان هذه التقنيات كفاءات تتجاوز بكثير القدرات التنظيمية التي تمتلكها شركة واحدة. وبالتالي، فإن المنصات الرقمية هي في طليعة تحطيم الحدود الصناعية والتنظيمية والجغرافية التقليدية (Braune & Dana, 2021; 240).

اقترح تشيسبرو Chesbrough لأول مرة مفهوم الابتكار المفتوح. بالمقارنة مع نموذج الابتكار المغلق، يعتبر الابتكار المفتوح أن حدود المؤسسات قابلة للاختراق ومفتوحة للعالم الخارجي. قد تأتي الأفكار المبتكرة للشركة من قسم البحث والتطوير داخل الشركة أو من خارج الشركة. يؤكد الابتكار المفتوح على التكامل العضوي بين التقنيات الداخلية والخارجية في المنظمة، ويخلق منتجات جديدة على أساس التقنيات الحالية. سيمر الانتقال من الابتكار المغلق إلى الابتكار المفتوح بثلاث مراحل: التحرر من التجميد، والتحرك، وإضفاء الطابع المؤسسي. يتم التحول المكون من ثلاث مراحل في أربعة أبعاد: الشبكات المشتركة بين المنظمات، والهيكل التنظيمية، وعمليات التقييم، وإدارة المعرفة. بدأت أبحاث الابتكار المفتوح من شركات التكنولوجيا الفائقة الكبيرة، لكن الدراسات كشفت الآن أن استراتيجيات الابتكار المفتوح أكثر ملاءمة للشركات الصغيرة والمتوسطة والشركات الناشئة. لا تنطبق استراتيجية الابتكار المفتوح على الصناعة التحويلية فحسب، بل تنطبق أيضاً على صناعة الخدمات. على سبيل المثال، وجد بعض العلماء أنه بالنسبة للمطاعم الصغيرة في صناعة السياحة، يعد الابتكار المفتوح سبباً مهماً لنجاحها؛ لأن الابتكار المفتوح يسمح للمطاعم باكتساب ميزة تنافسية والحصول على قيمة مضافة من خلال بيع الخدمات أو المكونات. يمكن للابتكار المفتوح أن يساعد القطاعات العامة على إزالة العقبات المؤسسية، وتحديد وحل مشاكل العمل الجماعي. بعد ظهور الثورات الصناعية الأربع، بالنسبة للصناعات في الفترة الانتقالية، أصبح نموذج الأعمال المفتوحة ضرورياً للتطور السريع والكبير للصناعة. ومع ذلك، ينبغي الحفاظ على علاقة الابتكار المفتوحة بشكل جيد لتجنب سيطرة أحد الطرفين على الطرف الآخر. وفي الوقت نفسه، تحتاج الحكومة إلى تغيير دورها، من التنظيم في الماضي إلى تسهيل الأنشطة المبتكرة.

يرى هاوسبيرخ وكوريك أن الاتجاه البحثي الواعد هو اعتماد الابتكار المفتوح كمنظور لفهم الحاضنات وبيئة الابتكار الخاصة بها. ومن هذا المنطلق، ركزت النظرية بشكل أساسي على دراسة الممارسات والخدمات التي تقدمها الحاضنات من منظور القيمة التي تقدمها أو النموذج المعتمد في إدارة أعمالها. كما يرى كوريك أن الابتكار المفتوح يمثل عدسة نظرية واعدة في فهم محددات وآثار حاضنات الأعمال. يدعم هذا النوع من البنية التحتية إنشاء ونمو فرق رواد الأعمال الجديدة من خلال منحهم إمكانية الوصول إلى التدفقات الهادفة للمعرفة وبيئة داعمة للتجريب والاعتماد المتبادل، وبالتالي التعلم من دمج هذه المعرفة في تطوير أعمالهم. في الواقع، يمكن أن توفر المشاركة المبكرة في ديناميكيات السوق قيمة مهمة لفرق البدء للتعلم وإنشاء شراكات وتطوير الأعمال المحتملة بشكل أفضل، بهدف نهائي هو تقليل

السوق بشكله التقليدي وعدم اليقين الفني، والوصول إلى شبكات المعرفة. والشبكات بين المنظمات. وبهذا المعنى، فهي عامل تمكين رئيسي في تمكين فتح مسار الابتكار لمصادر المعرفة الخارجية من خلال المشاريع الجديدة. فهي تقرب المسافة بين الابتكار الذي طورته الشركة الناشئة والسوق، مما يتيح بعد ذلك ابتكاراً أكثر انفتاحاً وأداءً ثابتاً. علاوة على ذلك، تعمل الحاضنات على تحفيز عمليات الابتكار وريادة الأعمال في المناطق التي تتواجد فيها (Battistella et al,2018;34).

بناءً على النظرية والممارسة المذكورين أعلاه، فإن الابتكار المفتوح هو عملية ابتكار تدمج الموارد الداخلية والموارد الخارجية لتحقيق نمط من الابتكار الصناعي. نظام الابتكار المفتوح هو نظام مفتوح يمكنه تعويض النقص في الموارد الداخلية وتحسين كفاءة الابتكار من خلال الحصول على موارد الابتكار واستخدامها من الخارج، والحصول على أحدث معلومات وتقنيات السوق (Zhou,2020;6).

رابعاً- نظرية الابتكار الخلاق Creative Innovation Theory

يعتبر جوزيف شومبيتر على نطاق واسع أول باحث يساهم بشكل كبير في نظرية ريادة الأعمال. رأى شومبيتر رواد الأعمال كشخصيات بطولية تمتلك بشكل فريد الإرادة لتقديم "مجموعات جديدة" ثورية - من المنتجات، أو تقنيات الإنتاج، أو الأسواق، أو مصادر العرض، أو الأشكال التنظيمية - التي تهاجم أسس الشركات القائمة، وتدمر التوازن السائد على فترات نادرة وغير منتظمة (Chiles,et al, 2007;471).

حيث أشار الاقتصادي الأمريكي النمساوي شومبيتر إلى نظرية للابتكار الاقتصادي ودورة الأعمال. ووصف شومبيتر الابتكار الخلاق "عملية الطفرة الصناعية التي تحدث ثورة مستمرة في العالم". الهيكل الاقتصادي من الداخل، وتدمير الهيكل القديم باستمرار، وخلق هيكل جديد باستمرار (التدمير الخلاق).

وأشار شومبيتر (١٩٣٤) إلى أن رجل الأعمال، كمبتكر، يخلق فرص الربح من خلال ابتكار منتج جديد، أو عملية إنتاج، أو استراتيجية التسويق. يحدث الاختراع الريادي عندما يقوم رجل الأعمال بالتخمين بأن مجموعة من لا يتم استخدام الموارد بشكل اختياري. تواجه الشركات الكثير من أفكار "التدمير الخلاق" أثناء أنشطتها الاستكشافية؛ لكن الثروة الحقيقية، هي ليست التنفيذ الخالص لهذه الأفكار، بل هي التشغيل والبناء الناجح للأفكار القائمة والجديدة الحقول في نفس الوقت (Tülüce& Yurtkur,2015;720).

إن مصطلح "التدمير الخلاق" لم يدخل إلى علم الاقتصاد على يد شومبيتر، ولكن على يد فيرنر سومبارت (١٨٦٣-١٩٤١)، الاقتصادي الذي ربما كان الأكثر شهرة متأثراً بنيتشه (Reinert& Reinert,2006;56). ويشير شومبيتر، في كتابه "نظرية التنمية الاقتصادية"، إلى أن رائد الأعمال، باعتباره مبتكراً، يخلق فرص الربح من خلال ابتكار منتج جديد، أو عملية إنتاج جديدة، أو استراتيجية تسويقية جديدة. يقتصر تفكير شومبيتر بشكل

عام على جعل الابتكار هو مفتاح القدرة التنافسية، ورائد الأعمال هو المفتاح المدمر للتوازن الاقتصادي، وهذان العاملان يشكلان مبادئ النمو الاقتصادي والتنمية. وأصر في الرأسمالية والاشتراكية والديمقراطية على أن التدمير الخلاق يخلق انقطاعات اقتصادية. واقترح شومبيتر (١٩٤٢) أن وظيفة ريادة الأعمال هي فعل إرادة رجل الأعمال لإدخال الابتكار في مشروع ما. كما اعتبر قيادة ريادة الأعمال مصدر الطاقة الإبداعية للابتكار. لذلك، ووفقاً لنظرية شومبيتر، فإن الابتكار هو جوهر النمو الاقتصادي، ويذهب إلى أبعد من ذلك؛ لأنه يسبب تغييرات هيكلية اجتماعية واقتصادية.

لقد أدرك شومبيتر أن نظريته حول ريادة الأعمال هي المحرك الديناميكي للرأسمالية، وأن صحتها تحتاج إلى دراسة كحقيقة تاريخية. هناك حاجة إلى التركيز على البحث العلمي الاجتماعي في ريادة الأعمال ليس فقط على رواد الأعمال وشركاتهم، ولكن أيضاً على هيكل الصناعات والأسواق والمجتمعات والتغيرات فيها. الاقتصادات والأنظمة السياسية التي يعملون فيها. ومن وجهة نظر شومبيتر، فإن سلوك ريادة الأعمال قد تم لا معنى له دون الاهتمام التحليلي المتساوي بالسياق التاريخي الذي تعمل فيه (Tülüce & Yurtkur, 2015; 723).

في حين أن فكرة شومبيتر عن "عاصفة التدمير الخلاق" قد لفتت أكبر قدر من الاهتمام في أدبيات البحث والممارسين، فإن هذا هو الدور الذي يلعبه الربح في تحفيز الابتكار كمقدمة للإبداع الشامل الخلاق، والذي هو مفتاح نظرياته. تاريخياً، تجنبت النظريات التقليدية للإدارة الاستراتيجية نظرية شومبيتر لاختلال التوازن كإطار أساسي واختار بدلاً من ذلك النهج الموجه نحو التوازن التنظيم الصناعي. وبذلك ركزوا على ما أسماه شومبيتر "الاستجابة التكيفية". استجابة "من المديرين لخلق ميزة تنافسية مستدامة للشركة. وهكذا استمرت لعقود من الزمن. لقد كانت الميزة التنافسية هي المفهوم السائد في بحوث الإدارة الاستراتيجية.

كان الهدف الأصلي لشومبيتر (١٩٣٤، ١٩٤٢) هو وصف عملية التنمية الاقتصادية في الغرب. الاقتصادات. لذا فقد ركز على التحولات الثورية الكبرى في مجال التكنولوجيا وسوق المنتجات (شومبيتر الصدمات) وتجاهل الأسعار وغيرها من الإجراءات التنافسية التي تقوم بها الشركات في المدى الطويل، باعتبارها غير مهمة نسبياً على المدى الطويل. لا يمكن توقع الابتكارات الثورية في المنتج أو السوق أو التكنولوجيا بشكل غير كامل من قبل الشركات. سيكون للابتكارات الثورية تأثيرات إيجابية أو سلبية غير متوقعة على الشركة في الصناعة. في بعض الأحيان قد تنجو الشركات في إحدى الصناعات من الابتكار الثوري لتصبح جهات فاعلة مهمة في الصناعة الناجحة.

رأى شومبيتر أن التنمية الاقتصادية تتكون من عملية ينغمس فيها رواد الأعمال في تيار من الفرص التقنية التي تم إنشاؤها ظاهرياً لأسباب مستقلة عن أسواق معينة، جلبت تلك الابتكارات إلى السوق سوق. حقق المبتكر الناجح احتكاراً في سوق معينة من خلال طرح شيء ما

في السوق الذي كان فريداً تماماً، إلا أنه تم تقليص هذا الاحتكار بنجاح عن طريق دخول المقلدين. نهج القدرات الديناميكية هو سبيل شومبيتر. ومع ذلك، فإنه يؤكد على العمليات التنظيمية داخل الشركة أكثر مما فعل شومبيتر على الإطلاق؛ وهي ليست مجرد نظرية إيجابية للتغير الصناعي. ويمكن أن تقدم أيضاً وصفاً طبية: بسبب توجهها على مستوى الشركة، وتبحث داخل الشركات للمساعدة في تفسير عمليات السوق (Yurtkur,2015;723) &Tülüce).

تصف النظرية رواد الأعمال بأنهم هؤلاء الأشخاص (أصحاب الأعمال) الذين تسعى إلى توليد القيمة، من خلال إنشاء أو توسيع النشاط الاقتصادي، من خلال تحديد واستغلال الجديد المنتجات أو العمليات أو الأسواق. وإلى جانب هذا، فإن النشاط الريادي هو العمل الإنساني المغامر الذي يسعى إلى تحقيق الهدف من خلال توليد القيمة، من خلال إنشاء أو توسيع النشاط الاقتصادي، من خلال تحديد واستغلال الجديد المنتجات أو العمليات أو الأسواق (Yurtkur,2015;723) &Tülüce).

عرّف شومبيتر (١٩٦٥) "رواد الأعمال بأنهم الأفراد الذين يستغلون فرص السوق من خلال التقنية أو الابتكار التنظيمي". بالنسبة لفرانك نايت (٢٠٠٥) وبيتر دراكر (١٩٨٥) فإن "ريادة الأعمال تدور حول القدرة على تحمل المخاطرة". الآن، يتم الاعتراف بريادة الأعمال باعتبارها واحدة من المحددات الرئيسية لاقتصاد كل مجتمع حديث. وإلى جانب هذا، يعتبر هذا المصطلح الحاسم أداة للتعامل مع المشهد التنافسي الجديد وسرعة تغيراته الهائلة. ريادة الأعمال هي "عملية يسعى من خلالها الأفراد - سواء بمفردهم أو داخل المنظمات - إلى تحقيق تلك الفرص". كما تعرف رواد الأعمال على الفرص التجارية التي تقدمها الابتكارات، وتحويل هذه الفرص إلى منتجات جديدة، قد تحسن حياة جميع المواطنين والمساهمة في زيادة الإنتاجية طوال الحياة الاقتصادية. ريادة الأعمال مهمة للمجتمع والاقتصاد النمو والتنمية، وتوفير فرص عمل جديدة وخدمات متنوعة للسكان. ومن ثم، فإن الفرضية المركزية في نظرية شومبيتر هي أن رواد الأعمال لديهم مهارات خاصة للابتكار والتعامل مع المخاطر (Lich, 2009;13).

يبدأ نموذج شومبيتر بكسر التدفق الدائري باستخدام الابتكار في شكل منتج جديد. يحتل المكانة المركزية في عملية التنمية؛ لأنه يبادر بالتنمية في المجتمع ويدفعها إلى الأمام. تختلف ريادة الأعمال عن وظائف المدير. فالمدير ببساطة يدير شؤون المؤسسة، بينما يأخذ رجل الأعمال أيضاً درجة عالية من المخاطرة. لقد تمجد دور رجل الأعمال من قبل شومبيتر على أساس وظيفي للمهارات والقدرات. ووفقاً له، يجب على رواد الأعمال ما يلي (Langroodi,2021:69):

أ. تقدير إمكانيات الابتكار.

ب. التغلب على الحواجز الاجتماعية والنفسية التي تحول دون إدخال ابتكارات جديدة.

- خ. توجيه وسائل الإنتاج إلى قنوات جديدة.
- د. إقناع المصرفي بتزويده بالتمويل اللازم للابتكارات.
- هـ. حث المنتجين الآخرين في فرع نشاطه على المخاطرة.
- و. خلق بيئة مواتية لإشباع الرغبات كدافع طبيعي.
- ز. توفير القيادة.
- ح. تحمل درجة عالية من المخاطرة في العالم الاقتصادي.
- وعزا شومبيتر رجل الأعمال دوراً حاسماً في العملية الصناعية والتطور والتقدم الاقتصادي. من خلال تحديد الهياكل الاقتصادية القائمة من خلال المساعي المبتكرة، يُزعم أن رجل الأعمال له دور فعال في الترويج والنمو وإحداث التغيير الهيكلي. في مثل هذه العمليات من التدمير الخلاق يجمع رائد الأعمال بين المعرفة الحالية والجديدة بطرق مبتكرة؛ كونها قوة دافعة للنمو. والنتيجة هي منتجات وخدمات ومدخلات وطرق جديدة لتنظيم الإنتاج وتحديد الأسواق الجديدة التي تخدم جميعها تحويل الصناعات والمجتمعات (Andersson, 2012; 125).

وأخيراً، ميز شومبيتر بشكل حاد بين الرأسماليين ورجال الأعمال. وبالتالي، فإن صاحب المشروع "يعمل خارج القيود المعتادة التي يفرضها أصحاب الموارد"، وبالتالي لا يعد "جزءاً لا يتجزأ من عملية الشركة"، والتي تتضمن (إعادة) ترتيب الموارد لاستغلال الفرص (Foss and Klein 2005: 58).

خامساً- نظرية رأس المال الاجتماعي Social Capital Theory

على الرغم من أن هناك قبول متزايد لنظرية رأس المال الاجتماعي، إلا أنه لا يزال يتعين علينا حل كيفية تعريف هذا المصطلح بشكل أكثر دقة. على سبيل المثال، يبدو أن بيكر (1990) يكتفي بحصر نطاق المصطلح في بنية شبكات العلاقات. ومع ذلك، يتضمن بوتنام (1995) الموارد الفعلية والمحتملة التي يمكن الوصول إليها من خلال الشبكات. وفيما يتعلق بالأخيرة، فهذا أيضاً هو المكان الذي يمكن أن تساهم فيه نظرية بيرت (1992) حول الثقوب الهيكلية في وضع تصور لطبيعة ودور الشبكات الاجتماعية (Ulhoi, 2005; 950).

تعلي نظرية رأس المال الاجتماعي من أن الفهم الأكثر ثراءً لدور الثقة التي تحكم عمل الشبكات الاجتماعية والعلاقات الشخصية. لذلك، قد تكون الفرصة المثيرة للاهتمام هي التعمق أكثر في ظاهرة الثقة والمخاطر المرتبطة بها.

يحتاج رواد الأعمال إلى أن يصبحوا أكثر وعياً بدور وأهمية علاقاتهم الاجتماعية، بما في ذلك كيفية الحفاظ على هذه الأصول المهمة ومواصلة تطويرها. يجب الاعتراف بالشبكات الاجتماعية كأصول حيوية من قبل رجل الأعمال. ونتيجة لذلك، يحتاج رائد الأعمال الفردي إلى إيلاء المزيد من الاهتمام للمكان الذي يتمركز فيه، أي أنه يفضل الاتصال الوثيق والقرب من العلاقات المهمة الأخرى ومجموعات العلاقات (الشبكة).

ويشير هذا إلى أنه من المبرر حقاً أن يستثمر رجل الأعمال المنشغل بالوقت والموارد في أنشطة تعزيز الشبكة، وأيضاً عندما يكون وقت "الاسترداد" أحياناً استراتيجياً بطبيعته، أي ذو أفق زمني طويل. قد تزود جهات الاتصال عبر الشبكات وشركاء المستقبل رائد الأعمال بمعلومات غير زائدة عن الحاجة أو تسمح له بالحفاظ على شرعية المهارات والموارد الموجودة اللازمة لإدارة شركة ريادة الأعمال كثيفة المعرفة. إن الفشل في إدراك أهمية هذه الأصول قد يؤثر بشكل كبير على النجاح المستقبلي للشركة الناشئة حديثاً.

يؤكد كولمان على الفرق بين رأس المال الاجتماعي والموارد الخاصة. فرأس المال الاجتماعي يشكل سمة من سمات البنية الاجتماعية التي يعيش فيها الشخص. وأن "رأس المال الاجتماعي ليس هو الملكية الخاصة لأي من الأشخاص المستفيدين منها. فمثلاً بورديو، يقدر رأس المال الاجتماعي كخاصية للشبكة. غير كولمان الذي اعتبرها الروابط داخل المجموعة (وبين المجموعات) التي تشكل رأس المال الاجتماعي. اعتبر بورديو رأس المال الاجتماعي بمثابة مورد يتم شراؤه عبر الروابط والشبكات الاجتماعية (Westlund & Bolton, 2003;78).

إن رأس المال البشري والاجتماعي يلعبان دوراً هاماً في إنشاء المشاريع؛ لأن ريادة الأعمال هي عملية اجتماعية واقتصادية تعتمد على السياق الاجتماعي بطريقتين مختلفتين. أولاً، من المرجح أن يكون رواد الأعمال، كأفراد، نتاجاً لبيئتهم الاجتماعية. وبالتالي سوف يكونون مشروطين بتلك البيئة؛ وقد ينظرون إلى الفرص بطريقة تتأثر بخلفيتهم الاجتماعية. ونرى أيضاً أن ريادة الأعمال هي نشاط اجتماعي، حيث يشكل العملاء والموردين جزءاً من الشبكة الاجتماعية التي تتم من خلالها العناصر الاقتصادية لريادة الأعمال. ومن ثم فإن وجود أو غياب وشكل رأس المال الاجتماعي من المرجح أن يؤثر على طبيعة العمل. وإذا كنا على حق، فإن فهم تكوين واستخدام رأس المال البشري والاجتماعي من شأنه أن يولد نظرة ثاقبة لهذه التأثيرات. علاوة على ذلك، بما أن الأدبيات تشير إلى أن الوضع العائلي والطبقي يعدان مؤشرين رئيسيين لرأس المال البشري والاجتماعي، فإن استكشاف هذه الموارد من هذه المنظورات يجب أن يطور تقديرنا لريادة الأعمال كعملية. غالباً ما يُنظر إلى مفهوم الطبقة اليوم على أنه إشكالي، نظراً لأن فرص الحراك الاجتماعي زادت بشكل كبير وأصبحت الفروق بين "الطبقات" التقليدية غير واضحة بشكل متزايد. نحن نستخدم المفهوم الفيبري للطبقة في تحليلنا، والذي يقترح أنه يمكن فهم الطبقات على أنها متميزة اقتصادياً من خلال قدرة السوق، والتي بدورها تؤدي إلى اختلافات في فرص الحياة للأفراد (Anderson & Miller, 2003; 18).

سادساً- مدخل الرقمنة Digitization Approach

يوضح مدخل الرقمنة ارتباط رقمنة التعليم العالي ارتباطاً مباشراً بمجموعة من الظواهر مثل ازدياد استخدام الباحثين والأكاديميين والطلاب للمنصات الرقمية للأغراض الشخصية والمهنية الى الحد الذي دفع الجامعات للقيام بأدوارها عبر هذه الوسائط. تمثل الرقمنة أداة

للتنمية والتطوير وذلك لتأثيرها الفعال في كافة مجالات الحياة، إضافة إلى ارتباط مفهوم الرقمنة ارتباطاً وثيقاً بالابتكار. ومن هنا تعزز الرقمنة في الوصول لإنتاج علمي على درجة عالية من الجودة ومعززاً بالابتكار والارتقاء بالإنتاج العلمي للباحثين. ويوضح هذا المدخل أهمية الرقمنة في تحويل البيانات الى شكل رقمي لمعالجتها بواسطة الحاسب الآلي، وفي سياق نظم المعلومات، كذلك تم تعريفها بأنها قدرة الدولة وشعبها في استخدام التقنيات الرقمية لتوليد ومعالجة وتبادل المعلومات. وتظهر أهمية الرقمنة في ظهور تقنيات مستحدثة مثل البطاقات والشاشات الذكية والوصول اللاسلكي للإنترنت من أي مكان وفي أي زمان، كما تظهر أهميتها كنقطة تحول في التعليم من أسلوب تقليدي الى أسلوب قائم على التكنولوجيا عبر الإنترنت، حيث أصبح تغييراً محورياً تحصد ثمراته في شكل نقلة تنموية في أي مجال تتم رقمنته (أحمد، ٢٠٢٢: ٤٧١).

الرقمنة هي الأداة الأكثر أهمية في تشكيل الاقتصاد العالمي الحديث. تشارك التقنيات الرقمية في جميع مجالات النشاط البشري، وهي حافز عالمي لإنشاء أساليب جديدة لحل القضايا العادية. إن رقمنة الاقتصاد اليوم تغطي العالم كله تقريباً، لقد أصبح الأمر كذلك معولم. إذ ظهرت المنصات الرقمية الأولى على المستوى العالمي في عام ١٩٦١. بدأت التحولات الرقمية في عام ١٩٩٠ وأصبحت تتطور بسرعة كبيرة. من المحتمل أن يكون للاقتصاد الرقمي عيوبه مقارنة بالاقتصاد التقليدي مثل ارتفاع معدلات البطالة والضجوة الرقمية في التعليم والوصول إلى الخدمات الرقمية، التهديدات السيبرانية، وما إلى ذلك. ومع ذلك، فإن زيادة الإنتاجية والقدرة التنافسية للمؤسسات، خفض التكاليف، وخلق فرص عمل جديدة هي مزاياها. ويعتقد بعض العلماء أن الرقمية

لقد حل الاقتصاد محل الابتكار. حيث إن الرقمنة والابتكار جزء لا يتجزأ العناصر. لذلك، في المرحلة الحالية من تطور المؤسسات، مسألة إن رقمنة الاقتصاد على أساس التنمية المبتكرة أمر مهم للغاية. ومن أجل تسريع رقمنة الاقتصاد، من الضروري التطوير على مستوى العالم المستوى الكلي لقطاع تكنولوجيا المعلومات المحلي، لتحفيز إنشاء تقنيات مبتكرة، لتعميق التعاون في السوق الدولية. على المستوى الجزئي، عليك أن تدرك الحاجة إلى التحول الرقمي وتحديث المعرفة بالتقنيات التي تظهر في العصر الرقمي الحديث.

تعتبر الرقمنة آلية معترف بها النمو الاقتصادي من خلال قدرة التكنولوجيا على التأثير بشكل إيجابي على الفعالية، كفاءة وتكلفة وجودة الأنشطة الاقتصادية والاجتماعية والعامية والشخصية. "الرقمنة" عملية تطور اقتصادي واجتماعي وصناعي وتقني والعلاقات التكنولوجية في المجتمع الناجمة عن تطور المعلومات والاتصالات التقنيات؛ من جانب الممارسة، هناك آلية لتغيير نماذج الأعمال لتحسينها كفاءة الأداء بالنسبة للدولة - تشبع المجتمع بالأجهزة الرقمية وتبادل المعلومات فيما بينهم؛ من وجهة نظر المجتمع فهو نموذج جديد لتطوير العمليات الحياتية التي أساسها التكنولوجيا الرقمية (Vasilevna & N.M,2019;117). أوضح

كراوس ك.م. Kraus K.M. أن أهم نتيجة للرقمنة في الظروف الحديثة هي أتمتة الخدمات، و"القيمة" الرئيسية هي العميل (لأنه بدونها ستكون القيمة الاقتصادية للنشاط ليس لها معنى).

سابعاً- نظرية التمكين وريادة الأعمال الرقمية Empowerment Theory

ارتبط مفهوم التمكين في علم الاجتماع بالسعي لتحقيق العدالة الاجتماعية والاقتصادية من خلال العمل والدفاع عن الفئات الأكثر ضعفاً في المجتمع، والتي تواجه مشكلات اجتماعية واقتصادية وتنموية تحدّ من تحقيق الرفاه الاجتماعي. وعليه فإن نظرية التمكين تشكل إطاراً مرجعياً مناسباً لرواد الأعمال، من خلال ما تقدمه من مفاهيم وقيم وعمليات وأدوار يمكن من خلالها تحقيق تغييرات اجتماعية إيجابية في المجتمع، كذلك تتفق مع الهدف الذي تسعى لتحقيقه مشاريع ريادة الأعمال الرقمية من إحداث تغييرات إيجابية في حياة الأفراد والمجتمعات (ابن سعيد، ٢٠١٤: ٨١).

ويشير مفهوم التمكين إلى منح القوى أو الصلاحية أو القدرة للآخرين، فهو عملية اكتساب القوة، والحصول عليها وتطويرها. وكذلك القدرة على التأثير الإيجابي على القوى المجتمعية التي تؤثر على حياة هؤلاء الأفراد. وهناك ركيزتان أساسيتان يتطلبهما تطبيق نظرية التمكين وهما: وجود ممارس لديه وعي واهتمام عالٍ باحتياجات المجتمع ووجود عملاء يبحثون عن القوة والتعزيز لقدراتهم. كذلك يتطلب استخدام نظرية التمكين توفر المهارات المناسبة لدى الممارس المهني لتحقيق نتائج فاعلة، وتمثل أهم تلك المهارات في مهارات العمل مع الجماعات والمجتمعات والقدرة على عقد علاقات اجتماعية تمكن من الضغط على القوى المجتمعية لإحداث التغييرات المطلوبة، وكذلك التميز في مهارات الاتصال والقدرة على الإقناع والتحاور، هذا بالإضافة إلى القاعدة المعرفية الواسعة في الجوانب الاجتماعية والاقتصادية والسياسية المؤثرة على أوضاع الأفراد.

لذا فإن نظرية التمكين بما تحويه من قيم ومبادئ وتوجهات علمية تستطيع أن تقود مشاريع ريادة الأعمال الرقمية إلى تحقيق أهدافها من خلال الخصائص التي تشكلها، والتي تتمثل في كونها عملية اجتماعية متعددة الاتجاهات، تتم على الأصعدة الاجتماعية والاقتصادية والسياسية، وتتعامل مع مستويات متعددة منطلقاً من الفردية إلى المجتمعية، وهي تؤمن بأن تمكين الأشخاص يساهم ويؤدي إلى تمكين المجتمع. كما أن من خصائصها أنها عملية تغييرية، تستهدف حصول الأفراد على القوة من خلال تطبيق مشاريع ومبادرات تضمن إحداث التغيير، كذلك هي عملية تفاعلية، فمن خلال المؤسسات والمشاريع المجتمعية يحدث التفاعل المنشود لإحداث التغييرات المجتمعية وتعزيز القيم الإيجابية. كذلك هي عملية تنموية تتسم بالاستدامة. كل تلك الخصائص تتفق بما يتطلبه إنجاز العمل في مشاريع ريادة الأعمال الاجتماعية.

كذلك فإن خطوات عملية التمكين ستوجه رواد الأعمال الاجتماعيين والرقميين من

الممارسين المهنيين عند تنفيذ مشاريعهم الريادية إلى تحقيق أفضل عائد منها، من خلال استخدام وتبني استراتيجيات التمكين والتي تتضمن التعليم الذي يستهدف تحقيق الفهم التام لاحتياجات المجتمع والإحساس العميق بمشكلاته والبحث عن أفكار إبداعية خلّاقة لعلاجها، مما يتفق مع مبادئ ريادة الأعمال الاجتماعية وكذلك نقل تلك الخبرات إلى الفئات المستهدفة من تلك المشاريع لضمان تحقيق هدف المشروع. كذلك استراتيجية التنظيم وإدارة الأفراد والجماعات والمنظمات بشكل فاعل يكفل تحقيق الأهداف التنموية ويضمن لها الاستدامة، ويعدّ ذلك مطلباً أساسياً للممارسين من رواد الأعمال الاجتماعيين، وهنا يجب أن يجمع ما بين الخبرة العلمية والمعرفية في كل من تخصصي الخدمة الاجتماعية وعلم إدارة المشاريع الصغيرة. كذلك فإن استراتيجية التشبيك التي تؤكد على أهمية توسيع العلاقات وتطويرها لاستخدامها في عملية التمكين للأفراد المستهدفون بعملية التغيير.

وعليه فإن نظرية التمكين بما تؤكد عليه من الاهتمام بمساعدة الفئات المهمشة وإشباع الاحتياجات المجتمعية من خلال استراتيجياتها وخطواتها العلمية فإن تبنيها من قبل الممارسين المهنيين من رواد الأعمال الاجتماعيين سيساهم في توجيه رؤيتهم وممارستهم وإحداث التغييرات المطلوبة لضمان تحقيق الرفاهية لأفراد المجتمع.

ثامناً- نظرية رأس المال الفكري Intellectual Capital Theory

يعد رأس المال الفكري أهم الموارد، الذي يمكن من خلاله تحديد خبرة العاملين ومعارفهم وسمعتهم التي تسهم بشكل كبير في نجاح الجامعة، وهذا يعنى التحول من التركيز على الأصول الملموسة إلى التركيز على الأصول غير الملموسة مثل المهارات والمعلومات والمعارف. حيث حلت الأصول غير الملموسة محل الأصول الملموسة في عملية تكوين الثروة للجامعات، وشملت هذه الأصول معرفة العاملين والخبرة والإبداع وثقة المستفيدين في الجامعة، والعلامات التجارية والامتيازات وأنظمة إدارة المعلومات والمعرفة والإجراءات الإدارية، لذا يكتسب منظور رأس المال الفكري ودوره في تحقيق القيمة أهمية كبيرة في جامعات العالم. وفي ظل هذا السياق أصبحت المنافسة الحقيقية بين الجامعات تتمثل في محاولة بناء وتنمية رأس المال الفكري الخاص بها، حيث أصبحت أغلبية الجامعات على وعي كامل بأن القيمة الحقيقية لها لا ترجع فقط إلى الأصول المادية، وإنما ترجع إلى أصول معنوية وفكرية تتمثل في الموارد البشرية والتنظيمية والعلاقية والتي يعبر عنها رأس المال الفكري، والذي يعد الأساس في الابتكار والسبيل لتنفيذ الخطط الرامية إلى بناء وتنمية القدرات التنافسية لدى الجامعات (محمد، ٢٠٢٣ : ٩٤٤).

هذا، وأدركت الكثير من الشركات حقيقة مهمة تتمثل في كون القيمة الحقيقية لها تستند على شيء أكثر أهمية من رأسمالها المادي وهو ما يطلق عليه اليوم بـ(رأس المال الفكري)، ويتمثل بإبداع العاملين، ومعرفة الموظفين ومهاراتهم، ومدى ثقافة الشركة، وعملياتها التنظيمية، وبراءات الاختراع، وعلاقتها مع الزبائن. إذ يعد رأس المال الفكري أحد

المتغيرات المعاصرة التي تسهم وبشكل مباشر في تحقيق البقاء، خاصة إذا تم الاتفاق على عناصره؛ لأن الإنفاق يحفز على إنتاج أفكار جديدة أو تطوير أفكار قديمة، حيث أخذت الاتجاهات المعاصرة التوجه نحو معالم موضوع جديد يهتم بالموجودات الفكرية أكثر من الموجودات المادية، إذ أن في بداية التسعينيات كان رأس المال الفكري الشغل الشاغل لبحوث رجال الأعمال، إلا أنهم توصلوا إلى أنه من الصعوبة قياس رأس المال الفكري من الناحية العملية.

إن ما تقدم يشير بوضوح إلى أن رأس المال الفكري أصبح الآن أهم مصدر لتعظيم الموجودات الأخرى في الشركات؛ لأنه المحفز لزيادتها وتطويرها وتحقيق البقاء من خلالها، فقد عرف رأس المال الفكري على أنه القدرة العقلية التي تمثل الثروة الحقيقية للشركات التي لم يبتاعها المحاسبون مثلما يبتاعون النقد والموجودات وغيرها، إذ لا يشكل كل العاملين في الشركة رأس مال فكري، وإنما يطلق هذا المصطلح على قيمة معرفة العاملين ومهاراتهم من حيث تكوين ثروات الشركة. ومن ثم فرأس المال الفكري يطلق على خبرة الفرد ومهاراته ذات الصلة بتوليد أو تكوين ثروات الشركة بوصفه أهم عناصر رأس المال الفكري نوعين من الأفراد، الأول هم العاملون في الشركة عموماً، أما الثاني فإنه يشير إلى رأس المال الفكري، المتميز بقدرته على إنتاج الأفكار الجديدة والأساليب المتطورة التي تميز الشركة من غيرها من الشركات. كما يعرف رأس المال الفكري بأنه المقدرة العقلية التي تتضمن المعرفة والمهارات والخبرات التي تمتلكها فئة متميزة من الأفراد العاملين في الشركات والتي تعمل على توليد نتائج فكرية متمثلة بالإبداع والابتكار باستخدام تقنيات منتظمة تؤدي إلى تحقيق مستوى متميز من الأداء المنظمي ورضا الزبائن وولائهم بهدف تقديم منتجات وخدمات متميزة واكتساب المزايا التنافسية(العبيدي، ٢٠١٤: ١٧٣).

يظهر مما طرح سابقاً أن رأس المال الفكري يتمتع بأهمية كبيرة يمكن بلورتها بالنقاط الآتية: يعد رأس المال الفكري السلاح الأساس للشركة في عالم اليوم، لأن الموجودات الفكرية تمثل القوة الخفية التي تضمن البقاء للشركة. يمثل رأس المال الفكري قدرات عقلية ذات مستوى معرفي عالي تمتلكها مجموعة محدودة من العاملين من دون غيرهم. يمثل رأس المال الفكري كنزاً مدفوناً يحتاج إلى من يبحث عنه واستخراجه للوجود والممارسة وأن أحد أساليب استخراجه هو نشر المعرفة(العبيدي، ٢٠١٤: ١٧٤).

من جانب آخر، هناك من أشار إلى أن رأس المال الفكري يتكون من المكونات الثلاثة التالية وبشكل مترابط:

- رأس المال البشري: الذي يعبر عنه دائماً بالمهارات والمعرفة التي يمتلكها العاملون بالشركة، ويعد هذا المكون من أكثر المكونات إشكالية من حيث عملية القياس.
- رأس مال العملاء: وهو يتضمن ما يحققه من قيمة للشركة والتي يكون مصدرها نوعية

الخدمات التي يقدمها المجهزون أو قناعة العملاء وولائهم، ويكون رأس المال هذا كاملاً في أي جزء أو مكون للبيئة الخارجية للشركة يسهم في خلق قيمة مضافة للشركة.

- رأس المال الهيكلي: فهو يتجسد في مجموعة من الأنظمة الفرعية للشركة والتي قد تمثل أشكالاً أخرى لرأس المال الفكري، وخير مثال عليه هو العمليات التشغيلية والتصنيعية للشركة، يُضاف إليها جميع أشكال الملكية الفكرية التي تمتلكها.

تاسعاً- نظرية الإبداع الجاد The Theory of Serious Creativity

تعد ريادة الأعمال مصدراً رئيسياً للتوظيف والنمو الاقتصادي والتقدم التكنولوجي. على الرغم من أن السنوات الأخيرة شهدت اهتماماً غير مسبوق بالفروق الفردية في ريادة الأعمال، إلا أنه لا يوجد إجماع حول كيفية تعريف نجاح ريادة الأعمال. اقترح شين ونيكولاو وتشيركاس وسبيكتور Shane, Nicolaou, Cherkas, and Spector (2010) أن نجاح ريادة الأعمال يشمل أي سلوك يساهم في الابتكار والنمو في مجال الأعمال أو الرعاية الاجتماعية. وبشكل أكثر تحديداً، فإن السلوكيات التي يتم تحديدها باستمرار فيما يتعلق بالفروق الفردية في نجاح ريادة الأعمال هي التعرف على الفرص، واستغلال الفرص، والابتكار، وخلق القيمة. وتمشياً مع هذه التحليلات، تعرف النظرية ريادة الأعمال بأنها السلوكيات المرتبطة بخلق القيمة من خلال استغلال الفرص بطرق جديدة ومبتكرة (Leutner et al,2014;59).

لا يكمن جوهر التطور في التغييرات التقنية، بل في الأنشطة البشرية النشطة التي تنفذ الابتكار. "تسمى المؤسسة تنفيذ التركيبات الجديدة، ومن ينفذها هو رجل الأعمال". وبعبارة أخرى، هذه هي الطريقة التي تصبح بها ريادة الأعمال "السبب النهائي" للتطور الرأسمالي، حيث إن "آليات التغيير الاقتصادي في المجتمع الرأسمالي تتمحور حول نشاط ريادة الأعمال". على عكس المدير، الرأسمالي أو الصناعي "الذي قد يدير فقط شركة قائمة". يكون رجل الأعمال "عقلانياً" عندما ينفذ الخطط الجديدة، على الرغم من أنه ليس عقلانياً بأي حال من الأحوال في "دوافعه المميزة من النوع الممتع"; "من الناحية المذهبية، سيكون رجل الأعمال غير عقلاني". الدوافع الاجتماعية ونفسية على حد سواء: "إرادة تأسيس مملكة خاصة"، و"سلالة" مستوحاة من مثل السيادة في العصور الوسطى، بما في ذلك "من الطموح الروحي إلى مجرد العجرفة"، و"إرادة الغزو"، والرغبة في الغزو. إرادة إثبات التفوق على الآخرين، والنجاح من أجل النجاح نفسه، وأخيراً الدافع الجوهري لإنجاز الأمور، "متعة الإبداع". يرى شومبيتر أن ريادة الأعمال ليست "مهنة"، حيث إن "الجميع يصبح رائد أعمال فقط عندما إنه ينفذ تركيبات جديدة". إنه "الدستور الروحي" الذي يميز رواد الأعمال عن عامة الناس. يجد رجل الأعمال مقاومة كبيرة من محيطه؛ لقد تم وضع الناس في طرقهم على أنهم "جسر للسكك الحديدية في الأرض". إنه "رجل عمل" مستعد للدخول في "عمل نشيط". رجل الأعمال "يظهر من العدم"، ويأتي من خارج الواقع الاقتصادي القائم. كثيراً ما يُقال إن أعمال

شومبيتر تعكس تناقضات داخلية وتناقضات نظرية؛ ربما يمكن تسليط الضوء على التحول الكبير في التركيز في عمله في الرأسمالية والاشتراكية والديمقراطية، حيث يتضح التحول النظري نحو أطروحات أقرب إلى التاريخ الاقتصادي وعلم الاجتماع الاقتصادي. في هذا المنظور التاريخي، يبدو أن شومبيتر نفسه يجادل خلافاً لموقفه الفردي الشامل في التأكيد على أهمية البيئة الاجتماعية في الفعل الفردي: "نحن نعلم أن كل فرد يتشكل وفقاً للتأثيرات الاجتماعية التي ينمو فيها". وبهذا المعنى فهو نتاج الكيان الاجتماعي أو الطبقة وبالتالي ليس فاعلاً حراً. اعتبر شومبيتر السلوك الريادي حجر الزاوية في التنمية الاقتصادية من خلال الابتكار والتطوير وما يؤدي إليه ذلك من ثورة وتغيير لصالح النمو الاقتصادي والتنمية. وأكد علماء المدرسة النمساوية أنه يمكن تعزيز دور ريادة الأعمال في النمو الاقتصادي من خلال قدرة رواد الأعمال على تمييز فرص الربح، وأن رواد الأعمال قادرون على خلق التغيير الذي يؤدي إلى مزيد من الفرص ويزيد من المخاطر، على الرغم من عدم اليقين في السوق مما سيؤدي إلى تحسين دور ريادة الأعمال وتوسيع منظور النمو الاقتصادي. وحديثاً أكدت اللجنة الاستشارية للأعمال والصناعة لمنظمة التعاون والتنمية الاقتصادية (OECD) عام ٢٠٠٣ أن "السياسات الرامية إلى تشجيع وتنمية روح المبادرة ضرورية لخلق فرص العمل والتنمية الاقتصادية". في دراسة قام بها مرصد الريادة العالمي (GEM) تبين أن ما بين ثلث ونصف التباين الحاصل في معدلات النمو بين الدول الصناعية، يمكن أن يعود إلى التباين في مستويات الريادة بين هذه البلدان. فعند زيادة عدد الريادين في بلد ما، يؤدي ذلك إلى زيادة في النمو الاقتصادي في ذلك البلد، وهذه ترجمة حقيقية للمهارات التي يتمتعون بها من ناحية، وإلى قدراتهم على التجديد (Innovation) من ناحية أخرى، فالرياديون يولدون التجديد من خلال طرح منتج جديد في السوق، وطرح أسلوب جديد للإنتاج، وفتح أسواق جديدة، والعثور على مصادر جديدة للحصول على المواد الخام، وتنظيم الهيكلة في قطاع أو صناعة ما (أبو مد الله، ٢٠١٢: ٦).

قائمة المراجع:

١. ابن سعيد، لانا بنت حسن بن سعد (٢٠١٤) ريادة الأعمال الاجتماعية وموقف الخدمة الاجتماعية منها، مجلة الاجتماعية، الجمعية السعودية لعلم الاجتماع والخدمة الاجتماعية، العدد ٨، جامعة الإمام محمد بن سعود، ٧٣-١٠٠.
٢. أبو مد الله، سمير مصطفى (٢٠١٢) ريادة الأعمال في فلسطين: الخصائص والتحديات ورقة عمل مقدمة لمؤتمر "الشباب والتنمية في فلسطين: مشكلات وحلول"، كلية التجارة، الجامعة الإسلامية بغزة، ٢٥-١.
٣. أحمد، رقية الطيب علي (٢٠٢٢) رقمنة البحث العلمي ودورها في تحسين جودة البحوث العلمية من وجهة نظر طلاب الدراسات العليا بجامعة الملك سعود، مجلة جامعة عمان العربية للبحوث، مجلد ٧، العدد الأول، ٤٦٧-٤٨٠.
٤. الحسيني، عزة أحمد محمد (٢٠١٥) تعليم ريادة الأعمال بالمدرسة الثانوية في كل من فنلندا والنرويج وإمكانية الاستفادة منها في مصر، دراسات تربوية واجتماعية، مجلد ٢١، العدد ٣، ١٢٥٣-١٣٠١.
٥. العبيدي، رىفت عاصي (٢٠١٤) رأس المال الفكري في إطار متغيرات بيئة ريادة الأعمال دراسة استطلاعية في عينة من الشركات الصناعية العاملة في محافظة نينوى، مجلة دراسات إدارية، مجلد ٦، العدد ١٢، ١٥٨-٢٠٢.
٦. محمد، أحمد عادل عبد الفتاح (٢٠٢٣) الصحافة الريادية كنموذج مستحدث بالبيئة العربية: دراسة تحليلية مقارنة لموقعي رائد أعمال مصر و allbusiness مع منهج مقترح لطلاب الإعلام، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، مجلد ٢٢، العدد الأول، ٦١-١.
7. Andersson, Martin (2012) Creative destruction and productivity: entrepreneurship by type, sector and sequence, Journal of Entrepreneurship and Public Policy, Vol. 1 No. 2, 125-146.
8. Anderson, Alistair R & Miller, Claire J (2003) Class matters": human and social capital in the entrepreneurial process, The Journal of Socio-Economics, Vol.32, Issue 1, 17-36.
9. Audretsch, David B. et al (2023) Effects of open innovation in startups: Theory and evidence, Technological Forecasting and Social Change, Volume 194, September, 1-33.
10. Battistella, Cinzia et al (2018) Framing Open Innovation in Start-Ups' Incubators: A Complexity Theory Perspective, Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity, Volume 4, Issue 3, September, 33-66.
11. Braune, Eric & Dana, Leo- Paul (2021) Digital entrepreneurship :Some features of new social interactions, Research Article, 237-234.
12. Caliendo, Marco & Kritikos, Alexander (2011) Searching for the Entrepreneurial Personality: New Evidence and Avenues for Further Research, Discussion Paper No. 5790 June, 1-11.
13. Chiles, Todd H, et al (2007) Beyond Creative Destruction and Entrepreneurial Discovery: A Radical Austrian Approach to Entrepreneurship, Organization Studies, 28(04), 467-493.

14. Fang, Mei Lan et al (2019) Exploring Privilege in the Digital Divide: Implications for Theory, Policy, and Practice, *The Gerontologist* cite as: *Gerontologist*, Vol. 59, No. 1, e1–e15.
15. Kerr, Sari Pekkala et al (2018) Personality Traits of Entrepreneurs: A Review of Recent Literature, *Personality Traits of Entrepreneurs: A Review of Recent Literature, Foundations and Trends R in Entrepreneurship* Volume 14, Issue 3, Editorial Board, now Publishers Inc.
16. Kobia, Margaret & Sikalieh, Damary (2010) Towards a search for the meaning of entrepreneurship, *Journal of European Industrial Training*, Vol. 34 N. 2, 110-127.
17. Karabulut, Ahu Tuğba (2016) Personality Traits on Entrepreneurial Intention, 5th International Conference on Leadership, Technology, Innovation and Business Management, *Procedia - Social and Behavioral Sciences* 229, 12 – 21.
18. Langroodi, Farrokh Emami (2021) Schumpeter's Theory of Economic Development: A Study of the Creative Destruction and Entrepreneurship Effects on the Economic Growth, *Journal of Insurance and Financial Management*, Vol. 4, Issue 3, 65-81.
19. Leutner, Franziska et al (2014) The relationship between the entrepreneurial personality and the Big Five personality traits, *Personality and Individual Differences*, Volume 63, June, 58-63.
20. Lich, Amir N. (2009) Entrepreneurial Motivations, Culture, and the Law, In; *Entrepreneurship and Culture*, Edited By; Andreas Freytag & Roy Thurik, Springer, 11-40.
21. Nambisan, Satish (2017) *Digital Entrepreneurship: Toward a Digital Technology Perspective of Entrepreneurship*, SAGE Publications Inc.
22. Papageorgiou, Theofanis & Michaelides, Panayotis G. (2016) Joseph Schumpeter and Thorstein Veblen on technological determinism, individualism and institutions, *Euro. J. History of Economic Thought*, Vol. 23, No. 1, 1–30.
23. Reinert, Hugo & Reinert, Erik S (2006) Creative Destruction in Economics: Nietzsche, Sombart, Schumpeter, In; *Friedrich Nietzsche (1844-1900) Economy and Society*, Edited By; Jürgen G. Backhaus, Springer, 55-85.
24. Rendón, Mauricio Arbeláez et al (2023) Influence of digital divide in the entrepreneurial motor of a digital economy: a system dynamics approach, *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, Volume 9, Issue 2, June, 1-12.
25. Rhaiem, Khalil & Doloreux, David (2024) Inbound open innovation in SMEs: A microfoundations perspective of dynamic capabilities, *Technological Forecasting and Social Change*, Volume 199, February, 1-35.
26. Sanjeev, Dewan & Frederick J. Riggins (2005) The Digital Divide: Current and Future Research Directions., *Journal of the Association for Information Systems* . Dec, Vol. 6 Issue 12, 298-336.
27. Tülüce, Nadide Sevil & Yurtkur, Asuman Koç (2015) Term of Strategic Entrepreneurship and Schumpeter's Creative Destruction Theory, *Procedia - Social*

- and Behavioral Sciences, Volume 207, 720-728.
28. Ulhoi, J.P (2005) The social dimensions of entrepreneurship, Technovation, Vol. 25, Issue. 8, 939-946.
 29. Van Duk, Jan A. G. M.(2017) Digital Divide: Impact of Access, The International Encyclopedia of Media Effects, Published 2017 by John Wiley & Sons, Inc., 1-11.
 30. Vasilevna, Cherep Alla & N.M, Chernikova (2019) Innovative Approaches to Determination of Economic Digitization in the Modern Stage of Enterprise Development Details, Ntellectual Economics, No. 13(2), 116-121.
 31. Westlund, Hans & Bolton, Roger (2003) Local Social Capital and Entrepreneurship, Small Business Economics, Vol. 21, 77–113.
 32. Zhao, Ling et al (2022) Determinants of the digital outcome divide in E-learning between rural and urban students: Empirical evidence from the COVID-19 pandemic based on capital theory, Computers in Human Behavior, Volume 130, 1-30. Zhou, Zhaoxing et al (2020) An Empirical Study on Coupling Coordination between the Cultural Industry and Tourism Industry in Ethnic Minority Areas, Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity, Volume 6, Issue 3, September,1-25.